

Artikel 20.01.2025, CHOSUN BIZ, Seoul/SK

Übersetzt mit DeepL!

Autor: Jinwoo Park

„Ausländische Marken spiegeln die Bedürfnisse der Verbraucher nicht vollständig wider

Bedürfnisse der Verbraucher in China.

Chinesische Verbraucher neigen nicht dazu, chinesische Autos zu wählen, nur weil sie

chinesische Autos zu wählen. Es geht mehr um den Stolz auf technologische Innovationen als um reinen Patriotismus“.

So beschreibt Beatrix C. Keim, Direktorin des Centre Automotive Research. CAR ist eine renommierte deutsche Forschungs- und Analyseeinrichtung der Automobilindustrie.

Seiner Meinung nach befindet sich China als Nachzügler in der Automobilindustrie mitten in einer Revolution hin zu Neue Energiefahrzeuge (NEV - Elektrofahrzeuge, Plug-in-Hybride, Wasserstoff-Elektrofahrzeuge usw.)

Dies ist auf die Bereitschaft der chinesischen Regierung zurückzuführen, einschließlich Subventionen.

Und auch ausländische Marken haben davon profitiert.

haben aber Anteile an einheimische chinesische Marken verloren.

an einheimische chinesische Marken verloren, erklärt Direktor Keim

„Jetzt klopfen ausländische Marken an die Tür Chinas, um Technologie zu erwerben. Technologietransfer - Die Einbahnstraße ist vorbei.“

Seit den frühen 2020er Jahren exportiert die chinesische Automobilindustrie Nutzfahrzeuge in Schwellenländer. „In Lateinamerika,

Lateinamerika, Russland, Afrika, etc.

Chinesische Autos zu einem wichtigen Konkurrenten auf dem Weltmarkt.

Volkswagen und BMW sind auf dem chinesischen Markt stark vertreten, General Motors (GM), Hyundai Motor Company (Hyundai), etc. haben mit Schwierigkeiten zu kämpfen. Was tun diese Unternehmen, um ihre Verkäufe wieder anzukurbeln.

„Volkswagen hat bereits eine Strategie entwickelt.

Die gibt es. Sie besteht darin, mit chinesischen Unternehmen zusammenzuarbeiten. Durch diese

Die Marken des Volkswagen Konzerns berücksichtigen die Bedürfnisse der chinesischen Verbraucher bereits in ihrer Modellpolitik

Volkswagen und Audi zum Beispiel haben in China nach wie vor einen hohen Bekanntheits- und Vertrauensgrad.

Sie sind in China anerkannt und vertrauenswürdig und verfügen über ein

umfangreiche Netzwerke in China.

mit Ausnahme seiner Niedrigpreis-Marken Shanghai GM Wuling und Baojun. Diese beiden Marken wurden erst vor relativ kurzer Zeit in Shanghai GM integriert und werden in China als einheimische Marken wahrgenommen.

U.S. Elektrofahrzeuge, die auf US-Marken (wie Chevrolet und Buick) basieren, waren nicht wettbewerbsfähig genug.

Sie waren nicht in der Lage, mit ihren US-Pendants zu konkurrieren, und haben die Gunst der Verbraucher nicht gewonnen.

Bereits vor der Pandemie haben Hyundai und Kia ihre Attraktivität

(auf dem chinesischen Markt) verloren. Der Absatz ist seit einem Jahr rückläufig.

THAAD (Terminal High Altitude Area Defence). Auch das Angebot an

Elektrofahrzeugen ist nicht ausreichend.
Hyundai

investiert 1,1 Mrd. \$ (1,62 Mrd. £) in ein Joint Venture mit der Beijing Automotive Industry Corporation (BAIC). Ob diese Investition zeitgerecht oder angemessen ist, hängt von der weiteren Entwicklung ab.

Gesamtaussage zu Marken, die in China zu kämpfen haben „Das Problem ist, dass ausländische Marken die Bedürfnisse der chinesischen Kunden nicht ausreichend widerspiegeln, insbesondere

Konnektivität, Digitalisierung, Fahrzeuge mit neuer Energie oder Fahrzeuge mit geringem Hubraum. Emissionsarme Fahrzeuge.

Chinesische Verbraucher neigen dazu, chinesische Marken zu wählen, nur weil sie neue Technologien anbieten oder einfach weil sie „einheimisch“ sind. Dies ist ein Ausdruck eines neuen Stolzes auf Technologie.“

Auch innerhalb Chinas herrscht ein harter Wettbewerb: Berichten zufolge ist die Zahl der chinesischen Hersteller in China gestiegen.

Es gibt Berichte, dass die Zahl der chinesischen Fertigungsunternehmen schrumpft.

„Bislang haben wir noch keinen nennenswerten Rückgang der Zahl der chinesischen Unternehmen festgestellt. aber es ist wahrscheinlich, dass sie in Zukunft aufgrund des verstärkten Wettbewerbs zurückgehen wird.

„ Bestehend, einschließlich Joint Ventures etwa 100 Automobilhersteller, einschließlich Joint Ventures, und etwa 120 bis 130 neue Hersteller haben Produktionslizenzen erhalten.

Darüber hinaus haben 500 Start-ups für neue Energiefahrzeuge Produktionslizenzen beantragt, aber nicht alle von ihnen wurden von der Regierung genehmigt.

Da es nicht lizenziert war, war die Wettbewerbslandschaft begrenzt. Bis 2025

Hersteller, denen es an Rentabilität oder Verbrauchervertrauen mangelt

Hersteller, die nicht rentabel sind oder das Vertrauen der Verbraucher nicht gewonnen haben, könnten vom Markt verschwinden.

In letzter Zeit arbeiten ausländische Unternehmen mit China zusammen, um die chinesische Technologie zu erlernen.

Seit Anfang der 2000er Jahre hat die chinesische Regierung einen starken

politischen Willen gezeigt, in den Sektor der neuen Energie-Elektrofahrzeuge einzusteigen.

„Für chinesische Unternehmen, die nicht in der Lage waren, eine führende Position in der Verbrennungsmotorentechnologie einzunehmen

. Ausländische Autohersteller stellen schon seit langem Fahrzeuge mit neuer Energie her, aber es wurden nicht genug Anstrengungen unternommen zumindest innerhalb Chinas. Im Jahr 2020 wurde Chinas Vorschriften für die Automobilproduktion reformiert.

Die Verpflichtung zur Gründung eines Joint Ventures wurde abgeschafft, und die Zahl der ausländischen Partner, die chinesische Unternehmen in die Produktion einbinden können, wurde unbegrenzt.

Der chinesische Autoverkauf hat aufgrund der Marktsättigung an Zahl und Produktion zugenommen.

Ist der Produktionsanstieg eine Folge der Marktsättigung?

„Ich persönlich bin der Meinung, dass der chinesische Markt noch nicht gesättigt ist.

Es gibt derzeit einen Übergang von Verbrennungsmotoren zu Elektrofahrzeugen.

Der chinesische Markt für einkommensschwache Gebiete und den Markt für Billigautos ist noch nicht gesättigt. China hat einen hohen Marktanteil in Russland

in Russland, da aufgrund von Handelssanktionen nicht in der Lage, nach Russland zu gelangen. Chery Automobile, Changcheng Automobile, etc.

China exportiert seit den 1990er Jahren preisgünstige Autos und Nutzfahrzeuge in Schwellenländer.

Beziehung zum One Belt/One Road -Initiative. China

Die in China hergestellten neuen Energiefahrzeuge sind eindeutig attraktiv und von hoher Qualität. Doch ihr Bekanntheitsgrad und ihr Image auf dem Weltmarkt

hat sich nicht wie erwartet entwickelt für den langfristigen Erfolg.“ Trotz erheblicher US-Vorschriften klopft der chinesische ...

weiterhin an die US-Tür.

„Die USA sind der zweitgrößte Automobilmarkt der Welt. Die E-Autos von Tesla, Rivian, Lucid, etc. sind teuer, und es mangelt an Vielfalt bei etablierten Marken wie Ford und GM.

Es gibt viel Raum für chinesische Autos, um den Markt zu durchdringen. Die Frage ist

ob die amerikanischen Verbraucher Elektroautos wollen, und

und ob die Unterstützung für Elektroautos unter einer zweiten Donald Trump-Regierung weitergehen wird.

Die chinesischen Hersteller könnten ihren Kostenvorteil verlieren, was den Kauf weniger attraktiv machen könnte.“

Schon jetzt scheinen chinesische Autos die konventionellen Hersteller technologisch überholt zu haben

Was sie von China lernen sollten.

„Sie müssen ihre Entwicklungs- und Produktionsprozesse vereinfachen und beschleunigen.

Wir müssen die Modellkonfigurationen und Optionen reduzieren. Marktnachfrage nach niedrigeren Preisen. Die traditionellen Automobilhersteller

haben Stärken, die ihren Erfolg in den letzten 30 bis 40 Jahren aufrechterhalten haben.

Es wäre ein Fehler, das zu vergessen, und es ist wichtig, sich daran zu erinnern, dass verschiedene Märkte

unterschiedliche Produkttypen für unterschiedliche Märkte. Globale

Standards sind verschwunden. In China digitalisierte Konsumtrends als Zukunftsindikatoren. Hinzu kommt der demografische Wandel des Marktes

Wie wird sich Ihrer Meinung nach die globale Automobilindustrie durch den Aufstieg der Unternehmen für neue Energiefahrzeuge in China verändern?

Der Konsolidierungsprozess der Start-ups im Bereich der neuen Energiefahrzeuge wird sich wahrscheinlich beschleunigen.

Einige Unternehmen verlassen sich auf staatliche Subventionen.

In einer Situation anhaltenden Defizits kann die staatliche Unterstützung jedoch gekürzt werden. Darüber hinaus können Chinas verlangsamtes Wirtschaftswachstum und große

Investitionen in großem Umfang finanzielle Probleme verursachen.

Das ist ein Risiko. Allerdings können Unternehmen wie BYD, Geely Automobile, Chery und SAIC als große Unternehmen ihr Geschäft weiter expandieren. Insbesondere Chery ist ein wichtiger Akteur in

aufstrebenden Märkten wie Afrika, Südamerika sowie Zentral- und Ostasien.

Hier hat das Unternehmen einen konkurrenzlosen Markt für erschwingliche Autos aufgebaut. Auf dem globalen

globalen Markt wird die chinesische Autoindustrie wahrscheinlich zu einem wichtigen Konkurrenten

auf dem Weltmarkt werden.“