

# 九号公司贴近Z世代消费新需求

□ 本报记者 丁新伟

随着云计算、人工智能的兴起,以及“90后”“95后”甚至“00后”走上新消费主舞台,中国消费形态正进入新一轮的迭代进化,“Z世代”的消费需求正成为推动下一阶段商业消费的巨大引擎。记者看到,在九号最新发布的“双11”战报中,35岁以下年轻用户消费占比高达65%。不难发现,作为硬核科技年轻品牌的代表,九号公司始终在用更贴合年轻用户需求的产品,更懂年轻人的品牌玩法,成为深受年轻人喜爱的品牌。

对此,九号公司中国经营事业部总裁何飞龙也在接受记者采访时表示,在九号发展过程中,始终在围绕用户需求不断加强我们的技术研发,提升产品力,为用户提供更好、更安全、更智能的产品,同时也在品牌建设端九号也在采用差异化打法,通过加强与年轻用户的连接,跟年轻用户打成一片。

### 跟用户成为真正的朋友

值得注意的是,从九号近年来品牌动作来看,不论是牵手青年演员易烱千玺,还是此前与电竞、动漫等热门IP的跨界联合,九号除了产品端关注用户需求,更在意与年轻用户真正走在一起。一个明显的动作是,今年1月九号与王者荣耀战队成都AG超玩会、英雄联盟战队AL达成合作,成为率先与电竞跨界的科技出行品牌,此后又基于全国数千家门店,先后举办了多场王者荣耀赛事,与当地年轻人玩在一起,这也展现了九号在品牌动作上的与众不同。

事实上,近几年,电竞在国内发展迅速。有数据统计,2021年中国电竞用户预计达到4.25亿,核心电竞爱好者达9280万,已成为全球电竞产业最大市场,且34岁以下年轻人为核心用户群,可以说电竞已经成为年轻人的聚集地和社交场。即便如此,大多数企业仍对电竞犹豫不决、观望不前,彼时九号



选择强势破圈,率先拿下用电竞与Z世代沟通的主动权。对此,何飞龙也有自己的思考:“现在的年轻人都喜欢潮酷、硬核、热血,我们通过和电竞的深度绑定,去满足这些Z世代用户的内心诉求。九号希望和Z世代在个性态度、生活方式和兴趣爱好上产生广泛的认同和共鸣,然后实现电竞与科技出行品牌的双向赋能,这也是九号在当前行业激烈竞争环境下,选择的一个突围的方向。”

除了跨界电竞,针对Z世代的消费需求,九号在线下渠道方面也做了很大改变,一个是在门店建设上会照顾到用户对九号产品的多样性需求,打造三类门店,除了现有的以智能电动两轮车为主,电动滑板车、平衡车等3C产品为辅的Ninebot九号门店,还会开放以短交通3C产品为主的专卖店,和以3c产品为主、电动两轮车为辅的融合店。

另一个就是区别于传统门店侧重产品售卖,九号门店更强调与用户的链接,会是一个集购买、体验、玩乐和服务为一体的综合性店面。“九号做的不是把单一产品卖给用户,而是将他的购买体验和跟他的精神世界连接在一起”,在何飞龙看来,这是让九号与用户做朋友的重要一环,也是九号的营销和服务

体系的差异化所在。

### 找准用户需求 打造“真智能”

坊间有言,“机器人不是一个品类,而是一门技术”。作为技术缔造者的九号公司,其真正强大的地方在于其硬核的科技创新能力,这也是九号公司在短交通和机器人领域不断拓进的底气。

从公司披露的半年报来看,截至今年上半年,公司已积累超3700项全球性知识产权,其中包括数百项国内外已授权核心专利,由此九号构建起一套以边缘计算、深度学习等为主的感知能力,以云计算、多机调度等为主的智慧决策能力,和以电池、电机、电控为核心的运载能力的智慧移动技术栈,并成为九号公司在短交通和机器人领域拓展的技术底座。

也正是基于这一套技术底座,九号公司先后完成对电动平衡车及电动滑板车的智能化颠覆,并成为行业引领者。2019年,九号公司再度切入电动两轮车品类,一方面是拓宽短交通版图的必然,另一方面行业面临智能化升级需求,也让九号看到弯道超车的契机。

在九号入局之前,不少传统大牌也纷纷跟投智能化,只是鉴于技术、成本,以及用户需求等多方面因素限制,大部分电动两轮车的智能化主要停留在单一功能层面,智能化水平普遍不高,更多情况下沦为品牌方的营销噱头。在九号公司入局电动两轮车之前做过的一轮市场调研中也指出,彼时市面上的电动两轮车普遍缺乏核心竞争力,性能、配置和外观同质化严重,价格战之下产品普遍缺乏亮点,更别提真正意义上的智能化。艾端咨询也在最新行业报告中指出,2021年行业推出了不少智能产品,但仍面临“叫好不叫座”的窘境,归根结底在于没有打到用户的需求痛点。

也正是在这样的市场背景下,九号公司围绕“更安全、更便捷、体验更好”三个用户强需求维度,推出九号真智能,实现“人—车—路—云”的智能出行服务生态体系建设。也正是凭借这套真智能系统,九号智能电动两轮车可实现软件定义硬件,通过内置OTA可实现在线升级,而不用像其他品牌一个新的功能出现,必须重新购买一辆电动车。

凭借产品端对用户实际需求的满足,以及真智能带来的极致骑行体验和极具辨识度的外观设计,九号智能电动两轮车一经推出,便深受市场推崇。截至今年8月,上市不到3年的九号智能电动两轮车便实现国内出货量超100万台的里程碑,今年双11期间,九号智能电动两轮车全渠道销售额突破3.2亿元,同比增长1.4倍,并登上天猫、京东双平台相关品类热卖榜单。

业内人士指出,九号公司作为新兴势力,能够迅速在电动两轮车这个存量市场站稳脚跟,其背后核心成因还在于九号对年轻用户真实需求的洞察和满足,以及机器人技术和成熟供应链体系下的硬实力支撑,同时也是中国智能电动两轮车行业高速发展的缩影。而面对当前存量市场的博弈,在何飞龙看来,“九号并不是要取代谁,我们只是做好自己。”

## 新政助力汽车行业消费重回增长通道

线上二手车成拉动主力之一

近年来,我国政府为持续推动新能源汽车渗透率的提升,出台了一系列的规划与政策组合拳,正推动新能源汽车向传统燃油车一样真正的流通起来。不仅让消费者容易买到、便捷使用,也能在合理保值率的基础上高效卖出流转。系列利好政策涵盖从新能源汽车生产支持、消费者购买准入、以及购车免税与补贴、二手车大流通畅通等几大类。

比如,今年5月底以来,为促进汽车行业的高速发展,我国政府部门先后密集出台了针对汽车消费领域的一揽子政策组合拳,精准发力,其中以支持新能源汽车购买使用、加快活跃二手车市场两大类政策最具代表性。6个月以来,在各项政策落地实施基础上,以及市场多主体的努力下,新能源汽车销量领跑整个新车市场,成为新车消费的最重要的第一拉动力。

乘联会发布的2022年10月份全国乘用车市场深度分析报告显示,2022年10月国内新能源汽车销量55.5万辆,同比增长74.9%;2022年1-10月,国内新能源乘用车市场累计零售销量443.2万辆,同比增长107.5%。正如新能源汽车的高增长之于新车行业整体疲软,目前来自线上电商平台渠道成交的二手车对整个行业而言,也是处于高增长区间,8月份国五限迁解除后的首个金九银十,取得了两位数以上的高增长,其中新能源二手车规模快速增长,同比增长超4倍领跑,保值率也进一步上升。

汽车业是国民经济的战略性、支柱性产业。发展新能源汽车是我国的国家级战略,是我国从汽车大国迈向汽车强国的必由之路,是应对气候变化、推动绿色发展的战略举措。

在促进新车消费方面,新政以税收减免、牌照指标类组合拳为主。

2022年8月18日,国务院常务会议决定延续实施新能源汽车免征车购税等政策,促进大宗消费。为扩大消费、培育新增长点 and 促进新能源汽车消费、相关产业升级、绿色低碳发展,会议决定,一是将已两次延期实施、今

年底到期的免征新能源汽车购置税政策,再延期实施至明年底,预计新增免税1000亿元。(据国家税务总局8月31日发布数据显示,今年1至7月,新能源汽车免征车辆购置税406.8亿元,同比增长108.5%,其中7月份免征车购税71.7亿元,同比增长119.1%。)二是保持新能源汽车消费其他相关支持政策稳定,继续免征车船税和消费税,在上路权限、牌照指标等方面予以支持。三是建立新能源汽车产业发展协调机制,坚持用市场化办法,促进整车企业优胜劣汰和配套产业发展,推动全产业链提升竞争力。大力推进充电桩建设,纳入政策性开发性金融工具支持范围。

在传统燃油车方面,财政部、税务总局发布关于减征部分乘用车车辆购置税的通知,对购置日期在2022年6月1日至2022年12月31日期间内且单车价格(不含增值税)不超过30万元的2.0升及以下排量乘用车,减半征收车辆购置税。(说明:历史上我国曾出现过燃油车购置税减免的情况,当时政策限定时间为2015年10月1日到2017年12月31日,仅在这两年多时间内对购买1.6升及以下排量乘用车实施减半征收车辆购置税的优惠政策,)之后在2018年1月1日起便又恢复了按10%的法定税率征收车辆购置税。)

在促进二手车行业方面,新政组合拳打通二手车关键点为主。政策组合拳力促二手车流通的高效畅通,对稳住新车交易规模基本盘,推动整个汽车消费大盘恢复增长、以及提高新能源汽车渗透率等均具有十分关键的作用。这是因为在新车交易中,其中40%以上的购车人群为置换客群,只有二手车流通十分顺畅高效,才能有助于加速置换人群购置新车。对推动新能源新车消费而言,畅通二手车流通则尤为重要,无论是推动车主加速从燃油置换新能源汽车,还是加速原新能源车主置换升级,都有一个前提是原有二手车能够高效快速卖出。值得一提的是,新能源二手车高效流转正大幅助推新能源汽车保值率提



升,保值率越高,新能源新车也才能卖的越好,从而进一步拉动新车消费大盘持续增长。

为促进二手车行业高速发展,近年来,我国政府部门先后密集出台了多项促进二手车行业发展的政策,形成了一套推动行业发展的政策组合拳,彻底打通了二手车全国大流通中的关键堵点,形成了二手车全国大流通的新市场格局。比如今年8月落地的全国取消国五二手车限迁,以及10月份将实施的转移登记单独签注以及核发临时号牌等政策。截止目前,我国二手车全国大流通的政策基础落地完毕,这一套政策组合拳将极大提升我国整个二手车行业的交易范围与匹配效率,二手车交易有望进入高速发展期。瓜子二手车等线上交易平台是全国大流通的基础设施,加速了二手车全国大流通落地与成型,助力推动了相关实体经济回暖。数据显示,仅全国取消国五限迁后,用户在瓜子的可选车源范围就直接扩大约6-10倍。并推动线上二手车同比高速增长,异地交易(车源地与交付地非同一个城市)已经从2022年8月前的占比35%,3个月后攀升至2022年10月85%以上。瓜子二手车测算,2022二手车新政组合拳,相当于给每位购车人节省超7000元。

在当前新车市场需求仍需巩固的背景下,行业分析人士指出,进一步加速在新车购车人群中占比超过40%的置换效率,是目前整个汽车流通市场的关键点之一。数据显示,随着居民汽车消费方式的变化,首购车用户的比例在逐年降低,而增购和换购的比例在逐年增加,其中换购的占比早在2019年已达40%。这同样对推动新能源发展而言,畅通二手车流通意义重大,无论是推动车主加速从燃油置换新能源汽车,或者推动原新能源车主置换升级,都有一个前提是原有二手车能够高效快速卖出。

二手车在整个汽车大流通中占据盘活存量的关键位置,这是因为在购买新车的人群中,超过40%属于置换用户,二手车流转不顺畅,将不利于潜在的置换用户购置新车。因此,大力推进二手车行业的规范化健康发展,对拉动新车整体销量有重要的意义,也有助于推动国内汽车市场形成梯次消费、循环消费。

中国汽车流通协会分析表示,随着新能源汽车科技以及汽车品牌结构各种变化和政策的不断调整,换购升级和二手车零售的消费者需求日益扩大,市场活跃度和交易规模逐步升级,换购比例很快就会超过首购比例,置换的大潮正在全国开展。(文倩)

党的二十大报告强调,要坚持以推动高质量发展为主题,把实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合起来,推动经济实现质的有效提升和量的合理增长。而在不断提升市场高质量发展的过程中,中国消费市场尤其是电商市场,扮演着至关重要的角色。

如何推动整个消费产业更加科学、高质量地发展?值得买科技战略运营副总裁张艾潮,此前在出席丰台企业数字消费专场发布会时给出了他们的解法:“通过面向C端消费者的科学消费指南,以及面向B端供给侧的数据产品和服务,不断提升B端和C端的连接效率,共同推动消费信息的自由流动。”

值得买科技作为一家植根于北京的科技企业,十多年来始终专注于消费产业,现已成为以消费内容、营销服务、消费数据为核心的科技集团,三大业务板块相互协同,持续致力于提升C端消费者和B端品牌/电商的连接效率,并通过自身服务能力积极反哺地区经济发展。张艾潮介绍,公司已连续三年参加丰台区消费季活动,作为丰台区线上消费的主阵地,积极促进丰台区线上线下消费融合。凭借优质的服务能力,值得买科技屡获了政府部门及行业内的认可与表彰,2021年更是入选商务部“业态创新服务示范案例”。

近年来,伴随消费市场与消费者的不断成熟,消费者需求呈现越来越丰富的个性化面向,对使用体验和实际效用的需求愈发细化,科学消费趋势渐成风尚。因此,9月,“什么值得买”进行了品牌升级,发布了全新的品牌主张“科学消费,认真生活”,产品端也相应进行了升级,以期更科学地帮助消费者进行消费决策。

“值得买科技的使命是让每一次消费产生幸福感。”张艾潮分析,“就社会而言,科学消费是为百姓提供有效消费决策建议,改善居民消费结构,进一步释放市场消费潜力,助力实现人民对于美好生活的向往。就市场而言,消费者心态普遍趋于理性的情况下,科学消费可以帮助人们实现更科学的资源配置,有助于加速消费市场回暖。就消费者而言,科学消费可以帮助消费者建立更全面、更系统化的科学消费认知,让每一次购物都物超所值,让他们在力所能及的范围内提高生活品质,提高消费者幸福指数,从而构建个体的幸福生活。”

除了依靠“科学消费指南”来服务消费者之外,值得买科技也期望能通过数据产品和服务,将科学发展的理念充分贯彻到企业经营发展和社会经济中去。本次会上,张艾潮也着重推介了旗下子公司世研指数和值数科技所自主研发的“品牌影响力指数”和“消费洞察平台”。

世研科技是一家基于全数据和专业洞察能力指数型产品与服务的科技企业,主要业务范围包括:国内指数研究、市场调研、舆情监测和国际传播业务。其中,“品牌影响力指数”是世研科技根据品牌主体、作用对象、影响层面的不同,基于竞争力、品牌力和传播力三个维度的评估逻辑,打造了一整套可广泛应用于不同品牌主体、作用对象、影响层面综合评估的指数方法论,从而可以助力企业更好地制定数字化营销方案。

值数科技则是一家基于值得买消费数据和数字化技术的科技公司,提供数据平台产品开发及应用。“消费洞察平台”可面向品牌主、咨询公司、金融机构、投资公司等提供数据分析服务,通过消费数据分析,可以提升消费者与商品、品牌间的连接效率,提供数据服务、决策支持及价值运营,帮助政府、企事业单位洞察商业价值。未来,值数科技也期待通过消费洞察平台,为政府消费政策制定和企业消费业务布局提供决策依据,助力提升政府服务效能,推进传统企业的数字化转型。

张艾潮表示,“公司希望能够通过多种产品与服务的联动,高效连接C端与B端,让科学消费的理念更好的贯彻在消费者的决策过程中和企业的发展过程中,提升科技产业创新力,有效释放消费增长潜力,推动消费产业高质量发展。”

未来,值得买科技不仅要为千万用户提供科学消费指南,更好地服务人民群众对于美好生活的向往,也要通过消费信息的高效流动,为构建双循环格局作出自己的贡献,助力更多中国品牌走向世界,持续推动消费产业的转型升级和可持续发展,为中国经济的高质量发展注入更多动力。

(姜永腾)

## “小巨人”凌雄科技在港交所挂牌上市

2022年11月24日上午,凌雄科技集团有限公司(简称“凌雄科技”)正式在香港联合交易所主板上市。这意味着,港股市场迎来设备全生命周期管理解决方案供应商第一股。京东、腾讯、联想等为其战略股东及业务合作伙伴。

据悉,凌雄科技于2004年在深圳成立,专注于满足企业对IT设备全生命周期管理解决方案的需求,通过提供低成本、高质量、量身定制的一站式数字化设备全生命周期管理解决方案,助力企业实现降本增效和高质量发展。鉴于凌雄科技的突出服务能力和服务成果,以及其数字科技成果在行业中的先行示范作用和领头羊作用,其先后国家工信部认定为“国家中小企业公共服务示范平台”和国家级专精特新“小巨人”企业。

值得一提的是,凌雄科技创新打造的设备全生命周期管理业务模式,是设备全生命周期管理的新趋势,主要是为企业提供包含设备回收服务、设备订阅服务、IT技术订阅服务和设备管理SaaS等在内的全栈式服务,全面解决中国企业面临的设备全生命周期管理问题,让企业轻松办公。

灼识咨询的资料显示,2021年,按收入计,业内前五大市场参与者占总市场份额的约7.2%。其中,凌雄科技的收入约占总市场份额的3.9%,行业排名第一。

以凌雄科技自主研发的数字化供应链管理系统为例,该系统能够实现IT设备的选择、采购、交付及仓储全过程的数字化,从而实时跟踪和掌握IT设备的原值、折旧及剩余价值预估。又以数字化仓储管理系统为

(秦浩然)

值得买科技：用「科学消费」助力消费信息自由流动