

# “小车轮”撬动千亿市场蓝海 骑行热背后的冷思考

中经记者 夏治斌 石英婧 上海报道

“前面找地方停车休息会儿。”5月24日午后,在浙江四明山的盘山公路上,一位自行车骑行队的队员向队友们喊道。紧接着,队友们纷纷放慢速度,在路边聚拢。

随着天气的逐渐升温,周末街巷、山间田野外出骑行的年轻人越来越多。从“citywalk”到“cityride”,骑行正成为年轻人社交的新语言与生活方式载体。不过,相较于前几年自行车行业的极高热度,当下的自行车市场正逐步褪去浮躁泡沫,朝着更加理性的发展方向前行。

自行车经销商对于行业有着敏

锐的洞察。5月27日,《中国经营报》记者随机走访了位于上海的数家自行车门店,多位经销商均表示,相较于前几年,自行车行业热度有所下滑,行业也在“卷”价格。经销商陆明(化名)向记者直言:“之前都是没车卖,现在是降价卖。”

对于自行车行业“价格战”,中国社会科学院工业经济研究所时杰博士告诉记者,当前行业“价格战”更多是阶段性现象,由产能扩张过快、需求增速放缓、同质化竞争引发。长期来看,行业必须靠品牌、技术、服务和跨界合作实现价值突围,否则“卷”价格只会陷入恶性循环。

## cityride 走向大众

骑行经济从小众运动走向大众消费的核心驱动力在于消费升级和健康生活理念的普及。

杰夫是一位资深的骑行爱好者,从2010年开始骑行,至今已有十几年的骑行经历。自2022年起,他来到户外旅行平台游侠客,担任骑行线路领队。“每个月基本会带队3—4次。在参与骑行活动的人群中,女性占比最高,大约能占到60%,甚至在个别团中能占到70%。女性对骑行的兴趣较高,一方面是因为骑行比徒步更快,能更早到达目的地欣赏风景;另一方面,骑行装备比较帅气,穿上骑行服、戴上头盔拍照的效果很好,比徒步拍照更有吸引力。”

相较于徒步,骑行的成本支出相对更高。在骑行装备方面,杰夫就曾购买过5辆公路车,目前家里还保留着2辆公路车、2辆折叠车和1辆山地车。他告诉记者,购买自行车的费用较高,最初花费几千元,后来逐渐增加到1万元甚至更高。除了购车费用,每年还需要更换骑行服和配件。一套骑行服夏天的价格在2000元左右,冬天则在3000元左右,鞋子的价格也在1000元左右。早些年,杰夫对骑行装备的投入较为疯狂,经常一年更换2—3套骑行服。

记者注意到,当下骑行经济从小众运动走向大众消费,也逐步从单纯的“运动属性”向“社交+生活”方向延伸。时杰告诉记者,骑行经济从小众到大众,本质上是年轻人对健康、环保、社交、个性生活方式的共同向往,叠加城市公共空间与新消费趋势的推动。长期来看,这会让骑行行业生态更加多元,跨界融合、社群文化、IP运营等将逐渐成为生态主导力。

荷兰电助力自行车(E-BIKE)品牌BIJEN于2024年9月进入中国市场。对于未来中国骑行市场的发展趋势,BIJEN中国区CEO李琦告诉记者,BIJEN认为中国骑行市场会逐渐趋于理性和个性化,从之前的对公路车及产品社交属性的狂热,逐渐转移到多样化的适用出行场景需求上。同时,城市出行对于两轮产品的友好性也将不断提升,消费者也将理性地考量自我对于骑行的需求,从而选择适合自身的产品。场景化产品也将逐渐成为市场主流。轻运动将占据大部分人的需求点。“根据这一特点,E-BIKE也将成为未来几年新的增长点。”

## 部分企业发起“价格战”

面对自行车行业的激烈竞争,部分企业发起“价格战”。

“以前,我们品牌万元以上的自行车从不打折,都是按原价销售,但现在也作出了妥协。公司之前也是明令禁止打折,而现在对打折行为也是睁一只眼闭一只眼。”陆明告诉记者,“打折都是自己店里进行的,这样来的话,与以前相比,赚的肯定少了。”

陆明告诉记者,他店内价格最低的自行车1000多元,最贵的一款售价近4万元。尽管价格不菲,但仍然有消费者愿意购买过万元的自行车。目前店内有一两款车款正在进行优惠活动,其中一款新推出的车型售价为4000多元,而此前该车型的售价应该在6000多元。

在记者走访的另一家自行车品牌的门店内,老板吴涛(化名)也向记者坦言:“现在自行车市场的价格竞争十分激烈。我们是二级经销商,如今的市场情况已经导致二级经销商的利润空间几乎被压缩殆尽,相当于把各级经销商的利润都削减了,拿去参与价格竞争了。”

吴涛告诉记者,现在他店内的部分自行车是有优惠活动的。

## 新玩家入局骑行赛道

在自行车这一赛道上,国内众多上市公司也正持续加码,积极展开深度布局。

“尽管骑行热度有所下降,但每次成团的人数还算可观,这说明还是有很多人对骑行保持着热情。”杰夫告诉记者,他相信那些真正热爱骑行的人会一直坚持下去,而且随着人们对健康生活方式的追求,骑行作为一种环保、健康的运动方式,仍然会有一定的发展空间。

相关数据显示,中国自行车全行业2024年总产量为9953.7万辆,同比增长0.4%。艾媒咨询数据显示,中国自行车市场规模在



5月27日,记者走访上海多家自行车门店,经销商称行业“价格战”加剧。

夏治斌/摄影

部分企业发起“价格战”。盘古智库高级研究员江瀚表示,长期来看,单纯依靠“价格战”难以维持企业的健康发展,因此这是一个短期现象。

李琦称,BIJEN留意到了自进入市场后,行业竞争愈加激烈,很多企业发起“价格战”,但大多是以牺牲产品品质为前提的。

“BIJEN本身的产品具备高品质属性,因此,BIJEN不会降低产品品质去进行“价格战”。同时,BIJEN也将

会提供行业领先的产品来应对竞争,保持自身产品的竞争力。在

成本控制方面,随着我们产品销量的增加,我们也在不断优化零部件的生产成本,同时我们也在通过提升产品本身零部件的通用性来提升产品的成本控制。”

此外,李琦告诉记者,BIJEN认为目前公路车的增长已经显现乏力趋势,单纯的社交及强运动属性并不是社会需求的主流,从2024年下半年的数据看,一线城市公路车销售已经开始下滑,这说明消费者越来越理性,单纯靠社交和强运动已经很难再推动市场高速增长。

海外品牌也在加码布局中国市场。李琦告诉记者,自2024年9月28日BIJEN中国首店开业至今,BIJEN已经成为行业高端E-BIKE的标杆。经过几个月的开业期,目前上海单店已经积累1000多名用户,收获了用户对于产品体验的高度评价。

对于在华市场的布局,李琦告诉记者,BIJEN在2025年下半年及2026年,将全面开启全国其他城市实体销售的拓展,优先考虑一线城市的核心商业区域。

# 2024年归母净利润下降 南都电源闯关港股募资“补血”

中经记者 方超 石英婧 上海报道

2025年以来,中国内地企业掀起赴港上市热潮。近日,南都电源(300068.SZ)宣

布启动赴港IPO计划,拟通过发行H股登陆香港联合交易所有限公司(以下简称“香港联交所”)。

南都电源对外发布公告,目

前正在筹划境外发行股份(H股)并在香港联交所上市事项,南都电源方面同时表示:“正在与相关中介机构就本次H股上市的具体推进工作进行商讨,相

关细节尚未确定。”

《中国经营报》记者注意到,赴港上市的背后,南都电源业绩正陷入亏损泥潭。财务数据显示,2024年,南都电源营业收入

同比下跌45.56%,归母净利润同比大幅下降4260.62%。

“公司目前正积极地筹划香港上市的相关工作与进程,后续进展请关注公司相关公告。”南

都电源相关负责人向记者表示,本次公司启动港股上市的核心目标,将聚焦海外市场的深度布局、国际业务版图的拓展以及境外运营资金的补充。

## 2024年业绩下滑

南都电源官网显示,其长期专注于储能技术、产品的开发与应用,面向新型电力储能、工业储能和民用储能领域,提供以锂电为主的产品、系统集成及服务,并已打通从锂电池制造、系统集成、运营服务到锂电池资源回收的全产业链,形成了围绕储能业务的一体化布局。

财务数据显示,2024年,南都电源营业收入为79.84亿元,同比下降45.56%;归母净利润为-14.97亿元,同比下降4260.62%,而扣非归母净利润为-17.34亿元,同比下降3965.12%。

受到外界关注的是,南都电源2024年业绩巨幅下滑的原因何在?

南都电源2024年的亏损原因,

或与多方面因素息息相关。南都电源相关负责人向记者介绍,在回收板块,废旧电池价格持续处于高位,产品毛利率持续下降,同时受国家政策影响,地方奖补政策存在不确定性,影响了2024年第四季度回收业务的盈利能力。“公司进行减产,营业收入大幅下降,单体亏损。同时,公司基于谨慎性原则,对相关商誉、存货等资产增加计提减值准备。”

而在锂电板块,南都电源相关负责人向记者表示,锂电行业竞争加剧,加之原材料价格大幅下降,锂电产品销售单价快速下降,导致锂电产品销售收入同比大幅下降。储能项目从接单、交付到验收周期较

长,2024年上半年其选择性放弃低毛利订单,订单获取及实际发货均不达预期。

南都电源方面提供给记者的信息显示,受海外客户发货延迟影响,导致2024年下半年新型电力储能出货量大幅下降,产能利用率不足,进一步降低产品毛利率,毛利额贡献下降,进而不足以完全覆盖公司日常期间费用,增加了公司亏损,第四季度营业收入降幅尤为明显。“同时,公司基于谨慎性原则,对相关存货及固定资产计提减值准备。”

记者注意到,除了上述原因外,南都电源2024年业绩下滑,或与新日股份的相关诉讼存在一定关系。

2024年12月底,南都电源收到无锡市中级人民法院送达的《民事判决书》,与新日股份买卖合同纠纷一案一审判决。南都电源相关负责人向记者介绍:“一审判决明确认定公司没有质量问题,也不存在根本违约。”

“但由于上述合同纠纷为2020年的锂电产品,当时的锂电产品单价较高,随着近些年锂电产品价格的大幅下降,针对未使用的产品发生了大额的存货跌价。针对存货跌价,一审判决需要双方各自承担一部分损失,根据判决内容,公司增加计提预计负债。”南都电源相关负责人已提起上诉。

该诉讼是否会对公司财务、业务或前景产生“颠覆性影响”。

“若潜在赔付金额相当于公司近期盈利或资产规模的重大比例,须在招股书中提供敏感度分析及应对方案;如该事项尚存重大不确定性,可能需要补充资料或延后上市申请,以满足联交所对信息充分及公平披露的要求。”黄立冲介绍。

“针对部分低价恶性竞争订单,为保证产品质量和回款,公司选择性放弃部分订单,出现阶段性产能利用率降低。”南都电源相关负责人同时表示,该公司于2024年度资产负债率对相对存货、固定资产等进行了充分的减值测试与计提。

率分别为70.29%、76.50%。

“2025年度,公司将持续以‘三化一融合’(产业一体化、销服一体化、全球一体化、产业生态融合)为战略指引,推动公司新型电力储能、通信与数据中心储能、民品业务落地。充分发挥产业一体化优势,深耕各细分领域,推动各项业务齐头并进,全面改善公司的经营质量。”南都电源相关负责人介绍。

南都电源相关负责人还向记者表示,目前该公司产能利用率已回归正常水平。“且随着新型电力储能、通信与数据中心储能、民品业务的持续顺利拓展,公司将配套推进相应产能建设与落地。”

## 资产负债率升至81.14%

在储能产业竞争加剧的大背景下,南都电源的负债率水平也引发行业关注。

Wind数据显示,2022—2024年,南都电源资产负债率分别为68.53%、70.89%、79.14%,而在2025年第一季度,南都电源资产负债率水平已进一步攀升至81.14%。

“南都电源2025年一季度81.14%的资产负债率,显著高于储能行业约50%—60%的平均水平。”黄立冲认为,根据民生证券与Wind数据,2023年上半年储能行业平均资产负债率约50.79%,2022年亦仅51.76%。

黄立冲认为,南都电源资产负债率2024年年末为79.14%,2025年第一季度进一步升至81.14%。“已明显高于可比企业水平,反映财务杠杆运用已超出常见安全区间。”

不过,南都电源相关负责人在给记者的回复中,仅表示该公司自2020年开始战略转型,历经几年基本完成业务结构、产能结构的整体转型及调整。南都电源相关负责人认为:“上述转型的完成已经大幅改善公司的经营质量。”

“同时,运营端公司以项目管理为抓手,充分了解客户交付时间的准确性,缩短交付、验收、回款时间,以应收应付款为突破口,调整应收应付款的合

理结构。”南都电源相关负责人向记者表示,该公司以法务为牵引,重点解决疑难应收账款。以生产计划为切入点,精细化库存管理,强化物资管控能力,全面提升资产周转效率。

“未来公司将继续努力降低资产负债率,持续改善盈利水平,通过优化客户结构、供应链管理,及提高公司存货周转效率的方式,提高营运资金周转效率,进一步提高公司经营活动的现金流量,并提高公司盈利水平降低财务风险。”南都电源相关负责人表示。

受到市场关注的是,当前谋求港股上市的南都电源,如何有效改善其财务健康状况呢?

“IPO募集资金可直接用于偿还部分债务,改善负债结构。”黄立冲认为,港交所及保荐人会重点审视拟募资用途与偿债计划,若债务水平过高而募资用途不明,可能影响定价及发行进度。“在市场对高杠杆敏感的背景下,若无法向投资者提供可靠的去杠杆方案,可能被要求更低发行价。”

但南都电源相关负责人在给记者的回复中强调:“公司管理层对公司的未来业绩有信心,赴港上市公司也是有信心的。赴港上市的成功也将进一步提升公司品牌形象及知名度,提高公司综合竞争力。”