

NR 16/2024

Grupa Volkswagen rozpoczyna ofensywę w Chinach, wzmacnia możliwości technologiczne i redukuje koszty

- „W Chinach, dla Chin” („In China, for China”): nowa strategia dla Państwa Środka ze znacznie wyższym udziałem Chin w tworzeniu łańcucha wartości ma na celu silniejszą orientację na lokalny rynek i klientów. Zwiększone wewnętrzne możliwości rozwoju i oprogramowania, a także lokalne partnerstwa stanowią podstawę dla nowych produktów z najnowocześniejszymi technologiami.
- Zrównanie kosztów z lokalną konkurencją: Grupa Volkswagen dąży do 40-procentowej redukcji kosztów dzięki lokalnie opracowanej platformie CMP. Jest to kluczowe, by ograniczyć koszty do poziomu lokalnych rywali w segmencie kompaktowych pojazdów elektrycznych (BEV), w którym cena odgrywa bardzo istotną rolę.
- Pozycja wiodącego międzynarodowego producenta: Grupa Volkswagen zamierza zwiększyć swój wynik operacyjny do około 3 mld euro do 2030 r., wliczając w to w pełni skonsolidowaną spółkę joint venture Anhui.
- Unikatowa pozycja: biznes związany z pojazdami z silnikami spalinowymi jako wysoce rentowna podstawa elastycznej transformacji w kierunku inteligentnych połączonych pojazdów ICV (intelligent connected vehicles).
- Wykorzystanie nowych pul zysków: zyskowy wzrost dzięki specyficznemu dla Chin portfolio produktów na dynamicznie rozwijającym się rynku pojazdów hybrydowych i w pełni elektrycznych NEV (new energy vehicles).
- Prezes Grupy Volkswagen Oliver Blume: „Chiny to nasz drugi macierzysty rynek. Nadal systematycznie wdrażamy naszą strategię i przechodzimy do ofensywy w jej realizacji. Koncentrujemy się na oczekiwaniach naszych chińskich klientów i przyspieszeniu wprowadzania nowych produktów na rynek. Jednocześnie rozwijamy pionierskie technologie, zwiększamy efektywność kosztową i pogłębiaamy lokalne partnerstwa”.

Wolfsburg/Pekin, 25 kwietnia 2024 r. – Volkswagen rozpoczyna kolejną fazę transformacji w Chinach. Podczas China Capital Markets Day w Pekinie Grupa Volkswagen przedstawiła aktualizację strategii dla rynku chińskiego. Koncentruje się na wzmocnieniu możliwości technologicznych i obniżeniu kosztów na silnie rozwijającym się rynku. Grupa planuje osiągnąć koszty na poziomie lokalnej konkurencji w segmencie samochodów kompaktowych do 2026 r. i nabrać dalszej dynamiki dzięki lepiej dostosowanej strategii i uruchomionemu już programowi wydajności. Ponadto firma podkreśliła swoje zaangażowanie w realizację strategii „W Chinach, dla Chin”: Przedstawiła środki mające na celu jeszcze lepsze zaspokojenie potrzeb chińskich

VOLKSWAGEN GROUP

klientów, przyspieszenie rozwoju nowych modeli i skrócenie czasu wprowadzenia ich na rynek, a także znaczne obniżenie kosztów. Ponadto celem jest lepsze wykorzystanie innowacji i zwiększenie lokalnego udziału w tworzeniu łańcucha wartości poprzez zwiększenie wewnętrznych możliwości rozwoju i silnych lokalnych partnerstw. W rezultacie Grupa dąży do umocnienia swojej pozycji międzynarodowego producenta OEM nr 1 na rynku chińskim i wyznaczyła ambitne cele do 2030 r.: około 4 mln sprzedanych pojazdów i wzrost wyniku operacyjnego do około 3 mld euro, wliczając w to w pełni skonsolidowaną spółkę joint venture Anhui.

„W ciągu ostatnich 40 lat stworzyliśmy solidny i bardzo udany biznes w Chinach. Chiny są dla nas bardzo ważnym rynkiem i takim pozostaną. Obecnie po chińskich drogach jeździ około 50 milionów naszych pojazdów, co trzeci sprzedawany nasz samochód na świecie sprzedajemy w Chinach. Dlatego jesteśmy dumni, że możemy nazywać Chiny naszym drugim rynkiem macierzystym” – powiedział Oliver Blume, prezes Grupy Volkswagen podczas Capital Markets Day w Pekinie. „Patrząc w przyszłość, systematycznie realizujemy naszą strategię ‘W Chinach dla Chin’. Kurs jest ustalony i chcemy w większym stopniu korzystać z dynamiki wzrostu rynku od 2026 roku. Skoncentrujemy się na konsekwentnym wdrażaniu strategii, dalszym wzmacnianiu naszej orientacji na klienta i przyspieszonemu rozwojowi nowych modeli. Wraz z partnerami zwiększamy również naszą konkurencyjność technologiczną i znacznie obniżamy koszty” – dodał Blume.

Zmniejszenie kosztów do poziomu, jaki uzyskują lokalni konkurenci w segmencie kompaktowych pojazdów elektrycznych

Dzięki swojej strategii Volkswagen zamierza do 2026 roku ograniczyć koszty do poziomu, jaki uzyskuje lokalnie konkurencja w segmencie wolumenowych pojazdów kompaktowych. Według prognoz w przyszłości segment ten będzie stanowił ponad 50 procent całego rynku.

Aby skorzystać z tego wzrostu, Grupa rozszerzy swoje w pełni elektryczne portfolio na segment kompaktowy za pośrednictwem marki Volkswagen i w oparciu o platformę China Main Platform (CMP). CMP pozwoli obniżyć koszty o 40 procent do 2026 roku, w szczególności dzięki strefowej architekturze elektrycznej/elektronicznej (E/E) opracowanej we współpracy z XPENG i konkurencyjnej technologii akumulatorów. Ponadto zastosowanie „Chińskiej Architektury Elektrycznej” (CEA) przyczyni się do dalszej standaryzacji architektury cyfrowej, a tym samym do osiągnięcia wyższej efektywności kosztowej. Wdrażając nową architekturę CEA, marka Volkswagen znacznie przyspiesza tempo rozwoju.

Na dynamicznie rozwijającym się rynku chińskim Volkswagen jest w stanie szybciej dostarczać innowacje klientom. Dzięki nowej lokalnej strukturze z Volkswagen Group China Technology Company (VCTC), własnym centrum badawczo-rozwojowym Grupy w Hefei, Grupa może skrócić czas wprowadzania na rynek nowych, lokalnych produktów o 30 procent.

Dzięki VCTC Volkswagen łączy w Hefei wszystkie jednostki rozwojowe i procesy decyzyjne dotyczące pojazdów przeznaczonych na rynek chiński, co przeloży się na zwiększenie wydajności.

VOLKSWAGEN GROUP

Koordinacja odbywa się w tej samej strefie czasowej i koncentruje się wyłącznie na rynku lokalnym. Ponadto Tech Company łączy rozwój pojazdów i komponentów, a także zaopatrzenie od samego początku procesu rozwoju. Jednoczesna praca oszczędza dodatkowy czas i umożliwia optymalizację kosztów. Ponadto VCTC maksymalizuje konkurencyjność kosztową, koncentrując się na lokalnych koncepcjach na poziomie pojazdu, platformy, modułu i systemu. Obejmuje to moduły „z półki”, wykonane przez lokalnych dostawców, tam gdzie jest to uzasadnione oraz – w razie potrzeby – wykorzystanie globalnej technologii Grupy Volkswagen.

„Dzięki zwiększonej wydajności i szybkości, znaczącym korzyściom skali i ograniczeniu kosztów, Volkswagen nieustannie jest rentowny i generuje gotówkę, nawet na wymagającym rynku. Jednocześnie zapewniamy sobie zdolność do finansowania inwestycji w przyszłości, zabezpieczając jednocześnie solidną pozycję finansową” – powiedział Oliver Blume.

Wzmocnienie przewagi konkurencyjnej poprzez lokalne partnerstwa i innowacje

Grupa podejmuje kroki w celu zwiększenia wydajności i położenia podwalin pod przyszły wzrost w Chinach, w szczególności poprzez wzmocnienie znaczenia technologii i oprogramowania, koncentrując się na lokalnych możliwościach rozwoju i partnerstwie z lokalnymi firmami technologicznymi i producentami, takimi jak Horizon Robotics, Thundersoft i XPENG.

W ten sposób Volkswagen napędza cyfryzację swojego portfolio modeli poprzez Chińską Architekturę Elektryczną opracowaną wspólnie przez VCTC i CARIAD China z chińskim producentem pojazdów elektrycznych XPENG. Celem jest pełne dostosowanie technologii i usług cyfrowych do trendów rynkowych, aby szybciej i w ukierunkowany sposób spełniać życzenia chińskich klientów. Wzmacnia to podejście zorientowane na oprogramowanie i promuje rozwój najnowocześniejszych funkcji, takich jak zautomatyzowana jazda i funkcje łączności nowej generacji.

Chiny napędzają innowacje w zakresie pojazdów autonomicznych, przy czym oczekuje się, że poziom 3 i wyższy autonomicznej jazdy osiągnie wskaźnik penetracji 56 procent do 2030 roku.

Poprawa pozycji konkurencyjnej Volkswagena znajduje również odzwierciedlenie w ambitnych celach średnio- i długoterminowych: Grupa dąży do ciągłego zwiększania wyniku operacyjnego do ponad 2 mld euro do 2027 r., z celem osiągnięcia ok. 3 mld euro do końca dekady. Grupa wyznaczyła ambitne cele sprzedażowe w Chinach na poziomie około 4 mln pojazdów do 2030 r., co odpowiada około 15-procentowemu udziałowi w rynku. Do 2030 r. co drugi sprzedawany pojazd ma mieć napęd elektryczny.

„Grupa Volkswagen koncentruje się na podejściu ‘W Chinach dla Chin’ w tym regionie. Oznacza to bardziej lokalny rozwój, nowe partnerstwa technologiczne i większą szybkość wdrażania nowych produktów. Jednocześnie przyspieszamy naszą elektryczną ofensywę, wprowadzając dodatkowe modele w nowych segmentach. W ten sposób wykorzystujemy możliwości szybko rozwijającego się rynku” – powiedział Ralf Brandstätter, członek zarządu Grupy na region Chin i dyrektor

VOLKSWAGEN GROUP

generalny Volkswagen Group China. „Rentowność ma najwyższy priorytet we wszystkich naszych projektach i inicjatywach. Dzięki międzymarkowemu programowi efektywności i konsekwentnemu zarządzaniu kosztami będziemy dalej trwale wzmacniać naszą konkurencyjność gospodarczą w Chinach. W ten sposób region ten będzie nadal wnosił silny wkład w zyski i przepływy pieniężne Grupy w przyszłości” – dodał Brandstätter.

Pojazdy spalinowe (ICE) sfinansują transformację technologiczną

40-letnia obecność Volkswagena na rynku stanowi silną podstawę przyszłego wzrostu w Chinach, ponieważ wysoka rozpoznawalność i pozytywny odbiór przekładają się na wysoki poziom zaufania ze strony lokalnych klientów.

Firma planuje dostarczać najnowocześniejsze pojazdy we wszystkich kluczowych segmentach: ICE, PHEV i BEV – a w przyszłości także w pojazdach ICV. Ten wzrost jest wspierany przez dynamiczny rozwój nowych pojazdów elektrycznych (NEV). Już w ciągu najbliższych trzech lat Grupa i jej marki wprowadzą w Chinach 40 nowych modeli, z których połowa będzie zelektryfikowana. Obejmuje to co najmniej osiem z planowanych modeli BEV dla Chin w ramach partnerstwa z XPENG i SAIC, a także pojazdy marki Volkswagen oparte na nowej platformie China Main Platform. Do 2030 roku na rynek ma zostać wprowadzonych ponad 30 modeli z napędem elektrycznym.

Celem Volkswagena jest bycie i pozostanie liderem wśród międzynarodowych producentów OEM oraz uplasowanie się w pierwszej trójce na rynku chińskim. Ambicja ta jest zgodna z przewidywanym wzrostem chińskiego rynku, który charakteryzuje się kilkoma kluczowymi trendami, potencjalnie odblokowującymi nowe pule zysków w branży motoryzacyjnej w nadchodzących latach.

Oczekuje się, że całkowity rynek samochodów osobowych wzrośnie do ponad 28 milionów pojazdów do 2030 roku, czyli o około 6 do 7 milionów pojazdów więcej niż obecnie. Ponadto oczekuje się, że rynek NEV osiągnie udział około 75% do końca dekady – prawie trzykrotnie więcej niż w 2023 roku.

Grupa Volkswagen zamierza wykorzystać ten potencjał rynkowy dzięki połączeniu wiodących technologicznie pojazdów ICE i stale rosnącego portfolio NEV. Może również wykorzystać swoją wysokomarżową flotę ICE, która jest stopniowo hybrydyzowana, do finansowania inwestycji w kolejny skok technologiczny w kierunku inteligentnych, połączonych pojazdów (ICV).

Uwaga: kolejne wydarzenie Volkswagena z serii tematycznych Capital Markets Day skupi się na Grupie marek Core i jej markach Volkswagen, Skoda, SEAT/CUPRA, a także Volkswagen Samochody Dostawcze.

VOLKSWAGEN GROUP

Tomasz Tonder

Volkswagen Group Polska

Dyrektor PR i Corporate Affairs Grupy

Dyrektor e-Mobility Grupy

+48 690 406 401

tomasz.tonder@vw-group.pl | www.vw-group.pl

O Grupie Volkswagen:

Grupa Volkswagen jest jednym z wiodących producentów samochodów na świecie, z siedzibą w Wolfsburgu w Niemczech. Działa globalnie, posiada 114 zakładów produkcyjnych w 19 krajach europejskich i 10 krajach obu Ameryk, Azji i Afryki. Zatrudnia ok. 684 000 pracowników na całym świecie. Pojazdy Grupy są sprzedawane w ponad 150 krajach.

Dzięki niezrównanemu portfolio silnych globalnych marek, wiodącym technologiom na dużą skalę, innowacyjnym pomysłom na wykorzystanie przyszłych pul zysków i przedsiębiorczemu zespołowi kierowniczemu, Grupa Volkswagen jest zaangażowana w kształtowanie przyszłości mobilności poprzez inwestycje w pojazdy elektryczne i autonomiczne, cyfryzację i zrównoważony rozwój.

W 2023 r. łączna liczba pojazdów dostarczonych klientom przez Grupę na całym świecie wyniosła 9,2 mln (2022: 8,3 mln). Przychody ze sprzedaży Grupy w 2023 r. wyniosły 322,3 mld euro (2022 r.: 279,1 mld euro). Wynik operacyjny przed uwzględnieniem pozycji specjalnych w 2023 r. wyniósł 22,6 mld euro (2022: 22,5 mld euro).