

DOI 10.24412/2686-7702-2026-3-48-73

Трансформация российского рынка легковых автомобилей в условиях санкционного давления: укрепление позиций китайских производителей

Назарова Дарья Валериевна¹,
Сунь Эрсюнь¹

¹ Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы

Аннотация. Цель статьи – выявить факторы трансформации позиций китайских автопроизводителей на российском рынке в условиях санкционного давления и оценить долгосрочные риски, связанные с локализацией производства, качеством продукции, развитием сервисной инфраструктуры и изменением потребительских предпочтений. Авторы рассматривают переход китайских автомобильных компаний от модели быстрого импортного замещения, сложившейся после ухода с российского рынка ряда западных, японских и южнокорейских производителей, к более сложной модели производственного присутствия, включающей локальную сборку, использование дочерних и локализованных брендов, а также адаптацию к российским регуляторным и макроэкономическим условиям. Теоретической основой исследования является концепция глобальных цепочек стоимости, позволяющая интерпретировать изменения на российском автомобильном рынке как перестройку не только внешнеторговых, но и производственных, логистических и сервисных связей. Научная новизна состоит в применении данной концепции для оценки глубины локализации и устойчивости присутствия китайских автопроизводителей на российском рынке. Показано, что их доминирование в России вступает в фазу структурной коррекции: по итогам 2025 г. продажи китайских марок сократились на 25 % (до 685,2 тыс. ед.), а их доля на рынке новых легковых автомобилей снизилась с 58,5 до 51,7 %, тогда как прямой импорт из КНР упал на 68 % (с 656 тыс. до 210 тыс. ед.); сокращение прямого импорта сопровождается опережающим ростом локализованных брендов, значения сервисной поддержки и репутационной устойчивости. Сделан вывод, что долгосрочные позиции китайских автопроизводителей будут определяться не столько ценовой доступностью автомобилей, сколько способностью повысить качество продукции, обеспечить наличие запасных частей, укрепить дилерскую сеть и встроиться в российскую производственную базу.

Ключевые слова: Россия, Китай, автомобильная промышленность, легковые автомобили, импортозамещение, санкции, локализация производства, глобальные цепочки стоимости.

Авторы:

Назарова Дарья Валериевна, ассистент кафедры международных экономических отношений, экономический факультет, Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы (адрес: 117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6). ORCID: 0000-0002-4074-750X. SPIN-код: 3324-7644. E-mail: nazarova_dv@rudn.ru

Сунь Эрсюнь (孙尔逊), студент, экономический факультет, Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы (адрес: 117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6). ORCID: 0009-0001-9611-8825. E-mail: 1032234868@rudn.ru

Конфликт интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Для цитирования: Назарова Д.В., Сунь Э. Трансформация российского рынка легковых автомобилей в условиях санкционного давления: укрепление позиций китайских производителей // Восточная Азия: факты и аналитика. 2026. Т. 8. № 3. С. 48–73. DOI 10.24412/2686-7702-2026-3-48-73

Transformation of the Russian passenger car market amidst sanctions pressure: the strengthening position of the Chinese manufacturers

Nazarova Daria V.¹,
Sun Erxun¹

¹ Patrice Lumumba Peoples' Friendship University of Russia

Abstract. The article aims to identify the factors transforming the position of Chinese automakers in the Russian market amidst sanctions pressure and to assess the long-term risks associated with production localization, product quality, service infrastructure development and changing consumer preferences. The authors examine the transition of Chinese automotive companies from a model of rapid import substitution, which emerged after the withdrawal of a number of Western, Japanese and South Korean manufacturers, to a more complex model of production presence involving local assembly, subsidiary and localized brands, and adaptation to Russian regulatory and macroeconomic conditions. The theoretical basis of the study is the concept of global value chains, which makes it possible to interpret changes in the Russian automotive market not only as a result of foreign trade redirection, but also as a process of restructuring production, logistics and service links. The novelty of the study lies in applying this framework to evaluate the depth of localization and the sustainability of Chinese automakers' market presence. The article shows that their dominance in Russia is entering a phase of structural adjustment: by the end of 2025, sales of Chinese brands fell by 25 % (to 685,2 thousand units), and their market share declined from 58.5 % to 51.7 %, while direct imports from China dropped by 68 % (from 656 thousand to 210 thousand units). This reduction of direct imports is accompanied by the faster growth of localized brands and the growing importance of after-sales service and reputational sustainability. The authors conclude that the long-term position of Chinese automakers will depend less on vehicle affordability and more on their ability to enhance product quality, ensure spare parts availability, strengthen dealer networks and integrate into the Russian production base.

Keywords: Russia, China, automotive industry, passenger cars, import substitution, sanctions, production localization, global value chains.

Authors:

Nazarova Daria V., Assistant at the Department of International Economic Relations, Faculty of Economics, Patrice Lumumba Peoples' Friendship University of Russia (address: 6, Miklukho-Maklaya St., Moscow, 117198, Russian Federation). ORCID: 0000-0002-4074-750X. SPIN-code: 3324-7644. E-mail: nazarova_dv@rudn.ru

Sun Erxun (孙尔逊), student, Faculty of Economics, Patrice Lumumba Peoples' Friendship University of Russia (address: 6, Miklukho-Maklaya St., Moscow, 117198, Russian Federation). ORCID: 0009-0001-9611-8825. E-mail: 1032234868@rudn.ru

Conflict of interests. The authors declare the absence of the conflict of interests.

For citation: Nazarova D.V., Sun E. (2026). Transformatsiya rossiyskogo rynka legkovykh avtomobiley v usloviyakh sanktsionnogo davleniya: ukrepleniye pozitsiy kitayskikh proizvoditeley [Transformation of the Russian passenger car market amidst sanctions pressure: the strengthening position of the Chinese manufacturers]. *Vostochnaya Aziya: fakty i analitika* [East Asia: Facts and Analytics], 8 (3): 48–73. (In Russian). DOI 10.24412/2686-7702-2026-3-48-73

Введение

Западные санкции, введённые в 2022 г. и последовательно расширявшиеся в последующие годы, привели к глубокой структурной трансформации российского автомобильного рынка. Уход или приостановка деятельности ряда мировых производителей создали рыночный вакуум, который был быстро заполнен китайскими автомобильными брендами. Однако значение этого процесса не сводится к замене одной группы иностранных поставщиков на другую. Речь идёт о вынужденной реконфигурации глобальных цепочек стоимости в отдельно взятой национальной отрасли под воздействием внешнего геοэкономического шока – то есть о процессе, теоретическое осмысление которого пока отстаёт от накопления эмпирических данных.

Актуальность исследования определяется необходимостью концептуально разграничить два принципиально разных сценария. Согласно первому, экспансия китайских автопроизводителей есть краткосрочный эффект санкций и вынужденного импортозамещения, обратимый при изменении внешних условий. Согласно второму, происходит устойчивая перестройка производственных и технологических связей, встраивающая российский рынок в китаецентричные региональные цепочки стоимости. Различение этих сценариев требует не описания рыночной динамики, а анализа глубины и типа локализации: исследования того, какие звенья цепочки создания стоимости и с каким типом управления переносятся на территорию принимающей экономики.

Степень научной разработанности темы неоднородна. Теория глобальных цепочек стоимости (ГЦС) располагает развитым аппаратом анализа управления и модернизации [Gereffi, Humphrey, Sturgeon 2005; Humphrey, Schmitz 2002]; систематизирована отраслевая специфика управления и апгрейда в цепочках [Кондратьев 2019], а проблематика уязвимости и резильентности цепочек перед внешними шоками и геοэкономической фрагментации активно разрабатывается в последние годы [Смородинская, Катуков, Малыгин 2021; Смородинская, Катуков 2021; Aiyar et al. 2023]. Эволюция и механизмы антироссийских экономических санкций как источника такого шока также получили отражение в научной литературе [Смирнов 2022]. Исследована отраслевая специфика цепочек стоимости в автомобилестроении [Волгина, Возмилова 2015], как и характер участия Китая в глобальном производстве [Волгина, Лю 2020], и траектория развития китайского автопрома и его внутреннего рынка [Горчаков, Данилов, Чистяков 2023; Кирюхина, Михешкина 2023; Чжан, Голик 2024]. Проанализировано состояние российского автомобильного рынка после 2022 г., его сегментная структура и сценарии развития [Милякин, Скубачевская, Валеев 2024]. Отдельное внимание уделяется адаптации отрасли к новым санкционным ограничениям [Курдин, Мелешкина, Федоров 2024], перспективам отечественного автопрома в условиях экспансии китайского капитала [Максимцев и др. 2024], а также деятельности китайских

автомобильных концернов на мировом и российском рынках [Хайбрахманов 2024]. В научных статьях рассмотрен сопоставимый по логике случай экспансии китайских автопроизводителей в другой региональный контур – страны АСЕАН, где сборочная локализация сочетается с зависимостью от китайских технологических решений [Новикова, Прокудин 2025], а также особенности проникновения и закрепления китайских автомобильных компаний на российском рынке [Волгина, Луговская 2024]. Вместе с тем структурная коррекция 2025–2026 гг. и её интерпретация в терминах глубины локализации и распределения добавленной стоимости остаются вне систематического анализа. Именно этот разрыв между богатой фактурой и её недостаточной теоретической проработкой определяет проблему исследования.

Цель исследования – на основе аппарата теории глобальных цепочек стоимости выявить тип и глубину локализации китайских автопроизводителей в России и оценить долгосрочные риски их присутствия. Достижение цели предполагает решение четырёх задач: (1) сформировать теоретико-методологическую рамку, увязывающую уровень локализации с типом управления в ГЦС и характером производственной модернизации; (2) реконструировать причинно-следственную цепочку перехода от торгового присутствия к производственному; (3) оценить факторы, ограничивающие функциональную модернизацию китайских производств; (4) определить траектории развития и связанные с ними риски.

Научная новизна исследования состоит, во-первых, в разработке аналитической типологии глубины локализации иностранных автопроизводителей в принимающей экономике, увязывающей уровень локализации с типом управления в цепочке стоимости и характером модернизации; во-вторых, во введении понятия «санкционно-индуцированная локализация», описывающего вынужденный, инициированный внешним шоком и промышленной политикой принимающей страны переход от торгового присутствия к производственному, который не сопровождается автоматической функциональной модернизацией; в-третьих, в применении этой рамки к российско-китайским автомобильным связям, что позволяет разграничить поверхностную (сборочную) и глубокую (функциональную) локализацию и на этом основании оценить устойчивость позиций китайских брендов.

Гипотеза исследования заключается в том, что долгосрочная устойчивость позиций китайских автопроизводителей в России определяется не объёмом импорта и не фактом сборочной локализации как таковой, а способностью перейти от захватного (captive) типа локализации, при котором ключевые технологии, платформы и компоненты остаются под контролем материнских компаний, к функциональной локализации с ростом доли добавленной стоимости, создаваемой в принимающей экономике. Методология сочетает качественный и количественный анализ с опорой на триангуляцию источников: отраслевую статистику, данные аналитических агентств, макроэкономические показатели, метрики качества и надёжности, потребительские оценки. Статья структурирована следующим образом: в первом разделе изложена теоретико-методологическая рамка; во втором рассматривается роль автомобильной промышленности КНР как источника трансформации; в третьем анализируется текущее состояние рынка; в четвёртом – факторы конкурентоспособности; в пятом типология применяется к позиционированию китайских брендов и определяются траектории развития.

1. Теоретико-методологическая рамка исследования

1.1. Управление и модернизация в глобальных цепочках стоимости

Теория глобальных цепочек стоимости рассматривает производство как географически рассредоточенную последовательность стадий, каждая из которых добавляет часть конечной стоимости [Baldwin 2016; Antràs 2020]. Аналитическая ценность подхода для настоящего исследования связана с двумя его центральными категориями – управлением (governance) и модернизацией (upgrading), которые позволяют перейти от констатации факта присутствия иностранного производителя к оценке его реальной позиции в цепочке.

Согласно каноническому подходу, тип управления в цепочке определяется сложностью транзакций, возможностью кодификации знаний и уровнем компетенций поставщиков и варьируется от рыночного до иерархического, включая промежуточные модульный, реляционный и захватный типы [Gereffi, Humphrey, Sturgeon 2005]. Автомобилестроение исторически тяготело к цепочкам, управляемым производителем, с сильной координацией со стороны головных компаний [Gereffi 1994], а распространение платформенных стратегий усилило в нём модульную составляющую [Sturgeon 2002; Волгина, Возмилова 2015]. Ключевым для анализа российско-китайского случая является захватный (captive) тип управления, при котором малые поставщики или дочерние структуры технологически зависят от доминирующей головной компании, контролирующей проектирование, платформы и компоненты; такая конфигурация характеризуется высокими издержками переключения и производственной блокировкой (lock-in).

Модернизация в ГЦС описывается в терминах перехода фирмы или экономики к более выгодным позициям и подразделяется на процессную, продуктовую, функциональную и межотраслевую [Humphrey, Schmitz 2002; Кондратьев 2019]. Наиболее значимой является функциональная модернизация – освоение функций с более высокой добавленной стоимостью (проектирование, НИОКР, производство компонентов, брендинг, сервис), поскольку именно она определяет объём стоимости, удерживаемой в национальной экономике. Распределение стоимости вдоль цепочки описывается «кривой улыбки»: минимальная стоимость создаётся на стадии сборки, максимальная – на до- и послепроизводственных стадиях [Kaplinsky 2000]. Из этого следует принципиальный для исследования тезис: сборочная локализация сама по себе не тождественна освоению добавленной стоимости и может сосуществовать с сохранением технологической зависимости.

1.2. Геоэкономическая фрагментация и вынужденная регионализация цепочек

Современная перестройка глобальных цепочек стоимости протекает в условиях геоэкономической фрагментации – реорганизации производственных связей вдоль геополитических линий, сопровождающейся регионализацией цепочек и переориентацией на политически близкие юрисдикции [Aiyar et al. 2023; Смородинская, Катуков, Малыгин 2021]. Санкции выступают частным, но наиболее радикальным механизмом такой фрагментации, поскольку вызывают не постепенную, а скачкообразную реконфигурацию; масштаб и последовательное расширение антироссийских ограничений делают этот случай предельным по интенсивности внешнего воздействия [Смирнов 2022]. Российский автомобильный рынок представляет собой один из наиболее выраженных примеров такой фрагментации: резкий уход западных, японских и южнокорейских головных компаний и переориентация на

китаецентричные цепочки в рамках евразийского регионального контура. Существенно, что в этих условиях локализация запускается не конкурентной логикой модернизации, а внешним принуждением и промышленной политикой принимающей страны, что задаёт иной причинно-следственный механизм, чем в классических моделях восходящей модернизации.

1.3. Концепция санкционно-индуцированной локализации и типология её глубины

На пересечении описанных подходов предлагается понятие санкционно-индуцированной локализации – вынужденного, инициированного внешним шоком и регуляторным давлением принимающей страны перехода иностранного производителя от торгового присутствия к производственному. Его отличие от классической восходящей модернизации носит не количественный, а качественный характер. Классическая модернизация является рыночно- и стоимостно-мотивированной: фирма осваивает более сложные функции, стремясь к росту удерживаемой стоимости. Санкционно-индуцированная локализация оборонительна и мотивирована сохранением доступа к рынку в условиях роста издержек импорта; она не гарантирует функциональной модернизации, поскольку головная фирма заинтересована в сохранении захватного управления. Результатом становится риск «поверхностной» локализации – глубокой по стадии сборки, но мелкой по создаваемой стоимости.

Для разграничения этих форм участия предлагается типология глубины локализации (Табл. 1). Глубина оценивается по трём критериям: (а) доля добавленной стоимости, создаваемой в принимающей экономике; (б) наличие функциональной модернизации (локальные поставщики, адаптация, НИОКР); (в) сдвиг типа управления от захватного к реляционному. Стратегический вопрос применительно к любому бренду формулируется как способность перейти с уровней 1–2 (захватная сборка) на уровни 3–4 (функциональная и глубокая локализация), что и определяет обратимость присутствия и объём удерживаемой стоимости.

Таблица 1. Типология глубины локализации иностранных автопроизводителей в принимающей экономике.

Table 1. Typology of the localization depth of foreign automakers in the host economy.

Уровень	Форма присутствия	Локальная добавленная стоимость	Тип управления в ГЦС	Модернизация	Обратимость и зависимость
0	Прямой импорт, дистрибуция	Минимальная (наценка, логистика)	Рыночное	Отсутствует	Полная обратимость; технологическая зависимость
1	Крупноузловая сборка (SKD)	Низкая	Захватное	Процессная (частично)	Высокая обратимость; полный контроль головной компании
2	Мелкоузловая сборка (CKD): сварка, окраска	Умеренная	Захватное	Процессная / продуктовая	Средняя обратимость; зависимость по платформам и компонентам

3	Функциональная локализация: локальные поставщики, адаптация, НИОКР, сервис	Существенная	Реляционное	Функциональная	Низкая обратимость; частичное освоение стоимости
4	Глубокая интеграция: локальная платформа и технология	Высокая	Реляционное / иерархическое	Межотраслевая (chain)	Встроенность в национальную производственную базу

Источник: Составлено авторами на основе [Gereffi, Humphrey, Sturgeon 2005; Humphrey, Schmitz 2002; Kaplinsky 2000].

Source: Compiled by the authors based on [Gereffi, Humphrey, Sturgeon 2005; Humphrey, Schmitz 2002; Kaplinsky 2000].

Предложенная типология выступает основным аналитическим инструментом исследования: наблюдаемые формы присутствия китайских производителей соотносятся с её уровнями, после чего оцениваются тип управления, объём удерживаемой стоимости и вытекающие из них траектории и риски.

2. Автомобильная промышленность КНР как источник трансформации российского рынка

За последнюю четверть века Китай прошёл путь восходящей модернизации в мировой автомобильной цепочке стоимости. По данным Китайской ассоциации автопроизводителей, в 2025 г. производство автомобилей в стране достигло рекордных 34,5 млн ед. (+10,4 % к 2024 г.), в том числе 16,6 млн ед. пришлось на автомобили на новых источниках энергии (+29 %); на протяжении семнадцати лет подряд по этому показателю Китай удерживает первое место в мире. Долгосрочная динамика выпуска легковых автомобилей, выросшего за четверть века более чем на порядок, представлена на Рис. 1. Принципиально, что этот рост означал не только количественное наращивание сборки, но и функциональную модернизацию – освоение проектирования, платформенных решений и, в сегменте электромобилей, ключевых компонентов. В терминах теории ГЦС Китай перешёл от периферийной позиции «сборочного цеха» к позиции носителя головных функций, контролирующего звенья с высокой добавленной стоимостью [Волгина, Лю 2020]; траектория этого перехода – от копирования и совместных предприятий к собственным платформам и электромобильным технологиям – подробно прослежена в работах [Горчаков, Данилов, Чистяков 2023; Кирюхина, Михешкина 2023]. Именно этот сдвиг превращает китайские компании из поставщиков в головные фирмы, экспортирующие вовне собственный, преимущественно захватный, тип управления цепочкой – обстоятельство, определяющее характер их присутствия на российском рынке.

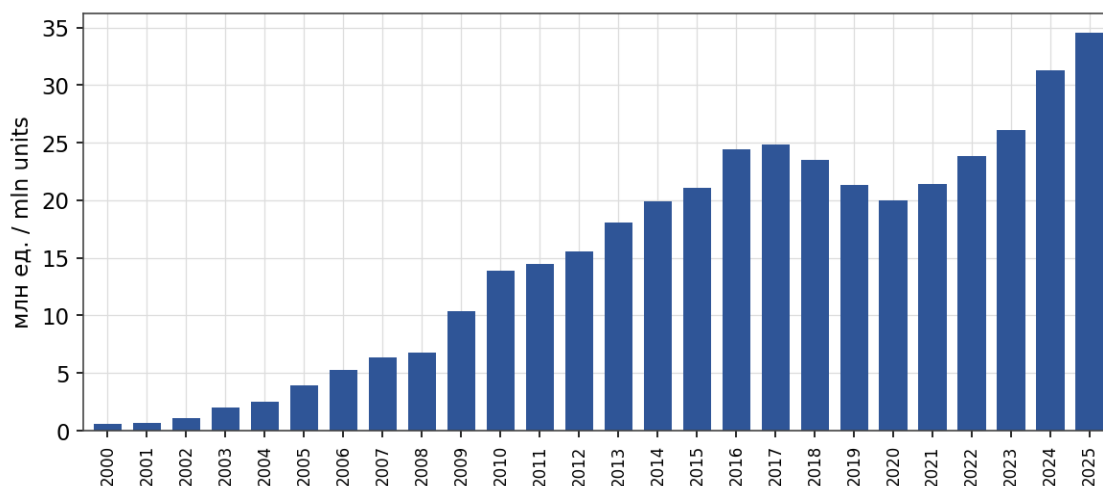


Рис. 1. Годовое производство легковых автомобилей в КНР (2000–2025), млн ед.

Fig. 1. Annual passenger car production in China (2000–2025), mln units.

Источник: Составлено авторами по: Production Statistics. International Organization of Motor Vehicle Manufacturers (OICA). URL: <https://oica.net/production-statistics/> (дата обращения: 27.09.2026).

Source: Compiled by the authors based on: Production Statistics. International Organization of Motor Vehicle Manufacturers (OICA). URL: <https://oica.net/production-statistics/> (accessed: Sep 27, 2026).

Продажи иностранных легковых автомобилей в России демонстрировали устойчивый рост на протяжении двух десятилетий: с 46,7 тыс. ед. в 2000 г. до пикового уровня 2,18 млн ед. в 2012 г. Однако после 2022 г. структура импорта претерпела фундаментальные изменения: китайские производители заместили ушедшие с рынка европейские, японские и корейские бренды (Рис. 2). С аналитической точки зрения этот сдвиг представлял собой разрыв прежних цепочек, управлявшихся западными головными фирмами, и их замещение цепочками с китайским центром управления – при сохранении на первом этапе чисто торговой формы присутствия (уровень 0 предложенной типологии).

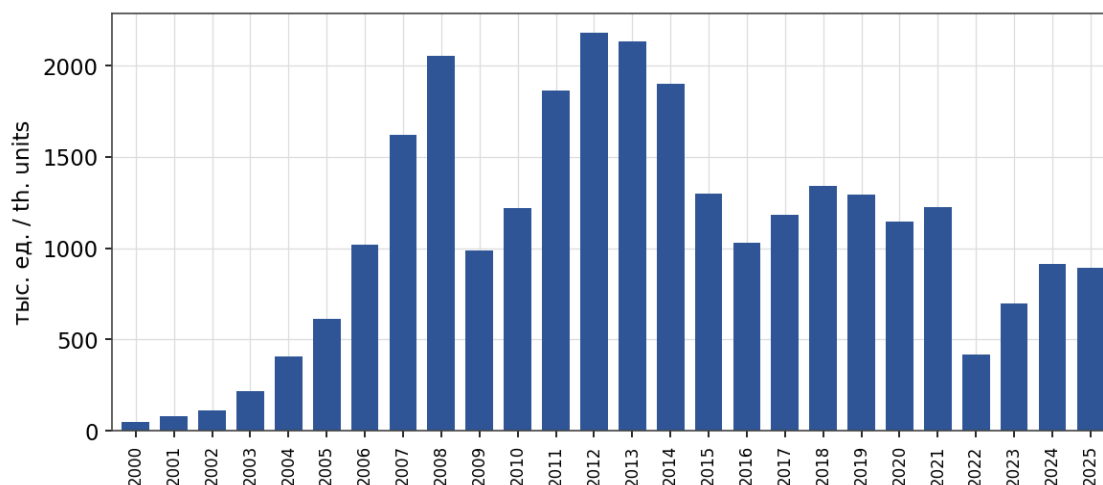


Рис. 2. Динамика продаж новых иностранных автомобилей в РФ (2000–2025), тыс. ед.

Fig. 2. Dynamics of new foreign car sales in Russia (2000–2025), thousand units.

Источник: Составлено авторами по: Продажи новых автомобилей в России. Statbase. URL: <https://statbase.ru/data/rus-vehicles-sales-by-country/> (дата обращения: 27.09.2026).

Source: Compiled by the authors based on: New Car Sales in Russia. Statbase. URL: <https://statbase.ru/data/rus-vehicles-sales-by-country/> (accessed: Sep 27, 2026).

В 2023–2024 гг. доля китайских автомобилей в импорте достигла 76,1 %¹, что стало историческим максимумом. Однако это доминирование реализовывалось преимущественно через прямой импорт, то есть на уровне цепочки с минимальным удержанием стоимости в принимающей экономике. Таким образом, к 2025 г. сложилась предпосылка структурной коррекции: исчерпание потенциала чисто торговой модели при нарастающем регуляторном давлении сделало неизбежным переход к производственным формам присутствия.

3. Современное состояние российского рынка и позиции китайских автомобилей

Мировой экспорт китайской автомобильной продукции до 2020 г. сохранял умеренные темпы роста, однако с 2021 г. на фоне нарушения традиционных логистических цепочек начал ускоряться, а в 2025 г. достиг исторического максимума: экспорт превысил 7 млн ед., увеличившись на 21,1 % к 2024 г., причём поставки автомобилей на новых источниках энергии выросли вдвое – до 2,6 млн ед. (Рис. 3). Крупнейшим экспортёром стала Chery (1,34 млн ед.). Эта динамика подтверждает закрепление китайских фирм в позиции головных звеньев мировой цепочки [Волгина, Лю 2020; Чжан, Голик 2024] и формирует ресурсную базу для экспорта их производственной модели на внешние рынки.

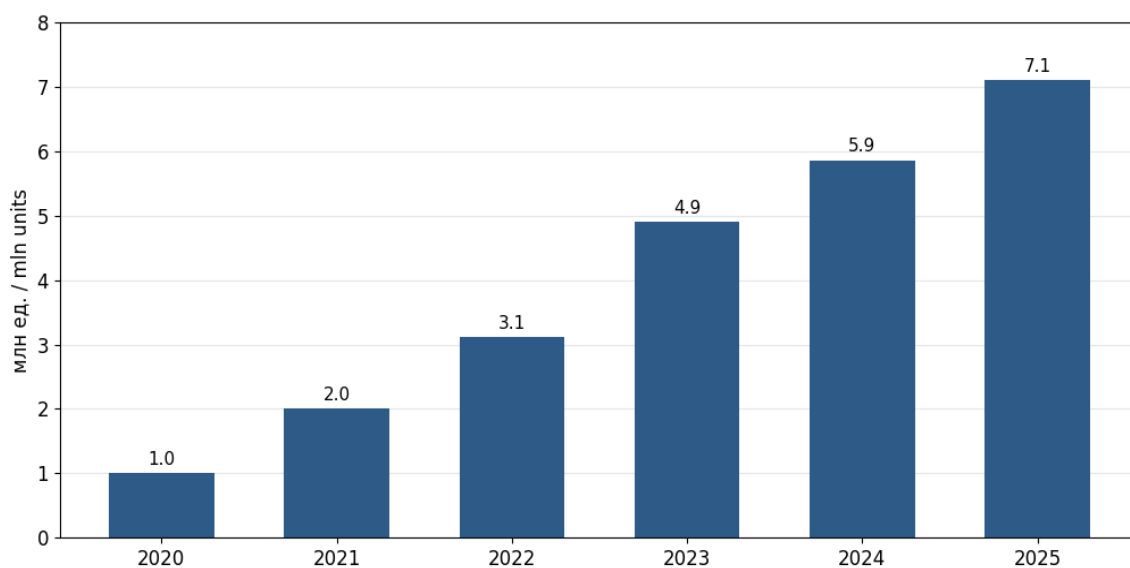


Рис. 3. Объём экспорта автомобилей из КНР (2020–2025), млн ед.

Fig. 3. Volume of car exports from China (2020–2025), mln units.

Источник: Составлено авторами по: Обзор экспорта автомобилей за декабрь 2025 г. Китайская ассоциация автопроизводителей (CAAM), 22.01.2026. URL: https://www.caam.org.cn/chn/4/cate_34/con_5237010.html (дата обращения: 27.09.2026).

Source: Compiled by the authors based on: Automobile Exports in December 2025. China Association of Automobile Manufacturers (CAAM), Jan 22, 2026. URL: https://www.caam.org.cn/chn/4/cate_34/con_5237010.html (accessed: Sep 27, 2026).

¹ Доля продаж новых легковых автомобилей из Китая в России выросла до 51% за 2023 год. Автостат. URL: <https://www.mk.ru/economics/2024/01/13/dolya-prodazh-novykh-legkovykh-avtomobiley-iz-kitaya-v-rossii-vyroslo-do-51-za-2023-god-avtostat.html> (дата обращения: 15.03.2026).

В январе–мае 2024 г. Россия оставалась крупнейшим направлением китайского автомобильного экспорта (Рис. 4), однако в 2025 г. утратила безусловное первенство: за январь–ноябрь 2025 г. поставки из КНР сократились на 56,1 %, до 513 тыс. ед., и, по оценкам «Автостата», по итогам девяти месяцев Россия опустилась на третье место среди покупателей китайских автомобилей, уступив Мексике и ОАЭ. Изменились не только объёмы, но и качественная структура поставок. В январе–октябре 2025 г. импорт новых китайских автомобилей сократился на 68 % в натуральном выражении – с 656 тыс. до 210 тыс. ед. Сокращение² объясняется тремя связанными факторами: общим сжатием рынка, накопленными в 2024 г. запасами и переносом сборки в Россию и Беларусь. В терминах предложенной рамки это не спад присутствия, а его переход с уровня 0 (прямой импорт) на уровни 1–2 (сборочная локализация): статистическое сокращение импорта отражает не уход китайских производителей, а смену формы их присутствия при сохранении контроля над ключевыми компонентами.

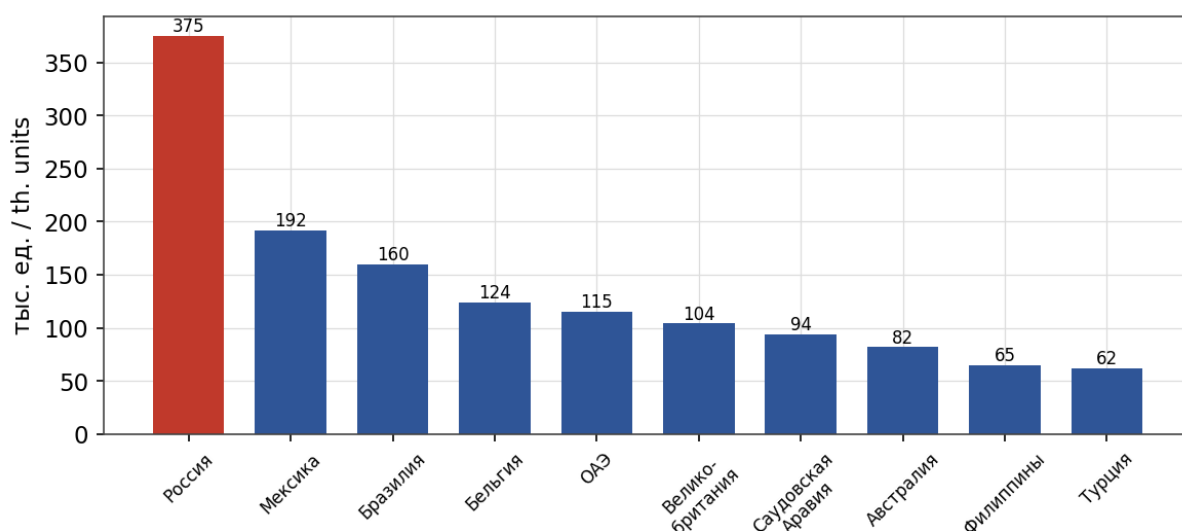


Рис. 4. Экспорт автомобилей из КНР по отдельным странам назначения (январь–май 2024 г.), тыс. ед.

Fig. 4. China's car exports to selected destinations (January–May 2024), thousand units.

Источник: Составлено авторами по: Обзор авторынка за 17–23 июня 2024 г. Китайская ассоциация автомобильных дилеров (CADA). URL: https://www.cada.cn/Trends/info_91_10011.html (дата обращения: 27.09.2026).

Source: Compiled by the authors based on: China Automobile Dealers Association (CADA), Automotive Market Review, June 17–23, 2024. URL: https://www.cada.cn/Trends/info_91_10011.html (accessed: Sep 27, 2026).

На глобальном уровне крупнейшими китайскими компаниями-экспортёрами в 2025 г. стали Chery (1,34 млн ед.), SAIC (1,07 млн ед.) и BYD (1,05 млн ед.), за которыми следуют Changan, Great Wall и Geely (Рис. 5). На российском рынке лидером среди китайских марок по итогам 2025 г. остался Haval (173,3 тыс. проданных ед.), показавший наименьшее среди них падение продаж (–9,1 %) за счёт наивысшего уровня локализации в Тульской области. Chery (99,8 тыс. ед.) и Geely (94,0 тыс. ед.) удержали присутствие в первой пятёрке, но потеряли соответственно 36,4 и 36,9 % продаж; Geely при этом использует белорусские

² Импорт новых легковых автомобилей в Россию упал на 64%. РБК. URL: <https://www.rbc.ru/business/19/11/2025/691d793f9a79472e4c6da67b> (дата обращения: 14.03.2026).

мощности для выпуска автомобилей под брендом Belgee. Продажи Changan сократились на 37,6 %, и единственной китайской маркой с положительной динамикой оказался Jetour (36,5 тыс. ед., +3,7 %). Наиболее быстро росли локализованные бренды – Belgee (+96,5 %) и Solaris (+132 %)³. Существенно, что глубина падения обратно пропорциональна уровню локализации: наименьшие потери у наиболее локализованного Haval, наибольшие – у брендов, опиравшихся на прямой импорт, тогда как локализованные Belgee и Solaris растут кратно. Это первое эмпирическое указание на то, что устойчивость позиций определяется глубиной встраивания в производственную базу, а не объёмом импорта.

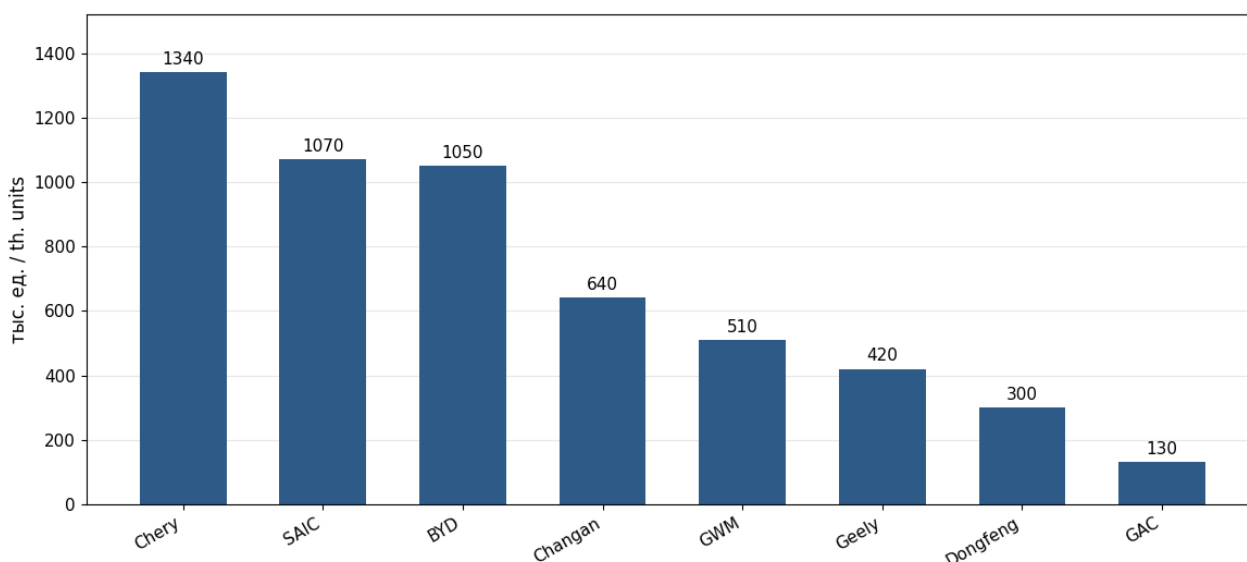


Рис. 5. Крупнейшие китайские компании – экспортёры автомобилей (2025), тыс. ед.

Fig. 5. Largest Chinese automobile exporting companies (2025), thousand units.

Источник: Составлено авторами по: Итоги 2025 г. Chery Group, 02.01.2026. URL: <https://www.cheryholding.com/article/1085.html>; Итоги зарубежных продаж 2025 г. SAIC Motor, 2026. URL: https://www.saicmotor.com/e/latest_news/saic_motor/63550.shtml; Итоги продаж 2025 г. BYD, 2026. URL: <https://www.byd.com/cn/detail614> (дата обращения: 27.09.2026).

Source: Compiled by the authors based on: Chery Group 2025 Results, Jan 2, 2026. URL: <https://www.cheryholding.com/article/1085.html>; SAIC Motor 2025 Overseas Sales, 2026. URL: https://www.saicmotor.com/e/latest_news/saic_motor/63550.shtml; BYD 2025 Sales, 2026. URL: <https://www.byd.com/cn/detail614> (accessed: Sep 27, 2026).

Анализ импорта за 2023–2025 гг. выявляет структурные изменения. Доля китайских автомобилей в импорте оставалась доминирующей – 76,1 % в 2023 г., 78,4 % в 2024 г. и 77 % в первом полугодии 2025 г., однако абсолютные объёмы резко сократились. Второе место занял Кыргызстан (8 %), далее следовали Беларусь (4,7 %), Республика Корея (4,4 %) и Казахстан (2,2 %), причём транзитная роль Кыргызстана быстро нарастала: в первом полугодии 2026 г. через него было ввезено уже 18,9 % всех новых импортных автомобилей (35,2 тыс. ед., рост почти втрое); в сегменте автомобилей с пробегом Китай занимает третье

³ Продажи новых легковых автомобилей в России в 2025 году и в декабре. *Автостат*, 13.01.2026. URL: <https://www.autostat.ru/press-releases/61576/> (дата обращения: 17.03.2026); Продажи китайских легковых автомобилей в 2025 году снизились на четверть. *Автостат*, 15.01.2026. URL: <https://www.autostat.ru/news/61599/> (дата обращения: 17.03.2026).

место (17,6 %) после Японии (35,3 %) и Республики Корея (23 %)⁴ (Рис. 6). Рост доли реэкспорта через ЕАЭС имеет важное значение: он свидетельствует о регионализации цепочки в евразийском контуре [Aiyar et al. 2023], при которой часть логистических и распределительных функций смещается в сопредельные юрисдикции.

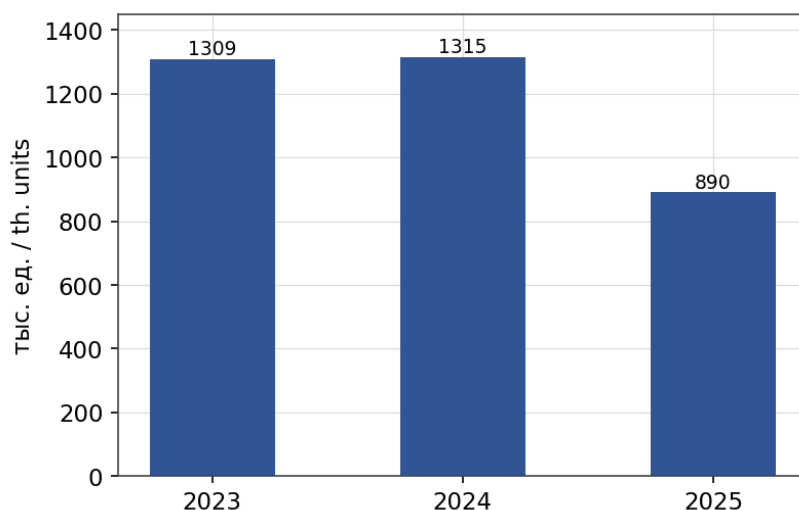


Рис. 6. Импорт легковых автомобилей в Россию (2023–2025), тыс. ед.

Fig. 6. Imports of passenger cars into Russia (2023–2025), thousand units.

Источник: Составлено авторами по: Импорт новых автомобилей в Россию в I полугодии упал на 63 %. Автостат, 22.07.2025. URL: <https://www.autostat.ru/news/60494/>; Доля физлиц в импорте новых автомобилей в 2025 году выросла до 42 %. Автостат, 26.02.2026. URL: <https://www.autostat.ru/news/61864/>; Автомобильный рынок России в декабре и январе–декабре 2025 года. РОАД, 13.01.2026. URL: <https://asroad.org/statistic-analitik/avtomobilnyj-rynok-rossii-v-dekatre-i-yanvare-dekabre-2025-goda-novye-legkovye-avtomobili-legkie-kommercheskie-avtomobili-i-pikapu/> (дата обращения: 27.09.2026).

Source: Compiled by the authors based on: Imports of New Cars into Russia Fell by 63% in H1 2025. Autostat, Jul 22, 2025. URL: <https://www.autostat.ru/news/60494/>; Private Buyers' Share of New Car Imports in 2025. Autostat, Feb 26, 2026. URL: <https://www.autostat.ru/news/61864/>; Russian Automotive Market in December and January–December 2025. ROAD, Jan 13, 2026. URL: <https://asroad.org/statistic-analitik/avtomobilnyj-rynok-rossii-v-dekatre-i-yanvare-dekabre-2025-goda-novye-legkovye-avtomobili-legkie-kommercheskie-avtomobili-i-pikapu/> (accessed: Sep 27, 2026).

По данным «Автостата», за первое полугодие 2025 г. в Россию было ввезено 149,3 тыс. новых легковых автомобилей против 408,5 тыс. годом ранее, что отражает сокращение на 63 %⁵. Оно объясняется не только эффектом базы, но и накопленными структурными дисбалансами: чрезмерной зависимостью от импорта, недостаточной локализацией и ужесточением кредитных условий, что соответствует оценкам сегментной структуры российского рынка и его среднесрочных перспектив [Милякин, Скубачевская, Валеев 2024]; особенности проникновения и закрепления китайских автомобильных компаний на

⁴ Рассчитано авторами по: Доля физлиц в импорте новых автомобилей в 2025 году выросла до 42 %. Автостат, 26.02.2026. URL: <https://www.autostat.ru/news/61864/> (дата обращения: 27.09.2026).; Автомобильный рынок России в декабре и январе–декабре 2025 года (новые легковые автомобили, лёгкие коммерческие автомобили и пикапы). РОАД, 13.01.2026. URL: <https://asroad.org/statistic-analitik/avtomobilnyj-rynok-rossii-v-dekabre-i-yanvare-dekabre-2025-goda-novye-legkovye-avtomobili-legkie-kommercheskie-avtomobili-i-pikapu/> (дата обращения: 27.09.2026).

⁵ Импорт новых автомобилей в РФ за полгода упал на 63%. РБК, 23.07.2025. URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/687fac159a79471d213aef64> (дата обращения: 17.03.2026).

российском рынке подробно рассмотрены в работе [Волгина, Луговская 2024]. При этом сокращение прямого ввоза китайских автомобилей (с 656 тыс. до 210 тыс. ед., или на 68 %) опережало сжатие продаж китайских марок на внутреннем рынке (–25 %), что подтверждает их опережающий переход от торговой формы присутствия к сборочной локализации: выпадающий импорт замещался локальной сборкой, а не уходом с рынка.

4. Факторы конкурентоспособности китайских автопроизводителей

Политические факторы: регуляторное принуждение к локализации

С 1 октября 2024 г. утилизационный сбор на импортируемые автомобили был повышен в среднем на 80 %⁶, а в декабре 2025 г. вступили в силу новые правила его льготного расчёта⁷. Эти меры, продолжившие линию адаптации отрасли к санкционным ограничениям через инструменты промышленной политики [Курдин, Мелешкина, Федоров 2024], увеличили издержки импорта (цены выросли, по оценкам, на 10–30 %⁸) и создали регуляторное давление, выступающее непосредственным триггером санкционно-индуцированной локализации в предложенной модели. Геополитическая нестабильность усиливает фрагментацию экономического пространства и формирование региональных блоков, что напрямую влияет на трансграничные цепочки поставок [Aiyar et al. 2023].

Реакция китайских производителей носит стратегический характер: вместо ухода они активизировали локализацию. *Naval* максимально сосредоточил производство в Тульской области, *Chery* запустил выпуск под брендом *Tenet* на бывшем заводе *Volkswagen* в Калуге, *Geely* использует белорусские мощности для *Belgee*. Следует отметить, что во всех случаях головная компания сохраняет контроль над платформами, технологиями и компонентами, то есть воспроизводит захватный тип управления [Gereffi, Humphrey, Sturgeon 2005]. Тем самым регуляторное принуждение обеспечивает переход на уровни 1–2 типологии, но само по себе не гарантирует продвижения к функциональной локализации – этот разрыв и составляет ядро долгосрочного риска.

Экономические факторы: спрос, макросреда и кредитный канал

Сопоставление динамики мирового ВВП с китайским автомобильным экспортом подтверждает высокую эластичность спроса на автомобильную продукцию по мировой конъюнктуре (Рис. 7).

⁶ О внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации: постановление Правительства Российской Федерации от 13.09.2024 № 1255. *Правительство России*, 13.09.2024. URL: <https://government.ru/docs/all/155254/> (дата обращения: 17.03.2026).

⁷ О внесении изменений в постановление Правительства Российской Федерации от 26 декабря 2013 г. № 1291: постановление Правительства Российской Федерации от 01.11.2025 № 1713. *Правительство России*, 01.11.2025. URL: <https://government.ru/docs/all/161708/> (дата обращения: 17.03.2026).

⁸ Как рост утильсбора скажется на рынке электромобилей и гибридов? Автостат, 21.01.2025. URL: https://www.autostat.ru/editorial_column/59291/ (дата обращения: 17.03.2026).

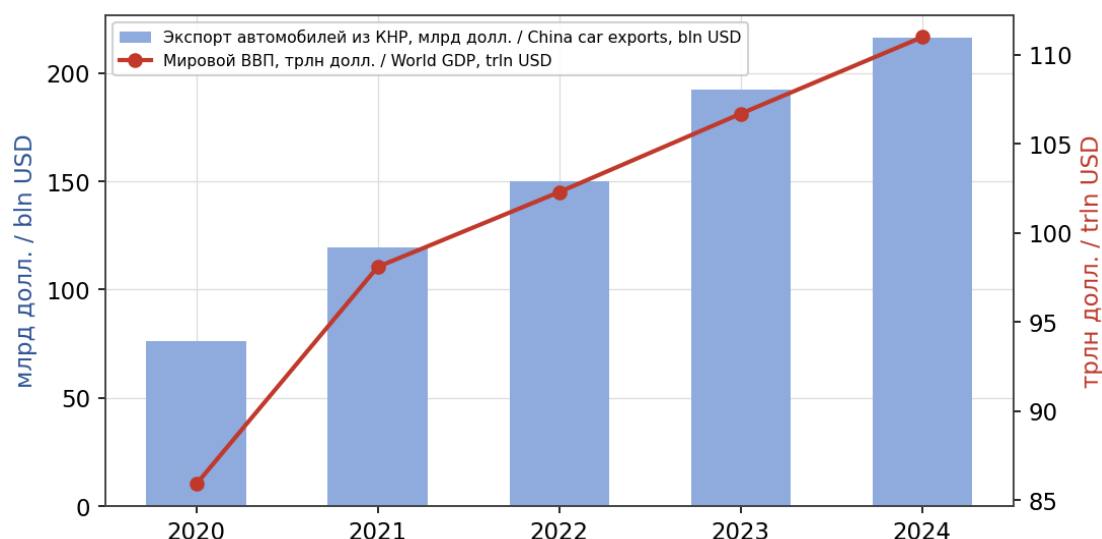


Рис. 7. Взаимосвязь экспорта автомобилей из КНР и мирового ВВП.

Fig. 7. Relationship between China's car exports and world GDP.

Источник: Составлено авторами по: GDP (current US\$). World Development Indicators, World Bank. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD>; UN Comtrade Database: trade data explorer, товарная группа 87, экспорт КНР. URL: <https://comtradeplus.un.org/> (дата обращения: 27.09.2026).

Source: Compiled by the authors based on: GDP (current US\$). World Development Indicators, World Bank. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD>; UN Comtrade Database: trade data explorer, HS chapter 87, exports from China. URL: <https://comtradeplus.un.org/> (accessed: Sep 27, 2026).

Анализ российского рынка выявляет три взаимосвязанных обстоятельства. Во-первых, устойчиво доминирует сегмент автомобилей с пробегом: в 2025 г. на него пришлось 67 % оборота рынка в стоимостном выражении (9,18 трлн руб.) против 33 % на новые автомобили (4,61 трлн руб.)⁹. Во-вторых, прослеживается положительная связь динамики ВВП и продаж. В-третьих, кризис 2022 г. вызвал резкое падение продаж новых автомобилей (Рис. 8). Структурное смещение спроса к вторичному рынку ограничивает ёмкость сегмента новых автомобилей, в котором и разворачивается локализация, тем самым сужая экономическую базу для перехода на более высокие уровни.

⁹ Автомобильный рынок России в декабре и январе–декабре 2025 года (Новые легковые автомобили, лёгкие коммерческие автомобили и пикапы). Ассоциация «Российские автомобильные дилеры» (РОАД), 13.01.2026. URL: <https://asroad.org/statistic-analitik/avtomobilnyj-rynok-rossii-v-dekabre-i-yanvare-dekabre-2025-goda-novye-legkovye-avtomobili-legkie-kommercheskie-avtomobili-i-pikapu/> (дата обращения: 17.03.2026).

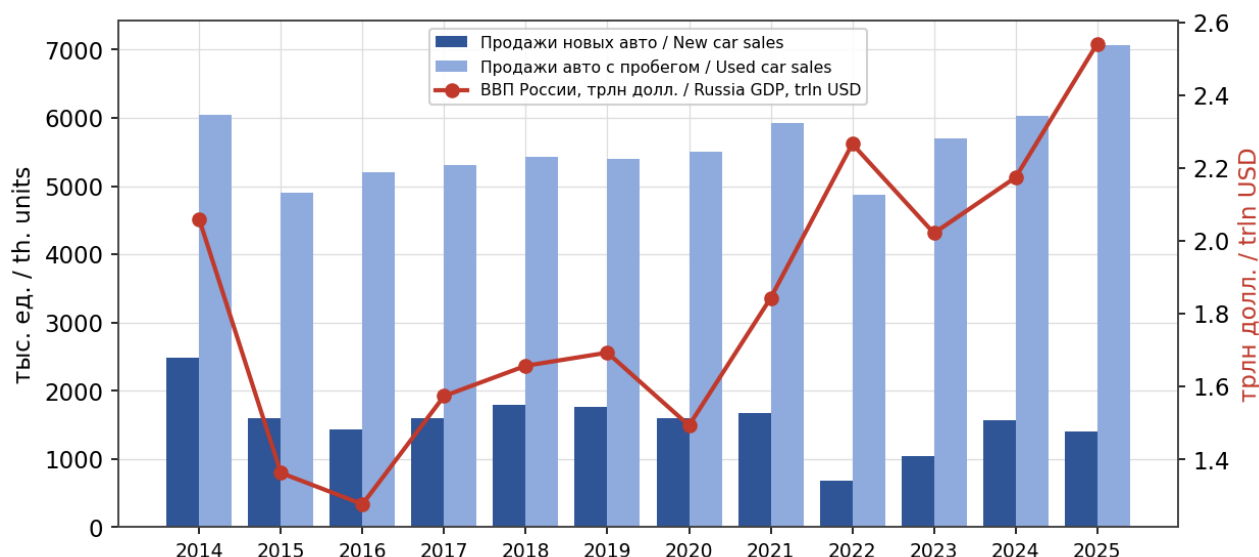


Рис. 8. Продажи новых автомобилей и автомобилей с пробегом в России и ВВП.

Fig. 8. New and used car sales in Russia and GDP.

Источник: Составлено авторами по: Национальные счета. Росстат. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/accounts>; Продажи автомобилей в России по годам. Greenway. URL: <https://greenway.icnet.ru/cars-sales-actual-russia.html> (дата обращения: 27.09.2026).

Source: Compiled by the authors based on: National Accounts. Rosstat. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/accounts>; Car Sales in Russia by Year. Greenway. URL: <https://greenway.icnet.ru/cars-sales-actual-russia.html> (accessed: Sep 27, 2026).

Главным макроэкономическим ограничителем выступила высокая ключевая ставка Банка России: достигнув 21 % годовых, она удерживалась на этом уровне с октября 2024 г. по июнь 2025 г. и, несмотря на последовавшее смягчение (15,5 % в феврале 2026 г., 14 % в июле 2026 г.), оставалась двузначной¹⁰. Высокая стоимость заимствований сделала автокредиты недоступными для значительной части потребителей: до 60 % дилерского бизнеса зависит от кредитных сделок, а ранее до 70 % китайских автомобилей продавалось в кредит; сужение этого канала привело к закрытию каждого четвертого дилерского центра, торгующего китайскими брендами, что подтверждает уязвимость дистрибуционного звена в условиях экспансии китайского капитала [Максимцев и др. 2024]¹¹. Сжатие кредитного канала ослабляет послепродажное и дистрибуционное звено цепочки – то самое, освоение которого соответствует функциональной модернизации, – и этим дополнительно затрудняет продвижение с уровня 2 на уровень 3.

¹⁰ Ключевая ставка Банка России. *Банк России*. URL: https://www.cbr.ru/hd_base/keyrate/; Ключевые показатели. *Банк России*. URL: <https://www.cbr.ru/key-indicators/> (дата обращения: 04.08.2026).

¹¹ Китайские автомобильные бренды резко сократили число шоурумов в РФ. РОАД, 2026. URL: <https://asroad.org/news/novosti-rynka/kitajskie-avtomobilnye-brendy-rezko-sokratili-chislo-shourumov-v-rf/> (дата обращения: 27.09.2026).; Алиханов сообщил о падении рынка автопрома. РОАД, 2025 (со ссылкой на оценку группы «Рольф» о доле кредитных продаж). URL: <https://asroad.org/news/novosti-rynka/alihanov-soobshhil-o-padenii-rynka-avtoproma/> (дата обращения: 27.09.2026).

Технические факторы: качество как ограничитель функциональной модернизации

Китайская автомобильная промышленность длительное время критиковалась за качество продукции. По данным платформы Qichemen, в 2023–2025 гг. на китайские бренды пришлось 230 213 жалоб, что существенно превышает показатели Японии, Германии, США, Франции и Республики Корея (Рис. 9). В логике ГЦС проблемы качества интерпретируются как следствие недостаточной координации между звеньями цепочки при быстром наращивании производства и переносе мощностей [Humphrey, Schmitz 2002]: разрыв в качестве является не только рыночной, но и структурной характеристикой, прямо ограничивающей возможность функциональной модернизации.

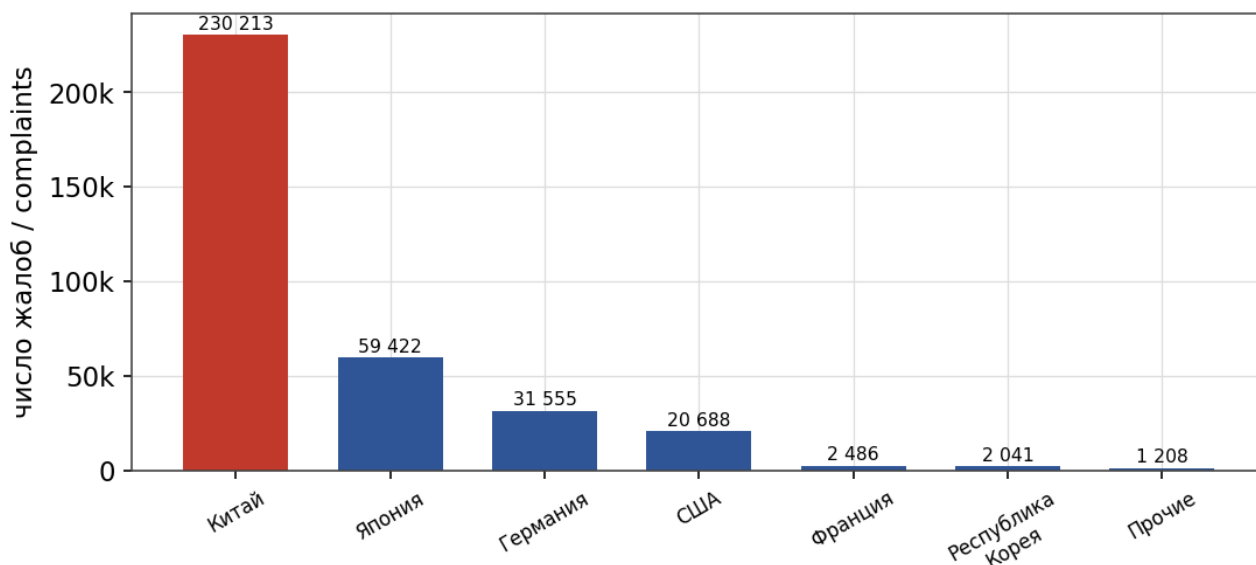


Рис. 9. Число жалоб на автомобили по странам происхождения (2023–2025).

Fig. 9. Number of car complaints by country of origin (2023–2025).

Источник: Составлено авторами по: Годовой анализ индекса жалоб на качество автомобилей за 2024 г. Qichemen, 2025. URL: <https://qichemen.com/storage/app/uploads/public/67a/342/41b/67a34241bb13f204455805.pdf>; Годовой анализ за 2025 г. Qichemen, 20.01.2026. URL: <https://chejiahao.autohome.com.cn/info/24766007> (дата обращения: 27.09.2026).

Source: Compiled by the authors based on: Annual Domestic Automobile Quality Complaint Index Report 2024. Qichemen, 2025. URL: <https://qichemen.com/storage/app/uploads/public/67a/342/41b/67a34241bb13f204455805.pdf>; Annual Report 2025. Qichemen, Jan 20, 2026. URL: <https://chejiahao.autohome.com.cn/info/24766007> (accessed: Sep 27, 2026).

Показательно ухудшение долгосрочной надёжности: проблемы у автомобилей с ДВС растут второй год подряд, накопив прирост 9 % за три года; число конструктивных проблем увеличилось на 20 % и составляет 45 % всех жалоб¹². Среди китайских брендов наилучший показатель демонстрирует Chery (188 PP100), далее Hongqi (192 PP100) и Geely (200 PP100) (Рис. 10). Сохраняющийся разрыв с лидерами отрасли означает, что без освоения инженерно-конструкторских функций локализация рискует закрепиться на уровнях 1–2, воспроизводя захватную зависимость.

¹² Vehicle dependability in China declines for second consecutive year, JD Power finds. *J.D. Power*, 24.10.2025. URL: <https://china.jdpower.com/press-releases/2025ChinaVDS> (дата обращения: 17.03.2026).

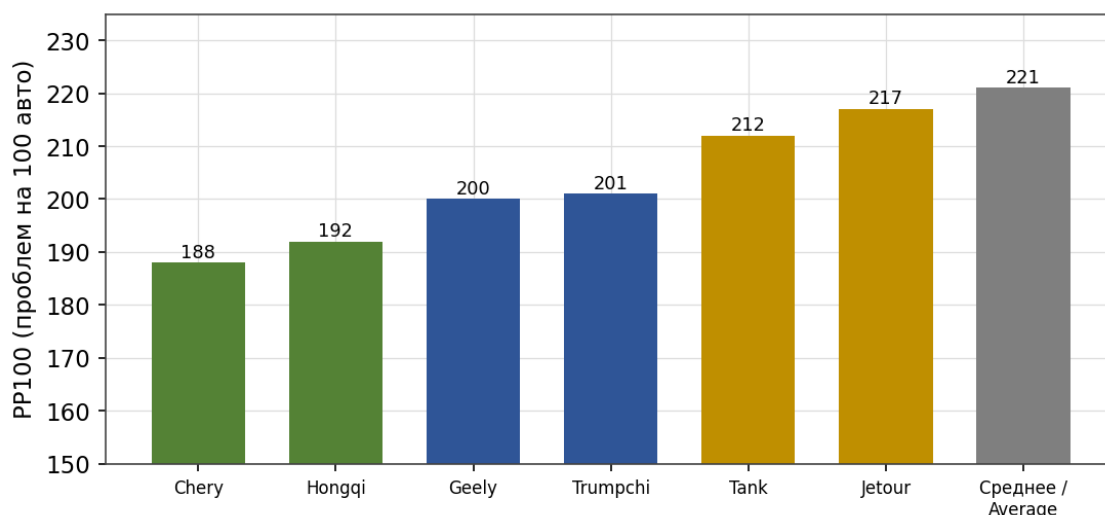


Рис. 10. Число проблем на 100 автомобилей китайских брендов после трёх лет эксплуатации.

Fig. 10. Number of problems per 100 vehicles from Chinese brands after three years of ownership.

Источник: Составлено авторами по: 2025 China Vehicle Dependability Study (VDS). J.D. Power, 24.10.2025. URL: <https://china.jdpower.com/press-releases/2025ChinaVDS> (дата обращения: 27.09.2026).

Source: Compiled by the authors based on: 2025 China Vehicle Dependability Study (VDS). J.D. Power, Oct 24, 2025. URL: <https://china.jdpower.com/press-releases/2025ChinaVDS> (accessed: Sep 27, 2026).

Потребительское восприятие: рыночный доступ и репутационная устойчивость

Потребительское восприятие выступает самостоятельным звеном рыночного доступа, а формирование устойчивых предпочтений – одним из механизмов закрепления китайских брендов на российском рынке [Волгина, Луговская 2024]. Дифференциация стратегий отдельных китайских концернов на российском рынке уже отмечалась в литературе [Хайбрахманов 2024]. Позиционирование ключевых брендов дифференцировано: Chery ассоциируется с комфортом салона и низкими эксплуатационными расходами, Haval – с ценовой доступностью и внедорожными качествами, Geely – с дизайном, Exeed – с премиальным сегментом, Changan – с качеством отделочных материалов. Устойчивая репутация снижает чувствительность спроса к разрыву в качестве и тем самым частично компенсирует структурные ограничения функциональной модернизации, однако не устраняет их.

5. Структурная коррекция рынка: позиционирование брендов и траектории развития

Данные 2025–2026 гг. позволяют квалифицировать наблюдаемые изменения как структурную коррекцию – смену фазы вынужденного импортозамещения фазой производственной локализации. Её эмпирические признаки – переход от импорта к сборке, сокращение продаж китайских марок на 25 % (до 685,2 тыс. ед.) и снижение их доли на рынке новых легковых автомобилей с 58,5 до 51,7 % при сохранении лидерства¹³,

¹³ Продажи китайских легковых автомобилей в 2025 году снизились на четверть. *Автостат*, 15.01.2026. URL: <https://www.autostat.ru/news/61599/> (дата обращения: 17.03.2026).

опережающий рост локализованных брендов (Tenet, продажи которого стартовали лишь в августе 2025 г., уже в ноябре занял третье место в марочном рейтинге, обойдя Geely и Belgee; сам Belgee прибавил 96,5 %¹⁴) и сокращение прямого импорта из Китая на 68 %. В терминах предложенной типологии это означает массовый сдвиг присутствия китайских производителей с уровня 0 на уровни 1–2 при пока не решённом вопросе о переходе на уровни 3–4.

Применение типологии к ключевым игрокам (Табл. 2) показывает, что российско-китайская локализация сосредоточена преимущественно на уровнях 1–2, то есть носит захватный характер с ограниченным освоением стоимости. Наибольшего прогресса достиг Naval, приближающийся к уровню 3 за счёт большей глубины производства; проекты Tenet и Belgee пока соответствуют уровням 1–2, а значительная часть рынка сохраняет форму прямого импорта (уровень 0).

Таблица 2. Позиционирование китайских брендов на российском рынке по уровню локализации (2025–2026).

Table 2. Positioning of Chinese brands in the Russian market by localization level (2025–2026).

Бренд / площадка	Уровень локализации	Достигнутая модернизация	Барьер к повышению уровня	Долгосрочный риск
Naval (Тула, Great Wall)	2 → 3	Процессная, элементы функциональной	Локализация компонентной базы, НИОКР	Сохранение захватного управления; разрыв в качестве
Chery / Tenet (Калуга)	1 → 2	Процессная	Углубление сборки, локальные поставщики	Обратимость; репутационные риски нового бренда
Geely / Belgee (Беларусь)	1 → 2	Процессная	Трансграничная (ЕАЭС) координация, компоненты	Зависимость от платформ; регуляторная асимметрия
Прочие бренды (прямой импорт)	0	Отсутствует	Регуляторные издержки, утилизационный сбор	Полная обратимость; вытеснение при ужесточении политики

Источник: Составлено авторами.

Source: Compiled by the authors.

Траектории развития и прогнозная среда

Макроэкономическая рамка задаётся прогнозами Банка России, предполагающими умеренный рост ВВП (Рис. 11), потенциальное ослабление рубля, повышающее стоимость импорта и относительную привлекательность локального производства (Рис. 12), и рост объёмов импорта к 2028 г. – в 2025 г. импорт товаров и услуг составил 398 млрд долл.

¹⁴ Продажи новых легковых автомобилей в России в ноябре 2025 года. *Автостат*, 03.12.2025. URL: <https://www.autostat.ru/press-releases/61377/> (дата обращения: 15.02.2026).

против 383 млрд долл. в 2024 г. (Рис. 13). Демографический прогноз Росстата указывает на дальнейшее сокращение населения, составлявшего 146,1 млн чел. на 1 января 2025 г. (Рис. 14), что формирует долгосрочное ограничение ёмкости рынка.

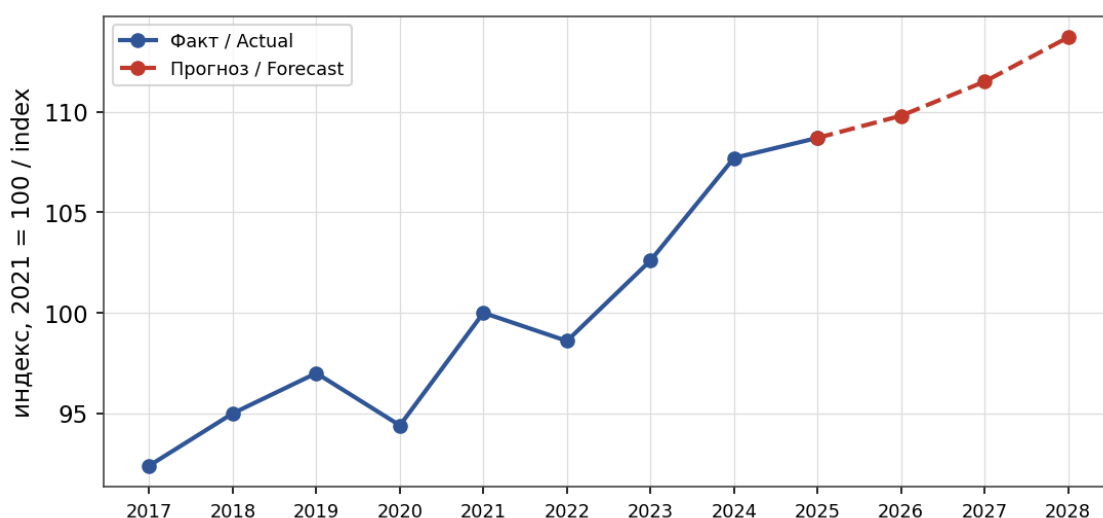


Рис. 11. Сценарии роста ВВП России до 2028 г.

Fig. 11. Russia's GDP growth scenarios up to 2028.

Источник: Составлено авторами по: Комментарий к среднесрочному прогнозу Банка России от 26.02.2026 (прогноз до 2028 г.). URL: https://www.cbr.ru/Content/Document/File/187047/comment_26022026.pdf (дата обращения: 27.09.2026).

Source: Compiled by the authors based on: Commentary on the Bank of Russia Medium-Term Forecast, Feb 26, 2026 (through 2028). URL: https://www.cbr.ru/Content/Document/File/187047/comment_26022026.pdf (accessed: Sep 27, 2026).

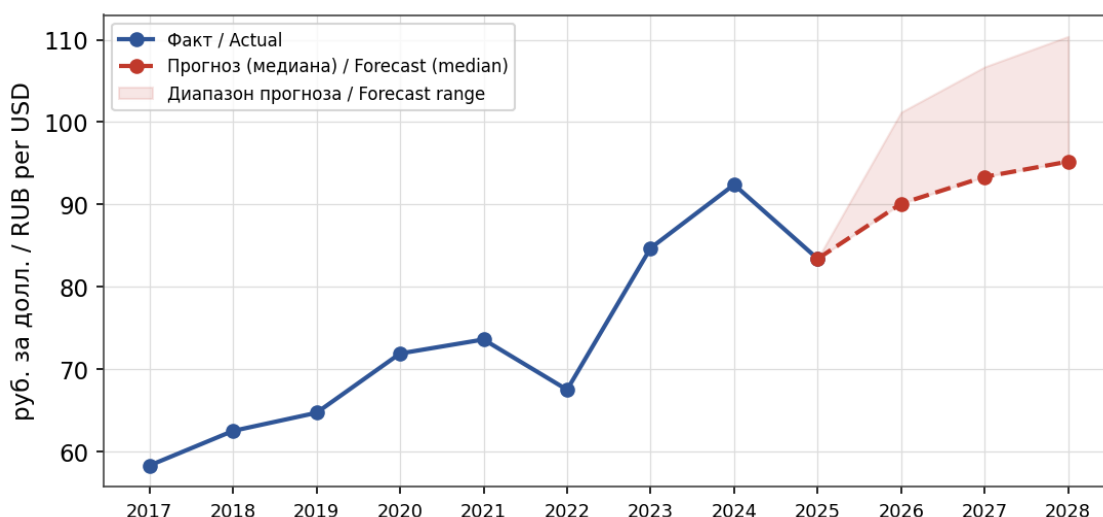


Рис. 12. Курс рубля к доллару США, прогноз до 2028 г.

Fig. 12. Ruble to US dollar exchange rate, forecast up to 2028.

Источник: Составлено авторами по: Макроэкономический опрос Банка России: прогноз курса доллара США к рублю. Банк России. URL: https://www.cbr.ru/statistics/ddkp/mo_br/ (дата обращения: 27.09.2026).

Source: Compiled by the authors based on: Bank of Russia Macroeconomic Survey: USD/RUB Exchange Rate Forecast. URL: https://www.cbr.ru/statistics/ddkp/mo_br/ (accessed: Sep 27, 2026).

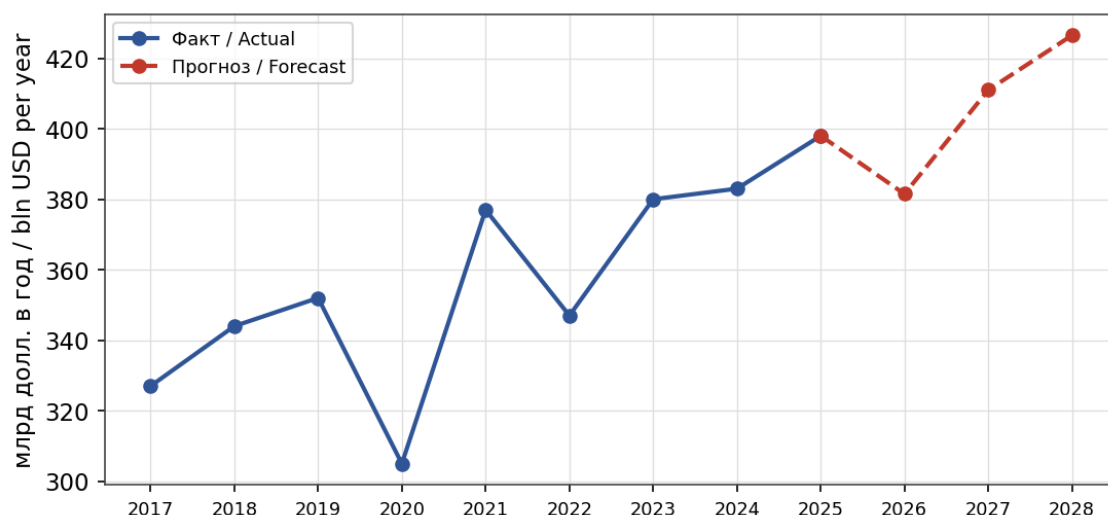


Рис. 13. Импорт товаров и услуг России (млрд долл. в год), прогноз до 2028 г.

Fig. 13. Russia's imports of goods and services (bln USD per year), forecast up to 2028.

Источник: Составлено авторами по: Макроэкономический опрос Банка России: импорт товаров и услуг, фактические данные и прогноз до 2028 г. Банк России. URL: https://www.cbr.ru/statistics/ddkp/mo_br/ (дата обращения: 27.09.2026).

Source: Compiled by the authors based on: Bank of Russia Macroeconomic Survey: Goods and Services Imports, Actual Data and Forecast through 2028. URL: https://www.cbr.ru/statistics/ddkp/mo_br/ (accessed: Sep 27, 2026).

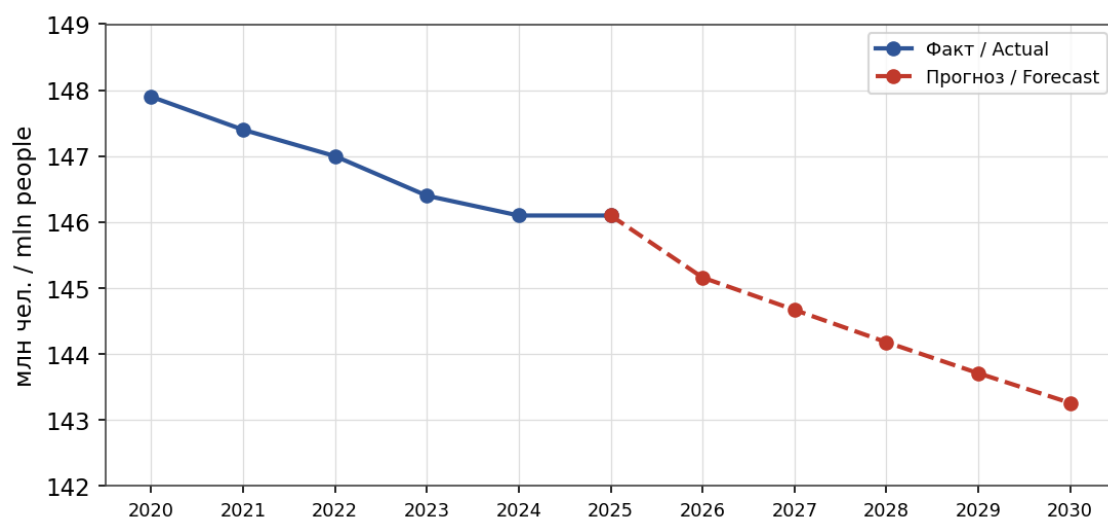


Рис. 14. Численность населения России по годам (прогноз).

Fig. 14. Population of Russia by year (forecast).

Источник: Составлено авторами по: Росстат опубликовал демографический прогноз до 2046 года. Росстат, 20.10.2023. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/313/document/220709>; Численность и состав населения. Росстат. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/12781> (дата обращения: 27.09.2026).

Source: Compiled by the authors based on: Rosstat Population Projection through 2046, Oct 20, 2023. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/313/document/220709>; Population and Demographic Composition. Rosstat. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/12781> (accessed: Sep 27, 2026).

На основе прогнознй среды и типологического анализа выделяются два сценария. Инерционный сценарий предполагает закрепление локализации на уровнях 1–2: ослабление рубля и утилизационный сбор поддерживают сборку, однако разрыв в качестве, сжатие

кредитного канала и узость сегмента новых автомобилей (около 1,2–1,3 млн ед. в год) блокируют функциональную модернизацию; присутствие остаётся захватным и обратимым, а доля локализованных моделей превышает 70 % продаж китайских брендов при сохранении технологической зависимости. Сценарий функционального углубления предполагает переход отдельных игроков (прежде всего Naval) на уровень 3 за счёт локализации компонентной базы, инженерных функций и сервиса; он менее вероятен в краткосрочной перспективе, но именно он определяет устойчивость позиций в долгосрочном плане.

Возвращение глобальных брендов и сложность цепочек

Дополнительным значимым фактором стало возвращение глобальных брендов: в январе–феврале 2026 г. зарегистрировано 24,4 тыс. новых легковых автомобилей глобальных брендов – почти в 2,5 раза больше, чем годом ранее; их доля достигла 15,2 % против 6 %¹⁵. Показательно, что более 68 % этих автомобилей произведены в Китае, а в числе лидеров – Mazda, Toyota и BMW. Этот феномен иллюстрирует ключевое свойство современных цепочек стоимости – расхождение страны происхождения бренда и страны производства [Baldwin 2016]: конкуренция разворачивается уже не между «национальными» автопромами, а между позициями в цепочке, поэтому определяющее значение имеет не формальная страновая принадлежность, а доля создаваемой стоимости.

Заключение

Проведённое исследование показывает, что позиции китайской автомобильной промышленности на российском рынке за 2022–2026 гг. прошли законченный цикл: от взрывного заполнения ниши, освободившейся после ухода западных, японских и южнокорейских производителей, к структурной коррекции, содержание которой составляет смена самой формы присутствия. Санкционное давление на протяжении этого цикла меняло знак своего воздействия: первоначально оно создало позиции китайских брендов, тогда как в 2025–2026 гг. – уже опосредованно, через ответную промышленную политику и макроэкономические последствия – стало основным фактором их ограничения.

Эмпирические результаты фиксируют этот перелом достаточно определённо. По итогам 2025 г. продажи новых легковых автомобилей китайских марок сократились на 25 % – до 685,2 тыс. ед., а их доля на рынке снизилась с 58,5 до 51,7 % при общем сжатии рынка на 15,6 % (1,326 млн ед.). Прямой импорт сокращался существенно быстрее продаж: ввоз новых китайских автомобилей уменьшился на 68 % – с 656 тыс. до 210 тыс. ед., а совокупный импорт новых легковых автомобилей за первое полугодие 2025 г. упал на 63 % (149,3 тыс. против 408,5 тыс. ед.). Расхождение этих двух траекторий представляет собой главный результат: за цифрами стоит не уход китайских производителей с рынка, а перенос части их присутствия из внешнеторгового контура в производственный – выпадающий импорт замещается сборкой в России и Беларуси, а часть логистических функций смещается в сопредельные юрисдикции ЕАЭС, прежде всего в Кыргызстан.

Устойчивость отдельных брендов оказалась прямо связана с глубиной их производственного присутствия. Лидером 2025 г. среди китайских марок остался Naval

¹⁵ Продажи новых легковых автомобилей в России в ноябре 2025 года. *Автостат*, 03.12.2025. URL: <https://www.autostat.ru/press-releases/61377/> (дата обращения: 15.02.2026).

(173,3 тыс. ед.), обладающий наибольшим уровнем локализации в Тульской области и потерявший лишь 9,1 % продаж. Chery (99,8 тыс. ед.) и Geely (94,0 тыс. ед.) сократили продажи более чем на треть, однако оба перенесли часть выпуска на локальные площадки – Chery под брендом Tenet на бывшем заводе Volkswagen в Калуге, Geely под брендом Belgee в Беларуси, – и именно эти локализованные бренды показали наиболее быстрый рост (Tenet вышел на третье место в марочном рейтинге за четыре месяца после старта продаж, Belgee прибавил 96,5 %). Напротив, бренды, сохранившие модель прямого импорта, теряли позиции быстрее всего (Changan – минус 37,6 %). Тем самым подтверждается ключевое для статьи положение: в условиях санкционного давления устойчивость позиций китайских производителей определяется не объёмом ввоза, а степенью встроенности в российскую производственную базу.

Влияние санкционного давления на положение китайских автопроизводителей реализуется по двум каналам. Прямой канал – уход глобальных концернов и разрыв прежних цепочек поставок – исчерпал себя к 2024 г. Опосредованный канал, ставший определяющим в 2025–2026 гг., включает ответную промышленную политику принимающей страны (повышение утилизационного сбора в среднем на 80 % с октября 2024 г. и новые правила расчёта льготного сбора с декабря 2025 г., удорожившие импортные автомобили на 10–20 %) и макроэкономические последствия санкционного режима – прежде всего высокую ключевую ставку Банка России (21 % годовых с октября 2024 г. по июнь 2025 г. и двузначные значения на протяжении 2026 г.), сжатие автокредитования, на которое приходилось до 70 % продаж китайских автомобилей, и закрытие каждого четвёртого дилерского центра, торгующего китайскими брендами. Именно поэтому падение показателей китайских брендов в 2025 г. следует интерпретировать не как ослабление их конкурентоспособности, а как издержки вынужденного перехода к производственной модели присутствия.

Устойчивость достигнутых позиций ограничивается четырьмя группами факторов. Первая – качество и надёжность продукции: в 2023–2025 гг. на китайские бренды пришлось 230 213 жалоб, что превышает показатели Японии, Германии, США, Франции и Республики Корея, а лучший результат среди китайских марок (Chery – 188 проблем на 100 автомобилей после трёх лет эксплуатации) сохраняет разрыв с лидерами отрасли. Вторая – сервисная инфраструктура: доступность запасных частей, состояние дилерских сетей и репутационные риски новых локализованных брендов, не имеющих накопленной истории эксплуатации. Третья – ёмкость рынка: устойчивое доминирование сегмента автомобилей с пробегом (67 % оборота, или 9,18 трлн руб. против 4,61 трлн руб. в сегменте новых автомобилей), узость сегмента новых автомобилей (1,326 млн ед. в 2025 г. при сокращении на 15,6 %) и прогнозируемое сокращение населения, составлявшего 146,1 млн чел. на 1 января 2025 г. Четвёртая – возобновление конкуренции: в январе-феврале 2026 г. регистрации глобальных брендов выросли почти в 2,5 раза, до 24,4 тыс. ед., а их доля – с 6 до 15,2 %, причём более 68 % этих автомобилей произведены в КНР, то есть конкуренция разворачивается уже внутри китайской производственной базы.

Интерпретация этих результатов в терминах теории глобальных цепочек стоимости позволяет уточнить их смысл. Наблюдаемый переход соответствует смещению присутствия китайских производителей с уровня прямого импорта (уровень 0 предложенной типологии) на уровни сборочной локализации (1–2) при сохранении захватного типа управления:

платформы, ключевые компоненты и инженерные решения остаются под контролем материнских компаний. Продвижение к функциональной локализации (уровень 3) достигнуто лишь частично и только отдельными игроками, прежде всего Haval. Сходная конфигурация фиксируется и за пределами российского случая: в странах АСЕАН, где китайские компании также разворачивают сборочные мощности, отмечается риск закрепления региона в статусе площадки с низкой добавленной стоимостью при сохранении зависимости от китайских патентов и компонентной базы [Новикова, Прокудин 2025], что подтверждает переносимость предложенной аналитической рамки. Тем самым гипотеза исследования подтверждается: долгосрочные позиции китайских автопроизводителей в России определяются не объёмом импорта и не фактом сборки как таковой, а способностью перейти от захватной локализации к функциональной. Теоретический вклад работы состоит в разработке понятия санкционно-индуцированной локализации и типологии её глубины – переносимого инструмента, применимого и к другим рынкам, переживающим фрагментацию цепочек стоимости.

Из полученных результатов вытекают два практически значимых следствия.

Для российской промышленной политики: регуляторное принуждение (утилизационный сбор) эффективно индуцирует переход к сборке, но само по себе не порождает функциональной модернизации, поэтому закрепление добавленной стоимости в национальной экономике требует инструментов, стимулирующих локализацию компонентной базы, инженерных функций и стандартов качества, а также обусловленности мер поддержки достигнутой глубины локализации.

Для китайских производителей: сохранение доли рынка будет зависеть не столько от ценовой доступности автомобилей, сколько от повышения качества продукции, обеспеченности запасными частями, устойчивости дилерских сетей и готовности передавать в принимающую экономику функции с высокой добавленной стоимостью. Соответственно различаются и два сценария: инерционный, при котором локализация закрепляется на уровнях 1–2 и присутствие остаётся обратимым, и сценарий функционального углубления, менее вероятный в краткосрочной перспективе, но единственный обеспечивающий устойчивость позиций в долгосрочном плане.

Исследование имеет ограничения. Доля добавленной стоимости оценивалась косвенно, а не измерялась напрямую; часть эмпирических данных за 2025–2026 гг. носит предварительный характер; выводы получены на анализе российского случая. Перспективными направлениями дальнейшей работы выступают количественное измерение глубины локализации на основе показателей добавленной стоимости (по методологии типа TiVA), сопоставительный анализ локализации китайского автопрома на иных рынках, а также динамическое отслеживание перехода отдельных производств между уровнями предложенной типологии.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- Волгина Н.А., Возмилова С.С. Особенности глобальных цепочек стоимости в автомобильной промышленности // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Экономика. 2015. № 2. С. 36–48.
- 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
- Волгина Н.А., Лю П. Китай в глобальных цепочках стоимости: некоторые факты // Известия Дальневосточного федерального университета. Экономика и управление. 2020. № 4 (96). С. 20–27. DOI 10.24866/2311-2271/2020-4/20-27
- Горчаков А.Н., Данилов Р.Г., Чистяков А.Ю. Автомобильная промышленность Китая: 70 лет устойчивого развития // Труды НАМИ. 2023. № 3. С. 95–108. DOI 10.51187/0135-3152-2023-3-95-108
- Кирюхина С.Е., Михешикина Е.Е. Китайский рынок автомобилестроения: современное состояние и перспективы // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Экономика. 2023. Т. 31. № 4. С. 723–739. DOI 10.22363/2313-2329-2023-31-4-723-739
- Кондратьев В.Б. Глобальные цепочки стоимости в отраслях экономики: общее и особенное // Мировая экономика и международные отношения. 2019. Т. 63. № 1. С. 49–58. DOI 10.20542/0131-2227-2019-63-1-49-58
- Курдин А.А., Мелешикина А.И., Федоров С.И. Адаптация российской автомобильной отрасли к воздействию новых санкционных ограничений // Государственное управление. Электронный вестник. 2024. № 106. С. 64–84.
- Максимцев И.А., Костин К.Б., Онуфриева О.А., Ситов И.П., Кузнецов А.С. Перспективы развития отечественного автопрома в условиях экспансии китайского капитала // Вопросы инновационной экономики. 2024. Т. 14. № 1. С. 271–290. DOI 10.18334/vinec.14.1.120140
- Милякин С.Р., Скубачевская Н.Д., Валеев С.В. Автомобильный рынок в новых условиях: состояние и перспективы // Проблемы прогнозирования. 2024. № 2 (203). С. 138–151. DOI 10.47711/0868-6351-203-138-151
- Смирнов Е.Н. Эволюция международной практики применения антироссийских экономических санкций // Российский внешнеэкономический вестник. 2022. № 4. С. 7–35.
- Сморodinская Н.В., Катиков Д.Д. Распределённое производство в условиях шока пандемии: уязвимость, резильентность и новый этап глобализации // Вопросы экономики. 2021. № 12. С. 21–47. DOI 10.32609/0042-8736-2021-12-21-47
- Сморodinская Н.В., Катиков Д.Д., Малыгин В.Е. Глобальные стоимостные цепочки в эпоху неопределённости: преимущества, уязвимости, способы укрепления резильентности // Балтийский регион. 2021. Т. 13. № 3. С. 78–107. DOI 10.5922/2079-8555-2021-3-5
- Хайбрахманов А.Д. О перспективах деятельности «китайских автомобильных концернов» на мировом и российском автомобильных рынках // Финансовая экономика. 2024. № 2. С. 173–177.
- Чжан К., Голик В. Тенденции развития автомобильного рынка Китая // Наука и инновации. 2024. № 3 (253). С. 50–54. DOI 10.29235/1818-9857-2024-3-50-54

REFERENCES

- Gorchakov A.N., Danilov R.G., Chistyakov A.Yu. (2023). Avtomobil'naya promyshlennost' Kitaya: 70 let ustoychivogo razvitiya [China's automotive industry: 70 years of sustainable development]. *Trudy NAMI [NAMI Proceedings]*, 3: 95–108. (In Russian). DOI 10.51187/0135-3152-2023-3-95-108
- Khaybrakhmanov A.D. (2024). O perspektivakh deyatel'nosti «kitayskikh avtomobil'nykh kontsernov» na mirovom i rossiyskom avtomobil'nykh rynkakh [On the prospects of Chinese automotive corporations in the global and Russian car markets]. *Finansovaya ekonomika [Financial Economics]*, 2: 173–177. (In Russian).
- Kiryukhina S.E., Mikheshkina E.E. (2023). Kitayskiy rynek avtomobilestroyeniya: sovremennoye sostoyaniye i perspektivy [The Chinese automotive market: current state and prospects]. *Vestnik*

- Rossiyskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Ekonomika [RUDN Journal of Economics], 31 (4): 723–739. (In Russian). DOI 10.22363/2313-2329-2023-31-4-723-739
- Kondrat'yev V.B. (2019). Global'nyye tsepochnyye stoimosti v otraslyakh ekonomiki: obshcheye i osobennoye [Global value chains in industries: common and specific features]. *Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnyye otnosheniya* [World Economy and International Relations], 63 (1): 49–58. (In Russian). DOI 10.20542/0131-2227-2019-63-1-49-58
- Kurdin A.A., Meleshkina A.I., Fedorov S.I. (2024). Adaptatsiya rossiyskoy avtomobil'noy otrasli k vozdeystviyu novykh sanktsionnykh ogranicheniy [Adaptation of Russian automotive industry to the impact of new sanctions]. *Gosudarstvennoye upravleniye. Elektronnyy vestnik* [Public Administration. E-journal], 106: 64–84. (In Russian).
- Maksimtshev I.A., Kostin K.B., Onufriyeva O.A., Sitov I.P., Kuznetsov A.S. (2024). Perspektivy razvitiya otechestvennogo avtoproma v usloviyakh ekspansii kitayskogo kapitala [Prospects for the development of the domestic automotive industry amidst the expansion of Chinese capital]. *Voprosy innovatsionnoy ekonomiki* [Russian Journal of Innovation Economics], 14 (1): 271–290. (In Russian). DOI 10.18334/vinec.14.1.120140
- Milyakin S.R., Skubachevskaya N.D., Valeyev S.V. (2024). Avtomobil'nyy rynek v novykh usloviyakh: sostoyaniye i perspektivy [The automotive market in the new conditions: current state and outlook]. *Problemy prognozirovaniya* [Studies on Russian Economic Development], 2 (203): 138–151. (In Russian). DOI 10.47711/0868-6351-203-138-151
- Smirnov E.N. (2022). Evolyutsiya mezhdunarodnoy praktiki primeneniya antirossiyskikh ekonomicheskikh sanktsiy [The evolution of international sanctions against Russia]. *Rossiyskiy vneshneekonomicheskiy vestnik* [Russian Foreign Economic Journal], 4: 7–35. (In Russian).
- Smorodinskaya N.V., Katukov D.D. (2021). Raspredelennoye proizvodstvo v usloviyakh shoka pandemii: uyazvimost', rezil'yentnost' i novyy etap globalizatsii [Distributed production under the pandemic shock: vulnerability, resilience and the new stage of globalization]. *Voprosy ekonomiki* [Economic Issues], 12: 21–47. (In Russian). DOI 10.32609/0042-8736-2021-12-21-47
- Smorodinskaya N.V., Katukov D.D., Malygin V.E. (2021). Global'nyye stoimostnyye tsepochnyye v epokhu neopredelennosti: preimushchestva, uyazvimosti, sposoby ukrepleniya rezil'yentnosti [Global value chains in the age of uncertainty: advantages, vulnerabilities, and ways for enhancing resilience]. *Baltiyskiy region* [Baltic Region], 13 (3): 78–107. (In Russian). DOI 10.5922/2079-8555-2021-3-5
- Volgina N.A., Liu P. (2020). Kitay v global'nykh tsepochnykh stoimosti: nekotoryye fakty [China in global value chains: some facts]. *Izvestiya Dal'nevostochnogo federal'nogo universiteta. Ekonomika i upravleniye* [The Bulletin of the Far Eastern Federal University. Economics and Management], 4 (96): 20–27. (In Russian). DOI 10.24866/2311-2271/2020-4/20-27
- Volgina N.A., Lugovskaya E.M. (2024). Kitayskiye avtomobil'nyye kompanii na rossiyskom rynke: osobennosti proniknoveniya i zakrepleniya [Chinese automotive companies in the Russian market: features of penetration and consolidation]. *Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Ekonomika* [RUDN Journal of Economics], 32 (2): 303–323. (In Russian). DOI 10.22363/2313-2329-2024-32-2-303-323
- Volgina N.A., Vozmilova S.S. (2015). Osobennosti global'nykh tsepochek stoimosti v avtomobil'noy promyshlennosti [Global value chains in the automotive industry: modern trends]. *Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Ekonomika* [RUDN Journal of Economics], 2: 36–48. (In Russian).
- Zhang K., Golik V. (2024). Tendentsii razvitiya avtomobil'nogo rynka Kitaya [China automotive market development trends]. *Nauka i innovatsii* [Science and Innovations], 3 (253): 50–54. (In Russian). DOI 10.29235/1818-9857-2024-3-50-54

* * *

- Aiyar S., Chen J., Ebeke C. et al. (2023). *Geo-Economic Fragmentation and the Future of Multilateralism*. IMF Staff Discussion Note SDN/2023/001. Washington: International Monetary Fund, 41 p.
- Antràs P. (2020). Conceptual aspects of global value chains. *The World Bank Economic Review*, 34 (3): 551–574. DOI 10.1093/wber/lhaa006
- Baldwin R. (2016). *The Great Convergence: Information Technology and the New Globalization*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 344 p.
- Gereffi G. (1994). The organization of buyer-driven global commodity chains: how U.S. retailers shape overseas production networks. In: Gereffi G., Korzeniewicz M. (eds.) *Commodity Chains and Global Capitalism*: 95–122. Westport: Praeger.
- Gereffi G., Humphrey J., Sturgeon T. (2005). The governance of global value chains. *Review of International Political Economy*, 12 (1): 78–104. DOI 10.1080/09692290500049805
- Humphrey J., Schmitz H. (2002). How does insertion in global value chains affect upgrading in industrial clusters? *Regional Studies*, 36 (9): 1017–1027. DOI 10.1080/0034340022000022198
- Kaplinsky R. (2000). Globalisation and unequalisation: what can be learned from value chain analysis? *Journal of Development Studies*, 37 (2): 117–146. DOI 10.1080/713600071
- Novikova E.S., Prokudin M.S. (2025). Prospects for electric vehicle market development in ASEAN: global trends and regional specifics. *Vostochnaya Aziya: fakty i analitika [East Asia: Facts and Analytics]*, 7 (2): 19–31. DOI 10.24412/2686-7702-2025-2-19-31
- Sturgeon T.J. (2002). Modular production networks: a new American model of industrial organization. *Industrial and Corporate Change*, 11 (3): 451–496. DOI 10.1093/icc/11.3.451

Поступила в редакцию: 08.07.2026
Принята к публикации: 05.08.2026

Received: Jul 8, 2026
Accepted: Aug 5, 2026