

18. týden 2026



# AutoTablet.cz

novinky z [www.autoweek.cz](http://www.autoweek.cz)



Pokud chcete něco navíc, klikněte sem a stáhněte si jako pdf.

# Peking 2026: Čínu nelze obejít

Čína je jedním z nejdůležitějších trhů na světě. Své místo si zde hledají evropské i asijské značky. Zároveň se na evropský trh prosazuje stále víc čínských výrobců. Oba tyto trendy se odrážejí na autosalonu Auto China v Pekingu.

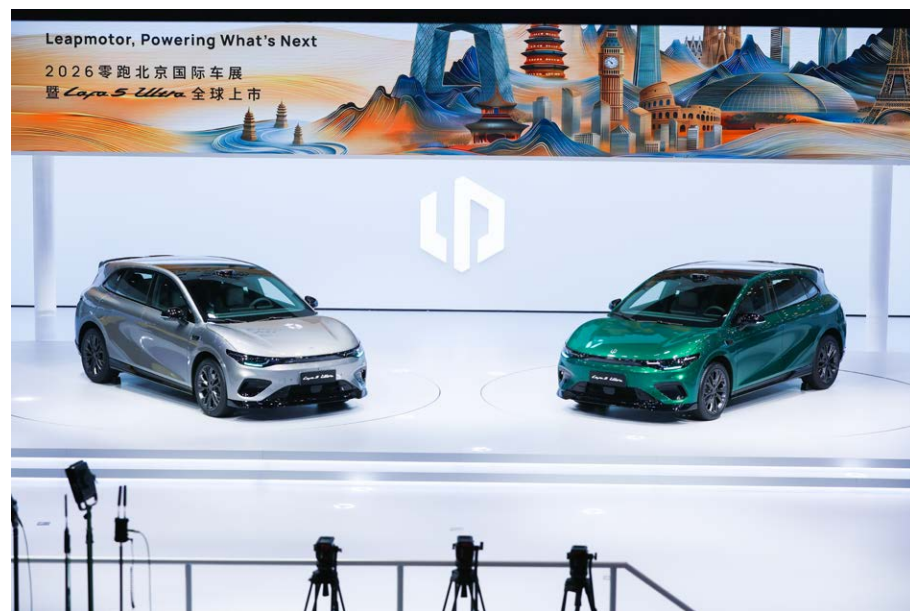


Elektrické AUDI E7X je druhý model vyvinutý speciálně pro Čínu. Požadavkům místního trhu je přizpůsobeno také nové Audi A6L s o 132 mm delším rozvorem a lokálně vyráběné A6L e-tron. BMW ve světové premiéře představuje novou řadu 7 a modely i3L a iX3L s prodlouženým rozvorem.



BYD představuje produkční verzi supersportu Yangwang U9 Xtreme s výkonem 2200 kW (3000 k) jako nejrychlejší produkční vůz na světě s maximální rychlostí 496 km/h. Vyrobeno bude pouze 30 kusů. Vystavuje také koncept sportovního vozu Formule X a nové řady sedanů Formule S a Formule SL od značky Fangchenbao. Denza představuje supersportovní Z s výkonem 735 kW (1000 k). K vidění jsou také pětimetrové rodinné modely BYD - sedan Seal 08 a SUV Sealion 08 a koncept kabrioletu Ocean V.

Geely se zaměřuje na technologie – od inteligentních asistenčních a hybridních systémů až po architekturu elektrického terénního vozidla se třemi motory a výkonem 735 kW (1000 k). K vidění je také studie sedanu Galaxy Light Concept a prototyp robotického taxi EVA Cab. Lynk & Co představila koncepční vůz GT 2+2 dlouhý 4,80 m. Je založen na architektuře vozidla poháněné umělou inteligencí.



Hyundai plánuje obsloužit čínský trh vlastní produktovou řadou. Na autosalonu Auto China představuje kompletně přepracovaný, futuristicky vypadající Ioniq V.

Leapmotor představuje sportovní kupé Lafa5 Ultra jako vrcholnou verzi řady B05 a nové vrcholné modely D19 a D99.



Nissan představuje dva koncepty elektrifikovaných SUV - Urban SUV PHEV a Terrano PHEV představující návrat legendárního jména. Peugeot při svém návratu na pekingský autosalon představuje koncepční elektrická vozidla - velký sedan Concept 6 a SUV Concept 8.

# Představuje se ID. Polo jako lidový elektromobil

Volkswagen představil ID. Polo s cenou začínající na 24 995 eurech (610 000 Kč), čímž se snaží prezentovat se jako výrobce automobilů pro každého - slovy generálního ředitele Thomase Schäfera „znovu vyrábět skutečné Volkswageny (lidová vozidla) splňující očekávání našich zákazníků.“ Jenže v Německu se objednávky otevřely pouze pro vrcholnou verzi za 35 820 eur (874 000 Kč). Pro elektrické Polo Volkswagen přepracoval platformu na verzi MEB+, kde je elektromotor na přední nápravě. ID. Polo je dlouhé 4053 mm s rozvorem náprav 2600 mm, zavazadlový prostor má objem 435 l. Elektromotor je ve třech úrovních výkonu: 85 kW (116 k), 99 kW (135 k) a 155 kW (211 k). Akumulátor LFP s čistou kapacitou 37 kWh umožní dojezd až 329 km, pro výkonnější verze bude akumulátor NMC 52 kWh pro dojezd



až 455 km. V interiéru ve Wolfsburgu po sedmi letech od uvedení ID.3 vyslyšeli připomínky uživatelů: „Zákazníci se chtěli vrátit k fyzickým tlačítkům.“ Předprodej ID. Polo na českém trhu bude spuštěn v průběhu srpna. Oficiální uvedení na český trh a dodání prvních vozů zákazníkům je plánováno na říjen. ID. Polo se vyrábí ve španělském Martorellu.

## Leapmotor rozšiřuje evropskou nabídku

Leapmotor na autosalonu v polské Poznani uvedla na evropský trh model B05. V ČR se B05 objeví na konci května na výstavě Legendy 2026. Vůz dlouhý 4430 mm a s šířkou 1880 mm má pohon zadních kol. Aktivní aerodynamika zahrnuje aktivní



žaluzie chladiče a optimalizované boční deflektory, což prodlužuje dojezd. B05 pohání vysoce účinný elektrický pohonný systém s výkonem 160 kW (218 k) a točivým momentem 240 N.m. Nastavením odpružení bylo vyladěno ve spolupráci s globálními odborníky na podvozky společnosti Stellantis. K dispozici jsou dvě varianty akumulátorů: 56,2 kWh s dojezdem 401 km a ProMax 67,1 kWh s dojezdem 482 km. Díky integraci akumulátoru do podvozku (CTC) se stává součástí nosné struktury vozidla a zvyšuje objemovou energetickou hustotu o 13 %, snižuje hmotnost a zlepšuje tuhost konstrukce. Rychlé nabíjení lze výkonem až 174 kW DC.

# Rekonstrukce portfolia Stellantis

Od roku 2024, kdy se severoamerický a evropský prodej Stellantisu pod vedením bývalého generálního ředitele Carlose Tavarese propadl, je společnost pod tlakem, aby zmenšila své rozsáhlé portfolio značek. Antonio Filosa, který se loni v létě ujal funkce generálního ředitele, si klade za cíl udržet všech 14 značek při životě, zatímco většinu svých investic soustředí pouze na čtyři – Jeep, Ram, Peugeot a Fiat. Fiat sice nemá tak silné postavení v Evropě jako Opel a Citroën, nicméně hraje klíčovou roli v Latinské Americe. Zbývajících deset značek si zachová regionální relevanci na trzích, kde jsou silné. Stellantis se zdráhá zavřít neklíčové značky, protože jsou na některých trzích stále populární. V rámci nového strategického posunu získají určité finanční prostředky na převzetí technologií



od hlavních značek a přidání vlastního designu. Strategická reorganizace má údajně podporu hlavních investorů, včetně největšího akcionáře Exor. V únoru Stellantis, který vznikl v roce 2021 fúzí společností Fiat Chrysler a Peugeot PSA, zaúčtoval ztrátu ve výši 22,2 miliardy eur, protože ustoupil od plánů na výrobu elektromobilů.

## Spuštění předprodeje Volkswagenu ID.3 Neo

Čeští zákazníci mohou objednávat nové ID.3 Neo. Modernizovaný elektromobil s cenou od 749 000 Kč včetně DPH se objeví v létě. Nově uspořádaný interiér nabízí nové ovládací prvky, nový multifunkční volant a zcela nové fyzické ovladače



klimatizace. Nový infotainment Innovision kombinuje 10,25" Digital Cockpit s centrálním 12,9" displejem. Integrovaný App Store umožňuje digitálně aktivovat nebo rozšiřovat funkce vozu. Nově vyvinutý pohon ID.3 Neo zahrnuje elektromotory, které nabízejí vyšší točivý moment a nižší spotřebu elektrické energie. Dojezd se podařilo prodloužit na 620 km. Akumulátory s kapacitou 50 kWh resp. 58 kWh mohou na rychlonabíjecích stanicích doplňovat elektrickou energii stejnosměrným proudem s nabíjecím výkonem až 105 kW, u verze s kapacitou 79 kWh až 183 kW. Modelová řada ID.3 Neo nabízí tři úrovně výkonu 125 kW (170 k), 140 kW (190 k) a 170 kW (231 k).

## Kia mění pojem Grand Tourer

Kia na Milánském týdnu designu uvedla světovou premiéru konceptu Vision Meta Turismo, který byl poprvé představen v loňském roce v prosinci v Koreji při příležitosti oslav 80. výročí značky. Ztělesňuje futuristický přístup značky Kia k nové éře elektromobility. Jeho design spojuje dynamické jízdní vlastnosti s interiérem inspirovaným luxusními salónky a vzdává hold rychlosti a eleganci vozů pro dálkové cesty ze 60. let. Extrémní



architektura s kabinou posunutou výrazně vpřed tvoří základ siluety s nízkým a širokým profilem. Koncept Vision Meta Turismo přináší dvě odlišná uspořádání interiéru, která reflektují rozdílné potřeby řidiče a spolujezdce a umožňují variabilní využití prostoru. Sedadlo a pracovní prostor řidiče jsou koncipovány s důrazem na maximální soustředění a funkčnost. Sedadlo spolujezdce využívá stejný tvarový jazyk a síťované materiály, konstrukčně je však odlišeno tak, aby nabízelo uvolněnější a emocionálně laděný zážitek z jízdy. Koncept Vision Meta Turismo, inspirovaný herními ovladači, přináší novou interpretaci volantu, který funguje jako centrální ovládací prvek.

## VW na autosalonu Auto China 2026

Skupina Volkswagen letos v Číně uvede na trh 20 nových chytrých elektromobilů a do roku 2030 plánuje nabízet 50 elektrifikovaných modelů. Volkswagen uvedl, že od druhé poloviny letošního roku plánuje vybavit nové vozy vyrobené pro Čínu agentickou umělou inteligencí, která na rozdíl od běžné AI nečeká na otázky, ale dokáže autonomně jednat, plánovat a plnit složité úkoly. Ve snaze dohnat technologický náskok místních výrobců vybaví své čínské modely agenty AI vytvořenými s pomocí čínské Horizon Robotics. Skupina Volkswagen v Pekingu uvedla čtyři globální premiéry. ID. Aura T6 od FAW-Volkswagen otevírá novou řadu plně elektrických SUV střední třídy postavených na lokálně vyvinuté čínské elektronické architektuře

CEA od interního podniku Carizon. ID. Unyx 09 je pětimetrový elektrický sedan od Volkswagenu Anhui. Koncept Jetta X předznamenává přechod této značky k cenově dostupným vozidlům na nové zdroje energie (NEV) a k nezávislé činnosti v Číně jako náhrady značky Škoda od společnosti FAW Volkswagen Jetta Automotive Technology. Velké elektrické SUV E7X je druhý sériový model nové exkluzivní čínské značky AUDI vyráběný automobilkou SAIC.





## Konkurence systémů: o čínské efektivitě

**Peter Schwerdtmann se na stránkách Car-Editor's zamýšlí nad autosalonem v Pekingu.**

„Budeme jednoduše nabízet zastaralou technologii,“ varoval v srpnu 2023 v rozhovoru expert na motory profesor Thomas Koch z Technologického institutu v Karlsruhe (KIT).

„V Číně vidím vůli dobýt evropský trh nejen s elektromobily, ale také s moderními spalovacími motory – pro osobní i nákladní automobily,“ varoval profesor Koch. Kochovo varování se stává realitou. Zatímco němečtí vývojáři musí veškeré své úsilí soustředit na elektromobily, Geely na pekingském autosalonu představuje pohon s účinností téměř 50 %.

Evropa měla v úmyslu v roce 2023 využít průmyslovou politiku ve prospěch životního prostředí a přijala zákon zakazující spalovací motory. Aktuální situace je následující: svět kupuje spalovací motory. V celosvětovém vozovém parku pouze 3 % aut má elektrický pohon. Na tomto pozadí Čína pečlivě vyvíjí spalovací motor. S účinností 48,4 % dosáhlo Geely nový rekord.

Geely je největším akcionářem Mercedes-Benz AG s téměř 10 %, vlastní Volvo, Polestar, Lotus a LEVC, má podíl v Aston Martinu a je partnerem ve společném podniku se Smartem. Čínská společnost s ambiciózními evropskými

plány uvádí, že rekord byl dosažen díky konceptu řízení založeném na umělé inteligenci pro vysoce přesné řízení toku energie.

Jak Geely uvádí, její Emgrand bude brzy osobním vozem s neúčinnějším hybridním pohonem na světě s reálnou spotřebou 2,2 l/100 km. S tepelnou účinností 48,4 % to znamená, že téměř polovina použité energie se přímo využije k pohonu. Staré spalovací motory dosahovaly okolo 25 %, nejlepší současné pohonné jednotky – od Nissanu a Toyoty – dosahují 42 %.

Nejprve německé automobilky přenechaly vedení v technologii akumulátorů. Brusel pak zákazem spalovacích motorů vynutil koncentraci vývojových kapacit na elektromobily, ale boj o technologii akumulátorů už je prohraný.

V současnosti zaostáváme i na trhu spalovacích motorů. Spalovací motor však bude trhům ještě dlouho s velkým náskokem dominovat. Před jejich zákazem byla strategie velkých německých výrobců vydělat si peníze na pokrok spalovacími motory.

V Pekingu se učíme nejen z příkladu Geely: zákaz spalovacích motorů a nadměrné emisní předpisy udusily všechny alternativy k elektrickému pohonu.

## Směřuje Evropa k dvourychlostní dekarbonizaci?

Dopravci ze střední a východní Evropy čelí vyšším nákladům a hrozí jim ztráta konkurenceschopnosti. Dopravní společnost Evropy se zavázaly ke snížení emisí. Tvrdí však, že pokrok brzdí rostoucí náklady, složitá pravidla a nedostatečná infrastruktura. Zástupci odvětví varují, že nerovné podmínky mezi západní, střední a východní Evropou by mohly vést k „dvourychlostní“ dekarbonizaci, která by společně na rozvinutějších trzích poskytla konkurenční výhodu. Tyto poznatky vycházejí z průzkumu, který společnost Eurowag uskutečnila mezi svými zákazníky v odvětví komerční

silniční dopravy. Podle průzkumu považují dopravci dekarbonizaci za nejvyšší prioritu a zásadní faktor pro udržení budoucí konkurenceschopnosti. Zároveň poukazují na rostoucí propast mezi stoupajícími očekáváními ohledně snižování emisí a ekonomickými podmínkami nezbytnými pro to, aby byl tento přechod proveditelný. Země střední a východní Evropy zůstávají víc závislé na fosilních palivech a mají nižší podíl obnovitelných zdrojů energie ve srovnání se západní Evropou. To činí přechod k čisté mobilitě složitějším a nákladnějším.

## Spotřeba CNG a LNG v dopravě stagnuje



Spotřeba CNG a LNG v dopravě v roce 2025 meziročně klesla o 4 % na 96,59 milionu m<sup>3</sup> a trh dál stagnuje. Energetici varují: bez podpory na pořízení nových vozidel nevzroste. Hlavní bariérou není infrastruktura, ale pomalá obnova vozového parku, která brání růstu poptávky po (bio)metanu. Svaz energetiky ČR (SEČR) společně s Českým plynárenským svazem (ČPS) upozorňují, že současná úroveň spotřeby neodpovídá trajektorii potřebné pro plnění klimatických a dekarbonizačních

cílů České republiky v dopravě. Podle předběžných údajů je v České republice v provozu 1920 autobusů na CNG či bioCNG, zatímco cílový stav pro rok 2030 počítá s 2530 vozidly. V segmentu LNG tahačů je v provozu méně než 200 vozidel, přičemž Národní akční plán počítá s růstem na 4000 vozidel do roku 2030. Bez obnovy vozového parku nelze očekávat růst poptávky po plynných palivech ani naplnění evropských cílů podle směrnice RED III. Biometan má v české energetice výrazný potenciál, ale jeho širšímu využití brání zejména současné nastavení podpory pro bioplynové stanice, omezený přístup některých biometanových stanic k plynárenské infrastruktuře, vysoké investiční náklady na připojení a omezená dostupnost kvalitních organických odpadů jako vstupní suroviny.

## OMV má v ČR novou ředitelku

Na pozici Head of Retail českého OMV nastupuje Miriam Fellingnerová. Přichází ze společnosti OMV Slovensko, kde od roku 2023 vedla retailový segment. Miriam Fellingnerová má více než dvacet let zkušeností v oblasti obchodu, prodeje a řízení retailových aktivit. V rámci skupiny OMV působí a v minulosti zastávala



pozice Area Sales Manager a Department Sales Manager. Ve své dosavadní roli se na Slovensku věnovala rozvoji sítě čerpacích stanic, zlepšování zákaznického servisu, rozšiřování infrastruktury pro elektromobilitu i implementaci nových konceptů a inovací v retailu.

## Pavel Kalouš končí v Rolls-Royce Praha

Z vedoucí pozice dealerství Rolls-Royce Praha odchází brand manager Pavel Kalouš. K ukončení pracovního poměru došlo na základě vzájemné dohody. Během působení Pavla Kalouše získal tým Rolls-Royce Motor Cars Prague globální a evropská



ocenění pro dealery za vynikající výsledky v různých oblastech podnikání. Pod jeho vedením oslavil jediný dealer britské luxusní značky v České republice také milníky, jako je otevření nového showroomu a nového Centra servisních služeb v Praze.

## BESIP: Nepřipoutaní stále riskují život

V roce 2025 zemřelo na českých silnicích 68 osob které nebyly připoutány bezpečnostním pásem. Přestože jde o druhý nejnižší počet od roku 2011, meziročně došlo k výraznému nárůstu obětí (+11%) i těžce zraněných (+38%). Zatímco počet nehod s účastí nepřipoutaných osob klesá, jejich závažnost zůstává dlouhodobě vysoká. V průměru připadá na 1000 těchto nehod 31,4 usmrcených osob, zatímco u připoutaných osob

je to pouze 2,6. Nejčastější příčinou tragických nehod zůstává nepřiměřená rychlost. Z mezinárodního průzkumu ESRA3 vyplývá, že čeští řidiči a cestující zaostávají v používání bezpečnostních pásů za evropským průměrem. Nepřipoutání během jízdy přiznalo 23,8 % řidičů, zatímco evropský průměr činí 15 %. Na zadních sedadlech je situace ještě výraznější, kde bezpečnostní pás nepoužívá až 46 % cestujících





## Japonský automobilový průmysl se musí znovuobjevit

**Stefan Bratzel analyzuje pro auto-medien portal postavení japonských automobilek.**

Japonsko vládne. Toyota je největší automobilkou na světě. V loňském roce prodala 11,32 milionu vozidel. A Honda je největším výrobcem motorů na světě. Vyrábí 20 milionů motorů ročně – pro automobily, motocykly, ale také pro letadla, lodě, sekačky na trávu a nůžky na živý plot. V Německu byla Toyota v prvním čtvrtletí roku 2026 opět nejúspěšnější japonskou značkou, ale prodala méně aut než samotný Volkswagen Golf a všichni japonští výrobci dohromady prodali méně aut než Audi. Kdysi to bylo jiné. Na začátku 90. let Honda v Německu prodávala 50 000 vozidel. Vloni to bylo 7269.

*„Asijská výroba jsou zákazníci v Německu vnímání jako jedna sjednocená skupina. Kupující zvažují korejské značky jako alternativy z Dálného východu a od nástupu elektromobility se k tomuto „asijskému poolu“ připojili i čínští výrobci. Japonský automobilový průmysl ztratil svou inovativní výhodu,“* říká Bratzel.

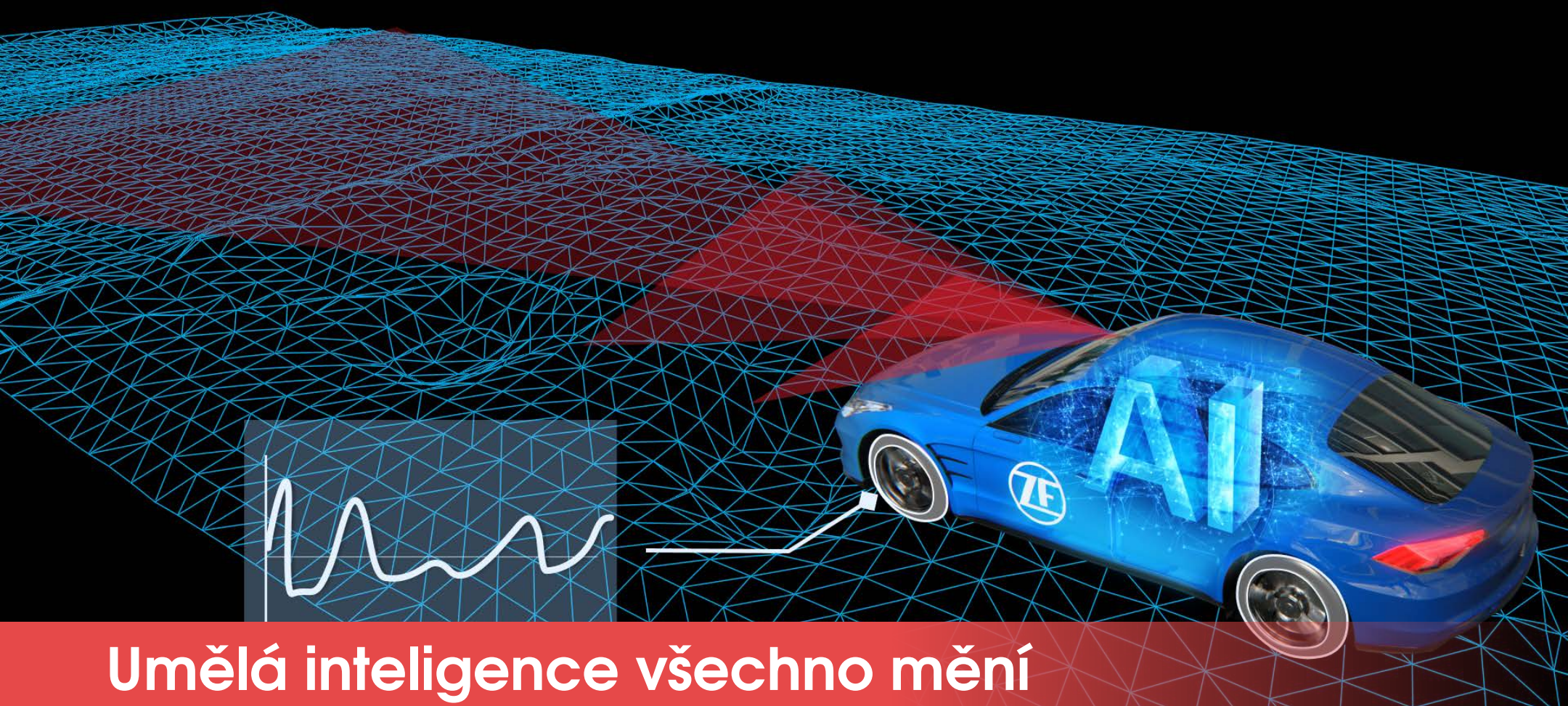
Japonští výrobci automobilů kdysi udávali globální trendy. Na konci 90. let byl japonský průmysl v čele pokroku se zavedením hybridní technologie. Od té doby se však zdá, že mu chybí inovace. V klíčových oblastech nedosáhl žádný zásadní průlom. *„Japonský průmysl zaostává v elektromobilitě, digitalizaci i konektivitě,“* říká Bratzel.

Nissan byl zpočátku lídrem v elektromobilitě. Nissan Leaf, který se začal vyrábět v roce 2010, byl prvním sériově vyráběným modelem, který byl od počátku navržen jako čistě elektrický. Až do roku 2019 byl nejprodávanějším elektromobilem na světě. Teprve poté se vedení ujala Tesla.

Japonské značky s elektromobilitou dodnes váhají. *„Dlouho, ani na nejvyšší úrovni managementu Toyoty, nikdo nevěřil v elektromobily. V roce 2014 Toyota uvedla na trh sedan Mirai s vodíkovým pohonem a až v roce 2022 uvedla na trh svůj první elektromobil bZ4X,“* říká Bratzel.

Honda e byl sice roztomilý, ale příliš drahý malý elektromobil, který byl po krátké době stažen z výroby. Stejný osud nyní potkává i elektrické SUV e:NY1, které je na trhu teprve od roku 2023. Honda zrušila svou strategii elektromobilů pro americký trh a projekt s japonským výrobcem elektroniky Sony v podobě nové značky elektromobilů Afeela byl ukončen. I bývalý průkopník v oblasti elektromobilů Nissan se odchýlil od kurzu s technickými zvláštnostmi, jako je e-Power – elektromobil s emisemi CO2...

Závěr Stefana Bratzela? *„Japonský automobilový průmysl se musí znovuobjevit. Japonské společnosti obzvláště rády spolupracují s jinými japonskými společnostmi. Vždycky tomu tak bylo. Problém je v tom, že technologie budoucnosti se vyvíjejí jinde,“* říká Bratzel.



## Umělá inteligence všechno mění

**Šéfredaktor Automobilwoche Burkhard Riering komentuje vývoj v automobilovém průmyslu.**

Kdo si stále myslí, že je to možné bez umělé inteligence, by se měl zamyslet. Podle všech odborníků již není úspěch bez použití umělé inteligence možný. Umělá inteligence vše zrychluje a pracuje výrazně efektivněji. Konkurenti, kteří umělou inteligenci nepoužívají, zaniknou. To byl konsenzus na 17. konferenci Automobilwoche „Nový automobil“. Priority tohoto odvětví se radikálně mění. U. Revoluce umělé inteligence postupuje rychle a podle manažera Googlu Wielanda Holfeldera by se mohla stát desetkrát rychlejší a být desetkrát větší než průmyslová revoluce.

Podle generálního ředitele společnosti Škoda Auto Klause Zellmera čelí automobilový průmysl hlubokému zlomu. Pro něj je to jako když před více než 100 lety Henry Ford způsobil revoluci v automobilovém průmyslu masovou výrobou svého Modelu T.

Wieland Holfelder, viceprezident pro inženýrství ve společnosti Google, je přesvědčen, že ti, kteří používají agenty s umělou inteligencí, budou úspěšnější. Tuto novou technologii nelze

obejít. Vedoucí nákupu BMW Nicolai Martin a jeho tým již pracují s agenty s umělou inteligencí aby se stali efektivnějšími. Cílem BMW s agenty je „zvýšit kvalitu a rychlost rozhodování, aby se zlepšila flexibilita, odolnost a kvalita dodávek.“ Také manažer Dassault Systèmes Bassem Hassan považuje zvýšení efektivity za největší přínos agentů s umělou inteligencí. A Zellmerův princip zní: „Žádný proces ve firmě bez umělé inteligence.“

I vývoj SDV (Software Defined Vehicle) se již jeví jako zastaralý. Zkratka SDV je podle šéfa vývoje VW Wenera Tietze a generálního ředitele Škody Auto Zellmera již nahrazována zkratkou AIDV, což je vozidlo definované umělou inteligencí, protože ani SDV již nemůže fungovat bez umělé inteligence.

Ať se to někomu líbí nebo ne, tento trend se zdá být nezastavitelný. „Každá vize, která neodporuje fyzikálním zákonům, bude realizována,“ řekl Tietz. Zatímco z pohledu automobilek je průlom, který elektromobilita zpočátku přinesla, téměř za námi, pro Tietze věci s umělou inteligencí teprve začínají. Nebo, jak to vyjádřil manažer Googlu Holfelder: „Nikdy nebyl začátek tak vzrušující.“



## Boom elektromobilů v Číně vykazuje napětí

Klesající tržby a zisky společnosti BYD ukazují rostoucí tlak na přeplněném čínském trhu s elektromobily. Situaci popisuje analytik Autoweek a Barron's Mansion Global Jim Motavalli.

Co se děje s BYD? V roce 2025 to byl úspěch, protože předstihla Teslu a stala se největším světovým výrobcem elektromobilů. Nyní však BYD hlásí první pokles zisku od roku 2001. Společnost zaznamenala šest měsíců po sobě klesajících tržeb. V prvním čtvrtletí klesly meziročně o 30 %.

Co z toho tedy plyne? USA zrušily daňové úlevy pro elektromobily, ale totéž se stalo i na čínském trhu, kde končí osvobození od daně při nákupu a dotace na elektromobily se snižují. BYD také čelí tvrdé domácí konkurenci ze strany společností jako Geely, Leapmotor, Nio, Xiaomi a Li Auto.

Z pohledu amerických automobilek je čínský automobilový průmysl neporazitelný kolos, který je třeba držet mimo americký trh. Hlavní stížností je, že čínská vláda dotuje své automobilky, což vede k cenám, kterým se mezinárodní konkurence nemůže vyrovnat.

Skupina Rhodium Group uvádí, že čínské automobilky nejsou výrazně produktivnější než zahraniční konkurence, ale mají pomoc při udržování nízkých cen: „Vládní podpora je

legitimním problémem západních politiků a firem, protože přispívá k cenové konkurenceschopnosti čínských výrobců. Ti těží z kombinace grantů, daňových pobídek a preferenčního financování.“

Podle viceprezidenta pro průzkum trhu ve společnosti Telemetry Sama Abuelsamida: „Čínský trh s elektromobily je vysoce konkurenční s desítkami značek (některé zdroje uvádějí 129 až 300). Čínská vláda vyvíjí tlak na čínské výrobce, aby přestali prodávat auta se ztrátou. Chtějí se vyhnout závodu o nejnižší ceny. V důsledku toho se šílené ceny začaly vytrácet, což vedlo ke zpomalení prodeje.“

Abuelsamid uvedl: „BYD byl ziskový s přestávkami. Mnoho dalších prodává se ztrátou a přichází o peníze. Jedním z důvodů je, že místní samosprávy chtěly mít vlastní výrobce automobilů, ale drtivá většina jich prodává jen stovky nebo tisíce aut ročně. Zatímco BYD má více než 75% využití továren, některé značky mají méně než 10 %. Tímto způsobem se peníze vydělat nedají.“

BYD, na rozdíl od Tesly, vyrábí také plug-in hybridy (PHEV). V roce 2025 prodal 4,6 milionu vozidel rovnoměrně rozdělených mezi 2,2 milionu elektromobilů a 2,2 milionu plug-in hybridů. To je mnohem víc než globální produkce Tesly s 1,6 milionu elektromobilů.



## Německé prémiové značky v Číně v ohrožení?

### **Aktuality z automobilového průmyslu agentury Reuters.**

Čínští výrobci automobilů strávili poslední tři roky uvěznění v drsné cenové válce elektromobilů. Nyní, když regulátoři tento závod o dno omezují, se bitva přesouvá do vyšších sfér trhu. V praxi to znamená zaměřit se na řidiče německých prémiových vozů a snažit se je přesvědčit, že čínské značky mohou nabídnout stejnou prestiž, často s víc technologiemi za méně peněz. Geely tvrdí, že většina kupujících jeho velkého SUV 9X dříve jezdila v německých prémiových vozech.

Němci už trpí. Jejich prodej v Číně klesl od roku 2020 o 25 % a čínské značky uvádějí na trh špičkové modely plné technologií za ceny, kterým se němečtí konkurenti jen těžko vyrovnají. Prémiové čínské modely míří také do zahraničí. Evropa bude tvrdší oříšek, protože německé značky jsou zde stále nespornými šampiony v segmentu prémiových vozů. Získání podílu v této oblasti však už nevypadá tak nemyslitelné jako ještě před pár roky.

Pokud jde o téma expanze do světa, společnosti Changan a Great Wall Motor představily ambiciózní plány pro prodej v

zahraničí. Společnost Changan uvádí, že chce do roku 2030 zvýšit prodej o dvě třetiny a dostat se do globální top 10. Na základě údajů o prodeji za rok 2025 by se splněním tohoto cíle stala pátým největším výrobcem automobilů na světě.

Great Wall dorazila do Evropy s velkou slávou v roce 2021, ale modelová řada zaměřená na elektromobily se neprosadila a prodej rychle upadl. Tentokrát Great Wall slibuje během dvou let uvést nejméně 10 nových modelů na různé druhy paliva ve snaze lépe vyhovět evropskému vkusu. Jenže konkurenční prostředí se změnilo a na trh vstoupily desítky čínských značek.

Ještě před pár lety si němečtí výrobci automobilů neuvědomovali, jak rychle budou v Číně sesazeni z trůnu. Volkswagen držel v zemi první místo v prodeji 25 let. Dnes je na třetím místě za Geely a BYD.

Manažeři německých prémiových značek sebevědomě tvrdili, že zatímco čínské společnosti dokážou ovládnout masový trh, prémiové vozy jsou úplně jiná věc. Tato sebedůvěra rychle vzala za své! Čínské značky nyní dominují trhu pro mladší kupující, zatímco německé značky nesou závan minulosti - solidní, renomované, ale lépe se hodí pro rodiče.



## Dvojité T od Chery

### **Aktuality agentury Reuters z automobilového průmyslu.**

Mezi nejzajímavější exponáty autosalonu v Pekingu patřil Zeekr 8X, velké SUV s funkcí autonomního řízení - pokud je auto obklíčeno jinými vozidly stačí na něj zamávat a ono vyjede, abyste mohli snadno nastoupit. 8X se také těsně před bočním nárazem nakloní nahoru, takže protijedoucí vozidlo narazí do dveří a cestující jsou lépe chráněni.

Ale je tu i potenciální budoucí funkce, o které si nejsme jistí - čínská luxusní značka Aito zvažuje, zda by neměla pod sedadlo přidat patentovanou toaletu bez zápachu...

Chery svůj první vůz vyrobilo v roce 1999 a loni jich celosvětově prodalo 2,8 milionu. Prodej se od roku 2020 zvýšil čtyřnásobně a v březnu byl jeho Jaecoo 7 nejprodávanějším autem v Británii. V rozhovoru pro agenturu Reuters předseda Yin Tongyue uvedl, že v další fázi chce Chery napodobit kvalitu Toyoty a inovace Tesly. Říká, že Chery to nazývá strategií „dvojitého T“. Vypovídá to hodně o společnostech jako jsou Chery a BYD, které se zaměřují na růst v zahraničí.

Jednou z ohromujících věcí, které na autosalonu v Pekingu opět vynikly, je, kolik auta můžete získat za tak málo peněz. Pět nejprodávanějších modelů v Číně se prodává za méně než 12 000 dolarů (250 000 Kč). Skutečně pozoruhodné je, že za cenu průměrného nového

auta v USA si spotřebitel v Číně může koupit pět elektromobilů plných skvělých funkcí.

Mercedes se v Číně potýká s těžkými časy, protože čelí ostré konkurenci levnějších a rychle se rozvíjejících místních značek. Německá prémiová automobilka doufá, že v závodě zůstane díky inovacím a stále více lokální stopě



pokud jde o dodavatele a vývoj. Generální ředitel Ola Kaellenius tvrdí, že Mercedes se nenechá vtáhnout do cenové války s čínskými automobilkami a dodává, že by se mohl obejít bez určitého objemu prodeje v nižších segmentech, které dávají „méně ekonomický smysl“. Kaellenius trvá na tom, že dědictví Mercedesu má na technicky orientovaném trhu stále význam. Mladí čínští spotřebitelé jsou však ochotnější porovnávat značky automobilů v tom, co nazývá „trhem na horské dráze“.