

DOI 10.35775/PSI.2025.70.5.010

УДК 332.1

С.Б. ЗАЙНУЛЛИН

кандидат экономических наук,
профессор кафедры рекламы и визуальных коммуникаций
Университета «Синергия», Россия, г. Москва
E-mail: Law_union@mail.ru
ORCID id: 0000-0001-9818-4706
SPIN Code: 7360-8675

ДИН НИН

магистрант Российского университета
дружбы народов имени Патриса Лумумба, Китай
E-mail: 1032238422@rudn.ru

ЧЖАН ХУНЛИ

магистрант Российского университета
дружбы народов имени Патриса Лумумба, Китай

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МОЛОЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В КИТАЕ

Китай – крупнейший в мире потребитель сухого молока и второй по величине рынок молочных продуктов после США. Хотя молочные продукты традиционно не входили в основной рацион питания в Китае, значительный рост доходов и уровня жизни за последние сорок лет помог сделать молоко и молочные продукты все более распространенным элементом на обеденном столе. Сегодня молочная промышленность Китая переживает бум после роста доходов и уровня жизни, наблюдавшегося в последние десятилетия. Раньше это был предмет роскоши, доступный лишь немногим, но сейчас молоко и молочные продукты все чаще становятся основными продуктами на столе у китайского населения, что обусловлено изменением отношения и вкусов. В то же время рынок имеет значительные возможности для роста, поскольку значительная часть населения остается недостаточно охваченной. В этой статье мы рассмотрим последние тенденции развития на рынке молочных продуктов Китая.

Ключевые слова: Китай, молочная промышленность, уровень жизни, молоко, молочные продукты, изменение предпочтений.

1. Развитие рынка молочных продуктов в Китае. Производство молока и молочной продукции является основным направлением развития всех стран мира. Отрасль молочного животноводства решает глобальную проблему обеспечения населения планеты продуктами питания [1].

Аграрный сектор в целом и животноводство в частности является одной из важнейших отраслей для государства [11. С. 74-80].

Рост потребления молочной продукции с 2000-х гг. в КНР с 1970-х гг. наблюдается тенденция к постепенному включению молочных продуктов в рацион населения страны. С 2000-х гг. потребление молочной продукции в КНР растет ускоренными темпами (более чем в три раза за первое десятилетие XXI в.), вследствие увеличения уровня располагаемых доходов населения, урбанизации, распространения западных пищевых привычек, поддержки молочной промышленности руководством страны, а также повышения интереса к здоровому питанию [13. С. 47-49].

Исследование данной тематики может быть интересно как для Китая, т.к. Китай занимает существенную долю в мировом импорте продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья [2].

Корпоративная культура же китайского бизнеса в значительной степени определяется политикой государства [4. С. 81-85].

Также рост спроса в Китае на молочную продукцию имеет важное значение для российско-китайских торговых отношений. Ряд авторов отмечает увеличение поставок продуктов питания из России в Китай, что значимо для российского бизнеса особенно в условиях санкций [5; 6. С. 71-73; 8; 3. С. 1284-1304; 12].

Важную роль в стимулировании потребления молочных продуктов играет политика китайского правительства. Так, в начале 2000-х гг. в стране была запущена программа, направленная на обеспечение всех детей в школах чашкой бесплатного молока. В инициативе «Здоровый Китай», рассчитанной на 2019-2030 гг., в качестве ключевых продуктов питания упоминаются молоко и йогурт, а согласно последним диетическим рекомендациям китайских врачей, взрослые должны потреблять как минимум 300 г молочных продуктов в день. Во время пандемии COVID-19 потребление молочных продуктов поощрялось в качестве профилактики, особенно для таких уязвимых групп населения, как пожилые люди [12].

Наибольшая популярность молочных продуктов у населения со средним либо высоким уровнем дохода, а также среди женщин и молодежи. Как показывают исследования, большинство потребителей молочных продуктов в Китае имеют уровень дохода выше среднего либо средний. Опросы свидетельствуют, что женщины в целом ежедневно потребляют больше молочных продуктов, чем мужчины. Для молодежи характерно более высокое потребление молочных продуктов, чем для людей старшего возраста. Кроме того, молодые потребители внимательнее относятся к выбору продукции, в том числе оценивают ее состав и выбирают более удобные каналы, где можно совершить покупки по выгодным ценам. При этом молодые люди покупают молочные продукты нерегулярно и стремятся выбирать продукцию из ценовой категории выше среднего уровня, в то время как семьи с детьми приобретают их постоянно, активно используя рекламные акции, отдавая предпочтение упаковкам большего размера, продуктам, богатым кальцием и имеющим фруктовые вкусы.

Потребление молочных продуктов среди городского населения Китая примерно вдвое выше, чем в сельской местности, что связано с более высокими

доходами, а также с лучшей доступностью качественных молочных продуктов в городах. Кроме того, самый большой спрос на молочные продукты характерен для юго-востока, северных и восточных регионов Китая. Потребление на душу населения в Пекине, Тяньцзине, в дельтах рек Янцзы и Жемчужной также является значительным в силу открытости жителей западным пищевым привычкам (1).

Сегодня молоко и молочные продукты считаются важнейшим компонентом здорового питания, особенно для детей. Несмотря на рост потребления молочных продуктов в Китае с 1980-х годов, рынок все еще имеет значительные возможности для роста. Абсолютные показатели продаж и потребления продолжают превосходить большинство других рынков, но потребление на душу населения остается значительно ниже, чем в других странах со средним и высоким уровнем дохода. Более того, более богатые городские домохозяйства потребляют молочные продукты гораздо чаще, чем сельские домохозяйства, что означает, что большая часть населения остается недостаточно охваченной. По мере роста рынка появились различные тенденции, которые формируют ландшафт отрасли. Если раньше молоко в основном потреблялось в виде сухого порошка, то теперь самым популярным сегментом продукта стали пастеризованное свежее молоко и молоко сверхвысокой температуры. Рост потребления кофе и распространение магазинов молочного чая также стимулируют потребление как свежего, так и сухого молока. Между тем, более мелкие сегменты рынка, такие как сыр и масло, также растут, во многом благодаря растущей популярности домашней выпечки и высококачественных западных продуктов питания среди более обеспеченных городских домохозяйств.

2. Объем и динамика рынка молочной промышленности в Китае.

Уровень потребления молока на душу населения в Китае остается невысоким – около 1/3 от среднемирового показателя (примерно 100 кг на человека в год). Предпочтением у потребителей пользуются в основном питьевые молочные продукты (питьевое молоко, йогурты и др.), в отличие от стран с более развитыми традициями потребления молочной продукции [10].

В последние годы молочная промышленность страны активно развивается. В 2023 г. более 70% объемов производства сырого молока приходилось на крупные хозяйства (с поголовьем более 100 коров), тогда как в 2018 г. их доля составляла 60%. Увеличение объемов производства происходит в первую очередь благодаря качественным изменениям в технологиях и используемых породах коров, а не вследствие увеличения поголовья.

В 2023 г. объем производства сырого молока в Китае превысил 40 млн тонн, из которых 39,3 млн тонн приходилось на коровье молоко и 1,2 млн тонн на овечьё. В 2019-2023 гг. среднегодовые темпы роста внутреннего производства

составили 6,1%. В среднесрочной перспективе прогнозируется дальнейшее увеличение объемов производства сырого молока.



Рисунок 1. Производство сырого коровьего молока в Китае, 2019-2023 гг., тыс. тонн (1)

Основные районы производства молока в Китае расположены в северных и северо-восточных провинциях, крупнейшими из которых являются Внутренняя Монголия, Хэйлунцзян и Хэбэй. Юго-восточные регионы, где проживает основная часть населения, занимают незначительную долю в общем объеме производства молока.

Наиболее популярной категорией молочной продукции в секторе розничной торговли в Китае в 2023 г. было питьевое молоко – 59,1% (Рисунок 2).

Рынок розничной торговли в Китае высококонкурентный, в стране работает большое количество крупных, средних и мелких операторов. Крупнейшие по объемам продаж компании – владельцы розничных сетей в Китае: Alibaba Group Holding (1,0%), Sinopec Corp (0,7%), Yonghui Superstores Group (0,7%), Walmart (0,6%), China Resources Enterprise (0,6%). На долю топ-10 розничных операторов в 2023 г. пришлось всего 5,2% китайского рынка.

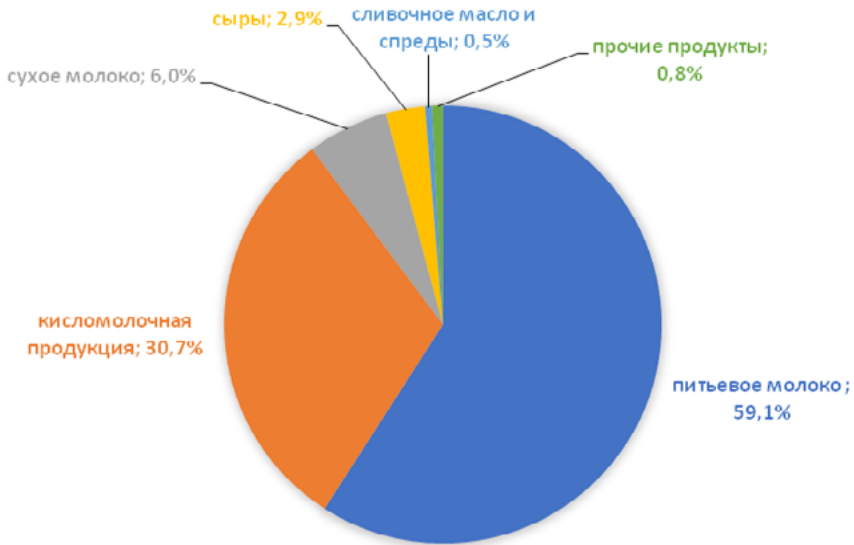


Рисунок 2. Структура розничных продаж молочной продукции в Китае по категориям в стоимостном выражении, 2023 г., % [7]

Таблица 1. Ведущие розничные сети в Китае по объемам продаж в стоимостном выражении, 2023 г., % (1)

Компания (бренд)	Доля, %
Alibaba Group Holding (RT Mart, Freshippo)	1,0
Sinopec Corp (Easy Joy)	0,7
Yonghui Superstores Group (Yonghui)	0,7
Walmart (Walmart Supercenter)	0,6
China Resources Enterprise (CR Vanguard, CR Sugo)	0,6
Wumart Stores (Wumart, Metro)	0,4
Bailian Group (Lianhua Supermarket, Century Mart)	0,4
Dongguan Sugar & Wine (Group) (Meiyijia)	0,4
Jiajiayue Group (Jia Jia Yue)	0,2
China National Petroleum Corp (uSmile)	0,2
Прочие компании	94,8

Компания (бренд)	Доля, %
Итого	100,0

3. Экспорт и импорт молока и молочной продукции. Экспорт молока и молочной продукции Китая незначителен на фоне объемов импорта. В 2023 г. объем экспорта составил 61,9 тыс. тонн на сумму 121,2 млн долл. США. Основными продуктами экспорта являются мороженое, питьевое и сухое молоко, кисломолочная продукция.

Китай является крупнейшим в мире импортером молочной продукции, оказывающий влияние на всю индустрию в мировом масштабе. По итогам 2023 г. объем китайского импорта молочной продукции составил 8,9 млрд долл. США, что на 2,9% ниже уровня предыдущего года, но выше показателей 2014-2021 гг.

Практически половину всего объема (49,8%) заняли поставки сухого молока. Импорт питьевого молока составил 1,6 млрд долл. США, или 18,3%. На сыровоточные ингредиенты пришлось 10,9%, на сливочное масло – 10,5%, на сыры – 8,7%.

Основным поставщиком молочной продукции на рынок Китая является Новая Зеландия. В 2023 г. ее доля составила 57,4% всего объема поставок в стоимостном выражении. В число крупных поставщиков также входят страны ЕС (16%), Австралия (8,7%) и США (5,5%). Беларусь активнее других наращивает поставки в Китай, увеличив объемы с 6,0 млн долл. США в 2014 г. до 138,8 млн долл. США в 2023 г. [5].

4. Конкурентная среда и участники рынка молочной продукции. Рынок молочной продукции в Китае высококонкурентный. Лидерами являются Inner Mongolia Yili Industrial Group и Inner Mongolia Mengniu Dairy Industry (Group), на долю которых в 2023 г. суммарно пришлось 55,4% китайского рынка молочной продукции. Доля топ-10 компаний составила 76,8%.

Рассмотрим особенности продвижения молочной продукции лидером рынка Yili Group (Inner Mongolia Yili Industrial Group), которая сегодня является крупнейшей китайской молочной компанией, основанной в 1993 г. Предприятия Yili Group выпускают питьевое, стерилизованное и сухое молоко, детское питание, молочные напитки, йогурт, сыр, мороженое, оздоровительные (витаминизированные) и прохладительные напитки (в том числе напитки для школьников, диабетиков и пожилых людей), молочные закуски.

В продвижении своей продукции Yili сегментировала общий рынок на группы потребителей, исходя из сходства их характеристик, характера покупок, социального и экономического положения. Основная цель сегментации в маркетинговой стратегии Yili заключается в эффективном охвате желаемой группы потребителей.

Позиционирование основывается на широком ассортименте продукции и вкусовом разнообразии, доступной цене, удобстве потребления в качестве полезного перекуса.

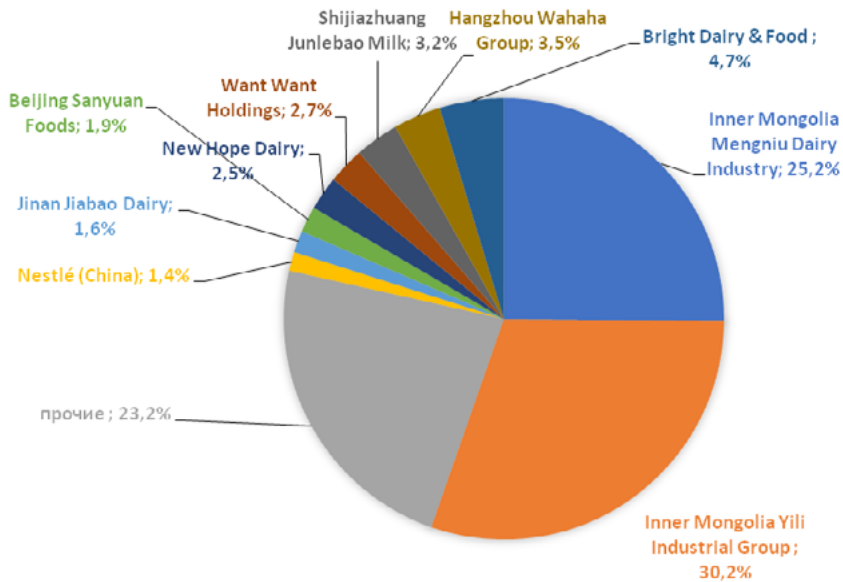


Рисунок 3. Структура розничных продаж молочной продукции в Китае по компаниям, 2023 г., % (1)

Yili Group реализует свою продукцию в низком ценовом сегменте, что позволяет увеличивать объем продаж. Так же компания часто проводит различные акции и предлагает скидки.

5. Государственная поддержка местного производства. Важной тенденцией, которая оказывает воздействие на потребительские предпочтения в отношении молочной продукции в Китае, является государственная поддержка местного производства. В рамках правительственной кампании по повышению самообеспеченности страны молочной продукцией китайские фермеры активно расширяют производство, что приводит к снижению цен на сырое молоко из-за профицита предложения. После скандала с меламиновыми молочными продуктами в 2008 г. правительство страны предприняло шаги по усилению контроля за качеством и безопасностью отечественных товаров, что способствовало укреплению доверия со стороны китайских потребителей (1).

По состоянию на конец 2024 года в Китае активно развивается производство буйволиного молока, которое постепенно становится все более популярным благодаря сливочному вкусу, считающемуся среди китайцев отличительным признаком первоклассных молочных продуктов. Ожидается, что национальное производство молочных продуктов, государственная поддержка китайских производителей и повышение стандартов безопасности производства, могут сдерживать рост спроса на импортную молочную продукцию в долгосрочной перспективе.

Ключевым государственным органом в сфере импорта пищевой продукции, является Главное управление по контролю качества, инспекции и карантину

(General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine, AQSIQ), в зону ответственности которого входят [9]:

- регистрация производителей импортируемых продуктов питания;
- инспекция и контроль безопасности продуктов при импорте и экспорте;
- лабораторный контроль продукции при импорте.

В сфере регулирования контроля качества и безопасности продуктов питания основные функции выполняют:

1. Государственное управление по контролю и регулированию рынка (State Administration for Market Regulation, SAMR) в ведении которого находятся:

- контроль и управление качеством и безопасностью пищевой продукции;
- вопросы стандартизации и сертификации продукции;
- регулирование рынка, включая надзорные и правоохранные аспекты;
- регистрация рыночных субъектов, том числе постоянных представительств иностранных предприятий;
- надзор за конкуренцией и применение антимонопольного законодательства.

2. Управление по сертификации и аккредитации (Certification and Accreditation Administration, CNCA).

3. Управление по стандартизации (Standardization Administration of China, SAC) – непосредственно разрабатывает национальные стандарты и представляет Китай в Международной организации по стандартизации (ISO).

4. Министерство сельского хозяйства и сельских дел (Ministry of Agriculture and Rural Affairs, MARA).

5. Государственная комиссия по здравоохранению (National Health Commission, NHC).

6. Государственный центр оценки рисков безопасности пищевых продуктов (China National Food Safety Risk Assessment Center, CFSA).

7. Главное таможенное управление (General Administration of Customs, GACC).

5. Среднесрочные прогнозы. В период до 2028 г. включительно ожидается среднегодовой темп роста продаж молочной продукции (в постоянных ценах) 0,8%. Прогнозируется, что дальнейшему росту рынка будет способствовать повышение уровня располагаемых доходов населения Китая, урбанизация (доля городского населения может увеличиться до 66,8% от общего числа домохозяйств к 2027 г.), а также относительно низкий уровень безработицы и инфляции. В то же время молочный рынок Китая вступает в стадию зрелости и переходит от масштабного роста к медленному развитию, связанному с обновлением ассортимента продукции и повышением качества (2).

Наибольший рост в прогнозный период могут продемонстрировать такие продукты, как пастеризованное молоко (5%), твердые сыры (4,6%), сливочное масло (5,8%), фасованное мороженое (4,6%) и сливки (6,5%). Прогнозируется рост потребления сливочного масла на фоне растущего влияния западной кухни, а также сливок, широко использующихся в домашней выпечке. Мороженое,

вероятно, сохранит уверенную динамику роста потребления благодаря жаркой погоде (по данным Китайской метеорологической администрации, на фоне глобального изменения климата экстремально высокие температуры в стране будут учащаться), развитию каналов потребления и активной разработке новых продуктов. При этом ожидается снижение спроса на ряд других молочных категорий, в частности на ароматизированные йогурты и молочные напитки, вследствие растущего среди китайских потребителей предпочтения в пользу продуктов с низким содержанием сахара. Кроме того, прогнозируется уменьшение потребления сырных палочек для детей из-за повышенного содержания искусственных добавок, а также на фоне снижения рождаемости в Китае.

Выводы. В целом молочная промышленность Китая готова к дальнейшему расширению, чему способствуют государственная поддержка, изменение потребительских предпочтений и значительные инвестиции в отечественное производство.

Этот динамичный сектор остается прибыльным направлением для инвесторов, желающих воспользоваться растущим потреблением молочной продукции в Китае.

ПРИМЕЧАНИЯ:

(1) Госстат КНР, 2023.

(2) Законодательство КНР // <https://asia-business.ru/law/law2/certificate/import-1/>.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Дуань Симинь, Шарапов Ю.В., Шарапова Н.В. Сравнительный анализ отрасли молочного животноводства Китая и России // Московский экономический журнал. 2022. № 11.
2. Зайнуллин С.Б., Зайнуллина О.А. Стандарты корпоративной культуры в 21 веке. Москва-Берлин, 2021.
3. Зайнуллин С.Б., Зайнуллина О.А. Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2022. Т. 18. № 7 (412).
4. Калашников А.Н., Тиндова М.Г., Кублин И.М. Исследование социально-экономического положения региона методами факторного и регрессионного анализа // Экономика устойчивого развития. 2020. № 4 (44).
5. Киреева Н.А., Кублин И.М., Прущак О.В., Сюй Бянь. Российский продовольственный экспорт в Китай: стратегии роста // Практический маркетинг. 2022. № 6 (303).
6. Кузнецова Н.А., Ильина А.В., Пукач Г.В. Развитие потребительских сельскохозяйственных виртуальных кооперативов // Вестник Саратовского государственного социальноэкономического университета. 2018. № 5 (74).

7. Мировой молочный рынок зависит от спроса на молоко и молочную продукцию в Китае // <https://news.milkbranch.ru/>.
8. Ромашкин Р.А., Седик Д., Авдеев М.В., Черкасова О.В. Перспективы российского агропродовольственного экспорта на рынке Китая / Под научной редакцией С.А. Шобы. М.: Издательство Перо, 2020.
9. Рынок верблюжьего молока в Китае получил новые возможности для развития с введением местного стандарта // DairyNews.today // <https://dairynews.ru/kz/news/>.
10. Рынок молочных продуктов Китая расширится на фоне экономического роста и меняющихся потребительских предпочтений // DairyNews.today // <https://dairynews.today/kz/news/>.
11. Шарапова Н., Шарапова В., Шарапов Ю. Господдержка сельхозтоваропроизводителей и ее роль в развитии молочного скотоводства // АПК: экономика, управление. 2022. № 11.
12. Шухуа Ян, Нупур Бхаргава, Эйлин О'Коннор, Эйлин Р. Гибни & Эмма Л. Фини. Потребление молочных продуктов у взрослых в Китае: систематический обзор // ВМС. Питание. 2023. Том 9. № 116.
13. Ян Фэнминь, Дин Цзяньцзян. Проблемы и меры противодействия экспорту китайской сельскохозяйственной продукции на российский рынок // Внешнеэкономическая и торговая практика. 2015. № 3.

S.B. ZAINULLIN

Candidate of Economic Sciences,
Professor of the Department of Advertising and Visual
Communications of the Synergy University,
Moscow, Russia

DIN NIN

Magister student of the Peoples' Friendship
University of Russia named after Patrice Lumumba, China

ZHAN HUNLI

Magister student of the Peoples' Friendship
University of Russia named after Patrice Lumumba, China

PERSPECTIVES OF DEVELOPMENT OF THE DAIRY INDUSTRY IN CHINA

China is the world's largest consumer of milk powder and the second-largest dairy market after the United States. Although dairy products have not traditionally been a staple in the Chinese diet, significant increases in income and living standards over the past four decades have helped make milk and dairy products an increasingly common item on the dinner table. Today, China's dairy industry is booming following increases in income and living standards in recent decades. Once a luxury item affordable to only a few, milk and dairy products are increasingly becoming staples on the Chinese table due to changing attitudes and tastes. At the same time, the market has significant room for growth as a large portion of the population remains underserved. In this article, we look at the latest developments in the Chinese dairy market.

Key words: China, dairy industry, standard of living, milk, dairy products, changing preferences.