

揚言50萬以下市場無對手 SU7瞄準高端目標 小米今推首款電動車挑戰Tesla

主力發展智能手機和電子產品的中國科企小米集團，3年前宣布進軍汽車市場，旗下小米汽車生產的首款電動車SU7，周四（3月28日）正式推出。小米集團創辦人雷軍宣稱，小米汽車在50萬元人民幣（約55萬港元）以下的市場「沒有對手」。多間外媒分析，進入蓬勃發展的中國電動汽車市場後，以生產「高端汽車」為目標的小米，長遠將與多間本地車企，以及Tesla等海外車企共同競爭。



■小米推出的電動汽車在陳列室吸引大批車迷參觀。 彭博社

外 媒指出，小米特別強調SU7的性能極佳。例如在加速能力上，SU7較Tesla和保時捷的電動汽車更好，從靜止加速至時速100公里只需2.78秒。兩個不同續航版本的充電續航距離分別為668及800公里，均高於對標車型「Tesla Model S」的650公里。雷軍表示，SU7希望成為50萬元人民幣以下的電動車中，「外觀最好、駕駛經驗最佳及最智能化的產品。」

對手眾多 競爭激烈

外 媒分析，2021年小米提出進軍汽車市場時，中國市場的高端電動汽車基本只有「Tesla Model 3」。短短3年過去，中國電動汽車產業迅速發展，競爭對手如雨後春筍般湧現。美媒MSNBC稱，現時小米的競爭對手不僅是Tesla，還有比亞迪、蔚來、小鵬和理想汽車等連串中國品牌。尤其作為領軍品牌的比亞迪和Tesla正在「價格戰」中大幅降價，希望吸引更多消費者。



■小米電動汽車的充電器。 路透社

MSNBC指出，進入競爭非常激烈、公司沒有任何經驗的市場，定價於小米而言非常關鍵。小米集團總裁盧偉冰早前表示，公司正瞄準電動汽車市場高端領域，作為參考的對標車型，Tesla Model S起售價為69.89萬元人民幣（約76.8萬港元），另一款Model 3起售價則為24.59萬元人民幣（約27萬港元）。

穩紮穩打不貿然進軍海外

路透社指出，小米並非唯一尋求進軍電動汽車市場、嘗試多元化發展的科企，它的競爭對手還包括中國電訊業巨擘華為，以及搜索引擎公司百度等。晨星證券分析師貝克表示，小米或較其他競爭對手

有優勢，原因小米已是一個知名品牌，並擁有現存分銷渠道，但相信短期內無法獲利。

外 媒也指出，相較其他中國車企積極投身海外市場，小米還未提出明確的海外市場發展規劃。盧偉冰稱，小米汽車希望穩紮穩打，先在國內市場完善各項技術，才能最大限度減少貿然進入海外市場可能遭遇的不必要損失。

另外，《金融時報》周三（3月27日）引述歐洲運輸業非盈利組織「運輸與環境聯合會」（T&E）分析，今年在歐盟市場銷售的電動汽車，預計有四分之一都是在中國製造，比例達25.3%，較去年的19.5%明顯提升。T&E預測，中國車企有望繼續從歐洲知名車企手中爭取市場份額。分析指出，在中國製造、進入歐洲市場的電動汽車，除中國本地車企外，還包括Tesla、寶馬和雷諾等西方品牌在中國工廠生產的電動汽車。

撞橋貨船疑燃油受污染致失靈

美國巴爾的摩港一座主要橋樑周二（3月26日）遭撞擊倒塌，涉事貨櫃船「達利號」引起關注。《華爾街日報》周二披露，當局安全調查會研究「達利號」的柴油燃料是否被污染，導致船隻引擎失靈引發事故。

「達利號」引擎和發電機均由柴油驅動。《華爾街》引述事發當日美國海岸防衛隊簡報，巴爾的摩港一名飛行員在事故發生前，發現「達利號」斷電且喪失推進能力。「達利號」一名船員表示，船隻當時無法轉向，電子設備也無法運作，「其中一個引擎發出異響，然後停止運作，船艙內到處都是柴油燒焦的味道，船上漆黑一片。」

船隻海上停電通常有重大事故風險。希臘造船工程師帕古拉托斯表示，燃料污染或會損害引擎和發電機，導致船身斷電且無法推進。

《華盛頓郵報》與美聯社援引航運監管機構紀錄顯示，「達利號」2015年交付後，在全球各地接受過至少27次檢查。去年6月在智利聖安東尼奧港口檢查時，「達利號」被指推進和輔助機械存在問題，船隻遭短暫扣留。

美聯社指出，「達利號」船東、新加坡貨運公司Grace Ocean，以及負責運營該船隻的新加坡Synergy海事集團，在美國聯邦法院被起訴至少4次。



■撞毀大橋的貨櫃船損毀嚴重。 美聯社

誰拆下官校金漆招牌？

馬海寧 學研社成員

數天前被一單新聞標題吸引，標題曰：官立中學保金漆招牌不易。

新聞內容為前律政司司長黃仁龍以母校校友會「皇仁舊生會」名譽會長身份呼籲校友支持成立教育基金，並指其他私立或直資學校因為經濟條件較優越，而皇仁始終是官立中學，要保住「金漆招牌」殊不容易。



學研致用

筆者在官校度過了7年愉快的中學生涯，同學們的家庭背景各異，都因為好成績派往這地區名校，當年母校畢業生絕大部分升讀頂級大學或學系。80年代的小孩，只要用功讀書，便能改變命運。投身社會後有在校友會幫忙，聽說

母校的排名大不如前，同學都不免唏噓。舊同學到了生兒育女的年齡，大家都是營營役役的中產，有的咬緊牙關送子女去貴族國際學校，直言是階級上流；有的拚成績，考入設有國際課程的直資學校；有的選擇沒有壓力的快樂學校（happy school）。

如今的學校種類與課程選擇豐富，IB課程衝破分科劃分，國際學校重視語言與多元發展，快樂學校也有其追隨者，官校的吸引之處難道就是免費教育？官校經歷多年教改，身先士卒，成為教育洪流下的犧牲品，另一邊廂直資開設多元課程，國際學校學費高昂，擁有星級校園設施，此消彼長下，官校吸引力大不如前。新聞

裏提到，部分傳統名校在2000年教育改革推行時陸續轉為直資，因學費高昂，變成「貴族直資」。近四分之一世紀過去了，孩子在既定階級成長，出來做事能與不同階級的人相處嗎？又或是他們的人生已經不會再有不同階級的朋友？教育本應是提供一個公平的跑道，透過競爭與自身努力讓孩子達到不同的階梯，如果連教育都有不同起跑線和關卡，一個利益固化的社會又是我們樂見的嗎？

記得小時候我們幾位基層同學去住太古城複式單位的同學家玩，一進門大家嘩一聲，這麼漂亮的房子像電視劇裏的一樣。相信這種情景，恐怕在現今同學之間或已不能再現。

可可失收 朱古力漲價 加民眾復活節減買彩蛋

每當復活節來臨，朱古力是歐美家庭必不可少的美食，但隨着朱古力最主要原料可可豆每噸價格在3月26日歷來首度升破1萬美元（約7.82萬港元），加拿大今年復活節彩蛋和朱古力寶尼兔的售價已較去年上升超過一倍，消費者組織表示加拿大超過一半家庭為節省開支減少節日消費，尤其是不會多買朱古力。

由於西非兩大生產國科特迪瓦和加納在天氣乾旱和農作物病害雙重夾擊下失收，可可售價自去年持續上升。

主要朱古力製造商指出，可可價格急升直接提高營運成本，但他們相信若把全部升幅轉嫁到消費者，只會打擊朱古力銷量。故此製造商透過減輕一些受歡迎朱古力產品的重量，把售價維持在原有水平。