



短出行装备·三轮车产业调研

中国工业报

一座不靠海、不沿边的苏北县城，用25年时间将一辆“三蹦子”做成了占据全国60%整车份额、95%电机份额的百亿产业。第十六届丰县电动车展览会期间，中国工业报记者深入展会现场和企业一线，走访政府部门、整车厂商和特种车制造商，试图还原这条“富民路”背后的产业逻辑。一个传统农业大县何以成为“世界电三之都”？“半小时配齐一辆车”的极致供应链是如何炼成的？当规模化大幕拉开、出海浪潮涌起、智能化趋势扑面而来，丰县又面临怎样的机遇与挑战？带着这些问题，我们推出本期深度调查报道，并配发《中工车评》，以期为中国县域经济的特色产业之路提供一个值得细读的样本。

中国摩托车商会
CHINA CHAMBER OF COMMERCE FOR MOTORCYCLE
本版由中国摩托车商会协办

中工车评

把小产业做成大文章

■ 祁晓玲

参加完第十六届丰县电动车展，一个强烈的感受挥之不去：这座苏北县城用25年时间，把一辆看上去不起眼的“三蹦子”，做成了让世界侧目的百亿产业。其间的经验与隐忧，对中国县域经济发展不无镜鉴。

丰县的“金钥匙”，首推“因地制宜”。当有人质疑电动三轮车“土气”“低端”时，丰县人算的是另一笔账：中国最广大的是农村，农村最需要的是实用、便宜、好修的工具。据江苏省研究室《调查与研究》刊发的调研报告，当年丰县农民年均纯收入仅3130元，“让群众有钱赚”就是最硬的道理。不盲目追“高大上”，而是找准适配自身基因的赛道——这是丰县给我们的第一重启示。

第二重启示是“久久为功”。25年间，这个产业遭遇过多次生死考验：国际收紧、资金链断裂、大企业挤压……但丰县坚持“一锤接着一锤敲”，不曾动摇产业定位。正如盛象特种车创始人于孝忠所说：“我就做别人不干、嫌麻烦的，一干就是十年。”把一个产业“吃干榨净”，把一辆三轮车做到极致——这份定力，弥足珍贵。

但赞美之余，隐忧同样值得正视。

其一，“富民”与“强县”的张力如何化解？丰县GDP在江苏排名倒数第五，而电动车产业规模却高达300亿元。大量不开票交易使真实产值被低估，也导致地方财政收入未能获得匹配增长。随着规范化推进，如何让“隐形经济”阳光化，既考验企业承受力，也考验监管智慧。

其二，“内卷”惯性如何打破？在展会现场，记者既看到了高端特种车、智能无人车等“向上”的力量，也嗅到了价格战的硝烟。有外商直言“怕中国企业把价格战打到海外”。调研报告亦坦陈“同质化低价竞争”仍是隐忧。中国制造出海，不能只靠低价一条腿走路。

其三，人才与品牌的短板如何补齐？丰县虽有10余家企业涉足智能化，但核心技术团队仍依赖外部引进。本土“专精特新”企业数量不少，真正叫得响的消费品牌却不多。从“世界工厂”到“世界品牌”，还有很长的路要走。

其四，土地与空间的硬约束如何突破？开发区面积约11平方公里，龙头企业动辄占地上千亩，“选商”取代“招商”背后，是发展空间日益逼仄的现实。产业要向上走，不能再依赖平面扩张的老路。

小车转动大世界。中国县域经济的版图，正是在这一锤一锤的敲打中不断重塑。丰县的下半场，值得期待。

“三蹦子”如何转动丰县百亿产业

中国工业报记者 祁晓玲 文/图

4月21日，细雨蒙蒙，徐州丰县新能源车辆产业园内却热热闹闹。第十六届丰县电动车展览会如期开幕。近10万平方米展区里，1000余家企业同台亮相，12.8万人次专业观众涌入这座苏北县城。展馆外的泥泞赛道上，“场地拉力赛”正激烈上演——涉水、陡坡、沙地，参赛的电动三轮车在极限工况中嘶吼前行，围观人群中不时爆发出喝彩。

很少有人知道，这场硬核比拼背后，藏着一个县城产业25年的突围故事。

“倒车，请注意！倒车，请注意！”当这句提示音在异国他乡的街头响起，



盛象特种车生产的微型消防车。

从第一辆拼装车到“半小时配齐”

“一锤接着一锤敲，敲出了一条完整的产业链。”

丰县的“丰”字，有“丰收在望”之意。但在本世纪初，这里还是苏北典型的农业县，农民年均纯收入仅3130元。改变始于一次“嫁接实验”。

2001年，丰县农民企业家康云清将脚踏三轮车与电动车嫁接，组装出全县第一辆电动三轮车，随后创立徐州百事利电动车业有限公司。在政府鼓励“全民创业”的包容政策引导下，电三企业在丰县如雨后春笋般冒了出来。

“那时候简单，拿个车架，装上电机、电池就能跑。”丰县常店镇（高新区）政法委员付常帅向记者回忆，“但核心零部件都得从外地买。”

真正的考验出现在2009年。工信部发布电动摩托车新国标，将车重40公斤以上、时速超20公里的电动车纳入“电摩”管理，准入门槛大幅提升。丰县绝大多数电三企业站在了被淘汰的边缘。

“当时倒了一批，但也逼出了一批。”盛象特种车创始人于孝忠告诉中国工业报记者。他是这段转型的亲历者。2016年前后，行业三角债问题集中爆发，丰县电三企业经历了最惨烈的倒闭潮。“那时候大概有400多家，三年砍掉了一半。”于孝忠回忆，“我就想，再不走差异化，迟早活不下去。”

2016年，他砍掉所有传统通货业务，扎进特种车赛道——消防车、环卫车、冷链车、移动餐车……“别人不愿意做、嫌麻烦的，我去做。”

这正是丰县电三产业从“草根游击队”走向“正规军”的缩影。《调查与研究》将这一历程概括为三个阶段：孕育成长期（2001—2011年）、集聚壮大期（2012—2017年）、规范创新期（2018年至今）。25年间，丰县“一年接着一年干、一锤接着一锤敲”，锻造出这条完整的产业链。

在常店镇电动车产业园，流传着一个说法：“半小时配齐一辆车。”

这并非夸张。付常帅告诉记者，园



展会现场。

产自丰县的“三蹦子”已驶入全球80余个国家和地区。据江苏省委研究室《调查与研究》显示，丰县电动三轮车整车及零部件企业已发展至1400余家，年生产整车能力超500万辆、电机超1500万台（套），分别占据国内60%和95%以上的市场份额，产业规模突破300亿元；2025年规上产值实现113.7亿元、同比增长18%，“十四五”期间自营出口额年均增速保持在40%以上。

一个不靠海、不沿边的传统农业大县，何以成为“世界电三之都”？近日，中国工业报记者深入丰县调研，走访政府部门、整车企业、特种车制造商和展会现场，试图还原这条“富民路”背后的产业逻辑。

区已建成标准厂房300万平方米，入驻企业超1000家，形成了以常店镇、开发区为核心，孙楼街道、赵庄镇等板块协同发展的空间格局。电机、控制器、车架、电池、轮胎、仪表、喇叭、线束——几乎全部零部件均可本地化采购。“电机这块，我们占全国95%以上市场份额，可以说有核心定价权。”

核心部件的集聚效应，吸引了行业巨头。

爱玛、宗申、五羊等8家全国十强企业相继落户。在爱玛科技产业园，记者看到从零部件加工到整车出厂已实现全流程智能化。“爱玛把商丘工厂都关掉了，整体搬过来。”付常帅透露，“他们要了1600亩地，今年下半年投产。”

这意味着什么？与爱玛同级别的牌子，其传统生产基地在商丘，那里同样是中国电三产业的重要板块。但爱玛选择将产能集中到丰县，背后的逻辑再清晰不过——这里的供应链效率难以复制。

“以前是‘招商’，现在是‘选商’。”付常帅笑道，“没地了，很多企业想来都没法安排。”

据付常帅介绍，近三年，超60个产业链项目落地，总投资超200亿元；40余家模具、齿轮、锂电、轮胎等配套企业精准补链。丰县周边150公里内零部件可当日达，200公里辐射圈次日交付，综合物流成本比行业平均低15%—30%。

但硬币的另一面是，土地紧张正成为产业扩张的瓶颈。丰县整个开发区面积约11平方公里，单家爱玛一家就拿走1600亩。“GDP在江苏排名倒数第五，但展会期间酒店价格能翻三倍。”付常帅说，“因为开票数据少，实际产值远统计数字高。”

这种“隐形经济”，正是产业集群粗放增长的典型特征。《调查与研究》亦坦承：不少配套企业仍存在不开票、纳税不充分的问题。随着规范化大幕拉开，这一局面正在改变。

在“别人不干的”地方长出竞争力

“标准之争就是未来之争，谁能提前定义品类，谁就能占据主动。”

当传统货运市场陷入同质化低价竞争，一批丰县企业率先闯出新路。

“我就做别人不干的。”在采访中，于孝忠反复提起这句话。他的展厅里，移动餐车、冷链配送车、高压清洗车、微型消防车一字排开。最令他自豪的是一款社区微型消防车——“就是三轮底盘，配水箱、水枪、灭火器，能钻进胡同、老小区。”

这款车的市场需求大得惊人。于孝忠告诉记者，他在应急管理局——在政策空白处寻找市场，在“国家队”不愿涉足的缝隙里扎根。

于孝忠的产品线覆盖消防、环卫、冷链、快递、燃气配送等十余类场景。他给记者算了一笔账：全国环卫车辆保有量约45万辆，每年更新约15万辆，七成由丰县供货。“这个赛道看着窄，但没人抢，利润比通货高多了。”

高端化转型也在加速。“智能无人车领域，已经有10余家企业在

做。”付常帅说，“北峪智能、格仕智行等，都在做无人配送车、无人环卫车。引领未来展区今年第一次在展会单列。”调研报告特别提到：丰县已孵化出北峪智能、格仕智行等10余家无人作业车企业，在智能无人车领域初步形成领先优势。

参展企业步步先则把目光投向海外。该公司正向开发的全新嘟嘟客运三轮车，专攻非洲、东南亚市场。“我们是真正正向开发，不是改装拼凑。”步步先总经理周军向记者介绍。该车型满载6—9人，续航130—170公里，爬坡能力达18°以上，并针对高温、高湿、盐雾环境做了防腐处理。“海外维修条件差，我们车架用1.2毫米钢板，电焊一焊就能修，不像薄铁皮车，坏了就报废。”

如果说产品创新是“硬功夫”，那么标准建设就是“软实力”。2026年3月，中国工业报社与河南省步步先动力科技有限公司联合发布《休三电摩（2026）发展白皮书》，首次对“休闲三轮电动摩托车”这一新品类进行了系统定义。

“‘休三电摩’是什么？简单

从卖产品到“输出供应链”

“‘抱团出海’，不能把‘内卷’打到国外去。”

2025年，丰县电三产业出口规模突破20亿元，“十四五”期间自营出口额年均增速保持在40%以上。在展会现场，国际采购商的身影随处可见。来自孟加拉国的采购商哈里·诺曼·马希在供应链大会上用中文演讲：“南亚市场的电动车需求正在爆发，印度、孟加拉、尼日利亚，需求量惊人。”

但他也直言不讳地担忧：“我怕中国企业把价格战打到那里去。”

这一担忧并非空穴来风。中国摩托车商会秘书长张洪波在肯定出海成绩的同时，坦陈“同质化低价竞争”仍是产业隐忧，“破除‘内卷式’竞争”“规范市场秩序”等被写入政策建议。

“我们现在做的不只是卖车，是输出供应链。”周军反复强调。他打了个比方：“就像预制菜，我把所有东西都给你配好，你拿回去‘一加热’就行——底盘、电机、电控、电池全标准化输出，在当地组装。”

这种模式的好处在于：降低关税和物流成本，保证品质一致性。“这叫‘做长期生意’，不是打一枪换一个地方。”

在同期举办的“电动天下·2026电动车产业供应链发展大会”上，国家摩托车质量检验检测中心认证部副部长李家国详细解读了出口欧美的认证要求。“很多企业不知道要过哪些关。CE、EEC、DOT，不同市场要求不同，没有规划就出海，往往会碰壁。”

丰县已意识到这一点。《调查与



步步先全新正向开发的海外嘟嘟客运三轮车。

研究》明确提出“推动从‘产品出口’向‘产能出海、品牌出海’转型”，支持企业设立海外生产基地、组装中心和研发中心，构建海外售后服务和零配件供应体系。连续三年的“抱团出海”行动，助力企业办理自营进出口权、CE等出口

认证，亮相高等级海外展会，“跨境电商+电动车产业带”模式正在成型。

从“卖产品”到“输出供应链”，从“产品出海”到“产能出海、品牌出海”，丰县正在有意识地做“长期生意”。

“富民”之后，如何“强县”

“GDP排名倒数第五，但老百姓口袋里有钱。”

调研中，一个“悖论”反复被提及：丰县GDP在江苏排名靠后，但老百姓的日子并不差。

“我们的GDP大概600多亿，在江苏倒数第五。”付常帅并不讳言，“但到你老百姓家里看看，家家户户有电动车产业的人，一年挣十几二十万元很正常。”

据记者了解，电三产业带动10万余人就业，约占全县常住人口的九分之一。丰县总人口约100万，相当于每9人中就有1人直接或间接从事这一产业。

“富民不一定等于强县。”丰县的案例恰恰印证了这一点——电三产业供应链长、就业门槛低、资金周转快，能够迅速带动群众增收，但由于大量交易不开票、不纳税，对地方财政的直接贡献被严重低估。大量不开票交易使真实产值被低估，富民与强县之间出现了明显的矛盾。

随着规范化推进，这一矛盾有望

缓解。“现在要求整车出厂必须开票，供应链端也在推开票，这样数据才能进入统计。”付常帅说，合规化之后，产业产值有望从目前的300亿跃升至500亿元乃至更高。

2026年2月，徐州市发布《电动摩托车产业高质量发展行动方案（2026—2028年）》，从市级战略层面为产业廓清方向。为此，丰县提出明确目标：力争“十五五”末产业集群规模突破500亿元，积极创建国家级中小企业特色产业集群。丰县的下半场，才刚刚开始。

“丰县的实践，启示在于选对了赛道、做透了链条、守住了定力。”调研报告这样总结。

这把“金钥匙”，既是对群众首创精神的尊重，也是对政策机遇的精准把握。从康云清的第一辆拼装车，到如今1400余家企业、500万辆产能的庞大规模；从濒临淘汰的“散乱差”，到39家资质企业、3432



宗申三轮车展台。

款认证车型的规范化阵营；从国内农用车市场的夹缝生存，到出口80余个国家和地区、抱团出海的全球化雄心——丰县用25年时间，打了一个漂亮的翻身仗。

但隐忧犹存：土地瓶颈如何突破？“隐形经济”如何阳光化？同质

化竞争如何在海外避免重演？无人驾驶、智能网联等新赛道如何真正落地？

这些问题，等待着丰县的回答。“‘十五五’的号角已经吹响。”这座苏北县城的“三蹦子”传奇，或许才刚刚驶入下半场。