



野途2022

中国自行车运动行业分析报告

CHINESE CYCLING SPORTS INDUSTRY ANALYSIS REPORT 2022 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

2022年的中国自行车行业可谓冰火两重天。

一方面，赛事一直在不确定中徘徊。2022年新冠变异株的传播，使得疫情始终呈现点多、面广、频发的特点，自行车赛事蒙受较大压力，在启动、推迟、取消三种状态中往复循环。

另一方面，多地出现骑行热，“沉寂多年”的自行车重回公众视野，引发新一轮消费热潮，不少高端自行车甚至“一车难求”。

2022年，挑战与机遇并存。

《2022野途自行车运动行业分析报告》为您还原2022年中国业余自行车运动最真实发展状况。

这是一份总结，也是一腔敬意：那些在寒风中坚持，敢于主动拥抱破局的自行车人们，谢谢你们的坚持！

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 2022野途自行车运动风云榜

05 自行车运动未来发展方向

A cyclist is riding a road bike on a paved road that curves to the left. The cyclist is wearing a blue and green patterned jersey and black shorts. In the background, there is a stone wall or cliff face under a clear blue sky. The overall scene is bright and sunny.

PART 1 中国自行车赛事特点分析

自行车赛事总体情况1

2022年中国自行车赛事活动数量263余场，其中自行车赛事154场，自行车活动109场，总量继续下滑，赛事数量变化不大，活动数量骤减。



自行车赛事总体情况2

2022年自行车爱好人群约960余万，较2021年人群数量略有提升。

950余万

2021年

960余万

2022年

自行车赛事总体情况3

2022滑步车赛事数量1108场，较2021年数量有明显下降。

1685场

2021年

1108场

2022年

自行车赛事特点1

疫情影响持续，赛事仍旧低谷

2022年新冠变异株的传播使得疫情始终呈现多点散发，地域性爆发的状态，全年赛事蒙受较大压力，持续低谷，特别是活动大幅缩水。



自行车赛事特点2

区域性赛事成首选，部分知名IP转线上

突发性疫情防控举措下，区域性赛事成首选，部分知名IP无奈转线上，国际性赛事仍处于停摆状态。



自行车赛事特点3

赛事分组更精细、更完善

赛事分组更精细、更完善、更专业，女子公路组、青少年组的普及，年龄组的细分，都为车手们带来更好的参赛体验



自行车赛事特点4

滑步车联赛不吃香，地方俱乐部办赛成主流

疫情同样深度影响滑步车赛事格局，大规模洗牌，加速优胜劣态。年度内滑步车联赛不吃香，地方俱乐部办赛成主流。



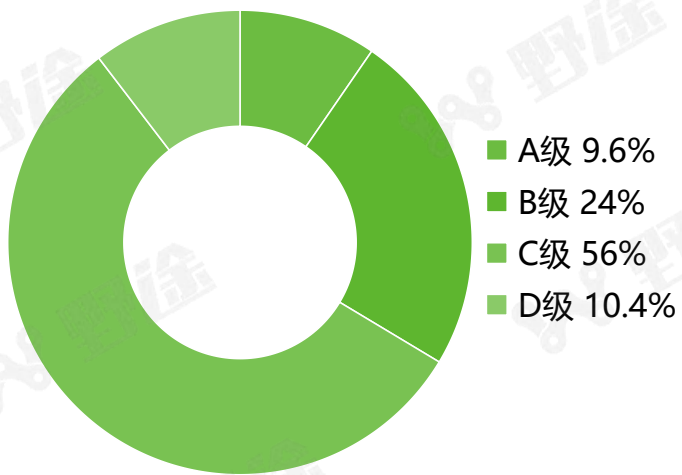
A cyclist is riding a road bike on a paved road that curves to the left. The cyclist is wearing a blue and green patterned jersey and black shorts. In the background, there is a stone wall or cliff face under a clear blue sky. The overall scene is bright and sunny.

PART 2 中国业余自行车赛事分析

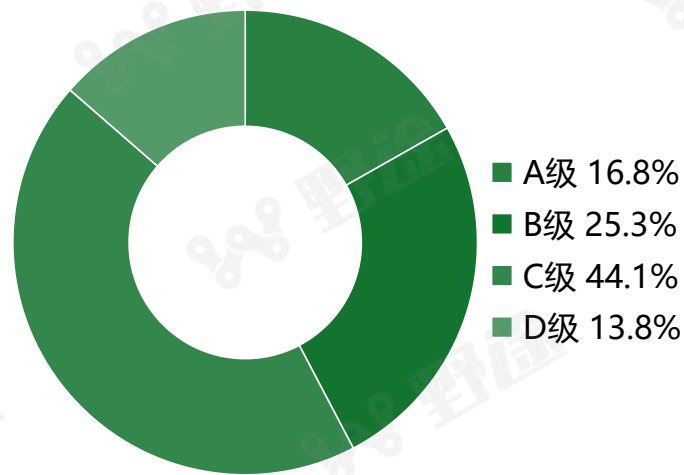
赛事级别分布

因为是区域性赛事为主，2022年赛事等级依然集中在C级，占比44.1%，较2021年比例有所下降。

2021年赛事等级分布



2022年赛事等级分布



2022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)

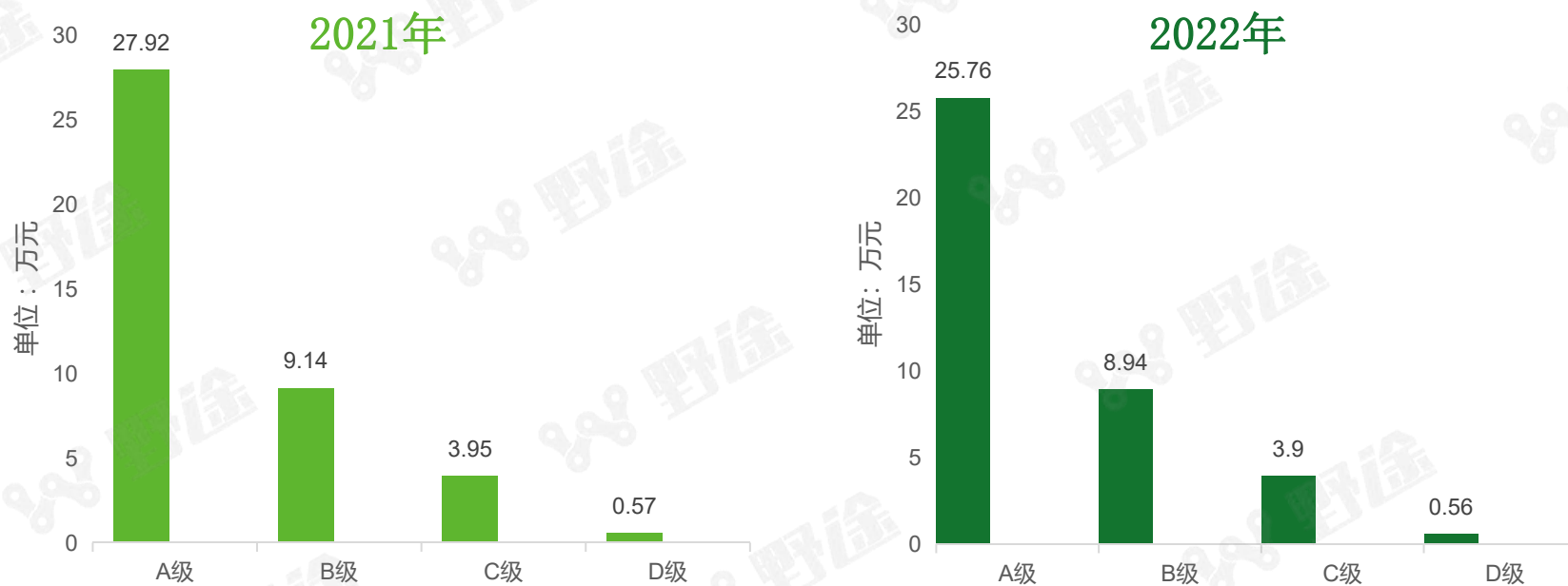
赛事奖金分布

奖金数额差距较大，奖金最高的赛事为多日赛，但是相比2021年均有所下降

| 排名 | 业余自行车赛事奖金排行 (单位: 元人民币) | |
|----|------------------------------|--------|
| 1 | 骑遍四川·2022 年环茶马古道 雅安公路自行车赛 | 500000 |
| 2 | 2022 新疆第十四届环赛里木湖公路自行车赛 | 400000 |
| 3 | 2022第七届“海洋杯”中国·平潭国际自行车嘉年华 | 350000 |
| 4 | 2022 中国成都天府绿道国际自行车赛公开赛/骑跑两项赛 | 300000 |
| 5 | 2022第六届“多彩贵州”自行车联赛 | 270000 |
| 6 | 2022环拉萨城自行车大赛 | 200900 |
| 7 | “2022“全景贵州”公路自行车赛(盘州站) | 173000 |
| 8 | “迎亚运”2022第十六届环千岛湖公路自行车赛 | 150000 |
| 9 | 2022环鄱阳湖自行车精英赛 | 150000 |
| 10 | 2022年山阴首届“华夏煤业杯”环河阳湖 自行车公开赛 | 140100 |

赛事奖金分布一级别

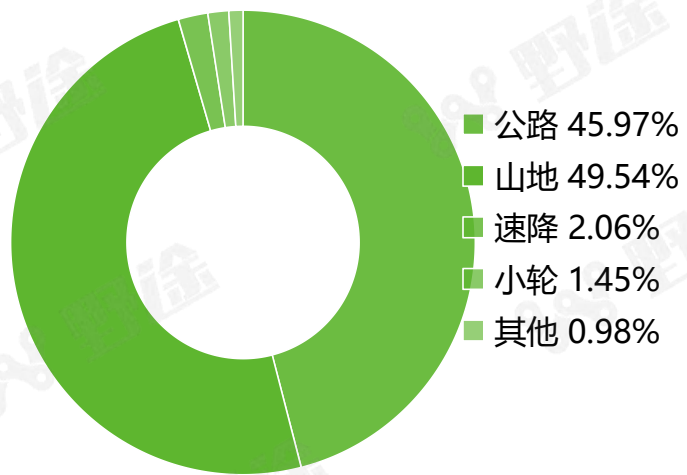
从各等级赛事平均奖金来看，总体变化不大，但是略有下滑



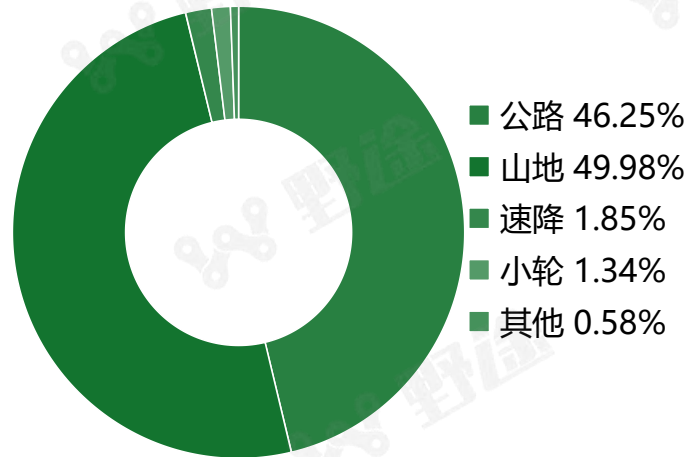
赛事类型分布

在赛事类型分布方面，公路赛比例略有上升，与山地赛平分秋色

2021年赛事类型分布



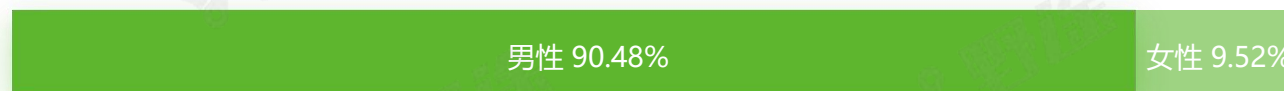
2022年赛事类型分布



参赛人群属性分析-性别分布

2022年，参赛人群仍以男性为主导，女骑友比例略有上升，首次突破10%。

2021年男女比例



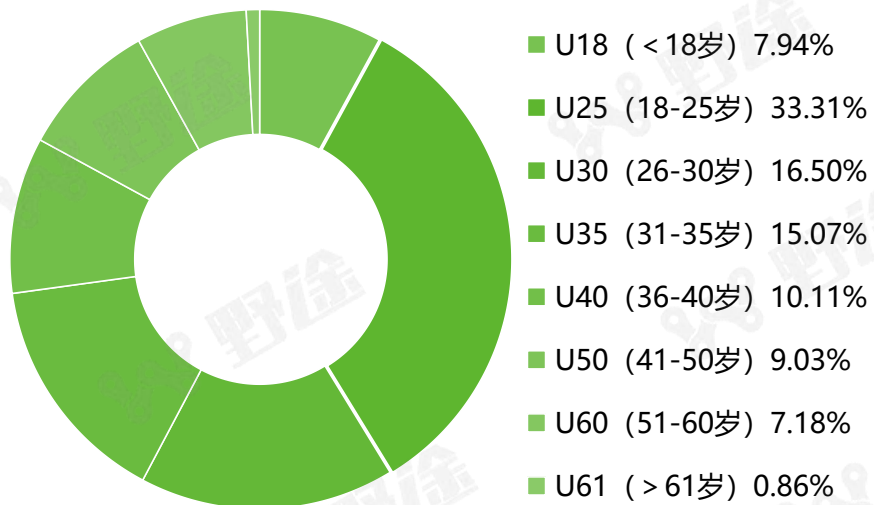
2022年男女比例



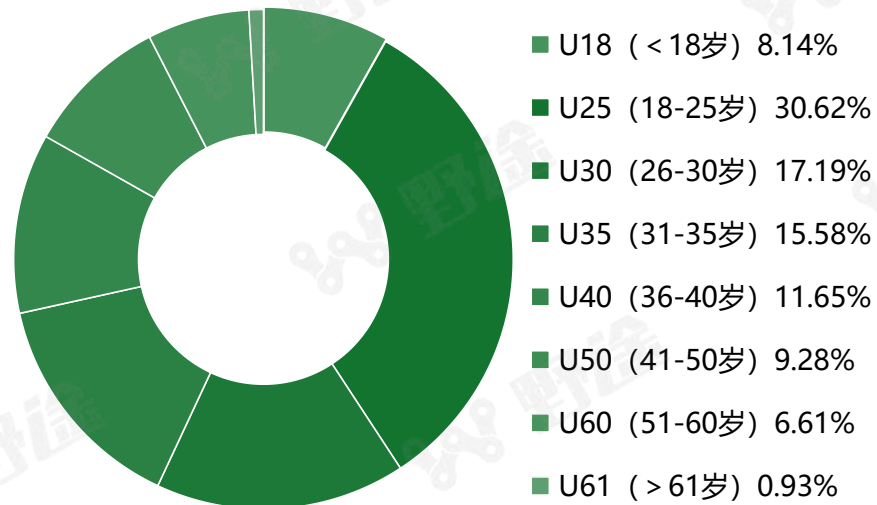
参赛人群属性分析-年龄分布

2022参赛人群年龄依然集中于18-25岁，占总体参赛人群比例30.62%。

2021年参赛人群年龄比例



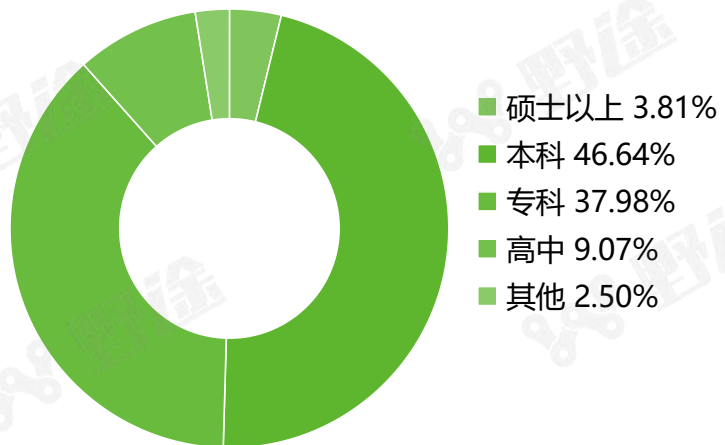
2022年参赛人群年龄比例



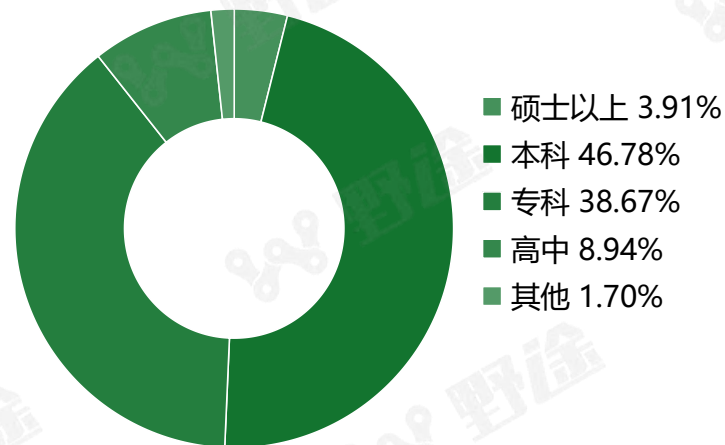
参赛人群属性分析-学历分布

参赛人群学历分布方面，本科及以上学历分布占比达50%。

2021年参赛人群学历比例



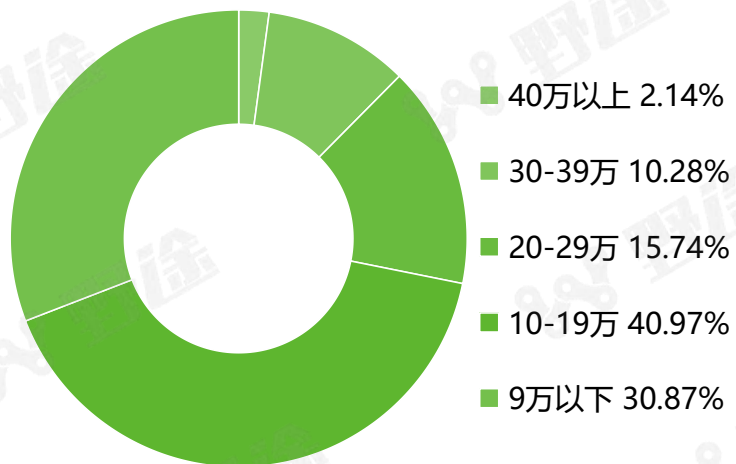
2022年参赛人群学历比例



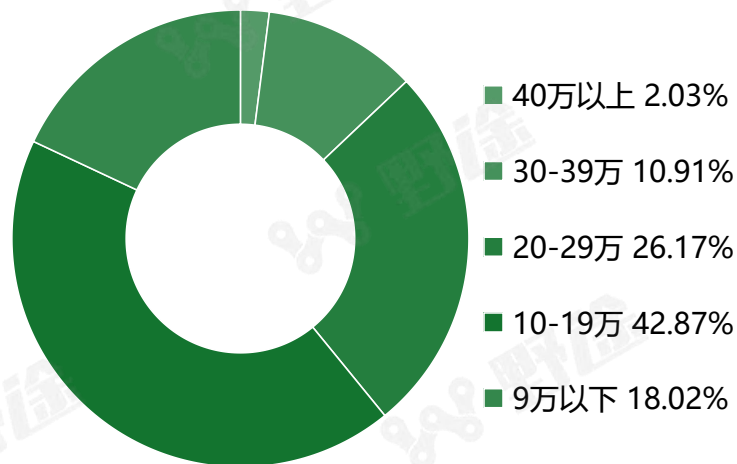
参赛人群属性分析-年收入

2022年参赛人群年收入主要集中在10万-29万之间，占整体参赛人群比例七成

2021年参赛人群年收入



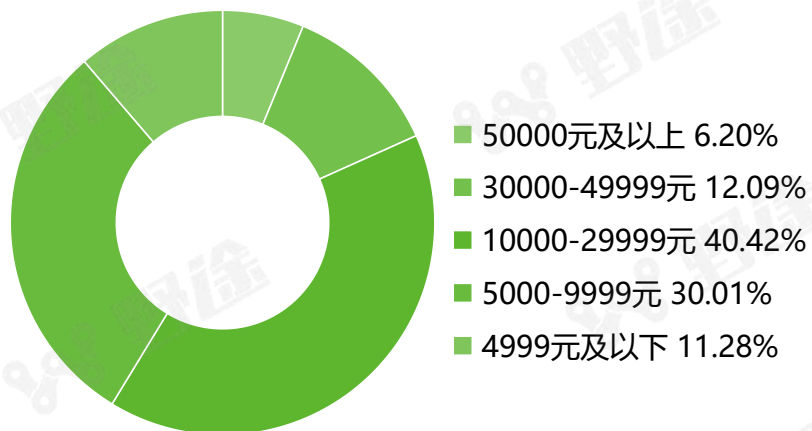
2022年参赛人群年收入



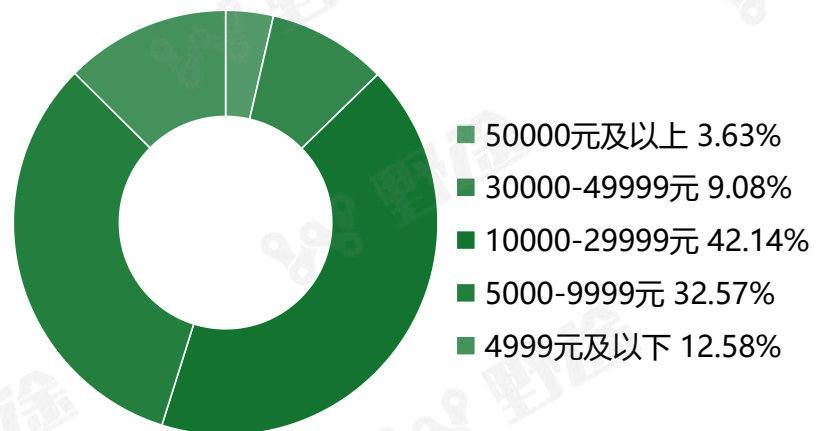
参赛者人群属性分析-骑行装备花费

2022年参赛人群在装备上的花费主要集中在10000元-29999元之间，占整体比例42.14%。

2021年参赛人群在骑行装备上的花费



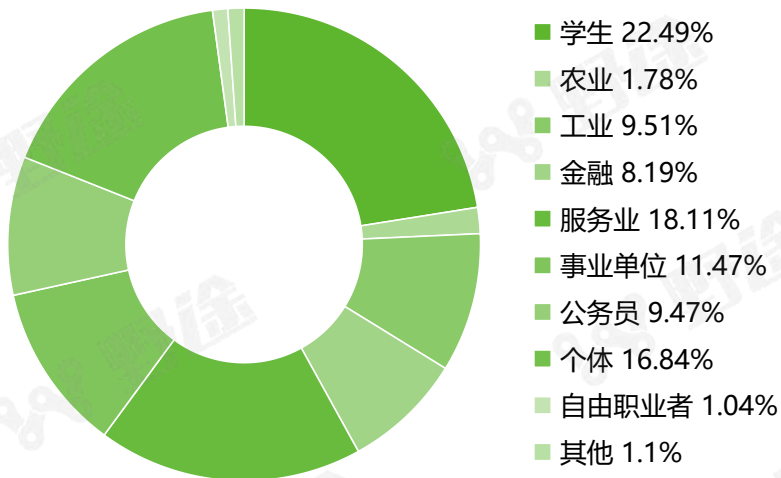
2022年参赛人群在骑行装备上的花费



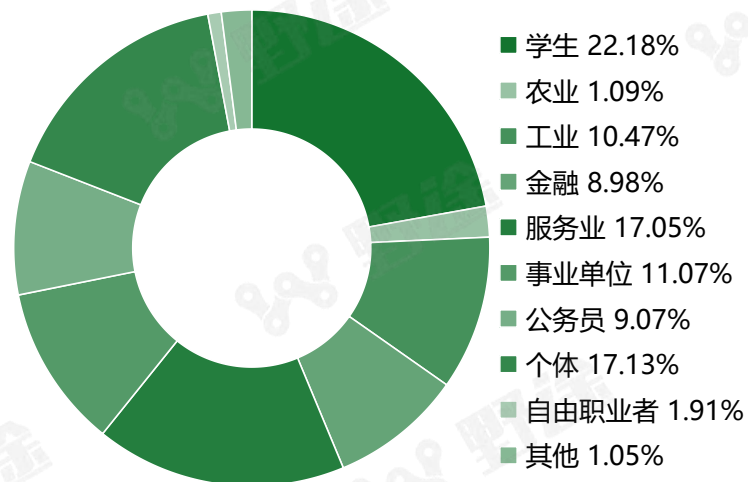
参赛人群属性分析-职业分布

2022年参赛人群职业分布中，学生、个体、服务业占据了较高比例，分列前三，整体职业分布较2021年没有太大变化。

2021参赛人群职业分布



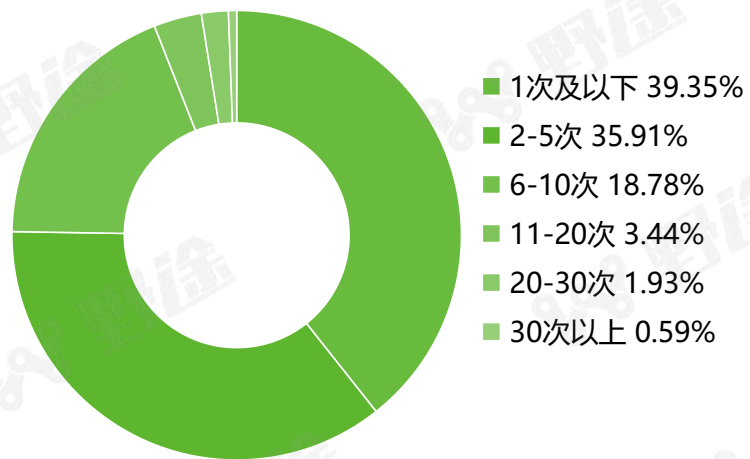
2022参赛人群职业分布



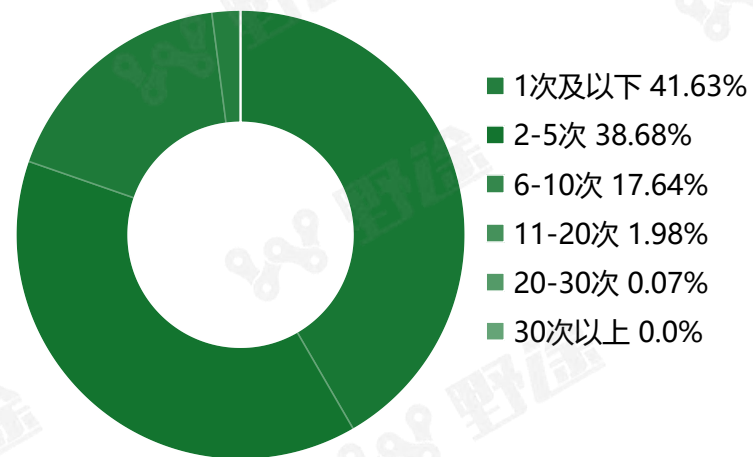
参赛人群属性分析-参赛频次

受疫情影响，2022年车友只能本地/就近参赛，全年参赛频次集中于1次及以下，高频次参赛人群同比再降。

2021年参赛频次



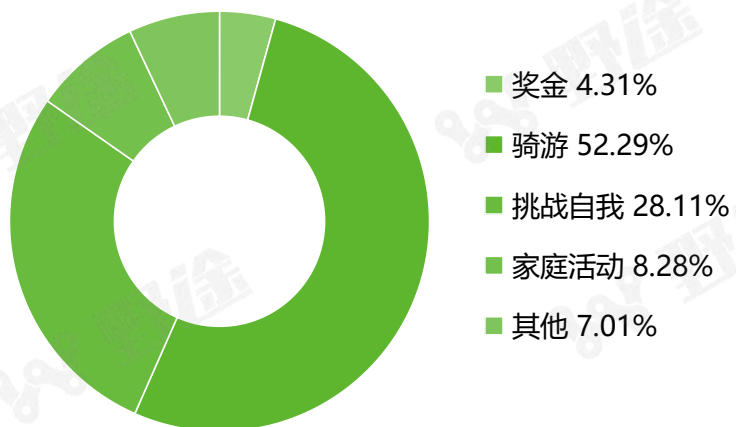
2022年参赛频次



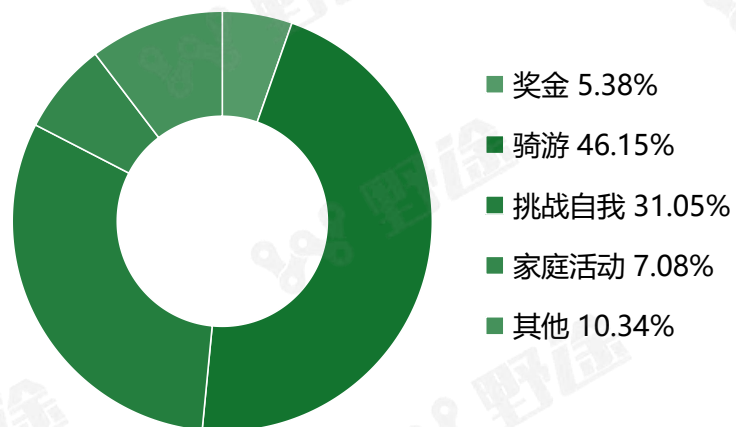
参赛人群属性分析-参赛目的

2022年参赛人群中，参赛目的地以骑游及挑战自我为主

2021年参赛目的



2022年参赛目的



参赛人群参保率分析

2022年车友参赛购买保险的比例约95.65%，自行车运动人群保险意识逐年增强。

2021年参保率



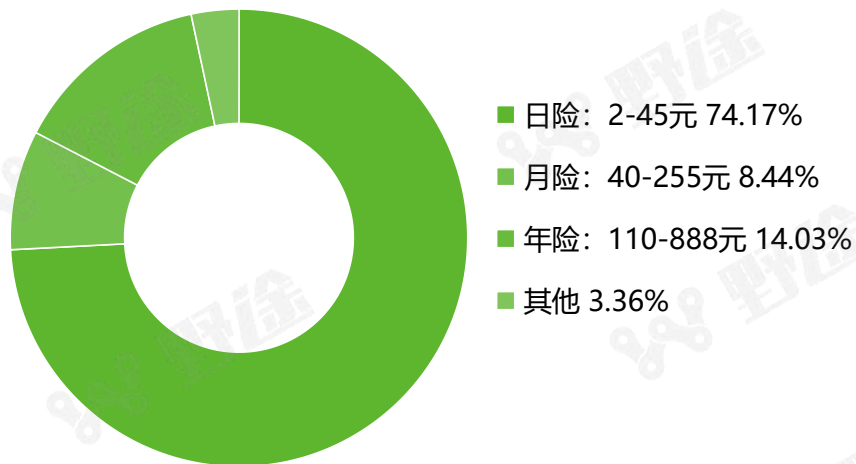
2022年参保率



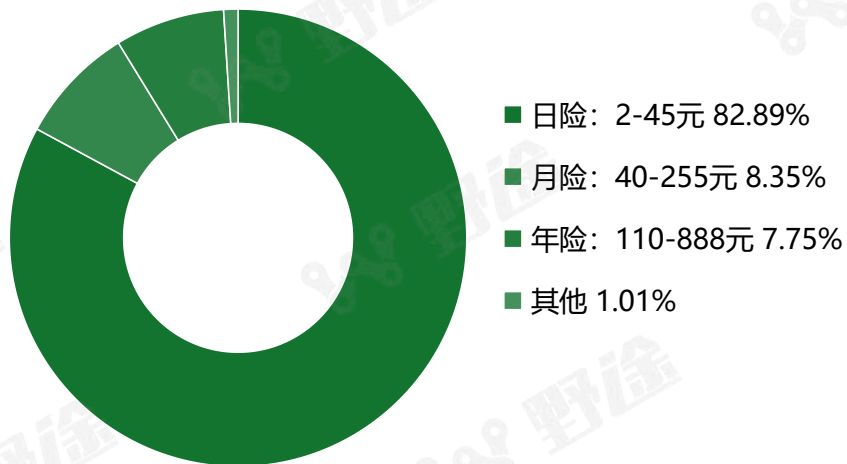
参赛人群参保金额分析

受疫情影响，车友更倾向于日险。2022年参赛人群购买的保险类型中，日险比重继续上升。

2021年各险种占参保总金额比例



2022年各险种占参保总金额比例



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 | 贵州 |
| 3 | 山东 |
| 4 | 四川 |
| 5 | 江苏 |
| 6 | 浙江 |
| 7 | 福建 |
| 8 | 江西 |
| 9 | 湖南 |
| 10 | 云南 |

赛事主办方来源

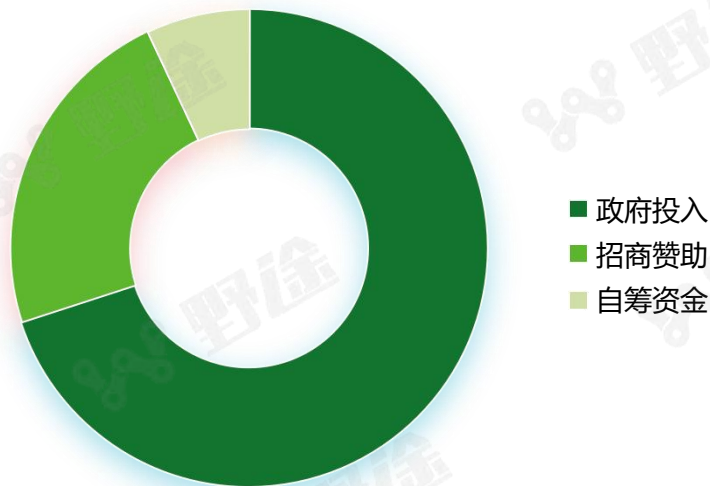
2022年政府主导发起的赛事仍占主导，占比69%。



赛事资金来源

2022年国内自行车赛事的资金仍以政府支持为主。

其中政府投入占62%，招商赞助占32%，自筹资金占6%。

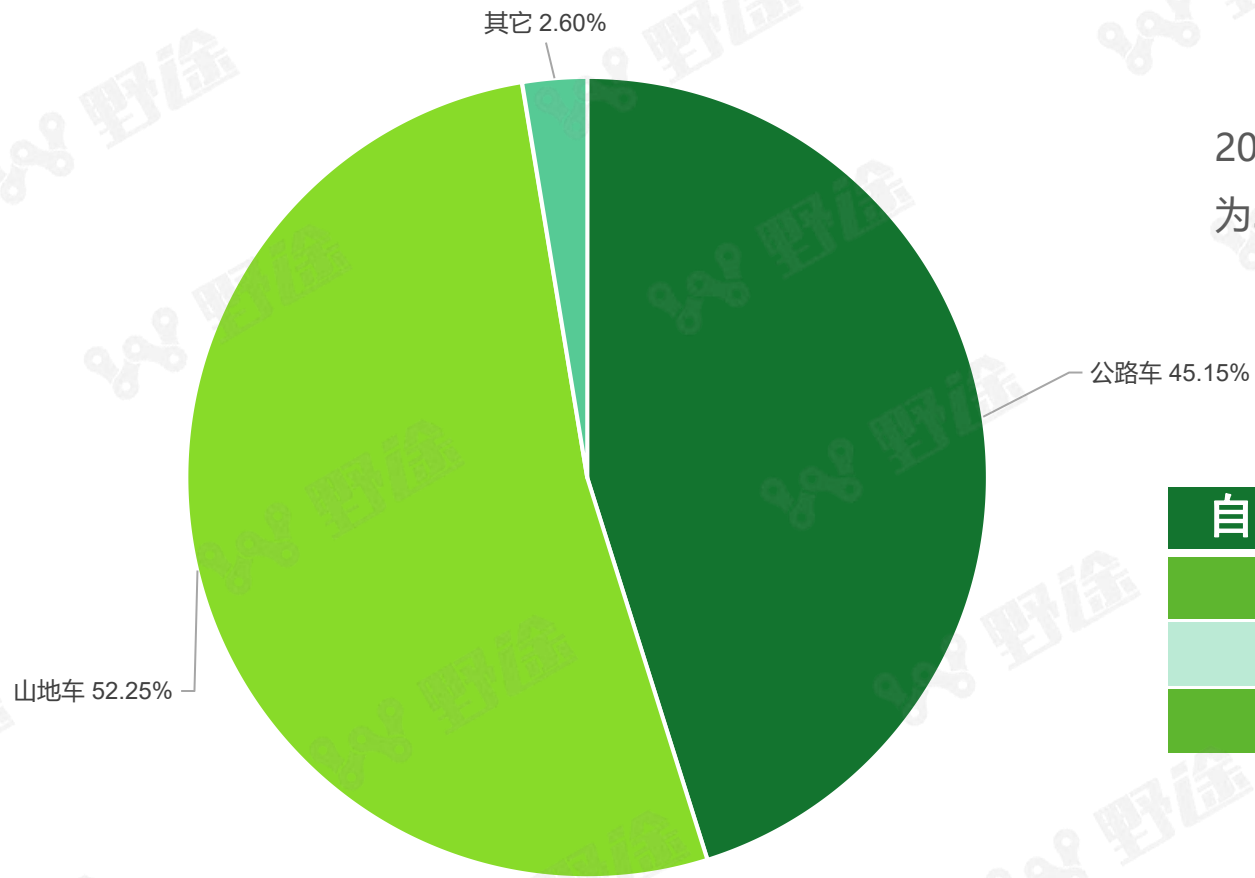


A person is riding a bicycle on a winding asphalt road. The road curves to the left. In the background, there is a large, light-colored rock formation or cliff. The sky is clear and blue. The person is wearing a blue and green patterned top and black shorts. The bicycle is black. The overall scene is bright and sunny.

PART 3 中国自行车运动爱好者装备分析

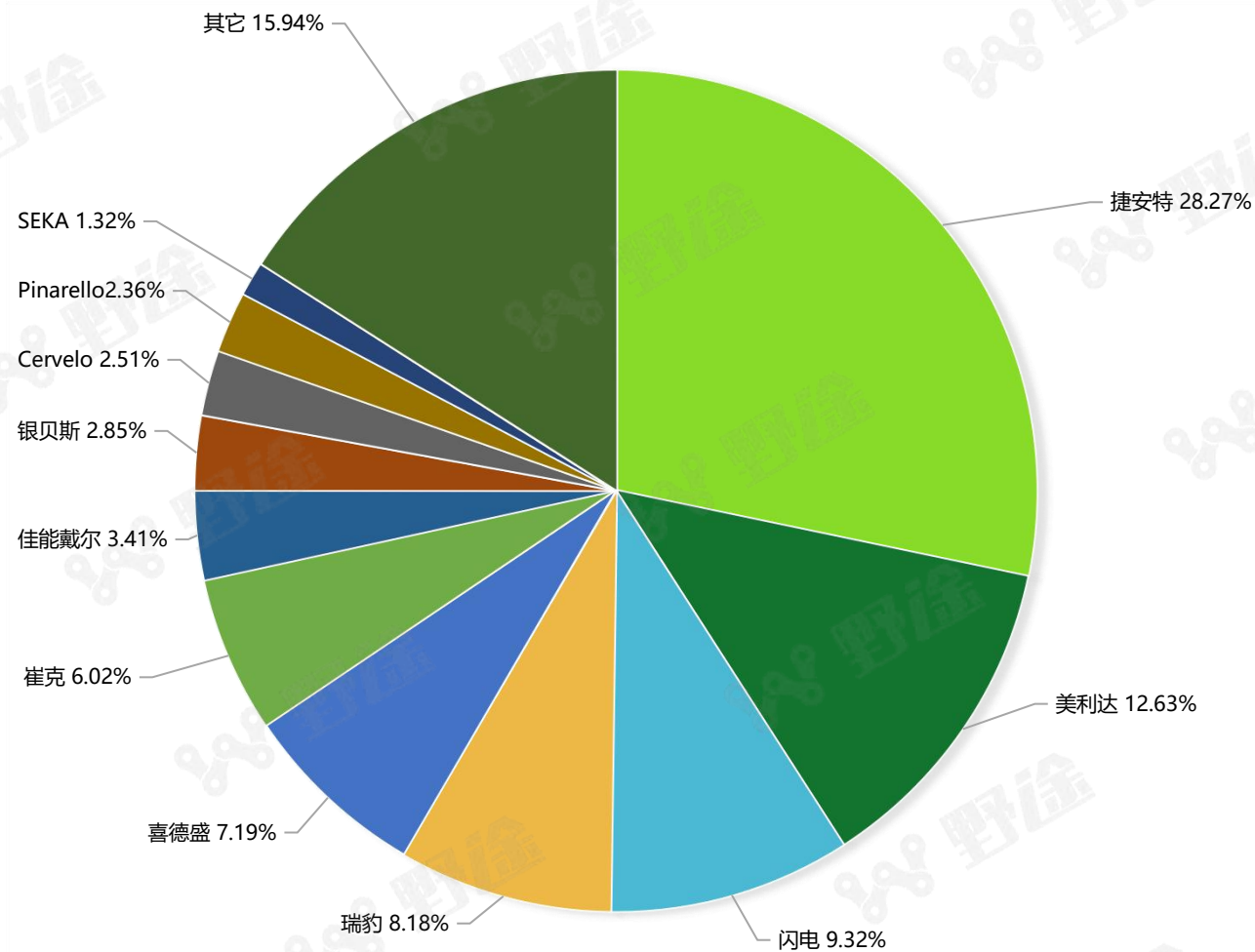
自行车属性

2022年国内自行车爱好者拥有山地车的比例为52.25%，公路车比例为45.15%。



| 自行车属性 | 所占比例 |
|-------|--------|
| 公路车 | 45.15% |
| 山地车 | 52.25% |
| 其它 | 2.60% |

公路车品牌

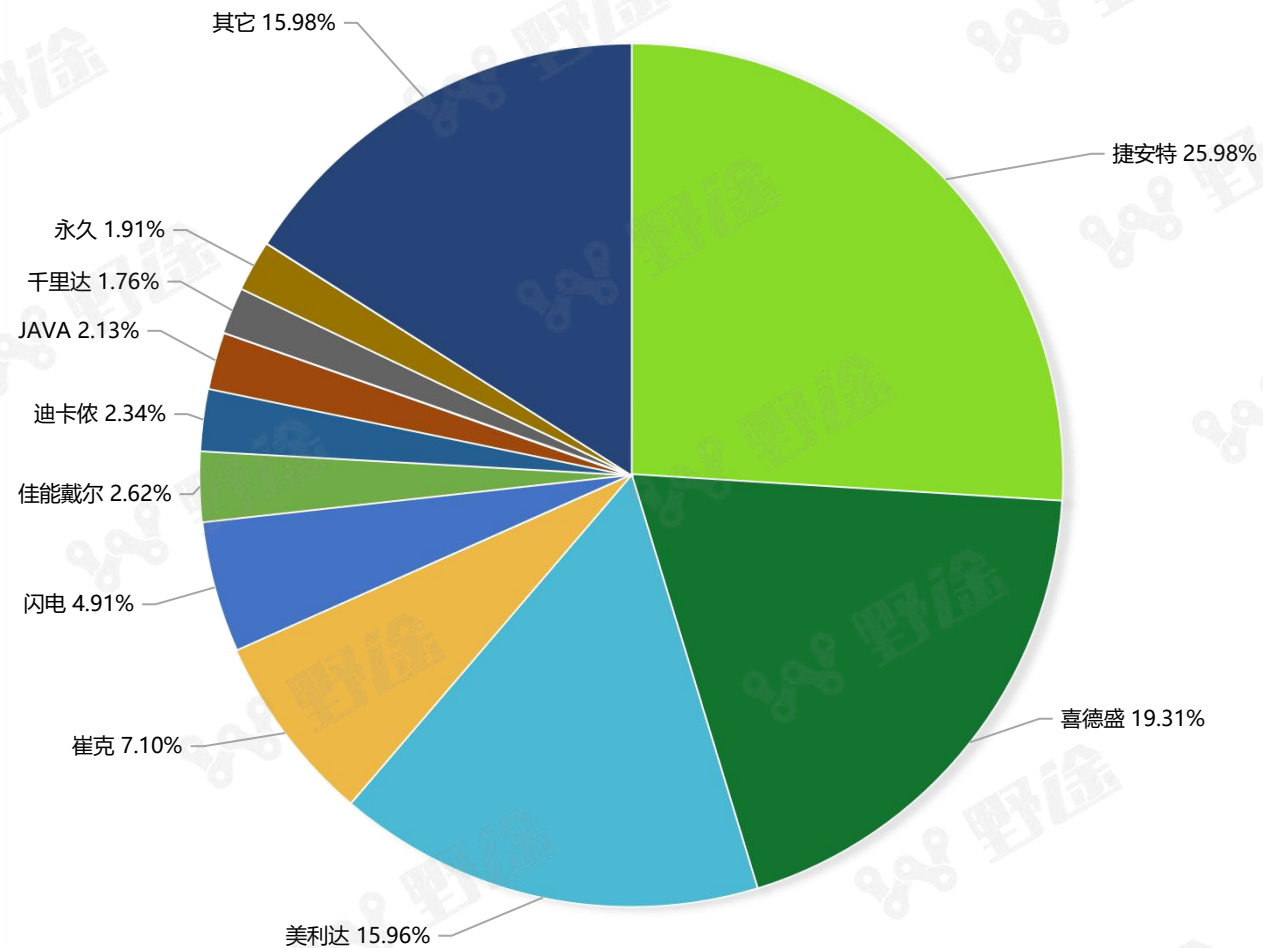


骑行热盛行，公路车市场火爆，甚至出现一车难求的现象。

受车友青睐的自然少不了捷安特、美利达等行业大鳄，占据统治地位。

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

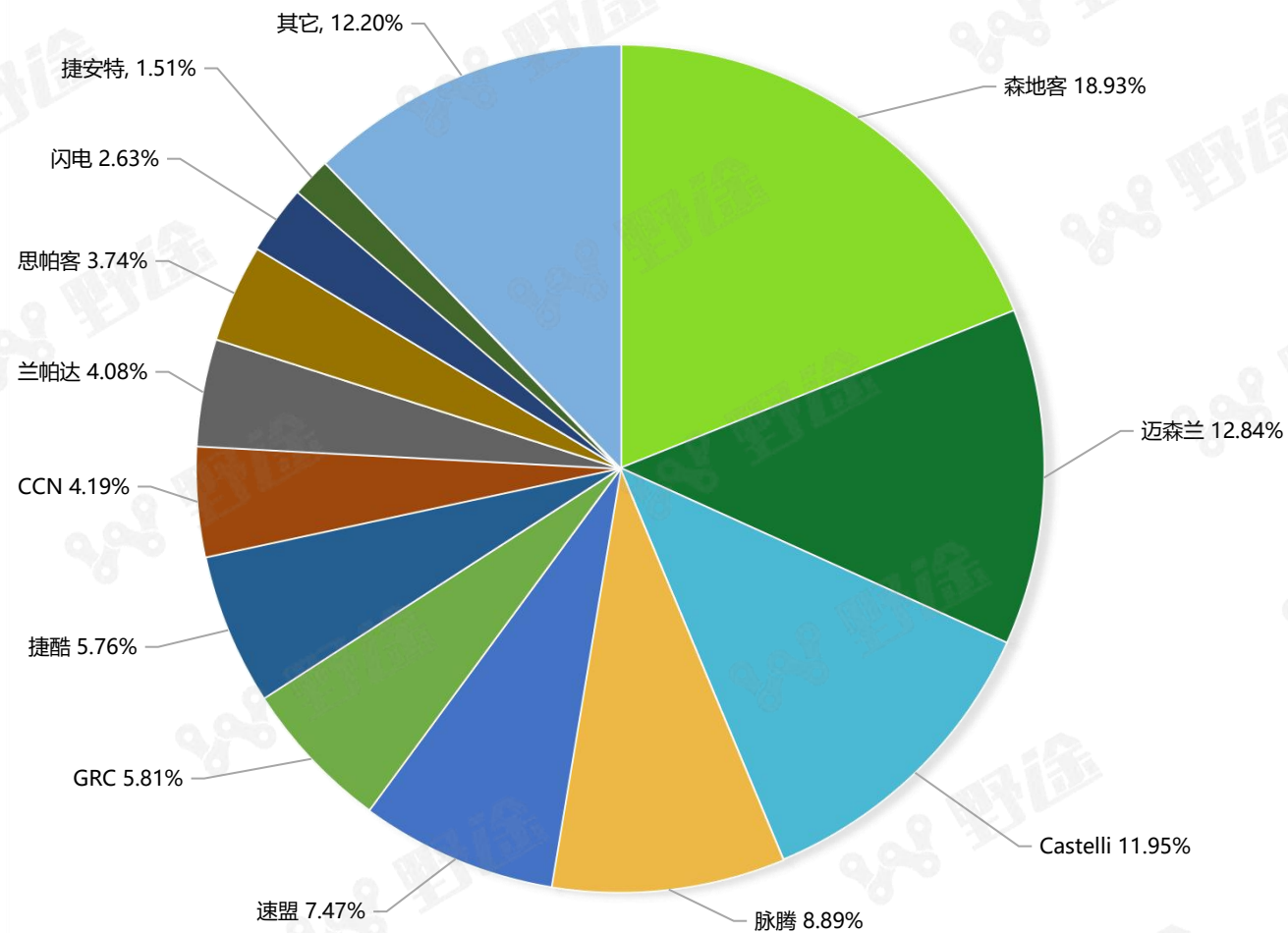


捷安特、喜德盛、美利达作为自主品牌三杰，山地产品是很多入门用户的“启蒙车型”。

捷安特自不用多说，覆盖门店之广，市场口碑之高，再度蝉联山地车市场榜首之位。

喜德盛在入门和中端市场则凭借出色的性价比，以及丰富的产品线，得到了良好的市场回馈。

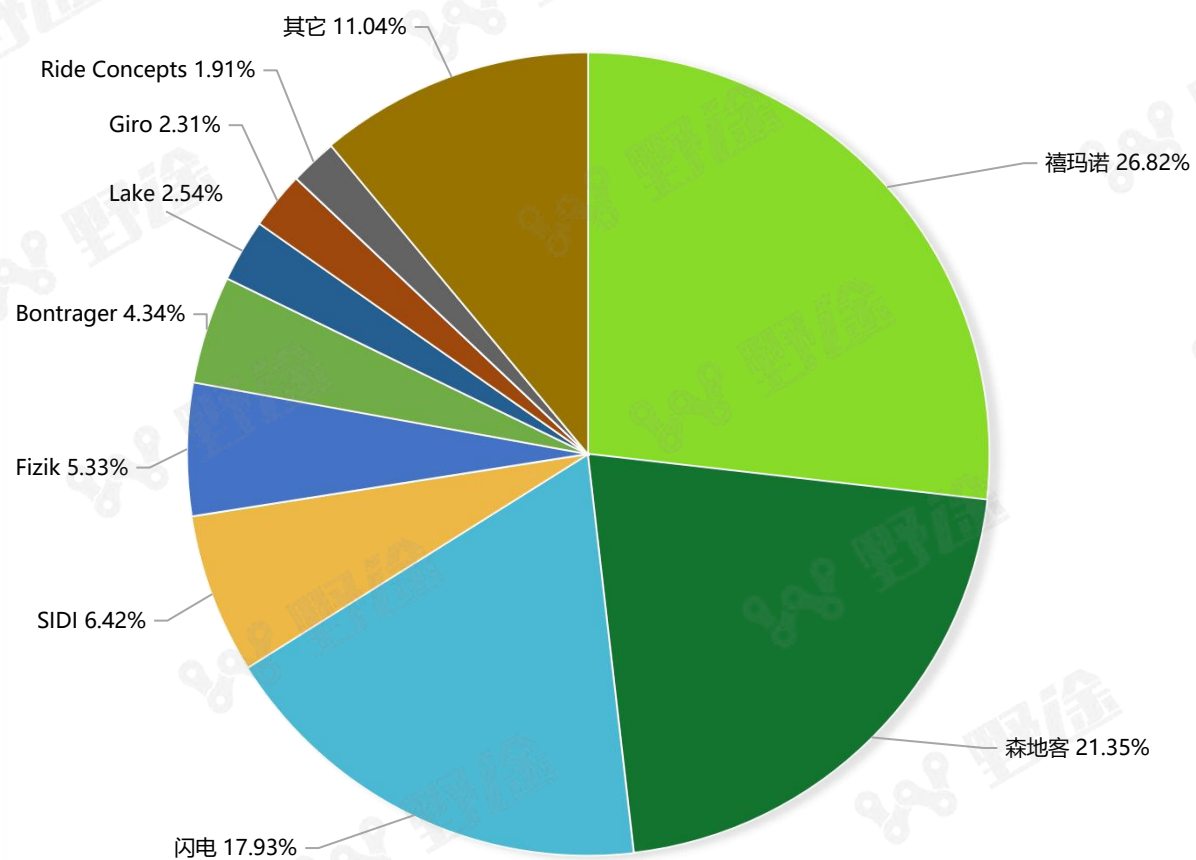
骑行服品牌



口碑好、质量优良、价格合理，森地客依托多年积累的渠道及品牌效应，虏获一众车友芳心，稳居国内骑行服市场头部品牌之位。

国产品牌如迈森兰、迈腾、GRC和速盟近年来同样表现优秀，拥趸无数。

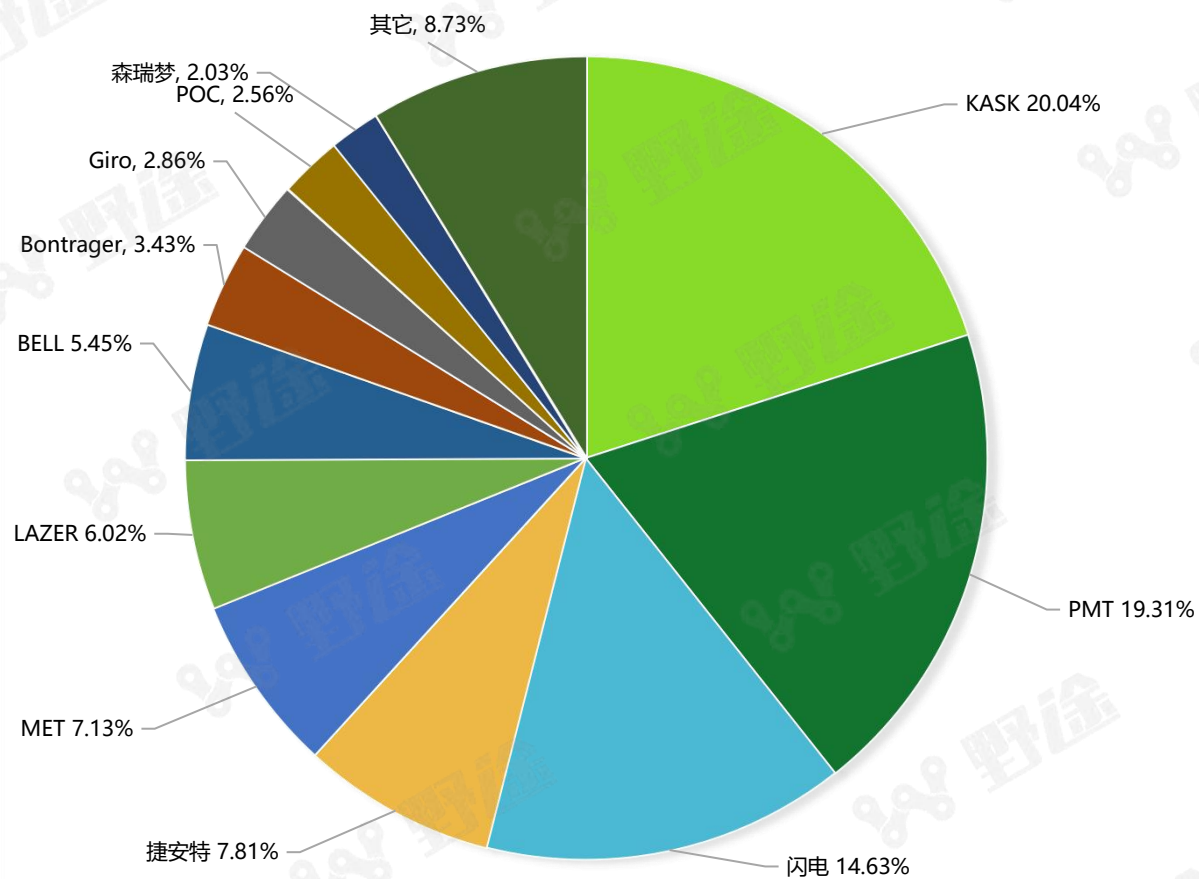
骑行鞋品牌



“优等生”禧玛诺、森地客和闪电稳定发挥。禧玛诺锁鞋在骑行圈一直都是稳定耐用、高效性能的代名词。毫不夸张地说，从铁三到场地，从入门到环法，从舒适到竞技，总有一款禧玛诺骑行鞋适合你。

森地客表现不遑多让，针对亚洲人脚型的研发设计更贴合更舒适，高性能科技材料的使用实现极高的舒适度和绝佳踩踏效率。

骑行头盔品牌

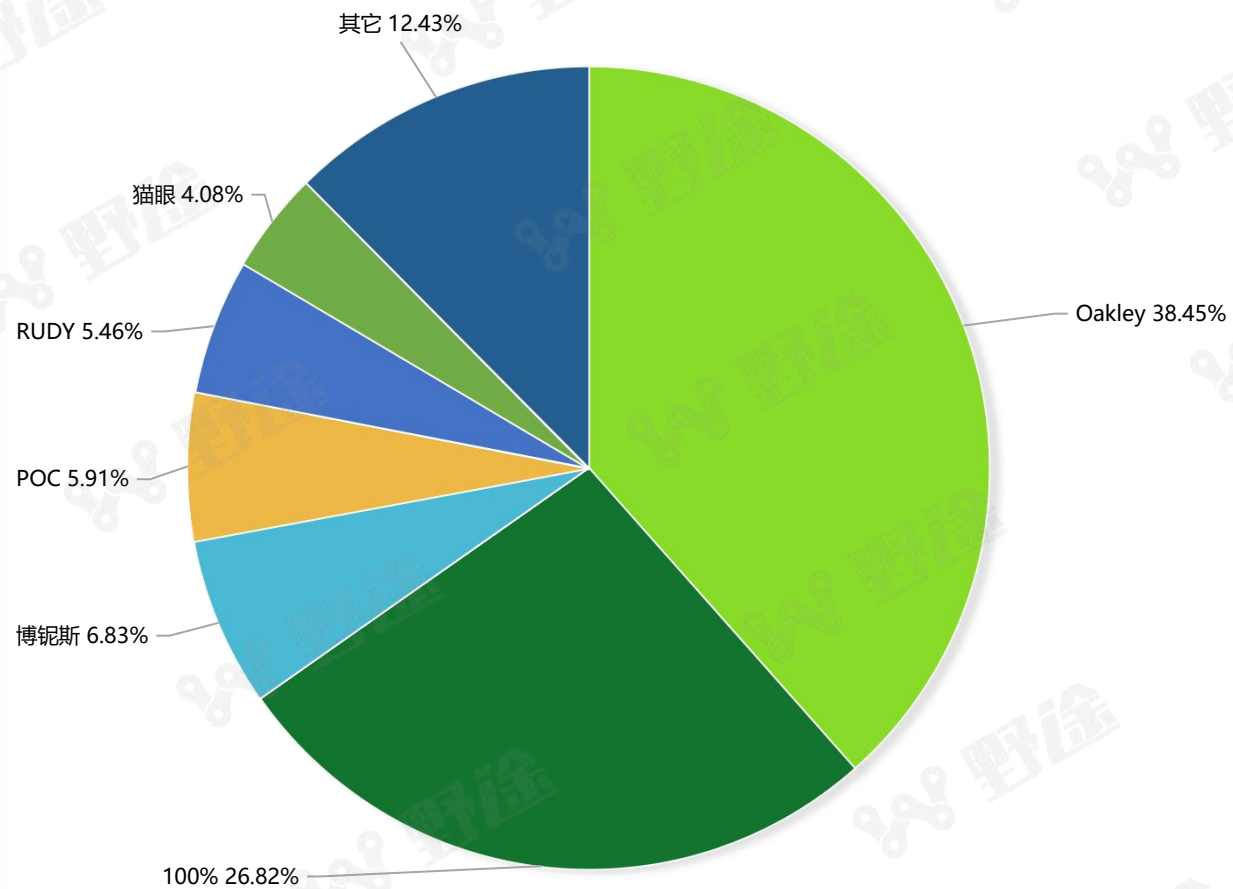


作为骑行头盔领域的佼佼者，KASK总能审时度势，出色的外观设计，加之优秀的做工，还有先进的科技性和舒适性，不仅是世巡车队的最佳盟友，也是中国车友的心头爱。

国产自主品牌PMT，设计风格简约大方，也因符合中国人审美需求的设计，市场占有率同样居高不下。

闪电、捷安特、MET、BELL、POC等品牌同样也有不少忠诚铁粉。

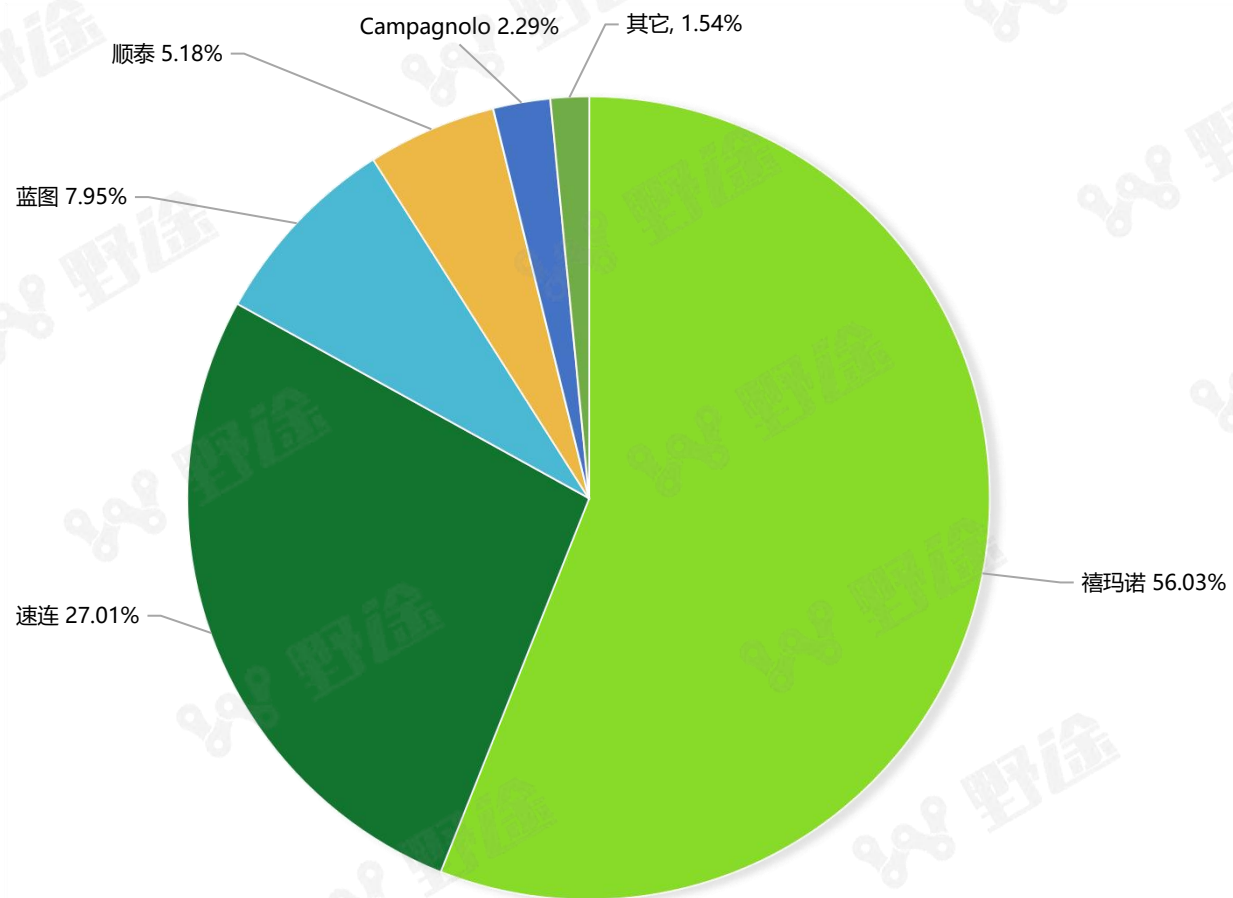
骑行眼镜品牌



“运动眼镜一哥” Oakley榜首之位稳如磐石。相对于一众竞品，Oakley价格不菲，但设计更为精良，质量上乘，值得信赖。

100%赞助国际知名山地/公路车手，赚取了不少眼球。

套件品牌

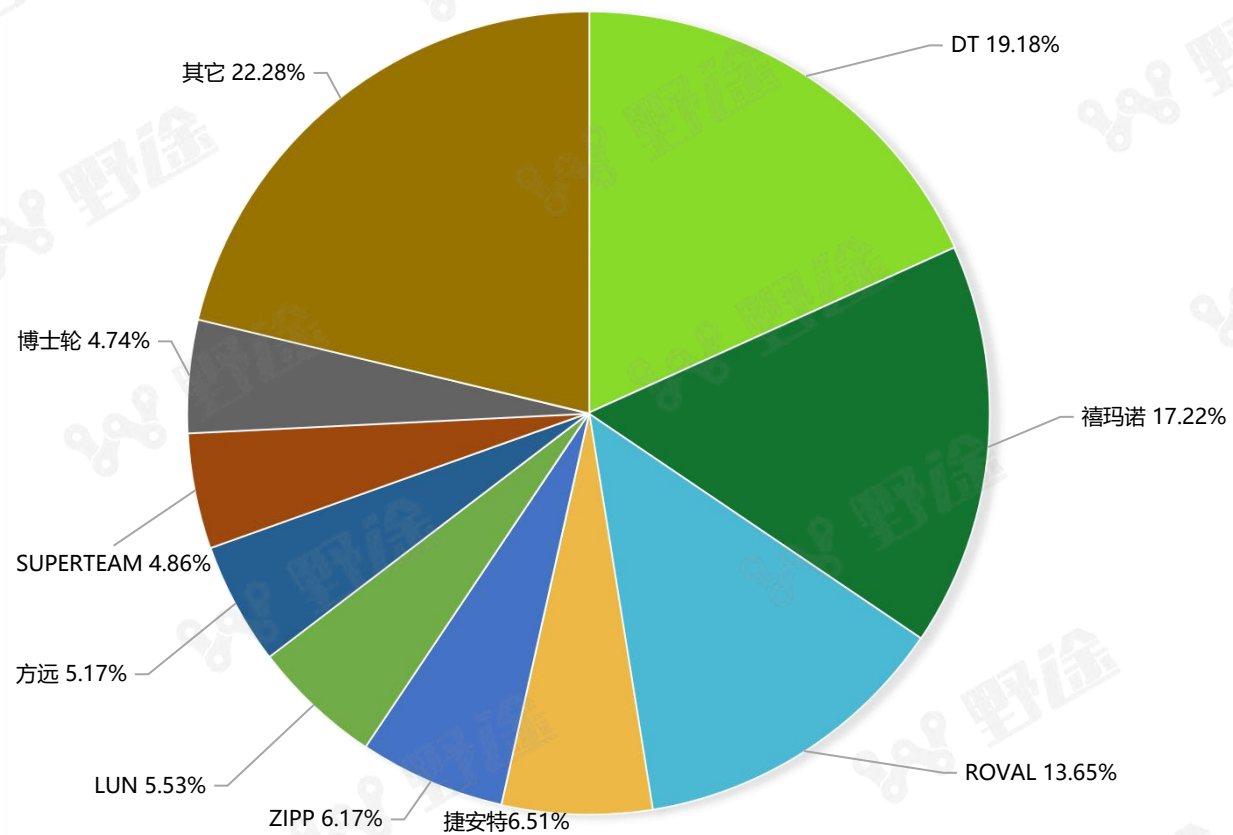


说到自行车套件，全世界都可以看到禧玛诺的影子，长期拥有全球第一的市占率。

“老二”速连凭借在山地领域推出的无线变速系统，同样不可小觑。

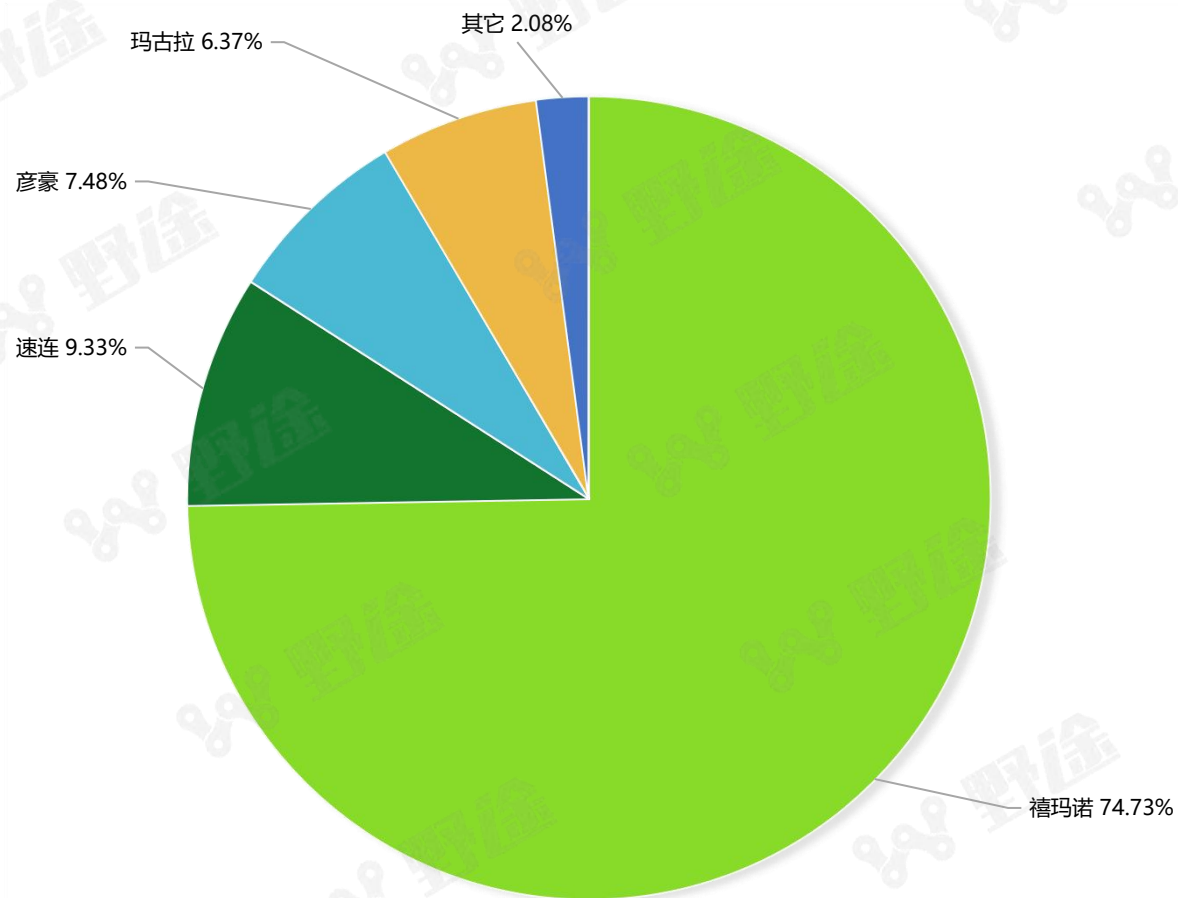
蓝图和顺泰等国产品牌，表现不凡，在国内市场占有率持续看涨。

轮组品牌



“遇事不决选DT”，车圈传承的流行语相信能代表着DT的江湖地位了。禧玛诺则同样凭借优良的品质，高性价比，以及丰富的产品线选择，人气居高不下。另外，近几年一众优秀的轮组自主品牌兴起，如方远、Lun、博士轮和Superteam等，市场竞争愈发激烈，较低售价门槛，也让他们成为车友的选择。

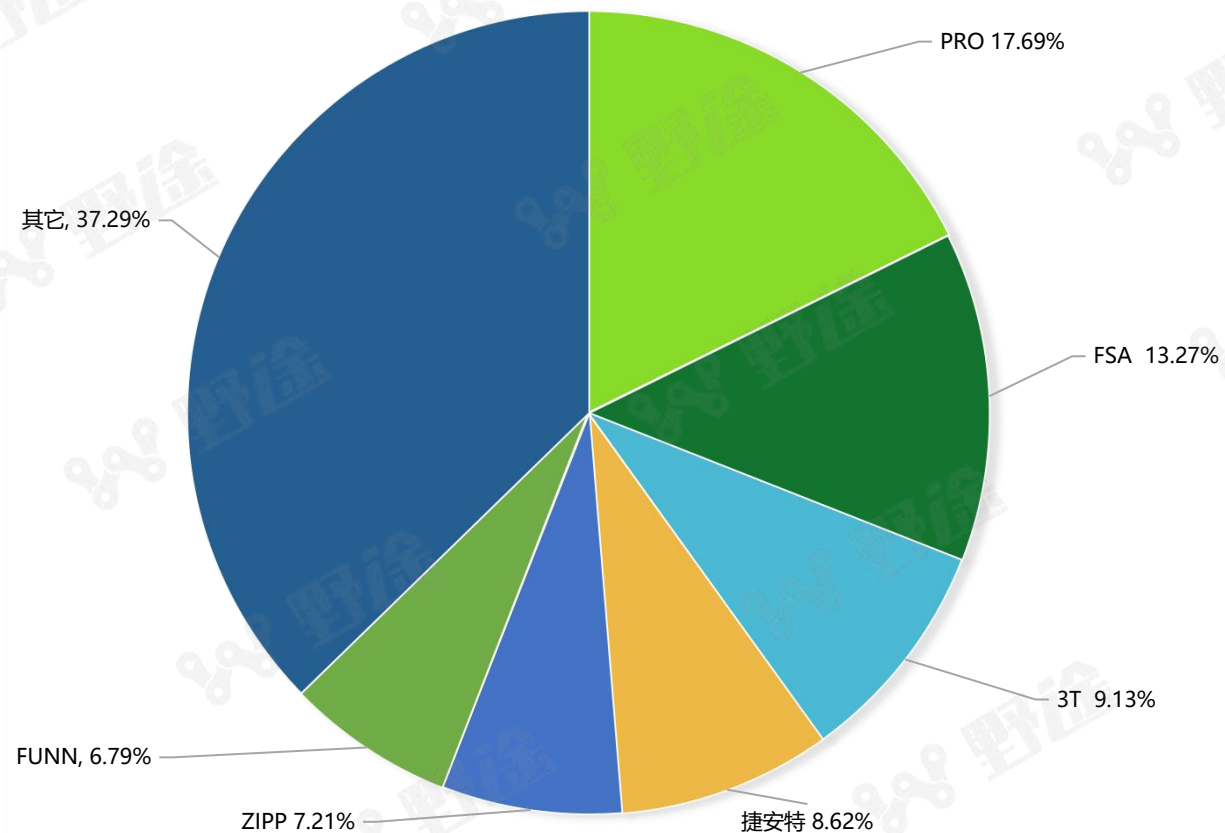
刹车品牌



禧玛诺不愧为套件届的“龙头老大”，以七成以上市场占有率登顶。细腻的刹车手感、出色的稳定性和精良的做工等，这些都是禧玛诺的油压碟刹的代名词。

速连、彦豪和玛吉拉分列二三四。

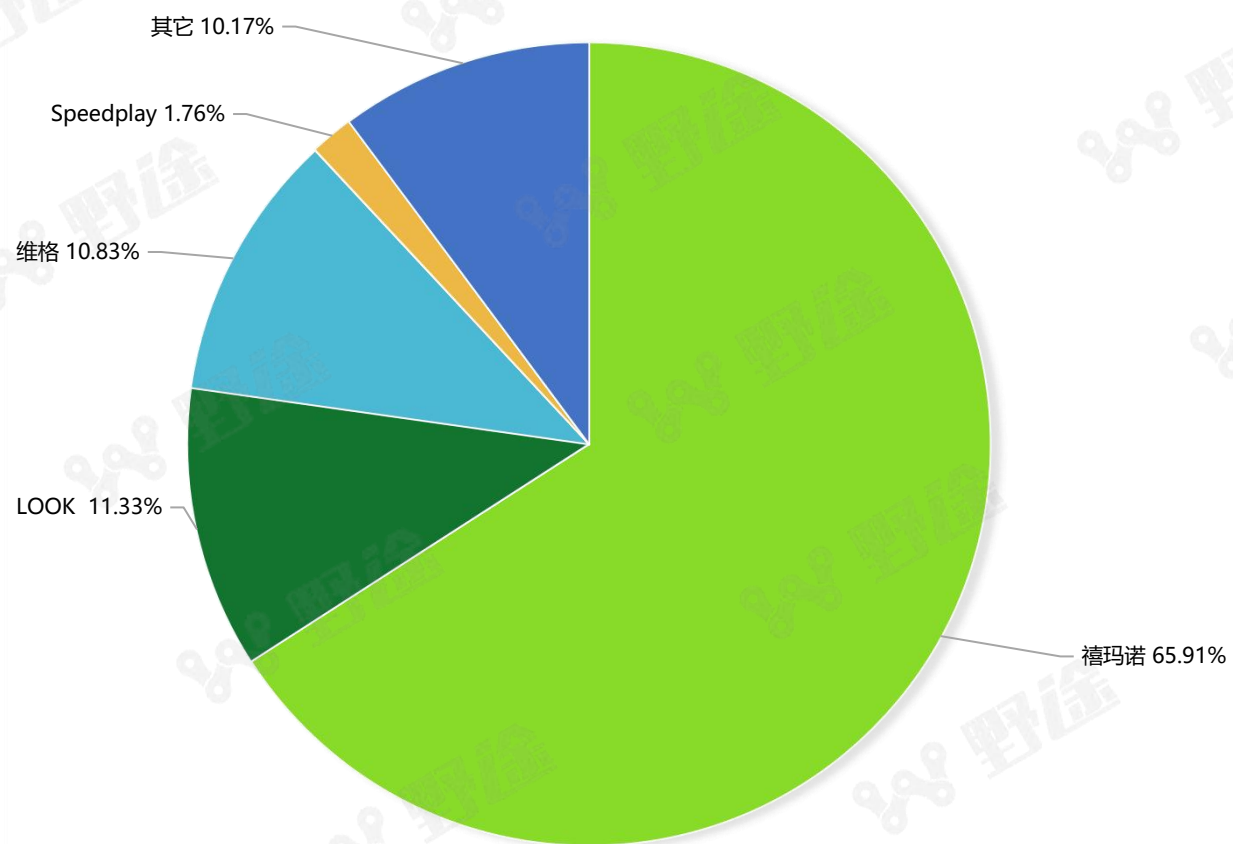
车把品牌



禧玛诺旗下的PRO系列车把涵盖了入门到竞技的多种款式，满足消费者对不同产品定位的需求。

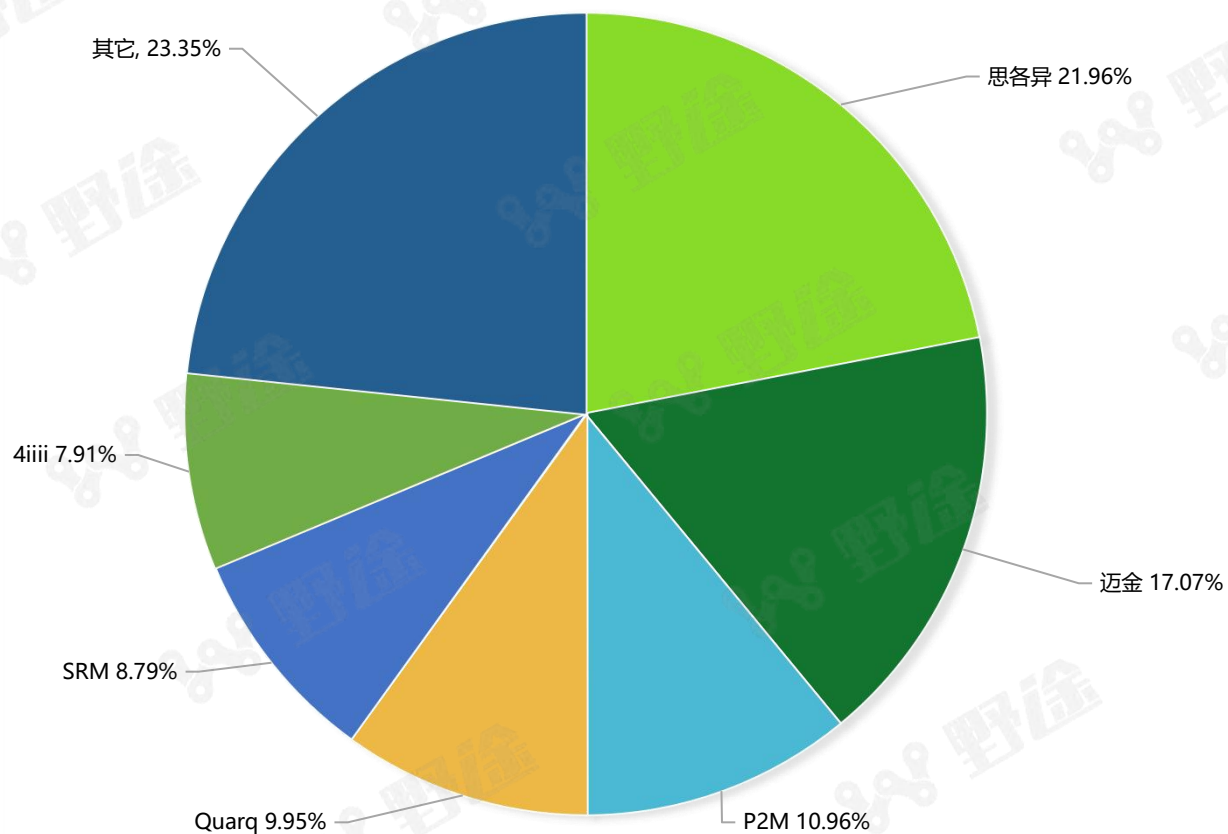
而近几年的公路车全隐藏内走线的主流趋势，也对车把品牌提出了更高的要求，一定程度上影响了诸如FSA、3T和Zipp等品牌的销量。

脚踏品牌



说到脚踏，禧玛诺依旧独领风骚，可靠耐用，可以说是：大众选择，值得信赖。脚踏鼻祖Look，主打轻量，且还能确保较好的性能与强度，不少消费者愿意为之买单。维格能从众多品牌中脱颖而出，则得益于平踏领域多年的生产经验与口碑，以及亲民的价格。

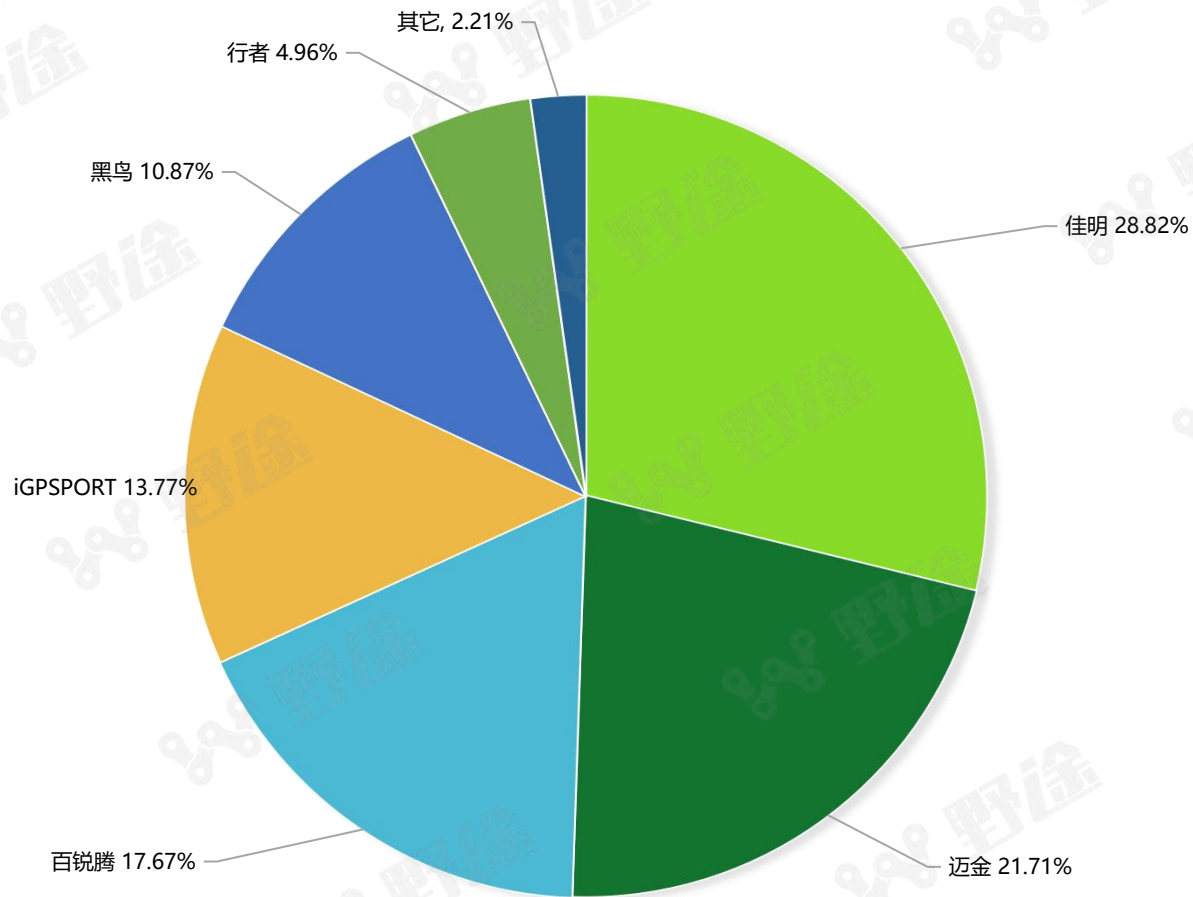
功率计品牌



价格亲民，稳定性佳，自然会有消费者争相买单。思各异和迈金凭借高性价比及售后优势在国内骑行市场广受推崇。

高端市场仍是P2M、Quara和Srm的天下，这些品牌已然成为高端自行车的装车首选。

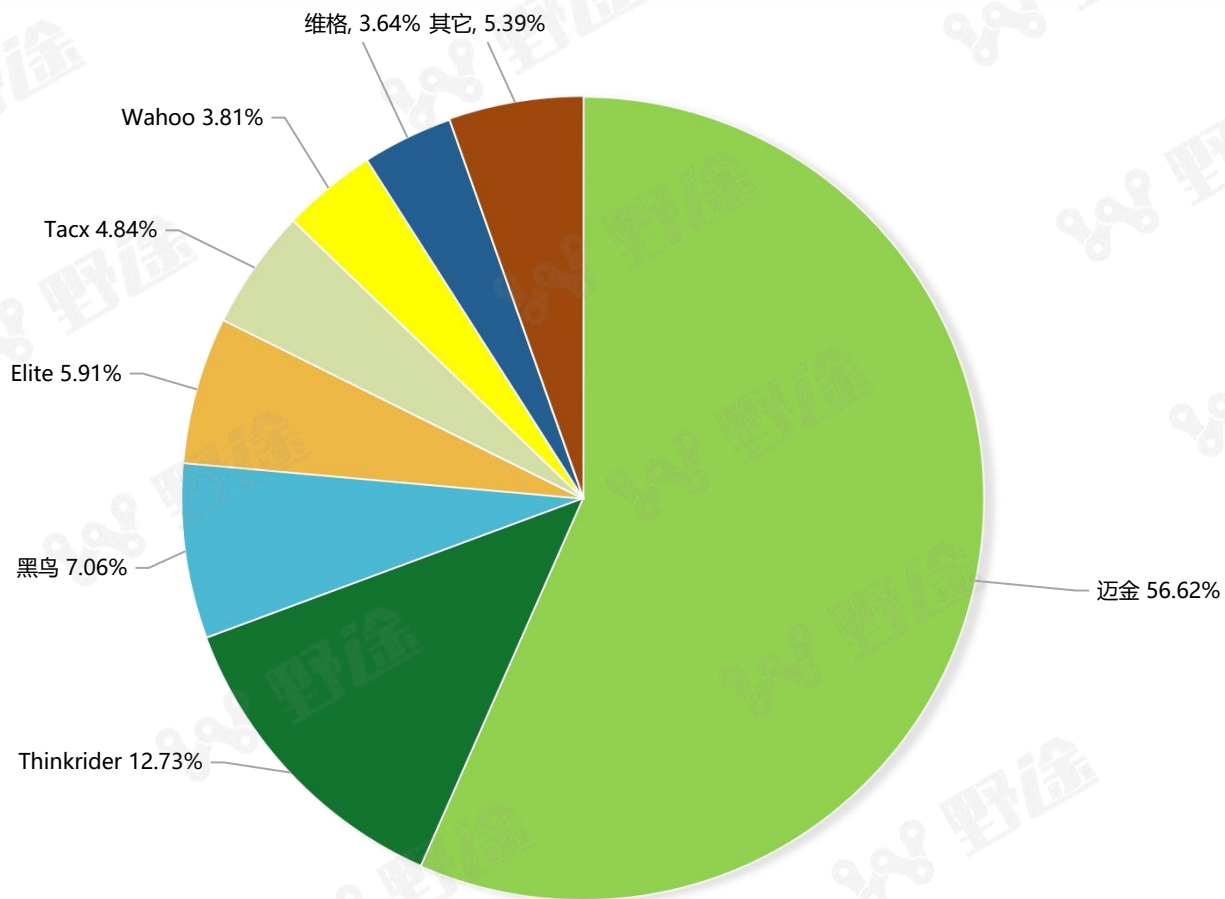
码表品牌



佳明作为GPS领导品牌，在民航导航设备领域拥有绝对的统治力，自行车领域同样表现出色，标杆地位不容质疑。

国产品牌如迈金、百锐腾、iGPSORT近些年也是可圈可点，性能实用，价格实惠，市场份额逐年增加。

骑行台品牌



从T100到T300的演变，迈金科技圈粉无数，满足专业及大众用户的室内外日常训练、健身管理、比赛竞技等全维度需求，霸榜智能骑行装备赛道。Thinkrider和黑鸟同样以高性价比，吸引车友买单。

A cyclist is riding a road bike on a paved road that curves through a landscape. In the background, there is a prominent, light-colored rocky cliff or mesa under a clear blue sky. The cyclist is wearing a blue and green patterned top and black shorts. The overall scene is bright and sunny.

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 | 胡志超 |
| 3 | 马泽全 |
| 4 | 韩旭祥 |
| 5 | 彭源堂 |

最佳业余山地男车手

| 名次 | 车手 |
|----|-----|
| 1 | 庞培林 |
| 2 | 陈湘源 |
| 3 | 曹建华 |
| 4 | 姚浩 |
| 5 | 杨干斌 |

最佳业余女车手

| 名次 | 车手 |
|----|-----|
| 1 | 高艳娇 |
| 2 | 何冲 |
| 3 | 赵琴 |
| 4 | 汪兴娥 |
| 5 | 蒋冬梅 |

最佳业余车队

| 名次 | 车队 |
|----|-------------------|
| 1 | 迈金科技-Slipstream车队 |
| 2 | ATTACK-SANTIC车队 |
| 3 | 美利达-诺飞客 |
| 4 | CCN-瑞豹中国车队 |
| 5 | 平潭国际旅游岛女子力量车队 |

最佳赛事运营方

| 序号 | 赛事品牌 |
|----|------------------|
| 1 | 厦门智搏体育文化传播有限公司 |
| 2 | 贵州陆正虎文化传播有限公司 |
| 3 | 福建邱基金体育科技有限公司 |
| 4 | 北京新泰明体育文化发展有限公司 |
| 5 | 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 | 2022第七届“海洋杯”中国·平潭国际自行车嘉年华 |
| 2 | 2022第十六届环千岛湖公路自行车赛 |
| 3 | 2022“全景贵州”公路自行车赛 |
| 4 | 骑遍四川·2022年“环茶马古道”雅安国际公路自行车赛 |
| 5 | 中国新疆第十四届环赛里木湖公路自行车赛 |

年度新锐赛事活动

| 序号 | 赛事品牌 |
|----|---------------|
| 1 | 2022环拉萨城自行车大赛 |

最受欢迎滑步车赛事品牌

| 赛事品牌 |
|-------------|
| 荔枝杯儿童平衡车系列赛 |
| 2022KTC联赛 |
| 2022小车神系列赛 |

年度最具影响力品牌

| 序号 | 品牌 |
|----|------------------|
| 1 | GIANT(捷安特) |
| 2 | TREK (崔克) |
| 3 | SPECIALIZED (闪电) |
| 4 | SANTIC (森地客) |
| 5 | SHIMANO (禧玛诺) |
| 6 | SUPER TEAM |
| 7 | KASK |
| 8 | MAGENE (迈金科技) |
| 9 | 影石Insta360 |

A cyclist is riding a road bike on a paved road that curves to the left. The cyclist is wearing a blue and green patterned jersey and black shorts. The background features a large, light-colored rock formation or cliff under a clear blue sky. The overall scene is bright and sunny.

PART 5 自行车运动未来发展方向

1. 疫情翻篇，赛事进入全面恢复期

随着“新冠”被降级管控，大疫三年彻底翻篇。体育市场将迅速回暖，自行车赛事也进入全面恢复期，大家熟悉的业余赛、国际性赛事将陆续回归，也会有一些新兴的赛事出现。

但是，经历过赛事泡沫和疫情管控的两次影响，办赛将更加理性，自行车赛事再也不会出现井喷和爆发的现象。



2. 赛事运营方洗牌，办赛要求更专业

疫情三年，对赛事运营方，既是考验，也是洗礼。一些资质欠佳、能力不足的小型运营商，已惨遭洗牌，将会有一些新的赛事运营商面孔出现。但是随着办赛的日趋理性，办赛门槛会持续升高，对赛事运营人员的专业度提出更高的要求。



3. 国家级赛事体系全貌初现，日臻完善

随着公路自行车竞赛体系的全面推进，中国自行车运动协会主导下的国家级赛事体系全貌初现，日臻完善。分层级的赛事体系，完整的积分机制，从公开赛到UCI职业赛逐级打通，彻底打破业余与专业的壁垒，最终构筑出靠能力说话的职业化体系。

在华UCI职业赛

面向全球的UCI职业车队，国内车队参赛资格分配以CPC排名为主要参考

公路职业联赛（CPC）*新

面向在华注册的UCI车队，以及公路联赛前4名队伍

公路联赛（冠军赛）

面向专业队以及优秀业余俱乐部，前4名队伍可参加CPC

公路公开赛（中自联）

面向大众骑手，优秀个人和俱乐部可参加公路联赛

4. 中国依然是国际大IP必争之地

拥有14亿人口巨大市场的中国，体育产业发展空间巨大，蕴藏的商机不言而喻。中国，将是全球各大体育IP赛事的必争之地，正处上升期的自行车运动，也是如此。未来几年，拥有全球影响力的自行车赛事IP，将陆陆续续落户中国。



5. 电助力内需蓄势，赛事兴起苗头渐显

当电助力已经横行欧美市场的时候，国内电助力却仍波澜不惊。

不过暗流已经涌动。自行车运动发展到一定阶段，需求自然分化。电助力需求逐渐抬升。

各大品牌也早已闻风而动，除了产品线的扩充外，更是争相赞助/举办相关赛事，电助力赛事兴起苗头渐显。



THANK YOU

感谢观看

 野途