

# “骑行热”带火自行车,部分款卖脱销

南京市场多数车型供应充足,但价格较几年前有大幅上涨



戴着头盔和墨镜、身穿紧身骑行衣、骑着专业自行车,穿梭于大街小巷、山川河流……骑行在社交媒体中逐渐成为一种时尚。近日,自行车市场销售火爆相关话题备受关注,具体表现如何?6月8日,现代快报记者对此展开采访。记者了解到,南京多家自行车专卖店基本供应充足,少部分车型因零部件缺货、运输等原因出现“一车难求”状况。相关自行车零部件生产商表示,今年四季度订单都是满产状态,还有的则需要排队到2023年。部分车型因原材料、零部件价格上涨,价格出现一定程度上涨。

现代快报+记者 潘荣 文/摄



自行车销售火热,相关配套装备销量也不错

## 销售火热 少部分车型“一车难求”

6月8日上午,现代快报记者来到南京市秦淮区太平南路上一家自行车专卖店看到,店内销售产品类型丰富,包括山地自行车、公路自行车、通勤自行车、儿童自行车,以及头盔、服装、手套等配套装备。

“店内大概有300多辆自行车,供应充足。”工作人员苏先生告诉记者,目前并没有出现严重的断货情况,今年3、4月份时,自行车销售确实比较火热,部分车型售罄,疫情对生产运输也有一定影响,有消费者想购买的车型没有到货,需要预定。随着疫情逐渐缓和,生产、运输等问题也得到解决,“只有几款车型现在是缺货的”。

在自行车行业,每年3月至10月为销售旺季。记者了解到,从疫情发生以来,自行车销量比往年有所提高。“以3、4月份为例,工作日每天能卖出去十多辆,周末每天能卖出去二三十辆。”苏先生说,销量上涨是多方面原因导致的。一方面,现代人对健康逐渐重视,许多消费者会通过骑行来锻炼身体;另一方面是通勤需要,购买自行车作为代步工具。此外在周边游、微度假越来越火的背景下,消费者将骑行当作一种娱乐,“也有不少家长

给孩子买自行车”。南京江北新区一家自行车专卖店老板钟女士也表示,近两年自行车的销量一直还不错。“以前正常情况下每天只能卖出一两辆,现在销量最多时每天能卖出去二十多辆。”钟女士告诉记者,目前也有少部分车型缺货,主要是因为这些自行车零部件需要从海外进口,不过总体来说并不影响销售。

今年4月份,在南京新街口上班的熊先生购买了一辆通勤自行车。“我从家乘坐公共交通去上班要40分钟左右,骑车时间差不多,所以我决定购买一辆自行车用于通勤。”熊先生告诉记者,他对车型没有特殊要求,当时看中适合通勤就直接买回家了,但如果消费者有特殊要求,还是需要预定的。记者注意到,部分网红自行车款式缺货,但在二手电商平台上有用户转让。

自行车爱好者刘先生告诉记者,他工作之后就爱上了骑行,目前已经买了两辆公路自行车。“周末休息时,我会骑行到江宁余村、黄龙岘,来回几十公里。”刘先生认为,骑行过程中既能欣赏沿途风景,呼吸新鲜空气,也能让自己变得更健康。

## 需求旺盛 厂家订单已排到今年底

消费者的需求,促进了销量的增长。某电商平台数据显示,今年520大促期间,自行车销量增长一度超过50%,其中儿童自行车、公路车、折叠车的销量比较突出。

同时,生产商的订单需求也在增长。信隆健康是负责自行车零配件生产、销售的上市公司,公司产品范围包括自行车零配件及体育运动健身康复器材。受益于疫

情后运动健身及自行车需求持续提升,公司主营业务之户外运动产品及自行车零配件订单量及出货量均大幅增长。2021年财报显示,公司实现营收26.34亿元、同比增长41.07%,净利润为2.73亿元,同比增长64.99%。公司表示,今年四季度订单仍是满产状态,今年订单已排至2022年底。

久祺股份主要从事自行车整

车及其零部件和相关衍生产品的设计、研发、生产和销售,公司于2021年8月上市。在投资者互动平台上,公司表示部分客户是国外的商超,一般是年度订单,这些订单的交货时间已排到了年底。

位于苏州昆山的自行车零配件生产商表示,生产进度一定程度上受到今年上半年疫情影响,订单已经排到2023年了。

## 多重影响 车价较几年前有大幅上涨

记者了解到,部分自行车价格出现了一定程度的上涨。苏先生介绍,前几年店内销售的自行车价格平均为1000多元,现在平均价格要两三千元。今年以来,部分车型涨价100元至200元不等,以一款售价3698元的自行车为例,3月份涨了100元。苏先生认为,涨价是因为原材料、零部件的价格上涨了。

今年3月,自行车零部件企业禧玛诺发布涨价通知称,受原材料成本的变化以及生产、运输等因素影响,公司从5月1日起对产品价格进行调整,其中自行车零件

上涨0.5%~4%,修补件上涨4%~7%,骑行鞋上涨5%。

国金证券指出,中国已成为全球最大的自行车生产和出口国,拥有全球一半以上的生产能力,目前已形成以天津渤海湾、江浙沪、珠三角三大自行车产业集群带。中国自行车行业拥有广泛的用户基础,受2017年开始的共享单车热潮影响,我国自行车销量急剧下降。目前共享单车领域趋于理性,国内自行车市场逐渐开始调整,自行车销量有所回升,但仍以低端出行为主。

疫情期间,更为安全的个人短

途出行交通工具需求旺盛,中国作为世界自行车出口大国,国内疫情率先得到有效控制,产业链企业迅速恢复生产,以满足全球市场需求。

国金证券认为,运动健康是未来消费者消费的主力方向之一。疫情给国内企业自主品牌带来机会,得益于各自行车企业网络销售链的布局,物流和支付等出海链路的持续优化,以及疫情提升海外消费者的线上化使得传统销售渠道多年积累的强势地位有所弱化,中国自行车企业借线上渠道成功推出自主品牌,销量高增。

