

第一节重要提示
1. 本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到 www.sse.com.cn 网站仔细阅读年度报告全文。

2. 重大风险提示
公司在本报告中详细描述了公司在经营过程中可能面临的各种风险，敬请查阅本报告第三节“管理层讨论与分析”中“风险提示”相关内容。
3. 本公司董事会及董事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
4. 公司全体董事出席了董事会会议。
5. 毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
6. 公司、上海市未发生立案尚未实现盈利
□是√否
7. 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案
1. 公司以实施权益分派股权激励计划为契机，在充分尊重全体股东意愿的前提下，结合公司实际情况，综合考虑各方面因素，拟定了2025年度利润分配预案。截至2025年3月30日，公司共有总股本372,057,051份，以除公司回购专用证券账户中393,400,705份持有凭证的719,247,249份持有凭证为基数，以此计算合计派发现金股利人民币9,000,000.00元（含税），2025年度公司现金分红（包括2025年半年度已分配的现金股利）3,906,489.47元，总计1,200,412,026.26元（含税），占本年度末归属于上市公司股东的净利润68.28%。
2025年度公司拟以现金为对价采用集中竞价方式回购的股份（以下简称“回购并转让”）金额为156,877,222元（不含交易费用及交易费用），回购资金及回购并转让金额合计1,356,971,545.47元，占本年度末归属于上市公司股东的比例77.18%。
2. 本次回购不涉及，不进行现金本次股权转让。
3. 本次回购计划方案尚需经公司2025年年度股东大会审议。
母公司存在未弥补亏损
□是√否
8. 是否存在公司治理特殊安排等重要事项
√适用□不适用
√公司存在股权激励安排
√公司存在表决权差异安排
（一）公司为红筹企业
公司作为一家根据《开曼群岛公司法》设立的的公司，公司治理模式与适用中国法律、法规及规范性文件的一般上市公司公司治理模式存在一定差异。
（二）上市公司存在表决权差异安排
公司采用特别表决权制度，根据《公司章程》规定，公司股份分为A类普通股股份（普通股股份）和B类普通股股份（特别表决权股份），每份B类普通股股份具有10份A类普通股股份所具有的表决权，每股B类普通股股份表决权数量超过每股A类普通股股份表决权数量的特别表决权股份持有人，在股东大会选举和更换非独立董事、选举和更换独立董事、修改或补充公司章程、变更募集资金用途、回购公司股票等议案上享有与普通股股份持有人相同的表决权，其他所有事项均按照每股股份享有同等表决权。
截至报告期末，公司实际控制人李海斌先生、王野合共控制公司57.73%的股份。
此外，公司股东对于有关事项行使表决权时，每一B类普通股股份享有的表决权数量仍与每一A类普通股股份表决权数量相同。
（3）公司存在表决权差异安排
（1）公司普通股股份类别
（2）改变B类普通股股份享有的表决权数量；
（3）聘请或解聘独立董事；
（4）聘请或解聘审计会计师事务所；
（5）聘请或解聘为公司定期报告出具审计意见的会计师事务所；
（6）公司分立、分拆、合并、解散和清算。
截至目前，存托凭证持有人Putech Limited、Citidream Limited、Hitech I LP、Hitech II LP、Hitech III LP持有的持有1份B类股份的A类普通股股份每份具有的表决权，所有的存托凭证对应的A类普通股股份每份具有的表决权；其他存托凭证持有每份的存托凭证所对应的A类普通股股份每份具有的表决权。
2. 保护投资者的合法权益有明确的实施情况
公司已建立了包括《股东大会议事规则》《信息披露管理办法》《独立董事工作制度》等在内的一系列内控制度，完善公司治理，保障中小投资者的合法权益。根据《公司章程》及相关内部控制制度的规定，公司采取如下具体措施保障中小投资者权益：
（1）充分保障投资者合法权益；
（2）设置独立董事；
（3）符合一定条件的股东有权提名公司董事；
（4）符合一定条件的股东有权提议召开董事会临时会议；
（5）符合一定条件的股东有权向董事会提议召开临时股东大会；
（6）完善投资者沟通渠道制度；
（7）开展投资者关系管理活动。

第二节公司基本情况

1. 公司简介
1.1 公司简介
□适用√不适用
1.2 公司注册地址情况
√适用□不适用

注册地址	注册地址变更原因	变更日期	变更前注册地址	变更前注册地址变更原因
开曼群岛 库拉索 威利街11号	首次注册	2025年03月03日	开曼群岛 库拉索 威利街11号	首次注册

1.3 联系人及联系方式
（1）董事会秘书
姓名：李海斌
职务：董事会秘书（信息披露事务代表）
电子邮箱：lihaibin@9号有限公司
联系地址：开曼群岛 库拉索 威利街11号
电话：+1-264-969-8202

（2）投资者关系部
姓名：李海斌
职务：投资者关系部负责人
电子邮箱：lihaibin@9号有限公司
联系地址：开曼群岛 库拉索 威利街11号
电话：+1-264-969-8202

2. 报告期公司主要业务简介
2.1 主要业务、主要产品或服务情况
（一）主要业务、主要产品或服务情况
公司立足全球，以“商化与人物的移动，让生活更加便捷和有趣”为使命，依托自身在技术创新、工业设计、供应链管理、品牌推广等多方面积累的综合实力，已形成丰富的产品矩阵，包括智能交通产品及服务机器人等产品。
1. 电动滑板车
公司在CES展上发布第三代电动滑板车Max C、F3系列及R3系列车型，同步推出Segway Ride e安全稳定、SegRange 2.0续航升级版、SegSmart智能交互三大核心技术，实现产品性能、安全、智能化等方面的全面提升。其中，Max C系列首创行业首创内置式外置双电机25+10超快充电池系统，车载管理屏与方位传感器深度融合，带来更优骑行体验。智能化骑行前哨功能，提升了用户骑行便捷性与骑行乐趣；首款SUV滑板车Z13 Pro Pro首发超6000元以上价位顶级智能/销售爆款，MAX C、F3系列共获“双爆款”称号。截至2025年12月31日，公司电动滑板车累计出货量超1500万台。
2025年下半年，深化渠道与合作，携手车行在美国推出定制版电动滑板车，在国内联合“摩行侠”品牌联名联名款，进一步拓展用户圈层；Max C、F3/F3 Pro系列产品荣获全球首个UL Vmmatic性能验证标志证书，获得国际权威认可。

2. 电动两轮车
围绕“生活方式”“运动性能”“新国货智能”三大核心，构建7.0、M、Pz三大产品系列。其中，C系列聚焦无线消费新群体，以个性化设计及DIY装饰、SOPHAI等创新功能为核心，精准切入年轻消费群体细分市场；M系列以“头号玩家”为核心，面向年轻及高端消费群体，依托RideyGo、RideyFUN等高性能配置，王者风范，LINE FRIENDS等知名IP的联名合作，深化产品目标与圈层的渗透；Pz系列主打“智驾科技”“硬核越野”概念。截至2025年1月，公司电动两轮车产品在国内市场累计出货量已突破1000万台。
3. 全地形车
发布新品Super Villain SX20T、Segway AT10、Segway UT6。其中，Segway Super Villain为旗舰级SUV系列，配备行业首创20T发动机，搭载2025年CES创新奖、AVT1000超9000cc排量并列双缸DOHC发动机，动力高达77p，爬坡角度达35°，最高时速达128km/h，0-100km加速时间仅需6秒，动力输出强劲。也是全地形车市场首个标配30寸软胎的ATV，最高续航里程达330公里，征服服务各大场景；UT6结合了实用性、舒适性可与越野，不仅具备强大的越野能力，还能胜任日常休闲作业，为户外露营爱好者打造了“全能型”产品，支持高达76cm，配备了耐用的全包包围车架，38.5L的储物空间，最大载重可达272kg（载况），拖拽力高达1543kg。

在共享出行领域，D110、ECCO系列共享滑板车实现性能与市场的双重突破，助力业务增长和品牌竞争力提升。
2. 电动两轮车
围绕“生活方式”“运动性能”“新国货智能”三大核心，构建7.0、M、Pz三大产品系列。其中，C系列聚焦无线消费新群体，以个性化设计及DIY装饰、SOPHAI等创新功能为核心，精准切入年轻消费群体细分市场；M系列以“头号玩家”为核心，面向年轻及高端消费群体，依托RideyGo、RideyFUN等高性能配置，王者风范，LINE FRIENDS等知名IP的联名合作，深化产品目标与圈层的渗透；Pz系列主打“智驾科技”“硬核越野”概念。截至2025年1月，公司电动两轮车产品在国内市场累计出货量已突破1000万台。
3. 全地形车
发布新品Super Villain SX20T、Segway AT10、Segway UT6。其中，Segway Super Villain为旗舰级SUV系列，配备行业首创20T发动机，搭载2025年CES创新奖、AVT1000超9000cc排量并列双缸DOHC发动机，动力高达77p，爬坡角度达35°，最高时速达128km/h，0-100km加速时间仅需6秒，动力输出强劲。也是全地形车市场首个标配30寸软胎的ATV，最高续航里程达330公里，征服服务各大场景；UT6结合了实用性、舒适性可与越野，不仅具备强大的越野能力，还能胜任日常休闲作业，为户外露营爱好者打造了“全能型”产品，支持高达76cm，配备了耐用的全包包围车架，38.5L的储物空间，最大载重可达272kg（载况），拖拽力高达1543kg。

在共享出行领域，D110、ECCO系列共享滑板车实现性能与市场的双重突破，助力业务增长和品牌竞争力提升。
2. 电动两轮车
围绕“生活方式”“运动性能”“新国货智能”三大核心，构建7.0、M、Pz三大产品系列。其中，C系列聚焦无线消费新群体，以个性化设计及DIY装饰、SOPHAI等创新功能为核心，精准切入年轻消费群体细分市场；M系列以“头号玩家”为核心，面向年轻及高端消费群体，依托RideyGo、RideyFUN等高性能配置，王者风范，LINE FRIENDS等知名IP的联名合作，深化产品目标与圈层的渗透；Pz系列主打“智驾科技”“硬核越野”概念。截至2025年1月，公司电动两轮车产品在国内市场累计出货量已突破1000万台。
3. 全地形车
发布新品Super Villain SX20T、Segway AT10、Segway UT6。其中，Segway Super Villain为旗舰级SUV系列，配备行业首创20T发动机，搭载2025年CES创新奖、AVT1000超9000cc排量并列双缸DOHC发动机，动力高达77p，爬坡角度达35°，最高时速达128km/h，0-100km加速时间仅需6秒，动力输出强劲。也是全地形车市场首个标配30寸软胎的ATV，最高续航里程达330公里，征服服务各大场景；UT6结合了实用性、舒适性可与越野，不仅具备强大的越野能力，还能胜任日常休闲作业，为户外露营爱好者打造了“全能型”产品，支持高达76cm，配备了耐用的全包包围车架，38.5L的储物空间，最大载重可达272kg（载况），拖拽力高达1543kg。

在共享出行领域，D110、ECCO系列共享滑板车实现性能与市场的双重突破，助力业务增长和品牌竞争力提升。
2. 电动两轮车
围绕“生活方式”“运动性能”“新国货智能”三大核心，构建7.0、M、Pz三大产品系列。其中，C系列聚焦无线消费新群体，以个性化设计及DIY装饰、SOPHAI等创新功能为核心，精准切入年轻消费群体细分市场；M系列以“头号玩家”为核心，面向年轻及高端消费群体，依托RideyGo、RideyFUN等高性能配置，王者风范，LINE FRIENDS等知名IP的联名合作，深化产品目标与圈层的渗透；Pz系列主打“智驾科技”“硬核越野”概念。截至2025年1月，公司电动两轮车产品在国内市场累计出货量已突破1000万台。
3. 全地形车
发布新品Super Villain SX20T、Segway AT10、Segway UT6。其中，Segway Super Villain为旗舰级SUV系列，配备行业首创20T发动机，搭载2025年CES创新奖、AVT1000超9000cc排量并列双缸DOHC发动机，动力高达77p，爬坡角度达35°，最高时速达128km/h，0-100km加速时间仅需6秒，动力输出强劲。也是全地形车市场首个标配30寸软胎的ATV，最高续航里程达330公里，征服服务各大场景；UT6结合了实用性、舒适性可与越野，不仅具备强大的越野能力，还能胜任日常休闲作业，为户外露营爱好者打造了“全能型”产品，支持高达76cm，配备了耐用的全包包围车架，38.5L的储物空间，最大载重可达272kg（载况），拖拽力高达1543kg。

在共享出行领域，D110、ECCO系列共享滑板车实现性能与市场的双重突破，助力业务增长和品牌竞争力提升。
2. 电动两轮车
围绕“生活方式”“运动性能”“新国货智能”三大核心，构建7.0、M、Pz三大产品系列。其中，C系列聚焦无线消费新群体，以个性化设计及DIY装饰、SOPHAI等创新功能为核心，精准切入年轻消费群体细分市场；M系列以“头号玩家”为核心，面向年轻及高端消费群体，依托RideyGo、RideyFUN等高性能配置，王者风范，LINE FRIENDS等知名IP的联名合作，深化产品目标与圈层的渗透；Pz系列主打“智驾科技”“硬核越野”概念。截至2025年1月，公司电动两轮车产品在国内市场累计出货量已突破1000万台。
3. 全地形车
发布新品Super Villain SX20T、Segway AT10、Segway UT6。其中，Segway Super Villain为旗舰级SUV系列，配备行业首创20T发动机，搭载2025年CES创新奖、AVT1000超9000cc排量并列双缸DOHC发动机，动力高达77p，爬坡角度达35°，最高时速达128km/h，0-100km加速时间仅需6秒，动力输出强劲。也是全地形车市场首个标配30寸软胎的ATV，最高续航里程达330公里，征服服务各大场景；UT6结合了实用性、舒适性可与越野，不仅具备强大的越野能力，还能胜任日常休闲作业，为户外露营爱好者打造了“全能型”产品，支持高达76cm，配备了耐用的全包包围车架，38.5L的储物空间，最大载重可达272kg（载况），拖拽力高达1543kg。

在共享出行领域，D110、ECCO系列共享滑板车实现性能与市场的双重突破，助力业务增长和品牌竞争力提升。
2. 电动两轮车
围绕“生活方式”“运动性能”“新国货智能”三大核心，构建7.0、M、Pz三大产品系列。其中，C系列聚焦无线消费新群体，以个性化设计及DIY装饰、SOPHAI等创新功能为核心，精准切入年轻消费群体细分市场；M系列以“头号玩家”为核心，面向年轻及高端消费群体，依托RideyGo、RideyFUN等高性能配置，王者风范，LINE FRIENDS等知名IP的联名合作，深化产品目标与圈层的渗透；Pz系列主打“智驾科技”“硬核越野”概念。截至2025年1月，公司电动两轮车产品在国内市场累计出货量已突破1000万台。
3. 全地形车
发布新品Super Villain SX20T、Segway AT10、Segway UT6。其中，Segway Super Villain为旗舰级SUV系列，配备行业首创20T发动机，搭载2025年CES创新奖、AVT1000超9000cc排量并列双缸DOHC发动机，动力高达77p，爬坡角度达35°，最高时速达128km/h，0-100km加速时间仅需6秒，动力输出强劲。也是全地形车市场首个标配30寸软胎的ATV，最高续航里程达330公里，征服服务各大场景；UT6结合了实用性、舒适性可与越野，不仅具备强大的越野能力，还能胜任日常休闲作业，为户外露营爱好者打造了“全能型”产品，支持高达76cm，配备了耐用的全包包围车架，38.5L的储物空间，最大载重可达272kg（载况），拖拽力高达1543kg。

在共享出行领域，D110、ECCO系列共享滑板车实现性能与市场的双重突破，助力业务增长和品牌竞争力提升。
2. 电动两轮车
围绕“生活方式”“运动性能”“新国货智能”三大核心，构建7.0、M、Pz三大产品系列。其中，C系列聚焦无线消费新群体，以个性化设计及DIY装饰、SOPHAI等创新功能为核心，精准切入年轻消费群体细分市场；M系列以“头号玩家”为核心，面向年轻及高端消费群体，依托RideyGo、RideyFUN等高性能配置，王者风范，LINE FRIENDS等知名IP的联名合作，深化产品目标与圈层的渗透；Pz系列主打“智驾科技”“硬核越野”概念。截至2025年1月，公司电动两轮车产品在国内市场累计出货量已突破1000万台。
3. 全地形车
发布新品Super Villain SX20T、Segway AT10、Segway UT6。其中，Segway Super Villain为旗舰级SUV系列，配备行业首创20T发动机，搭载2025年CES创新奖、AVT1000超9000cc排量并列双缸DOHC发动机，动力高达77p，爬坡角度达35°，最高时速达128km/h，0-100km加速时间仅需6秒，动力输出强劲。也是全地形车市场首个标配30寸软胎的ATV，最高续航里程达330公里，征服服务各大场景；UT6结合了实用性、舒适性可与越野，不仅具备强大的越野能力，还能胜任日常休闲作业，为户外露营爱好者打造了“全能型”产品，支持高达76cm，配备了耐用的全包包围车架，38.5L的储物空间，最大载重可达272kg（载况），拖拽力高达1543kg。

在共享出行领域，D110、ECCO系列共享滑板车实现性能与市场的双重突破，助力业务增长和品牌竞争力提升。
2. 电动两轮车
围绕“生活方式”“运动性能”“新国货智能”三大核心，构建7.0、M、Pz三大产品系列。其中，C系列聚焦无线消费新群体，以个性化设计及DIY装饰、SOPHAI等创新功能为核心，精准切入年轻消费群体细分市场；M系列以“头号玩家”为核心，面向年轻及高端消费群体，依托RideyGo、RideyFUN等高性能配置，王者风范，LINE FRIENDS等知名IP的联名合作，深化产品目标与圈层的渗透；Pz系列主打“智驾科技”“硬核越野”概念。截至2025年1月，公司电动两轮车产品在国内市场累计出货量已突破1000万台。
3. 全地形车
发布新品Super Villain SX20T、Segway AT10、Segway UT6。其中，Segway Super Villain为旗舰级SUV系列，配备行业首创20T发动机，搭载2025年CES创新奖、AVT1000超9000cc排量并列双缸DOHC发动机，动力高达77p，爬坡角度达35°，最高时速达128km/h，0-100km加速时间仅需6秒，动力输出强劲。也是全地形车市场首个标配30寸软胎的ATV，最高续航里程达330公里，征服服务各大场景；UT6结合了实用性、舒适性可与越野，不仅具备强大的越野能力，还能胜任日常休闲作业，为户外露营爱好者打造了“全能型”产品，支持高达76cm，配备了耐用的全包包围车架，38.5L的储物空间，最大载重可达272kg（载况），拖拽力高达1543kg。

在共享出行领域，D110、ECCO系列共享滑板车实现性能与市场的双重突破，助力业务增长和品牌竞争力提升。
2. 电动两轮车
围绕“生活方式”“运动性能”“新国货智能”三大核心，构建7.0、M、Pz三大产品系列。其中，C系列聚焦无线消费新群体，以个性化设计及DIY装饰、SOPHAI等创新功能为核心，精准切入年轻消费群体细分市场；M系列以“头号玩家”为核心，面向年轻及高端消费群体，依托RideyGo、RideyFUN等高性能配置，王者风范，LINE FRIENDS等知名IP的联名合作，深化产品目标与圈层的渗透；Pz系列主打“智驾科技”“硬核越野”概念。截至2025年1月，公司电动两轮车产品在国内市场累计出货量已突破1000万台。
3. 全地形车
发布新品Super Villain SX20T、Segway AT10、Segway UT6。其中，Segway Super Villain为旗舰级SUV系列，配备行业首创20T发动机，搭载2025年CES创新奖、AVT1000超9000cc排量并列双缸DOHC发动机，动力高达77p，爬坡角度达35°，最高时速达128km/h，0-100km加速时间仅需6秒，动力输出强劲。也是全地形车市场首个标配30寸软胎的ATV，最高续航里程达330公里，征服服务各大场景；UT6结合了实用性、舒适性可与越野，不仅具备强大的越野能力，还能胜任日常休闲作业，为户外露营爱好者打造了“全能型”产品，支持高达76cm，配备了耐用的全包包围车架，38.5L的储物空间，最大载重可达272kg（载况），拖拽力高达1543kg。

在共享出行领域，D110、ECCO系列共享滑板车实现性能与市场的双重突破，助力业务增长和品牌竞争力提升。
2. 电动两轮车
围绕“生活方式”“运动性能”“新国货智能”三大核心，构建7.0、M、Pz三大产品系列。其中，C系列聚焦无线消费新群体，以个性化设计及DIY装饰、SOPHAI等创新功能为核心，精准切入年轻消费群体细分市场；M系列以“头号玩家”为核心，面向年轻及高端消费群体，依托RideyGo、RideyFUN等高性能配置，王者风范，LINE FRIENDS等知名IP的联名合作，深化产品目标与圈层的渗透；Pz系列主打“智驾科技”“硬核越野”概念。截至2025年1月，公司电动两轮车产品在国内市场累计出货量已突破1000万台。
3. 全地形车
发布新品Super Villain SX20T、Segway AT10、Segway UT6。其中，Segway Super Villain为旗舰级SUV系列，配备行业首创20T发动机，搭载2025年CES创新奖、AVT1000超9000cc排量并列双缸DOHC发动机，动力高达77p，爬坡角度达35°，最高时速达128km/h，0-100km加速时间仅需6秒，动力输出强劲。也是全地形车市场首个标配30寸软胎的ATV，最高续航里程达330公里，征服服务各大场景；UT6结合了实用性、舒适性可与越野，不仅具备强大的越野能力，还能胜任日常休闲作业，为户外露营爱好者打造了“全能型”产品，支持高达76cm，配备了耐用的全包包围车架，38.5L的储物空间，最大载重可达272kg（载况），拖拽力高达1543kg。

2025 年度 报告 摘要

电动平衡车通过内置加速度传感器和陀螺仪检测车体姿态，由伺服控制系统调节电机保持动态平衡，作为代步工具，具备便携、操作简单、转动灵活、环保等优势，整个行业正在逐渐向产品化和市场细分方向发展。根据O'Research调研，2025年全球平衡车市场规模达到了1.53亿美元，预计2023年市场规模将7.06亿美元，2025年中期年化复合增长率（CAGR）约33%。
“电动滑板车无惧天气，续航、长续航、山地车等，成为解决出行痛点及“最后一公里”骑行的重要工具，同时结合了目前流行的生活方式，整体动力需求推动了全球销量低增长趋势。欧美地区的普及推广，共享经济模式的持续推广及市场细分提供了有力支持，全球行业标准的落地，推动行业向规范化、标准化发展，市场资源逐步向头部企业集中，推动高质量消费升级扩容。根据O'Research的统计及预测，2025年全球电动滑板车市场规模达到了7.2658亿美元，预计2023年将达到63.77亿美元，2025-2032年期间年化复合增长率（CAGR）为13.5%。

电动两轮车是以锂电池为辅助能源，集电机、控制器、显示仪表及智能互联系统于一体的电动一体化个人交通工具。依据整车质量、最高车速及续航里程等核心指标，分为电动自行车、电动轻便摩托车、电动摩托车三大类。
我国电动两轮车市场正步入“存量优化与品质升级”的成熟阶段。根据中国自行车协会数据，截至2025年12月，我国电动自行车与电动自行车保有量达2.82亿辆，产销额达2500亿元。在自然更新期“以旧换新”政策补贴及智能化技术迭代的多重推动下，市场渐趋稳步释放。新国标全面实施后，行业产能加速释放，技术与资金投入门槛显著提升，市场份额持续向头部品牌集中，竞争逻辑从价格竞争转向以安全、品质为核心的高质量发展竞争。同时，产品应用场景从传统城市通勤，延伸至近郊露营、周末骑行、亲子郊游等，均具备发展空间。
（1）电动自行车
全地形车为非道路公路上使用，配备多个安全气囊，胎压监测，宽大的脚踏空间可增加与地面接触面积，降低颠簸，独特骑行可防滑、适配公路、草地、山路、农场、旅游景区等多种路况，广泛应用于户外运动、运动休闲及防雾霾等多个领域。
随着全球户外运动休闲生活方式普及及核心技术的迭代升级，全地形车行业已形成成熟的产业格局，增长驱动力强劲。公司深耕智能交通、推动出行一体化为核心，多场景应用深度融合。智能交通系统通过Nestor数据，全年行业市场规模在2025年为157.5亿美元，预计2035年将达到283.9亿美元，预测期内（2026-2035年）的年化复合增长率为7.1%。
E-bike
在欧美市场，E-bike已从单纯的代步工具，演变为户外休闲与绿色生活方式的核心载体，其结合人力与电动驱动，能够显著提升骑行体验，增强骑行乐趣，增强骑行耐力，提升骑行效率。智能交通系统市场得益于绿色出行属性，以及海外用户对智能可持续生活的偏好，持续催化增长空间。智能化升级与交通智能化期间，推动推动出行需求增长，E-bike在欧美“城市通勤”与“周末休闲”市场，增速优于普通车。E-bike销量200-300万台/年增至700万台以上，市场规模突破十亿美元。在德国、奥地利等国家，E-bike占电动自行车总销量60%，美国市场占比超40%，增长潜力突出，已跻身全球第一大单一市场。未来，随着智能、智能网联及核心零部件技术的进步，E-bike行业将向智能化、高端化、细分化迈进。
（2）电动自行车
2025年全球智能两轮车市场实现显著增长，欧洲以超90%的出货量成为全球市场，美国市场则处于培育期。技术面，行业已进入“无边际时代”，多传感器融合（如RTK、视觉、激光雷达等）成为主流趋势，可实现厘米级精准定位与自主路径规划，大幅提升产品智能化体验与用户体验。竞争格局上，传统厂商创新，新兴品牌及全球化运营强者优势的企业，将更具市场竞争力。
（3）电动自行车行业产业链分析及其相关情况
（1）智能两轮车行业产业链
公司在智能交通领域率先构建完善的智能交通网络，完成全赛道战略布局；电动平衡车覆盖2km以内微短途通勤，电动滑板车及电动自行车覆盖2-20km短途通勤，电动摩托车、E-bike及全地形车覆盖20km以上长途交通场景，全方位覆盖用户多元化出行需求。公司核心技术研发壁垒、市场表现、差异化竞争优势、品牌影响力持续提升。
①电动平衡车骑行控制策略
在技术壁垒方面，自主研发专利LeanSteer操控技术，专利平衡控制技术，千人千面平衡算法等核心技术，同时在电机、电控、车架、减震及智能交互等关键产品模块均实现全技术突破。
在市场表现方面，产品覆盖德国、美国、西班牙、澳大利亚等多个国家主流消费市场，凭借技术优势和品牌影响力，市场占有率持续提升。
在差异化布局方面，主导研制了首个电动平衡车电池国际国家标准GB40569-2024，将技术优势转化为标准制定权，自2025年起全面推广国际新标准，积极响应合规要求。
②电动两轮车
在技术壁垒方面，在软件系统、整车平台及智能感知领域全面布局。2025年发布了短途通勤全场景操作策略“智能交通系统（SmartTCS）”，核心技术创新，构建标准，模块化智能交通系统，实现系统通过权威认证，获得国际权威技术认可；自主研发智能感知迭代升级，采用软件替代传统硬件方案并达到量产水平，新一代车架结构进一步提升高速行驶稳定性与弯道操控性能；ninebot SIGHTY九号AI视觉辅助系统落地，实现了骑行记录与多重安全预警，进一步强化主动安全防护能力。
在市场表现方面，新款“2022-2025年连续三年智能电动全球销量冠军”“2022-2025年连续三年高端智能电动全球销量冠军”“两轮电动车技术领先”“智能两轮车品牌用户口碑第一”“5000元以上高端智能电动全球销量冠军”“年轻世代最受喜爱的电动车品牌”“九号电动F系列-年轻用户首选智能两轮车品牌”“中国智能电动车品牌销量前十1台智能电动7台是九号”等多项荣誉，形成良好的品牌口碑效应。
在差异化布局方面，坚持“智能化、高端化、年轻化”的核心战略定位，针对年轻消费群体，推出兼具美观设计与实用功能创新产品，智能交通系统、智能交互体验等核心技术优势，对于男性消费群体更具吸引力。持续优化产品性能、续航能力及骑行体验，精准切入户外出行、长通勤等细分场景需求。
③全地形车
在技术壁垒方面，自主研发1000cc大排量发动机核心技术，其最大功率可达105马力，动力性能跻身行业第一梯队，高端车架应用高强度钢材技术，实现轻量化与强度的双突破，整车重量降低10%，100km/h最高车速提升10%，率先行业应用碳纤维车架技术（FMS）测试赛道并成功通过测试，同时完成最高海拔、最低胎压智能限速等功能，保障核心技术在极端条件下的可行性，实现AI智能决策与超长时间耐高压液阻减震系统应用技术，具备应对各类复杂极端地形的技术支持能力。
在市场表现方面，2025年，AT5、AT6等全地形车车型表现优异，在欧洲多个国家同步实现市场得到消费者青睐。
在差异化布局方面，产品造型设计以原创、现代、具有张力的造型语言营造了兼具冲击力与动感的视觉感受，塑造差异化特征，品牌辨识度提升。
④E-bike
在技术壁垒方面，依托智能交通领域积累的深厚技术积淀，将RideyGo、RideyFUN、RideyLONG等核心技术提升至E-bike产品矩阵；自主研发骑行自适应技术，可根据路况及骑行习惯实时动态调整输出功率，有效提升骑行体验；创新集成智能交通系统，构建了“电气化+智能化+数据化”核心技术体系。
在市场表现方面，通过软硬件协同整合，成为业内口碑兼具机械、电气、软云、AI全栈研发能力的品牌。
在差异化布局方面，依托全栈自主研发能力，结合长期积累的骑行经验和用户洞察力，对整车架构、智能辅助、动力系统等，投入充足研发投入进行前瞻布局，实现软硬件协同性和性能提升，持续为用户打造更智能、更舒适、更安全的骑行体验。
（2）服务机器人行业产业链
在技术壁垒方面，率先推出业界领先级定制机器人，搭载EPL融合定位系统，可实现厘米级精度定位，无需预埋线，有效解决传统导航机器人成本高、作业效率低的行业痛点；经过三代产品迭代优化，将核心定位系统升级至EPL57 NRTK与EPL57 LIDAR，进一步提升产品定位精度与导航精度；通过Doppler Assisted定位技术，实现厘米级定位精度，提升定位精度与稳定性。
在市场表现方面，Navium已覆盖全球超40万家庭用户，并成为全球市场，全价格段、无边际限制机器人品类销量第一。2025年亚马逊“黑色星期五”大促期间，产品在美国、德国、法国、意大利、荷兰、比利时斩获销量冠军，获得海外全域市场专业好评及口碑，品牌认可度与市场竞争力持续提升。
在差异化布局方面，构建了覆盖全场景的产品矩阵，形成了家用用户市场，从中高端智能扫地机器人的全场景解决方案。产品矩阵按需求进行细分，如家用场景产品侧重操作便捷性与空间适应性，适配不同面积和条件的私人庭院；商用场景产品聚焦作业效率与规模化管理能力，适配运动场、高尔夫球场、大型景区等大面积维护场景需求。
（3）报告期内技术、新产品、新业态、新模式的发展情况和未来发展趋势
在需求与市场驱动下，公司持续加大研发投入，为技术创新提供资金支撑，新产品边界不断拓展，新业态与新模式持续涌现，整体呈现智能化、智能化、全球化发展的特征。
（1）智能两轮车行业产业链分析及其相关情况
电动平衡车与电动滑板车行业正经历智能化与创新发展阶段。全球范围内，欧美及亚太市场持续保持高速增长，推动行业进入新一轮景气周期。2025年1月1日起将推行新国标，行业监管体系完善，要求产品通过CCC认证标准，RVDV、型式认证等认证要求，德国允许在自行车道骑行；美国多州允许电动自行车上路。同时，美国UL1E、欧盟CE认证等强制性认证体系不断完善，引导具备技术实力与合规能力的企业进入市场，推动行业环境日趋规范。
共享出行已成为行业发展的关键组成部分，据Cognitive Market Research调研，2025年全球共享电动平衡车市场规模将达到24.12亿美元，预计2025至2033年年均复合增长率持续扩张。共享模式有效解决了城市居民对短途、灵活、低成本出行方式的需求，成为公共出行的重要补充。
电动两轮车行业正加速向“规模化制造”“创新驱动”转变，市场竞争日益激烈。年轻消费群体和消费者更加个性化的需求，智能化已提升为两轮车核心竞争优势之一，成为产品与耐用性。车辆正逐步演变为更智能人与生活的“智能移动终端”，这也倒逼企业加大在智能算法、BMS电池管理、轻量化材料等领域的研发投入，供给端来看，新国标推动行业向高端化、智能化发展，BMS产品逐步落地，行业竞争格局持续优化，技术高壁垒、服务的差异化，具备“硬件+软件+服务”的能力，将会推动企业更具长期韧性。
全地形车市场呈现出“消费升级及化、智能化应用普及”的发展趋势。全球户外运动休闲的兴起与专业运动场景的拓展，共同推动市场稳健增长。根据美国户外和健身行业协会(SPIA)的数据，2024年美国参与户外运动的人口比例达95.6%，产品在农业、建筑、应急救援等领域实现广泛应用，市场销售热点已从“运动+通勤”转向“越野+舒适性、越野骑行及户外运动装备”。E-bike市场正加速向“规模化制造”“创新驱动”转变，市场竞争日益激烈。年轻消费群体和消费者更加个性化的需求，智能化已提升为两轮车核心竞争优势之一，成为产品与耐用性。车辆正逐步演变为更智能人与生活的“智能移动终端”，这也倒逼企业加大在智能算法、BMS电池管理、轻量化材料等领域的研发投入，供给端来看，新国标推动行业向高端化、智能化发展，BMS产品逐步落地，行业竞争格局持续优化，技术高壁垒、服务的差异化，具备“硬件+软件+服务”的能力，将会推动企业更具长期韧性。

在需求与市场驱动下，公司持续加大研发投入，为技术创新提供资金支撑，新产品边界不断拓展，新业态与新模式持续涌现，整体呈现智能化、智能化、全球化发展的特征。
（1）智能两轮车行业产业链分析及其相关情况
电动平衡车与电动滑板车行业正经历智能化与创新发展阶段。全球范围内，欧美及亚太市场持续保持高速增长，推动行业进入新一轮景气周期。2025年1月1日起将推行新国标，行业监管体系完善，要求产品通过CCC认证标准，RVDV、型式认证等认证要求，德国允许在自行车道骑行；美国多州允许电动自行车上路。同时，美国UL1E、欧盟CE认证等强制性认证体系不断完善，引导具备技术实力与合规能力的企业进入市场，推动行业环境日趋规范。
共享出行已成为行业发展的关键组成部分，据Cognitive Market Research调研，2025年全球共享电动平衡车市场规模将达到24.12亿美元，预计2025至2033年年均复合增长率持续扩张。共享模式有效解决了城市居民对短途、灵活、低成本出行方式的需求，成为公共出行的重要补充。
电动两轮车行业正加速向“规模化制造”“创新驱动”转变，市场竞争日益激烈。年轻消费群体和消费者更加个性化的需求，智能化已提升为两轮车核心竞争优势之一，成为产品与耐用性。车辆正逐步演变为更智能人与生活的“智能移动终端”，这也倒逼企业加大在智能算法、BMS电池管理、轻量化材料等领域的研发投入，供给端来看，新国标推动行业向高端化、智能化发展，BMS产品逐步落地，行业竞争格局持续优化，技术高壁垒、服务的差异化，具备“硬件+软件+服务”的能力，将会推动企业更具长期韧性。
全地形车市场