



□□□□□ □□□□□□□□□ □□□ □□□□□□ □□□□□□ □□ □□ □□□□□ □□□□□□□  
□ □□□□□ □□□ □□□ □□□ □□□ □□□□□□ □□□□□□□ □□□ □□□□□ □□□  
□□□□□ □□□□□□ □□□ □□□□□□□ □□□□□□

□□ □□□□□□□□□□ □□ □□□□□ □□□□□□ □□□□□□□□ □□□□ □□□□ □□□□□□

□□□□□□□ □□□□ □□□□□ □□□□ □□□□□□ □□ □□□□□ □□□□□□□ □□

□□□□□ □□□ □□□□□□□ □□□ □□□□□□ □□□ □□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□□ □  
□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□□

Следует отметить, что в последние годы в Китае наблюдается тенденция к уменьшению количества субъектов, осуществляющих производство и продажу китайской продукции на территории Китая. Вместо этого, производство и продажа китайской продукции осуществляется через интернет-магазины, расположенные за пределами Китая. Это связано с тем, что интернет-магазины позволяют избежать ограничений на экспорт китайской продукции, а также снижает затраты на транспортировку и хранение продукции.