



# 2025年 电动两轮车行业词条报告

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/自行车和残疾人座车制造/自行车制造

# 智行轻骑——电动两轮车在强监管与存量博弈下的韧性重构之路 头豹 词条报告系列



马天奇·头豹分析师

2026-03-30 未经平台授权，禁止转载

行业分类： 制造业/自行车制造

**摘要** 根据《电动自行车安全技术规范》(GB17761-2018)和《电动摩托车和电动轻便摩托车通用技术条件》(GB/T24158-2018)，电动两轮车是由电池、电机、控制器等关键部件组成的两轮车。2021年—2025年，电动两轮车行业市场规模由945.25亿元回落至818.69亿元，期间年复合增长率-3.53%。预计2026年—2030年，电动两轮车行业市场规模由843.25亿元回落至830.45亿元，期间年复合增长率-0.38%。

## 行业定义

根据《电动自行车安全技术规范》(GB17761-2018)和《电动摩托车和电动轻便摩托车通用技术条件》(GB/T24158-2018)，电动两轮车是由电池、电机、控制器等关键部件组成的两轮车。

## 行业分类

电动两轮车行业依据国家标准，按照最高时速、电机功率、整车质量等技术参数及机动车/非机动车管理属性，将产品划分为电动自行车、电动轻便摩托车和电动摩托车三类。

### 根据最高时速等参数分类

电动两轮车分为电动自行车、电动轻便摩托车和电动摩托车三种类型。新国标对两轮电动车的速度、车身重量、蓄电池标称电压和电机额定功率等方面设定了一定的要求。

#### 电动自行车

电动自行车执行国家标准GB17761-2018，生产资质无特殊要求但需通过CCC认证，技术规格上功率不超过400W、电池电压不超过48V、最高时速不超过25公里/小时、整车质量不超过63kg（铅酸电池），使用管理上无需驾驶证，需悬挂电动自行车绿牌，限载一名12岁以下儿童。

#### 电动轻便摩托车

电动轻便摩托车执行国家标准GB/T24158-2018，生产资质和CCC认证均有要求，功率范围为400W-4kW（非强制）、最高时速不超过50公里/小时，对电池电压和整车质量无特殊要求，使用管理上需持F类驾驶证、悬挂机动车蓝牌，禁止载人。

#### 电动摩托车

电动摩托车同样执行国家标准GB/T24158-2018，生产资质和CCC认证均有要求，功率大于4kW（非强制）、最高时速超过50公里/小时，对电池电压和整车质量无特殊要求，使用管理上需持E类或D类驾驶证、悬挂机动车黄牌，可载一名成人。

## 行业特征

电动两轮车的行业特征包括电动两轮车电池安全问题持续存在、电池技术尚存短板需突破、电动两轮车行业存在多重进入壁垒。

### 电动两轮车电池安全问题持续存在

当前电动两轮车领域安全隐患突出，频繁发生的安全事故造成严重人身财产损失。市场上大量存在的非标超标车辆配备低质量电池，极易发生热失控引发危险。同时，私自改装车辆及不当充电习惯如过度充电、通宵充电等行为导致电池劣化、线路过热，显著提升事故风险。

结合电池自然老化等因素影响，消费者对电动两轮车持谨慎态度，严重制约了产品销量增长和整个行业的健康发展。

### 电池技术尚存短板需突破

电动两轮车行业目前以铅酸电池技术为主导，但这一技术路线存在明显缺陷。铅酸电池不仅重量偏重、储能密度低、使用寿命有限，还会产生严重的环境污染问题。在性能表现上，受限于技术瓶颈，铅酸电池电动车普遍存在充电时间冗长（需6-7小时）、续航能力不足（多数低于100公里）等问题，用户体验欠佳。这些技术局限性使得电动两轮车在安全性和使用效率方面无法充分满足市场需求，成为阻碍行业进步的关键因素。

### 电动两轮车行业存在多重进入壁垒

资质壁垒方面，新国标将于2025年9月生效，大幅提升技术、制造能力和质量控制能力等要求，无法达标的中小企业有望逐步淘汰；技术壁垒方面，为提升续航、安全性和节能表现，企业需在电池、电机、智能化等领域全面布局，新技术开发需大量持续投入和长期积累；渠道壁垒方面，客户主要分布在低线城市和农村地区，建立有效分销网络需多年投资和与经销商的信任关系，稳定的渠道网络能保障销量和服务质量；客户壁垒方面，领先企业经多年积累具有较高市场知名度和良好口碑，可转化为现有客户收益并通过口碑推荐以更低成本获得新客户；资金壁垒方面，除研发外，生产设施建设、设备维护费用巨大，智能制造升级需在云计算、智能传感器等方面额外投资，缺乏规模经济和持续投资的企业难以技术进步、竞争力下降。

## 发展历程

中国电动两轮车行业历经五个发展阶段，目前处于2018年开始的新国标期。电动两轮车行业发展较为成熟，但在安全问题、停车规划等问题上仍需产品迭代和政策引导。

#### 初创期 · 1995-01-01~2000-01-01

1995年，清华大学研制出采用轮毂电机的电动自行车，结构简单；  
尚未有政策指导行业发展，电动自行车尚未普及，交易市场刚刚起步，需求较小。

#### 规模化期 · 2001-01-01~2003-01-01

2001年，“禁摩令”出台，电动自行车作为替代品需求激增，大量企业开始进入市场，形成天津、江苏、浙江三大产业集群地；2003年非典疫情暴发，催化了电动两轮车的发展。  
进入壁垒低，同时消费者需求增加，行业规模扩大，但是产品质量参差不齐。

#### 高速发展期 · 2004-01-01~2013-01-01

2004年《道路交通安全法》规定电动自行车为合法非机动车；2013年中国电动两轮车产量突破3,000万辆，  
在国家政策支持与电池技术的发展下，电动两轮车加速普及，电动自行车企业数量高速增长，雅迪、爱玛等全国性品牌快速占领市场，区域性中小品牌通过价格优势扩张。产品端电机、电池、控制器技术不断升级，电动自行车的爬坡、载重、续航能力等性能明显提升。

## 成熟期 · 2014-01-01~2017-01-01

2014年电动自行车保有量超过2亿辆，市场逐渐趋于饱和。

两轮电动车同质化严重，品牌竞争激烈，行业进入尾部出清阶段，头部企业凭借资金、规模、渠道等优势加速行业集中度提升。同时，小牛等新兴互联网电动车品牌诞生，产品不再是单一化功能，向功能多元化及售后服务完善化发展。

## 新国标期 · 2018-01-01~至今

2018年对外发布的《电动自行车安全技术规范》对电动自行车设定了具体的参数，进一步加速行业格局优化；2019年，《GB 17761-2018》政策落地，行业产品标准与质量进一步提升，两轮电动车市场迎来换购热潮；2020年公共卫生事件暴发，一定程度上促进了电动两轮车的发展；2024年新国标《GB 17761-2024》落地。

相关标准落地，行业格局优化、行业产品标准与质量进一步提升，市场迎来换购热潮。新国标叠加以旧换新政策，行业的新一轮增长开启。

# 产业链分析

## 电动两轮车产业链的发展现状

电动两轮车行业产业链上游为原材料与零部件供应环节，主要作用提供铅等大宗原材料以及包括三电在内的零部件产业链中游为整车制造环节，主要作用将各部件整合为成品产业链下游为销售与售后服务环节，主要作用在线上线下经销渠道、直营渠道并提供售后服务，龙头企业通过产业链垂直整合提升竞争力

## 电动两轮车行业产业链主要有以下核心研究观点：

### 原材料成本分化、高端智能化竞争与存量置换驱动。

电动两轮车核心原材料市场呈分化格局：碳酸锂供应过剩价格震荡寻底，铅供需偏紧存反弹空间，碳酸钠价格优势显著且持续下行；高端市场（4,000元+）智能化成竞争核心，九号凭全系智能功能领跑第一梯队，雅迪爱玛紧随，品牌技术分化加速；行业层面，中国电动两轮车保有量达4.25亿台、渗透率高位，新增空间有限，2025年以旧换新政策成为主要增长引擎，截至4月置换量达2024年Q4的2.4倍，行业正式从增量扩张转向存量更新驱动。

## 产业链上游环节分析

### 生产制造端

原材料与零部件供应

### 上游厂商

浙江超威动力能源有限公司

天能电池集团股份有限公司

星恒电源股份有限公司

博世汽车部件（苏州）有限公司

金宇星机电科技（浙江）有限公司

浙江九洲新能源科技有限公司

无锡市晶汇电子有限公司

江苏协昌电子科技集团股份有限公司

今飞控股集团有限公司

江苏江禾高科电子有限公司

## 上游分析

**碳酸锂供应过剩寻底、铅供需偏紧存反弹空间、碳酸钠价格优势显著持续下行。**

电池级碳酸锂占锂电池成本30%，供应端澳洲凯瑟琳矿扩产、国内锂盐厂复工及宁德时代视下窝矿区复产预期推动供应过剩，需求端动力电池去库存但储能需求创新高，市场仍处“扩产-价跌-亏损”调整周期，短期价格震荡寻底。铅占铅酸蓄电池成本40%，供应端原生铅冶炼厂检修停产、再生铅企业受废料供应紧张和利润压缩影响开工下滑，需求端电池企业库存消耗缓慢维持刚需采购，供需偏紧但消费修复缓慢，铅价存在反弹空间但基本面改善有限。正极约占钠电池成本26%，截至2025年8月，电池级碳酸钠的价格为0.45-0.60万元/吨，仅为碳酸锂价格的十六分之一。受产能利用率提升、库存创新高、需求疲软影响价格阴跌，预计未来两年电池级碳酸钠价格将持续下降。

## 中 产业链中游环节分析

### 品牌端

整车制造

### 中游厂商

雅迪科技集团有限公司

浙江绿源电动车有限公司

爱玛科技集团股份有限公司

台铃科技股份有限公司

小刀新能源科技股份有限公司

江苏金彭集团有限公司

江苏小牛电动科技有限公司

九号科技有限公司

立马车业集团有限公司

江苏金箭车业制造有限公司

### 中游分析

**高端电动两轮车智能化竞争格局：九号领跑第一梯队，雅迪爱玛紧随，品牌分化加速。**

在4,000元以上高端价格带，智能化程度成为主要竞争点，2024年智能两轮电动车产品销量数据显示，九号凭借全系智能化功能稳坐第一梯队；雅迪作为传统品牌在该价格段也具备较强竞争力，与爱玛位列第二梯队；小牛、绿源、台铃处于第三梯队。2024年智能化评测中，九号、极核、小牛位居品牌平均分前三，整体智能化水平显著领先。其他主流品牌如雅迪、台铃、爱玛虽具备一定智能化基础，但在功能与技术方面与九号存在差距。

## 下 产业链下游环节分析

### 渠道端及终端客户

销售与售后服务

### 渠道端

浙江天猫技术有限公司

淘宝（中国）软件有限公司

苏宁易购集团股份有限公司

京東集團股份有限公司

小米科技有限责任公司

顺丰速运有限公司

北京三快科技有限公司

爱玛科技集团股份有限公司

雅迪科技集团有限公司

江苏小牛电动科技有限公司

### 下游分析

### 市场饱和度高，以旧换新成主要增长驱动力。

截至2024年底，中国电动两轮车社会保有量约4.25亿台，已超越汽车成为最大交通工具，平均每4人拥有1台，市场渗透率已达高位，新增空间十分有限。在此背景下，2025年以来电动自行车以旧换新成为行业主要增长动力，截至2025年4月8日售旧、换新各达334.1万台，相当于2024年9-12月置换总量的2.4倍，全国31个省区市及421个地级市区全面参与，其中江苏、河北、浙江等7省置换量均超过10万台，表明行业已从依赖新增用户转向存量市场的更新换代需求驱动。

## 行业规模

### 电动两轮车行业规模的概况

2021年—2025年，电动两轮车行业市场规模由945.25亿元回落至818.69亿元，期间年复合增长率-3.53%。预计2026年—2030年，电动两轮车行业市场规模由843.25亿元回落至830.45亿元，期间年复合增长率-0.38%。

### 电动两轮车行业市场规模历史变化的原因如下：

#### 四大驱动因素推动中国电动两轮车行业快速发展。

**电池与续航技术升级：**电池技术是电动两轮车保持产品力的核心，磷酸铁锂、三元锂及钠离子电池的应用提升了续航和安全性。头部企业推出的长续航车型单次充电可达100-200km，并搭载智能电池管理系统。同时，换电模式成为新趋势，共享出行品牌推动换电站建设，提高用户出行便利性。**智能化创新：**电动两轮车正从传统代步工具向智能化产品转型，领先品牌已推出智能仪表、GPS导航、OTA升级、无钥匙解锁等功能。智能骑行模式、远程防盗、碰撞检测等技术的应用，为消费者提供更安全、个性化的驾驶体验，智能化系统将成为行业标配并推动产品向高端化发展。**潮流化外观设计：**机甲风、极简风、复古风等多元化风格受年轻消费者青睐。九号机甲电摩的硬朗科幻风格、小牛NQI和雅迪冠能系列的极简科技风均获得市场认可。部分品牌还提供定制涂装和个性化改装服务，随着Z世代消费群体崛起，外观设计创新将成为行业更关注的驱动因素。**海外知名度上升：**全球电动化趋势加速推动中国电动两轮车企业加快海外布局，凭借供应链、成本和技术优势在东南亚、欧洲等地快速扩张。企业通过本土化策略适应不同市场需求，推进中国电动两轮车出口，目前全球化已成为行业重要驱动因素。

### 电动两轮车行业市场规模未来变化的原因主要包括：

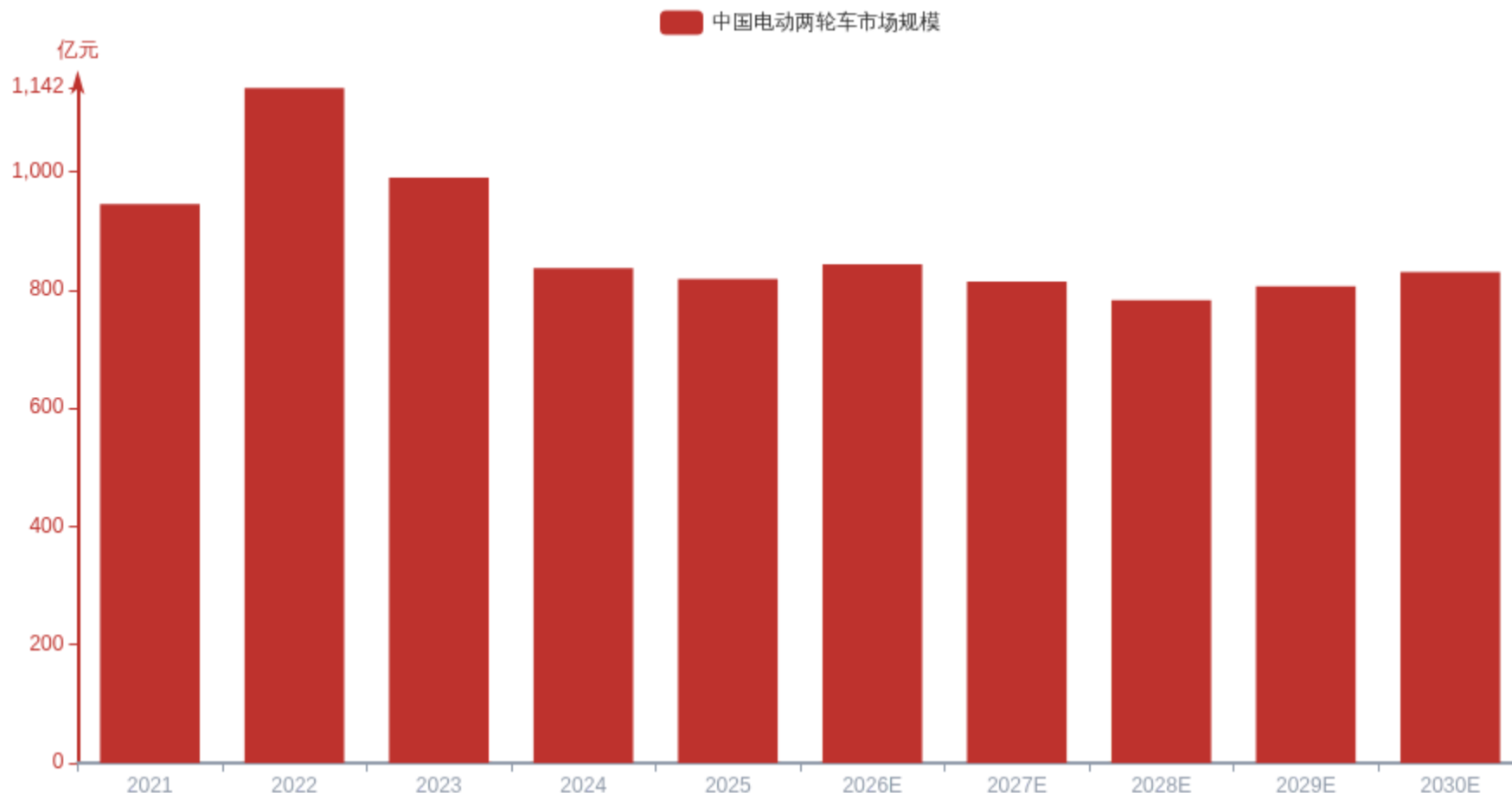
#### 市场增长主要受三方面因素驱动。

一是政策推动，新国标实施和碳中和目标促进电动两轮车普及和技术升级；二是消费者对性价比要求更高，用户对产品性能、续航和智能化要求提升，推动电动摩托类产品需求增长；三是技术进步，电池技术发展和规模化生产降低成本，使产品价格下降的同时性能提升，扩大了市场覆盖面和用户接受度。

## 规模预测

### 电动两轮车行业规模

中国电动两轮车销量，2021-2030E



## 政策梳理

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于开展2024年第一批电动自行车行业规范公告申请工作的通知》	工信部	2024-05-01	8
政策内容	为贯彻落实《电动自行车行业规范条件》（工业和信息化部2024年第6号公告），推动中国电动自行车行业持续、健康、协调发展，根据《电动自行车行业规范公告管理办法》有关规定，组织2024年第一批符合《电动自行车行业规范条件》的企业公告工作。			
政策解读	该政策通过官方公告符合《电动自行车行业规范条件》的企业名单，树立行业合规标杆与准入示范，将引导资源向规范化企业集聚、加速落后产能出清，提升消费者对合规产品的信任度，倒逼全行业对标升级技术研发与生产管理，推动电动两轮车行业向标准化、集约化、高质量方向持续健康发展。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《推动电动自行车以旧换新实施方案》	商务部等5部门	2024-08-01	9
政策内容	统筹将电动自行车以旧换新纳入“2024消费促进年”活动安排，组织合规电动自行车生产企业的合格产品参加消费品以旧换新活动，鼓励相关企业整合上下游资源，开设线上线下专区，便利广大群众以旧换新。			
政策解读	该政策将电动自行车以旧换新纳入国家级消费促进体系，通过政策背书与渠道协同强化合规产品供给，既有效激活存量市场换新需求、提振行业短期销量，又倒逼企业整合上下游资源、优化线上线下服务体验，加速市场向合规头部企业集中，推动行业向规范化、品牌化、高质量发展转型。			
政策性质	鼓励性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于加强电动自行车产品准入及行业规范管理的公告》	市场监管总局等4部门	2024-10-01	8
政策内容	自2024年11月1日起，不符合一系列国标的电动自行车不得生产、销售、进口。			
政策解读	该政策强制实施电气安全、充电器及锂离子蓄电池三项国标，从核心部件源头筑牢电动两轮车安全防线，将加速清退不合规产品与落后产能，倒逼供应链技术升级与标准化生产，短期加剧行业洗牌、提升合规成本，长期利好具备研发实力与品质管控的头部企业，推动行业向高安全、高品质、规范化方向高质量发展。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《电动自行车安全技术规范》	工信部等5部门	2024-12-01	10
政策内容	电动自行车最高设计车速维持在25km/h、使用塑料材质部件总质量不超过整车质量5.5%、安装永久性耐高温识别代码标识等。			
政策解读	该政策通过锁定25km/h车速上限、严控塑料部件占比及强制永久性身份标识，从源头强化了电动两轮车的安全标准与全生命周期追溯能力，将加速淘汰不合规产能、遏制非法改装，推动行业向材料工艺升级与规范化制造转型，长期利好具备技术研发与合规生产能力的头部企业，促进市场良性竞争与高质量发展。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于做好2025年度电动自行车以旧换新工作的通知》	商务部等5部门	2025-01-01	9
政策内容	鼓励简化门店参加以旧换新活动的资格审核和准入程序，扩充参加以旧换新活动的门店数量。鼓励进一步简化补贴发放流程，在确保资金安全的情况下，取消补贴申请、审核、拨付中的非必要环节，加快审批进度，尽量缩短补贴到账时间。补贴发放可不与新车上牌挂钩。鼓励采用支付立减等方式，补贴优惠直达消费者。			
政策解读	该政策通过简化门店准入、优化补贴流程、推行支付立减及解绑上牌等措施，将显著降低电动两轮车以旧换新的参与门槛与消费决策成本，有效激发存量市场换新需求，短期内助力行业销量增长，长期则推动渠道规范化与产业加速升级，促进绿色智能出行转型。			
政策性质	鼓励性政策			

## 竞争格局

### 电动两轮车竞争格局概况

电动两轮车行业呈现以下梯队情况: 第一梯队公司有爱玛科技集团股份有限公司、雅迪科技集团有限公司、台铃科技股份有限公司、浙江绿源电动车有限公司等; 第二梯队公司有小刀新能源科技股份有限公司、九号科技有限公司等; 第三梯队公司有无锡赛鸽电动车科技有限公司等。

### 电动两轮车行业竞争格局形成的历史原因如下:

**规模与渠道定胜负：电动两轮车双寡头格局的形成。**

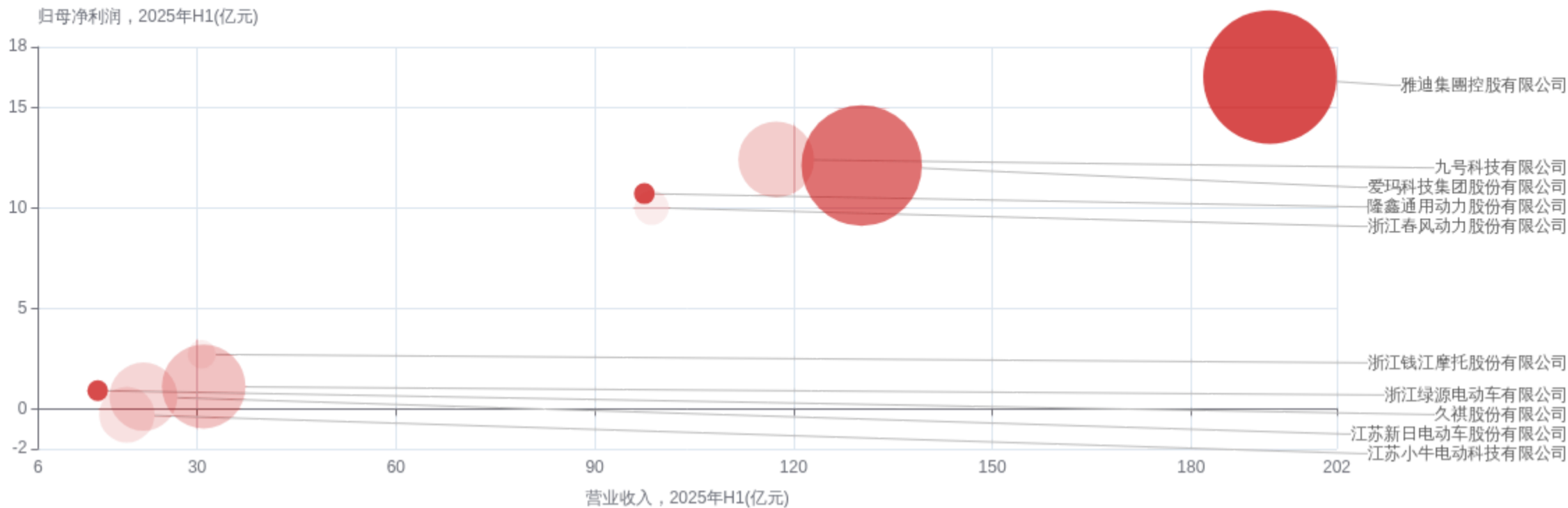
中国电动两轮车行业已形成雅迪（25.5%）、爱玛（19.4%）双寡头主导格局（2025年合计市占率44.9%，前10品牌集中度从2019年72%升至2025年83%），其核心源于双寡头通过万家县乡级门店对下沉市场的渠道垄断，以及年产能超3,000万辆带来的成本优势，在产品高度同质化背景下通过价格战持续挤压中小品牌；九号虽凭智能化市场份额逆势增长至6.9%（在前十品牌中+1.8pp增速最快），但受限于高端定位与渠道覆盖不足，市占率仍远低于双寡头，加之铅酸电池占比较高、技术代际差尚未形成，行业长期依赖“规模+渠道”而非创新竞争，巩固了头部企业领先地位。

### 电动两轮车行业竞争格局未来变化的趋势如下:

**行业从单一价格战向“高端智能引领+中端品质博弈+基础性价比兜底”的梯队化分化加速演进。**

九号虽均价下探但仍锚定高端，推动智能配置与高端体验下沉；爱玛、雅迪在中高端主战场稳中有升，强化品牌与产品双轮驱动；绿源波动调整、新日坚守低价，折射出中低端市场洗牌加剧。未来，行业将呈现“价格带清晰化、竞争维度多元化、头部集中度提升”的趋势，具备技术研发、品牌溢价与全渠道运营能力的企业将持续扩大优势，推动行业向高质量、差异化、价值竞争新阶段跃迁。

气泡大小表示：电动两轮车销量，2024年(万辆)；气泡色深表示：市占率，2024年(%)



## 上市公司速览

### 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 >	11.9	-

### 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

### 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 >	6.3	-

### 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

### 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

### 小牛电动 (NIU)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	32.9亿元 >	24.0	15.2

### 浙江春风动力股份有限公司 (603129)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	150.4亿元 >	24.2	30.1

### 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 >	-	26.4

### 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 >	20.4	17.7

### 久祺股份有限公司 (300994)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	17.9亿元 >	15.1	13.6

## 企业分析

### 1 爱玛科技集团股份有限公司【603529】

▪ 公司信息

<b>企业状态</b>	存续	<b>注册资本</b>	86904.7956万人民币
<b>企业总部</b>	天津市	<b>行业</b>	铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业
<b>法人</b>	张剑	<b>统一社会信用代码</b>	9112000071821557X4
<b>企业类型</b>	股份有限公司(上市)	<b>成立时间</b>	938361600000
<b>品牌名称</b>	爱玛科技集团股份有限公司	<b>经营范围</b>	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	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
销售现金流/营业收入	1.13	1.1	1.16	1.14	1.2	1.15	1.12	1.14	1.15
扣非净利润同比增长(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
资产负债率(%)	81.968	80.8462	74.8425	73.8943	72.2985	62.8291	63.5418	60.89	60.8047
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	2.7104
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	5.6781
摊薄净资产收益率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
实际税率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
应收账款周转天数(天)	4.7827	8.4168	10.1206	8.5699	4.2745	4.6211	4.3091	5.5465	6.2401
预收款/营业收入	/	/	/	/	/	/	/	/	/
流动比率	0.9302	0.9412	0.7141	0.8014	0.5391	0.6674	1.0054	0.9471	0.8575
每股经营现金流(元)	5.82	4.17	2.15	4.17	3.41	5.188	8.7897	2.1629	3.6741
毛利率(%)	16.9366	13.0493	13.1151	13.678	11.4174	11.7224	16.3623	16.5109	17.8218
流动负债/总负债(%)	98.4893	98.2313	98.0951	98.5517	98.9323	98.029	97.7339	83.5634	84.1598
速动比率	0.5583	0.6869	0.602	0.7061	0.4667	0.571	0.9347	0.8902	0.7896
摊薄总资产收益率(%)	9.8044	4.7074	7.3897	7.4616	7.0132	5.8175	11.7518	9.886	9.3149
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(%)	47.85	28.17	33.24	/	/	17.46	31.15	25.4	/
基本每股收益(元)	1.43	0.83	1.26	1.54	1.77	1.79	3.31	2.2	2.37
净利率(%)	6.9385	3.3783	4.7861	4.9862	4.7258	4.3362	9.0017	9.0147	9.3147
总资产周转率(次)	1.413	1.3934	1.544	1.4964	1.484	1.3416	1.3055	1.0967	1
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	1.8308
扣非净利润(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
存货周转天数(天)	15.943	17.4865	14.9568	16.6782	16.3476	17.0874	16.6173	14.2034	14.0516
营业总收入(元)	6443850066.62	7794486945.74	8989778923.53	10423830989.66	12904586099.11	15398710870.72	20802212994.46	21036120862.29	21606294218.19
每股未分配利润(元)	/	/	2.0835	3.4932	5.2606	6.029	6.9826	5.4582	6.9016
稀释每股收益(元)	1.43	0.83	1.26	1.54	1.77	1.79	3.31	2.12	2.26
归属净利润(元)	449116271.2	262771390.64	428290063.26	521528433.85	598524584.35	663998092.9	1873433343.24	1881115782.35	1987928242.51
扣非每股收益(元)	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	5.82	4.17	2.15	4.17	3.41	5.188	8.7897	2.1629	3.6741

## 公司竞争优势

## 竞争优势

品牌优势：公司在品牌建设方面获得多项权威认可，包括连续十余年蝉联Chnbrand发布的中国品牌力指数（C-BPI）电动自行车品类榜首，获得《福布斯中国》“年度好品牌TOP50”和《品牌女性》杂志发布的“品牌女性喜爱的品牌50强”、荣获全球知名增长咨询公司弗若斯特沙利文认证的“全球电动两轮车领先品牌”等。

公司公告

# 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



头豹  
LeadLeo

www.leadleo.com  
400-072-5588