

شماره



ماهنامه

صنعت | چین خودرو

خودروی برقی
جدید و لوکس
شیائومی به
قیمت ۷۳
هزار دلار

اردیبهشت ۱۴۰۴

شماره ۲۲

سال دوم



www.techchina.ir



@fanavarichin



گزینه‌های پیش روی خودروسازان خارجی در چین

تأکید سازندگان
خودروهای برقی
چینی بر سرعت
بخشیدن به توسعه
جهانی



خودروهای خودران، جبهه بعدی
جنگ فناوری آمریکا و چین

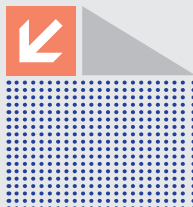


فهرست مطالب

- هوش مصنوعی دیپ‌سیک به یک ویژگی ضروری در خودروهای برقی تبدیل می‌شود ۳
- خودروی برقی جدید و لوکس شیائومی به قیمت ۷۳ هزار دلار ۶
- بی‌ولای‌دی شبکه فروش خودروهایش در کره جنوبی را ۲ برابر می‌کند ۹
- گزینه‌های پیش روی خودروسازان خارجی در چین ۱۱
- امکان صرف سوپ داغ در ماشین؛ ویژگی جدید خودروهای چینی ۱۴
- گسترش حضور جهانی خودروسازی شپینگ به ۶۰ بازار در سال ۲۰۲۵ ۱۷
- خودروهای خودران، جبهه بعدی جنگ فناوری آمریکا و چین ۲۰
- همکاری علی‌بابا با نیو و بی‌ام‌و به منظور افزایش پذیرش هوش مصنوعی در صنعت خودرو ۲۶
- استفاده فولکس‌واگن، جنرال‌موتورز و نیسان از فناوری چینی برای بازپس‌گیری سهم بازار خودروهای برقی ۲۹
- وضع قوانین برای ایمن‌سازی خودروهای برقی خودران در چین ۳۴
- تأکید سازندگان خودروهای برقی چینی بر سرعت بخشیدن به توسعه جهانی ۳۷



هوش مصنوعی دیپ‌سیک به یک ویژگی ضروری در خودروهای برقی تبدیل می‌شود



سازندگان خودروهای برقی چینی در تلاشند تا هوش مصنوعی توسعه یافته توسط دیپ‌سیک را نصب کنند تا در بازاری بسیار رقابتی به امکانات دیجیتالی خودروهای خود اضافه کنند. به گزارش ساوت چاینا مورنینگ پست، بیش از ده‌ها خودروساز، از بی‌وای‌دی رهبر خودروهای برقی تا استارت‌آپ لپ‌موتور تحت حمایت استلانتیس، برنامه‌های خود را برای توسعه خودروهای مجهز به ویژگی‌های دیپ‌سیک اعلام کرده‌اند. خودروهای بدون دیپ‌سیک یا سهم بازار را از دست خواهند داد یا از بازار خارج خواهند شد.

این استارت آپ مستقر در هانگژو در چند هفته گذشته پس از انتشار دو مدل پیشرفته هوش مصنوعی منبع باز، دیپسیک-۷۳ و دیپسیک-۸۱، با کسری از هزینه و قدرت محاسباتی که شرکت‌های بزرگ فناوری معمولاً برای پروژه‌های مدل زبانی بزرگ (LLM) نیاز دارند، توجه جهانی را به خود جلب کرد. LLM فناوری پشت سرویس‌های هوش مصنوعی مولد مانند ChatGPT OpenAI و چت ربات همانم خود دیپسیک است.

هوش مصنوعی می‌تواند خودروها را از طریق سیستم‌های پیشرفته کمک راننده (ADAS) ایمن‌تر و هوشمندتر کند، امکانات سرگرمی داخل خودرو را افزایش دهد و تجربه کلی رانندگی را بهبود بخشد.

بی‌وای‌دی به تازگی اعلام کرد که دیپسیک را با نرم‌افزار خودروی Xuanji خود یکپارچه می‌کند تا قابلیت‌های هوش مصنوعی خودروهای خود را افزایش دهد. این خودروساز قصد دارد رانندگی اولیه خودران را در تقریباً همه خودروهای خود به صورت رایگان ارائه دهد و رانندگی خودران را برای همه مشتریان سرزمین اصلی چین مقرون به صرفه کند زیرا به دنبال مزیت رقابتی در یک جنگ رو به افزایش قیمت است.

این شرکت مستقر در شنجن قصد دارد حداقل ۲۱ مدل - از جمله هاچ بک Seagull که از ۶۹۸۰۰ یوان (۹۵۷۵ دلار) شروع می‌شود - به ADAS بومی خود مجهز کند که خودروها را قادر می‌سازد در بزرگراه‌ها حرکت کنند و پارک خود را انجام دهند.

جیلی، گریت وال موتورز، چری و سایک نیز از برنامه‌هایی برای استفاده از دیپسیک در کابین‌های دیجیتال خود برای جذب رانندگان چینی روغمایی کرده‌اند.

شرکت تحقیقاتی IDC در گزارشی اعلام کرد: مدل منبع باز دیپ‌سیک توسعه‌دهندگان جهانی را برای مشارکت در بهینه‌سازی و تست‌های امنیتی از طریق پلتفرم‌های متعددی مانند GitHub جذب کرده است و یک اکوسیستم نوآوری مشارکتی پر جنب و جوش را تشکیل می‌دهد. برای کاربران نهایی، تمایل و توانایی آن‌ها برای استقرار، آموزش و استفاده از مدل‌های زبان بزرگ نیز به طور قابل توجهی بهبود خواهد یافت.

تمایل روزافزون رانندگان چینی به وسایل نقلیه هوشمند، سازندگان بزرگ خودروهای برقی را بر آن داشته تا در چند سال گذشته، فناوری رانندگی خودکار و کابین‌های دیجیتال خود را بهبود بخشند.

دبیر کل چین EV۱۰۰، یک سازمان غیردولتی که اکثر مدیران ارشد خودروهای برقی کشور را به عنوان اعضای آن به حساب می‌آورد، به تازگی گفت ۱۵ میلیون خودرو، یا دو سوم فروش ملی در سال ۲۰۲۵، به سیستم‌های رانندگی خودکار اولیه مجهز خواهند شد.

دیپ‌سیک به منبع جدیدی از غرور ملی تبدیل شده است و به خودروسازان داخلی چین کمک می‌کند تا فروش خود را افزایش دهند. شتاب برای استفاده از دیپ‌سیک در خودروهای الکتریکی جدید همچنین نشان می‌دهد که چگونه رقابت در این بازار شدیدتر شده است.

در دو سال گذشته تخفیف‌های شدید خودروسازان ادامه داشته است. بر اساس داده‌های انجمن خودروهای مسافری چین، خودروسازان قیمت ۱۹۵ مدل از جمله خودروهای بنزینی، خالص الکتریکی و هیبریدی را از ژانویه تا نوامبر سال ۲۰۲۴ کاهش دادند که از ۱۵۰ مدل در سال ۲۰۲۳ بیشتر بوده است.



خودروی برقی جدید و لوکس شیائومی به قیمت ۷۳ هزار دلار



شیائومی، سازنده چینی گوشی‌های هوشمند که شارژ موفقیت‌آمیز خودروهای الکتریک را انجام داده است، با معرفی رسمی خودروی SUV Ultra، پریمیوم‌ترین مدل خود، وارد بخش لوکس این بازار شد. به گزارش ساوت چائینا مورنینگ پست، این شرکت قیمت سدان چهار در را که برای اولین بار در آوریل رونمایی شد، ۵۲۹۹۰۰ یوان (۷۲۹۲۹ دلار) تعیین کرد که ۳۵ درصد کمتر از قیمت ۸۱۴۹۰۰ یوانی اعلام شده در زمان آغاز پیش فروش در ماه اکتبر بود. نسخه Ultra به فناوری رانندگی بیش از حد خودکار (HAD) شیائومی مجهز است، یک سیستم رانندگی هوشمند که در ماه نوامبر ۲۰۲۴ رونمایی شد.



جنت | چین
خودرو

سال دوم - شماره ۲۲ - اردیبهشت ۱۴۰۴

شیائومی در نه ماهه اول سال ۲۰۲۴، حدود ۲۴۸ هزار دستگاه خودروی برقی سفارش گرفته و در همان زمان ۱۳۵ هزار دستگاه خودرو تحویل داده است.

این شرکت همچنین یک گوشی هوشمند به نام Ultra ۱۵ معرفی کرد. این گوشی و SUV «بالاترین» محصولاتی بودند که شیائومی تولید کرده بود و آغاز حرکت به سمت بازارهای سطح بالا بودند.

مدل Ultra SUV استانداردهای خودروهای لوکس را بازتعریف خواهد کرد و پورشه تایکان توربو GT را شکست داد و به سریع‌ترین خودروی چهار در تولید انبوه تبدیل شد که در پیست بین‌المللی شانگهای پیموده شده است.

شیائومی اطمینان داشت که Ultra SUV به فروش سالانه ۱۰ هزار دستگاه خواهد رسید.

این شرکت در ماه مارس با اولین مدل‌های خود، SUV، Pro SUV و Max وارد بازار شلوغ خودروهای برقی چین شد که یکی از پربیننده‌ترین تغییرات تجاری توسط یک شرکت فناوری چینی بود.

شیائومی قصد دارد در سال ۲۰۲۵، بیش از ۳۰ میلیارد یوان در تحقیق و توسعه سرمایه‌گذاری کند و کل سرمایه‌گذاری تحقیق و توسعه خود را از سال ۲۰۲۱ تا ۲۰۲۵ به ۱۰۵ میلیارد یوان برساند. هوش مصنوعی و مشاغل مرتبط یک چهارم کل سرمایه‌گذاری تحقیق و توسعه را تشکیل می‌دهند.

سهام این شرکت برای مدت کوتاهی در هنگ کنگ به رکورد ۵۸,۷۰ دلار هنگ کنگ رسید. ارزش بازار آن در اوایل برای اولین بار از آستانه ۱ تریلیون هنگ کنگ عبور کرد.

شیائومی دومین فروشنده بزرگ گوشی‌های هوشمند در چین در ماه اول سال ۲۰۲۵ بود، با سهم بازار ۱۶,۸ درصد، درست پس از ۱۹,۵ درصد هواوی قرار داشت.

این شرکت در ماه نوامبر ۲۰۲۴ گزارش داد که درآمد سه ماهه سوم نسبت به سال گذشته ۳۱ درصد افزایش یافت و به ۹۲,۵ میلیارد یوان رسید که از انتظارات بازار پیشی گرفت. کسب‌وکار خودروهای برقی ۹,۷ میلیارد یوان فروش داشته است، با حاشیه ناخالص ۱۷,۱ درصد و ضرر خالص تعدیل شده ۱,۵ میلیارد یوان برای ۳۹۷۹۰ تحویل.

تحلیلگران چشم‌انداز مثبتی را در مورد شیائومی دارند که ناشی از فروش خودروهای قوی آن است که علیرغم افزایش تنش‌های تجاری آمریکا و چین انعطاف‌پذیر باقی‌مانده است.

شیائومی در سه ماهه چهارم سال حدود ۷۰ هزار خودروی برقی تحویل خواهد داد که ۱۶,۳ میلیارد یوان به ارمغان خواهد آورد.

مدل دیگری از خودروی برقی یعنی SUV YU۷، قرار است اواخر امسال عرضه شود.

با تقویت خط تولید خودروی شیائومی، انتظار می‌رود که گروه‌های مصرف‌کننده بیشتری را پوشش و رشد فروش خودروی خود را افزایش دهد.

مدیران شیائومی به دنبال آن هستند که بیش از ۳۰۰ هزار وسیله نقلیه در سال ۲۰۲۵ تحویل دهند و پیش‌بینی می‌شود که درآمد کسب و کار خودرو این شرکت در سال ۲۰۲۶ به ۱,۷۷ تریلیون یوان برسد.



بی‌وای‌دی شبکه فروش خودروهایش در کره جنوبی را ۲ برابر می‌کند



بی‌وای‌دی قصد دارد شبکه فروش خود را در کره جنوبی افزایش دهد، بازار خودرویی که تحت تسلط تولیدکنندگان محلی هیوندای موتور و کیا است و برای تحویل بیشتر به خارج از پایگاه اصلی خود یعنی چین تلاش می‌کند.

به گزارش ساوت چاینا مورنینگ پست، مدیر کل بخش فروش خودروهای آسیا و اقیانوسیه بی‌وای‌دی، در نمایشگاه خودرو سئول گفت: ما شبکه فروش خود را تا پایان سال جاری از ۱۵ به ۳۰ عدد افزایش خواهیم داد تا تقاضای مصرف‌کنندگان کره‌ای را برآورده کنیم. بی‌وای‌دی مدت زیادی نیست که در بازار کره جنوبی حضور دارد.

این برند خودروهای سواری خود را تنها در ژانویه و زمانی که رسماً شاسی‌بلند الکتریکی Atto ۳ خود را معرفی کرد، رونمایی نمود. در حالی که گول خودروسازی چینی به خاطر استراتژی‌های تهاجمی بازاریابی و قیمت‌گذاری خود شناخته شده است، اما در مقابل رقابت شدید شرکت‌های دیگر قرار دارد. هیوندای و کیا سال گذشته حدود ۱,۲ میلیون خودرو در کره جنوبی به فروش رساندند که ۷۵ درصد از سهم بازار را به خود اختصاص دادند.

بی‌وای‌دی سدان سایز متوسط Seal خود را در نمایشگاه خودرو با قیمتی از ۴۷,۵ میلیون وون (۳۲۴۰۰ دلار) بدون احتساب یارانه معرفی کرد. غرفه بی‌وای‌دی در نمایشگاه سئول یکی از بزرگ‌ترین غرفه‌ها بود. همچنین طیف وسیعی از مدل‌های دیگر خود را به نمایش گذاشت و در مجموع شش خودرو را معرفی کرد.

این خودروساز مستقر در شنجن شروعی قوی در سال ۲۰۲۵ داشت و فروش آن در سه ماهه اول نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۵۸ درصد افزایش یافته است.

در طول ماه گذشته، بی‌وای‌دی مجموعه‌ای از محصولات منتشر و سر و صدای زیادی ایجاد کرده است، از جمله فناوری رانندگی هوشمند برای اکثر مدل‌های خود بدون هزینه اضافی و یک سیستم شارژ فوق‌العاده سریع که می‌تواند تنها در پنج دقیقه به مسافت ۴۰۰ کیلومتری برسد. این کشور هدف خود را فروش حدود ۵,۵ میلیون دستگاه خودرو در سال جاری از جمله ۸۰۰ هزار دستگاه در بازارهای صادراتی تعیین کرده است.



گزینه‌های پیش روی خودروسازان خارجی در چین

به گفته تحلیلگران، خودروسازان خارجی احتمالاً شاهد کاهش بیشتر سهم بازارشان در چین در سال جاری خواهند بود، زیرا انتظار می‌رود جنگ قیمت‌ها تشدید شود.

به گزارش ساوت چاینا مورنینگ پست، سهم شرکت‌های خارج از چین از بازار خودروهای الکتریکی سرزمین اصلی می‌تواند از حدود ۳۵ درصد در سال ۲۰۲۴ به ۳۲ تا ۳۳ درصد در سال جاری کاهش یابد.

جنگ قیمت‌ها شدیدتر می‌شود و بعید است در سال ۲۰۲۵ تزلزل پیدا کند. آنچه در سال ۲۰۲۴ به وقوع پیوست، تنها آغاز چیزی است که انتظار می‌رود در آینده بسیار بزرگ‌تر باشد.



با کاهش تقاضا برای خرید خودروهای گران به دلیل کاهش رشد اقتصادی چین، خریداران، خودروهای برقی ارزان‌تر و بهتر را از برندهای داخلی انتخاب می‌کنند. پیش‌بینی می‌شود سهم بازار شرکت‌های داخلی چین در سال جاری از ۶۵ درصد در سال گذشته به ۷۰ درصد افزایش یابد.

در میان کاهش فروش، خودروسازان در سرزمین اصلی در پایان سال ۲۰۲۴ به ارائه تخفیف متوسل شدند. جنگ قیمت توسط بی‌وای‌دی، بزرگ‌ترین مونتاژکننده خودروهای برقی جهان، پس از کاهش ۱۱.۵ درصدی قیمت شاسی‌بلند هیبریدی Sealion ۰۵ آغاز شد. تسلا و دیگران نیز از این روش پیروی کردند.

تولیدکنندگان خارجی دو گزینه دارند؛ یا سرمایه‌گذاری خود را در چین دو برابر کنند تا رقابتي باقی بمانند، یا از بازار خارج شوند.

غول خودروسازی ژاپنی تویوتا در نوامبر ۲۰۲۴ اعلام کرد که قصد دارد تا سال ۲۰۳۰ حداقل ۲,۵ میلیون خودرو در سال در چین بسازد که تقریباً دو برابر تولید آن در سال ۲۰۲۳ است. مرسدس بنز نیز اعلام کرد که قصد دارد به طور مشترک بیش از ۱۴ میلیارد یوان (۱,۹ میلیارد دلار) در چین با شرکای محلی سرمایه‌گذاری کند و مدل‌های جدید خودروی برقی را منحصراً برای مصرف‌کنندگان چینی در سپتامبر امسال تولید کند.

از سوی دیگر، نيسان موتور و هوندا موتور در سال ۲۰۲۴ به ترتیب ۳۰ و ۲۰ درصد کاهش ظرفیت تولید در سرزمین اصلی را در نظر گرفتند.

انتظار می‌رود، خودروسازان خارجی در سال ۲۰۲۵ اعلامیه‌های بیشتری در مورد استراتژی‌های خود در چین ارائه دهند. خودروسازان خارجی که قصد ماندن دارند باید استراتژی‌های خود را با استفاده از چین به عنوان مرکز تحقیق و توسعه جدید خود برای عملیات جهانی تنظیم کنند.

اخیراً، گروه خودروساز فرانسوی رنو اولین مرکز تحقیق و توسعه خود را برای توسعه خودروهای برقی در شانگهای راه‌اندازی کرد.

«ساخت چین» قبلاً به معنای محصولات ارزان‌قیمت بود، اما در حال حاضر می‌بینیم که چین محصولات ممتاز بیشتری تولید می‌کند و بیشتر به دلیل افزایش خودروهای برقی باتری و نرم‌افزار جدید آن‌ها است. گزارش‌ها حاکی از آن است که سازندگان خودروهای برقی چینی «تهدیدی وجودی» برای صنعت خودروی آمریکا هستند، زیرا آن‌ها ویژگی‌های دیجیتال، هوش مصنوعی و سایر فناوری‌هایی را ارائه می‌کنند و این بر خلاف آن چیزی است که در ایالات متحده وجود دارد.

ورود غول‌های فناوری شیائومی و هوآوی به بازار خودروهای برقی و تمرکز شرکت‌های داخلی بر رانندگی هوشمند، بازیکنان خودروهای برقی را مجبور به رقابت بر سر هزینه‌ها و نوآوری کرده است.

شرکت‌های خارجی همچنان می‌توانند با بازیگران برجسته چینی همکاری کنند تا شکاف موجود را کم کنند. فولکس‌واگن سال ۲۰۲۴ با خودروسازی شپینگ قراردادی برای توسعه مشترک دو خودروی برقی هوشمند منعقد کرد.



امکان صرف سوپ داغ در ماشین؛ ویژگی جدید خودروهای چینی



سازندگان خودروهای برقی چینی برای رویاپردازی عملکردهای جدید به منظور جذب خریداران ارائه کرده‌اند. در ماشین کارائوکه فرمان‌هایی که به کنسول‌های بازی و صندلی‌هایی که به تخت‌خواب‌های صاف و راحت تبدیل می‌شوند، وجود دارد.

به گزارش بلومبرگ، یکی از ویژگی‌های جدید شرکت جیلی با نام تجاری خودروهای برقی ممتاز Zeekr، کاربران رسانه‌های اجتماعی چینی را به این فکر می‌اندازد که این طرح‌ها یک قدم فراتر رفته‌اند. در ویدئوهایی که اخیراً برای تبلیغ مینی ون MIX منتشر شد، معاون رئیس جمهور یانگ داپنگ در حال لذت بردن از یک غذای داغ در فضای داخلی

جدار خودرو بود که می‌تواند چهار نفر را در خود جای دهد و یک میز و مواد اولیه برای سوپ داغ در آن قرار دارد.

این ویدئوها در فضای مجازی منتشر شد و بازدید زیادی داشت. کاربران اینترنت در مورد اینکه آیا خوردن یک وعده غذایی با سوپ جوشان در ماشین عملی است یا خیر بحث کردند و متعجب بودند که این بو چه تاثیری بر فضای داخلی دارد. دیگران آن را به عنوان یک ترفند بازاریابی محکوم کردند، در حالی که برخی پذیرفتند که MIX که می‌تواند کاربردهای مختلف را در خود جای دهد، فعالیت‌های خارج از منزل را سرگرم کننده‌تر می‌کند.

کمپین Zeekr نشان می‌دهد که سازندگان خودروهای برقی باید در یک بازار فوق‌رقابتی که با کند شدن رشد فروش، از جنگ قیمت‌ها نیز عبور می‌کند، بایستند. در حالی که نحوه رانندگی، نقطه قوت خودروسازان خارجی است که تلاش می‌کنند بازار چین را شکست دهند، تولیدکنندگان داخلی به ویژگی‌های نرم‌افزاری با فناوری پیشرفته روی می‌آورند که جمعیت جوان‌تر را هدف قرار می‌دهد و در عناصر طراحی پاسخگویی به کاربران و خانواده‌ها را مدنظر قرار می‌دهند.

برای مثال، برای برخی از مردم چین غیرمعمول نیست که از خودروهای برقی خود که بیشتر آنها با صفحه نمایش بزرگ عرضه می‌شوند، برای تماشای فیلم‌ها در وسایل نقلیه خود مانند یک اتاق استراحت دوم استفاده می‌کنند و به دنبال فرار از اتاق‌های آپارتمان و اعضای خانواده چند نسلی خود هستند.

بسیاری از ترفندها ممکن است بی ضرر باشند، اما برخی می‌توانند عواقب مرگبار داشته باشند. یک وانت پوئر از شرکت گریت وال موتور

یک تصادف عجیب داشت و طی آن یک نفر پس از گیرکردن گردنش در تلاش برای نصب چادری که می‌تواند در پشت خودرو نصب شود جان خود را از دست داد. گریت وال موتور در آن زمان بیانیه‌ای صادر کرد و با ابراز تسلیت گفت که از نزدیک تحقیقات در مورد این حادثه را زیر نظر دارد. تامین کننده‌ای که چادر را تهیه کرده نیز گفت بر اساس یافته های اولیه، به نظر می‌رسد مالک خودرو در حالی که توسط ابزار الکتریکی داخلی بالا می‌رفت، وارد چادر شده است.

به گفته مدیران جیلی، برای افرادی که به کمپینگ می‌روند و جایی که رستورانی وجود ندارد، داشتن سوپ داغ در MIX بسیار سرگرم کننده است. فضای داخلی خودرو را می‌توان خیلی تغییر داد و کاربران می‌توانند در آن بازی کنند، چای بنوشند و با یکدیگر گفت‌وگو کنند. در مورد بوی منتشر شده نیز بنا بر اظهار مدیران، این ون مجهز به سیستم تهویه قوی است.



گسترش حضور جهانی خودروسازی شیپینگ به ۶۰ بازار در سال ۲۰۲۵



شیائوپنگ، رئیس و مدیر اجرایی خودروسازی شیپینگ (Xpeng)، گفت این سازنده خودروهای الکتریکی چینی قصد دارد در سال ۲۰۲۵ به ۶۰ بازار بین‌المللی گسترش یابد و ردپای فعلی خود را در حدود ۳۰ کشور و منطقه دو برابر کند.

به گزارش ساوت چاینا مورنینگ پست، شیائوپنگ این اظهارات را در بندری در گوانگژو، جایی که شیپینگ محموله‌های جهانی خودروی چند منظوره هفت سرنشین (MPV) خود، X۹ را راه‌اندازی کرد، بیان نمود. در مجموع ۳۰۰ نسخه از مدل X۹ به تایلند منتقل می‌شود و تحویل به صاحبان بلافاصله پس از ورود آغاز می‌شود.

این شرکت انتظار دارد تا سال ۲۰۳۳ نیمی از حجم فروش خود را در خارج از چین تولید کند. شپینگ ۱۳ درصد از حجم فروش ۲۰۲۴ خود را از خارج از کشور تولید کرده است.

شپینگ همچنین قصد دارد شبکه شارژ خود را با برنامه‌هایی برای راه‌اندازی ایستگاه‌های شارژ فوق‌سریع در تایلند و هنگ‌کنگ در نیمه اول سال ۲۰۲۵ گسترش دهد.

علاوه بر این، این شرکت آزمایش سیستم رانندگی خودران خود را در بازارهای بین‌المللی آغاز کرده و از سال ۲۰۲۶ خودروهای خودران را در بازار جهانی به کاربران معرفی خواهد کرد.

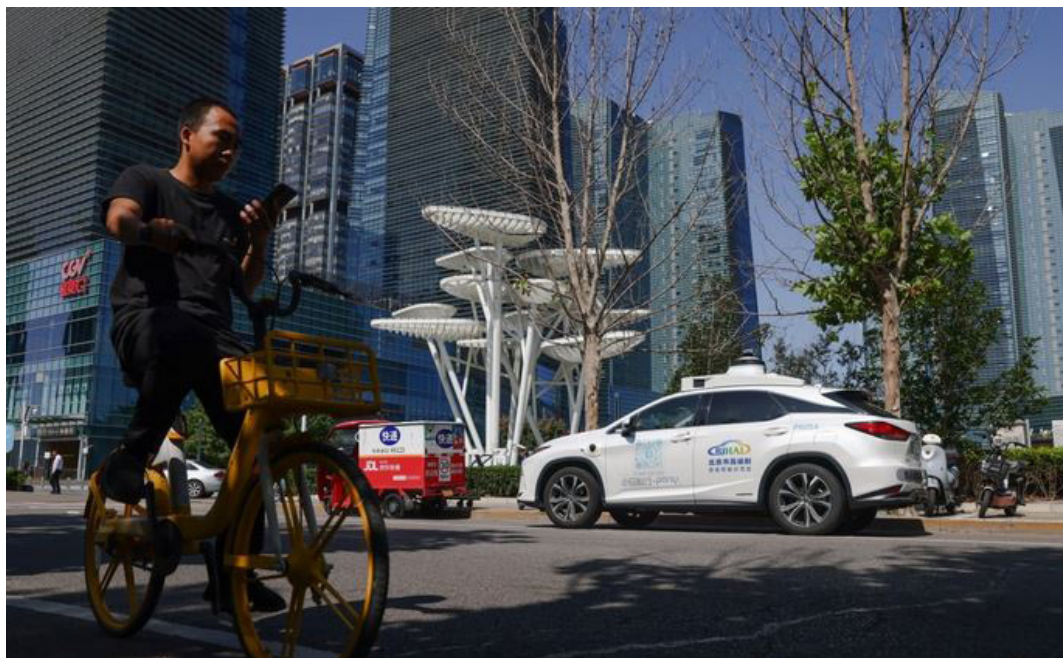
توسعه در تایلند، جایی که تنها یک مدل شپینگ، G6، در حال حاضر موجود است، بخشی از «استراتژی go-global ۲,۰» است که بر اساس آن این شرکت قصد دارد به بازارهای اروپا، آسیای جنوب شرقی، خاورمیانه و آفریقا وارد شود.

تایلند یکی از مناسب‌ترین بازارها برای خودروهای الکتریکی است و هدف این کشور تولید ۳۰ درصد از کل تولید خودروی خود به عنوان «خودروهای بدون آلاینده» تا سال ۲۰۳۰ است و بر اساس یک سیاست محلی یارانه خریدار تا سقف ۱۰۰,۰۰۰ بات (۲,۹۷۶ دلار آمریکا) به ازای هر خرید خودروی برقی از تولیدکنندگان محلی از سال ۲۰۲۴ تا ۲۰۲۷ اعطا می‌کند.

خودروهای چینی سلطه برندهای ژاپنی را در تایلند به چالش می‌کشند. در سال ۲۰۲۴، سهم بازار خودروهای سواری ژاپنی از ۶۷ درصد به ۶۴,۸ درصد کاهش یافت، در حالی که سهم خودروسازان چینی ۱۸,۸ درصد بود که از ۱۷,۱ درصد افزایش داشت.

شپینگ برخلاف همتایان چینی خود بی‌وای‌دی و گریت وال موتورز که کارخانه‌هایی را در تایلند افتتاح کرده‌اند، برنامه‌های فوری برای تولید محلی ندارد.

صادرات شپینگ به تایلند همچنان طبق توافقنامه تجارت آزاد ۲۰۱۸ با چین از تعرفه صفر برخوردار است. در مقابل، دیگر بازارهای بین‌المللی در این زمینه با مشکل مواجه هستند. به عنوان مثال، ایالات متحده در سپتامبر ۲۰۲۴ تعرفه‌های خودروهای برقی چینی را چهار برابر کرد و به ۱۰۰ درصد رساند، در حالی که کشورهای عضو اتحادیه اروپا در ماه اکتبر تعرفه‌های جدید بر خودروهای برقی چینی را تا ۳۵ درصد، علاوه بر ۱۰ درصد فعلی، تصویب کردند.



خودروهای خودران، جبهه بعدی جنگ فناوری آمریکا و چین



تولید خودرو نمادی از قدرت فناوری ملی و توانایی تولید کشورهایمانند ایالات متحده، ژاپن و آلمان در قرن بیستم بوده است. در نتیجه، گسترش سریع جهانی چین در حوزه خودروهای الکتریکی (EVs) در سال‌های اخیر به یک موضوع بحث برانگیز تبدیل شده است. به گزارش ساوت چاینا مورنینگ پست، در حالی که هنوز برنده مسابقه خودروهای الکتریکی مشخص نشده، فصل بعدی رقابت‌ها دستیابی به رانندگی خودکار است که بر هوش مصنوعی، فناوری نیمه هادی و هوش مبتنی بر داده تکیه دارد. این امر بر یک رقابت ژئوپلیتیکی گسترده‌تر تأکید می‌کند که رهبری در این حوزه برابر با شکل دادن به تعادل جهانی قدرت فناوری خواهد بود.

پیشرفت در رانندگی خودران به طور پیوسته ادامه دارد. انجمن مهندسين خودرو اتوماسيون را از سطح ۰ تا سطح ۵ طبقه بندی می کند که سطح ۰ شامل کنترل کامل انسان و سطح ۵ نشان دهنده کنترل کامل ماشین است. در حال حاضر، تسلا در سطح ۲ یا اتوماسيون جزئی کار می کند. برخی از شرکت ها مقررات را به دلیل جلوگیری از دستیابی به گواهینامه سطح ۳ مقصر می دانند. تاکنون، اتوماسيون سطح ۴ عمدتاً در رباتاکسی هایی که برای خدمات آزمایشی تأیید شده اند، مانند Waymo در فونیکس، آریزونا و Apollo Go Baidu در ووهان دیده می شود. تا پایان سال ۲۰۲۴، هیچ وسیله نقلیه تجاری برای اتوماسيون سطح ۵ گواهینامه دریافت نکرده است.

ایالات متحده در حال حاضر در زمینه توسعه تراشه های هوش مصنوعی برای وسایل نقلیه یک مزیت دارد. اگرچه شرکت های چینی عملکرد بسیار خوبی در بازار جهانی خودروهای برقی از خود نشان داده اند اما تنها ۱۰ درصد از تراشه های مورد استفاده در خودروهای ساخت چین در داخل این کشور توسعه یافته اند و ۹۰ درصد دیگر از ایالات متحده، اروپا و مناطق دیگر وارد می شوند. این موضوع نگرانی هایی را در مورد اینکه ایالات متحده می تواند محدودیت های صادرات تراشه های هوش مصنوعی مورد استفاده در ساخت خودرو به چین را تشدید کند، ایجاد کرده است.

توسعه مستقل این تراشه های سطح بالا دشوار است. با محدود کردن دسترسی چین به چنین فناوری های حیاتی، ایالات متحده می تواند مزیت رقابتی چین را در بازار جهانی خودروهای الکتریکی تضعیف کند. این امر با تلاش های گسترده تر ایالات متحده برای مهار رشد فناوری چین در

بخش‌های حساسی مانند هوش مصنوعی و نیمه‌رساناها هم راستا است. در پاسخ، چین استراتژی دو وجهی را برای به چالش کشیدن سلطه ایالات متحده در فناوری رانندگی خودران به کار گرفته است. اول اینکه پکن از مدل خودروهای (V۲C) دفاع می‌کند که نیازهای محاسباتی را از سیستم‌های داخل خودرو به زیرساخت‌های خارجی تغییر می‌دهد. این رویکرد شبکه‌های ارتباطی قوی را بر قدرت پردازش داخل خودرو اولویت و وابستگی به تراشه‌های با کارایی بالا را کاهش می‌دهد. به طور همزمان، چین در حال سرمایه‌گذاری‌های گسترده در تولید و نوآوری نیمه هادی‌های داخلی و به دنبال کاهش شکاف با ایالات متحده و اروپا در دهه آینده است. با این حال، این تلاش‌ها به دلیل کنترل‌های صادراتی که توسط ایالات متحده و متحدانش حفظ می‌شود، محدود شده است.

ایالات متحده همچنین برخی از برنامه‌های پیشگیرانه را برای مهار توسعه رانندگی خودمختار چین ارائه کرده است. پیشنهاد ممنوعیت سخت افزار و نرم افزار ساخت چین برای سیستم‌های رانندگی خودرو و سیستم‌های اتصال خودرو می‌تواند از بازار داخلی ایالات متحده محافظت کرده و گسترش محصولات چینی را محدود کند. علاوه بر این، مقررات ایالات متحده اغلب یک اثر موج دار دارد که می‌توان آن را در کانادا مشاهده کرد که برنامه‌هایی را برای ممنوعیت نرم افزار خودرو از چین به زودی پس از پیشنهاد ایالات متحده اعلام کرد.

مانند مغز انسان که اطلاعات پیچیده‌ای را برای تصمیم‌گیری پردازش می‌کند، تراشه‌های هوش مصنوعی پیشرفته وظایف محاسباتی بزرگ را با سرعتی سریع در شرایط پیچیده جاده‌ای انجام می‌دهند. مدل‌های

رانندگی پیشرفته بدون حجم زیادی از داده‌های قابل اعتماد ساخته نمی‌شوند؛ مانند خون درون بدن، داده‌ها جزء اساسی مدل رانندگی خودمختار هستند.

به عنوان مثال، تسلا از ویدیوهای رانندگی گرفته شده از وسایل نقلیه خود برای ارائه بینش‌های مهم در مورد شیوه‌های رانندگی ایمن استفاده کرده و مدل خود را برای پیش بینی بهتر و واکنش نسبت به موقعیت‌های زمان واقعی آموزش می‌دهد. علاوه بر این، همانطور که مدل V2C توسعه می‌یابد، داده‌ها فراتر از وسایل نقلیه منفرد گسترش یافته و شامل شرایط جاده، علائم ترافیکی، زیرساخت‌ها و وسایل نقلیه نزدیک می‌شود.

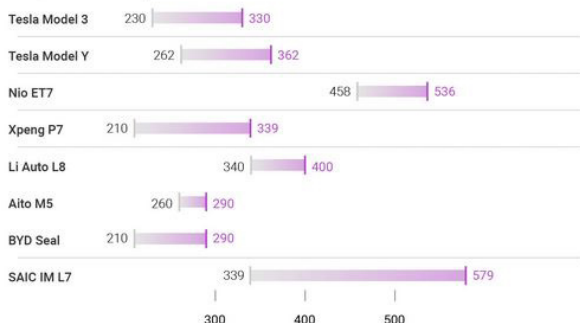
با این حال، به دلیل انطباق با مقررات داده، به دست آوردن داده‌های رانندگی دشوار است. برای مثال، مقررات عمومی حفاظت از داده‌های اتحادیه اروپا (GDPR)، الزامات سختگیرانه‌ای را برای شرکت‌های خودروسازی برای تضمین شفافیت، قابلیت ردیابی و امنیت در طول چرخه عمر داده‌ها تحمیل می‌کند. GDPR تصریح می‌کند که تمام داده‌های شخصی تولید شده توسط وسایل نقلیه برقی باید در تاسیساتی مطابق با استانداردهای امنیت داده اتحادیه اروپا، چه به صورت محلی و چه در سرورهای مورد تایید اتحادیه اروپا، ذخیره شود.

در ایالات متحده، مقررات امنیت داده در سطح ایالتی مانند قانون حفظ حریم خصوصی مصرف کنندگان کالیفرنیا وجود دارد. به طور مشابه، قانون امنیت سایبری چین الزام می‌کند که داده‌های رانندگی و جاده تولید شده در داخل این کشور ذخیره شود.

Main features of China's EV

Bestselling models

Price (thousands of Yuan)



این چارچوب‌های نظارتی بر ماهیت پراکنده مقررات جهانی داده‌ها تأکید می‌کنند که توسط ملاحظات مختلف امنیت ملی و حفظ حریم خصوصی هدایت می‌شود. عدم انطباق با این قوانین می‌تواند شرکت‌ها را در معرض محدودیت‌های عملیاتی یا جریمه‌های مالی قرار دهد. تحت چنین رژیم پراکنده جهانی، مذاکرات بین دولت‌ها و شرکت‌های چند ملیتی اغلب باید تکرار شوند. به عنوان مثال، زمانی که تسلا وارد بازار چین شد، در ابتدا به دلیل نگرانی‌های امنیتی با محدودیت‌هایی در سیستم‌های دوربین خود مواجه شد و دسترسی به مناطق حساس را محدود کرد. با گذشت زمان، از آنجایی که تسلا از مقررات محلی پیروی کرد و جایگاه خود را در بازار بهبود بخشید، در نهایت در فهرست دولتی قرار گرفت و ماهیت پویای چنین مذاکراتی را نشان داد.

در نهایت، رانندگی خودران چیزی فراتر از نسل جدید حمل و نقل هاست. این مفهوم یک میدان جنگ استراتژیک است که در آن هوش مصنوعی، قابلیت‌های نیمه‌رسانا و جاه‌طلبی‌های ژئوپلیتیکی هم‌گرا هستند. خودروهای برقی به یک ویت‌ترین مهم از فناوری‌های پیشرفته تبدیل شده‌اند.

برای بازیگران اصلی مانند ایالات متحده، چین و آلمان، تسلط در رانندگی خودران فراتر از منافع اقتصادی خواهد بود و نوعی حاکمیت استراتژیک و تکنولوژیکی در قرن بیست و یکم محسوب می‌شود.



همکاری علی‌بابا با نیو و بی‌امو به منظور افزایش پذیرش هوش مصنوعی در صنعت خودرو



گروه علی‌بابا در حال گسترش تجاری‌سازی فناوری‌های هوش مصنوعی خود در صنعت خودروسازی است و طبق گزارش‌ها، همکاری‌هایی با چندین بازیگر بزرگ این صنعت آغاز کرده است. به گزارش ساوت چاینا مورنینگ پست، شرکت نیو، خودروساز چینی وسایل نقلیه الکتریکی، از مدل‌های زبانی بزرگ (LLMs) توسعه‌یافته توسط علی‌بابا تحت عنوان Qwen برای فعال‌سازی قابلیت‌های هوش مصنوعی در کابین هوشمند خود استفاده خواهد کرد. این قابلیت‌ها شامل مکالمه‌های هوشمند مبتنی بر هوش مصنوعی خواهند بود.

در بخش تولید نیز، بخش توسعه کابین نیو در حال بررسی استفاده از ابزار برنامه‌نویسی هوش مصنوعی علی‌بابا به نام Tongyi Lingma برای افزایش بهره‌وری در تحقیق و توسعه است.

این همکاری با نیو پس از گسترش شراکت استراتژیک علی‌بابا با گروه خودروسازی بی‌ام‌و در حوزه استفاده از مدل‌های زبانی بزرگ انجام شده و طبق گزارش‌ها، مذاکراتی نیز با تسلا برای همکاری احتمالی در جریان است. این اقدامات نشان‌دهنده پیشرفت علی‌بابا در تجاری‌سازی فناوری‌های هوش مصنوعی در صنعت خودرو است.

علی‌بابا اعلام کرد که با بی‌ام‌و همکاری می‌کند تا مدل‌های Qwen را سریع‌تر در خودروهای هوشمند نسل جدید Neue Klasse این خودروساز آلمانی ادغام کند. علی‌بابا این همکاری را «گامی مهم در جهت تحرک مبتنی بر هوش مصنوعی» توصیف کرده است.

این دو شرکت یک موتور هوش مصنوعی را بر اساس Yan AI توسعه داده‌اند که راهکاری برای کابین هوشمند مبتنی بر Qwen است و توسط شرکت زیرمجموعه علی‌بابا به نام Banma ارائه می‌شود.

علی‌بابا همچنین با تسلا نیز در حال مذاکره است، زیرا این شرکت آمریکایی در تلاش است تا خدمات رانندگی کاملاً خودران (FSD) خود را وارد بازار چین کند. علی‌بابا درباره این مذاکرات اظهار نظری نکرده است.

این تلاش‌ها بخشی از نقشه راه گسترده علی‌بابا برای تبدیل شدن به بازیگر کلیدی هوش مصنوعی در چین است. در فوریه، این شرکت متعهد شد که طی سه سال آینده ۳۸۰ میلیارد یوان (معادل ۵۲.۴ میلیارد دلار) برای منابع محاسباتی و زیرساخت‌های هوش مصنوعی

هزینه کند. این مبلغ، بزرگ‌ترین سرمایه‌گذاری بخش خصوصی چینی در پروژه‌های محاسباتی به شمار می‌رود و حتی از کل هزینه‌کرد علی‌بابا در زمینه زیرساخت‌های هوش مصنوعی در یک دهه گذشته بیشتر است. همچنین این عدد معادل نیمی از سرمایه‌گذاری اولیه ۱۰۰ میلیارد دلاری طرح هوش مصنوعی استارگیت ایالات متحده است. جک ما، بنیان‌گذار علی‌بابا، در یک سخنرانی برای بخش رابانش ابری (Cloud) شرکت، دیدگاه خود را درباره هوش مصنوعی مسئولانه و انسان‌محور بیان کرد. او گفت: «هدف فناوری این است که زندگی مردم را بهتر کند.»

در همین حال، شرکت‌های وابسته به علی‌بابا نیز فعالیت‌های خود را در زمینه خودروهای انرژی نو افزایش داده‌اند. شرکت فین‌تک آنت، وابسته به علی‌بابا، توافق‌نامه‌ای با بزرگ‌ترین تولیدکننده باتری خودروی برقی جهان یعنی CATL و شرکت دوچرخه‌سواری اشتراکی Hello (پشتیبانی‌شده توسط علی‌بابا) امضا کرد. هدف این همکاری، توسعه فناوری‌های رانندگی هوشمند و خدمات مرتبط با باتری خودروهای انرژی نو اعلام شده است.



استفاده فولکس واگن، جنرال موتورز و نیشان از فناوری چینی برای بازپس‌گیری سهم بازار خودروهای برقی

خودروسازان خارجی از جمله فولکس واگن، جنرال موتورز و نیشان برای بازپس‌گیری سهم بازار خودروهای برقی در سرزمین اصلی چین، در نمایشگاه خودروی شانگهای مدل‌های جدیدی را رونمایی کردند. به گزارش ساوت چاینا مورنینگ پست، این خودروسازان برای «برقی‌تر و هوشمندتر» کردن محصولات خود، به فناوری‌های چینی خودروهای برقی روی آورده‌اند تا بتوانند تحویل خودروها را افزایش دهند و با برندهای داخلی رقابت کنند؛ برندهایی که طی یک دهه گذشته بیش از ۹۰ درصد از بازار خودروهای برقی را تصاحب کرده‌اند.

بیش از ده‌ها مدل جدید از خودروهای برقی که توسط خودروسازان بین‌المللی در این نمایشگاه عرضه شد، به جدیدترین فناوری‌های چینی از جمله باتری‌ها، کابین‌های دیجیتال و سامانه‌های اولیه رانندگی خودکار مجهز بودند. این نمایشگاه که بزرگ‌ترین نمایشگاه خودروی جهان محسوب می‌شود، در تاریخ ۲۳ آوریل آغاز شد.

خودروسازان خارجی همچنان علاقه‌مند به حضور در این بازار هستند، چرا که هیچ جایگزینی برای بازار چین وجود ندارد. کاری که آن‌ها می‌توانند انجام دهند، ادامه سرمایه‌گذاری و تلاش برای تبدیل شدن به بخشی از داستان موفقیت این بازار است.

از سال ۲۰۲۰ به بعد، تولیدکنندگان خارجی از جمله فولکس‌واگن، جنرال‌موتورز، تویوتا و بامو، در حال از دست دادن سهم بازار خود به نفع رقبای داخلی هستند، زیرا مصرف‌کنندگان چینی به خودروهای تمام‌برقی و هیبریدی شارژی ساخت شرکت‌هایی مانند بی‌وای‌دی، نیو، لی‌اتو و شپینگ روی آورده‌اند؛ آن‌هم در حالی‌که دولت چین تلاش می‌کند با سیاست‌های حمایتی، انرژی پاک را ترویج داده و انتشار آلاینده‌ها را کاهش دهد.

خودروسازان چینی با حمایت یارانه‌های دولتی و استقبال مصرف‌کنندگان از فناوری‌های نوین، به سرعت رشد کرده‌اند و از نظر توان تولید و طراحی، از رقبای خارجی خود پیشی گرفته‌اند. طبق اعلام انجمن خودروهای سواری چین، سهم بازار برندهای خودروی خارجی در چین از ۵۰ درصد در سال ۲۰۲۳ به ۴۰ درصد در سال ۲۰۲۴ کاهش یافته است.

کاهش تقاضا برای خودروهای برندهای خارجی - عمدتاً خودروهای

بنزینی - می‌تواند منجر به مازاد تولیدی معادل ۱۰ میلیون دستگاه در سال و زیانی بالغ بر ۲۰ میلیارد دلار در سود سالانه در چین شود. برخی از خودروسازان پیشرو جهانی اکنون بیش از هر زمان دیگری برای بهره‌گیری از فناوری‌ها و تحقیقات و توسعه چینی در محصولات خود پافشاری می‌کنند.



برندهای خارجی در تلاش برای بازگشت به بازار خودروهای برقی چین، به شیوه‌های مختلف از فناوری‌های محلی استفاده می‌کنند؛ از جمله بهره‌گیری از پلتفرم‌های شرکای سرمایه‌گذاری مشترک، استخدام مهندسان محلی برای توسعه مدل‌های جدید، تأسیس تیم‌های تحقیق و توسعه در چین و همکاری با تأمین‌کنندگان فناوری بومی برای توسعه قابلیت‌های رانندگی خودکار.

فولکس‌واگن از شاسی‌بلند برقی ID EVO رونمایی کرد که بر پایه‌ی مدل

G۹ شرکت شپینگ ساخته شده است. این خودروساز آلمانی که در سال ۲۰۲۳ مبلغ ۷۰۰ میلیون دلار برای خرید ۵ درصد از سهام شپینگ هزینه کرد، از شریک خود برای توسعه خودروهای برقی سایز متوسط با برند فولکس‌واگن کمک گرفته تا سهم بیشتری از بازار خودروهای برقی چین کسب کند.

سال گذشته، عملیات فولکس‌واگن در چین تحت‌الشعاع عملکرد بی‌وای‌دی (بزرگ‌ترین سازنده خودروی برقی جهان از نظر میزان تحویل) قرار گرفت؛ چراکه فروش فولکس‌واگن با کاهش ۹.۵ درصدی به ۲.۹۳ میلیون دستگاه رسید.

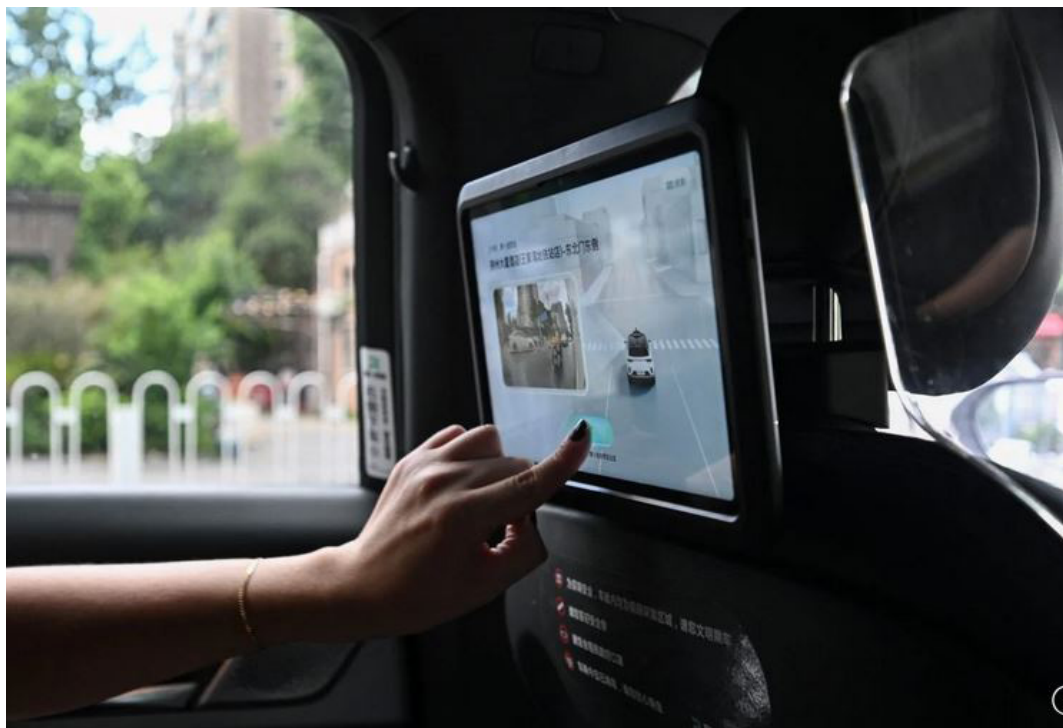
خودروی برقی Vistiq ساخت کادیلک (از زیرمجموعه‌های جنرال‌موتورز) در نمایشگاه به نمایش گذاشته شد؛ این خودرو از سیستم رانندگی خودکار در مناطق شهری بهره می‌برد که با الگوریتم شرکت تأمین‌کننده چینی توسعه یافته است. همچنین اعلام شد که برند بیوک نیز از همین فناوری در چین استفاده خواهد کرد.

خودروسازان دیگر از جمله نیسان، تویوتا، هوندا، مرسدس‌بنز، آئودی و ب‌ام‌و نیز مدل‌های برقی جدید خود را با استفاده از فناوری‌های چینی روانه بازار کرده‌اند.

شرکت نیسان قیمت مدل جدید NV خود را اعلام کرد؛ این سدان برقی به سیستم ابتدایی رانندگی خودکار مجهز است. قیمت پایه‌ی این خودروی هوشمند کاملاً برقی ۱۱۹,۹۰۰ یوان (معادل حدود ۱۶,۴۹۴ دلار) است که هم‌سطح با خودروی Mona M۰۳ ساخت شپینگ و یکی از پرفروش‌ترین سدان‌های برقی چین است.

خودروسازان خارجی احتمالاً بخشی از مشتریان وفادار خود در چین

را باز خواهند گرداند؛ اما مدل‌های جدید بدون قیمت‌گذاری رقابتی نمی‌توانند مشتریان زیادی را جذب کنند، چرا که امروزه به‌ویژه به‌خاطر چشم‌انداز ضعیف اقتصادی، بسیاری از مصرف‌کنندگان چینی نسبت به قیمت حساس هستند.



وضع قوانین برای ایمن سازی خودروهای برقی خودران در چین



چین قوانین ضروری برای ایمن سازی خودروهای خودران پس از تصادف مرگبار خودروی SUV شیائومی وضع کرده است. در پی این سانحه که به تازگی در استان آن خویی رخ داد و طی آن سه نفر جان خود را از دست دادند، انجمن خودروسازان چین (CAAM) به همراه انجمن مهندسان خودرو چین از شرکت های خودروسازی خواستند تا ایمنی طراحی محصولات خود را ارتقا داده و سیستم های هشداردهنده مؤثرتری برای اطلاع رسانی به رانندگان ایجاد کنند. این بیانیه مشترک شامل مجموعه ای از ابتکارات برای استانداردسازی نحوه ترویج و استفاده از سیستم های کمک راننده است.

به گزارش ساوت چاینا مورنینگ پست، در این بیانیه آمده است که صنعت خودروی برقی چین به سرعت توسعه یافته و استفاده از سیستم‌های کمک‌راننده در سطح دوم (L۲) به مرحله‌ای خاص از کاربرد گسترده رسیده است. هدف این دستورالعمل‌ها، ایجاد زیست‌بومی سالم و ترویج استفاده ایمن از فناوری‌های کمک‌راننده اعلام شده است.

وزارت صنعت و فناوری اطلاعات چین (MIIT) نیز در نمایندگان ۶۰ شرکت فعال در زمینه رانندگی خودکار را احضار و به آن‌ها هشدار داده است که باید به‌طور کامل از مقررات مربوط به توسعه این فناوری‌ها پیروی کنند. در این نشست همچنین تأکید شد که شرکت‌ها نباید از عباراتی نظیر «رانندگی هوشمند»، «رانندگی هوشمند پیشرفته» یا «رانندگی خودکار» برای تبلیغ سیستم‌های فعلی استفاده کنند.

در حال حاضر، اغلب سیستم‌های موجود در چین در دسته L۲ یا L۲+ قرار می‌گیرند؛ یعنی رانندگان باید همواره دست خود را روی فرمان نگه دارند. چین هنوز استفاده عمومی از فناوری L۳ که امکان رانندگی بدون دخالت مستقیم راننده را فراهم می‌کند، قانونی نکرده است. حتی با فعال بودن این سیستم‌ها، راننده ملزم به هوشیاری کامل است.

شیائومی اعلام کرده است که در تصادف اخیر، خودروی SUV در حال حرکت با سرعت ۱۱۶ کیلومتر بر ساعت و با فعال بودن سیستم کمک‌راننده، تنها دو ثانیه پیش از برخورد با مانع به راننده هشدار داده بود که کنترل را در دست گیرد. برخی تحلیل‌گران معتقدند که این حادثه نباید به‌عنوان رویدادی مجزا تلقی شود، بلکه نشانه‌ای از استفاده گسترده اما ناآگاهانه از سیستم ناوبری خودکار (NOA) در چین و نبود درک صحیح از نقش و قوانین مربوط به آن در میان رانندگان است.

میلیون‌ها راننده باید آموزش ببینند تا نحوه استفاده صحیح از سیستم‌های NOA را درک کنند. حتی زمانی که این سیستم‌ها فعال هستند، مسئولیت ایمنی خود و سرنشینان همچنان بر عهده راننده است.

همچنین از خودروسازان خواسته شده است تا با پایبندی به رده‌بندی رسمی اتوماسیون رانندگی منتشرشده از سوی MIIT، از تبلیغات مبهم یا اغراق‌آمیز پرهیز کنند. در این بیانیه تأکید شده که تولیدکنندگان باید به‌طور شفاف درباره اطلاعات پایه‌ای سیستم‌ها، روش استفاده صحیح و رویه‌های واکنش اضطراری، مصرف‌کنندگان را آگاه سازند تا آن‌ها تفاوت بین «کمک‌راننده» و «رانندگی خودکار» را به‌درستی درک کنند.



تأکید سازندگان خودروهای برقی چینی بر سرعت بخشیدن به توسعه جهانی



به گفته کارشناسان، شرکت‌های خودروهای برقی چینی باید بدون توجه به تعرفه‌ها و موانعی که بر سر راه آن‌ها قرار داده شده است، حرکت جهانی خود را سرعت بخشند.

به گزارش ساوت چاینا مورنینگ پست، صنعت خودروی چین هنوز در مراحل اولیه جهانی‌شدن است، زیرا شناخت برندهای آن همچنان ضعیف است و خودروسازان تجربه خارج از چین برای واکنش به محیط تجاری در حال تغییر را ندارند.

شرکت‌ها باید صادرات و تولید خارج از چین را متعادل کنند و در عین حال به دنبال رویکردهای متنوع‌تر و نوآورانه‌تر برای جلوگیری از خطرات احتمالی سیاسی و دستیابی به یک رویکرد برد برد با شرکای خارجی باشند. تحول سریع در بخش جهانی خودرو و حمل‌ونقل فضای کافی برای

خودروهای برقی چینی برای ورود به بازارهای خارج از کشور فراهم کرده است. مهم است که به طور مساوی بر تجارت صادراتی و توسعه محلی در خارج از کشور تمرکز کرد.

تنظیم‌کننده‌ها و سازمان‌های صنعتی باید چالش‌هایی را که سازندگان خودروهای برقی چینی در بازارهای خارج از کشور با آن مواجه هستند بررسی کنند و راهنمایی‌ها و حمایت‌های سیاسی ارائه دهند.

در عین حال، خودروسازان باید به طور فعال در مذاکرات با سیاست‌گذاران خارجی شرکت کنند و در فعالیت‌های تنظیم استاندارد جهانی در بخش‌هایی مانند مواد معدنی حیاتی خودروی برقی، باتری‌ها، ترشه‌های خودرو و رانندگی خودروان شرکت کنند.

بزرگ‌ترین خودروسازان، کارشناسان صنعت و مقامات دولتی چین برای یک مجمع سه‌روزه به پکن آمده‌اند که دو روز پس از اعلام تعرفه‌های ۲۵ درصدی دونالد ترامپ بر تمامی خودروهای وارداتی آغاز شد.

خودروسازان چینی در حال حاضر با تعرفه‌های ۱۰۰ درصدی از سوی ایالات متحده و همچنین تعرفه‌های ۳۵ درصدی از سوی اتحادیه اروپا مواجه هستند.

مدیر ارشد استراتژی جیلی در این مجمع گفت: مدل سنتی تجارت خودرو چین از طریق صادرات مستقیم با توجه به شرایط ژئوپلیتیکی ناپایدار و بازارهای مصرفی در حال تغییر به سرعت در حال تضعیف است. رشد سال به سال صادرات خودرو چین از ۸۰ درصد در سال ۲۰۲۲ به ۲۱ درصد در سال ۲۰۲۴ کاهش یافت.

در مقایسه با شرکت‌های ژاپن، اروپا و ایالات متحده، هنوز فضای قابل توجهی برای بهبود عمق و کیفیت صادرات خودروی چین وجود دارد.

دبیر کل سازمان دهنده انجمن China EV۱۰۰، یک سازمان غیردولتی که تقریباً تمام مدیران ارشد تولیدکنندگان بزرگ خودروهای برقی چینی را در خود دارد، گفت: شرکت‌ها باید راه‌های متنوع‌تر و نوآورانه‌تری برای ورود به بازار خارج از چین را بررسی کنند.

علاوه بر راه‌اندازی تولید در بازارهای خارج از کشور، تولیدکنندگان خودروهای برقی چینی نیز باید سرمایه‌گذاری مشترک با خودروسازان خارجی را برای توسعه محصولات متناسب با بازارهای هدف آغاز کنند و این امر همچنین خودروسازان خارجی را با زنجیره تأمین پیشرفته خودروهای برقی چین توانمند می‌کند.

سازندگان خودروهای برقی چین در واکنش به افزایش تعرفه‌ها و ظرفیت مازاد داخلی در داخل، استراتژی‌های خود در خارج از کشور را دو برابر کرده‌اند. شرکت‌هایی از جمله بی‌وای‌دی، هوزون، جیلی و شپینگ در حال ساخت کارخانه‌هایی در جنوب شرقی آسیا هستند، در حالی که سازندگان خودروهای الکتریکی به بازارهای نوظهوری مانند آمریکای جنوبی، خاورمیانه و آسیای مرکزی چشم دوخته‌اند.

به تازگی جیلی و خودروساز فرانسوی رنو برای تولید و فروش خودروهای بدون آلاینده‌گی در برزیل به توافق رسیده‌اند. در سال ۲۰۲۳، استارت‌آپ چینی خودروهای الکتریکی لپ‌موتور و غول خودروسازی هلندی استلانتیس، سرمایه‌گذاری مشترکی را برای فروش و تولید خودرو در خارج از چین اعلام کردند.

امروزه جهانی‌سازی یک سؤال اختیاری نیست، بلکه یک سؤال اجباری است؛ و انتقال به خودروهای الکتریکی یک بازی با حاصل جمع صفر نیست. ■

دفتر همکاری فناوری سفارت جمهوری اسلامی ایران در پکن

با همکاری:

اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران

Pacific Consulting Holding Company (Beijing)

大洋咨询集团(北京)

گروه مطالعاتی چین نگار



 www.techchina.ir

 info@techchina.ir

 www.chinnegar.com

 [@fanavarichin](#)

 [@chinnegar](#)

 [@fanavarichin](#)

ماهنامه ها:



ماهنامه چین | انرژی های نو و تجدیدپذیر

ماهنامه فناوری | چین



ماهنامه چین | هوس مصنوعی و صنعت تراشه

ماهنامه صنعت | چین خودرو



فصلنامه ها:



فصلنامه صنایع هوا فضا | چین

فصلنامه سلامت و کشاورزی | چین





سفارت جمهوری اسلامی ایران - پکن
Embassy of the I.R. of Iran—Beijing

