

骑行牵动千亿元产业 自行车行业乘风而起

■中国城市报记者 方紫薇

近年来, Cityride(城市骑行)越来越受年轻人欢迎, 成为一种低碳、健康、强社交的新型生活方式。

骑行背后是一个千亿元级别的大产业。中国自行车协会数据显示, 我国作为全球最大的自行车生产和出口国, 目前自行车社会保有量超过2亿辆。中国自行车协会对北京、长沙、成都等8个城市的出行数据调研显示, 今年初至今, 全国城镇居民每100次出行中, 约有30次由“两轮出行”完成。

此外, 许多城市都在加快适宜散步和骑行的专用路面建设。骑行正在成为城市的一道亮丽风景线, 促使居民关注城市可持续发展, 以实际行动减少拥堵和空气污染, 让城市生活更加美好。

城市骑行兴起 催生新潮流

在过去3年的户外运动潮流中, 城市骑行风潮兴起, 自行车越来越带有环保、社交与运动健身的元素, 成为潮流文化的新载体。

美骑网发布的《2022年中国自行车行业调查报告》显示, 人们参与骑行的前三大理由分别是: 锻炼身体、休闲娱乐和缓解压力。

当前, 骑行市场呈现出哪些趋势? “从需求端来看, 中高端市场有比较明显的增长, 从装备到零件附件配套的需求逐步提高; 从供应端来说, 国产自行车品牌发展势头比较好, 但中高端供应较为短缺, 因为有些零配件来自国外。”美骑网创始人兼CEO周福源在接受中国城市报记者采访时表示。

“一是高品质、高性价比的需求上升很快。企业在通过产品的研发创新, 从材料、设计、实用性、安全性等方面提高产品品质。二是绿色智能成为新趋势。智能自行车通过引进先进的传感器、控制器等配套实现骑行数据的实时监测和传输, 提供便捷安全愉悦的骑行体验。三是城市骑行和健身骑行成为两个主力需求。”艾媒咨询首席分析师张毅对中国城市报记者说。

骑行正在发展为年轻人的社交货币。小红书调研数据显示, 骑行超过1年以上的骑手们, 在骑行上愿意花费1万元以上, 而骑行3年的人有60%的花费超过5万元。

京东数据显示, 7月1日至8月10日, 喜德盛、崔克、闪电、迪卡侬、JAVA成为京东平台上热销的自行车品牌。公路自

行车表现最为强劲, 相较于去年同期, 1000元至2000元公路自行车成交额增长180%; 2000元以上骑行服成交额增长11倍; 5000元以上的公路自行车成交额增长530%。

此外, “双碳”政策不仅对自行车产业产生持续利好, 自行车产业发展也在回馈环境。中国自行车协会数据显示, 全国每日因“两轮出行”而减少碳排放约1万吨, 按照百公里油耗8升计算, 相当于节省约660万升汽油。

中国科学院地理科学与资源研究所研究员张文忠认为, 中高端自行车能够满足各种出行活动和锻炼需求, 给自行车产业转型和高质量发展带来了新机遇。“与上世纪七八十年代的骑行潮相比, 自行车的代步功能和时尚性并没有变化。但如今, 骑行的健身和运动属性更加凸显, 绿色出行的理念更加深入人心。这些反映出中国经济社会快速发展和人们生活水平不断提升。”张文忠说。

国产自行车崛起 产业链逐渐完善

骑行正在撬动千亿元级别的大市场。国金证券研报表示, 中国已成为全球最大的自行车生产和出口国, 产业集群完备, 已形成以天津渤海湾、江浙沪、珠三角三大自行车产业集群产业带。

“国产品牌崛起后, 骑行的准入门槛降低了。”周福源表示, “相较于外国大牌, 国产品牌性价比较高, 特别是偏科技型的高质量产品, 原本的入门门槛在1万元左右, 现在可能变成5000元—6000元左右, 门槛降低, 能让更多人参与到骑行运动里。”

中国自行车协会数据显

示, 2022年, 中国自行车行业规模以上企业实现营收2100亿元, 同比增长3%, 实现利润超过100亿元, 同比增长20%以上, 行业经济效益持续改善。产品结构也在不断优化, 中高档自行车内销同比增长30%以上。

国产化是自行车市场的显著趋势。“全球的自行车代工主要在中国, 有成熟的供应链和产品的生产线。现在最主要的瓶颈还是在高端变速器、传动系统领域。”周福源认为。

据了解, 日本品牌禧玛诺(SHI-MANO)和美国品牌速联(SRAM)占据着全球自行车变速器市场绝大多数份额, 更掌握着我国千元价位以上自行车变速器95%的市场份额。在自行车变速器方面, 禧玛诺在全球申请了6000多项专利, 在中国申请的专利数量就达2500多项。如何绕开专利限制、发展国产变速器是我国自行车产业面临的现实问题。

为了解决变速器专利领域的“卡脖子”现象, 国产替代正在崛起。今年3月份, 蓝图科技推出了国内首款整合油压碟刹和电子变速的公路变速套件——蓝图eRX公路车电子变速套件, 大力布局电子变速器市场。在近日举行的第31届中国国际自行车展览会上, 兰溪轮峰车料有限公司也带来了自己的公路车电子变速套件。

广东深圳某自行车生产企业开发负责人潘勇近日在接受媒体采访时表示, 国产变速器前年才占10%, 去年占20%, 今年目前为止已经占到我们整个生产的50%。国产变速系统的价格会比进口的零配件要便宜30%以上。

此外, 中国作为全球第一的自行车生产国与出口国, 国产自行车品牌在中高端市场的

存在感却不足, 呈现出“多而不强”的特点。除却专利限制外, 还有消费者对国产自行车未形成高端认知, 品牌推广成为中国制造们必须补足的一课。

例如, 老字号品牌上海凤凰的2022年年报中就提出, 除了加大高端车型的研发, 还将组织参与骑游节等骑行活动, 运用专业化场景, 拓展品牌影响, 大力推广品牌、产品以及骑行运动。

骑行风潮对于行业的拉动效益是长线的, 将比赛文化、改装文化、旅行文化等这些潮流文化融合在一起。“相比其他运动, 骑行的产品链会更长, 有整车、零配件、装备、附件及各类配套, 产品附加价值更高, 也可以和旅游、吃喝玩乐很好地结合起来, 成为一种流行的生活方式。”周福源分析。

城市建设专用路面 为骑行保驾护航

“两轮出行”在城市生活中正在扮演越来越重要的角色。

中国自行车协会副理事长兼秘书长郭文玉表示, 基于对北京、长沙、成都等8个城市的出行数据调研显示, 全国城镇居民每100次出行中, 约有30次由“两轮出行”完成, 全国发生在轨道站点周边的“两轮出行”占其出行总量20%以上。

共享单车的覆盖面也不容忽视。美团单车数据显示, 全国共享单车用户骑行时长同比增长超过6%, 在北京、上海、广州等超大规模城市里, 骑行时长和里程数同比增长率均超过两位数。

共享单车是否冲击了骑行市场? 业内人士认为, 自行车的需求场景和适用范围不同。“共享单车主要解决的是在三公里范围内的短途出行、接驳出行问题。我认为, 共享

单车不会对运动型的自行车造成太多影响, 因为面向的人群和需求场景是不一样的。”周福源分析。

“共享单车有骑行的适用范围, 消费群体还是以出行为主。骑行的主力诉求以体育锻炼、休闲娱乐为主, 二者是可以互补的。”张毅说。

近年来, 许多城市也在加快建设适宜散步和骑行的专用路面, 为骑行运动保驾护航。

北京持续改善城市河湖滨水慢行系统, 推进100公里朝阳绿道连通工作; 结合自然资源和人文历史文化资源, 年内规划建设21条“漫步北京”的文旅骑行线路, 配套提供自行车驿站、游玩导览图等服务, 积极为骑行运动创造宜人的环境。

广东明确各县(市、区)要建设“慢行系统”示范段各1条以上、景观节点1—2个, 建成互联互通的绿美生态网络。

近日发布的《长三角生态绿色一体化发展示范区综合交通专项规划》提到, 至2035年, 示范区风景道、骨干绿道及蓝道里程分别不低于300公里、700公里和200公里。

昆明近日发布滇池沿岸最佳观景骑行线、昆明夜景观赏骑行线、City Ride最潮网红地打卡骑行线、翠湖周边博物馆群落骑行线四条主题骑行线路, 推广低碳交通方式, 呼吁文明骑行, 规范停放。

骑行文化与城市可持续发展相向而行。“过去的路面机动车多, 人车混行, 骑行者的安全得不到保证。建设慢行道会让人们更愿意选择骑行作为出行方式。这也给自行车企业提供了商机和布局市场的机会。”张毅表示, 随着居民消费水平的提高和运动、健康、环保概念的流行, 未来国内的中高端自行车市场将会迎来较大发展。



爱慕30周年新品发布会 绽放北京时装周

近日, 爱慕集团以“30周年新品发布秀”为主题亮相SS2024北京时装周·王府井集团时尚美学之夜。爱慕以30周年之际推出的“人体美学内衣”概念为纲, 以2023秋冬新品为主, 搭配历年经典秀款设计, 组成全场百余套服装的精彩走秀, 体现了爱慕在内衣、家居、暖衣、运动等服饰品类的技术深耕与创新突破。

中国城市报记者 全亚军摄