

中国自行车

ISSN 1000-999X
CN 31-1548/TS

CHINA
BICYCLE

2023年7月&8月 第4期 总第507期

探索两轮车高质量 品牌建设之路

P14

2023 两轮车
“Ray 时尚”
TOP 榜单

深耕折叠车，
进军电动车：
专访大行
韩德玮博士

特别报道

2023 年第 31 届
中国国际自行车展览会
展后报告

立足波兰，放眼欧洲
——志庆波兰工厂
将于 7 月运营

定价：¥ 25.00 元

ISSN 1000-999X



9 771000 999236



主办单位：全国自行车工业信息中心 中国自行车协会 上海市自行车行业协会
邮发代号：4-796



NECO



MM20max



MM18



MM60S



M20CD

NECO INDUSTRY EUROPE Sp.z.o.o
ADD: Graniczna 8c, Prologis II 57-61, 54-610 Wrocław, Poland.

AFTER SERVICE CENTER
ADD: ul. Sielska 1, 62-020 Żalaszewo, Swarzędz Poland.



www.necoparts.com



LIGHTEN YOUR LOAD. 八方M820中置驱动系统

轻装上阵，追风疾行！八方推出兼顾公路车与轻型山地车配置的 M820 中置电机 (2.3 kg)！基于 M800 的优势性能，M820 产品结构进一步加强，拥有着 75 Nm 最大扭矩、120 r/min 最高踏频，灵敏的扭矩传感器可精确实现 250 W 额定功率至 450 W 最大功率，助力骑行路上的“流星赶月”。

HIT THE SPOT. 八方M410中置驱动系统

来自八方的“全能”中置电机！为 eMTB、eTrekking 和 eCargo 专门设计优化，适用于各类严苛的骑行环境。在 250 W 的高功率以及 80 Nm 扭矩的支持下，M410 能够为骑行者提供强大的支撑。



M410 | 80 Nm

BOOST YOUR RIDE. 八方M510中置驱动系统

高能内核，澎湃动力！M510 仅重 2.9 kg，拥有 95 Nm 强扭矩，能够提供 120 r/min 的高踏频支持，带来了更加强大、灵敏、平稳的加速效果。搭配先进智能控制系统，M510 助你征服山河万象，如履平地！



M510 | 95 Nm



中国自行车

ZHONGGUO ZIXINGCHE

ISSN 1000-999X CN 31-1548/TS

CHINA BICYCLE 创刊于1978年 2023年7月&8月 第4期 总第507期 Issue No. 507 2023 No. 4

Authorities in Charge 主管 中国轻工业联合会 China Light Industry Council
Sponsor 主办 全国自行车工业信息中心 National Bicycle Information Center
中国自行车协会 China Bicycle Association
上海市自行车行业协会 Shanghai Bicycle Association

Publication 出版单位 《中国自行车》编辑部 China Bicycle Editorial Department
Publishing Agency 出版代理 翔若轩(上海)文化发展有限公司 Shanghai OTOBTB Cultural Development Co.,Ltd.

中国自行车协会

地址:北京市丰台区顺三条21号
嘉业大厦1号楼1601-1609
邮编:100079
传真:010-6766 0809
电话:010-6766 2159/2359/6780

China Bicycle Association
Address: 1601-1609, Building 1, Jiaye Tower,
NO.21 Shunsantiao, Fengtai District,
Beijing, China
Tel: 010-6766 2159/2359/6780
Fax: 010-6766 0809
Postcode: 100079

《中国自行车》编辑部

翔若轩(上海)文化发展有限公司
地址:上海市普陀区金沙江路1678号21楼
邮编:200333
传真:021-3251 3220
电话:021-3251 3000

China Bicycle Editorial Department
Shanghai OTOBTB Cultural Development Co.,Ltd.
Address: 21F, No.1678 Jinshajiang Road,
Putuo, Shanghai
Postcode: 200333
Fax: 021-3251 3220
Tel: 021-3251 3000

本刊法律免责声明

根据《中华人民共和国著作权法》,结合本刊具体情况,我编辑部郑重声明:

- 1.《中国自行车》杂志版权属《中国自行车》编辑部所有,未经书面许可,本刊任何部分均不得以任何形式翻印、转载、复制、储于检索系统提供给公众或私人使用。
- 2.本刊拒绝一稿多投,一经发现,本刊将有权拒稿且拒付稿费。
- 3.本刊收录、发表稿件,须为投稿人原创作品或已取得相关授权许可,若非原创或未取得授权许可而与原作者或相关单位产生法律纠纷,由投稿人承担相关法律责任。
- 4.因各种原因,本刊未能联系到作者并支付稿酬,作者可及时与本刊联系,并提供相关证明材料,本刊将及时处理。
- 5.本刊已许可“中国知网”“维普网”“龙源期刊网”“北京世纪超星”“万方数据”“博看网”“中邮阅读网”以数字化方式复制、汇编、发行、信息网络传播本刊全文。本刊支付的稿酬已包含著作权使用费和信息网络传播权使用费,所有署名作者向本刊提交文章发表之行为视为同意上述声明。如有异议,请在投稿时说明,本刊将按作者说明处理。
- 6.本刊中所涉及的产品展示及商标、标识系他人的商品或服务,本刊对于该类商标、标识不拥有任何权利,亦不对所涉及的商品、标识的商品/服务作任何明示或暗示的保证或担保。
- 7.本刊根据广告商的意愿进行商品广告的宣传刊登,宣传内容由广告商提供,并非本刊立场或赞成其立场,并非本刊作任何明示或暗示的保证或担保,请自行辨别广告的有效性及其口碑。广告商自行对广告中的信息、数据、图片的真实性、准确性、合法性负责,具体内容及发生纠纷请直接联系广告商。
- 8.本刊所刊载的所有资料及图表仅供参考使用。因技术更新和包装改进,产品描述或产品图片与实体产品之间若有细微差别,本刊均得免费。

EDITORIAL COMMITTEE

Director 编委会主任 中国自行车协会副理事长兼秘书长 郭文玉 Guo Wenyu
Vice-Director 编委会副主任 中国自行车协会副理事长 霍晓云 Huo Xiaoyun
全国自行车工业信息中心主任 郑小玲 Zheng Xiaoling
上海市自行车行业协会会长 刘兵 Liu Bing
Members 编委委员 刘学权 Liu Xuequan 李忠科 Li Zhongke
(按姓氏笔划排列) 刘春生 Liu Chunsheng 张崇舜 Zhang Chongshun
陈建龙 Chen Jianlong 董武祥 Dong Wuxiang

Executive Publisher 执行出版人 国长军 Guo Changjun

General in Chief 总编辑 郑小玲 Zheng Xiaoling
Vice Chief Editor 副总编辑 沈孟晋 Queeny Shen

EDITORIAL DEPARTMENT

Editor-in-Chief 主编 陆滢 Lu Ying
Executive Editor-in-Chief 执行主编 王震霖 Wang Zhenmeng
潘婕 Kira Pan 胡文萍 Hu Wenping

Senior Editor 责任编辑 宋博 Song Bo 刘益琳 Liu Yilin 杨丽 Yang Li
Journalist 采编 冯澜 Feng Lan 战宏 Zhan Hong
李世隆 Li Shilong 肖磊 Xiao Lei

GRAPHIC DESIGN

Art Director 美术总监 徐琼 Xu Qiong

NEW MEDIA DEPARTMENT

New Media Director 新媒体总监 薛征征 Kyle Xue

ADVERTISING DEPARTMENT

Advertising Director 广告总监 刘佃波 Liu Dianbo 牟振海 Mu Zhenhai
Marketing Promotion 推广发行 刘凤艳 Liu Fengyan

Address 编辑部地址 上海市普陀区金沙江路1678号21楼
21F, No. 1678, Jinshajiang Road, Putuo, Shanghai, China
Tel/Fax 电话/传真 021-32513000
Email 电子邮件 info@otobtb.com

PRINTING

上海安枫印务有限公司 Shanghai Anfeng Printing Co., Ltd.
Distribution Range 发行范围 国内外公开发行 Distributed worldwide
Publication Date 出版日期 单月28日(双月刊) 28th, Odd-numbered Months
Price 定价 RMB 25.00
Distributing Entity 发行单位 全国各地邮局(邮发代号:4-796) Post Offices (Postal Distributing Code: 4-796)
Digital Magazine Cooperation 数字期刊合作 中国知网 万方数据 维普网 超星 龙源网 中邮阅读网 博看网

China Standard Serial NO. 国内统一连续出版物号 CN 31-1548/TS
International Standard Serial NO. 国际标准连续出版物号 ISSN 1000-999X
Advertising Registration NO. 广告发布登记号 3100720190007
Advertising Agent 广告总代理 翔若轩(上海)文化发展有限公司 Shanghai OTOBTB Cultural Development Co.,Ltd.

Contact Person 联系人 徐琼 Xu Qiong
TEL 电话 021-3251 3000
E-Mail yoyo@otobtb.com

COPYRIGHT STATEMENT 版权声明
COPYRIGHT STATEMENT 版权所有

未经许可 不得转载 All rights reserved, no reprint without permission

KENLI®

精益求精，细节决定成败。
至诚至真，品质决定未来。



广告

慈溪市肯力中轴有限公司
CIXI CITY KENLI AXLES CO., LTD.

公司地址：中国宁波慈溪胜山镇富民路 223 号

Add: No.223, Fumin Road, Shengshan Town, Cixi, Ningbo, China

Tel: 0086-574-63522969 63522968

Fax: 0086-574-63529988

Email: kenli@chinakenli.com

Web: www.chinakenli.com



Contents 目次

《中国自行车》总第507期 2023年7月&8月 第4期 创刊于1978年



01

卷首语

01 品牌建设助推行业高质量发展
/《中国自行车》编辑部

习近平总书记多次强调,要推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变。因此,强化品牌建设,更好发挥品牌作用,是推动我国自行车电动自行车行业高质量发展的必然选择。

02

资讯速览

02 中国轻工业联合会主题教育第四期读书班暨第九次兼职副会长座谈会在无锡召开(等)

广告索引

捷安特
永庆(neco)
翔若轩
八方电气
肯力
美大行
建德市五星
桂盟科恩斯

美品
宁波日骋
银三环(千里达)
蓝图(L-TWOO)
公益广告
中国展
产业大会
征订

轻快小跑·骑遇美好!



DAHON

Contents 目次

《中国自行车》总第507期 2023年7月&8月 第4期 创刊于1978年



08

特别报道

08 2023年第31届中国国际自行车展览会展后报告

/ 中国国际自行车展览会组委会

本届中国展总面积 13.5 万^m², 共有 13 个展馆, 分别为 E1—E7 馆、W1—W3 馆和 OE8 馆、OE9 馆、OE10 馆, 参加企业为 1203 家, 展位数达 6571 个。

14

封面专题

14 宏观 / 探索两轮车高质量品牌建设之路

/ 《中国自行车》编辑部

18 宏观 / 多举措推动品牌建设助力行业高质量发展

/ 《中国自行车》编辑部 (整理)

24 聚焦 / 两轮车品牌建设之路任重道远

/ 《中国自行车》编辑部 (整理)

30 观点 / 发挥品牌引领作用做强做优中国品牌

/ 《中国自行车》编辑部 (整理)



STAR UNION
WUXING

E.E.E
Ebike E-components Expert
电动两轮零件专家



液压碟刹 220PYD Pro

- 断电功能可选
- 四活塞锻造卡钳
- 5mm厚度来令片
- 2 / 3 / 4指把手可选
- 顶部安装来令片设计
- 2.3mm厚度碟盘设计
- 油管直装 / 万向接头可选

建德市五星车业有限公司

JIANDE WUXING BICYCLE CO.,LTD.

地址：中国·浙江省建德市梅城工业区

电话：86(0)571-5831 9944

传真：86(0)571-5831 9948

EMAIL: INFO@STAR-UNION.NET

WEB: WWW.STAR-UNION.NET

五星车业微信公众号



五星车业抖音号



广告

Contents 目次

《中国自行车》总第507期 2023年7月&8月 第4期 创刊于1978年



82 精品荟萃 / 骑行不掉链，换挡不卡顿：兰溪轮峰全新 EDS-TX 公路车电子变速器 / 行远

84 精品荟萃 / 行者无疆 智能领航——行者正式发布智能 GPS 码表“辰+”、XOSS G2 及 X2 pro 心率带 / 行者

88 骑行文化 / 驰越勇峰！捷安特电动车 2023 电助力山地车越野赛精彩瞬间 / 捷安特

50

行业纵横

50 企业之窗 / 深耕折叠车，进军电动车：专访大行韩德玮博士 / 清风

56 企业之窗 / 立足波兰，放眼欧洲——志庆波兰工厂将于 7 月运营 / 王震蒙

58 企业之窗 / 台铃在中国品牌日包揽多项大奖，奏响品牌最强音 / 电动车第一资讯

60 企业之窗 / 持续引领行业发展，2023 九号公司新品发布会启幕 / 九号公司

62 海外来风 / 欧洲自行车进口增长超 30% / 唯轮网

64 精品荟萃 / 2023 两轮车“Ray 时尚”TOP 榜单 / 《中国自行车》编辑部

78 精品荟萃 / JAVA 发布全新“瓜车”FANGO，开启电助力轻量化新时代 / 佳沃

80 精品荟萃 / 联合威尔旗下 VAAST 推出 1 050 g“次世代”金属车架 / 联合威尔

90

专业论坛

90 自行车行业高质量发展新动能分析 / 王建忠

93 行业协会参与“政校行企”合作情况的研究及分析报告 / 吴宗江 肖磊 刘益翔

96 电动自行车装饰性塑料件的阻燃性能研究 / 王雪朕 何丽华 孙云东

100 国内外电动滑板车法规介绍 / 陈波 叶险

1x85 | PEDAL ASSIST ELECTRIC BICYCLE SHIFTER SETS



1x125 | BICYCLE TRANSMISSION SYSTEM GROUPSET



更多详情
请浏览公司网站



更多详情
请关注公司公众号

宁波日骋车业有限公司
NINGBO SUNRUN BICYCLE CO., LTD

宁波市东金科技有限公司
NINGBO TONGKIN TECHNOLOGY CO., LTD

SUNRUN

地址ADD: 浙江省宁波市杭州湾新区金慈路18号 电话TEL: 0574-63073535
传真FAX: 0574-63542100 手机MOBILE: 13355933752
邮箱EMAIL: steeve@sr-139.com 网址WEBSITE: www.chinasunrun.com 广告

TRINX
千里达自行车

迎风驰骋 破风而行

MERCURY 风驰



时尚破风公路车——风驰
获评2023“Ray时尚自行车TOP榜”



LINK TO PERFECTION

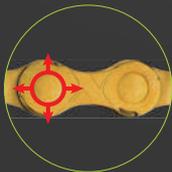
KMC e-Bike 齿盘
+
KMC e-Bike 链条

e-Bike 解决方案



Chain Mate 啮合设计

独特齿间弧度完美吻合链条滚轮罗拉，
打造最佳啮合度，传动效率再优化



Shield Tech 铆合设计

圆盾铆合技术搭配扩增的链轴咬合面积，
相比传统链条提升25%链条刚性



防掉链齿型设计

不对称齿尖及倾斜齿型的齿盘设计，赋予
优良链条抓附力且减少运转摩擦及干扰



苏州桂盟科恩斯工贸有限公司

www.kmcchain.com

KMC桂盟链条

上海

TEL : 86-512-53451661

FAX : 86-512-53451680

天津

TEL : 86-22-66320988

FAX : 86-22-66320989

深圳

TEL : 86-755-27700111

FAX : 86-755-27700116

L-TWOO

ELECTRIC BICYCLE SHIFTER

蓝图电变

eRX 2X12 SPEED



- 油压碟刹系统
- SEMI-WIRELESS无线通信传输技术
- 3000公里 超长续航
- L-TWOO全新APP



WEB



APP



VIDEO



E-MAIL:
SALES@LTWOO.COM

TEL:
+86 756-7795001

WEB:
WWW.L-TWOO.COM

专业的自行车补胎产品 适用于各种橡胶内胎、丁基胎、 真空胎等轮胎的修补

手机号: 13950169632



THUMBS UP



YP1202TG



YP1001T

YP1001TR

YP1002TG



YP3207A

YP3207AT



YPCO2-108T



YPCO2-102T



YPCO2-103T



T6BC



T9BC



YP897BC

8000

PD

BN-E1

F/A-1

A/V

E

A/E

9000

PD(G)

BN-A

F/V

CA

E/A

ND(G)

TD(G)

EG

EP2



美品(厦门)橡胶制品有限公司

营标企业有限公司(台湾)

厂址:福建省厦门市同安区城东工业区思兴路1号 E-mail: mp-22b@meipin-xm.com.cn

电话: 0592-7137325/6/7 传真 0592-7137323 http://www.meipin-xm.com



理论探讨与趋势发布相结合 | 行业组织与行业媒体相联合 | 趋势发布与试驾体验相结合

CHINA BICYCLE INDUSTRY CONFERENCE | FASHION TREND PRESS CONFERENCE | NEW PRODUCT TEST RIDE

GREEN TRAVEL
INTELLIGENT
TRANSPORTATION

2023

绿色出行 智慧交通

中国两轮出行产业大会

中国·广州
2023年11月2-5日

主办单位:中国自行车协会
承办单位:翔若轩(上海)文化发展有限公司

联系方式:

翔若轩(上海)文化发展有限公司
地址:上海市金沙江路1678号2111室(绿洲中环中心)
电话:021-32513000 转 865 邮编:200333
传真:021-32513220

手机:138 6764 2811(刘先生)
网址:www.otobtb.com
邮箱:info@otobtb.com

2-5
Nov.

GUANG
ZHOU

CCBI

www.otobtb.com
欢迎您的参与



企业参会申请



中国自行车杂志

品牌建设助推行业高质量发展

Brand Building Promotes the High-quality Development of the Industry

品牌价值不仅是企业的核心竞争力，也是国家硬实力的重要支撑、软实力的有效表达。习近平总书记多次强调，要推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变。因此，强化品牌建设，更好发挥品牌作用，是推动我国自行车电动自行车行业高质量发展的必然选择。

近年来，中国自行车协会开展了一系列品牌建设工作：建立行业品牌联系人工作机制，发布《可持续时尚企业指南 自行车与电动自行车》《时尚产品指南 自行车与电动自行车》团标及《2022 年度行业品牌发展研究报告》，组织两轮车时尚品牌周活动，开展行业品牌建设调研等，引导行业企业建立健全品牌培育管理体系，提升行业自主品牌形象，提高消费者对行业品牌的认知度，进一步推动行业高质量发展。

本期杂志的封面专题《探索两轮车高质量品牌建设之路》，就是围绕品牌建设阐述其起源和重要性，同时介绍了中国两轮车企业的品牌建设历程和品牌建设可采取的具体措施，以及品牌建设的政策背景和相关策略。此外，我们采访了行业骨干企业的代表，请他们介绍企业的品牌建设理念和经验、品牌保护措施、品牌建设未来的规划等，探寻他们是如何坚持走高质量、可持续的品牌发展之路的。

本期杂志的特别报道《2023 年第 31 届中国国际自行车展览会展后报告》，用图表和数据分析，让读者了解这次展览会的总体概况和参展商、观众情况，侧面反映了当前自行车电动自行车市场的发展趋势。

为推进《时尚产品指南 自行车与电动自行车》的应用，进一步提高自行车、电动自行车及零部件产品的时尚化程度，满足人们的时尚化消费需求，在中国自行车协会指导下，北京《瑞丽》杂志社有限公司牵头组织 2023 两轮车“Ray 时尚”TOP 榜单评选工作，并在 2023 中国自行车电动自行车设计大赛暨两轮车时尚品牌周活动中重磅发布。本期杂志对榜单产品逐一进行介绍，希望通过这些具有时尚气质的两轮车产品，树立轻工行业时尚发展标杆，彰显两轮车产业创新引领力量。

编辑部

中国轻工业联合会主题教育第四期读书班暨第九次兼职副会长座谈会在无锡召开

2023年5月12日，由中国自行车协会承办的中国轻工业联合会主题教育第四期读书班暨第九次兼职副会长座谈会在江苏无锡顺利召开。会议以“深化主题教育 推动轻工业高质量发展”为主题，中国轻工业联合会党委书记、会长张崇和主持会议，中国轻工联党政班子成员及兼职副会长等40余人参会。

读书班重点学习了“习近平总书记关于高质量发展的重要论述”和国资委党委主题教育巡回指导组工作交流会精神；座谈会上，各位兼职副会长及代表结合主题教育开展情况，交流探讨推动行业高质量发展的举措和建议。

在交流中，中国轻工业联合会党委书记、监事长，中国自行车协会理事长刘素文感谢中国轻工联党委和领导班子的信任，走进自行车行业，兴调研之风，筑民生之本。

在听取大家的交流后，张崇和会长对中国自行车协会的精心筹办表示了感谢和肯定。张会长就深入开展主题教育，推动轻工业加快发展提出五点意见：一是要推动轻工业经济加快回升持续好转，二是要推动轻工业加快构建新发展格局，三是要推动轻工业加快建设现代化产业体系，四是要推动轻工业加快建设“八大轻工”，五是要推动轻工业加快服务人民美好生活。

会后，为深入了解电动两轮车产业发展状况，张崇和会长一行在刘素文理事长、小刀副总裁孙继江等陪同下，走进小刀电动车无锡工厂进行实地调研与考察。

(来源：中国自行车协会)

中国自行车协会九届十一次理事长会议在沪举行

2023年5月4日下午，中国自行车协会九届十一次理事长会议在上海举行。来自全国的正副理事长及骨干企业代表共计30余人参会。中国轻工业联合会党委书记、监事长，中国自行车协会理事长刘素文主持了会议。

会议首先听取了中国自行车协会副理事长兼秘书长郭文玉关于2022年和2023年一季度行业经济运行情况的介绍。2023年一季度，自行车电动自行车行业经济运行呈企稳回升态势，生产保持平稳，内销持续改善，出口稳步恢复，发展向好，信心不断增强。同时，郭秘书长还介绍2023年以来中国自行车协会的主要工作情况和即将举行的第31届中国国际自行车展览会筹备情况。此外，他还向会议通报了中国自行车协会下一步重点工作的安排。

最后，刘素文理事长作总结发言。他还对在座的正副理事长和行业优秀骨干企业家提出了希冀和要求：一是要判断好下一阶段国内外的形势，积极做好应对措施；二是省市协会要做好引导工作，把握好自行车运动风潮的机遇，充分发挥两轮车的优势；三是要积极参与和支持协会下一步的重点工作。

(来源：中国自行车协会)



中国自行车协会党支部召开学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育专题学习会

2023年5月15日上午，中国自行车协会（以下简称“协会”）党支部召开学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育专题学习会，全体党员参会。党支部副书记郭文玉主持此次会议。

党支部组织委员霍晓云同志传达了《中国轻工业联合会党委在学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育中开展干部队伍教育整顿的实施方案》；宣传委员刘益焱同志传达了《中国轻工业联合会第九次兼职副会长会议精神》；学习委员宋博同志领学4月28日中共中央政治局会议精神，二十届中央财经委员会第一次会议精神，5月5日国务院常务会议精神。

会议要求，干部队伍教育整顿的实施方案明确了意义、目标、方法措施和工作要求，支部要按照党委统一部署，制定相关方案，与主题教育一体推进；第九次兼职副会长会议成功召开离不开协会的精心筹办，会议上《习近平总书记关于

推动经济高质量发展的论述摘编》要列为下次学习内容；党中央、国务院一周内召开三次会议，研究建设现代化产业体系、发展实体经济、先进制造业集群等问题，为行业发展指明了方向，提振了制造业信心，全体党员要原原本本学习领会，自觉把思想和行动统一到党中央决策部署上来，加强调查研究，推进落实年度重点工作，为行业高质量发展作出积极贡献。

（来源：中国自行车协会）



2023年中国自行车协会零部件专业委员会工作会议在沪举行

2023年5月6日下午，2023年中国自行车协会零部件专业委员会（以下简称“零专委”）工作会议在上海成功举行。会议由零专委主任徐敏主持。

中国自行车协会（以下简称“中自协”）理事长刘素文、副理事长兼秘书长郭文玉，零专委主任徐敏，零专委副主任余世光、贾刚，各地方协会领导，零专委委员单位代表等40余人参加了此次会议。

会议首先听取了郭文玉秘书长通报2022年行业经济运行情况、中自协近期重点工作情况。其后，中自协行业发展部副主任宋博介绍开展行业“专精特新”中小企业培育情况，零专委副主任贾刚、余世光通报零专委近期开展的工作情况。会议还听取了各工作组组长、副组长单位代表对下一步重点工作的提案。

刘素文理事长最后作了总结发言。他指出，面对国内外的复杂形势，行业企业要把握机遇，提高产品的档次，避免低价竞争，满足市场不断升级的新需求，共同努力打造自行车强国。

（来源：中国自行车协会）

中国自行车协会领导会见法国驻华大使馆 投资参赞

2023年5月25日，中国自行车协会（以下简称“中自协”）理事长刘素文、副理事长霍晓云受邀赴法国驻华大使馆，会见法国驻华大使馆商务投资处投资参赞艾瑞莲、运动及休闲高级商务官员范茂迪（线上）、华北区投资总监刘璐。

艾瑞莲参赞在欢迎中自协领导到访时，介绍了法国商务投资处的两大职能。范茂迪则介绍了法国国内与自行车及电动自行车产业相关的企业、生产、市场、品牌及赛事活动等情况。

刘素文理事长首先感谢法国驻华大使馆商务投资处对中自协的邀请，并向艾瑞莲参赞等简要介绍了中国自行车行业近年来的发展状况，包括生产、市场、海外投资及国际贸易等；在谈到中自协历史沿革、行业地位和引领行业健康发展作用时，刘理事长重点介绍了中自协举办中国国际

自行车展览会、产业大会、设计大赛，以及开展国际交流合作、产品标准建设、骑行文化倡导等方面的工作。

在谈到今后中法双方加强产业合作时，艾瑞莲参赞希望借助欧洲自行车展等机会，加强法国自行车主要产区（如勃艮第大区等），与中国企业间的沟通交流，为今后双方合作做一些基础性工作。刘素文理事长表示：一是欢迎法国企业参加中国国际自行车展览会，借助展会的平台，促进法国自行车相关产品向中国的出口；二是希望加强中法产业交流，在锂电池安全、产品标准、质量标准等方面开展合作；三是通过组织法国投资交流会等形式，搭建平台，做好对接，提供服务，推动中国自行车企业赴法国投资。

（来源：中国自行车协会）

中国自行车协会领导 赴无锡开展行业调研

为贯彻落实主题教育工作部署，同时结合行业人才队伍建设工作安排，2023年6月14日至17日，中国自行车协会（以下简称“中自协”）副理事长霍晓云一行，在江苏省自行车电动车协会有关人员的陪同下，赴江苏新日电动车股份有限公司、无锡西塘车圈有限公司、无锡市检验检测认证研究院、小刀新能源科技股份有限公司等单位开展调研工作。

调研组围绕企业在发展过程中面临的产业工人队伍建设共性问题，与企业的人力资源部门、教育培训部门及工会进行了深入沟通和交流。

霍晓云副理事长在与各单位座谈交流时表示，人才队伍建设是行业“十四五”规划中的重要部分，中自协非常重视相关工作；此次调研围绕“人才队伍建设助力行业高质量发展”的主题，以问题为导向，以企业相关部门为对象，了解实际情况，分析实际问题，发现共同痛点，共商解决方法，以“沉下去、深进去”的工作姿态，向下求实情，向内究根源，力争把调研成果转化为工作实效，助力行业人才建设工作做深做实。

（来源：中国自行车协会）

建大轮胎计划斥资3亿美元 扩建越南工厂



建大轮胎计划斥资3亿美元（约合人民币21.34亿元）对越南工厂进行汽车轮胎项目扩建。扩建完成后，该工厂汽车轮胎日产能将提高至3.5万至3.6万条。扩建项目预计在2025年完工，项目投产后，可贡献年产值近3亿美元。

建大轮胎董事长杨启仁透露，目前建大旗下所有轮胎工厂的产能，已恢复到疫情之前的高峰。后疫情时代，在建大的轮胎产品组合中，恢复最好的是汽车胎（含轿车胎及轻卡车胎），并且恢复最快的是美国市场。

建大轮胎2022年合并营收386.18亿元，同比增长10.67%；营业净利润3.38亿元，同比减少86.76%。

建大轮胎除加速越南工厂投资扩产外，印尼工厂也将加码投资近1000万美元（约合人民币7117万元），进行制程效率与产品组合的改善，朝生产更高值量化产品的目标发展。

同时，因中国大陆自行车厂将陆续至东南亚设厂，预期客户对高质量自行车胎需求将增加，因此建大轮胎印尼工厂的自行车胎未来在本地供货比重会提高。

杨启仁还指出，建大轮胎正投资10亿元在天津筹设轮胎工厂，预计2023年年中完工，并计划与业者合作洽谈代工生产汽车胎。

（来源：轮胎国际）

台铃斩获“长续航电动车 领导品牌”奖

近日，第四届BIDC品牌创新发展大会在北京成功举办。作为电动车长续航领域当仁不让的领导者、先行者，台铃不负众望，继2022年斩获“海诺奖长续航市场两轮车领军品牌”大奖之后，再次斩获长续航重磅奖项。

作为一家诞生于科技之都深圳的全球性科技企业，台铃自诞生之初就定下了以科技创新驱动企业发展的战略。长期以来，电动车跑不远是超过65%用户的出行痛点，台铃立足续航痛点，全情投入长续航技术的科研攻关。

多年来，台铃始终坚持走科技创新发展之路，建有国家级CNAS实验室、全球低碳出行研究院、行业一流的技术研发中心，现已拥有含电动车节能省电核心技术在内的1000多项各类专利，参与起草多项国家标准。

从外观专利到电动车五大发明，从高性能电动车到全自动电动车，从节能电动车到长续航电动车，台铃先后成为深圳市高新技术企业、国家级高新技术企业。台铃以实际行动践行“科技驱动企业发展”战略，荣膺“长续航电动车领导品牌”大奖乃是实至名归。

2023年，台铃定下了“无惧挑战，跨越千万”的年度战略目标。作为长续航电动车领导



品牌，台铃必将与用户并肩，载誉前行，以实际行动完成既定宏伟蓝图。
（来源：台铃电动车）

瑞典 CAKE 公司与上海永久自行车 建立合作关系

瑞典 CAKE 公司宣布与上海自行车制造商和经销商上海永久自行车建立实质性合作伙伴关系，计划在未来 4 年内生产和销售 150 000 辆自行车。

CAKE 公司是一家瑞典制造商，生产优质轻型摩托车、电动摩托车和轻便摩托车，其明确的使命是通过将愿景与责任相结合，推动实现净零排放。

CAKE 公司目前主要有 4 类两轮车型——多功能越野车 Kalk、模块化多功能自行车 Ösa、城市通勤车 Makka，以及坚固实用的电动自行车 Åik。得益于应用范围广泛的配件和配置，CAKE 公司正在满足广泛的用户和应用矩阵，包括“最后一公里”交付和其他短途城市交通的商业用途。

与上海永久自行车这样有影响力和屡获殊荣的企业建立合作伙伴关系，是 CAKE 公司加速零排放社会转型的合作战略的重要一步。

(来源：电摩资讯)

英国对中国电动自行车产品反倾销税发起过渡性审查

英国贸易救济署 (TRA) 于 5 月 22 日发布公告，针对自中国进口至英国的电动自行车相关反倾销及反补贴措施开启过渡性审查。英国贸易救济署将裁决在终止措施的情况之下，倾销是否可能持续或再次发生。

英国脱欧之后，于 2021 年成立的英国贸易救济署便开始监管英国脱欧后的贸易并调查不公平行为。自 2021 年开始，针对中国制造的电动自行车征收的反倾销税便备受争议。在少部分英国制造商提出诉求之后，当局最终决定维持征收反倾销税。

在这次过渡审查中，英国贸易救济署也会判断在终止措施的情况下，从中国进口电动自行车是否会继续对英国行业造成损害。英国贸易救济署执行长奥利弗·格里菲思表示：“英国电动自行车的销售在过去 5 年来增长迅速，每年价值已超 3 亿英镑。考虑到因措施给消费者带来的额外成本，我们将调查现有贸易救济措施是否有理由保护英国制造商。”

根据英国自行车协会市场数据显示，2022 年电动自行车不如其他欧洲国家热销。依据市场研究咨询公司 (Mintel) 的统计，2022 年英国电动自行车销量从 2021 年的 16 万辆减少至 15.5 万辆。与自行车协会数据比较后可得知，电动自行车在英国的市场占有率仅为 7.6%。在此条件之下，撤回反倾销与反补贴政策将对英国自行车制造业造成巨大影响。

本次调查时间为 2022 年 4 月 1 日至 2023 年 3 月 31 日。为评估损害范围，英国贸易救济署将检视 2019 年 4 月至 2022 年 3 月的记录。可能会受到本次审查影响的电动自行车制造商、贸易商及其他利益相关者可通过注册英国贸易救济署线上案件网站参与本次审查。厂商也可通过英国贸易救济署公开档案取得审查的最新进度。

(来源：www.bike-eu.com)

博力威实力亮相2023印尼国际两轮车展 (INABIKE)

2023 第十届印尼国际汽车摩托车自行车及零部件展览会 (INABIKE) 于 5 月 24 日—26 日在印尼首都雅加达国际展览中心 (JIEXPO) 开幕。博力威携旗下电动车电池多款拳头产品亮相, 以领先的产品和解决方案, 参与盛会。

博力威一直深耕两轮车电池市场, 以助力两轮车出行生态为目标。博力威在本次展会中展出的 GB6030、GB7230 均采用自家研发的 34145 电芯。该电芯采用全级耳工艺, 低内阻、效率高、散热快, 具有高安全、长寿命、低温使用等特点, 采用磷酸铁锂材料体系。产品通过针刺试验安全可靠, 高能量密度动力强劲, 可轻松应对各种出行需求。

值得一提的是, 博力威在这次展会中展出的产品皆可拓展为双电并联, 无需控制盒, 电池可直接并联使用, 通过 SBMS 进行互充保护。

博力威将一直以助力世界各地绿色出行为己任, 把绿色电池带给每个家庭、每个国家, 让地球干干净净。

(来源: 博力威)



法兰克福展览集团与印度自行车展结盟



印度自行车展 [卢迪亚纳自行车展 (CFOSE)] 主办方 Annex Media 和德国展览公司法兰克福展览集团达成了战略合作, 旨在提高全球曝光率。

纵观 2023 年展会情况, 印度自行车展联合合作伙伴欲将其完善并打造成全球专业展会也就不足为奇了。法兰克福展览集团将于 2024 年开始为印度自行车展提供管理咨询, 也可能将展会带到印度其他城市。

在过去 25 年中, 法兰克福展览集团一直在印度开展业务, 并与印度国家行业协会及印度国内各展览公司建立了多个合作伙伴关系和联盟。这次他们也希望与 Annex Media 建立同样的长期合作关系。

后疫情时代, 印度自行车销量激增, 使得印度自行车展对法兰克福展览集团更具吸引力。预计 2023 年至 2024 年, 印度自行车的需求和销量会增长 20%。OTB

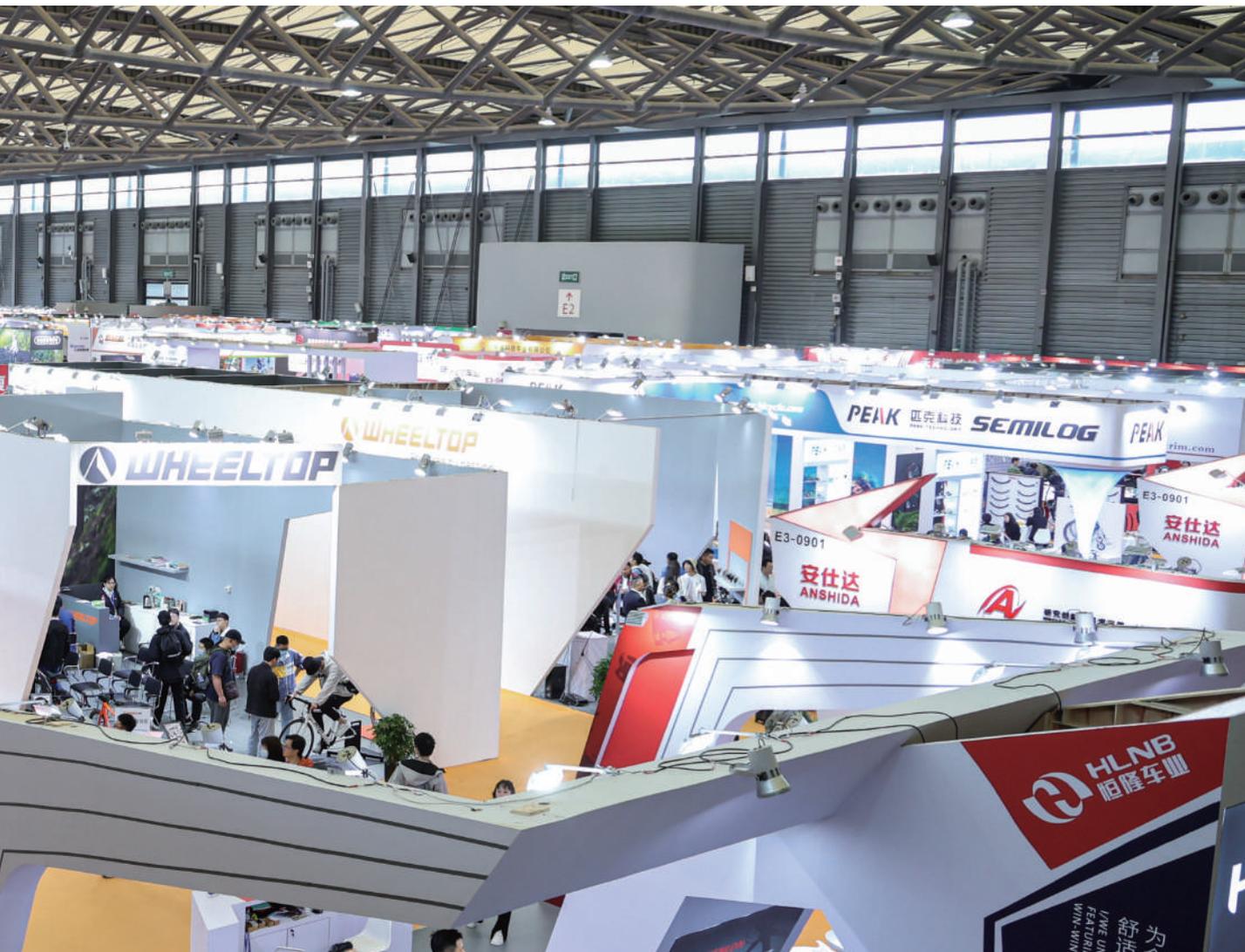
(来源: 自行车行业新闻)



2023年第31届中国国际自行车展览会 展后报告

Post-show Report of The 31th China
International Bicycle Fair

文 / 中国国际自行车展览会组委会



以“更安全、更智能、更低碳”为主题的第31届中国国际自行车展览会（以下简称“中国展”）于2023年5月5日—8日在上海新国际博览中心隆重举行。

本届中国展是在全行业排除万难、冲破阻力，努力实现国内国际双循环发展模式，致力于走向更广阔的市场，打造自行车强国的历史时期举行的一次重要的展会。本届展会聚集了国内外自行车、电动自行车及户外骑行装备的上万件精品。在当今绿色发展、骑行时尚盛行的风潮下，中国展本着为企业搭建桥梁、全心全意为展商服务的精神，努力帮助企业“走出去”，整合行业资源，引领发展趋势，拓展内外销市场，实现共赢、共进！

总体概况

1. 展览面积

本届中国展总面积 13.5 万 m²，共有 13 个展馆，分别为 E1—E7 馆、W1—W3 馆和 OE8 馆、OE9 馆、OE10 馆，参加企业为 1 203 家，展位数达 6 571 个。展馆包括国际品牌馆、自行车整车馆、零配件馆、电动车及零配件馆、童车馆和户外骑行装备馆等。

2. 展商数与展位数

本届中国展吸引了一大批国内知名品牌和企业参展，为展会带来时尚前沿的展品，如（排列不分先后）捷安特、美利达、凤凰、永久、金轮、富士达、五羊、千里达、太行、飞鸽、雅迪、绿源、台铃、小刀、瑞豹、八方、久祺、中策、志庆、蓝图、星恒、巨隆、美乐、日骋、唐泽、轮峰、五星等。

参加本届中国展境外企业共有 75 家，展位数为 423 个，他们来自 11 个国家和地区，分别是日本、以色列、意大利、巴基斯坦、孟加拉国、印度、韩国、荷兰、美国、中国香港、中国台湾等。国际品牌主要有（排列不分先后）比安奇、哈飞、BMC、FOX、PIRELLI、禧玛诺、CAMPAGNOLO、荷兰机械、玛古拉、赛勒罗亚、顶亨、盖茨、猫眼、AKIBO、ZAET、H&H、F.L.R、BATCH、VAAST、ALLITE 等。



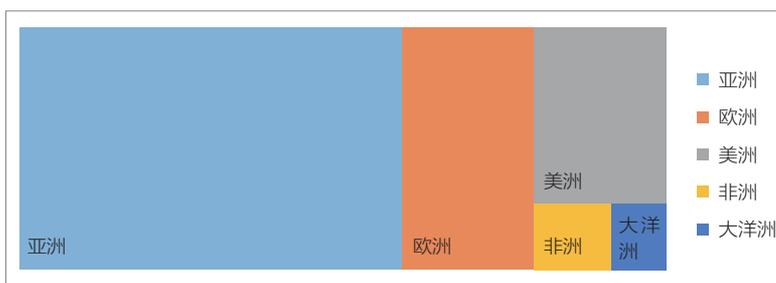
3. 观众数据

本届展会观众总人次达 169 302 人次，总人数为 100 033 人。其中，境外观众数为 11 030 人，除了港澳台地区展商、采购商和观众以外，还有 132 个国家和地区的采购商代表，包括韩国、印度、日本、马来西亚、印度尼西亚、以色列、泰国、越南、新加坡、菲律宾、伊朗、土耳其、沙特阿拉伯、巴基斯坦、俄罗斯、德国、意大利、法国、白俄罗斯、荷兰、英国、波兰、西班牙、奥地利、乌克兰、阿根廷、巴西、哥伦比亚、智利、美国、加拿大、墨西哥、阿鲁巴、埃及、阿尔巴尼亚、南非、澳大利亚、新西兰等。

数据分析

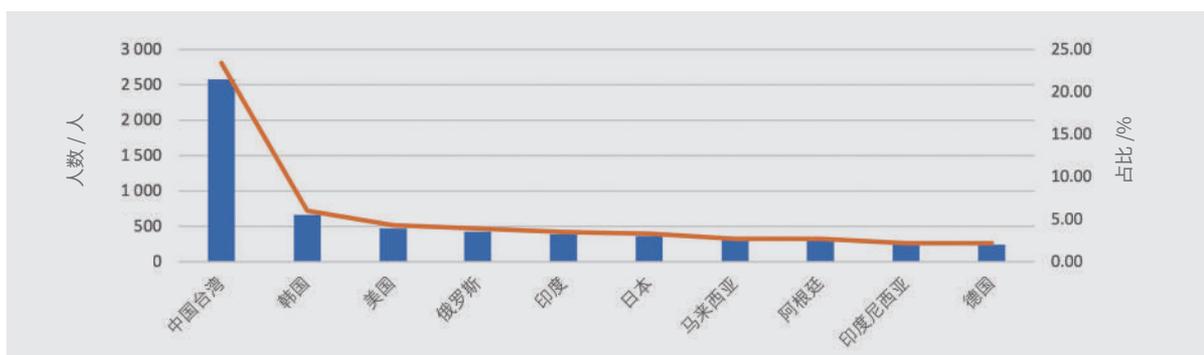
境外观众分布

排名	区域	国家及地区	人数 / 人	占比 / %
1	亚洲	44	6 605	59.88
2	欧洲	38	2 266	20.54
3	美洲	26	1 569	14.23
4	非洲	24	348	3.16
5	大洋洲	3	242	2.19
	合计	135	11 030	



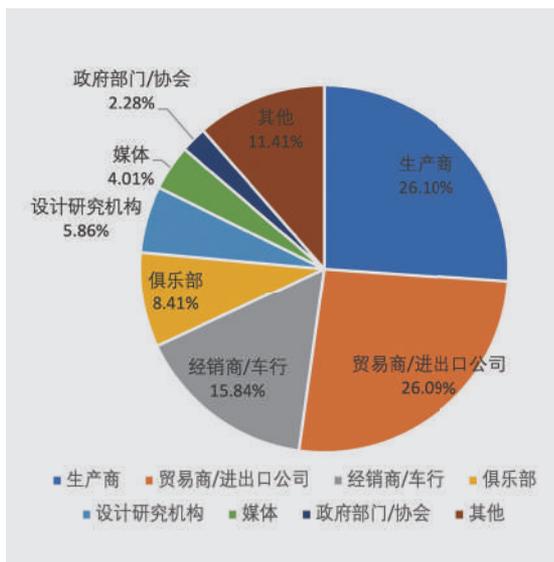
境外观众数排前 10 的国家和地区

排名	国家或地区	人数 / 人	占比 / %	排名	国家或地区	人数 / 人	占比 / %
1	中国台湾	2 577	23.36	6	日本	361	3.27
2	韩国	663	6.01	7	马来西亚	299	2.71
3	美国	471	4.27	8	阿根廷	295	2.68
4	俄罗斯	426	3.86	9	印度尼西亚	242	2.19
5	印度	389	3.53	10	德国	242	2.19



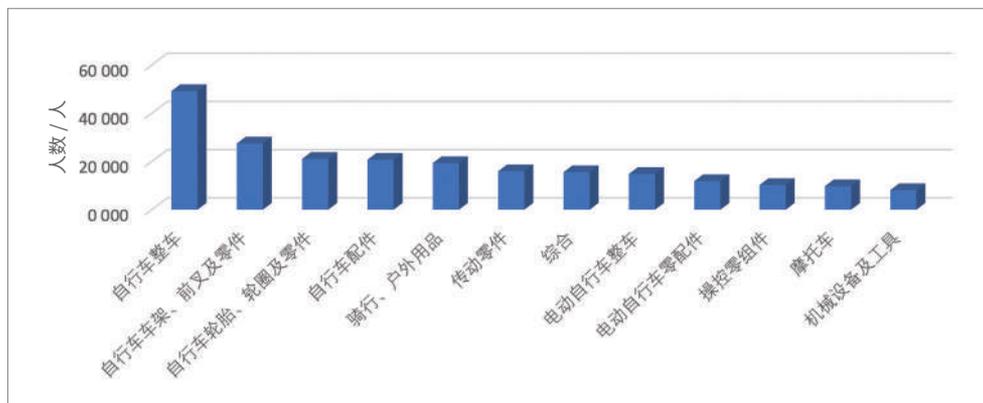
观众业务性质

业务性质	人数 / 人	占比 / %
生产商	26 108	26.10
贸易商 / 进出口公司	26 099	26.09
经销商 / 车行	15 845	15.84
俱乐部	8 413	8.41
设计研究机构	5 862	5.86
媒体	4 011	4.01
政府部门 / 协会	2 281	2.28
其他	11 414	11.41



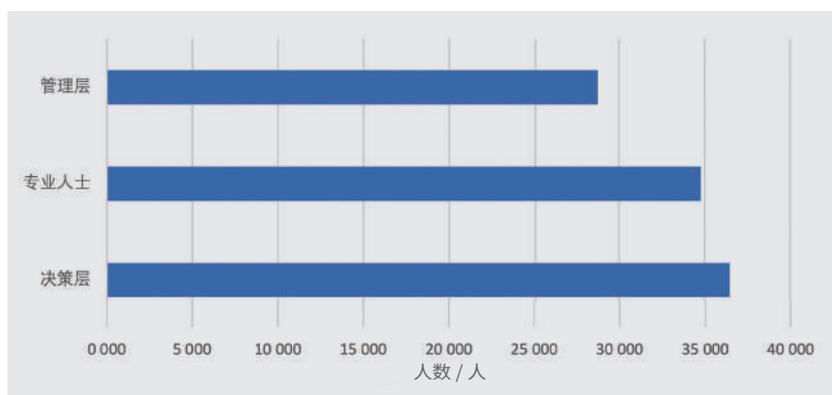
观众采购兴趣分析 (多选)

采购兴趣	人数 / 人	占比 / %
自行车整车	49 194	49.18
自行车车架、前叉及零件	27 436	27.43
自行车轮胎、轮圈及零件	21 062	21.05
自行车配件	20 698	20.69
骑行、户外用品	19 306	19.30
传动零件	15 925	15.92
综合	15 530	15.53
电动自行车整车	14 792	14.79
电动自行车零配件	11 824	11.82
操控零组件	10 217	10.21
摩托车	9 721	9.72
机械设备及工具	8 094	8.09



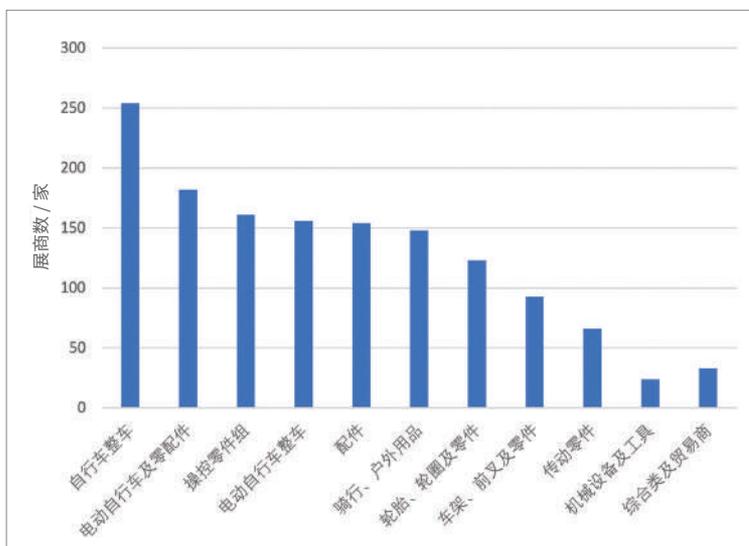
观众采购决策权分析

观众职位	人数 / 人	占比 / %
决策层	36 472	36.46
专业人士	34 781	34.77
管理层	28 780	28.77



参展企业展品类别分析 (多选)

展品类别	展商数 / 家	占比 / %
自行车整车	254	21.11
电动自行车及零配件	182	15.13
操控零件组	161	13.38
电动自行车整车	156	12.97
配件	154	12.80
骑行、户外用品	148	12.30
轮胎、轮圈及零件	123	10.22
车架、前叉及零件	93	7.73
传动零件	66	5.49
机械设备及工具	24	2.00
综合类及贸易商	33	2.74



OTB

探索两轮车 高质量品牌建设之路

*Explore the Road of High-Quality Development
of Two-wheeled Brand Construction*

文 / 《中国自行车》编辑部

引言

两轮车作为交通工具领域的重要组成部分，近年来迅速发展并呈现出多元化的市场格局。在这个竞争激烈的行业中，品牌建设成为各厂商争相关注的焦点。一个强大的品牌不仅可以赢得消费者的认可和忠诚度，还能在激烈的市场竞争中占据有利位置。

无论是已经拥有一定市场份额的品牌，还是新进入市场的初创品牌，品牌建设都是一个长期而艰巨的任务。通过专注于品牌建设，企业将有机会树立起独特的品牌形象，吸引更多消费者的关注和认可。随着两轮车行业的快速发展，品牌建设的重要性将愈发凸显，我们有理由相信，优秀的品牌将在市场中脱颖而出，赢得辉煌的未来。

什么是品牌建设？

要系统地、彻底地说清什么是品牌建设，可能要花费大量的时间和精力去研究。我们不妨先从古人早期的一些例子来看。

例如，罗马帝国在古代以其军事、政治和文化影响力而闻名。罗马将军朱利叶斯·凯撒将自己的名字作为个人品牌，并将其标志性的发型和服饰作为形象标识，以巩固自己在罗马人心中的地位 and 影响力。

又例如，在中国古代社会中，一些工匠和商贩也通过品牌建设来区分自己的产品和服务。他们可能使用个人或家族的名称、特定的图案或标识作为品牌标识，以增加信任和认可度。

这些早期的品牌建设实践虽然不同于现代企业的品牌建设方式，但它们都具备了一些共同的特点，如通过形象标识来建立身份认同和传递价值，以及通过品牌声誉来赢得消费者的信任和支持。这些早期的品牌建设经验对于今天的企业品牌建设仍然有一定的启示作用。

人类的语言能够传达复杂的信息，能够传播关于一些无形的事物

的信息，例如信仰、神明、勇气、美好、精神……而品牌这个词的概念本质就是人类文化在进化之后被传播出来的无形的事物，它是人们大脑里的一个认知，是人类经过长期学习过程的产物，人们谈论的那些服饰品牌、餐饮品牌、酒店品牌、汽车品牌等，它们通过具体的产品、服务、空间来完成对品牌的体验和消费，这些品牌的产品、服务、空间等是一个载体。

载体是品牌通过可具象化的事物，把品牌认知装载进去，最终将品牌具象化为可见的、可体验的。载体可以有多种形态，可以是一个概念，也可以是具体的产品，甚至可以是一个人，只要这个载体符合“品牌化的性质”。

由此可见，一个品牌的建设过程，就是一个创立认知、运营这个认知并且销售这个认知的过程。再通俗易懂地说，品牌建设是指通过一系列战略和活动，旨在塑造和提升一个产品、服务或企业的品牌形象和价值，以达到建立认知、忠诚度和竞争优势的目标过程。

品牌建设是指通过一系列战略和活动，旨在塑造和提升一个产品、服务或企业的品牌形象和价值，以达到建立认知、忠诚度和竞争优势的目标过程。



品牌建设的重要性

在厘清何为品牌建设之后，为何要做品牌建设这个问题也迎刃而解了。一个品牌被建立，代表着创业者的认知被建立，要扩大这个认知被大众接受度，就需要进行品牌建设，这代表了这个品牌在行业里的竞争力。我们可以通过一些较成功的品牌建设的例子来了解品牌建设的重要性。

1. 苹果 (Apple): 苹果公司以其创新的产品、简洁的工业设计和卓越的用户体验而建立了强大的品牌。其品牌形象强调创造力、前瞻性和高品质，使得苹果成为全球最有价值的品牌之一。

2. 可口可乐 (Coca-Cola): 可口可乐以其独特的品牌形象、标志性的广告和全球范围的市场覆盖而闻名。多年来，可口可乐公司通过持续的品牌推广和产品创新，成功塑造了愉悦、共享和乐观的品牌形象。

3. 亚马逊 (Amazon): 亚马逊以其广泛的产品选择、高效的物流和优质的客户服务而成为全球最大的电子商务公司之一。亚马逊公司通过持续投资于

品牌建设和客户体验，塑造了信任、方便和多样性的品牌形象。

4. 爱彼迎 (Airbnb): 作为全球知名的共享住宿平台，爱彼迎通过其独特的品牌故事、个性化的用户体验和社区连接而成功建立了品牌优势。爱彼迎强调旅行体验的独特性、文化交流和家外之家的感觉，使其成为旅行者的首选。

这些成功的品牌建设案例表明，通过清晰的品牌定位、独特的品牌故事、卓越的产品质量和积极的品牌推广，企业可以在市场上赢得消费者的信任和忠诚，并取得商业成功。

从一些成功的品牌建设案例中不难看出，品牌建设涵盖多个方面，包括以下关键要素。

1. 品牌定位: 明确产品或企业在目标市场中的定位和差异化特点，确定独特的品牌定位和价值主张，使其与竞争对手区分开来。

2. 品牌标识和视觉识别: 包括设计和创建有辨识度的品牌标志、标识、标

语和视觉元素，以确保品牌形象的一致性和识别性。

3. 品牌声誉和形象塑造: 通过积极的公关、媒体宣传和社交媒体活动来塑造正面的品牌形象和声誉，强调品牌的核心价值和优势。

4. 品牌体验和客户关系: 提供卓越的产品质量、服务和客户体验，建立积极的客户关系，以增强品牌忠诚度和口碑传播度。

5. 品牌传播和推广: 制定并执行多渠道的品牌传播策略，包括广告发布、产品宣传、产品促销和市场推广，以增加品牌曝光度、知名度和影响力。

6. 品牌管理和监测: 建立有效的品牌管理体系，监测品牌健康度、市场反馈和消费者意见，及时调整和改进品牌策略和执行。

品牌建设是一个长期而持续的过程，需要企业在不断投入和努力下建立和维护。成功的品牌建设可以为企业带来市场竞争优势、消费者忠诚度和持续增长的业绩。



多举措推动品牌建设 助力行业高质量发展

整理 / 《中国自行车》编辑部

品牌是高质量发展的重要象征，是企业乃至国家竞争力的综合体现。习近平总书记明确指出，要“推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变”。



国家持续推动品牌建设

近年来，国家有关部门部署多方面举措，持续推动品牌建设，为质量工作中长期发展助力。

“十四五”规划和2035年远景目标纲要提出：“深入实施质量提升行动，推动制造业产品‘增品种、提品质、创品牌’。”“开展中国品牌创建行动，保护发展中华老字号，提升自主品牌影响力和竞争力，率先在化妆品、服装、家纺、电子产品等消费品领域培育一批高端品牌。”

前不久，中共中央、国务院印发《质量强国建设纲要》（以下简称《纲要》），强调“着力推动品牌建设”，提出到2025年“中国品牌影响力稳步提升”、到2035年“质量和品牌综合实力达到更高水平”的明确目标，为推动我国品牌建设取得更大进展提供了路线图。

《纲要》中的发展目标具体内容为：“到2025年，品牌建设初具成效，品牌对产业提升、区域经济发展、一流企业创建的引领作用更加凸显，基本形成层次分明、优势互补、影响力创新力显著增强的品牌体系，品牌建设促进机制和支撑体系更加健全，培育一批品牌管理科学规范、竞争力不断提升的一流品牌企业，形成一批影响力大、带动作用强的产业品牌、区域品牌，中国品牌世界共享取得明显实效，人民群众对中国品牌的满意度进一步提高。”“到2035年，品牌建设成效显著，中国品牌成为

推动高质量发展和创造高品质生活的有力支撑，形成一批质量卓越、优势明显、拥有自主知识产权的企业品牌、产业品牌、区域品牌，布局合理、竞争力强、充满活力的品牌体系全面形成，中国品牌综合实力进入品牌强国前列，品牌建设不断满足人民日益增长的美好生活需要。”

在组织保障方面，《纲要》突出强调了以下四点。

（一）加强组织协调。坚持党对新时代品牌建设工作的领导，把党的领导贯彻到品牌建设工作的各领域、各方面、各环节。深入贯彻落实党中央、国务院决策部署，充分认识品牌建设的重大意义，强化组织实施，完善工作机制。国家发展改革委要加强统筹协调，会同中宣部、工业和信息化部、农业农村部、商务部、国务院国资委、市场监管总局、国家知识产权局等部门，按照职能分工，对品牌建设加强指导，协同配合，形成合力，扎实推进品牌建设工作。

《质量强国建设纲要》强调“着力推动品牌建设”，提出到2025年“中国品牌影响力稳步提升”、到2035年“质量和品牌综合实力达到更高水平”的明确目标，为推动我国品牌建设取得更大进展提供了路线图。



为深入贯彻落实《中国制造2025》行动纲领、消费品工业“三品”专项行动等部署，充分发挥品牌建设和标准化工作在行业强国建设中的积极作用，中国自行车协会特编制了《中国自行车电动自行车行业“十四五”品牌建设和标准化工作指导意见》。

（二）营造良好环境。深化“放管服”改革，加快构建适宜品牌发展的产业生态和制度环境，健全品牌发展法律法规，完善市场监管。支持自由贸易试验区在推进品牌建设方面深化改革创新，发挥示范引领作用。持续开展国际消费中心城市培育建设，推动城市商圈、重点商业街区、社区生活网点、步行街等错位发展、优化布局。不断完善品牌建设支持政策，鼓励企业加大品牌建设投入、建立品牌管理体系、提高品牌培育能力。健全国家质量奖励制度，鼓励地方对质量水平先进、品牌影响力突出的组织实施激励。

（三）培育品牌标杆。鼓励重点行业和领域企业开展品牌建设行动，培育一批重点行业和领域精品品牌，打造世界知名品牌企业和品牌产品。发挥品牌标杆示范作用，引导区域、行业、企业开展对标提升行动，增强品牌培育和管理能力。适时总结推广全国品牌建设典型经验和做法。

（四）加强品牌宣传。深入开展中国品牌日、“质量月”、全国知识产权宣传周等活动，推动全社会形成爱护品牌、享受品牌的良好氛围。围绕“中国品牌 世界共享”主题，持续办好中国品牌博览会、中国品牌发展国际论坛、行业和地方特色品牌创建活动。鼓励开展中国品牌海外展示专题活动，讲好中国品牌故事。

行业积极规划和落实 品牌建设

为深入贯彻落实《中国制造2025》行动纲领、消费品工业“三品”专项行动以及《中国自行车电动自行车行业“十四五”发展指导意见》等部署，充分发挥品牌建设和标准化工作在行业强国建设中的积极作用，中国自行车协会特编制了《中国自行车电动自行车行业“十四五”品牌建设和标准化工作指导意见》（以下简称《指导意见》）。

《指导意见》指出，“十四五”品牌建设和标准化工作基本原则包括以下三个方面。

（一）示范引领、协同推进。加强示范引领，引导企业坚守专业精神、工匠精神，助推行业品牌建设和标准化工作协调发展。

(二) 统筹规划、重点突破。加强顶层设计,进一步完善品牌管理体系和标准体系,促进品牌建设和标准化工作规范化、科学化。

(三) 适应产业、接轨国际。结合行业发展实际,借鉴国际先进经验,深化国际合作与交流,扩大品牌和标准在国际上的影响力,提升品牌价值和标准话语权。

关于“十四五”品牌建设的主要任务,《指导意见》提出以下六个方面。

(一) 提高思想认识,充分认清品牌建设和标准化工作的重要性

进入新时代,自行车行业步入高质量发展阶段,行业品牌建设和标准化工作的重要性也日益凸显。建设品牌 and 标准文化,引导企业增强以质量和信誉为核心的意识,提升产品附加值和软实力,用产品打造品牌,用品牌赢得市场;培育核心技术标准,才可能有持续发展的原动力;拥有自主品牌,才可能有持续发展的竞争力;将核心技术标准和自主

品牌进行有机结合,才可能有持续发展。全行业必须要高度认识品牌建设和标准化工作的重要性,切实支持、积极参与品牌建设和标准化工作。

(二) 创新工作机制,开展品牌建设和标准化工作统筹推进

鼓励企业建立品牌和标准化工作管理机构,明确人员和职责;发挥行业优势,拟定合理的品牌建设实施步骤和阶段性目标,确定品牌发展的方向和重点,开展国际品牌、国家品牌、行业品牌、区域品牌、企业品牌、产品品牌的多层次品牌体系研究;发挥协会领导团队、地方协会、检验机构和骨干企业的作用,整合行业资源,合力推动行业品牌建设和标准化工作。

(三) 深化品牌培育,推动优质品牌国际化

重振老品牌,优化品牌组织体系,传承中华老字号品牌精神;鼓励骨干企业制定品牌战略,培育一批领军品牌;鼓励企业申报国家和省级品牌类奖项,积极参与“中国品牌日”“行业流行趋势发布”等活动;支



持企业建立健全品牌培育管理体系，科学开展品牌培育活动，提升自主品牌形象，提高消费者的满意度；鼓励企业追求卓越品质，形成具有自主知识产权的名牌产品，不断提升企业品牌价值；推动产业集群区域品牌建设，引导集群内企业标准协调、创新协同、业务协作、资源共享，发挥龙头企业带动作用，推动产业链提质升级；支持企业通过重组、战略合作等形式，成立有较强国际竞争力的跨国公司，深度参与产业全球化。

（四）深化国际合作，积极推动行业品牌和标准“走出去”

支持品牌企业以多种形式与国际品牌企业合作，提高品牌国际化运营能力；鼓励优势品牌企业开展国际交流合作，引进国际化品牌管理人才和经营理念，建设海外研发设计机构及营销渠道；支持品牌企业参加国际展

览展销，积极开拓海外市场，提高品牌产品出口比重。

（五）提升服务能力，推动品牌建设和标准贯彻实施

鼓励行业所属机构、专业机构建立健全品牌培育专业化服务体系，制定宣传品牌培育管理体系标准，完善品牌培育成熟度评价机制；支持品牌培育和运营专项服务机构，开展品牌管理咨询、设计创意、市场推广、公共平台等服务，加大面向中小企业对品牌服务需求供给。

（六）整合各方力量，加快品牌和标准化人才队伍建设

立足于行业长远发展，集聚各方力量，广泛吸纳社会各界品牌和标准领域专家；建立品牌和标准人才培养服务机构，形成多层次的品牌人才培养体系；建立品牌和标准人才培养实训基地，重点培养懂专业、懂外语、懂规则的复合型品牌建设和标准化工作的青年人才；



建立品牌和标准人才信息库和人才激励机制，加大对优秀人才的表彰和奖励力度；探索建立国际培训基地，培训专业人才到国外学习先进经验；发挥内培外引双动能作用，打造一支具有奉献精神、高专业素养、有实战能力、结构合理的行业品牌和标准化人才队伍。

在此基础上，《指导意见》又专门设置“保障措施”一节，进一步明确了“十四五”品牌建设工作的五项具体措施。

（一）加强组织实施

积极向品牌和标准主管部门汇报行业品牌建设和标准化工作情况，努力争取相关政策支持；广泛听取社会各方的意见和诉求，确保行业品牌建设和标准化工作具有科学性和代表性；充分发挥行业组织、骨干企业及相关机构的作用，共同推动指导意见的实施。

（二）增强服务意识

通过品牌建设和标准化服务机构工作思路的调整，加快发展研发设计、工业设计、知识产权、标准验证、质量诊断、检测认证等生产性服务机构，不断拓展品牌和服务领域和内涵，加强国际交流与合作，提高专业化服务水平，引领品牌和服务转型升级。

（三）强化示范引领

通过开展行业品牌建设和标准化示范企业认定工作，树立一批品牌和标准化示范标杆，以品牌建设和技术标准引领产品质量提高，促进企业品牌管理水平和技术进步，发挥示范企业的标杆作用；通过实际工作考查，选拔品牌和标准化模范工作者，激发品牌和标准化工作者的积极性。

（四）加大宣传力度

通过行业品牌和服务资源平台建设，鼓励各方新闻媒体积极参与，创新宣传形式，开展多角度、多方位、立体化的宣传，充分报道传播国家品牌和标准化



工作政策、规定等信息；传播报道行业品牌和标准化活动的信息；传播报道国际品牌和标准化工作的信息；推动共建共享行业品牌和标准化信息数据，营造行业品牌建设和标准化工作良好氛围。

（五）落实相关政策

多渠道收集各级政府部门为鼓励企业开展品牌建设和标准化工作的政策和措施，方便企业享受品牌和标准化优惠政策；努力为积极参与品牌建设和标准化工作的企业提供一切必要服务；推动建立由政府支持引导、协会搭建平台、企业积极参与、相关配套资金落实的品牌建设和标准化工作推进机制。

为深入贯彻落实《纲要》和《指导意见》，中国自行车协会开展了一系列品牌建设工作，建立行业品牌联系人工作机制，发布《可持续时尚企业指南 自行车与电动自行车》《时尚产品指南 自行车与电动自行车》团标及《2022年度行业品牌发展研究报告》，组织两轮车时尚品牌周活动，开展行业品牌建设调研等，引导行业企业建立健全品牌培育管理体系，提升行业自主品牌形象，提高消费者对行业品牌的认知度，进一步推动行业高质量发展。



两轮车品牌建设之路 任重而道远

整理 / 《中国自行车》编辑部

两轮车品牌建设的重要性在市场竞争中变得越来越突出。品牌建设不仅是企业形象和声誉的体现，更是企业在市场中取得成功的重要因素之一。随着消费者需求的变化和市场竞争的加剧，两轮车企业不仅需要提供高品质、具有创新性的产品，还需要树立优秀的品牌形象，提升品牌知名度和认可度，这样才能在市场上获得更大的竞争优势。



中国两轮车企业的品牌建设经历了以下几个阶段的发展。

1. 初期阶段（20世纪50年代至70年代）：在新中国成立初期，中国两轮车行业起步较早。当时的两轮车企业主要以国有企业为主，品牌建设相对较弱，产品主要集中在基础型号上。一些知名的品牌如凤凰、永久等逐渐崭露头角。

2. 增长与发展阶段（20世纪80年代至90年代）：在改革开放的大背景下，中国两轮车行业迎来了增长的时期。企业开始注重品牌建设，引进先进技术和管理经验，提升产品质量和设计水平。一些品牌如捷安特、飞鸽等开始在国内市场占据一定份额。

3. 品牌竞争与差异化阶段（2000年至2010年）：随着市场竞争的加剧和消费者需求的多样化，中国两轮车企业加大了品牌建设的力度。企业开始注重产品创新、品牌定位和形象塑造，推出了一系列具有差异

化特色的产品和品牌。知名品牌如永久、捷安特、凤凰等在国内市场上拥有较高的知名度和市场份额。

4. 国际化与全球影响阶段（2010年至今）：随着中国两轮车企业逐渐走向国际市场，品牌建设的重要性更加突出。一些中国两轮车品牌开始在国际市场扩张，提升品牌的国际认可度和竞争力。同时，一些国际知名两轮车品牌也进入中国市场，对国内企业构成了竞争压力。

总体而言，中国两轮车企业的品牌建设经历了从初期的起步阶段到逐步发展壮大的过程。随着市场竞争的加剧和消费者需求的变化，企业逐渐意识到品牌建设对于提升市场竞争力和消费者认可度的重要性，并通过不断创新和提升品质来推动品牌的发展。目前，中国两轮车企业在国内市场和国际市场上都取得了一定的成绩，一些品牌已经具备较高的知名度和市场地位。

品牌建设之于中国两轮车企业而言的重要性

结合当下的发展背景，品牌建设之于中国两轮车企业而言的重要性主要体现在以下几个方面。

1. 增强品牌知名度和认可度

通过品牌建设，企业可以在市场中树立起良好的品牌形象和声誉，提升品牌知名度和认可度。这可以增加消费者对产品的信任度和忠诚度，使企业在市场中获得更大的竞争优势。

2. 提高产品附加值

在品牌建设过程中，企业可以利用品牌形象和声誉来增加产品的附加值，从而使消费者更愿意为其产品支付更高的价格。从而可以提高企业的盈利能力和市场份额。

3. 提升企业形象和声誉

通过品牌建设，企业可以树立良好的形象和声誉，建立良好的企业文化和价值观念，增强企业的社会责任感和形象，从而提升企业的影响力和竞争力。

4. 创造差异化竞争优势

通过品牌建设，企业可以创造出与众不同的品牌形象和市场定位，从而在市场竞争中获得差异化竞争优势。这可以帮助企业在市场中更好地定位自己的产品，从而更好地满足消费者需求。

5. 建立消费者忠诚度

通过品牌建设，企业可以提高消费者对品牌的认可度和信任度，从而建立消费者忠诚度。这可以帮助企业在市场中获得更稳定的市场份额和利润，同时还可以降低市场推广成本。

品牌建设对两轮车企业的发展毫无疑问是很重要的。通过树立良好的品牌形象和声誉，提升品牌知名度和认可度，企业可以在市场竞争中获得更大的竞争优势，从而实现可持续发展。在两轮车市场上，品牌形象是消费者购买决策的重要因素之一。消费者更愿意购买那些具有高品质、独特的品牌形象和声誉的产品，因为这些产品往往会给他们带来更好的购买体验和品牌价值。

品牌建设对两轮车企业的发展毫无疑问是很重要的。
通过树立良好的品牌形象和声誉，
提升品牌知名度和认可度，
企业可以在市场竞争中获得更大的竞争优势，
从而实现可持续发展。



多方入手，打造成功的品牌建设策略

对于两轮车企业而言，品牌建设需要从多个方面入手。首先，企业需要建立一个清晰的品牌定位和市场定位，根据不同的消费者需求来设计产品线和销售策略。其次，企业需要注重产品质量和技术创新，提供具有差异化竞争优势的产品，以满足不同消费者的需求和期望。此外，企业还需要注重品牌宣传和推广，通过多种渠道和媒介来提高品牌知名度和认可度，建立消费者忠诚度。

在品牌建设方面，两轮车企业可以采取以下相应的举措。

1. 品牌定位和价值观

确定清晰的品牌定位和价值观，以明确传达企业的独特性和价值主张，这有助于建立品牌的个性和吸引力。明确的品牌定位和价值观能帮助两轮车企业在竞争激烈的市场中建立差异

化。通过明确定位自己的产品和服务，企业能够在消费者心中塑造独特的品牌形象，并与竞争对手区分开来。通过明确的品牌定位和价值观，企业能够吸引和连接与其价值观相符的目标受众。消费者通常会倾向于与他们价值观相符的品牌建立联系，这将增加其忠诚度和购买意愿。明确的品牌定位和价值观有助于提升品牌的认知度。当企业能够准确传达其独特的品牌定位和价值观时，消费者更容易记住和辨识该品牌，并将其与特定的产品或服务联系起来。通过明确的品牌定位和价值观的传达，企业能够与消费者建立情感联系和共鸣。这将促使消费者建立对品牌的忠诚度，并在购买决策中更倾向于选择该品牌的产品或服务。

2. 品牌标识和视觉识别系统

品牌标识是企业的核心标识符号，

通常包括企业的标志、商标和标识文字。它应该简洁、独特且易于识别。两轮车企业可以通过设计一个具有辨识度的标志来区分自己，并确保它与企业的品牌定位和价值观一致。视觉识别系统还包括其他视觉元素和图形语言，如图案、图标、图形和排版等。这些元素应该在整个品牌的视觉传达中保持一致，并与品牌的风格和个性相契合。

随着品牌的发展，两轮车企业可能会考虑将视觉识别系统应用于不同的产品线、子品牌或相关业务。在进行品牌延伸时，企业应该保持品牌标识的连贯性，并根据特定需求进行相应的调整 and 变化。通过精心设计、管理品牌标识和视觉识别系统，两轮车企业可以塑造一个独特、可识别的品牌形象，以便提升品牌认知度，并在消费者心中留下深刻的印象。

3. 品牌故事和文化传播

品牌故事和文化传播能够塑造品牌的个性和独特性，通过传递企业的历史、理念和价值观，企业能够在竞争激烈的市场中树立自己的独特形象。这有助于与竞争对手区分开来，并在消费者心中留下深刻的印象。

品牌故事和文化传播更有助于建立品牌共同体。通过传达企业的价值观和文化，企业可以吸引具有相似兴趣和价值观的消费者形成一个共同体。这种共同体可以通过社交媒体、活动和用户参与来进一步加强，从而提高品牌的影响力和用户参与度。

4. 产品质量和创新

企业应当以优质的产品和不断的创新来建立品牌声誉；确保产品具有可靠性、耐用性和卓越的性能，并且持续进行研发和改进，以满足消费者的需求和期望。产品质量是建立品牌信誉和口碑的基石，如果两轮车企业能够提供可靠、高质量的产品，消费者将更倾向于信任

对于两轮车企业而言，

品牌建设需要从多个方面入手。

首先，企业需要建立一个清晰的品牌定位和市场定位，

根据不同的消费者需求来设计产品线和销售策略。

其次，企业需要注重产品质量和技术创新，

提供具有差异化竞争优势的产品，

以满足不同消费者的需求和期望。

此外，企业还需要注重品牌宣传和推广，

通过多种渠道和媒介来提高品牌知名度和认可度，

建立消费者忠诚度。

和选择该品牌。积极的口碑有助于增加品牌的认知度和市场份额。

创新是保持竞争优势的关键因素之一。通过不断进行产品创新，两轮车企业可以提供新颖、独特的产品，满足消费者的需求，并在市场上脱颖而出。产品创新能够引领市场需求的变化。随着技术的不断发展和消费者的不断变化，两轮车企业需要持续关注市场趋势，并及时调整和创新产品来满足消费者的新需求。通过对市场需求的准确把握和产品创新，企业可以占据市场先机。

5. 消费者体验和服务

关注消费者体验，企业应当提供良好的售前售后服务和技术支持；建立积极的客户关系管理，处理消费者反馈和投诉，建立口碑和忠诚度。企业通过提供优质的消费者体验和卓越的客户服务可以增强用户的满意度。消费者在使用产品或服务过程中的感受和体验直接影响他们对品牌的好感和忠诚度。通过提供顺畅、愉悦和个性化的消费者体验，以及周到、高效和友好的客户服务，两轮车企业能够

提高用户满意度并建立长期的品牌关系。

积极的消费者体验和卓越的客户服务可以帮助建立良好的口碑和推荐，当消费者对两轮车企业的体验感到满意时，他们更有可能向他人分享积极的评价，并推荐该品牌给他们的朋友和家人。口碑传播是一种强大的营销工具，可以帮助品牌扩大影响力和吸引更多潜在客户。

6. 品牌合作

通过与其他知名品牌合作，两轮车企业可以扩大其品牌的影响力和知名度。与具有类似目标受众的品牌合作，企业可以让品牌得到更广泛的曝光和认可，吸引更多的潜在消费者。品牌合作可以创造互补价值，使两轮车企业能够提供更全面、丰富的产品或服务。合作伙伴的专业知识、技术或资源可以与两轮车企业的核心优势相结合，共同创造更具竞争力的产品或服务，从而满足消费者的多样化需求。

通过品牌合作，两轮车企业可以拓展其市场渠道，而合作伙伴可以为其提供额外的销售渠道或分销网络，使两轮车企业的产品更广泛地覆盖目标市场，增加销售机会和市场份额。

品牌合作可以促进创新和共创。不同品牌之间的合作可以带来新的创意和想法，推动产品、技术和市场的创新。通过与合作伙伴的协作和共同努力，两轮车企业可以获得更多的创新灵感和机会，提高市场竞争力。

7. 社会责任和可持续发展

企业应当承担社会责任，积

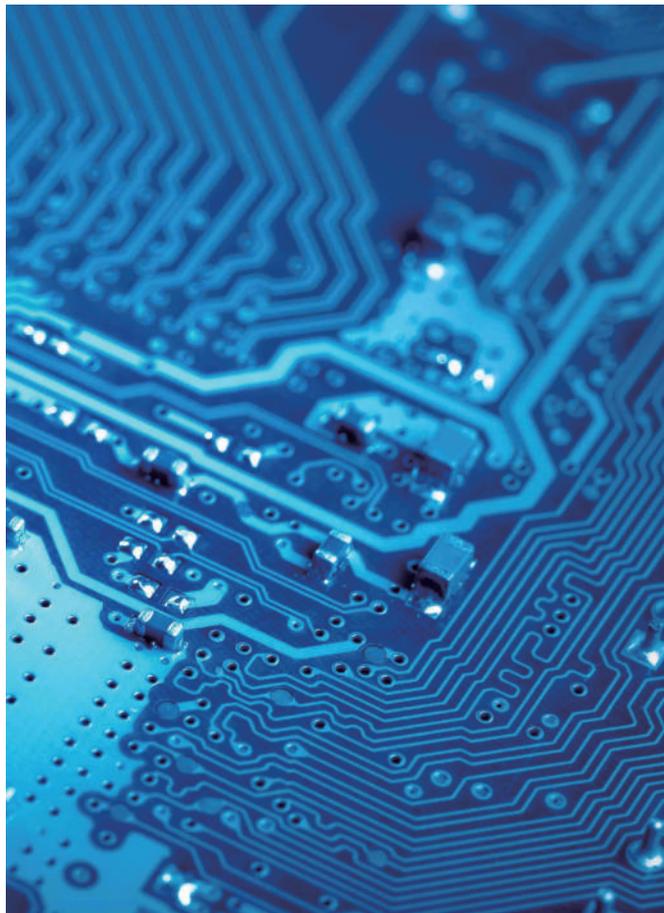
极参与公益事业和环保行动；通过可持续发展的实践，传递企业的社会责任感，树立良好的企业形象和品牌形象。积极履行社会责任和关注可持续发展的企业往往能够树立积极的品牌形象。通过关注环境保护、社会公益、员工福利等方面的问题，两轮车企业可以获得公众的好感和认可，进而塑造正面的品牌形象。

社会责任和可持续发展也可以帮助两轮车企业建立更紧密的合作伙伴关系。许多企业和组织倾向于与具有良好社会声誉和可持续性发展战略的企业合作。通过积极履行社会责任和可持续发展承诺，两轮车企业可以吸引更多的合作伙伴，并共同推动可持续发展的议程。

两轮车企业通过积极履行社会责任和关注可持续发展，可以在行业内发挥示范作用，推动整个行业的发展。通过分享最佳实践、倡导可持续性标准和引领创新，两轮车企业可以带动整个行业向更可持续和负责任的方向发展。

在全球化和数字化的时代，品牌建设成为两轮车企业在市场竞争中脱颖而出的重要策略。一个成功的品牌不仅可以吸引更多的消费者和合作伙伴，还能够为企业带来持久的商业价值和可持续发展。

因此，对于两轮车企业来说，重视品牌建设是至关重要的。通过精心构建品牌形象、提供优质产品和服务、履行社会责任以及与消费者建立紧密连接，企业将能够在竞争激烈的市场中脱颖而出，并取得长期的商业成功。



发挥品牌引领作用 做强做优中国品牌

整理 / 《中国自行车》编辑部

企业和品牌建设不仅仅是一个表面的形象塑造，它是一种持久且有意义的努力，旨在赢得消费者的信任、忠诚度和认可度。通过正确的品牌定位、独特的价值主张和积极的传播策略，企业可以在激烈的市场竞争中脱颖而出，与消费者建立深层次的情感连接。

品牌建设是一个全方位的过程，它涵盖了企业的核心理念、文化价值、形象传播以及与消费者的情感连接。在这个信息爆炸的时代，建立一个独特、可信赖和有影响力的品牌对企业来说至关重要。

为此，本刊编辑部采访了自行车行业内数家生产规模大、研发能力强、技术先进、市场占有率高、产业链完整的优势企业，分享他们在加强品牌建设，提升品牌的认知度和影响力，促进企业高质量发展方面的成功经验。

Q1 请介绍一下贵公司的品牌建设理念是什么？

永久：永久作为民族品牌、中华老字号品牌，要打造“百年品牌”，这不是口号，而是一份企业责任。永久坚持传承与创新相辉映的企业理念，始终将品质和研发放在首位。永久以铸就经典品质，打造国货精品的营销理念，紧跟时代创新步伐向前发展；不盲从市场变化，坚守本心，致力于将永久中华老字号所具备的悠久历史沉淀与丰富的文化底蕴传扬出去，与直播、“种草”、品牌联名等新型营销手段结合，配合多平台市场推广，在5G时代用前卫的意识，融入互联网大数据，让大众见证永久新风采。

当今社会已经不再是那个“酒香不怕巷子深”的时代，企业在注重产品质量和品种本身之外，更需要结合宣传推广手段

的创新。永久借助互联网新媒体力量，向大众传播品牌资讯并弘扬骑行文化。在疫情防控时期，永久入驻抖音进行垂直类自行车科普直播，仅2个月涨粉5万，目前关注人数已经突破15万；小红书永久话题标签阅读量突破200万；微信关注人数突破40万。永久话题标签全网阅读量突破3000万，在互联网时代做到了品牌出圈及品牌向年轻化发展。

凤凰：凤凰代表着中国工匠精神和海派文化，专注绿色骑行领域，目标是将中国品牌推向全球，使“凤凰”成为世界级的品牌企业。

全福：趋于零不良的产品品质是全福鞍座建设品牌的基础，而规模效应

带来的成本优势是全福品牌建设的敲门砖。全福专注研发生产鞍座 17 年，有足够的技术沉淀与经验积累，用一代人的拼搏努力为百年全福鞍座的梦想奠定坚实基础。

星恒：星恒以“做让老百姓有幸福感的锂电池”为使命，以“安全第一、成本最优、苛于品质、赢于服务”方针，致力于引领锂电池在新能源领域的应用，成为全球动力锂电池一流品牌。

万佳：苏州万佳电器有限公司创立于 2003 年，致力于助力自行车电机的高科技研发、制造和销售，并在美国、加拿大、捷克、荷兰、日本、罗马尼亚等地建立了多个全球售后服务中心。自成立以来，万佳一直秉持着“跨界研发，精密生产，智能制造”的理念，在产品的研发和生产过程中，始终坚持以技术研发为前提，不断提升产品性能和品质、推进智能电动自行车驱动系统的研究和发展。围绕“物联网+智能制造+大数据”的理念，万佳电机旨在提供一流研发及品控产品，打造智能化、差异化、数据化的电机驱动系统。搭载万佳驱动系统，可以赋予电动自行车更多功能选择，通过跨界技术的整合，以数据促进品质、以功能提升价值，不断满足未来高端电动市场需求，致力于填补行业空白。

绿源：绿源品牌创建于 1997 年，总部位于浙江金华。绿源自成立以来一直处于行业领先地位，是中国电动车创始品牌、电动车标准制定者、电动车核心技术与智能制造引领者之一。作为电动车行业的技术派，绿源致力于引领电动车核心技术发展，用科技改变国民出行。

作为与电动车行业共同起步的品牌，绿源的发展足迹很大程度上代表了整个电动车行业的发展进程。随着电动车产业的日益繁荣和绿源不断发展，绿源将继续坚持自身特色，认真履行社会责任，积极促进电动两轮车向耐用消费品升级，引领产业高质量发展。

绿源的使命是引领电动两轮车的核心技术发展，制造安心可靠麻烦少的产品。绿源的愿景是成为让客户满意，让员工幸福并可可持续发展的企业。

作为中国航天事业合作伙伴，
小刀以塑造优秀民族品牌为己任，坚持科技立厂，
立足于用户骑行痛点，
以不断更新迭代的动力型产品，
为用户提供更有价值感的科技出行，
为行业科技创新、技术变革增光添彩。

小刀：遵循“诚信”“责任”的企业经营理念，秉持“共享”“共赢”“创新”“平等”的企业精神，小刀电动车以“做百年企业，创价值品牌”为愿景，传承匠心品质，专注动力技术。作为中国航天事业合作伙伴，小刀以塑造优秀民族品牌为己任，坚持科技立厂，立足于用户骑行痛点，以不断更新迭代的动力型产品，为用户提供更有价值感的科技出行，并勇担行业高质量发展的时代使命，为行业科技创新、技术变革增光添彩。

雅迪：雅迪是中国首家电动两轮车上市企业，中短途出行领域的全球领导者，在品牌理念的建设方面始终是中国电动两轮车品牌的典范之一。此前，在行业陷入价格战泥泞时，雅迪就率先进行品牌梳理，通过“前沿设计、硬核科技、精工品质、优质服务、出口全球”等多维发力，构筑了品牌护城河。

目前，陪伴用户 25 年的雅迪，持续践行“以用户为中心”的品牌初心，以全球化、高端化、科技化、年轻化四大品牌升级战略，秉承“服务全球用户，成为世界级企业”的企业愿景和“让亿万人享受美好出行”的美好使命，加速完善品牌发展布局。



Q2 在品牌建设过程中，贵公司采取了哪些具体的举措？

永久：永久品牌传播步伐紧跟时代发展，在 2012 年率先入驻各大电商平台，如今已发展到 1 000 余家店铺，2022 年仅电商平台销量即达到 350 余万辆，在行业内遥遥领先。在品牌建设方面，永久全方位强化“创新”理念，如今紧抓互联网浪潮，深入扎根自媒体平台，为品牌赋能：在抖音进行垂直类自行车科普直播；借助微信公众号、视频号持续聚焦于“品牌文化”，输出有内容、有价值的深度文章；在小红书以用户共同创作内容为发展目标，将与用户达成良性互动放在首位。永久将线上平台作为企业文化窗口，带领受众认知品牌、传播骑行文化。

永久亦注重在品牌建设中展示产品，分别在中国展、浙江展、天津展、无锡展等行业重要展览中引领潮流，携众多前沿科技全系列产品参展，不断学习和进取；在骑行文化复苏的时代机遇中，积极组织并参与线下骑行，以上海为主阵地打造 200 多个线下骑行俱乐部，带动永久客户群掀起“骑行热”。

永久跨界电竞游戏行业已久，成功打造了行业首张电竞游戏名片。2017 年，永

久鼎力冠名腾讯 TGA 手游大赛，赛事席卷全国；2020 年重磅赞助网易 NeXT 赛事，参赛选手突破 30 万；2021 年联名和平精英首次推出跨界 IP 合作车款，引来玩家抢购热潮；2022 年以游戏破圈，与梦幻新诛仙经典国风游戏合作，立足于新时代前沿，在年轻圈层中弘扬传统文化；2023 年跨界合作潮流 IP “王者荣耀”，梦幻联动推出合作款车型，深入新世代消费者圈层，成功聚焦 6 亿多游戏玩家目光，引领行业新潮流。

凤凰：凤凰针对不同市场，建设两轮产品的品牌集群。凤凰品牌覆盖绝大部分市场、丸石品牌主打日本市场。凤凰品牌针对不同细分产品，设有“凤凰锂电”（Phoenix Electric）、“凤凰菲尼仕”（FNIX）、“凤凰菲尼仕童车”（FNIXSTAR）等多个子品牌。凤凰通过打造品牌专卖、品牌跨界、线上直播、线下体验等多元化品牌传播方式，针对不同消费者打造不同的品牌产品。凤凰未来还将资本收购海外的成熟品牌，建立面向全球市场的绿色出行品牌矩阵。

全福：全福的措施是积极联络世界级知名整车品牌及组车厂开展商务推介洽谈；与现有头部客户（雅迪、爱玛、新日、台铃等）加强深度战略合作；全面利用互联网、移动互联网终端开拓推广公司及产品；有规划性地参与国际、国内有影响力的展会；参与国家标准起草及修订、参与协会标委会的小组工作，承担小组责任；借助行业协会的力量将各方面资源请进工厂，全面铺开品牌推广路径；借助管委会的渠道与资源，全面推介公司。

作为“电动车自主研发科技制造领先品牌”，26 年来，绿源始终坚持自主研发的科技创新，坚定以原创技术勇闯两轮出行“技术无人区”，实力引领行业向高质量发展进阶。

星恒：为加强品牌建设，星恒多措并举。

明确品牌核心价值：星恒明确以“做让老百姓有幸福感的锂电池”为使命，以“安全第一、成本最优、苛于品质、赢于服务”方针，致力于引领锂电池在新能源领域的应用，成为全球动力锂电池一流品牌。

重视品牌认同：星恒制定了视觉 VI、品牌标语、企业文化、宣传手册、产品手册等品牌物料，制定了品牌传播规划，积极与行业内的优质媒体开展合作，在各类媒体平台、行业垂直领域进行内容沉淀，并分析反馈改进，以适应市场需求。

强化品牌价值：星恒以持续的创新研发打造满足用户需求的高质量产品，推陈出新，并不断改善服务质量，满足市场不断变化的需求，以提高企业品牌价值，提高企业品牌竞争力。

万佳：在品牌建设过程中，万佳注重企业形象的建立，公司创立之初就建立了自己的品牌——万佳（VINKA），实现品牌统一化、标准化和一致性。万佳十分注重产品的质量与创新。质量品牌的本质、基础，也是品牌的生命，产品质量代表了品牌质量。万佳所有的产品都有着严格的装配流程，从定转子组装到一次检测，再到扭矩、绝缘耐压、性能测试，每一个生产环节都会有专业的质检人员反复多次地进行检查。同时，万佳也在不断创新、改进和完善。2023年，万佳 VBOX20 获得了“2023 中国展创新奖”。靠着新老客户的口口相传，万佳在客户心中的满意度及品牌影响力也在逐步上升。“吸引优秀人才，激励优秀人才，合理使用优秀人才”是万佳一直努力践行的方向。在人才方面，2011年，万佳成立了苏州大学产学研基地；2023年联合东南大学苏州研究院成立了企业工程研究中心。万佳还注重对品牌及产品的宣传和推广，加强官网、社交媒体营销等多种方式，让更多的消费者了解和认知万佳的品牌和产品。



绿源：作为“电动车自主研发科技制造领先品牌”，26年来，绿源始终坚持自主研发的科技创新，坚定以原创技术勇闯两轮出行“技术无人区”，实力引领行业向高质量发展进阶。

在 1.0 时代，绿源首创初代“三大核技”，让电动车跻身为与自行车、摩托车分庭抗礼的新型国民交通工具；在 2.0 时代，绿源再次启动智能安全、智能续航、智能防盗三大系统布局，满足用户对电动车更快、更强、更远的进阶需求；在 3.0 时代，以液冷科技为核心的技术大爆发，绿源一举推动电动两轮车从“易耗型消费品”向“耐用型消费品”的关键转折。

绿源积极推动“第二代电动车”液冷电动车的加速普及，让全球消费者共享“超强耐用 超长续航”、百公里一直骑 10 年的电动两轮车。

小刀：在品牌定位方面，小刀围绕“更强动力 小刀科技”的品牌定位，通过应用航天技术，夯实品牌定位，强化消费认知。小

刀已先后与中国航天科工十院、上海航天控制技术研究所等航天研究院达成战略合作，深入研究高功效电机、车辆控制系统等项目。航天动力系统的问世，促进了行业动力技术的跨越式进阶。凭借技术优势，小刀树立起强大的品牌“护城河”。

在品牌势能方面，小刀多次登陆央视，并走进全国卫视春晚、顶级综艺、热门影视剧等，全面展示小刀的品牌形象和产品性能，斩获了顶级流量。同时，小刀凭借深厚的技术底蕴和品牌实力，先后邀请演员古天乐、演员杨紫、演员海清、艺人马天宇、演员佟丽娅、歌手黄子韬、女排运动员朱婷、世界足球运动员克里斯蒂亚诺·罗纳尔多出任小刀品牌形象代言人。

强大的品牌声量、出色的产品力表现，令小刀电动车收获大批粉丝，获得用户青睐，成就了小刀企业的高速发展。小刀先后被评为“中国质量万里行投诉平台跟踪品牌”“《大国品牌》企业”“中

国航天事业合作伙伴”“连续6年全国销量领先”“2022品牌强国·年度影响力企业”“电动两轮车动力技术领先品牌”等荣誉和称号，并获得来自国内及欧洲、南亚等国外地区广大用户的信赖和支持。

雅迪：品牌建设在企业飞速发展过程中助益良多，而雅迪非常重视品牌建设，并做出了诸多重点举措。

第一，雅迪通过对市场和用户不同需求的洞悉，快速研发自主专利车型，并将其推向全球不同的细分市场，填补市场空白、满足全球用户需求。雅迪凭借绝对领先的实力，实现连续6年全球两轮电动销量领先，赢得全球超7000万用户的认可。

第二，在品牌研发实力上，雅迪持续加大投入力度。目前，雅迪拥有6家行业领先水准技术研发中心、1家国家级工业技术设计中心、两大CNAS国家级企业实验室、1000多名研发人员，手握1890项国家专利。雅迪行业首创

的TTFAR石墨烯电池，取得36项核心专利，累计销量超4500万组。前不久，雅迪还正式发布华宇第一代钠离子电池——“极钠1号”及其配套整车——雅迪极钠S9，开启了雅迪品牌全新的能源生态矩阵，即石墨烯铅酸电池、碳纤维锂电池、钠离子电池“三驾马车”并驾齐驱的新能源产业领先布局。

第三，雅迪在出海领域的成绩也十分亮眼。雅迪率先布局海外市场，积极探索海外本土化运营，推动研、产、供、销、服的全面出海，建立了行业首个海外基地，并通过在多国设立运营中心等方式，结合海外不同市场用户需求定向研发，为世界电动化出行贡献中国智慧。目前，雅迪已在全球建成七大生产基地，出口全球超100个国家和地区，终端门店超40000家，是中国交通工具领域中少有的全球顶尖品牌，已经成为彰显国家实力和形象的闪亮名片，引领越来越多的民族电动车品牌开拓海外市场。



Q3 贵公司在产品设计、生产制造、市场营销等方面如何保障品牌的质量和口碑？

永久：永久面对市场竞争激烈、消费者需求多元化的挑战，需要不断地进行研发和创新，以保持竞争优势，主要从以下几个方面入手。

在提升产品品质和性能方面，永久严格把关各生产环节，安排专人专项负责，高标准、严要求、全方位提高车辆的安全性、舒适性、耐用性等品质。

在产品研发方面，永久自身的研发团队不断开发，并与以色列的科研机构进行合作，共同开展技术研究和开发，制造永久专利产品，出品了一系列创新型的概念童车与青少年车。

在产品矩阵创新方面，随着电助力自行车的国际市场不断发展，永久以前瞻性的视角，提前布局电助力领域，率先推出十几款电助力产品，以满足消费者更加多元化、个性化的需求；布局中高端系列市场，将最新研制的白金系列高端产品推向市场。

在提升用户服务满意度方面，永久通过不断完善售后服务、借力于在线管理系统等，提升用户体验，增强品牌忠诚度。

在加强品牌和渠道建设方面，永久搭建自媒体 IP 矩阵，传播骑行文化、扩大品牌影响力和渠道覆盖率，以提高市场竞争力和消费者认知度。

凤凰：凤凰投资千万元组建自行车、电动自行车新品研发中心和覆盖行业上下游的检测中心，拥有研发专利百余项。凤凰钛合金自行车产品被国家外事部门推选为国礼。2022 年，凤凰检验检测实验室获得了中国合格评定国家认可委员会授予的 CNAS 认证，这也标志着“凤凰”所出具的检测数据结果将被全球 100 多个国家和地区的国际互认机构予以承认，检测结果具有国际性、权威性和公信力，

让凤凰在国际贸易上更具有优势。凤凰作为组长单位，主持编制了自行车新国家标准 GB3565-2:2018，并在 2022 年予以实施。

全福：全福产品设计发布由生产端、品控端的技术骨干参与评审，确保设计合理且能高效生产。

在生产制造过程中，全福鞍座的品质管理是全员品控，生产经营规模达 40 000 m²。全福拥有 500 名在册员工，多个电动车鞍座、自行车鞍座各工序生产车间，共计有 16 条全自动高压发泡圆盘线，78 台全新集中供料、集中制冷全新注塑机，及 42 条组装生产线（24 条电动车鞍座组装线、18 条自行车鞍座组

全福产品设计发布由生产端、品控端的技术骨干参与评审，确保设计合理且能高效生产。

在生产制造过程中，全福鞍座的品质管理是全员品控，生产经营规模达 40 000m²。



装线)，各品类鞍座年产可达7 000万只。全福布局了全制程检验的管理理念，品质管理团队对来料合格负责，下序对上序的品质进行检验，不生产不良品、不流通不良品；全福通过配合各线线尾全检、各车间主任及巡检的抽检、各批次入库前的批次检验等，实现高标准品质标准。

此外，合理的物流运输包装方式、急速响应的售后机制，都保证了品质的安全性及品牌的可信度。



星恒：为保障可靠的产品质量，给用户 提供高品质的锂电池，不断打造向上的品质口碑，在产品 设计方面，星恒基于充分的市场调研，开创标准模块化产品，使之成为市场经典爆款产品，引领电动车锂电池标准化；在生产工艺方面，星恒滁州生产基地采用先进、智能的生产设备，全面实现自动化生产，每一只电芯都经过六大生产环节、21 道工序的精工打磨，每一道工序都有着严苛的质量检测，加上激光顶焊、闭口化成等专利打磨技术的应用，极大地保障星恒锂电池产品的安全性、可靠性，使之处于行业领先水平。星恒以持续的创新、可靠领先的品质打造出了值得国民信赖的锂电池，形成极强的品牌口碑与影响力，成为行业中领军品牌和标杆模范。

万佳：万佳提倡流程化的企业管理方式，任何业务活动都有明确的结构化流程来指导，以目标和客户为导向进行责任人推动式管理。同样，研发设计工作也不例外，万佳从概念、计划、开发、验证到发布的每个阶段都会做好充足准备，都有相应责任人进行项目管理与推动，并且每个阶段都会采用团队评审的方式来进行验收。万佳采用了 TR1—TR6 技术评审，一般 TR6 评审通过后，产品就可以正式对外发布。

在生产制造过程中，万佳推行了严格的质量管理制度，完善了生产工艺、测试系统、加工设备等。万佳严格执行 ISO 体系标准，日系供应商体系与零配件导入，全工序级别的全检品控与 MES 追踪，严格控制生产过程中的质量和交期。而且，万佳拥有自己的产品安全基线，将产品安全要求融入了从设计、开发、测试到生产的整个过程中，保障了交付给客户的各个产品都能够满足各利益相关方关注的安全质量要求。

在市场方面，万佳会使用标准化的产品参数和图片，通过多种渠道向消费者提供充足、准确、直观的产品信息。如果客户在使用过程中遇到问题，万佳设有专门的售后组会进行处理。此外，万佳在全球还建立了多个海外售后点，及时解决和妥善处理当地客户的问题和反馈。

绿源：在产品 设计层面，液冷电动车是“第二代电动车”。2019 年，作为全球液冷电机的开创者，绿源成功研发液冷电机技术。该技术直面上一代轮毂电机在高温运行状态下产生的热负效应，从根本上解决了影响电动车耐用性的核心问题，拉开了电动两轮车从“易耗品”向“耐用品”迭代的序幕。

2023 年，绿源推出全新一代液冷 2.0 系统，对电机、控制器、充电器进行“全面升级和寿命翻倍”。新一代液冷 2.0 系统包括搭载液冷科技和石墨烯散热涂层科技的液冷电机 2.0、一体封装的石墨烯固态控制器、一体封装的固态充电器。其核心工作效率和耐用性进一步得到提升，使用多年仍能保持峰值性能，真正实现“超强耐用 超长续航”、

百公里一直骑 10 年。

在生产制造层面，基于电动车最基础的“四大件”，绿源已实现了电动车几乎所有重要关键技术的自主研发和精工制造。在制造工艺方面，当行业还在采用人工组装生产模式时，作为行业第一批国家认定的高新技术企业，绿源早已实现了从电机自动嵌线，到电机装配自动化、电机端盖固定自动化的全流程电机生产自动化，最大限度地保证了电机的稳定性及产品的一致性。

以液冷电机为例，在整车适配前，液冷电机还将经过 300 h 电机疲劳测试，对全方位指标进行严格把关，确保产品质量，测试严苛程度远远高于国家标准。而在电机决定了整车可用年限的基础上，绿源对电机之外各项部件的可靠性、耐用性指标亦全部看齐液冷“不死心脏”的寿命标准，严苛程度远超行业标准。核心部件质保期更是行业平均的 3 ~ 10 倍，堪称电动车行业质保天花板。

作为“电动车自主研发科技制造领先品牌”，绿源不仅拥有近千人的研发团队，并建有省级电动车研究院，以及被誉为电动车行业最先进、最严苛的 CNAS 认证实验室，检测能力比肩国际先进水平。

在市场营销层面，2023 年 5 月，共有超 470 万网友在线观看主题为“热传导”的《张朝阳的物理课》，搜狐创始人、董事局主席兼首席执行官张朝阳和绿源创始人、总裁倪捷根据麦克斯韦方程组推导出导线中电子的趋肤效应，其中铜损导致搭载上一代轮毂电机的电动两轮车工作时产生热量并致使永磁体高温退磁，电机的衰退加速影响了控制器、电池等核心部件出现不规则的衰退。经过牛顿冷却定律计算，搭载液冷技术的第二代电动车——液冷电动车能够持久保持峰

值性能，从而获得接近理想的电驱性能和寿命存续。

2022 年 9 月，绿源液冷电动车以连续运转“624 h 37 min 55 s”的超长时间，成功挑战了吉尼斯世界纪录。经过极限测试后，液冷电机的工作效率及各项核心零部件几乎实现零损耗。

无论是实践还是理论，都验证了绿源液冷电动车“一部车骑 10 年”的耐用品质。

小刀：深耕市场多年，小刀电动车对于用户的消费心理与需求变化有着庞大的数据支撑和明晰的研发方向。

提升自主研发能力，打造竞争力产品。小刀联合国内顶级工业设计团队，给行业展示了差异化、时尚化的全自主研发成果，为全国用户打造更具价值与“骑趣”的车型。喵系、朋克、菲依等作为小刀自主研发设计的代表车型，在色彩、工艺、材料、表面等方面，全面洞悉用户消费需求，以超前的思维与设计语言引领消费趋势。凭借出色的研发实力，小刀产品先后荣膺“2022 中国数字化营销金牛奖”“最佳技术驱动营销奖”“2022 品牌强国·年度影响力企业”“电动两轮车动力技术领先品牌”“2023 Ray 时尚电动自行车 TOP 榜”“2023 美国缪斯设计奖（Muse Design Awards）金奖”等多项重量级荣誉，获得社会的广泛认可。

夯实“质造和智造”，提升生产综合实力。小刀坚持“高起点、高科技、高标准”的原则。作为少数拥有 CNAS 认证实验室的企业之一，小刀通过重磅级研发投入，不断锻造升级小刀电动车卓越的品质。如今的小刀已形成四大基地六大工厂的产能布局，年产量突破 1 000 万台。

注重创新营销，强化动力属性。小刀行业首创的环球飞车秀，连续 7



年为行业注入“新技能”；举办爬坡挑战、跨城计时赛、车辆道路救援、极限拉力赛等系列创新活动，以强悍的姿态展示产品的更强动力。

权威的质量认证，自主创新的科技，领先的动力基因，小刀努力诠释新的科技出行。

雅迪：在质量上，雅迪率先落地“双倍质保”，应用 Yadea Link-QC 质管平台，全链路管控产品品质，以精细的集成产品研发流程、精智的双驱智造、高于国家标准的精工检测，使工艺装备达到行业内领先水平，部分零部件达到汽车级、航空级工艺标准，全面彰显行业高品质的水准。

在口碑上，雅迪以用户为中心，持续践行“让亿万人享受美好出行”的美好使命，建立以高标准、高质量、专业化服务用户的“雅迪车服”体系，以“一键呼叫 好服务就在你身边”为宗旨，坚持“多、快、好、省”的服务特色，为用户提供超预期的服务感受，打造行业的极致服务标杆，累积用户高口碑。

此外，基于过硬的品质底气，雅迪还颠覆性地开创行业“自购买日起，雅迪 TTFAR 石墨烯电池，24 个月换新”的品质服务升级，让用户选择雅迪而无后顾之忧，实现品牌品质口碑的快速裂变。

Q4 如何与消费者进行沟通 and 互动，以更好地了解 and 满足他们的需求和期望？

凤凰通过小红书等新媒体平台，以产品推广、“种草”、“拔草”的全链路营销，形成了优于传统广告、促销的新商业模式。

永久：永久 1 000 多家专卖店遍布全国，永久的每一家门店，都是一个致力于为客户提供最贴心服务的地方。从购买到售后，永久都全力为消费者提供专业的咨询问答、产品的保质保修、品牌的线上线下服务，随时接受用户回访，满足用户需求。

永久扎根上海，率先响应号召参与上海市级企划：举办五五购物节，永久携全新车型线下亮相，通过火爆游戏 IP 装扮、跨次元合拍 CP 等，引领潮流消费新场景，打造永久上海新地标限时店；助力运动赛事，永久携手子鹃应急救援队，保障上海半程马拉松；参与环保市集“一篮菜市”，永久与消费者面对面交流，深入了解需求、传播品牌文化。通过种种活动，永久深刻了解到消费者的需求并提升了品牌知名度，未来有望进一步扩大市场份额。

永久品牌宣传与时代共进步，在大众媒体时代投放电视广告，在中央电视台

《天气预报》等黄金时段节目中进行永久广告植入，冠名上海电视台王牌综艺《妈妈咪呀》，赞助《中国达人秀》《梦立方》《中国梦之声》等节目。在自媒体浪潮时代，永久打造品牌自媒体矩阵，丰富品牌生命力，让品牌与用户生长在一起：抖音直播打破时空壁垒、小红书线上互动话题评论区互动不断、视频号与 B 站短视频 5G 社交新玩法等，永久借助媒介连接用户与内容，让品牌营销更有温度，让产品更贴近大众生活。

凤凰：新一代用户聚集的抖音、B 站、小红书的“种草”“拔草”的新营销模式，成为年轻用户选择商品的新模式。以小红书为例，该平台 90% 的用户人群都是女性用户，它通过消费者分享自身的产品使用感受，自发进行产品推荐，相比统一化、模板化的广告推广，更为真实可信。2021 年，凤凰开设小红书凤凰官方账号，凭借大众熟知度和国民认可度，优选品质、颜值在线的童车产品，以及有

趣的小凤凰 IP 卡通形象，迅速在小红书平台积累起了人脉和口碑，并以此为基础在小红书上形成了独有的凤凰童车品牌的可爱风格，聚集了一大批自发推广凤凰童车产品的小红书博主群体。博主们以各自不同风格的图文、视频方式发布产品使用实况，从而引发其他小红书用户的好奇点赞、购买使用及信息二次传播。凤凰通过小红书等新媒体平台，以产品推广、“种草”、“拔草”的全链路营销，形成了优于传统广告、促销的新商业模式。

全福：全福专门挑选明星产品进行路测，确保设计合理且务实；专门设立展厅，欢迎各方人士莅临指导；工厂有样车区，支持来宾对各产品进行随机测试；官网、小程序都预留专门沟通邮箱，用来搜集市场反馈及建议。

星恒：星恒以“做让老百姓有幸福感的锂电池”为己任，始终紧抓市场机会，立足终端使用场景，以消费者需求为本，不仅为消费者提供更优质、更高性价比的锂电产品，还以高效、专业的售后服务，保障消费者权益，提高消费者的体验感与幸福感。星恒在行业率先推出全新“星·服务计划”，产品承诺当天赔付、全国联保，并在全国打造超 2 600 家售后服务网点，及时解决用户困难。第 4 代智慧检测仪可实现 3 min 检测，以智慧检测仪等技术手段带来完整的售后服务体系，实现售后无忧。星恒获得了全国商品售后达标认证证书，售后服务也达到了“五星级”，真正为用户带来高效、专业、及时的售后服务，为消费者打造品质体验。

万佳：首先，万佳电机事业部所有的员工对自己的产品都有深入的了解，尤其是研发中心、业务端、售后端的同事，更是对万佳的产品特性了如指掌。同时，万佳会根据市场需求和变化进行定期的市场调研，尽可能地了解一些同行业的品牌信息，不断丰富员工的产品知识。只有清晰地了解自己的产品和行业现状，才能更好地了解消费者的需求。

其次，万佳员工会与客户建立长期的联系与沟通，对他们的意见和建议进行收集和整理；万佳还建立了各类社交媒体

品牌交流平台，积极与消费者进行互动和沟通；万佳在全球范围内建立了快速反应机制和 11 个售后服务中心，以便为全球客户提供更加便捷高效的服务。在未来，万佳将继续坚持质量和口碑双赢的模式，不断提升品牌的软硬实力和用户体验。

绿源：2023 年，绿源正式宣布成为中国国家乒乓球队的官方合作伙伴，在 2023 南非德班世乒赛期间以实力致敬“国球”，强势登陆央视体育频道黄金时段，携手全国观众为国乒德班世乒赛实力应援。据酷云 EYE 权威数据显示，决赛当晚直播关注度峰值达到 1.54%，连续多日位列黄金时段全部频道直播关注度第一位。绿源还在线上 and 线下数千家门店同步展开多元化营销活动，以实际行动应援国乒，仅微博话题阅读量即超千万。

同时，绿源在年轻化赛道上持续深耕，从爆款大剧到王牌综艺，找准流量聚焦点，借势泛娱乐流量打造爆款产品，例如《向往的生活》《嗨放派》《快乐再出发 2》《种地吧》等国民级顶流综艺，以及《去有风的地方》《纵有疾风起》《后浪》等爆款热播电视剧。



此外，绿源发起“品质骑遇记”活动，邀请用户在全国各地开启绿源骑行的环游之旅。凭借骑行者们一个个惊人的骑行挑战，不仅向国人展示绿源电动车的强劲实力，更承载着用户向往诗和远方的梦想，向大众展现青春与勇气的力量。

小刀：如今小刀已成为行业头部品牌，支撑起小刀的，有矢志不渝的品质初心，有传承多年的动力基因，还有无数认可小刀的用户。小刀秉持工匠精神和精益求精的科研态度，重视用户需求，不仅关注产品的功能属性，更兼顾用户的情感需求，并提供完善的售后服务体系。

小刀深知从用户中来，到用户中去，连续举办“全国巡回十年老用户免费换新活动”，打造“门店试骑专区”，建立“小刀售后服务中心”“24小时售后在线”“24小时电话救援”等，围绕消费者核心诉求，不断丰富产品矩阵、提升质量标准、满足个性化骑行，创下连续6年全国销量领先的佳绩。这背后不仅是销量领跑，更是小刀在技术、产品、品牌等多维度的全面领先。

雅迪：“以用户为中心”是雅迪长期坚持的品牌初心，目前，雅迪在全球已拥有超7 000万用户。雅迪立足于全球视角，以卓越产品为载体，始终与用户保持良好高频的互动与沟通。

在产品研发前期，雅迪会开展大规模的用户沟通调研；在产品面市前，也会让用户参与内测。以近期接连掀起热销浪潮的雅迪冠能旗

舰车型——雅迪冠能奢享 Q9 为例，在外观上，雅迪基于用户对设计美学的全新期待，从欧式风尚中汲取灵感，独创复古美学，以新复古主义引领行业设计新潮，用独一无二的美学理念成功打动用户。

在骑行体验上，雅迪冠能奢享 Q9 特别加持了行业首发的 UX 优享工艺，用户骑上就能体验到置身云端的舒适感。同时，雅迪还参照用户的真实反馈，针对座高、车把高度、踏板高度等细节，都做了贴心的考量与定向设计，真正为用户带来极度舒适的骑行体验，进而获得了极高的市场反馈。

在用户安全的普及上，雅迪先后开展了“717 骑行节”“一盔一带”“一人一车”“幸‘盔’有你”等近千场覆盖全国各地的线下活动，向用户面对面普及交通安全知识，赠送安全头盔，为推动用户交通安全习惯养成贡献了力量。

同时，在品牌年轻化战略的指引下，雅迪也十分注重与年轻用户间的连接。仅2023年上半年，雅迪已赞助《青春环游记4》和《一起露营吧2》两大热播综艺节目；跨界合作迪士尼草莓熊 IP，推出圈粉年轻用户的雅迪迪士尼草莓熊限量款车型，扩大了品牌在年轻群体中的影响力。

在国际市场上，雅迪更加速与海外销售公司合作，组建本地化的团队，以便更深入地了解当地用户的不同需求，更好地融入海外市场。



Q5 贵公司在品牌保护和维权方面做了哪些工作？ 如何保护知识产权和防范恶意侵权？

永久：永久向来把质量管理和品牌管理作为安身立命的两大基础。针对品牌及知识产权的管理，永久主要的工作重心有3个方面，即保护、维权、预防侵权。

在保护方面，“永久”中英文及相关标识均在各个业务领域完成了商标的布局，并就未来可能涉足的领域也预先进行了保护注册，同时采取了商标“护城河”措施，即将与永久相类似的文字如“永欠”“示久”等也进行了注册。针对其他妄图套用永久名号，抢注近似商标（比如“永见”）的行为，予以积极打击，采用商标无效诉讼、起诉不正当竞争的方式，通过法律途径维护商标权益。

在维权方面，永久安排专门部门并连同合作的知识产权机构每日对线上各大网站、销售平台进行监控，一旦发现疑似侵权产品，直接转交公证处固定证据，并通过法律手段进行维权，现已形成固定工作流程。同时，永久定期会安排各大区销售经理及负责人进行全国市场走访，如发现疑似侵权产品将通知公司，并由公司协同处理。同时，永久还设有经销商检举制度，全国经销商如发现侵权也可向公司提供线索。

在预防侵权方面，在推出新产品前，永久将安排专门部门对现有产品专利进行检索，如出现近似专利，将对现有设计进行调整，规避侵权。

凤凰：凤凰品牌的发展壮大需要公司长期的建设规划，也同样需要企业和社会各方力量对品牌知识产权的维护。凤凰立足现在展望未来，将重塑民族品牌荣耀作为企业长期战略目标，坚持创新发展与品牌经营之路。



永久向来把质量管理和品牌管理作为安身立命的两大基础。

针对品牌及知识产权的管理，

永久主要的工作重心有3个方面，即保护、维权、预防侵权。

凤凰高度关注品牌的知识产权保护工作，在持续推进市场巡查的同时，积极引进专业律师事务所协助公司制定知识产权运作战略，完善知识产权管理制度，管理知识产权资产。

同时，凤凰不遗余力地在全国范围内，配合政府部门开展维权打假的专项行动，严厉打击假冒侵权的违法行为，维护自身的合法权益，为热爱凤凰的广大消费者提供优质放心的出行产品。

全福：全福对新产品及新技术积极开展专利申请工作，加大知识产权保护力度。同时，全福也在不断提高研发团队的创新速度，来有效保障自有知识产权的优势。



万佳高度重视品牌的主动保护，拥有GB/T29490知识产权管理体系认证，严格按照法律程序实施商标的申请、注册、评估、使用许可等。

星恒：星恒注重品牌保护与维护，提升品牌竞争力，保护品牌权益，积累品牌资产价值。一方面，星恒完善商标注册、企业名称、标志设计等工作，对其予以保护与保障，并且成立品牌管理部门，制定品牌管理措施和年度计划，明确职责分工，强化品牌保护的组织管理。另一方面，星恒积极申请专利技术，加强知识产权保护。截至2022年，星恒累计申请、获批的专利已达400余项，并于2022年获得“知识产权管理体系认证证书”，这也标志着星恒在知识产权创造、运用、管理和保护方面全面迈入国内领先水平。此外，星恒还注重申报科技创新成果，申报并通过“江苏省高新技术企业”认定，获得“江苏省认定企业技术中心”“江苏省锂离子电池

工程技术研究中心”“苏州市锂离子动力电池工程技术研究中心”“培育自主知识产权重点企业”等多个认定。

万佳：万佳高度重视品牌的主动保护，拥有GB/T29490知识产权管理体系认证，严格按照法律程序实施商标的申请、注册、评估、使用许可等。同时，万佳严格执行国家相关法律法规，采取了多种措施保护企业知识产权。在内部管理方面，万佳有严格的管理制度与加密系统，对所有万佳信息进行保密，确保信息安全。在专利申请方面，万佳会在全球专利库里进行搜索确认后再申请各项专利权。目前，万佳已获得国内外专利授权数量110余项。此外，公司每年会聘请专业的知识产权保护专家及法律顾问为员工进行培训，提升员工知识产权保护意识。一旦发现任何恶意侵权行为，万佳将第一时间保留证据，采取法律手段，维护企业合法权益。对于公司内部出现的侵权行为，万佳将严肃处理，并采取相应措施进行整改。

绿源：绿源坚信尊重原创和保护知识产权，方能成就大国品牌。绿源将与

中国电动车品牌一起携手向上，做大做强中国电动车产业。

据公开资料显示，截至最后实际可行日期，绿源在中国持有 374 项专利，其中 45 项为发明专利，219 项为实用新型专利，110 项为外观设计专利。绿源还获得了由全球著名增长咨询公司弗若斯特沙利文（Frost & Sullivan）授予的中国电动两轮车行业“自主发明专利数量中国第一”和“产品消费者品质满意度市场第一”的双重认证。

小刀：截至目前，小刀已拥有 200 多项国家专利，尤其在电机、控制器的自主研发方面取得了突破性进展。从行业首创双动力系统，到小刀与中国航天联合研发的航天动力系统，它们给行业带来了深度的变革，并实现电动车动力效能新的飞跃。

在品牌形象方面，小刀根据市场变化及公司战略调整，主动升级品牌形象及应用，以全新品牌 VIS 形象，打造品牌专营门店，强化用户对小刀的品牌认知。

雅迪：雅迪始终秉承长期主义精神，大力投入研发，不断增强自身科技实力与专利储备，全面加强知识产权保护体系，助力行业高质量健康发展。

2022 年 5 月，无锡市公安局会同锡山公安分局、锡山工商业联合会和江苏省自行车电动车协会，在雅迪集团总部举行了电动车行业知识产权保护“服务前哨”揭牌仪式，正式在雅迪设立无锡市首个知识产权联络站点，彰显了政府相关部门对雅迪科技创新工作和知识产权保护创新成果的充分肯定。

就在前不久，针对市面上一些恶意模仿雅迪拥有自主知识产权的产品，为了维护企业和消费者的合法权益，雅迪官方已正式发布维权声明，并向相关执法部门对侵权行为进行投诉。

未来，雅迪也将积极尊重与维护知识产权，加快自主研发创新的步伐、加强研发成果的保护，加大力度打击侵权品牌及不正当竞争行为，筑牢品牌及行业的“护城河”。

Q6 在品牌建设中，贵公司是否注重社会责任和可持续发展？具体做了哪些工作？

永久：永久勇于承担社会责任，书写可持续商业道路。在商业发展中永身体力行践行绿色环保主义，在产品研发阶段即严格控制用料与设计，力求环保，为国家节能减负，为用户健康保驾护航。

首先，永久淘汰老旧的、污染严重的、技术含量低的设备，采用机械化、密封化、自动化设备生产，改进原有工艺，提高生产效率，减少环境污染，采用先进的环保设备、设施、技术，治理轻微的环境污染。

其次，永久对异味污染物采取净化回收处理，以达到企业厂界外无化工异味的要求。

再次，永久坚持环境保护从源头抓起，对挥发性原料、产品的储存必须采用密闭设施，对散化工异味的设施必须采取密闭处理。

同时，在车辆制作过程中永久用料环保，采用环保烤漆外贴以及环保车架贴花；在面积最大的车漆选用上，舍弃传统自行车常用的油性漆，采用了更环保的水性漆。

在后疫情时代，永久主动扛起环保大旗，秉持用心传递美好、爱护家园的理念，生产以健康、自然、环保为主题的产品，传达品牌态度。

凤凰：在 2022 年上海疫情防控期间，凤凰成立抗疫物资捐赠小组，积极联系

物流和人员，向上海抗疫一线定向捐赠电动车和急缺的抗疫物资。由于凤凰驰援疫区，并做出迅速响应，被地方政府评为“抗疫先锋”。

全福：全福专门在厂区规划了4套50 000 m³/H 高品质环保设备，来保障日常生产废气处置与回收。全福将丝印车间、预装刷胶工位、各生产设备、组装线烤皮设备等都接入环保设备，积极主动地承担环保责任。

星恒：倡导并践行社会责任是星恒高质量、可持续发展的助推器。星恒积极履行社会责任，牢记企业使命，积极投身公益事业，自觉主动履行在环境、社会和公司治理方面的责任，与政府、机构、人民群众建立沟通机制和渠道，包括积极开展“锂电安全中国行”“锂电安全进社区 公益便民服务”等锂电安全主题宣传活动，参与起草和编制《电动自行车用锂离子蓄电池安全技术规范》《电动自行车用锂电池安全使用白皮书》

《电动自行车用锂离子蓄电池安全要求》《电动自行车用充电器安全技术要求》等一系列锂电池相关国家标准。星恒不忘初心，努力实现企业商业价值和社会价值的统一、经济效益和社会效益的统一。

万佳：万佳认为，企业的健康发展与社会责任的承担是密不可分的。万佳一直在努力为社会和环境做出贡献，推动可持续发展。万佳拥有自己的骑行队，成员都是平时热爱骑行运动的同事，每周他们都会举行骑行活动并进行环保宣传。同时，在公司经营业绩不断提高的形势下，万佳管理层认识到在不断提高产品质量的同时，企业还有“服务社会”的义务。为此，2004年，万佳推广实施了ISO14001环境管理体系，并且在2006年年初开始建立OHSAS18001职业健康安全管理体系。2021年，万佳开展了499 kW 水泥屋顶分布式光伏发电项目，每年可节电达60万kW·h。2023年万佳又新采购了8台节能排污

设备，加强了能源和水资源的管理，实行物料循环利用，减少污染物排放等。在为客户提供满意的产品和服务的同时，遵守法律法规，以人为本，关注环境保护和职业健康安全已成为万佳发展的新理念。

绿源：提供优质产品是企业最大的社会责任。绿源始终坚持走正路，不在野蛮生长的时代大肆攫取利润，输出正确价值导向。在新国标的框架内，坚持以核心技术提高市场竞争力，拒绝价格战和超标车，持续推动行业在产品技术层面的进步和创新。

绿水青山就是金山银山。绿源创始人、总裁倪捷在受邀参加人民网《人民会客厅·2023两会时刻》访谈节目时表示，推进建设低碳经济社会，推动绿色产业高质量发展，关键在于技术。他说：“制造业绿色发展，应以技术作为支撑点，推动生产过程‘绿色’和产品本身‘绿色’。企业应当通过技术创新发展，实现生产过程低碳化、交通出行低碳化，用科技让国民出行更‘绿色’。”



小刀：在“高质量”发展的时代背景下，小刀专注用户骑行安全，为品质发声。小刀电动车践行国家标准，紧抓产品品质不松懈，确保大众的骑行安全，为国家的交通安全添砖加瓦。

积极践行企业社会责任。一方面，小刀电动车联合全国各地电视台、交通管理部门，以“安全骑行，你我相关”为主题，发起电动车安全出行联合倡议行动；响应政策号召，贯彻“安全出行”理念，增强用户出行安全的意识。另一方面，小刀积极联合各级政府、单位机构，大力开展扶贫协作，同时积极参与社会公益活动，以捐款捐物的方式，践行民族品牌的责任感。同时，小刀作为中国航天事业合作伙伴，践行航天精神，开展公益科普讲堂，弘扬正能量精神。

强化企业归属感。小刀遵循“人本”“高效”“严谨”的管理理念，通过搭建科学化的晋升平台，开展员工思想导向宣传、树立企业文化标识、定期举

办生日会、开办技能提升课堂、举办拓展训练等活动，将小刀大家庭各成员串联起来，不断增强企业的凝聚力和归属感；坚持中国共产党的领导，建立企业党建活动中心、党建学习服务平台，以党建统领企业文化建设，提高党建的科学化水平，促进企业党建与企业文化建设的融合。

践行双碳行动。在“双碳”目标的时代背景下，小刀与中国质量认证中心（CQC）达成碳达峰碳中和技术服务合作，积极响应国家号召，打造节能降耗示范点，在“双碳”行动的探索之路上率先走上“新路”；与中国航天研究院所展开联合研发，推进航天技术在电动车出行的应用落地，推动可持续发展。

雅迪：当前，绿色低碳转型已成全球共识，推进交通出行领域的碳减排显得至关重要，低碳节能的电动两轮车迎来了可持续发展的新机遇。

作为全球电动两轮车领先品牌，雅

迪深耕该领域 20 余载，已将绿色发展理念贯穿至企业发展的全过程，持续依托创新与科技向低碳型产业结构转型发展，为全球用户打造新一代绿色科技出行生活方式，为全社会实现“碳达峰、碳中和”战略目标贡献雅迪力量。

凭借多年来在绿色低碳出行方面的努力，雅迪的 ESG 评级始终保持在极高水准，成为为数不多被 MSCI 评为 AAA 评级的中国公司，2022 年还再次获得了国际主流评级机构明晟 MSCI ESG 汽车行业与亚太区最高评级奖章。

在具体举措上，一方面，雅迪重视绿色经济发展，加强品牌建设，以打造低碳、环保、高质量的产品为突破口，提高国民出行“含绿量”；另一方面，雅迪不断做“减法”，大力推进节约型发展模式，降低资源消耗。此外，雅迪近期还携手中国绿化基金会，正式启动“种一棵沙棘，绿一片荒漠”公益计划，致力于将绿色出行理念践行到底。



Q7 贵公司的品牌建设效果如何？市场占有率和消费者满意度是否有所提升？

永久：永久凭借强大的企业实力、家喻户晓的品牌力以及与时俱进的产品力，不断筑高竞争壁垒，国内市场占有率节节攀升，2022年全系列产品在国内市场销量超500万辆，实绩惊人。永久产业版图不断拓宽，生动讲述中国企业的品牌故事，赢得一片喝彩。

在全国订货会展出期间，永久所到之处都能形成参观热潮。搭载锂电池的节能环保款自行车、青少年自行车、成人自行车、经典二八大杠老品新作等车款咨询人数众多，赢得行业认可。

永久自研自产自行车一经发布，消费者反响热烈，线上线下踊跃订货购买。永久持续打造多系列行业爆款热卖产品，销量屡创新高，消费者满意度不断提升，好评如潮。

永久蝉联2022年及2023年两届“点赞我喜爱的中国品牌”荣誉奖项，点赞活动均为网友自发投票，充分反映了消费者对永久的认可度，以及永久品牌一呼百应的影响力。

2023年，永久品牌价值评估42.22亿元，品牌价值高歌猛进，一路增长，3年内品牌价值升值超2亿。永久作为中华老字号组唯一上榜的自行车企业排名第11位，一年内品牌价值榜单上升2位，已然成为自行车行业中的民族品牌翘楚。永久的社会关注度和认可度极高，不仅体现了永久作为中华老字号品牌的国民度，更展现了永久企业长青的生命力。

凤凰：近年来，凤凰不断开展系统性的品牌培育和建设，被工业和信息化部评为全国工业品牌培育示范企业，同期上海获此荣誉的企业仅3家，全国仅97家。凤凰连续多年被中国轻工业联合会评为“全国行业十强企业”，并获得中国轻工业企业“百强”称号。2019年，凤凰荣获上海品牌国际认证联盟颁发的“上海品牌”体系认证。2020—2022年，“世界品牌实验室”（World Brand Lab）发布“中国500最具价值品牌”榜单，凤凰连续3年荣耀上榜，名列中国品牌500强。公司现已构建包括主力品牌“凤凰”、运动和电助力高端品牌“FNIX”，以及主销日本市场的“丸石”在内的品牌集群。凤凰在海外市场长期坚持实施自主品牌经营战略，连续多年蝉联中国自主出口品牌行业第一，品牌影响力自过去的亚非拉等发展中国家延伸至欧洲、美国、日本等发达国家市场。

全福：全福的电动车鞍座板块非常有影响力，市场占有率约35%以上；自行车鞍座板块较弱，市场占有率约3%，预计在2023年中国展、欧洲展参展后，会有2%~5%的份额提升。

星恒：星恒品牌建设效果卓越，在全球轻型电动车市场内，星恒电源一直处于龙头地位，截至2022年年底，全球销量超



过 2 500 万组，连续 5 年销量全球领先。2022 年，星恒在轻型车锂电池市场占有率达到 48%，尤其是头部电动车品牌的供货占比更是接近 70%。在海外销量方面，星恒锂电占据欧洲电动助力车锂电池市场份额前三，占据印度电动两轮车锂电池市场份额前三，在国际市场继续保持领先地位。

凭借过硬的产品品质、高质量的售后服务，星恒在终端获得了经销商和消费者的一致好评，加强了品牌和消费者之间的黏合度，顾客的满意度、购买率和回购率不断提升。

万佳：通过一系列有效的品牌建设措施和工作，万佳得到了市场和客户的广泛认可和好评。近年来，万佳的品牌知名度和美誉度不断提升，市场占有率也在稳步增长。

万佳一贯秉承产品品质放在首位的理念，不断优化产品与服务，提升客户的满意度。通过市场调研和反馈，万佳发现消费者对万佳电器的信赖度和认可度不断上升。在 2023 年中国展上，万佳获得了许多国内外客户的最新反馈与咨询。但万佳也深知品牌建设是一个长期而复杂的过程，因此万佳会继续加大资源和精力投入，不断优化和提升品牌的影响力和价值，为客户提供更好的产品和服务。

绿源：全球著名增长咨询公司弗若斯特沙利文的资料显示，以 2022 年总收入计，绿源是中国市场排名第 5 的电动两轮车制造商，市场占有率为 4.2%。绿源招股书显示，2020 年—2022 年，绿源年均复合增长率为 41.8%，净利润的年复合增长率高达 71.2%。

绿源始终以“100% 用户 100% 满意”的标准持续要求自己，陆续获得“五星级服务认证”“五星级口碑认证”“中国最佳客户中心”等重要奖项，成为电动车行业第一家“双五星服务”品牌。在 2023 年 3 月的浙江电动车展上，弗若斯特沙利文授予绿源“产品消费者品

近年来，雅迪以优质品牌形象建设擦亮“中国智造”名片，稳扎稳打成为中短途出行领域的全球领导者，市场占有率和用户满意度都处于领先水平。

质满意度市场第一”认证。

小刀：19 年的快速发展，让小刀的市场版图不断扩张。随着产品、品牌、渠道的多维发力，小刀电动车凭借动力强劲、品质优异、配置丰富的特点深受用户喜爱，创下“连续 6 年全国销量领先”的业绩。市场认可可是小刀持续发力的源泉，小刀充分重视产品、品牌、渠道的精细化打造，旨在通过不断升级终端店面形象、完善产品陈列、提升导购服务能力等方面，夯实基础建设，为实现 3 年倍增的战略目标而努力。

雅迪：近年来，雅迪以优质品牌形象建设擦亮“中国智造”名片，稳扎稳打成为中短途出行领域的全球领导者，市场占有率和用户满意度都处于领先水平。

在中国市场，大街小巷随处可见雅迪电动车的身影；放眼全球市场，雅迪连续 6 年全球销量领先，在全球拥有超 40 000 家终端门店。雅迪推出的至今仍广受市场欢迎的雅迪冠能系列，早在 2022 年 9 月，就成为产销超 1 000 万台的单系列产品。

而在客户满意度上，雅迪时刻“以用户为中心”，将终端体验店服务提升为汽车级 4S 店水准，将优质服务体验贯穿售前、售中、售后三大环节，向用户提供贴心到位的服务，也因此积累了大量的用户认可口碑。

近期，雅迪冠能旗舰车型、雅迪跨界合作迪士尼草莓熊 IP 限量款车型等新品，持续在全国范围内掀起热销风暴，线下门店到处都是排起长龙前来“抢购”的用户，小红书、抖音等社交平台上也出现大量用户自发分享的爱车“种草”内容，这些皆是雅迪用户满意度持续领先的直观证明。



Q8 在未来，贵公司对品牌建设有哪些计划和展望？

永久：品牌发展之路道阻且长，永久正在为百年经典品牌而努力，持之以恒地纳入新能量，走在行业时代前沿，为行业谋求发展，为国家增添力量。

永久将继续扩大版图，用3年时间布局线下10 000家门店，投身终端建设；集中公司优势资源，建立标准化、系统化的管理模式。放眼全国，以点带面逐步扩张，打造统一的终端形象。优化渠道及门店管控，进行终端人员服务流程培训，增加终端的增值服务。以线下门店为矩阵，赢得品牌优质口碑，建立永久连锁服务同盟军。

未来，永久将勤勉自身，与更多行业精英力量合作，创新谋发展，着眼于消费需求新变化和消费升级新趋势，为中国用户打造更舒适、更值得憧憬的出行新体验。

凤凰：凤凰以“聚焦主业，整合资源，精准投资，提质增效”作为发展战略，进一步聚焦自行车产业，持续打造在该领域的核心竞争力，依托整车业务资源优势，进而在自行车产业链上进行延伸。凤凰将持续聚焦打造锂电助力的技术和产品能力，以推动新一轮的发展；同时，凤凰将坚定不移走国际化道路，用好资本，收购成熟的海外品牌和渠道，着力发展成为国际上两轮出行行业的领导品牌和企业。

全福：全福将把握每一次有影响力的展会，持续参加中国展、欧洲展；筹备参加台湾展；与行业内影响力的媒体杂志展开合作；借用工厂所在区位优势，积极对接行业赛事及车友驿站的投建；做好抖音、快手、小红书等视频号的运维工作；与天津部分高校展开校企合作，定向培养技术人才。

星恒：近年来，全球新能源市场实现井喷式发展，星恒也前瞻性地研判了市场的多元需求，将在稳固轻型车锂电池全球领导者的品牌基础上，围绕星恒锂电产业链上下游子公司以及海外子公司的发展战略，进行大量品牌声量释放，推动星恒品牌形象向“全球化、多场景、核心产业链布局的新能源细分产业龙头”转变、跃迁。具体而言，星恒将进一步夯实

品牌发展基础，加大新品研发，持续提升锂电池的技术含量、持久性、安全性，提高性价比优势，让消费者持续获得优质的体验感与幸福感，并加强知识产权运用与保护，进一步提升星恒品牌的知名度与信誉度，为星恒进入更广阔的新能源细分赛道提供品牌支撑。

万佳：未来，万佳将继续秉持“跨界研发，精密生产，智能制造”的理念，进一步丰富产品线，不断提高产品和服务质量；通过不断创新、提高服务质量，优化品牌形象和品牌营销策略等多种方法提升品牌建设。具体来说，万佳将进一步加大产品研发和技术创新力度，提高产品的性能和品质，保证产品的竞争力和市场占有率。同时，万佳也将进一步加强售后服务与客户服务，提升客户满意度。2023年，万佳也在进一步拓展国内外市场，新增多个海外售后点，进一步增强了品牌的国际影响力和竞争力。万佳也将更注重公益活动的参与和品牌形象的建立，以更为积极正面的形象面向社会，并提升品牌的社会责任感和公共形象。

万佳将坚持围绕“物联网+新能源+大数据”的产品理念与政策风向进行发展，不忘初心，致力于成为全球中置力矩电机驱动系统的领军企业，改革创新，砥砺前行。

绿源：了不起的物理学造了了不起的中国电动车，以自主研发的科技创新驱动产业高质量发展，绿源是当仁不让的主角。绿源将以耐用品之姿走出国门，擦亮“中国制造”新名片。两轮电动车不仅是“中国制造”，更是真正真正发祥于中国、壮大于中国的“中国创造”。可以说，绿源26年来的成长史就是一部国内电动两轮车的发展史，布局国际化战略，让第二代液冷电动车走出国门，不光是为了让中国电动两轮车在全球化舞台上获得认可，更是为了褪去传统电动两轮车在海外“低质低价”的固有印象，以液冷技术重塑第二代中国制造的價值。

星恒将在稳固轻型车锂电池全球领导者的品牌基础上，进行大量品牌声量释放，推动星恒品牌形象向“全球化、多场景、核心产业链布局的新能源细分产业龙头”转变、跃迁。

同时，绿源也将继续向世界输出中国电动两轮车骑行文化，推动中华文化走向世界。

小刀：小刀将继续坚持科技立厂，注重产学研合作，吸收和培养高端技术型人才，深度打造产品研发核心竞争力，开创更有价值感的科技出行时代。

做百年企业，创价值品牌，小刀将始终秉持“健康发展”“贡献社会”“服务用户”“造福员工”的企业宗旨，深入洞察消费者需求，重视用户的使用体验，强化与用户的沟通连接，围绕品牌定位，实现品牌的高质量发展。

雅迪：“服务全球用户，成为世界级企业”是雅迪长期秉承的品牌愿景。深耕中短途出行领域25年、陪伴亿万用户享受美好出行的雅迪，将继续向着高端化、全球化、科技化与年轻化的方向大步迈进。

对于未来，雅迪的信心与底气十足。雅迪相信，凭借积极主动的变革和强大的技术底座，能够从从容应对内外部发展所带来的各种变化，做到持续引领行业高质量发展，带着全球亿万用户对美好出行的期待，打造未来出行新业态。OTB

深耕折叠车，进军电动车： 专访大行韩德玮博士

Interview with Dr. Han of DAHON

文/清风

40多年来，韩博士带领研发团队，
不断创新发展，积极推动环保的通勤代步工具——折叠自行车，
为低碳出行产业作出了巨大的贡献，
也让大行成为国际驰名的大众自行车品牌。

1982年，大行（DAHON）由韩德玮博士创立。40多年来，韩博士带领研发团队，不断创新发展，积极推动环保的通勤代步工具——折叠自行车，为低碳出行产业作出了巨大的贡献，也让大行成为国际驰名的大众自行车品牌。拥有海量专利技术的大行，还推出了“共享360”计划造福合作伙伴。近期，大行还进军了电动车市场，布局深远。

在5月5日开幕的第31届中国国际自行车展览会期间，韩博士于百忙之中接受了本刊专访，分享了大行品牌基业长青的秘诀所在。



Q1：大行成立至今已有 40 余载。面对复杂的市场环境，大行不断攻坚克难、保持长盛不衰的秘诀是什么？

韩博士：1982 年，我研发出第一辆大行品牌折叠车，该车已经成为大多现代折叠车的原型，我也被誉为“现代折叠车之父”。大行折叠技术全球领先，被吉尼斯认证为“世界最大的折叠车产销商”。

企业要发展，创新是关键，大行不断加快研发新技术脚步。大行集聚了中、美、日等国家的资深管理人员和国际一流的产品研发专家，每年都有 10 余项新技术问世，现已获得 500 多项国内外专利。此外，大行还荣获了高新技术企业证书。

目前，在全球销售的成人自行车中，约有 10% 是折叠自行车，它们大多都使用了大行 5 ~ 6 项专利技术。

但是，由于当时知识产权保护不力，导致大多数折叠车厂家都非法盗用大行专利，严重损害了大行在全球的业务。

近几年，随着中国对知识产权保护力度越来越大，大行新研发的折叠技术，也受到有效保护，国内外知名厂商通过大行的“共享 360”计划，合法使用大行的技术，实现双赢。

众所周知，疫情对各行各业都造成一定影响。疫情期间，大行高端进口件缺货率在 20% 左右。为了适应市场需求，大行开发设计变速器，近 3 年内已经在国内外销售了 3 万多套，并且实现零抱怨。“趁你缺，国产越”，大行利用自己的技术走出困境，也希望大家能够多多支持，力挺国货。

在过去的 3 年，大行无惧疫情，逆势成长，业绩分别迎来可喜的 30%、30%、55% 的增长。大行也顺利通过各项考核，上市在即。

Q2：骑行热掀起都市运动新消费的热潮。在此浪潮中，大行有哪些新技术、新产品是值得被关注的？

韩博士：伴随全球骑行热，大行的中高档车十分热销，形成一车难求的局面。下面我介绍一下大行推出的几款新车。

1. 大行钢强轻量化碳纤折叠车

此款车荣获 2022 中国自行车电动自行车设计大赛金奖，其精湛的设计、卓越的性能，受到业界好评。大行继在 2022 年发布全球限量 249 辆 40 周年纪念版碳车之后，2023 年又全新推出折叠碳车 CLINCH C10。该车车架采用双梁结构设计，形成前后稳固的三角形，既轻盈又稳固；万元左右的价格，性价比高，深受消费者青睐。大行折叠自行车技术始终走在创新前沿。





2. 新型伸缩折叠自行车

此款车荣获 2022 中国自行车电动自行车设计大赛优秀奖。该车创新的伸缩折叠技术，属行业首创。在同规格车型中，该车的折叠体积实现最小化，外观紧凑小巧，像个机械变形金刚，因此备受关注。

3. 代驾车

2023 年，大行全新推出了专为代驾、通勤群体设计的代驾电动车，并将其命名为“大驾行”，寓意“大驾光临，安全出行”。整车充分体现大行先进的折叠技术，电器件也做到更优化，隐藏式控制器实现小型化、模块化，增加了功率，减少了功耗。该车采用拆卸式电池轨道安装，

标准品字头可以适配共享电池，无电池可折叠上公交车和地铁，让消费者有更多便携出行方式的选择。

另外，大行纪念版 P8、城市复古 D5、中短途城郊利器 D8、城市轻快小跑 K3PLUS，都是经典热销款，值得拥有。

大行不只有折叠车，还有电动车、助力车、代驾车、小包车、碳纤维车、伸缩车、越龄车、童车等，产品丰富，尽享骑行自由。

Q3：大行年度单梁折叠车都加装了“马甲线”，这一技术在 2015 年就申请了专利，为什么会在 2023 年全力应用并大力推广？

韩博士：大行在 2015 年研发了“马甲线”技术，因考虑成本等因素，没有大范围推广应用。然而近些年，好多折叠车厂家，为了节省成本，车架强度不过关，车架断裂事故时有发生。骑行安全问题也引起大行高度重视，大行反其道而行之，不惜为所有年度成车加装“马甲线”，尽管增加了成本，损失了一些利润，但是整车安全性能增加了。

此外，最近大行通过专家论证与室外比赛证实，大行 20 折叠车快过某品牌的公路车和登山车，更遑论其他品牌的折叠车。只要装上“马甲线”，它在室内外科学对比中都力压群雄。大行折叠车在载重、寿命与安全等多方面的优势本来就很明显，而“马甲线”速度的表现更令人惊艳，折叠车的地位也从此更加稳固了。这也是大行产品的绝对优势。

因此，大行在 2023 年 3 月代理商大会重磅发布了大行“马甲线”新技术。大行要让同业看到大行推广新技术的决心，增加产品差异化，让同业无法在短期内模仿和超越。

大行折叠车

在载重、寿命与安全等多方面的优势本来就很明显，而“马甲线”速度的表现更令人惊艳，折叠车的地位也从此更加稳固了。



Q4：在 2023 年的中国国际自行车展览会上，大行带来了 10 余款全新电动车。在折叠车技术上全球领先的大行，为什么也开始进军电动车领域呢？

韩博士：大行推出的这些电动车，不仅设计新颖，智动领航，引领骑行新风尚，也向大众证明大行不断求新求变的信心和决心：大行不只有折叠车及先进的零配件产品，大行更有能力制造更多电动车。

与燃油车相比，两轮电动车在成本、易用性、道路占用、环保等方面，更具有无与伦比的优势。大行折叠车深耕行业数十载，如今向电动车领域积极开拓，践行绿色交通愿景，既为顺应时代，亦是企业责任。大行推出电动车的优势主要有以下几个方面。

1. 市场需求：随着城市化程度的提高以及人们环保意识的增强，越来越多的人选择电动车或摩托车出行，大行折叠车借助强大的产能优势，组建了强大的电动车研发团队，可以顺应市场需求，拓展产品线。

2. 技术优势：大行折叠车引领折叠技术数十年，拥有多项国内外专利技术，在自行车零配件研发方面具有先进技术优势，这些技术优势也可以应用到两轮电动车上，提升产品质量和性能。

3. 品牌优势：“DAHON”品牌在自行车市场上拥有一定的知名度和品牌影响力，大行通过推出两轮电动车，可以进一步提升品牌的认知度和美誉度，增强品牌竞争力。目前，大行已经生产

了代驾车、电动三轮车、电动折叠车等，广获市场好评。同时，大行利用较为成熟的营销渠道和密布全国各地的销售网点，可以有效进行宣传推广，迅速扩大市场份额。

4. 未来趋势：随着人们环保意识的增强，电动车普及程度的提高，未来会有更多的消费者选择低碳出行，大行折叠车可以抢占未来市场，提前布局。

Q5：2019年，大行推出了“共享360”计划，这一计划的实施情况如何？对于大行未来的发展，您有哪些期许和展望？

韩博士：大行不只有折叠车，它拥有的先进技术可以不断创新产品。

创新兴企业，共享兴产业，要实现双赢，就要同业互通有无，共同推进绿色出行产业。

大行广受信赖的“DAHON”品牌，现已授权30多家合作伙伴，国内外亦有不少知名企业正在以“双品牌”形式，使用大行的品牌及专利零部件产品，取得了突出的成绩。

作为中国自行车行业有口皆碑的知名品牌，大行始终以改善全球生态环境为己任，着眼于行业长远发展，以开放包容的精神，在充分利用自身产业优势、技术优势的基础上，整合零部件资源，并将这些零部件多领域延伸至下游企业使用，形成互利共赢的合作局面。下一步，大行将继续与合作企业进行全方位多层次对接，实现优势互补和协同发展，主要体现在以下几个方面。





1. 技术共享：大行将现有的造车工艺、制造技术、高端配件（包括D4D 四维接口、D2D 二维接口、暴龙接头、快拆脚踏、座管打气筒等）引入配套企业，不断提高合作企业自行车零部件整车工艺水平，让更多具有自身特点和市场竞争力的产品进入市场，为企业谋求更长远的可持续发展。

2. 通用件共享：大行将贴有大行出厂商标和相关标志的单个标准通用件授权给第三方企业使用（包括车圈、花鼓、链盘、座垫、轮胎等），以此提高品牌辨识度，降低企业制造自行车的成本，并先人一步打开全球市场，积累客户，实现盈利。

3. 双品牌共享：双品牌共享指企业在某项产品上设定一主一副两个品牌的策略。大行将多年所研发的技术、品牌，通过“相互授权”的方式，以“DAHON by ABC”或“DAHON ABC”的形式呈现，即一方提供“品牌 + 技术”，另一方则以销售方身份面对消费者。双方着力实施“独家冠名”

和“联合出品”政策，精准对接分布在全球各地的大行资源，实现销售利润最大化。

在发展中，大行根据未来发展需求，探索出了新模式。新模式将更有利于产业链相关企业相互配合、协同发展。

大行将“DAHON”品牌授权有资质的公司以双品牌模式使用，使其节省建立品牌的时间和成本，同时将先进技术提供给有需要的同业使用，实现资源共享，助力其弯道超车，为做大做强自行车产业贡献力量。

大行秉承持续的创新精神、完美的产品设计，并凭借40年两轮车的技术沉淀，责无旁贷地扛起创新责任。

大行将以绿色交通、低碳生活、载体开拓、名企强国为使命，担当人类社会进步的动力单元。

拥有大行，享受骑行乐趣。大行一直是低碳节能、绿色出行的倡导者，引导人们采用积极、健康、环保的生活方式，共同创造美好未来。OTB

**大行秉承持续的创新精神、完美的产品设计，
并凭借40年两轮车的技术沉淀，
责无旁贷地扛起创新责任。
大行将以绿色交通、低碳生活、载体开拓、名企强国为使命，
担当人类社会进步的动力单元。**

立足波兰，放眼欧洲 ——志庆波兰工厂将于 7 月运营

Neco's Polish Factory will Start Operation in July

文/王震蒙

近日，志庆工业股份有限公司（以下简称志庆公司）向外界透露，公司正在积极筹备位于波兰的新工厂。该工厂将重点组装生产志庆公司旗下“零贝”品牌的电机驱动系统。

志庆公司已在台湾地区台中市、广东省顺德市、天津市、江苏省句容市、上海市分别设有工厂。根据分工不同，分别研发生产中轴、中轴碗、前叉组件、牙盘、花鼓、脚踏、电机驱动系统等。而位于波兰的新工厂预计将于 2023 年 7 月左右建设完工并投入生产，这也标志着志庆公司



正式将“零贝”电机带往欧洲市场。在2023年第31届中国国际自行车展览会期间，志庆公司王进源董事长介绍了在波兰设厂的缘由以及相关的情况。

Q1：志庆公司为什么选择在波兰设厂？

王董事长：波兰位于东欧，与西欧国家相比，在波兰设厂的人工、土地及其他成本相对较低。目前在波兰已经有10余家来自中国（含台湾地区）的企业在此设厂生产。志庆公司在波兰设厂，不仅可以降低相应的成本，而且可以实现与友商更便捷的合作。

新工厂位于波兰的斯瓦任兹，主要进行电机驱动产品的组装生产以及售后服务工作。

Q2：未来公司对欧洲市场有哪些规划？

王董事长：目前已经有很多的中国企业和中国产品进入欧洲的电动助力自行车市场，并形成了一定的规模和竞争力。同时，行业对欧洲电动助力自行车及相关产品抱有很强的市场预期，普遍认为未来较长的一段时间将持续高位发展。基于以上市场情况，志庆公司决定在波兰开设工厂。

为进一步优化企业的运营水平，志庆公司还会在欧洲多个国家和城市布局服务网点，提升和强化品牌与产品的服务优势。目前已经在德国和法国设置了售后服务网点。

志庆公司计划在2023年建设完成4个网点，今后计划以平均每年增设2个网点的步骤稳步推进。目标是在欧洲设置20个左右的网点。

Q3：志庆公司的优势主要体现在哪些方面？

王董事长：志庆公司在电机驱动系统领域是行业后起之秀，但是公司多年来一直深耕于自行车零部件的设计与制造，具有非常丰富的生产经验以及先进的生产技术，特别是在热处理领域。这是志庆公司生产电机驱动系统的最大优势。可以说，志庆的产品在电机系统的研发技术和生产工艺上有着深厚的支撑。

以电机内部的齿轮为例，目前业内很多同仁都采用铸造工艺，这种工艺虽然成熟但是容易破坏材料的热分子结构。志庆公司采用的则是切割工艺，这样不仅不会破坏材料的热分子结构，并且加工精度也更高。采用切割工艺所生产的电机表面光洁度和尺寸精度较高，因此齿轮的传动性能、耐磨性和噪声等方面表现都十分优秀，这也是志庆公司把电机驱动系统的品牌定名为“零贝”的原因和底气。“零贝”，就是追求电机运行时的零分贝。

同时，志庆公司在全国拥有超过40人的测试团队，除了在实验室、检测室的测试，我们还对产品进行高强度的路测，以得到第一手数据，不断对产品进行优化改进。

Q4：公司是如何布局研发与生产版图的？

王董事长：志庆公司将电机的研发总部设在上海，因为上海周边有诸多电机系统的研发制造商，是一个技术高地，将研发总部设置在上海将有助于志庆公司不断保持和提升技术水准。新建成的波兰工厂则是服务于欧洲市场的主阵地，主要负责电机系统的组装生产以及售后服务，将利用地理优势、文化优势、配套优势、政策优势，紧贴欧洲市场需求，强化和扩大产品在欧洲市场的占有率。

OTB





台铃在中国品牌日 包揽多项大奖， 奏响品牌最强音

Tailg Won Many Awards in China Brand Day, Playing the Strongest Brand Voice

文/电动车第一资讯

2023年5月10日是第7个中国品牌日，当天，台铃凭借在长续航电动车这一赛道强大的品牌实力和技术底蕴，同时荣获多项大奖：“产品技术进步奖（金奖）”和“电子消费品行业突出贡献奖”。

作为电动车行业领军品牌之一，台铃一直致力于打造中国品牌的世界名片。本次获奖是行业各界对台铃坚持科技创新并取得卓越成绩的再次高度认可，也印证了台铃在长续航赛道的领军实力。

长续航科技实力广受认可

专注长续航17年来，台铃不断以科技创新驱动品牌发展，始终围绕电动车核心技术制定研发战略，其科技创新实力也备受广泛认可，曾荣获中国科技创新发明成果奖、中国科技创新500强等荣誉。

围绕长续航技术持续攻坚克难，目前

台铃已累积了 1 000 多项各类专利,获得 200 多张“中国节能产品认证证书”,先后被认定为深圳市高新技术企业、国家级高新技术企业。

从外观专利到电动车五大发明,从高性能电动车到全自动电动车,从节能电动车到长续航电动车,台铃不断在产品上推陈出新、引领行业风尚。凭着精湛的产品设计,台铃多次荣获德国红点奖,并荣获中国设计红星奖、工业设计“红帆奖”金奖等奖项。

为持续推动长续航技术升级,更好地解决用户痛点,2023年3月台铃顺势而为推出“台铃长续航电动车”品牌升级战略,并重磅发布了钠离子电池和极地强磁电机两项黑科技,进一步构建强大的长续航核心技术护城河。

加之年初在东莞松山湖设立了全球低碳出行研究院,以东莞松山湖“开发者村”第001号身份入驻园区,与华为携手不断在营销、运营技术上创新,台铃迎来了在长续航核心科技上的不断开拓和累累硕果。

5月10日,在2023世界智能移动终端产业高峰论坛上,台铃凭借硬核技术和产品等综合实力脱颖而出,荣获“产品技术进步奖(金奖)”和“电子消费品行业突出贡献奖”,技术和产品实力再获权威机构的高度认可。

持续领军长续航蓝海

从诞生于科技之都到成长为行业领导品牌,台铃早已拥有强大的技术实力、卓越的品质交付、五星级的售后服务、广泛的品牌知名度和美誉度。

2023年,台铃品牌发展转入全新阶段,顺势而为

完成从“跑得更远”到“台铃长续航电动车”的战略升级,为下一阶段发展指明方向。在这关键节点,台铃再次获得“中国品牌·典范100”大奖和“深圳市知名品牌”称号,这是对台铃过往品牌战略成绩的肯定,更为下一阶段品牌发展提供了有力的认可和支撑。

作为长续航电动车的开创者和领导者,在产品和技术端,台铃围绕长续航核心技术云动力系统、极地强磁电机、钠离子电池等,持续加快长续航产品迭代,不断推出如标兵、夺冠、赤兔、玉兔等多款爆品,丰富了产品矩阵,卓越的品质及性能备受消费者喜爱和追捧,产品持续热销。

同时,台铃以上万场里程挑战赛,在行业内掀起台铃长续航产品抢购风潮,多次获得“长续航产品销量领先品牌”大奖,真正成为长续航赛道领导者。

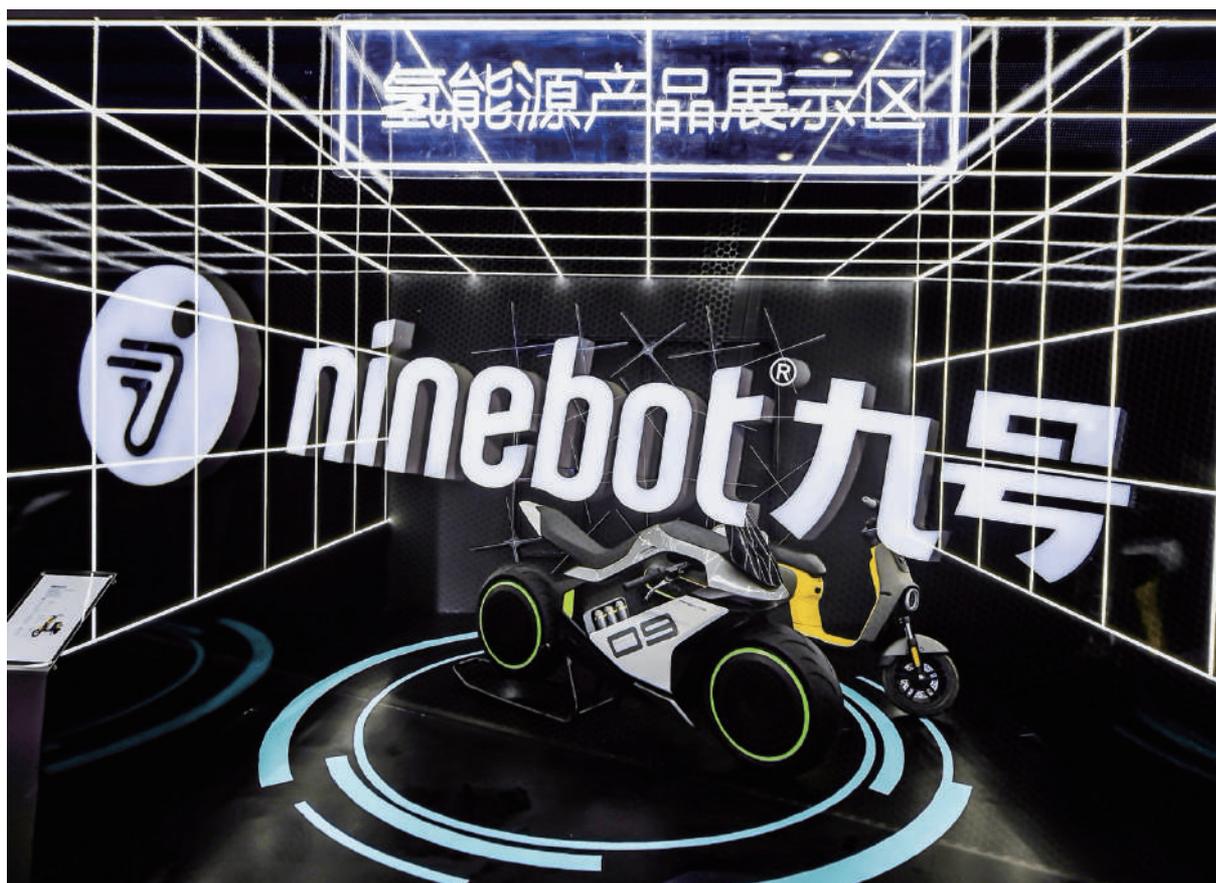
在品牌端,台铃也不断通过体育营销、综艺营销等方式,联合山东、河北、浙江等各大卫视投放巨量广告,与《奔跑吧》等王牌流量节目达成深度合作,以数十亿级的流量曝光向全国强化战略定位,更有线下巨幕广告、各网络媒体平台的流量加持,通过广告覆盖、IP事件持续传播等,以强大的品牌声量向市场传递“买电动车就要买长续航电动车”的品牌认知。

每一份荣誉都是对台铃品牌发展的肯定和期许。从专注长续航到引领行业,台铃用自身发展驱动行业发展。

面对消费群体的转变和产品智能化升级,台铃长续航电动车将持续在技术、产品、品牌、营销等多个端口发力,彰显中国品牌典范榜样的实力,引领行业长续航赛道高质量发展。OTB

(来源:电动车第一资讯)

作为长续航电动车的开创者和领导者,在产品和技术端,台铃围绕长续航核心技术云动力系统、极地强磁电机、钠离子电池等,持续加快长续航产品迭代,不断推出如标兵、夺冠、赤兔、玉兔等多款爆品,丰富了产品矩阵,卓越的品质及性能备受消费者喜爱和追捧,产品持续热销。



持续引领行业发展， 2023 九号公司 新品发布会启幕

**Continue to Lead the Industry Development,
Ninebot held a New Product Launch**

文/九号公司

5月10日，“2023九号公司新品发布会”在北京举办。

九号公司董事长高禄峰对公司过去10年发展进行了分享，并首次公开解读公司在双品牌下，布局全球多领域、多地区的室内外场景战略。高禄峰表示，目前，九号公司已在全球范围内形成九号（Ninebot）和赛格威（Segway）的双品牌布局。九号（Ninebot）主要涵盖公司电动自行车、电动滑板车等创新短途出行产品，主张科技创新、年轻潮酷；赛格威（Segway）专注极致性能、专业探索，囊括公司机器人产品、高性能智能电动滑板车及储能等

创新品类。公司整体产品形态也完成从短途出行、日常通勤、短途出游，再到户外复杂地形探索、家用割草服务、商用配送服务等多重场景覆盖。

围绕智慧移动能力，九号公司在多个领域提供多场景的产品和服务，并展现出引领行业的高速发展。公司电动平衡车出货量已超 400 万台，电动滑板车全球出货量超 1 200 万台，且在最短时间内实现智能电动两轮车国内出货量超 150 万台，全地形车也得到海外用户的喜爱，智能割草机实现首销 6 个月超 20 000 台的发货。高禄峰表示，九号公司将继续立足科技创新，带动行业把蓝海做大，把红海做蓝，成为一家全球领先的智慧移动能力公司。

九号公司基于对用户需求的洞察，持续深入细分需求场景，此次发布了 3 款智能电动两轮车新品，包括 E300P、九号电动 Q90 和 V30C。

E300P 作为一款高性能城市踏板车，是九号 E 系列顶配车型，实现了可搭载 3 块电池的新突破，0 ~ 50 km 加速仅需 2.49 s，极速可达 135 km/h，三电池版本 NEDC 工况续航可达 120 km，双电池版本 NEDC 工况续航可达 85 km。E300P 搭载了装配最新的九号真智能系统，可在不摘手套、不掏手机、手不离车把的前提下，操作导航、通话、播放音乐等功能。同时，E300P 配备了 ABS、TCS 等骑行辅助系统以及 HIAS 系统（灯光水平倾斜度调节系统），保障用户骑行安全。

九号电动 Q 系列和 V 系列则是九号电动聚焦细分需求领域的全新车型。其中，Q90 是 Q 系列的国标电动自

行车版本，续航可达 95 km。整个 Q 系列外观轻巧时尚好驾驭，配色丰富明亮，主打省心、安心的特点，可实现一键倒车、助力推行、定速巡航等功能。且 Q90 和 Q80C 均包含 RideyGo ! 2.0 智能系统、感应解锁 2.0 等智能化功能，以及 TCS 牵引力控制系统等安全配置。而 V 系列则主打全家人都能骑的电动自行车，本次发布的九号电动 V30C 真实续航里程可达 50 km，日常出行、代步、通勤都能满足，其智能操控系统优于同级车型。

除了电动自行车新品，九号公司还于发布会现场就旗下首款储能产品——赛格威储能电源 Cube 系列，启动了 1 000 台整机公测招募计划。九号公司总裁陈中元表示，基于公司短交通及机器人产品所交付的超 6 亿颗电芯使用经验，九号公司将在储能领域继续为用户创造价值，打造更好用、更安全的户外储能产品。同时，该产品也将进一步丰富赛格威产品阵列，并为全球用户带来颠覆性产品的极致体验。

10 年发展，九号公司顺应时代潮流，基于赛格威（Segway）和九号（Ninebot）双品牌策略，用智慧移动的底层核心技术，持续完善全球创新短交通和机器人产品矩阵，推动行业向上发展。公司布局的每一个品类都实现高速发展，并向着行业第一的目标迈进。诚如九号公司 CEO 王野所言：“我们希望在进入的每一个品类里，都有机会去引领这个品类的发展，这虽不是容易实现的事情，但这是我们的目标。”

在发布会上，九号公司公布了首个微电影项目，招募热爱音乐和电影的人加入九号产品影像的共创中，这将是一次全新跨界探索，旨在传递九号长期以来倡导的生活理念和价值观，希望与用户共同创造出令人难忘的微电影作品，展现生活中的美好和感动。此外，九号公司还发起了“奇妙计划”，希望邀请有奇思妙想的年轻人与九号公司共同参与产品研发，围绕未来出行、周边设计、AICG 等多个专业领域展示自己的创意思想。OTB

（来源：新华网）



欧洲自行车 进口增长超 30%

Bicycle Imports to Europe Increased by More than 30%

文/唯轮网

2022 年，欧盟的电动自行车进口价值跃升 33.8%，这也是受到自行车价格大幅度上涨的推动，总价值飙升至 11.37 亿欧元，平均单价从 2021 年的 823 欧元飙升至 959 欧元。

2022 年相关数据显示，欧洲自行车进口量在 2022 年 12 月跌至 54 522 辆的历史低点。尽管进口量较低，但 2023 年 1 月和 2 月进口的自行车总价值仍明显高于前年同期的进口额，输往欧盟的电动自行车平均进口价格大幅度上涨，传统自行车的价格增长幅度也不小。2023 年 1 月和 2 月的整体平均单价分别达到 568.16 美元和 681.39 美元。2 月的平均单价比 2022 年 12 月创下的历



截至目前，
欧洲电动自行车需求已超越传统自行车。
整体来说，电动自行车市场稳定增长，
平均售价也不断上涨、市值增加。
欧洲市场的电动自行车平均单价达到了2 000 欧元。

史纪录高出 43.47 美元，自行车的平均单价已飙升至创纪录水平。

自疫情暴发以来，上游原材料的平均价格上涨了近 50%。自 2021 年 5 月以来，铝材价格涨幅高达 63%，铝材约占整辆自行车材料成本的 30% ~ 40%，自行车的制造成本被拉高。至于自行车零部件，根据等级的不同，平均增幅为 20% ~ 30%，整车出口价格平均涨幅则在 10% ~ 20%。

中低端自行车的供给明显过剩，整体需求向更高价值自行车呈结构性转变。“目前，自行车市场的供需平衡尚未正常化。中低端产品的需求已经降温，但高端和电动自行车的需求依然强劲。”捷安特负责人表示。

对欧盟自行车出口供应国变化

亚洲出口国 2022 年的自行车输出总量低于 2021 年，常规自行车的出货量与 2021 年的 540 万辆相比减少了 6.37%。其中，柬埔寨为欧盟主要供应国，占据欧盟 1/4 的供应量，出口从 2021 年的 18.9% 增长到 2022 年的 23.8%。

在输往欧盟的前十大出口国中，2022 年的出货量多数低于 2021 年。

亚洲国家和地区的自行车产量减少幅度分别为，中国大陆（减少 13%）、中国台湾地区（减少 12%）、菲律宾（减少 74%）、斯里兰卡（减少 14%）及印度（减少 30%），产量逐渐往其他国家转移，如孟加拉国（增长 7%）、突尼斯（增长 32%）及泰国（增长 68%）。

尤其自行车工厂正在孟加拉国遍地开花，该国也对自行车类的工业生产出口表示大力支持。据该国出口推广局表示，孟加拉国正积极追寻出口商品多样化，多数为工程产品及自行车，以适应全球市场成长的需求。目前，该国是享有免进口关税优惠待遇的国家之一，纳入商品包含出口欧盟的自行车。

欧洲电动自行车销售总体增长

截至目前，欧洲电动自行车需求已超越传统自行车。整体来说，电动自行车市场稳定增长，平均售价也不断上涨、市值增加。欧洲市场的电动自行车平均单价达到了 2 000 欧元。

2022 年数据显示，欧洲电动自行车销量呈上升趋势，市场增长超过 2021 年。德国市场 2022 年销量增长 10%（2021 年为 3%）、奥地利增长 11%（2021 年为 9%）、意大利增长 4%（2021 年为 5%）。其中，英国的电动自行车市场销量 2022 年减少 3.1% 至 15.5 万辆。传统自行车市场 2022 年下滑 20%，其中，货运自行车成为市场新兴品类，47% 的英国人认为，电动货运自行车应该更多地应用于城市的货物运送中。头部自行车制造商崔克（TREK）、Aventon 及车企丰田也开始生产货运自行车，更多的商业应用正在逐步推广，这个细分市场的潜力也正在被逐步挖掘。OTB

（来源：BIKEEUROPE、THELATZREPORT）

2023 两轮车 “Ray 时尚” TOP 榜单

2023 Two wheeler "Ray Fashion" Top List

文/《中国自行车》编辑部

为推进《时尚产品指南 自行车与电动自行车》(T/CHINABICYCLE20—2023)的应用,进一步提高自行车、电动自行车及零部件产品的时尚化程度,满足人们的时尚化消费需求,在中国自行车协会指导下,北京《瑞丽》杂志社有限公司牵头组织 2023 两轮车“Ray 时尚”TOP 榜单评选工作。该活动旨在通过具有时尚气质的两轮车产品,树立轻工行业时尚发展标杆,彰显两轮车产业创新引领力量,助推两轮车产业高质量发展,达成产业时尚化、时尚生活化的目标。

经过时尚领域相关专家评定,2023 两轮车“Ray 时尚”TOP 榜单最终确定,并于 2023 年 4 月 13 日—16 日举办的“设计爱车 预见时尚”2023 中国自行车电动自行车设计大赛暨两轮车时尚品牌周活动中重磅发布。

本刊对榜单产品逐一进行介绍如下。

“Ray 时尚”TOP 榜单评选——电动自行车

麦克布拉斯特电动科技(无锡)有限公司 GREASER 复古车

该车是品牌创始人 Cedric 携设计团队亲自打造的首款作品,是典型的设计师款。

外观灵感来源于 20 世纪 20 年代板道赛车,车身线条流畅,外形炫酷又复古,被众多国际玩家所收藏。

该车车架采用高强度航空铝轻质材料、鱼鳞焊接工艺,整车重量(质量)为 28 kg。同时,该车配备禧玛诺 ALTUS 7 挡变速器 +5 速电子换挡、LCD 彩色显示屏,具备纯电动、电助力、纯脚踏 3 种混动骑行模式智能切换功能。



爱玛科技股份有限公司 蛋蛋Q8-1

该车拥有时尚复古的外观造型，轻奢质感的座垫骑乘空间，并搭配智能化出行体验，是专为女性打造的时尚出行单品。该车贴合女性人体工程学设计，采用最佳人机骑乘方式，拥有足够宽敞的脚踏空间，而紧凑的轴距满足了电池续航和使用便利的双重需要。该车还进行了功能升级，更加智能贴心，比如增加了推车倒车助力，解决了车子重、女性不方便推车的问题；行驶至暗区自动开启大灯，保证夜行安全。该车可使用手机 APP 进行操控，蓝牙靠近解锁车身，一键启动。



宝岛（天津）智能科技有限公司 Bamboo系列-G26

该车车身以金属与竹制品相结合，让柔和的竹子特有的纹理增加整体车身美感；采用成品一体式的设计，车身一体式头灯、一体式仪表，把一切繁杂的配件简化，减少零散感及细碎感，更符合现代简洁、独特的设计美学；搭配内嵌式 36 V 10.5 Ah 锂电池，八方内变速电机不仅保证了电池的续航能力，还保证了安防等各项性能指标。该车以皮带传动取代传统链条，皮带具有良好的弹性，工作时传动平稳且降噪，具有缓冲吸振作用。



江苏新日电动车股份有限公司 MIKU-Retrolax电动自行车

该车是一款拥有独一无二哈雷太子外观造型的电动自行车，将复古设计与机械美学相结合，采用了镁铝合金一体成型车架工艺，使得整车更轻便。该车采用金属质感大横梁与皮质电池盒盖板设计，并使用精细皮革来隐藏锂电池，可实现3种模式自由切换，且因锂电池的特性，在骑行过程中，不会对环境污染，更加绿色、环保；直立式车把及四连杆减振系统设计，使产品更硬朗、科技感十足。该车首次使用四连杆减振系统，三段式触发型减振压缩，降低20%的颠簸系数性能。



捷安特电动车（昆山）有限公司 DX迪客（型号TDT04Z）

优美流畅的线条与完美曲面勾勒出简约精致的车格。该车座垫设计柔软舒适符合人体工学，宽敞的脚部空间保证骑行者的舒适性，安全感应停车架防止误旋电门发生意外，高亮度LED车灯保证骑乘安全性；涂装采用环保水漆，漆膜饱满，色泽亮丽，既环保又安全；搭载捷安特GiS智行系统，车身智能中控通过蓝牙、4G网络连接手机APP，拥有提供骑行参数、车辆定位、防盗报警、电子围栏、共享钥匙、历史轨迹、智能体检、OTA无线升级等功能，智能加持使骑乘更加便捷。



浙江绿源电动车有限公司 S70

该车原创机甲造型设计，外观出众，原创机甲型格与2023年电动车国际流行色相碰撞，更令人一见倾心；全新“星际旅行”科技配色，搭配微闪珠光漆水工艺，显奢华而无浮夸，是城市道路上不可忽略的明星选手。



上海凤凰自行车有限公司 C6-pro锂电自行车

该车采用复古国潮舞狮涂装，使时尚与经典相融合；富有运动感和节奏感的车架是优雅与力量的完美结合；采用环保材料，使整车更具科技感和未来感。该车前后轮尺寸为 26×3.0 "，运用E30-H350E中置电机，80 Nm大扭矩，配备踏频助力传感器，使骑行轻松且助力回馈迅速；可调节的升降座垫，符合人机工学，为骑行者带来良好骑行体验感；车架采用铝合金材质，轻巧且具有高级质感；休闲式的弯管车把配备可显示时速的显示器，让骑行速度可控且一目了然；前叉采用盘式液压制动器，使骑行行止高效有度。

小刀新能源科技股份有限公司 小刀朋克 TDT22348Z

该车用几何化的手法解构电动车型，通过机械感的细节设计元素，提升两轮车整体的风格特性；采用前包裹的液压减振、铝合金包裹的车把，使骑行舒适顺畅，安全可靠；采用机器人焊接工艺铸造高强度车身构架，整体坚固耐用，抗冲击性强，并且通过 100 万次负重 220 kg 颠覆测试；搭载小刀航天动力系统：航天动力电机、航天动力控制器、石墨烯大容量电池、超高导电线缆、快速充电器、低滚阻轮胎六大核心部件，将动力提高 10%，使其适应多场景需求，为上班族等人群打造适合商务和日常出行的“战车”。



雅迪科技集团有限公司 Camper

该车车身采用高质感哑光漆面，低调耐用；20×4.0" 全地形越野宽胎，禧玛诺 7 速变速、RST 避震前叉，可使骑行者更轻松更省力，舒适通过颠簸路段；航空级铝合金材质车架，采用平焊技术，外形更加美观时尚；低跨点及一体式货架设计，方便骑行的同时可提供 50 kg 的后货架承重，载人载物都可轻松胜任；LCD 高清显示屏可在骑行中随时掌握关键骑行信息，让骑行者便捷了解运动状态；采用 21700 高密度高性能锂电池，500 W 后驱轮毂无刷直流高速电机，并配备高灵敏度速度传感器，踩动踏板即可提供电助力，5 挡助力可调，轻松运动的同时实现低碳环保。

永祺（中国）车业股份有限公司 探路者Q6

该车主要满足人们对登山车的多样化需求。该车车身由铝合金制成，采用轻量化设计，具有力量感和速度感；下管电池盒舱门的侧开口可以更有效地防止灰尘和雨水的侵入；车架采用隐藏轴减振架，使原本外露的结构得到了保护，更耐用；车架采用鸥翼侧开式电池管料，能够在有限的空间内实现门体的大角度开合，不会干涉其他部件，也无须手动托住门体，方便取换管料中的电池；车身配置了一种多挡可调节式升降座垫的结构，方便整个座垫灵活调整高度，同时拥有更好的支撑效果来保证稳定性。



“Ray时尚”TOP榜单评选——自行车



广州市千理达运动科技有限公司 破风公路车——风驰

该车严格遵循空气动力学原理，车架采用充满流线感的碳纤维风格设计，造型新颖；采用全隐藏内走线系统，显得外形更加时尚简约；搭配铝合金一体车把，以及碳纤维破风管型前叉，五通采用压入式工艺，使骑行轻快，过弯轻松，风格自成一派，可帮助骑行者在冲刺时更轻易地达到极速状态。

捷安特电动车（昆山）有限公司
LANGMA ADV PRO DISC 0 环法限量款

Langma 的取名构想来自圣山珠穆朗玛峰，呼应这台车主打的性能——全能型爬坡竞赛车。该车是结合 Liv 赞助女子环法赛事白衫的大事件及 Liv 全力为女性的品牌精神，推出的 Blanc Collection 特殊涂装车型。Liv 的设计理念就是：专为女性打造最专业的骑行系列。



天津金轮自行车集团有限公司
UPLAND生肖猴公路自行车

该车车架采用全内走线设计，搭配一体车把，整洁美观的同时有效地提升气动性；车架头管、上下管、后上叉与立管采用 Kammim-Til 空气动力学管型，完美诠释空气动力学；搭配异形后碳纤维座管，座管夹头调节范围广，每一位骑行者都可以找到适合自己的座位安装位置；隐藏式座管位于三通部位，不仅防震还能减少更多扰流，提升整体气动性能。该车提供 3 种电子变速套件：禧玛诺 DA R9270、UT RB170 和速联 Force，以及价格亲民的禧玛诺 105 R7020 机械套件，来自红蓝两大厂的竞赛系列套件可以为骑行者提供更好的骑行体验。

山东泰山瑞豹复合材料有限公司 SUPER EVO公路车

该车应用 UHMS 级别超级碳纤维材料，在极轻量的同时保持踩踏刚性；兼顾轻量化和全天候骑行场景，针对车架管型进行了全新优化和设计；纤细的后上叉使用高强度弹性材料，能够过滤大部分来自后轮的微小振动；特殊的头管设计保证操控刚性，兼容全内走线，并且增加前叉的弹性效果，过滤前轮的振动；搭载禧玛诺 ULTEGRA DI2 R8170 12 速无线电子变速系统，是职业运动员青睐的可靠伙伴，还可以通过禧玛诺 APP 进行自定义变速逻辑。



上海凤凰自行车有限公司 星河-X6

该车根据儿童成长身形而开发设计，车架造型简约，采用受力均匀的车架几何，车架材质使用航空级铝合金，耐腐蚀，更坚固；加厚防滑胎适应多种路面，使儿童在骑行时更加平稳，不易摔跤；整车前后采用双“V”刹，使儿童能够轻松制动，更加安全；可调节的升降安全座垫，更加符合人机工学；采用国潮风主题，融入锦鲤元素，并加以传统纹路点缀设计贴花，不仅寓意“鱼跃龙门”，还呼应了凤凰对儿童快乐卓越成长的愿景；祥云元素凸显浓厚中国风，让儿童从小爱上中国风。

深圳市美大行科技有限公司 CLINCH C10/ODB005

该车为行业首创碳纤维双梁折叠车。该车车架设计采用最强、最合理、最稳固的三角形结构，采用进口强度高、密度低、力学性能良好的碳纤维材料，架叉通过了欧盟测试；专利内置工具（Datool）轻巧紧凑，功能强大，放置在车把横管内，取用方便快捷；车架采用 Lock Jaw（隐藏式折叠器），折叠器采用航空铝合金接头，接头与碳纤维管件接合部运用大行专利技术，使折叠器与车身融为一体，锁紧后的车架非常结实牢靠。该车具有速度快、安全性高、刹车稳、柔韧性好、科技感强、运动气息十足等特点，短途骑行随心所欲，长途骑行舒适省力。



上海永久自行车有限公司 QJM08



该车以经典红蓝色为灵感，造型前沿，车身专为青少年打造，专业的配置兼顾实用与造型；车架采用镁合金一体成型车架，内走线设计，具有轻量化的特点，通过 50 000 次振动测试，为骑行者打造轻便、健康、舒适的骑行体验；个性贴花 LOGO 图案采用德国经典设备烤漆，光滑耐腐蚀，彰显个性，青春飞扬；搭配禧玛诺 21 速变速器，使青少年在骑行时能流畅换挡；短距刹把，保障了骑行的安全性和可靠性；采用培林花鼓，低滚阻，使骑行更顺滑，使用寿命更长；浩盟铝曲柄牙盘，质量（重量）轻，强度高，在青少年高强度冲刺的情况下，也能高效输出，让骑行者放心奔放骑行。

深圳创新维自行车有限公司 FUOCO TOP-24s

该车是专为骑行爱好者配置的“平民战车”。该车采用高度整合的全内走线设计，配以全碳的零部件，其中包括碳纤维一体把、碳圈等。该车采用全新 2×12 速配置，12 速变速系统可以提供更为绵密的齿比，从而使骑行者获得更为流畅顺滑的变速体验，尤其在爬坡上，效果尤为明显；同时，该系统带来飞轮的改变，由原来的 11-28T 升级为 11-30T，刹车上也升级为蓝图油压碟刹。



天津富士达自行车工业股份有限公司 SURMO-CO-D

该车车架和前叉采用 T800 碳纤维材质，集空气动力学、轻量化、高强度、高刚性、舒适性于一身，并且具备一定的破风元素，大大提升了骑行体验；整车油漆采用高档变色漆，整体光泽度饱满，外观更靓丽，更时尚；采用全隐藏式内走线形式，前后花鼓采用铝合金培林桶轴碟刹花鼓，使骑行者骑行时更感顺滑流畅；车圈采用 50 mm 高度碳纤维车圈，破风效果更佳；外胎采用德国马牌轮胎，抓地力和舒适性更佳；变速系统采用禧玛诺 105 变速组件，变速定位精准、顺滑流畅；刹车采用禧玛诺 105 油压碟刹和刹车片，制动力更强，制动效果更佳。





天津飞鸽车业有限公司 700C蒙卡顿公路自行车

该车采用碳钢材料，结合复古菱形架型最大限度地吸收骑行中的振动；搭载日本禧玛诺变速系统，保证了变速时的最佳体验感；外观采用欧式主流色系设计，富有浓厚的文艺气息。

“Ray时尚” TOP榜单评选 —— 零部件

星恒电源股份有限公司 LONG终身保产品

该产品为星恒首创电动车锂电池“终身质保”服务产品。星恒电池以时尚的外观、超强的性能，成为高端电动车的优选动力电池；采用第二代单晶锰酸锂材料及磷酸锰铁锂材料，单芯循环高达3 000次；采用大容量、动力足、性能稳定的第9代方形层叠式电芯，全面升级电池性能；在PACK上提升电池长期防振抗摔能力及整体温度均衡控制能力，实现内部模块长期IPX7级防水，让电池更耐用、更均衡、更安全；采用专属BMS管理实时防护，进一步优化电池寿命，提升BMS均衡性，具有电池进水、跌落自动检测功能，全面提升用户智能化使用体验。



浩盟车料（上海）有限公司 DMC-CR097A-TT-CS

浩盟公司秉承纯粹、简约的设计理念，设计了掉链恢复导轨CHAINSATCHER装置，能将链条在掉链状况下快速恢复导正链条，并运用轻量化的材质，打造了全新的单盘山地车掉链恢复系统Prowheel CHAINSATCHER。该产品在出现掉链情况时，不仅能让骑行者继续骑行，而且还能精准自动恢复到原上链点，可以让骑行者体验到前所未有的顺畅骑行感。



零贝电机科技（上海）有限公司 中置电机MM18

该产品是零贝最新款中置电机，具有质量（重量）轻、体积小、功率大的特点，采用 250 W ~ 750 W 功率，吊架为 360° 任意角度焊接，可选性强；力矩与速度传感器集成使用，齿轮达到 8 级精度，5 级减速带来更大的速比——1:30.5，咬合平稳、噪声更低；搭配最新升级控制系统 FOC 矢量控制（有霍尔和无霍尔自适应），效率高、扭矩大、控制更智能。



深圳市美大行科技有限公司 D4A调节把立

该产品采用快拆锁紧固定的结构方式，无须工具，手动便可轻松调整骑行握距、车把角度和车把高度；打开束环快拆后，可以快速将车把转动 90° 与车身齐平，迅速实现扁平化，节省存放空间。该产品采用航空航天铝材，表面喷砂阳极处理，美观大气；适用于搭配直径 31.8 mm 的直把，前叉立管直径 28.6 mm 的车型，净重 510 g；骑行握距可调节范围 80 mm，高度可调节范围 132 mm，适应不同身高的骑行者。

珠海蓝图运动科技股份有限公司 eRX油压公路车电子变速器

该产品沿用油压碟刹制动，油刹部分与电子变速部分采用了功能整合、组件模块化的设计；电变布置采用前后拨有线连接座杆隐藏电池 + 无线手变的方案，满足主流电子变速的用户习惯和车架的兼容适配；采用锐利的造型设计，棱角分明；手变刹车杆和后拨导板使用碳纤维材料，表面和金色拉丝水标强化了高端质感；结合了油碟和电变，采用高端材质，同时满足了骑行者对公路自行车高端化操控的体验升级和情感需求。



深圳市宝速得科技有限公司 中置电机BSD-250w

该产品采用 250 W 的功率，电压直流为 22.2 V (DC)，工作电流 22.2 V 供电，额定电流 11.5 A，电机末端原点扭矩为 60 Nm，电池容量为 12.5 Ah ~ 17.5 Ah，传感方式有扭力传感、速度传感，挡位功率控制手机 APP (5 挡位)，质量 (重量) 为 1.6 kg，可助力 4 565 km，匹配五通是 68 mm ~ 73 mm，匹配的车型有折叠车、山地车、公路车，通过欧洲 CE 认证、美国 UL 认证。



捷安特电动车 (昆山) 有限公司 CADEX Tri Frameset

该产品是一款没有任何限制的铁人三项比赛机器。它是由世界上顶尖的铁人三项运动员设计、制造和测试的，旨在大胆推动这项运动的发展。该产品采用激进的无上管设计，开启了空气动力学效率的新水平，为铁人三项运动员提供了一种全新的方式；车架后上叉宽度与前叉宽度一致，且采用水平设计，大大减少后上叉迎风面与风阻，还能增强车架后端的刚性，提升传动效率。从旅途到赛场，CADEX Tri 都将一路贴心相伴。

浙江金卯科技有限公司 金卯牌U型防松螺母

该产品采用钛合金材质，获得国家发明专利。一颗螺母即可防松，重复安装永不松动，振动越大抱得越紧；标准螺母外观和造型，可以按照客户要求定制；钛合金、不锈钢的本色，可以按照要求进行着色；采用 CAD 建模设计、CAE 仿真分析，可以按照要求进行定制优化，低碳环保。该产品可被应用于航空航天、海工船舶、机械设备、汽车和自行车等各种车辆，以及家电、建筑等高端场景。



禧玛诺（上海）贸易有限公司 DURA-ACE R9200系列



该产品采用速度科学（Science of Speed）的设计理念研发，包括高效的 12 速驱动系统，可靠的无线组件，高度优化的人体工程学设计，全新的气动真空胎型、管胎型轮组，增强的刹车系统以及内置集成的电子技术，满足那些对追求性能毫不妥协的骑行者的需求。产品的每一个细节、每一个决定和每一个零件都旨在提供更快、更可靠和更卓越的骑行体验。

亚洲商宇科技发展（北京）有限公司 可消毒的车筐

该产品可在 1 min 内完成头盔自动消杀，真正实现“一骑一消杀”，避免了病毒交叉感染风险，减少了用户对头盔卫生的顾虑，以及环境对头盔造成的污染，避免头盔暴露在外易丢失，同时还可追溯用户使用数据，规范用户使用习惯。该产品的应用能够降低单车企业清洁共享电动车头盔的频次与成本，提升了绿色出行比例，为我国早日实现“双碳”目标做出自己的贡献。OTB



JAVA 发布全新“瓜车” FANGO, 开启电助力轻量化新时代

JAVA Releases the New FANGO, Opening a New Era of Electric-assisted Lightweight

文/佳沃

打破骑行壁垒，骑行由我定义！
5月5日，JAVA 2023新品发布会
在第31届中国国际自行车展览会（以
下简称“中国展”）举办期间举行。

本次新品发布会以“骑行，由我
定义”为主题，重新诠释骑行的意义。
过往，很多骑行爱好者因为骑行水平、
消费水平偏低，或者骑行风格与传统
风格相比存在差异，从而对骑行这项
运动失去兴趣。JAVA 希望打破圈内
形成的固有骑行文化和观念，主张每
个人都可以拥有属于自己的骑行生
活，骑行者之间应该求同存异，彼此
尊重和包容。骑行的意义和价值并非
由他人决定，而是应该根据自身的情
况和骑行体验来决定。

为此，在本次中国展上，JAVA
带来了包含公路车、山地车、砾石



“

在本次中国展上，JAVA带来了包含公路车、山地车、砾石公路车、电助力自行车等10多款产品，上至竞技级别的“战车”，下至学生党专属福利单品，解决不同的骑行痛点，满足不同骑行群体的需求。

”

公路车、电助力自行车等10多款产品，上至竞技级别的“战车”，下至学生党专属福利单品，解决不同的骑行痛点，满足不同骑行群体的需求。这些产品包括首次亮相的综合型碳纤维公路车VOLATA、碳纤维软尾山地车SALTAFOSSI、铝合金软尾山地车SABBIA，以及多款全新升级的王牌产品——FUOCO、VESUVIO、SILURO、VELOCE等。

其中，电助力自行车依然为JAVA本次新品发布会的重点推荐产品。继2022年欧洲展上带来SCALATA以及FRENETICA首批电助力产品之后，在2023年中国展上，JAVA向现场的来宾隆重介绍了全新的电助力单品——碳纤维电助力公路自行车FANGO。

传统的电助力自行车最大的弊端在于质量大而显得笨重，而FANGO则打开了电助力产品轻量化的开端。整车使用了目前最

小的中置电机——八方820电机，该电机在保持固有的辅助动力同时，让整车搭配更为美观和谐。整车的车架和前叉均采用了碳纤维材料，并首次搭配了速联的电子变速套件，让整车更轻盈，性能更卓越。FANGO将会推出公路车版以及砾石公路车版，并可搭配前后货架，满足长距离骑行和周边骑行的需求，绝对是骑行旅游爱好者的福音。

除了FANGO以外，另外一款电助力产品LEVA也成为现场的焦点。作为JAVA首款ALL MOUNTAIN类型的电助力产品，LEVA在2023年中国展上获得了创新示范展金奖。

在中国展结束之后，JAVA也在全国启动了巡回试骑活动。JAVA希望通过全国各地的试骑活动，让车友在近距离接触与体验JAVA的新款产品的同时，可以结合自己的实际情况，找到适合自己的骑行生活方式。OTB



联合威尔旗下 VAAST 推出 1 050 g “次世代” 金属车架

VAAST Launches New Metal Frame Weighing 1 050 g

文/联合威尔

5月5日，联合威尔（United Wheels）集团携 ALLITE 超级稀土镁合金、FuturuX 先锋制造集体亮相第 31 届中国国际自行车展览会（以下简称“中国展”）。联合威尔集团此次率旗下 VAAST Bikes、BATCH Bicycles 参展。VAAST Bikes 与 ALLITE AE81 超级稀土镁合金材料为大家带来了 1 050 g 可量产的“次世代”金属车架。

VAAST 以 ALLITE AE81 超级稀土镁合金为基点，具有轻量、优质、环保等特性，为中国消费者提供了一个全新的选择。此次中国展所展示的原型车架，代表着量产金属车架进入了 1 kg 时代，这也是 ALLITE 超级稀土镁合金作为“次世代”金属车架的中国首秀。



镁合金比铝合金轻 1/3，同体积下镁合金金属锭只有 418 g。据 ALLITE 工作人员介绍，目前铝合金碟刹车架通常质量（重量）为 1 200 g 左右，这一质量 VAAST 初代公路车 R/1 已经达到了，后面将向 900 g 的理论极限质量发起冲击。

BATCH Bicycle 以“给普通人做的普通车”这一质朴的产品理念给大家带来全新的车款：BATCH Road 公路车、BATCH Gravel 砾石公路车、BATCH MTB 山地车、BATCH Urban 城市车。偏重设计感和生活感的 BATCH，将继续给大家带来更多更便利的产品体验，就如 BATCH 中国的宣传标语——BATCH，让骑行变得更简单！



“

此次VAAST在中国展所展示的原型车架，代表着量产金属车架进入了1 kg时代，这也是ALLITE超级稀土镁合金作为“次世代”金属车架的中国首秀。

”

此次 ALLITE 也带来了由“次世代”镁合金制作的轮圈，公路车轮圈可轻至 370 g，砾石公路车轮圈可轻至 405 g，这一媲美碳纤维车圈的质量属实令人惊叹。现场 ALLITE 提供的成品轮组，也轻至 1 350 g。而这又一次印证了超级稀土镁合金的“次世代金属”称号。

同联合威尔集团、ALLITE 超级稀土镁合金一同展出的还有 FuturuX 先锋制造集团。先锋制造集团也在展位上带来了多款 E-Bike 车型，展现了其强大的代工制造能力和开发基础。OTB

骑行不掉链，换挡不卡顿： 兰溪轮峰全新 EDS-TX 公路车电子变速器

Wheeltop New EDS-TX Road Car Electronic Transmission

文/行远



2023年5月5日，兰溪轮峰车料有限公司受邀参加第31届中国国际自行车展览会（以下简称“中国展”），并携全新EDS-TX公路车电子变速器等产品向观众展示。

作为国家级专精特新“小巨人”，也是目前国内最大自行车链轮曲柄生产和出口企业，兰溪轮峰车料有限公司通过科技创新，成为最先拥有无线变速系统（EDS）研发制造专利的中国企业之一。

EDS由无线电子变速器、指拨、后飞轮、链轮、曲柄组成，整个系统具有较高的车架兼容性，并且具有装配简单快速、操作变速精准度高等特点，立志成为自行车变速系统顶级的代表。

2022年5月，轮峰发布EDS-OX系统，OX系列山地车系统在市场上好评如潮，EDS-OX系统亦在“2023 CHINA CYCLE 创新奖评选”中荣获创新奖。

2023年1月，轮峰发布公路车变速系统EDS-TX系统。该系统是最新的控制系统，采用全新的设计理念，具有智慧化、智能化、自动化等特点，为自行车用户提供更精准快速的极致变速体验。而在本次中国展现场，轮峰也特别举办了一场EDS-TX新品说明会，向现场观众解读EDS-TX的创新设计理念，受到了观众们的热烈响应。

轮峰全新EDS-TX公路自行车无线电子变速系统具有三大设计创新点。

1. 自主设计了自行车用后拨链器的链条张力调节装置

该装置包含基座、转轴、张力传动组件、径向压力控制组件、挡位式压力调节组件、压力转化组件及单向转动元件。通过该新型装置，链条

“

EDS-TX系统是最新的控制系统，采用全新的设计理念，具有智慧化、智能化、自动化等特点，为自行车用户提供更精准快速的极致变速体验。

”

引导构件在一定范围内摆动，调节恰当的张力，当调节装置的调节力与链条的张力平衡时，链条引导构件则相对地固定在一个位置，避免受震动影响而摆动，使调节的张力保持固定，不会出现逆时针摆动的现象，避免链条脱落，提高骑行体验，且保证骑行安全。

2. 自主设计了带有自适应阻尼器的自行车后拨链器

该后拨链器包括固定件、运动组件、阻尼机构和导链装置。该后拨链器运用了带有自适应阻尼器的自行车后拨，通过套筒、传动组件和齿轮组件的相互配合，使传动组件和齿轮组件的运动具有可变性，能够随着自行车的运动情况做相应的运动，且在运动过程中，齿轮转动消耗的能量与齿轮的转速成正比，将导链装置由于自行车在连续颠簸路面

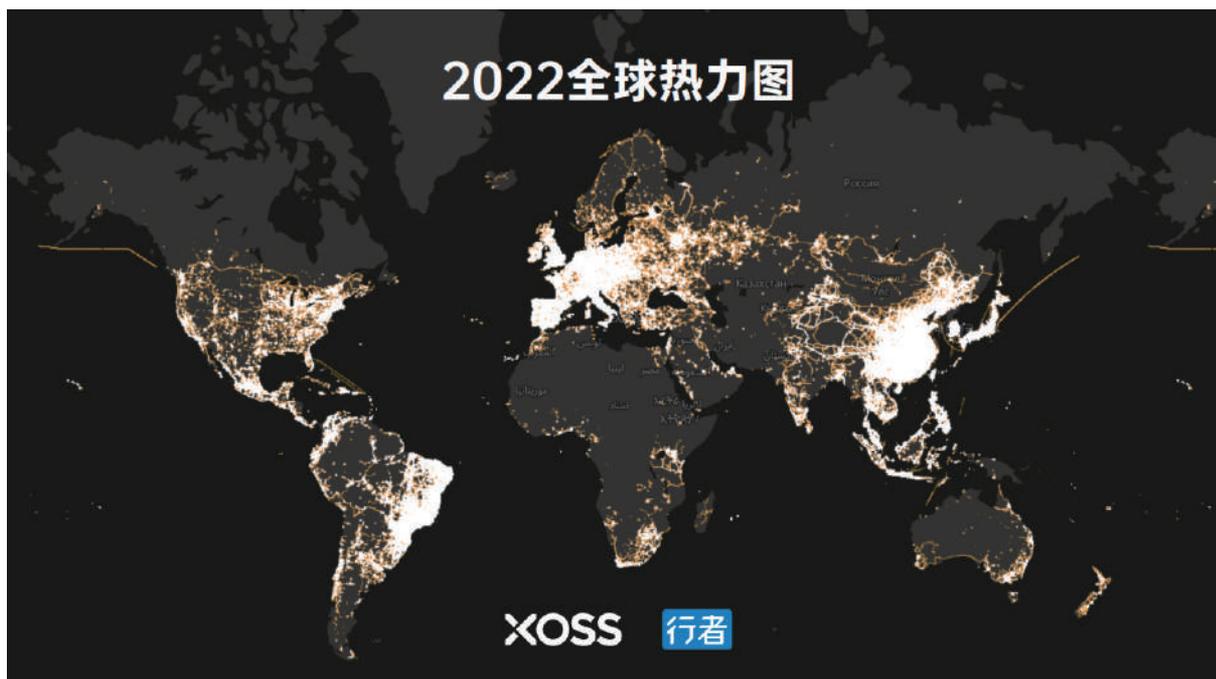
行驶产生的向前转动的动能消耗，使导链装置由于动能被消耗而不会向前转动，实现对链条张力的调节，从而不会出现链条松动甚至脱落的问题。

3. 自主设计了无线电子换挡系统

该系统通过 ANT+ 超低功耗传输协议连接手拨与前后拨链器的电机工作从而达到换挡的效果，最远控制距离可以达到 100 m。独有的超低功耗传输协议，使得手拨单个纽扣电池的正常工作时长延长到 1 个月。

EDS 系统支持远程软件升级，让变速器保持最新状态；多种信号输出，高效稳定；IP67 级防水，无惧风雨，真正实现骑行不掉链，换挡不卡顿。喜欢这款 EDS-TX 公路自行车无线电子变速系统的车友可以安装使用看看，相信你一定会会有一个不错的体验。OTB





行者无疆 智能领航

——行者正式发布智能 GPS 码表“辰+”、XOSS G2 及 X2 pro 心率带

XOSS Officially Releases its Smart GPS Code Table and Heart Rate Belt

文/行者

2023年5月5日，在第31届中国国际自行车展览会期间，行者（XOSS）正式向公众发布了基于北斗技术的新一代智能GPS码表“辰+”，同时发布的还有第二代行者小G国际版XOSS G2，以及第三代心率带产品X2 pro。在展会期间，行者展台也面向车友及展商提供了丰富的互动活动及合作机会。

发布会开始，行者副总裁曹宇首先向观众展示了一组数据：截至目前，行者及XOSS（海外版）的用户运动总里程超过50亿km；累计注册用户超过

2 500 万个，注册俱乐部超过 10 万个，用户制作路书超过 300 万条，行者赛段匹配次数达到 5 000 万次，行者及 XOSS（海外版）用户已覆盖全球绝大多数区域。

在硬件方面，行者不断开发及更新骑行相关硬件产品线，积极打造适合从入门到专业用户的科学骑行生态体系。其智能硬件产品不仅在国内销量领先，更销售到数十个国家，深受各国用户的喜爱，已经成为细分市场的引领者。

接下来，曹宇向大家隆重介绍了行者此次发布的 3 款新品。

NO.1 行者“辰+”智能 导航GPS码表

和“辰”相比，行者“辰+”智能 GPS 码表将码表内存增加到 2GB，可以容纳更多骑行数据，同时在导航界面增加了地图图层，导航路线和地图层结合显示，解决了使用路书导航只有路线没有地图的痛点，即使路痴也能轻松抵达目的地。

在外观方面，“辰+”的按键改为了铝合金设计，手感更舒适，同时上盖采用了银色金属涂装设计，看起来更加的“赛博朋克”。



行者“辰+” / “辰” 码表 重点功能介绍

1. 实时离线（路书）导航

在导航方面，行者“辰+” / “辰”码表延续了颇受好评的“峰”的路书导航设计，用户可以下载行者上高达 300 万条的骑行路线进行导航，行者路书可以无缝上传至“辰+” / “辰”码表。当然，你也可以通过行者网页或者行者 APP 自己规划设计路线，然后传至码表进行导航。

2. 全表盘自定义设计

依托于 2.4" 高清点阵大屏，行者“辰+” / “辰”码表的数据显示非常全面。支持数据包括但不限于：速度、里程、时间、海拔、坡度、计圈、踏频、心率、功率及电子变速等，从入门到专业的数据均可显示，用户可以自行定义屏幕显示数据，最多支持 15 种表盘布局，同屏可显示 7 组数据。

3. 快速定位技术

行者“辰+”/“辰”码表采用了离线星历技术，骑行前的定位时间大大缩短。

行者“辰+”/“辰”码表的离线星历技术，可以事先把当前时间的卫星星历上传到码表上，帮助卫星芯片提前锁定卫星。这样就不用担心星历数据 4 h 后失效的问题了，即使再启动码表，也无需漫长的定位时间。

4. 蓝牙 5.0 极速传输

除了之前提到的卫星定位问题，用户使用码表还有一个痛点就是数据传输太慢，每次骑完上传都要等半天。行者“辰+”/“辰”码表采用了最新的蓝牙 5.0 技术，支持数据高速传输，和之前的产品相比，数据传输速

度提升了 8 倍！让用户体验数据“秒传”的感觉。

5. 更多特点

- 支持实时运动图表显示
- 更大容量的存储空间，可记录超过 1 000 h 的骑行数据
- IPx7 级别的防水设计，支持自动 / 手动开启背光
- TYPE-C 充电接口，兼容主流充电标准
- 多车支持，可以支持最多 3 辆单车的分别记录
- 支持蓝牙及 ANT+ 双模混联
- 支持室内骑行模式
- 支持功率计及 etap 电子变速器
- 续航时间超过 33 h



NO.2 XOSS G2/G2+ 智能GPS码表

XOSS G2 是行者继 XOSS G 智能 GPS 码表后，面向全球用户推出的更新换代产品。

产品更新如下：

- 全英文界面
- 支持公 / 英制单位选择
- 支持时区选择

XOSS G2/G2+码表重点 功能介绍

1. 更大

屏幕是一个码表的灵魂，屏幕数据显示不但要清晰，还要提供足够丰

富的信息，才能让用户在骑行时及时掌握各项数据。XOSS G2/G2+ 屏幕尺寸扩展到了 2.2"，不但更大更清晰，同时可以显示更多的数据（同屏可显示多达 10 组数据），一屏即可查看所有骑行重要数据。

在运动数据方面，XOSS G2/G2+ 为用户准备了丰富的选择，除了里程、速度、心率踏频等常规数据，在爬坡方面的数据更加全面，如坡度、海拔范围、爬升速率等。而且即便没有实体功率计，用户也可以通过“估算功率”功能来完成用户的训练计划。用户还可以根据自己的骑行习惯，自定义所需要显示的数据（自定义数据功能会稍后更新），每个人的码表都是独一无二的。

2. 更快

行者码表以往被人诟病的一个点是数据同步的速度较慢，经过行者工程师的认真改进，XOSS G2/G2+ 的数据传输速度达到了一代的 5 倍，保证数据秒上传，节约用户的等待时间。

3. 更强

XOSS G2/G2+ 支持北斗二代 / 三代 +GPS+QZSS 三星定位，同时卫星信号更强，定位更稳定，不管是阴天、高架桥下还是浓密的树阴下，都不容易丢失卫星信号。

此外，XOSS G2/G2+ 的续航也得到了增强，续航时间相比上一代产品延长 12%，达到 28 h（理想状态下）。

“

行者不断开发及更新骑行相关硬件产品线，积极打造适合从入门到专业用户的科学骑行生态体系。

”



NO.3 行者XOSS X2 pro心率带

产品特点：

- 提供超高精确度的心率数据记录
- 支持蓝牙及 ANT+ 双模混联，且可同时使用
- 具有卓越的防水性能，支持多种运动模式：骑行、跑步、室内训练或游泳
- 提供内存存储，可作为独立设备记录运动，充一次电可连续记录 3 天左右
- 可记录步数，并可根据步数估算运动距离
- 提供卡路里估算功能
- 设备内置可充电锂电池，无须更换电池
- 可支持固件升级 [OTA](#)

驰越勇峰！

捷安特电动车 2023 电助力山地车越野赛精彩瞬间

Wonderful Moment of Giant E-bicycles 2023 Electric Power Mountain Bike Cross-Country

文/捷安特

本届赛事设有男子飞神组、女子媧俪组和ENDURO男子精英组3个比赛组别，分别在XC赛道和XC赛道+专业速降道上比赛，赛道由起伏路、弯道、长上坡、林道、碎石路况等组成，赛事激烈，观赏度高，过程精彩纷呈。



5月21日，捷安特电动车2023电助力山地车越野赛在浙江杭州建德市下包村的勇峰捷安特山地车公园正式举行。

捷安特电助力山地车越野赛已经举办了多届，持续推动国内电助力车的骑行文化，助力中国电助力车的发展，打造国内电助力山地车越野赛标志性赛事，吸引越来越多实力派车手参与，感受不同的电助力山地车骑行体验。

与往届赛事相比，本届电助力山地车越野赛的趣味性、挑战性和观赏性更强。

勇峰捷安特山地车公园有着多条经典成熟、挑战性与趣味性并重的路线，所以无论新骑手还是老骑手，都能在这里找到属于自己的骑行快乐。

本届赛事设有男子飞神组、女子媧俪组和ENDURO男子精英组3个比赛组别，分别在XC赛道和XC赛道+专业速降道上比赛，赛道由起伏路、弯道、长上坡、林道、碎石路况等组成，赛事激烈，观赏度高，过程精彩纷呈。

所有参赛车手的车辆均由赛事主办方捷安特公司统一提供。

男子飞神组和女子媧俪组分别采用了FATHOM E+ 0 Pro（飞神）和VALL E+ 0 Pro（媧俪）作为比赛用车。



FATHOM E+ 0 Pro 和 VALL E+ 0 Pro 都是专业级前避震多功能电助力越野山地车，以捷安特 HCT 倍力动能等先进技术为后盾，以 AI 智能演算法、6-sensor Smart Assist technology 和 GIANT EnergyPak Smart 等先进技术为支撑，满足专业车手和发烧级车友在山间和丛林小径之中，轻松征服旷野，以轮为伴，燃放生命的激情。

ENDURO 男子精英组采用了 REIGN E+ 3 MX Pro 作为比赛用车。

REIGN E+ 3 MX Pro 是一款适合 ENDURO 项目的全避震电助力越野车，采用了独特的“MX”混合轮径设计，前 29" 后 27.5" 使其拥有了卓越的山地骑行性能；含有倒装芯片的 Maestro 避震系统，可供骑手根据骑行风格和地形调整车架几何；全新 GIANT-PCB BIC 3 电机与 Maestro 悬架结合进行了设计优化，抬高了离地间隙，提升了苛刻复杂路况的通过性。

比赛现场还特别为车友展示了捷安特最新款碳纤维版本的电助力山地车 TRANCE X ADVANCED E+ 1，

其车架、轮圈均采用了轻量碳纤维复合材料制成，整车的轻量化效果在电助力山地越野车的领域里可谓佼佼者，其搭载的含有倒装芯片的 Maestro 避震悬架系统，可更改车首管与座管的角度来调整整车的离地高度，这种微调功能便于适应不同的越野路况及满足骑手个人的骑行操控风格。TRANCE X ADVANCED E+ 1 还采用了 Maestro 悬架与 FOX Live Valve 先进技术，两者相辅相成，叠加上优异的避震性能；采用全新一代 GIANT-PCB BIC 3 电机搭配捷安特目前最先进的 GIANT EnergyPak Smart 800 电池系统，助力骑手突破无限可能，轻松征服山野林道。

在 20 日报到日当天，赛事主办方还为每一位参赛选手安排了熟悉赛道的试骑环节，让选手们熟悉电助力车款所带来的不同体验。在试骑中，每一位选手都热情高涨，有的选

手还展示了其娴熟的骑行技巧。

当 21 日赛事正式开始时，各路山地车运动的“大咖们”纷纷展示出各自的拿手绝技，展现出令人血脉偾张的赛事技巧，相机的镜头不断记录下精彩的瞬间。这些腾飞跳跃的精彩瞬间给观众和选手们呈现了一场美好的视觉盛宴，也为本届赛事留下了美好回忆。

为期两天的赛事于 5 月 21 日在杭州勇峰圆满落幕。周晓龙、赵琴、潘显骏分别夺得 ENDURO 男子精英组、女子巾帼组和男子飞神组的冠军。

本届捷安特电动车 2023 电助力山地车越野赛已经顺利落下帷幕。此次比赛让越来越多的参赛选手体验到电助力山地车与普通山地车不同的骑行感觉，也正是因为电助力山地车的介入，让更多人尤其是女性也参与到这项绿色环保、乐活健身的运动中来。未来，捷安特将一直致力于推动自行车骑行文化多元化的发展。OTB

自行车行业高质量发展新动能分析

Analysis of New Kinetic Energy for High-quality Development of Bicycle Industry

王建忠

(中国自行车协会 北京 100079)

摘要: 此文分析了我国自行车行业发展现状、新发展阶段的机遇和挑战, 研究提出要积极培育新动能, 推动行业高质量发展。

关键词: 自行车; 电动自行车; 高质量发展; 新动能

0 引言

党的二十大报告提出, 高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务。

当前, 世界百年未有之大变局加速演进, 新一轮科技革命和产业变革深入发展, 国际力量对比深刻调整, 我国发展面临新的战略机遇。同时, 世纪疫情影响深远, 逆全球化思潮抬头, 单边主义、保护主义明显上升, 世界经济复苏乏力, 局部冲突和动荡频发, 全球性问题加剧, 世界进入新的动荡变革期。

《中国自行车电动自行车行业“十四五”发展指导意见》提出了行业发展的目标: 到 2025 年, 加快构建具有明显竞争优势的现代产业体系, 推动行业高质量发展, 实现创新能力显著提升、经济效益明显提高、产业规模稳步增长。

在新形势下培育高质量发展新动能, 是我们行业面临的重大课题。

1 自行车行业发展现状

我国自行车电动自行车产品产量、国内消费量、外贸出口量多年居世界第一位, 行业具有较大的经济规模、较强的技术实力、较为完整的产业链, 已经进入高质量发展新阶段。

自 2020 年年初新冠疫情暴发以来, 自行车和电动自行车作为能够实现安全、经济、便捷出行的个人交通工具, 也是能够用于疫情防控、快递外卖的生产性交通工具, 在我国经济社会发展中发挥着重要作用, 自行车行业实现了逆势增长和发展。

2020 年, 自行车和电动自行车产品总产量为 1.17 亿辆, 同比增长 15.3%; 其中, 电动自行车产量为

4 126 万辆, 同比增长 14.3%。2021 年, 自行车和电动自行车产品总产量为 1.22 亿辆, 增长 4.6%; 其中, 电动自行车产量为 4 551 万辆, 同比增长 10.3%。2022 年, 行业规模以上企业营业收入同比增长 3%, 实现利润同比增长 20% 以上; 电动自行车规模以上企业产量同比增长 9%; 自行车产品受消化库存和外需不振等影响, 规模以上企业产量同比下降 32%。

行业发展存在着多方面、深层次的问题。产业“大而不强”, 在全球业界的地位与产业规模不匹配; 科技创新能力不强, 自行车中低性能产品占比较高, 电动自行车技术安全水平需提升; 产业基础高级化、产业链现代化水平不高, 部分核心部件对外依存度较高; 品牌建设和自行车文化建设有待加强, 自主品牌产品出口占比较低; 落实双循环战略要求, 拓展国内大市场任务仍较艰巨; 旧动能需转换, 高质量发展新动能需要培育。

2 新发展阶段的机遇与挑战

从世界范围看, 近年来, 发展环境已经发生深刻变化。世纪疫情影响深远, 世界经济增长低迷, 发达经济体通胀严重、复苏乏力, 经济全球化遭遇逆流, 局部冲突和动荡频发, 进一步加剧了国际形势的复杂多变, 外部环境面临严峻挑战, 将对全球自行车行业发展, 尤其是我国自行车外贸出口、国际合作等方面产生重要影响。

从国内环境看, 我国已经如期全面建成小康社会, 实现第一个百年奋斗目标, 迈上全面建设社会主义现代化国家新征程, 正在向第二个百年奋斗目标进军。

绿色低碳交通的发展, 道路和基础设施的改善, 自行车道等慢行交通系统的建设, 以及学生减负、鼓励生育等政策的落实, 必将对中高端自行车、青少年自行车、儿童自行车、

电助力自行车、电动自行车等国内市场需求的扩大和升级，带来积极影响。

从行业自身看，国际自行车产业链和分工体系出现新变化，综合成本持续上升，传统发展模式难以为继，行业进入结构调整和转型升级的新发展阶段。

近两年，随着自行车“骑行热”的不断升温，部分中高端自行车供不应求，这既有新冠疫情防控带来的因素，又是我国社会经济发展和人民群众对美好生活向往的必然结果。

3 自行车行业高质量发展新动能

在新发展阶段，加强技术、设计和管理创新，推动智能化、绿色化，落实双循环战略，促进文化和品牌建设等，都能为行业发展提供新动能。

3.1 创新是行业高质量发展新动能的源泉

创新是第一动力。从国家层面看，我国深入实施科教兴国战略、人才强国战略、创新驱动发展战略，发挥新型举国体制优势，促进产学研用深度融合，推动产业链上下游、大中小各企业融通协同创新，开辟发展新领域新赛道，将为自行车行业发展提供良好的外部条件。

从行业层面看，创新包括产品技术创新、设计创新、产业链协同创新、管理创新等方面，这些都是自行车行业高质量发展最重要的内生动力源。

雅迪、爱玛、捷安特、金轮、绿源、小刀等企业，坚持技术创新和设计创新，持续向市场推出多种多样、多方面骑行场景的自行车、电动自行车、电助力自行车等新品，提高电池安全使用技术、高性能电机和电控技术水平，满足消费者对产品性能不断提升、功能不断丰富的使用需求，推动企业高质量发展。

千里达、巨隆、蓝图、轮峰、八方、安乃达、志庆等企业，注重供应链、产业链协同创新和管理创新，突出需求导向、场景牵引，实现轻量化车架、变速传动系统和电机系统等核心零部件技术突破，提高资源配置效率，积极推动中高端自行车产业生态圈健康发展。

3.2 落实双循环新发展格局，为行业高质量发展提供新动能

《国家“十四五”发展规划纲要》提出，要加快形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。以国内大循环为主体对我国经济主要有两方面意义：一是有助于解决目前国际大循环动力不足、外需下降、外部环境风险急剧上扬的问题；二是有助于解决我国内生动力问题^[1]。

从国内需求看，我国拥有 14 亿人口，其中有 4 亿多中等收入人群，未来一个时期，经济增长的内需潜力会不断释放。

在供给层面，我国建立了全世界最为齐全、规模最大的工业体系，产业相互配套，规模效应、范围效应以及学习效应开始在产业体系中全面展现，产业链具有较强的自我循环能力。

“骑行热”带动自行车消费升级，要求升级产品技术和服 务，不断完善城市慢行交通设施建设，以及建设高效规范、公平竞争、充分开放的全国统一大市场，促进商品要素资源在更大范围畅通流动，为自行车行业发展创造了较大空间。

目前，一些国外品牌企业已经加快在我国一些大中城市布局开设产品体验店的步伐，升级产品营销和售后服务。

3.3 绿色低碳发展是行业高质量发展的重要新动能

绿色低碳发展是全球可持续发展大趋势，也是我国经济高质量发展的重要推动力。绿色制造是综合考虑资源、能源和环境影响的现代化制造模式，捷安特、新日、台铃、超威、爱赛克等企业，推进供应链、产业链和产品全生命周期绿色发展，开展产品绿色设计，提高能源资源利用效率和清洁生产水平，推动行业绿色低碳制造技术改造升级，打造自行车行业高质量发展新动能^[2]。

自行车、共享单车和电动自行车已经被广泛用于通勤出行、运动健身、休闲旅游、快递外卖运输等方面，既是重要的绿色出行代步工具，也是人们享受绿色低碳生活的辅助工具。以自行车和电动自行车为主的两轮出行，为降低碳排放作出了重要贡献。

《2022 年度两轮绿色出行指数研究报告》指出，我国城镇内以自行车为主的两轮出行约占出行总量 30%，发生在轨道站点周边的两轮出行占其总量超 20%，中小城市推广两轮出行拥有较大潜力。

3.4 数字化、智能化快速发展，激发行业高质量发展新动能

数字技术是典型的通用目的技术，蕴含着巨大的赋能力量，正在向数字经济之外的国民经济行业扩散、融合，使各个行业在创新能力、生产效率、经济效益、产品质量、环境友好等方面发生深刻变化，数字化已经成为各行业竞争力的重要来源和持续发展的重要动力。

智能制造发展的高级阶段是数字化、网络化、智能化制造。行业应当用好用足我国在数字经济领域的先发优势，借助数字技术提升行业企业规模化定制、柔性化生产、网络化协同能力，提高生产效率、供应链协同效率，降低生产成本，形成市场竞争新优势。

《中国自行车电动自行车智能化发展白皮书（2022年版）》指出，星恒、小牛、瑞豹、溢联等公司，在自行车电动自行车及电池产品数字化、研发和制造智能化、营销和售后服务数字化管理等方面颇有建树，提高了产品技术水平和企业市场竞争力。

3.5 自行车文化和品牌建设，是行业高质量发展新动能的重要来源

习近平总书记在文化传承发展座谈会上提出，要更有力地推进中国特色社会主义文化建设，建设中华民族现代文明。建设有中国特色的自行车文化，是行业高质量发展新动能的重要来源。

一些企业尝试把中华文化元素融入自行车文化、融入中国品牌，目前已初见成效。上海凤凰公司推出了带有祥云纹、兰花等中华文化元素的自行车产品。金轮集团设计了以中华民族文化“十二生肖”动物命名的系列高端自行车产品。

品牌建设是满足人民美好生活需要的重要途径，品牌建设正在为推动高质量发展发挥越来越重要的引领作用。《2022年中国自行车电动自行车行业品牌发展研究报告》指出，行业内的“凤凰”“永久”等“老字号”品牌企业，积极开展“三品”行动，重新焕发青春活力。金轮、千里达、富士达、宝岛等品牌企业，通过建立健全品牌培育管理体系，加大品牌建设投入，提升自主品牌形象，不断提升国际竞争力，推动了行业持续发展。

4 积极培育和激发行业高质量发展新动能

4.1 行业骨干企业和“专精特新”企业发挥示范引领作用

企业是市场经济活动的主体，是推动行业高质量发展的主体。行业骨干企业和“专精特新”企业要发挥示范引领作用，大力弘扬优秀企业家精神，积极落实“三品”战略和双循环战略要求，加大研发投入力度，加强科技创新和品牌建设，提升智能化、绿色化水平，引领和推动行业高质量发展。

4.2 加快落实双循环战略，构建新发展格局

行业应当立足强大的国内市场和消费转型升级，以创新驱动、高质量供给引领和创造新需求，加快落实双循环战略构建新发展格局。

近两年，随着自行车“骑行热”的不断升温，运动型、

休闲型中高端自行车销售持续增长，部分车型供不应求。学生减负、生育政策的落实，必将对我国自行车市场的扩大和升级带来积极影响。自行车企业应积极布局和服务国内市场，同时继续拓展国际市场。

4.3 加强行业人才队伍建设和国际交流合作

完善行业人才队伍培养体系，加强领军人才和专业人才培养，完善人才评价和激励机制。积极落实地方政府的鼓励政策，引入适用的技术人才、管理人才、技能人才，为行业高质量发展提供人才支撑。

行业应当加强国际交流，打造合作共赢新格局；深化与国际重点市场、产区行业组织的工作联系和交流机制，塑造我国自行车行业品牌新形象，拓展国际市场空间，服务全球消费者。

4.4 积极落实国家和地方有关支持政策和措施

为推动制造业高质量发展，国家有关部门和地方政府陆续出台了一系列政策措施，支持和鼓励制造业龙头企业和“专精特新”中小企业发展，强化创新驱动，用好超大规模市场优势，推进智能化、绿色化，加快传统制造业转型升级。行业应当积极落实《关于推动轻工业高质量发展的指导意见》《财政支持做好碳达峰碳中和工作的意见》《关于新时代推进品牌建设的指导意见》等政策措施，培育行业高质量发展新动能。

4.5 各级行业组织发挥积极作用

各级行业组织要主动作为，根据行业实际情况和共性特点，帮助企业落实有关政策措施，加强展会、论坛、大赛、人才培养等服务平台建设，加强国内外、业内外的交流与合作，促进包括产品文化、品牌文化、行业文化、骑行文化等在内的中国特色自行车文化建设，组织全媒体讲好企业发展和品牌故事，宣传中国自行车文化和品牌新形象，不断提升服务能力和软实力，引领和推动行业高质量发展。

5 结语

我国已经进入新发展阶段，要抓住发展新机遇，积极培育和激发新动能，推动自行车行业高质量发展。

参考文献

- [1] 刘元春. 读懂双循环新发展格局 [M]. 北京: 中信出版集团, 2021.
- [2] 王建忠. 浅析自行车行业绿色低碳发展 [J]. 中国自行车, 2023 (3) 88-90. OTB

行业协会参与“政校行企”合作情况的研究及分析报告

Research and Analysis Report on the Participation of Industry Associations in the Cooperation between Government, Academia, Industry and Enterprises

吴宗江 肖磊 刘益翔

(中国自行车协会 北京 100079)

摘要：产教融合是职业类型教育的重要特征。深化产教融合，提高职业教育办学质量，需要搭建“政校行企”四方协同育人的平台，充分利用行业主管部门指导、行业协会协调、企业参与联合培养人才的资源与力量，以实现职业教育产教融合育人，提高行业劳动者素质，加快行业技能人才培养，全面提高行业人才培养战略的目标。此文就行业协会参与“政校行企”合作的情况做简要分析。

关键词：职业技能教育；行业协会；产教融合

1 前言

《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》中明确提出，要激发人才创新活力。贯彻尊重劳动、尊重知识、尊重人才、尊重创造方针，深化人才发展体制机制改革，全方位培养、引进、用好人才，造就更多国际一流的科技领军人才和创新团队，培养具有国际竞争力的青年科技人才后备军^[1]。

产教融合是职业类型教育的重要特征。深化产教融合，提高职业教育办学质量，需要搭建“政校行企”四方协同育人的平台，充分利用行业主管部门指导、行业协会协调、企业参与联合培养人才的资源与力量，以实现职业教育产教融合育人的目标。本文就行业协会参与“政校行企”合作的情况做一粗浅分析^[2-5]。

2 行业协会参与“政校行企”合作现状

2.1 行业协会与行业主管部门联系紧密

随着社会分工越来越精细，专业技术更新迭代呈加速趋势，政府愈加倚重行业资源作为科学有效决策的依据。行业协会密切联系业内企业，能够及时准确地反映企业的真实诉求，并利用专业、技术和人才优势，为政府制定行业相关政策提供科学、专业的资源支撑。就自行车行业而言，中国自行车协会与国资委、工信部、商务部、人社部、民政部等政府部门保持密切联系，能够将各部委组织的各项工作与自行车行业的发展契合到一起，引领行业企业积极参加，如协会每年会积

极引领及推荐行业内各企业参加各类科研项目基金及各部委的科技项目申报，并协助企业开展申报科技成果鉴定等工作；协会每年积极推荐企业申报中国专利奖、科技进步奖等各类奖项。

2.2 行业协会有效搭建“政校行企”科研合作平台

行业协会是企业 and 院校间的重要连接纽带。企业参与国内外行业竞争并想在竞争中脱颖而出，需要激发强烈的研发需求和具备强大的研发实力，需要不断研发新产品以保障企业的生存和发展壮大，为此企业有能力也有意愿投入大量的研发资金。院校一侧同样具有强烈的科研需求，这种需求既关系学校自身的发展建设，也关系到教师个人职称晋升和专业发展。我国高校智力资源充沛，但教师科研经费相对不足，亟须企业支持。而协会与行业主管部门联系紧密，能够把握国家创新驱动发展战略，掌握行业发展趋势走向，恰能发挥“政校企”三方“红娘”角色，为成功开展“校企”科研合作牵线搭桥。如中国自行车协会每年向全社会征集行业重大技术课题研究项目，引领行业开展前瞻性科学研究，撮合行业企业与国内高水平研究型院校进行联合技术研发，在国内外专业期刊发表文章，推进项目实施，有效推动自行车行业科技创新。

2.3 行业协会通过各种举措，积极推动行业技能人才建设

随着中国自行车行业的不断发展进步，有着较高理论和知识素养、较强动手能力的高技能型人才越来越受到行业的重视，需求量日益增大。为了适应行业对高技能人才呈现出的迫切需求，中国自行车协会在技能人才培养方面做了大量工作，通过各种举措推动行业技能人才建设。例如组织业内专家，修订国家职业大典中自行车电动自行车行业专属的装配工职业技能标准，并以开发标准为起点，计划开展教材编写、培训鉴定机构设立、人员技能培训、职业技能竞赛等工作。其中职业技能竞赛是发现和培养技能人才的有效手段之一，在中国轻工业联合会、中国就业培训技术指导中心、中国财贸轻纺烟草工会全国委员会的指导和帮助下，中国自行车协会已成功举办了两届行业级别和四届国家级别的竞赛，受到了全行业的广泛关注和认可。在历次竞赛中均有高水平选手脱颖而出，成为行业技能人才的佼佼者，为选手自身及所在企业赢得美誉。通过竞赛，1人获得全国“五一劳动奖章”，10人获得“全国技术能手”荣誉称号，24人获得“轻工行业技术能手”荣誉称号。竞赛带动行业技能练兵超20万人。

通过技能竞赛选拔与培养人才，是深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想的重要途径，是企业大力实施技能提升工程和素质登高工程的有力保障。行业协会通过行业职业技能竞赛和行业设计大赛等活动，有力推动行业内技术工人的职业发展。

3 行业协会参与“政校行企”合作取得的成效

3.1 科技论文类成果显著

当前，行业协会积极协调和参与“校企”科研协作，主要合作对象以科研型高校为主，且每年均能发表一定数量的科技论文。在校企合作中，企业在科技成果的基础上可以申请科技进步奖、中国专利奖等奖项，也可以进一步申报高新技术企业、“小巨人”企业等企业资质，并享受国家相应的优惠政策等；高校和协会的项目参与人员则根据论文成果，进行职称评定、申请项目等。“行企校”三方形成了较为良好的合作模式，并在促进科技成果向实际经济效益转化方面形成了良好的开端。由于职业院校比较重视实践教学，科研水平相对不如科研型院校，很难有较高的科研能力，因此，目前行业协会参与的“政校行企”合作主要是与科研型高校的合作，职业院校参与较少。

3.2 注重研发人才的培养

自行车电动自行车行业整体处于国际产业链的中低端，业内企业尤其是头部企业，为了不断巩固行业地位和扩大市场生存空间，比较注重技术研发，每年均投入大量资金进行研发人员的培养，从而推动产品技术创新和产品质量提升。其主要原因在于，企业不满足于中低端制造业的简单加工，更希望拥有研发与品牌优势，以便为企业带来超额利润，从而使企业在价格竞争中获得品牌附加值。研发人员技能门槛较高，专业性强，且需要多年的培育成本，很难实现社会化招聘，企业大多采用自主培养的模式。当前行业企业需求的技术研发人员多为高等科研院所毕业的学生。职业院校在以培养技术技

能型人才为主要目标的同时，应适当加强学生科研技术能力的培养，以便学生能够将职业目标从技能工人提升到高级研发人员。

4 加大行业协会参与“政校行企”协同育人的建议

目前行业协会在“政校行企”科技研发合作中已经发挥了重要的中介桥梁作用，行业协会在职业院校产教融合育人方面发挥的协同作用，也同样值得期待。

4.1 相关部门完善激励机制，激励行业协会搭建“政校行企”协同育人平台，积极参与职业院校产教融合

行业协会与企业的天然联系，以及其对行业的深度认知，决定了行业协会在职业院校的人才培养、人才输送、服务社会、科技开发等方面有不可或缺的作用。“政校行企”有效协同平台一旦建立，其功效将不可限量。

4.2 职业院校主动作为，提高研发能力和人才培养质量，吸引企业参与产教融合

我国产业发展阶段决定企业暂时存在重研发、轻产业工人培育的现象，但随着企业产品竞争力提升的需求，企业对产业工人素质将越来越重视。职业院校要以提高教师团队的研发能力为“产教融合”的合作切入点，以培养高素质技术技能人才、助推产业发展为目标，主动作为，形成“校企”合作的利益点，激发企业参与产教融合的积极性。

参考文献

- [1] 中国政府网. 中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议 [EB/OL]. [2023-05-15]. http://www.gov.cn/zhengce/2020-11/03/content_5556991.htm.
- [2] 孙锐, 吴江, 蔡学军. 我国人才战略规划评估现状、问题及机制构建研究 [J]. 科学学与科学技术管理, 2015, 36 (02): 10-17.
- [3] 孙锐, 吴江. 人才强国战略规划评估路径研究 [J]. 中国科技论坛, 2012, 10 (10): 79-84.
- [4] 金鑫, 耿娜. 应用型高校开设机器人专业的必要性和初步探索 [J]. 教育教学论坛, 2019, 1 (04): 158-159.
- [5] 高党寻, 姚启明, 杨建新, 等. 与“三思”深度融合的通识课教学设计与思考——以“艺术风装饰台灯”产品实践为例 [J]. 湖北理工学院学报, 2021, 37 (01): 62-65. 

电动自行车装饰性塑料件的 阻燃性能研究

Study on Flame Retardant of Decorative Plastic Parts of Electric Bicycles

王雪朕 何丽华 孙云东

(天津市产品质量监督检测技术研究院 天津 300384)

摘要: 电动自行车在充电/停放时屡屡发生起火事故,引起政府和社会的广泛关注和重视。电动自行车起火的主要原因是电气线路故障以及电动自行车塑料件起火燃烧的滴落物引燃车身塑料件。故电动自行车装饰性塑料件的耐火性、阻燃性对于电动自行车的安全起到至关重要的作用。因此,此文对电动自行车装饰性塑料件的阻燃性能进行试验研究,旨在发现电动自行车标准中阻燃性试验方法与电动自行车实际使用中火灾形成原因间的差异,为政府监管、风险预警和标准修订提供参考依据。

关键词: 电动自行车;装饰性塑料件;阻燃性能;风险预警;标准修订

1 引言

电动自行车以其操作简单、骑乘方便、污染小且噪声低等优点,已经在全国大中城市中蓬勃发展,成为城市公共交通必不可少的一部分^[1]。随着电动自行车产业的快速发展^[2],广大消费者对电动自行车提出了多元化的需求。为满足这些需求,电动自行车功能不断完善、外形不断更新,装饰性塑料件不断增加,与之对应的着火隐患不断增大。当电动自行车电气线路发生故障着火时,不阻燃的塑料件会令火势迅速扩大,引燃周围的易燃物品^[3]。电动自行车装饰性塑料件的阻燃性是否符合要求,对电动自行车火灾蔓延速度的快慢、造成损失的大小起着决定性的作用。

电动自行车的塑料件主要在鞍座、电池盒、前泥板、后泥板、装饰性外廓件等部位^[4]。GB 17761—2018《电动自行车安全技术规范》规定了电动自行车车身塑料件的阻燃要求,阻燃性能的检验方法则依据 GB 8410—2006《汽车内饰材料的燃烧特性》。GB 8410—2006 规定试验样条的数量为 5 条,样条尺寸为 356 mm×100 mm。因从电动自行车车身塑料件中无法裁出符合上述要求的试验样条,企业在产品型式试验时会采用塑料件生产厂提供试验样条的方式。型式试验样条与电动自行车整车上使用的塑料件在形状、尺寸、厚度等方面存在不同,这将导致实验室样条试验结果与实物电动自

行上的塑料件采样试验结果不一致^[5]。并且，该标准对起燃塑料件的滴落物能否引燃周围的易燃物也未进行考核。因此，本研究将直接从实物电动自行车上采样装饰性塑料件进行阻燃性试验，以了解并掌握电动自行车实物使用的装饰性塑料件是否有引起火灾的潜在风险。

2 试验部分

2.1 样本来源

本次试验样本取自电动自行车实物整车。为了满足试验要求，本研究对从电动自行车整车上裁出的样条按照表 1 进行处理。

表 1 样条处理方法

	标准要求	本试验实际实施情况
尺寸要求	356 mm × 100 mm	当样条尺寸不满足标准要求时，要满足宽度不小于 60 mm、长度不小于 138 mm。厚度为实际情况
安装要求	因不平无法安装时，采取在高温箱加热压平的方式处理。塑料 ABS 的热变形温度为 93 ℃ ~ 118 ℃	本试验样条压平处理的条件为：温度 110 ℃，时间 4 h，压板质量（重量）5 kg。试验人员要监控处理过程，热处理不得改变样条厚度
数量要求	当所裁出的样条数量不满足标准要求（5 条）时，以实际裁出的样条数量为试验数量	本试验仅裁出一块样条，且为平整样条，无须后处理

2.2 试验方法

将处理好的样条按照表 2 所列出的方法进行试验。具体方法为：将样条水平夹在 U 形支架上，在燃烧箱中用规定高度的火焰点燃样条的自由端 15 s 后，确定样条上的火焰是否熄灭，或何时熄灭，以及样条燃烧的距离和燃烧该距离所用的时间；同时，观察燃烧滴落物引燃下方垫棉情况。按照 GB 8410—2006 第 4.5 条规定了计算燃烧速度，燃烧速度应不大于 100 mm/min，按照 GB/T 5169.16—2017 观察滴落物是否引燃棉垫。

表 2 试验标准

本次试验项目名称	依据标准
电动自行车装饰性塑料件的阻燃性能	GB17761—2018《电动自行车安全技术规范》 GB8410—2006《汽车内饰材料的燃烧特性》

3 试验结果与分析

样品共计电动自行车 10 批次。完全符合本次电动自行车装饰性塑料件产品质量安全阻燃性能检测项目要求的为 3 批次，符合率为 30%。在其余 7 批次中，有 1 批次样品燃烧速率超过 100 mm/min，6 批次样品燃烧速率未超过 100 mm/min，7 批次样品滴落物全部引燃棉垫。总体情况统计见表 3。

表 3 电动自行车装饰性塑料件阻燃性能检测情况统计表

序号	燃烧速率 / (mm/min)	滴落物是否引燃棉垫
1	9.9	是
2	0	否
3	47.3	是
4	0	否
5	100	是
6	73.3	是
7	59.4	是
8	110.7	是
9	43.6	是
10	0	否
符合率 / %	90	30

根据试验情况，本研究选取一个样条进行试验过程描述。此样条裁剪的尺寸长为 180 mm，宽为 72 mm，厚为 2.30 mm，是电池上方搁脚板旁链条盒位置的装饰性塑料件，其 15 s 引燃结束后火焰燃烧情况如图 1、图 2 所示。火势继续扩大，约 2 min 后火焰燃烧至第一标线，燃烧至第一标线后约 10 s 滴落物引燃棉垫，引燃棉垫情况如图 3 所示。继滴落物引燃棉垫后，火势不再受控制，没有按照缓慢的速度继续水平燃烧，而是快速无规律地蔓延，且滴落物体积变大（见图 4）。1 min 后燃烧架及收集盘残余火焰仍很大，故用灭火器将其扑灭（见图 5）。由此可见，装饰性塑料件滴落物引燃起火具有很严重的风险。



图 1 火焰 15 s 燃烧断气后样条燃烧情况



图 2 燃烧约 2 min 后火焰燃烧至第一标线



图 3 滴落物引燃棉垫



图 4 燃烧约 4 min 后火势不受控制



图5 灭火器扑灭火焰

4 结论

本研究为了了解并掌握电动自行车实物使用的装饰性塑料件是否有引起火灾的潜在风险，直接从实物电动自行车上采样装饰性塑料件，进行阻燃性试验，得出以下结果：

1. 本研究初步了解和掌握了实物电动自行车整车装饰性塑料件阻燃性能存在的风险点。通过塑料件燃烧滴落物引燃棉垫的试验，本研究发现了电动自行车塑料件在火灾中易引燃其他易燃物的潜在风险，为电动自行车火灾风险预警或为新标准起草提供了技术依据。
2. 本研究发现从实物电动自行车上取下的装饰性塑料件的阻燃情况与型式试验结果存在不一致情况，说明从实物样车上获取的样条与送检样条试验结果不同，或企业生产一致性控制出现了问题。

参考文献

- [1] 王卓群, 林超, 戚威. 电动自行车用的充电器安全性不容忽视 [J]. 建筑工程技术与设计, 2017, 000 (030): 1487-1487.
- [2] Elliot Fishman, Christopher Cherry, 秦维. 电动自行车交通发展的主要趋势——近 10 年文献综述 [J]. 城市交通, 2016, 14 (2): 14.
- [3] 武凯, 李蕴恺, 韩晶晶. 电动自行车阻燃性能测试装置设计要点 [J]. 小型内燃机与车辆技术, 2021, 50 (4): 3.
- [4] 徐建军. 电动自行车塑料件 Electric bicycle plastic parts: CN302517565 S[P]. 2013-07-31[2023-03-06].
- [5] 高君, 刘华民, 费坤, 等. 电动自行车装饰性非金属材料燃烧特性对标准符合性研究 [J]. 中国自行车, 2020 (4): 4.

OTB

国内外电动滑板车法规介绍

Introduction of Domestic and Foreign Regulations for Electric Scooters

陈波 叶险

(无锡市检验检测认证研究院 无锡 214000)

摘要: 随着电动滑板车行业迅速发展,各个国家和地区都制定了严格的法规标准及管理要求。此文整理了国内外现行电动滑板车法规标准,为完善我国电动滑板车法规标准,助力行业精准对接国内外市场、踏准国内国际双循环节奏,提供有价值的参考。

关键词: 电动滑板车; 国内外法规; 标准

0 引言

在我国,电动滑板车是近年来兴起的产品,其消费群体主要为户外运动爱好者,属休闲玩具类商品。我国道路交通安全法规定,电动滑板车不允许上路。欧美部分国家将电动滑板车作为机动车辆管理,只需满足相应法规标准即可上路,由于电动滑板车轻便快捷,深受当地消费者的喜爱,已成为重要的短途代步工具之一。由于各个国家和地区的电动滑板车标准法规及管理情况不尽相同,因此本文将对不同国家和地区的电动滑板车的管理情况进行介绍。

1 中国电动滑板车管理情况

我国电动滑板车产业发展较早,2000年左右国内已有企业开始生产电动滑板车,当时消费市场主要在欧美,国内生产企业以出口为主。2004年6月1日,行业标准SN/T 1428—2004《进出口电动滑板车检验规程》发布,该标准由国家认证认可监督管理委员会归口上报,浙江出入境检验检疫局为主要起草单位,是国内第一部电动滑板车相关标准,适用于进出口电动滑板车的检验。该标准规定了电动滑板车的抽样、检验要求、试验方法以及结果的判定^[1],由于至今已23年,技术要求已经不适合当下电动滑板车的发展,且不适用于内销产品,目前较少被采用。

由于国内电动滑板车产品标准长期缺失,为了规范电动滑板车产品质量,确保消费者使用安全,江苏省市场监督管理局于2020年10月13日发布了地方标准DB32/T 3872—2020《电动滑板车安全技术规范》。这是国内首个电动滑板车产品的地方标准,适用于以休闲活动为主要用途,用于非公路上骑行的电动滑板车。该标准规定了电动滑板车的安全要求,包括行驶安全性能、机械性能、电气性能、环境适应性能、试验方法和说明书的要求^[2]。

2 欧盟电动滑板车管理情况

EN 17128 : 2020《载人和货物及相关设施运输的轻型机动车辆，未经道路使用类型批准 - 轻型电动车辆 (PLEV)》由法国标委会 (AFNOR) 组织起草，该标准于 2020 年 8 月 17 日批准，2020 年 10 月 21 日发布，2021 年 4 月 30 日执行。该标准适用范围包括德国、法国、意大利、奥地利、比利时、丹麦、芬兰、希腊、匈牙利、冰岛、爱尔兰、荷兰、波兰、葡萄牙、西班牙、瑞典、挪威、瑞士、土耳其等大部分欧洲国家。

该标准规定了包含电动滑板车和电动平衡车在内的个人轻型电动车的一般安全要求和试验方法，包括折叠系统的自锁及防止意外开启要求、启动系统的双动作要求、人行模式的速度限制，以及警示模式要求、骑行警示零部件的要求、启动加速度的要求、刹车制动的减速度及刹车补偿要求，以降低在预期使用期间对第三方和用户造成伤害的风险^[3]。

3 德国电动滑板车管理情况

近年来，电动滑板车在德国销售火爆，尤其共享电动滑板车在德国发展迅速，电动滑板车遍布大街小巷。德国交通部于 2019 年颁布了 eKFV《微型电动车管理条例》，以规定电动滑板车产品及上路管理要求。

自 2016 年 1 月起，适用于两轮、三轮、四轮机动车辆的管理条例 EU 168 开始强制实施，该条例也对摩托车的要求作出规定，但是对于电动滑板车、电动平衡车这类产品不适用。eKFV《微型电动车管理条例》首次将电动滑板车、电动平衡车纳入道路交通体系，按照机动车辆进行管理。

(1) 该标准规定的微型电动车为带有电动驱动装置和最大设计速度不小于 6 km/h，不超过 20 km/h 的机动车，具有以下特征：

- 具有座椅的车辆，具有或不具有座椅的自平衡车辆；
- 具有座椅的机动车应带有至少 500 mm 的转向操纵杆或把手，不具有座椅的机动车应带有至少 700 mm 的转向操纵杆或把手；
- 额定连续功率不超过 500 W，至少 60% 的功率用于自平衡则不超过 1 400 W。额定连续功率根据 EN 15194 : 2018 或联合国欧洲经济委员会 (UN/ECE) 第 85 号规定的要求予以确定；
- 总宽度不超过 700 mm，总高度不超过 1 400 mm，总长度不超过 2 000 mm；
- 车辆最大质量不超过 55 kg (不含驾驶员)。

(2) 微型电动车具有内置电子平衡、驱动、转向和减速技术装置，可实现自平衡。

(3) 微型电动车只允许在满足上路许可的前提下，在公共道路交通中使用。

eKFV《微型电动车管理条例》详细规定了微型电动车的安全要求和试验方法，包括制动系统、照明装置、喇叭警告装置、行驶动力、电磁兼容性能、保护装置、防触电、防滑、电池安全性能等要求^[4]。

参考文献

- [1] 中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局 . 进出口电动滑板车检验规程 :SN/T 1428-2004 [S]. 北京 : 中国标准出版社 ,2004:10.
- [2] 江苏省市场监督管理局 . 电动滑板车安全技术规范 :DB32/T 3872—2020 [S]. 北京 : 中国标准出版社 ,2021:5.
- [3] CEN / TC 354. DIN EN 17128, Light motorized vehicles for the transportation of persons and goods and related facilities and not subject to type-approval for on-road use - Personal light electric vehicles (PLEV) - Requirements and test methods, German version : EN 17128:2020[S]. <https://www.en-standard.eu/bs-en-17128-2020-light-motorized-vehicles-for-the-transportation-of-persons-and-goods-and-related-facilities-and-not-subject-to-type-approval-for-on-road-use-personal-light-electric-vehicles-plev-requirements-and-test-methods/>
- [4] des Bundesministeriums für Verkehr und digitale Infrastruktur, des Bundesministeriums des Innern, für Bau und Heimat und des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit. Elektrokleinfahrzeuge-Verordnung vom 6. Juni 2019 : BGBl. I S. 756 [S].<https://www.gesetze-im-internet.de/ekfv/eKFV.pdf> OTB

2024年5月

展览地点：上海新国际博览中心

VENUE: SHANGHAI NEW INTERNATIONAL EXPO CENTER

规模：150000平方米/7000个展位

Scale: 150000m²/7000booths



CHINA CYCLE 2024

中国国际自行车展览会
中国国际电动车及零配件展览会
中国国际摩托车及零部件展览会
上海国际户外骑行装备展览会



关注微信公众号
了解更多展会内容

WWW.E-CHINACYCLE.COM / WWW.CHINA-BICYCLE.COM

组委会办公室/Contact : 电话/Tel: 86 21 32513000 传真/Fax: 86 21 32513220 邮编/PC: 200333
地址: 上海市金沙江路1678号2101室 (绿洲中环中心) Add: Room 2101, No.1678 Jinshajiang Road, Shanghai, China

广告





健康出行 低碳生活



微信号

2023全球两轮车活动一览表

名称	时间	地点	主(承)办方	主要展品/内容
国际消费类电子产品展览会 (International Consumer Electronics Show)	2023年1月5日—8日	美国拉斯维加斯	美国电子消费品制造商协会	消费电子产品、通讯硬件、软件及服务、相关电子元器件及电子材料
中国浙江国际自行车 新能源电动车展览会 (Zhe Jiang China International Bicycle New Energy E-cycle Exhibition)	2023年3月13日—15日	中国浙江义乌	浙江省自行车电动车行业协会	自行车整车、电动自行车整车、零配件
台北国际自行车展 (Taipei International Cycle Show)	2023年3月22日—25日	中国台湾台北	台湾对外贸易发展协会	自行车整车、自行车配件、电动自行车、电机系统、智慧骑乘装置、骑行服务
中国北方国际自行车电动车展览会 (China North International Bicycle & E-Bike Exhibition)	2023年3月30日—4月1日	中国天津	天津市华轮展览有限公司、天津市轮创科技发展有限公司	自行车、电动车整车及零部件, 机器人及智能技术应用, 童车及零部件, 老年代步休闲产品, 新能源绿色交通工具, 生产加工设备, 环保设备及技术工艺、材料, 运动休闲用品、装备
中国自行车电动自行车设计大赛暨 两轮车时尚品牌周 (China Bicycle & Electric Bicycle Design Competition)	2023年4月13日—16日	中国江苏宜兴	中国自行车协会	中国自行车电动自行车设计大赛决赛 两轮车时尚品牌周
日本自行车展 (Cycle Mode)	2023年4月15日—16日	日本东京	TVO有限公司	两轮车整车、零配件、服饰、箱包等整个产业链, 并且展出自行车行业的新技术和服务
印度国际自行车展 (Ride Asia)	2023年4月14日—16日	印度新德里	乌丹(Udan)传媒有限公司	自行车整车、电动自行车整车、零配件、运动/健身产品、童车
中国进出口商品交易会(春季) (China Import And Export Fair)	2023年4月15日—19日	中国广东广州	中华人民共和国商务部、广东省人民政府、中国对外贸易中心	大型机械及设备、小型机械、自行车、摩托车、汽车配件、化工产品、五金、工具、车辆(户外)、工程机械(户外)、家用电器、电子消费品、电子电气产品、计算机及通信产品、照明产品、建筑及装饰材料、卫浴设备
美国加州海獭自行车展 (Sea Otter Classic)	2023年4月20日—23日	美国蒙特雷	海獭自行车展组委会	自行车整车、自行车配件和零部件、自行车专用服饰和器材、户外运动器材、装备、运动营养品, 安全警示产品等
广西新能源电动(三轮)车 及零配件博览会 (Guangxi New Energy Electric Vehicle Exhibition)	2023年4月21日—23日	中国广西南宁	广西电动车行业协会	两轮电动车、三轮电动车、新能源汽车、零配件、金融机构等
英国自行车展 (The Cycle Show)	2023年4月21日—23日	英国伦敦	高街(Upper Street)活动组织有限公司	自行车、电动自行车、自行车户外运动、零配件
中国国际自行车展览会 (China Cycle)	2023年5月5日—8日	中国上海	中国自行车协会	自行车及零部件, 电动自行车及零部件, 童车及零部件, 滑板车/平衡车及零部件, 相关设备、工艺、材料及相关出版物、骑行装备、户外运动用品、户外休闲用品
中国无锡新能源电动车展览会 (China Wuxi International Electric Vehicle Fair)	2023年5月20日—22日	中国江苏无锡	中国国际商会无锡商会、无锡市锡山区人民政府、江苏省自行车有限公司、中国自行车协会助力车专业委员会、江苏省自行车电动车协会	电动车(电动两轮、三轮、四轮)、电动轻便摩托车、电动摩托车及零配件;滑板、跑酷、小轮车、旅游休闲、时尚运动等户外运动装备及用品

名称	时间	地点	主（承）办方	主要展品/内容
德国国际自行车贸易展 (Eurobike)	2023年6月 21日—25日	德国法兰克福	腓德烈斯哈芬展览公司	自行车、自行车配件和零部件、 自行车专用服饰和器材
华南国际电动车及零部件展览会 (South China International Electric Vehicle and Parts Exhibition)	2023年6月 28日—30日	中国广东广州	广东省电动车商会	整车、电池、零部件、移动出行、物联网通信服 务商等
波兰国际自行车展 (Kielce Bike-Expo)	2023年9月 22日—23日	波兰凯尔采	波兰自行车协会	自行车、自行车零配件、服装、观光自行车、越 野自行车、公路自行车、赛车、室内自行车等， 及各种自行车相关用品等
中国台中周自行车展览会 (Taichung Bike Week)	2023年10月 3日—6日	中国台湾台中	台中周自行车展览会 组委会	自行车零配件
中国国际电池工业展览会 (China International Battery Exhibition)	2023年10月 13日—15日	中国四川成都	中国电池工业协会、中国 自行车协会	电池产品、电池应用领域、储能技术产品及 应用、光伏技术产品及应用、氢能与燃料电池 技术、电池原辅材料及零配件
意大利米兰摩托车及自行车展览会 (EICMA)	2023年11月 7日—12日	意大利米兰	意大利两轮车协会	摩托车、电动摩托车、动力车、电动独轮平衡车、 自行车、电动自行车、环保自行车、山地越野自行 车、公路赛自行车、家用自行车、助动车、拖车、 边车、踏板车、摩托车零配件、轮胎及胎圈、发动 机及组件、电动设备、摩托车生产设备、摩托车 工具和商店设备、摩托车服及用具、防护用品、原 材料、半成品、润滑油和包装材料、摩托车旅游 及相关户外用品等
越南河内电动车及自行车展览会 (Vietnam Cycle)	2023年11月 2日—4日	越南河内	越南交通安全委员会、越 南自行车协会、越南电 动车协会	自行车、电动自行车、电动踏板车、 摩托车和配件
中国江苏国际新能源电动车及 零部件交易会 (China Jiangsu International New Energy Electric Vehicle & Parts Fair)	2023年10月 26日—28日	中国江苏南京	江苏省自行车电动车协 会、江苏省自行车有限公 司、江苏省道路交通安全 协会、中国自行车协会助 力车专业委员会	自行车、新能源电动车及零部件
中国·贵港电动车国际高峰论坛 (China Guigang E-Vehicle International Forum)	2023年 9月	中国广西南宁	中国自行车协会	电动自行车高峰论坛、产业布局研讨会
中国自行车产业大会暨流行趋势 发布会和新品试骑活动 (Conference on China Bicycle Industry)	2023年11月 2日—5日	中国广东广州	中国自行车协会	产业论坛、国际交流、行业发布、 文化体验
中国进出口商品交易会(秋季) (China Import And Export Fair)	2023年10月 15日—19日	中国广东广州	中华人民共和国商务部、 广东省人民政府、中国对 外贸易中心	大型机械及设备、小型机械、自行车、 摩托车、汽车配件、化工产品、五金、工具、车 辆(户外)、工程机械(户外)、家用电器、电 子消费品、电子电气产品、计算机及通信产品、 照明产品、建筑及装饰材料、卫浴设备
中国国际进口博览会 (China International Import Expo)	2023年 11月5日—10日	中国上海	中华人民共和国商务部、 上海市人民政府、中国 国际进口博览局、国家会 展中心(上海)有限责任 公司	以进口为主题的国家级展会
巴西圣保罗国际自行车贸易博览会 (Bike Brasil Expo)	2023年10月 24日—29日	巴西圣保罗	巴西纽伦堡展览 有限公司	自行车、观光自行车、越野自行车、公路自行 车、赛车、室内自行车、自行车零配件、附件、 消耗件、服装、及各种自行车相关用品

2023征订

翔若轩（上海）文化发展有限公司

单位名称：_____

收件地址：_____

收件人：_____ 电话/手机：_____ 邮编：_____

征订内容：(请在下图勾选) 征订套餐：_____ 号套餐 _____ 份

征订总金额：_____ (金额大写：_____)

刊物征订

《中国自行车》

(双月刊 全年6期 单月28日出版)

全年定价 150 元(邮局递送) 份数：_____ 份

(自选)平邮挂刷费 30 元



《中国自行车》
微信公众号



微信即扫即读，
无需下载

收款单位：翔若轩（上海）文化发展有限公司

开户银行：中国农业银行股份有限公司上海真北路支行 账号：0347 7400 0400 15644

地址：上海市金沙江路 1678 号 21 楼 邮编：200333

订阅热线：021-32513000 传真：021-32513220

E-mail：43214464@qq.com QQ：43214464

备注：请将此单及汇款凭证及时寄回或发邮件、传真至我处，
并请来电确认，以便我们及时给您寄送杂志。谢谢。

自行车 | 电动自行车



翔若轩(上海)文化发展有限公司
《中国自行车》杂志
中国自行车产业大会
新品试骑活动
电动自行车活动
流行趋势发布会

www.otobtb.com

地址: 上海市普陀区金沙江路1670号2111室
电话: 021-32513000 传真: 021-32513220

邮箱: web@otobtb.com 广告



“荣耀” 归来

ALL GUTS.
ALL GLORY.

THE ALL-NEW
GLORY ADVANCED

GIANT