

骑行热“退潮” 自行车市场“降温”

部分昔日爆款价格“腰斩” 岛城自行车消费回归理性

近年来,骑行风潮席卷而来,身穿时尚骑行服、脚踏专业自行车的骑行者在海岸线穿梭,成为岛城一道风景,也掀起自行车产品的消费热。然而有不少骑行爱好者发现,今年以来,自行车市场价格出现了明显的下滑。在一些社交媒体平台上,部分昔日爆款自行车价格“腰斩”的信息也登上热搜,引发网友和消费者的关注。记者探访岛城自行车市场发现,目前头部品牌热门自行车甩卖力度较大,市场进入去库存周期,自行车消费已经慢慢回归理性。

热门自行车甩卖力度大

“今年春节之前,花了近1万元买了辆外国品牌的自行车,想在春天骑行一下。这才过了4个月,这款自行车就便宜了2000元左右。”骑行爱好者张先生告诉记者,他与几位骑友都深刻体会到自行车价格迎来了降价潮。

近日,记者走访岛城的迪卡侬、美利达等多家自行车专卖店发现,许多品牌均迎来不同程度降价。在美利达专卖店,两款原售价分别为3000多元与4000多元的热门公路车,均下降了1000多元。“4月初,部分车型开始调整价格,一些入门新手喜欢的产品,价格已经出现下调。”销售人员介绍。

在迪卡侬的自行车销售专区,记者看到部分入门级的公路车从单价1799元降至1499元,有些单价超过5000元的自行车,价格降了1000多元。“部分高端品牌的自行车,降价更明显,目前自行车的折扣区间在7.5折至9.5折之间,覆盖低中高端多款车型。”销售人员表示。

自2025年开年起,这场自行车降价潮便已初见苗头。先是自行车界巨头捷安特宣布旗下入门车型大降价,PCR Ltd2+直降1400元;PCR Ltd2直降1000元;入门级的SCR直降800元仅需3198元即可拿下。曾经售价一骑绝尘的顶奢品牌崔克,部分高端碳纤维车型降幅甚至达到50%。

多家自行车专卖店销售人员表示,整体来看,许多老款、昔日爆款车型都有不同程度的促销活动,有些6折甩卖的昔日爆款自行车出现不久便售罄,而去年和今年上市的新款自行车价格变化不大,保持稳定。

在线上平台,记者发现700元至1500元依旧是当前网购平台公路自行车市场热销价格区间。有数据显示,700元至800元公路自行车产品的销量占比达31.09%,1000元至1500元区间产品的销量占比则达21.31%。

大品牌降价清库存

提及今年自行车降价的原因,从事多年自行车销售的王经理认为,每年春季都处于自行车消费旺季,不少品牌通过降价促销活动来吸引客流,特别是针对入门级和中低端市场。而一些高端市场,许多品牌都是通过降价甩卖来去库存。他认为,厂家通过价格政策刺激销量是常规经营手段,并不单纯是行业性的降价潮。

而更多的业内人士则认为,从2022年开始,户外运动需求激增,年轻人兴起一股“骑行热”,带动了自行车销量的增长,入门级公路自行车一度供不应求,线下门店甚至出现“一车难求”的情况,有品牌热门车型的订单排队时间甚至长达半年。在这股热潮的影响下,各类自行车品牌专卖店如雨后春笋般涌现,直至出现过剩的情况。在此趋势之下,各大厂家纷纷加大产能,新兴品牌也蜂拥而至。2024年后市场回归常态,消费者娱乐方式更加多元化,露营、徒步等户外活动不断兴起并引发新的消费热潮,自行车的消费热潮逐渐退去,需求萎缩导致库存积压。有数据显示,自行车行业巨头禧玛诺、捷安特、美利达等均存在库存过剩现象。为迎合消费市场情况,吸引新顾客和解决产能过剩问题,多家车企对部分老款车型和公路车进行降价处理,以期带动销售。

“国产品牌的发展也对自行车市场带来了冲击。比如一些高性价比的国产车型以同配置、低价格抢占市场份额,迫使国际品牌调整定价策略。同时国产制造工艺的进步,也削弱了国际头部品牌的



岛城自行车市场销售价格出现下滑。

溢价能力。”从事多年了某知名品牌自行车销售的刘先生坦言,部分自行车套件原材料价格降低,车辆生产成本随之减少,也在一定程度上推动了整车价格下探。此外,消费者购买心态回归理性,不再盲目追求品牌溢价,讲究产品性价比,也加速了自行车品牌降价。

本轮降价是市场泡沫挤出、国产替代加速、消费理性化与行业周期叠加的结果,短期内可能持续。

市场规模稳定增长

自行车降价,是因为骑行市场真的不火了吗?事实并非如此,从数据平台“炼丹炉大数据”提供的淘系平台自行车/骑行装备/零配件行业销售趋势来看,行业整体呈稳中有增的发展态势。今年第一季度,淘系平台自行车/骑行装备/零配件行业的销售额整体同比增长超100%。其中,自行车整车依然是销售额占比最高的二级行业,达72.09%。在该行业下,山地自行车和公路自行车则分别占据了46.38%和23.26%的市场份额,销售额环比增幅均超100%。

京东消费及产业发展研究院数据则显示,2024年骑行服成交额同比增长75%,公路车成交额同比增长64%,自行车配件和骑行穿戴装备的成交额同比涨幅均超过40%。尤其在中高端市场,骑行相关装备的成交额同比增长更显著。

据专业机构CIC灼识咨询《中国骑行解决方案行业蓝皮书》显示,中国骑行解决方案行业自21世纪10年代开始迎来爆发式增长,2016年其市场规模为81.7亿元,2021年上涨至281.9亿元,预计2025年中国骑行解决方案行业市场规模将达到692.0亿元。

骑行企业注册量也迅速增长。数据显示,2023年我国骑行相关企业注册量同比增长43.9%至495家,注册量增速达近10年峰值;在此基础上,2024年我国累计注册589家骑行相关企业,同比增长19%。目前,我国现存骑行相关企业超过5000家。

相比于其他运动,骑行消费市场的特殊之处在于其产品链更长,覆盖自行车整车、零配件、装备、附件及各类配套等一系列解决方案,且受核心消费群体特性影响,产品的附加价值也更高,行业整体发展相对长尾。比起单纯的运动和交通属性,骑行已经成为了兼具乐趣与挑战的“轻奢”爱好,并演变成了时尚潮流和社交符号,持续为相关产业带来收益。

消费者心态回归理性

面对自行车市场价格震荡,消费者和从业者态度

两极,悲观派认为:“骑行就是一阵风,降价潮只是开始,明年更惨!”乐观派则认为:“泡沫挤掉后,真正的爱好者才会留下,骑行文化反而更纯粹。”

不少业内人士认为,目前骑行运动已经实现了从小众运动到全民运动的转变,消费者心态是影响自行车市场价格的重要因素,部分消费者更注重品牌价值,愿意为社交属性买单,另一部分则更注重性价比。随着市场环境提升,自行车价格终将回归产品本身使用价值和品质标准。每个消费都有它的热度期,从这个热度期之后慢慢进入内涵发展的过程,这也是市场正常的调整,消费者将更注重产品的质量和服务,长期来看骑行市场还是趋于理性、趋于平衡、趋于动态的发展。

如今,消费者的购买心态开始重回理性,“天价自行车”带来的阶级认同感也逐渐被国产自行车的“性价比策略”冲淡。多家自行车销售人员也认为,本轮库存车消耗完后,新款价格将趋于稳定,消费人群还是以学生和年轻群体为主,回归市场正常状态。

/ 建议 /

结合自身骑行习惯选车

对于市民或者入门级骑行爱好者来说,应该怎么挑选自行车呢?“对于市民和新手来说,没必要选择竞技性太强、太专业的自行车,而是应该挑选舒适度高的自行车。”青岛大有户外运动俱乐部负责人刘伟表示,许多高端、专业自行车的功能虽然很强大,但是有些功能其实对于普通骑行来说用处不大,市民在骑行过程中可能也感受不到。“而且专业自行车的维护保养成本比较高,对于普通骑行爱好者来说,性价比不高。”刘伟认为,骑行爱好者还是应该根据自己的骑行习惯与身体状况,挑选适合自己的自行车,主要看“舒适度”而不是“功能”。

刘伟建议,骑行爱好者在选车时可以多方了解自行车品牌、型号、配置等等,多咨询车友群中的前辈与专业人士,购买前多比较、多参考,理性消费,购买适合自己骑行的自行车。“希望未来青岛的骑行市场能够更加健康、有序地发展,让每一位骑友都能在轻松愉悦的氛围中享受骑行的乐趣。”刘伟表示。

本版撰稿摄影 青岛早报/观海新闻记者 杨博文