

Научная статья

Original article

УДК 339.13

doi: 10.55186/2413046X_2023_9_2_74

**СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ РОССИИ
И КИТАЯ**

COMPARATIVE ANALYSIS OF E-COMMERCE RUSSIA AND CHINA



Тюленева Татьяна Ивановна, канд. экон. наук, доцент, Тихоокеанский государственный университет, г. Хабаровск, tti1409@yandex.ru

Ян Лун, Тихоокеанский государственный университет, г. Хабаровск, 2018105701@pnu.edu.ru

Tyuleneva Tatyana Ivanovna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Pacific National University, Khabarovsk, tti1409@yandex.ru

Yang Long, Pacific National University, Khabarovsk, 2018105701@pnu.edu.ru

Аннотация. Статья представляет собой сравнительный анализ развития электронной коммерции в России и Китае. Китай, с его огромным населением и развитой цифровой инфраструктурой, занимает лидирующие позиции в мире по объему B2C Интернет-покупок. Россия, в свою очередь, находится на девятом месте. В стране наблюдается стремительный рост интереса к онлайн-покупкам, особенно среди молодежи. В ходе исследования авторы анализируют динамику онлайн-продаж с 2012 г. по 2022 г., популярные платформы и степень проникновения электронной коммерции в повседневную жизнь потребителей. В статье также подчеркнуто, что логистика имеет решающее значение для всей электронной коммерции и рассмотрены службы доставки. Результаты

исследования позволяют выделить сходства и различия в развитии электронной коммерции в России и Китае.

Abstract. The article presents a comparative analysis of the development of e-commerce in Russia and China. China, with its vast population and developed digital infrastructure, occupies leading positions globally in terms of B2C internet purchases volume. Russia, on the other hand, ranks ninth. The country is experiencing a rapid growth in interest in online purchases, especially among the youth. During the study, the authors analyze the dynamics of online sales from 2012 to 2022, popular platforms, and the extent of e-commerce penetration into consumers' daily lives. The article also emphasizes that logistics play a crucial role in all of e-commerce and discusses delivery services. The research results enable the identification of similarities and differences in the development of e-commerce in Russia and China.

Ключевые слова: электронная коммерция, онлайн-покупки, Китай, Россия

Keywords: e-commerce, online shopping, China, Russia

Электронная коммерция является важным сегментом современной экономики. Россия и Китай представляют собой два крупных рынка, где электронная коммерция приобретает все большее значение. Обе страны входят в 10-ку лидеров по объему B2C Интернет-покупок.

Китай занимает лидирующие позиции в мире по объему B2C Интернет-покупок (табл. 1, рис.1), имея наиболее крупный рынок онлайн-торговли. Китайские потребители все более предпочитают онлайн-покупки из-за удобства и широкого выбора. С другой стороны, в России электронная коммерция активно развивается. Россия занимает 9-ое место в мире по объему B2C Интернет-покупок (табл. 1, рис.1). В последние годы в стране наблюдается рост интереса к онлайн-покупкам, изменение потребительских привычек, особенно среди молодежи, которая чаще обращается к онлайн-покупкам.

Сравнение стран-лидеров по объему B2C Интернет-покупок в 2022 г.

№	Страна	Удельный вес Интернет-торговли в ВВП страны, %	Объем B2C Интернет-покупок, млрд. долл. США	Удельный вес объема B2C Интернет-покупок, %
1	Китай	11,7	2135	53,46
2	США	3,7	916	22,93
3	Япония	4,7	200	5,01
4	Великобритания	5,4	172	4,31
5	Германия	3,2	128	3,20
6	Южная Корея	7	121	3,03
7	Франция	3,4	94	2,35
8	Индия	2,4	85	2,13
9	Россия	3,9	84	2,10
10	Индонезия	4,6	59	1,48
	Итого		3994	100,00

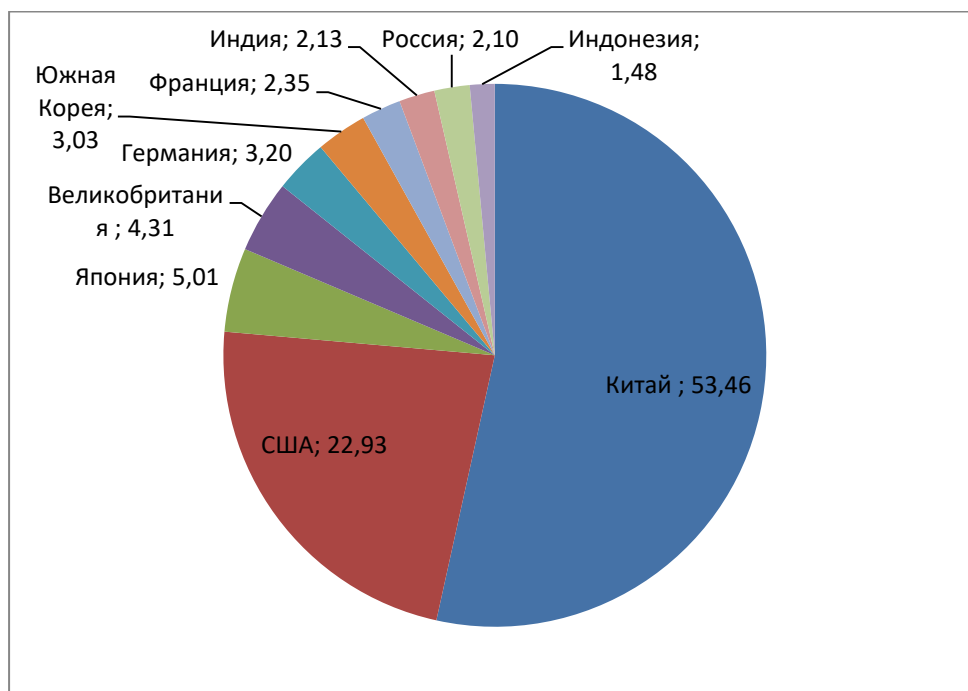


Рис. 1. Удельный вес объема B2C Интернет-покупок стран, %

Проанализируем состояние электронной коммерции в Китайской Народной Республике и Российской Федерации (табл. 2, рис 2).

Динамика онлайн-продаж в России и Китае в 2012 – 2022 гг.

Год	Онлайн-продажи в России			Онлайн-продажи в Китае		
	Онлайн-продажи, млрд. руб.	Коэффициент роста онлайн-продаж i-го года к 2012 г.	Цепной темп роста онлайн-продаж, %	Онлайн-продажи, трлн. юаней	Коэффициент роста онлайн-продаж i-го года к 2012 г.	Цепной темп роста онлайн-продаж, %
2012	320,00	1,00	100,00	8,11	1,00	100,00
2013	420,00	1,31	131,25	10,40	1,28	128,24
2014	560,00	1,75	133,33	16,39	2,02	157,60
2015	710,00	2,22	126,79	21,79	2,69	132,95
2016	900,00	2,81	126,76	26,10	3,22	119,78
2017	1070,00	3,34	118,89	29,16	3,60	111,72
2018	1300,00	4,06	121,50	31,63	3,90	108,47
2019	1620,00	5,06	124,62	34,81	4,29	110,05
2020	2700,00	8,44	166,67	37,21	4,59	106,89
2021	4100,00	12,81	151,85	42,30	5,22	113,68
2022	5660,00	17,69	138,05	43,83	5,40	103,62

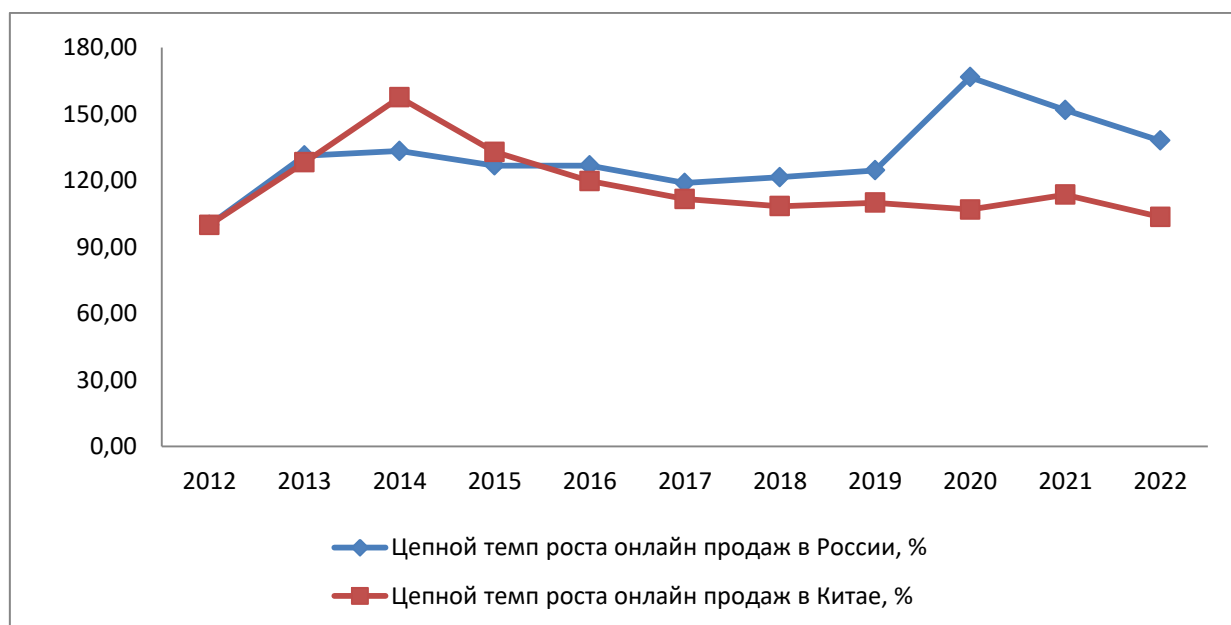


Рис.2. Цепной темп роста онлайн-продаж в России и Китае в 2012 – 2022 гг.

Согласно данным Datainsight, в 2022 г. объем российского рынка B2C Интернет-покупок составил 5660,00 млрд. руб. [6] (84 млрд. долл. США). Доля Интернет-покупок в ВВП составила 3,9% [4]. Российский рынок электронной коммерции в 2022 г. по сравнению с 2021 г. вырос на 38%, заняв первое место в

рейтинге роста рынков электронной коммерции среди стран, а по сравнению с 2012 г. увеличился в 17 раз. Это означает, что рынок электронной коммерции в России находится в стадии созревания. К концу 2022 г. число ежемесячных пользователей Интернета в России достигло 98,6 млн. человек, проникновение Интернета достигло 81%, при этом каждый человек ежедневно проводит в Интернете 3 ч. 46 мин., из них 3% времени тратится на просмотр Интернет-покупок [4].

Согласно данным Министерства коммерции Китая, в 2022 г. объем внутреннего рынка B2C Интернет-покупок достиг 43,83 трлн. юаней (2135 млрд. долл. США). Доля Интернет-покупок в ВВП составила 11,7% [8] и занимает первое место в мире (см. табл. 1). В 2022 г. по сравнению с 2021 г. китайский рынок электронной коммерции увеличился на 3,62%, а по сравнению с 2012 г. увеличился всего в 5,4 раз. Динамика темпов роста хоть и положительная имеет тенденцию снижения из года в год, начинается с 2015 г. (см. рис. 2). Это означает, что китайский рынок электронной коммерции уже находится на стадии зрелости и это сокращает пространство для роста.

По состоянию на конец 2022 г. число ежемесячных пользователей Интернета в Китае достигло 1,222 млрд. человек, уровень проникновения Интернета составил 86,5%, при этом каждый из них ежедневно проводит в Интернете 4 ч. 13 мин., из которых 5,4% времени тратит на просмотр Интернет-покупок [7].

Следует отметить, рынки электронной коммерции Китая и России стабильны, каждый из них находится на новом этапе, один рынок находится в высокоразвитом состоянии, а другой – в стадии динамичного роста. Исходя из масштабов транзакций и количеству выполненных заказов, российский рынок прошел пик расширения в 2021 г. Похожая ситуация произошла на китайском рынке примерно в 2015 г.

В Китае очень развит собственный сегмент Интернет-платформ, так как многие западные сервисы в стране недоступны из-за строгой Интернет-

цензуры. Инфраструктура электронной коммерции в Китае значительно более развита, чем в России. Китайские платформы, такие как Alibaba Group, JD.com, Pinduoduo предлагают широкий ассортимент товаров, быструю доставку и удобные способы оплаты. В России также существуют популярные онлайн-площадки (ЯндексМаркет, Ozon, Wildberries, DNS-shop и др. [10]), но инфраструктура все еще нуждается в улучшении, особенно в части логистики и оплаты.

В настоящее время наблюдается феномен вытеснения с рынка небольших платформ и персональных Интернет-магазинов крупными платформами, как в Китае, так и в России. Например, в России в 2022 г. доля крупных универсальных маркетплейсов (Ozon, Wildberries) впервые в истории поднялась с трети до почти половины общего объема продаж и по количеству заказов достигла 71% [5].

На китайском рынке электронной коммерции в 2022 г. доля рынка электронной коммерции Alibaba, Taobao и Tmall составила 53%, а доля рынка JD.com, занимающего второе место, составила 20%. Pinduoduo, основанная и запущенная в 2015 г., увеличила свою долю рынка до 15%, несмотря на ежегодные потери в десятки миллиардов юаней [1]. В то же время другие платформы электронной коммерции либо испытывают трудности, либо уже давно вытеснены с рынка. Эта жесткая конкуренция сопровождается бумом на рынке в целом, что приносит пользу потребителям (например, предоставляются скидки, проводятся распродажи по сниженным ценам).

Китай известен своими мобильными платежными системами, такими как Alipay и WeChat Pay, которые широко используются как в онлайн, так и в офлайн. В России также наблюдается рост популярности мобильных платежей, но они еще не настолько широко распространены, как в Китае. Наиболее популярными в России являются Сбербанк Онлайн, Яндекс.Деньги, Qiwi и др. [12]

Прогресс электронной коммерции тесно связан с развитием логистической отрасли. Это звено имеет решающее значение для всей электронной коммерции.

В России работают службы доставки: Почта России, ОЗОН.доставка, СДЭК, ТК ЖелДорЭкспедиция, ТК-Азимут, Vohberry, IML, Shop-Logistics и др. [9].

Vohberry – служба доставки товаров Интернет-магазинов, а также посылок и писем. Компания сотрудничает более чем с 4 тыс. Интернет-магазинами, в том числе гипермаркетом витаминов iHerb, супермаркетами myToys и La Redoute, Фармкосметик и др. Отделения компании открыты в 470 городах России. IML работает с 2007 г. Компания осуществляет доставку по всей территории страны и доставляет на следующий день более чем в 1800 населенных пунктов. IML имеет более 1000 пунктов самовывоза. В компании имеются персональные решения для каждого сегмента Интернет-магазинов: примерка клиентский возврат и частичный выкуп, доставка на следующий день, кросс-докинг, фулфилмент и другие услуги. Клиентами компании являются: Л'Этуаль, 7bricks, ТД Базис, Utinet, Юлмарт, Beeline, TOPSHOP, DNS.shop, mamsy.ru, BAGWAY.ru, Babadu, Netoptika, Nail Company, Play-today и многие другие компании. Shop-Logistics – комплексное логистическое обслуживание для Интернет-магазинов и компаний дистанционной торговли. Клиентами компании являются более 1500 работающих Интернет-магазинов и логистических компаний. Компания осуществляет доставку в 5000 городов России. Кроме доставки компания предлагает услуги ответственного хранения, комплектации заказов, кассовое обслуживание и другие [11].

По России наблюдается сокращение времени доставки. Среднее время доставки в крупные города в 2020 году составляло 5,2 суток, а в 2021 году – 5 суток. Быстрее всего в 2021 году доставлялись заказы в Москву и Нижний Новгород – в среднем за 3,7 и 3,8 суток соответственно [4].

В Китае имеется полноценная сеть железных и автомобильных дорог, затраты на логистику относительно невелики, а индустрия логистики чрезвычайно развита, образуя комплексную структуру логистической отрасли по всей стране. К китайским службам доставки относятся SF Logistics, JD Logistics, Zhongtong Express, YTO, STO, Huitong, Yunda, Jitu и др.[2].

Службы доставки SF Logistics и JD Logistics берут на себя роль высококачественных логистических услуг электронной коммерции в сфере онлайн-покупок с чрезвычайно коротким временем транспортировки и высококачественными транспортными услугами (хорошее обслуживание, отношение к клиентам, удобный трекинг). Для предоставления услуг компании в основном полагаются на авиаперевозки и автомобильные перевозки. К недостатком можно отнести высокие цены на перевозки. Службы доставки Zhongtong Express, YTO, STO, Huitong, Yunda, Jitu предоставляет транспортные услуги большинству компаний электронной коммерции в Китае по доступным ценам. В основном они транспортируют железнодорожным и автомобильным транспортом. Китай имеет обширную территорию. В большинство районов экспресс-доставка может быть осуществлена в течение трех дней, а в некоторые отдаленные районы экспресс-доставка может быть осуществлена в течение 4–5 дней [3]. В центральных городах достигнут высокий уровень обслуживания заказа «сегодня» и доставки на следующий день.

Итак, сравнительный анализ электронной коммерции в России и Китае позволил сделать ряд выводов. Обе страны продемонстрировали значительный рост в сфере электронной торговли. Исследование, охватывающее период с 2012 г. по 2022 г., подчеркивает различия в динамике онлайн-продаж в России и Китае. Китай, хотя и имеет большие объемы B2C Интернет-покупок в мире, демонстрирует менее высокий темп роста по сравнению с Россией. Это свидетельствует о том, что китайский рынок электронной коммерции достиг зрелости, что в свою очередь уменьшает его рост. Рынок электронной коммерции России прошел пик расширения. Обе страны переживают

интенсивное проникновение электронной коммерции в повседневную жизнь потребителей. Онлайн-покупки становятся обыденностью, и многие сферы, от продуктов питания до услуг, становятся доступными через онлайн-платформы. В Китае популярными являются платформы Alibaba, JD.com и WeChat, которые создают уникальные онлайн-экосистемы. В России платформы Wildberries, ЯндексМаркет, Ozon и др. активно развиваются, предоставляя все более широкий спектр услуг. Например, Ozon наряду с онлайн-продажами предлагает онлайн-услуги бронирования отелей, покупки туристических туров, авиа и железнодорожных билетов.

Список источников

1. Анализ текущей ситуации и конкуренции в электронной коммерции Китая в 2022 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.qianzhan.com/analyst/detail/220/220608-e79e013d.html> (дата обращения: 05.12.2023).
2. Китайские службы доставки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gdeposylka.ru/courier/chn/> (дата обращения: 04.02.2024).
3. Инновационный путь развития трансграничной электронной коммерции между Китаем и Россией [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbcode=CJFD&dbname=CJFDLAST2021&filename=SYJJ202106037&uniplatform=OVERSEA&v=25qpaLTIXbH-dL999ts3A6KHhocQzHilFJkWoLejk68phnz3KFQULiyGbvE8YIei> (дата обращения: 07.12.2023).
4. Интернет-торговля в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://datainsight.ru/sites/default/files/DI_eCommerce_Russia_2022_0.pdf (дата обращения: 21.01.2024).
5. Онлайн-продажи 2023: тренды и драйверы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://datainsight.ru/DI-FedorVirin-OnlineSales2023_trends_drivers (дата обращения: 22.01.2024).

6. Онлайн-продажи в России по итогам 2022 года увеличились почти на 40% [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2023/03/23/967746-onlain-prodazhi-v-rossii-po-itogam-2022-goda-velichilis> (дата обращения: 01.02.2024).
7. Отчет об экологическом трафике в Интернете за 2023 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.questmobile.com.cn/research/report/1716711576407478273> (дата обращения: 05.12.2023).
8. Отчет об электронной торговле Китая за 2022 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://images.mofcom.gov.cn/dzsws/202306/20230609104929992.pdf> (дата обращения: 05.12.2023).
9. Российские службы доставки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gdeposylka.ru/courier/rus> (дата обращения: 02.01.2024).
10. Рейтинг российских интернет-магазинов Топ-100 2022 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://datainsight.ru/index_top100_2023 (дата обращения: 04.02.2024).
11. Службы доставки, курьерские и транспортные компании [Электронный ресурс]. – Режим доступа :<https://infoselection.ru/uslugi2/item/745-sluzhby-dostavki-i-transportnye-kompanii> (дата обращения: 01.02.2024)
12. Электронные платежные системы России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://timeweb.com/ru/community/articles/elektronnye-platezhnye-sistemy-rossii> (дата обращения: 04.02.2024).

References

1. Analysis of the current situation and competition in Chinese e-commerce in 2022 [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.qianzhan.com/analyst/detail/220/220608-e79e013d.html> (access date: 12/05/2023).

2. Chinese delivery services [Electronic resource]. – Access mode: <https://gdeposylka.ru/courier/chn/> (date of access: 02/04/2024).
3. Innovative path for the development of cross-border e-commerce between China and Russia [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbcode=CJFD&dbname=CJFDLAST2021&filename=SYJJ202106037&uniplatform=OVERSEA&v=25qpaLTIXbH-dL999ts3A6KHhocQzHilFJkWoLejk68phnz3KFQULiyGb vE8YIei> (date of access: 12/07/2023).
4. Internet trading in Russia [Electronic resource]. – Access mode: https://datainsight.ru/sites/default/files/DI_eCommerce_Russia_2022_0.pdf (access date: 01.21.2024).
5. Online sales 2023: trends and drivers [Electronic resource]. – Access mode: https://datainsight.ru/DI-FedorVirin-OnlineSales2023_trends_drivers (access date: 01/22/2024).
6. Online sales in Russia at the end of 2022 increased by almost 40% [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2023/03/23/967746-onlain-prodazhi-v-rossii-po-itogam-2022-goda-uelichilis> (access date: 02/01/2024).
7. Report on environmental traffic on the Internet for 2023 [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.questmobile.com.cn/research/report/1716711576407478273> (access date: 12/05/2023).
8. China E-Commerce Report 2022 [Electronic resource]. – Access mode: <http://images.mofcom.gov.cn/dzsws/202306/20230609104929992.pdf> (access date: 12/05/2023).
9. Russian delivery services [Electronic resource]. – Access mode: <https://gdeposylka.ru/courier/rus> (access date: 01/02/2024).
10. Rating of Russian online stores Top 100 2022 [Electronic resource]. – Access mode: https://datainsight.ru/index_top100_2023 (date of access: 02/04/2024).

11. Delivery services, courier and transport companies [Electronic resource]. – Access mode: <https://infoselection.ru/uslugi2/item/745-sluzhby-dostavki-i-transportnye-kompanii> (access date: 02/01/2024)

12. Electronic payment systems of Russia [Electronic resource]. - Access mode: <https://timeweb.com/ru/community/articles/elektronnye-platezhnye-sistemy-rossii> (date of access: 02/04/2024).

© Тюленева Т. И., Ян Лун, 2024. *Московский экономический журнал*, 2024, № 2.