

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 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 набираю 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 предоставляются 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.

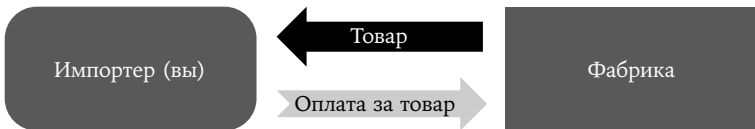


Рис. 1. Схема работы импортера с фабрикой

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. 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,

Конец ознакомительного фрагмента.

Приобрести книгу можно

в интернет-магазине

«Электронный универс»

e-Univers.ru