

Strategia „First Mover” koreańskiego producenta opon

data aktualizacji: 2025.02.15



Hankook opublikował wyniki finansowe za 2024 rok. Producent chwali się efektami wdrożenia strategii „First Mover”, która zakłada większy udział firmy na rynku pierwszego wyposażenia.

Hankook ogłosił wyniki finansowe za rok 2024. Globalna skonsolidowana sprzedaż firmy wyniosła 9,4119 bln KRW (ok. 6,38 mld EUR), a zysk operacyjny wzrósł o 32,7% rok do roku, osiągając 1,7622 bln KRW (ok. 1,19 mld EUR). Wzrost rentowności to efekt strategii „First Mover” wdrożonej przez prezesa Hyunbum Cho, która zakładała proaktywne dostosowanie się do zmian rynkowych i inwestycje w badania i rozwój. Strategia „First Mover” zakłada inwestycji w badania i rozwój oraz wzmocnieniu globalnej pozycji marki premium.

Kluczowym czynnikiem wzrostu jest rosnący udział sprzedaży opon osobowych o rozmiarze 18 cali i większych, kategorii produktów o wysokiej wartości, który wzrósł o 2,3 punktu procentowego rok do roku, osiągając 46,5%. W 2024 r. Hankook Tire wzmocnił dostawy opon na wyposażenie oryginalne dla globalnych marek samochodów premium, zapewniając ekskluzywne wyposażenie dla Mercedesa-AMG GT Coupe i BMW M5. Aby sprostać surowym standardom wydajności i jakości wymaganym przez producentów samochodów o dużej mocy i klasy premium, firma Hankook wzmocniła swoje strategiczne partnerstwa i obecnie dostarcza opony do ponad 280 modeli pojazdów należących do około 50 światowych marek, w tym Porsche, Mercedes-Benz, BMW, Audi, Audi RS, a także wiodących producentów pojazdów elektrycznych, takich jak Tesla i BYD.

W 2025 roku Hankook planuje osiągnąć dalszy wzrost sprzedaży i zwiększyć do ponad 50% udział opon 18-calowych i większych.

Fot. Hankook

Źródło: