



2025年 电动滑板车行业词条报告

头豹分类/制造业/铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业/非公路休闲车及零配件制造

企业竞争图谱：2026年电动滑板车 头豹词条报告系列



梁霄同 · 头豹分析师

2025-12-26 未经平台授权，禁止转载

行业分类：制造业/非公路休闲车及零配件制造

摘要 当前，电动滑板车行业正处于全球市场规模快速扩张的黄金发展阶段，其增长主要由绿色出行需求升级、城市交通拥堵加剧以及政策扶持等多重因素共同驱动。从产业链视角来看，“上游核心零部件—中游整机制造—下游销售服务”的完整体系已日趋成熟。在竞争格局上，行业集中度正不断提升，九号、小牛、小米等头部企业凭借技术研发与渠道优势，将持续扩大市场份额。政策环境方面，行业呈现规范与支持并行的特点。相关部门通过《电动滑板车通用技术规范》等标准抬高行业准入门槛，未来不符合标准的非标产品预计将逐步退出市场。不过，行业目前仍面临电池安全隐患、部分地区路权不明确、原材料成本波动等现实挑战。技术创新是推动行业发展的核心动力，智能化与性能升级成为主要发展方向。当前主流电动滑板车续航里程最高已能达到50公里以上，预计随着固态电池的批量应用，续航瓶颈将进一步突破。智能化领域中，GPS定位、智能防盗、APP远程控制、主动安全等功能正快速普及，有效提升了产品的市场竞争力。

行业定义

电动滑板车（踏板车）为由车把（把横管、把立管）、车轮、踏板等组成，以蓄电池为能源，由直流电机驱动，可踏地滑行的低速车辆。电动滑板车是一种新型便捷式的短途代步交通工具，广泛应用于城市通勤、短途出行、休闲娱乐等领域，旨在为日常出行提供“最后一公里”的解决方案。目前，该领域主要分为个人消费级产品与共享运营商用级产品两大市场。在未来，随着相关法律法规与安全认证得到进一步明确，电动滑板车将成为城市交通生态圈的核心组成部分。

行业分类

根据工作原理与应用场景的分类方式，电动滑板车行业可以分为如下类别：

电动滑板车行业分类

基于工作原理和应用场景，电动滑板车产品可分为通勤型电动滑板车、运动型电动滑板车与越野型电动滑板车。

通勤型电动滑板车

通勤型电动滑板车为目前城市街道上最常见的类型，其核心设计理念为均衡、轻便与实用。该类型通常采用可折叠车架与紧凑型设计，重量控制在15-20公斤左右，便于携带上下公交、地铁或在办公室收纳。其续航里程可控制在约30-55公里之间，并且极限速度可达到32km/h，完全针对日常短途通勤需求。

运动型电动滑板车

运动型电动滑板车为满足用户对速度与性能的追求，放弃了便携性，转而搭载功率强大的风冷电机（6,000W以上）、高容量电池与高级别制动系统（如液压碟刹），极速可达70km/h以上，续航也能轻松突破90公里。同时，为了在高速下保持稳定与安全，运动型电动滑板车通常配备双叉臂悬架系统来保持减震性能。

越野型电动滑板车

越野型电动滑板车为满足用户对非铺装路面通过性的需求，通常配备大型真空全地形宽胎（11英寸以上）与防护波纹管悬架，提供了卓越的抓地力和对抗洼、碎石等复杂地形的缓冲能力。另外，越野型电动滑板车拥有较高的离地间隙与坚固的车身结构，确保其在土路、林道等户外环境中也能畅通无阻。

行业特征

电动滑板车的行业特征包括宏观政策敏感度较高、国内外渗透率差距明显、消费群体较为年轻化。

宏观政策敏感度较高

关于电动滑板车路权、时速限制、骑行规定、安全认证等方面的法律法规，直接决定了该领域市场天花板与产品设计标准。目前，根据《中华人民共和国道路交通安全法实施条例》第七十四条规定，电动滑板车属滑行工具，并且禁止在城市道路上行驶，因此整个行业仍处于起步阶段，无法正规上牌。近年来，全国自行车标准化技术委员会与天猫等官方机构或企业开始明确电动滑板车类目规范，旨在提高电动滑板车普及程度，促进行业渗透率提升，推动销量长期增长。

国内外渗透率差距明显

目前，中国在电动滑板车领域占据全球生产主导地位，是当之无愧的生产第一大国，但国内市场销量与欧美地区存在显著差距。具体数据显示，2021年中国电动滑板车产量已达到546.5万辆，是第二名美国的12倍之多，且拥有全球约80%的专利。尽管电动滑板车在中国无法合法上牌，欧美日等国家和地区对电动滑板车的需求，绝大部分依赖从中国进口，其中90%的产品均源自中国制造。与此同时，法国电动滑板车在2020年已超越电动助力车成为出行工具首选，并且电动滑板车在欧洲共享领域的占比有望提升至20%。

消费群体较为年轻化

全球范围来看，电动滑板车消费群体以年轻一代为主。学生群体利用电动滑板车进行校园及周边短途通勤，白领用户则用其进行上下班高峰期的“最后一公里”接驳，以节省时间并避开拥堵，自由职业者也因其灵活性和经济性而对其青睐有加。近年来，众多电动滑板车企业纷纷加大年轻化战略布局，深入全球年轻人的生活场景。例如，为迎合全球年轻人审美与喜好，九号公司先后与《无畏契约》、《英雄联盟》、《王者荣耀》等游戏达成深度合作，并成为2025《无畏契约》大师赛暨全球冠军赛中国区官方合作伙伴。

发展历程

20世纪10年代为起步阶段，德国工程师发明了全自动滑板车，最初以玩具或休闲用品形式出现在市场上，并且由燃油或铅酸电池驱动，性能较差，主要面向少数追求新鲜事物的消费者。20世纪80年代开始，各大企业纷纷开始对充电式电动滑板车进行研发。随着锂离子电池问世与普及，电动滑板车的续航能力和便携性得到了显著提升，电动滑板车开始逐渐进入大众视野。如今，随着电池与智能化技术取得突破，电动滑板车续航里程与速度大幅增长，已经成为很多人在都市通勤代步首选交通工具，并且逐渐向高端化发展阶段迈进。

萌芽期 · 1915-01-01~1985-01-01

1915年，德国克虏伯公司推出了一款叫做Autoped的自动滑板车。其造型与现代电动滑板车基本一致，但是驱动形式为燃油驱动。20世纪30年代，由于战争导致石油与天然气紧缺，科学家尝试利用电力驱动取代燃料。这一期间内，电动自行车、滑板车等纷纷投入至市场，不过整车质量较重，续航里程短，因此市场渗透率并不高。

在该阶段内，少部分职业开始尝试利用滑板车提升工作效率。例如，当时的美国邮政公司与德国克虏伯公司达成合作，特快物流邮差开始骑乘Autoped进行邮件快递服务，物流效率得到了显著提高。二战期间，欧洲各国在Marketeer公司推出的Par Car电瓶车基础上，开始陆续研发电动自行车、电动滑板车等新型交通工具。

启动期 · 1986-01-01~2009-01-01

1986年，美国摩托车制造商Go-Ped公司重新引入燃油驱动滑板车。1991年锂离子电池问世，这一发明为后续电力驱动装置的发展奠定了重要基础。当时的部分爱好者尝试将新电池技术移植于Go-Ped滑板车当中，使其续航能力和便携性得到了显著提升。2009年，中国Inokim公司推出了第一台电动滑板车原型。

在该阶段内，电动滑板车开始逐渐进入大众视野。此时的电动滑板车在设计上也更加注重折叠、轻量化和紧凑，以满足城市用户的出行需求。另外，由于电动滑板车渗透率在该阶段内呈现初步增长，众多相关企业纷纷入局，并将电动滑板车研发工作延续至今。

高速发展期 · 2010-01-01~2021-01-01

2010年后，随着共享经济模式的兴起，欧美地区企业开始涉足电动滑板车市场。2018年，美国Lime、Bird以及Spin三家公司开始尝试在加州旧金山市区投放共享电动滑板车，并且吸引了红杉资本、Google Venture、Uber等多家巨头资本。

在该阶段内，共享经济模式兴起使电动滑板车在欧美市场站稳脚跟，并且销量持续增长。有数据显示，法国、德国、意大利、西班牙、瑞士、乌克兰六国2022年电动滑板车年销量已超250万台，并且将继续保持70%以上同比增长。

成熟期 · 2022-01-01~至今

2022年后，共享滑板车热潮开始在西方国家退坡，以Bird为首的一批共享滑板车企业倒闭破产。2023年，电动滑板车国标落地，对电动滑板车性能等方面做出了明确要求，此举也被视为中国开放电动滑板车路权的前兆。与此同时，部分企业在智能化技术研发中取得突破。例如，九号公司自研推出的智能BMS电池管理系统可让用户通过App设置车辆充电上限，大幅提高锂电池的安全与使用寿命。

2022年至今，电动滑板车企业的研发方向开始向智能化转型。智能电动滑板车是在电动滑板车的技术上，随着人工智能技术的发展，融合了计算机技术、自动化技术、微电子技术、网络信息数据处理、GPS定位技术和人机交互等智能技术，在保障车辆操控与安全的同时，显著提升用户在驾驶时的舒适感与车机交互体验感。

产业链分析

电动滑板车产业链的发展现状

电动滑板车行业产业链上游为核心原材料与零部件供应环节，主要作用是直接决定产品性能、成本与安全性；产业链中游为整机制造与组装环节，主要作用是将上游零部件整合为最终产品；产业链下游为终端销售与维修保养环节，主要作用是使产品触达最终用户，价值向服务与体验转移。

电动滑板车行业产业链主要有以下核心研究观点：

上游核心零部件技术迭代将直接决定产品竞争力与行业天花板

1. 宏观政策更新，锂离子电池技术要求更加严格与规范。

2024年，强制性国家标准《电动平衡车、滑板车用锂离子电池和电池组安全技术规范》（送审稿）通过专家组审查。该文件规定了电动平衡车、滑板车用锂离子电池和电池组的安全要求以及试验方法，设置了较高的电池组产品安全准入门槛，这将推动电动滑板车电池技术的不断创新与进步，并且促使行业对上游产业链进行优化与升级。为了满足新国标的要求，企业需要加大在电池技术研发方面的投入，不断改进电池的材料、结构和设计等，以提高电池的安全性和性能。与此同时，由于技术、资金等方面的限制而难以满足新国标的白牌、小厂产品将加速退出市场。

2. 软件技术升级，上游环节研发重点向智能化转移。

随着软件技术在全球范围内快速升级，消费者对电动滑板车的需求不再局限于基本的代步功能，而是更加注重智能化体验。企业可通过软件技术创新来开发智能化功能与应用，并创造新型商业模式。例如，华为智选乐骑电动滑板车搭载HarmonyOS Connect技术，实现车机互联，内置蓝牙模块可为用户带来一键解锁与锁车的无感解锁体验。与此同时，其他公司也加大在智能化领域布局，通过为整车增加蓝牙连接功能，实现利用手机控制车辆启停，并且查看车辆里程、电量等基本车况。智能化趋势兴起，意味着上游芯片企业、传感器企业等需通过提供更先进的零部件来保持竞争地位与突破行业天花板。

电动滑板车产业分布呈现高度集中的“中心-外围”格局

1. 制造端高度集中于中国，产业集群效应与供应链网络优势显著。

截至2025年9月，全球电动滑板车销量大部分依然被中国企业占据。其中，仅九号公司一家企业累计销量已超1,300万辆，全球市占率超50%。聚焦产业链中游环节，粤港澳大湾区、长三角以及京津冀地区为中国电动滑板车核心生产基地，如九号、小牛、华为等头部企业均坐落于此。得益于地区在电子元器件、零部件以及软件技术领域的产业优势，电动滑板车制造商可有效降低采购、物流与生产成本，形成完整、高效的电动滑板车产业链。有数据显示，2025年中国“电动滑板车”相关企业共计7,684家。从地域分布来看，浙江、广东两省的相关企业数量最多，其中浙江省有2,800余家，广东省有1,700余家。

2. 产业价值链两端广泛分布于全球，呈现分散化趋势。

尽管生产制造环节高度集中于中国，但电动滑板车主要消费市场却分布在北美、欧洲、东南亚等多个地区。其中，九号公司电动滑板车海外销量占公司总销量超80%。另外，如Lime、Bird、Spin等多个知名共享电动滑板车均起源于欧美地区，并且负责市场洞察、品牌营销与本地化运营，更加贴近本地用户。与此同时，电动滑板车产业链上游核心技术研发呈现多极化与地区分散态势。由于消费者更加注重智能化体验，电动滑板车制造厂商需要通过芯片与底层设计来开发相关应用。目前，大部分电动滑板车制造厂商仍依赖于如意法半导体、恩智浦等全球半导体与科技公司。

产业链上游环节分析

生产制造端

核心原材料与零部件供应

上游厂商

宁德时代新能源科技股份有限公司

乐金电子(中国)有限公司

松下新能源(无锡)有限公司

深圳市万至达电机制造有限公司

博世(宁波)轻型电动车电机有限公司

九号智能(常州)科技有限公司

华为技术有限公司

小米科技有限责任公司

意法半导体研发(深圳)有限公司

恩智浦半导体(天津)有限公司

禧玛诺(昆山)自行车零件有限公司

正新橡胶(中国)有限公司

上游分析

核心零部件性能直接决定行业发展高度

1. 锂电池规范要求明确，推动产业技术升级。

2024年，《电动平衡车、滑板车用锂离子电池和电池组安全技术规范》送审稿通过专家组审查。作为聚焦电动平衡车与电动滑板车动力核心的专项规范，其内容明确界定了锂离子电池及电池组的安全要求与试验方法，涵盖高温外部短路、过充电、针刺、热扩散等多项严苛测试项目。技术层面，该政策将倒逼电动滑板车电池技术加速创新升级，推动企业加大研发投入，通过优化电池材料体系、改进结构设计、完善安全防护机制等方式，满足极端环境下的安全与性能要求。产业链层面，标准将推动上游环节的优化升级，促使核心零部件供应商与整机企业形成更紧密的技术协同。

2. 产业链上游环节研发重心正逐步向智能化方向倾斜。

在全球软件技术飞速升级的背景下，消费者对电动滑板车的需求已不止于基础代步，而是更看重智能化体验。企业可借助软件技术创新，开发智能化功能与应用，甚至打造新型商业模式。比如华为智选乐骑电动滑板车融入HarmonyOS Connect技术，实现车机互联，其内置的蓝牙模块可使用户享受一键解锁、锁车的无感体验。与此同时，其他企业也在加大智能化布局，为车辆新增蓝牙连接功能，用户通过手机即可控制车辆启停，还能查看里程、电量等车况信息。这一智能化趋势下，上游的芯片、传感器等企业也需推出更先进的零部件，才能维持竞争优势、突破行业发展瓶颈。

国产替代加速与供应链整合并行，构建双重壁垒

1. 关键零部件本土化率持续提升，国产替代成效显著。

近年来，中国企业在三电（电池、电机、电控）技术与智能化（芯片、算法等）技术领域不断取得突破，并开始逐步取代进口零部件。从电池领域来看，2024年中国动力电池市占率超过65.5%，其中前两名企业市占率超53.9%，而以LG、松下为代表的日韩电池制造商市占率则均出现一定程度下滑。与此同时，中国相关制造商在如正极、负极、电解液与隔膜等原材料领域市占率均超过85%。从芯片领域来看，部分国内企业同样开始寻求国产零部件替代。例如，华为生态链旗下乐骑智能电动滑板车全系标配华为HarmonyOS Connect功能。由于华为HarmonyOS Connect仅支持国产芯片认证，因此乐骑智能电动滑板车均采用国产芯片。

2. 供应链整合力度加强，全面提升抗风险能力。

电动滑板车上游供应链曾长期受困于核心零部件供应不稳定、跨环节协同效率低等风险，为此部分头部企业开始探索供应链整合策略。以产业链中游主导企业九号公司为例，近年来其持续深度介入上游环节，在电池、车载显示屏等领域积极开展技术研发。2023年，为突破数码管显示屏的局限性，九号公司主导了液晶显示屏从研发、设计到量产的全链条工作，且成功实现产品落地。在电池领域，九号公司并非仅依赖外部采购，而是主动主导电池开发，从需求定义出发，在外观设计、结构仿真、BMS（电池管理系统）研究及测试验证等全流程中，均深度参与并严格把控关键环节。

产业链中游环节分析

品牌端

整机制造与组装

中游厂商

九号科技有限公司

江苏小牛电动科技有限公司

小米科技有限责任公司

苏州坦途智能科技有限公司

深圳市四驾马车科技实业有限公司

深圳市乐骑智能科技有限公司

雅迪科技集团有限公司

浙江绿源电动车有限公司

迪卡侬（上海）体育用品有限公司

中游分析

产业分布高度集中，集群效应显著。

1. 中国企业主导产业链中游制造端环节。

当前，电动滑板车产业链中游的制造与组装环节高度集中于中国，并且已成为全球该领域最为核心的研发与生产基地。统计数据显示，2021年中国电动滑板车的全球销量占比已超过87.7%。截止至2025年，中国企业仍主导全球滑板车市场，仅九号公司一家的全球市占率就已超50%。在欧美共享经济领域当中，Lyft、Uber、Spin等知名企业所使用的电动滑板车均为中国制造，且这些企业多与九号公司等中国头部企业合作，通过生产或定制专属车型来提升自身在当地市场的竞争力。凭借在中游制造环节的主导地位，中国相关企业既能向上游传递技术需求，推动上游环节技术迭代，又能向下游输出核心价值，同时还可参与到行业相关技术标准的制定中。

2. 电动滑板车制造端高度分布于我国沿海地区，产业集群效应明显。

聚焦电动滑板车产业链中游环节，中国中游环节产业主要集中于华南、华东以及华北沿海地区，其中粤港澳大湾区、长三角与京津冀地区为核心生产基地，合计贡献全国大部分产能。同时，九号、小牛、华为、小米等头部企业均扎根于此。以上区域在电子元器件、零部件及软件技术领域具备产业优势，能帮助电动滑板车制造商有效降低采购、物流与生产成本，进而形成完整且高效的产业链条。据数据统计，2025年中国“电动滑板车”相关企业共7,684家。从地域分布来看，浙江、广东两省的相关企业数量位居前列，其中浙江省有2,800余家，广东省有1,700余家。

产业链中游环节通过供应链管理打造差异化

1. 基础功能逐渐趋同，差异化创造决定地位。

目前，由于三电（电池、电机、电控）等硬件正在逐渐成为标准品，性能参数趋向同质化，因此中游制造商需要通过精准的产品定义来创造差异化。例如，九号公司收购美国赛格威公司之后，将产品定位重新划分。九号电动滑板车被公司定位为日常通勤出行工具，主要面向上班族、学生等群体，更加强调轻便与折叠设计。与此同时，赛格威作为高端品牌，其电动滑板车则被九号公司定位为高性能版，针对科技爱好者、性能玩家等群体对速度或越野能力的需求。通过以上策略，九号公司完成了电动滑板车从儿童娱乐、轻便通勤、运动通勤到高端性能玩乐的全场景和全价位段的产品矩阵，使公司电动滑板车产品累计销量超过1,300万台。

2. 制造端开始介入上游环节，自主研发相关技术。

为构建安全可控的供应链体系，并塑造差异化产品竞争优势，近年来，产业链中游部分参与主体已着手开展核心技术自主研发工作。以雅迪公司为例，其业务版图不仅涵盖电动自行车与电动滑板车整车制造，还延伸至电动两轮车专用电池及充电器的研发与生产领域。据雅迪公司《2025年中期财务报告》数据显示，报告期内公司在电池及充电器业务板块实现营收57.1亿元，占同期公司总营收的比重达29.8%。与此同时，九号公司亦自研推出智能BMS电池管理系统，拥有双重过流保护、双重短路保护、双重过压保护、多重欠压保护、高压互锁、BMS失效保护等安全保护，同时可使用户通过App设置车辆充电上限，大幅提高锂电池的安全与使用寿命。

产业链下游环节分析

渠道端及终端客户

终端销售与维修保养

渠道端

九号科技有限公司

江苏小牛电动科技有限公司

雅迪科技集团有限公司

小米科技有限责任公司

迪卡侬（上海）体育用品有限公司

浙江天猫技术有限公司

京东集团股份有限公司

淘宝（中国）软件有限公司

亚马逊（上海）国际贸易有限公司

上海寻梦信息技术有限公司

上海迦馥信息技术有限公司

下游分析

销售渠道与商业模式呈现多元化发展趋势

1. 线上与线下渠道双轨并行，构建全国性销售网络。

区别于当前实体经济环境，由于电动滑板车具有强体验属性，消费者需要亲身体验其性能、舒适度或便携性等才能做出购买决策，因此大部分品牌将线下门店作为其主要销售渠道之一。以九号公司为例，其在2024年已完成全国性销售网络搭建，该网络涵盖核心主市场门店、社区及乡镇门店，同时还通过进驻购物中心、百货商场、运动品连锁店等零售场景，设立专柜、专厅与品牌专卖店，且已成功进入山姆会员商店、迪卡侬等知名连锁商城。截至2025年初，九号公司中国区专卖门店数量已超7,600家，覆盖县市达1,200余个。尽管各大品牌正在积极布局线下门店，但线上渠道依然为行业竞争“主战场”。2024年“双十一”期间，九号公司电动滑板车线上销售额达2,408万元，并保持超37%同比增长速度。

2. 依托共享经济模式向海外市场延伸。

2018年，共享电滑板车席卷欧美地区，吸引多个企业下场参与竞争，其中不乏Uber、福特、Lyft等巨头企业。中国作为电动滑板车生产基地，多家企业与美国共享电动滑板车运营商达成合作并向其供货。例如，九号公司与Voi、Lyft、Uber、Spin等运营商合作，通过海外共享滑板车行业高景气度，公司2018年与2019年共享滑板车业务营收分别为9.7亿元与9亿元。依托共享经济模式在海外打响知名度

后，九号公司开始布局B2C业务。公司目前已在欧美、澳新等地区搭建起销售网络，不仅入驻了Amazon、Otto、DNS等知名线上平台，还进入了Costco、Sam's Club、Best Buy等成熟线下渠道。2024年，九号公司海外营收已达57.7亿元，同比增长20%。

市场需求增长空间广阔，维修保养环节成为“新战场”

1. 电动滑板车规范逐渐明确，市场空间有望释放。

2023年，国家标准管理委员会出台《电动滑板车通用技术规范》，其内容明确对电动滑板车性能、结构、零部件安全性等方面做出清晰规范，为电动滑板车在道路交通合规性方面初步奠定基础。相关人员表示，尽管国内官方机构暂未对电动滑板车开放路权，但封闭路段行驶需求依然旺盛，例如地库代步、社区收取快递、工厂园区设备检查等场景。另有科研人员表示，参考海外公共交通发达城市的实践经验后发现，慢行交通不仅能够改善交通环境，还能助力构建可持续发展的交通模式，所以如电动滑板车等慢行交通工具未来发展还存在着广阔空间。因此，当未来电动滑板车技术进一步规范，并且相关政策进一步完善后，电动滑板车市场需求预计将会大幅增长，以解决国内中大型城市普遍存在的“最后一公里”问题。

2. 维修保养可影响品牌长期价值，直接决定用户忠诚度。

由于电动滑板车属于高价耐用产品，售后服务便利性与可靠性便成为消费者决策关键因素之一。品牌官方授权服务中心可提供原厂配件与专业维修，其质量与可靠性远高于非正规渠道，这是建立长期品牌信任的基础。在电动滑板车行业竞争处于极度“内卷”状态下，众多企业开始完善售后服务政策。例如，坦途公司主营高端电动滑板车，其向消费者直接提供免费整车限时质保，其中主机部分质保时间达1年。与此同时，小牛公司同样对绝大多数零部件提供免费质保，其中更是对车架部分提供终身免费售后服务。另外，建立广泛且高效的维修网络需要巨大的资金与时间投入，可构成后进品牌难以逾越的壁垒。

行业规模

电动滑板车行业规模的概况

2020年—2025年，电动滑板车行业市场规模由198.57亿人民币元回落至78.07亿人民币元，期间年复合增长率-17.03%。预计2026年—2030年，电动滑板车行业市场规模由99.17亿人民币元增长至449.89亿人民币元，期间年复合增长率45.94%。

电动滑板车行业市场规模历史变化的原因如下：

新型商业模式带领电动滑板车行业进入新阶段

1. 大流行催生短交通场景出现，市场需求爆发。

大流行期间，公共交通问题始终为公众面临的痛点之一。公共交通面临不间断限制或停运风险，并且被视为病毒传播高风险场景，因此电动滑板车可满足民众对于保持社交距离的出行需求。电动滑板车允许用户实现从家到公司、从家到地铁站的全程个人封闭出行，最大限度地减少了与陌生人的接触。另外，由于大流行期间的封锁、隔离和社交距离政策导致传统的娱乐与社交活动更为限制，因此用户可通过骑乘电动滑板车进行户外锻炼与休闲。以九号公司为例，其疫情期间（2020-2021年）公司电动平衡车及滑板车业务均取得大幅增长，涨幅分别为21.7%与21.7%。

2. 共享电动滑板车在海外兴起，推动“最后一公里交通”概念渗透与普及。

自2017年-2018年开始，以Bird、Lime、Spin为首的初创企业在欧美地区掀起“共享出行热”。各企业主推的共享电动滑板车一时之间占领多个北美及欧洲国家，并且吸引众多资本入局。数据显示，Bird共享电动滑板车一年可达到1,000万次租用记录，而Lime共享电动滑板车在14个月内则可达到1,150万次租用记录。Lime和Bird等公司在欧美城市的迅猛扩张，成为了全球科技和财经媒体的头条新闻。这些报道无形中向中国国内的投资者、创业者和年轻消费者进行了一轮大规模的“市场教育”，让大家认识到电动滑板车不仅是玩具，更是一种可行的短途出行解决方案。另外，电动滑板车与“科技”、“环保”等标签深度绑定，有效激发了国内年轻消费购买欲望。

宏观环境不及预期，驱使市场规模迅速回调

1. “共享经济热”退潮，海外需求开始遇冷。

自2021年开始，海外共享电动滑板车热度开始下降，多家相关企业开始面临经营危机。2022年，Bird公司净亏损达到3.6亿美元，同比增长67%，并且于2023年底正式宣布破产保护。与此同时，巴黎市政府根据市民公投结果，正式颁布共享电动滑板车禁令，要求共享电动滑板车全面撤出巴黎。以上事件皆意味着共享电动滑板车行业彻底“走下神坛”，并且海外市场需求迅速锐减，导致中游整车制造端开始面临库存压力。另外，海外共享电动滑板车行业与交通乱象频发，使国内交管部门对此持更加谨慎和保守的态度，直接抑制了共享模式在国内的扩张，从而间接影响了通过共享渠道接触和转化用户的效率。

2. 需求端迅速下降，企业面临库存压力。

从2023年起，中国经济逐步面临内需层面的风险，并且电动滑板车市场也慢慢走向饱和。有数据表明，截至2024年，中国两轮电动车保有量已突破3.5亿辆，这相当于中国平均每3到4人就拥有一辆两轮电动车，而电动滑板车作为两轮电动车领域的一个细分品类，其市场需求也随之出现下滑。此前，众多渠道与经销商在繁荣期囤积了过多库存。随着海外共享模式退潮与中国宏观经济陷入低谷，市场转冷之后，公司首要任务为消化库存而非下新订单，这直接导致制造商出货量断崖式下跌。根据财报数据显示，2022年-2024年三年时间内，九号公司电动平衡车与电动滑板车库存量分别为56.9万辆、29.9万辆与32.4万辆，并且压缩新增生产量。

电动滑板车行业市场规模未来变化的原因主要包括：

政策松绑与路权明确，应用场景进一步拓宽

1. 电动滑板车有望“合法上路”，纳入城市交通体系。

目前，欧美地区大多数国家或城市已经对电动滑板车开放合法路权，并且趋势正在向中国蔓延。2025年，香港特别行政区运输及物流局在立法会中表示，港府已就电动可移动工具（例如电动滑板车、电动滑板、电动单轮车、电动平衡车及电动辅助单车等）合法化问题，成立包括业界代表与政府部门的工作小组来制订《实务守则》，并将对符合要求的工具或驾驶者开放路权。尽管中国内地暂未对电动滑板车开放合法路权，但关于该问题的研究从未停止。2023年，国家标准化管理委员会发布《电动滑板车通用技术规范》，进一步对行业做出明确要求。九号公司CTO表示，电动滑板车国家标准出台后，中国电动滑板车行业正在走向合法合规的大方向中，并且将会健康发展。

2. 深化通勤刚需，同时开拓多场景应用属性。

随着中大型城市的扩张速度加快，上班族、学生等大量群体正面临1-3公里短途出行的难题。而超轻量、易折叠的便携电动滑板车，恰好能成为解决这一微交通痛点的工具，用户可轻松将其折叠后带入地铁、办公室，实现“门到门”的无缝出行衔接，大幅提升通勤效率与出行体验。与此同时，不少电动滑板车企业也在主动拓展更多应用场景。以九号公司为例，除了常见的越野型、速度型产品外，该公司近年来还积极研发儿童用电动滑板车，针对性地设计并搭载了符合儿童需求的功能；这类产品能精准解决家长没时间接送孩子上下学的痛点，同时满足中小学生在日常上下学、在小区内活动等出行需求。

三电技术研发过程顺利，智能化将成为标配

1. 固态电池正在研发当中，有望商业化应用。

目前，市面上电动滑板车普遍采用锂离子电池，续航大多在20km-30km之间。固态电池具有能量密度大、循环寿命长等显著优势，可有效解决用户的续航焦虑和安全焦虑问题。此前，国家多个部委或地方政府密集出台固态电池鼓励政策，推动产业化进程。根据权威机构预计，2027年之前，全固态电池将处于技术突破与小规模上车验证的阶段，期间会小批量应用在eVTOL（电动垂直起降飞行器）、机器人等细分场景中。随着后续应用规模的逐步扩大以及成本的持续下降，全固态电池有望在2030年前后迎来产业化发展的关键拐点，在此之后，其市场渗透率预计将实现快速提升。因此，滑板车用全固态电池预计将会在2030年前后得到规模化应用，满电续航有望成倍增加，推动电动滑板车普及或渗透率大幅上涨。

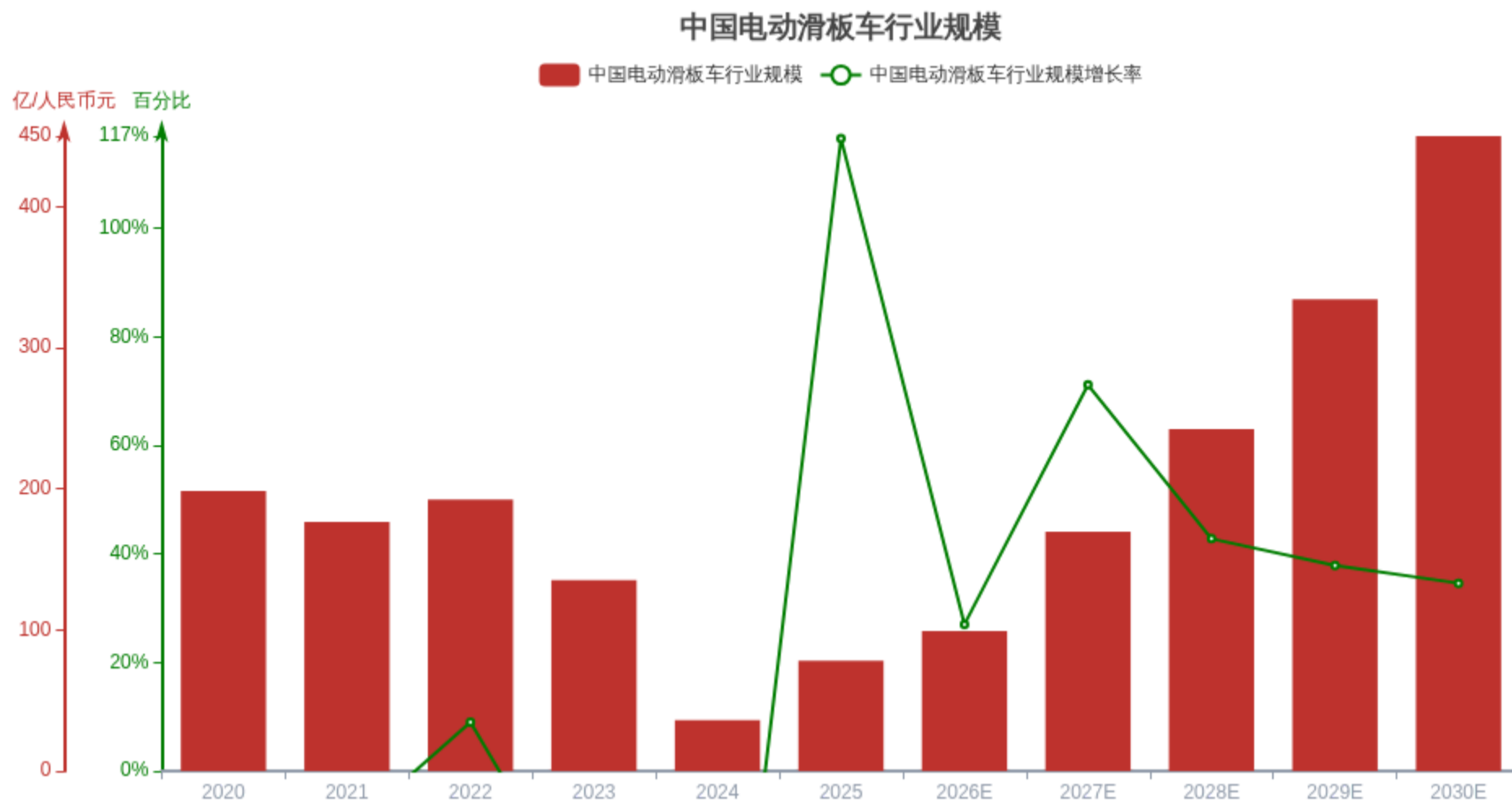
2. 智能化将成为标配，创造全新用户体验。

智能化已成为多个行业发展的重点方向。通过智能化功能应用，如安全防护、操作简化、远程遥控等多方面需求皆可得到满足。近年来，多家电动滑板车企业纷纷开始对智能化功能展开研发。例如，南京快轮智能科技有限公司此前提交了一项智能化电动滑板车发明专利，其可在驻车状态时，较为精准地感应并启动脚撑，从而完成驻车动作。该专利可精准解决驻车时需要用手或脚或手脚并用来放下机械脚撑，使用起来不方便的痛

点。当产品的核心价值体现在独特的算法、流畅的交互和不断进化的软件生态时，消费者对价格的敏感度会下降，品牌可凭借智能体验建立忠诚度，从而摆脱低水平的价格竞争，推动行业整体走向健康的高价值竞争轨道。

规模预测

中国电动滑板车行业规模



政策梳理

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《GB 40559-2024 电动平衡车、滑板车用锂离子电池和电池组安全技术规范》	国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会	2025-08-01	6
政策内容	该文件规定了电动平衡车、电动滑板车用锂离子电池和电池组的安全要求，描述了相应的试验方法，要求电池必须通过针刺、热扩散、阻燃、跌落等极端测试。			
政策解读	该标准促使企业加大研发投入，开展技术创新。符合新标准的电动滑板车产品在市场上更具竞争力，能够赢得消费者的信任和认可，有利于扩大电动滑板车的市场规模，促进整个行业的健康发展。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《中国制造2025》	中华人民共和国国务院	2015-05-19	3
政策内容	该政策大力推动重点领域突破发展，提升动力电池、驱动电机、高效内燃机、先进变速器、轻量化材料、智能控制等核心技术的工程化和产业化能力。			
政策解读	该政策对电动滑板车三电技术领域产生了多方面积极影响，不仅大幅提升了电池能量密度，还提高了电机效率。而上游供应链竞争力的增强，进一步为电动滑板车行业提供了蓬勃发展的动力，同时也成为其成本可控的根本保障。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《中华人民共和国道路交通安全法实施条例》	中华人民共和国国务院	2004-05-01	-6
政策内容	该文件明确规定行人不得在道路上使用滑板、旱冰鞋等滑行工具。			
政策解读	该政策明确说明电动滑板车不具备在公共道路上行驶的权利，这从根本上限制了电动滑板车的使用场景，对其作为交通工具的市场定位产生了重大影响。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《DB 32/T 3872-2020 电动滑板车安全技术规范》	江苏省市场监督管理局	2020-11-13	4
政策内容	该文件准规定了电动滑板车的整车安全、机械安全、电气安全、环境适应性能的主要技术要求及相应的试验方法，要求用户在正常使用、合理可预见的误用以及故障情况下，电动滑板车应保证不会发生危险。			
政策解读	江苏省作为电动滑板车制造重镇，该标准为企业生产提供了明确的依据，企业需要按照标准要求进行产品设计、生产和检验。这促使企业加大在技术研发、生产管理等方面的投入，以确保产品符合标准，有利于规范企业的生产行为，推动行业的规范化发展。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《GB/T 42825-2023 电动滑板车通用技术规范》	国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会	2023-08-06	9
政策内容	该文件规定了电动滑板车的结构、性能、电气安全、结构安全、部件、环境适应性能、检验规则及标志、说明、包装、运输和贮存等要求，描述了相应的试验方法，并界定了相应的术语和定义。			
政策解读	此标准为生产企业提供了明确的技术依据，并通过通过明确结构、性能、电气安全、机械安全等方面的技术要求，旨在从源头上提升产品的质量安全水平，保护消费者权益。另外，该标准起草单位包括了主要的检测机构、行业协会和业内重点企业，反映了行业共识，对引导行业走向规范化和健康发展具有重要意义。			
政策性质	规范类政策			

竞争格局

电动滑板车竞争格局概况

电动滑板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、小米科技有限责任公司、江苏小牛电动科技有限公司、雅迪科技集团有限公司等; 第二梯队公司有深圳市乐骑智能科技有限公司、南京快轮智能科技有限公司、苏州坦途智能科技有限公司等; 第三梯队公司有爱玛科技集团股份有限公司、浙江绿源电动车有限公司、迪卡侬(上海)体育用品有限公司等。

电动滑板车行业竞争格局形成的历史原因如下:

国外企业先行一步，中国企业后发“蛇吞象”

1. 国外企业在行业发展早期凭借技术领先优势，率先开展行业探索。

1999年，迪安·卡门研发出技术领先市场的赛格威PT电动平衡车，并在美国新罕布什尔州贝德福德创立赛格威公司。这款平衡车依靠搭载的陀螺仪实现双轮完美平衡，且无需车把或方向盘，只需通过转移重心即可转弯，这一设计标志着线控驱动技术在全球首次应用于消费级产品，该技术依靠软件而非机械连杆，来控制设备的转向、加速与制动。赛格威电动平衡车曾被视作兼具创新性与革命性的产品，不仅成为2008年北京奥运会官方合作品牌，还获得了数亿美元融资。此后，赛格威公司运用类似技术，陆续推出电动滑板车、电动自行车、电动四轮车等产品，成为当时该市场具有绝对优势的领导者。

2. 中国企业纷纷入局，“专利诉讼案”转为“企业收购案”。

2012年，九号公司在北京成立，并在市场中推出电动平衡车与电动滑板车产品。2014年，九号公司获得小米科技、红杉资本、顺为资本等企业超过8,000万美元A轮融资，并成为小米生态链成员。由于赛格威公司此时作为欧美电动平衡车及滑板车市场霸主，拥有400余项专利，因此九号公司很难绕过专利问题直接进入欧美市场。为了在进入行业起步期就占据“技术制高点”，掌握专利、品牌与销售渠道，九号公司在2015年凭借背靠小米生态链资金，正式宣布全资收购赛格威公司。收购完成之后，九号公司掌握了赛格威公司关于电动平衡车与滑板车的所有专利，成功打开了全球销售网络，构建了极高的行业准入壁垒，瞬间成为了全球电动滑板车行业的新任领导者。

共享经济与供应链协同共振，驱使产业更加集中

1. 海外共享经济爆火，带动需求端规模急速拉升。

2017年，Bird、Lime、Spin等部初创企业在欧美市场率先点燃“共享出行热潮”，短时间内形成共享电动滑板车规模化覆盖。从运营数据来看，Bird的共享电动滑板车上线仅一年，租用次数就突破1,000万次，而Lime的同类产品更在14个月内创下1,150万次的租用纪录，直接产生庞大的电动滑板车生产订单规模。风靡欧美地区的共享电动滑板车大多为中国制造，其中九号公司更是手握来自Bird、Uber、Spin、Lyft、Lime等企业的电动滑板车订单，这使九号公司在2023年前电动滑板车业务营收一直保持大幅增长。另外，由于共享电动滑板车对车身强度、可维护性、管理与防盗系统等性能要求更高，因此小型厂家可能因为研发实力不足而无法收到来自下游共享电动滑板车运营商的大规模订单。

2. 供应链配套逐渐成熟，加速行业渗透率。

头部企业能在行业中占据主导地位，核心得益于成熟的供应链管理能力和在国内，电动滑板车制造企业主要集中在粤港澳大湾区与长三角地区，九号、小牛、乐骑智能等头部公司均扎根于此。这两大区域拥有完善的产业链配套体系，覆盖电池、电机、橡胶、碳纤维、电子元器件等多个上游领域，能让电动滑板车所需的全部零部件在短距离内实现高效协同，既保障了极致的供应链响应速度，也构筑了显著的成本优势。此外，共享经济带来的海量订单进一步推动了规模化生产，通过摊薄研发与模具成本、优化生产工艺，产品单价得以大幅降低。这种规模效应不仅为行业设置了竞争壁垒，更让头部企业能借助B端业务强化对供应链的话语权，同时以更具竞争力的价格挤压中小品牌的生存空间。

电动滑板车行业竞争格局未来变化的趋势如下：

技术与规范驱动深化，竞争壁垒转向智能与合规方面的双重内核

1. 未来核心竞争力将体现在软件与算法上，智能化成为新的“护城河”。

目前，智能化已成为多个行业发展的核心重点方向。例如，行业龙头九号公司2024年在智能短交通领域投入高达97.2亿元。借助智能化功能的落地应用，用户在安全防护、操作简化、远程遥控等多方面的需求都能得到有效满足。近年来，不少电动滑板车企业也纷纷投入资源，开启了对智能化功能的研发工作，甚至众多传统科技企业亦开始入局。例如，小米公司利用在米家生态、汽车等领域积累的技术反哺进电动滑板车领域当中，可使滑板车连接APP智能管家，并且可通过内置组件与算法实现定速巡航功能。另外，乐骑智能D12滑板车搭载了华为HarmonyOS Connect与智能陀螺仪，可实现蓝牙解锁与上下坡智能调速。因此，智能化将成为未来行业竞争主要方向之一，缺乏核心智能技术的中小品牌可能将面临淘汰风险，而传统科技企业亦可能成为搅动竞争格局的“鲶鱼”。

2. 路权有望得到开放，政策变动将会加速行业洗牌。

目前，《中华人民共和国道路交通安全法实施条例》尚未向电动滑板车开放合法路权，但随着《电动滑板车通用技术规范》等一系列规范文件的出台，行业相关技术正持续改善与进步，且仍在朝着路权开放的方向积极探索。如今，中大型城市市民对短距离交通或微交通的需求普遍强烈。若未来电动滑板车的部分或全部路权得以开放，其相关安全技术要求必然会进一步规范，这将加速淘汰不符合标准的产品、净化市场环境，为合规的头部企业腾出广阔发展空间。与此同时，路权开放还将产生示范效应，为整个电动滑板车行业开辟全新且庞大的市场空间。

未来竞争格局将由用户体验价值的深度挖掘所主导

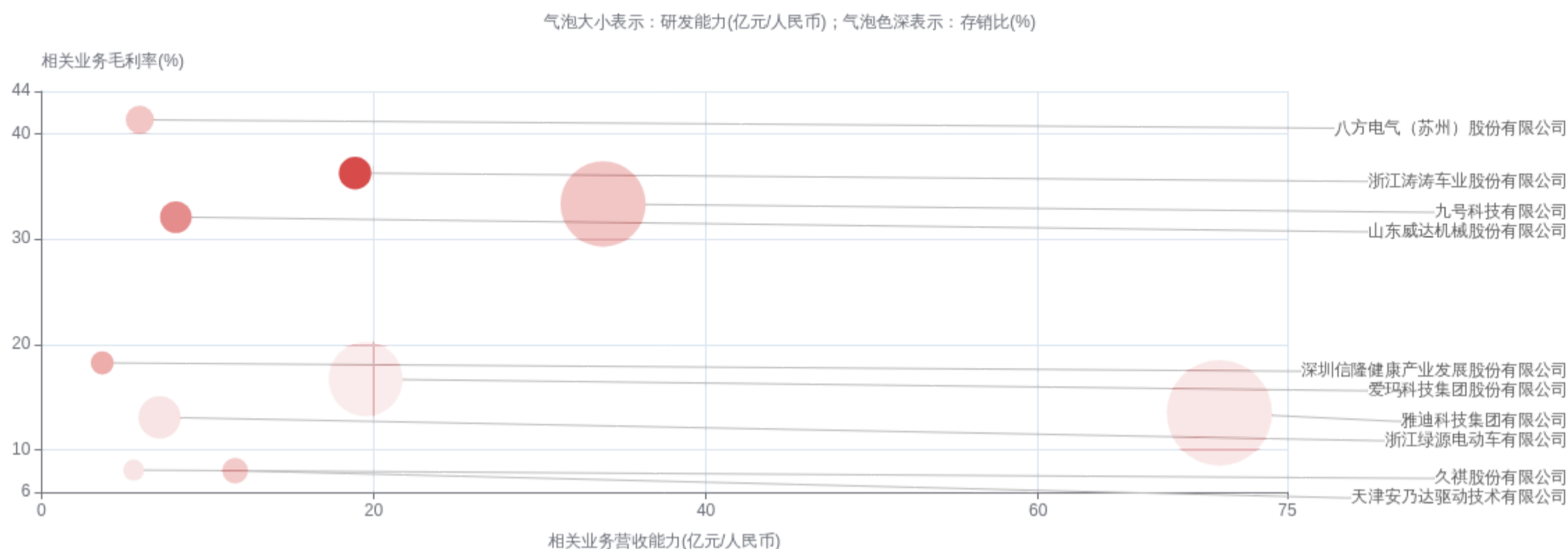
1. 竞争维度将深化为性能配置的全方位整合，大幅提升用户体验。

未来电动滑板车企业的核心竞争力，核心在于把技术转化为用户能切实感受到的便捷性、安全性能或相关配置。一方面，交互体验的无缝化会成为关键的差异化优势。像小米、华为等企业，借助智能手机钥匙、智能家居联动以及多设备协同的生态体验，让电动滑板车深度融入用户的日常生活场景，进一步提升使用便捷度。另一方面，安全体系的主动化将成为未来电动滑板车产品的基础门槛。以九号公司为例，其在F3电动滑板车

中搭载了TCS牵引力控制系统，通过电控算法与三轴传感器的配合，能实现对车辆牵引力的精准控制，从而大幅增强车辆在雨天或湿滑路面行驶时的安全性与稳定性。

2. 竞争边界延伸至多元生活场景。

目前，市场上已出现针对越野、竞速、长续航通勤、便携折叠等不同需求的细分电动滑板车产品，未来还将向更广阔的场景生态延伸，以满足更多人群的使用需求。例如，九号公司已在拓宽用户应用场景领域展开初步布局，推出了儿童专用电动滑板车。该公司针对儿童群体的特性，专门设计并搭载了契合其需求的功能，这类产品既能精准解决家长没时间接送孩子上下学的难题，也能满足中小学生的日常上下学、在小区内活动等场景的出行需求。此外，近年来中国生育率持续低迷，老龄化趋势逐渐显现，未来老年社区的代步需求将逐步增长，老年人专用电动滑板车有望开辟出全新的利基市场。



上市公司速览

公司	总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
九号有限公司 (689009)	-	75.3亿元 >	-1.4	26.6
爱玛科技集团股份有限公司 (603529)	-	49.5亿元 >	-9.0	18.0
雅迪集团控股有限公司 (01585)	51.6亿 >	347.6亿 >	11.9	-
绿源集团控股(开曼)有限公司 (02451)	31.4亿 >	50.8亿 >	6.3	-
小米集团 (01810)	3.8千亿 >	1.3千亿 >	80.8	-
久祺股份有限公司 (300994)	-	17.9亿元 >	15.1	13.6
浙江涛涛车业股份有限公司 (301345)	-	22.2亿元 >	64.9	36.3
安乃达驱动技术(上海)股份有限公司 (603350)	-	11.9亿元 >	2.9	18.0
深圳信隆健康产业发展股份有限公司 (002105)	-	3.1亿元 >	27.4	12.7
八方电气(苏州)股份有限公司 (603489)	-	10.1亿元 >	-24.9	25.6

企业分析

1 九号科技有限公司

· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	140000万人民币
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	1537459200000
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；电动自行车销售；电动自行车维修；摩托车零配件制造；电池销售；机动车修理和维护；非公路休闲车及零配件制造；非公路休闲车及零配件销售；助动车制造；助动自行车、代步车及零配件销售；蓄电池租赁；电池零配件销售；自行车及零配件批发；自行车及零配件零售；玩具销售；电子产品销售；计算机软硬件及辅助设备零售；计算机及通讯设备租赁；网络技术服务；网络与信息安全软件开发；电子元器件零售；货物进出口；技术进出口；装卸搬运（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）

公司竞争优势

· 竞争优势

九号科技在全球电动滑板车行业具有绝对主导地位，在北京、达拉斯、南加州、常州、阿姆斯特丹、巴黎、巴塞罗那、科隆和新加坡均设有区域总部，员工超过4,000人，积累了5,000多项知识产权，公司业务服务于160多个国家的超过2,200万客户，每年新增用户超过500万人。

九号科技有限公司官网、九号科技有限公司2024年度财务报告

2 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	周朝阳	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	1292515200000
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；涂料销售（不含危险化学品）（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）

公司竞争优势

▪ 竞争优势
雅迪科技集团有限公司深耕电动两轮车领域超过20年，拥有六个技术研发中心、三个CNAS实验室、1,000名研发专家以及2,000项专利。集团国内分销网络覆盖中国全部行政区域，并已于欧洲、东南亚、南美及中美超100个国家建立分销渠道。

雅迪科技集团有限公司2024年度财务报告

3 江苏小牛电动科技有限公司

▪ 公司信息

企业状态	存续	注册资本	9000万人民币
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	杜昕	统一社会信用代码	913204123240070733
企业类型	有限责任公司(自然人投资或控股的法人独资)	成立时间	1418572800000
品牌名称	江苏小牛电动科技有限公司	经营范围	助动车、摩托车、自行车、非公路休闲车及其辅配件的研发、制造、销售、技术开发、技术服务、技术咨询、技术转让、租赁和维修服务；计算机软件产品的开发和销售；文化用品、体育用品、针纺制品、服装鞋帽、日用品的研发及销售；自营和代理各类商品及技术的进出口业务，但国家限定企业经营或禁止进出口的商品及技术除外。（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）一般项目：玩具、动漫及游艺用品销售；玩具销售；助动自行车、代步车及零配件销售；电车制造；电车销售（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）

公司竞争优势

▪ 竞争优势

小牛电动科技有限公司是中国城市出行领域第一家lifestyle品牌公司，已累计销售超350万台智能两轮电动车，在国内有3,102个品牌体验店及专卖店，覆盖239个城市。同时，进入海外52个国家，并为全球多家共享电动车运营商，提供基于SaaS的两轮电动车智能共享业务解决方案。

[江苏小牛电动科技有限公司官网](#)

4 小米科技有限责任公司

▪ 公司信息			
企业状态	存续	注册资本	185000万人民币
企业总部	北京市	行业	科技推广和应用服务业
法人	雷军	统一社会信用代码	91110108551385082Q
企业类型	有限责任公司(自然人投资或控股)	成立时间	1267545600000
品牌名称	小米科技有限责任公司	经营范围	<p>一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；货物进出口；技术进出口；进出口代理；通讯设备销售；厨具卫具及日用杂品批发；厨具卫具及日用杂品零售；个人卫生用品销售；卫生用品和一次性使用医疗用品销售；日用杂品销售；日用百货销售；日用品销售；化妆品批发；化妆品零售；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；玩具销售；体育用品及器材零售；体育用品及器材批发；文具用品零售；文具用品批发；鞋帽批发；鞋帽零售；服装服饰批发；服装服饰零售；钟表销售；眼镜销售（不含隐形眼镜）；针纺织品销售；家用电器销售；日用家电零售；家具销售；礼品花卉销售；农作物种子经营（仅限不再分装的包装种子）；照相机及器材销售；照相器材及望远镜批发；照相器材及望远镜零售；工艺美术品及收藏品零售（象牙及其制品除外）；工艺美术品及礼仪用品销售（象牙及其制品除外）；计算机软硬件及辅助设备零售；计算机软硬件及辅助设备批发；珠宝首饰零售；珠宝首饰批发；食用农产品批发；食用农产品零售；宠物食品及用品批发；宠物食品及用品零售；电子产品销售；摩托车及零配件零售；摩托车及零配件批发；电动自行车销售；电动自行车、代步车及零配件销售；自行车及零配件零售；自行车及零配件批发；单用途商业预付卡代理销售；商用密码产品销售；五金产品批发；五金产品零售；建筑材料销售；仪器仪表修理；计算机及办公设备维修；办公设备销售；会议及展览服务；组织文化艺术交流活动；广告设计、代理；广告制作；广告发布；摄影扩印服务；票务代理服务；通讯设备修理；移动终端设备制造；可穿戴智能设备制造。（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）许可项目：第三类医疗器械经营；网络文化经营；出版物零售；出版物批发；食品销售；药品零售；广播电视节目制作经营；第一类增值电信业务；第二类增值电信业务；在线数据处理与交易处理业务（经营类电子商务）；基础电信业务；互联网信息服务；信息网络传播视听节目。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）（不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）</p>

▪ 融资信息	
A轮 4100万美元	C轮 2.16亿美元



公司竞争优势

竞争优势

小米科技有限责任公司是恒生指数、恒生中国企业指数、恒生科技指数及恒生神州50指数的成份股。公司境外收入达1,533亿元人民币，手机、家电等产品出货量始终保持领先，在智能手机、智能硬件及IoT平台领域具备绝对优势，而这些领域的成熟技术，可深度应用到电动滑板车业务中。

小米科技有限责任公司官网，小米科技有限责任公司2024年度财务报告

5 南京快轮智能科技有限公司

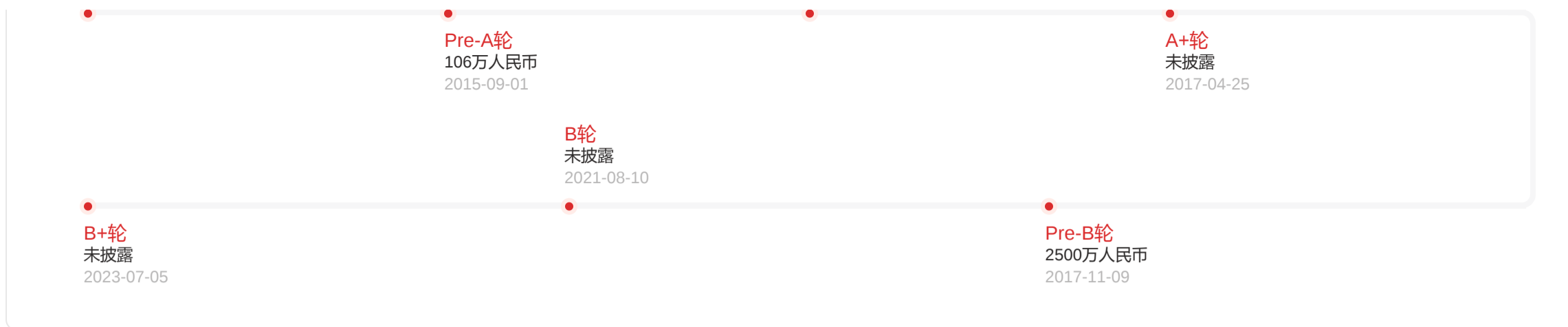
公司信息

企业状态	存续	注册资本	91.6525万人民币
企业总部	南京市	行业	通用设备制造业
法人	刘峰	统一社会信用代码	913201923025392476
企业类型	有限责任公司(中外合资)	成立时间	1402329600000
品牌名称	南京快轮智能科技有限公司	经营范围	许可项目：货物进出口；技术进出口（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：智能机器人的研发；智能机器人销售；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；户外用品销售；五金产品制造；日用百货销售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；国内贸易代理；人工智能应用软件开发；非公路休闲车及零配件制造；非公路休闲车及零配件销售；电动自行车销售；电动自行车维修；摩托车及零配件批发；摩托车及零配件零售；仪器仪表制造；仪器仪表销售；软件开发；软件销售；物联网应用服务；物联网技术服务；数据处理和存储支持服务；服务消费机器人制造；服务消费机器人销售；工业机器人销售；人工智能公共服务平台技术咨询服务；人工智能硬件销售；可穿戴智能设备销售；智能输配电及控制设备销售（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）

融资信息

天使轮
600万人民币
2014-08-30

A轮
2000万人民币
2016-06-12



公司竞争优势

竞争优势

快轮智能科技有限公司为省五星级上云企业、省级工程技术研究中心、江苏省瞪羚企业，致力于两轮新能源车辆的研发。公司结合自身在三电核心技术研发、供应链管理、整车制造生产、IOT共享车联网运营服务平台搭建等方面的优势，已经收获近300多项国家专利。

南京快轮智能科技有限公司官网

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、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



头豹
LeadLeo

www.leadleo.com
400-072-5588