TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Ford tung chiến lược xe giá rẻ, cạnh tranh với các hãng ô tô Trung Quốc

11:19 30/10/2026

Trước sức ép ngày càng lớn từ các nhà sản xuất ô tô Trung Quốc, Ford đang điều chỉnh chiến lược toàn cầu theo hướng phát triển xe giá rẻ, tối ưu chi phí sản xuất và tăng cường hợp tác với các đối thủ như Geely, JMC. Đáng chú ý, hãng chuẩn bị đưa mẫu bán tải điện Fathom có giá dự kiến từ 28.000 USD ra thị trường, nhằm mở rộng tệp khách hàng và cạnh tranh trực tiếp với BYD.

Ford chuyển hướng sang xe giá rẻ để cạnh tranh với Trung Quốc

Ford Motor đang điều chỉnh chiến lược kinh doanh trước sức ép cạnh tranh ngày càng lớn từ các nhà sản xuất ô tô Trung Quốc. Thay vì chỉ tập trung vào những dòng xe có giá bán cao và lợi nhuận lớn, hãng xe Mỹ đang hướng đến phát triển các mẫu xe có chi phí thấp hơn, đồng thời tận dụng công nghệ và năng lực sản xuất thông qua hợp tác với doanh nghiệp Trung Quốc.

(Ảnh: Internet)

Phát biểu trong cuộc họp công bố kết quả kinh doanh quý III/2026, Chủ tịch kiêm Giám đốc điều hành Ford Jim Farley cho biết hãng đang triển khai chiến lược kết hợp giữa cạnh tranh trực tiếp và hợp tác với các đối thủ Trung Quốc.

Theo ông Farley, Ford vẫn duy trì hoạt động kinh doanh tương đối tốt tại các thị trường quốc tế, dù những thương hiệu Trung Quốc ngày càng mở rộng thị phần và gia tăng sức ép tại cả thị trường mở lẫn thị trường có mức độ bảo hộ cao.

Áp lực cạnh tranh lớn hiện tập trung tại khu vực Mỹ Latinh và Đông Nam Á. Đây là những thị trường Ford có hoạt động kinh doanh đáng kể với dòng bán tải Ranger, vốn giúp hãng duy trì vị thế ở phân khúc xe có giá bán cao hơn.

Tuy nhiên, Ford đang chuẩn bị thay đổi cách tiếp cận bằng việc đưa ra những sản phẩm có mức giá cạnh tranh hơn từ năm 2027.

Một trong những bước đi đáng chú ý là mẫu bán tải cỡ trung Fathom, dự kiến có giá khởi điểm khoảng 28.000 USD. Theo Andrew Frick, Chủ tịch bộ phận Ford Blue và Model e, mức giá này thấp hơn đáng kể so với mặt bằng giá ô tô mới tại Mỹ, nơi khoảng một nửa số xe đang được định giá ở mức 40.000 USD trở lên.

Ford kỳ vọng Fathom sẽ giúp hãng tiếp cận nhóm khách hàng rộng hơn nhờ giá mua ban đầu thấp, đồng thời giảm chi phí sở hữu và vận hành. Chi phí vận hành của mẫu xe mới được dự kiến thấp hơn đáng kể so với một mẫu xe hybrid thông thường.

Đáng chú ý, Fathom là mẫu xe đầu tiên phát triển trên nền tảng xe điện đa năng UEV của Ford và dự kiến được lắp ráp tại nhà máy Louisville, bang Kentucky, Mỹ. Nền tảng này được thiết kế nhằm tạo ra sản phẩm có khả năng cạnh tranh về giá thành và công nghệ với các mẫu xe điện của BYD.

Học công nghệ BYD, giảm 30% chi phí linh kiện

Để phát triển nền tảng UEV, Ford đã nghiên cứu năng lực sản xuất và lợi thế cạnh tranh của BYD trong nhiều năm, đặc biệt tại những thị trường như Mexico.

Theo lãnh đạo Ford, đây là cơ sở để hãng xây dựng các tiêu chuẩn về chi phí và hiệu quả sản xuất cho thế hệ xe điện mới, hướng tới khả năng cạnh tranh ngay tại thị trường Mỹ.

Hai thay đổi quan trọng trên nền tảng UEV nằm ở kiến trúc điện - điện tử và việc đơn giản hóa đáng kể cấu trúc linh kiện. Hệ thống điện tử được tích hợp các công nghệ hỗ trợ lái xe tiên tiến (ADAS), trong khi động cơ, hộp số và bộ biến tần được cải tiến để đạt hiệu suất cao hơn khoảng 30% so với các bộ phận

tương ứng của BYD, theo thông tin Ford công bố.

Ảnh minh họa, nguồn: Internet

Không chỉ phục vụ các dòng xe điện mới, những cải tiến về công nghệ và hiệu suất linh kiện còn được Ford mở rộng sang danh mục xe hybrid.

Giám đốc điều hành Ford Kumar Galhotra cho biết các công nghệ nâng cao hiệu quả động cơ và linh kiện đang được áp dụng trên toàn bộ danh mục sản phẩm của hãng. Về lâu dài, những cải tiến này sẽ được mở rộng trong toàn tập đoàn, bao gồm cả các liên doanh với Geely và Jiangling Motors Corporation (JMC).

Chiến lược này cho thấy Ford không chỉ cạnh tranh với các hãng xe Trung Quốc bằng thương hiệu và hệ thống phân phối truyền thống, mà còn chủ động học hỏi cách tối ưu thiết kế, công nghệ và quy trình sản xuất của đối thủ.

Ford bắt tay Geely, JMC để mở rộng sản xuất và xuất khẩu

Bên cạnh việc phát triển sản phẩm để cạnh tranh trực tiếp, Ford còn tăng cường hợp tác với các doanh nghiệp Trung Quốc nhằm nâng cao năng lực sản xuất, tối ưu chi phí và mở rộng hoạt động xuất khẩu.

Tại châu Âu, tháng 7/2026, Ford và Geely đã công bố thỏa thuận thành lập liên doanh sản xuất tại nhà máy Valencia của Ford ở Tây Ban Nha. Hai bên dự kiến phát triển và sản xuất các mẫu xe mang thương hiệu Ford và Geely, hướng tới thị trường châu Âu.

Theo kế hoạch, liên doanh sẽ sản xuất 3 mẫu xe đa năng lượng mang thương hiệu Ford và 2 mẫu xe điện của Geely, dự kiến bắt đầu từ năm 2028. Thỏa thuận này vừa giúp Ford tận dụng công suất nhà máy hiện có, vừa tạo điều kiện để hãng tiếp cận kinh nghiệm về chi phí, công nghệ và tốc độ phát triển sản phẩm của đối tác Trung Quốc.

Với Jiangling Motors Corporation (JMC), doanh nghiệp mà Ford sở hữu 32% cổ phần, trọng tâm hợp tác là sản xuất và xuất khẩu xe từ Trung Quốc.

Jim Farley cho biết Ford hiện là nhà sản xuất ô tô truyền thống có lượng xe xuất khẩu lớn nhất từ thị trường Trung Quốc. Hoạt động xuất khẩu của hãng đã tăng khoảng 60%, mang lại hiệu quả lợi nhuận tích cực và được xác định là một trong những hướng phát triển tiếp tục khai thác.

Kết quả kinh doanh của JMC cũng ghi nhận tăng trưởng trong 9 tháng đầu năm 2026. Doanh thu đạt 28,7 tỷ nhân dân tệ, tương đương khoảng 4,3 tỷ USD, tăng 5,5% so với cùng kỳ năm trước. Lợi nhuận ròng tăng 21%, lên 906 triệu nhân dân tệ.

Theo lãnh đạo Ford, việc hợp tác với các doanh nghiệp Trung Quốc giúp hãng cải thiện khả năng kiểm soát chi phí, tìm hiểu phương thức bản địa hóa sản phẩm và nâng cao hiệu quả sản xuất tại những thị trường khác nhau.

Đây cũng là cơ sở để Ford ứng phó với sức ép cạnh tranh tại châu Âu, nơi các thương hiệu ô tô Trung Quốc đang gia tăng hiện diện.

Ảnh minh họa, nguồn: Internet

Doanh thu quý III giảm, Ford chịu áp lực tái cơ cấu

Việc Ford đẩy mạnh chiến lược xe giá rẻ diễn ra trong bối cảnh kết quả kinh doanh của hãng vẫn đối mặt với những thách thức nhất định.

Theo báo cáo kinh doanh quý III/2026, Ford ghi nhận doanh thu 49,5 tỷ USD, giảm 2% so với cùng kỳ năm trước. Lợi nhuận ròng đạt 2,04 tỷ USD, giảm 16,3%.

Trong cuộc họp với nhà đầu tư, Jim Farley nhấn mạnh những thay đổi về công nghệ, chuỗi cung ứng, hiệu quả sản xuất và tốc độ phát triển sản phẩm sẽ là nền tảng quan trọng cho giai đoạn tiếp theo của hãng.

Thực tế, Ford đang lựa chọn cách tiếp cận linh hoạt hơn trước sự trỗi dậy của ngành công nghiệp ô tô Trung Quốc. Thay vì chỉ tìm cách bảo vệ thị phần bằng những dòng xe truyền thống, hãng chủ động nghiên cứu công nghệ của đối thủ, hợp tác sản xuất và phát triển những sản phẩm có giá bán dễ tiếp cận hơn.

Mẫu bán tải điện Fathom với giá khởi điểm 28.350 USD là phép thử quan trọng đối với chiến lược này. Tuy nhiên, khả năng cạnh tranh thực tế sẽ phụ thuộc vào việc Ford có thể duy trì mức giá mục tiêu, bảo đảm chất lượng và triển khai sản xuất quy mô lớn đúng tiến độ hay không.

Nếu thành công, chiến lược mới có thể giúp Ford mở rộng tệp khách hàng, đồng thời tạo nền tảng để hãng cạnh tranh hiệu quả hơn với các thương hiệu Trung Quốc tại Mỹ và những thị trường quốc tế.

Thảo Phương *(t/h)*