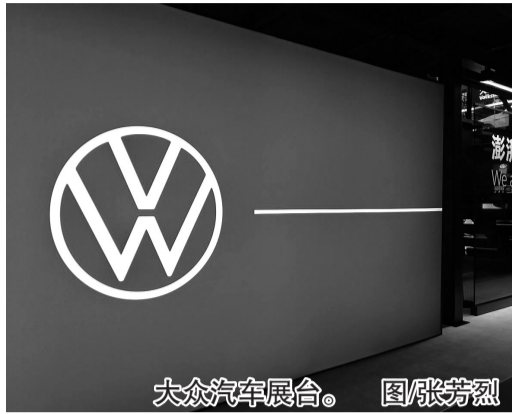


德国汽车,开始求中国帮忙!



大众汽车展台。图/张芳烈

德国最大的汽车公司大众汽车,突然加大了和中国车企“小鹏汽车”的合作!

17日,大众汽车和小鹏联合宣布,双方共同开发基于区域控制及准中央计算的电子电气架构——CEA,从2026年起,新的架构将应用于本土生产的大众汽车品牌电动汽车中。

通俗地说,就是大众汽车将会引入小鹏的电子电气技术,生产电动车!

中国车企,就这样完成了逆转。

因为在以前,往往是中国车企引入大众汽车的技术,但现在大众开始求中国车企输出技术。

连接德国的汽车行业机构,现在也知道惹不起中国车企了。

德国汽车工业协会主席希尔德加德·穆勒近日表示,反对欧盟可能对从中国进口的电动汽车征收额外关税的做法。

他认为,这样的行动可能引发贸易摩擦,对欧盟电动化和数字化转型产生负面影响,并且对德国的就业形势构成威胁。

穆勒说了实情——现在的德国汽车行业,已经离不开中国汽车产业链帮忙了。

德国担心失去中国汽车市场

德国及欧洲汽车行业面临多方面的挑战。

欧洲汽车行业正面临从传统内燃机汽车向电动汽车的转型。

欧洲对汽车排放标准的要求越来越严格,汽车制造商需要不断调整和创新技术以满足这些要求。这对汽车企业提出了巨大的技术和成本挑战。

另外,中国电动汽车制造商在国际市场上崛起,对欧洲制造商构成挑战。

此外,穆勒还指出,反补贴措施,如额外关税,并不能解决欧洲和德国汽车行业

的问题。

相反,欧盟委员会设想的进口关税一旦导致贸易冲突爆发,可能会迅速产生负面影响。

穆勒担心的是,在中国拥有大量投资的德国车企,可能会因贸易战而遭到牵连。他直言:“与中国的经贸往来为德国提供了大量就业机会。我们的企业正在依托创纪录的资金进行转型,这其中一部分资金来自于中国这个核心销售市场。”

中国车企电动化成绩全球瞩目

从目前情况看,德国的确在电动车技术上有所求于中国。

中国的电动汽车制造商在技术和价格方面具备竞争力。

在中国推进的政策措施帮助下,比如购车补贴、充电基础设施建设和排放标准等,中国电动汽车行业实现了快速发展。

在这个过程中,中国的电动汽车制造商也在不断创新和提高技术水平。

一些中国汽车企业如比亚迪、蔚来、小鹏等在电动汽车领域取得了重要的突破和市场成功。

他们推出的电动汽车产品在性能、续航里程和价格等方面具有竞争力,受到消费者的认可。

比如蔚来创始人李斌,就在近期的哈佛大学演讲中表示,中国是全球最大的汽车市场,也是最开放的市场,通过激烈竞争,中国的汽车行业实现了可持续发展,“最好的公司变得更好”。

此外,中国的电动汽车制造商也开始扩大国际市场的份额。

一些中国品牌的电动汽车在海外市场得到了认可,如欧洲的挪威和荷兰市场。这表明中国电动汽车行业在国际市场上正逐渐获得声誉和竞争力。

基于此,小鹏和大众的合作可能只是一个开始。

宝马、奔驰也都加大了中国智能汽车产业链的合作,其中前者正在向全球销售由中国制造的电动车。

德国车企加速投资中国

以大众汽车为代表的德国车企,正在加速投资中国。

2023年7月,大众汽车集团宣布,将向

小鹏汽车增资约7亿美元,以每ADS(美国存托股份)15美元的价格收购小鹏汽车约4.99%的股份。双方达成技术框架协议。

在合作的初期阶段,双方将面向中国的中型车市场,共同开发两款大众汽车品牌的电动车型,预计将在2026年上市。

2023年12月,大众汽车集团完成入股小鹏汽车。今年2月,双方签订平台与软件战略技术合作联合开发协议,还就双方车型及平台的共用零部件订立了联合采购计划。

2024年4月11日,大众宣布投资25亿欧元进一步拓展位于合肥的生产及创新中心;4月15日又宣布将以焕新线上线下形式,开启在华四十周年庆祝活动。

宝马集团董事长齐普策表示,宝马集团在中国的成功发展,同中国30年来经济的蓬勃发展和科技进步息息相关。

梅赛德斯-奔驰集团股份公司董事会主席康林松也表示,未来将继续在华投资,加强与伙伴们的合作,大力推进电动化、数字化转型。

康林松介绍,近两年,上海研发中心已经成为梅赛德斯-奔驰全球研发网络中规模最大增长最快的团队。(柴佳宇)

“神仙水”,神话破灭?

近日,被称为“神仙水”的护肤品品牌SK-II在上海接连出现撤柜。

经不完全统计,近一年以来,SK-II在上海地区几乎撤掉了三分之一的专柜。

有消息显示,SK-II接下来将在全国范围内开始撤柜。

现在人们想知道的是,撤柜是品牌方的问题,还是商场生意不景气导致的?

目前各种情况都有。

SK-II太平洋百货徐汇店撤柜时间为去年6月,是因为商场方停业而撤柜。

SK-II巴黎春天浦东店和上海久光百货店已于2023年年底撤柜,也是因为商场生意不好而撤柜。

但也不全是商场的锅,据称也有品牌战略调整的原因。

根据宝洁的公开说法,SK-II的业绩下滑,主要是受日本核污水排放影响。

宝洁首席财务官Andre Schulten在业绩会上表示,这已经是SK-II被影响的第二个季度,2024财年第一季度SK-II在华销售同比降幅超10%。

2023年8月,日本启动福岛第一核电站核污水排海,全球哗然。

核污水排海带来的负面影响,很快蔓延到了日本化妆品领域。

SK-II唯一水质来源——日本最大的湖泊琵琶湖更是被传涉嫌核污染。

宝洁曾表示,SK-II产品依然很安全。但消费者很快就开始找“平替”。

2023年“双十一”,SK-II自2016年以来首次跌出了某电商平台美妆护肤品TOP10。

另外,SK-II销量不振还跟中国年轻用户需求出现变化有关。

因为现在的中国消费者,在护肤品方面越来越追求多样化、个性化和本土化,更倾向于选择符合自身功效需求、体现自我价值的品牌和产品。

相对而言,SK-II这样的传统高价护肤品,却普遍存在产品更新慢、品牌老化等问题。

同时,年轻的中国消费者在选购护肤品时,也更加理性和注重性价比。

对于售价高高在上却又创新乏力的SK-II而言,这些都不是好消息。

另外,日本核污水排放事件带来的负面影响,也减弱了消费者对SK-II的兴趣。

从数据上看,SK-II正在拖累宝洁的整体收入。

宝洁集团2024财年第二季度财报显示,该季度公司实现营收约1538亿元,同比增长3%;净利润为约250亿元,同比下滑11.8%。

这是该公司净利润近五年来的首次双位数下降。

其中,SK-II所在的美容板块在宝洁五大业务板块中业绩增速倒数第一,销售额为277.27亿元,增速仅1%。

具体来看,SK-II在大中华区的销售额下降34%。

SK-II已经连续十五个季度销售额增速超过20%。

但是如今,“神仙水”的辉煌难以持续。(柴佳宇)



保时捷Taycan。图/张芳烈

保时捷,正式原谅保时捷

一市场变成了美国。

就像是一夜之间,中国人突然不再喜欢保时捷了。

到底发生了什么?

基本上可以认为,就是小米SU7这样的造车新势力太多了。

在中国市场上,能匹配保时捷的车企有好几个。

蔚来、比亚迪仰望、路特斯、问界、埃安、昊铂,等等,都能够叫板保时捷。

当然,现在小米SU7直接对标了保时捷Taycan。

尴尬的是,“对标”过程中还有一些性能数据被标错了。

但保时捷并未追究,选择了原谅小米SU7。

这跟小米用流量“轰炸”同样标错SU7数据的智己汽车,天差地别。

不过保时捷也做好了应对冲击的准备。

年初,保时捷在新加坡全球首发了Macan电动版。

目前的消息是,这款车的订单已经超过1万台。

这能够给保时捷带来不少信心。

另外,保时捷首款电动车Taycan也将推出全新车型。

这两款车相当于组成了一个产品组合,预计能够收割不少保时捷铁粉订单。

但在中国市场的极限内卷中,这个组合能否扭转颓势,其实还很难说。

因为中国电动车已经证明,它们也许的确没有保时捷出名,但却正在抢走保时捷的市场。

(张芳烈)

“好的设计总是心有灵犀……”

保时捷中国总裁及CEO柯时迈(Michael Kirsch),总算正式回应了小米SU7和保时捷在设计方面“撞衫”的话题。

德国人就是大气,一个“心有灵犀”就帮助小米SU7化解了尴尬。

其实同样的事情,几年前也出现过。

比如在2017年的上海车展上,保时捷高管在众泰汽车展台看到“保时捷”时,露出的那种“迷之表情”一样。

但柯时迈这次依然没有纠缠小米SU7“对标”保时捷这件事。

一种可能的情况是,他已经从足够多的渠道处,看到了那台“保时捷”,也完成了足够的心理建设,才会表现得那么波澜不惊。

事实上,保时捷在中国市场的日子不算好过。

2023年,保时捷在中国市场卖出了79283台新车,看上去好像还不错。

不过在2022年,保时捷在华销量为9.3万台。

换句话说,跌了15%!

糟糕的是,跌幅还在扩大。

今年一季度,保时捷在华销量16340台,跌了24%。

这个跌幅用高台跳水来形容,不夸张吧?

还有一组数据,值得保时捷足够警惕。从2015年到2022年,中国连续8年都是保时捷的最大单一市场。

但是从2023年开始,保时捷的最大单



马斯克突然宣布,裁掉其全球员工的10%!

瞬间,1.4万人丢了饭碗(特斯拉员工约14万人)。

马斯克说,这是一个艰难的决定。

从结果看的确不轻松,因为连一个在特斯拉工作18年的副总裁都被解雇了。

至于普通员工,裁起来更是快刀斩乱麻。

特斯拉,这个曾经以迅猛发展著称的电动汽车制造商,为何会在此时选择缩减人员规模?

其实还是业绩。

特斯拉在今年第一季度的全球交付量仅为38.68万辆,出现了四年来的首次销量下滑,跌幅达到8.5%。

这一不利局面不仅影响了特斯拉的股价,也导致马斯克的个人财富大幅缩水,其福布斯全球首富的位置也随之滑落至第三。

在中国市场,价格战愈演愈烈,今年3月超过20款车型宣布降价。

在这样的市场环境下,特斯拉却逆势提价,Model Y价格上涨5000元。

这一策略是否会影响到其在激烈竞争中的地位,还有待市场验证。

近年来,特斯拉Model 3和Model Y面临了来自国内外自主品牌的强烈挑

战。比亚迪海豹、理想L7、极氪001、蔚来ET5、小鹏P7i等车型纷纷进入市场,分流了特斯拉的潜在客户。

这些竞争对手的崛起,无疑给特斯拉带来了前所未有的压力。

对于特斯拉来说,裁员其实不算新鲜事。

2017年以来,特斯拉已经至少裁员5次。

最近一次发生在2022年,当时裁员比例也是10%。

所以对于马斯克来说,裁员是他的常规操作。

经营不好,就拿员工开刀,反正他是老板。

但随着特斯拉股价的大幅下跌,马斯克的个人财富也大幅缩水。

4月17日晚间,特斯拉股价较历史高点已经下跌超过60%,市值从巅峰时期的1.2万亿美元降至不足5000亿美元,蒸发超过7000亿美元。

作为特斯拉的最大个人股东,埃隆·马斯克的持股达到了13%。

自今年1月以来,埃隆·马斯克的净资产已经缩水510亿美元,跌幅达到22%,从彭博富豪榜榜首跌至全球第三。

但裁员是否总能见效,没有人知道。(王思思)

回到县城工作,本科生们开始求“安逸”?

本科生也开始“回归县城”。

麦可思研究院近期发布的《中国2018—2022届大学毕业生培养质量跟踪评价蓝皮书》显示,越来越多大学应届毕业生不再只盯着一线城市,而将目光转向小城市,掀起一股回县城就业新潮流。

麦可思对本科毕业生五年后(2016届、2017届合并计算)的就业地跟踪统计发现,回县城工作的本科生中,有近六成(59%)是毕业五年内一直在县城工作,约四成(41%)是工作一段时间后来到县城就业。

到底发生了什么,让这些大学生纷纷“返乡就业”?

首先是返乡就业,收入不算差。

据麦可思研究院统计数据,在县城工作的大学毕业生月收入,已从2018届的4640元上升到2022届的5377元。

能在一个县城拿到这份收入,同时还不用待在大城市忍受各种内卷和PUA,对于大学生们来说的确是一个不错的选择。

就业满意度从2018届的67%,上升到2022届的76%也表明,大学生对县城就业颇为满意。

但需要注意的是,不是所有大学生,都能找到满意的工作。

因为对于一个县城来说,适合自己的工作岗位并不太多。

麦可思研究院统计数据显示,2022届本科生在县城就业比例最高的两大行业类,分别是教育和政府公共管理。

也就是说,回县城的这些大学生,当老师或者考公的居多,都属于体制内工作。

但对于一个县城来说,老师岗位和公务员数量,都是相对固定的。(王宇豪)