

產能過剩大環境下極越汽車崩盤，員工集體維權為何成功？ | Whatsnew

中國汽車市場的殘酷競賽，或要到2030年之後才能初定格局。



2024 12 12

Long Wei/VCG via Getty Images

新年限時優惠：暢讀會員首年9折（US\$57）；尊享會員首年75折（US\$96，贈《華爾街日報》全語種會籍）。可隨時取消續訂。

背靠互聯網巨頭百度和吉利汽車兩大股東支撐的中國汽車企業「極越」，在2024年末突然自曝崩盤，公司需解散、解僱全體員工。12月11日，極越汽車首席執行官夏一平宣布，公司需要立即調整，並透露已經欠繳員工11月的社保。事件在社交平台引發關注將近一週後，當地政府開始介入員工維權和協調。極越的「閃崩」或折射出中國新能源汽車市場殘酷的內卷現實。

公開信息顯示，極越汽車的前身是集度汽車，成立於2021年3月，由較早投入智駕研發的百度，和有着20年造車經驗的吉利合資打造，分別持股55%和45%，可謂是新能源造車領域的「超級富二代」。2023年8月，由於生產資質的問題，集度汽車被迫調整並更名為極越汽車，百度和吉利對極越汽車持股比例調整為35%和65%。不過，根據財新披露，百度有逾80%的投票權和四個董事會席位、吉利則有一個。

成立以來，極越僅上線兩款車型，純電SUV極越01和純電轎車極越07。這兩款車型具有高端配置，例如有英偉達芯片、高清攝像頭、高精度定位系統，亦搭建百度ASD高階智駕解決方案，這與無人駕駛汽車「蘿蔔快跑」技術來源相同。

但兩款車型的銷量成績不佳。2024年1至11月，極越累計銷量僅1.4萬輛，平均每月交付量僅約1200輛。這一成績在當前車市中幾乎墊底。作為對比，新勢力造車的領頭羊「理想」當月交付量達4.87萬輛，同為吉利旗下的「極氪」當月交付量達2.7萬輛。

極越如何陷入敗局？維權過程為何？

根據財新調查，極越在2023年和2024年全年虧損分別約40億元和70億元。自2024年上半年開始，極越的資金鏈開始緊繃，有傳言指百度不會再對極越追加投資，而管理層曾催促夏一平加緊融資，但夏一直堅信百度執行長李彥宏會繼續支持。

財新報導指出，多名受訪者表示，極越陷入敗局的原因，與大股東百度對造車業務的決心不足，和極越自身在經營管理上存在明顯短板、品牌力和銷量持續表現不佳有關。報導還披露，在近年踏足汽車製造領域的百度的戰略中，相比極越，蘿蔔快跑對李彥宏的意義更大，對於百度而言，蘿蔔快跑是技術的未來。另一方面，對於擁有覆蓋低端到高端汽車品牌的吉利而言，在2024年面對價格戰的市場危機中，在做品牌整合之時，極越也非其優先考慮的戰線。

在夏一平宣布極越解散後，12月13日，吉利和百度發布聯合聲明，稱作為股東將協助處理相關事宜，包括員工社保、離職員工補償、維護用戶車輛正常使用、售後和維修保養等。有人指出，該聲明沒有提及如何處理對供應商的債務問題。

據《21世紀經濟報》報導，極越欠款總數達70億，包括吉利26億、銀行11億、百度9億，其他包含供應商在內的欠款則有24億元。

「閃崩」之後，極越的員工、車主、供應商大規模集結維權。在遭遇社保斷繳、欠薪等問題後，員工們旋即利用直播和短視頻在網絡上製造輿論，同時立即選出代表與極越公司進行多輪談判。



據悉，極越除上海總部外，在北京、武漢亦設有分部，在江蘇、浙江等多地則有直營銷售網點，在阿聯酋、日本等國家也有銷售中心，共計41家關聯公司。此次事件涉及近5000名員工，其中有約1800名售前售後人員、1000名技術工程人員。

從12月11日得到公司閃崩的消息開始，分散在各地41個公司實體的近5000名極越員工從慌張、混亂地發泄憤怒，到分工看守物資和維持秩序，匯集訴求、組織代表與資方談判，並開啟全員直播的維權模式，只用了不到一天的時間。

極越事件首次出現在熱搜，便是由於有主播哭訴「工資沒了」和員工圍堵夏一平的視頻在網上瘋傳。在事件中，極越員工顯示出把互聯網當做核心工具，他們熟練地通過網絡協作以及運用不同平台製造輿論，紛紛在抖音、快手、小紅書、微信公眾號等平台，以直播、短視頻、圖片、文字等各種方式，將事件線索、員工訴求、談判進展、資方回應等各種情況及時公布，持續利用輿論給資方施壓。尤其是操練「粉絲經濟」的極越主播們，她們曾經通過直播吸引大量粉絲，此時轉變為利用粉絲傳播自己對極越的維權訴求。

據財新報導，極越公司總部、上海當地政府部門積極介入員工維權過程，要求股東在破產清算之前善後；極越也在有關部門的指導下，建立監管共管帳戶，代集度公司如期支付工資及經濟補償，吉利和百度負責墊付資金。

12月19日，在積極維權、社會輿論和政府介入下，勞資雙方達成最終協議。「一個擁有5000名員工的企業，一個有百度和吉利兩大巨頭股東背書的公司都可以原地解散，都可以不按時繳納社保，可以遣散員工不給賠償，那其他更小規模、更弱勢的公司是否可以效仿？」12月19日，一名極越員工在公開信中表示。



是產能過剩還是救命稻草：新能源汽車能夠拯救中國經濟嗎？

[延伸閱讀 →](#)

「汽車強國」 遭遇產能過剩的危機

從近兩年的汽車銷量來看，中國汽車市場似乎表現得不錯。根據中國汽車工業協會2023年和2024年的數據，汽車銷量接連創下新高紀錄。2023年，中國汽車產銷量分別達3016.1萬輛和3009.4萬輛；中國汽車品牌在全球範圍內售出1340萬輛新車，增幅達23%，超過全球平均10%的增幅，在全球市場的銷量佔比為17.9%，僅次於歐洲和日本。

近年蓬勃發展的新能源汽車亦有吸睛表現。2024年，中國新能源車市場繼續高速增長，1-11月新能源汽車產銷分別為1134.5萬輛和1126.2萬輛，同比分別增長34.6%和35.6%，市場滲透率連續多月保持在50%以上。中國也成為世界上首個新能源汽車年產量超過1000萬輛的國家。

然而，出口市場和壓低利潤是推高銷量的關鍵因素。數據顯示，近10年中國汽車行業的利潤率逐年下跌。2015年的企業行業利潤率為8.7%，2023年降至5%。汽車作為高端產業鏈，2023年的利潤率低於整個工業企業利潤率的平均水平5.8%。

中國車企市場打價格戰，也從2023年延續到2024年。一些車企大幅下調價格，推出現金紅包禮物和補貼等方法吸引買家，以此完成銷量目標。

《南方日報》的文章指出，車企通過犧牲利潤的方式換取銷量，影響了上下游生產銷售全產業鏈的平衡。根據中國汽車流通協會的數據，今年1-8月汽車市場零售損失1380億元。價格戰的內卷令不少車企的經銷商關停，車企陷入經營危機，尤其對30萬以上的車型和傳統豪華車的市場造成較大衝擊。

2024年，許多中國車企都出現關廠、裁員、降薪的情況。根據筆者粗略統計，2024年至少有12家知名車企裁員、過萬人離開汽車行業。裁員的車企中，絕大多數是傳統燃油車企，而新能源車企週期性的淘汰賽也正不斷加速。價格帶相似、技術路徑趨同、營銷門檻拉高、智能化需企業持續投入，都意味着2024年車企關廠、裁員、降薪或許僅是開端，未來行業洗牌將會更加慘烈。



中國汽車產業高速發展離不開政策引導和支撐。中國政府在2015年推出「中國製造2025」計劃，推動10個領域提升「國內優勢與全球競爭力」，這其中就包括電動車。在政策刺激和幫扶下，地方政府涌入電動車賽道，積極發展汽車產業。

但現在中國汽車市場產能過剩的局面已不容小覷。日經亞洲報導，通常汽車產能利用率達80%才能實現損益平衡，但包括電動車在內的新能源汽車，中國的產業利用率僅約50%。

《華爾街日報》報導曾披露，2018年中國已有超過400家電動車製造企業。然而根據中國工信部2023年數據，中國仍在製造新能源汽車的企業僅有逾50家。一位資深市場戰略顧問在《財富》中文網撰寫的一篇文章分析，中國電動車行業近五年的發展體現了一直以來的中國市場特色，「產業集中度低，進入門檻低，進入廠家多」，背後與政府提供補貼、稅收和貸款優惠等多種行政手段有關；而電動車行業本質上對研發和組裝技術、對資金和市場運營、渠道管理都有一定的進入門檻要求。

財新引述一名熟悉汽車產業政策的人士指，2026年至2030年是中國汽車企業更加艱難的五年，行業格局或許要到2030年之後才會初定，大部分車企都將面對淘汰的壓力。