

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车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品型以同配置、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。