

外企在華尋夥伴拓新能源車

或設新品牌攜手研產銷 中國技術「反向輸出」加速



今年進博會上的汽車展區格外引人注目，在中國實現新能源車彎道超車、汽車產業加速變革的時代，國外一眾汽車巨頭越來越傾向來華尋找中國合作夥伴，或共同設立新能源車品牌。在此趨勢下，進博會不僅成了他們展示和成交的平台，更是來尋找機遇以此立足中國，旨在積極應對全球汽車行業的巨大變革和挑戰。

◆香港文匯報記者 孔雯瓊 上海報道

今年，汽車展區依然是熱門場館，匯聚了大眾、通用、特斯拉、寶馬、奔馳、豐田等來自全球的15家整車企業。

豐田擬在華建氫電池廠

連續參與六屆進博會的豐田，今年在展位上以「立足中國，共創汽車新未來」為主題，中國汽車市場的快速發展讓豐田看到了與中國合作夥伴攜手推進技術進步的廣闊可能性。

豐田中國本部長上田達郎表示：「中國汽車市場正在以史無前例的速度發展，作為豐田，我們也將在中國市場全力以赴，集團上下團結一致，致力於工作方式和意識的變革。」豐田展位上還有氫燃料電池的展示，據工作人員介紹，豐田計劃在2024年初與中國的合作夥伴共同成立一家合資公司，專注於氫燃料電池系統的研發和生產，同時還計劃在中國建立一家工廠來正式投產氫燃料電池系統，這也是豐田在日本以外地區首次建造的氫燃料電池工廠。

福特不排除合推子品牌

在美國百年巨頭汽車品牌福特展位，作為一個傳統以燃油車聞名的品牌，福特此次帶來的電馬展品，明確地表達了其適應中國新能源車市場發展的策略。展台工作人員透露，鑒於中國新能源汽車市場的強勁增長，福特正在積極探索與中國企業合作的可能性。公開資料顯示，中國新能源動力電池企業寧德時代已經和福特汽車合作生產磷酸鐵鋰電池，電池新工廠投資高達35億美元。此外，市場一直有傳聞，稱福特還有意在中國尋找新能源車企，共同開發新能源子品牌。儘管展台工作人員並未回應此傳聞，但他表示：「不排除會有電動化的一些布局。」另外，展台上的福特電馬就已經被長安福特接盤，此舉也是福特在中國市場銷售渠道融合的一次嘗試。

大眾小鵬新車型受期待

今年8月，大眾投資了7億美元入股國產新能源汽車品牌小鵬，佔股4.99%，顯示出大眾對中國新能源市場的濃厚興趣和戰略投資意圖。大眾與小鵬的聯手，旨在共同開發兩款創新的全電動車型。

展台上，人們的興趣所在都在詢問搭載國產車機的大



福特帶來電馬，適應中國新能源車市場發展的策略。
香港文匯報記者孔雯瓊 攝

西井科技從採購商變展商。
香港文匯報記者孔雯瓊 攝



採購商變展商 科企盼擴朋友圈

香港文匯報訊（記者 孔雯瓊 上海報道）汽車展區內，展示AI和自動駕駛方案的西井科技，首次以展商的身份亮相進博會。西井科技創始人、董事長譚黎敏表示，從往年的採購商到今年的參展商，目的就是希望來尋找更多的合作夥伴。西井科技攜Q-Truck全時無人駕駛新能源商用車、Q-Tractor新能源無人駕駛牽引車兩款明星新能源智能駕駛車輛現身展會，引起高度關注。Q-Truck曾出演《流浪地球2》，2020年起已先後商業落地中國、泰國、阿聯酋、英國、墨西哥、馬來西亞等多個國家和地區。

隨着中國物流行業迅猛發展，國家「雙碳」戰略實行，西井科技無人駕駛產品先後落地天津港北疆區C段碼頭、廈門港海潤碼頭、內蒙古策克口岸、中遠海運CSP武漢碼頭等。譚黎敏說：「我們的一些重要用戶，比如中遠海運等港口運營商也參加進博會。過去都是我們去他們的展台交流，這次，我們也希望能在展台和用戶夥伴互動，與更多合作夥伴建立聯繫，並為推進中國經濟的高質量發展貢獻力量。」不僅是海港、陸港，西井的數智化能力已延伸到空港、工廠等多場景。

空中出租車 機械人騎手 「未來出行」近在眼前



中國首架自主研發、全國產化的2噸級電動垂直起降飛行器。
中新社

香港文匯報訊（記者 孔雯瓊 上海報道）進博會不僅展示商品，更是未來生活方式的風向標。不少展商帶來了「未來出行」交通工具，現場的互動體驗區讓參觀者感受科技的魅力和未來交通的無限可能。

在「未來出行」專區，一架設計新穎的「飛行汽車」成為焦點。低空出行新勢力御風未來攜美國加州洛杉磯的航空器電動動力系統供應商Ampaire（安飛）公司聯合參展，帶來2噸級電動垂直起降飛行器「eVTOL」，被認為是未來短途「空中出租車」。這架型號為M1的eVTOL近期剛剛完成首飛，翼展15米、機身長10米、高度3米，設計航程250公里，巡航時速可達

200公里，最大載重500公斤，可容納5人乘坐。它將2到3小時的車程縮短至僅30分鐘，將垂直起降的便利性與固定翼飛行的效率完美結合，同時具備純電推進和混動增程的雙重優勢。

雅馬哈推出的全新MOTOBOT——一個高度仿生的自動駕駛機械人亦十分吸睛。這款機械人騎手不僅可以在沒有任何改裝的摩托車上進行自主駕駛，而且能熟練地操縱轉向、調節速度及剎車。MOTOBOT的設計宗旨並非替代人類騎手，而是通過展示車輛動力學和電子控制技術的結合，來探索機械人技術在提升摩托車自動化方面的潛力，讓摩托車駕駛變得更加安全、簡單。

美食大使 Marvin Gauci 展示馬耳他藍鱈金槍魚。
香港文匯報記者夏微 攝



本屆進博會上，作為馬耳他水產品在中國的「首秀」，來自「地中海心臟」的藍鱈金槍魚頗為吸睛。10日，香港文匯報記者有幸走進馬耳他美食大使Marvin Gauci的廚房，了解這個島國的美食文化，品嚐藍鱈金槍魚的美味。過去的一周，馬耳他的展位幾乎時時刻刻被中國消費者包圍着，「我很自豪我們的美食文化能夠被喜歡，中國人的熱情好客給我留下了深刻印象，過去幾天這裏發生的一切就如我們所期待的一樣，太讚了。」

11月3日，馬耳他剛與中國簽署了《中華人民共和國海關總署與馬耳他共和國農業、漁業和動物權益部關於馬耳他輪華養殖水產品的檢驗檢疫和獸醫衛生要求議定書》。為了借助進博會平台向中國消費者宣傳推廣藍鱈金槍魚，馬耳他這一次派出了平日製作國宴的美食大使Marvin Gauci來到進博會現場親自操刀。

「這是用金槍魚做的馬耳他美食Qassatat」，剛來到後廚，Marvin Gauci向香港文匯報記者介紹一個長得有些像開口包子的食品，「這可是我奶奶傳給我媽媽，我媽媽又傳給我的秘方……」才吃了一口，Marvin Gauci就開始用金槍魚製作壽司，並順手遞上一道金槍魚和芝士做成的炸丸子。透過廚房的大玻璃可以看到參觀者在展台打卡、試吃。

過去很長的時間裏，日本都是馬耳他藍鱈金槍魚最大採購國，「中國消費者從日本買的藍鱈金槍魚其實就是來自馬耳他。」Marvin Gauci開心地表示，「前幾日，中國與馬耳他之間簽署了相關的協議，現在中國可以直接從馬耳他採購了。」

◆香港文匯報記者 夏微 上海報道

784 億美元 進博會意向成交創新高

香港文匯報訊（記者 倪夢環、倪巍晨 上海報道）第六屆進博會10日圓滿閉幕，根據進口博覽局公布的官方數據，本屆進博會按一年計意向成交金額784.1億美元，比上屆增長6.7%。眾多全球企業在進博會平台實現了合作共贏，不僅訂單數量年年增長，品牌知名度亦逐年提升。展會期間，442項代表性首發新產品、新技術、新服務得到集中展示，大量創新產品獲專業觀眾青睞，有望加快進入中國市場，助力產業升級。因看重進博會機遇，截至目前，更有近200家企業提前簽約參展第七屆進博會。

「購物車」兼具煙火氣科技感

中國國際進口博覽局副局長孫成海表示，今

年進博會共有128個國家和地區的3,486家企業參展，其中，世界500強和行業龍頭企業達289家，數量為歷屆之最。為了更好地幫助企業對接，本屆進博會首次舉辦跨國企業家巡館、中小企業專場對接會和汽車展區現場成交活動等，通過近百場專場對接活動等方式，多措並舉促進成交，採購商的「購物車」兼具煙火氣和科技感。

美國參展效果遠勝預期

在對接成果方面，眾多參展商收穫滿滿。美國政府今年首次組團參加進博會，並組織了由17個美國行業協會、州政府和企業組成的食品與農業館。上海美國商會會長鄭藝介

紹，美國食品與農業館在本屆進博會期間共簽署了價值5.05億美元的訂單，參展效果遠勝預期。

眾多重磅簽約合作亦在進博平台上促成。日本奧林巴斯與本土醫療企業影諾醫療簽署戰略合作協議，雙方將共同開發人工智能在消化內鏡領域的實時輔助診療系統，為消化道疾病的早診早治事業貢獻力量，同時，奧林巴斯還發布了內鏡產品EVIS X1。

另外，來自非洲的「甜麵包」貝寧菠蘿開啟了中國首秀，成功簽下大額訂單，美國恒通資源收穫價值5億美元訂單……眾多本地交易團也實現採購訂單新高，例如上海交易團達成意向採購訂單95億美元，同比增長5.3%。

馬耳他藍鱈金槍魚「游進」中國餐桌