**Проблемы экспорта механического и электрического оборудования из Китая в Россию**

***Лю Ин и Бао Цзе***

*Студент (магистр)*

*Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова,*

*Институт русского языка и культуры, Москва, Россия*

*Email:15904517438@163.com*

В новую эпоху диверсификации мировой экономики и быстрого экономического развития торговые отношения между Китаем и Россией становятся все более тесными и приобретают стратегический характер. Торговля между Китаем и Россией в области электромеханической промышленности развивается и совершенствуется, способствуя экономическому прогрессу обеих сторон. Согласно статистическим данным, за первые пять месяцев 2021 года общий объем торговли электромеханической продукцией между Китаем и Россией достиг 14,39 млрд.долл. США, увеличившись на 46,2 процента по сравнению с аналогичным периодом 2020 г. В том числе китайский экспорт электромеханической продукции в Россию составил 14,13 млрд.долл., что на 45,7 процента больше, чем в 2020 г.~~;~~ а импорт из России - 260 млн.долл., что на 85,9 процента больше.[1]

В настоящее время доля китайской механической и электротехнической продукции на российском рынке очень мала. Существует еще ряд проблем, ограничивающих экспорт китайской механической и электротехнической продукции в Россию. К ним

относятся следующие проблемы:

1. Недостаточная известность китайских брендов у производителей электромеханической продукции. Китайский рынок электромеханической продукции вступил в эпоху конкуренции брендов, бренд стал ключом к разделению рынка конечных товаров. Хотя качество китайской продукции высокое, но из-за отсутствия собственной торговой марки приходится уступать большую часть прибыли другой стороне. Поэтому, если китайские предприятия хотят занять большую долю на российском рынке, необходимо сосредоточиться на создании бренда своей продукции.

2. Технические ограничения по качеству китайской продукции. В России существует система стандартов качества механического и электрического оборудования, которая отличается от стандартов качества Китая. Это в определенной степени влияет на экспорт китайской механической и электрической продукции. Несмотря на то, что китайское энергетическое оборудование является более экономичным, но все еще существуют такие проблемы, как короткий срок службы, высокий процент отказов, нестабильная работа [2]. Кроме того, отсутствие современных технологических инноваций и слишком большая зависимость от копирования европейской и американской продукции также снижает интерес к китайской продукции со стороны российских потребителей.

3. Слишком большой объем торговли с низкой добавленной стоимостью. Китайско-российское экономическое и торговое сотрудничество в области машиностроения и электротехники постоянно растет, но все еще существует проблема низкой добавленной стоимости в торговле и инвестициях. В настоящее время китайские инвестиции в Россию по-прежнему в основном связаны с торговлей товарами, меньше – с инвестициями в производственный сектор, что также влияет на глубину сотрудничества между двумя сторонами в этой отрасли.

1. Барьеры локализации. При реализации проектов Российское правительство предоставляет государственные субсидии при условии соблюдения определенного соотношения между поставками российского и иностранного оборудования, т.е. коэффициента локализации. Например, для участия в тендере по проекту возобновляемых источников энергии, требуется, чтобы часть оборудования была произведена в России. Это ограничивает деятельность иностранных предприятий.

5. Низкий уровень российского экспорта продукции в Китай, что также ограничивает торговые связи двух стран.

Для решения вышеуказанных проблем предлагаются следующие шаги:

1. Усилить функцию координации и управления. Деловые круги Китая и России не имеют глубокого представления друг о друге и не могут всесторонне и точно оценить преимущества друг друга [3]. Было бы целесообразно полнее использовать функции координации отраслевых ассоциаций и через каналы связи с российскими организациями рекомендовать сильные китайские и российские предприятия, их продукцию для поиска подходящих партнеров.

2. Повысить узнаваемость бренда, создать корпоративный имидж. Китайским предприятиям необходимо повысить узнаваемость бренда, увеличить инвестиции в создание брендовой продукции и повысить конкурентоспособность. Предприятия должны строго контролировать качество, хорошо позиционировать продукцию на рынке, улучшать послепродажное обслуживание. Важное направление работы - совершенствование оборудования с учетом, например, климатических условий его эксплуатации, требований импортера.

3. Укрепление структуры торговли. В настоящее время Китай приступил к реализации плана развития "14-й пятилетки", выдвинутого с целью содействия высококачественному развитию обрабатывающей промышленности. В то же время Россия поощряет инвестиции в отечественное промышленное производство, активно реализует программу "импортозамещения". Это дает возможность китайским и российским предприятиям углублять сотрудничество путем взаимной интеграции технологической цепи производства электромеханического оборудования, совместных работ по его совершенствованию. Кроме того, в планах Китайско-российской торговой палаты - способствовать экспорту российской продукции в Китай, что будет способствовать расширению масштабов сотрудничества и торговли между двумя странами, повышению их конкурентоспособности.

**Литература**

1.Китайско-российское торгово-экономическое сотрудничество в области механики и электротехники неуклонно развивается и имеет широкие перспективы, Китайско-российская торговая палата по электротехническому и механическому оборудованию предоставляет полный спектр услуг. People's Daily Online, http://www.people.com.cn/.2021.7.27

2.Петруница Ксения. Исследование торгового дисбаланса механической и электрической продукции между Китаем и Россией [D]. Хэйлунцзянский университет, 2012.

3.Чжоу Циюнь. Пробный анализ внутриотраслевой торговли между Китаем и Россией - на примере электромеханической продукции [D]. Цзилиньский университет, 2008.