九号公司 20260907

九号公司 2026H1 研报：两轮车逆势增长，全业务线全球化提速

摘要

- 2026H1 两轮车业务收入 75 亿（+10%），在行业双位数下滑背景下，Q2 销量逆势增长 16%，7 月销量同比近+40%。
- 新国标导致行业 25Q4-26Q2 下滑，公司通过高占比电摩（Q1 达 95%）及 5 月发布豪华包车新品实现差异化增长。
- 东南亚“油改电”驱动需求爆发，越南等国渗透率仅 3%-12%，公司 26 年 3 月启动调研并对接渠道，布局中长期增量。
- 自主品牌滑板车 26Q2 销量 52 万台（+37%），欧洲八国及澳洲市占率超 50%；eBike 业务协同 Segway 渠道预计 26 年高增。
- 全地形车 26Q2 收入 4.3 亿（+31%），非美市场增速超 30%-50%，业务由 25H1 盈亏平衡转为 26H1 贡献数千万利润。
- 割草机器人 26H1 增长近 100%，采用 RTK+视觉方案；应对欧洲 2027 年反倾销风险，已在东南亚布局三座工厂转移产能。

Q&A

请介绍一下九号公司各项业务的整体发展情况，特别是作为核心业务的电动两轮车在当前市场环境下的表现如何？

九号公司的核心业务主要包括智能短交通和机器人两大板块，具体产品覆盖电动两轮车、平衡车、滑板车、全地形车以及割草机器人等。其中，电动两轮车业务已成为公司第一大业务，收入占比超过 50%。在 2026 年上半年，尽管行业整体承压，公司电动两轮车业务仍实现收入 75 亿元，同比增长 10%。

新国标政策对国内电动两轮车行业产生了哪些具体影响，九号公司是如何应对并实现差异化增长的？

2024 年底发布、2025 年 9 月 1 日正式实施的新国标，在限速（不超过 25 公里/小时）、电池重量、电压以及塑料件用量（不超过整车质量的 5.5%）等方面提

出了更严格的要求。初期，这些规定导致符合新国标的车型（所谓的“骨架车”）在设计上美观度不足，降低了消费者的购买意愿，使得行业自 2025 年第四季度至 2026 年第二季度出现明显下滑。 针对这些影响，行业内企业从产品设计和材料配方优化上进行了改进。九号公司在 2026 年 5 月推出了豪华包车的电动自行车新品，改善了产品的美观度。同时，由于电摩产品不受新国标限制，公司加大了电摩的推广力度。2026 年第一季度，九号公司电摩销量占比一度高达 95%；第二季度随着电动自行车新品的推出，电摩占比降至约 90%；预计到第三季度，随着新品上量和监管环境的逐步放松，电摩占比将进一步下降至 70%左右，但该比例在行业内仍处于非常高的水平。 凭借在电摩市场的优势以及产品的高端化、智能化定位，九号公司在 2026 年第二季度行业出现双位数下滑的背景下，两轮车销量实现了 16%的增长。根据奥维云网数据，2026 年 7 月，在行业整体下滑约 7%的情况下，九号公司的销量实现了接近 40%的同比增长，市场份额显著提升。

九号公司在电动两轮车海外市场的布局和长期发展潜力如何？

九号公司正积极布局以东南亚为主的海外市场。2026 年上半年，受全球油价上涨影响，越南、老挝等东南亚国家的电动摩托车销量迎来爆发式增长，部分品牌门店成交量甚至翻了 3 至 5 倍。长期来看，东南亚各国推动的“油改电”政策是主要利好。目前，该地区电动两轮车渗透率普遍较低，越南约为 12%，而印度、泰国、印尼等国不足 3%，市场提升空间巨大。 九号公司已于 2026 年 3 月开始对越南市场进行充分调研，并在渠道、经销商对接和产品方面做好了准备，后续计划向其他东南亚国家拓展。虽然短期内出海业务对收入和利润的贡献可能有限，且需要一定投入，但中长期来看，若能成功复制国内的业务优势，东南亚市场将成为公司非常重要的增量来源。

九号公司在电动滑板车和 eBike 业务板块的最新进展和市场表现是怎样的？

在电动滑板车业务方面，公司正从代工向自主品牌转型，代工业务规模持续收缩。2026 年第二季度，自主品牌电动滑板车销量超过 52 万台，同比增长 37%；实现收入近 12 亿美元，同比增长 27%。市场份额方面，同期公司在欧洲八国及澳大利亚的市场占有率已超过 50%，同比提升约 10 个百分点。业务增长得益于产品的高性价比、智能化优势以及欧洲能源紧张局势带来的需求提升。在 B 端市场，公司与欧洲主流共享运营商合作，并计划开拓海外外卖市场。 在 eBike 业务方面，公司自 2024 年开始布局，主要面向欧洲市场的短途通勤和运动需求。通过发挥在软硬件方面的技术协同优势以及利用 Segway 的海外渠道，公司年初推出了新品并与欧美共享运营商展开合作。目前该业务基数较低，预计 2026 年将实现高增长。

九号公司全地形车业务的增长驱动力、市场竞争格局及盈利能力表现如何？

九号公司全地形车业务在 2026 年第二季度实现了显著增长，销量达到 1.03 万台，同比增长 29%；收入为 4.3 亿元，同比增长 31%。增长主要得益于对非美市场的

拓展，其中欧洲增速超过 30%，拉美和加拿大地区增速超过 50%。 在市场竞争中，全球高端市场主要由庞巴迪和北极星占据，份额达 60%，其他主要竞争者包括本田和雅马哈。九号公司等国内厂商凭借性价比和供应链成本优势持续抢占市场份额。公司产品以 500CC 以上的中大排量为主，覆盖 ATV 和 UTV，并通过推出混动车型和“灵动智行系统”，发挥其智能化优势，寻求差异化竞争。 盈利能力方面，该业务已实现改善。2025 年上半年，全地形车业务基本处于盈亏平衡状态；到 2026 年上半年，已实现数千万元的利润贡献。预计下半年将维持良好增长，盈利能力会持续提升。

九号公司割草机器人业务的市场前景、技术路线以及当前面临的海外政策风险是什么？

割草机器人市场空间巨大，主要面向欧美拥有庭院的家庭，是对传统手持式和骑乘式割草机的智能化替代。目前全球约有超过 2 亿个家庭庭院，但割草机器人的渗透率仍处于较低的个位数水平。 在技术路线上，九号公司采用的是 RTK 加视觉的方案，该方案在成本、定位精度、适用范围和稳定性方面具有综合优势。2026 年上半年，公司割草机器人业务实现了接近翻倍的增长，预计下半年将维持高增长趋势。利润端方面，上半年受芯片等原材料价格上涨影响，毛利率有所下降，预计下半年将企稳。 海外政策方面，欧洲的反倾销税最终裁定预计要到 2027 年初，2026 年内业务不受影响，同时公司已在东南亚布局三个工厂以转移产能。在美国市场，公司在售的旗舰产品 X4 已通过 SCC 认证，可在未来一年左右正常销售，但长期仍需关注美国政策变化。

人在草木间