

AUTO'S ALS BROODJES

Ook voor autoproducenten biedt China weidse perspectieven. De grootste automarkt ter wereld zal de komende jaren nog stevig groeien.



TEKST: BERT VAN DIJK
(FREELANCECORRESPONDENT IN SJANGHAI)

In Peking gaan elke dag tweeduizend nieuwe auto's de weg op. Maar niet alleen in de Chinese hoofdstad raken mensen verslingerd aan de auto, ook in de rest van het land worden auto's verkocht als broodjes bij de warme bakker. Terwijl veel westerse landen te maken hebben met krimpende verkopen, werden er in China vorig jaar 46 procent meer auto's verkocht dan in het jaar ervoor. Met 13,6 miljoen verkochte auto's is China inmiddels de grootste automarkt ter wereld geworden.

En de groei is er allerm minst uit. Op de grote internationale autoshow in Peking, die afgelopen week plaatsvond, buitelden de experts en bestuurders over elkaar heen met optimistische verwachtingen voor de komende jaren. Het Amerikaanse AlixPartners, dat in april een groot rapport publiceerde over de auto-industrie in China, concludeert op basis van interviews met autobestuurders dat de groei in de komende vijf jaar elk jaar minstens 20 procent zal bedragen.

BELANGRIJKSTE FUNDAMENT

Een snel toenemend welvaartsniveau en stimuleringsmaatregelen van de overheid, zoals subsidies op de aanschaf van kleine en zuinige auto's, zijn het belangrijkste fundament onder de auto-industrie in China. Geen wonder dus dat Chinese en westerse merken China speerpunt maken in hun strategie. Geely, de grootste particuliere autofabrikant in China en koper van Volvo, verwacht in 2015 twee miljoen auto's te verkopen (exclusief Volvo), vergeleken met een verwachte 400.000 auto's dit jaar. Beijing Automotive, het grootste staatsbedrijf in Peking, heeft op dit moment drie autofabrieken in aanbouw en nog eens twee fabrieken



waar bedrijfsauto's zullen worden geproduceerd. BYD, de autofabrikant in het zuiden van China, verkocht vorig jaar 480.000 auto's en rekt voor dit jaar op minstens 800.000. Buitenlandse merken zijn al even bullish over de Chinese markt. Of het nu gaat om BMW, Volkswagen of Nissan, allemaal verwachten ze de komende jaren hun afzet daar flink te kunnen verhogen. Terwijl China in het verleden vooral een afzetmarkt voor goedkope, saai ogende auto's was, is het land nu ook een aantrekkelijke markt geworden voor het luxesegment van de auto-industrie. Lamborghini, Spyker, Aston Martin, Rolls Royce, allemaal waren ze met een stand aanwezig in Peking. Ferrari gebruikte de autoshow in Peking zelfs voor de officiële lancering van de Ferrari F99

GTO, de snelste Ferrari ooit. En ook de Chinese merken zelf ontwikkelen inmiddels limousines en dure sportauto's. Maar naast het aanbieden van luxueuze, benzine slurpende auto's, investeren bijna alle Chinese merken tegelijkertijd miljoenen dollars in de ontwikkeling van schone auto's.

BEREN OP DE WEG

Al dat optimisme over de Chinese automarkt vertroebelt het zicht op de risico's. In het openbaar uiten topbestuurders nauwelijks zorgen over de explosieve groei in China. Maar er zijn wel degelijk beren op de weg. Zo is de auto-industrie in China hevig gefragmenteerd. Het marktaandeel van de top 5-merken bedraagt in China slechts 50 procent en de top 10 komt niet verder dan 73 procent, vergeleken met bijvoorbeeld 95 procent in Duitsland.

Die fragmentatie, in combinatie met grote uitbreidingsplannen van bijna alle Chinese autoproducenten kan in de toekomst tot problemen leiden. Overcapaciteit dreigt en met oplopende materiaalkosten en hevige prijsconcurrentie kan dat een gevaarlijke combinatie betekenen en het feest op de jubelende Chinese automarkt verstoren.

De Chinese overheid lijkt zich wel bewust van de risico's. Ze stimuleert Chinese automakers samen te gaan en wil het aantal grote autoproducenten in China terugbrengen van veertien tot maximaal tien in 2012. Dan moeten er ook twee of drie autoreuzen zijn gecreëerd. Daarnaast houdt Peking de uitbreidingsplannen van producenten nauw in de gaten. Goedkeuring voor capaciteitsuitbreiding volgt alleen nog wanneer de betreffende automaker samengaat met een andere speler. ■