责编 / 李娜　美编 / 唐旺勋
2026.10.8 星期四
财会信报 3·15 消费

骑行热何以“蹬”出消费新赛道

秋日太湖，碧波万顷。江苏无锡滨湖区马山，一条 40 多公里的湖岸骑行道上，车轮碾过路面，沙沙作响。来自苏州的王星宇一家三口，迎着湖风一路向前。这个国庆假期，他们没有挤向热门景区，而是选择用两轮车丈量湖光山色。

“沿着太湖骑行，累了就歇歇脚，这种度假方式太棒了。”王星宇说，他和妻子、儿子都是户外运动爱好者，7 天假期将以骑行方式度过。“从未尝试过，很新鲜。我们不追求骑行距离和速度，一家人以这种方式出游，有参与感、凝聚力，还能增长见识、锻炼身体。”

他们从苏州出发，第 3 天来到马山。这里挨着太湖，是国家级旅游度假区，骑行爱好者络绎不绝。马山的骑行道也是环太湖国际公路自行车赛赛道之一，今年 11 月，中国公路自行车公开赛将在此点燃竞技激情。

我国是全球最大的自行车制造国。曾经被视为代步工具的自行车，正被越来越多人重新爱上，骑行成为一种绿色、健康、时尚的运动。

王星宇是苏州一家业余骑行俱乐部的成员。俱乐部成立半年，已有 200 多人，定期举办活动，分享买装备经验、骑行发力技巧等。“包括我在内，很多人因为骑行身体指标都变好了。”王星宇说。截至去年，像这样的业余骑行俱乐部全国已超 8 万家。



骑行选手在江苏无锡滨湖区马山太湖边竞速骑行。

从骑行装备到骑行社群，围绕骑行形成的新消费生态正在各地快速壮大。

随着骑行技术提高，装备升级成为自然选择。“我第一辆自行车花了 2500 元，最近换了一辆，加上各种配件组装，整体价格超过 1 万元。”骑行爱好者李斌介绍说，而一些顶级定制款价格甚至超过 10 万元。头盔、车灯、骑行服、护目镜、运动相机等，都是细分市场里可额外购置的装备。

在南京一家自行车商贸门店，各式自行车整齐陈列。“现在大家买车，不单看颜值，还看重车架用料、车身设计等。”店长张澜说，2000—5000 元的公路车、山地车销售火爆，门店开业不到半年，销售额已超 60 万元。

数据显示，截至去年 8 月底，我国骑行用户已突破 1.3 亿，自行车产业产值达 3000 亿元。社交平台上，骑行相关话题播放量已达数 10 亿。“我对骑行生意有信心，骑行赛事火热，越来越多国人重视健康，认可骑行文化。”张澜说。

据知名自行车制造商捷安特相关负责人介绍，其在国内已拥有 3000 多家门店，还抓住女性骑行消费崛起的趋势打造女性自行车品牌，根据女性身形特点、审美喜好等进行定制化设计，近年来销量持续向好。

赛事热度，正把流量变成消费增量。今年在浙江千岛湖举行的公路自行车公开赛，引入 70 多家自行车装备展商，吸引消费超过 1500 万元；湖北每年举办骑行赛事及相关活动超 1200 场，参与人次超 150 万。

有专家指出，大众对低碳、健康生活的追求是骑行热的内生动力，城市基础设施的完善则提供了硬件基础。2024 年，《中共中央 国务院关于加快经济社会发展全面绿色转型的意见》提出，加强人行步道和自行车专用道等城市慢行系统建设。今年 5 月，《城市更新“十五五”规划》提出，建设改造人行道、非机动车道，构建城市绿色慢行交通系统。

各地积极打造骑行友好城市。上海黄浦江沿岸 45 公里骑行道全线贯通，从外滩到徐汇滨江一路畅通，成为网红骑行线路。北京通州大运河骑行道配备智能照明系统和 5G 监控设备，夜间照明亮度增加，沿线还设置多个休憩驿站，配备急救箱、儿童座椅租赁等设施。

今年 5 月，北京部分地铁线路试点允许携带自行车乘车，在双休日开启“轨道＋骑行”模式——携车进站、出站即骑、直达目的地。此前，深圳、苏州、常州等地地铁已率先“破冰”，在非高峰时段对接城郊骑行绿道。

不少城市还依托山水、乡村资源等打造特色骑行线路，举办骑行赛事，带动沿线民宿、餐饮、乡村旅游发展，让骑行成为推动文旅消费的新抓手。

比如，河北邢台打造 50 条总里程约 900 公里的精品骑行线路，串联古城、古寨、山野等多元文旅资源。江苏昆山将骑行路线与当地特产大闸蟹结合，途经多个蟹市场，骑行者可随时停下选购鲜活大闸蟹快递回家，骑累了还能找家农家乐品蟹饮茶。

为抢抓文体旅融合新商机，捷安特等一批自行车生产商还专门成立骑游旅行社，专注骑游线路开发，提供从行程规划、食宿安排到后勤保障的一站式服务。

“现在很多骑行爱好者不是竞速，而是骑着车看风景。”张澜说：“自行车产业的边界在不断延伸，由此带来的体育消费潜力也巨大。”

（据新华社 记者 / 何磊静）

