

证券代码：689009

证券简称：九号公司

九号有限公司

投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称	参会名单详见附件
时间	2025年5月15日-2025年5月16日
地点	公司
上市公司接待人员姓名	董事长 高禄峰 总裁 陈中元 商用出行事业部兼E-bike事业部总经理 赵欣 中国经营事业部总裁 何飞龙 董事会秘书 徐鹏 证券事务代表 王蕾
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、公司在推进国际化战略及新业务拓展（如两轮车全球化布局）方面有何具体规划？基于现有机器人技术的储备会有哪些新的布局和尝试？</p> <p>答：1）公司作为智能电动两轮车行业领军者，2024年每销售10台智能电动两轮车，有7台是公司的产品。凭借率先推出的智能化功能及创新技术，公司已成功建立用户心智并形成显著的品牌认知优势。随着年轻消费群体规模的持续扩大，公司市场渗透率将进一步提升。未来，公司将持续深化智能化品牌形象，巩固并提升在电动两轮车市场的地位，致力于成为全球电动两轮车新时代的标杆。</p> <p>2）当前公司机器人业务聚焦于配送机器人及割草机器人两大核心品类，依托自主研发的三电系统（电池、电机、电控）及领先的移动技术（高精度定位、智能避障等），</p>

保持产品竞争力。同时也会关注机器人市场动态，积极探寻新机会点和发展方向。

2、公司对电动两轮车海外市场拓展的规划？

答：电动两轮车出海是必然选项，其关键在于把握进入时机，公司正开展海外市场本地化调研。

3、公司 E-bike 业务当前进展如何？选择此时切入 E-bike 市场的考量是什么？

答：1)公司 E-bike 业务今年聚焦欧美线下渠道拓展，整体推进顺利。公司优先布局北美市场，主要基于三点考量：一是 Segway 品牌在美国具有较高知名度；二是美国市场体量大且需求集中；三是 E-bike 渠道与公司电动滑板车渠道存在一定重合。业务处于发展早期阶段，重点推进渠道开拓和产品力提升。

2) 在市场切入时机选择上，早期 E-bike 产品多以中置电机为主，由于中置电机成本较高，市场竞争激烈，E-bike 整车业务较难达到良好的盈利水平。经过多年的调研，公司认为现在是进入 E-bike 行业的合适时机。将在机电一体化、智能化、电机和传动系统等方面做出创新，公司有信心能够实现更好的盈利水平。

4、公司在海外市场拓展方面有怎样的规划？

答：公司海外市场拓展采取审慎推进策略，将先行在部分地区开展小范围市场模型验证。在深度调研目标区域的消费需求、行为习惯及市场竞争格局后，内部会进行多维度评估与论证，最终再系统性确定优先进入的市场及区域、精准把握进入时机，确保海外业务拓展的稳健性与战略适配性。

5、公司对电动滑板车业务线的未来规划？

答：2025 年第一季度，公司自主品牌零售滑板车营收同比增长 30.13%，业务发展态势良好。未来，公司将

持续深耕电动滑板车领域：一方面，聚焦产品迭代与市场渗透，依托电动滑板车“低体力消耗、机动灵活、解决出行最后一公里”的核心优势，电动滑板车市场渗透率有望进一步提升；另一方面，强化技术储备与全球化布局，于2025年CES展发布的第三代产品已在4月启动欧洲、北美市场铺货，市场反馈积极，同时新一代产品正有序储备。展望未来，公司将以三至五年战略目标为指引，提前布局产品研发、技术升级、供应链优化及营销服务能力建设，夯实并进一步提升公司在行业的地位。

6、新品开发方面，公司会选择在出行方面继续深化，还是探索其他的应用场景？

答：当前，智能化与创新功能加持的短途出行产品市场需求持续增长，公司凭借产品创新积累的品牌忠诚度与溢价能力将进一步提升。随着汽车辅助驾驶技术的发展，预计未来3-5年，对于用户驾驶乐趣的需求将向更小型化、私人化的交通工具迁移，电动两轮车、电动滑板车等产品恰好契合这一趋势。

未来，公司将以出行场景为核心深化产品创新，重点围绕智能化手机交互、辅助功能升级等方向拓展。例如，持续优化无钥匙解锁、ABS技术等现有应用，并探索车机互联、自适应驾驶辅助等智能联动场景，提升产品便捷性与安全性。

7、公司在两轮车市场已具备一定规模，若要成为全球第一，将继续深耕高端市场，还是通过性价比路线拓展全市场？

答：公司自进入市场以来，通过推出高端系列产品，成功树立了智能化、年轻化、高端化的品牌形象。在品牌战略规划中，公司重点关注三大方向：一是把握目标用户消费观念迭代带来的机遇；二是捕捉产业升级产生的结构

性机会；三是为用户提供独有的价值体验。

基于对市场的研判，公司认为电动两轮车中高端市场空间广阔，未来将持续聚焦为消费者创造差异化价值，以品质为核心竞争力，不会盲目下沉市场，拒绝推出可能牺牲产品品质与安全性的低价产品，始终坚守中高端定位与品牌价值。

8、新国标实施后，电动两轮车产品是会有更大差异，还是会变得同质化？

答：新国标实施将催生更多创新机遇。公司凭借在外观设计与用户需求洞察方面的优势，未来产品将着重打造独特的体验价值与鲜明的产品标签，2026年规划推出的多款新品值得市场期待。此外，相较于传统品牌，作为行业新进入者，在法规政策调整带来的市场波动中，九号公司库存压力相对较小，能够更灵活地响应市场变化，为公司在产品创新与差异化竞争中提供了更有利的条件。

9、公司目前与宝马的合作状态如何？

答：目前正在探讨如何用更安全的方式做面向下一代的两轮交通工具，期望与宝马进行更多新产品、新形态的探索。

10、多渠道、多产品布局的公司相较于单一产品公司，在市场竞争中的优势是什么？

答：相较于单一产品公司，多渠道、多产品公司的核心优势在于具备更强的风险抵御能力。通过多元化产业布局，公司可形成业务间的互补机制，当某一业务遭遇行业下行周期时，其他业务的稳健运营能够有效缓冲，确保公司整体经营的持续性与稳定性。

11、公司如何针对不同业务条线设计人才激励机制与考核目标？

答：公司遵循“业务阶段差异化管理”原则，根据各

业务所处的孵化培育期、高速成长期、相对成熟期等不同阶段，制定适配的考核目标与激励策略。在孵化培育阶段，侧重对创新能力与项目落地潜力的考核，激励导向为试错包容与长期价值挖掘；高速成长期聚焦业务增长指标（如营收增速、市场份额），强化业绩挂钩的短期激励与长期股权绑定；相对成熟期则注重精细化运营与利润贡献，考核目标向成本控制、效率提升倾斜。此外，公司高度关注“可避免离职率”数据，通过优化薪酬体系、职业发展通道及企业文化建设，持续提升激励机制的有效性，确保考核机制与业务发展需求精准匹配。

12、公司电动两轮车门店的目标？如何进行门店管理？

答：公司电动两轮车门店数量目标为1万家。在门店管理方面，公司后续将着重强化管控力度。一方面，针对不符合品牌形象、服务标准、合规经营等要求的门店，将实施调整，以此确保整体门店网络符合公司战略布局与品牌定位。另一方面，积极推动门店店销提升，通过提升门店服务水平、优化店面陈列布局、开展多样化促销活动等方式，吸引更多消费者进店，提高客户转化率，进而促进店销业绩进一步增长，提升市场份额。

13、今年推出的针对女性客群的车型在产品上有什么特点？

答：今年针对女性用户需求做了定制化设计，围绕操控便捷性与安全舒适性展开：通过起步加速度自定义实现柔和启动，适配小个子的低座高与短轴距提升骑行灵活性，同时配备智能辅助功能（如自动推行助力、陡坡缓降）及个性化外观，兼顾实用体验与女性用户偏好。

14、割草机器人业务的未来展望？

答：在欧洲市场，公司持续深化传统园林工具渠道拓

	展，提升市场渗透率；美国市场依托庭院文化与智能设备普及的趋势，处于启动与用户教育阶段，潜力待释放。割草机器人的技术还在发展中，会持续探索新方向。
日期	2025年5月15日-2025年5月16日
附件	<p>参会名单：汇丰前海证券、中信保诚基金、博道基金、开源证券、万家基金、永赢基金、天弘基金、国泰基金、东方证券、长江证券、泰康资产、敦和资管、中信建投证券、汇安基金、嘉实基金、东证资管、博时基金、华安基金、上海运舟私募、富国基金、珠海远信私募、财通资管、广发基金、景顺长城基金、交银基金、南方基金、长城基金、和谐汇一、中信证券、银华基金、华夏基金、易方达基金、农银汇理、厚积资本、华源证券、宝盈基金、中银基金、阿杏投资、长信基金、润晖投资、国泰海通证券、瑞银证券、中金公司、润洲投资、星石投资、万泰华瑞投资、猎投资本、中欧基金、鹏华基金、高毅资产</p> <p>（以上排名不分先后）</p>