

رقابت شیائومی با خودروهای برقی لوکس سفارشی پورشه در چین



راه‌اندازی تولید
خودروهای برقی
شیپینگ در اروپا



چین به دنبال رفع موانع
بازار خدمات پس از فروش خودرو

صنعت خودروی چین در سال‌های اخیر دستخوش تحولات عمیق و شتابانی شده است، به گونه‌ای که این کشور از یک بازار مصرف‌کننده و مونتاژکار، به بزرگ‌ترین تولیدکننده و صادرکننده خودرو در جهان ارتقا یافته است. این تحول نه تنها در کمیت تولید، بلکه در کیفیت، نوآوری و تنوع محصولات نیز چشمگیر بوده است.

این پیشرفت‌ها نتیجه سیاست‌های حمایتی بلندمدت دولت چین، سرمایه‌گذاری‌های کلان در تحقیق و توسعه، و ایجاد زیرساخت‌های گسترده تولید و شارژ خودروهای برقی است. برنامه‌های راهبردی همچون «ساخت چین ۲۰۲۵» و «برنامه توسعه خودروهای انرژی نو» با هدف کاهش وابستگی به سوخت‌های فسیلی، کاهش آلودگی و ارتقای رقابت‌پذیری جهانی این صنعت تدوین شده‌اند.

صادرات رو به رشد خودروهای چینی - به ویژه در بخش خودروهای برقی و هیبریدی - جایگاه این کشور را در بازارهای نوظهور و حتی توسعه‌یافته مستحکم‌تر کرده است. این روند نه تنها سهم چین در بازار جهانی خودرو را افزایش داده، بلکه رقابت میان خودروسازان بین‌المللی را نیز تحت تأثیر قرار داده است.

بررسی تحولات صنعت خودروی چین از چند جهت برای ما اهمیت دارد: نخست، بهره‌گیری از فناوری‌های روز در حوزه تولید خودروهای پاک و هوشمند؛ دوم، گسترش همکاری‌های صنعتی و سرمایه‌گذاری مشترک با خودروسازان چینی؛ و سوم، توسعه شبکه تأمین قطعات و تجهیزات پیشرفته از چین برای ارتقای کیفیت و تنوع محصولات داخلی.

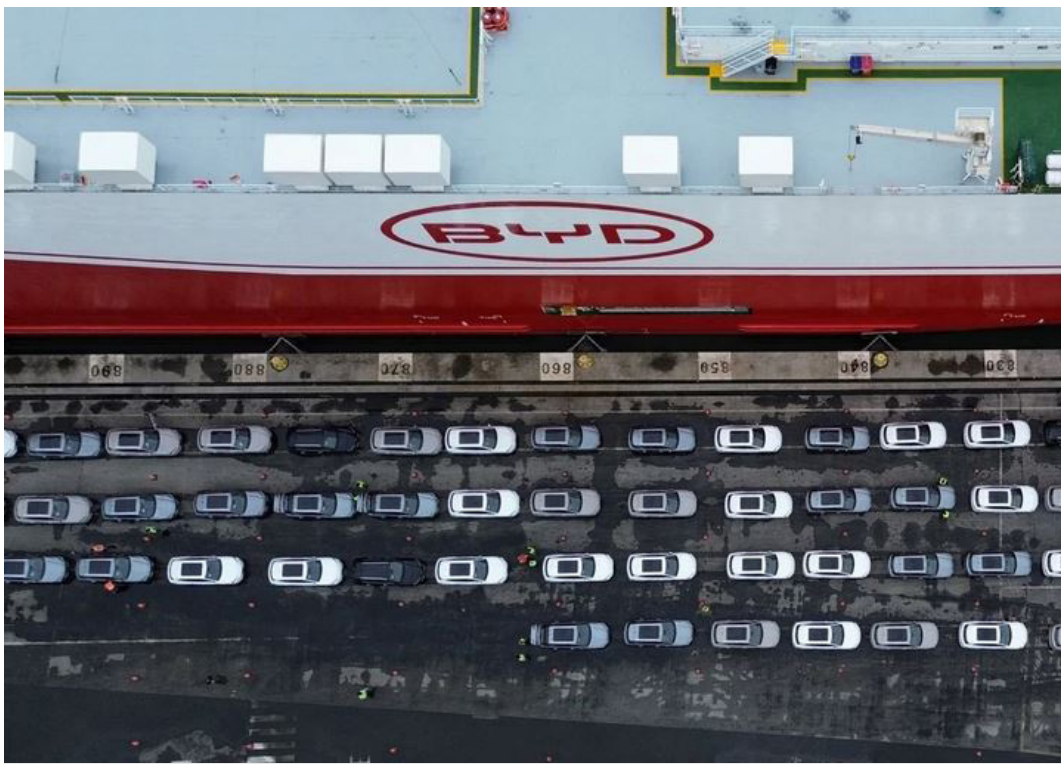
ماهنامه «صنعت خودروی چین»، با هدف ارائه تصویری جامع و تحلیلی از تازه‌ترین اخبار، سیاست‌ها، نوآوری‌ها و روندهای بازار خودرو در چین تدوین شده است. امید است که این مجموعه بتواند به تصمیم‌گیری‌های هوشمندانه‌تر و همکاری‌های گسترده‌تر میان دو کشور در حوزه صنعت خودرو منجر شود.

عبدالرضا رحمانی فضلی

سفیر جمهوری اسلامی ایران - پکن

فهرست مطالب

- افزایش صادرات بزرگترین خودروساز برقی چین ۴
- بی‌ولای‌دی به دنبال تولید در اروپا برای جبران کاهش سرعت رشد در چین ۸
- راه‌اندازی تولید خودروهای برقی شپینگ در اروپا ۱۱
- چین به دنبال رفع موانع بازار خدمات پس از فروش خودرو ۱۴
- رقابت شیائومی با خودروهای برقی لوکس سفارشی پورشه در چین ۱۷
- همکاری رنو و چری برای تولید خودرو در آمریکای جنوبی ۲۱
- صف‌آرایی غول‌های خودروسازی دولتی چین برای تسلط بر بازار خودروهای برقی ۲۳
- افزایش فروش خودروهای چینی در آفریقای جنوبی و کاهش سلطه برندهای غربی و ژاپنی ۲۷
- افتتاح بزرگ‌ترین کارخانه بی‌ولای‌دی خارج از آسیا در برزیل ۳۲
- جنگ قیمت بی‌ولای‌دی برای تحریک تقاضا در بازار خودروهای برقی ژاپن ۳۷



افزایش صادرات بزرگترین خودروساز برقی چین

شرکت بی‌وای‌دی، انتظار دارد صادراتش در سال جاری حدود ۲۰ درصد از فروش جهانی این شرکت را تشکیل دهد؛ رشدی که به گفته مدیران آن، نتیجه‌ی بهبود لجستیک و عرضه‌ی مدل‌های جدید است. به گزارش ساوت چاینا مورنینگ پست، این خودروساز مستقر در شنژن پیش‌بینی می‌کند در سال ۲۰۲۵ حدود ۸۰۰ هزار تا یک میلیون دستگاه خودرو در خارج از سرزمین اصلی چین تحویل دهد، در حالی که کل فروش جهانی شرکت برای آن سال حدود ۴.۶ میلیون دستگاه برآورد می‌شود.

در سال ۲۰۲۴، فروش بی‌وای‌دی در خارج از سرزمین اصلی چین کمتر از ۱۰ درصد از مجموع ۴.۲۶ میلیون دستگاه خودروی فروخته‌شده‌ی این شرکت را تشکیل می‌داد.

ناوگان اختصاصی کشتی‌های حمل خودروی بی‌وای‌دی از جمله عوامل اصلی جهش صادراتی این شرکت بوده است. بی‌وای‌دی اکنون دارای هشت کشتی بزرگ مخصوص حمل خودرو است که بزرگ‌ترین آن‌ها قابلیت انتقال ۹,۲۰۰ دستگاه خودرو را دارد. این کشتی‌ها چین را به بازارهای مهمی چون اروپا و آسیای جنوب‌شرقی متصل می‌کنند. بی‌وای‌دی قصد دارد تمام مدل‌هایی را که در چین توسعه یافته‌اند، به بازارهای جهانی نیز عرضه کند تا سبد محصولاتش در خارج از کشور گسترش یابد.

بزرگ‌ترین خودروساز برقی جهان بیش از پیش بر بازارهای خارجی تمرکز کرده تا سودآوری خود را افزایش دهد؛ به‌ویژه در شرایطی که حدود ۵۰ خودروساز داخلی، عمدتاً زیان‌ده، در چین برای سهم بازار با یکدیگر رقابت می‌کنند.

این شرکت قصد دارد تعداد نمایشگاه‌های خود در اروپا را تا سال ۲۰۲۶ دو برابر کرده و به ۲,۰۰۰ واحد برساند و همچنین زنجیره تأمین کامل محلی برای تولید در اروپا ایجاد کند.

کارخانه مونتاژ بی‌وای‌دی در مجارستان با ظرفیت سالانه ۱۵۰ هزار دستگاه، از اوایل سال آینده فعالیت خود را آغاز خواهد کرد. بی‌وای‌دی همچنین کارخانه‌هایی در تایلند و برزیل دارد.

به گفته تحلیل‌گران، خودروسازان چینی، به‌ویژه بی‌وای‌دی، در خط مقدم فناوری و تولید خودروهای برقی قرار دارند؛ موفقیتی که با

حمایت دولت و تمایل مصرف‌کنندگان به پذیرش نوآوری‌های جدید ممکن شده است.

خودروهای برقی ساخت چین با ویژگی‌هایی مانند باتری‌های پر قدرت، سیستم‌های سرگرمی پیشرفته درون خودرو و نرم‌افزارهای اولیه رانندگی خودکار، به دلیل قیمت‌های رقابتی خود به‌طور فزاینده‌ای در سراسر جهان محبوب شده‌اند.

پیش‌بینی فروش بی‌وای‌دی ÷ در خارج از چین در سال جاری حتی از هدف جاه‌طلبانه‌ای که پکن در چارچوب راهبرد صنعتی «ساخت چین ۲۰۲۵» (Made in China ۲۰۲۵) تعیین کرده بود، فراتر می‌رود. دولت مرکزی در سال ۲۰۱۵ در این برنامه پیش‌بینی کرده بود که دو خودروساز برتر کشور (که نامی از آن‌ها نبرد) بتوانند بیش از ۱۰ درصد از تولیدات خود را در بازارهای خارجی به فروش برسانند.

بر اساس گزارش مالی میان‌دوره‌ای بی‌وای‌دی که در ۲۹ اوت منتشر شد، تحویل خودرو در خارج از سرزمین اصلی چین در سه‌ماهه دوم سال جاری با افزایش ۱۴۵ درصدی نسبت به سال قبل، به ۲۵۸,۱۸۲ دستگاه رسید که نسبت به سه‌ماهه نخست سال نیز ۲۵.۳ درصد افزایش داشته است. در این دوره‌ی سه‌ماهه، فروش خارجی ۲۲.۵ درصد از کل فروش بی‌وای‌دی را تشکیل داد.

شرکت بی‌وای‌دی یکی از چهار خودروساز چینی است که موفق شده‌اند به سوددهی برسند.

در اوایل امسال، دولت چین برای نظم‌بخشی به بازار خودروهای برقی وارد عمل شد، زیرا جنگ تخفیف‌های قیمتی میان شرکت‌ها چشم‌انداز سودآوری را برای همه تیره کرده بود. وزارت صنعت و فناوری اطلاعات

چین اعلام کرد که شرکت‌هایی که در کاهش بی‌رویه قیمت‌ها پیشگام باشند، تنبیه خواهند شد. این اقدام باعث شد بیشتر خودروسازان از ارائه تخفیف‌های سنگین و تسهیلات مالی گسترده خودداری کنند.

در اوت ۲۰۲۵، بی‌وای‌دی یک پیست چندمنظوره خودروهای تمام‌برقی را در شهر ژنگژو (مرکز استان هنان در چین مرکزی) افتتاح کرد تا کاربرد گسترده خودروهای برقی را ترویج کند. این پیست شامل بخش‌هایی مانند پارک آفرود، تپه‌های شنی سرپوشیده و استخر عبور از آب است تا توانایی خودروها در شرایط مختلف را به نمایش بگذارد.



بی‌وای‌دی به دنبال تولید در اروپا برای جبران کاهش سرعت رشد در چین



شرکت بی‌وای‌دی، بزرگ‌ترین خودروساز برقی جهان، با کند شدن روند رشد در چین، تمرکز خود را بر گسترش فعالیت در اروپا دوچندان کرده و با افتتاح نمایشگاه‌های بیشتر و عرضه مدل‌های جدید به بازار این قاره وارد می‌شود.

به گزارش ساوت چاینا مورنینگ پست، این شرکت مستقر در شنجن، برنامه دارد تا سال ۲۰۲۶ تعداد نمایندگی‌های خود را در اروپا به ۲۰۰۰ واحد برساند؛ در حالی که طبق پیش‌بینی‌ها این تعداد تا پایان سال جاری میلادی به ۱۰۰۰ واحد خواهد رسید.

بی‌وای‌دی در حال مذاکره با ده‌ها شرکت قطعه‌ساز محلی برای ایجاد یک زنجیره تأمین کامل به منظور پشتیبانی از رشد خود در اروپا است. آنها



نه تنها در کارخانه‌ها بلکه در زنجیره تأمین نیز سرمایه‌گذاری می‌کنند. هدف ایجاد یک اکوسیستم محلی برای تولید اروپایی است. بی‌وای‌دی در سه‌ماهه دوم سال ۲۰۲۵ میلادی ۲۵۸ هزار و ۱۸۲ خودرو به خارج از سرزمین اصلی چین تحویل داده که این رقم نسبت به مدت مشابه سال قبل ۷/۱۴۴ درصد و نسبت به فصل قبل ۳/۲۵ درصد رشد داشته است.

فروش‌های خارجی بی‌وای‌دی در سه ماه منتهی به ژوئن ۲۰۲۵ معادل ۵/۲۲ درصد از کل فروش شرکت بوده، در حالی که این رقم یک سال پیش کمتر از ۱۰ درصد بود.

بی‌وای‌دی هم‌اکنون در اروپا ۱۳ مدل خودرو عرضه می‌کند، در حالی که دو سال پیش تنها شش مدل داشت. تمامی مدل‌هایی که در اروپا عرضه می‌شوند تا سال ۲۰۲۸ به‌طور کامل در همان قاره تولید خواهند شد.

برنامه بی‌وای‌دی برای بومی‌سازی تولید در اروپا نشان‌دهنده عزم این شرکت برای افزایش فروش خارجی به منظور جبران کاهش فروش در بازار داخلی است. اروپا یک بازار کلیدی خارجی است که بی‌وای‌دی در چارچوب راهبرد جهانی‌شدن خود آن را هدف قرار داده است.

سرزمین اصلی چین بزرگ‌ترین بازار خودروی جهان و همچنین خودروهای برقی است؛ جایی که در سال گذشته خودروهای تمام‌برقی و هیبریدی قابل شارژ بیش از ۶۰ درصد از فروش خودروهای جدید را تشکیل دادند.

اما طبق ارزیابی تحلیلگران، بیشتر حدود ۵۰ خودرو ساز برقی فعال در چین برای بقا در رقابت شدید داخلی تقلا می‌کنند؛ زیرا حاشیه سود آن‌ها تحت فشار جنگ‌های قیمتی و مازاد مزمن ظرفیت تولید قرار گرفته است.

کمتر از ۱۰ درصد برندهای خودروی برقی در چین طی پنج سال آینده سودآور خواهند شد.

بی‌وای‌دی هدف فروش خود را برای امسال به ۶/۴ میلیون دستگاه کاهش داد که ۱۶ درصد کمتر از هدف قبلی (۵/۵ میلیون دستگاه) است. این هدف اصلاح‌شده در عین حال معادل افزایش ۷ درصدی فروش سالانه این شرکت محسوب می‌شود.

همچنین شرکت خودروسازی برقی شپینگ به تازگی اعلام کرد که نخستین مرکز تحقیق و توسعه اروپایی خود را در شهر مونیخ افتتاح کرده است. این اقدام بخشی از تلاش این شرکت برای تقویت فروش خود در اروپا به شمار می‌رود.

این خودروساز مستقر در گوانگژو اعلام کرد که مرکز بر نوآوری‌هایی کار خواهد کرد تا نیازهای مصرف‌کنندگان محلی در زمینه خودروهای نسل بعدی را برآورده سازد.



راه اندازی تولید خودروهای برقی شیپینگ در اروپا



شرکت شیپینگ (Xpeng) که بخشی از سهام آن در اختیار گروه فولکس واگن است، تولید خودرو در اروپا را با همکاری یک تولیدکننده قراردادی در اتریش آغاز کرده است. این اقدام در حالی صورت می گیرد که خودروسازان برقی سرزمین اصلی چین در حال گسترش حضور خود در قاره اروپا و دور زدن تعرفه های سنگین هستند. به گزارش ساوت چاینا مورنینگ پست، این خودروساز مستقر در گوانگژو اعلام کرد مونتاژ شاسی بلندهای G6 و G9 را در کارخانه مگنا استایر در شهر گراتس آغاز کرده است. شیپینگ جزئیاتی درباره حجم



تولید ارائه نکرد، اما افزود که همکاری با شریک اتریشی در طول زمان عمیق‌تر خواهد شد.

این شرکت در بیانیه‌ای گفت: «این عرضه یک نقطه عطف در استراتژی جهانی‌سازی شپینگ محسوب می‌شود. مدل‌های بیشتری از شپینگ در این کارخانه مونتاژ خواهند شد.»

تولید محلی باعث معافیت شپینگ از تعرفه‌هایی می‌شود که بر واردات خودروهای تمام‌برقی ساخت چین در اروپا اعمال شده و همزمان رقابت‌پذیری آن را در یکی از بازارهای بزرگ خودروی جهان تقویت می‌کند. در حال حاضر خودروهای تولید چین این شرکت مشمول ۳۰.۷ درصد تعرفه وارداتی اتحادیه اروپا هستند.

شپینگ در ابتدا از زنجیره تأمین مگنا برای تولید خودرو در اتریش استفاده خواهد کرد و در همکاری نزدیک با این تولیدکننده قراردادی، به تدریج سطح بومی‌سازی را افزایش خواهد داد.

خودروسازان و تأمین‌کنندگان قطعات چینی بیشتری کارخانه‌های تولیدی خود را در اروپا راه‌اندازی خواهند کرد تا با تکیه بر فناوری خودروهای برقی خود، در بازار رقابت کنند. آنها باید سهم بیشتری در بازارهای خارجی به دست آورند تا سودآوری خود را بهبود بخشند.

در حال حاضر بی‌وای‌دی، بزرگ‌ترین خودروساز برقی جهان، و خودروساز دولتی چری تنها شرکت‌های چینی هستند که در اروپا کارخانه دارند. بی‌وای‌دی یک کارخانه در ترکیه و دیگری در مجارستان دارد، در حالی که چری مالک یک کارخانه در اسپانیا است.

همچنین شرکت CATL، بزرگ‌ترین تولیدکننده باتری خودروهای برقی جهان، قصد دارد در پایان سال جاری فعالیت کارخانه ۷.۳ میلیارد

یورویی (۸.۶ میلیارد دلاری) خود در «دبرسن» مجارستان را آغاز کند. ظرفیت تولید این کارخانه ۱۰۰ گیگاوات ساعت است که برای تأمین انرژی ۲ میلیون خودروی برقی با برد ۵۰۰ کیلومتر کافی خواهد بود. در فوریه سال ۲۰۲۴، شپینگ با فولکس واگن توافقی برای توسعه مشترک دو خودروی برقی سبب متوسط برای بازار به شدت رقابتی چین در سال ۲۰۲۶ امضا کرد. این خودروها با نشان فولکس واگن و بر اساس «فعالیت‌های مشترک خرید» و اشتراک فناوری طراحی و ساخته خواهند شد. فولکس واگن پس از سرمایه‌گذاری ۷۰۰ میلیون دلاری در سال ۲۰۲۳ مالک ۵ درصد از سهام شپینگ شد.

به گفته تحلیلگران، خودروسازان و تأمین‌کنندگان قطعات چینی در خط مقدم فناوری و تولید خودروهای برقی قرار دارند، زیرا از حمایت دولت و استقبال مصرف‌کنندگان از نوآوری‌های جدید برخوردارند. طبق داده‌های انجمن خودروهای سواری چین، فروش خودروهای تمام‌برقی و هیبریدی قابل‌شارژ در سرزمین اصلی چین در سال ۲۰۲۴ بیش از ۶۰ درصد از کل جهانی را به خود اختصاص داده است. شپینگ به دلیل فناوری رانندگی خودکار خود شناخته می‌شود، فناوری‌ای که پتانسیل رقابت با نرم‌افزار رانندگی خودکار کامل تسلا را دارد.



چین به دنبال رفع موانع بازار خدمات پس از فروش خودرو



وزارت بازرگانی چین با گرد هم آوردن نمایندگان صنعت خودروسازی، درباره برداشتن موانع در بازار خدمات پس از فروش خودرو گفت‌وگو کرده است؛ اقدامی که بخشی از تلاش‌های گسترده‌تر این کشور برای افزایش مصرف در بزرگ‌ترین بازار خودروی جهان به شمار می‌رود. به گزارش ساوت چاینا مورنینگ پست، این وزارتخانه اصلاحات آزمایشی در زمینه فروش و توزیع خودرو آغاز خواهد کرد و شهرهای واجد شرایط را به انجام طرح‌های آزمایشی برای تقویت مصرف در بازار خدمات پس از فروش خودرو تشویق خواهد نمود.

وزارت بازرگانی چین با همکاری نهادهای مربوطه، اقدامات محدودکننده در بازار خدمات پس از فروش خودرو را حذف کرده و بیش از پیش ظرفیت مصرفی آن را آزاد خواهد کرد.

این اصلاحات با پیشنهاد منتشرشده در ماه مارس همسو است؛ پیشنهادی که با هدف افزایش مصرف و تشویق رشد اقتصادی ارائه شد. در این پیشنهاد، بر گسترش هزینه‌کردهای مرتبط با خودرو مانند تیونینگ، اجاره خودرو و ورزش‌های موتوری تأکید شد و همچنین بر تقویت بازار خودروهای دست‌دوم از طریق ساده‌سازی فرآیند ثبت و بهبود تبادل داده‌ها تأکید گردید.

تفاوت‌های منطقه‌ای در استانداردهای آلایندگی خودرو از مهم‌ترین موانع در گردش خودروهای دست‌دوم است.

بازار خودروهای دست‌دوم در چین هنوز در مقایسه با کل مالکیت خودروها کوچک است. در دیگر بازارهای بزرگ خودرو مانند ایالات متحده، فروش خودروهای دست‌دوم دو برابر خودروهای نو است.

بر اساس داده‌های انجمن فروشندگان خودرو چین، فروش خودروهای دست‌دوم در چین طی هشت ماه نخست سال جاری به حدود ۱۳ میلیون دستگاه رسید، در حالی که فروش خودروهای نو در همین دوره ۱۴.۷ میلیون دستگاه بود.

طبق آمار رسمی، در نیمه نخست سال جاری، تعداد کل خودروها در چین به ۳۵۹ میلیون دستگاه رسید که خودروهای انرژی نو (NEV) حدود ۱۰.۳ درصد از آن را تشکیل می‌دادند.

طبق گزارش سالانه انجمن تولیدکنندگان خودروی چین که در دسامبر منتشر شد، تعداد بالای خودروها و میانگین سن رو به افزایش آن‌ها

نشان‌دهنده پتانسیل قوی رشد در بازار خدمات پس از فروش است، به‌ویژه در زمینه خدمات تعمیر و نگهداری. در عین حال، رشد فزاینده خودروهای انرژی نو نیز تقاضای جدیدی را ایجاد می‌کند.

پیشنهاد ماه مارس همچنین خواستار تغییر سیاست‌های مصرف خودرو از «کنترل‌های مبتنی بر خرید» به «مقررات مبتنی بر استفاده» شد؛ به این معنا که دولت‌ها باید بیشتر بر نحوه استفاده مردم از خودروها تمرکز کنند تا بر محدودسازی خرید خودرو. این پیشنهاد همچنین بر تضمین حق مالکیت خودرو برای خانواده‌هایی که سال‌ها در سیستم قرعه‌کشی پلاک شرکت کرده ولی موفق به دریافت آن نشده‌اند تأکید کرد.

شهرهای بزرگ چین مانند پکن، شانگهای و گوانگژو مدت‌هاست که با برگزاری قرعه‌کشی یا مزایده پلاک، خرید خودرو را محدود کرده‌اند تا از ازدحام ترافیکی و آلودگی هوا بکاهند.

اما با توجه به این‌که دولت مرکزی خرید خودرو را بخشی از تلاش‌های گسترده‌تر برای تقویت تقاضای داخلی می‌داند، اکنون از مقامات محلی خواسته است محدودیت‌های خرید خودرو را کاهش دهند؛ از جمله با تعدیل سیستم‌های سهمیه‌بندی خودرو برای تأمین بهتر نیاز خانواده‌هایی که فاقد خودرو هستند.



رقابت شیائومی با خودروهای برقی لوکس سفارشی پورشه در چین

خودروسازان چینی در جلب نظر رانندگان طبقه متوسط کشور خود از رقبای غربی پیشی گرفته‌اند و اکنون به سراغ مشتریان ثروتمندی می‌روند که به دنبال افزودن جلوه‌های خاص به خودروهایشان هستند. به گزارش ساوت چاینا مورنینگ پست، شرکت شیائومی به تازگی سرویسی را آغاز کرد که به خریداران اجازه می‌دهد سدان برقی SUV Ultra خود را که قیمت پایه آن ۵۲۹,۹۰۰ یوان (حدود ۷۴ هزار دلار) است، با انتخاب تزئینات داخلی و رنگ‌های ویژه شخصی‌سازی کنند، گزینه‌ای که حداقل ۱۰۰ هزار یوان به قیمت خودرو می‌افزاید.

شیائومی که به عنوان یک طراح بزرگ تلفن‌های هوشمند شناخته می‌شود و به سرعت در بازار خودروهای برقی در حال پیشرفت است، اکنون با مصرف‌کنندگانی رقابت می‌کند که در غیر این صورت ممکن است یک پورشه شخصی‌سازی‌شده یا برند لوکس اروپایی دیگر را انتخاب کنند. در همین حال، خودروساز آلمانی پورشه نیز برای گسترش فروش خودروهای اسپرت سفارشی ۹۱۱ در چین تلاش می‌کند، زیرا برندهای بومی در زمینه خودروهای برقی فشار فزاینده‌ای بر آن وارد کرده‌اند.

پورشه و دیگر خودروسازان غربی برای سال‌ها از رشد چشمگیر در چین بهره‌مند بودند، با تکیه بر مهندسی دقیق خودروهای بنزینی. اما در سال‌های اخیر، شرکت‌های چینی مانند شیائومی، بی‌وای‌دی و نیو با نرم‌افزارها و فناوری‌های باتری پیشرفته، ورق را برگردانده‌اند. پس از تسلط بر بازار خودروهای برقی مقرون‌به‌صرفه، اکنون هدف آن‌ها جذب مصرف‌کنندگان ثروتمندتر است.

در حالی که قیمت Ultra SUV شیائومی کمتر از ۹۱۸,۰۰۰ یوان پورشه Taycan است، طراحی آن شباهت چشمگیری به مدل پرچم‌دار پورشه دارد. خریدارانی که خواهان شخصی‌سازی Ultra SUV هستند باید دست‌کم ۱۰۰ هزار یوان برای جزئیات سفارشی مانند نشان طلای ۲۴ عیار روی کاپوت یا رینگ‌های فورج‌شده در چهار رنگ هزینه کنند. این خدمات همچنین برای شاسی‌بلند Max YUV با قیمت ۳۲۹,۹۰۰ یوان نیز ارائه می‌شود که از نظر طراحی با مدل Purosangue فراری مقایسه شده است.

برای شیائومی، به چالش کشیدن برندهای لوکس غربی با قیمتی پایین‌تر فقط به خودرو محدود نمی‌شود. مدیرعامل این شرکت، به‌تازگی تلفن

هوشمندی را معرفی کرده که برای رقابت با آیفون ۱۷ طراحی شده و بیش از ۱۰۰ دلار از آن ارزان تر است.

با افزودن گزینه‌های گران‌قیمت برای خریداران خودرو، شیائومی به روندی سودآور وارد می‌شود که برندهایی چون فراری، بنتلی و لامبورگینی سال‌هاست برای مشتریان فوق‌ثروتمند خود ارائه می‌دهند — یعنی پرداخت هزینه بیشتر برای منحصربه‌فرد کردن خودرو.

برای نمونه، رهبر ارکستر فیلارمونیک برلین پورشه ۹۱۱ Turbo خود را با شاسی مسابقه‌ای و بدنه‌ای سبک‌وزن سفارش داده بود که حتی دسته‌های در آن از چرم ساخته شده بود. همچنین، یکی از اعضای خاندان حاکم قطر، هفت پورشه ۹۵۹ سفارشی سفارش داده بود که دارای کابینی با چرم بوفالو و لوله آگزوز آب‌طلا بودند.

پورشه می‌گوید بیش از ۹۰ درصد از خریداران مدل ۹۱۱ حداقل یکی از گزینه‌های شخصی‌سازی را از طریق بخش Exclusive Manufaktur انتخاب می‌کنند، بخشی که می‌تواند ده‌ها هزار دلار به هزینه نهایی خرید اضافه کند.

در میان این گزینه‌ها، رنگ‌های خاص از محبوب‌ترین‌ها هستند: مشتریان می‌توانند با پرداخت حدود ۱۳ هزار دلار از میان بیش از ۱۹۰ رنگ موجود انتخاب کنند، یا با پرداخت بیش از ۳۰ هزار دلار رنگ خودروی جدیدشان را با رنگ رژ لب محبوب، پتو نوزادی یا پیراهن تیم ورزشی دلخواه‌شان هماهنگ سازند.

رئیس تولید پورشه، در کارخانه این برند در لایپزیگ گفت: مشتریان ما محصول آماده نمی‌خواهند؛ آن‌ها خواهان فضای داخلی و گاه خارجی‌هایی هستند که دقیقاً با نیازهایشان مطابقت داشته باشد.

مدل‌های سفارشی معمولاً ارزش خود را در طول زمان بهتر حفظ می‌کنند — ویژگی‌ای که برای خریداران ثروتمند اهمیت زیادی دارد — البته تا زمانی که خودرو به رنگ‌هایی مانند بنفش تند یا طرح‌های اغراق‌آمیز آراسته نشده باشد. ارزش بازفروش پایین مدل Taycan یکی از عواملی بوده که بر تقاضای آن اثر گذاشته است.

پورشه قصد دارد پس از کاهش فروش در چین، گزینه‌های شخصی‌سازی و نرم‌افزارهای داخل خودرو را در این کشور گسترش دهد. برنامه مدل‌های سفارشی فعلاً به دلیل محدودیت فضا و نیروی انسانی در مقر Exclusive Manufaktur در زوفنهاوزن آلمان محدود است.

این بخش از فعالیت پورشه حدود ۵.۶ میلیارد یورو (معادل ۷.۶ میلیارد دلار) درآمد و تا ۲.۵ میلیارد یورو سود ایجاد می‌کند.

با این حال، این اقدام شیائومی ممکن است همه خریداران بالقوه پورشه را جذب نکند. خودروهای شیائومی بیشتر با برندهایی مانند آئودی، ب‌ام‌و یا مرسدس رقابت می‌کنند. فروش گزینه‌های اضافه لزوماً تضمینی برای افزایش سود نیست — در بهترین حالت صحبت از ۱ تا ۲ درصد از درآمد جهانی است.



همکاری رنو و چری برای تولید خودرو در آمریکای جنوبی

شرکت خودروسازی رنو و چری از چین در حال مذاکره برای همکاری در زمینه تولید و فروش خودرو در آمریکای جنوبی هستند و هر دو خودروساز به دنبال رشد در این منطقه‌اند.

به گزارش ساوت چاینا مورنینگ پست، این مذاکرات شامل طرح‌هایی برای کلمبیا و آرژانتین است. در این طرح، چری در ازای تأمین سرمایه و طراحی محصول، به شبکه کارخانه‌های موجود رنو در این کشورها دسترسی خواهد داشت.

این خودروساز چینی قصد دارد از کارخانه رنو در انویگادو (Envigado) واقع در کلمبیا برای تولید خودروهای موتور احتراقی استفاده کند. بخش عمده این خودروها با نشان رنو روانه بازار خواهند شد و

مقدار باقیمانده نیز با برند چری به فروش خواهد رسید. همچنین در کارخانه کوردوبا در آرژانتین، چری در حال بررسی سرمایه‌گذاری برای راه‌اندازی خط تولید وانت هیبریدی قابل شارژ است؛ طبق این برنامه، رنو به‌عنوان توزیع‌کننده اصلی این خودروها در منطقه فعالیت خواهد کرد. گفت‌وگوها همچنان ادامه دارد و هنوز قطعی نیست که توافق نهایی امضا شود.

رنو در سال‌های اخیر به دنبال ایجاد شراکت‌هایی برای کاهش هزینه‌ها و در عین حال، ورود به بازارهای در حال رشد بوده است. در برزیل، این شرکت با گروه خودروسازی ژجیانگ جیلی از چین برای تولید و فروش خودروهای برقی همکاری می‌کند. همکاری با چری تأثیری بر پروژه‌های مشترک رنوی و جیلی نخواهد داشت.

مذاکرات با چری از زمان مدیریت مدیرعامل پیشین رنو، آغاز شده است. اما جانشین او، ظاهراً رویکرد محتاطانه‌تری در زمینه هزینه‌کرد در پیش گرفته است.

چری از سال ۲۰۰۳ تاکنون بزرگ‌ترین برند صادرکننده خودروی چین بوده است. این شرکت سابقه همکاری با برندهای غربی را نیز دارد؛ از جمله مونتاژ خودروهای جگوار و لندروور در چین. چری در پی رقابت شدید در بازار داخلی، قصد دارد حضور بین‌المللی خود را گسترش دهد. سبد محصولات چری شامل طیف گسترده‌ای از خودروهای نسبتاً ارزان و بنزینی است که تناسب زیادی با نیاز بازارهای نوظهور دارند.



صف‌آرایی غول‌های خودروسازی دولتی چین برای تسلط بر بازار خودروهای برقی



خودروسازان دولتی چین در حال بازآرایی فعالیت‌های خود در داخل این کشور هستند و پس از دهه‌ها وابستگی به برندهای خارجی، اکنون با شرکای داخلی همکاری می‌کنند تا جایگاه خود را در بازار خودروهای برقی تثبیت کنند.

به گزارش ساوت چاینا مورنینگ پست، شرکت‌هایی از گروه FAW (قدیمی‌ترین خودروساز چین) تا SAIC موتور (بزرگ‌ترین خودروساز کشور تا سال ۲۰۲۳)، گام‌هایی برای استفاده از فناوری‌های بومی مانند

نرم افزار رانندگی خودکار و سیستم های کابین دیجیتال برداشته اند تا سهم بازار خود را افزایش دهند.

در حالی که امکانات دیجیتال و فناوری های هوشمند به عوامل تعیین کننده در رقابت خودروها تبدیل شده اند و جذابیت برندهای خارجی در چین کاهش یافته است، خودروسازان دولتی تلاش می کنند تا عقب ماندگی خود را از رقبای خصوصی نظیر بی وای دی و جیلی جبران کنند.

مصرف کنندگان جوان دیگر از طراحی و عملکرد برندهای خارجی قانع نمی شوند. سلیقه جدید آن ها باعث شده که خودروسازان دولتی برای جلب نظر خریداران، از شرکت های فناوری چینی و هم تایان کوچک تر کمک بگیرند.

بر اساس داده های انجمن خودروهای سواری چین (CPCA)، تنها چهار شرکت دولتی در میان ۱۰ خودروساز برتر خودروهای برقی چین از نظر فروش در سال جاری قرار دارند.

شرکت بی وای دی - بزرگ ترین خودروساز برقی جهان - در هشت ماه نخست سال ۲۰۲۵، حدود ۲.۸۳ میلیون دستگاه خودرو به مشتریان داخلی و خارجی تحویل داده است؛ ۲۱.۹ درصد بیشتر از سال قبل، و با سهم ۳۱.۶ درصدی از بازار چین.

جیلی که شرکت مادر آن مالک برند ولوو است، با بیش از یک میلیون دستگاه تحویلی و ۱۱.۲ درصد سهم بازار در جایگاه دوم قرار دارد. در رتبه سوم، چانگان اتومبیل با فاصله زیاد قرار گرفته است. این شرکت از ژانویه تا اوت حدود ۵۴۸ هزار خودرو برقی تحویل داده و ۶.۱ درصد از بازار را در اختیار دارد.

در مجموع، ۵۱ درصد از خودروهای تحویلی در چین بین ژانویه تا اوت ۲۰۲۵ یا تماماً برقی بوده‌اند یا هیبریدی قابل شارژ که می‌توانند مسافتی را با باتری طی کرده و سپس از سوخت بنزین استفاده کنند.

برخی از خودروسازان دولتی به‌زودی با مدل‌ها و برندهای جدید برقی بازخواهند گشت. هنوز بسیاری از مصرف‌کنندگان باور دارند که شرکت‌های بزرگ و با سابقه می‌توانند خودروهای ایمن‌تر و باکیفیت‌تری برایشان بسازند.»

رشد سریع خودروسازان برقی چین، که از یارانه‌های دولتی و تمایل مصرف‌کنندگان به فناوری‌های نوین بهره‌مند شده‌اند، باعث شده است آن‌ها در طراحی و تولید از رقبای خارجی پیشی بگیرند. طبق آمار انجمن CPCA، سهم بازار برندهای خارجی از ۵۰ درصد در سال ۲۰۲۳ به ۴۰ درصد در سال ۲۰۲۴ کاهش یافته است.

دو دهه پیش، برندهای خارجی از جمله فولکس‌واگن، بامو، جنرال موتورز و فورد بیش از ۷۰ درصد از بازار خودروی چین را در اختیار داشتند. شرکای چینی آن‌ها - که عمدتاً شرکت‌های دولتی بودند - به دلیل محبوبیت خودروهای بنزینی با نشان VW و GM، سودآوری بالا و رشد باثباتی را تجربه می‌کردند.

اما اکنون شرایط دگرگون شده است. شرکت SAIC در همکاری با هوآوی، نخستین مدل تحت برند جدید Shangjie را رونمایی کرد. این برند مشترک با هدف جبران شش سال افت فروش SAIC در بازار داخلی راه‌اندازی شده است.

مدل SUV Shangjie H۵ که به کابین هوشمند و سیستم رانندگی کمکی هوآوی مجهز است، با قیمت پایه ۱۵۹,۸۰۰ یوان (حدود ۲۲,۴۷۰

دلار) عرضه می‌شود — یعنی ۴۰ درصد ارزان‌تر از مدل Y تسلا که در شانگهای تولید می‌شود. SAIC اعلام کرد که تنها در یک ساعت نخست پس از باز شدن ثبت سفارش‌ها، بیش از ۱۰ هزار سفارش برای این خودرو دریافت کرده است.

هوآوی، غول تجهیزات مخابراتی چین، در سال‌های اخیر به خودروسازان داخلی مانند Seres و Avatr، تراشه‌های خودرو، حسگرها و فناوری‌های دیجیتال عرضه می‌کند تا خودروهایی نیمه‌خودران و متصل به اینترنت بسازند.

شرکت Voyah، زیرمجموعه برقی شرکت دولتی دانگ فانگ مدل جدید Dream MPV را معرفی کرد که به سیستم رانندگی خودکار پیشرفته هوآوی به نام Qiankun ADS مجهز است. قیمت پایه این خودرو ۳۵۹,۹۰۰ یوان تعیین شده است. Voyah اعلام کرد که در کمتر از یک روز بیش از ۱۰ هزار سفارش برای این خودرو دریافت کرده است.

در همین حال، شرکت FAW در حال برنامه‌ریزی برای خرید ۱۰ درصد از سهام خودروساز برقی لیپ‌موتورز است — شرکتی که با حمایت استالانتیس فعالیت می‌کند — تا ظرفیت طراحی و تولید خود را در بخش خودروهای برقی تقویت کند.

این سرمایه‌گذاری مسیر را برای توسعه مشترک مدل‌های جدید برقی، بهبود مدیریت زنجیره تأمین و گسترش بازارهای خارجی هموار می‌کند.



افزایش فروش خودروهای چینی در آفریقای جنوبی و کاهش سلطه برندهای غربی و ژاپنی

تا چند سال پیش، حضور خودروهای ساخت چین در جاده‌های آفریقای جنوبی صحنه‌ای نادر بود و تولیدکنندگان چینی تنها بازیگرانی حاشیه‌ای به شمار می‌رفتند. اما این وضعیت به سرعت در حال تغییر است؛ زیرا خودروسازان چینی اکنون در این کشور از بسیاری از برندهای مطرح غربی، آمریکایی و ژاپنی پیشی گرفته‌اند.

به گزارش ساوت چینا مورنینگ پست، در سال‌های اخیر، آفریقایی‌های جنوبی خودروهای برندهای چینی مانند چری و هاوال را به دلیل

قیمت مناسب و امکانات پیشرفته خریداری کرده‌اند. با تکیه بر این تقاضای روبه‌رشد، چندین برند خودروساز چینی اکنون به دنبال احداث کارخانه‌های مونتاژ و تولید در آفریقای جنوبی هستند. اگرچه این خودروها عمدتاً از نوع احتراق داخلی هستند، اما کارشناسان تردیدی ندارند که موج خودروهای برقی نیز به‌زودی به این کشور خواهد رسید.

بازار خودروهای SUV آفریقای جنوبی بین ژانویه تا اوت امسال نسبت به دوره مشابه سال گذشته دستخوش تغییر چشمگیری شده است. در این بازه، خودروسازان چینی (OEMs) حجم فروش خود را تا ۸۶ درصد افزایش داده‌اند و سهم بازار خود را به ۱۵ درصد رسانده‌اند.



این رشد عمدتاً ناشی از عملکرد چری بود که حجم فروش خود را با افزایش ۲۷ درصدی به بیش از ۱۶ هزار دستگاه رساند و هوال که با جهش ۴۵ درصدی به بیش از ۱۲ هزار دستگاه دست یافت.

با وجود آنکه برندهای ژاپنی تویوتا و سوزوکی همچنان بزرگ‌ترین سهم بازار را در اختیار دارند، برتری سنتی آن‌ها رو به کاهش است و هر دو برند در همین دوره شاهد افت سهم بازار خود بوده‌اند.

می‌توان گفت خودروهای چینی آینده حمل‌ونقل در آفریقای جنوبی را در اختیار دارند و روند افزایش خودروهای چینی در خیابان‌ها کاملاً مشهود است.

خودروسازان چینی با قیمت‌گذاری رقابتی، امکانات متنوع، گارانتی‌های بلندمدت و توسعه تهاجمی بازار، موفق به جذب خریداران محلی و به چالش کشیدن برندهای غربی شده‌اند.

برندهای چینی برخلاف رقبای خود، ویژگی‌های لوکسی مانند نمایشگرهای بزرگ لمسی، فناوری کمکی راننده و طراحی داخلی ممتاز را حتی در مدل‌های پایه خود به‌صورت استاندارد ارائه می‌دهند.

با توجه به موفقیت تجاری روزافزون و تمایل استراتژیک به تولید محلی، دولت آفریقای جنوبی نیز اکنون در حال ارائه مشوق‌های مالی برای سرمایه‌گذاری خودروسازان در کشور است. با توجه به روابط خوب با چین و موفقیت خودروهای چینی، احتمالاً دولت امتیازات مالی قابل‌توجهی برای خودروسازان چینی در نظر خواهد گرفت تا در داخل کشور به تولید بپردازند.

در کنار رشد فروش خودروهای بنزینی، تولیدکنندگان خودروهای برقی از جمله شرکت بی‌وای‌دی مستقر در شنژن، حضور خود را در بازار آفریقای جنوبی و سایر کشورهای آفریقایی افزایش داده‌اند تا در برابر موانع تعرفه‌ای جهانی فزاینده تنوع ایجاد کنند.

مقامات آفریقای جنوبی تأیید کردند که مذاکراتی با خودروسازان چینی

در جریان است تا برای سرمایه‌گذاری در تولید محلی، به‌ویژه در بخش خودروهای هیبریدی و برقی اقدام شود. یکی از حوزه‌های مورد علاقه آن‌ها، سرمایه‌گذاری در خودروهای هیبریدی و برقی است، زیرا این دقیقاً همان بازاری است که در سطح جهانی فعالیت دارند.

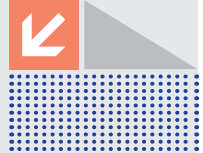


این حرکت بخشی از یک راهبرد دوگانه است که شامل برنامه‌ای دفاعی برای افزایش تعرفه واردات به بالاترین سطح ممکن نیز می‌شود تا از ارزان‌تر شدن واردات نسبت به خودروهای تولید داخل جلوگیری کند. در واکنش به این سیاست احتمالی، چری قصد دارد یک کارخانه مونتاژ کامل (CKD) در آفریقای جنوبی احداث کند و گریت‌وال موتور نیز در حال گفت‌وگو با مونتاژکاران محلی برای تولید مشترک پیکاپ‌ها است. خودروسازان چینی به دلیل رقابت شدید داخلی و تعرفه‌های بالا در بازارهای آمریکا و اروپا، اکنون قاره آفریقا را به عنوان موتور رشد جدید خود هدف گرفته‌اند.

با این حال، برندهای چینی در آفریقای جنوبی با چالش‌هایی نیز مواجه‌اند؛ از جمله شبکه خدمات پس از فروش در حال توسعه و ارزش بازاریابی پایین‌تر نسبت به رقبا از ژاپن و کره جنوبی. چالش اصلی این است که شرکت‌های چینی ترجیح می‌دهند صادرات انجام دهند مگر آنکه مونتاژ محلی مزیت مالی چشمگیری داشته باشد. برخی تولیدکنندگان محلی در آفریقای جنوبی که توان رقابت قیمتی با واردات چینی را ندارند، دولت را به افزایش تعرفه واردات ترغیب می‌کنند. با این حال احتمال وضع تعرفه‌های جدید پایین است.



افتتاح بزرگ‌ترین کارخانه بی‌وای‌دی خارج از آسیا در برزیل



خودروساز چینی بی‌وای‌دی از افتتاح آنچه «بزرگ‌ترین کارخانه خودروی برقی خود در خارج از آسیا» توصیف می‌کند، خبر داد؛ اقدامی که در عین نشان دادن تلاش برزیل برای پیشتازی در گذار آمریکای جنوبی به حمل‌ونقل پاک، بار دیگر توجه‌ها را به گسترش ردپای صنعتی پکن در این منطقه جلب کرده است.

به گزارش ساوت چاینا مورنینگ پست، مراسم افتتاح مجموعه عظیم کاماساری (Camacari) در ایالت باهیا با حضور رئیس‌جمهور لوئیز ایناسیو لولا دا سیلوا، معاون رئیس‌جمهور، مقامات ایالتی و محلی و ده‌ها

چهره صنعتی برگزار شد. این رویداد هم‌زمان بود با عرضه چهاردهمین خودروی نوانرژژی (NEV) تولیدی بی‌وای‌دی، نقطه عطفی نمادین برای بزرگ‌ترین خودروساز برقی جهان که حضور خود را در آمریکای لاتین تعمیق می‌بخشد.

وانگ چوان‌فو، بنیان‌گذار و رئیس بی‌وای‌دی، در این مراسم گفت: توسعه سبز، روندی غیرقابل بازگشت در جهان است. ما اینجا هستیم نه فقط برای ساخت خودرو، بلکه برای ساخت آینده‌ای که به هر برزلی تعلق دارد که حمل‌ونقل پاک را انتخاب می‌کند.

این مجتمع جدید که بزرگ‌ترین تأسیسات بی‌وای‌دی خارج از آسیا و بزرگ‌ترین کارخانه خودروی برقی در آمریکای لاتین است، ۵.۵ میلیارد رئال برزیل (۹۷۸ میلیون دلار) هزینه دربر داشته است.



کارخانه بر روی زمین‌های کارخانه سابق فورد بنا شده و در مرحله نخست ظرفیت تولید سالانه ۱۵۰ هزار دستگاه خودرو را خواهد داشت؛

ظرفیتی که در مرحله دوم به ۳۰۰ هزار دستگاه افزایش می‌یابد. این پروژه پس از رسیدن به ظرفیت کامل، انتظار می‌رود بیش از ۲۰ هزار شغل مستقیم و غیرمستقیم ایجاد کند. تولید اولیه شامل SUV پلاگ این هیبریدی Song Pro، خودروی تمام‌برقی Dolphin Mini و سدان هیبریدی King است.

شرکت همچنین نسخه ویژه‌ای از مدل Song Pro COP۳۰ را رونمایی کرد که مجهز نخستین موتور پلاگ این هیبریدی سوخت انعطاف‌پذیر در جهان است؛ فناوری‌ای طراحی شده برای بازار اتانول مبتنی بر نیشکر برزیل. از این مدل تنها ۳۰ دستگاه ساخته می‌شود که ۲۹ دستگاه آن به اجلاس اقلیمی سازمان ملل (COP۳۰) در شهر بلیم در ماه آینده اهدا خواهد شد و یک دستگاه نیز به عنوان هدیه به لولا داده می‌شود تا نماد بازگشت برزیل به تولید گسترده خودرو باشد.

رشد بی‌وای‌دی در برزیل چشمگیر بوده است. از زمان ورود به بازار خودروهای سواری در سال ۲۰۲۲، این شرکت بیش از ۱۷۰ هزار خودروی برقی و هیبریدی پلاگ این فروخته و اکنون با ۷۴.۴ درصد سهم از کل فروش خودروهای برقی، بر بازار این بخش تسلط دارد. همچنین بی‌وای‌دی اکنون در بازار کلی خودروهای سواری برزیل در جایگاه هفتم قرار گرفته و با کسب ۵.۵ درصد از کل فروش، از برندهای باسابقه‌ای چون هوندا نیز پیشی گرفته است.

این صعود سریع، رقبای سنتی را نگران کرده و بحث‌های سیاسی برانگیخته است. انجمن ملی خودروسازان (Anfavea) - که نماینده برندهایی چون تویوتا، فولکس‌واگن و جنرال‌موتورز است - بی‌وای‌دی و دیگر برندهای چینی را به دامپینگ متهم کرده و می‌گوید حمایت‌های

دولتی به آنها امکان می‌دهد محصولات خود را زیر قیمت واقعی بفروشند.



این انجمن همچنین با درخواست بی‌وای‌دی برای تخفیف موقت تعرفه بر خودروهای نیمه‌مونتاژ مخالفت کرد و هشدار داد که این اقدام می‌تواند اشتغال داخلی را تهدید و پایه صنعتی برزیل را تضعیف کند. پس از چند هفته مذاکره، دولت با اعطای معافیت شش‌ماهه به ارزش حدود ۴۶۳ میلیون دلار موافقت کرد و در عین حال افزایش تعرفه واردات از سال ۲۰۲۷ را جلو انداخت.

بی‌وای‌دی این اتهامات را رد کرده و اعلام کرده است که قیمت خودروهایش در برزیل به مراتب بالاتر از چین است و شرکت کاملاً از قوانین برزیل تبعیت می‌کند. بی‌وای‌دی تأکید کرد که تولید محلی مستلزم هزینه‌های عملیاتی بالایی است که باید به رسمیت شناخته شود، و تفاوت مالیاتی میان خودروهای وارداتی و مونتاژ داخل برای حمایت از سرمایه‌گذاری در برزیل ضروری است.

با وجود حواشی، گسترش فعالیت‌های بی‌وای‌دی در راستای اهداف صنعتی و زیست‌محیطی دولت برزیل ارزیابی می‌شود. این شرکت چینی قصد دارد تا سال ۲۰۲۸، ۷۰ درصد از قطعات مورد نیاز خود را به صورت محلی تأمین و مراکز تحقیق و آزمون در برزیل ایجاد کند. این پروژه از برنامه فدرال Mover حمایت می‌شود؛ طرحی که خودروسازان را به سرمایه‌گذاری در فناوری‌های پاک‌تر و کارآمدتر تشویق می‌کند.

برای دولت برزیل، این کارخانه هم مشوق اقتصادی است و هم سرمایه سیاسی. تأسیسات کاماساری قرار است پایه صنعتی ایالت باهیا را - که پس از خروج فورد در سال ۲۰۲۱ آسیب دیده بود - احیا کرده و جایگاه برزیل را در گذار جهانی انرژی تقویت کند.

رئیس‌جمهور برزیل وعده داد روابط با چین را بیش از پیش تقویت کند و خود را «دوست رئیس‌جمهور شی جین‌پینگ» خواند و افزود که او نیز «دوست برزیل» است. لولا گفت هر دو رهبر از کشورهای جنوب جهانی هستند و اجازه دخالت هیچ کشوری در امور خود را نمی‌دهند.



جنگ قیمت بی‌وادی برای تحریک تقاضا در بازار خودروهای برقی ژاپن



دو سال پس از آغاز حضور پر آب و تاب بی‌وادی در بازار ژاپن، این شرکت چینی سازنده خودروهای برقی (EV) هنوز نتوانسته است آن‌طور که باید و شاید نظر مشتریان را جلب کند.

به گزارش ساوت چاینا مورنینگ پست، این خودروساز با وجود افتتاح چهل و پنجمین نمایندگی فروش خود در ژاپن، عرضه چهارمین مدل EV خود و تبلیغات فراوان درباره رونمایی از یک مدل برقی خودروی کی (کلاسی بسیار محبوب از خودروهای کوچک) در اواخر سال ۲۰۲۶، از ژانویه ۲۰۲۳ تا ژوئن امسال تنها ۵۳۰۰ دستگاه خودرو فروخته است. تلاش‌های مذکور تاثیر چندانی بر افزایش تقاضا نداشته و حالا بی‌وادی

به ارائه تخفیف‌هایی تا سقف یک میلیون (۶۷۰۰ دلار) روی آورده است که در کنار یارانه‌های دولتی، می‌تواند قیمت فروش محصولاتش را تا ۵۰ درصد کاهش دهد. مثلاً هر دستگاه آتو ۳ (۳ Atto) با قیمتی کمتر از ۴/۲ میلیون ین به فروش می‌رسد.

خودروسازان ژاپنی به‌ندرت قیمت محصولات‌شان را کاهش می‌دهند. تخفیف‌ها به بی‌وای‌دی کمک کرده است تا به محبوب‌ترین برند خودروهای برقی در چین تبدیل شود، ولی به گفته برخی تحلیل‌گران این تاکتیک می‌تواند در ژاپن نتیجه عکس بدهد، چون ممکن است خریداران قبلی به دلیل پرداخت قیمت بالاتر حس کنند که فریب خورده‌اند و در نتیجه قیمت فروش مجدد تحت تاثیر قرار گیرد.

تمام خودروسازان خارجی در ژاپن با چالش‌های مشابهی روبرو هستند. ژاپنی‌ها اکثراً به برندهای قدیمی مانند تویوتا موتور وفادارند و بیشتر آنها خودرو هیبریدی بنزینی- برقی را به خودروهای صرفاً برقی باتری‌دار ترجیح می‌دهند. وفاداری شدید مردم این کشور به غول‌های داخلی باعث شکست‌های پیاپی برندهای بزرگ خارجی شده است. جنرال موتورز برند ساترن (Saturn) را به خاطر فروش ضعیف از بازار ژاپن خارج نمود. هیوندای موتور هم در سال ۲۰۰۹ از این بازار رفته بود، ولی در حال حاضر می‌خواهد دوباره شانس خود را امتحان کند.

فروش محصولات بی‌وای‌دی در اروپا برعکس ژاپن رشد چشمگیری داشته است و این شرکت سعی دارد با گسترش بازارها در خارج از کشور، با چالش‌های داخلی مقابله کند. این شرکت انتظار دارد که امسال میزان صادراتش به بیش از ۲۰ درصد کل فروشش برسد. اما در ژاپن هم فرصت‌های بلندمدت بر موانع کوتاه‌مدت می‌چربد.

پیش‌بینی می‌شود EVها در سال جاری تنها ۳/۴ درصد از فروش خودروهای نو در این کشور را تشکیل دهند، و این بازار در سال‌های آینده رشد کند.

یکی از کارشناسان می‌گوید مساله مهم برای بی‌وای‌دی این است که جای پای برای خود باز کند، نه این که بازار آنجا را به چنگ بیاورد. جلب نظر سخت‌گیرترین مشتریان جهان برای این شرکت مهم است، حتی اگر از نظر اقتصادی منطقی نباشد.

قطعا به دست آوردن سهمی از بازار ژاپن کار آسانی نخواهد بود. در ماه ژوئن میزان فروش همه مدل‌های بی‌وای‌دی در بازار مذکور ۵۱۲ دستگاه بود که احتمالا حقوق کارکنان و هزینه نمایشگاه‌های شرکت را هم جبران نکرده است، در حالی که پرترفدارترین خودروی برقی نیسان موتور یعنی ساکورا (Sakura) در همان ماه ۱۱۳۷ دستگاه فروش داشت.

سایر خودروسازان محبوب ژاپنی هم در حال ورود به این بخش هستند. هوندا در ماه سپتامبر از اولین EV سواری کامپکت خود رونمایی کرد، و تویوتا و سوزوکی موتور نیز از برنامه‌شان برای عرضه مشترک یک خودروی کی برقی در سال جاری خبر داده‌اند.

مهم‌ترین مساله در فروش خودرو، ایجاد وفاداری به برند و جذب مشتریان مادام‌العمر است؛ و اصلا مشخص نیست که بی‌وای‌دی واقعا می‌تواند در ژاپن به این هدف برسد یا خیر. ■

دفتر همکاری فناوری سفارت جمهوری اسلامی ایران در پکن

با همکاری:

اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران

Pacific Consulting Holding Company (Beijing)

大洋咨询集团(北京)

گروه مطالعاتی چین نگار



 www.techchina.ir

 info@techchina.ir

 www.chinnegar.com

 [@fanavarichin](#)

 [@chinnegar](#)

 [@fanavarichin](#)

ماهنامه ها:



ماهنامه چین | انرژی های نو و تجدیدپذیر

ماهنامه فناوری | چین



ماهنامه چین | هوس مصنوعی و صنعت تراشه

ماهنامه صنعت | چین خودرو



فصلنامه ها:



فصلنامه صنایع هوا فضا | چین

فصلنامه سلامت و کشاورزی | چین





سفارت جمهوری اسلامی ایران - پکن
Embassy of the I.R. of Iran—Beijing

