



□□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□ □□□□□
□□□□ □□□□□ □□ □□□□□ □□□□□□□ □□□□□□ □□□□□ □□□□□
□□□□ □□□□□□ □□□□□ □□□□□□□□□ □□œ□□□ □□□□ □□
□□□□□□□□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□ □□□ □□□□□□□□□ □□□□
□□ □□ □□□□ □□□□ □□□□□ □□□□ □□ □□□□ □□ □□□□□□
□□□□ □□ □□

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 товара.

□□□□ □□□□□, □□□□□ □□ □□□ □□□□□ □□□□ □□ □□□□□ □□□□□□□□ □□□□ □
□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□ □ □□□□□□□□ □□ □□□□ □□□□ □□ □□□□□