

Polaków Portfel Własny

Za kółkiem chińskiego auta 2025



Spis treści

03

Wstęp

**Motywacje i bariery
w wyborze chińskich aut**

06

Rozdział I.

**Co myślą Polacy
o samochodach
z Państwa Środka?**

13

Rozdział II.

**Wizerunek chińskiej
motoryzacji
w oczach Polaków**

24

Rozdział III.

37

Zakończenie.
Informacja o badaniu.

Wstęp



Polski rynek motoryzacyjny nieustannie się rozwija, a jednym z najciekawszych trendów ostatnich lat jest niewątpliwie rosnąca obecność chińskich samochodów na naszych drogach. Z danych Polskiego Związku Przemysłu Motoryzacyjnego wynika, że tylko od stycznia do września 2025 roku zarejestrowano pięciokrotnie więcej nowych samochodów z Chin niż w analogicznym okresie 2024 roku. Podobny trend ujawnia się na całym kontynencie – JATO Dynamics w swoim raporcie pokazuje, że tylko w ciągu I półrocza 2025 roku, obecność chińskich marek na europejskim rynku automotive się podwoiła. To dowód, że pojazdy te są już realną alternatywą, a jednocześnie konkurencją dla największych światowych producentów.

W naszym najnowszym raporcie „Za kółkiem chińskiego auta” przyjrzelśmy się tym zjawiskom z perspektywy polskiego konsumenta. W trzech rozdziałach zaprezentowaliśmy kompleksową analizę opinii, postaw i doświadczeń polskich kierowców związanych z chińskimi markami.

W rozdziale pierwszym sprawdzamy, jakie pochodzenie samochodów preferują Polacy i czy ze względu na niższą

cenę rozważyliby zakup chińskiego auta zamiast pojazdu pochodzącego z innego kraju. Zweryfikowaliśmy również, jak sfinansowaliby taki zakup i jakie elementy byłyby dla nich najważniejsze podczas testów.

W drugiej części przyjrzelśmy się, które technologie są przez Polaków uznawane za najlepsze lub najbardziej przydatne, a także na ile kierowcy zgadzają się z pozytywnymi opiniami, dotyczącymi m.in. ich wyglądu, innowacyjności, bezpieczeństwa, ekologii, jakości, komfortu czy wyposażenia samochodów z tej części Azji.

Trzeci rozdział skupia się na wpływie samochodów z Państwa Środka na konkurencyjność rynku europejskiego. Przeanalizowaliśmy, jak kształtuje się poziom zaufania do tych aut oraz jakie opinie na ich temat są najczęstsze w otoczeniu respondentów. Co przyniesie przyszłość motoryzacji i na jakie zmiany powinniśmy się przygotować?

**Serdecznie zapraszamy do lektury,
Zespół Santander Consumer Multirent**

Kluczowe dane z raportu:



33%

Polaków, gdyby miało teraz kupić samochód, sfinansowałoby go gotówką



49%

Podczas testowania chińskiego auta, zwróciłoby szczególną uwagę na łatwość serwisowania i dostępność części



60%

Rozważyłoby kupno porównywalnego chińskiego pojazdu, jeśli byłby tańszy od preferowanego modelu innego pochodzenia



69%

Uważa, że chińskie samochody wyróżnia nowoczesny wygląd



39%

Zgadza się ze stwierdzeniem, że auta z Państwa Środka są bezpieczne



59%

Przyznaje, że ich wnętrza są komfortowe



37%

Popiera opinię, że chińskie pojazdy są dobrej jakości



35%

Uznaje je za ekologiczne



standard

57%

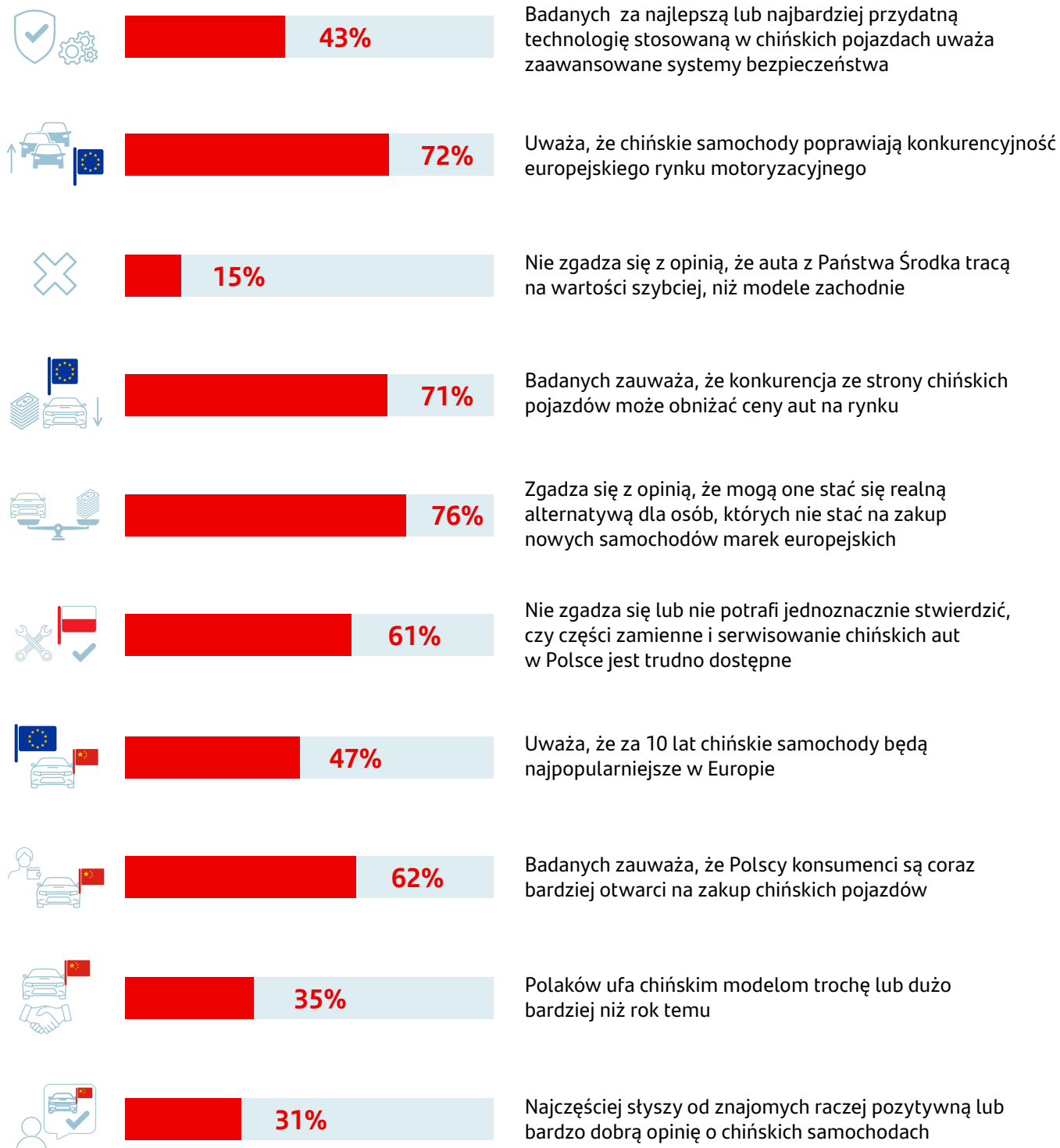
Twierdzi, że wyposażenie chińskich czterokołowców w standardzie jest na bardzo dobrym poziomie



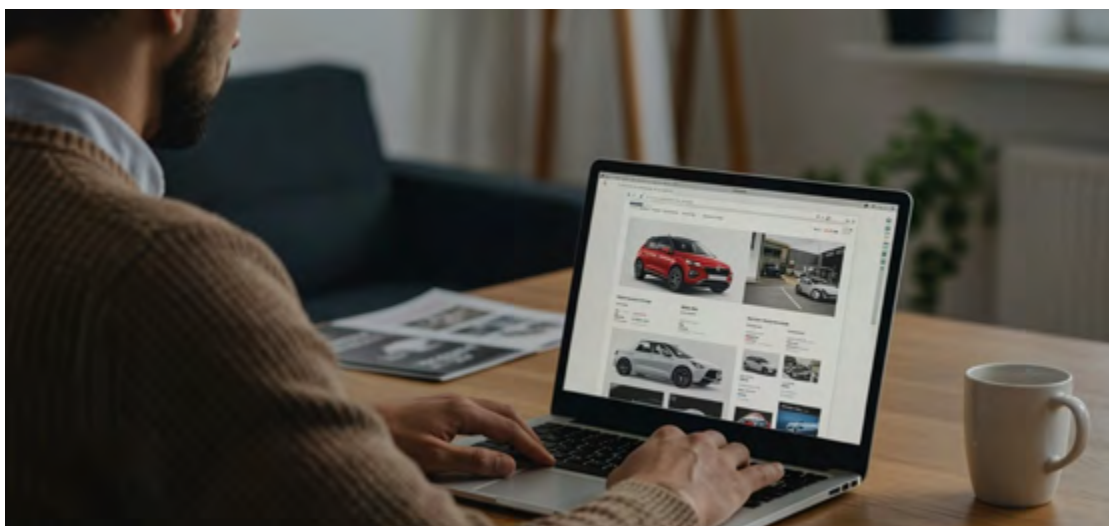
67%

Zauważa wysoki poziom zaawansowania technologicznego chińskich modeli

Kluczowe dane z raportu:



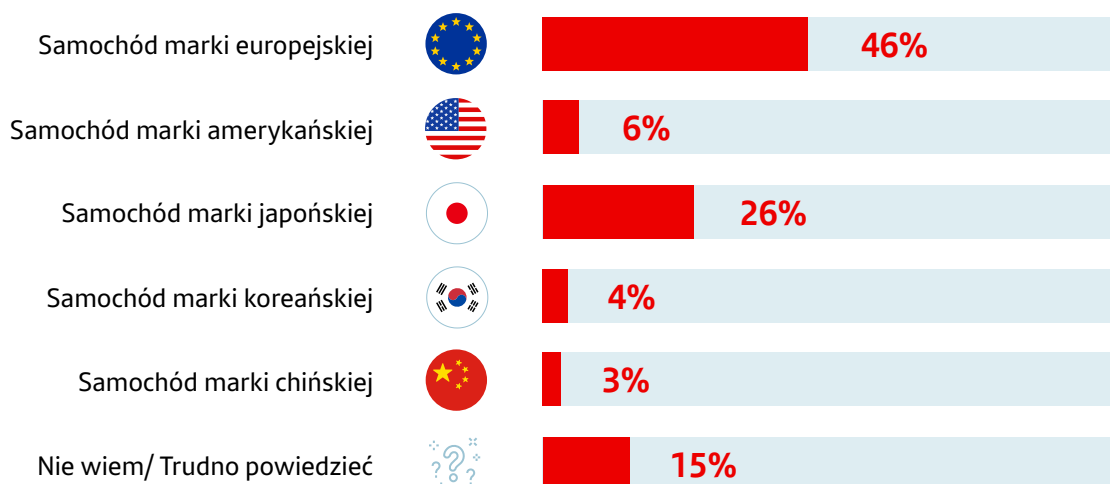
Motywacje i bariery w wyborze chińskich aut



Polski rynek samochodów przechodzi intensywną transformację. Rosnące ceny aut, rozwój technologii i większa świadomość konsumentów sprawiają, że kierowcy poszukują rozwiązań łączących niezawodność, atrakcyjną cenę i niskie koszty eksploatacji. W ofercie pojawia się coraz więcej modeli elektrycznych i hybrydowych, a producenci z Azji – w tym z Chin – stają się coraz bardziej

widoczni. Przyciągają uwagę bogatym wyposażeniem i dynamicznym tempem rozwoju. Trendy te prowadzą do większej otwartości na testowanie nowych marek, choć wciąż kluczowe są kwestie praktyczne: dostęp do serwisu, jakość wykonania i pewność zakupu. To właśnie te czynniki mają największy wpływ na decyzje podejmowane przez kupujących.

Gdyby miał/a Pan/i kupować samochód, który w pierwszej kolejności byłby Pana/Pani preferowanym wyborem?



Dominujący segment pojazdów najczęściej wskazywanych przez Polaków jako preferowane to europejskie (46 proc.). Jest to jednak nieznaczny spadek o 3 p.p. względem wyników ubiegłorocznej edycji badania. Znaczną grupę stanowią także zwolennicy marek japońskich (26 proc.), co pokazuje, że zaufanie do producentów o ugruntowanej pozycji nadal odgrywa kluczową rolę. Auta koreańskie i amerykańskie jako deklarowane wybrało odpowiednio 4 proc. i 6 proc. respondentów. Z kolei aż 15 proc. badanych nie potrafi jednoznacznie określić swoich preferencji. W przypadku pojazdów z Chin, jeszcze w edycji badania

z 2024 roku zdecydowałoby się na nie zaledwie 0,5 proc. Polaków. Tymczasem w tegorocznej ankiecie marki chińskie wskazało już 3 proc. respondentów – to sześciokrotny wzrost zainteresowania rok do roku. Dane rynkowe pokazują jednak, że preferencje to jedno, a rzeczywisty wybór, na który wpływ ma wiele czynników, takich jak chociażby cena to odmienna kwestia. Zgodnie z danymi SAMAR za październik 2025 r. producenci z Chin sprzedali największą do tej pory liczbę samochodów i pod względem udziału w rynku osiągnęli rekordowy poziom 10 proc.

Gdyby miał/a Pan/i kupować samochód, który w pierwszej kolejności byłby Pana/Pani preferowanym wyborem?					
	18-29	30-39	40-49	50-59	60+
Samochód marki europejskiej	51%	37%	46%	46%	48%
Samochód marki amerykańskiej	6%	6%	12%	2%	6%
Samochód marki japońskiej	19%	28%	20%	20%	34%
Samochód marki koreańskiej	2%	6%	5%	3%	2%
Samochód marki chińskiej	2%	7%	3%	6%	0%
Nie wiem/ Trudno powiedzieć	17%	16%	13%	24%	9%

Odpowiedzi nie sumują się do 100.

Trzydziesto- i pięćdziesięciolatkowie są wyraźnie bardziej zainteresowani nowymi, chińskimi markami – odsetek wynosi odpowiednio 7 proc. oraz 6 proc. Z kolei najmłodsi kierowcy najczęściej wskazują samochody europejskie (51 proc.).

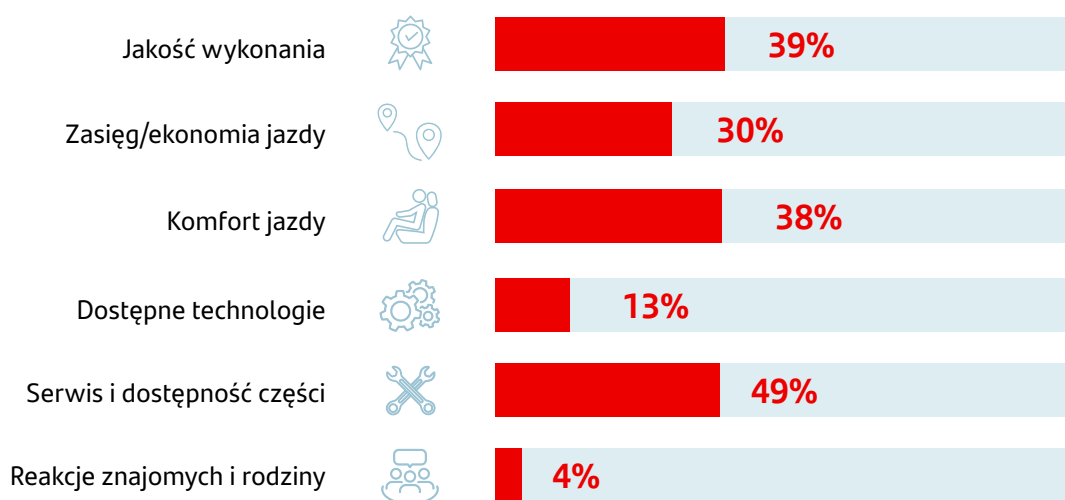
Pojazdy produkowane w Japonii wyraźnie bardziej preferują seniorzy powyżej 60 r.ż. (34 proc.), a amerykańskie – osoby w grupie 40-49 lat (12 proc.).

Gdyby miał/a Pan/i kupować samochód, który w pierwszej kolejności byłby Pana/Pani preferowanym wyborem?	 Kobieta	 Mężczyzna
Samochód marki europejskiej	41%	50%
Samochód marki amerykańskiej	5%	8%
Samochód marki japońskiej	25%	27%
Samochód marki koreańskiej	2%	5%
Samochód marki chińskiej	3%	4%
Nie wiem/ Trudno powiedzieć	23%	7%

O ile samochody marek europejskich są najczęściej preferowanym wyborem, przy czym mężczyźni wskazują je w 50 proc., a kobiety – 41 proc., to najbardziej zauważalna różnica dotyczy poziomu niezdecydowania. Aż 23 proc. respondentek nie ma jednoznacznej opinii na ten temat. Wśród respondentów jest to zaledwie 7 proc. Panowie

konsekwentnie wykazują również minimalnie wyższe preferencje dla wszystkich pozostałych miejsc pochodzenia pojazdu, w tym Japonii (27 proc. vs 25 proc. kobiet), Ameryki (8 proc. vs 5 proc.), Korei (5 proc. vs 2 proc.) i Chin (4 proc. vs 3 proc.).

Jeśli miał(a)by Pan/Pani testować chińskie auto przez miesiąc, co byłoby najważniejsze do sprawdzenia?



Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pytanie wielokrotnego wyboru. Pominęto odpowiedzi „Żadne”, „Inne” oraz „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Jeśli kierowcy mieliby testować chiński samochód przez miesiąc, kluczowe byłyby najbardziej praktyczne kwestie. Serwis i dostępność części to priorytet dla niemal połowy (49 proc.) badanych. Odzwierciedla to największą obawę wobec nowych marek – ryzyko problemów eksploatacyjnych. Na kolejnych miejscach znalazły się jakość wykonania (39 proc.) oraz komfort jazdy (38 proc.). Zasięg i ekonomia

jazdy wskazywane były przez blisko jedną trzecią (30 proc.), a dostępne technologie przez 13 proc. Polaków. Natomiast opinie znajomych miały minimalne znaczenie (4 proc.). Kierowcy podchodzą do użytkowania chińskich pojazdów pragmatycznie. Nowe marki mogą zyskać ich zaufanie wtedy, gdy udowodnią, że są nie tylko atrakcyjne cenowo, ale również niezawodne i łatwe w serwisowaniu.

Jeśli miał(a)by Pan/Pani testować chińskie auto przez miesiąc, co byłoby najważniejsze do sprawdzenia?	 18-29	 30-39	 40-49	 50-59	 60+
Jakość wykonania	41%	46%	33%	39%	38%
Zasięg/ekonomia jazdy	36%	32%	29%	38%	22%
Komfort jazdy	49%	35%	37%	34%	40%
Dostępne technologie	8%	12%	22%	10%	11%
Serwis i dostępność części	37%	51%	49%	45%	53%
Reakcje znajomych i rodziny	7%	5%	4%	7%	2%

Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pytanie wielokrotnego wyboru. Pominęto odpowiedzi „Inne” oraz „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Serwis i dostępność części są najważniejszymi czynnikami dla najstarszej grupy respondentów 60+ (53 proc.) oraz osób w wieku 30-39 lat (51 proc.). Z kolei komfort jazdy jest dominującym priorytetem dla najmłodszych badanych (49 proc.), a traci na znaczeniu w starszych grupach. Ważność zasięgu czy ekonomii jazdy jest najmniej istotna

u seniorów (22 proc.), podczas gdy w pozostałych grupach oscyluje między 29 proc. a 38 proc. Dostępne technologie to aspekt kluczowy dla czterdziestolatków (22 proc.), a jednocześnie najmniej istotny dla najmłodszej grupy 18-29 lat (8 proc.).

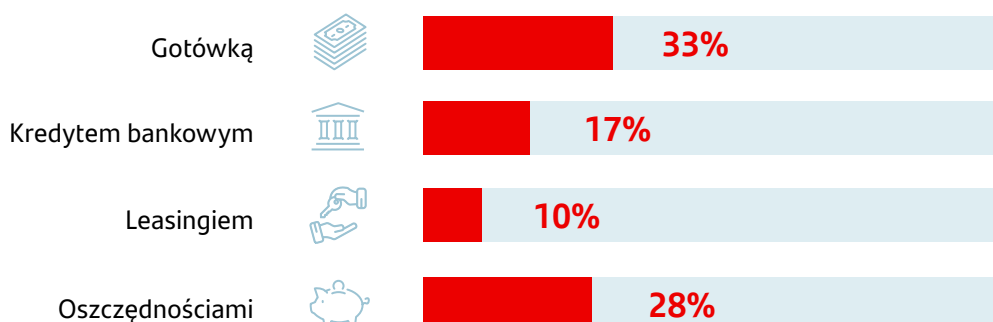
Jeśli miał(a)by Pan/Pani testować chińskie auto przez miesiąc, co byłoby najważniejsze do sprawdzenia?	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasto 250 tys. + mieszkańców
Jakość wykonania	42%	34%	34%	45%
Zasięg/ekonomia jazdy	27%	37%	25%	29%
Komfort jazdy	42%	36%	35%	37%
Dostępne technologie	13%	15%	12%	10%
Serwis i dostępność części	54%	40%	49%	49%
Reakcje znajomych i rodziny	3%	2%	10%	5%

Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pytanie wielokrotnego wyboru. Pominięto odpowiedzi „Inne” oraz „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Priorytetem podczas testowania chińskiego pojazdu przez miesiąc, dla mieszkańców wsi kluczowy jest serwis i dostępność części. Ten czynnik wskazała ponad połowa z nich (54 proc.) – jest to najwyższa wartość spośród wszystkich analizowanych czynników i grup. Mieszkańcy dużych miast (powyżej 250 tys.) częściej niż osoby zamieszkujące inne obszary zwracają uwagę na jakość

wykonania (45 proc.). Respondenci z małych miejscowości (do 50 tys.) stawiają na zasięg/ekonomię jazdy widocznie mocniej (37 proc.). Co ciekawe, średnie miasta (50-250 tys.) są jedyną grupą, gdzie reakcje znajomych i rodziny osiągają dwucyfrowy wynik – wskazał na nie co dziesiąty uczestnik badania z tego obszaru.

Gdyby miał/a Pan/i teraz kupić samochód, to w jaki sposób sfinansowałby/aby Pan/Pani ten zakup?



Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominięto odpowiedzi „Inne” oraz „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Zakup samochodu Polacy najczęściej finansują ze środków własnych – w tegorocznej edycji badania, tak samo jak przed rokiem, gotówkę wskazało 33 proc. respondentów. Oszczędności wybrało 28 proc., w porównaniu do 24 proc. w 2024 r. co pokazuje wzrost o 4 p.p. Zewnętrzne finansowanie w postaci kredytu to wybór 17 proc. uczestników aktualnego badania, podczas gdy rok wcześniej było to 24 proc. Leasing natomiast wybiera co dziesiąty ankietowany,

czyli o 3 p.p. więcej niż rok temu, gdy ten odsetek wynosił 7 proc. Stanowi to więc istotny wzrost rok do roku. Dane z badania uwzględniają jednak szeroką perspektywę wszystkich użytkowników samochodów – zarówno posiadaczy aut nowych, jak i używanych oraz prywatnych i firmowych. Statystyki rynkowe jeszcze mocniej pokazują rosnącą popularność leasingu – aktualnie jego udział we wszystkich rejestracjach nowych pojazdów to ponad 30 proc.

Gdyby miał/a Pan/i teraz kupić samochód, to w jaki sposób sfinansowałby/aby Pan/Pani ten zakup?	Kobieta		Mężczyzna	
				
Gotówką		31%		34%
Kredytem bankowym		14%		20%
Leasingiem		7%		12%
Oszczędnościami		31%		24%

Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedzi „Inne” oraz „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Analiza planów finansowania zakupu samochodu wyraźnie wskazuje, że mężczyźni są bardziej skłonni do deklarowania konkretnego sposobu finansowania. Najpopularniejszą metodą jest płatność gotówką, którą wybrało 34 proc. respondentów i 31 proc. respondentek. Panowie nieznacznie

częściej wybierają leasing (12 proc. wobec 7 proc. pań). Dysproporcja występuje także w przypadku wyboru kredytu bankowego – 20 proc. vs 14 proc. kobiet. Panie z kolei częściej deklarowały wykorzystania w tym celu oszczędności – 31 proc. vs 24 proc. uczestniczek badania.

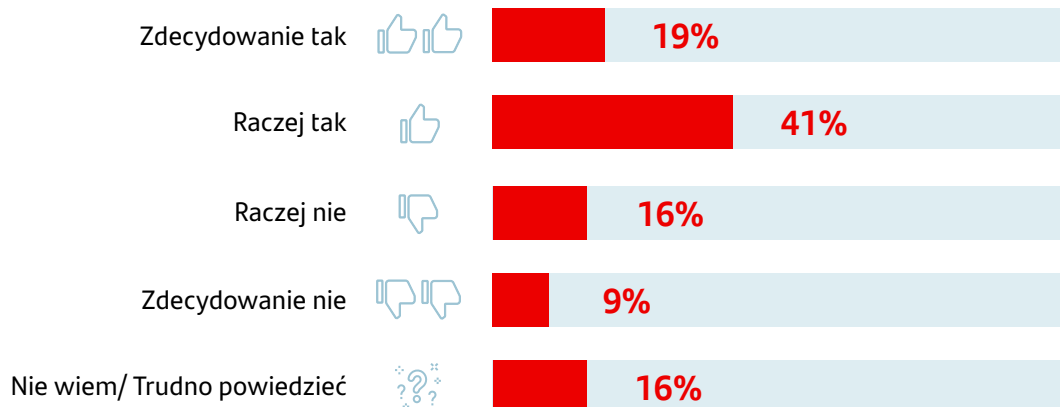
Gdyby miał/a Pan/i teraz kupić samochód, to w jaki sposób sfinansowałby/aby Pan/Pani ten zakup?					
	18-29	30-39	40-49	50-59	60+
Gotówką	29%	32%	24%	40%	36%
Kredytem bankowym	8%	19%	17%	16%	19%
Leasingiem	4%	11%	17%	14%	5%
Oszczędnościami	45%	24%	31%	18%	26%

Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedzi „Inne” oraz „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

W kwestii wybieranych metod płatności za pojazd, aż 45 proc. najmłodszych respondentów wskazało oszczędności, podczas gdy trzydziestolatkowie i seniorzy powyżej 60 r.ż. częściej sięgają po kredyt (po 19 proc.), osoby w wieku 50-59 lat decydują się na zakup za gotówkę (40 proc.),

natomiast czterdziestolatkowie korzystają z leasingu (17 proc.). W tej grupie wiekowej tyle samo osób wybrało kredyt. Warto jednak pamiętać, że jak wynika z danych Polskiego Związku Wynajmu i Leasingu Pojazdów to pojazdy z rynku wtórnego wciąż są najczęstszym wyborem Polaków.

Czy rozważył(a)by Pan/Pani kupno porównywalnego (wersja wyposażenia, silnik, wymiary, segment) chińskiego samochodu, jeżeli byłby tańszy od modelu wyprodukowanego w innym kraju o 25-30%?



Trzy piąte (60 proc.) badanych rozważyłoby zakup chińskiego samochodu, jeśli jego cena byłaby niższa o 25-30 proc. od porównywalnego modelu produkowanego w innym kraju. Największe poparcie (41 proc.) uzyskała odpowiedź

„raczej tak”, a „zdecydowanie tak” zadeklarowało 19 proc. Nie zdecydowałoby się na to jedna czwarta Polaków, a 16 proc. nie ma sprecyzowanej opinii na ten temat.

Czy rozważył(a)by Pan/Pani kupno porównywalnego (wersja wyposażenia, silnik, wymiary, segment) chińskiego samochodu, jeżeli byłby tańszy od modelu wyprodukowanego w innym kraju o 25-30%?	 Kobieta  Mężczyzna	
	Kobieta	Mężczyzna
Zdecydowanie tak	16%	23%
Raczej tak	42%	39%
Raczej nie	15%	16%
Zdecydowanie nie	7%	11%
Nie wiem/ Trudno powiedzieć	20%	12%

Mężczyźni wykazują wyższy stopień pewności w swoich decyzjach. Choć odsetek osób rozważających zakup w przypadku dużo korzystniejszej ceny chińskiego modelu jest wysoki w obu grupach (około 60 proc.), to panowie znacznie częściej deklarują „Zdecydowanie tak” (23 proc.)

w porównaniu do pań (16 proc.). Jednocześnie, respondenci są bardziej kategoryczni w wyrażaniu sprzeciwu, zaznaczając „Zdecydowanie nie” w 11 proc. (wobec 7 proc. respondentek). Aż jedna piąta kobiet nie ma zdania w tej kwestii, podczas gdy w przypadku mężczyzn ten odsetek wynosi tylko 12 proc.

Czy rozważył(a)by Pan/Pani kupno porównywalnego (wersja wyposażenia, silnik, wymiary, segment) chińskiego samochodu, jeżeli byłby tańszy od modelu wyprodukowanego w innym kraju o 25-30%?	Wiek				
	 18-29	 30-39	 40-49	 50-59	 60+
Zdecydowanie tak	32%	29%	12%	16%	15%
Raczej tak	42%	42%	45%	44%	35%
Raczej nie	11%	6%	19%	20%	18%
Zdecydowanie nie	5%	5%	4%	15%	12%
Nie wiem/ Trudno powiedzieć	10%	18%	19%	5%	20%

Gotowość do zakupu chińskiego samochodu, który byłby tańszy od preferowanego o 25-30%, jest najwyższa wśród młodych dorosłych. Niemal trzy czwarte osób w wieku 18-29 lat (74 proc.) deklaruje, że rozważyłoby taki wybór, z czego blisko jedna trzecia (32 proc.) wskazała na odpowiedź „Zdecydowanie tak”. Trzydziestolatkowie także wykazują dużą otwartość (71 proc.). Wraz ze wzrostem wieku tak

pozytywne podejście stopniowo się zmniejsza. Potwierdza to najwyższy wskaźnik negatywnych odpowiedzi wśród pięćdziesięciolatków (35 proc.) oraz seniorów w wieku 60+ (30 proc.). Najstarsi respondenci są także grupą najbardziej niezdecydowaną – odpowiedź „nie wiem/trudno powiedzieć” wskazała bowiem jedna piąta z nich.

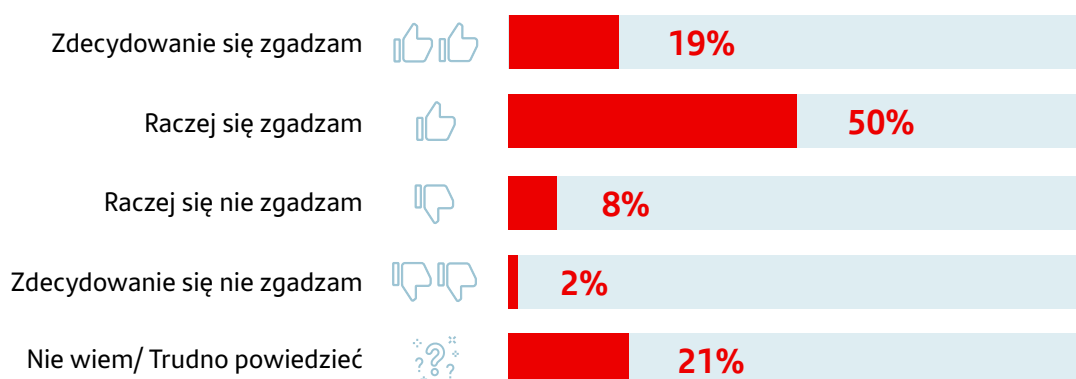


Co myślą Polacy o samochodach z Państwa Środka?



Jeszcze do niedawna chińska motoryzacja mogłaby budzić skojarzenia z budżetowym rozwiązaniem o niskiej jakości. Dziś staje się symbolem innowacji, konkurencyjności i dynamicznego postępu w świecie automotive, o czym świadczą wysokie odsetki pozytywnych opinii na temat poszczególnych cech tych azjatyckich pojazdów. Jednocześnie, z uwagi na to, że ten temat jest w debacie publicznej dość nowy, wiele osób nie zdążyło wyrobić sobie na ich temat opinii. Przy niemal wszystkich pytaniach zaobserwowaliśmy dość wysokie odsetki osób, które wskazywały na odpowiedź „Nie wiem/trudno powiedzieć”.

Chińskie samochody wyróżnia nowoczesny wygląd.



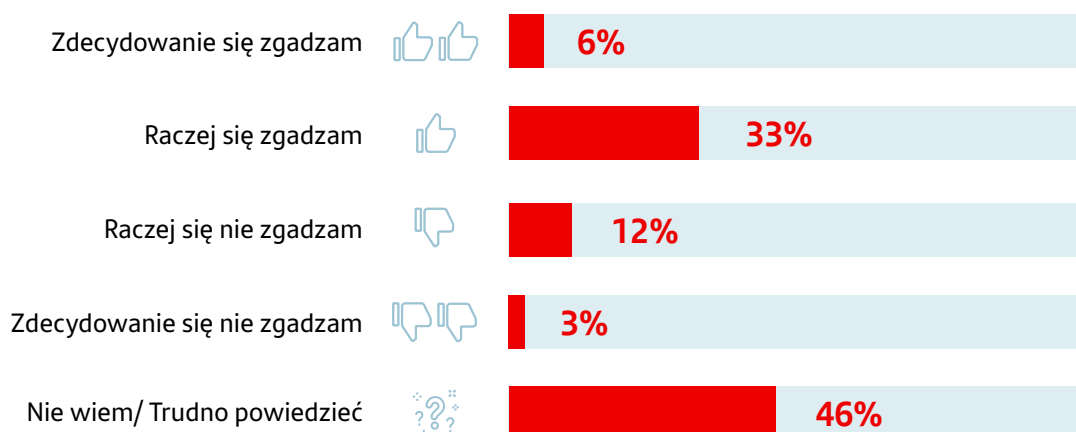
Aż 69 proc. respondentów uważa, że wyróżnia je nowoczesny wygląd. Kolejne 10 proc. nie podziela tej opinii, zaś co piąty (21 proc.) nie potrafi jednoznacznie określić, czy się do niej przychyli.

Chińskie samochody wyróżnia nowoczesny wygląd.	 Kobieta  Mężczyzna	
Zdecydowanie się zgadzam	15%	23%
Raczej się zgadzam	46%	53%
Raczej się nie zgadzam	8%	8%
Zdecydowanie się nie zgadzam	2%	2%
Nie wiem/trudno powiedzieć	29%	14%

Bardziej zgodni są w tej kwestii mężczyźni – łącznie 76 proc. w porównaniu do 61 proc. wśród kobiet. Z kolei panie ponad dwukrotnie częściej okazują niezdecydowanie –

aż 29 proc. z nich wskazało na odpowiedź „Nie wiem/trudno powiedzieć”. Wśród panów takich niejednoznacznych opinii jest 14 proc.

Chińskie samochody są bezpieczne.



Bezpieczeństwo to niewątpliwie jeden z ważniejszych elementów, jaki wpływa na wybór konkretnego auta. Respondenci mieli okazję ocenić również ten aspekt

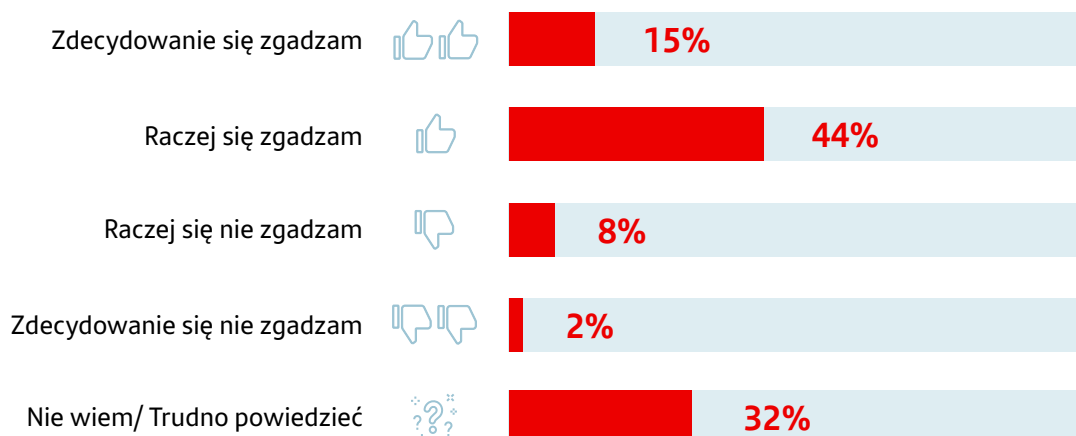
w kontekście chińskich modeli. Łącznie czterech na dziesięciu badanych (39 proc.) sądzi, że samochody z Państwa Środka są w tej kwestii godne zaufania.

Chińskie samochody są bezpieczne.	 18-29	 30-39	 40-49	 50-59	 60+
Zdecydowanie się zgadzam	10%	7%	5%	7%	5%
Raczej się zgadzam	38%	41%	31%	22%	33%
Raczej się nie zgadzam	16%	15%	9%	13%	11%
Zdecydowanie się nie zgadzam	3%	3%	2%	6%	0%
Nie wiem/trudno powiedzieć	33%	35%	52%	51%	51%

Poziom bezpieczeństwa najlepiej oceniają osoby w wieku 18-29 i 30-39 lat – łącznie po 48 proc. w każdej z grup. Uwagę zwraca również fakt, że we wszystkich przedziałach bardzo duży odsetek respondentów nie ma na ten temat wyrobionej opinii. Odpowiedź „Nie wiem/

trudno powiedzieć” wskazywał średnio co drugi badany w wieku 40+ (52 proc. w grupie czterdziestolatków oraz po 51 proc. u pięćdziesięciolatków i seniorów) i co trzeci badany poniżej czterdziestki (33 proc. w przedziale 18-29 lat i 35 proc. wśród trzydziestolatków).

Chińskie samochody mają komfortowe wnętrza.



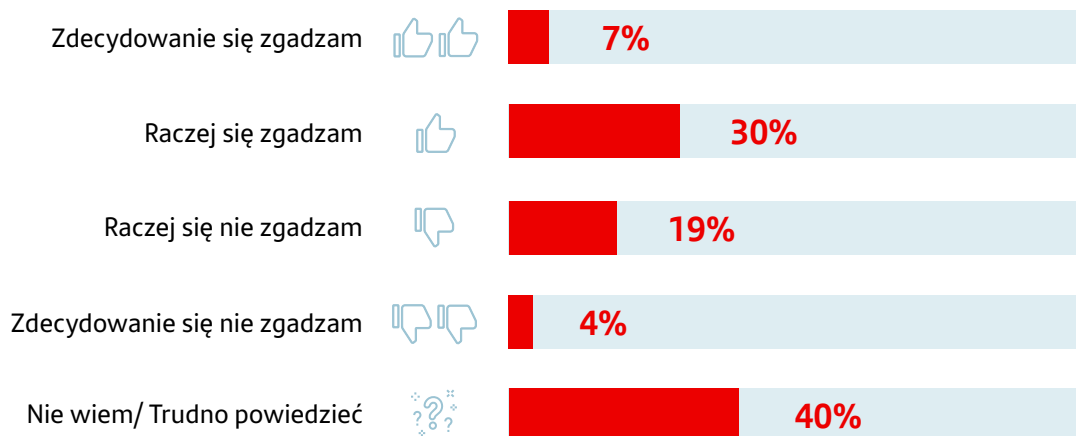
Pozytywna ocena komfortu wnętrza chińskich modeli jest wśród ankietowanych dość powszechna – wygodę docenia 59 proc. respondentów.

Chińskie samochody mają komfortowe wnętrza.	 18-29	 30-39	 40-49	 50-59	 60+
Zdecydowanie się zgadzam	19%	15%	14%	13%	14%
Raczej się zgadzam	31%	57%	44%	40%	43%
Raczej się nie zgadzam	17%	8%	8%	6%	5%
Zdecydowanie się nie zgadzam	3%	0%	4%	2%	1%
Nie wiem/trudno powiedzieć	29%	21%	30%	39%	37%

Dogodną przestrzeń najbardziej cenią trzydziestolatkowie – łącznie aż 72 proc. tej grupy. W przedziale 18-29 lat pochlebny

opinię na ten temat wyraża co druga osoba (50 proc.), zaś w pozostałych kategoriach odsetki wahają się od 53-57 proc.

Chińskie samochody są dobrej jakości.



Przeszło co trzeci Polak (37 proc.) uważa także, że chińskie czterokołowce mogą pochwalić się dobrą jakością. Podobny odsetek (40 proc.) nie ma względem tej cechy wyrobionej jednoznacznej opinii.

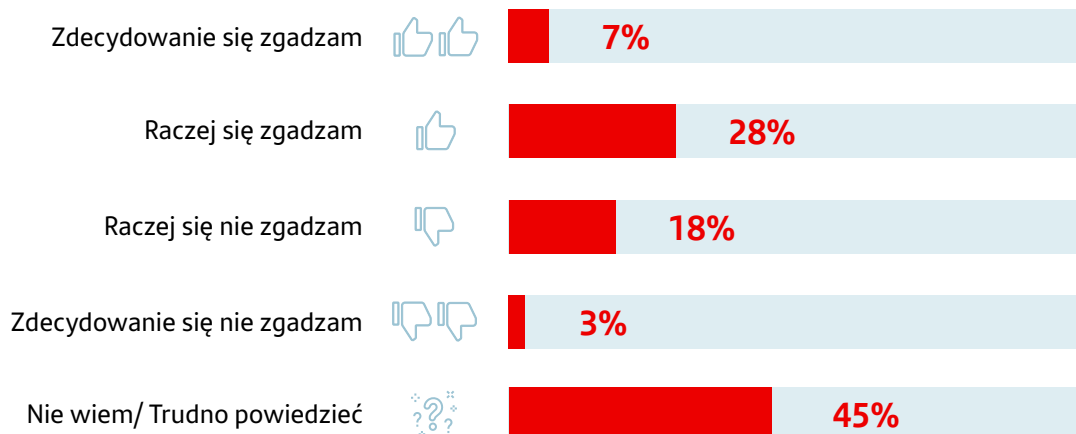


Chińskie samochody są dobrej jakości.	 Kobieta	 Mężczyzna
Zdecydowanie się zgadzam	5%	8%
Raczej się zgadzam	35%	25%
Raczej się nie zgadzam	12%	26%
Zdecydowanie się nie zgadzam	3%	5%
Nie wiem/trudno powiedzieć	45%	36%

Jednocześnie jest to jedyny element, spośród opiniowanych przed respondentów, który kobiety doceniły liczniej niż mężczyźni – 40 proc. wobec 33 proc. Panie są jednak

także bardziej niepewne – 45 proc. Dla porównania, wśród panów odsetek odpowiedzi „Nie wiem/trudno powiedzieć” wyniósł 36 proc.

Chińskie samochody są ekologiczne.



Jeśli chodzi o ekologię – aż 35 proc. zgadza się z opinią, że samochody z Chin mogą się nią poszczycić, jednak znów prawie połowa respondentów (45 proc.) nie wypowiedziała się jednoznacznie w tej kwestii.

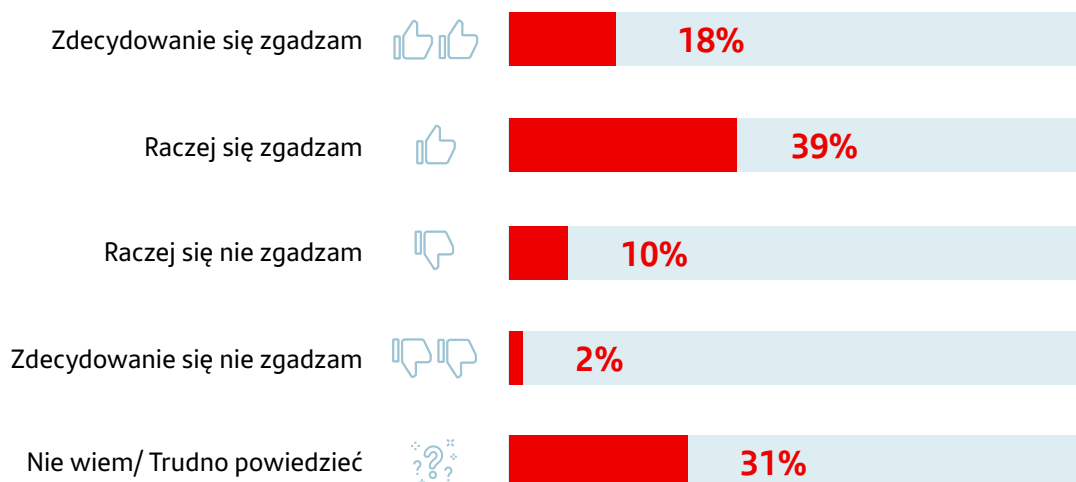


Chińskie samochody są ekologiczne.	 Kobieta	 Mężczyzna
Zdecydowanie się zgadzam	7%	6%
Raczej się zgadzam	24%	32%
Raczej się nie zgadzam	15%	21%
Zdecydowanie się nie zgadzam	1%	4%
Nie wiem/trudno powiedzieć	53%	37%

Brak negatywnego wpływu chińskich aut na środowisko częściej dostrzegają mężczyźni – 38 proc. vs 31 proc. odpowiedzi kobiet. Podczas gdy ponad połowa pań

(53 proc.) nie ma opinii w tej kwestii, u panów odsetek niezdecydowanych wynosi 37 proc.

Chińskie samochody są bardzo dobrze wyposażone w standardzie.



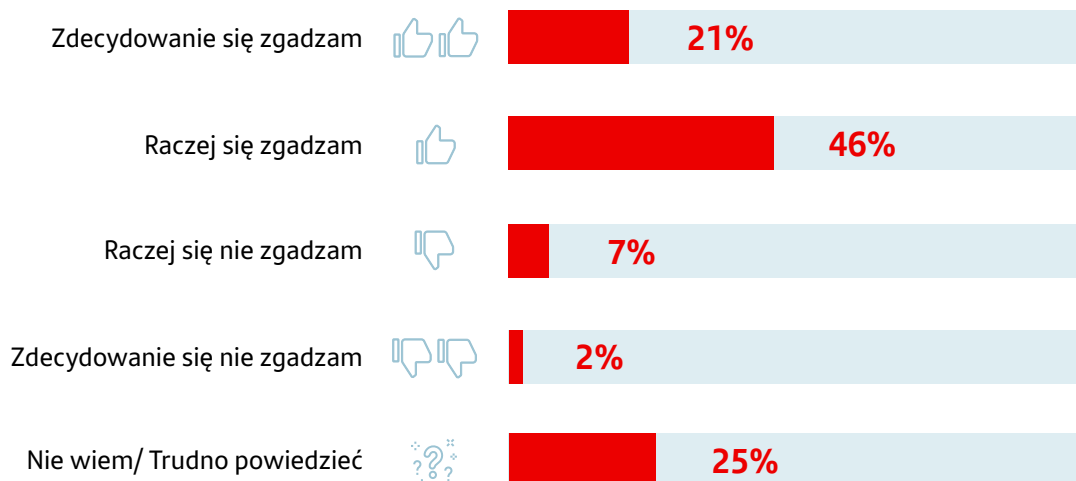
Respondenci mieli także okazję ocenić poziom wyposażenia samochodów z Państwa Środka, jaki gwarantują w standardowej wersji. Za bardzo dobre uznaje je przeszło co drugi ankietowany (57 proc.).

Chińskie samochody są bardzo dobrze wyposażone w standardzie.	 Kobieta	 Mężczyzna
Zdecydowanie się zgadzam	12%	24%
Raczej się zgadzam	40%	37%
Raczej się nie zgadzam	9%	10%
Zdecydowanie się nie zgadzam	2%	3%
Nie wiem/trudno powiedzieć	37%	26%

Mężczyźni częściej niż kobiety dostrzegają, że podstawowa specyfikacja tych aut jest na bardzo dobrym poziomie – 61 proc. w porównaniu do 52 proc. pań.

Jednocześnie kobiety częściej nie mają zdania w tym aspekcie – 37 proc. U płci przeciwnej co czwarty respondent (26 proc.) okazuje niezdecydowanie.

Chińskie samochody są zaawansowane technologicznie.



Jeden z najwyższych odsetków poparcia, na poziomie 67 proc., zyskało wśród ankietowanych przekonanie, że chińskie czterokołowce są zaawansowane technologicznie.

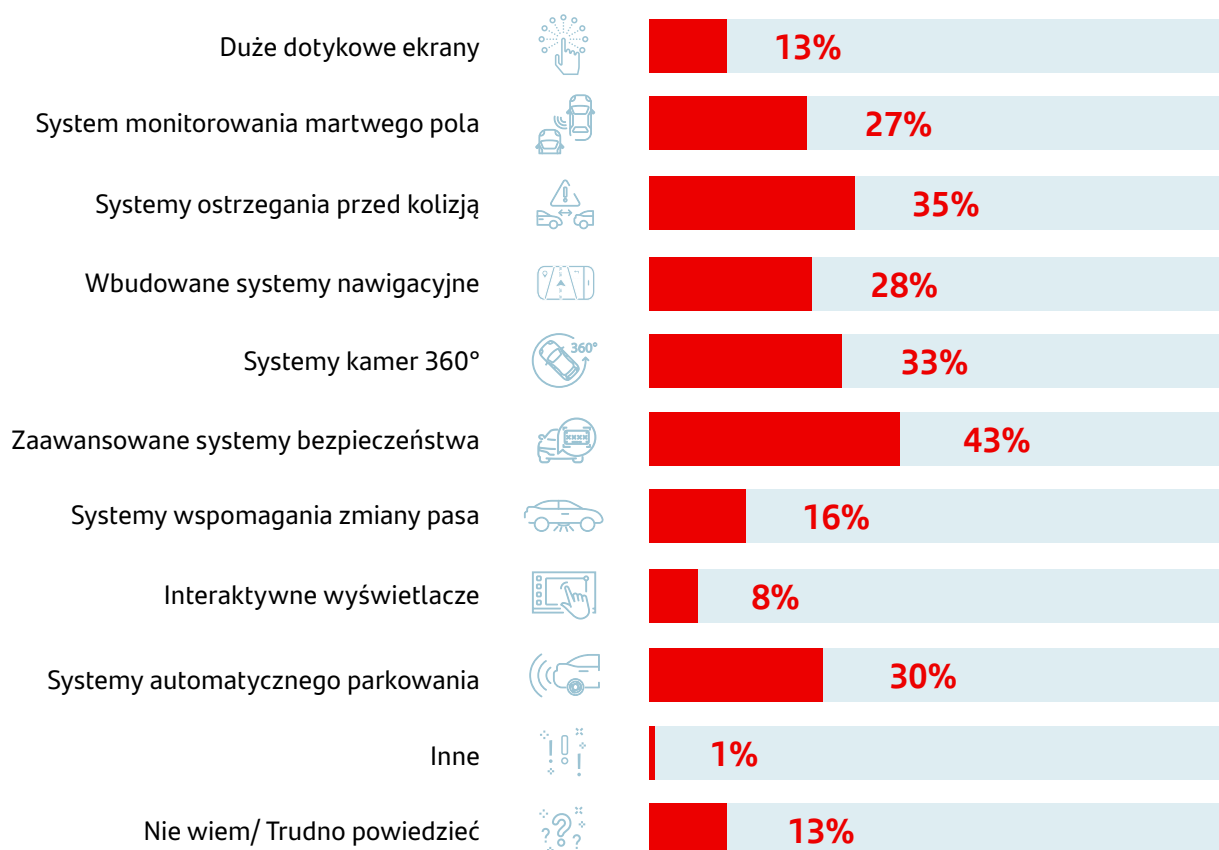


Chińskie samochody są zaawansowane technologicznie.	 Kobieta	 Mężczyzna
Zdecydowanie się zgadzam	15%	26%
Raczej się zgadzam	47%	45%
Raczej się nie zgadzam	6%	7%
Zdecydowanie się nie zgadzam	1%	2%
Nie wiem/trudno powiedzieć	31%	19%

Z tą tezę zgadza się niemal 3 na 4 mężczyzn (71 proc.). Kobiety doceniają ten aspekt nieco rzadziej, ale również w dość dużym gronie – 62 proc. Panie należą również do mniej zdecydowanych w tej kwestii niż panowie –

niemal co trzecia z nich (31 proc.) wskazuje na odpowiedź „Nie wiem/trudno powiedzieć”. Wśród panów takich odpowiedzi jest 19 proc.

Które z wymienionych technologii, stosowanych w chińskich samochodach, uważa Pan/Pani za najlepsze lub najbardziej przydatne?



Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100.

Niewątpliwie azjatyckie modele mogą pochwalić się stosowaniem szerokiej gamy zaawansowanych funkcji. Są jednak takie, które zyskują wśród kierowców szczególną aprobatę. Za najlepsze lub najbardziej przydatne aż 43 proc. badanych uważa zaawansowane systemy bezpieczeństwa. Średnio co trzeci badany twierdzi, że jest to ostrzeganie przed kolizją (35 proc.), kamery 360° (33 proc.) lub

opcja automatycznego parkowania (30 proc.). Niewiele mniejsze poparcie – z wynikami 28 i 27 proc. – zyskały wbudowane narzędzia nawigacyjne i monitorowanie martwego pola. Systemy wspomagania zmiany pasa, duże dotykowe ekrany i interaktywne wyświetlacze ankietowani wskazywali najrzadziej – technologie te otrzymały kolejno 16, 13 i 8 proc. wyborów.

Które z wymienionych technologii, stosowanych w chińskich samochodach, uważa Pan/Pani za najlepsze lub najbardziej przydatne?	 Kobieta	 Mężczyzna
Duże dotykowe ekrany	11%	15%
System monitorowania martwego pola	25%	28%
Systemy ostrzegania przed kolizją	33%	38%
Wbudowane systemy nawigacyjne	28%	28%
Systemy kamer 360°	30%	35%
Zaawansowane systemy bezpieczeństwa	49%	37%
Systemy wspomagania zmiany pasa	16%	16%
Interaktywne wyświetlacze	6%	9%
Systemy automatycznego parkowania	34%	26%
Inne	1%	1%
Nie wiem/ Trudno powiedzieć	14%	12%

Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100.

Największa rozbieżność zdań na poziomie 12 p.p. w zależności od płci ankietowanych dotyczy zaawansowanych systemów bezpieczeństwa. Niemal co druga kobieta (49 proc.) wskazuje je jako najlepsze lub najbardziej przydatne. U panów jest to 37 proc. Drugim, najmniej zgodnym aspektem,

z różnicą 8 p.p., jest system automatycznego parkowania. Ponownie to Polki cenią go bardziej – 34 vs 26 proc. Pozostałe technologie uzyskały nieco bardziej zbliżone wyniki w przypadku obu płci. Różnice zdań wahają się u nich od 0-5 p.p.

Które z wymienionych technologii, stosowanych w chińskich samochodach, uważa Pan/Pani za najlepsze lub najbardziej przydatne?					
	18-29	30-39	40-49	50-59	60+
Duże dotykowe ekrany	25%	13%	15%	13%	8%
System monitorowania martwego pola	25%	31%	23%	22%	29%
Systemy ostrzegania przed kolizją	27%	32%	31%	39%	42%
Wbudowane systemy nawigacyjne	31%	25%	24%	22%	33%
Systemy kamer 360°	43%	43%	37%	20%	27%
Zaawansowane systemy bezpieczeństwa	44%	43%	44%	45%	39%
Systemy wspomagania zmiany pasa	13%	14%	13%	12%	22%
Interaktywne wyświetlacze	9%	12%	16%	4%	2%
Systemy automatycznego parkowania	19%	28%	31%	32%	32%
Inne	1%	2%	0%	2%	0%
Nie wiem/ Trudno powiedzieć	10%	9%	16%	18%	13%

Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100.

Zaawansowane funkcje są postrzegane jako mniej lub bardziej przydatne również w zależności od wieku. Największą różnicę, na poziomie 23 p.p., widać w przypadku systemu kamer 360°. Najczęściej wskazywali je dwudziestolatkowie (grupa 18-29 lat) – 43 proc., a najrzadziej pięćdziesięciolatkowie – jedynie 20 proc. Dość duża niezgodność pokoleniowa dotyczy również dużych dotykowych ekranów – wybrał je co czwarty

dwudziestolatek (25 proc.) i jedynie co trzynasty senior (8 proc.). Różnice zdań, które zanotowały powyżej 10 p.p. widoczne są jeszcze dla systemu ostrzegania przed kolizją, interaktywnych wyświetlaczy, systemu automatycznego parkowania i wbudowanych systemów nawigacyjnych. Dla pozostałych technologii największe rozbieżności między przedziałami pozostały na poziomie 2, 6 bądź 9 p.p.

Chińskie samochody są zaawansowane technologicznie.	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasto 250 tys. + mieszkańców
Duże dotykowe ekrany	16%	12%	8%	15%
System monitorowania martwego pola	23%	28%	31%	28%
Systemy ostrzegania przed kolizją	27%	42%	38%	40%
Wbudowane systemy nawigacyjne	34%	25%	25%	21%
Systemy kamer 360°	32%	34%	31%	34%
Zaawansowane systemy bezpieczeństwa	44%	41%	44%	40%
Systemy wspomagania zmiany pasa	16%	14%	16%	17%
Interaktywne wyświetlacze	11%	6%	6%	6%
Systemy automatycznego parkowania	30%	28%	34%	26%
Inne	0%	1%	2%	0%
Nie wiem/ Trudno powiedzieć	14%	13%	13%	12%

Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100.

W przypadku różnic, które wynikają z miejsca zamieszkania respondentów, największa dotyczy opinii o systemie ostrzegania przed kolizją. Za najlepszą lub najbardziej przydatną funkcję uznaje ją aż 42 proc. mieszkańców małych miast, zaś najniższy wynik dla tego aspektu zanotowano dla obszarów wiejskich – 27 proc. Rozbieżność powyżej 10 p.p. pojawia się także w przypadku

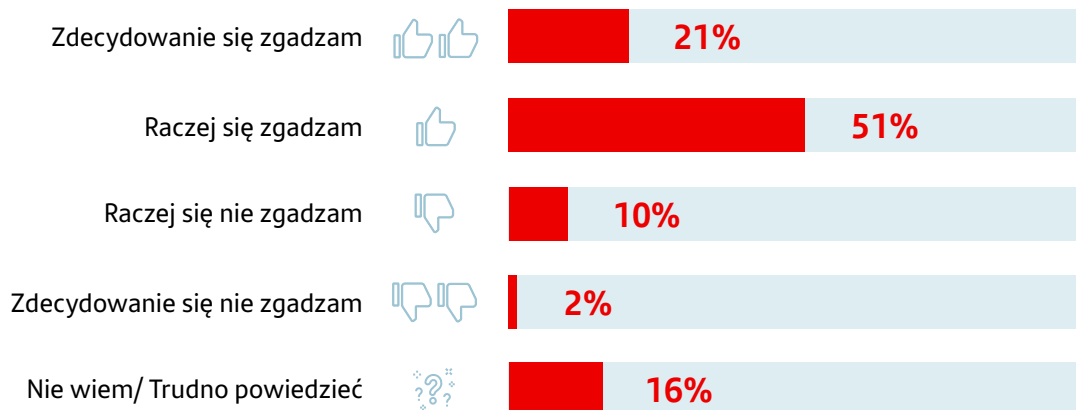
wbudowanego systemu nawigacyjnego. To właśnie mieszkańcy wsi doceniają go najliczniej (34 proc.). Najniższy wynik zanotowano natomiast dla mieszkańców największych aglomeracji, powyżej 250 tys. mieszkańców – 21 proc. W przypadku pozostałych technologii, rozbieżności pomiędzy najbardziej i najmniej licznymi grupami wyniosły od 2 do 8 p.p.

Wizerunek chińskiej motoryzacji w oczach Polaków



Coraz większa obecność samochodów z Chin na polskich drogach wpływa nie tylko na ich użytkowników, ale także na cały rynek motoryzacyjny. Pojawienie się nowego gracza może wpływać na konkurencyjność, ceny, a także utrzymywanie wartości aut.

Chińskie samochody poprawiają konkurencyjność europejskiego rynku.



Prawie trzy czwarte Polaków (72 proc.) uważa, że samochody z Chin poprawiają konkurencyjność europejskiego rynku, 12 proc. nie popiera tej opinii, a 16 proc. nie ma zdania na ten temat.

Chińskie samochody poprawiają konkurencyjność europejskiego rynku.	Kobieta		Mężczyzna	
				
Zdecydowanie się zgadzam		16%		26%
Raczej się zgadzam		50%		52%
Raczej się nie zgadzam		10%		10%
Zdecydowanie się nie zgadzam		2%		3%
Nie wiem/ Trudno powiedzieć		22%		10%

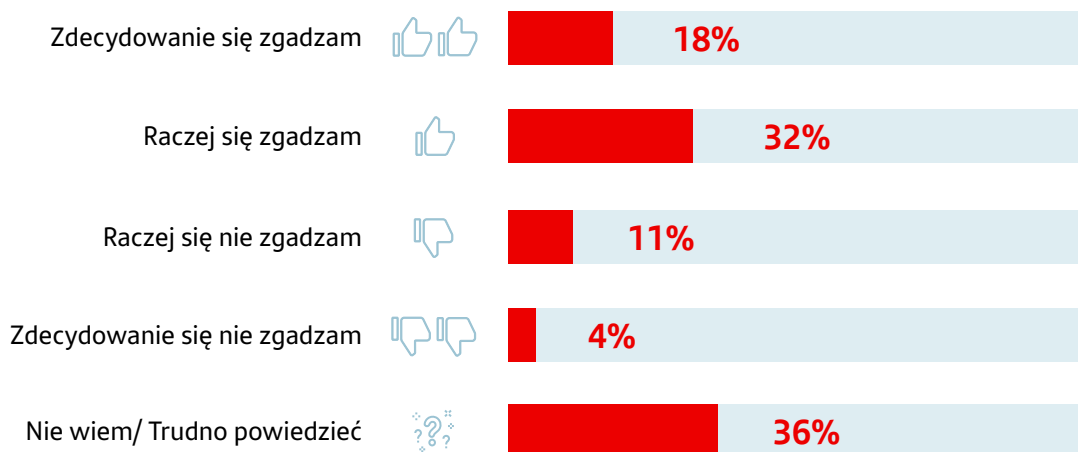
Mężczyźni liczniej (78 proc.) niż kobiety (66 proc.) zauważają pozytywny wpływ dostępności aut z Państwa Środka na rynek w Europie. Panie jednak przeszło dwukrotnie

częściej wskazywały, że nie mają żadnej opinii – 22 proc. respondentek wobec 10 proc. panów.

Chińskie samochody poprawiają konkurencyjność europejskiego rynku.					
					
	18-29	30-39	40-49	50-59	60+
Zdecydowanie się zgadzam	18%	27%	18%	20%	20%
Raczej się zgadzam	47%	37%	52%	56%	57%
Raczej się nie zgadzam	17%	19%	10%	6%	5%
Zdecydowanie się nie zgadzam	2%	3%	4%	2%	1%
Nie wiem/ Trudno powiedzieć	14%	14%	16%	16%	17%

O poprawie konkurencyjności najsilniej przekonani są pięćdziesięciolatkowie (76 proc.) oraz seniorzy (77 proc.). Wśród trzydziestolatków odsetek ten spada do najniższego poziomu – 64 proc.

Chińskie samochody tracą na wartości szybciej niż modele zachodnie.



Połowa ankietowanych zgadza się ze stwierdzeniem, że pojazdy z Chin szybciej tracą na wartości niż modele zachodnie. 15 proc. ma odmienną opinię, jednak ponad jeden na trzech Polaków nie ma na ten temat zdania (36 proc.).

Chińskie samochody tracą na wartości szybciej niż modele zachodnie.	 18-29	 30-39	 40-49	 50-59	 60+
Zdecydowanie się zgadzam	19%	19%	14%	22%	16%
Raczej się zgadzam	14%	32%	37%	21%	42%
Raczej się nie zgadzam	23%	15%	7%	11%	6%
Zdecydowanie się nie zgadzam	2%	5%	7%	7%	0%
Nie wiem/ Trudno powiedzieć	43%	29%	35%	40%	36%

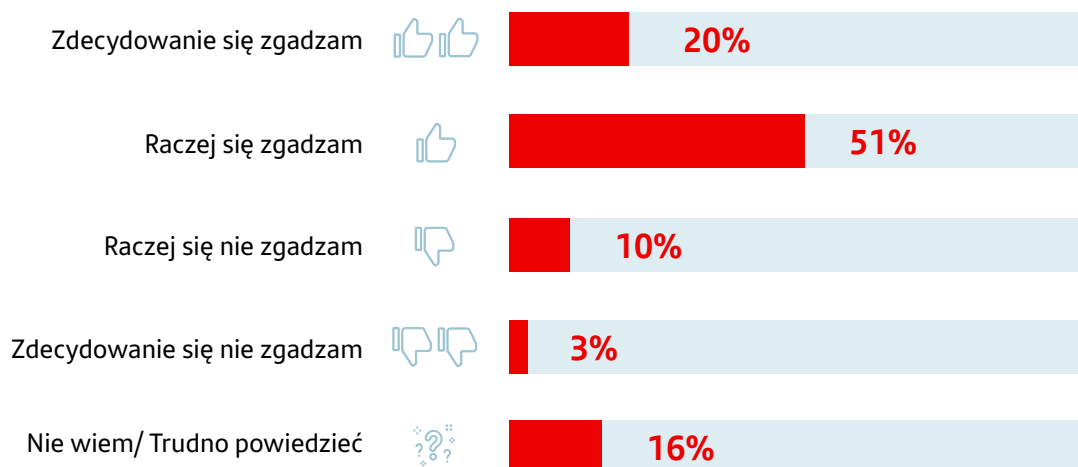
Przekonanie, że to samochody z krajów zachodnich lepiej utrzymują swoją wartość rośnie wraz z wiekiem ankietowanych. Uważa tak ponad połowa trzydziestolatków i czterdziestolatków (51 proc.) oraz 58 proc. seniorów.

Wyjątkiem są jedynie osoby w wieku 50-59 lat, którzy popierają to stwierdzenie w 43 proc. Najmniej popularne jest ono jednak w gronie ankietowanych między 18 a 29 rokiem życia – 33 proc.

Chińskie samochody tracą na wartości szybciej niż modele zachodnie.	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasto 250 tys. + mieszkańców
Zdecydowanie się zgadzam	19%	20%	12%	15%
Raczej się zgadzam	25%	35%	47%	27%
Raczej się nie zgadzam	12%	8%	7%	17%
Zdecydowanie się nie zgadzam	7%	1%	2%	2%
Nie wiem/trudno powiedzieć	36%	36%	32%	40%

Najczęściej myślą tak osoby ze średnich miast między 50 a 250 tys. ludności (59 proc.), najrzadziej natomiast z aglomeracji powyżej 250 tys. mieszkańców – 42 proc.

Konkurencja ze strony chińskich marek **może obniżyć ceny aut na rynku.**



71 proc. ankietowanych wierzy w to, że pojawienie się samochodów z Chin na rynku może ogólnie obniżyć ceny aut. Przeciwnego zdania jest jedynie 13 proc. Polaków.

Konkurencja ze strony chińskich marek może obniżyć ceny aut na rynku.	Kobieta		Mężczyzna	
				
Zdecydowanie się zgadzam		13%		27%
Raczej się zgadzam		48%		54%
Raczej się nie zgadzam		12%		7%
Zdecydowanie się nie zgadzam		2%		3%
Nie wiem/ Trudno powiedzieć		25%		8%

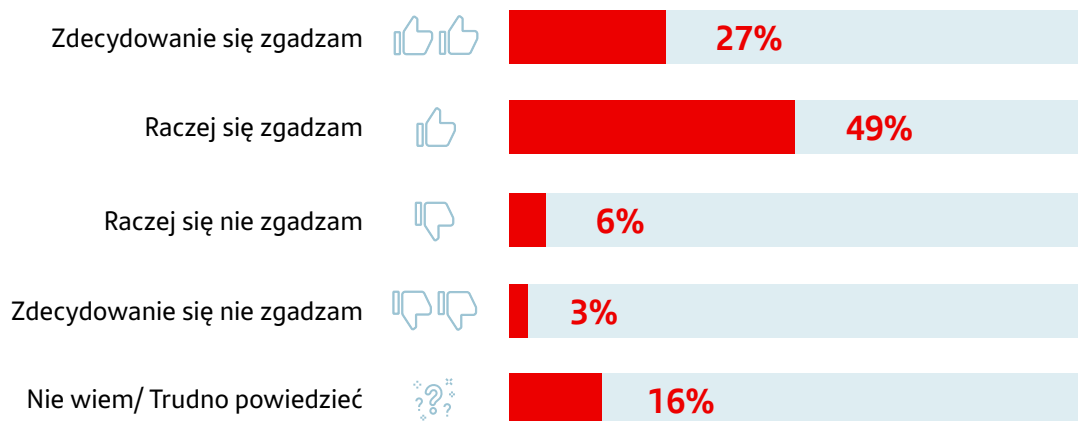
Uważa tak 81 proc. mężczyzn w odniesieniu do 61 proc. kobiet. Poziom negatywnych odpowiedzi jest bardziej zbliżony dla obu płci (odpowiednio 10 proc. i 14 proc.).

Konkurencja ze strony chińskich marek może obniżyć ceny aut na rynku.					
	18-29	30-39	40-49	50-59	60+
Zdecydowanie się zgadzam	17%	24%	20%	19%	20%
Raczej się zgadzam	35%	46%	56%	45%	61%
Raczej się nie zgadzam	17%	12%	10%	13%	4%
Zdecydowanie się nie zgadzam	5%	9%	0%	2%	0%
Nie wiem / trudno powiedzieć	26%	8%	13%	22%	15%

Na pozytywny wpływ samochodów z Chin na ceny rynkowe najczęściej wskazują seniorzy (81 proc.). Wśród osób w wieku 18-29 lat odsetek ten spada natomiast do 51 proc.

Warto jednak wspomnieć, że jest to również grupa, która jest najbardziej niezdecydowana (26 proc.).

Chińskie auta mogą stać się realną alternatywą dla osób, których nie stać na nowe samochody europejskich marek.



Ponad trzy czwarte Polaków (76 proc.) wierzy w to, że samochody z Państwa Środka mogą stanowić alternatywę

dla osób, których nie stać na nowe auta z innych krajów. Nie zgadza się z tym jedynie 9 proc. ankietowanych.

Chińskie auta mogą stać się realną alternatywą dla osób, których nie stać na nowe samochody europejskich marek.	 Kobieta  Mężczyzna	
Zdecydowanie się zgadzam	23%	30%
Raczej się zgadzam	46%	52%
Raczej się nie zgadzam	7%	4%
Zdecydowanie się nie zgadzam	2%	3%
Nie wiem/ Trudno powiedzieć	22%	11%

Silniej przekonani są o tym mężczyźni (82 proc.) niż kobiety 69 proc. Jednocześnie panie dwukrotnie częściej uznają, że nie mają takiej wiedzy.

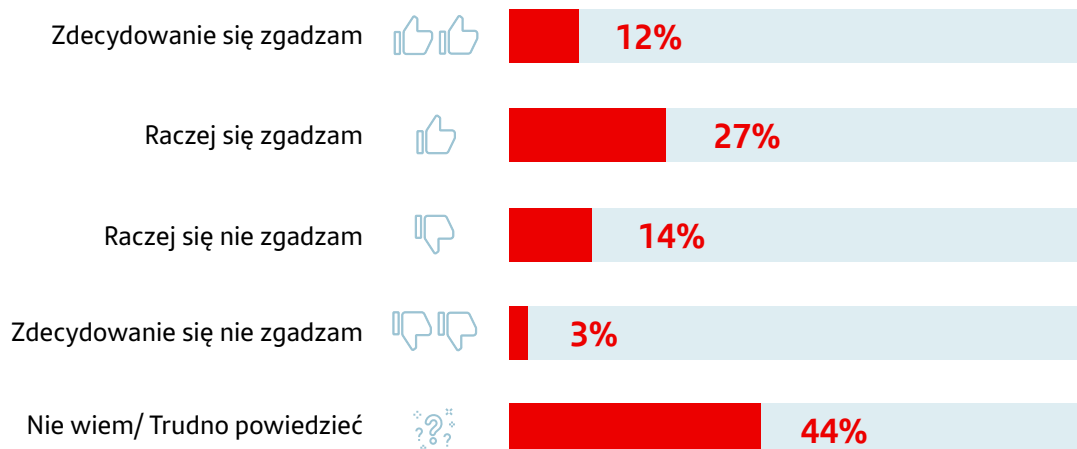


Chińskie auta mogą stać się realną alternatywą dla osób, których nie stać na nowe samochody europejskich marek.	 18-29  30-39  40-49  50-59  60+				
	18-29	30-39	40-49	50-59	60+
Zdecydowanie się zgadzam	28%	34%	26%	27%	23%
Raczej się zgadzam	47%	40%	53%	40%	58%
Raczej się nie zgadzam	4%	11%	1%	14%	2%
Zdecydowanie się nie zgadzam	4%	3%	2%	6%	0%
Nie wiem/ Trudno powiedzieć	18%	12%	19%	14%	17%

Seniorzy w największym stopniu uważają, że chińskie samochody mogą stać się rozwiązaniem dla tych, którzy nie mają wystarczającego budżetu na zakup innych modeli –

odpowiedziało tak przeszło czterech na pięciu z nich (81 proc.). Najrzadziej zgadzają się z tą tezą pięćdziesięciolatowie – w tej grupie wskazało tak 67 proc. ankietowanych.

Części zamienne i serwisowanie chińskich aut w Polsce są trudno dostępne.



Prawie dwóch na pięciu Polaków ma obawy o dostępność części zamiennych i serwisowanie pojazdów z Państwa Środka (39 proc.). Przeciwnie uważa 17 proc. kierowców, jednak aż 44 proc. nie ma takiej wiedzy.

Części zamienne i serwisowanie chińskich aut w Polsce są trudno dostępne.	Kobieta		Mężczyzna	
Zdecydowanie się zgadzam	9%		15%	
Raczej się zgadzam	25%		28%	
Raczej się nie zgadzam	13%		16%	
Zdecydowanie się nie zgadzam	3%		3%	
Nie wiem/ Trudno powiedzieć	51%		38%	

Takie wątpliwości ma jedna na trzy respondentki, a przeciwnego zdania jest 16 proc. z nich. Jednocześnie ponad połowa pań nie ma na ten temat zdania. Wśród mężczyzn 43 proc. wskazało na

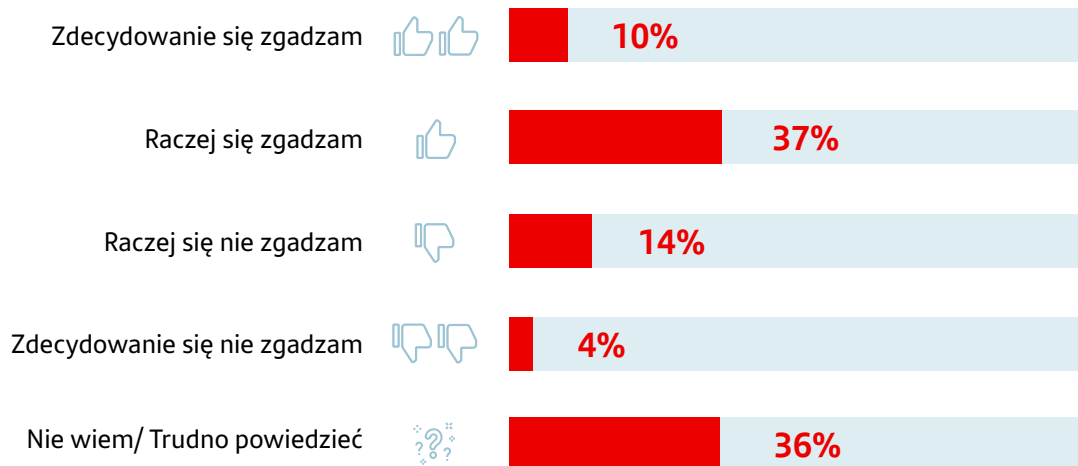
obawy związane z dostępnością, przeciwną opinię ma 19 proc., a prawie dwóch na pięciu jest niezdecydowanych (38 proc.).

Części zamienne i serwisowanie chińskich aut w Polsce są trudno dostępne.				
	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasto 250 tys. + mieszkańców
Zdecydowanie się zgadzam	14%	9%	11%	14%
Raczej się zgadzam	29%	25%	28%	20%
Raczej się nie zgadzam	12%	17%	17%	11%
Zdecydowanie się nie zgadzam	4%	1%	2%	4%
Nie wiem/trudno powiedzieć	41%	48%	41%	50%

O tym, że serwis chińskich pojazdów może być problematyczny, najbardziej przekonani są mieszkańcy wsi (43 proc.). Najmniej natomiast ankieterzy z miast do 50 tys. mieszkańców (34 proc.). Niezależnie jednak od miejsca zamieszkania wielu

respondentów nie ma zdania na ten temat – od 41 proc. w obszarach wiejskich i średnich miejscowościach, po połowę badanych z miast powyżej 250 tys. ludności.

Chińskie auta będą za 10 lat najpopularniejsze w Europie.



Polscy kierowcy pozytywnie oceniają przyszłość tych pojazdów w Europie. Prawie połowa (47 proc.) uważa, że za 10 lat

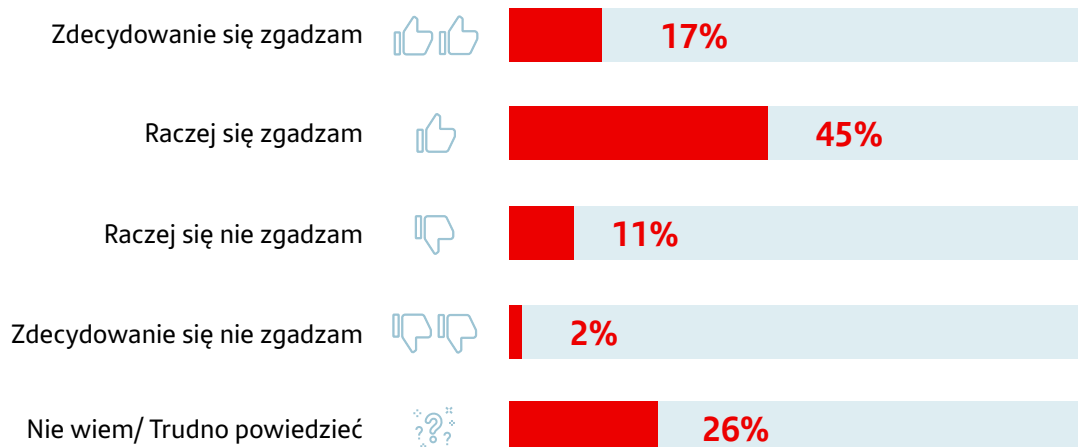
będą one w tym regionie najpopularniejsze. Jedynie 18 proc. się z tym nie zgadza.

Chińskie auta będą za 10 lat najpopularniejsze w Europie.					
	18-29	30-39	40-49	50-59	60+
Zdecydowanie się zgadzam	9%	12%	13%	9%	9%
Raczej się zgadzam	31%	43%	31%	37%	38%
Raczej się nie zgadzam	20%	12%	13%	9%	15%
Zdecydowanie się nie zgadzam	5%	7%	3%	10%	0%
Nie wiem/ Trudno powiedzieć	35%	26%	39%	36%	38%

Na taki rozwój chińskiej motoryzacji najczęściej wskazują trzydziestolatkowie (55 proc.), najrzadziej natomiast osoby w wieku 18-29 lat (40 proc.). Równocześnie najmłodszy

uczestnicy badania w największym stopniu nie zgadzają się z tą tezą (25 proc.). Wśród seniorów ten odsetek spada do 15 proc.

Polscy konsumenci są coraz bardziej otwarci na zakup chińskich samochodów.



62 proc. badanych uważa, że Polacy stają się coraz bardziej otwarci na zakup aut z Państwa Środka. Jedynie 13 proc. ma odmienne zdanie.

Polscy konsumenci są coraz bardziej otwarci na zakup chińskich samochodów.	 Kobieta  Mężczyzna	
Zdecydowanie się zgadzam	14%	19%
Raczej się zgadzam	39%	50%
Raczej się nie zgadzam	13%	9%
Zdecydowanie się nie zgadzam	2%	1%
Nie wiem/ Trudno powiedzieć	32%	20%

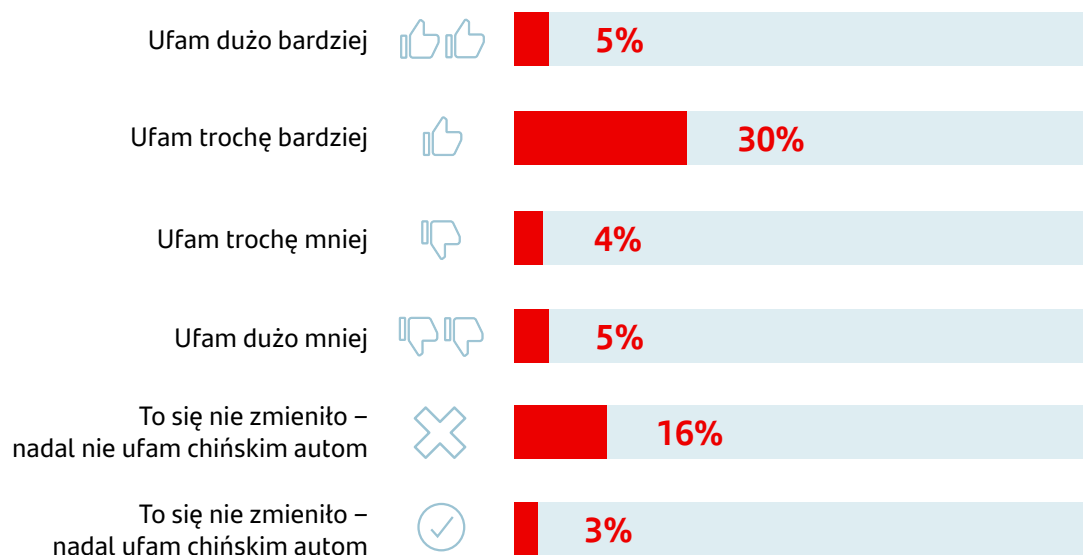
Aż trzech na pięciu mężczyzn i ponad połowa kobiet (53 proc.) dostrzega otwartość na chińską motoryzację wśród rodaków. Warto jednak zaznaczyć, że jedna na trzy Polki jest niezdecydowana (32 proc.).



Polscy konsumenci są coraz bardziej otwarci na zakup chińskich samochodów.	    				
	18-29	30-39	40-49	50-59	60+
Zdecydowanie się zgadzam	26%	29%	16%	11%	9%
Raczej się zgadzam	39%	38%	42%	46%	52%
Raczej się nie zgadzam	13%	14%	12%	12%	7%
Zdecydowanie się nie zgadzam	3%	2%	3%	2%	0%
Nie wiem/ Trudno powiedzieć	20%	18%	26%	29%	32%

Opinia ta przeważa wśród trzydziestolatków (67 proc.), z kolei najmniej przekonane są osoby w wieku 40-49 lat (58 proc.) i 50-59 lat (57 proc.).

Czy ufa Pan/Pani chińskim autom bardziej niż rok temu?



Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominięto odpowiedzi „Nie mam zdania na temat chińskich aut” oraz „Nie wiem/trudno powiedzieć”.

Rosnące zaufanie do chińskich aut wskazało 35 proc. badanych – wśród nich 5 proc. w zdecydowanym stopniu. Jednocześnie podobny poziom jak rok temu ma 3 proc. respondentów. Dynamika zmian przeważa więc na korzyść

producentów z tej części Azji, pomimo że wciąż spora grupa ankietowanych (16 proc.) utrzymuje swój brak zaufania. Prawie co dziesiąta osoba natomiast zmieniła swoją opinię na bardziej negatywną (9 proc.).

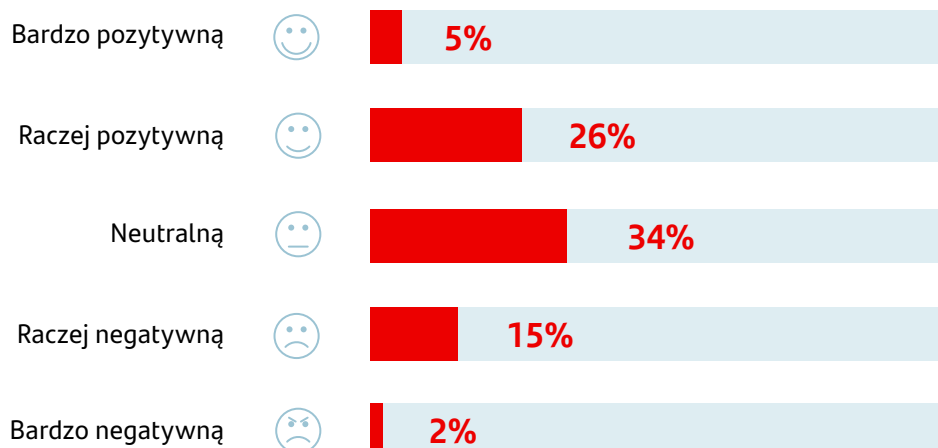
Czy ufa Pan/Pani chińskim autom bardziej niż rok temu?	 18-29	 30-39	 40-49	 50-59	 60+
Ufam dużo bardziej	4%	8%	4%	7%	3%
Ufam trochę bardziej	31%	42%	31%	22%	27%
Ufam trochę mniej	8%	5%	3%	4%	3%
Ufam dużo mniej	7%	4%	5%	7%	3%
To się nie zmieniło – nadal nie ufam chińskim autom	10%	12%	20%	17%	17%
To się nie zmieniło – nadal ufam chińskim autom	2%	6%	3%	2%	2%

Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedzi „Nie mam zdania na temat chińskich aut” oraz „Nie wiem/trudno powiedzieć”.

Największy wzrost zaufania do chińskiej motoryzacji nastąpił w grupie osób w wieku 30-39 lat. Aż połowa respondentów z tego pokolenia (50 proc.) deklaruje, że ufa chińskim autom bardziej niż rok temu (w tym 8 proc. w znaczącym stopniu, a 42 proc. „trochę”). Jest to wynik wyróżniający się na tle pozostałych grup. Najwięcej sceptyków znajduje

się wśród czterdziestolatków – aż dwóch na pięciu z nich utrzymuje, że nadal nie ma zaufania. Badani w wieku 18-29 lat są najbardziej spolaryzowani – chociaż 35 proc. z nich zmieniło swoje zdanie na lepsze, to jednocześnie odnotowano tu największy sumaryczny spadek (15 proc.).

Jaką opinię o chińskich autach słyszał(a) Pan/Pani najczęściej od znajomych?



Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto „Nie wiem/trudno powiedzieć”.

Jednym z czynników, które mogą wpływać na wybór auta przy zakupie, są opinie znajomych i rodziny. W kontekście chińskich modeli przeważają te neutralne (34 proc.).

Niewiele mniej pojawia się również pozytywnych (31 proc.). Bardzo negatywną ma jedynie 2 proc., a nastawionych raczej na „nie” jest 15 proc.

Jaką opinię o chińskich autach styszał(a) Pan/Pani najczęściej od znajomych?	 Kobieta	 Mężczyzna
Bardzo pozytywną	5%	5%
Raczej pozytywną	22%	29%
Neutralną	39%	30%
Raczej negatywną	12%	17%
Bardzo negatywną	1%	2%

Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto „Nie wiem/trudno powiedzieć”.

Ankietowane kobiety wskazują, że wśród ich znajomych dominuje neutralna opinia o autach z Państwa Środka (39 proc.). W otoczeniu mężczyzn odsetek ten wynosi 30 proc. Jeśli chodzi o głosy pozytywne, częściej styszą je panowie

(34 proc.) niż panie (27 proc.). Jednocześnie Polki rzadziej spotykają się z krytyką chińskiej motoryzacji – negatywne opinie w ich kręgu to 13 proc. wobec 19 proc. u Polaków.

Jaką opinię o chińskich autach styszał(a) Pan/Pani najczęściej od znajomych?	 18-29	 30-39	 40-49	 50-59	 60+
Bardzo pozytywną	1%	12%	5%	2%	3%
Raczej pozytywną	26%	32%	20%	26%	26%
Neutralną	39%	38%	28%	35%	33%
Raczej negatywną	20%	6%	17%	12%	17%
Bardzo negatywną	1%	0%	6%	3%	0%

Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedzi „Nie mam zdania na temat chińskich aut” oraz „Nie wiem/trudno powiedzieć”.

W otoczeniu badanych dominują opinie wyważone. Najczęściej z neutralnym nastawieniem spotykają się najmłodsi (18-29 lat) oraz osoby w wieku 30-39 lat – odpowiednio 39 i 38 proc. W głosach przychylnych zdecydowanym liderem są trzydziestolatkowie. Styszą oni najwięcej opinii pozytywnych (łącznie 44 proc.), co wyraźnie odróżnia

ich od pozostałych pokoleń, gdzie wskaźnik ten oscyluje wokół 25-28 proc. Co ciekawe, najwięcej krytyki dociera do najmłodszych (18-29 lat) oraz osób w średnim wieku (40-49 lat) – łączne odsetki opinii negatywnych wynoszą tam odpowiednio 21 proc. i 23 proc.

Zakończenie



Nasz najnowszy raport pokazuje, że chińska motoryzacja przestaje być w Polsce jedynie ciekawostką, a zaczyna realnie wpływać na decyzje zakupowe konsumentów. Już 60 proc. respondentów rozważyłoby zakup auta z tego kraju, jeśli byłoby tańsze od preferowanego pojazdu innego pochodzenia. Kierowcy zwracają dużą uwagę na przewidywalność i bezpieczeństwo – niemal połowa (49 proc.) podczas testów sprawdziłaby przede wszystkim łatwość serwisowania i dostępność części, a aż 43 proc. za najlepsze lub najbardziej przydatne technologie w tych modelach uważa zaawansowane systemy bezpieczeństwa.

Chińskie auta cieszą się wśród Polaków naprawdę dobrą opinią: 69 proc. kierowców zgadza się, że wyróżnia je nowoczesny wygląd, 67 proc. dostrzega ich zaawansowanie technologiczne, a 57 proc. ocenia, że wyposażenie w standardzie stoi na bardzo wysokim poziomie. Doceniany jest także komfort wewnątrz (59 proc.). Co istotne, w wielu kwestiach to trzydziestolatkowie wyróżniają się najbardziej pozytywnym podejściem. I choć z otwartością na nowinki technologiczne zwykle kojarzy

się osoby najmłodsze, w przypadku chińskiej motoryzacji, to osoby po trzydziestce wykazują największy entuzjazm. Być może wraz ze zdobytym doświadczeniem za kierownicą, a także rozwojem kariery zawodowej czy życia rodzinnego, poszukują bardziej ekonomicznych rozwiązań, które zapewnią maksymalny komfort jazdy i najlepszy stosunek ceny do jakości.

Nie bez znaczenia pozostaje również wpływ chińskich modeli na europejski rynek. Nic dziwnego, że niemal 3 na 4 badanych (72 proc.) uważa, że zwiększają one konkurencyjność, a 71 proc. dostrzega, że rosnąca popularność tych aut może obniżyć ceny modeli zachodnich. Co więcej, aż 76 proc. Polaków postrzega chińskie pojazdy jako realną alternatywę dla osób, których nie stać na zakup nowych aut marek europejskich.

Klimat opinii wokół chińskiej motoryzacji niewątpliwie się zmienia. Wyniki naszego raportu mogą być sygnałem dla całej branży i pomocą dla klientów przy podejmowaniu przemyślanych motoryzacyjnych decyzji.



Informacja o badaniu

Badanie zostało zrealizowane na zlecenie Santander Consumer Multirent metodą telefoniczną, standaryzowanych wywiadów kwestionariuszowych wspomaganych komputerowo (CATI), przeprowadzonych przez Instytut Badań Rynkowych i Społecznych (IBRiS) w dniach 16 – 28 października 2025 r. W badaniu wzięła udział reprezentatywna grupa dorosłych Polaków posiadających prawo jazdy. Próba $n = 1000$.

Santander Consumer Multirent jest częścią hiszpańskiej Grupy Santander. Na polskim rynku działa od 2007 roku. Firma specjalizuje się w leasingu operacyjnym pojazdów osobowych i dostawczych do 3,5 t. Podstawowym założeniem produktów leasingowych Santander Consumer Multirent jest dostępność dla małych, średnich jak i mikroprzedsiębiorstw, a także dla dużych klientów korporacyjnych, ale firma oferuje również pożyczki samochodowe dla klientów indywidualnych. Santander Consumer Multirent współpracuje z importerami takich marek samochodowych jak Ford, Mitsubishi, Suzuki, a także z markami motocyklowymi: Yamaha, Suzuki, KTM, Triumph. Produkty leasingowe są dystrybuowane poprzez sieć dealerów samochodowych wszystkich marek, które współpracują z Santander Consumer Multirent, a także poprzez partnerów i pośredników oraz Doradców Mobilnych Santander Consumer Banku.