



# 禁售倒计时 旧国标电动自行车市场调查

## 清库倒计时,旧标车迎“末班车”热潮

### 导读

11月中旬的北京东五环,刚刚下班的孙女士顶着寒风匆匆来到电动自行车门店扎堆的商业街。她原本想换辆新电动车方便赶地铁,却在选车的时候犯了难。“新国标车是合规,以后上牌、上路都省心,可你们店里就两台样品,还得等12月才能补货,价格比旧标车贵好几百;旧标车倒是能解限速,早上赶地铁能快点,可店员也说塑料件多、防火性能一般,这到底该选哪个啊?”

孙女士纠结的背后,是距离新国标过渡期结束只有不足两周的倒计时。随着2025年12月1日旧国标电动自行车CCC认证证书全面注销的截止日期日益临近,全国电动自行车市场进入了新旧国标交替的关键阶段。

记者走访上海、北京、河北、辽宁等地小牛、爱玛、绿源、九号等品牌门店发现,从一线城市的品牌门店到二、三线城市的街边商铺,都在经历着一场关于库存清理与新品衔接的“市场调整”,旧标车清库热潮、新标车供应滞后、违规销售暗流涌动等现象交织,折射出电动自行车市场中消费抉择与产业升级的真实碰撞。

“现在旧标车卖得火,我们店剩下的库存顶多撑两个周末。”上海黄浦区某小牛电动车旗舰店店长的话虽然略微夸张,但道出了当前市场的普遍态势。记者走访时看到,不少门店将旧标车摆在最显眼的位置,门口贴着“优惠促销”的标识,店员却在推销话术上暗藏玄机。“‘过渡期’月底可就结束了,您现在不下单,到时候您想买都买不到了。”

12月1日的截止日期反而被商家当作促销的“卖点”。北京部分门店10月中旬至11月初的销量已逼近旺季水平,“相比较往年秋冬末冬初的时候,天气转凉,正是淡季,月销量也就20辆左右,这个月却卖了将近40辆,销量差不多升了一倍,全是冲旧标车来的。”北京朝阳区一位某电动自行车品牌旗舰店店员感慨,旧标车最后的销售机会,叠加部分地区国补政策,成了有力的消费拉力,形成了反常的消费热潮。

旧国标电动自行车供需失衡可能催生价格波动。辽宁省盘锦市某电动自行车品牌门

店负责人直言,照目前的市场走向来看,以往积灰的库存车成了“香饽饽”,“如今谁还有库存谁‘吃香’,如果真的临近甚至过了新国标过渡期最后期限,通过一些‘特殊操作’,旧标车不但不降价,还可能涨价”。记者走访小牛、雅迪、绿源等品牌门店时发现,旧标车部分畅销车型即使在“双11”期间也不再提供以往常见的现金优惠等促销手段,即便如此,上门咨询并购买的消费者近期也络绎不绝。“这款车型现在就是指导价,没有优惠,现在旧标车卖得太快了,库存本来就没几辆。”北京朝阳区某小牛旗舰店负责人指着店铺内一辆顶配车型说道。

跟旧标车的热销形成鲜明对比的是,新标车因技术升级、认证延迟等原因,供应不足,导致消费者在选购时面临“想买的新车没货,能买的旧车又怕不合规”的情况。“现在能进店的车型确实少,我们也在等通知,有的车型是新国标认证流程尚未完全落地,还有一部分车型可能厂商还在做最后调试。”北京朝阳区某绿源电动

车门店负责人表示。

在北京市朝阳区及上海静安区部分电动车品牌门店,记者发现爱玛、绿源等品牌门店目前已有部分新国标产品到店,但数量有限,主要以基础款车型为主。“在销售端,爱玛的新国标车型已开始陆续上架,整体的量产和铺货工作正在推进中。”爱玛科技相关负责人表示,“对生产端来说,新旧国标的切换对企业的制造体系、供应链、经销网络等整个链路都是一个挑战。爱玛经过调整,已顺利完成产线切换和产能布局优化。”

北京市朝阳区及上海静安区部分小牛、九号等品牌门店则表示,新国标车型暂未到店。对此,九号公司相关负责人接受记者采访时表示:“按照新国标政策要求,9月1日工厂停产旧国标车型,但国家给了电动车终端门店3个月的过渡期,九号公司计划12月上线新国标车型;过渡期内线下还是以旧标车型销售为主,推进新旧平稳切换。”

## 部分商家逃避监管,“灰色操作”暗流涌动

随着旧标车的“走俏”,“灰色”操作也悄然抬头。上海黄浦区某小牛电动旗舰店负责人表示,为规避12月1日的销售禁令,部分商家已想好“对策”:将库存旧标车先登记在公司或个人名下,届时通过“过户转让”的方式继续卖给消费者,“名义上是二手,实际上还是新车,就是手续麻烦点”。上海市静安区某雅迪电动车门店负责人也表示可以通过类似方式实现“过期销售”。此类操作虽暂避监管,却埋下诸多隐患。消费者购得的“新车”实为二手手续,后续保修、保险及上牌权益或将受限,一旦发生纠纷,维权难度显著增加。

值得注意的是,诸如此类的违规销售以及可改装、可解速等“灰色”操作都被部分商家当做卖点暗中宣传,甚至有店铺为迎合客户需求提供解速、改装的“技术指导”。

而上海警方近期查处的案件,就揭露了部分不法店铺隐蔽的违规操作。上海市公安局11月11日发布警方提示,邓某、吴某等10名电动自行车专卖店负责人及工作人员,为提高销量,将库存不符合上牌新规的车辆,临时更换合规电瓶后帮助购车者违规申领牌照。目前,案件正在进一步调查中,查实的违规牌照将被依法注销。

新国标明确规定,电动自行车最高设计车速不得超过25km/h,且超过该速度时电动机应停止提供动力输出;同时通过电池组、控制器、限速器“三重防护”提出防篡改要求,从技术上大幅提高非法改装门槛。这让抱有侥幸心理并习惯“解除限速”的消费者心存顾虑。

“我知道给电动车解速是违规的,但不是为了早上不迟到,能多睡几分钟嘛,我怕新标车不但解不了速,还会频繁响警报,太麻烦了。”来自石家庄的马先生坦言,即便知道旧标车即将停售,他还是更倾向于“赶末班车”买旧标车。这代表了不少消费者作为“速度派”对旧标车的青睐。此外,新国标对塑料件总质量的限制(不超过整车重量5.5%),也让许多追求违规DIY改装的消费者倾向于选择旧标车,“新标车改起来限制太多,旧标车就没那么多顾虑。”

另一边,“安全派”的声音同样坚定。“之前在网上看了电动自行车充电起火的视频,太吓人了。对我们来说,速度够用就好,安全才是第一位的。”石家庄的杜先生想给妻子买一台电动车,新国标在电池防护、防火性能等方面的升级,让他更愿意等新标车到店,“宁愿多花点钱,买个安心”。

除此之外,价格差异也成为影响消费决策

的重要因素。“同等配置下,新国标车比旧标车贵几百块,主要是防火材质和北斗定位等升级增加了成本,部分车型差价可能达500-600元。”北京某电动自行车旗舰店店员介绍,虽然新标车在安全性能上有提升,但对预算敏感的消费,还是更愿意选择性价比更高的旧标车。

“新国标对于电池安全、材料等提出更高要求,品牌也在据此推动技术和产品线的全方位优化升级,短期内的成本投入,也是为了能够持续推出更多符合新规、满足消费者需求的新产品,未来品牌可以通过优化供应链、规模化生产等多重方式控制成本、保障利润率。”九号公司相关负责人表示。

“消费者偏好旧标车源于对速度效率与成本的权衡,而新标车的安全价值因‘隐性特征’未被充分感知。”北京社科院副研究员王鹏表示,“旧标车这段时间的热销本质是政策断档期市场供需失衡的产物。商家利用政策执行的时间差,通过‘末班车效应’制造稀缺性,同时以‘可改装’‘价格低’等卖点吸引消费者,形成短期溢价。这一现象暴露了政策过渡期监管的薄弱环节,需通过强化市场巡查与政策宣传加以规范。”

## 政策倒逼产业升级,消费观念需加强引导

会有分区域的业务经理进行宣导。”

面对市场乱象,多地监管部门一直在持续加大整治力度。今年以来,北京市场监管部门已累计检查电动自行车经营主体2.2万余家次,查处电动自行车不合格及非法拼改装案件76件;上海公安机关深入推进“砺剑2025”系列行动,针对电动自行车非法改装违法行为开展“小切口”专项整治,累计查处违法行为3.1万余起,监管的“利刃”正变得越来越锋利,切实规范市场秩序。

同时,新规也非一成不变。针对用户续航焦虑,新国标将使用铅酸电池的整车质量上限从55公斤提升至63公斤,为搭载更大电池提供了空间;不再强制要求所有车型设置脚踏骑行装置,为车型设计提供了更多灵活性;鼓励安装后视镜,要求电动自行车具备北斗定位、通信与动态安全监测功能,进一步提升车辆智能化安全水平。这些调整既回应了消费者实际需求,也推动企业加快技术升级步伐。

中国城市发展研究院投资部副主任袁帅指出,新国标的全面实施将给消费者和市场带来多方面影响。对消费者而言,将享受到更安全、质量更有保障的电动自行车产品,出行安全得到提升;市场秩序将更加规范,非法生产和销售行为受到遏制,消费者购买产品时选择更放心。对企业来说,新国标将重塑行业竞争格局。企业需更

加注重消费者需求,在安全基础上,开发多样化、个性化产品,满足不同消费群体需求。具备技术研发实力、能够快速推出符合新国标产品的企业,将在市场竞争中占据优势,通过提升产品品质和品牌形象,扩大市场份额;而技术落后、无法及时调整生产的企业,可能面临被淘汰的风险。这无疑是一次行业洗牌的契机。

政策倒逼着产业向更安全、更规范的方向升级,但引导消费者从“追求速度”转向“珍视安全”,仍是一场需要时间与耐心的征程。记者从多家品牌门店了解到,新国标车型预计12月起陆续到店,在新国标过渡期最后的倒计时中,这场新旧国标交替的市场过渡仍在推进。对于消费者而言,选择电动自行车产品,在注重出行需求的同时,也需要更加强调安全性能对自身和他人的重要性;对于商家来说,唯有遵守监管规定,主动推广新标车,才能在产业升级中站稳脚跟。

标准关乎安全,选择关乎生活。当政策的“安全锁”与百姓的“出行账”在市场中交汇,最终的选择权仍在于每一位消费者。无论是追求效率还是看重安心,新国标的意义在于,它为所有选择设定了一条更可靠的安全底线。12月1日之后,随着旧标车彻底退出销售舞台,一个更强调安全、规范的新电动自行车时代将正式开启。

(据新华社报道)