

价值引领,全球领航!

爱玛品牌、产品、市场共振,以时尚科技重塑千亿两轮电动车赛道!

2025 年的两轮电动车行业,比往年任何时候都更加复杂和充满不确定性。年初,电动自行车强制性国家标准修订正式发布,新标准设置了 8 个月的生产过渡期;2025 年 8 月 31 日及之前,企业可同时按照旧标准和新标准组织生产;2025 年 9 月 1 日起,所有新生产的电动自行车必须严格符合新标准要求。这一政策变革无疑加速了行业的洗牌进程,对各大电动车品牌的技术储备、生产调整能力和市场应变速度都提出了更高要求。

与此同时,国家层面大力推进以旧换新政策,浙江、江苏、安徽等电动车消费大省迅速跟进,催生了一轮规模空前的消费热潮。据商务部公布的数据显示,2025 年 1-6 月,全国通过以旧换新方式销售电动自行车的月均环比增长高达 13.5%;截至 6 月 30 日,全国电动自行车以旧换新数量均达到 846.5 万辆,是 2024 年的 6.1 倍。其中,江苏、河北、浙江三个省份的销量均突破 100 万辆,安徽、广东等 16 个省份的销量也超过 10 万辆。

新国标全面实施的时间窗口与以旧换新消费热潮,共同构成了 2025 年两轮电动车市场的两大核心底色,推动着整个行业发生深刻变革,机遇与挑战并存。在这样的市场环境下,只有那些具备强大技术实力、深厚品牌影响力和敏锐市场洞察力的企业,才能在激烈的竞争中持续发展、脱颖而出。

作为电动车行业的领军企业,爱玛在 2025 年交出了一份令人瞩目的成绩单。据爱玛 2025 年一季度财报披露,爱玛在一季度实现营收同比增长 5.82%、归属于上市公司股东的净利润同比增长 25.12%、经营活动产生的现金流量净额同比增长 91.14%,这足以证明爱玛的增长不仅体现在量的积累,更在质的飞跃。这一系列的财务数据,直观地展示了爱玛从规模优势向体系化竞争转型的过程。通过技术创新、品牌建设、市场拓展等多个维度的不懈努力,爱玛正在构建一套完整且可持续发展的竞争力体系,真正实现由“大”到“强”的跨越。

品牌纵深:
全球认证与国际舞台的多重高度背书

在全球绿色出行和低碳生活理念日益深入人心的当下,电动车作为中国独有特色的新能源产业,正迎来前所未有的发展机遇。这一趋势不仅推动中国电动车企业积极拓展海外市场,更促使其实现从产品输出、品牌推广到技术输出、

标准输出的全方位迈进,持续增强在两轮电动车产业领域的国际话语权。

爱玛,作为多年来持续领跑电动车行业的企业,在 2025 年依然通过实际行动不断树立行业标杆:

●权威品牌评级机构 Chnbrand 发布的 2025 年(第十一届)中国顾客推荐度指数(C-NPS)品牌排名和分析报告显示,爱玛凭借卓越的品牌影响力和极高的顾客满意度,在众多电动车品牌中脱颖而出,连续 10 年荣登该指数榜首。这一成就不仅彰显了爱玛在电动车行业的领先地位,更体现了广大消费者对爱玛品牌的深厚信赖与高度认可。

●在工业和信息化部的指导下,中国品牌评级权威机构 Chnbrand 发布的 2025 年 C-BPI 中国品牌力指数中,爱玛连续第 14 年蝉联电动自行车行业品牌力榜首。这一数据不仅刷新了行业纪录,更以压倒性优势印证了爱玛在消费心智占领、技术创新和可持续发展领域的系统性突破。

●在中国品牌日这一国家品牌战略的标志性节点,《大国品牌》510 品牌名单重磅发布,爱玛位列“中国可持续品牌 100”名单第 44 名。该榜单以“环境保护、社会责任履行、公司治理结构”为核心标准,爱玛的人选意味着其可持续发展实践已获得社会广泛认可,展现了作为行业龙头的社会责任担当,进一步提升了品牌形象与美誉度。

在国际市场上,作为国内电动车企业中最早开启全球化进程的企业之一,爱玛正在获得越来越多的国际认可和广泛好评。2025 年 6 月,全球权威咨询机构弗若斯特沙利文再次向爱玛授予了“全球电动两轮车领先品牌”的认证。值得注意的是,此次认证去除了“按销量计”的限制词,这标志着爱玛从单一销量优势向技术、品牌、全球化运营的综合实力跃迁,为爱玛在全球范围内的市场拓展提供了极具公信力的“信任状”。

此外,爱玛以“2025 夏季达沃斯赞助用车品牌”的身份再度亮相夏季达沃斯舞台,展示了其在绿色智能出行领域的品牌和产品实力。夏季达沃斯论坛素以聚焦“新领军者”与“创新前沿”著称,其官方赞助用车的门槛极高。爱玛能够第二次亮相达沃斯,代表着爱玛带来的“中国出行方案”赢得了国际顶级经济平台的认可。这意味着爱玛主动置身于全球思想交锋与经济合作的最前沿,彰显了其立足中国、放眼全球的宏大格局。作为中国电动车产业的代表,爱玛向全球精英展示了行业在绿色科技、智能出行、

高端制造方面的卓越成就与巨大潜力,有力提升了整个行业的国际形象。

在国内市场,爱玛凭借强大的品牌影响力和卓越的产品品质,持续引领电动车行业的发展潮流;在国际舞台上,爱玛同样展现出非凡的实力与魅力,成功地将中国电动车品牌推向了世界两轮电动车出行舞台的中央。国内国际两头开花,爱玛正在不断塑造品牌新高度,为持续的高质量发展注入更强劲的增长动能。

产品胜利:
全系爆款矩阵与细分场景的战略协同
当行业同质化竞争步入深水区,单纯的价格战已难以为继,企业必须回归“用户需求”这一原点,通过场景细分、技术深耕和生态构建,实现差异化突围。其中,“产品”是关键所在。“好产品”不仅是顾客的购买理由,更是企业发展的根本。只要用户需求持续存在且规模庞大,“好产品”便是企业不断进行创新和进步的强劲动力。

随着消费人群和消费习惯的变化,众多用户对电动车产品的需求和要求都在不断提升。他们不仅追求电动车的基本出行功能,更期待其具备时尚外观、科技感十足以及个性化定制等特点。爱玛深刻洞察了这一趋势,致力于将时尚元素与科技智能完美融合于电动车产品中,为用户带来充满惊喜的出行体验。从外观设计到内在性能,从智能化应用到三电系统创新升级,从品质把控到核心零部件自研,爱玛无不体现出对细节的极致追求和对用户需求的深刻理解,真正做到了“用户至上”:从用户需求出发正向造车,用时尚科技好车持续引领电动车出行新风尚、新潮流。

翻开爱玛 2025 年的产品图谱,一套全面覆盖多元人群的爆款矩阵已赫然成型:从专注于时尚潮流的女性车型,强调性能卓越的男性车型,到注重舒适体验的三轮及四轮产品线,再到量身定制的商用解决方案,无不展现出其丰富多样的产品布局。

●女性车型:以元宇宙系列、Q5 等为代表,是爱玛的绝对优势领域。从色彩搭配到细节装饰,从贴心功能到智能化辅助系统,这不仅是对女性消费群体个性化需求的满足,更是对“她经济”市场的深度挖掘。

●男性车型:主打酷炫和性能,以 A7 系列为代表。爱玛通过技术升级和性能优化,满足了男性用户对电动车的更高要求,同时也推动了行业在动力与操控技术上的进步。

●外卖车型:以马赫 S1 等车型为主,注重续航、动力、空间、安全。爱玛通过产品定制化开发,成为众多外卖员的首选。

●三轮四轮车型:需要舒适、便捷、安全的驾乘体验,爱玛乐享 CA500 至臻版、乐维 CA510 至臻版等明星车款,以舒适的座椅、稳定的车身结构、人性化的设计以及灵活的操控性能,为老年人休闲代步、家庭短途出行等提供了全新选择。

通过持续丰富和完善全场景产品矩阵,爱玛满足了不同消费者在不同场景下的出行需求,不断拓宽应用场景,覆盖更广泛的用户圈层,共同构成对用户差异化需求的精准覆盖,进一步拓展了市场空间。随着消费者需求的日益多样化和个性化,爱玛的全场景产品战略和精品战略将使其在市场竞争中占据更加有利的地位,也让爱玛通过明星大单品和爆款矩阵,一次次引发市场热销浪潮、引领市场潮流。

市场赢家:
政策红利与渠道深耕的终端乘数效应

2025 年,电动车行业面临存量竞争与结构升级的双重挑战,这一年注定是竞速、抢量的关键时刻。当商务部等五部门联合印发《关于做好 2025 年度电动自行车以旧换新工作的通知》时,市场或许未曾预料到,这场由政府主导的消费升级行动,会在两轮电动车领域激发出如此澎湃的动能。

面对政策东风,爱玛迅速响应,率先构建起“政府+企业+门店”的立体补贴体系。这不同于简单的价格让利,而是通过“以旧换新”热潮,推动着爱玛坚守用户至上,进行系统升级和引领。在产品方面,不断进行时尚、科技升级;在门店方面,围绕用户购买场景,不断提升形象和服务水平,并且将 4S 服务店和销服一体店打造到乡镇、县城、地级市,使消费者在享受到以旧换新福利的同时享受到更贴心、更标准化的服务。

爱玛将政策红利有效转化为市场动能,不仅进一步增强了消费者的购买信心,同时也有效激活了电动车市场的消

费潜力。在工业和信息化部消费品工业司公示的首批中国消费名品名单中,爱玛与海尔、晨光等知名民族品牌一起入选成为“时代优品”。这助推着爱玛在这波以旧换新的热潮中,能够得到市场广泛认可,不仅获得了央视的点赞和用户的青睐,坚定了爱玛自身的发展信心,彰显了其在市场竞争中的前瞻性和敏锐洞察力,更为其它电动车企业提供了明确的发展方向,有力推动了整个行业的共同进步与繁荣。

真正的消费升级并非仅仅是产品的简单迭代,而是价值创造体系的全方位革新。当爱玛将政策机遇转化为强劲的发展势能,将用户需求升维为清晰的价值蓝图,便在“政府有为、市场有效”的协同作用下开辟了崭新天地。这种以民生需求为锚点、以时尚科技为驱动的发展模式,或许正是中国制造穿越经济周期、实现向上突围的关键密码。随着以旧换新政策的不断深化,爱玛也在持续构建“政策接得住、产品立得稳、服务跟得上”的稳固价值体系,全面引领电动车行业的高质量增长。

未来势能:
行业领跑打造中国智造价值升维样本

电动车行业的发展已经从单一的竞争层面,进化到了多维度的综合较量。凭借在电动车领域的深厚积累和持续领先,爱玛在品牌、产品、市场等多个维度的全面领先,共同铸就了爱玛在行业中的标杆地位。

凭借其在技术研发、产品创新、品牌建设等方面的深厚积累,爱玛成功实现了从销量驱动到价值创造的转型。爱玛不仅通过不断提升产品质量和服务水平来满足消费者的多样化需求,还通过积极的品牌建设和营销策略,持续提升品牌形象、改变着人们对电动车的固有看法;从单纯的代步工具,转变为时尚、科技、个性化的生活方式载体,进一步巩固市场地位,成为行业标杆,并一次次引领潮流。这种变革也推动了整个电动车行业的升级和发展,越来越多的企业开始注重技术创新和品牌建设。可以预见,在未来的竞争中,那些能够成功实现价值创造的企业将更有可能成为行业的佼佼者,引领整个行业向更高水平发展。

此外,作为行业领军企业,爱玛深知品牌责任的重要性。在可持续发展方面,爱玛将可持续发展理念贯穿于整个价值链,积极承担社会责任,并展现新能源企业的绿色担当;并且,爱玛已全面启动数智化转型,提升运营效率,为消费者提供更加便捷、高效的服务,不仅增强了爱玛的市场竞争力和实现持续增长,更为行业转型升级提供了范本,引领着行业高质量发展。

爱玛通过技术深耕、市场细分与用户运营,实现了从“规模领先”到“价值领先”的跨越。从品牌叙事到产品创新,再到市场策略,以及未来布局,爱玛的每一步都彰显着其对品质与用户体验的极致追求。这种多维度的领先,为爱玛赢得了广泛的市场认可,也将推动中国电动车行业的全球化进程,让“中国智造”在全球范围内展现出更强的竞争力和影响力。

爱玛正以其前瞻性的视野和不断创新的精神,探索电动车行业的无限可能,致力于将中国电动车品牌推向世界舞台,让更多人感受到中国智造的魅力。未来,爱玛将继续保持行业领跑者的姿态,引领中国电动车行业迈向更加辉煌的明天。

