

Châu Âu, thị trường quan trọng của các nhà sản xuất xe hơi

Tác Giả: Thanh Hà

Thứ Bảy, 29 Tháng 9 Năm 2012 18:35

Thị trường của châu Âu đang thụt ba, sau Trung Quốc và Hoa Kỳ.



*Hội chợ xe hơi quốc tế Paris trong ngày đầu tiên mở cửa cho công chúng 29/09/2012.
REUTERS/Christian Hartmann*

Hội chợ xe hơi Paris chính thức mở cửa đón công chúng từ ngày 29/09/2012 đến 14/10/2012. Bất chấp khủng hoảng kinh tế, Châu Âu vẫn là thị trường xe hơi hấp dẫn vào bậc nhất.

Đi với các hiệu xe hơi quốc tế, thị trường châu Âu vốn là một « phòng thí nghiệm quan trọng của việc phân phối sản phẩm thu hút lòng người thu hút thị trường ».

Chủ tịch Hiệp hội các tập đoàn xe hơi quốc tế, Patrick Blain lo ngại là trong ngắn hạn hai thị trường của Mỹ và Châu Âu không có tiềm năng tăng trưởng nhanh.

Các thị trường kém phát triển báo thị trường xe hơi Pháp trong năm nay giảm 10 % so với năm ngoái, và nhìn rộng ra toàn khối 27 nước thành viên Liên Hiệp Châu Âu thì sụt đó sẽ là 8 %.

Thị trường đi ứ đọng không có nghĩa rằng các nhà sản xuất sẽ là với châu Âu. Hiện tại 15 triệu chiếc xe được bán ra trên thị trường Hoa Kỳ và châu Âu cũng đang kỳ vọng đẩy mạnh xe lên ngang với mức đó. Thị trường của châu Âu đứng thứ ba, sau Trung Quốc và Hoa Kỳ.

Ngày nay tập đoàn 80 tuổi kiểm soát các hãng xe Nhật, rồi khi tới là các tập đoàn xe hơi Hàn Quốc đã tiến công thị trường châu Âu.

Sau đó nữa là các tập đoàn Mỹ, như Chevrolet. Đi với Chevrolet, thì 2011 là năm thứ 5 liên tiếp doanh thu trên thị trường Pháp gia tăng.

Hiện tại, với những kiểu xe như Picanto, hãng xe Hàn Quốc Kia Motors, một chi nhánh của Hyundai đang chiếm 2,1 % thị trường châu Âu và đang đưa mục đích nâng thị phần lên thành 3 % vào năm 2016.

Riêng tại Pháp của Kia lẫn Hyundai cùng đang nuôi nhieu tham vọng. Thậm chí Kia muốn trở thành 1 trong 10 hiệu xe được công nhận tại Pháp của chuồng nhieu.

Theo lời thị trường giám đốc chi nhánh Hyundai tại Pháp thì châu Âu là một thị trường « Đột ra nhieu thách thức cho các nhà sản xuất, đặc biệt do chính sách thuế khóa và quy định về lượng khí CO2.

Thị trường này cũng là nơi mà cạnh tranh rất căng thẳng và nơi mà các nhãn hiệu luôn luôn phải cố gắng để làm vừa lòng khách hàng và có sức thu hút cao ».