

玛莎拉蒂被卖？ 豪门车企的生死局！



闻言培

近日,汽车圈惊爆一则重磅消息。据路透社6月20日报道,全球第四大车企Stellantis正考虑出售旗下豪华品牌玛莎拉蒂。此消息一出,犹如一颗深水炸弹,瞬间在资本市场和汽车行业激起千层浪。虽然Stellantis发言人迅速回应“玛莎拉蒂并不待售”,但无风不起浪,背后究竟隐藏着怎样的商业博弈和品牌困境?

玛莎拉蒂,这个诞生于1914年的意大利豪华汽车品牌,拥有着近百年的深厚底蕴。三叉戟标志,曾是无数车迷心中速度与激情、优雅与奢华的象征。在赛车场上,玛莎拉蒂屡获殊荣,为品牌积累了极高的声誉;在民用市场,其独特的意大利设计风格、卓越的机械性能,也让它成为高端消费者彰显身份的不二之选,与法拉利、兰博基尼等共同构筑起意大利超豪华汽车阵营。

然而,近年来玛莎拉蒂的发展却每况愈下。数据显示,2024年其全球销量仅为11300辆,较2023年的26600辆同比下滑57%,近乎腰斩。销量暴跌的同时,财务状况也惨不忍睹,2024年调整后的营业亏损高达

2.6亿欧元(约21.4亿元人民币),曾经的豪门如今深陷亏损泥潭。

在竞争激烈的豪华车市场,产品迭代速度至关重要。而玛莎拉蒂目前的产品矩阵却问题重重。一方面,像Ghibli与Levante两款主力车型已停产,而继任车型要到2028年和2027年才能上市,这期间出现了明显的产品断档,无法满足消费者不断变化的需求。

另一方面,在全球汽车行业向电动化加速转型的大背景下,玛莎拉蒂的电动化进程却举步维艰。目前除了预计推出的纯电MC20外,其他新车电动化规划模糊,相比特斯拉、比亚迪等在新能源领域早早布局并取

得显著成果的车企,玛莎拉蒂已远远落后,错过了电动化发展的黄金机遇期。

玛莎拉蒂一直试图打造“法拉利平替”的市场定位,可由于产品同质化严重、价格过高、服务体系不完善等因素,始终未能精准触达目标客户群体。与此同时,豪华车市场的竞争愈发白热化,不仅有传统豪华品牌如奔驰、宝马、奥迪的持续挤压,还有众多新兴豪华品牌以及中国新能源车企的强势崛起。这些竞争对手凭借更具竞争力的产品、更合理的价格以及更优质的服务,不断蚕食玛莎拉蒂的市场份额。

另外,关税也是困扰玛莎拉蒂的又一重要原因。美国一直是玛莎拉蒂最重要海外市场,约30%的销量来自于此。但美国政府重新启动的关税战,对欧洲进口汽车加征高额关税,玛莎拉蒂首当其冲。由于其在美国市场销售的车型均依赖进口,关税的大幅提升使得成本剧增,进一步压缩了利润空间,让本就经营困难的玛莎拉蒂处境更加艰难。

作为玛莎拉蒂的母公司,Stellantis集团旗下拥有多达14个汽车品牌,是全球汽车行业的巨头之一。然而,品牌数量过多也带来了资源分散、管理难度增大等问题。在玛莎拉蒂

持续亏损,严重拖累集团业绩的情况下,出售玛莎拉蒂或许是集团优化品牌组合、提高资本效率的一种选择。

据知情人士透露,Stellantis早在今年4月就聘请了麦肯锡,对玛莎拉蒂的未来进行全面战略审查,出售只是其中的选项之一。目前,Stellantis董事会内部对玛莎拉蒂的去留存在严重分歧:一方认为集团已无力重启玛莎拉蒂,出售是及时止损的最佳方式;另一方则强调玛莎拉蒂作为集团唯一的豪华品牌,具有不可替代的战略价值,出售将对集团声誉造成巨大损害。

如果玛莎拉蒂真的被出售,那么谁会成为它的新东家呢?从目前的情况来看,中国汽车品牌、中东主权基金以及新兴东南亚资本都有可能成为潜在买家。有消息渠道称,中国奇瑞汽车希望收购这个欧洲豪华汽车品牌。

玛莎拉蒂是否会真的被出售,最终花落谁家,目前仍是未知数。但无论结局如何,这一事件都为整个汽车行业敲响了警钟:在快速变化的市场环境中,任何品牌都不能躺在过去的功劳簿上吃老本,唯有不断创新、积极转型,才能在激烈的竞争中立于不败之地。

特斯拉 Robotaxi 上路 出行变革真的来了？

凌晨三点的奥斯汀街头,特斯拉 Robotaxi 载着第一批乘客无声滑过霓虹。没有人类司机的方向盘后,车载屏幕跳动着实时路况,这一幕科幻电影里的场景,正在成为改变人类出行史的注脚。

早在多年前,特斯拉 CEO 马斯克就曾多次提及 Robotaxi 的宏伟愿景,称其将彻底改变交通方式,创造一个“自主、共享、电动”的未来,是一个“万亿美元级机会”。如今,这一设想终于迈出了实质性的一步。

此次上线的 Robotaxi 基于特斯拉先进的全自动驾驶系统(FSD)打造,主要依赖摄像头和人工智能算法来实现车辆的自主驾驶。FSD 系统通过分析海量的人类驾驶视频

数据,不断优化自动驾驶技术,能够精准识别交通标志,应对各种复杂的道路状况,宛如拥有多年驾驶经验的老司机。为了确保安全,目前每辆 Robotaxi 的副驾驶位置均配备一名安全监控员,可通过紧急停止按钮等装置对车辆进行必要干预。同时,特斯拉员工还会通过远程监控系统实时保障车队运行安全,紧急情况下可一键接管车辆。

乘客可通过专门的 Robotaxi APP 呼叫

车辆,上车后,媒体、温度等偏好设置将自动匹配,为乘客提供个性化的出行体验。在测试期间,每次行程统一收取4.2美元的费用,服务覆盖奥斯汀南部区域,运行时间为早6点至午夜12点。后续,CyberCab 等更多车辆也将加入车队,并进一步拓展运营范围。

特斯拉 Robotaxi 采用的纯视觉技术路线,使其具备诸多优势。与采用激光雷达、高精地图的竞争对手相比,纯视觉技术无需昂贵的硬件设备和复杂的地图测绘,大大降低了成本,这使得 Robotaxi 在规模化部署上更具优势。

另外,无人化的驾驶特征让 Robotaxi 的运营时长远超人类司机。无需休息的它,只要有电就能持续运行,可实现每车每周运行超40小时的高利用率,预计毛利率可能高达70%-80%,远超传统汽车业务。马斯克还设想,未来特斯拉车主可通过App操作,一键将自己的车辆加入 Robotaxi 网络,让闲置车辆自动接单盈利,实现车辆资源的最大化利用,这一共享模式一旦实现,将极大地改变当前私家车车辆多数时候闲置的现状。

尽管特斯拉 Robotaxi 的上线备受瞩目,但要实现大规模商业化运营和普及,仍面临诸多挑战。

技术层面,虽然 FSD 技术已经过多年研发和用户实践,但无人驾驶的安全性和稳定性始终是用户最为关注的问题。近日,就有视频显示 Rob-

otaxi 出现多次试图驶入错误车道、超速行驶等情况,美国国家公路交通安全管理局(NHTSA)已对此展开调查。如何进一步提升技术的可靠性,确保在各种复杂路况和极端环境下的安全行驶,是特斯拉需要持续攻克的难题。

从政策法规来看,目前全球各地对于无人驾驶车辆的监管政策尚不完善,不同地区的法规差异也给 Robotaxi 的推广带来了阻碍。即使是在此次率先试点的奥斯汀,特斯拉 Robotaxi 上线前也招致了诸多反对,有议员要求推迟落地时间以配合新的自动驾驶法律。

市场竞争同样激烈,在特斯拉 Robotaxi 落地之前,国外的Waymo和国内的百度萝卜快跑等,都已在无人驾驶出租车领域进行了长期探索,并取得了一定的成绩。Waymo 的无人驾驶车队规模已突破1500辆,每周为用户提供超过25万次出行服务;百度萝卜快跑截至2025年5月,累计服务次数也已突破1100万次。特斯拉 Robotaxi 要想在市场中脱颖而出,还需在运营服务、用户体验等方面持续提升。

特斯拉 Robotaxi 的正式上路,无疑是自动驾驶领域的一个重要里程碑,它让我们看到了未来出行变革的曙光。但要真正实现无人驾驶出租车的普及,还有很长的路要走。技术的完善、政策的支持、市场的认可,每一个环节都至关重要。

