

Dragon on wheels

De toekomst van Chinese merken in de bedrijfsvloot



Inleiding

In 2023 reden er 16 verschillende Chinese merken over de Belgische wegen. Voorlopig vertaalt zich dat nog niet in een hoog aantal inschrijvingen van nieuwe Chinese voertuigen (4.000 van de ruim 374.000 in 2022, dat is ongeveer 1%). Hoe dan ook is de Chinese voertuigensector aan het groeien en gaan we de komende jaren op bedrijfsparkings — naast de traditionele merken uit Europa en Azië — wellicht ook meer voertuigen uit China zien staan.

Maar wat is de perceptie van deze Chinese merken bij de Belgische consument? Moet je deze voertuigen als fleetmanager stilaan in overweging nemen voor je vloot? Hoe waarschijnlijk is het dat je bestuurders op korte termijn voor zo'n Chinees model gaan kiezen? En wat zijn de factoren die bepalen waarom ze dat wel of niet doen?

Met deze vragen in het achterhoofd lanceerde ALD Automotive | LeasePlan, samen met marktonderzoeksbureau GfK, een grootschalig onderzoek bij Belgische consumenten. Aan de ene kant legde GfK de bevraging voor aan een ruime groep van

1.204 Belgen met een voertuig (waarvan meer dan de helft particulieren), en anderzijds vulden ook 2.211 bedrijfswagenbestuurders van ALD Automotive | LeasePlan de vragenlijst in.

Wat opvalt? Chinese merken hebben vooral af te rekenen met de slechte reputatie van hun land van herkomst en met het negatieve kwaliteitslabel dat we nog steeds aan 'made in China'-producten hangen. In deze whitepaper gaan we dieper in op de meest opvallende resultaten en conclusies uit het onderzoek en blikken we vooruit op het potentieel van Chinese voertuigen voor het Belgische wagenpark.

1 Waarom bestuurders (nog) niet voor Chinese merken kiezen

De populairste voertuigen op de Belgische automarkt komen nog altijd uit Duitsland. Zo'n 55% van de respondenten geeft de voorkeur aan een Duits merk. Bij bestuurders van een leasewagen ligt dat aandeel zelfs nog iets hoger (69%). Frankrijk en Japan mogen mee op het podium, terwijl ook Zweden redelijk sterk scoort bij leasewagens, maar het verschil met de Duitse modellen blijft groot. China staat in deze ranglijst onderaan genoteerd. Als we de vraag omkeren – welk land van oorsprong het minst de voorkeur geniet – dan springt China plots wel naar de top. 42% van de ondervraagde Belgische bestuurders wil liever geen Chinees voertuig – bij bestuurders met een leasewagen is dat aandeel 52%.

Gebrek aan vertrouwen

Waarom de Belgische bestuurder vooralsnog niet voor een voertuig van Chinese makelij kiest? De belangrijkste reden blijkt China zelf te zijn. Het land moet tegen heel wat vooroordelen opboksen, wat ook de populariteit van de Chinese merken niet ten goede komt. In 2 op de 3 gevallen (66%) wekt China negatieve gevoelens op bij bestuurders van een bedrijfsvoertuig. Het grootste struikelblok is de reputatie van het land zelf en het wantrouwen over de producten die China produceert. Met name maken de respondenten zich zorgen over de kwaliteit van producten die uit China afkomstig zijn.

Gebrek aan vertrouwen is dus het grootste obstakel dat Chinese merken zullen moeten overwinnen vooraleer ze een versnelling hoger kunnen schakelen. Daarnaast noemen GfK-respondenten (Belgen met een voertuig) ook het beperkte aantal dealers in België als reden (37%) die bepalend is voor het matige succes van Chinese voertuigen. Ook het feit dat veel Belgen met een voertuig (56%) bij het kiezen van een nieuw voertuig trouw blijven aan hun huidige merk (50%) en dealer (70%), speelt niet in het voordeel van de nieuwkomers uit China.



2 Prijs en technologie zijn troeven van Chinese voertuigen

Ondanks de negatieve perceptie van China als land toont het onderzoek aan dat Chinese merken wel potentieel hebben bij een Belgisch publiek. Zo'n 52% van de respondenten met een leasewagen denkt dat een Chinees voertuig toch een goede deal is. De aantrekkelijke prijs van de Chinese modellen is de voornaamste reden waarom bestuurders bepaalde merken zouden overwegen.

Die lagere prijs maakt zeker deel uit van de algemene perceptie die mensen van Chinese voertuigen hebben. Zo is 7% tot 20% van de respondenten met een leasewagen bereid om een Chinees model met een uitermate gunstige prijs te overwegen boven een gevestigd merk. Het idee dat elektrische voertuigen uit China in het algemeen minder kosten dan elektrische voertuigen van traditionele merken, zou straks een belangrijke factor kunnen blijken.

Knap design en hoogtechnologisch

Op lange termijn hoeft het prijskaartje overigens niet de enige troef van de Chinese voertuigen te zijn. Zo geeft bij de respondenten met een leasewagen die China als minst geprefereerd land aangegeven hebben, slechts 30% aan dat het uiterlijk van het voertuig niet in de smaak valt en denkt een minderheid (25%) dat ze niet veilig zijn. Wanneer de deelnemers van het onderzoek een foto te zien krijgen van voertuigen zonder logo, dan wordt de algehele perceptie van Chinese modellen plots ook veel positiever.



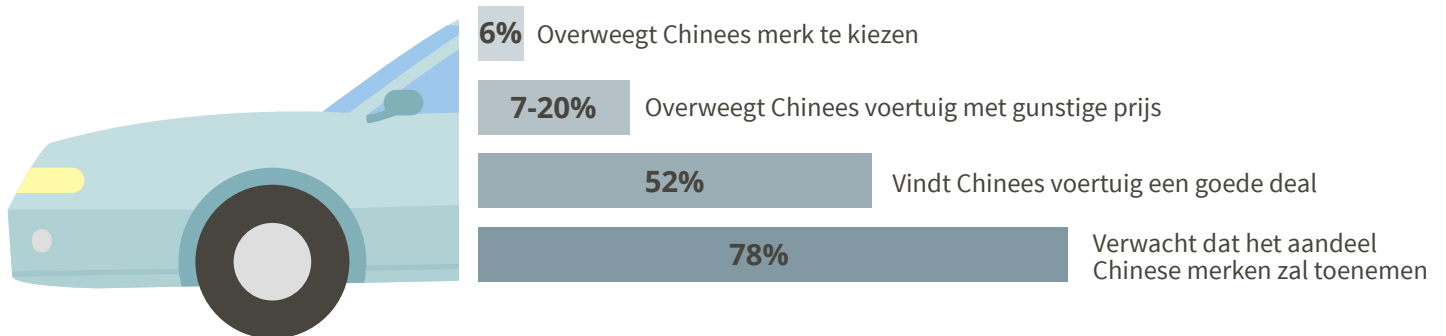
Prijs en technologie zijn troeven van Chinese voertuigen

Een voorbeeld: bij het bekijken van een foto waarop een Chinees voertuig zonder logo afgebeeld staat, blijken respondenten te denken aan een veilig (82%), technologisch geavanceerd (72%), goed uitgerust (66%) en knap ontworpen (64%) voertuig.

Enkele leuke weetjes: de gemiddelde deelnemer van het onderzoek (Belgen met een voertuig) had het moeilijk om de Chinese voertuigen te onderscheiden van andere modellen, terwijl bestuurders met een bedrijfsvoertuigen hier opmerkelijk vaker in slaagden. Daarnaast merken we op dat de modellen uit China het vaakst geassocieerd worden met voertuigen van de Koreaanse constructeurs.

Tot slot nog een laatste troef van de Chinese voertuigenindustrie: uit het onderzoek blijkt dat baanbrekende technologie bij bestuurders met een bedrijfsvoertuig in de top drie staat van de opties die ze bij de selectie van een nieuw voertuig in overweging nemen. Want als het op technologische ontwikkelingen aankomt, is China tegenover de andere landen één van de koplopers.

De toekomst van Chinese voertuigen?



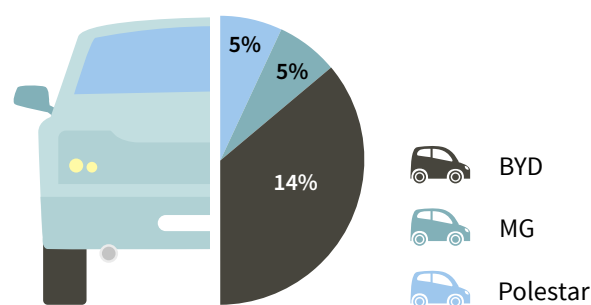
3 Een blik op de toekomst

Hoewel het aantal Chinese voertuigen op Belgische wegen vandaag nog beperkt is, verwacht 78% van de deelnemers met een leasewagen dat het aandeel van deze merken – ondanks de negatieve perceptie – in de komende jaren zal toenemen. Dit cijfer is het hoogst bij mannelijke bestuurders (83%) en bij mensen die nu al elektrisch rijden (84%). Dat laatste hoeft niet te verwonderen, want de meerderheid denkt dat goedkopere elektrische modellen de groei van Chinese merken zullen bevorderen.

Ook het feit dat Chinese producenten zich steeds beter aanpassen aan de Europese markt, is volgens het onderzoek een voordeel. Hoe dan ook, het imago van de Chinese voertuigenbouwers staat onder druk. De grootste uitdaging is wellicht het wegnemen van het wantrouwen bij het publiek en het doorbreken van de stereotypen die Chinese merken nog vaak meesleuren. Zeker het idee dat de voertuigen van mindere kwaliteit zijn, is ongegrond. Zo beschikken verschillende merken uit China over een vijfsterrenrating, de maximumscore die de onafhankelijke organisatie Euro NCAP aan de meest veilige modellen toekent. De voertuigen voldoen uiteraard ook aan de Europese veiligheidsnormen. Tot slot is onbekend zoals altijd ook onbemind. Het Belgische publiek is nog volop aan het kennismaken met de Chinese automarkt.

Van de 16 modellen die in ons land beschikbaar zijn, doen veel namen voorlopig nog geen belletje rinkelen. Het model dat respondenten uit de GfK-studie (Belgen met een voertuig) het vaakst tegenkomen in advertenties is met voorsprong BYD (14%). Ook MG (5%) en Polestar (5%) vallen wel op in reclame.

Chinese merken die meest opvallen in reclame?



Conclusie: is je vloot klaar voor Chinese merken?

Bij de keuze voor een nieuw voertuig genieten de vertrouwde Duitse merken nog steeds de voorkeur. Chinese merken hebben nog een inhaalbeweging te maken. Vooral het eerder negatieve imago van het land van herkomst en van het 'Made in China'-label schrikken consumenten vandaag nog af. Op de vraag hoe groot de kans is dat bestuurders straks voor een Chinees merk zullen kiezen, antwoordt slechts 6% van de bestuurders met een leasewagen dat ze dit zeker overwegen.

Ondanks die mindere perceptie hebben de voertuigen zelf een pak troeven te bieden. Telkens het onderzoek een Chinees voertuig toonde zonder er expliciet bij te vermelden dat het om een voertuig uit China ging, helde de balans volledig over in het voordeel van het Chinese model. Het aanbod Chinese voertuigen groeit snel, veel modellen zijn uitgerust met de meest recente technologische snufjes, ze bieden een aantrekkelijke prijs-kwaliteit (zeker in het kader van de elektrificatie van het wagenpark), en ze voldoen aan alle veiligheidsnormen.

Onbekend is in dit geval dus duidelijk onbemind. Alle ingrediënten zijn voor de Chinese merken aanwezig om in de komende jaren een flinke opmars in te zetten en een plaats in het Belgische wagenpark te veroveren. Vooral in de productie- en fabricagesector en de IT-sector zien we dat er alvast meer openheid bestaat voor de nieuwe Chinese merken als leasewag. Wanneer volg jij?

Interesse in Chinese modellen voor jouw bedrijfsvloot?

Contacteer ons!

