

بررسی تجربه همکاری ایران با شرکای خارجی در حوزه خودرو

چین یا اروپا کدامیک مفید تر است؟

شریک تجاری تنها شرط نجات صنعت خودرو نیست

شریک خوب، جایگزین سیاست‌گذاری خوب نمی‌شود



سید مرتضی

افقه

کارشناس

اقتصادی

بحث بر سر اینکه شریک تجاری صنعت خودرو ایران باید چینی باشد یا اروپایی، سال‌هاست مطرح می‌شود. با این حال، پاسخ این پرسش بیش از آنکه به نام یک کشور گره‌خورده باشد، به کیفیت حکمرانی اقتصادی و نحوه تنظیم روابط تجاری بازمی‌گردد. تجربه چند دهه گذشته نشان می‌دهد نه همکاری با اروپا به تنهایی صنعت خودرو ایران را متحول کرده و نه همکاری گسترده با چین توانسته این صنعت را از مشکلات ساختاری نجات دهد.

در تجارت بین‌الملل، اصل بر توتو شرکای تجاری است، نه وابستگی به یک کشور. هرچه دامنه همکاری‌ها گسترده‌تر باشد، امکان ایجاد رقابت میان تأمین‌کنندگان بیشتر می‌شود و در نتیجه، دسترسی به فناوری بهتر، کیفیت بالاتر و قیمت مناسب‌تر نیز افزایش پیدا می‌کند. محدود کردن همکاری‌ها به یک شریک، قدرت چانه‌زنی کشور را کاهش می‌دهد و در نهایت به زیان مصرف‌کننده و تولیدکننده تمام می‌شود. واقعیت این است که خودروسازان اروپایی همچنان از نظر فناوری، سابقه صنعتی و کیفیت محصولات، جایگاه قابل توجهی در جهان دارند؛ هرچند چین نیز در دو دهه اخیر با سرعتی چشمگیر فاصله خود را با خودروسازان بزرگ دنیا کاهش داده و در برخی حوزه‌ها، بویژه خودروهای برقی، حتی به پیش‌تاز بازار جهانی تبدیل شده است. بنابراین، مسأله اصلی دیگر انتخاب میان چین و اروپا نیست، بلکه توانایی ایران در بهره‌برداری از ظرفیت هر شریک خارجی است.

ضعف شراکت با اروپایی‌ها در خودرو

تجربه همکاری با خودروسازان اروپایی نیز اگرچه به‌طور کلی مثبت ارزیابی می‌شود، اما یک ضعف مهم داشت: همکاری‌هایی که با تشدید تحریم‌ها متوقف شد و زنجیره تأمین قطعات و خدمات پس از فروش را با مشکل روبه‌رو کرد. با این حال، نمی‌توان خروج شرکت‌های اروپایی را صرفاً به بی‌تعهدی آنها نسبت داد. تحریم‌های بین‌المللی شرایطی ایجاد کرد که بسیاری از شرکت‌ها، حتی اگر تمایل به ادامه همکاری داشتند، ناچار به تبعیت از محدودیت‌های سیاسی شدند. اگر هم قراردادهای نتوانستند از منافع ایران در چنین شرایطی محافظت کنند، این موضوع بیش از آنکه ناشی از رفتار طرف خارجی باشد، در ضعف در تنظیم قراردادهای و پیش‌بینی نکردن سناریوهای شرایط بحرانی بازمی‌گردد.

ازسوی دیگر، تمرکز بیش از حد بر همکاری با چین نیز خالی از ایراد نیست. وابستگی به یک شریک، رقابت را از بین می‌برد و قدرت انتخاب را کاهش می‌دهد. علاوه بر این، همواره این انتقاد مطرح بوده که بخشی از کالاها و قطعات صادراتی چین به کشورهای درحال توسعه، از جمله ایران، از نظر کیفیت با محصولاتی که راهی بازارهای توسعه‌یافته می‌شوند، تفاوت دارند. فارغ از اینکه این ادعا تا چه اندازه مصداق دارد، اصل رقابت میان تأمین‌کنندگان بهترین ابزار برای جلوگیری از چنین وضعیتی است. یکی دیگر از مهم‌ترین انتقادهای به همکاری‌های خارجی صنعت خودرو، محقق‌نشدن انتقال فناوری است. اما این مسأله نیز بیش از آنکه به رفتار شریک خارجی مربوط باشد، به ضعف داخلی بازمی‌گردد. انتقال فناوری صرفاً با درج یک بند در قرارداد اتفاق نمی‌افتد؛ جذب فناوری نیازمند مدیریت کارآمد، ثبات در سیاست‌گذاری، نیروی انسانی متخصص و برنامه‌ریزی بلندمدت است. اگر این زیرساخت‌ها وجود نداشته باشد، حتی بهترین قراردادهای انتقال فناوری نیز به مونتاژ محدود خواهند شد.

شاید مهم‌ترین درس تجربه چند دهه گذشته این باشد که شریک خارجی، هر اندازه هم معتبر و توانمند باشد، نمی‌تواند جای خالی حکمرانی کارآمد را پر کنند. تا زمانی که مشکلات مدیریتی، ضعف در قراردادهای و نبود راهبردهای مشخص صنعتی پابرجاست، تغییر شریک تجاری نیز معجزه‌ای برای صنعت خودرو رقم نخواهد زد. پرسش اصلی امروز دیگر این نیست که «چین یا اروپا؟»؛ بلکه این است که آیا ساختار تصمیم‌گیری صنعت خودرو ایران آمادگی بهره‌برداری از ظرفیت هر شریک خارجی را دارد یا خیر؟

گزارش

باسمن صادق شیرازی

گروه خودرو

انتخاب شریک خارجی برای صنعت خودرو، دیگر صرفاً یک تصمیم تجاری نیست؛ بلکه به یکی از مهم‌ترین پرسش‌های صنعت خودرو تبدیل شده است. در سال‌هایی که همکاری با خودروسازان اروپایی زیر سایه تحریم‌ها متوقف شد، شرکت‌های چینی جای خالی آنها را پر کردند و امروز سهم قابل توجهی از بازار داخلی در حوزه‌های مختلف واردات، مونتاژ و همچنین واردات قطعه با شراکت شرق دور رقم می‌خورد. با این حال، این پرسش اساسی همچنان پابرجاست که آیا تداوم همکاری با چین بهترین گزینه برای صنعت خودرو است یا در صورت فراهم‌شدن شرایط، باید بار دیگر به

نقش پررنگ چین در صنعت خودروی ایران

چین امروز مهم‌ترین شریک خارجی صنعت خودروی ایران محسوب می‌شود و بررسی آمارهای رسمی وزارت صنعت، معدن و تجارت، گمرک جمهوری اسلامی ایران و گزارش‌های تولید خودروسازان نشان می‌دهد وابستگی صنعت خودرو کشور به چین در سال‌های اخیر بیش از هر زمان دیگری افزایش یافته است. این وابستگی را می‌توان در سه بخش واردات خودرو، مونتاژ و تأمین قطعات به‌خوبی مشاهده کرد. در بخش واردات خودرو، پس از آزادسازی واردات، چین به بزرگ‌ترین مبدأ تأمین خودرو برای بازار ایران تبدیل شده است. آمارهای رسمی نشان می‌دهد حدود ۹۰ درصد خودروهای وارداتی کشور از برندهای چینی یا از خطوط تولید مستقر در چین تأمین می‌شوند. این موضوع بیانگر آن است که از هر ۱۰ خودروی وارداتی، حدود ۹ دستگاه به صنعت خودروی چین وابسته است. در حوزه تولید نیز نقش چین بسیار پررنگ است. تقریباً تمامی خودروسازان خصوصی کشور از جمله مدیران خودرو، کرمان موتور، بهمن موتور، فردا موتورز و آرین پارس موتور محصولات برندهای چینی را مونتاژ می‌کنند. براساس محاسبات انجام‌شده از آمار رسمی تولید، حدود ۲۵ درصد تولید خودروهای سواری کشور به خودروهای مبتنی بر برندها و پلتفرم‌های چینی اختصاص دارد، در حالی که در بخش مونتاژ خصوصی،



برش



با دو کارشناس اقتصادی، به این پرسش‌ها و الزامات انتخاب یک شریک راهبردی برای آینده خودروسازی ایران پرداخته است.

سمت شرکای اروپایی رفت؟ مهم‌تر از آن، اساساً یک شریک تجاری ایده‌آل برای صنعت خودرو چه ویژگی‌هایی باید داشته باشد؟ «ایران» در گفت‌وگو

سهم برخی برندهای چینی به بیش از ۹۵ درصد می‌رسد. نفوذ چین به خودروهای کامل محدود نیست. این کشور بزرگ‌ترین تأمین‌کننده قطعات، مجموعه‌های منفصله (CKD) و (SKD)، تجهیزات خطوط تولید و بخش قابل توجهی از قطعات بدگی مورد نیاز صنعت خودرو ایران نیز به شمار می‌رود. در بسیاری از ردیف‌های تعرفه‌ای مرتبط با قطعات خودرو، چین رتبه اول تأمین‌کنندگان ایران را در اختیار دارد و بیشترین ارزش واردات قطعات خودرو از این کشور انجام می‌شود. در مجموع، هرچند ایران خودرو و سایپا همچنان بیشترین سهم تولید داخلی را در اختیار دارند، اما از منظر همکاری خارجی، چین بازیگر اول صنعت خودرو ایران است. سهم غالب در واردات خودرو، تسلط بر مونتاژ بخش خصوصی و جایگاه اول در تأمین قطعات نشان می‌دهد بخش مهمی از زنجیره تأمین صنعت خودرو ایران امروز به همکاری با شرکت‌های چینی وابسته است. براساس آمارهای منتشرشده از واردات خودرو، در سال‌های اخیر سهم خودروهای با منشأ چین از کل واردات خودرو ایران حدود ۸۰ تا ۹۰ درصد برآورد می‌شود. برندهایی مانند چانگان، بی‌وای‌دی، GAC، هونگجی، بستون، جیلی، جنور و دانگ‌فنگ در میان محصولات وارداتی حضور پررنگی دارند.

فرصتی که نباید در صنعت خودرو از دست برود



یوسف کاروسی

کارشناس

اقتصادی

سال‌هاست که صنعت خودرو ایران میان دو گزینه چین و اروپا در رفت‌وآمد است؛ اما پیش از آنکه درباره انتخاب شریک خارجی صحبت کنیم، باید مشخص شود هدف ما از این همکاری چیست. اگر قرار است همچنان قطعات منفصله وارد کشور شود و در نهایت محصولی مونتاژشده با عنوان تولید داخل به بازار عرضه کنیم، تفاوت چندانی نمی‌کند شریک ما چه کشوری باشد. اما اگر هدف، توسعه صنعت خودرو و دستیابی به فناوری است، قواعد بازی کاملاً متفاوت خواهد بود. برخلاف تصور رایج، چین استاندارد واحدی در تولید خودرو ندارد. این کشور متناسب با بازار هدف، محصولات و فناوری‌های متفاوتی عرضه می‌کند. استانداردی که برای همکاری با برندهایی مانند مرسدس‌بنز یا بام‌و به کار می‌گیرد، با استاندارد یک شرکت برخی بازارهای درحال توسعه در نظر می‌گیرد، یکسان نیست. بنابراین کیفیت همکاری، بیش از آنکه به نام چین وابسته باشد، به نوع قرارداد، استانداردهای مورد مطالبه و میزان سرمایه‌گذاری بستگی دارد.

در سوی دیگر، صنعت خودروی اروپا در حال تجربه تحولات عمیقی است. رقابت شدید در بازار خودروهای برقی و فشار اقتصادی باعث شده بخشی از خطوط تولید و ظرفیت‌های خودروسازان اروپایی بلااستفاده بماند یا ارزش اقتصادی گذشته را نداشته باشد. این وضعیت می‌تواند برای ایران یک فرصت باشد؛ فرصتی برای خرید خطوط تولید، دریافت لایسنس، انتقال فناوری و دانش فنی، نه صرفاً واردات خودرو یا قطعات. متأسفانه سیاستی که طی سال‌های اخیر دنبال شده، بیشتر بر مونتاژ استوار بوده است. قطعات منفصله با صرف منابع ارزی وارد کشور می‌شوند، در داخل سرهم‌بندی می‌شوند و محصول نهایی با عنوان تولید داخل به بازار عرضه می‌شود؛ درحالی‌که سهم فناوری داخلی در این فرآیند بسیار محدود است. اگر همین منابع به سمت خرید فناوری یا خطوط تولید هدایت شود، نتیجه متفاوت خواهد بود.

بسیاری، خروج خودروسازان اروپایی پس از تحریم‌ها را نشانه غیرقابل‌اعتماد بودن آنها می‌دانند، اما مسأله اصلی، نحوه تنظیم قراردادهاست. اگر قراردادهای به‌گونه‌ای طراحی شوند که انتقال فناوری، انتقال تجهیزات و منافع بلندمدت ایران را تضمین کنند، حتی بازگشت تحریم‌ها نیز نمی‌تواند همه دستاوردهای همکاری را از بین ببرد. ما باید به‌جای واردکننده فناوری، مالک فناوری شویم. واقعیت این است که صنعت خودرو ایران بیش از آنکه به انتخاب میان چین و اروپا نیاز داشته باشد، به تغییر نگاه سیاست‌گذار احتیاج دارد. تصمیم‌گیری باید بر مبنای رقابت، آینده‌نگری و منافع بلندمدت کشور باشد، نه ملاحظات کوتاه‌مدت. هر شریک خارجی، زمانی برای صنعت خودرو ایران ارزشمند خواهد بود که همکاری را به انتقال فناوری، افزایش توان تولید و ارتقای جایگاه این صنعت منجر شود، نه صرفاً ادامه مونتاژ.

پرفروش‌ترین خودروهای لوکس سال ۲۰۲۴

لکسوس هنوز فرمان بازار را در دست دارد

قرار دارد. البته این اتفاق چندان هم دور از انتظار نیست. بازار امروز، چه در آمریکا و چه در بسیاری از کشورهای دیگر، عاشق شاسی‌بلندها شده است. در ادامه نگاهی داریم به پرفروش‌ترین خودروهای لوکس سال ۲۰۲۴؛ فهرستی که هم چند چهره کاملاً آشنا در آن دیده می‌شود و هم چند مدل که شاید پیش از انتظار محبوب شده‌اند.

ترجمه

گروه خودرو

به گزارش سایت caranddriver. آمار فروش خودروهای لوکس در سال ۲۰۲۴ نشان می‌دهد که سلیقه خریداران این کلاس، بیش از هر زمان دیگری به سمت شاسی‌بلندها و کراس‌اوورها متمایل شده است. نکته جالب اینکه در فهرست ۱۰ مدل پرفروش، در عمل خری از سدان‌های سنتی نیست و همه چیز در اختیار خودروهای قدبلند خانوادگی

لکسوس TX

رتبه هفتم به لکسوس TX با فروش ۲۸ هزار و ۱۱۲ دستگاه تعلق دارد. لکسوس پیش از معرفی تی‌ایکس هم در بازار شاسی‌بلندهای لوکس جایگاه بسیار قدرتمندی داشت، اما حالا مشخص شده که تصمیم این برند برای عرضه یک مدل سهدرئفه مستقل، کاملاً تصمیم درستی بوده است.



بام‌و X3

سکوی سوم به بام‌و X۳ با فروش ۳۷ هزار و ۷۶۱ دستگاه رسیده است. X۳ برای مدل ۲۰۲۵ با چهره‌ای جدید معرفی شد و حالا به نظر می‌رسد خریداران هم با طراحی تازه‌ان ارتباط خوبی برقرار کرده‌اند. رشد فروش این مدل در نیمه اول سال، قابل توجه است.



آکورا MDX

در جایگاه هشتم، آکورا MDX با فروش ۲۴ هزار و ۱۰۲ دستگاه دیده می‌شود. آکورا یکی از اولین برندهای لوکس بود که خلیه زود اهمیت کراس‌اوورهای سهدرئفه را درک کرد و MDX را به بازار فرستاد؛ خودرویی که حالا بعد از سال‌ها هنوز هم حرف‌های زیادی برای گفتن دارد.



مرسدس‌بنز جی‌ال‌ای

در رتبه چهارم، مرسدس‌بنز جی‌ال‌ای با فروش ۳۷ هزار و ۸۰۸ دستگاه ایستاده است. جی‌ال‌ای را باید شاسی‌بلند متوسط مرسدس دانست؛ مدلی که حرف E نامش نشان می‌دهد معادل شاسی‌بلند ای‌کلاس در دنیای سدان‌ها است. این خودرو برای مدل ۲۰۲۷ قرار است با فیس‌لیفتی قابل توجه راهی بازار شود.



لکسوس RX

وژگی خاص، بهترین بازار نباشد، اما هنر اصلی‌اش این است که تقریباً همه چیز را خوب و بدون دردسر انجام می‌دهد. با اینکه وجود چندین نسخه هیبریدی مختلف هم باعث ایجاد کرده و بار دیگر نشان داده که گسترده‌تر از قبل شود.



بام‌و X5

این عنوان فعلاً در اختیار بام‌و X۵ است؛ خودرویی که با فروش ۴۱ هزار و ۵۵۴ دستگاه رتبه دوم را به خود اختصاص داده. X۵ یکی از قدیمی‌ترین و ریشه‌دارترین مدل‌های سید بام‌و به حساب می‌آید و قرار است به‌زودی جای خود را به نسل جدید بدهد. با این حال، نزدیک شدن به پایان عمر این نسل نه تنها از محبوبیت آن کم نکرده، بلکه فروشش را هم بالا برده است.



ولوو xc90

یک پله بالاتر، ولوو xc90 با فروش ۲۲ هزار و ۵۳۸ دستگاه ایستاده است. نسل فعلی این خودرو حالا حدود یک دهه است که در بازار حضور دارد، اما ولوو با مجموعه‌ای از به‌روزرسانی‌های فنی و ظاهری، اجازه نداده xc90 رنگ کهنگی به خود بگیرد.



مرسدس‌بنز جی‌ال‌سی

رتبه پنجم در اختیار مرسدس‌بنز جی‌ال‌سی است؛ خودرویی که با فروش ۳۴ هزار و ۸۹۵ دستگاه، رقابت بسیار نزدیکی با مهم‌ترین رقیب خود یعنی بام‌و X3 دارد. جی‌ال‌سی سال‌هاست یکی از برگ‌های برنده مرسدس در بازار شاسی‌بلندهای لوکس متوسط به شمار می‌رود.



بیوک اینکلیو

در رتبه دهم، بیوک اینکلیو با فروش ۲۲ هزار و ۷۶۲ دستگاه قرار گرفته است. شاید برخی معتقد باشند اینکلیو در مقایسه با دیگر خودروهای این فهرست، لوکس تمام‌عیار محسوب نمی‌شود؛ به‌خصوص که این مدل از نظر ساختاری با شورولت ترورس اشتراکاتی دارد و ریشه‌ای اقتصادی‌تر دارد.



لکسوس NX

در رتبه ششم، لکسوس NX با فروش ۳۰ هزار و ۷۶۲ دستگاه قرار دارد. یکی از مهم‌ترین دلایل محبوبیت این کراس‌اوور ژاپنی، ابعاد خاص و خوشمندان آن است. این‌ایکس دقیقاً در فاصله بین شاسی‌بلندهای ساب‌کامپکت و کامپکت لوکس قرار می‌گیرد.



آگهی مزایده فروش خودرو

شرکت کارگزاری بیمه مستقیم بر خط رفاه فرازان هدف در نظر دارد یک دستگاه خودروی کیا سراتو ۲۰۰۰ با مشخصات ذیل را از طریق مزایده به فروش برساند

لغایت روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۵/۰۴/۲۸، از ساعت ۹:۰۰ الی ۱۱:۰۰ نسبت به بازدید خودرو اقدام نمایند. پیشنهادهای خرید باید حداکثر تا پایان ساعت کاری روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۵/۰۴/۲۸، در پاکت در بسته به نشانی تهران، خیابان سپهبد قرنی، کوچه صارمی، پلاک ۲۴ تحویل شود. بازگشایی پاکت پیشنهادها در روز دوشنبه ۲۹ تیرماه انجام خواهد شد. جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره ۰۲۱۵۸۴۴۱۳۱۳ تماس حاصل فرمایید.

مشخصات خودرو:

- نوع خودرو: کیا سراتو ۲۰۰۰
- سیستم KIA CERATO 2000
- مدل: ۱۳۹۸
- رنگ: سفید
- کارکرد: ۱۷۰،۰۰۰ کیلومتر

قیمت پایه کارشناسی: ۳،۱۰۰،۰۰۰،۰۰۰ تومان

متقاضیان می‌توانند از روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۵/۰۴/۲۲



آگهی عرضه اقلام گروه صنعتی ایران خودرو در بازار فرعی بورس کالای ایران اقلام ضایعاتی، راکد و مازاد- عرضه مرحله ۱۲

گروه صنعتی ایران خودرو در نظر دارد اقلام ضایعاتی، راکد و مازاد خود را به شرح ذیل از طریق بازار فرعی بورس کالای ایران به فروش برساند.

اقلام ضایعات تولیدی و غیر تولیدی:

(شرکت ایران خودرو): ۱- انواع ضایعات فولادی ۲- کاتر ۳- انواع ضایعات چوبی و پالت چوبی ۴- صندوق چوبی ۵- انواع ضایعات پلاستیکی ۶- انواع ضایعات مسی ۷- انواع روغن ضایعاتی ۸- اقلام تجهیزاتی ۹- انواع ضایعات پدنه‌ای ۱۰- ضایعات مونتاژی

اقلام ضایعات راکد و مازاد تولیدی سایت‌ها:

شرکت ساپکو (انواع ضایعات مونتاژی - ضایعات آلومینیومی) - شرکت ایران خودرو خراسان (ضایعات فولادی - ضایعات پلاستیکی - بشکه ضایعاتی)

زمان برگزاری مزایده: کلیه متقاضیان می‌توانند جهت بازدید از اقلام، طی روز دوشنبه ۱۴۰۵/۰۴/۲۲ و سه‌شنبه ۱۴۰۵/۰۴/۲۳ از ساعت ۰۸:۳۰ الی ۱۵:۰۰ به شرح ذیل مراجعه نمایند.

آدرس جهت بازدید از اقلام شرکت ایران خودرو: تهران، کیلومتر ۱۴ جاده قدیم کرج، درب شماره ۱۰ ایران خودرو، اداره فروش اقلام ضایعات تولیدی و غیر تولیدی، جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن: ۴۸۲۲۴۷۱۴ (آقای عربی) ۴۸۲۱۳۸۲۹ (آقای طوسی نژاد) تماس حاصل فرمایید.

آدرس جهت بازدید از اقلام سایت‌ها: تهران، کیلومتر ۱۷ بزرگراه فتح، بلوار کرمان خودرو، انتهای کوچه آبان ۲ روبه‌روی درب شرقی شرکت برنز انبار صدف شرکت ساپکو - مشهد - کیلومتر ۵۵ جاده مشهد نیشابور - شهرک صنعتی بی‌نالود - ایران خودرو خراسان جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن: ۴۸۲۲۴۷۷۷ (آقای احمدی) تماس حاصل فرمایید.

ملاحظات و شرایط ویژه:

• جهت شرکت در فرآیند خرید اقلام ضایعاتی شرکت ایران خودرو از بازار فیزیکی بورس کالا بازدید از اقلام ضایعاتی الزامی می‌باشد.

• شرکت‌کنندگان جهت مشاهده اطلاعیه عرضه‌ها با مراجعه به سایت بورس کالای ایران www.ime.co.ir - بازارها - بازار فرعی - بخش اطلاعیه عرضه مراجعه نمایند.

جهت اخذ اطلاعات تکمیلی به نشانی اینترنتی ذیل مراجعه فرمایید.

<https://www.ime.co.ir>