

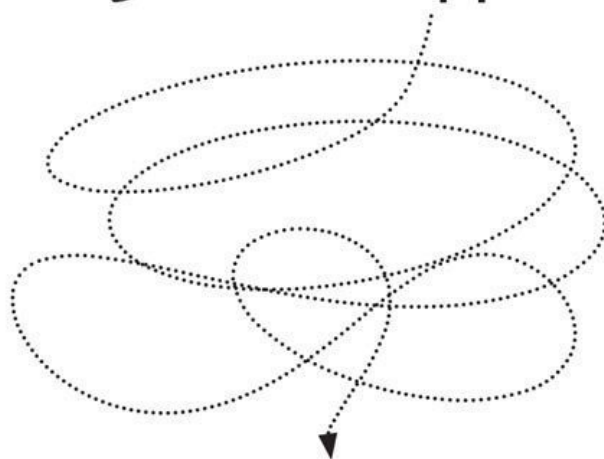
Сделай это в Китае!

Ольга Новикова

Руководство
по производству
вашего товара
в КНР



от идеи



до партии
на складе

Ольга Новикова

Сделай это в Китае!

«Альпина Диджитал»

2020

Новикова О.

Сделай это в Китае! / О. Новикова — «Альпина Диджитал»,
2020

Несмотря на все разговоры об импортозамещении, производить в Китае зачастую все равно выгоднее, чем в России. Это первое практическое пособие о налаживании производства в Китае. В книге пошагово описана работа с китайскими поставщиками на всех уровнях. Вы узнаете обо всех реальных плюсах и минусах той или иной схемы взаимодействия, сможете просчитать перспективы производства товаров в Поднебесной, сэкономите не только деньги, но также время и нервы, избежав потерь. Если вы хотите удивить клиентов уникальным, высококачественным и доступным товаром и готовы окунуться в тонкости китайского производства и закупок, то эта книга станет незаменимой экспертной поддержкой.

© Новикова О., 2020

© Альпина Диджитал, 2020

Содержание

Введение	6
Часть I	10
Глава 1	10
Фабрики (производители)	11
Торговые компании, или трейдеры	13
Новые термины	15
Глава 2	16
Вариант 1. Посещение выставок	17
Вариант 2. Поиск на b2b-онлайн- платформах Alibaba, Global Sources, Made-in-China, 1688.com и др.	18
Вариант 3. Поиск в специализированных журналах и каталогах	19
Вариант 4. Использование знакомств	19
Вариант 5. Использование онлайн-поисковиков	20
Вариант 6. Обращение в компании, которые специализируются на поиске и проверке поставщиков	20
Глава 3	22
Поиск на сайте Alibaba и подобных платформах	22
Что делать дальше?	24
Новые термины	25
Глава 4	26
Преимущества посещения выставок	26
Готовьтесь по порядку	27
Конец ознакомительного фрагмента.	29

Ольга Новикова

Сделай это в Китае! Руководство по производству вашего товара в КНР: от идеи до партии на складе

Редактор *Антон Рябов*

Главный редактор *С. Турко*

Руководитель проекта *О. Равданис*

Дизайн макета *Ю. Буга*

Корректоры *Е. Аксёнова, Т. Редькина*

Дизайн обложки, иллюстрации *М. Бесфамильная*

Компьютерная верстка *М. Поташкин*

© Ольга Новикова, 2019

© ООО «Альпина Паблишер», 2020

Все права защищены. Данная электронная книга предназначена исключительно для частного использования в личных (некоммерческих) целях. Электронная книга, ее части, фрагменты и элементы, включая текст, изображения и иное, не подлежат копированию и любому другому использованию без разрешения правообладателя. В частности, запрещено такое использование, в результате которого электронная книга, ее часть, фрагмент или элемент станут доступными ограниченному или неопределенному кругу лиц, в том числе посредством сети интернет, независимо от того, будет предоставляться доступ за плату или безвозмездно.

Копирование, воспроизведение и иное использование электронной книги, ее частей, фрагментов и элементов, выходящее за пределы частного использования в личных (некоммерческих) целях, без согласия правообладателя является незаконным и влечет уголовную, административную и гражданскую ответственность.

*** * ***

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 попробовать 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 большую 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.

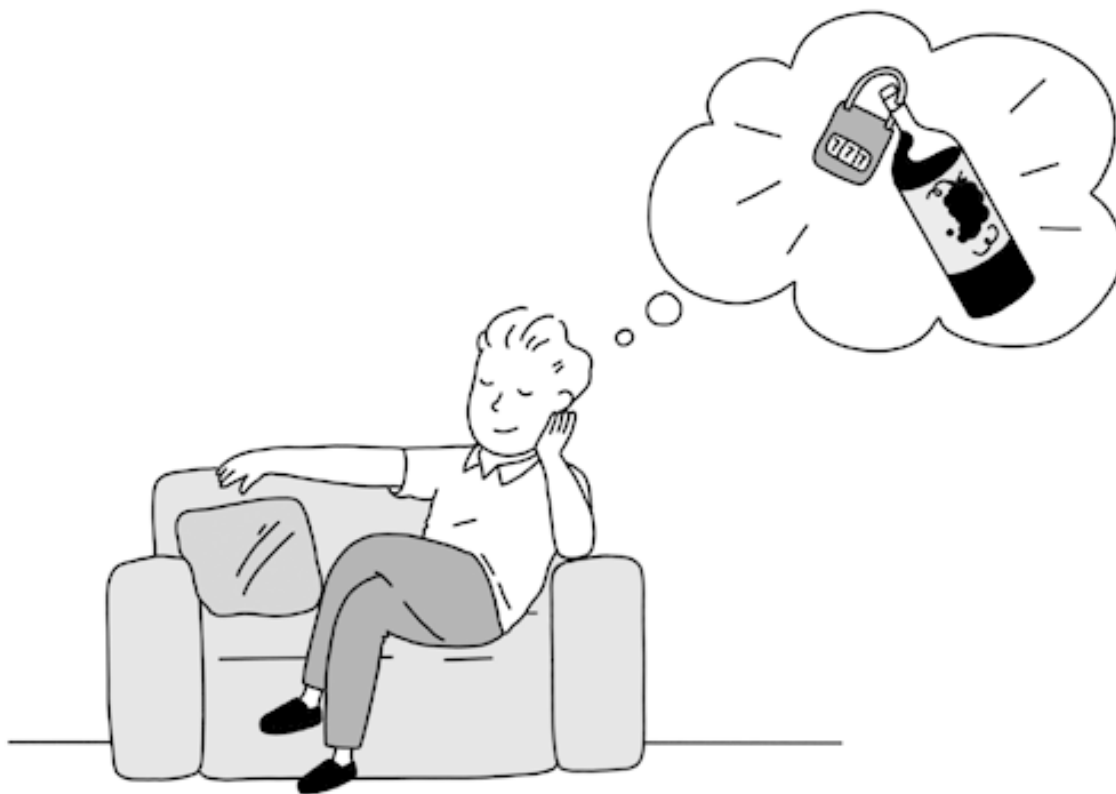
Надеюсь, вы с удовольствием прочтете эту книгу и она поможет вам разработать собственный товар и наладить его производство в Китае.

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 соблазна! В общем, мистер ВЭД уверен, что его ждет большой успех.

Его лучший друг мистер Чайна подсказал, что такой товар можно запросто произвести в Китае. Да и прототип обойдется намного дешевле, чем в случае, если бы его делали где-то в Европе. И мистер ВЭД решил разобраться, 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 разобраться 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 рассматривать не будем. Они продают исключительно стандартные товары, которые нельзя подвергнуть кастомизации. Это означает, что товары оптовиков не получится модифицировать 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). 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.

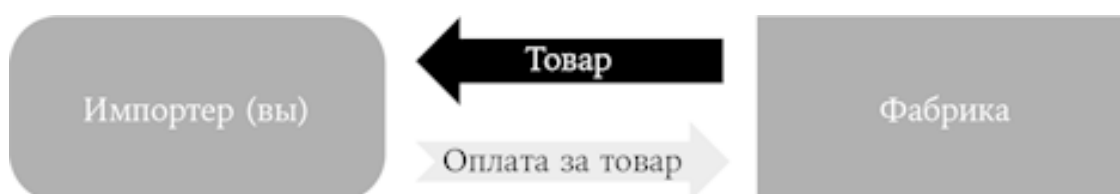


Рис. 1. Схема работы импортера с фабрикой

Торговые компании, или трейдеры

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

1. Импортер 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 повидались – 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.expomap.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, получите 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 вычлениить 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. Произ-

водителей 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 одних 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 на фасадах. Например, в названии компании, производящей игрушки, будет фигурировать слово *toy* или *toys*. Запишите названия и, вернувшись в отель, поищите эти предприятия в онлайн-поисковике. Если какое-то из них вам действительно понравится, звоните и сразу договаривайтесь о том, чтобы менеджеры приехали за вами в отель и отвезли на свое предприятие. Если представители фабрики не сильно загружены, то они смогут вас принять в тот же день, при условии что вы позвоните с утра. Так вы можете найти что-то ценное для себя.

Конечно, бывают и исключения, когда однотипный товар производится в нескольких далеких друг от друга местах в разных провинциях Китая. Но это действительно редкость.

Вариант 4. Использование знакомств

Этот вариант подходит только тем, кто уже сотрудничает с китайскими поставщиками и ищет производителя другого товара, отличного от того, что он уже заказывает.

Иногда, как бы скрупулезно вы ни перебирали поставщиков, вам никак не удастся найти ту самую фабрику, которая действительно сделает товар нужного качества или справится с вашей задачей. В таких ситуациях в моей жизни вариант использования знакомств прекрасно срабатывал.

Представим, что вам нужен какой-то новый товар, а вы уже сотрудничаете с несколькими фабриками, то есть сделали первый заказ или уже регулярно закупаете товар. Спросите у представителей, с которыми вы общаетесь, нет ли у них знакомых производителей, которые могут делать нужную вам продукцию. Разумеется, речь должна идти не о конкурентах, а именно о

производителях товара другого типа или пусть даже схожей продукции, но кардинально иного качества, который данная фабрика не может и не хочет вам поставлять. Вы удивитесь, но это прекрасно срабатывает. Вам могут дать сведения об отличной фабрике, идеально вам подходящей, которую, однако, вы никаким другим путем не отыщете. Просто она работает через китайских трейдеров, поэтому не выкладывает информацию о себе, чтобы ее могли найти иностранцы. В выставках ее представители тоже могут не участвовать. Если владельцы фабрик дружат, то вам дадут отличную рекомендацию для начала сотрудничества. А уж если производства находятся недалеко друг от друга, то ваш партнер свозит вас туда и познакомит с новым поставщиком. Тогда сотрудничество будет проходить более гладко по сравнению с ситуацией, когда вы находите контактные данные новой фабрики и связываетесь с ней сами. Только не забывайте, что с новым партнером нужно сотрудничать напрямую, а не через первого контрагента – иначе он будет накручивать свою маржу на продаваемый вам товар.

Вариант 5. Использование онлайн-поисковиков

В этом случае просто ищите свой товар по разным запросам вроде «название товара + manufacturing (factory, manufacturer)» на английском и китайском в Google и Baidu. Это очень долгий и кропотливый способ, но если вы уже исчерпали все остальные, то можно попробовать и его. Baidu – основной поисковик в Китае, так как Google там заблокирован и в него могут входить только с помощью VPN-сервиса. В Baidu все полностью на китайском языке. Можете воспользоваться услугой переводчика, чтобы он искал вместе с вами.

Вариант 6. Обращение в компании, которые специализируются на поиске и проверке поставщиков

Существуют специализированные консалтинговые компании, которые оказывают весь спектр услуг по закупкам в Китае. Это поиск и проверка поставщиков, посещение за вас выставок, контроль товара и его производства, общение с поставщиками, организация доставки и растаможивания товара. Среди таких компаний толковых мало, поэтому тщательно отбирайте лучших и будьте осторожны. Даже если вы хотите избавить себя от каких-то сложных процессов и довериться этим компаниям, я советую все-таки вникнуть во все проблемы и самому понимать все нюансы работы с Китаем. Это позволит задавать правильные вопросы, понимать эту «кухню» изнутри, представлять, каких результатов можно ожидать, какие сроки реальны, как правильно ставить задачи и т. д. Тогда обмануть вас будет нелегко, и вы сможете выбрать достойных партнеров, которые будут вам помогать развиваться в этом направлении.

Бывает, что одна из таких компаний занималась нужным вам товаром, поэтому у нее уже есть наработанная база поставщиков, а сотрудники прекрасно понимают вашу тематику. С такой фирмой вам будет удобнее сотрудничать. Иначе придется долго ждать, пока сотрудники осуществят комплексный поиск поставщиков. Методы поиска у них те же – уже мной описанные. Но то, что компания находится непосредственно в Китае, – это, несомненно, огромный плюс. Сотрудники могут съездить на производства, проверить потенциальных поставщиков и по результатам предоставить вам оптимальную выборку подходящих для вашего запроса фабрик.

И еще несколько соображений в заключение. Многие начинающие предприниматели считают, что продукция, которой они хотят заниматься, растет на дереве. Собрал, закинул в контейнер и отправил в место назначения. При этом стоимость должна быть копеечной, чтобы как можно больше наварить денег на товаре и поскорее стать миллионером. Но все совсем не так. Стоимость товаров в Китае увеличивается из года в год. Китайцы богатеют. Уровень жизни растет. Работа с китайскими поставщиками сложна, и от вас потребуется долгий усерд-

ный труд, самодисциплина и крепкая нервная система. Да, отдача от такого бизнеса, конечно же, будет, но со временем. Посмотрите вокруг: может, в вашей стране есть подобные производства, где вы могли бы делать ваш товар? Так вы снизите затраты и минимизируете риски, которые вас обязательно настигнут при работе с Китаем. Ну а если ничего не нашли, тогда Китай – это для вас.

Мистер ВЭД: Спасибо, мистер Чайна, за столь подробный рассказ о поиске поставщиков. Что бы я без тебя делал! Думаю, я пока начну с онлайн-поиска. Посмотрим, что из этого выйдет.

Мистер Чайна: Удачи! Как найдешь 20–30 подходящих поставщиков, присылай мне. Я проверю на всякий случай.

Глава 3

Поиск поставщиков на b2b-онлайн-платформах



Мистер ВЭД: Я окончательно запутался в этом сайте Alibaba. Там куча каких-то градаций поставщиков, значков. Все пишут, что они производители и одновременно торговые компании. Это как понимать? А уж сколько поставщиков он мне выдал! Аж 266. Это что же, я должен со всеми 266 общаться? А ты еще говорил о других сайтах: Global Sources, Made-in-China и 1688.com. У меня нет столько времени, я тут год буду разбираться. Как я их названия и имена-то запомню, раз их будет под 1000 штук?!

Мистер Чайна: Не паникуй, сейчас я тебя научу быстрому поиску нужных поставщиков. Тебе потребуется на это всего пара-тройка дней, если хочешь основательно поискать и подобрать побольше подходящих кандидатов. Поверь, тебе не надо общаться с 1000 потенциальных поставщиков, чтобы найти того самого.

Поиск на сайте Alibaba и подобных платформах

Я всегда начинаю поиск китайских партнеров с сайта Alibaba, поскольку там огромный выбор товаров и поставщиков. Как зарегистрироваться и искать товар, как фильтровать поставщиков, разобраться довольно просто. Поэтому сконцентрируемся на особенностях поиска и лайфхаках.

Основной язык платформы – английский. Используйте только эту версию сайта. В ней поиск работает корректно, перевод правильный, а искать товары и поставщиков намного проще. Все другие версии, в том числе на русском, выполнены автоматическим переводчиком. Вы же не думаете, что поставщик сидит и сам пишет на всех языках мира описание компании и всех товаров? Разумеется, нет.

И общаться с поставщиком вы, конечно же, будете на английском. А если захотите перейти на продвинутый уровень, то на китайском. Используйте в диалоге простые предложения. Не нужно никакой вычурности, канцеляризованных и высокопарных фраз, иначе вас трудно будет понять. Забудьте правила делового английского: с китайцами это не работает. Пишите кратко и по делу. Представьте, что разговариваете с ребенком или человеком, который понимает только простейшие слова и выражения. Именно так нужно общаться с китайцами, чтобы вас предельно ясно поняли. Тогда диалог пойдет конструктивно.

Сайт Alibaba похож на справочник типа «желтых страниц», где перечислены и сгруппированы поставщики. Хотите найти надежных контрагентов, которые будут производить ваш товар качественно, назначать адекватную цену и вовремя отгружать продукцию? Вот рекомендации, как этого добиться.

1. Введите в строке поиска название товара. Используйте те же термины, которые применяют потенциальные клиенты или ваши конкуренты. После этого подключите фантазию и подберите синонимы и другие словосочетания, которые помогут сделать ваш поиск наиболее полным. Помните, что английский – это иностранный язык для китайцев, поэтому вам нужно думать креативно, чтобы подобрать правильные слова. Товар могут называть грамматически неправильно или не так, как вы привыкли. Экспериментируйте. Чем больше различных вариантов ключевых слов для поиска вы используете, тем большая вероятность получить наиболее полную выборку поставщиков.

Попробуем подобрать слова для поиска винной пробки с кодовым замком:

- wine bottle locker,
- wine coded cork,
- wine bottle lock,
- alcohol bottle combination lock,
- spirit bottle password stopper,
- 3 digits combination lock for wine,
- wine stopper lock,
- wine digital lock,
- password code lock wine,
- wine digital code lock,
- liquor bottle lock,
- combination lock for wine,
- password lock wine stopper...

И так далее.

Мы с коллегами часто совместно ищем на Alibaba поставщиков для одного и того же товара. Каждый вбивает в поисковую строку название товара согласно своей логике. Удивительно, но результаты при таком параллельном поиске порой отличаются на 50 %. В итоге общая выборка поставщиков получается наиболее широкой, а шансы найти того самого подходящего поставщика – намного выше.

Поиску на сайте стоит уделить несколько дней. Лучше сделать несколько подходов со свежей головой, чем сидеть до посинения целый день и в итоге ничего подходящего не подобрать. Глаз замыливается, и вы упускаете шанс найти хорошие варианты.

2. Просейте результаты поиска. Отбросьте первые результаты со значком Ad. Как и в «Яндексе» и Google, это оплаченная реклама. Надежные поставщики ею не пользуются.

3. Если результатов поиска слишком много, поэкспериментируйте с фильтрами. Например, отфильтруйте результаты поиска по стране поставщика. В нашем случае выбираем China (Mainland) (то есть материковый Китай), но если интересуют другие страны, то сортируйте по ним. Или отфильтруйте результаты по наличию у поставщика статуса Verified. Не верьте, впрочем, никаким статусам как единственному доказательству того, что поставщик надежен. Это

рекламная фишка, которую поставщики покупают на сайте. Статус не означает, что поставщик был на самом деле проверен и заслуживает доверия. Но также не означает, что он обманщик. Среди тех, у кого нет статуса Verified или значка Gold Supplier (разъяснения этих терминов см. в конце главы), могут затеряться и фабрики, которые просто не считают нужным продвигаться в системе Alibaba. У них и так с бизнесом все хорошо. Любые другие статусы и регалии поставщиков тоже покупаются, поэтому на них не стоит обращать особого внимания. Фабрика это или торговая компания, мошенник это или добросовестный поставщик – таким образом не определишь.

4. Ищите визуально. Просматривайте фото товаров в результатах поиска, чтобы найти товар, похожий на тот, который вам нужен.

5. Если вы остановили внимание на том или ином поставщике, просмотрите, какой товар вообще он предлагает. Если товары объединяют общие черты и характеристики, то есть они однотипные (например, в каталоге только продукция из силикона), то скорее это фабрика или по крайней мере специализированная торговая компания. Если же компания продает все подряд, то перед вами определенно трейдер. Допустим, вы ищете пластиковые игрушки, заходите в профиль поставщика, а там кроме игрушек, еще и женские сумочки, и камеры, и одежда. Сразу закрывайте такой профиль! Не теряйте время, это определенно перекупщик, который выставил все подряд на продажу. Если фабрика делает изделия из металла, то странно видеть в профиле одежду. Делает сантехнику – в профиле не должно быть лампочек. Логика проста.

6. Выбирайте поставщиков, которые существуют не меньше пяти лет. Этот параметр можно проверить в профиле компании, где указан год основания (Year Established). Если компания существует меньше указанного срока, то ситуация с производством у нее нестабильна, а финансовое положение, скорее всего, шаткое. Сотрудничать с ней рискованно: она может внезапно закрыться во время производства вашего заказа. Ожидать от такого поставщика хорошего качества тоже не стоит.

Не бойтесь общаться с поставщиком. Обсуждайте все, что вам нужно. Задавайте любые вопросы, торгуйтесь, просите каталоги, образцы и информацию о новинках. Стройте с ним отношения. Не скромничайте. Чем больше вы будете общаться с потенциальными поставщиками, тем проще будет выбрать среди них наиболее подходящих. Главное, общайтесь по делу, а не отвлекайте их пустой болтовней.

Кстати, сразу предупрежу: поставщики, которых вы отыщете на сайте Alibaba, ничего не знают о доставке партий товара в вашу страну и таможенной очистке. Найдите транспортную компанию и решите все эти вопросы с ней (необходимую информацию см. в главе 2 части V).

На страничке любого товара на сайте Alibaba вы увидите цены. Помните, что цена всегда обсуждается, и в реальности она может быть абсолютно не такой, какая там указана. Поставщик может ошибиться в цене или специально ее занижить, чтобы привлечь на себя внимание. Поэтому не обращайте внимания на эти цены, спрашивайте о них непосредственно у поставщика. MOQ тоже можно обсуждать. Все сказанное относится и к остальным b2b-платформам. Исключение составляет сайт 1688.com, на котором указанным ценам можно доверять.

Принципы поиска на всех других онлайн-платформах те же, что и на сайте Alibaba.

Вообще, поиск на b2b-онлайн-платформах очень удобный: не надо никуда ехать, не требуется платить за доступ к этим сайтам, чтобы получить базу поставщиков. Поэтому большая часть импортеров ищет контрагентов на таких платформах. Пользуйтесь этим способом и вы.

Что делать дальше?

Как только я получаю первое предложение от поставщика и вижу, что мне с ним нужно продолжить общение, сразу же вывожу переговоры за рамки b2b-платформы. На каждой из них есть встроенный мессенджер, но для работы он неудобен. Лучше начинайте общаться по

электронной почте или в мессенджерах QQ и WeChat. Вы такие не знаете? Придется их скачать и использовать, это практически обязательное условие для работы с Китаем. Остальные мессенджеры в Китае жестко блокирует интернет-цензура. Какие-то время от времени работают, а какие-то напрочь заблокированы. Поэтому вам выгоднее использовать мессенджеры, в которых постоянно общаются ваши поставщики. Там вы их можете достать хоть посреди глубокой ночи (по времени Китая, конечно). Мессенджер QQ потерял былую популярность, но с его помощью можно отправлять большие файлы и видео, чего не скажешь о WeChat, через который файлы больше 100 Мб отправить нельзя. В целом удобнее начинать общение с WeChat, а потом по мере необходимости использовать QQ. WeChat сейчас очень популярен. Мне кажется, нет ни одного китайца, у которого не было бы WeChat.

На послания в WeChat поставщики будут отвечать быстрее, так как в основном ставят его на телефон и постоянно чатятся как по работе, так и с друзьями. Даже если поставщик использует компьютерную версию, сообщения сразу дублируются на мобильнике. Для удобства можете закачать себе и версию для компьютера. В WeChat общаются максимально заинтересованные клиенты, которым полагается отвечать. А на сайт Alibaba поставщик может не заходить сутками; к тому же там иногда появляется множество посланий одновременно, поэтому поставщику сложнее отследить нужную цепочку писем (некоторые из них – очевидный мусор). В результате поставщики могут отвечать не так быстро, как этого хотелось бы.

С помощью WeChat вы установите личный постоянный контакт. Будет проще обратиться к поставщику по какому-нибудь поводу, даже если пока вы не станете с ним сотрудничать. Вы просто подружитесь в конце концов, а это важно для Китая. Дружба нужна, чтобы вам быстрее отвечали и соглашались на выгодные цены. Если поставщик, к которому вы в дальнейшем обратитесь, увидит, что вы уже среди его контактов, то отношение будет другое. Он поймет, что вы «живой» и потенциальный клиент, с которым он раньше общался.

Еще один бонус WeChat и QQ: вы можете с помощью этих программ бесплатно звонить поставщику, используя интернет – а это экономия на международных звонках. Вообще международные звонки поставщикам на телефон я делаю по Skype. Это самый дешевый способ позвонить, независимо от того, в какой стране вы находитесь.

В общем, используйте b2b-онлайн-платформы по максимуму: там можно найти большую часть ценных поставщиков.

Новые термины

Gold Supplier (англ. золотой поставщик) – статус поставщика на сайте Alibaba. Он говорит о том, что поставщик заплатил за членство на этом сайте, что дает ему больше привилегий и технических возможностей. Такой статус может получить любая компания.

Verified (англ. проверен) – особый статус поставщика на сайте Alibaba.com. Он свидетельствует о том, что поставщик прошел выездную проверку сторонней организацией. Иначе говоря, сотрудник другой организации (не фирмы Alibaba) приезжает по зарегистрированному адресу компании и смотрит, существует она или нет, есть ли там офис или фабрика. Кроме того, он проверяет бизнес-лицензию фирмы и сверяет данные с тем, что написано на сайте Alibaba. И, по сути, на этом проверка заканчивается. Все эти действия не дают никакой гарантии, что компания выпускает качественный товар или что она вообще производит то, что указано на ее страничке на сайте Alibaba. На самом сайте даже сообщается о том, что никакой ответственности за эти проверки и достоверность предоставленной информации он не несет. Так что для вас отсутствие этого статуса не должно стать камнем преткновения при выборе поставщика.

Глава 4

Посещение выставок



Мистер ВЭД: Ну все, я поехал на Кантонскую ярмарку в Китай. Уж там-то я точно найду поставщиков.

Мистер Чайна: Расскажи, как ты к ней подготовился. Каков план действий?

Мистер ВЭД: Я хочу походить по выставке, впитать новые идеи, посмотреть новинки...

Мистер Чайна: погоди, и это весь твой план? Но так не пойдет! Ты потратишь уйму времени – и все впустую. У тебя же есть конкретная задача: создать пробку с кодовым замком и найти для ее производства надежного поставщика. Или ты уже передумал?

Мистер ВЭД: Хм, и правда. Нет, я не передумал, это моя главная цель. Но я хочу посмотреть и другие товары, может, что интересное найду. В Китае же полно всего.

Мистер Чайна: Тогда сконцентрируйся на основной цели, а всем остальным – новыми идеями и новыми товарами – займешься после того, как решишь главную задачу. Если останется время. Иначе ты проходишь, все просмотришь, а нужных поставщиков для пробки не найдешь. Ну как, я тебя убедил?

Мистер ВЭД: Да, логика в этом есть, спасибо! А ты подскажешь, как же мне все-таки подготовиться к поездке? А то у меня осталась пара недель до вылета в Китай. Этого достаточно?

Мистер Чайна: Расскажу, конечно. Двух недель вполне достаточно, если будешь действовать быстро. Хорошо бы начать готовиться за месяц, но тут уж не о чем говорить, время ушло.

Преимущества посещения выставок

На выставке легче найти нужный товар и фабрику-производителя, чем при поиске онлайн. Просто потому, что вы увидите стенд каждого поставщика, познакомитесь с его ассортиментом, лично пощупаете продукцию и проверите ее качество. К тому же у вас сложится пер-

вое впечатление о сотрудниках компании и ее владельце (чаще всего владельцы фабрик присутствуют на стенде компании). Доверяйте своей интуиции – и вы поймете, подходят эти люди или нет, легко ли будет с ними сотрудничать или работа превратится в нескончаемые мучения. Другими словами, на выставке вы сможете оценить самые разные аспекты в комплексе.

А еще при посещении выставки вы обязательно заметите какой-то новый продукт, который китайцы демонстрируют впервые. И тогда будете одним из первых, кто о нем узнает. Тут не стоит обольщаться: вы не единственный посетитель этого мероприятия. Закупщики крупных оптовых компаний вашей страны тоже прилетают в поисках новинок. Вопрос только в том, заметят ли они новый товар и кто его привезет одним из первых. К тому же важно опередить китайские торговые компании, которые быстро выводят «горячие» товары на AliExpress и подобные площадки. Поэтому в новых продуктах кроется риск: можно привезти новинку, а окажется, что она уже повсюду в интернет- или офлайн-магазинах. Как только происходит насыщение рынка, продавцы начинают демпинговать, устанавливают сверхнизкие цены. И тут товар может внезапно стать для вас неинтересным: заработать на нем не получается, рентабельность упала. Поэтому, занимаясь новинками, нужно действовать осторожно, точно и быстро.

На выставке вы потратите на решение всех проблем меньше времени, чем при удаленном общении: проведете на месте переговоры о сотрудничестве с потенциальными поставщиками, зададите все вопросы, выберете товар, не тратя время на ожидание, пока пришлют нужные образцы.

Некоторые поставщики считают, что получают достаточно клиентов за счет участия в подобных мероприятиях, поэтому не утруждают себя продвижением в онлайн-пространстве. Значит, у вас появляется возможность найти таких поставщиков, которых очень сложно обнаружить в интернете.

Если вы не разбираетесь в той категории продукции, которую хотите закупать, то сможете досконально исследовать ее на выставке, задать сколько угодно вопросов. Так вы подготовитесь к конструктивному общению с выбранными поставщиками и будете подкованным во всех деталях.

Наряду со всеми плюсами у выставок в Китае есть один недостаток – высокая стоимость посещения. Причем это касается не только самой выставки: во время ее проведения существенно дорожают авиабилеты и отели. Но если вы найдете стоящих поставщиков или нужный вам товар и обретете инсайты, то расходы с лихвой окупятся.

Если вы раздумываете, ехать ли на выставку в Китай, для начала определите категории товаров, которые вас интересуют. Потом проверьте, есть ли товары этих категорий на Кантонской ярмарке и нет ли других крупных специализированных выставок, где эти категории основные. Кстати, производители товаров некоторых типов любят также ездить на европейские и американские выставки. Посещать их специально нет смысла, так как все-таки количество поставщиков там в десятки раз меньше, чем на китайских выставках. Но если уже собираетесь в какое-то путешествие и узнаете о том, что в это время будет проходить мероприятие по интересующей вас тематике, непременно туда загляните. Перед посещением проверьте каталог участников, чтобы убедиться, что там присутствуют китайские компании нужной вам отрасли. Некоторых классных китайских поставщиков я находил на европейских торговых выставках, хотя перед этим объездил много китайских, и там ни разу с ними не сталкивался, впрочем, как и при онлайн-поисках.

Готовьтесь по порядку

Готовиться нужно к любой выставке. Вот несколько советов.

● Планируя поездку, обязательно закладывайте несколько дней после окончания выставки, чтобы сразу съездить на понравившиеся фабрики. Вы сможете все посмотреть и

тщательно проверить, стоит ли сотрудничать с поставщиком, подходит ли он для производства вашего товара.

● Заранее составьте список товаров, которые вам будут интересны. Это поможет сфокусироваться и сэкономить время при поиске на выставке. Если со списком товаров вы не определились, то обозначьте, к какой категории ваш товар относится, чтобы идти в те павильоны, которые максимально подходят. Например, если вам нужен такой товар, как винная пробка, то он будет в категории «Kitchenware & Tableware» («Кухонная утварь и столовая посуда»). На каждой выставке всегда представлены разные категории товаров, из которых что-то вам совсем не нужно, поэтому не надейтесь, что обойдете все павильоны. Вы установите, пресытитесь визуальной информацией и либо пропустите подходящих поставщиков, либо будете вести с потенциальными партнерами вялые переговоры. Поэтому подготовьтесь, чтобы держать фокус.

● Запишите характеристики и функции продукции, а также требования к ней. Если уже готовы эскизы или прототипы товара, возьмите их с собой. Подготовьте вопросы о продукции и ее возможном производстве.

● Просчитайте, какая цена вас устроит, чтобы сравнить с той, которую назначат поставщики на выставке. Если цена не подойдет, то вы сможете что-то оперативно изменить – требования, материалы и т. д.

● Найдите в каталоге экспонентов интересных вам поставщиков. Заранее (за месяц или хотя бы за пару недель до поездки) напишите им письмо с характеристиками нужного товара. Так вы немного познакомитесь и поймете, смогут ли поставщики сделать нужный товар. Вы отсортируете отказавших вам поставщиков и не будете тратить на них время при посещении.

● Скачайте план павильонов с сайта выставки. Разделите залы на три категории:

■ первичные, которые нужно обойти и тщательно осмотреть в первую очередь;

■ второстепенные, которые нужно посетить, если останется время;

■ неважные, в которые вообще не надо заходить.

Таким образом вы выстроите маршрут посещения выставки.

● Подготовьте 100–200 визиток (каждая – на английском и китайском языках). В Китае визитка – это важнейший элемент представления себя. Без визитки серьезного отношения ждать не стоит.

● Подготовьте короткую речь-презентацию о вашей компании и о том, что вы ищете. Это позволит вам выглядеть более профессионально в глазах поставщиков.

● Погода в Китае может сильно отличаться от привычной вам. Например, в Гуанчжоу, где проходит Кантонская ярмарка, жарко и влажно. Подготовьте комфортную одежду и обувь. В Китае для выставок, переговоров и посещений фабрик необязательно надевать костюм, галстук и первоклассные туфли. Достаточно опрятной повседневной одежды, отчасти формальной. Из обуви подойдут кроссовки, кеды или удобные мягкие ботинки, потому что ходить придется долго.

● Если вы не хотите тратить время на стояние в очереди при регистрации на выставку, то зарегистрируйтесь заранее через официальный сайт. Чаще всего надо заполнить на нем простую анкету и прикрепить скан своей визитки. Получив подтверждение регистрации, распечатайте его и возьмите с собой. При входе на выставку нужно будет обменять подтверждение на бейдж. Не выбрасывайте бейдж сразу после выставки. Убедитесь, что он вам не понадобится в следующий раз. Некоторые выставки, например Кантонская, позволяют использовать ранее оформленный бейдж еще много лет подряд в качестве пропуска. Если вы его потеряете, то придется заново регистрироваться и оплачивать посещение. Отправляясь на выставку в первый день, захватите с собой загранпаспорт, так как его могут потребовать для получения бейджа.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.