

买菜、接娃“神器”，省钱还好停

小小微型车

90后妈妈：爱了爱了！



本报记者 胡进 王静 蒋慎敏

如果你注意观察，就会发现杭州街头随处可见这种微型电动车的身影。它们有的挤在狭小的停车位缝隙里，有的在车流里穿梭自如，有的则改装得酷似玩具车……这些小巧灵活的身影总能在不经意间抓住你的视线。

微型电动车为啥能这样火？最高时速只有80码，续航只有100多公里，车内空间小得可怜，配置还很低，这放在几年前大家都不屑一顾的“老头乐”，却创下了一年超百万的销量成绩。记者向多位真实车主打听驾乘体验，反馈却是众口一词的好评，这又是因为什么？

A 比起自驾远方，买菜接娃才是日常
小小微型车暴露最真实的出行需求

绍兴人小唐今年年初买了一辆五菱宏光MINI EV，原本是准备给太太用，没想到一个多月下来，开得最多的是小唐。

驾驶了一个多月，小唐满意极了。他说：“开在高架上很拉风，4万的车开出了40万的回头率。可能也是因为开这种车的绝大多数都是女性，男性车主很少。”

小唐的这辆微型电动车是续航170公里版本，4座，仅支持慢充。小唐表示，每天上下班代步，充一次电可以跑三个来回。而小区的车位是公共停车位，不固定，即到即停，小车反而好加塞。

车小当然也有很多不便，比如冬天开空调掉电快，有时也有续航焦虑。还有车内空间小，如果后排放了东西，就坐不下人了。“不过与它带来的便利相比，缺点就不值得一提了，想想它几部手机的价钱，缺点也就能包容了。”

杭州90后妈妈周女士的微型电动车也是家里的第二辆车，2021年9月，为了接娃买菜，她花了4万多元买了一辆荣威科莱威。“300km的续航很够用，一周冲1~2次电。一个月电费70~80元。车内配备了安全气囊，安全也有保障。”她说，自己比较不满意的点就是车子只有两座，再多一个人就不方便了。

周女士算了一笔经济账：只在市区里面代步的话，一年按照5000km算，百公里的电耗9度。家用充电桩的话，一年电费开销200到300元。其次是保养，电车保养项目极少，常规检查加上更换刹车油、减速器油，一年大约200元。保险2000元左右，平摊到每个月，用车开销是200元左右。综合算下来比燃油车动辄万把块的维护费要便宜大几千。

“买这个车的，七成用户是女生，八成是‘刚需’。”浙江五菱宝骏店市场部王经理表示，这款车的用户群也颠覆很多人的认知，“不是老年人，而是90后，男生少，女生多，个人少，家庭多，基本上80%车主都会将车进行改装。”

“买这款车的家里都有一辆燃油车或者豪华车，有的小区不好停车，有的为了买菜、接娃。都是图个方便，而且现在消费者也更加理性了，不需要用大车名牌车来展现自己的地位与价值，偏向找一辆实用的，小电动车更方便。”王经理表示，宝骏店一年能卖出1400辆宏光MINI EV，占整个店总销量的40%左右。

比起自驾远行，买菜、接娃、上下班，才更为日常。比起追求大品牌、高性能，精打细算才是生活。小小微型车里，暴露了当下人们真实的出行需求，或许这就是微型电动车受欢迎的原因。

B “小身量”扛着“大市场”
五菱、吉利、比亚迪加码来较量

别看微型电动车身形娇小，续航不长，它的背后是千亿级的三四线城市，也是车企的必争之地。

据不完全统计，从2020年起，微型电动车如雨后春笋一般冒出来，五菱宏光这个级别的微型电动车就有29款。

今年刚开年，多家车企更是动作频频。

先是五菱宏光，1月30日，上市了采用高效能电动机和高容量电池组的全新MINI EV纪念版车型；2月6日，又宣布让利促销，价格下探到2.98万元的超低门槛。一天之后，五菱又发布了今年主推的新一代五门纯电车五菱缤果。

2月6日，吉利的首款微型电动车熊猫mini也宣布上市，续航提供120公里和200公里两个版本，售价3.99万元~5.39万元，不仅支持快充，还支持手机APP远程控制、电动车窗、高清倒车影像和倒车雷达，比同级的微型车性价比又高出一截。

此外，比亚迪海鸥也宣布将在4月左右面市，冲击微型电动汽车市场，后来者还有荣威科莱威、凌宝BOX、以及长安Lumin等新款跃跃欲试。

“今年微型电动车将是我们的重点，也是销量提升的关键。”吉利熊猫mini方面负责人表示对微型电动车的市场持续看好，“相比新能源其他级别车型，微型车需求更加稳定，销量也更为坚挺。”

根据易车研究院发布的车市报告，在2019年，类似的小可爱车型在销量、市场份额与用户选购意向均在1%上下；而到了2022年，三项指标分别升至5%到6%之间，增速迅猛。预计全球微型电动汽车到2025年将售出251万辆，其中80%以上将在中国市场出售，这是行业的发展趋势。

C 有望取代“老头乐”
发展关键是控制成本

品质稳定，又能合法上路，业内普遍认为，微型电动车是能取代农村“老头乐”等低速电动车的替代品，在广阔的农村市场大有可为。不过伴随微型电动车销量增长的，还有来自业内专家的多方面担忧：如何权衡成本与收益，如何推动行业科技创新与进步？

此前曾有机构测算称宏光为了上下班代步，单车利润仅有89块钱，而卖车带来积分收入反而成为了主要利润来源。宏光MINI EV销售规模过百万，五菱新能源负责人才表示，整个链条的成本已得到控制，不再亏损了。

另一方面，业内人士也担心微型电动车技术含量太低，不利于中国车企在全球市场开疆拓土，只有销量数据，而无话语权。

对此，业内专家张建业认为不必过于担忧，他表示：“电动车与智能电动车是两个不同市场，两条赛道。从五菱到广汽新能源的销量快速增长，可以看到目前市场需求的是电动车。”而智能电动车如特斯拉去除了激光雷达，通过软件实现智能化，以低成本制造才能赢利保持长期发展。因此，未来新能源市场今后竞争的不光是技术创新，更重要的是成本控制。