

DOI 10.58351/2949-2041.2024.14.9.004

Мадиярова Диана Макаевна,
РУДН им. П. Лумумбы

Ху Чанхао,
РУДН им. П. Лумумбы

КИТАЙСКИЕ НОВЫЕ ЭНЕРГОМОБИЛИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ: ПРОБЛЕМЫ И ТРУДНОСТИ РАЗВИТИЯ

Аннотация: В последние годы развитие новых энергетических автомобилей (NEV) стало одной из ведущих тенденций в глобальной автомобильной промышленности. Китай, как одна из ведущих стран в области производства NEV, активно осваивает международные рынки, включая Россию.

В данной статье рассмотрены текущая ситуация на рынке и представлены возможные пути разрешения возникающих проблем.

Ключевые слова: Новые энергетические автомобили, экспорт, Российский рынок, Поддержка политики, Технические вызовы, инфраструктура.

Обзор литературы

В анализе существующей литературы и рыночных отчетов можно заметить, что китайские новые энергетические автомобили пользуются увеличением принятия и конкурентоспособности на российском рынке. Несколько отчетов указывают на то, что, несмотря на вызовы, бренды, такие как Chery и Haval, продолжают увеличивать свои объемы продаж и долю рынка в России. Часть их успеха приписывается их преимуществу в цене и постепенному повышению качества продукции.

В литературе также упоминается активное правительственное положение России по отношению к рынку новых энергетических автомобилей, включая налоговые льготы и субсидии, которые сыграли ключевую роль в стимулировании развития рынка и привлечении иностранных инвестиций. Кроме того, некоторые исследования подчеркивают растущее внимание российских потребителей к новым энергетическим автомобилям, особенно в контексте колебаний цен на нефть и повышения экологической осведомленности.

Однако, в литературе также указываются на некоторые вызовы, такие как влияние суровых климатических условий России на производительность батарей, а также нехватка инфраструктуры зарядки. Эти вызовы требуют преодоления с помощью технологических инноваций и корректировки политик.

Российский рынок показывает значительный потенциал для импорта китайских автомобилей из-за нескольких ключевых факторов:

Политическая поддержка. В последние годы российское правительство уделяет большое внимание развитию экологически чистых технологий и предоставляет ряд стимулирующих мер для развития рынка NEV, таких как налоговые льготы, субсидии на покупку и использование новых энергетических автомобилей.

Изменение рыночной динамики. После введения западными странами санкций против России и последующего сокращения представления западных автомобильных брендов на российском рынке, возникла вакуум, который активно заполняют китайские производители.

Ценовая конкурентоспособность. Китайские автомобили, включая новые энергетические модели, известны своей доступностью и высоким соотношением цены и качества, что делает их привлекательными для российских потребителей.

Технологические инновации. Китай продолжает инвестировать в исследования и разработки в области новых энергетических технологий, что позволяет им предлагать продукцию с передовыми характеристиками и функциями.



Однако, параллельно с этими позитивными тенденциями, на пути экспорта китайских NEV в Россию есть ряд препятствий и вызовов:

Климатические условия. Российская климатическая зона, с ее суровыми зимами и низкими температурами, может негативно сказаться на производительности и надежности батарей электромобилей.

Инфраструктура. Недостаток зарядных станций и слабо развитая инфраструктура для поддержки использования NEV ограничивает их распространение и доступность для потребителей.

Технические стандарты и сертификация. Различия в технических стандартах и требованиях к сертификации между Китаем и Россией могут создавать дополнительные трудности для китайских производителей, стремящихся к второму на рынке.

Брендовая репутация. Несмотря на прогресс, китайские автомобили иногда сталкиваются с предвзятым взглядом о качестве и технологической продвинутости, что может снижать их привлекательность для потребителей.

Главные конкурентные преимущества китайских автомобилей на российском рынке включают:

1. Преимущество цены: Автомобили китайского производства обычно предлагают более низкие цены с аналогичными функциями и характеристиками, что делает их привлекательными на ценовом рынке, таком как Россия.

2. Разнообразие продукции: Китайские автопроизводители предлагают широкий ассортимент моделей, удовлетворяя различные потребности различных групп потребителей, от эконом-автомобилей до SUV и коммерческих автомобилей.

3. Быстрое адаптирование к рынку: Китайские бренды могут быстро реагировать на изменения рынка и запросы потребителей, быстро внедряя новые модели или внося изменения в существующие.

4. Инновационные технологии: Китайские автобренды инвестируют значительные средства в электромобильные технологии (EV) и интеллектуальные транспортные системы, привлекая потребителей, стремящихся к передовым технологиям.

5. Поддержка государства: Поддержка китайского правительства автопромышленности, включая политики по стимулированию экспорта и субсидии на исследования и разработки, помогает китайским брендам конкурировать на мировом рынке.

6. Сеть продаж и сервиса: Китайские бренды расширяют и улучшают свою сеть продаж и сервиса в России, обеспечивая лучший сервис и поддержку клиентов.

7. Преимущества поставок: Китайские автопроизводители обладают мощными возможностями управления цепочками поставок, что позволяет контролировать затраты и поддерживать производственную эффективность.

8. Стратегические партнерства: Китайские бренды заключают партнерские отношения с местными предприятиями России, способствуя локализации производства и адаптации к рынку.

9. Маркетинг и продвижение бренда: Эффективные маркетинговые стратегии и продвижение бренда повышают узнаваемость и имидж китайских брендов на российском рынке.

10. Адаптивность и гибкость: Китайские автопроизводители демонстрируют адаптивность и гибкость при face с рыночными и политическими вызовами, например, при корректировании своей глобальной стратегии в ответ на изменения в международных отношениях.

Эти преимущества позволяют китайским автомобильным брендам конкурировать на российском рынке с другими международными и местными брендами, завоевывая лидирующие позиции в некоторых сегментах рынка.

Методы и подходы в исследовании.

В марте 2022 года, из-за конфликта между Россией и Украиной, автопроизводители из Европы, Америки, Японии и Южной Кореи начали уходить, объявляя о "санкциях" против



России. Поскольку отечественные бренды почти на 70-80% зависят от импортных автозапчастей, им стало уже очень трудно получать новые автомобили и запчасти из Японии и Европы. Распад цепочка для поставки товаров, невозможность поддержания эксплуатации привели к сокращению производства. Текущая ситуация с западными брендами, покидающими Россию.

С усилением конфликта между Россией и Украиной все больше западных автопроизводителей выходят из российского рынка. Периодизация выхода с рынка приведена в таблице 1. При этом можно отметить достижения китайских брендов в России в 2022 году. Так, согласно данным Reuters, в 2022 году доля китайских брендов достигла 31,3%, занимая почти одну треть российского автомобильного рынка.

Таблица 1

График выхода западных брендов из России:

№ п.п	дата	Происходящие события
1	19 апреля	Stellantis приостановил производство и импорт-экспортные операции в России
2	16 мая	Renault продала свою долю в AvtoVAZ (86%) за 1 рубль.
3	23 сентября	Toyota закрыл завод в России и вышел из страны.
4	11 октября	Nissan Motors продал свои активы правительству России
5	20 октября	Volkswagen рассматривает возможность продажи своих активов в России
6	26 октября	Подразделение Mercedes-Benz Bank было продано автодилеру Avtodom

Данные аналитической компании Autostat показывают, что китайские пассажирские автомобили, включая Haval, Chery и Geely, заметно увеличили свои продажи в России: в ноябре их число достигло 16 138 единиц, что почти в два раза больше, чем 8 235 единиц в январе. Доля на рынке выросла с 9,6% в январе до 33,4% в ноябре, установив исторический максимум.

Судя по всему, автомобильная отрасль демонстрирует, как никаких нет отрасль более ярко показывает, что с уходом западных брендов важность Китая для российской экономики растет.

Относительно брендов надо заметить следующее. В настоящее время на российском рынке присутствуют 10 китайских автомобильных брендов. Отечественный бренд Lada остается лидером по продажам и продолжает увеличивать свои объемы. К ноябрю 2022 года три китайских бренда вошли в список TOP-10 по продажам, сведения о которых приведены в таблице 2.

Таблица 2

Продажи автомобилей в России в ноябре 2022 года

№ п.п	Бренд	в ноябре 2022 года		
		Продажи, шт	объем	По сравнению с аналогичным периодом 2021г
1	Lada	21726	46.8%	-17.6%
2	Haval	4552	9.8%	-7.3%
3	GAZ	4224	9.1%	-22.2%
4	Geely	3506	7.6%	24.1%
5	UAZ	3494	7.5%	13.8%
6	KIA	3113	6.7%	-78.6%
7	Hyundai	1833	4.0%	-87.3%
8	Renault	646	1.4%	-94.5%
9	Skoda	524	1.1%	-89.5%
10	Changan	515	1.1%	-9.2%



11	Volkswagen	387	0.8%	-91.6%
12	Mazda	324	0.7%	-87.4%
13	Great Wall	313	0.7%	-
14	FAW	199	0.4%	22.8%
15	Ford	179	0.4%	-91.6%
16	Genesis	168	0.4%	-72.6%
17	Dongfeng	156	0.3%	122.9%
18	Toyota	103	0.2%	-98.6%
19	Peugeot	96	0.2%	-86.9%
20	Audi	78	0.2%	-87.3%

Эти данные свидетельствуют о том, что китайские бренды заметно укрепляют свою позицию на российском рынке автомобилей, набирая долю и увеличивая продажи, в то время как западные бренды испытывают спад в своих показателях из-за санкций и ухода с рынка. Так, Хаваль продал 4552 автомобиля в ноябре, что на 7,3% меньше по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Несмотря на спад, его результаты выглядят довольно неплохо в контексте общего падения рынка на более чем 60%. Ранжируется вторым по объему продаж с долей на рынке в 9,8%, почти 10%, что является достижением.

Geely Auto увеличил продажи на 24,1% по сравнению с прошлым годом, продав 3506 автомобилей, заняв четвертое место в рейтинге. Changan Automobile продал 515 автомобилей, заняв десятое место в рейтинге, что на 9,2% меньше, чем в прошлом году. По самым продаваемым автомобилям в России в TOP-10 вошли 4 китайских бренда, см. таблицу 3.

Хаваль Чу Шэнь занимает четвертое место в рейтинге продаж, продав 2021 машину. Geely Coolray занял пятое место в рейтинге, продав 1678 машин, что на 42,1% больше по сравнению с предыдущим годом, что указывает на резкий рост в продажах.

Таблица 3

ТОП 10 авто на российском рынке в ноябре 2022 год

№ п.п	Бренд	в ноябре 2022			
		Модель	Продажи (шт.)	факт	По сравнению с периодом 2021 г
1	Lada	Granta	13015	28.0%	80.0%
2	Lada	Niva	6898	14.9%	90.7%
3	GAZ	Gazelle	3156	6.8%	-27.8%
4	Haval	Chu Sheng	2021	4.4%	-13.6%
5	Geely	Coolray	1678	3.6%	42.1%
6	UAZ	Classic Commercial	1576	3.4%	62.6%
7	Haval	F7	1298	2.8%	27.8%
8	GAZ	Sobol	1068	2.3%	1.0%
9	Geely	Boyue Pro	1048	2.3%	85.5%
10	Lada	Vesta	1009	2.2%	-88.8%

Haval F7 занял седьмое место в рейтинге, продав 1298 машин, что на 27,8% больше по сравнению с предыдущим годом.

Geely Boyue Pro занял девятое место в рейтинге, продав 1048 машин, что на 85,5% больше по сравнению с предыдущим годом.

Прогнозы по рынку автомобилей Китая в России

К концу 2020 года в России поставки новых энергетических автомобилей составляли менее 0,2% от общего 11000 единиц количества электромобилей. Однако согласно плану по развитию производства и использования электромобилей, опубликованному в 2021 году, Россия планировала инвестировать 777 миллиардов рублей (примерно 10,5 миллиардов долларов США) для повышения доли производства электромобилей до 10% к 2030 году.



Полное восстановление потребует нескольких лет, и доля автомобилей Китая на российском рынке к 2025 году может увеличиться до 60%. Автомобильные эксперты России считают, что из-за ухода основных импортеров из других стран и приостановки производства многих иностранных брендов на территории России. Доля китайских автомобилей в следующем году будет только расти, возможно, достигая 50%. Поскольку автомобили, как правило, не подвергаются санкциям, рынок автомобилей восстанавливается легче, что делает Россию еще более зависимой от китайских продуктов.

Для решения проблем, с которыми сталкиваются китайские новые энергетические автомобили на российском рынке, предлагается следующий набор решений:

Технические улучшения. В связи с суровыми климатическими условиями России на производительность батарей, китайские автопроизводители могут разрабатывать более холодостойкие технологии батарей, повышая производительность и срок службы батарей в условиях низких температур.

Строительство инфраструктуры. Усиливать сотрудничество с российским правительством и частным сектором для ускорения строительства зарядных станций и сопутствующей инфраструктуры, повышая удобство и практичность использования новых энергетических автомобилей.

Адаптация к рынку. Глубокое изучение потребностей и предпочтений российских потребителей, разработка продуктов, более соответствующих характеристикам местного рынка, включая дизайн автомобилей, конфигурации производительности и стратегии цен.

Строительство бренда и продвижение. С помощью эффективной маркетинговой стратегии и кампаний по продвижению бренда, повышение известности и имиджа китайских новых энергетических автомобилей на российском рынке, изменение предвзятого взгляда потребителей на качество китайских автомобилей.

Координация политик. Ведение переговоров и сотрудничество с российским правительством для продвижения взаимного признания технических стандартов и требований к сертификации, сокращение торговых барьеров и содействие экспорту китайских новых энергетических автомобилей.

Повышение качества послепродажной поддержки: Создание и совершенствование сети послепродажной поддержки в России, предоставление своевременных и эффективных услуг по ремонту и техническому обслуживанию, усиление уверенности потребителей в продуктах и их удовлетворенности.

Подытоживая вышеотмеченное следует заявить, что в целом, за год доля электромобилей на рынке новых автомобилей в России увеличилась более чем в три раза: с 0,15% в октябре 2021 года до 0,66% к концу 2022 года.

Проведенное аналитическое рассмотрение состояния развития китайских новых энергетических автомобилей на российском рынке, отмечает ряд возникающих вызовов, а также возможных решений. Так, несмотря на проблемы, как техническая адаптивность, строительство инфраструктуры и признание бренда, перспективы развития китайских новых энергетических автомобилей на российском рынке, по-прежнему, оптимистично.

Аргументами тому может послужить огромный потенциал российского рынка, поскольку он продолжает показывать рост спроса на китайские новые энергетические автомобили, особенно после выхода западных брендов, что дает китайским брендам возможность занять вакансию на рынке.

Наряду с отмеченным росту этих связей способствуют:

Улучшающееся политическое окружение. Поддержка со стороны российского правительства создает благоприятную рыночную среду для китайских новых энергетических автомобилей, включая налоговые льготы и субсидии.

Технологические достижения. Непрерывные инновации китайских производителей в области батарей и дизайна автомобилей способствуют повышению производительности и надежности продукции в условиях суровых климатических условий.



Брендинг и маркетинговые стратегии. Благодаря эффективному построению бренда и разработке маркетинговых стратегий, китайские новые энергетические автомобили могут повысить свою известность и принятие на российском рынке.

Сотрудничество и координация. Усиление сотрудничества с российскими правительственными и коммерческими структурами, а также координация технических стандартов и требований к сертификации, способствует сокращению торговых барьеров и упрощению доступа к рынку.

В целом, с помощью технологических инноваций, адаптации к рынку, построения бренда и координации политик, китайские новые энергетические автомобили имеют возможность достичь большего прогресса и развития на российском рынке.

Список литературы:

1. Яо И, Ли Тяньяо, Чжан Пэн, и др. Будущее развития автомобильной промышленности Китая и методы повышения ее экономической эффективности – на примере развития Great Wall Motors на рынках Китая и России [J]. Китайская коллективная экономика, 2023 (18): 8-10.

2. Яо И, Ли Тяньяо, Чжан Пэн, и др. "Будущее развития автомобильной промышленности Китая и методы повышения ее экономической эффективности – на примере развития Great Wall Motors на рынках Китая и России." Китайская коллективная экономика 18 (2023): 8-10.

3. Яо И, Ли Тяньяо, Чжан Пэн,. (2023). Будущее развития автомобильной промышленности Китая и методы повышения ее экономической эффективности – на примере развития Great Wall Motors на рынках Китая и России. Китайская коллективная экономика (18), 8-10.

4. У Ян, Хэ Чжэнчу. Сравнительный анализ развития промышленности стратегических новых отраслей в типичных странах [J]. Экономическая математика, 2017, 34 (3): 9. DOI:10.3969/j.issn.1007-1660.2017.03.005.

5. У Ян, Хэ Чжэнчу. "Сравнительный анализ развития промышленности стратегических новых отраслей в типичных странах." Экономическая математика 34.3 (2017): 9.

6. У Ян, Хэ Чжэнчу. (2017). Сравнительный анализ развития промышленности стратегических новых отраслей в типичных странах. Экономическая математика, 34 (3), 9.

