

Čínský automobilový luxus vytlačuje z domácího trhu Porsche, Mercedes i Ferrari



Vladimír Löbl
3. září 2025

Všichni se báli, že Číňané zahltí svět malými lacinými auty. Jenže oni udělali něco, co čekal málokdo – vytlačují západní prémiové značky z jejich vlastního čínského hřiště. Eldorado skončilo a Číňané vzkazují: „Děkujeme, vaše drahá auta už nepotřebujeme. Máme svá.“ Podívejte se na velkou galerii čínského luxusu.

Načítají se informace o videu...

Luxusní sedan Maextro S800 kopíruje vozy Rolls-Royce a přidává špičkovou technologii | (2:23) | video: PowerTorqueYT/Huawei

S více než 30 miliony prodaných vozů ročně je Čína největším automobilovým trhem na světě, daleko před Spojenými státy i Evropou. Není divu, že pro evropské, japonské i americké značky se Říše středu stala zlatým dolem. Němečtí výrobci, jako třeba BMW, dokonce navrhovali speciální verze s prodlouženým rozvorem jen pro čínský trh, aby vyhověli poptávce po prostornějších rodinných autech. Ani to ale nestačilo.





Čínští výrobci pochopili, že cesta k úspěchu nevede jen přes technickou dokonalost, ale hlavně přes zábavu a technologickou vyspělost. Jejich vozy mají integrované karaoke, aplikace na rezervaci večeře v restauraci nebo funkce pro chytrou domácnost. Prodejními argumenty už nejsou jen koně pod kapotou, ale barevné displeje a vychytávky, které západní značky donedávna ignorovaly.

A zpočátku měly i rezervy v přístupu k zákazníkům. V roce 2011 nechal jeden čínský milionář na protest proti špatnému zákaznickému servisu Lamborghini v Číně zničit své supersportovní kupé Gallardo kladivý. V dramatickém protestu proti obchodním praktikám luxusních značek v Číně najal dělníky, aby veřejně rozbili auto kladivý. Demolice, která byla vysílána online, byla načasována tak, aby se shodovala s 15. březnem, Mezinárodním dnem práv spotřebitelů.

Tato událost zdůraznila rostoucí frustraci čínských spotřebitelů, kteří měli pocit, že zahraniční luxusní značky neposkytují v Číně stejnou úroveň služeb jako ve Spojených státech a Evropě, a to i přes to, že tato země je obrovským a klíčovým trhem.

Načítají se informace o videu...

[Demolice Lamborgini Gallardo](#) | (0:26) | video: youtube.com

Západní značky si z toho vzali ponaučení, ale čas stejně hrál proti nim. Číňané se rychle naučili vyrábět auta, která jsou nejen luxusní, ale především dokonale přizpůsobená jejich vlastním potřebám. A ty se od těch evropských dost liší. Zatímco my řešíme dojezd a bezpečnost, Číňané chtějí obří obrazovky, selfie kamery a konektivitu, která jim usnadní život.

Krise důvěry a úpadek prodejů

Dopad tvrdé domácí konkurence je vidět na číslech. Třeba Škoda ještě v roce 2018 prodala v Číně přes 340 tisíc aut a měla z ní svůj největší trh. Dnes prodává doslova po kusech.

Nejsilněji ale pokles zájmu čínských zákazníků zasáhl luxusní segment. Porsche, které v roce 2021 prodalo v Číně téměř 95 tisíc aut, což byla skoro třetina jeho produkce, loni spadlo na 57 tisíc vozů. A v prvním čtvrtletí letošního roku se propad prodejů meziročně zrychlil dokonce o 42 %.

Načítají se informace o videu...

[Yangwang U9 testuje bezpilotního řízení i skákání přes překážky](#) | (1:41) | video: BYD Global

Na vině jsou hlavně elektromobily. Model Taycan už nedokáže držet krok s čínskou konkurencí. Automobilky jako BYD, Nio nebo Xiaomi vyrábějí vozy s podobně fascinujícími parametry, ale za nesrovnatelně nižší ceny. Xiaomi SU7 Ultra, přímý konkurent Taycanu, má výkon 1 548 koní a stojí zhruba 64 000 eur. Nejlevnější Taycan? 110 000 eur. Důsledkem je, že Porsche zvažuje stažení modelů Taycan a Macan z čínského trhu.

Úpadek ale nepostihuje jen Porsche. Ferrari v prvním čtvrtletí dodalo do regionu (včetně

dalších, menších trhů) o čtvrtinu méně vozů. Čínská vláda navíc zavedla daň na vozidla s cenou nad 108 000 eur, což dále ztěžuje život importovaným značkám. Celková daňová zátěž pro importovaná luxusní auta s velkými motory může snadno přesáhnout 100 % jejich původní ceny.

Mnohé čínské automobilky totiž dokážou nabídnout podobný luxus za mnohem nižší cenu, a vyhnou se tak tomuto zdanění.

Ekonomický patriotismus, nebo konec okázalosti?

Proč se ale Číňané odvracejí od západních značek? Důvodů je několik. Za prvé, kvalita a technologická vyspělost domácích aut je dnes na srovnatelné, ne-li lepší úrovni. Číňané už nevidí důvod utrácet desítky tisíc eur navíc jen za prestižní logo. Proč kupovat předražené a Porsche, když můžu mít lokální auto se stejnými parametry, které je navíc vybaveno všemi moderními vychytávkami, na které jsou zvyklí?

Načítají se informace o videu...

[Prozkoumali jsme nové luxusní čínské SUV Denza N9](#) | (4:03) | video: [iDNES.tv](#)

Za druhé, vláda Si Ťin-pchinga dlouhodobě bojuje proti okázalému předvádění bohatství. Čínští spotřebitelé se učí, že je hanbou okázale ukazovat své bohatství. Možná je to i jistá forma ekonomického patriotismu – Číňané jsou hrdí na to, že si kupují domácí výrobky. V posledních letech byl proto například i Mercedes-Benz v Číně nucen snižovat ceny svých vozů, zejména kvůli intenzivní konkurenci od lokálních výrobců elektromobilů a obecné cenové válce na trhu. U některých elektrických modelů dokonce až o 50 %.

[Nejbrutálnější čínský elektrický offroad schopnostmi ohromí, posádku hýčká luxusem](#) | (3:38) | video: Václav Nývlt

A tak to, co začalo rozbíjením lamborghini kladivý jako protestem, končí přirozeným a hrdým kupováním výhradně čínských aut. Pro západní automobilky to znamená jen jedno – éra eldorada v Číně je u konce.

A bylo to mnohem rychlejší, než kdokoli čekal. Bude zajímavé sledovat, jak rychle se podaří Číňanům prosadit se svými luxusními modely na zahraničních trzích.