

الفصل الثالث

المثابرة علم أن تكون عظيمًا ليست "أضغاث أحلام"



في عام 2006 - ومع التطور والانفتاح التدريجي لسوق السيارات الصينية - أصبحت العلامة التجارية القوية التي أسس لها لي شو فو، تضم ثماني فئات، وأكثر من 30 موديلًا. ولقد سارت جيلى في كل خطوة خطتها بأقدام ثابتة منذ بداياتها بسيارتها الأولى، التي فتحت سوقًا لها عن طريق حرب الأسعار، مرورًا بالسيارة جيلى ميري وجيلى مايرين باو، التي نادت بالموضة وأسلوب الحياة المتفرد، وصولًا إلى السيارة جيلى كرورز وجيلى كينغ كونغ اللتين استطاعتا أن تجسدا - بشكل كاف - قدرة مجموعة جيلى على التطوير الذاتي.

من ذلك يبدو جليًا التحول في إستراتيجية لي شو فو، فيما يتعلق بالتطوير؛ ذلك لأنه بدأ في التحول التدريجي من استهداف السوق بسيارات ذات تكلفة منخفضة إلى استهداف السوق بالسيارات ذات التكلفة المتوسطة.

بحلول عام 2006، احتلت سيارات جيلي المرتبة الثانية في قائمة صادرات السيارات الصينية. إن مجموعة جيلي لم تعد ذلك الكيان التقليدي المتواضع، الذي دائماً ما يحتاج إلى تقليد الآخرين، فهذا هي قد كبرت وعظم شأنها، وبدأت أولى خطواتها خارج حدود الصين، وشيدت حلمًا ظن البعض أنه كان بعيداً، وانطلقت إلى الأسواق العالمية.

2002 انتقال المقر الرئيس لشركة جيلي إلى مدينة هانتشو:

في يوليو من عام 2002، أعد لي شو فو خطة مكونة من ثلاثة أجزاء، هي: "الحصان الجامح، والفهد الصياد، والأسد المهيب"؛ ليصل إنتاج ومبيعات مجموعة جيلي من السيارات عام 2005 إلى حوالي 300 ألف سيارة، ثم يصل إلى نحو مليون سيارة في عام 2010، ثم يصل إلى 2 مليون سيارة عام 2015.

وبعبارة أخرى، فسوف تصبح مجموعة جيلي في عام 2015 شركة عالمية عملاقة، تنتج سنوياً حوالي 2 مليون سيارة.

إن تعديل منظومة المنتج النهائي، كان هو السيف البتار الذي حقق به لي شو فو تلك الإستراتيجية المستقبلية. وبنهاية عام 2003، فتحت السيارة جيلي الفهد الجميل الستار لتعديل هيكل منتجات الشركة. وبداية من عام 2005، أظهرت مجموعة جيلي تطوراً سريعاً وملحوظاً في هذا الشأن، حيث قامت بإطلاق محرك السيارة جيلي كروزر فئة (1.3L

1.6L و 1.5L)، بالإضافة إلى السيارة من طراز هايو (305) ذات السعة اللترية 1.8 من إنتاج شركة خوا بو بشنغهاي التابعة لها، وغيرها من السيارات المتوسطة.

أثناء معرض فرانكفورت للسيارات الذي أقيم في 13 سبتمبر من عام 2005، عبرت الفئات الخمسة التي طرحتها مجموعة جيلي عن وضع منتجاتها المستقبلية الجديدة، وكان لتلك الموديلات أثر كبير في تخلي الناس عن نظرتهم القديمة للسيارة جيلي منخفضة السعر.

إن تحقيق التعديلات في منظومة وهيكل المنتجات، والتحول من تصنيع السيارات منخفضة التكلفة إلى السيارات متوسطة التكلفة، نظر له الآخرون على أنه ثقة عمياء بالنفس، تمكنت من لي شو فو. ولكنه في الوقت نفسه، كان الدرع القوي الذي استغله لي شو فو لتحقيق هدف إنتاج وبيع 2 مليون سيارة.

ومن أجل تحقيق ذلك الهدف، قام لي شو فو بغزو أسواق المقاطعات، كما قام ببناء منافذ للبيع على نطاق واسع داخل تلك الأسواق. وفي الوقت نفسه، سحب من تلك المنافذ السيارات التي علقت في أذهان الناس بأنها رخيصة، مثل السيارة الأولى والسيارة جيلي ميري؛ وذلك حتى يرتقي بجودة المنتج، وينتزع من أذهان الناس المنتج الرخيص الثمن. كما قام بوضع منتجات مجموعة جيلي الحديثة ذات السعر

المتوسط؛ وذلك لترسيخ صورة منتج عالٍ لدى المستهلكين الذين يشترون سيارة للمرة الأولى.

ومن أجل تحقيق هدف إنتاج وبيع 2 مليون سيارة عام 2015، لم يرق فقط بتغيير هيكل المنتجات، وإنما في الوقت نفسه، قام أيضًا بوضع فتح أسواق خارجية للسيارة جيلي على جدول أعماله.

في 30 مايو عام 2005، تم التوقيع رسميًا على مشروعات خاصة بالسيارة بالكامل ومشروع (CKD) بين مجموعة جيلي القابضة ومجموعة أي جي سي الماليزية. لاحقًا، ظهرت بعض التغيرات في مشروع جيلي بماليزيا، وقام الجانب الماليزي بإنكار العقد المبرم.

في 21 من يونيو 2005، قامت كل من مجموعة جيلي القابضة وهيئة دفع القوى الإنتاجية في هونج كونج، بالتوقيع رسميًا على مذكرة تعاون مشترك في مجال تطوير نظام السيارات الجديدة، بالإضافة إلى تطوير قطع الغيار الخاص بها. وكان ذلك بمثابة الأساس التقني الأكثر صلابة في سبيل تحقيق هدف الـ 2 مليون سيارة.

ولقد قامت مجموعة جيلي عام 2006 بإظهار بعض من قوتها، فقامت بتأسيس قاعدتي إنتاج في كل من لانتشو بمقاطعة جانسو وشيانغتيان بمقاطعة هونان، وخططت لتنتج كل قاعدة منهما ألف سيارة سنويًا؛ لتحقيق تطوير وإنتاج وتسويق متوازيين مع جيلي. وكان ذلك بمثابة

خطوة واثقة ومطمئنة في سبيل تحقيق هدف الـ 2 مليون سيارة في عام 2015.

كان لدى لي شو فو حلمان؛ الأول: هو تصنيع سيارة جديدة، يستطيع العامة اقتناءها، أما الثاني فهو انتشار سيارة جيلي في مختلف أرجاء العالم؛ أما عن الحلم الأول فلقد أحرز خطوات مبدئية صوب نجاحه داخل سوق السيارات الصينية، بينما كان حلمه الثاني أكثر طموحًا، وها هو الآن قيد التنفيذ.

في 24 أكتوبر من عام 2006، قامت شركة شنغهاي مابل - التي تمثل إحدى شركات مجموعة جيلي القابضة في سوق شنغهاي - بتوقيع عقد رسمي مع شركة منغيز برونز القابضة البريطانية، على اتفاقية الإنتاج المشترك.

على الرغم من أن التعاون تلك المرة كان شكلاً من أشكال المساهمة، ولم يكن استحوادًا، إلا أنها كانت خطوة رئيسة وكبيرة لمجموعة جيلي في اتجاه خروجها إلى السوق العالمية.

في ديسمبر قامت جيلي بتوقيع عقد مشروع تجميع أول سيارة بنظام (S.K.D) - مشروع روسي، وكان انطلاق ذلك المشروع يعني أن إستراتيجية التوسع نحو الخارج قد كسرت أخيرًا الحاجز الجليدي. في عام 2007، كان رد فعل السوق النيجيري رائعًا جدًا عند طرح

السيارتين جيلي كرورز، وجيلي كينغ كونغ؛ حيث إن ما يقرب من الألف سيارة التي تم طرحها نفذت من الأسواق.

بنهاية عام 2007، وقعت مجموعة جيلي عقدًا بقيمة مليار ونصف المليار دولار أمريكي لتوريد سيارات كاملة مع شركة رولف الروسية، وفي الوقت نفسه، استمرت في زيادة التعاون في مجال تجميع السيارات مع شركة سيارات روسية أخرى، وهي شركة ينكوم.

في أغسطس من عام 2008، أعلنت مجموعة جيلي عن استثمار نحو 270 مليون دولار في المكسيك لإنشاء مصنع لتجميع السيارات، كما ستستثمر حوالي 230 مليون دولار أمريكي لبناء منطقة صناعية، تقوم - في الأساس - على مصانع تصنيع السيارات.

في عام 2010، نجحت مجموعة جيلي في الاستحواذ على شركة فولفو لصناعة السيارات ودمجها، في خطوة واحدة، استطاعت أن تصعد من خلالها على الساحة الدولية؛ لتتعمق خطوة أخرى في مشوارها نحو العالمية. لقد صار حلم لي شو فو بأن "العالم كله سيقود السيارة جيلي"، يتحقق بشكل تدريجي وبخطى ثابتة.

كان لي شو فو مختلفًا - بشكل كبير - عن الآخرين، إذا ما تمت مقارنته برجال الأعمال الصينيين المعتدلين المتواضعين؛ فقد كان جنونه وعناده دائمًا ما يجلب له الانتقادات والسخرية، إلا أنه كان - كعادته - يعمل

بالمثل القائل "القافلة تسير والكلاب تعوي". فلقد أصر على المضي قدمًا في طريق حلم صناعة السيارات بلا هوادة، أو بمعنى آخر أعرب عن أمله في تطوير صناعة السيارات الوطنية الصينية، بالإضافة إلى أن يصبح المؤسس لعلامة تجارية صينية مستقلة.

خلال 20 عامًا من العمل الشاق، أضفى على اسم المجموعة "جيلي" مغزى ومعنى جديدين. ففي معرض فرانكفورت الألماني للسيارات، كانت "جيلي" معادلًا لدولة الصين، وكانت السيارة جيلي معادلًا للسيارة الصينية. في ذلك الوقت تجاوزت "جيلي" كونها علامة تجارية لسيارة، وأصبحت فخرًا للأمة الصينية كلها. وبذلك الصدد صرح لي شو فو قائلًا: إن السيارة التي اصطحبناها إلى هنا، إنما هي ملكية صينية أصيلة، فهي بحق سيارة من إبداع الصينيين. إننا نشعر بالفخر الشديد إزاء ذلك.

وكان مبعث ذلك الفخر هو المسؤولية الاجتماعية التي تقع على عاتق رجال الأعمال، والتي تتضمن فلسفتهم الحديثة، ومفهوم الثروة والسعادة لهم.

ظلت حياة لي شو فو تحتفظ ببساطتها وهدوئها، على الرغم من المليارات التي أصبح يملكها. ولقد صرح أحد الصحفيين - أثناء إجراء لقاء صحفي معه، معلقًا على تأثيره الشديد بطريقة حياته - قائلًا:

من الصعب أن تتخيل كون رئيس مجموعة استثمارية كبيرة، تقدر بمئات الملايين، دائماً ما يسافر حول العالم، رجلاً حريصاً وبسيطاً إلى هذا الحد. يرتدي حذاء محلياً جلدياً مصنوعاً في جيه ديانغ، وملابس عمل طرز عليها بالإنجليزية كلمة "جيلي"، كما أنه يتناول الطعام مع موظفيه في قاعة الطعام. لقد نسف لي شو فو الصورة النمطية للمليارديرات.

كان لي شو فو يميل نحو الاقتصاد والتوفير لدرجة البخل والحرص الشديدين، حتى أن لوائح شركة جيلي كانت تنص - بشكل واضح - على ما يلي:

"في مجموعة جيلي تلقى كل أنشطة التوفير احتراماً وتقديراً، حتى لو كانت بسيطة لا يلتفت لها، وكل مظاهر البذخ والإسراف هي جريمة".

لم يكن يسعى وراء الرفاهية والبذخ في حياته الشخصية والمهنية، بل كان يميل إلى الحرص الشديد، ولكن - في المقابل - كان يتسم بالسخاء فيما يخص الإنفاق على التعليم في المناطق التي تعاني من نقص الدعم المادي، أو على الطلبة غير القادرين؛ ولذلك فلقد حصل عام 2006 على لقب "واحد من أكبر عشرة محسنين" في الصين.
