

新车将至 长安铃木“回归”路该怎么走

铃木全资撤出、重庆工厂代工绿驰，当外界对长安铃木感慨未止时，近日一张未悬挂车标的铃木维特拉专利申报图的出现，让这家被认为已经停摆的车企再次成为关注焦点。同时，北京商报记者调查发现，目前长安铃木在售车型均为国五排放标准车型，在国五、国六排放标准切换关口，长安铃木将陷入无车可卖的尴尬局面。本次维特拉车型申报图的公布，也意味着长安汽车接管后，长安铃木正式进入“长安”时代。

业内人士表示，迈进“长安”时代的同时，长安铃木将真正“去”铃木化，不过在国内小型车市场低迷、长安铃木经销商缩减背景下，长安汽车欲盘活长安铃木并非易事。



前来保养的。

除渠道萎缩外，长安铃木主打的“精品小车”战略，也将面对国内小型车市场销量低迷的现状。数据显示，今年前10个月国内小型SUV市场终端上销量为152.2万辆，同比下降7.5%。同时，今年前10个月长安铃木销量为1.31万辆，过低的销量使得长安铃木工厂产能大量闲置。今年5月，长安铃木与造车新势力企业绿驰汽车展开合作，长安铃木重庆第二工厂将生产绿驰首款量产紧凑型纯电动SUV，长安铃木开始通过代工平衡产能。

业内人士表示，面对小型车市场销量下滑现状，长安铃木继续仅押宝小型车战略，仍将面临挑战。同时，目前长安汽车处于调整期，旗下几家合资公司市场表现均不理想，并且已经影响长安汽车整体业绩表现。财报显示，今年前三季度长安汽车营收同比下滑9.5%，净利润同比下降328.83%。此前，长安汽车董事长张宝林表示，长安汽车在经营上正在进行重要改变，其中一项就是节流。长安汽车自身也面临着不小压力。

不过，长安汽车并没有放弃长安铃木，长安汽车总裁助理、长安铃木总经理周波表示，双方希望通过此次的联合制造项目，实现双方的优势互补，助推长安铃木的转型。

作为入局汽车领域较早的传统主机厂，长安铃木拥有完善的制造体系和质量管控标准。此前，在现有完善的产品开发体系基础上，长安铃木还成立负责乘用车款式产品、电动化产品开发的长安汽车研究院——长铃研究院，开始构建智能网联产品的开发能力及资源部署。

乘用车联席会秘书长崔东树表示：在华经营多年的长安铃木拥有完善的生产体系与沉淀，长安汽车接手后将重新对其进行规范管理，长安汽车也将利用资源以及优势来推动长安铃木的发展，翻盘还是有一定希望的。”

北京商报记者 刘洋 刘晓梦/文并摄

“维特拉”推新再战

铃木全资撤出后，除重庆第二工厂为绿驰汽车代工外，长安铃木鲜有新消息传出，业内普遍认为长安铃木将以代工形式继续存活。

但是，长安铃木近日在国家知识产权局官网公布一款新车外观设计图，造型与在售的长安铃木维特拉十分相似。该车型前脸采用“纺锤形”设计，大嘴式网状进气格栅，偏向长安汽车旗下SUV车型设计风格。据了解，该车型外观专利为重庆长安铃木汽车有限公司“申报，不过由于车标部分被遮挡，未来将悬挂长安还是铃木的车标尚未可知。

去年9月，铃木以1元象征性出价向长安汽车转让所持有的长安铃木合资公司50%股权，此后长安铃木由长安汽车全资所有。长安汽车接手后，在一份公告中表示，长安汽车将全力支持长安铃木持续经营。同时，去年长安汽车还成立了长铃研究院。据了解，铃木与长安汽车签署的协议显示，长安铃木合资合约将持

续至2022年，对此长安汽车总裁朱华荣表示：在2022年合资合约尚未解除前，长安铃木暂不会改名，长安汽车将加大投入，持续经营。”

对于此次长安铃木申报的新车型，一位长安铃木经销商负责人透露，该车型将成为长安汽车主导长安铃木后的首款车型，可能搭载长安的发动机。铃木撤出后，新车型的研发都由长安汽车负责，零部件也将由长安汽车提供。”他表示。

长安汽车相关负责人对北京商报记者表示：关于新车型没有更多信息可以披露。”不过，该负责人透露，未来长安铃木的车型确实将由长安汽车主导推进。

“铃木”谢幕倒计时

维特拉是长安铃木2015年推出的一款SUV车型，主打进口发动机及四驱性能，在消费者中有着不错的口碑。然而，在铃木撤资后，长安铃木便再无新车，北京商报记者发现，长安铃木官网最新消息也停留在今年2月，不少消费者认为随着铃木退出，长安铃木旗下车型也随之停产。

事实上，长安铃木现款车型却依然在售。北京商报记者走访发现，长安汽车与铃木合资期间推出的长安铃木骁途和维特拉两款车型至今依然在“店”。店内销售的车型都不是库存车，消费者需要哪款配置车型，4S店也可以向厂家预定。”一位长安铃木4S店销售人员表示。

虽然车型依然在“店”，但在国五、国六排放标准切换背景下，长安铃木两款在售车型却不能提供国六版本车型。“维特拉和骁途只有国五版本车型，今年年底购车还能在北京上牌。”上述长安铃木4S店销售人员称，目前维特拉能够享受1万元优惠和4000元补贴，骁途仅有一辆特价车，由于未推出国六版本车型，卖完这批后4S店将不再进车。

据了解，今年7月1日起，占据全国汽车销量近七成的国内15个省市开始实施国六标准；明年7月1日起，国六排放标准将在全国正式实施。这意味着，明年7月1日起，铃木时代的长安铃木车型将全面停产。

实际上，铃木撤资后，长安铃木方面曾发布声明称，收购完成后，长安汽车将全力支持长安铃木经营，铃木将继续向长安

铃木提供生产许可，长安铃木将继续生产、销售铃木品牌汽车并提供售后服务。

业内人士表示，虽然铃木将继续向长安铃木提供生产许可，但在铃木撤出后很难在技术上对长安铃木进行更多支持，因此未来推出的车型都将是悬挂铃木车标的“换壳”长安车型。随着国六排放标准全面落地，铃木时代将最终落幕。

如何盘活“小车之王”

值得一提的是，长安汽车接手长安铃木后，长安汽车方面曾表示：要将长安铃木打造成中国的“小车之王”。不过，在铃木放弃投入技术和资源的局面下，长安汽车欲盘活长安铃木并非易事。

北京商报记者调查发现，铃木撤资后，现有长安铃木经销商一部分开始多品牌经营，另一部分则转为售后服务店。上述长安铃木经销商负责人表示，去年铃木撤资后，该店已由长安铃木授权经销商改为维修服务商，并开始经营其他品牌车型。在该4S店，北京商报记者看到，店内已主销长安车型，店外停放的长安铃木车辆均是

· 车界 ·

首款车型入市 爱驰汽车：“首要目标活下去”

在蔚来、小鹏等造车新势力早已走过交付期后，“新军”爱驰汽车首款车型姗姗来迟。爱驰U5车型近日正式上市，补贴后起售价为19.79万元。对于该车型销量预期，爱驰汽车执行副总裁蔡建军表示：爱驰汽车的首要目标是先活下去。”

数据显示，今年前11个月国内新能源汽车销量为104.3万辆。其中，蔚来、威马、小鹏等造车新势力车企销量占比不足一成，比亚迪、吉利、北汽新能源等传统车企凭借多年造车经验和销量基础占据新能源车市销量话语权。同时，随着今年下半年新能源汽车补贴退坡，新能源车市逐渐进入调整期。

面对市场新常态及对手挤压，爱驰汽车第一步能否走好至关重要。蔡建军坦言：挑战刚刚开始。”据了解，目前爱驰汽车已制定“三步走”战略规划：2022年做到新能源轿车头部企业；2022-2025年，转变为数据驱动型公司；2025年后成为智能出行公司。”实现“三步走”战略，爱驰汽车推出首款车型后，明年的首要任务就是活下去，只有生存下来才能更好发展。”蔡建军表示。

为实现“活下去”的首要目标，爱驰汽车将“不给用户添麻烦”“不给经销商添麻烦”作为生存基础。据了解，爱驰U5车型NEDC工况续航里程503公里，为解决续航里程焦虑，爱驰汽车将为车主再提供一个可预装、可租借的车载移动“充电宝”，能够再扩展该车型120公里的续航里程。同时，爱驰汽车在全国已覆盖超过10万个有效公共充电桩资源。此外，爱驰汽车首创



全自动智能充电机器人技术，从以前的“车找桩”充电模式变成“桩找车”。蔡建军透露，未来爱驰汽车还将与蔚来、小鹏实现充电协作。值得一提的是，爱驰将对首任车主给予终身半价充电的优惠服务。

值得一提的是，爱驰U5车型还提供车辆租赁试用服务，用户决定购车后可免去租金。如果用户每月支付1667元电池租赁费，便能以14.79万元的价格购买爱驰U5 PRO版车型。爱驰用电池租借方式，调低消费者用车门槛。”蔡建军表示，爱驰汽车还推出3年5折回购、6折换新服务。

在经销商布局上，爱驰也选择与其他企业不同的玩法。U5车型上市前，爱驰推出“7921用户陪伴方案”。在爱驰的方案中，7号馆主要负责销售的店，9号馆负责服务的店，2号馆是销售服务综合店，1号馆则是爱驰体验交付中心、7921品牌体验

中心为基本架构的创新渠道模式，以最大可能盘活现有渠道资源，贴近用户，为用户提供便捷的体验、购车、服务渠道。”不必用销售额来考核经销商。”蔡建军表示，爱驰初期将用客户满意度来考核协作伙伴。降低经销商出资成本，多使用社会资源，为客户处理问题，不给经销商找麻烦。

按照爱驰汽车规划，推出U5车型后，定位纯电轿跑SUV的爱驰U6车型将在明年底推出，这意味着，明年爱驰U5车型将承担全部销售任务。不过对于新车销量，爱驰方面并未给出预期。”就一款产品来讲，经过我们评估和测算，只要国内+国外单月销量达到1000-2000辆之间基本就可以生存下去。”蔡建军表示，爱驰汽车将在明年一季度扩张城市销售网络，当根基牢固后再逐渐向月销1500-2000辆目标冲击。北京商报记者 刘洋 刘晓梦/文并摄

Market focus

新能源汽车销量预期回归理性

刘蔚漪

今年6月，中国新能源汽车补贴退坡，成为影响今年新能源车企的转折点之一。7月至今，新能源车月度销量一直呈现同比暴跌趋势，10月和11月同比暴跌甚至达到40%以上。

来自中国汽车工业协会（以下简称“中汽协”）发布的最新产销数据显示，今年11月新能源汽车产销分别完成11万辆和9.5万辆，同比分别下降36.9%和43.7%。其中，纯电动汽车产销分别完成9.6万辆和8.1万辆，同比分别下降29.6%和41.2%；插电式混合动力汽车产销均完成1.4万辆，同比分别下降63%和54.4%。至此，中国新能源车连续5个月销量下滑。

连续的大幅负增长，拖累全年表现，中汽协分析称，新能源汽车市场全年或呈现负增长。

作为新能源龙头企业之一，今年11月北汽新能源销量同比下降6.2%，前11个月累计销量为11.4万辆，同比下降11.20%，完成全年22万辆销量目标的一半；11月比亚迪销量为4.13万辆，其中新能源车型销量为1.12万辆，同比下降62.7%，前11个月新能源车型累计销量为21.6万辆，和北汽新能源一样，全年任务完成一半。

关注度最高的蔚来汽车，今年前11个月累计交付量为1.74万辆，无法完成全年交付目标；小鹏汽车前11个月

累计交付量1.5万辆，完成全年目标的37.5%；威马汽车全年的销量目标为10万辆，目前完成量不到1/5。

由于去年整体销量基数较高，因此在补贴退坡影响下，新能源汽车销售短时间内难以翻转，不过，环比仍有增长，整个市场有企稳的迹象。

短期来看，新能源汽车销量出现低迷，但是无论如何，不能否认新能源汽车产业长期发展的潜力。作为国家战略性新兴产业，政策层面对新能源汽车产业长期发展的坚定信心近期得到再次确认。

今年12月3日，工信部发布《新能源汽车产业发展规划（2021-2035年）》号召，力争经过15年持续努力，我国新能源汽车核心技术达到国际领先水平；到2025年，新能源汽车新车销量占比达到25%左右。以此推算，2025年我国新能源汽车年销量将达到700万辆的规模。

中国汽车流通协会市场研究分会秘书长崔东树在2019中国汽车产业高质量发展高峰论坛发表《2019中国汽车及零部件产业发展趋势预测》的主题演讲。其间，他认为到2020年，我国新能源汽车市场仍将出现26%的正向增长。

目前，虽然新能源汽车市场销量在持续下滑，但其与消费者实际符合的需求也在显现，各界对于新能源汽车销量的预期将逐步回归理性。