

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra obchodu a financí



BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

**Hodnocení obchodu Škoda Auto, a.s.
v Čínské lidové republice**

Tomáš Janáč

© 2015 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Katedra obchodu a financí
Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Tomáš Janáč

Ekonomika a management

Název práce
Zhodnocení společnosti Škoda Auto, a. s.

Anglický název
Evaluation of the Company Škoda Auto

Cíle práce

Cílem práce bude návrh obchodní strategie na zlepšení celkové pozice Škody Auto, a. s. na čínském trhu s osobními automobily. Tato pozice bude ukázána v kontextu celkvého mezinárodního obchodu mezi Českou republikou a Čínskou lidově demokratickou republikou.

Metodika

Pro vypracování teoretické části bude prostudována a následně analyzována odborná literatura, články, interní materiály Škody Auto, a. s., sbírky zákonů a případně další tištěné i písemné zdroje. Po prostudování těchto materiálů budou vybrána odpovídající teoretická řešení, která budou následně vyhodnocena a zpracována v praktické části této bakalářské práce.

Rozsah textové části

30 – 40 stran

Klíčová slova

automobil, pozice na trhu, Škoda Auto, tržba, vývoj, zahraniční obchod, zaměstnanost

Doporučené zdroje informací

- BRABENEC, Vladimír a ŠAŘECOVÁ, Pavla. Statistické metody v marketingu a obchodu. 1. vyd. Praha: Česká zemědělská univerzita v Praze, 2007. 130 s. ISBN 978-80-213-0747-6.
- GRUENWALD, Rolf a HOLEČKOVÁ, Jaroslava. Finanční analýza a plánování. 1. vyd. Praha: Nad zlato, 1992. 110 s. ISBN 80-900383-8-7.
- KRÁLÍK, Jan. Když začal vonět benzín. 1. vyd. Praha: Milpo media, 2001. 143 s. ISBN: 8086098206.
- MACHKOVÁ, Hana, SATO Alexej, ZAMYKALOVÁ, Miroslava a kol. Mezinárodní obchod a marketing. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2002. 266 s. ISBN 80-247-0364-5.
- MALLYA, Thaddeus, J., S. Základy strategického řízení a rozhodování. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. 246 s. ISBN 978-80-247-1911-5.
- PRAŽSKÁ, Lenka a JINDRA, Jiří. Obchodní podnikání. Retail management. 1. vyd. Praha: Management Press, 1997. 880 s. ISBN 80-85943-48-4.
- RŮŽIČKOVÁ, Petra. Finanční analýza. 3. rozšířené vyd. Praha: Grada Publishing, 2010. 139 s. ISBN: 978-80-247-3308-1.
- SYNEK, Miloslav. Manažerská ekonomika. 4. aktualizované a rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing, 2007. 452 s. ISBN 978-80-247-1992-4.
- VEBER, Jaromír & kol. Management: základy, moderní manažerské přístupy, výkonnost a prosperita. 2. aktual. vyd. Praha: Management Press, 2009. 734 s. ISBN 978-80-7261-200.

Vedoucí práce

Ing. Štefan Toth

Elektronicky schváleno dne 7. 11. 2014

Ing. Helena Čermáková, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 11. 11. 2014

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan PEF ČZU

V Praze dne 15. 12. 2014

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci „Hodnocení obchodu Škoda Auto, a.s. v Čínské lidové republice“ jsem vypracoval samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autor uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze, dne 16. 3. 2015

Poděkování

Rád bych touto cestou poděkoval Ing. Štefanu Tothovi, vedoucímu mé bakalářské práce, za cenné rady a odborné vedení, které mi poskytl při zpracování této práce. Děkuji tímto i své rodině a přátelům za oporu a podporu ve studiu.

Hodnocení obchodu Škoda Auto, a.s. v Čínské lidové republice

Souhrn

Tato bakalářská práce mapuje současný stav prodeje a další pronikání Škody Auto, a.s. na čínský trh s osobními automobily.

Teoretická část popisuje současný trh s novými osobními automobily ve zmíněné oblasti mezi lety 2012- 2014. Za toto období je analyzován vývoj prodejů za jednotlivé segmenty trhu. Je zde nastíněna konkurence dle jednotlivých modelů automobilů. V této části jsou také zmíněny plány do budoucna, které nastínila Čínská národní komise v rozšíření automobilů s hybridními a elektrickými pohony.

V praktické části je zhodnocena největší konkurence ze strany čínských výrobců. Jsou zde řešeny potřeby místních zákazníků ze soukromého a státního sektoru. Dále je zde navrženo portfolio značky Škoda, aby tato značka nejvíce vyhovovala místním zákazníkům a mohla více proniknout na tamní trh s osobními automobily.

Klíčová slova

Automobil, pozice na trhu, Škoda Auto, vývoj, zahraniční obchod, zaměstnanost, segment, výroba, portfolio,

Rating trade Škoda Auto, Inc. in People's republic of China

Summary

This thesis deals with the current state sales and further penetration of Škoda Auto, a.s. the Chinese market for passenger cars.

The theoretical part describes the current market for new passenger cars in that area between 2012- 2014. During this period, the analysis of development of sales for individual market segments. It describes the competition by individual car models. In this section are also discussed future plans outlined by the Chinese National Commission for the extension of cars with hybrid and electric drives.

In the practical part evaluates the greatest competition from Chinese manufacturers. There are addressing the needs of local customers in the private and public sectors. There is also suggested by the Skoda brand portfolio to best meet these brand to local customers and more could penetrate the local market with cars.

Keywords

Automobile, market position, Škoda Auto, development, foreign trade, employment, segment, production portfolio,

OBSAH

1	ÚVOD	10
2	CÍL PRÁCE A METODIKA.....	12
2.1	Cíl práce	12
2.2	Metodika	12
3	LITERÁRNÍ REŠERŠE	13
3.1	Světový vývoj v jednotlivých regionech	13
3.1.1	Vývoj prodeje v jednotlivých regionech	13
3.1.2	Vývoj výroby v jednotlivých regionech.....	15
3.2	Čínský trh	17
3.2.1	Vývoj čínského trhu	17
3.3	Čínský trh s automobily.....	18
3.3.1	Čínský trh s vozy kategorie SUV	18
3.3.2	Trh s vozidly kategorie sedan a hatchback.....	20
3.3.3	Prodeje roku 2012	21
3.3.4	Vývoj prodejů za rok 2013	22
3.3.5	Prodeje za rok 2014.....	25
3.4	Vývoj trhu v dalších letech, důraz na ekologii	30
3.4.1	Budoucí vývoj a plány Národní komise	30
3.5	Vliv automobilového průmyslu na ekonomiku země.....	32
4	CHARAKTERISTIKA SPOLEČNOSTI ŠKODA AUTO, A.S.....	35
4.1	Základní údaje o společnosti.....	35
4.2	Předmět činnosti.....	35
4.3	Historický vývoj společnosti Škoda Auto, a.s.	35
4.4	Logo společnosti	36
4.5	Finanční zhodnocení podniku Škoda Auto, a.s.	36
5	VÝROBA VOZŮ ZNAČKY ŠKODA V ČÍNĚ.....	37
5.1	Zhodnocení roku 2009	37
5.2	Zhodnocení roku 2010	38
5.3	Zhodnocení roku 2011	39
5.4	Zhodnocení roku 2012	40
5.5	Zhodnocení roku 2013	41
5.6	Zhodnocení 1. pololetí roku 2014.....	42
5.7	Shrnutí analýzy čínských konkurentů v letech 2009-2014	43
5.8	Zákazník – běžný občan ČLDR.....	43

5.9	Zákazník – státní správa ČLDR	44
5.10	Navržení vhodného prodávaného portfolia pro čínský trh	44
6	ZÁVĚR	47
7	SEZNAM LITERATURY A INTERNETOVÝCH ZDROJŮ	48
7.1	Literatura	48
7.2	Internetové zdroje	49

1 ÚVOD

V průběhu současné doby si již nedokážeme představit cestování bez automobilu. Vlastnictví nejméně jednoho vozu v rodině není ničím neobvyklým. Právě historie osobní dopravy se začala utvářet již koncem 18. století. První vynález, který můžeme považovat za automobil, vznikl již v roce 1769 v Paříži. Tento vynález byl poháněný parním strojem. Ač to byl velký pokrok v rámci osobní dopravy, tak tento pohon nebyl ideální pro naplnění požadavku lehkého, rychlého a snadno ovladatelného stroje. V roce 1859 byly zaznamenány první pokusy o vynalezení zážehového motoru, ale až němečtí konstruktéři Gottlieb Daimler a Karl Benz sestrojili pohonnou jednotku, která se základní konstrukcí podobá dnešním motorům. Tento úspěch vedl k následné instalaci do kočáru, a tak v roce 1886 vznikl první automobil se zážehovým spalovacím motorem. Vývoj osobních vozů pokračoval zdárně kupředu, kdy se z pouhého dopravního prostředku vyvinul stroj, který si každý zákazník může přizpůsobit dle svých vlastních potřeb.

K této historii nerozdílně patří i vznik naší největší automobilky Škoda Auto, a.s., která na domácím trhu působí již od roku 1895. Tuto společnost založili dva čeští konstruktéři Václav Laurin a Václav Klement, kteří na počátku existence této firmy zahájili výrobu bicyklů. Ale již od roku 1905 přechází firma na produkci automobilů, a to konkrétně na výrobu modelu Voiturette A.

Produkce osobních vozů byla nejvíce ovlivněna světovými válkami, kdy se právě produkce automobilů omezovala ve prospěch výroby válečné. Po skončení druhé světové války došlo ke znárodnění společnosti Škodovky a k jejímu přejmenování na Automobilové závody, národní podnik Mladá Boleslav. A právě od roku 1946 se stala společnost AZNP výhradním dodavatelem osobních automobilů pro český trh, a následně i pro celý východní blok. Pádu socialismu v České republice a otevření západních trhů mělo za následek rozvíjení zahraničního obchodu a pronikání této značky na nové trhy.

Důležitým mezníkem v historii této automobilky byla nejen přeměna na akciovou společnost, ke které došlo v roce 1990, ale především spojení s velkým německým výrobcem Volkswagen AG. Toto spojení zajistilo přístup k novým výrobním postupům, vedlo ke zlepšení kvality produkce, ale hlavně umožnilo pronikání na nové trhy a využití

dobré pověsti koncernu. V roce 2001 se koncern Volkswagen stal majoritním akcionářem, a také jediným majitelem firmy Škoda Auto, a.s.

V posledních letech Škoda Auto, a.s. zažívá období velkých úspěchů a zdárného pronikání na důležité světové trhy. Jedním z nejdůležitějších trhů se pro tuto českou automobilku stává právě čínský automobilový trh, který v posledních letech zažívá neustálý růst v řádech několika procent ročně. Právě tento dynamicky se rozvíjející trh se stává pro tuto českou automobilku jedním z nejdůležitějších a nejperspektivnějších trhů světa, a to již od roku 2006, kdy automobilka vstoupila na zmíněný trh a podařilo se zde prodat již více než jeden milion vozů značky Škoda.

Při vstupu na čínský automobilový trh si nejvyšší představitelé společnosti dali za cíl prodávat nejméně sto tisíc automobilů ročně a dosáhnout nejméně 3% tržního podílu. V současné době se podařilo tento cíl překonat, a to konkrétně v roce 2013, kdy se podařilo prodat více než 250 tisíc vozů značky Škoda a dosáhnout tak tržního podílu 14%. Právě i požadavky místních zákazníků a důležitost trhu má za důsledek rozdíly v konstrukci vozů a jistých změn v „designovém jazyku“ ostatních automobilů na místním trhu.

2 CÍL PRÁCE A METODIKA

2.1 Cíl práce

Cílem této bakalářské je analyzovat obchodní strategii společnosti Škoda Auto, a.s. a navržení vhodných doporučení ke zlepšení pozice na čínském automobilovém trhu a případně navržení změny portfolia.

Změna portfolia představuje návrh obchodní strategie na zlepšení celkové pozice firmy Škoda Auto, a.s. na čínském trhu s osobními automobily. Tato pozice je ukázána na celkovém mezinárodním obchodě mezi Českou republikou a Čínskou lidově-demokratickou republikou.

2.2 Metodika

Pro vypracování teoretické části této bakalářské práce byly prostudovány a následně zpracovány informace z odborné literatury, článků, interních materiálů společnosti Škoda Auto, a.s., sbírky zákonů a dalších hmotných i nehmotných dostupných zdrojů. Po prostudování těchto materiálů byly vybrány odpovídající teoretická řešení, která jsou následně vyhodnocena a zpracována v praktické části této bakalářské práce.

Vlastní zpracovaná praktická část vychází ze současného postavení sledovaného podniku a je zde popsána daná problematika, která je vypracována především z interních dokumentů společnosti Škoda Auto, a.s. Pro identifikaci problémových oblastí jsou srovnána teoretická východiska, která analyzují zjištěná fakta a následně jsou porovnána.

Práce dále vychází ze statistických dat z Českého statistického úřadu, čínských statistických ročenek, statistických údajů společnosti Škoda Auto, a.s. a z údajů čínských automobilových výrobců. Dále je použita odborná literatura českých a zahraničních autorů z oblasti ekonomiky a marketingu.

3 LITERÁRNÍ REŠERŠE

3.1 Světový vývoj v jednotlivých regionech

Čínský automobilový průmysl za poslední dobu udělal obrovský krok dopředu. Ještě před dvanácti lety Čína vyráběla pouhé 3,5% celosvětové produkce automobilů. V roce 2013 se množství vyrobené tamním průmyslem pohybovalo kolem čtvrtiny světové produkce, což je nejvíce ze všech zemí světa.

Ve srovnání s Evropou to v roce 2013 nepředstavovalo vůbec optimistický vývoj. Každý významnější trh oznamoval výrazné propady a v této době to ani nevypadlo lépe. Právě Evropa měla tento problém. Severoamerická oblast zaznamenala pravý opak, v této oblasti prodeje automobilů opět pomalu stoupaly. Dle odborníků by se měl trh do čtyř let zotavit a navrátit zpět do ziskových hodnot. V Evropě však stále panují dohady analytiků, jak špatných výsledků v tomto směru Evropa ještě dosáhne.

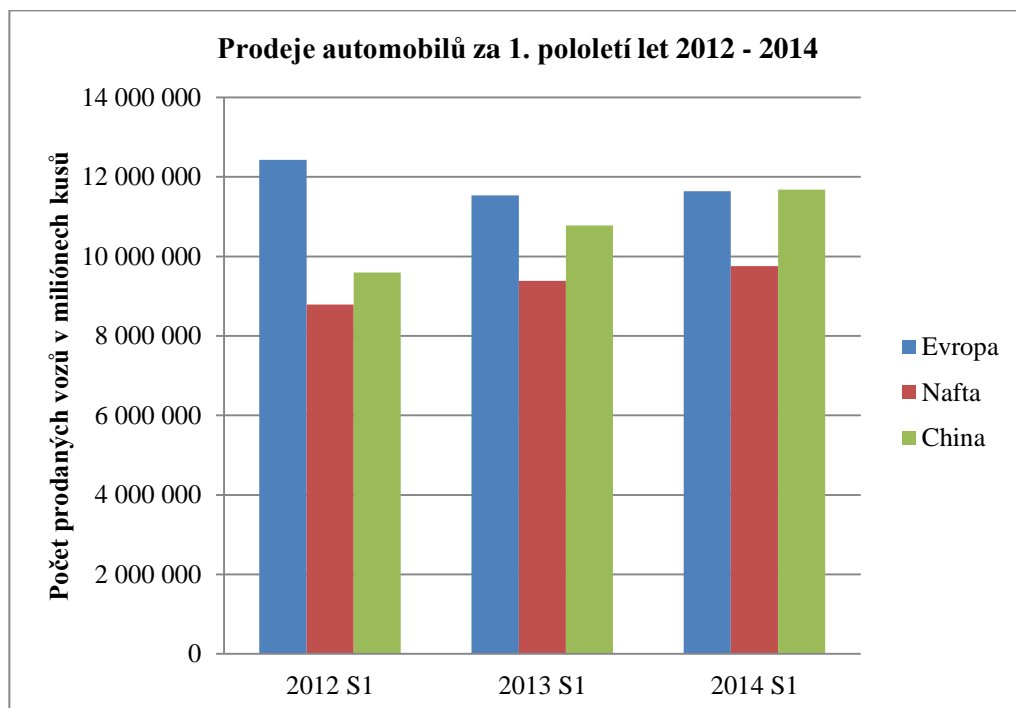
Starý kontinent ztrácí v prodeji nejen ve srovnání se Spojenými státy, ale již i ve srovnání s východními zeměmi. Právě v roce 2013 Čína poprvé překoná Evropu nejen v prodeji, ale i ve výrobě osobních a lehkých užitkových automobilů.¹

3.1.1 Vývoj prodeje v jednotlivých regionech

Na následujícím grafu č. 1 můžeme vidět jednotlivé vývoje hlavních trhů s automobily, kdy se Čína pomalu dostává do popředí (v prvním pololetí 2014 se prodalo 11 683 541 kusů automobilů). Evropa za poslední tři sledované období zaznamenala pokles z 12 433 375 na 11 637 526 kusů prodaných automobilů. Sdružení NAFTA (Severoamerická dohoda o volném obchodě) postupně zaznamenává růst na 9 752 949 prodaných kusů osobních a lehkých užitkových automobilů.

¹ Čínský automobilový průmysl dále roste, letos vyrobí více nových aut než ten evropský. In: PROKOPEC, Petr. [online]. [cit. 2015-01-20]. Dostupné z: <http://www.autoforum.cz/bleskovky/cinsky-automobilovy-prumysl-dale-roste-letos-vyrobi-vice-novych-aut-nez-ten-evropsky/>

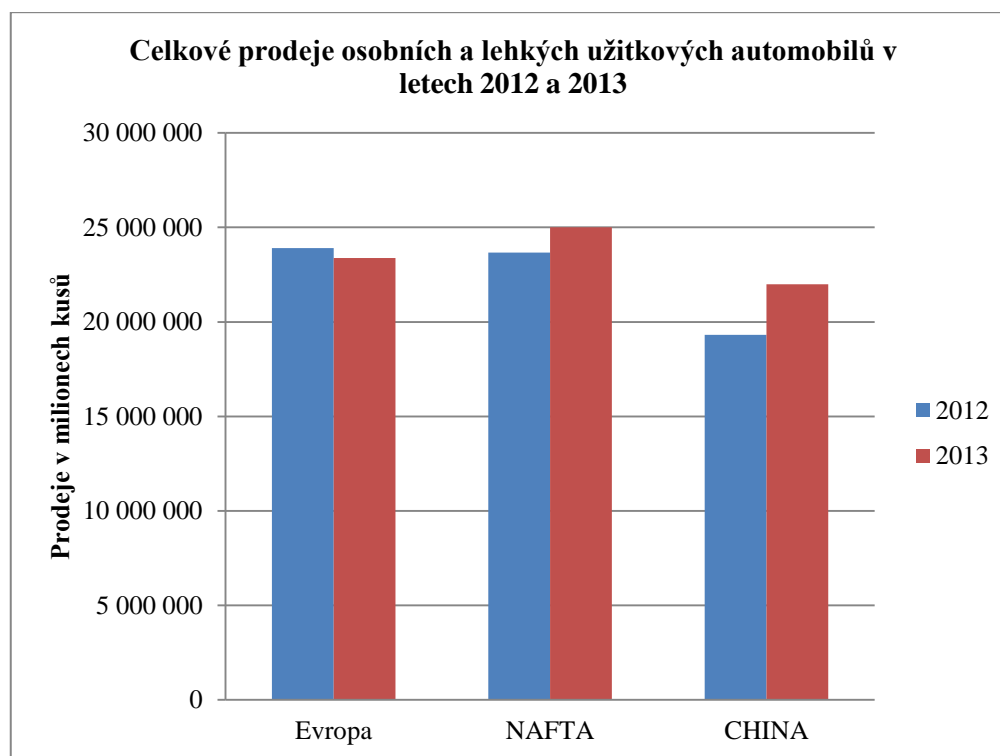
Graf č. 1: Prodeje automobilů za 1. pololetí let 2012 – 2014



Zdroj: OICA, vlastní zpracování

Graf č. 2 na následující straně znázorňuje celoročním porovnání čínského prodeje. Tento prodej zaznamenal celkový růst o 13% mezi roky 2012 a 2013. Za rok 2013 se v Číně prodalo celkem 21 984 100 kusů osobních a lehkých užitkových automobilů. A právě tento stoupající trend je stále častější, jelikož prodeje v Číně neustále rostou v průměru o 17,18% za rok. V Evropě nastal pokles prodejů o 2,26% a v obchodní spojení NAFTA byl naopak zaznamenán růst o 7,06% oproti roku předchozímu.

Graf č. 2: Celkové prodeje osobních a lehkých užitkových automobilů v letech 2012 a 2013

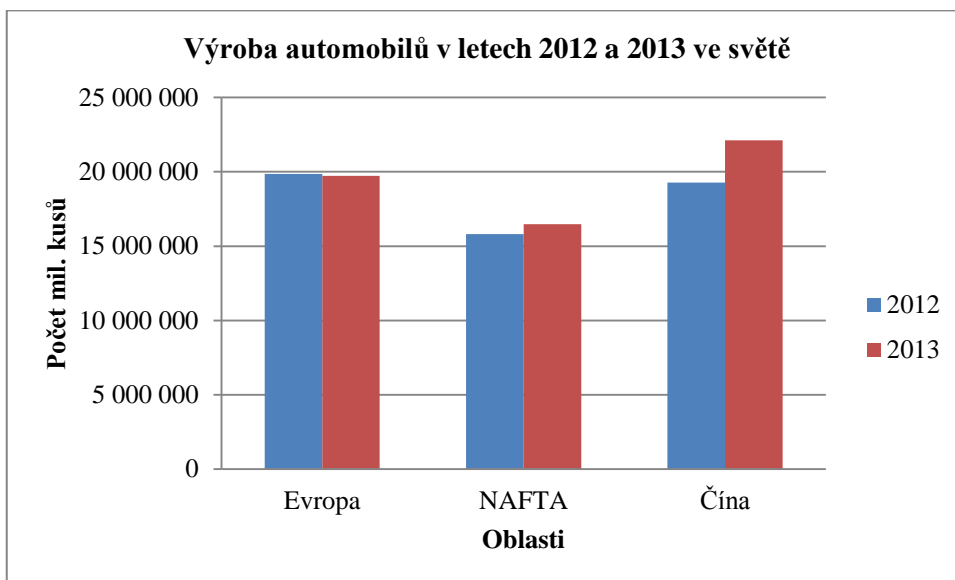


Zdroj: OICA, vlastní zpracování

3.1.2 Vývoj výroby v jednotlivých regionech

Graf č. 3 na následující straně znázorňuje srovnání jednotlivých let. Toto porovnání jasně ukazuje sílu čínského průmyslu, kdy poprvé v roce 2013 Čína překonala Evropu v celkové roční produkci osobních a lehkých užitkových automobilů o 12,1%. Na Starém kontinentě byl zaznamenán pokles ve výrobě zhruba o 131 tisíc automobilů. Severoamerická oblast (NAFTA), která původně byla na vrcholu v celkových prodejkách automobilů, tak ve výrobě zaostává za Evropou přibližně o 22,7%, Čína překonává ve výrobě tuto oblast celkově o 28,1%.

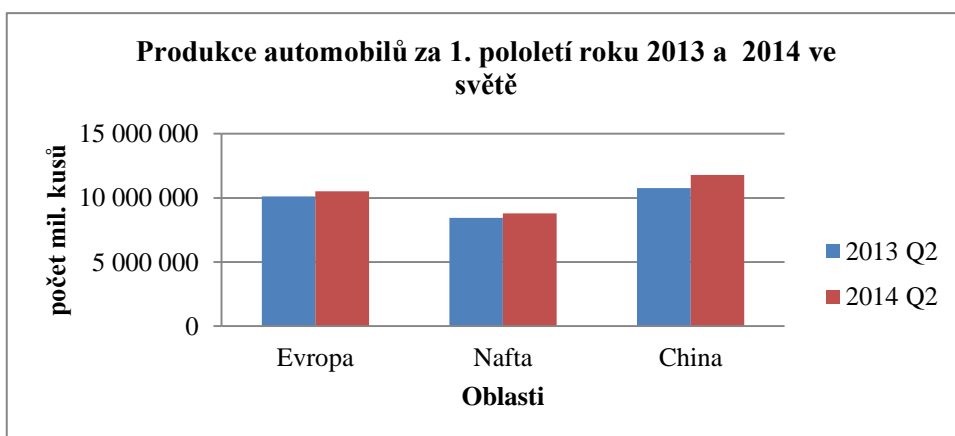
Graf č. 3: Výroba automobilů v letech 2012 a 2013 ve světě



Zdroj: OICA, vlastní zpracování

Graf č. 4 znázorňuje srovnání prvních pololetí let 2013 a 2014, kdy Evropa zaznamenala nárůst ve výrobě a další oživení výroby, která se tak zvýšila o 413 tisíc kusů. NAFTA zaznamenala nárůst produkce o 360 tisíc kusů, Čína však jasně ukazuje sílu svého průmyslu s nárůstem o 1 031 tisíc automobilů za první pololetí roku 2014.

Graf č 4: Produkce automobilů za 1. pololetí let 2013 a 2014 ve světě



Zdroj: OICA, vlastní zpracování

3.2 Čínský trh

3.2.1 Vývoj čínského trhu

Čína jako jedna z nejvíce rozvíjejících ekonomik světa se dle předpovědi v následujících 5-10 letech stane největším trhem pro lehká vozidla. Očekává se, že do roku 2020 se Čínský trh bude podílet 30% na celkových světových prodejkách nových vozidel, roce 2012 to bylo 23% všech nově prodaných automobilů.

Naopak právě v USA a v Evropě se očekává opačná situace, kdy nastane pokles podílů USA ze současných 26% nově prodaných automobilů na 15% ročně. Očekává se i velký rozvoj prodeje v Brazílii a v Indii, kdy je očekáván až trojnásobek současných prodejů do roku 2020, což by mělo tvořit kolem 6% všech světových prodejů.

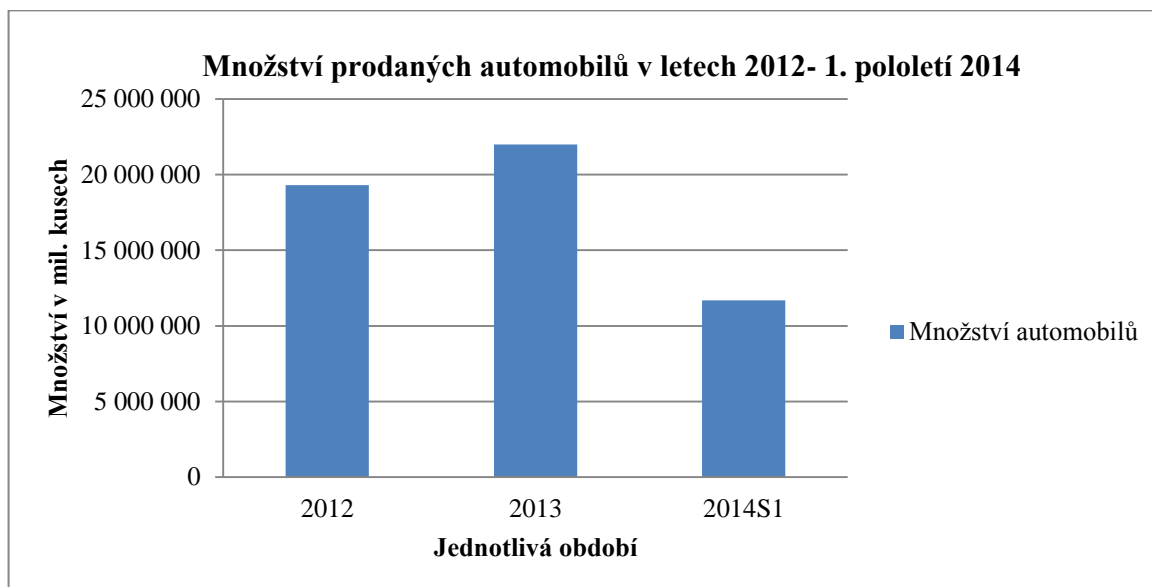
Tento rozvoj prodejů nejvíc uvítají japonské automobilky, např. Toyota vyprodukovala v nových rozvojových ekonomikách o 37% více vozidel a i nadále se očekává nárůst až na 47% v roce 2020. Značka Honda odhaduje, že až polovina produkce bude prodána v tzv. „nových ekonomikách“. Tento trend potvrzují i luxusní automobilky, jako např. BMW, Mercedes-Benz a Audi, které se z velké části importují do těchto zemí. Třeba na čínském trhu je polovina vozů těchto značek vyrobena přímo v Číně, toto procento by se mělo zvýšit do roku 2025 na 70%. Stále častěji se začíná s navrhováním automobilů přímo pro čínské a další asijské trhy.²

Jak ukazuje následující graf č. 5, čínský automobilový trh zaznamenal v prvním pololetí roku 2014 největší růst, a to téměř o 7% než v předešlém období, kdy bylo zaznamenáno menší zpomalení ekonomiky. Ve světě se očekává nejvíce 3,5% prodejů nových automobilů ročně, i když čínská ekonomika zpomaluje a automobilový průmysl tento trend kopíruje a spíš zaostává za tímto vývojem. V roce 2013 vzrostly prodeje o 13,9% a odhaduje se, že by i letošní růst mohl dosáhnout 8,3%. Právě v roce 2013 dosáhly prodeje 21 984 100 kusů prodaných automobilů a za 1. pololetí roku 2014 se množství prodaných vozů pohybuje kolem 11 683 641 kusů.³

² 'New' economies to boost global auto sales. In: FUSHENG, Li. [online]. [cit. 2015-01-20]. Dostupné z: <http://wo.chinadaily.com.cn/view.php?mid=118377&cid=96&isid=1620>

³ China car probes aim for fair market: association. In: XINHUA. [online]. [cit. 2015-01-20]. Dostupné z: http://www.chinadaily.com.cn/business/motoring/2014-08/09/content_18279109.htm

Graf č. 5: Množství prodaných automobilů v letech 2012 – 1. pololetí 2014



Zdroj: OICA, vlastní zpracování

3.3 Čínský trh s automobily

3.3.1 Čínský trh s vozy kategorie SUV

Momentálně Čína zažívá tzv. „rok SUV“, ač je veliká konkurence z řad zahraničních automobilek a lokálních výrobců, kteří se chtějí na tomto trhu podílet. Jelikož je zaznamenáván i velký tlak na vývoj elektromobilů a snižování závislosti na dovážené ropě, tak právě vozy kategorie SUV dávají čínským zákazníkům pocit bezpečí v místním chaotickém provozu. Právě větší marže z prodeje těchto vozů pomáhá čínskému průmyslu stále více konkurovat zahraničním automobilkám, které je mnohonásobně převyšují.

Právě prodeje vozů SUV v Číně vzrostly téměř o 20% (cca 2,5 milionu prodaných kusů) oproti roku 2012, což prokazuje prakticky více než dvojnásobný růst než udávají celkové prodeje všech automobilů. Městská SUV tvoří více než 18% všech prodaných automobilů v Číně. Odhaduje se, že v letošním roce by mohl být růst až 25%, ve srovnání s trhem USA, kde se SUV podílí pouhými 12,5%.

Každá zahraniční i domácí automobilka se chce podílet na prodeji vozů této kategorie, a tak musí své modely přepracovat a osadit menšími motory v rámci vládních daní, které jsou určovány v závislosti na velikosti motoru.

Čínský zákazník si nekupuje vůz SUV kvůli možné jízdě v terénu, ale především jako bezpečné a hlavně dostatečně velké rodinné auto. A právě v tomto segmentu si vzájemně úspěšně konkurují čínské automobilky, kdy horší kvalitu vozů kompenzují nižší cenou.

Společnost Baoding ohlásila růst prodejů jejich SUV v prvních třech měsících roku o téměř 95%. Za 1. pololetí roku 2014 mají dva čínští výrobci své zástupce v desítce nejprodávanějších SUV letošního roku. Automobilka Great Wall se svým modelem Havala H6 získává velký úspěch. Tento model byl roku 2012 třetím nejprodávanějším SUV a v roce 2013 se tento model stal již prvním nejprodávanějším SUV v Číně.

Následující tabulky ukazují prodeje vozů SUV. Tabulka č. 1 ukazuje prodeje vozů SUV v období prvního pololetí roku 2013, tabulka č. 2 za celý rok 2012.⁴

Tabulka č. 1: Prodeje vozů SUV za 1. pololetí roku 2013

Model	Výrobce	Počet prodaných kusů
Haval H6	Great Wall	217 889 ks
Tiguan	Shanghai – Volkswagen	199 782 ks
CR-V	Dongfeng – Honda	199 333 ks
iX35	Beijing – Hyundai	156 876 ks
Qashqai	Dongfeng – Nissan	124 054 ks
Rav 4	Faw – Toyota	107 587 ks
Audi Q5	Faw – VW	102 514 ks
Kuga	Ford	95 891 ks
Higlander	Faw – Toyota	95 216 ks
S6	Byd	93 168 ks
Yeti	Shanghai – Volkswagen	9 841 ks

Zdroj: Chinaautoweb, vlastní zpracování

⁴ XIN, Zheng. China's struggling automakers jump on SUV boom. *Fox news* [online]. May 08, 2013. Fox news, 2013 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: <http://www.foxnews.com/leisure/2013/05/08/china-struggling-automakers-jump-on-suv-boom/>

Tabulka č. 2: Celkové prodeje vozu SUV v roce 2012

Model	Výrobce	Počet prodaných kusů
Tiguan	Shanghai – Volkswagen	173 062 ks
CR-V	Dongfeng – Honda	169 073 ks
Haval H6	Great Wall	112 262 ks
iX 35	Beijing – Hyundai	108 241 ks
Tigo	Chery	105 553 ks
Qashqai	Dongfeng – Nissan	105 143 ks
Rav 4	Faw – Toyota	98 179 ks
Audi Q5	Faw VW	90 157 ks
S6	Byd	86 851 ks
Sportage R	Dongfeng Yueda Kia	75 969 ks

Zdroj: Chinautoweb, vlastní zpracování

3.3.2 Trh s vozidly kategorie sedan a hatchback

V současné době na čínském trhu pořád vévodí zahraniční společnosti, a to především ty evropské a americké, které jsou následovány producenty z Japonska a Koreje. Přitažlivost místního trhu a snaha ušetřit finanční prostředky spojené se směnnými kurzy přiměla řadu výrobců k výstavbě svých závodů přímo v Číně. Ale restriktce uvalená na vlastnictví svých závodů západními společnostmi jim znemožnila vystavění svých závodů. Proto je možné se setkat se závody, které jsou z části ve vlastnictví zahraniční automobilky a z části ve vlastnictví společnosti, která je ovládána čínskou vládou nebo čínským soukromým sektorem.

Přímá výroba v Číně platí pro modely nižší a střední kategorie, luxusní automobily jsou i nadále dováženy z Evropy nebo z USA, které tomuto trhu i dominují. Tato oblast se stává pro automobilky čím dál více zajímavější i podle výsledku zveřejněných výrobců. Například jeden z evropských výrobců reportoval, že až 25% jeho příjmů z prodeje pochází právě z Číny a dále že v dnešní době zde prodává mnohem více automobilů než v USA, což dokládá důležitost tohoto trhu pro všechny výrobce.

3.3.3 Prodeje roku 2012

Čínskému trhu se roku 2012 podařilo předběhnout Evropský trh v celkových prodejkách a zaujímá pozici prvního a nejdůležitějšího trhu na světě po překonání USA v roce 2009. Tento úspěch čínského trhu pomohl celkovému ročnímu růstu o 6,8% oproti předchozímu roku při celkových prodejkách 14 680 tisíc kusů. Jen v prosinci roku 2012 prodeje stouply o 6,8% při 1,56 milionů prodaných kusů automobilů oproti předešlému roku. Naopak na evropském trhu prodeje dosáhly celkově 12,5 milionů prodaných kusů, což je o 1,1 milionů méně než v roce 2011. V USA celkové registrace nových automobilů zaznamenaly růst o 13% oproti předešlému roku, čímž zaostaly za čínskými prodeji v počtu 180 tisíc kusů prodaných osobních automobilů.

Registrované automobilky v USA zaznamenaly nejlepší růst tržeb od roku 2008, a to konkrétně meziročně o 13%. Stále však zaostával jen za čínským trhem metropolitního území, který zaznamenal prodej 14,5 milionu kusů. Analytici v této době předpovídali další růst čínského trhu. Některé odhady v té době spekulovaly, že tento trh by se mohl rozvinout až na velikost evropského a severoamerického trhu dohromady. Dokonce generální tajemník Čínské asociace automobilové výroby prohlásil, že v lednu 2013 mohl růst dosáhnout až 30% oproti lednu v roce 2012 a dalšího prodejního „boomu“ v následujících měsících. V této době se ještě nepočítalo s žádnými regulacemi prodeje nových automobilů z důvodu zvyšujícího se znečištění ovzduší ve velkých čínských městech a dopravním kolapsů v aglomeracích.

Pro rok 2013 se předpovídal růst trhu kolem 10% oproti roku 2012, a to i v případě, že by vláda náhle zavedla dané restrikce, což předpovídalo následky růstu o pouhých 5% ve srovnání s rokem 2012. Čínský analytik Jia Xinguang předpovídal meziroční růst okolo 8%, ostatní analytici byli mnohem optimističtější a předpovídali růst o zmíněných 10%.

V roce 2012 zaznamenaly velké růsty i prémiové značky. BMW společně se značkami Rolls-Royce a Mini zvětšil své prodeje o více než 40% (oproti předchozímu roku) na 326 444 prodaných kusů, v prosinci roku 2012 zaznamenaly rekordní meziroční nárůst o více než 73%. Značka Audi vykázala meziroční růst o 29,6% na rekordních 405 838 prodaných kusů automobilů. Pro všechny zmíněné výrobce je Čína nejdůležitějším trhem. Dalšími značkami, které na tomto trhu zaznamenaly rekordní prodeje, byly britské značky Jaguar a Rang Rover, které dovezly a prodaly o 74% více automobilů, a to

konkrétně 73 347 prodaných kusů. I americké značky jako Ford a GM zaznamenaly velké úspěchy, první zmíněná značka zaznamenala růst o 21%, konkrétně 626 616 kusů prodaných automobilů, a General Motors společně s čínskými partnery zaznamenala nárůst o 14,7%, konkrétně 2,85 milionů kusů prodaných vozů.⁵

Následující tabulka č. 3 znázorňuje pořadí celkového prodeje vozů dle jednotlivých modelů za rok 2012.

Tabulka č. 3: Celkové prodeje vozů dle modelů za rok 2012

Pořadí	Model	Výrobce	Počet prodaných kusů
1.	Buick Excelle	Shanghai GM	277 071 ks
2.	Chevrolet Sail (sedan)	Shanghai GM	262 071 ks
3.	VW Lavida	Shanghai – Volkswagen	246 687ks
4.	VW Jetta	Shanghai – Volkswagen	242 528 ks
5.	VW Passat	Shanghai – Volkswagen	233 321 ks
6.	Chevrolet Cruz	Shanghai GM	232 592 ks
7.	VW Bora	Faw – Volkswagen	222 735 ks
8.	Elantra Yuedong	Beijing – Hyundai	213 974 ks
9.	Verna	Beijing – Hyundai	201 746 ks
10.	VW Sagitar	Faw – Volkswagen	196 293 ks

Zdroj: Chinaautoweb, vlastní zpracování

3.3.4 Vývoj prodeje za rok 2013

Po téměř neměnných dvou letech čínský trh zaznamenal v roce 2013 růst v prodeji osobních vozů, a to téměř o 17% (konkrétně 21 980 tisíc kusů prodaných automobilů), a tím překonal veškeré odhady, které spíše nasvědčovaly jen jednocifernému vzestupu. Velkou obavou zpomalení růstu bylo zavedení nového nařízení vlády, které omezuje počty nově přihlášených automobilů ve městech, aby se snížilo znečištění ve velkých městech a aglomeracích.

⁵ China vehicle sales race ahead. In: FANGFANG, LI. [online]. [cit. 2015-01-20]. Dostupné z: http://www.chinadaily.com.cn/business/motoring/2014-01/09/content_17224804.html

V zemi se prodalo 17 183 tisíc vozů. Tento počet je však mnohem vyšší než se očekávalo a nebyl ještě zatížený centrální regulací. Uvedený skvělý výsledek podpořil i růst čínského HDP, a to více než 7,5%. Největší vzestup v prodeji byl zaznamenán až ve čtvrtém čtvrtletí roku 2013, a to hlavně v Pekingu a provinciích Tianjin-Che-pej podél řeky Yangtze. Největší rekordy byly zaznamenány v měsících listopad a prosinec, kdy prodeje v těchto měsících dopomohly k celkovým 17 milionům kusů prodaných automobilů. Ve srovnání koncem předchozího roku 2012 byl v listopadu zaznamenán meziroční růst o 11,2%, v prosinci dokonce o 16,2%. V celkovém čísle tato procenta představují zhruba 1 815 tisíc kusů prodaných automobilů jen za měsíc listopad.

Následně bylo odhadováno, že tento trend růstu bude pokračovat i v lednu 2014, kdy se očekával růst 20%. Nicméně právě v roce 2014 přišly v platnost omezení, která zvyšují náklady na pořízení vozu, což vyvolalo strach z poklesu prodeje. Pokud by nebyly žádné politické zásahy, očekával se v roce 2014 růst.

Analytické odhady se opírají právě o tyto omezení prodeje kvůli již zmíněným politickým nařízením, očekává se tak mírný pokles prodeje. Ovšem odhady do dalšího roku jsou opět optimistické a očekává se více než 11% růst prodeje. Dále se očekává náhlý růst před začátkem platnosti omezení, a pak logicky následný náhlý pokles prodeje nových automobilů a zpomalení dalšího růstu. Například v hlavním městě Pekingu se očekává po zavedení omezení pokles o zhruba 90 tisíc kusů prodaných automobilů oproti předchozímu roku. Ale i přes tyto obavy se stále očekává velký růst trhu, který by se měl pohybovat ve dvouciferných číslech.⁶

Tabulka č. 4 na následující straně znázorňuje celkové prodeje jednotlivých modelů vozů za rok 2013. Graf č. 6 pak ukazuje počty prodaných automobilů za jednotlivé měsíce roku 2013.

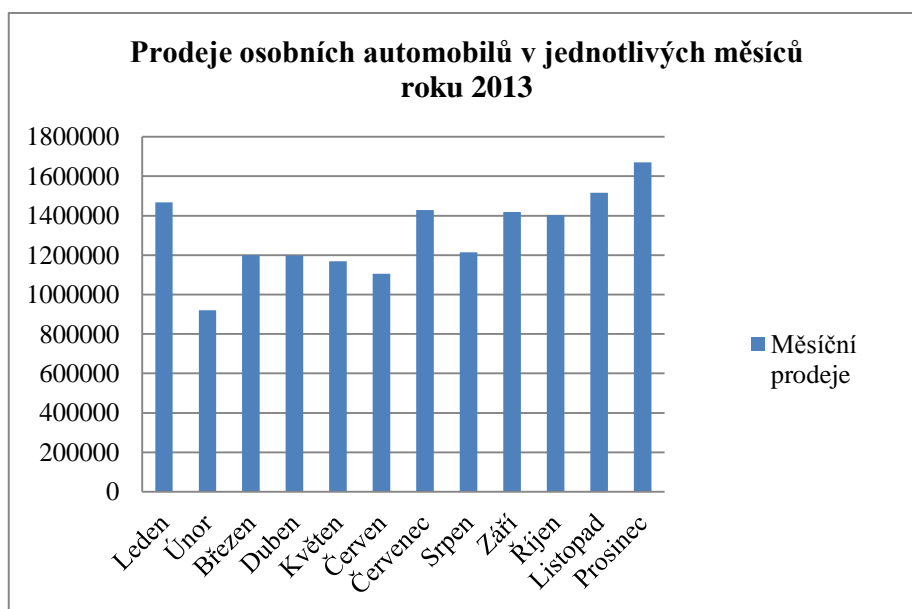
⁶ FANGFANG, LI. Vehicle sales overtake Europe in 2012. *Chinadaily* [online]. February 1st, 2012. Chinadaily, 2013 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: http://www.chinadaily.com.cn/business/2013-01/10/content_16100877.htm

Tabulka č. 4: Prodeje jednotlivých modelů za rok 2013

Pořadí	Model	Výrobce	Počet prodaných kusů
1.	VW Laida (sedan)	Shanghai – Volkswagen	374 056 ks
2.	Buick Excelle	Shanghai GM	296 183 ks
3.	VW Sagitar	Faw – Volkswagen	271 188 ks
4.	VW Jetta	Faw – Volkswagen	263 408 ks
5.	Chevrolet Sail (sedan)	Shanghai GM	263 163 ks
6.	Nissan Silphy	Dongfeng – Nissan	259 245 ks
7.	Chevrolet Cruz	Shanghai GM	246 890 ks
8.	VW Bora	Shanghai GM	237 156 ks
9.	VW Passat	Shanghai – Volkswagen	227 261 ks
10.	Ford Focus (hatchback)	Chang´n – Ford	207 376 ks
31.	Skoda Octavia	Shanghai – Volkswagen	120 246 ks
95.	Škoda Rapid	Shanghai – Volkswagen	36 052 ks

Zdroj: Chinaautoweb, vlastní zpracování

Graf č. 6: Prodeje osobních automobilů dle jednotlivých měsíců



Zdroj: Chinadaily, vlastní zpracování

Tabulka č. 5 ukazuje žebříček celkových prodejů osobních automobilů od deseti nejúspěšnějších výrobců.

Tabulka č. 5: Celkové prodeje osobních automobilů deseti nejúspěšnějších výrobců

Pořadí	Výrobce	Počet prodaných kusů
1.	Shanghai Volkswagen	1 527 008 ks
2.	FAW-Volkswagen	1 526 288 ks
3.	Shanghai GM	1 512 000 ks
4.	SGMW	1 425 563 ks
5.	Beijiing Hyundai	1 009 631 ks
6.	Dongfeng Nissan	910 011ks
7.	Changan	813 386 ks
8.	Changan Ford	682 686ks
9.	Great Wall Motor	584 435 ks
10.	Dongfeng Yueda Kia	540 540 ks

Zdroj: Chinadaily, vlastní zpracování

3.3.5 Prodeje za rok 2014

Volkswagen AG je vedoucí značkou na trhu s kompaktními sedany. Ani 25 lokálních značek nejsou schopné konkurovat a prodávat tolik automobilů jako právě Volkswagen. Právě konkurenceschopné a přívětivé ceny učinily šest sedanů této značky nejprodávanějšími vozidly v daném segmentu. Tyto výborné prodejní výsledky zvedly podíl Německa na výrobě automobilů na současných 24% oproti 21% z roku 2013 ve světové produkci.

Německé značky, a to hlavně Volkswagen, měly těžké začátky v získávání podílu na trhu, ale za první pololetí roku 2014 se podařilo prodat 932 215 kusů kompaktních sedanů – VW Lavidu (203 008 ks), VW New Santana (161 952 ks), VW Sagitar (155 393 ks), VW Jetta (152 621ks), VW Passat (135 954 ks), VW Passat (135 954 ks) a VW Bora (123 287 ks), jak znázorňuje tabulka č. 6 na následující straně.

Tabulka č. 6: Vývoj prodejů za 1. pololetí roku 2014

Pořadí	Model	Výrobce	Počet prodaných kusů
1.	VW Lávída (sedan)	Shanghai – Volkswagen	203 008 ks
2.	VW New Santana	Shanghai – Volkswagen	161 952 ks
3.	VW Sagitar	Faw – Volkswagen	155 393 ks
4.	VW Jetta	Faw – Volkswagen	152 621 ks
5.	Buick Excelle	Shanghai GM	147 404 ks
6.	Nissan Silphy	Dongfeng – Nissan	145 214 ks
7.	VW Passat	Shanghai – Volkswagen	135 954 ks
8.	Chevrolet Cruz	Shanghai GM	126 236 ks
9.	VW Bora	Faw – Volkswagen	123 287 ks
10.	Chevrolet Sail (sedan)	Shanghai – GM	119 662 ks
37.	Škoda Octavia	Shanghai – Volkswagen	54 475 ks
47	Škoda Rapid	Shanghai – Volkswagen	40 924 ks

Zdroj: Chinaautoweb, vlastní zpracování

Tři největší čínští výrobci Great Wall's Volex C30, BYD Surui a Geely Emgrand EC7 prodali dohromady 147 651 kusů vozů. Tento segment tvoří více než 60% celkového trhu s osobními automobily na největším trhu, kde kupní síla stále stoupá spolu s rychlým ekonomickým růstem. V lednu 2014 tento segment zaznamenal více než 15% růst a v červnu téhož roku dosáhl růst průmyslu o 8,1% oproti roku předchozímu. Odhaduje se, že většina čínských výrobců se na trhu neprosadí a zanikne.

V porovnání japonských, amerických a korejských výrobců, kteří ve sledovaném roce spíše stagnují, nedokáží překonat Volkswagen, který si na tomto trhu vybudoval pozici kvalitního a cenově dostupného výrobce kompaktních sedanů. Například VW Santana (84 900 juanů = 307 677 Kč) se prodává za téměř podobnou cenu jako jeho čínský konkurent EC7 (k dostání za 70 000 juanů = 253 680 Kč).⁷

⁷ CHINADAILY. China Auto Sales Rose 2.45% in 2011 to 18.5 Million. *Chinadaily* [online]. February 1st, 2012. Chinadaily, 2012 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: <http://chinaautoweb.com/2012/02/china-auto-sales-rose-2-45-in-2011-to-18-5-million/>

Prodeje VW Santana se v prvním pololetí roku 2014 zdvojnásobily oproti roku 2013, zatímco hlavním čínským konkurentům EC7 a Surui klesly prodeje o téměř 40% a prodeje typu Voleex C30 klesly až o polovinu. Automobily čínských výrobců si pořídilo jen 16% potenciálních zákazníků za měsíc červen, oproti 27% za stejné období roku předešlého. Jako důsledek této situace se udává, že západní automobilky začaly směřovat svojí nabídku na méně majetné zákazníky.

Pravě pozitivní pozice značky Volkswagen dovoluje rozvíjet spolupráci s čínskou automobilkou FAW. V rámci této kooperace bylo rozhodnuto o otevření dvou nových výrobních závodů v severní provincii Šan-fung v roce 2016, aby automobilka byla schopna uspokojit rostoucí poptávku po vozidlech značky. V těchto nových závodech se plánuje navýšení roční kapacity na 600 tisíc vyrobených automobilů a v závodu pro výrobu automatických převodovek u města Tianjin se jedná o osmnácté výrobní zařízení svého druhu v zemi. V tomto přístavním městě také vznikne nové vývojové centrum. Celá tato investice je v hodnotě zhruba 2 miliardy eur.

Představitelé VW dále uvedli, že v letech 2014-2018 se výše vložených prostředků do nových závodů a produktů bude pohybovat ve výši 18,2 miliardy eur. Tato investice se uskuteční společně s čínskými partnery.⁸

V prvním pololetí roku 2014 celková produkce a prodeje přesáhly 11 milionů kusů. Toto číslo představuje 9,6% růstu na čínském trhu oproti stejnému období v předchozím roce, čili již zmíněných 11,78 milionů kusů automobilů za období leden až červen. Na osobní automobily připadá meziroční růst z 8,4% na 11,68%. Znamená to tedy značné zpomalení růstu a navázání na postupné zpomalování čínské ekonomiky, která dosahovala hodnot okolo 9%, což má za následek zpomalení výroby a tržeb v prvním pololetí roku 2014. Za stejné období roku 2013 růst ekonomiky dosahoval hodnoty 12,8% a růst tržeb hodnoty 12,3%. V samotném červnu roku 2014 bylo vyrobeno 1 860 tisíc kusů automobilů, což je o 8% více než v předešlém měsíci, ale celkové prodeje se snížily o 3,4% ve srovnání s měsícem květen, kdy se prodalo celkem 1,85 milionu kusů automobilů.

Čínská asociace automobilové výroby (CAAM) udává prodeje kolem 8-10%, což udává hodnoty, které se vypočítávají z velkoobchodních prodejů a maloobchodního

⁸ CHINADAILY. In China, Volkswagen thinks small to score big. *Chinadaily* [online]. September 16th. 2014. Chinadaily, 2014 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: http://www.chinadaily.com.cn/business/motoring/2014-09/16/content_18605204.htm

prodeje a mohou dosahovat o něco horších hodnot, než je obecně udáváno. CAAM také udala, že skladové zásoby dealerské sítě jsou v současné době největší za poslední rok.

Čistě čínští výrobci zaznamenali jejich nejhorší podíl na místním trhu od roku 2009, jejich podíl se v prvním pololetí 2014 pohyboval kolem 37,7%, což představuje pokles o 3,5% oproti roku 2013. Zahraniční značky, především ty německé, zaznamenaly růst a dosáhly podílu 21% na celém čínském trhu, americké značky si drží přibližný podíl 15% a japonské kolem 13%. Čistě elektrické a hybridní automobily překonaly své konvenční protějšky a v prvním pololetí roku 2014 zaznamenaly více než dvojnásobný růst (20 477 prodaných kusů). Právě těmto automobilům se výrobci stále více věnují a v následujících letech se očekává čím dál větší růst prodeje.⁹

I po zpomalení růstu prodeje zůstává čínský trh s automobily celosvětově největším a nejzajímavějším trhem, co se děje již pět let po sobě a i stejně jako v roce 2013 se za rok 2014 očekává pokoření 20 milionů prodaných kusů.

Následující tabulka č. 7 ukazuje celkové prodeje automobilů za rok 2013 rozdělených podle značek působících na čínském trhu.

Tabulka č. 7: Celkové prodeje dle jednotlivých značek za rok 2013

Pořadí	Výrobce	Celkové prodeje roku 2013
1.	Volkswagen	2 395 696 ks
2.	Hyundai	1 030 808 ks
3.	Toyota	857 749 ks
4.	Nissan	843 063 ks
5.	Buick	807 700 ks
6.	Honda	729 568 ks
7.	Chevrolet	714 743 ks
8.	Ford	678 951 ks

⁹ BLOOMBERG NEWS. China Auto Sales Climb 13% Led by Foreign Carmakers. *Bloomberg: Bloomberg Business* [online]. June 10, 2014. Bloomberg, 2014 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: <http://www.bloomberg.com/news/articles/2014-06-10/china-auto-sales-climb-13-led-by-foreign-carmakers>

9.	Kia	546 766 ks
10.	BYD	506 189 ks
11.	Changan	500 500 ks
12.	Wuling	448 484 ks
19.	Škoda	231 200 ks

Zdroj: Chinaautoweb, vlastní zpracování

V roce 2013 byl ustanoven rekord v prodeji nových automobilů, kdy se dodalo zákazníkům celkem 21 984 100 kusů, což bylo o 13,87% více než předchozího roku 2012. Podle Čínské asociace výrobců automobilů předešlé číslo zahrnuje téměř 18 mil. osobních automobilů a necelé 4 miliony autobusů a nákladních automobilů. V roce 2014 se odhaduje růst minimálně o dalších 7%.

Tabulka č. 8 představuje počty prodaných vozů v rámci jednotlivých segmentů a jejich meziroční prodejní růst (pokles).

Tabulka č. 8: Prodeje automobilů v rámci jednotlivých segmentů

Typ vozidla	Prodeje za rok 2013	Meziroční růst (pokles)
Sedan	12 009 700 ks	11,77%
SUV	2 988 800 ks	49,41 %
MPV	1 305 200 ks	160%
Microvan	1 625 200 ks	– 27,98%
Celkově	17 928 900 ks	15,71%

Zdroj: Chinaautoweb, vlastní zpracování

Prodeje osobních automobilů v Číně se za měsíc září se zvýšily až o 13%, v jsou značky General Motors Co. a Ford Motor Co., ale i nově vstupující zahraniční automobilky si získávají velký podíl na místním trhu. Dodávky osobních automobilů v září dosáhly až 1,5 milionu prodaných kusů. Ač zahraniční automobilky zvyšují své investice, chtějí se podílet na trhu druhé největší ekonomiky světa a vyvíjí tlak na lokální výrobce, tak právě

velká města zvažují omezení počtu registrací nových automobilů kvůli zhoršujícímu provozu a znečištění ovzduší.

3.4 Vývoj trhu v dalších letech, důraz na ekologii

Čína se v poslední době potýká s velkým problémem, a tím je znečištění ovzduší ve velkých čínských městech a aglomeracích. V posledních dvou letech se daří snižovat znečištění čtyřmi nejhoršími základními látkami, kterými jsou oxid siřičitý, oxidy dusíku, chemická spotřeba kyslíku a amoniakálního dusíku. Právě nové opatření omezení registrací nových vozidel povede k omezením vjezdů do velkých čínských metropolí pro automobily registrované před rokem 2005, a také se bude dbát na lepší kvalitu nafty a benzínu. Zejména kvůli velkým problémům se znečištěním ovzduší se počítá s pozastavením nebo úplným omezením výroby některých vozidel, což povede také k výraznému omezení používání automobilů.

Nejhorší hodnoty znečištění jsou v Pekingu, kde se městské zastupitelstvo zavázalo mít až 30% svých služebních vozů mimo provoz. Obecně jsou statní instituce požádány, aby toto doporučení dodržovaly a snížily tak své počty o již zmíněných 30%. Denní intenzita PM dosahuje hodnoty 2,5, jen v Pekingu se vyskytuje více než 5 milionů automobilů. Právě motorová vozidla jsou druhým největším znečišťovatelem v tomto městě.¹⁰

3.4.1 Budoucí vývoj a plány Národní komise

Čína podpořila další oblast fiskální politiky, ve kterých se čínská vláda zavázala podpoře nových „zelených“ automobilů v letech 2016-2020. Nový program, který bude spuštěn právě v roce 2016, bude navazovat na program končící o rok dříve. Do té doby budou zformulovány podmínky, ale hlavně sestaven seznam automobilů, u kterých bude zákazník moci žádat o dotaci na koupi elektrického plug-in hybridu či na vozidlo poháněné palivovými články.

¹⁰ XIN, Zheng. China Auto Sales Climb 13% Led by Foreign Carmakers. *Chinadaily* [online]. 15th. December 2012. Chinadaily, 2012 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: http://www.chinadaily.com.cn/business/motoring/2012-12/15/content_16114415.htm

Prospěch z tohoto programu by měly mít i automobily západních značek, které se do Číny dovážejí. Právě nákup takového automobilu bude od 1. září 2017 osvobozen od daní, pokud bude zařazen do seznamu sestaveného centrální vládou.

Cílem čínské vlády je podporovat vývoj nových technologií v automobilech. V současné době jsou čínští výrobci schopni pokrýt domácí poptávku po takovýchto automobilech, dnes se vyrábí celkem 20 692 kusů automobilů s nulovými emisemi. Na čínském trhu se prodá většina těchto vozů, v první polovině roku 2014 to bylo konkrétně 20 477 kusů automobilů, což je více než dvojnásobný počet oproti stejnému období předešlého roku.

Centrální vláda plánuje do roku 2017 sestavit seznam automobilů, které budou mít nárok na dotaci. Místní samosprávy budou mít možnost přijít s podobným seznamem již mnohem dřív, protože poskytují podobné dotace jako centrální vláda. Právě místní vlády se chystají nabídnout takové nabídky, aby se zajistilo, že finanční prostředky nebudou přicházet do výrobců mimo jejich jurisdikci. Také je dán důraz na čínské automobilky, aby do té doby přišly s konkurenčně schopnými modely. Čínská vláda chce co nejrychleji podpořit právě trh s ekologickými vozidly. (Michael Barris, 2014)¹¹

Stále však přetrvává problém mnohonásobně vyšší pořizovací ceny a následně i doby nabíjení a životnost baterii elektromobilů. Právě pro oživení současného globálního automobilového trhu je nutné, aby státy urychleně začaly jednat ohledně znečišťování životního prostředí. Tento problém částečně řečí právě používání elektromobilů. Toto se zdá jako globální řešení, elektrickému pohonu se přikládá velká důležitost, ale v současné době je na světě asi jen 180 000 kusů vozidel poháněných elektrickou energií, což je jen 0,2% ze všech osobních automobilů na světě.

V současné době má největší flotilu elektrických vozidel USA, Japonsko, Francie a Čína. V poměru na počet obyvatel se na prvním místě pohybuje Dánsko, kde připadá na 100 000 obyvatel 200 kusů elektromobilů. Problémy s ovzduším v čínských aglomeracích jsou velkým impulsem pro čínskou vládu. Produkce vozidel s nízkými nebo nulovými emisemi je způsobem, jak zlepšit životní prostředí v Číně. Státní ráda vyzvala domácí

¹¹ BARRIS, Michael. Global electric car sales stall despite industry's growth. *Chinadaily* [online]. 4th. July 2013. Chinadaily, 2013 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: http://www.chinadaily.com.cn/business/motoring/2013-07/04/content_16723636.htm

automobilové výrobce, aby dosáhli produkce 500 000 kusů čistě elektrických automobilů a plug-in hybridů do konce roku 2015, a následně deseti násobného navýšení do roku 2020.¹²

V Pekingu se již dnes testují podobné automobily a očekává se, že se do konce roku prodá dalších 5 000 kusů těchto automobilů. Všechny automobily s tímto pohonem v současné době slouží u příměstské taxi služby.

Čínský výrobce elektrických automobilů BYD Company Limited oznámil řadu finančních zvýhodnění pro budoucí zájemce o tyto vozy. Právě provozovatelé taxislužeb a autobusových společností mohou nakoupit elektrické modely E6 nebo K9 na úvěr s nulovou akontací a s minimálním úrokem. Tyto úvěry jsou nabízeny ve spolupráci s China Development Bank a China Everbrigh Bank. Právě vysoké ceny těchto vozidel představují největší překážku k jejich většímu rozšíření, např. model E6 stojí 180 000 juanů (625 748 Kč) po odečtení státních dotací.¹³

3.5 Vliv automobilového průmyslu na ekonomiku země

V uplynulých několika letech zaznamenala čínská ekonomika stálý růst s tím, že v roce 2012 se pohyboval na hodnotách 7,7% a stejný růst ve výši 7,7% (9,240 trilionů USD) zůstal i v roce 2013. Pro rok 2014 očekávala místní vláda minimální růst o 7,5%, ale odborníci odhadovali spíše růst v rozmezí 6,5-7,3%. V současné době je kladen důraz hlavně na kvalitu růstu, a to především na snížení zadluženosti lokálních vlád i snížení nezaměstnanosti. Velký důraz je dále kladen na účelné financování infrastrukturních projektů, zejména v privátním sektoru.

Velmi důležitá je také snaha místních provincií začlenit nařízené změny centrální vlády v chápání ekonomických priorit. Mnoho těchto oblastí usiluje o změnu struktur svých ekonomik v rámci nařízení centrální vlády, a to hlavně v ochraně životního prostředí, aby nebyl vyvíjen takový tlak na meziroční růsty HDP. Následující graf znázorňuje rozdělení HDP podle jednotlivých odvětví.

¹² FUSHENG, Li a Gao YUAN. Additional funds for new-energy vehicles from 2016. *Chinadaily* [online]. 22th. July 2014. Chinadaily, 2014 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: http://www.chinadaily.com.cn/business/motoring/2014-07/22/content_17880004.htm

¹³ Additional funds for new-energy vehicles from 2016. In: FUSHENG, Li a Gao YUAN. *Chinadaily* [online]. [cit. 2015-01-20]. Dostupné z: http://www.chinadaily.com.cn/business/motoring/2014-07/22/content_17880004.html

Graf č. 7: Rozdělení HDP podle jednotlivých odvětví



Zdroj: Economywatch, vlastní zpracování

V letech 2012-2013 se pohybuje nezaměstnanost v Číně na úrovni 4,1% registrovaných práceschopných obyvatel. V tomto období bylo vytvořeno více než 13,1 milionu nových pracovních míst, a to hlavně ve velkých městech. Celkově je v ČLDR zaměstnáno více než 769 milionů obyvatel, z toho 1,6 milionu v automobilovém průmyslu.

V roce 2013 zaznamenala čínská ekonomika růst o 3,4%, což vyplývá z poslední pětileté revize. A stejně tak, jako v předešlém roce, se počet nezaměstnaných práceschopných obyvatel nezměnil a zůstal na hodnotě 4,1%.¹⁴

Automobilový průmysl se v roce 2012 na celkovém HDP Číny podílel částkou 578 miliard USD (6,3%). V roce 2013 se objem prodejů zvýšil téměř o cca 3 miliony kusů a na výši čínského HDP se tak podílel hodnotou 718 miliard USD (7,75%). Právě Škoda Auto, a.s. se na celkové výši hrubého domácího produktu podílela v roce 2012 hodnotou 6,12 promile (226 653 kusů automobilů) a v roce 2013 se tato hodnota zvýšila na 6,83 promile (255 222 kusů automobilů).

Automobilka Škoda Auto, a.s. se taktéž určitou měrou podílí na zaměstnanosti v zemi. Automobilový průmysl v Číně generuje zhruba 1,6 miliónu pracovních míst, z toho tento český výrobce zaměstnává ve svých třech závodech v Antingu, Yizheng a Ningbo 9 459 lidí.

¹⁴ China Economy. In: EW WORLD ECONOMY TEAM. Economywatch [online]. 4. June 2013. [cit. 2015-01-20]. Dostupné z: http://www.economywatch.com/world_economy/china

V současné době je důležitý import vozů do Číny z České republiky, na kterém se velkou měrou podílí především firma Škoda Auto, a.s., která v dnešní době všechny své modely vyrábí již přímo v tamních výrobních závodech. Přestože se do Číny stále dováží značné množství náhradních dílů, největší objem zaujímá dovážené know-how automobilky, která veškeré automobily vyrobené a prodané na území Číny vyvinula nejprve na území České republiky.¹⁵

¹⁵ Český export táhnou nejen auta, ale i solární panely do Japonska či hračky do Číny. In: ŠITNER, Roman. Hospodářské noviny [online]. 20.2.2013. [cit. 2015-01-20]. Dostupné z: <http://byznys.ihned.cz/c1-61734560-cesky-export-tahnou-nejen-auta-ale-i-solarni-panely-do-japonska-ci-hracky-do-ciny>

4 CHARAKTERISTIKA SPOLEČNOSTI ŠKODA AUTO, A.S.

4.1 Základní údaje o společnosti

Název společnosti:	Škoda Auto, a.s.
Právní forma:	Akciová společnost
Sídlo:	Tř. Václava Klementa 869, 293 60 Mladá Boleslav
IČO:	001 77 041
Spisová značka:	Městský soud v Praze, oddíl B, vložka 332

4.2 Předmět činnosti

Akciová společnost Škoda Auto má velmi široké spektrum předmětu činnosti podnikání. Tento fakt je dán tím, že se společnost mimo jiné zabývá výrobou originální dílů a příslušenství k automobilům, které vyrábí. Mezi další předměty činnosti tohoto podniku je zahrnut i prodej vyrobených automobilů a jejich servis.

Nedílnou součástí společnosti Škoda Auto jsou vlastní vzdělávací instituce (střední odborná učiliště, soukromá vysoká škola etc.), kde dochází ke vzdělávání kvalifikovaných a odborných pracovníků, kteří chtějí pracovat v automobilovém průmyslu.

4.3 Historický vývoj společnosti Škoda Auto, a.s.

Automobilka Škoda Auto, a.s. má již více než stoletou historii a tradici. Během této doby se odehrála řada významných událostí. Následující seznam představuje nejdůležitější body v historii společnosti:

- 1895 založení firmy Laurin &Klement,
- 1906 počátek výroby automobilů typu A a B,
- 1925 sloučení firmy L& K se závody Škoda Plzeň,
- 1946 znárodnění automobilky a její přejmenování na AZNP Škoda,

- 1990 transformace státního podniku na akciovou společnost a následné sloučení s německým koncernem Volkswagen AG,
- 2007 jediným vlastníkem a akcionářem se stává Volkswagen International Finance.

4.4 Logo společnosti

Za celou dobu existence společnosti Škoda Auto došlo k vývoji a přeměně firemního loga. Současnou podobu loga tvoří tzv. „okřídlený šíp“. Toto logo je společností používáno již od roku 1926. Obecný význam loga je následující:

- a) křídlo se třemi perutěmi, kde jednotlivé perutě symbolizují technický pokrok, bohatý výrobní program a zájem o výrobky po celém světě,
- b) šíp je symbolem rychlosti, moderní výrobní technologie a vysoké produktivity práce,
- c) kruh znázorňuje rozmanitost a komplexnost výroby a představuje zeměkouli.

4.5 Finanční zhodnocení podniku Škoda Auto, a.s.

V roce 2013 měla firma tržby v celkové hodnotě 268 500 milionů Kč. Ve srovnání s předchozím rokem 2012 se jedná o nárůst o 2,2%, což v době určitě ekonomické krize představuje pozitivní změnu. V roce 2013 byl čistý zisk ve výši 11 832 milionů Kč, což oproti roku 2012 představuje pokles o 22,9% (i zde jsou patrné důsledky ekonomické krize).

5 VÝROBA VOZŮ ZNAČKY ŠKODA V ČÍNĚ

Čínský trh je svými požadavky na osobní automobily specificky od toho Evropského a v celkové konkurenci je velmi těžké se prosadit mezi místními a zavedenými světovými značkami.

V roce 2013 bylo v Číně vyrobeno celkem 255 222 kusů vozů značky Škoda. V porovnání s rokem 2012 se jedná o nárůst výroby o 12,6%. Tento nárůst je největší ze všech trhů, na kterých dochází k výrobě vozů této značky. Z uvedeného počtu vyrobených automobilů je rozložení následující.

Modelu Fabia se vyrobilo 36 248 kusů (ve srovnání s rokem 2012 se jedná o pokles o 25,6%).

Modelu Rapid se vyrobilo 40 559 kusů (ve srovnání s rokem 2012 počet vyrobených kusů stoupl 247x).

Model Octavia se vyrobil v nákladu 127 579 kusů (ve srovnání s rokem 2012 toto číslo představuje pokles o 6,9%).

Model Yeti byl vyroben v počtu 9 840 kusů (tento model se v Číně začal prodávat až ve zmíněném roce 2013, nelze tedy porovnat s rokem 2012).

Modelu Superb bylo vyrobeno 40 996 kusů (ve srovnání s rokem 2012 se jedná o nepatrný nárůst, tj. o 0,2%).

Z výše uvedeného přehledu vyplývá, že model Octavia je nejvíce vyráběným (a tím pádem i nejvíce prodávaným) modelem značky Škoda. Tento model je typickým zástupcem nejvíce poptávaných karosářských variant vozů v této zemi.

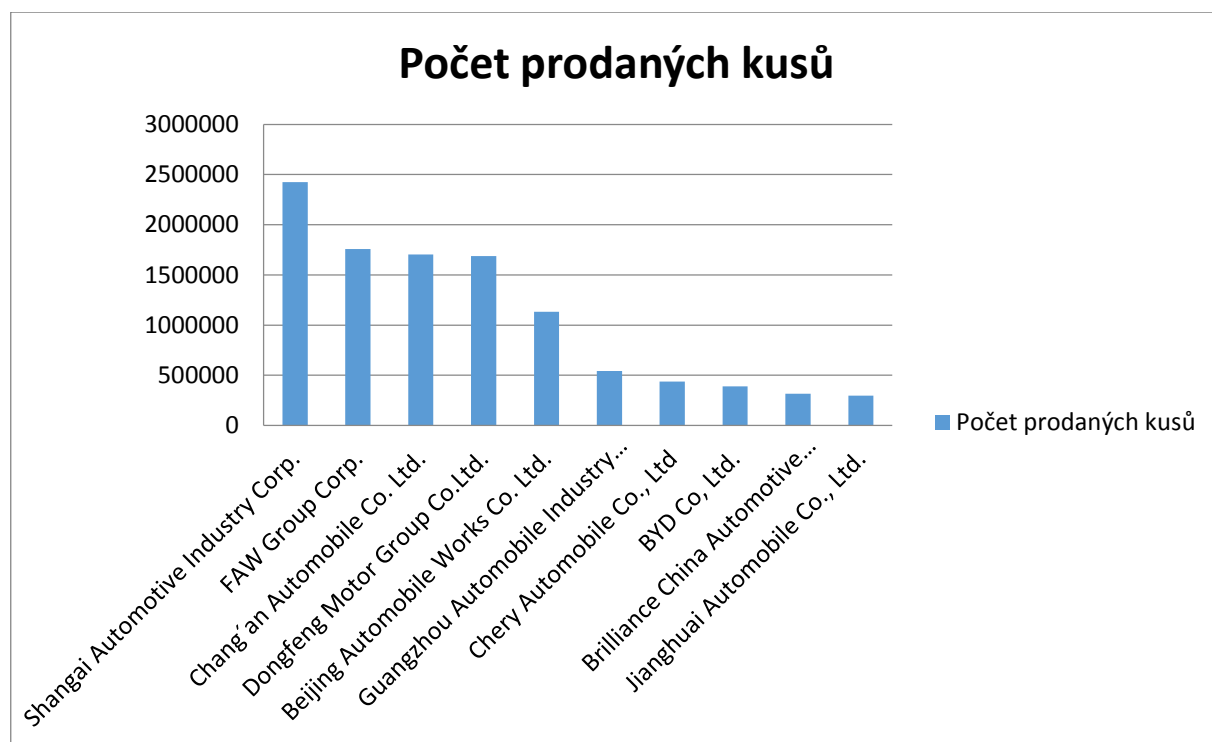
5.1 Zhodnocení roku 2009

Následující graf č. 8 ukazuje přehled deseti nejvíce prodávaných čínských značek vozů na čínském trhu za rok 2009. Mezi značkou na prvním místě, Shanghai Automotive Industry Corp., a značkou na místě posledním, Jianghuai Automobile Co. Ltd., je znatelný rozdíl v počtu prodaných kusů automobilů. Prodej posledně jmenovaného výrobce

představuje zhruba 10x méně vozů než značka z prvního místa. Ve srovnání se značkami působícími v České republice se jedná o velmi vysoký rozdíl.

V roce 2009 se v Číně prodalo celkem 10 689 400 kusů automobilů od uvedených deseti nejprodávanějších čínských značek. V průměru jedna značka prodala 1 068 940 kusů automobilů. Ve srovnání s Českou republikou se může zdát, že se jedná o velmi vysoký rozdíl a o velmi vysoké prodeje. Je však potřeba si uvědomit velikost čínského trhu a počet obyvatel. V tomto směru se Čína dá početně srovnat s Českou republikou.

Graf č. 8: Deset nejprodávanějších čínských značek za rok 2009



Zdroj: Chinabusinessreview, vlastní zpracování

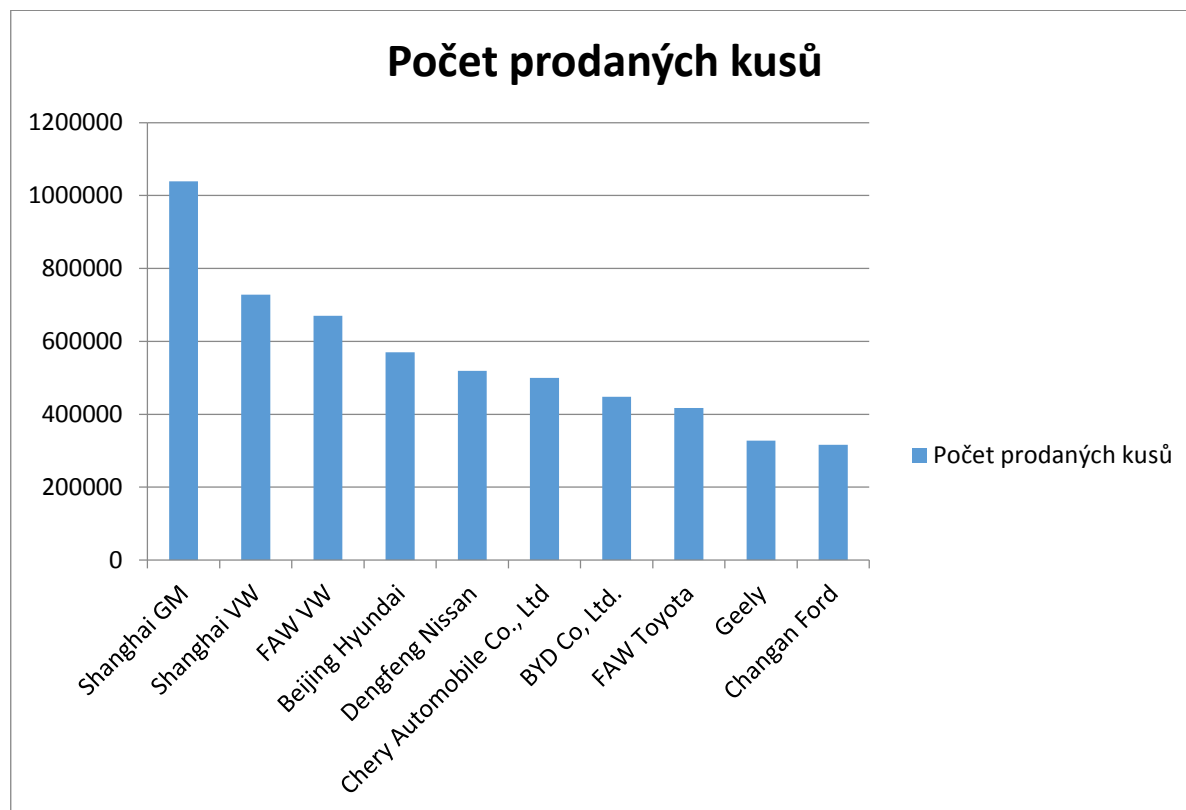
5.2 Zhodnocení roku 2010

V roce 2010 se v Číně prodalo celkem 5 534 708 kusů automobilů od deseti největších čínských výrobců působících na čínském trhu. Ve srovnání s rokem 2009 to znamená pokles zhruba o polovinu vozů. Tento fakt je dán tím, že na konci roku 2009 začala celosvětová ekonomická krize, která způsobila pokles poptávky po nových vozech,

a také tím, že obyvatelé Číny (potencionální zákazníci) se začali zajímat o vozy zahraniční produkce.

Následující graf č. 9 ukazuje, že rozdíl mezi prodejcem na prvním a posledním místě již není tak markantní jako v roce 2009.

Graf č. 9: Deset nejprodávanějších čínských značek za rok 2010



Zdroj: Chinaautoweb, vlastní zpracování

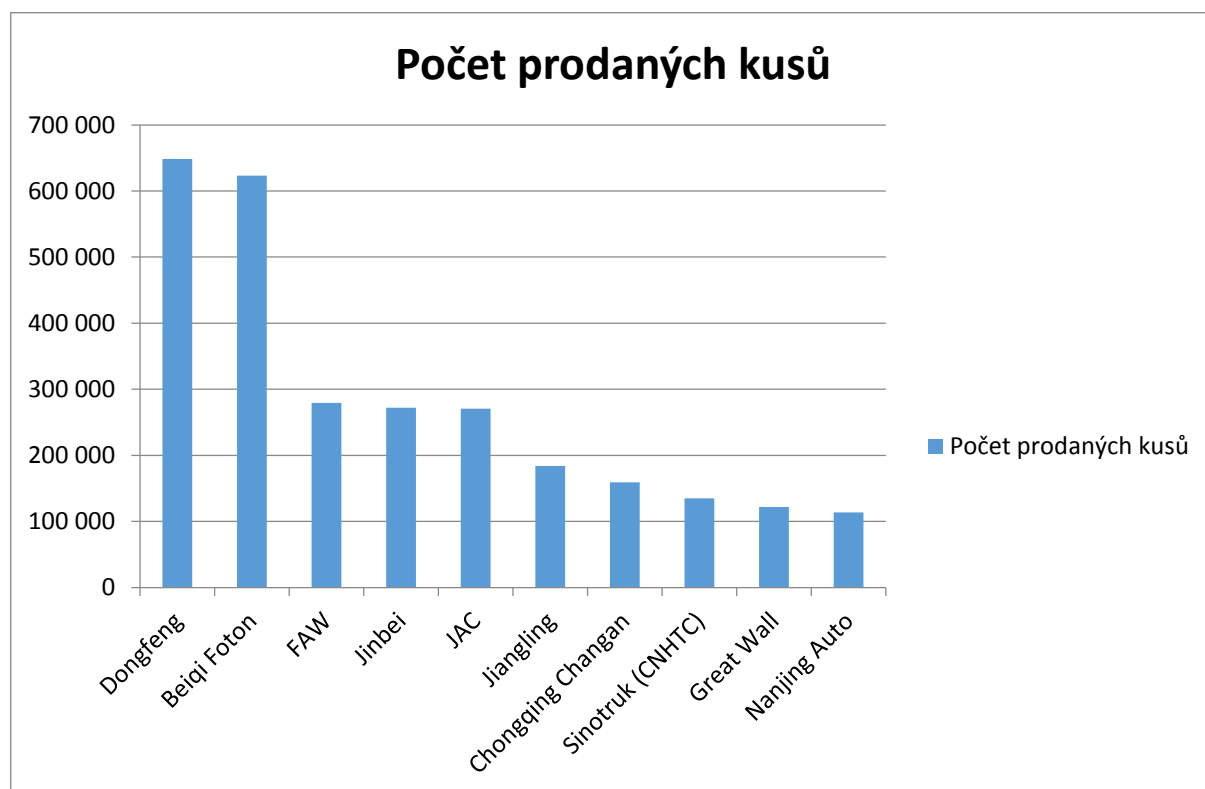
5.3 Zhodnocení roku 2011

V roce 2011 deset nejprodávanějších automobilových značek prodalo dohromady 2 906 900 kusů automobilů. Pokud opět porovnáme tyto údaje s předchozím rokem, nemůžeme si nevšimnout značného poklesu. Tento pokles je dán tím, že tradiční čínští výrobci automobilů se spojují s výrobcí světových značek, se kterými vyrábějí vlastní modely aut. Světové značky si své zákazníky získávají především kvalitou a vysokou bezpečností svých vozů, zatímco čínské automobilky nejsou schopny zajistit výrobu tak

kvalitních, ale především natolik bezpečných vozů. Ve srovnání s Českou republikou rok 2011 představoval pro čínské značky silný pokles v počtu prodaných kusů. V rámci domácí produkce na tom byla Česká republika v porovnání s Čínou lépe.

Následující graf č. 10 opět představuje počty prodaných kusů od jednotlivých čínských výrobců automobilů.

Graf č. 10: Deset nejprodávanějších čínských značek za rok 2011



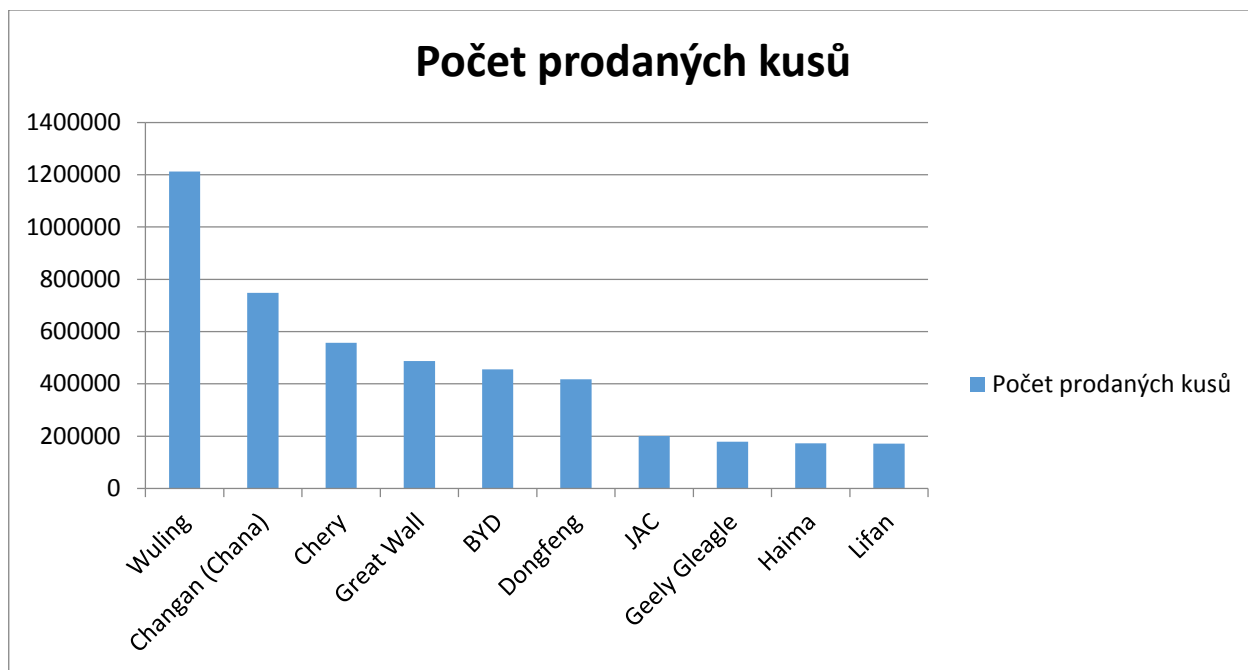
Zdroj: Chinaautoweb, vlastní zpracování

5.4 Zhodnocení roku 2012

Rok 2012 přinesl změny v umístění nejprodávanějších čínských automobilových značek, zároveň se v žebříčku objevují i značky, které v předchozích letech měly horší umístění. Ve sledovaném roce došlo ke značnému vzrůstu prodaných čínských automobilů. Dle dostupných statistik se těchto automobilů prodalo celkem 4 424 557 kusů. Po delší době se prohlubuje rozdíl v počtu prodaných kusů mezi prvním a desátým místem v žebříčku. V tomto roce se ve srovnání se všemi dostupnými značkami na čínském

automobilovém trhu umístila značka Škoda na osmnáctém místě, s celkovým počtem 230 003 prodaných kusů automobilů, jak vidíme v grafu č. 11 na následující straně.

Graf č. 11: Deset nejprodávanějších čínských značek za rok 2012



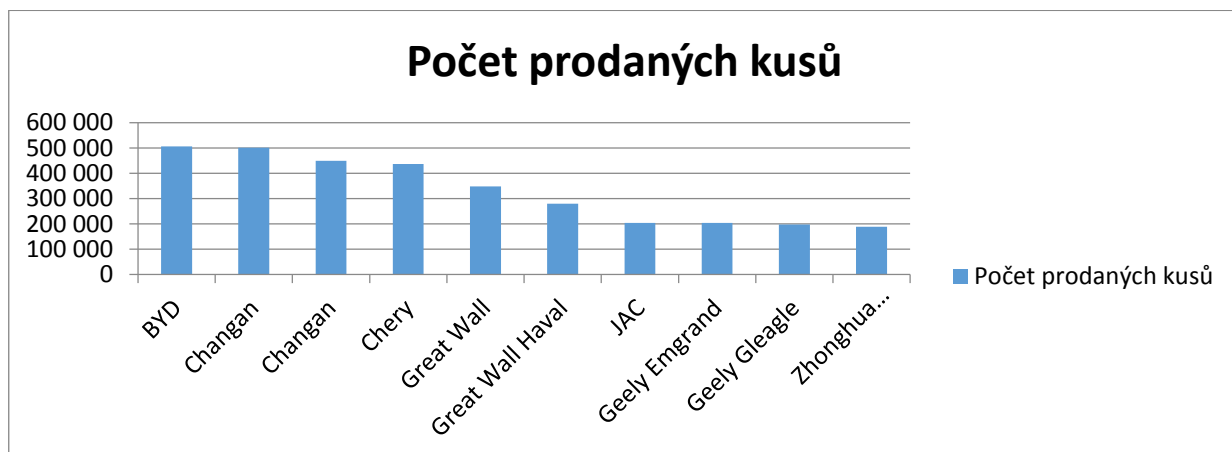
Zdroj: Chinaautoweb, vlastní zpracování

5.5 Zhodnocení roku 2013

V roce 2013 se opět značně změnilo pořadí nejprodávanějších značek. Oproti předchozímu roku některé značky tento žebříček opustily, zatímco jiné značky si zlepšily své postavení na trhu. Tento fakt je zapříčiněn rozmachem světových značek, které si na čínském trhu rok od roku upevňují svou pozici. V tomto roce se prodalo celkem 3 312 195 kusů aut z čínské produkce. Poprvé na čelo tohoto žebříčku se dostává automobilka BYD a jako jedna z mála automobilek se umístila v žebříčku deseti nejprodávanějších čínských značek na tomto trhu.

Značka Škoda si pohoršila o jednu příčku (tj. klesla na 19. pozici), a to i přesto, že navýšila počet prodaných kusů. Škoda v tomto roce prodala celkem 231 200 kusů automobilů na čínském trhu, jak je patrné z následujícího grafu č. 12.

Graf č. 12: Deset nejprodávanejších čínských značek za rok 2013

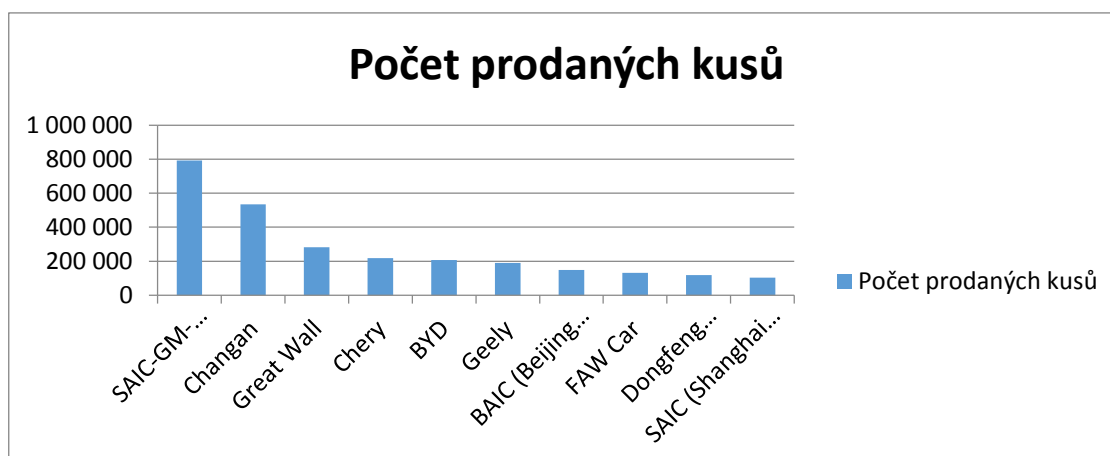


Zdroj: Chinaautoweb, vlastní zpracování

5.6 Zhodnocení 1. pololetí roku 2014

V první polovině roku 2014 se do žebříčku deseti nejprodávanejších čínských značek vrátili zpět výrobci, kteří byli nejprodávanejších na začátku zkoumaného období této analýzy. Celkový počet prodaných čínských vozů činil 2 725 764 kusů. Rozdíl mezi první a desátou příčkou v počtu prodaných kusů ve srovnání s předchozím rokem opět značně poklesl, jak je vidět z grafu č. 13.

Graf č. 13: Deset nejprodávanejších čínských značek za 1. pololetí roku 2014



Zdroj: Chinaautoweb, vlastní zpracování

5.7 Shrnutí analýzy čínských konkurentů v letech 2009-2014

Výše uvedená zhodnocení jednotlivých let dokazují rozmanitost a pestrost čínského automobilového trhu. Čínský automobilový trh je nejednotný, což ukazují nejen změny v pořadí žebříčků „top 10“, ale také značně kolísavé počty prodaných kusů. Tyto rozdíly jsou dány tím, že každá z místních automobilek si získává svou prestiž v daném roce populárními modely aut. Na světovém trhu je Čína chápána jako země vyrábějící plagiáty a napodobeniny zboží všeho druhu, není tak žádným překvapením, že trend kopírování aplikuje u čínských automobilek i na výrobě aut. Z logiky věci nejčastěji kopírovaným prvkem je design, ale technická vybavenost vozů neodpovídá „předloze“, stejně tak bezpečnostní prvky zdaleka nedosahují adekvátní úrovně kvality. V důsledku napodobení určitého vozu může dojít ke zvýšení prodeje „originálu“, ale také jiných aut od kvalitní světové značky.

5.8 Zákazník – běžný občan ČLDR

Modelovým představitelem této kategorie je pracující občan s průměrným měsíčním příjmem v přepočtu 15 000 Kč. Z toho je patrné, že automobilů světově známých značek jsou dostupné pouze pro vyšší třídu s daleko vyšším platovým ohodnocením. Z tohoto důvodu na čínském trhu řada menších a pro nás neznámých automobilových značek, které nabízejí vozy za dostupnější ceny. Jak jež bylo uvedeno, tyto vozy nejsou příliš kvalitní a především bezpečné, což jsou prvky, které ovlivňují cenu automobilu.

Modelový zákazník proto volí při výběru nového vozu své možnosti a z tohoto důvodu mají na čínském automobilovém trhu místní značky velký úspěch. Místo pořízení většího rodinného vozu domácí výroby, který typově odpovídá např. vozu Škoda Octavia, by si zákazník mohl pořídit kvalitnější a bezpečnější vůz např. Škoda Fabia. Tento vůz je sice rozměrově menší, ale cenově odpovídá většímu vozu místní značky, ovšem v technických parametrech a parametrech bezpečnosti značně převyšuje.

5.9 Zákazník – státní správa ČLDR

Zajištění vozového parku pro potřeby státní správy je v kompetenci příslušných vysokých státních úředníků. Pro potřeby fungování státní správy jsou využívány vozy typu sedan a limuzína. Tyto vozy využívají jak vládní úředníci, tak i příslušníci policie a ostatních složek státní správy. V letech 2013-2014 došlo k nákupu velkého objemu vozů Škoda Rapid, které slouží k výše zmíněným účelům. Dle dostupných informací si tento vůz získal velkou oblibu, a to jak pro své jízdní vlastnosti, tak i pro svou bezpečnost a technické vybavení.

5.10 Navržení vhodného prodávaného portfolia pro čínský trh

Čínský trh je velmi rozdílný oproti evropskému, a tak se musí i nabídka automobilů přizpůsobit potřebám místních zákazníků. Na tomto trhu je velká obliba vozů kategorie sedan, kterých se jen za rok 2013 prodalo více než 12 miliónů kusů. Právě tato kategorie by měla být nejvíce obsažena v nabídce této automobilky.

Čínský zákazník hledá automobil, který by mohl využívat nejen ke své osobní přepravě, ale i k převozu svých zavazadel. Automobily výše uvedené kategorie tyto požadavky splňují více než dostatečně. Mělo by se jednat o automobil za přijatelné pořizovací náklady. Velmi důležitým aspektem je také bezpečnostní úroveň automobilu, na kterou se současný čínský zákazník také hodně soustředí. Hlavně z tohoto pohledu současné automobily značky Škoda spadají díky výše uvedeným aspektům mezi nejlépe hodnocené automobily a nebylo by to jistě i tak v případě automobilů vyrobených přímo pro místní trh, kdy cenu auta pomáhají snížit nižší mzdy. Takový automobil by měl mít nízké provozní náklady a přijatelnou spotřebu pohonných hmot. Místní zákazník preferuje zejména ten automobil, který je poháněn benzinovou pohonnou jednotkou. Variabilita motorů se tak značně omezuje, jelikož se nemohou do nabídky zařadit i motory spalující naftu.

Značka Škoda by tak měla mít v nabídce automobil, který by tyto požadavky splňoval. Pro namodelovaného zákazníka by byl ideální automobil zkonstruovaný na základech českého vozu Škoda Rapid. Tento automobil splňuje vše, co čínský zákazník očekává – osobní prostor je dostatečně velký, aby pojmul pět dospělých cestujících, je

vybavený velkým zavazadlovým prostorem a splňuje dnešní standardy v bezpečnosti a tomu odpovídající vybavení. Přibližná cena tohoto automobilu by se měla v přepočtu pohybovat kolem 250 000 Kč (tj. 64 599 juanů).

Pro movitější zákazníky, kteří požadují moderní automobily, jak z pohledu bezpečnosti, tak vnitřní výbavy a stále uvažují o kategorii vozů sedan respektive liftback. V takovém to provedení se jedná o automobil, kde se společně s víkem kufru otevírá zadní okno. Proto by v nabídce jistě neměl chybět automobil shodný nebo blízce podobný Škodě Octavia, která si na všech obsazených trzích dosáhla velké obliby a jistě by to tak bylo i v případě čínského trhu. V současné době je to automobil postavený na nejmodernější technice, a splňující tak nej přísnější bezpečnostní normy. Tento automobil dosahuje v rozměrech vnitřního prostoru téměř bezkonkurenčních hodnot ve své třídě. U tohoto by jistě již cena dosahovala jiné hodnoty než v případě zmíněné Škody Rapid. Cena automobilu by se dala odhadnout pro místní poměry na cenu přibližně 200 tisíc juanů (cca. 770 000Kč).

Dalším velice oblíbeným segmentem na čínském trhu jsou vozy kategorie SUV, kterých se za rok 2013 prodalo téměř 3 miliony kusů. Právě takový vůz by se také v nabídce značky Škoda měl objevit, a to především vůz Škoda Yeti, který splňuje požadavky jak městského vozu, tak i automobilů do lehkého terénu (což by ocenili zákazníci žijící na venkově). Právě automobil této kategorie působí pro zákazníky bezpečněji právě vyšší pozici za volantem a zdánlivě lepším vnitřním prostorem. Velkého úspěchu by jistě zaznamenal vůz vybavený sedmi místy k sezení, mnohem větším vnitřním prostorem pro cestující a zavazadla. Jak je tradicí automobilky, tak by byl případný vůz vybaven moderní výbavou a pohonnými jednotkami, které by dosáhly optimálních provozních nákladů.

Na trhu by s největší pravděpodobností mohl mít úspěch i automobil postavený na současné platformě VW Transport T5 nebo budoucí T6. Právě takový automobil by se v následujících letech mohl dostat do nabídky v Evropě vyráběných škodovek a následně by mohla být výroba převedena do této oblasti. Automobil by mohl oslovit zákazníky, kteří hledají velký automobil pro svoji osobní přepravu. Automobil by mohl být také využit jako užitkový pro lehkou nákladní dopravu.

Třetí nejprodávanější vozidla jsou vozy typu rodinných MPV, kterých se v roce 2013 prodalo více než 1,3 milionů kusů. Tento automobil momentálně v nabídce značky Škoda chybí. Předpokládá se však, že v blízké době by se měla objevit náhrada již nevyráběného modelu Škoda Roomster. A jak již bylo zmíněno, tak právě osobní prostor pro cestující je velmi důležitý. Výhodou této značky je výborné ergonomické řešení vnitřního prostoru automobilů značky Škoda. Pro evropského nástupce modelů Roomster se očekává nárůst rozměrů ve všech kategoriích a zlepšení celkové úrovně zmíněného automobilu. A jistě by to bylo přínosné pro vůz upravený pro místní trh, protože by uspokojil místní zákazníky. Ač je v Číně upřednostňována politika jednoho dítěte, tak poptávka po takových to automobilech není příliš velká v porovnání s ostatními kategoriemi, ale stále by se značka Škoda mohla jistou částí podílet na prodejkách v tomto segmentu, když by vůz předvedl své kvality mezi ostatními automobily. Ale právě cena automobilu je stále pro zákazníka velice důležitá a ta by se v ideálním případě měla pohybovat kolem 103 tisíc juanů (cca. 400 000 Kč).

Mezi obyvateli vyšší střední třídy jsou velmi populární automobily luxusních a prémiových značek. Značka Škoda do této kategorie nepatří, ale i ve své současné nabídce má výrobce automobil vyšší střední třídy s označením Škoda Superb. Tento vůz slaví velké úspěchy na evropských trzích, svými rozměry a moderní použitou technikou se řadí na vrchol této kategorie a jistě by zaznamenal velký prodejní úspěch i na čínském trhu. Samozřejmě i cena by byla poněkud vyšší, dala by se očekávat zhruba ve výši 1 548 000 Kč (v přepočtu 400 000 juanů).

Další kategorii představují malé hatchbacky, do kterých patří Škoda Fabia. Tyto automobily na čínském trhu nejsou příliš populární a místní zákazníci tolik nepřitahují jako větší sedany. V současné době, kdy je snaha snížit hustotu provozu ve velkých městech, by automobily této kategorie mohly zaznamenat úspěch. Právě kvalita ve zpracování a bezpečnosti by mohla oslovit místní zákazníky. Cena takového vozu by se mohla pohybovat v rozmezí 60-70 tisíc juanů. (cca. 232-270 tisíc Kč).

Pozici automobilky by také mohla vylepšit současná rozvinutá distributorská a servisní síť jiných koncernových značek, a to především značky Volkswagen, která má již dlouholetou tradici na tomto trhu.

6 ZÁVĚR

Tento trh je pro automobilku Škoda Auto, a. s. velice důležitý, jelikož se jedná o dynamicky se rozvíjející trh s obrovskou kupní silou. Každý rok místní trh s osobními automobily roste o několik procentních bodů. A tak se chce každý výrobce podílet svým způsobem na uspokojení potřeb místních zákazníků a rozšíření svých výrobků.

Pro Škodu Auto je velká výhoda, že patří do koncernu VW, který v Čínské lidové republice působí několik desítek let a vybudoval si tak silnou pozici na tomto trhu a mezi běžnými občany patří preferované nabízené osobní automobily. A právě z této spolupráce může těžit i česká automobilka, od které se předpokládá, že bude dosahovat stejných kvalit jako VW. Ve prospěch volby čínského zákazníka stojí i atraktivní design vozu a právě sdílené technologie se zavedeným a vysoce úspěšným výrobcem.

Na tomto trhu se v současné době nejvíce rozvinula poptávka po automobilech kategorie sedan, kterých se ročně prodá několik miliónů kusů. Automobily tohoto druhu by se měly stát hlavní položkou v nabídce automobilky. Právě rozpětí mezi nižší střední a vyšší střední třídou by mělo automobilce zajistit velké prodejní úspěchy na tomto trhu jak u zákazníků ze soukromého sektoru, tak i ze strany státní správy, která ročně poptává několik tisíc cenově dostupných automobilů. Samozřejmě nelze opomenout jiné segmenty, které jsou hojně poptávané a zaznamenávají také miliónové prodeje.

V případě této automobilky se dá předpokládat rozšiřování jak modelové řady na tomto trhu, tak hlavně tržního podílu a navyšování výroby a následně i prodeje nových automobilů značky Škoda. V současné době se značka podílí několika procenty na tomto trhu s prodejem kolem cca. 250 000 automobilů za rok. A právě tento počet bude jistě kopírovat trend zvyšování prodejů osobních automobilů, kdy tento největší světový trh každoročně roste o téměř deset procent. Možným důležitým krokem k výraznějšímu proniknutí na trh může být i příprava elektromobilů pro evropský trh, kdy tato výroba by se mohla následně přesunout i do Číny a být tak součástí místních vlád, které by mohlo vést ke snížení velikých měst.

7 SEZNAM LITERATURY A INTERNETOVÝCH ZDROJŮ

7.1 Literatura

- [1] AAKER, David A a Vilém JUNGSMANN. Brand building: budování značky : vytvoření silné značky a její úspěšné zavedení na trh. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2003, xiv, 312 s. Business books. ISBN 8072268856
- [2] KELLER, Kevin Lane. Strategické řízení značky. 1. vyd. Praha: Grada, 2007, 796 s. Expert (Grada Publishing). ISBN 9788024714813
- [3] KEŘKOVSKÝ, Miloslav. Ekonomie pro strategické řízení: teorie pro praxi. Vyd. 1. Praha: C.H. Beck, 2004, xii, 184 s. C. H. Beck pro praxi. ISBN 8071798851
- [4] KOUDELKA, Jan. Segmentujeme spotřební trhy. 1. vyd. Praha: Professional Publishing, 2005, 145 s. ISBN 8086419762
- [5] MACHKOVÁ, Hana, Alexej SATO a Miroslava ZAMYKALOVÁ. *Mezinárodní obchod a marketing*. 1. vyd. Praha: Grada, 2002, 266 s. ISBN 8024703645
- [6] MAIER, Karel. Ekonomika územního rozvoje. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2000, 142 s. ISBN 80-7169-644-7
- [7] NEUMAIER, Ivan a Inka NEUMAIEROVÁ. *Výkonnost a tržní hodnota firmy*. 1. vyd. Praha: Grada, 2002, 215 s. ISBN 8024701251
- [8] PRAŽSKÁ, Lenka a Jiří JINDRA. *Obchodní podnikání: retail management*. Vyd. 1. Praha: Management Press, 1997, 880 s. ISBN 8085943484
- [9] SYNEK, Miloslav. Podniková ekonomika. 3. přeprac. a dopl. vyd. Praha: C.H. Beck, 2002, xxv, 479 s. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 8071797367
- [10] Výroční zpráva Škody Auto, a.s. za rok 2012
- [11] Výroční zpráva Škody Auto, a.s. za rok 2013

7.2 Internetové zdroje

- [12] Additional funds for new-energy vehicles from 2016. In: FUSHENG, Li a Gao YUAN. Chinadaily [online]. [cit. 2015-01-20]. Dostupné z: http://www.chinadaily.com.cn/business/motoring/2014-07/22/content_17880004.html
- [13] BARRIS, Michael. Global electric car sales stall despite industry's growth. *Chinadaily* [online]. 4th. July 2013. Chinadaily, 2013 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: http://www.chinadaily.com.cn/business/motoring/2013-07/04/content_16723636.htm
- [14] BLOOMBERG NEWS. China Auto Sales Climb 13% Led by Foreign Carmakers. *Bloomberg: Bloomberg Business* [online]. June 10, 2014. Bloomberg, 2014 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: <http://www.bloomberg.com/news/articles/2014-06-10/china-auto-sales-climb-13-led-by-foreign-carmakers>
- [15] Český export táhnou nejen auta, ale i solární panely do Japonska či hračky do Číny. In: ŠITNER, Roman. *Hospodářské noviny* [online]. 20.2.2013. [cit. 2015-01-20]. Dostupné z: <http://byznys.ihned.cz/c1-61734560-cesky-export-tahnou-nejen-auta-ale-i-solarni-panely-do-japonska-ci-hracky-do-ciny>
- [16] Čínský automobilový průmysl dále roste, letos vyrobí více nových aut než ten evropský. In: PROKOPEC, Petr. [online]. [cit. 2015-01-20]. Dostupné z: <http://www.autoforum.cz/bleskovky/cinsky-automobilovy-prumysl-dale-roste-letos-vyrobi-vice-novych-aut-nez-ten-evropsky>
- [17] China Economy. In: EW WORLD ECONOMY TEAM. *Economywatch* [online]. 4. June 2013. [cit. 2015-01-20]. Dostupné z: http://www.economywatch.com/world_economy/china
- [18] China car probes aim for fair market: association. In: XINHUA. [online]. [cit. 2015-01-20]. Dostupné z: http://www.chinadaily.com.cn/business/motoring/2014-08/09/content_18279109.html
- [19] China vehicle sales race ahead. In: FANGFANG, LI. [online]. [cit. 2015-01-20]. Dostupné z: http://www.chinadaily.com.cn/business/motoring/2014-01/09/content_17224804.html
- [20] CHINADAILY. China Auto Sales Rose 2.45% in 2011 to 18.5 Million. *Chinadaily* [online]. February 1st, 2012. Chinadaily, 2012 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: <http://chinaautoweb.com/2012/02/china-auto-sales-rose-2-45-in-2011-to-18-5-million/>

- [21] CHINADAILY. In China, Volkswagen thinks small to score big. *Chinadaily* [online]. September 16th, 2014. Chinadaily, 2014 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: http://www.chinadaily.com.cn/business/motoring/2014-09/16/content_18605204.htm
- [22] CHINAAUTOWEB. Most Popular Cars in China: The 2012 List. *Chinaautoweb* [online]. January 10th, 2013. Chinaautoweb, 2013 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: <http://chinaautoweb.com/2013/01/most-popular-cars-in-china-the-2012-list/>
- [23] CHINAAUTOWEB. Best-selling Cars in China: the Top 100 Sedans of 2013. *Chinaautoweb*[online]. January 10th, 2014. Chinaautoweb, 2014 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: <http://chinaautoweb.com/2014/01/best-selling-cars-in-china-the-top-100-sedans-of-2013/>
- [24] CHINAAUTOWEB. 2013 Passenger Vehicle Sales by Brand. *Chinaautoweb* [online]. January 15th, 2014. Chinaautoweb, 2014 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: <http://chinaautoweb.com/2014/01/2013-passenger-vehicle-sales-by-brand/>
- [25] CHINAAUTOWEB. 2012 China Passenger Car Sales by Brand. *Chinaautoweb* [online]. January 20th, 2013. Chinaautoweb, 2013 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: <http://chinaautoweb.com/2013/01/2012-china-passenger-car-sales-by-brand/>
- [26] CHINAAUTOWEB. 2013 Passenger Vehicle Sales by Brand. *Chinaautoweb* [online]. January 15th, 2014. Chinaautoweb, 2014 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: <http://chinaautoweb.com/2014/01/2013-passenger-vehicle-sales-by-brand/>
- [27] CHINAAUTOWEB. Half-year Results of All Passenger Car Makers in China. *Chinaautoweb* [online]. July 9th, 2014. Chinaautoweb, 2014 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: <http://chinaautoweb.com/2014/07/half-year-results-of-all-passenger-car-makers-in-china/>
- [28] FANGFANG, LI. Vehicle sales overtake Europe in 2012. *Chinadaily* [online]. February 1st, 2012. Chinadaily, 2013 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: http://www.chinadaily.com.cn/business/2013-01/10/content_16100877.htm
- [29] FUSHENG, Li a Gao YUAN. Additional funds for new-energy vehicles from 2016. *Chinadaily* [online]. 22th. July 2014. Chinadaily, 2014 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: http://www.chinadaily.com.cn/business/motoring/2014-07/22/content_17880004.htm

- [30] 'New' economies to boost global auto sales. In: FUSHENG, Li. [online]. [cit. 2015-01-20]. Dostupné z: <http://wo.chinadaily.com.cn/view.php?mid=118377&cid=96&isid=1620>
- [31] XIN, Zheng. China's struggling automakers jump on SUV boom. *Fox news* [online]. May 08, 2013. Fox news, 2013 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: <http://www.foxnews.com/leisure/2013/05/08/china-struggling-automakers-jump-on-suv-boom/>
- [32] XIN, Zheng. China Auto Sales Climb 13% Led by Foreign Carmakers. *Chinadaily* [online]. 15th. December 2012. Chinadaily, 2012 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: http://www.chinadaily.com.cn/business/motoring/2012-12/15/content_16114415.html