



# 全球发展促进中心创新培训基地

Innovation Training Base of  
Global Development Promotion Center



**Расчеты и трансграничные платежи для  
трансграничных продаж электронной  
коммерции “Подход к Китаю”**

Филиал Банка Китая в Сямыне

2024-05

# CONTENTS

# СОДЕРЖАНИЕ

- Текущее развитие глобальной трансграничной электронной коммерции
- Практика трансграничной электронной коммерции Банка Китая
- Предложения по обслуживанию трансграничных продаж в рамках электронной коммерции “Подход к Китаю”



# 01

## Текущее состояние развития глобальной трансграничной электронной коммерции

- Глобальный рынок трансграничной электронной коммерции обладает огромным потенциалом
- Четыре основные модели новой глобальной индустрии трансграничной электронной коммерции
- Модель трансграничной прямой трансляции



# Глобальный рынок трансграничной электронной коммерции обладает огромным потенциалом

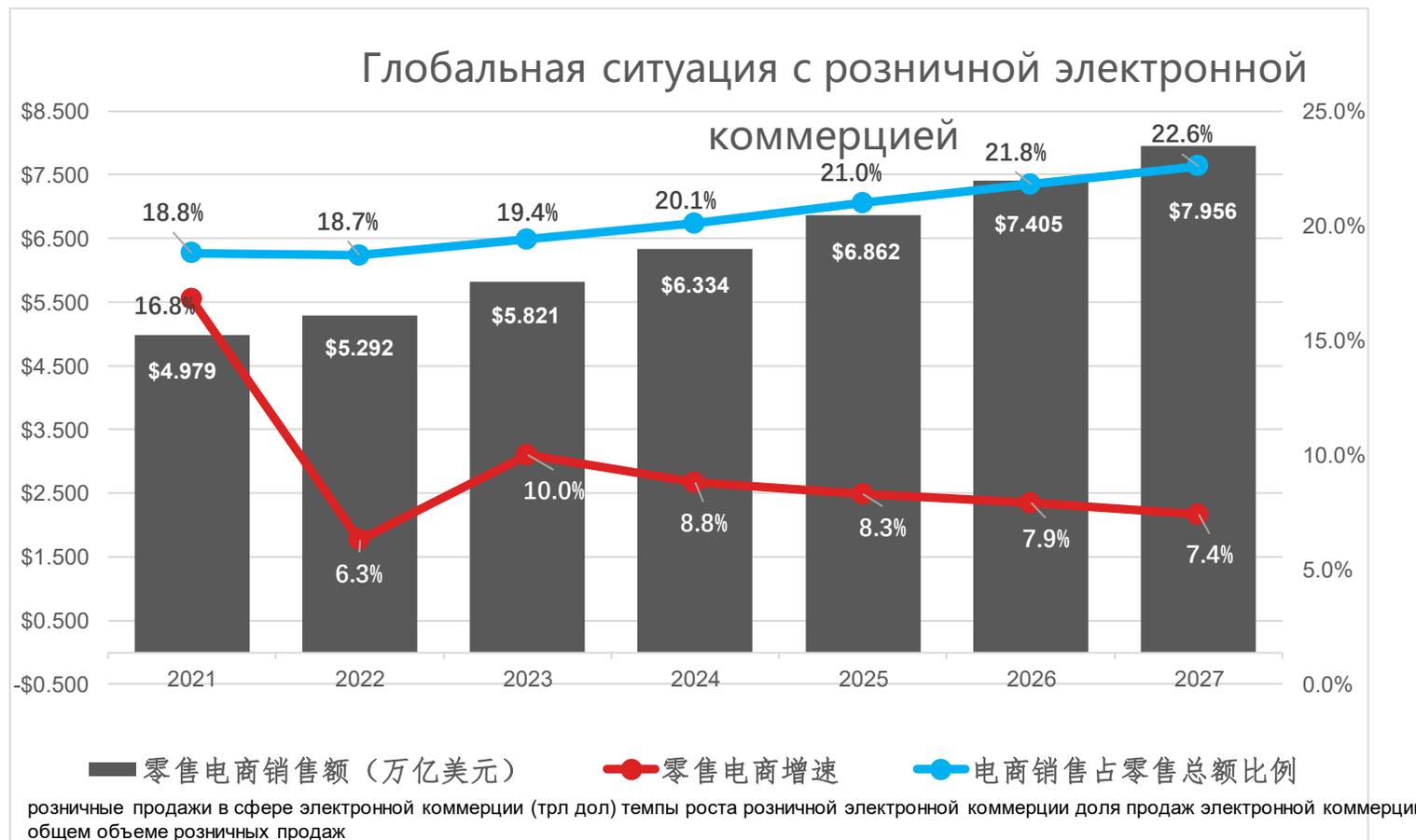


По данным eMarketer, в период с 2015 по 2020 год мировая электронная коммерция росла в годовом исчислении более чем на 20%, что намного опережает темпы роста мирового розничного рынка, и разрыв между ними сократился после эпидемии, но он оставался значительно выше темпов роста мирового розничного рынка.

Согласно последнему прогнозу eMarketer, мировые розничные продажи в сфере электронной коммерции составят пятую часть (20,1%) от общего объема розничных продаж в мире в 2024 году и составят 6,334 трлн долларов, при этом более половины продаж электронной коммерции придется на Китай, который оценивается в 3,235 трлн долларов; США займут второе место в рейтинге. (1,251 трлн долл.); и Великобритания, занимающая третье место (220,55 млрд долл.).

К 2025 году мировые продажи в сфере электронной коммерции могут вырасти до 7 трлн долларов, при этом трансграничный сектор сохранит свои восходящие темпы. Ожидается, что в период с 2024 по 2027 год мировой рынок электронной коммерции будет расти стабильными среднегодовыми темпами в размере 7,8%, достигнув к 2027 году отметки в 8 трлн долларов.

Согласно более раннему прогнозу eMarketer на 2023 год, рост мирового розничного бизнеса электронной коммерции будет постепенно замедляться в течение следующих трех лет (красный), но его доля в общем объеме мировых розничных продаж продолжит расти (синий), как и общий объем продаж электронной коммерции (черный).



Источник: Insider Intelligence | Прогноз eMarketer на январь 2024 года.

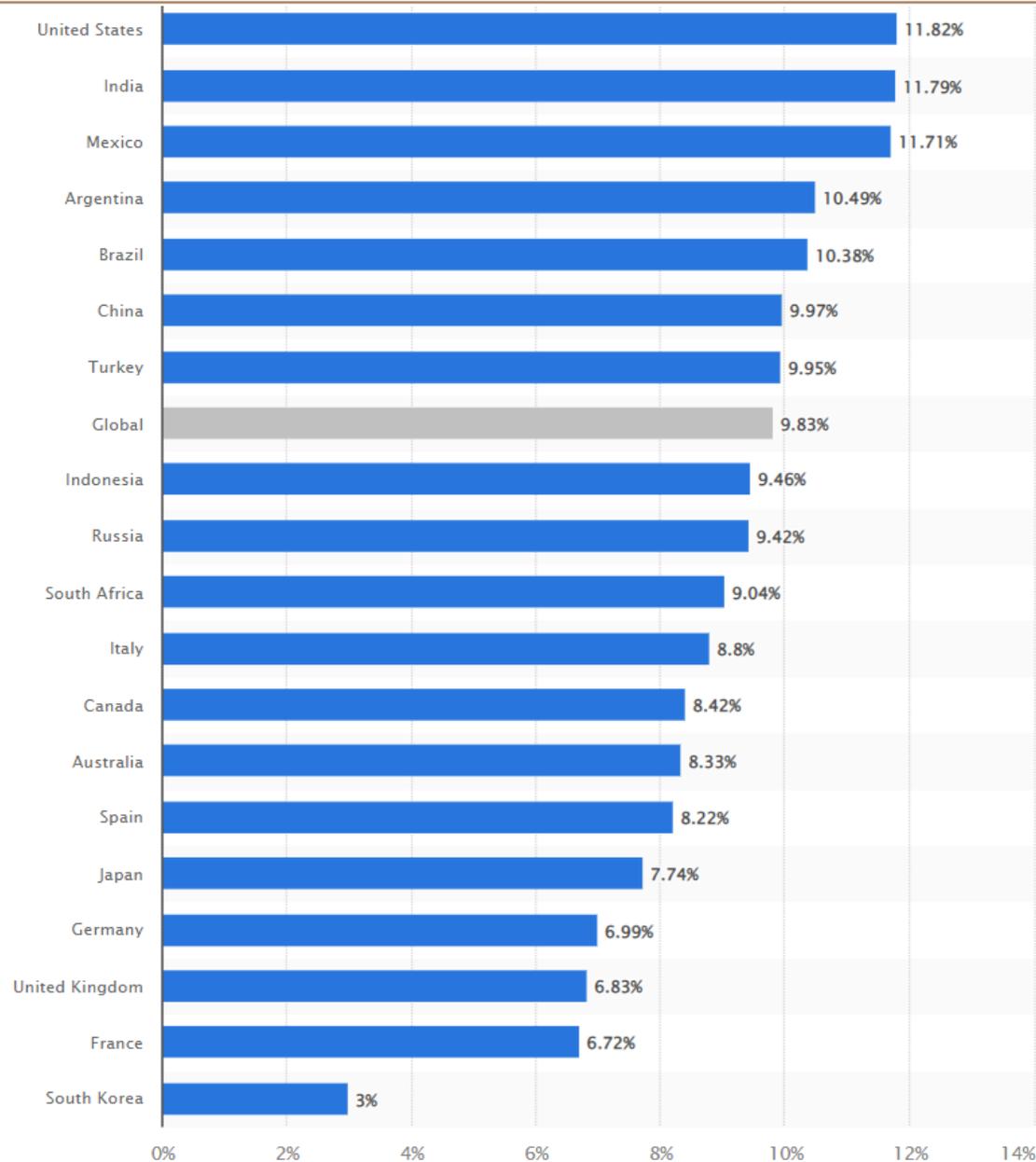
# Глобальный рынок трансграничной электронной коммерции обладает огромным потенциалом



Согласно последнему отраслевому прогнозу Statista, средний среднегодовой рост мировой розничной электронной коммерции составит 9,8% в период с 2024 по 2028 год, при этом США возглавят список с темпом роста в 11,8%.

Развивающиеся рынки Северной и Южной Америки, такие как Мексика, Аргентина и Бразилия, будут расти темпами, превышающими 10%; Индия, Китай и Турция будут расти темпами, превышающими общемировые темпы роста.

В некоторых развитых странах темпы роста розничной электронной коммерции низкие, например, в Южной Корее они составляют всего 3%, во Франции, Великобритании и Германии - менее 7%, а в Японии, Испании, Австралии, Канаде и Италии - менее 9%. Таким образом, данные показывают, что тенденция роста розничной электронной коммерции в Китае и на некоторых развивающихся рынках лучше, и что Китай, как один из крупнейших рынков в мире, обладает большим потенциалом для роста.



# Четыре основные модели новой глобальной индустрии трансграничной электронной коммерции



## Веб-сайт электронной коммерции

Веб-сайт электронной коммерции - это независимый веб-сайт для покупок, который осуществляет трансграничные транзакции, демонстрируя товары, совершая покупки и оплачивая заказы иностранным пользователям онлайн. Данные показывают, что в 2019-2021 годах на веб-сайты вертикальной электронной коммерции приходилось 33% самых популярных торговых платформ электронной коммерции для пользователей по всему миру, занимая первое место. Исследовательские организации



## Трансграничная модель прямой трансляции

Благодаря живым демонстрациям и взаимодействию в режиме реального времени иностранные потребители также могут визуализировать информацию о продукте, взаимодействовать с ведущими и покупать товары напрямую. Согласно данным консалтинговых компаний, объем трансграничного рынка электронной коммерции в Китае в режиме реального времени в 2023 году, как ожидается, составит 284,58 миллиарда долларов, при годовом росте до 155%, а в 2025 году объем рынка достигнет 828,7 миллиарда долларов. Магазин TikTok открыл двери для “живой электронной коммерции” в Юго-Восточной Азии.



## Модель “Напрямую к потребителю” (DTC)

Эта бизнес-модель позволяет брендовым товарам напрямую попадать к потребителям, не полагаясь на посреднические каналы, такие как дистрибьюторы в традиционном понимании этого слова. Предприятия, работающие за рубежом, начинают переходить ко второму этапу конкуренции между традиционной трансграничной электронной коммерцией, основанной на внешней торговле, и трансграничной электронной коммерцией в бутиках DTC. В 2022 году около 64% потребителей во всем мире регулярно покупали товары непосредственно у брендов, и “зарубежные бренды”, использующие модель DTC, могут получить больше каналов финансирования. Модель DTC переосмысливает правила и ландшафт глобальной электронной коммерции..



## Модель полного хостинга платформы

Это означает, что платформа электронной коммерции полностью задействована в работе магазина, обеспечении логистики, послепродажном обслуживании и других сложных связях, в то время как продавцы несут ответственность только за создание и поставку товаров. В первые дни Shein, Temu и другие платформы в основном базировались на “модели предоставления услуг полного хостинга”. Например, Shein сотрудничает с поставщиками в Китае для предоставления товаров и заказов на покупку на платформе. Temu полагается на превосходные возможности Pinduoduo по интеграции цепочки поставок, единолично управляет торговыми магазинами и строго контролирует полный комплекс транспортных, логистических и послепродажных связей.

# Трансграничная модель прямой трансляции



## 1. Маркетинг влияния

01 Это относится к продавцам, которые, основываясь на рекомендациях платформы или слухах из уст в уста, находят влиятельных лиц для маркетинга в прямом эфире, и продавцы должны предоставлять образцы и оплачивать определенную комиссию

## 2. Прямая трансляция торговца

02 Это означает, что продавцы, размещенные на платформе, самостоятельно запускают прямые трансляции, а платформа предоставляет необходимые обучающие материалы и определенное количество стримов. По сути, платформа не взимает дополнительных сборов с продавцов, но внимание к потоковой передаче в прямом эфире и ажиотаж не имеют такого эффекта агрегирования, как у влиятельных лиц.

## 3. Сек-килинг (раскупаемая) прямая трансляция

03 Это похоже на маркетинг влияния. Ведущие сотрудничают с продавцами, чтобы предоставить поклонникам ведущих определенное количество товара по цене ниже обычной рыночной в течение ограниченного времени и ограниченного количества продаж

## 4. Институциональная прямая трансляция

04 Это относится к специальной или мультибрендовой гибридной прямой трансляции через профессиональные организации, которые сотрудничают с платформой, применимой к маркетинговым сезонам платформы, таким как 618 Shopping Festival и Double 11 в Китае.

## 5. Прямая трансляция в источнике

05 |Означает прямую трансляцию с места происхождения, в основном для сельскохозяйственной продукции или фруктов, которые приобретаются и отправляются непосредственно с места происхождения. Это позволяет потребителям получить более интуитивное представление о продуктах, которые они покупают

## 6. Прямая трансляция продукта

06 Ведущие рекламируют и выделяют один или несколько продуктов. Благодаря персональному тестированию пользователи получают более интуитивные ощущения и опыт

Комплексные услуги

# 02

## Практика трансграничной электронной коммерции Банка Китая

- Преимущества услуг Банка Китая ( Bank of China)
- Три основные модели обслуживания трансграничной электронной коммерции Bank of China





# Финансовые услуги полного жизненного цикла



- ✓ Консультирование по вопросам политики
- ✓ Открытие счета
- ✓ Расчет по капиталу
- ✓ Корпоративный онлайн-банкинг
- ✓ Корпоративный мобильный банкинг

- ✓ Комплексные финансовые займы
- ✓ Займы на приобретение основных средств
- ✓ Услуги по оформлению документов на импорт оборудования
- ✓ Международные расчеты и обмен валюты
- ✓ Услуги по оформлению билетов
- ✓ Сочетание заемных и собственных средств

- ✓ Займы на пополнение оборотных средств
- ✓ Торговое финансирование
- ✓ Предоставление гарантий по кредитам
- ✓ Хеджирование валютных курсов
- ✓ Финансовые консультации
- ✓ Страхование сотрудников

- ✓ Трансграничные слияния и поглощения
- ✓ Управление денежными средствами
- ✓ Объединение капитала за рубежом
- ✓ Предоставление кредитов группе компаний
- ✓ Финансирование цепочки поставок

- ✓ Обучение перед листингом
- ✓ Корпоративные облигации
- ✓ Секьюритизация активов
- ✓ Стимулирование акционерного капитала
- ✓ Банковское обслуживание физических лиц



Период

Период запуска

Период роста

Период

Период

планирования

зрелости

лидирования

# Урегулирование вопросов трансграничной электронной коммерции: три различные модели



Расчеты в рамках трансграничной электронной коммерции в основном состоят из трех моделей: взаимодействие с местными платежными учреждениями, прямое подключение к трансграничным платформам электронной коммерции/веб-сайтам электронной коммерции и подключение к зарубежным платежным учреждениям. В настоящее время основным видом обслуживания является взаимодействие. В 2024 году общая стоимость трансграничных транзакций электронной коммерции, осуществленных нашим банком, составила 813,327 млрд юаней.

## Бизнес с межсоединительным подключением    Бизнес с прямым подключением

✓ Это относится к способу, при котором национальное платежное учреждение осуществляет возврат за границу и распределение внутри страны (режим экспорта) или внутренний эквайринг (режим импорта), а его кооперативный банк отвечает за трансграничную очистку возвращаемых/исходящих платежей и бизнес-процессы, такие как декларирование доходов и расходов

✓ Бизнес с прямым подключением относится к режиму, при котором трансграничное предприятие электронной коммерции напрямую открывает физический счет за пределами страны и напрямую связывается с местным банком, а национальный банк принимает от предприятия денежные переводы из-за пределов страны и напрямую осуществляет зачисление или распределение внутри страны (только для экспорт).

## Ведение бизнеса с оффшорным платежным учреждением с

✓ Взаимодействие с иностранными платежными учреждениями - это способ, при котором банки напрямую принимают инструкции от иностранных платежных учреждений для трансграничного клиринга средств и распределения внутри страны, минуя внутренние платежные учреждения (только для экспорт)

Bank of China, доминирующий игрок на рынке международных финансовых услуг Китая, лидирует в отрасли международных расчетов, трансграничных расчетов в юанях и валютных операциях.

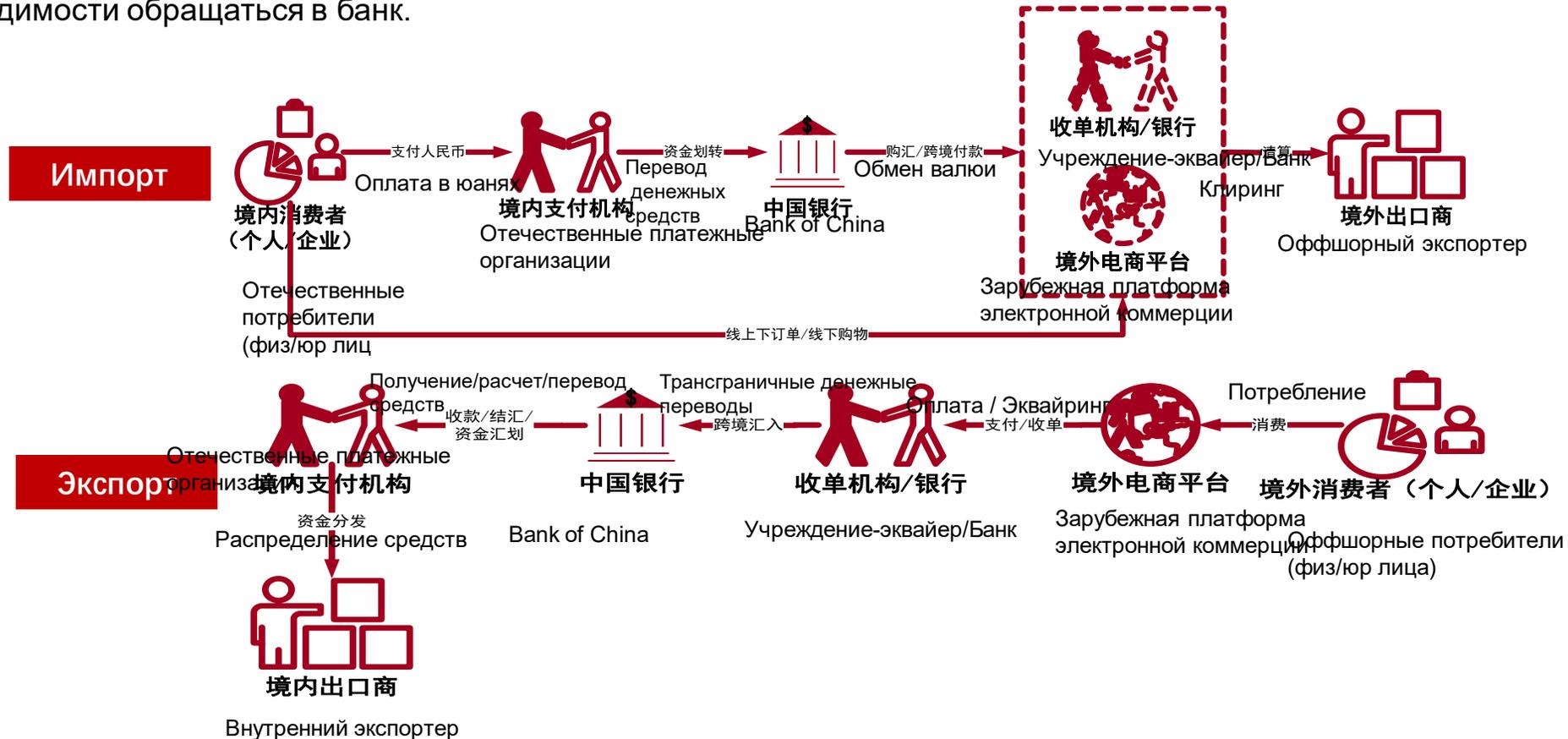
• Глобальная сеть: Имея представительства в 64 странах и регионах, ВОС управляет более чем 10 000 внутренних и более чем 560 зарубежных филиалов, предоставляя комплексные услуги по трансграничным расчетам по всему миру.

• Высокая клиринговая мощь: Являясь клиринговым банком в юанях в 15 странах и регионах, ВОС создал ведущую в мире сеть трансграничных клирингов в юанях, сохраняя свои позиции крупнейшего в мире по объемам трансграничных клирингов и расчетов в юанях.

# Соединение (стыковка с национальными платежными учреждениями) - Трансграничная электронная коммерция ВОС - Трехсторонняя - Пароль

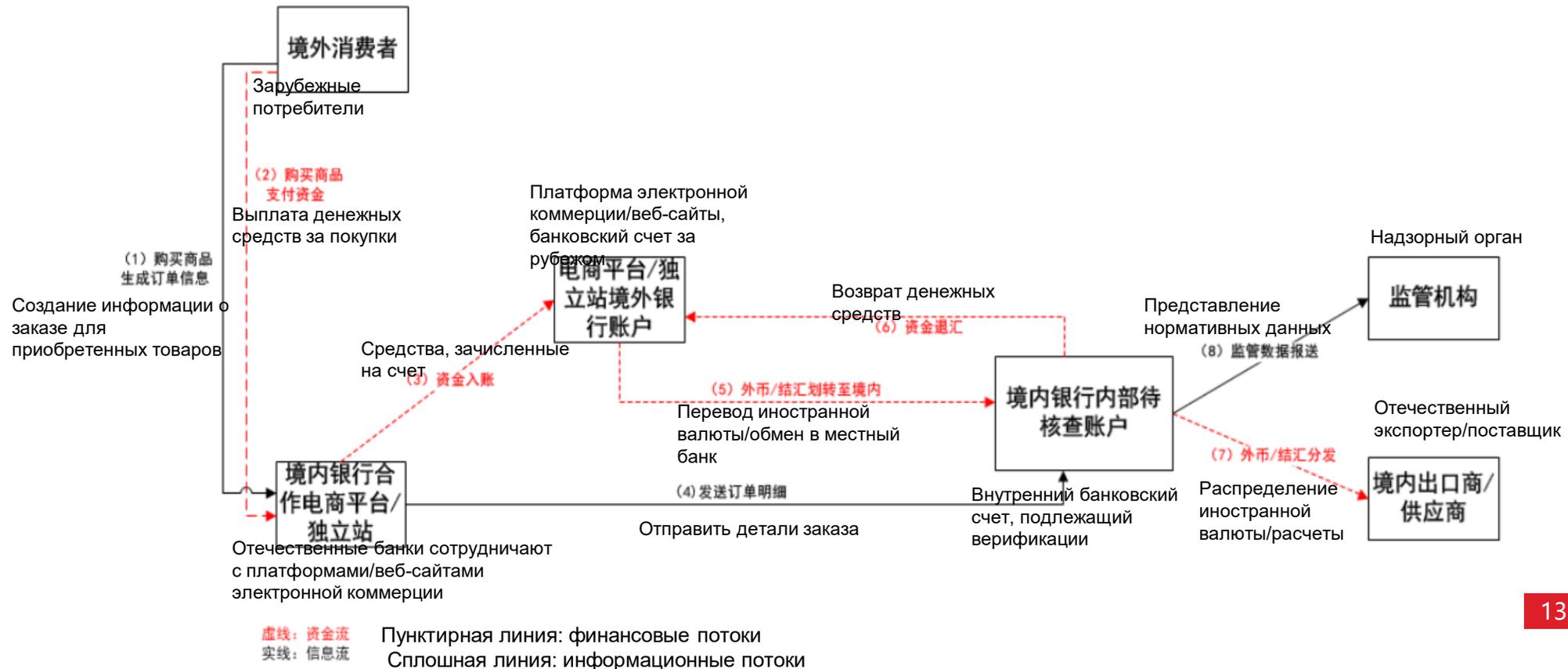


Bank of China предоставляет местным сторонним платежным учреждениям комплексные услуги, такие как трансграничные денежные переводы, расчеты и продажа иностранной валюты, декларирование платежного баланса и т.д. Централизуя расчеты, продажу иностранной валюты и международный клиринг средств, Bank of China косвенно создает канал расчетов для пользователей, использующих сторонние платежи, чтобы соответствующие пользователи могли совершать международные платежи без необходимости обращаться в банк.



# Прямое подключение (стыковочная платформа трансграничной электронной коммерции) - BOC Cross-border e-commerce-e-commerce Pass

Прямой сбор средств в рамках трансграничной электронной коммерции Bank of China представляет собой соединение между Банком Китая и платформами трансграничной электронной коммерции (включая сторонние платформы и веб-сайты электронной коммерции), предоставляющее услуги по трансграничным расчетам непосредственно участникам трансграничной электронной коммерции на основе электронной информации о транзакциях или заказах, логистики и информации о таможенной декларации. Основными типами клиентов являются Amazon и Shine.



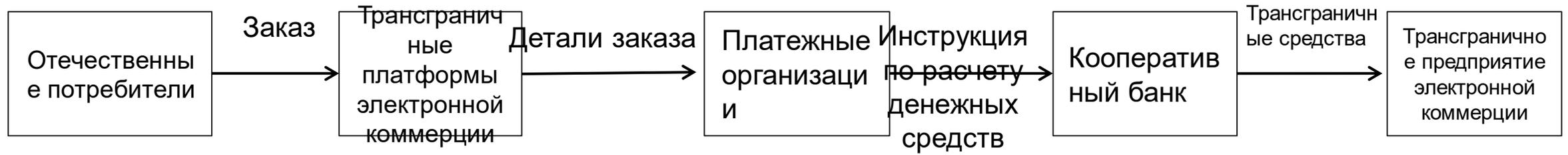
# Стыковка с зарубежными платежными учреждениями - Трансграничная электронная коммерция ВОС - Overseas Pass



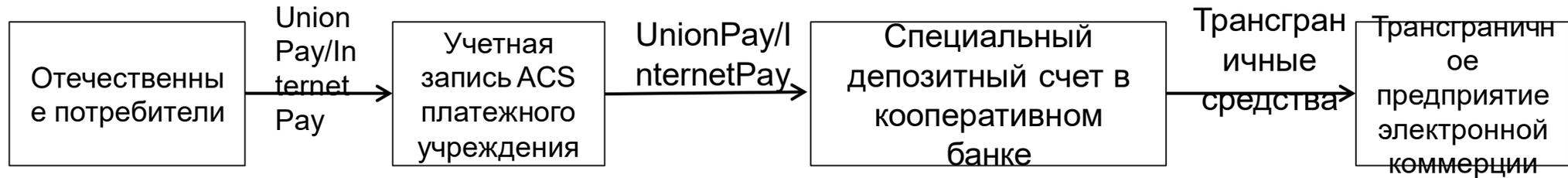
Bank of China сотрудничает с зарубежными платежными учреждениями, которые открывают счета NRA или FTN в зоне свободной торговли со статусом “нерезидент”, и средства переводятся на внутренний рынок в форме международных юаней после их прохождения через вышеуказанные счета. В то же время иностранные платежные учреждения будут предоставлять электронную информацию о транзакциях и проводить аудит подлинности транзакций, чтобы осуществлять клиринг средств из иностранных платежных учреждений в отечественные банки.



# Поток средств и информации для трансграничного импорта в электронной торговле

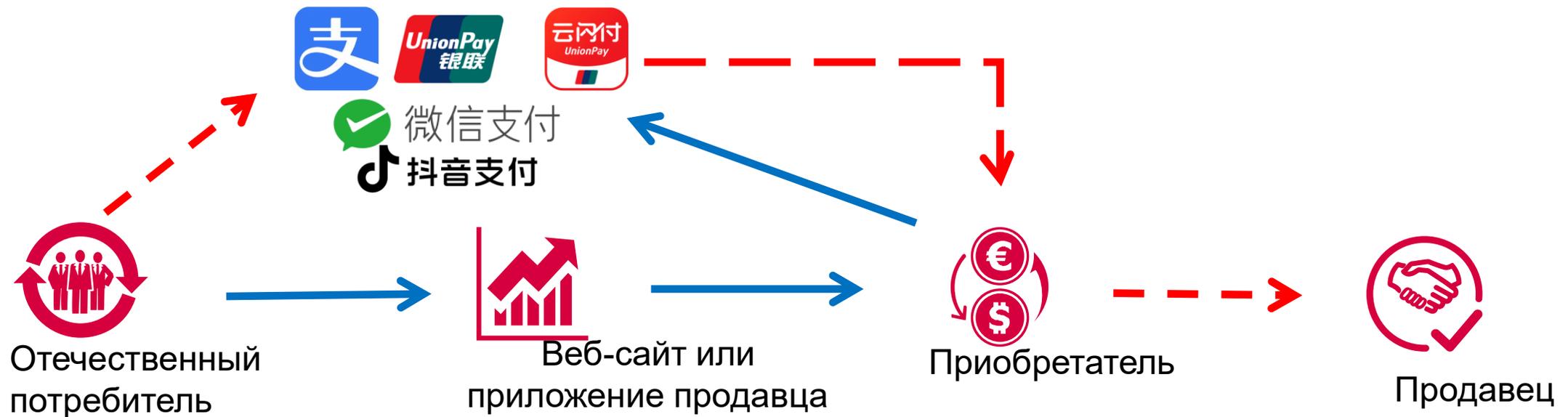


## Поток информации об импортных транзакциях в рамках трансграничной электронной коммерции



Движение средств по импортным операциям в рамках трансграничной электронной коммерции

# Платежные организации для обслуживания процесса импортной электронной коммерции - внутренний эквайринг



1. Отечественный потребитель размещает заказ на веб-сайте или в приложении продавца и выбирает способ оплаты UnionPay Cloud Flash Pay, WeChat или Alipay;
2. Веб-сайт или приложение продавца инициирует транзакцию с покупателем и передает информацию о транзакционном заказе покупателю через интерфейс;
3. Покупатель инициирует транзакцию с помощью UnionPay, WeChat или Alipay;
4. Отечественный потребитель завершает платеж через UnionPay Cloud Flash Pay, WeChat или Alipay, и покупатель уведомляет веб-сайт продавца или приложение о результате платежа;
5. UnionPay Cloud, FlashPay, WeChat или Alipay вернут средства по транзакции приобретателю;
6. Приобретатель удерживает комиссию за обработку заказа продавца в соответствии с коммерческим соглашением..

# Платежные организации для обслуживания процесса импортной электронной торговли - Таможня отправляет заказы



1. Веб-сайт или приложение продавца подключается к интерфейсу таможенного декларирования покупателя, чтобы отправить платежную информацию приобретателю;
2. Приобретатель отправляет платежную информацию на электронный адрес таможни.
3. Таможенный электронный порт въезда по результатам трехкратного однократного сравнения результатов будет возвращен продавцу.

# Процесс платежной организации, обслуживающей импортную электронную торговлю - трансграничные расчеты



1. Продавец предоставляет покупателю документы по сделке и выплачивает трансграничные средства приобретателю;
2. Приобретатель предоставляет отчитывающемуся банку материалы декларации о восстановлении транзакции;
3. Отчитывающийся банк заполняет заявление регулирующего органа о сокращении суммы транзакции;
4. Приобретатель переводит средства в иностранной валюте на счет

# 03

## Предложения по обслуживанию трансграничных продаж в рамках электронной коммерции “Подход к Китаю”

- Основные компоненты трансграничной электронной коммерции импортом
- Как открыть интернет-магазин для трансграничной электронной коммерции
- Основные аспекты трансграничных платежей в Китае



# Типичный рабочий процесс трансграничной электронной торговли импортом включает в себя несколько ключевых этапов:

- **Выбор продукции и сотрудничество с поставщиками :**

- Маркетинговые исследования: Используйте инструменты анализа данных для изучения спроса, потребительских предпочтений и конкурентной среды на целевом рынке, выявляя перспективные категории товаров.
- Выбор поставщика: Поиск поставщиков через интернет-магазины и торговые выставки, оценка их надежности и качества продукции, чтобы выбрать подходящих партнеров и договориться об условиях сотрудничества..

- **Поиск поставщиков продукции и логистика**

- Подписание контракта: Согласуйте детали закупок с поставщиками и подпишите контракт с указанием спецификаций продукта, количества, цен, сроков доставки и т.д.
- Международная доставка: Выберите способы доставки (морской, воздушный, экспресс) в зависимости от характеристик продукта и срочности доставки. Обеспечьте легальный импорт/экспорт, организовав таможенное декларирование и досмотр.

- **Управление складом и запасами**

- Складская стратегия: Выбирайте между зарубежными складами и внутренними таможенными складами. Зарубежные склады позволяют осуществлять предварительное хранение, сокращая сроки доставки, в то время как внутренние таможенные склады упрощают таможенное оформление и ускоряют доставку.
- Управление запасами: Внедрите систему управления запасами для постоянного мониторинга уровня запасов, установления лимитов страхового запаса и определения точек повторного заказа, чтобы поддерживать достаточный уровень запасов без их избытка.

- **Работа и продажи интернет-магазина :**

Настройка магазина: создайте свой магазин на международной платформе электронной коммерции, украсив его информацией о товарах и изображениями, чтобы улучшить взаимодействие с пользователями и повысить рейтинг в поисковых системах.

- Маркетинг и продвижение: Продвигайте свой магазин с помощью рекламы на платформе, маркетинга в социальных сетях и поисковой оптимизации, чтобы повысить узнаваемость вашего магазина и привлечь больше клиентов.
- Управление заказами: Эффективно обрабатывайте заказы клиентов, подтверждая детали, организуя отгрузки и предоставляя отличную послепродажную поддержку, включая управление возвратом и обменом.

- **Таможенное оформление и доставка**

- Таможенные процедуры: По прибытии в страну назначения привлечите таможенных агентов или брокеров для оформления необходимых документов, уплаты пошлин и обеспечения выпуска товаров после таможенной проверки.
- Внутренние поставки: Сотрудничайте с надежными местными логистическими партнерами для доставки заказов по указанному адресу, предлагая гибкие варианты, такие как экспресс-доставка и специальные логистические линии для удовлетворения потребностей клиентов..

- **Послепродажное обслуживание**

- Реагирование на отзывы клиентов: Оперативно реагируйте на запросы и жалобы клиентов, эффективно решая их для повышения удовлетворенности и укрепления лояльности. Управление возвратом и обменом: Применяйте справедливую и упорядоченную политику возврата и обмена, эффективно управляя проверками и хранением возвращенных товаров.

# Как создать интернет-магазин

# Шаг 1 – Оценка и принятие решения



- **Выбор продукта / Рынка**

- Поскольку “успех в значительной степени зависит от выбора продукта и в меньшей степени от процесса работы”, правильный выбор продукта имеет решающее значение для достижения успеха в работе магазина..
- Почему выбираем Китай-
  - По данным Департамента электронной коммерции Министерства коммерции, с января по ноябрь 2024 года сектор электронной коммерции Китая демонстрирует устойчивый рост, при этом объем розничных онлайн-продаж в стране достиг ошеломляющих 14 трлн юаней, что означает рост на 7,4%. Это включает в себя рост продаж физических товаров на 6,8% и впечатляющий рост потребления онлайн-услуг на 18,3%. Этот всплеск электронной коммерции стал движущей силой цифровой трансформации различных отраслей промышленности, а инициатива “Электронная коммерция на Шелковом пути” способствует созданию бесприоритетной ситуации и взаимному процветанию.

- **Анализ затрат-выгод**

- Первоначальные сборы за открытие магазина
- Расходы на логистику и тарифы:
- Затраты на первую милю, хранение, Последнюю милю, импортные таможенные пошлины и т.д.
- Расходы на маркетинг и продажи: 10-15%

## I Шаг 2 – Регистрация и обзор



### Заявка на создание магазина

- **Регистрация аккаунта:** Создайте бизнес-аккаунт на платформе Alibaba и завершите процесс подтверждения личности. Кроме того, необходимо заранее зарегистрировать зарубежный аккаунт Alipay.
- **Подготовка документации:** Соберите необходимые деловые документы, включая свидетельство о регистрации вашей зарубежной компании и свидетельство о постановке на налоговый учет; файлы, связанные с брендом, такие как оригинальное свидетельство о регистрации товарного знака, письма об авторизации бренда и т.д.; В зависимости от категории продукта могут потребоваться дополнительные документы, такие как отчеты о проверке качества.
- **Подача информации:** Зайдите на веб-сайт Tmall Global, выберите “Начать продажу” и следуйте инструкциям, чтобы ввести название вашей компании, контактные данные и другую необходимую информацию. Загрузите все соответствующие квалификационные документы, убедившись, что они составлены на китайском/английском языках, или сопроводите их заверенным переводом, если они на другом языке..

### Обзор квалификации

- **Оценка бренда и юридического лица:** Этот этап занимает около 3 рабочих дней и включает в себя оценку силы бренда продавца, целевого рынка, а также подлинности и обоснованности его квалификационных данных о юридическом лице.
- **Первоначальная проверка квалификации и окончательная проверка:** обычно она занимает около 5 рабочих дней и направлена на обеспечение того, чтобы представленные документы были полными и аутентичными, а также чтобы пути авторизации были четкими и неизменными.

### Подготовка к созданию магазина :

- **Активация и подтверждение учетной записи:** Как только ваша заявка будет одобрена, активируйте свою учетную запись, установите безопасный пароль магазина и проверьте всю необходимую информацию о магазине.
- **Подписание соглашения и оплата комиссионных:** Заключите необходимые соглашения с магазином, внесите страховой депозит, как правило, в размере от 50 000 до 300 000 юаней. Ежегодная плата установлена в размере 30 000 или 60 000 юаней, в зависимости от выбранного тарифного плана

## Шаг 3 - Перечень продуктов и организация логистики

---

- **Запуск магазина - Загрузка товаров и доработка списка**

Перечень товаров: Перед запуском магазина опубликуйте необходимое количество товаров. После завершения работы статус магазина изменится на “успешно оформлен”, что позволит вам войти в систему торгового центра и начать работу.

Перечислите товары и создайте подробные профили продуктов.

Эти профили имеют решающее значение для рекламных презентаций, включая название продукта, ключевые характеристики (5 баллов), подробное описание, изображения и ключевые слова для поиска. Продавцы должны быть осведомлены о требованиях к сертификации предлагаемых ими продуктов

- **Организация логистики/доставки грузов**

Трансграничная доставка (Первая миля + Последняя миля):

Складирование товаров: Эксклюзивные фирменные магазины и маркетплейсы торговой площадки должны хранить свои товары на складе Cainiao. Брендовые фирменные магазины могут выбирать самостоятельно.

# Основные принципы осуществления трансграничных денежных переводов в Китае

## - Управление иностранной валютой

### Общие положения по управлению иностранной валютой

- ✓ Содействие поддержанию платежного баланса и развитию национальной экономики
- ✓ Государство не должно ограничивать текущие международные платежи и переводы
- ✓ Государство внедряет систему статистического декларирования платежного баланса

### Обязанности различных сторон, участвующих в управлении иностранной валютой

- ✓ Государственная администрация иностранной валюты (SAFE): мониторинг, проверка, управление, надзор
- ✓ Банки: соблюдение и реализация трех принципов ведения бизнеса (знай своего клиента, знай свой бизнес, проверка на должную осмотрительность)
- ✓ Предприятия: ① законопослушная и отвечающая требованиям законодательства деятельность; ② подлинность и последовательность поступлений и платежей в иностранной валюте по торговым операциям; ③ выполнение обязательств по торговому кредиту и других обязательств по отчетности.

### Основные принципы торговли товарами

- ✓ Принцип управления классификацией: Дифференцированное управление осуществляется в соответствии с классификацией справочника предприятий;
- ✓ 2. Принцип достоверности: валютные поступления и расходы при торговле товарами должны иметь реальную и законную транзакционную основу.;
- ✓ 3. Принцип согласованности субъектов: “кто бы ни экспортировал, тот получает иностранную валюту, кто бы ни импортировал, тот платит иностранную валюту”, сбор и оплата иностранной валюты и таможенное оформление должны соответствовать субъекту (“внутренний получатель/грузоотправитель” в форме таможенной декларации), агент по импорту и экспорту должен быть осуществляется агентом по трансграничному сбору и выплате иностранной валюты в принципе;
- ✓ 4. Принцип согласованности: поступления и расходы по торговле товарами должны соответствовать импорту и экспорту товаров, то есть согласованности документов по сделкам, поступлениям и расходам, а также поведению в отношении доходов и расходов;
- ✓ 5. Реализация принципа “трех мер противодействия”: борьба с отмыванием денег, финансированием терроризма и уклонением от уплаты налогов.

# Основные принципы трансграничного перевода платежей в Китае - Понимание вашей роли в транзакции



## Поставщики из-за пределов Китая

- ✓ Возможны различные типы прямых трансляций: маркетинг с привлечением влиятельных лиц, прямые трансляции с привлечением покупателей, прямые трансляции с учреждений, прямые трансляции с места происхождения товара, прямые трансляции с продуктов
- ✓ Поток товаров: производится в вашей стране и продается китайским покупателям с помощью вышеуказанных методов прямой трансляции.
- ✓ Торговый поток: прямой транслятор может импортировать товары для вашей компании через юридическое лицо в Китае
- ✓ финансовые потоки:



## Зарегистрированные поставщики предприятий в Китае

- ✓ Возможны различные типы прямых трансляций: маркетинг с привлечением влиятельных лиц, прямые трансляции с привлечением покупателей, прямые трансляции учреждений, прямые трансляции с места происхождения товара, прямые трансляции продуктов.
- ✓ Поток товаров: производство и продажа из вашей страны зарегистрированным предприятиям в вашей стране, а также продажа китайским покупателям через платформу прямых трансляций
- ✓ Торговый поток: импорт приобретает зарегистрированным предприятием в вашей стране у компании в вашей стране в качестве связанной транзакции
- ✓ Финансовые потоки:



# Основные принципы осуществления трансграничных денежных переводов в Китае - Регистрация отечественных компаний



Юридически зарегистрировать компанию в Китае на имя предприятия или физического лица (предприятие с иностранными инвестициями)



Обратиться в местный банк (например, Bank of China) с лицензией на ведение бизнеса и документами акционеров, чтобы зарегистрировать новое учреждение для прямых иностранных инвестиций.



Имея свидетельство о регистрации ПИИ, откройте капитальный счет (в юанях или иностранной валюте) и общий расчетный счет в местном банке.



Трансграничный перевод капитальных средств, обычные расчеты по валютным платежам или прямые выплаты капитальных средств в юанях в зарубежные страны

Промышленное и коммерческое бюро по месту регистрации

Коммерческие банки по месту регистрации

Коммерческие банки по месту регистрации

Коммерческие банки по месту регистрации

# СПАСИБО

---

