

# 新能源汽车补贴退场倒计时：4S店限时促销 新车型涌入市场

本报记者 黄琳 赵毅 深圳报道

“新能源汽车购置补贴将于2022年12月31日终止，目前下单还能享受补贴，但2023年1月1日开始比亚迪王朝系列新能源车售价将上调2000~6000元不等，元PLUS将

## 即将结束的补贴

在新能源汽车补贴即将结束的关口，部分新能源车企正加大促销力度，部分车型热销的新能源车企已明确发布新能源补贴结束后的涨价通知。

在新能源汽车补贴即将结束之际，各家新能源车企4S店推出限时促销或保价。问界汽车销售告诉记者，“当前选购车辆内饰颜色或车身颜色均无需额外支付费用，且整车价格将减免8000元，但仅限12月内下定的客户。”

小鹏汽车广州区域销售则告诉记者，当前购车可享受1元抵5000元车价优惠，以及保底新能源补贴13860元，元旦前提车上牌还可享广州市补贴8000~10000元。

显然，在12月的关口，部分新能源车企正加大促销力度。面对即将结束的新能源汽车补贴，问界汽车自

## 新车型扎堆上市

12月初，合创汽车、比亚迪等车企均推出了新车型或升级车辆智能化功能，以提升销量。

尽管新能源汽车补贴即将结束，但新能源车企仍在12月推出了多款车型。日前，合创汽车首款轿跑车型合创A06正式上市，并在广州、杭州两地同步开启首批车主交付。此次合创A06上市共发布550A、630C以及四驱PERFORMANCE三个版本，售价分别为17.98万元、19.98万元以及26.98万元。

具体来看，合创A06 550A版本，CLTC标准续航里程达550km；630C版本CLTC标准续航里程高达630km；四驱PERFORMANCE版搭载前后双电机，最大总输出功率为340kW、峰值扭矩达534N·

大约上涨5000元。”日前，《中国经营报》记者在走访比亚迪4S店时，一名销售如是说。

根据财政部等四部门发布的《关于2022年新能源汽车推广应用财政补贴政策的通知》，国家新能源汽车购置补贴政策将于今年12月

2022年11月24日起追加1万个新能源购置补贴保障名额，并承诺若因问界汽车原因无法在2022年内完成上牌，将按新能源补贴标准提供差额补贴。

小鹏汽车、长安深蓝方面则提出保价方案，并承诺对年内符合新能源补贴的锁单用户，若因上牌时间导致的补贴差额由车企承担。

值得一提的是，问界汽车11月交付量有所回落，为8260辆；小鹏汽车11月交付量为5811辆，较2021年同期有所减少。

除了上述车企，部分车型热销的新能源车企已明确发布新能源补贴

m，百公里加速约3.7s，预计2023年交付。

此外，比亚迪护卫舰07也已正式上市。今年8月的成都国际车展上，护卫舰07已亮相，车型定位为“大五座超混SUV”，提供100km和200km两种纯电续航版本，搭载比亚迪超级混动技术，主打22万~28万元SUV市场，丰富了比亚迪海洋网的产品矩阵。

比亚迪DM系列产品一直备受新能源市场青睐，并在11月斩获销量约11.6万辆，同比增长163.8%。此次，比亚迪发布的护卫舰07提供DM-i与DM-p两种动力架构，采用

31日终止，在此之后上牌的车辆将不再给予补贴。

当前，距离新能源汽车补贴结束仅剩不足一个月的时间，各家车企反应不一。广汽埃安、比亚迪等车企销量增长迅猛，针对即将结束的补贴，这类车企已选择上涨售价；而小鹏汽

结束后的涨价通知。比亚迪方面表示，将对王朝、海洋及腾势相关新能源车型的官方指导价进行调整，上调幅度为2000~6000元不等，2023年1月1日前已支付排产定金的客户不受此次调价影响。记者走访比亚迪4S店时了解到，今年“双12”期间，比亚迪王朝系列车型优惠约1000元，优惠金额较其他新能源车企稍少。

此外，广汽埃安方面表示，受新能源汽车购置税补贴政策到期和电池原材料价格持续大幅上涨两方面因素影响，决定对旗下车型的官方指导价上调3000~8000元不等，2023年1月1日前已支付排产定金的客户

骁云-插混专用1.5T高效发动机，并搭载了EHS电混系统、超级混动专用功率型“刀片电池”。

值得一提的是，EHS电混系统采用超高转速双电机，转速达16000rpm。另有高集成的双电机控制器、成型绕组技术、油冷技术、IGBT4.0加持，以提升电控综合效率。而超级混动专用功率型刀片电池具有更加高效的电量输出区间。

除此之外，长安深蓝SL03也已于12月2日开启新一轮OTA，提升车辆智能化体验。在新能源汽车竞争的下半场，车企对智能化的追逐正在加速。记者从合创汽车方面了

车、长安深蓝等车企推出限时保价政策；问界汽车则选择促销减免内饰等选装费用并限时补贴8000元。

与此同时，包括合创A06、比亚迪护卫舰07等多款新能源新车型涌入市场，借力新能源汽车补贴的最后优势，助力车企冲击2022年度销量。

不受此次调价影响。

根据2022年11月销量数据，比亚迪当月新能源乘用车销量约22.99万辆(含出口1.23万辆)，同比增长136.5%，其中EV车型销量约11.39万辆，同比增长146.9%。1~11月，比亚迪累计销量突破160万辆，已完成2022年度销量目标。

广汽埃安2022年11月销量约2.88万辆，同比增长91%；1~11月累计销量约24.11万辆，同比增长128%，提前实现全年销量翻倍的目标。对比之下，已完成年度销量目标的新能源车企在涨价方面更具话语权。

解到，合创汽车升级打造H-VIP2.0智驾互联系统，并首次应用在合创A06上。H-VIP代表了合创全场景车域生态聚合与智能化相融合，涵盖了合创智能语音交互、智能辅助驾驶、SPA智能泊车系统等智驾互联功能。

比亚迪方面也已与荣耀手机联合开发车机系统，加快智能化脚步。此外，今年发布了高级智能辅助驾驶系统XNGP计划的小鹏汽车也将推出新车型。在小鹏汽车2022年第三季度财报电话会中，小鹏汽车CEO何小鹏透露，2023年一季度起，小鹏汽车将继续推出三款新品。

# 2022“BMW中国文化之旅”成果发布 历经16载创新赋能非遗保护

黎锦作为承载着黎族民族记忆的“图腾”代代相传，包含了人类对自然世界朴素生动的观察，但更重要的是它展现了一种叙事的传统和文化的传承。符林早、黄翠花和黄丽琼是黎族传统纺织刺绣技艺代表性传承人，在纺纱、染纱、织布与刺绣间，绘制出对美好生活的真挚向往。

12月7日，《大美中国：非遗保护创意创新案例集》(以下简称《案例集》)正式发布，该《案例集》由“清华大学美术学院-BMW非物质文化遗产保护创新基地”(以下简称“创新基地”)推出。符林早、黄翠花和黄丽琼都曾在创新基地学习，并与清华美院师生进行非遗文创品的合作设计，因为这本《案例集》，她们的故事也将被更多人了解。

近日，我国申报的“中国传统制茶技艺及其相关习俗”列入联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录。《案例集》中来自北川县“羌族罐罐茶制作技艺”代表性传承人牛义贵的故事也将映入更多人眼帘。北川有八万多亩茶叶，涉及的贫困村较多。牛义贵通过的创新基地的学习，回到家乡后将理论应用于实践，通过两年时间就将自己的品牌打造成了四川知名品牌，真正践行了“授人以渔”的核心要义。

在《案例集》中，除了黎锦技艺、茶文化，你还会看到很多镌刻着悠扬

历史的“诗篇”：云南建水紫陶、海南椰雕、抚顺琥珀雕刻等29位非遗传承人的故事，以及由创新基地清华美院师生与非遗传承人合作开发设计的系列非遗文创品都收录其中。这本《案例集》集中反映了近年来非遗传承人在“非遗走进现代生活”进程中关于消费者洞察、产品设计、市场化营销等方面的思考、探索与创新实践，将为非遗行业及社会各界相关人士提供有效借鉴与启发。

“一个卓越的企业需要一种远胜于仅仅追求利润的企业使命，那就是：紧密联结所有利益相关方，创造切实的价值，助力解决社会问题，更重要的是，要为社会作出积极贡献。”宝马集团大中华区总裁兼首席执行官高乐先生表示。事实证明，“BMW中国文化之旅”不单单是一场探访非遗的旅程，更是宝马对中国传统文化保护与非物质文化遗产传承问题发起的企业社会责任项目。

在业内人士看来，该《案例集》是BMW中国企业社会责任贯彻“家在中国”理念的生动诠释。宝马在中国传统文化保护和传承领域持续深耕16载，不断创新升级，更大化创造了社会价值。“BMW中国文化之旅”背后投射出的是宝马对“人与社会”的时刻关注。《案例集》的面世或将“BMW中国文化之旅”背后品牌的社会影响力再次升维。

## 创新成果发布《案例集》叙述“非遗走进现代生活”

“我从十岁开始跟随我的母亲学习黎锦技艺，她也是非遗黎锦项目的代表性传承人，可以说是耳濡目染。”黄翠花表示。事实上，黎锦贯穿了黎族女性的一生，是她们社会亲缘关系的纽带。

“但并不是每个人都能理解黎锦，大部分人没有耐心学下来。有学生觉得学做黎锦难，也有学生认为无法靠黎锦获得收入。他们会问我，为什么要学做黎锦？我就告诉他们，黎锦技艺流传了千年，如果年轻人都不去学，这门技艺不就断绝了吗？”黄丽琼表示。

事实上，不仅黎锦如此，诸多的非物质文化遗产都面临着商业

## “做中学”模式合作共创 创新基地赋能传统技艺

创新，是非遗传承生生不息的动力，让“老物件”焕发新面貌，才能使非遗文化永远闪耀。

为了推动非遗文化的可持续传承与保护，2016年，创新基地正式成立。其重要任务之一，是遴选富有市场潜力的非遗项目的传承人进入创新基地学习。2019年起，更是有多位非遗传承人在创新基地与清华美院师生以“做中学”的模式共同设计开发非遗文创品，进一步挖掘非遗文化的潜力和文创产品的现实价值。

在此期间，这样的合作模式让很多非遗传承人受益匪浅。牛义贵便是其中之一，他表示：“印象很深

## 赋能非遗产业链 探索保护新模式

“授人以鱼不如授人以渔”。对于非遗来说，保护是前提，其核心和最终目的还是寻求适应时代需要的发，只有如此，才能让非遗技艺摆脱被保护的“帽子”，激发自身的生命力。

从清华美院回来后，黄丽琼以黎锦为基础，创新设计出了多款家居文创和茶周边。而在另一边，符

化以及产业化的挑战。在这样的情形之下，BMW在2007年发起了“BMW中国文化之旅”，聚焦中国传统文化保护，致力于赋能非遗传承人，并以创新思维促进文旅融合。16年的时间，“BMW中国文化之旅”走遍中国24个省及直辖市等，打造出助力“非遗走进现代生活”的可持续性公益平台，BMW成为了中国传统文化的“守护者”之一。

《案例集》是对创新成果的记录归纳。通过传承人分享及导师评述的方式，生动、详实地记录了“设计师+非遗传承人”合作的历程、经验与心得。

的是清华美院的老师告诉我们，发展非遗一定要结合生活场景的变化做创新，关在家里闷头做是行不通的。我逐渐改变了过去的经营理念，关注市场需求，打造具有文化内涵的品牌。以前一斤茶可能只要二三十元钱，所以农民收入也不高，但是现在高品质的茶能卖到两三千元，农民的收入也提高了。”

除此之外，牛义贵近几年也探索了茶旅融合的方式。“茶园在过去只可做卖鲜叶和鲜叶加工，现在我们还发展茶园的旅游观光以及茶叶采摘体验，游客一多，还能够带动北川农产品的销售，比如豆腐、魔芋、土豆等绿色食物。”

林早的女儿以及儿媳都正在向她学习织锦，她的儿子则独自打理了一个非遗展示的黎家小院，院里种着海岛棉、假蓝蒺、落葵等纺纱、染色原材料。

黄翠花表示：“在未来的日子里，我不会再以过去传统的方式对黎锦技艺进行传习，下一步我计划在创新基地中学到的经验，与现



针对即将结束的新能源汽车补贴，问界汽车自2022年11月24日起追加1万个新能源购置补贴保障名额。 本报资料室/图

## 新格局显现

当前，传统车企希望通过旗下自主新能源品牌完成“大象转身”，合资品牌加快推出新能源车型，造车新势力开启产品调整，新能源汽车行业进入稳定成长新阶段。

回顾11月各家车企销量，造车新势力、合资车企等表现不一。合创汽车11月交付量环比略有下降，达3013辆，已连续3个月交付量破3000辆；创维汽车11月交付2859辆；腾势11月交付3451辆，并计划12月交付量超7000辆。

小鹏汽车11月交付量不足6000辆，但1~11月累计交付新车约10.95万辆，同比增长33%。根据日前小鹏汽车发布的2022年第三季度财报，报告期内该公司总营收约为68.2亿元，较2021年同期上升19.3%；毛利率为13.5%；净亏损为23.8亿元，环比收窄12.0%。

近期，各家造车新势力陆续开启调整。何小鹏表示：“我们的管理团队近期对于增长战略、产品和运营进行了深入的复盘思考，已执行了组织架构调整和部分战略调整。”根据小鹏汽车公告，小鹏汽车联合创始人夏珩已向董事会提出辞任本公司执行董事，自2022年11月30日生效，但夏珩仍将继续担任小鹏汽车总裁。

在传统车企方面，长安汽车11月销量约18.48万辆，环比略有下降；其中，自主品牌新能源11月销量约3.31万辆，同比增加193.81%。今年1~11月，长安汽车累计销量约209万辆，其中自主品牌新能源累计销量约22.60万辆，同比增加140.51%。自主品牌新能源已成为长安汽

车销量的新增长极，而长安汽车也于日前发布公告，收购长安基金持有的长安新能源7.71%股权和承为基金持有的长安新能源2.63%股权，交易总金额为13.3亿元。本次交易完成后，长安汽车持股比例将由40.66%增加至51%，长安新能源将纳入公司合并报表范围。

此外，记者走访包括广汽本田、广汽丰田4S店时发现，燃油车购置税减半的政策被放置于店内显眼处，限时减免5000元也成为12月购车的促销优惠。合资车企方面，今年以来陆续推出了多款新能源车型，包括广汽丰田bZ4X、广汽本田e:NP1极湃1、广汽三菱阿图柯、东风日产ARIYA等，但燃油车仍是合资车企主要销量来源。

当前，广汽集团、长安汽车等传统车企希望通过旗下自主新能源品牌完成“大象转身”，合资品牌加快推出新能源车型，造车新势力开启产品调整，新能源汽车行业进入稳定成长新阶段。

中信证券研报指出，预计未来行业智能电动大趋势将持续加速演进，补贴年底退坡带来的影响有限，电动化、智能化景气向上，预计2023年国内新能源车销量为900万辆，同比增长31%。持续的技术创新和安全性升级带来的产品体验提升和成本下降，是行业未来发展的主要方向。

