

Toyota và BMW chứng minh sự sáng suốt: Chiến lược đa năng lượng thắng thế

08:35 28/10/2025

Trong khi hàng loạt hãng xe lớn vội vàng tuyên bố "khai tử" động cơ đốt trong và dồn toàn bộ nguồn lực vào xe điện, BMW và Toyota lại kiên định với chiến lược đa dạng hóa hệ truyền động. Giờ đây, quan điểm thận trọng này được nhìn nhận là sáng suốt, khi nhiều đối thủ phải trì hoãn hoặc thậm chí "hồi sinh" lại các mẫu xe chạy xăng vì nhu cầu thị trường không bùng nổ như dự kiến.



Toyota và BMW chứng minh sự sáng suốt: Chiến lược đa năng lượng thắng thế trong kỷ nguyên xe điện

Sự vội vàng của ngành công nghiệp và sự kiên định của Toyota, BMW

Vào đầu thập kỷ, nhiều hãng xe như Volvo, Bentley và Ford châu Âu đã đặt mục tiêu cực đoan: Ngừng bán xe xăng vào năm 2030 hoặc 2032. Tuy nhiên, chỉ sau vài năm, nhiều mục tiêu đã phải rút lại do thực tế thị trường khắc nghiệt: Xe điện đắt đỏ và hạ tầng sạc ở nhiều nước còn kém phát triển.

Trong bối cảnh đó, BMW và Toyota nổi lên là hai thương hiệu kiên định với triết lý đa năng lượng:

BMW và "Power of Choice": BMW vẫn trung thành với triết lý "Sức mạnh của lựa chọn", cung cấp cho khách hàng đầy đủ các hệ truyền động: Xăng, diesel, hybrid sạc điện và thuần điện. CEO Oliver Zipse từng cảnh báo, việc chỉ tập trung vào xe điện có thể dẫn đến ngõ cụt và gây sa thải hàng chục ngàn lao động. Dù đầu tư 10 tỷ euro vào dự án xe điện Neue Klasse, BMW vẫn nâng cấp động cơ xăng I6 và V8 để đáp ứng chuẩn Euro 7.

Toyota và chiến lược cầu nối: Nhà sản xuất ô tô lớn nhất thế giới dự đoán xe điện sẽ không bao giờ vượt quá 30% thị phần toàn cầu. Thay vì đặt cược toàn bộ, Toyota tiếp tục phát triển công nghệ hybrid, nhiên liệu tổng hợp, nhiên liệu sinh học và hydro, xem đây là giải pháp thực tế cho nhiều thị trường khác nhau.

Lợi thế cạnh tranh rõ rệt

Sự kiên định này đã mang lại lợi thế cạnh tranh rõ rệt cho BMW và Toyota:

Đối thủ phải "quay xe", Porsche phải chi thêm hàng tỷ USD để "hồi sinh" mẫu Macan chạy xăng vì bản thuần điện không đạt kỳ vọng. Tương tự, các mẫu 718 Boxster và Cayman cũng phải quay lại dùng động cơ đốt trong.

Tận dụng nguồn lực trong khi các đối thủ lãng phí nguồn lực để thay đổi chiến lược liên tục, BMW và Toyota tập trung tối ưu hóa các công nghệ hiện có, bao gồm động cơ đốt trong, để phục vụ khách hàng.

Thực tế thị trường cho thấy, sự chuyển đổi sang xe điện đang diễn ra nhưng không đồng đều. Năm 2024, xe điện chiếm hơn 20% doanh số toàn cầu, nhưng tại một số khu vực như Mỹ, tỷ lệ này chỉ là 9,2%. Điều này củng cố quan điểm của BMW và Toyota: Chiến lược đa năng lượng tỏ ra thực tế và linh hoạt hơn bao giờ hết để chinh phục những thị trường có tốc độ chuyển đổi khác nhau.

Tâm An (t/h)