



头豹
LeadLeo

2024年

E-bike行业词条报告

头豹分类/交通运输、仓储和邮政业/道路运输业/城市公共交
通运输/新能源、头豹分类/综合及概念/新能源汽车/产业链整
体、港股分类法/综合性企业/综合企业

企业竞争图谱：2025年E-bike 头豹词条报告系列



文上·头豹分析师

2025-06-06 未经平台授权，禁止转载

行业分类： 交通运输、仓储和邮政业/新能源 综合及概念/产业链整体 综合性企业/综合企业

摘要 E-bike行业以蓄电池为辅助能源，实现电助动或电驱动功能，成为城市短途出行和环保出行的选择。技术创新推动产品智能化和性能提升，但市场竞争激烈，价格战和产品差异化是主要特点。市场规模受政策、市场需求和产业发展等因素影响，2020-2023年持续增长，但2024年受竞争压力和产业升级转型影响出现下滑。未来，市场需求和技术创新将驱动中国E-bike行业持续稳定发展，特别是年轻人对智能化、轻便且续航能力强的产品的偏好，以及外卖、快递等行业对电动自行车的需求，将推动市场规模进一步扩大。

行业定义

E-bike即电动自行车，是指以蓄电池作为辅助能源，具备脚踏骑行能力，能实现电助动或电驱动功能的两轮自行车。随着城市化进程的加快，城市交通拥堵问题日益严重，E-bike成为短途出行的灵活、便捷选择。此外，环保需求的增加使得低碳排放的E-bike成为燃油车辆的替代方案，顺应环保趋势，E-bike成为大众的经济型出行工具。同时，电池等技术的进步也推动了这一行业的发展。

行业分类

按照按外观和用途分类，E-bike可分为如下类别：

E-bike行业基于外观和用途的分类，可分为标准型、折叠型、越野型和载货型

按照按外观和用途划分

标准型E-bike

设计符合相关国家标准，具备基本的车架、鞍座、车轮、车把等部件，外观较为传统，适用于日常通勤、购物等一般出行场景，是最常见的类型。

折叠型E-bike

车架采用可折叠设计，方便携带和收纳。折叠后体积变小，可轻松放入汽车后备箱或在狭小空间存放，适合需要结合多种交通方式出行的人群，如先乘坐地铁再骑折叠电动自行车完成最后一段路程。

越野型E-bike

通常具有较高的离地间隙、宽大的轮胎和更坚固的车架，能适应复杂路况，如山地、泥泞道路等。其减震性能优越，电机功率相对较大，满足骑行者在非铺装路面的骑行需求，多用于户外探险和越野骑行活动。

载货型E-bike

注重承载能力，车架结构更为坚固，配备较大的货架或货箱，可用于运输货物。在一些城市的商业配送场景中，载货型电动自行车能承担短途货物运输任务，如快递、外卖配送等。

行业特征

E-bike行业的特征包括技术驱动、市场竞争、需求多样化。

1 E-bike行业受技术创新驱动，推动产品的智能化和性能提升。

智能化技术（如GPS、蓝牙）和电池技术的进步显著提升了E-bike的使用体验和续航能力，使其更符合现代城市交通需求。这些技术进步使得E-bike在市场上具有竞争优势，并不断推动产品的升级换代。

2 市场竞争激烈，价格战和产品差异化是主要特点。

主要企业包括雅迪、爱玛之间的激烈竞争导致了价格战的频繁发生，这对利润空间产生了压力。企业通过产品差异化（如不同的智能功能和设计）来争夺市场份额，这进一步加剧了市场竞争的激烈程度。

3 需求多样化体现在E-bike的使用场景和用户群体的广泛性。

E-bike不仅满足了城市短途通勤的需求，还被用于快递配送、旅游观光等多种场景。随着用户需求的不断变化和提升，企业需要提供多样化的产品以适应不同的使用需求，这推动了市场的不断细分和产品的多样化。

发展历程

E-bike经历了萌芽期、启动期和高速发展期。萌芽阶段E-bike初步问世，但市场接受度有限。2000年电池技术改进和环保意识提升推动了E-bike的快速增长，逐渐被更多消费者接受。进入2010年代，行业逐渐成熟，产品线丰富，市场竞争加剧，政府法规也开始规范使用场景。如今，E-bike正向智能化和多样化发展，智能技术和轻量化材料推动了产品升级。未来，随着可持续交通需求的增加，E-bike将在城市和乡村交通中扮演越来越重要的角色。

萌芽期 · 1881-01-01~1998-01-01

E-bike初步问世。1983年，上海生产出第一辆永久牌电动自行车。1992年，中国开始自行研制和生产电动自行车。这一时期主要是对电机、蓄电池、充电器和控制器等设备进行技术摸索，存在电池寿命短、续航里程短、爬坡能力差等问题，但为产业发展积累了经验。

E-bike的电池和电动机技术仍在起步阶段，在市场上尚未普及，消费者对电动助力自行车的认知有限。

启动期 · 2000-01-01~2015-01-01

随着技术进步，电动自行车行驶里程增加，成为自行车的升级换代产品和摩托车的替代品。受“禁摩令”“非典”等因素影响，市场需求大增，产能迅速提升，形成了以江苏、浙江、天津为代表的三大产业集聚地。

初步规模化阶段，E-bike的电池、电动驱动系统和智能控制技术更加先进，市场已经成熟，产品种类丰富。

高速发展期 · 2016-01-01~2024-01-01

该阶段蓄电池寿命和容量提高35%，电机发展为以无刷高效电机为主流，寿命提高5倍，效率提高近30%，爬坡和载重能力提高约3.5倍，制造成本大幅下降。2019年，“新国标”正式实施，对电动自行车的整车质量、尺寸、时速等指标严格规定，认证方式转为3C认证，提高了行业准入门槛，加速了不达标小厂的产能出清，行业向龙头集中，同时也驱动了存量车的替换需求。共享电动自行车也在这一时期出现，但因存在一些问题，受到部分地区的限制和规范。

高速发展阶段，生产企业竞争激烈，刺激了技术进步与扩散，并且政策逐步完善。

产业链分析

E-bike发展现状

E-bike行业产业链上游为核心零部件制造环节，主要作用提供核心部件；产业链中游为整车制造环节，主要作用将上游的核心零部件与其他零部件组装成电动自行车成品；产业链下游为销售与服务环节，主要作用将产品推向市场并提供客户服务。

E-bike行业产业链主要有以下核心研究观点：

上游零部件制造是基础，其中电池是关键。

电池是E-bike的核心部件之一，直接影响其续航能力和使用成本。目前市场上主要有铅酸电池和锂离子电池，锂离子电池因高能量密度和长寿命等优势，逐渐占据主导地位，包括宁德时代等知名企业，在电池技术研发和生产方面实力强劲，为产业发展提供了重要支持。锂电池作为E-bike的核心动力源，其原材料如锂、钴、镍等金属价格波动对成本及市场竞争力影响显著。全球锂资源分布不均，中国虽为主要消费国，但资源依赖度较高，原材料供应安全是产业链关注焦点。

下游销售与服务是E-bike产业链的保障。

E-bike的销售渠道中，线上平台提供便捷购物体验，线下实体店则通过试骑、售后服务等吸引消费者。此外，共享出行平台等也成为拓展销售渠道的重要方式。此外，完善的售后服务是提升消费者满意度和品牌忠诚度的关键。无论是购车咨询、维修保养，还是故障处理，专业的售后服务都能让消费者的权益得到充分保障，也有助于推动电动自行车发展。

上 E-bike产业链上游分析

生产制造端

原材料、零部件供应商

上游厂商

天能电池集团股份有限公司

超威动力控股有限公司

宁德时代新能源科技股份有限公司

深圳市倍特力电池有限公司

山东银航钢材有限公司

广东揽钢钢材有限公司

佛山市海力塑料制品有限公司

山东腾博塑料制品有限公司

青岛华康塑料包装有限公司

上游分析

E-bike产业链上游主要包括金属、化工和电池材料等。其中金属材料充足，但价格波动频繁；化工材料中塑料产业成熟，天然橡胶依赖于进口；电池材料中铅酸电池技术成熟，锂电池市场发展迅速。

在原材料中，钢材是制造电动自行车车架的主要材料，具有较高的强度和良好的韧性，价格相对低廉，能满足大规模生产需求。铝合金材料因其重量轻、耐腐蚀等特性，在高端车型车架及零部件制造中应用广泛，可提升车辆的整体性能和外观质感。但是，受国际政治经济形势、铁矿石等原材料价格、市场供需关系等因素影响，钢材价格波动较为明显。2025年第一季度钢材成交价格处于3,280-33,000元区间，临近年关，钢厂生产有所放缓，一定程度上影响钢材的供应情况。在化工材料中，塑料是电动自行车外壳、塑件的主要原料，常见的有ABS、PP等，能满足不同车型的外观设计需求。橡胶则用于制造轮胎、把手套等部件，提供良好的抓地力和舒适性。化工材料的质量直接关系到产品的耐用性和安全性，优质轮胎橡胶能确保良好的耐磨性和防滑性。在电池材料中，铅酸电池的主要材料为铅及其化合物，具有成本低、技术成熟等优点，但能量密度相对较低。锂电池材料如钴酸锂、磷酸铁锂等，能量密度高、重量轻，但成本较高。电池材料的性能决定了电动自行车的续航里程、使用寿命和充电速度。

零部件制造商包括电池、电机、控制器以及车架、车轮、刹车系统、减震系统、车把、鞍座等其他零部件。

电池是电动自行车的核心部件，直接影响车辆的续航能力。铅酸电池以其性价比优势，在中低端市场仍占据较大份额，2025年第一季度市场占比约80%；锂电池凭借其高能量密度、长寿命等特性，市场份额逐渐扩大。如天能、超威等品牌具有较强竞争力，而宁德时代、亿纬锂能等企业在电动自行车锂电池市场表现突出，市场上主流的锂离子电池能量密度已达到200Wh/kg，部分领先企业推出的产品能量密度已突破300Wh/kg，部分企业研发的石墨烯锂离子电池能量密度达到了400Wh/kg，续航里程可达到100公里以上。2023年受原材料价格波动影响，锂电池电动自行车渗透率一度下降，但随着碳酸锂价格下降，锂电渗透率重回增长态势。此外，电机为电动自行车提供动力，常见类型有轮毂电机和中置电机。轮毂电机结构简单、成本较低，广泛应用于普通电动自行车。控制器是电动自行车的“大脑”，负责控制电机的转速、电流和电压，实现电动自行车的启动、加速、减速、制动等功能，并对电池进行保护，延长电池使用寿命。

中 E-bike产业链中游分析

品牌端

新能源电动车整车制造商

中游厂商

雅迪科技集团有限公司

爱玛科技集团股份有限公司

江苏新日电动车股份有限公司

浙江绿源电动车有限公司

立马车业集团有限公司

九号科技有限公司

江苏小牛电动科技有限公司

台铃科技股份有限公司

中游分析

中国是全球E-bike产业最大的生产和消费国，其中游产业制造集中度较高。

2023年全球电动自行车总体出货量达到6,740万辆，同比增长4.5%。中国已成为全球最大的电动自行车生产和消费国，2023年中国电动自行车销量达到5,520万辆，占全球销量的81.9%。本土市场销量受新国标政策影响，在经历前期换购潮后，逐渐回到常态替换、少量新增的状况。目前，中国E-bike生产主要集中在江苏、天津、山东、河南、浙江五个省份，其中江苏是头号大省，占全国产量20%左右。E-bike产业集聚有利于企业降低采购成本、共享基础设施、促进技术交流与人才流动，形成产业集群效应，提升整个区域的产业竞争力。

供应链的协同和优化在中游整车制造环节中至关重要，直接影响产品的交付速度和市场响应能力。

整车制造商通过与上游零部件供应商建立长期合作关系，确保关键部件的稳定供应。部分E-bike制造商与电池和电机供应商签订了长期供货协议，从而减少了因供应链中断导致的生产延误。这种协同效应使得企业能够更加快速地响应市场需求，缩短产品的上市时间。此外，物流和供应链的优化进一步缩短了零部件从供应商到生产线的时间。通过采用仓储管理系统和实时库存监控技术，整车制造商能够大幅减少库存成本，并提高生产线的柔性生产能力。在某些领先的制造企业中，原材料的周转时间大幅度缩短，这直接提升了生产的敏捷性和市场响应速度。

下 E-bike产业链下游分析

渠道端及终端客户

销售与服务

渠道端

雅迪科技集团有限公司

爱玛科技集团股份有限公司

台铃科技股份有限公司

九号科技有限公司

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

其他综合零售商场和超市

下游分析

多渠道销售策略和电商平台的崛起显著扩大了E-bike的市场覆盖面。

E-bike制造商通过多种销售渠道（包括线下经销商、专卖店、电商平台）来覆盖不同的市场和客户群体。通过与大型连锁零售商合作，迅速进入市场，这种方式大幅度占据市场份额。多渠道的销售策略使得E-bike能够更好地适应各地市场的需求，提高了品牌的市场渗透率。此外，随着在线购物的普及，越来越多的E-bike通过电商平台直接销售给消费者。这一模式不仅降低了中间商的费用，还使得消费者能够更方便地比较价格、选择产品。电商平台还提供了丰富的用户反馈和数据分析，帮助制造商更好地理解市场需求和消费者偏好。

售后服务和用户体验成为增强品牌忠诚度和市场竞争力的关键因素。

售后服务的质量直接影响到用户的满意度和品牌忠诚度。部分领先的E-bike品牌通过建立完善的售后服务网络，包括保修服务、维修点和上门服务，显著提升了客户满意度。除此之外，品牌还通过改善用户体验来增加市场竞争力。部分E-bike品牌推出了智能手机App，用户可以通过App查看车辆状态、进行导航和远程控制车辆。这种智能化的体验增强了用户对品牌的依赖，进一步巩固了品牌的市场地位。

行业规模

E-bike行业市场规模历史变化的原因如下：

2020-2023年，受到政策、市场需求和产业发展等因素影响，中国E-bike市场规模呈现持续增长态势。

“新国标”在2019年落地，各地过渡期普遍在3-5年，2020年处于政策红利释放期，消费者有更换符合新国标的电动自行车需求，同时淘汰了部分低落后产能，行业集中度提升。此外，节能减排、碳达峰等政策要求，以及人口增长带来多样化绿色出行需求，及时配送与共享电单车的增长，都促进了电动自行车市场的发展。同时，宏观环境改变了欧美人的出行方式，欧洲各国出台补贴计划鼓励自行车出行，刺激了中国电动自行车的出口，海外市场成为产销量大增的一大驱动力。

2024年，E-bike市场受到竞争压力与产业升级转型影响出现下滑。

经过多年发展，中国电动自行车保有量已达较高水平，市场需求逐渐趋于稳定，增长空间有限。同时，安全隐患问题凸显，2023年电动自行车火灾事故较多，引起公众对电池安全的关注，降低了消费者的购买意愿。2024年政府出台了《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》以及《推动电动自行车以旧换新实施方案》等政策，鼓励电动自行车以旧换新，在一定程度上刺激了市场需求，减缓了市场规模下滑的趋势。综合来看，传统E-bike企业面临来自传统车企和新兴品牌的双重挑战，市场竞争愈发激烈，企业为争夺市场份额，采取降价等策略，影响市场整体价格水平和利润空间，进而影响市场规模。

E-bike行业市场规模未来变化的原因主要包括：

市场需求预计驱动中国E-bike行业持续稳定发展。

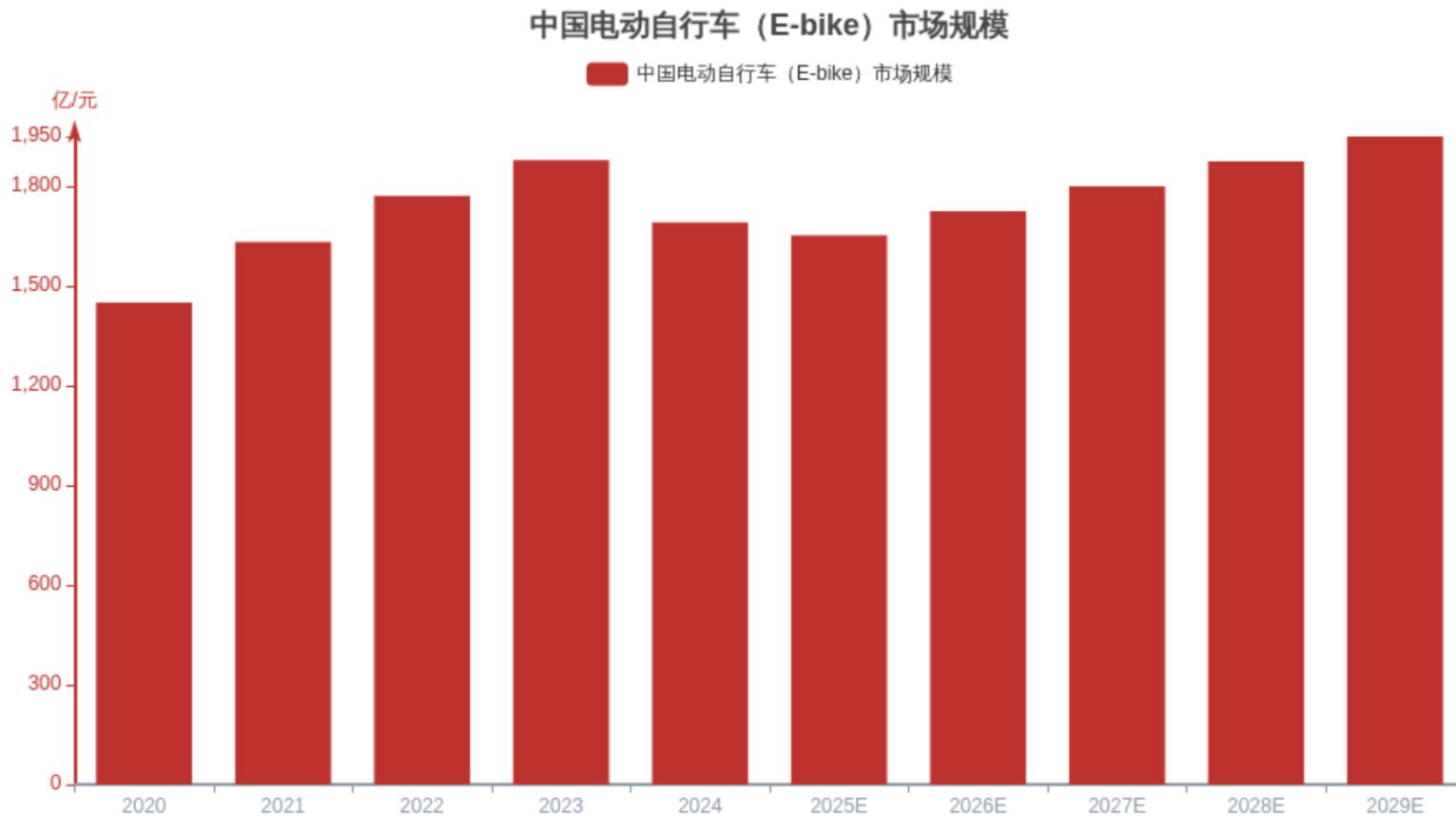
预计，未来中国E-bike市场消费群体年轻化。年轻人是电动自行车消费的主力军，占比达41.39%。他们偏好智能化、轻便且续航能力强的产品，这促使企业向高端化、智能化方向发展，不断推出满足年轻消费者需求的产品，从而拓展市场份额，推动市场规模增长。此外，随着城市交通拥堵加剧，E-bike在家用、商用以及即时配送服务等领域的需求持续增长。特别是外卖、快递等行业对电动自行车的需求旺盛，这将带动市场规模的进一步扩大。

从技术层面来看，智能化已经成为E-bike行业的重要发展方向。

无钥匙解锁、远程开锁、OTA升级、导航、防盗等功能在高端车型中逐渐普及。智能化技术的应用提升了产品的附加值和用户体验，满足了消费者对便捷、智能出行的需求，吸引更多消费者购买，推动市场规模扩大。此外，电池技术不断取得突破，如固态电池和快充技术的发展，将解决电动自行车的续航焦虑问题，提高充电效率，提升电动自行车的整体性能和市场竞争力，促进市场规模增长。

规模预测

E-bike行业规模



数据来源: 中国政府网、人民日报、汽车之家、中国服务贸易指南网

政策梳理

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于加快经济社会发展全面绿色转型的意见》	中共中央、国务院	2024-07-31	7
政策内容	推动经济社会发展绿色化、低碳化。推广低碳交通运输工具。大力推广新能源汽车，推动城市公共服务车辆电动化替代。			
政策解读	鼓励和支持低碳交通工具的普及，以减少传统燃油车辆带来的环境污染和碳排放，推动交通系统的绿色化。低碳交通工具包括电动自行车 (E-bike)。			
政策性质	鼓励性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《碳排放权交易管理暂行条例》	国务院	2024-05-01	9
政策内容	加强对温室气体排放的控制，积极稳妥推进碳达峰碳中和，促进经济社会绿色低碳发展，推进生态文明建设。			
政策解读	通过碳排放权交易市场的实施，促进经济结构的绿色转型，推动低碳经济的发展，改善自然环境质量。提升公众的生活质量，为未来的绿色可持续发展奠定坚实基础。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《2024—2025年节能降碳行动方案》	国务院	2024-05-23	8
政策内容	推进交通运输装备低碳转型。加快淘汰老旧机动车，提高营运车辆能耗限值准入标准。逐步取消各地新能源汽车购买限制。			
政策解读	通过推动交通运输装备的低碳转型，降低交通运输领域的碳排放，提升车辆的能源效率，减少环境污染，推动交通系统的绿色升级。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《重点用能产品设备能效先进水平、节能水平和准入水平（2024年版）》	国家发展改革委 工业和信息化部 财政部 住房城乡建设部 市场监管总局 国家能源局	2024-01-29	8
政策内容	鼓励零售企业、电商平台联合生产企业通过设置产品专区、突出显示专有标识、发放绿色优惠券、开展产品设备减碳量自我声明等方式，引导消费者优先选购能效先进水平产品设备。			
政策解读	通过鼓励并引导消费者购买高能效、节能的产品和设备，从而提升市场上节能产品的占比，促进节能减排目标的实现。			
政策性质	鼓励性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于加快推动制造业绿色化发展的指导意见》	工业和信息化部、国家发展改革委、财政部、生态环境部、中国人民银行、国务院国资委、市场监管总局	2024-02-05	10
政策内容	推进传统产业绿色低碳优化重构。加快传统产业绿色低碳技术改造。加快补齐新兴产业绿色低碳短板弱项。			
政策解读	通过对传统产业进行绿色低碳优化和重构，降低这些行业的碳排放和资源消耗，提升其环保性能，实现更可持续的发展。			
政策性质	指导性政策			

竞争格局

E-bike概况

第一梯队以中国头部品牌主导市场，包括雅迪、爱玛、台铃等传统巨头凭借品牌影响力、渠道优势和研发实力，以绝对优势占据行业前列，销量均超200万台，其中雅迪年销量超千万台；此外，绿源、小刀等品牌也长期稳居前五，具有较强的市场竞争力。第二梯队主要包括新势力品牌崛起，九号作为主打智能化的新品牌，凭借高性能电摩和高端定位，2024年销量突破200万台，直逼行业前五，成为新势力中的最大黑马。相比之下，小牛因策略调整，销量被九号反超，跌至中游。

E-bike行业竞争格局的形成主要包括以下原因：

从市场层面来看，E-bike市场已趋于饱和，消费需求分化，从而进入存量竞争阶段，竞争激烈。

经过多年发展，中国E-bike保有量已处于较高水平，一二线城市市场需求逐渐见顶，传统销售渠道增长乏力，市场进入存量竞争阶段，这使得竞争更加激烈，企业需要通过各种策略争夺有限的市场份额。此外，消费市场呈现分化态势，高端用户愿意为科技含量高、品质好的产品买单，而下沉市场消费者则更追求极致性价比。这促使企业针对不同市场层次推出差异化产品，如九号以智能电动车吸引Z世代消费者，台铃、金箭等以高性价比产品深耕下沉市场。

从政策层面来看，E-bike受到新国标及相关政策影响。

2018年新国标发布后，市场出现非国标车替换潮，在2024年仍有一定影响，同时各地“禁摩限电”政策的松绑，刺激了电动自行车的换购潮和需求增长。另外，2024年关于电动自行车的安全隐患问题受到关注，相关部门加强监管，也促使行业竞争格局发生变化，部分不符合标准的小品牌面

临更大压力。此外，2024年8月，商务部等多部门联合印发《推动电动自行车以旧换新实施方案》，随后又有相关部门发布支持大规模设备更新和消费品以旧换新的措施，众多企业积极响应，抢抓换购红利，这在一定程度上影响了市场格局，让部分品牌通过优质服务和优惠方案在换购市场中占据优势。

E-bike行业竞争格局的变化主要有以下几方面原因：

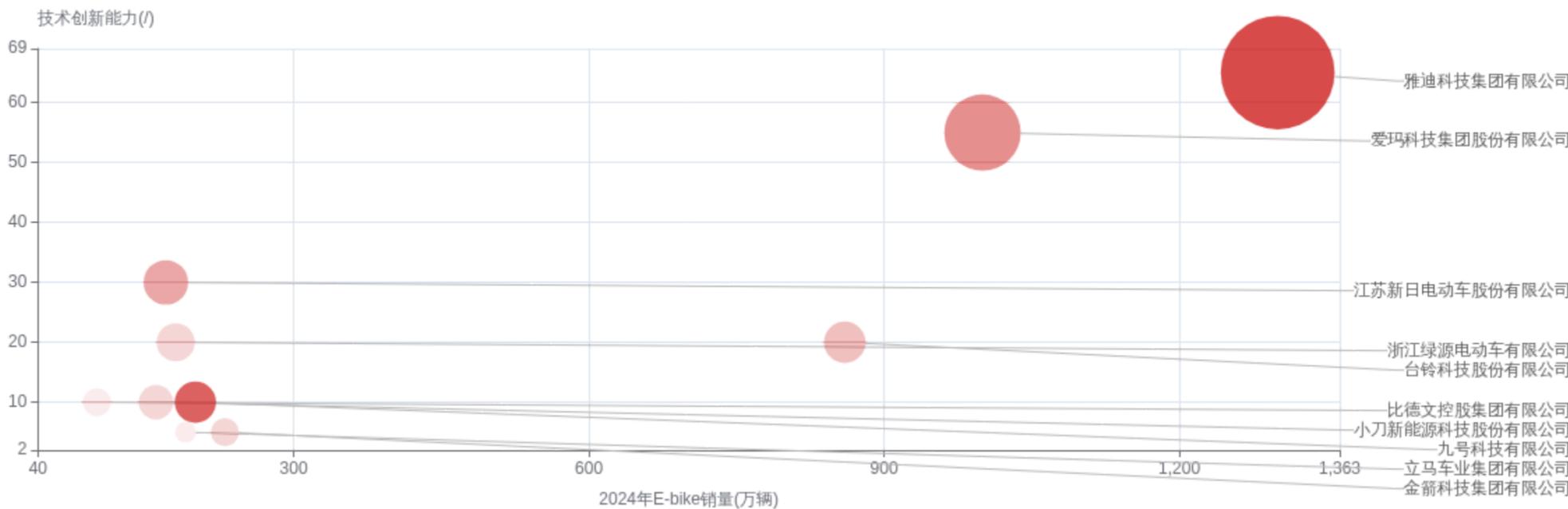
受到技术升级与产业的持续发展，智能化成为差异化竞争关键，E-bike市场的电动化与智能化成为新趋势。

电动化、智能化深刻影响两轮车产业发展，智能化成为E-bike的发展新方向。九号等品牌凭借智能互联系统，如实现车联网、远程控制、OTA、辅助驾驶等功能，在智能化赛道上独领风骚，通过技术创新实现差异化竞争，吸引了众多消费者，尤其是年轻消费者。此外，锂电池因其能量密度高、寿命长等优势，逐渐在电动自行车领域普及，这不仅带来了技术升级的机遇，也促使企业在电池技术研发和应用方面加大投入，提升产品性能，以满足消费者对续航等方面的需求。

由于中国政策的支持与市场需求，本土E-bike市场竞争激烈，出海成为重要增长方向。

中国本土E-bike市场市场增长空间变小，海外市场成为企业寻求新增长的重要方向。雅迪、爱玛、小牛等知名品牌已布局海外市场，通过在海外建设生产基地、建立销售网络和品牌推广等方式，积极抢占国际市场份额。“一带一路”倡议为中国电动自行车企业提供了新机遇，加强了与沿线国家的经济合作与贸易往来，拓展了海外市场渠道。此外，环保意识逐渐提高，海外消费者对绿色出行方式的需求不断增加。电动自行车具有环保、便捷、经济等特点，能满足短距离出行需求，在城市交通中具有优势。

气泡大小表示：企业规模(亿元)；气泡色深表示：盈利能力(净利润率)(%)



上市公司速览

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 >	-9.0	18.0

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 >	-1.4	26.6

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 >	-34.5	15.3

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 >	27.9	10.4

企业分析

1 雅迪科技集团有限公司

▪ 公司信息			
企业状态	存续	注册资本	10000万人民币
企业总部	无锡市	行业	铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业
法人	王家中	统一社会信用代码	913202055668647722
企业类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）	成立时间	2010-12-16
品牌名称	雅迪科技集团有限公司	经营范围	许可项目：道路机动车辆生产（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）一般项目：可穿戴智能设备制造；可穿戴智能设备销售；合成纤维销售；安全、消防用金属制品制造；金属制品销售；音响设备销售；音响设备制造；汽车装饰用品销售；汽车装饰用品制造；物联网应用服务；技术进出口；摩托车及零部件研发；五金产品研发；金属制品研发；摩托车零配件制造；摩托车及零配件零售；助动车制造；助动自行车、代步车及零配件销售；电动自行车销售；电池销售；非公路休闲车及零配件制造；非公路休闲车及零配件销售；五金产品零售；五金产品制造；机械零件、零部件加工；机械零件、零部件销售；特种设备销售；环境卫生公共设施安装服务；电力设施器材制造；以自有资金从事投资活动；玩具制造；玩具销售；塑料制品销售；塑料制品制造；进出口代理；货物进出口；网络技术服务；电子产品销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

雅迪科技集团有限公司竞争优势

▪ 竞争优势
雅迪持续加大对技术研发的投入，拥有强大的研发团队和设施。这使得公司能够在电池技术、电机系统和智能控制方面保持领先地位。此外，多年来的市场运营和高质量的产品使得雅迪赢得了消费者的高度信任，客户满意度和忠诚度较高。

[企业官网](#)

2 爱玛科技集团股份有限公司【603529】

▪ 公司信息

企业状态	存续	注册资本	86192.5107万人民币
企业总部	天津市	行业	铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业
法人	张剑	统一社会信用代码	9112000071821557X4
企业类型	股份有限公司(上市)	成立时间	938361600000
品牌名称	爱玛科技集团股份有限公司	经营范围	自行车、电动自行车、电动三轮车、电动四轮车（汽车除外）、观光车（汽车除外）、非公路休闲车（汽车除外）、体育器材及其零部件制造、研发、加工、组装；自行车、电动自行车、电动摩托车及其零部件销售及售后服务；五金交电、化工产品（化学危险品、易制毒品除外）批发兼零售；货物及技术的进出口；提供商务信息咨询、财务信息咨询、企业管理咨询、技术咨询、市场营销策划及相关的业务咨询；公共自行车智能管理系统的研发、基础施工、安装、调试、维修及技术服务；房屋租赁；物业管理服务。（法律、行政法规另有规定的除外）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

■ 财务数据分析									
财务指标	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
销售现金流/营业收入	1.21	1.13	1.1	1.16	1.14	1.2	1.15	1.12	1.14
扣非净利润同比增长(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
资产负债率(%)	75.1499	81.968	80.8462	74.8425	73.8943	72.2985	62.8291	63.5418	60.89
营业总收入同比增长(%)	/	8.9914	20.9601	15.3351	15.952	23.7989	19.3274	35.0906	1.1244
归属净利润同比增长(%)	/	19.9051	-41.4915	62.9896	21.7699	14.7636	10.9392	182.1444	0.4101
摊薄净资产收益率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
实际税率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
应收账款周转天数(天)	4.3012	4.7827	8.4168	10.1206	8.5699	4.2745	4.6211	4.3091	5.5465
预收款/营业收入	/	/	/	/	/	/	/	/	/
流动比率	0.8942	0.9302	0.9412	0.7141	0.8014	0.5391	0.6674	1.0054	0.9471
每股经营现金流(元)	6.81	5.82	4.17	2.15	4.17	3.41	5.188	8.7897	2.1629
毛利率(%)	15.8615	16.9366	13.0493	13.1151	13.678	11.4174	11.7224	16.3623	16.5109
流动负债/总负债(%)	98.679	98.4893	98.2313	98.0951	98.5517	98.9323	98.029	97.7339	83.5634
速动比率	0.4725	0.5583	0.6869	0.602	0.7061	0.4667	0.571	0.9347	0.8902
摊薄总资产收益率(%)	10.7661	9.8044	4.7074	7.3897	7.4616	7.0132	5.8175	11.7518	9.886
营业总收入滚动环比增长(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
扣非净利润滚动环比增长(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
加权净资产收益率(%)	41.16	47.85	28.17	33.24	/	/	17.46	31.15	25.4
基本每股收益(元)	1.19	1.43	0.83	1.26	1.54	1.77	1.79	3.31	2.2
净利率(%)	6.3351	6.9385	3.3783	4.7861	4.9862	4.7258	4.3362	9.0017	9.0147
总资产周转率(次)	1.6994	1.413	1.3934	1.544	1.4964	1.484	1.3416	1.3055	1.0967
归属净利润滚动环比增长(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
每股净资产(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
每股公积金(元)	/	/	/	0.9488	0.9514	0.9438	4.7953	3.4414	2.0459
扣非净利润(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
存货周转天数(天)	12.6211	15.943	17.4865	14.9568	16.6782	16.3476	17.0874	16.6173	14.2034
营业总收入(元)	5912255550.68	6443850066.62	7794486945.74	8989778923.53	10423830989.66	12904586099.11	15398710870.72	20802212994.46	21036120862.29
每股未分配利润(元)	/	/	/	2.0835	3.4932	5.2606	6.029	6.9826	5.4582
稀释每股收益(元)	1.19	1.43	0.83	1.26	1.54	1.77	1.79	3.31	2.12
归属净利润(元)	374559739.45	449116271.2	262771390.64	428290063.26	521528433.85	598524584.35	663998092.9	1873433343.24	1881115782.35
扣非每股收益(元)	1.01	1.21	0.99	1.16	/	/	1.66	3.17	2.06
毛利润(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
经营现金流/营业收入	6.81	5.82	4.17	2.15	4.17	3.41	5.188	8.7897	2.1629

公司竞争优势

竞争优势

爱玛电动车竞争优势显著，技术研发上，动力、电池、电控及能量回收等系统均有自主创新成果；产品设计风格多样且注重细节，能满足不同人群需求；品牌建设成果斐然，知名度高、荣誉众多；销售与服务方面，3万家线下门店布局广泛，获五星级售后服务认证，服务优质；产业链优势突出，7大生产基地和智能化中心保障供应，还实现核心零部件自研自产；秉持环保理念，生产线清洁能源利用与产品环保节能兼具，综合竞争力强。

企业官网

附录

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、提起诉讼、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，在未仔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。

成为头豹会员—享专属权益

- 成为头豹会员，尊享头豹海量数据库内容及定制化研究咨询服务
- 头豹已累积上万本行业报告、词条报告，拥有20万+注册用户，沉淀100万+原创数据元素
- 头豹优势：行业覆盖全、数据量庞大、研究内容应用场景广泛，并有专业分析师团队为您提供定制化服务，助力企业展业

报告次卡

任意10本报告
阅读权益（一年有效）

¥598 /年

企业标准版



适用于研究频次高的用户或企业
无限量阅读全站报告
升级报告下载量
专享企业服务
定制词条报告

¥50,000 /年

企业专业版/旗舰版



满足定制研究需求的企业用户
定制深度研究报告
按需下载报告
分析师一对一沟通
专享所有核心功能

¥150,000+ /年

购买与咨询

咨询邮箱：

nancy.wang@frostchina.com

客服电话：

400-072-5588