

野途2021

中国自行车运动行业分析报告

CHINESE CYCLING SPORTS INDUSTRY ANALYSIS REPORT 2021 ISSUED BY WILDTO

野途简介

野途，全称厦门市野途网络科技有限公司，成立于2014年，旗下拥有国内首款自行车赛事报名信息系统——野途APP及野途网。目前已建立赛事服务、赛事传媒、赛事营销为核心的三大运营体系，成为“赛事一站式服务商”及自行车赛事信息社交平台。

目前野途拥有注册用户近300万，平均日活约19.7万。





1、赛事报名

收录全国超99%的自行车赛事，提供全面的赛事信息及便捷的赛事报名。

2、拥有完善的赛事定级规则

野途制定了完善的中国业余自行车赛事评估体系。根据赛事参赛人数、赛事影响力、赛事举办地、赛事奖金、车友评价等多维度指标，依据分值从高到低的排序，将赛事级别分为ABCD四个等级，真实呈现赛事商业价值。

3、运动员大数据

完整记录运动员赛事数据，首创全国自行车赛事积分体系及排行榜，真实呈现运动员商业价值。

4、赛事传媒

7*24小时全景报道自行车圈，还原赛场风云，直击赛事动态；传递最新产品，尽览行业动态。

5、赛事保险

野途保险携手国内顶级保险公司，推出国内最全面、最便捷的骑行、铁三、户外活动等户外保险产品，充分满足户外运动爱好者的保险需求。



数据来源

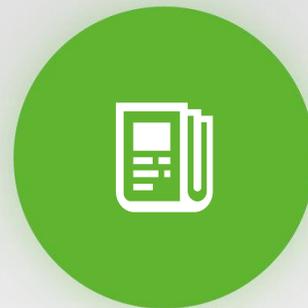


野途赛事大数据

野途收录全国超过99%的赛事



近300万野途骑行用户数据



50000份有效调研问卷



导语

INTRODUCTION

对于中国车友们说来，2021年，伴随着精彩、遗憾和心痛。

无论是奥运会还是全运会，这个“体育年”提供了太多的精彩和荣光。但疫情的反复，使得参加线下赛事依旧艰难，心痒难耐想要骑上赛道的我们，不得不遗憾地把重聚的日期一再延后。

2021年5月甘肃白银越野事故，则以生命的惨痛代价为行业敲响警钟。接踵而来的是行业规范和整顿，对赛事主办方提出了更高的要求，进一步加快行业洗牌与沉淀。

积累沉淀，是为了更好地绽放。经历了疫情下的闯关与探索，骑行的热情正在迸发，驱动产业发展“加速度”。

《2021野途自行车运动行业分析报告》继续为您还原2021年中国业余自行车运动最真实发展状况，希望借此为自行车人传递一份力量。

目录

CONTENTS

01 中国自行车赛事特点分析

02 中国业余自行车赛赛事分析

03 中国自行车运动爱好者装备分析

04 2021野途自行车运动风云榜

05 自行车运动未来发展方向



PART 1 中国自行车赛事特点分析

自行车赛事总体情况1

2021年中国自行车赛事活动数量599余场，其中自行车赛事152场，自行车活动447场，继上一年度数量“腰斩”之后，自行车赛事及活动继续显下滑。



自行车赛事总体情况2

2021年自行车爱好人群约950余万，较2020年人群数量略有增长。



950余万

2021年



920余万

2020年

自行车赛事总体情况3

2021滑步车赛事数量1685场，较2020年数量下降30%。

1685场

2020年

2434场

2020年

自行车赛事特点1

监管更严格、更规范，办赛门槛增高

2021年5月份，“甘肃白银越野事故”风波后，体育总局等11个部门联合印发《关于进一步加强体育赛事活动安全监管服务的意见》，规范化、安全化办赛成为体育行业最基本准则，办赛门槛再增高，赛事监管更严格、更规范。



自行车赛事特点2

疫情反复，重启艰难，赛事继续缩水

全国各地疫情零星反复，赛事恢复持续受阻，赛事数量继续减少



自行车赛事特点3

赛事仍以区域性为主，全国赛少量复苏

疫情防控常态化下，赛事以区域性为主，部分全国性赛事逐步复苏，也算释放一定积极信号，但国际性赛事仍处于停摆状态。



自行车赛事特点4

自行车赛事逐渐向综合类型转变

自行车赛事不再仅局限于纯山地赛或是纯公路赛，而是逐渐向综合性赛事转变，组别更丰富，项目更多元。



自行车赛事特点5

线上竞技兴起，形式更多样

从专项训练，到虚拟体验，再到各种形式的线上赛事，“云骑行”的形式被更多挖掘，且逐渐常态化，给自行车赛事运动带来新突破和机遇。



自行车赛事特点6

火势暂缓，儿童滑步车赛事渐趋理性

不同于前两年全面开花的火爆势头，儿童滑步车赛事逐步趋于理性，一批赛事被洗牌，优质赛事IP价值凸显。



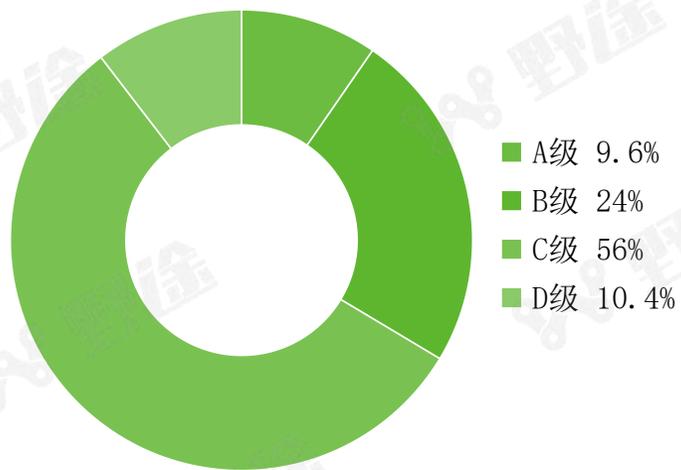


PART 2 中国业余自行车赛赛事分析

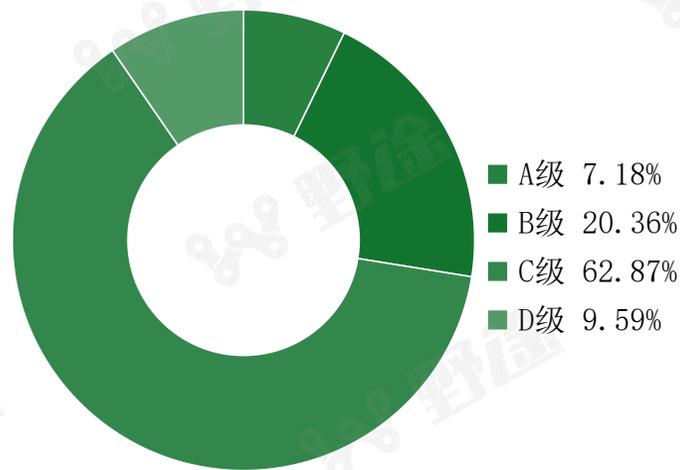
赛事级别分布

2021年赛事等级主要集中于C级，占比56%，较2020年比例有所下降。

2021年赛事等级分布



2020年赛事等级分布



2021年赛事等级分级指标规范化



媒体关注度 30%

央视 5%
中央媒体 10%
门户网站 10%
专业媒体+地方网站 5%

赛事专业性 30%

赛道专业性 4%
主办方级别 10%
裁判等级 4%
破赛纪录 2%
全国10强车队 10%

奖金设置 15%

总奖金10%
冠军奖金4%
本地奖金1%

赛事规模 15%

组别数量 10%

赛事历史 (加分项1年/1%)

A级 (90分以上)

B级 (80-89分)

C级 (60-79分)

D级 (59分以下)

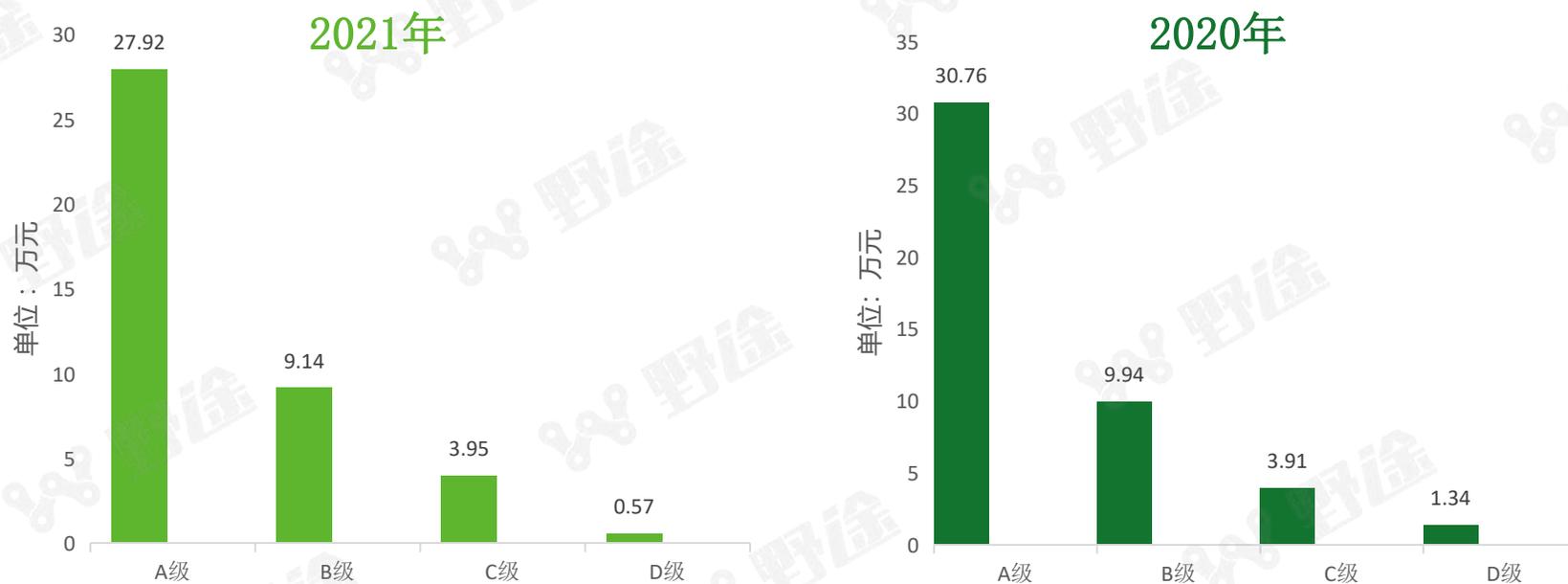
赛事奖金分布

排名前列的高奖金赛事，奖金数额差距较大，奖金最高的赛事为多日赛，奖金数额直逼百万

排名	业余自行车赛事奖金排行 - 单站 (单位: 元人民币)	
1	2021环鄱阳湖国际自行车大赛	918000
2	骑遍四川·2021年环茶马古道 雅安公路自行车赛	600000
3	2021年中国山地自行车联赛	441000
4	2021第五届“多彩贵州”自行车联赛(福泉站)	266500
5	2021粤港澳大湾区青年自行车赛	265700
6	湖北·首届“梦之蓝”大众山水运动季—2021年骑遍湖北自行车比赛	264400
7	2021年第八届洛阳大谷关自行车邀请赛	248000
8	“农行杯”2021环丹霞山自行车赛	225500
9	2021第八届环巴松措国际山地自行车越野竞速赛	189000
10	2021中国盐城黄海湿地公路自行车赛	166200

赛事奖金分布一级别

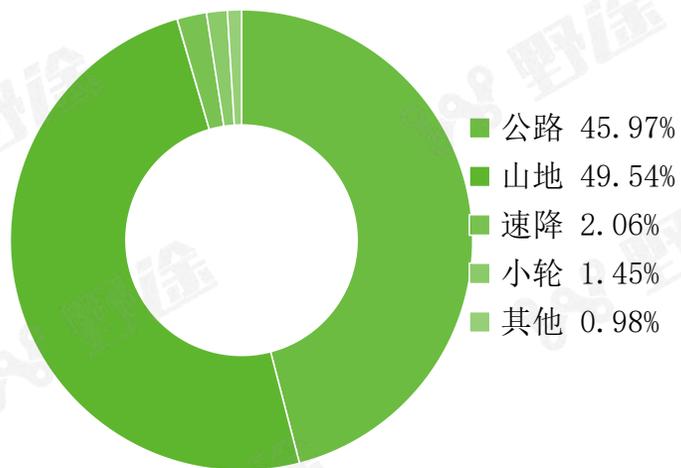
从各等级赛事平均奖金来看，总体呈下滑趋势，其中以A级和D级赛事最明显



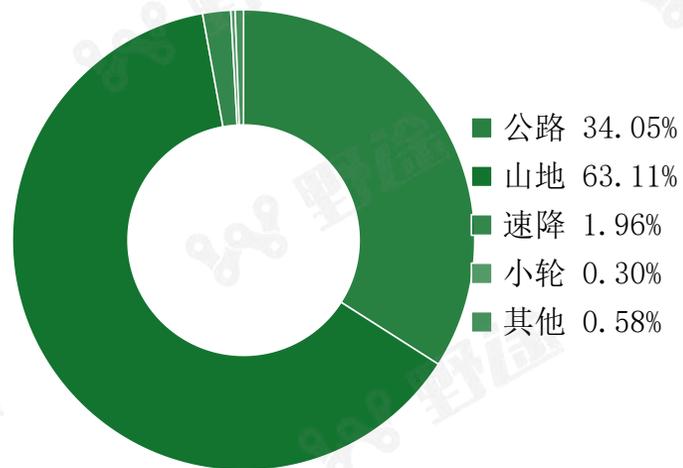
赛事类型分布

在赛事类型分布方面，与2020年疫情初期公路赛数量大幅萎缩，山地赛独占鳌头的情况不同，去年公路赛得以科学有序地推进，与山地赛几乎平分秋色

2021年赛事类型分布



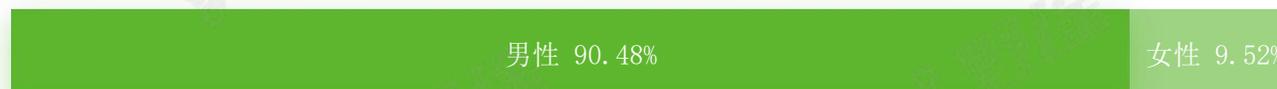
2020年参赛人群参赛赛事类型



参赛人群属性分析-性别分布

2021年，参赛人群仍以男性为主导，女骑友比例略有下滑。

2021年男女比例



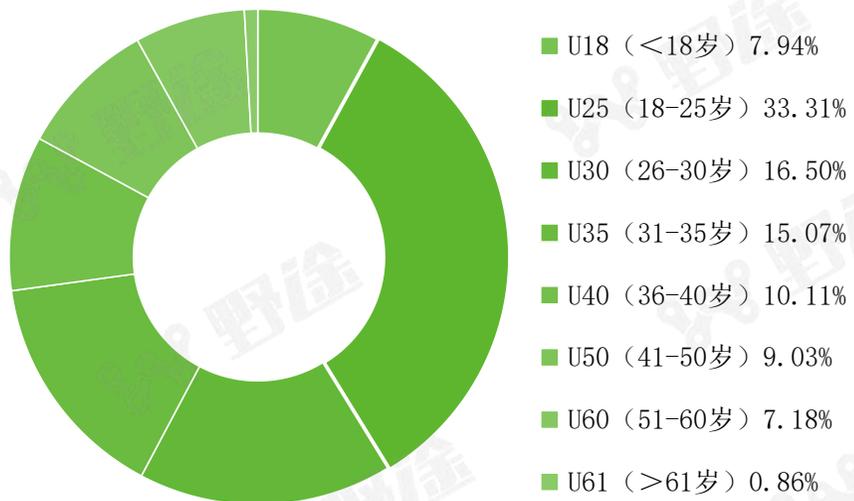
2020年男女比例



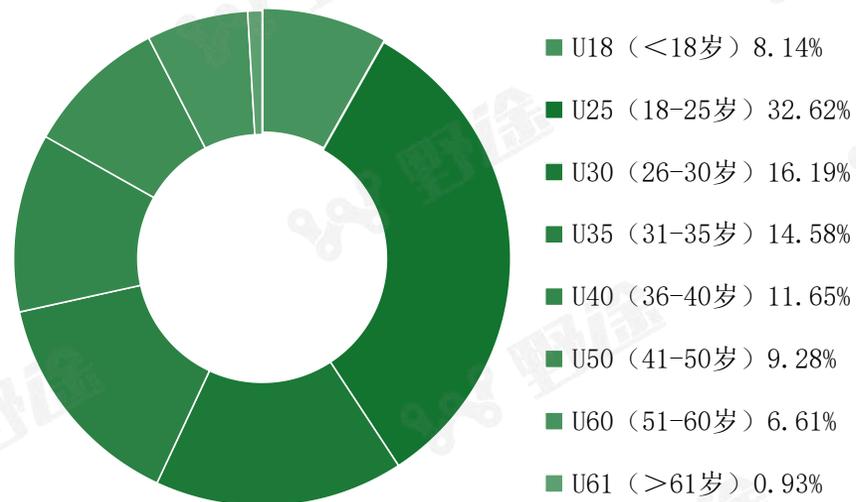
参赛人群属性分析-年龄分布

2021参赛人群年龄主要集中于18-25岁，占总体参赛人群比例33.31%。

2020年参赛人群年龄比例



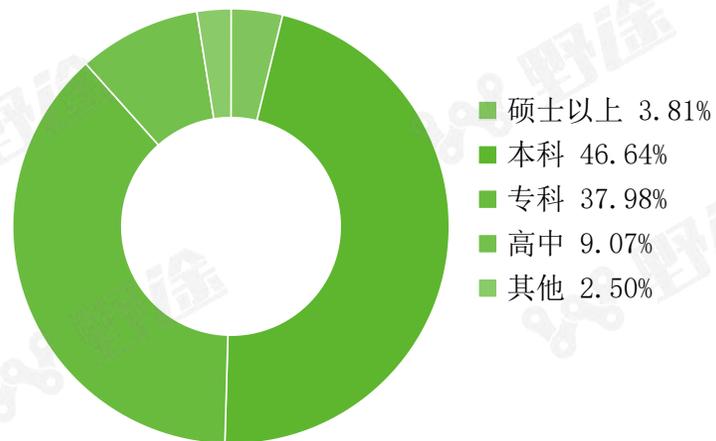
2020年参赛人群年龄比例



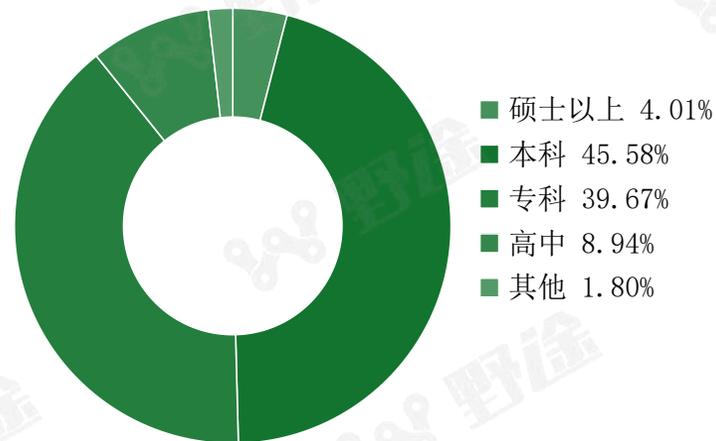
参赛人群属性分析-学历分布

参赛人群学历分布方面，本科及以上学历分布占比50.45%。

2021年参赛人群学历比例



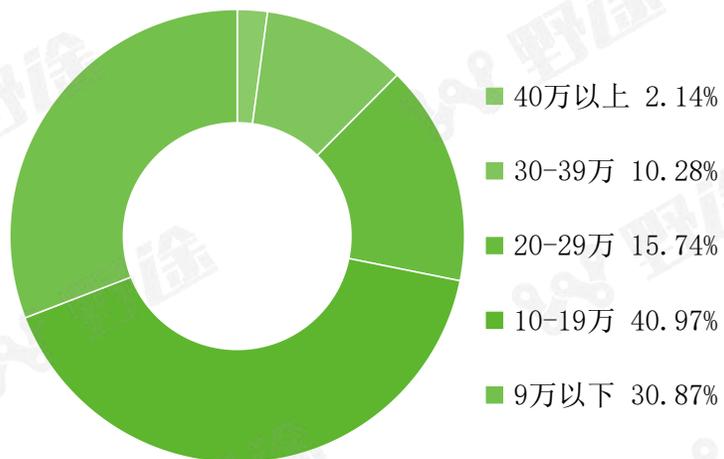
2020年参赛人群学历比例



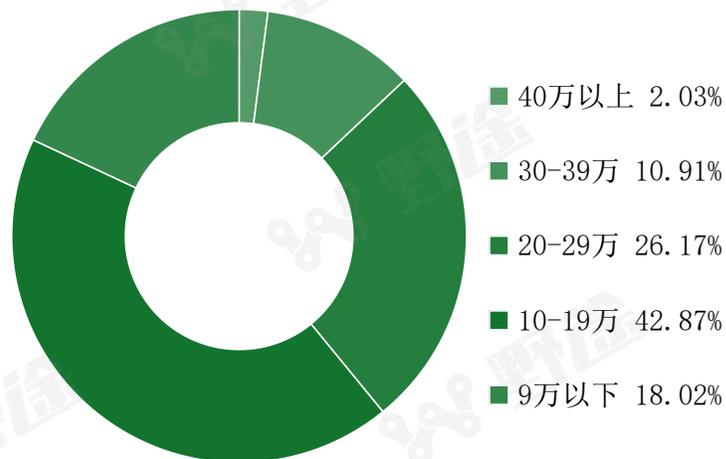
参赛人群属性分析-年收入

2021年参赛人群年收入主要集中在19万以下，占整体参赛人群比例的七成以上

2021年参赛人群年收入



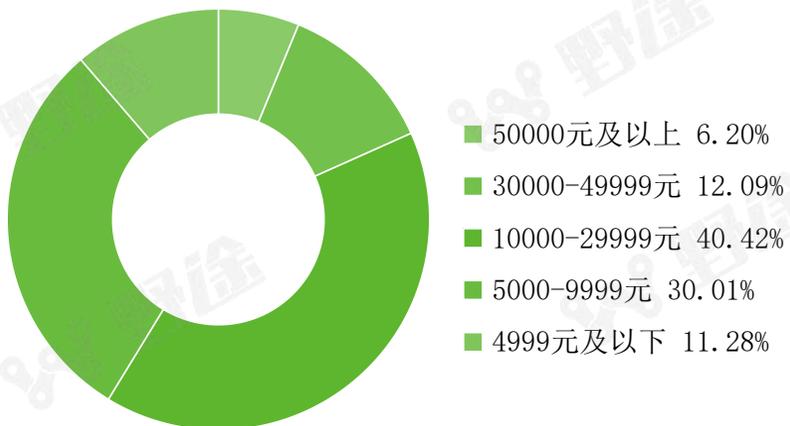
2020年参赛人群年收入



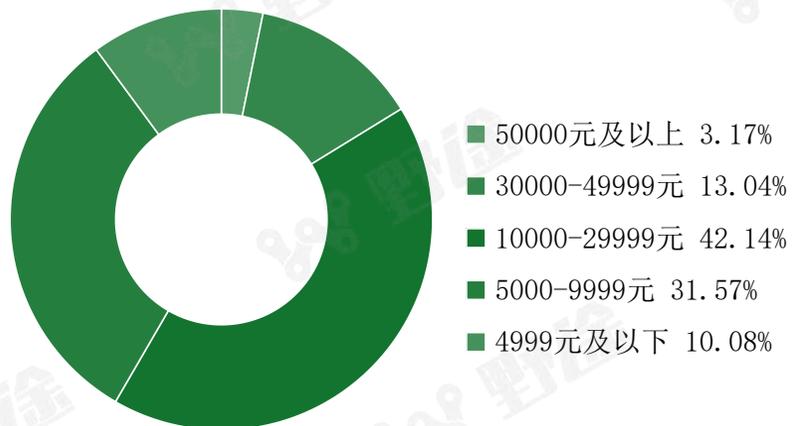
参赛者人群属性分析-骑行装备花费

2021年参赛人群在装备上的花费主要集中在10000-29999之间，占整体比例40.42%。

2021年参赛人群在骑行装备上的花费



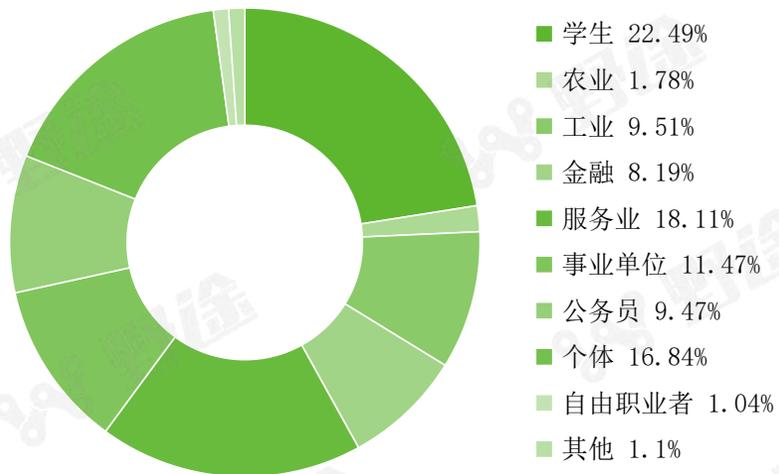
2020年参赛人群在骑行装备上的花费



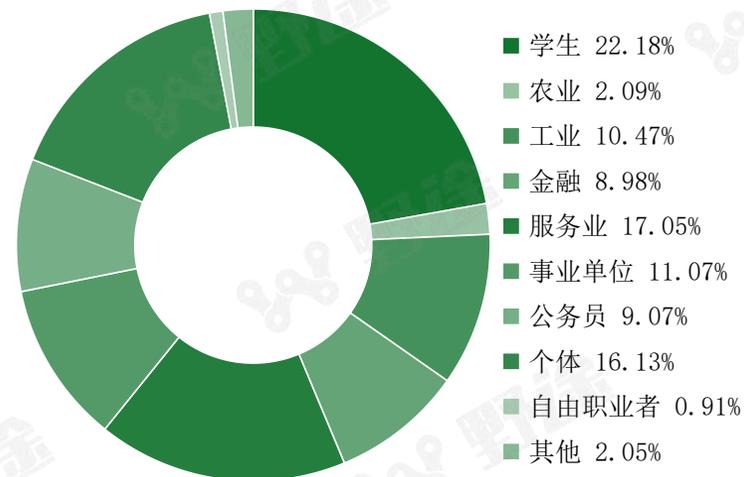
参赛人群属性分析-职业分布

2021年参赛人群职业分布中，学生群体、服务业、个体占据了较高比例，分列前三，整体职业分布较2020年没有太大变化。

2021参赛人群职业分布



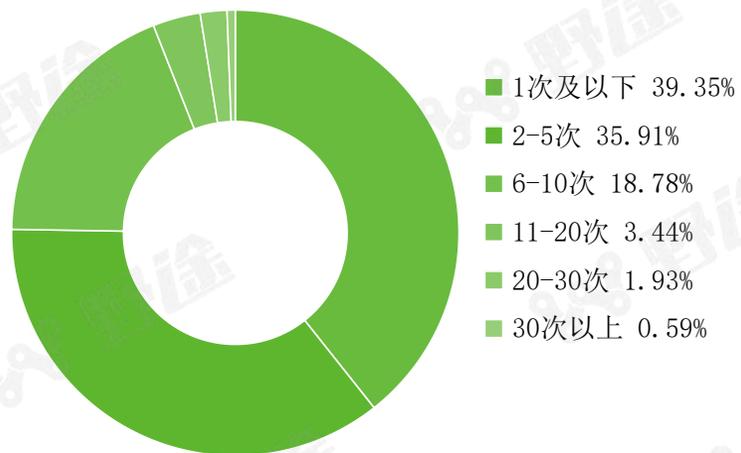
2020参赛人群职业分布



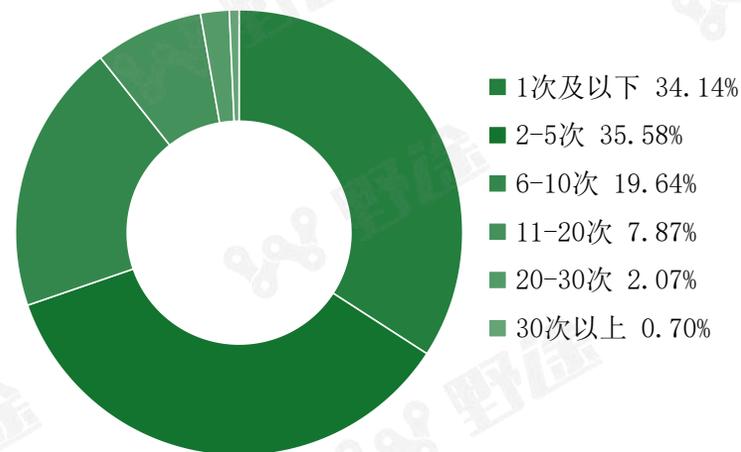
参赛人群属性分析-参赛频次

2021年车友全年参赛频次集中于1次及以下，20次以上参赛频次人群仅余2.52%。

2021年参赛频次



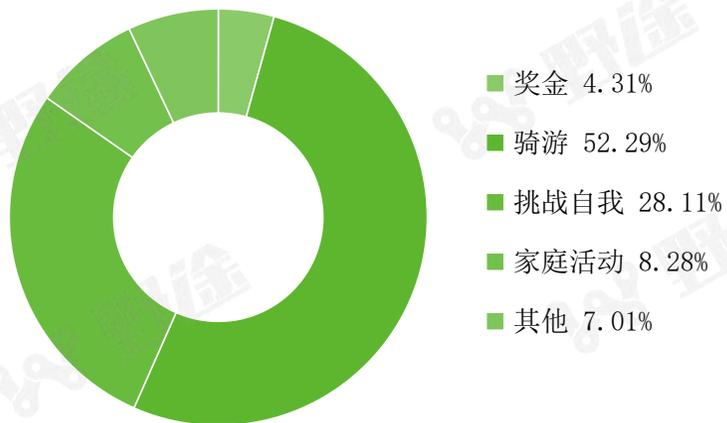
2020年参赛频次



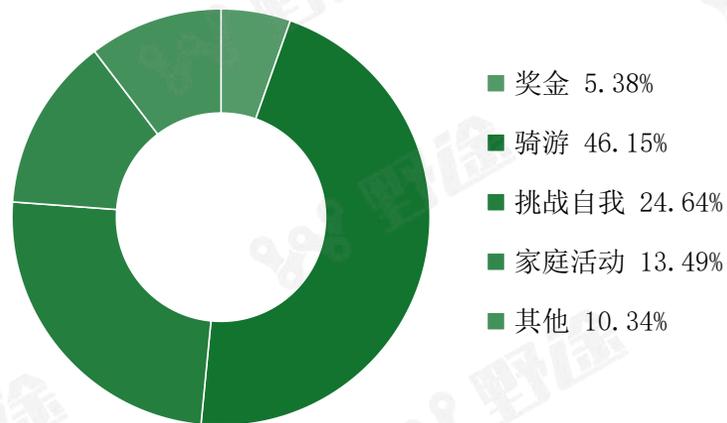
参赛人群属性分析-参赛目的

2021年参赛人群中，参赛目的地仍以骑游为主，占比52.29%。

2021年参赛目的



2020年参赛目的



参赛人群参保率分析

2021年车友参赛购买保险的比例约95.09%，自行车运动人群保险意识逐年增强。

2021年参保率



2020年参保率

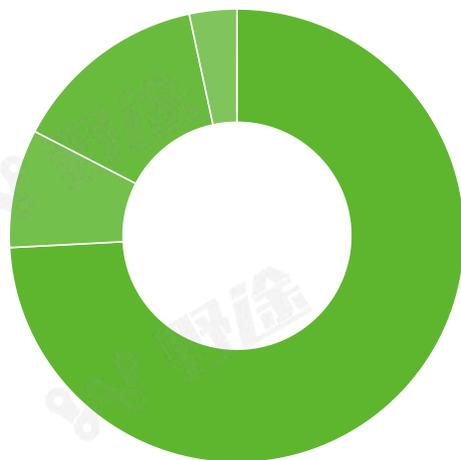


参赛人群参保金额分析

2021年参赛人群购买的保险仍主要集中在日险，占比较2020年增加3.16%。

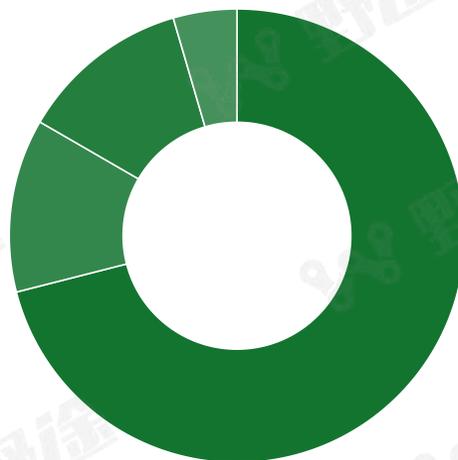
受疫情影响，车友更倾向于日险。

2021年各险种占参保总金额比例



- 日险：2-45元 74.17%
- 月险：40-255元 8.44%
- 年险：110-888元 14.03%
- 其他 3.36%

2020年各险种占参保总金额比例



- 日险：2-45元 71.01%
- 月险：40-255元 12.35%
- 年险：110-888元 12.13%
- 其他 4.51%

最活跃赛事人群省份

根据参赛人群占比，以下几个省份的车友活跃度最高。

名次	省份
1	广东
2	湖北
3	四川
4	浙江
5	贵州
6	山西
7	甘肃
8	福建
9	云南
10	上海

赛事主办方来源

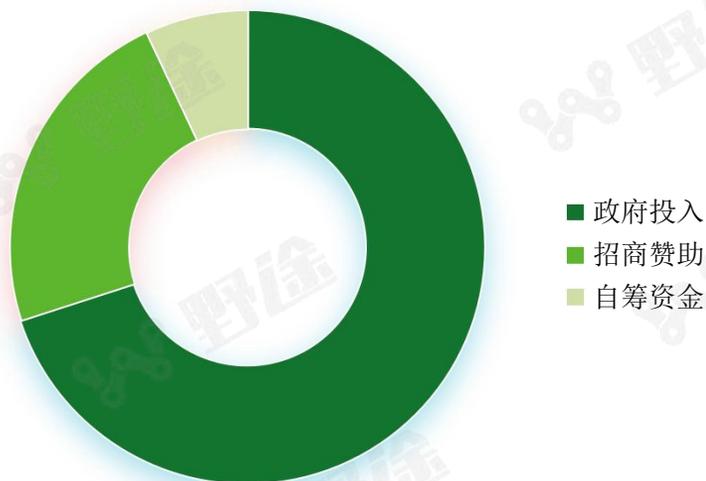
2021年政府主导发起的赛事仍占主导，占比67%。值得注意的是，较于2020年，社会组织/商业机构发起赛事的占比逐年提高。



赛事资金来源

2021年国内自行车赛事的资金仍以政府支持为主，但市场化程度略有提升，社会资本参与程度较2020年高。

其中政府投入占61%，招商赞助占33%，自筹资金占6%。

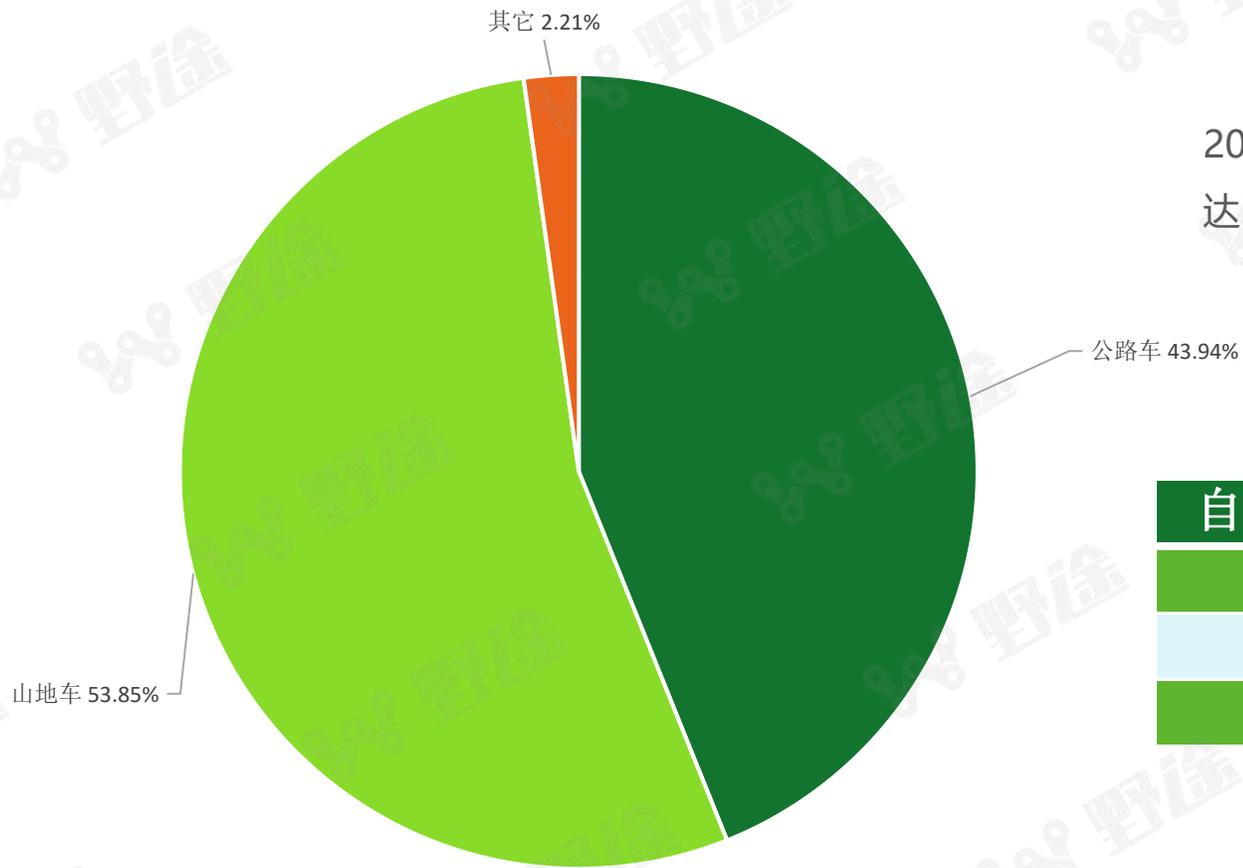




PART 3 中国自行车运动爱好者装备分析

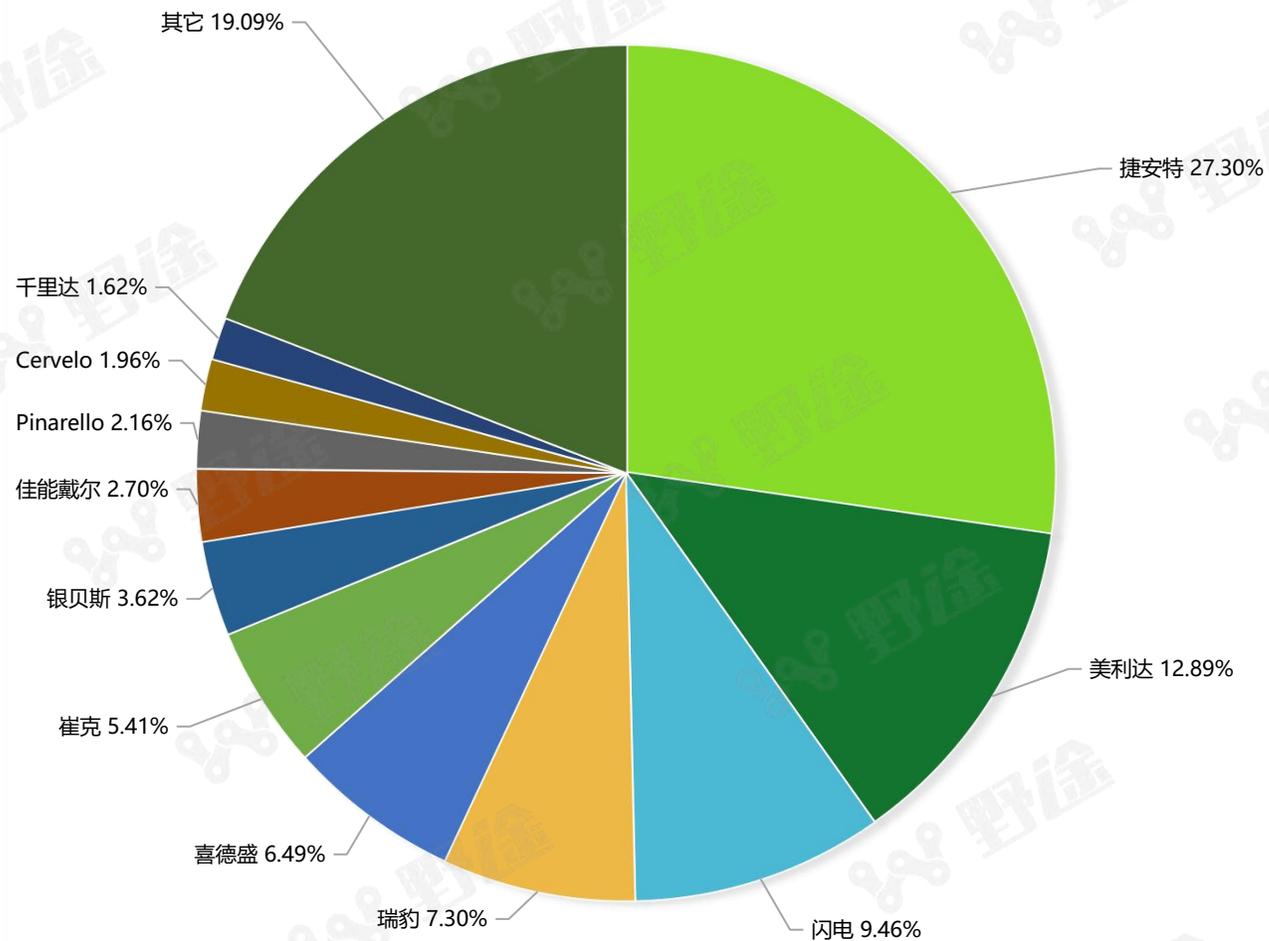
自行车属性

2021年国内自行车爱好者拥有山地车的比例达53.85%，公路车比例为43.94%。



自行车属性	所占比例
公路车	43.94%
山地车	53.85%
其它	2.21%

公路车品牌



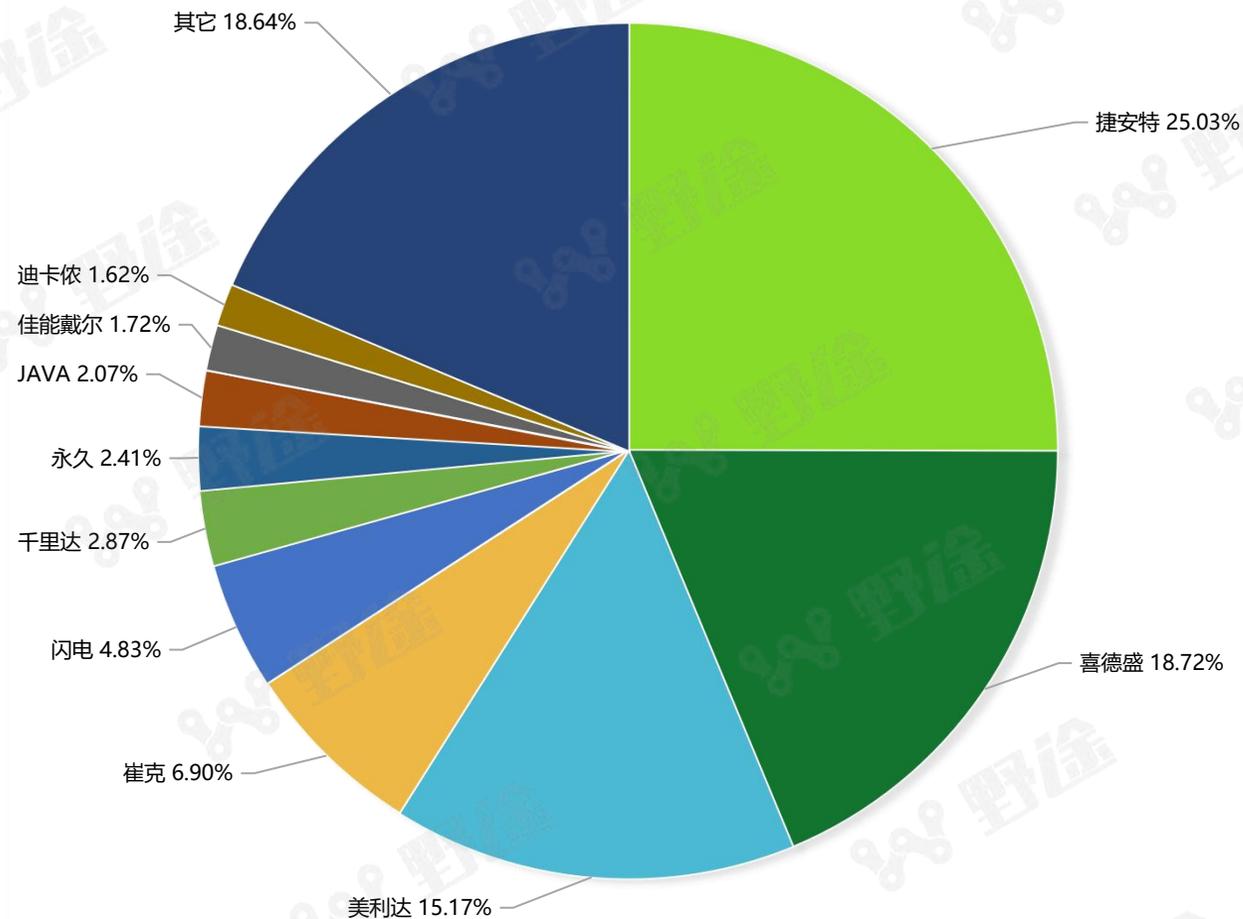
公路车品牌中，以捷安特和美利达表现最为抢眼。

捷安特TCR系列公路车可谓是每个爱好者入坑公路领域绕不开的一款公路车型，品牌市场占有率自不用多说。

同样作为国内自行车行业巨头的美利达，在公路车领域中亦是稳扎稳打。

闪电、瑞豹和喜德盛也凭借自身品牌影响力，占据公路车市场不小的份额。

山地车品牌

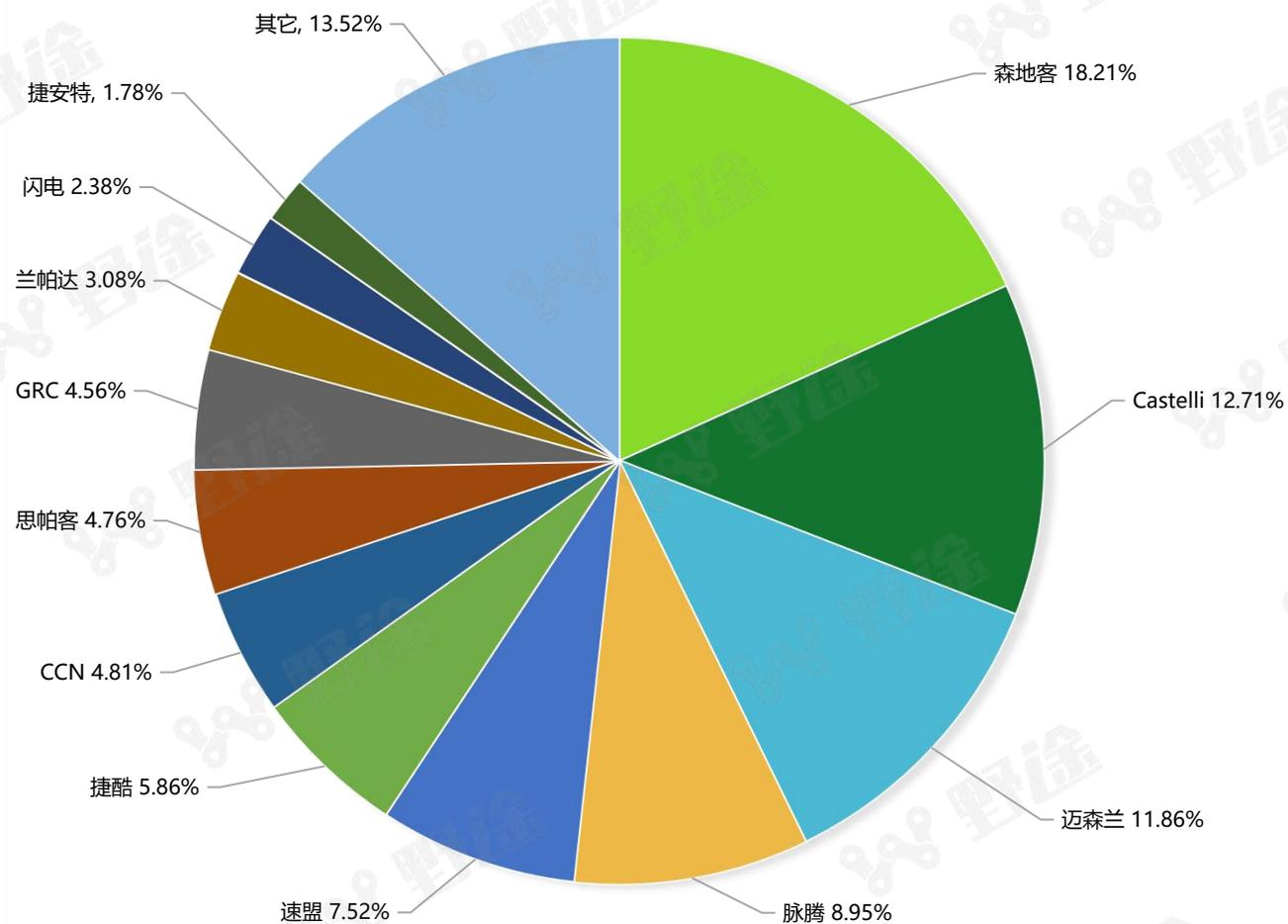


还是捷安特，以25.03%的占比蝉联山地榜，品牌影响力毋庸置疑。

喜德盛则凭借出色的性价比，加之众多明星车型，得到车友的喜爱。

捷安特、喜德盛和美利达占据国内山地车市场半壁江山，可见其江湖地位。

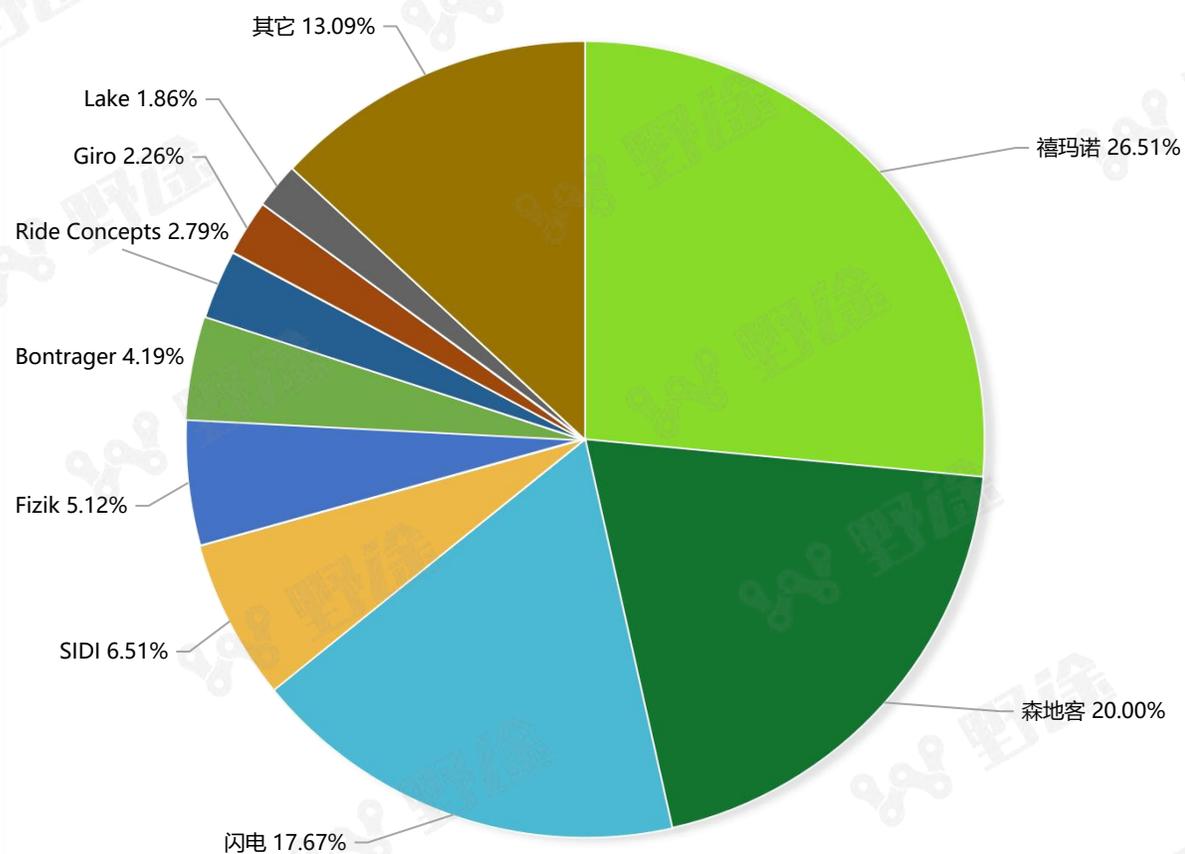
骑行服品牌



骑行服品牌中，森地客在赛场的出镜率最高，日常骑行活动中也随处可见Santic的标志，品牌影响力自不用多说。排名第二的蝎子，也是车迷的心头好，市场占有率高居不下。

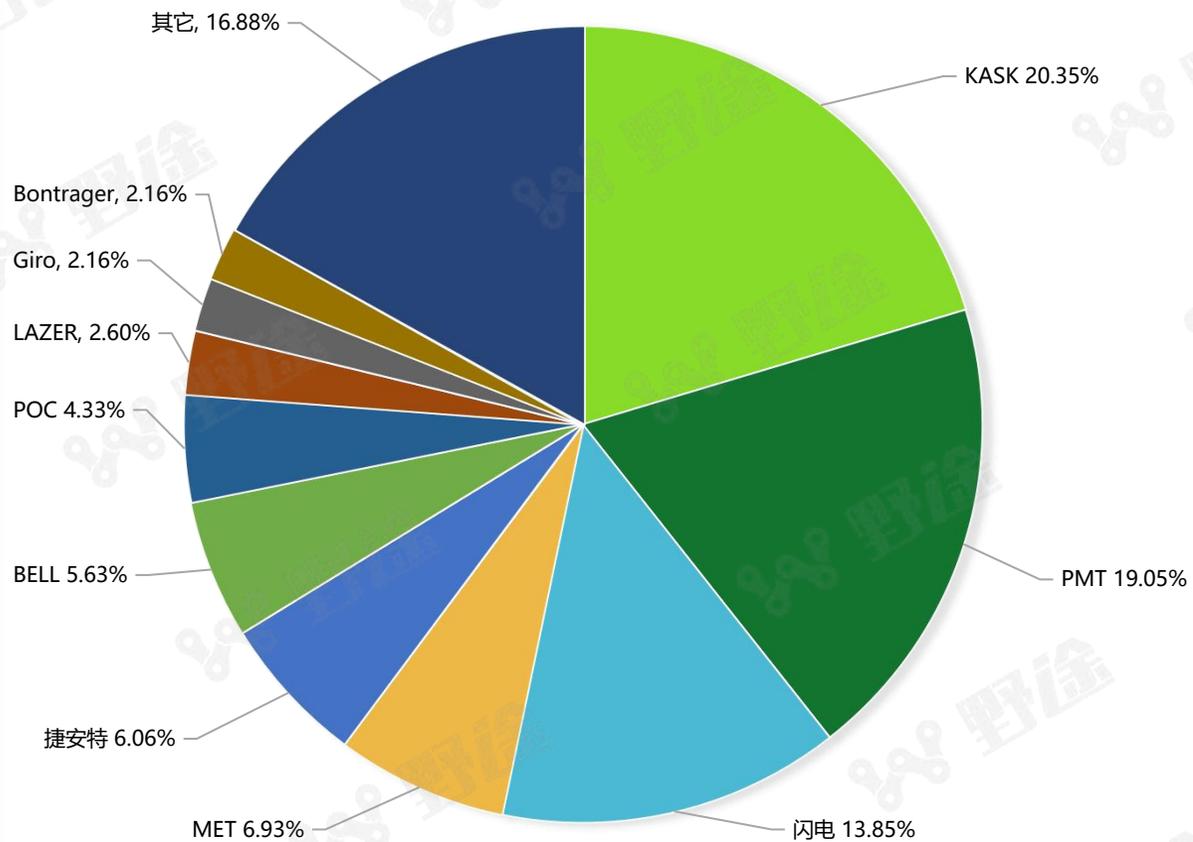
国内品牌如迈森兰、迈腾和速盟，同样收获一大批拥趸。

骑行鞋品牌



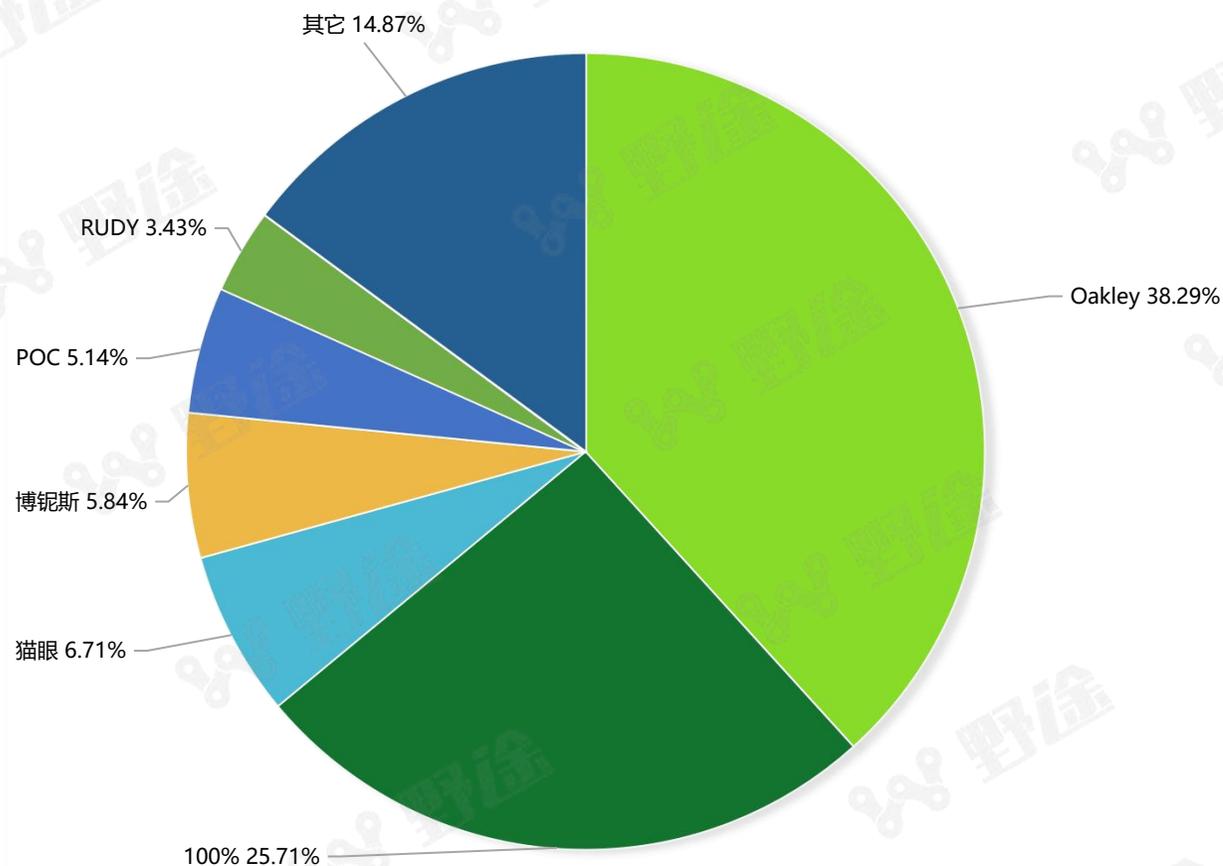
禧玛诺、森地客、闪电，三足鼎力，占据国内骑行鞋市场的半壁江山。从竞技角度而言，活跃在国内业余赛场上的车手对自己的装备要求相对较高，他们会选择更偏向于竞技设定的禧玛诺、闪电，而大多数业余爱好者则更倾向于舒适性，他们更青睐于选择以性价比及舒适性著称的森地客。

骑行头盔品牌



骑行头盔品牌方面，车友的选择相对较多，车友对于头盔的选择较大程度上会从外观及舒适性角度进行。就市场占有率而言，这两年广受车友喜爱的头盔品牌依然是Kask、PMT、闪电和MET等。

骑行眼镜品牌

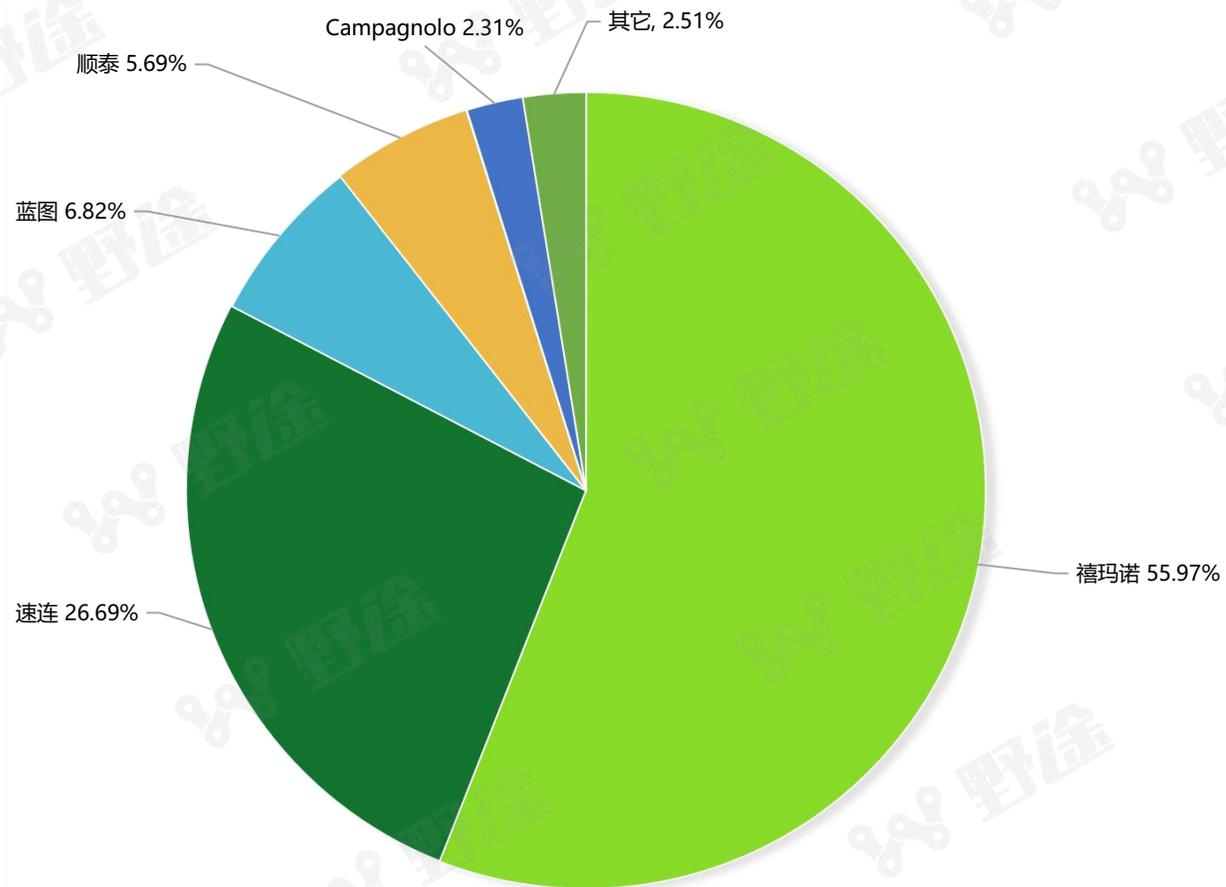


有着眼镜界“一哥”之称的Oakley蝉联榜首，精良的设计，上乘的品质，加上独特的外观，为它迎得众多骑友的芳心。值得一提的是，去年九月份，Oakley还与中国国家队牵手，成为国家队官方赞助商。

100%则是在被萨甘带出圈后，打开了国内的市场。

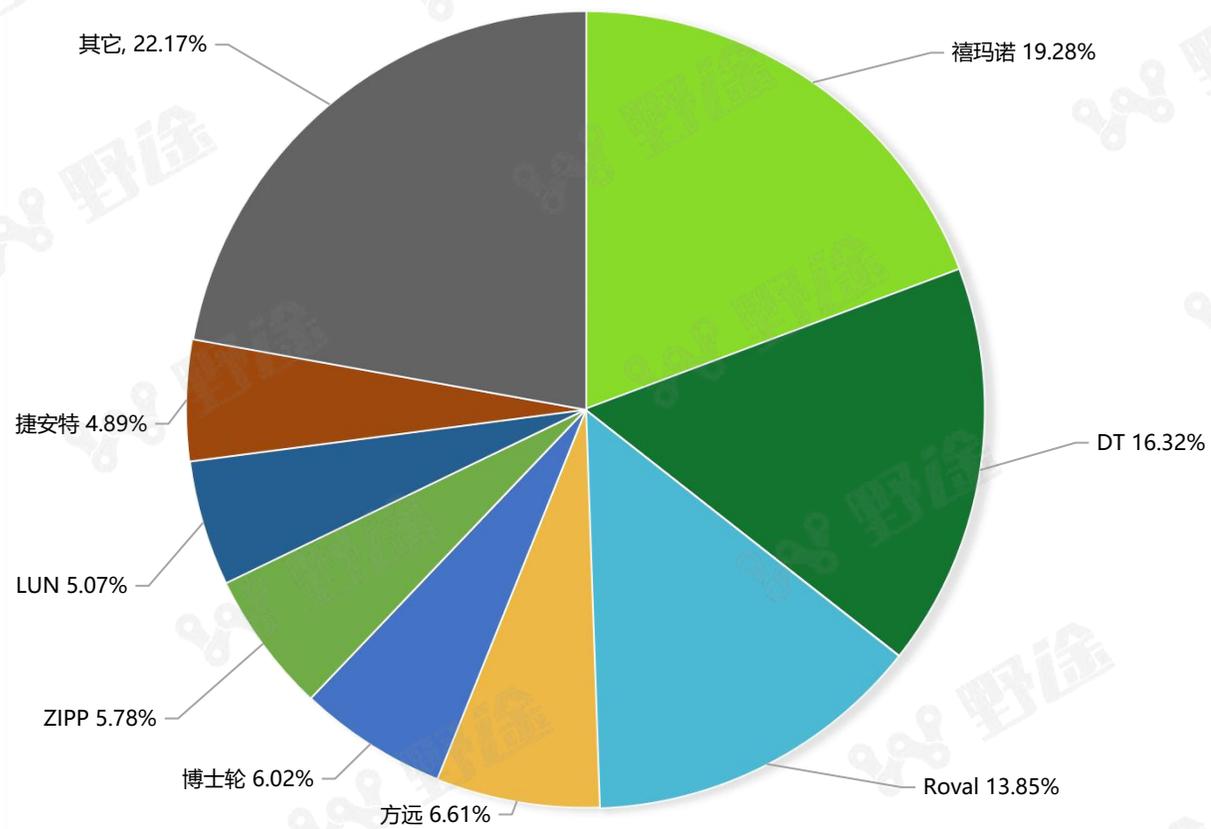
国产品牌方面，博妮斯在赞助赛事方面也不留余力，这也为品牌招来众多粉丝。

套件品牌



作为套件界的龙头老大，禧玛诺依然笑傲江湖，速连亦是不惶多让，在山地领域依靠更全面的无线变速系统，占据着绝对优势。值得一提的是，这两年国产品牌杀出一条“血路”，特别在禧玛诺和速连因疫情产能下降，供不应求的情况下，蓝图和顺泰在国内市场占有率持续看涨。

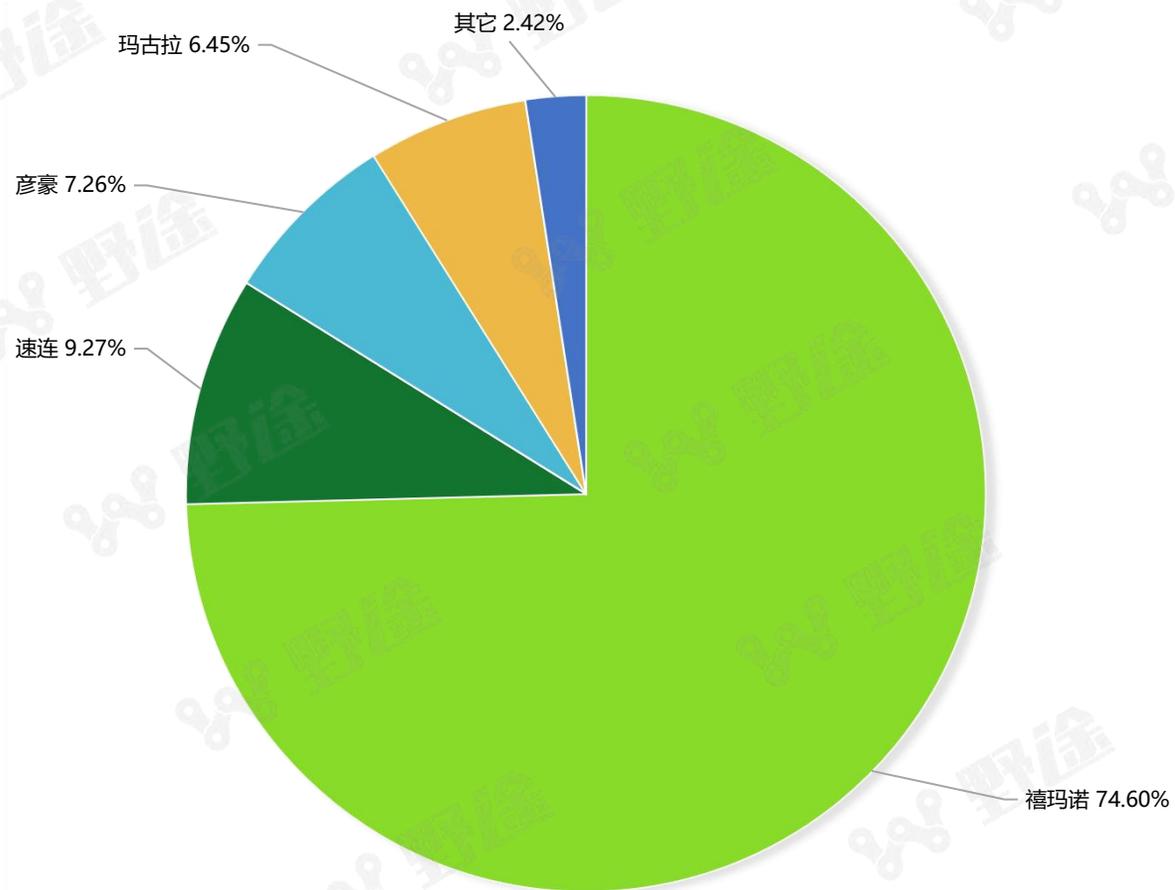
轮组品牌



DT和Shimano依然是该领域的领头羊，他们的品质毋庸置疑，在公路和山地领域都有丰富的产品线及清晰的定位分类，品牌知名度极高，也是众多整车品牌的首选。

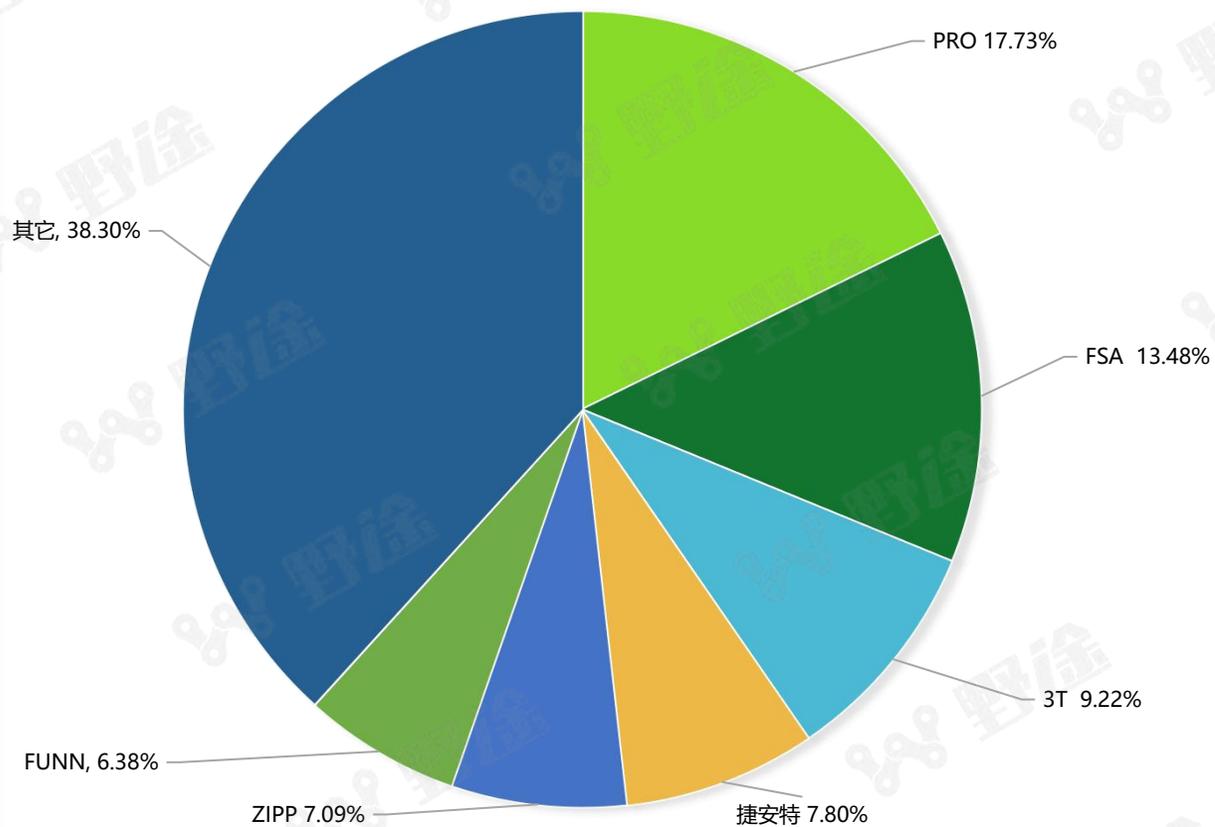
这些年国产自主品牌轮组也陆续赢得消费者的青睐，比如方远、博士轮及LUN等。

刹车品牌



作为套件届的龙头老大，禧玛诺配套的刹车自然也是TOP 1。
速连则凭借刹车系统拥有硬朗及暴力的手感，深得了部分车友的喜爱。

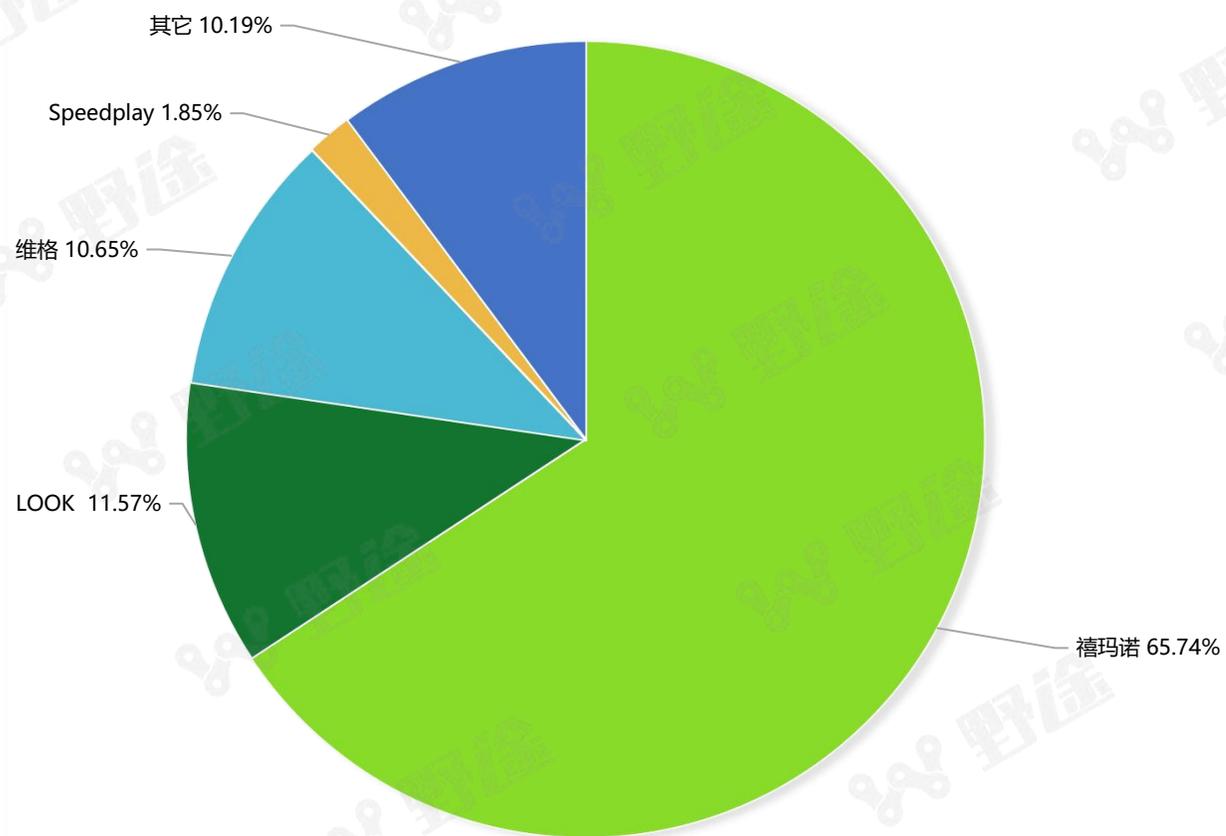
车把品牌



车把方面选择性较多，禧玛诺旗下的PRO弯把从LT、PLT再到VIBE涵盖了入门到竞技的多种款式，是众多车友的首选。

另外，FSA和3T是不少DIY公路车的常见组合配置，它们的定价及产品的性能也让更多的用户接受。

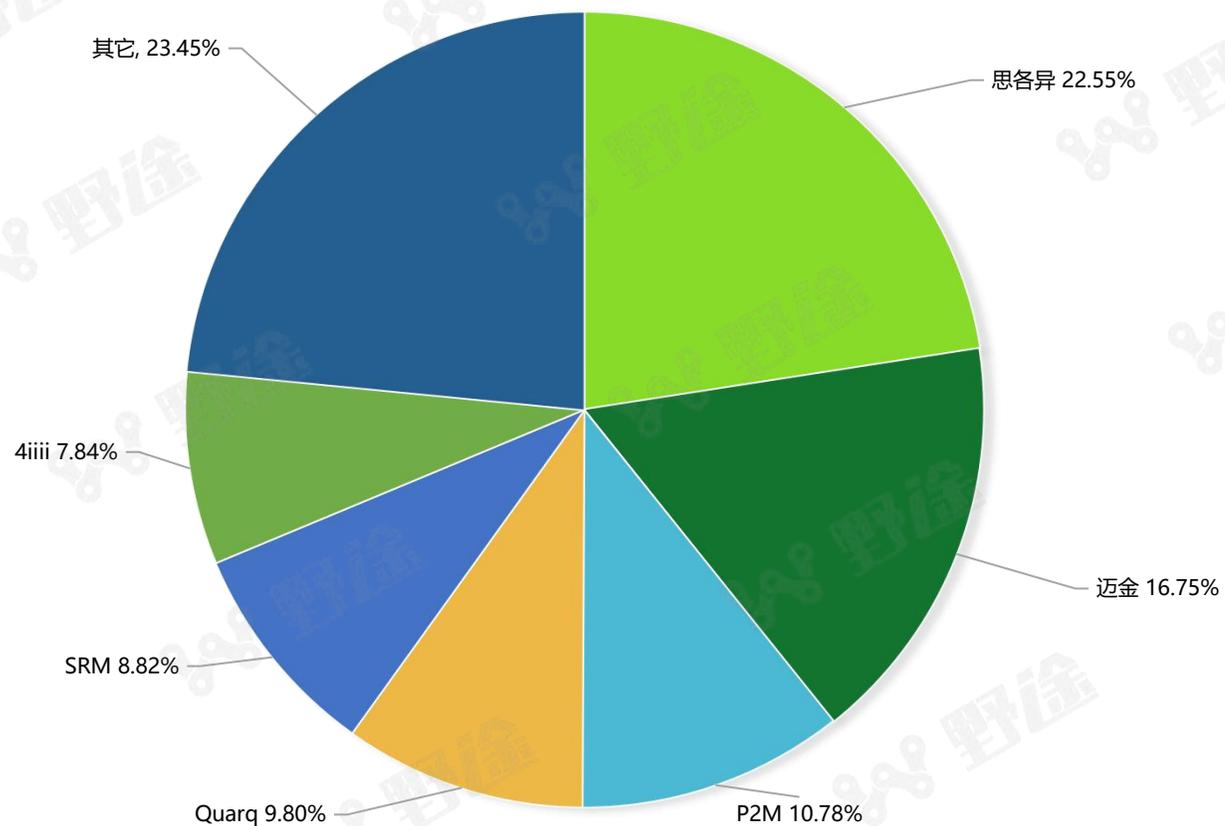
脚踏品牌



禧玛诺再度独占鳌头，凭借出色的稳定性，跨越山地及公路领域，禧玛诺入门款锁踏是不少新手朋友的上锁首选。

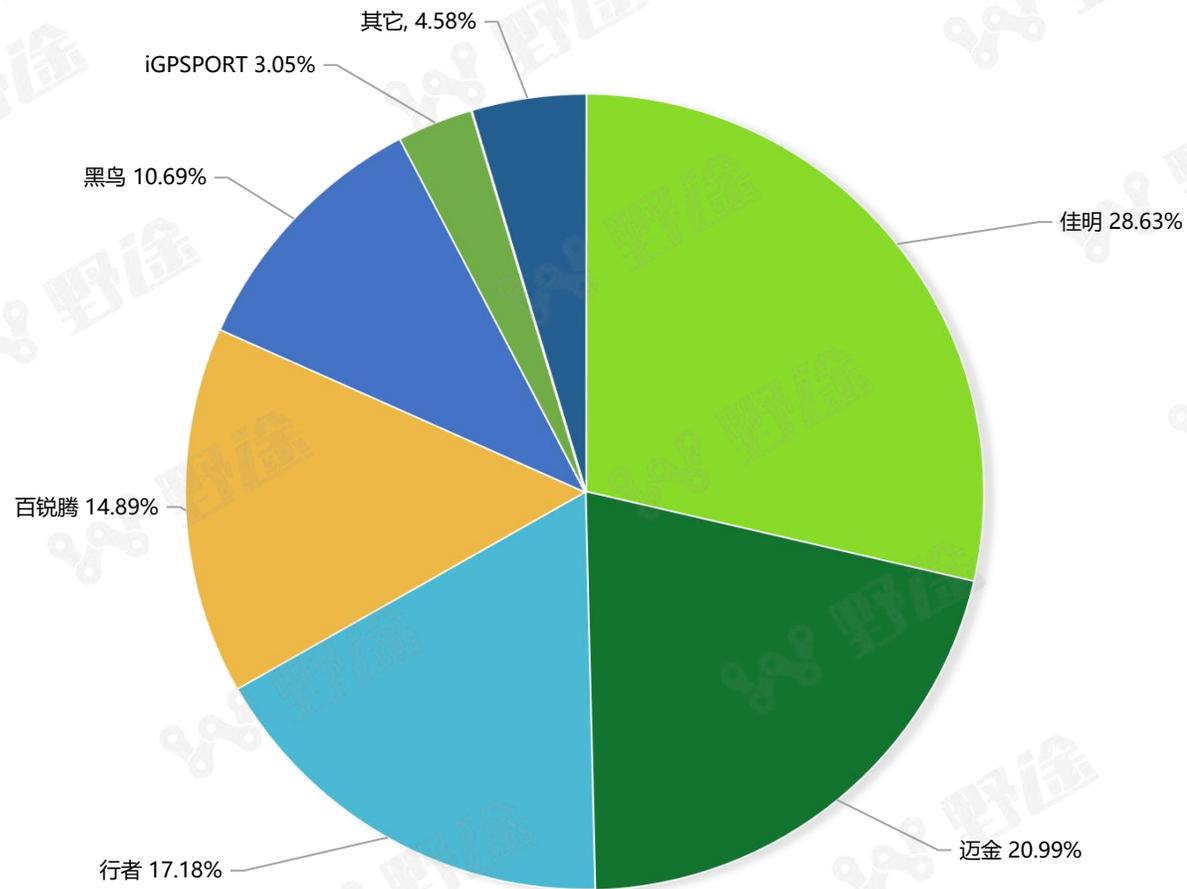
锁踏始祖Look以轻量、耐用、颜值受到众多车友追捧。维格同样以亲民的价格和重量优势，得到不少车友的认可。

功率计品牌



相较于其他品牌功率计动辄大几千的价格，思各异和迈金两家国产品牌凭借高性价比和售后优势招来不少“死忠粉”，思各异搭配easton曲柄的“真香”套装更是深得业余车手喜爱。

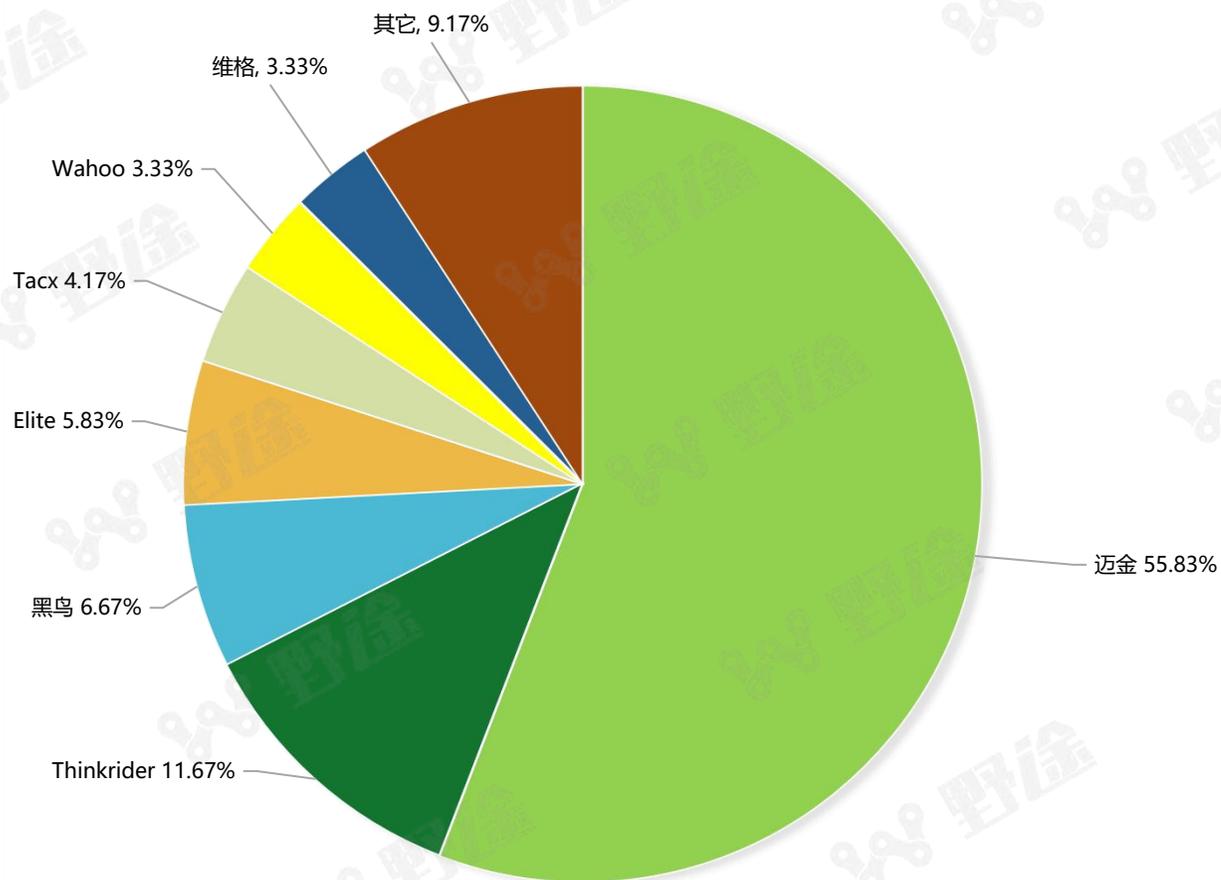
码表品牌



佳明作为码表界的领军人物，在专业市场上占有率高得出奇，几代经典产品在赛场上随处可见，是车手比赛训练的完美拍档。

国产品牌方面，迈金、行者也以高性价比受到车友追捧。

骑行台品牌



“销冠”迈金，稳霸国内骑行台市场“一哥”的宝座。从一代到三代，再到T200、T100产品逐渐完善，配套onelap，价格相较于ZWIFT亲民不少，迈金的优势自不用多说。

Thinkrider、黑鸟和Elite也在车友中有不少铁粉。



PART 4 野途自行车运动年度风云榜

最佳业余公路男车手

名次	车手
1	夏威
2	巫帛宏
3	周克强
4	徐暄评
5	范伟

最佳业余山地男车手

名次	车手
1	陈凯
2	蔡云龙
3	陈贻恩
4	曹建华
5	陈湘源

最佳业余女车手

名次	车手
1	高艳娇
2	高敏
3	赵琴
4	宋寒冰
5	谢翠峰

最佳业余车队

名次	车队
1	美利达-诺飞客中国车队
2	美和居瑞豹女子力量车队
3	长沙顺时针车队
4	羚锐制药车队
5	iGPSport中国车队

最佳赛事运营方

序号	赛事品牌
1	上海鸿鲸体育发展有限公司
2	贵州陆正虎文化传播有限公司
3	北京蓝天绿野体育文化发展有限公司
4	武汉沌盟体育发展有限公司
5	四川省老车迷自行车俱乐部
6	四川体产自协文化体育发展有限公司

最具影响力业余赛事品牌

序号	赛事品牌
1	2021中国杭州第十五届环千岛湖公路自行车赛
2	2021第五届“多彩贵州”自行车联赛
3	2021第十六届黄山（黟县）山地车公开赛
4	骑遍四川·2021年环茶马古道 雅安公路自行车赛
5	2021年第八届洛阳大谷关自行车邀请赛
6	2021中国·成都天府绿道国际自行车车迷健身节
7	2021中国·额济纳环胡杨林自行车邀请赛
8	2021“大洋湾”杯中国盐城黄海湿地公路自行车

年度新锐赛事活动

序号	赛事品牌
1	2021神农架·野人五项”巴桃园杯自行车公开赛
2	中国体育彩票杯2021首届“环南丽湖”海南自行车赛
3	2021年“大美太行·畅骑三晋”山地自行车联赛
4	湖北·首届“梦之蓝”大众山水运动季 2021年骑遍湖北自行车赛

最受欢迎滑步车赛事品牌

赛事品牌

荔枝杯儿童平衡车公开赛

年度最具影响力品牌

序号	品牌
1	Specialized (闪电)
2	PARDUS (瑞豹)
3	XDS (喜德盛)
4	GIANT (捷安特)
5	SANTIC (森地客)
6	SHIMANO (禧玛诺)
7	OAKLEY (欧克利)
8	BAFANG (八方股份)
9	MAGENE (迈金科技)
10	L-TWOO (蓝图)
11	Lún (轮)



PART 5 自行车运动未来发展方向

1. 体育融入国家重大区域发展战略

经济和政策，是影响体育发展的重要因素。

2021年10月发布的《“十四五”体育发展规划》，提出要推动体育融入国家重大区域发展战略，鼓励建立区域体育发展联盟。未来，会有越来越多的体育产业出现在这些区域，也会有越来越多的体育赛事，打上“京津冀”、“长三角”、“粤港澳”等标签，自行车亦不例外。



2. 中西部体育发展迎来新机会

“十四五”规划还提出要促进区域体育协调发展，在东、中、西部分别培育一批具有较大影响力的体育城市，形成多中心、多层次、多节点的体育产业增长极网络。中西部体育发展将迎来新的机会。



3. 自行车办赛门槛持续提高

自白银越野跑事故以来，行业内赛事管理门槛显著提高。《体育法》修订草案则进一步明确了“县级以上人民政府公安、市场监管等部门按各自职权对体育赛事活动进行监管。”有了明确的监管主体，赛事安全保障要求更高，对赛事执行方提出了更高的要求。



4. 国家级赛事体系逐步完善

从山地到公路，从儿童到成年，中国自行车运动协会主导下的国家级赛事体系逐步完善。开门办赛、开放办赛理念，国家级赛事市场化、商业化程度逐步提升。通过赛事体系的搭建，配合会员积分体系，中自协将逐步打通从业余到职业的通道。

公路

山地

滑步车

5. 精品赛事才能持续赋能文旅产业



精品旅游路线+精品自行车赛，才能有效实现“体育+旅游”。通过有影响力的优质自行车IP赛事，为城市聚集人气，树立品牌形象，打造城市名片。通过客源引导，持续赋能文旅产业。随便办一场赛事就大喊“体育+旅游”不现实，如何结合精品线路，打造精品赛事，是各主办方要研究的课题。

6. 线上线下骑行场景有机结合

AR、VR等技术的应用，以及网络直播、电子竞技、短视频等虚拟空间，为车友创造了更为多元的线上骑行场景，丰富了车友参与形式。

线上取代不了线下，但是线上却是对线下的有效延伸。未来的自行车运动，必将是线上线下持续结合甚至是融合的过程。



The background features a cyclist riding a mountain bike on a dirt trail. The scene is partially obscured by a semi-transparent green rectangular overlay that covers the middle portion of the image. The cyclist is wearing a white helmet and a dark jersey. The trail is lined with white sandbags, and there are trees in the background.

THANK YOU

感谢观看

 野途