

# 小车轮转动大产业

持续升温的“骑行热”，不仅带动自行车产业快速发展，还衍生出更多衍生消费，与其他行业交叉融合，创造了许多新的就业岗位

骑行队伍川流不息，构成街头巷尾的移动风景；打开手机，诸如“晒晒骑行风景”等内容，成为社交平台的热门话题。如今，随着“骑行热”的持续升温，自行车再度风靡大江南北。据中国自行车协会数据，2022年自行车、电动自行车规模以上企业营收2100亿元，同比增长3%；实现利润超100亿元，同比增长20%以上，预计2023年行业各项经济效益指标将持续恢复。

小车轮转动大产业，持续升温的“骑行热”，不仅带动自行车产业快速发展，还衍生出更多衍生消费，与其他行业交叉融合，创造了许多新的就业岗位。

## 骑行氛围渐浓 带火自行车消费

近年来，城市骑行氛围日渐浓厚，带火自行车及相关配套产品消费，线上线下消费数据均显示出市场的火热。随着城市道路建设的完善以及人们对运动健康理念的追求，自行车骑行已不止于日常代步，自行车行业迎来新的发展机遇。

北京市海淀区某商场地下一层的运动品牌门店，新到车的车辆立在店门口，店员正忙着拆封、组装。店铺内部，造型各异的运动自行车满满当当，自行车选购区内的导购员有的向消费者介绍不同类型的自行车的特点，有的则忙着给已经选定产品的顾客调整车辆细节。不少年轻的顾客忙着选购心仪的自行车，有的顾客已经试骑了多款产品。

在骑行产品区，货架和展台上安放着数十款不同类型的自行车，价格从699元到3299元不等。同时，头盔、手套、骑行服、水壶支架等配套产品以及车把、车锁、车灯、反光条、可调整支架等零部件产品也有丰富供应，价格在几十元到数百元不等。

“不同价位的自行车在尺寸、材质、功能设计方面有所区别，为了满足公路出行、旅行等不同的需求，车辆的针对性设计也各不相同。”据门店销售人员介绍，近两年来，前来选购骑行产品的人群明显增加，店内自行车陈列和销售区空间也在逐步扩大调整，并引入更多多样化的产品。

在北京南三环一家外国折叠自行车品牌专营店，记者看到其产品比商场售卖的整体价位更高。据门店负责人介绍，一些配备更好材质和变速器零件的车辆价格近万元，近来也受到不少消费者青睐。

在山东日照东港区威海路一家运动自行车专卖店，店长李根生正忙着向顾客介绍产品。“运动自行车主要有宽胎平把的山地车、窄胎弯把的公路车、精致小巧的小轮车、前后有货架的旅行车……”李根生说，“目前最受欢迎的当数公路车，往往是一到货就会有顾客上门。”

这家店开业已有10个年头，从去年开始，李根生真切地感受到骑行“火”了：“一年卖掉1500多辆车，销量创下历史新高。”

市场火爆的态势从电商销售数据可一探究竟。以2022年第二季度为例，全国公路自行车销售量持续走高，尤其是进口大牌碳纤维公路车需求飙升。据2022年某电商平台的预售数据显示，运动的户外装备整体预售订单额同比增长71%。包括自行车、公路车在内的骑行品类是销售情况最好的品类之一，整个骑行品类预售订单额同比增长240%。其中几个进口世界大牌如福伦王、土拔鼠等很多型号全面卖断货，意大利福伦王订单额同比更是增长627%。

相关数据显示，2021年中国自行车市场规模为1940.7亿元，2022年自行车市场规模突破2000亿元，此后将保持平稳增速，2027年预计可达2656.7亿元。在全民运动的普及和“绿色出行”“低碳生活”等观念深入人心的背景下，骑行受到了越来越多消费者的喜爱。

## 国产品牌崛起 自行车企收获红利

“五一”假期前夕，国家体育总局公布了49家体育领域国家级“专精特新”企业及9家制造业单项冠军企业。其中，专营自行车整车或配件生产的达到7家。据了解，目前的自行车装

备市场，服装、鞋袜、智能穿戴设备等细分领域规模也在逐渐扩大。

在山东乐陵经开区，泰山瑞豹复合材料有限公司总经理王春青从兜里掏出一个电子秤，挂上一辆公路车的车架，屏幕显示“5.80千克”。“这是我们推出的最轻便的车型，重量和一桶花生油相当。”王春青说。

检验公路车性能，有一个关键指标：重量。车辆的轻便快捷，离不开新材料的应用。据介绍，瑞豹在碳纤维自行车车架、车架、车座制造等方面拥有65项自主创新技术，是国家专精特新“小巨人”企业和山东省“瞪羚”企业。

近两年“骑行热”带来市场活力，让公司得了实惠，更添信心。“去年内销翻番，眼下部分订单更是排到了年底。”王春青说，为了更好地满足市场需求，公司扩建了生产线，上马了智能化生产项目。

随着骑行群体日益壮大，和国内运动自行车市场相同，我省也出现了中高端运动自行车“一车难求”的现象。“冬季并不是骑行的好季节，但车友们的骑行热度不减。有的考虑升级更高端的产品，有的将车送到店里保养或升级配件。”捷安特石家庄公司市场部经理张泽毅说，虽然疫情有一定影响，但运动自行车销售市场的火热并未改变。“以前促销价格上会有一些优惠；现在倒过来了，不仅价格上没有任何优惠，现车还缺货。单价1.6万元以上的运动自行车，石家庄市内各店目前都没库存，连展车也没有，提货需要排队。”

河北省相关企业也享受到了这波“红利”。在位于昌黎县工业园区的河北航轮科技有限公司生产车间内，一排排钛合金车架正准备作打磨抛光处理。“客户订单比较急，我们一直在抢交货期，车间不断在扩大产能，补充人员，提高效率。”河北航轮科技有限公司副总经理贾奇介绍，该公司是国内最大的钛合金自行车车架制造商，去年的月产量同比增长44%，销售收入同比增长65.02%。“我们目前70%以上的产品出口，在继续扩展国外市场的同时，下一步将加强国内市场的开拓，增加新产品研发力度，丰富产品类型。”

河北省平乡县是全国知名的自行车零配件生产基地。位于该县的邢台健力车业有限公司2014年开始生产山地车，2020年年产量接近10万辆，销售收入达2000多万元。“2022年截至10月份，我们已经生产了10万辆山地车，销售收入达3000万元。”该公司董事长姚西华介绍，此前他们的产品主要销往国内8个省份，今年市场已扩大至十几个省份。公司还进行了公路自行车研发，虽然目前只生产了二三千辆，但市场前景看好。

但从整体上看，产能集中在中低端、产品利润率低，仍是河北省运动自行车产业的痛点。省自行车、电动车行业协会秘书长王志表示，河北省相关企业应加快转型升级，在零部件、材料和工艺等方面加强研发创新，提高产品附加值，向高端市场发力，不断提升品牌价值。

小车轮转动大产业，不少传统国产品牌也因此活力焕发。据美骑网《2022年中国自行车行业调查报告》，永久牌自行车仍保有2%的用户拥有率。

据统计，骑行群体中，67%以上的受访者拥有超过2辆车，购车预算在8001元—30000元区间的用户占比47.3%；除整车外，把套、坐垫等小零件，传动系统、轮组等大件，骑行服、头盔、鞋袜、码表等装备以及维修保养工具等，国产品牌的用户认同度也处于上升趋势。

中国体育用品业联合会副主席兼秘书长罗杰表示，不少国内车企着力打造品牌美誉度，逐渐在中高端运动自行车市场占据一席之地，“随



工人在唐山市芦台经济开发区的一家自行车企业生产车间工作。

着城市骑行环境改善、赛事活动数量大幅增长，相关企业将迎来更好的发展环境。”

## 骑行者大幅增加 带旺旅游市场

今年春天天气渐暖，48岁的高碑店市民杨卫东穿戴整齐，推出自己的山地车，开始了3个小时的户外骑行。2017年开始骑行以来，他已换过两次车，今年3月又入手了一辆新山地车。在他的带动下，爱人和身边朋友这两年也购买了装备，陆续加入骑行行列。

“骑行不仅降脂，还能减碳。”26岁的石家庄市健身教练王婕好说，她去年6月购入一辆3000多元的山地车开始骑行，而骑行的热度让她大为震惊，短短几个月，200多人的骑行群很快就满了，现在她在群里都成了前辈。

作为邢台市骑行爱好者心中的经典线路，信都区抗大路串联起天梯山、金山等8个景区，终止于前南峪抗大陈列馆前。“仅前南峪村，骑行游客去年增长近15%，增加餐饮和旅游购物消费约300万元。”该区文化广电体育和旅游局相关负责人说，“抗大路沿线继去年新建一处民宿外，去年还建成了3家户外露营地，为骑行者们提供更好的配套服务。”

河北体育学院体育经济与管理教研室主任庞善东认为，为骑行爱好者提供高质量、多元化的服务，是支撑骑行运动健康发展的关键。这不仅需要关注自行车等装备“硬件”，还需要关注骑行道、生态环境等“软件”。应进一步加强骑行道、城市绿道等规划建设，完善沿线配套服务，更好地满足骑行需求。

日照近年来打通了总长60多公里的两条绿道，山海风情绿道串联湖光山色，阳光海岸绿道临海而建、连接16处景点和民俗村。港口城市向海而生，沿海绿道也在铺展商机。在日照海滨国家森林公园西北3公里处，山海风情绿道东起点的两城扬水站自行车驿站人气颇高。

这座两城河畔的两层小楼，由市级文保单位改造而来，外观保留历史风貌，内部进行重新装修。一层提供自行车维修、租借服务，二层用作咖啡厅，供骑行者休息、交流。“开业才一年多，去年进店超3万人次，今年会推出更多产品和服务。”驿站负责人介绍。

“近年来每逢长假，文旅部与国家体育总局会推出‘体育旅游精品线路’，越来越多地方也在开发本地骑行路线。”中国自行车运动协会副秘书长彭海波建议，各地不断提升软硬件条件，打造骑行友好型环境，从城市规划起做好引领，在沿线建设上持续跟进。

# 骑行热带来行业新机遇

□刘家玮

节假日期间，不少人选择骑自行车出游。在北京、南京、成都等城市，一些热门骑行线路甚至一度出现拥堵现象。骑行热带动了自行车销售，不少中高端品牌的山地车、公路车“一车难求”。持续升温的骑行热，给我国自行车行业发展带来了新机遇。

骑行氛围日渐浓厚，背后有多种因素在共同支撑。一方面，作为代步工具的自行车本就有庞大的用户群体。数据显示，在北京，自行车年骑行量由2017年的0.5亿次提升至2021年的9.5亿次，骑自行车成为市民“最后一公里”出行的重要方式。另一方面，一些线下健身场所受疫情影响，室外运动健身的需求上涨，而骑行作为门槛较低的运动方式之一，获得了大众的青睐。此外，骑行交通信号灯的建设、道路设施的不断完善以及城乡空气质量的改善，进一步优化了人们的骑行体验，加速了骑行运动的普及。

我国是自行车生产消费大国，国内中高端自行车品牌借助骑行热正赢得更多市场份额。据中国自行车协会统计，去年我国自行车产量7639.7万辆，出口6923.2万辆，其中有着高附加值的竞赛型自行车、山地自行车增长明显。不过，不少中高端自行车的核心部件仍主要依赖进口，相关产能依然不足。与生产、销售方面的优势相比，我国自行车行业在碳纤维材料、变速器等方面的研究开发还存在一定的短板。加大研发力度、提升核心技术，打破进口零配件的垄断局面，才能为国产自行车开拓更为广阔的发展空间。

如今，自行车早已不只是单一的代步工具，骑自行车还被当作一种运动健身、健康生活方式，其休闲与社交属性也得到进一步彰显。一些商家看准骑行的溢出效应，打造与之相关的个性化装备、文创产品、餐饮娱乐以及城市周边游等更为丰富的消费场景。不少城市适时推出骑行精品线路，如成都的11条推荐线路中既有5公里的新手体验线路，也包含适合骑行高手的50公里、100公里线路，能够满足不同的健身需求。事实证明，骑行热不仅是自行车行业发展的契机，也能为激活周边消费、引领健康生活方式提供助力。

“十四五”规划和2035年远景目标纲要提出，建设自行车道、步行道等慢行网络，建设低碳城市。据测算，100万人口规模的城市普及自行车出行每年可减少7600吨碳排放量。我们相信，随着自行车专用道、停放网络等基础设施建设的不断完善和企业品牌价值、竞争力的不断提升，自行车将为人们出行带来更为安全、舒适的体验，也将为推动城乡建设绿色发展、助力实现“双碳”目标贡献更大的力量。



平乡县一家自行车、童车生产企业的员工在检查产品质量。



观众在第31届中国国际自行车展览会上参观。

