

УДК 339.97 DOI: 10.14451/1.257.446

Система государственной поддержки экспорта Китая в условиях трансформации мировой торговли

© 2026 **Игнатова Ольга Владимировна**

Доцент Кафедры международного бизнеса, кандидат экономических наук, доцент. Финансовый университет при Правительстве РФ, Москва.

E-mail: ovignatova@fa.ru

© 2026 **Боровиков Георгий Сергеевич**

Студент магистратуры. Финансовый университет при Правительстве РФ, Москва.

E-mail: 258951@edu.fa.ru

Ключевые слова: государственная поддержка экспорта, КНР, внешнеторговая политика, экспортное кредитование, экспортное страхование, трансграничная электронная коммерция, юань в международных расчетах, Эксимбанк Китая.

В статье рассматривается современная система стимулирования экспорта в Китайской Народной Республике. Проанализированы ключевые институты государственной поддержки экспорта. Отдельное внимание уделяется механизмам экспортного кредитования и страхования, нормативно-правовой базе внешнеторговой политики, политике КНР в области международных расчетов и продвижения национальных брендов во внешней торговле, а также действиям Правительства КНР в области развития трансграничной электронной коммерции.

Современная практика стимулирования экспорта формируется в условиях восстановления мировой торговли при одновременном усилении геополитической нестабильности, санкционных ограничений, фрагментации логистических цепочек и роста значения цифровых каналов внешнеэкономической деятельности. По оценкам Всемирной торговой организации, в 2025 г. мировая торговля товарами сохраняла положительную динамику, однако ее развитие оставалось чувствительным к политическим рискам, изменениям торговых режимов и росту протекционистских мер. Для Российской Федерации данная проблематика особенно актуальна

в связи с переориентацией внешнеторговых потоков, необходимостью расширения несырьевого неэнергетического экспорта и укрепления сотрудничества со странами Азии, Ближнего Востока и Глобального Юга. В этой связи изучение опыта Китая представляет практический интерес, поскольку позволяет выявить востребованные инструменты повышения устойчивости экспортной деятельности и совершенствования механизмов стимулирования экспорта в России.

Важнейшим этапом институционального оформления экспортной политики Китая стало вступление страны в ВТО в 2001 году. Данное событие

значительно ускорило интеграцию КНР в глобальную торговую систему, обеспечив расширение доступа китайских товаров на внешние рынки и стимулировав активное развитие экспортноориентированных отраслей промышленности. В 2025 году Китай экспортировал товаров на сумму выше 3,7 трлн долл., что составляет 10,5% от всего мирового экспорта и в 14 раз выше уровня 2001 года [18]. Одновременно с этим государство приступило к формированию комплексной системы поддержки экспорта страны (рис. 1). Центральную роль в формировании и реализации экспортной политики играет Министерство коммерции КНР, которое отвечает за разработку стратегий внешней торговли и регулирование экспортно-импортной деятельности. Под руководством Министерства коммерции функционирует сеть торговых представительств и экономических миссий КНР за рубежом, содействующих продвижению китайских товаров и услуг на внешних рынках и поддержке китайских предприятий в установлении деловых контактов и реализации внешнеторговых проектов. Также важное значение в реализации механизма стимулирования экспортного потенциала Китая играет Китайский совет по содействию международной торговле, подчиняющийся напрямую Государственному совету Китайской Народной Республики. К его основным функциям относят содействие развитию внешнеэкономических связей китайских предприятий, продвижение национальной продукции на между-

народных рынках, предоставление коммерческой юридической помощи, а также оказание информационно-консультационной поддержки компаниям, осуществляющим внешнеэкономическую деятельность. Государственным ядром системы поддержки экспорта выступают три специализированных института: Экспортно-импортный банк Китая, Банк развития КНР и Государственная корпорация экспортного страхования Sinosure [1; 7].

Экспортно-импортный банк Китая является ключевым элементом в поддержании конкурентоспособности китайских компаний за рубежом. Данное учреждение было создано в 1994 году для реализации государственной внешнеэкономической политики и стимулирования продвижения китайской продукции на мировые рынки. Основными направлениями его деятельности являются кредитование экспортных операций, предоставление кредитов поставщикам и покупателям китайской продукции, финансирование строительных и инвестиционных проектов за рубежом, а также предоставление банковских гарантий и участие в синдицированном кредитовании. По итогам 2024 г. совокупные активы банка составили 6,47 трлн юаней, а уровень проблемной задолженности снизился до 1,03% [23]. При этом остаток по кредитам, связанным с внешней торговлей (за исключением импортных кредитов), достиг 2,29 трлн юаней, а объем их выдачи за 2024 г. составил 1,51 трлн юаней (табл. 1).

Таблица 1. Основные показатели кредитной активности Эксимбанка Китая в 2024 г., в 100 млн юаней [23].

Направление	Остаток на балансе	Изменение за год
Экспортные кредиты	8034,81	4125,44
В том числе:		
– Кредиты поставщикам	6846,90	3825,52
– Кредиты покупателям	1187,91	299,92
Торговое финансирование	2606,37	4641,68
Кредиты на развитие внешнеторговых предприятий	9260,21	4842,91

Продолжение на следующей странице

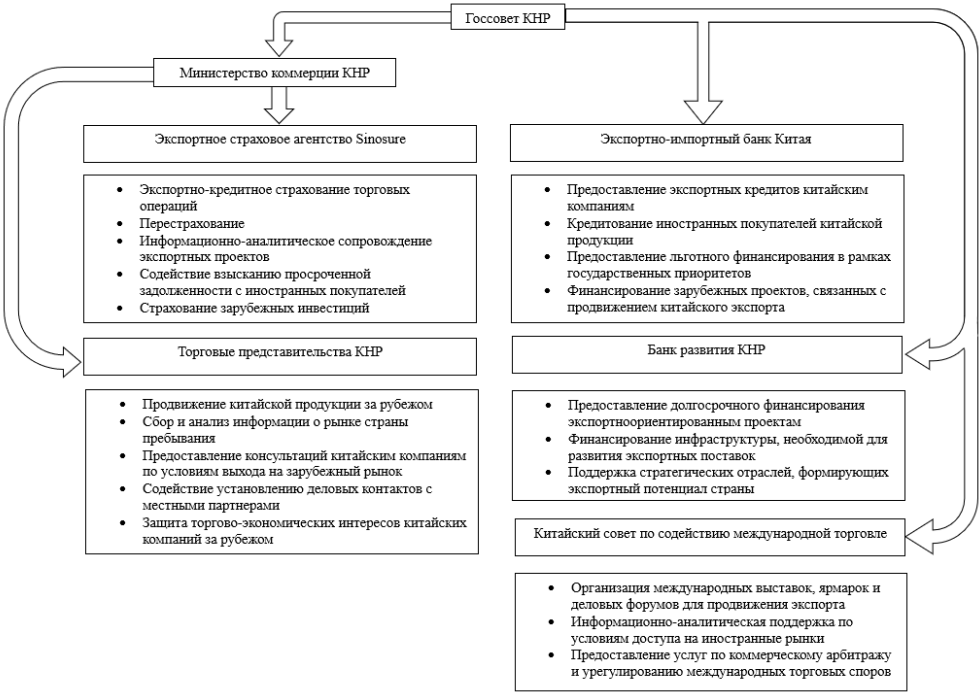


Рис. 1. Основные институты национальной системы поддержки экспорта КНР.
Источник: составлено автором.

Таблица 1. Основные показатели кредитной активности Эксимбанка Китая в 2024 г., в 100 млн юаней [23].
(Продолжение таблицы)

Направление	Остаток на балансе	Изменение за год
Кредиты на развитие международных производственных цепочек	3008,59	1539,57
Сумма внешнеторговых кредитов	22 909,98	15 149,60

Эксимбанк Китая также является одним из лидеров экспортного кредитования в мире, занимая значимую позицию в системе средне- и долгосрочного финансирования внешнеторговых операций и обеспечивая существенную долю мирового рынка экспортных кредитов. Несмотря на заметное сокращение показателей в 2020–2022 гг., в 2024 г. на Китай приходилось 20% общемировых объемов господдержки (рис. 2).

Комплементарную роль в данной системе играет Банк развития КНР, обеспечивающий долгосрочное финансирование инфраструктурных и производственных проектов, формирующих внешний спрос на китайское оборудование, инженерные решения и сопутствующие услуги.

Особое значение в его деятельности имеет участие в реализации инициативы «Один пояс, один путь», в рамках которой осуществляются масштабные инвестиции в инфраструктурные проекты. По состоянию на сентябрь 2023 г. совокупный объем специальных кредитов банка по линии BRI достиг 533,3 млрд юаней, из которых 491,5 млрд юаней были фактически выданы [13].

Функцию страхования коммерческих и политических рисков осуществляет государственная корпорация Sinosure. В 2024 г. объем ее страхового покрытия превысил 1,021 трлн долл. США, что на 10% выше уровня предыдущего года; выплаты по убыткам достигли 2,58 млрд долл., а число обслуженных клиентов превысило 227 тыс. [15]. Страховое покрытие Sinosure



Рис. 2. Динамика экспортного кредитования Эксимбанка Китая за 2015–2024 гг.

Источник: составлено автором на основе данных [10].

распространяется как на краткосрочные экспортные сделки, так и на средне- и долгосрочные экспортные кредиты, а также на зарубежные инвестиции китайских компаний [5]. В рамках краткосрочного страхования покрываются риски банкротства иностранного покупателя, его неплатежа, отказа от приемки товара, а также политические риски, связанные с валютными ограничениями, импортными запретами, военными действиями и мораториями на платежи; размер страхового покрытия по таким операциям, как правило, достигает 90%, а по отдельным инструментам форфейтинга – до 100%.

Параметры страхового покрытия по краткосрочным инструментам Sinosure [14]:

Покрываемые риски:

1. Коммерческие риски.

- Покупатель становится банкротом или неплатежеспособным.
- Покупатель допускает просрочку платежа за товар.
- Покупатель отказывается принимать поставленный товар.
- Банк-эмитент становится банкротом, закрывается или передается под внешнее управление.
- Банк-эмитент не производит платеж, несмотря на соответствие товаросопроводительных документов условиям аккредитива и их согласованность между собой, либо отказывается от исполнения обязательств по аккредитиву.

2. Политические риски.

- Страна или регион покупателя либо банка-эмитента запрещает или ограничивает осуществление платежа за товар покупателем или банком-эмитентом в пользу страхователя, включая платеж по аккредитиву.
- На товары, приобретенные покупателем, вводится запрет на импорт либо аннулируется выданное покупателю импортное разрешение.
- Война, гражданская война или массовые беспорядки делают невозможным исполнение контракта покупателем либо исполнение платежных обязательств банком-эмитентом по аккредитиву.
- Третья страна, через которую должен проходить платеж покупателя или банка-эмитента, вводит мораторий.

Размер страхового покрытия:

- До 90% убытков, возникших вследствие политических рисков.
- До 90% убытков, возникших вследствие банкротства, неплатежеспособности, дефолта или иных коммерческих рисков.
- До 90% убытков, возникших вследствие отказа покупателя принять товар.
- До 100% по полису страхования экспортного кредита (форфейтинг).
- До 90% по комплексному страховому покрытию для малых и средних предприятий.

В сегменте средне- и долгосрочного страхования Sinosure защищает интересы экспортеров

и кредитующих банков по контрактам сроком обычно от 2 до 15 лет, также покрывая как коммерческие, так и политические риски, причем уровень покрытия может достигать 95% по кредитованию покупателей и 90% по кредитованию поставщиков. Для зарубежных инвестиций предусмотрены отдельные продукты со сроком до 20 лет, защищающие от экспроприации, валютных ограничений, войны, политических волнений и нарушения обязательств принимающим государством; здесь страховое покрытие также может достигать 95% [14].

Параметры страхового покрытия по средне- и долгосрочным инструментам Sinosure [14]:

Покрываемые риски:

1. Коммерческий риск.

Заемщик объявляет о банкротстве, ликвидации и (или) прекращении деятельности либо допускает неисполнение обязательств по уплате основного долга и (или) процентов, подлежащих выплате в установленный срок в соответствии с кредитным соглашением или коммерческим контрактом.

2. Политический риск.

- Заемщику запрещается или ограничивается погашение задолженности перед страхователем в валюте, предусмотренной кредитным соглашением, либо в иных свободно конвертируемых валютах вследствие принятия закона, указа, распоряжения, нормативного акта или административной меры правительством страны (или региона) заемщика либо третьей страны (или региона), через которую должен осуществляться платеж.
- Заемщик не может исполнить обязательства по погашению задолженности в рамках кредитного соглашения вследствие введения моратория, объявленного правительством страны (или региона) заемщика либо третьей страны (или региона), через которую должен осуществляться платеж.
- Возникновение войны, революции или массовых беспорядков в стране (или регионе)

заемщика либо иных применимых политических событий, определяемых Sinosure.

Размер страхового покрытия:

- До 95% по страхованию экспортного кредита покупателю и страхованию рефинансирования экспортных отсроченных платежей.
- До 90% по страхованию экспортного кредита поставщику.
- До 90% по страхованию зарубежного лизинга при страховании финансового института (FI, включая лизинговую компанию) или до 90% по страхованию зарубежного лизинга при страховании нефинансового страхователя.

Нормативную основу государственной системы поддержки экспорта КНР закрепляет Закон КНР «О внешней торговле». В частности, глава IX «Содействие внешней торговле» непосредственно закрепляет обязанность государства разрабатывать стратегию развития внешней торговли, создавать и совершенствовать механизмы ее продвижения, обеспечивать согласованность торговой политики с налогово-бюджетными, финансовыми и промышленными мерами, а также развивать специализированные финансовые институты, страховые механизмы, систему экспортного кредитования, экспортного страхования и возврата экспортных налогов [2].

Основные цели современной экспортной политики Китая носят многослойный характер. Во-первых, современная экспортная политика Китая направлена не только на увеличение объемов, но и на повышение качества и технологического уровня внешней торговли [1]. С 2010-х годов китайское правительство вместе с наращиванием экспортных объемов последовательно увеличивает внутри него долю товаров с высокой добавленной стоимостью. Так, если на момент 2001 г. доли позиций в группах «машиностроительная и транспортная продукция» и «электроника» составляли 21,5%, то к 2025 г. их удельный вес достиг отметки 28%, превысив 1 трлн долл. (рис. 3).

Во-вторых, Китай выступает за расширение использования юаня в международных торговых

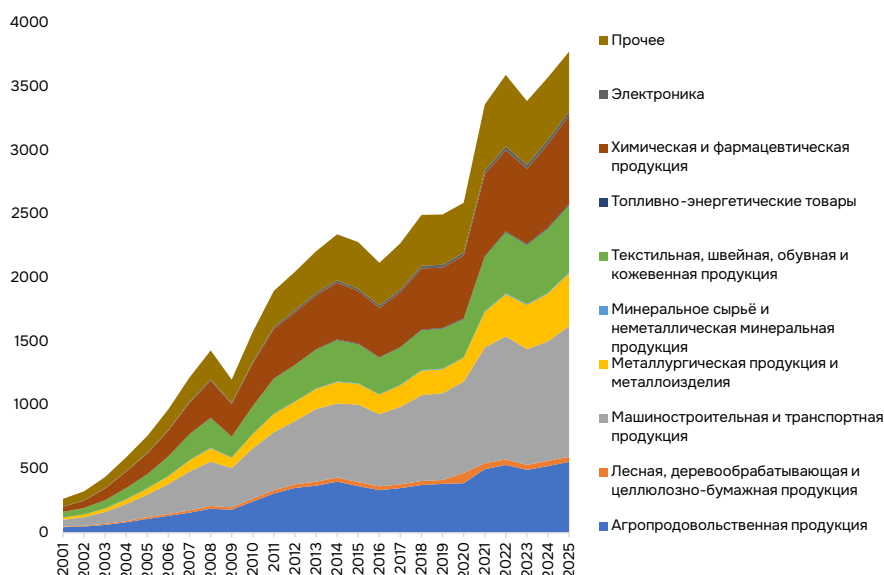


Рис. 3. Динамика и структура экспорта КНР за 2001–2025 гг., млрд долл.

Источник: составлено автором на основе данных [24].

расчётах в целях упрощения расчетов по экспортно-импортным операциям и уменьшения зависимости внешней торговли от доллара США [4]. Важно отметить, что с 2016 г. китайский юань был официально включен в корзину специальных прав заимствования МВФ, что сделало его мировой резервной валютой. С 2022 г. доля юаня в СДР составляет 12,28%, заняв 3-е место в корзине [20]. По данным Государственного управления валютного контроля КНР, в 2024 г. на трансграничные поступления и платежи в юанях приходилось около 30% товарооборота КНР, что стало исторически высоким уровнем, а доля валютного хеджирования предприятиями достигла 27% [3]. Одновременно Народный банк Китая последовательно продвигает использование юаня в сфере трансграничных платежей, ценообразования, инвестирования и финансирования, а развитие системы CIPS институционально закрепляет расширение юаневых расчётов в международной торговле и инвестиционной деятельности. Так, мировая доля китайского юаня в трансграничных SWIFT-переводах растет с 2020 года, хотя после коррекции в 2025 году удельный вес юаня в международных транзакциях составил 3,22% (рис. 4).

В-третьих, важным направлением современной экспортной политики Китая выступает политика

зарубежного брендинга. В отличие от прежней модели, в рамках которой значительная часть экспорта была встроена в зарубежные производственные цепочки на условиях OEM и контрактного производства, современный подход ориентирован на формирование устойчивого внешнего спроса именно на самостоятельные китайские бренды. В «Мнениях Генеральной канцелярии Государственного совета о полном использовании ведущей роли брендов в содействии модернизации структуры спроса и предложения» 2016 г. в качестве самостоятельной задачи были закреплены повышение влияния брендинга, формирование доверия потребителей, продвижение «историй китайских брендов», а также сближение внутренних и международных стандартов качества, что фактически заложило нормативную основу для системного конструирования позитивного образа китайской продукции на внешних рынках [6]. В дальнейшем данный курс был существенно конкретизирован в «Руководящих указаниях Национальной комиссии по развитию и реформам и других ведомств по содействию формированию бренда в новую эпоху» 2022 г., где прямо зафиксированы задачи интернационализации брендов, повышения технологического и качественного уровня продукции, формирования более сильного

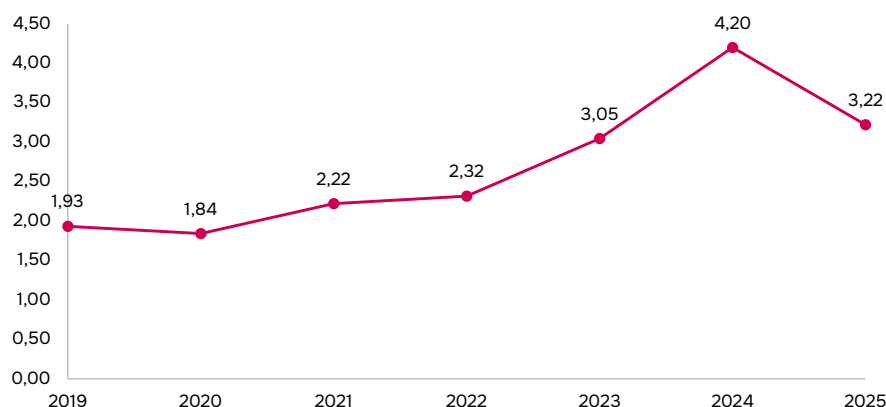


Рис. 4. Среднегодовая доля китайского юаня в мировом объеме международных SWIFT-переводов за 2019–2025 гг., %.

Источник: составлено автором на основе данных [19].

бренд-образа [9]. Также ведется работа по реинжинирингу имиджа китайской продукции среди зарубежных потребителей. Если ранее на зарубежных рынках китайские товары воспринимались прежде всего как дешевый массовый продукт с ограниченным качеством, то в последние годы данное восприятие постепенно смещается в сторону признания их технологичности и функциональной надежности. Показательно, что работа по нейтрализации прежних негативных ассоциаций проявилась даже на уровне экспортной маркировки: использование обозначения «Made in PRC» вместо «Made in China» — как более нейтральной формулы, менее нагруженной устойчивыми стереотипами о дешевизне и низком качестве китайской продукции [25]. Результативность мер по интернационализации китайских брендов и трансформации восприятия китайской продукции на внешних рынках находит отражение как в расширении присутствия компаний КНР в ведущих международных бренд-рейтингах, так и в укреплении их позиций по показателям глобального влияния и стоимости бренда. По данным рейтинга Interbrand Best Global Brands 2025, в число 100 наиболее ценных глобальных брендов вошли три китайские компании: Xiaomi (81-е место), BYD (90-е место) и Huawei (96-е место) [12]. Для сравнения, в 2014 г. в рейтинге присутствовала только одна компания из КНР [11]. Если опираться на рейтинг The World's 500 Most Influential

Brands компании World Brand Lab, оценивающий бренды по трем критериям — рыночной доле, лояльности к бренду и глобальному лидерству, — то усиление международных позиций китайских брендов прослеживается особенно наглядно. В 2010 г. в данный рейтинг входили лишь 17 брендов из материкового Китая, причем только четыре из них (CCTV, China Mobile, ICBC и State Grid) находились в первой сотне [21]. К 2025 г. число китайских брендов в рейтинге увеличилось до 50 и почти утроилось с 2010 г., что сделало страну третьей по количеству брендов в данном рейтинге [22].

В-четвертых, китайское правительство последовательно институционализирует поддержку экспорта через современные каналы торговли, рассматривая трансграничную электронную коммерцию и систему зарубежных складов как значимый инструмент оптимизации структуры внешней торговли и поддержания ее устойчивого роста. В 2024 г. объем трансграничного электронного экспорта КНР достиг 2,15 трлн юаней, увеличившись на 16,9% по сравнению с предыдущим годом [16]. В КНР сформирована сеть из 165 комплексных пилотных зон трансграничной электронной торговли, охватывающих 31 провинциальный регион, в рамках которых применяются специальные меры в сферах налогообложения, платежей, валютного регулирования, таможенного администрирования и логистики [17]. Поддержка идет также через

регуляторное упрощение. С конца 2024 года Главное таможенное управление КНР отменило обязательную регистрацию для компаний, работающих по модели экспортного зарубежного склада, сократило состав экспортных документов и распространило режим межрегионального возврата товаров трансграничной розничной электронной торговли на 20 таможенных управлений [8].

Таким образом, современная практика стимулирования экспорта в Китае характеризуется комплексным сочетанием стратегических импе-

ративов и институтов, встроенных в общую систему государственной внешнеэкономической политики. Ее развитие ориентировано не только на расширение объемов внешней торговли, но и на повышение качества экспортной структуры, укрепление международных позиций национальных брендов и снижение чувствительности экспортной деятельности к внешним рискам. В совокупности это позволяет рассматривать китайскую модель как один из наиболее последовательно выстроенных примеров институциональной поддержки экспорта в условиях трансформации мировой торговли.

Библиографический список

1. Бизюк Я. И. Опыт государственной поддержки экспорта в странах БРИКС (на примере Китая и Ирана) // Российский внешнеэкономический вестник. — 2024. — № 6. — С. 117–130.
2. Закон о внешней торговле Китайской Народной Республики (Перевод с кит. 中华人民共和国对外贸易法). — URL: https://www.mofcom.gov.cn/zwgk/zcfb/art/2025/art_03fbae1ec4bd48459099930e803bce5e.html (дата обр. 23.03.2026).
3. Информационное бюро Государственного совета провело серию пресс-конференций на тему «Достижения высококачественного экономического развития в Китае», представив соответствующую информацию о финансовой поддержке высококачественного экономического развития. (Перевод с кит. 国新办举行“中国经济高质量发展成效”系列新闻发布会 介绍金融支持经济高质量发展有关情况). — URL: <https://www.safe.gov.cn/hainan/2025/0121/2125.html> (дата обр. 23.03.2026).
4. Карпов И. И., Тумашева М. В. Анализ перспектив усиления роли юаня в рамках мировой валютно-финансовой системы на фоне тенденции по дедолларизации мировой экономики // Глобальная экономика и образование. — 2023. — № 3. — С. 34–43.
5. Криводубова Ю. В. Государственная поддержка экспорта и внешнеэкономической деятельности в Японии, Республике Корея и Китае: стратегии и программы финансовых институтов // Власть и управление на Востоке России. — 2025. — № 4. — С. 26–45.
6. Мнения Генеральной канцелярии Государственного Совета о том, как в полной мере использовать ведущую роль брендов в содействии модернизации структуры спроса и предложения. (Перевод с кит. 国务院办公厅关于发挥品牌引领作用推动供需结构升级的意见). — URL: https://www.ndrc.gov.cn/xwdt/gdzt/zgpprhd/zcwj/202104/t20210430_1278994.html (дата обр. 23.03.2026).
7. Пищик В. Я., Алексеев П. В. Совершенствование системы поддержки экспорта в России с учетом зарубежного опыта // Экономические науки. — 2019. — № 174. — С. 163–167.
8. Постановление Главного таможенного управления № 167 от 2024 года (Перевод с кит. 海关总署公告2024年第167号). — URL: <https://policy.mofcom.gov.cn/claw/clawContent.shtml?id=101229> (дата обр. 23.03.2026).
9. Руководящие указания Национальной комиссии по развитию и реформам и других ведомств по вопросам содействия формированию бренда в новую эпоху. (Перевод с кит. 国家发展改革委等部门关于新时代推进品牌建设的指导意见). — URL: https://www.ndrc.gov.cn/xxgk/zcfb/tz/202208/t20220825_1333667.html?code=&state=123 (дата обр. 23.03.2026).
10. 2024 Competitiveness Report / Export-Import Bank of the United States. — URL: <https://www.exim.gov/news/reports/competitiveness-reports> (visited on 03/23/2026).
11. Annual Report 2014 / Huawei Investment & Holding Co., Ltd. — URL: https://www.huawei.com/-/media/corporate/pdf/annual-report/annualreport2014_en.pdf (visited on 03/23/2026).
12. Best Global Brands 2025 / Interbrand. — URL: <https://interbrand.com/best-global-brands/global> (visited on 03/23/2026).
13. China Development Bank. CDB plays active role in boosting Belt, Road. — URL: https://www.cdb.com.cn/English/xwzx_715/khdt/202310/t20231017_11174.html (visited on 03/23/2026).
14. China Export & Credit Insurance Corporation (SINOSURE). Products & Services. — URL: <https://xm.sinosure.com.cn/en/Insurance/meci/index.shtml> (visited on 03/23/2026).

15. China Export & Credit Insurance Corporation (SINOSURE). SINOSURE Holds 2025 Annual Work Conference. – URL: <https://xm.sinosure.com.cn/en/newsc/2025/04/219657.shtml?> (visited on 03/23/2026).
16. China's cross-border e-commerce exports reach new high in 2024. – URL: <https://english.news.cn/20250617/181cdfc855504e7c9a56f5be0f7c3b97/c.html> (visited on 03/23/2026).
17. Foreign Investment Guide of the People's Republic of China (2024 Edition) / Ministry of Commerce of the People's Republic of China. – URL: https://english.www.gov.cn/AssetsZi/Foreign_Investment_Guide_of_the_People%27s_Republic_of_China_2024.pdf (visited on 03/23/2026).
18. General Administration of Customs of the People's Republic of China. – URL: <http://english.customs.gov.cn> (visited on 03/23/2026).
19. Global Currency Tracker document centre / SWIFT. – URL: <https://www.swift.com/products/renminbi-tracker/document-centre> (visited on 03/23/2026).
20. IMF Executive Board Concludes Quinquennial SDR Valuation Review and Determines New Currency Weights for SDR Valuation Basket / International Monetary Fund. – URL: <https://www.imf.org/en/news/manuals/2022/05/14/pr22153-imf-board-concludes-sdr-valuation-review> (visited on 03/23/2026).
21. Overview of the 2010 «Top 500 World Brands» rankings / World Brand Lab. – URL: <https://www.icecreamtutor.com/notes/rankings/brand-rankings/2010-worlds-top-500-brands-ranking> (visited on 03/23/2026).
22. Overview of the 2025 «Top 500 World Brands» rankings / World Brand Lab. – URL: <https://www.worldbrandlab.com/world/2025> (visited on 03/23/2026).
23. The Export-Import Bank of China Annual Report 2024 / Export-Import Bank of China. – URL: <http://english.eximbank.gov.cn/News/AnnualR/2024eng> (visited on 03/23/2026).
24. Trade Map: Trade statistics for international business development / International Trade Centre. – URL: <https://www.trademap.org> (visited on 03/23/2026).
25. What's in a label? Chinese firms try to cover origins of clothing in Japan. – URL: <https://www.scmp.com/news/asia/manual/1674856/whats-label-chinese-firms-try-cover-origins-clothing-japan> (visited on 03/23/2026).