

Мифы о Китае. Часть 2: Китайцы не умеют делать автомобили

Увы, пытаешься написать об одном, а получается о другом. Так что придется нарушить изначально намеченный порядок и выставить на суд читателей сайта то, что получилось само собой...

Вот все время слышишь о том, что китайские автомобили — это такие жестянки и железные гробы на колесах. Китайцы не умеют делать автомобили и никогда не научатся... При этом жалкие отдельные возражения типа «а я вот езжу вроде и ничего» тут же встречают дружный отпор «да вы что, это у вас какое-то исключение, вам просто повезло», потому что китайские автомобили — это полное г... Не, сами не ездили, но знакомые говорят, слышали по радио и вообще это всем известно.

Тут сразу несколько «но».

Во-первых, речь идет об автомобилях собственно китайских брендов («Чери», «Ли Фань», «Великая стена» и т.п.), которые поставляются в Россию. Внутри страны (для тех, кто не знает) китайцы, кроме этого, делают сегодня практически все известные марки автомобилей, существующие в мире. Подчеркиваю — практически все. За исключением люксовых (Порше, Феррари, Бугатти, Роллс-Ройс и т.п.). При этом автомобили вышеуказанных марок («Чери», «Лифань» и т.п.) в процентном отношении среди машин, едущих по китайским дорогам, составляют абсолютное меньшинство.

В 2004-м году мне довелось посетить самый большой в мире автомагазин под Пекином (мы фильм снимали про реформы в Китае) в свободной экономической зоне. В ходе экскурсии по магазину (несколько гектаров) я не переставал выяснять, где произведен тот или иной автомобиль. Когда выяснилось, что все они произведены в Китае, кроме роскошной «семерки» БМВ, стоявшей в витрине, и представительского «Мерседеса», который не продавался, я перестал задавать глупые вопросы и стал выяснять уже т.н. «степень локализации», то есть процент комплектующих собственного китайского производства. Самый низкий (порядка 15%) оказался вновь у БМВ, но уже Х5. Что, впрочем, как было подчеркнуто, явление временное, поскольку одним из условий строительства сборочных автомобильных заводов в КНР является полная локализация производства в течение 3-5-7 лет.

Временным оказалось и отсутствие «Мерседесов» в продаже — после посещения магазина мы поехали на строящийся по соседству завод как раз по производству «Мерседесов».

Это не значит, что в Китае отсутствуют импортные автомобили — они есть, но это товар для избранных, поскольку пошлины на ввоз автомобилей по-прежнему высоки. Да, они не являются уже запредельными, как в начале 90-х. Поэтому в Пекине есть несколько магазинов по продаже роскошных автомобилей для «новых китайцев», готовых переплачивать за «понты». Подавляющее же большинство едущих по дорогам Китая «ауди», «лексусов», фольксвагенов (старейший завод в Шанхае), шевроле (они производятся в Тяньцзине и используются в основном в такси), ниссанов, тойот, хендаев (тоже в основном такси) и т.п. — китайского производства. При этом часто в оригинальной китайской комплектации. Например, Ауди А-6 по размерам скорее напоминает Ауди А-8. Другая распространенная опция для автомобилей, предназначенных для продажи в частные руки — кожаный салон. Так, например, «Матис» китайского производства — это машина с кожаным салоном и наворотами в стиле «чайна тунинг». Очень смешно выглядит.

Почему производимые автомобили известных марок китайского производства не поставляются в Россию? Специально не выяснял, но думаю, что это связано с условиями, которые ставятся держателями бренда. Строительство автозаводов в Китае — это способ освоения китайского рынка, а не создания себе конкурентов на мировой арене.

После этого необходимого уточнения перейдем собственно к китайским автомобилям в России.

Иногда кажется, что критика в адрес китайского автопрома — это спланированная и хорошо организованная

кампания. Возможно, это и так, но, я думаю, что это происходит просто потому, что так устроена автомобильная журналистика в современном мире.

Если не брать специализированные издания типа «За рулем», то автожурналистика – это прежде всего журналистика глянцева. Это статьи на автомобильные темы в глянцевых журналах либо издание глянцевых журналов, целиком посвященных автомобилям. При этом мне, как человеку в журналистике вполне опытному (работал во многих изданиях в качестве выпускающего редактора) – понятно, что основной источник дохода как тех, так и других – это скрытая реклама (это, в общем, касается и других тематических журналов о тех или иных товарах). Понимаете? Любая статья в любом журнале про любой новый автомобиль – это по существу либо совет покупать его, либо совет не покупать. И было бы неразумно давать подобные советы «за бесплатно». А если этот совет размещен в солидном издании за подписью известного автомобильного журналиста – он стоит намного дороже.

Известные автомобильные журналисты – это такая закрытая каста, члены которой живут совершенно отдельной жизнью, состоящей из посещения мировых автосалонов, участия в тест-драйвах дорогих автомобилей, причем непременно с фотосессией и непременно где-нибудь в Монако или Провансе, присутствия на модных тусовках и т.д. И подобное бытие часто накладывает серьезный отпечаток на соответствующее сознание. Поэтому, когда я слышу по радио рассуждения гг. Пикуленко или Асланяна про наш отечественный автопром или качество китайских машин, мне хочется тут же выключить приемник.

Автожурналистов можно сравнить с журналистами т.н. президентского пула. Поскольку вторые – это тоже своего рода закрытая тусовка, где четко определено, о чем можно говорить только «среди своих», а что можно выносить на суд общественности. И это касается даже таких, казалось бы, совсем «отмороженных» членов этой тусовки как Андрей Колесников из «Коммерсанта». И есть темы, которых лучше не касаться даже «среди своих». Потому что «нарушение конвенции» повлечет за собой исключение из «пула». А это не только лишение возможности сопровождать высшее руководство в различных визитах (с предоставлением за бесплатно места в специальном самолете), присутствовать на пресс-конференциях и переговорах, сопровождающихся банкетами. Это исключение из тусовки, из сложившегося сообщества, лишение доступа к «эксклюзивной» информации, изменение привычного образа жизни. В общем, переход из касты «избранных» в категорию самых обычных людей. И надо обладать большой смелостью (или глупостью), чтобы обречь себя на такую «незавидную» долю.

Примерно так же, на мой взгляд, обстоит дело и с журналистами «автопула». Я, конечно, могу ошибаться, поскольку не общался лично ни с одним из автожурналистов (только по поводу оформления текстов или уж совсем откровенной рекламы той или иной марки). Но мне кажется, что их командировки на всемирные автосалоны, участие в тест-драйвах (особенно люксовых марок) и т.п. мероприятиях оплачиваются не из бюджета тех редакций, к которым они причислены. В том, что касается известных фамилий – я почти уверен – эти расходы берет на себя «принимающая сторона». Которая и заказывает музыку. И неправильное попадание в ноты тоже может повлечь за собой отлучение от этой сладкой жизни, которая постепенно становится профессией.

Что касается различных «краш-тестов», постоянного введения и ужесточения норм на содержание СО-2 и т.п., здесь заказчиков можно даже и не вычислять – они на поверхности.

P.S. Прошу не считать мой текст рекламой китайского автопрома – мне просто хотелось вновь призвать ув. читателей не принимать на веру широко распространенные суждения. А для того, чтобы узнать отзывы о китайских машинах их владельцев, достаточно зайти на любой соответствующий сайт или форум. Не забыв, разумеется, при этом сделать определенную поправку на модерацию и присутствие специально обученных людей.

Андрей Виноградов. Родился в 1955 году в Москве. Заканчивал ИСАА при МГУ. Ки таист в третьем поколении. Работал на радио, телевидении, в газете «Сегодня», журналах «Главная тема», «Профиль», «Апология» и др. Ведущий научный сотрудник ИДВ РАН.

Ис точник: Дао выраженное словами

Автор: Артур Скальский © Babr24.com В МИРЕ, РОССИЯ 👁 4900 06.02.2013, 14:23 📌 456

URL: <https://babr24.com/?ADE=111978> Bytes: 8020 / 7913 Версия для печати

👍 Пореккомендовать текст

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

newsbabr@gmail.com

Автор текста: **Артур**

Скальский.

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24_link_bot](#)

Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: [@bur24_link_bot](#)

эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова

Телеграм: [@irk24_link_bot](#)

эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская

Телеграм: [@kras24_link_bot](#)

эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская

Телеграм: [@nsk24_link_bot](#)

эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин

Телеграм: [@tomsk24_link_bot](#)

эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

Прислать свою новость

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"

Телеграм: [@babrobot_bot](#)

эл.почта: equatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)