

共享单车倒逼传统自行车



共享单车让日渐式微的传统自行车行业焕发了第二春 CFP供图

常州

自行车厂的第二春

随着共享单车的兴起,一度被认为是夕阳产业的传统自行车也迎来了一轮井喷,此前的“去产能、转型升级”的策略也改变成扩大生产线。本报记者在江苏范围内进行调查发现,很多以往正在朝电动车甚至是纺织行业转型的传统自行车企业,纷纷接到了共享单车的订单而一片红火。

中国自行车协会预测,2017年全国的共享单车预计可达到2000万辆,看起来,共享单车在方便国人的同时,这一“互联网+”的红利无疑也会传导到传统自行车身上,自行车生产厂家们高兴的同时,也有人表示出了担忧。

见习记者 毛晓华
现代快报ZAKER南京记者
曾浩 葛小林 尹有文 林清智 匡笠



忙碌的工人正在赶共享单车的订单 葛小林 摄

自行车的生产制造,在业内人士看来已是“夕阳产业”。不过,共享单车的出现,为诸多自行车厂带来“第二春”。

“差点就转型纺织了”

程明强在常州经营着自行车配件工厂,主做车架业务。在常州本土品牌“金狮”的带动下,从他们的父辈开始,常州集聚了一批自行车产业链。在上世纪90年代初,自行车产业最火的时代,国内各地的订单如雪片般飞来。而后,随着国内市场的饱和,拿不到订单,开不出工人工资,厂家开始进入了凋敝整合期,不少厂家被迫转行。“金狮”品牌也被转让,商标持有人转做金狮电动车。程明强的车架配件工厂是中型工厂,他选择继续坚持。“毕竟是父辈留下来的产业,我们不能随便就丢了”,程明强笑着说,“那时是自行车生产遭遇的第一次危机,国内市场不行了,我们就想开拓国外市场,成人自行车难做,我们就做童车”。

在接下来的十多年里,程

明强的工厂有个外贸订单的繁盛期,外销俄罗斯、东南亚,甚至非洲地区,尤其是2003至2006年间,工厂90%以上是外贸订单。但他们也遭遇过国际寒潮,订单锐减,自行车制造行业陷入了低价无序竞争状态。“一个车架只能赚一两块钱,只够养工人和厂里的基本开销”,程明强称。

越来越多的自行车产业链上的企业转产了,转得最多的是做电动自行车,有的甚至做起了纺织。程明强差点也转型了,但因为他的工厂还有稳定的外贸订单,再加上零星的业务,把闲置的厂房拿出来出租,以此贴补企业运作开销。但到2016年年底,他的做了30多年自行车整车业务的合作伙伴也萌生退意,厂里的工人从最多时期的200余人减少到40人。

订单突增,一度怀疑是骗局

今年1月份,程明强感受

到了共享单车潮流的涌动。“一天接了好几个电话,都问我这边能不能接车架业务,能做多少他们收多少。”程明强说,最初他甚至怀疑是骗局。“过去1000辆车的生产订单就是‘大单’了。共享单车一来,给出的订单动不动就几万辆(件),而且是好几个厂都要下订单”。

这几年的产业优胜劣汰的自然选择,程明强的工厂已成为常州地区仅剩的几家能做车架业务的工厂。

程明强坦承,当初也有顾虑,没有将它看作是一种长远的现象。“共享单车的订单比较大,业内人士都害怕一旦出现结款不顺畅,损失可能比打价格战时还大”。

新闻里,以摩拜和OFO为代表的共享单车厮杀正热,程明强也强烈意识到共享单车可能给他和工厂带来转机,将给自行车制造产业带来转机。

“以前订单我们都要垫资,共享单车的订单是提前支付三成货款,这让我们放心不少”。整个春节期间,他都在忙着招募工人,维修设备,增加了生产线,正月初八一上班,车间里全马力上线。“按照目前的势头,今年的生产总量将会比去年翻一倍。订单方还希望我们能多做一点”,程明强表示,“因为接了共享单车的大单,还差点得罪了一直以来非常稳定的外贸订货商”。

在业内,不少老自行车制造企业也开始回归。“我们之前合作的天津自行车产业基地、河北基地,省内的镇江、丹阳、无锡等不少自行车企业也像是打了鸡血一样,都在赶做共享单车的订单”。

行业井喷,挖人现象多了

共享单车竞争的下半场,已经从用户竞争,资本竞争进入了下一个维度的竞争——产能的竞争。

老家四川的小黄是名车工,最近几个月一直在加班,工作虽然辛苦,薪水也涨了不少,“以前只有四五千,现在增加到六七千,厂里还提供午饭。”在车架车间里,几十名工人师傅在忙碌地切割钢管、压形、焊接,车间外停了好几辆大卡车,都在等着装货送往他们各自的整车企业。

“工资不涨,留不住人”,程明强介绍说。不久前,他厂里的熟练电焊工就被人“挖”走了。更严重的是,曾有浙江一家工厂的人两次潜到工厂来“挖人”,幸好被及早发现制止了。

除了人工成本的增加,原材料也出现了短缺和涨价。“我们车架钢管,以前多从华北等地采购,但华北环保监管力度不断提升,影响了上游零件厂商的生产进度,原料要抢,价格成本涨了不少”。

程明强觉得,这些成本,在自行车产能供不应求的情况下,必然转移至包括共享单车运营商在内的采购者身上。

不过,让程明强感到可喜的是,在共享单车热潮的刺激下,业内无论是整车组装厂,还是零部件配装厂,接到共享单车企业的订单后,技术、工艺、流程、管理等各个环节都有所提升。“我们厂里有专门的质量品管人员进行巡视和监督,只有更注重品质,企业才能走得更远”。

弯道超车



在中国各地涌现的共享单车方便了国人生活 CFP供图

泰州

共享单车带来机遇,也带来挑战

“中国车件之乡”的兴衰之路

泰州市海陵区九龙镇位于泰州西大门,九龙镇经济发展和改革局相关负责人袁志新告诉记者,早在上世纪70年代,九龙镇党委一班人通过奔赴全国大江南北,了解行情,决定涉足自行车配件生产。由于启动早、产品质量过硬,镇办企业自行车线刹厂很快占领市场,最多时,全国七成以上线刹出自这里。1999年到2001年间,九龙镇自行车配件企业一度发展到260多家,轴档、轴皮、抱刹、线刹,几乎所有的自行车配件都能在这里找到。90年代末,著名经济学家费孝通到九龙考察,看到这里蓬勃兴起的自行车配件产业,挥毫写下“中国车件之乡”。

过于单一的产业结构往往孕育着风险。当自行车不再是人们主要的代步工具,整个自行车产业也走向了衰败。

泰州市友民交通器材有限公司成立于2000年,那时候正是自行车红火的年代,可到2006年,随着电动车日益取代自行车,公司陷入低谷。所幸的是,自行车和电动车在不少配件上技术要求相通,通过技术升级,公司将三分之二的产能用来生产与电动车相关的配件,仅保留三分之一左右继续生产自行车配件。

彼时,九龙的配件厂也从260多家缩减到80多家,坚持下来的要么是转型升级介入电动车行业,要么就是有固定销售渠道,但也仅是维持生计。

传统自行车的机遇和挑战

就在仅剩的这几十家企业苦苦支撑之际,互联网共享单车的大风不期而至。传统自行车配件厂出人意料地站在了猪都会飞的风口上。

作为九龙镇目前最大的自行车配件制造商,安腾集团生产的自行车配件约占全国20%左右市场份额,是凤凰、永久、捷安特等知名自行车生产企业的供应商。总经理吴新云坦言,这一轮共享单车风潮对于传统的自行车无论是配件商还是制造商影响都非常之大。“吴新云说,企业每年产值8000万左右,共享单车概念从去年底开始影响企业,仅去年12月,企业接到的订单同比增长了4倍。

无锡

摩拜单车生产基地日产1.4万辆

自行车店生意普降30%-50%

“共享单车不用考虑存放、不用考虑后期维护,也不用担心被偷,所以大家都喜欢。”无锡钱桥街道一家自行车品牌店的负责人王先生介绍,自从共享单车出现后,对他们影响特别大。

王先生的店主要经营的是价格千元左右的普通自行车或公路车,大部分客户为学生群体。“以前三天两头有学生来看车,最近两个多月来,学生就像人间蒸发了一样。”即使有人来看车,挑选的也都是专业性比较强的山地车或公路车,普通的自行车根本卖不出去。

同行聊起生意的事儿,大家日子都不好过,王先生说按照同行的反馈来看,大部分自行车店的生意都下降了30%-50%左右,但高端自行车的影响较小,不少专业或半专业的车手,对高端自行车及配件的要求并未下降。

今年2月底,摩拜单车正式在无锡上线。短短一个月时间,无锡市民累计骑行逾153万公里。

销售额增加了一倍

5月12日上午,句容市天王镇下着淅淅沥沥的小雨,位于该镇西大街的志庆精密五金零件有限公司,工人们在生产线上忙碌着,今年上半年的生产订单已全部排满,员工们得抓紧时间保证产量。

2001年开始兴办的志庆精密五金零件有限公司主要生产自行车零部件,公司总经理王进源向现代快报记者透露,他们今年至今的销售量比去年同期增加了一倍,这离不开共享单车市场的带动。

“1995年到2005年是整个自行车行业的黄金时期。”王进源告诉记者,在这个时期,政策福利好,自行车(含零部件)生产商的销售量大,新产品层出不穷,利润率也高,2000年时,有的客户到工厂拿货都是直接给现金。2006年后,随着原材料价格和人工成本的上涨,汇率的变动以及电动车的流行,自行车制造业遭遇了寒流,尽管他们生产的部分产品也能作为电动车的配件,但大的行业形势还是影响到了企业,2007年,员工减少了近五分之三。

王进源表示,通过提升员工专业技能、改善生产工艺,公司的产能和产品品质有了飞跃发展,顺利度过了行业阵痛期,销售额也逐年提升——2005年,公司的销售额为4000

日产1.4万辆摩拜单车

无锡共有7款共享单车可供市民选择,尽管如此,还依旧有共享单车品牌在计划向无锡推进。

今年1月13日国务院举行的一次座谈会上,摩拜单车创始人胡玮炜曾这样回答李克强总理——生产基地在无锡,每天量产1.4万辆自行车。李克强说,“摩拜单车听起来是经营方式的革命,但基础还是自行车,还是要靠实体经济支撑。”由此,鲜为人知的摩拜无锡工厂被撩开神秘的面纱。

早在2015年年底,摩拜单车上海总部就跟无锡鸿山街道进行了洽谈并签订合同,2016年3月,摩拜单车工厂开始动工建设,同年进行注册生产。当时只有一个两层楼的小厂房,大部分自行车店的生意都下降了30%-50%左右,但高端自行车的影响较小,不少专业或半专业的车手,对高端自行车及配件的要求并未下降。

今年2月底,摩拜单车正式在无锡上线。短短一个月时间,无锡市民累计骑行逾153万公里。

传统自行车井喷 共享单车良药还是毒药?

去年底开始出现的共享单车,将日渐式微的自行车又重新拉回到国人的日常生活之中。摩拜、ofo等共享单车品牌出现在全国各大城市街头,方便着人们的出行,也带动了传统自行车生产的井喷。

中国自行车协会最新数据显示,2016年全国自行车产量为8005万辆,同比下降0.26%。但其中去年共享单车产量达200万辆,而今年共享单车产量增加更加迅猛,1月份至4月份共享单车产量约500万辆至600万辆。2016年涌现的共享单车品牌约有15家至20家,总计投放数量约在150万辆至200万辆。

随着共享单车的急速膨胀,业内估计2017年订单将超过3000万辆,占我国自行车产能的60%以上。去年以来,富士达、千里达、凤凰、永久等大型厂商纷纷成为共享单车项目的代工方,订单较大的有几百万辆,订单较小的也有几十万辆。自行车整车的订单增加,也带动了大量下游配件生产厂家的兴旺,而此前不少自行车厂家已经处于生死存亡之际。

传统自行车行业因为共享单车而焕发第二春,从订单上看,共享单车无疑是一剂良药,但也有业内人士心存担忧。一种观点是,在共享单车没有出现之前,自行车厂家们面对因为人们交通方式变化而带来的冲击时,纷纷转型升级,但随着共享单车带来的巨大红利,自行车企业们很可能把精力用于完成共享单车这一低端自行车产品的订单,丧失转型升级的动力,延误转型升级的完成,一旦共享单车的浪潮退去,这些传统自行车厂家在过了几年好日子之后又将从头开始。

另一方面,中国知名自行车制造商凤凰公司负责人就表示,一些工厂转向生产共享单车,拉高了零部件价格,引发了供应链问题。

但更多的人对此表示乐观,共享单车的出现也在倒逼制造业转型和调整,因为共享单车的互联网属性,使得传统的自行车厂家纷纷考虑拓宽生产范围以适应越来越智能化和方便的范围,比如智能锁定位系统、骑行数据收集等,这反而有助于增加传统自行车厂家们未来的生存能力,并使自行车这一曾经的国人最爱长盛不衰。

新功能需要新产品

在共享单车之前,公共自行车已经在不少城市出现,为那时候该公司的产品需求没有明显增加?对此,王进源说:“公共自行车对我们没有影响,因为它的量比较少,这一类在本地都是政府主导、公开招标,所以我们接触到的更少。”

王进源认为,对自行车零部件制造商而言,共享单车的流行带来的机遇多于挑战。目前,他们已经根据共享单车将要推出的新功能,开发了新款新产品,并注册了自己的商标——其中一款是手机支架,另一款则是车头碗组里的自带充电装置,该装置可以在自行车骑行时发电,发出来的电能给手机充电,还可以用于照明。



带充电装置和手机支架的自行车车头 林清智 摄