



رشد صنعت خودروهای برقی چین با معافیت‌های مالیاتی

خودروسازان چینی؛ ناجی
جدید صنعت خودروی
اروپا

نبرد برندهای خارجی برای
بازپس‌گیری سهم بازار در
چین

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

- نبرد برندهای خارجی برای بازپس‌گیری سهم بازار در چین ۴
- تراشه‌های هوشمند؛ سلاح جدید در جنگ فناوری خودروهای برقی چین ۱۲
- خودروسازان چینی؛ ناجی جدید صنعت خودروی اروپا ۱۶
- افزایش فروش خودروسازان چینی در اروپا همزمان با تعرفه‌های جدید ۲۲
- موفقیت خودروهای برقی چینی در بازار بسیار رقابتی کره جنوبی ۲۶
- رشد صنعت خودروهای برقی چین با معافیت‌های مالیاتی ۳۱
- شیپینگ ، از خودروهای برقی تا ربات‌های انسان‌نما ۳۵



نبرد برندهای خارجی برای بازپس‌گیری سه‌م بازار در چین

رئیس شرکت هیوندای موتور پکن، در پایان سخنرانی خود در نمایشگاه خودروی چین امسال، با درخواست از حضار برای بلند کردن جعبه‌های LED که روی صندلی‌هایشان قرار داده شده بود، آن‌ها را غافلگیر کرد. به گزارش ساوت چاینا مورنینگ پست، او در حالی که دستگاهی با نشان Ioniq (برند جدیدی که این خودروساز کره‌ای به تازگی در سرزمین اصلی چین راه‌اندازی کرده است) را بالا می‌برد، گفت: «ما از این پرتو نور برای آغاز سفر جدید هیوندای در چین استفاده خواهیم کرد.»

وی گفت هیوندای پس از سال‌ها عملکرد ضعیف در این کشور، در حال آماده‌سازی برای بازیابی جایگاه از دست رفته خود با تکیه بر فناوری‌های محلی برای ساخت نسل جدیدی از خودروهای الکتریکی (EV) متناسب با مشتریان محلی است.

سومین خودروساز بزرگ جهان از نظر میزان تحویل، در ۲۴ آوریل، اولین روز نمایشگاه پکن که به بزرگترین نمایشگاه خودرو در جهان تبدیل شده است، در مرکز توجه قرار گرفت.



این تولیدکننده کره‌ای یکی از چندین برند بین‌المللی است که به دنبال مقابله با ظهور رقبای داخلی است. هیوندای به همراه شریک چینی خود، گروه بایک، ۸ میلیارد یوان (۱.۱۷ میلیارد دلار) دیگر به سرمایه‌گذاری مشترک خود، یعنی هیوندای پکن، اختصاص داده است.

در این رویداد، هیوندای در حال نمایش اولین مدل تولیدی خود تحت این برند جدید، یعنی سدان الکتریکی Ioniq 7 است، یکی از ۲۰ مدلی که این خودروساز قصد دارد طی پنج سال آینده برای بازار چین طراحی و تولید کند.

سال ۲۰۲۶ سالی تعیین‌کننده برای برندهای بین‌المللی خودرو خواهد بود که بسیاری از آن‌ها در دهه گذشته شاهد کاهش فروش بوده‌اند، به

طوری که برخی از آن‌ها پیش‌تر از بازار چین شده‌اند و برخی دیگر در آستانه حذف قرار دارند.

برخی از برندهای بین‌المللی پیش‌تر از نمایشگاه خودروی پکن برای آغاز سفر بازگشت به بازار چین استفاده کرده‌اند. تغییر چشم‌انداز بازار در چین نیز اهمیت گسترده‌ای برای صنعت جهانی خودرو دارد.

با پیشگامی مونتاژکاران و فروشندگان زنجیره تامین چینی در فناوری و تولید خودروهای الکتریکی، نام‌های بین‌المللی از فولکس‌واگن گرفته تا نیسان استراتژی‌های بومی‌سازی را دوچندان کرده‌اند و با مشارکت یا یادگیری از خودروسازان و تامین‌کنندگان قطعات چینی به دنبال ساخت خودروهای الکتریکی هوشمند با برد طولانی‌تر و بازایی سهم بازار هستند.

خودروسازان خارجی سال گذشته ۳۵ درصد از سهم بازار خودروی سرزمین اصلی را در اختیار داشتند که نسبت به ۵۳ درصد در سال ۲۰۲۲ کاهش یافته است و این نشان‌دهنده گذار کند آن‌ها به سمت برقی‌سازی در بازاری است که خودروهای الکتریکی بیش از ۵۰ درصد از تحویل خودروهای جدید را به خود اختصاص داده‌اند.

دو دهه پیش، خودروسازان سنتی و باسابقه بیش از ۸۰ درصد از بازار خودروی چین را در اختیار داشتند، زیرا وسایل نقلیه‌ای که به صورت محلی از طریق سرمایه‌گذاری‌های مشترک مونتاژ می‌شدند، بسیار برتر از مدل‌های بومی بودند.

خودروسازان خارجی می‌توانند از همین امسال خودروهای الکتریکی هوشمندی مشابه هم‌تایان چینی خود تولید کنند و رقابت را در بازاری که هم‌اکنون نیز بی‌رحمانه است، تشدید کنند.

نیسان، که سدان الکتریکی NV آن سال گذشته با استقبال گرمی در چین مواجه شد، گفت تحقیق و توسعه آن در سرزمین اصلی نیز به آن برتری در رقابت در خارج از کشور خواهد داد.

به عنوان قطبی برای نوآوری و صادرات، چین نقش حیاتی در ارائه وسایل نقلیه بسیار رقابتی به مقاصد منتخب جهانی ایفا خواهد کرد.» نیشان N7 مجهز به یک سیستم رانندگی خودکار اولیه، پس از تطبیق با خواسته‌های مشتریان، به آمریکای لاتین، آسیای جنوب شرقی و خاورمیانه صادر خواهد شد.

از زمان عرضه اولیه آن در آوریل سال گذشته، N7 تا ماه دسامبر ۴۵,۳۸۲ دستگاه تحویل در سرزمین اصلی ثبت کرد که یک دستاورد نادر برای یک خودروی الکتریکی با برند خارجی در چین است.

EV Brands in China			
	Net number of brands	New brands entered	Brand exits
2018	103	Not available	Not available
2019	114	28	17
2020	125	25	14
2021	120	21	27
2022	130	16	8
2023	141	24	14
2024	129	15	23
2025	143	23	9

Source: AlixPartners SCMP Graphics

برای برندهایی مانند هیوندای، با توجه به تعداد زیاد سازندگان خودروهای الکتریکی که بازار را شلوغ کرده‌اند، کمپین بازگشت پیچیده خواهد بود.

مدیرعامل هیوندای، در سخنرانی ۲۴ آوریل گفت که این شرکت فروش ۵۰۰هزار دستگاه در چین را تا سال ۲۰۳۰ هدف‌گذاری کرده است که بیش از سه برابر تحویل ۱۵۴ هزار خودروی آن در سال ۲۰۲۵ است. این میزان همچنان بیش از ۳۰ درصد کمتر از فروش سالانه نزدیک به ۸۰۰هزار خودروی هیوندای در سرزمین اصلی در سال ۲۰۱۸ خواهد بود. فروش پیش‌بینی‌شده همچنین ۹ درصد از تحویل تخمینی آن در سراسر جهان در سال ۲۰۳۰ را تشکیل می‌دهد.

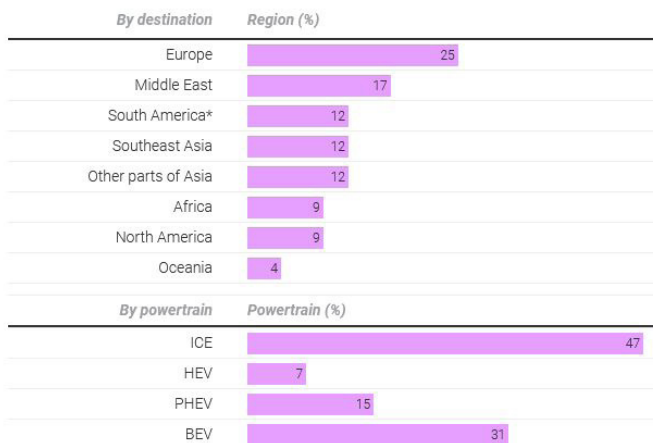
خودروسازان بین‌المللی برای رسیدن به رقبای چینی خود، باید روند تصمیم‌گیری خود را تسریع کنند و زنجیره تامین خود را بیشتر بومی‌سازی کنند تا خودروهای خود را هوشمند سازند.

در چین، سیستم‌های رانندگی خودکار و سرگرمی درون خودرو بسیار پیچیده و پیشرفته و در حال بازتعریف صنعت خودرو هستند. در ماه نوامبر، فولکس‌واگن از تشکیل مرکز تحقیقاتی VCTC خود خبر داد که برای اولین بار در تاریخ این شرکت از توسعه و اعتبارسنجی پلتفرم‌های جدید خودرو بدون تایید دفتر مرکزی پشتیبانی می‌کرد. این گروه خودروسازی آلمانی همچنین یک مرکز نوآوری آئودی در شانگهای راه‌اندازی کرد تا توسعه مدل‌ها و فناوری‌های خودروهای الکتریکی متناسب با چین را تسریع بخشد.

اسمارت، یک برند پریمیوم خودروهای الکتریکی که به طور مشترک توسط مرسدس بنز و جیلی تاسیس شده است، پذیرش سفارشات برای سدان شماره ۶ EHD خود را با قیمت پایه ۱۸۹,۹۰۰ یوان در اولین روز نمایشگاه خودرو آغاز کرد. EHD مخفف محرک هیبریدی با برد افزوده (extended hybrid drive) است. اسمارت گفت که این مدل، که

بزرگترین مدل آن تا به امروز است، برای مصرف‌کنندگان چینی طراحی شده است و دارای فضای داخلی جادار، حسگر لیدار نصب شده روی سقف و نرم‌افزار خودران است. عرضه اولیه آن گام مهمی در گذار این برند از خودروهای کامپکت کلاسیک به بازار خودروهای الکتریکی ساین متوسط پرمیوم بود.

China's Car Exports in 2025



* including Latin America

به گفته برگزارکنندگان، در مجموع ۱,۴۵۱ مدل، از جمله ۱۸۱ مدل که برای اولین بار در جهان عرضه می‌شدند، در این نمایشگاه خودرو به نمایش گذاشته شدند. آن‌ها افزودند که فضای نمایشگاهی ۳۸۰ هزار متر مربعی (۴.۱ میلیون فوت مربع) نزدیک به ۵۰ درصد بزرگتر از دوره قبلی در سال ۲۰۲۴ بود.



بسیاری از بازدیدکنندگان از غرفه‌های برندهای لوکس مانند بی‌ام‌و و مرسدس گفتند که دیگر تحت تاثیر فناوری‌های خودروسازان خارجی قرار نمی‌گیرند، زیرا رقبای چینی ویژگی‌های چشمگیری از جمله دستیار راننده خودکار پیشرفته، شارژ فوق‌سریع و سیستم‌های سرگرمی پیچیده درون خودرو را ارائه می‌دهند.

برندهای خارجی که در بخش پریمیوم چین رقابت می‌کنند، می‌توانند مقاوم‌تر از برندهای موجود در بخش انبوه باشند.

پورشه با تاکید بر میراث موتوراسپرت خود، یک کاین توربو (Cayenne Turbo) تمام الکتریکی را در غرفه خود به نمایش گذاشت. نسخه چینی این شاسی‌بلند شامل سیستم شاسی فعال پورشه (Porsche Active Ride)، سیستم صوتی فراگیر سه‌بعدی پریمیوم برمستر (Burmester) و نمایشگر هدآپ واقعیت افزوده بود که ویژگی‌های اضافه‌شده آن حدود ۲۰۰ هزار یوان ارزش داشت. قیمت فروش که ۱.۱۵ میلیون یوان تعیین

شده است، کمتر از ۱۶۰ هزار یورو (۱۸۶,۶۶۰ دلار آمریکا) است که در آلمان دریافت می‌شود.

کاهش قیمت‌های پرمیوم در میان کاهش فروش رخ می‌دهد. پورشه در سه‌ماهه اول ۷,۵۷۹ وسیله نقلیه جدید در چین تحویل داد که ۲۱ درصد نسبت به سال قبل کاهش داشت و کاهشی را که از سال ۲۰۲۲ ادامه داشته است، تهدید کرد.

خودروسازان غربی دیگر در برخی زمینه‌ها، به ویژه فناوری، مسلط نیستند. چین در واقع در حال دیکته کردن سطح بالاتری از الزامات دستیار راننده، یعنی L۲++ است. غربی‌ها مجبور به پیروی خواهند شد زیرا این وسایل نقلیه از قبل با این فناوری تعبیه شده عرضه می‌شوند. L۲++ رانندگی پیچیده را در محیط‌های بزرگراهی و شهری، از جمله عبور از تقاطع‌ها، میدان‌ها و ترافیک سنگین مدیریت می‌کند، در حالی که همچنان نیازمند آن است که راننده کاملاً مراقب و مسئول باشد. مقرون به صرفه بودن خودروهای چینی همچنین سازندگان تجهیزات اصلی غربی (OEMs) را مجبور به کاهش هزینه‌ها و کاهش قیمت‌ها می‌کند و بر شرکت‌هایی که دارای سازمان‌های مهندسی و زیرساخت‌های بزرگ هستند، فشار وارد می‌آورد.

شکست در رقابت می‌تواند منجر به ورشکستگی و جایگزینی شود، اما این یک «بخش طبیعی» از تاریخ صنعت جهانی خودرو است. اگر بخواهید تمام شرکت‌هایی که امروز وجود دارند را لیست کنید، احتمالاً ۳۰ درصد از آن‌ها در ۱۰ سال آینده وجود نخواهند داشت. اما حداقل ۱۰ نام جدید خواهید داشت.



تراشه‌های هوشمند؛ سلاح جدید در جنگ فناوری خودروهای برقی چین



جبهه‌ای جدید در جنگ فناوری خودروهای برقی چین گشوده شده است؛ جایی که خودروسازان با طراحی تراشه‌های اختصاصی رانندگی هوشمند، سیلیکون سفرشی را به سلاح اصلی رقابت در بزرگ‌ترین بازار خودروی جهان تبدیل کرده‌اند.

به گزارش ساوت چاینا مورنینگ پست، جدیدترین تحول در این رقابت زمانی رخ داد که شرکت لی‌اتو از تراشه هوش مصنوعی Mach M100 با فناوری ساخت ۵ نانومتری رونمایی کرد؛ تراشه‌ای که به‌طور اختصاصی برای سامانه‌های رانندگی خودران طراحی شده است.

این تراشه که برای شاسی‌بلند جدید L9 Livis توسعه یافته، از توان پردازشی ۱،۲۸۰ تریلیون عملیات در ثانیه (TOPS) برخوردار است؛ شاخصی که سرعت پردازش داده‌های ورودی توسط سامانه هوش مصنوعی خودرو را نشان می‌دهد. همچنین نرخ بهره‌برداری از توان پردازشی این تراشه به ۸۲ درصد می‌رسد.

چندی پیش، شرکت پیشروی خودروهای برقی جهان، بی‌وای‌دی، از تراشه رانندگی هوشمند Xuanji A3 با فناوری ساخت ۴ نانومتری رونمایی کرد که اکنون وارد مرحله تولید انبوه شده است. این تراشه از قابلیت‌های رانندگی خودکار سطح ۳ و سطح ۴ پشتیبانی می‌کند و استفاده همزمان از سه تراشه Xuanji A3 توان پردازشی بیش از ۲،۱۰۰ TOPS را فراهم می‌آورد.

هرچه میزان TOPS بالاتر باشد، رایانه خودرو می‌تواند با پردازش همزمان داده‌های دریافتی از منابع مختلف مانند رادار و حسگرهای LiDAR، تصمیم‌های رانندگی را در کسری از ثانیه اتخاذ کند.

در همین حال، شرکت نیو نیز تراشه اختصاصی ۵ نانومتری NX9031 را معرفی کرده و شپینگ نیز در حال توسعه تراشه اختصاصی Turing برای نسل جدید سامانه‌های رانندگی هوشمند است.

خودروسازان چینی با طراحی تراشه‌های اختصاصی در تلاش‌اند کنترل بیشتری بر سخت‌افزار پردازشی سامانه‌های پیشرفته کمک‌راننده به دست آورند و وابستگی خود را به شرکت‌های انویدیا و Horizon Robotics کاهش دهند؛ شرکتی چینی که یکی از مهم‌ترین رقبای محلی انویدیا در حوزه تراشه‌ها و نرم‌افزارهای خودرویی به شمار می‌رود. شتاب گرفتن این حرکت به سمت خودکفایی، نتیجه گسترش گسترده

فناوری رانندگی هوشمند در بازار چین است. قابلیت‌هایی که پیش‌تر تنها در خودروهای لوکس عرضه می‌شد، اکنون به خودروهای بازار انبوه نیز راه یافته و همین موضوع نیاز به سخت‌افزارهای پردازی ارزان‌تر و کارآمدتر را افزایش داده است.

نرخ نفوذ خودروهای سواری مجهز به سامانه‌های هوشمند کمک‌راننده در سال ۲۰۲۵ به ۶۷.۶ درصد رسیده است. همچنین سهم خودروهای هوشمند جدید مجهز به سامانه‌های سطح متوسط و پیشرفته، از جمله سامانه‌های (NOA) Navigate on Autopilot برای بزرگراه‌ها و مسیرهای شهری، از ۲۱.۶ درصد در سال قبل به ۴۲.۶ درصد در سال ۲۰۲۵ افزایش یافت.

این تحول به‌ویژه در خودروهای ارزان‌قیمت چشمگیر بوده است. در خودروهای با قیمت کمتر از ۲۰۰ هزار یوان (حدود ۲۹،۵۴۵ دلار) که حدود ۶۵ درصد از بازار خودروهای سواری چین را تشکیل می‌دهند، نرخ نفوذ سامانه‌های کمک‌راننده سطح متوسط و پیشرفته از ۵ درصد در ابتدای سال به بیش از ۵۰ درصد در پایان سال ۲۰۲۵ رسید.

گسترش این فناوری در بازار انبوه، فشار زیادی بر خودروسازان برای کاهش هزینه سخت‌افزارهای رانندگی هوشمند وارد کرده است.

سامانه چشم خدا (God's Eye B) شرکت بی‌وای‌دی که از قابلیت رانندگی خودکار شهری (Urban NOA) برخوردار است، اکنون با پرداخت ۱۲ هزار یوان به‌عنوان یک گزینه روی تمامی مدل‌های این شرکت عرضه می‌شود. به این ترتیب، ارزان‌ترین خودروی بی‌وای‌دی مجهز به قابلیت رانندگی خودکار شهری با قیمت ۷۸ هزار و ۸۰۰ یوان قابل خرید است. نرخ انتخاب این سامانه در مدل Seagull و سایر

خودروهای بی‌وای‌دی به بیش از ۶۰ درصد رسیده است. تحلیلگران معتقدند راهبرد جدید بی‌وای‌دی در حوزه رانندگی هوشمند می‌تواند هزینه قطعات را کاهش داده و سطح سودآوری را افزایش دهد. حاشیه سود ناخالص شرکت‌های انویدیا و Horizon Robotics در سال ۲۰۲۵ به ترتیب ۷۵ درصد و ۶۵ درصد بوده است. برای خودروسازان، توسعه تراشه‌های اختصاصی مزایای متعددی به همراه دارد؛ از جمله کاهش هزینه قطعات در بلندمدت، یکپارچگی بیشتر میان سخت‌افزار و نرم‌افزار و کنترل بهتر بر نقشه راه توسعه محصولات. تراشه Xuanji A3 شرکت بی‌وای‌دی می‌تواند ضمن ارتقای سقف توانمندی‌های رانندگی هوشمند این شرکت، هزینه تولید خودروها را نیز کاهش دهد.



خودروسازان چینی؛ ناجی جدید صنعت خودروی اروپا

از ساندربند بریتانیا تا اسپانیا، خودروسازان چینی با احیای کارخانه‌های کم‌کار یا متوقف‌شده و سرمایه‌گذاری در مناطقی که خودروسازان سنتی اروپا در حال عقب‌نشینی هستند، نقشی فزاینده در بازسازی صنعت خودروی اروپا ایفا می‌کنند.

به گزارش ساوت چاینامورنینگ پست، شرکت‌های خودروسازی چین به‌سرعت در حال گذار از صادرکنندگان صرف خودرو به بازیگرانی هستند که در بطن زیرساخت صنعتی خودروسازی اروپا ادغام می‌شوند؛ تغییری که اکنون هم در اروپای قاره‌ای و هم در بریتانیا به‌وضوح قابل مشاهده است.

آنچه در ابتدا راهبردی مبتنی بر صادرات خودروهای برقی ارزان قیمت بود، اکنون به توسعه صنعتی گسترده‌تری تبدیل شده که شامل مونتاژ محلی، مشارکت‌های تولیدی، ایجاد مراکز تحقیق و توسعه (R&D)، سرمایه‌گذاری در زنجیره تأمین و احداث تأسیسات تولیدی می‌شود.

تحولات اخیر مربوط به شرکت‌های چینی «چری» و «سایک موتور» نشان می‌دهد که تولیدکنندگان چینی دیگر صرفاً رقیب خودروسازان اروپایی نیستند، بلکه به تدریج به شرکای بازسازی صنعت خودروی بحران‌زده اروپا تبدیل می‌شوند.

مهم‌ترین تحول اخیر در بریتانیا، توافق اولیه میان چری و نیسان برای بررسی امکان تولید خودروهای چری در کارخانه نیسان در شهر سندرلند است. بر اساس این یادداشت تفاهم، خودروهای سواری چری می‌توانند از نیمه نخست سال آینده از خطوط تولید این کارخانه خارج شوند.

این کارخانه که بزرگ‌ترین مجتمع خودروسازی بریتانیاست، حدود ۶ هزار نفر را به کار گرفته اما در سال‌های اخیر بسیار کمتر از ظرفیت واقعی خود فعالیت کرده است.

این توافق بازتاب‌دهنده روند گسترده‌تری است که در آن خودروسازان باسابقه اروپایی و ژاپنی به دنبال راه‌هایی برای بهره‌برداری بهتر از ظرفیت‌های بلااستفاده کارخانه‌های خود هستند و در مقابل، شرکت‌های چینی نیز به دنبال ایجاد پایگاه‌های تولیدی محلی برای توسعه حضور خود در اروپا هستند.

برای صنعت خودروی بریتانیا، اهمیت همکاری چری و نیسان فراتر از تولید چند مدل خودرو است. صنعت خودروسازی این کشور طی سال‌های اخیر با کاهش تولید، هزینه‌های بالای انرژی، مشکلات زنجیره

تأمین ناشی از برگزیت و رقابت شدید بین‌المللی روبه‌رو بوده است. تولید محلی برندهای «اومودا» و «جائکو» متعلق به چری می‌تواند به حفظ اشتغال صنعتی، افزایش بهره‌برداری از ظرفیت کارخانه و تقویت یکی از مهم‌ترین دارایی‌های صنعتی بریتانیا کمک کند. برخی تحلیلگران این توافق را یک نقطه عطف تاریخی توصیف کرده‌اند؛ زیرا یکی از نخستین مواردی است که یک برند خودروسازی چینی در مقیاس قابل‌توجه اقدام به تولید خودروهای سواری در بریتانیا می‌کند. در همین حال، سایک بزرگ‌ترین خودروساز چین، قصد دارد حدود ۲۰۰ میلیون یورو (۲۳۲ میلیون دلار) در احداث یک کارخانه تولید خودرو در اسپانیا سرمایه‌گذاری کند؛ پروژه‌ای که نخستین کارخانه این شرکت در اتحادیه اروپا خواهد بود.

این کارخانه که خودروهای برند MG را تولید خواهد کرد، ظرفیت تولید سالانه ۱۲۰ هزار دستگاه خودرو را خواهد داشت و قرار است پس از آغاز ساخت‌وساز در سال آینده، در سال ۲۰۲۸ به بهره‌برداری برسد. انتظار می‌رود این پروژه حدود یک هزار شغل مستقیم و هزاران فرصت شغلی غیرمستقیم در بخش‌های تأمین‌کنندگان قطعات و خدمات لجستیکی ایجاد کند.

سرمایه‌گذاری سایک در اسپانیا همچنین منطق راهبردی گسترش تولید چینی‌ها در اروپا را آشکار می‌کند. تولید خودرو در داخل اتحادیه اروپا، وابستگی به واردات را کاهش داده و اثر تعرفه‌ها را کم می‌کند، در حالی که شرکت‌های چینی می‌توانند خود را به‌عنوان مشارکت‌کنندگان در توسعه صنعتی اروپا معرفی کنند.

برای اسپانیا نیز که پس از بازسازی و کوچک‌سازی بخشی از صنعت

خودروسازی اروپا به دنبال جذب سرمایه‌گذاری‌های جدید بوده است، سرمایه‌چینی فرصتی برای حفظ اشتغال و دانش فنی صنعتی محسوب می‌شود.

این تحولات بخشی از روندی بسیار گسترده‌تر هستند. چری پیش از این نیز برنامه‌هایی برای تولید خودرو در اسپانیا از طریق همکاری با شرکای محلی و استفاده از کارخانه‌های موجود داشته و همچنین در حال راه‌اندازی مراکز تحقیق و توسعه در شهر لیورپول است.

در همین حال، دیگر خودروسازان چینی از جمله بی‌وای‌دی، جیلی، شپینگ و گریت‌وال نیز به گسترش حضور خود در اروپا ادامه می‌دهند. شرکت‌های چینی مدل «تولید در اروپا برای اروپا» را دنبال می‌کنند؛ مدلی که بر مونتاژ محلی، استفاده از تأمین‌کنندگان اروپایی و توسعه محصولات متناسب با بازارهای منطقه‌ای استوار است.

ظهور خودروسازان چینی در اروپا هم‌زمان با چالش‌های جدی خودروسازان سنتی این قاره رخ داده است. بسیاری از تولیدکنندگان اروپایی در گذار به سمت خودروهای برقی با دشواری در حفظ سودآوری مواجه شده‌اند.

در چنین شرایطی، خودروسازان چینی می‌توانند به منبعی غیرمنتظره برای احیای صنعتی تبدیل شوند.

برخلاف بسیاری از شرکت‌های غربی که ظرفیت تولید خود را کاهش می‌دهند، شرکت‌های چینی در حال افزایش تولید و جست‌وجوی بازارهای جدید هستند. تمایل آن‌ها به استفاده از کارخانه‌های کم‌استفاده اروپایی، سرمایه‌گذاری در تأسیسات جدید و ایجاد زنجیره‌های تأمین محلی می‌تواند به حفظ مشاغلی کمک کند که در غیر این صورت از بین می‌رفتند.

توافق ساندرلند نمونه‌ای روشن از این وضعیت است: کارخانه‌ای که با کمبود سفارش مواجه بود، حجم تولید بیشتری به دست می‌آورد و یک برند چینی در حال رشد نیز به تولید محلی دسترسی پیدا می‌کند. البته این بدان معنا نیست که سرمایه‌گذاری چینی‌ها بدون حاشیه و نگرانی است. سیاست‌گذاران اروپایی همچنان درباره وابستگی راهبردی، حمایت‌های دولتی و تأثیر رقابتی شرکت‌های چینی ابراز نگرانی می‌کنند. اتحادیه اروپا پس از انجام تحقیقات ضدیارانه‌ای، تعرفه‌های اضافی بر برخی خودروهای برقی ساخت چین وضع کرد. هرچند بروکسل و پکن بعداً به توافقی دست یافتند که به تولیدکنندگان چینی اجازه می‌دهد با تعهد به حفظ قیمت‌ها و سرمایه‌گذاری محلی از برخی تعرفه‌ها اجتناب کنند.

با این حال، همین اقدامات تجاری ممکن است ناخواسته روند بومی‌سازی تولید توسط شرکت‌های چینی را تسریع کرده باشد. بریتانیا در این میان جایگاه متفاوتی دارد. برخلاف اتحادیه اروپا، لندن تعرفه‌های مشابهی بر خودروهای برقی چینی اعمال نکرده و همین موضوع این کشور را به مقصدی جذاب برای برندهای چینی تبدیل کرده است.

خودروهای ساخت چین اکنون سهم فزاینده‌ای از بازار فروش خودرو در بریتانیا را در اختیار دارند و شرکت‌هایی مانند چری نیز راهبردهای مشخصی برای حضور بلندمدت در این کشور تدوین کرده‌اند. از این منظر، توافق ساندرلند می‌تواند آغازگر موج گسترده‌تری از سرمایه‌گذاری صنعتی چین در صنعت خودروسازی بریتانیا باشد. در مجموع، گسترش حضور خودروسازان چینی در اروپا یکی از مهم‌ترین

تحوالات صنعت خودروسازی جهان به شمار می‌رود. توافق چری و نیسان در ساندربلند و پروژه کارخانه سایک در اسپانیا نشان می‌دهد که شرکت‌های چینی از مرحله صادرات صرف عبور کرده و به سوی ادغام عمیق صنعتی در بازارهای اروپایی حرکت کرده‌اند.

هرچند نگرانی‌ها درباره رقابت و وابستگی راهبردی همچنان پابرجاست، اما سرمایه‌گذاری چینی‌ها به تدریج خلأ ناشی از کمبود سرمایه‌گذاری، کاهش بهره‌برداری از ظرفیت تولید و افت رقابت‌پذیری برخی خودروسازان سنتی اروپا را پر می‌کند.

از این رو، خودروسازان چینی دیگر صرفاً رقبای صنعت خودروی اروپا نیستند؛ آن‌ها ممکن است به بازیگرانی کلیدی در حفظ کارخانه‌ها، تداوم اشتغال و شکل‌دهی مرحله بعدی تولید خودرو در اروپا و بریتانیا تبدیل شوند.



افزایش فروش خودروسازان چینی در اروپا همزمان با تعرفه‌های جدید



بر اساس داده‌های منتشرشده، خودروسازان چینی در ماه می نیز به روند گسترش سریع خود در بازار اروپا ادامه دادند؛ این در حالی است که گزارش‌ها حاکی از آن است که بروکسل در حال بررسی اعمال تعرفه‌های جدید برای مهار پیشروی آن‌هاست.

به گزارش ساوت چاینا مورنینگ پست، بر اساس تازه‌ترین آمار فروش منتشرشده از سوی انجمن خودروسازان اروپا (ACEA) که بازار اتحادیه اروپا، بریتانیا و چهار عضو انجمن تجارت آزاد اروپا (ایسلند، نروژ، سوئیس و لیختن‌اشتاین) را پوشش می‌دهد، گروه جیلی در ماه می در جایگاه هشتم بزرگ‌ترین گروه‌های خودروسازی فعال در اروپا قرار گرفت.

با احتساب فروش برندهای اروپایی تحت مالکیت این گروه، از جمله ولوو، جیلی پس از خودروسازان اروپایی فولکس واگن، استلانتیس، رنو، بی‌ام‌و و مرسدس‌بنز، همچنین تویوتای ژاپن و هیوندای کره جنوبی قرار گرفت.

شرکت بی‌وای‌دی در ماه می بیش از ۳۲ هزار دستگاه خودرو در اروپا به فروش رساند که نسبت به مدت مشابه سال قبل ۱۳۶.۶ درصد رشد نشان می‌دهد. این شرکت با عبور از سایک موتور (SAIC)، به پرفروش‌ترین برند خودروی چینی در اروپا تبدیل شد و سهم بازار خود را به ۲.۸ درصد رساند، در حالی که سهم سایک ۲.۶ درصد بود. همچنین تعداد خودروهای ثبت‌شده برندهای چری و لیپ‌موتور نیز نسبت به سال گذشته بیش از سه برابر شد، هرچند از سطحی پایین آغاز شده بود. فروش سایک، بی‌وای‌دی، جیلی، چری و لیپ‌موتور همچنان با سرعت بالایی در اروپا در حال افزایش است، هرچند این رشد از پایه‌ای نسبتاً کوچک آغاز شده است.

مجموع فروش پنج گروه بزرگ خودروسازی چینی شامل سایک، بی‌وای‌دی، جیلی، چری و لیپ‌موتور در ماه می نسبت به سال قبل ۶۵ درصد افزایش یافت و در مجموع پنج ماه نخست سال نیز ۶۱ درصد رشد کرد. این پنج گروه اکنون ۱۰.۶ درصد از بازار گسترده خودروی اروپا را در اختیار دارند.

در مقابل، بسیاری از برندهای بزرگ اروپایی، به استثنای بی‌ام‌و و مرسدس‌بنز، در ماه گذشته با کاهش فروش مواجه شدند.

گروه فولکس‌واگن، شامل برندهای آئودی و پورشه، در ماه می حدود ۳۰۰ هزار دستگاه خودروی سواری در اروپا فروخت که نسبت به سال

قبل ۳ درصد کاهش داشت، اما همچنان جایگاه بزرگ‌ترین فروشنده خودرو در اروپا را حفظ کرد. فروش گروه‌های استلانتیس و رنو نیز به ترتیب ۲.۳ درصد و یک درصد کاهش یافت.

سهام خودروسازان اروپایی همچنان تحت فشار خواهد بود، زیرا با چالش‌های ساختاری متعددی از جمله رقابت فزاینده شرکت‌های چینی، افزایش هزینه مواد اولیه و انرژی و همچنین هزینه‌های روبه‌رشد مقررات مربوط به خودروهای تمام‌برقی روبه‌رو هستند؛ عواملی که جذابیت سرمایه‌گذاری در این شرکت‌ها را کاهش داده است.

انتشار این آمار هم‌زمان با گزارش‌هایی صورت گرفت که از برنامه بروکسل برای گسترش تعرفه‌های واردات خودروهای ساخت چین حکایت دارد.

روزنامه اقتصادی آلمانی Handelsblatt گزارش داد که کمیسیون اروپا در حال آماده‌سازی اعمال تعرفه‌های ضدیارانه بر خودروهای هیبریدی شارژی (PHEV) وارداتی از چین است تا این دسته از خودروها نیز مشمول همان رژیم تعرفه‌ای شوند که از اکتبر ۲۰۲۴ برای خودروهای تمام‌برقی اعمال شده است.

این اقدام می‌تواند روند رشد صادرات خودروهای هیبریدی شارژی چین به اروپا را محدود کند. در بازارهای مهم اروپایی از جمله آلمان و اسپانیا، تعداد خودروهای هیبریدی شارژی چینی ثبت شده اکنون از خودروهای تمام‌برقی چینی پیشی گرفته است.

ترکیب تعرفه‌های جدید و قانون پیشنهادی «شتاب‌دهنده صنعتی» اتحادیه اروپا، منطق بلندمدت توسعه خودروسازان چینی در بازار اروپا را دگرگون خواهد کرد.

شرکت‌های پیشرو با ایجاد ظرفیت تولید محلی و توسعه همکاری‌های

فناورانه با شرکت‌های اروپایی قادر به ادامه فعالیت خواهند بود و رقابت نیز به تدریج از جنگ قیمتی به رقابت بر سر توانمندی‌های عملیاتی و حضور بومی در بازار تغییر خواهد کرد.

در همین حال، انجمن خودروسازان اروپا اعلام کرد که تقاضا برای خودروهای برقی و هیبریدی همچنان در بازار اروپا قوی باقی مانده است. خودروهای تمام‌برقی در پنج ماه نخست سال ۲۰ درصد از کل خودروهای ثبت شده در اتحادیه اروپا را به خود اختصاص داده‌اند و سهم خودروهای هیبریدی شارژی نیز به ۹.۷ درصد رسیده است.



موفقیت خودروهای برقی چینی در بازار بسیار رقابتی کره جنوبی



کارمندی ۳۵ ساله اهل کره جنوبی، هنگامی که تصمیم به خرید خودرو جدیدی گرفت هرگز فکر نمی‌کرد برند چینی بی‌وای‌دی در فهرست نهایی گزینه‌هایش قرار گیرد. وی می‌گوید که یک خودرو برقی می‌خواسته، ولی قیمت محصولات داخلی بیش از حد بالاست؛ و دلیل اصلی تمایلش به خرید خودرو برقی هم افزایش قیمت سوخت بوده است.

به گزارش ساوت چاینا مورنینگ پست، خواندن مطالبی درباره استقبال فراوان از خودروهای برقی در چین و این که چطور این امر به کاهش شوک‌های اخیر قیمت نفت (ناشی از درگیری در خاورمیانه) کمک کرد، باعث شد که توجه او به برندهای چینی جلب شود.

او می‌افزاید که هنوز تا حدودی نسبت به محصولات چینی نظر منفی دارد؛ اما وقتی دید افراد بسیار زیادی در چین از خودروهای برقی وطنی

استفاده می‌کنند، با خودش گفت که این خودروها نمی‌توانند محصولات «بنجل و به‌دردنخور ارزان‌قیمتی» باشند. احتمالاً چینی‌ها سال‌ها برای پیشرفت فناوری‌شان تلاش کرده و آزمون و خطاهای زیادی را پشت سر گذاشته‌اند.

تجربه این کارمند اهل کره جنوبی نشان‌دهنده تغییراتی مهم است: افزایش حضور و موفقیت سازندگان خودروهای برقی چینی در کره جنوبی، که یکی از رقابتی‌ترین بازارهای خودرو جهان به شمار می‌رود. طبق داده‌های انجمن واردکنندگان و نمایندگی‌های فروش خودرو کره، در ماه آوریل امسال برای نخستین بار محصولات ساخت چین موفق شدند برندهای ژاپنی را در بازار واردات کره پشت سر بگذارند.

در طول این ماه، آمار ثبت پلاک خودروهای جدید برای برندهای چینی ۲۰۲۳ دستگاه و برای برندهای ژاپنی ۱۹۷۴ دستگاه بود و سهم چین از بازار واردات کره جنوبی به ۶ درصد رسید. بخش عمده‌ای از این آمار هم مربوط به شرکت بی‌وای‌دی بود که در ماه آوریل توانست یک‌تنه از مجموع فروش برندهای بزرگ ژاپنی شامل تویوتا، لکسوس و هوندا پیشی بگیرد، و برای دومین ماه متوالی عنوان چهارمین برند وارداتی پرفروش کره را به خود اختصاص دهد.

سایر خودروسازان چینی هم در حال گسترش فعالیت خود در بازار کره هستند. مثلاً زیکر (Zeekr)، سازنده خودروهای برقی لوکس و زیرمجموعه گروه جیلی، اخیراً به بازار کره وارد شد و ظرف شش روز پس از آغاز ثبت نام برای اولین مدل خود، شاسی‌بلند زیکر ۷-ایکس، بیش از ۵۰۰ پیش‌سفارش دریافت کرد.

کارشناسان معتقدند که برندهای چینی اگر چه هنوز تهدیدی فوری برای

خودروسازان کره جنوبی محسوب نمی‌شوند، ولی به تدریج در حال تغییر دادن ساختار و الگوی بازار خودروهای وارداتی این کشور هستند. مدیر بخش تحقیقات صنایع چین در سیتیک سی‌ال‌اس‌ای (Citic CLSA) می‌گوید صادرات خودرو چین در سال‌های اخیر وضعیت مناسب و مطلوبی داشته است.

وی این مساله را ناشی از روند فزاینده استقبال از خودروهای برقی در سراسر جهان، افزایش هزینه‌های سوخت، و تلاش خودروسازان چینی برای بومی‌سازی تولیدات‌شان از طریق احداث کارخانه‌ها، مراکز تحقیقاتی و زنجیره‌های تامین در کشورهای هدف صادراتی خود می‌داند.

به عقیده او بازارهای هدف اصلی خودروسازان چینی در خارج از کشور هنوز عبارتند از اروپا، آمریکای لاتین و جنوب شرق آسیا، اما کره جنوبی هم جایگاه متفاوتی در راهبرد جهانی آنها دارد. کره جنوبی از نظر حجم فروش، هدف اصلی نیست؛ ولی بازاری نمادین است. اگر برندهای چینی بتوانند حضور خود را در کشوری با صنعت خودروسازی داخلی قدرتمند تثبیت کنند، گام بزرگی در مسیر اثبات کیفیت و رقابت‌پذیری محصولات‌شان برداشته‌اند.

وی می‌افزاید که سازندگان خودروهای برقی چینی فقط برای کاهش قیمت تلاش نمی‌کنند، بلکه در زمینه پیشرفت فناوریانه هم رقابت شدید و نفس‌گیری دارند.

امکاناتی مانند سامانه کمک‌راننده هوشمند، کابین (cockpit) دیجیتال و فناوری‌های مربوط به باتری به برندهای چینی کمک کرده است تا مشتریانی را که به دنبال جایگزین‌هایی برای خودروهای دارای موتور درون‌سوز سنتی هستند، جذب کنند.

خودروهای برقی چینی در خارج از این کشور لزوماً ارزان قیمت نیستند و در بسیاری از بازارها، قیمتی نزدیک به ارزان‌ترین خودروهای «لوکس» دارند؛ و عامل اصلی که مشتریان را به سمت محصولات چینی جذب می‌کند، «تجربه رانندگی» و فناوری‌های به کار رفته در آنهاست. رئیس واحد تحقیقات صنعتی و خودرویی کره در بنک آو آمریکا گلوبال ریسرچ (BofA Global Research) می‌گوید که این تمرکز بر فناوری، توجه برخی از مشتریان کره‌ای را نیز جلب کرده است. به گفته او، سازندگان خودروهای برقی چینی در ذهن مشتریان کره‌ای و به‌ویژه آنهایی که علاقمند به نرم‌افزارهای پیشرفته و قابلیت رانندگی هوشمند هستند، رقیب تسلا محسوب می‌شوند، نه رقیب خودروسازان سنتی.

مشتریان کره‌ای حاضرند برای تجربه رانندگی بهتر پول بپردازند و لزوماً به دنبال قیمت مناسب‌تر نیستند.

محیط شهری متراکم و زمان طولانی سفرهای درون‌شهری در کره جنوبی باعث شده است که فناوری‌هایی مانند سامانه کمک‌راننده پیشرفته و خودرو متصل جذابیت ویژه‌ای داشته باشند.

برداشت و ذهنیت مردم کره درباره فناوری چینی در سال‌های اخیر متحول شده است، چرا که عده بیشتری از آنها با پیشرفت‌های چین در حوزه‌هایی مانند هوش مصنوعی، رباتیک و خودروهای هوشمند آشنایی پیدا کرده‌اند.

با همه این‌ها، تحلیل‌گران معتقدند که حضور پایدار در بازار کره جنوبی به چیزی بیش از رقابت‌پذیری محصول نیاز دارد. خانم چوی، خریدار احتمالی خودرو بی‌وای‌دی می‌گوید مهم‌ترین عاملی

که شاید او را از خرید محصولات این شرکت منصرف کند، فاصله زیاد مراکز خدمات آن از محل سکونتش است.

شبکه‌های خدمات پس از فروش، تعداد و پراکندگی جغرافیایی نمایندگی‌ها، و ارزش فرسوده (ارزش اسقاط) خودروهای کارکرده یا دست دوم، از عوامل حیاتی تعیین کننده موفقیت یا شکست بلندمدت خودروسازان چینی در بازارهای بالغ خارجی خواهند بود.

سوال بعدی هم این است که آیا در بلندمدت، زیرساخت‌های خدمات پس از فروش می‌تواند متناسب با روند افزایش فروش خودروها افزایش یابد یا خیر.

بی‌وادی اعلام کرده است که کره جنوبی را بازاری با اهمیت راهبردی می‌داند و قصد دارد تا پایان امسال تعداد نمایشگاه‌های خود در این کشور را به ۳۵ و تعداد مراکز خدماتش را به ۲۶ مرکز برساند. هدف‌گذاری دیگر هم این است که در سال جاری تعداد نمایشگاه‌ها و مراکز خدماتش در کره را به ترتیب به ۱۴ و ۱۱ عدد افزایش دهد.

تحلیل‌گران بنک آو امریکا تخمین می‌زنند که تا سال ۲۰۳۰ خودروسازان چینی بتوانند در سناریو پایه، ۱۰ تا ۱۵ درصد از بازار خودروهای برقی کره جنوبی را در دست بگیرند؛ و در سناریو خوش‌بینانه‌تر، سهم بازار آنها در این کشور می‌تواند به ۲۰ درصد نیز برسد.



رشد صنعت خودروهای برقی چین با معافیت‌های مالیاتی



هم‌زمان با پایان معافیت‌های مالیاتی که به رشد صنایع خودروهای برقی و انرژی خورشیدی چین کمک کرده، این اقدام می‌تواند هزینه تولید خودروهای برقی را افزایش داده و فشار بیشتری بر خودروسازان وارد کند؛ آن هم در شرایطی که پکن تلاش‌های خود را برای مهار مازاد ظرفیت تولید و جنگ قیمتی در این صنایع تشدید کرده است.

به گزارش ساوت چاینا مورنینگ پست، اعمال این مالیات می‌تواند حدود یک‌هزار یوان (۱۴۷ دلار) به هزینه تولید هر خودروی برقی اضافه کند؛ رقمی که اگرچه برای هر خودرو چندان بزرگ نیست، اما فشار تازه‌ای بر حاشیه سود بسیار اندک خودروسازان وارد خواهد کرد.

وزارت دارایی چین اعلام کرد که این کشور برای نخستین بار در بیش از یک دهه گذشته، مالیات بر مصرف را بر باتری‌های لیتیوم‌یونی و سلول‌های خورشیدی اعمال خواهد کرد. بر اساس این تصمیم، از اول سپتامبر مالیات ۲ درصدی بر باتری‌های لیتیوم‌یونی که در خودروهای برقی و سامانه‌های ذخیره‌سازی انرژی استفاده می‌شوند، اعمال می‌شود. در مقابل، مالیات ۲ درصدی بر سلول‌های خورشیدی از اول آوریل اجرایی خواهد شد. نرخ مالیات هر دو بخش نیز یک سال پس از آغاز اجرا، به ۴ درصد افزایش خواهد یافت.

چین در سال ۲۰۱۵ مالیات مصرف ۴ درصدی بر باتری‌ها وضع کرده بود، اما برای حمایت از صنایع نوپای باتری‌های لیتیوم‌یونی و سلول‌های خورشیدی، آن‌ها را از این مالیات معاف کرد.

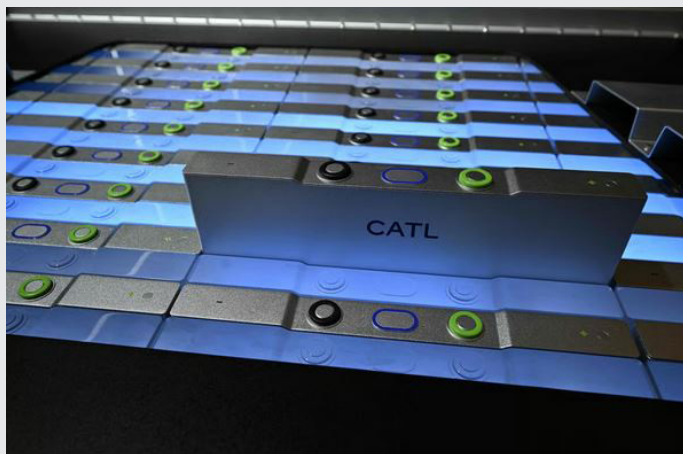
این تصمیم نشان می‌دهد پکن اطمینان دارد که این صنایع دیگر از مرحله نیاز به معافیت‌های مالیاتی ترجیحی عبور کرده‌اند. این تغییر سیاست، هزینه‌هایی را به تولیدکنندگان تحمیل خواهد کرد.

یک خودروی برقی معمولی در چین به باتری‌هایی با ظرفیت ۵۰ تا ۱۰۰ کیلووات‌ساعت مجهز است. با توجه به اینکه قیمت فعلی سلول‌های باتری حدود ۰.۳۵ تا ۰.۴۰ یوان به ازای هر وات‌ساعت است، اعمال مالیات اولیه این رقم را به حدود ۰.۳۶ تا ۰.۴۱ یوان به ازای هر وات‌ساعت افزایش می‌دهد. پس از افزایش نرخ مالیات به ۴ درصد، این هزینه می‌تواند تا حدود ۱۴۷ دلار برای هر خودرو افزایش یابد.

برای خودروسازان چینی که سالانه میلیون‌ها خودرو تولید می‌کنند، این هزینه‌های اضافی در مجموع رقم قابل توجهی خواهد شد.

مقررات جدید شکاف هزینه‌ای تازه‌ای میان خودروسازانی که باتری‌های

خود را تولید می‌کنند و آن‌هایی که به تأمین‌کنندگان خارجی وابسته‌اند ایجاد خواهد کرد و «انگیزه‌ای قوی» برای خودروسازان به وجود می‌آورد تا خود به تولید باتری روی آورند.



با این حال، بیشتر خودروسازان چینی همچنان به تأمین‌کنندگان خارجی باتری وابسته هستند. بر اساس آمار ائتلاف نوآوری باتری خودرو چین، شرکت CATL در نیمه نخست سال، ۴۷ درصد از سلول‌های باتری نصب‌شده روی خودروهای سواری انرژی نو در چین را تأمین کرده است، در حالی که سهم بی‌وادی به ۲۰ درصد می‌رسد. تحلیلگران و مدیران صنعت انتظار دارند تولیدکنندگان باتری بخش عمده این هزینه‌های اضافی را به خودروسازان منتقل کنند. در پنج ماه نخست سال، سودآوری کل صنعت تنها ۳.۴ درصد بوده است؛ آماري که به گفته انجمن خودروهای سواری چین نشان می‌دهد تولیدکنندگان فضای چندانی برای جذب این هزینه‌های جدید ندارند.

این مالیات گامی در جهت همسان‌سازی نظام مالیاتی خودروهای بنزینی و برقی است. این اقدام در ادامه کاهش ۵۰ درصدی معافیت مالیات خرید خودروهای انرژی نو در سال جاری انجام شده و معافیت مالیات خودرو و شناور برای این خودروها نیز قرار است در سال ۲۰۲۷ به پایان برسد.

اتحادیه اروپا مدت‌هاست استدلال می‌کند که خودروهای برقی چین از یارانه‌های دولتی بهره‌مند هستند و اقدام اخیر پکن همچنین پاسخی به اروپا محسوب می‌شود. کاهش حمایت‌های دولتی می‌تواند استدلال بروکسل برای اعمال تعرفه بر خودروهای برقی چین را تضعیف کند. با این حال، فناوری‌های نوظهور همچنان از معافیت‌های مالیاتی برخوردار خواهند بود. بر اساس این اعلام، سلول‌های خورشیدی پروسکاتی، باتری‌های سدیم‌یونی و باتری‌های حالت جامد تا پایان سال ۲۰۲۸ همچنان از مالیات معاف خواهند ماند.



شپینگ، از خودروهای برقی تا ربات‌های انسان‌نما

خه شیائوپنگ، رئیس هیات مدیره و مدیر عامل اجرایی شرکت چینی شپینگ (Xpeng) کاملاً مصمم است که چشم‌انداز خود برای تبدیل این غول سازنده خودروهای برقی به یکی از غول‌های «هوش مصنوعی فیزیکی» (physical AI) را محقق کند؛ و حالا فقط چند ماه مانده به موعد تولید انبوه ربات‌های انسان‌نما، اعلام کرده است که سکان هدایت بازوی رباتیک این شرکت را به دست خواهد گرفت.

به گزارش ساوت چاینا مورنینگ پست، خه شیائوپنگ اوایل ماه ژوئن در یادداشتی درون‌سازمانی نوشت که شخصا به عنوان مدیر واحد رباتیک فعالیت خواهد کرد.

او این اقدام را چرخشی راهبردی توصیف نموده و گفت که واحد رباتیک شپینگ به «نقطه عطفی در تاریخ خود» رسیده است و «در آستانه تولید انبوه و تجاری‌سازی قرار دارد».

چندی پیش مدیر ارشد برنامه‌ریزی محصول این واحد استعفا داده بود. طبق گزارش‌ها، طرح تولید ربات انسان‌نمای «پرچمدار» شپینگ با نام آبرون (Iron) «طبق برنامه پیش می‌رود».

تصمیم بنیان‌گذار و مدیر عامل میلیاردر شپینگ برای هدایت مستقیم این واحد، اهمیت اجرای فوری راهبرد تنوع‌بخشی این شرکت را به وضوح نشان می‌دهد. او اعتراف کرده که در یک سال گذشته، هر هفته حداقل یک روز کامل را در واحد رباتیک گذرانده است.

در یادداشت آقای خه آمده که تیم رباتیک قصد دارد «توانمندی‌های زنجیره تامین، ساخت و تولید، کنترل کیفیت و جهانی‌سازی که این شرکت در بخش خودرو ایجاد کرده است را به طور کامل شبیه‌سازی نموده» و آنها را به بخش رباتیک تزریق کند.

شپینگ برنامه زمانی فشرده‌ای را پیش روی خود دارد.

خه در ماه می اعلام کرد که می‌خواهد تا پایان امسال به مرحله تولید انبوه ربات انسان‌نمای آبرون برسد. این ربات‌ها ابتدا در نمایشگاه‌های خودرو شپینگ به کار گرفته خواهند شد و تحویل آنها به مشتریان چینی و خارجی از سال آینده آغاز می‌شود.

پروژه ربات انسان‌نمای شپینگ که نقطه شروع آن به سال ۲۰۲۴ باز می‌گردد، سال گذشته با روغایی نسخه‌ای ارتقا یافته از آبرون که قادر به اجرای حرکاتی بسیار طبیعی بود، توجهات را به خود جلب کرد. حرکات

این ربات به قدری شبیه به حرکات انسان بود که خه مجبور شد زیپ پشت لباس آن را پایین بکشد تا ثابت کند که واقعا ربات است. به گفته وی، طبق برنامه باید نسل بعدی آیرون در سه ماهه سوم سال جاری رونمایی شود.

او در یادداشت خود نوشته هدف شپینگ این است که «انسان‌نماترین» ربات بازار را تولید کند؛ و آیرون ماشینی نخواهد بود که کار کردن با آن فقط «از فاصله یک متری» امن و بی‌خطر باشد. این ربات قابلیت دریافت و تشخیص داده‌ها از محیط اطراف را دارد و با استاندارهای ایمنی سخت‌گیرانه‌ای ساخته می‌شود.

در وبگاه شپینگ آمده است که آیرون به عنوان فروشنده و راهنمای هوشمند در نمایشگاه‌ها و ساختمان‌های این شرکت به خدمت گرفته خواهد شد.



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](https://www.instagram.com/fanavarichin)

 [@chinnegar](https://www.instagram.com/chinnegar)

 [@fanavarichin](https://www.instagram.com/fanavarichin)

ماهنامه‌هاگ گروه مطالعاتی چین نگار:

ماهنامه
چین | انرژی‌های نو و تجدیدپذیر



ماهنامه
چین | هوش مصنوعی و صنعت تراشه



ماهنامه
چین | فناوری



ماهنامه
چین | صنعت خودرو



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

