

四月的宁波，春意正浓。在生机勃勃的季节里，“骑行热”不断升温，骑行装备的销量也随之增加，宁波骑行经济发展迎来更多向上可能。这波春日“骑行风”从何处吹起？带来了哪些变化？我们一起来看看。

## 宁波掀起“骑行热”

骑行经济“飞奔”

### 小车轮“转”出新消费



消费者在鄞州区兴宁路一家自行车店参观、选购。

骑行成为「新社交密码」

穿上骑行服、戴上头盔、戴上骑行镜……家住海曙区南门街道的周先生是一名骑行爱好者，每天下班后，只要不下雨，他都会沿着奉化江骑行20公里左右。

“入春以来，每天夜骑都能碰到很多骑友。东钱湖夜骑的人更多，成群结队的，一到周末就堵车，堵的不是汽车而是自行车。”周先生介绍，东钱湖30余公里的环湖线路对于骑行爱好者来说只需要1.5小时-3小时。

这并非个例。近年来，自行车正成为骑行通勤族、低碳出行族、运动锻炼人群的“心头好”，骑行运动逐渐成为一项全民运动。

在小红书搜索“骑行”，已有超过500万篇笔记。其中，“宁波骑行”话题已有超过2万篇相关笔记。骑行路线和骑行体验是主要的分享内容，记者注意到，东钱湖环湖、三江六岸滨江绿道、象山大目湾环湾等热门骑行线路的相关笔记占比超过30%。

热度之外，宁波骑行活动也在向着规模化和专业化发展。已有5年骑行经验的90后陈英俊告诉记者，他参与的“宁波ECC骑行团”从最初的一两百人，发展到如今已有1000多人。“我们每周都会组织骑行活动，工作日是短距离的休闲夜骑，周末则组织长距离骑行。”陈英俊说。

在宁波，这样千人规模的骑行俱乐部有不少。《2023两轮绿色出行研究报告》显示，2023年全国居民自行车单次平均骑行时间为13.6分钟，相较于2022年提升了7%。该报告估算，自行车夜间骑行活动带动长三角地区约3万亿元（约占1/4）的夜经济市场发展。

锻炼身体、探索城市、扩大生活半径……在被赋予更多新兴生活方式的标签后，骑行运动如今还拥有了“强社交属性”。

于欢是“宁波TREK RIDE CLUB骑行俱乐部”的组织者，同时也是某自行车品牌的宁波地区代理商。他告诉记者：“骑行运动的规模化促进了其社交属性延伸，并且相辅相成。七八年前，骑行运动在宁波还较为小众，骑行团规模小、数量少，不少人在入门后，由于较难得到专业指导、缺乏团体活动，从新手最后进入到专业骑行领域的比例大概只有50%。当下骑行团队发展迅速，骑行社交属性增强，全民认知度提高，从新手到专业骑手的转化率大大提高。”

骑行经济“飞奔”，小车轮“转”出新消费

城市骑行氛围浓厚，也迅速带火了自行车等相关装备的消费市场。不少热门车型甚至出现“一车难求”的情况。

在位于东部新城宏泰广场的一家自行车销售门店，记者看到货架和展台上放着多款不同类型的自行车，价格从千元到万元不等，甚至还有一些超过10万元的车型，店内有几位顾客正在试骑。

“今年消费者更偏向选择碳纤维材质的公路车。我们店内卖得最好的是碳纤维的专业竞速公路车，从价格段来看，2万元-5万元的车型卖得最好。这个月，到目前我们单店销售额已经突破百万元，公路车占比较大。”门店负责人于欢说，“骑车热潮持续，我们不愁卖，愁断货。”

“其实‘骑行热’已经火了一段时间了，经过这段时间的发展，骑行已经从小众转向了全民。不少消费者前两年入门，随着骑行技术的提升，现在已经进入到升级装备的阶段，2万元-5万元这个价位段也是大多数人进阶的选择。”于欢说。

记者随后来到位于兴宁路上的一家自行车销售门店，正值中午，店内有不少顾客在选购和试骑。经营者沈剑红告诉记者，她从事这行已经多年，同时也是骑行爱好者，骑友们都叫她“闪电红姐”。

“目前受欢迎的主要是运动类弯把公路车。从我们的销售情况看，售价1万元-5万元的公路车占比最大，卖得最好。目前不少热门车型、热门尺寸缺货严重，交货期至少要30天，等得久的甚至要90天。”沈剑红说。

除了自行车，头盔、骑行服、护目镜等骑行装备也是骑友的消费“重头戏”。记者走访多家自行车销售门店看到，头盔、水壶支架等周边产品占据的货架面积也不小。

“骑友们越来越注重骑行体验，升级变速系统与制动系统的需求增多，对骑行服、头盔等装备也有较高的要求。从销售额看，骑行服等装备的销售额与自行车已经达到了各占半壁江山的程度。不少人购置一整套骑行装备（不包括自行车）就要花费万元左右，有人买这些装备的费用甚至超过了自行车本身的价格。”于欢说。

天猫日前发布的《2024运动户外行业春夏趋势白皮书》显示，今年以来，自行车单车配件在天猫的成交金额同比增长了70%，成交笔数同比增长超50%。公路车整车的成交量也呈现消费升级趋势，单价万元以上的整车，其市场份额扩张了一倍以上。

骑行成新时尚，催生更多消费新业态

在实现从“小众体育”到“全民运动”的转变后，骑行运动在成为新时尚的同时，也催生了更多消费新业态。

记者注意到，宁波人较强的骑行消费力也吸引了众多自行车品牌入驻。据了解，目前如梅花、皮娜、崔克、闪电、瑞豹等国际排名靠前的品牌均已入驻宁波。

而当骑行成为户外运动的又一“黑马”后，更多消费场景随之产生。鄞州花园里近期发起“春日骑行”活动，联动七塔禅寺、新世界广场、庆安会馆、IPN渔轮厂、集盒广场等进行骑行盖章打卡。4月20日发布骑行路线公告后，已有超过100人自发前往打卡，90后和00后占比超过六成，也有不少是年轻亲子家庭。

天一商圈在2023年曾联动adidas、捷安特等策划开展了一场百人城市骑行活动，吸引了一大批宁波资深骑行爱好者参与。今年，天一商圈将对骑行活动进行全方位升级，在骑行路线、赛事规格等方面进行优化。

对此，宁波市商务局消费促进处处长尹秋平认为，无论是作为强身健体的运动方式，还是“解锁”城市的出行工具，抑或是社交新渠道，城市“骑行热”正在催生更多消费新业态。“小车轮”正与体育赛事、户外装备、城市服务等行业交叉融合，具有强劲的综合带动作用，市场潜力巨大。记者 史妮超 文/摄



宁波骑友在小红书等社交平台分享骑行线路与经验。