

# 瞄準高端領域 冀成50萬元以下市場最優質產品

# 小米今推首款電動車

# SU7挑戰Tesla Model S

香港文匯報訊 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表示，小米汽車在50萬元人民幣以下的市場「沒有對手」。多間外媒分析稱，進入蓬勃發展的中國電動汽車市場後，以生產「高端汽車」為長遠目標的小米，長遠將與多間本地車企，以及Tesla等海外車企共同競爭。



路透社指，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、駕駛體驗最佳及最智能化的產品。」

## 美媒：定價非常關鍵

中國電動汽車英文資訊網站CnEVPost分析稱，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年間，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、小鹏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。

MSNBC指出，進入競爭非常激烈、公司沒有相關經驗的市場，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，另一款Model 3起售價則為24.59萬元人民幣。

路透社指，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車牌，並擁有現存分銷渠道，但相信短期內無法獲利。

外媒指出，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。



◆雷軍親自測試SU7。網上圖片

## 全球最大電動車電池製造商

## 寧德時代不擔心政治損美業務

香港文匯報訊 全球最大電動車電池製造商寧德時代的創始人兼董事長曾毓群，在接受《華爾街日報》訪問時表示，他並不擔心圍繞未來技術控制權引發的地緣政治緊張局勢加劇，公司着眼在美國擴張業務，正與Tesla和其他汽車製造商洽談在美國授權使用其電池術。

曾毓群表示，商業夥伴關係能持續數十年，地緣政治只是暫時性問題。他認為寧德時代的電池技術，不太可能捲入更廣泛的科技戰，原因是該技術能應對氣候變化，而各國在這方面具有共識。

寧德時代已授權美國福特汽車使用公司的技術，協助福特在密歇根州一家工廠生產汽車電池。福特擁有及經營這工廠，並向寧德時代支付所生產電池的特許權使用費。曾毓群說，雙方的合作將成為與美國其他汽車製造商進行類似合作的典範。

美國頒布的《通脹削減法案》旨在未來兩年內將受關注外國實體生產的電池和關鍵礦物拒之門外，業內人士稱，此舉旨在降低中國在美國電動車行業供應鏈中的參與度。

從2025年開始，購買使用中國供應商生產組件的汽車，將沒有資格享受7,500美元(約5.8萬港元)的清潔能源汽車稅收減免。這項法例已促使一些中國電池材料製造商設法繞過相關規定，包括與韓國和墨西哥等美國自由貿易夥伴建立合資企業，希望藉此符合美國的補貼規定，從而能更容易在美國擴張。

摩根士丹利分析師認為，地緣政治因素會減緩寧德時代全球擴張步伐，預計到2030年，寧德時代在美國僅獲得3%市場份額，而在歐盟市場的份額預計將達到35%。曾毓群表示，他更傾向於簽訂授權協議，而非在美國設廠。他說在美國生產比在中國的成本高得多，而效率更低。

隨着中國在全球電動車市場上迅速崛起，寧德時代的實力也不斷增強，目前是Tesla最大的電池供應商之一，電池被安裝在Tesla的Model 3和Model Y上。寧德時代還是福特和戴姆勒等車企生產零部件。分析師認為，寧德時代是鋰離子電池供應鏈裏的關鍵一環，因該公司在原材料和大型電池回收業務領域均有投資。

## 《金融時報》：中國車企續搶佔歐市場份額

香港文匯報訊 中國電動汽車持續發展海外市場，英國《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。不過T&E表示，中國車企的電動汽車今年會佔歐盟電動汽車市場約11%，該數字2019年時僅為0.4%，去年已迅速增至8%，到2027年，該比例還會增至20%。T&E政策總監波里斯卡諾娃表示，歐盟有意加徵關稅迫使中國車企將工廠遷往歐洲，但這也會影響到在中國生產的歐洲車企。

《金融時報》稱，現時在歐洲銷售的中國品牌電動汽車，均價較歐洲品牌低約28%。中國車企比亞迪歐洲事務總經理舒西星早前表示，「(價格更平)是因為我們較競爭對手更早、更認真投入該技術，並非因為補貼。」

香港文匯報訊 手機生產商近年紛紛進軍汽車業，中國企業華為和小米均成功推出電動車，華為的AITO品牌憑藉功能齊全、價格合理的電動車和混合動力車，躍居中國新能源車銷量榜首。小米SU7則採用與小米手機相同的HyperOS系統，理論上可實現家庭、汽車和手機之間無縫連接。然而美國蘋果公司花10年時間和巨額資金研發，最終卻決定放棄計劃。

專家分析華為和小米成功但蘋果卻失敗的原因，有一個事實非常清楚，就是造車很困難，可能這就是蘋果汽車計劃的最大障礙。目前的汽車都是在供應商和第三方零件的幫助下製造。即使是在垂直整合方面領先的Tesla，仍使用一些來自外部公司的零件。

## 車業利潤率極低 蘋果不習慣

然而蘋果的一般產品線卻封閉得多，是全球垂直整合程度最高的公司之一，要在這種模式下快速造出汽車並實現盈利，是一個非常高的要求。市場研究公司Guidehouse Insights流動部門首席分析師阿布塞伊德說：「我認為蘋果可能會說，如果我們只是製造一輛傳統汽車，可能永遠無法以較高利潤率賣出足夠多的汽車。」

由於管理費用和勞動成本極高、周期性購買趨勢和競爭激烈，汽車業通常是利潤率極低的行業，這對佔據美國智能手機業務約60%市場份額的蘋果而言並不習慣，「蘋果製造的都是利潤率很高的產品，硬件利潤率一般在35%至40%之間。Tesla已是業界獲利能力最強的公司之一，但毛利率只有約18%。這可能是蘋果最初強調自駕技術的原因。自駕技術可讓蘋果作為一種服務而非產品來銷售，從而創造更大收入。」

中國汽車市場分析師雷星(Lei Xing, 譯音)贊同阿布塞伊德的說法，「蘋果推出的任何設備，目的都是試圖顛覆目前市場上現有產品或商業模式，但蘋果的汽車可能只會帶來中國電動車公司已在中國做的一些東西。」

## 蘋果相形見绌

## 小米華為為造車成功

## Tesla推「完全自動駕駛」技術吸客

香港文匯報訊 美國電動汽車製造商Tesla銷量放緩之際，車企加緊推廣名為「完全自動駕駛」(Full-Self Driving Capability: FSD)的輔助駕駛技術，希望以此吸引客戶。《華爾街日報》報道，Tesla行政總裁馬斯克專門要求員工，在交付新車前，必須要求客戶試駕一次體驗FSD技術。

FSD是Tesla原有輔助駕駛系統Autopilot的升級版，適用於所有新款Tesla，可以幫助駕駛者完成轉向和變換車道，或在城市街道上駕駛及導航。升級到FSD費用為1.2萬美元(約9.4萬港元)，或以每月199美元(約1,557港元)訂用。美國車

主現有車型若能適配FSD，可獲得一個月的免費試用期。

報道引述Tesla消息稱，北美約有40萬名車主下載了支援FSD的軟件。官方網站指稱，FSD軟件並不允許人類司機不介入的「完全自動駕駛」，駕駛者仍需主動監督整個駕駛過程。

馬斯克長期將自動駕駛技術形容作Tesla的核心。不過去年底，美國全國高速公路交通安全委員會審查認為，Autopilot自動輔助駕駛系統可能被司機濫用。Tesla被迫緊急安全召回幾乎所有在美銷售車型，合共約200萬輛，為其增配軟件修復程序。