

Новый Союз. Новые вопросы...

В 2010 году создан «Выставочно-конгрессный Союз регионов России и Китая». Чем он станет – новым шагом в развитии взаимовыгодного сотрудничества двух стран или инструментом экспансии китайских товаров на российский рынок?



«Выставочно-конгрессный Союз регионов России и Китая»: цели и задачи

Нужно ли сотрудничество России и Китая в выставочной сфере? Вопрос имеет однозначный ответ – безусловно.

В течение многих лет Вера Ермилова, генеральный директор компании «Дальэкспоцентр» (Владивосток) призвала выставочное сообщество и органы власти всех уровней обратить внимание на феноменально успешный опыт развития выставочной деятельности в соседнем Китае и роль государства в этом процессе, причем не только изучить, но и взять этот опыт на вооружение. Крайне важно также, по ее мнению, всемерно развивать взаимовыгодное сотрудничество с выставочными компаниями Китая.

В Китае необходимость развития выставочных связей с регионами России поняли очень хорошо. Российские выставочные компании также обратили внимание на эту возможность.

Вопрос о создании нового Союза обсуждался в течение 2 - 3 лет. Окончательное Соглашение о его создании подписано 12 июня 2010 года в рамках деловой программы «Форума торгово-экономического сотрудничества провинции Хэйлуцзян – Гонконга – Аомэня (Макао) – Тайваня – регионов России» в Харбине. Форум предварял 21-ю Харбинскую международную торгово-экономическую ярмарку, традиционную площадку торгово-экономического сотрудничества КНР и России.

В рамках Форума состоялось Учредительное собрание «Выставочно-конгрессного союза регионов России и Китая». Были определены структура Союза, руководящие органы, созданы комитеты, а также намечен план работы на ближайшие два года. На собрании рассматривался вопрос о проведении Форума торгово-экономического сотрудничества 2011 года в одном из регионов России.

Цель Союза: укрепление сотрудничества организаторов выставок из регионов России и Китая, освоение новых рынков, реализация потенциала развития российско-китайских межрегиональных торгово-экономических контактов.

Инициаторами создания Союза с российской стороны выступил ряд региональных выставочных компаний во главе с ООО «Дальэкспоцентр».

В итоге, членами Союза стали 14 выставочных компаний:

- «Алтайская ярмарка» (Барнаул);
- «Дальэкспоцентр» (Владивосток);
- «Казанская ярмарка»;
- «Красноярская ярмарка»;

- «Кузбасская ярмарка» (Новокузнецк);
- «Сахалинский международный центр» (Южно-Сахалинск);
- «Текстильэкспо» (Москва);
- «Улан-Удэнская ярмарка»;
- «УралЭкспо» (Оренбург);
- «УралЭкспоцентр» (Екатеринбург);
- «Хабаровская ярмарка»;
- «Экспо-Дизайн» (Москва);
- «Экспо-Тольятти»;
- «ЮжУралЭкспо» (Челябинск).

С китайской стороны в Союз вошел Всекитайский комитет по содействию международной торговли (ККСРМТ) в лице своих отраслевых и региональных отделений: Механической и Электроэнергетической филиалы ККСРМТ, Шаньдунский, Шаньсийский, Ляонинский, Цзиньинский, Харбинский, Цзинаньский и Цинтаоский комитеты ККСРМТ, Хэйлуцзянский филиал ККСРМТ, Хэйлуцзянская выставочная отраслевая ассоциация и Корпорация мелких городов Иву Китая.

Председателем Союза с российской стороны стал генеральный директор ЗАО «Кузбасская ярмарка» **Владимир Табачников**. Отвечая на вопросы редакция, он отметил, что новый Союз – это общественная организация двух стран. На данный момент Союз не является юридическим лицом, и, соответственно, пока не зарегистрирован.

Конечно, в настоящее время Союз никак не поддерживают ни местные и федеральные власти, ни региональные ТПП. Однако точно также произошло и при создании РСВЯ (ранее – МСВЯ). Поддержка этих структур пришла со временем. «Надеемся, что в будущем «внимание» со стороны властей и «понимание» деятельности нового Союза регионов России и Китая придет. Жизнь покажет» – отметил Владимир Табачников.

Некоторые специалисты опасаются, что следствием создания Союза станет усиление позиций китайских компаний на российских выставках, и это приведет к засилью китайских товаров на рынке.

Вадим Ефремов, заместитель генерального директора компании «Текстильэкспо», придерживается другой точки зрения.

Говоря о главном проекте своей компании, Федеральной оптовой ярмарке «Текстильлегпром», он отметил, что в ней участвуют компании из 27 стран. Иностранцы экспоненты занимают около 25% выставочной площади.

«Нам не раз приходилось слышать вопросы касательно коллективной экспозиции китайских компаний на нашей

выставке. – говорит он. – Как правило, такие вопросы вызваны опасением, что китайская продукция будет замещать наши отечественные товары через выставочный механизм.

Но давайте вспомним «Черкизон» и что за ним стояло: нелегальный теневой оборот товаров народного потребления, прежде всего одежды, которые шли не просто сомнительного качества, но и представляли опасность для жизни и здоровья. Там работа шла совсем не выставочным путем!

Кроме того, от этого государство не получало положенных таможенных и налоговых сборов, что так же способствовало сохранению низкой стоимости товаров.

Выставочный механизм позволяет построить не только открытые отношения с отбором качественного товара, но и цивилизованный рынок: таможенные сборы, налоги и открытость товаро-производящих цепочек.

Поэтому развитие российско-китайских выставочных взаимоотношений – это шаг к защите нашего внутреннего рынка от контрафактной и некачественной продукции» – уверен Вадим Ефремов.

Из Устава Китайского комитета содействия развитию международной торговли (ККСРМТ)

Статья 1 Общие положения

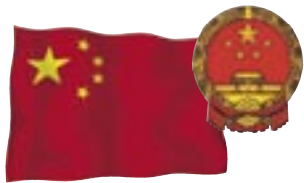
§ 1. Китайский комитет содействия развитию международной торговли (ККСРМТ), также именуется Китайской Международной торгово-промышленной палатой. Английское наименование ККСРМТ – China Council For The Promotion Of International Trade, английское наименование Китайской Международной торгово-промышленной палаты – China Chamber Of International Commerce.

§ 2. ККСРМТ является всекитайской национальной внешнеэкономической организацией, образованной китайскими торгово-экономическими кругами (частными лицами, предприятиями и организациями).

§ 3. Основной целью ККСРМТ, согласно законодательству и политическому курсу Китайской Народной Республики, следуя международным традициям, является содействие развитию торгового, инвестиционного, экономического и научно-технического сотрудничества Китая со всеми странами и регионами мира, укрепление дружеских отношений и взаимопонимания китайского народа с народами и торгово-экономическими сообществами всех стран и регионов мира.

Источник: <http://www.racds.ru>

Роль выставок в модернизации экономики – опыт Китая



Из выступления генерального директора ООО «Дальэкспоцентр» **Веры Ермиловой** на Третьей Всероссийской конференции «Выставочно-ярмарочная и конгрессная деятельность и модернизация экономики России» (Москва, «Экспоцентр», 8-9 июня 2010 года)

Феномен Китая удивляет весь мир. Таких впечатляющих успехов в развитии экономики Китай достиг, в том числе, и за счет грамотной политики в области выставочной деятельности.

Во всех регионах страны, исключая Сянган (Гонконг), народные правительства играют главную роль в развитии выставочной отрасли. Прежде всего, речь идет о строительстве современных выставочных комплексов, планировании и координации выставок, непосредственном руководстве оргкомитетами и дирекцией выставок.

За последние 7 лет построены современные выставочные комплексы в Пекине, Шанхае и Харбине. Даже в провинциальном приграничном городе как Суйфэнхэ (100 тыс. жителей) построен выставочный комплекс площадью 80 тыс. кв. м с пятизвездочной гостиницей.

Соответствующие министерства, ведомства и ТПП Китая координируют эту работу, ведут статистику, отслеживают результат от проведения выставок и крупных форумов.

В Китае четко определены выставочные центры для проведения отраслевых международных выставок:

– автопром – Чаньчунь;

- торгово-экономическое сотрудничество Северо-Востока Китая с Россией и другими странами – Харбин;
- строительное оборудование – Шанхай;
- строительные материалы – Пекин;
- выставка чая – Пекин;
- экспорт-импорт – Гуанчжоу;
- товары массового спроса – Иу.

Перед каждым центром четко поставлены цели и задачи, и они не перебегают друг другу дорогу. Выставки являются брендами городов и оказывают существенное влияние на модернизацию экономики города, провинций или всей страны.

Для выставочной деятельности характерны жесткая координация и соответствующая финансовая политика (выделяются огромные средства для проведения выставок внутри страны и за рубежом).

Слагаемые успеха:

- государственная политика по развитию выставочной отрасли;
- бюджетное финансирование;
- каждому городу – выставочный центр;
- индивидуальный выставочный проект – бренд города;
- координация и контроль;
- отчетность, статистические данные по всем критериям оценки эффективности проведения выставок.

Основные критерии оценки эффективности выставок международного уровня, проводимых народными правительствами провинций и городов, – это количество сделок, контрактов, доход от использования инфраструктуры и сервисных услуг. Характерно, что прибыль от продажи выставочных площадей не является определяющим фактором.

В Китае выработана четкая политика по развитию выставок для внутреннего продвижения продукции, развития кооперации, регионального сотрудничества и экспорта китайской продукции.

В последние годы стратегия внешней экономической деятельности в Китае начала менять свой вектор на сотрудничество с регионами России. Китай очень заинтересован в продвижении своей продукции в России. И выставки в этой стратегии занимают лидирующее место.

Китайские партнеры заинтересованы в том, чтобы российские компании привозили байеров на их выставки, а они могли бы привозить в Россию отдельные выставки или организовывать коллективные экспозиции. Так, к примеру Харбинская ярмарка ищет партнера, который мог бы организовать приезд до 1000 российских байеров.

Предлагается также совместное проведение выставок и конференций, как на территории Китая, так и в России.

Будет ли союз взаимовыгодным? Или нас ждет «игра в одни ворота»...



Официально объявленная цель «Выставочно-конгрессного Союза регионов России и Китая» вопросов не вызывает. Укрепление сотрудничества и освоение рынков – дело хорошее. Однако один вопрос все же возникает, и ответить на него совсем непросто.

Об освоении каких рынков идет речь? Исключительно российских? И исключительно Китаем – со всеми вытекающими последствиями в виде очередного удара по отечественным производителям (прежде всего, в сфере легкой промышленности), заполнения рынка китайскими товарами?

Не стоит забывать, как бы неприятно было это напоминать, что качество китайского импорта порой вызывает серьезные нарекания. Так, в апреле 2010 года Европейская комиссия опубликовала рейтинг наиболее опасных товаров, поставляемых в Европу, составленный на основе жалоб и рекламаций, поступивших за 2009 год в систему быстрого оповещения Евросоюза. На китайскую продукцию пришлось 60% всех уведомлений, касающихся игрушек, текстиля и автомашин.* Подобных сообщений немало, в том числе и в России.

Обратим внимание на состав учредителей нового Союза. С российской стороны в него вошли отдельные выставочные компании, а с китайской – структура, целенаправленно занимающаяся продвижением китайской продукции на зарубежные рынки: Всекитайский комитет по содействию международной торговли в лице своих отраслевых и региональных отделений (плюс несколько других организаций).

Конечно, можно говорить об общественном статусе ККСРМТ, но даже если так, что вызывает серьезные сомнения, суть дела не меняется: главная цель китайских участников – глобальная экспансия китайских товаров на мировые рынки (что вполне закономерно, и стоит только пожалеть, что аналогичной структуры нет у нас).

Каковы будут последствия создания нового Союза? И в чем выразится его жизнеспособность?

Развитие взаимовыгодного сотрудничества, кооперация, совместные проекты? Отлично.

Однако есть опасность, что в определенных ситуациях речь пойдет об особых льготах и привилегиях для китайских

экспонентов – ведь этого они могут не просто добиваться, а требовать: согласно п.5 «Соглашения» о создании Союза прямо сказано о «преимущественном праве членов Союза получать льготные условия участия в выставках, конгрессных и прочих мероприятиях, проводимых членами Союза».

Конечно, реализация Соглашения расширит присутствие китайских производителей на наших выставках (тем более, когда Правительство КНР компенсирует их выставочные расходы).

Но как это скажется на судьбе российских предприятий, вынужденных в еще более тяжелых условиях конкурировать с китайскими коллегами?

Новый Союз только создан. Вся работа – впереди.

Будет ли сотрудничество действительно взаимовыгодным для промышленности, сельского хозяйства и сферы услуг регионов России и Китая?

Время покажет.

Но верить, как всегда, хочется в лучшее.

Александр БЕЛЯНОВСКИЙ

*<http://www.newsru.com/finance/16apr2010/cina.html>