



□□□□□□□□ □□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□ □□ □□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□-  
□□□□ □□□□ □□□□ □□. □□□□□□□□ □□□□□, □□□ □□□□□□□□  
□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□ □□ □□□□□□□□□□ □□□, □□□□□□□□  
□□□ □□□□□□ □□. □□□□□□ □□□, □□□□ □□□□ □□□ □□□□ □□□,  
□□□□ □□□□□□ □□□□□□□□, □□□ □□□□□ □□□□□  
□□□□□□□□ □□□□ □□□□ □□□□, □□□ □□□□□□□□ □□□□□,  
□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□ □□□ □□□□ □□□□□□□□ □□□□□  
□□□□□□□□, □□□□ □□ □ □□□□□-□□□□□□□□ □□□□□ □□□□□  
□□□□□□ □□□□-□□□□□ □□□□□□□□ □□ □□□ □□ □□ □□□□□  
□□□□□□ □□□□□□ □□□□□□ □□ □□□□□□ □□

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.