

奔馳次季利潤暴瀉七成

德國業界指受到美國關稅重擊

【香港商報訊】由於美國關稅及電動車普及速度放緩，德國豪華汽車製造商奔馳第二季淨利潤按年大跌68.7%至9.57億歐元。奔馳警告稱，由於關稅打擊了其轎車和貨車的銷售，預計今年全年的營收將大幅低於去年。德國商界表示，美國關稅加徵對德國許多商戶構成生存威脅，這是對外貿的沉重打擊。

北美季度收入下降近13%

奔馳表示，第二季度銷售額為331.53億歐元，同比下降9.8%；調整後息稅前利潤同比下滑50.9%至19.88億歐元；淨利潤同比大幅下降68.7%至9.57億歐元。第二季度全球銷量為453700輛，同比下降9%。

2025年上半年，奔馳銷售收入為726億歐元，同比減少8.6%。稅後淨利潤僅27億歐元，較去年同期大幅下降55.8%。

奔馳當地時間30日表示，美國關稅擠壓利潤率，公司的北美季度收入下降12.9%。數據不僅反映監管方面的阻力，也反映市場需求更廣泛調整，高端買家現時對價格更加敏感。奔馳也承認，關稅導致利潤率下降不到3%，凸顯其業務中已經存在的利潤率擠壓。

由於預計銷量下降和低於預期的定價，以及美國進口關稅的影響，預計今年全年調整後的汽車銷售回報率將在4%至6%之間。相比之下，今年年初發布的指導目標是集團營收略微下降，調整後的汽車銷售回報率為6%至8%。

奔馳發布新的業績指引之前，美國和歐盟於上周末達成協議，將對從歐洲運往美國的汽車徵收15%的關稅，而在特朗普開始第二任期之前徵收的關稅為2.5%。

奔馳正在實施一項廣泛的績效計劃，該計劃於今年初宣布將裁員，並將部分生產從德國轉移到成本較低的國家，計劃在未來幾年通過削減10%的生產成本來提高競爭力。

保時捷上半年純利暴跌近七成

另一家德國車企保時捷30日公布，截至今年6月底止中期純利7.24億歐元，大跌66.37%；經營溢利10.07億歐元，挫67.1%；銷售收入181.57億歐元，跌6.68%。

保時捷首席執行官布魯姆（Oliver Blume）表示，公司在全球範圍內仍面臨重大挑戰。這並非一場會過去的風暴。世界正在發生巨大變化，尤其是與幾年前

的預期大相徑庭。當時做出的一些戰略決策，如今看來意義已然不同。

受到美國關稅影響，上半年錄4億歐元額外支出。期內，汽車付運量14.63萬輛，下滑6.1%，北美(除墨西哥)升10.2%，至4.36萬輛；中國內地和香港則跌27.9%，至2.13萬輛。

集團調低今年指引，預測今年銷售收入介乎370億至380億歐元；銷售回報率由6.5%至8.5%，調低至5%至7%。

Adidas：美關稅令下半年成本增18億

德國體育用品龍頭阿迪達斯(Adidas)表示，第二季度因美國關稅遭受了數千萬歐元的損失，並警告稱當前的進口稅將推高其美國市場商品的成本。Adidas表示，今年下半年與關稅相關的額外成本可能達到2億歐元(約18.1億港元)。

Adidas還指出，若美國關稅引發通脹飆升，可能會對消費者需求造成風險。

儘管如此，Adidas仍維持其全年業績指引，但也指出這一指引可能會發生變化，原因是美國關稅和宏觀經濟風險帶來的不確定性加劇。

德國批發、外貿與服務聯合會(BGA)表示，美國關稅加徵對德國許多商戶構成生存威脅，這是對外貿的沉重打擊。

德國工業聯合會(BDI)指出，歐盟為與美國達成協議，不得不承受高關稅的代價。15%的關稅稅率也將對出口導向的德國工業造成巨大負面影響。

德國機械設備製造業聯合會(VDMA)首席經濟學家格南特(Johannes Gernandt)指出，15%的美國關稅將明顯削弱德國機械與設備製造的競爭力，特別是那些與美國供應商直接競爭的企業。該協會調查顯示，在10%關稅稅率下，已有43%的企業認為其競爭力會受



奔馳第二季度全球銷量為453700輛，同比下降9%。 資料圖片



保時捷上半年純利7.24億歐元，大跌66.37%。 資料圖片

到「強烈」或「非常強烈」影響。格南特警告稱，15%的關稅顯然已進入危險區間。

德國第二季GDP萎縮0.1%

德國統計局30日公布，第二季GDP較按季萎縮0.1%，與第一季修正後的0.3%增長相比，增速大幅放緩。分析指出，儘管零售銷售在6月有所反彈，但整體消費者信心依然脆弱。專家認為，持續的通脹和供應鏈問題可能會影響未來幾個季度的經濟表現。

德國經濟研究所當天指出，歐盟與美國日前就關稅達成的新貿易協議，將進一步加重德國經濟負擔。荷蘭國際集團表示，若美國對歐盟徵收15%關稅，預計將拖累德國經濟0.1至0.2個百分點。

俄堪察加8.8級強地震 太平洋多國發海嘯警報

【香港商報訊】俄羅斯堪察加半島當地時間30日發生黎克特制8.8級強烈地震。地震於本港時間當天早上7時許發生。震源深度修訂為20.7公里。其後亦出現餘震，強度達到6.9級。

據俄新社報道，這次地震為1952年以來該地區最強。地震引發太平洋沿岸多國海嘯警報，包括日本、美國、新西蘭等。堪察加地區出現3至4米海嘯波，導致局部破壞與人員疏散。

堪察加州州長索洛多夫形容是當地有儀器記錄以來最強的一次地震。當地有建築物受損，多人受傷，包括在地震時跳窗逃生的住院病人，所有傷者無大礙，部分地區隨後錄得3至4米高的海嘯。俄羅斯千島群島進入緊急狀態，北庫里爾斯克市遭遇多次海嘯衝擊，部分漁船被捲入海中，海嘯亦造成當地部分地區斷電，當局正加緊檢查及修復。

日向90萬國民發疏散警示

日本氣象廳指，當地下午1點52分在岩手縣久慈港觀測到1.3米高的海嘯，北海道、宮城縣、青森及福島等地就有40至80厘米的海嘯，日本政府對逾200萬民衆發出「緊急安全措施」及避難指示，內閣官房長官林芳正表示，海嘯警報可能會維持一日，有機會出現第二及第三波更猛烈的海嘯，呼籲民衆在警報解除前留在安全地方。

日本多處都嚴陣以待，當局發出疏散警示的地區，覆蓋全國90萬人口。靜岡縣沼津市向沿海居民發出疏散命令，呼籲居民遠離岸邊。亦有高速公路關閉，公共交通停運，北海道、東北地區和東京都等多條JR路線都暫停服務。北海道函館市電車大部分路段暫停。仙台機場跑道關閉，部分航班要取消。東京電力公司亦暫停福島第一核電站的核污水排海工作。

本港天文台表示，這次地震產生的海嘯波應已經在當天下午5時過後，抵達香港，但首一兩個海嘯波的波幅很小，並未能觀察得到，會繼續監測隨後抵達的海嘯波。天文台指，日本較接近震源地點，在日本東北部的最高錄得高1.3米海嘯，其他地方則錄得高度半米以內，不會帶來太大影響。



堪察加彼得羅巴甫洛夫斯克市在地震中受損的幼兒園。 新華社

從一件羽絨服到溫暖社會的願景

波司登獲「ESG新標杆企業獎」

近日，證券之星第三屆ESG新標杆企業評選結果揭曉。波司登集團憑借在環境、社會和治理（ESG）領域的扎實耕耘與卓越實踐，榮獲「ESG新標杆企業獎」。該獎項由證券之星聯合妙盈科技等專業權威機構，在中國首席經濟學家論壇等指導下設立，是ESG領域極具分量的權威認可。

這是繼波司登獲得MSCI ESG AA級評級、入選標普全球（S&P Global）《可持續發展年鑑（中國版）2025》之後，波司登在可持續發展領域收穫的又一行業殊榮。

獎盃很輕，只有幾百克；獎盃也很重，它背後是波司登49年來對「溫暖」二字的理解——不僅是抵禦寒冷的物理溫度，更是對社會、對環境、對未來的情感溫度。

可持續寫進公司章程 擘畫溫暖的底色

卓越的ESG表現離不開堅實的治理根基。波司登建立了層次分明、權責清晰的ESG管治架構。董事會下設可持續發展督導組，由董事局主席擔任組長，負責制定ESG目標、戰略並監督執行，對董事會負責。董事會則對集團的ESG整體方向、戰略和表現負有最終責任。

當波司登將「2038年運營環節淨零排放」這一雄心目標納入公司戰略時，深知其挑戰。對此，波司登的回答是：讓董事會直接對ESG結果負責，並將高管薪酬與碳減排進度緊密掛鉤。

在國際舞台上，波司登也持續發聲並踐行承諾：在第29屆聯合國氣候變化大會（COP29）期間發布「1+3+X」ESG戰略及碳目標，助力全球氣候治



波司登發布ESG戰略及碳目標，助力全球氣候治理。

理；承諾踐行聯合國全球契約組織（UNGC）人權、勞工、環保等十項原則。

在確立了強有力ESG治理機制後，波司登將減碳的焦點，精準聚焦於價值鏈核心的環保實踐。

綠色成為價值鏈的細節 凸顯可持續價值

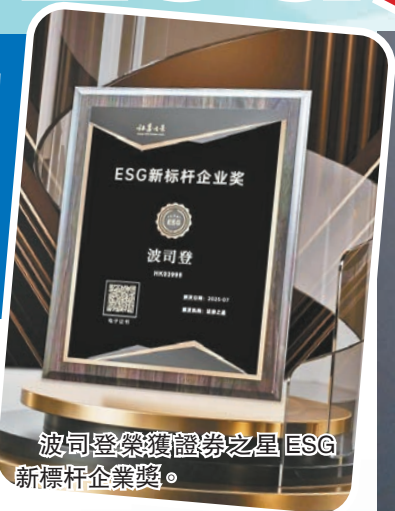
波司登一方面大力提升能源效率與可再生能源應用，2024/25財年實現光伏發電量達917.2兆瓦時，購買5284兆瓦時太陽能發電綠證，顯著降低對傳統能源的依賴。

另一方面，將綠色低碳基因注入產品全生命周期。在產品端，波司登聯合供應商開發生物基含量超70%的防護面料，已應用於VERTEX系列。CIRCULAR 3.0系列實現「從衣服到衣服」閉環設計，獲ISPO全球設計大獎與美國IDEA銀獎。多款產品通過中國質量認證中心（CQC）碳足跡認證。在此背景下，波司登羽絨服所用羽絨100%通過RDS認證，75%獲OEKO-TEX®認證，58%獲bluesign®認證。

在渠道端，線下直營門店100%採用節能燈具，節



智能倉儲智慧物流實現減碳和提效的雙贏。



波司登榮獲證券之星ESG新標杆企業獎。



波司登與香港大學戰略合作，深化ESG創新引領可持續發展。

能效果高達40%，核心門店引入「智能燈控」再提升節能效率5%。

在物流端，通過持續擴大新能源運輸車隊規模，應用智慧物流倉儲，全年平均單件快遞物流碳足跡下降約4%。集團旗下所有核心服裝品牌物流運輸紙箱均擁有FSC（森林管理委員會）認證。

在供應鏈端，波司登供應鏈ESG數字化管理平台已正式上線，實現對核心供應商的能耗、碳排、勞工合規等關鍵數據的實時追蹤與管理。

關懷融進一針一線 溫暖傳遞給每一個人

然而，無論是驅動這些變革的決策與執行，還是ESG中社會（S）與治理（G）維度的核心要義，最終都指向同一個原點——人。是人的智慧、責任與協作在發揮決定性作用。波司登認為，ESG的終點從來不是指標，而是為人創造價值。

2024/25財年，波司登女性管理層比例突破50%，178100小時的培訓覆蓋每一位員工，波司登商學院共投入約人民幣890.8萬元用於員工培訓及進修升級。在售後領域，波司登實現客訴100%閉環解決，年度平均每件投訴處理時長（包括客服溝通及返場維修等全鏈路處理時長）15.8小時，同比提升處理

效率23.8%，並且設立客戶問題解決率100%的高目標。

而在更廣闊的半徑裏，2024/25財年波司登公益基金會情暖萬家公益項目共計捐贈總價值超2650萬元的高品質防寒服，惠及20000多名困難群眾。拉長時間看，截至2025年，累計捐贈14億元，惠及159萬群眾。

波司登相信，當企業把溫度傳遞給員工，員工會把溫度融進每一針每一線，最終抵達每一個需要被溫暖的人。

把ESG理念融進日常的點點滴滴

即將成立50周年的波司登深知，ESG不是一場衝刺，而是一場沒有終點的馬拉松：2038年淨零排放的承諾還在倒計時，供應鏈ESG平台正在接入更多中小工廠。

但今天，波司登願意把這座獎盃留在身後，因為它提醒波司登：當一件羽絨服可以溫暖一個人，一群人的善意可以溫暖一個時代。下一站，波司登將繼續用科技、用設計、用責任，去回答那個永恆的問題——如何讓這個世界，因為波司登的存在，而多一點點溫暖。

波司登，敬每一個相信溫暖的你。