

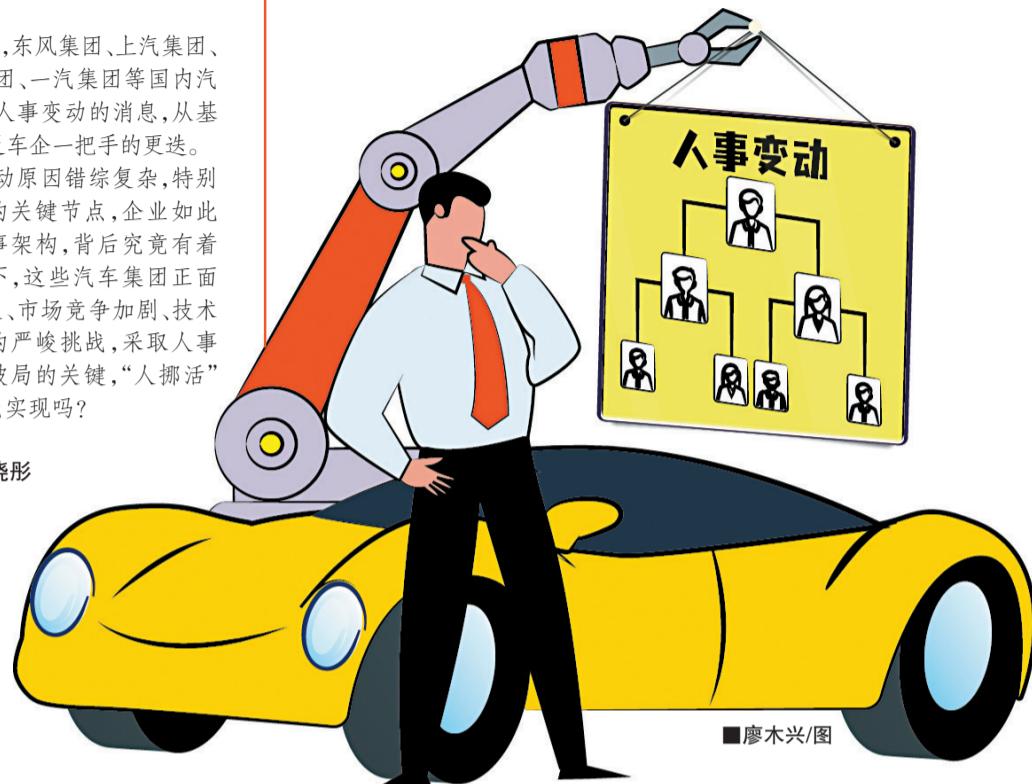
国内各大汽车集团人事风暴骤起

破局的理想与现实有多远

近段时间以来,东风集团、上汽集团、广汽集团、北汽集团、一汽集团等国内汽车集团,密集传出人事变动的消息,从基层到高层,其中不乏车企一把手的更迭。

然而,人事变动原因错综复杂,特别是处在行业变革的关键节点,企业如此大动干戈调整人事架构,背后究竟有着怎样的考量?当下,这些汽车集团正面临来自新能源转型、市场竞争加剧、技术革新等众多方面的严峻挑战,采取人事变动是否能成为破局的关键,“人挪活”这样的理想局面能实现吗?

■新快报记者 罗晓彤



■廖木兴/图

1 密集出现人事变动原因何在?

上汽集团大乘用车板块启动大规模人事调整,可以说是近段时间以来关注度极高的汽车集团人事变动事件之一。

据了解,上汽乘用车于今年2月发布了《关于大乘用车干部任免的通知》,对乘用车板块进行大规模人事调整,涉及63位中高层干部,以及荣威、飞凡、名爵等核心品牌。

据悉,此次人事变动由上汽集团总裁贾建旭签发,超过60位中高层职位被调整,而人员调整的职务大多为总监级别、副总经理级别,涉及的部门覆盖国内营销部、海外营销部、产品部、业务规划和项目管理部、研发部、数据及信息系统部、财务部等。

有业内人士称,此次上汽乘用车的大规模人事调整,是上汽集团总裁贾建旭相关管理理念的具体落地。2024年年中干部大会上,贾建旭发表内部讲话,剖析了公司在新能源转型进程中面临的压力。他指出,在此关键时期,实现整零协同、降低成本是公司突破困境的重要路径,同时强调需凭借燃油车业务的利润反哺电动车业务,以保障新能源转型稳步推进。

2 人事变动可以注入新活力但并非万能

不难发现,相较于以往,近期国内汽车集团的人事变动显得尤为密集。不过,这些人事变动原因错综复杂,有的源于任期届满正常交替,有的因企业合并重组而进行人事调配,还有的是为适应业务战略调整做出的安排。

全联并购公会信用管理委员会专家安光勇告诉记者,相比于过去,这些汽车集团的人事变动呈现出频率加快、范围拓宽、年轻管理者愈发年轻化、人事调动支持全球化布局等特点。而这些变化反映出这些汽车集团在经济下行、行业内卷加剧的背

景下,试图通过灵活的人才配置提升适应性和竞争力。

然而,当下的这些汽车集团面临的挑战并不少,比如市场竞争愈发激烈、急需从传统制造向电动化、智能化转型,以及技术革新、人才流失、供应链风险等,想实现“人挪活”并非一件易事。

浙大城市学院文化创意研究所秘书长林先平认为,目前这些汽车集团面临着许多挑战,在这种情况下,“人挪就能活”的说法并不一定准确。因为人才流动本身并不能解决所有问题,企业还需要在管理、技术、市场等方面进行改革和创新,才能真

或与这一重组整合事件密切相关。

与此同时,北汽集团旗下自主业务板块北京汽车股份有限公司(下称“北汽股份”)也在近期开启了新一轮人事调整。2月19日,陈巍因工作变动辞去北汽股份董事长、非执行董事等职务,由北汽鹏龙原党委副书记、总经理王昊接任;同时,北汽股份原副总裁兼销售公司党委书记、总经理彭钢上调至北汽集团营销办公室副主任(主持工作)。

相比之下,一汽集团的人事变动就更早一些。去年年底,一汽集团人事调整进入公示期。根据中国经济网通过内部可靠渠道拿到的部分干部调整名单显示,一汽-大众、一汽解放均有较大变动。其中,一汽-大众汽车有限公司总经理潘占福,拟调整至子公司专职外部董事,姜博接替金先桢任一汽-大众汽车有限公司副总经理(人事),后者转任集团公司/股份公司安全环境保障部总经理。李胜则任一汽解放集团股份有限公司董事长、党委书记;于长信任一汽解放集团股份有限公司总经理、党委副书记。

正提高竞争力。但是,适当的人事变动可以为企业带来新的活力和创造力,促进企业的变革和发展。

安光勇补充道,人事变动能注入新活力、优化资源,但并非万能。当前这些汽车集团面临的挑战根植于经济、地缘政治与行业结构性等问题,仅靠“人挪”难以扭转大局。企业需加大研发投入,突破供应链瓶颈,并明确转型路径,避免资源分散,同时还要开发适销对路的产品,抓住有限需求。“若无全面改革,人事调整恐难挽颓势,生存仍需更深层次的系统性应对。”安光勇说。

2月全国乘用车市场零售达138.6万辆

乘联分会:处于历年同期零售历史高位

新快报讯 记者罗晓彤报道 “今年2月零售处于历年2月零售历史高位,1-2月恢复正常增长,市场表现较强。”日前,中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会(以下简称“乘联分会”)在2025年2月全国乘用车市场分析报告中披露,今年2月全国乘用车市场零售量为138.6万辆,同比增长26%,环比下降22.8%;今年1-2月全国乘用车市场累计零售317.9万辆,同比增长1.2%。其中新能源乘用车市场方面,今年2月该市场零售量为68.6万辆,同比增长79.7%,环比下降7.8%;今年1-2月累计零售量为143万辆,增长35.5%。

具体到厂商销量情况,根据乘联分会统计的2025年2月厂商零售销量排行榜,比亚迪以20.57万辆、同比增长73.2%的成绩拿下14.8%的市场份额,保持领先地位;吉利汽车紧随其后,当月零售销量近18万辆,同比增长106.8%,不仅拿下12.8%的市场份额,还成为排行榜前十厂商中同比增长最为明显的一家;一汽-大众、奇瑞汽车、长安汽车依次排在第三、第四、第五名,月销量均超10万辆,但与比亚迪、吉利汽车还有明显差距。

事实上,从排行榜前五名中自主品牌占4席来看,也说明当下自主品牌表现愈发强势。此外,依次排在第六至第十名的厂商分别是上汽大众、上汽通用五菱、广汽丰田、一汽丰田和北京奔驰,其中一汽丰田同比增幅较大,达41.8%,而北京奔驰和广汽丰田同比有所下滑。

对于今年2月全国乘用车市场销量同比增长明显的原因,乘联会在分析中指出,近期国内外宏观环境的变化好于预期,消费者消费心态相对平稳,叠加车企营销活动在春节期间的持续发力和去年2月销量基数低,因此今年2月车市强于2024年春节后的低迷走势,实现2025年2月的春节后开门红。

同时,针对2月6日以来,有近20家车企及品牌宣布在智能座舱或AI运营领域与DeepSeek完成深度融合这一现象,乘联会指出,DeepSeek的成功撼动了依赖算力堆砌的传统AI发展模式,由于DeepSeek低算力、低成本、较好性能的特点,使得大规模车端快速应用成为可能。而今年政府工作报告中将智能网联新能源汽车定位为新一代智能终端,增强了智能座舱和智驾等概念的消费引导,各家都在引入,增量效果较好。

“春节假期后的各行各业快速转入正常运作,因此3月的环比产销增长将较为迅猛。”展望今年3月的全国乘用车市场,乘联会表示,春节后是新品推出的重要时间点,很多厂商的新车在大量推出。在国家促消费政策推动下,很多省市出台了相应促消费政策,叠加车展等线下活动的全面恢复也将加速聚拢人气。加之近期的碳酸锂等价格处于低位,这有利于厂商持续优化新能源车型的成本结构和产品迭代,车市关注度也将持续升温。

此外,乘联会还提到,今年总体汽车出口延续去年强势增长特征,今年2月乘用车出口(含整车与CKD)34.9万辆,同比增长11%;今年1-2月乘用车厂商出口73万辆,同比增长6%。其中,2月新能源车占出口总量的33.9%,较同期增加4.4个百分点。



更多优质汽车资讯
请关注新快网汽车频道