

زادگاه برند، محل تولید و کشور مالک همیشه یکی نیست

خودروسازان بزرگ جهان از کجا فرمان می‌گیرند؟

شروین اشیدری: **خودرویی با نام و نشان بریتانیایی، مالک چینی و خط تولیدی خارج از اروپا؛ این تصویر دیگر در صنعت خودرو استثنا نیست. جهانی‌شدن تولید و ادغام شرکت‌ها باعث شده است پاسخ به پرسش این خودرو متعلق به کدام کشور است؟ به سادگی گذشته نباشد. برای شناخت پایگاه واقعی خودروسازان باید دست‌کم سه موضوع را از یکدیگر جدا کرد: خاستگاه تاریخی برند، محل استقرار دفتر مرکزی و هویت شرکت مالک. محل ساخت هر مدل نیز موضوع چهارمی است که الزاماً با هیچ‌یک از این سه تطابق ندارد. گزارش موتوروان، نقشه پراکندگی خودروسازان بزرگ را از آمریکا تا شرق آسیا ترسیم کرده است؛ اما مرور ساختار مالکیت این شرکت‌ها نشان می‌دهد پشت نشان‌های آشنا، شبکه‌ای پیچیده از سرمایه، مدیریت، طراحی و تولید قرار دارد؛ شبکه‌ای که مرزهای ملی را کم‌رنگ کرده، بی‌آنکه هویت تاریخی برندها را کاملاً از میان ببرد.**

چین؛ نقشه‌ای بزرگ‌تر از چند برند مشهور

چین تنها یک بازار بزرگ مصرف خودرو نیست؛ مجموعه‌ای از قطب‌های صنعتی است که هرکدام میزبان خودروسازان و زنجیره‌های تأمین گسترده‌اند. بی‌وای‌دی در شنژن، جیلی در هانگژو و سایک موتور در شانگهای مستقر هستند. گوانگژو نیز پایگاه گروه گک است.

با این حال، محدود کردن جغرافیای خودروسازی چین به همین شهرها، تصویر کاملی به دست نمی‌دهد. چری در ووهو، گریت‌وال در بائودینگ و چانگان در چونگ‌چینگ قرار دارند. این پراکندگی برای مخاطب ایرانی نیز اهمیت دارد؛ زیرا شماری از برندهای حاضر در بازار ایران، به همین گروه‌ها وابسته‌اند و گاهی با نام تجاری متفاوت یا از طریق شرکای مونتاژی عرضه می‌شوند.

نکته مهم‌تر، تفاوت میان نام برند و نام گروه مادر است. برای مثال، شناخت یک محصول متعلق به چری یا جیلی، فقط با بررسی نشان روی خودرو کامل نمی‌شود؛ باید دید آن برند در کدام مجموعه قرار دارد و چه نسبتی با دیگر محصولات آن گروه دارد. اشتراک پلتفرم، پیشرانه و فناوری می‌تواند میان خودروهایی برقرار باشد که نام‌های متفاوتی دارند.

نفوذ چین نیز به برندهای بومی محدود نیست. ولوو کارز با وجود حفظ پایگاه خود در سوئد، تحت کنترل سهام‌داری جیلی هولدینگ قرار دارد و ام‌جی، با ریشه تاریخی بریتانیایی، متعلق به سایک موتور چین است. به همین دلیل، «اصالت اروپایی» و «مالکیت چینی» می‌توانند هم‌زمان درباره یک برند صدق کنند.

ایتالیا؛ هویت مشترک، مالکان متفاوت

فراری در مارانلو، لامبورگینی در سانت‌آگاتا بولونیزه و مازراتی در مودنا مستقر هستند. این شهرها، به‌ویژه در منطقه امیلیا رومانیا، بخشی از شناخته‌شده‌ترین جغرافیای خودروهای اسپرت و لوکس جهان را تشکیل می‌دهند.

اما سه برند مشهور ایتالیایی الزاما ساختار مالکیت یکسانی ندارند. لامبورگینی در مجموعه آئودی و در نهایت گروه فولکس‌واگن قرار دارد؛ مازراتی از برندهای استلانتیس است و فراری پس از جدایی از فیات‌کرایسلر، به‌صورت شرکتی مستقل و بورسی فعالیت می‌کند.

نکته قابل‌توجه این است که استقلال فراری به معنای نداشتن سهام‌داران عمده نیست؛ همان‌طور که ایتالیایی بودن هویت آن نیز لزوماً تمام جزئیات ساختار حقوقی شرکت را توضیح نمی‌دهد. در معرفی خودروسازان باید میان هویت صنعتی، مالکیت سهام و محل ثبت شرکت تفاوت گذاشت.

فرانسه و سوئد؛ دو بخش مهم از نقشه اروپا

در معرفی پایگاه‌های خودروسازی اروپا، نباید فرانسه و سوئد را در سایه آلمان و ایتالیا قرار داد. رنو در بولونی‌بیانکور، در نزدیکی پاریس، مستقر است و از گروه‌های مهم خودروسازی اروپا به شمار می‌رود. داچیا، با خاستگاه رومانیایی، زیرمجموعه گروه رنو است؛ نمونه دیگری از تفاوت میان زادگاه برند و کشور استقرار گروه مادر.

در سوئد نیز ولوو کارز دفتر مرکزی خود را در گوتنبرگ حفظ کرده است، در حالی که جیلی هولدینگ سهام‌دار کنترل‌کننده آن است. در اینجا باید به یک اشتباه رایج توجه کرد: ولوو کارز، تولیدکننده خودروهای سواری، با ولوو گروپ، فعال در حوزه کامیون، اتوبوس و ماشین‌آلات، یک شرکت واحد نیست. مشترک بودن نام تاریخی نباید باعث شود ساختار مالکیت و فعالیت این دو مجموعه یکسان فرض شود.

کره جنوبی؛ گروه مشترک، شرکت‌های متمایز

هیوندای و کیا در سئول مستقر هستند و همراه با جنسیس، مهم‌ترین نام‌های گروه خودروسازی هیوندای را تشکیل می‌دهند. با این حال، بیان اینکه این گروه «مالک کامل سه برند مشابه» است، ساختار واقعی را بیش از حد ساده می‌کند.

هیوندای موتور و کیا دو شرکت متمایزند که در یک گروه صنعتی فعالیت می‌کنند و هیوندای موتور سهام‌دار عمده کیا است. جنسیس نیز برند لوکس هیوندای موتور محسوب می‌شود. به همین دلیل، رابطه این سه نام را باید با توجه به ساختار شرکتی و سهام‌داری توضیح داد، نه صرفاً قرار گرفتن آن‌ها کنار یکدیگر در تبلیغات و بازار.

کره جنوبی خودروسازان دیگری نیز دارد، اما وزن صنعتی و حضور بین‌المللی گروه هیوندای سبب شده است تصویر جهانی خودروسازی این کشور بیش از همه با همین مجموعه شناخته شود.

آمریکا؛ دیترویت هنوز مهم است

دیترویت در ایالت میشیگان همچنان یکی از مهم‌ترین کانون‌های صنعت خودروی آمریکا است. جنرال موتورز در این شهر مستقر است و فورد در دیربورن، از شهرهای محدوده کلان‌شهری دیترویت، دفتر مرکزی دارد. بنابراین، نسبت دادن هر دو شرکت به قطب خودروسازی دیترویت درست است، اما اگر بحث بر سر نشانی دقیق دفتر مرکزی باشد، باید میان دیترویت و دیربورن تفاوت گذاشت.

ظهور سازندگان خودروهای برقی، جغرافیای این صنعت را تغییر داده است. دفتر مرکزی تسلا در آستین تگزاس قرار دارد؛ ریویان در ارواین کالیفرنیا مستقر است و لوسید نیز نیوآرک کالیفرنیا را به‌عنوان پایگاه خود انتخاب کرده است. این پراکندگی نشان می‌دهد صنعت خودروی آمریکا دیگر صرفاً حول کارخانه‌های قدیمی میشیگان تعریف نمی‌شود و مراکز فناوری و سرمایه‌گذاری نیز در شکل‌گیری قطب‌های جدید نقش دارند. در این میان، وضعیت کرایسلر، دوج و جیپ متفاوت است. این نام‌ها ریشه آمریکایی دارند، اما در مجموعه استلانتیس قرار گرفته‌اند؛ گروهی که مقر حقوقی آن در هلند است. البته این ساختار به معنای انتقال تمام فعالیت‌های این برندها به هلند نیست. مراکز مهندسی، مدیریت منطقه‌ای و تولید آن‌ها همچنان در کشورهای مختلف، از جمله آمریکا، فعالیت می‌کنند.

آلمان؛ چند شهر، چند مرکز تصمیم‌گیری

خودروسازی آلمان برخلاف تصور رایج، در یک شهر متمرکز نیست. فولکس‌واگن در وولفسبورگ، بی‌ام‌و در مونیخ و مرسدس‌بنز و پورشه در اشتوتگارت مستقر هستند. آئودی نیز در اینگولشتات قرار دارد.

این پراکندگی، ساختار چندقطبی صنعت آلمان را نشان می‌دهد؛ ساختاری که در آن شهرهای مختلف به مراکز تخصصی مهندسی، طراحی و تولید تبدیل شده‌اند. نام شهرها نیز بخشی از هویت برندها شده است؛ همان‌طور که اشتوتگارت با مرسدس‌بنز و پورشه و مونیخ با بی‌ام‌و شناخته می‌شود. در عین حال، نباید دفتر مرکزی یک برند را با مرکز گروه مالک آن یکی دانست. پورشه و آئودی در ساختار گروه فولکس‌واگن قرار دارند، اما دفتر مرکزی و هویت سازمانی مستقل خود را حفظ کرده‌اند. بنابراین، قرار گرفتن چند برند زیر چتر یک گروه به معنای استقرار همه آن‌ها در یک شهر نیست.

بریتانیا؛ خانه برندهای لوکس با سرمایه بین‌المللی

بریتانیا یکی از روشن‌ترین نمونه‌های جدایی هویت برند از ملیت مالک است. بنتلی در کرو و رولزرویس موتور کارز در گودوود مستقر هستند، اما اولی در مجموعه فولکس‌واگن و دومی در گروه بی‌ام‌و قرار دارد.

جگوار و لندرور نیز زیر چتر تاتا موتورز هند فعالیت می‌کنند و مجموعه جی‌ال‌آر در ویتلی کاونتری پایگاه دارد. این ساختار، هویت بریتانیایی محصولات را از بین نبرده است؛ طراحی، مهندسی، میراث برند و بخشی از تولید همچنان با بریتانیا پیوند دارند.

ام‌جی نمونه متفاوتی است. این برند ریشه بریتانیایی دارد، اما مالک آن سایک موتور چین است. در نتیجه، توصیف آن صرفاً با عنوان «برند انگلیسی» برای توضیح وضعیت امروزش کافی نیست. در مقابل، یکی دانستن مالکیت چینی با حذف کامل میراث بریتانیایی نیز تصویر دقیقی ارائه نمی‌کند.

استلانتیس؛ چرا هلند در نقشه خودروسازی مهم است؟

هلند برخلاف آلمان یا ژاپن، با مجموعه بزرگی از برندهای بومی خودروهای سواری شناخته نمی‌شود، اما در نقشه حقوقی و مدیریتی این صنعت جایگاهی مهم دارد. استلانتیس، حاصل ادغام گروه پژوسیتروئن و فیات‌کرایسلر در سال ۲۰۲۱، نمونه اصلی این وضعیت است.

بر اساس اطلاعات رسمی شرکت، مقر حقوقی استلانتیس در آمستردام و دفتر شرکتی آن در هوفدورپ هلند قرار دارد. این تفکیک، از آن جزئیاتی است که در معرفی‌های عمومی معمولاً نادیده گرفته می‌شود.

برندهایی مانند پژو، سیتروئن، اوپل، فیات، آلفارومئو، مازراتی، جیپ، دوج و کرایسلر در این مجموعه قرار دارند؛ با این حال، هریک پیوند تاریخی و صنعتی خود را با کشورهای مختلف حفظ کرده‌اند. بنابراین، استلانتیس را نمی‌توان فقط با هویت یکی از برندهای زیرمجموعه‌اش توضیح داد. همچنین، هلندی بودن مقر گروه به معنای هلندی شدن خاستگاه پژو، فیات یا جیپ نیست.

هند؛ بازار داخلی بزرگ و مالکیت برندهای جهانی

بمبئی میزبان دو نام مهم صنعت خودروی هند، یعنی تاتا موتورز و ماهیندرا اند ماهیندرا است. ماروتی سوزوکی نیز در دهلی‌نو دفتر مرکزی دارد و از بازیگران اصلی بازار خودروهای سواری این کشور محسوب می‌شود.

نقش هند فقط به تولید خودرو برای بازار داخلی محدود نیست. مالکیت تاتا بر مجموعه جگوار لندرور نشان می‌دهد شرکت‌های هندی در مدیریت برندهای جهانی نیز حضور دارند. از سوی دیگر، ماروتی سوزوکی نمونه‌ای است که در آن پایگاه صنعتی و بازار اصلی در هند قرار دارد، اما سهام‌دار کنترل‌کننده، سوزوکی ژاپن است.

بنابراین، حتی در یک کشور نیز همه خودروسازان را نمی‌توان با یک الگوی مالکیت توضیح داد؛ بعضی گروه‌های بومی‌اند و برخی در ساختاری با کنترل سهام‌دار خارجی فعالیت می‌کنند.

ژاپن؛ شبکه‌ای از شهرهای خودروساز

ژاپن چندین مرکز مهم خودروسازی دارد. تویوتا در شهر تویوتا در استان آیچی مستقر است؛ هوندا در توکیو و نیسان در یوکوهاما قرار دارند. مزدا در فوچو، در استان هیروشیما، دفتر مرکزی دارد و سوزوکی در هاماماتسو مستقر است.

نام شهر تویوتا خود بخشی از تاریخ صنعتی ژاپن است. این شهر پیش‌تر «کوروموو» نام داشت و در سال ۱۹۵۹ به تویوتا تغییر نام داد؛ نمونه‌ای کم‌نظیر از تأثیر یک بنگاه صنعتی بر هویت شهری.

در ساختار برندها نیز باید دقت کرد. لکسوس برند لوکس تویوتا و آکورا برند لوکس هوندا است. داشتن نام تجاری و شبکه فروش متمایز، الزاما به معنای وجود یک خودروساز مستقل با مالکیت جداگانه نیست.

ویتنام؛ وین‌فست و تفاوت پایگاه صنعتی با دفتر حقوقی

وین‌فست که در سال ۲۰۱۷ تأسیس شد، شناخته‌شده‌ترین نام ویتنام در صنعت خودرو است. مجموعه صنعتی هایفونگ یکی از مهم‌ترین پایگاه‌های تولیدی و خاستگاه توسعه این برند محسوب می‌شود. با این حال، در معرفی دفتر مرکزی باید مشخص کرد درباره کدام شخصیت حقوقی صحبت می‌کنیم. در اسناد مالی شرکت، دفتر اصلی شرکت مادر بورسی «VinFast Auto Ltd.» در سنگاپور معرفی شده است، در حالی که ریشه برند و بخش مهمی از فعالیت صنعتی آن در ویتنام قرار دارد.

این مثال به‌خوبی نشان می‌دهد چرا پاسخ تک‌کلمه‌ای به پرسش «این خودروساز کجایی است؟» گاهی گمراه‌کننده می‌شود. ویتنامی بودن هویت وین‌فست با ثبت و استقرار حقوقی شرکت مادر آن در سنگاپور تناقضی ندارد.

سخن پایانی

نقشه امروز خودروسازی جهان را نمی‌توان فقط با پرچم کشورها توضیح داد. یک برند ممکن است در بریتانیا متولد شده باشد، زیر نظر یک گروه چینی یا هندی فعالیت کند و محصولاتش را در چند کشور بسازد.

در مقابل، ثبت شرکت مادر در هلند یا سنگاپور نیز به معنای انتقال همه توان صنعتی، طراحی و تولید آن به همان کشور نیست.

برای شناخت دقیق هر خودرو باید چهار پرسش جداگانه مطرح کرد: برند از کجا آمده است؟ دفتر مرکزی کجاست؟ چه مجموعه‌ای آن را کنترل می‌کند؟ و مدل موردنظر در کدام کارخانه تولید شده است؟ پاسخ این پرسش‌ها، به‌ویژه برای خریدار ایرانی، از اتکا به عنوان‌هایی مانند «اروپایی»، «ژاپنی» یا «چینی» دقیق‌تر است.

البته هیچ‌یک از این عنوان‌ها به‌تنهایی کیفیت را تعیین نمی‌کند؛ ارزیابی محصول به مشخصات همان مدل، استاندارد تولید، ایمنی، دوام و کیفیت خدمات پس از فروش نیاز دارد.

آگهی مفقودی

برگ سبز - کارت خودروی وانت تویوتا هایلوکس مدل ۱۹۹۲ به شماره موتور ۱۲۶۵۷۱۸ و شماره شاسی ۰۱۵۴۹۷ به شماره انتظامی ۱۲۵ ل ۴۵ - ایران ۹۵ به نام عبداله تاجر لقا مفقود گردیده و ازدرجه اعتبار ساقط است.

آگهی مفقودی

برگ سبز موتورسیکلت سحر ۱۵۰CC به رنگ قرمز زرشکی مدل ۱۳۹۵ به شماره موتور ۰۱۴۹N2G۴۵۰۰۰۴ و شماره شاسی ۱۵۰C۹۵۱۴۰۴۹***N2G به شماره انتظامی ۸۲۳-۴۲۳۶۲ به نام برکت اله صوری زهی مفقود گردیده و ازدرجه اعتبار ساقط است.

آگهی مفقودی

برگ سبز - خودروی سواری سایپا ۱۴۱ SL مدل ۱۳۹۰ به رنگ سفید روغنی به شماره موتور ۳۸۶۲۶۳۴ و شماره شاسی S۳۴۸۲۲۸۹۳۳۷۵۲۹ به شماره انتظامی ۹۴۴ ق۴۵- ایران ۸۵ به نام فرهاد خرود مفقود گردیده و ازدرجه اعتبار ساقط است.

آگهی مفقودی

پروانه تردد موقت خودروی سواری تویوتا کرولا مدل ۲۰۲۴ به رنگ سفید روغنی به شماره موتور ۸ZR۵D۲۶۰۸۷ و شماره شاسی LFMAAA۰C۸R۰۶۰۵۳۹۴ به نام علیرضا رضائی به شماره انتظامی ۷۷-۲۲۳۷۱ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط است.

آگهی مفقودی

پلاک عقب خودروی وانت تویوتا هایلوکس به رنگ مشکی معمولی مدل ۱۹۹۲ به نام عبدالصمد محمدی بخشانی به شماره انتظامی ۵۷۷ق۶۵- یاران ۹۵ به شماره موتور ۰۳۴۲۱۵۳ و شماره شاسی ۰۰۱۰۶۸۹ به علت سهل‌انگاری مفقود گردیده و ازدرجه اعتبار ساقط است.

آگهی مفقودی

پروانه بهره برداری به نام محمد دارا در شهرستان هیرمند روستای حاجی عبدالرحیم مربوط به کوره آجرپزی محمد دارا به شماره ۱۱۴/۳۱۶۸۷ - ۱۳۸۷/۱۱/۲۶ از وزارت صنعت و معدن مفقود گردیده و ازدرجه اعتبار ساقط است.