**Короткий огляд економіки Китаю**

Китай політично поділяється на провінції, автономні регіони та муніципалітети. Незважаючи на те, що неофіційно, існує різний розподіл міст у Китаї, існує так звана китайська міська система. Вона являє собою ієрархічну класифікацію китайських міст, від рівня 1 до рівня 4. Міста першого рівня є найбільш розвинені райони країни: великі, густонаселені райони, що мають величезний економічний, культурний та політичний вплив у Китаї. Взагалі кажучи, на 1-му рівні є 4 міста, які є Пекін, Шанхай, Гуанчжоу, Шеньчжень. Проте деякі класифікації часто включають Тяньцзінь та / або Чунцин.

Китай - друга за величиною країна світу з точки зору номінального ВВП. Однак, вона має найбільшу паритет купівельної спроможності ВВП в усьому світі. Відповідно до китайської національної статистики на 2016 рік ВВП Китаю (за поточними цінами) становив близько 74,41 трильйонів юанів, що склало приблизно 10,15 трильйонів євро. Це може здатися набагато нижчим, ніж Сполучені Штати (17,67 трильйони євро в 2016 році). Однак слід зазначити, що уряд Китаю використовує метод обчислення, який недооцінює загальний обсяг виробництва Китаю у порівнянні з рештою світу. Тому Китай може вважатися найбільшою економікою в світі.

Китайська економіка, як один з основних факторів світової економіки, зростає з високим рівнем (від 7 до 10% від приросту ВВП).

Найбільш сильним сектором економіки Китаю є, безумовно, промисловий сектор (що становить одну третину ВВП). Наступні сектори - оптова та роздрібна торгівля та фінансове посередництво (обидва з них менше 10% ВВП Китаю).

У 2016 році ВВП Китаю на 1 жителя за поточними цінами, становив   
53 980 юанів (близько 3770 євро).

За споживчими цінами орієнтовні темпи інфляції в Китаї склали 2,1% у 2016 році та 1,7% у 2017 році.

Китайська статистична установа стверджує, що у Китаї до 2016 року населення становить 1,38 млрд. чоловік, що стабільно зростає.

За останні 60 років відбулася значна зміна цієї змінної: до 1950 року частка людей, що живуть у сільській місцевості, становила майже 90%; тоді як до 2016 року ця частка була скорочена наполовину, що трохи перевищує 40%.

Офіційні дані показують приблизне рівний розподіл чоловіків та жінок, дещо більше частка чоловіків (51,1% китайців є чоловіками, відповідно до інформації органів державної влади).

За віковим діапазоном більша половина населення Китаю зосереджена у віці від 25 до 54 років (48,51% населення). Решта вікових діапазонів більш-менш однаково розподілені.

Відповідно до розподілу ВВП за галузями, сектор послуг є найбільш зайнятим (43,5%), а потім йде промисловість та сільське господарство. Однак, незважаючи на низьку вагу, яку має сільськогосподарський сектор у структурі ВВП, частка робочої сили тут є відносно високою і складає 27,7% від загальної кількості робочої сили, що є дуже близьким до зайнятості у промисловості.

Рівень безробіття в Китаї становить менше 4% (це дані, зареєстровані лише для міського безробіття, не беручи до уваги приватні підприємства та мігранти).

На загальнодержавному рівні на 1 особу населення наявний дохід Китаю на 2016 рік становить 23 821 юаня. З огляду на витрати на 1 особу населення в країні загальна сума становить 17 1107 (що також є дуже схожим показником до витрат готівкового споживання). Розподіл цих витрат за секторами є наступним.

Споживання склало майже 80% зростання ВВП у першому кварталі   
2018 року, тоді як основні інвестиції становили 31,3% від приросту ВВП. Зростання споживання було підтримано зростанням реальних наявних доходів на 1 особу населення на 6,6% в порівнянні з попереднім роком. Однак це свідчить про слабший ріст доходів міських районів (на 5,7%) та більше зростання доходів у сільських районах (на 6,8%). Споживчі настрої також залишаються надзвичайно високими, хоча вони не збільшуються порівняно з кінцем 2017 року.

Найбільша економіка світу та більш інтегрована країна у світовій торгівлі робить Китай чудовою країною для цілей будь-якої міжнародної компанії. Однак існують помітні змінні, які слід враховувати, щоб бути в курсі особливостей китайського споживача. Чинники, які в даний час впливають на китайських споживачів, можуть бути підсумовані наступним чином: середній клас середнього Китаю (найбільший середній клас в світі) є продуктом сектору суспільства, який проводить дослідження в галузі вищої освіти, зосереджується на розробках і, отже, заробляє більше грошей. Ці люди підвищують свої потреби та збільшують історичні показники споживання.

- генерація тисячоліття (люди, народжені у 1980-х та 1990-х роках) збільшує темп споживання порівняно з їх попередниками. Одна з причин полягає в тому, що це покоління виросло в Китаї після його «Реформування та відкриття» (що почалося в 1978 р.).

- поява нових моделей закупівель з особливим наголосом на електронну комерцію, змінюють звички споживання до зменшення обсягів продажів у режимі офлайн.

- існує значний перехід від споживання головним чином товарів до посилення релевантності послуг та придбання досвіду, що поступово зростає.

- хоча в останні десятиліття лише міста рівня 1 та 2 рівня були чинниками споживання, в даний час низькі міста також збільшують показники споживання в країні.

Споживчі настрої китайського споживача змінюється. Окрім вищевказаних тенденцій, китайські споживачі стають все більш витонченими, вимогливими продуктами, послугами та досвідом, які не відповідають традиційній звичці споживання. Інтернет-магазини, особливо мобільні, роблять Китай світовим лідером у цьому каналі продажів.

Збільшується тенденція до пошуку більш здорових рішень, що враховують навколишнє середовище, у всіх рішеннях щодо придбання. Готовність залишатись придатним, харчуватися здоровою їжею та купувати продукцію з зелених альтернатив - це настрій відновленого китайського споживача.

Більш сильна купівельна спроможність, а також бажання ставитися до ексклюзивного класу зробили китайського споживача більш готовим шукати продукти високого класу. Причиною цього є глобальні мережі, які дозволяють користувачам поділитися своїми звичками споживання та спостерігати за іншими. Таким чином, споживачі розвиваються з відносно цінового мислення до більш привабливого відношення.

Наступного десятиліття персоналізація продуктів і послуг для обслуговування різних потреб та вимог мільйонів китайських споживачів не буде варіантом для бізнесу, але необхідною вимогою.

Китайські споживачі постійно піклуються про бренди, які вони споживають. З точки зору джерела продукту, звички змінюються в залежності від типу продукту, як це показано нижче:

Споживання продовжуватиме мати унікальні китайські характеристики. Перевага китайського стилю Westernized проти китайського сьогодні розділено приблизно на 50/50. Протягом наступного десятиліття споживання потребуватиме двох шляхів: один споживчий сегмент залишатиметься орієнтованим на китайський ринок, тоді як інший сподівається на більш західний спосіб життя. Як наслідок, існуватимуть чіткі розбіжності у поведінці витрат.

Китайський імпорт з країн світу в 2016 році становить приблизно   
1,23 трильйони доларів.

Десять основних категорій продукції є наступними: електричні машини, нафта та мінеральні палива, промислове обладнання, руди, прецизійні інструменти, дорогоцінні камені та метали, моторні транспортні засоби та запчастини, пластмаси, органічні хімікати, рослинна олія.

Імпорт до Китаю з України становить 2,2 млрд. дол США, що трохи більше 0,1% загального китайського імпорту. Найбільш затребувані десять експортованих товарів з України до Китаю у 2016 році стали: залізна руда, олія, кукурудза, деревина, соєва олія, ячмінь, титан, феросплави, рапсова олія, рафінована мідь.

До України Китай експортує товарів на загальну вартість   
4,21 млрд. дол. США (0,2 %). Найпопулярнішими китайськими товарами в Україну в 2016 році стали телефони, гладильні покриття, взуття гумове, телерадіомовне обладнання, пестициди, світильники, пряжа синтетична нитка, тканини, комп'ютери, клапани, пристрої напівпровідникові, Слід зазначити, що найбільш затребуваною категорією продукції, що експортується в Україну з Китаю, є продукція, пов'язана з електричними машинами. У результаті двосторонній торговельний баланс між двома країнами є позитивним для Китаю ( більш ніж на 2,7 млрд. доларів США відповідно до статистики ООН).

У 1992 році Китай та Україна підписали Угоду про торговельно-економічне співробітництво, яка регулює торгові відносини між обома країнами, охоплюючи різні аспекти, такі як обов'язки щодо міжнародної торгівлі або податки. Загалом вже існує понад 300 документів, які юридично охоплюють угоди між обома країнами. Всі вони підсумовані на веб-сайті Посольства України в Китаї за посиланням: <https://china.mfa.gov.ua/uk/ukraine-cn/legal-acts>.