



海风裹挟着创新的气息,吹拂过厦门国际博览中心的玻璃幕墙。5月27日清晨,这座现代化的会展综合体门前已是人声鼎沸。“全维焕新 智领未来”——金彭 2026 年度商务盛典暨新品发布会,在这里拉开帷幕。

于变局中开新局,金彭集团始终立足徐州、布局全国,凭借持续的技术创新、完善的产品体系、稳固的渠道生态,稳居行业龙头地位。对于连续十八年稳居行业榜首的金彭而言,这一次的厦门之行,不是一场简单的年度成果复盘,而是一次面向未来的自我宣战,是一场由内而外的系统性革新:从产品研发、技术迭代,到业态模式、渠道运营、品牌生态,实现全维焕新,以智能化升级为核

战略焕新 百场景重构产业逻辑

渠道焕新 构建厂商共赢生态

使命焕新 续写领跑新华章

产品焕新 全矩阵精准适配场景

用户展区打卡拍照

金彭 2026 商务盛典 重塑电三行业新格局

全维焕新 智领未来

行业迭代加速,转型方能致远。面对市场细分加剧、用户需求升级、行业竞争升级的全新格局,金彭率先跳出行业粗放发展的惯性思维,在盛典上发布全新产业战略,以颠覆性的发展思路,重构电三产业增长逻辑,为行业转型指明方向。

“新时代的市场竞争,早已不是产品数量的比拼,而是场景适配、技术实力、用户服务的综合较量。”金彭集团副总裁兼电三产业平台主王海冲深度解读全新产业战略,直指行业传统“一盘货”粗放模式的弊端。

那么,如何打破这种恶性循环?金彭给出的答案是:彻底摒弃单一产品通吃全市场的旧思维,全面推进“百场景”产品布局,依托平台化、模块化研发体系,实现产品精准迭代,大幅提升研发效率与产品品质。同时,确立“智能化、舒适化、安全化”三大核心技术战略,坚持把复杂的专业技术,转化为用户可感知、可体验、可信赖的驾乘体验,让科技服务百姓出行。

在渠道发展层面,金彭集团完成核心思维迭代,正式从传统“卖车思维”全面转向“经营用户思维”。聚焦终端痛点,重点升级门店体验场景,发力线上直播引流矩阵,强化全流程服务意识,通过线上线下深度融合,破解传统渠道获客难、转化弱、黏性低的发展难题,以全维焕新的发展格局,激活产业全新增长动能。

全新的战略布局让在场经销商倍感振奋。来自安徽宿州砀山县的全国销售冠军王灿深耕终端市场多年,见证了行业大多是同质化铺货、靠价格竞争,经营压力很大。”他坦言,金彭本次的战略升级精准切中市场痛点,场景化产品布局、数字化渠道转型、精细化用户运营,让经销商摆脱低价内卷,“从拼销量到拼服务、拼体验、拼精准适配,公司的全维革新让我们终端经营更有方向、更有底气。”王灿坚定地

焕新 启程 再领航

金彭 2026 商务盛典 重塑电三行业新格局

本报记者 李薇薇 张雷

产品焕新 全矩阵精准适配场景

渠道焕新 构建厂商共赢生态

使命焕新 续写领跑新华章

产品焕新 全矩阵精准适配场景

用户展区打卡拍照

金彭 2026 商务盛典 重塑电三行业新格局

全维焕新 智领未来

产品是企业的生命线,也是金彭十八年稳居行业榜首的核心底气。

记者了解到,本次盛典以全方位产品焕新,实现技术、颜值、智能、安全的多重突破。多款重磅新品集中亮相,覆盖货运、家庭代步、亲子出行、城市通勤、女性专属等全细分场景,凭借智能化硬核配置、精细化场景设计、国际化美学设计,成为全场最大亮点。

针对下沉市场农贸运输、建材搬运等刚需场景,电三产品中心闫嘉伟发布 2026 货运产品线年度规划。聚焦用户“拉得重、跑得远、用得久”的核心诉求,金彭货运系列产品完成性能、体验、智能三重全面提升,迭代优化铠甲 3.0 智控动力系统、雷神二代动力系统,对车架、刹车、减震等核心部件精工优化,打造出骏威 2、锋刃 2Pro、征运 3、悦驰 5、途运系列差异化产品矩阵。全系货运车型更耐用、更安全、更高效,完美适配基层商户、农户的生产运输需求,以硬核产品实力守护百姓生计。

乘用车板块则由电三产品中心黄德智统筹布局,确立外观设计、技术驱动、工艺提效、品质筑底四大核心竞争力,细分六大乘用车品类,实现全品类精准覆盖。据介绍,2026 年下半年,金彭将密集推出十六款迭代新品,全面覆盖高端篷车、低速代步、短途通勤等赛道,全方位抢占市场增量。

篷车与轻便篷车新品的集中亮相,彰显金彭品牌年轻化、智能化的升级成果,收获全场瞩目。电三产品中心辛雨芬重磅发布雪宝 2、豆奇 3Pro 两款爆款新品。其中,雪宝 2 主打轻奢智能亲子出行,依托高强度笼式铠甲结构、双层夹胶绿玻构建全方位安全防护体系,搭载前后防溜坡、高清倒车影像、60000CD 超亮大灯等实用配置,安全性能拉满;车身小巧灵活、转弯半径小,新手、宝妈可轻松操控。同时创新搭载母婴级环保内饰、隐藏式顶置风扇、折叠小桌板,推出夏季空调版、冬季加热坐垫版适配四季出行,搭配蓝牙无感解锁、App 远程定位等智能功能,重新定义亲子出行标准。

豆奇 3Pro 聚焦城市短途穿梭场景,主打小巧灵动、智能实用。整车搭载汽车级自动复位有骨雨刮、双层夹胶绿玻、TBK2.0 超静音动力系统,静音舒适、驾乘平稳;配备 P 档驻车、防溜坡、多挡位调速等安全配置,筑牢出行防线;内置 4G 星链系统,支持手机 App 远程控车、一键寻车、实时定位,八大储物空间的人性化设计,精准契合城市日常通勤、买菜接送等多元需求。

电三产品中心李海玲发布的 Vita 奶龙智联双摄版、维尼两款新品,实现颜值、智能、安全的新突破。Vita 奶龙智联双摄版延续行业首创汽车级双层全钣金车身的安全基因,搭载金彭智控随行系统与前后双摄智眸影像系统,后续还将新增多项辅助驾驶功能,搭配奶龙定制软装配包,萌趣与实力兼具,凭借出色品质斩获米兰设计大奖。

全新车型维尼更是精准切入女性出行赛道,斩获伦敦设计铂金奖,是行业稀缺的女性专属智能座驾。该车搭载智眸三摄、汽车级 TCS 牵引力控制系统、全域智能灯光系统与电子儿童锁,构建三重安全守护;配备全域温控座舱、99%紫外线隔绝率防晒玻璃,适配女性防晒、舒适出行需求;创新搭载自定义灯效、开机动画与星空顶,打造治愈感专属出行空间,搭配无感解锁、语音控车等智能配置,全方位贴合年轻用户出行痛点。

多款新品的全方位升级,让现场经销商真切感受到金彭的技术迭代实力。来自河南郑州的经销商李要逐一体验新品后连连称赞:“今年的新品变化太大了。不仅颜值更高、智能配置更全,安全和舒适性也全面升级,专门针对宝妈、女性、城市通勤、货运农户做了细分优化,精准匹配不同用户需求,这样的产品不愁卖,也让我们终端销售更有信心!”

凭借过硬的产品品质,本次盛典上,中国质量认证中心为金彭豆奇 3、Vita、豆奇 2 三款车型颁发 A 级质量评测证书,同时颁发金彭“连续十八年行业第一”权威认证,以国家级权威认可,印证金彭产品的标杆品质与行业领跑实力。

业态焕新 打通流量转化新通路

渠道焕新 构建厂商共赢生态

使命焕新 续写领跑新华章

产品焕新 全矩阵精准适配场景

用户展区打卡拍照

金彭 2026 商务盛典 重塑电三行业新格局

全维焕新 智领未来

流量格局重塑,业态迭代升级。当下电动三轮车行业告别传统线下一经营模式,线上全域营销、用户精细化运营成为行业破局关键。

竞之道咨询创始人陈名友在盛典的主题分享中,精准剖析了行业的变局:“传统线下零售模式已经增长乏力,用户流量持续向短视频、社交平台迁移。线上线下一体化的全域营销,是经销商突破经营瓶颈、实现增量突围的核心路径。”

顺势而为,主动破局。金彭率先完成了业态的全维焕新,重磅启动了“十倍投入、百亿流量”数字化营销战略。

盛典现场,金彭与抖音生活服务、小红书、天猫、快手、京东等八大主流线上平台完成重磅战略签约,搭建起全域流量矩阵。

“我们要做的,不是简单地在网上打广告,而是要打通品牌曝光、线上锁客、线下核销的完整闭环。”金彭集团相关负责人表示,“我们会从品牌破圈、精准引流到终端转化,全链路赋能终端经销商。比如,我们会在抖音、小红书上投放大量的短视频和直播内容,吸引潜在用户;然后通过优惠券、试驾预约等方式,把线上用户引导到线下门店;最后帮助经销商完成转化和成交。”

这种数字化的业态升级,让一众年轻经销商看到了全新的机遇。

为培育行业新生力量、延续品牌领跑优势,盛典正式启动第一届金英汇“金二代”成长计划,通过系统化培训、全方位赋能,助力年轻经销商快速成长,接过行业发展接力棒。现场“金二代”集体登台宣誓,“金彭有我,请前辈放心”的铿锵口号,彰显出厂商同心、接力前行的奋进姿态。

“以往开店主要靠线下自然客流,获客渠道单一、增长受限。现在在公司百亿流量全域赋能,手把手教我们短视频运营、直播引流,线上获客、线下成交,彻底打破了地域和客源限制。”首批登台的“金二代”新生力量感触颇深地说。

新生代经销商纷纷表示,数字化转型为终端门店注入全新活力,让传统电动车销售焕发新生机。

不止于流量赋能,金彭同步完成用户运营业态的深度革新。

盛典现场,金彭车友会正式成立,产品共创官聘任仪式同步启动,标志着品牌与用户的关系实现质的升级。用户不再是单纯的产品消费者,更是产品共创、品牌共建的核心伙伴。通过 App、小程序、企业微信三端联动,金彭搭建起线上线下融合的私域生态,推动终端从“一次性卖车交易”转向“终身用户价值经营”,全面提升用户黏性与品牌口碑,这是金彭业态焕新的核心所在。

谁能留住用户,谁就能赢得未来。而金彭,已经找到了通往未来的钥匙。

渠道焕新 构建厂商共赢生态

使命焕新 续写领跑新华章

产品焕新 全矩阵精准适配场景

用户展区打卡拍照

金彭 2026 商务盛典 重塑电三行业新格局

全维焕新 智领未来

渠道是品牌发展的毛细血管,伙伴是长久领跑的核心支撑。面对行业渠道内卷、终端盈利承压等问题,金彭电三产业平台营销中心总经理张恒旭发布年度营销规划,以全方位渠道焕新、全维度政策赋能,助力经销商转型突围、稳健增收。

2026年,金彭集团将全力推动经销商完成三大思维转型:从传统批发走量转向深耕终端零售、从单一线下经营转向线上线下融合、从粗放渠道运营转向精细化用户运营,重点推进标准化小店建设与终端门店升级,全面夯实线下承接能力。同时推出多项暖心扶持政策:推行全国统一成本与售价体系,杜绝恶意低价竞争;落实老旧库存补贴,严控厂家压货、建立缺货赔付机制、推行一车一电一充标准,全方位减轻经销商库存压力、经营风险,打造低库存、高周转、高毛利的优质经营体系。

一系列实打实的渠道赋能政策,让深耕市场的老牌经销商倍感温暖。河南永城经销商团队负责人康辉表示:“过去行业普遍存在压货、价格混乱的问题,经营风险很高。今年金彭统一售价、严控压货、补贴库存,真正站在经销商的角度解决痛点。再加上百亿流量赋能、全品类新品加持、精细化运营指导,我们彻底没有后顾之忧,全力冲刺年度销量实现新突破。”

厂商同心,其利断金。金彭与经销商之间,早已不是简单的合作关系,而是休戚与共、共生共荣的命运共同体。在未来的发展道路上,金彭将继续与经销商携手并进,共同创造更加美好的明天。

“不创新等于死,我们不要追风口,我们要成为风口。”金彭集团董事长鹿守光的压轴演讲,为品牌未来发展锚定清晰航向,也彰显出企业持续自我革新、引领行业发展的坚定决心。

“十八年行业领跑,既是荣耀,更是责任。”鹿守光表示,面对行业全新变局,金彭将摒弃路径依赖,坚持长期主义发展理念,持续推进产品、技术、营销、服务全维度升级。持续加大研发与运维团队投入,深耕智能化、安全化、场景化产品创新;加码线上全域流量布局,激活团队创新活力,同步推进线下门店标准化升级,全面提升终端流量承接与转化能力。未来将持续优化厂商合作模式,以终端实际出货为核心考核导向,彻底为经销商减负,依托“线上引流、线下成交”的成熟模式,助力终端销量倍增,实现厂商共生共荣、长期共赢。

从“一盘货”到“百场景”的产品智变,从“卖产品”到“经营用户”的业态升级,从“传统经销”到“全域新零售”的渠道革新,深耕徐州的金彭,以一场全方位、深层次、系统性的自我革新,打破行业发展桎梏,重塑产业竞争规则。

海风依旧,潮起东方。站在十八年领跑的新起点上,金彭将持续立足实业、深耕创新、赋能伙伴、服务民生,以全维焕新的姿态、智领未来的底气,持续引领国内轻型绿色出行产业高质量发展,以徐州龙头企业的担当,为全国电动三轮车行业高质量发展标定全新坐标。