

國產三蹦子在美走紅

廠商出口連翻數番

「中國電動車之鄉」無錫錫山區產品已遍及140多個國家和地區

外貿新氣象

香港文匯報訊（記者 賀鵬飛 連線無錫報道）一位嫁到美國的中國媳婦拍攝的一組視頻，讓國產「三蹦子」（電動三輪車）在美國迅速走紅，並帶動中國廠家訂單暴增。「元旦以來，我們已經往美國發了五六百輛電動三輪車，和往年同時期相比翻了好幾番。」在接受香港文匯報記者採訪時，視頻中同款「三蹦子」的生產企業——江蘇國威摩托車有限公司總經理倪曉峰興奮地說道。

國威公司所在的無錫市錫山區被譽為「中國電動車之鄉」。目前錫山區從事電動車出口的整車和零部件企業共有160多家，產品暢銷全球140多個國家和地區，去年全區電動車出口額達到5億美金左右，同比勁增約20%。「我們春節前的訂單已經達到去年全年的60%左右。」倪曉峰表示，近幾年公司接到的電動兩輪車出口訂單持續增加，而電動三輪車又有望成為新的出口增長點。為此，國威公司正在考慮開闢跨境電商等面向海外的銷售渠道，進一步拓展海外市場。

短視頻帶火「倒車請注意」響徹海外

據無錫市錫山區電動車對外貿易協會秘書長沈瑜介紹，錫山區是中國最大的電動自行車和電動摩托車生產基地，產業規模佔據全國的三分之一，全國電動兩輪車十強企業中就有雅迪、新日、台鈴、愛瑪、金箭、小刀六家集聚於此。

前段時間，中國姑娘吳博（博主Bobo）委託國內的朋友購買了一輛國威電動三輪車郵寄到美國，作為節日禮物送給她的美國公公。吳博的公公和其他家人都對這輛電動三輪車非常喜愛，對其精心裝飾後經常騎出去購物或兜風，並受到很多當地居民的關注。吳博隨即把這段經歷製作成視頻發到短視頻平台上，立刻火遍全網，「倒車請注意」的經典漢語倒車提醒語響徹海外。

對於經常需要外出採購生活物資的美國小鎮居民來說，類似小型皮卡的電動三輪車無疑是一種非常方便的出行工具。吳博拍攝的視頻火爆之後，很多美國消費者紛紛尋求電動三輪車的購買渠道。

定製化生產服務 更適合當地駕駛

倪曉峰介紹說，國威公司生產的摩托車和電動兩輪車已有近20年的出口歷史，遍及70多個國家和地區，但是電動三輪車因為體積和重量較大，物流和倉儲費用很高，一直只有少量出口。因此，公司雖然在國內各大城市和各大電商平台都建立了線上線下銷售渠道，但在國外並沒有專門的電動三輪車經銷商，也沒有在跨境電商平台開店。

在此情況下，美國消費者也只能像吳博那樣，委託中國朋友在國內購買電動三輪車後，再郵寄到美國。「一輛『三蹦子』從中國發到美國的運費就要幾百美金，和『三蹦子』本身的售價差不多。」倪曉峰說，儘管如此，美國消費者仍然願意買單，因為和皮卡相比，即便算上運費以後，「三蹦子」仍然相當划算，而且在家就能充電，使用起來非常方便。

由於美國消費者大多會提出一些個性化要求，國威公司專門提供了定製化生產服務，例如根據消費者需求搭配不同續航里程的電池和調整行駛速度等，研發人員還會事先調研目標市場的道路概況和當地人的使用習慣，讓電動三輪車更適合當地駕駛。

電動兩輪車出口更為火爆 被多國熟知

實際上，和電動三輪車相比，國威公司生產的電動兩輪車出口更為火爆。倪曉峰表示，電動三輪車在國外知名度不高，很多國家的消費者都不知道有這種產品，而電動兩輪車已經被很多國家的消費者熟知和認可。同時，電動兩輪車的體積小、重量輕，一般都是以B2B的方式，通過集裝箱大批量運往外國經銷商那裏再進行零售，因此分攤到每輛車上的物流成本較低，從而在最終售價上具有很高的競爭力，電動兩輪車的出口也持續高速增长。

「我們春節前的訂單已經達到去年全年的60%左右。」倪曉峰表示，近幾年公司接到的電動兩輪車出口訂單持續增加，而電動三輪車又有望成為新的出口增長點。為此，國威公司正在考慮開闢跨境電商等面向海外的銷售渠道，進一步拓展海外市場。



▲在美國小鎮上，小朋友滿心歡喜地搭乘電三輪。



▲收到禮物的美國公公精心裝飾電三輪出門兜風過節。



▲博主Bobo的美國公公在駕駛電動三輪車。



▲「倒車請注意」的經典漢語倒車提醒語音在海外響起。



◆錫山電動車企業生產的電動三輪車。

涉足跨境電商 試水抱團出海

目前，錫山區電動車企業已在全球140多個國家和地區開設了品牌專賣店，而且也有越來越多的企業嘗試建立B2C渠道，開設跨境電商門店，直接面向國外消費者。

無錫市錫山區電動車對外貿易協會秘書長沈瑜表示，錫山區積極鼓勵電動車企業涉足跨境電商。近年來，錫山區先後聯合亞馬遜、阿里巴巴等跨境電商平台，助力電動車出海。去年10月，錫山區錫東新城商務區攜手阿里巴巴集團合力打造的長三角（無錫）電動車跨境產業園啟用，這是一家以電動車跨境貿易為核心的跨境電商專業服務平台和

跨境電商人才培養基地。

錫山區將充分整合發揮錫山電動車產業優勢和阿里巴巴跨境平台運營優勢，搭建政府、行業、企業互通橋樑，精準對接海外消費需求，助力企業搶訂單、拓市場，持續為外貿助力、為產業賦能。同時將積極構建多元生態體系，全力推動傳統外貿企業加快數字化轉型，緊盯物流運輸、通關服務、海外倉建設、知識產權保護等關鍵環節，提供多維度支撐、全流程服務。

合建跨境維修中心 消除發展後顧之憂

為了降低「走出去」的風險和成本，錫山區還

上山下山「神器」帶人拉貨兩不誤

香港文匯報訊 綜合內地媒體報道，「我從來沒見過有人把皮卡車的斗安裝在電動車後面，這太酷了。」「我喜歡你的車！」「不用加油嗎？」……最近，在美國一小鎮上，北京姑娘Bobo的美國公公開電三輪出門，聽到路人驚嘆。

這是Bobo在國內工廠訂購的電三輪，作為禮物送給美國公公。收到此車，美國公公高興得像個孩子，連夜開出去兜風。他驚嘆，以往開車到超市堵車需20分鐘，騎電三輪5分鐘就到了。

其實，這款車是Bobo的美國公公在中國旅遊時看到的，隨後他還專程探訪專賣店了解車子款式、性能。回到美國後，他對此車念念不忘，還向鄰居們推薦「在中國見到電三輪，速度特別快，才600美金。後面還有個斗，能掀起來。」

鄰居問他道：「是否想把你現在的車改裝成電車？」

他回覆說：「不！我就想從中國買，這樣我就能開着這個車到處顯擺。大家會問，這個傢伙是從哪裏買的？」

此車造型獨特，還能帶人拉貨，不止在美國受歡迎。不少外國使用者表示，騎上中國產電三輪會成為「路上最靚的仔」，回頭率高，還會引來不少人詢問購買鏈接或是當場表示要將車買下。

電三輪在美國走紅前，網友阿楠也曾因給俄羅斯老丈人購入一輛電三輪，受到網友關注。阿楠稱，這款車成了老丈人上山下山「神器」。老丈人對車評價頗高——能收土豆、拉雜草，即使載三個人爬坡也一點不費勁。



◆錫山電動車企業生產的電動三輪車。

國內市場競爭烈 國外市場更廣闊

香港文匯報訊（記者 賀鵬飛 連線無錫報道）統計數據顯示，2022年錫山區電動車產量約2,200萬輛，同比增長43%，佔到了全國產量的約三分之一。同期整車企業營業收入582.24億元（人民幣，下同），較2020年增長52.3%，配件企業營業收入80.14億元，較2020年增長47.8%。

在近年外貿市場整體低迷的背景之下，錫山區電動車產業依然逆勢增長。究其原因，江蘇國威摩托車有限公司總經理倪曉峰認為，中國電動自行車和電動摩托車產業經過多年發展，無論是產品、技術還是市場都已經非常成熟，形成了強大的競爭力。

目前國內電動車市場競爭激烈，但國際市場還有很多空白。從「三蹦子」在美國走紅就可以看出，很多國家的消費者對電動自行車和電動摩托車還不熟悉，如果能夠在國際市場加大營銷推廣力度並建立銷售渠道，就能給中國電動車企業帶來廣闊的市場空間。

無錫市錫山區電動車對外貿易協會秘書長沈瑜也分析指出，受國際大環境影響，當前石油價格不太穩定，一些國家為了規避能源風險，鼓勵民眾使用電動車。同時，一些國家出於環保考慮，也鼓勵民眾將傳統汽車和摩托車更換為電動車，甚至出台了一系列補貼政策。例如，印尼雅加達因為污染嚴重，就對購買電動車的消費者予以補貼，這對於中國電動車的出口無疑是利好消息。

以電動車產業領域為試點，鼓勵電動車企業抱团出海，在提升國際市場佔有率的同時樹立區域品牌，提升國際影響力、競爭力。

例如，無錫市錫山區電動車對外貿易協會正計劃聯合相關企業，在一些國家和地區建立跨境電商維修中心。沈瑜解釋說，目前電動車企業大多是以B2B的方式出口，即由國外經銷商銷售和提供維修等售後服務，而跨境電商出口比較分散，如果不能在當地提供保養維修服務，將直接影響跨境電商業務的發展。但如果每家電動車企業都在不同國家和地區建立維修中心，其投入將非常巨大。為此，協會計劃推動錫山區電動車出口企業抱团合作，建立跨境電商維修中心，由此實現資源共享，降低出海風險，為跨境電商的發展消除後顧之憂。

◆香港文匯報記者 賀鵬飛 連線無錫報道