

恒大斥450億 爭做新能源車一哥

全球建10大生產基地 首款電動車明年亮相

香港文匯報訊 (記者 方俊明 廣州報道) 恒大集團董事局主席許家印昨天在廣州舉行的集團新能源汽車全球戰略合作夥伴峰會上透露，集團在未來三年計劃投資450億元(人民幣，下同)，另外，恒馳首款電動汽車「恒馳1」將於明年上半年亮相，2021年實現量產。他並表示，恒大將在中國、瑞典及「一帶一路」沿線國家佈局十大生產基地，並同時開發15款新車，產品實現從中端、中高端、高端和世界頂級的全車型覆蓋。



■恒大集團董事局主席許家印透露，恒大將佈局十大生產基地，同時開發15款新車。受訪者供圖

恒大「造車」策略

核心技術：

通過國際併購與戰略合作，在電池、電機、先進整車製造等各領域關鍵環節，擁有世界最頂級核心技術和知識產權；

工程技術：

與全球五大汽車工程技術龍頭合作；

造型設計：

與15位全球頂尖造型設計大師合作；

產品規劃：

在世界最先進3.0底盤架構基礎上，同步研發15款新車型，實現產品線全覆蓋；

生產製造：

將在中國、瑞典及「一帶一路」沿線國家佈局十大生產基地；

零部件供應鏈：

與世界前60大汽車零部件龍頭企業簽合作協議。

■製表：記者 方俊明

雖然新能源汽車銷量最近出現下滑，不過許家印在峰會上詳細闡述了集團造車的未來規劃和具體目標。他說，恒大造車目標是，力爭在3到5年內成為世界規模最大、實力最強的新能源汽車集團，10年內實現年產銷500萬輛。為此，制定了恒大新能源汽車的定位，「3個必須」，核心技術必須世界領先；產品品質必須世界一流；成本必須大幅下降。

恒大集團以地產起家，如今形成房地產、文化旅遊、健康養生和新能源汽車的四大產業格局。許家印表示，汽車產業是集團四大產業中極其重要的產業。

「恒大以前是做地產的，對於造車要人沒人，要技術沒技術，要經驗沒經驗，要製造基地沒有製造基地，什麼都沒有，一窮二白。我們要造車，怎麼去造車，要和世界上幾十年、一百多年歷史的汽車的龍頭如何去比，簡直相差了十萬八千里。所以我們從戰略上、從策略上，開闢一條和全世界所有的汽車企業走的都不是一個路子的新的造車道，也就是恒大造車路。恒大的造車路和通常的全世界車企的造車路不同之處在於，不叫彎道超車，純屬於換道超車。」

已掌握核心技術和生產製造

在具體規劃方面，恒大目前已在核心技術、生產製造、研發設計等領域完成戰略佈局。其中，成立新能源汽車全球研究總院，與全球五大汽車工程技術企業（德國FEV、德國EDAG、德國IAV、奧地利AVL、加拿大MAGNA）同步研發15款新車型及關鍵技術，覆蓋頂級型、超豪華型、豪華型、尊享型、舒適型、經典型等所有檔次及轎車、SUV、MPV等全系列車型，實現產品線全覆蓋。

同時，將在中國、瑞典及「一帶一路」沿線國家佈局10大整車和零部件生產基地。據了解，所有生產基地都將按「工業4.0」標準打造，力爭成為行業高端智能工廠的典範。通過運用人工智能、物聯網技術，實現沖壓、車身、塗裝等生產線無人化作業的「黑燈工廠」。

電池技術冀兩年達一流水平

譬如，在車身車間，採用日本發那科機器人及德國庫卡線體技術，實現多車型、多連接工藝的柔性化、無人化生產；塗裝車間，則採用德國杜爾技術，實現塗膠、噴膠全自動，並減少化學品使用及節約60%能源消耗。此外，通過自主卡耐新能源，擁有動力電池核心技术，將在十年內建設多個60GWh的超級工廠，動力電池技術一到兩年內力爭達到世界一流水平。

他透露，未來三年，恒大新能源汽車投資達450億元，其中今年投資200億、明年150億、後年100億元。而第一款車「恒馳1」將在明年上半年正式亮相，恒馳全系列產品將從2021年陸續實現全面量產。

昨天的峰會有206家來自德國、英國、法國、意大利、日本、韓國、美國等國家的汽車產業龍頭企業出席，恒大並與博世、麥格納、蒂森克虜伯、捷太格特、巴斯夫等汽車零部件企業簽訂合作協議。



▲峰會期間，恒大與世界前60大汽車零部件龍頭企業簽訂戰略合作協議。受訪者供圖

▲意大利賓法集團全球CEO Silvio Pietro Angori談許家印，認為他能為汽車行業帶來新變化。記者方俊明 攝

內地汽車市場明年有望反彈

香港文匯報訊 (記者 孔雲瓊 上海報道) 德商行董事總經理、汽車及運輸業主管Cedric Perlewitz昨日在年度記者會上展望汽車行業前景，認為未來10年汽車市場中新商機不斷湧現，特別是中國汽車市場銷售長期增長前景彌補短期前景，並預料明年起可能出現反彈。

Cedric Perlewitz表示，自2018年年中以來，中國汽車市場一直處於下滑階段，2019年依然是銷售下降的一年，預計比2018年下降7%。不過，轉折點或將在明年出現，隨着互聯、共享移動、自動駕駛、電

氣化成為汽車行業大趨勢，預計明年的銷售同比增長可達4%。長期來看，從2019至2022年的複合年增長率可達5%，至2026年的複合年增長率有望保持在4%。

德商行簽「帶路」綠色投資原則

德商行同日亦宣佈簽署了「一帶一路」綠色投資原則，該協議擴大了德商行推進中國「一帶一路」沿線綠色投資的承諾。目前德國30%以上的外貿業務都通過德國商業銀行結算，該行也對「一帶一路」沿線的企業和機構客戶提供支持。

沒人才沒基地 許家印：造車靠購併

香港文匯報訊 (記者 方俊明 廣州報道) 許家印在峰會上坦言，恒大在汽車領域「一窮二白」，沒有人才、沒有生產基地、沒有經驗。只能在戰略和策略上要開闢一條與其他汽車企業不同的道路，走特色的「恒大造車路」。

「恒大造車路是換道超車」

「我們不叫彎道超車，我們是換道超車。」他表示，「恒大造車路」可以簡單的匯總為5句話：買買買、合合合、圈圈圈、大大大、好好好；「這就是特色的恒大造車路」。把能買的核心技術都買過來，買不過來的就全方面合作。

據了解，今年以來，許家印帶領恒大高管奔赴全球23個國家、47個城市，先後考察了58家全球汽車產業各領域的龍頭企業。無論是世界500強大企業，還是頂級設計大師的個人工作室，只要具有新能源汽車行業的頂尖技術，許家印都逐一走訪。這份密集的行程單，也充分體現了許家印的堅定的造車決心。

業界看好恒大新能源車前景

在峰會上，多位全球汽車產業各領域龍頭企業的CEO在發言中紛紛表示，認同其恒大戰略目標和發展規劃，看好其新能源汽車的發展前景。

意大利賓法集團全球CEO Silvio Pietro Angori認為，恒大希望進入新能源車行業，並且從頭開始，這對恒大是一個新的事業，也是一個挑戰。

Silvio Pietro Angori沒透露與恒大具體合作的信息，只表示，當時在決定與恒大合作時確實有非常謹慎的評估過，「它到達的新領域是以前的同行可能達到了不了的高度，可能也是我們從來沒有見過的汽車事業的嘗試方法。」認為許家印能夠迎接這個挑戰，能夠為汽車產業帶來新的變化。

中國將成全球供應鏈「大管家」

香港文匯報訊 (記者 孔雲瓊 上海報道) 馮氏集團近日在上海就「國際經貿變局下全球供應鏈新格局」議題舉行研討會，認為當前全球採購和供應鏈帶具有不確定因素，但正是在格局變化中，中國製造開始向中國管理升級。

利豐研究院董事總經理張家敏指，當前國際經濟貿易形勢出現變動，造成全球供應鏈生變，包含中國在內的生產型的國家，生產成本正在不斷上升，中國的很多製造企業正在向東南亞國家轉移其生產能力。不過，正是此背景下，產生了「騰籠換鳥」的機會，可將低增值的生產部分轉移走。「有序地把中國製造產品移到了其他國家，中國成為了整個供應鏈的大管家」，張家敏認為，生產製造業離開中國並不意味着放棄，其中的供應鏈上游便能發展起來，亦是讓中國製造變成中國管理的好時機。



■廣州開發區獲得聯合國「2019年度全球傑出投資促進機構大獎」。圖為黃埔區區長、廣州開發區管委會常務副主任陳勇代表該區領取獎項。

投資界諾貝爾獎

中國的營商環境日漸改善，越來越受到國際社會肯定。11月11日在聯合國歐洲總部瑞士日內瓦，聯合國貿易和發展會議(UNCTAD)主辦的第二屆「投資可持續發展目標大使」會議上，廣州開發區管委會因成功引進GE生物科技园項目及在促進國際投資方面的突出貢獻，獲頒聯合國「2019年度全球傑出投資促進機構大獎」。中國國際投資促進會相關負責人表示，「全球傑出投資促進機構大獎」是聯合國貿發會議獨立評選的獎項，是聯合國在投資界的最高大獎，相當於投資界的「諾貝爾獎」。

■香港文匯報記者 敖敏輝 廣州報道

小米雙11銷售逾61億 七連冠

香港文匯報訊 小米集團(1810)昨公佈於天貓「雙11」的戰績。據相關資料顯示，在天貓雙11當中，開場僅2分鐘，小米天貓官方旗艦店銷售額就突破億元(人民幣，下同)，隨後25分鐘超越5億元。最終，小米全管道支付金額錄得逾61億元，天貓平台品牌旗艦店支付金額更錄得逾21億元，蟬聯天貓平台品牌旗艦店支付金額七連冠。小米AIoT產品全平台銷量超過555萬件，同比去年雙11增長148%。

IoT設備達1.96億台

增速顯著是受今年1月雷軍在小米年會上提出的「手機+AIoT」的雙引擎戰略，明確了成為5G時代智慧生活領先者的目標所帶動。根據小米集團第二季度財報，截至2019年6月，小米IoT平台已連接的IoT設備(不包括智慧手機及筆記型電腦)數量達到約1.96億台，同比增長69.5%。擁有五件及以上連接至小米IoT平台的設備使用者增加至約300萬人，同

比增長78.7%。人工智慧助理「小愛同學」的月活躍用戶於2019年6月達到4,990萬人，同比增長88.3%，是中國最活躍的人工智慧語音交互平台之一。業內人士表示，小米AIoT設備在雙11的火爆銷售，進一步擴大了小米在全球最大的消費級IoT智慧互聯平台的絕對領先優勢，是無可爭議的智慧生活領導者。

大家電是小米未來10年持續發展藍圖的核心拼圖之一，伴隨米家冰箱系列產品於10月份正式發佈，小米已推出了電視、空調、冰箱、洗衣機等大家電產品，基本完成了對大家電產品線的佈局。此次雙11小米大家電產品於天貓、京東大家電品牌銷售額排行榜均排名第四，超越西門子、飛利浦等傳統家電品牌，穩居大家電第一陣營。

根據相關研究機構資料，小米電視已經連續三個季度位居中國市場銷量第一，本次雙11小米電視銷量再破紀錄，開場僅10分36秒，小米電視全管道銷量破20萬台。