

两轮电动车市场：智能化成竞争新高地

■中国城市报记者 郑新钰文图

3.5亿辆！这个数据来自中国自行车协会，是截至2022年末我国的两轮电动车保有量。也就是说，每4个人中，就有1人拥有一辆两轮电动车。

近日，中国城市报记者在采访中获悉，我国两轮电动车行业在历经二十几年的优胜劣汰后，迎来分水岭，加上《电动自行车安全技术规范》（以下称新国标）的实施推动了换购潮，导致市场赛道出现了不少新变化。

如果说在两轮电动车市场竞争上半场，各大厂商拼的是价格、供应链和渠道，那么到了下半场，应该拼什么？

小“电驴”，大市场

陕西西安市民李女士明显感觉到，疫情防控政策优化调整之后，自己的出行方式也发生了变化。“健身房离我家3公里左右，过去我都会打车去，但自从买了一台‘电驴’后，现在都靠它。不骑不知道，一骑很惊喜——体验居然这么好。”

无独有偶，最近北京市民毛先生家也多了个“新成员”。“平日里我太太要出门逛超市、接孩子，开车的话，不仅经常遇到拥堵情况，而且不好停车。所以我就给她买了一辆两轮电动车，补齐了家里缺少短途出行工具的短板。”毛先生说。

中国城市报记者注意到，自疫情暴发以来，原本常见于二三线城市甚至行驶在乡间小路上的两轮电动车，逐渐成为不少一线和新一线城市居民的新宠。

与此同时，疫情防控背景下外卖物流、同城配送、共享出行等消费业态的发展，也为两轮电动车市场带来了新增量。

“作为绿色出行和慢行交通工具，两轮电动车在政策利好的大环境下展现出强大韧性和巨大潜力。”在近日举办的第七届世界智能大会分论坛之“智潮登场——智能交通短途出行论坛”上，世界智能大会组委会办公室常务副主任、天津市工业和信息化局副局长周胜昔在致辞中列举了一组数字——2022年我国电动自行车产量为5000万辆左右，增幅达到10%。

有观点认为，根据新国标，2021—2024年是我国超标电动两轮车退出市场的过渡期，因此接下来将迎来我国电动车替换增长的高峰期。

新的变化也将产生新的竞争格局。有业内人士表示，纵观两轮电动车市场的成长轨迹可以发现，争夺战上半场，主要以爱玛、雅迪、台铃、小刀、新日、绿源等厂商为代表，在这个时期，两轮电动车的属性主要是以代步工具为主。但随着小牛、九号、哈罗等具有互联网基因的厂商入局，老牌厂商也在进一步抢占科技创新制高点。

智能化带来全新体验

就读于天津大学的小吕最近更换

了自己的“坐骑”。“我的上一个‘电驴’是那种传统型号，陪了我两年。前阵子，我室友拥有了一台更‘聪明’的‘电驴’，这令我很心动，于是也购入了一台。”说话间，小吕向中国城市报记者展示了她新买的电动车——时尚的外观，加了“眼影”的“睫毛大灯”，显得精致可爱。

据小吕介绍，她的新“坐骑”不用钥匙，车主靠近就能解锁，离开自动落锁。“遇到从超市出来，双手拿了一大堆东西的情况，快速解锁非常方便。除此之外，它还能通过APP远程解锁，这样我不在的时候，同学也可以用。”

体验到智能化给生活带来的便利后，小吕又买了一顶智能头盔：“这个头盔不一般，不仅具有接打电话、播放音乐、导航、车况广播等功能，还能够同步车辆的转向灯和报警信息等，既智能又安全。”

小吕对出行工具更新迭代，也是两轮电动车走向智能化时代的真实写照。艾瑞咨询相关调查显示，智能化成了消费者继电池续航、动力性能后的又一大重要购车考虑因素。相比于2021年仅21%的车主在购车时关注智能化功能，2022年的需求度则达到了49.4%。

中国城市报记者在采访中了解到，从需求侧看，用户选择智能两轮电动车主要原因有四点：第一，年轻消费者更倾向于选择智能产品带来的科技体验；第二，科技加持能为两轮电动车安全性全面护航；第三，随着消费人群的变迁和消费理念升级，两轮电动车从工具属性向社交、生活属性转变；第四，在用户分层、分群背景下，科技能为不同层次、不同人群提供差异化的解决方案。

新的市场需求势必会激活新的商业潜力。从厂商供给侧看，众多厂商正积极拥抱智能浪潮。比如传统厂商台铃联合华为推出了超能系列鸿蒙版电动车，新玩家哈啰、小米生态链企业九号公司等均推出了新国标智能电动两轮车。理念上，九号则更为直接，提出聚焦用户真实需求的“真智能”概念，把机器人的元素融入电动车里。

“我们正在加速布局智能生态。”爱玛研究院院长肖冰向中国城市报记者透露，爱玛将通过构建涵盖软件应用层APP、云平台、智能中控、智能头盔的一体化生态系统，实现车辆与用户、车辆与手机、云端以及后台的数据交互、共同协作，进而为用户提供报警器、蓝牙、NFC一键启动等不同场景下的定制化智能功能。

除了新需求的出现，还有哪些原因促使企业征战智能化赛道？

“传统两轮电动车市场已趋于饱和且竞争激烈，因此，有实力的厂商通过开发高端智能产品和布局海外市场来寻求第二增长曲线。”一位两轮电动车生产商告诉中国城市报记者，从另一角度看，市场新入局的玩家常自带互联网基因，这也倒逼整个市场加快科技转型。“相比之下，智能化产品毛利较



北京东三环路边停车区的两轮电动车有序停放。

高，对于企业营收、利润改观明显，这也是各家厂商攻坚科技市场的源动力。”他说。

或将助力城市管理

当电动车变得更“聪明”后，很多对价格敏感的消费者开始担心：这是否会导导致原本平民化的交通工具令人“高攀不起”？

“智能化不意味着高售价。”爱玛科技集团首席品牌官莫炫告诉中国城市报记者，“比如我们通过技术进步和规模化应用，让实际分摊到每个消费者头上的单位成本变低。这样一来，用户不仅能轻松享受到智能化带来的全新体验，同时成本还没有增加太多。”

“实用才是真智能。”中国自行车协会副理事长兼秘书长郭文玉提醒，行业在智能化过程中要从满足消费者需求的角度考虑，不能为了智能而智能，花费不必要的成本。

中国消费品质量安全促进会消费类电器工作委员会执行秘书长李瑾表示，技术创新是推动两轮电动车行业提质、智能升级的关键，行业头部企业可以通过科技实力和产品技术的支撑，不断加大创新力度起到示范作用，引导行业标准规范化。

谈及行业未来，安永博智隆业务合伙人谈行执表示，智能化不应该只是停留在产品本身，要在生产制造、企业管理以及用户运营的过程中发挥更大价值。“未来可通过大数据去实现车辆千人千面定制开发。”

在华为天津赋能云业务部总经理聂鑫看来，当两轮电动车智能化发展后，未来或能助力城市管理。“政府可在监管过程中借助行业大数据，提升城市管理水平，同时引导两轮电动车行业行

稳致远。”

“要把智能、高端、绿色作为行业今后的发展方向，更好地落实相关措施，推动行业高质量发展。”郭文玉说。

城讯

商务部：推进家政服务提质扩容

本报讯（记者郑新钰）记者从5月25日商务部召开的例行新闻发布会上获悉，商务部将会同促进家政服务业提质扩容部际联席会议成员单位，深入落实2023年工作要点，扎实推进家政服务业提质扩容。

一是牵头开展家政服务员技能升级行动，整合线上线下培训资源，为家政服务员提供免费线上培训，并将培训时长和考核记录纳入家政服务员信用档案；积极配合相关部门，针对性加强家政专业建设，为行业培养和储备更多人才，推动行业提质。

二是继续实施“家政兴农”行动，指导各地完善家政供需对接工作机制，促进家政服务员输出地和家政企业对接合作。同时，创新开展线上对接招聘，借助短视频平台开展“家政服务招聘季”活动，缓解家政服务员短缺痛点，推动实现行业扩容。

三是持续升级家政服务信用信息平台，强化信用信息共享，增加“家政信用查”手机APP在线培训、考核等功能，对接相关部门技能培训数据库，方便消费者通过软件查阅上门家政服务员的信息和就业、培训情况，使消费更放心、更安心。