

### A2 豪车市场第二阵营座次重排

日前,凯迪拉克发布的统计数据显示,今年1-9月,凯迪拉克累计销量已达75783辆,同比增长38.2%,远超行业的平均增速,按照目前的趋势,凯迪拉克品牌今年的销量将有望突破10万辆门槛。

### A3 车市政策末班车效应提前显现

距离购置税减半政策取消尚有两个月的时间,然而车市末班车效应已经提前显现。中国汽车工业协会发布的数据显示,9月我国汽车产销量比上月及去年同期均呈现较快增长,增速均在20%以上。

### A4 京城新能源车超七成指标未上牌

单独摇号、不限行、购车补贴等利好政策,持续催生着北京新能源车的指标“热”。然而,截至目前,未上牌的新能源车指标量却超过今年新能源车指标总量的七成。

# 小型车战略受挫 长安铃木滑铁卢 救命新车投放市场无期

尽管1.6L以下乘用车在政策引导下一路高歌,但以小型车为主的长安铃木却节节败退,年度销量计划几乎腰斩。最新统计数据显示,今年前9个月,长安铃木销量仅为8.2万辆,只达到了年度销量目标16.8万辆的一半。业内人士认为,销量的长期低迷已使长安铃木站在“十字路口”,如果仍不能突破仅布局小型车的局面,未来在国内车市的份额将被吞噬殆尽。

#### 销量断崖式下滑

今年9月,国内车市销量回暖,使“金九银十”传统销售旺季颇具成色。但是,在各车企凭借9月的亮眼成绩亮出各自上扬的销量数据时,长安铃木交出的成绩单却并不漂亮。

统计数据显示,今年前9个月,长安铃木同比下降6.7%,其中新奥拓累计销量不足9000辆,同比下降54.7%;雨燕销量为1.3万辆,同比下降24.1%;天语累计销量为6572辆,同比下降45.3%;而曾被长安铃木方面寄予厚望的启悦,月均销售不足1700辆,与市场排名前列的该车型动辄过万辆的销量数字相比,已无力拉动长安铃木整体销售业绩的增长。

同时,面对国内SUV市场的持续火爆,长安铃木的两款车型也未能成为提升销量的重要引擎。今年前9个月,长安铃木锋驭销量为9077辆,同比下滑62.8%;而去年11月上市的小型SUV车型——维特拉,被长安铃木寄予厚望,但今年前9个月的销量也仅为2.9万辆,竞争力并不明显。



实际上,今年前9个月下滑的销量数据,是近年来长安铃木现状的缩影。数据显示,2011年,长安铃木销量到达顶峰,全年销量达22万辆,此后销量持续走低。业内人士认为,销量持续低迷,使长安铃木在边缘徘徊的同时,增添了退出的风险。

#### 车型布局过于单一

在全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树看来:“日系车企销量逐渐回暖,长安铃木的销量却持续下滑,源于该品牌过于专注布局小型车。”

据了解,目前长安铃木的在售车型中,除启悦外,全部为小型车。数据显示,今年前9个月,国内A00级汽车市场销量下滑为19.6%;A0级汽车市场销量下滑为

19.4%。而在长安铃木在售的4款轿车产品中,新奥拓属于A00级、雨燕为A0级,即便天语属于A级车,但该车的尺寸在该市场中也并不占优,而启悦所属的紧凑级车型,也是自主品牌竞争最为激烈的市场。同时,目前国内车企纷纷布局紧凑级SUV车型,以满足消费者的用车需求,而长安铃木锋驭和维特拉所处的小型SUV市场,市场份额并不大。

由于市场的萎缩,过于依赖小型车的长安铃木旗下车型在市场中的表现也尽显疲态。北京商报记者走访中发现,目前长安铃木经销商开始通过加大部分车型优惠的方式实现销量提升。一位长安铃木4S店销售人员表示,店内为启悦和锋驭开出了2万元的优惠,希望能够在销量上

实现突破。同时,该销售人员坦言,长安铃木维特拉的销量也并不理想,很多消费者认为售价有些偏高,店内给出了最高9000元的优惠,各配置现车均十分充足,但库存仍有待消化。

#### 完成全年目标恐无望

车型单一并布局市场萎缩的国内小型车市场,不仅使长安铃木销量持续下滑,而且完成今年销量目标也基本无望。

此前,长安铃木方面曾表示,今年的销量目标是在去年12.02万辆的基础上增长30%-40%,约为16.8万辆。但按照今年前9个月长安铃木累计销售8.2万辆计算,在余下的不到两个月时间内,实现销量翻倍已不可能。2014年,长安铃木发布了其“1855战略”,表示至2018年,长安铃木将推出5款新车品,产销量达到50万辆。但以目前低迷的销售现状来看,长安铃木与“50万辆”梦想已渐行渐远。

在业内人士看来,新车型投放速度缓慢,成为制约长安铃木销量增长的掣肘之一。距离2018年还有不到两年的时间,但长安铃木在去年推出维特拉之后,并无新车计划,而留给长安铃木的市场份额已经被其他车企逐渐吞噬。

此外,近日有消息称,目前长安铃木已停止多款车型的导入计划,产品和战略处于停滞状态。分析人士认为,销量的持续低迷与技术中心的调整,未来将使长安铃木更加边缘化,同时也释放出铃木可能撤出的信号。北京商报记者 刘洋/文并摄

## 专家视角

# 小排量车购置税优惠作用渐弱

贾新光

今年1-9月,国内汽车生产1942.2万辆,同比增长13.25%;销售1936.04万辆,同比增长13.17%。而2015年同期是产量同比下降0.82%,销量增长0.31%。其中,1.6升及以下乘用车销售1203.5万辆,同比增长22.1%。说明汽车购置税优惠政策确实起到了增加小排量汽车销售的作用。

这个政策在2009年和2010年的时候就已经实施过,2009年汽车销量达到1364.48万辆,实现46.15%的爆发式增长,中国一跃成为全球第一汽车产销大国。但是,历史不会重演。2008年我国汽

车产销量不到840万辆,而2015年汽车产销已经达到2500万辆左右,在这一基数上再现30%-40%的超高速增长是不可能的。

今年4月以后,各月销量同比增速加快,数字从4月的同比增长6.37%,到9月已经加快到26.73%。9月创造了今年年内最高月销量水平,成为名副其实的“金九”。购置税优惠政策确实使汽车市场转降为升,但是不会有增速越来越快的效应,说明市场增长还有其他因素。

2016年北京车展,SUV车型占展出新车的48%,国内外厂家都在大力研发

SUV,使这个市场“火上浇油”。今年汽车市场增长有多个因素推动,而不仅仅是购置税优惠。所以,对这一政策的作用,既要肯定,又不能高估。

现在有消息说,中汽协正在向政府建议延长小排量汽车购置税优惠政策,以防止2017年车市滑坡,有人甚至预言2017年车市会负增长。即使政府延长小排量汽车购置税优惠政策,也会采用2010年的做法,也就是购置税减税幅度从50%缩减到25%,依然会使2017年车市减速。而如期取消这项优惠政策,车市肯定会“急刹车”,但是会有微增长。

也有另一种可能,就是消费税改革。据媒体报道,财政部已将消费税改革草案报送国务院。目前,排量在3.0-4.0L的车型消费税率为25%,排量在4.0L以上的车型消费税率为40%,而排量在1.0L及以下的车型消费税率为1%。消费税从价内走向价外,会给车市带来新的冲击。因为购置税是按车价征收,统一为10%,而消费税是按排气量征收,最低1%,最高40%。如果消费税改在价外,就会形成高档车价格调整幅度明显,对经济型汽车价格基本没有影响,依然会起到鼓励小排量汽车的作用。