سيارات

يبدو أن كارثة تسونامي المدمر، التي وقعت في اليابان قبل عشر سنوات، وألحقت خسائر فادحة بشركة تويوتا، هي نفسها التي أنقذت العلامة التجارية الأكثر مبيعا في العالم الآن من تسونامي جديد

أزمة «الرقائق» تشل أدمغة السيارات

تويوتا تنجو من هبوط الإنتاج بفضل «تسونامي المدمر»

لندن ـ **العربي الجديد**

في إعلان صادم لمعظم شركات السيارات العالمية، خرجت تويوتا اليابانية لتكشف نهاية مارس/ آذار، عن ارتفاع إنتاجها السنوي على مستوى العالم خلال فبراير/ شباط الماضي، لتنجو من موجة هبوط الإنتاج التي ضربت مختلف الشركات، بسبب أزمة نقص الرقائق الإلكترونية التي تهدد بخسارة مصنعي السيارات نحو 61 مليار دولار خلال العام الجاري.

ويبدو أن كارثة تسونامي المدمر التي وقعت قبل عشر سنوات، وألحقت خسائر فادحة بشركة تويوتا، هي نفسها التي أنقذت العلامة التجارية الأكثر مبيعا في العالم الآن. في عام 2011، عندما دمر زلزال توهوكو وتسونامي اليابان، غمرت مياه المحيطات مصانع شركة «رينساس إلكترونيكس» اليابانية، وتوقف الإنتاج في المنشآت الغارقة. وبالطبع، لم تُشكل هذه العواقب ضربة كبيرة للشركة فحسب، بل شكل التسونامي ضربة مدمرة لصناعة السيارات اليابانية بالكامل، والتي كانت تعتمد بشكل كبير على «رينساس» في أعمالها.

وفي ظل غياب وجود الرقائق الإلكترونية اللازمة لتصنيع كل شئ آنذاك بدءاً من الإرسال إلى شاشات اللمس، اضطرت تويوتا إلى الإغلاق أو إبطاء الإنتاج لعدة أشهر، بينما تعهدت بعد هذه الحادثة بالابتعاد عن مخاطر الاعتماد في التصنيع على مورد واحد للمكونات الرئيسية مستقبلاً. وبعد عقد من الزمان، ربما تجني تويوتا، ثمار الخطوات التحوطية التي اتبعتها في أعقاب الكارثة الطبيعية، بينما تجد صناعة السيارات العالمية نفسها الآن أمام تسونامي جديد، ولكنه تقني، يهدد بشل أدمغة السيارات الحديثة.

وتضرّرت شركات صناعة السيارات عالمياً من عجز في الرقائق المستخدمة في إدارة المحركات وأنظمة مساعدة السائق، التي تأتي بشكل أساسي من آسيا وبخاصة تايوان، حيث طاولت معظم المنتجين في أوروبا والولايات المتحدة وحتى الصين وكوريا الجنوبية التي تضم شركات عملاقة في صناعة الرقائق .

ورغم الضجيج الواسع الذي أحدثته أزمة الرقائق وإعلان الكثير من الشركات العالمية تباعاً عن انخفاض إنتاجها، وإعلان البعض عن التوقف مؤقتا، أطلت تويوتا لتعلن قبل أيام عن نجاحها في تجنب أزمة نقص إمدادات الرقائق، بل وارتفاع إنتاجها على أساس سنوي في فبراير/شباط بنسبة 4,5% وكذلك مبيعاتها بنسبة 7,4%.

وذكرت المجموعة اليابانية أن إجمالي إنتاجها الذي يشمل «تويوتا موتور» و«دايهاتسو موتور» و«هينو موتورز»، وصل في الفترة المذكورة إلى نحو 797,8 ألف سيارة. وتصدرت العلامة التجارية لشركة تويوتا قائمة أغلى العلامات التجارية لشركات صناعة السيارات عالمياً مع وصول قيمتها إلى أكثر من 59 مليار دولار، بحسب التقرير السنوي الأخير لمؤسسة «براند فاينانس»، تليها «مرسيدس» بقيمة 58,2 مليار دولار و«فولكسفاغن» بقيمة 47 مليار دولار، ثم «بي إم دبليو «بنحو 40,4 مليار دولار. ووفق تقرير لوكالة بلومبيرغ الأميركية، فإن تويوتا وهي أكبر منتج سيارات في العالم، واصلت زيادة التصنيع للشهر السادس على التوالي، بما يظهر مرونتها في مواجهة أزمة نقص الرقائق الإلكترونية التي أجبرت العديد من الشركات العالمية على تعليق العمل في بعض مصانعها خلال الأسابيع الأخيرة.

وقدرت شركة الاستشارات الأميركية «أليكس بارتنرز» خسائر شركات السيارات العالمية من تراجع الإنتاج والمبيعات على خلفية أزمة نقص الرقائق الإلكترونية بحوالي 14 مليار دولار خلال الربع الأول من العام الحالي المنقضي بنهاية مارس/ آذار، بينما توقعت وصول هذه الخسائر إلى 61 مليار دولار للعام الجاري بأكمله.

وبينما كانت شركات السيارات تعتمد سياسة تصنيعية طويلة المدى، أضحت وفق شركة الاستشارات الأميركية رهينة الإدارة قصيرة المدى، حيث باتت تفكر في الأسبوع المقبل أو الشهر المقبل.

ونتجت أزمة الرقائق الإلكترونية عن جائحة فيروس كورونا، التي تسببت في زيادة الطلب على الرقائق المستخدمة في إنتاج الهواتف الذكية، وأجهزة التلفاز، وأجهزة الكمبيوتر، التي زادت مبيعاتها خلال فترة الإغلاق العالمي واضطرار الكثيرين للبقاء في المنازل والعمل عن بعد.

وفي الوقت الذي أدرك فيه موردو قطع السيارات متأخرين بدء نفاد كميات كبيرة من المعالجات الدقيقة اللازمة لكل سيارة، كانت شركات صناعة الرقائق منهمكة في تصنيع المعدات اللازمة للهواتف المحمولة ووحدات التحكم في الألعاب وأجهزة الكمبيوتر التي كان يشتريها المتسوقون بجنون منذ بداية جائحة كورونا.

وتزحف الأزمة إلى السوق الصينية أيضا، رغم أنها حققت نتائج إيجابية واضحة في الأشهر الأخيرة، رغم جائحة كورونا، حيث أعلنت شركة «نيو» في الأسبوع الأخير من مارس/ آذار الماضي، أنها ستوقف الإنتاج مؤقتاً في أحد مصانعها بمقاطعة «آنهوي» بسبب نقص الرقائق الإلكترونية، لتصبح بذلك أول شركة صينية رفيعة المستوى لتصنيع السيارات تستسلم لأزمة الرقائق التي أدت إلى إخماد خطوط مصانع السيارات حول مستوى العالم.

طرازات تويوتا الأعلى مبيعا في العالم (Getty)

61 مليار دولار خسائر متوقعة للشركات بسبب أزمة الرقائق

ارتفاع إنتاج تويوتا على أساس سنوي في فبراير/ شباط بنسبة 4,5%

جديد السيارات

مرسيدس تنافس تسلا بطراز جديد

تستعد شركة «مرسيدس-بنز» لكشف النقاب عن نموذج رائد جديد، من المتوقع أن يتسم بمدى متفوق للبطارية، بعد تعهدها بالمنافسة في قطاع السيارات الكهربائية الفاخرة ذي التكنولوجيا الفائقة. وسيكون الظهور الأول لنموذج سيارة «إي كيو إس» (EQS) في 15 إبريل/نيسان الجاري، كأول مرسيدس مبنية على دعائم للسيارات الكهربائية، ما يعد علامة فارقة لصانع السيارات الألماني، الذي تعرّض لانتقادات بسبب استغراقه وقتاً طويلاً لتبنّي السيارات الكهربائية، وفق تقرير لوكالة بلومبيرغ الأميركية.

هيونداي تكشف عن «توسان» الجديدة

أطلقت شركة هيونداي موتور، نموذجا جديدا من سيارة توسان، التي تعد أكثر سيارات هيونداي مبيعاً على مستوى العالم، ليأتي بحجم أكبر وأوسع من الطرازات السابقة. وأصبحت توسان أطول وأعرض من ذي قبل، بطول إجمالي 4500 مم وعرض 1865 مم، وارتفاع 998 مم. وتتوفر بقاعدة عجلات طويلة وقاعدة عجلات قصيرة، فضلا عن تميزها بالتفاصيل الفاخرة لتلبية احتياجات العملاء، وفق بيان للشركة. ويعتمد تصميم السيارة الجديدة على التصميم «الرياضي» من هيونداي. وتعزز الخطوط الجانبية الجريئة، المظهر الرياضي للسيارة. كما تم تجديد أقواس العجلات الخلفية.

جنرال موتورز تدرس قبول «بيتكوين»

تدرس مجموعة جنرال موتورز، عملاق صناعة السيارات الأميركية، قبول عملة «بيتكوين» الرقمية، كأحد سبل شراء سياراتها، لتصبح حال الموافقة، ثاني شركات السيارات التي تدشن لعهد العملات المشفرة، بعد شركة تسلا لصناعة السيارات الكهربائية الأميركية. ونقل موقع «موتور وان» المتخصص في أخبار السيارات عن المديرة التنفيذية لجنرال موتورز، ماري بارا، قولها في تصريحات صحافية أخيراً، إن المجموعة ستدرس أولا وتراقب مدى اهتمام عملائها بعملة بيتكوين، والشريحة المستخدمة لهذه العملة من عملائها في تعاملات أخرى، قبل اتخاذ قرار نهائي بالسماح باستخدامها في شراء سيارات من ماركات تابعة لـ«جنرال موتورز».

«أثرياء كورونا» ينعشون مبيعات الماركات الفارهة

نيويورك ـ **العربي الجديد**

رغم التداعيات الاقتصادية الواسعة التي خلفتها جائحة فيروس كورونا على معظم سكان العالم، إلا أنها ساهمت في تضخم ثروات شرائح من الأثرياء لاسيما المتعاملين في أسواق الأسهم والعملات المشفرة، الأمر الذي انعكس تباعاً على حيازة الأصول الفارهة ومنها السيارات الفاخرة التي تظهر المؤشرات تسجيلها طفرة في المبيعات لم تتحقق منذ عقود.

فقد أضافت الأسهم العالمية 7 تريليونات دولار منذ بداية العام الجاري 2021، وتضخمت القيمة السوقية للعملات الرقمية لأكثر من 1,4 تريليون دولار بفعل المكاسب المحققة من المضاربات، بخلاف الأنشطة الاقتصادية الأخرى التي استفادت من الجائحة في تحقيق مكاسب خيالية مثل التجارة الإلكترونية، كل هذا كان له صدى واسع على مبيعات السيارات باهظة الثمن مثلما كان الحال مع العقارات الفارهة والمجوهرات أيضا.

وبينما يشتهر صناع السيارات الفاخرة بتكتمهم، حول الكشف عن عدد السيارات التي يبيعونها أو مقدار أرباحهم، إلا أنهم يجدون صعوبة في الآونة الأخيرة في تجنب التباهي، ولو قليلاً فقط، حول مدى نجاحهم في عام 2020.

فقد كشف أدريان هولمارك، من شركة «بنتلي» للسيارات الفاخرة خلال مكالمة عبر الفيديو مع الصحافيين في 23 مارس/ آذار، وفق وكالة بلومبيرغ الأميركية، أن الشركة شهدت مع بدية العام الماضي «أقوى معدل طلبات منذ عام 2003، بينما بدأت يناير/ كانون الثاني من العام الجاري 2021 بطلبات تزيد بنسبة 50% مقارنة بنفس الفترة من العام الماضي، وهو أعلى إنتاج في تاريخ الشركة التي عمرها 101 عاماً.

وقال هولمارك :»مبيعاتنا الآن أعلى بنحو 30% مقارنةً بالعام الماضي، حتى مع الأخذ في الاعتبار أن العام الماضي حقق رقماً قياسياً، فسوف يتطلّب الأمر أن يضربنا كويكب حجمه أكبر من (كويكب كوفيد) لإخراجنا عن مسارنا مرة أخرى.. إننا نشهد طفرة ما بعد الحرب».

وكانت شركة «تكنافيو» العالمية للأبحاث، قد توقعت منتصف العام الماضي، أن تنمو سوق السيارات الفاخرة في الولايات المتحدة بمقدار 6,7 ملايين وحدة في الفترة من 2020 إلى 2024.

وفي تقريرها السنوي لعام 2021، توقعت «ستاتيستا» وهي شركة ألمانية متخصصة في بيانات السوق والمستهلكين، أن تصل عائدات الولايات المتحدة في قطاع السيارات الفاخرة إلى 6,9 مليارات دولار خلال هذا العام وحده.

وقال مايكل دين، رئيس تحليل قسم السيارات في «بلومبيرغ إنتلجينس» في تحليل الشهر الماضي:» التاريخ يشير إلى أن الطلب على السيارات الرياضية الفخمة سيظل قوياً، على الرغم من الركود العالمي المرتبط بالوباء».

وأضاف أن نتائج مثل زيادة سعر سهم فيراري بنسبة 27% العام الماضي، وسجل الطلبات لدى لامبورغيني، الذي جاء كاملاً خلال الأشهر التسعة الأولى من عام 2021 دليل على هذه القوة».

واعترف ستيفن وينكلمان من شركة «بوغاتي» بأنه فوجئ بمدى نجاح العلامة التجارية الفرنسية البالغة 112 عاماً في التغلُّب على الوباء، مشيرا إلى أن الشركة «أبلت بلاءً حسناً بشكل لا يصدق».

بورشه تصف الطلب المتزايد على سياراتها بالاستثنائي (Getty)

ارتفاع الطلب على سيارات بنتلي 50% على أساس سنوي في يناير/ كانون الثاني