

中国自行车

Lifestyle

ISSN 1000-999X
CN 31-1548/TS

CHINA
BICYCLE

2024年11月&12月 第6期 总第515期

P18

骑行圈：自行车上的社群生活

Cycling Circles: Community Life on the Bicycle

特别报道：

跑出产业加速度，
赢得出海主动权，塑造开放新优势
——2024 新能源电动车
产业发展大会特别报道

定价：¥ 25.00元

ISSN 1000-999X



9 771000 999243



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

VONDA

厦门鸿基伟业复材科技有限公司

电话Tel: 0592-3306517

碳辐条 全球专利 GLOBAL PATENTS



无胶式机械连接技术
Glueless mechanical connection technology

轻量化 LIGHTWEIGHT | **高刚性** HIGH RIGIDITY | **高强度** HIGH STRENGTH | **耐疲劳** FATIGUE RESISTANT

专利号
PATENT NO.

中国 CHN	美国 USA	比利时 BEL	德国 DEU	法国 FRA	荷兰 NLD	罗马尼亚 ROU	欧洲 EUROPE
ZL201720906569.3	US10933690B2	EP2018739445	EP2018739445	EP2018739445	EP2018739445	EP2018739445	EP2018739445
ZL201711277891.5	US16071487						
TWI675760B							
葡萄牙 PRT	日本 JPN	瑞士 CHE	西班牙 ESP	匈牙利 HUN	意大利 ITA	英国 GBR	
ZL202022679553.8	JP2018534645	EP2018739445	EP2018739445	EP2018739445	EP2018739445	EP2018739445	GB201811897
ZL202122679702.5							
ZL202220203562.6	EP2018739445						

SHIFTING YOUR RIDE.



八方GVT齿轮传动变速技术

体验八方GVT 技术为出行带来的更多可能，高精尖、高融合变速机构设计带来精准变速动作；“五合一”，GVT 意味着指拨、变速杆、变速线、变速器和多速飞轮不再是必须，也避免了因为天气、泥沙或外部磨损等因素而影响变速性能。带来更加简约、无线的整车设计空间，和更轻松的售后保养方案。

GVT自动变速花鼓和自动变速轮毂电机系列已上市，适用于eCity, eFat, eCargo, eTour，即将解锁更多场景。



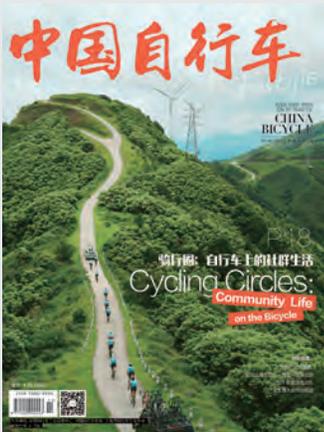
变速电机



变速花鼓

BAFANG

POWER YOUR LIFE



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、用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, 本刊将有权利退稿且拒付稿费。

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, 亦不对所涉及的商标、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, 并非本刊立场或赞同其立场, 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。

中国自行车

ZHONGGUO ZIXINGCHE

ISSN 1000-999X CN 31-1548/TS

CHINA BICYCLE 创刊于1978年 2024年11月&12月 第6期 总第515期 Issue No. 515 2024 No. 6

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.

EDITORIAL COMMITTEE 编委会

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 (按姓氏笔划排列)
刘学权 Liu Xuequan 李忠科 Li Zhongke
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 《中国自行车》编辑部

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

Senior Editor 责任编辑 宋博 Song Bo 刘益胤 Liu Yinyin 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 美术设计

Art Director 美术总监 徐琼 Xu Qiong

NEW MEDIA DEPARTMENT 新媒体部

New Media Director 新媒体总监 薛征征 Kyle Xue

ADVERTISING DEPARTMENT 广告运营

Advertising Director 广告总监 刘田波 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 制版/印刷

上海安枫印务有限公司 Shanghai An Feng 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



ISO 4210

KENLI

Tel: 0086-574-63529668 63522968

Fax: 0086-574-63529988

Email: kenli@chinakenli.com

Web: www.chinakenli.com

Add: No.233, Fumin Road, Shengshan Town, Cixi, Ningbo, China



Contents 目次

《中国自行车》总第515期 2024年11月&12月 第6期 创刊于1978年

COV

卷首语

01 车轮间的自由与风雅

//《中国自行车》编辑部

自由的气息在车轮中流转,骑行是人与环境最优雅的对话。在这个轻巧的工具——自行车上,或许你会找到一种新的生活方式,一种诗意栖居的可能。

轮界简报

02 全国性行业协会商会庆祝新中国成立75周年文艺汇演举行(等)

9月25日,“礼赞新中国 奋进新时代”——全国性行业协会商会庆祝新中国成立75周年文艺汇演举行。

特别报道

08 跑出产业加速度,赢得出海主动权,塑造开放新优势——2024 新能源电动车产业发展大会特别报道

//《中国自行车》编辑部



18

er Feature

封面专题

18 骑行圈：自行车上的社群生活
/《中国自行车》编辑部

23 骑行社群的纽带：多元活动的魅力融合
/ 灰原

28 骑行社群：多样性下的共同热爱
/《中国自行车》编辑部

44 骑行社群意见领袖 / 灰原

56 骑行文化的全球视野 / 灰原

64 骑行社群的未来 / 灰原

广告索引

捷安特

鸿基伟业

翔若轩活动

八方

肯力

大行

建德五星

天津嘉思特

宁波日骋

兰溪轮峰

中国国际自行车展

公益广告

车迷节

中国两轮出行产业
大会

贵港

中国自行车电动自
行车设计大赛

《中国自行车》征订



Contents 目次

《中国自行车》总第515期 2024年11月&12月 第6期 创刊于1978年



业界 · 最前沿

66 骑行热潮：自行车成为年轻人的新宠
/ 侯恬

72 FNIX 官方呈现赞助
首届环上海·新城自行车赛，
助力打造上海自主品牌赛事
/ FNIX

76 骑行新天地：捷安特 - 丽以芙
昆明融创体验中心店
/ 黎馥

78 欧洲自行车维修业务迎来
“修复热潮”，维修店铺收入大幅度上涨
/ momo

80 德国 2024 年出行消费调查报告
——消费者偏好与需求变迁
/ momo

84 美国剑桥市自行车道改造
让骑行人数狂飙 300%
/ 一条锦鲤

业界 · 装备库

86 都市时尚出行新宠：
大行 K9 折叠车
/ 骑行家

92 小体积，大扭矩！苏州万佳全新发布
Q70 系列力矩谐波中置电机
/ 万佳

96 手工艺术：7 款亮眼的定制自行车
/ 阿尔恩·库普

DAHON®
轻快美爽

大行“快车道”技术
首台铝合金公路车
刚性强悍
速度出色

VÉLODON



大行科工（深圳）股份有限公司

深圳宝安松岗沙浦社区艺展四路8号盈硕商务大厦8楼

📞 全国免费服务热线 400-810-1988



广告

Contents 目次

《中国自行车》总第515期 2024年11月&12月 第6期 创刊于1978年



业界 · 骑行圈

102 一场城市、山水、人文
与自行车运动碰撞的盛宴
——2024 格力 - 环广西
公路自行车世界巡回赛落下帷幕
/ 王震蒙

108 金龙泉 · 2024 环漳河
国际公路自行车赛圆满落幕
/ 行云

论坛

110 浅谈电动自行车飞轮部件的使用
/ 李辉

113 基于“双碳”目标的钛合金电动
自行车车架轻量化设计 / 吴永刚 杨彦鹏
费佳奇 李健彬 肖磊 李世隆

118 几种常见电动两轮车用电池的
性能分析 / 张旭芳 秦婷 薛宇

120 2024 年江苏省电动自行车
充电器产品质量安全风险监测情况分析
/ 方园园





STAR UNION
WUXING

E.E.E

Ebike E-components Expert
电动两轮零件专家



六活塞锻造卡钳 (221PYDZJ Max)



● 更优驻停结构

● 加大油杯容量

● 视油窗

建德市五星车业有限公司

JIANDE WUXING BICYCLE CO.,LTD.

地址：中国·浙江省建德市梅城镇城南工业功能区众悦路1号

电话：86(0)571-5831 9944

传真：86(0)571-5831 9948

Email: info@star-union.net

Web: https://www.star-union.net

五星车业微信公众号

五星车业抖音视频号



无线电子变速控制系统

EDS TX

御骑千里 一触即发

- ✔ 响应速度更快
- ✔ 信号更稳定
- ✔ 超长续航
- ✔ 按键功能通过APP自由调节设定功能
- ✔ 深度防水 无惧环境
- ✔ 强制换挡 超强输出



兰溪轮峰车料有限公司
LANXI WHEELTOP CYCLE INDUSTRIES, LTD.
Tel: 18058967371 E-mail: sales@wheeltop.com

EDS TX

JUSTEK
嘉思特

Spring
嘉科技

云窗系列 · TTY

SOFT AND COMFORTABLE

G

耐割

M

耐磨

P

耐破

F

防水

G

透明GEL



窗口和图案
都可以任意DIY哦!

“千变刻求”的窗口
“丰富多彩”的画面
画面中的隐藏密码

天津嘉思特车业股份有限公司

地址：中国天津市北辰区双口镇双口工业区永保路21号
电话：+86-022-86837077

江阴嘉思特车业有限公司

地址：中国江苏省江阴市云亭产业园松文头路22号
电话：0510-86969906

天津嘉思特车业股份有限公司静海分公司

地址：中国天津市静海经济开发区南区台玻南路10号
电话：+86-022-86837077

金寨嘉思特科技有限公司

地址：中国安徽省六安市金寨县经济开发区北八路
电话：0564-7061608



justek@163.com



http://www.justek.com.cn

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

宁波日聘车业有限公司
NINGBO SUNRUN BICYCLE CO., LTD

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

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: steve@sr-139.com 网址WEBSITE: www.chinasunrun.com

SUNRUN

广告

车轮间的自由与风雅

Freedom and Elegance between Wheels

在这个充满节奏的世界里，骑行是最具诗意的运动之一。它没有引擎的轰鸣，却有风声作伴；它不依赖速度的极致追求，却在你每一次接触地面时，让你感受到时间的温柔流淌。

骑行，不仅是身体的移动，还是心灵的飞翔。无论是晨曦初现时轻踩车轮，还是傍晚夕阳下悠然骑行，每一次骑行，都是对自然、对自我的一次深入探寻。在这看似单调的蹬踏往返中，隐藏着生活的丰富层次与无尽的可能。

骑行不仅是身体的移动，还触及了社群文化的深层次共鸣。无论是清晨时分在都市街道上穿梭的晨骑者，还是在郊外山径探索的骑行爱好者，对他们来说，骑行社群的构建与发展已经超越了单纯的个人骑行经历，演变成了一种集体文化的体现。在这些社群中，骑行者们因共同的爱好聚集在一起，分享彼此的经验与故事。每一次集体骑行，都是一次关于信任、合作和团结的旅程。这种群体骑行不仅为参与者提供了一种有益健康的运动方式，还成为他们与城市、与自然、与伙伴对话的独特媒介。

本期的封面专题，将带领大家走进全球骑行社群文化的多样图景。从哥本哈根的自行车广场，到东京的狭长小巷，再到上海的阳光大道，无论何处，总有一群人在车轮间寻找归属。这些骑行社群不仅致力于健身和环保，而且共同追求一种特定的生活方式，它们的存在甚至象征着一场正在悄然发生的文化变革。

骑行社群如同一个流动的集体，承载着共享的体验与愿景。在车轮之上，人们以另一种方式参与城市的呼吸，丈量世界的广度和内心的深度。正是通过这一共同的爱好，骑行者们打破了人与人之间的屏障，建立了一个个独特的社群。在社群中，速度不再是唯一的追求，反而那份由心而发的自由与宁静，成了大家共同的信念。

专题中，我们不仅会探讨这些社群的发源与发展，还将揭示骑行者们如何在城市间发现美、创造文化。在他们眼中，车轮滚动不仅是对日常生活的写照，还是对生活态度的书写。

自由的气息在车轮中流转，骑行是人与环境最优雅的对话。在这个轻巧的工具——自行车上，或许你会找到一种新的生活方式，一种诗意栖居的可能。

《中国自行车》编辑部

全国性行业协会商会 庆祝新中国成立75周年文艺汇演举行

9月25日，“礼赞新中国 奋进新时代”——全国性行业协会商会庆祝新中国成立75周年文艺汇演举行。中央社会工作部部长吴汉圣；工业和信息化部党组成员、副部长单忠德；民政部党组成员、副部长李保俊；中央社会工作部副部长，国家信访局党组书记、局长李文章；中央纪委国家监委驻中央社会工作部纪检监察组组长刘钊；中央社会工作部副部长柳拯等出席。

本次汇演中，全国性行业协会商会职工通过歌舞、朗诵、情景剧、戏曲等多种文艺形式，热情讴歌了新中国成立75周年以来特别是进入新时代以来，党团结带领人民走过的光辉历程、取得的伟大成就，充分表达了全国性行业协会商会及广大职工在习近平新时代中国特色社会主义思想的科学指引下，坚定不移听党话、矢志不渝跟党走、对伟大祖国的深情礼赞，精彩展示了全国性行业协会商会在改革发展进程中不负时代重托、不辱发展使命的昂扬精神风貌，有力彰显了在进一步全面深化改革、推进中国式现代化壮阔征程中砥砺奋进、拼搏奉献的信心和决心。



行业协会商会改革发展部际联席会议成员单位有关同志，全国性行业协会商会负责人及职工代表，中央社会工作部、中央纪委国家监委驻中央社会工作部纪检监察组、国家信访局有关同志等观看演出。

(来源：中国轻工公众号)

中国自行车协会印发关于欧委会对我国自行车反倾销日落复审的通知

9月2日，中国自行车协会印发关于欧委会对我国自行车反倾销日落复审的通知。通知指出，2024年8月29日，欧盟委员会发布立案公告，对原产于中国的自行车启动反倾销日落复审调查。准备应诉的出口生产企业、出口商需于立案之日起7日内通过TRON系统提交抽样问卷，需于立案之日起15日内通过TRON系统提交生产要素问卷。

中国自行车协会提示，对欧盟出口企业应重视此次复审调查，主动配合协会、商会相关工作，积极应诉和抗辩；如有任何问题，可及时联系协会。

(来源：中国自行车协会官网)



2024新能源电动车产业发展大会顺利举办

8月30日至31日，中国自行车协会与贵港市人民政府共同主办的2024新能源电动车产业发展大会在广西南宁成功举行。此次大会恰逢《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）生效两周年，旨在深化与东盟国家的合作交流，充分利用贵港的电动车产业基础和区位优势，推动中国电动车产业的高水平外贸发展。

8月30日上午，“向新而行，向高而攀”主题大会如期拉开帷幕。

出席本次会议的中方领导有：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；中国贸促会研究院院长、中国-东盟商务理事会首席专家赵萍；中国国际经济合作学会副会长兼秘书长胡锁锦；中共贵港市委书记朱会东；贵港市港北区委书记杨燕忠；贵港市港北区人民政府区长刘理等。

同时出席此次大会的外方嘉宾有：老挝国家工商会顾问颂吉·因塔密，柬埔寨内政部立法理事会副主席吴金明，柬埔寨王国驻南宁馆总领事唐肃安，马来西亚联邦驻南宁馆总领事阿哈默·法蒂尔·伊斯迈尔，老挝人民民主共和国驻南宁馆总领事翁巴努西巴色，以及来自文莱、柬埔寨、印度尼西亚、老挝、缅甸、菲律宾、泰国、越南、美国、伊朗等国的业界代表。

还有来自中国香港特别行政区政府驻广西联络处主任王卓然，各省市自行车电动车行业（商）会、相关产业认证中心和检测中心、重点企业的代表，广西壮族自治区、南宁市、贵港市相关单位同志及新闻媒体代表共300余人，共襄盛举。

会上，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和中共贵港市委书记朱会东致欢迎词，中国贸促会研究院院长赵萍发表主旨演讲。随后RCEP成员国的代表分享了本国电动车产业的发展现状与前景。中国国际经济合作学会副会长兼秘书长胡锁锦也发表了演讲。

之后的圆桌对话环节聚焦于中国电动两轮车的国际化发展，与会代表探讨了“双向奔赴”的策略。

8月30日下午，电动车出口专题会举行，探讨行业在国际市场的拓展。随后，中国-东盟新能源电动车产业发展研讨会举行，聚焦产业发展与合作，吸引了多国代表参与。

8月31日上午，广西电动自行车以旧换新启动仪式在南宁国际会展中心成功举行。随后，相关座谈会汇聚了政府、行业协会、企业代表等多方力量，共同探讨了以旧换新政策的实施情况及行业规范发展的未来方向。

通过这些活动，大会不仅探讨了电动车产业在RCEP框架下的发展路径，还就对外贸易、电动自行车政策等议题达成了共识，为产业发展和国际合作开辟了新篇章。

（本次会议详细内容见本刊特别报道栏目）

中国自行车协会组团参加ISO/TC149年会及SC1第46届年会暨WG13、WG16工作组会议

9月10日—13日，ISO/TC149年会及SC1第46届年会暨WG13、WG16工作组会议在葡萄牙桑加洛斯(Sangalhos)召开。中国、法国、德国、日本、荷兰、葡萄牙、英国、美国和澳大利亚等9个国家40余名代表出席会议。中国自行车协会、全国自行车标准化技术委员会、上海凤凰自行车有限公司、上海易玮电动车销售服务有限公司、宁波巨隆机械股份有限公司、唐山辰阳运动器材有限公司的6名专家代表参加了会议。

在ISO/TC149及SC1的年会上，ISO/TC149及SC1的秘书处分别报告了全年工作情况；投票通过了SC1新任主席；投票同意保留与IEC TC61家用电器设备标委会的联络关系，同意4位日本专家辞去IEC TC61联络员的职务，同意下次年会将于2025年10月14日—17日在日本东京举行。

WG13的ISO 4210两轮自行车安全要求标准工作组、WG16的ISO 11243自行车行李架标准工作组分别对相关标准进行了研讨。中国提出的10条意见，其中编辑性意见4条，技术性意见6条（3条通过，1条需要进一步说明，2条与日本和美国专家组成讨论组作进一步的分析）。

会议期间，中国专家受邀走访了Iigus、Bikinnov、Abimota、HFA、Triangle、DM、Sangalhos等公司，对欧洲自行车整车和零配件的设计、生产、检测等进行了实地考察，观看了欧洲自行车零部件工业自动化生产的实景，了解了电助力自行车在可持续材料应用方面的进展、其在市场上的潜在前景，以及它如何塑造交通出行的新业态。

（来源：中国自行车协会官网）



四部门联合发文加强电动自行车管理

10月8日，市场监管总局、工业和信息化部、公安部和国家消防救援局联合印发关于加强电动自行车产品准入及行业规范管理的公告，提出了加强电动自行车产品准入有关要求及行业规范管理工作5条措施，分别是严格执行强制性国家标准、严格实施强制性产品认证、强化电动自行车产品质量安全和认证监管、强化电动自行车登记上牌管理和强化电动自行车行业规范管理。

其中，在严格实施强制性产品认证方面，公告称，认证委托人对其已获得强制性产品认证的电动自行车，应在2024年10月31日前符合4项强制性国家标准（GB 17761—2018《电动自行车安全技术规范》、GB 42295—2022《电动自行车电气安全要求》、GB 42296—2022《电动自行车用充电器安全技术要求》、GB 43854—2024《电动自行车用锂离子蓄电池安全技术规范》）及修改单要求并完成认证变更。逾期未完成认证变更的，指定认证机构对认证证书做出暂停处理，暂停期不超过3个月。

（来源：南方都市报）





中国自行车协会理事长刘素文出席广西电动自行车以旧换新启动仪式

我国首次出台电动自行车“以旧换新”政策

8月30日下午，商务部等五部门发布了《推动电动自行车以旧换新实施方案》，这也是我国首次出台电动自行车“以旧换新”政策。我国是全球电动自行车生产、消费大国，目前国内电动自行车社会保有量已达3.5亿辆，以旧换新实施方案的出台将惠及众多消费者。

此次实施方案要求各地要统筹用好、加力支持消费品以旧换新相关资金，结合实际制定电动自行车以旧换新实施细则，明确补贴标准和方式。对交回个人名下老旧电动自行车并换购电动自行车新车的消费者予以补贴，鼓励享受补贴的消费者购买符合《电动自行车行业规范条件》的企业生产的合格电动自行车新车。电动自行车销售企业与生产企业、回收企业联合开展以旧换新，对消费者给予叠加优惠。也就是说，除了卖旧的金额之外，消费者还会得到购新的补贴。

国家发展改革委产业经济与技术经济研究所工业室副主任李子文介绍，消费者对于智能化水平更高、续航里程更扎实、安全系数更高的电动自行车的换购需求非常旺盛，因为使用电动自行车导致的各类交通事故、安全隐患目前来说是非常多的，这些举措就是要降低消费者换购电动自行车的成本。

考虑到近年来铅酸蓄电池在电动自行车用电池中占比接近80%，且安全性较好、价格便宜，此次政策对于将老旧锂离子蓄电池电动自行车换购成铅酸蓄电池自行车的消费者，会适当加大补贴力度。如果消费者还是想换购锂离子蓄电池电动自行车，其电池需要符合《电动自行车用锂离子蓄电池安全技术规范》标准要求。

(来源：央视网)



新一批27家符合《锂离子电池行业规范条件》企业名单公布

据工业和信息化部9月3日消息，工业和信息化部发布2024年第24号公告。依据《锂离子电池行业规范条件（2024年本）》《锂离子电池行业规范公告管理办法（2024年本）》，经企业申报、省级工业和信息化主管部门推荐、专家复核、现场核实、网上公示等环节，将符合《锂离子电池行业规范条件》企业名单（第八批）、锂离子电池行业规范企业变更公告信息予以公告。

星恒电源、宁德时代、德赛电池、蜂巢能源及比亚迪、亿纬锂能等企业子公司均名列其中。

(来源：上海证券报等)

BIKE + WORK佰客屋 2024新品发布会圆满结束

10月11日, BIKE + WORK 佰客屋在天津武清区澳康达名车广场举办了盛大的2024新品发布会, 受到了自行车行业的广泛关注。金轮集团总裁杨玉峰和来自 Cinelli、3T、天津市自行车电动车行业协会等知名企业和组织的嘉宾齐聚一堂, 共同见证了这场自行车界的盛事。

发布会现场, 经销商签到、领取伴手礼, 气氛热烈。UPLAND、Cinelli、3T、GRBIKE、STORCK 等品牌和经销商的产品经理分别上台, 介绍了各自品牌的创新设计和高性能特点。金轮集团总裁杨玉峰阐述了佰客屋平台的理念, 即为骑友提供更多选择和优质服务。

下午的环节中, TOTEM 和 LAPIERRE 品牌的产品经理也进行了精彩宣讲。最引人瞩目的是 BIANCHI 品牌的加入, 其意大利工艺和创新设计赢得了现场观众的青睐。发布会后, 嘉宾们在试骑区亲身体验了各品牌自行车的高性能。

这次新品发布会不仅是一次产品的展示, 更是一次自行车文化的交流与传播, 它不仅加强了骑行社群的凝聚力, 还推动了自行车行业的发展。



英国建议降低电动自行车税 并重新审查从中国进口的自行车

英国目前对进口产品实施了一系列反倾销措施, 这些措施是英国脱离欧盟时沿用下来的。脱欧后, 贸易救济局 (TRA) 正在审查现有的反倾销税是否仍然适用于英国, 并将根据审查结果向商务和贸易大臣提供建议。

TRA 已经对电动自行车进行了调查, 结论是取消对中国进口电动自行车征收的关税, 每年可为英国节省 5 100 万英镑。TRA 表示, 取消征税将为消费者平均每辆电动自行车节省 260 英镑, 并且每年平均为英国带来 31 000 辆电动自行车。

TRA 表示, 英国电动自行车的销售额在 2023 年估计达 3.25 亿英镑, 而 2018 年为 9 600 万英镑, 预计未来几年将进一步增长。事实证明, 取消反倾销措施所造成的损害, 不及它为英国经济或消费者带来的好处。

经过一段时间的协商, TRA 可能会向国务大臣建议替代方案, 比如仅在折叠电动自行车 (更集中于英国本土市场) 领域推行相关措施。

TRA 的最新调查重点是市场中较为传统的部分, 包括第 1 类商品 (自行车, 包括非机动送货三轮车) 和第 2 类商品 (某些自行车零件), 数量为每月 300 件或以上 (每种类型)。调查主要针对从中国、柬埔寨、印度尼西亚、马来西亚、巴基斯坦、菲律宾、斯里兰卡和突尼斯发货的自行车。目前, 从中国进口的电动自行车的关税为 18.8%~79.3%。

TRA 将于 2025 年 5 月发表声明, 将于 2025 年 8 月提出最终建议。

(来源: CycleCorner 公众号)



巨大集团收购美国 Stages室内自行车品牌

巨大集团（捷安特品牌的母公司）宣布，已于 2024 年 9 月 14 日通过美国子公司 SPIA Cycling Inc.，以破产程序收购美国知名室内运动车品牌 Stages Cycling 的资产，得标金额为 2 010 万美元，并已经完成交割。

巨大集团此次收购主要为扩展集团在室内骑乘领域 (Indoor Cycling) 的事业版图，建构完整的骑行生态圈。Stages 主要产品为室内自行车与功率计，为美国商用室内自行车运动知名品牌之一，许多连锁健身房都是 Stages 的客户。另外，在室外骑行产品方面，Stages 的功率计及码表也受到众多自行车消费者的喜爱。然而，Stages Cycling 受到疫情期间室内健身市场衰退及美国通货膨胀、升息等不利因素影响，营运大幅度衰退，因此在 2024 年 6 月依美国破产法第 11 章申请破产保护。巨大集团期望通过此次收购，能整合双方的强项，为消费者提供全方位的体验。

巨大集团执行长刘涌昌表示：“我们很高兴能将 Stages 资产整合至集团之中。未来，巨大将通过室内与室外骑行的结合，让户外骑乘者体验完整的室内训练，也将室内健身客群带到户外，享受户外骑乘的乐趣，建构完整体验之最佳骑乘生态圈。巨大对于收购后的营运充满信心，并将持续提供 Stages 客户最佳的产品与服务。”

(来源：wheelgiant.com.tw)

SANTIC CLUB成都店盛大开业

2024 年 10 月 20 日，森地客品牌为车友们带来了一场秋日惊喜。在美丽的月牙湖畔，SANTIC CLUB 成都店盛大启幕。活动现场，森地客品牌总经理兰晴女士亲临现场，分享了开店的初衷和愿景。她表示，未来森地客将在全国乃至全球范围内开设更多的 SANTIC CLUB，将骑享自由的乐趣传递到世界的各个角落。SANTIC CLUB 成都店主理人秦臻先生凭借对骑行事业的热爱和丰富的行业经验，将为车友们提供专业、贴心的服务和建议。

虽然成都当天小雨纷纷，却增添了一抹别样的诗意。车友们陆续抵达现场，相互交流，气氛融洽。店内陈列了森地客品牌全线骑行装备，包括 2024 秋冬系列新品、锁鞋以及各种配件，让车友能够亲身体验产品，享受贴心的售前售后服务。值得一提的是，SANTIC CLUB 还提供量体定制服务，依托森地客多年的定制大数据经验，满足不同体型车友的需求。

SANTIC CLUB 作为一个骑行装备集合店，欢迎更多品牌入驻，为车友们提供更多样化的选择和更全方位的服务。OTB



跑出产业加速度， 赢得出海主动权， 塑造开放新优势

——2024 新能源汽车产业发展大会特别报道

2024 E-Vehicle Industry Development
Conference Special Report

文 / 《中国自行车》编辑部





近年来，在《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）生效实施，东盟自贸区、中欧班列等政策助力下，中国电动车行业积极开拓海外市场，成效显著。

8月30日—31日，正值RCEP生效实施两周年，中国自行车协会携手广西贵港市人民政府，共同举办了以“向‘新’而行 向‘高’而攀”为主题的2024新能源电动车产业发展大会，汇集了来自老挝、柬埔寨、缅甸、越南、文莱、印度尼西亚、泰国、菲律宾等东盟国家，以及伊朗、美国、中国等国的300多位领导、专家、产业代表，共同探讨了如何推动中国电动车外贸高水平发展、扩大市场份额以及增强品牌影响力等议题。大会还着重讨论了如何借助贵港的电动车产业基础和区位优势，推动贵港电动车产业园实现高质量发展的目标。

此次会议内容丰富、信息量大，本刊将各位出席嘉宾的主要观点进行整理呈现，以期激发行业企业的积极思考与行动，加速“走出去”步伐，跑出产业加速度，赢得出海主动权，塑造开放新优势。

Part 1

RCEP市场机遇

Q RCEP 实施两周年为中国企业拓展东盟与 RCEP 市场带来了什么样的机遇?



中国贸促会研究院院长赵萍：中国与东盟互为第一大贸易伙伴，双边贸易额在 2022 年

和 2023 年上半年出现回升态势。RCEP 的签署使得中国与东盟之间的贸易达到零关税，提供了更多的选择和便利。原产地累计规则允许区域内产品增加值达到 40% 即可享受零关税优惠。在服务贸易领域，RCEP 承诺的开放水平高于原有自贸协定。在投资领域，RCEP 所有签约方都以负面清单形式承诺。

RCEP 还带来了贸易便利化，例如海关通关程序的优化，使得一般货物争取 48 小时放行，新鲜易腐产品和快件争取 6 小时放行。RCEP 实施后，中国企业享惠进出口规模显著，减让税款达到 23.6 亿人民币。RCEP 的实施使得中国对 RCEP 其他成员国出口占比提高，装备制造出口规模扩大，能源产品进口占比增加。



中国国际经济合作学会副会长兼秘书长胡锁锦：中国与东盟的统一大市场为中国企业提供了巨大的市场机遇，中国在东盟的影响力提升也为中国企业

的投资经营创造了良好的条件。东盟国家的社会政治总体稳定和经济快速发展，为双方企业开展经贸合作提供了契机。

当然，国际环境不确定性以及东盟国家内部的一些因素，对于中国企业的投资也会产生风险。对此，建议中国企业熟悉当地法律法规，做好市场调研；重视本地化，降低成本，提高市场竞争力；遵守法律法规，加强与当地第三方的合作，过滤掉一些风险。中国也应引导企业积极开展经贸合作，打好市场牌，为实现共建中国 - 东盟的和平、安宁、繁荣、美丽、友好“五大家庭园”而努力。





Part 2

东盟绿色出行规划

Q 东盟各国政府在交通业绿色规划方面有哪些举措？
对于中国电动两轮车企业来说投资前景如何？



**老挝能源与矿产部
副司长洪蓬·图乌邦米：**

2021年11月，老挝政府推出促进电动车使用计划，目标是到2025年电动车占比1%，2030年达30%。政府计划于2025年前建50个充电站，2030年前超100个。政府还设定了2020年—2030年每年减碳3万吨的目标，优先推广电动列车，鼓励私营企业发展电动车贸易及基础设施，提供免税等激励政策，并制定相关技术安全规定。目前，老挝已进口60万辆电动车（包括两轮车、三轮车和四轮车），本地电动车部分使用中国零部件。

当然，老挝在电动车发展方面也面临一些挑战，包括缺乏政府补贴、缺乏全国统一的电动车和充电设备标准、技术支持不足、充电服务站数量不足以及公众对电动车的接受度不高等问题。为此，老挝正在制定电动车发展的路线图，加快制定相关法规和技术指南，并建设充电基础设施。



**越南TT技术转让集团
公司副总经理阮芳梅：**

越南政府正在采取一系列措施推动交通业的绿色转型。总理颁布了第876/QĐ-TTg号决定，主要措施包括优化交通系统、减少空车运行、提升能源效率、制定燃料标准、推动能源转型等。越南还制定了实现净零排放的目标，计划至2030年普及E5汽油混合物，2040年停止化石燃料车辆生产，2050年实现交通领域向全电力或绿色能源转型。同时，越南计划至2025年将所有公务车辆更换为电动或新能源车辆，并在2050年将这一措施扩展到所有公共汽车和出租车。



缅甸汽车制造商和经销商协会副主席妙津温：

缅甸政府出台了多项政策来促进电动车的使用，包括了对纯电电动车以及零部件的免税，同时建立电动车相关业务发展国家指导委员会，以负责电动车的进口和监管。截至 2024 年年初，政府已推动 83 家企业开展电动车相关的业务，包括进口汽车、运营充电站、引进电动公交车等。

当然，投资者和贸易商仍需考虑政治经济稳定性、监管环境、基础设施挑战、地方伙伴关系和货币风险等因素。目前，雅迪、爱玛等企业在缅甸取得了成功，这些品牌强调了解当地市场，形成战略联盟和调整商业模式，值得其他企业思考和借鉴。



印度尼西亚广东总商会会长兼中印尼两国

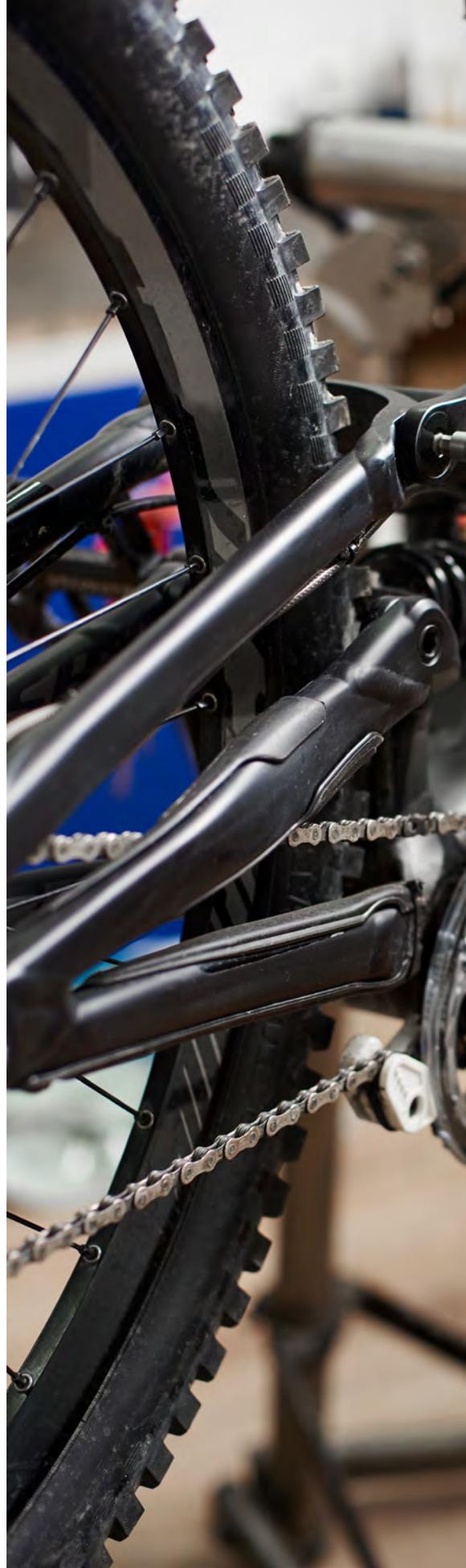
双园·巴塘产业园董事长陈日铃：印尼政府推动“油改电”计划，计划到 2025 年将 20% 的燃油两轮车转换为电动两轮车，目标是到 2040 年起只销售电动两轮车。政府还制定补贴政策，给予税收优惠，以鼓励消费者购买电动两轮车；印尼的镍矿储备高达 2 100 万吨，其中约 70% 适合用于电池生产；印尼的传统摩托车产业发达，摩托车保有量高，这些都为电动两轮车的发展和普及提供了便利条件和市场认知基础。国际知名电动两轮车品牌在印尼尚未形成垄断，为中国企业提供了出海契机。



电斐科技 CEO 张静毅：

为了推动电动车市场的发展，泰国政府设定了到 2030 年电动车产量达到汽车总产量 30% 的目标。为此，内阁会议批准了国家电动车政策委员会提出的措施，包括下调电动汽车和电动摩托车的整车进口关税、减免 CKD（全散件组装）的进口关税、下调消费税税率以及提供市场补贴等。

中国企业在进入泰国市场时，需要避免一些常见的认知误区，包括对消费者言论自由的理解、劳动者和工会的影响力、商业模式的本地化认知差异、消费者对产品质量的期望，以及泰国严格的法律和法规执行情况。





Part 3

企业实战经验

Q1: 爱玛公司早年便成立了国际业务部门, 为海外扩张铺平道路。能否透露爱玛的国际化总体战略是什么? 其中东盟、RCEP 市场又处于什么地位呢?



爱玛科技集团股份有限公司国际事业部中亚非区销售经理徐敏: 爱玛公司创立之初在海外事业发展上作出了前瞻性的考量, 并成立了专门的国际事业部负责国际出口。

公司对海外战略的方针有三点: 首先, 品牌先行, 公司通过各种国际展会、赞助赛事活动, 扩大爱玛品牌在国际上的影响力。其次, 产品为基, 公司进一步提升产品的性能和设计, 来满足海外市场不同消费群体和不同政策法规、不同国家对性能和外观的需要。最后, 服务护航, 公司不断完善海外服务体系, 让海外消费者可以享受到与国内一样的优质服务体验。

爱玛公司很看重东盟和 RCEP 市场, 已经在东盟一些国家建立了生产研发基地, 后续会持续发力。

Q2: 绿源作为行业“出海”的先行者, 在落实全球战略、开拓国际市场的过程中取得了哪些成效, 又有哪些心得?

绿源电动车股份有限公司国际事业部总监虞晨波: 这几年, 绿源集团把开拓国际化的重点放在了东南亚。在广西贵港建立超级工厂作为东盟市场开发的前沿阵地, 在几个主要国家做好了前期产品开发、生产基地建设和营销工作推广的准备, 目前在泰国、印度尼西亚、马来西亚等国家已经完成了相关产业链的布局。这些都为下一步绿源集团在东南亚的快速发展做了很好的铺垫。

由于国际市场的使用环境和消费需求跟国内相比更为严苛, 对电动车的品质稳定性、零部件一致性、产品本身耐用性也提出了更高的要求, 为此, 绿源专门为东南亚市场开发了两款技术, 特别适合于东南亚高温、多雨、路况差的情况, 产品的主要核心部件在东南亚提供长达 10 年的保修服务, 可满足当地消费者的要求。



Part 4

研究专家建议



Q1: 多数东盟国家还处于发展中国家水平, 工业化发展进程十分重要, 且这一进程也需要中国因素。电动两轮车行业在东盟市场的中国因素应该如何体现?

中国政策科学研究

会信息处处长王毅: 在发展过程中, 企业和行业应该通过更强的产品力、更优质的服务来展现中国力量和中国因素。同时, 在紧密合作过程中, 让东盟朋友不



断信任我们、融入我们, 甚至最后成为共同的我们, 成为中国-东盟共同发展、共同繁荣的命运共同体。在此过程中, 企业要想办法提高研发水平, 提升服务质量, 也要提高企业利润, 不仅自己要赚钱, 还要让东盟朋友受益, 这样企业发展也会更好。

同时, 我认为, 个人、企业、机构成就离不开“四势”: 知势, 了解市场趋势和实际需求, 结合特定环境和市场需求研发产品, 以满足市场需求。聚势, 团结各方力量, 互惠互利, 保障企业持续发展。蓄势, 保持合理利润率, 用于企业试错和创新, 提升企业内功, 穿越行业周期。顺势, 顺应大趋势, 做好准备, 瞄准市场方向, 顺势而为必将取得成效。

Q2: 中国摩托车出口已有 40 多年历史, 作为紧密相连的“兄弟”行业, 摩托车行业将带给电动两轮车企业哪些启示和借鉴?

中国摩托车商会秘书长

张洪波: 摩托车出口多年, 遇到了很多挑战, 也取得了非常好的成就。电动两轮车企业要吸取摩托车出口的经验教训, 可以少走很多弯路。首先要重视品牌建设, 让海外客户多了解企业, 提升合作的机会; 其次, 要开发合适的产品, 注重网络开发和配套配件的供应; 最后, 要充分发挥行业商协会的作用, 在海外遇到问题时可通过商协会来解决。



此外, 出口是“一把手工程”, 任何事情只有企业决策者真正意识到其重要性才能推进下去。另外, 外贸人才应从技术人员中开发选拔, 他们既熟悉产品又了解市场情况, 能够快速应对客户需求和变化, 知道如何改进, 提高效率。企业做好这两点, 相信要比其他企业更快地取得进步。

Part 5

行业发力方向

Q1: 近年来, 贵港市紧抓自治区产业规划政策重大契机, 大力打造“中国 - 东盟新能源电动车”生产基地, 当前的成效如何? 未来, 贵港市又将采取哪些举措来推动电动车产业园实现高质量发展?



中共贵港市委书记

朱会东: 目前, 我市已成功引进新能源电动车上下游企业超 100 家, 形成年产 500 万辆两轮电动车、50 万辆三轮电动车、500 万套零部件的产能, 本地配套率达

80%。2023 年, 我市实现新能源电动车全产业链总产值超 210 亿元, 零部件配套占全国市场约 20%。贵港市两轮电动车产业集群入选国家中小企业特色产业集群名单, 中国 - 东盟新能源电动车生产基地入选 2024 年自治区重大产业标志性工程, “好电车, 贵港造” 品牌享誉国内外。

随着中国 - 东盟自由贸易区加快建设和 RCEP 深入推进, 贵港市抢抓重大机遇, 积极向国家部委、广西壮族自治区行业部门争取电动自行车以旧换新、项目建设和科技研发等方面政策支持。目前, 贵港市已获批成为电动自行车以旧换新的试点城市, 并已启动相关工作的实施。贵港市致力于打造新能源电动车的国际化产业基地, 同时建设研发中心、质检中心和贸易中心, 形成“一基地三中心”的发展格局。我们正在完善贸易交易体系, 深化与国内外商协会的合作, 推动贵港电动自行车进入 RCEP 市场, 致力于将其打造成服务 RCEP 的一流产业基地。贵港市将始终坚持开放包容、合作共赢的原则, 以最大的诚意和最优的政策, 搭建良好的交流平台, 保障生产要素的供给, 确保服务事项的落实。我们期待与各方进一步深化交流、加强合作、实现互利共赢, 共同推动新能源电动车产业的高质量发展。





Q2：中国自行车协会作为行业组织，在推动电动两轮车行业积极拓展国际市场、布局海外的过程中，会在哪些方面发力？

中国自行车协会副理事长兼秘书长郭文玉：在服务企业“走出去”方面，中国自行车协会将发挥好3个方面的作用。第一，服务作用。协会作为桥梁纽带，将及时将国家相关政策，如“一带一路”、RCEP，以及中国与东盟国家单边协议、合作备忘录等传达到行业企业，并反映企业诉求。第二，推动引领作用。协会发布了行业“十四五”指导意见，启动了《自行车出口商品指南》修订工作，引导企业进入欧洲、美国、东南亚市场。第三，组织协调作用。协会构建了“1+10”合作机制，提供精细化服务，加强行业自律。同时，协会还将组织各类海外考察活动及培训、研讨活动，搭建平台，推动行业健康发展。



中国自行车协会理事长刘素文：2024年正值RCEP生效实施两周年，这是一个重要的里程碑。如何紧跟时代机遇，进一步深化与东盟国家的交流合作，利用好广西“桥头堡”的区位优势，让中国电动车产品从贵港出发，立足中国西南，辐射东盟、牵手RCEP，眼望“一带一路”，拓展更广阔的国际市场，成为我们当前及今后工作的重中之重。为此，行业要向四个方面发力。



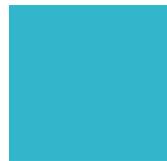
一是锚定“高端化、智能化、绿色化”方向，打造新能源电动车国际产业高地。依托贵港等重点地区，带动周边，形成产业集群。加强出口竞争力，推动科技创新，提升国际竞争力。

二是深挖海外市场，推动品牌国际化。对接国家战略，拓展海外市场，推动跨境电商等优惠贸易政策，提升中国电动车品牌国际知名度。

三是强化出口服务，促进信息共享。支持自贸试验区平台建设，推动产业信息服务平台建设，加强行业内企业合作，提升合作效率。

四是加强交流合作，促进共享共赢。扩大与东盟及各国间的合作范围，探讨产业共性问题，创新合作模式，组织专题研讨会，研究产业发展新情况、新挑战。

在新征程上，行业要坚定信心、铆足干劲，在开放中创造机遇，在开放中促进发展，不断开辟合作共赢新境界，共同走向自行车和电动自行车行业更加美好的光明未来。



中国电动自行车出口情况

· 2023年，行业出口电动自行车417万辆，同比增长10.9%，对东南亚和南美地区出口增长超过20%。

· 2024年上半年，我国电动摩托车累计出口951.8万辆，同比增长41.5%；出口额28.3亿美元，同比增长22.6%。

· 2024年上半年，电动自行车出口保持10%以上增长。

东南亚市场潜力

· 东南亚市场迅速崛起，两轮车电动化率还不到10%，在东盟各国“油改电”政策的推动下，市场潜力巨大。

· 据不完全统计，截至目前，共有20~30家中国企业在亚洲、非洲、欧洲等地区设立工厂。

· 东南亚国家的人工成本相对较低，中东欧地区的工人技术水平较高，向这些地区转移趋势更加明显。OTB

(资料来源：中国自行车协会行业发展部副主任 宋博 中国电动自行车行业发展现状及出口趋势分析)



Cycling Circles: Community Life on the Bicycle

骑行圈： 自行车上的社群生活

文 / 《中国自行车》编辑部



骑自行车，这件小时候的快乐事，现在成了很多人日常生活的一部分。不管是上下班的骑行，还是周末的公园骑行，越来越多的人选择骑车，这不仅是为了锻炼身体，同时也是出于对环境保护的支持，以及享受其带来的便捷。骑行不再只是单纯的出行方式，更成了一种健康、绿色、时尚的生活方式。

随着这种趋势的流行，骑行社群也悄然壮大。无论是在社交媒体上分享骑行经验，还是和朋友们一起参加骑行活动，骑行者们逐渐形成了自己的圈子。大家不仅一起骑车，还一起聊骑行装备、规划骑行路线，甚至还会一起参加公益骑行活动，骑行让更多人有了共同的语言和生活态度。

骑行社群的蓬勃发展，也让越来越多的人和机构开始关注这一现象。无论是品牌的赞助，还是政府的政策支持，骑行社群正逐渐影响着我们的生活方式。本专题将带您深入了解这些社群，看看它们如何促进人与人之间的联系、增进人与自然的互动，并展望其未来的发展趋势。

从通勤到休闲，骑行的变化

在很多人眼里，骑自行车最初只是为了方便出行，是一种再简单不过的出行方式。但现在，骑行早已不只是单纯的交通方式，它成为很多人生活中的重要部分，甚至演变成为一种文化现象。

骑行的故事可以追溯到很久以前，那时候自行车更多是为了上班、上学赶路。但随着时代的发展，骑行逐渐脱离了“赶路”这个单一目的，成了一种健康、环保，还能享受生活的方式。人们发现，骑车不仅能让自己动起来，还能给忙碌的日常生活带来一丝放松和自由感。

在欧洲，尤其是像荷兰、丹麦这样的国家，骑车已经成了最常见的出行方式，家家户户都有自行车，甚至有专门的骑行道。而在北美，很多人为了环保和健身，也加入了骑行大军。骑行渐渐从一种出行方式变成一种时尚潮流，成为一种生活态度。

互联网和社交媒体的发展让骑行文化传播得更快。以前，骑车可能是个人的爱好，但现在通过社交平台，骑行爱好者们可以更容易地找到志同道合的朋友，大家一起组织活动，分享骑行路线和心得。这样一来，线上聊天和线下骑行结合，使骑行变得更加有趣。

随着骑行文化逐渐回归并发展壮大，骑行不再仅是一种单纯的出行方式或健身方式。骑行者们在这项活动中发现了更多的乐趣和价值，尤其是在与其他骑行者的





互动中，骑行的社交属性开始凸显。越来越多的人通过骑行结识志同道合的朋友，分享彼此的骑行经验、装备建议和线路攻略。在这样的氛围中，骑行不仅是一项运动，还是一种表达个人生活态度的方式。

于是，骑行社群自然而然地开始形成。骑行爱好者们通过社交媒体、线上平台以及线下骑行活动聚集起来，分享彼此的骑行故事，组织集体骑行活动。每个骑行者不仅是一个单独的个体，还是一个充满热情的社群成员，共同打造着属于他们的骑行文化。这种从个体到集体的转变，为骑行文化注入了更多的活力和归属感。



何为社群？

“社群”是指一群有共同兴趣、目标或价值观的人，通过线上或线下平台进行互动、交流，从而共同发展形成的一种集体关系。

社群的成员通常分享某种共同的兴趣、爱好或目标。这种兴趣可能是某个特定活动（如骑行、阅读、健身等），也可能是某种理念（如环保、健康生活方式、技术创新等）。社群不仅是成员之间的简单聚集，还包括活跃的互动和交流。这种互动可能通过线上平台（如社交媒体、微信群、论坛等）或线下活动（如社群聚会、活动、比赛等）实现。成员间的交流有助于增强社群的凝聚力，提升成员的参与感。社群成员通常在某种程度上认同社群的价值



观或文化，形成一种归属感。这种认同感使得成员愿意为社群贡献时间和精力，参与其中的活动和讨论，甚至通过社群找到志同道合的伙伴。

社群会不断成长和演变。随着新成员的加入和环境的变化，社群的文化、结构和活动形式也会发生变化。一个健康的社群能够通过不断地自我调整和演进保持活力和吸引力。在骑行社群的背景下，这意味着骑行爱好者们因为对骑行的共同热爱，形成了紧密联系的群体。他们通过组织骑行活动、分享经验、讨论骑行装备等方式，建立起了互助、学习和社交的网络。



从一个人到一群人，骑行社群的兴起

骑行社群的兴起，离不开几个因素的共同作用。首先，随着城市里汽车越来越多，路越来越堵，骑自行车作为一种出行方式重新获得了人们的青睐。相比开车，骑行不但省钱、方便，还能解决堵车的问题。尤其在大城市，骑车常常比开车更快、更灵活，很多人因此放弃了开车，选择骑行上班。

其次，环保理念的普及也让骑行文化更加流行。现在，越来越多人意识到低碳出行的重要性，骑自行车不仅能减少对环境的污染，还成为时尚的选择。于是，大家通过社群分享绿色出行的理念，共同推动这一环保风尚。

再次，科技的进步也为骑行社群的兴起提供了动力和支持。借助智能设备，骑行者们可以轻松记录骑行数据、追踪骑行路线，还能通过社交平台和其他骑友交流。这种线上线下互动的方式，让骑行不再是一项孤单的运动，更多人愿意加入进来，一起骑行、一起互动。

最后，现代人越来越注重健康，而骑行恰好是一种简单易行的运动方式。骑车不仅能锻炼身体，还可以结交志同道合的朋友。很多人在加入骑行社群后，既锻炼了身体，也找到了新的社交圈子，这让骑行成为日常生活的一部分。

现在的骑行社群有很多不同的形式。有的人喜欢速度与激情，会加入专业车队；有的人则更喜欢轻松的周末休闲骑行，约上三五好友，边骑边聊。在这些社群中，骑行不仅是一种强身健体的锻炼方式，还是一种社交活动，让许多人通过共同的爱好结识了新朋友，从而为他们的生活增添了色彩。

骑行社群的纽带： 多元活动的 魅力融合

文 / 灰原

在全球各地，骑行不仅是一种运动方式，还是一种文化表达。在这一文化背后，骑行社群扮演着重要的角色。这些社群通过多样化的活动形式，将骑行者紧密联系在一起，形成了一个既充满活力又充满归属感的社区。不同的活动不仅为骑行者提供了锻炼的机会，还承载了骑行社群的核心价值观，展示了各地独特的骑行文化。这些活动大致可以分为三类：集体骑行、骑行挑战和骑行节。

集体骑行： 社群凝聚力的象征

集体骑行可以说是每个骑行社群的“心脏”，是维系社群活跃度和凝聚力的核心活动。对于许多骑行爱好者来说，骑行不仅是个人的独立活动，还是一种与他人分享快乐和成就感的社交活动。集体骑行正是通过共同的骑行经历，把有着不同背景和年龄段的骑行者聚集在一起，建立起紧密的社群网络。



社群的集体骑行活动一般由成员自发组织，形式灵活多变。它可以是一次简单的城市内短途骑行，也可以是一次深入郊外的长途骑行探险。广州的“自由散漫”社群每周都会组织固定的骑行活动，无论是工作日的早晨骑行，还是周末的 100 km 骑游，都吸引了大量的骑行者参与。通过这样的活动，骑行者不仅能够体验到骑行的乐趣，还能够轻松愉悦的氛围中与其他成员建立深厚的友谊。



集体骑行常常与大型的骑游大会结合，成为吸引各地骑行爱好者的重要活动。例如，“美丽乡村”五环骑游活动，在广州花都区的梯面镇特别设计了一条 43 km 的骑行线路，邀请了 1 000 余人，共同用“轮迹”串联花都的绿水青山与美丽乡村。还有，每年一度的“珠江骑游大会”已成为广州乃至全国骑行圈中的重要盛事。各地的骑行社群都会派出代表队参与其中，一同分享骑行的快乐与成就感。这种集体骑行不仅是社群成员的狂欢，还是展示城市骑行文化的一个重要窗口。



骑行挑战： 激发潜力与热情



对于那些追求速度和挑战自我的骑行者来说，骑行挑战无疑是他们最期待的活动类型。这类活动通常包含了长距离的骑行、复杂多变的地形，甚至是高强度的竞速比赛。通过参与这些挑战，骑行者可以在激烈的竞争中不断突破自我，超越极限，同时增强耐力和意志力。

骑行挑战不仅是对个人能力的考验，还是团队合作的最佳体现。很多社群会在内部组织挑战赛，如夜间骑行、爬坡竞赛等，以此激发成员的骑行潜力。这些活动不仅为骑行者提供了展示个人实力的平台，还通过竞争与协作促进了社群的团结与互动。许多社群还会邀请知名骑行选手作为导师，帮助成员提升骑行技巧，增强对赛道和装备的深入了解。



近年来，随着骑行运动的普及，越来越多的骑行者开始参与到各种赛事中。例如，国内的“环岛骑行赛”吸引了来自全国各地的骑行爱好者。中国国际自行车展览会每年都会设置“电动自行车试骑活动”“童车试骑体验活动”“电子竞技锦标赛”等一系列活动，以吸引自行车爱好者前去挑战。竞技类赛事对参赛者的体能、耐力以及意志力提出了极高要求，骑行者需要在漫长的赛程中保持稳定的状态，同时与团队成员配合默契。社群中的骑行挑战活动，不仅激发了成员的热情，还促使他们不断提升自己的骑行技能。



骑行节： 一年一度的社群盛会

如果说集体骑行是社群的日常活动，而骑行挑战是社群成员突破自我的舞台，那么一年一度的骑行节无疑是整个社群文化的盛事。骑行节是许多骑行社群共同期待的盛大庆典，活动内容丰富多样，涵盖了从骑行比赛、骑行装备展示到讲座、社交活动等多个层面。这类活动不仅是骑行者之间的联谊平台，还是整个骑行文化集中展示的舞台。



骑行节的形式因地制宜，但其核心内容通常包括大型的集体骑行、公开赛、装备展示和技术讲座等。例如，许多社群会在骑行节期间组织大型的集体骑行，路线覆盖城市风光或自然景观，让参与者在享受美景的同时体验骑行的乐趣。公开赛也是骑行节的重要组成部分，既为资深骑行者提供了展示技能的平台，也吸引了众多骑行新手的观摩与参与。



骑行节还是品牌推广和装备展示的绝佳机会。许多知名品牌会借此机会展示最新的骑行装备和技术创新，如高性能公路车、山地车、电助力自行车等。参与者可以近距离接触最新的骑行装备，了解技术前沿动态，甚至在讲座中聆听行业专家的经验分享，获取实用的骑行技巧。

骑行节不仅是骑行社群内部的盛事，许多活动也吸引了来自外界的骑行爱好者以及品牌合作方的广泛关注。每年年底举办的中国两轮出行产业大会之两轮车迷节活动，为骑行爱好者们准备了优秀的两轮新产品，让他们亲身参与到行业流行趋势报告发布、企业新品发布、电助力挑战活动、山地挑战活动及“美丽乡村”主题骑游等丰富多彩的活动中。通过这些活动，骑行文化得以在更大范围内传播，社群成员也有机会与更多志同道合的人相互交流和分享。同时，骑行节中的社交活动，如晚宴、互动游戏和装备抽奖等，进一步加强了社群成员之间的凝聚力和参与感。



骑行节的意义不仅在于庆祝社群的成就，还在于它为骑行文化的传播与推广搭建了一座重要的桥梁。通过这些盛大的活动，骑行社群不仅增强了其自身的影响力，还激励了更多人加入骑行的行列，推动了骑行文化的蓬勃发展。

骑行社群： 多样性下的 共同热爱

文 / 《中国自行车》编辑部





无论是民间骑行社群的温暖与融洽，

还是品牌骑行社群的专业与精致，

它们共同塑造了一个丰富多彩的骑行文化生态。

骑行社群有着丰富的多样性。民间骑行社群像一个温暖的大家庭，成员通过共同的热爱聚在一起，分享骑行的乐趣与经历。在这里，骑行者相互支持，创造了融洽的氛围，丰富了集体的视角。品牌骑行社群则展现了另一种风格，通常依托于知名品牌，提供专业化的活动和服务，吸引那些追求高质量骑行体验的人。品牌骑行社群不仅推广骑行文化，还通过精心设计的活动，让骑行者感受到品牌的魅力和社群的力量。

通过对这两种骑行社群的深入了解，可以看到它们是如何各自推动骑行文化的普及与发展。

民间骑行社群以其亲切友好的氛围，让不同背景的人可以轻松地交流和分享骑行经验，创造出一种温暖的集体记忆。无论是初学者还是资深骑友，大家都能在这里找到归属感和支持，而这种人际关系的建立，正是骑行乐趣的核心所在。

而品牌骑行社群则通过专业化的活动和丰富的资源，吸引了那些渴望提升骑行技术和享受高质量体验的骑行者。品牌骑行社群不仅在活动中推广骑行文化，还通过各种形式的互动和交流，培养了骑行者的忠诚度与参与感。品牌与社群的紧密结合，让骑行不再是一项孤独的运动，而是一个充满活力与激情的社交方式。

总的来说，无论是民间骑行社群的温暖与融洽，还是品牌骑行社群的专业与精致，它们共同塑造了一个丰富多彩的骑行文化生态。在这个生态中，骑行者不仅在道路上驰骋，更在心灵深处找到了一份属于自己的自由与归属。在每一次骑行中，他们都在书写属于自己的故事，感受生活的精彩。



崔克 (TREK) : 骑行, 感受快乐, 感受美好

崔克自行车成立于 1976 年, 总部位于美国威斯康星州的沃特卢。通过近 50 年的不懈创新与努力, 凭借对自行车发自内心的热爱, 崔克已经成长为行业内的领导品牌之一, 并拥有遍布全球的经销商网络和极其丰富的产品线。

2005 年, 崔克进入中国市场, 为中国消费者带来全球统一质量的产品与服务, 期待让更多人参与骑行, 来改变世界。

创造交流机会, 成为品牌与骑手的桥梁

崔克的骑行社群于 2015 年左右创立, 初衷在于深化品牌与消费者的沟通, 为两者创造更多交流机会。社群成员主要集中在拥有授权经销商的一二线城市, 活跃度较高的成员也主要分布在这些区域。

崔克始终致力于将 “Ride Bikes, Have Fun, Feel Good” (骑行, 感受快乐, 感受美好) 的品牌理念通过

活动传达出去, 让骑行成为一项让人感受快乐、感受美好的活动, 从而与骑行文化紧密相连。

为了进一步拉近与消费者的距离, 崔克通过多种方式与社群成员保持紧密互动。

定期举办骑行活动: 组织定期的骑行活动, 鼓励社群成员参与, 并分享骑行体验。

创建社群交流平台: 创建专属的社群平台或微信群, 方便成员交流骑行心得、分享路线和技巧, 增加互动性。

组织会员专属活动: 定期为会员组织专属活动, 如品牌发布会、新车试骑、骑行技巧培训等, 增强会员归属感。

鼓励用户进行内容分享: 鼓励社群成员分享骑行照片、视频和故事, 品牌可以定期评选并在官方社交媒体上进行展示, 增加参与感。

定期收集反馈和建议: 定期收集社群成员的反馈和建议, 让他们参与产品设计或改进, 增强品牌与用户的互动。



崔克的目标是通过策划和开展各式各样的社群活动，

努力实现线上与线下的融合共通，

推广“Ride Bikes, Have Fun, Feel Good”

的品牌理念。

探索互动方式， 提升品牌沟通力

在市场推广方面，崔克主要采取了以下策略，不断探索与社群用户的沟通方式。

鼓励用户生成内容：鼓励用户分享他们的骑行体验、照片和视频，品牌可以在社交媒体和官网上展示这些内容，增强品牌可信度。

定期发布有价值的内容：通过博客、社交媒体和邮件营销，发布骑行技巧、保养知识和旅行攻略，吸引目标用户关注。

开展合作与联名活动：与相关品牌或骑行社区进行合作，推出联名产品或活动，扩大受众范围。

举办直播活动：通过直播展示新产品、进行骑行教学或分享品牌故事，增强互动性和参与感。

定期进行调查和反馈：定期进行市场调查，了解用户需求，并在社群中分享调查结果和品牌回应，增强用户参与感。

G530骑行活动， 点燃夏日清晨的激情

崔克的目标是每个月至少举办一场活动，每季度举办全国性的骑行活动，至今已在全国范围内举办了多场骑行活动及赛事。以2024年为例，崔克成功举办了“G530骑行活动”（即夏季5点30分的晨骑活动），该活动覆盖了全国15个城市和地区，吸引了众多骑行爱好者的热情参与。即便在炎炎夏日，崔克依然坚持推广骑行文化和理念，让更多人感受到骑行的魅力。

崔克的社群活动对骑行品牌不设限，旨在吸引更多骑行爱好者参与其中，感受美好。同时，崔克也积极寻求与其他品牌的合作，以各自的优势在不同区域推动骑行文化的发展。通过这些举措，崔克有效提升了品牌的市场影响力和用户黏性。

崔克的目标是通过策划和开展各式各样的社群活动，努力实现线上与线下的融合共通。未来，崔克将继续推广“Ride Bikes, Have Fun, Feel Good”的品牌理念，让更多人了解并热爱骑行。



大行 (DAHON) : 一“骑”出发, 与骑友们“双向奔赴”

大行的骑行社群可以追溯到 20 多年前,其成立的初衷其实很简单,希望热爱骑行、喜爱大行的朋友们能够有一个自由交流的空间,分享在骑行路上的经验、故事、技巧,进一步传播骑行文化,倡导健康绿色的生活方式。

因为一辆车, 有了一个属于自己的节日

大行骑行社群成立至今,成员不断增加。以深圳满京华旗舰店社区骑行社群为例,群内有近 500 位成员,而大行在全国的门店数量有 700 多家,成员总数很可观。

大行社群成员的活跃度也较高,特别在广州、武汉、深圳等区域。深圳满京华骑行社区几乎每周都会举办一次骑行活动,广州骑行社群也会在不同季节开展不同主题活动,召集骑友来一场自由“骑旅”。

特别值得一提的是,广东的大行骑行社群自发组织了 412 骑行节,每年 4 月 12 日,一群热爱大行 BYA412 折叠车的骑友都会聚集在一起,共同开启 412 嘉年华骑行活动。因为一辆车,有了一个属于自己的节日,也让车友们结下了深厚的友谊,这在骑行社群被众多骑友津津乐道。

借助社群互动, 让品牌故事深入人心

大行分布于全国各地的线下门店,在大行总部的引领下,十分注重社群运营,致力于深化品牌与社群成员之间的互动交流。



通过社群平台,大行精心分享行业动态、骑行知识、品牌故事、装备推荐以及产品使用技巧等;积极回应用户提问,参与社群讨论;邀请骑行专家或经验丰富的骑行爱好者担任社群导师,提供专业的指导和帮助。

此外,大行社群积极开展线下活动,如产品发布会、用户体验会等,同时还会与其他品牌、意见领袖或行业专家合作,共同开展营销活动,扩大品牌影响力。



用高质量活动， 让用户与品牌“双向奔赴”

大行骑行社群定期举办线下骑行活动（如城市骑行、户外骑游等），增强社群成员对骑行的感悟和兴趣，切身感受品牌的魅力和产品的性能。

在2024年奥运会期间，广东10多名车友在骑行队的组织下，出色地完成了骑大行折叠车“奥运行”的壮举。他们漂洋过海，把折叠车文化与大行品牌展示给全世界，让绿色低碳出行理念得到更广泛的传播。

用好品牌力量，推广骑行文化

大行骑行社群专注于活动策划与骑行文化的深度融合，精心策划骑行比赛、挑战赛以及骑行征文比赛、创意摄影大赛等，积极倡导“健康、环保、快乐、自由”的骑行理念。在产品设计中，大行紧密贴合骑行文化，巧妙融入骑行元素，并竭力满足骑行者对舒适性、安全性及技术性的极致追求；在市场营销方面，更是将品牌与骑行文化进行深度结合，通过社交媒体、合作推广、媒体报道等多元化渠道，深化品牌与骑行文化的关联，进一步加深公众对品牌的认知与记忆。



大行骑行社群专注于活动策划与骑行文化的深度融合，

精心策划骑行比赛、挑战赛

以及骑行征文比赛、创意摄影大赛等，

积极倡导“健康、环保、快乐、自由”的骑行理念。



捷安特 (GIANT) : “人-车-骑-店-网”， 构筑骑行生态链

捷安特广东车友俱乐部建立于 2017 年，用户量达到 7 268 人。俱乐部成立的初衷是为了满足广大捷安特品牌粉丝的需求，提供一个骑行交流、分享和成长的平台。

作为一个专业的自行车社群，捷安特广东车友俱乐部鼓励成员们深入探讨行业趋势，分享专业知识，以促进自行车产业的成长和发展。俱乐部的核心是捷安特的品牌和产品，成员们因对品牌的热爱而团结在一起，形成了一个紧密的社群。

通过有效的社群活动， 将品牌与骑行文化深度结合

俱乐部不仅集结了众多志同道合的骑友，还通过一系列精心策划的活动，加深了品牌与骑行爱好者之间的联系。

首先，捷安特打造了专门的骑行 APP 平台，通过积分奖励系统激励用户分享骑行体验。其次，捷安特注重内容创意，结合骑行场景在社交媒体上发布高质量内容，提升用户参与度。此外，捷安特与运动、旅游、户外、汽车等行业品牌合作，共同推广骑行文化，实现资源共享。最终，通过举办多样化的骑行赛事和活动，捷安特提升了品牌知名度，并通过媒体和社交媒体扩大了活动影响。



捷安特通过整合“人、车、骑、店、网”五大核心要素，

构建了一个全方位的线上线下、

室内外融合生态链，

旨在提升品牌的市场竞争力与增强用户黏性。



“人-车-骑-店-网”， 构筑骑行生态链

捷安特通过整合“人、车、骑、店、网”五大核心要素，构建了一个全方位的线上线下、室内外融合生态链，旨在提升品牌的市场竞争力与增强用户黏性。

在“人”的层面，捷安特汇聚了专业技师、销售精英、骑行向导，共同构筑了坚实的社群基础。针对“车”，捷安特运用 QRcode 系统、骑行 APP、电动车 APP、eWPS 及 IoT 技术，全面优化骑行感受。在“骑”的方面，捷安特推出骑行 APP、“骑鬥”（骑斗）APP、骑游地图和城市单车系统，为骑行爱好者提供丰富多样的体验。在“店”的维度，捷安特打造线上线下无缝衔接的消费渠道，提供一站式购物、无忧售后、客户关怀和俱乐部活动，实体店借助智能工具提升购物体验，电商平台则通过多渠道布局满足消费者需求。至于“网”，捷安特实施数字化品牌策略，通过骑行 APP、骑游地图等工具，增强用户互动和品牌忠诚度。

多彩骑游活动，助力骑行文化传播

俱乐部按年、月、周等时间进度规划活动及赛事，包括 TCR 试骑会、Hello Liv、LCC Liv 周末、粤骑粤美 Liv、广东捷安特骑行旅游系列活动等，持续发布优质活动内容，吸引社群成员积极参与。其中，广东捷安特骑游系列活动之佛山站“百里骑九江，美食荟双蒸”、台山站“侨城风韵，寻味台山”均深受车友好评。

俱乐部组织这些骑游活动的目的是让人们重新发现自然之美，享受户外运动的乐趣；也让广大车友了解到，捷安特不仅生产自行车，还让骑行成为连接人与自然的桥梁。





GTC 骑行俱乐部： 共享骑行乐趣，构建高品质骑行社群

讲述者/邓家强（主理人）

随着骑行文化的普及，越来越多的人选择将骑行作为日常出行、休闲运动的方式，这不仅是一种健康的生活选择，也是一种时尚的社交方式。在这样的背景下，GTC 骑行俱乐部应运而生，成为一个独特而充满活力的社群。

GTC 骑行俱乐部的成立，源于一群热爱骑行的人的聚集。尽管设立了一定的消费门槛限制了俱乐部的扩展速度，但这一措施确保了成员的优质性，从而使得我们的社群更加专业和高效。

在 GTC 骑行俱乐部中，核心成员扮演着至关重要的角色。作为俱乐部的领导者，我和我的同事，以及其他积极参与骑行、乐于分享的成员一起，构成了俱乐部的核心力量。我们不仅在骑

行技术上给予指导，更在精神上给予支持，让每位成员都能在俱乐部中找到归属感。

社群的凝聚力是我们最为重视的。我们通过线上线下的活动，让更多新成员有机会融入这个大家庭。无论是线上的讨论交流，还是线下的骑行活动，我们都致力于提供一个开放、包容的环境，让每个人都能在这里找到自己的位置。我们关注成员的兴趣，提供大家喜爱的活动，如摄影师跟拍、朋友圈分享等，以保持群体的活力。随着时间的推移，虽然会有成员因各种原因离开，但我们始终致力于纳新和培养新人，确保社群的持续发展。



GTC 骑行俱乐部的活动形式丰富多样，以骑行为主，同时根据当前热点，增加滑板、桨板等其他类型活动。我们既有适合资深骑手的中长途骑行，也有适合新人的休闲骑行。活动的组织始终围绕成员的兴趣来调整，但我们面临的挑战主要是人和资金的短缺。成员的离开和资金问题，是我们需要克服的难题。

为了保持俱乐部的活力，我们不断招收新成员，而车店在这一过程中扮演了至关重要的角色。它不仅是我们的销售渠道，也是我们吸纳新成员的重要平台。通过车店的销售和举办的各种活动，我们吸引了一批又一批的新伙伴，让他们在这里找到骑行的乐趣。此外，车店也是一个可以让所有成员汇聚一堂的地点，我们在这里摆放了一些大家的骑行合照，营造了一个更舒适的聊天空间，增强了俱乐部的凝聚力。

我们的未来目标是让 GTC 骑行俱乐部继续生存下去，成为新老成员共同的家园。我们不追求社群规模的扩大，但追求高品质的体验。我们相信，一个好的社群能让成员更久更好地参加运动，结识更多好友，留下美好的集体回忆。

在广州这样一个骑行环境仍需改善的城市，骑行面临诸多挑战。尽管如此，我们仍在积极探索骑行与环保之间的联系，并认识到骑行对社会健康的积极贡献不容小觑。自行车作为一项普及的大众运动，不仅能够有效锻炼身体，还能愉悦心情，为生活和工作增添活力。因此，我们的俱乐部不仅是一个骑行爱好者聚集的团体，还是一个积极推广健康生活方式的社群。

GTC 骑行俱乐部，是一个充满活力、追求高品质的社群。在这里，我们共享骑行带来的快乐，共同面对挑战，不断探索和实践。我们相信，通过不懈努力，GTC 骑行俱乐部将引领更多热爱骑行的人加入这个大家庭中来。让我们携手前行，共创美好未来，让骑行成为一种生活方式，一种生活态度。

我们相信，

一个好的社群能让成员更久更好地参加运动，

结识更多好友，留下美好的集体回忆。



OBC 骑行社群： 共享、成长、挑战，推广骑行文化的使者

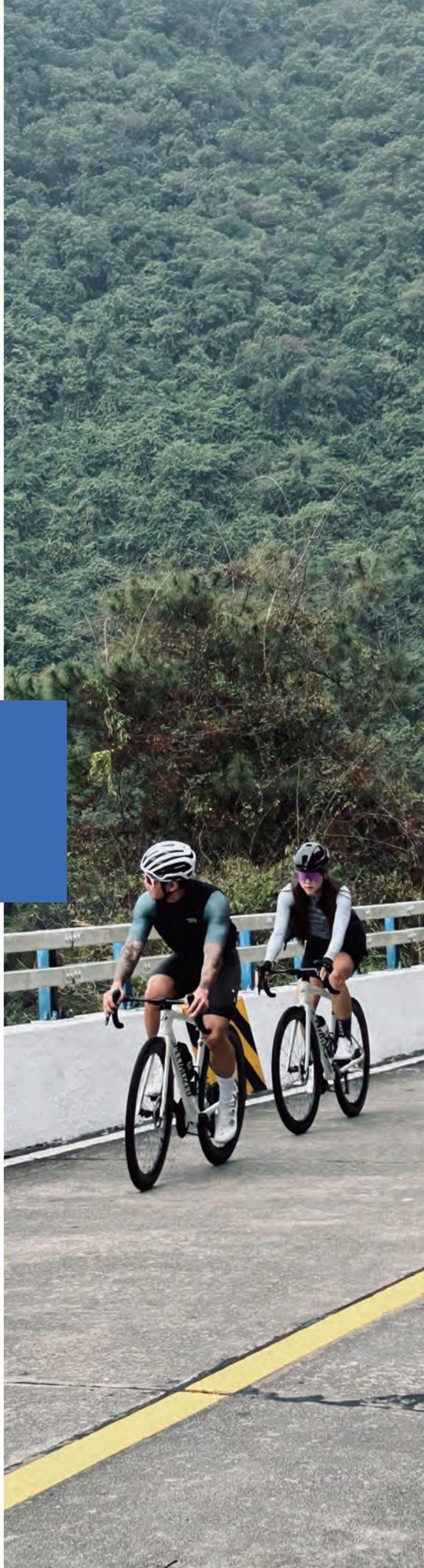
讲述者/刘世波（主理人）

OBC 骑行社群的诞生，旨在点燃骑行文化的火焰，将这项运动的风采传递给每一个热爱生活的人。我们的社群哲学围绕着“分享”“成长”“挑战”3个核心词展开，旨在构建一个充满活力、互助友爱的骑行大家庭。

分享，是 OBC 骑行社群的基石。在这里，无论是运动技巧、经验还是个人故事，成员都乐于分享。我们的核心成员中不乏自行车教练和资深骑手，他们不仅深入了解骑行文化，还拥有丰富的组织和教学经验。通过他们的引领，社群成员能够在分享中学习，在学习中成长。

成长，是社群的重要目标。我们通过组织各种骑行活动和挑战，让成员在体能和心灵上不断成长。每一次的骑行都是一次自我提升的机会，我们在骑行中锻炼意志，磨炼技巧，收获成长。

挑战，是 OBC 骑行社群的灵魂。我们鼓励成员勇敢面对挑战，无论是参加比赛还是自我挑战，我们都相信挑战能够激发潜能，超越自我。我们的社群活动充满了各种挑战性的元素，让成员在挑战中找到乐趣，实现自我突破。





我们的社群定期组织线下骑行活动，不仅限于简单的骑行，而是结合本土文化，增加美食、历史、人文等信息的分享和交流。我们不定期组织骑行打卡活动，以及骑行品牌活动，让大家感受不一样的骑行乐趣。每一次的活动，我们都会在社交媒体上分享照片和视频，记录下美好的瞬间。

OBC 骑行社群的活动形式多样，包括城市休闲骑行、户外探索骑行、户外长距离挑战骑行和户外短距离训练骑行营等。我们从老城区的慢骑打卡，到山野骑行的深入探索，再到南昆山爬坡骑行等长距离挑战，每一次骑行都在 20 km 以上、100 km 以下，以满足不同成员的需求。我们还定期组织大家参加全国各地的骑行赛事和活动，如中国两轮出行产业大会两轮车迷节、骑闯天路系列赛、环广东团体自行车赛、磨房 200 km 骑行活动、内蒙古铁木真山地车多日赛、云南格兰芬多公路自行车多日赛等，让成员体验不同的骑行文化。

OBC 骑行社群的活动组织和规划比较灵活，以确保每位成员都能在自愿的基础上参与。我们密切关注天气变化，并会在活动前根据天气情况及时向成员发出通知。无论是延期还是取消，我们都力求确保成员的安全和活动的顺

我们的社群哲学围绕着“分享”“成长”“挑战”

3 个核心词展开，

旨在构建一个充满活力、互助友爱的

骑行大家庭。



利进行。OBC 骑行社群起源于广州，目前已成为粤港澳大湾区头部运动社群。我们希望通过社群的资源 and 力量，传播运动的价值，推广跑步、骑行等运动。

自 OBC 骑行社群成立以来，我们组织了不少于 10 场公益无痕山野徒步活动和骑行环保主题活动，体现了我们对自然环境的关注和责任感。我个人非常享受骑行带来的自由和放松，它让我保持良好的身体状态，也让我更加关注自然环境。骑行减少了对汽车的依赖，意味着更少的尾气排放和能源消耗。我希望更多的人一起享受骑行带来的乐趣，为我们的地球环境保护作出贡献。

随着社群的稳步发展，我们也面临着管理上的挑战。为了更好地服务社群，我们正在努力寻找合适的社群合伙人和志同道合的教练，让他们参与日常运营管理和商业策划活动。我们计划在广州打造一个专属的社群空间，这个空间将成为

我们日常活动和主题活动的基地，同时也是商业品牌活动的舞台。此外，我们还将引入商品零售和服务，为社群成员提供更加丰富多彩的体验。

未来，我们计划走出广州，增加品牌规模，在沿海城市增加社群分部，让更多喜欢户外运动的爱好者加入我们，一起成长。OBC 骑行社群将继续秉承“分享”“成长”“挑战”的哲学，推广骑行文化，让骑行成为更多人的生活方式。



追风骑士团： 探索骑行魅力，共筑多元户外生活圈

讲述者/彭武怀（主理人）

2016年，我带着对广州这座城市的陌生感，怀揣着前往西藏的梦想，购买了人生中的第一台自行车。那时的我，对广州周边的一切都充满了好奇。一次偶然的机会，我加入了一场骑行活动，结识了一群志同道合的朋友，从此与骑行结下了不解之缘。

起初，我们的骑行群只有几十个人，没有正式的俱乐部名称。受到广州一些知名俱乐部的影响，我们也希望能成立一个有影响力的骑行俱乐部。于是，在2016年年底，我们在“行者”APP上注册了“追风骑士团”俱乐部。

广州的骑行氛围浓厚，广东省内外几乎每周都有骑行活动可以参加。在追风骑士团成立以来的几年时间里，我们在经验丰富的队友带领下，依次完成了200 km、300 km、400 km等充满挑战的骑行活动，吸引了越来越多的人加入我们的队伍。

骑行社团的魅力在于，大家对骑行的热情来源于探索未知的地方、欣赏美丽的风景、品尝美味的食物，以及挑战自我带来的刺激感和成就感。骑行让我们保持规律的生活和运动，让我们不断追求更好的自己。

追风骑士团的成员来自各行各业，年龄跨度从十几岁到60岁以上。通过沟通交流，我们互相学习，分享经验，拓宽了知识领域。俱乐部还有“任务红包”特色玩法，每周根据红包金额完成相应里程数的挑战，完成者可获得奖励，未完成者则需向俱乐部贡献基金。这一制度激发了大家参与运动的积极性。

追风骑士团以骑行为核心，拓展了跑步、登山、越野跑、游泳、滑雪、徒步、露营等多种户外活动。其中，骑行活动的形式主要包括了组织参与赛事活动和自发组织骑游两种形式。骑行活动的类型丰富，包括休闲骑行、爬坡骑行、长距离耐力骑行等。为了大家的安全，我们很少组织城市团练。活动规划充分考虑到参与者的兴趣和体能，通常我们会





通过讨论来决定周末骑行的目的地，是否参加某项赛事活动等。

我们曾在本地自发组织过许多具有挑战性的活动，如日行千里、Everesting 8 848 挑战（单次骑行内完成 8 848 m 的累计爬升高度）与 Everesting 4 424 挑战（单次骑行内完成 4 424 m 的累计爬升高度）等。此外，我们几乎每年都积极组织参与与助学相关的骑行活动，为社会贡献自己的力量。

骑行作为一种出行方式，近年来逐渐发展成为一项受欢迎的运动。越来越多的人愿意了解和加入骑行群体，尤其是年轻群体。在这种积极的氛围影响下，我国自行车运动水平得到了显著提高。

作为一个非营利性的骑行俱乐部，追风骑士团并不追求组织大型活动，更关注的是参与者的安全和对社会道路的压力。我们并不追求壮大追风骑士团的队伍，而是希望社会上有更多像我们这样的骑行人群，共同推动自行车运动的发展。

追风骑士团将继续秉承骑行精神，传播骑行文化，让更多的人享受到骑行带来的快乐。我们相信，在这个充满活力的团队中，每一位成员都能找到属于自己的骑行故事。让我们一起，随风而行，追求梦想！

我们相信，

在这个充满活力的团队中，

每一位成员都能找到属于自己的骑行故事。



骑行社群 意见领袖

文 / 灰原

骑行，这种充满活力的出行方式，早已超越了单纯的运动范畴，成为一种生活态度和社群文化的象征。在全球范围内，骑行文化正迅速发展，而意见领袖们作为其中的中坚力量，扮演着推动骑行风潮、连接社群与大众的角色。每一位意见领袖都有着独特的视角和影响力，帮助无数骑行爱好者找到归属感与灵感。

《中国自行车》编辑部采访了3位风格迥异的骑行社群意见领袖，他们的经历和故事展现出骑行文化的丰富层次。无论是从职业角度全心投入其中，还是在商业与骑行的平衡中找到自己的位置，抑或是在无数次探索中累积智慧，每一种方式都为骑行社群带来了不同的启发与活力。这些独特的声音，折射出骑行世界的广阔与包容，也激励着更多人踏上属于他们的骑行之旅。



“腿哥”： 爱骑车的腿， 爱艺术的骑行社群 意见领袖

采访腿哥之前，笔者准备了一大堆的问题，有关于骑行社群意见领袖应该具备的条件，也有关于骑行社群意见领袖的骑行哲学，但是当腿哥真正坐在面前的时候，这些问题都变得不那么重要了。

在进入腿哥的精神世界前，笔者还是需要对他本人做一个基本介绍。“爱骑车的腿”是他的网名，“腿哥”是上他课的会员对他的爱称，在健身机构“超级猩猩”的界面上他叫Fan。腿哥是深圳市超级猩猩健身管理有限公司旗下运动健身品牌超级猩猩单车教练，“破风日”“竞赛日”单车项目研发者、培训师，还是TTF骑行俱乐部部长。

腿哥说自己从有记忆开始就会骑车了，这几乎是伴随他至今的运动。在将骑行作为工作之前，他的职业是现场DJ。然而，由于对国内电音环境的不满，以及他的DJ风格不太商业化，他决定去寻找一个能平衡音乐和骑行的职业——室内单车教练。“我是一个比较有创造性的人，所以我喜欢去做一些富有创造力的事。有固定框架的职业会‘框住’我的思想，让我无法表达自己。”腿哥从很早就对自己有很明确的认知，他需要不断地创造，去表达他自己。最初担任室内单车教练时，他并不能完全展现自己的个性和风格。只有当他将课堂内容完全转化为自己的原创作品时，那些内容才能真正带有“腿哥”的个人标签，也就是他现在所研发的独家课程。“正如我之前说过的，我们是健身界的艺术家，我们在创造我们的作品，然后让大众接受和喜欢。”于是，创造力便成为骑行社群意见领袖需要具备的内核之一，因为源源不断的创造力，让骑行领袖变得与众不同。而腿哥最突出的特质，就是他自己的创造力。

驱动力和自主学习能力

如果把“破风日”（课程）想象成一个超级大的骑行社群，来上课的学员都是这个社群的成员，那腿哥当之无愧是“破风日”的意见领袖。他把一个原本是“单品”的课程变成一个可以让其他教练来教授的“产品”。但“破风日”的内核永远只有腿哥一个人，他把他对骑行的理解，对音乐的感受，对光影的认知，揉捏在一起，使其变成一个成熟的课程体系。同时，他也有意见领袖需要肩负的工作：一是孵化“破风日”的教练，二是构建和维护“破风日”这个产品的发展矩阵。这个课程并不是一成不变的，相反它可以在不同的教练手里变成不同的样子。这一切的变化都源于这个课程背后的创作者——腿哥。“破



“《宇宙探索编辑部》是我非常喜欢的一部电影，有一天晚上我在上课的时候，突然有一段音乐让我感觉非常具有《宇宙探索编辑部》的风格。虽然那很抽象，但我还是找到了电影里的感觉，并且在那节课上获得了不错的反馈，于是我就决定去做一节以电影为主题的课。”

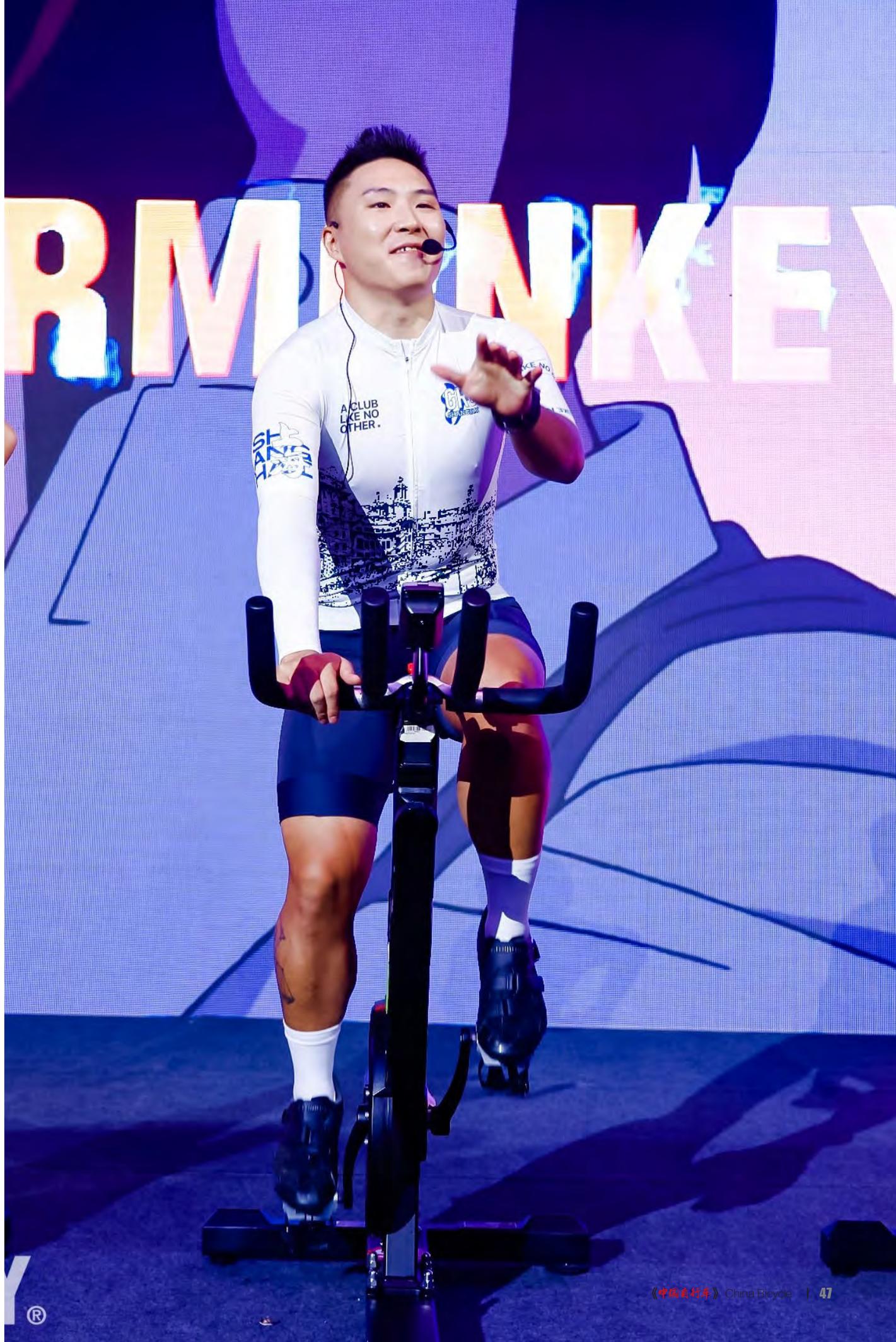
风日’的优势就是我，我自己。作为研发者，最重要的就是具备驱动力和自主学习的能力，这意味着我从来不会停下探索的脚步。”他愿意倾注全力去体验一场 DJ 的商业演出，也会在情绪低落时在镜头前流泪。他会因为没有新的音乐和灵感而感到焦虑，同样会因为成功开设一节出色的公开课而感到自豪。他永远有属于自己的驱动力，去学习，去创作，去释放。

孤独与自由

真正决定去采访腿哥的原因，是缘于笔者得知他和李火甘教练合作了一节别具特色的主题骑行课。这节课以电影《宇宙探索编辑部》的深邃主题为灵感，通过结合音乐和灯光效果，巧妙地将电影的精髓融入到骑行体验中，为参与者带来独特的感受。

“《宇宙探索编辑部》是我非常喜欢的一部电影，有一天晚上我在上课的时候，突然有一段音乐让我感觉非常具有《宇宙探索编辑部》的风格。虽然那很抽象，但我还是找到了电影里的感觉，并且在那节课上获得了不错的反馈，于是我就决定去做一节以电影为主题的课。”腿哥在任何时候，都不会放过任何一个灵感，这些灵感就像电视机里的雪花片，无心者看到的只是一个没有信号的电视机画面，有心者却能在这些雪花片里，看到宇宙诞生前的余晖。

作为意见领袖的他自由的，任何音乐只要能给他灵感，都可以用在骑行课程中。他也是孤独的，毕竟不是每一个学员都能真正理解他。他有很多奇怪的想法，会突然很低落，会突然很快乐，“但好在我是一个很乐观的人，即便是很负面的情绪，我也会勇于去面对它”。意识的孤独并没有困住精神上的自由，腿哥在任何情绪下都在坚持做他自己，做他脑中天马行空的主人。



有主见的“连接点”

“我希望每一个‘破风日’的用户都能在‘破风日’的教练身上感受到不一样的课程体验。”这是腿哥对于“破风日”这门课程和教练的初始要求。作为研发者，他解决了这个课程里最难的一部分工作——音乐和框架，剩下的创造性内容应该由教练自己来完成。腿哥希望，每一个教练都是创新者，在一定的框架下，他们能有自己的发挥。

除了“破风日”“竞赛日”单车项目研发者、培训师之外，腿哥还是 TTF 骑行俱乐部部长。“在 TTF 里，我应该不叫意见领袖，我应该叫‘连接点’，所有人都是因为认识我而有了联系。我在这个俱乐部里面应该是一个非常强的‘连接点’，我们的凝聚力很强。”职业车手考虑成绩，骑行俱乐部主打的就是享受生活、享受骑行。“TTF 的成员和我出去骑车，他们从来不会问如何提升功率，也不会问如何骑得更快，他们更关注如何保障安全，如何在长时间的骑行中骑得更舒服，我认为这才是健康的生活方式。”

在成为意见领袖之前，他首先是一个艺术家，一个会从口香糖包装纸上读出宇宙奥妙的艺术家。他充满艺术气息，并愿意将自己对于骑行的理解融入他的课程之中。他也会焦虑，却不会被焦虑摆布。他对自己的工作和生活有足够的认知，有自己的态度，不拘泥于艺术的任何形式。在思考如何呈现腿哥这个人的时间里，笔者无数次的在他的线上平台看到“孙一通”（《宇宙探索编辑部》里的人物）的影子：在他于镜头前哭泣的时候，在他坐在瀑布前的石头上大笑的时候，在他顶着一个锅去坐飞机的时候。在电影的最后，千帆过尽，顶着锅子的少年（孙一通）站在山洞口喃喃自语：“胸口的鸟群，绕过十万个太阳，带走被浇灭的闪电，带走云层潮汐，带走神明的悄悄话，带走落地生根的锚，带走氧化的情歌，带走山野恩仇，带走金银财宝，带走痴心妄想，带走梦游的脚印，带走飞蛾扑不灭的火，带走所有人的名字，带走彩虹的化石。”这部电影是有着浪漫内核的电影，科学家学会了写诗，地球人在地球上寻找外星人。这也是腿哥本人的写照。腿哥说最直观地了解他的方式就是去上他的“破风日”课程，他的自由与孤独，诗与远方，热爱与梦想，都在那一节节时长 60 分钟的“宇宙”里。



在成为意见领袖之前，他首先是一个艺术家，
一个会从口香糖包装纸上读出宇宙奥妙的艺术家。
他充满艺术气息，
并愿意将自己对于骑行的理解融入他的课程之中。
他也会焦虑，却不会被焦虑摆布。
他对自己的工作和生活有足够的认知，
有自己的态度，不拘泥于艺术的任何形式。



王玮： 用骑行 连接内心与世界的 领航者

王玮，
用骑行影响了无数骑行爱好者，
还将自己的热情和理念融入骑行生活。
无论是在骑行中的自我对话，
还是在社群中带领他人走向新的骑行世界，
他都用行动诠释着骑行的深层意义。

骑行：内心的宁静与自由的象征

“我的骑行理念是在骑行中与自己对话，寻找内心的宁静与自由。”对于王玮来说，骑行从来不仅是一个体能上的运动，还是一种精神上的修炼。通过骑行，王玮能够逃离日常的喧嚣，沉浸于大自然的怀抱，感受风的轻抚和阳光的温暖。骑行成为他思考、反省与自我和解的重要方式。

这种宁静与自由的追求，塑造了王玮独特的骑行理念，也让他生活中变得更加坚韧、平和。他提道：“骑行不仅是一种运动，还是一种生活方式，它教会我坚持、勇敢和享受当下。”通过骑行，王玮不仅锻炼了身体，还拓展了眼界，接触到了更多的骑行爱好者，并且在职业规划上取得了突破。他从最初的骑行爱好者，成长为一位从业者，致力于将中国的自行车品牌推向全球市场。

从热爱到领航：骑行事业的成长之路

王玮的骑行故事，始于一份对自由与探索的渴望。他回忆道：“我的骑行成长经历从最简单的短距离骑行开始，逐渐挑战更长的距离和更复杂的地形。”通过不断的实践与积累，王玮不仅提升了自己的骑行技能，还建立了广泛的骑行人脉。

他将自己对骑行的热爱转变为影响他人的动力源泉。通过创办骑行俱乐部、组织骑行活动、发布骑行心得和照片，王玮鼓励更多的人加入骑行的行列。在社交媒体上，他的骑行故事吸引了大量的粉丝，成为众多骑行爱好者心中的榜样。他不仅带领人们体验骑行的乐趣，还用他自己的行动向大家传递着坚持、勇敢与乐观的生活态度。

王玮的骑行故事，
始于一份对自由与探索的渴望。
他回忆道：

“我的骑行成长经历从最简单的短距离骑行开始，
逐渐挑战更长的距离和更复杂的地形。”

通过不断的实践与积累，
王玮不仅提升了自己的骑行技能，
还建立了广泛的骑行人脉。

带动骑行文化： 生活态度与价值观的传递

作为一名骑行意见领袖，王玮始终在传递着积极的生活态度与价值观。他认为，骑行不仅是对身体的锻炼，还是对精神的修炼。“面对困难不放弃，享受骑行的过程。”王玮通过自己的行动，鼓励其他骑行者勇敢挑战自我，超越极限，追求自己的梦想。同时，他也非常强调安全与环保的重要性。他在骑行活动中始终倡导遵守交通规则，爱护自然环境，确保每一次骑行不仅是快乐的，还是安全的。

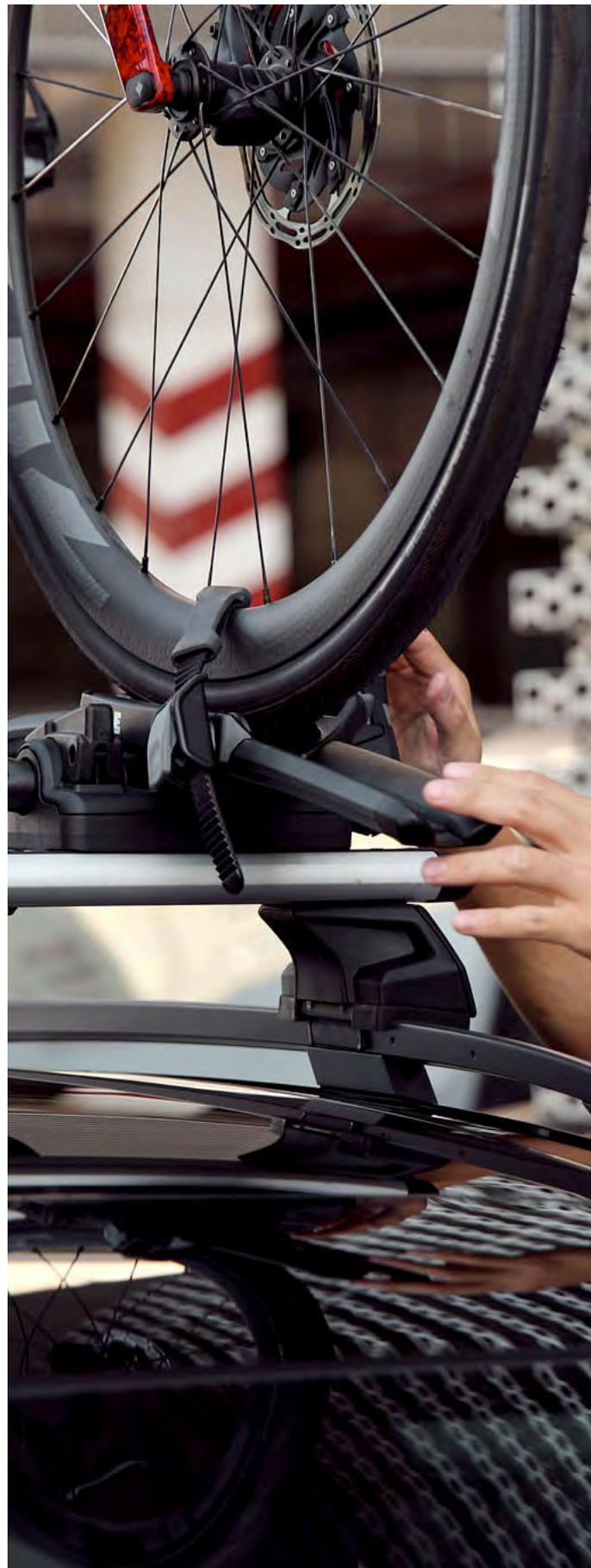
引领骑行社群：汇聚友谊与灵感

王玮不仅是一位骑行爱好者，还是骑行社群中的意见领袖和核心人物。这个社群是由一群热爱骑行的人自发组织而成，成员们通过社交媒体和线下活动相识，并在王玮的带领下共同成长。

“骑行社群对我的生活和工作产生了很大的影响。”王玮坦言，社群不仅为他带来了大量的朋友，也为他的创造提供了丰富的灵感。他通过社群活动，了解了更多骑行者对装备和体验的需求，这些反馈成为他工作中宝贵的参考资源。王玮在工作中不断创新，将骑行装备的设计与技术提升结合在一起，以满足不同层次的骑行爱好者。

推动骑行文化：创新与未来的展望

王玮认为，未来的骑行文化将更加注重环保和可持续发展。他表示，随着人们对环境保护的意识不断增强，骑行将成为越来越多人选择的绿色出行方式。王玮坚信，随





着装备技术的智能化进步，骑行体验将得到显著提升。例如，电助力自行车的普及，能够帮助那些时间不充裕或体力有限的人轻松享受骑行乐趣。

此外，王玮还积极参与和推动骑行文化的创新。他已经参与了多个项目，如山地车公园的修建、城市骑行径的规划等。王玮希望通过这些实际的行动，推动骑行文化的普及，并吸引更多的人加入这一行列。

骑行的精神： 坚持、热爱与超越

作为一位意见领袖，王玮一直在强调骑行对身心的双重好处。“骑行不仅能增强体质，还能提升心理健康。”他说，骑行能够帮助人们释放压力、改善情绪、提高专注力。对于新人，王玮建议从基础装备开始，逐步提升自己的骑行技能，并在骑行中寻找乐趣，而不是盲目追求高强度的挑战。

在骑行的过程中，王玮时刻保持对平衡的重视。他懂得在锻炼强度与身体恢复之间找到适合自己的节奏，以确保每次骑行不仅有效，还能让身体得到充分的恢复与提升。对于他来说，骑行的意义不仅在于不断超越自我，还在于享受过程中所带来的快乐与成长。

王玮作为中国骑行社群的意见领袖，用他个人的经历和行动展示了骑行的独特魅力。从最初的爱好者到如今的行业引领者，王玮通过骑行连接了自己的内心与世界，并用他的影响力带领更多人加入这一行列。无论是个人的成长，还是对骑行文化的推动，他始终坚持着骑行的初衷：在宁静与自由中前行，用骑行去探索世界的广阔与内心的深度。



Aaron : “懂事长”与10年 自由散漫骑行的 故事

在广州的骑行圈子里，提起“自由散漫”，大家都知道它不仅是一个骑行社群的名字，还是广州骑行文化的缩影。而这个社群的核心人物——Aaron，也以他独特的风格与理念，成为了“自由散漫”的意见领袖。社群成员们亲切地称他为“懂事长”，这不仅是对他管理能力的肯定，还是对他那种不拘一格的处事态度的认同。作为自由散漫骑行社群的主理人，Aaron从2014年开始骑行，到2024年带领社群走过10个年头，始终坚守着骑行的初心与热爱。

从“亚健康”到骑行爱好者

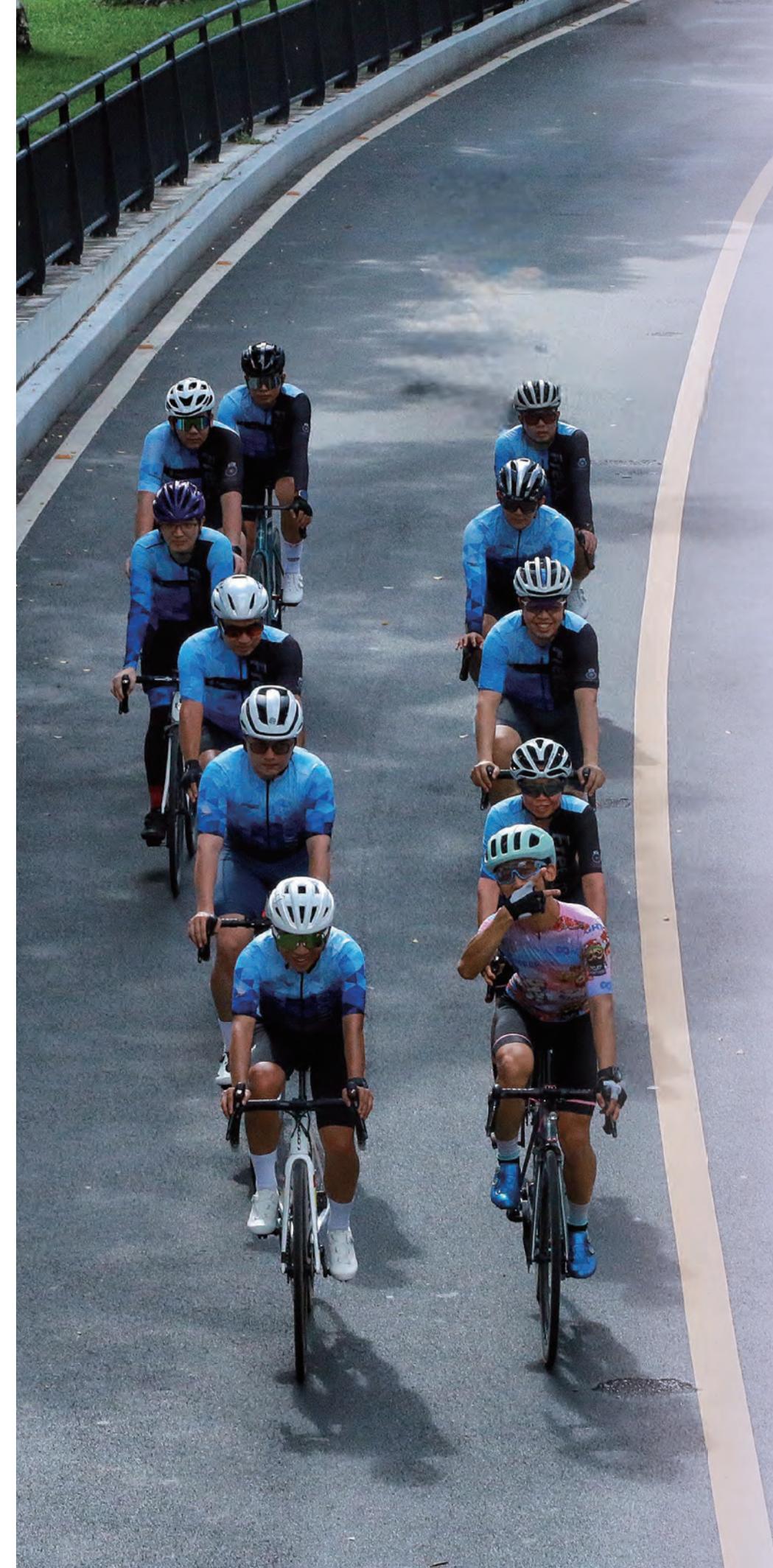
Aaron的骑行之路起源于一次身体健康的“告急”。2014年，因为工作关系，他的身体长期处于亚健康状态，日常的工作压力和生活节奏让他感到疲惫不堪，睡眠不足，甚至总是觉得处于生病的边缘。正是在这样一种状况下，Aaron决定通过运动来恢复健康，而他选择了骑行作为入门的运动方式。“我没有什么运动基础，篮球、足球这些高强度运动不太适合我，骑行相对轻松，还有自行车这个辅助工具。”Aaron说，骑行的低强度与可操作性，成为他重拾健康的保障。

他从广州的珠江边开始了自己的骑行之旅。他喜欢与朋友们结伴骑行，特别是晨骑后的一身轻松感让他发现，这不仅是对体能的锻炼，还是一种精神上的放松和愉悦。随着时间的推移，骑行逐渐成为他生活中不可或缺的一部分。无论是一个人还是与朋友们一起，Aaron坚持骑行的习惯始终没有改变。

骑行社群的诞生与发展

自由散漫骑行社群的诞生，源于Aaron对于骑行文化的认同与传播。他不愿意骑行只是一种单独的运动，更希望通过它来连接更多的人。2014年，Aaron成立了自由散漫骑行社群，旨在为骑行爱好者提供一个交流与分享的平台。这个社群不设立门槛，不区分职业或身份，只要有一颗热爱骑行的心，任何人都可以加入其中。

在社群成立初期，Aaron和几位朋友开始组织简单的短途骑行，车辆也以折叠车和山地车为主。随着社群逐渐壮大，骑行路线和骑行车辆的选择变得更加多样化。2016年后，随着国内骑行文化的深入发展，许多骑行者开始追求更高的速度和专业体验，公路车逐渐取代了折叠车和山地车，成为主流选择。



Aaron 对于这种变化有着深刻的理解。“骑行文化从最初的简单运动，到如今逐渐向专业化发展，大家对装备和骑行体验的要求越来越高。”他说，公路车的流行不仅是骑行工具的升级，还是骑行者追求速度与效率的表现。如今，社群内的骑行者大多转向了公路车，追求优雅与效率并存的骑行方式。

从爱好到事业： 骑行与工作生活的平衡

除了骑行，Aaron 还经营着一家带咖啡屋的自行车店，这是他和另一位技师 (CY) 共同经营的。车店不仅是社群成员的一个线下聚集点，还成为 Aaron 工作生活中重要的场所。在社群中，他主要负责策划和组织活动，而车店的日常运营则由技师 (CY) 打理。这个小店为骑行者提供了休息与交流的空间，也成为自由散漫社群的实体基地。

然而，Aaron 并未将自由散漫社群完全商业化。虽然他与一些品牌有合作，但他始终强调社群的初心是提供一个自由骑行的空间，而不是让它变成一项利润驱动的商业项目。Aaron 坦言：“骑行是一种热爱，我不希望它因为商业的介入而失去最初的纯粹。”正是这种对骑行本质的坚守，使得自由散漫社群始终保持着它的独特性和亲和力。

在工作与社群之间，Aaron 找到了平衡。他认为骑行不仅使工作压力得到缓解，还对精神层面的提升起到帮助。“骑行不仅让我更健康，还让我结识了许多志同道合的朋友。”他表示，社群是一个开放的平台，聚集了不同职业和背景的成员，大家通过骑行形成了一个紧密的社交网络。而骑行活动更是让他们在放松之余，建立了深厚的友谊。



在工作与社群之间，
Aaron找到了平衡。
他认为骑行不仅使工作压力得到缓解，
还对精神层面的提升起到帮助。
“骑行不仅让我更健康，
还让我结识了许多志同道合的朋友。”

骑行文化的变迁与未来愿景

在过去的 10 年里，Aaron 亲眼见证了骑行文化在广州乃至全国的变化。他回忆道：“刚开始，骑行主要是少数人的兴趣爱好，而如今，骑行文化已经蔓延到更多的城市和人群中。”尤其是在 2022 年下半年，骑行的热度再次上升，许多新成员加入了自由散漫社群，为社群带来了更多的新活力。

然而，Aaron 也清楚地看到，骑行环境的改善仍然有很长的路要走。“在广州，骑行的氛围很浓厚，但市政道路的规划对骑行者并不友好。”他表示，由于城市道路的设计并未考虑骑行者的需求，骑行者们更喜欢选择市区周边风景优美、道路宽敞的地方骑行，从而避免市区内的复杂交通。

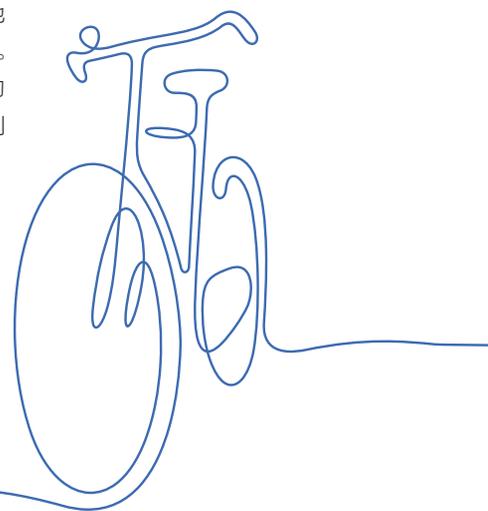
展望未来，Aaron 表示，他将继续推动骑行文化的发展，尤其是在骑行安全方面。他与社群成员制作了许多骑行安全的宣传片，并通过社群的公众号推广安全骑行的理念。他相信，骑行的安全与自由同样重要，只有在安全的前提下，骑行才能真正让人享受到自由的快乐。

骑行的意义：快乐至上，不忘初心

对于 Aaron 来说，骑行不仅是一种运动，还是一种生活方式。他从不刻意追求速度与成绩，而是希望每一位加入社群的成员都能在骑行中找到乐趣。他坦言，随着骑行文化的普及，很多人开始在骑行中互相“比较”，无论是装备、速度还是路线，骑行似乎变得越来越“功利化”。但 Aaron 始终保持着这份初心：“骑行的目的就是为了快乐，而不是为了竞争或者炫耀。”

Aaron 希望，自由散漫社群能一直保持“自由散漫”的本质。商业化的合作可以锦上添花，但不能影响社群的核心价值。“如果骑行变成了一种必须追求经济回报的事情，那它就失去了原有的意义。”他强调，骑行是一种能够调节生活的爱好，而不是压力的来源。

10 年来，Aaron 带领着自由散漫骑行社群走过了风风雨雨。在他的领导下，社群不仅是一个骑行组织，还是一个充满包容与自由的社交平台。Aaron 用他的行动和理念诠释了什么是真正的骑行文化：追求健康、享受骑行、保持初心。而他作为广州骑行界的意见领袖之一，正在通过自己的力量，推动骑行文化的进一步发展。正如他所说：“热爱骑行不能当饭吃，但它能调节生活，让你找到真正的快乐。”



骑行文化的

全球视野

文 / 灰原

无论是在中国繁华的城市街道，还是在欧洲的自行车高速公路，骑行社群的形成与发展展示了地域差异与文化共性的交融。我们将从亚洲、欧洲、美洲和大洋洲 4 个大洲的视角，深入探讨各地区骑行社群文化的特点、发展历程及其所承载的文化意义，旨在揭示骑行如何在全球范围内促进人际交流、环境保护和健康生活。

亚洲

中国

中国的骑行社群在近年来迅速崛起，成为一种受欢迎的生活方式和社交活动。随着城市化的加速和环保意识的增强，骑行不再仅仅是一种交通方式，而是变成一种时尚且健康的生活选择。

骑行在中国的历史可以追溯到 19 世纪，然而在 20 世纪，自行车因汽车的普及而逐渐被边缘化。进入 21 世纪，尤其是 2010 年以后，伴随共享单车的兴起和骑行基础设施的改善，骑行文化重新焕发活力。共享单车的便利性吸引了大量年轻人的参与，形成了蓬勃发展的骑行社群。

在北京、上海和广州等主要城市，骑行社群呈现多元化特征。社群成员涵盖通勤者、休闲骑行者和竞技爱好者。通过社交媒体平台，社群成员组织周末骑行、城市探索及长途挑战等活动，增强了互动与





凝聚力。各类骑行赛事也在增加，城市骑行赛和公益骑行活动吸引了大量骑行爱好者参与。

中国的骑行文化强调健康与环保理念，许多社群积极参与环保活动，倡导低碳出行和健康的生活方式。骑行活动往往结合当地文化特色，骑行路线经过风景名胜，让骑行者在享受骑行乐趣的同时，还能领略美丽的自然风光。

尽管骑行文化迅速发展，但中国依然面临交通拥堵、骑行安全隐患和基础设施不足等挑战。为应对这些问题，政府正在加大对骑行基础设施的投入，鼓励市民选择两轮车出行。

总体来看，中国的骑行社群文化在推动健康生活和环保意识方面发挥了显著作用，未来将更加丰富多彩，吸引更多人参与绿色出行。

骑行社群文化，已成为促进社会互动、文化传承与环保意识的重要力量。

日本

日本的骑行文化起源于19世纪末，从日本引入自行车以来，骑行逐渐演变为一种休闲和运动的方式。骑行社群吸引了不同年龄、职业、背景的爱者加入，特别是城市居民和年轻人，体现出骑行不仅满足交通需求，还承载了文化和社交的功能。

日本的骑行社群包含休闲骑行、竞技骑行和文化骑行等活动。文化骑行通过结合如“樱花骑行”“祭典骑行”等独特活动，吸引骑行者体验地方文化。日本的骑行社群积极组织骑行活动、骑行安全教育活动和环保倡导讲座等，促进骑行文化的传播。

日本政府在骑行基础设施方面的重视也不可忽视，这些基础设施建设包括专用骑行道和停车设施的建设。尽管骑行社群文化快速发展，但日本仍然面临城市交通拥堵、骑行者与机动车辆的冲突、恶劣天气等因素的挑战。

总之，日本的骑行社群文化不断演变，已成为促进社会互动、文化传承与环保意识的重要力量，未来将更加多样化。



欧洲

荷兰与丹麦

荷兰和丹麦的骑行文化因其独特的社会认同和完善的基础设施而备受瞩目。这两个国家的骑行社群不仅展现了全民骑行的生活方式，也体现了国家对可持续发展的重视。

自 20 世纪 70 年代起，随着人们环保意识的提升，荷兰将骑行视为解决交通拥堵和空气污染的有效方式。政府积极投资建设骑行基础设施，建设了大量的自行车道和安全的停车设施，使骑行成为人们日常生活的一部分。各类骑行社群应运而生，涵盖休闲骑行、通勤骑行和竞技骑行等领域。年度大型骑行活动，如阿姆斯特丹自行车游行，吸引成千上万的参与者，增强了社群的凝聚力。

丹麦的哥本哈根被认为是世界上最适合骑行的城市之一。政府同样重视骑行基础设施的建设，设有宽阔的自行车道和完善的交通标识系统。超过一半的哥本哈根居民选择骑



自 20 世纪 70 年代起，随着人们环保意识的提升，荷兰将骑行视为解决交通拥堵和空气污染的有效方式。政府积极投资建设骑行基础设施，建设了大量的自行车道和安全的停车设施，使骑行成为人们日常生活的一部分。



自行车上下班，骑行文化已深入人心。丹麦的骑行社群具有多样化的特点，从休闲骑行到专业竞赛，社群成员通过组织定期活动促进人际关系的建立和社群的凝聚力。此外，丹麦骑行社群积极参与环境保护活动，强调骑行作为可持续交通方式的重要性。

尽管荷兰和丹麦的骑行社群文化相似，但荷兰更强调通勤便利性，而丹麦更注重骑行带来的社区参与和社会互动。两国的成功经验为其他国家提供了借鉴，彰显了骑行作为健康、环保生活方式的潜力。

总而言之，荷兰与丹麦的骑行社群文化在促进社会交流、提升生活质量和环保意识方面发挥了重要作用，未来将继续发展，吸引更多人参与。



英国

英国的骑行社群文化经历了从精英化到大众化的转变，逐渐成为一种普遍的社会团体。自 19 世纪以来，自行车作为交通工具逐步普及，骑行文化不断演变，尤其是在近几十年中，骑行的健康和环保理念获得了广泛认可。

20 世纪初，骑行主要由精英俱乐部主导，如英国自行车俱乐部（CTC），这些俱乐部推动了早期的骑行文化。随着城市化进程加快和交通拥堵问题加剧，骑行逐渐被更多人接受，成为一种实用的出行方式。

进入 21 世纪，英国的骑行社群迎来了新的发展契机。政府和地方当局开始重视骑行基础设施建设，许多城市推出骑行友好政策。例如，伦敦实施了“城市骑行计划”，增加自行车道和公共自行车租赁系统，鼓励市民骑行出行。这些政策促进了骑行者的增长，骑行逐渐成为通勤的热门选择。

社交媒体和数字平台的兴起为骑行社群的发展注入了新活力。骑行者通过社交媒体组织活动，分享骑行路线和经验，形成了丰富的线上社区。这种数字化的互动不仅增加了活动参与度，也促进了骑行文化的传播。

如今，英国的骑行社群文化具有多元化的特点，各类骑行活动层出不穷。骑行赛事，如伦敦至巴黎自行车赛，吸引了全球骑行爱好者参与，增强了社群凝聚力。尽管骑行社群文化发展迅速，英国的城市交通安全问题依然突出，骑行者与机动车辆之间的冲突时有发生，未来需进一步改善骑行环境。



美洲

美国

美国的骑行社群文化具有多样化的特点，反映了地域差异和多元生活方式。从 19 世纪自行车的引入到现代骑行文化的兴起，在美国，骑行不仅成为出行方式，还是健康、社交和环保的象征。

美国早期的骑行文化在 19 世纪末逐渐形成，在城市化加速的背景下，骑自行车成为许多人的通勤选择。20 世纪中叶，汽车普及使自行车一度被边缘化。然而，20 世纪 70 年代的环保运动和健康意识的觉醒，使越来越多的人重新关注骑行。骑行不仅是日常出行方式，还是生活方式和社交活动。

近年来，美国的骑行社群文化发生显著变化。许多城市，如旧金山、纽约和波特兰，致力于改善骑行基础设施，增加自行车道和停车设施。这些城市通过政策的实施鼓励市民选择骑行，成为绿色出行的先锋。各类骑行活动蓬勃发展，如“全国骑行上班日”，吸引众多参与者，推动骑行文化普及。

美国的骑行社群活动多样，包括休闲骑行、通勤骑行、山地骑行和竞技骑行等。骑行社群常通过社交媒体平台如 Strava、Facebook 等组织活动，分享经验和路线，增强社群凝聚力。各种骑行赛事，如“新英格兰骑行节”和“加州海岸骑行”等，吸引大量骑行爱好者，促进了骑行社群的互动。

值得注意的是，美国城市间骑行环境差异显著，部分地区基础设施仍不完善，骑行安全问题亟待解决。美国的骑行社群文化在促进健康生活方式和环保理念方面发挥了重要作用，未来有望更加丰富多样，吸引更多人参与绿色出行。





在过去几十年中，加拿大多个城市，如温哥华、多伦多和蒙特利尔，积极推动骑行基础设施建设，设立专用自行车道和安全停车设施。



加拿大

加拿大的骑行社群文化以社区意识和环保倡导而闻名，骑行不仅是一种出行方式，还成为促进社交、健康和可持续发展的重要手段。近年来，随着城市骑行基础设施的改善和社会对骑行的重视，加拿大的骑行文化经历了快速发展。

骑行文化在加拿大的历史可以追溯到 19 世纪，随着自行车的普及，骑行逐渐成为人们日常生活的一部分。然而，直到 20 世纪末，骑行才开始重新受到重视，这主要得益于当地环境保护和健康意识的增强。

在过去几十年中，加拿大多个城市，如温哥华、多伦多和蒙特利尔，积极推动骑行基础设施建设，设立专用自行车道和安全停车设施。政府鼓励市民选择骑行，使骑行成为日常通勤的一部分。加拿大的骑行社群文化以家庭为中心，许多骑行活动专为家庭设计，增强家庭成员之间的互动。

加拿大的骑行社群活动多样，包括休闲骑行、通勤骑行、山地骑行和竞技骑行等。骑行社群通过地方组织和社交媒体互动，定期组织骑行活动和环保倡导活动。这些社群分享骑行经验，推行健康生活方式，提升环保意识。

加拿大的骑行社群文化在促进健康生活和环境保护方面发挥了重要作用，未来有望更加繁荣，吸引更多人参与绿色出行。



澳大利亚的骑行社群文化在促进社会互动、健康生活和环保意识方面发挥着重要作用。

大洋洲

澳大利亚

澳大利亚的骑行社群文化近年来蓬勃发展，逐渐成为流行的生活方式和环保选择。随着政府对骑行基础设施的重视和公众健康意识的提升，骑行不仅被视为出行方式，还成为促进社交和健康的活动。

骑行在澳大利亚的历史可追溯到 19 世纪，但真正的发

展始于 20 世纪末。随着城市化加速，在悉尼、墨尔本和布里斯班等大城市，骑行被视为解决交通拥堵和环境问题的有效手段。政府投资骑行基础设施，包括专用自行车道和安全停车区，为骑行社群的形成提供了良好的基础。

澳大利亚骑行社群文化具有突出的多样性和包容性。社群涵盖了广泛的成员，从休闲骑行者到专业竞技选手。各类骑行活动，如周末骑行、长途旅行和地方赛事等，不仅促进骑行者交流，还增强社区凝聚力。

澳大利亚骑行社群积极参与环保和健康倡导活动，许多社群定期组织活动，推广可持续交通和健康生活方式。活动如“全国骑行日”吸引了众多参与者，政府鼓励市民选择两轮车出行。骑行社群还在社区中扮演教育者角色，通过安全骑行培训和环保讲座，提升公众的骑行意识。

总之，澳大利亚的骑行社群文化在促进社会互动、健康生活和环保意识方面发挥着重要作用。随着基础设施的不断完善，澳大利亚未来的骑行文化将更加繁荣，吸引更多人加入绿色出行行列。



新西兰

新西兰的骑行社群文化以自然联系和社区意识而著称，骑行不仅是日常出行方式，还成为与自然亲密接触和促进社交的重要活动。近年来，骑行基础设施的改善和环境保护意识的提升，使新西兰的骑行文化得以显著发展。

骑行在新西兰的历史可以追溯到 19 世纪，自行车最初只是作为交通工具使用。然而，伴随环保意识的增强和健康生活理念的推广，骑行逐渐成为新西兰人生活的一部分。尤其是在城市和乡村，骑行被视为便捷且环保的出行方式。

新西兰的骑行社群文化展现出独特的地方特色，社群成员热衷于参与各种骑行活动，如穿越国家公园和风景名胜区的长途骑行。这些活动不仅为社群成员提供了享受自然风光的机会，还强调团队合作和社群参与的重要性。骑行活动往往结合当地文化，例如许多骑行路线穿越具有毛利文化特色的地区，使参与者能在骑行中体验和尊重当地文化。

政府和非营利组织在推动骑行文化发展方面积极作为，各城市致力于建设骑行基础设施，设立专用自行车道和安全停车设施。骑行社群也组织安全骑行培训和环境保护活动，提升骑行者的安全意识并提高他们对自然保护的责任感。

新西兰的骑行社群文化在促进健康生活、社区互动和环境保护方面发挥了重要作用，未来的骑行文化将更加丰富多彩，吸引更多人加入绿色出行行列。



骑行社群的

未来

文 / 灰原

随着全球对健康、环保和可持续发展的日益关注，骑行社群文化正如同一股清新风潮，逐渐深入人们的生活。未来，骑行社群不仅是为了健身或环保，还将成为一座桥梁，促进城市间的交流、科技进步以及人际关系的紧密联系。随着骑行文化的发展，骑行社群文化将顺应这一趋势，继续书写属于它的美好篇章。

1

更加紧密的社群连接

未来，骑行社群将更像一个温暖的大家庭。无论身处繁忙的都市还是静谧的小镇，人们通过骑行社群，都能找到志同道合的伙伴。许多城市已经开始通过改善基础设施，打造更友好的骑行环境，这不仅为骑行者提供了安全舒适的出行选择，同时还增强了骑行的社交属性。每一个城市都能拥有各式各样的骑行社群，骑行将帮助人们获得更多的出行自由与健康选择。

想象一下，在早晨的阳光中，和朋友们一同骑行，感受风拂过脸庞，这将是多么惬意的一件事。



2

科技带来的全新体验

随着科技的不断进步，骑行的乐趣也被重新定义。骑行者能够借助智能设备来优化骑行体验，比如，智能头盔、健身手环、GPS 等装备让骑行变得更加智能化，更安全和便捷。骑行者可以通过这些设备与全球的同好分享骑行数据，甚至与其他人挑战同一条赛道。这不仅让骑行变得更有意思，还能拉近社群成员之间的距离，丰富社群活动的内容。

3

环保与健康的完美结合

骑行是一种绿色出行方式，不仅低碳环保，还能帮助骑行者保持健康。未来，随着人们对气候变化愈加关注，骑行将会成为更多人的选择。越来越多的骑行社群正在积极推动环保活动，通过组织“绿色骑行日”等活动，宣传可持续发展理念。骑行不仅是为了自己，还是为了地球。

4

城市规划与基础设施的变革

未来骑行将成为日常生活的重要组成部分，城市将更加注重骑行者的需求，提供宽敞的自行车道和便捷的共享单车系统。

许多城市已经开始从零散的骑行路线转变为构建连贯的骑行网络。这种转变不仅为骑行提供了更多可能性，还能为骑行社群的健康运营提供更多可能。

5

多领域的跨界合作

未来，骑行社群将打破传统界限，与时尚、健康、科技等领域展开跨界合作。骑行品牌可能会与健康科技企业、时尚设计师合作，推出专门为骑行者打造的智能穿戴设备和环保时尚单品。骑行社群的跨界融合，不仅会推动骑行文化的多元发展，还会将骑行打造成一个全新的、全方位融入日常生活的文化符号。

总之，骑行社群的未来充满了无数的可能性。它不仅会帮助我们保持健康、保护环境，还将通过技术和社交的力量，让骑行成为一种令人心驰神往的生活方式。无论你是一个骑行爱好者，还是一个环保主义者，未来的骑行社群都将为你提供一个自由、和谐和充满活力的世界。OTB



骑行热潮： 自行车成为 年轻人的新宠

Cycling Boom: Bicycles Become a New Favorite for Young People

文/侯恬

说到这两年朋友圈出镜率最高的几大新宠，自行车毫无悬念会入围。

过去还只是代步工具的自行车，如今已经成为年轻人的大型玩具和社交货币。骑行早已经被局限在通勤的路上了，而是彻底融入年轻人的生活和娱乐之中。每逢节假日，都会有大量身穿骑行服、脚踏锁鞋的爱好者，骑着自行车穿过大街小巷，以及城市周边的景区路和盘山路。

琐碎的日常生活和快节奏的工作，让越来越多的年轻人急需释放压力。而骑行这项自由、健康、相对低成本的运动，成为被更多人选中的方式。

随着骑行的日渐火热，自行车周边的产业配套和服务也逐渐开始升级。从整装自行车，到大大小小的各种装备，再到俱乐部等社群组织，骑行热已经带动了整条产业链。

现象：骑的是健康和社交

无论是在现实生活中还是在社交媒体上，我们都能感受到骑行的火热。

据小红书《2023 户外生活趋势报告》数据，2023 年小红书骑行相关笔记的发布数量达到 180 万篇以上，同比增长近 400%，总阅读量超过 13 亿次。打开小红书输入“骑行”关键词，映入眼帘的尽是秀出好身材和充满运动氛围的年轻男女。

当前，我国已有 1 亿多人经常性骑行，有近千万人参与自行车运动，每逢 3 月—5 月和 9 月—11 月，气候较为舒适，骑行活动也会迎来“小高峰”。

琐碎的日常生活和快节奏的工作，
让越来越多的年轻人
急需释放压力。
而骑行这项自由、
健康、相对低成本的运动，
成为被更多人选中的方式。



2023年，京东骑行类产品销售额超过15亿元，同比增长约54%；抖音骑行类产品以414.13%的增速，成为平台户外类产品中销售增长最快的明星类目，不少网红款自行车直接卖断货。

除去季节性因素外，推动“骑行热”的主要原因有以下3个。

一是人们健康意识的提升。艾瑞咨询在2022年发表的《中国健康管理白皮书》显示，目前居民对自己的健康满意度显著下降，且对健康的标签从无病痛、吃得好提升到精神好、抵抗力好、睡得好。调查显示，疫情后有80%的居民开始重视科学运动，其中14%的居民每周都要运动3天以上，38%的居民每周运动1天~3天。健康意识的提升，导致居民客观上对骑行等运动的需求增加。

二是社交媒体的助推。在社交媒体上，“骑行”这项运动被打上诸多标签，有人称其为“一种生活方式的象征”，有人称其为“一种自我调节的方式”，还有人称“热爱骑行的人，都有自由的灵魂”。在社交媒体的聚焦与放大作用下，骑行已经不仅仅是一项运动，还是年轻人的潮流文化。

三是骑行门槛低，对新手友好。相对于其他大多数运动来说，骑行入门门槛较低，对体力、专业性的要求均不高。2021年，车友中骑车年龄在1年以内的人仅占5.88%，而2023年这一比例增加到11.88%，骑行作为一个“好上手”的运动，得到了许多新手小白的青睐。

门槛低、健康意识的提升以及社交媒体的助推，共同促进了骑行市场规模的高速增长。

2023年，京东骑行类产品销售额超过15亿元，同比增长约54%；抖音骑行类产品以414.13%的增速，成为平台户外类产品中销售增长最快的明星类目，不少网红款自行车直接卖断货。

至今骑行的热度依然在持续。2024年“6·18”活动期间，抖音平台各类自行车和骑行装备销量继续大幅度增长，其中公路自行车和山地自行车成交额较2023年分别增长270%和190%，车灯和码表等骑行装备成交额分别同比增长240%和390%。

在社交媒体的聚焦与放大作用下，骑行已经不仅仅是一项运动，还是年轻人的潮流文化。

特征：强社交、爱分享、舍得“氪金”

骑行爱好者以居住在大城市的年轻人为主，且大部分学历较高。

从年龄分布看，2023年18~40岁人群占比接近70%，是骑行爱好者的主力军，其次是41~50岁人群，占比只有17%。

骑车人群分布和经济发展水平呈现出正相关关系。目前，骑行爱好者有60%居住在一二线城市，37%居住在三四线城市。虽然骑行的门槛低，但对于比较狂热的爱好者来说，自行车、相关装备及后续的保养费等也都不算少，因此骑行群体的分布和收入也有一定的关系。

另外，骑行爱好者还呈现明显的高学历特征。在骑行爱好者中，拥有大学本科以上学历的人超过一半，另外有近12%的人拥有研究生及以上的学历，高中及以下占比仅13%左右。这群二三十岁、生活在城市的年轻人，正是对社交和娱乐活动有强烈需求的群体。

据调查，有75%的骑行爱好者经常参与骑行活动，他们或是与骑行俱乐部的车队一起“竞速”，或是直接约上，来一场说走就走的骑行。骑行弥补了城市年轻人





社交需求的空缺，不同职业、年龄的人通过共同的兴趣爱好，成为志同道合的朋友，也有不少人通过骑行脱单。

除社交之外，骑行爱好者还热衷于分享，这进一步增加了骑行群体的规模数量。在社交媒体上，骑行相关话题活动参与者非常多，比如小红书上有“繁花 cityride”“龙年第一骑”“我是这样的女骑”“春日骑游路书”等话题活动，相关笔记超过 500 万篇，打卡晒照和路线分享，已然成为骑行人群的生活日常。

想维持爱好，“氪金”（编者注：网络游戏用语，代表大量充值）必不可少，特别是对于骑行爱好者而言，有一套好装备非常重要。在一项对骑行爱好者消费倾向的调查中，有 27% 的调查者认为骑行相关消费非常重要，对其的重视程度甚至超过了日常衣食住行，以及其他任何娱乐活动的消费。

在购车预算方面，骑行爱好者非常愿意花大价钱购买高端车型。其中愿意购买单价 8 000 元以上自行车的人占

比达到 46%，还有 23% 的人对自行车的购买预算在 15 000 元以上。

总结起来，强社交、爱分享、舍得“氪金”，是骑行群体最主要的行为特征。

商业：三类生意

这群愿意为“追风”花钱的年轻人，直接带动了三类产业。

第一类是整装自行车。

在骑行热下，我国两轮自行车市场规模的增速较快，预计到 2024 年年底市场规模将达到 2 353 亿元。同时，我国自行车企业的盈利能力也在增强。2024 年 1 季度，行业利润同比增长 13%。

近年来，海外整装自行车品牌在我国赚得盆满钵满，但国内相关企业盈利能力却相对有限，归根结底是受到了品牌的限制。目前，我国自行车厂商以 OEM/ODM 业务为主，已形成天津渤海湾、苏浙沪、珠三角三大自行车集群产业带，产量占到了全球的 60% 以上，但缺少叫得响、接受度高的高端品牌。

在整装自行车产业链中，自行车品牌商盈利能力最强，平均毛利率接近 30%，OEM 和 ODM 厂商盈利能力就弱很多，平均毛利率不足 15%。

除了品牌力不足之外，国内自行车还存在中高端零部件国产化不足的问题。以一辆成本 5 000 元的入门级公路车为例，其核心部件包括：变速器 2 500 元左右，减震前叉 600 元左右，链条、轮胎、液压刹车共 350 元左右，这些核心部件占到成本的 70%，90% 来自美国、日本等地。

面对核心零部件国产化不足，以及品牌力不足等问题，我国相关企业也在进行相应的升级。比如，老牌自行车企业凤凰近年加强了对高端自行车的研发，打造 FNIX、Maruishi 等高端自行车子品牌，并通过参加中国国际自行车展览会吸引骑行爱好者。





骑行装备细分品类众多，包括头盔、手套、锁鞋、水壶架、车锁、码表等。虽然毛利率不高，但由于市场需求大，靠跑销量也能获得可观的收益。

第二类是骑行装备。

骑行装备细分品类众多，包括头盔、手套、锁鞋、水壶架、车锁、码表等。虽然毛利率不高，但由于市场需求大，靠跑销量也能获得可观的收益，像主营骑行装备的洛克兄弟在 2023 年营收达到 12 亿，实现了 30% 的年增长。

在骑行装备中，骑行服当属国内盈利能力最强的赛道。骑行服定价差异较大，价格从几十元到几千元不等，而造成定价差异的原因包括品牌、面料、版型设计等。与自行车整车不同，国产骑行服品牌得益

于高性价比的优势，受到国内骑行爱好者的高度认可。

某运动博主在 2023 年做过一项骑行服品牌购买意向调研，结果显示，骑行爱好者购买意向最高的前 3 个品牌均为国产品牌，其中 MBO（迈森兰）以 41.81% 的占比高居榜首。MBO 走的是功能性和美观性结合的路线，非常受女性消费者的欢迎。其背景是，近两年参与骑行活动的女性明显增加，骑行爱好者中女性的占比从 2022 年的 4.9% 上升至 2023 年的 7.92%。MBO 抓住了消费意愿高且增长较快的女性用户，实现了销售额的高速增长。

第三类是俱乐部。

市场上的俱乐部主要分为两种模式：一种是收费模式，即用户付费参加俱乐部组织的活动，俱乐部提供带队、补给、路线规划、教学等服务，有点类似旅行社的商业模式。一般短途骑行活动费用在百元左右，长途活动费用可以达到千元甚至万余元。

另一种是车店组织，用户免费参与活动，活动中如有产生费用由用户平均分担。这种模式的目的是不是通过俱乐部盈利，而是通过活动延长顾客生命周期，促进店内产品销售。

但目前，采用这两种模式的俱乐部基本都只扎根在一二线城市，商业本身受地域限制较大，无法做出规模。且由于运营成本较高，不少俱乐部依然在亏损中，只能通过精心运营做口碑实现用户增长，以期在未来更好地实现商业化。

当前，骑行热依旧在升温，相关产业也逐渐迈向细分化和专业化。而国内商家想要把握“骑遇”，除了在量和价上努力，可能更需要加速攻克技术、品牌方面的难题。毕竟，其中的经济价值和产业影响力都是最大的。OTB

（文字来源：公众号巨潮WAVE，原题目：《这届年轻人超爱自行车》，图片来源：捷安特、闪电）



FNIX 官方呈现赞助 首届环上海·新城自行车赛， 助力打造上海自主品牌赛事

FNIX Officially Presents Sponsorship of the First Tour of Shanghai - New City Cycling Race, Helping to Build Shanghai's Own Brand Race

文、图/FNIX



FNIX官方呈现赞助
首届环上海·新城自行车赛，
旨在对标国际，
在助力上海打造世界一流国际体育赛事之都的背景下，
进一步完善上海自主品牌赛事体系。

2024年9月20日—22日，由凤凰旗下高端骑行品牌FNIX官方呈现赞助的2024环上海·新城自行车赛顺利举行。作为上海全新的自主品牌自行车赛事，2024环上海·新城自行车赛吸引了来自中国、法国、阿联酋等国家及地区的20支职业车队共132名车手。最终，他们跨越上海嘉定、青浦、松江、奉贤、南汇五大新城，决出高下。职业赛结束后，1500位骑行爱好者来到美丽的滴水湖畔，参与38km的全民骑行活动，度过了一个精彩纷呈的运动周末。

本次赛事由中国自行车运动协会、上海市体育局、嘉定区人民政府、青浦区人民政府、松江区人民政府、奉贤区人民政府、中国（上海）自由贸易试验区临港新片区管理委员会、上海久事（集团）有限公司共同主办，嘉定区体育局、青浦区体育局、松江区体育局、奉贤区体育局、中国（上海）自由贸易试验区临港新片区管理委员会商业和文体旅游处、上海自行车运动协会、上海久事体育产业发展（集团）有限公司承办，上海久事体育赛事运营管理有限公司负责赛事运营，上海凤凰自行车有限公司品牌FNIX官方荣誉呈现。

上海久事（集团）有限公司
 副总裁樊建林，本届赛事呈现赞
 助商、上海凤凰企业（集团）股
 份有限公司董事长胡伟，一同揭
 幕赛事主题涂装公路自行车



以体育带动文旅交流， 促进多元文化融合共生

近年来，上海非常重视自主品牌国际赛事的培育和打造，特别推出了“3+3+3+X”的赛事体系。FNIX 官方呈现赞助首届环上海·新城自行车赛，旨在对标国际，在助力上海打造世界一流国际体育赛事之都的背景下，进一步完善上海自主品牌赛事体系。

赛事赛道规划串联起五大新城的地标性建筑和景观，充分展现新城建设成果和各具地域特色的人文风情，以体育带动文旅交流，促进多元文化融合共生。整个赛程安排如下：9月19日率先于世界会客厅举办赛事启动仪式暨外滩骑手巡游活动，巡游车队通过外滩骑行感受城市魅力；9月20日—22日，分为3个赛段，赛段涵盖嘉定新城、青浦新城、松江新城、奉贤新城、南汇新城五大新城，并在滴水湖畔举行面向所有骑行爱好者公开招募的38 km全民骑行活动和集品牌展示、美食分享、文体演出为一体的嘉年华活动。

FNIX一直致力于
服务并推广城市骑行运动，
以“突破、潮流、竞速”为理念，
不断推出具有创新性的高科技运动骑行产品。





上海 “3+3+3+X” 赛事体系

第一个“3”，即3个依托城市景观培育的头部赛事——中国首个世界田联白金标赛事上海马拉松、2021年在苏州河上创办的上海赛艇公开赛和2024年3月在黄浦江上举办的上海帆船公开赛；

第二个“3”，即聚焦三大球发展的明日之星系列赛；

第三个“3”，即3个各具特色的赛事——花样滑冰上海超级杯、创办于2021年的上海杯象棋大师公开赛和2024年落地的环上海新城自行车赛；

“X”是各区和协会、企业等创办的各具特色的赛事，包括各区的半马赛事，企业举办的路跑、水上、自行车等赛事。

中国是自行车大国，随着自行车运动，特别是公路自行车运动的快速发展，骑行爱好者“体育+旅游”的需求得到了很好的满足。本次FNIX官方呈现赞助的环上海赛事将有效促进文体商旅展融合发展，带动当地酒店、餐饮、购物等旅游消费，力争成为首届“上海之夏”国际消费季的新亮点。此外，本次赛事还特别邀请上海籍场地自行车选手、奥运冠军钟天使作为赛事“超级挚友”，带领体育爱好者破风、逐梦，再掀一波骑行热潮。

传承与发扬体育精神， 推动自行车运动高质量发展

自行车运动近年来在中国蓬勃发展。据中国自行车协会数据，北京和上海的骑行人口增长超过200%，四川、河南等内陆省份的骑行人口年增长也超过100%。目前，全国有1亿多人经常性骑车或把自行车作为代步工具，通过自行车进行运动的有近1000万人。骑行已经成为继健身、跑步之后的又一大众运动项目，拥有巨大市场潜力。

凤凰作为百年国货品牌，始终关注市场变化，致力于为热爱骑行的消费者提供深受喜爱的、能够引领行业的运动自行车产品，以填补国产品牌自行车的需求空缺。2023年起，凤凰推出高端子品牌FNIX，主打全尺寸公路车、山地车和锂电产品。FNIX一直致力于服务并推广城市骑行运动，以“突破、潮流、竞速”为理念，不断推出具有创新性的高科技运动骑行产品。

本次FNIX官方呈现赞助环上海·新城自行车赛，旨在引领并推动全民骑行运动全面发展，进一步强化FNIX专业骑行的品牌定位，提升品牌在年轻骑行爱好者群体的认知度和知名度，为城市骑行开创新奇迹。未来，FNIX将通过赞助自行车赛事、组建自有骑行车队等方式助力中国自行车体育赛事的发展，发挥民族品牌力量，推动中国自行车运动的高质量发展。OTB



骑行新天地： 捷安特 - 丽以芙 昆明融创体验中心店

A New World of Cycling: Giant - Liv Kunming Rongchuang Experience Center Store

文/黎馥



在昆明这座充满活力与魅力的城市，有一处专为骑行爱好者打造的独特空间——捷安特 - 丽以芙昆明融创体验中心店。这家占地 500 m² 的店铺坐落于西山区融创文旅城铭海花园南区，不仅为顾客提供了一站式的自行车选购体验，还是一个集休闲、文化于一体的综合空间。

宽敞明亮的骑行天地

步入店内，首先映入眼帘的是那宽敞明亮的空间。店内精心布置的展示区陈列着各式各样的自行车，从时尚炫目的公路车到稳健实用的山地车，每一款车型都经过精挑细选，以满足不同顾客的个性化需求。现代与运动元素相融合的装饰风格，搭配上一支充满朝气的年轻团队（平均年龄 25 岁），营造出一种积极向上的氛围。

周边环境优越

该体验中心紧邻融创后海文旅城，这里是西南地区规模较大的文旅综合体之一。而与之相邻的草海骑行道，则是一条集自然美景与人文景观于一体的骑行路线。沿途不仅有滇池、西山等自然风光，还有多个观景点，如高峣古渡、草海隧道湿地公园等，为骑行者提供了绝佳的观光体验。





捷安特-丽以芙昆明融创体验中心店倡导一种新的生活方式，结合健康、环保与时尚的理念，鼓励人们通过自行车运动来改善生活品质。

多元化服务，一站式体验

除了提供种类繁多的自行车外，捷安特-丽以芙昆明融创体验中心店还为顾客准备了丰富多样的服务项目。店内设有咖啡区与茶艺区，在骑行之后，顾客可以在此享受一杯香浓的咖啡或是品尝一杯清香的茶，与朋友畅聊骑行经历。此外，店内还提供高品质的 CADEX 配件，这些配件均经过严格测试，以保证自行车的最佳性能。为确保每位顾客都能拥有最佳的骑行体验，专业技师还会提供量身定制 (fitting) 的服务，根据个人的身体条件和骑行需求调整自行车尺寸和配置。针对喜欢竞争的骑行者，体验中心还引入了“骑鬥”（骑斗）线上骑行平台，组织各类骑行比赛，让顾客在挑战中不断进步。更重要的是，这里倡导的是一种新的生活方式，结合健康、环保与时尚的理念，鼓励人们通过自行车运动来改善生活品质。



自行车文化，深入人心

作为自行车文化的传播者，店内特别设立了自行车文化展示区，通过展示自行车的发展历程、不同类型自行车的特点以及骑行文化的独特魅力，让更多人感受到自行车运动的魅力。

总之，捷安特-丽以芙昆明融创体验中心店凭借其独特的设计和服务理念，已经成为昆明骑行爱好者的理想聚集地。不论你是刚刚接触骑行的新骑手，还是经验丰富的资深骑手，这里都能让你找到属于自己的骑行乐趣。快来这里，开启你的骑行之旅吧！**OTB**

(来源：捷安特)

欧洲自行车维修业务 迎来“修复热潮”， 维修店铺收入 大幅度上涨

European Bicycle Repair Shops See
Significant Increase in Revenue

文/momo



在当前全球经济承压、消费者消费能力紧缩的背景下，自行车维修业务迎来了前所未有的增长高峰。最新行业数据分析显示，过去 12 个月内，欧洲范围内的自行车零售商维修车间收入普遍实现了显著增长，自行车维修业务正逐渐成为自行车零售行业的重要支柱。

维修替代购买

面对通胀压力和生活成本的上升，越来越多的消费者开始重新审视自己的消费决策。在自行车领域，这一趋势尤为明显。许多消费者选择对现有的自行车进行必要的维修与保养，而非直接购



买新车。这种“修复而非替换”的心态，直接推动了自行车维修业务的繁荣。数据显示，42%的维修车间在过去一年中收入增长了10%~50%。

新车热潮后的维修需求

此外，疫情期间的“骑行热”也为当前的维修业务增长埋下了伏笔。随着封锁措施的放宽，许多家庭在疫情期间购入了新自行车，将其作为健康出行和户外活动的首选工具。随着时间的推移，这些相对较新的自行车开始进入维护周期，进一步推动了维修业务的需求。消费者更倾向于保持并优化现有资产，而

非盲目追求新购，这也为维修车间带来了稳定的客源。

尽管整体经济环境充满挑战，但自行车维修业务展现出了其独特的经济韧性。3/4的零售商维修车间收入持平或增加，这一数据表明，在通货膨胀的大背景下，维修业务以其高性价比成为消费者节省开支的重要途径。然而，也应注意，仍有17%的小型维修车间面临收入下滑的困境，行业内部同样存在着分化与差异，需要更加精细化的管理和策略调整。总之，自行车维修业务的增长不仅是市场需求的直接反映，更是行业适应经济环境变化、实现自我调整与升级的重要体现。OTB

(来源: CYCLINGINDUSTRY)



德国 2024 年 出行消费调查报告

——消费者偏好 与需求变迁

2024 German Mobile
Consumption Survey Report

文/momo

在德国，一场由电动自行车引领的绿色出行风潮正席卷全国，悄然改变着人们的出行习惯与生活方式。来自能源巨头 Eon 的震撼数据揭示，目前近 1/4 的德国人已拥有电动自行车，这一比例与 2020 年相比实现了惊人的逾六成飞跃式增长。2024 年年初，德国最大的汽车保险公司 HUK Coburg 对 4 101 名 16 岁及以上的德国人进行了调查，这项由 YouGov（全球网上市场调查网站）执行的调查覆





覆盖了德国 16 个联邦州，报告揭示了未来能够满足个人出行需求的首选交通方式。数据显示，电动自行车这一曾经的小众交通工具，如今已位于德国最炙手可热的交通工具之列。与之相反的是传统自行车，它在德国的受欢迎程度出现了显著的下降。

传统自行车的退潮

传统自行车对人们的吸引力，尤其是对年轻一代的吸引力，正在迅速下降。值得注意的是，将传统自行车视为首选交通工具的受访者比例从 2021 年的 26% 大幅度下滑至 2024 年的 16%。这一趋势在年轻人中尤为突出——16 岁至 24 岁年龄段的偏好比例从 28% 骤降至 11%，年轻群体对传统自行车的兴趣急剧下降。尽管如此，自行车仍保持着其重要地位，约有 1/4 的德国人视其为满足未来个人出行需求的次优选择。这一市场变化在自行车行业的销售与生产数据中得到了直观体现。据两轮车行业协会（ZIV）统计，尽管德国自行车与电动自行车的总量在过去几年间实现了超过 10% 的增长，达到 8 400 万辆的庞大规模，但传统自行车的销量却在 2023 年遭遇了转折点，同比下降了 50 万辆，降至 190 万辆。与此同时，电动自行车的销量则

数据显示，电动自行车这一曾经的小众交通工具，如今已位于德国最炙手可热的交通工具之列。与之相反的是传统自行车，它在德国的受欢迎程度出现了显著的下降。



稳定在 210 万辆的高位，首次在销量上超越了传统自行车，成为市场的新宠，这一系列数据都反映了消费者偏好的变迁。

电动自行车的稳定增长

电动自行车市场的持续繁荣，不仅体现在销量的稳步增长上，更体现在其跨年龄段的广泛接受度上。特别是在年轻群体中，电动自行车的拥有率显著上升，18 岁至 29 岁年龄段中已有 17.5% 的人拥有了电动自行车，相较于 2023 年的 13.8%，这一增长无疑彰显了年轻一代对电动自行车的高度认可与青睐。选择电动自行车作为首选交通工具的受访者比例从 2021 年的 11% 微降至 2024 年的 10%，虽略有微调，但相较于传统自行车，电动自行车在受欢迎程度上并未出现明显下滑，反而保持了一定的稳定性。其间经历的电动自行车热潮的消退也并未影响它在消费者心中的地位，反而证明了它有着强劲的市场吸引力。



地区使用差异

在德国，自行车和电动自行车的使用情况呈现出显著的地域性特征。北部的汉堡有 22% 的受访者增加了骑行频率，而萨尔州的这一数字则低至 8%。全国平均有 14% 的受访者表示，他们在过去一年中更频繁地使用自行车或电动自行车。

北莱茵 - 威斯特法伦州，作为德国人口最多的州，对电动自行车的偏好略高于传统自行车，两者占比分别为 13% 和 12%。石勒苏益格 - 荷尔斯泰因州则以 14% 的比例，成为电动自行车爱好者的热点地区。黑森州和萨克森 - 安哈尔特州自 2021 年以来在电动自行车的普及上取得了显著进步，增长率从 2021 年的 2 个百分点上升至 2024 年的 2.5 个百分点。然而，柏林的电动自行车受欢迎程度仍然最低，仅为 5%。



在德国，自行车和电动自行车的使用情况呈现出显著的地域性特征。北部的汉堡有 22% 的受访者增加了骑行频率，而萨尔州的这一数字则低至 8%。全国平均有 14% 的受访者表示，他们在过去一年中更频繁地使用自行车或电动自行车。

在骑行频率方面，西北部地区的增长尤为显著，其中汉堡、石勒苏益格 - 荷尔斯泰因州和不来梅的居民的骑行频率位列前三，分别为 21%、20% 和 18%。这些数字远高于全国平均水平的 14%。相比之下，萨尔州、莱茵兰 - 普法尔茨州和萨克森州的增长则相对较低，仅分别为 8%、10% 和 11%，显示出德国不同地区之间在自行车使用习惯上的明显差异。HUK Coburg 董事会成员约尔格·莱茵兰德 (Jörg Rheinländer) 指出，“新冠肺炎疫情期间，公共汽车和火车的使用受到限制，极大地提高了自行车的普及率。然而，从长远来看，电动自行车似乎开辟了新的目标群体”。这也表明电动自行车正逐渐成为城市交通的常态，无疑将在未来的交通领域中占据更加重要的地位。OTB

(来源: HUK.DE、SAZEBIKE)



美国剑桥市自行车道改造 让骑行人数狂飙 300%

U.S. Bike Lane Renovation in Cambridge
Sends Riders on a 300% Spike

文/一条锦鲤

《2023年剑桥自行车数据报告》显示，从自行车安全条例（CSO）实施以来，该市在推动自行车出行、提升通行舒适度以及实现交通安全“零愿景”目标方面取得了积极进展。

两年前，美国马萨诸塞州剑桥市对花园街 805 m 的路段进行了重大改变，这是其自行车安全条例（CSO）的一个项目。该条例是 2019 年的一项法律，要求该市到 2026 年修建 40.25 km 的自行车专用道。

随着该条例的通过，位于波士顿附近的剑桥市成为美国第一个强制设立自行车专用道的城市，并由此成为美国最先进的安全自行车城市之一。

花园街项目的成果令人震惊，仅仅 4 个月后，甚至在寒冷的冬季，双向完全隔离的自行车道使自行车出行比例激增了 300%，自行车数量更是暴增了超过 500%。

花园街改造计划并非没有争议，反对者曾两次试图阻止该项目，声称它违反了城市的交通规则和法规。但法官在两次审理中都支持了市政府的观点，认为自行车道并不违规，而是一种标志和其他交通管理设施。

出于对公众关切的考虑，市政府官员在项目实施前后进行了多次交通流量调查，这些调查进一步证实了公众对自行车专用道的积极响应。

实际上，城市周边共享自行车（Bluebikes）的使用率一直在上升，随之而来的是骑行人数的持续增长。协助该项目的波士顿自行车联盟表示：“居民显然对骑自行车有着更高的需求，他们只是在等待更安全的道路，比如改造后的花园街那样。”

《2023 年剑桥自行车数据报告》显示，从自行车安全

“居民显然对骑自行车有着更高的需求，他们只是在等待更安全的道路，比如改造后的花园街那样。”

条例（CSO）实施以来，该市在推动自行车出行、提升通行舒适度以及实现交通安全“零愿景”目标方面取得了积极进展，具体情况如下。

- 独立自行车设施增加了 80%；
- 9% 的居民骑自行车上班，创历史新高；
- 25% 的人骑自行车前往商业区；
- 33% 的剑桥市家庭没有汽车；
- 骑自行车和坐拖车、自行车座椅或货运自行车的儿童数量增加了 3.5 倍；
- 2002 年—2022 年，自行车骑行率提高了 400%；
- 自行车设施的总里程数增加了 1 倍多；
- Bluebikes 自行车共享行程在 2022 年达到历史最高水平；
- 自行车事故率下降了 67%，严重伤害率下降了 84%。OTB

（来源：公众号CycleCorner）



都市时尚出行新宠： 大行 K9折叠车

**New Favorite for Urban Fashion Travel:
DAHON K9 Folding Bike**

文/骑行家

在快节奏的生活中，越来越多的现代都市人开始追求快捷时尚的出行方式。他们渴望在繁华的都市街头随心畅游，展示自己独特的个性与品位。

大行（DAHON）将时尚感与便捷性巧妙结合，推出小巧灵动的K9折叠自行车，让时尚都市男女在追风的骑旅中，感受城市魅力，享受品质生活。



折叠尺寸：长 72 cm、宽 39 cm、高 63 cm

质量（重量）：约 10.44 kg

载质量（载重量）：100 kg



“快车道”第一代技术 DELTECH 马甲线

DELTECH 马甲线，是大行“快车道”第一代技术，亦是大行全力推行的一项革新技术，在安全、耐用、速度方面表现十分优秀，超乎想象。单梁折叠车安装马甲线，不仅使车架变成稳固三角结构，还使折叠装置受力减少、载质量增加、车架寿命大幅度提升。

同时，车架刚性提高 15%，蹬车力有效地转为推进力，令人惊喜！马甲线不会影响折叠操作，还将刹车、变速等走线合在一起，简洁美观。

超级下管

大行专利的管型设计也应用在了这台车上：其管径不仅更大，沿五通管及主梁管两端还特别加强打扁，使耦合力度大增，纵横双向刚性各自提高 10% 以上，骑行蹬踏效率显著提高，让骑行更轻松。特别是与马甲线强强联合，让单梁折叠车更安全，速度更快，爬坡能力更强！





“

大行K9巧妙地将时尚的生活方式与灵活的骑行体验融为一体，在充满艺术气息的街区里，能让你成为备受瞩目的焦点。

”



传动系统

大行K9采用9速变速系统，变速挡位清晰、轻松、顺畅且精准。55T轻量化一体式牙盘，搭配11-28T后飞轮，实现了合理的齿比组合。这样的配置让起步更加轻松快捷，蹬踏时力量感十足，保证了骑行的流畅性，满足了不同坡度变化的需求。无论是平地还是坡道，骑手都能轻松应对。

349轮组

这台车搭配了349轮径的16"轮组，更大尺寸的轮径带来更优秀的通过性，而更高的车身重心优化了整体的操控性能，能够带你飞驰在城市的大街小巷，让你的每一次骑行都充满速度与快乐的全新体验。

铝合金车架

大行 K9 的车身由轻量化铝合金材质打造，坚韧与轻盈并存。车架主梁管采用椭圆管，管形粗壮，刚性与稳定性在同尺寸折叠车中出类拔萃。时尚的涂装搭配氩弧焊接工艺，优雅、美观、耐用，让人心驰神往。

刹车系统

刹车系统采用前后碟刹，在各种天气环境下都能保持高效的制动力。无论是平路还是下坡，在高速骑行时刹车系统都能提供良好的制动性能。其中前轮碟刹放在了轮组的右侧位置，不干扰折叠系统，使折叠体积更小。

铝合金双节内折竖管

铝合金双节内折竖管使得折叠体积更小、更紧凑，锁扣牢靠；折叠、展开操作简单，省力、快捷。车把横管角度、上下可调节，以适应不同身形和骑行姿势。

铝合金长座管

车座高低调节范围大，以适合不同身高人群。

BA接头

四连杆结构的 BA 接头可锁紧，安全可靠；折叠、展开操作简单，省力、快捷；由铝合金材质锻造成型，外形美观。



“ 大行K9的设计真正为追求时尚和高效生活的都市骑士量身打造。 ”



骑乘体验

大行 K9 巧妙地将时尚的生活方式与灵活的骑行体验融为一体，在充满艺术气息的街区里，能让你成为备受瞩目的焦点。其时尚大方的外观设计不仅能与现代都市人的审美需求相匹配，还为骑行增加了一份前卫的都市气息。

在骑行过程中，灵活的车身和稳定的操控让骑手在每一次过弯和变道时都充满自信，349 轮径的轮组提供了不俗的通过性、巡航能力与加速能力。它不仅能够让骑手轻松应对拥挤的城市街道，还能让骑手在狭窄的小巷中灵活穿梭，面对复杂多变的城市坡道也丝毫不惧，轻松拿下。

这款折叠车的设计真正为追求时尚和高效生活的都市骑士量身打造。骑手骑上大行 K9，能感受从容与前卫的骑行魅力。无论是去办公室、健身房、咖啡厅，还是与朋友聚会、休闲骑游，这款折叠车都是你展示都市时尚生活态度的贴心伙伴。OTB

注：图片仅供参考，
产品规格及配置以实物为准。
(来源：大行)

小体积，大扭矩！ 苏州万佳 全新发布 Q70 系列 力矩谐波中置电机

Small Size, Big Torque! VINKA Newly Releases Q70 Series Torque Harmonic Center Motor

文/万佳

MID MOTORS



2024 年台中自行车周 (Taichung Bike Week) 开展前夕, 苏州万佳 (VINKA) 正式发布旗下全新 Q70 系列力矩谐波中置电机。Q70 的发布, 标志着国内领先实现批量生产、性能达到大扭矩和谐波双突破的中置电机系列正式诞生, 填补了国内行业领域空白。

谐波技术的导入为新一代高端中置电机驱动系统带来了更大的传动速比、更强的承载能力、更精密的传动精度以及更高效的传动效率。在 Q70 圆形机型直径尺寸 95 mm

的极致尺寸下, 250 W 的电机搭载了 105 Nm 的强大动力输出, 而圆形电机机身的设计也为整车架型设计的小型化和差异化提供了有力支撑。在整体外形设计方面, Q70 还创新性地导入了汽车级轮毂镂空拼接设计方式, 在美观度与定制化方面达到了新的高度。

Q70 的推出, 标志着万佳在对标国际高端技术方面取得的又一重大进展。从定位意识、设计能力到工业制造能力, 万佳在代表国内接轨世界领先技术的头部企业行列中, 再次取得了里程碑式的成就。

“跨界创新”： 机器人谐波关键技术的导入

HD 谐波技术目前主要应用于人形机器人关节旋转执行器等领域的主流方案中。该技术的核心是通过使用弹性形变来传递运动和动力的机械机制，整个过程平滑且高效，同时还能够实现更为细致和精确的控制。

当谐波技术导入中置电机领域后，该技术使得整个驱动系统能够满足更高负载、更高传动精度、更高传动效率以及更大传动比的高扭矩需求场景。因此，从产品数据来看，Q70 的齿轮齿距误差和累计齿距误差对旋转精度的影响相对均衡，位置精度和旋转精度均能达到 0.1° 的超高水准；而结合了创新的齿形啮合形变设计方案，不仅实现了高负载能力，而且使电机的使用寿命相比同类产品将提高 25% 以上。此外，Q70 的理论最大减速比可实现 1:100 的高跨度水平，最高传动效率可达到 96%，显著超越了当前传统电机的标准。

同时，在电机量产制造方面，万佳攻克了传统谐波整合的工艺制造难题，实现了中置电机领域 True-Move 可稳定量产工艺的突破，打破了行业内国际垄断的制造门槛限制。



Q70 的发布，标志着国内领先实现批量生产、性能达到大扭矩和谐波双突破的中置电机系列正式诞生，填补了国内行业领域空白。



“掌中猛虎”： 兼具95 mm小体积和 105 Nm大扭矩

作为国内领先的大扭矩谐波中置电机，Q70 运用谐波齿轮变形波传动原理，实现了整机小体积、大扭矩、高精度、高承载力等设计特点，在 95 mm 圆形机型直径尺寸下，可实现令人惊叹的 105 Nm 大扭矩输出。Q70 在保持小体积与大扭矩集成的同时，突破了传统的同业力矩谐波上限值，展现出更为强劲的动力性能。

Q70 还搭载了第四代力矩传感系统，做成了更微型的一体化设计。传感器结合了创新的齿形啮合形变设计方案，使得 Q70 中置同轴电机的架构更为紧凑，轴向空间更小。整体电机

在保持小体积和大扭矩的同时，运行平稳，冲击振动低，磨损率极小。

从宏观角度来看，Q70 的各项关键性能指标均达到了国际同类产品的领先水平，能够完全满足各种复杂工况下的产品需求，实现传统电机无法执行的任务。下一阶段，万佳将基于微尺寸的核心优势，进一步实现 IOT 智能本体的 SOC 集成。这将使一体化中置 IOT 智能电机将在功能、性能参数以及可扩展性方面，与传统电机相比，真正扩大领先优势。

Q70

“玲珑搭配”： 适配各类轻量化与 高端车型

在两轮车整车设计领域，设计师们长期面临一系列棘手问题：传统电机尺寸过大、动力性能无法平衡、造型外观难以兼顾。这些因素严重限制了设计人员和产品经理的创意发挥。外形和功能的同质化极大地束缚了行业创新的步伐，并削弱了国内整车企业与国际品牌的竞争力。

同时，谐波产品被国外电机企业垄断的局面，也导致国内上下游伙伴在选择与其合作时始终处于被动地位。中国电机品牌在技术突破与稳定制造工艺方面如何取得重大进展，这一直是行业面临的难题。

而万佳 Q70 中置电机系统的出现，将有效地改变当前的局面。该系统能够轻松融入多种解决方案，其小体积与大扭矩的完美融合，为各种轻量化与高端车型的匹配设计提供了新的选项。设计师们可以尽情释放自己的创意灵感，设计出极具差异化、理想化的整车造型，以满足山地车、城市车、公路车等各类车型的应用场景的需求，回归最纯粹的设计体验。

万佳 Q70 力矩谐波中置电机系统的问世，不仅体现了万佳与国际一流技术接轨的视野与深厚的技术沉淀，也展示了万佳强大的跨界研发实力与深度工艺制造能力。万佳品牌长期以来坚持高品质打造，避开同质化竞争的“内卷”，始终专注于全新技术创新的探索，向真正的基础工业能力进行纵向突破，以追赶欧美尖端技术为长期目标。

展望未来，万佳将继续致力于行业技术的最前沿，不断突破技术瓶颈，提升制造工艺，秉持“专精特新”的发展理念，旨在提供新智能化、新差异化、高技术化的电机驱动系统，与行业上下游及生态伙伴携手，共同开创电机驱动系统高质量发展的新路径。OTB



7 手工艺： 款亮眼的定制自行车

Arts and Crafts: 7 Bright Custom Bicycles

文/阿尔恩·库普



2024年，自行车爱好者们再次云集美国波特兰，在定制自行车展（MADE BIKE SHOW）上尽情享受。这个曾经的港口区域，在3天时间里，变成了一个自行车迷乐园。

在轻松愉快的氛围中，众多参展商展示了他们的杰作。与众不同的是，这里的主角不是那些大品牌，而是一些小众的手工自行车工坊。我们精选了7款最引人注目的定制自行车，让你一眼就爱上它们。



1

Prova Cycles

来自澳大利亚的 Prova Cycles 以其精湛的钢制和钛制公路车、硬尾山地车和砾石车而著称。这次，他们带来了一款瞄准全悬挂山地车市场的最新原型车。这款车的主车架由铝和钛合金制成，散发着迷人的紫蓝色光泽。目前，车架暂时搭配的是 Ministry 后叉，一旦主车架开发完成，他们将换成自家生产的后叉。这款自行车无疑是一件艺术品，其钛合金和铝合金的组合令人赞叹。





Schön Studio

来自加拿大的 Schön Studio 带来了一个视觉上的奇观。这款别具一格的自行车，其外观设计是最大的亮点。真心希望有机会能够上手试骑一番，亲身体验这款车的非凡魅力。





4

Tomii Cycles

Nao Tomii, 这位出生于日本的自行车制造商, 目前在美国得克萨斯州奥斯汀, 以 Tomii Cycles 品牌打造精美的自行车。除了提供标配版的砾石探险自行车和全地形自行车, Tomii 还会根据客户需求定制自行车。在本届定制自行车展上, 他展示了一款特别引人注目的定制作品, 其鲜艳的色彩和惊艳的设计让人难以忘怀。



3

Stellar

Stellar 展示了一场真正的视觉盛宴, 这辆自行车以其彩虹般的光泽闪耀全场。

5

Mone Bikes

当然，在精致系列中，怎能缺少一辆固齿自行车？Mone Bikes 提供的这款单车，无疑是这个系列中不可或缺精品。



6

Rare Earth Cycle

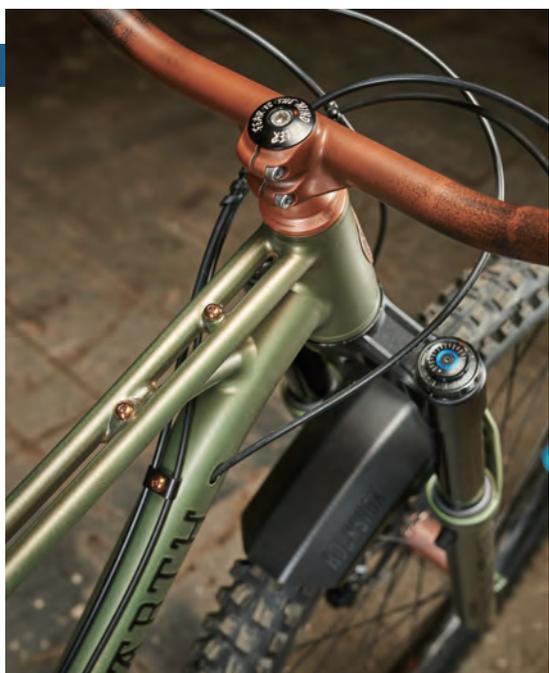
Rare Earth Cycle Saint 硬尾山地车以其 65° 的头部角度和 140 mm 的前叉行程吸引了众多目光。醒目的车架设计，搭配铜质的头部徽章、链条保护盖和下管保护盖，使其成为真正的焦点。一体式的定制把立 - 车把组合，为整体设计增添了更多亮点。



7

Stinner Frameworks

Stinner Frameworks 的定制自行车旨在模糊通勤车、砾石车和硬尾山地车之间的界限。虽然我们无法判断它是否获得了成功，但其外观设计确实令人赏心悦目。OTB



(来源: MTB-News.de)



一场城市、 山水、人文与自行车运动 碰撞的盛宴

——2024 格力 - 环广西公路自行车 世界巡回赛落下帷幕

2024 Gree-Guangxi Road Cycling World Tour Comes to a Close

文/王震蒙



10月20日，作为世界最高级别公路自行车赛事暨本年度公路自行车世界巡回赛全球35站，2024 格力 - 环广西公路自行车世界巡回赛（以下简称“2024 格力 - 环广西世巡赛”）经过6天的激烈角逐，圆满落下帷幕。

2024 格力 - 环广西世巡赛经国际自行车联盟授权，由中国自行车运动协会、广西壮族自治区人民政府主办，格力电器冠名赞助，包含男子世巡赛与女子世巡赛两项赛事。男子世巡赛设防城港市赛段、崇左一靖西赛段、靖西一巴马赛段、巴马一金城江赛段、宜州一弄拉赛段以及南宁城市赛段共6个赛段，

总距离为 1 021.8 km，参赛车队包括阿联酋航空车队、维斯玛 - 丽思拜克车队、速的奥快步车队等 19 支世界顶级车队。值得一提的是，中国国家队继 2023 年后，再次征战此项赛事。女子世巡赛设 1 个赛段，起终点均在南宁市的广西文化艺术中心，森拉天时车队、人本健康车队、瑞士罗兰车队、阿联酋 ADQ 车队以及中国国家队等共 18 支车队参赛。

2024 格力 - 环广西世巡赛采用了全新的赛道，巧妙融合了广西的自然风光和人文景观，如海滨城市的山海美景、喀斯特地貌的神奇秀美、边境线上的人文风貌、左右江革命老区红色线路、巴马国际长寿养生旅游胜地等，不仅为车手提供了多样化的骑行体验，也向世界展示了广西丰富的文化和旅游资源。新赛道减少了平路赛

段，增加了山路和丘陵赛段，为擅长爬坡的车手提供了更大的发挥空间，增强了比赛的挑战性和观赏性。

10 月 20 日 9 时 15 分，2024 格力 - 环广西女子世巡赛在广西南宁拉开帷幕，来自森拉天时车队的桑德拉·阿隆索在终点前一举超越人本健康车队的吉亚达·博格西，获得冠军。阿隆索的队友玛尔塔·拉赫在随后的小集团冲刺中获胜，获得第三名。

10 月 20 日，2024 格力 - 环广西男子世巡赛展开第 6 赛段即收官赛段的争夺。经过 5 圈共 134.3 km 的比拼，最终，巴林胜利车队的马特维茨·戈夫卡夺得赛段冠军。乐透车队的莱纳特·范埃特维尔特最终获得总成绩冠军，帝斯曼车队的奥斯卡·昂利获得总成绩亚军，迪卡侬 Ag2r 车队的阿列克斯·博丹获得总成绩季军。





回顾过去的5年，环广西世巡赛不仅为城市带来了国际化的视野和影响力，也促进了城市基础设施完善、旅游业繁荣发展，以及体育文化的普及。广西壮族自治区党委常委、自治区副主席卢新宁表示：“环广西世巡赛已成功举办5届，每届都有新亮点。今年给我们感受最深的就是激情，从运动员的激情到承办城市的激情再到观众参与的激情，可以说火一般的激情点燃了金秋的八桂大地。我们期待也相信赛事会一年更比一年好。”

国际自行车联盟职业自行车委员会主席汤姆·凡达姆称赞道：“作为UCI世界巡回赛和UCI女子世界巡回赛的收官之战，2024年格力-环广西世巡赛是一场高质量的赛事，为男女职业车手们提供了一个展现运动风采的舞台。在此我向所有组织者表示祝贺，感谢你们的辛勤付出。”

中国自行车运动协会副秘书长孙连滨表示：“环广西世巡赛不仅是一场体育赛事，还是一次文化交流和旅游推广的盛会。它不仅推动了自行车运动在中国的发展，还为广西的经济发展和文化交流作出了重要贡献。我们相信，通过环广西世巡赛，世界将更加了解中国，了解广西。”

万达文旅集团执行总裁张春远表示：“回顾这几天的比赛，37支世界顶级职业车队、259名顶尖车手，用强劲实力为我们带来了一场绝无仅有的竞技盛宴。同时，本届环广西世巡赛也成了大众骑行爱好者团聚交流的平台，在社交媒体上也引发了热议。比赛期间，赛事相关短视频的播放量平均每天都能达到上亿次。未来，万达集团将持续提升环广西世巡赛作为国际顶级自行车赛事的影响力，让环广西骑出广西，让世巡赛骑向大众。”



我眼里的
2024 格力
- 环广西
世巡赛



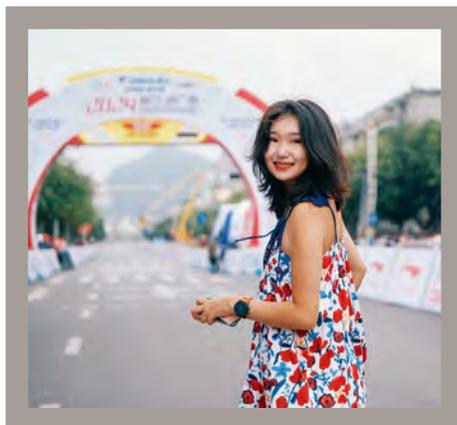
格力电器市场总监 朱磊

格力电器与环广西世巡赛的牵手，是源于理念的共鸣：创新、进取、拼搏是格力与环广西世巡赛的共同基因，为大家构建绿色健康的生活方式是格力电器与自行车运动的共同追求。格力电器衷心希望能有越来越多的人参与自行车运动，希望中国自行车文化更加繁荣，环广西世巡赛越来越好。



赛事境外媒体经理 李蔚

这是我第四次参与环广西媒体之旅，这一次比以往更感受到了赛事在细节上的优化与提升。组委会安排了一台厢式货车专门用于转运媒体组的生活行李，省去了转场时搬运的麻烦。此外，组委会还编制了一本详细的“媒体转场路线”手册，并以二维码形式提前发送 PPO 点（法语全称 Point de Passage Obligatoire，指必须经过的点）的导航位置信息，方便司机找到正确的路线，更好地配合我们的工作。



车队工作人员 白小白

很荣幸能以车队随队媒体的身份来到这里观赛。我跟很多喜欢的知名车手搭讪，他们大都很和善健谈。我要到很多签名和水壶周边，还选购了一些骑行服作为留念。

我妈妈也是骑行爱好者，这次我带她一同前来观战。当看到车手们风驰电掣地骑过，赛场周边人山人海敲锣打鼓的场面时，妈妈也感到十分兴奋。她还去找国家队要了合影和签名。



赛事官方摄影师“四川”

今年的环广西世巡赛线路发生了很大的变化，增加了更多的丘陵赛段，让赛事变得更加精彩。全新的线路融入更多广西少数民族的特色，让全世界能够看到中国赛事的特色。

今年有几个城市都是第一次承办环广西世巡赛，但是现场氛围非常好，市民能够更近距离地观看赛事并亲身参与到赛事中，这是一件非常棒的事情。



赛事主持人 张瑶

作为主持人，我目睹了广西人民的热情与淳朴，他们对待每一位来客都展现出礼貌友善、慷慨大方的品质。我同样也看到了，在每天深夜和凌晨没有观众的时候，依然有一群人在为这场比赛的顺利进行而默默付出。我希望在未来的环广西世巡赛赛场上，能够继续通过我的专业素养与语言力量，让更多人领略到公路自行车赛事的魅力和意义。

2024 格力 - 环广西世巡赛已正式落下帷幕。在过去的6天，车手们的车轮在广西这片热土上飞速转动，防城港、崇左、靖西、巴马、金城江、宜州、来宾、弄拉、南宁等多地都留下了车手们拼搏过的足迹，平原、丘陵、高山上都滴落了车手们奋斗的汗水，1 021.8 km的比拼，给观众们带来了太多的精彩画面。虽然比赛已经结束，但是环广西世巡赛的故事还在车迷之间传递。OTB

金龙泉·2024环漳河 国际公路自行车赛圆满落幕

文行报

Jinlongquan-2024 International Road Cycling Race around

the Zhanghe River Concludes Successfully



2024 环漳河

大美漳河，骑游胜地。10月19日—20日，金龙泉·2024环漳河国际公路自行车赛在荆楚明珠——湖北省荆门市漳河新区爱飞客小镇盛大举行。在为期2天的赛事里，来自俄罗斯、澳大利亚、新西兰、以色列、蒙古国、菲律宾、泰国、马来西亚等17个国家的21支车队、116位车手，与700余名自行车运动爱好者齐聚漳河新区爱飞客小镇，开启了一场以双轮记录城市美好的骑行盛宴，点燃荆楚大地。

本次赛事由中国自行车运动协会、湖北省体育局、荆门市人民政府主办，湖北省体育局武术和冬季运动管理中心、湖北省漳河工程管理局、荆门市文化和旅游局（体育局）、荆门市漳河新区管理委员会承办，湖北漳富投资集团有限公司、北京势至山水文化传播有限公司运营。

赛事以“职业竞技+全民健身”为核心，历时2天，设有男子公路大组赛、男子城市绕圈赛和全民健身骑游3个竞赛组别。赛事首日总长137km的公路大组赛考验选手综合实力，次日总长80km的爱飞客航空小镇城市绕圈赛考验选手短距离爆发能力。这些比赛吸引了众多国内外顶级自行车选手同场竞技、角逐桂冠。全民健身骑游竞赛则以骑

行休闲为目的，旨在鼓励更多的人一起快乐骑行，享受自行车运动带来的乐趣和成就，共同打卡“厚道荆门”，饱览漳河美景。

赛事首个竞赛日进行的是男子公路大组赛和全民健身骑游。在男子公路大组赛中，参赛选手们从比赛开始便火力全开，各车队相互盯防、突破。经过激烈的角逐，最终来自澳大利亚CCACHE洲际队的21岁小将约翰·查尔斯·卡特（John Charles Carter）以3h 7 min 3 s的成绩夺得男子公路大组赛冠军，来自澳大利亚圣乔治洲际队的本·卡门（Ben Carman）、李宁之星洲际队的孙文涛分获亚军、季军。

在第二个竞赛日的男子城市绕圈赛中，澳大利亚CCACHE洲际队的卡特以1h 49 min 52 s的成绩再次夺得冠军，来自迹驰-瑞豹车队的迪亚尼斯·马尔丘克（Dzianis Marchuk）、捷安特洲际队的吴俊杰分别获得亚军、季军。至此，“环漳河王”个人总成绩冠军由来自澳大利亚CCACHE洲际队的卡特摘得；在团体方面，澳大利亚CCACHE洲际队夺得冠军，澳大利亚圣乔治洲际队以及李宁之星洲际队分获亚军、季军。

比赛期间，当地还举办了航空器静态展、柑橘文化采摘



节、特色商品展等配套活动，让来自世界各地的自行车选手、骑行爱好者和游客能够更加深入地了解当地的历史文化和风土人情，并亲身体验漳河这座城市独特的生态美景、地方风味和运动魅力。

金龙泉·2024环漳河国际公路自行车赛开启了荆门国际自行车赛新篇章，也拉开了环漳河职业赛的序幕，标志着荆门自行车运动的全新出发，对推广全民健身、实现自行车赛事与全民健康融合发展具有重要意义。金龙泉·2024环漳河国际公路自行车赛是传承“厚道荆门”精神的一次具体行动，是透过体育窗口展大美漳河、看美丽中国的一个重要载体。随着世界各国运动员的参与，荆门丰富的文化底蕴和秀美的湖岛风光将走向更广阔的世界舞台。OTB

浅谈电动自行车 飞轮部件的使用

Introduction to the Use of Electric Bicycle Freewheel

李辉

(天津市产品质量监督检测技术研究院自行车研究中心 天津 300111)

摘要: 此文从自行车飞轮的部件结构和工作原理入手, 分析了飞轮部件在自行车和电动自行车上使用的差异, 对电动自行车配置自行车部件具有指导意义。

关键词: 飞轮; 性能; 差异; 建议

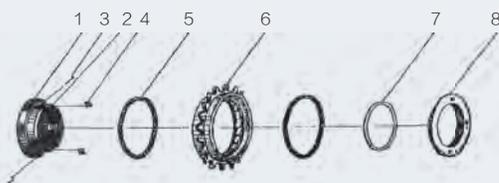
1 引言

电动自行车既是自行车的一种延伸, 又与自行车存在一定的差异。在使用自行车零部件时, 电动自行车既保留了部分通用性, 又存在着显著的差异, 因此不能直接沿用自行车的部件。飞轮部件便是这种既相似又不同的典型例子。由于自行车和电动自行车驱动方式存在差异, 所以两者飞轮的运动形式也不同。自行车的飞轮是驱动自行车前行的重要部件, 由链条带动飞轮, 飞轮带动后轮转动。电动自行车的飞轮装在电动机上, 电动机的转动带动飞轮的芯子转动。这时的飞轮芯子是被动转动, 是在做无功运动, 而且随着电动自行车行驶速度逐渐加快, 飞轮的外套和芯子产生的相对摩擦力也在逐渐加大, 飞轮很容易出现故障。我们对此进行分析和探讨, 并提出相应的解决方案。

2 飞轮的结构和工作原理

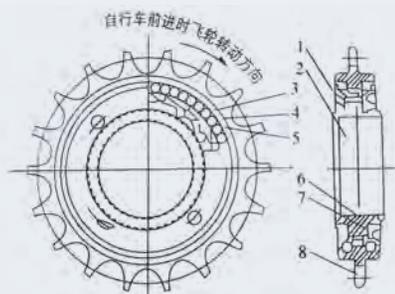
飞轮是自行车传动系统中的重要部件, 它被安装在自行车后轴身的右花盘上, 通过链条与链轮相连, 脚蹬和曲柄向前转动时就可以驱动自行车前行。

飞轮部件是由平挡、芯子、千斤簧、千斤、钢珠、外套、垫片、丝挡 8 个零件与滚动轴承机构、棘轮棘爪机构组成。飞轮部件分解图见图 1, 飞轮部件装配图见图 2。



1. 平挡 2. 芯子 3. 千斤簧 4. 千斤 5. 钢珠 6. 外套 7. 垫片 8. 丝挡

图1 飞轮部件分解图



1. 平挡 2. 芯子 3. 千斤簧 4. 千斤 5. 钢珠 6. 外套 7. 垫片 8. 丝挡

图2 飞轮部件装配图

2.1 飞轮内的滚动轴承机构：飞轮内左右两边各有一套滚动轴承，每套滚动轴承都是由钢碗、钢珠和钢挡组成，钢碗直接装在飞轮外套的左右两侧内。

滚动轴承左边的钢挡是平挡，它和芯子牢固地铆合在一起，一般情况下无法将它们拆开。滚动轴承右边的钢挡是丝挡。丝挡的内径螺纹拧在芯子上，为了调节滚动轴承的间隙，在芯子和丝挡之间还装有飞轮垫片。芯子通过其内径螺纹装到后轮的右花盘上。

当自行车前行时，平挡、丝挡和芯子随着后轮一起转动。

2.2 飞轮内的棘轮和棘爪机构：飞轮外套有一圈内齿和外齿，外齿和链条啮合，内齿和千斤啮合。飞轮内还有两个千斤和千斤簧（有的飞轮产品用一根钢丝压住两个千斤），千斤的圆柱体端头安装在芯子上的圆柱形凹槽内。千斤的齿尖端则被千斤簧撑起，与外套的内齿相啮合。千斤则以圆柱体端头为圆心转动。

当向前踏动自行车脚踏时，轮盘带动链条，链条带动飞轮外套向前转动。飞轮的外套内齿和千斤啮合，脚踏力通过千斤传到芯子上，芯子又带动后轴和后轮转动，这样就完成了自行车的脚踏行驶过程。

当停止踏动脚踏时，轮盘、链条和飞轮的外套都不再转动，但后轮在惯性力的作用下仍然带着芯子、平挡、丝挡和千斤向前转动。这时，外套内齿就和千斤产生相对的滑动，并逐渐将其压缩到芯子的凹形槽内，进而又压缩千斤簧。当千斤和千斤簧被压缩到最大限度时，再向前滑动，千斤簧的弹力就会将千斤由飞轮外套的内齿顶弹到齿根上，此时会发出“哒哒”的声响。

从以上过程可以看出，外套内齿构成棘轮，两个千斤构成棘爪，棘轮、棘爪构成单向啮合机构。当棘轮、棘爪啮合时能带动自行车前行，当它们不啮合时也不妨碍自行车后轮继续转动。

3 自行车飞轮用在电动自行车上为什么会出现故障

从前面介绍的飞轮工作原理中可以看出，飞轮在自行车上的工作状态是由链条带动飞轮外套，再由飞轮外套带动千斤和芯子而驱动后轮转动。自行车在骑行中大部分时间是飞轮的外套带动芯子转动，此时飞轮中千斤和千斤簧处于正常的工作状态，千斤的齿尖端被千斤簧撑起与飞轮的外套相啮合。飞轮是整体转动，各零件、机构之间处于静止状态。电动自行车的飞轮安装在电动机上行驶时，电动机转动带动后轮转动，此时，飞轮外套不动而芯子随之转动。电动自行车速度越快，飞轮的芯子转动也越快。飞轮中的千斤和千斤簧始终处于压缩和弹起的交换状态见图3。此时飞轮会发出“哒哒”声。

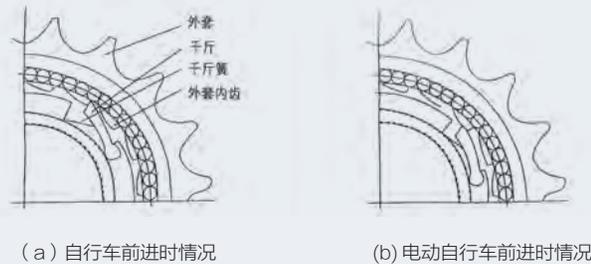


图3 飞轮运行工况示意

由于电动自行车在行驶过程中飞轮的芯子始终处于旋转的状态，很容易出现故障。

3.1 飞轮中的千斤和外套内齿在快速旋转中形成摩擦（电动自行车车轮转速为 175~262 r/min），这将产生严重磨损，甚至使棘爪和棘轮机构失效，从而失去脚踏行驶功能。

3.2 飞轮中的千斤簧持续处于压缩与拉伸的交替状态，这种反复的应力导致千斤簧产生疲劳，从而使得千斤簧易于断裂或失效，进而无法发挥其支撑千斤的功能。

3.3 飞轮外套和芯子长时间处于相对快速运转状态，飞轮内各零件容易产生位移、摩擦、卡住或发出异常声响。飞轮如果有卡住现象，行驶中的电动自行车脚蹬就会发生安全事故。

3.4 飞轮的外套和芯子快速运转，其滚动轴承机构中的钢珠、丝挡、平挡就容易损坏，出现间隙而使飞轮损坏。

3.5 为了避免在骑行中电动自行车的飞轮发出“哒哒”响声，有的飞轮制造企业在飞轮中抹了大量的黄油，称之为“无声”飞轮。实际上，这种做法优劣并存：涂抹黄油能够有效消除噪声并减少磨损；然而，电动自行车骑行一段时间后，过多的黄油会因高温而融化流淌，与灰尘混合形成油泥，这反而更容易导致飞轮和千斤部件的失效。

4 几点建议

4.1 专业飞轮制造企业应加快电动自行车专用飞轮的研发，早日摆脱沿用自行车部件的被动局面。

4.2 目前，飞轮部件依行业标准 QB/T 1887—2017《自行车 飞轮》进行生产，可以适应自行车的安全要求。鉴于电动自行车产品的特殊要求，对于电动自行车配置的飞轮部件应有更高的技术标准。

4.2.1 硬度要求：标准规定单级飞轮应符合下表中的要求^[1]。

零件名称	硬度 /HRA
外套	≥ 72
丝挡、芯子（平挡）	≥ 65
千斤	75~82

因此，飞轮制造在硬度方面不仅要满足标准要求，而且应尽可能超出标准要求。

4.2.2 标准规定飞轮旋转灵活性应符合如下要求：用食指和中指支撑飞轮芯子内孔，用手指以 60~90 r/min 的转速转动单级飞轮外套，或用手指以 90~120 r/min 的转速转动多级飞轮的链轮^[1]。这项标准应作为飞轮制造企业和电动自行车整车制造企业产品检验的重要项目。

4.2.3 飞轮制造企业普遍采用的耐磨测试方法是固定飞轮的内芯，并以 250 r/min 的速度旋转飞轮的外套。对于多级飞轮的链轮，进行 5 万次转动，这通常能够满足自行车配置的需求。针对电动自行车专用飞轮的耐磨性测试，我们建议至少执行 50 000 转或持续转动 20 min 的试验。

4.2.4 电动自行车制造企业的《产品说明书》内，应有专项条款提醒骑行者要注意对飞轮的保养，并注明保养方法。

参考文献

[1] 全国自行车标准化技术委员会. 自行车 飞轮：QB/T 1887—2017[S]. 北京：中华人民共和国工业和信息化部，2017：1. OTB

基于“双碳”目标的钛合金电动自行车车架轻量化设计

Research of Lightweight Design for Titanium Alloy Electric Bicycle Frame Based on Dual-carbon Strategy

吴永刚¹ 杨彦鹏¹ 费佳奇¹ 李健彬¹ 肖磊² 李世隆²

(1. 河北航轮科技有限公司 秦皇岛 066600; 2. 中国自行车协会 北京 100079)

摘要: 电动自行车作为重要的交通工具之一, 随着现代制造技术的不断发展, 以及绿色环保低碳的要求, 在未来将逐渐朝着轻量化方向发展。钛合金电动自行车车架比传统的钢车架更加轻盈。轻量化的设计使得电动自行车在行驶时所需要的能量更少, 更符合绿色出行的要求, 降低对环境的影响。车架使用的钛合金材质坚固耐用, 而且在任何大气环境下都不腐蚀、不生锈, 由该材料制成的车架无须喷漆, 且废旧的钛合金可以通过高效的废旧材料分离和提纯, 经过处理和再加工, 达到循环使用的目的。此文旨在促进车架轻量化发展及提供设计参考, 为行业绿色设计提供借鉴。

关键词: 电动自行车; 材料轻量化; 钛合金车架; 设计

1 前言

随着“中国制造 2025”的持续推进和国家对绿色低碳生产生活方式的倡导, 电动自行车的设计标准正不断提高。为了实现人与自然环境的和谐共生, 可持续发展的设计理念被提出, 旨在促进低碳经济的良性发展^[1-3]。

车架结构在很大程度上决定了自行车的安全性能和用户体验, 且对用户的骑行感受有着重要影响。轻量化的设计初衷是以不降低零件性能为前提, 通过优化模型来减少材料消耗, 并达到美观的艺术要求^[4]。钛合金作为结构材料具有良好的机械性能, 其抗阻尼性能强, 受到机械振动、电振动后, 与钢、铜金属相比, 其振动衰减时间较长, 因此较为适合作为车架材料^[5]。

2 设计理念

车体部分包括车架、前叉、车把和鞍座等, 而在自行车各组成部件中, 车架是整个车体设计中最核心的元素, 是自行车的骨骼, 其余零部件均是以车架为主体进行安装。车架的材料、加工工艺、可靠性等因素, 在很大程度上直接或间接地决定了自行车的直线骑行性能、转弯灵活性及骑行舒适度。此外, 车架的结构设计也直接影响着自行车的整体外观、类型和性能表现。因此设计人员必须先完成车架的设计。车架的设计需满足以下两个基本要求: 一是针对身形各不相同的骑乘者, 根据实际设计经验和人机工程学来设计车架, 以确保产品的舒适性和健身性。二是在充分实现代步与健身功能的前提下, 考虑到个体差异因素, 在

设计过程中,应参考国家标准与自行车行业标准来设计最合适的车架^[6,7]。HL E-bike TI-16.5 钛合金电动自行车车架(见图 1)以提高骑行效率、用户安全性和舒适度为核心理念,采用航天级优质钛合金(Ti-3Al-2.5V)无缝管材,致力于打造一款具有高强度、高韧性的钛合金电动自行车车架,让用户在骑行越野中不用担心任何安全问题。整个车架采用一体式内走线以及隐藏式充电口,外观造型简约、大气^[8]。



图 1 HL Ebike TI-16.5 钛合金电动自行车车架设计图

2.1 设计的创新性

- 2.1.1 整个车架均采用航天级优选钛合金制造,车身管材壁超薄,并且采用异形造型,外观时尚。
- 2.1.2 整个车架采用隐藏式充电口形式,巧妙地将充电口设计在下管,不仅使整个车架具有一体性,且便于充电。
- 2.1.3 匹配禧玛诺 EP8 电机,能够在骑行爬坡时使踩踏阻力降低 36%。
- 2.1.4 搭配 BE-8035 电池,相对于其他品牌的电池充电更快,更符合快节奏的生活。
- 2.1.5 整个车架采用一体式内走线形式,让整车看起来更加简洁、独特。
- 2.1.6 车架后三角焊接了 U 型桥管,在保证美观性的同时兼顾了车架强度。

2.2 设计的实用性

- 2.2.1 车架电池具有可拆性,方便取出电池更换及维修。
- 2.2.2 车架叉片搭配速联 udh 吊耳,可以更好地保护车架,并且多加强筋的设计让车架轻量化的同时,保证其强度不受影响。
- 2.2.3 足够宽的轮胎间隙,足以让车架兼容更多型号的轮胎。
- 2.2.4 刹车线和变速线采用上管到后上叉内走线的设计,可以更好地保护和延长线路的使用寿命。
- 2.2.5 后三角处的 U 型桥管使得车辆在坎坷崎岖路途,体现出比其他电动自行车更好的通过性,不必担心车架因高强度震动而导致的损坏。

2.3 品质保障

- 2.3.1 车身采用钛合金材质,钛合金是众多金属中唯一同时具有高强度、低密度的金属,车架质量(重量)会比普通的钢车整体轻 30% 以上。

2.3.2 车身表面采用拉丝抛光打磨工艺处理，具有不易产生划痕的特性。

2.3.3 车架在生产时，通过使用各部位专用的工装来确保生产出的车架符合设计要求。

2.3.4 HL Ebike TI-16.5 钛合金电动自行车车架具有较高的抗拉伸强度，相比较于其他金属材质的电动自行车车架，在承受压力的情况下更加坚固，能够更好地保护用户的安全。

2.3.5 采用无氧钨极氩弧焊接工艺，配以严格的焊接工艺参数、特殊的夹具和充分的焊接保护。

2.4 环保性

HL Ebike TI-16.5 钛合金电动自行车车架相比于传统的钢车架更加轻盈。轻量化的设计使得电动自行车在行驶时所需要的能量更少，更符合绿色出行的要求，降低对环境的影响。车架采用的钛合金材质坚固耐用，而且在任何大气环境下都不腐蚀、不生锈，由该材料制成的车架无须喷漆。并且，废旧的钛合金可以通过高效的废旧材料分离和提纯，经过处理和再加工，转化为高纯度的钛金属原料。这样使得回收的钛合金的质量达到再利用的标准，进而用于制造新的钛材产品。

2.5 经济性

电动自行车车架在设计时既要考虑承重，又要考虑能量转换比。HL Ebike TI-16.5 钛合金电动自行车车架不仅轻便，还具备出色的车身强度，确保了高强度和高刚度的特性。这样的设计使得车架不仅耐磕碰、能承重，而且实现了多用途，满足了不同用户群体的需求，具有极高的性价比。

3 结语

轻量化的设计减少了行驶过程中所需的能量消耗，从而促进了绿色出行，减少了环境负担。车架采用的钛合金材质坚固耐用，无论在何种气候条件下，都能保持稳定不生锈、不腐蚀的特性，使采用该材料制成的车架无须喷漆。此外，废旧的钛合金可通过高效的分离和提纯技术，经过加工处理后，实现循环利用的目的。

致谢：中国自行车协会王建忠副秘书长在本文的写作中予以全力支持和帮助，在设计理论研究方面给予了点拨指导，特此感谢。

参考文献：

- [1] 肖磊, 杨丽, 李世隆, 等. 电动自行车车架材料轻量化及制造加工工艺的应用研究 [J]. 中国自行车, 2023, 2 (4): 86-89.
- [2] 李翠玉, 夏礼超. 基于轻量化自行车设计探析 [J]. 大众文艺, 2017 (24): 104-105.
- [3] 陈亦天, 梁晓娟, 沈敏, 陈正楠, 吴瑞明, 等. 基于 Inspire 的自行车部件轻量化设计方法 [J]. 科技与创新, 2022 (14): 50-53.
- [4] 肖磊, 吴宗江, 杨丽, 等. 自行车车架焊接的自动化发展研究 [J]. 中国自行车, 2021, 5 (10): 56-57.
- [5] 刘瑞堂, 刘文博, 刘锦云. 工程材料力学性能 [M]. 哈尔滨: 哈尔滨工业大学出版社, 2001.
- [6] 温霄, 一种新型健身自行车的设计与动力学分析 [D]. 兰州: 兰州交通大学, 2017.
- [7] 王栋, 肖磊, 耿娜, 吴宗江, 高党寻, 等. 电动自行车锂离子电池控制与保护 [J]. 中国自行车, 2022, 3 (6): 72-75.
- [8] 李世隆, 肖磊, 杨丽, 等. 中国电动自行车行业缺陷产品召回制度研究 [J]. 中国自行车, 2022, 4 (8): 80-82. [OTB](#)

几种常见电动两轮车用电池的性能分析

Performance Analysis of Several Common Electric Two-Wheeler Batteries

张旭芳 秦婷 薛宇

(无锡市检验检测认证研究院 无锡 214101)

摘要: 此文介绍电动两轮车及几种常用电池的概念和范畴,回顾了各类电池的发展之路,对铅酸蓄电池、三元锂电池、锰酸锂电池、磷酸铁锂电池以及钠离子电池5种电池的性能、安全性、成本、循环寿命等技术指标进行了分析比较,阐述了目前我国的标准规定及认证管理政策。此文通过以上分析,展望了电动两轮车电池的发展趋势及方向。

关键词: 电动两轮车; 电池; 性能分析

0 引言

随着时代的进步,传统的燃油车正在逐步被绿色环保的电动车替代。电动两轮车以其新颖、灵活和方便的特点,正在为广大消费者所接受,发展迅猛。但是,电动两轮车的发展离不开产生动力的源泉——动力电池。动力电池的发展历程跨越了100多年,从最初的铅酸蓄电池演进到现今广泛应用的锂离子电池,再到近2年崭露头角的钠离子电池和固态电池。除此之外,动力电池还包括具有非储能特性的氢燃料电池等多种类型。这些类型多样化的电池令人目不暇接,不禁让人对其差别感到好奇。

1 电动两轮车及电池概况

广义意义上的电动两轮车包含电动自行车、电动轻便摩托车、电动摩托车、电动平衡车、电动滑板车,其中以电动自行车、电动摩托车的数量为大。从电池的使用特性上说,电动两轮车均使用动力型电池,需要电池能够持续输出强大的电能(以电压电流的形式),以驱动车辆。同时,电池还需具备短时过载(爬坡、启动)、可快速充电、环境适应性好(四季变化)、安全性好等特点。目前,在电动两轮车上使用的电池,主要有铅酸蓄电池、三元锂电池、锰酸锂电池、磷酸铁锂电池以及钠离子电

池 5 种，还有氢燃料电池、固态电池、太阳能电池等新概念电池。目前，我国电动两轮车（仅统计电动自行车、电动摩托车）的社会保有量为 3.5 亿~4 亿辆，每年新增电动自行车 3 500 万辆。这些车辆中，使用铅酸蓄电池的占比 80%，使用锂离子电池（三元锂、锰酸锂、磷酸铁锂）的占比 20%，其他钠离子电池、氢燃料电池、固态电池、太阳能电池的占比微乎其微。

2 几种常用电池的发展历史

1859 年，法国人普兰特发明了铅酸蓄电池。1969 年，美国 EC（埃克森德）公司制造出小型密封铅酸蓄电池，此电池采用玻璃纤维棉隔板和贫液式结构，成为最早的商业阀控式铅酸蓄电池。近几年，铅酸蓄电池衍生电池，如铅碳电池及包括石墨烯电池在内的其他新型电池，陆续出现。

20 世纪 70 年代，埃克森石油公司的惠特汉姆使用硫化钛作为正极材料，金属锂作为负极材料，研制出首个锂离子电池。到 1996 年，帕迪和古迪纳夫发现了具有橄榄石结构的磷酸铁锂（ LiFePO_4 ），它比传统的正极材料更安全、耐高温，且过充电性能较好。由这种材料制成的锂离子电池逐渐成为主流的动力锂电池，并发展出三元锂电池、锰酸锂电池。

其实，20 世纪 70 年代，钠电与锂电基本同期被研发。1991 年，索尼公司率先实现商业化，锂离子电池在石墨中的嵌入/脱嵌反应获得突破。但钠离子在石墨中的容量只有锂离子的 1/10，当时无法实现商业化。直到 2015 年，法国科学院推出 18650 钠离子电池，使用层状氧化物正极材料；2017 年华裔科学家鲍哲南发现一种新型正极材料，其克容量接近 500 mAh，这才逐渐使钠离子显现商业化方向。近几年，钠离子电池成为非常亮眼的电池。

3 几种常用电池的性能分析及比对

铅酸蓄电池具有安全性高、电性能稳定、制造成本低、性价比高、品质稳定可靠、应用领域广泛以及可再生循环利用的优点。锂离子电池具有质量（重量）轻、能量密度高、大电流放电性能好等优点，主要有钴酸锂、三元锂、锰酸锂、磷酸铁锂等形式。钠离子电池等新型电池，预计安全性较高、制造成本较低，应用领域等不尽相同。

电动两轮车常用的铅酸蓄电池、3 种锂离子电池、钠离子电池电性能分析如表 1 所示。

表 1 铅酸蓄电池、3 种锂离子电池、钠离子电池电性能分析^[1]

技术指标	铅酸蓄电池	锂离子电池			钠离子电池
		三元锂电池	锰酸锂电池	磷酸铁锂电池	
质量能量密度 / (Wh/kg)	30~60	220~280	100~160	120~180	100~140
体积能量密度 / (Wh/L)	60~100	200~350	180~260	180~280	180~280
单体电池标称电压 / V	2.0	3.7	3.4	3.3	3.2
电芯总成本 / (元/MWh)	0.4~0.5	0.7~1.2	0.7~0.9	0.7~1.0	0.4~0.6
电芯材料成本 / (元/MWh)	0.3~0.4	0.7~0.9	0.6~0.8	0.7~0.9	0.3~0.5
循环寿命 / 次	300~500	> 3 000	> 800	> 3 000	> 2 000
低温性能 -20℃容量保持率 / %	< 60	> 70	> 70	< 70	> 88
耐过放电	一般	优	良	良	优
安全性	优	差	一般	较好	较好

电动两轮车常用的铅酸蓄电池、3种锂离子电池、钠离子电池优缺点比较如表2所示。

表2 铅酸蓄电池、3种锂离子电池、钠离子电池优缺点比较^[2]

类别	优点	缺点	应用现状	价格 / (元 / wh)
铅酸蓄电池	价格较低, 具有技术成熟、高低温性能优异、稳定可靠、安全性高、资源再利用性好等优势, 市场竞争优势明显	能量密度较低、使用寿命短、日常维护频繁	铅酸蓄电池经过 100 多年的发展, 技术不断更新, 现已被广泛应用于汽车、通信、电力、铁路、电动车等各个领域	0.3~0.6
磷酸铁锂电池	原材料价格低廉, 具有循环性和安全性比较好、安全性能较好、循环性能优异等优势	能量密度略低、体积比能量低、加工性能差、低温性能差	已实现产业化, 并在动力电池领域得到批量应用, 现已被广泛应用于新能源客车以及部分物流车辆中	0.8~1.1
三元锂电池	具有能量密度较高、循环性能好、容量大等优势, 安全性优于钴酸锂, 成本处于中等水平	压实密度低、倍率性能和低温性能比钴酸锂差, 安全性能仍有待改善	现已被批量应用于小型锂离子电池, 并在动力电池方面展开了市场应用	0.6~1.2
锰酸锂电池	原材料资源丰富, 具有价格便宜、安全性能较好等优势	循环性较差、高温工况存在较大衰减	现已被应用于电动车的动力电池领域, 并作为其他小型电池使用	0.6~0.9
钠离子电池	具有充电快、高低温性能优、安全性能较好等优势	能量密度略低、循环寿命低	未来 3 年内, 钠离子电池市场预计将对铅酸蓄电池和锂离子电池市场构成显著的压力	目前 1.4, 预计未来为 0.4~0.8

4 各种电池的标准及认证管理情况

目前, 在电动两轮车常用的 5 种电池中, 面广量大的铅酸蓄电池, 曾一度实施工业产品生产许可证管理制度。但该制度已于 2017 年 6 月被取消。电动自行车用锂离子电池 (含三元锂电池、锰酸锂电池、磷酸铁锂电池) 的新标准已经于 2024 年 4 月 25 日公布, 11 月 1 日开始实施。国家市场监督管理总局决定, 自 2024 年 10 月 15 日起, 指定认证机构开始受理电动自行车用锂离子蓄电池 CCC 认证委托; 2025 年 11 月 1 日后, 电动自行车用锂离子蓄电池应当经过 CCC 认证并标注 CCC 认证标志, 方可出厂、销售、进口或者在其他经营活动中使用。钠离子电池、氢燃料电池、固态电池、太阳能电池还未大规模使用, 目前无任何认证及管理要求, 企业所生产的产品满足产品标准要求即可。电动自行车用电池种类与标准情况如表 3 所示。

表3 电动自行车用电池种类与标准一览表

电池种类	产品标准	标准状态
铅酸蓄电池	GB/T 22199.1—2017《电动助力车用阀控式铅酸蓄电池 第 1 部分: 技术条件》 GB/T 22199.2—2017《电动助力车用阀控式铅酸蓄电池 第 2 部分: 产品品种和规格》	修订中
三元锂电池	GB 43854—2024《电动自行车用锂离子蓄电池安全技术规范》 GB/T 36672—2018《电动摩托车和电动轻便摩托车用锂离子电池》	均已发布, 并且为国家强制性标准
锰酸锂电池		
磷酸铁锂电池		
钠离子电池	GB/T XXXX《小型动力系统用钠离子电池和电池组安全技术要求》	已立项, 制定中

需要说明,由于铅酸蓄电池目前使用的是推荐性国家标准,有部分生产企业制定了企业标准及团体标准,按照企标或团标组织生产。但电动自行车用锂离子电池的标准为国家强制性标准,所有生产企业均需实施,而且国家市场监督管理总局决定,从2025年11月1日起,对该电池实施CCC强制认证。

5 电动两轮车用电池的发展展望

经过上述分析,可见目前电动两轮车用电池处于铅酸蓄电池和锂离子电池为主要的时代。铅酸蓄电池可靠性高、性价比高、安全耐用,但比能量低、质量(重量)太大。锂离子电池大电流性能好、比能量高、使用寿命长,但在安全性方面有待提高。近2年来,钠离子电池因其发展迅速而备受关注。然而,在安全性方面,它仍需进一步优化。此外,在实现规模化生产之前,其成本尚未达到具有竞争力的水平。还有,钠离子电池放电曲线后半段的快速下降问题,也需要技术上的进一步突破。预计近5年,铅酸蓄电池使用量会缓慢下降,锂离子电池使用量会缓慢上升,钠离子电池会逐步运用,固态电池、太阳能电池等会进入实验室验证阶段。

参考文献

- [1] 薛宇. 电动二轮车电池充电技术与安全探讨 [R/OL]. (2024-05-30) [2024-07-12]. <https://news.smm.cn/news/102767252>.
- [2] 雷宝荣. 铅酸蓄电池及锂电池、钠电池的应用及未来发展 [R/OL]. (2024-05-30) [2024-07-12]. <https://www.sgpjbg.com/baogao/168868.html>. 



2024 年江苏省 电动自行车充电器产品质量安全 风险监测情况分析

Analysis of Risk Monitoring of Product Quality and Safety of Electric Bicycle Chargers in Jiangsu Province in 2024

方园园

(淮安市产品质量监督综合检验中心 淮安 223001)

摘要: 产品质量安全风险监管工作主要通过开展风险监测、发现产品中存在的风险隐患、发布风险预警和消费提示来进行。此文主要从2024年4月江苏省市场监督管理局组织的电动自行车充电器产品专项监督抽查结果入手,分析相关不合格项目及其安全风险,并给出合理处置建议。

关键词: 电动自行车; 监督抽查; 内部布线; 绝缘损坏; 团体标准; 生产日期; 蓄电池充电器

1 引言

2024年4月,江苏省市场监督管理局委托淮安市产品质量监督综合检验中心开展了电动自行车充电器产品质量省级专项监督抽查。本次抽查实际抽样60批次,其中生产企业13批次,实体店47批次。经检验,合格29批次,不合格31批次,合格率仅为48.3%。

2 产品与行业概况

2.1 产品简介

电动自行车充电器是给电动自行车电池补充电能的装置,市面上大部分充电器为三段式充电器。

2.2 产品行业概况

电动自行车用充电器依据销售者和用户对产品的需求不同,已形成两种形态市场:一是产品随电动自行车整车一起销售的一级市场,二是由售后服务需求衍生的二级市场。

电动自行车充电器的一级市场面向整车组装型企业，产品既重质量也重价格，现已形成以江苏省、浙江省为主的生产基地，主要品牌有西普尔、特能、江禾、聚源等。

电动自行车充电器的二级市场面向销售和维修市场，该市场以安徽省天长市为主要生产区域，主要品牌有东升、万科等。该区域占据二级市场 80% 以上的市场份额，年产量可达亿只以上。

由于行业竞争激烈，行业两极分化明显，大部分企业效益一般，部分小型企业生存困难。在利益驱动下，一些企业不惜以牺牲产品质量为代价，以次充好，片面追求市场占有率，迎合市场部分不合理的需求，致使产品质量失控，严重影响到整车性能和人民群众的切身利益及人身安全。

2.3 产品标准状况

GB 42296—2022《电动自行车用充电器安全技术要求》为强制性国家标准，于 2023 年 7 月 1 日起实施。自该日起，生产企业不得生产不符合该标准的产品，对于该标准实施之日前出厂或者进口的产品，自标准实施之日第 13 个月开始实施^[1]。即自 2024 年 7 月 1 日起，不符合该标准的充电器产品不得再生产和销售。

3 风险监测情况

3.1 内部布线

本次抽查不合格项目主要集中在内部布线项目，共有 31 批产品该项目不合格，具体表现为内部布线凌乱，内部柔性软线未固定，风扇电源线或其他内部软线与可引起绝缘损坏的冷却用翅片接触，且没有任何保护措施。用户在这种情况下使用充电器，内部布线有绝缘损坏的风险，绝缘损坏会导致充电器短路、漏电或风扇失效，造成机内高温，严重时将会引发火灾，具有极大的安全隐患。

本次抽查内部布线项目不合格的生产企业均在某电动自行车充电器集中生产地区，是区域性质量问题。作为本次监督抽查任务的承检机构，本着对产品质量安全问题早发现、早研判、早预警、早处置的要求，我们淮安市产品质量监督综合检验中心积极与多家检验检测机构研究讨论，认为与图 1 类似的内部布线状态在结构上有引起绝缘损坏的风险，存在重大安全隐患，依据标准条款判定为不合格。

我们与企业沟通交流时也了解到，很多充电器生产企业在型式检验时对风扇电源线加装套管，而实际生产时却不加套管进行保护。



图 1 内部布线不合格示例

3.2 熔断器

熔断器是电动自行车充电器内重要的零部件之一，配置熔断器是为了在充电器发生故障或过载时能及时切断充电电路，以免发生过热起火等安全事故，未配置熔断器则不能在充电器过载情况下及时切断输入、输出。团体标准 T/TCDZ 0001—2019《电动自行车用蓄电池充电器》仅要求在输入端加装独立熔断器，新国标 GB 42296—2022 则要求输入、输出端均安装独立熔断器，且在熔断器附近或在说明书中标注参数。在以往的检验过程中，我们发现只有极少数生产企业按照标准在说明书上标注熔断器参数。

在 2024 年 7 月 1 日后的监督抽查中，我们还发现存在电动自行车充电器内部未配置熔断器的情况。

3.3 信号传输线

电动自行车新国标充电器在原有的两根电力传输线芯基础上，新增专门的信号传输线芯，用于充电器与电池组、电动自行车传输三者之间的通信协议。在这条规定中，充电器插头插入电动自行车充电插孔后，三方先尝试进行互认，成功后，充电器才会开始充电，避免不匹配的充电器对电池组进行充电，杜绝安全隐患。

在检验过程中，我们发现目前市面上大部分铅酸电池充电器没有通信协议，与电池组连接后没有握手互认过程，能直接触发充电过程，不符合新国标的要求。

3.4 虚标生产日期

从 2023 年下半年开始，我们在承担各级充电器监督抽查检验任务中发现一个现象，充电器产品标注的生产日期基本都在 2023 年 6 月 30 日。有些充电器样品外壳标注生产日期为 2023/06/30，但内部风扇标注的生产日期为 2024-03-20（见图 2）。

其中原因不难推测，部分企业因产品质量达不到国家强制性标准 GB 42296—2022 的要求，希望通过篡改充电器的生产日期来逃避新国标的监管和检查。



图 2 充电器生产日期早于充电器内零部件生产日期

随着过渡期结束，2024 年 7 月 1 日起，强制性国家标准 GB 42296—2022 在生产、流通领域全面实施，电动自行车充电器的监督检验工作将全部按照新国标执行。

3.5 团体标准 T/CDQ 001—2023《蓄电池充电器》

2023 年下半年，市面上出现一种标注执行 T/CDQ 001—2023《蓄电池充电器》的充电器产品。该标准在范围上规定适用于除 GB 17761 规定的电动自行车用充电器以外的蓄电池充电器（见图 3）。换言之，标注了 T/CDQ 001—2023 标准的

电动车充电器无论是 48 V 以上还是 48 V 以下，都将不适用强制性标准 GB 42296—2022，这种做法其实又是一种逃避强制性标准监管的方式。在抽样过程中，我们发现一些 48 V/12 Ah、48 V/20 Ah 的充电器属于典型的电动自行车充电器，也标注执行 T/CDQ 001—2023。

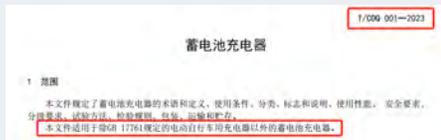


图3 T/CDQ 001—2023 适用范围

4 降低产品风险的建议

4.1 消费环节

消费者选购电动自行车用充电器时，应注意商品上标注内容要齐全，尤其注意适用电池组类型、额定输出电压、额定输出电流是否匹配，最好选购合格率高企业的产品。

消费者使用充电器前，也应仔细阅读使用说明书，不在潮湿环境中使用充电器，特别注意铅酸蓄电池充电器和锂电充电器不可混用。充电时，充电器先与电池连接，后接通电源；充好电后，先切断电源，后拔电池插头^[2]。严禁在不充电的情况下，长时间将充电器空载连接在交流电源上。充电过程中应当提供足够的通风。禁止给不可再充电的电池充电。

4.2 制造环节

企业要对生产过程进行控制，绝不能偷工减料，现场工艺流程与原认证申报的工艺流程要一致。

为了避免绝缘损坏，我们建议对与冷却用翅片接触的柔性内部布线采取以下几种改进措施：(1) 采用恰当方式固定，如灌封、胶粘等；(2) 加装套管保护线路；(3) 对切割后的冷却用翅片的棱缘进行倒角处理，去除毛刺。

各生产企业要积极落实企业主体责任，重视充电器的安全要求和技术研发，参照强制性国家标准，正确选用符合标准的零部件进行生产。

对于不合格的产品，我们建议生产企业要积极开展缺陷产品召回、安全技术改进工作，提升产品安全水平，以消除安全隐患。

参考文献：

[1] 国家市场监督管理总局. 电动自行车用充电器安全技术要求：GB 42296—2022[S]. 北京：中国标准出版社，2022.

[2] 程立松，李金生. 浅谈电动自行车电池的正确使用和保养[J]. 河南科技期刊，2013. OTB

CHINA CYCLE 2025

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



上海新国际博览中心

SHANGHAI NEW INTERNATIONAL EXPO CENTER

160000平方米 / 7500个展位
160000m² / 7500booths

MAY, 2025

2025年5月



组委会办公室/Contact : 电话/Tel: 86 21 32513000 传真/Fax: 86 21 32513220 邮编/P.C: 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

关注微信公众号
了解更多展会内容



健康出行 低碳生活



微信号

《中国自行车》编辑部 宣



CCBI



两轮车迷节

两轮车迷节

BICYCLE DAY

Enjoy the Fun of Cycling



活动时间：2024年11月23-24日

活动地点：广州北迹露营1号营地



中国自行车

广告



2024

绿色出行 智慧交通

中国两轮出行产业大会

- 主题高峰论坛
- 两轮车迷节

2024/11/22-24
中国·广州

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



中国自行车杂志

广告



投资兴业宝地 商机无限热土

和美贵港

好电车 贵港造

广西的贵港国家生态工业示范园区内，一个千亿级产业集群已经起航——中国-东盟新能源电动车生产基地坐落于西江科技创新产业城，规划建设6.66 km²，计划总投资157亿元，如今基地初具规模。贵港市处于珠江三角洲经济圈、西南经济圈、北部湾经济圈、东盟经济圈核心交汇点上，毗邻粤港澳大湾区，是承东启西、连接东盟的重要区域性交通枢纽。

{贵港欢迎您}



设 / 计 / 赋 / 能 / 向 / 新 / 力 / 行



中国自行车电动自行车

China Bicycle & Electric Bicycle Design Competition

设计大赛 2024 中国 宜兴

设计赋能 向新力行

主办单位

中国自行车协会

支持单位

宜兴市人民政府

中国工业设计协会

承办单位

翔若轩(上海)文化发展有限公司

联系人

胡文萍 021-32513000-833 17521002390 李世隆 010-67662159

邮箱:cbda@china-bicycle.com

通讯地址:北京市丰台区顺三条21号嘉业大厦1号楼16层



请登录中国自行车协会官网 www.china-bicycle.com 或报名网址 www.cbda.otobtb.com 了解更多大赛详情



广告

2024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)	2024年01月09日—12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
台北国际自行车展 Taipei International Cycle Show	2024年03月06日—09日	中国台湾台北	台湾对外贸易发展协会	自行车整车、自行车零部件、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	2024年03月28日—30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
日本自行车展 Cycle Mode	2024年04月06日—07日	日本东京	TVO有限公司	两轮车整车、零部件、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
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 and Electric Bicycle Design Competition & Fashion Week	2024年04月11日—14日	中国江苏宜兴	中国自行车协会、江苏阳羡旅游集团有限公司、翔若轩(上海)文化发展有限公司	中国自行车电动自行车设计大赛决赛、两轮车时尚品牌周
中国进出口商品交易会 (春季第一期) China Import And Export Fair	2024年04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、进口展区
美国加州海獭自行车展 (Sea Otter Classic)	2024年04月18日—21日	美国蒙特雷	海獭自行车展组委会	自行车整车、自行车零部件、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
印度国际自行车展 Ride Asia	2024年04月19日—21日	印度新德里	乌丹(Udan)传媒	自行车整车、电动自行车整车、零部件、运动/健身产品、童车
英国自行车展 The Cycle Show	2024年04月19日—21日	英国伯明翰	高街(Upper Street)活动组织有限公司	自行车、电动自行车、零部件、自行车户外运动
印尼国际两轮车、 零配件及用品展览会 Asia Bike Jakarta	2024年04月30日—5月4日	印度尼西亚雅加达	法兰克福展览(香港)有限公司、江苏省自行车有限公司、印尼电动汽车工业协会(Periklindo)、Pt Dyandra Promosindo	自行车、电动自行车及踏板车、电动摩托车, 以及零配件等
中国国际自行车展览会 China Cycle	2024年05月05日—08日	中国上海	中国自行车协会、上海协升展览有限公司	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
中国无锡国际新能源 电动车展览会 China Wuxi International New Energy Electric Vehicle Fair	2024年05月18日—20日	中国江苏无锡	江苏省自行车电动车协会	新能源电动车

名称	时间	地点	主(承)办方	主要展品/内容
欧洲国际自行车贸易展 Eurobike	2024年07月 03日—07日	德国法兰克福	腓德烈斯哈芬组委会	自行车、自行车配件和零部件、自行车专用服饰和器材
2024新能源电动车 产业发展大会 E-Vehicle Industry Development Conference	2024年8月 30日—31日	中国广西南宁	中国自行车协会、 贵港市人民政府、 贵港市港北区人民政府、 翔若轩(上海)文化发展 有限公司	电动自行车产业发展论坛
日本自行车商展 Japan Bike Show	2024年9月 18日—19日	日本东京	自行车产业振兴协会	自行车、电动自行车及零部件、 骑行装备等
中国台中自行车周 Taichung Bike Week	2024年09月 24日—27日	中国台湾台中	台中周自行车展览会 组委会	自行车零部件
越南国际电动车自行车展览会 Vietnam Cycle	2024年9月 26日—28日	越南胡志明	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, 电动踏板车和配件等
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	2024年10月 12日—14日	中国浙江杭州	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、零部件
中国进出口商品交易会 (秋季) China Import And Export Fair	2024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、 进口展区
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)	2024年10月 25日—27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
意大利米兰摩托车及 自行车展览会 EICMA	2024年11月 05日—10日	意大利米兰	意大利两轮车协会	摩托车、电动摩托车、助力车、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、摩托车零部件、 轮胎及胎圈、发动机及组件、电动设备、摩托 车生产设备、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
中国国际进口博览会 China International Import Expo	2024年11月 05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
中国两轮出行产业大会 Conference on China Bicycle Industry	2024年11月 22日—24日	中国广东广州	中国自行车协会、 翔若轩(上海)文化 发展有限公司	产业论坛、国际交流、行业发布、文化体验

2025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 240 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
中国两轮出行产业大会
新品试骑活动
山地自行车活动
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

无惧砾石 “无线”可能

- Gravel车型的舒适几何，搭配Advanced轻量化碳纤维车架
- 强度与重量比进一步优化，操控更稳定，骑行更安全

RevoIt



 **GIANT**