

马斯克艰难“挥刀”裁员上万人 中国销售部门或成重灾区

本报记者 杨让晨 石英婧 上海报道

多次搅动中国汽车市场的“鲑鱼”特斯拉突然宣布全球万人大裁员,波及中国市场,业绩或将承压。

“没有什么比裁员更让我讨厌,但我必须这么做。”北京时间4月15日下午,特斯拉CEO马斯克发布内部信称,将在全球范围内裁员10%,并表示这是在对公司组织进行了彻

突然的大裁员 此次特斯拉的全球裁员来得太突然。

“接到裁员通知的当天整个人都是蒙的,到现在也没完全清醒过来。”林雨对记者表示,自己半个月前进入特斯拉的一家门店,但还没结束培训就接到了裁员通知。“4月15日特斯拉发布了裁员的内部信,16日我就被约谈了10分钟关于裁员的事,签字只用了3分钟。”林雨告诉记者,特斯拉此次裁员“效率很高”。

林雨不是唯一一个有这种感受的被裁员工。刘岩也对记者表示,自己也在4月16日接到裁员通知,约谈的时间也差不多10分钟,“门店8个人,就裁了我一个,人很蒙。”在此之前,刘岩认为自己并不会被裁

下滑的业绩 事实上,特斯拉此次裁员在其业绩中或早有预兆。

据相关媒体报道,今年2月,特斯拉推迟了对一部分员工的绩效考核,随后关于特斯拉裁员的传言便开始出现,有海外媒体援引知情人士说法称,本次裁员人数可能高达20%,但彼时特斯拉发言人并未就此消息对媒体作出回应。

特斯拉在2023年的财务报告中也对这一观点有所印证。记者注意到,尽管在2023年特斯拉营收增长18.8%,达到967.73亿美元,合并净利润也同比增长18.73%,达到149.76亿美元。但特斯拉在2023年的净资产收益率、资产回报

底审查后作出的艰难决定。

相关数据显示,截至2023年年底,特斯拉在全球范围内共有约14.05万名员工,10%的裁员比例意味着将有超1万名员工失去在特斯拉的工作。

此次全球大裁员也波及中国市场。《中国经营报》记者注意到,目前特斯拉中国包括销售、研发、测试等在内的多个岗位均在被裁员的范围内。“才入职两周就被裁了,在这两

周内我还开了两单。”刚入职特斯拉销售岗位不久的刘岩(化名)对记者表示,被裁很突然,没有任何前兆。同样在试用期的林雨(化名)也接到了裁员通知,“我培训都还没完全结束就被裁了。”

对于上述特斯拉在中国的裁员情况,记者向特斯拉中国方面采访求证,截至发稿尚未收到回复。不过据媒体报道,当地时间4月17日,马斯克在发送给员工

的多个岗位也存在裁员的情况。不过,虽然特斯拉此次裁员迅速,多位受访的被裁员工均对记者表示,特斯拉给出的裁员补偿为N+3,而非法律规定的N+1补偿。

对于此次裁员的原因,马斯克在公开信中表示,多年来,公司发展迅速,在全球范围内开设了多家工厂,随着这种快速增长,公司在某些领域内出现了角色和工作职能的重复。“在为公司下一阶段增长做好准备时,审视公司各方面以降低成本和提高生产率至关重要。”

在盘古智库高级研究员江瀚看来,对于特斯拉此次突然在全球范围内的裁员,是特斯拉面对日益激烈的

的竞争压力。“特斯拉需要认真审视自身的不足,并及时调整策略以适应市场的变化。”

事实上,目前特斯拉仍在继续提升技术创新。马斯克在目前的内部信中就表示,目前特斯拉正在开发汽车、能源和人工智能领域内最具革命性的技术,员工的决心将对公司实现这一目标产生巨大的影响。不过,马斯克也坦言:“这对于留在特斯拉的员工而言仍是艰巨的工作。”这已不是马斯克第一次披露特斯拉对于创新的消息。日前,马斯克就在X平台宣布,今年8月,特斯拉将发布无人驾驶出租车(Robotaxi)产品。受该消息影响,特斯拉股价当日大涨5%。

除了原有的电动车业务外,储能业务或许会成为特斯拉新的业绩增长点。据相关媒体报道,特斯拉上海储能超级工厂计划于2024年5月开工,并于2025年第一季度完成量产,这也是特斯拉在美国本土以外的首个储能超级工厂项目。据相关规划,上海储能超级工厂将生产超大型商用储能电池Megapack。

储能业务对特斯拉的业绩贡献也在2023年开始崭露头角。据特斯拉2023年财报,储能业务的装机量达到14.7GWh,是2022年的两倍以上,公司能源发电与储能业务的利润在2023年几乎涨了4倍。

的电子邮件中承认了此次裁员的错误。“在重组特斯拉的过程中,我注意到一些遣散费被错误地压低了,我为这一错误道歉,正立即纠正。”

截至美国东部时间4月18日16时,特斯拉股价已连续5个交易日下跌,跌破150美元关口,报收于149.93美元/股,创下15个月来新低,市值累计蒸发786亿美元,约合人民币5689.6亿元。

市场竞争与经营压力所采取的应对措施。“裁员可以直接减少人力资源成本,包括薪酬支出、福利待遇等固定开支,有助于缓解短期财务压力,提高运营利润率。”江瀚进一步告诉记者,通过精简组织架构,优化岗位设置,特斯拉可以消除冗余岗位,减少内部沟通成本,提升决策效率,使公司能够更快响应市场变化。

黄河科技学院客座教授张翔也告诉记者,特斯拉裁员是在业绩不达预期的情况下降低成本。“中国市场新车频繁发布,尽管特斯拉利润很高,但目前在中国市场车型有限。”张翔表示,特斯拉裁员是为了降本增效。

Model Y的售价。在中国市场,特斯拉也逆势提价。4月1日,特斯拉将Model Y在中国市场的售价上调至26.39万元,Model Y长续航版售价上调至30.49万元,Model Y高性能版售价上调至36.89万元,涨价幅度均为5000元。值得注意的是,在涨价同日,特斯拉中国官方还宣布原价1.2万元的星空灰车漆,即日起Model 3和Model Y可以免费选配。

对于此次涨价原因,特斯拉的销售顾问对记者表示,是由于原材料涨价。

达到38.68万辆,较上年同期下滑8.53%,环比下滑达到20.1%。这是特斯拉五个季度以来首次出现季度销量下滑。另据乘联会数据,在今年第一季度,特斯拉在中国的零售销量达到约13.24万辆,较上年同期下降3.6%,排名新能源厂商第三,落后于比亚迪和吉利汽车,市场份额约7.5%。

特斯拉或为提高毛利率和销量,进入2024年以来开始在全球范围内提高旗下产品价格。记者注意到,截至今年4月,特斯拉已在欧洲、北美等多个地区市场提高旗下

开辟第二增长曲线 家电巨头接力换道“上车”

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

近年来,国内新能源汽车始终保持蓬勃发展的态势。中国汽车工业协会数据显示,2024年1—3月,新能源汽车产销分别完成211.5万辆和209万辆,同比分别增长28.2%和31.8%。

行业发展持续向好的背景下,新能源汽车赛道涌入了很多跨界选手,它们既有直接下场造车的手机巨头,也有为车企提供智能汽车解决方案的科技巨头,汽车行业的边界日渐模糊。

《中国经营报》记者注意到,随着新能源汽车所需部件的变化,不少企业为了开辟第二增长曲线,寻找新的利润增长点,都以各自的方式进入到汽车行业,其中就包括家电企业。

4月10日,美的与蔚来在美的威灵汽车部件安庆工厂签署了战略合作协议。双方将在新能源汽车零部件、自动化、数字化、低碳可持续园区及智慧物流等领域开展广泛合作。

此外,海尔集团、创维等家电企业也在汽车行业深度布局。其中,创维选择了直接下场造车,海尔集团则通过青岛卡泰驰汽车科技发展有限公司(以下简称“卡泰驰”)猛攻二手车市场。

对于海尔集团布局二手车市场的背后考量和企业的核心竞争力等相关问题,记者联系海尔集团方面,相关负责人向记者表示:“我们(二手车)业务还在发展中,暂无对外的信息。”

蔚来牵手家电龙头

“美的不仅是全球家电业的龙头,在汽车领域也有深厚的布局,蔚来愿与美的共同推动新能源汽车核心技术的发展。”4月10日,蔚来和美的在安庆签署战略合作协议,蔚来创始人、董事长、CEO李斌表示,新能源汽车和电器都是电驱动,底层原理都是一样的。蔚来与美的一起“加电”,可以优化新能源汽车的技术路线规划,突破现有的汽车部件定点模式。

记者从蔚来方面了解到,美的与蔚来的合作始于2021年,从库卡工业机器人开始,逐渐延伸至楼宇解决方案,以及包括空调压缩机和

海尔入局二手车

与美的切入汽车增量部件不同的是,海尔集团则将视角聚焦在二手车市场,并在此进行快速扩张。中国汽车流通协会发布的数据显示,2023年1—12月,二手车累计交易量1841.33万辆,同比增长14.88%,与同期相比增加了238.5万辆,累计交易金额为11795.32亿元。

海尔集团通过卡泰驰深度布局二手车市场。卡泰驰是海尔集团旗下的汽车工业互联网生态平台品牌,其中汽车生态业务重点打造中高端直营连锁品牌,为用户提供认证二手车全周期用车场景解决方案,目前已在郑州、上海、武

打造物联网生态

“家电企业进入汽车行业是因为要打造物联网生态。未来无论是家电产品还是汽车产品都将变成一个智能终端,这就意味着,谁能将物联网生态做起来,谁就在市场上具备竞争优势。”对于家电企业进入到汽车行业,中国数实融合50人论坛副秘书长胡麒牧向记者说道。

新能源电机定子在内的汽车零配件领域。

根据协议,美的和蔚来将加深汽车零部件领域及新技术研发的合作,共同探讨适用于智能电动汽车场景下具有引领性、竞争力的新技术,共同研发包括但不限于空调压缩机、电驱动、热管理集成、车载冰箱等产品。此外,在工业领域,美的还将发挥机器人、数字化的优势,双方在工业机器人本体、汽车及一般工业自动化解决方案、运动控制整体解决方案、数字化管理系统、智慧物流等领域开展合作,全力打造新能源汽车行业智能制造

典范。

除此之外,“碳达峰”和“碳中和”是重要的国家战略,也是双方实现可持续发展追求的重要目标。根据协议,双方同意在“双碳”信息数据、应用场景、解决方案等方面进行沟通交流,共同探讨降碳工作。美的方面表示,美的积极分享低碳园区等方面的经验,并进一步探讨在产业园区建设、楼宇自控及能源管理解决方案等合作,助力碳中和目标的实现。

李斌和美的集团董事长兼总裁方洪波同为“安庆人”。对于与蔚来在安庆签署合作协议,方洪波称,蔚

来新能源汽车以及相关的能源业务发展很快,未来希望每一辆蔚来汽车都有美的在安庆生产的零部件,更希望双方可以共同合作研发,突破新能源汽车的技术难点。

美的集团副总裁兼工业技术事业部群总裁伏拥军曾告诉记者:“从家电零部件到汽车零部件,产品和市场不一样,挑战确实很大。我们选择了汽车电动化的过程中产生的增量部件,对于汽车行业的供应商来说是新产品,但我们在技术上比这些供应商更擅长这些部件。”

记者了解到,美的威灵汽车部件将在压缩机、电机领域积累的

基础,提升品牌影响力,实现多元化发展。”

作为家电行业的龙头企业,海尔集团入局二手车也具备一定的优势。在江瀚看来,海尔集团入局二手车市场的核心竞争力主要体现在以下几个方面:一是其强大的品牌影响力,海尔作为全球知名的家电品牌,具有较高的市场认可度和消费者信任度;二是其先进的技术和创新能力,海尔在技术研发和创新方面一直走在行业前列,能够为二手车市场提供智能化、个性化的解决方案;三是其丰富的客户基



4月18日,记者走访上海徐汇区一家特斯拉门店,店内有2名销售人员。

本报资料室/图

中国市场表现放缓 在业内人士看来,特斯拉在中国市场的业绩或将承压。

普华永道日前发布的相关报告显示,目前中国消费者对于自动驾驶的付费意愿较低。“短期内消费者对于自动驾驶等功能的使用习惯及用户黏性尚未建立起来,但车企需要提前部署高昂的研发费用以及投入成本,如何在承压期间把握节奏成为重要话题。”

记者了解到,自2023年下半年开始,特斯拉推进旗下FSD(Full-Self Driving,特斯拉研发的自动驾驶系统)进入中国市场的消息就甚嚣尘上。特斯拉官网显示,增强版自动驾驶需花费3.2万元,而完全自动驾驶则需要支付6.4万元。不过,在业内人士看来,即使特斯拉的FSD进入中国市场,其仍然面临着较大的压力。

张翔对记者表示,中国车企推出新车型的速度越来越快,更新车型的周期越来越短,相较之下,特斯拉在中国的市场表现就放缓了。“目前自动驾驶技术还不成熟,特斯拉如果将自动驾驶技术作为营销工具,并不能真正提高产品的销量。”

“FSD作为特斯拉的自动驾驶技术,如果能够在国内市场得到广泛应用,将极大地提升特斯拉产品的竞争力和吸引力。”江瀚则告诉记者,中国新能源汽车市场的竞争日趋激烈,国内车企在自动驾驶、智能化等方面取得了显著进步,对特斯拉构成了一

定的竞争压力。“特斯拉需要认真审视自身的不足,并及时调整策略以适应市场的变化。”

事实上,目前特斯拉仍在继续提升技术创新。马斯克在目前的内部信中就表示,目前特斯拉正在开发汽车、能源和人工智能领域内最具革命性的技术,员工的决心将对公司实现这一目标产生巨大的影响。不过,马斯克也坦言:“这对于留在特斯拉的员工而言仍是艰巨的工作。”

这已不是马斯克第一次披露特斯拉对于创新的消息。日前,马斯克就在X平台宣布,今年8月,特斯拉将发布无人驾驶出租车(Robotaxi)产品。受该消息影响,特斯拉股价当日大涨5%。

除了原有的电动车业务外,储能业务或许会成为特斯拉新的业绩增长点。据相关媒体报道,特斯拉上海储能超级工厂计划于2024年5月开工,并于2025年第一季度完成量产,这也是特斯拉在美国本土以外的首个储能超级工厂项目。据相关规划,上海储能超级工厂将生产超大型商用储能电池Megapack。

储能业务对特斯拉的业绩贡献也在2023年开始崭露头角。据特斯拉2023年财报,储能业务的装机量达到14.7GWh,是2022年的两倍以上,公司能源发电与储能业务的利润在2023年几乎涨了4倍。

基础,提升品牌影响力,实现多元化发展。”

作为家电行业的龙头企业,海尔集团入局二手车也具备一定的优势。在江瀚看来,海尔集团入局二手车市场的核心竞争力主要体现在以下几个方面:一是其强大的品牌影响力,海尔作为全球知名的家电品牌,具有较高的市场认可度和消费者信任度;二是其先进的技术和创新能力,海尔在技术研发和创新方面一直走在行业前列,能够为二手车市场提供智能化、个性化的解决方案;三是其丰富的客户基

础和完善的售后服务体系,海尔拥有庞大的用户群体和完善的售后服务体系,能够为二手车消费者提供全方位的服务保障。

记者了解到,海尔集团党委书记、董事局主席、首席执行官周云杰也为二手车市场的高质量发展建言献策。今年全国两会期间,周云杰提交的建议之一便是《推动二手车全产业链高质量发展,释放汽车消费新活力》。他提出三点建议,分别是“建设全国性汽车全生命周期数据平台”“支持二手车再制造行业的发展”“出台促进二手车消费的专项政策”。

一些挑战。首先,汽车行业的技术门槛和市场门槛相对较高,需要家电企业具备足够的技术实力和市场营销经验;其次,汽车行业的竞争也异常激烈,家电企业需要充分了解市场需求和竞争格局,制定合适的市场策略;最后,家电企业还需要考虑如何与原有业务进行融合和创新,实现协同发展。

不过,江瀚也指出,家电企业在跨界到汽车行业时也面临着一些

有过家电企业的造车潮流,但大多以失败告终。胡麒牧表示,20多年前中国刚开始加入WTO,中国的汽车产业刚刚开始国际化,国家出台了一定的保护政策,这是利好的一个产业,而家电行业在上世纪90年代就已经通过贴牌代工发展起来了。

汽车行业在当时是蓝海市场,