

# 涨价百元起,部分“小电驴”为何卖贵了?

新华网记者 王岩 郑伟

新华网北京4月15日电 据多家媒体报道,进入4月以来,九号、雅迪、小刀等部分国内电动自行车品牌,单车型涨幅普遍在100—300元之间。中国自行车协会数据显示,截至2025年9月,电动自行车社会保有量约3.8亿辆。对于数亿依赖电动自行车出行的普通人而言,它不仅是通勤的代步工具,也是购物、接送孩子的刚需伙伴。

记者走访北京、河北、福建、辽宁等多地电动自行车销售门店发现,此次品牌涨价并非“一刀切”,终端执行呈现出明显的分化态势,且销量已出现显著承压的态势。

谁涨了?谁没涨?

在北京朝阳区,九号电动车门店已经执行涨价政策,店内部分车型上调100—200元。“这款Fz3原价5499元,现在涨到了5599元,涨幅不算大。”该门店店长告诉记者,涨价主要集中在中高端智能车型,基础款车型暂未调整。

消费者孙先生计划购买一辆高端车型,对此他表示能够接受涨价,“只要安全配置到位,多花几百块钱也安心,就是目前新国标车型的选择范围还比较小。”

与九号不同,有雅迪电动车门店表示将涨价。“经销商已经开过会通知了,很快就会对新国标车型全面涨价,涨幅大概在200—300元。”辽宁省盘锦市一家雅迪销售门店店长透露,目前门店还在消化库存,暂时维持原价。同样计划涨价的还有小刀电动车,其门店工作人员表示,将对旗下车型普遍涨价100—300元,基础款涨幅略低,高端款涨幅相对明显。

但并非所有品牌都选择“跟风”涨价。记者了解到,小牛、绿源、金箭等品牌暂未收到涨价通知,其中绿源个别踏板车型还将推出降价优惠。

对于刚需代步群体来说,价格是重要考虑因素,不少人开始转向未涨价的中小品牌或旧国标二手车。“我就是想买一辆买菜代步的电动车,预算本来就不多,涨价几百块钱,就只能再等等,或者选择更便宜的低端车型。”来自河北省保定市的消费者贾女士表示。

北京朝阳区小牛旗舰店销售人员坦言,近期新国标车型销量下滑明显,“以前一个月能卖五六十辆,现在一个月只能卖二三十辆,一方面是去年国补力度大,很多用户的购车需求已经提前释放,另一方面新国标车型换代加上涨价,让不少消费者选择观望。”

在一些不限摩的二、三线城市以及区县市场,电摩车型变得更受青睐。“同样的预

算,电摩续航更长、动力更强,只要考个驾照就能上路,现在咨询和下单电摩的顾客越来越多,我们也把进货的类型大多调整为电摩车型。”福州市平潭县雅迪电动车门店店长表示。

来自河北保定的刘先生表示,他目前骑的是旧国标电动车,近期计划换车,对比后发现电摩不仅价格更有优势,续航也能满足日常出行需求。

中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅表示,新国标车型为了符合重量、时速及功率的严格限制,往往必须采用轻量化的车架与高能量密度的锂电池,这直接导致了生产成本的攀升,而在同样的预算下,电摩车型凭借更宽松的政策空间,可以搭载更大容量的电池并拥有更强劲的动力表现,这种性能与价格的错位竞争,使得新国标车型在不限摩地区显得性价比比较低。

## 原材料涨价+新国标加码 多重成本推高车价

“此次电动车品牌涨价,绝非单纯的成本传导,而是原材料涨价、新国标深化实施、行业竞争转型等多重因素叠加的结果。”浙大城市学院副教授、中国城市专家智库委员会常务副秘书长林先平表示。

原材料涨价是显性因素。iFind数据显示,截至2026年3月23日,工业级碳酸锂市场价均价从2025年6月低点回升至14.0万元/吨,累计上涨140.1%;电池级碳酸锂均价15.7万元/吨,累计上涨160.4%。

“对许多品牌来说,电池占整车成本的40%—55%,碳酸锂价格飙升直接带动锂电池成本每组上涨300—500元。”广东省社会政策研究会副秘书长、眺远影响力研究院院长高承远表示,除了锂电池,橡胶、铝、铜、塑料等原材料价格也普遍上涨,进一步推高了生产成本。

新国标深化实施提升了产品安全标准的同时,也增加了企业的研发与生产成本。2025年12月1日,新版《电动自行车安全技术规范》(GB17761—2024)全面实施,2026年4月1日实施的补充条款又新增了主动安全预警、电池热失控监测报警、IPX7级防水三大强制安全配置。

袁帅介绍道,这些新增配置每一项都需要企业投入研发和生产成本,“主动安全预警系统需要加装传感器、控制器等电子元件,电池热失控监测报警对电池管理系统提出了更高要求,IPX7级防水则需要改进整车密封设计和零部件材质,初步估算,每辆



4月9日,福建省福州市平潭县雅迪电动车旗舰店展出的电摩车型。 新华网 王岩 摄

电动两轮车因新国标新增配置带来的成本增加大约在150—300元,这还不包括前期的研发投入和后期的维护成本。但从长期来看,这些配置的提升将有效降低电动自行车的安全事故发生率,提升行业整体的安全性和规范性。”

此外,2026年“国补”政策中,电动自行车已不在补贴范围内,各地市也暂无“地补”推出,这也让企业失去了政策补贴的缓冲,只能通过终端提价来缓解成本压力。

## 从“走量”到“提质” 电动车行业迎来新考验

“此次涨价背后,是行业从‘价格战’向‘价值战’转型的信号。”高承远表示。长期以来,电动两轮车行业陷入同质化竞争,价格战成为品牌抢占市场的主要手段,导致行业毛利率普遍偏低。而近年来,部分头部品牌开始主动摆脱“走量”思维,转向“提质”发展,通过提升产品性能、安全配置和智能化水平,增强品牌竞争力。

“涨价只是表象,新国标将检测项目从38项增至112项,认证成本和研发门槛大幅提升,倒逼企业向高端化、智能化转型。”高承远说。

对于此轮涨价的持续性,林先平认为,主要取决于原材料价格走势。目前原材料价格仍处高位,但未来可能随供需关系波

动,“若成本持续攀升,不排除出现多轮涨价的现象,但企业会谨慎评估市场承受力,同时也可能通过优化供应链、规模生产来缓解压力。”

高承远则认为,碳酸锂、铜铝等大宗商品受全球供应链重构和能源转型需求支撑,价格中枢已系统性抬升,且新国标淘汰旧车型后,换购需求可能将在2026年下半年集中释放,“头部企业正主动推动‘价值战’替代‘价格战’,通过产品组合优化和供应链垂直整合提升毛利率,未来价格大概率将保持稳定,不会出现大幅波动。”

面对成本压力与民生需求的双重考验,企业如何在保障产品品质与稳定价格之间取得平衡?林先平建议,企业应在保障品质的前提下,通过技术创新和供应链优化控制成本,“比如研发高效能电池、轻量化材料以降低长期成本,同时加强规模化生产与渠道管理,以合理价格提供安全、可靠的产品,推动行业可持续发展。”对于消费者而言,应理性看待涨价,优先选择合规、安全的车型,兼顾实用性与性价比。

此次部分品牌涨价或许标志着电动两轮车行业正式告别“以价换量”的粗放阶段。但“价值战”不是一句漂亮的口号,消费者最终只会为真正用得上的安全和便利买单。对于身处其中的每一个品牌而言,让消费者觉得物超所值,才是真正的考验。

## 燃油成本高企 中国“小电驴”加速驶入埃塞俄比亚

为应对气候变化、减少燃油消耗,东非国家埃塞俄比亚近年来着力推动电动化出行。随着中东战事持续、国际油价走高,除“四轮”新能源汽车外,“两轮”电动自行车也在加速驶向东非高原。

在埃塞首都亚的斯亚贝巴繁忙的博莱区,不少行人路过一家中国品牌电动自行车专卖店时停下脚步,向店内展品张望。走进门店,前来咨询的顾客络绎不绝,两名工作人员拿起手机,正在短视频平台上直播,宣传介绍产品。

“燃油价格不断上涨,油车使用成本越来越高。我打算买一辆电动自行车用来通勤。”顾客伊萨亚斯·费特内说。

埃塞俄比亚石油产品完全依赖进口,每年用大量外汇购买石油。与此同时,地处东非高原的埃塞有充沛的水电资源,非洲最大的水电站复兴大坝就位于该国北部青尼罗河上。

2024年埃塞宣布禁止进口燃油车,并出台相关税收优惠措施,鼓励民众使用电动汽车。近年来,比亚迪、长安、广汽等中国品牌电动汽车在埃塞马路上越来越常见,亚的斯亚贝巴市政府也从中国大批量购买电动巴士,用于公共交通。

“国家支持电动汽车发展,这对电动自行车也是利好信号。”专卖店店主、埃塞俄比

亚青年比鲁克·阿比奥特告诉记者,他家一直经营自行车生意,而他本人曾在中国留学7年,了解电动自行车实用、便捷的特点,因此决定把中国“小电驴”引进到埃塞。

经过一系列市场调研和准备,阿比奥特与中国雅迪电动车达成合作协议,成为该品牌在埃塞的代理经销商。2025年3月,雅迪电动车埃塞旗舰店在亚的斯亚贝巴开业,产品受到当地消费者欢迎。

雅迪电动车埃塞俄比亚国别经理张毅介绍,品牌目前已经在埃塞开设了6家门店,分布在不同城市。产品以零组件形式进口到埃塞,然后在当地组装、销售。“去年我们在埃塞销售了约1500辆,今年的目标是2500至3000辆。”

如今,越来越多的“小电驴”活跃在埃塞街头巷尾。塞缪尔·阿巴布是亚的斯亚贝巴一家名为Klik的快递公司的骑手。这家公司有100名骑手,专门提供食品、药品等商品的配送服务。

22岁的阿巴布告诉记者,当前燃油价格不断上涨,电动自行车使用成本低的优势更为明显,而且骑行速度比普通自行车快得多。“电动自行车不仅帮我提升工作效率,还让我少了交通拥堵及寻找停车位的烦恼。”

“我们仍在培养当地顾客的习惯,让更多人认识到电动自行车的优点。”阿比奥特



3月18日,在埃塞俄比亚首都亚的斯亚贝巴,顾客在雅迪电动车埃塞旗舰店内咨询。 新华社记者 刘方强 摄

说,通过提供优质产品和售后服务,中国电动自行车企业声誉将不断提升,在非洲将拥

有更好的发展环境。

新华社(记者 刘方强)