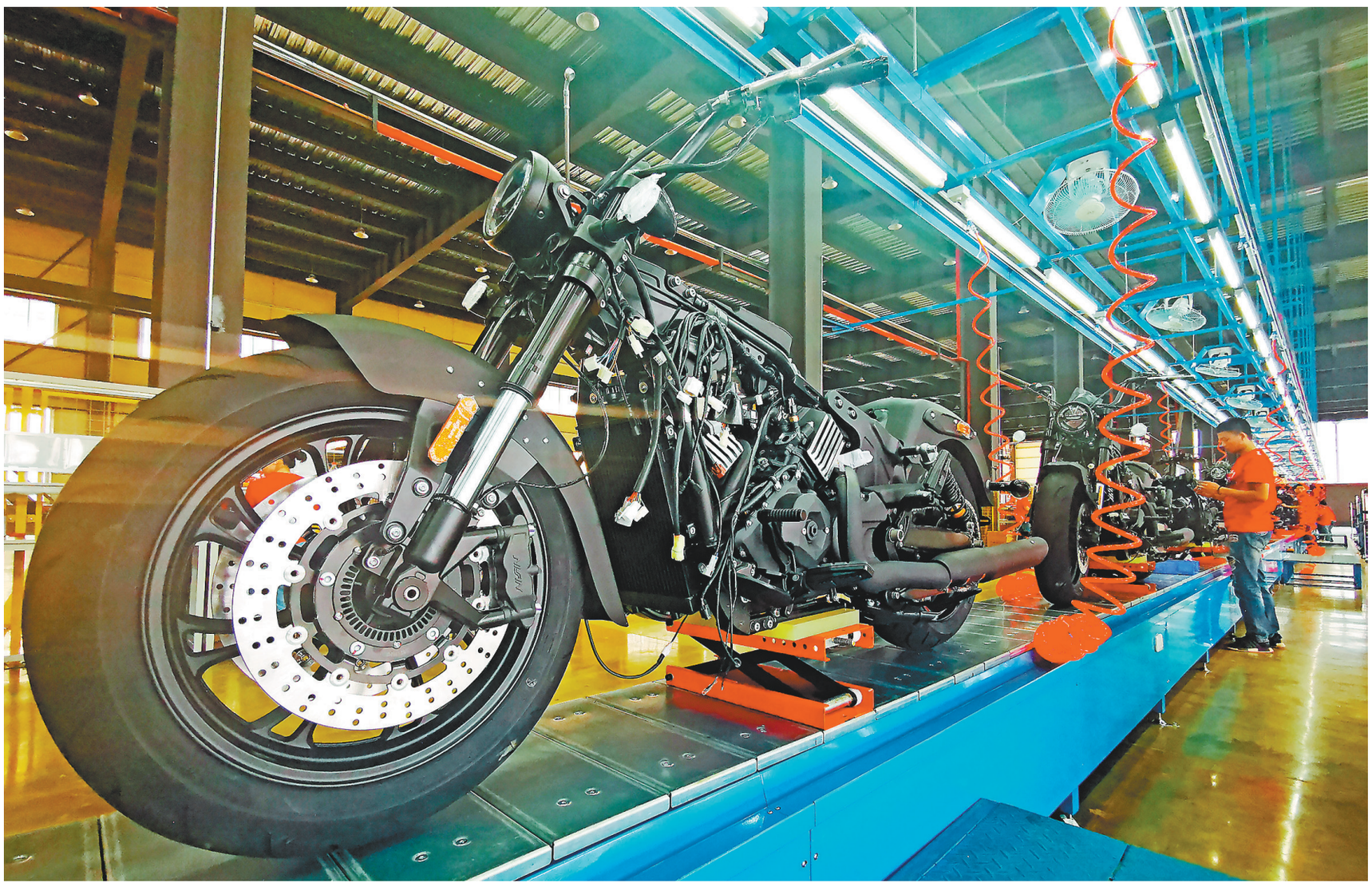
造大排量 上高端品

重庆摩托车产业抢占新“风口”



首台重庆造650CC大排量摩托车在开州下线。 记者 陈维灯 摄/视觉重庆

重庆国际博览中心，观众正在观看新发布的摩托车。第十八届中国国际摩托车博览会于9月19日—22日在重庆国际博览中心举办。 记者 龙帆 摄/视觉重庆

车手在黔江角逐越野争霸赛。 特约摄影 杨敏/视觉重庆

□本报记者 吴刚 白麟

9月初，孙宗伟骑着自己心爱的摩托车，从浙江温州出发，经过近2000公里的长途跋涉，终于赶在9月19日抵达重庆国际博览中心。

9月19日，2020年全球规模最大的摩托车博览会——第十八届中国国际摩托车博览会正在这里举行。

除了孙宗伟，还有数万名摩友在此相聚，他们骑着各种各样的国际大牌摩托——哈雷、川崎、本田……这些大牌摩托单车价格普遍超过2万元，其中一款川崎Z1000，单价超过17万元，一款宝马K1600GTL，单价更是超过20万元，相当于一辆中级乘用车的价格。

与往年一样，各地摩友来参会的主要目的之一，就是看看国际大牌又出了哪些新款。

然而到场后，几乎所有人的目光，都被国产自主品牌推出的大排量高端摩托吸引了。

其中，既有隆鑫的“无极”、宗申的“赛科龙”，还有力帆的KP系列，无一不是外观吸睛、性能强劲、质量过硬。

在价位上，这些摩托也出奇的一致——单车价格均超过万元，大部分车型价格在2万至5万元之间，单车价值和利润相当于通路车型的5倍。

新机

“来之前，也听说很多国产品牌会推出中大排量高端产品，见到实车，完全颠覆了之前的想象！”孙宗伟啧啧称赞。

福建摩友周敏凤，与孙宗伟有相同的观感。

摩博会宗申展台，她站在宗申新近推出的赛科龙RE3前，心里不由得把这款车，和自己的爱车作一番比较。

她开到重庆来的坐骑，可不是市面上常见的那种“通路车”，而是一辆雅马哈SR400，单价在2.5万元左右。

“赛科龙RE3ZS400，双缸四冲程发动机，动力强劲，皮座椅、磨砂油箱、机械液晶组合仪表盘。”周敏凤向记者复述着她从配置单上得到的信息。

这辆车最吸引她的，是整车呈现出的一股浓郁的英伦古典风。机器人自动化涂装工艺、汽车烤漆，让产品细节呈现得极为精致。

赛科龙RE3ZS400售价达到3万元，比周敏凤的爱车还高。但她觉得值这个价。“这款车性能方面已经不输于合资甚至进口车型，在智能功能上甚至还要超过它们。”

隆鑫发布的新车无极500AC，也同样收获大量关注。

该车采用和无极休旅车500DS同款动力平台，新升级的471cc并列双缸发动机配合滑动离合器，使得加速又快又平滑。

该车采用的倒立式悬挂也是一大亮点，车头的金色前叉具有极强的视觉冲击力，提升了整车的品质感。

摩博会上，力帆摩托发布首款国产ADV水冷踏板摩托车KPV150，以及V缸运动太子车V16S。其中KPV150配置启停技术、无声启动、侧支架熄火、流水转向灯、液晶智能仪表等高档配置。

V16S则在外形上融入巡航太子车与运动街跑的特性，脉冲式增压引擎空滤器、一体式运动消声器、运动型手把、悬浮式中央数码仪表……让许多参观者叹为观止。

国产高端摩托车风头乍起，成为了这次展会上不折不扣的“明星”。排量大、做工精细，是这些国产高端摩托共同的特征。

风口

大排量高端摩托为何受到追捧？

“一分钱一分货，排量、质量都上去了，价格也都上万了，肯定东西不一样了！”一位参加摩博会的市民一语道破。

实际上，在业内人士看来，以“万元”为单位计价，正是摩托车品牌脱离通路车型，在品质上达到一定层次的象征。

“摩托如今代表着一种生活方式、一种文化。”国内一家知名摩友会负责人汪祁龙说，有的摩友热爱休旅，有的喜欢运动或复古。“总之，摩托对我们而言，已经不是单纯的交通工具。”

上述话语，正透射出近年来摩托车市场消费取向的重大变化.

这一变化，在本届摩博会体现得淋漓尽致。

头盔、服饰等配套产品展商王延飞，曾参加过多届摩博会，他表示，本届摩博会人气特别旺，其中一个原因就是年轻群体的热情高涨。

摩博会组会相关人士也表示，近年参加摩博会的人群中，30岁以下人群比例正逐年大幅增长。

在配套产品选择上，这些年轻人看的都是潮牌，在摩托车的选择上，他们几乎都直奔运动、休旅车而去，对通路车型不屑一顾。

透过近年的摩博会和市场，业内人士已看清了这一波风口：

随着汽车的普及，摩托车的代步功能日渐弱化，运动和休闲功能日益凸显。

隆鑫通用一位负责人表示，近三年来，整个行业250cc及以上的大排量摩托车销量，在国内的年度复合增长率达到40%左右。

去年，大排量摩托全国销量是24万台，今年即使在疫情影响下，1–8月增长率也达到61%。

大排量高端摩托车，正在成为市场新宠。有人断言，未来数年之内，中国摩托车市场可能完成“工具车市场”向“玩具车市场”的彻底转型。

这也意味着，摩托车行业规模化大生产的廉价时代将结束。

正是测准了“风向”，重庆摩托车产业才能摆脱过去的桎梏，努力作为，取得新的成果。

经历

重庆，一度是当之无愧的中国摩托车之都。

1979年，嘉陵厂制造出中国第一辆民用摩托车——CJ50。其后，重庆逐渐成为摩托产业重镇，各大品牌相继崛起，红极一时。

2003年前后，重庆摩托车整车年产销量，达到前所未有的水平——

整车1000余万台，发动机（含通机）2000余万台、产值约1700亿元，从业人员超过15万人。

那时，重庆一度成为全国最大的摩托车生产、出口基地，占据国内市场40%以上的份额。

然而，也正是在2003年，重庆摩托车产业急转直下，当年即出现全行业亏损。

此后十余年，是重庆摩托产业最低迷的时期。2018年，重庆摩托车产量仅为389万辆，只有高峰期的三分之一左右。

由盛转衰，原因何在？

在小排量、低门槛市场中沉浮不起、打价格战，市场乱、利润薄。

随着越南等国际市场剧变，加上国内多地“禁摩”，低端走量路线，最终无以为继。

中国摩托白皮书统计数据显示，从2012年开始，国内摩托车销量总体明显下滑，6年间，销量减少了34.15%。

重庆汽摩交易所有限公司总经理王晓骏指出，近年来，受快递和外卖等行业影响，小排量踏板摩托车、电动两轮车产销量有所回升。

但由于其依然门槛较低，市场竞争越发残酷，重庆摩企并未从中捞到额外好处。

痛定思痛，重庆摩企纷纷苦练内功，终于迎来新一轮市场风潮。

引导

捕捉到产业新动向的不是摩企。

一家摩托车企业的负责人回忆，2019年伊始，市经信委等行业部门，紧锣密鼓地与企业开展了一系列调研和座谈。行业组织的大小论坛交流活动更是不计其数。

2019年初，重庆将摩托车产业首次纳入了“重庆市支柱产业”名目。

接着当年5月，我市出台《推动制造业高质量发展专项行动方案(2019—2022年)》，明确提出：为促进重庆摩托车企业抢占国内外中高端及利润较高的市场，提出加快开发投放250cc排量及以上巡航车、赛车及越野车等中高档摩托车产品。

政府总览全局，为摩托车产业引路领航。在业内人士看来，这是重庆围绕推动高质量发展、创造高品质生活，找准了产业升级方向，放开手脚，不遗余力给予产业支援。

此外，重庆实施以大数据智能化为引领的创新驱动发展战略行动计划，也让摩托车企业转型升级事半功倍。

10月13日，隆鑫摩托车制造车间，机械臂在空中划出一道道规则的弧线，一条条智能生产线引人注目：

自动选配系统，将轴瓦零件的选配时间，从传统的十几分钟缩短为十几秒；

气门垫片选配系统，匹配精度达到千分之一毫米；

此外，还有全自动喷涂线、缸头自动检漏、合箱自动拧紧……

在智能排产系统的指挥下，实现了智能分解订单信息、选择产线，确保精益生产和订单准时交付。

“近年来，我们在行业部门指导下，依托大数据智能化，努力推进研发、设计、制造、品控等多个环节同时升级。”隆鑫通用相关负责人表示。

宗申的摩托生产线也同样如此。

通过搭建智能网络，线上每台发动机都会刻上编号和条码，每个工序都通过传感器进行数据检验，并对产品从上线到包装各个环节的所有信息进行记录。

与传统的自动流水线相比，宗申改进后的生产线人员减少70%，自动纠错防错能力提升10.6倍，作业自动化率增长10倍，人均效率同步提升了4倍。

力帆摩托则在车机智能化方面发力，开发了“智能摩托”系统——机车卫士。

该系统集合了物联网的最新成果，可实现人、摩托车和手机的互联互通，用户通过下载机车卫士App绑定设备后，可以实现与车辆ECU的连接，并读取到车辆的油量、电压、缸温、车速、里程、发动机转速等关键数据，还可实现车辆轨迹查询和防盗功能。

“智能化牵住了产业升级的‘牛鼻子’。”宗申产业集团常务副总裁李耀认为，摩企实施智能化改造，不仅可以提高生产效率、大幅提高产品质量，还通过工业互联网等“上云上平台”方式，打通了生产、包装、售后等环节的数据通道。

新局

迎接风口，打好有准备的仗，重庆摩托车产业呈现全新气象。

近期，隆鑫与全球知名摩托车企业——意大利MV奥古斯塔公司签署协议，计划开发350–500cc系列和800cc无极新产品。

隆鑫通用上述负责人介绍，目前隆鑫推出的无极高端摩托车品牌，已涵盖休旅、复古、跑车、街车等诸多产品类别，2019年无极品牌销售收入同比增长4.49倍，今年继续保持了高速增长。

此外，高端产品显示出了国际竞争力，在去年销售的隆鑫“无极”摩托车中，有很大一部分就是出口，且出口的都是法国、意大利等欧洲发达国家。

本地其他摩托车企业，也加快了大排量摩托的研发进度和新品的推送速度。

宗申新推出的“赛科龙”大排量摩托车和“森蓝”电动摩托车，每辆售价3–5万元，产品供不应求。上半年，宗申大排量摩托车销量同比增加247%。

力帆V16车型经过持续耕耘，已成为国产V缸太子车的标杆产品；K19新品上市不到一个月即突破2000台销量，“KP”系列主力车型甚至要排队提货。

接下来，力帆还将紧锣密鼓的发布K18、KPV运动踏板、V16S等一系列新品。

重庆日报记者了解到，目前，重庆几家主要摩企的大排量高端产品销量，在整体摩托板块占比还不算很大，但其附加值却远远超过传统的通路车型，未来潜力无限。

编后语

重庆摩托车产业“失”与“得”

白麟 吴刚

有人说，过去的十年，是重庆摩托车产业“失去的十年”。

曾经的“中国摩托车之都”，如今在生产规模、品牌美誉度等方面，已被江浙、广东等“后起之秀”相继赶上。其中的沉浮，令人唏嘘。

但如果把视线聚焦到摩博会，又会发现情况并不完全如此。

近些年来，摩博会上世界品牌、全国摩友集聚，仍是重庆每年都会上演的盛况，此为国内独一份。

事实表明，重庆仍是摩托技术与产业高地，重庆市场和行业号召能力至今无二。

尤其是摩友这个群体对重庆的无比热情，让我们看到，重庆所引领的摩托消费文化愈发浓郁。这种软实力，恰恰需要用漫长的时间来沉淀。

在产业的低迷期中，重庆的摩托车产业，也凝练出了市场浮华时期无法具有的深邃和厚重。

所以，当中国的摩托消费结构逐渐与世界接轨，重庆才能以别人不具有的优势姿态，迎接新的上升台阶。

或许，重庆最近将摩托车列为支柱产业，背后就遵循着上述的逻辑。

当然，除旧布新的“功课”还有很多。只有认真总结过去低门槛发展、恶性竞争的经验教训，重视技术和管理、商业模式创新，用大数据智能化等提升自己，重庆摩托车产业才能真的破除桎梏，取得长足发展。

在重庆国际博览中心，第十七届中国国际摩托车博览会宗申展台，国外的专业观众在此观展。 记者 张锦辉 摄/视觉重庆