

BRICS LAW&POLICY CENTRE
COMPETITION

**21 июля 2024 г.**

# Китайский антитраст.

Обзор №14 (2024)

## ЦИТАТЫ

«Зрелым автопроизводителям необходимо разработать стратегии для успешной конкуренции с китайскими компаниями, чтобы не потерять рынок электромобилей и не уступить его китайским брендам, как это произошло с американскими автопроизводителями на рынке малолитражных автомобилей в 1980-х годах. Традиционные бренды, которые не сумеют адаптироваться и отказаться от своих старых методов работы, могут столкнуться с угрозой вытеснения недорогими и достаточно качественными продуктами».

д-р Стивен Дайер, соруководитель AlixPartners China[1]

## СОБЫТИЯ

- **SAMR провела провела тренинг по рассмотрению ходатайств M&A**
- **Число частных хозсубъектов поступательно растет**
- **Регулирование ИИ в ЕС может увеличить издержки китайских компаний**
- **8 из 10 китайских брендов электромобилей исчезнут к 2030 году**
- **К 2030 году китайские производители займут треть мирового авторынка**
- **Китай лидирует во внедрении генеративного искусственного интеллекта**
- **Летняя кампания по защите несовершеннолетних в Интернете**

[1] Источник: Yicaiglobal

## SAMR провела тренинг по рассмотрению ходатайств M&A

Недавно в городе Сямынь (юго-восточный Китай) SAMR провела учебный курс, направленный на отработку механизма рассмотрения ходатайств о сделках экономической концентрации операторов на рынке. В нем приняли участие представители из пяти рыночных ведомст, уже участвующих в пилотной программе делегирования рассмотрения M&A (Пекин, Шанхай, Гуандун, Чунцин и Шэньси), а также еще 20 провинциальных бюро, у которых пока нет таких полномочий.

В ходе обучения представители ведомств прослушали лекции о проведении антимонопольных проверок сделок экономической концентрации хозяйствующих субъектов от профессоров из Сямыньского и Пекинского университетов, рассмотрели сложные кейсы с опытными экспертами антимонопольного бюро, а также посетили Сямыньский консультационный центр по вопросам антимонопольного регулирования, чтобы перенять методы контроля соблюдения антимонопольного законодательства операторами.

Источник: Wechat

## Число частных хозсубъектов поступательно растет

По данным SAMR, на конец мая 2024 года общее число частных хозяйствующих субъектов в Китае составило 180 млн: из них 55 млн частных компаний и 125 млн индивидуальных предпринимателей. Таким образом, их доля в общем количестве хозяйствующих субъектов с 95,5% в 2019 году выросла до 96,4%. «Процент частных хозсубъектов поступательно растет. Это подтверждает, что предпринимательская среда в стране улучшается, условия регистрации становятся все удобнее, а рыночная активность повышается», — комментируют представители ведомства.

Источник: SAMR

## Регулирование ИИ в ЕС может увеличить издержки китайских компаний

Первые в мире всеобъемлющие правила, касающиеся технологий искусственного интеллекта, по прогнозам экспертов отрасли, приведут к увеличению расходов на оценку и соблюдение требований для китайских технологических предприятий, ведущих бизнес в 27 странах-членах ЕС.

Некоторые китайские компании, работающие над искусственным интеллектом, уже готовятся тратить больше времени и средств на соблюдение новых правил ЕС, опасаясь излишнего регулирования, которое может замедлить инновации.

Документ утвердили в мае, он вступит в силу 1 августа и будет направлен на защиту основных прав, демократии, верховенства закона и основан на оценке рисков в применении ИИ. Также правила требуют соблюдения законодательства ЕС об авторских правах и прозрачности процесса обучения моделей.

Источник: SCMP

## 8 из 10 китайских брендов электромобилей исчезнут к 2030 году

По данным Ежегодного обзора мирового автомобильного рынка AlixPartners, к 2030 году 8 из 10 китайских брендов электромобилей исчезнут из-за быстрой консолидации рынка. Так, из 137 ныне работающих производителей останется 19, которые будут доминировать на рынке с годовыми продажами в среднем 835 тыс. единиц каждый. Уже в 2024 году несколько китайских автопроизводителей прекратили свою деятельность, не выдержав конкуренции.

Консолидация вызвана жесткой ценовой войной, ее начала Tesla в 2023 году и продолжили крупные китайские бренды.

Источник: Caixinglobal

## К 2030 году китайские производители займут треть мирового авторынка

Согласно прогнозу американской консалтинговой компании AlixPartners, к 2030 году китайские автопроизводители займут треть мирового рынка. На внутреннем рынке китайские бренды увеличат свою долю до более чем 70%, что на 5% выше текущего показателя.

По словам представителей AlixPartners, китайские бренды находятся на подъеме, хотя и сталкиваются с жесткой конкуренцией: многие из них снижают цены, чтобы завоевать свою долю рынка. Согласно анализу, к 2030 году китайские бренды будут продавать 9 млн автомобилей за рубежом. Они будут контролировать 12% рынка в Европе, а также существенную часть рынков Юго-Восточной Азии, Южной Азии и Южной Америки. «Китайские автопроизводители сейчас в центре глобальной автоиндустрии — они устанавливают стандарты в отрасли, где исторически лидировали западные страны, Япония и Южная Корея <...> [они] могут преподать мировым лидерам урок, который будет не только релевантен для Китая, но и применим на глобальных рынках», — отмечает эксперт AlixPartners.

Источник: Yicaiglobal

## Китай лидирует во внедрении генеративного искусственного интеллекта

Согласно недавнему глобальному исследованию, проведённому компанией SAS по заказу Coleman Parkes Research Ltd., Китай лидирует в использовании генеративного ИИ. Опрос показал, что 83% китайских менеджеров в бизнесе применяют эту технологию, что превышает показатели Великобритании (70%), США (65%) и Австралии (63%). Средний мировой показатель составляет 54%. В опросе приняли участие 1,6 тыс. руководителей из 17 стран и разных отраслей.

Источник: SAS

## Летняя кампания по защите несовершеннолетних в Интернете

На период летних каникул Администрация киберпространства Китая запустила кампанию по защите несовершеннолетних от вредного контента в Интернете. Ведомство проверит, что у детей и подростков отсутствует доступ к контенту и функциям, опасным для их физического и психологического здоровья. Кампания охватывает:

1) платформы короткие видео и стриминговые платформы;

2) социальные сети;

3) площадки электронной коммерции;

4) магазины приложений;

5) смарт-гаджеты для детей;

6) «детские» режимы в различных приложениях.

Источник: CAC