

© 2022

Гэн Чанцзюнь

аспирантка кафедры мировой экономики

МГУ имени М.В. Ломоносова (г. Москва, Россия)

(e-mail: changjungeng@gmail.com)

АНАЛИЗ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ КИТАЯ И РОССИИ: ЭКОСИСТЕМА, ТЕНДЕНЦИЯ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ

По мере бурного развития цифровизации трансграничная электронная торговля становится новым направлением российско-китайского экономического сотрудничества. В представленной статье определены характеристики экосистемы трансграничной электронной торговли. Представлена структура экосистемы трансграничной электронной торговли, состоящая из трёх кластеров: базового, поддерживающего и внешнего. Проанализированы компоненты каждого кластера. Базовый кластер включает платформу, поддерживающий кластер включает множество сервисных компаний, внешний кластер включает внешнюю среду. На базе создания экосистемы рассмотрены масштабы интернет-торговли Китая и России, выявлены факторы, влияющие на интернет-торговлю. К числу таких факторов относятся платформа, потенциал рынка, уровень логистики, система платежа и соответствующая экономическая политика. Проанализированы также риски, связанные с развитием интернет-торговли между Китаем и Россией.

Ключевые слова: интернет-торговля, трансграничная электронная торговля, электронная коммерция, экосистемы бизнеса, платформенная экономика, трансграничная логистика, трансграничный платеж, торгово-экономические отношения Китая и России.

DOI: 10.31857/S020736760017021-2

Сотрудничество между Россией и Китаем в сфере торговли имеет давнюю историю. Динамика его развития, однако, в разные периоды складывалась по-разному. Так, с 1992 по 1999 гг. уровень торговли был относительно низким и нестабильным. После распада Советского Союза в 1991 году Россия по рекомендации американских экспертов стала проводить радикальную рыночную реформу, элементами которой стали либерализация цен, ускоренная приватизация и открытие внутреннего рынка. Однако расчёт на шоковые методы не оправдался, собственное предложение товаров первой необходимости оставалось крайне недостаточным, что привело к неизбежному снижению жизненного уровня населения.

В это время на российском рынке появилось большое количество качественной и недорогой продукции из Китая. Международные поезда Пекин-Москва перевозили в Россию большое количество российских «челноков». Прибыли, полученные китайскими бизнесменами, выросли в несколько десятков раз. В период с 1992 по 1993 гг. объем торговли между двумя странами резко вырос и за счет бартерных сделок. В 1993 году объем двусторонней торговли достиг пика в 7,68 млрд долларов США. Во второй половине 1993 года

Россия начала строго ограничивать бартер. Экспорт Китая в Россию постепенно терял ценовое преимущество, что привело к серьезному сокращению объема двусторонней торговли. В 1994 году общий объем торговли между двумя странами на конец года составил 5,08 млрд долларов США¹.

В 1998 году экономическая ситуация в России ухудшилась из-за экономического кризиса в юго-восточной Азии. Обе страны приняли внешнеторговую политику по сокращению импорта и экспорта, что привело в этот период **к снижению объема торговли**. Однако в период с 2000 по 2013 гг. объем торговли быстро вырос. С 2014 года из-за того, что отношения между Россией и западными капиталистическими странами во главе с США ухудшались, политическое, экономическое и военное сотрудничество между Китаем и Россией сильно укрепилось, и это заложило прочную основу для дальнейшего развития внешней торговли между двумя державами (Рис. 1).

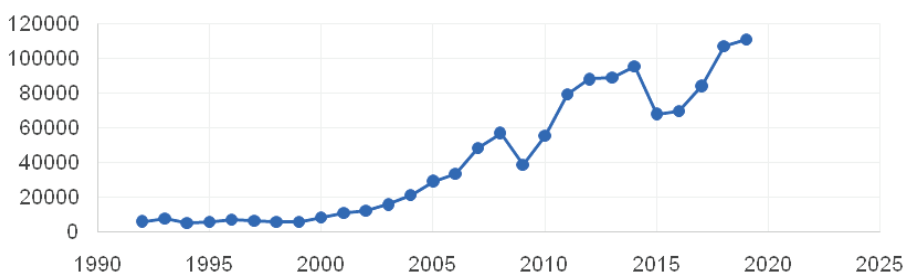


Рис. 1. Товарооборот между Китаем и Россией (млн долл.)

Источник: Китайский статистический ежегодник (1992–2020 гг.)².

В последние годы, по мере введения инициативы «Один пояс, один путь», Китай и Россия последовательно подписали такие соглашения о сотрудничестве, как «Программа развития российско-китайского сотрудничества в торгово-экономической и инвестиционной сферах на Дальнем Востоке Российской Федерации на 2018–2024 годы»; план развития сельского хозяйства Дальнего Востока и Байкальского региона России и Северо-Востока Китая; «Соглашение о торгово-экономическом сотрудничестве между Евразийским Экономическим Союзом и его государствами-членами, с одной стороны, и Китайской Народной Республикой, с другой стороны».

Масштабы двустороннего торгового сотрудничества Китая и России неуклонно расширяются. Благодаря быстрому развитию интернет-технологий и продвижению инициативы «Один пояс, один путь», в июне 2018 года Китай и Россия подписали Меморандум о взаимопонимании по вопросам сотрудничества в области электронной торговли.

¹ [11]刘华芹. 世界变局中的中俄经贸合作[J]. 欧亚经济 2019(1).

² Available at: <http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/>

Для того чтобы определить масштабы электронной торговли Китая и России и выявить факторы, влияющие на двухстороннюю электронную трансграничную торговлю, нужно ценить ее экосистему, базирующуюся на цифровой платформе.

Многочисленные определения трансграничной электронной торговли сводятся к тому, что эта деятельность направлена на реализацию товаров и услуг с использованием цифровой платформы для связи между покупателями и продавцами, которые находятся на территориях разных стран или в пределах разных таможенных территорий. Основная задача этой виртуальной цифровой платформы — осуществление трансграничного движения информации, капитала, товаров и услуг. Понятно, что электронная торговля в реальности является электронной версией традиционной торговли, а трансграничная электронная торговля — версией традиционной международной торговли, базирующейся на электронной платформе.

Что касается экосистемы трансграничной электронной торговли, то её теоретические основы исходят в основном из двух теорий: Теории «бизнес-экосистемы» (Джеймс Ф. Мур, 1993) и Теории «двусторонних рынков». В 1993 г. Джеймс Ф. Мур выдвинул понятие «экосистема», которое заимствовано бизнесом из биологии. С этого момента термин «экосистема бизнеса» быстро распространился во всем мире. В своих работах Джеймс Ф. Мур пояснял, что в биологии экосистемой считают «сообщество организмов, взаимодействующих друг с другом, в сочетании со средой, в которой эти организмы живут и с которой они также взаимодействуют...».

Джеймс Ф. Мур считает, что бизнес-экосистема аналогична естественной экосистеме, причем ее основные участники образуют цепочку создания стоимости, а различные цепочки создания стоимости взаимодействуют, образуя сеть создания стоимости. Материалы, энергия и информация циркулируют между участниками сети в процессе создания стоимости. В бизнесе экосистема любого предприятия — это основные предприятия, рыночные посредники, поставщики, лица, принимающие риски и другие участники (все они составляют цепочку создания стоимости).

Теория «двусторонних рынков» тесно связано с понятием платформы, выдвинутой Роше и Тиroleм в 2004 году. Сутью этой теории в основном является объединение покупателей и продавцов в платформах. Платформенные компании формулируют разумные правила для создания справедливой торговой среды.

С точки зрения структуры экосистема трансграничной электронной торговли состоит из трех кластеров, к которым относят: базовый кластер, поддерживающий кластер и внешний кластер. Каждый кластер реализует обмен материалами, энергией и информацией в процессе как взаимодействия, так и конкуренции, и, наконец, реализует взаимодействие и совместные инновации, а также совместно способствует развитию всей экосистемы.

Базовый кластер формирует основных участников трансграничной электронной торговли. Основные элементы базового кластера включают в себя трансграничные платформенные предприятия, потребителей и продавцов, имеющих доступ к платформе. В отличие от экосистемы внутренней электронной торговли, покупатели и продавцы в экосистеме трансграничной электронной коммерции находятся далеко друг от друга с точки зрения географии, языка, культуры и т.д. Поэтому возникает необходимость в установлении взаимного доверия. Будучи единственным каналом, который может напрямую связывать покупателей и продавцов, платформы трансграничной электронной торговли имеют решающее влияние на возможность заключения сделок. Таким образом, платформенные предприятия, участвующие в трансграничной электронной торговле, занимают лидирующие позиции в базовом кластере, хотя масштабы и тенденции развития двухсторонних рынков также играют важную роль.

Поддерживающий кластер состоит из множества сервисных компаний, в основном трансграничные логистические компании, предоставляющие складские, транспортные, дистрибьюторские и другие услуги; трансграничные финансовые сервисные компании, обеспечивающие платежи, финансирование, управление капиталами, перевод денег, обслуживание кредитных карт и т.д. В этот кластер входят также и технологические компании, в том числе поставщики трансграничных ИТ-услуг, предоставляющие облачные вычисления, хранение больших объемов информации, искусственный интеллект, обеспечение сетевой безопасности и другие. Сюда входят и поставщики трансграничных агентских услуг, предоставляющие рекламу, консалтинг, операции, перевод документов, таможенное оформление, возврат налогов, страхование и т.д. Наконец сюда входят интернет-провайдеры, предоставляющие программное и аппаратное обеспечение, доступ к сети, передачу и хранение данных и др.

Внешний кластер относится к среде, в которую попадают все компании трансграничной торговли, которые должны активно адаптироваться к изменениям во внешней среде. Между различными элементами трансграничной экосистемы электронной коммерции существуют отношения симбиоза. Гармоничное развитие всей экосистемы происходит за счет взаимодействия между базовым кластером, поддерживающим кластером и внешним кластером, в т.ч. за счет их совместной инновационной активности (Рис. 2).

Феномен трансграничной электронной торговли Китая и России обнаруживает свою сущность в процессе развития этих институциональных элементов, включенных в экосистему трансграничной электронной торговли.

1. В структуре элементов базового кластера основную роль играют платформы. Масштабы рынка трансграничной электронной торговли Китая в последнее время стремительно увеличивались, особенно после 2012 года, благодаря быстрому развитию интернет-компаний, популярности смартфонов

и платформ трансграничной электронной коммерции. В 2019 году Китай занял первое место в мире в области трансграничной электронной торговли, с оборотом 10,5 трлн юаней. Основными партнёрами в экспорте являются США, Франция и Россия. По структуре товаров ведущее место в трансграничном экспорте занимают ИКТ и бытовая электроника, одежда и товары для домашнего садоводства. Что касается импорта Китая, то основными источниками его являются Япония, Соединенные Штаты и Южная Корея. По категории товаров самыми популярными товарами импорта являются косметика, зерно и масло, продукты питания и товары первой необходимости (Рис. 3)³.

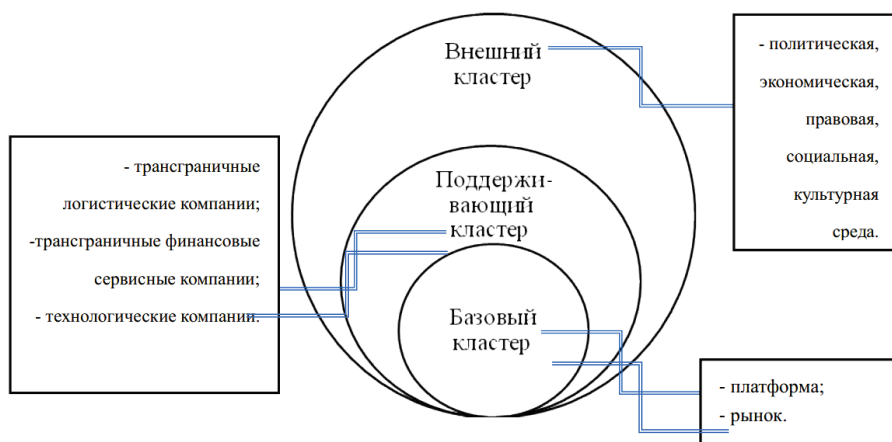


Рис. 2. Экосистема трансграничной электронной торговли

Источник: составлено автором.

В настоящее время рынок электронной коммерции в России находится на стадии интенсивного развития. По данным исследовательского агентства АКИТ, объем российского рынка электронной коммерции в 2019 году составил 2030 млрд рублей и вырос примерно в 8 раз по сравнению с объемом 2010 года. Рынок электронной коммерции в России благодаря бурному развитию трансграничной торговли является одним из наиболее быстро развивающихся в Европе. 64% российских онлайн-потребителей заявили, что хотя бы раз приобретали товары в иностранных интернет-магазинах, а 6% заявили, что делают покупки исключительно в этих магазинах. Необходимо отметить, что с 2010 по 2019 гг. объем трансграничной интернет-торговли вырос на 187%. В 2019 году удельный вес товарооборота трансграничной интернет-торговли составил 36% (Рис. 3).

Самыми популярными категориями товаров у онлайн-покупателей в России являются одежда и потребительская электроника, далее — средства

³ [15]宫艳华.中俄跨境电商: 现状, 风险与制度安排.

по уходу, книги и журналы, мобильные устройства, билеты на различные мероприятия. Меньше всего пользователи покупают упакованные продовольственные товары и алкоголь.



Рис. 3. Китайский рынок интернет-торговли 2010–2019 гг. (трлн юаней)

Источник: Китайское статистическое управление⁴.



Рис. 4. Российский рынок интернет-торговли (млрд руб.)⁵

Источник: АКИТ, рынок интернет-торговли в России. Результаты за 2020 год.

Как видно из Рис. 5, масштабы импорта и экспорта продолжали расширяться с 2010 по 2018 гг., объём экспорта намного превышает импорт. Однако после 2015 года темпы роста экспорта замедлились, но темпы роста импорта стабильно увеличивались. В 2019 г. 90% всех заказов, сделанных российскими потребителями в зарубежных онлайн-магазинах, пришлось на китайские интернет-магазины⁶. Это объясняется тем, что товары из Китая качественные и относительно дешевы. Сегодня китайские транграничные компании электронной торговли в основном экспортируют в Россию 6 видов товаров,

⁴ Available at: <https://data.stats.gov.cn/easyquery.htm?cn=C01>

⁵ URL: <https://akit.ru/rinok-internet-torgovli-2020/>

⁶ Астахова Е.В., Ван Чжэ. Современные направления торгово-экономических отношений России и Китая // Фундаментальные исследования. 2017(1). С. 144.

а именно: одежду, электронные товары, обувь, чемоданы, автозапчасти и ювелирные изделия.

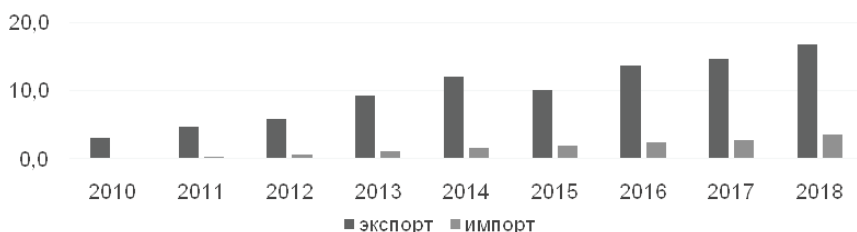


Рис. 5. Масштабы трансграничной электронной коммерции между Китаем и Россией
(млрд долл.)⁷

Источник: UNcomtrade.

Основной моделью трансграничной электронной торговли между Китаем и Россией является B2B. В настоящее время модель B2B, ориентированная на зарубежных розничных продавцов, характеризуется большим объемом транзакций и стабильными заказами. Следовательно, на нее приходится относительно высокая доля трансграничной торговли. Согласно отчету «China E-Commerce Report 2019», в 2019 году экспорт в Россию составил 9,2% трансграничных экспортных операций электронной торговли Китая, из них на модель B2B пришлось 83,2%.

Структура китайско-российской трансграничной электронной коммерции основана на электронных платформах. Платформа трансграничной электронной коммерции является важным инструментом для онлайн-транзакций и важным средством связи покупателей и продавцов: она может быстро открыть канал выхода на международный рынок для малых и средних внешне-торговых компаний.

С 2010 года китайские предприятия электронной торговли начали быстро выходить на российский рынок благодаря специальным платформам трансграничной электронной коммерции для российских потребителей — таким, как AliExpress, Alibaba, Taobao, Jingdong Mall, Dunhuang.com. и другие. В последние годы количество китайско-российских трансграничных платформ электронной коммерции постепенно увеличилось, а их функции стали более совершенными.

В настоящее время иностранными платформами трансграничной электронной коммерции, которые принимают заказы российских онлайн-пользователей, в основном являются AliExpress, eBay и Amazon. На долю этих трех компаний приходится около 72,5% от общего объема трансграничной электронной коммерции в России, среди которых AliExpress находится на лидирующем месте, на нее приходится 35% всех платформ трансграничной

⁷ <https://comtrade.un.org/>

электронной коммерции, открытых иностранными компаниями в России, она является самой популярной зарубежной платформой для российских потребителей. Платформы eBay и Amazon с долей в 30,2% и 7,5% занимают соответственно второе и третье места⁸.

2. Основные элементы поддерживающего кластера — трансграничная логистика и платежи. В настоящее время в Китае более 100 компаний, занимающихся логистикой и транспортировкой в Россию. Однако первыми были такие логистические компании, как Sino-Russian Express, Sino-Russian International и Russian Express. Трансграничная логистика между Китаем и Россией, в основном, включают китайско-российскую международную экспресс-доставку, китайско-российские авиационные перевозки по специальным линиям, создание приграничных складов на внутренней границе или создание зарубежных складов в России. Почта Китая и Почта России были основными транспортными средствами трансграничной логистики между Китаем и Россией за последние два года. Характеристиками почты являются низкие затраты и длительный транспортный цикл. У некоторых компаний, работающих на базе платформ и занимающихся трансграничной электронной торговлей, помимо почты, имеются специальные транспортные линии с высокой скоростью обработки заказов и коротким циклом. В целом логистические маршруты китайско-российской трансграничной электронной торговли продолжают увеличиваться.

Большинство предприятий также взаимодействуют со сторонними платежными платформами для осуществления трансграничных платежей онлайн и офлайн. К настоящему времени у китайских предприятий уже налажено сотрудничество с ведущими российскими трансграничными платежными компаниями для совместного создания платежной платформы электронной коммерции, которая упрощает онлайн-трансграничные платежи для российских потребителей. Например, Alibaba подписала соглашение о стратегическом сотрудничестве с Qiwi Wallet. Qiwi Wallet является крупнейшей сторонней платежной платформой в России и одним из самых надежных платежных инструментов среди российских потребителей. Он поддерживает не только онлайн-платежи, но и офлайн-платежи, что очень подходит российским потребителям, привыкшим к наличным транзакциям. Кроме того, по мере прироста интернет-аудитории за счёт активного использования мобильных устройств в России, AliExpress также открыл сервис мобильных платежей [4].

3. Основные элементы внешнего кластера — политическая, экономическая, правовая среда. Инициатива «Один пояс, один путь» и ВТО одновременно продвигают трансграничное сотрудничество в области электронной торговли между Китаем и Россией. На фоне нынешней тенденции к антиглобализации

⁸ Шайдуллина В.К. Состояние и перспективы электронной торговли в России // Вестник университета. 2019(4). С. 120.

политические и экономические отношения между Китаем и Россией в целом стабильны. Россия является одной из первых стран, которые поддержали китайскую инициативу «Один пояс, один путь» и присоединились к ней. В 2015 году Китай и Россия подписали совместное заявление о сотрудничестве по сопряжению строительства Евразийского экономического союза (ЕАЭС) и проекта экономического пояса Шелкового пути, вступив тем самым в новый этап всестороннего стратегического партнерства и сотрудничества. В совместном китайско-российском заявлении 2018 года подчеркивается, что развитие китайско-российской трансграничной электронной коммерции является важной задачей. В Циндаоской декларации Совета глав государств Шанхайской организации сотрудничества 2018 года подчеркнута необходимость укрепления трансграничного сотрудничества в области электронной торговли между членами Шанхайской организации сотрудничества. В 2019 году 76 членов ВТО, включая Китай и Россию, подписали «Совместное заявление об электронной торговле» на основе существующих соглашений ВТО и провели переговоры по вопросам электронной торговли, целью которых являлось совместное создание больших возможностей для предприятий, потребителей и мировой экономики в целом.

Хотя сотрудничество в сфере трансграничной электронной торговли между Китаем и Россией имеет большие перспективы, в настоящее время существует ряд трудностей и проблем, которые необходимо решить:

- несбалансированная структура импорта и экспорта трансграничной электронной торговли Китая и России. Экспорт Китая в Россию значительно превышает импорт. По данным за 2010–2019 гг., почти 90% сделок в сфере электронной торговли составил экспорт Китая в Россию;

- трансграничная электронная торговля Китая и России сопряжена с расчетными рисками. Из-за нестабильности мировых цен на нефть и санкций, введенных западными странами по отношению к России, обменный курс рубля к доллару США оставался низким, а урегулирование международных торговых операций с юанями не получило широкого распространения, что увеличило финансовые риски компаний, ведущих трансграничную электронную торговлю с Россией. Еще одно серьезное препятствие, с которым сталкиваются китайские трансграничные поставщики, это оплата. Россияне по-прежнему не доверяют онлайн-платежам. В настоящее время платежные привычки россиян — это в основном наличные платежи. Согласно статистике АКИТ, в России 60% онлайн-покупателей предпочитают платить наличными, остальные — банковскими картами или электронными кошельками;

- логистические риски. По сравнению с внутренней логистикой, трансграничная логистика находится в более сложной ситуации. В разных странах разная бизнес-среда, разный стандарт логистики. С точки зрения товарной экспертизы и растаможки в разных странах стандарты очень отличаются, поэтому трансграничная логистика сложнее и рискованнее. Россия охватывает

9 часовых поясов и имеет огромную территорию. Товары, отправляемые в Россию идут долго, а время таможенного оформления товаров составляет 20–60 дней, что приводит к большому количеству задержек товаров на таможне. В то же время отсталость инфраструктуры России снижает эффективность логистики и распределения. В России всего 12 зарубежных складов, 8 из которых находятся в Москве и только один на Дальнем Востоке. По мере увеличения спроса на логистику и послепродажное обслуживание, удовлетворить требования потребителей становится всё труднее⁹.

Почта является основным видом трансграничной логистики между Китаем и Россией в последние два года. Международные почтовые посылки имеют такие преимущества, как низкие цены и удобное таможенное оформление. Нельзя не сказать и о недостатках: цикл логистики длинный, а вес, форма и другие характеристики посылок — относительно ограничены. Хотя коммерческие логистические компании обладают преимуществами своевременности и низкой долей утери посылок, но их цены высоки, особенно в отдаленных районах, где выше доплаты. Что касается зарубежных складов, то они могут компенсировать недостатки двух вышеупомянутых методов, но аренда, строительство и эксплуатация зарубежных складов также требуют большого количества профессионального персонала и капиталов, товары должны доставляться заранее. В противном случае это ведет к накоплению товарных запасов и к отставанию из-за плохих продаж после отгрузки товаров;

— негативное влияние на трансграничный электронный экспорт оказывает непостоянство российской торговой политики. Под влиянием политики защиты торговли России большая часть китайского экспорта электронной коммерции с 2015 года была заменена зарегистрированными посылками или международной экспресс-доставкой. Темп роста оборота трансграничной электронной торговли, очевидно, снизился.

На сегодняшний день трансграничная электронная торговля Китая и России — весьма перспективное направление в области торговли между Китаем и Россией, которое развивается по мере применения и внедрения интернета и различных цифровых технологий.

Таблица 1

Эволюция государственной политики в отношении трансграничной электронной торговли

Год	Ведомство	Несогласованные действия
2014.07.	Минфин России	Тариф 30% для входящих посылок, превышающих 150 евро или 10 кг.
2014.09.	Почта России	Запрет принимать международные наземные посылки.

⁹ [17] 冀芳, 张夏恒. 跨境电子商务物流模式创新与发展趋势[J]. 中国流通经济. 2015(6).

2016.02.	Главное таможенное управление России	Заявленная на таможене цена товаров, ввозимых в Россию, ниже минимальной таможенной цены, а с ввозимых товаров должны уплачивать таможенные пошлины и налог на добавленную стоимость.
2017.01.	Главное таможенное управление России	Сумма освобождения от налога для личных покупок в Интернете снижена с 1000 евро до 22 евро. С 1 января 2019 года лимит беспошлинной торговли не превышает 500 евро, а вес не превышает 31 кг.
2017.11.	Совет Федерации РФ	С 1 января 2020 года лимит беспошлинной торговли не превышает 200 евро, а вес не превышает 31 кг. С 1 января 2022 года лимит беспошлинной торговли снижен до 20 евро.

Резюмируя вышеизложенное, можно сделать следующие выводы:

1. Динамика развития трансграничной электронной торговли имеет положительный характер. Двусторонние рынки электронной торговли имеют большой потенциал. Основным средством в процессе осуществления трансграничной электронной торговли являются цифровые платформы. B2B — это основной способ трансграничной электронной торговли между Китаем и Россией.

2. Основные факторы, влияющие на трансграничную электронную торговлю — это развитие трансграничных цифровых платформ, трансграничная логистика и платежи, а также элементы внешней среды и её политические, экономические, правовые и другие составляющие.

3. В настоящее время по мере быстрого развития трансграничной электронной торговли Китая и России появился ряд проблем. Так, сравнительное преимущество китайских товаров — низкая цена — постепенно исчезает, а рыночная конкуренция смещается с цены на брендовые услуги; существующая система трансграничных платежей несовершенна. Платежные платформы имеют такие ограничения, как сложные процедуры расчетов, высокие затраты и издержки, логистические каналы в России единичны, сроки доставки длинные, курс рубля изменяется. Вследствие всего этого существует риск для китайских предприятий, занятых в трансграничной электронной торговле. К тому же в России возможен ряд ограничительных практик, сдерживающих развитие трансграничной электронной торговли.

Литература

1. Конопатов С.Н., Салиенко Н.В. Анализ бизнес-моделей на основе платформ // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия Экономика и экологический менеджмент. 2018(1). С.21–32.
2. Беляцкая Т.Н. Экосистема электронных рынков и факторы, её определяющие // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономическая наука. 2017(6). С. 9–17.
3. Шастико А.Е., Паришина Е.Н. Рынки с двусторонними сетевыми эффектами: спецификация предметной области // Современная конкуренция. 2016(1) С. 5–18.
4. Ветрова Е.Н., Яковенко Е.А. Состояние и перспективы развития электронной коммерции // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент». 2016(3). С. 65–70.
5. Белобородова А.Л. Мартынова О.В. Развитие интернет-торговли в России: тенденции, проблемы, перспективы // Казанский экономический вестник. 2016(2). С. 70–75.
6. Колчина Е.А., Милонова М.В., Маргарян С.Ш. Электронная коммерция в России: современное состояние и перспективы развития // Экономика и управление народным хозяйством. Серия: Экономика и Право. 2017(3). С. 17–21.
7. Лопаткин Д.С., Голикова О.М. Оценка современного состояния интернет-торговли в РФ // АНИ: экономика и управление. 2016(4). С. 259–261.
8. Валентинова М.М. Электронная коммерция в России: некоторые проблемы и пути из решения // Международная торговля и торговля политика. 2015(3). С. 109–111.
9. Калужский М.Л. Институционализация платежной среды электронной коммерции в России // Финансовая аналитика: проблемы и решение. 2014(2). С. 8–19.
10. Астахова Е.В., ВанЧжэ. Современные направления торгово-экономических отношений России и Китая // Фундаментальные исследования. 2017(1). С. 140–145.
11. Шайдуллина В.К. Состояние и перспективы электронной торговли в России // Вестник университета. 2019(4). С. 118–123.
12. 刘华芹. 世界变局中的中俄经贸合作 [J]. 欧亚经济 2019(1).
13. 高飞, 张建. 多边视角下的中俄经贸关系及发展前景 [J]. 中国与国际关系学刊, 2013 年第 2 期
14. 刘江伟, 余立. 电子商务生态系统文献综述及评价 [J]. 理论探索 017(9).
15. 张赫男, 许正良. 跨境电子商务生态系统构架及演进研究 [J]. 社会科学 2020(2).
16. 宫艳华. 中俄跨境电商: 现状, 风险与制度安排. 俄罗斯东欧中亚研 2019(2).
17. 景侠, 梁颖. 一带一路视角下中俄跨境电商发展面临的挑战及实现路径 (J). 哈尔滨商业大学学报. 2019(3).
18. 冀芳, 张夏恒. 跨境电子商务物流模式创新与发展趋势 [J]. 中国流通经济. 2015(6).
19. 陈晶. 一带一路背景下中俄跨境电商纵深发展研究 [J]. 现代商贸工业. 2018(9).
20. 郭稳. 一带一路背景下中俄跨境电商发展 [J]. 中国经贸导刊. 2018(4).

Geng Changjun (e-mail: changjungeng@gmail.com)

Post-Graduate Student of the Department of international economy
of Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia)

AN ANALYSIS OF TRENDS AND PROBLEMS IN THE DEVELOPMENT OF THE CHINESE-RUSSIAN INTERNET-COMMERCE AND ITS ECOSYSTEM

With the rapid digitalization, cross-border trade becomes a new area of Russian-Chinese economic cooperation. This article identifies the characteristics of the cross-border trade ecosystem. The structure of the ecosystem of cross-border trade

is presented, which consists of three clusters - basic, supporting, and external. The components of each cluster are analyzed which comprise a platform, a number of service companies, and external environments. Based on the ecosystem, the scale of the Chinese-Russian Internet commerce is considered; the factors influencing the Internet commerce are identified, such as the platform, the market potential, logistics, payment system and relevant policies. In the end, some risks in the process of the development of the Internet trade between China and Russia are revealed.

Keywords: Internet commerce, cross-border e-commerce, e-commerce, business ecosystems, platform economy, cross-border logistics, cross-border payment, Chinese-Russian trade and economic relations.

DOI: 10.31857/S020736760017021-2