

Содержание

Введение.....	7
---------------	---

Часть I **Поиск поставщиков**

Глава 1

Типы поставщиков.....	15
-----------------------	----

Глава 2

Где и как искать поставщиков	26
------------------------------------	----

Глава 3

Поиск поставщиков на b2b-онлайн-платформах.....	38
---	----

Глава 4

Посещение выставок.....	48
-------------------------	----

Глава 5

Как проверить надежность поставщика и распознать, что вы общаетесь с представителями фабрики	59
--	----

Глава 6

Гонконгские компании.....	75
---------------------------	----

Глава 7

Как обманывают китайцы. Возможные риски при работе с Китаем.....	83
---	----

Часть II

Общение с поставщиками. Условия сотрудничества

Глава 1

Как писать запросы поставщикам **107**

Глава 2

Как выбрать лучшего поставщика из нескольких
подходящих **124**

Глава 3

Альтернативные поставщики **135**

Глава 4

Знакомство с владельцем фабрики **143**

Глава 5

Как грамотно общаться с поставщиками **150**

Глава 6

Обсуждение цен **162**

Глава 7

Условия оплаты **168**

Глава 8

Посещение фабрики **184**

Глава 9

Сотрудничество
с поставщиками **206**

Часть III

Разработка продукции

Глава 1

ODM и OEM. В чем разница **219**

Глава 2

Разработка продукта: важные моменты **229**

Глава 3

Изготовление прототипа и образца **241**

Глава 4

Как защитить свою интеллектуальную
собственность **251**

Глава 5

Как обеспечить стабильное качество продукции **259**

Глава 6

Как облегчить взаимопонимание
между вами и поставщиком **272**

Глава 7

Изготовление пресс-форм **279**

Глава 8

Упаковка и сертификация продукции **290**

Глава 9

Расчет себестоимости **306**

Часть IV Производство

Глава 1

Контракт с поставщиком **315**

Глава 2

Субподрядчики **326**

Глава 3

Техническое задание по проверке товара
для решения проблем с качеством **335**

Глава 4

Размещение заказов. Документация **346**

Глава 5

Сроки выполнения заказа. Трекинг производства **366**

Глава 6

Контроль качества товара на фабрике.....376

Глава 7

Как организовать проверку товара на фабрике и что
делать, если обнаружен брак 390

Глава 8

Почему вернуть товар поставщику проблематично .. 410

Часть V

А что же после производства?

Глава 1

Предъявление претензий поставщику..... 417

Глава 2

Транспорт и растаможивание 422

Глава 3

Отгрузка товара 434

Глава 4

Усовершенствование производства..... 443

Глава 5

Поставщики — это ваши конкуренты..... 455

Глава 6

Повышение цен 462

Глава 7

Китайские новогодние праздники..... 478

Заключение..... 483

Введение

Верите вы или нет, но Китай по-прежнему самая большая производственная площадка в мире. Поблизости есть страны с развитым производством, такие как Вьетнам, Таиланд, Бангладеш, но у них просто еще нет той инфраструктуры, которая создана в Китае. Китай можно сравнить с гипермаркетом, в котором вы найдете все, что вам надо. Фабрика А производит пластиковые компоненты, фабрика Б — пресс-формы для получения этих пластиковых компонентов, фабрика В — упаковку, фабрика Г поставляет сырье и другие детали, а фабрика Д все это собирает и превращает в готовый продукт. И все они расположены недалеко друг от друга в одном городе. Многие владельцы производств связаны между собой, общаются, делятся опытом, формируют сообщества. Китайцы настолько эффективны в плане производства и инфраструктуры, что даже мировым лидирующим странам есть чему у них поучиться.

Импорт из Китая обладает безусловными преимуществами:

- низкая стоимость производства;
- производители открыты к сотрудничеству с малым бизнесом и могут поставлять небольшое количество товара;
- огромный выбор поставщиков;

- в отношении многих товаров Китай — это единственное место, где их производят с необходимым качеством и по приемлемым ценам;
 - созданы удобные сервисы по поиску поставщиков и коммуникации с ними — такие как Alibaba, Global Sources, Made-in-China;
 - высокая скорость — нигде в мире вы не получите так быстро образцы или партию абсолютно нового, только что придуманного товара.
-

**Однако у закупок в Китае есть и минусы,
о которых стоит знать:**

- ощутимо низкое качество товаров, если вы сами не устанавливаете правила и не контролируете их исполнение;
- обычно более низкие стандарты производства;
- недостаточная защита интеллектуальной собственности;
- барьеры в коммуникации, в том числе языковые;
- затруднительность и дороговизна частого посещения производителей;
- долгая доставка (1–2,5 месяца);
- разница в культуре ведения бизнеса;
- волокита с документами для импортной очистки товара и оплат поставщику;
- низкий уровень безопасности платежей и дефицит ресурсов, которые можно применить, если что-то идет не так.

Цель этой книги — развеять ваши страхи, помочь исправить недостатки и таким образом подготовить вас к успешным закупкам в Китае.

С приходом на рынок таких сильных игроков, какими являются китайские торговые интернет-площадки AliExpress, Tmall и им подобные, все больше возникает потребность в создании уникального товара. Потребители становятся более разборчивыми и практичными. До сих пор многие компании просто-напросто закупают стандартный товар, который производят китайские фабрики, иногда изменяют цвета и упаковку и ставят свой логотип. Но на этом сегодня можно заработать, только если у вас огромная компания с большими бюджетами, которые позволяют сотрудничать с сетями супер- и гипермаркетов. И даже в этом случае, если вы как потребитель можете заказать на AliExpress абсолютно такой же товар, но за меньшие деньги, что вы выберете?

Теперь представим, что у вас маленькая компания и нет в собственности складских помещений, позволяющих держать по много лет китайский «шлак», которым все уже наелись. Задумайтесь вот о чем. Каждый из нас ежедневно пользуется различными товарами. И частенько нас посещают мысли, что было бы здорово их так или эдак улучшить, что-то добавить. Наверняка у многих возникали и идеи интересных инновационных товаров, которые хотелось бы пробовать воплотить в жизнь. Но как только вы понимали, что нужно иметь дело с Китаем, энтузиазма убавлялось, так как вы слышали, что там на каждом шагу обманывают и люди теряют деньги. Поэтому вы не решались сделать первый шаг к своей мечте. С этой книгой вы сможете воплотить свои идеи в жизнь! Поверьте, да, в Китае обманывают — но обманывают тех,

кто безрассудно, без оглядки на менталитет и без должных инструментов окунулся в эту пучину. А ведь столько компаний производят свой товар в Китае, и ничего, все нормально — бизнес процветает. Дело в том, что такие фирмы за годы сотрудничества выработали механизмы и инструменты, которые позволяют им успешно взаимодействовать с китайскими поставщиками. И об этих инструментах я вам расскажу.

С 2007 г. я работаю в сфере закупок в Китае. Я постепенно набирала опыт, училась на своих и чужих ошибках, узнавала что-то полезное от коллег и начальства, на курсах, из книг и профессиональных блогов. В качестве руководителя отдела мне приходилось проводить много собеседований и принимать менеджеров по внешнеэкономической деятельности (ВЭД) к себе в команду. Я видела, каких частых ошибок нужно было избежать и какие пробелы компенсировать при работе с проектами, и могла научить коллег сотрудничать с китайцами так, чтобы товар за минимально возможные сроки оказался на полках магазинов России, СНГ, Европы и Ближнего Востока. Вся моя карьера связана с постоянной разработкой новых проектов в сфере закупок: то нужно было подобрать поставщика и наладить производство нового товара или воплотить новую концепцию, то приходилось экстренно забирать производство большого ассортимента товаров у обнаглевшего основного поставщика и передавать другим фабрикам, которых еще только предстояло найти.

Оказалось, что не существует книг и других ресурсов, где вся информация, связанная с созданием новых товаров и их производством в Китае, была бы структурирована, разложена по полочкам как для начинающих импортеров, так и для уже опытных менеджеров по ВЭД,

которые хотели бы пополнить свои знания, найти и попробовать новые инструменты или быстро обучить своих подчиненных. Вместе с тем я часто вижу странные статьи и даже курсы, посвященные бизнесу с Китаем, которые имеют мало общего с реальностью. Бизнес с Китаем — это не сверхприбыльная инвестиция с быстрой отдачей, которая требует немного знаний и минимум вашего времени. Это нелегкая систематическая работа, которая может принести прибыль только в случае полной отдачи и серьезного вовлечения в процесс, грамотно построенной работы и понимания рынка, на котором будет продаваться товар. И в этой книге я хотела бы поделиться с вами советами, как можно пошагово строить работу с Китаем, чтобы не попасться в лапы мошенников, не терять время и деньги на пустом месте.

Эта книга — руководство по закупкам в Китае и разработке собственного товара, в ней описано множество полезных инструментов.

Я не обещаю, что будет легко на этом пути. Но дело того стоит! Вы не представляете, насколько это приятно — увидеть на полках магазинов собственный товар или продукцию, созданную вашей командой. Это ни с чем не сравнимое удовольствие! А еще бóльшую радость вы испытаете, если увидите, что кто-то этим товаром пользуется. Вас наполнит гордость за свои достижения, вы почувствуете прилив сил и энергии, начнете вспоминать все забавные моменты, которые с вами случались, пока вы разрабатывали этот продукт, — и все пережитые трудности покажутся сущими пустяками. В таких ситуациях говоришь себе: «Да, это я сделал! Пусть и не своими руками, но я столько вложил в это усилий и души! Как приятно, что это приносит другим людям пользу!»

В этой книге на протяжении всего пути вас будут сопровождать два персонажа.



Мистер ВЭД — главный герой, который погружается в мир производства и закупок в Китае.

Мистер Чайна — менеджер по закупкам, специализирующийся на проектах с Китаем, умный, начитанный всезнайка в этой теме. Он как раз и рассказывает все о производстве в Китае своему другу мистеру ВЭДу.



Возможно, вы столкнетесь в тексте с неизвестными терминами. Их объяснения вы найдете в конце глав.

Надеюсь, вы с удовольствием прочтете эту книгу и она поможет вам разработать собственный товар и наладить его производство в Китае.

Часть I

Поиск поставщиков

Глава 1

Типы поставщиков



У мистера ВЭДа возникла гениальная идея: создать и вывести на рынок пробку с кодовым замком для винных бутылок, гарантирующую, что никто не выпьет его любимое вино. Он уверен, что этот товар будет пользоваться большим спросом у студентов, людей, которые живут вместе с соседом, в компании приятелей и т. п., а также у родителей, которые боятся, что ребенок по ошибке или из любопытства схватит вино и выпьет его. Как иногда удивляешься и раздражаешься, обнаружив, что открытая и недопитая накануне бутылка с вином оказалась опустошена неизвестными лицами! И как было бы здорово,

если бы специальная пробка уберегла их от такого со-
блазна! В общем, мистер ВЭД уверен, что его ждет боль-
шой успех.

Его лучший друг мистер Чайна подсказал, что такой
товар можно запросто произвести в Китае. Да и прото-
тип обойдется намного дешевле, чем в случае, если бы
его делали где-то в Европе. И мистер ВЭД решил разо-
браться, что к чему.

В первую очередь ему важно понять, к кому вообще
в Китае нужно обращаться, какой поставщик ему больше
подходит. «Наверное, фабрика? Но они такие большие,
станут ли там со мной разговаривать? Кто я такой, чтобы
вот так взять и начать общаться с фабрикой? Да еще
и с китайской? Там же вообще другой мир!»

Умный мистер Чайна помогает мистеру ВЭДу разо-
браться с этим нелегким вопросом и сделать выбор. Вот
его объяснения.

Существует три типа поставщиков:

- фабрики (factories, manufacturers);
- торговые компании, или так называемые трейдеры
(trading companies, traders);
- оптовики (wholesalers).

Поставщиков третьего типа, оптовиков, мы рассматри-
вать не будем. Они продают исключительно стандартные
товары, которые нельзя подвергнуть кастомизации. Это
означает, что товары оптовиков не получится модифици-
ровать по просьбе импортера — даже поставить логотип
или сделать свой дизайн и изменить текст на упаковке
и то нет никакой возможности. А у нас идея абсолютно

нового продукта, поэтому такие поставщики нам совсем не подходят.

А вот о фабриках и торговых компаниях мы поговорим подробнее.

Фабрики (производители)

В основном компании, которые занимаются закупками в Китае, стараются напрямую сотрудничать с фабриками (рис. 1, с. 20). В каких-то отраслях подходящие фабрики найти довольно легко, а в некоторых можно перебрать огромное количество потенциальных поставщиков и так и не отыскать среди них хотя бы одной настоящей фабрики — вокруг одни торговые компании. Тогда приходится копать глубже. Лучше всего работать, конечно же, с фабрикой — по многим причинам. Хотя в некоторых случаях стоит рассмотреть и вариант закупок товара у трейдеров.

Преимущества работы с фабриками по сравнению с торговыми компаниями

- Более низкая цена у фабрик, так как торговые компании действуют как посредники. И конечно же, накручивают маржу на продаваемый товар.
- Возможность напрямую общаться с производителем, директором фабрики и инженерами. При работе с трейдерами никогда не знаешь, правильно ли они передали производителю все ваши требования к продукции. Прямое общение позволяет легче и быстрее добиться понимания поставщиком всех ваших идей, требований и стандартов качества.

- Возможность контролировать качество товара, а также устанавливать стандарты качества. Трейдеры могут не пускать вас или вашего инспектора по качеству на фабрику в любое удобное время и на столько, на сколько вы хотите. Они боятся, что вы познакомитесь с работниками фабрики или получите какую-то информацию, которая в будущем позволит вам в обход трейдеров размещать заказы на этой фабрике. В результате вы полностью лишаетесь возможности проверять качество товара и своевременно устранять проблемы. А китайского производства без проблем практически не бывает.
- Больше возможностей по кастомизации продукции.
- Прямой контракт с фабрикой позволяет решать все вопросы непосредственно с производителем. Трейдеры в случае проблем с качеством или иных сложных ситуаций зачастую не могут все уладить и сразу же отказываются от каких-либо обязательств. Также они не могут компенсировать ваши потери при неудовлетворительном качестве.
- Ответственность за утечку вашей интеллектуальной собственности четко зафиксирована в специальном соглашении, подписанном между фабрикой и вашей компанией. Поэтому фабрика несет ответственность за неправомерное использование интеллектуальной собственности. А если вы работаете через трейдера, то и соглашение подписываете с ним. Но товар-то производит именно фабрика, ей предоставляют все чертежи, у нее хранятся все образцы и пресс-формы! Поэтому она может, не неся никакой ответственности, у вас за спиной продавать ваш товар другим клиентам (подробнее об этом будет рассказано в главе 4 части III).

Возможные минусы работы с фабриками

- Фабрики обычно устанавливают большие минимальные объемы заказа (minimum order quantity — MOQ) и требуют от клиентов соблюдать эти нормы. Как правило, это 1000 штук товара одного вида. Для первого пробного заказа иногда можно договориться о 500 штуках или даже о меньшем количестве. Все зависит от того, видит ли поставщик какой-то потенциал к росту объема ваших заказов, чтобы быть готовым на такие уступки. Фабрике выгодны только крупные заказы на постоянной основе, если товар кастомизированный и сложный, либо крупные и пусть даже одноразовые заказы стандартных несложных товаров, для производства которых особо напрягаться не нужно. В денежном выражении производители не принимают заказы меньше чем на 10 000 долларов США. Бывают исключения, но чаще всего в таких случаях отношение к вам и вашему заказу будет менее ответственным. Фабрикам все же выгоднее тратить время на более крупные заказы.
- Бывает, что у фабрики нет экспортной лицензии. Поэтому она не может оформить документы, чтобы отгружать вам товар напрямую и получать от вас платежи. Однако эта проблема будет решена, если найти сервисную экспортную компанию и провести сделку через нее. Все это нужно учитывать заранее при подписании контракта, чтобы можно было включить в него и эту сервисную компанию как третью сторону в ваших бизнес-взаимоотношениях. Некоторым импортерам это может доставлять неудобства. Ко всему прочему менеджеры

таких фабрик часто совсем не умеют оформлять правильные отгрузочные и экспортные документы, поэтому вам придется с ними помучиться.

Но в целом это не большая проблема, учитывая, что в цене вы получаете значительное преимущество. Вообще, для импорта товара вам в любом случае придется готовить свои шаблоны всех документов и самим их заполнять, чтобы контролировать их правильность для успешного таможенного оформления.

- Если фабрика не занимается экспортом, а перепродает свой товар местным китайским трейдерам, то в ее штате нет англоговорящих сотрудников. Поэтому общение идет исключительно на китайском языке.

Вывод: в целом с фабрикой работать удобно, эффективно и надежно.

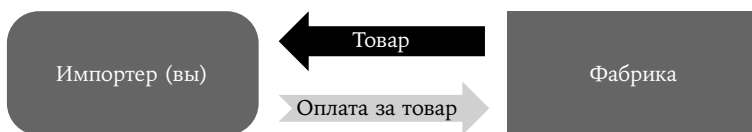


Рис. 1. Схема работы импортера с фабрикой

Торговые компании, или трейдеры

Компании, которые занимаются закупками в Китае, чаще всего работают с трейдерами (рис. 2, с. 24) по одной из трех причин:

1. Импортёр не провел тщательной проверки своего поставщика и думает, что на самом деле работает с фабрикой.

2. Не было достаточно времени или желания глубоко копать и искать именно фабрики для производства необходимого товара.
3. Компания — достаточно ограниченный в денежных средствах стартап, который не может себе позволить закупать запрашиваемое фабрикой минимальное количество товара. А трейдеры согласны принять в работу маленький пробный заказ.

Трейдеры любят заявлять, что их компания — фабрика, поскольку, конечно же, большинство клиентов предпочитают сотрудничать с производителями. При выборе поставщика импортеры ставят трейдеров на последнее место в списке потенциальных партнеров, что тем явно не нравится. Это уменьшает шансы торговых компаний заполучить клиентов. Поэтому трейдеры публикуют на своих сайтах и страничках в таких b2b-поисковиках, как Alibaba, поддельные фото и видео фабрик. Так, они копируют фото настоящих фабрик и затем подставляют название своей компании на фасад вместо названия настоящей фабрики. Помимо этого трейдеры могут подделывать и сертификаты качества, сертификаты материалов и т. д. Часто трейдеры выставляют сертификаты других компаний, а своих не имеют.

Однако и при работе с трейдерами есть не только отрицательные моменты, но и положительные.

Преимущества трейдеров

- В удачных случаях трейдеры хорошо контролируют качество заказываемого вами товара. Но это редкость, и такие трейдеры на вес золота.

- Как правило, торговые компании принимают даже маленькие заказы (стоимостью меньше 10 000 долларов) и соглашаются на небольшое количество товара в заказе.
- У них обычно довольно усердные менеджеры по продажам, которые грамотно работают с клиентами и неплохо разговаривают на английском языке. Чаще всего они могут отвечать на письма, сообщения и звонки даже в то время, когда в Китае уже вечер или ночь. Складывается впечатление, что они работают 24 часа в сутки. Это очень удобно, особенно когда у вас разница во времени.
- Торговые компании работают с фабриками напрямую, и обычно у них уже сложились хорошие отношения с несколькими производителями. Это дает возможность договариваться о привлекательных условиях сотрудничества и эффективно взаимодействовать при разработке новых товаров. К тому же трейдерам не потребуется много времени на поиск нужных фабрик для вашего проекта: либо они выберут фабрику из имеющейся базы производителей, либо быстро найдут нужный вариант, поскольку хорошо ориентируются в отрасли.
- Торговые компании часто работают с разными видами товаров, поэтому вы, сотрудничая с одним трейдером, можете обеспечивать себя сразу несколькими товарными группами.
- Трейдеры могут гарантировать стабильность качества упаковки для совсем разных видов товаров, так как закупают упаковку у одного производителя. Если же вы сотрудничаете с фабриками и каждая заказывает упаковку у своего поставщика, то качество определенно окажется разным и его будет сложно унифицировать.

Минусы трейдеров

- Трейдеры, конечно же, накручивают свою маржу на стоимость товара. На фабрике цены закупки могут быть ниже — иногда немного, но иногда и значительно.
- В критических ситуациях трейдеры могут игнорировать ваши рекламации по браку или просто исчезнуть. Им достаточно легко обанкротить компанию, чтобы избежать выплаты штрафов и компенсаций в случае судебных исков, ведь официально уставной капитал у них маленький.
- В результате непрямого общения с фабрикой может возникать эффект испорченного телефона. Но даже если информация не исказится, все дела и переговоры будут вестись дольше, так как трейдеры, пообщавшись с вами, должны все транслировать фабрике и получать от нее ответ.
- В большинстве случаев торговые компании не контролируют качество товара на этапе производства и перед его отгрузкой с фабрики.
- Из-за отсутствия контроля производства и качества может возникнуть ситуация, когда посредник даже не знает, где делают ваш товар. Назначенная им фабрика из-за жестких сроков или занижения цен может отдать ваш заказ на субконтрактное производство другой фабрике, качество производства у которой ниже. В таком случае очень высок риск получения товара, совсем не соответствующего вашим требованиям; его и продать-то будет невозможно, никто не купит. Понятно, что, если вы работаете с фабрикой напрямую, эта проблема тоже не исключена. Однако вы можете проконтролировать производство,

отправив на место инспектора по качеству или приехав сами, и при выявлении проблем еще до того, как заказ полностью выполнен, попытаться как-то их решить. В случае же с трейдерами, если они не раскрывают сведений об основной фабрике, вы будете лишены возможности провести такую проверку.



Рис. 2. Схема работы импортера с трейдером

Примечание. Давайте договоримся, что в дальнейшем в этой книге слово «поставщик» будет означать компанию, которая непосредственно производит товар, то есть фабрику или ее представителя.

Что же выбрал мистер ВЭД? Он взвесил все за и против и принял решение в качестве потенциального поставщика сразу искать фабрику. Ведь он планирует покорить рынок своим инновационным товаром! Поэтому он хочет найти одну фабрику, с которой сможет спокойно, без лишней нервозности и рисков работать на перспективу, договорившись о самых низких ценах. Он будет производить свои кодовые винные пробки в огромных количествах. Его выбор — это фабрика!

Что ж, посмотрим, как он будет ее искать.

Новые термины

Кастомизация (от англ. to customize — модифицировать, настраивать, изменять что-то, делая более подходящим для нужд конкретного потребителя) — модификация продукции в соответствии с заказами конкретных

потребителей; производится путем внесения конструктивных или дизайнерских изменений: например, изменяются размеры, цвет, материалы, на товар наносится рисунок или логотип, переписывается текст на упаковке и модернизируется ее дизайн.

Торговые компании, трейдеры — местные китайские компании-посредники, которые ничего не производят, а закупают у фабрик товар и экспортируют его клиентам в других странах.

МОQ (minimum order quantity) — минимальный объем заказа. Это в большей степени касается одного вида товара из нескольких в заказе. Но иногда может идти речь и об общем количестве товаров в заказе. Например, вы заказываете пять венчиков разного цвета. Производитель может вам сообщить, что МОQ на венчик одного цвета — 1000 штук. Таким образом, чтобы заказать пять разных венчиков, вам придется раскошелиться на 5000 штук.

Глава 2

Где и как искать поставщиков



Как мы узнали из прошлой главы, мистер ВЭД разобрался в типах китайских поставщиков и определился, что он хочет найти фабрику для производства своей винной пробки с кодовым замком.

«Ну что ж, загуглим!» — и он всю ночь просидел за компьютером. Только первые лучи солнца заставили его лечь. Китай поразил его разнообразием товаров. Столько всего интересного! Он побывал на сайтах Alibaba, AliExpress и Taobao. Информации много, а вот как отыскать нужную фабрику, он так и не понял.

«Какая же фабрика сможет помочь с моей замечательной пробкой? И где она?» — раздумывал мистер

ВЭД. В конце концов он осознал, что без советов мистера Чайны не обойтись. «Неудобно как-то тревожить его по каждому вопросу. Но делать что-то надо. Так я могу просидеть неделю, месяц, год и не понять, какая фабрика подходит именно мне. А еще в интернете пишут, что надо лететь в Китай на какую-то Кантонскую выставку. И ездить по фабрикам. А вдруг я там потеряюсь? Я же не говорю по-китайски. А если меня там схватят и съедят заживо? Слышал я об этих всеядных китайцах — они едят все, что движется и шевелится. Нет, это опасно. Надо позвонить мистеру Чайне. Он мне все расскажет».

Они встретились, мистер ВЭД описал свои поиски, и мистер Чайна покачал головой: «Да, так ты свою заветную фабрику никогда не найдешь. Будешь сидеть до скончания века и любоваться этим разнообразием товаров. А по своему делу — ничего. Звони сразу мне, если понадобится помощь. Я с удовольствием все расскажу. Мы же друзья».

И мистер Чайна поведал о том, где и как найти китайских поставщиков.

Поиск поставщиков осуществляется разными способами. Здесь мы сфокусируемся на поиске фабрик, так как именно они нужны мистеру ВЭДу для создания винной пробки.

Итак, существуют следующие варианты поиска поставщиков:

1. Посещение выставок.
2. Поиск на b2b-онлайн-платформах Alibaba, Global Sources, Made-in-China, 1688.com и др.
3. Поиск в специализированных журналах и каталогах.

4. Использование знакомств.
5. Использование онлайн-поисковиков.
6. Обращение в компании, которые специализируются на поиске и проверке поставщиков.

При поиске используйте несколько вариантов, тогда вы добьетесь больших результатов.

Рассмотрим все эти варианты подробнее.

Вариант 1. Посещение выставок

Посещать выставки — это, пожалуй, самый эффективный способ поиска поставщиков. Вы можете сразу встретиться с производителями из разных уголков Китая и поговорить с ними тет-а-тет, а также увидеть и потрогать все товары, сравнить качество. Если вы никогда не видели поставщика, то сложно ему доверять и перечислять плату за товар. А на выставке вы с ним повиделись — и дальше взаимодействовать уже немного проще.

Выставку нужно тщательно подбирать, чтобы она подходила по вашей тематике и вы не ездили зря. Делать это можно с помощью специализированных онлайн-поисковиков, таких как www.exhromar.ru. Подробно изучите материалы выставки и отзывы о ней. Посмотрите на ее официальном сайте отчеты и фото прошлых лет, выясните, сколько людей ее посещало и кто они. Обратите внимание на то, какое количество клиентов b2b приезжают на эту выставку, много ли среди них иностранцев. Выставки для обычных потребителей, на которых все можно купить в розницу, — крайне нежелательный вариант: там вы вряд ли увидите производителей.

Просмотрите участников выставки, попробуйте понять, действительно ли они на первый взгляд вам подходят.

Если вы нашли ту самую выставку, которую хотите посетить, берите авиабилеты, получайте китайскую визу, бронируйте гостиницу и отправляйтесь в Китай. Сейчас есть множество сервисов на русском и английском, с помощью которых все это можно сделать.

Самая крупная выставка — это Canton fair (Кантонская ярмарка). Она проходит в городе Гуанчжоу на юге Китая два раза в год — весной и осенью. На ней представлено множество товаров, относящихся практически ко всем возможным производственным областям. Она настолько огромная, что в каждом сезоне ее даже разделяют на три фазы, в течение которых участники и товарные направления полностью обновляются. За 2018 г. ее посетило 393 158 человек из 215 стран. Но все это не означает, что Кантонская ярмарка вам обязательно подойдет. Есть и другие выставки, профильные, на которых вы найдете больше поставщиков по вашей тематике, что, возможно, будет для вас результативнее, чем посещение Кантонской ярмарки.

Если вы не можете съездить на выставку, изучите участников по каталогу, который всегда публикуется на ее официальном сайте. Как правило, он называется «Full Exhibitor list» или «Exhibitor list». В нем даны краткие сведения о поставщиках, адреса их сайтов и контактные данные. А детальнее изучить компанию можно, найдя (по ее названию) подробную информацию в поисковике и ее страничку в онлайн-платформе Alibaba, Made-in-China или Global Sources.

Стоит помнить, что участие в выставке само по себе говорит о статусе компании, положительно ее характеризует.

Не все поставщики могут себе это позволить. Поэтому, если вы видите, что компания регулярно участвует в выставках, причем не только в китайских, но и в зарубежных, это хороший знак. Ключевое слово здесь — «регулярно». Кстати, участие из года в год в одной и той же выставке тоже показательно — говорит о том, что поставщик грамотно строит отношения с постоянными клиентами. Он таким образом часто с ними встречается и поддерживает отношения.

Но имейте в виду, что в выставках участвует немало торговых компаний, там не только фабрики. Поэтому нужно тщательно сортировать найденных поставщиков как во время выставки, так и после нее.

Три способа определить, что перед вами торговая компания, а не фабрика:

1. Посмотрите на ассортимент — если фигурирует много товаров разного типа из совершенно разных материалов, то это точно трейдеры.
2. Обратите внимание на название компании на вывеске стенда — возможно, там присутствует слово «торговля» (trading) и нет даже намека на производство, то есть отсутствуют слова manufacturing, manufacture, industrial, industry.
3. Просто спросите представителя: «Ваша фирма — торговая компания или производитель?» Некоторые особо честные вам ответят, и вы сразу можете их отсеять.

С помощью таких несложных методов можно сразу исключить большинство торговых компаний.

Вариант 2. Поиск на b2b-онлайн-платформах Alibaba, Global Sources, Made-in-China, 1688.com и др.

Платформа Alibaba (сайт www.alibaba.com) — лидер по удобству поиска и по представленности поставщиков и товаров. Она принадлежит компании Alibaba Group, основанной китайским миллиардером Джеком Ма. Основная версия этого сайта — на английском языке. Лучше ее и использовать, так как русская версия порой выдает странный перевод. Работая с этой платформой, нужно искать товары, максимально близкие по материалам и способу производства к вашему. И таким образом подбирать для себя поставщиков, чтобы с ними уже дальше вести переговоры. Но помните, что среди представленных компаний сложно вычленить настоящих производителей. Трейдеры часто тоже пишут, что они производители. И то, что на страничке есть фото фабрики, цехов, сертификаты и даже видео фабрики, ни о чем не говорит. Эти фотографии могут быть взяты откуда угодно, даже у конкурентов. На онлайн-ресурсах встречаются и обманщики, которые сразу исчезают после того, как вы что-то им заплатили, или поставляют вам совсем не тот товар, который вы заказывали. В общем, будьте осторожны (подробнее об этом будет рассказано в главах 5 и 7 части I).

Сайт 1688.com тоже принадлежит компании Alibaba Group (кстати, эта компания владеет и розничными торговыми площадками AliExpress, Taobao и Tmall). Этот сайт только на китайском языке. На нем по большей части представлены фабрики, которые не собираются сотрудничать с зарубежными клиентами: они

ориентированы на местный китайский рынок. Но можно попытаться счастье и все же найти для себя подходящих партнеров.

Global Sources — неплохая платформа, но по ассортименту товаров и количеству поставщиков уступает сайту Alibaba. Сильная сторона Global Sources — электронная продукция. Кстати, это единственная платформа, которая устраивает свои офлайн-выставки.

Made-in-China — платформа, на которой лучше искать оборудование и продукцию тяжелой промышленности.

В целом я бы советовал использовать для поисков в первую очередь сайт Alibaba, а остальные варианты уже по мере необходимости, если на Alibaba ничего подходящего не нашлось. Global Sources и Made-in-China, на мой взгляд, уже потеряли свои позиции, поэтому широкий ассортимент и наличие достойных поставщиков — это не про них.

Как я знаю, некоторые специалисты советуют еще искать товары на AliExpress и Taobao. Запомните: это розничные площадки. Они ориентированы на розничных клиентов. Производителей на них вы днем с огнем не сыщете, там только трейдеры. Да еще и такие, которые не разбираются в экспорте и в ведении проектов по производству больших партий. Они только посылки умеют отправлять. Если вам нужно от 20 до 100 штук какой-то продукции без каких-либо изменений, то это подходящий вариант. Вам пришлют требуемое количество посылкой. Но продавать такой товар официально, с пробиванием чеков вы не сможете, так как у вас не будет никаких документов на него и товар не пройдет таможенную очистку.

Вариант 3. Поиск в специализированных журналах и каталогах

В некоторых отраслях выпускаются специализированные журналы и каталоги поставщиков, по которым можно подобрать подходящих партнеров. Эти издания вы найдете на выставках, а также в отелях в том городе, куда поедете искать фабрики. Все более популярными становятся и электронные версии таких каталогов, которые размещены, например, на платформах Global Sources и HKTDС.

Вы заметите, что отраслевое производство в Китае располагается кластерами. Например, в одном городе или области производят кастрюли и сковородки, в другом — вокруг одни стекольные фабрики, в третьем выпускают только бижутерию, в четвертом делают носки, в пятом — замки, в шестом — хрусталь, в седьмом — лампы и т. д. Эти кластеры возникали исторически, и сейчас такое размещение уже стало традицией. Вокруг идентичных по выпускаемому товару фабрик возникают сопутствующие производства, которые обслуживают эти отрасли — производят комплектующие, материалы и подходящую упаковку. Приехав на выбранную вами фабрику, вы можете найти в отеле специализированные журналы, каталоги или листовки и сразу посетить и другие понравившиеся производства. Иногда по случайному совпадению как раз в момент вашего пребывания может проходить городская выставка. На ней вы увидите местные товары и уж точно найдете много представителей городских фабрик.

По пути на фабрику побольше смотрите по сторонам и фиксируйте названия предприятий вокруг, если вам покажется, что это производители именно того товара, который вы ищете. Часто это можно определить по названиям