又一家合资车企股权或将生变。

日前，一位捷豹路虎中国员工向澎湃新闻记者透露，奇瑞和捷豹路虎在二者合资企业奇瑞捷豹路虎中的股比或将发生变化，“内部讨论很激烈，外资方面希望拿到更多股份，取得控制权，但并不清楚奇瑞的想法。”目前，中外双方对奇瑞捷豹路虎持股比例均为50%，一旦股比生变，该合资企业在战略及经营方面也可能迎来较大变化。

另一名奇瑞捷豹路虎员工李明（化名）也向澎湃新闻记者证实了这一说法，“我们位于虹桥附近的办公室明年就要撤掉了，员工要搬到浦东前滩捷豹路虎那边去办公。公司内部的说法是外资可能会争取到更多控制权。”

“合资人员占比、项目资源占比，都会发生变动，尤其是对于奇瑞捷豹路虎员工来说，不确定性太多了。”李明表示，短期内合资公司可能面临不小动荡，“但对于公司来说，捷豹路虎掌握更多话语权肯定是好的，能够拿到更多资源，今后的市场表现说不准也会有很大改变。”

澎湃新闻记者就股比变更一事向双方求证，奇瑞集团方面对此表示不知情，而捷豹路虎方面相关人士则表示内部没有任何信息。

搭上合资车企末班车

十年前的2012年，是中国汽车市场的一个重要分水岭，在经历了长达十年的高速增长后，中国车市增速放缓，进入调整阶段。由于政策调整，在中国组建合资车企的大门虽未关上，但已大幅收紧。

这一年11月，捷豹路虎牵手奇瑞，成立了奇瑞捷豹路虎汽车有限公司，搭上了合资车企的末班车，成为国内首家中英合资的高端汽车企业。合资双方股比为50：50，总投资额为109亿元人民币。双方表示，合资公司将会生产并销售捷豹品牌车型、路虎品牌车型，以及为中国市场量身定制的合资自主品牌车型。

不过直到2014年底，奇瑞捷豹路虎才进入全面业务运营阶段。

2014年5月，奇瑞捷豹路虎与捷豹路虎中国正式宣布双方共同成立全新的联合市场销售与服务机构（IMSS），并在销售渠道方面达成一致，将进口车和国产车将并网销售。

2014年底，奇瑞捷豹路虎常熟生产基地正式投产，总年产能20万辆。在工厂正式投产后的一年半时间内，奇瑞捷豹路虎迅速推出了3款新车，对销量起到不小的拉动作用。不过官网显示，截至目前，奇瑞捷豹路虎也只有路虎揽胜极光L（及插电式混合动力版）、路虎发现运动版（及插电式混合动力版）、捷豹XFL、捷豹XEL和捷豹E-PACE 5款车型。

就股东双方来看，捷豹路虎10月7日披露的2023财年第二季度（2022年7月1日-9月30日）销售数据显示，该财季，捷豹路虎全球共零售8.81万辆，同比下降4.9%。其中，中国区销量为2.55万辆，同比增长0.1%。

奇瑞销量快报显示，9月份奇瑞集团销售汽车14.54万辆，同比增长92.1%；前三季度，奇瑞集团累计销售汽车89.39万辆，同比增长37.3%。

捷豹路虎增势不足不仅是由于豪华车销量更低，和其近年来电动化转型过慢也息息相关。在各大豪华品牌都在大力推进转型时，捷豹路虎一直没有推出有竞争力的新能源车型。由于合资品牌需要外资品牌的车型导入，奇瑞捷豹路虎的车型迭代也因此受限。

增长乏力，前三季度卖了3.7万辆

近年来，奇瑞捷豹路虎已经明显增长乏力。

捷豹路虎披露的销售数据显示，奇瑞捷豹路虎在今年第三季度销量为1.5万辆，同比增加4.7%；今年前三季度总销量为3.7万辆，同比降幅达17.8%。

奇瑞控股集团2021年7月发布的销量快报显示，集团1-6月份销售汽车42万辆，同比增幅为80.4%。与之相比，合资品牌奇瑞捷豹路虎销量为2.6万辆，增幅为16.1%。有意思的是，澎湃新闻记者翻阅奇瑞控股集团官网发现，在此之后，奇瑞的销量快报再未提及过奇瑞捷豹路虎。

有经销商对澎湃新闻表示，奇瑞捷豹路虎今年上半年销量不到2.2万辆，其销量的不断下跌与其车型迭代过慢紧密相关，“一直没有新车型计划，几款旧车根本撑不起来。”李明也认为，“捷豹路虎的进口车型利润一直很好，但是合资车卖得不好、利润过低，外资在投入上其实也缺乏动力。”

其实早在2017年，奇瑞捷豹路虎的销量一度达到过8.4万辆，但自2019年开始，其年销量便一直不足6万辆。

这也是近年来不少合资车企销量变化的一个缩影。乘联会日前公布的数据显示，9月份主流合资品牌零售销量为74万台，同比增加8%，低于同期车市整体13.5%的增速；与上个月相比，乘用车整体微增2.8%，但是主流合资品牌则环比下滑了4%。

值得注意的是，9月自主品牌批发量首次真正意义上地占据了市场的半壁江山（今年4月，多家头部合资车企生产受疫情影响产销严重下滑，自主品牌份额也曾超过50%），市场份额为50.4%，较去年同期份额增加2.6个百分点。

乘联会认为，自主品牌对合资品牌的超越，很大程度受益于其新能源车的持续发力，9月份，自主品牌新能源车渗透率高达47.9%，而主流合资品牌的新能源车渗透率仅有3.9%。