

Ми Цюцзюй
магистрант,
кафедра экономической теории и менеджмента
Московский педагогический
государственный университет,
Институт социально-гуманитарного образования,
Россия, Москва

ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ И ДИВЕРСИФИКАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КРУПНОЙ КИТАЙСКОЙ КОМПАНИИ

Аннотация. Китайские компании реального сектора нередко реализуют стратегию лидерства по издержкам, используя преференции со стороны государства. Отдельные производители, кроме того, целенаправленно формируют и реализуют стратегии диверсификации и вертикальной интеграции. Цель работы – периодизация развития и оценка стратегий Chongqing Zongshen – крупного производителя двигателей, иной продукции машиностроения. Метод исследования – кейс-стади. Результаты свидетельствуют: компания использует «портфельный подход» к стратегиям развития, что позволяет ей не только наращивать масштабы давно освоенного производства двигателей, но и интенсивно развивать новые, современные линейки продукции.

Ключевые слова: стратегия диверсификации, вертикальная интеграция, компания Chongqing Zongshen, товарная политика.

Mi Qiuju
master's student,
Department of Economic Theory and Management
Moscow State Pedagogical University,
Institute of Social and Humanitarian Education,

STAGES OF DEVELOPMENT AND DIVERSIFICATION OF A LARGE CHINESE COMPANY ACTIVITIES

***Abstract.** Chinese companies in the real sector often pursue cost leadership strategies, taking advantage of government incentives. Some manufacturers also deliberately formulate and implement diversification and vertical integration strategies. The purpose of this study is to periodize the development and evaluate the strategies of Chongqing Zongshen, a major manufacturer of engines and other mechanical engineering products. The research method is a case study. The results demonstrate that the company uses a "portfolio approach" to development strategies, allowing it not only to expand its long-established engine production but also to rapidly develop new, modern product lines..*

***Keywords:** diversification strategy, vertical integration, Chongqing Zongshen Company, product policy.*

Проблемы формирования и реализации корпоративных стратегий диверсификации и вертикальной интеграции представляют не только теоретический, но и практический интерес.

Так, Н.В. Сергеева, Г.К. Джанчарова утверждают, что «интеграция и диверсификация производства являются одним из способов повышения экономической эффективности хозяйственной деятельности и вектором устойчивого развития предприятий» [2].

Г.Б. Кирпичев разработал модель корпоративных стратегий диверсификации и вертикальной интеграции, включая пять основных компонентов, отражающих сочетание двух названных стратегий [1].

В данной статье рассмотрены этапы и направления роста компании Chongqing Zongshen Power Machinery – это диверсифицированный холдинг (КНР). Материнская компания холдинга объединяет производство двигателей и комплектующих (компоненты и узлы), занимается финансированием производственной цепочки, финансовым лизингом. В качестве дочерних

компаний выделены: подразделение силовых компонентов Chongqing Zonsen (литье/механическая обработка); Chongqing Zonsen New Energy Development (электрические системы), и другие компании, занимающиеся в том числе экспортом.

Производство компании структурировано следующим образом: группа двигателей (бензиновые/дизельные), группа машин общего назначения (генераторы, насосы), авиационное оборудование; новые источники энергии (электродвигатели, водородные топливные элементы).

Компания начала свою деятельность в 1982 году как Chengdu Lianyi Industrial. В 2003 году стала публичной компанией (на Шэньчжэньской фондовой бирже). В 2005 году получила современное название – Chongqing Zongshen Power Machinery [3].

В ходе анализа нами установлено: на протяжении всего жизненного цикла компания реализовала стратегии «развития товара», «развития рынков», «диверсификации», «вертикальной интеграции». В конкурентной борьбе компания использует сравнительно низкую себестоимость продукции – за счет субсидирования государством – по сравнению с ценами многих глобальных (в том числе японских, европейских) производителей.

В 2010-е годы было запущено производство высококачественных деталей (литье/механическая обработка) для автомобильных и мотоциклетных систем. Одновременно расширился выпуск мотоциклов, запчастей/аксессуаров, машиностроения. В «портфеле» продукции нами выявлено доминирование двигателей – более 60% выручки в этот период приходилось на мотоциклы/малые двигатели. Реализуя стратегию «развития рынков» компания вышла на международные рынки (Азия, Европа, Северная и Южная Америка, Африка). Экспорт продукции к концу 2010-х годов достиг трети годовой выручки [4].

В 2020-е годы компания продолжила диверсификацию, одновременно реализуя стратегию «внутренней вертикальной интеграции», и стала

производить продукцию для авиации – более двадцати линеек, таких как Zonsen Aero – двигатели для дронов/авиации общего назначения, пропеллеры; платформы, др.

Одновременно компания осваивала направление «новая энергетика»: электродвигатели/контроллеры, системы хранения энергии для гольф-каров/погрузчиков, водородные топливные элементы. Был запущен полный цикл производства деталей – двадцать миллионов единиц алюминиевых деталей для электромобилей/трансмиссий в год.

При этом основным видом деятельности оставалось производство двух- и четырехтактных малогабаритных бензиновых двигателей (до 500 куб. см.) для мотоциклов, генераторов, газонокосилок, садовой техники (ассортимент был расширен до трех с лишним сотен моделей).

Рыночная капитализация компании на конец 2025 г. превысила 25 млрд юаней [4].

Заключение.

Компания Chongqing Zongshen развивается, реализуя комплекс стратегий – от стратегии «развития товара» и «развития рынка», до стратегий «дифференциации» и «вертикальной интеграции». Такой подход позволяет постоянно расширять и модернизировать производство, используя преимущества сочетания традиционной для компании продукции (двигатели) и новой (товары для малой авиации, энергетики, др.).

Использованные источники

1. Кирпичев, Г. Б. Моделирование корпоративных стратегий диверсификации и вертикальной интеграции / Г. Б. Кирпичев // Гуманитарные и социально-экономические науки. – 2005. – № 2(17). – С. 192-194.
2. Сергеева, Н. В. Вертикальная интеграция и диверсификация производства / Н. В. Сергеева, Г. К. Джанчарова // Финансовый бизнес. – 2022. – № 4(226). – С. 50-53.
3. Официальный сайт Chongqing Zongshen Power Machinery [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.zonsenpower.cn> (дата обращения: 10.03.2026)
4. Chongqing Zongshen – профиль компании. [Электронный ресурс]. – URL: <https://finance.yahoo.com/quote/001696.SZ> (Дата обращения 09.03.2026).