


БИЗНЕС ДНЕВНИК

п е т е р б у р г с к о е д е л о в о е о б о з р е н и е

ИЮЛЬ-АВГУСТ 2019 | № 49 |

 ANGELA N. ON VISUAL HUNT

16⁺

ЧТО ГОРОД
ПОЛУЧАЕТ
ОТ ПМЭФ?

|→| стр. 4

КУДА
ЗАВЕДЕТ
«ПАЛОЧНАЯ
ДИСЦИПЛИНА»?

|→| стр. 16

ПОЧЕМ
ВИРТУАЛЬНЫЕ
МИРЫ?

|→| стр. 19

СЕРЬЕЗНЫЕ
НАМЕРЕНИЯ

НУЖНЫ, ЧТОБЫ ИГРАТЬ ПО ЖЕСТКИМ ПРАВИЛАМ
КИТАЙСКОГО РЫНКА |→| стр. 8





ПЕТРОЦЕНТР

Информационно-издательский центр
Правительства Санкт-Петербурга



При поддержке Правительства
Санкт-Петербурга



ПОЮЩИЕ МОСТЫ

#филармония под открытым небом



УВАЖАЕМЫЕ ГОСПОДА!

*В Санкт-Петербурге стартовал четвертый сезон звукового шоу
«Поющие мосты».*

*Каждую ночь, с 27 мая по 8 сентября, в 01:10, Дворцовый мост
разводится под музыку русских композиторов-классиков.*

*Если вы заинтересованы в повышении узнаваемости и лояльности
к вашему бренду в России и за рубежом,
хотите поддержать красивый, истинно петербургский,
масштабный и резонансный проект,
приглашаем вашу компанию стать нашим партнером!*

СОДЕРЖАНИЕ:

- СОБЫТИЕ | ФОРУМ НАДЕЖДЫ**
Показатели Петербургского международного экономического форума (ПМЭФ-2019) впечатляют: он побил рекорды и по представительству, и по объему подписанных соглашений. Но что стоит за этими цифрами? Подводим итоги нынешнего форума и вспоминаем судьбу проектов, заявленных на предыдущих. **4**
- БИЗНЕС | ВЕЛИКАЯ ТОРГОВАЯ СТЕНА**
Российским закупщикам и поставщикам приходится подстраиваться под жесткие правила китайского рынка. Каковы особенности ведения бизнеса в КНР? **8**
- РИТЕЙЛ | РЕАЛЬНАЯ ПРИБЫЛЬ ОТ ВИРТУАЛЬНОГО МИРА**
В цифровую эпоху бизнес стремительно ворвался в глобальную сеть. Специализированные интернет-ресурсы, где продавцы встречаются с покупателями, становятся все актуальней. Что же они предлагают? **11**
- ЭКОНОМИКА | ДЕБЕТ И КРЕДИТ МЕЛЬПОМЭНЫ**
О том, что в сфере культуры требуется реформа, говорят на протяжении многих лет, но пока существенных изменений не происходит. **14**
- ФАСТФУД | КИСЛО-СЛАДКОЕ УДОВОЛЬСТВИЕ**
Китайская кухня стала в Петербурге привычной, но имеет большой потенциал роста. **16**
- ОБЗОР РЫНКА | ИГРА НА ИНТЕРЕС**
Всевозможные «стрелялки», «бродилки» и прочие «цивилизации» так прочно вошли в нашу повседневную жизнь, что порой трудно представить свое существование в докомпьютерную эпоху. Сколько стоят эти бесконечные миры? **19**
- ЭПОХА | КИТАЙСКИЙ ПЕТЕРБУРГ**
Удивительно, но Китай начал влиять на жизнь нашего города еще задолго до того, как в Петербург стали перебираться первые переселенцы из Поднебесной. **22**
- НАПИТКИ | ХОРОШО ЗАБЫТОЕ СТАРОЕ**
Еще с десятков лет назад все было вроде бы ясно: есть Бургундия и Бордо, Супертоскана и Калифорния. И есть все остальное. Сегодня в словаре винолюбца куда чаще встречаются совсем другие термины: «биодинамика», «оранж», «органическое вино», «петнат», «натуралочка»... К чему же мы пришли, и надо ли этого бояться? **24**
- СОЦИУМ | ПОМОЖЕМ НАШИМ СТАРИКАМ!**
Давайте вместе с фондом «Жить долго и счастливо» поддерживать пожилых людей. **26**

афиша событий

2.07

«МИРОВЫЕ ПРАКТИКИ КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА ДЛЯ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ»

Семинар. Программа рассчитана на собственников, руководителей и специалистов из сферы HoReCa.

3.07

«КАК САМОСТОЯТЕЛЬНО ВЫИГРАТЬ ДЕЛО В СУДЕ»

Семинар. Мероприятие будет полезно представителям малого бизнеса: тем, кто не имеет в штате юриста и планирует самостоятельно защищать интересы в суде; кто намерен обратиться за юридической помощью к юристам или адвокатам. Семинар нацелен на базовое понимание судебного процесса, ознакомление с его инструментами и ролями в нем. Лекция позволит узнать порядок рассмотрения дел в судах и поможет планировать и осуществлять процессуальные действия, а также быть «на одной волне» со своими представителями.

➔ ЦРПП. ПОЛЮСТРОВСКИЙ ПР., 61А

10–12.07

РЫБОПРОМЫШЛЕННЫЙ ФОРУМ РЫБНОЙ ИНДУСТРИИ, МОРЕПРОДУКТОВ И ТЕХНОЛОГИЙ

Третий международный форум для представителей мировой рыбной индустрии и смежных отраслей экономики различных стран. В экспозиции участвуют свыше 200 ведущих российских и зарубежных компаний.

➔ ЭКСПОФОРУМ. ПЕТЕРБУРГСКОЕ ШОССЕ, 64/1

10–14.07

ДЕВЯТЫЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ВОЕННО-МОРСКОЙ САЛОН

На выставке будут представлены современные достижения в области кораблестроения и морской техники, новейшие технологии и материалы. Темы мероприятия: проектирование и строительство кораблей и судов; производство судового оборудования; портовое и гидротехническое строительство; обеспечение безопасности мореплавания; перспективные материалы; новые разработки и технологии.

➔ ЛЕНЭКСПО. БОЛЬШОЙ ПР. ВАСИЛЬЕВСКОГО ОСТРОВА, 103

17–25.08

ЯРМАРКА РЕГИОНАЛЬНЫХ ПРОДУКТОВ «АГРОРУСЬ»

Фермеры и производители привезут на ярмарку свежие натуральные продукты: грибы и ягоды, варенье и заготовки, овощи, молоко, сыры, хлеб. Любители стейков смогут приобрести мраморное мясо от производителей из Ленинградской области. Рыбный рынок порадует гостей свежей рыбой из местных водоемов. Садоводы и дачники оценят редкие сорта цветов, разнообразие саженцев, надежный садовый инвентарь.

➔ ЭКСПОФОРУМ. ПЕТЕРБУРГСКОЕ ШОССЕ, 64/1

29–30.08

ПЕТЕРБУРГСКИЙ ЦИФРОВОЙ ФОРУМ

Новая площадка для прямого диалога субъектов цифровой экономики в масштабах не только Санкт-Петербурга, но и России. Задача форума – собрать руководителей реального бизнеса, представителей банковской, образовательной, промышленной и всех сопутствующих отраслей.

➔ ЛЕНЭКСПО. БОЛЬШОЙ ПР. ВАСИЛЬЕВСКОГО ОСТРОВА, 103



SPIEF'19 ПМЭФ'19

ROSCONGRESS
Building Trust

ST. PETERSBURG INTERNATIONAL ECONOMIC FORUM



Петербургский международный экономический форум (ПМЭФ) проводится с 1997 года, а с 2006 года проходит под патронатом и при участии президента Российской Федерации.

За прошедшие годы форум стал ведущей мировой площадкой для общения представителей деловых кругов и обсуждения ключевых экономических вопросов, стоящих перед Россией, развивающимися рынками и миром в целом.

ФОРУМ НАДЕЖДЫ

ИТОГИ ПЕТЕРБУРГСКОГО МЕЖДУНАРОДНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ФОРУМА ВПЕЧАТЛЯЮТ. В ЭТОМ ГОДУ НА ФОРУМ ПРИЕХАЛО 19 ТЫСЯЧ ЧЕЛОВЕК ИЗ 145 СТРАН. САМОЕ БОЛЬШОЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО ОКАЗАЛОСЬ У КНР – 1 072 УЧАСТНИКА – И, НЕСМОТРЯ НА САНКЦИИ, У США – 520. ПОДРОБНОСТИ – В МАТЕРИАЛЕ КОРРЕСПОНДЕНТА «БД».

📷 _СВЕТЛАНА ХОЛЯВЧУК / ✍️ _ЛИЛИЯ АГАРКОВА

2019



БЫЛО ПОДПИСАНО
650 ДОГОВОРОВ
НА СУММУ 3,1 ТРЛН РУБ.

Эту цифру назвал советник президента России, заместитель председателя оргкомитета форума **АНТОН КОБЯКОВ** на финальной пресс-конференции. Он уточнил, что в сумму вошли соглашения, которые «не являются коммерческой тайной».



ПРИНЯЛИ УЧАСТИЕ
ЛИДЕРЫ 6 СТРАН.

Еще 14 государств были представлены на уровне вице-президентов или премьер-министров. Приехал и генеральный секретарь ООН **АНТониу Гутерриш**. В ПМЭФ участвовали 1,3 тысячи иностранных компаний и более 2,5 тысячи российских. Мероприятия освещали 4,8 тысячи журналистов. Повестка дня включала 170 мероприятий, более 100 «круглых столов», деловых завтраков, диалогов между странами и др.



ПАРТНЕРАМИ ФОРУМА
СТАЛИ 148 КОМПАНИЙ.

В том числе два гиганта из Саудовской Аравии (**НАЦИОНАЛЬНАЯ НЕФТЯНАЯ КОРПОРАЦИЯ** и **МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ХОЛДИНГ**). Свой павильон был у национальной **АВИАКОМПАНИИ КАТАРА**. Впервые рекламодателем выступил американский интернет-гигант **FACEBOOK**.

ПЕТЕРБУРГ ЗАКЛЮЧИЛ 27 СОГЛАШЕНИЙ НА 189 МЛРД РУБЛЕЙ



Подавляющее большинство подписанных соглашений несут городу инвестиции. Самое главное, что эти деньги будут вложены в то, что действительно сегодня нужно петербуржцам, – дороги, социальные объекты, сферу здравоохранения, энергетику, создание новых рабочих мест».

Александр БЕГЛОВ,
врио губернатора Санкт-Петербурга

Среди договоров, связанных с развитием транспортной инфраструктуры, – соглашение с РЖД о **РАЗВИТИИ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТНОГО УЗЛА** (88 млрд руб.) и соглашение о строительстве развязки, обеспечивающей соединение ЗСД с Витебским проспектом (20 млрд руб.).

О создании единой системы скоростных дорог удалось договориться с министром транспорта Евгением Дитрихом, и теперь от города требуется подготовить проектно-сметную документацию для включения петербургских проектов в федеральные программы. 10 млрд руб. будет вложено в **СТРОИТЕЛЬСТВО ТЕРМИНАЛЬНО-ЛОГИСТИЧЕСКОГО ЦЕНТРА «БРОНКА»**.

Сделан важный шаг и в решении серьезной экологической проблемы – **ПОЛИГОНА «КРАСНЫЙ БОР»**: подписано соглашение между правительством Петербурга и Министерством природных ресурсов и экологии РФ о передаче полигона в ведение последнего.

Еще один пакет соглашений развивает Петербург как морской город, удобный для путешественников по воде. Соглашение о намерениях с АО «Пассажирский порт Санкт-Петербург “Морской фасад”» и ПАО «Совкомфлот», а также соглашение о взаимодействии с правительством Калининградской области направлены на развитие сферы круизного туризма на Балтике. На базе порта «Морской фасад»

будет создан **ЕДИНЫЙ КРУИЗНО-ПАРОМНЫЙ ОПЕРАТОР МОРСКИХ ПАССАЖИРСКИХ ТЕРМИНАЛОВ**.

В продолжение темы – соглашение с ПАО «Газпром» и Яхт-клубом Петербурга, которое даст импульс **РАЗВИТИЮ ПАРУСНОГО СПОРТА**, созданию инфраструктуры, необходимой для тренировок спортивных команд, **ОРГАНИЗАЦИИ РЕГАТ МЕЖДУНАРОДНОГО УРОВНЯ** и приема туристов.

Соглашение с АО «Национальная система платежных карт» расширит возможности **ЕДИНОЙ КАРТЫ ПЕТЕРБУРЖЦА**, превратив ее в персональный ключ к государственным и коммерческим цифровым сервисам.

ПАО «Ленэнерго» и компания Siemens подписали соглашение о сотрудничестве в области реализации проектов цифровой трансформации электрических сетей. Проект предполагает внедрение облачных технологий интернета вещей (IoT) на энергетических объектах. Самым заметным на площадке форума стал **ПРОЕКТ РАЗВИТИЯ КРОНШТАДТА** на базе создания особой экономической зоны туристско-рекреационного типа.

Говоря о значимых экологических проектах, можно отметить, что X5 Retail Group и Unilever подписали соглашение, согласно которому в магазинах Группы будут установлены **АВТОМАТЫ ПО ПРИЕМУ ПЛАСТИКОВОЙ ТАРЫ**.

В ЧИСЛЕ ГОРОДСКИХ ПРОЕКТОВ,

соглашения о которых были подписаны на форуме:

АО «ШВАБЕ» построит клинический онкологический диспансер и центр паллиативной медицинской помощи за

10,6
МЛРД РУБ.

ПАО «ТГК-1» вложит в модернизацию системы теплоснабжения города не менее

14
МЛРД РУБ.

АО «ГК «ЕКС» инвестирует в строительство перинатального центра в Калининском районе

10,6
МЛРД РУБ.

В создание на территории **ОСОБОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЗОНЫ ПЕТЕРБУРГА** новых предприятий, в том числе фармацевтических, будет вложено

10,3
МЛРД РУБ.

АО «ПЕТЕРБУРГСКИЙ НЕФТЯНОЙ ТЕРМИНАЛ» направит на реконструкцию капитальных объектов по перевалке и хранению нефтепродуктов на территории «Большого порта “Санкт-Петербург”»

6,5
МЛРД РУБ.



ПМЭФ'18
ПЕТЕРБУРГСКИЙ
МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
ФОРУМ

Сумма подписанных
соглашений –
2,4 трлн руб.

Число подписанных
соглашений* – **550.**

Количество участников –
17 000 человек
из **143 стран.**



ПМЭФ'17
ПЕТЕРБУРГСКИЙ
МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
ФОРУМ

Сумма подписанных
соглашений –
1,8 трлн руб.

Число подписанных
соглашений* – **475.**

Количество участников –
14 000 человек.



ПМЭФ'16
ПЕТЕРБУРГСКИЙ
МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
ФОРУМ

Сумма подписанных со-
глашений –
1,46 трлн руб.

Число подписанных со-
глашений* – **356.**

Количество участников –
12 000 человек.

* не считая соглашений, данные о которых представляют собой коммерческую тайну.

КАК ДЕЛА У НАДЕЖДЫ

2018

В рамках форума Петербург и ООО «Вернисаж» подписали соглашение о намерениях по реализации проектов, направленных на повышение качества обслуживания, а также на создание условий для развития пассажирских перевозок по междугородним и международным направлениям. ООО «Вернисаж» намеревалось реализовать стратегический инвестпроект по строительству **АВТОВОКЗАЛА «ЮЖНЫЙ»**. Оно обязалось обеспечить реализацию проекта за счет собственных и привлеченных средств, а Петербург, в свою очередь, взялся осуществлять сопровождение проекта.

- **Срок реализации – 2019–2024 гг. Готовится проект планировки территории, идет разработка.**

Еще одним заметным событием стало подписание Петербургом и ООО «Аэрополис» соглашения о сотрудничестве по реализации стратегического **ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА «АЭРОПОЛИС»**, цель которого – создание инфраструктуры для развития приоритетных отраслей городской экономики. Кроме того, проект подразумевает развитие аэропорта Пулково посредством увеличения грузов и расширения маршрутов пассажирских перевозок.

- **Соглашение действует до 2031 года. Планируемый объем инвестиций – 11,3 млрд руб.**

25 мая 2018 года было подписано трехстороннее соглашение между Петербургом, ПАО «Сбербанк» и ООО «Сберэнергодевелопмент» о **РЕКОНСТРУКЦИИ ПЕТЕРБУРГСКИХ КОТЕЛЬНЫХ** и переводе их на газообразное топливо. В целях исполнения соглашения ООО «Сберэнергодевелопмент» обеспечивает реализацию проекта за счет собственных и привлеченных средств, а город сопровождает его и оказывает содействие.

- **Объем инвестиций в проект – 1,5 млрд руб. Срок реализации соглашения – до 2033 года.**

В тот же день Петербург и АО «Газпромбанк» подписали соглашение о сотрудничестве по вопросам предварительной подготовки к реализации **ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА ДЛЯ РАЗВИТИЯ ГОРОДСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ**. «Газпромбанк» выступает в

качестве финансового консультанта, организатора финансирования и кредитора.

Подписано соглашение о намерениях между Петербургом и АО «Ренейссанс Констракшн» о совместном определении шагов по реализации проекта создания и эксплуатации **ТРАМВАЙНОЙ СЕТИ** по маршруту «станция метро «Южная» – Колпино» и транспортно-пересадочного узла «Южный».

- **Объем инвестиций не менее 20 млрд руб., соглашение действует до 2048 года.**

Петербург и ООО «Центр АТР-Сайгон» подписали концессионное соглашение о **РЕКОНСТРУКЦИИ И ЭКСПЛУАТАЦИИ ОБЪЕКТА ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ ОТДЫХА И ТУРИЗМА**. При этом последнее обеспечивает реализацию проекта за счет собственных и привлеченных средств. Город обязался осуществлять сопровождение проекта и предоставить в аренду земельный участок.

- **Объем инвестиций составляет не менее 470 млн руб.**

Также на форуме подписано концессионное соглашение с ООО «УК «Опека» о **СТРОИТЕЛЬСТВЕ ДОМА ДЛЯ ПОЖИЛЫХ** на 200 мест на участке в 2,1 га в Курортном районе Петербурга. Город выделил участок; также в соглашение вошел Сбербанк как партнер: он инвестирует строительство на 1 млрд руб. Затем дом для пожилых передадут городу, а «УК «Опека» будет управлять проектом 49 лет.

Кроме того, подписаны следующие соглашения: с компанией «Тойота», которая планировала с 2019 года в два раза **УВЕЛИЧИТЬ ПРОИЗВОДСТВО АВТОМОБИЛЕЙ** (до 100 тысяч в год); с ООО «Т2 Мобайл» – о развитии рынка телекоммуникационных услуг; с петербургским Водоканалом и Ассоциацией водоснабжения и водоотведения – о **СОЗДАНИИ ВОДНОГО КЛАСТЕРА**; с ЗАО «Трансмашхолдинг», ОАО «Газпром нефть» и АНО «Агентство инвестиций в социальную сферу» – о сотрудничестве; с ОАО «Киностудия «Ленфильм»» – о **СОЗДАНИИ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ТУРИСТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА «ЛЕНФИЛЬМ-ПАРК»**; с ГК «Ростех» – о **СОДЕЙСТВИИ РАЗРАБОТКЕ, ПРОИЗВОДСТВУ И ЭКСПОРТУ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОЙ ПРОДУКЦИИ**.

- **Все проекты находятся на разных этапах реализации.**

2017

«Водоканал Санкт-Петербурга» подписал соглашение о **РЕАЛИЗАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРОГРАММЫ** совместно с Евразийским банком развития на сумму \$1,2 млрд (60 млрд руб.).

Были подписаны два соглашения по развитию фармацевтического кластера: компания «Активный элемент» собралась строить **ПРОИЗВОДСТВЕННО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ЦЕНТР В ПУШКИНЕ**, а компания «Биокад» – предприятие и научно-исследовательский центр. «Биокад» намерен выпускать **17 ВИДОВ ЛЕКАРСТВЕННЫХ ПРЕПАРАТОВ**, которые в России не производятся.

Среди социальных проектов, соглашения по которым были подписаны на форуме, – строительство **КЛИНИКИ «МАТЬ И ДИТЯ»**, социальных домов престарелых и образовательных учреждений.

Обсуждалась также разработка «зонтичного» бренда **«САНКТ-ПЕТЕРБУРГ – СТОЛИЦА МОДЫ»**, брендов ведущих и начинающих дизайнеров, инновационных производств и коллекций. Планировалось, что продвижение брендов кластера, входящих в него предприятий, дизайнеров и продукции будет осуществляться по разработанной долгосрочной стратегии.

- **Петербург так и не стал столицей моды, кластеры для легкой промышленности (на 2 000 мест в центре города) не появились, пространство «Среда» для дизайнеров и швейников закрылось.**

ОАО «Кировский завод» и АО «Петербургский тракторный завод» заключили соглашение о намерениях реализовать до 2020 года проект **ПРОИЗВОДСТВА АВТОМАТИЗИРОВАННЫХ ТРАНСМИССИЙ** для сельскохозяйственной, строительной-дорожной и коммунальной отраслей за 266 млн руб.

1 июня 2017 года было подписано соглашение о намерениях Петербурга и ООО «Санкт-Петербургская платная дорога» реализовать инвестпроекты в сфере развития транспортной инфраструктуры с объемом инвестиций в 8 млрд руб. Компания прорабатывает возможность **СТРОИТЕЛЬСТВА АВТОМОБИЛЬНЫХ ПУТЕПРОВО-**

ДОВ ДЛЯ ЛИКВИДАЦИИ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫХ ПЕРЕЕЗДОВ на пути следования поездов «Сапсан» и «Аллегро».

Было подписано концессионное соглашение с ФК «Зенит» на 907 млн руб. **О РЕКОНСТРУКЦИИ И ЭКСПЛУАТАЦИИ ОБЪЕКТОВ СПОРТИВНЫХ СООРУЖЕНИЙ**, расположенных в муниципальном округе Гражданка на улице Верности, участок 91.

- *Срок реализации – пять лет, идет проектирование.*

Подписано было и соглашение о намерениях Петербурга и АО «ФАЛКОН КАПИТАЛ» по созданию **ПРОИЗВОДСТВА ВЕТРОТУРБИН** в целях развития экотехнологий в сфере энергетики.

- *Объем инвестиций в проект составляет 1 млрд руб. Срок реализации – 2020–2024 гг. В настоящий момент идет подбор участка под размещение производства.*

2 июня 2017 года было подписано соглашение с президентом компании «Активный компонент» Александром Семеновым о намерении реализовать инвестпроект строительства одного из самых крупных в Европе **ЗАВОДОВ ПО ПРОИЗВОДСТВУ АКТИВНЫХ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ СУБСТАНЦИЙ** в Пушкине и размещения на его территории индустриальной научной площадки Life Science Park.

- *Запуск предприятия намечен на начало 2020 года. Объем инвестиций в проект составил 2 млрд руб. Идет строительство.*

2016

Было подписано соглашение о намерениях между Петербургом и ООО «Тандем-Истейт» о **СТРОИТЕЛЬСТВЕ ОПТОВО-РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНОГО ЦЕНТРА «РОМБ»**. Проект планировалось реализовать до 2018 года на четырех земельных участках по адресам: улица Кубинская, 84, улица Чугунная, 2, проспект Большевиков, 56 – и на территории Морского рыбного порта.

- *Совокупный объем инвестиций оценивался в 17,5 млрд руб., предполагалось создать 1 200 рабочих мест.*

Компания отказалась от комплексов на проспекте Большевиков, 56 и на Чугунной улице, 2 (здесь решили строить жилье), сократив масштабный проект до минимума. Также было подписано соглашение о модернизации производства и об установке локальных очистных сооружений на фабрике «Ригли».

- *Срок реализации проекта – 2018 год. Объем инвестиций – 600 млн руб. Проект реализован.*

2015

В числе крупных событий – **ОТКРЫТИЕ ПЕРВОГО В РОССИИ ЗАВОДА ПОЛНОГО ЦИКЛА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ КОМПАНИИ «НОВАРТИС»**, а также целый ряд соглашений, в том числе с «Российским фондом технологического развития» о содействии внедрению региональных научно-технических разработок, соглашения о сотрудничестве со Сбербанком России и с Россельхозбанком.

Подписано соглашение о намерениях при реализации инвестпроекта **ПО СОЗДАНИЮ ПЕШЕХОДНОГО МОСТА** к чемпионату мира по футболу FIFA 2018.

- *Стоимость проекта составила 1,8 млрд руб. Мост построен.*

20 июня 2015 года в Белоострове был дан старт проекту создания **ПЕРВОГО В РОССИИ МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ИСПЫТАТЕЛЬНОГО ЦЕНТРА ЭЛЕКТРОТЕХНИЧЕСКОГО ОБОРУДОВАНИЯ**. Предполагалось партнерство между Петербургом, ОАО «Россети», фондом «Сколково» и ГК «ВЭБ».

- *Объем инвестиций в проект – 10,5 млрд руб. В 2018 году «Россети» отказались от проекта и аренды 72 га земли, запущен процесс расторжения договора.*

Также подписано соглашение о сотрудничестве между Петербургом и оператором сотовой связи «Т2 Мобайл» на 9 млрд руб. для **СОЗДАНИЯ СЕТЕЙ ПОДВИЖНОЙ МОБИЛЬНОЙ СВЯЗИ**, внедрения современных технологий связи и поддержки около 500 рабочих мест.

2014

Город подписал соглашения о сотрудничестве с ЗАО «Невский завод», ОАО «ЗВЕЗДА», ГК «Внешэкономбанк», Почтой России, а также с фондом «Сколково» и ОАО «Россети».

Было скреплено подписями соглашение с израильской компанией Morgal Investments о строительстве на Пулковских высотах многофункционального **ЖИЛОГО КОМПЛЕКСА «ПЛАНЕТОГРАД»**.

- *Объем соглашения составил около \$3 млрд (104,1 млрд руб.). Из-за задержек с получением согласований на строительство застройщик начал работу на участке только в 2017 году, завершить стройку планируется в 2027 году.*

2013

По соглашениям форума в начале следующего года планировался ввод **ПУСКОВОГО КОМПЛЕКСА ЗАВОДА ОАО «СИЛОВЫЕ МАШИНЫ»** по производству турбин и турбогенераторов для атомных электростанций с персоналом 350 человек.

- *Объем инвестиций в строительство составил порядка 5,5 млрд руб. Завод работает.*

Тогда же на участке «Новоорловская» Особой экономической зоны планировали начать производство **ТРИ КОМПАНИИ ПЕТЕРБУРГСКОГО ФАРМКЛАСТЕРА**. Это «НОВАРТИС НЕВА» (разработка фармацевтических препаратов), «ВИТАЛ ДЕВЕЛОПМЕНТ КОРПОРАЙШН» (разработка и организация опытного производства средств клинической диагностики) и «ВЕРТЕКС» (первая очередь).

Еще четыре резидента «Новоорловской» вышли на стройплощадку. Это «НПП «БУРЕВЕСТНИК»» (разработка оборудования для добычи алмазосодержащих руд и сырья), «РСИ СИНТЕЗ» (разработка и производство противоопухолевых препаратов), «ВИРИАЛ» (разработка и внедрение наноструктурных, керамических и металлокерамических композиционных материалов) и «МБНПК «ЦИТОМЕД»» (разработка препаратов и технологий получения оригинальных молекул).

Четыре резидента площадки «Нойдорф» ОЭЗ готовились завершить строительство своих объектов. Это «НПП «ЛАЗЕРНЫЕ СИСТЕМЫ»» (разработка комплексных решений для систем безопасности), «НОВТЕХ – СПб» (разработка и производство энергоэффективных электроприборов и оборудования на базе индукционного нагрева), «БИЗНЕС КОМПЬЮТЕР ЦЕНТР САНКТ-ПЕТЕРБУРГ» (разработка и организация производства оборудования для доступа к мультимедийной информации и распределения электроэнергии) и российская биотехнологическая компания «БИОНАД» (вторая очередь).

- *Все проекты работают.*



Сумма подписанных соглашений – **0,3 трлн руб.**

Число подписанных соглашений* – **205.**

Количество участников – **10 000 человек.**



Сумма подписанных соглашений – **0,4 трлн руб.**

Число подписанных соглашений* – **175.**

Количество участников – **7 590 человек.**



Сумма подписанных соглашений – **9,6 трлн руб.**

Число подписанных соглашений* – **102.**

Количество участников – **6 035 человек.**

*не считая соглашений, данные о которых представляют собой коммерческую тайну.



ТОРГОВЛЯ МЕЖДУ РОССИЕЙ И КИТАЕМ – ЭТО НЕ ТОЛЬКО МНОГОМИЛЛИОННЫЕ СДЕЛКИ В ОБЛАСТИ ЭНЕРГЕТИКИ И МАШИНОСТРОЕНИЯ, НО И БИЗНЕС СОТЕН НЕБОЛЬШИХ КОМПАНИЙ, ПОСТАВЛЯЮЩИХ ДРУГ ДРУГУ ТОВАРЫ ПОВСЕДНЕВНОГО СПРОСА. «БД» УЗНАЛ, КАК РОССИЙСКИМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯМ РАБОТАЕТСЯ ПО ЖЕСТКИМ ПРАВИЛАМ КИТАЙСКОГО РЫНКА.

ВЕЛИКАЯ ТОРГОВАЯ СТЕНА

[_ROSCONGRESS.ORG](https://roscongress.org),

DAVID CLARKE, LILY BANSE ON UNSPLASH

[_МАРИЯ КОВАЦЕНКО](#)

Братья навек

Китай – один из самых активных экономических партнеров РФ: доля Поднебесной в общем обороте внешней торговли за прошлый год составила 15,7%. Неудивительно, что делегация из КНР на состоявшемся в июне ПМЭФ была самой многочисленной: в Северную столицу приехали более тысячи представителей Китая во главе с генеральным секретарем ЦК коммунистической партии Си Цзиньпином.

По итогам 2018 года товарооборот России и КНР впервые в истории взаимоотношений превысил установленную лидерами целевую планку в \$100 млрд. Следующий рубеж во взаимной торговле – \$200 млрд к 2024 году.

Судя по заявлениям в рамках ПМЭФ, лидеры КНР и России делают акцент на сотрудничестве в энергетической сфере. В 2018 году на минеральные ресурсы пришлось более 76% российского экспорта.

В целом объем торговли энергоносителями между Китаем и Россией в прошлом году превысил

\$40
МЛРД.

Но российско-китайский бизнес не ограничивается вагонами леса и железной руды. Доля российского несырьевого экспорта в Поднебесную ежегодно увеличивается на 12–15%, а импорт готовых товаров из Китая в 2018 году вырос на 8,7% и достиг \$52,2 млрд.

За этими цифрами стоят малые и средние предприятия, которые осваивают необъятные рынки обеих стран. По данным Комитета по внешним связям Петербурга, товарооборот города с Китаем за 2018 год составил \$6 766,4 млн. Удельный вес КНР в товарообороте Северной столицы – 13,8%. Внешнеторговые операции осуществляли 12 805 субъектов внешнеэкономической деятельности, в том числе 575 ИП, действует 26 филиалов иностранных фирм. Количество фирм-экспортеров за январь-декабрь 2018 года составило 5 449, что превысило показатель 2017 года на 10%.

Количество импортеров увеличилось на 6% до 9 845 участников ВЭД.

Не хлебом единым

Экспорт российских товаров – наиболее сложная и непредсказуемая часть торговли между РФ и КНР. Главная трудность для бизнеса – грамотно выбрать нишу и просчитать возможные риски. Самые перспективные точки входа для российского бизнеса на рынок Китая – это проекты в сфере высоких технологий и обучения, считают эксперты. «КНР вышла на 4-е место в мире по индексу развития IT-индустрии, высокий уровень проникновения мобильной связи и интернета формирует благоприятную среду для развития стартапов в данном сегменте», – поясняет партнер компании Market Entry Atelier Юлия Польшманн.

Стремительный рост китайской экономики формирует спрос на качественное образование: согласно отчету Consumer Report McKinsey, количество обучающихся в частных детских садах КНР в 2018 году выросло на 55%, в средней и высшей школе – на 12%. На этом фоне беспрецедентный рост показывают компании в сегменте EduTech. По данным UBS Research, уровень проникновения онлайн образования на китайском рынке составляет всего 5%, но, по прогнозам, к 2025 году он достигнет 35%.

Перспективным направлением экспорта является и российская косметика: выгодное географическое положение России позволяет производителям быстро организовать доставку и обеспечить привлекательные цены по сравнению с европейскими брендами.

Между тем присутствие российских компаний в КНР ограничивают жесткие нормы закона, касающиеся процедур регистрации и сертификации. «Уже были неоднократные случаи, когда с российских производителей или обладателей торговых марок косметики посредники брали достаточно большие деньги, в районе 2–3 млн руб., и за эти суммы обещали решить вопросы с сертификацией, помочь выйти на рынок, – приводит пример генеральный директор GPC Pharmaceuticals Алексей Филиппов. – Нужно понимать, что на рынке Китая пройти процедуру получения сертификата на российскую косметику практически невозможно. Велик риск, что вы просто отдадите деньги мошенникам, но сертификат в результате так и не получите».

Себя показать

«У нас в компании распространено выражение: “Качество товара закладываешь один раз, выбирая поставщика”, – делится опытом Евгений Ойстачер, основатель бренда ЕКФ (производитель электротехнической продукции). – Сейчас это около 10 тысяч наименований, часть из которых выпускается на производственных мощностях КНР».

По его словам, в европейских странах бизнес с годами повышает уровень качества, а в Азии, напротив, придерживаются принципа «стабильность – признак мастерства». «Поэтому к выбору своего партнера надо подхо-



Удачный кейс по выходу российской торговой марки косметики на рынок Китая начался с ежегодного участия в выставке в Гонконге, где регулярно был выставлен стенд с продукцией российского производства. Там и были найдены первые клиенты – крупные дистрибьюторы из Китая. А активные продажи в значительном объеме начались после небольшого рекламного выпуска на местном телевидении».

Алексей ФИЛИППОВ, генеральный директор GPC Pharmaceuticals

Помимо традиционных продуктов, пользующихся спросом в Азии (рыба, зерновые, мучные кондитерские изделия и мороженое), россияне поставляют в Китай высокотехнологичные товары и фармацевтическую продукцию.

дить тщательно на начальном этапе», – говорит бизнесмен.

Надежный торговый партнер – первая цель, которую ставят перед собой российские предприниматели с опытом. Алексей Филиппов советует новичкам даже не пытаться выходить на торговые сети и крупных китайских ритейлеров самостоятельно. Наиболее эффективные кейсы показывают, что лучшая схема работы с азиатскими рынками – это наличие местных дистрибьюторов, которые возьмут на себя все процессы маркетинга, взаимодействия с ритейлерами и другие хозяйственные вопросы. Попытки заходить на китайский рынок без посредников обычно приводят к росту бюджетов на продвижение и маркетинг.

Важный этап в поиске китайских партнеров – участие в профильных выставках, считают участники рынка. «Достаточно небольшого стенда с многочисленными пробниками, чтобы заинтересовать не только отдельных посетителей, но и представителей крупных посреднических компаний», – отмечает Алексей Филиппов.

Крупные выставки в Гонконге и Гуанчжоу не пропускает и Евгений Рабчевский, генеральный директор iSportBar (разработчик «умного» вендингового автомата). «Если у выставочного стенда вас приглашают на завод, зна-

чит, вы попали к производителю. Нет предложений о визитах – имеете дело с посредником», – поясняет эксперт.

Выбор площадки для выхода на китайский рынок, в свою очередь, зависит от целей и задач, а также от объема инвестиций. «Например, с березовым соком Bzarozavik мы начинали с тестовых продаж офлайн, – вспоминает Юлия Польшманн. – Договорились с дистрибьюторами о реализации небольшой пробной партии, сделали выкладку, привлекли к работе промоутеров, поставили в супермаркетах демонстрационные стенды и устроили дегустацию. Тесты помогли оценить реакцию покупателей, детально подготовиться к полноценному запуску продаж на территории Китая. А вот для Yotaphone, помимо “классического” набора онлайн площадок, были выбраны jd.com и tmall.cn, запускали собственный онлайн магазин на платформе оригинальных и необычных подарков ujiipin.cn».

Китайская грамота

Однако, даже выйдя на китайский рынок и найдя надежных партнеров, российские бизнесмены сталкиваются с неожиданными трудностями. Евгений Новиков, эксперт по ВЭД,

▶▶▶ ПРОДОЛЖЕНИЕ НА СТР. 10



»» ОКОНЧАНИЕ. НАЧАЛО НА СТР. 8

специализирующийся на импорте из Китая, работает с партнерами из Поднебесной с 2008 года. Он находит китайских производителей, организует производство, доставку и таможенную «очистку» товаров. Опыт предпринимателя говорит о том, что для неподготовленного российского бизнесмена китайский подход может оказаться шоком.

Возможность незаметно сделать что-то в свою пользу, формально не нарушая оговоренных условий, считается в Китае проявлением ума и хитрости, хотя российские бизнесмены справедливо расценивают такое поведение как мелкое жульничество. Наконец, китайцы прагматичны и расчетливы. «Зачастую возможность заработать \$100, но прямо сейчас, для них ценнее, чем будущие миллионные перспективы», – делится опытом Евгений Новиков.

Главный вывод, который делает бизнесмен, – следует активно развивать личные отношения с китайскими партнерами, не жалеть

«Из-за культурных особенностей китайские предприниматели не начинают переговоров всерьез, пока не посмотрят в глаза, не пожмут руку, обеими руками не передадут визитку», – соглашается генеральный директор Macroscop (ПО для интеллектуального видеонаблюдения) Петр Харебов. По словам предпринимателя, китайцы задают много уточняющих вопросов, внимательно следят за поведением кандидата в партнеры, оценивают, насколько можно ему доверять и открываться. Только после этого начинаются реальные предложения.



Главная особенность ведения дел – в специфической деловой этике китайцев. Они не любят отказывать клиенту и вообще не любят его расстраивать. Поэтому о многих проблемах с товаром или поставкой узнаешь не заранее, а в самый последний момент, когда уже зачастую поздно что-либо менять и отыгрывать назад».

Евгений НОВИКОВ, эксперт по ВЭД



на это времени и средств: «Если в европейской культуре человеческие отношения устанавливаются и развиваются между партнерами вслед за успешными деловыми, то в Китае всё наоборот: сначала личный контакт и доверие, потом дела. Зачастую обещание, данное китайцем за ужином в ресторане, будет в случае конфликта иметь больший вес, чем все подписанные бумаги».

Деловые встречи в неформальной обстановке – обязательная часть китайского бизнес-ритуала. Такие переговоры длятся часами. «Мой личный рекорд бизнес-встречи – 20 часов диалога кряду. Но за этой медлительностью кроется тщательное изучение как предмета переговоров, так и будущего партнера. Ну и, конечно, поиск собственной выгоды: китайцы умеют считать деньги», – говорит Евгений Ойстачер.

На российском рынке покупают в основном готовые изделия из КНР – импорт в этом сегменте в 2018 году вырос на

16%



Рука на пульсе

Еще одна непривычная для россиян особенность совместного бизнеса с КНР – это необходимость жестко контролировать все бизнес-процессы. Если речь идет о поставках или контрактном производстве, детально фиксировать и обсуждать каждую мелочь – единственный способ повлиять на качество товара.

«Мы заказали у китайского производителя большую партию часов, – вспоминает основатель петербургского онлайн университета Smart Business, предприниматель Олег Карнаух. – Производитель прислал нам контрольный образец. Изделие было сделано согласно техническому заданию, только ремешки явно портили вид. Попросили заменить и стали ждать готовую партию. Когда получили заказ из Китая, были шокированы: поставщик ничего не исправил и ремешки не заменил. Целую партию пришлось утилизировать. Но я сделал выводы:

нужно контролировать работу производителя на всех этапах – от времени создания пробного образца до времени отправки готовой партии».

Своеобразное отношение к выполнению технических заданий – общая беда азиатских производителей. Евгений Новиков советует подробно обсуждать и фиксировать качественные характеристики и требования к товарам. Любые мелочи, которые могут показаться очевидными, требуют отдельного упоминания в договоре. «Необходимо указывать ответственность поставщика за их нарушение вместе с конкретным механизмом реализации: возврат

денег, замена товара, ремонт вашими силами с последующей компенсацией понесенных затрат и так далее. При этом для выполнения ваших требований недостаточно их только прописать или только проговорить. Необходимо сделать и то, и другое», – подчеркивает эксперт.

Евгений Рабчевский вспоминает: «Для своих торговых автоматов iSportBar мы искали сенсорный дисплей. Описывали все до мелочей: размеры рабочей области и самого дисплея, вольтаж, технологию экрана, сроки поставки и прочее. Написать только диагональ дисплея оказалось явно недостаточно».

Наконец, выходя на рынок КНР, не лишним будет изучить законодательную базу и процедуры регистрации товаров. Для неподготовленного предпринимателя, не владеющего китайским языком, эта задача может оказаться непосильной, а результат работы «вслепую» – непредсказуемым. «Коллеги готовили аналитическую справку для клиента по сегменту «лечебная косметика», – рассказывает Юлия Польшманн. – Оказалось, что у данной категории непростая система сертификации, и вся импортная продукция должна пройти обязательную процедуру тестирования на животных. Подобные тесты проводят лицензированные лаборатории, на практике это занимает от четырех до шести месяцев. То есть компании нужно закладывать от шести месяцев до одного года на подготовительный период».

Впрочем, несмотря на сложность с освоением восточных традиций, российские бизнесмены готовы работать с Китаем. Согласно последнему опросу «ФОМ», 68% россиян полагают, что КНР развивается более успешно, чем Россия. А в рейтинге Doing Business за последний год страна поднялась на более чем 30 позиций по 10 основным параметрам. Китайский рынок, по мнению экспертов, требует подготовки, восточной мудрости и терпения. Успех ждет тех, кто готов играть по местным правилам.

РЕАЛЬНАЯ ПРИБЫЛЬ ОТ ВИРТУАЛЬНОГО МИРА

«ЕСЛИ ВАШЕГО БИЗНЕСА НЕТ В ИНТЕРНЕТЕ, ТО ВАС НЕТ В БИЗНЕСЕ», – СЕГОДНЯ ЭТУ ЦИТАТУ БИЛЛА ГЕЙТСА НЕ ОСПОРИТ НИКТО. ОНЛАЙН СФЕРА ОТКРЫВАЕТ НОВЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ. СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ РЕСУРСЫ, НА КОТОРЫХ ВСТРЕЧАЮТСЯ ПРОДАВЦЫ И ПОКУПАТЕЛИ, С КАЖДЫМ ДНЕМ СТАНОВЯТСЯ ВСЕ ЭФФЕКТИВНЕЙ.

FREERIK.COM / КРИСТИНА РУДИЧ

Рынок сбыта без границ

Одним из подписанных в рамках ПМЭФ-2019 соглашений стал документ о сотрудничестве сервиса объявлений «Юла» и СПб ГБУ «Центр развития и поддержки предпринимательства» (ЦРПП). В соответствии с достигнутыми договоренностями, «Юла» совместно с ЦРПП обучит предпринимателей особенностям продажи товаров и услуг через интернет и предоставит специальные условия владельцам бизнеса, получающим услуги в ЦРПП.

Действительно, электронные торговые площадки (ЭТП) эксперты даже в шутку называют сайтами знакомств для предпринимателей. Не только B2B сектор, но и ритейл активно используют для продвижения популярные онлайн платформы. Многие из существующих ЭТП ориентированы на госсектор и крупные корпорации, но также успешно функционирует немало сервисов, предлагающих выгодные решения в сфере продаж для небольших компаний и ИП.

Многим начинающим бизнесменам бывает сложно найти достаточный спрос на производимую продукцию. Например, хендмейд-товары, достаточно популярные среди соответствующей аудитории, могут приносить значительную прибыль, если правильно выбрать площадку для их реализации.

Крупные международные площадки интернет-торговли обычно лояльно относятся к начинающим предпринимателям. Они «заточены» под успешную коммерцию, поэтому стать активным пользователем и бизнес-партнером таких площадок, как eBay или Amazon, не составляет большого труда. Кроме возможности быстро находить покупателей, которые выбирают товар, не выходя из дома, бизнес привлекает и множество вариантов получения оплаты.

Как правило, размещение товаров на торговых онлайн платформах включает в себя не-



Главное преимущество ЭТП для предпринимателей – быстрое привлечение клиентов.

сколько видов пакетов: от бесплатного тестового на один месяц до полного пакета услуг для малого бизнеса. Последний стоит примерно 25 тысяч руб. в год. Платные пакеты обычно включают в себя следующие опции: интернет-магазин, оснащенный каталогами и корзиной; оповещения и заказ при помощи SMS-сообщений; личный кабинет пользователя; инструменты статистики.

Рассмотрим, к примеру, механизм работы Alibaba. Основные виды деятельности платформы – розничная онлайн торговля и торговые операции между компаниями. Благодаря Alibaba российские малые предприниматели имеют возможность поставлять товары и услуги в разные страны. Схема взаимодействия проста. Поставщики публикуют актуальные сведения о себе и своей продукции: детальное описание товарных единиц, спецификации, изображения, условия доставки и т.д. Покупатели отправляют им запросы по поводу цен для последующего проведения переговоров о поставках.

Многие российские пользователи и начинающие бизнесмены с интересом присматриваются к китайскому проекту, который в последнее время гигантскими темпами наращивает обороты. Тут важно отметить, что непосредственно для регистрации на сайте в качестве продавца необходимо как минимум подтвердить проживание в Китае и наличие соответствующей визы.

▶▶▶ ПРОДОЛЖЕНИЕ НА СТР. 12

»»» ОКОНЧАНИЕ. НАЧАЛО НА СТР. 11

Магазин на диване

Ситуация на рынке такова, что даже крупные e-commerce проекты в России существуют либо на грани между прибыльностью и убытками, либо (в подавляющем большинстве случаев) остаются в сильном убытке.

Вниз интернет-магазины тянут дорогой маркетинг и дорогая логистика. Маркетинг в зависимости от среднего чека магазина и распределения между новыми клиентами и повторными покупками «съедает» не меньше 10% от выручки; логистика (тоже при очень грубом подсчете) – столько же. Новые интернет-магазины без своей складской и логистической инфраструктуры, а также старых проверенных клиентов будут трагичнее гораздо больше.

Если добавить к этому российские реалии в виде снижения покупательной способности, борьбы за уменьшающийся пирог между крупными игроками, привыкших к примерке перед выкупом заказа клиентов и платежей cash-on-delivery, то становится понятно: собственный интернет-магазин – это туманный путь с неясными перспективами и игра «вдолгую».



Среди преимуществ интернет-торговли можно выделить следующие: для старта нужен минимальный капитал, есть возможность начать работу без значительного ассортимента продукции и разработки каталога, не нужны офис и команда сотрудников, продавец может самостоятельно регулировать финансовые отношения с клиентами.



Недостатки сетевой торговли заключаются в том, что приходится самостоятельно продумывать логистику доставки товаров, прорабатывать схему возврата продукции, заботиться о выполнении финансовых обязательств.



Среди сложностей, с которыми придется столкнуться, – продвижение среди десятков тысяч поставщиков площадки. Если вы не в топе категории, то продаж у вас немного. Для того чтобы выйти в топ, помимо уникального товара, нужно делать качественный контент – как фото, так и описание. А также быть готовым торговать частью своего стока ниже себестоимости для раскрутки бренда на площадке. Основной и единственный минус – это зависимость от площадки, поскольку у вас не остается ни клиентской базы, ни возможности влиять на продажи. Например, если Amazon или eBay считает наш товар несезонным и перестает анонсировать в акциях, продажи резко идут вниз».

Алла ЯКОВЛЕВА,
коммерческий директор Lattice.com

Если вы не входите в число топ-партнеров, то в декабре, например, при росте спроса вы можете оказаться без логистики, потому что все усилия логистов будут перенаправлены на ключевых клиентов, предостерегают эксперты.



ALL.biz

Этот международный торговый центр – заслуженный «ветеран» интернет-торговли. Онлайн платформа является одной из старейших ЭТП на территории СНГ.

ТЕХНИЧЕСКАЯ
БАЗА

1 300
ТЫСЯЧ
КОМПАНИЙ

ГЕОГРАФИЯ

90
СТРАН

ЧИСЛО
ПОСЕТИТЕЛЕЙ
В МЕСЯЦ

11
МИЛЛИОНОВ
ЧЕЛОВЕК

На сайте запущен сервис, обеспечивающий поиск новых клиентов и получение «живых» горячих заявок от пользователей.

НАИБОЛЕЕ ПОПУЛЯРНЫЕ КАТЕГОРИИ ЭТОГО МЕЖДУНАРОДНОГО ПОРТАЛА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ:

- авто-мото-велотехника;
- одежда, обувь и сопутствующие аксессуары;
- строительные материалы;
- продукты питания и напитки.

Alibaba.com

На этой крупнейшей ЭТП родом из Китая представлены компании со всего мира.

СТОИМОСТЬ
УСЛУГ

0
БЕСПЛАТНО

БАЗА
ДААННЫХ

7
МИЛЛИОНОВ
КОМПАНИЙ

ГЕОГРАФИЯ

240
СТРАН

ТОП-6

eBay.com

Одноименной американской компанией, предоставляющей спектр услуг в сфере онлайн аукционов и интернет-магазинов, был создан международный торговый центр eBay.

ПРОДАВЦУ НУЖНО СОВЕРШИТЬ ВСЕГО ТРИ ПРОСТЫХ ШАГА:

1. Пройти регистрацию и авторизоваться;
2. Создать аккаунт международной платежной системы PayPal;
3. Разместить объявление с кратким описанием товара и фотографиями.

ПЛАТФОРМА ДАЕТ ДОСТУП
К КОЛОССАЛЬНОМУ ЧИСЛУ ПОКУПАТЕЛЕЙ –

180

МИЛЛИОНОВ ЧЕЛОВЕК.

Опытным юзерам сервис позволяет выходить на новый уровень посредством использования eBaymag.

ЕБАУМАГ ЭТО:

- комплексное управление объявлениями;
- продажи за рубежом на девяти сайтах, таких как ebay.fr, ebay.de и т.д. (сервис автоматически переводит объявления продавца на родной язык покупателя);
- координация работы с заказами (объединение или раздел посылок, оформление доставки, добавление трекинг-номера и прочее).

Площадка предоставляет много инструментов для управления продажами, в частности, возможность использования концентратора продавцов. Услуга является бесплатной и позволяет задействовать доступные механизмы оптимизации продаж.



ВЕДУЩИХ ТОРГОВЫХ ПЛОЩАДОК ДЛЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

Amazon.com

Еще один крупный ресурс интернет-шопинга, который ежедневно посещают миллионы клиентов.

Чтобы стать здесь продавцом, нужно пройти регистрацию и представить документы о налоговой отчетности, подтверждающие финансовое состояние и ответственность.

БУДУЩИМ ПРОДАВЦАМ AMAZON ПРЕДЛАГАЕТ РЕГИСТРАЦИЮ ДВУХ ТИПОВ:

- **INDIVIDUAL;**
- **PROFESSIONAL SELLER.**

Для частных продавцов и предпринимателей, развивающих малый бизнес, подойдет вариант **INDIVIDUAL**. Он более экономный: не придется оплачивать ежемесячную комиссию, которая для профессиональных продавцов составляет \$33,99 в месяц. Однако частный продавец все равно оплачивает комиссионный сбор – \$0,99 с каждого проданного товара. Кроме того, он не может продавать больше 40 единиц продукции в месяц.

При регистрации на Amazon очень важным моментом является указание платежной информации: пользователю понадобится карта PayPal или регистрация в системе Amazon Payments. Второй вариант кажется более удобным и выгодным, однако не является бесплатным. Каждая произведенная транзакция сопровождается снятием комиссии в пользу Amazon в объеме 2,9% от общей суммы сделки. Еще \$0,33 снимается за каждую покупку, стоимость которой превышает \$10.



Avito.ru

Популярный интернет-сервис по размещению частных объявлений Avito занимает первое место в России и второе место в мире среди онлайн классифайдов.

Для профессиональных продавцов, ведущих активную торговую деятельность с целью получения дохода, размещение объявлений в категориях является платным. На стоимость размещения влияют категория объявления, регион и другие параметры, определяемые компанией Avito.

TIU.ru

Бизнес-портал TIU.ru является российской федеральной торговой онлайн площадкой с собственным уникальным конструктором сайтов и интернет-магазинов.

Этот полезный инструмент позволяет продавцам быстро и качественно создавать броские витрины, привлекающие потенциальных покупателей. К услугам пользователей – более 200 дизайнерских шаблонов, а также бесплатные маркетинговые инструменты, такие как email-рассылки и настройки акций для клиентов. Здесь есть и бесплатный тестовый период длительностью 14 дней.

БАЗА ДАННЫХ	913 478 КОМПАНИЙ
ТОВАРЫ И УСЛУГИ	35 960 386 ПОЗИЦИЙ
ЧИСЛО ПОСЕТИТЕЛЕЙ В МЕСЯЦ	19 МИЛЛИОНОВ ЧЕЛОВЕК
КОЛИЧЕСТВО ЕЖЕМЕСЯЧНЫХ СДЕЛОК	142 ТЫСЯЧИ

В зависимости от пакета можно осуществлять продажи как в одном федеральном округе, так и во всех регионах РФ. Пакет «Региональный» стоит 15 000 руб. в год, «Вся страна» – 28 000, «Премиум» – 39 200. Алгоритм старта продаж таков: создание сайта или интернет-магазина, добавление товаров или услуг (до 10 000 позиций), прием заказов от клиентов.

ЧИСЛО ПОСЕТИТЕЛЕЙ В МЕСЯЦ	45 МИЛЛИОНОВ ЧЕЛОВЕК
КОЛИЧЕСТВО ОПЕРАЦИЙ ЗА ГОД	63 МИЛЛИОНА
АКТУАЛЬНОЕ ЧИСЛО ОБЪЯВЛЕНИЙ	51 356 237

Тренды для малого бизнеса

Покупательская грамотность в сфере интернет-торговли значительно выросла. Люди все чаще выбирают онлайн шопинг, поскольку он экономит их силы, время и деньги. Современная интернет-торговля развивается динамичными темпами, появляются новые тренды и актуальные «фишки».

«Малый бизнес демонстрирует рост вовлеченности в продажи через интернет. Главную роль в этом процессе играют специализированные торговые площадки – ЭТП, на которых продажи происходят через участие в конкурентных торгах».

Анастасия ТИХОНОВА,
региональный представитель
по Северо-Западному округу ГК Tender.pro

По данным ЭТП Tender.pro, малые предприятия выигрывают в каждой третьей процедуре. У большинства заказчиков нет ограничений по размеру компании или форме собственности. На площадках, работающих с коммерческими заказами, вход в этот канал продаж максимально упрощен. Регистрация происходит буквально в несколько кликов: предприниматели сразу получают доступ к огромному миру закупок большого бизнеса. Для участия в процедурах некоторых компаний может потребоваться аккредитация, чаще всего поставщиков проверяют на присутствие в черном списке, а также по базам налоговой и судебных решений. Если компания соответствует требованиям заказчика и готова выполнить условия контракта, то она может принять участие в любой закупке. При этом есть закупки, которые заказчик должен проводить исключительно среди СМП. Это значит, что в числе конкурентов не будет представителей крупных предприятий: для участия организация предоставляет декларацию о принадлежности к малому бизнесу.

ПО ДАННЫМ «ИНТЕРФАКСА»,
КОНКУРЕНЦИЯ НА ТАКИХ ТОРГАХ –
ВСЕГО

1,83
ЗАЯВКИ НА ЗАКУПКУ.

Постепенно предприниматели понимают, что им выгодно разместить свои прайсы в онлайн системах и автоматически получать приглашения стать поставщиком.

Если в 2016 году электронными способами реализации через участие в торгах пользовались только 16% средних и всего 0,1% малых компаний (по данным «Эксперт РА»), то сегодня большая часть регистрируемых компаний-поставщиков относится к малому и среднему бизнесу. Это совершенно разные предприятия, торгующие запчастями, техникой, хозяйственными, строительными материалами и т.п. Хорошая история участия в торгах открывает доступ к расширенным возможностям и включению в закрытые реестры надежных (рекомендуемых) поставщиков, что существенным образом увеличивает продажи.

БЮДЖЕТ КОМИТЕТА ПО КУЛЬТУРЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

в прошлом году составил

15,5

млрд руб., что на 5,1% больше, чем в 2017-м.

При этом

34%

бюджета было направлено на финансирование театров и концертных организаций.

В прошлом году на проведение фестивалей, конкурсов и проектов в области культуры и искусства социально ориентированным некоммерческим организациям было предоставлено

204

субсидии на общую сумму

861,9

млн руб.

Среди театров, подведомственных Комитету по культуре,

100%

посещаемости имеют:

- Михайловский театр,
- театр балета Бориса Эйфмана,
- театр балета имени Леонида Якобсона,
- театр Музыкальной Комедии,
- театр Эстрады имени Аркадия Райкина,
- театр «Санкт-Петербург Опера»,
- театр «Мастерская».

ДЕБЕТ И КРЕДИТ МЕЛЬПОМЕНИ

В РОССИИ 2019 ГОД ОБЪЯВЛЕН ГОДОМ ТЕАТРА. НАКОНЕЦ-ТО У ДЕЯТЕЛЕЙ КУЛЬТУРЫ ПОЯВИЛАСЬ ВОЗМОЖНОСТЬ ПОДНЯТЬ ВОПРОСЫ НЕ ТОЛЬКО ТВОРЧЕСКИЕ, НО И ФИНАНСОВЫЕ.

 _123RF.COM /  _ВАЛЕНТИНА КАРЕЛОВА

Скромный нацпроект

Обсуждение театра как стремительно развивающейся бизнес-индустрии – тема, актуальная не только для Петербурга. Подтверждением этому стал разговор на одной из сессий последнего Петербургского международного экономического форума. Начали дискуссию представители высокого искусства с традиционного заявления, что средства, выделяемые государством, ничтожны, поэтому труппы еле-еле сводят концы с концами. Но так ли это на самом деле?



«*Большие надежды мы возлагали на национальный проект «Культура», запущенный в 2019 году. Он должен получить 108,5 млрд руб. Но от общего числа затрачиваемых на нацпроекты средств это всего 0,4%. Разделите эту сумму на все российские театры, которых у нас около 1 000, и увидите, что это капля в море*», – говорит директор Государственного театра наций **Мария Ревякина**.

Бюджет этого московского театра на 41% состоит из государственной субсидии и на 47% – из самостоятельного дохода. Спонсорские поступления составляют еще 12%. На постановки на Малой сцене тратится примерно от 3 до 6 млн руб., а на Большой суммы могут доходить до 60 млн руб.

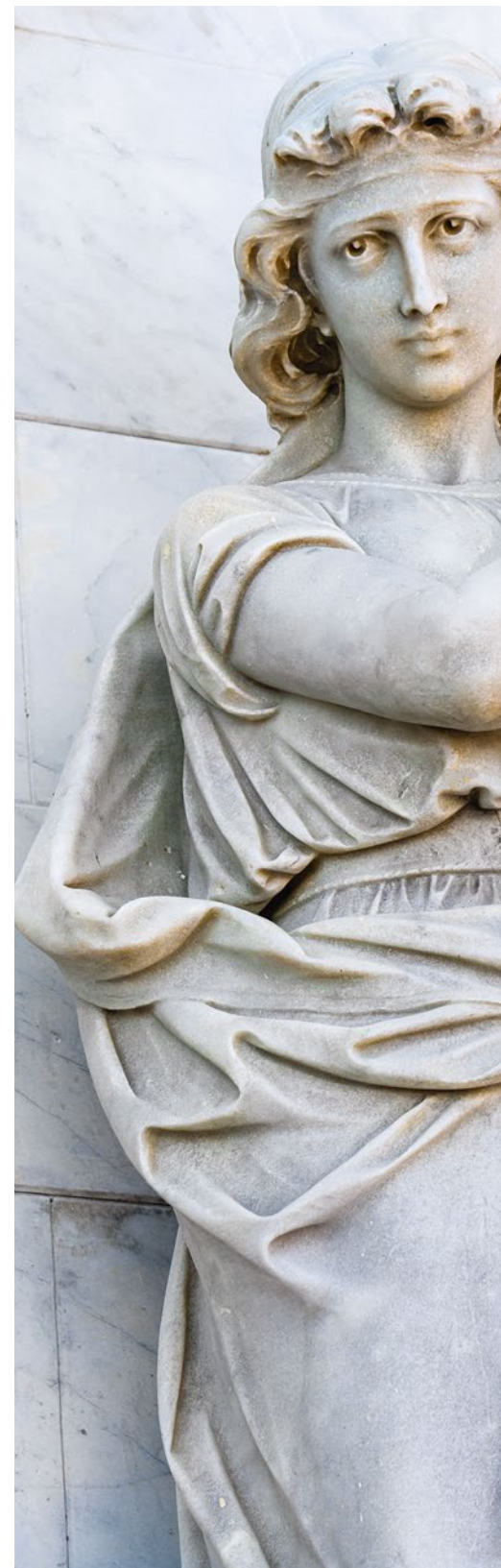
По мнению экспертов, давно следует пересмотреть принципы формирования субсидий, поскольку они не индексировались много лет. Например, если сравнить суммы субсидий за 2010 год с 2019-м, разница составит лишь 28%, в то время как инфляция за этот период достигала 30–40%. В результате театры пытаются экономить, сокращают количество репетиций, жертвуют спецэффектами, отказываются от живого оркестра и даже уменьшают количество персонажей в спектаклях.

Заработать на постановку

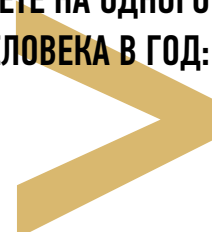
Буквально сразу после ПМЭФ город облетела новость о том, что Санкт-Петербургский городской театр решил прекратить работу. Главной причиной закрытия труппы назвала нехватку финансирования.

«*Мы прожили три года, и нам кажется, что это оптимальный срок для того, чтобы быть замеченными и поддержанными государством или частным капиталом. Если же этого не произошло, значит, городской театр не был достаточно убедителен как художественное явление*», – говорится на странице театра в соцсети.

Театр все время искал фонды, гранты, программы, платформы – и вполне успешно показывал репертуар, выпускал премьеры. На отсутствие зрительского внимания труппа не жалуется, театр был замечен и профессиональным сообществом. «Нас регулярно поддерживал Комитет по культуре Петербурга, последний сезон мы прожили благодаря президентскому гранту, несколько спектаклей было выпущено при помощи краудфандинга. Этих средств для театра достаточно, чтобы выживать, но недостаточно, чтобы полноценно жить и расти. А если вся энергия театра тратится на выживание, то на творчество, на художествен-



ЗАТРАТЫ ГОСУДАРСТВА НА КУЛЬТУРУ В ПЕРЕСЧЕТЕ НА ОДНОГО ЧЕЛОВЕКА В ГОД:





ные победы ее просто не остается», – заявили артисты.

Петербургу, хотя он и сохраняет гордое звание культурной столицы России, по-прежнему далеко до бюджетов Москвы. Но и в «финансовой столице» заработать на постановке – дело непростое. Худрук Театра на Малой Бронной **Константин Богомолов** поделился опытом успешных проектов, на которых удалось отбить вложенные средства и заработать.

«Спектакль «Айфак» по роману Виктора Пелевина был «артовым» продуктом, сделанным с применением сложных технологий. Правда, честно скажу, с неидеальным предварительным обсчетом. Если бы смета была просчитана более скрупулезно, мы могли получить прибыли больше. Однако продолжать его играть мы не смогли по экономическим причинам. Спектакль себя окупил, но, по сути, умер. Мне жаль», – посетовал **Константин Богомолов**.

В качестве другой успешной работы он назвал спектакль «Идеальный муж», на постановку которого с учетом гонораров артистов было потрачено 14 млн руб. «Этот спектакль в течение четырех-пяти лет был сыгран раз 150 и окупился, наверное, уже раз десять. За показ мы до сих пор собираем по 1,5 млн руб. Постановка в свое время взорвала спекулянтский рынок: билеты с рук стоили по тысяче евро», – рассказал худрук.

А продюсер **Александр Вайнштейн** уверен, что поддерживать нужно только качественное искусство.

«Каков процент хороших спектаклей? Два-три? Пять? Балласта очень много. Мы говорим о поддержке актеров, которых на самом деле давно пора на пенсию отправить. Это как раз вопрос бизнеса», – резюмировал он.

А что на деле?

Директор «Театра юных зрителей им. А.А. Брянцева» **Светлана Лаврецова** отметила, что финансирование театров в Петербурге выделяется согласно нормативам, которые ежегодно меняются.

«У каждого театра свой норматив. Эти нормативы мы заранее знаем, просчитываем и согласовываем», – сказала **Светлана Лаврецова**.

При этом город поддерживает финансово не только государственные учреждения. Негосударственные театры со сво-

ими знаковыми коллективами составляют значительную часть театральной культуры Петербурга. На счету у них многочисленные награды, в том числе такие признанные, как «Золотая маска» и «Золотой софит».

Ежегодно, помимо проката текущего репертуара, театры выпускают новые спектакли, затраты на которые существенны для небольшого бюджета негосударственного театра.

Из бюджета ТЮЗа 65–70% заработанных театром денег уходит на зарплату и налоги, еще 10–15% перечисляется в Российское авторское общество.

К этому стоит добавить траты на содержание здания, оплату коммунальных услуг, выплаты по гражданским договорам. И не надо забывать о рекламе, без которой ни один театр не сможет обойтись. К сожалению, в Петербурге не выделяют места под социальную рекламу для театров. А чтобы раскрутить премьеру или хотя бы проинформировать зрителей о новой постановке, нужно потратить от 0,5 до 1 млн руб., и это будет капля в море. Естественно, театр тратит на рекламу средства из собственных доходов.

Реформа под вопросом

В начале года в творческой среде разразился скандал. Поводом стала программа развития культуры Петербурга на 2018–2023 годы, подготовленная народным артистом РФ, художественным руководителем и собственником петербургского театра «Русская антреприза» имени Андрея Миронова **Рудольфом Фурмановым**. Союз театральных деятелей ее резко раскритиковал, а основная полемика развернулась вокруг финансирования театров.

«Критиковать меня стали после участия в программе у **Владимира Соловьева**, – рассказал «БД» народный артист. – В ходе беседы мы затронули вопросы финансирования, и я предложил перевести все театры на контрактную основу, ликвидировать все бессрочные договоры, а также пересмотреть принципы финансирования театров. Естественно, это многим не понравилось».

Отметим, что сегодня театр «Русская антреприза» получает субсидию от города в размере 30 млн руб. в год (из 41 млн руб. субсидий, выделенных в 2018 году всем негосударственным театрам Санкт-Петербурга на постановку и показ спектаклей). Эту сумму театр будет получать до 2020 года, в 2021 году она будет увеличена до 31,5 млн руб., а в 2022-м – до 33 млн руб.

В РЕГИОНАХ РОССИИ

спонсорский вклад невелик: в среднем он не превышает

1%

от театральных бюджетов. Бизнесу невыгодно поддерживать театры, поскольку это не сулит никаких преференций.

КСТАТИ

Если бы **Рудольф Фурманов** в свое время не убедил бывшего губернатором Петербурга **Валентину Матвиенко** финансово помогать негосударственным театрам, поддержки частных коллективов могло бы вообще не быть.

Именно с того момента в бюджете города сначала появилась статья, позволяющая помогать негосударственным театрам, а затем было введено уточнение, разделяющее театры, имеющие в репертуаре несколько спектаклей, разовые проекты и театры, существующие на регулярной основе, которые показывают в год не менее

275

спектаклей, с финансированием таких театров до

30

млн руб.

	РОССИЯ	40
	ГЕРМАНИЯ	142
	ФИНЛЯНДИЯ	202
	ФРАНЦИЯ	241
	ДАНИЯ	326

В ЦЕНТРЕ ПЕТЕРБУРГА ЗАВЕДЕНИЯ С КИТАЙСКОЙ КУХНЕЙ – НА КАЖДОМ ШАГУ, И ОНИ ПРОДОЛЖАЮТ СВОЮ ЭКСПАНСИЮ. ОДНАКО «ПОДНЕБЕСНЫЙ» ОБЩЕПИТ НАСТОЛЬКО РАЗНОРОДЕН, ЧТО ГОВОРИТЬ О НЕМ КАК О ЧЕМ-ТО ЕДИНОМ НЕКОРРЕКТНО. ЗАТО ПЕРСПЕКТИВЫ В ЦЕЛОМ – ОТМЕННЫЕ.

КИСЛО-СЛАДКОЕ УДОВОЛЬСТВИЕ

 _FREEPIK.COM, KRISTA STUCCHIO ON UNSPLASH

 _ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

КАК ГОВОРЯТ сами китайцы, «есть можно все, что летает в воздухе и стоит на земле»: по разнообразию одна из самых древних кухонь мира может поспорить с любой другой, так как включает в себя не менее 20 тысяч блюд. А число их ингредиентов трудно даже посчитать. При этом внутри китайской кухни специалисты выделяют по меньшей мере восемь направлений (сычуаньская кухня, кантонская, фуцзяньская, чжэцзянская и др.), которые имеют собственные ярко выраженные особенности.

Кухонные нюансы

Почему китайская кухня в фаворе по всему миру? Причин много. По оценкам потребителей, китайская еда обладает оригинальным, особым вкусом. Определяется он рядом факторов, один из которых – широкое использование в недорогих китайских заведениях глутамата натрия (усилителя вкуса). По-китайски приправа называется вэйцзин – именно ее использование чаще всего придает особый вкус обычным продуктам. Кроме того, в приготовлении китайской пищи в гораздо больших пропорциях используют уксус, соевый соус и острое масло (в меньших – соль, сахар и перец), а многие блюда отличаются необычным сочетанием вкусов (кисло-сладкого, кисло-острого и пр.). Кухня в целом отличается тем, что все продукты проходят термическую обработку (даже овощи): как правило, она происходит довольно быстро за счет жарки в масле (почти как во фритюре) на сильном огне.

Особую привлекательность этой кухне придает оригинальный способ подачи и потребления еды. Даже использование палочек является не только эстетическим элементом, но и значительно влияет на вкус блюд, а их подача на компанию, а не порционно, позволяет пробовать до 6–8, причем разных, потратив значительно меньше. В результате за обедом че-



У китайских рестораторов есть неоспоримое преимущество: они легко могут убить все остальные рестораны с помощью цен и размеров порций, свойственных китайской кухне. Именно так они приучили к ней жителей Нью-Йорка. Так что ждать осталось недолго...»

Александр ЗАТУЛИВЕТРОВ, владелец БутерBrodskyBar



людей удается отведать несколько видов горячего с разными вкусами, что также влияет на его представление о том, что китайская еда сытная. А еда из коробочек, особенно для молодежи, уже стала своего рода мемом. В целом китайская кухня обычно ассоциируется с понятиями «просто, дешево и быстро».

Препарируем рынок

В Петербурге современная история китайской кухни началась на стыке веков, в начале 2000-х годов. На рынке полно амбициозных новичков, не перешагнувших пятилетия, но работают и заведения, появившиеся почти 20 лет назад,

Проведенное два года назад restorating.ru исследование показало, что китайская – самая недооцененная и перспективная кухня в Петербурге, поскольку количество запросов со

Если в среднем по городу на заведение приходилось 40 запросов, в случае китайской кухни –

235

стороны клиентов (в расчете на один ресторан) значительно превышало предложение.

«Ресторану китайской кухни обеспечено внимание публики вне зависимости от количества конкурентов в городе», – сделали тогда вывод эксперты.

За два года ситуация принципиально не изменилась. Ресторанный эксперт Алена Мельникова уверена, что в мире современных китайских ресторанов у Петербурга пробел. «Идея лежит на поверхности, и тот, кто ее реализует, выиграет в лотерею», – полагает она.

Сколько сейчас в городе китайских кафе и ресторанов? Точную цифру назвать вряд ли получится. Да и равнять их под одну гребенку не стоит. Однако с помощью руководителя Ассоциации гидов-переводчиков китайского языка Виктории Баргачевой, каждый день имеющей дело с этой кухней (во всех смыслах этого слова), нам удалось создать общую картину. В целом по заведениям она выглядит так.

ПЕРВЫЙ УРОВЕНЬ – это чужальни (столовые), работающие по принципу «наесться на 120 руб.». Название идет от китайского чи-фань («есть, кушать»): сленг первых челночников преобразовал глагол в чужальню (или чифаньку). Обычно это очень маленькие заведения, работающие без обслуживания или только на вынос (многие располагаются без вывесок в местах скопления китайских соотечественников), в которых подают несколько недорогих основных блюд. Главное – сытные и большие порции, рассчитанные на одного. Такие заведения, в частности, есть в недрах Апраксина рынка, на Загородном проспекте и на Гжатской улице. Про них известный ресторанный критик Борис замечает, что «многим действительно хватает кормить своих – и ладушки, зачем еще стараться».

ВТОРОЙ – закрытые китайские рестораны. По оценке Виктории Баргачевой, в Петербурге (особенно в Адмиралтейском и Василеостровском районах) работает несколько десятков заведений, обслуживающих только китайские туристические группы. Однако мнение, что эти рестораны аутентичны и именно там можно попробовать настоящую китайскую кухню, ошибочно: это массовое производство в больших объемах, когда набор блюд (по четыре холодных и горячих, суп, рис, фрукты и чай) обходится всего в 200 руб. на человека.

ТРЕТИЙ – китайские рестораны для среднего класса, действующие по принципу «окунуться в атмосферу Китая». Небольшого размера (на 20–60 посадочных мест), они разбросаны по всему городу и отличаются попыткой создать лубочную атмосферу Китая. Фонарики над входом. Красные скатерти. Официантки в традиционных китайских ципао. Китайская музыка... Таких заведений в городе больше сотни: к этой категории относят и сетевые универсальные рестораны, и отдельные проекты.

ЧЕТВЕРТЫЙ – маленькие «аутентичные» ресторанчики, в которых работают в основном китайцы, а еду подают на грани съедобного. Но у многих из них есть свои постоянные клиенты, которым нравится псевдокитайская атмосфера. «А чем больше уксуса в блюда налил повар и непривычнее вкус, тем больше им кажется, что они соприкасаются с экзотикой», – резюмирует Виктория Баргачева. Она не скрывает, что деятельность таких заведений нередко «мутная» и является прикрытием для других подпольных бизнесов.

»»» ПРОДОЛЖЕНИЕ НА СТР. 18



Около пяти лет назад вдруг стало модно использовать кисло-сладкие соусы и добавлять в название блюда «по-китайски». А в последние пару лет несомненным лидером «китайщины» стали димсамы – маленькие закуски в клейком рисовом тесте, которые все считают своим долгом включить в меню. Непонятно, сколько эта мода продлится у нас, но если сравнивать с суши, то лет 15 назад их можно было отведать только в дорогих заведениях, а теперь – практически в любом кафе.

Виктория БАРГАЧЕВА, председатель Санкт-Петербургской Ассоциации гидов-переводчиков китайского языка

»»» ОКОНЧАНИЕ. НАЧАЛО НА СТР. 16

ПЯТЫЙ – универсальные сетевые проекты «на все случаи жизни», которые очень популярны за счет широкого ассортимента блюд (до 100 позиций) и находятся в самых разных районах города. Наиболее известные и удачные из них – «Харбин», «Тан жэн» и «Нихао». Впрочем, на счет аутентичности мнения разные. Так, глава MarketMedia Дмитрий Грозный полагает, что есть китайские рестораны, которые стремятся быть аутентичными: это видно по их гостям. «Насколько эта аутентичность нужна – вопрос открытый, – говорит он. – Возможно, как раз на стыке аутентичности и нормальной атмосферы ниша для появления новых заведений и есть».

ШЕСТОЙ – «китайская кухня для модных и богатых», в рамках которого используют лишь ее элементы, встраиваемые в современную куль-

туру потребления пищи. Как следствие – нарочито изысканные сочетания вкусов. Маленькие порции. Небольшой выбор блюд. Высокие цены на фоне авторских интерьеров. Эклектика азиатской кухни... В числе таких проектов – видовые «Китайский городской» и «Китайская грамота», проект Made in China (авторские вариации на тему японской, тайской и китайской кухонь), «Дуо-Азия» на Рубинштейна и «Тайгер Лили» в «Пассаже». К этому же сегменту тяготеет и ресторан премиум-класса «Москва-Пекин», который открыл хозяин «Нихао» Ван Линань: еда там примерно такая же, но интерьер и обслуживание – на более высоком уровне.

И, конечно, стоит особо остановиться на ряде отдельных проектов китайской гастрономии, которые строятся вокруг какой-то «фишки» этой кухни. В их числе эксперты называют «Митхэд» в «Галерее» (особенность – блюда,

приготовленные поваром при гостях за столом-плитой), «ОгоХого» на Васильевском, где гости сами варят суп, добавляя по вкусу то, что им нравится, и «Бао-кафе» с традиционными китайскими пампушками и бао-цзы. Кроме того, в Петербурге находится и самый большой в Европе ресторан «Цинь» (в «Ленэкспо»), вмещающий больше 1,5 тысячи человек.

Для того чтобы создать успешный проект, надо подбирать подходящую месту концепцию и, соответственно, формировать меню, блюда которого будут востребованы именно здесь и сейчас. Причем для разных клиентов сервис может и должен быть разным. На мой взгляд, в китайской кухне в ближайшей перспективе наибольшим спросом будет пользоваться фастфуд – недорогие блюда, которые могут как подаваться внутри заведения, так и продаваться на вынос».

Руслан ГУСЕВ, управляющий «Бао-кафе»



Замеры wordstat.yandex.ru в июне 2019 года показывают: заведения китайской кухни по числу запросов за последний месяц уступают разве что грузинским и русским, на голову обходя итальянские, индийские, японские, мексиканские и многие другие.

Почему китайская

Имидж китайской кухни в целом формируют не дорогостоящие трюфеля и лобстеры, а экономически приятные бао-цзы и баклажаны в кунжутном соусе.

«Как бы то ни было, но основное преимущество этой кухни кроется в том, что она дешевая и предлагает большие порции, – уверен управляющий «Бао-кафе» Руслан Гусев. – К тому же приготовление значительной их части вполне годится для использования в формате стрит-фуда. А это открывает большие перспективы, поскольку большая часть клиентов сейчас ориентирована именно на то, чтобы поесть вкусно, сытно, но быстро».

Анна Железняк, директор по маркетингу Федерации рестораторов и отельеров Северо-Запада, подмечает: вращающиеся столы, возможность есть из общего блюда, мягкое рисовое пиво и понятные вкусы (курица, говядина, свинина, рыба, морепродукты и овощи) пришлись по душе даже в самых, казалось бы, консервативных районах города. «Посмотрите на китайский ресторан в бывшем военном, недавно открытом для свободного посещения Кронштадте: там он, вне зависимости от сезона, всегда набит битком», – констатирует она. Эксперт подчеркивает, что с самого начала основной спрос на китайскую кухню в городе приходился именно на петербуржцев.

ИГРА НА ИНТЕРЕС



ВСЕВОЗМОЖНЫЕ «СТРЕЛЯЛКИ», «БРОДИЛКИ» И «ЦИВИЛИЗАЦИИ» ТАК ПРОЧНО ВОШЛИ В НАШУ ПОВСЕДНЕВНУЮ ЖИЗНЬ, ЧТО ПОРОЙ ТРУДНО ПРЕДСТАВИТЬ СВОЕ СУЩЕСТВОВАНИЕ В ДОКОМПЬЮТЕРНУЮ ЭПОХУ. КТО ЖЕ СОЗДАЕТ ЭТИ БЕСКОНЕЧНЫЕ МИРЫ? «БД» ОБНАРУЖИЛ В ПЕТЕРБУРГЕ ЦЕЛЫЕ ЛОКАЦИИ ДЕМИУРГОВ, КОТОРЫЕ РИСУЮТ НОВЫЕ ВСЕЛЕННЫЕ ДЛЯ ЛЮДЕЙ, ИГРАЮЩИХ В ИГРЫ. И ЗАРАБАТЫВАЮТ НА ЭТОМ!

Опорная база

Петербург однозначно стоит во главе индустрии геймдева (game development в переводе с английского – разработка игр). Правда, точное количество компаний, занимающихся созданием игр в Северной столице, не поддается исчислению. Официальные справочники сходятся на полусотне разработчиков, а неофициальные говорят, что и сотня не предел. Такой разброс вполне понятен: поскольку нет необходимости в «живом офисе», взаимодействие переносится в облачное пространство. При этом многие подобные компании возникли за рубежом, а город на Неве сделал аванпостом для выхода на российский рынок.

Постоянным ли местом прописки или временным был выбран Петербург, но об уровне значимости города в индустрии геймдева говорит присутствие таких компаний, как Mail.ru Group, «ВКонтакте», Nevosoft, Sperasoft, Social Quantum, PrideGamesStudio и др. Неслучайно в период белых ночей в Петербурге ежегод-

но собираются «сливки» мировой геймдев-индустрии в формате B2B: конференция White Nights – одно из важнейших игровых событий в Европе.

В этом году одним из обсуждаемых на конференции вопросов стало удаленное сотрудничество. Ранее оно рассматривалось как способ сэкономить, однако сегодня это распространенная практика для большинства, если не для всех разработчиков. Пользовательский спрос подталкивает их делать игры все сложнее и длиннее, добавлять контент, насыщать игровой мир деталями. А это требует увеличения команд и ресурсов.

Мобильный мир

С развитием технологий инструменты разработки игры упрощаются, а количество игр увеличивается. Хранилища App Store, Play Market, Steam ежедневно пополняются десятками новых приложений.

В 2018 ГОДУ

65,2

МЛН РОССИЙСКИХ ИГРОКОВ РАССТАЛИСЬ

1,7

С МЛРД ДОЛЛАРОВ

И ТЕМ САМЫМ ВЫВЕЛИ РОССИЮ НА 11-Е МЕСТО НА МИРОВОМ ИГРОВОМ РЫНКЕ.

ПО ДАННЫМ ВЕДУЩЕГО МИРОВОГО ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО АГЕНТСТВА NEWZOO

▶▶▶ ПРОДОЛЖЕНИЕ НА СТР. 20

PHOTO BY JAMIE MCINALL FROM PEXELS,
КОЛЛАЖ МАРИНА КАМИНСКАЯ

АННА ЛАТОНИНА

ПО ДАННЫМ ЭКСПЕРТОВ, БУРНЫЙ РОСТ ДОХОДОВ В СЕГМЕНТЕ МОБИЛЬНЫХ ИГР – СВЫШЕ

50%

ПО СРАВНЕНИЮ С ПРЕДУДУЩИМ ПЕРИОДОМ – БЫЛ ЗАФИКСИРОВАН ЕЩЕ В 2016 ГОДУ. СИТУАЦИЯ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ЧЕТКО ОТРАЖАЕТ ОБЩЕМИРОВОЮ ТЕНДЕНЦИЮ: ОСНОВНЫМ ДРАЙВЕРОМ РОСТА ИГРОВОГО РЫНКА ЯВЛЯЮТСЯ МОБИЛЬНЫЕ ИГРЫ, КОТОРЫЕ УВЕРЕННО ОТВОЕВЫВАЮТ ПОЗИЦИИ У БОЛЕЕ ЗРЕЛЫХ СЕГМЕНТОВ.

»» ОКОНЧАНИЕ. НАЧАЛО НА СТР. 19

В начале июня гигант Рунета Mail.ru Group объявил об объединении всех игровых проектов компании в России и за рубежом в единый глобальный бренд MY.GAMES. И это вполне объяснимо: за последние несколько лет игровой бизнес стал одним из ключевых источников выручки Mail.ru Group, обеспечивая ее более чем на треть.

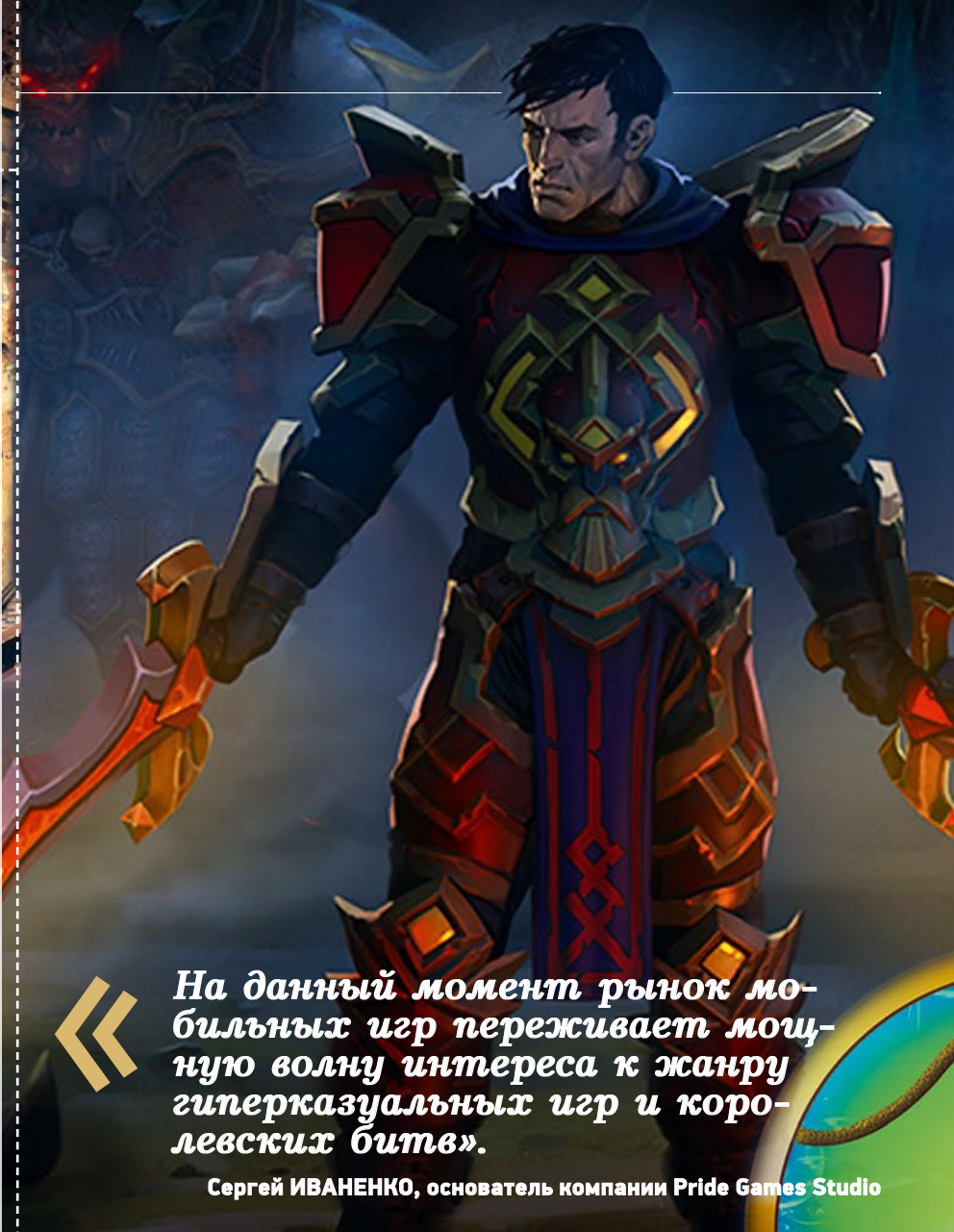
Развитие аппаратных мощностей мобильных девайсов дает разработчикам все больше возможностей для экспериментов. В ближайшие несколько лет на мобильном рынке ожидается рост числа жанров, часть которых ранее была востребована только на десктопах или консолях. Согласно исследованиям, самыми популярными в России по-прежнему остаются многопользовательские онлайн игры (MMO). Соответственно, они же приносят наиболее высокий удельный доход.

В тесном контакте

Социальные сети существенно упростили разработчикам задачу. Сегодня почти любой разбирающийся в технологиях человек может почувствовать себя создателем мира. Не требуется ни вложений, ни команды – только хорошая идея. Причем для социальных сетей предоставление индивидуальным пользователям собственной платформы для создания приложений является хорошо продуманной маркетинговой стратегией.

Так, петербургская команда компании SPERASOFT усилиями специалистов, художников и аниматоров игровой индустрии, создает высококачественные 3D-модели, 2D-концепты, анимацию, разрабатывает графические элементы для игр AAA-класса. Такого рода игры можно сравнить с высокобюджетными голливудскими фильмами. Разработки в классе AAA рассчитаны на длительный срок и солидный бюджет. Стоимость создания консольных игр и игр для компьютеров варьируется от нескольких сотен тысяч долларов до десятков миллионов. Причем затраты на маркетинговую кампанию могут составлять порядка 75–100% бюджета на разработку. Это напрямую связано с переполненностью рынка: чтобы завоевать аудиторию, требуется изюминка.

Петербургское представительство компании SOCIAL QUANTUM – одной из крупнейших игровых компаний Восточной Европы – также называет создание проработанных проектов с захватываю-



« На данный момент рынок мобильных игр переживает мощную волну интереса к жанру гиперказуальных игр и королевских битв».

Сергей ИВАНЕНКО, основатель компании Pride Games Studio



щим сюжетом, многоуровневым геймплеем и графикой высокого качества своим ключевым направлением. Продукты компании издаются на 12 языках. Они собрали более 100 млн игроков и отмечены титулом Top Developer по версиям Google, Facebook, Microsoft и Amazon. Компания входит в топ-10 крупнейших игровых издателей России и СНГ, а также является одним из ведущих мобильных разработчиков игр в мире.

Старожил петербургского гейм-дев-рынка, компания NEVOFT, придерживается стратегии «все новые игроки хотят хороших и понятных развлечений». Разработки компании ориентированы на сегмент casual-игр (в переводе санглийского – игры для массовой аудитории) из серии «три в ряд», «поиск предметов», «фермы», «ситибилдеры» и «слоты» (от английского slot – отверстие для опускания монет) для мобильных платформ и социальных сетей.

«В 2018 году мы провели реструктуризацию в Nevosoft и выделили в отдельную компанию – Nevomedia – наши медийные и сервисные активы», – поделился итогами прошлого года исполнительный директор и сооснователь Nevosoft Павел Рякконен.

Свести счета

Многие «выстрелившие» игры вскоре начинают обзаводиться клонами. Подражатели следуют отработанной стратегии, изменяя лишь сеттинг (setting в переводе с английского – окружение, место действия) – игровое пространство, мир, в котором разворачивается действие игры.

Если речь идет об игре AAA-класса, то существенно сэкономить вряд ли получится: бюджет составит не один десяток тысяч долларов, даже если разработчик пойдет проторенной дорогой, копируя популярный продукт. Над масштабными проектами трудятся целые коллективы. Поскольку создается интеллектуальный продукт, основные затраты приходится нести на оплату труда разработчиков. Косвенно судить о затратах можно, оценив рынок труда этих специалистов. Так, зарплаты 2D-художников начинаются от 40 тысяч и достигают 120 тысяч руб., Back-end разработчиков – от 80 тысяч руб., программистов-разработчиков игр (Java Script) – от 60 тысяч руб., программистов 3D-графики (Mac и консоли) – где-то от 100 тысяч руб.

ЕЖЕМЕСЯЧНО БОЛЕЕ

40

МЛН ЧЕЛОВЕК ПРОВОДЯТ ВРЕМЯ В ИГРАХ И ПРИЛОЖЕНИЯХ, РАЗМЕЩЕННЫХ НА ПЛАТФОРМЕ «ВКОНТАКТЕ».

РАЗРАБОТЧИК СОЗДАЕТ ПРОДУКТ, КОТОРЫЙ ДОСТУПЕН МИЛЛИОНАМ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ПРЯМО ИЗ ИНТЕРФЕЙСА СОЦСЕТИ В МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЯХ НА IOS И ANDROID. ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ЗАПУСКАЮТ ПРИЛОЖЕНИЕ И НАЧИНАЮТ ИГРАТЬ – БЕЗ ПАРОЛЯ, БЕЗ СКАЧИВАНИЯ И УСТАНОВКИ НА ТЕЛЕФОН. ЧТО МОЖЕТ БЫТЬ ПРОЩЕ?

Мария СУВОРИНА

МЕНЕДЖЕР ПО ПРОДУКТАМ КОМПАНИИ «НОВЫЕ МЕДИА», ВХОДЯЩЕЙ В ГРУППУ КОМПАНИЙ «РИКИ», РОССИЙСКОГО РАЗРАБОТЧИКА МНОГОПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИХ ОНЛАЙН ИГР И ИНТЕРАКТИВНЫХ СОЦИАЛЬНО РАЗВИВАЮЩИХ ИНТЕРНЕТ-ПРОЕКТОВ ДЛЯ ДЕТСКОЙ АУДИТОРИИ

«Любое решение о разработке игры начинается с постановки цели игры и определения аудитории, на которую она рассчитана. Игра может быть развлекательной, образовательной, социально направленной, маркетинговой. Персонажи подбираются в зависимости от сюжета и концепции: они могут быть из мультфильма или сборной группой.

Аудитория на первый взгляд кажется простой и понятной – это дети или семейная аудитория. Однако необходимо тщательно подходить к ее сегментации. Например, для малышей от 0 до 3 лет необходимы игры, нацеленные на раннее развитие. Детей дошкольного и младшего школьного возраста нужно вовлекать в приключенческую игру с элементами обучения. Школьникам постарше подойдут стратегии, способствующие развитию воображения. В последнем случае предстоит столкнуться с серьезной конкуренцией между крупными игровыми тайтлами.

При этом состав команды создателей напрямую зависит от проекта. Это может быть простая раскраска с персонажами, для реализации которой достаточно и нескольких специалистов. А может быть большая работа по примеру «Шарарам в стране Смешариков», где необходимо большое число разработчиков – как в офисе, так и на аутсорсе.

Отрисовкой контента для игры обычно занимаются не те художники, что работают над анимационным контентом. Для того чтобы корректно подготовить материалы для разработчиков, требуется работа художников из сферы гейм-разработки. Не стоит забывать про технических художников и дизайнеров, которые создают интерфейс игры. Если персонажей и фоны зачастую можно использовать из материалов мультфильмов, то интерфейс создается с нуля для каждого игрового проекта.

Большая часть звуков в игре – это фоновое звучание и отклики интерфейса, которые создают композиторы – опять же, не обязательно те, что работают над мультфильмами. А вот голоса персонажей используются редко: при необходимости есть возможность записать оригинальных актеров мультфильма, но чаще обращаются к готовым материалам.

Работа с детской аудиторией – очень большая ответственность, поэтому мы обязательно обращаемся к помощи психологов. В развлекательных проектах привлечение таких специалистов важно с точки зрения оценки уровня комфорта, безопасности атмосферы игры и организации внутриигрового комьюнити для ребенка. Для обучающих игр также необходимы педагоги и эксперты по детскому развитию.

Производство игры может занимать от полугода до нескольких лет в зависимости от масштабов. Сегодня часто используется модель Gate as a Service, когда создается минимальная, но достаточная версия проекта, которая затем развивается путем регулярных обновлений и поддерживается до полного угасания интереса и, соответственно, падения окупаемости расходов на поддержку. Например, уже упомянутому проекту «Шарарам в стране Смешариков» недавно исполнилось 10 лет. Команда по-прежнему выпускает обновления дважды в неделю. На сегодняшний день аудитория проекта составляет полтора миллиона посетителей в месяц.

А вот запуск игры находится в сильной зависимости от ее целей и концепции. «Смешарики», «Малышарики» и другие анимационные проекты – сложившиеся бренды, поэтому мы не делаем привязку к выходу серий. В случае с проектами маркетингового характера – как, например, квест, выпущенный в поддержку выхода полнометражного фильма «Смешарики. Дежавю», – привязка идет к общей рекламной кампании.

Наиболее же актуальными на сегодняшний день являются игры для мобильных платформ и онлайн игры».

КИТАЙСКИЙ ПЕТЕРБУРГ

Удивительно, но Китай начал влиять на жизнь нашего города еще задолго до того, как в Петербурге появились первые переселенцы из Поднебесной. И влияние это было не в области политики или финансов, а в сфере культурной.

ЦАРСКОЕ СЕЛО. ВИД НА ДВОРЕЦ ОТ КИТАЙСКОГО МОСТА. К.К. ШУЛЬЦ С ОРИГИНАЛА И.Я. МЕЙЕРА, КОЛЛАЖ МАРИНА КАМИНСКАЯ / _ВСЕВОЛОД ПЕЖЕМСКИЙ



Восток – дело культурное

Формирующаяся в XVIII веке петербургская культура пережила долгий период увлечения культурой китайской. Плоды этого увлечения мы сейчас можем найти в императорских резиденциях, музейных экспозициях, личных коллекциях. Даже в числе семейных реликвий автора статьи есть старинная китайская фарфоровая чашка (разбившаяся, правда, во время бомбежки в блокаду, но склеенная заново).

Началось это увлечение Востоком с Европы, где в XV–XVII веках возникло целое направление искусства – «шинуазри» (от французского *chinoiserie* – китайщина). Попав в Россию, оно сформировало так называемый «китайский стиль», который вошел в жизнь Петербурга в XVIII веке и долго не покидал столичного города.

Да и китайские товары пришли к нам задолго до того, как в Петербурге жите-

ли Поднебесной стали заметным явлением. Россия, граничившая с Китаем, имела собственный канал доставки китайских сокровищ – дипломатические и торговые миссии – так что тамошние товары не были в новинку уже в XVIII веке.

Кстати, множество китайских артефактов (не только предметы роскоши, но и повседневные вещи) впервые было представлено широкой публике в экспозиции петровской Кунсткамеры.

ПРИ ПОДГОТОВКЕ СТАТЬИ ИСПОЛЬЗОВАЛИСЬ МАТЕРИАЛЫ ИЗ КНИГИ: ЛАРИН А.Г. «КИТАЙСКИЕ МИГРАНТЫ В РОССИИ»



По студенческому билету

В 1869 году китайское правительство начало отправлять студентов на обучение в развитые страны. По четыре представителя были направлены в Россию, Германию и Францию. В министерстве иностранных дел посчитали, что «получение китайцами высшего образования в России является желательным с политической точки зрения», и вскоре в военных и гражданских учебных заведениях стали встречаться китайские студенты: в Военно-медицинской академии, Институте путей сообщения, Горном институте, Политехническом институте, Николаевском кавалерийском училище...

Кули на фронте

Переломный момент в миграционных процессах наступил с началом Первой мировой войны. Подданные Российской империи уходили на фронт, что вызвало дефицит рабочих рук. В первые два года от 100 тысяч (по осторожным российским данным) до полумиллиона (по испуганным немецким) китайцев приехало в Россию работать. В статистике учитывались лишь официально прибывшие, но существовали и каналы нелегальной миграции. Немецкая пропаганда всерьез уверяла, что русский царь будет использовать кули на фронте. Но этого, конечно, не случилось. Тем не менее китайцы расселились по европейской части России и, естественно, обосновались в ее столице. Их привлекали для работ на прифронтовых территориях, отчего последние нередко даже оказывались в немецком или австрийском плену.

Время революций

В Петербурге китайцы заняли привычную нишу малого бизнеса: торговали, открывали прачечные, часто работали дворниками.

После начала войны в городе и прифронтовых губерниях было введено военное положение, и начались облавы на «бродячих китайцев», не имевших контракта и права находиться на территории России. Их стали высылать из страны как лиц «подозрительных по поведению» («Язык их

Наиболее ярко китайский стиль воплотился во внутреннем убранстве дворцовых интерьеров.

Во дворце Петра III в Ораниенбауме представлен специальный кабинет, отделанный китайскими тканями по стенам и уставленный предметами роскоши из Китая. Там же для Екатерины II был построен «Китайский дворец». Правда, ничто в нем не напоминало китайский стиль в архитектуре. Свое название он получил из-за модной отделки части интерьеров.

Ярчайшие воплощения китайского стиля в архитектуре можно найти в Царском селе, где возвели «Китайскую деревню» и «Китайский театр», а сам парк был украшен китайскими скульптурами («Китайский мост» и «Мост драконов»).

Кстати, Екатерина II пыталась найти настоящего китайского архитектора для деревни, но это оказалось невозможным, так что образцом для постройки стали английские стилизации.

нам непонятен, местопребывание неопределенное, и могут возникать различные недоразумения», – эта фраза принадлежала столичному градоначальнику).

Кампания по высылке китайцев привела к недовольству российского МИДа и протестам китайского посольства. Ситуация резко изменилась с началом Февральской революции: была остановлена полицейская операция по высылке, набор новых рабочих из Китая также прекратился. Началась подготовка к цивилизованной репатриации тех, кто хотел вернуться домой. Но реальных шагов предпринято не было: до сентября 1917 года только тысяча китайцев смогла возвратиться на родину.

Октябрьская революция кардинально изменила роль китайцев в России. На первый план вышла фигура китайского революционера, красноармейца, которую мы можем увидеть во многих литературных произведениях и мемуарах того времени. Порядка 30–40 тысяч китайцев сами или с помощью местных властей покинули Россию, но многие остались, и не только на Дальнем Востоке, но и в центре, в Петрограде...

Время войн

В апреле 1917 года восемь китайских студентов, учившихся в Петрограде, создали «Союз китайских граждан». Руководителем его стал Лю Цзешун, выпускник Санкт-Петербургского университета. Союз взял на себя обязанность помогать бедствовавшим китайским рабочим на территории России. После прихода большевиков к власти у него сложились прекрасные отношения с советским правительством, которое в китайских наемных рабочих видело и возможных союзников, и социально близких русским пролетариев, угнетенных царским режимом. В 1918 году, когда посольство Китая покинуло Советскую Россию, посол передал полномочия «охранять интересы китайских граждан» этой организации.

Большинство китайских рабочих, оказавшихся в революционной России без

средств к существованию, пошло в Красную армию и приняло активное участие в гражданской войне. В жизни крупных городов, таких как Москва и Петербург, они сыграли не последнюю роль. Их, как стойких и не склонных к подкупу и каким-либо симпатиям (часто в силу незнания русского языка), ставили в заградотряды, останавливавшие «мешочников» – стихийное движение по снабжению голодающих городов продуктами питания. Преданность китайских солдат и их неподкупность неоднократно использовались и при экзекуциях. Так, адмирала А.В. Щастного, выведшего Балтийский флот из Гельсингфорса, свои матросы отказались расстреливать, и приговор привела в исполнение расстрельная команда китайцев. Также китайский отряд входил и в состав частей латышских стрелков – солдат, непосредственно охранявших большевистское руководство в первые годы существования Советской власти.

С завершением гражданской войны стала возможна и полноценная репатриация. Но для китайцев, служивших в Красной армии, путь домой был если не закрыт совсем, то по крайней мере небезопасен. Там их рассматривали (и не без оснований) как проводников идей государства, в чьи планы входило заечь костер мировой революции. Так в петроградских, а потом и ленинградских вузах, военных училищах, на заводах и фабриках стали появляться демобилизованные китайцы – бывшие бойцы Красной армии. Кто смог, остался служить в армии или в органах безопасности.

После победы коммунистов в Китае, в конце 40-х годов XX века, в ленинградские вузы хлынула новая волна студентов из Китая. Многие сохранили теплое отношение к Ленинграду и СССР после возвращения домой, где часть из них, увы, ожидали репрессии.

ТЕМ НЕ МЕНЕЕ история показывает, что взаимный интерес народов России и Китая сильнее временных политических «заморожков». Достаточно выйти на улицу, чтобы в этом убедиться.

ХОРОШО ЗАБЫТОЕ СТАРОЕ

 123RF.COM /  АЛЕКСЕЙ ДЕНИСОВ

В последние годы в петербургском винном мире наблюдается брожение умов. Еще с десятков лет назад все было ясно: есть Бургундия и Бордо, Супертоскана и Калифорния. И есть все остальное. Сегодня в словаре винолюба куда чаще встречаются совсем другие термины: «биодинамика», «оранж», «органическое вино», «петнат», «натуралочка»... К чему же мы пришли? И надо ли этого бояться?

Луна, рога и копыта

Биодинамика как методика начинает свою историю в 1924 году, когда австрийский философ Рудольф Штайнер прочел группе фермеров серию лекций об экологическом сельском хозяйстве. Лекции эти были сильно приправлены эзотерикой. Согласно учению Штайнера, все находится в прочной взаимосвязи: плодородие почвы, рост растений и скота, духовные практики и космические силы.

Фермеры впечатлились и приняли действовать по преподанной Штайнером науке. Посевная и сбор урожая увязывались с лунным календарем. В качестве удобрений использовались только особые субстанции, полученные из выдержанного в коровьих рогах навоза («Препарат № 500») и кремнезема («Препарат № 501»). Имелись, кстати, и другие «номерные» препараты: цветы тысячелистника, выдержанные в оленьих мочевых пузырях, мелко нарезанная кора дуба, помещенная в череп домашнего животного



Как узнать биодинамическое вино на полке? Довольно просто: на контрэткетке должно значиться «Demeter» и «Biodivin». Просто написать «Bio» на этикетке ни к чему не обязывает, иногда это просто маркетинговый ход.

и закопанная в торф у дождевого стока, и тому подобное. Плюс – полный отказ от химических удобрений и пестицидов.

Многие ученые считали и считают такое земледелие чистой воды шаманством, если не сказать больше. Однако десятилетие за десятилетием последователей Штайнера становится все больше и больше. А в 1950-х годах одна из учениц австрийского философа адаптировала биодинамические идеи к виноградарству и виноделию...

Логика в этом определено была: во Франции в первой половине XX столетия виноград (да и другие культуры) выращивали крайне жестким способом – с запретным количеством химикатов. И почва в какой-то момент начала повсеместно выдыхаться. Так что биодинамический подход стал своего рода лекарством для истощенной земли. Злые языки, правда, утверждали, что биодинамика в качестве «лекарства для почвы» вовсе не обяза-

тельна: достаточно органического земледелия с минимальным добавлением химических веществ и максимально бережным отношением к природе, с использованием натуральных удобрений без всякой эзотерической зауми. Но у учения Штайнера в винодельческих регионах Франции нашлись ярые приверженцы.

Прежде всего, Николя Жоли, луарский винодел и икона современной биодинамики, начавший свои эксперименты в 1980 году. На его визитке даже значилось: «Николя Жоли. Помощник по природе, а не винодел». Первое время его считали кем-то вроде фрика, однако со временем критика сошла на нет: год от года вина Жоли становились все лучше. Причем демонстрировали они, вдобавок ко всему прочему, и способность к длительной выдержке (среди белых вин это встречается нечасто). Не исключено, правда, что биодинамика здесь ни при чем, а просто Жоли – гениальный винодел. Что,



Цены на биодинамические вина сильно разнятся. Бутылку очень хорошо сделанного красного бордо можно купить в петербургских бутиках и за

1 000

РУБ.,

а вот экземпляр красного бургундского вина от госпожи Биз-Леруа обойдется на порядок дороже.

кстати, мало кем из профессионалов оспаривается сегодня.

Так или иначе, но немалая часть европейских виноделов вошла в число последователей Николя Жоли. И «королева Бургундии» Лалу Биз-Леруа, и австрийки Кристин и Николас Саас, и даже крымчанин Павел Швец (к слову, первый в истории чемпион России среди сомелье).

Заметим, биодинамические практики возможны не везде, а только в крайне благоприятных для виноградарства зонах. Если «климат тяжел, и враждебен астрал», если зараза вроде милдью для данного региона – норма жизни, то биодинамика вряд ли поможет вырастить хоть что-нибудь стоящее.

И, наконец, сегодня игра в биодинамику не только удел виноградарей-подвижников, но и достаточно серьезный бизнес. За право поставить на этикетку (или контрэтикетку) своего вина значок, означающий биодинамическое вино, виноделы платят контролирующим организациям не самые маленькие деньги.

Песня об «органистах»

Что касается биодинамики без эзотерики, то есть, собственно, органического виноградарства (или, в другой терминологии, разумного природопользования), эта тема в ряде стран поддерживается даже на государственном уровне. Скажем, в ЮАР, если ты не будешь соблюдать довольно жесткие требования к возделыванию лозы, то никогда не получишь права продавать вино под эгидой SWSA (Sustainable Wine South Africa) – влиятельнейшей организации на территории Южной Африки.

Возьмите в руки бутылку хорошего южноафриканского вина – на самом горлышке вы увидите небольшую прямоугольную марку с надписью: «Integrity & Sustainability. Certified» («Целостность и устойчивость. Сертифицировано»). Это значит, что винодел изготовил это вино в ладу с природой.

Сегодня в ЮАР подавляющее число фермеров и виноделов придерживается философии *Nappiva* (в переводе это звучит примерно как «собирать удачу, будучи в устойчивой гармонии с природой»).

Подобные вина вы найдете не только в специализированных магазинах, но и в крупных супермаркетах, порой – за божеские деньги (400–500 руб. за бутылку во все не нонсенс).

«Оранж» без апельсинов

Довольно неожиданно в тренде оказались вина, сделанные по древнему кахетинскому методу. То есть в больших глиняных кувшинах-квеври (многие наверняка смотрели знаменитую короткометражку Ираклия Квирикадзе «Кувшин» – так вот, это про них). Причем винификация и последующая выдержка происходят вместе с гребнями.

В Европе эта технология, что удивительно, тоже прижилась – прежде всего в ряде регионов Франции (Жюра и Савоя), Италии (Фриули-Венеция-Джулия), Словении. Белые вина, произведенные таким образом, с легкой руки британского негодянта Дэвида Харви получили название «оранжевые» (хотя в той же Грузии предпочитают использовать термин «янтарные»).

Такие вина интересны прежде всего своей гастрономической универсальностью: они способны справиться с самыми сложными соусами и самыми острыми вкусами. Другое дело, что данная технология «прячет» изначальные сортовые характеристики винограда. Сунув нос в бокал с вином, сделанным подобным образом, моментально восклицаешь: «Да это же оранжевое!» Но вот понять, что здесь за сорт – Киси, Мцване, Ркацителли или Рибола Джалла (например, от великого фриуланца Йошко Гравнера) – сможешь вряд ли.

Цена на грузинские «янтарные» вина в петербургских супермаркетах начинается от 500 руб. На словенские и итальянские – уже не в супермаркетах, а винных бутиках – от 2 000. Вина Гравнера стоят и того больше.

Родные «петнаты»

Еще одна хорошо забытая технология, ставшая сегодня необычайно модной, – дедовский, «дошампанский» метод изготовления игристых вин. Во Франции его с давних пор именуют *méthode ancestrale*. Сколь давних, спросите вы? Первое подобное вино – *Blanquette de Limoux* – было изготовлено монахами аббатства Сен-Илер еще в 1531 году.

Технология по нынешним временам выглядит примитивной: недоброе вино заливается в прочные «шампанские» бутылки и закупоривается пробкой (частенько не корковой, а обычной пивной). Остаточное брожение, дающее требуемые пузырьки, происходит уже внутри бутылки. В итоге получается легкое, мутноватое, играющее на языке вино. Белое или розовое, намного реже – красное.

В ряде стран подобные вина сегодня именуют *PetNat* (*Petillant Naturel*). Этот термин означает также, что в процессе изготовления вина не использовалась фильтрация и оклейка (традиционный метод осветления). В ряде винных баров Европы петнаты составляют конкуренцию сделанному по классическому методу каве, шампанскому и креманам.

Отечественные виноделы прочувствовали этот тренд совсем недавно. В результате на мощностях той же «Фанагории» минувшей осенью была изготовлена экспериментальная партия петнатов – с участием чемпионов России среди сомелье Евгения Шамова и Надежды Косенко. Получилось на удивление гармонично. Цена вопроса – порядка 800 руб. за бутылку.

СПОР О ПОНЯТИЯХ

ПЕТНАТЫ, к слову, идут в авангарде еще одного тренда – моды на «натуральные» вина. Сам термин при этом вызывает вполне логичную нервную реакцию со стороны профессионалов-«классиков». Мол, какими являются остальные – искусственными, что ли? На самом деле речь идет о довольно неаккуратном маркетинговом ходе со стороны производителей «натуралочки». Нужно было им как-то отстроиться в массовом сознании от коммерческих вин, производимых в больших объемах. Ну, отстроились...

Что же такое «натуральное» вино, если отбросить лирику? Это напиток, сделанный при минимальном вмешательстве винодела, на «диких» (то есть живущих на кожице винограда), а не культивируемых дрожжах. Стабилизатор (диоксид серы) используется в минимальных количествах или не используется вообще.

Все это чревато разными «спецеффектами». Если квалификация винодела низка, санитарное состояние «натуральной» винодельни неидеально, а температурный режим винификации не соблюдается, то на выходе чаще всего получается букет из винных болезней: уксусный штих, «бретт» (неприятный «мышинный» тон, вызванный дрожжами *brettanomyces*), преждевременная оксидация вина, прогоркание и все прочее. Подобных вин в «натуральном» мире сегодня, увы, большинство. Исключения – результаты творчества виноделов-«классиков», имеющих достаточно хорошее образование, чтобы избежать ошибок при винификации (что досадно, цена в этом вопросе не показатель: вина замечательного Пьера Фрика и какого-нибудь неизвестного и бездарного «натуралиста» могут стоить одинаково – порядка 3 000 руб. – на полке винного бара).

Интересно, что общепринятого определения «натуральных» вин до сих пор не существует. Равно как и единой контролирующей организации (правда, в отдельных странах есть ассоциации производителей, наподобие французской *La Renaissance des Appellations*). Сильно осложняют положение дел и существующие в разных странах (в том числе в России и Франции) ограничения на вино-просветительскую работу в СМИ.

По сути своей «натуральные» вина куда ближе к пиву и сидру, нежели к вину, произведенному традиционным способом. Порой это та «дощечка», которая ведет потребителя пива к честному винолюбию.



БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ФОНД ПОМОЩИ ПОЖИЛЫМ ЛЮДЯМ «ДОЛГО И СЧАСТЛИВО»* ПРОСИТ О ПОМОЩИ СВОИМ ПОДОПЕЧНЫМ:

ПОМОЖЕМ НАШИМ СТАРИКАМ!

БЛАГОДАРИМ ЧИТАТЕЛЕЙ «БИЗНЕС ДНЕВНИКА» ЗА ОКАЗАННУЮ ПОМОЩЬ, БЛАГОДАРЯ КОТОРОЙ:

Светлане Семеновне Дорожкиной передан годовой запас препаратов для лечения мерцательной аритмии. **Людмиле Ростиславовне Палагичевой** передан комплект современных слуховых аппаратов. **Валентине Борисовне Бороздиной** передан годовой запас препаратов для стабилизации работы сердца, сосудов, нормализации давления и лечения тяжелого артрита коленных суставов. Проведен косметический ремонт в квартире блокадницы **Людмилы Сергеевны Корякиной**.

Наши подопечные от всей души благодарят каждого, кто откликнулся и поддержал их в тяжелый момент.

БАРХАТОВА Лидия Александровна, 71 год.

НУЖНА ПОМОЩЬ:
лекарственные препараты для лечения миастении, ревматоидного артрита, болезни сердца.

Стоимость: **92 815 руб.**



Жизнь Лидии Александровны сейчас крутится вокруг покупки лекарств. Для начала нужно прикинуть, что сможет получить соцработник в социальной аптеке по рецептам поликлиники. Затем понять, сколько потребуется денег на то, что не выдают. С этим сложнее всего, так как из пенсии в 14 тысяч руб. еще необходимо выделить средства на квартплату и хоть какую-то еду. Лидия Александровна окончила училище с красным дипломом, долгое время работала в Екатеринбурге, а в середине 70-х годов переехала в Ленинград. Жизнь ее была благополучной, пока не случилось несчастье: вместе с супругом и дочерью она попала в железнодорожную катастрофу. Муж погиб, дочери потребовалось длительное лечение. Травмы и нервное перенапряжение запустили развитие серьезных заболеваний. Прогрессирующая миастения (нарушение работы мышц) и ревматоидный артрит мешают полноценной жизни. Временами женщина не может ходить, есть, разговаривать. Купить нужные препараты на пенсию невозможно, получить бесплатно – тоже.

ЧЕГАРНОВА Алла Александровна, 82 года.

НУЖНА ПОМОЩЬ:
многоканальный цифровой слуховой аппарат с индивидуальным вкладышем.

Стоимость: **99 300 руб.**



Алла Александровна каждый день мечтает начать откладывать деньги на достойную жизнь. На ее семью обрушились абсолютно все испытания, через которые прошли жители нашей страны. Война, жизнь в эвакуации, счастливое возвращение отца с фронта, его осуждение на волне репрессий в 50-х годах, пять лет ИНТАЛАГА, последующая реабилитация... Алла Александровна поступила в техникум медицинского приборостроения. А после вышла замуж за курсанта и без конца моталась по гарнизоном, но всегда стремилась в Ленинград. На пенсию вышла в 90-е годы, однако почти до семидесяти лет работала сестрой-хозяйкой и буфетчицей в одной из городских больниц. Сейчас пожилая женщина озабочена серьезной проблемой: у нее резко ухудшился слух. Левое ухо оглохло полностью, на правом – тугоухость второй степени. Бесплатные слуховые аппараты при таком диагнозе, к сожалению, не положены. Денег на покупку качественного многоканального аппарата у пенсионерки нет, а без него ей вскоре грозит полная глухота.

БФ «ДОЛГО И СЧАСТЛИВО» ОТ ВСЕЙ ДУШИ БЛАГОДАРИТ КОРПОРАТИВНЫХ ЖЕРТВОВАТЕЛЕЙ ЗА ПОДДЕРЖКУ ПОДОПЕЧНЫХ ФОНДА:

• АО «АЛАДУШКИН Групп» • ООО «Спасибо!» • Благотворительный фонд «БлагоДаря» • Благотворительный фонд «Нужна помощь» • Добро Mail.Ru • ЧОУ ДПО «Лингвозэксперт» • ООО «ПСМ»
• Сеть итальянских ресторанов «Марчеллис» • ООО «Тидекс» • ООО «Фильтр СПб» • ООО «ВКС» • ООО «ПРОД-СТ» • ООО «Союз Эксперт»

ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ: • Гафурова Наиля Римовича • Присяжнюк Марию Владимировну • Ткач Наталью Анатольевну • Кутыркина Владимира Алексеевича
• Хашуева Увайса Абдулхакимовича

* партнер «Бизнес Дневника» – фонд «Жить долго и счастливо» – единственный в Петербурге, который оказывает поддержку исключительно старшему поколению.

БИЗНЕС ДНЕВНИК
петербургское деловое обозрение

Издание зарегистрировано Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Северо-Западному федеральному округу. Свидетельство ПИ № ТУ78-01454 выдано 13 ноября 2013 г.

www.businessdnevnik.ru

ТИРАЖ 10 000 экз.
ПЕРИОДИЧНОСТЬ – 1 РАЗ В МЕСЯЦ.
РАСПРОСТРАНЯЕТСЯ БЕСПЛАТНО.

Учредитель, издатель и распространитель: ОАО «Информационно-издательский центр Правительства Санкт-Петербурга «Петроцентр». Адрес издателя и редакции: 197046, СПб, ул. Чапаева, 11/4, лит. А; тел./факс: +7 (812) 346-46-92. E-mail: reklama@petrocentr.ru

ОТДЕЛ РЕКЛАМЫ
Тел. +7 (812) 346-46-92
reklama@petrocentr.ru

Генеральный директор и главный редактор: Яковлева Л.В.
Отпечатано в ООО «Типографский комплекс «Девиз»:

195027, СПб, ул. Якорная, д. 10, лит. А, пом. 44. Заказ № ТД-3642

Перепечатка, использование материалов частично или полностью без разрешения редакции запрещены. Точка зрения обозревателей не обязательно совпадает с мнением редакции. Все рекламируемые товары и услуги имеют необходимые лицензии и сертификаты. Редакция не несет ответственности за достоверность информации, содержащейся в рекламных объявлениях и материалах.

Дата выхода в свет: 1.07.2019

МЕСТА РАСПРОСТРАНЕНИЯ

➔ В Смольном;

➔ В органах исполнительной власти Санкт-Петербурга:

- в комитетах правительства СПб,
- в администрациях районов СПб;

➔ В ЗакС Санкт-Петербурга;

➔ В бизнес-центрах и офисах предприятий;

➔ В поездах «Сапсан»;

➔ В аэропорту Пулково: бизнес-авиация;

➔ В Едином центре предпринимательства (Полустровский пр., 61);

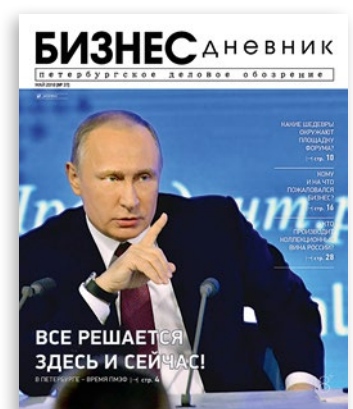
➔ В отелях Северной столицы;

➔ В конгрессно-выставочном центре «Экспофорум»;

➔ В выставочном центре «Ленэкспо»;

➔ В ресторанах, медицинских центрах, VIP-такси.

● НАС ЧИТАЕТ ВЛАСТЬ ● НАС ЧИТАЕТ БИЗНЕС ● НАС ЧИТАЕТ ГОРОД



ДОРОГИЕ ДРУЗЬЯ!
ДЕЛАЙТЕ СТАВКУ НА ЯРКУЮ РЕКЛАМУ!
+7 (812) 346-46-92

РЕКЛАМА

DIGEL

THE MENSWEAR CONCEPT*



Центральные магазины в СПб:

- Большой пр. П.С., 49
- Лиговский пр., 30, лит. А
(ТРК «Галерея»)

Адреса других магазинов
на сайте www.diplomatman.ru
+7 (812) 313 6006

Коллекция *Digel*, Германия, в магазинах *DIPLOMAT*

МУЖСКАЯ ОДЕЖДА ИЗ ЕВРОПЫ
DIPLOMAT**
MENSWEAR

* Дигель. Концепция мужской одежды. ** Дипломат.