



2024年 头豹行业词条报告

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

电动出行新潮流：电动摩托车市场分析与绿色科技革命 头豹词条报告系列



刘业川 · 头豹分析师

2024-09-04 未经平台授权，禁止转载

版权有问题? [点此投诉](#)

行业: 交通运输、仓储和邮政业/道路运输业/城市公共交通运输/城市交通

工业制品/工业制造

词条目录

<h3>行业定义</h3> <p>电动摩托车是电动车的一种，其使用电瓶作为能源...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业分类</h3> <p>按照参数性能、外观配置以及使用限制的分类方式，...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业特征</h3> <p>电动摩托车行业特征包括：“竞争趋向差异化和高端...”</p> <p>AI访谈</p>	<h3>发展历程</h3> <p>电动摩托车行业目前已达到 5个 阶段</p> <p>AI访谈</p>
<h3>产业链分析</h3> <p>上游分析 中游分析 下游分析</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业规模</h3> <p>电动摩托车行业规模暂无评级报告</p> <p>AI访谈 SIZE数据</p>	<h3>政策梳理</h3> <p>电动摩托车行业相关政策 6篇</p> <p>AI访谈</p>	<h3>竞争格局</h3> <p>AI访谈 数据图表</p>

摘要 电动摩托车是一种使用电力作为动力源的两轮交通工具，具有成本低、出行便利等优势。随着电动摩托车行业近年来在全球范围内得到了迅速发展，特别是在中国，这一行业已经成为新能源交通工具的重要组成部分。新国标的出台，标志着电动摩托车受到国家层面的重视和推广。未来随着电池技术、驱动技术、智能化技术的不断进步，电动摩托车的性能和用户体验将得到显著提升，行业未来发展前景广阔。

行业定义^[1]

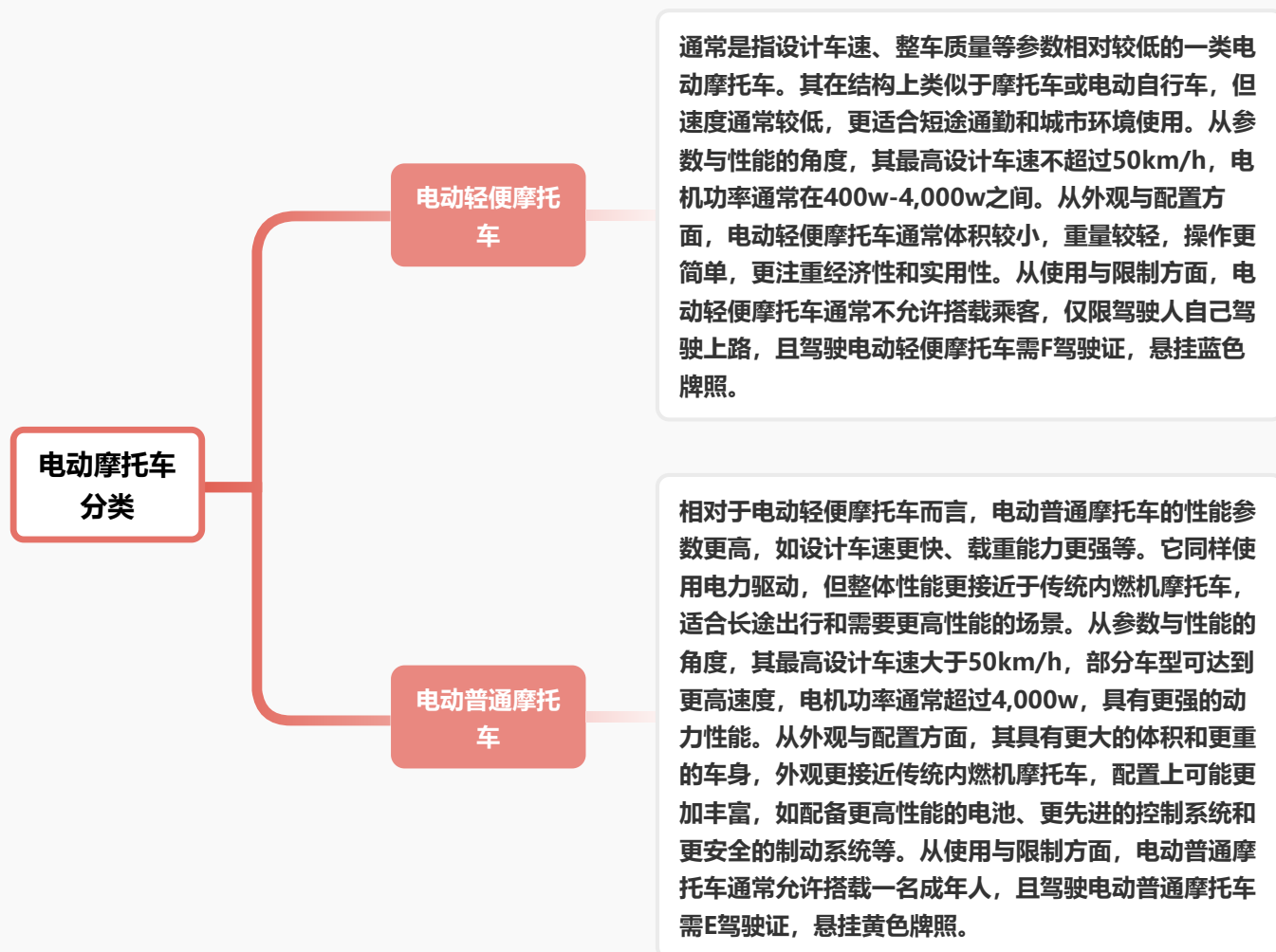
电动摩托车是电动车的一种，其使用电瓶作为能源，通过电动机将电能转换为机械能，从而驱动车辆实现行驶。从最高设计时速、整车质量、电机功率等角度，我们可以将电动摩托车分为电动轻便摩托车和电动普通摩托车。中国电动摩托车产业链齐全，从上游的核心零部件如电池、电机和电控系统等供应，到中游具有强大的研发设计能力的企业进行生产制造，再到下游通过多元化的销售渠道将产品送达消费者，并建立完善的售后服务体系，构成了中国成熟的电动摩托车行业体系。相较于使用内燃机作为动力的传统摩托车，电动摩托车则是驱动电动机来行驶，具有环保、节能、动力强劲等优点。因此，其适合中短途通勤、代步以及休闲娱乐等场景，并且在城市交通、物流配送、旅游观光等领域都有广泛的应用。本文主要研究的是电动两轮摩托车。

[1] 1: 鲁大师

行业分类^[2]

按照参数性能、外观配置以及使用限制的分类方式，电动摩托车行业可以分为如下类别：

电动摩托车行业基于行驶速度的分类



[2] 1: <https://max.book1...>

2: 国家市场监督管理总局...

行业特征^[3]

电动摩托车行业特征包括：“竞争趋向差异化和高端化”，“消费降级使增速放缓”，“行业监管提升行业信心”

1 竞争趋向高端化和差异化

近年来，电动摩托车市场呈现出高端化和差异化的竞争趋势。高端化体现在技术创新、智能化和设计品质的提升上，如先进电池技术和智能控制系统的应用。全球最大摩托车生产制造商——本田宣布，将在2040年代中期停产两轮汽油车，新车转换为纯电动（EV）摩托车。本田称，将在2025年前将推出10款以上纯电动摩托车，并计划在2030年销售350万辆纯电摩托车，约占到全球销量15%。目前，本田的电动摩托车年销量为10万-20万辆，不到整体的1%。而差异化则通过市场细分、品牌定位和个性化定制来满足不同消费者的需求，例如城市通勤与长途旅行车型的区分以及定制服务的提供。这些趋势不仅推动了行业技术进步和服务升级，也为消费者带来了更多元化和高品质的选择。

2 消费降级使增速放缓

受消费降级影响，中国电动摩托车行业增速放缓。消费者购买力下降和对价格更敏感，导致对低价产品的需求增加，使市场竞争加剧。为了适应这一变化，制造商通过调整产品线、推出中低端车型、以及优化成本控制和生产效率来应对。九号出行智能电动摩托车的低端车型，国内累计出货量突破400万台，门店覆盖全国超1,000个市县。可见电动摩托车市场仍具有巨大的潜力，制造商需要通过提升产品性价比和用户体验来在竞争中脱颖而出。

3 行业监管提升行业信心

随着行业监管的加强，中国电动摩托车行业的信心有所提升。更严格的质量和标准以及政策支持，促使制造商提高产品质量和技术水平，从而增强消费者对电动摩托车的信任。此外，监管的完善有助于规范市场秩序，打击劣质和低价竞争，促使行业健康发展。总体而言，行业监管的提升为中国电动摩托车市场带来了更高的质量保障和更强的市场信心。

[3] 1: <https://www.thepa...>

2: <https://www.ithom...>

3: IT之家

发展历程^[4]

电动自行车与电动摩托车行业经历了从技术探索和政策支持的萌芽期，到市场需求驱动下的快速发展阶段，再到成熟期的市场竞争激烈和技术创新推动下的整合阶段。始于技术标准化和城市政策引导，逐步发展成为规模化、多元化产品和智能化服务并重的现代化行业。从无到有的初步成长到如今的成熟与健康发展，电动车行业在过程中不断适应市场变化和技术进步，为城市出行提供了新的选择，同时推动了能源替代和环境保护的进程。

萌芽期 · 1995~2000

电动自行车刚刚完成了电机、电控、电池和充电器四大核心部件的探索阶段，1999年国家标准化管理机构出台了《电动自行车通用技术条件》这一标准指南。

借鉴电动自行车的技术探索，逐步奠定了技术基础和市场认知。尽管缺乏明确的标准和政策支持，但这一时期为电动摩托车未来的发展打下了重要基础，标志着行业从无到有的初步成长。

启动期 · 2000~2004

初具规模，并确定了行业标准。2000年后，各城市陆续出台禁摩令，为电动车的发展带来了机遇。2003年，“非典”进一步激发了对安全出行的需求。

行业标准的确立、城市禁摩令的出台以及非典的影响，促使电动摩托车行业迅速发展。市场需求的增加推动了技术进步和品牌建设，使得行业逐步走向规范化和规模化，为未来的持续增长奠定了基础。

高速发展期 · 2004~2014

2004年，《道路交通安全法》将电动自行车正式归类为合法非机动车。在国家政策支持和电池技术进步的推动下，电动两轮车迅速普及。电动自行车企业数量快速增长，雅迪、爱玛等全国性品牌迅速占领市场，而区域性中小品牌则通过价格优势扩展市场份额。随着电机、电池和控制器技术的不断升级，电动自行车的爬坡、载重和续航能力等性能显著提升。

2004年《道路交通安全法》确立了电动自行车的合法地位，间接推动了电动摩托车行业的发展。在国家政策支持和电池技术进步的背景下，电动摩托车市场快速增长，品牌竞争加剧，技术不断升级。行业进入市场普及、品牌分化、技术进步和政策支持的关键发展阶段，为未来的持续增长奠定了坚实基础。

成熟期 · 2014~2019

两轮电动车行业同质化严重，品牌竞争激烈，行业进入淘汰阶段。头部企业凭借资金、规模和渠道优势，加速提升行业集中度。同时，小牛等新兴互联网电动车品牌诞生，产品不再仅具备单一功能，而是向多元化功能和完善售后服务方向发展。

电动摩托车行业进入整合和创新并重的关键阶段，市场竞争激烈，头部企业凭借优势加速提升行业集中度。新兴品牌通过创新和智能化产品推动行业发展，同时，企业重视售后服务，提升用户满意度。行业呈现出市场整合、创新驱动、服务提升和智能化发展的阶段特征。

成熟期 · 2019~

2019年4月15日出台的《电动自行车安全技术规范》（“新国标”），旨在整治过去不规范的电动车市场。新标准要求生产企业具备3C认证和电摩生产资质，从生产端淘汰能力较弱的中小厂商，加速行业向龙头企业集中。

电动摩托车行业在规范整治、市场竞争加剧、技术创新和消费升级的多重影响下，正逐步迈向成熟和健康发展的阶段。

[4] 1: <https://new.qq.co...> | 2: 国海证券

产业链分析^[5]

电动摩托车与非机动车行业产业链上游为原材料与零部件环节，主要作用是生产相关电池，电机，控制器和其他大宗原材料；产业链中游为整车生产制造环节，主要作用完成由零部件和原材料组装成可销售的整车；产业链下游为销售渠道环节，主要作用通过不同渠道销售电动摩托车给消费者，并完善售后服务。^[7]

电动摩托车行业产业链主要有以下核心研究观点：^[7]

上游产品的成本和安全性深刻影响着电动摩托车制造企业和消费者

中国是全球最大的交通工具市场，随着出行半径的扩大，交通通信支出增加，2015年至2023年，全国居民人均消费支出从15,712元增至26,796元，人均交通通信支出从2,087元增至3,652元，占比从约10%升至14%。电动摩托车因其便捷、经济和环保，成为中短距离出行的最佳选择，展现出良好前景，因此其安全性与性价比就成为了消费者的首要考量。近年来，随着上游电池价格上涨以及电动摩托车电源安全问题频发，上游企业对于全产业链的影响也愈发凸显。为此电动摩托车制造企业积极与上游企业合作，不断创新研发，拓展售后保障服务，为消费者提供安全高质的产品。

电动摩托车企业销售不断升级，逐步拓展出多元化、数字化销售模式

近年来，随着新国标的实施和消费者需求的多元化，电动摩托车行业迎来了前所未有的发展机遇。除了传统的线下门店销售，电动摩托车企业还积极拓展线上销售渠道。小牛电动在公共卫生事件期间大力推广云购车、无界零售、线上下单、线下提货等新业务模式，取得了显著成效。例如，通过淘宝直播发布新国标智能旗舰电动车MQi2，累计获得350万的在线播放量，当晚订单便达到了33,878单。这种线上线下相结合的销售模式，不仅提升了销售效率，还增强了用户体验。电动摩托车企业在数字化营销方面也进行了积极探索。例如，利用智能电销工具、短信营销工具等数字化手段，销售人员可以更方便地与客户沟通，并实时记录沟通情况。这些工具不仅提高了沟通效率，还保证了沟通的准确性和可追溯性。此外，企业还可以通过数据分析工具对销售数据进行深度挖掘和分析，为市场策略的制定提供有力支持。数字化系统还应用于供应链管理领域。通过数字化手段实现库存、采购、生产等环节的实时监控和协同管理，企业可以更加精准地掌握市场需求和库存情况，从而优化生产计划和采购策略。这不仅降低了库存成本，还提高了运营效率和市场响应速度。^[7]

上 产业链上游

生产制造端

原材料和零部件

上游厂商

[浙江超威动力能源有限公司 >](#)

[天能控股集团有限公司 >](#)

[星恒电源股份有限公司 >](#)

[查看全部 v](#)

产业链上游说明

电动摩托车电池的安全性对电动摩托车有着至关重要的作用

作为电动摩托车的动力来源，上游企业为其提供的电池质量尤为重要。电池作为电动摩托车的易燃核心部件，安全的重要性不容忽视，它直接关系到电动摩托车的性能、使用寿命以及用户的安全。应急管理部数据显示，电动车火灾事故呈现增加态势，年火灾事故数由2018年的3,000多起，上升至2023年的2.1万起，多次火灾事故都造成了严重后果，造成多人伤亡和重大财产损失，引发市场和监管部门强烈关注。分析事故发生原因，80%为锂电池老化、过充以及不良厂家电池不合格所导致。在2024年6月国家进一步采取集中执法行动，监管部门加强执法，防范相关风险，查处了大量不合规的相关电池产品，其中就包括大量电动自行车和电动摩托车。电池安全问题频发会损害电动摩托车行业的信誉，影响消费者的购买意愿。因此，确保电池安全是提升行业信誉的重要措施。电池安全问题的存在也促使企业加大技术研发投入，推动电池技术的创新和进步。这将有助于提高电池的安全性能和使用寿命，推动电动摩托车产业的健康发展。

电池成本影响成车价格，电池研发成为企业未来发展方向

根据公开资料显示，电池成本占成车总成本的40%，故上游电池价格对成车价格有重要影响。随着电动摩托车电池最新国家标准的提出，传统铅酸电池已经不能满足当下电动摩托车的需要，因此上游企业转而研发提供价格更高的锂电池。这也使得电动摩托车的成本进一步提高，消费者的购车花费也同步增加。为此，相关电池研发生产企业亟需能兼顾价格和国标要求的电池产品来应用于市场。近年来，大量企业在相关领域加大投入和研发，例如，2023年，台铃和雅迪先后发布了一款应用钠离子电池的车型。钠离子电池拥有更高的安全性和更低的成本的优势让产品更具竞争力，其他电池提供方也积极开展研发工作，不断推动技术创新，希望开发出更加适合电动摩托车、更安全高效的的电池。

中 产业链中游

品牌端

整车生产制造

中游厂商

[九号科技有限公司 >](#)

[台铃科技股份有限公司 >](#)

[蓝鲨控股有限公司 >](#)

[查看全部 v](#)

产业链中游说明

新能源的不断发展及人均消费水平的提高为行业发展带来机遇

中国是全球最大的交通工具市场，随着日常出行半径的不断扩大，交通通信方面的支出也在逐渐增加。根据国家统计局的数据，全国居民人均消费支出从2015年的15,712元增加到2023年的26,796元，其中，人均交通通信支出从2015年的2,087元增加到2023年的3,652元。交通通信支出占比也从本世纪初的约10%上升到14%。近几年以摩托车作为出行代步工具的群体在逐渐扩大，同时在年轻人中间也兴起了玩摩托的热潮，在科技进步和产业转型升级的引领之下，摩托车行业也由此迎来了一个全新的发展阶段和高速成长期，其中后来者居上的电动摩托车赛道尤为引人注目。2022年中国电动摩托车销量达到763.27万辆。对标四轮新能源，国产摩托车品牌拥有弯道超车的机会，很有可能出现摩托车界的特斯拉，中国摩托车市场将迎来更为广阔的发展空间。应当看到，摩托车电动化已是大势所趋，该领域必将成为中国摩托车产业发展的新增长引擎。

市场逐渐趋向智能化，未来利润空间有被压缩的趋势，促使企业不断创新和拓展业务

根据相关报告显示，在单价超过7,000元的市场中，小牛和九号主推智能化电动摩托车的企业占据了绝对的市场份额。未来的高端市场的大趋势是智能化，其中最重要的是其车辆状态采集和车辆管理，驾驶辅助功能，其中九号电动车的相关技术和水平最高。电动摩托车在高端化趋势下，面临着上游组件成本显著提升的挑战，尤其是电池原材料价格的暴涨，直接导致了整车制造成本的上升，进而压缩了整车制造的利润空间，例如，锂价在一年多的时间内增长了十倍，碳酸锂的价格在2022年累计涨幅已超过80%。这种成本上涨直接反映在电池成本上，一款续航80km、最高时速100km/h的电动摩托车，其电池成本可能超过3,000元，远超同款性能燃油车价格。同时，品牌方在激烈的市场竞争中往往缺乏定价权，难以通过提高售价来完全转嫁成本增加。为了应对这一困境，品牌方开始积极拓展业务范畴，通过多元化业务布局来降低对单一业务的依赖度并分散经营风险。此外，企业还致力于智能化和高端化升级，以提升产品附加值和竞争力，吸引更多高端用户群体，从而实现利润增厚和可持续发展。因此，品牌方通过不断创新和拓展，有望在电动摩托车高端化趋势下实现更好的发展。

下 产业链下游

渠道端及终端客户

渠道端

淘宝（中国）软件有限公司 >

京东科技控股股份有限公司 >

九号科技有限公司 >

查看全部 >

产业链下游说明

销售渠道不断拓展，逐渐由线下拓展到线上

传统电动摩托车销售都是以线下为主，近些年逐步拓展至线上渠道。在电动摩托车行业起步阶段，由于市场认可度低，主流经销商不愿涉足，因此电动摩托车主要依附于自行车和摩托车渠道进行销售。这种模式既节省了财力人力，又借助成熟渠道快速扩大了与消费者的接触面。随着消费者对电动摩托车的认可度提升，大卖场模式应运而生。大卖场模式破解了消费升级及消费购买便利性的问题，一度成为主流渠道模式。然而，随着市场的进一步成熟，消费者对品牌、个性化的追求日益增强，大卖场模式的弊端逐渐显现。在市场成熟阶段，消费者对品牌和服务的要求更高，终端专卖模式应运而生。这种模式能够更好地满足消费者对品牌和服务的需求，提升品牌形象和用户体验。近年来，随着互联网技术的发展，电动摩托车行业开始探索新型销售模式，如零库存运营、体验营销、互联网营销等。2024年九号公司618线上销售额8,186万元，同比增长188%。通过建立线上商城、利用大数据分析市场需求、推行预售模式等方式，电动摩托车企业能够更好地把握市场动态，提高销售效率。这些模式通过减少库存成本、提高资金周转率、增强用户体验等方式，为电动摩托车销售带来了新的活力，因此企业在销售过程中逐渐实现渠道整合。通过线上销售模式，企业能够更全面地覆盖目标市场，提高品牌知名度和市场份额。

线上渠道优势逐步体现，未来有望实现线上线下融合发展的新模式

电动摩托车线上销售打破了传统销售模式的时间和地域限制，通过低成本运营为消费者提供更具竞争力的价格；同时，利用互联网的广泛传播能力，快速覆盖更广阔的市场，提升品牌影响力。线上平台强调互动性，让消费者能够轻松获取产品信息、参与讨论并享受个性化服务。结合大数据和智能技术，实现精准营销，提升购买转化率。此外，多样化的支付方式和完善的售后服务体系，进一步增强了消费者的购物体验 and 信心，使线上渠道成为电动摩托车销售不可或缺的重要部分。然而，电动摩托车的线上销售也面临挑战，如物流成本较高和售后服务保障不足，这些问题可能会影响消费者的购买决策。为了克服这些挑战，诸多品牌已经开始尝试线上线下融合的销售模式，通过电商平台进行销售的同时，在线下提供试驾和售后服务，以提升消费者的购买体验。九号机器人在全国100多个城市开设的199+“5G智慧零售门店”，开设电动摩托车线下体验业务，进一步实现线上线下相融合。从总体上看，线上销售渠道为电动摩托车市场提供了新的增长机遇，但同时也需要行业不断创新和改进以满足消费者的期待和需求。线上销售渠道为电动摩托车市场提供了新的增长机遇，但同时也需要行业不断创新和改进以满足消费者的期待和需求。

- [5] 1: <https://baijiahao.b...> | 2: <https://baijiahao.b...> | 3: <https://www.stcn.c...> | 4: <https://www.gov.c...> | 5: 中华人民共和国中央人...
- [6] 1: <https://www.stats...> | 2: <https://caifuhao.e...> | 3: 东方财富网
- [7] 1: <https://news.mydr...> | 2: 快科技
- [8] 1: <https://baijiahao.b...> | 2: <https://baijiahao.b...> | 3: 国家消防救援局, 新浪...
- [9] 1: <https://baijiahao.b...> | 2: <https://baijiahao.b...> | 3: <https://www.stcn.c...> | 4: 新华财经, 第一财经
- [10] 1: <http://www.caam...> | 2: <https://www.sohu...> | 3: <http://www.cccmp...> | 4: 中国摩托车商会
- [11] 1: <https://view.inews...> | 2: <https://www.sohu...> | 3: <https://www.cqcb...> | 4: 上游新闻
- [12] 1: <https://new.qq.co...> | 2: 腾讯网
- [13] 1: <http://www.cebike...> | 2: 电动车商情网

行业规模^[14]

2018年—2023年, 电动摩托车行业市场规模由2.05亿人民币元增长至83.60亿人民币元, 期间年复合增长率109.89%。预计2024年—2028年, 电动摩托车行业市场规模由93.92亿人民币元增长至149.64亿人民币元, 期间年复合增长率12.35%。^[18]

电动摩托车行业市场规模历史变化的原因如下:^[18]

2019年新国标的出台正式明确电动摩托车的范围, 市场开始有序增长

在2018年之前, 电动自行车、电动轻便摩托车和电动普通摩托车并没有国家层面明确的区分, 统计口径不一, 针对电动摩托车的销量统计与实际存在较大差距。2019年新国标出台, 根据《电动摩托车和电动轻便摩托车安全要求》(GB24155-2020), 电动摩托车是采用电驱动, 最高设计车速大于50km/h, 电机额定功率总和大于4kW的摩托车。这类车辆属于机动车, 需要依法取得相应的驾驶证件才能驾驶。而电动轻便摩托车同样根据GB24155-2020标准, 电动轻便摩托车是指采用电驱动, 最大设计车速不大于50km/h, 电机额定功率总和不大4kW的摩托车。与电动摩托车一样, 电动轻便摩托车也属于机动车, 需要相应的驾驶证件。在新国标的要求下, 大量传统电动车被归类为电动摩托车, 市场规范化程度不断提高, 电动摩托车销量迎来统计意义上的大幅增长, 并逐步稳定。

新能源逐步扩展到摩托车领域, 卫生事件压抑的部分需求释放并促使大量燃油摩托车主转而更换电动摩托车

随着环境问题的日益严重, 消费者和政府愈发重视减少碳排放和空气污染。电动摩托车作为一种零排放交通工

具，满足了这一需求，从而得到了政策上的支持和消费者的偏好，中国出台了鼓励使用新能源汽车及电动摩托车的政策，如财政补贴、税收优惠等，以促进电动摩托车产业的发展。2022年，新能源汽车补贴标准在2021年基础上退坡30%；城市公交、道路客运、出租（含网约车）、环卫、城市物流配送、邮政快递、民航机场以及党政机关公务领域符合要求的车辆，补贴标准在2021年基础上退坡20%。这些政策降低了电动摩托车的购买和使用成本，提高了其市场竞争力。而电动摩托车的运行成本具有优势，与传统燃油摩托车相比，电动摩托车的能耗费用更低，维护成本也相对较少，这使得电动摩托车在经济上更具吸引力。同时，随着充电设施的逐步完善，电动摩托车使用的便利性得到了提高，快速充电站的引入预计将在预测期内推动市场增长。此外，卫生事件期间，人群的工作和消费需求被抑制，在2022全面复工复产后，消费者针对摩托车的更换需求被充分释放，电动摩托车销量大幅度增长。^[18]

电动摩托车行业市场规模未来变化的原因主要包括：^[18]

新能源产业不断发展，消费者有电动摩托车更换需求

随着电动摩托车市场的不断发展，消费者对交通工具的需求变得更加多样化和个性化，年轻消费者愈发注重交通工具的绿色属性。传统燃油摩托车在环境保护和污染排放方面的逐渐受到挑战。电动摩托车作为新型个人交通工具满足了城市短途出行的需求。电动摩托车作为传统燃油摩托车的替代品，运行成本较低，充电成本较燃油费用更低，维护成本也相对较少，在经济上更具吸引力，重量上也具备灵活的特点，正在逐步吸引更多消费者购买，例如，72V38A的电池充满电可以续航达到150公里左右，按照1度电的成本，大约只需要五毛钱左右，而燃油摩托车跑同样距离需要20元左右。相比之下，传统燃油摩托车未来市场份额被分流，尤其是在城市和短途出行领域。因此，预计未来电动摩托车市场规模将逐渐增长。

市场规模增长速度较慢，未来规模受技术进步影响较大

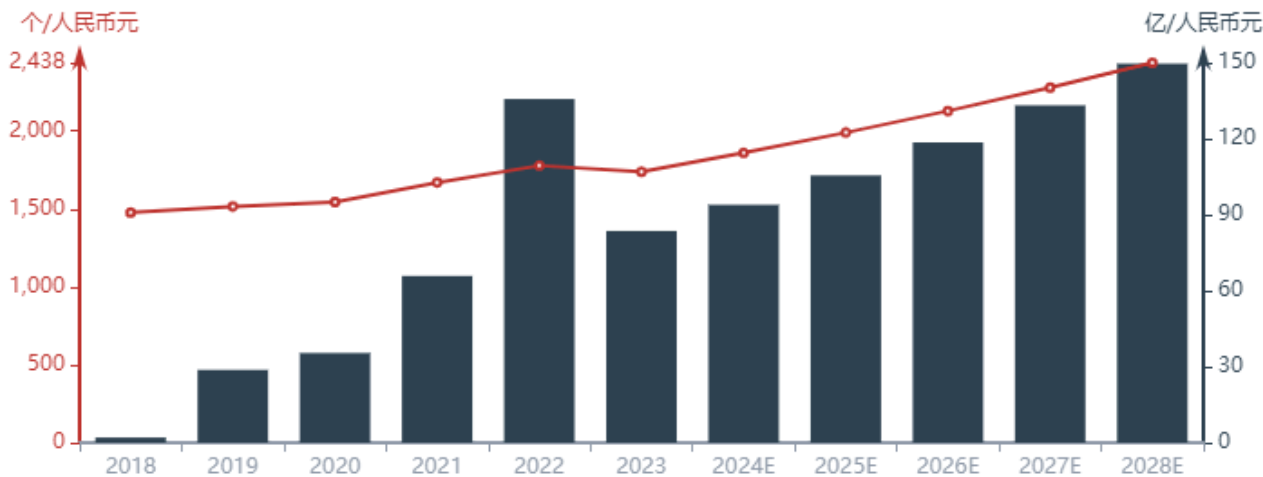
未来，电动摩托车增长速度较缓，一方面是由于其续航里程相比燃油摩托车较短，限制了其长途行驶能力。例如，多数电动摩托车充满电后的续航在80-150公里左右，而燃油摩托车通常能达到200公里以上。且充电时间相对较长，即使是使用快充技术，也远超过燃油摩托车加油的时间。另一方面，虽然电动摩托车的运行成本较低，但初期投资成本，包括购车成本和电池更换成本，可能相对较高。这一系列的问题制约着电动摩托车市场的快速增长。伴随着未来可能的技术发展，随着电池能量密度的提高和成本的降低，电动摩托车的续航里程预计将得到显著提升，并减少充电时间。如果充电站的普及和充电技术的成熟，电动摩托车的充电便利性也将得到改善，缓解续航里程焦虑。同时，智能化技术，如智能电池管理、能量回收系统等，可以提高电动摩托车的能源利用效率，降低能耗。因此，这些技术问题的解决程度直接影响到消费者对电动摩托车的认可度，影响其市场规模的增长。在短期这些问题未能解决的时间段内，电动摩托车市场规模难以形成突破式增长。^[18]

电动摩托车行业规模

电动摩托车行业规模



电动摩托车行业规模



数据来源：企业年报、中国摩托车商会

[14] 1: <http://www.cccmp.com> | 2: <https://search.jd.com> | 3: 京东, 中国摩托车商会

[15] 1: <http://www.cccmp.com> | 2: <https://std.samr.gov.cn> | 3: 国家标准信息公共服务网

[16] 1: <https://search.jd.com> | 2: <https://www.gov.cn> | 3: 中华人民共和国中央人民政府

[17] 1: <http://www.cccmp.com> | 2: <https://baike.baidu.com> | 3: 中国质量认证中心、百度百科

[18] 1: <https://www.qq.com> | 2: <https://www.163.com> | 3: 网易

政策梳理^[19]

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案	国务院	2024-03	5
政策内容	开展汽车以旧换新，加大政策支持，促进梯次消费和更新消费。组织全国促销活动，鼓励企业促销，并引导行业有序竞争。严格执行强制报废和安全环保检验标准，淘汰符合报废标准的老旧汽车。因地制宜优化限购措施，推进全生命周期管理信息系统建设。			
政策解读	电动摩托车政策可以借鉴汽车以旧换新政策的经验，加大政策支持力度，促进电动摩托车的梯次消费和更新消费。通过组织促销活动，鼓励企业推动更新，引导行业竞争。同时，严格执行强制报废和安全环保检验标准，淘汰老旧电动摩托车，提升整体市场品质。根据各地实际情况，优化电动摩托车的限购措施，并推进全生命周期管理信息系统建设，有助于提高管理效率和服务水平。			

政策性质	指导性政策
-------------	-------

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	扩大内需战略规划纲要	中共中央/国务院	2022-12	5
政策内容	积极发展绿色低碳消费市场。健全绿色低碳产品生产和推广机制。促进居民耐用消费品绿色更新和品质升级。完善绿色采购制度，加大政府对低碳产品采购力度。规范发展汽车、动力电池、家电、电子产品回收利用行业。			
政策解读	政府将通过一系列措施，推动绿色低碳消费市场的发展，鼓励电动摩托车行业的生产和使用，从而实现环保目标。同时，企业也需要积极响应政策，提高产品质量和技术水平，建立完善的回收利用体系，以适应市场需求和政策要求。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	推动重点消费品更新升级 畅通资源循环利用 实施方案	国家发展改革委 生态环境部 商务部	2019-06	5
政策内容	加快新一代车用动力电池研发和产业化，提升电池能量密度和安全性，逐步实现电池平台化、标准化，降低电池成本。引导企业创新商业模式，推广新能源汽车 电池租赁等车电分离消费方式，降低购车成本。优化产品准入管理，避免重复认证，降低企业运行成本。			
政策解读	推动动力电池技术的研发和产业化，降低电池成本，优化市场准入管理，鼓励创新商业模式，进一步促进电动摩托车行业的发展。企业应积极响应政策，提升技术研发能力，创新商业模式，降低成本，提高市场竞争力。政府也将通过优化管理和简化流程，支持产业健康发展。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	绿色出行行动计划	交通运输部	2019-05	5
政策内容	推进绿色车辆规模化应用。以实施新增和更新节能和新能源车辆为突破口，在城市公共交通、出租汽车、分时租赁、短途道路客运、旅游景区观光、机场港口摆渡、政府机关及公共机构等领域，进一步加大节能			

	和新能源车辆推广应用力度。完善行业运营补贴政策，加速淘汰高能耗、高排放车辆和违法违规生产的电动自行车、低速电动车。
政策解读	通过推广绿色车辆的规模化应用，特别是在公共交通、出租车、分时租赁等重点领域，推动电动摩托车行业的发展。完善的补贴政策和严格的淘汰机制将进一步规范行业，提升电动摩托车的市场竞争力和普及率。企业应抓住政策机遇，提升产品质量和创新能力，积极拓展市场应用场景，以满足不断增长的市场需求。
政策性质	指导性政策

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	关于加强电动自行车国家标准实施监督的意见	市场监管总局 工业和信息化部 公安部	2019-03	5
政策内容	对同时生产、销售电动摩托车的企业，需核实其是否获得CCC认证并列入工业和信息化部《道路机动车辆生产企业及产品公告》。严禁生产、销售未获得认证和未列入公告的电动摩托车，防止假借电动摩托车名义生产、销售违标电动自行车。			
政策解读	通过严格的市场监管和认证核查，规范电动摩托车的生产和销售，防止不合规产品流入市场。企业应确保产品符合CCC认证和工业和信息化部的相关公告要求，遵守市场监管规定，避免违法违规行为。这将有助于提升电动摩托车行业的整体质量和市场信任度，促进行业健康有序发展。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	国务院安委会	关于开展电动自行车消防安全综合治理工作的通知	2018-05	5
政策内容	依法严格整治电动自行车生产、销售，整顿维修改装市场，打击违法生产、销售、改装行为。督促村（居）委会和管理单位落实安全责任，加强检查，依法处理违规停放和充电行为。对引发火灾的电动自行车，追究相关单位和人员责任，并倒查生产、销售、改装环节的责任。			
政策解读	通过严格的法律手段和监管措施，规范电动摩托车和电动自行车的生产、销售、改装及使用，旨在提升产品质量和安全性，维护市场秩序和公共安全。企业应严格遵守相关法律法规，确保产品和服务符合安全标准，同时加强安全宣传和教育，防止违规操作和事故的发生。这将有助于促进行业的健康、可持续发展。			

[19] 1: <https://www.gov.c...>2: <https://xxgk.mot.g...>

3: 中共中央/国务院, 国家...

竞争格局

电动摩托车行业呈现以下梯队情况：第一梯队公司有九号科技有限公司、雅迪科技集团有限公司和爱玛科技集团股份有限公司等；第二梯队公司为江苏小牛电动科技有限公司、江苏新日电动车股份有限公司和浙江绿源电动车有限公司等；第三梯队有华洋赛车、钱江摩托等。[23]

电动摩托车行业竞争格局的形成主要包括以下原因：[23]

技术研发能力决定了企业的产品创新能力和市场竞争力。

技术研发能力是电动摩托车行业企业产品创新和市场竞争力的关键因素。九号科技通过在智能化和电池技术方面的持续创新，推出了具备先进导航系统和智能操控功能的高性能产品。例如，其产品可精准匹配骑行状态，自主调节三电（电池、电机和电控）最佳工作效率以提高续航的自研L级电控系统，以及独特的电机绕线工艺、可降低滚阻27%的全新轮胎设计，开发出可提升续航20%以上的Ridey Long长续航系统，让同等容量电池，在同等工况下可实现更长续航；另一方面，九号公司也通过自研BMS6.0（智能电池管理系统），以及IPX7级的电池防水工艺等，多维度保障电池安全，吸引了大量消费者。雅迪科技和爱玛科技则在续航能力、动力系统和智能化技术上不断研发，提升了电动摩托车的续航里程和动力性能，满足了市场需求。这些技术创新使得九号科技、雅迪科技和爱玛科技在市场中占据了显著的竞争优势。

广泛的市场覆盖面、有效的销售渠道及营销手段决定了企业产品的市场渗透率和销售量。

第一梯队公司，如雅迪科技和爱玛科技，凭借广泛的销售网络和线上渠道，确保其产品能够快速进入市场并迅速占据市场优势。这些公司通过建立大规模的经销商网络和广泛的服务网点，覆盖了全国各地甚至国际市场，使得其产品能够在各个层次的市场中占有一席之地。例如，雅迪积极布局线下门店，其在全国拥有四万多家销售网点，位居全国电动摩托车品牌网点数第一位。此外，雅迪科技和爱玛科技在渠道建设和市场推广上投入了大量资源，通过多种手段提升品牌知名度和市场覆盖率。爱玛就积极携手爆款综艺，稳抓明星传播势能。知名时尚IP“追星计划”新品发布期间，恰逢露营观星慢综艺《追星星的人2》开播在即，爱玛看到了二者在外在表现、精神内核与生活引领上的共鸣点，果断带领“追星计划”新品加入这场追星之旅。《追星星的人2》明星嘉宾先是惊喜空降爱玛“追星计划”海南活动现场，与爱玛星曜A101、甜心等爆款车型上演骑行首秀，后又在节目中与爱玛电动车进行高频互动，并由衷表达心动赞美，直夸爱玛电动车便捷环保颜值高。爱玛与《追星星的人2》的深度联合，让观众们发现了慢生活、轻出行的美好，将爱玛与幸福生活达成深度绑定。[23]

电动摩托车行业竞争格局的变化主要有以下几方面原因：[23]

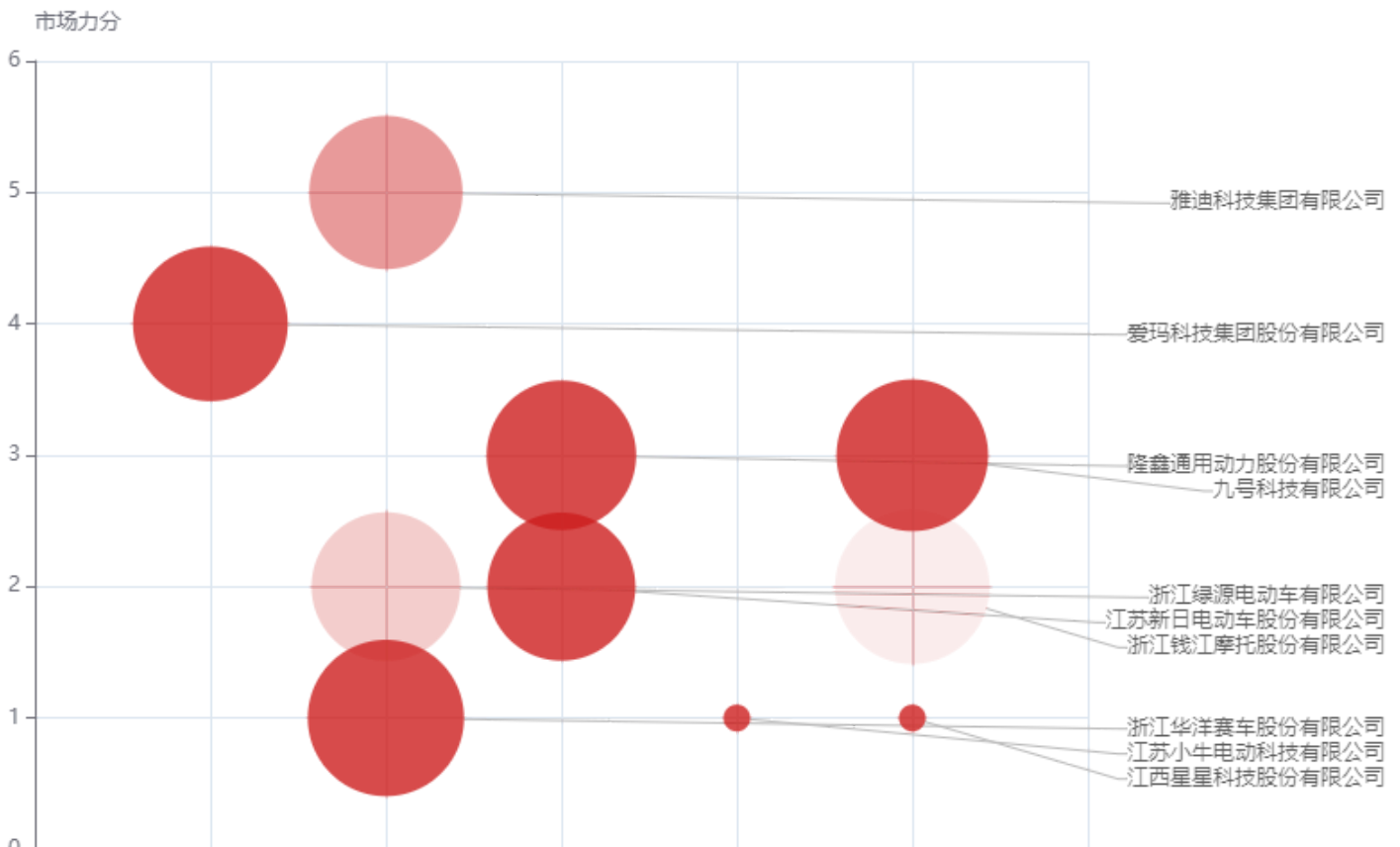
智能化技术的突破将重新定义市场竞争

工厂智能化和电摩智能化部技术的发展将成为未来电动摩托车市场竞争的核心因素，因其不仅显著提升了企业生产效率、消费驾驶体验，还增加了电动摩托车的功能性与安全性。以九号科技为例，九号常州工厂的智能覆盖率达 95% 以上，并在智能化产业线的助力下，产品组装出错率已经降至百分之一水平，并且做到产品100%溯源，这已完全颠覆了传统二轮车企的固有经验。在智能化工厂的操作下，该公司通过推出配备智能导航系统、远程监控、智能防盗和数据分析功能的电动摩托车，显著提升了用户体验和市场竞争能力。智能导航系统提供了高精度的路线规划和实时交通信息，远程监控功能让用户可以实时查看车辆状态并进行远程控制，智能防盗系统提升了车辆安全性，数据分析功能则帮助用户优化骑行习惯。未来，持续进行智能化技术创新的企业将能够在市场中获得显著的竞争优势，满足消费者对高科技产品的需求，从而在竞争中脱颖而出。

电池技术的创新将决定市场主导权

未来电池技术的发展将深刻影响电动摩托车市场的创新与成长。随着科技的不断进步，电池技术将朝着更高能量密度、更快充电速度和更长使用寿命的方向发展。这些技术进展不仅将提升电动摩托车的性能和用户体验，还将改变市场的竞争格局。例如，孚能科技“电摩标准电池”就具有多种优势：电池能量密度高，较行业主流水平能量密度提升25%，续航更长；同时，还支持8C高倍率放电，百公里加速仅需3.3秒，最高时速可达198km/h；极速补能，充电15分钟电量从10%上升到80%；轻量化，方便用户提取，高温性能好，循环寿命长；特别是，具备同尺寸电芯下，通过化学材料升级，可无缝迭代到下一代330+Wh/kg电芯，助力客户进一步实现轻量化，大幅缩短开发周期和降低开发成本，提升产品竞争力。因此，企业需要通过技术研发、市场推广和产品优化等手段，利用这些新技术来获得市场竞争优势。未来，能够在电池技术领域保持创新和领先的企业，将在电动摩托车市场中占据有利的位置，推动行业的进一步发展和壮大。 [23]

气泡大小表示：净利率(%)；气泡色深表示：利润增长率(%)





上市公司速览

浙江钱江摩托股份有限公司 (000913)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	13.5亿元	0.87	26.36

江西星星科技股份有限公司 (300256)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	1.9亿元	27.87	10.43

隆鑫通用动力股份有限公司 (603766)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	33.0亿元	20.41	17.71

九号有限公司 (689009)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	75.3亿元	-1.39	26.62

爱玛科技集团股份有限公司 (603529)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	49.5亿元	-8.97	18.04

江苏新日电动车股份有限公司 (603787)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	7.6亿元	-34.50	15.30

绿源集团控股(开曼)有限公司 (02451)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
31.4亿	50.8亿	6.2700	-

雅迪集团控股有限公司 (01585)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
51.6亿	347.6亿	11.9200	-

[20] 1: <https://new.qq.co...> | 2: 新京报

[21] 1: <https://baijiahao.b...> | 2: <https://cn.chinadai...> | 3: 中国日报

[22] 1: 鲁大师

[23] 1: <http://mp.cnfol.co...> | 2: 同壁财经

[24] 1: choice

[25] 1: choice

[26] 1: choice

[27] 1: choice

企业分析

▪ 公司信息

企业状态	存续	注册资本	55000万人民币
企业总部	常州市	行业	铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业
法人	张珍源	统一社会信用代码	91320411MA1X7UHP1B
企业类型	有限责任公司	成立时间	2018-09-21
品牌名称	九号科技有限公司		
经营范围	一般项目：摩托车及零配件批发；摩托车及零配件零售；摩托车及零部件研发；电动自行车... 查看更多		

法律声明

权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未详细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。

商务合作

阅读全部原创报告和百万数据

会员账号

募投可研、尽调、IRPR等研究咨询

定制报告/词条

定制公司的第一本

白皮书

内容授权商用、上市

招股书引用

企业产品宣传

市场地位确认

丰富简历履历，报名

云实习课程

头豹研究院

咨询/合作

网址：www.leadleo.com

电话：13544093853（游先生）

电话：13080197867（李先生）

深圳市华润置地大厦E座4105室

诚邀企业 共建词条报告

- 企业IPO上市招股书
- 企业市占率材料申报
- 企业融资BP引用
- 上市公司市值管理
- 企业市场地位确认证书
- 企业品牌宣传 PR/IR

词

