

汽车周刊

大众汽车集团除了降本增效
跟上中国市场电动化步伐才是良策

近日,在公布2024年第一季度利润大幅下滑后,大众汽车集团宣布计划通过削减德国行政人员规模来改善2024年全年业绩,集团将向选择提前离职的员工提供9亿欧元的巨额离职奖励。

有业内人士称,大众汽车集团此举是希望尽快减少非生产人员,节约人力成本,达到降本增效的目的。但大众汽车集团当下所遇到的问题何止是降本增效,在中国市场销量大不如前、电动化跟不上节奏等情况也是其面临的困难与挑战。

■新快报记者 罗晓彤



■廖木兴/制图

欲实现超100亿欧元的财务效应

在4月的最后一天,大众汽车集团公布了2024年第一季度财报,其中税后利润同比下降21.6%的数据,让市场更加关注其发展现状。

随后,就有相关媒体报道,大众汽车集团宣布计划通过削减德国行政人员规模来改善2024年全年业绩。但事实上,大众汽车集团的人员“精简优化”早有迹象。

据了解,大众汽车集团曾计划利用自然“人口曲线”减少员工数量,并承诺在2029年之前不会进行裁员。但在去年11月27日,大众汽车集团就推翻了该承诺,称由于汽车订单量的下行和成本压力的增大,将通过部分退休或提前退休的协议来实现人员“精简优化”。

大众汽车集团人力资源总监 Gunnar Kilian 去年底明确表示,为了达成2024年的年度财务目标,大众汽车集团需要降低人事成本约20%。按照规划,大众汽车集团今年的目标是,到2024年底实现超100亿欧元的可持续财务效应,以抵御通货膨胀及成本上涨等因素带来的影响。

“为了改善业绩并应对市场竞争压力,大众汽车集团需要优化其组织结构和管理体系,因此人员‘精简优化’是一种可行的选择。”产业观察家洪仕斌接受新快报记者采访时表示,提供巨额离职奖励可以作为一种激励手段,鼓励员工主动离职,这有助于减少组织重组过程中的摩擦和不确定性,并加快重组进程。同时,大众汽车集团可以节省一些成本,如遣散费、安置费等,这也有助于提高公司的财务表现和盈利能力。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜也向新快报记者表示,大众汽车集团此举是希望尽快减少非生产人员,节约人力成本,达到降本增效的目的,同时也能规避一些因人员“精简优化”带来的后续一系列问题,有助于维护企业的稳定性。

依旧倚重中国这个最大的单一市场

数据显示,2023年大众汽车集团实现了稳健的业绩增长,营业利润达到226亿欧元,营业收入高达3223亿欧元,其中汽车业务部门的净现金流显著上升至107亿欧元。

然而,时间来到2024年第一季度,大众汽车集团的财务表现却差强人意。财报数据显示,大众汽车集团营业利润为45.88亿欧元,同比下降20.2%;营业利润率同比下降1.4个百分点至6.1%;税后利润为37.1亿欧元,同比下降21.6%;同时,经营活动产生的现金流量净额、基本每股收益、稀释每股收益、加权平均净资产收益率等关键财务指标也有所变动。

市场表现方面,尽管大众汽车集团在2023年以924万辆的全球交付量成为全球第二好卖的汽车品牌,但从各区域市场情况看,中国作为大众汽车集团最大的单一市场,增幅却远不及欧洲和北美市场。

面对中国这个年产量已连续15年位居全球第一、新能源汽车产销量连续9年位居全球第一,以及出口量去年再创新高的世界最大汽车市场,大众汽车集团如果无法充分发挥其最大单一市场的主观能动性,势必会影响自身在全球汽车市场的发展。

同时还有一个很现实的问题,当前中国汽车市场正在发生深刻变革,新能

源汽车加速替代传统燃油车,自主新能源产品加速抢占合资品牌的传统优势市场,加之近段时间中国汽车市场愈演愈烈的“价格战”冲击,即便是行业巨头,大众汽车集团在中国汽车市场的影响力也已大不如前。

要知道,相比过去很长一段时间“南北大众”站稳中国汽车市场厂商销量冠军的位置,现今仅剩一汽-大众能位居前三,上汽大众则基本跌出前三,无论是年榜还是月榜,无论是零售还是批发。以乘联会统计的2024年1-3月厂商零售销量排行榜为例,一汽-大众位居第二,上汽大众则排到了第五。

“我们目前无法保持领先地位。”今年4月,德国《法兰克福汇报》网站刊登了对大众汽车集团首席执行官奥利弗·布鲁姆的专访,奥利弗·布鲁姆坦诚表示,大众汽车集团“没有做好准备”,在电动汽车领域“跟不上”快速增长、千帆竞发的中国市场。

但毋庸置疑的是,大众汽车集团依然加速电动化转型,并把中国作为重点投资的市场。根据规划,大众汽车集团在2025年至2029年的五年计划中,将投资规模控制在1700亿欧元以内,主要投资于新产品、区域市场、电池业务和纯电动车型平台等。在中国市场,大众汽车集团推行“在中国,为中国”的发展战略,并计划到2030年提供不少于30款纯电动车型,同时与小鹏汽车建立了合作伙伴关系,进一步强化其在中国市场的竞争力。

深度科技研究院院长张孝荣向新快报记者表示,大众汽车集团改变现状的关键在于产品创新、成本控制、市场定位和组织结构优化。

东华大学客座教授潘俊也认为,当下大众汽车集团需要实现经济结构的优化和提升产品质量,建议大众汽车集团及时调整策略,聚焦核心业务,减少非核心业务的投入,提升技术水平,以提升产品竞争力。

《汽车以旧换新补贴实施细则》出台
车企大打“补上加补”购车优惠抢客

新快报讯 记者罗晓彤报道 近日,车市“价格战”硝烟再起。据记者不完全统计,比亚迪、梅赛德斯-奔驰、一汽-奥迪、一汽丰田、长安汽车、奇瑞汽车、上汽通用别克、上汽大众、蔚来等超20个汽车品牌,先后推出以置换补贴为主的购车优惠,补贴金额从几千元到几万元不等。

具体来看,比亚迪进入5月后先后对旗下王朝网以及海洋网各车型推出优惠政策,其中王朝网单车置换补贴至高18000元,海洋网单车置换补贴至高20000元。而购买王朝网车型的消费者还可在0首付、0利息和0月供三种金融方案中任选其一。

梅赛德斯-奔驰则于4月28日推出“换政策,奔驰加倍”限时活动,所有符合细则补贴范围的乘用车用户购买奔驰适

用车辆可获奔驰至高购车补贴1.5万元。同一天,长安汽车推出单车综合补贴最高可达5.7万元的限时活动,涉及旗下长安启源、阿维塔、深蓝汽车、长安汽车等品牌。

上汽通用别克则在5月1日-31日推出了高额补贴,覆盖GL8 ES陆尊、GL8陆上公务舱、昂科威PLUS、全新一代昂科威S、新君威、威朗Pro以及别克E5等车型,全系综合优惠至高6.5万元。

造车新势力方面,蔚来汽车推出“0首付”购车方案,以旧换新可享最高2万元专属补贴。小鹏汽车则推出官方置换补贴政策,同品牌置换最多可享1.5万元补贴,其他品牌置换最高补贴1万元。

需注意的是,上述车企推出置换补

贴活动的背景是,4月28日,商务部、财政部等七部委联合出台了《汽车以旧换新补贴实施细则》,其中明确对报废燃油或新能源乘用车并购买新能源乘用车新车的用户,一次性给予1万元置换补贴;对报废国三及以下排放标准燃油乘用车并购买2.0升及以下排量燃油乘用车的,补贴7000元。因此,上述车企推出的置换补贴活动,是叠加国家置换补贴后的“福利加码”行为。

记者还注意到,在《汽车以旧换新补贴实施细则》发布之前,就有不少汽车品牌推出了包括现金补贴、选装基金或金融贷款方案等多项置换优惠活动。

业内众多声音认为,《汽车以旧换新补贴实施细则》的出台对车市来说是重大利好。其中,全国乘联会秘书长崔东

树在其个人微信公众号上直言,以旧换新政策落地,对车市是重大利好,预计报废总量应能达到近千万的规模,汽车以旧换新补贴对车市私人新车消费会带来百万量级的增量,也能带来千亿以上的年消费增量,5月车市必然一扫低迷实现较好增长。

财信证券分析师杨甫同时分析认为,随着中央补贴政策落地,叠加后续将陆续公布的地方政府补贴以及汽车企业提供的补贴后,预计在5万-20万元价格区间内,新能源产品销量占比较高的自主品牌车企将最大程度受益。

更多优质汽车资讯
请关注新快网汽车频道