

两轮出行产业积极创新求变

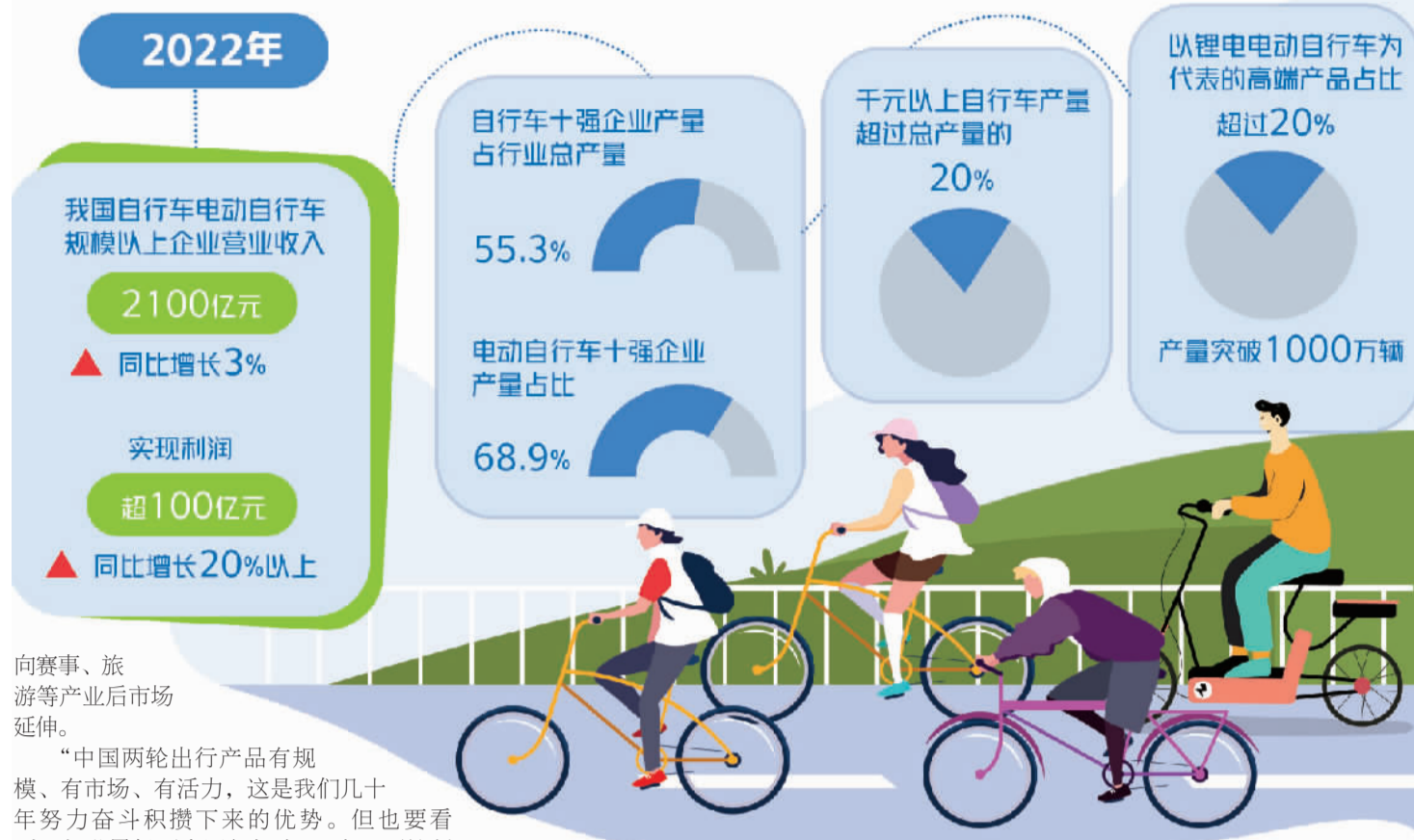
近日，由中国轻工业联合会、广州市人民政府指导，中国自行车协会主办的2023中国两轮出行产业大会在广州举办。记者从大会上了解到，中国自行车、电动自行车产业正处于发展新阶段，面对成本上升、外需不足等多重困难挑战，行业积极扩大内需、消费升级的新趋势，加快科技创新和智能化、绿色化转型步伐，盈利能力持续增强。

“近年来，新一轮科技革命和产业变革孕育兴起，带动了数字技术强势崛起，促进了产业深度融合，为两轮车行业更好发展创造了新契机、开辟了新空间。”中国自行车协会理事长刘素文表示，2022年，我国自行车电动自行车规模以上企业营业收入2100亿元，同比增长3%；实现利润超100亿元，同比增长20%以上，行业盈利能力稳步提升。今年以来，虽因生产成本持续升高，企业盈利水平有所下降，但1月至8月，全行业规模以上企业实现利润仍略好于轻工行业平均水平。

两轮出行产业盈利能力的增强，与行业近年来持续优化产业布局、提升创新能力、积极培育消费热点等一系列努力密不可分。

据悉，“十四五”以来，两轮出行行业集中度进一步提高，2022年，我国自行车十强企业产量占行业总产量的55.3%，电动自行车十强企业产量占比达68.9%。产品结构进一步中高端化，2022年千元以上自行车产量超过总产量的20%；以锂电电动自行车为代表的高端产品占比超20%，产量突破1000万辆。同时，行业向数字化、智能化发展趋势明显。比如，焊接机器人已在行业广泛使用，20%以上的企业已开展了生产线自动化升级改造，不少骨干企业还将车载芯片、车载操作系统、北斗导航等新技术与自行车、电动自行车试点融合。

当前，行业正加快培育世界级产业基地，推动新一轮特色区域和产业集群形成，重点抓好浙江胜山、河北冀中南和天津芦台3个产业集群升级，以及广州花都区、广西贵港港北区、海口市3个产业基地培育创建工作。广州市政府副秘书长、市工信局局长高裕跃介绍，作为国内自行车主要生产基地之一，广州已基本形成供应链完备的生产体系，覆盖从研发、产品设计、零配件生产、整车生产、检验检测等全产业链环节，并逐渐



向赛事、旅游等产业后市场延伸。

“中国两轮出行产品有规模、有市场、有活力，这是我们几十年努力奋斗积攒下来的优势。但也要看到，与世界级顶尖同行相比，‘中国两轮制造’依然欠缺对技术探索的痴迷、对品质的苛求。同时，行业发展中存在的诸多问题还未得到根本性解决，如行业创新能力不足、高端产品供给短缺、原材料价格波动剧烈等都行业的发展形成制约。此外，在重要市场长久遭遇国际经贸摩擦，也给行业拓展国际市场带来负面影响。”刘素文说。

面对困难挑战，两轮出行产业顺应国内外市场消费升级的新趋势，积极创新求变，行业运行呈现出一系列值得关注的变化。

一个变化是行业积极培育消费热点，增加高品质供给以满足消费升级。近几年，人民群众对健康和安全的出行需求增加，2022年中高档运动自行车内销增长30%以上；助力自行车近3年在国际市场上也备受追捧，占电动自行车行业全部出口量的一半，出口平均单价超过600美元。今年以来，自行车电动自行车企业抓住开学季、双节假

期、亚运会等时机，拉动内需增长。

为增加高品质产品供给，企业普遍加大新品研发力度。在骑行热带动下，国产传动部件获得市场广泛认可，国产化成为显著趋势。电动自行车企业在智能化上下功夫，语音交互、智能解锁、场景控制、辅助骑行等功能成为主流配置。据行业相关上市公司发布的上半年报，多数企业的研发经费增长超过10%。

另一个变化是积极调整国际市场布局，紧抓共建“一带一路”国家和地区市场机遇，寻找外贸新增长点。刘素文介绍，今年以来，我国电动自行车对东南亚和南美等国家的出口增长态势十分强劲，预计全年增速将保持在20%左右。为满足海外市场需求，国内企业正进一步加大线上销售，尝试建立海外仓，扩大出口规模。

我国两轮出行产业正处于转型升级的关

键节点。据行业预计，明年上半年，在趋于饱和的市场环境中，市场竞争将更加激烈。

我国由“自行车王国”变成“自行车强国”，依然任重道远。中国轻工业联合会会长张崇和建议，自行车行业要以实用安全、高性价比的产品，更好满足人民群众适度简约、绿色低碳的消费需要；以品质优良、突破创新的高端产品，满足消费者专业骑行、引领风尚的消费需要。在聚焦新科技、强化创新链、优化产业链、涵养生态链、畅通销售链、打造产业发展新引擎的同时，还要聚焦新赛道，全面推进行业数字化转型，开辟智能制造新天地。以技术和经验赋能上下游，带动产业链加快绿色低碳转型，不断增强绿色出行产品供给能力。“自行车行业要把握机遇，顺势而为，推动转型升级，重塑行业价值。”张崇和说。

日前，某直播电商正式上线付费会员制度，成为第一家实行该制度的直播电商机构。

过去10多年，电商不断创新营销手段，实现网络零售额井喷式增长。尽管交易数据屡创新高，但经历多年高速增长之后，互联网的流量红利逐渐减弱。据艾媒咨询发布的《2022年中国品牌营销及消费行为监测报告》，互联网红利开始从流量时代走向存量时代，随着流量红利逐渐减弱，整个行业进入稳定发展期。

同时，熟悉各种促销方式的消费者对低价偏好已不再像过去那么明显，单纯依靠低价吸引消费者的销售模式难以为继。面对网购行业深刻变革和消费者习惯变化，如何通过二次创新打破固有路径依赖，在拓展新用户的同时，增强原有用户的黏性、活跃度、忠诚度，提升付费转化率，这更考验电商企业。

正因如此，近年来头部电商不断加快模式创新的步伐，寻找新的流量和业务增长点，在传统电商之外，社交电商、社区团购电商、直播电商等新业态层出不穷，蓬勃发展。同样，直播电商试水付费会员制，正是电商适应消费变革、应对竞争挑战、撬动更大商业空间的一种探索。

尽管商业模式不断创新，技术也在不断迭代，但商业本质其实一直没有变：无论是实体店零售还是网络电商，能不能理解消费者到底想要的是什么、如何才能更好满足消费者的需要，这才是决定生意好坏的核心所在。付费会员制也是如此，如果有足够的消费者愿意为此买单，确实能筛选出那些黏性高、对商品和服务品质要求高、复购率高的用户，为电商的差异化服务提供锚点，就能为商家带来高价值的回报。

如何为付费会员提供更有价值的服务、更好的购物体验，让付费会员觉得物有所值甚至是物超所值，进而形成与传统电商不同的差异化竞争力，决定了作为“后来者”的直播电商在付费会员制的道路上能走多远。要实现这一点，有赖于电商企业建立起对目标市场和用户消费行为的深度理解，以及商品流通、日常管理，甚至是合规经营的能力。正是这些硬实力，支撑起一个商业模式的未来。

本版编辑 孟 飞 李 苑 美 编 高 妍

祝 伟

2024 特色借记卡

美好生活季

丰富卡选择 多彩惠生活

邮储银行面向不同客群，推出多种借记卡产品和服务，满足客户多样化的金融需求。

- 定制卡面**
 - 宠物卡
 - 宝贝卡/亲子卡
 - 致最好的你
- 乐享生活**
 - 闪光卡
 - 美团卡
 - 胖虎卡

扫码即可办理



A股股票代码：601658
H股股票代码：1658
客户服务热线：95580
网址：www.psbc.com

