

从上市公司到改制重组转为民企,从全线停摆到新品热销……

“南方摩托”活力再现

株洲日报全媒体记者/陈驰

4月9日,微风不燥,间断的细雨,点缀着春日里的浪漫。

走进株洲南方摩托车有限公司(以下简称“南方摩托”)生产一线,工人们正聚精会神忙碌着,一辆辆新款整车陆续下线。这样的场景,让行政部长苗金魁会心一笑。

这段时间,来自北京、西安等地的订单纷纷涌向厂内。截至3月底,“南方摩托”销售额已达4700多万元,再创新高。

深藏在许多株洲人记忆里的“南方摩托”,销声匿迹很长一段时间,又重回人们的视线,正行驶在特殊的转型之路上……

辉煌,年销量近30万辆

沿路绕行南方摩托的厂区,近万平方米的面积似乎在“倾诉”着这里昔日的荣光。如今,这里大片厂区已租借给其他企业,摩托车实际生产使用面积仅占2700多平方米。苗金魁说,提及南方摩托,“60后”“70后”的株洲人,基本都比较了解,它的崛起,曾带动过株洲一个产业、一个市场。走到厂房边的居民楼,院里下棋的老人们,有些曾是南方摩托生产线的工人或是技术员,接过话茬,往日种种,浮现眼前。

上世纪80年代初,根据国家“军转民”政策要求,生产航空发动机的株洲三三一厂,更名为国营南方动力机械公司,开始开拓民品市场,瞄准的拳头产品就是摩托车,并以雅马哈摩托车为蓝本,研制出南方125车型。1987年,南方摩托与雅马哈正式开启技术合作,并引进雅马哈技术,开始生产南雅125车型,这就是南方摩托当时最畅销的两款车型。

那个时候,南方摩托所有的产品都是二冲程发动机。因结构简单,动力强劲,价格相对亲民,深受消费者喜爱。”苗金魁说,湖南省的地形大多以山地丘陵为主,乡村道路崎岖不平,摩托车成为自行车的最佳替代品,加上农村地区多是倚山而建的散居状态,亲戚间串门比较远,因此摩托车在湖南一直有较大市场。

在上世纪90年代最辉煌之时,南方摩



厂房内,刚下线的摩托已被客户订购。记者/陈驰 摄

托主力车型零售价在5000元左右,2000多名员工加班加点生产,年产量近30万辆,依旧是供不应求。老人们回忆说,经销商、代理商等客户直接用塑料袋装着现金来厂里排队提车,队伍有时绵延约1公里。1997年6月,股票代码为000738的“南方摩托”在深交所上市,更是让企业和产品的知名度大增。

因为有了这个能生产整车的摩托车厂,故而在距离南方公司不远建起了一个中南摩托车大市场,这是国内建设较早的摩托车专业市场之一。同样,周边各种生产摩托车零配件的小厂也随之崛起。

中南摩托车大市场造就了一大批从事摩托车销售的生意人,不少厂里工人当时辞职下海,在中南摩托车大市场开起批发部,或去广东、湖北等地,成为品牌代理商。

落寞,国企一度转为民企

这样的盛况,一直维持到本世纪初,南方摩托走入千家万户,成为时代的记忆。

南方摩托技术主管白彬说,新世纪到来后,四冲程发动机的摩托车问世,这对二冲程的南方摩托,可谓“降维打击”。加上国企当时普遍社会负担较重,其粗放的生产经营模式也逐步显现,此时重庆的民营摩托车企业迅速崛起,南方摩托不管

从质量到成本控制,都缺乏竞争力,伴随大批技术人员和工人流失,颓势难以阻止。2005年,南方摩托股份有限公司变更为南方宇航科技股份有限公司。

2009年,经过改制重组,株洲南方摩托车有限公司成立;2017年,对于南方摩托是个特殊年份,从国企转为民企,曾经的浙江代理商李启华接手了这家已经落寞的企业。

“我是第一批做南方摩托代理的,有着深厚的‘南方情结’,不想看到这个国民品牌就此倒下。”李启华说,接下这个“烫手山芋”后,能不能做起来,他心里也没底,但他利用手里销售渠道广这个优势,决定试一试。

2018年,各大摩托车厂商进入白热化竞争状态,各种款式层出不穷,价格战如火如荼,电动车开始走俏市场,多地相继“限摩”。现实的情况,似乎比预想更为艰难、窘迫。李启华也不知道,持续亏损的状态下,还能坚持多久。

创新,新车实现扭亏为盈

正所谓不破不立。边销售改进版的“南方125”,李启华边联系意大利等地厂商寻求合作。

“继续生产改良产品已无路可走,必须要找一条能够让我们生存下去的路,让创新产品从车间走出来,去抢占市场。”李

启华说,拿出600万元研发资金时,感觉压力很大,一旦周转不灵,南方摩托将岌岌可危,“但推倒重来才能赢得机会。”

2021年,经过3年沉淀,南方摩托推出复古外观的“蒙娜丽莎”踏板车,一经问世,备受女孩青睐,车辆安装TCS、ABS等系统后,当年便售出近万辆。也就是这一年,经过近20年的变迁,这个老品牌扭亏为盈。

尝到甜头后,南方摩托继续加大研发投入力度,推动车辆外形、智能驾驶系统以及减震性能、车辆整体性能进一步提升。2022年,南方摩托推出迭代产品“南方飞戈”,年销量一举破万,销售额达到1.5亿元。2023年,飞戈系列再度升级,南方摩托当年盈利突破千万元。

“我们的飞戈系列,产品智能化已经走在行业前端,一次性可以跑550公里。”白彬介绍,摩旅爱好者们自驾南方摩托去了西藏、海南、甘肃等地。目前,飞戈系列日产量达到100多辆,南方摩托在浙江台州也设有生产基地了。

点进“摩托范”App,今年3月,全国摩托车销售热度榜上,飞戈产品位列全国前五,也让大家看到了南方摩托再度崛起的希望。

“如今,南方摩托在北京、贵州、西安、广州等地都很热销,反而在省内的销量还未打开。”白彬感慨说,也许人们淡忘了曾经的南方摩托,希望能依靠产品实力,再次走进三湘大地的广袤市场。

“我们将对市场做进一步的细分和了解,不断进行迭代升级,只要订单持续上涨,南方摩托随时能够增设生产线。”苗金魁介绍,今年公司早已定下营业额实现翻倍,达到3亿元的销售目标。让创新研发加速到成果转化,南方摩托已有了自己的“心得”,衍生的新产品也即将下线。

芦淞区副区长张勇在企业调研透露,南方摩托与春风雅马哈是株洲目前唯一能够进行整车制造的厂商,政府正牵线搭桥,让企业抱团发展,提高本地配套率,引进更多链上企业与技术人才,利用好芦淞区“厂所”发动机研发的固有优势,进一步开拓市场,让株洲摩托再度“燃”起来。



白彬正介绍改良后的“南方125”。记者/陈驰 摄

记者手记

“回忆”品牌更应敢于创新

“你去了南方摩托,要记得拍照发我。”这是父亲得知我要去南方摩托采访后,电话里的叮嘱。

父亲今年61岁了,身为一个常德人,我未曾料到他会如此在意一个企业。饭后闲谈,他问我是否还记得当年驾驶南方125,带我去看火车。

那是1995年,彼时的我才3岁,而父亲拿着积攒了好几年的存款,以4700余元购买了他人生中的第一辆摩托车。

“那时候在澧县乡村,你要有一辆南方摩托,是很拉风的事情。”父亲告诉我,当时母亲在另一乡镇上班,这辆车,

陪着一家三口来回奔波。

此刻我才明白,让父亲在意的,不只是这辆车,更多是经历、回忆与温馨。

当我把改良款的照片发给父亲,微信那头,看着照片的他,思绪回到了上世纪90年代。许久,他感慨说,南方摩托承载过一代人的青春,可一定要做起来啊!

如父亲一般的人很多,这两天,点开南方摩托网页,飞戈产品介绍栏下,满是忆青春回忆的留言和鼓励。我想,这般的“回忆感”的品牌,只要敢于创新、注重创新,以实力和口碑征服消费者,必定能够重塑荣光。

讲文明 树新风 争做文明有礼株洲人

公益广告

从
我
做
起
树
文
明
讲
新
风



株洲日报宣

设计/左骏