

Научная статья

УДК 94(510)+070

EDN PYIKUY

DOI 10.17150/2587-7445.2023.7(4).354-366



Прямые инвестиции КНР в российский автопромышленный сектор в рамках глобальной стратегии китайских автопроизводителей

Л.В. Попова

Санкт-Петербургский
государственный университет,
г. Санкт-Петербург,
Российская Федерация

В.А. Воронин

Санкт-Петербургский
государственный университет,
г. Санкт-Петербург,
Российская Федерация

Е.Ю. Сизых

Санкт-Петербургский
государственный
экономический университет,
г. Санкт-Петербург,
Российская Федерация

Дата поступления:

30.10.2023

Дата принятия к печати:

28.11.2023

Дата онлайн-размещения:

21.12.2023

Аннотация. В статье выявлены основные тенденции прямых инвестиций КНР в российскую автомобильную отрасль в контексте реализации глобальной стратегии китайских автопроизводителей. На основе анализа мотивации китайских автоконцернов в терминологии эклектической парадигмы Дж. Даннинга авторы делают выводы о перспективах российско-китайского сотрудничества в автомобильной отрасли. Постулируется, что успехи автомобильных корпораций Китая на глобальном рынке связаны, главным образом, с продолжением реализации преимуществ, сгенерированных ими внутри страны и ретранслируемыми вовне в том числе в процессе реализации зарубежных инвестиций. В качестве основных инвестиционных мотивов автопроизводителей КНР выделяются: мотив доступа к рынкам сбыта, мотив доступа к технологиям, мотив снижения производственных затрат, мотив расширения глобального присутствия. Применительно к России авторы выделяют мотив доступа к рынкам и мотив расширения глобального присутствия в качестве главных стимулов реализации прямых китайских инвестиций. Современные вызовы, с которыми столкнулась автомобильная отрасль РФ, не позволяют российскому автопрому извлечь максимальную выгоду от сотрудничества с китайскими автопроизводителями в краткосрочном периоде. Однако большой эффект от сотрудничества ожидается по мере углубления локализации производства китайскими партнерами.

Ключевые слова. Прямые иностранные инвестиции, автомобильная промышленность, глобальная стратегия производства, КНР, РФ.

科学文章

以中国汽车制造商全球战略为框架的中国对俄罗斯汽车行业的直接投资

L.V. Popova

圣彼得堡国立大学,
圣彼得堡市, 俄罗斯联邦

V.A. Voronin

圣彼得堡国立大学,
圣彼得堡市, 俄罗斯联邦

E.Yu. Sizykh

圣彼得堡国立经济大学,
圣彼得堡市, 俄罗斯联邦

摘要: 文章在中国汽车制造商实施全球战略的背景下, 梳理了中国对俄罗斯汽车行业直接投资的主要趋势。基于约翰·邓宁的国际生产折衷理论的术语对中国汽车制造商动机的分析, 作者对中俄汽车行业合作的前景得出了结论。据推测, 中国汽车企业在全世界市场上的成功主要与持续发挥其在国内产生的优势并向外传递有关, 包括在实施对外投资的过程中。中国汽车制造商的主要投资动机是: 进入销售市场的动机、获取技术的动机、降低生产成本的动机、扩大全球影响力的动机。就俄罗斯而言, 作者强调市场进入动机和扩大全球影响力的动机是实施中国直接投资的主要动机。俄罗斯汽车工业面临的现代挑战不允许俄罗斯汽车工业在短期内从与中国汽车制造商的合作中获得最大利益。不过, 随着中国合作伙伴本地化生产的深入, 合作效果预计会更大。

结稿日期: 2023年10月30日
出版日期: 2023年11月28日
网上出版日期: 2023年12月21日

关键词: 外国直接投资, 汽车工业, 全球生产战略, 中国, 俄罗斯。

Original article

Direct Investment of China in the Russian Automotive Sector as Part of the Global Strategy of Chinese Automakers

L.V. Popova

Saint-Petersburg State University,
Saint-Petersburg, Russian Federation

V.A. Voronin

Saint-Petersburg State University,
Saint-Petersburg, Russian Federation

E.Yu. Sizykh

Saint-Petersburg State
Economic University,
Saint-Petersburg, Russian Federation

Received: 2023 October 30

Accepted: 2023 November 28

Available online: 2023 December 21

Abstract. This article reveals the main trends of direct investments by China in the Russian automotive industry within the context of the global strategy pursued by Chinese auto manufacturers. Through an examination of the motivations behind Chinese automakers entering into foreign markets, using the eclectic paradigm of J. Dunning, the authors draw conclusions about the prospects of Russian-Chinese cooperation in the automotive sector. It is posited that the success of Chinese automotive corporations in the global arena is primarily linked to their ongoing exploitation of advantages generated in the domestic market, which are also extended outward through foreign investments. The main investment motivations identified for Chinese automakers include market access, technology transfer, cost reduction and global expansion. The authors highlight market access and global expansion as the principal drivers of Chinese direct investments in Russia. The challenges that Russian automotive industry faced recently will not allow fully leverage the benefits of cooperation with Chinese automakers in the short term. However, substantial impact of the cooperation with Chinese partners is expected to be the deeper localization of production in Russia.

Keywords. Foreign direct investment, automotive industry, global manufacturing strategy, China, Russia.

Введение

Современная автомобильная индустрия относится к категории развитой отрасли с высокой интенсивностью капитала, относительно длинной цепочкой добавленной стоимости и высоким уровнем конкуренции. Одним из наиболее динамично развивающихся участников мирового автомобильного рынка в настоящее время является Китай. Эффективная политика привлечения и использования иностранного капитала наряду с активной финансовой и административной поддержкой государством национальной автомобильной отрасли способствовали развитию ее инновационного потенциала, оптимизации производственных цепочек стоимости, росту популярности китайских брендов в мире. В результате мы можем наблюдать выход автомобильных корпораций КНР на лидирующие позиции в мировом сегменте автопроизводства: с 2022 г. Китай занимает второе место по экспорту автомобилей, с этого же времени — первое место по производству и продаже автомобилей на новых

источниках энергии. Успехи китайской автомобильной промышленности, сопровождающиеся расширением доли мирового рынка, с одной стороны, и ростом напряженности во взаимоотношениях со странами Запада, с другой, активизируют интерес к исследованию глобальной стратегии автопроизводителей КНР, ее адаптации к меняющимся условиям. Настоящее исследование ставит целью выявить основные мотивы инвестирования автомобильных корпораций КНР на зарубежных рынках, определить положение России в их глобальной инвестиционной стратегии. С учетом трансформации российской автомобильной отрасли, наблюдаемой с 2022 г., выполнение поставленных исследовательских задач приобретает особую актуальность.

Теоретическая основа исследования

По мере усложнения производства и углубления взаимодействия субъектов в рамках глобальных цепочек добавленной стоимости (ГЦДС), все больше авторов приходит к выво-

ду, что международная стратегия компаний не предполагает единый универсальный подход. Различные отрасли имеют различные глобальные потребности, а стратегия фирмы определяется как ее конкурентным положением, так и внутренними и внешними ресурсами, располагаемыми в конкретный момент времени (Д. Изобель, Р. Лов, 2012) [1]. Тем не менее, существующие теории и концепции расставляют разные акценты в понимании целей глобальной стратегии фирмы. К числу основных мы относим: использование зарубежных рынков в качестве направления реализации стандартизированного продукта по более низкой или, напротив, дифференцированного продукта по более высокой цене (М. Портер, 1985) [2]; создание и координация добавленной стоимости между зарубежными подразделениями в целях максимизации интегральной глобальной позиции фирмы (Д. Коллис, 1994) [3]; экономия на масштабе, стандартизация продуктовой линейки и унификация производственных и маркетинговых процессов (Т. Левитт, 1983) [4], получение выгод от интернализации несовершенства внешних рынков в рамках внутренней структуры транснациональной компании (ТНК) до предельного уровня соответствующих транзакционных издержек (П Бакли, М.Кассон, 1985) [5] и т.д.

В настоящей работе для выявления мотивации китайских автопроизводителей использована эклектическая парадигма (Дж. Даннинг, 1988, 2008) [6; 7]. При всей своей дискуссионности подход Дж. Даннинга достаточно комплексно описывает процесс движения прямых инвестиций, как с позиции компании-инвестора и страны-реципиента, так и с точки зрения специфики самого процесса движения прямых иностранных инвестиций (ПИИ). Систематизированные в рамках эклектической парадигмы мотивы поведения инвесторов (мотив доступа к рынкам, мотив доступа к дешевым ресурсам, мотив доступа к технологиям, мотив глобального присутствия, мотив диверсификации портфеля и др.) послужили прикладным инструментом анализа поведения глобальных автопроизводителей КНР, используемым в настоящей работе.

В качестве статистической информации были использованы материалы базы China Global Investment Tracker (CGIT), которая в отличие от официальных данных КНР включает в себя инвестиционные потоки, в том числе проходящие через юрисдикцию третьих стран, что позволяет учитывать в анализе сделки, совершаемые через Гонконг и некоторые офшорные зоны.

С другой стороны, аналитическая база CGIT учитывает лишь крупные сделки, превышающие 100 млн долл. США, что накладывает определенные ограничения на проведенное исследование. Для анализа менее крупных сделок в статье анализируются конкретные инвестиционные проекты. Отметим, что в работе рассматривается лишь сегмент пассажирских (легковых и легких коммерческих) автомобилей.

Особенности развития и общая характеристика автомобильной отрасли КНР

С приходом к власти в 1949 г. новое правительство КНР сконцентрировало серьезные усилия на создании собственной автомобильной промышленности. Уже через четыре года при существенной технической и финансовой поддержке СССР появился первый завод “First Automotive Works” (FAW) в Чанчуне. Однако дальнейшее ухудшение китайско-советских отношений, а также ограничение доступа к передовым технологиям привело к значительному отставанию китайских компаний от ведущих глобальных корпораций.

Политика реформ и открытости ознаменовала качественно новый этап развития автомобильной промышленности Китая. С января 1984 г. по июль 1985 г. были последовательно созданы четыре совместных предприятия с государственными компаниями КНР: “Beijing Jeep” (доля “American Motors Corporation” (США) — 50 %), “Tianjin-Daihatsu” (доля “Daihatsu Motor” (Япония) — 40 %), “Shanghai Volkswagen” (доля “Volkswagen AG” (ФРГ) — 50 %) и “Guangzhou Peugeot” (доля французского партнера — 45 %). В то же время активно создавались предприятия по производству комплектующих для глобальных автоконцернов, что способствовало накоплению в стране необходимых производственных и управленческих компетенций.

В 1994 г. Национальная комиссия по развитию и реформам Китая опубликовала первый для отрасли программный документ под названием «Политика по автомобильной промышленности», в котором в целях повышения конкуренции и масштабов передачи технологий по-прежнему поощрялось заключение соглашений о создании совместных предприятий с международными автомобильными корпорациями. При этом накладывались ограничения на долю участия иностранного капитала (50 %), а также на количество компаний, с которыми было до-

зволено сотрудничать зарубежной фирме (не более двух). В этот период открываются совместные предприятия с “General Motors” (1997 г.), “Honda” (1998 г.), “Toyota” (2001 г.) и “Ford” (2004 г.) с долей иностранного капитала 50 % в каждом случае [8].

Значительная либерализация отрасли связана с присоединением Китая к Всемирной торговой организации (ВТО) в 2001 г. Постепенное снижение ограничений в начале XXI в. (предоставление производственных мощностей, выдача лицензий на продажу) дало толчок развитию местных брендов, в том числе за рамками государственного сектора. В результате три частные компании “Chery”, “Xiali” и “Build Your Dreams” (BYD), завоевали почти половину китайского рынка, заняв нишу нижнего ценового сегмента.

Несмотря на ускоренные темпы интернационализации деятельности китайских автопроизводителей, ни один из них пока не стал глобальной компанией в полном смысле. К примеру, доля зарубежных продаж в общем объеме выручки компании BYD в 2021 г. составила 29,5 %, в то же время аналогичный показатель четырех крупнейших автомобильных гигантов “Toyota Motor Corporation”, “Volkswagen Group”, “Mercedes-Benz Group”, “BMW AG” в 2021 г. составил 74 %, 82 %, 85 %, 87 % соответственно. Автоконцерны Китая по-прежнему отсутствуют в списке 100 крупнейших глобальных ТНК, ив аналогичном рейтинге развивающихся стран (UNCTAD, 2021)¹. Тем не менее, именно ис-

¹ The world's top 100 non-financial MNEs, ranked by foreign assets. 2021. URL: <https://unctad.org/topic/investment/world-investment-report>.

пользование преимущественной позиции на национальном рынке позволяет китайским компаниям целенаправленно добиваться успехов на международном уровне. В 2009 г. Китай становится глобальным лидером по объему продаж автомобилей², в 2022 г. — вторым в мире экспортером, обогнав Германию и уступая лишь Японии³. Крупнейшие национальные представители отрасли представлены в табл.

Сегодня автомобильная промышленность КНР находится на этапе крупных технологических изменений, значительных прорывов в области электромобилей, водородных топливных элементов, автономного вождения, интеллектуального транспорта. Наблюдается становление Китая в качестве крупнейшего рынка производства и потребления автомобилей на новых источниках энергии: более 55 % всех электромобилей в мире сосредоточено в КНР, каждый четвертый новый автомобиль, проданный в Китае, работает на электрическом аккумуляторе.

Значительную лепту в развитие производства автомобилей на новых источниках энергии внесла государственная программа стимулирования спроса, действовавшая с 2009 по 2022 г. В соответствии с программой электромобили и подключаемые гибридные автомобили имели право на получении субсидии в размере 12,6 тыс. юаней и 4,8 тыс. юаней за единицу соответственно. Однако ввиду необходимости

² The International Organization of Motor Vehicle Manufacturers (OICA). URL: <https://www.oica.net/category/production-statistics/2022-statistics/>.

³ China Association of Automobile Manufacturers (CAAM). URL: <http://en.caam.org.cn/Index/show/catid/62/id/1926.html>.

Рейтинг крупнейших автопроизводителей Китая, входящих в список Fortune China 500 в 2022 г.

Положение в рейтинге 2022 г.	Положение в рейтинге 2021 г.	Наименование компании	Форма собственности	Объем выручки млрд юаней	Размер прибыли, млрд юаней	Кол-во сотрудников, тыс. чел.
13	12	SAIC Motor Corporation Ltd.	гос.	779,845	24,533	207,2
58	73	BYD Co.,Ltd.	част.	216,142	3,045	288,2
63	56	Weichai Power Co.,Ltd.	гос.	203,547	9,254	42,95
72	64	BAIC Motor Corporation Ltd.	гос.	175,915	3,858	18,7
100	103	Great Wall Motor Co.,Ltd.	част.	136,404	6,726	77,9
105	231	Contemporary Amperex Technology Co.,Ltd.		130,355	15,931	83,6
121	99	Dongfeng Motor Group Co.,Ltd.	гос.	113,008	11,4	122,1
130	133	Chongqing Changan Automobile Co.,Ltd.	гос.	105,141	3,552	42,4
137	123	Geely Automobile Holdings Ltd.	част.	101,611	4,847	44,0
142	91	FAW Jiefang Group Co., Ltd	гос.	98,751	3,9	20,7

Источник: Fortune China. URL: https://www.fortunechina.com/fortune500/c/2022-07/12/content_414348.htm. (2023).

усиления рыночных механизмов регулирования, правительство КНР постепенно отказывается от прямого стимулирования, уделяя большее внимание мерам косвенной финансовой поддержки отрасли. В качестве примера приведем решение Государственного комитета по развитию и реформам Госсовета КНР продлить политику освобождения от налога на покупку автомобилей на новых источниках энергии до конца 2023 г. [9].

Адресная политика китайского правительства, выражающаяся на практике в направлении потоков административно-финансовых ресурсов в развитие существующих и разработку новых ключевых технологий в совокупности с мерами стимулирования внутреннего спроса и поддержания предложения вдоль всей цепи поставок, позволили китайским компаниям создавать дополнительные конкурентные преимущества, реализуемые, в том числе, на зарубежных рынках. По оценке Ассоциации автопроизводителей Китая (СААМ), доля электрокаров в структуре автомобильного экспорта в 2022 г. составила 22 % (в физическом выражении), в начале 2023 г. — 37,8 %; темпы роста экспорта электромобилей в 2021 и 2022 гг. достигли 300 % и 120 % соответственно (в том числе продукция китайского подразделения Tesla).

Таким образом, автомобили на новых источниках энергии являются важным драйвером выхода Китая на зарубежные рынки, что в значительной степени коррелирует с глобальным трендом декарбонизации транспорта. Ожидается, что ввиду накопленного опыта и значительного объема производственных мощностей, сегмент автомобилей на двигателях внутреннего

сгорания (ДВС) продолжит развитие в кратко- и среднесрочной перспективе.

Прямые китайские инвестиции в автомобильную промышленность зарубежных стран

Достигнув серьезных успехов на национальном рынке, китайские автоконцерны более активно осваивают зарубежные рынки, осуществляют поиск способов снижения производственных затрат, в том числе посредством реализации прямых иностранных инвестиций, динамика которых представлена на рис. 1.

Инвестирование китайских компаний в зарубежный автопром в рассмотренном периоде носит достаточно дискретный характер. Существенное сокращение количества сделок на развитых рынках в 2019–2022 гг. может быть объяснено, как кратко- и среднесрочными последствиями пандемии COVID-19, так и ограничительными мерами, вводимыми регуляторами ряда западных стран в отношении китайских корпораций. Географическая структура совершенных сделок демонстрирует значительную концентрацию: в 2005–2022 гг. на первые 14 стран пришлось порядка 80 % всех накопленных инвестиций (см. рис. 2). В списке главных реципиентов китайских ПИИ присутствуют как развитые, так и развивающиеся страны, что характеризует разнообразие инвестиционных мотивов автоконцернов КНР.

Не исключая специфичность набора ресурсов и условий, опосредующих каждую конкретную инвестиционную сделку, в глобальной стратегии китайских автопроизводителей про-

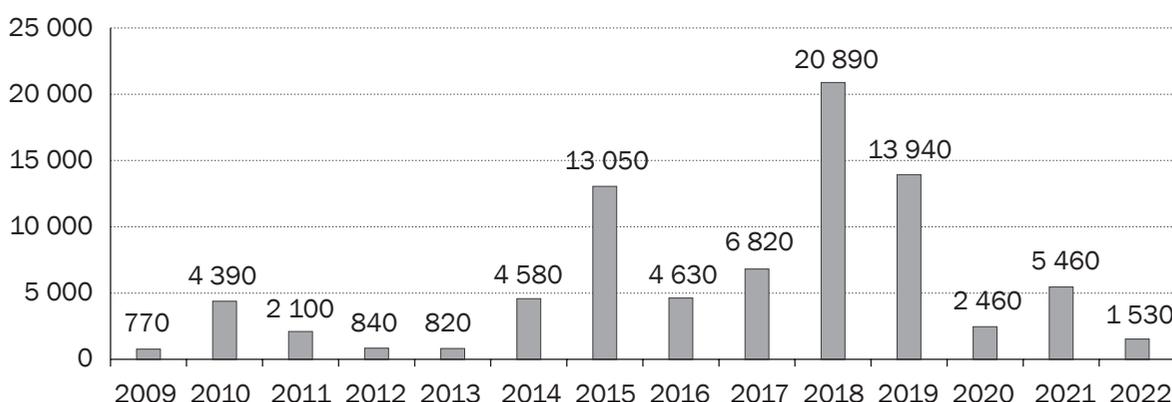


Рис. 1. Динамика прямых китайских инвестиций в автопромышленный сектор зарубежных стран, млн долл. США

Источник: составлено авторами на основе статистики China Global Investment tracker. American Enterprise Institute. URL: <https://www.aei.org/china-global-investment-tracker/> (2022),

слеживается общий вектор, коррелирующий с обозначенными в актуальных программных документах средне- и долгосрочными целями развития отрасли. К числу укрупненных групп мотивов китайских автопроизводителей мы относим следующие:

1.. Преодоление «узких» мест отрасли, удовлетворение потребности в ключевых технологиях, продвижение вверх по ГЦДС (мотив доступа к технологиям).

Несмотря на очевидные успехи, в настоящее время автомобильная промышленность Китая все еще находится в средней части ГЦДС: в производстве высокотехнологичных компонентов по-прежнему присутствует зависимость от лидеров отрасли в ряде ключевых технологий, в том числе в сегменте автомобильных сенсорах и чипах, новых материалах и высокотехнологичного производственного оборудования [10; 11].

Существующая потребность в ключевых компетенциях удовлетворяется, главным образом, посредством сделок слияний и поглощений (СиП). К примеру, из 65 транзакций на сумму 57,1 млрд долл. США, совершенных китайскими компаниями в автомобильном секторе ФРГ, США, Швеции и Японии в 2009–2022 гг., более 80 % стоимостного объема инвестиций реализовано в форме приобретения долей в зарубежных компаниях. Германия в рейтинге является несомненным лидером за счет нескольких крупных сделок “Zhejiang Geely” (Geely). Наиболее известные примеры сделок этого концерна включают приобретение

компании “Volvo Cars” (в том числе глобальной сети фабрик) за 2,7 млрд долл. США в 2010 г., а также 10 % немецкого автоконцерна “Daimler” в 2018 г. за 9 млрд долл. США. В рассматриваемом периоде крупные сделки СиП характерны для ряда крупнейших представителей автопрома КНР: четыре из восьми крупнейших зарубежных инвестиционных сделок “Beijing Auto” (BAIC) связаны с приобретением долей в немецких “Daimler” (5,5 млрд долл. США) и “Bogward” (1,19 млрд долл. США); в 2010 г. реализована покупка китайской “Shanghai Auto” (SAIC) доли “General Motors” (500 млн долл. США), часть научно-исследовательских центров компании размещены в Европе и США; в 2020 г. “Great Wall Motor” (GWM) приобретает фабрики у “General Motors” в Таиланде за 200 млн долл. США а также активы Daimler в Бразилии за 120 млн долл. США в 2021 г.

2. Повышение глобальной узнаваемости брендов, расширение рынков сбыта (мотив глобального присутствия, мотив доступа к рынкам).

Рост совокупной конкурентоспособности отрасли, укрепление позиции собственных брендов на национальном рынке, в том числе посредством адаптации передовых технологий, полученных через каналы совместных предприятий с зарубежными партнерами на территории Китая, посредством приобретения долей в компаниях – глобальных лидерах отрасли, стимулирует китайских автопроизводителей активнее вовлекать внешние рынки в орбиту своих интересов.

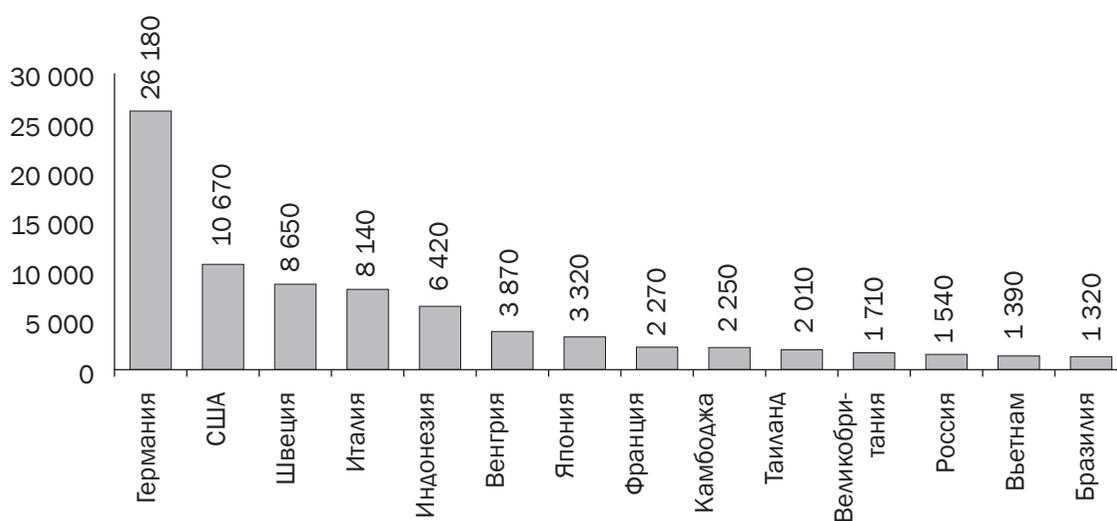


Рис. 2. Распределение накопленных китайских инвестиций в автомобильную промышленность по странам (2005–2022), млн долл.

Источник: составлено авторами на основе статистики China Global Investment tracker. American Enterprise Institute. URL: <https://www.aei.org/china-global-investment-tracker/> (2022),

Укрепление глобальных позиций китайских брендов достигается, как благодаря улучшению совокупного качества продукции, так и посредством зарекомендовавшей себя стратегии ценового позиционирования — перехода от нижнего сегмента рынка к среднему и высокому по мере накопления нужных производственных и управленческих компетенций и роста узнаваемости собственных брендов [10]. Кроме того, значительно большее внимание уделяется сегменту послепродажного обслуживания, доля которого в ценовой цепи достигнет, как планируется, не менее 55 % к 2025 г.

Наблюдается дифференциация стратегий китайских автопроизводителей в зависимости от выбранного целевого рынка: в развитых странах рост объемов продаж достигается, главным образом, за счет экспорта автомобилей на новых источниках энергии, доступ к рынкам обеспечивается в том числе за счёт крупных инвестиционных приобретений; на более подверженных протекционистским барьерам развивающихся рынках чаще создаются совместные предприятия с местными автопроизводителями, активно используются каналы сотрудничества по линии «Один пояс — один путь».

В этой связи интересен опыт китайских автоконцернов в странах СНГ. В последние годы китайские производители демонстрируют серьезные намерения по завоеванию рынка ЕАЭС, активно создавая совместные сборочные предприятия различного уровня локализации с местными производителями России, Беларуси («Geely»), Казахстана (JAC, «Jetour», «Chery», GWM), Узбекистана (BYD, «Chery», «Exceed»). По мере закрепления позиций на локальных рынках, появляется все больше примеров создания предприятий глубокой локализации: в 2017 г. переход на производство полного цикла совершил основанный в 2013 г. белорусский завод «Белджи» («Geely»); в 2019 г. запущен российский завод «Haval» в Туле, в 2023 г. начато строительство мультибрендового завода полного цикла в Казахстане («Chery», «Haval», «Changan»).

3. Создание целостной отраслевой системы, более глубокая интеграция в ГЦДС (мотив снижения производственных издержек, мотив диверсификации портфеля).

На географию распределения китайских инвестиций в развивающихся странах оказывает влияние не только традиционное стремление компаний приблизиться к целевым потребителям, но и наблюдаемая в последнее десятилетие трансформация мировой автомобильной

отрасли, вызванная изменениями глобальных стратегий крупнейших автомобильных ТНК, в частности — отказом от вертикальной специализации производства и переходом к более глубокой продуктовой кооперации с производителями из развивающихся стран и стран с формирующимися рынками. По данным Международной организации автопроизводителей (OICA), за последнее десятилетие (2012–2022 гг.) при планомерном снижении доли развитых стран в структуре мирового производства легковых автомобилей (Великобритания — 47 %, Франция — 40 %, Италия — 19 %, Испания — 16 %) динамичный рост демонстрируют автомобильные отрасли ряда развивающихся стран (Малайзия +28 %, Индия +35 %, Индонезия +63 %, Таиланд +6 185 %)⁴.

В стремительно развивающихся полюсах роста глобальной автомобильной промышленности размещают свои производства практически все крупнейшие игроки китайского автопрома. К примеру, BAIC открыла сеть производств в ЮАР, Пакистане, Бирме, Турции, Ираке и Нигерии. Компания GWM владеет производственными комплексами в России, Таиланде, Бразилии и Индии. Крупнейший китайский автоконцерн SAIC имеет производственные подразделения в Таиланде, Индии и Индонезии.

В этой связи закономерен интерес китайских инвесторов к автомобильной отрасли Таиланда — одному из лидеров по сборке и экспорту автомобилей в Азии. В частности, компания GWM намерена инвестировать 285 млн долл. США в производство электромобилей и превратить Таиланд в центр производства электрокаров в ACEAN. К SAIC и GWM присоединился BYD, инвестировавший в строительство собственного производства в Таиланде 490 млн долл. США в 2022 г.

Указанные примеры демонстрируют качественные изменения в стратегии интернационализации китайских автопроизводителей, а именно — переход от линейной модели «выхода вовне», выражающейся в преимущественно экспортных операциях, к более глубокой интеграции в ГЦДС. Сотрудничество между поставщиками и производителями, необходимое для снижения затрат на развивающихся рынках, достигается китайскими автомобильными компаниями через создание совместных предприятий, реже — посредством сделок СиП.

⁴ The International Organization of Motor Vehicle Manufacturers (OICA). URL: <https://www.oica.net/category/production-statistics/2022-statistics/>.

Особенности инвестирования в автомобильную промышленность России

Присутствие китайского автопрома в России до недавнего времени носило противоречивый и достаточно ограниченный характер. По данным “China Global Investment Tracker” объем китайских инвестиций в рамках транзакций, превышающих 100 млн долл. США, в российскую автомобильную промышленность за период 2011–2022 г. составил порядка 1,54 млрд долл. США, т.е. 1,83 % от совокупных капиталовложений компаний КНР в автомобильный сектор зарубежных стран в указанном периоде. Одним из важных факторов, сдерживающих открытие собственных производств на территории России послужил недостаточный спрос на продукцию автомобильных брендов Китая со стороны российских потребителей (см. рис. 3). На пиковых значениях в 2013 г. (116 062 шт.) и 2021 г. (124 788 шт.), доля рынка китайских автопроизводителей составляла порядка 4,2 % и 7,4 % соответственно (при совокупных объемах продаж в России 2,78 млн и 1,67 млн новых автомобилей).

Несмотря на наличие отдельных успешных примеров, вплоть до 2020-х гг. развитие китайского автопрома на российском рынке происходило на уровне, далеком от имеющихся потенциальных возможностей. Краткосрочный успех недорогих моделей, поступавших в Россию по каналам экспорта в нулевых годах был достаточно быстро нивелирован низким качеством сборки и серьезными проблемами в послепродажном обслуживании, что на долгое время

сформировало негативный образ китайских иномарок у российского потребителя.

Ситуацию усугубляла политика российских регуляторов: исторически сильное представление об экспансионистском характере китайских инвестиций, а также опасность прямой конкуренции с продукцией АвтоВАЗа накладывали существенные ограничения на присутствие продукции китайского автопрома на российском рынке, определив менее выгодное положение китайских производителей в сравнении с западными, японскими и корейскими брендами, которым отдавалось большее предпочтение в поддержке создания автосборочных производств.

По мере развития компетенций производителей КНР и, как следствие, узнаваемости китайских брендов в мире, в 2019 г. наметился положительный тренд в продвижении китайского автопрома и на российском рынке: поступательный рост продаж демонстрировали практически все представленные в России китайские бренды, наиболее успешные — “Geely”, “Haval”, “Chery”, “Exceed”, “Changan”.

В числе факторов, повлиявших на рост продаж китайских автомобилей в России, можно выделить ценовую конкурентоспособность в сравнении с зарубежными аналогами при планомерном повышении качества и улучшении дизайна, сокращение времени ожидания автомобиля за счет оперативных поставок и запасов на складах. Важным преимуществом китайских автопроизводителей является оперативное обновление модельного ряда, часто путем модификации существующих и популярных моделей, а также обширная сеть дилерских центров. Позитивные сдвиги наблюдаются и в ча-

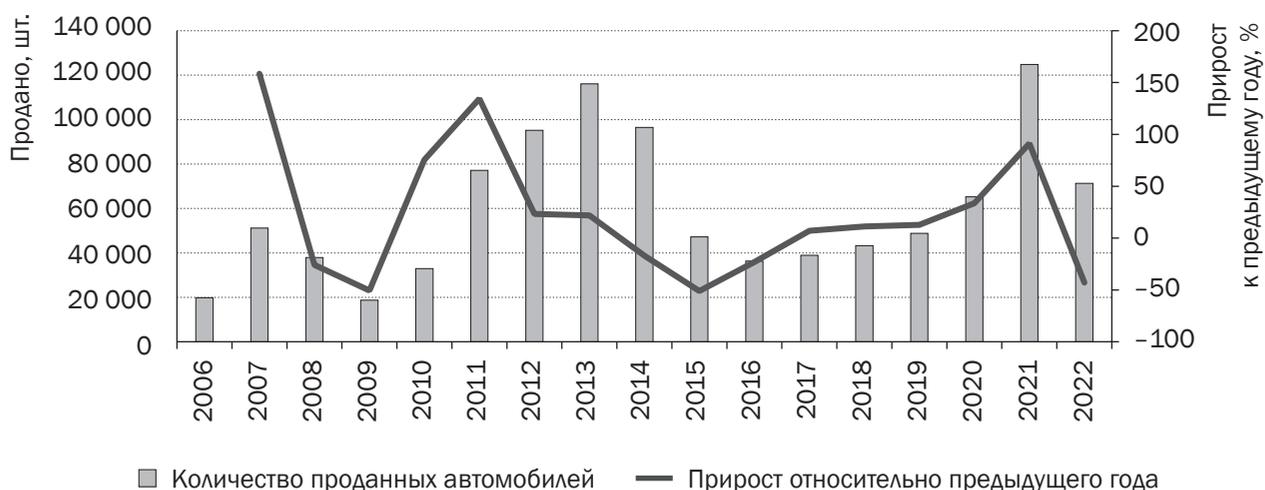


Рис. 3. Количество проданных китайских легковых автомобилей в России в динамике (2006–2022 гг.)

Составлен авторами по данным: Ассоциация европейского бизнеса. Пресс-релиз. URL: <https://aebrus.ru/upload/iblock/631/RUS-Car-Sales-in-December-2021.pdf> (2022).

сти послепродажного обслуживания: к примеру, доступность запчастей марки “Haval” за 2022 г. выросла на 95 %⁵.

Наиболее успешным считается опыт бренда “Haval”, принадлежащего китайскому автоконцерну “Great Wall Motor” — главному инвестору в экономику России в ряду рассмотренных ранее китайских производителей. Два крупных транша инвестиций были проведены компанией в 2015 г. (500 млн долл. США)⁶ при реализации строительства автомобильного завода в индустриальном парке «Узловая» Тульской области (крупнейший завод “Haval” в мире, запуск осуществлен в 2019 г.), а также в 2020 г. (540 млн долл. США) при подписании специального инвестиционного контракта (СПИК) с Минпромторгом на реализацию проекта по локализации производства автомобилей Haval в России⁷. Завод в Туле с максимальным объемом выпуска 150 тыс. автомобилей в год является единственным заводом, который включает в себя все четыре основных производственных этапа: штамповка, сварка, покрытие и окончательная сборка. В рамках соглашения за шесть лет, начиная с 2022 г., компания планирует достичь уровня локализации в 80 %⁸.

Открытие производства полного цикла стало важным фактором для приобретения конкурентных преимуществ на российском рынке, в том числе получение субсидий из федерального бюджета на компенсацию затрат по выплате утилизационного сбора. Кроме того, “Haval” — единственный иностранный бренд, который участвует в программе льготного автокредитования наряду с отечественными производителями. К числу преимуществ бренда на российском рынке мы относим иудачный выбор продуктовой линейки: компактным кроссоверам “Haval” удавалось выигрывать ценовое противостояние с иностранными аналогами и практически не вступать в прямую конкуренцию с продукцией АвтоВАЗа.

⁵ Результаты Haval в России по итогам 2022 года (2023). Пресс-релиз. URL: <https://haval.ru/about/media/press/haval-results-in-russia-in-2022/>.

⁶ Официальный сайт Haval (2022). URL: <https://auto-centr.haval.ru/about/news/haval-stroit-zavod-po-proizvodstvu-dvigateli-v-rossii/?ysclid=lbs1b22uq868985099>.

⁷ Минпромторг заключил специинвестконтракт с китайским Haval (2023). URL: <https://tass.ru/ekonomika/9555651>.

⁸ Денис Мантуров обсудил перспективы развития инвестпроектов в Тульской области (2022). Официальный сайт Министерства промышленности и торговли. URL: https://minpromtorg.gov.ru/press-centre/news/denis_manturov_obsudil_perspektivy_razvitiya_investproektov_v_tulskoj_oblasti_

Таким образом, рост узнаваемости китайских брендов в условиях сохранения ставок таможенных пошлин на ввоз новых легковых автомобилей на уровне 15–30 % (в разные периоды с 2011 по 2019 гг.), роста базовой ставки НДС на два процентных пункта в 2019 г., ослаблении курса рубля, введения утилизационного сбора в 2013 г. и повышения его дифференцированной ставки в 2016, 2018 и 2023 гг. стимулировал китайские корпорации применять новые инструменты выхода на российский рынок в обход существующих заградительных барьеров, в том числе открытие собственного производства полного цикла (“Haval” (GWM)) и промышленную узловую сборку (“Chery”, “Geely”, FAW, “Brilliance” и др.).

Современный этап и перспективы сотрудничества

Автомобильная отрасль стала одним из наиболее пострадавших секторов российской экономики в 2022 г.: по итогам года продажи новых легковых автомобилей снизились на 58 %, что связано с падением совокупного спроса населения, а также снижением предложения на 67 %. Падение производства было вызвано, как уменьшением объемов контрактной сборки из-за ухода иностранных автоконцернов (в 2021 г. доля отечественного производства иномарок составляла около 70 % совокупного выпуска легковых автомобилей в России), так и сокращением производства отечественных марок (приблизительно на 40 %) из-за возникших проблем с поставками комплектующих⁹.

После ухода в 2022 г. 46 зарубежных автобрендов на российском рынке остались функционировать лишь четырнадцать, три из которых являются отечественными (Lada, ГАЗ, УАЗ), одиннадцать — марками КНР (“Chery”, “Geely”, “Haval”, JAC, FAW, “Dongfeng”, “Changan”, “Exeed”, GAC, “Foton”, “Omoda”). Таким образом, с сентября 2022 г. китайские бренды в России фактически конкурируют лишь друг с другом и с российскими производителями, а в 2023 г. выходят в лидеры в сегменте продаж новых легковых автомобилей.

В настоящее время китайские производители, не встречая серьезных преград, достаточно легко занимают свободные конкурентные ниши. В 2022–2023 гг. начали вводиться в эксплуатацию производственные мощности, освободив-

⁹ Региональная экономика: комментарии ГУ (2023) № 21 // ЦБ РФ. URL: https://www.cbr.ru/Collection/Collection/File/45131/report_01072023.pdf.

шиеся после ухода зарубежных производителей с российского рынка. Так, под брендом “Sollers” в Елабуге на базе китайского JAC стартовала сборка легких коммерческих автомобилей, производившихся ранее на базе “Ford Transit”; под брендом «Москвич» на бывшем одноименном заводе “Renault” в Москве получило одобрение производство копии китайского кроссовера JAC JS4; на бывшем заводе “Nissan” в Санкт-Петербурге, переименованном позднее в «Лада Санкт-Петербург», Автоваз запускает производство копии китайского FAW Bestune T77 под брендом LADA X-Cross 5.

Указанные выше примеры демонстрируют успешное завоевание китайскими брендами низкоконкурентного, но вместе с тем относительно емкого рынка, и достаточно слабо коррелируют с такими направлениями глобальной стратегии китайских автопроизводителей, как удовлетворение потребностей в ключевых технологиях и интеграция в глобальные производственные цепочки, по ряду причин. Во-первых, анонсированные проекты с участием китайских партнеров, как минимум, на начальном этапе реализуются по модели крупной узловой сборки и практически полностью удовлетворяют потребность в узлах и компонентах за счет импорта, тем самым, ограничивая передачу технологий, с одной стороны, и обеспечивая китайских поставщиков новыми экспортными заказами, а автомобильные концерны — легкодоступным рынком сбыта, с другой. Во-вторых, отсутствие в течение длительного периода нормативных требований со стороны российских регуляторов к уровню локализации иностранных автомобильных производств, внедрение мер стимулирования зарубежных инвестиций в форме специальных инвестиционных контрактов с Минпромторгом лишь в 2015 г. существенно сдерживало создание в России развитой сети поставщиков и устойчивой производственной инфраструктуры: уровень локализации до ухода иностранных брендов с российского рынка составлял чуть более 50 % (43 % в 2022 г.), а импорт автокомпонентов достиг 50–56 % объема производства автомобилей в денежном выражении¹⁰.

В данных условиях лицензионная сборка китайских автомобилей, сопровождаемая импортом машинокомплектов, запчастей и компонентов — наиболее вероятный путь развития

¹⁰ Об утверждении Стратегии развития автомобильной промышленности Российской Федерации до 2035 г. (2023) : Распоряжение правительства РФ // Гарант.ру. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/405963861/>.

автомобильной промышленности России, что ввиду существенного сокращения рыночных игроков ставит в более уязвимую позицию планы правительства по достижению технологического суверенитета отечественного автопрома и потенциально усиливает зависимость от китайских технологий, которая неизбежно коснется и сегмента технического оснащения предприятий. Ситуация усугубляется резким сокращением выпуска отечественных автомобилей (с 70 % до 33 % в 2022 г.) на фоне дефицита автокомпонентов, ухода с рынка большинства иностранных брендов и существенно возросшим импортом автомобилей из КНР.

Тем не менее, указанный выше сценарий является весьма вероятным, по крайней мере, в среднесрочной перспективе. Выгоды от дальнейшего сотрудничества с китайскими производителями, как в части трансфера технологий и управленческих навыков, так и распространения мультипликативного эффекта на смежные отрасли будут определяться готовностью китайских партнеров существенно углублять локализацию производства, что может дать импульс развитию отрасли лишь в условиях значительного роста бюджетных расходов на собственные научные разработки и стимулирование спроса.

В свою очередь, китайские партнеры занимают достаточно осторожную позицию, что связано с высокими рисками глубокой локализации производства в России. В опубликованном в 2023 г. министерством коммерции КНР «Руководстве по осуществлению зарубежных инвестиций»¹¹ к числу рисков ведения бизнеса в России относятся: существенные колебания валютного курса и ключевой ставки, протекционистский курс правительства, зависимость бизнеса от электоральных событий, проблема безопасности, разрыв в уровне экономического развития территорий, падение доходов населения, нехватка кадров, ограниченность источников финансирования. Кроме того, на принятие решения выхода на российский рынок оказывает влияние степень интеграции конкретной китайской компании в цепочки добавленных стоимостей стран Запада ввиду высокого риска попадания под действие вторичных санкций и ограничения доступа к ключевым рынкам сбыта и технологиям.

Все вышеизложенное значительно сдерживает китайские компании совершать переход

¹¹ 对外投资合作国别(地区)指南 [Руководство по сотрудничеству в сфере прямых инвестиций со странами (регионами)]. URL: <http://www.mofcom.gov.cn/dl/gbdqzn/upload/eluosi.pdf>

от размещения узловой сборки собственных автомобилей с сопутствующим импортом машинокомплектов и компонентов к организации собственных производств полного цикла. В условиях разреженного конкурентного поля, переговорная позиция китайских партнеров крайне сильна и подкрепляется планомерной диверсификацией активов в странах ЕАЭС. Поставки на российский рынок в рамках беспошлинной таможенной зоны Таможенного союза уже осуществляет совместное китайско-белорусское предприятие полного цикла «Белджи». Кроме того, в 2022–2023 гг. китайские бренды вели активную работу по организации сборочных производств в Казахстане и Узбекистане, что в условиях падающего совокупного спроса и нестабильности бизнес-среды потребует от российского правительства дополнительных уступок и гарантий.

Заключение

Прямые инвестиции Китая в автомобильный сектор зарубежных стран значительно диверсифицированы с точки зрения инвестиционных мотивов, тем не менее, при сохранении интереса к технологическим активам, преваляющими мотивами выступают создание и расширение каналов сбыта китайской продукции, снижение затрат, а также углубление сотрудничества в рамках ГЦДС, что стало возможным ввиду изменения глобальных и национальных приоритетов развития отрасли, с одной стороны, и репозиционирования китайских брендов, с другой.

Мотивация китайских инвесторов в России в целом повторяет подход, характерный по отношению к развивающимся странам — веду-

щим мотивом выступает поиск новых рынков сбыта и расширение глобального присутствия. Китайские автопроизводители успешно используют уникальную возможность, возникшую на российском рынке после ухода иностранных брендов, что позволяет им реализовывать поставленные цели, минуя накладываемые ранее ограничения в части административных барьеров и высококонкурентной среды. Мотив снижения производственных затрат и углубления интеграции в ГЦДС не может быть реализован в полной мере вследствие ограниченного развития российской производственной инфраструктуры на текущем этапе. Тем не менее, ввиду снижения курса рубля, высокой вероятности роста прямых и косвенных ограничений на импорт, существенной государственной поддержке локализованных автопроизводителей, замещение экспорта организацией производства представляется достаточно перспективным способом расширения рынка сбыта китайского автопрома в России. Заключаемые вслед за уходом иностранных брендов специальные инвестиционные контракты с производителями КНР предполагают постепенное повышение уровня локализации в обмен на налоговые льготы и иные меры государственной поддержки. Готовность китайских партнеров углублять локализацию в России в значительной степени зависит от предъявляемого спроса на продукцию каждого конкретного бренда (что ввиду падения доходов населения имеет очевидный предел), а также от привлекательности предоставляемых условий размещения производств в сравнении со схожими проектами в странах ЕАЭС, где также наблюдается расширение присутствия китайских автопроизводителей.

Список использованной литературы

1. Isobel D. *International Marketing Strategy* / D. Isobel, R. Lowe. — 6th ed. — Cengage Learning, 2012. — 476 p.
2. Porter M.E. *Technology and Competitive Advantage* / M.E. Porter // *Journal of Business Strategy*. — 1985. — Vol. 5, No. 3. — P. 60–78.
3. Collis D.J. *Research Note: How Valuable Are Organizational Capabilities?* / D.J. Collis // *Strategic Management Journal*. — 1994. — Vol. 15, No. S1. — P. 143–152.
4. Levitt T. *The Globalization of Markets* / T. Levitt // *Harvard Business Review*. — 1983. — No. 61. — P. 92–102.
5. Buckley P.J. *The Theory of Foreign Direct Investment* / P.J. Buckley, M. Casson // *The Economic Theory of the Multinational Enterprise*. — New York : St. Martin's Press, 1985. — P. 113–143.
6. Dunning J.H. *The Eclectic Paradigm of International Production: A Restatement and Some Possible Extensions* / J.H. Dunning // *Journal of International Business Studies*. — 1988. — Vol. 19, No. 1. — P. 1–31.
7. Dunning J.H. *Multinational Enterprises and the Global Economy* / J.H. Dunning, S.M. Lundan. — Edward Elgar Publishing, 2008. — 960 p.

8. Li Z. Understanding Chinese Automobile Firms: Past, Present and Path to Be World Class / Z. Li, T. Liu, S. Dai // *Chinese Management Studies*. — 2022. — Vol. 16, No. 4. P. 787–802.
9. Бабаев К.В. Развитие автомобильной промышленности КНР и ее перспективы на международном рынке / К.В. Бабаев, С.Л. Сазонов, И.Д. Ильинская. — DOI 10.24412/2071-6435-2023-3-21-38. — EDN RIPIUM // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. — 2023. — № 3. — С. 21–38.
10. Sebastian G. The Bumpy Road Ahead in China for Germany's Carmakers / G. Sebastian // Mercator Institute for China Studies (MERICS). — URL: <https://merics.org/en/report/bumpy-road-ahead-china-germanys-carmakers>.
11. 王元彬, 汪春雨, 郑学党. 中国汽车产业的全球价值链地位及新形势下的发展路径 // 国际商务 (对外经济贸易大学学报). — 2019 [Ван Ю. Положение в глобальных цепочках добавленной стоимости, а также перспективы развития автомобильной отрасли КНР в новых условиях / Ю.Ван, Ч.Чжу, С.Дэн // *Международный бизнес*. — 2019. — URL: <http://journal.uibe.edu.cn/docs/2019-11/20191114125359647947.pdf>.]

References

1. Isobel D., Lowe R. *International Marketing Strategy*. 6th ed. Cengage Learning, 2012. 476 p.
2. Porter M.E. Technology and Competitive Advantage. *Journal of Business Strategy*, 1985, vol. 5, no. 3, pp. 60–78.
3. Collis D.J. Research Note: How Valuable Are Organizational Capabilities? *Strategic Management Journal*, 1994, vol. 15, no. S1, pp. 143–152.
4. Levitt T. The Globalization of Markets. *Harvard Business Review*, May-June, No. 61, pp. 92–102.
5. Buckley P.J., Casson M. The Theory of Foreign Direct Investment. *The Economic Theory of the Multinational Enterprise*. New York, St. Martin's Press, 1985. pp. 113–143.
6. Dunning J.H. The Eclectic Paradigm of International Production: A Restatement and Some Possible Extensions. *Journal of International Business studies*, 1988, vol. 19, no. 1, pp. 1–31.
7. Dunning J.H., Lundan S.M. *Multinational Enterprises and the Global Economy*. Edward Elgar Publishing, 2008. 960 p.
8. Li Z., Liu T., Dai S. Understanding Chinese Automobile Firms: Past, Present and Path to Be World Class. *Chinese Management Studies*, 2022, vol. 16, no. 4, pp. 787–802.
9. Babaev K.V., Sazonov S.L., Il'inskaya I.D. Development of the Automobile Industry of China and Its Prospects on the International Market. *ETAP: ekonomicheskaya teoriya, analiz, praktika = ETAP: Economic Theory, Analysis, and Practice*, 2023, no. 3, pp. 21–38. (In Russian). EDN: RIPIUM. DOI: 10.24412/2071-6435-2023-3-21-38.
10. Sebastian G. The Bumpy Road Ahead in China for Germany's Carmakers. *Mercator Institute for China Studies (MERICS)*. URL: <https://merics.org/en/report/bumpy-road-ahead-china-germanys-carmakers>.
11. Wang Yuanbin, Wang Chunyu, Zheng Xuedang. Situation in Global Value Chains, as Well as Prospects for the Development of the Automobile Industry of China in the New Environment. *Guó-jì shāngwù = International Business*, 2019. (In Chinese). Available at: <http://journal.uibe.edu.cn/docs/2019-11/20191114125359647947.pdf>.

Информация об авторах

Попова Людмила Валерьевна — кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры мировой экономики, экономический факультет, Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация, l.v.popova@spbu.ru, SPIN-код: 1228-8950.

Воронин Валерий Александрович — аспирант, кафедра мировой экономики, экономический факультет, Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация, voronin.v.a@my.mgimo.ru.

Сизых Елена Юрьевна — старший преподаватель, кафедра восточных языков, гуманитарный факультет, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация, sizykh.e@unecon.ru, SPIN-код: 3080-5863.

作者信息

Liudmila V. Popova — экономика副博士, 副教授, 世界经济教研室, 经济系, 圣彼得堡国立大学, 圣彼得堡市, 俄罗斯联邦, l.v.popova@spbu.ru, SPIN-Code: 1228-8950.

Valery A. Voronin — 研究生, 世界经济教研室, 经济系, 圣彼得堡国立大学, 圣彼得堡市, 俄罗斯联邦, voronin.v.a@my.mgimo.ru.

Elena Yu. Sizykh — 高级讲师, 东方语言教研室, 人文学院, 圣彼得堡国立经济大学, 圣彼得堡市, 俄罗斯联邦, sizykh.e@unecon.ru, SPIN-Code: 3080-5863.

Authors

Liudmila V. Popova — PhD in Economics, Associate Professor, Department of World Economy, Faculty of Economics, Saint-Petersburg State University, Saint-Petersburg, Russian Federation, l.v.popova@spbu.ru, SPIN-Code: 1228-8950.

Valery A. Voronin — PhD Student, Department of World Economy, Faculty of Economic, Saint-Petersburg State University, Saint-Petersburg, Russian Federation, voronin.v.a@my.mgimo.ru.

Elena Yu. Sizykh — Senior Lecturer, Oriental Languages Department, Humanities Faculty, Saint-Petersburg State Economic University, Saint-Petersburg, Russian Federation, sizykh.e@unecon.ru, SPIN-Code: 3080-5863.

Для цитирования

Попова Л.В. Прямые инвестиции КНР в российский автопромышленный сектор в рамках глобальной стратегии китайских автопроизводителей / Л.В. Попова, В.А. Воронин, Е.Ю. Сизых. — DOI 10.17150/2587-7445.2023.7(4).354-366. — EDN PYIKUY // Российско-китайские исследования. — 2023. — Т. 7, № 4. — С. 354–366.

For Citation

Popova L.V., Voronin V.A., Sizykh E.Yu. Direct Investment of China in the Russian Automotive Sector as Part of the Global Strategy of Chinese Automakers. *Rossiisko-Kitaiskie Issledovaniya = Russian and Chinese Studies*, 2023, vol. 7, no. 4, pp. 354–366. (In Russian). EDN: PYIKUY. DOI: 10.17150/2587-7445.2023.7(4).354-366.