

Новая модель развития азиатского региона: континент потребления

Лихачева Анастасия Борисовна

Научный сотрудник, Центр комплексных европейских и международных исследований
НИУ ВШЭ

Аннотация

За пятнадцать лет, прошедших с кризиса 1998 г., Азия стала новым локомотивом мирового экономического роста. Все эти годы регион развивался под условным девизом "Азия для мира" – всемирная фабрика и кредитор. Сегодня происходит глубинное изменение сложившейся модели: практически все страны региона переходят к парадигме "Азия для Азии", что подразумевает превращение региона в колоссального по масштабам потребителя товаров, услуг и ресурсов. Точнее, с учетом того, что именно КНР является крупнейшим экономическим игроком и полюсом притяжения, Азия для Китая. И Китай – для Азии. Главная точка роста в Азии на ближайшие годы, если не десятилетия – это региональное потребление.

Новая модель развития Азии означает резкое увеличение торговли и инвестиций между странами региона, создание новых транспортных коридоров между крупнейшими азиатскими экономическими агломерациями, нацеленность экономической политики правительств на повышение качества социально-экономического развития, повышение спроса на высококачественные товары и «государственные» услуги – медицину, образование, социальное страхование. Это также может привести к изменению международной конъюнктуры для других экономических центров мира – Европы и США, а также открытию возможностей для стран Африки и Латинской Америки. Важнейшими ограничителями развития региона, которые в ряде случаев смогут иметь блокирующее значение для отраслей, стран и субрегионов, будут оставаться институциональная структура, международная конкуренция и вызовы безопасности.

Главная причина смены модели развития стран Азии – это эволюция роли человеческого капитала. Вплоть до недавнего времени три с половиной миллиарда

человек, населяющие регион, рассматривались лишь как дешевый и конкурентоспособный на мировом рынке фактор производства. Благодаря экономическим успехам и росту доходов последних полутора десятилетий, значительная доля этих людей (в первую очередь, в Китае) теперь примеряет новую роль – требовательных потребителей-горожан. Улучшается и качество этих людей как производителей.

Происходящая трансформация потребует качественной перенастройки всех ключевых экономических процессов в регионе и запуска совершенно новых. Именно эта перенастройка будет определять формирование новых региональных экономических трендов, и влиять на возникновение точек роста в ближайшее десятилетие. Наиболее масштабными из этих трендов станут:

- постепенный перенос энерго-, водо- и трудоемких производств из Китая в другие страны региона и на другие континенты, который в долгосрочной перспективе 20 лет приобретет массовый характер;
- приобретение Китаем качества экономического и политического «ядра» азиатского региона – важнейшего источника прямых иностранных инвестиций и рынка товаров, произведенных в других странах Азии. Это позволит говорить об ослаблении зависимости Азии от доминирующих в мировой экономике США и возникновении в регионе относительно автономных режимов экономического развития;
- общая переориентация стран Азии на производство более инновационной продукции и продукции с большей добавленной стоимостью.

Характеристики нового роста

Если раньше важнейшим показателем экономических успехов региона были темпы роста как таковые, то теперь на первый план выходят качественные критерии. Главными формулами для всех развивающихся стран региона, в первую очередь, для Китая, становятся инклюзивный рост и эффективность экономики. Первая

формула – это стратегическая цель. Вторая – необходимый инструмент для ее достижения.

Инклюзивный рост предполагает распределение выгод от экономического роста между всеми гражданами, с одной стороны, и вовлечение максимального числа граждан в процесс экономического развития – с другой. Для Китая эта формула означает повышение качества урбанизации, масштабные инвестиции в человеческий капитал, кратное увеличение масштабов и повышение качества государственных услуг населению. Поэтому самые наглядные изменения к 2025 г. произойдут именно в городах.

Хотя долгосрочный вызов для Азии связан с повышением качества человеческого капитала, в ближайшие 10 – 15 лет наиболее острым вопросом будет оставаться ресурсное обеспечение нового качества экономического роста. Возможности экстенсивного наращивания потребления традиционных ресурсов либо исчерпаны, либо такое потребление слишком дорого, неэффективно или не отвечает требованиям национальной безопасности. В этой связи у ведущих экономик региона не остается другого выбора кроме использования нетрадиционных источников энергии и повышения эффективности энергетики, водопользования и сельского хозяйства. Данная стратегия будет дополняться наращиванием импорта газа и нефти, водоемкой продукции и продовольствия из-за рубежа. Это базовый вызов, не ответив на который, не удастся добиться повышения производительности и увеличения отдачи человеческого капитала, перехода к производству более высокотехнологичной продукции. Данное ресурсное ограничение уже создало широкие возможности для стран, в большей степени обеспеченных базовыми ресурсами и расположенных в непосредственной близости к новым центрам роста (в первую очередь, для России и Казахстана) и будет и в дальнейшем оставаться мощным катализатором для таких экономик. В сфере энергетики точками роста станут газовая отрасль, атомная, гидроэнергетика и возобновляемые источники, энергия ветра и биотопливо. В регионе будет расти конкуренция за пресную воду, а трансформация рынка продовольствия будет выражаться в дальнейшей переориентации на белковую пищу, увеличении импорта кормовых культур и интенсификации торговли продовольствием.

Методология исследования

Изначально был применен экономико-статистический метод. На начальном этапе были систематизирован массив данных, отражающий динамику основных макроэкономических показателей стран региона в 2000-е гг., в т.ч., объем ВВП в постоянных ценах, ВВП на душу населения, темпы роста ВВП, накопленные резервы, валовые сбережения. На следующем этапе были проанализированы показатели, отражающие наращивание взаимосвязей внутри региона: интрарегиональная торговля, доля стран во внешнеторговом обороте друг друга, прямые иностранные инвестиции. Анализ позволил подтвердить исходную гипотезу о трансформации экономической модели региона и ведущей роли Китая в данном процессе. В силу особой важности эволюции человеческого капитала на процессы экономического роста, повышения стоимости рабочей силы и проблему неравенства, отдельно был проанализирован Индекс развития человеческого капитала для стран региона и его отдельные компоненты. Наконец, были отобраны материалы по отдельным странам, позволяющие выявить тренды развития уже на уровне регионов и отраслей отдельных стран: темпы роста отдельных областей, динамика розничной торговли, структура энергопортфеля, темпы урбанизации и др.

После проведения экономико-статистического анализа был применен метод ситуационного анализа, который позволяет оптимально сочетать анализ и прогноз. В обсуждении приняли участие эксперты, специализирующиеся на Китае, странах АСЕАН, Японии, энергетике, мировой экономике, высоким и «зеленым» технологиям, международной безопасности. К ситуационному анализу была подготовлен план-сценарий, который стал концептуальной основой доклада. Выводы ситуационного анализа были дополнительно протестированы и подкреплены сравнительным анализом количественных прогнозов роста азиатских экономик, подготовленных ведущими международными организациями и самими странами.

Информационная база исследования представляет собой обширный комплекс статистических данных и литературы по вопросам экономического и политического развития стран Азии и их партнеров, и включает в себя широкий перечень статистических данных, нормативных документов, в т.ч. национальные стратегические планы, аналитических доклады международных организаций. При подготовке доклада использовались материалы интервью, проведенных 7-9 июля 2014 г. с экспертами из Китая, Японии, Сингапура, Кореи.

Китай – потребление нового типа

До недавнего времени почти 4 млрд человек, населяющих регион, рассматривались только в качестве дешевого и конкурентоспособного на мировом рынке фактора производства. Благодаря экономическим успехам и росту доходов за последние пятнадцать лет значительная часть этих людей (особенно в Китае) примеряют на себя новую роль – требовательных горожан-потребителей. В то же время они уже способны производить более качественную продукцию.

С 2000 г. годовой располагаемый доход на душу населения вырос на 1800 долларов, в то время как городское население стало больше на 1,2 млрд граждан. При сохранении тенденции ключевыми факторами, влияющими на внутреннее потребление Азии в среднесрочной перспективе, будут урбанизация и повышение доходов.



Источник: *UNDP*

Рост благосостояния приведет к протеиновой революции – увеличению потребления белков, в основном мясных продуктов, подвергшихся технологической обработке, и фруктов, а также повлечет за собой рост числа посетителей ресторанов. С 2001 по 2012 г. объем внешней торговли Китая в разделе импорта сельскохозяйственной продукции увеличился в пять раз, достигнув 156 млрд долларов. Зависимость от импорта выросла в два раза, а чистый импорт продовольствия достиг уровня ВВП Парагвая – 31 млрд долларов. Современные тенденции, скорее всего, усилятся, что приведет к дальнейшему сдвигу в сторону белковых продуктов, увеличится импорт кормовых культур и интенсифицируется торговля продуктами питания.

Спрос на одежду, обувь, электронику, мебель и другие товары народного потребления продолжит расти, как и спрос на высококачественные товары и предметы роскоши. По прогнозам компании *McKinsey*, в 2015 г. треть дорогих сумок, обуви, часов, ювелирных изделий, приобретенных в мире, придется на китайских потребителей, в то время как Япония, Гонконг, Сингапур, Корея, Малайзия также остаются привлекательными рынками. Именно предметы роскоши являются маркерами общей тенденции: только в Китае розничные продажи потребительских товаров составили 21 трлн юаней в 2013 г., что на 333% больше, чем в 2003 году. Годовой прирост, таким образом, составил 16,2%.

Потребление услуг

Перспективный сегмент – рынок впечатлений для среднего класса и богатых горожан. Впервые в континентальной Азии появилось несколько сот миллионов человек, у которых есть свободное время и деньги. И они с энтузиазмом учатся их тратить. Уже в ближайшие годы в китайский Диснейленд вложат 5 млрд долларов. В стране, где никогда не были популярны зимние виды спорта, строятся горнолыжные курорты. Рестораны, театры, кино, галереи – также часть нового спроса на впечатления. А это, в свою очередь, означает новые товары, свежие импортные продукты, алкоголь, оборудование и музыкальные инструменты. Наконец, регион переживает настоящий бум на аукционы и ажиотажно скупает предметы искусства.

Спорт, который в западном понимании также не был в большом почете в Азии, переживает настоящий взлет. А это означает спрос на инвентарь, спецодежду, все больше соревнований международного уровня. Таким образом, потребность в новых впечатлениях определенно создает новый сегмент экономики и общественной жизни. И он пока далек от насыщения: народы Азии только входят во вкус.

Растет спрос и на традиционные услуги. Медицина, образование, социальное обеспечение, обычно предоставляемые государством, в большинстве азиатских стран несовершенны. Таким образом, можно ожидать увеличения доли государственных затрат в этой сфере. В то же время даже в Китае множество таких услуг предоставляется частными предприятиями. Компании стран – лидеров региона (Японии, Кореи, Сингапура), работающие в частном секторе, вполне могли бы конкурировать с западным бизнесом. Спрос здесь открывает большие перспективы. Но речь идет не только о «фундаментальных» услугах. Такие в основном частные сегменты, как организация отдыха, туризма, экспресс-доставка, также на подъеме. Наконец, транспортные услуги, предоставляемые индивидуальным туристам и бизнесу, напрямую соотносятся с общим спросом на взаимосвязанность – как на национальном, так и на региональном уровне.

E-commerce и экспресс-доставка

Не только товары, но и институты продаж в Китае интенсивно меняются. Наиболее динамичный и перспективный институт розничной торговли сегодня – это *электронная торговля*.

Сектор торговли через Интернет в Китае активно развивается, хотя темпы роста в последние два года из-за снижения темпов экономического развития немного замедлились. Продажи через Интернет в 2013 г. по сравнению с 2010 г. выросли на 43% и достигли 607,4 млрд. юаней. Темпы роста торговли через Интернет в среднем выше, чем темпы роста розничной торговли благодаря удобству покупок в режиме онлайн, доставке домой, более низким ценам (что остается главным фактором) и инвестициям производителей и владельцев розничных магазинов и моде на заказ товаров через интернет, причем в 70% случаев – через смартфон. На таблице ниже представлены данные о товарном распределении на рынке электронной торговли в 2009-2013 гг. в их количественном выражении и перспективы роста отдельных категорий.

Самые большие объемы продаж у таких категорий товаров, как одежда и обувь, электронная техника и аппаратура для видео-игр и бытовая техника. При этом продажи одежды и обуви сохраняют самый высокий темп прироста (прирост продаж по сравнению с предыдущим годом составил 57 % в 2013 г., 147 % в 2012 г. и 382 % в 2011 г.).

В последние три года лидерство сохраняла компания *Tmall.com* (принадлежащая *Alibaba Group Holding Limited*) с долей рынка не превышающей 50%. Однако в 2014 г. в абсолютные лидеры рынка вышла китайская компания *Alibaba Group Holding Limited* и к сентябрю 2014 заняла 80% долю национального рынка. Компания владеет *Taobao*, *Alipay*, *Guangzhou Evergrande F.C.*, *Tmall*, *UCWeb* и рядом др. торговых брендов. Крупными рыночными игроками остаются *JD.com* (ранее-*360buy.com*), самый большой онлайн ритейлер электроники, и *Amazon*.

Ожидается, что продажи розничных товаров через Интернет будут расти в среднем от 15 до 20 % ежегодно и достигнут к 2020 г. значения в диапазоне от 420 до 650 млрд. долл., что будет равняться суммарным объемам продаж США,

Великобритании, Франции, Германии и Японии. При этом в прошлом году доступ к Интернету был только у 600 млн. китайцев (что составило около половины населения страны), в то время как в США доступом к Интернету обладали 277 млн. американцев, т. е. около 90 % населения. Исследователи также обнаружили, что онлайн торговля становится более насыщенной и эффективной относительно деятельности отдельных компаний, которые теперь создают свои собственные системы поставок, логистики, маркетинга и IT-сервисы.

В 2013-2018 гг. наиболее высокий совокупный среднегодовой темп роста сохраняют продажи одежды и обуви. При этом такие категории товаров как еда и напитки, хозяйственные товары и товары для дома займут значительную долю рынка, до этого принадлежавшую электронной технике и аппаратуре для видео игр. Постоянный прирост отрасли составит 25 %.

В сентябре 2014 г. объем продаж через Интернет превысил 1,8 млрд. юаней и вырос на 49,9% относительно аналогичного периода прошлого года. Таким образом, Интернет торговля стала одним из самых динамично развивающихся секторов китайской экономики. На данный момент рынок экспресс доставки Китая, чей совокупный рост в 2013 г. превысил 60%, второй по величине в мире (после США).