

裁员求生，利润反涨，北欧车厂变脸记

来源：蔡承舜 发布时间：2025-11-21 09:19:07

2025年第三季度，沃尔沃汽车销量比之前有所减少，整体销量下降百分之七，营业收入也减少百分之六，然而公司利润却增长百分之十，毛利率达到24.4%，这个现象看似奇怪，实际上是因为沃尔沃不是依靠卖车赚钱，而是通过削减成本的方式实现利润提升。

这事要从年初说起，那时候公司利润一下子少了一半，大家都紧张起来，就请回原来的领导哈坎·塞缪尔森回来稳住局面。他一上任就开始行动，全球范围裁了三千人，其中瑞典总部就有一千两百人被裁掉，办公室、行政和销售这些部门都精简了人手。这么一来账上数字好看了，销售费用省下十四亿克朗，人员薪酬也少了十二亿多，股价跟着往上涨，股东们当然高兴。不过说实话，我有点担心这样大幅削减会不会影响到未来做研发的基础。

产品这边进展不太顺利，EX30原本计划依靠电动车型打开市场，但关税增加后价格优势就消失了，V90旅行车外观设计很漂亮，实际购买的人却不多，XC60这次改款调整幅度不大，用户基本没有感受到变化，EX90推迟到2025年底还没推出，过去强调的环保理念和北欧设计风格对年轻消费者吸引力减弱，他们现在更看重具体配置和产品性价比，不太在意所谓的斯堪的纳维亚风格。

转折点落在XC70这款车上，这辆车在2024年9月推出，外表还是沃尔沃的设计风格，内部走的却是中国新势力的路线，辅助驾驶、全景影像、电动座椅这些功能都配备齐全，动力系统设计得更智能，采用P1加P2再加P4的混动方案，没有照搬领克08的P3结构，主要是为了给安全留出余地，发动机来自吉利旗下的极光湾，和帝豪L HiP用的是同一套来源，说白了就是借助吉利的硬件平台，注入沃尔沃的核心技术，成本得到控制，整体产品也显得更有吸引力。



合作程度不断加深，与吉利共同采购零部件来降低生产成本，针对中国市场专门开发定制车型，利用自家的SPA3平台、CTB电池技术和自研电机这些现有资源，沃尔沃XC70销量表现良好，单店每月能卖出10到12台，甚至吸引了原本考虑问界M7和理想L7的潜在客户，这表明车企放下身段务实经营，比一味坚持高端定位更有效果，确实懂得灵活调整策略的企业才能找到发展出路。

但问题没有解决，现在的利润增长靠的是裁员和削减开支来支撑，不是新产品带来的收益，EX60要到2026年1月才亮相，如果不能用国产电池把成本降下来，估计价格还是会高得没人买，EX90能否改成下一代V90电动版这件事目前还不确定，接下来半年才是真正的考验，如果研发进度跟不上，再怎么省钱也没有用。

沃尔沃这次转型做得坚决，也显出智慧，但风险同样存在，被裁减的人员中可能包含掌握关键技术的人才，通过合作虽然能降低成本，却也可能影响品牌的独立性，这些难题目前没人能给出确定答案，不过至少现在他们仍在积极行动，努力寻找出路，这一点比那些只说不做的车企强得多，市场不会等待任何人，用户也更加务实，谁能率先走通这条路，谁就能在竞争中存活下来。



HTML版本: [裁员求生，利润反涨，北欧车厂变脸记](#)