



家电行业深度报告：行业格局持续优化 高端智能打开空间



电动两轮车需求重振，结构性调整赋予新机遇。我国两轮电动车行业已步入成熟期，2021 年保有量约为 3.4 亿辆，新增需求空间有限。2019 年随着“新国标”政策的实施，行业需求重振，2018-2021 三年复合增长率提升至 8.39%。一方面，据立鼎研究院数据，2019 年不合规车辆规模较大，替换需求总量庞大。另一方面，新政策提高行业门槛，加速底部出清，行业集中度快速提升；同时推动行业高端化、智能化发展，九号、小牛等高端新势力迎来成长良机。考虑到政策推进程度，22/23 年有望迎来新国标替换小高潮，我们预计 2022-2025 年需求量有望维持在 5000 万辆左右。中长期来看，受出行方式偏好变化等因素影响，共享出行和即时配送领域快速发展，这有望创造行业发展新机遇。

品质与服务同行，高端化已成主流趋势。受益于品质升级大趋势，用户对中高价位产品接受度不断提升，同时对智能产品需求愈发强烈。为顺应需求升级，雅迪、爱玛等传统车企通过加大研发投入，提高电池、电机等核心零部件性能，缩短产品更迭周期，从而实现产品升级。在龙头车企带动下，两轮电动车行业掀起高端化浪潮，产品综合性能持续优化。另一方面，高端市场的庞大空间吸引众多造车新势力入局。以小牛、九号为主的新品牌另辟蹊径，专注于提高产品智能化、个性化等软实力。多重智能服务赋予用户更便捷、更安全的骑行体验，从而提高品牌美誉度、提升产品附加值。产品品质与智能化服务的同步升级，持续推动行业高端化转型，行业结构性调整机会愈发明确。

全渠道触点延伸，助力产品高端化。品类属性决定行业渠道发展侧重线下，使得渠道管理成为降本提效的关键。为顺应产品高端化发展，传统车企稳步推进渠道改革。一方面，车企推行渠道扁平化，壮大一级经销商规模；另一方面，通过汰劣存优，提高一级经销商梯队盈利能力。同时在单店运营上，其标准化程度也在持续优化。车企通过完善考评标准、优化门店外观、加强人员培训等多方面措施，提升单店运营效率。

零售渠道质量的稳步提升为产品高端化保驾护航，战略成效得以快速显现。此外，线上渠道具备流量优势，现已是新势力提高曝光度的重要渠道。小牛、九号等借助私域平台，撬动公域流量，助力企业实现流量和业绩双增长。

投资建议：多次价格战叠加新国标契机，两轮电动车行业快速出清，竞争格局优化，一定程度上为高端新势力腾出成长空间。持续研发和营销投入，头部车企品质与口碑双丰收，同时推动两轮车品类革新，引领行业高端化。另一方面，以年轻中产为主的消费群体偏好高端、智能单品，促使智能服务价值被发现。小牛、九号等新势力凭借智能化优势脱颖而出，

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_48971

