

汽车圈人事震荡

开年近 30 位高管变动，造车新势力现离职潮

作者 / 李卓玲

2020年开局，受传统淡季叠加疫情影响，车市持续承压。在此起彼伏的降目标调薪潮下，车企高管人事变动亦进入“高发期”。

据不完全统计，截至3月24日，各大车企今年已出现近20起人事变动，涵盖本田、通用、现代、大众、蔚来、小鹏、众泰等各类车企，约有30位高管出现大换防。

有人临危受命，有人另谋高就，有人功成身退，亦有人黯然离场、不知去向……

尽管人事变动理由各有不同，但密集换防的背后亦呈现着一定共性。时代财经梳理发现，第一季度，尤其是3月，蔚来、小鹏、合众等6家造车新势力集体出现高管变更，并有3名高管重回传统车企。

3月24日，资深汽车行业分析师钟师在接受时代财经采访时表示，资本对新造车势力的青睐减弱，职业经理人最能感知资本的变化，因此选择“避难”的传统高地。

另一调整重点在营销部门，多家合资车企的销售、营销高管出现大变更。3月24日，东风雷诺向时代财经确认，该公司副总裁兼市场销售部部长洪浩离职。另外还有营销老将向东平出走天际，赴任北现副总经理。

“韩系、法系的没落，既跟产品缺乏竞争力相关，也跟营销水平落后相关。产品层面想要获得提升需要较长的时间，营销水平的提升相对要快很多，这也是现代和雷诺营销高管更换的主要原因。”3月24日，资深汽车行业分析师任万付对时代财经说道。

造车新势力高管“跳槽”忙

在时代财经梳理的20起人事变动中，有6起来自造车新势力，包括小鹏、蔚来、合众、威马、博郡、天际汽车，并涉及自动驾驶研发、营销、出行等职务主要负责人。仅在3月上半月，就有5起人事变动。

具体来看，小鹏汽车的自动驾驶领域刚失去一名大将。3月5日，小鹏汽车自动驾驶研发副总裁谷俊丽宣告离职。此次离职，距离其加盟小鹏汽车近2年半时间。

对于谷俊丽离职一事，小鹏官方称，

车企	人物	事件	官宣/曝出时间	赴任/卸任/离职时间
本田中国	水野泰秀	调任本田总部汽车事业本部长	2月18日	4月1日
	井上胜史	接任本田中国本部长	2月18日	4月1日
通用中国	柏历	接替印管理通用汽车在中国市场的所有业务（三年来首次换帅）	3月19日	4月1日
	钱惠康	调任全球首席技术官	3月19日	4月1日
一汽-大众 奥迪	张强	从一汽-大众大众品牌华南区销售事业部总经理调任一汽-大众奥迪副总经理	1月初	/
	胡绍航	调任一汽集团品牌公关部任职	1月初	/
广汽本田	森山克英	出任总经理兼销售有限公司总经理	2月底	4月1日
	佐藤利彦	/	2月底	4月1日
福特	孙晓波	大中华区质量和新车型投产副总裁	1月13日	1月初
北京现代	向东平	出任副总经理、销售部部长	3月23日	3月23日
东风雷诺	洪浩	离职（年前已提出申请，职位为副总裁兼市场销售部部长）	3月10日	/
极星汽车	高城	担任中国区总裁	3月初	3月16日
	吴震皓	调任沃尔沃汽车亚太区	3月初	/
现代汽车	郑梦九	正式卸任董事长一职	3月19日	3月19日
	郑义宣	出任新一任现代汽车董事长	3月19日	3月19日
特斯拉	Kevin Kassekert	离职（就职超过七年时间）	2月21日	/

2020年一季度部分跨国及合资车企人事变更 图片来源：时代财经李卓玲制

车企	人物	事件	官宣/曝出时间	赴任/卸任/离职时间
小鹏汽车	谷俊丽	离职（原自动驾驶研发副总裁）	3月5日	/
蔚来汽车	朱江	卸任蔚来用户发展副总裁	3月初	5月完成卸任流程
合众汽车	邓凌	加盟上汽大通（原合众营销副总裁）	3月4日	/
威马汽车	刘立群	离职（原出行事业部总经理）	3月初	2月
博郡汽车	陈曦	加盟奇瑞瑞星途（原博郡市场营销和销售副总裁）	3月初	/
天际汽车	陈敏	原天际汽车董事、CMO向东平离任，陈敏接替其职务	2月28日	3月1日
众泰汽车	邓晓明	辞去副总裁职务	3月17日	/
观致汽车	李贺兴	入职观致（长城汽车原副总经理）	3月18日	/
宝能汽车	大谷俊明	加盟任宝能汽车副总裁和深圳鸿鹏新能源总裁（此前为东风日产高管）	2月17日	/

2020年一季度自主车企部分人事变更 图片来源：时代财经李卓玲制

主要为个人发展及家庭原因，目前小鹏汽车的自动驾驶团队由副总裁吴新宙带领，并称不会因为个人的离开而影响部门或者原有业务的正常进行。

蔚来汽车方面，其用户发展副总裁朱江则传出卸任消息，将转任顾问，并在5月份完成卸任流程。这也是继蔚来联合创始人郑显聪、软件副总裁庄莉、CFO 谢东萤等高管离职后，蔚来汽车又一位高管发生人事变动。

至于威马汽车，其高管人事变动主要涉及出行领域。本月初，有媒体曝出，威马汽车拟对出行事业部进行调整，该部门原下属的技术部和产品部正进行大范围减员，原出行事业部总经理刘立群已于上月离职。

威马汽车方面3月24日接受时代财经采访时对此予以证实，“确实离职了，但他（刘立群）只是事业部一条业务线的负责人。”

与此同时，本季度还出现包括合众、博郡、天际汽车三家车企的高管“跳槽”至传统车企的现象。

其中，合众汽车原营销副总裁邓凌加盟上汽大通，原博郡汽车市场营销和销售副总裁陈曦加盟奇瑞汽车，原天际汽车董事、CMO 向东平则奔赴北现，其职务由陈敏接替。

这三位高管，此前都有多年传统车企经验。

其中，陈曦此前在神龙汽车、东风雷诺等法系品牌任职过，于2018年底加盟博郡汽车，担任市场营销和销售副总裁。而此次出走奇瑞，仅相隔不过一年多时间。

已加盟上汽大通邓凌在合众汽车营销副总裁的位置上也不到2年时间。在此之前，邓凌曾任东风雪铁龙市场部部长，并在长安福特任职多年，曾任长安福特市场部福克斯品牌经理、C级车高级品牌经理等职位。

对此，任万付对时代财经表示，造车新势力起步阶段缺乏经验，从传统车企挖人弥补短板，“经过几年的发展，造车新势力或走上正轨，或处于淘汰边缘，或已被淘汰，人才再度流动也属正常现象。”

“流水”的营销岗位

在今年一季度首轮人事换防中，营销板块依然是车企调整的重点。

对不少车企而言，车市下行叠加疫情因素，经营销售层面面临较大压力，一位营销高手的到来或会给车企带来不一样的新气象。

此次营销板块的高管调整率先在豪

华品牌奥迪方面展开。

今年一月初，一汽-大众奥迪传出人事变动，其销售事业部副总经理胡绍航借调一汽集团品牌公关部；一汽-大众大众品牌华南区销售事业部总经理张强回归一汽-大众奥迪，担任副总经理。随后，一汽-大众奥迪内部人士向媒体确认了相关消息。

据了解，回归一汽-大众奥迪的张强是一汽-大众的老将，此前曾先后担任过奥迪市场活动总监、市场部部长，以及一汽-大众大众品牌华南区销售事业部总经理等职位，在市场营销领域颇有建树。

值得关注的是，此次人事变动被曝出时，不少业界认为或为奥迪2020年销量提升做准备。

数据显示，2019年，奥迪品牌在华销量为68.89万辆。作为过去30年来一直霸占豪华车销量冠军宝座的豪华品牌，奥迪去年尽管仍有同比4.2%的增长，但增长速度明显不及奔驰、宝马的赶超速度，在豪华三强争夺赛中垫底。

与此同时，韩系车、法系车的营销领域也出现较大人事调整。

3月初，有媒体报道称东风雷诺副总裁兼市场销售部部长洪浩已经在年前提出了离职申请，并获得了总部批准。

时代财经对此采访了东风雷诺方面，公关人士3月24日回应称，“离职原因主要跟其自身职业发展有关系，属个人原因。”不过该职位尚未公布接任人选，目前暂由一位负责网络渠道业务的部长代管。

值得关注的是，2018年洪浩赴任东风雷诺之时可谓“临危受命”。彼时，刚上任的洪浩还喊出了“真的勇士敢于直面惨淡的现实……”的宣言。

不过，一年多过去，这一“惨淡现实”依然未有改变。数据显示，经过2017年全年销量超7万辆、增速超140%的高光时刻后，东风雷诺销量一路下滑，2019年全年累计销量仅为1.85万辆。

刚进入家族第三代领导人阶段——“郑义宣时代”的现代汽车，对中国市场亦进行了大调整。

3月23日，现代汽车发布消息称，已任命向东平为现代汽车集团（中国）副总裁、北京现代副总经理、销售部部长，主要负责北京现代的市场销售、营销网络等业务。这已是现代在华迎来的第二位中国籍高管。去年，现代汽车任命李峰为现代汽车集团（中国）副总裁兼东风悦达起亚总经理。

业内人士表示，现代中国接连任命两位中国籍高管，希望借助本土化高管使北京现代和东风悦达起亚两家合资公司尽快摆脱现状。

事实上，曾经的“百万销量俱乐部”车企成员之一，北京现代已遭遇销量三连跌。

数据显示，从2013年到2016年，北京现代连续4年销量过百万辆，并最终实现累计销量800万辆。然而，自2017年起，其形势急转直下遭遇三连降，下跌至2019年的71.6万辆。

“韩系车也认识到在华业务振兴一定要更多比例依托本地精英，这是走了一段弯路才悟出来的，而韩系车在美国一开始就是依靠美国汽车精英来经营的。”钟师对时代财经说道。

（转自时代财经）

全球疫情蔓延 汽车业瘦身降本业绩难料

作者 / 靳朗

随着湖北企业的陆续复工，受疫情影响一度停滞的中国汽车业正在逐渐恢复生机。

大本营在武汉的东风集团，旗下多家企业已经复工复产；全国汽车经销商也正在加紧复工。据中国汽车流通协会统计，调查了138家汽车经销商集团，涉及8509家汽车4S店发现，门店复工率已经达到93.5%，客流恢复率57.2%，销售效率49.8%，售后效率56.8%。

但遗憾的是，疫情却在全球范围内持续蔓延，当中国汽车产业恢复元气的同时，欧美日韩的车企正在大面积停工停产、关闭工厂。

零部件短缺

大面积欧美车企停产关厂

除中国之外，欧洲成为目前疫情最严重的地区，在这里戴姆勒、宝马、大众、雷诺与PSA联盟、菲亚特-克莱斯勒集团都遭受严重影响。

身处法国的雷诺和PSA集团已经宣布无限期关闭工厂，据国外媒体报道称，法国政府有意对公司进行国有化，以保护企业。

在宝马年报发布会上，首席执行官齐普策已经宣布，宝马在欧洲各地的工厂将暂停生产至4月19日。

欧洲除了是多个跨国巨头车企的大本营外，还有众多汽车零部件企业，在全球化的今天，欧洲零部件企业停产，带给全球汽车产业无法计量的影响，如在疫情并未大面积扩散的美国，众多车

企也不得不停产。

截至目前，通用、福特、克莱斯勒以及现代、丰田等车企都宣布暂时关闭美国工厂。产能正在不断攀升的特斯拉也不得不按下暂停键，其与松下合资的超级电池工厂Gigafactory 1关闭14天，从3月24日起特斯拉弗里蒙特整车组装工厂生产也将暂停，同时纽约工厂将同步关闭。

现金流第一，瘦身运营节省成本

对任何一家车企来说，工厂关停都将带来巨大的经济损失，这些企业又将如何应对？

福特汽车率先宣布：要确保现金流稳定。福特汽车已经通知债权人，公司将启用两笔未使用的信用额度，其中包括福特汽车公司信用额度下的134亿美元和福

特汽车信贷公司信用额度下的20亿美元。此外，福特汽车还宣布暂停派发股息。

这些新增的现金将主要用于抵消因新冠病毒疫情导致的生产停工所带来的临时营运资金影响，并保持福特汽车的财务灵活性。2019年底，福特汽车的账面上拥有220亿美元的现金和350亿美元的流动资金。

福特汽车还表示，鉴于目前整体经济的不确定性，以及突如其来的新冠病毒对业务带来的影响，公司决定撤回2月4日发布的2020年财务业绩目标。

对戴姆勒来说，疫情不仅将影响集团汽车销量的发展，也会对集团生产、采购市场和供应链产生不良影响。戴姆勒决定将原本在计划中的裁员扩大，从原计划的1万人增加至1.5万人。戴姆

勒扩大成本削减计划的规模，并减少对非核心业务的亏损项目的投资。

奥迪同样重视现金流的稳定，奥迪汽车股份公司管理董事会财务、法务及中国业务董事安诺表示，尽管诸多挑战，我们也需要确保公司的流动性，稳定核心业务的正常运转。“目前很难评估疫情对经济的影响，也很难预测奥迪会受到多大影响以及持续多长时间。在这种背景下，很难对2020年做出可靠预测。在未来几周内，我们将竭尽所能稳定核心业务，确保公司正常运营。”

尽管2020年车市的前景不明，但全球最大的汽车市场正在逐渐复苏，中国汽车市场的企稳回升将为全球汽车产业吃下定心丸。

（转自蓝鲸汽车）