

به مناسبت عقد قرارداد ۲۵ ساله با چین

بررسی اجمالی ساختار صنعت خودروسازی چین

نوشته ؛ کامران طلبی فرد ، دکتری کسب و کار

این روزها بحث قرار داد ۲۵ ساله با چین بسیار داغ است فارغ از حواشی این بحث، چین هم اکنون دومین قدرت اقتصادی دنیا است و در آینده نچندان دور به رتبه اول اقتصادی جهان صعود خواهد کرد. یکی از صنایع مورد اهمیت چینی ها بعد از IT و صنایع الکترونیک و همچنین صنعت پوشاک، صنعت خودرو است. چینی ها در دهه نود میلادی سعی کردند تا با استفاده از الگوی ساخت خودروی ملی به توسعه صنعت خودرو خود بپردازند به همین جهت از شرکت های معتبر خودروسازی آلمانی و آمریکایی درخواست کردند تا برای آنها یک خودروی ملی مناسب خصوصیات این کشور و جامعه آنها طراحی کنند. کرایسلر، جنرال موتورز، فولکس واگن، پورشه و ... هر یک پیشنهادات خود را به چینی ها عرضه کردند دقیقاً این زمان معادل نیمه اول دهه هفتاد شمسی است زمانی که استارت توسعه صنعت خودروی ایران هم زده شد! در همان زمان در "مجله ماشین" چند مقاله در خصوص پروژه های پیشنهادی کانسپت برای خودروی ملی چینی ها تحریر شد. در نهایت خودروی طراحی شده توسط پورشه بعنوان مدل برنده و منتخب انتخاب گردید خودروی چهار در در سگمنت C که بیشترین تطابق را با خودروی ملی مورد نظر چینی ها داشت. در مقاله ای در "مجله ماشین" در نیمه اول دهه هفتاد شمسی به طور کامل به معرفی این خودرو و داستان طراحی آن پرداخته شد اما به یکباره دولت چین سیاست خود را در خصوص ساخت خودروی ملی تغییر داد و به این نتیجه رسید که دوران ساخت خودروی ملی به سر آمده است بدین ترتیب بجای ساخت خودروی ملی و اجبار اکثریت جامعه به استفاده از یکی دو مدل خودروی خاص، سیاست های تشویقی توسعه محصول و ساخت خودرو توسط شرکت های چینی و تقویت بخش خصوصی در خودروسازی را در پیش گرفت. بدین ترتیب بخش خصوصی نوپای چین که از اواخر دهه هشتاد میلادی تازه شکل گرفته بود وارد صنعت خودرو هم بشود تا در نتیجه فضای رقابتی در صنعت خودرو ایجاد شده و از این رهگذر صنعت

خودرو چین توسعه یابد . سیاستی که دقیقاً از نیمه دهه نود میلادی تا اکنون در حال اجرا است . با این مقدمه به بررسی انواع شرکت های خودروسازی چینی می پردازیم تا ببینیم از لحاظ ساختاری چه تفاوتی های باهم دارند .

بطور کلی شرکت های خودرو سازی چینی را در چهار گروه یا دسته می توان تقسیم بندی کرد ، اولین دسته شامل شرکت های خودروسازی دولتی است که تاسیس آنها توسط دولت بوده است و اصولاً قبل از تغییر رویکرد اقتصاد کمونیستی چین به سرمایه داری به تولید خودرو برای مقامات دولتی و رفع نیازهای ارگان های دولتی و نظامی می پرداختند . مالکیت و تاسیس این شرکت ها در اختیار دولت بوده و هنوز هم بخش زیادی از سهام آنها در اختیار دولت مرکزی چین است قدیمی ترین این شرکت ها ، FAW است که مخفف کلمه اولین شرکت خودروسازی است **first automobile works** این شرکت در دهه شصت میلادی تاسیس شد و هدف از بنیان نهادن آن تولید خودرو مورد نیاز مقامات حزب کمونیست و همچنین خودروهای مورد نیاز نهادهای دولتی بوده است از دیگر نمونه های این شرکت های دولتی می توان به گریت وال و زیر مجموعه آن یعنی هاوال اشاره کرد خودروسازی های که هنوز وابستگی خود از طریق بخشی از سهام را به دولت یا نهادهای دولتی حفظ کرده اند اگر بخواهیم مقایسه های بین شرکت های خودروسازی چینی و ایرانی بکنیم این شرکت ها در چین حکم ایران خودرو و سایپا را دارند . امروزه نیز این شرکت ها عمده محصولات خود را به بازار داخلی چین عرضه می کنند و علاوه بر تامین خودروهای مورد نیاز نهادهای دولتی ، حکومتی و نظامی بازار هدف اصلی آنها خریداران چینی هستند . شرکای خارجی آنها نیز بسیار قدر و جز خودروسازان درجه اول و سرآمد دنیا هستند مثلاً شریک اصلی FAW فولکس واگن است. اگر به چین سفر کرده باشید در شهرهای اصلی همانند بیجینگ (پکن) یا شانگهای بخوبی متوجه شده اید که از هر سه خودرو حداقل یکی با برند فولکس واگن یا آئودی است . خودروهای که بخش اعظم آنها توسط همین شرکت FAW تولید می شود . البته این شرکت های دولتی برند های داخلی و بومی خود را هم دارند و با جدیت توسعه آنها را دنبال می کنند. بعنوان مثال در فهرست ده برند اول پر فروش بازار چین در یک دهه گذشته تنها برند بومی چینی که همواره قرار داشته است گریت وال یا هاوال (زیر مجموعه شاسی بلند ساز گریت وال) می باشد .

اما دسته دوم شرکت های چینی شرکت های هستند که بعد از سیاست ایجاد مناطق آزاد تجاری و سپس سیاست های حمایتی از بخش خصوصی جهت ورود به صنعت خودرو در دهه نود میلادی در مناطق آزاد چین شکل گرفته اند تا از معافیت های مالیاتی و تجاری این مناطق استفاده کنند و در عین حال امکان جذب سرمایه گذاران خارجی را هم داشته باشند ، هر چند امروزه خود این شرکت ها به سهامداران بزرگ برند های خارجی صنعت خودرو تبدیل شده اند این شرکت ها اصولاً در مناطق آزاد تجاری در جنوب چین شکل گرفته اند از مهمترین آنها می توان به سایک موتورز ، جیلی ، بی وای دی و یا گک ترامپچی و ... اشاره کرد این شرکت ها علاوه بر تمرکز بر بازار داخلی چین بدنبال ورود به بازار های درجه اول دنیا از جمله آمریکای شمالی و اروپا هستند و سرمایه گذاری های هنگفتی را در این زمینه کرده اند مثلاً سایک موتورز که شریک اصلی جنرال موتورز در چین است در حدود دو دهه پیش برندهای ام جی و روور انگلستان را خریداری کرد و اکنون سال ها است که این برند ها در مالکیت سایک قرار دارند یا جیلی در حدود یک دهه است که سهامدار اصلی ولوو است و امتیاز تولید خودروهای سواری ولوو و کارخانه آن در سوئد در اختیار این شرکت است این شرکت ها با وجود عرضه محصولات شان به بازار داخلی چین اما تمرکز اصلی خود را به ورود به بازار طراز اول دنیا معطوف کرده اند و این حضور یا از طریق تولید خودرو برای خودروسازان شریک خارجی شان انجام می شود همانند تولید انواع بیوک در چین و ارسال آن به بازار آمریکا توسط سایک موتورز و یا از طریق برندهای خریداری شده همانند صادرات خودروهای ام جی توسط سایک موتورز به بازارهای اروپایی و یا گسترش سبد محصولات و توسعه بازار خودروهای ولوو توسط جیلی یا سرمایه گذاری برای توسعه برندهای جدید بر اساس تکنولوژی برندهای خارجی در اختیار ، همانند خودروهای برند لینک اند کو شرکت جیلی که بر پایه تکنولوژی و پلت فرم های ولوو شکل گرفته اند . این شرکت های خصوصی همانند شرکت های دسته اول یا همان دولتی ها ، توجه چندانی به بازار کشورهای در حال توسعه همانند آمریکای جنوبی ، روسیه ، کشورهای مشترک منافع و یا ایران ندارند .

دسته سوم شرکت های خودروسازی چینی شرکت های هستند که با سرمایه گذاری دولت های استانی در میانه دهه نود میلادی شکل گرفته اند و

دولت های استانی و یا تعاونی های استانی سرمایه گذار اصلی آنها هستند این شرکت ها نه همانند دسته اول تمام دولتی (متعلق به دولت مرکزی چین) محسوب می شوند و نه بصورت خصوصی و با مشارکت شرکای خارجی در مناطق آزاد چین بنا نهاده شده اند بیشترین شرکت ها در شهر های صنعتی شمال و مرکز چین قرار دارند از معروف ترین آنها که در ایران شناخته شده اند می توان به چری ، جک ، هایما ، دانگ فنگ و ... نام برد این شرکت ها اصولاً بر اساس تعاونی های سرمایه گذاری استانی شکل گرفته اند و با وجود حضور پررنگ در بازار شهر ها و استان های که کارخانه آنها در آن قرار دارد اما در بازار شهر های اصلی چین همانند بیجینگ ، شانگهای و ... حضور ضعیف تری دارند بازار اصلی این شرکت ها ، کشورهای در حال توسعه همانند کشورهای آمریکای جنوبی ، روسیه ، بلاروس ، کشورهای مشترک منافع شمال ایران و ایران است . در واقع اگر دقیق به این موضوع نگاه کنید تا قبل از سال ۲۰۱۹ یعنی شدت گرفتن تحریم های ظالمانه علیه کشورمان ، ایران اولین بازار صادراتی آنها بوده است سپس با اختلاف فاحشی روسیه در مکان دوم و در درجه سوم کشورهای آمریکای جنوبی همانند ونزوئلا قرار داشتند . هرچند این شرکت ها نیم نگاهی به حضور در بازار اروپایی دارند اما در این مسیر از شرکت های دسته دوم که در مناطق آزاد چین قرار دارند بسیار عقب تر هستند . این شرکت ها امروزه در حال سرمایه گذاری سنگین برای توسعه محصول و همچنین برند سازی هستند و سرعت رشد آنها را می توان ازمقایسه محصولات پانزده سال پیش مدیران خودرو (چری) با محصولات امروزی این شرکت دریافت .

دسته چهارم و آخر شرکت های خودروسازی خصوصی هستند که توسط يك یا چند نفر دایر شده و سرمایه و پشتوانه مالی عظیم شرکت های دسته دوم و سوم را در اختیار ندارند این شرکت ها اصولاً هنوز در مرحله مهندسی معکوس کاری هستند و شرکای خارجی ندارند و تنها در حال کپی کردن خودرو و محصولات مطرح خارجی هستند مسیری که شرکت های دسته سوم تا يك دهه قبل طی می کردند . بازار اصلی آنها هم کشورهای در حال توسعه از جمله آمریکای جنوبی ، کشورهای مشترک منافع ، روسیه و ایران است . اکثریت محصولات آنها هنوز از نوع مهندسی معکوس شده است و از لحاظ سطح تکنولوژی با شرکت های دسته اول و دوم غیر قابل مقایسه و با شرکت های دسته سوم هم فاصله بسیار زیادی دارند از جمله معروف ترین های این شرکت ها در بازار ایران می توان به لیفان ، زوتی (آریو و کوپای) و اکثریت تازه واردان چینی بازار ایران اشاره کرد . این شرکت ها

بدلیل استفاده از روش های مهندس معکوس حتی خواب حضور در بازارهای طراز اول دنیا را هم نمی بینند و در پایین ترین بخش صنعت خودرو چین در حال دست و پا زدن برای گرفتن سهم بازار از کشورهای در حال توسعه و پیدا کردن شریک تجاری در این کشورها هستند و در واقع آنها تنها برای بقا می جنگند.

بطور کلی تمامی شرکت های خودرو سازی چین که بر اساس سیاست اتخاذ شده در نیمه اول دهه نود میلادی یعنی رقابت داخلی در جهت توسعه صنعت خودرو چین شکل گرفته اند و در سال ها و دهه های بعد به جرگه خودسازان چینی پیوسته اند در یکی از این چهار دسته قرار می گیرند . با مطالعه این مطلب بخوبی مشخص می شود که شرکت های دسته اول و دوم حضور کمرنگی در بازار خودروی ایران دارند و بیشتر تمرکزشان بر بازار داخلی چین و یا بازارهای طراز اول جهانی است و در واقع رقابت چینی ها در بازار ایران میان شرکت های دسته سوم و چهارم است که البته با توجه به پشتوانه مالی و مهندسی بسیار قوی تر شرکت های دسته سوم می توان بطور قاطع آنها را برنده اصلی بازار ایران دانست .