



“摩托车热”来了 谁在为情怀买单

有经销商半年卖出7000余辆，销量超去年全年

文/片 齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 范佳 张泰来

通勤摩托卖断货 一天卖出六七台

5月和6月，济南市民陈思在为摩托车忙碌。陈思今年42岁，家有汽车一辆。学生时代，他曾经有相当长一段时间驾驶摩托车代步，直到现在他还清楚地记得当年那辆本田250。后来，他就以汽车作为出行工具。

今年5月，陈思动了心思，想买一辆摩托车，听朋友介绍，去摩托车店里实地查看，选车型、谈价格，最终定下了一款川崎大功率摩托。原有的摩托车驾照也因为脱审失效，安全起见，在等待爱车到货的时间里，陈思又找到驾校，专门进行了培训，顺利拿到了摩托车驾照。这样整整花了两个月的时间，陈思最终车证齐全，重新成为一名摩托车骑手。

家里有车为什么还要花费不菲的价格买摩托呢？陈思说，更主要的原因还是内心的喜欢，他喜欢跟摩友们一起骑行的感觉。

这个暑期，像陈思一样倾心于摩托车的不在少数。“摩托车卖得很好，这两款通勤摩托经常断货，一天就能卖出去六七台。”22日上午，济南市二环西路VOGE无极机车销售店里，工作人员向齐鲁晚报·齐鲁壹点记者介绍。

店铺刚开门不到半小时，店里就已经先后来两拨顾客。工作人员介绍，类似的情况从6月份以来就成了店里的常态。

销量同比增五成 新店生意也挺好

济南骏龙商贸有限公司是铃木摩托在山东的总代理，对于上半年的摩托车热，总经理尹强有着更为直观的感受。

“总是缺货，从早上到现在接了四五个电话了，都是要货的。”尹强说，目前，济南市销售铃木摩托的有13家店，全省有150多家店，绝大多数的销售量很可观。

尹强介绍，以济南为例，受疫

这个夏天，摩托车再次迎来了春天。疫情之下，机动灵活的摩托车逆势上扬，全国范围比去年同期增加80万辆，新一轮的摩托车热在全国范围内兴起。在济南，有摩托车品牌上半年销量取得了同比上涨50%的好成绩。“摩托车热”的到来，背后有着怎样的消费市场和心理呢？



7月22日上午，济南二环西路一家摩托车经销店里，顾客在选购摩托车。



情影响，整个二月份店铺几乎没有开门营业，即便如此，通过顾客主动联系等方式，二月份济南市区还卖出28台摩托，到了3月中下旬，店铺陆续正常营业，销量也很快上升，从4月份开始基本上就处于供不应求的状态。

“可以说是前所未有的，山东上半年就销售了7000多台。”尹强说，他所代理的品牌上半年的销量创

造了多年以来的新高，相比去年同期销量增加了50%以上。

销量攀升的不只铃木一个品牌，北外环摩托车大世界济南宗明摩托车经销处主要销售长江、宗申等多个品牌的摩托车，销售量同样可观。

“上半年卖了1000多台车，虽然受疫情影响店门关了一段时间，但与往年平均水平比，今年上半年的销售额还是上升了40%左右。”店铺负责人宗明战介绍，今年他还在泺源大街开了一家新店，虽说开业不久，但目前每天也能卖出六七台车。

六个月时间 济南增加26205辆

尹强说，别看摩托车现在热度不减，实际上包括他在内的从业者可是着实经过了相当长时间的苦日子。

众所周知，摩托车在上世纪八九十年代一度成为国民出行工具。可是到了新世纪，在多因素影响下，摩托车行业进入低谷。

“摩托车行业在2008年金融危机和相关政策影响下，从2700万辆的顶峰跌到过最低1100万辆

左右。轻骑同样受此影响从56万辆下滑到7万多辆。”济南轻骑大韩摩托车有限责任公司董事长、总经理刘旭东介绍说。

作为资深的从业者，尹强也经历了这段低谷期。没想到的是，从2018年开始，摩托车行业就开始触底反弹，当年销量3000辆，2019年达到6900辆。今年上半年销售量已经超过去年全年，达到了7000多辆。

与此相呼应，轻骑集团的摩托车产销量也在不断回温。刘旭东介绍，去年轻骑的销量已经接近10万辆。

摩托车热也能从数据上找到印证。济南市车管所提供的数据显示，截至目前，济南市共保有284587辆，而根据此前的通报，去年的12月底这个数据是258382辆，也就是说，在6个多月的时间里，济南市摩托车保有量增加了26205辆。

把目光投向全国，今年上半年，受疫情影响，全国汽车保有量增速放缓，同比去年同期少增加200万辆。与汽车形成鲜明对比的是，摩托车增速不降反增，上半年共新增摩托车332.5万辆，比去年同期多增加88.5万辆。

热点解读

限摩令解禁，为行业注入『强心剂』

沉寂多年的摩托车为何能够咸鱼翻身？

对于这个问题，作为资深的从业者，尹强认为摩托车的再度火爆首先还是要从摩托车最根本的通勤功能找理由。

尹强说，在他的店里有通勤摩托，也有大排量摩托，卖得最多的还是通勤车型，占到总数七成以上。

中国摩托车商会秘书长张洪波此前接受采访时介绍，中国摩托车产业经过69年的发展，已经成了产业链齐全完善、市场化程度高的产业之一。

在摩托车休闲娱乐文化蓬勃兴起的当下，刘旭东认为以西安为代表的城市宣布摩托车限行政策解禁，是推动市场迅速发展和摩托车企业技术投入的强心剂，同时对缓解城市道路交通压力也有利。

从全国范围内看，山东省的骑行环境一直都不错，交警部门在管与放之间把控得比较有序，所以山东的摩托车市场发展也很迅速。

“市场放开了，企业才有资金来进行高端摩托车技术研发，才能进行自动化改造，使摩托车产品从简单粗放的模仿变成精雕细琢的制造。”刘旭东表示，整个摩托车产业也将接受竞争和淘汰，实现品牌实力提升。

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 范佳 张泰来

快递同样重的货物 两次为何相差七千元

花钱少的反而到得早，咋回事

齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 任玉停

标快和极速 送达时效为何差不多

壹粉许先生家住济南市莱芜区，从事起重大型设备维修行业。前不久，一位海南省海口市的客户紧急订了一批链条，因为这次要的量比较大，库存不足，许先生特意联系了河北保定的一家机械加工厂，由于两家常年合作，对方很爽快地答应供货。

货源有保障了，但是重达865公斤的货物怎么运输又是一个问题。经多方询问，某快递公司的业务员称可以提供这种长距离、超重量货物的运输服务，并且向许先生介绍了公司旗下两款快递产品。

“一个是标快，价格较高，但是时效快，承诺2日送达；另一个



近日，壹粉许先生在齐鲁晚报·齐鲁壹点情报站上反映，最近他发快递时遇到了一件奇怪的事情：同一家快递公司，同等重量的货物，两种快递方式，运费差了7000余元，然而送达时效却一样。这是怎么回事？

是极速包裹，价格相对便宜，承诺3—4日送达。”许先生说，因为客户急着要货，在业务员的推荐下，他选择了标快，运费总计12119元。

许先生回忆，7月20日晚上8点快递公司揽件，到了22日下午1点，货物就送达到了海口客户的手里。

“确实很快。”对于第一次的快递服务，许先生十分满意，在收货当天下午，他再次在手机小程序上下单寄快递，还是从河北保定发往海南海口，还是同等重量的货物，不过因为先前已经发过一批货了，所以这次不是很急，许先生选择了价格较便宜、运输时间也较长的“极速包裹”，运费总计5329元。

不过让许先生没想到的是，第二次的快递竟然在2日内就送达了，甚至比第一次的快递运输时间还快4小时。货物提前送到，但是许先生却高兴不起来，“既然两种快递产品送达时效一样，我为什么要多花7000多元选择‘标快’呢？‘标快’的意义在哪？”

许先生拨打了该快递公司的投诉电话，认为对方应该给出合理的解释，并且退还给他“多

收”的7000多元，但对方迟迟没有给出具体回应。

进行了“升舱服务” 没提前告知引起误会

7月28日上午，该快递公司的相关工作人员联系到记者，表示接到消费者投诉后，总公司分别联系了河北保定和海口两家当地网点，了解事件经过，并对两次快递运输路线及中转网点进行了全面复盘。

该工作人员介绍，在中转场和运力资源的配置上，标快产品的优先级是高于极速包裹的。也就是说同样的情况下，标快的产品要优先发送，“所以标快的时效性更快，因此价格也更高。”

为什么许先生第二次的极速包裹反而更快呢？上述工作人员表示，其实是因为发件点的业务员给许先生进行了“升舱服务”。

“因为业务员实行计件制，

像这种频繁寄送、大批量的货物，对业务员的收入有很大的提升。所以业务员当时是想把许先生发展成一个长期合作的关系，根据客户提出的需求，第二次推荐了极速包裹的产品。收件回到网点之后，业务员又向网点的负责人申请了重点资源保障。”该工作人员解释，这个重点资源保障曾是疫情期间，公司专门用于运输抗疫物资的，“一旦申请，在公司内部系统上就会进行标注，只要货物流转到相关的中转场和网点，都要优先处理。”

更巧合的是，第二次发送的快递所到的几个中转的场地，在那几天配送资源都恰好相对宽裕，因此货物比预计送达时间还提前了8个小时送达。“但是业务员没有提前把这一情况向客户告知，导致客户产生了误会。”该工作人员说，目前他们已经跟客户说明了情况，在处理结果上也和客户达成和解。