

Список использованных источников

1. Хохлов Б. Интервью с Вонгом Кар-Ваем / Б. Хохлов. – Режим доступа: <https://hkcinema.ru/article/318>. – Дата доступа: 30.09.2023.
2. Захаров В. История гонконгского кино в 20 фильмах / В. Захаров. – Режим доступа: <https://daily.afisha.ru/archive/vozduh/cinema/istoriya-gonkongskogo-kino-v-20filmah>. – Дата доступа: 30.09.2023.
3. “中国电影艺术史” 周星 著 北京大学出版社 2005. 472 页. – Чжоу, С. История китайского киноискусства / Син Чжоу. – Пекин: Пекинский ун-т, 2005. – 472 с.
4. “中国电影文化” 戴锦华 著 北京大学出版社 2016-10-01. 600 页. – Дай, Ц. Культура китайского кино / Цзиньхуа Дай. – Пекин: Изд-во Пекинского ун-та, 2016

УДК 338

ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВЛЯ КИТАЯ

Луговская И. С.

Центр мировой экономики ГНУ «Институт экономики НАН Беларуси»
e-mail: irina.lugovskaya95@gmail.com

Summary. Nowadays, there are many industries affected by digital technology and one of the major areas that is expanding due to digitalization is e-commerce. The article examines e-commerce in China, the world leader in this industry. From an economic perspective, China has one of the most successful e-commerce industries in the global economy. Thanks to its rapid growth and innovative trends, China has become the world's largest e-commerce market, accounting for more than half of all online transactions worldwide.

Широкому распространению электронной торговли способствовало развитие новых технологий, обеспечивающих простоту покупок в Сети, постоянный рост числа сайтов интернет-магазинов, представление полной информации о товаре и повышение уровня защиты прав покупателя. Искусственный интеллект позволил покупателю автоматизировать и персонализировать процесс совершения покупок, а дополненная реальность предоставила новые способы донесения ценности продукта производителя до своих потенциальных потребителей [1].

Динамика мирового рынка электронной торговли во многом определяется компаниями США, Китая, Великобритании, Японии, Германии и Южной Кореи.

Более половины мирового объема услуг электронной коммерции приходится на две лидирующие на рынке электронной коммерции страны – Китай и США. Тем не менее, в настоящее время Китай в несколько раз опережает другие страны в этом сегменте, однако несколько десятилетий назад это было не так.

Так, в 2022 году объем розничной электронной торговли Китая составил 2780 млрд долл. США, хотя еще в 2017 году составлял 872 млрд долл. США [2]. По оценкам китайских экономистов, уже к 2025 г. объем рынка

электронной торговли в стране может вырасти до 4 трлн долл. Именно такие показатели были включены в пятилетний план развития Китая.

Китайское правительство проводит поддержку электронной торговли с 2006 года. В первой пятилетке по развитию электронной коммерции в 2006–2010 годах страна популяризировала отрасль, и уже в 2007 году около 20 % китайских интернет-пользователей совершали покупки в интернет-магазинах. Второй план на 2011–2015 годы охватывал развитие институциональной и социальной среды для безопасности отрасли – были сформированы технические стандарты, специфика транзакций в пользу третьих лиц для интернет-магазинов. В течение 2016–2020 годов Китай работал над цифровизацией традиционных отраслей и минимизацией государственного вмешательства в деятельность предприятий электронной коммерции, обеспечивая лишь честную конкуренцию для участников рынка. План на 2021–2025 годы предполагает интеграцию электронной коммерции во всех отраслях экономики, ее расширение в сельской местности и рост трансграничных сделок электронной коммерции [3].

В Китае также действуют специальные экономические зоны для развития электронной коммерции. На территории этих зон существуют различные льготы и возможности для промышленности [4].

В настоящее время Китай занимает лидирующие позиции и по количеству онлайн-покупателей в мире – там находится почти 40 % мировых цифровых покупателей (2,14 млрд человек во всем мире). В 2021 году в Китае совершали покупки онлайн около 840 миллионов человек.

Если рассматривать основных игроков китайского рынка электронной коммерции, то в 2022 году доля Alibaba Group на китайском рынке составила около 50 %, доля JD.com – 16 % и доля Pinduoduo – 13,2 %.

Так, ключевые причины успеха китайской электронной коммерции включают: государственную поддержку, существование специальных экономических зон, стимулирование инвестиций, высокую скорость Интернета, эффективность логистики и большое количество интернет-пользователей, и активное развитие международной онлайн-торговли через такие интернет-площадки, как Alibaba Group, JD.com и более мелкие платформы [5].

Список использованных источников

1. 14 Ecommerce Trends Leading the Way // BigCommerce [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.bigcommerce.com/blog/ecommerce-trends/#14-ecommerce-trends-leading-the-way>. – Date of access: 04.09.2023.

2. Gourtsilidou, M. Top 10 countries – leaders in e-commerce in 2021 globally / M. Gourtsilidou // CEOWORLD magazine [Electronic resource]. – 2021. – Mode of access: <https://ceoworld.biz/2021/03/13/top-10-countries-leaders-in-e-commerce-in-2021-globally/>. – Date of access: 04.09.2023.

3. ASEAN+3 Regional Economic Outlook 2022 [Electronic resource]. – 2022. – Mode of access: https://www.amro-asia.org/wp-content/uploads/2022/04/AMRO-AREO-2022_AMRO_Full-Final.pdf. – Date of access: 04.09.2023.

4. FDI China Exclusive: The 21 Free Trade Zones Guide 2023 // FDI China [Electronic resource]. – 2023. – Mode of access: <https://www.fdicchina.com/blog/fdi-china-exclusive-the-21-free-trade-zones-guide/>. – Date of access: 04.09.2023.

5. Понамарев, Е. Мировой рынок e-commerce: развитие не остановить. Анализ основных показателей отрасли электронной коммерции и перспектив ее роста / Е. Понамарев // Открытый Журнал [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://journal.open-broker.ru/investments/mirovoj-gynok-commerce/?ysclid=1e9q0kd4zo922123760>. – Дата доступа: 04.09.2023.

УДК 339.9

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ В СОТРУДНИЧЕСТВЕ МЕЖДУ КИТАЕМ И БЕЛАРУСЬЮ В ОБЛАСТИ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Луо Цзюй

Институт экономики НАН Беларуси

e-mail: luoj55@mail2.sysu.edu.cn

Summary. The article is devoted to the study of cooperation between China and Belarus in the field of digital economy. The problems faced by small and medium innovative enterprises are identified. Measures are proposed to overcome the above problems.

Индустриальный парк Великого камня (ИПВК) – совместный инновационный проект Беларуси и Китая для развития совместных Белорусско-Китайских инновационных производств. Приоритетными направлениями деятельности резидентов являются создание и развитие производств в девяти отраслях, в том числе электроники и телекоммуникаций, электронной коммерции. Рассмотрим состояние резидентов ИПВК. По состоянию на 31 января 2023 года в Китайско-белорусском индустриальном парке насчитывается 48 предприятий с китайским капиталом. 10 предприятий планируют уйти из парка. Эти компании ориентированы на разработки больших данных, интегрированную логистику и электронную коммерцию. Эти компании являются малыми и средними предприятиями (МСП).

Для конкретного анализа был выбран кейс «Синьянь». В 2019 г. международная технологическая компания «Синьянь» зарегистрировалась в индустриальном парке «Великий камень». Компания специализируется на производстве интернет-технологий и обработке больших данных (заявленный объем инвестиций – 2,5 млн. долларов США). Новое направление: по созданию площадки электронных торгов и ее интегрированию в белорусскую платежную систему.

Бизнес-модель «Синьянь» такая: платежи за товары осуществляются следующим образом: покупатель оплачивает приобретаемый товар, предоставленный третьей стороной на своей платформе; третья сторона уведомляет продавца товаров о получении оплаты на счет и запрашивает доставку товаров; покупатель получает и проверяет товары; третья сторона перечисляет деньги на счет продавца. Компания «Синьянь» инвестировала большую сумму средства для разработки предложения. Но Национальный банк