

从“制造”向“智造”

——金彭引领三轮篷车跨入智慧出行新时代

本报记者 李薇薇 张雷

跨越

喜迎党代会 奋进新征程



苏鲁交界,运河之滨,初秋的风吹过金彭山东超级工厂的现代化厂房。

9月10日,一场特别的“车展”在机器轰鸣的生产车间外摆开——阳光下,一辆辆崭新的三轮篷车一字排开,300余名从全国各地赶来的经销商围在车旁,坐进座舱感受前沿科技。有人拉着工作人员详细咨询配置,有人手握转把目视前方,还有人在后排晃了晃身子,脱口而出:“这质感,遥遥领先。”

这是金彭智行系列暨萌豆、维尼旗舰新品发布会的现场。但比新车更值得品读的,是这场发布会背后的深意——让电动三轮车朝着“懂用户的智慧出行伙伴”的新赛道阔步前行。而金彭,这个连续18年坐稳行业第一的品牌,正以一场从“制造”向“智造”的深刻跃迁,为整个行业标定新坐标。

制造为基 三级跳成就智造跨越

发布会开始前,金彭山东超级工厂参观通道,人潮涌动。

从冲压车间的万吨压机,到焊装车间的机器人手臂,再到涂装车间的无尘生产线,最后走到总装线的成品车旁,经销商们一路走一路看。“以前只知道金彭车卖得好,今天亲眼看见造车的过程,才知道这‘第一’有底气。”来自山东临沂的经销商李先生加入金彭一周年,第一次完整走完生产车间,“四大工艺都是汽车级的,车架焊得结实,漆面也均匀,这样的车卖出去,心里踏实。”

为什么把发布会开在工厂?金彭集团副总裁、电三产业平台主王海冲在发布会现场给出答案:“三轮篷车走到今天,靠的是真工艺、真实力。把新品发布会搬到生产现场,就是要让所有合作伙伴亲眼看见,金彭的车是怎么造出来的。我们的智能化不是喊口号,而是从生产端就扎下了根。”

站在车间前,王海冲和大家一起复盘了金彭在三轮篷车赛道上的三级“跳”:第一“跳”是2024年9月29日,雪宝产品在这里发布,那一年是三轮篷车快速增长元年,销量成倍增长;第二“跳”是2025年5月11日,第四代高端三轮篷车VITA全球首发,那一年,零售端快速崛起,建门店、做体验、引流量成了主流玩法,拼价格的时代成为过去,拼产品、拼终端的时代来了;而今天是第三“跳”,金彭重磅开启三轮篷车智慧出行新时代,重塑行业发展“新标杆”。

为什么是现在?一组数据给出答案:未来一两年,篷车整体市场有望突破100万辆,但市面上的产品大多还停留在基础代步层面,高端智能的产品很少,缺口很大。更大的变化来自用户——以前买三轮车的,大多是50岁以上的人群,主要用来拉货、赶集;现在26到46岁的用户占了84%,主力军是宝妈、上班族,用来接孩子、上下班、买菜代步。

“前两次,我们聚焦于产品升级、渠道升级;这一次,我们要再次突破自我,实现产业升级。”王海冲语气坚定,“电动三轮车从单纯的机械组装工具,升级成数字化、智能化的现代出行工具,这不是锦上添花,是行业的必经之路。对消费者来说,车不再是‘能跑就行’,而是要懂需求、护安全、够

舒适。”

“以前大家是向下卷价格,越做越便宜;现在要向上做价值,越做越好。”金彭电三产业平台营销中心总经理张恒旭说。

行业领先从来不是金彭的终点,而是不断跨越的动力。金彭的每一次跨越,也从来不在概念里,而是在踏实的制造根基上,在把用户需求放在首位的初心上——这是金彭始终不变的信念,也是三级“跳”每一次起跳时脚下最坚实的那块踏板。

技术为用 让智能读懂真实生活

金彭电动三轮车做了20多年,遮风挡雨的三轮篷车也火了好几年,“智能化”三个字听着新鲜,可在金彭这不是花架子,而是真能解决老百姓日常用车痛点的真本事。

发布会上,金彭电三产业平台产品技术中心副总经理郭永燕带来金彭智行系列和JSA全自研整车智能架构。“我们做智能,不是为了比参数、拼配置,所有技术都围绕一个核心——家庭真实出行场景。”郭永燕说,“老百姓天天遇到的难题,就是我们技术的出发点。”

记者了解到,现场发布的JSA全自研整车智能架构,凝聚了金彭300人研发团队5年心血,是硬件、系统、生态、AI四位一体,共享星链智能网联、御境智能座舱、TBK2.0智慧动力、御擎底盘、御行辅助驾驶五大板块。

说到底就是智能化引领行业发展的三件事:真智能、真舒适、真安全。

“很多宝妈都有体会,左手抱娃,右手拎菜,到了车边还要翻包找钥匙,手忙脚乱。”郭永燕一句话就戳中了日常痛点,“有了无感解锁,人走到车边,车门自动打开,不用掏钥匙。家里老人、爱人要用车,手机上一键分享授权。车辆在哪、骑了多远,手机上都能看;还有远程控车功能,夏天提前开窗通风,冬天提前开座椅加热。”

御境智能座舱,OTA升级、星晨智能仪表、星享空调、星耀灯光都是基础配置,最实用的是星语声控系统——说一句“你好小彭,打开雨刮”,不用低头找按钮,开车更安全。

“很多人都遇到过,仪表显示还有一半电,开着开着突然就没电了。”郭永燕介绍,TBK2.0智慧动力系统解决铅酸电池电量显示不准的问题,还有多档驾驶模式,载重、爬坡自动调动力,平路的时候更省电,同时电池管家实时监控电池健康。

看不见的地方,更见品质。御擎底盘系统,电子手刹EPB、牵引力控制系统TCS、多连杆独立悬架,防侧翻、防溜坡。“三轮车底盘的稳定性、安全性比什么都重要,这些是金彭重点发力的地方。”郭永燕说。御行辅助驾驶系统,把乘用车的辅助驾驶技术直接应用到三轮篷车上——盲区监测、碰撞预警、智能灯语、360度四色影像,针对的就是会车、窄巷通行、倒车入库这些高频场景。

“我们做这些,不是为了显得高端,而是守护用户出行安全。”郭永燕说。

从“能跑就行”到“懂你护你”,金彭的智能化路径清晰而务实:不堆参数,不玩概念,每一项

技术都指向一个具体的出行痛点。这背后,是金彭一以贯之的理念——技术不分高低,管用就好;智能不图花哨,懂你才行,让每一个普通家庭都能享受到技术进步的红利,才是智能化的真正意义。

产品为证 双旗舰定义出行新标准

好技术最终要落地到产品上,变成用户手里的好体验。萌豆、维尼两款旗舰车型的发布,让金彭智行系列的技术构想变成了看得见、摸得着的出行体验。

当两款车型在大屏幕上正式亮相时,全场响起了热烈的掌声。先亮相的是萌豆,主打“轻出行悦从容”。金彭篷车产品线经理辛雨芬拿着话筒,走到萌豆旁边,像聊家常一样介绍这款车:“为什么叫萌豆?因为它长得萌,也懂宝妈的心。宝妈买车,不只是买个代步工具,更是买个省心、好看、带娃的好帮手。”

萌豆外形圆润,主打家庭短途出行,把汽车级的安全与舒适体验真正下放到三轮篷车。萌系的车身,行业首创的钢琴烤漆仪表台;全车高强度碳钢一体成型笼式车架,车身钢板厚度提升15%;汽车级三碟刹制动,刹得稳、反应快;双开门设计,抱孩子上下车方便;内置冷暖双控空调,3分钟就能降到25℃;座椅加热、转把加热、顶置恒温风扇,一年四季都舒服;“你好小彭”语音控制,开车的时候不用分心按按钮;1500W超静音电机,起步轻柔,爬坡有劲。

一位来自河南平顶山的经销商郑女士听得格外认真,她自己就是宝妈。“这车简直是照着我的需求做的,空调、语音控制、安全配置,全说到我心坎里了。回去我就得先订一台自己开。”

随后亮相的维尼,则是把“轻奢智能”拉到了新高度。这款此前拿下伦敦设计铂金奖的车型,一出场就吸引着所有人的目光。维尼有四大核心系统:智眸、智控、智享、智感,行业首创车规级星空顶、毫米波雷达、精准电量检测、TCS牵引力控制系统、汽车级座椅、炫彩灯光、智能灯语。布艺座椅舒服又透气,还能向后放倒170°;前后排都有USB充电口;遮阳帘拉上,私密又防晒;再打开星空顶,放点音乐,就是一个专属的治愈小空间。

“很多人说,三轮车嘛,能代步就行。但我们觉得,哪怕是短途出行,也值得更好的体验。”金彭轻便篷车线总监李海玲的话很实在,“接娃的路虽然不长,但每天都要走;买菜的事虽然小,但每天都要做。把这些日常的小事做好,让用户每一次出行都舒服、都安心,这就是我们做产品的意义。”

展车旁,来自河南郑州的经销商李先生坐进维尼座舱,放倒座椅体验星空顶,饶有兴致地说:“这质感,真金彭。”有人算了算,这样的配置放在汽车上,得十万元级,放在三轮篷车里,绝对是降维打击。

萌豆护的是家庭短途出行的“基本盘”,维尼则拉高了三轮篷车行业智能化的“天花板”。两款车,一个向下扎根,一个向上生长,共同勾勒出金彭对智慧出行的完整理解——不放棄任何一个用户群体,不辜负任何一份日常需求。

共赢为道 与伙伴一起锚定新坐标

好产品,最终要走向市场,而连接产品和用户,正是遍布全国的经销商伙伴。发布会现场,张恒旭走上台,开门见山地说:“产品给大家准备好,政策给大家备足,营销给大家托底,就等大家撸起袖子加油干。”

他回顾了过去几年三轮篷车的“爆品”:2023年的豆奇、豆奇Pro,2024年的雪宝,2025年的VITA,每一款都是现象级“爆品”,工厂车间轮班转。有人说,金彭年年出“爆品”,是运气好。张恒旭却不这么看:“偶然火爆是运气,年年都能出‘爆品’,靠的是企业硬实力——对市场的判断、对用户的理解、对产品的打磨,还有跟经销商伙伴的并肩作战。”

“我们已经准备好了!有金彭这么好的产品和政策支持,我们没有理由不打一场漂亮的胜仗!”来自安徽砀山的经销商王先生握紧拳头,眼中满是斗志。他做金彭经销商20年了,每一波爆品都跟上了。“以前卖三轮车,靠的是脸皮厚、腿脚勤;现在卖智能篷车,靠的是产品力、品牌力。有金彭在前面探路,我们跟着走,肯定错不了。”

来自河南商丘的经销商张女士则更看重新品的用户吸引力:“现在的年轻人买车,就看颜值高不高、功能全不全、好不好开。萌豆的外观、维尼的星空顶,拍个视频发朋友圈,肯定能火。流量来了,生意就好做了。”

当天20时许,现场签约区热闹非凡,不少经销商当场就定下了备货量。有人说,回去就把门店的C位换成这两款车;有人说,回去先组织店员培训,把功能吃透;还有人说,回去就拍短视频,先让热度涨起来。

看着眼前热闹的场景,不难理解为什么金彭能连续18年坐稳行业第一。不只是因为产品好,更是因为金彭正从“造好车、卖好车”向“懂用户、护安全、陪全程”升级,以伙伴经济、用户运营构建共生共赢生态。这正是民营企业深耕实业、赋能伙伴、服务民生的生动实践。

从运河畔的这座超级工厂出发,一辆辆搭载着“金彭智行”的三轮篷车,将驶向千千万万个普通家庭,穿梭在接娃的路上、买菜的巷口,也出现在短途出游的场景中,同样驶向更广阔的海外市场。

“我们不要追风口,我们要成为风口。”金彭集团董事长鹿守吉表示。这句话,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。在以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局中,金彭以徐州龙头企业担当,为全球电动三轮车行业高质量发展标定全新坐标。

当智慧出行从汽车走进寻常百姓的短途生活,当中国制造向中国智造不断迈进,金彭正以先行者的姿态,引领三轮篷车行业驶入一个更智能、更安全、更懂用户的新时代。智慧出行的大幕已然拉开,跟上金彭,一起奔赴下一场远征,定义新的坐标。

►金彭三轮篷车爆款产品展示。

本报记者 刘冰 摄

►金彭三轮篷车爆款产品吸引年轻人打卡。

金彭智行系列暨萌豆、维尼旗舰新品发布会现场。