

**Чжан Цяо**  
**студентка**  
**2 курс магистратуры, Институт социально-гуманитарного**  
**образования**  
**Московский педагогический государственный университет**  
**Россия, г. Москва**

## **СТРАТЕГИЯ И ВДОХНОВЕНИЕ GREAT WALL MOTOR ДЛЯ ЭКСПАНСИИ ЗА РУБЕЖ**

*Аннотация:*

*На фоне того, что моя страна десять лет подряд является производителем и дистрибьютором автомобилей номер один в мире, спрос на внутреннем рынке за последние два года стал насыщенным, а объем сделок на месте сократился. Отечественные автопроизводители спланировали свою деятельность для зарубежных рынков. В структуре автомобильного экспорта Китая в 2019 году на 80% преобладали автомобили, принадлежащие частным владельцам, и идеи интернационализации независимых автомобильных компаний имеют свои достоинства. Среди них стратегия фокусировки Great Wall Motor, а также схема производства и маркетинга весьма своеобразны, что обеспечивает определенный ориентир для потребителей. зарубежная экспансия автомобилей независимых брендов.*

*Ключевые слова: Автомобильная промышленность; Great Wall Motor; Независимый бренд; Экспортная стратегия*

**Zhangqiao**  
**student**  
**2 courses of a magistrac, Institute of social arts education**  
**Moscow pedagogical state university**  
**Russia, Moscow**

## **GREAT WALL MOTOR'S STRATEGY AND INSPIRATION FOR EXPANSION ABROAD**

*Summary:*

*Against the background of the fact that my country has been the number one car manufacturer and distributor in the world for ten years in a row, demand in the domestic market has become saturated over the past two years, and the volume of transactions on the spot has decreased. Domestic automakers have planned their activities for foreign markets. In the structure of China's automobile exports in 2019, cars owned by private owners prevailed by 80%, and the ideas of internationalization of independent automobile companies have their advantages. Among them, the Great Wall Motor's focus strategy, as well as the production and marketing scheme are very peculiar, which provides a certain guideline for consumers. foreign expansion of cars of independent brands.*

*Keywords: Automotive Industry; Great Wall Motor; Independent brand; Export Strategy*

1 Текущая ситуация с расширением зарубежного рынка Great Wall Motor

1.1 Масштаб экспорта

С 2013 по 2015 год объем экспорта легковых автомобилей в старом городе продолжал снижаться. В 2015 году объем экспорта легковых автомобилей в старом городе составил всего 23 000 автомобилей. После падения до самой низкой точки в 2016 году он достиг дна и восстановился. С 2017 по 2019 год объем экспорта В 2019 году было экспортировано 65 000 автомобилей, что в 2015 году в годовом исчислении увеличилось в 2,8 раза. Общий операционный доход за рубежом остановил тенденцию к снижению в 2016 году, увеличившись со 110,34 млн юаней в 2016 году до 552,22 млн юаней в 2019 году, увеличившись в годовом исчислении на 400% от выручки, а годовой прирост выручки только в 2019 году достиг 66,96%. Масштабы экспорта и доходы от маркетинга восстановились после падения до минимума в 2016 году и достигли нового максимума в 2019 году<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Лю Юфэй. Исследование выбора пути интернационализации китайских автомобильных компаний - на основе анализа кейсов Weijng Automobile и Geely Automobile [J]. Современные финансы и экономика, 2017, (10): 77-86.

## 1.2 Область экспорта

В 2019 году выручка России составила 143,43 млн, что составляет 25,97% от общей зарубежной выручки; выручка Южной Африки составила 72,04 млн, что составляет 19,60%; выручка Саудовской Аравии составила 72,04 млн, что составляет 13,05%, что напрямую входит в тройку крупнейших зарубежных рынков; Общая выручка Чили и Эквадора составила 79,1 млн юаней, что составляет 14,32%, а на остальные более чем 120 стран продаж приходится лишь 2706% от общего объема зарубежной выручки. Great Wall Motor приложила больше усилий на международном рынке, и источники ее доходов в основном сосредоточены в менее развитых странах.

## 1.3 Экспортные товары

В 2019 году Great Wall Motors экспортировала в общей сложности 65 404 автомобиля, из которых пикапы сохранили первый объем внутреннего экспорта за 22 года, экспортировав 17 453 автомобиля, что на 34,66% больше, чем в 2018 году; Внедорожники, как стратегический центр Great Wall Motors, показали отличные результаты. в условиях наличия наилучших ресурсов было экспортировано 43 785 автомобилей, что на 57,62% больше по сравнению с аналогичным периодом прошлого года в 2018 году; легковые автомобили (в основном новые энергетические транспортные средства) экспортировали 4 166 автомобилей после стратегической корректировки, что на 5,10% меньше по сравнению с аналогичным периодом прошлого года в 2018 году. Количество экспортируемых товаров, как правило, растет, внедорожники и пикапы стабильно работают, и все еще есть возможности для прогресса в области новых энергетических транспортных средств.<sup>2</sup>

## 1.4 Способ продажи

Great Wall Motor создала маркетинговую сеть из более чем 500 компаний в более чем 60 странах мира и успешно продает продукцию Great Wall Motor

<sup>2</sup> Лю Юфэй. Исследование выбора пути интернационализации китайских автомобильных компаний - на основе анализа кейсов Beijing Automobile и Geely Automobile [J]. Современные финансы и экономика, 2017, (10): 77-86.

почти в 130 странах и регионах. Среди них большинство стран, подписавших соглашения о свободной торговле с Китаем, применяют метод экспорта транспортных средств. Второй способ заключается в сборке автомобиля на зарубежных сборочных заводах КД, а затем его экспорте на месте. Первый местный завод полного цикла в России, своевременно вносятся коррективы в соответствии с местными потребностями, и осуществляется комплексная подготовка персонала, исследования, производство, продажи и снабжение, а также интегрированы производство и продажи за рубежом.

## 2 Стратегия расширения зарубежного рынка Great Wall Motor<sup>3</sup>

2.1 Укрепить фундамент технологических исследований и разработок и попытаться экспортировать суббренды

(1) В процессе модернизации промышленности и глобализации предприятий их собственный превосходный технический уровень является козырной картой зарубежной конкуренции. Great Wall Motor всегда придерживалась стратегии “точных инвестиций” в НИОКР, и ее инвестиции в НИОКР увеличились с 447 млн юаней в 2010 году до 4,248 млрд юаней в 2019 году. Общий объем инвестиций находится на самом высоком уровне среди отечественных автомобильных компаний, а коэффициент роста инвестиций занимает одно из первых мест среди самых лучших. Глобальные научно-исследовательские центры “семи стран и десяти мест” делятся и сотрудничают друг с другом. Японское отделение специализируется на разработке дизайна, немецкое, австрийское, корейское и индийское отделения сосредоточены на новых энергетических проектах, а американское и индийское отделения сотрудничают в разработке автономных систем вождения, которые являются самыми сильными в быстрорастущих городах мира. Great Wall Motor продолжает наращивать инвестиции в исследования и разработки, искать пути технологических изменений, перенимать опыт у зарубежных мастеров и

<sup>3</sup> Чжан Линь. Текущая ситуация, проблемы и меры по улучшению экспорта автомобильной промышленности Китая [J]. Практика внешней торговли и экономического сотрудничества, 2018, (03): 50-53.

передовые технологии, консолидировать и модернизировать собственную продукцию, получать представление о качестве продукции от производителя и делать первый шаг в зарубежной экспансии.

(2) С помощью стратегии focus компания Great Wall вновь ожила и попыталась вывести модель Naual на зарубежные рынки. Когда Great Wall Motor сформулировала свою стратегию развития, она отказалась от некоторых моделей, чтобы интегрировать ресурсы компании, и запустила суббренд Naual для сегмента рынка внедорожников. Ориентируясь на стратегию, компания добилась миллионного объема продаж модели велосипеда Naual H6 и воспользовалась тенденцией для запуска Weipai (WEY) бренд роскошных внедорожников для обогащения продуктовой линейки. Теперь Naual, Great Wall Pickup, WEY и Euler - это четыре различных типа суббрендов с различным позиционированием для удовлетворения различных потребностей, а также планировкой и развитием мультиавтомобильных суббрендов. Внешняя экспансия по-прежнему продолжает внутреннюю "стратегию фокусировки", при этом внедорожник Naual является ведущим продуктом для выхода на зарубежные рынки, подсерии H и M обогащают товарные категории, занимая сегменты рынка в качестве стратегии развития бренда, улучшают имидж бренда, чтобы получить премиальный бренд, и исследуют возможности для других суббрендов. чтобы в будущем выйти на зарубежные рынки.

2.2 Оптимизировать распределение деталей и комплектующих и сотрудничать в разработке новых технологий

(1) Оптимизация бизнеса по нормированию запасных частей может увеличить продажи автомобилей, увеличить доходы предприятий за рубежом и помочь автомобильным компаниям и отрасли повысить свой глобальный статус. Great Wall Motor создала четыре дочерних предприятия по производству запчастей и в 2020 году добавит базы двигателей и коробок передач, чтобы улучшить цепочку поставок запчастей, увеличить производственные мощности и стремиться удовлетворять собственные потребности, активно генерируя доход. Дочерние компании Great Wall parts конкурируют с первоклассными поставщиками запчастей в тендерах на

поставку запчастей материнской компании, используя открытую конкуренцию, чтобы заставить дочерние компании повышать уровень технологии производства запасных частей и бизнес-мастерства, ускорить рост своих компаний по производству запасных частей и побудить дочерние компании по производству запчастей открываться для рынка. внешний мир и участвовать в поставках запчастей другими компаниями. Цель состоит в том, чтобы выстроить эффективную вертикаль поставок внутри предприятия, развить рыночный бизнес и повысить эффективность компании, подготовиться к тому, чтобы в будущем стать поставщиком запасных частей, адаптированных к рынку, и еще больше повысить конкурентоспособность экспортной продукции материнской компании.

(2) Только тогда, когда предприятия сотрудничают с многопрофильными предприятиями для совместного внедрения инноваций, они могут адаптироваться к изменениям спроса, вызванным развитием науки и техники. В области новых энергетических транспортных средств Great Wall Motors и BMW запустили проект new energy “Beam Car” в ноябре 2019 года. Модель BMW new energy I8 была признана продуктом самого высокого качества в мире в 2019 году. Благодаря техническому одобрению BMW и статусу отраслевого бренда автомобили Great Wall New Energy будут совершенствуют свой научно-исследовательский процесс и технологию производства, и ожидается, что они завершат технологическую модернизацию и обновление бренда новых энергетических транспортных средств. Что касается интеллектуальных технологий, Great Wall Motor совместно с Tencent, Ali, Gaode и другими 8 технологическими компаниями планирует совместно разрабатывать технологии будущего, такие как автономное вождение L4, вождение без водителя 5G и полностью автоматические парковочные системы, для создания экосистемы интеллектуальных путешествий. Активно занимаясь поиском технических и стратегических партнеров, объединяя многочисленные ресурсы для повышения собственной эффективности, Great Wall Motor неуклонно накапливает энергию и полностью готова пустить корни на зарубежных рынках.

2.3 Усилить контроль за производственной цепочкой и усовершенствовать глобальную маркетинговую сеть

(1) Great Wall Motor сочетает в себе характеристики регионов экспорта и принимает различные меры для создания преимуществ конечного продукта. В Китае имеется восемь производственных баз полного цикла, подключенных к сети в различных точках, охватывающих Северный Китай, Восточный Китай и Южный Китай и охватывающих соседние страны для осуществления экспорта автомобилей и поставок запчастей. За рубежом, где Россия является центральным пунктом, соседние страны вдоль "Пояса и пути", такие как Эквадор, Малайзия, Тунис, Болгария и другие страны, построили заводы КД с полным технологическим процессом и смело попытались создать зарубежные заводы с полным технологическим процессом для обеспечения локализованного производства всех деталей и комплектующих. Сочетание нескольких методов экспорта является мощной мерой для Great Wall Motor по увеличению экспорта. Во-первых, сборочный цех КД используется для локализации основных компонентов, что снижает цену конечного продукта с точки зрения рабочей силы, сырья и транспортировки, а также повышает конкурентоспособность продукции. Во-вторых, детали, которые не могут быть произведены за рубежом, экспортируются отдельно, чтобы снизить тарифные расходы. Зарубежные заводы с полным технологическим процессом являются одной из характеристик глобальной планировки Великой Китайской стены. Объединение местных фактов для строительства заводов с полным технологическим процессом, с одной стороны, позволит решить проблему занятости местного населения и заручиться политической поддержкой местного правительства; с другой стороны, это может привлечь потребителей в соседних странах. страны, улучшайте узнаваемость бренда и стремитесь к более высокой премии за бренд.

(2) В сочетании с производственной схемой Great Wall Motor создала маркетинговые центры в пяти регионах: России, Австралии, Южной Африке, Южной Америке и на Ближнем Востоке, а также создала глобальную дистрибьюторскую сеть с более чем 500 дилерами. Взяв в качестве примера

Саудовскую Аравию, Great Wall Motor заключила соглашение о сотрудничестве с саудовским дистрибьютором ADMC. Благодаря своей репутации высокого качества и маркетинговой стратегии в Саудовской Аравии, Саудовская Аравия за три года вошла в пятерку крупнейших стран-экспортеров Great Wall. Great Wall Motor делит свой центр принятия маркетинговых решений по регионам и разрабатывает маркетинговые стратегии, основанные на условиях местных дилеров. Например, выбор экономичного Haval M2 в качестве первой модели продвижения в Саудовской Аравии был успешным. Учитывайте фактическую ситуацию в регионе, внедряйте маркетинговую стратегию, основанную на стране как единице и регионе в целом, повышайте эффективность принятия региональных решений, обеспечивайте точность и оперативность предпродажного и послепродажного обслуживания, а также повышайте удовлетворенность клиентов.

### 3 Последствия для зарубежной экспансии наших собственных брендов

#### 3.1 Обновление как технологии, так и бренда

Контроль иностранных автомобильных компаний над основными компонентами ослабил рыночную конкурентоспособность отечественных автомобильных компаний, и преодоление технических ограничений является ключом для отечественных автомобильных компаний к выходу на зарубежные рынки. Повышение конкурентоспособности может начаться с укрепления сотрудничества между ведущими технологическими автомобильными компаниями и автомобильными компаниями второго и третьего эшелона, стимулирования обновления отечественных технологий с точки зрения капитала, опыта, спроса и т.д., ускорения реализации отечественных основных компонентов для замены зарубежного импорта, повышения надежности независимых технологий и признания на рынке, увеличивая долю автомобилей независимых брендов на внутреннем рынке и закладывая основу для выхода на зарубежные рынки и накопления опыта. Когда компании используют недорогие автомобили для завоевания зарубежных рынков, они должны своевременно выпускать суббренды высокого класса с хорошим качеством, красивым внешним видом и хорошим опытом работы, основываясь



на характеристиках продукта, и создавать суббренды, соответствующие потребностям рынка. Производители автомобилей независимых брендов не должны потакать политическим льготам и выгодам рынка низкого ценового сегмента при экспорте. Они должны стремиться повысить свою основную конкурентоспособность, объединить рынок, чтобы создать разумную компоновку по нескольким параметрам, таким как цена и модель, и искать свой собственный характерный путь развития в сочетании с “выходом на глобальный уровень”. политика, направленная на создание глобального имиджа бренда автомобильной компании.

### 3.2 Восполнять ключевые недостатки и создавать преимущества

По сравнению с Южной Кореей, 100 крупнейших поставщиков запчастей в Китае имеют большое количество, но низкий уровень доходов, что свидетельствует о проблемах недостаточной технологичности, низкой добавленной стоимости и отсталости технологий в отечественной индустрии запчастей. Отечественным автомобильным компаниям необходимо использовать субсидии из фонда прибылей от транспортных средств для поддержки исследований и разработок запчастей, стремиться освоить основную технологию производства запчастей и в то же время исследовать восходящие каналы в отрасли по переработке деталей, осуществить трансформацию экспортной модели, улучшить положение кривой улыбки и повысить эффективность производства. технические преимущества экспорта запчастей. Во-вторых, усовершенствовать модель самодостаточности деталей и комплектующих в отечественной производственной цепочке, усовершенствовать цепочку производства отечественных деталей и комплектующих компонентов и увеличить долю самостоятельных поставок отечественных деталей и комплектующих компонентов. В сочетании с внедрением и пересмотром политики управления восстановлением автозапчастей на внутреннем рынке, развитием бизнеса по восстановлению запчастей, улучшением интеграции индустрии воспроизводства деталей и комплектующих, формированием эффекта масштаба и установлением преимуществ по затратам на экспорт.

Поймите тенденцию развития экологически чистых и интеллектуальных отраслей и разработайте траекторию развития с учетом таких аспектов, как привлечение талантов, обновление технологий, дизайн продукта и язык бренда. Что касается чистоты, мы активно внедряем таланты для модернизации наших собственных технологий и в то же время стремимся к сотрудничеству с выдающимися компаниями, чтобы помочь отечественным автомобильным компаниям ускорить исследования и разработку новых энергетических технологий, а затем совместно создавать суббрендовые продукты с помощью производственных и маркетинговых каналов между двумя компаниями. стороны добиваются распределения, чтобы разделить риски и укрепить репутацию и беспроигрышную ситуацию. Что касается интеллекта, то мы сотрудничали с выдающимися поставщиками программного обеспечения в стране и за рубежом для разработки таких технологий, как вождение без водителя, автоматическая парковка и интеллектуальные системы вождения, в сочетании с двойными преимуществами отечественной цифровой экономики и технологии 5G для создания полностью интеллектуальной экологической платформы транспортного средства и стремимся достичь посадки вся цепочка отечественной индустрии интеллектуальных транспортных средств и дальнейшее закрепление ведущих преимуществ отечественных автомобильных интеллектуальных технологий.

### 3.3 Оптимизировать структуру производственной цепочки

Сочетая политические, экономические, культурные, географические и другие факторы, для разных стран и регионов применяются различные модели поставок и маркетинга. Для стран с высокими тарифами на транспортные средства предусмотрены сборочные предприятия КД для снижения тарифных рисков. В сочетании с тарифным соглашением принимающей страны они распространяются на соседние страны и преодолевают транспортные барьеры на большие расстояния и тарифные барьеры для получения преимуществ с точки зрения затрат. Стратегически важные страны могут попытаться построить заводы с полным технологическим циклом, которые могут эффективно повысить узнаваемость местных брендов, и гибко корректировать

ассортимент деталей и изделий в соответствии с рыночным спросом, чтобы достичь эффективной модели производства и поставок с низким уровнем запасов, низкой себестоимостью и высоким качеством. Контролируйте затраты и качественные детали по всем направлениям, повышают эффективность послепродажных поставок запчастей и создают преимущества для всей цепочки производства и поставок за рубежом. После оптимизации структуры производства и поставок заручитесь сотрудничеством дистрибьюторов с подходящими целями и возможностями, а также найдите зарубежную визитную карточку для корпоративного бренда. Создайте крупномасштабный центр принятия маркетинговых решений, основанный на географии, чтобы сформировать высококачественную глобальную и эффективную маркетинговую сеть с унифицированными и действенными региональными стратегиями и гибкими и регулируемым регионами для обеспечения гарантий предпродажного и послепродажного обслуживания и достижения бесприоритетного имиджа бренда и репутации.

### **Литература:**

1. Лю Юфэй. Исследование выбора пути интернационализации китайских автомобильных компаний - на основе анализа кейсов Beijing Automobile и Geely Automobile [J]. Современные финансы и экономика, 2017, (10): 77-86.
2. Чжан Линь. Текущая ситуация, проблемы и меры по улучшению экспорта автомобильной промышленности Китая [J]. Практика внешней торговли и экономического сотрудничества, 2018, (03): 50-53.
3. Ван Юаньбинь, Ван Чуньюй, Чжэн Сюэдан и др. Статус глобальной цепочки создания стоимости автомобильной промышленности Китая и пути ее развития в новой ситуации [J]. Международный бизнес (Журнал Университета международного бизнеса и экономики), 2019, (03) : 59-68.
4. Ли Линьфан, Чэнь Цзыхуэй. Победа “в Китае” - на подъеме Great Wall Motors [J]. Современная наука управления, 2017, (11): 69-71.

5. Чжан Паньхун. Текущая ситуация и расширение экспортной торговли автомобилями Changan [J]. Практика внешней торговли и экономического сотрудничества, 2018, (12): 49-52.
6. Чэн Юань, Фэн Цзе. Стратегия развития интернационализации автомобильной промышленности Китая в контексте трансформации и модернизации обрабатывающей промышленности [J]. Практика внешней торговли и экономического сотрудничества, 2020, (08): 21-24.