

Секция «43.21 Стратегический менеджмент: от классики управленческой мысли к современным вызовам»

Стратегии развития китайских автопроизводителей на российском рынке 2020–2025 годов

Заявка № 1677994

Актуальность темы

Трансформация российского автомобильного рынка в 2020–2025 гг. стала одной из наиболее масштабных структурных перестроек отрасли за последние десятилетия. Введение экономических санкций и уход западных брендов привели к кардинальному перераспределению каналов поставок, доля новых автомобилей китайских брендов в структуре рынка увеличилась с 2% в 2019 г. до 57,66% по итогам 2024 г. [6]. При этом рынок продемонстрировал высокую волатильность: обвал продаж на 59,2% в 2022 году [4] сменился восстановительным ростом в последующие периоды. В данных условиях российский автомобильный рынок стал эмпирической средой для анализа стратегий активной экспансии китайских автопроизводителей в условиях высокой турбулентности и институциональных ограничений, особенности проникновения и закрепления которых на новых рынках требуют глубокого научного изучения [2].

Цель

Выявить и систематизировать стратегии развития китайских автопроизводителей в России в 2020–2025 гг.

Задачи

- 1) На основе анализа научной литературы определить особенности стратегий развития китайских автомобильных компаний на зарубежных рынках.
- 2) Выявить ключевые тренды российского автомобильного рынка в 2020–2025 гг.
- 3) Проанализировать степень и особенности конкуренции на российском автомобильном рынке, включая конкуренцию между китайскими брендами и другими иностранными производителями.
- 4) На основе полученных ранее данных сформировать сравнительную характеристику стратегий развития китайских автомобильных брендов в России, систематизировать наиболее распространённые стратегические модели.
- 5) Разработать обобщённую типологию стратегий развития китайских автопроизводителей на российском рынке.

Методология

Исследование базируется на предпосылках стратегического менеджмента и анализе современных концепций международной экспансии. Важный теоретический аспект в исследованиях такого рода – это анализ того, как транснациональные автомобильные корпорации адаптируют свои стратегии под влиянием принимающей институциональной среды и государственной политики целевого рынка [3]. Количественный анализ данной работы опирается на данные аналитических агентств и статистику продаж легковых автомобилей. Для оценки концентрации рынка и стабильности доминирующей группы применяется матрица SV. Качественный этап исследования включает проведение глубинных интервью с представителями российских дилерских сетей с целью верификации выявленных стратегических механизмов.

Основные результаты

- 1) Структурный сдвиг предложения: зафиксирован переход от рынка с доминированием глобальных брендов к модели, в которой основой предложения выступают китайские производители. По итогам 2024 года бренды из КНР (Haval, Chery, Geely, Changan) заняли подавляющее большинство позиций в топ-10 по объёму продаж [5].

2) Трансформация конкурентной динамики: выявлено, что если в 2022–2023 гг. экспансия китайских марок обеспечивалась преимущественно за счет замещения ушедших международных игроков, то к 2024–2025 гг. фокус конкурентной борьбы сместился внутрь расширившегося китайского сегмента, насчитывающего более 65 брендов.

3) Эволюция стратегий присутствия: доказан форсированный переход автопроизводителей от экспортной модели к локальному производству. В ретроспективе, как и в предыдущие десятилетия, именно действия регулятора остаются ключевым драйвером трансформации стратегий автомобильных брендов в России [1]. Так, систематическая индексация утилизационного сбора выступила катализатором локализации: в 2025 году 38% реализованных китайских легковых автомобилей имели российские VIN-номера, а у лидера рынка среди китайских автопроизводителей (Naval) доля локальной сборки достигла 83% [7].

4) Диверсификация каналов сбыта: наряду с классическими инвестициями в дилерскую инфраструктуру, компании начали применять стратегии омниканальных продаж, включая реализацию автомобилей через маркетплейсы, что позволило децентрализовать сбыт и охватить региональные рынки без развитых дилерских сетей [8].

5) Систематизация и типологизация стратегических моделей: выявлены ключевые характеристики стратегий развития китайских автопроизводителей на российском рынке и разработана их обобщённая типология. Предложенная классификация демонстрирует специфику и существенные различия между подходами к масштабированию и закреплению на рынке у различных китайских брендов.

Источники и литература

- 1) Вертоградов В. А., Щелокова С. В. Стратегии премиальных автомобильных брендов в России и действия регулятора (2009–2021) // Мир новой экономики. — 2022. — Т. 16, № 2. — С. 64–75. — DOI: 10.26794/2220-6469-2022-16-2-64-75.
- 2) Волгина Н. А., Луговская Е. М. Китайские автомобильные компании на российском рынке: особенности проникновения и закрепления // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Экономика. — 2024. — Т. 32, № 2. — С. 303–323. — DOI: 10.22363/2313-2329-2024-32-2-303-323.
- 3) Sun P., Mellahi K., Thun E. The dynamic value of MNE political embeddedness: The case of the Chinese automobile industry // Journal of International Business Studies. — 2010. — Vol. 41. — P. 1161–1182.
- 4) Аналитическое агентство «АВТОСТАТ». Итоги продаж новых легковых автомобилей в России в 2022 году [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.autostat.ru/press-releases/53553/> (дата обращения: 01.02.2026).
- 5) Аналитическое агентство «АВТОСТАТ». Российский авторынок в 2024 году вырос на 48% [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.autostat.ru/press-releases/59224/> (дата обращения: 01.02.2026).
- 6) Аналитическое агентство «Автостат Инфо». Изменение доли китайских легковых автомобилей в России (2019–2024 гг.) [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.avtostat-info.com/News/11967> (дата обращения: 01.02.2026).
- 7) Газпромбанк Автолизинг: за 2025 год продали 258 тысяч китайских машин, собранных на восьми российских заводах [Электронный ресурс] // Газпромбанк Автолизинг. — URL: <https://autogpbl.ru/press-center/novosti-kompanii/gazprombank-avtolizing-za-2025-god-prodali-258-tysyach-kitayskikh-mashin-sobrannykh-na-vosmi-r> (дата обращения: 01.02.2026).

- 8) OKS Labs. Автомобильный рынок 2025: аналитический отчет [Электронный ресурс]. — URL: <https://adindex.ru/publication/analytics/search/332783/img/Auto-Market-2025-OKS-Labs.pdf> (дата обращения: 01.02.2026).