

汽车市场加速回暖，新能源汽车表现抢眼——

# 真“银十”！新能源汽车销量翻番

本报记者 徐佩玉

中国汽车市场素有“金九银十”一说。今年上半年受疫情影响，汽车市场一度略显低迷，也令各方对下半年车市回暖格外期待。中汽协日前发布数据显示，汽车市场如期迎来“银十”，其中10月份新能源汽车销量更是同比翻了一倍多。

新能源汽车为何卖得好？后市又将如何发展？本报记者进行了采访。

## 单月销量创新高

“银十真的来了！”在北京市朝阳区的特斯拉体验店里，销售经理小姜告诉本报记者，10月份，该店的新能源汽车销售成绩不俗，“尤其是Model 3，卖得特别好！这款车全国每月能卖1万多辆呢。”周六下午，记者就在店里见到了三五成群专门来咨询、试驾Model 3的消费者。

正如经销商所说，中国汽车市场迎来了“银十”。商务部及中汽协的数据显示，10月份，汽车销售同比增长12%，增速连续4个月超过两位数。其中，10月新能源汽车销量双双超过16万辆，创今年以来单月销量历史新高，分别达到16.7万辆和16.0万辆，同比增长69.7%和104.5%。

具体来看，哪些新能源车卖得好？

看品种——中汽协数据显示，与上月相比，插电式混合动力汽车产量有所下降，销量呈小幅增长，纯电动汽车产销均呈较快增长；与上年同期相比，纯电动和插电式混合动力汽车产销保持高速增长势头，纯电动汽车增速更明显。

看品牌——10月，销量突破万辆的企业包括上汽通用五菱29711辆、比亚迪22395辆、上汽12785辆、特斯拉中国12143辆。此外，蔚来、理想、威马、小鹏等新锐车企销量均表现不俗；长城汽车、广汽新能源等车企也保持了高速增长。

“今年下半年以来，各类新能源汽车销量都在增长。其中，10万元以下的低端车型增长更快。”中国汽车工业协会副总工程师许海东向本报记者介绍。

## 政策助力，供给优化

10月份，中国整体消费需求继续恢复，叠加国庆中秋的双节效应，汽车市场总体销量明显增加。这其中，新能源汽车为何表现格外出色？

北京市民小张今年入手了一台比亚迪宋，她说北京车牌政策是她选择新能源汽车的根本原因，选择比亚迪这个品牌则是因为高性价比。“我排了3年的队，终于有牌了！3年前，眼看着北京参与摇号的人越来越多，感觉等一个燃油车牌遥遥无期，我就改申请新能源牌照了。”有不少像小张一样的消



在海南自贸港建设加快推进背景下，一汽海马汽车有限公司加快在海南布局，向新能源汽车、智能汽车生产商转型。图为11月5日，海马汽车海口基地的焊接车间内，机器人在生产线上进行焊接工作。  
王程龙摄（人民视觉）

“第十二届中国（无锡）国际新能源大会暨展览会”日前在江苏无锡举行，集中展出新能源汽车充电桩等领域的新产品和新技术。  
戚善成摄（人民视觉）



在第三届中国国际进口博览会上，多个品牌展示的新能源汽车成为参观者关注的焦点。图为特斯拉Model 3。  
新华社记者 丁汀摄



费者，因为各地的车牌政策而选择了新能源汽车。“不过，买了之后才发现新能源是真不错。性价比高，驾驶体验也好，而且还不限行，太值了！”小张说。

对消费者来说，车牌政策和价格是影响新能源汽车销量的关键因素。以北京为例，从2011年至今，北京机动车限购已经有9年时间。即使后来加入了阶梯倍率，但随着申请者数量增多，大部分居民仍然久摇不中。相比之下，排队就能等到的新能源车牌成了更好的选择。今年8月，北京再次增发2万个新能源小客车指标，进一步带动了新能源汽

车销量。再看上海，刚刚出炉的拍卖结果显示，11月上海中标率为7.8%，平均成交价91433元，比上月增加707元。油牌中标率低、价格高，令新能源车牌显得更“香”了。

新能源汽车的选择也多了。目前无论是20万元以上的高端车、10万元至20万元的中端车，还是10万元以下的，不同消费者有多种选择。随着特斯拉上海工厂投产，一辆Model 3算上补贴不到25万元，使其在一线城市大受欢迎；五菱宏光MINIEV 28800元的售价，则成为农村消费者的新选择；还有东风日产轩逸纯电、比亚迪秦EV、小鹏汽车G3等中

端车型供消费者选择。

对企业来说，随着技术的成熟，成本不断降低，利润空间也更大了。10月份在车市表现不俗的上海汽车集团股份有限公司，其“纯电、插电、燃料电池”3条技术路线上均具备了国际一流研发实力。过硬的技术，帮助用户解决在里程、充电、安全等方面的焦虑，令上汽集团在新能源领域脱颖而出。今年1至10月份，上汽新能源汽车累计销量达到19.3万辆，同比增长42.5%，已超过去年全年销量。比亚迪今年再次实现了技术突破，“3月，我们发布了颠覆性的刀片电池，集高

安全、高续航、高强度、长寿命于一身，解决‘电池自燃’的安全痛点。”比亚迪有关负责人向本报记者介绍，拥有6项升级和20项“黑科技”的2021款唐EV将于12月交付，成为全球首款搭载刀片电池的纯电SUV。

政策倾斜，激发了消费愿望。各地陆续出台优惠政策，例如深圳对新购纯电动高级或经济型乘用车补贴2万元/车，新购插电式混合动力高级乘用车补贴1万元/车；广州消费者购买安全合规的新能源车将享受每辆车1万元的综合性补贴；海南对购买新能源汽车的消费者奖励1万元/辆……“地方政府陆续出台相关优惠政策，例如用车补贴、牌照优惠政策，各地的充电设施也不断增加，综合起来使得新能源汽车销量有了好的回升势头。”许海东表示。

## 高端市场、下沉市场并进

后市怎么走？许海东表示，自从新能源汽车补贴退坡后，摆在各家企业面前有两条路。

一条路，是往高端发展。“特斯拉的热销，证明了中国的消费者是有高端新能源车需求的。高端车型利润空间更大，可以承担电池成本的增加，形成良性循环。”许海东表示。例如比亚迪今年在高端新能源汽车市场全面发力，汉、唐新能源双旗舰车型10月合计销量11266辆。

另一条路，是发展下沉市场。“以五菱宏光MINIEV为代表的低端车型，根据农村消费者的需求，例如不需要很高的续航里程，可以有效降低生产成本、控制价格。”许海东表示，农村市场由于低速电动车的普及程度较高，对以电为动力的车辆接受程度比较高，之前10万元以上的价格一度令农村消费者难以承受。今年三部委指导开展的新能源汽车下乡活动，进一步推动了低端新能源汽车向下沉市场发展。

各家企业正在积极布局。“近期，上汽大众首款MEB电动车ID.4将投产上市，未来上汽大众旗下大众、斯柯达品牌都将推出新能源产品，覆盖豪华大中型到经济型小车各主流细分市场。”上汽有关负责人向本报记者透露，上汽计划在2025年前投放近百款新能源产品，在目前上汽新能源车数量上再翻一番。比亚迪有关负责人表示：“秦PLUS的上市，将与汉、2021款唐、宋PLUS车型一起，助力比亚迪在年终市场再创新高！”特斯拉方面，随着上海工厂全部建成运营，Model 3的产能已经增加至每年25万辆。许海东表示：“随着特斯拉在中国布局，成本下降，销量自然会上去。另一方面，随着五菱宏光成功赢得消费者认可，相关企业看到新的消费群体后，预计也会跟进。明年中国新能源汽车预计将迎来比较高速的增长。”

11月2日，国务院发布《新能源汽车产业发展规划（2021—2035年）》，提出到2025年，中国新能源汽车市场竞争力明显增强，新能源汽车新车销售量达到汽车新车销售总量的20%左右；2035年，中国新能源汽车核心技术达到国际先进水平，质量品牌具备较强国际竞争力。专家指出，《规划》的出台为新能源汽车市场注入了强心剂，更有深度的建议和举措有利于新能源汽车市场实现从量到质的飞跃。

“今年虽然受疫情冲击，但由于中国家庭私家车消费基数低、潜力大，车市危中有机，未来还有更多机遇有待挖掘。新能源汽车是大势所趋，比亚迪也将推出更多契合消费者需求的车型，不断刷新消费者驾乘体验。”比亚迪有关负责人表示。

中国已经连续11年成为全球最大汽车消费市场，汽车消费对整体经济发展具有重要支撑作用。许海东指出：“汽车消费取决于整个宏观经济的发展。宏观经济发展好，消费水平增加，就会带动汽车消费。反过来，汽车消费也会带动经济发展，在税收、就业等方面发挥重要作用。”

一批海外电力项目顺利投产，国际化程度稳步提高——

# 国家电投境外装机突破600万千瓦

李 层

11月19日，是中电国际战略部副总经理周祺逆行墨西哥工作的第67天。他与其他3位同事组成的Casa项目工作组顶着海外疫情蔓延风险，前往墨西哥执行收购项目的过渡期经营管理任务，顺利完成集团首次进入墨西哥电力市场的收购项目交割。这一项目为国家电投国际化发展再添81.8万千瓦的新能源资产和一批储备绿地。

近年来，国家电投加快国际化发展步伐。截至目前，其境外业务分布在46个国家（地区），拥有境外发电装机容量605.8万千瓦；清洁能源占比70%；境外在建电力装机162.5万千瓦。Casa项目是国家电投坚定不移推进国际业务高质量发展一个缩影。1月中旬以来，国家电投共有463人次奔赴境外业务一线，截至11月20日，旗下42家境外常驻机构共有中方外派员工470人，属地化员工1257人，共同为集团公司的国际业务发展做出贡献。

“要到国际市场上接受风浪的考验，提高国际业务能力。”今年以来，新冠肺

炎疫情在国外持续蔓延，国家电投在部署各相关单位统筹做好疫情防控工作的基础上，坚定推动集团公司境外业务发展，建机制、立预案、储备足、稳人心，境外业务发展收获了一个又一个好消息。

在海外项目开发方面，中电国际（海外公司）积极履行新定位新使命，致力于成为集团公司国际清洁能源投资平台、国际综合智慧能源开发平台、国际先进能源技术引进平台。截至目前，已完成境外投资决策项目约220万千瓦，除已完成交割的墨西哥Casa新能源项目外，参股巴西GNA燃气电站项目已签署SPA文件，进入交割程序；深耕越南、巴西、智利等国市场，获得大批储备项目。其中，上海电力成立专门的工作小组，合力攻坚集团公司首个境外综合智慧能源项目——马耳他戈佐“零碳岛”项目建设。云南国际（伊江公司）在缅甸积极拓展光伏项目合作，今年9月中标5个光伏项目，总装机17万千瓦，同时结合疫情防控工作开展精准援助，巩固友谊，不断扩大朋友圈，

提升了在缅形象和影响力。

在海外项目建设和运营方面，中国电力受托管理着488万千瓦境外装机。在巴基斯坦的中电胡布燃煤电站坚持封闭化管理，组织部分员工搭乘包机赴巴，完成两台机组年度修理，确保项目运转顺利；在巴西的圣西芒水电站，两台机组预防性维护工作顺利完成，上半年累计完成发电量48.473亿千瓦时，同比增长18.84%。在哈萨克斯坦，中国电力积极推进中亚最大风电项目——扎纳塔斯风电一期建设，项目首批机组于9月30日顺利并网发电。

在电站服务业方面，国家电投所属工程服务单位正在执行的电力工程总承包项目10个，电站咨询设计、运维培训及其他服务项目总计30个。其中，山东院在印尼总承包的“一带一路”旗舰项目——爪哇7号机组于9月顺利投产；能源工程在马来西亚总承包的3个光伏项目8月以来相继投产；智慧能源公司在菲律宾总承包的2个输变电项目现场正在有序推进建设工作。

本报北京电（记者谷业凯）中国国家知识产权局介绍，中国地理标志产品相关产值已突破1万亿元，在目前全部脱贫摘帽的832个贫困县中，超六成的地方拥有地理标志。发展地理标志特色产业成为各地发展区域特色经济、实施精准扶贫的重要途径，体现出知识产权在助力精准扶贫中的独特优势。

国家知识产权局副局长甘绍宁介绍，近年来，国家知识产权局积极打造地理标志产品认定及地理标志证明商标、集体商标注册申请审查的“绿色通道”，截至10月底，累计批准地理标志保护产品2385个，累计注册地理标志商

标5935件，核准专用标志使用企业9224家，建设24个地理标志产品保护示范区，涵盖所有国家扶贫开发工作重点县、14个集中连片特困地区以及“三区三州”。

2019年以来，国家知识产权局开展实施21个国家地理标志运用促进工程项目，目前已累计直接投入引导资金逾1000万元，覆盖17个中西部省份的43个国家贫困县，涉及大同黄花等32件地理标志。当地政府配套投入超过1.2亿元，涉及地理标志产业产值逾210亿元，相关产品加工、商业物流、旅游业等产值40亿元，激发了贫困户内生发展动力，带动从业贫困人口超过60万人。

## 超六成贫困县拥有地理标志

近日，山东省胶州市5万余亩大白菜迎来收获季。胶州大白菜栽培历史悠久，是当地的传统农业项目，获评国家地理标志农产品。图为11月24日，农民在展示收获的大白菜。  
王昭脉摄（人民视觉）

