

转手加价3000元-2万元

大量小米YU7订单遭“黄牛”倒卖

6月26日，小米YU7正式上市，其大定量和锁单量远超市场预期。仅开售1小时，大定量突破28.9万台，超越了同价格带竞品数月的表现。

值得注意的是，小米YU7开售后，闲鱼、转转等二手交易平台涌现出大量转让订单的信息。随着交付周期的延长，转让小米YU7订单的卖家也越来越多，溢价高低与交付周期直接挂钩，交付周期越短，溢价越高。溢价从3000元到2万元不等，这意味着在定金5000元之外，还要额外加价。

随着大量“黄牛”加价转让小米YU7订单，有网友质疑小米YU7的市场真实需求究竟如何？更有网友发问：“究竟有多少订单是‘黄牛’买走的？”此外，为防止“黄牛”倒卖，小米汽车也有限购要求，那“黄牛”究竟是如何绕过规则倒卖小米YU7订单的？日前，中国证券报记者以“买家”身份在多个平台进行调查。

●本报记者 李媛媛

“黄牛”高价倒卖订单

记者注意到，在闲鱼、转转等二手交易平台上，溢价转让小米YU7的订单随处可见。在闲鱼搜索“汽车订单转让”，显示的多数是小米YU7。

据记者不完全统计，截至6月29日18时，仅闲鱼上转让小米YU7在北京交付的订单就达126个，转手加价在3000元-2万元不等，转手价格的高低，主要取决于交付周期的长短。

一位卖家表示，小米YU7标准版交付周期在28周-31周，订单转手价格为3000元；而有卖家转让“准现车”订单，交付周期在1周-5周，转让价格为2万元。

记者采访获悉，有部分卖家自称是因为交付周期太久，不想要转手，但是更多卖家就是所谓的“黄牛”，溢价出售在手订单谋利，并且十分熟悉转让流程。

小米汽车明确规定：“所有的小米YU7订单将按照锁单先后顺序进行排产。”同时，为防止“黄牛”倒卖，小米汽车要求开售后24小时内，准现车和定制新车，各限购1单；支付定金后的168小时（即7天）内，可随时修改YU7的车辆配置；满168小时后，车辆订单自动锁定。同时，小米汽车强调，订单锁单后，配置、车牌所有人、交付中心等订单信息无法再修改，定金不退。

小米销售人员张庭（化名）告诉记者：“锁单前可以随意改配置和上牌人信息，



参观者在北京小米汽车工厂的体验中心了解YU7汽车

新华社图

但是锁单后仅能更名一次，且必须为直系亲属。”

为何会有买家花高价从二手交易平台购买小米YU7订单？

记者采访了解到，有买家表示，虽然自己抢到了订单，但是交付周期太长，因此在二手平台买到了交付周期更短的订单。接下来，其计划转让此前抢到的订单。

转让手段眼花缭乱

多个转让小米YU7订单的卖家称，已锁单可以看到交付周期。虽然小米汽车官方规定，锁单后不能变更上牌人信息，但是不少“黄牛”打包票说：“我确认可以变更上牌人信息”。

“提车前后都可以转手。”一位来自闲鱼的卖家告诉记者。当记者追问哪种情况下更好变更购车信息时，该卖家直言：“反正我确认可以变更上牌人。”另有“黄牛”对记者承诺，可以在锁单后、提车前变更上牌人信息，或者提车后过户。

“黄牛”究竟如何转让订单？又如何在锁单后绕过规则，更换上牌人信息？

记者调研了解到，目前二手交易平台的相关卖家主要有三种转让方式：分别在锁单前、锁单后、提车后。

具体而言：一是在锁单前转让。有卖家表示：“目前还没有锁单，锁单的时候会填您的信息。”对此，张庭直言：“未锁单并不会进入排产阶段，买家接手意义并不大，需警惕受骗。”

二是锁单后更改上牌人信息。虽然小米汽车官方强调锁单后不能再更改车牌所有人信息。但有小米汽车销售人员告诉记者：“锁单后，允许改一次上牌人信息，小米只允许直系亲属更名，所以黄牛通常的做法是做一个假的结婚证、户口本等亲属证明，来要求后台更改信息。”该销售人员表示：“企业没有办法核实行车主的结婚证、户口本的真假，只有公安系统可以核查，除非修图太假，才会取消更改机会。”

记者调研了解到，确实有人使用该方式更换上牌人信息。如有卖家表示：“在锁单并拉交付群后，可以提供假的亲属证明，要求销售人员帮忙更换上牌人信息。这没有风险，我的SU7也是通过这种方式转让出去的。”

三是卖家提车后，以租用他人车牌的名义，在上牌前将车牌所有人信息更换为车牌拥有者。因此不少卖家会严格限制买家的车牌所在区域，要求是同一区域。有位北京报价3000元的卖家表示：“买家必须有北京车牌指标，可以变更上牌人信息。”

或者卖家提车后以二手车交易的方式过户给买家，相当于二手车交易。对此，小米汽车某销售门店主管对记者表示：“不建议从二手交易平台购买订单。网上那些基本都是黄牛贩子，他们囤积大量订单就是为了高溢价卖。而且交易后他们还会临时加价，比如强行要求再加1万元，或者强制捆绑保险、装饰等消费。这种情况一定要警惕，一旦上当，后续各种强制消费加起来可能要3万元-5万元。”

北京市中闻律师事务所律师张阁对中国证券报记者表示，伪造假结婚证变更购车人信息、过户等涉及民事和刑事双重风险。“持假结婚证购车、过户的合同无效。”

扰乱交付秩序

专家表示，大量“黄牛”涌入并进行锁单，会扰乱正常的交付秩序，导致交付周期无限延长。

数据显示，小米YU7开售仅1小时的大定量，就超越了同价格带竞品数月的表现。

热销车型理想L6在去年上市16天后，大定量突破3万台；智界R7上市4个多月，累计大定量突破7万台；问界新M7上市近半年，累计大定量达18万台。

多个“黄牛”晒出锁单信息进行转让，十分熟悉转让流程；闲鱼搜索栏弹出满屏的小米YU7转让订单信息，这都意味着，有不少“黄牛”下单了小米YU7。

有车企高管此前发文称：“这种数据的背后，意味着用户交车时间要等待一年以上。”

根据小米汽车要求，支付5000元定金，就可以锁单，并进行排产。目前，小米YU7标准版、Pro版、Max版交付周期分别为55周-58周、49周-52周、34周-37周。

记者调研了解到，“黄牛”涌入党交付周期延长后，会出现两个现象：一是急于提车的用户，不得不加价从“黄牛”手里接手订单；二是真实下单的用户，因等待交付周期太长而进行转让。

AI赋能中小企业受关注

仍需合力打通“最后一公里”

●本报记者 杨洁

在近日召开的第二十届中国国际中小企业博览会配套活动“人工智能赋能新型工业化深度行（走进中小企业）”现场，30多家制造业中小企业与10余家企业人工智能企业根据场景匹配及自身需求分组洽谈，就如何让人工智能大模型技术应用到生产制造一线进行了深入探讨。

如何让千千万万中小企业用得起、用得上、用得好人工智能技术？多位业内人士坦言，目前，人工智能与中小企业仍然有距离，尤其是从AI训练的虚拟场景到一线应用的真实场景存在很难打通的“最后一公里”，需要在人才供给、算力成本、场景适配和数据开放等方面打破“藩篱”，构建数字化统一大市场。

破解碎片化难题

今年以来，伴随DeepSeek等大模型开源开放，AI眼镜、具身智能机器人等加速成熟，人工智能技术与制造业融合发展扎实推进，大模型在电子、原材料、消费品等行业加快落地，在研发设计、中试验证、生产制造、运营管理等多个环节都得到应用。

据北京智谱华章科技股份有限公司副总裁陈雪松观察，目前大型企业或者数字化程度比较高的公司，在AI大模型应用落地方面速度会快一些，模型发挥效能的可能性也更大。陈雪松表示：“这是因为，大型企业往往已经构建起了数字化的整体流程，各个环节产生的数据都能够对AI应用形成支撑，而这些往往是中小企业所欠缺的。”

差异化、个性化的制造能力通常是中小企业的核心竞争力甚至是生存之本，但这意味着很难有现成的、通用的数据集来训练AI大模型，从而让AI更贴合中小企业生产制造的实际需求。

北京工业软件创新中心、北京领翼工软科技有限公司董事长兼CEO秦君坦言，实际上有很多个性化的场景问题，“大厂”往往是“看不见”也“深不下去”的，因为这些问题又小又碎又难，但都是中小企业的关键问题，是人工智能技术从实验室虚拟场景走进工厂作业一线真实场景的“最后一公里”。

陈雪松认为，这需要企业自己构建数字化能力、保留特性数据集，可以在人工智能大模型平台基础上训练自己的智能体，提升解决特定性问题的能力。同时，企业很多日常业务办公等场景也不应该忽视，这些领域已经有很多成熟的AI产品和应用，事实上智能化对提高整体生产力也有很大帮助。

阿里云智能副总裁、中国信息化百人会执委安筱鹏接受中国证券报记者时表示，制造业一定是AI大模型应用的主战场，AI大模型一定会首先在高价值场景发挥重要作用。不过他也指出，国内AI应用在B端（即需求侧）还没有发挥出统一大市场的规模优势，目前仍是一个高度碎片化市场，这对AI供给侧来说是一个极大挑战，对整个AI产业发展也会带来瓶颈。

缓解成本压力

秦君认为，中小企业应用AI技术也面临成本问题，其中很重要的是人才成本。真正懂算法、懂人工智能的人才成本还是挺高的，这让很多中小企业在聘用时面临很大的压力。此外，算力等基础设施的成本也比较高。

中信证券全球投行委工业先进制造组执行总经理王丽平表示，中小企业向人工智能转型不是要不要做的问题，而是必须要做的问题，否则未来就会面临淘汰。她表示，从金融机构的角度，主要还是要发挥资金支持、资源整合和风险管理的作用，例如，银行可以为中小企业的AI转型开发制定相应的信贷产品，租赁公司也可以帮助中小企业通过算力租赁的方式降低采购GPU等方面的成本。

工业和信息化部中小企业局副局长商超表示，我国已培育科技和创新型中小企业60万余家，专精特新中小企业14万余家，怎样支持这些企业实现更高质量的发展？当前数字技术正在重塑生产力结构，给广大中小企业发展带来前所未有的机遇，要引导和支持广大中小企业用好人工智能技术，抓住数字经济发展的机遇。

他介绍，针对中小企业面临的人工智能技术部署成本高、场景适配难等痛点问题，工信部引导数字化转型试点城市因地制宜出台支持政策，推动普惠上云服务，取得了一定成效。

在深化中小企业融资方面，商超表示，将深入实施“一链一策一批”中小企业融资促进行动，开展“一月一链”中小企业融资促进全国行活动，聚焦产业链上中小微企业融资需求，鼓励金融机构“一链一策”，提供具有针对性的多元化金融支持。

加强AI领域专精特新培育

商超介绍，目前我国培育的专精特新“小巨人”企业中，人工智能企业有879家，还有18家“小巨人”企业已经成长为“独角兽”企业，广大中小企业依托丰富应用场景、蓬勃的创新创造活力，以及自身深耕细分领域的独特优势，正逐渐成为推动我国人工智能产业发展的主要力量。

他强调，要进一步加强人工智能领域专精特新中小企业的培育，培育更多在关键细分领域掌握核心技术的专精特新企业。“‘专精特新’四个字，特别适合人工智能领域的中小企业，因为高价值的算法模型需要依赖对细分领域的深刻理解和深厚积累，高价值的数据集也来自对细分领域的多年实践积累才能形成，某种意义上，一家人工智能企业的价值发展前景，一定程度上就取决于它的‘专精特新’发展能力。”

商超表示，将持续挖掘高潜力创业团队，组织开展中小企业人工智能创业支持计划，推动供需对接和应用示范，以更有效的需求，营造良好的创新创业氛围。此外，要加快人工智能技术在中小企业中的应用推广。鼓励各地研究制定推动中小企业人工智能应用政策，加强培育适用于中小企业的“小、快、精、准”人工智能技术产品。引导中小企业数字化转型试点城市用好中央财政资金，加大对中小企业人工智能应用的支持力度。

一车出海带动全链

新能源汽车企业共谋出海新思路

●本报记者 李媛媛

在刚刚结束的2025全球新能源汽车合作发展（上海）论坛上，中国新能源汽车如何更好地“走出去”成为热议话题。专家表示，现阶段中国车企及相关企业正通过电池、辅助驾驶、电控等新能源核心技术，实现从“代工制造”向“规则制定”的战略转变。

新能源汽车产业“出海”势头强劲，但同时也面临着诸多挑战。专家建议，要告别“单兵作战”模式，通过集团式的产业链“出海”、构建全球新能源汽车供应链超级合作平台等方式，实现产业互补，推动中国新能源汽车产业在全球化道路上行稳致远。

“出海”势头强劲

“从过去几年的发展历程来看，中国汽车产业持续‘出海’已是大势所趋。”联通智网科技解决方案与交付部总经理白桦表示。

尤其是新能源汽车“出海”增速远超燃油车，成为推动汽车产业增长的新引擎。中汽协数据显示，今年前5个月，中国汽车出口249万辆，同比增长7.9%。其中，新能源汽车出口85.5万辆，同比增长64.6%。

中国机电产品进出口商会汽车国际化专业委员会秘书长孙晓红表示：“根据中国海关数据，去年我国汽车出口量达640万辆，按照全年10%的增速预测，今年我国汽车出口量有望达到700万辆。”

一车“出海”带动全链。记者调研了解到，除产品出口外，多家产业链企业正加快在海外建设本地化生产基地、研发中心、多元化

的销售渠道等，实现从“走出去”到“走进去”，深入探索本地化发展。

例如，小鹏汽车首个海外生产基地将在今年7月投产、理想汽车首个海外研发中心已在德国启动、比亚迪柬埔寨乘用车工厂已奠基、长安汽车泰国生产基地已投产、宁德时代加速推进匈牙利工厂以及与Stellantis合资的西班牙工厂建设……

拓展海外市场成为中国汽车企业未来发展的重要战略。小鹏汽车国际业务中心总经理唐志坤表示，希望未来小鹏汽车的销量有一半来自海外市场。理想汽车方面表示，其目标是未来海外市场销量达到总销量的30%。

阿里云智能集团AI汽车行业副总经理兴顺表示，阿里云通过全球基础设施的覆盖、全球的合规以及本地化的服务经验，持续助力中国车企“出海”，拓展全球市场。未来阿里云将持续加大投入，为中国汽车产业提供更坚实的全球数字化底座。

国轩高科战略运营副总裁熊永华在接受中国证券记者采访时表示，国轩高科正加快在海外建设动力电池回收体系。一种模式是自建回收体系，另一种模式是与战略合作伙伴共同搭建回收体系，今年预计会实现99个回收网点的搭建。

向“智能化出海”转变

我国新能源汽车加速“出海”，并在多个核心领域构建起全球领先优势，成为引领全球汽车产业转型的重要力量。

兴顺坦言，在智能化和全球化的双轮驱

动下，中国已经成为全球最大的汽车出口国，汽车产业正在从“电动化出海”向“智能化出海”转变，重点出口的市场已经覆盖东南亚、欧洲、中东，实现从“中国造全球卖”到“全球造全球卖”的跃升。

“中国车企正通过电池、辅助驾驶、电控等新能源核心技术，实现从‘代工制造’向‘规则制定’的战略转变。”瑞浦兰钧能源股份有限公司欧洲子公司副总经理程丹丹表示。

不过“出海”并非易事。白桦表示，中国汽车产业链企业出海已成大趋势，但仍面临着合规、本土化、服务质量、价格竞争等诸多风险挑战。

孙晓红指出，新能源汽车的快速发展面临金融体系对“走出去”支持不足的问题。当前，境外汽车金融服务尚不完善，特别是在终端消费信贷、经销商融资、海外投资金融支持等方面存在短板。

在程丹丹看来，中国企业在全球化过程中应因地制宜采取差异化策略，在具备产业基础的国家或地区优先采用产业输出；在技术壁垒较高或者准入严格的市场，采用技术输出。她强调，本地供应链是全球化企业的“新基建”。

白桦表示：“‘走出去’要坚持长期主义，同时要与本地的文化、市场、产业链结合，做到一国一策。”

告别“单兵作战”模式

有专家表示，汽车产业是一个全球化产业，需要更多的协作分工，来保持发展的稳

定性。

“在这种情况下，集团式的产业链‘出海’就是未来可以借鉴的成功策略。中国的汽车‘出海’不仅要做产品‘出海’，还要做产能‘出海’，形成产业链在全球化布局方面的整体突破。”白桦强调。

奥托立夫中国区相关负责人表示，中国汽车产业链“走出去”，要告别过去“单兵作战”、各自为营的模式，这种模式不仅效率低，而且风险高，更好的方式是抱团合作、共同开拓市场。“我们期待与国内供应链企业通过收购、合并或合资等方式实现协同发展，从而提升整体竞争力。”

中国电动汽车百人会副理事长兼秘书长张永伟表示：“当前，传统的汽车全球化合作模式正面临瓶颈。一方面，整车销售的壁垒不断增加，并逐渐由整车向供应链延伸，继续沿用过去的‘品牌出海+整车投资’模式已难以奏效，必须重构合作逻辑与路径。”

张永伟建议，建立“中国车型+供应链链接世界汽车产业”的模式，依托丰富车型和以新能源智能化为主的增量供应链体系，赋能全球汽车产业，甚至可以打造本地品牌，实现产业互补、资源共享。

同时，张永伟提出，构建全球新能源汽车供应链超级合作平台，希望将其打造为集供应链协同、跨境贸易、技术创新、服务保障于一体的平台。该平台将通过海外产业园区建设、整车“出海”供应链联动模式等，整合政府、企业、专业服务机构等资源，推动组团“出海”，政企对接等协同机制，降低“出海”风险。

同