

车市“价格战”降温？ 部分车企将回调优惠幅度

如火如荼的车市“价格战”逐渐显现出降温趋势。继宝马、奔驰、奥迪等豪华汽车品牌退出“价格战”后，蔚来、丰田等车企也传出将对优惠幅度进行回调的消息。从年初的激烈竞争到如今的趋于平稳，汽车市场能否逐步回归理性竞争的状态？

部分车企将回调优惠幅度

网传消息称，蔚来汽车将在7月22日后涨价，其中ET5、ET5T车型售价将上涨3000元，ES6、EC6车型售价将上涨5000元。

对此，北京一家蔚来汽车门店销售人员表示，这几款车型的价格不会调整，门店将对现车优惠进行调价，ET5、ET5T车型和ES6、EC6车型的现车优惠将统一调整至3000元。

蔚来创始人、董事长李斌此前表示将“收窄短期促销的政策”。在2024年第一季度的财报电话会上，李斌强调：“从6月开始，蔚来会重点调整产品结构，增加一线高毛利率产品的投放占比，收窄短期促销的政策。从整体来说，在保证销量稳步提升的前提下，优化毛利率是我们下一阶段的重要任务。”

除了蔚来以外，丰田也传出降低优惠力度的消息。北京一家广汽丰田4S店的工作人员向记者透露：“凯美瑞、锋兰达等车型的7月促销活动还在进行中，但过段时间优惠政策可能会调整，目前还不清楚具体情况。”

不少汽车品牌仍对价格调整持观望态度。笔者先后致电比亚迪、理想、小鹏等汽车门店，工作人员均表示暂未收到



观众在长春东北亚国际博览中心参观各式展车。

产品价格变化的通知。

“价格战”或有降温趋势

2024年上半年，各大车企纷纷加入“价格战”，从豪华车到经济型汽车几乎

无一幸免，汽车市场的“价格战”达到前所未有的激烈程度。然而，随着市场竞争的加剧以及消费者购车观念的转变，不少车企已显露出“卷不动”的疲态。

乘用车市场信息联席分会秘书长崔

东树称，上半年促销力度的持续加大扰乱了车市正常的价格走势，终端的价格修复需要一段时间，加上第二季度超强的促销力度对下半年的购车客户产生了消费透支效应，7月车企“以价换量”的效果有可能减弱。车企结合上半年战果，将对市场预期、产品结构及上市节奏进行优化调整，或将进入蓄力期。

事实上，已经有车企开始呼吁市场竞争回归理性。广汽集团党委书记、董事长曾庆洪在6月举办的2024中国汽车重庆论坛上表示：“‘卷’价格没问题，这是由供求关系和市场规律决定的，我们不反对‘价格战’，也不怕打‘价格战’，但是要有理性和有底线，不能过度。让利可以，但让本不可持续。企业没有效益就无法生存，对税收、就业及上下游产业将带来不良影响。”

北京社科院副研究员王鹏表示：“随着车企陆续退出‘价格战’，汽车市场竞争格局进一步变化，汽车行业的利润率有望得到提升。这将有助于汽车企业加大研发投入、提高产品质量和服务水平，从而推动整个行业的健康发展。行业利润率的提升也将吸引更多资本进入汽车市场，促进汽车产业的高质量发展和壮大。同时，也将为汽车企业提供更多机会来探索新的商业模式和市场机遇。”

(雷珂馨)

葛磊：杰出音响设备专家的担当

管理学大师的彼得·德鲁克曾说过：领导和管理的两个截然不同的概念，管理者的工作是计划与预算、组织及配置人员、控制并解决问题，其目的是建立秩序；领导者的工作是确定方向、整合相关者、激励和鼓舞员工，其目的是产生变革。而葛磊，就是那位推动企业变革的领导者。

确定方向

能够成为当今中国最顶级的音响工程专家，葛磊在这方面是花费了时间和功夫的。当年大学毕业后葛磊被父亲安排进车间，从基础的工作开始做起，直到葛磊接手这家企业的时候，他已经把这家企业的每一个流程和操作环节烂熟于心了。

从答应父亲那天开始，葛磊就开启了一条“拯救”之路。他首先把这家工厂进行了改制，然后安置了一些不愿意继续在这家工厂工作的人员。接下来，他开始对行业进行调研，然后做了一个大胆决定，把工作重心从华东地区，转向华南地区。

葛磊说，如果继续沿着之前的产品线走下去，真的是只有死路一条。公司想要继续发展，就必须确定一个方向：做代工。做代工，就意味着不但要转变方向，也要转变思想，一切从头开始。

也许是葛磊在谈判时表达的“双赢”的思维方式与对方不谋而合。美国的一家企业最终选择了葛磊，并与其签订了代工协议。葛磊说这份协议，在当时状态下简直就是公司的救命稻草。而更令葛磊兴奋的是这家美国企业几乎倾其所有指导葛磊的企业进行生产，而葛磊也随时把自己的想法和技术能力呈现给对方。

在这样的合作模式下，每一款产品

的上市，都是葛磊与对方沟通后最为合理的结果。无论是外观设计还是声学测试效果等各种指标，全部符合客户标准。葛磊说这样做，减少了很多中间环节，也能跟上客户的思路，能够满足客户的需求。除此之外，美国客户还帮助葛磊打造了符合技术标准的实验室，一些国际前沿的技术，葛磊团队也驾轻就熟。

正是在这样的合作前提下，葛磊的企业得以“起死回生”。由于双方在合作当中都展现出了最大的诚意，在技术能力和各方面都达成了默契合作，所以至今双方的合约也一直在延续。

整合资源与激励员工

除去工作重心转移和代工外，葛磊还重新整合自身资源，做了另外一个重大决定：从家用HIFI音响转做公共广播音响。这一决定，让整个企业发生了根本性的转变。

葛磊说当年从父亲手里接过这家企业的时候，其实困难还是非常多的。一方面是因为原来企业主打的产品是HIFI音响，本来市场就在逐渐萎缩。企业亏损非常严重，同时对员工的自信心打击非常大。

企业效益不好，甚至同一时间竟然有超过四分之一的员工申请离职或者提前退休，当年的一些技术骨干也都纷纷出走，整个企业中弥漫的是悲观消极的氛围，人们看不到希望。

鉴于此，葛磊做了一个大胆决定：转型。从做家庭用HIFI音响，转做公共广播产品。这个决定，让很多人不理解：已经做出品牌的产品要转型，就要面临新的市场和竞争，对于前景的未知让更多人感到了害怕。于是，葛磊就找一些老员工谈心，为他们描绘未来市场，并

提升了很多员工的待遇，以此留住了部分精英骨干。

团队稳定后，葛磊决定走国际路线，向世界展示自己的企业。巧合的是葛磊去美国时，在朋友的推荐下去了在佛罗里达的INFOCOMM展会。这次展会，就像打开了葛磊世界的潘多拉魔盒。参展商全部是国际上音响行业顶级的大公司，展台设计也非常专业豪华，并且展会上的每件东西都有自己的行业标准。当时葛磊就萌生了一个想法：一定要进入到这样边准的参展商行列。并且通过参观展览和市场调查，葛磊也坚定了自己的信心，公共广播类产品绝对大有市场。

葛磊在展会上后签约了一家美国客户。这是一家美国老牌的功放公司，他们的诉求是打造一条新的“喇叭”生产线。加上这家企业中有几位工程师是中国台湾人，所以双方早谈判后，对方非常认可葛磊的技术能力，所以葛磊最终也如愿拿到了这单合同。

适当的转型，让葛磊的企业最终“活”了下来，并且使得团队的凝聚力空前高涨。

产生改革

尽管葛磊已经通过自己的能力“拯救”了这家企业。但面临的很多问题都是葛磊没办法预料的。比如欧美国家突然对环保问题提出质疑，比如疫情问题等等。

但葛磊已经学会了处乱不惊。在经历了一段时间转型的阵痛后，葛磊带领团队终于走上正轨。但面临的另一个问题不期而至。葛磊不得不下定决心把企业搬迁到宁波。这样一来，对企业的另一重考验也接踵而来。

一个很现实的情况是：现有团队员



葛磊先生

工都是上海人，一旦去宁波，就意味着很多人不得不离职自寻出路。这是葛磊最不愿意看到，但必须面对的。

葛磊去宁波的时候，正赶上宁波高新区在大力招商。所有每年能缴纳几百万税款的企業，都可以5折拿到土地。葛磊赶上了好时候。

在宁波立住脚之后，葛磊开始了对新进员工的培训。经过一段时间紧锣密鼓的张罗，公司顺利走上了正轨。葛磊算过一笔账，搬去宁波，企业在成本方面降低了20%左右。不得不说，这一次葛磊又是兵行险招。

如今，葛磊已经成为了彼得·德鲁克眼中标准的产业领导者。他将自己的技术和产品卖到了全世界。在助力中国音响市场的同时，也成为了一名名副其实的中国音响行业的杰出领军人物。

(阿江文/图)