

电动两轮车市场供需两旺 政策驱动行业集中度有望提升

证券时报记者 曹晨

进入暑期以来,电动两轮车市场迎来了传统旺季。

近日,证券时报记者实地探访爱玛科技天津制造基地时发现,为满足市场需求的激增,工厂开足马力加大生产。同时,九号、小牛电动等多个品牌专卖店也迎来了销售高峰期。这一供需两旺的局面,不仅反映市场的旺盛需求,也预示着电动两轮车行业或将迎来新一轮增长。

业内人士对记者表示,尽管电动两轮车市场保有量较高,但替换需求巨大,尤其是智能机型的替换逐渐成为新趋势。不过,从整体来看,智能化进程仍处于初期阶段,续航里程是不少品牌的核心卖点。展望未来,随着各大品牌的技术创新与进步,智能化有望成为行业的新增量。此外,今年以来,密集出台的政策也将推进行业更加规范化发展,龙头企业市场份额有望持续提升。

市场供需两旺

爱玛科技天津制造基地,坐落于静海现代生态工业园,是爱玛电动车全国八大生产基地中规模最大的一个,集研发中心、制造、仓储与物流于一体,拥有精密的焊接、注塑、喷涂和装配技术。

近日,证券时报记者走进爱玛科技天津制造基地,看到一派繁忙而有序的生产景象。生产车间里机器轰鸣,工人们正在流水线上井然有序地忙着接线、组装、安检等工作。“目前,正值两轮电动车市场旺季,工厂已经开足马力,满足市场需求。”车间工作人员告诉记者,天津制造基地总计15条组装生产流水线。

实际上,天津制造基地可以视为爱玛多地工厂开足马力生产的缩影。公司相关负责人告诉记者,近日,爱玛黄岩新工厂也已经投产,并且进入了满负荷生产状态。整体产能方面,截至2023年底,爱玛科技年产能实现1060万辆,在重庆、丽水、贵港、兰州等地的新基地正在建设中,在海外东南亚的基地也正在筹建中,公司产能有望进一步提升,完全达产预计年产能超过2000万辆。

除了生产线上的繁忙景象,多个品牌两轮车专卖店也迎来销售高峰。近日,证券时报记者实地探访了九号、小牛电动等品牌门店发现,消费者络绎不绝,“门店销量大增”成为当前市场的关键词。

在北京的一家九号专卖店外,记者看到,门口摆放着多款造型新颖的两轮车产品。店内有不少消费者正在咨询,销售人员忙碌地穿梭其间,介绍产品或提供试驾服务。店内销售人员向记者透露,二季度以来,行业逐渐进入销售旺季。“特别是暑假这段时间,学生们购买电动车的数量明显增多,再加上天气逐渐凉爽,骑车更舒服了。我们门店昨天一天就卖出了18辆电动车。九号主打智能化,所有车型均不用钥匙就能开启。”

上市公司表现不俗

自二季度以来,电动两轮车行业呈现供需两旺态势,这一趋势在上市公司的半年报中也得到了体现。

剥离天天快递 苏宁易购加速债务出清

证券时报记者 陈澄

8月26日,苏宁易购(002024)发布公告,公司拟将天天快递剥离。苏宁易购称,当前公司坚定聚焦家电3C核心业务,持续化解公司债务负担,对非主营业务单元实施瘦身,剥离天天快递有利于凸显主营业务,改善经营业绩。

2017年3月,苏宁易购子公司江苏苏宁物流出资29.75亿元,收购天天快递70%的股份。随后,公司进一步收购剩余股份,最终持有天天快递82.57%股权。

苏宁易购表示,收购天天快递之



8月22日晚间,爱玛科技发布财报显示,二季度实现营业收入56.37亿元,同比增长18.07%;净利润4.67亿元,同比增长12.06%。财报发布次日,该公司股价大涨超7%。

新“挤入”电动两轮车赛道的春风动力同样表现不俗。8月15日,春风动力发布财报显示,上半年,极核电动两轮车AE4系列首发即订单不断,市场表现强劲,国内渠道增长81%,国际渠道增长181%。上半年累计销售极核电动车2.04万辆,实现销售收入1.16亿元。春风动力在财报中直言,受益于电动两轮车应用场景广泛,在城市拥堵加剧的情况下,可以很好地作为汽车的补充,解决家庭的出行需求。同时,商用需求持续增长,包括共享单车、外卖骑手、快递配送等,电动两轮车的需求依然比较旺盛。

聚焦中高端市场的九号公司、小牛电动最新发布财报也显示出行业需求旺盛。8月12日,小牛电动发布财报显示,二季度,公司整车销量为25.62万辆,同比增长20.8%;实现营业收入9.4亿元,同比增长13.5%。对此,小牛电动表示,这主要是因为整车销量的快速提升和海外市场的贡献。

九号公司整车销量更为亮眼。8月6日,该公司发布财报显示,智能电动两轮车业务上半年持续高增,中国区产品销量达119.84万台,同比增长123%;带动销售收入33.35亿元,同比增长119%。截至上半年,中国区电动两轮车专卖店超6200家,覆盖1100余个县市。

“电动两轮车是高性价比的出行工具,也是很多人的刚需产品。今年销量改善是因为出行需求增加,充电设施完善,用车使用体验改善,居民和外卖配送等需求集中爆发,这些因素使得行业呈现供需两旺。展望未来,电动两轮车行业有望保持高景气度。”工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林对证券时报记者表示。

智能化将带来新增量

近年来,我国电动两轮车市场保有量已经达到较高水平,但替换需求空间较大成为共识,这也是行业高景气度延续的一大背景。

中国自行车协会数据显示,2023年中国电动两轮车市场的保有量已超4亿辆。若以全国家庭户数计算,每5户家庭就拥有4辆左右电动两轮车。根据德勤数据预测,2024年电动

后,公司推动苏宁仓配网络及天天快递在骨干网络、信息系统、管理模式、末端网点等方面的整合,并同步推进天天快递由加盟直营的模式,由此投入较大。加之受行业竞争激烈的影响,收购后天天快递经营亏损。2021年,在多重因素综合影响下,苏宁易购出现流动性问题,经营困难,为走出困境、恢复发展,公司决定聚焦零售主赛道,快速调整亏损业务,以效率效益为发展和管理原则。自2021年下半年开始,公司加快对亏损业务的调整,相应停止了天天快递物流业务的运营。

8月26日,江苏苏宁物流与转让

两轮车行业62.1%的消费需求来自于替换需求。

记者在采访中发现,电动两轮车的智能化愈发受到消费者的关注,并逐渐成为推动替换市场增长的重要因素。

“咱们店里来买车的大部分是年轻人,他们对智能功能特别感兴趣。很多顾客都不是第一次买电动车,有的是因为现在的车机性能跟不上,有的是想更换智能新车型。这种智能车机的替换需求,让门店销量涨了不少。”上述九号门店销售人员告诉记者。

艾瑞咨询调研数据显示,2022年~2023年越来越多用户在购买两轮车时会考虑智能化配置;2023年调研数据显示,有46.6%的用户购买两轮车是用作其他交通工具的补充,智能化创新较好满足有车一族“体面”的性价比需求。

九号公司相关负责人对证券时报记者表示,2019年以来因为新国标驱动,市场出现巨大的替换需求,带动行业形成新的增量,但这波增量逐渐接近尾声,行业目前正处于传统功能机向智能化转变的阶段,这波智能化替换升级需求才刚开始,或将成为未来行业发展的新增量。

不过,多位业内人士认为,电动两轮车行业目前还处于智能化的初期阶段,技术创新正成为各大头部公司竞争的关键。一家两轮车公司高管李哲(化名)告诉记者,两轮电动车品牌提升利润的关键在于占据高端市场,智能化创新正开辟新需求。目前,高端市场卖点多聚焦于续航能力。展望未来,创新设计和智能化技术将是增强市场竞争力的关键。整体来看,智能化高端的市场发展潜力巨大。

“目前,两轮电动车行业的智能化和高端化程度不断提升,比如越来越多的车型配备了GPS定位、远程控制、智能锁和手机互联等功能。未来,技术创新将是行业发展的核心,各大品牌还将持续探索更高效安全的电池技术和更为丰富的智能生态。”小牛电动方面告诉证券时报记者。

产业集中度将提升

实际上,电动两轮车行业的快速发展得益于政策的持续引导和支持。今年以来,随着一系列相关政策的密集出台,行业有望迎来更加规范化发展,市场集中度将继续提升成为共识。

具体来看,4月25日,市场监管总局发布《电动自行车用锂离子蓄电池

安全技术规范》强制性国家标准;4月30日,工信部等三部门印发了《电动自行车行业规范公告管理办法》,以加强我国电动自行车行业管理,规范企业生产经营行为,提高产品质量等。

据了解,我国是全球电动自行车生产、消费大国,目前国内电动自行车社会保有量已达3.5亿辆,电动自行车已成为人们短途出行的重要交通工具。与此同时,电动自行车行业也面临着产业集中度不高、企业创新能力较弱、质量保障能力不足等问题,需要进一步提升发展质量和水平。

“伴随着《电动自行车行业规范公告》和《电动自行车用锂离子蓄电池安全技术规范》等发布,对产品的技术标准提出了更高要求,企业必须进行不断的技术升级,以符合新的国家标准,而在这一进程中,不符合标准的中小企业可能面临淘汰,市场份额将向符合标准的龙头企业集中。”爱玛科技相关负责人告诉记者。

除了多项规范政策外,两轮车“以旧换新”也于近期被高层部门明确。7月25日国家发改委、财政部公布《关于加力支持大规模设备更新和消费品以旧换新的若干措施》的通知提出,1500亿元左右超长期特别国债资金支持消费品以旧换新,其中电动自行车在支持范围内。

而备受行业关注的电动自行车“新国标”的修订也迎来重要进展。7月28日,工信部电子标准院针对《电动自行车安全技术规范》修订,面向社会开展问卷调查,针对电动自行车整车重量、速度、续航、是否配备脚踏、是否可以载人等问题展开公开调研。

对此,开源证券分析,预计新国标修订将聚焦电池安全及整车质量等方面。总体方向将向电池安全、阻燃放于重要位置,有利于《新国标》规定更好执行落地,刺激市场换购需求。同时,增加安装北斗模组、通讯系统等规定,整车生产成本或有增加,拉高行业进入门槛同时加快中小品牌出清。

“相关政策出台,促进行业品质提升,实现规范长线发展。”李哲告诉记者,随着监管逐渐细化,行业发展也更加规范化,在此过程中行业加速出清,产业集中度将迎来明显提高,对于提升行业整体品质具有积极意义。但在研发制造环节,仍需相关企业加大研发投入,以更好地满足用户体验和需求。

根据公告,两项交易合计将增加上市公司净利润9.8亿元。江苏苏宁物流出售天天快递所得款项用于化解自身债务,提供资金支持。公告称,本次出售天天快递不会对物流业务产生影响,江苏苏宁物流将发挥自身快递业务牌照价值,提高物流经营效率。

行业分析人士认为,此次天天快递出清,有利于苏宁易购更好聚焦和凸显家电3C零售核心主业,加快非主营业务瘦身,改善上市公司业绩。加快债务出清,在业务上不仅不会对苏宁物流业务产生影响,出售款项也有利于苏宁物流获得更多资金化解自身债务,提高经营效率。

拼多多二季度营收超900亿 研发投入同比增长6%

证券时报记者 康殷

8月26日,拼多多发布2024年第二季度财报,公司业绩表现稳健,线上零售持续向好,二季度营收达到971亿元。

不过,在财报电话会上,拼多多集团董事长、联席CEO陈磊表示,全球化业务正在面临更严峻、加速变化的国际环境,业务经营受非正常商业因素的干扰变多,未来业务发展的不确定性显著增加,收入逐渐放缓将是必然的结果。

陈磊表示,公司在多条线都面临着激烈的市场竞争,整体仍处于投入阶段,未来几年不会进行回购或分红。据了解,拼多多将投入百亿资源扶持新质商家,并在未来一年减免商家100亿元交易手续费,投入规模进一步扩大。

“今年上半年,持续投入健康、可持续的平台生态,在供需两侧均收获了积极的反馈。”拼多多集团执行董事、联席CEO赵佳臻表示,平台新消费、新需求不断涌现,新商家、新商品数量也保持高速增长,并带动农产区 and 产业带丰产增收,提质增效,这也更加坚定了我们专注于高质量发展道路。

“为了平台长期健康的发展,我们将通过‘扶持与治理’并举的方式,继续完善生态建设,未来一年将投入百亿资源扶持新质商家,并坚决地进行商家生态治理。”陈磊表示,平台的整体规模已经具备了相当的体量,完善生态建设并非一朝一夕之功,管理层已达成一致共识,做好了牺牲短期利润,长期投入的准备。

二季度,拼多多“农云行动”先后深入各大农产区的田间地头,推动仙居杨梅、广东荔枝、山东大樱桃、阳山水蜜桃、新疆哈密瓜等时令水果出村进城,并通过百亿补贴、秒杀、万人团持续打响产地品牌。

在6-18期间,拼多多继续秉承简单实惠的大促原则,发挥新电商的数字化优势,吸引了更多新商家、新商品直连新消费。大促首周,拼多多百亿补贴的商家数量同比增长九成以上,农产品商家数量同比增长83%,数码、家电、美妆等多个类目的商家数量均保持高速增长。

二季度,拼多多的研发投入达到29亿元,同比增长6%,主要源于在运

同花顺正在加大AI布局 上半年研发投入占营收超四成

证券时报记者 李小平

人工智能的兴起正在推动了金融科技变革,为了在这场角逐中赢得先机,国内互联网金融龙头同花顺(300033)正在加大人工智能布局。

同花顺半年报显示,2024年上半年,公司实现营业收入13.89亿元,比上年同期减少5.51%。同时,公司集中资源对人工智能大模型领域进行投入,尤其是加大在专业人才引进和算力资源建设等领域的投入,研发费用有所增加。另外,公司为扩大市场份额,加大销售推广力度,销售费用亦相应有所增加。因此,报告期内,公司净利润出现下降,实现归母净利润3.6亿元,比上年同期下降20.99%。

据悉,同花顺所处的互联网金融行业,在我国属于新兴行业。当前,生成式人工智能正经历一个渗透率快速提升的阶段,深度学习带来的科技革命,将产生巨大的经济价值。譬如,在金融资讯、投资顾问、金融文本生成、客服、营销、风控等环节,对于生成式人工智能具有强烈需求。

同花顺认为,金融大模型作为生成式人工智能的典型应用,是通用大模型在垂直行业的有效实践,将改变金融科技范式,重塑金融机构工作方式与金融服务生态,随着业务的融合与技术能力的提升,金融大模型将在更多细分的金融场景带来新技术的变革。

同花顺对创新与技术研发较为重视,每年研发经费投入占公司总收入都在15%以上。2024年上半年,尽管公司净利润下降,但同花顺的研发投入继续保持增长。公司继续加大人工智能技术应用研发,尤其是大模型方面的研发,在高端人才引进和算力等

营和研发上进行新一轮的投入。据赵佳臻介绍,为了进一步加强商家生态治理,平台优化商家入驻和商品上架的流程,并通过技术手段对已经上架的商品进行主动巡查,再结合团队进行精细化审查,打击不法作弊商家,给优质商家营造更好的经营环境。

在拼多多二季度财报出炉后的电话会中,赵佳臻表示,过去几个季度,电商行业的竞争不断加剧,拼多多将坚决地走高质量发展道路,扶持优质商家,打击劣质商家,加大投入持续优化平台的生态环境。“在这个道路上,必然要付出成长的代价,但为了长期的健康,管理团队将团结一致,把我们的平台生态建设好。”赵佳臻说。

今年以来,在拼多多深化高质量发展战略的同时,电商行业的竞争进一步加剧,全球化业务受国际环境变化的影响也逐渐增多,新的挑战接踵而至。“从本季度的业绩来看,我们的营收增速环比有所下滑,这也给我们提出了更高的要求。”陈磊表示,拼多多的高质量发展道路将进入新阶段,接下来将通过“大力的扶持”和“坚决的治理”双项并举,继续建设健康、可持续的平台生态。

一方面,拼多多将投入百亿资源包,大力扶持具有产品、技术创新能力的新质商家、新质产业带,大幅度减免优质商家的交易手续费,未来一年预计减免100亿元,并持续加强高质量生态发展的正向激励,全方位提升供应链上行的质量和效率。另一方面,拼多多也将继续加大对运营、技术的投入,坚决地进行平台和商家的生态治理,打击不法作弊商家,推动产业带去芜存菁,持续优化升级供应链,为新质商家营造更有效、更健康的生态环境。

赵佳臻表示,在这个过程中,牺牲短期的利润是必需的,管理层已经达成共识,愿意为长期的健康付出巨大的当下代价。未来几个季度的利润也许会有波动、反弹,但长期利润降低的趋势是不可避免的。“随着社会环境的变化以及公司规模越来越大,我们还将升级公司的治理结构或分配方式,来适应不断前进变化的时代,更多地反哺社会、反哺农业和产业,为需要帮助的最普通的老百姓多出一份力,承担更多的社会责任。”陈磊说。

领域的投入有所增加。

数据显示,2024年上半年,同花顺的研发投入5.92亿元,占营业收入比重42.61%。新增发明专利授权42项,新增软件著作权登记31项。已累计获得自主研发的软件著作权510项,发明专利授权103项(其中美国专利20项),已在AAAI、ICASSP等国际顶级AI学术会议上发表论文数十篇,形成了明显的技术领先优势。

半年报显示,同花顺已在大模型+金融投研、大模型+智能客服、大模型+智能投研、大模型+代码生成、大模型+法律咨询、大模型+办公助手、大模型+翻译等多个领域推出了产品。在金融资讯、金融问答、投资研究、代码生成、客户服务、营销推广、办公管理等业务环节均已应用生成式人工智能技术,加强内部业务联动,提高服务能力和效率。

作为中国最早从事互联网金融信息服务的企业之一,同花顺通过多年的技术、经验和客户资源积累,产品和服务已覆盖了国内90%以上的证券公司。此外,还覆盖了大量的公募基金公司、私募基金公司、银行、保险公司等。个人用户方面,截至2024年6月30日,同花顺金融服务网累计注册用户约6.25亿人;每日使用同花顺网上行情免费客户端的人数平均约为1439万人,每周活跃用户数约为1921万人。

从分红方面来看,2023年在业绩下滑情况下,同花顺继续保持高分红,公司已实施2023年利润分配方案,向全体股东每10股派发现金红利22.00元(含税),合计分红11.83亿元,分红比例84%。同花顺上市以来,累计现金分红15次,现金分红总额63.25亿元。