



# 小米SU7首批正式交付 逾10萬人預訂

## 券商料今年銷量超特斯拉Model 3 收入進賬240億

小米(01810)首批電動車SU7正式交付，董事長雷軍透露，至今已有逾10萬人下「大訂」，鎖單量已超過4萬單。他認為，智能汽車產業真正變革已開始，中國必將誕生像特斯拉一樣偉大的公司。券商推算，SU7今年有機會成為內地20萬至30萬元(人民幣，下同)檔次最暢銷純電車型，超越特斯拉Model 3，汽車相關業務收入達240億元。

大公報記者 李潔儀

「這是一份沉甸甸的信任，我們一定要把產品做好、品質做好、服務做好，不辜負大家的信任。」在北京亦莊舉行的交付儀式上，雷軍親手向首批車主交車，另全國28城交付中心也同步開啟首批交付。

雷軍亦在微博發文表示，3年前的豪言壯語，今天變成現實，又指小米正式成為一家車廠。

首批車主陸續獲得SU7交付，一名軌道交通開發工程師表示，小米SU7的「人車家全生態」的智能體驗非常震撼，揚言「拒絕小米SU7才需要理由，選它不需要理由」。另外，有「米粉」表示，已實現小米智能家居，如今再一次圓夢，形容是「Dream Car(夢想之車)悄然而來」。

此外，雷軍透露，小米SU7鎖單的女車主特別多，詢問喜歡的原因，除了好看，還有防曬、各種收納等，笑言「幾乎沒有女生提零百加速2.78秒和810公里續航」。

### 華泰：關注產能跟不上

華泰證券報告預期，小米SU7今年有機會超越特斯拉Model 3，成為售價介乎20萬元至30萬元

的最暢銷的純電車型。該行提到，關注小米從預付款訂單，到不可退款訂單的轉化率，還有汽車產能的加速情況，以及未來數個月用家對SU7的回饋。

此外，華泰證券把小米汽車今年出貨量預測上調至10萬輛，汽車相關業務的收入預測亦上調至240億元。

自從小米SU7上周正式開售，連日來小米汽車的試駕幾乎處於「供不應求」狀態，不少門店都排上數個小時的長龍，引發外界對於小米汽車交付和產能的擔憂。

### 門店試駕需求遠超預估

不過，小米汽車在微博以5天解答網民合共75條問題，其中包括試駕安排。小米汽車表示，因為門店試駕需求遠超預估，目前每位試駕用戶體驗時間為15分鐘，預計單店每天試駕人數90至120人，現在預約需等待3至5天。

市場憂慮電動車業務短期影響小米的盈利能力，小米昨天(3日)股價出現回吐壓力，尾市跌至15.52元收盤，收市報15.56元，跌4.4%。



小米汽車回應網友提問 Q & A

- Q：創始版無法4月3日交付？  
A：創始版車輛近期將完成全部生產及質檢流程，正陸續發往29城交付中心
- Q：門店每天接待試駕人數？  
A：門店預計試駕人數單店每天90至120人，現在預約大概等待3至5天
- Q：第二批交付中心公布時間？  
A：山東濟南、江蘇常州、江蘇南通、浙江金華、廣西南寧、吉林長春、貴州貴陽、廣東珠海、福建泉州、湖北仙桃，共10城將於今年內陸續開業
- Q：試駕小米SU7發現異響和漏液？  
A：經過店內詳細檢測，是一顆石子侵入煞車盤位置，造成異響；車輛行駛積水區，停車後車身留有水跡，屬正常現象。經檢測後，整車無漏液，未見漏點，水壺液面正常

### 部分相同價格新能源車

廠商	車型	定價(人民幣)
零跑	C11純電版	20.58萬
比亞迪	宋L 662km超越型	20.98萬
極氪	極氪007	20.99萬起
小米	SU7	21.59萬起
特斯拉	Model 3	24.59萬起
小鵬汽車	P7i 702 Max	24.99萬

◀在北京亦莊舉行的交付儀式上，雷軍親手交車，並與首批車主大合照。

### 小米三年造車歷程

2021年3月30日	小米宣布進軍電動車市場，首期投資100億人民幣，10年投資100億美元(約780億港元)
2021年11月27日	小米汽車落戶北京經濟技術開發區，目標年產30萬輛整車
2022年9月28日	小米汽車首台工程車下線
2023年11月15日	兩款小米純電轎車獲工信部的新產品公示
2023年12月28日	小米汽車命名及公布技術參數
2024年3月28日	小米SU7系列正式公布售價
2024年4月3日	首批小米SU7向買家交付

## 首批用戶評價



軌道交通開發工程師 曾家洛  
●拒絕小米SU7才需要理由，選它不需要理由



物流產品經理 潘宏舉  
●再一次圓夢，Dream Car悄然而來



遊戲開發者 南境雲姐  
●小米SU7就是小時候的夢想之車

## 人生最後一次創業 當上「雷廠長」

小米(01810)董事長雷軍視小米汽車為人生最後一次創業，如今首款電動車SU7正式面世，令小米成為一家車廠，他認為大家應該叫他做「雷廠長」了。

被喻為中國IT界活化石的雷軍，過去有多個稱號，最為人認識的是「雷布斯」或「雷教主」，因為在小米初期的發布會上，雷軍總是穿著黑色T恤和藍色牛仔褲，和當年蘋果創始人喬布斯在手機發布會上的打扮極為相似，因而得出稱號。

另外，當年雷軍離開金山軟件(03888)，開啟自己的投資之旅，先後投資歡聚時代YY、優視

UC等多家創新企業，後來成立小米公司，每次發布新機也獲追捧，面對小米旗艦產品總是出現供不應求，飢餓營銷令一機難求，用戶們感覺自己已當猴子一樣地耍，因此給他取名為「雷猴王」。



▲雷軍在SU7交付現場為買家打開車門。

## 堅持「性價比」策略 攪動電動車市場

提到小米(01810)，其智能手機往往予人極高性價比之感，高性能但較其他手機品牌價格低，即使近年搶攻高端化，但小米仍然堅守性價比策略。

4年前，董事長雷軍在小米十周年演講上，為小米定下三大鐵律，即「技術為本、性價比為鋼、做最酷的產品」。小米以往在手機上強調極致性價比，因為小米對供應鏈有足夠的掌控能力。

如今，小米汽車異軍突起，闖進

汽車賽道，引發新能汽車行業降價「狙擊」浪潮，各車企爭相降價、增加補貼。雷軍揚言SU7是「50萬內最好看、最好開、最智能的轎車」，最終SU7標準版以21.59萬元人民幣定價，引發市場熱議，皆因與消費者預期的「10萬以內」相差甚遠，挑戰小米「性價比」標籤的認知。

事實上，去年底小米發布SU7技術之時，雷軍多次表明「價格真的有點貴」，他早已表明小米汽車的目標是造一輛媲美美保時捷、特斯拉的夢想之車，目標打造高端智能電動汽

車，而且高端之路是小米成長的必經之路，亦是小米發展的生死之戰。

小米作為手機廠跨界造車，初生之犢，可說成為造車新勢力，SU7的問世，不僅是小米造車路上的里程碑，更是高端純電汽車市場競爭態勢加劇的信號。

SU7以性能、續航能力取勝，無論是標準版或是超長續航版，也較特斯拉Model 3同類版本售價為低，顯然小米再次把「性價比」策略引用至造車領域，後續能否成功，將交由產能及交付情況決勝負。

## 車貸新規出台 自用購車或可零首付

【大公報訊】為推動汽車以舊換新，中國人行、國家金融監管總局昨日聯合印發《關於調整汽車貸款有關政策的通知》(《通知》)，明確金融機構可根據借款人信用狀況、還款能力等，自主確定自用傳統動力汽車、自用新能源汽車貸款最高發放比例。而此前政策對這兩項貸款最高發放比例的限制分別為80%、85%。此次變化意味著，將有可能出現真正合規的「零首付購車」。《通知》自印發日起施行。

市場分析指，此次的調整事項，首先是自用傳統動力汽車、自用新能源汽車貸款最高

發放比例由金融機構自主確定；商用傳統動力汽車貸款最高發放比例為70%，商用新能源汽車貸款最高發放比例為75%；二手車貸款最高發放比例為70%。

### 銀行可自行決定貸款比例

另外，鼓勵金融機構結合新車、二手車、汽車以舊換新等細分場景，加強金融產品和服務創新，適當減免汽車以舊換新過程中提前結清貸款產生的違約金。

最後，各金融機構在依法合規、風險可控前

提下，根據借款人信用狀況、還款能力等，合理確定汽車貸款具體發放比例、期限和利率；切實加強汽車貸款全流程管理，強化貸前審查和貸後管理，持續完善借款人信用風險評估體系和抵質押品價值評估體系，保障貸款資產安全，嚴防貸款資金挪作他用。

國務院3月中旬印發的《推動大規模設備更新和消費品以舊換新行動方案》已提到，鼓勵銀行機構在依法合規、風險可控前提下，適當降低乘用車貸款首付比例，合理確定汽車貸款期限、信貸額度。

## 極越夥蔚來 打造充電網互聯互通

【大公報訊】由吉利控股與百度(09888)合作的汽車品牌「極越」宣布，與蔚來(09866)旗下蔚來能源正式達成充電網絡互聯互通合作，雙方將共同打造更便捷、更高效的全新充電網絡，助力用戶充電體驗再次進階，為智能汽車普及注入新動能。按協議，雙方將在充電網絡布局、充電服務及相關技術等多方面展開合作，實現補能體系互聯互通，發揮各自在資源、技術和品牌領域的優勢，共同為用戶打造更極致的充電補能服務體驗。

極越將陸續接入蔚來能源全國範圍內可開放接入的充電站，覆蓋高速、社區、辦公區、商圈、景區、酒店等多個高頻場景，以及新疆、東北等熱門旅遊線路和多條偏遠路線。未來雙方還將在實現互聯互通的同時，圍繞能源領域展開更多創新性合作，包括在換電技術、充電場站運營和運維等多個方面進行聯合探索，形成優勢互補。截至目前，蔚來已在全國建設充電站3747座，充電樁2.18萬根，覆蓋全國312座城市，是全中國建設充電樁數量最多的汽車品牌。至於極越累計接入直流充電樁逾35萬根，覆蓋全國330餘座城市。

另外，知行汽車科技(01274)表示，該公司近日收到內地某知名飛行汽車公司出具的《定點開發通知書》，該公司被該客戶選定為某車型自動駕駛解決方案供應商，將提供包括自動駕駛域控制器IDC High為核心的軟硬件一體化自動駕駛解決方案。

## 理想重整部門架構 聚焦產品與策略

【大公報訊】據內地傳媒報道，理想汽車(02015)純電MPV「理想MEGA」銷情不濟後，近期理想汽車發布全員工公告，宣布開啟矩陣型組織2.0升級，同時進行多個部門組織架構調整，並要向華為學習組織能力建設。據悉，理想汽車CEO辦公室部門正式更名為「產品與策略群組」，更加聚焦產品與策略，弱化了供應鏈、商業銷售職能。以往CEO辦公室直接向董事長李想報告業務，涵蓋品牌部、產品部、商業部、策略部、供應部，約500多人。

報道指出，由劉傑負責的商業部更名為「產品線」，未來負責理想車型的全生命周期操盤，產品部的車型PDT團隊也挪入該部門。具體來看，新的產品線部門職能包括：產品線負責車型全生命周期的操盤；產品線團隊收集、匯整來自使用者、專家、合作夥伴、產業的各類信息，並據此進行統籌，確定產品定義，並協調各部門工作；在產品開發階段，專注於與研發、供應團隊配合；在上市期，專注和銷售端(包括GTM、銷服)、行銷端配合。



▲「理想MEGA」的銷情較預期為差。