

*Ма Ваньли (Китай), Овчинников Леонид Евгеньевич (Россия),
Боженко Елена Аркадьевна (Россия)*

*Томский государственный университет, Томский политехнический университет, г. Томск
Научный руководитель: Боженко Елена Аркадьевна, преподаватель кафедры востоковедения*

ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГИЙ В СФЕРЕ АВТОМОБИЛЕСТРОЕНИЯ В РАМКАХ НОВОГО ШЕЛКОВОГО ПУТИ: ВЛИЯНИЕ КИТАЯ НА ЦИФРОВИЗАЦИЮ АВТОПРОМА ЕВРОПЫ

Аннотация: В статье исследуется трансфер технологий в сфере автомобилестроения в контексте инициативы Китая «Один пояс – один путь», с акцентом на экспорт китайского автопрома в Европу. Рассматриваются стратегии китайских компаний, протекционные меры со стороны ЕС и особенности конкурентной среды данного региона, а также формулируются рекомендации для китайских автопроизводителей по продолжению успешного выхода на европейский рынок.

Ключевые слова: новый шелковый путь, трансфер технологий, торговые пошлины, Европейский союз, цифровизация, локализация производства, автомобильная промышленность, технологическое партнёрство.

Введение

В современном мире автомобилестроение является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей промышленности. В последние годы цифровая трансформация изменила ландшафт и этой сферы, ускорив развитие электромобилей и технологий автомобилестроения. В этом процессе особую роль играет Китайская Народная Республика, которая не только становится крупнейшим производителем автомобилей и электромобилей, но и активно экспортирует свою продукцию в такие ведущие регионы мира, как Европа, используя различные стратегии технологического трансфера.

По данным китайского издания *Global Times*, в 2024 году Китай произвел более 31 миллиона автомобилей, что делает его мировым лидером в отрасли [1]. В Европе, напротив, автомобильный сектор сталкивается с рядом проблем и вызовов, включая снижение продаж локальных «традиционных» автопроизводителей [2] и усиление регуляторного давления в рамках инициатив ЕС по снижению выбросов CO₂ [3].

В этих условиях китайские компании стремятся закрепиться на европейском рынке, используя различные механизмы, включая покупку местных заводов и создание совместных предприятий. Это помогает им минимизировать риски, связанные с торговыми барьерами, и укрепить свои позиции в ЕС: согласно данным Европейской ассоциации автопроизводителей (ACEA), к 2025 году доля электромобилей, в том числе и китайского производства, на европейском рынке достигнет 13 % [4].

Основная часть

В процессе «завоевания» европейского рынка одной из ключевых стратегий китайских автопроизводителей является приобретение европейских заводов. Например, компании Chery Auto и BYD проявили интерес к покупке производственных мощностей Volkswagen в Германии [5], что позволило бы им в будущем избежать возможных импортных пошлин и упростить логистику поставок.

Еще одним направлением трансфера автомобильных технологий из КНР в Европу является создание совместных предприятий с европейскими автоконcernами. Китайский автопроизводитель Geely владеет значительной долей в Daimler (Mercedes-Benz) и полностью контролирует Volvo Cars [6], что дало компании доступ к технологиям европейских партнеров и позволило улучшить собственные разработки в области конструирования автомобилей как с двигателями внутреннего сгорания, так и электромобилей.

Кроме того, китайские компании активно инвестируют в Европейские исследовательские центры. Например, BYD и CATL расширяют свои европейские подразделения [7], что позволяет им быстрее адаптировать продукцию под требования местного рынка и внедрять передовые технологии.

Расширение присутствия китайских автопроизводителей в Европе вызывает смешанную реакцию со стороны Европейского союза. С одной стороны, китайские электромобили предлагают потребителям современные технологии по более доступной цене, что стимулирует конкуренцию и развитие рынка. Согласно официальным сайтам автопроизводителей (на примере Volkswagen [8] и BYD [9]) стоимость аналогичных по характеристикам моделей авто у китайского производителя существенно ниже, что делает китайскую продукцию привлекательной для европейских покупателей. Также важную роль для конечного потребителя играет лучшая технологическая оснащённость при аналогичной стоимости: китайские электромобили оснащены более технологичными и мощными батареями, а также вспомогательными системами вождения на основе ИИ, которые и вовсе отсутствуют в перечне предлагаемых опций у европейских автопроизводителей. Примером таких систем можно назвать Hongmeng – разработку компании Huawei [10].

Однако помимо вышеописанных преимуществ, у китайских автомобилей в Европе имеются некоторые недостатки:

Во-первых, слабо развитая сеть официальных дилеров и сервисных центров затрудняет техническое обслуживание и послепродажную поддержку. Из-за этого европейские страховые компании часто отказывают в страховании автомобилей китайских производителей из-за невозможности оценить стоимость ремонта [11].

Во-вторых, китайские автопроизводители испытывают сложности с адаптацией программного обеспечения мультимедийных систем автомобилей: по

сообщениям Немецкой Организации Автомобилистов, слабой стороной китайских авто являются сенсорные экраны, которые медленно реагируют на нажатие, при этом меню в мультимедиасистеме часто выполнено слишком мелким шрифтом и с ошибками в переводе с китайского языка [12].

В-третьих, у покупателей сохраняется низкий уровень доверия к китайским брендам автомобилей. Европейские потребители меньше знакомы с китайскими марками (Geely, NIO, Chery и др.), по сравнению с устоявшимися брендами из Германии, Японии и Южной Кореи. Однако некоторые китайские бренды (BYD) уже заработали хорошую репутацию у потребителей из стран Евросоюза [13].

С другой стороны, европейские регуляторы опасаются усиления технологической зависимости от Китая. Например, согласно данным EVTank, в 2024 году Китай экспортировал 1214,6 ГВт/ч литий-ионных аккумуляторов по всему миру, что составляет 78,6 % от мирового объема [14]. В ответ на это, Еврокомиссия рассматривает возможность введения новых ограничений на импорт китайских электромобилей и батарей для электромобилей, включая дополнительные пошлины и требования по локализации производства [15], помимо уже существующих пошлин. Например, ЕС ввел антисубсидиарные пошлины в размере 17 %, 20,8 % и 38,1 % для трех китайских автопроизводителей (BYD, Geely и SAIC) соответственно [16].

Заключение

Для успешного закрепления на европейском рынке китайским компаниям необходимо учитывать ряд факторов:

1. Дальнейшая локализация производства: строительство заводов в Европе позволит минимизировать торговые барьеры и повысить доверие со стороны местных потребителей.
2. Расширение партнерских отношений с европейскими автоконцернами: совместные разработки и обмен технологиями могут способствовать интеграции китайского автопрома на европейском рынке. На данный момент уже существуют примеры такого подхода: новый Mercedes-Benz CLA получил двигатель и ряд других технологических узлов, произведенных Geely.
3. Учет требований ESG (экологические, социальные и управленческие стандарты): соблюдение норм ЕС по выбросам и устойчивому развитию должны стать фундаментальными для китайских компаний, желающих выйти на европейский рынок. Поскольку данные стандарты в странах ЕС и Китае различаются, необходима специальная адаптация технологий под европейские стандарты.
4. Инвестиции в бренд и послепродажный сервис: вложение средств в маркетинг, создание имиджа надёжности и качества, а также организация широкой сети сервисных центров значительно повысят доверие евро-

пейских потребителей. Немаловажно обеспечить доступность запчастей, цифровых сервисов и технической поддержки на локальных языках.

5. Участие в цифровой трансформации европейского автопрома: китайские компании могут предложить технологически продвинутое решение – от автопилота и телеметрических платформ до систем на базе искусственного интеллекта. Интеграция этих решений в европейские цифровые экосистемы (например, в smart city-платформы) откроет доступ к новым рыночным нишам.
6. Гибкость в адаптации бизнес-моделей. На европейском рынке активно развиваются модели подписки, аренды, совместного пользования автомобилем. Китайским компаниям важно предлагать не только автомобили как товар, но и как услугу (Mobility-as-a-Service) [17], что особенно актуально в мегаполисах ЕС.

Таким образом, можно сказать, что на современном этапе, технологический трансфер играет ключевую роль в стратегии китайских автопроизводителей по выходу на европейский рынок. Покупка заводов, создание совместных предприятий и инвестиции в научно-технологические исследования помогают минимизировать торговые риски и укреплять конкурентные позиции в ЕС. Однако европейские регуляторы усиливают меры защиты внутреннего рынка, что может усложнить дальнейшую экспансию китайских брендов.

В долгосрочной перспективе успех китайских компаний будет зависеть от их способности адаптироваться к европейским требованиям и развивать партнерские отношения с европейскими производителями. Определенные меры, способствующие технологическому трансферу и локализации производства, станут определяющими факторами в этом процессе.

Список литературы

1. Global Times. China's auto industry achieves new milestones in 2024, with production and sales both surpassing 31 million units [Электронный ресурс]. – 2025. – Режим доступа: <https://www.globaltimes.cn/page/202501/1326784.shtml> (дата обращения: 4.04.2025).
2. Euronews. European car sales dip in February, EVs pick up but Tesla sales tumble [Электронный ресурс]. – 2025. – Режим доступа: <https://www.euronews.com/business/2025/03/25/european-car-sales-dip-in-february-evs-pick-up-but-tesla-sales-tumble> (дата обращения: 4.04.2025).
3. Interfax. Европарламент одобрил обновленный регламент ЕС по сокращению выбросов парниковых газов [Электронный ресурс]. – 2024. – Режим доступа: <https://www.interfax.ru/business/891035> (дата обращения: 4.04.2025).

4. Weicheng. Why is the European electric vehicle market declining instead of growing? [Электронный ресурс] // Sina Finance. – 2025. – Режим доступа: <https://finance.sina.com.cn/stock/relnews/cn/2025-01-18/doc-inefkytu5424166.shtml> (дата обращения: 4.04.2025).
5. Reuters. Chinese buyers interested in unwanted German Volkswagen factories, source says [Электронный ресурс]. – 2025. – Режим доступа: <https://www.reuters.com/business/autos-transportation/chinese-buyers-interested-unwanted-german-volkswagen-factories-source-says-2025-01-16/> (дата обращения: 4.04.2025).
6. Reuters. Geely chairman builds 9-billion stake in Germany's Daimler [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <https://www.reuters.com/article/us-daimler-geely-stake/geely-chairman-builds-9-billion-stake-in-germanys-daimler-idUSKCN1G72B7/> (дата обращения: 3.04.2025).
7. Forbes.ru. Восполнение энергии: изменят ли новые аккумуляторы рынок электромобилей [Электронный ресурс]. – 2024. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/mneniya/512946-vozpolnenie-energii-izmenat-li-povuye-akkumulatory-rynok-elektromobilej> (дата обращения: 5.04.2025).
8. Volkswagen. Модельный ряд ID.4 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.volkswagen.it/it/modelli.html/__app/id-4.app (дата обращения: 5.04.2025).
9. BYD Europe. Электромобили BYD ATTO 2 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.byd.com/eu/electric-cars/atto-2>, <https://www.leonori.it/ricerca-nuove-byd> (дата обращения: 5.04.2025).
10. Википедия. Harmony Intelligent Mobility Alliance [Электронный ресурс]. – 2023. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Harmony_Intelligent_Mobility_Alliance (дата обращения: 5.04.2025).
11. Auto Express. Some Chinese cars ‘almost uninsurable’ due to parts and repair support [Электронный ресурс]. – 2024. – Режим доступа: <https://www.autoexpress.co.uk/car-insurance/362519/exclusive-some-chinese-cars-almost-uninsurable-parts-and-repair-support> (дата обращения: 5.04.2025).
12. ADAC. Chinesische Automarken [Электронный ресурс]. – 2024. – Режим доступа: <https://www.adac.de/rund-ums-fahrzeug/autokatalog/markenmodelle/auto/chinesische-automarken/> (дата обращения: 5.04.2025).
13. ADAC. Chinesische Automarken [Электронный ресурс]. – 2024. – Режим доступа: <https://www.adac.de/rund-ums-fahrzeug/autokatalog/markenmodelle/auto/chinesische-automarken/> (дата обращения: 5.04.2025).
14. EVTank. Global lithium-ion battery shipments reached 1545.1 GWh in 2024, with power battery shipments growing 64.9 % year-on-year [Электронный

- ресурс] // ESCN. – 2025. – Режим доступа: <https://www.escn.com.cn/news/show-1135600.html> (дата обращения: 5.04.2025).
15. European Commission. Commission imposes definitive countervailing duties on Chinese battery electric vehicles [Электронный ресурс]. – 2024. – Режим доступа: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_24_5589 (дата обращения: 5.04.2025).
16. Jiang W., Li X. China strikes back against EU tariffs on electric vehicles [Электронный ресурс] // MyCaijing. – 2024. – Режим доступа: <https://www.mycaijing.com/article/detail/533377> (дата обращения: 5.04.2025).
17. IRU. MaaS mobility service [Электронный ресурс]. – 2023. – Режим доступа: <https://www.iru.org/who-we-are/where-we-work/europe/maas-mobility-service> (дата обращения: 7.04.2025).

Тань Хуа (Китай), Чжан Чи (Китай), Замятина Елена Викторовна (Россия)

Томский политехнический университет, г. Томск

Научный руководитель: Замятина Елена Викторовна, к.ф.н., доцент

РУССКИЙ ЯЗЫК В ЭПОХУ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Аннотация: в статье исследуется влияние глобализации на русский язык, его современное состояние и перспективы развития. Рассматриваются ключевые аспекты, такие как роль русского языка в международном общении, воздействие иностранных языков (особенно английского) на лексику, а также влияние новых технологий на языковые нормы. Авторы выделяют основные проблемы, включая чрезмерное заимствование иностранных слов и деградацию литературных норм и предлагают меры для сохранения и укрепления позиций русского языка в мире.

Ключевые слова: глобализация, русский язык, языковая политика, заимствования.

Введение

Эпоха глобализации привнесла кардинальные изменения в общественную жизнь, включая сферу языкового общения. Русский язык как один из ведущих языков мира сталкивается с новыми вызовами и возможностями на фоне стремительного развития технологий, расширения международных связей и углублённого обмена культурными ценностями. Глубокое изучение того, как глоба-