

چشم‌انداز توسعه‌ی صنعت خودروسازی چین - (یادداشت اول)

۲۷ مهر ۱۳۹۸



مقدمه

شاید ایرانیان از جمله بهترین شاهدان سیر تحول خارق‌العاده خودروسازی چین در دو دهه‌ی اخیر باشند. فاصله‌ی فنی خودروی چری QQ (یا mvm110) به عنوان یکی از اولین چینی‌های تولید انبوه شده در ایران، تا خودروی شاسی بلند هاوال H9، ساخت شرکت گریت‌وال، که نخستین خودروی چینی بود که با بهایی بیش از یک میلیارد تومان و مشابه هم‌تایان ژاپنی و کره‌ای خود به فروش رسید (و مدل‌های متعدد دیگر از خودروهای به روز چینی که هرگز وارد ایران نشده‌اند)؛ نشان از توفیق سیاست‌گذاران این کشور در حوزه خودروسازی دارد. پیشرفت‌ی که فارغ از رشد فناوری بومی، بیشتر مدیون همکاری‌های بین‌المللی و استفاده از فرصت‌های تجاری و سرمایه‌گذاری است. سلسله مقالات چشم‌انداز توسعه‌ی صنعت خودروسازی چین، قصد دارد تا با گردآوری اجمالی سیر تحول این صنعت در دهه‌ی اخیر در کشور چین، مخاطبان را با یکی از بهترین تجربه‌های توسعه‌ی صنعتی و فناوری در جهان آشنا کند، صنعتی که امروز با یک دگردیسی کامل، از سطوح پایین فناوری خودروهای بنزینی به سرآمد تولیدکنندگان خودروهای الکتریکی تبدیل شده است.



یادداشت اول: نگاهی اجمالی بر سرگذشت صنعت خودروسازی چین در دوره تحول

(۱) توصیف بازار خودروی چین

در ابتدای دهه هفتاد میلادی، چین اندکی بیش از ۸۷ هزار دستگاه خودرو تولید می‌کرد که سهم خودروهای شخصی از آن بسیار ناچیز بود. با آغاز اصلاحات و سیاست درهای باز، نرخ تولید در دهه نود و نیمه اول دهه نخست قرن ۲۱ شتابان شد، اما بین سال‌های ۲۰۰۵ تا سال ۲۰۰۹ با بهبود روز افزون معیشت عموم جامعه در نتیجه رشد اقتصادی باورنکردنی کشور، بازار چین با یک جهش بلند رو به جلو، عنوان بزرگ‌ترین بازار خودروی جهان را از آن خود کرد که تا امروز آن را حفظ کرده است.

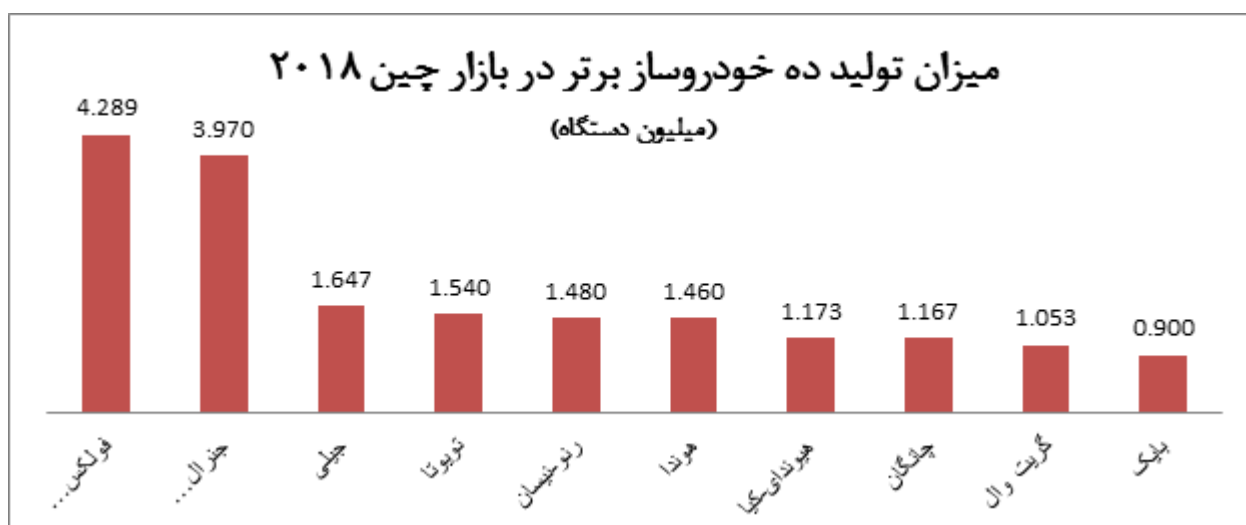
تولید سالانه خودرو در چین (میلیون دستگاه)



بازار چین همچنین رقابتی‌ترین بازار خودروی جهان نیز هست، حجم تقاضای فوق‌العاده در کنار تنوع در عرضه محصولات و نام‌های تجاری مختلف سبب شده تا خودرو در چین کالایی کاملاً مصرفی باشد. در هنگام خرید یک دستگاه اتومبیل، نمایندگی‌های فروش طیفی رنگارنگ از امکانات فنی و رفاهی سفارشی را پیش روی مشتریان قرار می‌دهند و بنابراین هر دستگاه خودرو می‌تواند دارای جزییات مختص به خود باشد. مجموع این عوامل باعث می‌شود تا خودروها به محض خریداری شدن توسط مشتری و خروج از نمایندگی، دسته دوم محسوب شده و بسته به مدل و نام تجاری، افت قیمتی تا ده درصد را تجربه کنند.

(۲) خودروسازان جهانی در چین

بازاری با ابعاد چین برای خودروسازان جهانی جذابیت بسیار بالایی دارد، اما ورود به آن با رعایت اصولی ممکن بوده است. وجود تعرفه‌های بالا بر روی واردات خودرو، شرکت‌ها را ترغیب به تولید در خاک چین خودرو می‌کرد که برای این امر می‌بایست حتماً به همراه یک شریک چینی، ابتدا یک شرکت با مالکیت مشترک (joint venture) تاسیس و سپس در قالب آن تجارت خود را پی می‌گرفتند. امروز محصولات نشان‌های تجاری دنیا در بازار چین حضور دارند که جز تعدادی انگشت‌شمار، همگی در خاک چین و در بستر یادشده تولید می‌شوند. گروه فولکس‌واگن اولین شرکتی است که پا در این راه گذاشت و در سال ۱۹۸۴ با گروه خودروسازی شانگهای (SAIC) و بعدها شرکت FAW وارد شراکت شد. امروز گروه فولکس‌واگن چین (شامل سایت‌های شانگهای-فولکس واگن و فاو-فولکس واگن) با تولید بیش از ۴ میلیون دستگاه (بیش از نیمی از تولید جهانی این شرکت)، همچنان بزرگ‌ترین تولیدکننده‌ی بازار چین محسوب می‌شود. در نمودار زیر، ده شرکت برتر خودروساز در چین در سال ۲۰۱۸ را مشاهده می‌کنید. همانطور که مشاهده می‌شود علاوه بر شرکت‌های خارجی، نشان‌های بومی چینی نیز در حال کسب سهمی قابل توجه در این بازار هستند که در بخشی جداگانه به آن‌ها خواهیم پرداخت. بنا بر خصلت بازارهای رقابتی، شرکت‌ها بسته به توان رقابتی سهمی از بازار را از آن خود می‌کنند. مثلاً در سال‌های ابتدایی دهه حاضر، تعداد قابل توجهی از خودروهای خانواده پژو ۲۰۶، ۲۰۷ و ۳۰۷ در خیابان‌های پکن مشاهده می‌شد، اما پس از آن به دلیل ناتوانی پژو در جایگزینی آن‌ها با مدل‌های به روزتر، امروز محصولات پژو سهم بسیار اندکی از خودروهای سطح شهر دارند.



تحت چنین شرایطی خودروسازان حتی اقدام به تولید مدل‌هایی مختص بازار چین کرده‌اند. به دلیل علاقه چینی‌ها به وجود فضای بزرگ‌تر برای سرنشینان عقب، برخی از شرکت‌ها خودروهای خود را در دو اندازه عادی و با فاصله محوری بیشتر (Long) عرضه می‌کنند که معمولاً با یک حرف (L) در پایان نام خودرو بر

روی دیپ صندوق، قابل تشخیص است. یا برخی دیگر خودرویی کاملاً جدید معرفی می‌کنند. هیوندای میسترا (Mistra) و کیا پگاس (Pegas) از این جمله هستند.



(۳) صادرات

تولیدات خودروسازان جهانی در چین عمدتاً بازار داخل این کشور را هدف می‌گیرد و تقریباً نقشی در آمار صادرات خودرویی چین ایفا نمی‌کند. خودروسازان چینی نیز به تازگی در حال پیدا کردن توان رقابت بین‌المللی هستند؛ بنابراین چین در بین کشورهای صادرکننده خودرو جایگاه بالایی ندارد. در سال ۲۰۱۲ میلادی، چین با مجموع ارزش صادرات خودرویی بالغ بر ۵/۴ میلیون دلار، بیستمین صادرکننده جهان بود و در سال ۲۰۱۸، با وجود افزایش نزدیک به صد درصدی ارزش صادرات خود و رسیدن به رقم ۶/۸ میلیون دلار، جایگاهی بهتر از نوزدهم کسب نکرده است. در حال حاضر چین اندکی بیش از یک میلیون دستگاه خودرو صادر می‌کند و بازار هدف شرکت‌های چینی عمدتاً در میان کشورهای در حال توسعه بوده است، به طوریکه شرکت نام آشنای چری تا پیش از سال‌های ۲۰۱۶ و ۲۰۱۷، برای بیش از یک دهه لقب برترین صادرکننده چینی را یدک می‌کشید. با این حال امروزه شرکت‌های چینی با همکاری شرکای خارجی در حال جستجوی راه‌های ورود به بازارهای اروپایی و همین‌طور بازار آمریکا هستند. مثلاً شرکت چری به همراه یک شرکت سرمایه‌گذاری از رژیم صهیونیستی، اقدام به تأسیس نشان Qoros با هدف ورود به بازار آمریکا کرد، یا شرکت جیلی، با همکاری شریک خود ولوو، نشانی تحت عنوان Link&co را بنا نهاد که قرار است خودروهایی با اتاق‌های ساخت جیلی بر روی پلتفرم‌های ساخت ولوو را روانه‌ی بازار اروپا کند. در یادداشت آتی، بیشتر به سیر شرکت‌های داخلی چین خواهیم پرداخت.