

中国自行车

Lifestyle

ISSN 1000-999X
CN 31-1548/TS

CHINA
BICYCLE

2025年7月&8月 第4期 总第519期

中国骑行圈的 破风者

2025
中国国际自行车展览会
展后报告

海峡两岸自行车产业
共商未来

中国自行车协会
九届十四次理事长会议
在沪举行

定价: ¥40.00元

ISSN 1000-999X



9 771000 999250



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

L-TWOO

www.ltwoo.com



持久续航
单次支持8000次换挡 骑行无忧

真无线 真自由
蓝图ETX山地全无线电子变速

稳定耐用
抗震阻尼系统 征服极限山道

更多功能

多速别兼容
适配10-12速

OTA远程固件升级
实时升级享受最新功能

三档变速速度调节
高-中-低

挡位保护
一键开启，避免链线角度过大

单档微调
适配更多品牌公差,调节更精准

前拨电子限位
APP设定限位



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后保养方案。

八方GVT自动变速轮毂电机和自动变速花鼓系列，适用于城市、旅行、胖胎、货运等电助力车型，并将继续解锁更多应用场景。



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、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。

中国自行车

ZHONGGUO ZIXINGCHE

ISSN 1000-999X CN 31-1548/TS

CHINA BICYCLE 创刊于1978年 2025年7月&8月 第4期 总第519期 Issue No. 519 2025 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.

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 (按姓氏笔画排列)
刘吉 Liu Jie 刘春生 Liu Chunsheng
张崇舜 Zhang Chongshun 陈建龙 Chen Jianlong
邱春富 Qiu Chunfu 姚西延 Yao Xiyan

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519期 2025年7月&8月 第4期 创刊于1978年

COV

卷首语

01 迎风而行

/《中国自行车》编辑部

“破风者”是冲在最前的勇士，以身躯劈开气流的屏障，为身后的伙伴开辟坦途。这份坚毅与担当，令人心折。

轮界简报

02 中国自行车协会九届十四次理事长会议在沪举行（等）

特别报道

08 2025 中国国际自行车展览会展后报告 / 中国展组委会

第33届中国国际自行车展览会与时俱进，在规模和内容上再次实现突破，为展商、采购商和观展者营造了一个多元且多彩的展示环境。



广告索引

捷安特

蓝图

翔若轩

八方

大行

美利达

肯力

天津嘉思特

苏州大麦

建德五星

兰溪轮峰

桂盟科恩斯

日骋

美品

陪伴行

公益广告

贵港

中国国际自行车展

中国两轮出行产业大会

新能源电动车产业发展大会

《中国自行车》征订

er Feature

封面专题

14 中国骑行圈的破风者
/《中国自行车》编辑部

17 产业革新者
当车轮遇见齿轮，变革开始转动
/《中国自行车》编辑部

32 竞技突围者
摔车后的伤疤，是另一种奖章
/《中国自行车》编辑部

45 文化重构者
当骑行成为城市的新语法
/《中国自行车》编辑部

54 跨界传播者
一个人骑得快，一群人骑得远
/《中国自行车》编辑部



Contents 目次

《中国自行车》总第519期 2025年7月&8月 第4期 创刊于1978年



业界 · 最前沿

66 EXSHO(易硕): 高端避震前叉的新势力 / 王震蒙

70 壹力特: 从代工厂到全球轮组品牌的 10 年蜕变 / 吉耳

72 从新技术、新材料、新工艺到新设计: 看嘉思特如何铸就中国式原创品牌力 / 行远

76 “下一步·向巅峰”迈金科技 2025 春季新品发布会圆满落幕 / 迈金

业界 · 竞技场

84 国民品牌“入场”竞技赛道: 凤凰菲尼仕(FNIX)携手职业车队重构竞技生态 / 行远

90 车轮碾过云海 2025 皖浙天路 KOM 挑战赛完美收官 / 骑游网

DAHON®

轻快美爽

P18 Ultra

折叠公路 弯把竞速

重塑骑行新体验



官方公众号



Contents 目次

《中国自行车》总第519期 2025年7月&8月 第4期 创刊于1978年



94

业界 · 装备库

94 轻快、平顺、舒适

——捷安特 PCR LTD 铝合金公路车

横向测评 / 鲍正正

100 高速“大沙发”，性能小钢炮

——大行 ARCHER P8 折叠车

横向测评 / 鲍正正

106 电子变速深耕与无线技术突破：

蓝图推出多款创新产品，

引领骑行革新 / 安远

论坛

114 电动自行车新标准下

产品质量安全分析

/ 余鳗漫 薛宇 林彦



106

JUSTEK
嘉思特

TTY云窗系列



日本首发

舒适到“嘉”



超柔软舒适
云端般骑行



TTY005

Weight: 726g Size: 260*215mm

耐磨耐破
耐候老化

GEL透明
可视化

颜色窗口
任意DIY

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 传真: +86-022-86837333
邮编: 300401

JUSTEK VEHICLE CO.,LTD.TIANJIN CHINA

Add: No.21 Yongbao Road, Shuangkou Town, Beichen District, Tianjin, China
Tel: +86-022-86837077
Fax: +86-022-86837333
P.C.: 300401

✉ justek@163.com

🌐 <http://www.justek.com.cn>

FT410X-T/HT566-HT568 新款小径转把



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



五星车业抖音号



REACTO 锐克多



不论是巴林胜利车队版, 或其他经典款, 各级REACTO车种多多, 邀您品鉴。



全球定位解决方案

Solution For Global Positioning

全球定位 超低功耗 无需下载 无需流量

Global positioning Ultra low power consumption

No need to download No need mobile data



任意支架+定位螺丝
均可实现防丢定位效果



任意挡泥板+定位螺丝
均可实现防丢定位



水杯架底座



太阳能铃铛 (BK02)

产品特点: 有光即可充电
永不断电
电池容量: 90mAh
充电方式: 太阳能
感应器: 加速传感器
扬声器: 内置蜂鸣器
尺寸: 37.8*64*66mm
产品重量: 45g
颜色: 黑色

定位螺丝 (BK01)

产品特点: 适用场景广 (替代普通螺丝, 具有防丢和定位功能)
电池: 可更换CR2032 纽扣电池
待机时间: 10-12个月
感应器: 加速传感器
扬声器: 内置蜂鸣器
产品尺寸: 27*27*24.7mm
产品重量: 7g
防水等级: IP67
螺 栓: 可定制任意型号规格

自行车尾灯 (BK04)

产品特点: 简单易拆装、多种灯光模式
电池: 3.7v Li-ion 14500可充电
单次待机时间: 2-3个月
充电接口: Type-C
LED 数量: 4颗灯珠
感应器: 加速传感器
扬声器: 内置蜂鸣片
尺寸: 73.4*35.4*46.3mm
产品重量: 55g
防水等级: IP68

码表底座定位器 (BK03)

产品特点: 适配佳明、百锐腾、迈金、黑鸟、GPSport、GoPro等行业通用接口, 适配各种码表支架, 隐蔽性强
电池: 可更换CR1632纽扣电池
待机时间: 5-6个月
感应器: 加速传感器
扬声器: 内置蜂鸣片
产品尺寸: 34*34*7.2mm
产品重量: 7g
防水等级: IP67

水杯支架定位器 (BK05)

产品特点: 适配所有水杯架、隐蔽性强、易装卸
外壳: ABS材质
电池: 可更换CR2032 纽扣电池
待机时间: 10-12个月
感应器: 加速传感器
扬声器: 内置蜂鸣器
产品尺寸: 78*38*10mm
防水等级IP67



广告 扫一扫了解更多



扫一扫了解更多

Pantone: 13246648447
Steven Liu: 138 2874 5380

深圳陪伴行科技有限公司
Shenzhen Companion Technology Co., Ltd

 **WHEELTOP**




EDS
TT 7110

TRIATHLON BIKE TIME TRIAL BIKE

流线型 / 空气动力学 / 破风设计



性能
PERFORMANCE

遵循以最高的性能设计。每一个组件都能最大程度发挥性能,充分利用输入动能达到最大化输出动能

流体
FLUID MECHANICS

以流体力学为根本,融入仿生学,将“锯齿鲨”的流体化造型融入产品做到最佳的风阻力学

自由 **FREE**

系统带有4个功能按键可供用户使用,极大地扩展了使用选择,在刹把处设置可供扩展的功能按键,再一次扩大了系统的可玩性,加强系统的适配度

兰溪轮峰车料有限公司

LANXI WHEELTOP CYCLE INDUSTRIES CO., LTD.
TEL:19550529007 E-mail: sales@wheeltop.com



广告

Tongkeen®



中置电机

轮毂电机



多级飞轮



曲柄牙盘



速度传感器/力矩传感器

仪表



控制器



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

山地车和公路车变速传动系统套件

MTB & ROAD BIKE TRANSMISSION SYSTEM GROUP SET

SUNRUN®



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



SUNRUN

Tongkeen

地址：中国浙江省宁波市杭州湾新区金慈路18号

ADD: No. 18 Jinci Road, Hangzhouwan New Area, Ningbo City, Zhejiang Province, 315336 China.

电话TEL: +86 -0574 -63546666

传真FAX: +86 -0574 -63542100

邮箱EMAIL: chinasunrun@chinasunrun.com

网址WEBSITE: www.sr-139.com, www.chinasunrun.com, www.tongkeen.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



THUMBS UP



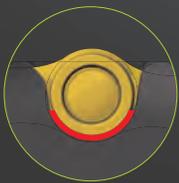
美品(厦门)橡胶制品有限公司
 营标企业有限公司(台湾)
 厂址:福建省厦门市同安区城东工业区思兴路1号 E-mail: mp-22b@meipin-xm.com.cn
 电话: 0592-7137325/6/7 传真 0592-7137323 http://www.meipin-xm.com



LINK TO PERFECTION

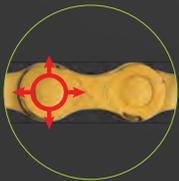
KMC e-Bike 齿盘
+
KMC e-Bike 链条

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



DIAMONDBACK

1978
SINCE

苏州大麦车业有限公司
太仓市城厢镇陈门泾路88号2号楼四层
林总 15850288850





健康出行 低碳生活



微信号

《中国自行车》编辑部 宣

卷首语 Preface

迎风而行

Face the Wind and Keep Moving

风，是骑行时最亲密的低语，也是前行路上不容小觑的阻力。在追逐速度的竞技场，“破风者”是冲在最前的勇士，以身躯劈开气流的屏障，为身后的伙伴开辟坦途。这份勇毅与担当，令人心折。

本期专题《中国骑行圈的破风者》，想邀请读者一同瞩目的，是生活中那些相同姿态的身影。他们或许不在聚光灯下的赛道，却在我们身边，在这片生机勃勃的土地上，以各自的方式“破风”。他们冲破的，或许是认知的藩篱，或许是技术的瓶颈，或许是旧有习惯的束缚，又或许是文化表达的局限。他们默默耕耘，只为让更多人能更顺畅、更愉悦地享受两个轮子上的生活。

每一次踏板的转动，都在积蓄改变的力量；每一道被车轮破开的风，都在为更自在的骑行未来铺路。他们共同构成了我们这个时代的“破风一族”——一群用车轮丈量无限可能的人。翻开这期杂志，您将触摸到骑行背后跳动的时代脉搏，感受到那份源于热爱与行动的破风之力。更重要的是，骑行带来的改变，远不止脚下的路。它带来的是一种重新感知世界、定义生活节奏的方式。

风过耳畔，车轮轻转。愿我们都能在属于自己的道路上，勇敢地迎风而行，成为生活里那个坚定而从容的“破风者”。

出发吧，风在前方。

《中国自行车》编辑部

中国自行车协会九届十四次理事长会议在沪举行

5月4日下午，中国自行车协会九届十四次理事长会议在上海召开，来自全国的正副理事长及骨干企业代表近30人参会。会议由中国轻工业联合会党常委、监事长，中国自行车协会理事长刘素文主持。

会上，中国自行车协会副理事长兼秘书长郭文玉汇报了2024年和2025年一季度行业经济运行情况。他指出，自行车电动自行车行业坚持稳中求进工作总基调，生产保持平稳增长，出口在外部困难加剧的背景下，展现出较强的抗压能力。郭秘书长还介绍了中国自行车协会2025年以来的主要工作情况和下一步重点工作的安排。中国自行车协会常务副理事长霍晓云通报了第33届中国国际自行车展览会的筹备情况。她介绍，本届展会无论在展览面积、展位数，还是在外商参与数量方面，均达到了历史新高。展会期间，一系列高质量的活动同步举行，为与会者提供学习交流、洞察趋势、拓展商机的绝佳平台。

之后，刘素文理事长作总结发言。他提出以下几点意见：一、密切关注中美贸易争端的进展及其对国内大循环的影响。二、顺应“骑行热”的趋势，从行业角度深入挖掘和推广骑行文化。三、着力扩大内需，梳理内循环中的卡点、堵点，积极争取相关政策的支持。四、鉴于国际社会对中国市场的广泛关注，行业应持积极态度，加强对外交流。

(来源：中国自行车协会公众号)

中国自行车协会青年企业家工作委员会召开2025年度工作会议

5月5日下午，中国自行车协会青年企业家工作委员会（以下简称“青委会”）2025年度工作会议在上海新国际博览中心召开，30余名委员参会。青委会常务副主任委员范震主持会议。中国自行车协会理事长刘素文受邀出席会议并讲话。他对青委会过去一年的工作表示肯定，并向青委会提出了几点希望：一是要加强思考，在百年未有之变局的背景下，进一步思考市场发展和行业发展的走向；二是提振信心，充分把握内循环的机遇，挖掘市场潜力，更好发挥内需主动作用；三是形成合力，多措并举、合力谋求行业高质量发展，不仅要推动产品走出去，还要推动行业文化走出去。



青委会秘书长国长军汇报了2024年度青委会相关工作情况及2025年度重点工作安排。会议审议通过了委员调整名单。

青委会主任委员杨玉峰在发言中指出，各成员要珍惜青委会这一平台，做好行业传承和企业传承；围绕行业文化、产业交流、企业发展等方面多提建议多出想法，做好行业新标杆；进一步丰富与兄弟协会、跨行业的交流合作，打好青委会品牌。

(来源：中国自行车协会公众号)

海峡两岸自行车产业共商未来

5月6日上午，在中国国际自行车展览会上，一场以深化海峡两岸产业合作为主题的交流会成功举办。本次海峡两岸产业交流会由中国自行车协会理事长刘素文和台湾自行车公会理事长吴盈进共同主持。中国自行车协会、台湾自行车公会领导团队，以及重点骨干企业负责人、青委会部分委员、行业媒体代表等齐聚一堂，共商行业发展大计。

会上，中国自行车协会秘书长郭文玉、台湾自行车公会秘书长周淑芳分别就海峡两岸产业发展现状进行了介绍。随后，上海凤凰自行车有限公司副总裁薛佳琛、久裕兴业科技股份有限公司总经理陈松君分享了海峡两岸骑行文化普及与推广的情况。在低碳减排议题上，厦门鸿基伟业复材科技有限公司董事长王梦君、自行车永续联盟（BAS）代表刘家杰，分别介绍了海峡两岸的相关工作进展。

会议的另一项重要议程是，台湾自行车同业公会理事长吴盈进和中国自行车协会青年企业家委员会主任委员杨玉峰分别介绍了双方在促进青年企业家成长方面的经验做法，并提出了以“青年×骑行×低碳行动”为主题的低碳骑行行动论坛方案，以此深化海峡两岸青年企业家交流合作。大家都希望通过搭建更紧密的交流平台，促进海峡两岸青年企业家在自行车领域的合作与创新，为行业发展注入新的活力。

之后，自行车永续联盟理事长刘涌昌等嘉宾围绕自行车行业的低碳发展与可持续性、骑行文化推广、国际市场推动等议题畅所欲言，提出了富有建设性的观点与建议。

会议在刘素文理事长和吴盈进理事长的总结发言中圆满结束。双方一致同意，未来将在国际市场分析、标准制定、设计创新、低碳发展以及文化推广等领域深化合作，携手推动两岸自行车产业迈向更加美好的未来。

（来源：中国自行车协会公众号）



2025年中国自行车协会零部件专业委员会工作会议在上海召开

5月6日下午，在上海新国际博览中心内，一场聚焦自行车零部件行业发展的重要会议——2025年中国自行车协会零部件专业委员会（以下简称“零专委”）工作会议成功举行。会议由零专委主任徐敏主持，中国自行车协会理事长刘素文、副理事长兼秘书长郭文玉，零专委副主任余世光、贾刚、郑有武等行业领导，各工作组组长、副组长单位代表，以及各地行业协会代表等40余位齐聚一堂，共谋零部件产业发展新篇章。

会上，刘素文理事长发表重要讲话。他指出，在国际贸易形势复杂多变的背景下，零部件企业面临诸多挑战。他强调，企业要团结一致，合作创新，共同努力攻坚克难，在文化推广、标准制定、全球市场研究等方面多管齐下，全方位提升我国自行车电动自行车产业的核心竞争力。

随后，零专委副主任贾刚汇报了阶段性工作进展，余世光副主任汇报了零部件标准化工作情况。中国自行车协会行业发展部主任郑小玲介绍了协会开展行业专精特新中小企业培育工作的情况，以及行业“十五五”规划筹备情况。此外，零专委各工作组组长、副组长单位代表汇报了前期工作落实情况及后续工作提案。

最后，徐敏主任作总结发言，呼吁零部件企业要加强合作交流，并建议通过共同学习、组团出海、共享资源等方式，实现共同发展。

（来源：中国自行车协会公众号）

中国自行车协会零部件专业委员会转型升级培训交流会在宁波顺利召开

2025年6月8日至9日，中国自行车协会零部件专业委员会在浙江宁波组织召开转型升级培训交流会。中国自行车协会零部件专业委员会主任徐敏，副主任贾刚、郑有武，中国自行车协会行业发展部副主任宋博、技术标准部高级工程师肖磊，以及部分工作组组长、副组长单位的主要负责人和代表等30余人参加了会议。

6月8日下午，与会人员在宁波巨隆机械股份有限公司参加了转型升级交流会。会上，徐敏主任首先介绍了巨隆公司开展转型升级的历程和阶段性经验，强调企业在创新发展、转型升级和流程再造等方面的重要性。希望各工作组充分发挥作用，加强交流相互学习，在资源、经验等方面实现共享，携手打造自行车电动自行车产业核心竞争优势，实现“以零促整、以整带零、整零并举、共同发展”的目标。

贾刚副主任介绍了零部件专业委员会在推动行业转型升级、提升零部件影响力、筹备行业“十五五”规划及企业调研等方面的工作情况，希望通过不断加强企业间的交流与合作，推进自行车电动自行车行业的转型升级进程。

参会代表也依次发言，分享了各自企业在创新转型、科技研发、绿色低碳等方面开展的工作，分析了当前国内外市场形势。

6月9日，全体参会代表共同聆听了华为公司前高级专家蒋伟良博士讲授的《以客户为中心的流程再造与组织变革》专题课程。通过培训，大家受益匪浅，为企业的后续发展提供了崭新的思路和方法。

(来源：中国自行车协会官网)



2025年以来 全国电动自行车 以旧换新超 600万辆

新华社记者5月21日从商务部获悉，全国电动自行车以旧换新工作平稳有序实施，截至5月20日，2025年交售旧车、换购新车各608万辆，带动新车销售178.2亿元。

2025年1月，商务部等5部门联合印发《关于做好2025年度电动自行车以旧换新工作的通知》，明确从1月1日起延续开展以旧换新。据了解，目前共有7.9万家销售门店参加电动自行车以旧换新，举办促销活动4856场。各地电动自行车以旧换新工作进度加快，江苏、河北均超过100万辆。

(来源：中国政府网)





《自行车出口商品技术指南》 发布会在沪召开

5月5日下午，中国自行车协会在上海召开《自行车出口商品技术指南》（以下简称《出口指南》）发布会。中国轻工业联合会党委常委、监事长，中国自行车协会理事长刘素文；中国机电产品进出口商会秘书长郭奎龙、副秘书长杨彤；编制《出口指南》的各位专家；以及各地行业协会（商会）代表，相关认证检测机构代表，行业骨干企业代表和媒体代表等约70人共同见证了《出口指南》的发布。会议由中国自行车协会行业发展部副主任宋博主持。

刘素文理事长首先致辞。他指出，当前全球经济格局深刻变革，国际贸易环境复杂多变。我国自行车、电动自行车出口面临新挑战，需要大家主动谋划破局之策，以创新驱动发展，为全球消费者制定更高品质的绿色出行解决方案。

郭奎龙秘书长在致辞中指出，随着出口市场的多元化，自行车、电动自行车企业开拓国际市场及海外战略布局的需求更加迫切，本次指南的更新是行业组织履行社会责任的充分体现，将为“走出去”开拓市场的企业提供必要的支持。

随后，全国自行车标准化中心主任余世光通报了《出口指南》的编制情况，机电商会副秘书长杨彤对自行车、电动自行车出口现状及外贸趋势进行了分析，昆山海关综合技术服务中心主任袁兴启对ISO自行车标准验证及检测技术进行了解读，天津市产品质量监督检测技术研究院主任陈平伟为大家解读了全球主要市场的合规要求。



国家市场监督管理总局对电动自行车等 164种产品开展国家监督抽查

近日，国家市场监督管理总局全面开展2025年产品质量国家监督抽查工作，将对164种产品开展国家监督抽查，在生产、流通、平台广泛抽取样品，共计1.6万余批次。

2025年产品质量国家监督抽查坚持以问题为导向，进一步突出民生属性。儿童学生用品仍然是抽查重点；充电宝、电动自行车、燃气用具等产品抽查批次数大幅提升；围绕保障新兴产业健康有序发展，将动力电池、无人机、光伏组件、电动汽车充电桩等纳入抽查范围；直播带货等网售产品抽查力度显著增大，抽查批次较2024年增长70%。

市场监管总局将全面、准确、及时发布抽查结果，曝光典型违法案例，科学引领消费，切实发挥产品质量国家监督抽查的利剑作用，维护人民群众人身健康与财产安全。

（来源：央视网）

BATCH百琦苏州旗舰店盛大开业

6月8日上午，BATCH百琦苏州旗舰店在狮山天街3期11栋108盛大开业，美国百年童车品牌HUFFY同步入驻，为苏州家庭带来丰富骑行选择。

源自美国的HUFFY，以人体工学设计、EZ BUILD快装系统和趣味灯光效果风靡北美，落地苏州后备受亲子客群关注。BATCH百琦苏州旗舰店是酷凡集团(COVATION)在华东区域打造的标杆零售终端，标志着集团在“智能出行+运动休闲”领域多品牌协同战略再上新台阶。

开业盛典上，酷凡集团董事长贝利致辞并参与剪彩。现场气氛热烈，“刮刮乐抽奖”环节引爆全场，幸运顾客收获头盔、代金券、限量周边等，还有获百琦F1平把公路车、HUFFY儿童自行车等大奖。

旗舰店提供多元车型，配备专业服务团队，现场调试、试骑指导等让顾客称赞。负责人表示，苏州骑行文化深厚，他们打造新空间为本地爱好者提供高性价比装备与优质服务，未来将举办社群骑行活动，共探骑行乐趣。

(来源：美骑网)



纽约将对Ebike实施新限速

近日，纽约市官方消息称，将对电动自行车实施 15 mph (约 24 km/h) 的新限速规定。这一举措作为更广泛打击行动的一部分，旨在回应民众对人行道安全问题、送货骑手违规行为以及电动自行车相关事故不断增多的担忧。

近年来，在送货员、通勤骑行者和休闲骑行者的共同推动下，纽约市电动自行车的使用量急剧攀升。然而，这一现象也引发了居民的强烈不满，人行道违规骑行、交通事故频发以及网络上偶尔流传的骑手鲁莽行为视频，都成为居民不满的焦点。

亚当斯市长在声明中强调：“我频繁听到纽约市民反映，超速的电动自行车和电动滑板车严重威胁到他们及其孩子的安全。今天，政府正式表态，我们将为电动自行车和电动滑板车设定 15 mph 的新限速，以此提升街道安全性。”

不过，新限速计划也招致了不少批评。有人认为，15 mph 的硬性限速可能会不公平地惩罚守法骑行者，而对真正违规者却收效甚微。该市绝大多数与电动自行车相关的伤害都与汽车有关，而非其他自行车。对于许多依靠电动自行车谋生的送货员来说，降低限速可能意味着送货量减少，收入减少。

即便如此，纽约市对微出行的执法力度仍在不断加大。纽约警察局近期加大了对电动自行车骑行者的打击力度，甚至有人声称，与自行车相关的执法力度已超过机动车执法力度。这一现象也引发了人们的担忧，认为电动自行车的监管可能更多是基于表面因素，而非实际风险数据。

(来源：唯轮网)



Kent告知州政府， 下个月将解雇64名 工厂工人

近日，Kent 国际公司声称，6月25日起，它位于南卡罗来纳州的美国自行车公司工厂将解雇64名工人。该公司已向南卡罗来纳州提交了裁员通知，称裁员是由于该工厂即将关门。

Kent 董事长阿诺德·卡勒 (Arnold Kamler) 告诉媒体，公司将于6月底因多种原因停产关门，但表示如果未来情况有变，他们愿意重启生产。卡勒表示，该工厂使用了中国制造的零部件和车架，因美国关税政策，该工厂无法在美国组装自行车并盈利。

(来源：美骑网)

捷安特财报警示：美中市场“一降一升”，多战略调整应对全球挑战

从销售数据来看，捷安特2024年年报显示，捷安特在美洲的销售额占公司全球收入的比例大幅度缩水，从2019年的21%降至2024年的8.6%。与之形成强烈反差的是，亚洲销售额占全球总销售额的比例同期从24%跃升至44%。在欧洲市场，捷安特的销售额占比波动相对较小，2019年为37%，2024年为34%。

2024年，捷安特营业收入为712.5亿新台币（约合26亿美元），较上年下降7.4%。不过，捷安特在中国的销售实现增长，公路自行车销售表现尤为突出。但受美国市场销售疲软影响，捷安特预计在国内的销售额将面临更高的汇回税率，这对2024年的净利润产生了一定影响。

捷安特集团在全球多地布局生产基地，在海峡两岸、越南和欧洲均设有自行车和电动自行车生产工厂。面对特朗普政府的关税威胁以及欧洲的反倾销关税，捷安特强调其“跨国生产基地”的优势，并将“缩短供应链”作为战略目标，以降低贸易保护主义带来的影响。公司表示，短期业务计划涵盖完成全球生产布局、投资自动化生产以及加强欧洲短供应链建设。

从研发支出情况来看，捷安特集团在2022年大幅度增加研发支出，与当年营收增长保持同步。此后，随着营收疲软，研发支出相对稳定。2024年，研发支出为14.2亿新台币（约合4700万美元），占公司营收的2%。OTB

(来源：唯轮网)



2025

中国国际自行车展览会 展后报告

Show Report of China Cycle 2025

文 / 中国展组委会



以“新质赋能，共享未来”为主题的第33届中国国际自行车展览会（以下简称“中国展”）于2025年5月5日至8日在上海新国际博览中心隆重举行。本届展会与时俱进，在规模和内容上再次实现突破，为展商、采购商和观展者营造了一个多元且多彩的展示环境。展会服务品质也得到提升，构建了更加完善的国际自行车产业商贸平台。包括央视、新华网在内的国内外主流媒体和行业媒体，对中国展进行了相关报道。



1

展会概况

2025年，在全球经济复苏曲折前行的背景下，中国展继续呈现出稳健的增长态势，国内外观众数量与参展企业数量实现双向增长。下面是本届展会的基本情况。

展览面积

本届展会总面积 16 万^m²，共设 13 个专题展馆。

参展国家及地区

本届中国展参展企业 1 582 家，共计 7 870 个展位，业内头部企业纷纷亮相。其中境外展商 118 家，展位数 670 个，分别来自 25 个国家和地区，包括德国、法国、英国、意大利、捷克、荷兰、丹麦、比利时、挪威、西班牙、葡萄牙、斯洛文尼亚、美国、澳大利亚、新西兰、日本、韩国、以色列、印度尼西亚、印度、巴基斯坦、孟加拉国、斯里兰卡、



中国香港特别行政区、中国台湾地区等。国际品牌纷纷参与中国展，既体现了中国展在全球知名度的不断提升，也为中国两轮产业带来了新的机遇和挑战。

观众数据

本届展会观众总人数为 156 350 人（其中国内观众为 139 818 人，海外观众为 16 532 人），观众总人次达 208 926。

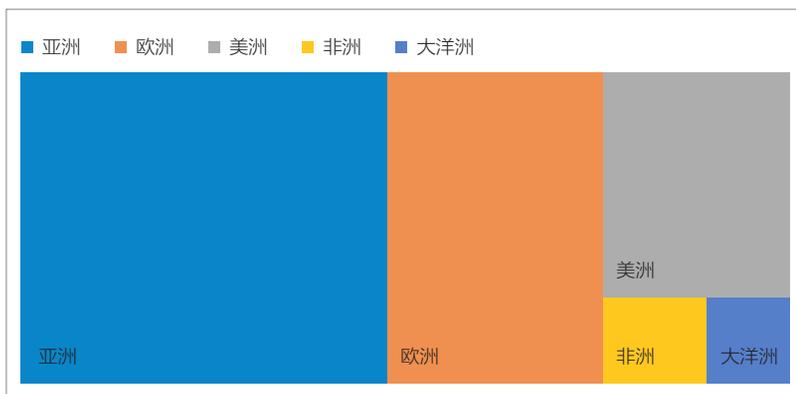
本届展会的采购商和观众分别来自包括海峡两岸暨香港、澳门特别行政区在内的 144 个国家和地区。



2 展会数据分析

海外观众分布

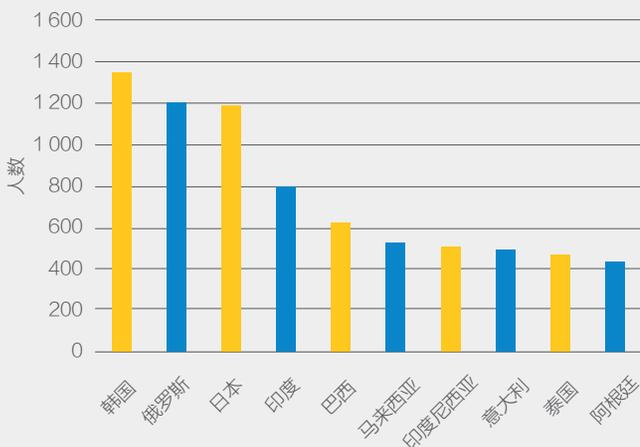
排名	洲别	人数	占比 /%
1	亚洲	7 926	47.94
2	欧洲	4 643	28.09
3	美洲	2 883	17.44
4	非洲	580	3.51
5	大洋洲	500	3.02
	合计	16 532	





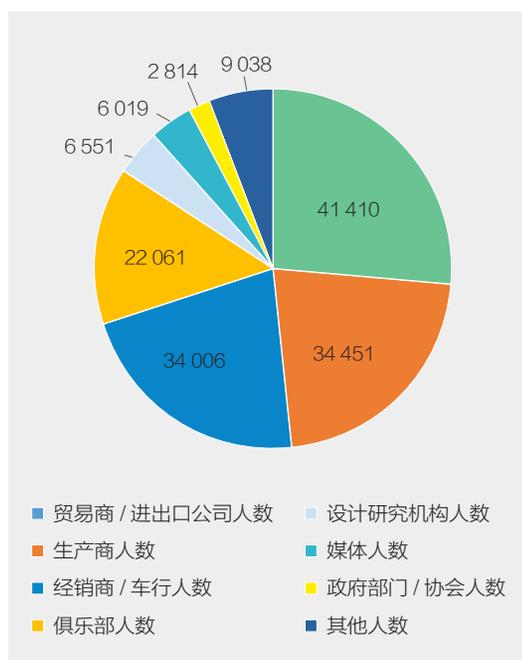
海外观众排前 10 的国家和地区

排名	国家及地区	人数	占比 /%
1	韩国	1 343	8.12
2	俄罗斯	1 207	7.30
3	日本	1 193	7.22
4	印度	800	4.84
5	巴西	613	3.71
6	马来西亚	519	3.14
7	印度尼西亚	505	3.05
8	意大利	486	2.94
9	泰国	468	2.83
10	阿根廷	435	2.63

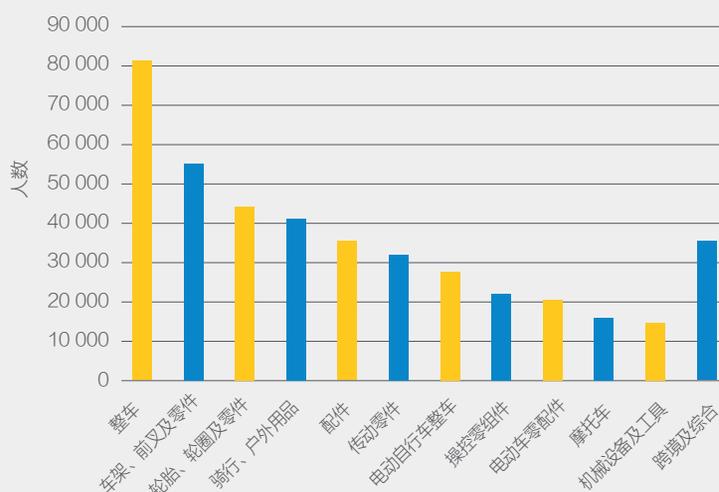


观众业务性质分析

业务性质	人数	占比/%
贸易商 / 进出口公司	41 410	26.49
生产商	34 451	22.03
经销商 / 车行	34 006	21.75
俱乐部	22 061	14.11
设计研究机构	6 551	4.19
媒体	6 019	3.85
政府部门 / 协会	2 814	1.80
其他	9 038	5.78



观众采购兴趣分析



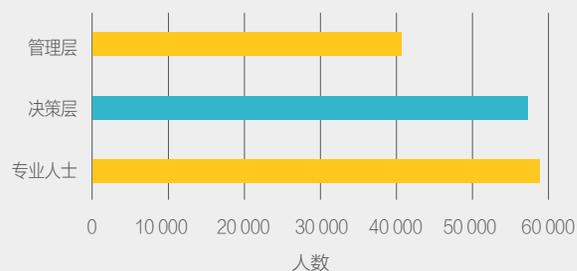
采购兴趣	人数	占比/%
整车	81 600	52.19
车架、前叉及零件	54 985	35.17
轮胎、轮圈及零件	44 172	28.25
骑行、户外用品	41 306	26.42
配件	35 329	22.60
传动零件	31 945	20.43
电动自行车整车	27 601	17.65
操控零组件	22 060	14.11
电动车零配件	20 634	13.20
摩托车	15 853	10.14
机械设备及工具	14 337	9.17
跨境及综合	35 311	22.58

注：数据有重叠



观众采购决策权分析

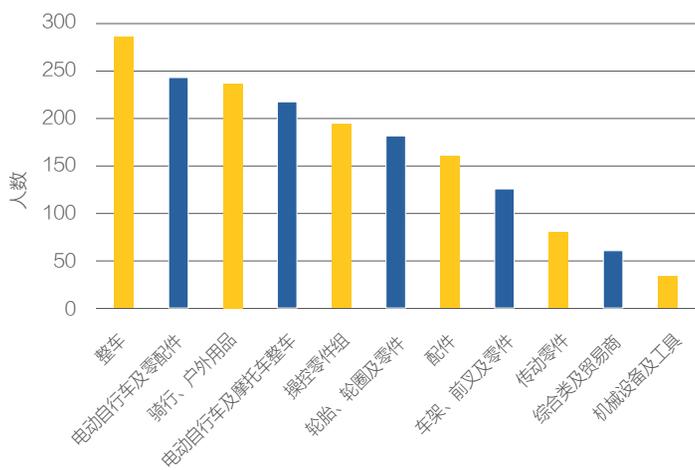
观众职位	人数	占比 /%
专业人士	59 043	37.76
决策层	56 683	36.26
管理层	40 624	25.98



参展企业展品类别分析

展品类别	展商数	比重 /%
整车	288	18.20
电动自行车及零配件	245	15.49
骑行、户外用品	239	15.11
电动自行车及摩托车整车	220	13.91
操控零件组	197	12.45
轮胎、轮圈及零件	183	11.57
配件	162	10.24
车架、前叉及零件	127	8.03
传动零件	83	5.25
综合类及贸易商	60	3.79
机械设备及工具	34	2.15

注：数据有重叠



结语

一年一度的中国展是全球自行车发展的风向标，是自行车企业的盛会，它将为未来中国自行车行业发展指明方向。短短 4 天时间留给我们太多的美好回忆和深入思考。在当今世界不确定因素增多的形势面前，中国展为整个行业注入了信心。

期待明年，再回首、再相聚！OTB

China's Cycling Architects: Breaking the Wind

中国骑行圈的 破风者

文 / 《中国自行车》编辑部



当一群人开始用双脚改变与世界的距离时，改变的从来不只是风景，还有看待世界的方式。

破风者，是一个在自行车赛道上为团队冲破空气阻力、开辟前行的关键角色。

在更广阔的中国骑行圈，也有一群“破风者”，他们以不同的姿态冲破时代的阻力，用技术创新颠覆产业规则，在竞技场改写历史，将骑行变成文化符号，让自行车这项运动真正走进大众生活。他们共同构成了中国骑行生态的“破风一族”，用车轮丈量着这个行业的无限可能。

我们在谈论中国骑行的未来时，实际上是在谈论多种可能性的碰撞：传统制造业与互联网思维的碰撞，竞技体育与大众消费的碰撞，功能主义与生活美学的碰撞。在这个专题中，11位破风者用他们的故事告诉我们——每一次踏板的转动，都

可能引发一场变革；每一道破开的风阻，都在为后来者创造更顺畅的前行之路。

在这里，你会看到碳纤维车架上的技术野心，看到女子车队背后的付出与努力，看到骑行博主镜头里的诗意栖居，更会看到中国社会时代趋势的一个独特切面。因为当一群人开始用双脚改变与世界的距离时，改变的从来不只是风景，还有看待世界的方式。

China's Cycling Architects



产业革新者

当车轮遇见齿轮， 变革开始转动

文 / 《中国自行车》编辑部



从大行折叠车颠覆城市通勤模式，到洛克兄弟打破装备“过度专业化”壁垒，再到森地客把“中国风”带入巴黎博物馆——这群破风者证明：中国骑行的进化，始于对产业基因的重写。他们用技术专利代替价格战，用设计语言解构功能主义，在看似固化的制造业里凿出一条新赛道。在这里，每项创新都在追问：骑行领域的未来是什么？

骑行市场风起云涌， 大行主动出击 ——创始人韩德玮博士 详解破局之道



大行（DAHON）品牌是折叠自行车行业中最具代表性的品牌之一，由韩德玮博士于 1982 年在美国加利福尼亚州创立，旨在通过创新工程技术，创造出可持续的城市出行解决方案。韩博士被誉为“现代折叠自行车之父”，他的发明将现代首个商品化的折叠自行车品牌引入市场，为城市代步开创出新的可能性。

作为拥有 40 多年管理经验的资深业界领导者，韩博士具有非凡的行业洞察力和合作治理经验，凭借丰富的国际经验及行业专业知识，持续推动了大行技术进步和产品创新，确保大行在不断演变的业界保持竞争优势。

技术创新与品牌建设

回顾大行品牌 40 多年的发展历程，韩博士坦言，大行在进入中国市场之初，也曾面临诸多挑战：初期面临折叠自行车认知度低、市场推广成本高的难题；快速成长阶段遭遇山寨品牌冲击、消费者对折叠车耐用性存疑等问题；高端化转型阶段则需应对国际与国内新兴品牌的竞争。

但在韩博士看来，无论市场需求如何变化，核心始终在于用户体验。为了让消费者认可大行高端折叠车的价值，大行强化技术壁垒，如推行“快车道”技术，提高全品类自行车速度；精准定位市场，推出典藏版等碳纤高端车型；通过品牌故事与精准定位用户人群，普及应用场景，利用创始人背书和社群运营增强信任；升级渠道与服务，提供线下体验店和优质售后服务。

“国际化”与“本土化”的平衡

作为蜚声国际的自行车品牌，大行自创立伊始便坚持“全球技术内核 + 本土化适配”的策略，巧妙地实现了平衡。一方面，其核心折叠技术、轻量化设计及专利标准在全球保持统一，确保了品牌的高端调性与品质的一致性；另一方面，针对中国城市通

勤场景需求，大行推出轻便易折叠的车型，优化性价比以满足大众市场，并增设个性化配色选项。在渠道布局上，大行进行线上线下融合布局，借助本土化营销手段 [如社团骑行活动、KOL (关键意见领袖) 合作等] 有效提升品牌知名度。大行品牌既兼顾高端与大众市场，又积极倡导绿色出行理念，凭借专业化团队精准应对市场变化，既维护了全球品牌形象，又深度契合中国消费者的偏好。

针对大行是否有独立研发计划以适应中国市场的问题，韩博士透露，大行一直专注研发，在自行车创新技术、车架材质、智能化功能等方面针对中国市场，不断进行产品迭代与创新。在折叠技术上，大行解决传统单梁折叠车刚性不足的痛点，让骑行更轻松；在车架材质方面，推出多种材质车架，如碳纤维材质，应用于新款车型，兼顾轻量化和强度；在设计上，推出符合中国消费者需求的智能化产品，如智能电助力自行车、符合中国市场需求的折叠自行车、体积小易推行的三折车等。

洞察国内市场， 优化产品策略

韩博士时刻关注着骑行市场的最新动态。他认为，近几年以来，骑行文化的兴起不仅推动了国内市场的发展，还让中国自行车在全球市场占据重要地位。品牌需针对市场变化不断优化产品线，提升用户体验，满足个性化需求，同时加强国际市场布局，

作为蜚声国际的自行车品牌，大行自创立伊始便坚持“全球技术内核+本土化适配”的策略，巧妙地实现了平衡。



提升品牌影响力。为此，大行将产品线细分为五大类别：超卓竞速、时尚个性、户外探索、城市通勤、实用内涵，全面覆盖绝大多数日常骑行场景。例如，城市通勤可选择 LAUNCH D8，休闲社交可选择 K3 PLUS，亲子出行则有大行童车及英伦复古车型 BOARDWALK D10 等多种选择。

韩博士特别指出，中国消费者对“限量款”和“联名款”产品表现出极大的热情。大行在不同时期推出的此类产品，均获得了市场的热烈反响。大行在成立 40 周年之际推出的限量版碳纤维双梁折叠车，在业界掀起轩然大波，供不应求。尤为值得一提的是，近期大行已与国内多家知名企业进行了合作，如与国内童车头部企业优贝发布联名车款、与知名汽车品牌领克合作推出超轻电助力折叠自行车。展望未来，大行计划推出更多本土化设计的特别款产品，以满足消费者日益增长的购买和收藏需求。

保持市场竞争力的制胜秘诀

当前，自行车市场竞争愈发激烈，各大品牌在价格与功能层面展开激烈角逐。如何在确保产品品质的前提下，持续提升市场竞争力，已成为各大品牌亟待解决的关键难题。韩博士指出，唯有不断革新功能、优化用户体验、强化品牌营销、提升售后服务水平，方能在这场竞争中稳操胜券。

大行的竞争优势主要体现在其坚实的技术壁垒与丰富的专利“护城河”、40 余年的折叠车制造经验、资深骑行圈的高度认可，以及多场景应用解决方案的提供。为增强市场竞争力，大行坚持“技术创新”“产品差异化”“内容营销”和“门店升级”等多维度策略。如在技术创新方面，大行推出的“快车道”技术 (DAHON-V)，显著提升了全品类自行车的速度。单梁折叠车通过马甲线及超级下管设计，增强了车架刚性，全面弥补了传统单梁折叠车车架偏软的缺陷。针对公路车，大行不断优化车架设计，有效解决了部分公路车因车架设计不合理容易泄力的问题，大幅度提升了公路车车架的刚性。在门店升级方面，大行通过升级门店形象、配置导购机、加强员工培训等措施，提升了消费者的购物体验，确保了售后服务的无忧。

调整营销模式，加强社群建设

目前，小红书和抖音用户发布的海量骑行 Vlog (视频博客)、装备测评、城市探索等内容，已将自行车从传统的出行工具转变为潮流生活的象征。与此同时，越来越多的人将骑行视作休闲娱乐的重要方式。大行紧随市场趋势，在抖音 (DAHON 大行





大行的竞争优势主要体现在其坚实的技术壁垒与丰富的专利“护城河”、40余年的折叠车制造经验、资深骑行圈的高度认可，以及多场景应用解决方案的提供。

官方旗舰店/DAHON 大行折叠车) 和小红书 (DAHON 大行折叠车) 均设立了官方账号。抖音平台通过短视频形式展示大行自行车轻巧便携、高速安全的特点,并借助直播带货销售自行车系列产品;而在小红书平台,大行则与骑行博主合作,发布“城市骑行路线”“4+2 出行攻略”等内容,着力强化品牌调性。

此外,凭借国内庞大的忠实用户基础,大行线下门店也经常会有组织线下活动,增进骑友间的交流,同时推广骑行文化。大行还积极参与国内知名骑行赛事,进一步拉近与骑行爱好者之间的距离。

面向未来的 可持续发展策略

韩博士对中国骑行市场的未来发展抱有坚定信心。他认为,未来5年中国骑行市场的关键词将包括“电动化”“高端化”“多场景”和“可持续出行”等。大行将持续深耕折叠电助力自行车市场,加大对高端车型(如碳纤维自行车)的技术研发和优化力度,携手更多知名车企共同壮大中国自行车产业,并与头部 KOL 合作推广“一车多用”的多场景应用,积极宣传自行车对绿色环保的深远影响。

在产品方面,大行坚持轻量化设计理念,以降低生产成本和管材消耗;在生产过程中,大行通过精简流程及与绿色供应商合作,实现低碳化生产;在营销活动方面,大行通过组织线下骑行活动,倡导绿色低碳的出行方式,减少碳排放。

载着梦想 骑行向前

——洛克兄弟创始人张新刚的破局之道



在中国骑行文化蓬勃发展的今天，如何洞察市场、创新产品、拓展生态，成为每个品牌面临的课题。洛克兄弟是行业内的探索品牌，其创始人张新刚对此有着深刻的思考与实践。围绕骑行圈的突围与重塑，我们与张总展开了一场深入的对话。

多样场景下的装备设计挑战

中国骑行场景的多样性，对装备设计提出了前所未有的特殊需求。正如张总所指出的，这些需求因骑行环境的不同而各异。在城市骑行中，他强调：“洛克兄弟的产品主要还是以城市休闲舒适通用作为一个主要的考量点。”这是因为城市环境下的骑行更注重日常的便捷与舒适，装备需要自然融入都市生活。

然而，当骑行场景切换到山地越野时，设计重心则发生显著变化。“如果是山地越野的话，我们肯定着重考虑安全防护这一块，安全的保障是洛克兄弟产品差异化的重点。”张总解释道。山地越野环境复杂，潜在风险高，因此装备的安全性能成为设计的重中之重，

必须在材料选择和结构设计上提供可靠的保障。

而对于像长途骑行这样的场景，装备的要求则又有所不同。“像长途骑行的话，我觉得主要还是侧重于装备的耐用性。因为长时间骑行在路上可能半个月甚至一个月，装备需要经受住持续的考验，对耐用性提出了很高的要求。此外，装备的防风防雨等功能性也需要被考量。”张总补充道。长途骑行往往时间跨度长，装备不仅要坚固耐用，还需在不同气候条件下为骑行者提供必要的保护。

面对差异化的场景需求，
洛克兄弟品牌通过材料、结构
或功能创新来回应。





品牌基于
人群真实需求设计产品，
洛克兄弟的很多产品
都朝着舒适与通用方向设计推出。

材料与功能的创新回应

面对这些差异化的场景需求，洛克兄弟品牌通过材料、结构或功能创新来回应。张总表示：“基于刚才讲的这些场景的骑行需求，我们首先要找合适的材料，来满足这些特殊的点。”不同的骑行场景，呼唤着不同的材料解决方案。

“如果是防风防雨，可能需要类似 GORE-TEX 这种既轻薄又防风防水，而又透气的面料。”针对防风防雨的需求，洛克兄弟会选用高性能面料，在保证防护功能的同时，兼顾轻便与透气。

“针对越野场景，装备对材料的选择有着特殊要求。像越野的一些装备，可能需要采用类似于凯夫拉这种耐撕拉、防护性强的材料，同时结合一些如 PE 等既能在高冲击下吸震缓震，又具备轻量化特性的材料。”这是因为越野环境复杂多变，装备既要能抵御外力的冲击，提供强大的防护性能，又必须保持轻量化，以确保骑行的灵活性和持久性。

“基于每种骑行的一些特点，我们会寻找合适的材料做出相应的产品，来适应骑行的需求。”洛克兄弟始终坚持以用户需求为导向，通过材料创新，为不同场景的骑行者提供量身定制的装备。

打破“过度专业化”壁垒，拥抱大众消费者

骑行装备常因过度专业化而劝退大众消费者。对此，张总认为，品牌应该在确保安全性的前提下，更注重产品的通用性和舒适性。“品牌基于人群真实需求设计产品。大多数人骑行以休闲舒适为主，服饰类产品就要注重整体穿着舒适，去除太专业化的设计，保留必备功能。目前，洛克兄弟的很多产品都朝着舒适与通用方向设计推出。”

“我们很多车友会反馈，长途骑行到达目的地后转为徒步时，传统骑行驮包因需手提而很不方便。他们期待驮包兼具背包功能，最好下雨时它还能防水。”基于这些实际需求，洛克兄弟的设计师进行了产品改良。通过拉链设计，洛克兄弟实



现了驮包与背包的快速转换，兼顾了便捷性与舒适性。这款产品最终获得了2025年台北自行车展的创新奖。张总表示，车友的反馈是推动产品迭代升级的重要动力。

联名合作破圈， 拓展客户群体

联名合作不仅能拓展客户群体，还可提高品牌的知名度和影响力。张总介绍，洛克兄弟最近与浙江绿城足球俱乐部进行了联名合作，将推出头盔、水壶、手套3款联名产品。

他认为，这类“非骑行圈”联动对于破圈获客起到了积极的作用。其中，最主要的作用是各自私域的破圈。联名产品会在浙江绿城俱乐部的纪念商品店或线上商城售卖，主要面向浙江绿城俱乐部的粉丝。这些粉丝可能对骑行并不了解，但通过这次联名合作，他们有机会接触到洛克兄弟的产品，从而成为潜在的客户。同时，这些产品也会被放到洛克兄弟的旗舰店和社群中进行售卖，让洛克兄弟的粉丝也能接触到浙江绿城俱乐部的元素，实现两个粉丝群体的相互连接和交换。

通过与不同行业的品牌合作，洛克兄弟能够接触到更多的潜在客户，让更多的人了解骑行文化和骑行装备的重要性。

环保材质与可持续 叙事，吸引新群体

如今，环保材质或模块化可维修设计，成为吸引都市白领等新群体的差异化卖点。张总告诉我们，洛克兄弟现在也在探索这方面的产品开发。最新的一个方向是利用门店维修回收的内胎和外胎，将这些废弃材料与自行车包结合在一起：用内胎做成零钱包，或者用外胎材料制作成骑行的挂包。

“从绿色环保角度来看，消费者会觉得这些废弃材料得到了重新利用，没有对环境造成不良影响。同时，这种产品与骑行结合在一起，具有独特的差异化，消费者会觉得很有新奇感。这符合环保的主题，也是我们在研发过程中比较注重的方向。”

除了内胎和外胎，洛克兄弟还运用了一些杜邦纸，以及环保、可再生或可分解利用的材料。虽然这些产品的成本会比一般产品贵一些，但洛克兄弟并没有争取更高的利润，他们相信消费者也愿意为绿色消费、绿色健康买单。事实上，相当一部分消费群体对这类环保、可持续产品的购买意愿还是很强的。

延伸服务，构建骑行生态

洛克兄弟并未止步于装备制造。张总提出，品牌正以骑行装备为入口，延伸至运动社交 APP、骑行活动等衍生服务，构建骑行生态。例如，码表、功率计等装备的数据将链接至品牌 APP，由 APP 记录并分析骑行数据，让骑行更智能。

APP 不仅是数据平台，还支持线下活动报名、分享，以及品牌主导的骑行打卡积分活动。这些服务旨在提升用户体验和黏性。

张总认为，从“装备品牌”向“骑行生态运营商”转型是自然过程。软件旨在服务骑行运动本身及俱乐部运作，凭借对骑行的深刻理解，结合专业人才开发，只有软硬件结合才能水到渠成。

当然，挑战也不少，如软件开发需专业人才投入，以及要确保软硬件良好结合。但张总坚信，通过努力创新，洛克兄弟定能克服挑战，为骑行者提供更全面的服务，实现品牌价值重塑。

展望未来： 机遇与挑战并存

对于接下来面临的机遇与挑战，张总坦言：“对于洛克兄弟而言，接下来最大的挑战是如何把线下渠道布局好。”

“洛克兄弟从最早做全球骑行全品类产品线上电商，开始往线上线下‘两条腿走路’的模式转型。首先，海外市场的开拓需要品牌投入更多的时间和精力，建立完善的线下渠道体系。其次，我们已从骑行装备配件扩展到整车业务。这提升了产品开发、运动理解及专业性的门槛，对人才的需求也因此变得更具挑战性。”

尽管挑战重重，但洛克兄弟依然充满信心。在张总的带领下，洛克兄弟品牌将继续深耕骑行市场，不断创新，为骑行爱好者提供更加优质的产品和服务，在骑行圈的突围与重塑中书写新的篇章。

从“装备品牌”向“骑行生态运营商”转型是自然过程。张总坚信，通过努力创新，洛克兄弟定能克服挑战，为骑行者提供更全面的服务，实现品牌价值重塑。

从赛道到城市， 让骑行融入生活

——森地客品牌 主理人兰晓燕的探索



当骑行不再局限于竞技赛道，当骑行文化逐渐渗透进日常生活的肌理，一个专业骑行品牌——森地客（SANTIC）——正以其独特的视角，重新定义着骑行装备的边界。森地客品牌主理人兰晓燕，向我们展示了这个专业骑行品牌是如何洞察中国骑行者的需求，并不断创新，将骑行文化融入日常生活。从面料科技到版型优化，从文化融合到环保理念，森地客正将骑行装备从“赛道专属”带入“城市生活”，开启一场破圈之旅。

中国骑行者的多元化需求： 专业与舒适的平衡

中国幅员辽阔，各地骑行者的需求也千差万别。正如兰晓燕所说：“中国地域大，气候和地形差异明显，骑行者对骑行服饰的需求其实挺不一样的。骑行者的需求差异是品牌产品研发的核心考量维度，这直接给森地客做产品提供了更多思路。”

例如，同一个季节，南方湿冷多雨，体感温度低，骑行服就需在防风和透气之间找平衡；出汗后容易黏身，面料还得能快速吸汗排湿。而北方干冷风大，骑行服就要能够锁住体温、挡住寒风。说到骑行鞋，南北人群脚型，脚掌存在一些统计学上的差异，足弓高度也可能有细微差别。森地客这些年一直在收集不同地区的骑行者脚型数据——比如脚长、脚宽、足弓高度这些，用这些真实数据去优化鞋楦设计。这样，车友们不管是宽脚掌，还是高足弓，都能找到更富有包容性的合脚的鞋子。

“产品设计就是从实际出发，把大家的骑行习惯、气候特点和身体差异都算进去，才能做出真正好用的东西。我们通过采集创建国内南北骑行者脚型数据（包括脚长、脚宽、足弓高度等），为鞋楦设计提供量化依据。我们也有个性化私人定制服务，以满足车友多样化、多元化的需求。”兰晓燕介绍道。

从“赛道专属”到“城市生活”：骑行装备的破圈之旅

骑行服和骑行鞋常被视为专业运动装备。如何让它们融入日常生活，是森地客一直在思考的问题。兰晓燕提到：“我们这些年一直在推出轻骑行专业的‘都市户外’系列，这些产品更适合日常通勤，几乎每季都有更新的单品。其实很多喜欢运动的人对这类产品都会复购。这不仅是森地客的破圈尝试，还希望借此让车友们对品牌有更全面、多维的理解。”

例如，森地客注意到传统骑行裤设计过于专业，日常通勤不太方便。于是，森地客将骑行裤拆解成两部分——日常休闲运动短裤 + 可拆卸骑行裤垫。这样，城市通勤族在通勤路上穿它上班没问题，下班后再装上骑行裤垫直接骑车也不耽误。这种“一裤两用”的思路，满足了部分城市通勤族的需求。搭配休闲上衣，也是很不错的体验。森地客希望让专业装备离生活更近一点，让车友们既能应对骑行需求，又不用时刻处于“运动模式”。

文化表达：当中国风遇上骑行服

在文化传承日渐重要的今天，森地客也尝试将中国传统文化元素融入产品设计。以“生辰”骑行服为例，设计并非简单的“仿古风”，而是把中国文化传统纹样和现代运动设计混搭出新意。龙的图案通常不好拿捏，设计师把画面设计得既有古画的水墨意境，又带着运动的愉悦动感。面料依然使用的是环保运动材料，吸湿速干、透气干爽，骑行体验感优良。这件



衣服有幸代表中国非遗当代设计展，远赴巴黎博物馆展出。此时，它早已超越了一件骑行服的范畴，成为了中国传统文化并非尘封典籍的生动象征。它证明了，传统文化完全能够与现代生活、运动场景交融碰撞，绽放出新的活力。“生辰”这件骑行服，就是想让世界看到——中国风，也可以很潮、很实用。



在文化传承日渐重要的今天，森地客也尝试将中国传统文化元素融入产品设计。

用户参与： 一起骑出来的好产品

森地客非常重视用户反馈，并将其作为产品改进的重要依据。“森地客做产品的时候，最看重的一点就是‘大家一起参与设计’。我们不是自己闷头想，而是真的把车友们的意见当回事儿。”兰晓燕强调。

一方面，森地客会定期听取职业车手的建议；另一方面，森地客也建立了“产品体验官”制度，“体验官”由普通车友组成，日常来试穿、试用。职业车手的反馈能帮森地客打磨产品的性能上限，而普通车友的建议则能让森地客发现日常场景里的“隐藏需求”。

“这些反馈会涉及从‘发现问题’到‘做出成品’的完整流程。不是听一听就完事，而是真拿去试、拿去改、拿去做产品。因为我们相信，好产品不是设计师想出来的，而是大家一起骑出来的、聊出来的。”

IP联名：专业与文化的平衡

面对年轻消费群体的需求，森地客也积极尝试与时尚、户外或文化 IP 联名。“现在做品牌很不容易，不只要是在专业的垂直维度上深挖，也要关注周边的多元化变化。尤其是目前新成长起来的 2000 年后出生的一代，他们最看重的是个性、情感共鸣，还有能‘晒’的东西。比如，他们认为买个联名款，不只是穿着好看，更是‘我有、别人没有’的社交货币。而各个品牌 IP 联名与跨界营销已成为当下品牌抢占市场、突破圈层的核心策略之一。”兰晓燕表示。

森地客在 2024 年和好莱坞（HOLLYWOOD）合作，联名推出了产品“星光”主题系列。该系列不光面料和剪裁是按专业标准做的，还特意加了部分“泛用性”周边品类——通勤包、购物包。你通勤用它没问题，逛街也能搭，让专业装备离生活更近一点。兰晓燕认为：“IP 联名不是为了蹭热度，而是真的想让产品既有专业性能，又能跟年轻人的生活方式挂钩。专业是底子，文化是翅膀。”

环保理念：让骑行成为一种绿色选择

可持续理念也已成为森地客产品的重要卖点。“在环保实践层面，森地客始终坚持体系化布局而非单点营销——除了森地客的主品牌将环保面料融入产品研发，2025 年森地客更是推进了全面环保、全品覆盖的骑行潮牌 DIFOS。它的问世，将更加全面地诠释环保理念。另外，森地客还通过与野途网的合作，进行了‘环百城’全国休闲骑游推广活动。该活动以趣味化、场景化的方式，吸引更多非专业人群接触自行车文化。我们相信，只有当骑行从专业运动转化为大众生活方式，才能从消费端与使用端两个维度，真正推动低碳出行习惯的普及，最终实现减少碳排放的长期社会价值。这种‘产品创

新+生活方式引导’的双线模式，正是森地客对环保责任的立体化践行。”兰晓燕介绍道。

“我们的目标是让骑行从‘专业运动’变成‘日常生活方式’。你从来都不需要是职业车手，只要你热爱，骑车上下班、周末郊游也能算‘轻探险’。当骑行逐渐取代开车，环保就不再只是个人的责任，而会成为一种共同的行动习惯。”

科普教育：专业骑行装备的重要性

面对消费者对普通运动服可替代专业骑行装备的误解，森地客也积极通过内容或体验进行科普教育。“从材料角度来看，森地客在产品应用方面具有显著优势。除了与国内外知名骑行面料品牌及裤垫品牌展开深度合作外，森地客还拥有独立的面料实验室和专业的材料研发团队，这是我们产品竞争力的坚实保障。骑行服对面料的要求远高于普通运动面料，因此，诸如超导、速干、抗菌等基础性能无须赘述，我们将重点着墨于创新工艺和材料科技的应用。为了帮助消费者更深入地了解这些创新技术，我们将制作一系列科普视频，详细介绍其背后的科技含量及实际应用体验。”兰晓燕解释道。

“从专业性角度来看，骑行服装在款式设计上有着普通运动服装无法比拟的优势。骑行服追求轻量化和合适的紧身压





森地客将继续布局“骑行+”场景，推出更多功能丰富且兼容性强的产品，推动本土骑行生态从运动向生活方式进化。

缩设计，以最大限度地降低风阻。同时，专业裤垫供应商提供的优质辅料，结合精湛的服装制作工艺，为骑行者在骑行过程中提供了必要的保护，每一处细节都体现着对骑行者的悉心呵护。森地客的产品线细分为竞速版和常规版，以满足不同人群的需求。初入骑行领域的爱好者通常不太适应过于紧身的服装，甚至可能误以为是尺码问题。因此，销售渠道的详细解释和引导就显得尤为重要。”

森地客还经常参与各省市文旅局举办的电竞骑行活动。电竞选手穿着骑行服进行静态动感单车的运动体验，可以更好地体会传统普通体育服装和专业骑行服装带来的冲击式的不同感触，有助于传播骑行运动中骑行装备的重要性。

“骑行+”场景：探索无限可能

森地客的设计师们时刻关注着市场的新趋势，尤其是户外生活方式的潮流变化。森地客近期推出的防水骑行夹克+便携背包组合，就是为了解决“骑行+徒步”这种跨界场景的问题——无论你是要专业骑车、山野徒步还是爬山，这套装备都能撑得住，适合全天候、多地形。

“我们观察欧洲市场很多年，发现国内骑行文化其实也在急速发展并不断改变。以前大家拼速度，现在更多人开始追求‘在路上’的感觉，喜欢探索风景、人文。未来，我们将更关注‘轻户外’场景，但专业性能始终是我们的底线。”兰晓燕说道。

“例如，防水夹克的面料我们用了抗风雨的科技材料，看似是户外软壳，但在剪裁上兼顾骑行时的轻量化和灵活性；背包能快速拆卸，装东西也方便，但背带结构还得扛得住长途负重。不管怎么变化，专业性能要稳住，不然就会变成‘四不像’。”

“我们的目标是让产品既实用又能适应各种场景。一件夹克、一条裤子，合适的季节穿上可休闲骑行、可徒步，甚至周末去郊游也能穿。这种‘一物多用’的设计，其实就是为了骑行装备离生活更近一点——别让装备限制你的玩法，应该是帮你想办法。”兰晓燕表示。森地客将继续布局“骑行+”场景，推出更多功能丰富且兼容性强的产品，推动本土骑行生态从运动向生活方式进化。

森地客正以其专业的态度、创新的精神和对骑行文化的深刻理解，引领着骑行装备行业的发展，让骑行文化融入更多人的生活，探索无限可能。

竞技突围者 摔车后的伤疤， 是另一种奖章

文 / 《中国自行车》编辑部



凤凰车队带着国货标签冲击世巡赛，刘冉为女子组别劈开生存空间，喜德盛车队打破行业桎梏，以全华班阵容征战赛场。他们的故事里没有“虽败犹荣”，只有“必须赢”。当五星红旗在海外赛道升起时，这些破风者让世界看清：中国骑行的速度，早已摆脱了过去的局限。那些被汗水浸透的队服下，包裹着改变游戏规则野心。

用自行车书写中国速度， 一位冠军车手的 30 年热血征程 ——凤凰菲尼仕-SCOM- 恒翔洲际车队经理李富玉的逐梦之路



李富玉身上,有好几个“头衔”:凤凰菲尼仕-SCOM-恒翔洲际车队经理、中国公路自行车界“第一人”、2届全运会男子公路自行车冠军、中国第一位获得奥运会男子公路自行车入场券选手……这些“头衔”,现在都沉淀成训练场上的“李教练”。从孤独冲刺的运动员,到带领车队破风的教练,李富玉用简单的话语概括这段旅程:为中国人而战,为中国的自行车而战。

从跑道到赛道的华丽转身

山东省体育训练基地的跑道,曾经是李富玉最熟悉的场地。“我原来是一名中长跑运动员,后转项到自行车。差不多在进入山东省队后的1年时间内我就进入了山地自行车国家队。当时成绩进步很快,我决定成为一名山地车手。”习以为常的笔直的跑道,就这样迎来了“转弯”。

这个从田径场转项的少年,仅用1年时间就从省队冲进了山地自行车国家队,后来又代表中国参加国际比赛。“在欧洲赛场赢得比赛之后,我得到了欧洲观众的认可和尊重,并被美国探索频道职业洲际队注意到。他们对出现在欧洲赛场上的中国运动员非常关注,这是我认为最‘高光’的时刻。在过去30多年的自行车运动生涯中,我经历了很多常人无法想象的事,但是从未想过放弃。对于这项运动,我的理解和感知已经远远超越了热爱,深深扎根在我的血脉深处。”

李富玉

是中国第一个加入环法顶级车队的中国人，
也是第一个为中国拿到公路自行车奥运会入场券的车手。
在海外的这些经历，
对他后来管理车队产生至关重要的影响。

从破风手到领骑人

李富玉是中国第一个加入环法顶级车队（探索频道职业洲际队）的中国人，也是第一个为中国拿到公路自行车奥运会入场券的车手。在海外的这些经历，对他后来管理车队产生至关重要的影响。

他在带领车队时有两个关键目标：“突破”和“引领”。“突破”就是希望我所培养的中国运动员们，拿到所有比赛的第一。我也曾带领山东队拿到无数的全国公路赛金牌和3届全运会的2金1银。在职业赛场上，我刷新了国内外职业比赛的中国人最好战绩，我带领的恒翔洲际队及队员，多次获得亚洲最佳车队、亚洲最佳车手、大中华最佳车手称号。‘引领’则是希望带领中国车手走一条正确的道路。”

在国家的经验让李富玉明白只有强者才会被尊重。他在2010年成立了恒翔洲际队，带领一群中国车手驰骋国内外的职业赛场，取得了优异的成绩，充分证明了中国运动员丝毫不逊色于欧美选手。在国际职业公路车比赛中，中国选手完全有能力登上领奖台。

“当教练比当运动员累10倍。”李富玉说，“以前只要管好自己就行，现在要操心整个团队，从训练计划到队员的心理状态都要管。”但最让他感到欣慰的是，弟子们拿到全运会金牌的时间，比他当年缩短了整整9年。“我带的一个队员，3年就拿到了全运会金牌。看到他站上领奖台，我比自己夺冠还激动。”

李富玉把在欧洲学到的经验都用在恒翔洲际队。“目前，我们的队员来自7个国家。在此之前，我们也曾与更多的国际车手合作过。在恒翔这个国际化氛围浓厚的平台上，我们经常交流碰撞出与众不同的火花，每一位运动员的职业经历都为我们贡献出新的思路。我自己的运动员生涯和执教经历也浸润在这样的环境中，并且在我所有经历中，最宝贵的经验是‘成功的经验’，以及‘如何成功的经验’。基于这样的环境和思维，我们共同为恒翔训练体系奠定了深厚的基础。我相信从恒翔出去的每一位车手都会在职业道路和运动生涯中受益于此。”





中国自行车的新赛道

“中国自行车运动最大的逆风是什么？”面对这个问题，李富玉的回答是：“是认知差距。很多人觉得自行车就是代步工具，不理解它的竞技魅力。好在现在有像凤凰这样的品牌愿意长期投入。他们不仅提供资金支持，更重要的是还理解这项运动的规律。”

李富玉还介绍了车队有关年轻运动员的训练与培养：“我们的青训（即年轻运动员的培养和训练）与传统体校区别较大。车队有自己建立的青训体系，我们借鉴和引进了很多国外的训练体系和体能方案。结合国内的地貌条件和基地支持，我们也在做很多适应本土的国际化青训模式探索。目前，青训体系提供有偿服务，只招收12岁至18岁的青少年运动员。”他常对年轻车手说：“跟对教练，踏实训练，谦逊做人。”这是李富玉在探索频道车队学到的最宝贵的经验。

破风者的哲学

“自行车运动教会我最重要的事，就是如何与风共处。”李富玉说，“逆风时要学会低头坚持，顺风时要懂得抓住时机。2006年在探索频道车队时，我问经理怎样才能取得好成绩。他只说了一句话——Cycling is not easy（自行车没有捷径）。这句话我一直记到现在。”

对于未来，李富玉的目标依然清晰：“我们要让中国国歌在欧洲赛场响起。这不是空话，我们正在一步步实现它。”





既然缺少机会，
那就创造机会，
如果赛道是自己的，
那么机会也可以
由自己去创造。

破风者的征程： 女子力量车队经理刘冉， 定义“她”力量

3岁那年，父亲送给刘冉一辆儿童自行车，并且在往后的生活里为她准备了适合每个年龄段的自行车。从此，两个轮子成了她生命中不可分割的部分。小女孩在城市里骑着自行车灵活穿梭，像一阵自由的风。家人常说，她有天赋。这份天赋在13岁那年也被体校教练发现，从此，她的生活轨迹彻底改变。

进入深圳自行车队后，刘冉的天赋迅速转化为实力。仅仅训练一年，她就在人生第一场商业比赛中夺冠。胜利接踵而至，冠军的印记一次次烙在她的履历上，但真正的考验还在后面。

夺金与思考

2018 斯柯达 Heros 环上海滴水湖站比赛，成为刘冉职业生涯的高光时刻。团队的配合让她带伤获得了女子组冠军，这是胜利，也是自我累积和实力的证明。女子骑行同样可以激烈、精彩，值得瞩目。

在 2019 年自行车世锦赛上，她第一次真正意识到中国女子骑行与世界顶尖水平的差距。“我们缺的不是努力，而是机会。”她说，“国外的女车手可以自由参赛，国内的专业车手只能参加体制内比赛。”既然缺少机会，那就创造机会，如果赛道是自己的，那么机会也可以由自己去创造。

破风者的觉醒

2010—2016年，刘冉都是以自行车女运动员身份参加单人项目。“我希望可以拥有与男子一样的赛事体验，把女运动员们的力量集结起来。”刘冉在2017年创办了女子力量车队（Girl Power）。那一年是国内女子车队成立的元年，她的目标是做一支10年的女子车队。

刘冉的职业生涯几乎涵盖了自行车运动的所有项目——公路车、场地车、山地车、BMX小轮车。这种罕见的“多栖”经历，让她比任何人都更了解骑行的本质。“山地车的下坡技术能提升公路赛的控车能力，BMX的爆发力对冲刺有帮助。”她解释道。于是，她将这套“交叉训练法”引入车队，培养出一批技术全面的选手。2024年，18岁的队员王萌在千岛湖公路自行车赛上夺冠，用的正是改良自山地车的技术。看着她站上领奖台，刘冉比自己拿冠军还要激动。

女子车队的商业破局

竞技体育的辉煌背后，也是残酷的现实。女子车队如何生存？刘冉自己去寻找答案。

女子力量车队不仅为每位签约车手制定职业规划，拓展她们的职业道路，还致力于打造车队自身的IP，以实现流量的有效转化。车队积极开发企业定制赛事，同时在运营社交媒体平台方面，成效显著——仅半年时间，其抖音粉丝数便突破了50万。

更重要的是，刘冉为队员搭建了一套完整的职业保障体系——基础工资+赛事奖金+商业分成，以确保她们不必为生计发愁；退役后，她们可以转型为教练、解说员，甚至进入管理层。“我不想再看到有天赋的女孩因为现实问题离开赛场。”她说。



如今，“女子力量车队”已经走到第9个年头。刘冉的野心不止于此，她启动了“鹰巢计划”，从全国选拔苗子，用最严苛的训练筛选未来的冠军。车队之星会有的，“下一个刘冉”也会有的，但刘冉更希望能通过选拔，选出比她更优秀的选手。

未来3年，她的目标更加清晰：建立从少年队到职业队的完整梯队，打造自主IP赛事，孵化“奖牌选手+流量选手”的双赛道，最终实现女子车队的盈亏平衡。“破风者的使命，不仅是自己冲线，”她说，“还是为后来者降低风险。”

从初遇刘冉到采访画上句点，这期间，刘冉辗转于上海、北京，还远赴蒙古。无论是在奔波的路上，还是面对自行车时，那份特别的缘分从未停止过。“科学训练，相信自己。”这是她给年轻车手的建议。刘冉还告诉女孩子们，成功没有秘诀，不过是摔倒了再爬起来，受伤了就花时间恢复。女子骑行的路还很长，但至少，刘冉已经让女孩子们的“车轮”转动起来了。

“破风者的使命，
不仅是自己冲线，
还是为后来者降低风阻。”
女子骑行的路还很长，
但至少，刘冉已经让女孩子们的车轮转动起来了。



轮轳之下，破界之声

——喜德盛车队队长邹波的“破圈”观察

当自行车的轮子滚滚向前，碾过的不只是路面的尘土，更是一个圈层与另一个圈层的边界。在中国骑行运动日益蓬勃的当下，如何让这项充满激情与挑战的运动真正“破圈”，走进更广阔的世界，成为每一位从业者思考的课题。近日，我们与喜德盛车队——一支走在前沿的队伍——的队长邹波进行了深入交流。他眼中的骑行圈，既有国际赛场上的仰望星空，也有本土土壤里的脚踏实地。

国际赛场： 我们的短板在系统性支撑

谈及中国职业车队在国际顶级赛事，如环法、世锦赛等舞台上的表现，邹波队长坦言：“我们仍处于追赶者的位置。”这背后，短板并非单一维度。他强调，中国自行车运动向外走，绝不仅仅是车手个人去国外参赛那么简单。以喜德盛车队的实践来看，公路车骑行是一项高度依赖团队协作的运动，运动员成绩的取得，是背后一个极其专业化的团队系统性保障的结果。这涵盖了队员日常训练的科学规划、赛前训练营的精心组织，乃至运动营养的精准调配、运动损伤的及时处理等方方面面。这些系统性的完善，绝非一日之功，

它需要一支真正专业的中国本土团队，与运动员并肩作战，在世界赛场上同步成长。仅仅关注选手的体能上限或战术素养，而忽略了这种全方位的支撑体系，无异于缘木求鱼。

训练模式：平衡外训与内训

在训练模式上，业界常见的“欧洲外训+国内拉练”虽被许多车队采用，但其高昂的成本和对本土车手适配性的疑问，也促使喜德盛车队开始探索更具本土特色的科学训练体系。邹波认为，欧洲外训的价值，不仅在于让运动员在异国他乡学习、积累经验，还在于带着中国的品牌走向国际化，让中国自行车真正成为世界自行车大家庭

XDS CHINA TEAM

X SS25

喜德盛中国车队

XDS CHINA TEAM

ZOU BO

邹波

队长



XDS 喜德盛
NOVATEC



中不可或缺的一份子——这才是外训更深层次的意义。与此同时，在国内深耕，建立青训项目，则是一种以更低成本发掘和培养本土人才的有效途径。如何巧妙地平衡高效的外训与内训，让两者相辅相成，共同提升，是车队未来发展的重要方向。

商业策略：新媒体塑造形象

喜德盛车队深知，在竞争激烈的商业环境中，争取赞助商的支持至关重要。他们不再仅仅依赖传统的商业推广模式，而是主动出击，通过短视频、训练直播等多种新媒体手段，塑造职业车手作为“极限运动员”的形象，提升关注度，吸引赞助商的目光。车队运营着自己的微信公众号、抖音和小红书账号，精心制作内容，记录车手们进行高强度间歇训练的汗水、在复杂地形中展现的骑行技巧，以及比赛场上瞬息万变的激烈角逐。他们还尝试为训练过程、比赛片段配上动感音乐和紧张解说，极大增强了视频的观赏性。训练直播也成为一种非常有效的互动方式。定期进行车手日常训练直播，让观众能够近距离“围观”车手们的艰苦付出。车手们也会在直播中分享自己的训练心得、饮食计划等，拉近与“粉丝”的距离，让他们感受到职业车手背后不为人知的努力与坚持。

技术突破：深度研发合作

邹队长介绍，在商业策略之外，喜德盛车队也在积极寻求技术上的突破。他们与国内领先的运动品牌喜德盛深度合作，联合研发定制化装备。例如，针对爬坡型车手的需求，他们共同设计超轻量化、高刚性的碳纤维车架。这种深度研发合作不仅提升了车队自身的竞争力，还在赛场上为国产竞赛级产品赢得了声誉。

邹波队长坦言：“我们仍处于追赶者的位置。”专业化的系统性保障的完善，绝非一日之功，它需要一支真正专业的中国本土团队，与运动员并肩作战，在世界赛场上同步成长。



破圈优先：培养本土明星车手

面对公众对竞技骑行仍停留在“骑游”层面认知的挑战，车队正通过内容创新，努力塑造职业车手作为“极限运动员”的形象，提升这项运动在大众心中的专业度和关注度。当被问及在培养本土明星车手、打造标志性赛事 IP 或建立数据驱动的战术中台中，哪一项是车队优先押注的突破方向时，邹队长的答案十分明确：培养本土明星车手。

自成立以来，喜德盛车队始终保持着全华班的阵容。在 2024 赛季，车队取得了令人瞩目的成绩：全年参赛 42 站，共斩获 28 个“领奖台”，其中包括 8 个冠军、10 个亚军和 10 个季军，并两次接受 CCTV 的采访。尤其值得一提的是，近年来有不少国外高水平车手来到国内寻求发展。在这样的背景下，喜德盛车队坚持全华班阵容并取得如此佳绩，实属不易。

邹波介绍，步入 2025 赛季，车队继续以全华班阵容征战赛场。核心阵容由他本人领衔，包括冲刺主将萧世鑫、爬坡手陈玄晔，以及冲刺手黄京、薛超华，还有全能辅助黄广鸿和葛圣楠。7 位队员都拥有丰富的赛场经验，各具专长，无论是考验爆发力的平路冲刺，还是挑战耐力的山地爬坡，他们都怀有充足的信心。



邹波表示，坚持全华班并非仅仅为了提升中国自行车运动员的水平，更深层次的目标，还希望通过车队取得佳绩的实例，号召并引领更多国内热爱自行车运动的年轻人。他们希望展示中国车手即使在国际化的赛场上，也能凭借实力赢得荣誉，从而点燃更多年轻人的运动热情，激发国内更广泛的自行车运动氛围。

前路展望： 破界之声渐清晰

轮辙之下，这破界之声，正愈发清晰。从完善团队保障体系到精心培养本土明星，中国骑行圈正在尝试多维度、深层次的突破。这不仅关乎竞技成绩的提升，还关乎将这项运动深深植根于本土文化，让更多人在轮转之间，感受到速度与激情，共同见证中国骑行圈的无限可能。这不仅是中国骑行圈的征程，还是整个行业、整个社会对健康、活力生活方式的共同追求。在这条路上，每一步都坚实，每一次轮转都充满希望。

文化重构者 当骑行成为城市的新语法

文 / 《中国自行车》编辑部



崔克用“Project One”定制系统让自行车成为移动的个人美术馆，将环法黄衫的竞技荣耀转化为都市骑行者的身份勋章；Re而意则用“骑行主题第三空间”重构人与城市的关系，让咖啡香与链条声组成现代生活的复调。他们共同证明：当代骑行文化的终极命题，不是征服多少公里，而是如何让两个轮子承载更多精神价值。它可能是崔克车友会里的科技极客社群，也可能是Re而意庭院中自行车与当代艺术的对话。在这里，每辆车都是文化转译的媒介，将竞技场的热血翻译成街头的生活诗。

崔克中国总经理许伟端： 重构骑行文化的语法书

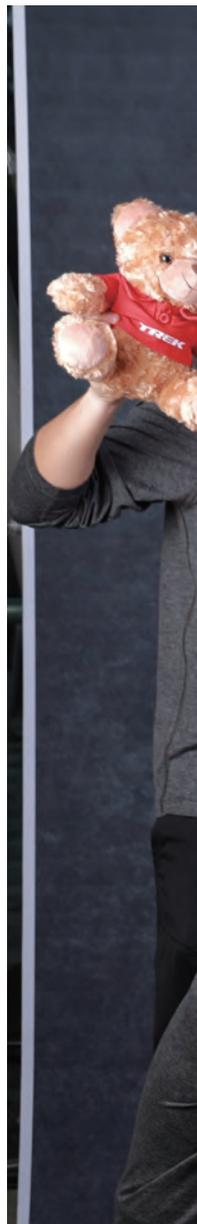
北京国子监街的黄昏，许伟端从碳纤维车架与青砖灰瓦的碰撞中，看见崔克中国解构这座城市的方式——重塑骑行文化。他用骑行去了解城市，享受齿轮与城市呼吸的共鸣：“顶级战车不该只在赛道上闪光，更要融入中国街巷的烟火。”

当美式硬核遇上东方烟火

时间回溯至 2005 年，崔克初入中国市场。彼时，中国是名副其实的“自行车王国”，保有量惊人，但绝大多数自行车是满足基本通勤需求的代步工具。市场对“运动自行车”的概念几乎空白，对动辄上万元的高端自行车的价值充满疑惑。“为什么自行车比摩托车还贵？”这是崔克团队当时最常面对的问题。最大的挑战，源于深层次的市场认知差异和骑行基础设施的匮乏。自行车在人们心中，尚未与运动、休闲或生活方式产生强关联。

面对这片亟待开垦的土壤，崔克并未选择生硬地灌输竞技文化，而是采取了“教育先行”与“场景创造”的双轨策略。他们在北上广深等核心城市开设旗舰店，但这些门店的功能远不止销售。店内引入了专业的 Bike Fitting（骑行姿态拟合）服务，让消费者亲身体验人车合一的精密与舒适，理解高端自行车如何提升骑行效率、减少劳损，从而感知其超越代步工具的价值。由此，旗舰店化身成为“骑行知识课堂”和“文化体验空间”。

同时，崔克积极联合政府与相关机构，参与规划和推动城市骑行绿道的建设，例如上海浦江绿道等项目。此外，公司持续打造 TREK 100 公益骑行赛这一标志性 IP。该赛事巧妙地将竞技元素与休闲、社交、公益融合，逐步构建起用户对高端自行车的深度体验认知。通过创设丰富的骑行场景，崔克使消费者意识到，一辆性能卓越的自行车，不仅是探索城市隐秘角落、拓展生活半径的有效工具，还是连接自然与社群的有效载体。崔克中国总经理许伟端说：“我们引入的不只





是产品，更是一种被遗忘的生活方式——用双轮重新探索城市与自然。”这正契合了一个理念：骑行文化的终极命题，在于让两个轮子承载超越位移的精神价值。

移动美术馆与身份勋章

Project One（编者注：意为“第一项目”），作为崔克标志性的定制系统，赋予了自行车前所未有的文化表达力，使其成为“移动的个人美术馆”。这恰恰是崔克作为“文化重塑者”的核心密码之一。

Project One 系统将崔克引以为傲的全球顶级技术——如用于航天领域的 OCLV 碳纤维工艺和提升舒适性的 IsoFlow 减震系统——作为坚实的基石。而在

此之上，它提供了极其丰富的个性化定制选项，尤其是深具本土文化意蕴的美学表达。

通过 Project One，每一位崔克车主都成为自己“移动美术馆”的策展人。科技爱好者可能选择充满未来感的荧光涂装和顶级电子变速套件，艺术鉴赏家或许偏爱素雅的水墨纹路和手工皮具配件，都市时尚达人则可能钟情于大胆的撞色设计。车架宛如一块独特的画布，每一次骑行都是一场流动的展览，无声地展现着车主的个性、品位和生活态度。许伟端强调：“拒绝流水线的冰冷。Project One 是崔克递给中国骑行者的笔，邀请他们书写自己的美学宣言。”

构建骑行文化的生态部落

骑行文化的生命力，根植于人与人的连接。崔克社群的核心魅力在于其独特的“共生性”——“硬核科技”与“生活诗性”在此交融，形成强大的凝聚力。

崔克的门店，早已超越了单纯的零售场所，转型为城市中重要的“骑行文化策源地”和“社群枢纽”。在北京 798 艺术区的旗舰店，崔克曾举办“碳纤维的艺术”主题展览，探讨尖端材料科技与设计美学的碰撞；在上海新天地，则组织过“复古骑行改装夜”，让经典设计与现代工艺对话。门店的技师不仅是解决机械问题的专家，还是骑行文化的传播者；店长则如同社群活动的策划师，精心组织每周的“夜骑长安街”“滨江晨骑”等活动，将骑行爱好者紧密联结。许伟端也时常参与其中，分享其曾经身为职业车手的经历与洞察。

齿轮的咬合声、刹车的轻鸣声，这些机械的韵律，在社群的互动中奇妙地转化为思想碰撞的序曲。这个由工程师、艺术家、企业家、普通上班族共同组成的多元社群，是崔克骑行文化在中国土壤上自然生长出的独特生态，它让骑行从个人爱好升华为一种共享的文化认同和生活方式。

从2005年的“拓荒者”，
到如今中国高端骑行文化的重要塑造者，
崔克中国在许伟端的引领下，
其发展历程本质上是一场关于文化转译的深度实践。





跨界共生与可持续未来： 融入城市生活图景

崔克的文化重塑之路并未止步于产品与社群。为了更深入地融入中国新兴的生活方式图景，崔克积极展开跨界合作，拓展骑行的外延和内涵。在社交媒体营销上，崔克敏锐地捕捉到小红书、抖音等平台带来的“破圈”效应。骑行正从一种硬核的专业运动，转变为一种潮流生活方式标签。崔克加大传播力度，发起如“城市漫游计划”“骑行盲盒计划”等活动，鼓励用户分享“骑行+咖啡馆”“骑行+露营”“骑行+艺术展”的混搭体验。这些内容不再是单向的品牌宣传，而是与用户共创，展现骑行如何成为串联城市碎片化生活、探索文化地标的新风尚。真实的客户体验成为最有力的品牌叙事。

面向未来，可持续性成为骑行文化不可或缺的维度，也承载着重要的精神价值。崔克中国积极践行这一使命。在产品层面，崔克中国推行旧车架回收计划，让退役的碳纤维材料获得新生，用于制造新车型，实践循环经济理念。在技术层面，崔克中国的目标是在2030年将碳足迹可视化技术应用于产品，让用户的每一次骑行所减少的碳排放都能被清晰感知和量化，成为一枚枚值得展示的“绿色勋章”。这不仅是环保责任，还是骑行文化内涵的重要升华——选择骑行，本身就是一种对环境友好的生活态度。

从2005年的“拓荒者”，到如今中国高端骑行文化的重要塑造者，崔克中国在许伟端的引领下，其发展历程本质上是一场关于文化转译的深度实践。他们成功地将源自西方竞技赛场的速度激情、顶尖科技与性能追求，与中国深厚的文化底蕴及当代都市人群对个性表达、社群归属、健康生活、绿色环保的多元渴望相融合。

许伟端，这位曾经的职业山地车手，如今的品牌掌舵者，其角色始终是一位敏锐的“文化转译者”。他用崔克的故事证明，当两个轮子被赋予超越通勤和运动的意义，成为表达自我、连接社群、探索城市、践行可持续的媒介时，它们便真正转动起一个时代的文化脉搏。崔克在中国的车轮，不仅丈量着道路的距离，还持续描绘着骑行文化在这片古老而崭新土地上不断丰富的内涵与未来。





在中国推广骑行文化，罗园认为不能简单复制欧美或日本模式。Re而意创造性地将骑行与中国人的社交习惯结合在一起。

罗园： 构建骑行文化的造梦者

2017年的北京，当大多数自行车店还分布在街角巷尾时，一家名为“Re而意”的空间在三里屯悄然开幕。这里不像传统意义上的车店：钛合金自行车旁摆放着手冲咖啡器具，骑行服与小众杂志共处一室，落地窗外是精心设计的自行车停靠区。Re而意创始人罗园站在光影交错之中，正在实践一个当时看来近乎乌托邦的想法：让骑行成为都市生活方式的入口。

商业理性的浪漫转身

“我们原本只是研究城市发展与商业规律。”罗园是资深商业设计师，她与丈夫，同时也是Re而意创始人菅根史郎曾深度参与多个城市更新项目，却在2014年遭遇转折：长期超负荷工作让菅根的健康亮起红灯，体重暴跌至危险值。然后通过骑行体验，两人找到了生活乃至事业的新方向：“半年后，他的体能、睡眠甚至精神状态都焕然一新。很多事情只有经历过之后，你才会有意识要去改变一种不良的状态。”

这段个人经历恰逢他们对城市出行的研究进入“深水区”。翻阅了许多研究资料后他们发现，关于骑行，数据不会说谎：哥本哈根通过约385 km 隔离自行车道与26条自行车高速路网络，将骑行通勤比例提升至44%以上，成为全球低碳经济的典范；巴黎推行“15 min 城市”后，沿街商铺营业额提升27%。21世纪的城市或许需要自行车这样的“解药”。2014年，他们决定将学术研究变为商业实践，耗时3年打磨出Re而意的雏形。





而意
Riding is Living

第三空间的设计哲学

Re 而意的空间首先打破的是人们对自行车店的刻板印象。这里没有机油味弥漫的维修区，没有堆满零件的货架，取而代之的是一种将陈列、互动与餐饮融为一体的精致感。罗园将这种设计理念称为“无痕渗透”——让骑行文化自然地融入都市生活场景，而非刻意强调其存在。

空间的每一处细节都经过精心考量。落地窗的弧度与自行车轮的曲线相得益彰；咖啡区的桌椅高度经过特殊调整，让穿着骑行裤的顾客也能舒适就座；背景音乐的音量可以控制，以确保顾客交谈时不必提高嗓门。这种对细节的执着源于罗园对于空间布局的思考。“在欧洲，最好的自行车店往往让人感觉不像车店，而是一个让人愿意停留的地方。”



墙面上悬挂的不是产品海报，而是一幅幅城市骑行地图。北京胡同里的隐秘咖啡馆、上海梧桐区的最佳摄影点、成都巷弄里的地道小吃店……这些由用户自发标注的路线图构成了 Re 而意最独特的装饰。

钛合金里的东方智慧

“钛合金不是材料选择，是生活宣言。”罗园在介绍 Re 而意的自行车时说道。Re 而意自行车的独特之处，在于它巧妙地融合了东西方的智慧：它针对亚洲人的体态特征，将把立缩短了 2 cm，并调大了座管角度 3°，让骑行更舒适。考虑到中国复杂多变的路况，它还采用了防刺胎技术，能将爆胎风险降低 70%，以确保出行无忧。此外，车架上还刻着“轻如羽，韧如竹”的字样，这既是对产品特性的描述，也蕴含着东方哲学的韵味，是文化的一种表达。

当碳纤维成为行业图腾时，Re 而意选择用钛合金与钢架实现自行车材质的多元价值。在米兰，老绅士骑钢架车赴歌剧院；在京都，主妇用钛合金车接送孩子。自行车不该只有竞速面孔。在 2023 年格兰芬多赛事中，钛合金车队在全碳纤维阵营中荣获第 8 名，证明性能与舒适可共存。

骑行文化的本土化实践

在中国推广骑行文化，罗园认为不能简单复制欧美或日本模式。Re 而意创造性地将骑行与中国人的社交习惯结合在一起。他们发现，单纯组织骑行活动很难持续吸引上班族，但“骑行 + 探店”“骑行 + 摄影”的组合却大受欢迎。于是，周末的骑行活动变成了一场场城市探索：在胡同里寻找最好喝的豆汁，在外滩记录不同时代的建筑光影，甚至组织“骑行读书会”，在公园里边骑边讨论。这种“轻骑行”模式让参与者的复购率逐步上升，受欢迎程度甚至超过了原始的俱乐部活动模式。

“真正的本土化不是降低标准，而是找到适合的切入点。”Re 而意用一套租车系统拓宽了品牌的服务门槛。“顾客可异地取还车辆，甚至预订各个城市门店的公路车。自行车让多巴胺分泌快，但单价阻碍体验。租赁让更多人先感受自由，再决定热爱。”罗园说。

完成采访后的第二天，罗园从上海飞抵北京。在 6 月 7 日的暮色中，Re 而意大吉巷新店门前聚集了上百位骑行者。胡同墙面的光影装置将车轮轨迹投射在地面，这是 Re 而意团队为北京定制的“胡同语言”。

“终于有了真正属于北京的 Re 而意。”罗园在朋友圈感叹道。大吉巷店开业当天漫天彩霞铺满天际，橘红色的光晕染在胡同的砖墙上，骑行者的影子被拉长成长长的直线，与车轮的轨迹平行延伸……

跨界传播者

一个人骑得快， 一群人骑得远

文 / 《中国自行车》编辑部



歌者江映蓉把粉丝狂欢变成骑行嘉年华，捷安特社群的崔崔让200多名会员的骑行轨迹遍布长三角，博主沈慧的骑行vlog（视频博客）让通勤族重拾车把。这些破风者最懂：骑行的终极魅力，在于创造人与人的化学反应。当他们把孤独的运动变成集体仪式，每个参与者都成了故事的作者。



江映蓉： 在速度的裂隙中重塑自我， 一位歌者的肉身哲学 与时代隐喻

在北京凌晨3点的长安街上，碳纤维轮组切割着空旷的街道。江映蓉俯身握紧车把，耳畔风声呼啸而过。这并非舞台设计的追光效果，而是她逃离艺人身份的秘密仪式。当娱乐工业将歌手异化为流量符号，她选择用骑行重建身体与世界的原始连接：“在车上，一切是真实的，风声是真实的，我重新看到了希望。”

从海口到上海2700 km的苦行，成为一场存在主义实验。晒脱皮的肩背、磨出血的坐骨结节、中暑的眩晕，这些都让江映蓉触摸到生命粗粝的质感。“骑行是唯一让我停止表演的运动，”她说，“车轮转动多少圈，我就撕掉多少层社会标签。”

当女歌手握住车闸

“请系好安全带，本次航班即将穿越湍流。”空乘的提示音在江映蓉耳边幻化成变速器的咔嚓声。她正在研究骑行速度的隐喻学：流行音乐追求3 min极致的速食美学，而骑行需要持续8 h的稳定功率输出；舞台表演崇尚当下的激情，而下坡时握闸的克制才是生存法则。

这种悖论延伸至江映蓉事业的拓展。在骑行综艺《滚动的诗》中，她消解竞技叙事：镜头展示队友因高原反应呕吐的狼狈，记录在乡道爆胎后村民递来的烤红薯，甚至捕捉到她爬坡时的咒骂。“真人秀的‘真’字被行业‘谋杀’太久了，”江映蓉戴上GoPro（户外运动摄像机），希望记录下她真实的快乐、坚持和自救的方式，“我想让观众看见速度背后的生命重力。”

声波与碳纤维的量子纠缠

在录音棚控制台上，心率带传输的数据流正实时转换成电子音轨。江映蓉的跨学科创作进入“量子态”：青海湖骑行时 180 BPM（每分钟节拍数）的心跳成为新歌《踏频》的底鼓，变速器的机械声采样构成工业金属段落，而逆风骑行的喘息声化作迷幻吟唱。

碳纤维车架是乐器，柏油路更像是五线谱。她用便签记录创作的灵感，用镜头记录自己的踏频与功率数据。这种肉身与机械的共生关系，正在催生“音骑实验室”：在夜间骑行派对中，DJ 根据车队实时均速调整 BPM，智能头盔将风阻系数转化为环绕立体声，而她的即兴演唱通过骨传导耳机同步给所有骑行者。

破风者的时代寓言

当江映蓉在高原骑行中咬牙坚持时，她未曾预料自己的行动会引发连锁反应。在社交媒体上，#和江映蓉破风# 话题持续发酵，许多女性分享自己的改变：有全职





妈妈开始用通勤自行车接送孩子，有年轻白领组建周末骑行姐妹团，更有多人在评论区为“第一次完成 50 km”感到骄傲。这些真实反馈印证了她的初心：“骑行让我看见自己的力量，也希望别人相信她们自己同样能做到。”

这种影响延伸至她的创作。在骑行综艺中，她坚持展示爆胎修理、高原互助等真实场景，甚至即兴创作骑行主题嘻哈歌曲。“当镜头捕捉到队友含泪冲线的那一刻，我知道撕掉包装的真实才有力量。”这种展现具有更深的时代隐喻。在算法支配注意力的年代，骑行时光成为少数未被劫持的“纯时间”：没有信息流干扰，没有倍速播放，每公里耗时严格遵循物理法则。

在路上的未完成式

傍晚，江映蓉结束了一天的骑行拍摄。“做音乐和骑行共享即兴的灵魂——录音棚里按下录音键的瞬间，是歌声对此刻情绪的精准捕捉；而飞转的车轮划过路面，每一道弧线都是身体对大地的即兴歌唱。”

江映蓉说她一定会继续制作骑行主题的音乐作品。骑行时的环境声、齿轮转动的节奏，都成了她新歌的灵感素材。“就像《踏频》，其主歌部分的鼓点就是模拟爬坡时的心跳节奏。”这种独特的创作方式，正逐渐成为她音乐风格的新标志。

“很多人问我为什么爱上骑行。”江映蓉说，“也许是因为它让我找到了音乐之外的另一种表达。”车灯亮起，这个在舞台上光芒四射的歌手，此刻更享受作为普通骑手的简单快乐。



骑行即生活： 捷安特大渔湾 单车俱乐部的温度与力量 ——崔崔和她的骑行乌托邦

崔崔是捷安特大渔湾单车俱乐部主理人，而骑行是她最热爱的事情之一。在骑行活动中，她不仅会关注路线规划和安全保障，还希望能和大家一起分享骑行的乐趣，共同营造积极、互助的团队氛围。运动是她生活中不可或缺的一部分。崔崔热爱骑行，也经常健身，这让她保持充沛的体能和良好的状态。此外，她还喜欢在水中畅游，以及爬山，享受亲近自然和征服山峰的乐趣。

对崔崔而言，参加铁人三项比赛最能展现她对耐力运动的无限热爱以及那份勇于挑战自我的精神。游泳、骑自行车、跑步的连续挑战，让她深刻体会到坚持和突破自我的意义。这种经历也使她在带领骑行活动时，更能理解队员们的体能状态，并提供更贴心的支持。

作为一名领队，崔崔始终秉持安全第一、快乐同行的理念。她期待在未来的骑行活动中与大家一起挥洒汗水，分享欢笑，共同创造更多美好的骑行记忆。

从一辆自行车开始的故事

谈起大渔湾单车俱乐部，崔崔打开了话匣子。“俱乐部最初是为了服务捷安特高级车型用户而设立的，同时这也是品牌转化销售的重要途径。我们的初衷是搭建一个能骑、能聊、能玩的平台，为骑行爱好者提供全方位的体验。从售后服务到情感连接，我们希望让骑行真正融入生活。捷安特俱乐部的创始会员主要来自购买高级车的客户，他们通过扫描车上的二维码绑定捷安特骑行APP，即可完成俱乐部加入流程。随后，我们开始组织各类活动，促进会员间的互动交流。随着参与人数的不断增多，俱乐部的影响力也逐渐扩大了。”

这个起初只有十几人的小群，如今已是昆山最活跃的骑行社群——捷安特大渔湾单车俱乐部。俱乐部经常举办各种活动——

每周3次夜骑、周末长途拉练、不定期主题骑行，200多名会员的骑行轨迹像毛细血管般遍布长三角。每个周末的清晨，穿着亮色骑行服的会员穿梭在城市与乡间的小路上，成为一道流动的风景区。

崔崔至今还记得俱乐部第一次组织环阳澄湖骑行的场景。“那天风特别大，我们穿着统一队服列队出发，路边的小朋友大喊‘superhero’。回程时下雨了，但没人抱怨，反而骑得更起劲了。到终点时，大家的骑行服都湿透了，但脸上都挂着笑。那一刻我突然懂了，这就是社群的力量——它能让普通的事情变得特别，让困难的事情变得值得。”

咖啡香里的骑行哲学

周六早晨的咖啡馆总是格外热闹。骑行手套和咖啡在木桌上构成奇妙的和谐，沾着泥土的锁鞋旁放着刚出炉的可颂。这是俱乐部的“brunch骑”传统——40 km 休闲骑后，用一杯咖啡唤醒味蕾，分享路上的趣事。

“我们策划活动最看重‘情绪价值’。”崔崔介绍道，“这样的情况有很多。骑行的快乐是可以感染他人的，许多人从原本无聊固化的生活中解脱出来，变得对生活充满了积极乐观的态度和希望；也有人从不自信，逐渐变得自信并乐于奉献。我们也积极鼓励这些新朋友多参与团队骑行活动，循序渐进地感受这项运动的独特魅力。”



破风与共骑

俱乐部的车棚是个微缩的社会学样本。从3000元的通勤车到10万元的竞赛车，不同价位的自行车在这里和谐共处。“很多人觉得骑行是个烧钱的运动，但我们玩的是‘混搭编队’。”崔崔说，“快队破风时一定要留人收尾，慢队设‘加油站’等待后进者。”

这种包容让俱乐部产生意想不到的化学反应。每一位成员都能在每一次活动中发挥出自己的长处，这样的合作形成了一种互补。互补与合作，成就了俱乐部，也将骑行的快乐带给每一位成员。“让新手体验到快乐，他们就会有留下的意愿。快乐有很多种，包括被尊重、被照顾、交朋友，或是单纯骑行后身体舒畅的愉悦感等。我们也会引导新手参与捷安特骑行APP上的新手挑战，以及俱乐部组织的轻松路线，帮助他们慢慢找到骑行的节奏。”

两个轮子上的城市名片

傍晚的阳澄湖环线美得令人屏息。夕阳把湖水染成金色，车队如流动的霓虹在湖岸线上蜿蜒。“我们一直积极与各类商家进行跨界合作，比如房地产公司、汽车4S店、户外用品店、房车营地、咖啡馆及酒店等。联名举办活动，可以叠加推广效果，将骑行文化推广至更广泛的受众群体。”崔崔认为，城市骑行更适合日常锻炼，而郊野骑行则更适合周末的

休闲娱乐。“捷安特自行车社群代表着自律健康、热爱生活、积极向上、乐于奉献的群体。这群人往往是社会的中坚力量，这样的社群也必将成为城市的一张闪亮名片。”

别忘记为什么出发——因为快乐

试想一下有这样一个俱乐部，俱乐部的公告墙上总是被贴得满满当当：有新一期的女子骑行训练营海报，也有与本地咖啡品牌联名的城市探索骑宣传信息，还有各式各样的社群成员留下的便签。

窗外，晨雾中的大渔湾泛起微光，就像车轮转动时辐条划出的银色弧线。在停车区里，一辆辆自行车整齐排列，等待着下一次出发。它们有的崭新发亮，有的带着岁月的痕迹，但都同样蓄势待发，准备继续书写属于这个俱乐部的故事。

在这个被汽车和地铁充斥的时代，崔崔和她的骑友们用两个轮子重新丈量着城市的温度。每一次踩踏都是对生活的热爱，每一公里路程都是对自我的超越。正如俱乐部墙上那句用各色便利贴拼成的话：“我们不是在骑车，我们是在创造一种生活方式。”





崔崔和她的骑友们用两个轮子重新丈量着城市的温度。每一次踩踏都是对生活的热爱，每一公里路程都是对自我的超越。





沈慧不是最快的骑行者，
但她用14年时间证明：
真正的破风者，
未必是赛道上最快的那个，
而是最懂得如何让
更多人跟上来的引路人。

沈慧： 骑行文化的 跨界翻译官

她曾是中长跑运动员，却在开展自行车相关业务中亏掉百万；她从不懂直播带货，倒成为直播间的带货高手；她用接地气的语言翻译骑行专业术语，让碳纤维车架和全职妈妈产生了奇妙化学反应。沈慧不是最快的骑行者，但她用14年时间证明：真正的破风者，未必是赛道上最快的那个，而是最懂得如何让更多人跟上来的引路人。

从跑道到车轮的意外转身

沈慧的骑行故事始于一场发福的危机。2010年，这位退役多年的中长跑运动员正在为自己无法控制的体重发愁。在某个下班高峰时段，她看到路上形形色色的骑行者，他们流畅的车轮轨迹让她意识到原来骑自行车既是通勤也是锻炼。“当时我连变速器都不会用，就加入了骑行俱乐部的QQ群。”久而久之，骑行从减肥的方法，变成了沈慧的事业，“我最早的时候是个体工商户，自己做点小生意。后来我做了电商，先做了食品电商，后来因为接触到自行车这个行业，现在的工作也跟自行车这个行业相关。”

在接触骑行、融入骑行、爱上骑行的过程中，她发现骑行圈的语言鸿沟——专业玩家讨论“功率输出”和“齿比搭配”，而普通人连“为什么公路车没有脚撑”都搞不懂。这种认知断层，后来成为她跨界破风的切口。



破风的意义，
不在于你骑得多快，
而在于有多少人愿意跟着你
一起骑。



她的直播间很快形成独特风格：用“汽车换挡”解释变速原理，用生活用品类比骑行裤衬垫功能，甚至现场剪开骑行裤展示结构。这种接地气的表达方式，让专业骑行知识变得触手可及。“最感动的是收到新手妈妈的私信，说跟着我的视频重新找到了运动乐趣。”

百万学费买来的行业密码

“我从开始骑车到现在 14 年了，做车店的时候，因为赶上了行情低谷，亏了有 100 万块钱，把我以前挣的钱都亏了。但我还是很喜欢这项运动，开始做赛事，在赛事公司里面上班。再到后来，因为疫情，赛事没办法办了，我开始做自媒体。”沈慧的自行车职业生涯和自行车整个行业一样，有起有落。2020 年疫情期间，沈慧尝试用直播讲解骑行知识。不懂直播技巧，她就靠“干货”取胜。一场拆解变速器的直播意外吸引 3 000 人观看，这个数字让她看到了新的可能性。

为女性骑行破壁开路

“每天打开私信，三分之一是问骑行时屁股痛怎么办。”沈慧特别关注女性骑行者的特殊需求。她发现女性面临更多隐形门槛：穿戴男款装备不合身、骑行教程忽略女性生理特点，甚至要承受异样眼光。

虽然自行车行业的女性市场目前占比只有 30% 左右，且退货率较高，但沈慧坚持开发适合女性的内容。“现在比赛中的女选手明显多了，千岛湖赛事能有上千名女骑手参加。”这个看似小众的领域正在产生涟漪效应。知名运动品牌这几年都开始推出对女性友好的相关产品，很多城市的骑行俱乐部开始配备女性专属维修工具——比标准工具轻 30% 的重量，更适合女性手掌尺寸。





让骑行回归生活本质

在沈慧的抖音账号里，最受欢迎的不是专业装备测评，而是一条“带娃骑行”的vlog（视频博客）：她让6岁的儿子坐在儿童座椅上，带着他在公园骑行，网友笑称这是一辆“后驱”自行车。评论区的网友也纷纷晒出自己“带娃骑行”的亲子时光。

2024年年底，在广州举办的两轮车迷节上，沈慧作为论坛嘉宾，分享了她的骑行故事以及身份的转换历程。“为什么要把骑行搞得那么严肃”是她本人的发言主题，也是她对骑行一以贯之的态度。这种去精英化的理念正在改变行业。例如，一些自行车品牌在新款入门车上增加了手机支架接口和便当盒挂钩；她参与设计的“买菜车改装套件”包含可拆卸菜篮、加大挡泥板等配件，3个月卖出1.2万套；专业骑行软件新增了“休闲模式”，可以记录沿途的咖啡馆和风景点。

“你看现在的骑行活动，全家出动的越来越多。”沈慧直接说出她看到的当下的骑行现状，“当骑行不再是个需要正襟危坐的‘运动’，而变成和散步、买菜一样的日常，‘破风’才算真正成功。”

从专业赛场到街头巷尾，沈慧用14年搭建了一座桥梁。桥的一端是严谨的骑行专业，另一端是普通人的生活日常。正如她常说的：“破风的意义，不在于你骑得多快，而在于有多少人愿意跟着你一起骑。” **CTB**



EXSHO (易硕) : 高端避震前叉的 新势力

EXSHO (易硕) 作为高端山地车前叉品牌, 进入市场已经4年。在这4年里, EXSHO 不断强化内功, 以极高的专业性与责任心, 向市场推出了多款优秀产品。

EXSHO: The New Force in High-end Shock Forks

文/王震蒙

编者按:

山地自行车市场正受到越来越多的重视。在新的市场环境下, 更多整车厂商推出了山地车新产品, 似乎预示着山地车市场的恢复。EXSHO (易硕) 作为高端山地车前叉品牌, 进入市场已经4年。在这4年里, EXSHO 不断强化内功, 以极高的专业性与责任心, 向市场推出了多款优秀产品。近日, 笔者采访了易硕运动科技(昆山)有限公司总经理刘锋良, 从他那里得以更深入地了解品牌背后的故事。

记者: 请您介绍一下企业和品牌的发展历史。

刘锋良:2012年, 我们第一家公司——广州市完美车业有限公司(以下简称“完美车业”)在广州花都成立, 至今已有10余年的历史了。在2015年, 我们推出了第一个自主品牌——PARTNER(编者注: 意为“合作伙伴”)。长期以来, 完美车业以PARTNER品牌自主研发和代加工生产山地车避震前叉为主, 主要面向整车工厂客户, 在产品质量、成本以及交期方面有较强的优势。





EXSHO 昆山工厂总经理刘锋良

2021年，完美车业又创立了中高端山地自行车避震器品牌——EXSHO，主要服务于山地车的深度爱好者和竞技入门选手。同年，我们又成立了广州科美运动科技有限公司和易硕运动科技(昆山)有限公司。新建的工厂、产品检测中心、研发中心及自动化生产线，为EXSHO品牌提供独立完整的高端制造条件。

随着新公司、新工厂、新品牌的逐步建立，一系列相关工作得以落实，我们对于中高端产品的布局也初具雏形。为了能够带给市场更优秀的产品，我们与来自意大利的专业设计公司、国内外优秀的产品研发团队、知名车手等多方深度合作、联合开发，历时数年打磨，现已正式向市场推出我们EXSHO品牌的避震前叉及避震座管。

记者：产品目前的市场反馈如何？

刘锋良：目前，我们的产品已经应用在许多国内外知名品牌的整车上。无论是国内还是国外的客户，都对我们EXSHO产品比较认可，评价很高。我们不仅产品性能优异、价格合理，在产品创新方面也广受客户好评。这两年，我们不断推出一些性能更稳定、重量更轻的产品。例如，在今年中国国际自行车展览会最新亮相的FIX-15碳纤维一体肩气压减震前叉，它不仅提升了原有的性能，还在轻量化方面取得了较大突破。

记者：近期是否还推出了其他新品？

刘锋良：在2025年中国国际自行车展览会上，我们还带来了一款无线电控前叉。这款产品的右叉肩内装有集成智能避震元件，可检测纵向振动开启避震，以应付颠簸路面；而类似摇车产生的横向振动，则不会开启避震，以保证平路摇车的输出不受避震干扰。在持续约5s无纵向振动后，前叉会自动锁死，遇到纵向振动则迅速开启。使用这款产品骑行时，前叉可以智能切换骑行避震状态，在骑行过程中节省体能。

目前，数字AI技术是一个新的开发热点，我们正结合市场需求研发，争取在2025年推出AI智能检测系统，将其应用到我们的新款前叉上。

记者：在避震领域还有很多其他的优秀品牌，EXSHO如何让自己在竞争中脱颖而出？

刘锋良：在高端前叉领域已经有很多优秀的国内外品牌，和他们相比，EXSHO还是行业新秀。在研发与设计端，我们打造了一个热爱行业、专注于技术创新和产品开发的高素质研发团队，他们为EXSHO新产品研发注入活力和创意。同时，我们也在与国外专业的设计团队进行深入合作，以进一步突破产品技术壁垒。我相信通过这一系列的规划，EXSHO产品会有属于自己的核心竞争力。

数字AI技术是一个新的开发热点，EXSHO正结合市场需求研发，争取在2025年推出AI智能检测系统，将其应用到EXSHO的新款前叉上。





记者：在品牌建设方面，EXSHO 会开展哪些工作？

刘锋良：目前，EXSHO 的品牌推广以做展会活动和赛事支持，以及车手测评为主。在展会活动方面，我们积极参加中国国际自行车展览会等行业重要活动，利用展会平台呈现品牌形象，并通过一些与消费者的互动活动，增加品牌的曝光。我们 2025 年还积极参加了各类自行车赛事活动，比如 2025 年富龙山地车嘉年华，在活动现场与山地车骑友面对面交流，倾听他们的需求和建议。

坦率地说，EXSHO 的品牌工作还在探索阶段。由于我们在过去很长时间里都只专注于生产端的工作，所以在品牌建设方面，我们才刚刚起步。我们在努力学习其他品牌优秀经验的同时，也会结合我们企业自身发展需求和产品定位，让更多优秀的山地车车友看到 EXSHO。OTB

记者：以当下的市场看，山地车在内销市场并不抢眼，您如何看待这个情况？

刘锋良：公路车市场的火爆对于整个自行车行业来说是令人振奋的，虽然公路车的使用场景和特性与山地车存在一些不同，但是我们认为最终会形成“反哺”效应。山地自行车运动对于场地和装备的要求比公路车更高，也因此需要更庞大的自行车用户群体作支撑。而当下公路自行车市场的火爆，帮助我们培育了一大批基础的自行车骑友，他们也是潜在的山地自行车用户。当这些公路车骑友追求更极致、更具挑战的骑行时，我个人感觉他们最终会转向山地自行车的。

壹力特： 从代工厂到全球轮组品牌的 10 年蜕变

Elitewheels: Ten Years of Transformation
from OEM to Global Wheelset

文/吉耳

壹力特 (Elitewheels) 是自行车轮组领域的国货先锋品牌，它的成长轨迹恰似其轮组的锻造过程——千锤百炼方显精工品质，用 10 年光阴完成从行业新锐到国际品牌的蜕变。在今年的中国国际自行车展览会上，厦门壹力特运动器材有限公司的总经理童本刚，为我们揭开了壹力特品牌背后的故事。

砥砺前行：从代工厂到自主品牌

壹力特的诞生，源于 2013 年。最初，公司以 OEM（代工生产）模式起步，为国际知名品牌打造高品质的轮组产品。之前 OEM 的经历，不仅使壹力特积累了丰富的生产经验和技術实力，还让壹力特对轮组产品有了深刻的理解。2015 年，壹力特正式推出自有品牌，开始了品牌化发展的新篇章。

品牌理念： 透明、务实，以骑手为本

壹力特始终秉持“信息公开、保持透明、骑手优先、行稳致远”的品牌理念。童总强调，这一理念贯穿于产品研发与服务的每个环节。不同于行业追求单一性能极致的倾向，壹力特更注重在轮组的轻量化、刚性和强度之间寻找平衡点。“我们始终站在用户角度思考，让产品既满足专业需求，又兼顾耐用性与实用性。”童总解释道。



童本刚总经理



全球化布局：深耕60多个国家和地区市场，分散风险

目前，壹力特的目标市场以欧美及亚太地区为主，消费群体集中于进阶型骑行爱好者与器材更新换代需求强烈的车手。尽管国际贸易环境波动，但得益于分散的全球布局——产品覆盖欧洲、北美、南美、亚洲等60多个国家和地区，美国市场仅占10%的份额——企业抗风险能力显著。在亚洲，壹力特已深入日本、韩国、东南亚多个国家和地区及阿联酋等地，形成多元化的销售网络。

产能与渠道：厦门智造，全球触达

壹力特的生产基地位于福建厦门，拥有逾12 000 m²的现代化生产线，年产能超过5万套轮组。在销售渠道方面，品牌通过35家全球代理商、250余家线下车店及跨境电商平台构建了立体化网络。尤其值得一提的是，其跨境电商业务已运营10年，成为拓展国际市场的关键引擎。

服务与愿景：本土化售后，助力国牌崛起

针对售后服务，壹力特在全球建立了40余家签约维修中心，提供本地化技术支持和备件储备，以确保用户问题得到高效解决。面向未来，童总表示，企业将继续扩大代理合作与电商投入，并坚定长期目标：“中国制造有能力诞生世界级品牌。壹力特愿意分享自身的经验，也希望更多国产品牌走向世界。”

从OEM到自主创新，从厦门工厂到全球市场，壹力特的10年历程印证了中国制造业的升级之路。正如童总所言：“行稳方能致远。”在骑行文化蓬勃发展的今天，这家企业正以务实与创新，向世界轮组行业的第一梯队迈进。OTB



从新技术、
新材料、新工艺
到新设计：

看嘉思特如何铸就

中国式原创品牌力

From New Technology, New Material,
New Craft to New Design,
See How Justek Forges Chinese-style
Original Brand Power

文/行远

作为中国鞍座行业的领军企业，天津嘉思特车业股份有限公司历经 20 载的砥砺前行，始终坚守初心，致力于塑造自有品牌的独特魅力。2024 年，《中国自行车》杂志独家专访了嘉思特（JUSTEK）品牌创始人、董事长孙征远，深入探讨了这家民族企业如何凭借其精湛的工艺和卓越的产品质量，赢得全球用户的广泛赞誉。而 2025 年，我们注意到，嘉思特展现出了愈发鲜明的“中国式原创”底色。例如，在技术领域，嘉思特采用超声波熔接技术，并将 3D 打印技术应用于钛合金材料；在材料创新上，推出“会呼吸的泡泡”材料以及兼具防护性和舒适性的 NPM 材料；在原创设计方面，巧妙地将战斗机的航空涡扇曲线、鲸鱼耐力美学等跨界灵感融入产品设计之中……





嘉思特为何会发生如此显著的变化？未来，嘉思特又将如何规划其发展蓝图？带着这些疑问，我们采访了天津嘉思特车业股份有限公司技术总监杨建华，请他分享这一民族品牌的发展愿景与规划。

《中国自行车》：嘉思特品牌发展至今，在鞍座市场上已拥有一定的市场份额，且呈现出持续增长的强劲态势，这一成就与其技术的先进性和独创性密不可分。那么，嘉思特在技术领域的投入究竟取得了哪些显著成果？

杨总：我们公司在技术方面的投入主要体现在设备、工艺和材料开发上。过去10年，董事长在技术端的大量投入让我们有了很多新技术和新工艺。然而，之前我们并没有很好地梳理这些技术，不清楚它们适用于哪些产品或特定场景。2025年，我们开始从用户的角度出发，精准匹配技术与运动场景，进行精准定位。因此，我们能够展示出强大的逻辑性和新技术工艺的独特性。

我们的许多技术与材料其实都源于概念性思考，最初可能只是一个简单的想法，然后经过不断打磨与完善，进而演化为成熟的产品。例如，针对鞍座在夏季阳光下易吸热的问题，我们设计了一款带有类似凉席图案的鞍座，营造出夏日清凉的舒适感。同时，我们也在深入探索如何将这一设计理念进一步融入未来的产品中。我们致力于解决那些未被他人触及的痛点，每当其他厂家视这些痛点为难题时，我们却倍感兴奋，因为嘉思特的一大优势便是从消费者和用户的角度出发，进行精心的设计与研发。

《中国自行车》：在鞍座设计领域，市场上存在跟风抄袭的现象。嘉思特对此持何种看法？

杨总：在设计方面，我认为原创性非常重要。目前，虽然许多工厂的生产工艺已达到较高水平，但原创设计仍然匮乏。我们嘉思特独树一帜，坚定地走在原创设计之路上。

以 2025 年推出的新品设计为例，我们的设计灵感多源自某个物体、行业现状或日常所见。例如，设计师从航空涡扇发动机的构造和歼-20 的取证数据中汲取灵感，提炼出独特的曲线，赋予产品速度感；又从沙漠机甲机车的视频中捕捉稳定的结构、硬朗的线条与转折面，以突显产品的防护性；还从鲸鱼腹部的曲线获得启发，给产品融入象征耐力与优雅的设计元素。未来，我们将进一步阐述中国式设计理念，并着重实践以用户体验为核心的设计思维。

《中国自行车》：在当前竞争激烈的市场环境下，我们应如何确保产品始终保持创新性和独特性，从而吸引并维持消费者的兴趣和忠诚度？

杨总：在产品创新方面，我们始终坚持基于实际场景进行针对性优化。例如，针对用户反馈的鞍座皮面开裂问题，我们投入了两年半的时间进行深入研究，并于 2025 年成功推出了成熟的产品和工艺。此外，我们还积极探索跨界技术的应用，如超声波熔接技术，以及将 3D 打印技术应用于钛合金材料。在 3D 打印坐垫领域，我们积累了独家技术，并总结出技术特点，形成了行业标准。在材料创新方面，我们推出了兼顾运动和舒适场景的新材料，如被称为“会呼吸的泡泡”材料，以及兼具防护性和舒适性的 NPM 材料等。这些创新举措显著提升了产品的创新性和独特性。

《中国自行车》：我们了解到，嘉思特在创立之初曾与外资公司有过合作经历。您认为这段经历对公司后续的发展和品牌成长产生了怎样的影响？

杨总：在合资之前，我们的品牌在国际市场，尤其是日本市场，曾占据领先地位。然而，合资后，中西方文化差异与理念分歧逐渐显现。面对这些挑战，孙董事长秉持“民族之尊不容含糊”的坚定信念、绝不妥协的精神，毅然摆脱束缚，踏上了艰难的自我发展、重新创业之路。





嘉思特将舒适性作为产品设计的核心要素，无论是材料选择还是结构设计，都紧密围绕舒适性展开，秉持“舒适到‘嘉’、舒适骑行”的理念。

这段经历也让我们深入了解了大型品牌的运作模式。尽管我们短期内可能难以超越拥有百年历史的品牌，但我们坚信，通过持续的技术和工艺创新，能够缩短与它们的差距。事实上，我们已经跨越了它们数十年的发展历程。未来，我们将紧随国际大牌的步伐，深入探索并践行 ESG（环境、社会和治理）理念，将其精髓融入我们的企业文化与产品之中，打造更加绿色、可持续的发展模式。我们会积极承担社会责任，并将这些实践成果以标准化报告的形式呈现。此外，我们不仅会重视团队梯队建设，还会大力投入设备，尤其是在 3D 金属打印等新兴技术设备上。这些举措为我们的产品创新奠定了坚实的基础。

《中国自行车》：在未来的发展中，嘉思特将如何进行市场定位，并规划长远的发展战略？

杨总：与欧美一些公司专注于设计感和时尚感、服务中高端消费者不同，我们将目光投向更广泛的用户群体，从基础市场或大众消费领域起步，逐步向更广阔的市场拓展，力求实现产品性价比的极致化。我们将舒适性作为产品设计的核心要素，无论是材料选择还是结构设计，都紧密围绕舒适性展开，秉持“舒适到‘嘉’、舒适骑行”的理念。我们坚信，通过持续的创新和对技术的深入探索，我们能够为骑行者提供更加卓越的产品。OTB

“下一步·向巅峰”

迈金科技

2025 春季新品发布会
圆满落幕

Ride to Excellence
The 2025 Spring New Product
Launch Conference of Magene Came to
a Successful Conclusion

文/迈金

5月4日，迈金科技2025春季新品发布会圆满落幕。此次发布会以“下一步·向巅峰”为主题，推出了C706智能GPS码表、TEO公路车碳纤维曲柄P515盘爪功率计套装、PES公路车曲柄P515盘爪功率计套装、TEO公路车碳纤维曲柄、P515盘爪功率计、P715 K/P715 S脚踏功率计、PES公路车电子变速系统等多款新品。

在即将迎来成立 10 周年之际，迈金科技携多款新品亮相，凭借卓越的性能表现，势将打开骑行市场的全新格局，为广大骑行爱好者带来前所未有的专业级体验。

C706智能GPS码表 真正意义的竞技突破全能码表

迈金科技室外产品线负责人田祥首先带来此次发布会的重头产品——C706 智能 GPS 码表。

作为迈金科技专为专业骑行者打造的全新旗舰产品，C706 在多重性能上实现创新，颠覆性十足，为码表市场注入了鲜活的动力。

过去，码表行业所使用的开源地图依赖于用户上传和维护，导致数据准确性难以得到保障。C706 在国内智能 GPS 码表领域率先采用四维图新的权威地图服务，标志着真正意义上的专业级导航时代的到来。

四维图新地图实现了全国范围内的广泛覆盖，拥有超过 1.25 亿个点要素、超过 1 100 万 km 道路里程，以及超过 6 000 万的建筑物数据。这些数据为 C706 提供了更精确的道路轨迹导航、更详尽的 POI 信息以及精准合规的高程数据，从而有效解决了导航中的诸多痛点，确保用户在面对各种路况时都能拥有绝对的掌控感。

C706 全新升级的爬坡规划功能，确保了每一米爬升都能被精准记录。

码表内置坡段信息，并结合自研的高精度海拔道路拟合算法，实现了全场景爬坡规划。该功能能够精准识别坡峰与坡谷，无论是在导航过程中、偏航状态下，还是在未开启导航的自由骑行中，均能实现“到坡即提示，爬坡即规划”，彻底摆脱导航限制。



C706在国内智能GPS码表领域率先采用四维图新的权威地图服务，标志着真正意义上的专业级导航时代的到来。

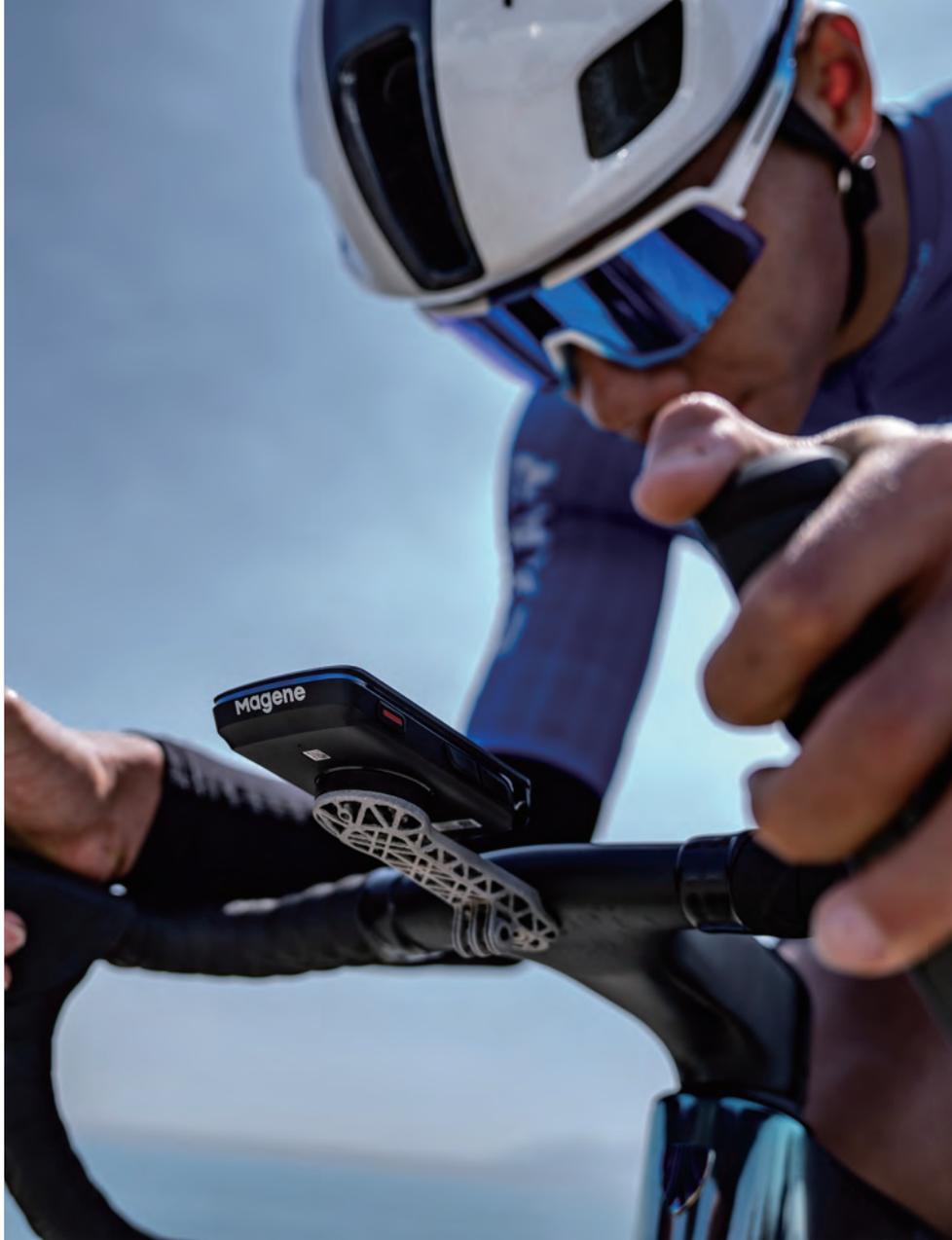
C706 整合坡段资源，骑行时可实时解析附近坡程信息及爬坡难度，并能通过爬坡规划来更科学地调整和控制体能状况，或及时规避高难度坡段。此外，C706 依据坡段距离及平均坡度，将坡段细分为 5 种难度等级，用户可根据需求自定义筛选需要提醒的难度类型，使爬坡训练更有针对性。

对于专业骑行者而言，每一次挥汗如雨都渴望榜上有名。C706 在国内智能 GPS 码表领域提供了领先的赛段体验。它支持通过 Wi-Fi 一键同步 Strava 赛段及顽鹿运动 APP 自建的 500 m ~100 km 赛段，让你随时加入竞技场，尽享肾上腺素飙升的乐趣。骑行结束后，C706 能够秒级刷新成绩，精确判断赛段的起止点，从而确保每一次挑战都能被准确记录。

从被动受风到主动用风，C706 的风向分析功能让逆风破局成为可能。该功能可实时动态呈现风向、风速及风向收益，协助专业骑行者在比赛中精准判断最佳跟风位置，或预判破风功率，也可在骑行结束后提供系统化风向分析数据，为赛后复盘提供全新的数据支撑。

除了导航、爬坡规划、赛段及风向分析，C706 还具备更多颠覆想象的性能，将骑行体验提升至新的高度。

C706 升级了智助手功能，该功能除支持迈金公路车电子变速系统及禧玛诺电子变速按键的自定义设置外，还可根据环境亮度和骑行状态实现全自动车灯控制；与大疆生态融合，支持相机剩余内存显示、剩余电量显示、切换相机模式、开始 / 结束拍摄，骑行结束后





从核心算法的精准优化，到结构设计的精细打磨，从实验室的原型验证，到规模化生产的严苛把控，迈金科技已经构建了完整的功率计自主研发、自主制造体系。

可导出自带骑行数据仪表盘的视频，使创作更便捷；支持全民团骑功能，该功能可实时共享位置、速度、距离，实时对讲；采用星环设计，拥有 14.8 mm 纤薄机身、高强度金属卡扣、3.3" 细腻显示的触控大屏、5 按键交互，其全新外观设计带来令人眼前一亮的美学享受和使用体验；支持导航提示、计圈播报、骑行状态提示、赛段/爬坡提示、码表/传感器低电量提示、数据播报等多项实用功能。

大量的专业设计，赋予了 C706 行业遥遥领先的性能表现。

目前，C706 智能 GPS 码表已正式现货开售，官方定价为 ¥999。

在新品发售的同时，迈金科技也为老用户奉上诚意——C606 Pro、C606、C506 将针对四维图新地图、赛段、团队骑行、智控相机等性能陆续进行升级。

P715 K/P715 S 脚踏功率计 实现全面升级

随后，迈金科技创新业务负责人于意隆重介绍了全新升级的脚踏功率计——P715 K/P715 S。

自 2018 年发布第一款曲柄功率计产品 RIDGE 以来，迈金科技始终坚持自主研发，从核心算法的精准优化，到结构设计的精细打磨，从实验室的原型验证，到规模化生产的严苛把控，已经构建了完整的功率计自主研发、自主制造体系，以确保每一台功率计的卓越表现。

截至目前，迈金科技同时拥有脚踏、盘爪、曲柄功率计研发制造能力，其功率计产品已经遍布全球 60 多个国家和地区，累计服务超过 10 万名骑行爱好者与职业车手。

基于上一代脚踏功率计的卓越性能，P715 K/P715 S 在多方面实现了显著升级。

P715 K/P715 S 的续航能力提升了 20%，达到 120 h，轻松应对高强度使用需求；采用升级版磁吸式充电设计，使用更为便捷；为适配不同规格的锁片，提供多种选择方案，P715 K 和 P715 S 分别支持 KEO 和 SPD-SL 制式的锁片，用户可根据需求灵活选择；在保留上一代脚踏功率计的功率、踏频、左右平衡、扭矩效益、踩踏平顺度 5 项数据的基础上，新增功率分布和站/坐姿骑行 2 项进阶骑行数据，可全面评估骑行表现。

P715 K/P715 S 脚踏功率计现已开售，官方定价为 ¥2 999。其中 P715 K 为现货；P715 S 采用预售，购买后 30 日起陆续发货。

盘爪功率计及公路车曲柄 强势组合 专业之选

接下来，于意为大家揭晓了盘爪功率计及公路车曲柄的重大突破性成果。

· P515 盘爪功率计全新升级， 成为新一代功率训练利器

迈金科技的上一代盘爪功率计作为业界经典，凭借其精准的功率测量和稳定的性能，每年都会助力上万名骑友实现更高水平的训练突破。

在前代产品的基础上，P515 盘爪功率计进行了多重升级，以应对更高强度的训练挑战。

P515 盘爪功率计采用 7075 航空铝材质、机械结构拓扑优化及 CNC 一体成型技术，其整体质量（重量）轻至 99 g，比上一代产品减轻约 20%。同时，P515 盘爪功率计通过优化软件算法，使续航时间提升至 240 h，以满足更长距离的骑行需求。



在前代产品的
基础上，P515 盘爪
功率计进行了多重
升级，以应对更高
强度的训练挑战。

此外，P515 盘爪功率计特别强化了结构兼容性与抗干扰能力。除了常见的 BSA、ITA、BB86 等规格外，如今 P515 盘爪功率计还完美支持 BB386、T47 等大口径五通规格，以适配不同需求。P515 盘爪功率计的抗干扰性能得到显著提升，从而确保它在复杂环境中依然能够稳定、精准地测算数据。





· TEO 公路车碳纤维曲柄，赛级表现

迈金公路车电子变速套件产品涵盖变速、传动、刹车系统，细分为 TEO、QED、PES 等 3 个等级，旨在为公路车运动爱好者与竞技人群提供专业的骑行体验。

在 P515 盘爪功率计发布之际，迈金科技为专业竞技者带来 TEO 系列的首款产品——TEO 公路车碳纤维曲柄，其质量（重量）、刚性和轴心设计均达到赛级水准。

经过多轮方案对比测试，TEO 公路车碳纤维曲柄在确保出色刚重比的基础上，实施了轻量化设计，力求刚性与质量（重量）的完美平衡。TEO 公路车碳纤维曲柄采用高模量碳

纤维，并运用双腔高压成型工艺，使整体质量（重量）仅为 325 g。优秀的刚重比不仅在爬坡时提供更轻快的踩踏体验，还能在加速冲刺时带来更直接的发力反馈。

此外，该曲柄采用 29 mm 大直径轴心，并使用 7075 超轻航空铝，使质量（重量）更轻、刚性更强，从容承载高强度踩踏。

· 公路车曲柄盘爪功率计套装，专业组合

迈金科技为每一位专业骑行者精心打造了专业组合方案——TEO 公路车碳纤维曲柄 P515 盘爪功率计套装。同时，也为功率训练入门级车手推出了专业进阶方案——PES 公路车曲柄 P515 盘爪功率计套装。

上述盘爪功率计及公路车曲柄现已正式开售。TEO 公路车碳纤维曲柄 P515 盘爪功率计套装为现货，官方定价为

除具备毫秒级精准变速、快速响应、轻量化、持久续航、多模式变速、双边油路、10-12速广泛兼容等精湛表现，PES公路车电子变速系统实现了重要突破。

¥2 999；PES 公路车曲柄 P515 盘爪功率计套装为现货，官方定价为 ¥1 599；P515 盘爪功率计采用预售，购买后 30 日起陆续发货，官方定价为 ¥1 480；TEO 公路车碳纤维曲柄采用预售，购买后 30 日起陆续发货，官方定价为 ¥1 699。

除了上述购买方案外，迈金科技官方还推出了“模块化进阶”方案：TEO 公路车碳纤维曲柄可单独升级，兼容 P515、P505；P515 盘爪功率计亦可单独购买，可适配多款迈金公路车曲柄；对于购买 PES 公路车曲柄 P515 盘爪功率计套装的新用户来说，他们可在后期单独升级 TEO 公路车碳纤维曲柄，以获得更好的刚性和更轻的质量（重量）；而对于已拥有迈金科技公路车曲柄盘爪功率计套装的老用户来说，他们可单独购买全新曲柄 / 盘爪功率计，从而实现装备升级。





PES公路车电子变速系统 专业的变速表现

正如一台高性能引擎需配备精密变速箱才能发挥十足的性能，训练有素的车手同样需要高效的变速系统，才能精准传递每一瓦功率，释放全部实力。迈金科技继 QED 公路车电子变速系统之

后，再次推出其创新产品——PES 公路车电子变速系统，持续引领行业潮流。

除具备毫秒级精准变速、快速响应、轻量化、持久续航、多模式变速、双边油路、10-12 速广泛兼容等精湛表现，PES 公路车电子变速系统实现了重要突破。

在大盘片 + 最大飞轮、小盘片 + 最小飞轮这两种极限挡位下，蹭链现象极易发生。而相较于传统变速套件，PES 公路车电子变速系统的前拨随动技术可大幅度减少极限挡位的蹭链现象。通过前后拨的协同运作，前拨可根据链线自动进行微调，从而使传动更为顺畅。

此外，智联生态是迈金科技的重要优势，PES 公路车电子变速系统进一步强化了这一优势，支持跨平台互通，并能控制国际知名品牌的码表。

针对前拨随动技术以及控制国际知名品牌码表这两大重要突破，QED 公路车电子变速系统也将通过固件升级的方式陆续进行更新。

PES 公路车电子变速系统已开启预售，官方定价为 ¥3 199。

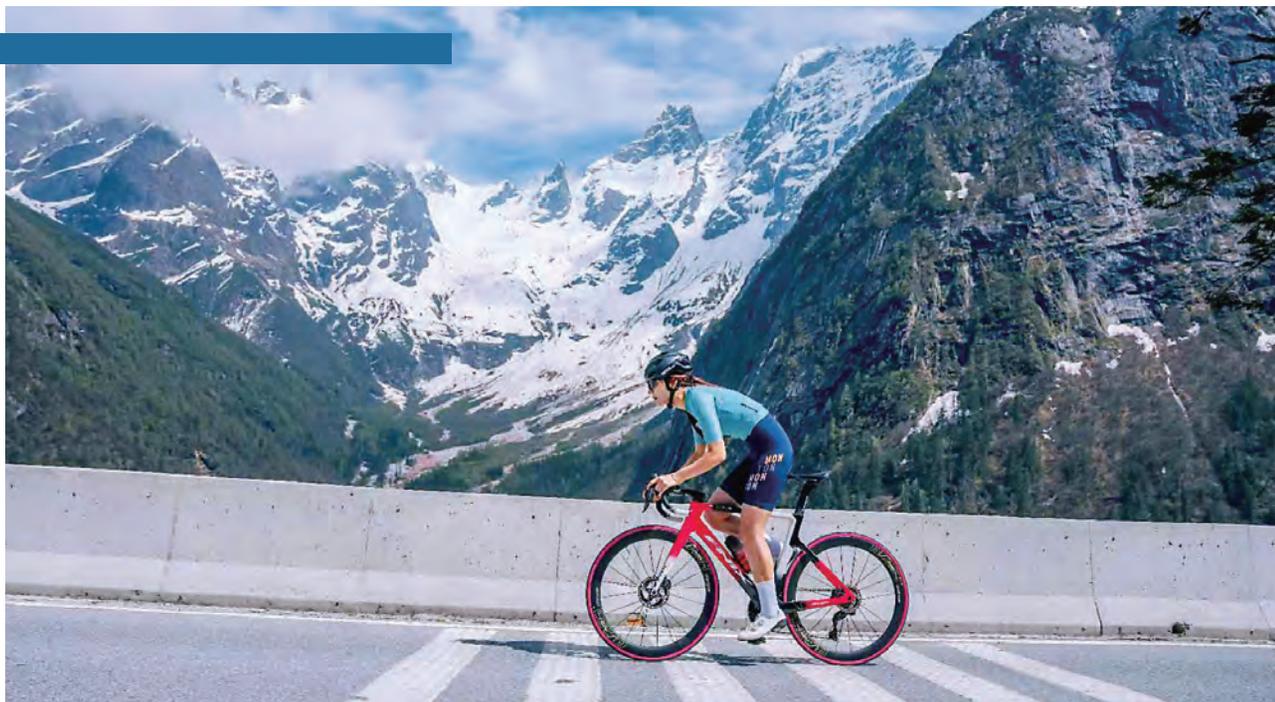
为确保每一位用户的卓越体验，迈金科技为购买 PES 公路车电子变速系统的用户提供专业安装服务。无论线上购买还是线下购买，用户均可前往迈金科技线下授权经销商处进行安装。

此次新品发布会不仅是迈金科技自主研发成果的集中展示，还是迈金科技里程碑式的突破，标志着公司发展的重要新起点。期待迈金科技继续秉持“质量为本、用户体验第一”的理念，持续引领用户实现跨越式升级。OTB

国民品牌“入场”竞技赛道： 凤凰菲尼仕（FNIX） 携手职业车队重构竞技生态

**National Brand ‘Enters’ the Competitive Circuit: FNIX
Joins Hands with Professional Teams to Reconstruct the
Competitive Ecology**

文/行远



创立于 1897 年的凤凰自行车，作为中国自行车工业的活化石，始终以“推动骑行文化”为使命。凤凰品牌曾以“耐用、实惠”的国民自行车形象深入人心，但在高端竞技领域长期缺席。2010 年，经历了混合所有制改革后，凤凰加速品牌升级，推出高端竞技品牌菲尼仕（FNIX），产品主打全尺寸公路车、山地车和锂电产品。

2025 年，菲尼仕在专业竞技领域实现重大突破，正式签约凤凰菲尼仕 - Scom- 恒翔洲际车队、FNIX-GNC- 女子力量车队以及 FNIX-BLAST- 冲击波女子车队 3 支专业车队，并在第 33 届中国国际自行车展览会上隆重举行签约发布会。

从国民级通勤品牌 到竞技赛道的“入场者”

菲尼仕是凤凰旗下高端竞技品牌，其核心理念是“FIND NEW IDEA X”（寻找新理念，骑行无边界）。菲尼仕秉承“突破·潮流·竞速”的精神，勇于创新，生产高科技竞技运动产品。近年来，菲尼仕在高端竞技领域倾注了大量心血，不仅斥巨资建设了生产线，FNIX 超级工厂也即将盛大开幕。凤凰菲尼仕高端线秉持百年工匠精神，自主研发的签约车队用车已在 UCI 赛事中投入使用，其实测性能足以与国际顶尖品牌媲美。此外，菲尼仕在年轻团队的培育及市场表现方面也有出色表现，成功实现了品牌焕新与代际传承。2024 年，菲尼仕产品在天猫、京东的山地车销售榜单上名列前茅。

凤凰菲尼仕与 3 支车队的深度绑定，不仅是一次品牌的强强联合，还承载着民族工业向高端竞技领域突围的志向——从国民级通勤品牌到竞技赛道的“入场者”，凤凰正用行动书写品牌的全新叙事，为行业注入“传统品牌年轻化转型”的强劲动能，彰显凤凰智造在两轮出行领域的无限可能。

“入场者”是凤凰对新时代骑行文化的深度诠释，正如上海凤凰自行车有限公司运动出行事业部总经理揭由坤所言：“我们的战略聚焦三点。第一，传承与创新并重——在保留凤凰百年工匠精神的同时，通过菲尼仕系列产品切入高端运动市场，构建‘国民记忆+先锋科技’的双轨品牌矩阵。第二，场景化生态布局——从通勤工具到竞技、休闲、城市探索等多场景覆盖，满足 Z 世代对骑行生活方式的需求升级。第三，全球化视野——以菲尼仕为支点，参与国际赛事以及主办专业赛事‘环上海’，推动中国智造走向专业竞技舞台。”



三箭齐发，布局竞技生态

专业车队的“入场”标志着品牌迈向更专业化、竞技化的新阶段。这既展现了菲尼仕深耕骑行领域的决心，也体现了菲尼仕品牌多维发展路径。

凤凰菲尼仕-Scor- 恒翔洲际车队： 延续竞技实力与荣耀征程

恒翔洲际车队是2010年在UCI注册的一支洲际职业队伍，以培养中国力量为主要目的。作为自行车赛场上极具潜力与实力的队伍，恒翔洲际车队不断刷新中国车手乃至赛会纪录，在环中国、环兰卡威、环海南、环福州、环泉州湾等赛事中拿到分站冠军，是一支代表了中国公路自行车高水平的队伍。恒翔洲际车队挖掘并培育了一批实力强劲、风格各异的优秀车手，为中国自行车运动的发展贡献了自己的力量。

2025年，凤凰菲尼仕(FNIX)冠名签约恒翔洲际自行车车队，全程为车队提供赛事战车、运动装备和品牌传播服务，标志着凤凰品牌正式进军自行车专业竞技领域，矗立起一座崭新里程碑。这是凤凰菲尼仕首次签约洲际车队，这一举措不仅展现了凤凰菲尼仕深耕专业竞技自行车赛事领域的决心和信心，也体现了凤凰菲尼仕始终致力于向全社会倡导低碳环保骑行理念、传播健康运动骑行文化的长远目标。





恒翔洲际车队与凤凰菲尼仕的合作不仅是竞技与产品的结合，还是体育精神与品牌理念的共鸣。车队秉承“挑战自我，超越极限”的信念，与凤凰菲尼仕“专业、创新、进取”的品牌基因高度契合。未来，双方将继续携手深耕公路自行车领域，以赛事表现为引擎，以品牌传播为纽带，共同推动中国自行车运动迈向世界舞台，书写更多荣耀篇章。

作为车队长期战略合作伙伴，凤凰菲尼仕自行车以竞技品质赋能恒翔洲际车队征战全球赛场。品牌为车队量身打造的高性能竞赛用车，凭借轻量化碳纤维车架、空气动力学设计及精准传动系统，助力车手应对高强度竞速挑战。从环泰国到环海南，凤凰菲尼仕的装备始终提供关键技术，为车手突破极限赋能。

· 2025 中国公路自行车职业联赛（大径山站）上，凤凰菲尼仕 -Scom- 恒翔洲际车队荣获团体成绩第一名；队员乔纳斯勇夺单站个人冠军，荣获红色领骑衫和圆点衫。

· 2025 中国公路自行车职业联赛（团泊健康城站）上，凤凰菲尼仕 -Scom- 恒翔洲际车队车手伊夫廷·布洛姆·罗伊摘得赛段冠军。

FNIX-GNC&BLAST- 女子力量车队： “她”力量领航未来

GNC&BLAST-女子力量车队成立于2017年，是国内最早一批成立的女子车队。车队致力于发展中国女子自行车运动，从初露锋芒到叱咤赛场，始终以坚韧与速度诠释女性骑行力量。

2025年，凤凰菲尼仕成为GNC&BLAST-女子力量车队的坚实合作伙伴。据上海凤凰自行车有限公司副总裁季小兵介绍，凤凰菲尼仕此次同时签约两支不同定位的女子车队（商业型FNIX-GNC与竞技型FNIX-BLAST），是出于三个方面的考量：“第一是研发成果的投入。车队作为菲尼仕碳纤维赛车的‘移动实验室’，在高强度赛事实践后及时反馈建议，可以持续优化整体产品的性能。第二是女性竞技破圈。我们积极响应国家‘巾帼体育’号召，通过与女子车队合作以及赞助环上海等赛事，吸引更多女性加入专业骑行领域。第三，车队成员兼具运动员与博主双重身份，像我们的‘朵拉’‘羽朵’也正在抖音、小红书等平台产出骑行垂类的内容，触达100万人以上泛运动人群。”

凤凰菲尼仕与GNC&BLAST-女子力量车队的携手不仅是一次商业合作，还是一场关于突破与蜕变的运动宣言。作为车队官方技术合作伙伴，凤凰菲尼仕用前沿工艺匠心打造每一辆定制战车，为现代女子骑行打造兼具爆发力与持久性的竞技系统，帮助她们突破一个又一个关于速度与力量的极限，用共同信念创造无限可能。

FNIX- GNC&BLAST- 女子力量车队



· 环鄱阳湖自行车精英赛——九江·湖口站暨湖口第五届自行车邀请赛上，FNIX-GNC女子力量车队的莉莎夺冠。

· 2025“一带一路”国家驻华使节自行车系列赛上，FNIX-BLAST女子车队的纳斯科维奇·泰莎斩获季军。

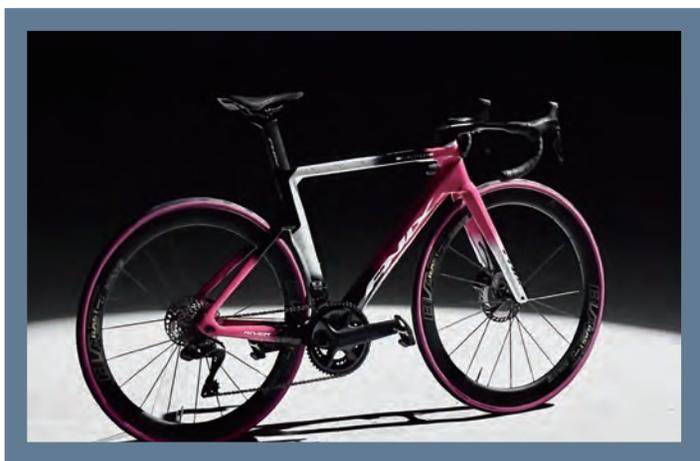
· 2025环粤港澳大湾区城市自行车挑战赛（广州·增城站）上，FNIX-BLAST女子车队的纳斯科维奇·泰莎夺得冠军，FNIX-GNC女子力量车队的伊丽莎白·阿尔奇巴索娃获得亚军。

· 中国自行车运动骑游大会首站——2025环长潭湖赛上，FNIX-BLAST女子车队的窦静夺得100 km赛冠军。

· 中国新疆第十七届环赛里木湖（国际）公路自行车赛上，FNIX-BLAST女子车队斩获女子精英组团体季军。



精彩仍在延续，未来无限可能



截至本文发稿前，凤凰菲尼仕再度携手一支年轻车队——众赢青训队，达成战略合作。车手们朝气蓬勃，无畏前行，取得了令人瞩目的成绩。

- 2025年全国青少年U系列公路自行车冠军赛上，凤凰菲尼仕众赢青训队勇夺男子乙组团体亚军，队员关智锴荣获个人季军。

- 2025年中国青少年公路自行车联赛绵阳站上，常刘箐一举摘得女子甲组TT个人计时赛冠军。同时，车队成员还斩获了男子个人赛（大组赛）亚军及女子个人赛（大组赛）季军。

凤凰菲尼仕与数支职业劲旅的深度合作，映照出的不仅是凤凰品牌的涅槃重生，还是一个产业从“制造”向“智造”跃迁的时代缩影。老牌劲旅与职业劲旅的携手，或许正悄然改写全球自行车竞技装备的产业版图。OTB

车轮碾过云海

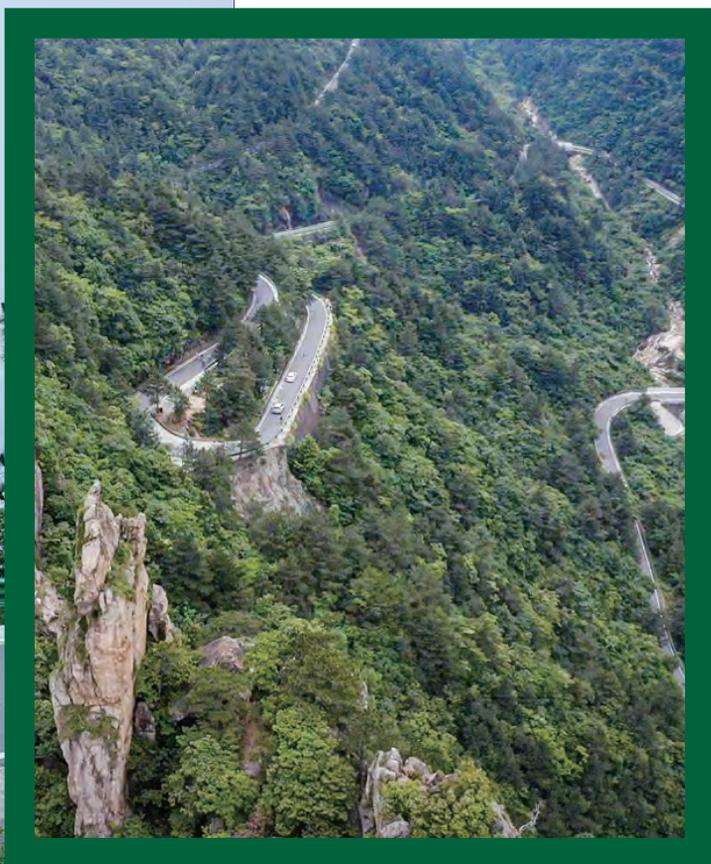
2025 皖浙天路 KOM 挑战赛 完美收官

Wheels Over the Sea of Clouds! 2025 Anhui-Zhejiang Skyway KOM Challenge finishes perfectly

文/骑游网



你目睹过自行车轮划破云海的壮丽瞬间吗？在海拔1 158 m的皖浙天路上，近500名骑手上演了这一幕。他们以飞旋的车轮切割山风，在351道弯间竞速。5月25日鸣枪开赛的2025皖浙天路KOM挑战赛，不仅是一场速度与耐力的极限较量，还是人与自然的激情碰撞，是徽州山水与体育精神的完美融合。



云端赛道： 自然奇观与竞技激情的交响

本次赛事路线贯穿皖浙天路的精华段：从安徽绩溪家朋乡梅干岭出发，途经梯田云海、盘山公路、多个发卡弯以及高山隘口，最终抵达山云岭。选手们在骑行中虽然要挑战连续的发卡弯和海拔778 m的攀升，却能沉浸式体验“车在景中行，人在画中游”的意境。赛道沿途的云海翻涌、古村星布、山色葱翠，为这场鏖战增添了诗意的注脚。

“每一次过弯都像在触摸天空，每一次冲刺都像在对话群山。”男子精英组选手陈伟英的这句话表达了骑手们征服“华东唐古拉”的豪情。此次挑战赛参赛人员共分为男子精英组、男子大师组、女子组及骑游挑战组4个组别。赛道分为爬坡计时段（全程15.3 km）和骑游非竞技段（全程55 km），为骑友们提供了淋漓畅快、生动鲜活的运动体验！

创新赛制： 全民共享与骑行狂欢的雀跃

这场骑行盛宴汇聚了来自全国20个省市的近500名骑行爱好者，其中包括2名外籍选手。大家齐聚“华东最美天路”，在海拔1 158 m的盘山公路上展开激烈角逐。赛事独创“追兔子”全民挑战机制，即在骑游

挑战组中随机抽取 3 名“领骑兔”，以他们的平均成绩划定基准线，最终超过基准线的骑游挑战组选手共同瓜分奖金池。“这不仅比速度，还比策略！”来自杭州的骑友熊忠仙激动地表示。

体旅融合： 车轮畅想与乡村振兴的 协奏

赛事期间，家朋乡礪头古村民宿爆满，荆州乡的山核桃、高山云雾茶等农特产品销量同比激增 200%，梅干岭农家乐的绩溪挞佬更是成为“最强补给”。以皖浙天路为纽带，串联起荆州乡、家朋乡、徽杭古道、鄣山大峡谷、龙川景区、仁里旅游度假区等众多文旅 IP，绩溪县正全力打造全长 55 km 的户外运动黄金走廊。在赛事直播间内，数十万网友通过云时空饱览绩溪秀色、品尝绩溪味道、领略绩溪华彩，实现了“文旅种草”的生动传播。



未来图景： 蓝图描绘与体育精神的 辉映

当最后一辆战车冲过山云岭终点，此次赛事圆满落幕。这场体育盛宴留下的不仅是激情四溢的成绩单，还彰显出一种体育精神与发展哲学：用 351 道弯的险峻锻造拼搏勇毅，以千年徽文化的底蕴滋养精神品格，让“皖浙天路”成为中国骑行版图上的闪耀新地标。

经过激烈角逐，男子精英组冠军被力量盒子-SEKA 车队的龙秀辉，以 35 min 18 s 65 的成绩夺得。男子大师组冠军则被 X-SOON 轮峰车队的王家东，以 38 min 49 s 55 的成绩夺得。在女子组方面，Bigrock 大石魅骑厂队的梁艳青以 44 min 07 s 10 的成绩拔得头筹。在骑游挑战组中，共有 16 位选手成绩超过平均基准线，他们共同分享了 1 000 元奖金。

车轮未止，新篇待续。这场云端竞技虽已落下帷幕，但天路的神奇与魅力仍在延续——秋日层林尽染之时，冬雪冰雕山云之际，相约共赴一场玉带环山的极限之旅。诗意徽源，和美绩溪，正以山河为帛、车辙为墨，书写着体育赋能乡村振兴的时代新答卷。OTB





轻快、平顺、舒适

——捷安特 PCR LTD 铝合金公路车横向测评

**Light, Smooth and Comfortable - GIANT PCR LTD
Aluminium Road Bike Side-By-Side Review**

文/鲍正正



想进阶公路车，但预算有限？别担心，捷安特新一代PCR LTD (MY26) 无疑是你的理想之选。这款车融合了简洁高效的AERO（空气动力）、Climbing（爬坡）、Endurance（耐力）概念。整车采用更加轻量化、更加舒适的几何设定，并搭配全新二代隐藏式CD油碟和OverDrive内走线方案，使之成为专为骑士打造的全能型车款。

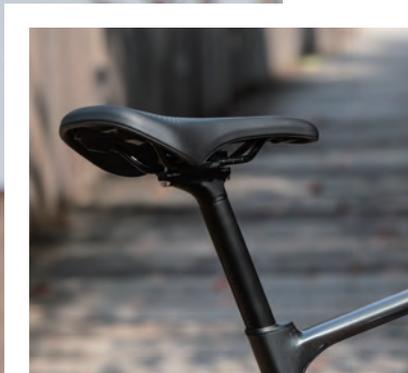
轻快

基于捷安特自家王牌长途耐力车 defy 以及爬坡王牌 TCR 的车架基因，MY26 款浅岩灰的 PCR LTD 车架几何响应灵敏、起脚轻快、操控灵活，完全弥补铝合金公路车笨重的短板。

平顺

PCR LTD 定位为进阶型公路车款，其平路、爬坡及侧弯性能均表现出色，可谓全能车型，是公路“小白”进阶再好不过的练手过渡车。公路车进阶最需要的是舒适，在“三点一体”平台上，PCR LTD 的配置与性能均达到极致。PCR LTD 搭配自家 D-fuse 碳纤维座杆、Contact SL 一体把以及 SR1 碳轮，将骑行舒适度提升至巅峰，充分展现了一线领军品牌在技术沉淀与造车哲学上的深厚智慧。





“

PCR LTD平路、爬坡及侧弯性能均表现出色，可谓全能车型。

”

PCR LTD 在“三点一体”平台上借助 defy 在长途耐力车型上的成功经验，更加注重平顺与舒适性。整车车架设计偏向耐力车几何结构，采用缓和的头管角度、更长的轴距以及更缓的座管后飘角度。此次，PCR LTD 特别针对人体与车体接触的 3 个关键点位(把横、碳轮以及坐姿)进行了优化。

PCR LTD 定位为进阶铝合金公路车，实际上，这类车型不仅要追求车架几何的舒适性（大多数厂家会采用如上右图所示的小三角几何设计来实现这一点），同时也要注意重车座等配件带来的骑行感受。

在实际测试中，这根 31.6 mm 的 D-fuse 碳纤维座杆（上左图），提升了 PCR LTD 的舒适性。采用物理减震设计的 D 型座管在颠簸路况下表现尤为出色，具备良好的吸震效果。此外，它在摇车时也能保持出色的刚性，有效吸收冲击和震动。

此外，PCR LTD 所配备的捷安特 GRIT CORE 中空短鼻座垫在支撑性和舒适性方面表现尤为出色。

“

在实际测试中，PCR LTD展现出作为高性能铝合金公路车的卓越特质，适合公路进阶车友。

”

PCR LTD 在操控端配备了一体式铝合金把立、1-1/8" - 1-1/4" 锥管组合，不仅操控灵活，还显著增强了一体把的刚性，大幅度提升了摇车时的强度。

此次入手的是 M 码 PCR LTD 版本，市面上还提供 XS 至 L 共 5 个尺码，充分兼顾了用户不同身高的需求。实际测试显示，这款 M 码对于身材娇小者来说亦是理想之选，有效打破了



“大车适合高个子”的传统观念。此外，该车型配备的 -6° Contact SL 一体式铝合金把立，并未采用破风设计，其 28.6 mm 的管径与传统小圆把相似，握感尤为出色。

PCR LTD 搭载的 50 框高的 SR1 碳轮，成为三位一体的最后一部分。对于入门新手而言，一套优秀的轮组才是提升骑行速度和舒适度的关键。

整车配备 SR1 700 × 28c 防刺外胎，其胎肩两侧采用深纹路设计，在高速转弯时，其侧向抓地力表现优异



在实测中，这对配备培林花鼓、前后 24 根 14G HTSS 辐条，采用 1:1 交叉编法的 SR1 碳轮，在惯性和巡航性能上展现出 50 碳轮应有的优势，其加速性能表现尤为出色。此外，SR1 碳轮具有卓越的稳定性，在转弯时的表现尤为突出，并在下坡时提供可预测的操控性。对于消费者而言，SR1 碳轮可谓“一步到位”，为他们省去了后期升级的麻烦。



PCR LTD 搭配二代鲑鱼头 CD 线拉油碟，其整体外观较上一代更为简洁。但在实际测试中，这套线转油系统的刹车力度略有欠缺，相比纯油碟，其制动力度稍显不足。

变速系统采用 Tiagra 2×10s 配置，搭配 11-34T 10s 飞轮及 50-34T 大齿盘。中规中矩的组合，足以应对大部分地形需求。

整车搭载捷安特 Advanced 碳纤维前叉，摇车发力时前叉展现出强大的支撑性。

在实际测试中，PCR LTD 展现出作为高性能铝合金公路车的卓越特质，适合公路进阶车友。其优良的车架几何设计便于用户轻松操控，显著提升骑行适应性和舒适性。此外，耐力几何设计在平路巡航时毫不逊色，让用户能够轻松起脚、稳定踩踏。

二代鲑鱼头 CD 线拉油碟能够应对大部分路况。追求极致油碟高制动力的消费者可选择自主升级。

PCR LTD 在爬坡表现上同样出色，起脚反馈灵敏，抽车时垂直顺应性优异。当然，技术娴熟的车友还可以尝试一下“追台阶”。在这种更具挑战性的骑行中，整车依然可以保持灵活且耐用。OTB



这台质量（重量）仅为 9.7 kg（M 码）的捷安特 PCR LTD 在细节处理上尽显考究，彰显大厂风范，其 ALUXX SL 铝合金车身拥有媲美碳纤维的细腻质感



刹车手把选用禧玛诺 Tiagra，配备前后 160 mm 碟片，线拉油碟的后期升级空间很大

高速“大沙发”， 性能小钢炮

——大行 ARCHER P8 折叠车横向测评

DAHON ARCHER P8 Folding Bike Side-by-Side Evaluation

文/鲍正正

作为折叠车鼻祖的大行旗下 ARCHER P8 战神迎来大更新。便捷的 KC 接头、性能优异的铬钼钢车架以及多用途、广泛的应用场景，让一代又一代 P8 成为经典中的经典。创新升级后的 ARCHER P8，在舒适性、折叠效率、车架刚性，以及平路高速和爬坡性能方面，均实现了显著提升。

ARCHER P8 不仅拥有如同高级座驾般的舒适体验，还在 DELTECH 的马甲线设计和快车道技术的加持下，构建了稳固的核心三角结构，以确保高速行驶下的卓越稳定性。在高速巡航时，它轻盈稳定；在攻坡时，它的垂直踩踏刚性更强。特别是在经过颠簸路段时，ARCHER P8 能有效过滤震动，达到人车一体的效果。在实测中，整车的综合性能直追一台综合公路大组车，不仅在都市中表现出轻便、灵活的特性，还能够应对户外大部分不同类型的骑行场景，成为经验丰富的骑友的骑行伴侣。



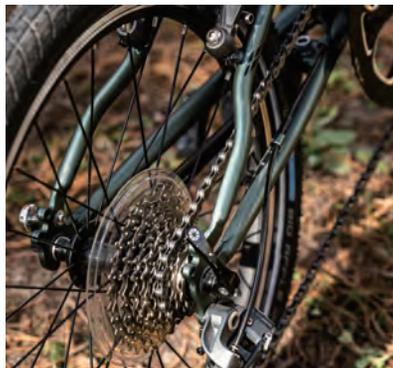
在实测中，ARCHER P8的综合性能直追一台综合公路大组车，不仅在都市中表现出轻便、灵活的特性，还能够应对户外大部分不同类型的骑行场景，成为经验丰富的骑友的骑行伴侣。

为稳定，踩踏力道直接转换成前进的动力。爬坡时，车架的垂直支撑性极佳，给人一种综合公路车的硬朗感，每一次踩踏脚感都很清晰。

这根马甲线拉索不仅提高了综合路况中的骑行效率，还增强了车架的灵活性和适应性，无形中满足了不同骑行者的多样化需求。例如，在实测中，它让高速巡航变得轻松省力，也使得折叠位置的受力更均匀、更稳固，从而延长了车架的使用寿命。

此外，马甲线拉索对于提升骑行的舒适性起到了至关重要的作用。在骑行中，任何微小的异响都可能影响骑行者的信心，而全新设计的稳固大三角结构仿佛一个“大沙发”，在颠簸路面或爬坡站立踩踏时，不会产生任何异响。踩踏时，车架展现出超强的顺应性。在实测骑行中，面对复杂情况，车架始终保持高稳定性。

ARCHER P8 在主梁下方新增了一根补强的拉索。在实测中，这根马甲线拉索在垂直踩踏刚性以及舒适性上表现出色，不仅解决了传统折叠车单梁异响、松垮的问题，更重要的是它还带来了脱胎换骨的变化，彻底改变了车架的受力分布点。整个车架核心形成了一个超级稳固的三角结构，初始上车踩踏时没有异响，速度提升后，尤其是在高速骑行中极



(右上) 马甲线拉索将刹车、变速线等走线整合在一起，使外观显得更为简洁美观

(右中) 超级下管是超级大三角核心的另一组成部分，与马甲线拉索“强强联合”，尤其是在前后两端进行了特别加强和扁平化处理，变得更宽。这不仅显著提升了整车的刚性，增强了爬坡时的踩踏支撑性，还提高了骑行速度。与上一代 P8 相比，新款车型在速度上更快，爬坡也变得更加轻松

(右下) 与提升纵横双向刚性的超级下管不同，后上叉采用了类似青蛙腿的造型设计。这一设计通过管材的形变来吸收地面的震动，实现了美感与功能的完美结合



“

ARCHER P8犹如一台移动的“大沙发”，成功解决了传统铝合金轮组在颠簸路段中的震动问题，其极佳的舒适性颠覆了传统铝制折叠自行车的性能标准。

”

ARCHER P8 单梁使用了加强型四连杆结构的 KC 接头，通过增设加强筋，显著提高了锁紧强度，使得锁扣阻尼更加线性，从而提高了折叠效率。

ARCHER P8 操控端配备了一根铝合金双节内折竖管，底端锁扣锁紧力度强，操作简便。最上端锁扣可自由调节把横（宽度为 25.4 mm×600 mm）的角度，操控灵活，更为重要的是，其匹配度极佳，能够根据不同的身高和臂长进行自由调节。

相比上一代 ARCHER P8 而言，新款 ARCHER P8 整车质量（重量）约为 12.83 kg，折叠体积为 79 cm×42 cm×67 cm，体积更小、更轻，折叠更为简单、省力、便捷，放在三厢车后面绰绰有余。





(左上) 在制动系统上, ARCHER P8 搭配 V 夹, 能有效应对复杂路况下的刹车制动



(左下) ARCHER P8 整车搭配前开挡 74 mm、后开挡 135 mm 的高强度铝轮组, 配备快拆结构的前二后四培林花鼓, 舒畅润滑, 从而确保加速灵敏、巡航稳定



(右上) ARCHER P8 配备速联 X7 变速系统, 采用前 53T、后 11-32T 的齿比配置, 可以应对大部分通勤平路的需求。在面对长陡坡时, 若 ARCHER P8 能搭配 34T 双盘, 性能将更上一层楼

(右下) 转把设计更加便捷, 变速效率更高

ARCHER P8 并没有因为质量(重量)而舍弃配置, 配备了大行经典的 Zorin Postpump 打气筒座管, 内置美嘴(没有美法嘴转换头), 这是相当便利的一个设计。

操作打气筒时, 务必确保橡胶软管完全抽出, 再轻轻转动一下, 就不会出现漏气的情况。特别是在冬季, 由于热胀冷缩效应, 打气筒软管可能会发生回缩, 切勿强行推回软管, 应使用内六角等钝口工具将软管底部轻轻顶回。

ARCHER P8 采用的座垫以其柔软且支撑性强的特性, 提供了更为直接的舒适体验, 其出色的包裹性, 完美贴合人体工程学设计, 为臀部提供了更好的保护。





ARCHER P8 配备 406 世文大苹果胎 (Schwalbe big apple, 20" X 2.0) 轮胎, 拥有无敌胎感, 在颠簸路段能有效过滤震动。而且这款口碑极好的轮胎胎肩防刺性能尤为突出, 实测表明, 在碎石路面上骑行 50 km, 没有出现扎胎的情况。此外, 胎冠在高速行驶时的滚动阻力极低, 夜间还具备反光警示功能。

得益于马甲线技术以及快车道超级下管的超级组合, ARCHER P8 整车的刚性得到了显著提升。这不仅提升了骑行速度, 还增强了骑行的稳定性, 提高了整车在更复杂路况中的适应性和可玩性, 对于经验丰富的玩家而言, 无疑进入了另一个全新的世界。此外, 除了实测车的古铜绿涂装以外, 该车型还有雾黑和釉白两种颜色可选。

ARCHER P8 犹如一台移动的“大沙发”, 成功解决了传统铝合金轮组在颠簸路段中的震动问题, 其极佳的舒适性颠覆了传统铝制折叠自行车的性能标准。此外, 操控性出色、刚性极佳的车身以及高效的折叠空间, 都是您拥有一台 ARCHER P8 的理由。

说到可改进之处, Zorin Postpump 打气筒座管的质量 (重量) 可能并非一个理想的解决方案。相比之下, 一个车灯组合的方案似乎更为实用。此外, 具备更强户外适应能力的 ARCHER P8 可以在前叉上设计几个货架安装孔位, 并可将 V 夹升级为制动性更优的碟刹, 从而进一步拓展车身的可玩性。

备注: 产品规格及配置以实物为准 (2025 年度 P8 限时换新, 世文大苹果胎将更换为德国马牌轮胎)。OTB



电子变速深耕与无线技术突破：

蓝图推出多款创新产品， 引领骑行革新

**Electronic Shifting and Wireless Technology
Breakthrough: L-TWOO Introduces
Various Innovative Products to Lead Cycling Innovation**

文/安远



说到变速器，每位自行车爱好者都不会感到陌生。变速器是自行车的“灵魂”之一，好的变速器能够帮助调节速度，让骑行更容易。在中国本土变速器领域中，珠海蓝图运动科技有限公司处于领先地位。

蓝图成立于2016年，凭借不断的自主知识产权创新，打破变速器高端套件近半个世纪长期被日美巨头垄断的局面，填补了国内行业空白。2022年10月，蓝图推出中国首款自主公路油刹变速套件；2023年3月，蓝图又发布中国首款自主电子变速套件，再次彰显其技术实力。

2024年，凭借行业整体向好的态势，蓝图公司亦实现了业绩的持续攀升。自2024年起，蓝图公司显著加大了研发投入，研发项目亦拓展至自行车配件的其他领域，涵盖传动系统（飞轮、牙盘）、外设类（功率计）、变速系统（内变速、无线变速）、电机（桶轴电机、变速器内置电机），以及自动化变速器生产设备等多个方向。

在2025中国国际自行车展览会上，蓝图公司推出了多款新产品，进一步夯实了其技术领先地位。



“

自2024年起，蓝图公司显著加大了研发投入，研发项目亦拓展至自行车配件的其他领域。

”

NO.1

ERX公路电子变速套件

ERX 一直被国内老牌 UCI 车队恒翔洲际队使用，其间已经历了多次迭代。相较于上一代，这一代 ERX 的主要更新方向聚焦于稳定性和细节的全面提升。

手变把

相较于前代，这一代手变把主体设计更加贴合自然骑行姿势，有效减少长时间使用带来的疲劳感，同时优化了操作体验，显著提升了骑行时的控制性能。

前变速器

前变速器最大可支持 54T（部分车型可达 56T）牙盘，采用 USB-C 接口，可使用充电宝随时充电；新增支撑螺钉，增加支撑点，提升结构稳定性，以确保前变速器始终处于正确角度，从而提升换挡精度。

此外，蓝图电子系列的变速套件已开始采用蓝图自研电机进行驱动。这些专为变速器打造的高性能电机转速可达 4 万转，为精准驱动变速和实现快速换挡提供了坚实的技术基础。

后变速器

后变速器在电路设计方面进行了大幅度改进。与前一代相比，此次升级显著加强了连接线接口的密封性，提升了防尘、防水效果；尤其是在防水性能上，通过了新机水下 1 m 浸泡和高压水枪冲洗等严苛测试，完全满足职业车队频繁洗车的实际需求。

另外，作为变速套件的主芯，后变速器此次也迎来了内置主控芯片的升级。尽管它无法与早期版本兼容，但仍然可以与其他新版本的电子产品进行组合使用。例如，ERX 公路后变速器能够



相较于上一代，这一代 ERX 的主要更新方向聚焦于稳定性和细节的全面提升。





与新版本的 TT 控制器、ETX 山地平把控制等搭配使用，ERX 公路手变把同样可以控制新版本的 ETX 山地无线后变速器等。芯片的更新，使得整个套件稳定性得到了增强，在防止短路和提升变速响应速度等方面都有了明显的改善。

TT 刹车手柄

TT 刹车手柄进行了较为明显的改动。蓝图为 TT 刹车手柄加装了可拆卸式的变速控制模块，用户可以根据个人需求决定是否在手柄上加装按键。



NO.2

内变速花鼓

蓝图全新FX系列内变速花鼓，涵盖了内5速与内14速两个速别，共计4款产品，分别配备机械变速与电子变速两种版本，全面满足多样化的骑行需求。

EFX INNER 5 & FX INNER 5

蓝图内5速系列提供了机械变速和电子变速两种不同版本，均采用4钉规格的刹车盘片与油压碟刹的刹车方式。

EFX INNER 5采用电子变速控制方式，可兼容任意蓝图电子变速控制器，包括平把公路电子控制器、山地电子变速控制器以及电子变速手变把等产品，实现了多元化的控制方式。

FX INNER 5则采用机械拉线变速方式，搭配蓝图全新设计的转把，使操作手感极为轻巧柔和。



“

蓝图全新FX系列内变速花鼓，涵盖了内5速与内14速两个速别，共计4款产品，分别配备机械变速与电子变速两种版本，全面满足多样化的骑行需求。

”



INNER 5	
刹车方式	碟刹
锁紧螺母间距	135 mm
辐条尺寸	#13/#14
辐条孔	32 H
总长	182 mm
法兰距离	57 mm
法兰直径	114 mm
法兰宽度	3.7 mm
偏移量	0.4 mm
节圆直径	104 mm
材质	铝合金
质量(重量)	2.2 kg
齿比	231%

齿比			
挡位	齿比	相对输出 转速变化	适用场景
1挡	0.658	减力 34.2%	陡坡 / 重载起步
2挡	0.814	减力 18.6%	缓坡 / 逆风骑行
3挡	1.000	动力 1:1	平路匀速
4挡	1.229	增力 22.9%	平路提速
5挡	1.520	增力 52.0%	高速巡航



INNER 5 采用线性递进，齿比按约 20% 梯度增长 ($1.229/1.000=1.229$ 、 $1.520/1.229 \approx 1.237$)，换挡节奏感明显。

低挡位冗余：1~2 挡齿比差较小 ($0.814/0.658=1.237$)，可以满足复杂地形微调需求。

EFX INNER 14 & FX INNER 14

内 14 速同样提供了机械变速和电子变速两种版本，均采用 6 钉规格的刹车盘片与油压碟刹的刹车方式。

INNER 14

刹车方式	碟刹
锁紧螺母间距	135 mm
辐条尺寸	#13/#14
辐条孔	32 H
总长	153 mm
法兰距离	55.7 mm
法兰直径	110 mm
法兰宽度	2.9 mm
偏移量	0.4 mm
节圆直径	100 mm
材质	铝合金
质量 (重量)	2.2 kg
齿比	526 %

齿比

挡位	齿比	相对输出转速变化
1 挡	0.279	减力 72.1%
2 挡	0.315	减力 68.5%
3 挡	0.360	减力 64.0%
4 挡	0.409	减力 59.1%
5 挡	0.464	减力 53.6%
6 挡	0.528	减力 47.2%
7 挡	0.600	减力 40.0%
8 挡	0.682	减力 31.8%
9 挡	0.774	减力 22.6%
10 挡	0.881	减力 11.9%
11 挡	1.000	动力 1:1
12 挡	1.135	增力 13.5%
13 挡	1.292	增力 29.2%
14 挡	1.467	增力 46.7%

蓝图内 14 速可在极低速爬坡状态与高速巡航之间自如切换，适用于爬坡、平路、长途旅行等多种骑行场景。此外，该系统还提供了更为细腻的变速梯度，每挡之间的齿比差更为平滑，带来更自然的骑行体验，并且可兼容大多数现代车架，包括城市通勤车、旅行车及电助力自行车等。

“

蓝图首款全无线电子变速套件ETX传承了蓝图ELECTRIC系列电子产品的卓越特性，具备与其他蓝图电子系列产品无缝连接的能力。

”

NO.3

ETX无线山地变速套件

蓝图公司凭借在公路电子变速上积累的经验，终于在2025年推出了其首款全无线电子变速套件——ETX。ETX传承了蓝图ELECTRIC系列电子产品的卓越特性，具备与其他蓝图电子系列产品无缝连接的能力。

ETX电子控制器

ETX电子控制器轻巧紧凑，重仅80g。按键硬朗，提供清晰回弹反馈。该控制器采用双合页式夹环设计，安装便捷，无需拆卸车把把套，角度可调；使用CR2032纽扣电池，续航强，支持超40万次按压。





后变速器

后变速器采用无线设计，简化安装。支持 10~12 速，可与指拨或手变把配合调节。用户可通过 APP 设定速别，微调变速精度和速度，提升骑行体验。支持最大 52T 飞轮，续航 8 000 次换挡，重 426 g，铝合金材质，支持蓝牙和 ANT+。电池易拆卸，有 USB-C 充电接口，可用充电宝充电。ETX 山地后变速器继承 EGR 砾石后变速器阻尼系统，骑行崎岖路面时吸收冲击，防链条抖动，降低掉链风险，减少链条磨损，延长使用寿命。

刹车手柄

蓝图发布两种质量（重量）的刹车手柄：2 指（131 g）和 3 指（138 g），均采用铝合金材质。刹车手柄设计与指拨相似，具有合页式夹环，便于安装；并能通过调节旋钮调整握距。ETX 刹车手柄具备刹车断电功能，适用于电助力自行车等车型。

刹车夹器

蓝图提供双活塞（109 g）和四活塞（121 g）刹车夹器，使用矿物制动液，支持 A 柱直接安装及 B 柱转换安装。油路设计基于连通器原



理，有效排出空气。刹车夹器配备新条形散热来令片，采用半金属混合摩擦片，显著提高耐磨性。

面对变速器行业长达半个世纪的挑战，尤其是专利垄断、关税提高以及国际局势动荡不安等困境，目前蓝图仍处于一个极为艰难的时期。尽管如此，得益于国内用户和合作厂商的支持，蓝图也取得了一定成就：在研发领域，蓝图持续进行产品迭代和新品开发；在生产方面，部分关键配件（如手变油缸）已实现全自动化生产。我们坚信，在不久的将来，承载中国制造精神的蓝图将推出更加优质且更具竞争力的产品。OTB

电动自行车新标准下产品质量安全分析

Quality and Safety Analysis of Electric Bicycles under the New Standard

余邬漫 薛宇 林彦

(无锡市检验检测认证研究院 无锡 214101)

摘要: 此文旨在探讨GB 17761—2024《电动自行车安全技术规范》新标准发布后的产品质量安全问题。文章介绍了电动自行车的基本信息、行业现状以及新标准的主要变化; 阐述了新标准的发布实施过程、认证要求及其对行业技术质量安全的影响; 深入分析了产品质量安全现状, 包括风险监测、监督检查情况及不合格项目; 展望了电动自行车的未来发展, 特别是北斗与通信技术的发展趋势, 以及企业应如何更好地应对新标准带来的挑战, 以确保产品质量与安全。

关键词: 电动自行车; 产品质量安全; 认证要求; 技术趋势

1 引言

随着我国现代化建设的逐步推进和人民生活水平的日益提高, 民众对短途出行方式有了更多的选择。电动自行车已经成为一种常用的绿色出行工具, 具有节能、便捷、安全等多方面优势, 呈现出强劲的市场发展潜力^[1]。相较普通自行车而言, 电动自行车更省力、速度更快; 与汽车相比, 其成本低廉、体积小巧、操作便捷、噪音较小、节能环保。因此, 短途出行选用电动自行车不仅可以有效缓解交通压力, 还能促进节能减排, 有助于实现“碳达峰碳中和”目标^[2]。

然而, 随着其保有量的不断增加, 电动自行车产品的质量和安全问题也日益凸显。为保障消费者权益和公共安全, 我国于2024年12月31日正式发布了GB 17761—2024《电动自行车安全技术规范》(以下简称“新国标”), 并将于2025年9月1日起正式实施^[3]。本文将围绕电动自行车产品质量安全展开分析, 探讨新国标对行业的影响, 以及企业和行业应如何适应这一变化, 从而确保产品质量与安全。

2 产品和行业简介

2.1 产品介绍

电动自行车是一种以蓄电池为辅助能源，通过电动机驱动实现人力骑行和电动骑行相结合的交通工具。其主要部件包括车架、电机、电池、控制器和制动系统等。它具有轻便、灵活、无污染等特点，适合短距离出行和休闲娱乐。新国标对电动自行车的整车质量、防火阻燃性能、制动性能、电池组等关键部件提出了更高、更新的要求。

2.2 行业概况

我国于1989年研制出了第一台电动自行车原理样机，在20世纪90年代取得初步成果，随后我国市场上出现电动自行车产品^[4]。我国电动自行车的发展经过了以下5个阶段（见图1）：起步阶段（1992—2003年）、发展初期阶段（2003—2009年）、发展中后期阶段（2009—2014年）、发展成熟阶段（2014—2019年）和产业变革的新阶段（2019年至今）^[5]。据统计，2000—2004年，电动自行车产量快速增长，年复合增长率达120%；2005年，产量达1 211万辆，同比增长79.1%。2012年，我国电动自行车保有量约1.4亿辆，2014年约2亿辆^[6,7]。2014—2018年，受地铁扩张等因素影响，产量有所下降。2019年，新的国家标准实施，带动行业产量回弹。2023年，产量已超5 000万辆，我国电动自行车保有量已达4.5亿辆。



图1 国内电动自行车发展阶段

江苏省作为全国电动自行车产业的核心集聚区之一，凭借完善的产业链和显著的区位优势，形成了以无锡为龙头的产业高地。据统计，截至2024年年底，全省持有3C认证的电动自行车生产企业达95家，占全国总量的32.2%，其中仅无锡市便集中了78家持证企业，其下属锡山区以76家企业、715张认证证书，成为全国最大的电动自行车生产基地之一。随着长三角一体化战略推进，常州、苏州等地依托成熟的零部件配套体系逐渐完善，南京、盐城等新兴产区加速崛起，共同构建起“核心引领、多极联动”的产业格局。国家先后实施了GB 42295—2022《电动自行车电气安全要求》及第1号修改单、GB 42296—2022《电动自行车用充电器安全技术要求》及第1号修改单和GB 43854—2024《锂离子蓄电池安全技术规范》，并配套多项推荐性标准，形成完整技术体系。

2.3 新国标的主要变化

与旧版标准（GB 17761—2018）相比，新国标在多个关键领域进行了全面的修订与升级，旨在进一步提升电动自行车的安全性能与用户体验。

2.3.1 前言和适用范围的变化

新国标的适用范围明确了电动自行车的整车标志、塑料占比、北斗定位功能、通信与动态安全监测、防篡改、使用说明书、企业质量保证能力和产品一致性等技术要求，将防火性能、阻燃性能修改成防火阻燃，删除了电气强度要求和实验方法、无线电骚扰特性。

2.3.2 术语和定义的变化

新国标增加了生产日期、北斗卫星导航系统、北斗独立定位及缩略语（PDOP、4G、5G）的定义，删除了电动自行车定义中的具有脚踏骑行能力部分。

2.3.3 主要变化内容及意义

标注建议使用年限：生产企业需明确电动自行车的建议使用年限，并在铭牌、产品合格证上进行标注，便于消费者了解车辆使用寿命，提前做好维护与更换准备。

提升制动性能：通过增加降低车辆的最大制动距离的具体要求，新国标显著提升了电动自行车的制动性能，以确保在紧急情况下能够迅速停车，降低事故风险。

调整整车质量上限：针对使用铅酸蓄电池的电动自行车，新国标将铅酸蓄电池的整车质量上限由 55 kg 提升至 63 kg，从而更好地满足了消费者的日常出行需求。

调整脚踏骑行装置：新国标不再强制要求所有车型均安装脚踏骑行装置，改为由生产企业根据车型实际需求进行设计与安装，增强了产品的灵活性与实用性。

鼓励安装后视镜：为提高骑行安全性，新国标明确鼓励电动自行车安装后视镜，以扩大驾驶者的视野范围。

增强电动机性能要求：通过增加电动机低速运行转矩、空载反电动势及电感值差异系数的具体规定，新国标确保了车辆在面对短距离爬坡等特殊工况时的动力输出，同时遏制了非法篡改车速的可能性，保障了骑行者的安全。

强化非金属材料防火阻燃性能：新国标针对不同类别的非金属材料，如弹性软垫、纺织品、皮革及电气回路导线，分别设定了更为严格的防火阻燃指标，有效提升了车辆的防火安全水平。

明确塑料使用限制：为确保车辆结构安全与环保性，新国标规定电动自行车中塑料的总质量不得超过整车质量的 5.5%，进一步限制了塑料的使用。

北斗定位与动态安全监测：新国标要求电动自行车必须配备北斗定位、通信与动态安全监测功能。对于非经营性用途的电动自行车，消费者可在购买时选择是否保留北斗定位模块，以平衡安全与隐私需求。

完善防篡改机制：新国标不仅细化了电池组、控制器、限速器的防篡改要求，还提供了 6 类防篡改检查方法示例，有效提升了防范非法改装行为的能力。

新增企业质量保证能力要求：新国标要求生产企业应具备与电动自行车产能相匹配的整车及主要零部件（如车架）的生产、检测与质量控制能力，以确保产品的一致性与安全性。

3 新国标的发布实施、管理与认证

新国标由工业和信息化部等多部门联合制定。根据新规，企业需利用 2024 年 12 月 31 日至 2025 年 8 月 31 日的 8 个月调整期完成技术升级、产线改造及产品认证，这期间可自主选择新旧标准进行生产。同时，为减少资源浪费，市场允许 2025 年 8 月 31 日前按旧标准生产的车辆继续销售至 2025 年 11 月 30 日，此后市场仅允许销售按新国标生产的车辆。自 2025 年 12 月 1 日起，市场上所有销售的电动自行车产品均须全面符合新国标的规定。

市场监管部门将加强全链条质量监管，严查违规产销行为，并明确对新国标实施前已出厂或进口的车辆给予 3 个月缓冲期（至 2025 年 11 月 30 日）。新国标采用阶梯式过渡期设计，旨在推动行业技术革新、提升产品安全性能，从而降低质量缺陷引发的安全事故风险。新国标第八章进一步要求建立动态监测机制，以确保标准平稳落地，兼顾企业转型需求与社会公共安全。

电动自行车是 CCC 认证产品，随着新国标的发布，认监委正在同步制定 2025 版 CNCA—C11—16《强制性产品认证实施规则 电动自行车》，开展认证。企业已经获得的各种车型的 CCC 认证证书，须在 2025 年 9 月 1 日前完成换版工作，逾期未换版的证书，预计将从 2025 年 9 月 1 日开始被暂停使用。

4 产品质量安全分析

4.1 风险监测情况

每年多起的电动自行车燃烧事故，暴露出行业安全治理的严峻性。为防范类似重大安全风险，各地市场监管部门已全面加强电动自行车质量安全监测，聚焦防火阻燃性能、电池安全、制动系统等核心指标，系统性排查隐患并推动企业整改。2024年，无锡检验检测认证研究院被列为省级电动自行车安全风险监测点，专项开展质量安全评估工作，凸显政策层面对行业规范的高度重视。

2024年7月—12月，省级电动自行车产品质量安全风险监测点，监测到多起电动自行车质量安全事件。分析表明，充电、停放及行驶过程中的电气线路短路是主要致灾诱因。此类数据为行业敲响警钟，行业亟须从生产标准、使用管理到基础设施配套进行全链条升级，以切实降低由产品缺陷引发的公共安全风险，从而保障消费者生命财产安全，并促进行业可持续发展。

4.2 监督检查情况

电动自行车产品已列入国家监督检查目录，国家市场监督管理总局对实体店经销的电动自行车开展了产品质量监督检查。近3年，电动自行车产品国家监督检查不合格率分别为20.5%、20.1%、40.6%。2024年，国家监管部门共抽查了183家企业生产的360批次电动自行车产品。其中96家企业生产的146批次产品不合格，生产企业不合格率为52.5%，产品不合格率为40.6%。涉及的不合格项目主要包括车速限值、整车质量、结构（防碰撞）、车速提示音、电气装置（短路保护）、充电器与蓄电池（充电器、蓄电池防篡改）、淋水涉水性能、反射器、照明和鸣号装置（反射器、照明）、防火性能、标识与警示语、充电状态主回路保护、互认协同充电、布线。

2024年7月—12月，省级电动自行车产品质量安全风险监测点，监测到全国发布电动自行车产品的监督检查通报为45次，累计658批次，不合格率为24.6%（见表1）。涉及的不合格项目主要包括整车质量、标识与警示语、互认协同充电、充电状态主回路保护、充电器与蓄电池、反射器、照明和鸣号装置、尺寸限值等（见图2）。

表1 2024年7月—12月电动自行车监督检查情况统计表

抽查级别	通报次数	抽查批次	不合格批次	不合格率/%
省级	5	76	16	21.1
市级	26	498	113	22.7
区（县）级	14	84	33	39.3
合计	45	658	162	24.6

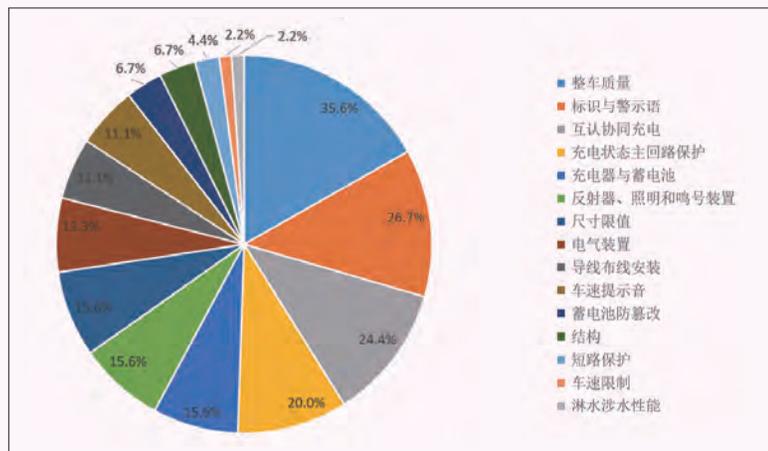


图2 2024年7月—12月电动自行车监督检查主要不合格项目统计

4.3 不合格项目分析

4.3.1 安全风险类

火灾风险相关项目：充电状态主回路保护、充电器与蓄电池等项目不合格，可能造成火灾事故。充电状态主回路保护失效可能导致充电设备损坏，甚至引发火灾；充电器与蓄电池的防篡改设计存在缺陷，用户能够随意篡改参数或更换蓄电池，会使充电过程中的电压、电流等参数不符合要求，增加火灾风险。

交通事故风险相关项目：反射器和照明、车速限值等项目不合格，可能造成交通事故。反射器光学性能不达标或照明装置亮度不足、光束照射位置不正确，会降低车辆在夜间或低光照条件下的可见性；而车辆实际行驶速度超过规定限值，会增加制动距离，降低操控稳定性。

4.3.2 性能与功能类

电气装置与互认协同充电：电气装置的短路保护装置失效或设计不合理，无法在短路时及时切断电源，会损坏电气设备，甚至引发火灾。在互认协同充电项目中，不同品牌、型号的车辆与充电桩之间存在兼容性问题，会影响用户的充电体验和新能源汽车的使用便利性。

淋水涉水性能与布线：车辆在淋水或涉水后，电器部件功能异常或绝缘电阻值过低，会导致短路等安全问题。布线不合理，如线束固定不牢固、绝缘层破损，会引起线束短路、接触不良，影响车辆的电气性能和安全性。

4.3.3 标识与警示类

标识与警示语：车辆上的标识与警示语缺失、模糊不清或内容不准确，会影响用户对车辆重要信息的了解，如操作方法、安全注意事项等，增加使用风险。

反射器与照明和鸣号装置：反射器性能不佳会降低车辆的可见性，照明装置亮度不足或光束照射位置不正确会影响驾驶员的视线，鸣号装置声音过小或音调不符合要求会降低对其他道路使用者的警示效果，这些都增加了交通事故的风险。

通过深入分析这些不合格项目，本文发现主要原因包括：企业未能及时关注并适应国家强制性标准的更新，导致在售产品未能达标；企业在原材料选择和质量管控上存在疏漏，如采用热稳定性较差的电池材料，且生产过程控制不严；企业对国家标准不熟悉，导致产品设计不合理，缺少必要的安全保护模块；生产过程中的工艺控制不严和检验环节缺失，使得产品质量不稳定；员工培训不足和内部管理不到位，影响了产品质量。

5 未来发展分析

5.1 北斗与通信的发展

北斗导航系统（BDS, BeiDou Navigation Satellite System）是中国自主研发的全球卫星导航系统，旨在提供全球范围内的定位、导航和授时服务，向全球用户开放，成为继美国 GPS 系统（GPS）、俄罗斯格洛纳斯系统（GLONASS）和欧盟伽利略系统（Galileo）之后的全球第四大卫星导航系统。北斗导航系统的发展经历了 3 个阶段：北斗一号、北斗二号和北斗三号分别于 2000 年、2012 年和 2020 年建成，已被广泛应用于交通运输、农林渔业、水文监测、气象预报、救灾减灾等领域，覆盖范围从中国及周边地区逐步扩展到亚太地区，最终实现全球服务。

新国标要求电动自行车具备北斗定位、通信与动态安全监测功能。通过引入北斗导航和通信技术，企业可以实现电动自行车的智能定位、远程监控等功能，从而提高产品的安全性和可靠性，例如在车辆被盗或电池异常时及时提醒消费者。未来，随着北斗技术的不断完善和通信技术的升级，电动自行车的智能化水平将进一步提高，迎来新的发展机遇。同时，这些技术的应用还可为电动自行车行业带来新的商业模式和服务模式，推动行业的转型升级。

5.2 企业对新国标的应对

面对新国标带来的挑战和机遇，企业应积极采取措施应对。

5.2.1 增加技术研发

企业应加大研发投入，提升产品防火阻燃性能、电池安全性和智能化水平，提高产品的技术含量和附加值；引入新技术、新工艺和新材料，提高产品的安全性和可靠性。

5.2.2 积极应对新标准变化

面对新标准中塑料件占比的新要求，企业应加大车型研发力度。组建专业团队，分析新标准，投入资源优化设计，从塑料材料筛选到整车性能匹配，全方位开展研发，确保新车型符合新标准。

5.2.3 调整市场策略

企业应通过提供优质的产品和服务，提高品牌知名度和市场竞争力；积极推广符合新国标的产品，利用以旧换新政策加速市场更新。

6 结论

电动自行车新国标的实施，对行业的发展具有重要意义。它不仅提升了产品质量和安全水平，还推动了行业的技术创新和转型升级。企业需积极应对新国标带来的挑战，通过技术研发和质量控制，确保产品符合新国标要求。同时，政府和相关部门应加强对市场的监管，以确保新国标的有效实施，为消费者提供更安全、更可靠的电动自行车产品。

参考文献

- [1] Cherry C R, et al. Electric bicycle use in China and its impact on urban transportation[J]. Transport Policy, 2016, 47: 26-33.
- [2] Zhang Y, et al. Comparative analysis of energy consumption and emissions between e-bikes and cars in urban commuting[J]. Transportation Research Part D: Transport and Environment, 2020, 85: 102432.
- [3] 中华人民共和国工业和信息化部. 电动自行车安全技术规范: GB 17761—2024[S]. 北京: 中国标准出版社, 2024
- [4] 马贵龙, 李尤祥, 胡社文, 等. 混合控制轻型电动自行车: ZL98207198[P]. 1999-09-01.
- [5] 张佰全. 张飞充电商业计划书 [D]. 福州: 闽江学院, 2018.
- [6] 葛帅. 助力自行车传感器及控制系统研究 [D]. 天津: 河北工业大学, 2018.
- [7] 周晓东, 熊启奎. 电动自行车领域的行业特点及专利保护策略研究 [J]. 新能源科技, 2020, (7): 1-25. [OTB](#)

WWW.E-CHINACYCLE.COM

WWW.CHINA-BICYCLE.COM



C H I N A C Y C L E 2 0 2 6 < < <

C H I N A C Y C L E 2 0 2 6 < < <

CHINA CYCLE 2026

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



MAY, 2026

2026年5月

展览地点：上海新国际博览中心

VENUE : SHANGHAI NEW INTERNATIONAL EXPO CENTER

规模：160000平方米/7500个展位 | Scale : 160000m²/7500booths



关注微信公众号
了解更多展会内容

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

广告



2025

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

2025年11月
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}





2025 新能源 电动车产业发展大会

E-VEHICLE INDUSTRY DEVELOPMENT CONFERENCE

向新而行

向高而攀

中国·南宁
2025年8月

主办单位：
中国自行车协会
贵港市人民政府

承办单位：
贵港市港北区人民政府
翔若轩（上海）文化发展有限公司

支持单位：
中国-东盟经贸中心
全国自行车工业信息中心
全国自行车标准化中心
广西电动自行车安全隐患全链条整治工作专班
广西电动车行业协会



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	2025年1月7日—10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，通信硬件、软件及服务，相关电子元器件及电子材料
英国自行车展 The Cycle Show	2025年3月22日—23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、自行车户外运动装备、自行车零配件
台北国际自行车展 Taipei International Cycle Show	2025年3月26日—29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	2025年3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
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	2025年4月10日—12日	中国江苏宜兴	中国自行车协会、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
美国海獭自行车展 Sea Otter Classic	2025年4月10日—13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、户外运动装备、运动营养品、安全警示产品等
中国进出口商品交易会（春季第一期） China Import And Export Fair	2025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	新能源汽车及智慧出行，车辆，汽车配件，摩托车，自行车，家用电器、电子消费品及信息产品，工业自动化及智能制造，加工机械设备，动力、电力设备，通用机械及机械基础件，工程机械，农业机械，新材料及化工产品，照明产品，电子电气产品，新能源，五金，工具，进口展区
印度国际自行车展 Ride Asia	2025年4月18日—20日	印度新德里	乌丹（Udan）传媒	自行车整车、电动自行车整车、零配件、运动/健身产品、童车
日本自行车展 Cycle Mode	2025年4月19日—20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
中国国际自行车展览会 China Cycle	2025年5月5日—8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	2025年5月23日—25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
德国国际自行车贸易展 Eurobike	2025年6月 25日—29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
越南国际电动车自行车展览会 Vietnam Cycle	2025年8月 14日—16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
新能源 电动车产业发展大会 E-Vehicle Industry Development Conference	2025年8月 28日—29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	新能源电动车产业发展大会
中国台中自行车周 Taichung Bike Week	2025年9月 16日—19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
中国进出口商品交易会 (秋季第一期) China Import And Export Fair	2025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	新能源汽车及智慧出行, 车辆, 汽车配件, 摩 托车, 自行车, 家用电器、电子消费品及信息 产品, 工业自动化及智能制造, 加工机械设 备, 动力、电力设备, 通用机械及机械基础 件, 工程机械, 农业机械, 新材料及化工产 品, 照明产品, 电子电气产品, 新能源, 五金, 工具, 进口展区
台湾户外用品展 Taiwan Outdoor Show	2025年10月 16日—19日	中国台湾台北	台湾中华会展经贸促进 协会、大通国际展览有限 公司	健身课程、运动品牌、户外生活、水域活动、 运动健身食品
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	2025年10月 23日—25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
中国国际进口博览会 China International Import Expo	2025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
意大利米兰 摩托车及自行车展览会 EICMA	2025年11月 6日—9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、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、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
中国两轮出行产业大会 Conference on China Bicycle Industry	2025年待定	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)

套餐1：全年6期定价240元(邮局递送) 份数：____份

(自选)平邮挂刷费30元

套餐2：生活版3期(第2期、第4期、第6期)

定价120元(邮局递送) 份数：____份

(自选)平邮挂刷费15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
新品试驾活动
山地自行车活动
电动自行车活动
流行趋势发布会

www.otbth.com



无拘无束·尽享山野



GIANT