

集众多属性于一体 “飞驰”标准越野赛 “智展”摩托“声震”美国市场



我国曾是摩托车第一产销大国,由于多种因素制约,摩托车产业发展一度受到影响。如今,随着年轻消费群体兴起、高品质消费趋势的形成,集颜值、社交、娱乐属性于一体的摩托车逐渐成为个性化的象征、休闲文化的标签。

1月3日,记者来到永康市智展科技股份有限公司(以下简称 智展科技公司),在感受调试跑道上一辆辆帅气越野摩托车 轰鸣 的同时,了解企业是如何优化出口产品结构,飞驰 美国市场的。



儿童越野摩托车
▲越野摩托车整装待发

细分群体挖掘消费潜力

M 锚定冠军之路 焕发产品活力

在智展科技公司二楼摩托车生产车间,笔直的摩托车整车生产线上,员工们在各自岗位上紧张忙碌作业。一辆完整摩托车,经历车架、轮胎、油箱等部装,以及方向柱、前轮总成、后叉组合等线装的大小上百道工序。

组装完成后,再经过加速、灯光、尾气排放、轮子矫正等环节测试,摩托车即可 漂洋过海 抵达消费者手中。消

费升级的浪潮,促使集颜值、社交、娱乐属性于一体的摩托车不单局限于成年人的喜好,它正向中学生、儿童等群体蔓延,国产机车正拥有巨大的外贸市场潜力。智展科技公司总经理鲁来奎说。

在琳琅满目的越野摩托车中,一旁排成整齐方阵的儿童越野摩托车尤其引人注目。

鲁来奎向记者展示了其中的主角

KB57。只见该款摩托车银红相间、造型鲜明,非常时尚前卫,车身采用低矮的轮廓设计,比赛气质立即彰显。同时,为了迎合5岁至14岁这类主要消费群体的身体构造,设计师将车身大小参数设置为长约1.2米、高约0.8米、净重28kg,尽可能地保证他们获得较好的使用体验感。

外观让人感到惊艳,实用性更是可圈可点。它搭载了我们公司自主研发的单缸四冲程发动机,匹配高性能化油器系统,最大输出功率可达1.8kw/7000rpm,支持2小时以上的驾驶时间,

完全能满足儿童及青少年在各类标准越野赛的体验。鲁来奎介绍。为了应对市场竞争压力,智展科技公司细分青少年消费群体,除了在产品外形设计方面下足功夫外,还大胆创新引进最新的技术和理念,让新品具备更高性能和更好驾驶体验,做到精准研发,尽可能扩大消费市场。

据悉,从2023年4月开始,该产品平均每月销量在3000台以上。目前,该公司的越野摩托车订单已排到今年2月底。

闻风 把握产品更新脉搏

据了解,中国摩托车商会发布,在众多外界因素影响下,2023年以来,中国摩托车产销量与出口量均出现不同程度下滑,其中销量降幅在10%左右。一些国内大型外厂商先后走上 以价换量 之路。

这与2022年上半年美国EPA对道路车辆(乘用车及卡车、商用卡车或公共汽车、摩托车)排放限值重新规定,存在重要关系。鲁来奎直言不讳。这

意味着,国内面向美国市场生产、销售的竞技类摩托车企业,均要重新认证并满足EPA上路的具体要求。

我们公司根植美国市场多年,政策变动,让我们的产品销售变得被动。谁能第一时间实现产品创新,重新完成认证,谁就能最快抢占市场。鲁来奎说。其中,较为典型的例子就是智展科技公司将KB57搭配单缸四冲程发动机,匹配高性能化油器系统,

在符合国四排放标准的同时,从2022年8月便委托第三方开始测试、提交申请、管理员抽样、排放测试、审批等,耗时8个月,终于完成美国EPA的上路认证。

借着先声夺人的优势,2023年4月,智展科技公司各类摩托车在美国市场销售持续火热,以KB57为代表的儿童越野摩托车更是成为该公司众多产品中的主打。

这是紧扣 政策风 。近年来,随着摩托车电动化、智能化的发展趋势成为行业共识,我们也在做相关项目的研发,希望能将原本的燃油竞技摩托车转型升级,拓展竞技摩托车电动化,努力打造行业样板。鲁来奎说,接下来,该公司还将积极响应有关部门的 展会日历,瞄准 赶海 方向,持续走好企业高质量发展道路。

融媒记者 程明星



永康
Yongkang
The Hardware Capital of the World
世界五金之都

文明健康 / 绿色环保 / 公益广告宣传

麻烦您给我张干净的脸！



一粥一饭，当思来处不易；
半丝半缕，恒念物力维艰。

A PORRIDGE AND A MEAL ARE HARD TO COME BY;
HALF A THREAD AND HALF A
THREAD. IT'S HARD TO KEEP THINKING ABOUT MATERIAL RESOURCES.

永康市融媒体中心 宣