

“三蹦子”海外成网红，其实并非新鲜事

其中也有鲁企产品涉足这一市场，近期需求火爆

记者 张琪 见习记者 刘志坤

带动效应： 山东产品需求火爆

早些时候，一位嫁到美国的中国网红博主吴博发视频称，自己从国内网购了一辆电动三轮车，漂洋过海邮寄到美国，作为送给美国公公的圣诞礼物。据了解，这辆三轮车售价大约600美金（折合人民币大约4300元），运费超过车价。经过2个月的等待，这辆国产“三蹦子”秒变博主公公的“大玩具”，家人也对这个“远道而来”的礼物十分喜爱。老人开出去兜风时，不少看到的人表示想要购买电动三轮车的链接，甚至还有人想直接买下博主的这辆电动三轮车。吴博随后把这段经历制作成视频发到了短视频平台上，立刻火遍全网。

据了解，出口海外的国产电动三轮车，多来自于被誉为“中国电动车之乡”的无锡锡山电动车产业园，这里拥有雅迪、新日、台铃、爱玛等多家电动车企业。而视频中的这款产品，产自无锡国威摩托车有限公司。

该公司电动三轮车事业部的秦先生告诉记者，目前，公司海外客户主要以东南亚国家为主，通过电商平台销售。2023年，公司电动三轮车年出口量三万到四万辆，电动二轮车年出口量在10万辆以上，主要通过青岛港、广州港销往海外。

电动三轮车在美国受到关注后，也为无锡这家企业带来新的市场。秦先生表示：“从1月初到现在，新增五六百辆的订单，以私人定制为主。”

记者在社交平台发现，在出口海外的电动三轮车企业中，还有一家来自山东的企业。以生产农用车、卡车为主的五征集团，其生产的3MX电动三轮车被誉为“三蹦子”的豪华版。该公司相关负责人周文明告诉记者，农用三轮车主要出口非洲，而3MX电动三轮车的销路则是欧美等发达国家。

据了解，五征集团生产的3MX电动三轮车，采用乘用车使用标准，虽价格略高，但消费者的购买热情却难以抵挡。周文明说，“2023年整体销量不错，3MX电动三轮车产品刚刚起步，目前已获得大量订单，市场需求火爆”。

“不是轿车买不起，而是中国电动车更有性价比。”近日，一组中国电动三轮车在海外爆火的视频引起热议。视频也带动了国产电动三轮车在海外销量的增长。实际上，近年来，我国不少电动三轮车企业瞄准海外市场，销量在不断提高，尤其在2023年增长明显。

热潮背后： 相关外贸增幅明显

电动三轮车热潮的背后，是我国软实力与硬实力的提升，中国产品受到越来越多国家的认可。

百谏方略(DIResearch)研究统计，全球电动三轮车市场规模呈现稳步扩张的态势，2023年全球电动三轮车市场销售额达到618.6亿元，预计2030年将达到1498.9亿元，亚太是全球最大的市场，2023年占有大约90.06%的市场份额，其次是欧洲市场，占比约为5.14%。

阿里巴巴等跨境电商平台数据显示，2020年我国电动三轮车出口量达到100万辆以上，全球累计出口量达到1360万辆，出口国家和地区更是超过50个，其中江苏地区生产的电动三轮车销量更是连续13年位列世界第一。

无锡市锡山区电动车对外贸易协会秘书长沈瑜在采访中表示，2023年锡山区电动车行业平均外贸增幅达到20%，个别企业甚至达到50%。锡山区现有电动车出口企业160多家，在全球140多个国家和地区开设品牌专卖店。

山东财经大学国际贸易学院教授王磊认为，国产“三蹦子”在美国等发达国家受到关注，首先是对中国制造业竞争力有力的例证，体现了中国长期以来较强的劳动力优势、成本优势，以及技术优势。“不像现在在很多传言说，中国的人口红利已经消失，成本优势没有了，至少在中短期内是不存在的，中国出口仍具备非常强的竞争力和发展势头。”

在王磊看来，与过去不同的是，通过电商平台销售电动三轮车的方式，再次证明中国不管是产品制造，还是贸易渠道，跨境电商发展在全球处于领先地位。在新的贸易模式下，实现了新增长。

近年来，美国等发达国家提出逆全球化、制造业回流等。王磊认为，此类行为违反正常市场规律，中国在全球产业链当中依然具有不可替代的位置。全球化合作一直都是世界经济发展的主要路径，这一点未曾改变。



山东五征集团生产的3MX电动三轮车被誉为“三蹦子”的豪华版，主要销往欧美等发达国家。（资料片）

延伸阅读

国货出海热潮背后，“中国制造”依然很能打

大众新闻客户端记者 刘笑笑

这几天，国产“三蹦子”在美国走红，部分源自中国姑娘吴博发布的视频。“三蹦子”在国外街头爆火，导致今年元旦以来，美国本土消费者从各电商平台下单中国产电动三轮车的数量持续猛增。很多网友纷纷调侃，“不是轿车买不起，而是中国‘三蹦子’更有性价比。”

调侃归调侃，这一具有浓郁乡土气息的“三蹦子”，可是实打实的因为其高性价比、实用便利、品质有保证的特点，在海外受到欢迎。媒体采访该品牌相关负责人时，对方很是淡定，表示“订单有涨，但不完全是因为视频”。他们的产品出口近20年了，不光出口美国，还有其他国家。

我们发现，仅仅在过去的一年间，像“三蹦子”一样，一波又一波“中国造”火到了海外。比如，在1月19日举行的国新办新闻发布会上，中国工信部副部长辛国斌表示，2023年中国汽车整车出口

491万辆，同比增长57.9%，有望首次跃居全球第一；比如，新消费行业最卷的茶饮赛道也火到了海外。瑞幸落地新加坡，喜茶走出亚洲，蜜雪冰城也在海外启动了新一轮扩张；还有国货美妆品牌、中国短剧、中国“新基建”等一大批中国元素在海外实力圈粉。

不难看出，随着国内消费市场的升级和消费者需求的多样化，国货品牌已经逐渐摆脱了过去低端、廉价的形象，通过产品创新、技术升级、产业结构转型升级等，实现了产品品质和品牌价值的提升。在世界经济复苏缓慢、国际贸易疲软的当下，中国制造、中国品牌依然可以借助稳定的质量、创新设计、精准营销等多维度突围，扬帆出海，在海外获得认可和青睐。

在国货出海的汹涌热潮中，山东作为制造业大省、外贸大省，也将好品卖到全球，跑出了“山东造”出海的加速度。据海关统计，2023年，山东电动载人汽车、锂离子蓄电池、太阳能电池外贸“新三样”出

口93.9亿元，同比增长47.3%，其中前两者增幅均超100%。外贸“新三样”成为山东产业发展新趋势和外贸增长新动能。

这背后离不开政府、企业的努力。2023年，山东把支持保障企业走出去、抢订单、拓市场作为稳外贸的重要抓手，全面落实“境外百展”市场开拓计划，先后举办山东农产品东京展、中国山东机电产品新加坡展等，主动出击，抢抓订单，为国货出海注入了强劲的动力。同时，研究出台《推动外贸外资稳规模优结构高质量发展的若干措施》《山东省跨境电商跃升发展行动计划（2023-2025年）》《推动外贸稳规模优结构的若干政策》等系列文件……一项项务实开放的举措落实落细，进一步稳住了市场主体的预期和信心。

2024年伊始，山东发起并实施“好品山东 鲁贸全球”市场开拓行动，聚焦稳住欧美日韩等传统市场，更大力度拓展东盟、中亚、拉美、非洲等新兴市场，为全球消费者带来更多优质的选择。

编辑：蓝峰 美编：刘燕 组版：刘淼

大道 敢探者
全场景硬核跨界大皮卡

江铃轻卡焕新季
诚心诚意送福利

蓝鲸车型三年十万免息

万事全顺跃龙门
福顺迎新送大礼

江铃汽车 山东江铃全顺汽车销售服务有限公司 地址：济南市槐荫区腊山街道担郎路318号 福特专营：87964833 JMC专营：87967545 匡山分公司：85668678 章丘店：18615212698 济阳店：15589909617 商河店：18753189391 平阴店：13361035986