

УДК 339.1-054.6

## ***СОСТОЯНИЕ ВНУТРЕННЕЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ КИТАЯ В ПОСТКОВИДНЫЙ ПЕРИОД***

***Гаврилова К. С.***

*Научный руководитель, Старший преподаватель кафедры Региональной экономики и Природопользования*

*Санкт-Петербургский Государственный Экономический Университет*

*г. Санкт-Петербург, Россия*

***Дубинина П. М.***

*Студент,*

*Санкт-Петербургский Государственный Экономический Университет*

*г. Санкт-Петербург, Россия*

### **Аннотация**

Объектом исследования выступает Китайская Народная Республика, предметом – отрасль внутренней торговли страны. Ограничения, вызванные пандемией COVID-19, стали причиной резкого спада объемов продаж рынка внутренней розничной торговли Китая, но, благодаря эффективной государственной политике по сокращению негативных последствий Новой Коронавирусной Инфекции, рассматриваемая отрасль смогла быстро восстановиться, и в начале 2021 года достигла рекордных объемов продаж. В период COVID-19 также поменялось и поведение покупателей. В 2020 году было куплено большое количество товаров длительного пользования, что в ближайшие годы станет причиной замедления темпов роста исследуемой отрасли.

**Ключевые слова:** Китай, внутренняя розничная торговля, COVID-19, потребительский спрос, объем производства, интернет-торговля.

***STATE OF CHINA'S DOMESTIC RETAIL TRADE IN POST COVID  
PERIOD***

***Gavrilova K. S.***

*Scientific supervisor, Senior lecturer in the department of Regional economic and Environmental management*

*Saint Petersburg State University of Economics*

*Saint Petersburg, Russia*

***Dubinina P. M.***

*Student*

*Saint Petersburg State University of Economics*

*Saint Petersburg, Russia*

**Abstract**

The object of the study is the People's Republic of China, the subject is the branch of the country's domestic trade. The restrictions caused by the COVID-19 pandemic caused a sharp decline in sales of China's domestic retail market, but thanks to effective government policies to reduce the negative effects of the Novel Coronavirus Infection, the industry in question was able to recover quickly and reached record sales in early 2021. During the COVID-19 period, the behavior of buyers has also changed. In 2020, a large number of durable goods were purchased, which in the coming years will cause a slowdown in the growth rate of the industry under study.

**Key words:** China, domestic retail trading, COVID-19, consumer demand, output, e-commerce.

## **Введение**

Предметом исследования выступает отрасль внутренней розничной торговли Китая. Цель работы: дать комплексную характеристику состояния внутренней розничной торговли КНР в постковидный период. Задачи: изучить актуальную статистическую информацию об объемах продаж на рынке внутренней розничной торговли Китая, выявить причины ситуации, сложившейся после карантинных мер, сформулировать выводы и обозначить тенденции дальнейшего развития отрасли. Актуальность исследования заключается в том, что из-за большого количества населения, удобной внутренней и внешней логистики, большого количества производственных компаний и высоким уровнем развития торговой инфраструктуры рынок внутренней розничной торговли в Китае привлекает внимание не только внутреннего, но и зарубежного бизнеса. Это доказывается высоким процентным вкладом отрасли в общую структуру ВВП страны (2020 г. – 9,4% [4]). На сегодняшний день данная тема не имеет большого количества научных статей. Большинство исследований направлены на рассмотрение внешнеторговых связях Китая. Однако, можно найти сводки, описывающие рассматриваемую тему в работах о б общем состоянии экономики Китая у М. С. Красноруженко, В. В. Петушковой.

## **Методы исследования**

К основным методам исследования данной работы следует отнести эмпирические и теоретические методы изучения экономической действительности. К эмпирическим методам относятся: сбор, рассмотрение и анализ статистических данных. В исследовании были использованы методы логического анализа, сравнения и сопоставления.

## Результаты исследования

Анализируя график на рисунке 1, можно сказать, что, как и некоторые другие отрасли экономики Китая, во время активных локдаунов пандемии COVID-19, розничная торговля страны резко потеряла около 1/5 своего объема продаж по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Однако всего через 6 месяцев отрицательных значений рассматриваемого показателя, его динамика начала постепенно расти, полностью восстановившись и увеличившись в объеме примерно на 10% к началу 2021 года. Такой темп восстановления можно назвать одним из самых быстрых в мире. Причиной этого можно назвать: мировое первенство страны в вопросе о сокращении распространения COVID-19, приведшее к скорейшему восстановлению цепочек поставок, не критичные изменения и относительно быстрое восстановление и рост уровня средней заработной платы населения [4], государственные меры по стимулированию розничных продаж [1], моральное облегчение населения Китая о миновании серьезной угрозы [1], китайский Новый Год.

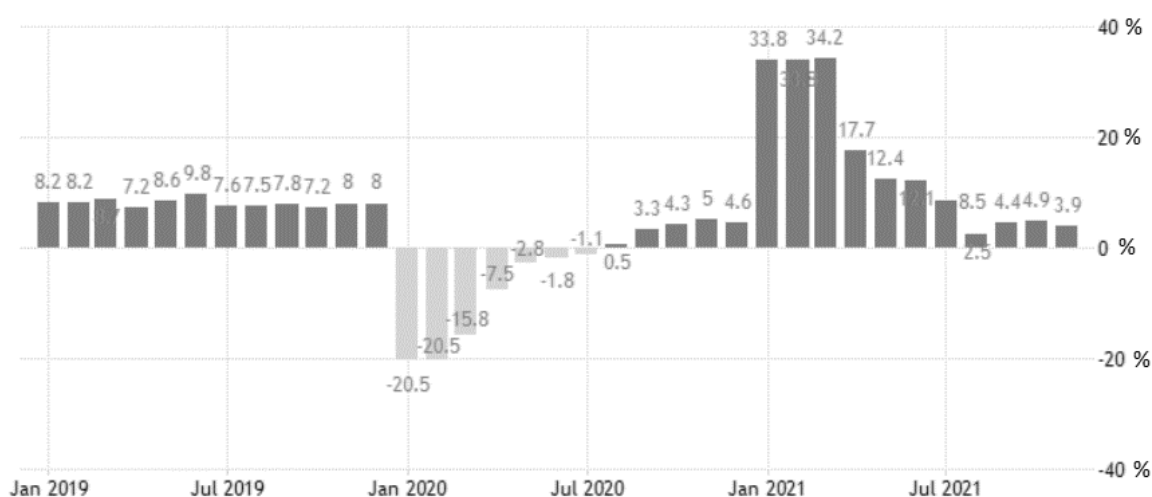


Рисунок 1 – Динамика процентного изменения объемов продаж к аналогичному месяцу прошлого года внутренней розничной торговли в Китае в период 01.2019–12.2021 гг. [5]

Пандемия COVID-19 сыграла большую роль в изменении форм осуществления розничных продаж внутри страны. По данным социологического исследования iResearch, проведенного в июле 2020 года на тему «Изменение в частоте офлайн покупок», 65% респондентов ответили, что после локдаунов COVID-19 начали посещать физические магазины гораздо реже, чем до пандемии [2]. Закрытие торговых центров и ограничения в передвижении людей в красных зонах стала стимулом для развития интернет-торговли, что подтверждает график, представленный на рисунке 2. В связи с этим, говоря о восстановлении рынка розничной торговли Китая необходимо отмечать высокую роль роста интернет-торговли в стране.

Пандемия COVID-19 повлияла на структуру розничной внутренней торговли. Анализируя данные из таблицы 1 и результаты социологического исследования iResearch «Планы будущих покупок после пандемии COVID-19 в Китае 2020 г.» [4], можно сказать, что потребители Китая стали больше задумываться о качестве продукции. В связи с этим население КНР стало покупать, по сравнению с 2019 годом [4], значительно больше товаров длительного пользования, особенно автомобилей, не только в силу их большой стоимости, но и в силу их необходимости в условиях перебойного движения городского и междугороднего транспорта, а также домашнюю технику, в частности, персональные компьютеры, спрос на которых возник из-за необходимости перехода на дистанционный формат работы.

Таблица 1 - Объемы розничных внутренних продаж по секторам в Китае 2020 г. [4]

Товарная группа	Объем продаж, млн. юаней
Автомобили	3941,4
Топливо	1703,9
Зерно, масло, еда	1528,3
Бытовая техника	857,1

Товары повседневного пользования	650,4
Телекоммуникационное оборудование	556,7
Медикаменты	535,5
Табак и алкоголь	395,4
Канцелярия	348,5
Косметика	340
Ювелирные изделия	237,6
Безалкогольные напитки	229,4
Строительные материалы	174,9
Мебель	159,8
Одежда, обувь и аксессуары	123,65

Говоря о будущих тенденциях развития внутренней розничной торговли Китая, нужно обратиться к прогнозу ее объема от Национального Бюро Статистики Китая. Собрав все вышеописанные факты воедино и сопоставив с графиком на рисунке 5, можно сказать, что представленный прогноз может быть верным с высокой степенью вероятности. Китай вернется к своим обычным темпам развития отрасли, а таких же колоссальных объемов продаж, как в начале 2021 года, не ожидается, потому что повторение таких же условий практически невозможно.

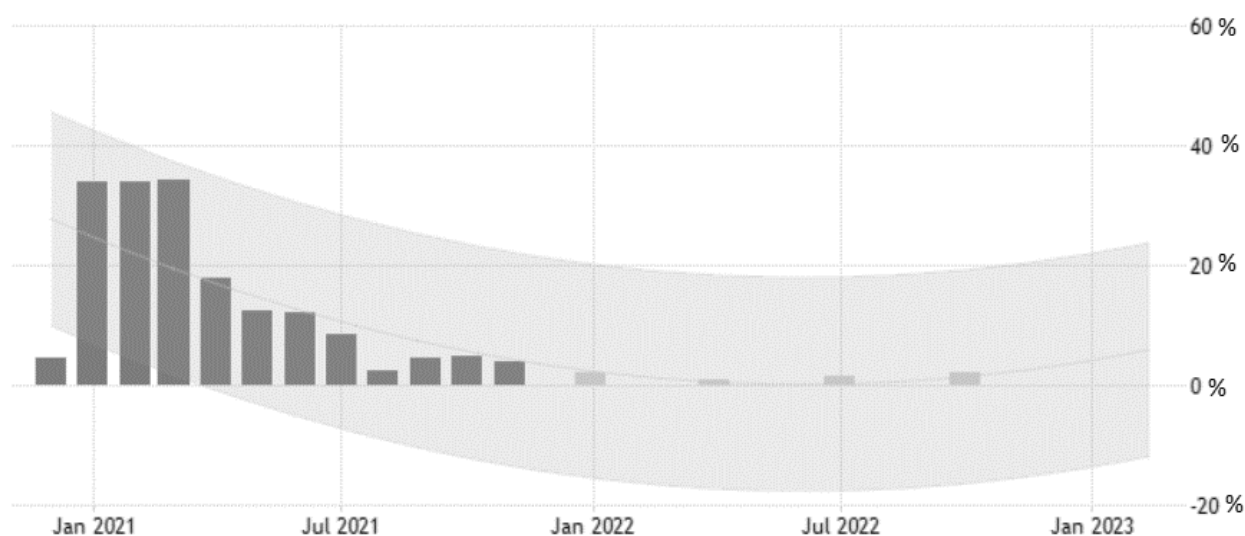


Рисунок 5 – Прогноз динамики процентного изменения объемов продаж к аналогичному месяцу прошлого года внутренней розничной торговли в Китае [3].

Следует сказать, что в ответ на постковидный рост продаж товаров длительного пользования, в ближайшие годы ожидается падение объемов их продаж. Являясь одними из самых дорогих продуктов на рынке, они станут одной из главных причин относительного уменьшения темпов роста всей отрасли розничной внутренней торговли Китая. Среди прочих тенденций, из рисунка 4 стоит отметить, что китайский покупатель поменял свой взгляд в сторону более осознанного потребления, поэтому можно сказать, что в ближайшие годы объемы продаж экологичных и товары ответственных производителей будут расти.

### **Заключение**

Ограничения, вызванные пандемией COVID-19, стали причиной резкого спада объемов продаж рынка внутренней розничной торговли Китая, но, благодаря эффективной государственной политике по сокращению негативных последствий Новой Коронавирусной Инфекции, рассматриваемая отрасль смогла быстро восстановиться и в начале 2021 года достигла рекордных объемов продаж. В период COVID-19 также поменялось и поведение покупателей. В 2020 году было куплено большое количество товаров длительного пользования, что в ближайшие годы станет причиной замедления темпов роста исследуемой отрасли. В дальнейшем это станет причиной более узконаправленных исследований поведения покупателей.

### **Библиографический список**

1. Рыбачук, С. Бум потребления в Китае после COVID-19 / С. Рыбачук // Retail.ru. – 2020. – С.

2. iResearch [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.iresearchchina.com](http://www.iresearchchina.com). – Дата доступа: 23.12.21.
3. National Bureau of Statistics of China [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.stats.gov.cn](http://www.stats.gov.cn). – Дата доступа: 24.12.21.
4. Statista [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.statista.com](http://www.statista.com). – Дата доступа: 20.12.21.
5. Trading Economics [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.tradingeconomics.com](http://www.tradingeconomics.com). – Дата доступа: 20.12.21.

*Оригинальность 91%*