

**Андрей zehn**

# **ЛЕТИМ НА ВЫСТАВКУ В КИТАЙ!**

**или Как выжать максимум из выставки в Китае**

Пособие для директоров  
и владельцев бизнеса

## СОДЕРЖАНИЕ

- 1) Кому будет полезна эта книга
- 2) Преимущества посещения выставок в Китае
- 3) «Как много выставок хороших...» Как выбрать нужную именно Вам
  - ✓ FAQ по Кантонской ярмарке в Гуанчжоу
  - ✓ Специализированные выставки в Китае
- 4) Как эффективно спланировать поездку в Китай
- 5) Организуем работу на выставке
  - ✓ Что взять собой, check-list
  - ✓ Алгоритм работы на выставке, перечень основных вопросов
  - ✓ О чем обычно забывают упомянуть
- 6) Посещение китайских фабрик
  - ✓ Какие бывают китайские производители
  - ✓ Кто лучше, производитель или торговая импорт-экспорт компания?
  - ✓ На что обращать внимание при посещении фабрики
- 7) Бонусы
  - ✓ 12 ошибок при первом заказе китайскому поставщику
  - ✓ География китайского производства
  - ✓ Что такое Гуанси?

## Кому будет полезна эта книга

Китай уже достаточно давно и уверенно держит титул крупнейшей мировой фабрики. Причем первенство ему принадлежит не только в объемах выпускаемых товаров и их огромном ассортименте. В последнее время Китай все чаще начинают упоминать как лидера в технологиях и инновациях. И это еще больше притягивает к нему внимание бизнесменов со всего мира.

Никогда еще до этого в истории не было так просто, быстро и легко произвести товар по своим требованиям и под своим брендом. Огромное количество международных корпораций, фабрик, заводов и небольших цехов в Китае удовлетворят любую потребность заказчика с любого уголка Земного шара. Низкая цена труда, огромная армия работников и при этом согласованность менеджмента, финансов, логистики, инфраструктуры производства позволяют добиться небывалой конкурентоспособности. Одно из главных преимуществ Китая наряду с низкими ценами – это **скорость**. И все потому, что скорости придается все большее значение. Географические рынки в разных странах возникают и умирают в течение даже одного года, насыщение происходит все быстрее, жизненный цикл товаров сокращается, модели продуктов сменяют одна другую, потребительские предпочтения тоже достаточно быстро меняются. И даже больше, человек привыкает к такому дикому ритму изменений и его мозг постоянно ищет обновлений.

В этих условиях скорость реакции на возникший спрос становится на первом месте. Как говорится, «кто первый, тот и папа» Когда в Китае появляется какая-то яркая новинка, то через определенное время (обычно это месяца 2-3, необходимых на производство и доставку) она появляется и на рынках стран-клиентов. И та компания, которая привезла ее в страну первой, пускай даже на месяц или неделю, в глазах покупателя становится самой передовой, новатором, компанией

№1 на рынке. В таких условиях конкуренция идет уже не просто за скорость, а за **инновации**. И Вы просто не можете позволить себе остаться в стороне.

То, в чем вам в первую очередь может помочь эта книга, зависит от того, на каком этапе бизнеса с Китаем Вы находитесь. Если Вы уже **начали сотрудничать с Китаем**, то для Вас, как правило, на первом месте стоит вопрос **налаживания отношений с китайским поставщиком**. Вы хотите, чтобы китайцы понимали Ваши запросы, чтобы выполняли их в точности как вами задумано, чтоб не обманывали Вас. Чтобы Вы были уверены, что Вам дают лучшие цены, качество продукции гарантировано, а сроки производства не затянутся на лишние недели или месяцы. Ведь иначе можно пропустить сезон и остаться с горой неликвидов и «замороженными» деньгами.

Если же Вы только **планируете начать работать с Китаем** напрямую, то поездка на выставку – отличная возможность увидеть сразу весь рынок, познакомиться и завязать контакт с ведущими производителями и сравнить поставщиков между собой. Как говорится, и людей посмотреть и себя показать. Ощутить все многообразие товаров, потрогать, пощупать конкретные модели, сравнить между собой. А если Вы заранее связались с фабрикой, обговорили условия закупок и для Вас все ясно, все устраивает, то можно и заключать контракт. Ведь огромное количество сделок заключаются прямо на выставке или сразу же после ее окончания. Но желательно все же еще и лично посетить производство, чтобы лучше узнать поставщика.

В современных условиях жесткой конкуренции важно **находить и внедрять инновации**. Многие компании зарабатывают только за счет новых продуктов, и стабильность высокой прибыли достигается за счет постоянного обновления ассортимента. И тут опять же, без «живого» контакта с фабрикой Вам вряд ли удастся первыми узнать о новинках. К тому же многие новинки производители специально готовят под выставку и информацию о них до поры до времени не разглашают.

Таким образом, если Вы **директор или владелец компании**, то эта книга поможет вам понять какие вопросы можно решить и как организовать работу подчиненных, чтобы не потратить драгоценное время и деньги зря.

Если вы **менеджер отдела закупок или технический специалист**, то, ознакомившись с ценными рекомендациями, Вы сможете правильно распланировать свое время и усилия, чтобы добиться от китайцев максимальных результатов. А также узнаете о том, как избежать распространенные «подводные камни».

Если Вы **занимаетесь организацией деловой поездки** или культурной делегации в Китай, то вам будет полезна в первую очередь информация о подготовке к выставке, оформлению виз, покупке билетов и бронировании гостиниц.

## Преимущества посещения выставки в Китае



Почему же многие бизнесмены летят на выставку в Китай, какие преимущества это даёт?

1) **При посещении выставки с целью поиска поставщика** есть возможность посетить сразу многих поставщиков из отдаленных друг от друга городов и регионов, а также сравнить качество их продукции и цены. Увидеть все своими глазами, услышать о преимуществах продукта непосредственно от производителя, пощупать образцы

собственными руками. Ваш «технарь», специалист по продукту будет иметь возможность осмотреть и выбрать лучшую продукцию на рынке. Причем он будет иметь возможность сделать это максимально быстро и в минимальные сроки, буквально в течение одного дня.

2) Если у Вас уже есть несколько китайских поставщиков, и Вы хотите обсудить с ними какой-то **один важный вопрос**. Будь-то *скидки на оптовые цены, увеличение объемов, товарный кредит, отсрочка платежа или изменение бренда или упаковки и т.д.* То лучшего места для того, чтобы сделать это максимально быстро и эффективно просто не найти.

3) На китайской выставке Вы имеете возможность одним из первых узнать о самых **новых товарах и новых тенденциях** в товарах и технологиях. Многие едут на выставку в первую очередь именно за этим. При определенном опыте Вы можете даже промониторить новинки поставщиков своих конкурентов и заранее выстроить ответную стратегию действий.

4) В китайских бизнес-отношениях особую роль играет такой феномен как **«гуанси»**. Крепкие и стабильные бизнес отношения с китайцами можно установить лишь тогда, когда между первыми лицами ваших компаний есть полное взаимопонимание. Китайцы практически не разделяют между собой дружеские и бизнес отношения. Именно поэтому лично навещать китайских поставщиков минимум 1-2 раза в год – это просто долг чести и залог процветания вашего бизнеса.

5) В конечном итоге Вы прежде всего экономите свое **ВРЕМЯ**. Потому что на выставке Вы можете получить ответ на свой вопрос максимально быстро. А если посчитать, сколько бы обошлось объехать всех этих поставщиков из разных городов, то получится, что и расходы на выставку окупают себя с лихвой.

## «Как много выставок хороших...»

Как выбрать нужную именно Вам



О том, куда целесообразнее лететь: выставку **общей направленности**, на которой представлены все экспортные товары Китая (например, Кантонская ярмарка) или на **специализированную** выставку по вашей тематике идут постоянные споры на околокитайских форумах.

Если обобщить, то мнения сходятся на том, что больше поставщиков на искомый товар будет на специализированной выставке. На ней же есть возможность лучше узнать рынок отрасли и получить выгодную цену.

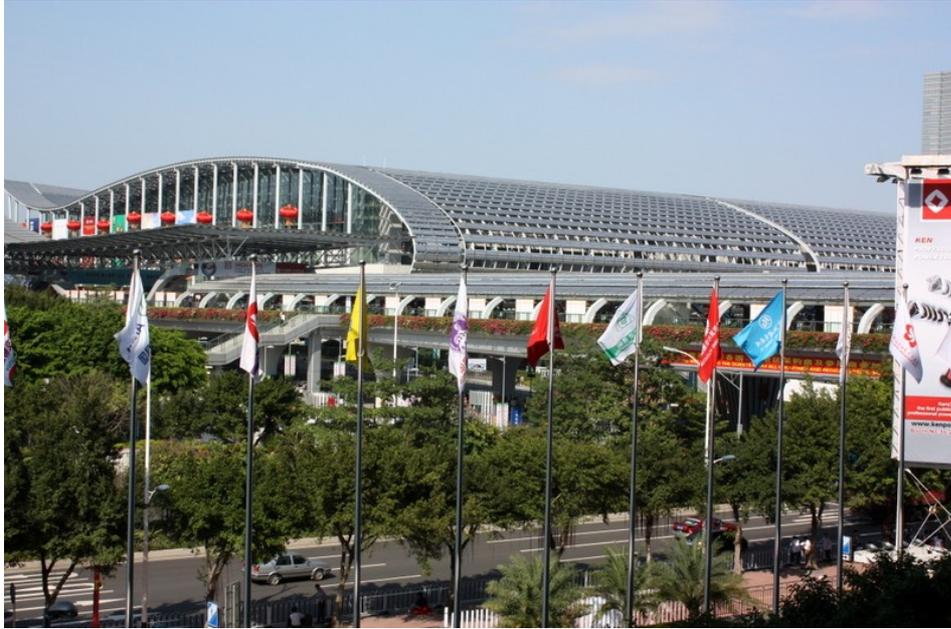
Но что если, вас интересует несколько товарных направлений? Или Вы летите в Китай в первый раз и хотите получить максимум информации о том, **на чем сейчас делается бизнес с Китаем, какие товары и отрасли наиболее привлекательны...** То в этом случае выбор скорее всего падет на выставку широкой направленности. Например, в пользу **Кантонской ярмарки** говорит то, что на ней в достаточном объеме представлены **ВСЕ** экспортные направления. И опять же **ВСЕ** крупные игроки китайского рынка из каждой отрасли обязательно будут на ней присутствовать.

К тому же она служит определенным индикатором «средней температуры» по китайскому рынку. Т.е. по активности посетителей можно судить о привлекательности в данный момент той или иной отрасли хозяйства.



**Ярмарка импорт-экспортных товаров в Гуанчжоу** – это один из самых **ВЫГОДНЫХ** способов **БЫСТРО** найти китайского поставщика на нужную вам продукцию. Это отличная возможность увидеть **СРАЗУ ВСЕХ** крупных китайских производителей вашей отрасли, пообщаться с каждым из них, посмотреть новинки и задать интересующие Вас вопросы.

Эта выставка проходит 2 раза в году, весной и осенью, в выставочном комплексе **Pazhou** (Паджоу) в Гуанчжоу



**На 1 сессии** выставки представлены следующие товары:

- Промышленные машины и оборудование
- Вспомогательное производственное оборудование
- Велосипеды
- Мотоциклы
- Запчасти к транспортным средствам
- Химическая продукция
- Скобяные товары
- Инструмент
- Осветительное оборудование
- Электроника и бытовые приборы
- Компьютеры и средства коммуникаций
- Строительные и отделочные материалы
- Сантехника и мебель для ванных комнат
- Транспортные средства (вне павильона)
- Строительное оборудование (вне павильона)

**На 2 сессии** представлены:

- Потребительские товары
- Керамика и фарфор для дома
- Украшения для дома
- Мебель

- Предметы для сада
- Предметы домашнего назначения
- Предметы для ванной
- Игрушки
- Подарки
- Товары для праздника
- Кухонные принадлежности и столовая посуда
- Художественная керамика и фарфор
- Художественные изделия из стекла
- Художественные вязаные изделия и изделия из металла
- Каменные и металлические изделия
- Персональные косметические принадлежности
- Часы и очки

**На 3 сессии** представлены:

- Одежда и текстиль
- Обувь мужская, женская и детская
- Офисные принадлежности, футляры и сумки, товары для отдыха
- Лекарства, медицинское оборудование, товары для здоровья и спорта
- Продукты питания
- Национальная продукция



Другие выставки общей направленности – это, например,

**Китайская международная ярмарка товаров народного потребления** (China International Consumer Goods Fair (CICGF), <http://www.cicgf.com/>), которая проходит каждый июнь в Нинбо или

**AsiaWorld-Expo** <http://www.asiaworld-expo.com/html/en/default.html>

**Специализированные выставки в Китае**, на которых представлены предприятия определенной отрасли или направленности проводятся, как правило, в регионе, в котором сосредоточено производство данных товаров (Нингбо, Иу и т.п.) или в крупных городах, таких как Шанхай, Шэньчжень, Гуанчжоу или Пекин.

### **Специализированные выставки в Гуанчжоу**

<http://openchina.com.ua/krupneyshie-kitayskie-vyistavki-v-guanchzhou-v-2012-godu/>

### **Специализированные выставки в Шанхае**

<http://openchina.com.ua/vyistavki-v-shanhae-2012/>

## Как эффективно спланировать поездку в Китай



1) Для начала четко определите **цель вашей поездки на выставку в Китае**.

Это может быть:

- ✓ поиск поставщика определенного товара,
- ✓ посещение партнеров для решения каких-то конкретных вопросов,
- ✓ размещение заказа на производство товара,
- ✓ мониторинг новых товаров по вашей тематике
- ✓ поддержание отношений с поставщиками, гуанси, ознакомительный визит

или что-то еще...

### 2) **Набросайте план поездки**

Исходя из целей и задач определите общую **продолжительность вашего пребывания в Китае** и прикиньте даты. Запланируйте время на поселение, работу на выставке, деловые встречи, посещение фабрик, переезды и отдых. Обратите также внимание на дни недели.

**Набросайте маршрут.** Если он достаточно длинный, то прикиньте время, которое вы будете находиться в каждом из пунктов/городов. Например, одна фаза Кантонской Ярмарки длится 5 дней. Но чтобы

обойти все секции выставки по вашему направлению и собрать информацию по всем поставщикам 3-ех дней обычно достаточно даже новичкам. Однако Вас могут заинтересовать смежные товарные направления, которые находятся в других секторах выставки и осмотр которых требует времени.

Обязательно оставляйте небольшой запас времени на отдых и восстановление, т.к. работа на выставке обычно очень напряженная.

***Например, хороший способ отдохнуть после перелета и настроиться на китайское время (+3 часа от России, +5 часов от Украины) - это по прилету сразу же лечь спать и проснуться утром уже по новому, китайскому времени свежим и бодрым. По этой причине прилететь и сесть в гостиницу лучше за сутки до выставки.***

Деловые встречи с клиентами поставщики обычно назначают в ресторане на вечер после выставочного дня. Так что будьте готовы к ужину с обильными возлияниями и насыщенной развлекательной программой, т.к. китайцы будут стремиться всячески вам угодить.

Если Вы также планируете одним махом посетить производства потенциальных или текущих поставщиков, то лучше это делать после выставки. И главное заранее четко согласовать с ними даты, когда Вы приедете с визитом на фабрику.

Имея приближенный маршрут и план поездки уже можно начать искать более детальную информацию и оценивать разные варианты.

### **3) Получите приглашение от китайцев**

Для получения китайской визы вам понадобится приглашение от китайского партнера. Запросите его (укажите имена, номера паспортов, даты и цель поездки). Обычно китайцы без проблем высылают подобные приглашения, даже если Вы только планируете начать работать с этой компанией.

Также для получения приглашения на выставку нужно зарегистрироваться на сайте выставки <http://www.cantonfair.org.cn/en/>. Если Вы уже посещали эту выставку, то возьмите с собой пропуск (бейдж) с прошлого раза. Это упростит и ускорит вашу регистрацию, т.к. бейджи действуют на протяжении 5 лет.

#### 4) Купите авиабилеты

Билеты на самолет лучше всего покупать заранее, за 2-3 месяца до поездки. Если отслеживать специальные предложения авиакомпаний, то на авиабилетах можно сэкономить около 30-40% стоимости. А это, особенно из расчета на несколько человек, деньги немалые.

Как правило, из-за перегруженности направления, во время выставки цены на авиабилеты значительно дорожают. Так перелет Москва-Гуанчжоу эконом-классом обычно обходится около 800-1000\$ в оба конца. Прямых рейсов в Гуанчжоу пока мало. Но есть много стыковочных рейсов таких авиалиний как **Аэрофлот, Аэросвит, Air China, China Southern, Cathay Pacific, Emirates** и прочие.

Также можно сэкономить, если прилететь по дешевому спецпредложению в другой крупный китайский город (Пекин, Шанхай, Гонконг или Урумчи), а потом воспользоваться [внутренними авиалиниями Китая](#). Как правило, в сумме это получается дешевле (около 600-800\$). Но билеты на внутренние перелеты тоже нужно заказывать заранее, т.к. в дни выставки цена на рейсы в Гуанчжоу подымается примерно в 2 раза.

Также рекомендую отслеживать специальные предложения таких авиакомпаний как [Аэрофлот](#) и [Emirates](#), которые часто предлагали дешевые акционные перелеты в Китай.

Кстати, между Украиной и Гонконгом в 2010 году ввели безвизовый режим, Соответственно можно свободно лететь в Гонконг без визы, а уже оттуда - в Китай.

***ВАЖНО! Но учтите, что если Вы захотите посетить Гонконг во время поездки в Китай (от Гуанчжоу или Шэнчжэня он совсем недалеко), то назад на территорию Китая по визе с однократным въездом Вас уже не пустят. Для этого нужно заранее оформлять визу с двукратным или многократным въездом.***

Расписание поездов по Китаю можно узнать на сайте

<http://www.cnvol.com/>

## **5) Забронируйте отель**

Бронировать жилье тоже желательно заранее, т.к. хорошие места быстро раскупаются. Гуанчжоу вообще-то относительно недорогой город, но дело в том, что во время проведения Кантонской выставки цены в гостиницах и хостелах вырастают примерно в 3 раза. Поэтому цена жилья даже в небольшом отеле начинается от 300-400 юаней за человека.

**Вот сайты на английском языке, на которых можно найти и забронировать жилье в Гуанчжоу**

<http://www.guangzhouhotel.com/>

<http://www.gzjchotels.com/>

<http://www.elong.net/>

<http://www.sinohotel.com/index.html>

**Бюджетные китайские сетевые гостиницы (уровня примерно 3 звезд)**

<http://www.jinjianginns.com/>

<http://www.homeinns.com/index/index.aspx>

<http://www.htinns.com/>

<http://www.7daysinn.cn/>

<http://www.998.com/>



общаться с клиентами на международном деловом языке. Правда, эффективность такого общения сомнительная, т.к. словарный запас английских слов у китайцев часто очень ограничен, тем более переводчик часто не знает экономическую и производственную терминологию.

Поэтому если Вы на выставке не ради любопытства, а собираетесь решать важные деловые вопросы, то переводчик вам понадобится обязательно. Этот человек будет, по сути, представлять вашу организацию, говорить от вашего имени, а также передавать вам слова оппонента. Тут очень важна точность перевода, опытность и внимательность. Причем лучше брать не китайца, т.к. в противном случае велика вероятность, что он договорится с поставщиком об откате. Услуги переводчика обычно стоят 100-150\$ в день.

### 8) Карточка мобильного оператора.

В Китае два главных мобильных оператора - **China Mobile** и **China Unicom**. Посмотрите на мобильные номера ваших партнеров и выберите, карточку какого оператора вам лучше купить.

Так номера **China mobile** начинаются с:

+86 134, 135, 136, 137, 138, 139, 150, 151, 152, 157, 158, 159, 188.

а **China Unicom** соответственно с:

+86 130, 131, 132, 145, 155, 156, 185, 186

Минимальный стартовый пакет китайского мобильного оператора обойдется Вам примерно в 100-150 юаней (20-25\$)

Т.к. Китай достаточно большой, то между разными провинциями действует роуминг, и тарифы в них будут отличаться. Соответственно, карточка мобильного оператора привязана к тому городу и провинции, в которой ее купили и активировали. Т.о. если Вы переедете и будете звонить из другого города (провинции), то тарификация будет выше.

## 9) Транспорт

Из каждой крупной гостиницы во время проведения выставки обычно курсирует бесплатный **shuttle bus** в выставочный комплекс Паджоу (Pazhou) туда и обратно (утром и вечером). По 2-3 рейса под открытие и закрытие выставки. Обычно это время примерно в 9-30, 10ч. утра, и назад в 17-00, 18-00 ч., в зависимости от удаленности отеля от выставочного комплекса. Уточните режим работы автобусов на выставку на reception в вашем отеле.

Другой вариант быстро добраться на выставку – воспользоваться такси, благо, что в Гуанчжоу оно достаточно дешевое. Либо доехать на метро до станции «Pazhou» на 2 линии метро.

***Чит-код: Чтобы без проблем вернуться в отель после выставки обязательно возьмите визитку вашего отеля и точно запомните место стоянки вашего автобуса.***

## 10) Регистрация

Обычно регистрация на Кантонскую выставку проходит в большом белом шатре-палатке напротив главного входа. В любом случае Вы можете узнать об этом по указателям и на информационных стойках. При регистрации есть несколько очередей – для участников, для старых и новых посетителей.

Вход без бумажного или электронного приглашения на выставку стоит **100 юаней**. Если у вас есть приглашение от китайского поставщика и Вы оформили приглашение на сайте <http://invitation.cantonfair.org.cn/en/index.aspx> то **вход на выставку бесплатный**. Нужна только **фотография 4x5, паспорт и ваша визитка**.

***Чит-код: Если Вы уже посещали выставку, то возьмите с собой бейдж с прошлой выставки (он действует в течении 5 лет), тогда***

**регистрация упрощается и вход будет бесплатный даже без официального приглашения.**

## 11) Обмен валют

Наличные деньги в Китай нужно везти в свободно конвертируемой валюте, т.е. долларах или евро. При обмене евро или долларов на юани курс во всех банках будет один и тот же, что значительно упрощает процедуру. Посмотреть его можно например на сайте **Bank of China** <http://www.boc.cn/sourcedb/whpj/enindex.html>

В банке нужно сначала получить талончик с номером в очереди, дождаться, когда ваш номер загорится на табло и тогда подойти к соответствующему окошку. Для обмена валюты обязательно нужен паспорт. Процедура обычно занимает некоторое время, т.к. китайские банки бюрократичны и каждая операция требует оформления большого количества документов, многие из которых заполняются вручную.

***Учтите, что купить доллары или другую валюту в Китае не так просто. Это возможно только если Вы предъявите документ, подтверждающий, что Вы продавали валюту на не меньшую сумму.***

## Что взять собой на выставку, **check-list**

- 1) **Визитки** на английском или китайском языке, желательно с запасом.
- 2) **Органайзер** или блокнот, чтобы делать пометки. Некоторые любят составлять анкеты со полями для стандартных вопросов и заполняют их по каждому поставщику. Кому-то удобно делать заметки сразу в ноутбуке.
- 3) **Фотоаппарат и/или видеокамеру**. Без технических средств, позволяющих сохранить визуальные впечатления тут не обойтись.
- 4) **Сумку или чемодан** для каталогов.

**Небольшой lifehack: удобные рекламные сумки можно получить у организаторов фестиваля или промоутеров на выходы из метро и на входе на выставку. Естественно в обмен на вашу визитку. Вариаций их огромное множество, как по цветам, так и по фасонам (между производителями жесткая конкуренция), у Вас будет большой выбор.**

- 5) Ручки, степлер, скрепки и прочие **важные мелочи**.
- 6) Возьмите все **контакты** ваших поставщиков, фабрик с которыми вы планируете сотрудничать, номера «бусов» (booth no.). Предупредите поставщиков, что Вы будете на выставке.
- 7) Возьмите **лекарства** – активированный уголь, средства для улучшения пищеварения, от диареи и т.п. Т.к. невозможно предсказать, как отреагирует ваш желудок на некоторые блюда китайской кухни.
- 8) **Подарки** китайцам. Можно дарить алкоголь, национальные сувениры, символы, фирменную продукцию. Желательно, чтобы подарок был уникальным и персонализированным. Не стоит брать с собой хрупкие вещи.
- 9) Если Вы уже когда-то посещали Кантонскую выставку, то возьмите с собой этот **бейдж**, это значительно ускорит регистрацию.

## Алгоритм работы на выставке

## Как эффективно общаться с поставщиками на выставке в Китае



Вот несколько практических советов о том, как эффективно общаться с поставщиками на китайской выставке.

- 1) Представьтесь, дайте свою визитку.** Примите визитную карточку взамен. Если вам ее протягивают уважительно двумя руками, то брать тоже нужно двумя руками.
- 2) Соблюдайте субординацию.** Если на стенде есть директор (как правило, он же владелец), то он там главный. И внимание в первую очередь должно быть уделено ему.
- 3) Осмотрите стенд, продукцию.** Постарайтесь сразу понять, что фабрика производит, а что перепродает. Это можно достаточно легко определить по витрине. Так производимая продукция обычно однотипная по технологии изготовления, а перекупаемая выбивается из общей картины. Позже можно задать конкретный уточняющий вопрос.
- 4) Попросите презентовать их компанию.** Как правило, китайцы уже заранее подготовились к этому и расскажут все, чем они могут гордиться.
- 5) Узнайте информацию по интересующему вас продукту.** Здесь лучше дать слово вашему техническому специалисту, который на глаз, на ощупь, звук и цвет может отличить качественный товар от некачественного. Он

же сможет задать конкретизирующие вопросы по важным показателям.

Также целесообразно узнать MOQ (минимальные количества заказа), количество в контейнере, среднюю стоимость контейнера, условия доставки и оплаты, виды упаковки и т.д. и т.п.

**6) Сделайте фото, видео стенда. Возьмите каталог, визитки директора, технического специалиста (если он присутствует на стенде), вашего менеджера.**

Лучше чтобы в фото попадал логотип и название компании, так легче будет восстановить в памяти всю информацию. Во время съемки видео хорошо сразу делать свои комментарии и заодно озвучивать возникающие вопросы и дальнейшие задания по этому поставщику.

**7) Договоритесь о следующей транзакции.** Это могут быть следующие типичные варианты

- Фабрика вышлет цены на позиции, к которым Вы проявили интерес, информацию необходимую для их заказа,
- Вам вышлют образцы продукции,
- Вы рассмотрите их предложение и свяжитесь по e-mail позже.  
(Это стандартная договоренность, которая Вас ни к чему не обязывает, и китайцы это тоже понимают),
- Приедете осмотреть фабрику, производство, протестировать продукцию и т.п.
- Пришлете к ним на фабрику агента/представителя для проведения инспекции и т.д. и т.п.

**8) Систематизируйте.** В конце каждого дня выставки обязательно сразу обрабатывайте полученную информацию. Перебирайте каталоги, фото, видео, свои заметки – систематизируйте их. И сразу по свежим следам составляйте план работ.

Все дело в том, что интенсивность информационного потока в дни выставки очень высока и, как правило, большая часть информации забывается уже через неделю. А через месяц Вы уже точно не восстановите точную картину событий.

**9) Не нужно набирать много каталогов.** Как правило, от них мало пользы, да и везти их самолетом очень накладно. Берите контакты, визитки, электронные каталоги, делайте больше фото заинтересовавших вас позиций, фотографируйте сами стенды. Главное – это сам контакт и

ваши впечатления, а детальную и точную информацию по ассортименту и условиям работы можно получить потом в электронном виде. Поэтому бумажные каталоги нужно брать только те, без которых действительно не обойтись.

**Чит-код: Отфильтруйте каталоги в несколько этапов – в конце каждого дня выставки, перед выпиской из гостиницы, перед посадкой на борт самолета. Как правило, отсеивается более половины каталогов.**

**10) Предварительно промониторьте поставщиков на Ваш товар перед выставкой.** Намного лучше, когда Вы уже имеете представление о компаниях, с которыми будете там встречаться.

**Для справки. Найти стенд компании по ее имени или по отрасли можно бесплатно в информационных компьютерах, которые обычно расположены у главных проходов на каждую секцию.**

**11) Расставьте приоритеты.** В первый день рекомендую бегло обойти все стенды интересующего вас направления, чтобы составить полную картину и распланировать посещения на следующие дни. Многие поступают так: в первый день обходят выставку и обращают внимание только на новинки и новые интересные компании. А уже в последующие дни заходят на стенды к действующим поставщикам и детально обходят намеченные ранее места.

**12) Фиксируйте цены, которые получаете.** Бывает, что именно на выставке, чтобы привлечь покупателя, китайцы дают эксклюзивную низкую цену (причем они их тоже фиксируют, записывают обязательно). Эту цену, возможно, еще придется отстоять, но это ваш шанс сразу получить хорошие условия без длительных переговоров.

**13) Будьте внимательны к своим вещам на выставке, на улице, в транспорте и т.п.** Гуанчжоу славится карманниками и прочими мелкими воришками, для которых большие скопления иностранцев во время выставок очень соблазнительны. Хотя общественный порядок поддерживается на довольно высоком уровне, надо быть всегда начеку.

## Перечень базовых вопросов поставщику

### Узнайте о фабрике

- 1) Год создания, сколько лет на рынке?
- 2) Документы о регистрации, бизнес-лицензия должна быть действительной
- 3) Есть ли лицензия на экспорт? (Если нет, то лицензия на экспорт компании-посредника, через которую продают свой товар за границу).
- 4) Кол-во работников – соотношение рабочих на производстве и менеджеров?
- 5) Объемы производства – факт и возможности?
- 6) Из представленного ассортимента что производят, а что перекупают?
- 7) Основные рынки сбыта – какие страны?
- 8) Какой % продукции идет на экспорт, а какой на внутренний рынок?
- 9) Какие международные сертификаты качества есть, на какую продукцию?
- 10) Есть ли клиенты из России, Украины (какие компании, ТМ), какие их объемы закупок?
- 11) Есть ли у кого-то из них эксклюзив? Что нужно, чтобы его получить?
- 12) Самые популярные продукты на вашем рынке (судя по их заказам)?
- 13) Какие есть новинки ассортимента, а также что планируется?

### Узнайте конкретную информацию о товаре

- 1) Стандарты и тех.характеристики - какие есть международные сертификаты качества на товар? Дайте слово вашему тех. специалисту.
- 2) Дизайн, упаковка и маркировка, комплектация, инструкция пользователя – тут работа для маркетинга
- 3) Количество в 20/40 футовом контейнере?
- 4) Условия отгрузки, условия оплаты (стандартные 30% T/T before production, the balance before shipment, against the BL copy)
- 5) Минимальные количества заказа по позиции (MOQ) ?
- 6) Срок производства (lead-time, delivery time). Как правило, считается от даты получения предоплаты и всех необходимых материалов (дизайна упаковки и маркировки, переведенной инструкции пользователя)

- 7) Цена, цена от количества? В течение какого времени действует предложение, от чего зависит (бывает от курса юаня, цен на определенное сырье и т.п.).
- 8) Если ассортимент большой – самые ходовые модели и пропорции в заказе, + информация от менеджеров продаж, опросите ключевых клиентов
- 9) Сфотографируйте, снимите на видео заинтересовавшие вас товары

Если в Вас заинтересованы как в клиенте, то Вас могут пригласить поужинать вместе. Принимайте приглашение только если Вы действительно заинтересованы в сотрудничестве с этой компанией.

А вот после выставки посетить фабрику, которая вас заинтересовала действительно стоит.

## Посещение китайских фабрик

### Какие бывают китайские производители

Китайские производители разнятся друг от друга размерами, специализацией, уровнем автоматизации процессов, контроля качества, внутренними стандартами, опытом работы, менеджментом и деловой культурой и т.п.

Среди них можно выделить такие группы как

#### 1) Крупная китайская фабрика

Вот ее основные признаки:

- как правило, она уровня провинции и это отражено в названии,
- может включать несколько структурных подразделений,
- имеет долгую и успешную историю, гордится ею,
- имеет внушительные обороты (десятки и сотни миллионов долларов), большое количество рабочих (от 100 чел).
- большой % продукции идет на экспорт,
- множество крупных клиентов, которыми она может гордиться,
- продукция обеспечена всеми необходимыми международными сертификатами и процесс в этом направлении постоянно движется,
- фабрика контролирует качество как готовой продукции, так и входящего сырья,
- весь менеджмент хорошо говорит по-английски
- работники социально обеспечены (жилье, питание и т.п.),

Как правило, их клиенты – это крупные торговые сети, соответственно объемы они ожидают больших объемов закупок. Чтобы обеспечить должные объемы с таким производителем выгодно сотрудничать по нескольким направлениям товаров.

**Резюме по ценам: цены и условия сотрудничества с крупной фабрикой привлекательны только при достаточных объемах. Главное преимущество – надежность и стабильное качество продукции.**

## **2) Китайская фабрика средних размеров**

- фабрика уровня города (город - первое слово в названии),
- фабрике обычно до 5 лет,
- специализация на одном товаре, группе товаров,
- часто нет лицензии на экспорт, работает через стороннюю импорт-экспортную компанию,
- большинство операций выполняются вручную,
- сертификатов качества часто нет или есть минимум,
- контроль качества зависит от внимания к этому клиента,
- директор он же хозяин, все ответственные решения принимает сам или совместно с женой, которая часто бухгалтер,
- английский язык знают только менеджеры, которые работают с клиентами,
- работники не очень-то поощряются, большая текучка, возможен саботаж

**Резюме: Цены у таких фабрик, как правило, самые низкие из-за низких издержек и ручного труда. Но ассортимент продукции достаточно узкий. Есть определенный риск, что фабрику могут закрыть за нарушение стандартов труда или охраны окружающей среды. Нужен постоянный контроль качества продукции. Объемы производства ограничены, из-за чего ваш заказ может задерживаться. То, что большинство решений принимает только одно лицо – директор, может значительно затягивать решение многих вопросов.**

### 3) Сборочный цех

- занимает небольшую площадь,
- количество рабочих тоже небольшое,
- занимается крупноузловой сборкой из комплектующих от других фабрик,

**Как правило, сотрудничество с ними временное, до тех пор пока не найдено производство с полным циклом. Выгодно если продукция достаточно новая и имеет высокую прибавочную стоимость.**

### 4) Крупная импорт-экспортная компания

- сотрудничает с многими производителями,
- имеет отдел контроля качества, собственную лабораторию,
- логистика и склад очень хорошо налажены,
- серьезные требования к качеству печати упаковки,
- имеет собственную линейку товаров под своей ТМ, которую продвигает на выставках,
- ориентирована на международный бизнес, хороший английский – это норма,

**Преимуществом сотрудничества с импорт-экспортом является широкий ассортимент товаров, качественный менеджмент и достаточно высокое, порой «некитайское» качество обслуживания. Но уровень цен немного выше, чем у прямых производителей (как правило, на 5-10%). При больших объемах закупок эта разница может быть меньше, 3-5%.**

***Более подробно о сотрудничестве с импорт-экспортными компаниями в следующей главе.***

### 5) Фабрика с иностранными инвестициями,

- фабрика с иностранным менеджментом, строгим внутренним контролем качества и высоким качеством продукции,
- большая часть продукции изготавливается под одним брендом,-

строгий контроль качества продукции,

- заказы OEM не являются приоритетными,

**Как правило, цены такого производителя выше, чем у большинства фабрик, которые специализируются на OEM-производстве. Прием заказов от внешних заказчиков не является приоритетным.**

#### **6) Мелкий импорт-экспорт посредник**

- не имеет производства, склада, только офис,

- практически не контролирует качество,

- часто вся компания - это просто 1 человек, который хорошо знает определенный рынок,

- получает % и от заказчика и от фабрики-производителя

- расточителен на представительские расходы, как бы прикармливает клиента,

**В итоге сотрудничество может быть как выгодным (если товар с высокой маржой или его достаточно трудно найти), так и не очень. Работать или нет с мелким посредником – решать Вам.**

#### **7) Скамер**

- то же самое, что и мелкий импорт-экспорт, только его цель - получить деньги, не отправив товар.

Как правило, они предлагают самые популярные в данный момент на рынке товары по очень выгодной цене, тем самым заманивая новичков в бизнесе с Китаем.

**15 советов о том, как узнать, что китайский поставщик не тот за кого он себя выдает:**

<http://openchina.com.ua/15-sposobov-proverit-kitayskogo-postavshhika/>

## Кто лучше, производитель или торговая импорт-экспорт компания?

При поиске поставщика продукции на выставках в Китае, в бизнес-каталогах или в интернете приходится сталкиваться со множеством различных компаний. Часть из них – это непосредственные производители, другая часть – торговые компании, так называемый «импорт-экспорт». Причем довольно часто даже фабрика-производитель изготавливает лишь часть предлагаемого ассортимента, а остальные продукты перекупает на соседних фабриках. Оценивая различные предложения, возникает вопрос – с кем лучше работать, с компанией-посредником или с производителем продукции?

На первый взгляд, ответ очевиден – выгоднее работать с производителем напрямую. Т.к. в этом случае вы удаляете лишнее звено в цепочке поставок и снижаете издержки. Но на самом деле, однозначного ответа здесь нет. У каждого варианта есть свои минусы и плюсы, которые зависят от заказа, ассортимента и специфики продукции. Рассмотрим условия, при которых выгоднее тот или другой вариант поставок.

### **Прямой производитель выгоднее когда:**

- закупается одна однородная товарная группа,
- заказы идут контейнерными партиями
- нужна консультация производителя (например, закупается сложное оборудование)

### **Торговая импорт-экспортная компания выгоднее когда:**

- нужен большой ассортимент,
- заказывается разнородная продукция,
- закупки небольшими партиями,
- нужна унифицированная упаковка постоянного уровня качества

Часто бывает так, что товары, которые имеют сходные функции и продаются вместе, имеют совершенно разные технологии производства. Т.е. технологический процесс отличается, нужно разное сырье, оборудование и т.п. В этом случае приходится размещать заказы на

разных фабриках, у каждой из которых есть свои сроки производства и условия сотрудничества. А если ассортимент большой, то количество фабрик на, казалось бы, один вид продукции может быть 5-10 и больше.

В этом случае уже становится выгоднее работать со **специализированной экспорт-импортной компанией**. Эта компания, собирая небольшие заказы от клиентов с разных стран, суммирует их и размещает напрямую у производителей. В этом случае можно обойти барьеры - ограничения фабрик по минимальному заказываемому количеству (так называемый **MOQ – minimal order quantity**). Импорт-экспортные компании, как правило, ориентированы на международную торговлю, поэтому они имеют лучший менеджмент, более квалифицированных работников, с ними легче и удобнее работать. Они намного быстрее реагируют на запросы и лучше находят то, что нужно клиенту.

С мелкими фабриками-производителями бывают серьезные сложности в общении из-за того, что ни руководство, ни менеджеры могут просто не знать английский язык. Проблема становится еще серьезнее, когда дело доходит до контроля качества готовой продукции. В то время как импорт-экспортная компания-посредник обычно берет на себя обязательства по контролю качества. При большой номенклатуре, когда трудно контролировать множество производителей, это тоже является очень выгодным преимуществом. Также фабрики могут не иметь экспортной лицензии, в этом случае они обычно сотрудничают с импорт-экспортной компанией, которая обслуживает их заказы.

Что касается цен, то цены, которые дает торговая компания-посредник, не всегда выше цен производителя. Не редки случаи, когда посредник, размещая на фабрике большое количество заказов от разных клиентов, имеет большие скидки у производителей. И тогда цена, которую дает клиенту, может быть даже ниже, чем предложение производителя, если к нему обратятся напрямую.

В итоге все зависит от продукции и ассортимента. Если это небольшая номенклатура однородного товара с большими объемами закупок – то выгоднее непосредственно производитель. А если товары разные и важен широкий ассортимент, то есть смысл рассмотреть вариант сотрудничества со специализированным посредником, импорт-экспортной компанией.

## На что обращать внимание при посещении фабрики

Когда вы определились с поставщиком и уже готовы размещать заказ, китайцы обязательно предложат вам посетить их фабрику. Это действительно очень важно и для вас, чтобы увидеть уровень организации производства и для них, чтобы убедиться в серьезности ваших намерений на долгосрочное сотрудничество. Ведь если вы разместите заказ, не посетив фабрику и не познакомившись с директором, то вас вряд ли будут рассматривать как серьезного партнера.



При посещении китайского производства кроме обсуждения качества, цен и условий сотрудничества важно обращать внимание на некоторые факторы, которые могут повлиять на эффективность дальнейшего сотрудничества с китайским поставщиком.

- **Форма собственности компании:** китайская, либо с иностранным капиталом. Как правило, на фабриках с иностранным капиталом уровень организации производства и контроля качества намного выше. С ними удобнее и приятнее работать, т.к. уровень и стандарты менеджмента там тоже заимствованы из цивилизованных стран.

- **Наличие отдела контроля качества.** Контроль качества продукции - краеугольный камень при работе с китайцами. Узнавайте выделен ли Отдел качества как отдельное подразделение, сколько в нем человек, как ведется учет, контролируется ли качество входящего сырья, какая была статистика за последние полгода – попросите показать записи. Если их нет, то возможно вам просто говорят то, что вы хотите услышать

- **Состояние оборудования и аппаратуры для тестирования.** Когда проверено, в каком состоянии, как поддерживается и как контролируется, попросите данные о последней проверке.

- **Условия труда.** При посещении фабрики рекомендую также уделить внимание условиям труда рабочих: освещенность, бесплатные обеды, наличие жилья и прочие условия, в которых живут и трудятся. Это напрямую влияет на качество продукции и возможность поставщика обеспечить его стабильный уровень.

Также последние годы наряду с тем, что укрепляется юань и растет уровень цен, в Китае растут зарплаты рабочих. От того, как фабрика обходится со своими работниками зависит и стабильность качества продукции, и соблюдение сроков производства и надежность работы с данным поставщиком в целом.

- Старайтесь познакомиться с главным управляющим, менеджером, который будет непосредственно контролировать выполнение вашего заказа. Директор будет обсуждать с вами общие условия сотрудничества, но конкретные вопросы по технологии, срокам инспекции готовой партии вы будете обсуждать с тем, кто непосредственно управляет производством.

## Бонусы

### 12 типичных ошибок при первом заказе китайцам



Каждый бизнес с Китаем начинался с первого заказа. И для того, чтобы правильно составить первый заказ продукции в Китае, нужно учесть множество нюансов. Лучше всего, хотя это и нелегко, учиться на чужих ошибках. Поэтому выделим основные ошибки, которые часто допускают при планировании и размещении первого заказа китайскому поставщику

#### **1) Не найден целевой потребитель.**

Если источником информации о товаре является поставщик, то ваша основная задача – найти рынок для этой продукции. А точнее, найти и как можно точнее описать целевого потребителя, для которого продукт предназначен.

Нужно знать кто он, сколько ему лет, чем он занимается, что любит, где получает информацию, где проводит время, где покупает, что ценит?.. Исходя из этой информации продажами уже можно управлять.

#### **2) Затянуты сроки, и в итоге упущена возможность** (как пример, конкуренты успели привезти раньше вас или пропущен сезон)

Информация о спросе имеет определенный срок годности. И поэтому

особенно важно реагировать на нее быстро. Чем оперативней Вы сработаете, тем больше будет шансов закрепить лидерские позиции на рынке.

### **3) Неправильно составлены пропорции между позициями в ассортименте**

Всегда есть ходовые позиции, которых немного (до 20%), но которые по принципу Парето дают 80% оборота. Их нужно точно определить, хорошо знать и заказывать с избытком. Остальные ассортиментные позиции заказываются в минимальных количествах, насколько это позволяют MOQ (minimal order quantity).

### **4) Первая поставка разошлась слишком быстро, а повторные заказы не размещены**

Из-за того, что цикл поставки при заказе (доставка товара морем) составляет около 90-120 дней, планировать последующие заказы нужно сразу же при размещении первого заказа. Лучше если Вы составите план продаж и закупок на полгода/год вперед. Тогда Вы сможете наладить равномерность поставок и обеспечите постоянное наличие товара.

### **5) Слишком большой первый заказ, т.к. составлен по контейнерным нормам, и ограничениям MOQ от поставщика**

Общепринятым минимальным объемом заказа от китайского производителя является 20 футовый контейнер. И хотя это хороший способ вызвать уважение в глазах поставщика, не стоит размещать большой заказ на длительный период продаж. Помните о том, что время – деньги, и каждая неделя, которую товар лежит на складе, добавляет затрат, а значит, уменьшает вашу прибыль.

То же касается и т.н. MOQ (минимальных количеств заказа). При составлении ассортимента потребность в каждом типе/размере оценивается отдельно. И если потребность в позиции намного меньше ее MOQ, то возможно лучше не вводить ее в ассортимент совсем, вместо того, чтобы на долгие месяцы затоваривать склад.

### **6) Не собрана вся информация о конкурентах на рынке**

В условиях унифицированного товара и ценовой конкуренции в первую очередь важно найти минимальное ценовое предложение на рынке. Лишь точно зная цены конкурентов, можно формировать выгодное ценовое предложение. При этом важно опираться на ценность именно Вашего продукта для потребителя и реально оценивать Ваши шансы.

**7) Не выбраны или недостаточно проработаны каналы сбыта продукции**

Для каждой целевой аудитории и каждого товара существуют свои каналы сбыта. Что-то хорошо продается через Интернет, что-то в торговых сетях или специализированных магазинах; есть продукты спонтанного спроса, тут нужна максимальная представленность в точках продаж, а при покупке товаров длительного пользования важны консультации и личные продажи...

Для того, чтобы достучаться именно до своей целевой аудитории, нужно определить какие каналы сбыта для нее наиболее эффективны.

**8) Недостаточно информации о товаре для его продажи и рекламы**

Информативная упаковка, маркировка товара, подробная инструкция по эксплуатации, описание свойств и преимуществ, продающие моменты для менеджеров – это важные неотъемлемые атрибуты успешного выхода на рынок. Вся эта информация должна быть подготовлена задолго до прибытия товара на склад.

**9) Заранее не продумано и не организовано стимулирование сбыта**

Товар должен продаваться еще до момента, когда он поступит на склад. Для этого заблаговременно делается сайт, рекламные буклеты, POS-материалы для торговых точек, создаются презентации, инструкции, распространяются образцы, собираются предварительные заказы. Это же касается и системы мотивации всех заинтересованных лиц в цепочке продаж.

**10) Надежда на помощь поставщика при составлении заказа**

Несмотря на то, что поставщик, в общем-то, заинтересован в том, чтобы Вы успешно начали бизнес, его интересы не всегда пересекаются с вашими. Часто покупатели просят поставщика помочь им в оставлении первого заказа. Это в корне неправильно, т.к. китаец не знает Ваш рынок и может полагаться только на заказы клиентов с других стран. Также его интересы несколько расходятся с Вашими. Например, поставщик заинтересован, чтобы заказ был как можно больше, а количества были распределены между позициями равномерно. Что редко соответствует реальной потребности рынка, и Вы рискуете остаться с большим % неликвидных позиций на складе.

**11) Не контролируется качество при производстве и перед отгрузкой**

При производстве первой партии во избежание дополнительных расходов многие пренебрегают [контролем качества товара](#). Но в этом случае Вы не только подвергаетесь большому риску, но и позволяете поставщику сложить впечатление о Вас как о недостаточно профессиональном клиенте, которого можно при удачной возможности обмануть. Лучше всего все-таки [посетить фабрику](#) и лично познакомиться с поставщиком.

При первом заказе для экономии средств допускается использовать услуги сторонних организаций по проверке качества готовой партии.

## **12) От поставщика не получены образцы продукции**

Заказ образцов при первом заказе от поставщика критически важен. Образец служит эталоном, с которым сравнивают готовую партию товара. И несмотря на дополнительные расходы по пересылке [DHL](#), [TNT](#), [EMS](#), [UPs](#), [FedEx](#) или любой другой быстрой почтой, экономить на этом никак нельзя.

## География производства в Китае

Когда ищешь производителей какого-либо товара в Китае, то волей-неволей начинаешь замечать, что заводы размещаются довольно кучно. Большинство фабрик для каждого вида товара находятся если не в одном городе или районе, то хотя бы в одной провинции. То есть в Китае существует своя география производства. И она связана в первую очередь с близостью к сырью, и путям его транспортировки.

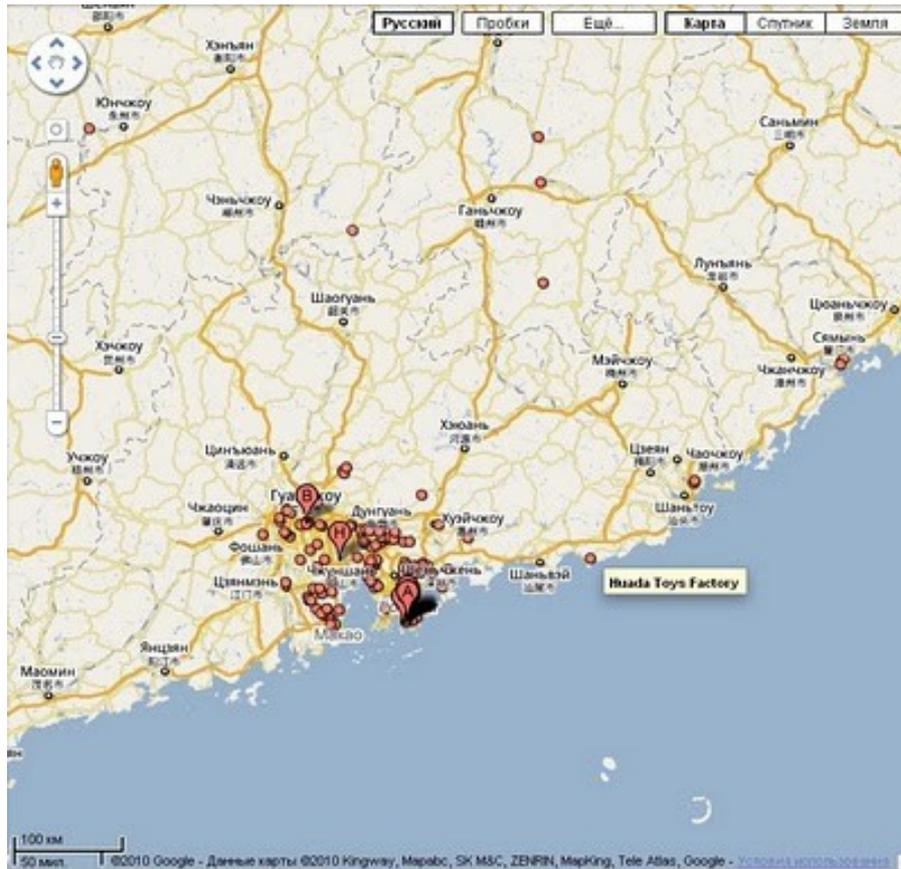
Так есть, например, целые города и провинции, в которых производят **шелк (Hangzhou), компьютеры и комплектующие (Shenzhen), бытовую технику (провинция Guandong), обувь и текстиль (Guangzhou), мебель (Lecun), оснастку к электроинструменту (Danyang), одноразовые товары (Yiwu), крепеж (Hebei, Haiyan), игрушки (провинция Guandong), компрессоры (Wenzhou, Taizhou), насосы (Daxi), резиновые перчатки (Nantong), медицинские изделия (Beijing, Nantong), косметика (Gungzhou), зонты (Shangyu), мебель из бамбука (Anji), мотоциклы, багги, ATV (Wuyi) и т.д. и т.п.**

Т.е. каждая отрасль имеет свою карту размещения, на которой явно выделяются один или несколько крупных узлов. И это очень ценная информация. Ведь из-за близости к сырью и жесткой конкуренции цены на товар в его «родном» регионе минимальны. Зная эти места намного проще искать нужные товары, а в последствии и планировать маршрут посещения фабрик.

Хотя знания такие обычно накапливаются с опытом и связаны со знанием различных отраслей или богатым маршрутным листом, все-таки часть информации можно почерпнуть и из открытых источников. Например, просматривая отраслевые сайты или обзоры рынков товаров.

А также могут в этом помочь различные Интернет карты. Задав поиск

на карте Китая по определенному ключевому слову можно найти регионы локализации производителей.



Вот, например, карта производств игрушек на [Google-maps](https://www.google.com/maps), по запросу «toys» в окрестностях Гуанчжоу.

## Что такое Гуанси?

Недавно смотрел фильм «Wall street 2» и один эпизод напомнил мне об одной мегаважной теме в работе с китайцами. Там был момент, когда главный герой брал слово в переговорах с китайским инвестором, чтобы презентовать свой проект. В завершение сделки он быстро достал бутылку «Blue label» и почтительно преподнес ее китайцу со словами «возьмите, это наше американское bai jiu»:)



Эпизод слегка наигранный и комичный, но правдивый. Потому как смысл в этом есть. И американцы, как первооткрыватели бизнеса с Китаем, это давно знают.

Бизнесменам, которые часто бывают в Китае давно известно, что китайцы до неприличия гостеприимны. Тебя встретят, отвезут, все покажут, обеспечат культурную программу, накормят, напоят в лучшем ресторане, сводят в сауну, клуб или еще куда душа пожелает, вплоть до того, что девочек закажут – все чтобы угодить клиенту. Для наших людей, любящих халяву, это просто находка. Некоторые русские и украинцы этим даже злоупотребляют. Приезжают на выставку, разыгрывают из себя таких жирных клиентов, демонстрируют готовность заказать сходу несколько контейнеров и т.п. Ну, китаец сразу же зовет их в ресторан, поит, угощает, все оплачивает. Так и бывает: первый день одна фирма возит и кормит, на следующий день – другая и т.д. Но мы тут будем говорить не о краткосрочной выгоде, а о долгосрочном сотрудничестве.

Бизнес у китайцев целиком и полностью строится на личных отношениях, на взаимном уважении, дружбе и доверии. Зовется это китайским словом 关系 «*guān xì*», которое переводят как «связь», «отношения». Это-то как раз часто и недооценивают европейцы в налаживании бизнеса с

азиатами.

Пренебрежение гуанси может привести к ухудшению отношений, различным недоразумениям, недопониманию. Это недоразумения часто бывают не сразу заметны, но в дальнейшем могут привести к значительным трудностям и конфликтам.

Именно для установления особой связи так важно личное посещение фабрики, знакомство с директором и какое-то пусть минимальное совместное времяпрепровождение.



Из этого вытекают простые **принципы построения бизнес отношений**:

**1) Чаще посещайте ваших партнеров.**

Для нормального ведения бизнеса важно хотя бы раз в полгода-год посещать ваших поставщиков на выставках или приезжать к ним на фабрику. Поверьте, они это очень ценят.

**2) Будьте так же гостеприимны в ответ.**

Если ваш поставщик приехал в вашу страну с визитом к клиентам или на выставку, отнеситесь к нему так же, как и он к вам. Встретьте, проведите, напоите, накормите, и спать уложите. Все как в народных сказках:)

### 3) В отношениях соблюдайте иерархию.

Китайское общество иерархично, поэтому важно чтобы при переговорах соблюдался уровень. Директор китайской фабрики должен общаться с директором или представителем, а менеджер с менеджером.

### 4) Делайте символические подарки.

Какие-нибудь матрешки, вышиванки, статуэтки в национальном стиле, картины, символы, подаренные при встрече высоко ценятся опять же, как личная приязнь и уважение к партнеру. Это не сложно и не дорого, зато в дальнейшем окупится во сто крат.

5) **Кто платит за этот банкет.** Платит обычно приглашающая сторона, поэтому оплатить счет вам вряд ли дадут. Т.к. у китайцев считается, что тот, за кого заплатили, остается как бы в небольшом долгу перед угощающим. И тот потом сможет использовать это в качестве расплаты за возможные будущие недочеты. Поэтому они бывает, чуть ли не дерутся за то, чтобы оплатить счет за совместный ужин.

## Как себя вести за деловым ужином с китайским партнером

Едят обычно за специальным круглым столом, который при этом может вращаться. Блюда поочередно выносятся и ставятся на стол и вращая стол их может попробовать каждый из присутствующих. Первому это сделать предлагают обычно гостю.

Например, если подают рыбу, то голова должна достаться самому главному и уважаемому гостю. У нас она не считается особым деликатесом, но если вы предложите ее взять китайцу, то он это оценит как знак уважения.

Главный китайский тост 干杯! «gān bēi» (что дословно означает «осушить бокал») часто просто служит призывом к совместному выпиванию. Хотя дословно это, по сути «пей до дна» (а точнее «сухой бокал»), выпивать все вовсе не обязательно. Поэтому смотрите на то, сколько пьет тостующий. И если он не выпивает до дна, то и вы не обязаны.

Когда чокаются бокалами, то китаец старается чокнуться с Вами так, чтобы край его бокала был ниже края вашего, это как бы дань уважения. Значит содержимое его бокала не сможет случайно выплеснуться и попасть в вам, а только наоборот. Китайцы в таких ритуалах мастера. И чокнуться так, чтобы ниже оказался Ваш бокал вам вряд ли удастся.

На счет питья еще добавлю. Китайцы обычно пьют мало и очень осторожно, особенно в южных провинциях (где собственно и сосредоточен весь бизнес и торговля). Но за столом распространены застольные алкогольные игры. Это игра в кости типа «верю-не верю», угадывание суммы выкинутых пальцев или камень-ножницы-бумага. причем тут, как ни странно это звучит для нас, выпивает именно проигравший. У китайцев, как я уже упоминал, сложно с алкоголем. Говорят, не хватает какого-то фермента для его расщепления, или что-то в этом роде. Особенно у южан.

Некоторые ушлые клиенты даже используют это. Так, например, одна польская фирма добивалась выгодных условий именно за столом, перепивая своего поставщика. Когда китаец уже был на все готов, только чтобы остановиться и не пить больше, они предъявляли свои требования дать большую скидку или отсрочку платежа, и он с радостью соглашался.

Поэтому обычно пьют китайцы немного, берегут здоровье и боятся напиться, чтоб не потерять лицо (丢脸 - diūliǎn). Доходит до того, что за столом бывает, есть специальный человек, своего рода профессионал, который сидит возле директора, тостует и выпивает за него. Я встречал и такое.

В общем, отнеситесь к вашему партнеру с должным уважением и уделите ему свое время. Это будет приятно и ему и вам, и непременно благоприятно отразится на бизнес-отношениях. Как говорится, "в Китае поступай по-китайски". Ведь традиции здесь играют очень большую роль.

Хочется, чтобы Вы гордились и дорожили своими китайскими поставщиками, а они, в свою очередь, искренно уважали Вас как клиента. И этого не добиться без того, чтобы хотя бы изредка навещать поставщиков и общаться с ними лично. Приурочить поездку в Китай к выставке очень разумно. Китайцы будут готовы встретить вас и лично

обсудить волнующие вопросы.

=====

**Помощь в организации поездок на Кантонскую выставку и выставки в  
Шанхае [chinaisopen@gmail.com](mailto:chinaisopen@gmail.com)**

**Больше информации об организации бизнеса с Китаем на сайте  
<http://www.openchina.com.ua/>**

## Обо мне



Меня зовут **Андрей zehn**, я помогаю предпринимателям найти поставщика в Китае и наладить бизнес с китайцами.

Имею более чем 5-летний опыт поиска товаров в Китае и работы с китайскими поставщиками. За это время нашел и внедрил достаточно много новых товаров и ассортиментных групп, запустил несколько торговых марок и заработал не один миллион долларов своим директорам. На порядок больше товаров было проработано, изучено, рассчитано.

Конечно же, был и негативный опыт работы с Китаем, когда товар распродавался «в ноль», и в конце концов, с трудом окупил себя. Но тем лучше этот урок был усвоен, ведь не набив шишек ничему не научишься.

Я много раз был в Китае и Тайване. Почти каждый раз я посещал самую масштабную выставку китайских товаров – Кантонскую Ярмарку с целью поиска новинок, мониторинга тенденций и ведения переговоров с постоянными поставщиками.

В этой книге я постарался обобщить свой опыт работы с китайскими поставщиками. Надеюсь, он будет вам полезен.