

野途2024

中国自行车运动行业分析报告

CHINESE CYCLING SPORTS INDUSTRY
ANALYSIS REPORT 2024 ISSUED BY WILDTO



INTRODUCTION TO 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超**300万**

平均日活约**20.6万**

骑行江湖 尽在野途

○ 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。

○ 拥有完善的赛事定级规则

野途制定了完善的国内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。

○ 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。

○ 行业媒体

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

○ 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。

DATA SOURCE

数据
来源



野途赛事大数据
野途收录全国超过99%的赛事



超300万野途骑行用户数据



60000份有效调研问卷

导语 OVERVIEW

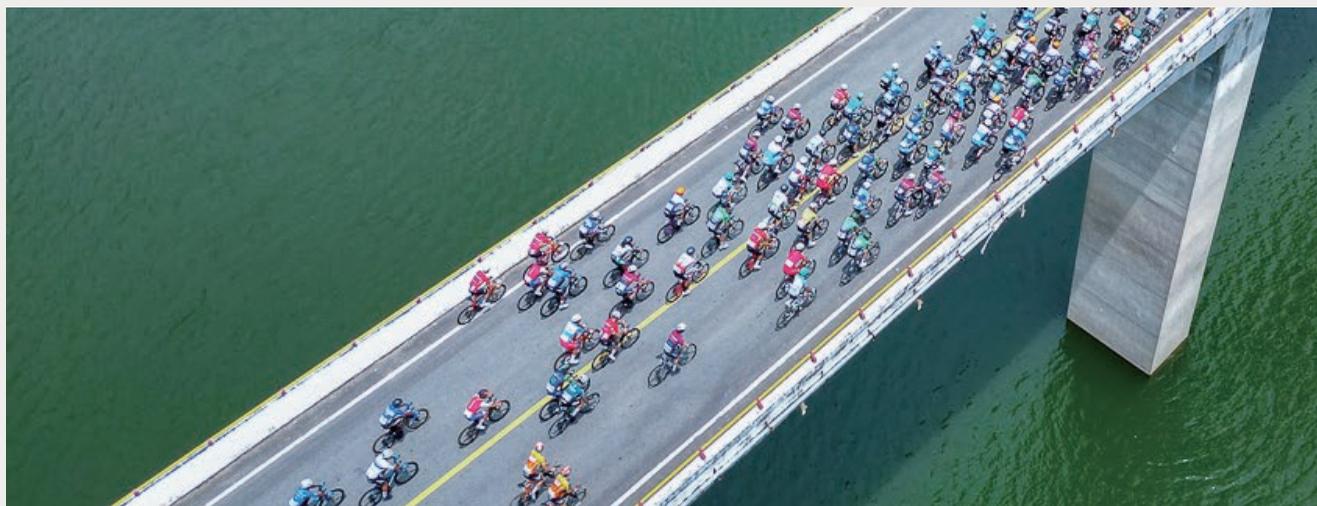
2024年，中国自行车运动行业在全民健康意识提升、政策支持与技术创新等多重驱动下，展现出蓬勃活力与深刻变革。

骑行已从单一的代步工具演变为融合运动、社交、环保理念的多元载体，成为消费升级与产业转型的重要赛道。

这一年，中国自行车运动不仅在全球体育舞台上绽放异彩，更在产业领域掀起壮阔波澜：巴黎奥运会上，中国选手邓雅文在自由式小轮车项目中摘金，一鸣惊人；喜德盛签约世巡车队阿斯塔纳，迈出中国自行车品牌走向世界的重要一步，振奋人心。

机遇与挑战并存，自行车行业在蓬勃发展的同时，也面临着诸多考验。

《2024野途自行车运动行业分析报告》将深入剖析市场脉络，为从业者与投资者提供前瞻洞察。



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 自行车运动未来发展方向





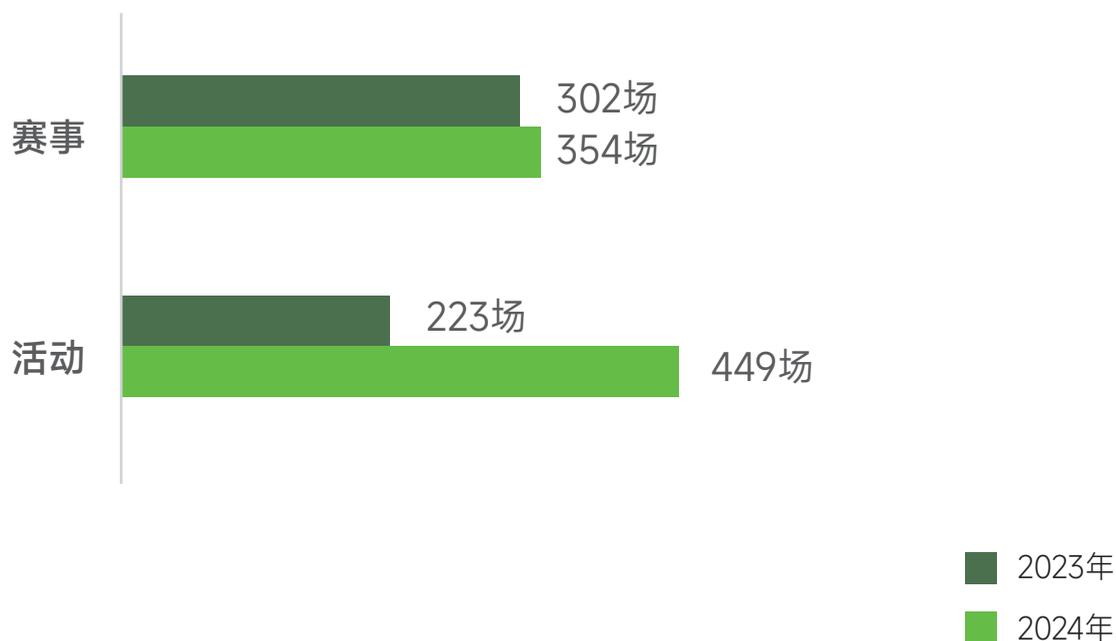
中国自行车赛事

特点分析



自行车赛事总体情况

2024年中国自行车赛事活动数量803场，其中自行车赛事354场，自行车活动449场，整体数量大幅上升，尤其是活动，呈现翻倍增长。



户外骑行热潮持续，2024年自行车爱好人群约995余万。



TRENDS

自行车赛事特点

01.

自行车赛事稳步增长 骑游活动备受欢迎

职业赛稳中有增；业余赛数量几乎翻倍，赛事丰富而多元。骑游活动受大众欢迎。

02.

品牌与赛事 合作更紧密

更多的自行车品牌加大宣传推广力度，转投赛事活动赞助合作。比如喜德盛与环岛赛签下多年的总冠名。

03.

赛制创新与赛道多样性

越来越多赛事融合了业余与职业，让业余与职业同场竞技，“一赛多玩”更受欢迎。砾石赛事兴起，引入复杂地形，提升可玩性。

04.

青年人才与竞技水平突破

场地自行车世青赛中，中国队打破女子团体竞速世界青年纪录；巴黎奥运会自由式小轮车公园赛，邓雅文以92.60的高分夺得女子组金牌，实现了该项目的历史性突破。

NO

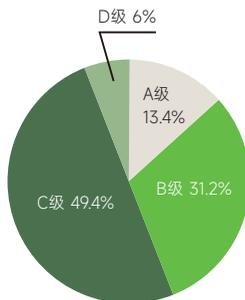
中国业余自行车 赛事分析



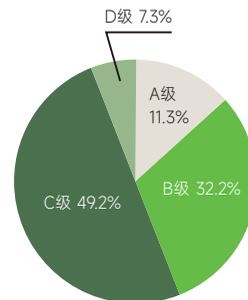
赛事级别分布

2024年赛事等级集中在B级和C级，占比达到81.4%。

- A级 (90分以上)
- B级 (80-89分)
- C级 (60-79分)
- D级 (59分以下)



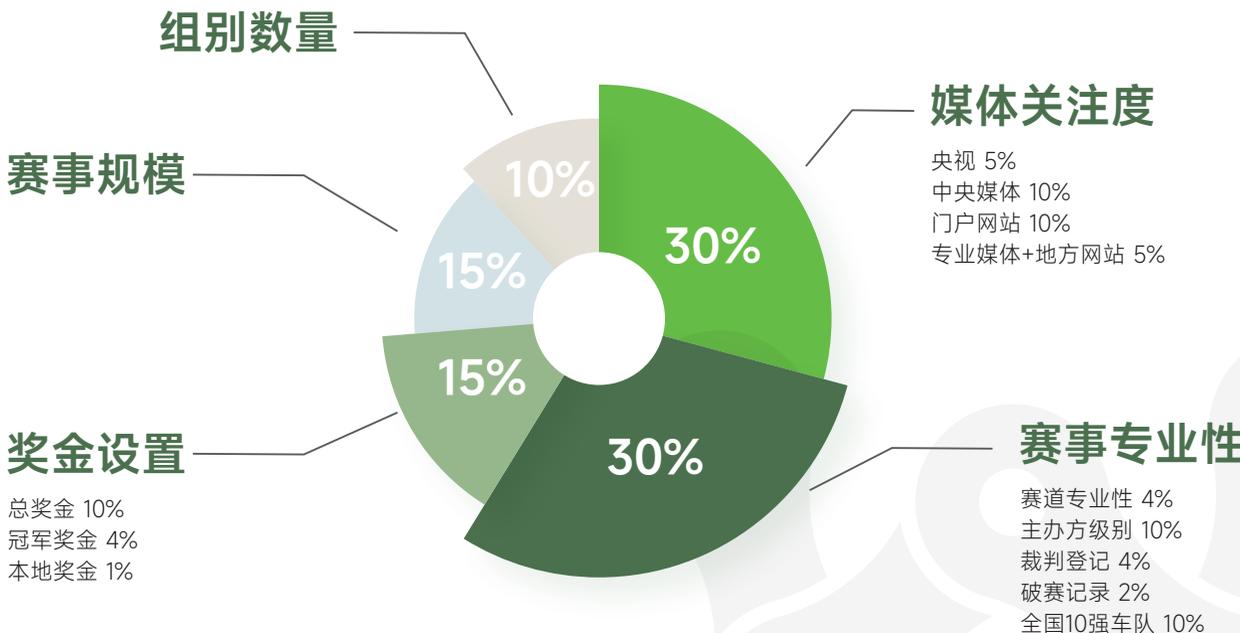
2023年赛事等级分布



2024年赛事等级分布

2024年赛事等级 分级指标规范化

赛事历史 (加分项1年/1%)

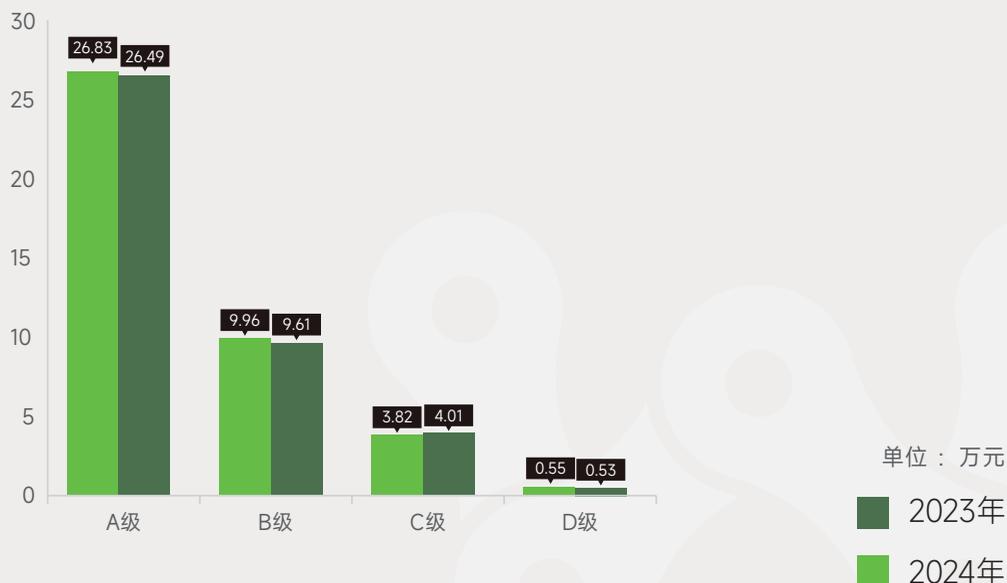


赛事奖金分布

多日赛依旧奖金最高，其中雅安赛连续多年霸榜，其余赛事奖金分布较平均

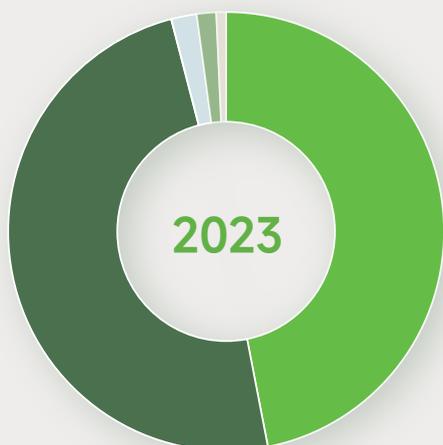
排名	赛事奖金排行（单位：元人民币）	奖金
1	2024年“环茶马古道”雅安公路自行车赛	720000
2	2024中国户外运动产业大会 大理环洱海自行车赛	425000
3	2024年洛阳市自行车联赛·伊滨站 暨第十届洛阳大谷关“美利达杯”全国自行车公开赛	400000
4	中国新疆第十六届环赛里木湖公路自行车赛	400000
5	2024三门峡沿黄国际自行车邀请赛职业组	309000
6	京东717骑行节	300000
7	2024HEROS环千岛湖	300000
8	2024年“海洋杯”中国·平潭国际自行车公开赛	300000
9	黟县越野赛	300000
10	2024环拉萨自行车大赛及系列赛（环拉萨赛、堆龙德庆站、曲水站）	283400

赛事奖金分布一级别

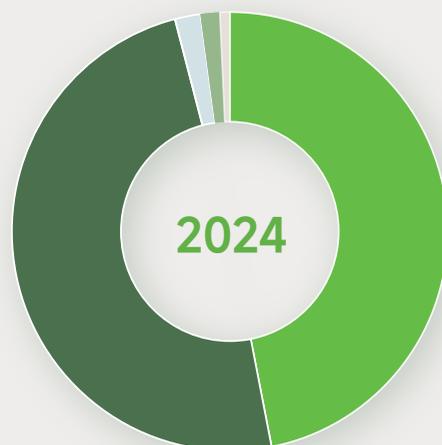


赛事类型分布

在赛事类型分布方面，公路赛比例持续上升



- 公路 46.93%
- 山地 49.02%
- 速降 1.89%
- 小轮 1.43%
- 其他 0.63%



- 公路 47.03%
- 山地 48.31%
- 速降 1.94%
- 小轮 2.01%
- 其他 0.71%

参赛人群属性分析

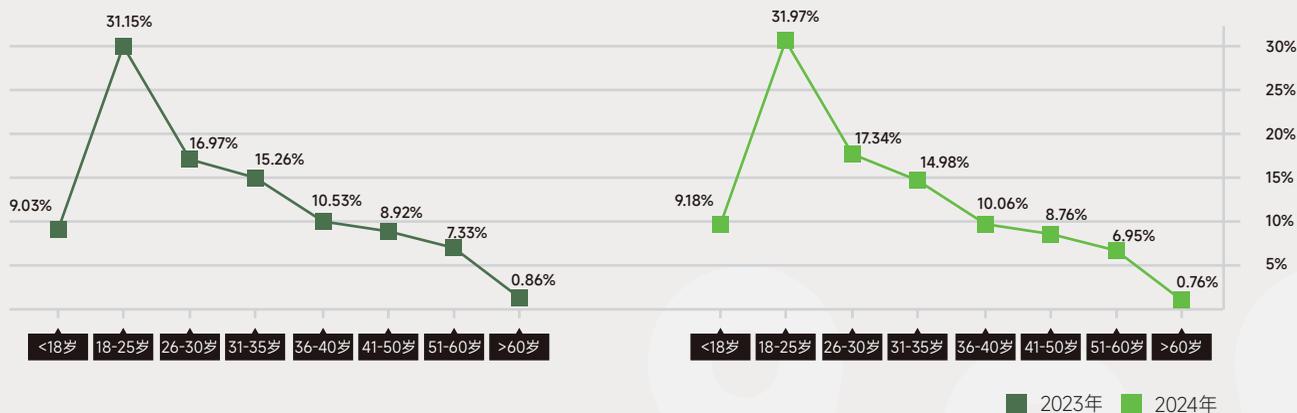
性别分布

2024年，男性车友仍占主导，不过女性车友比例持续上升，延续近几年态势



参赛人群属性分析

年龄分布



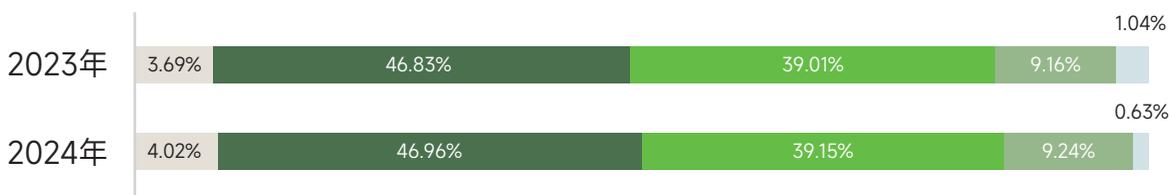
2024参赛人群年龄依然集中于**18-35岁**，占总体参赛人群比例**60%**以上。青少年参赛需求提升，小于18岁人群比例上升。

参赛人群属性分析

学历分布

参赛人群学历分布方面，本科及以上学历占比半数以上

■ 硕士以上 ■ 本科 ■ 专科 ■ 高中 ■ 其他

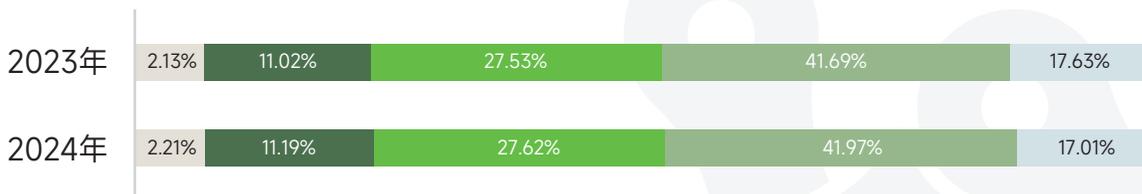


参赛人群属性分析

年收入

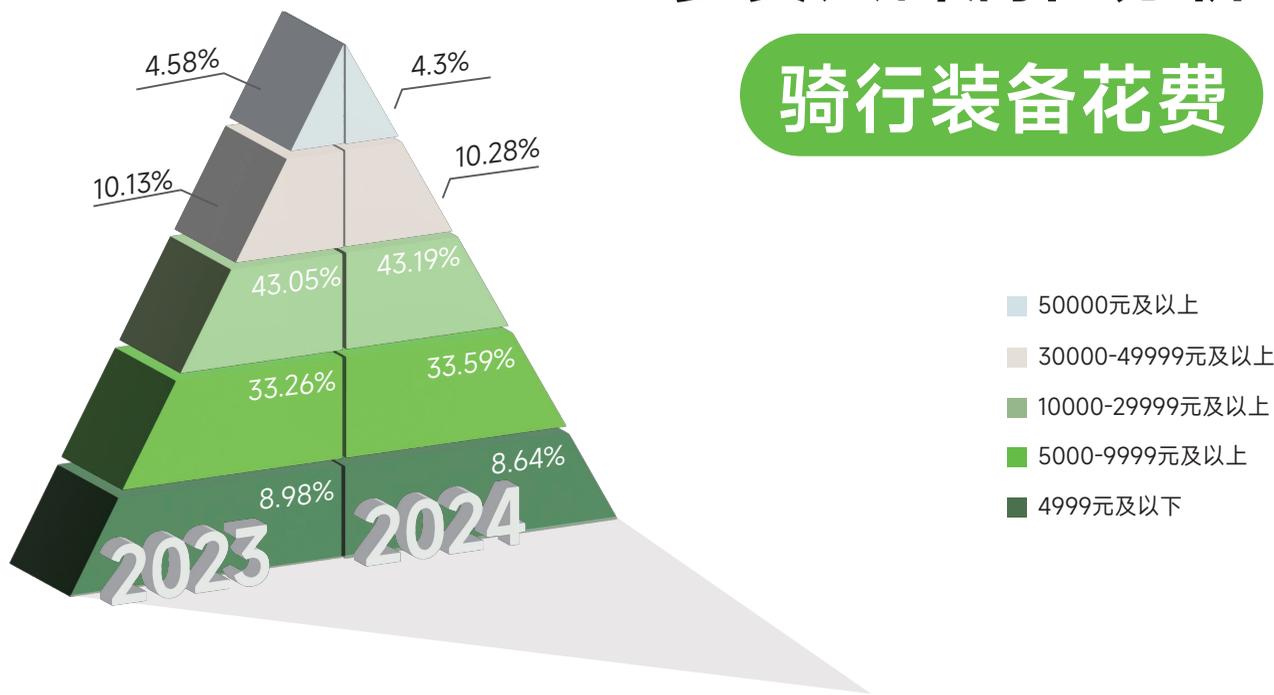
2024年参赛人群年收入主要集中在10万-29万之间，30万以上收入人群略有提升

■ 40万以上 ■ 30-39万 ■ 20-29万 ■ 10-19万 ■ 9万以下



参赛人群属性分析

骑行装备花费



2024年参赛人群骑行装备花费

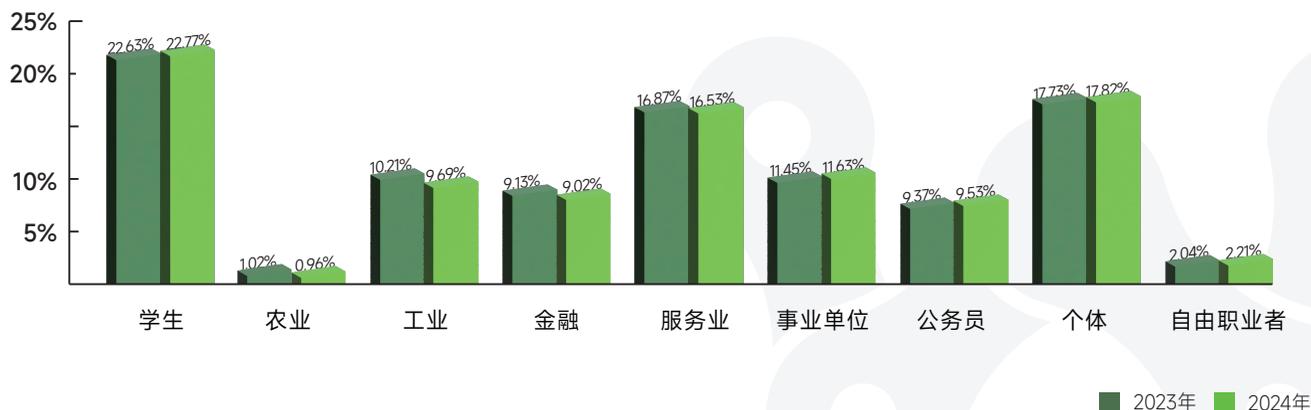
5000-49999元人群比例均有所上升

其中**10000-29999元人群比例最高**

参赛人群属性分析

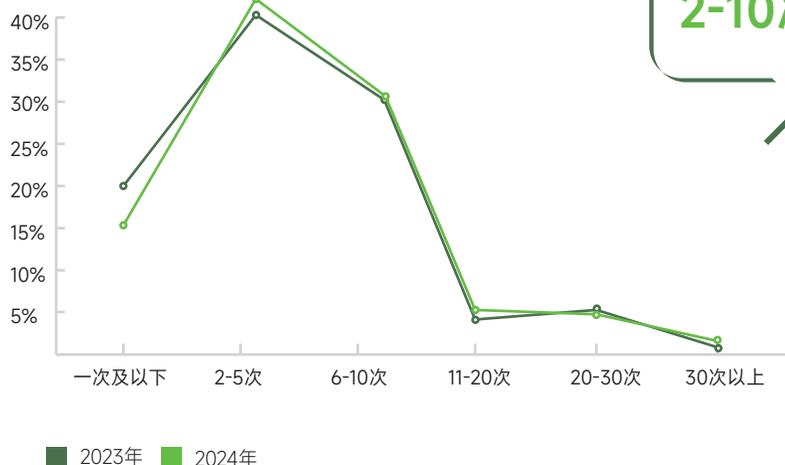
职业分布

2024年参赛人群职业分布中，学生、个体和服务业依然占主体



参赛人群属性分析

参赛频次

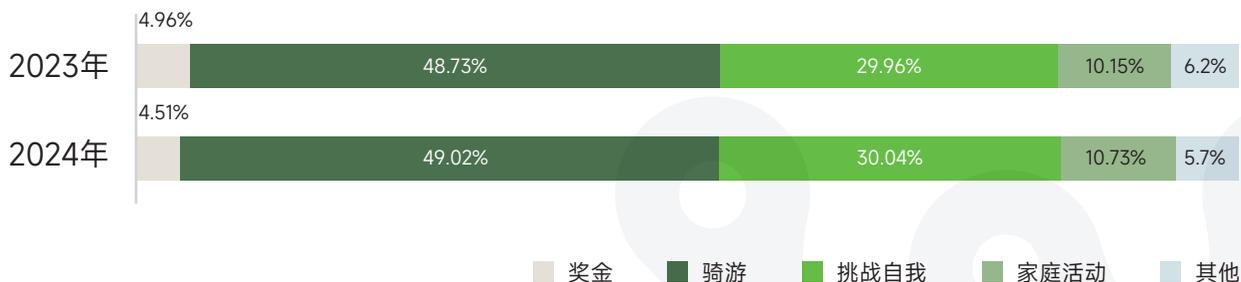


2024年自行车赛事稳步增长，各地赛事繁花齐开，大家的参赛频率更高

2-10次参赛频次的人群众多

参赛人群属性分析

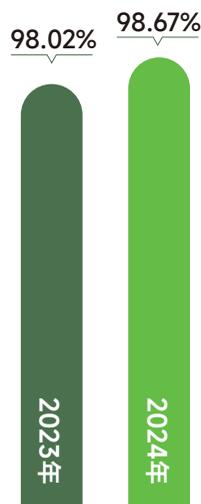
参赛目的



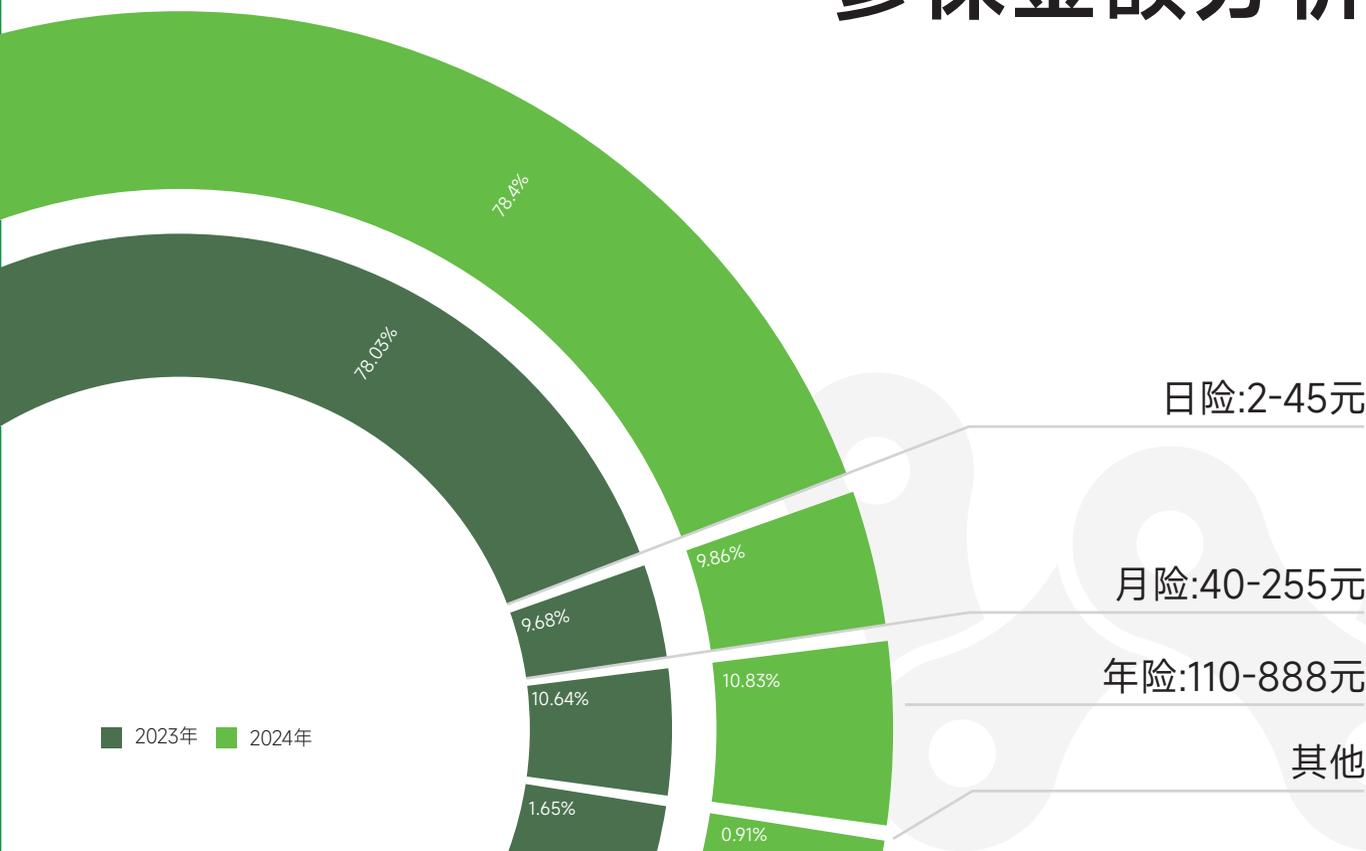
自行车赛事的多元体验，吸引一众骑游车友，故而参赛目的中，骑游占比持续提升

参赛人群参保率分析

比例达98%以上



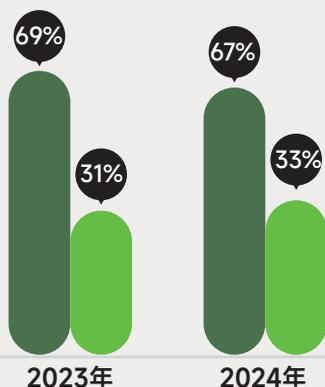
参赛人群 参保金额分析





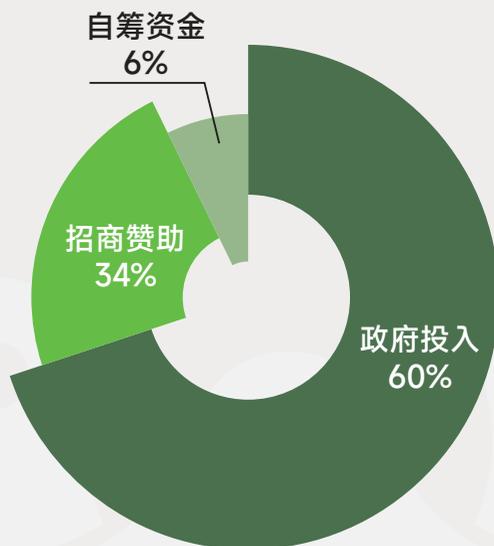
根据参赛人群占比
北京、江苏及四川的车友活跃度较高

最活跃赛事人群省份



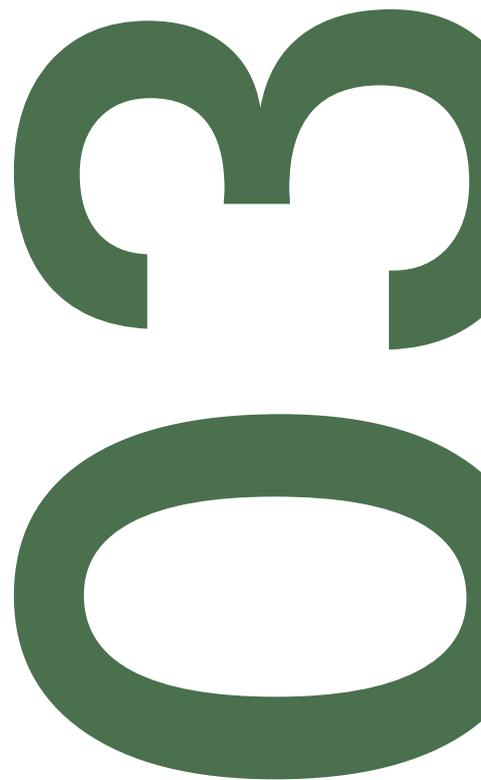
2024年政府主导发起的赛事仍占主导
占比67%

赛事主办方来源



2024年国内自行车赛事的资金仍以政府支持为主
占比六成

赛事资金来源



中国自行车运动爱好者 装备分析



MARKET SEGMENTS

自行车属性

相比2023年，2024年的骑行热度有所放缓。

不过相比山地车，公路车的市场份仍在持续扩大。

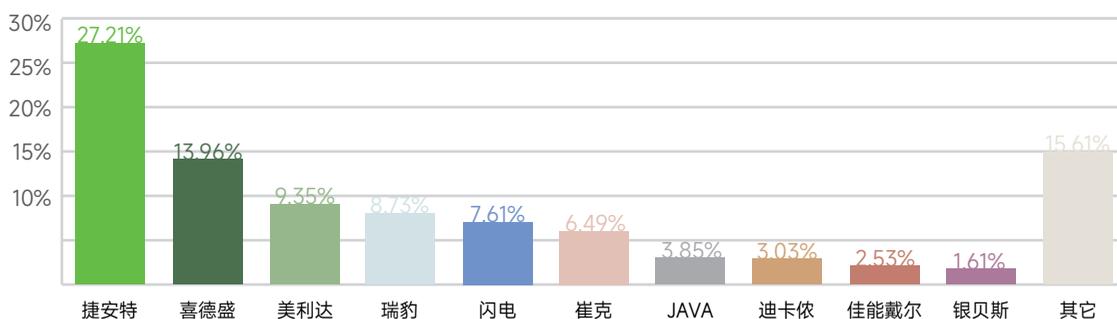


公路车品牌

公路车领域，“行业大佬”捷安特依然占据榜首。

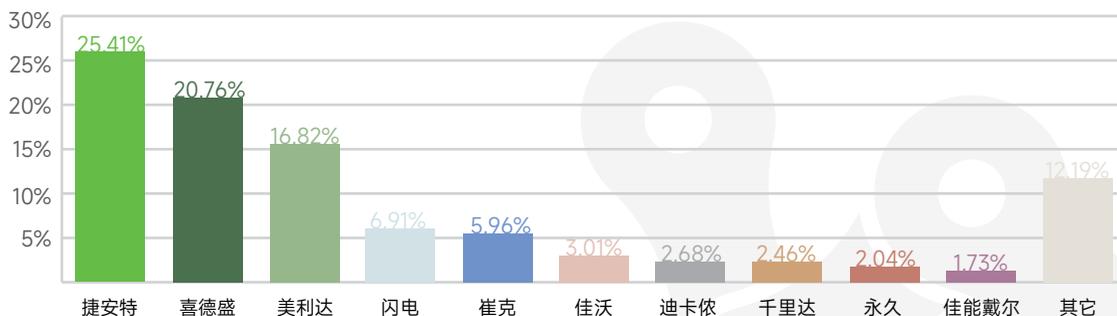
“民族品牌”喜德盛这两年动作不断，开店数量和销量增速有目共睹。

另外不少新晋品牌杀进市场，为消费者提供了更多车型选择。



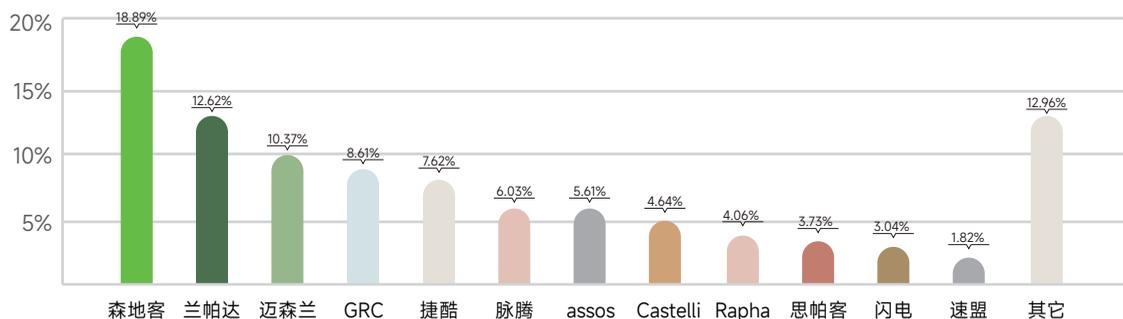
山地车品牌

作为行业翘楚的捷安特，依托其覆盖全场景的多元化产品矩阵与深厚的品牌历史积淀，在山地车与公路车两大细分市场持续保持领先优势。喜德盛通过稳扎稳打的战略布局，不仅在市场占有率方面实现稳步攀升，更在产品力与品牌影响力维度逐步拉近与行业领军者的距离，展现出强劲的后发优势。



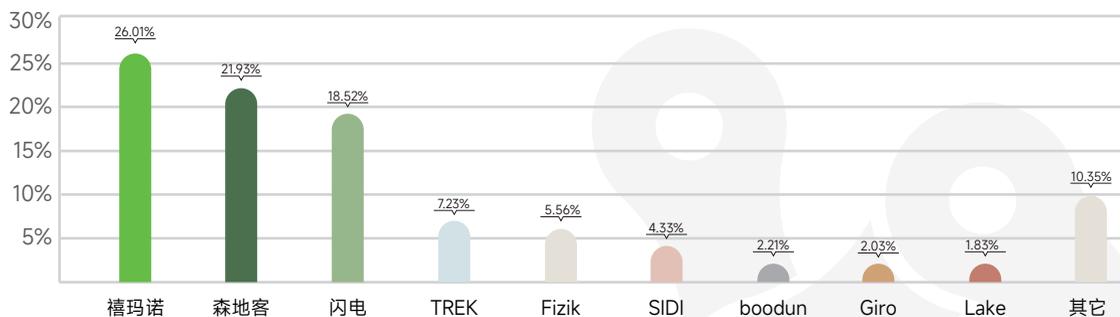
骑行服品牌

骑行装备市场激战正酣！凭借深厚的品牌积淀与全面的渠道布局，森地客稳固占据了行业领先地位。迈森兰、GRC、兰帕达等以设计出圈，正在年轻骑友圈层掀起消费热潮，市场格局呈现多元化发展趋势。



骑行鞋品牌

禧玛诺以高口碑和销量著称，舒适的脚感赢得众多消费者青睐。国产品牌森地客在骑行鞋市场表现亮眼，主打专业级骑行鞋，覆盖公路和山地骑行场景，是国内消费者的高性价比选择。

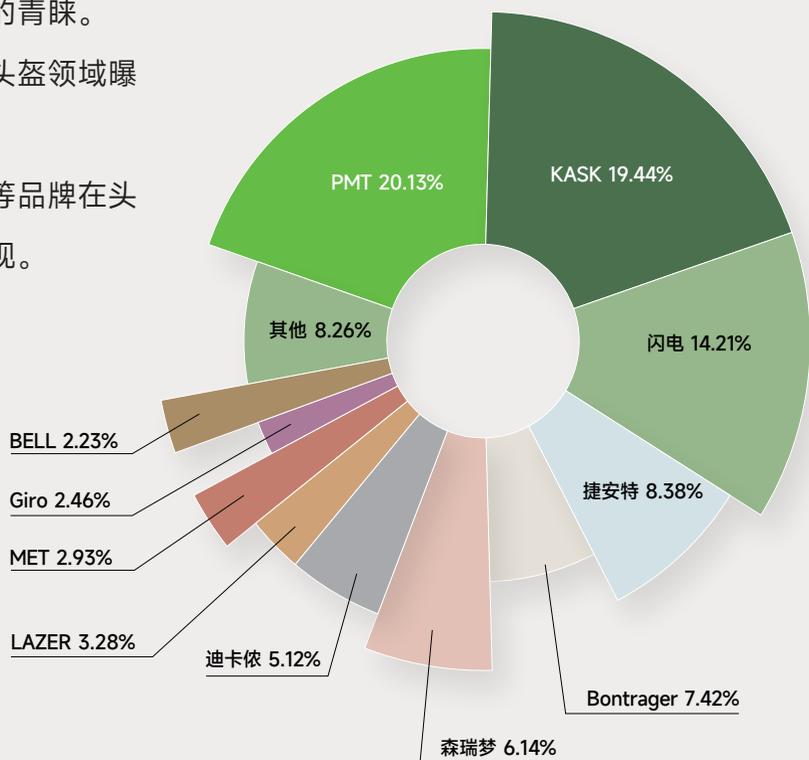


骑行头盔品牌

主打高性价比的PMT产品线覆盖入门到中端市场，得到不少消费者的青睐。

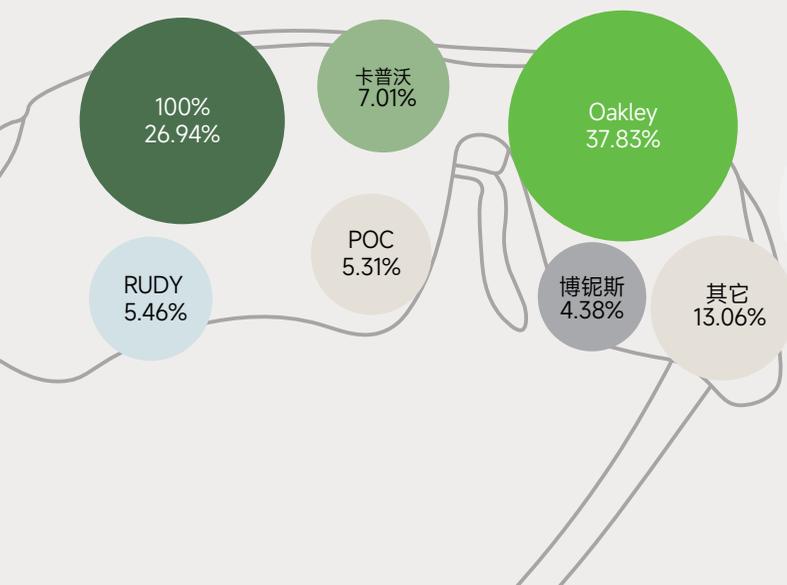
这两年营销发力的森瑞梦在头盔领域曝光率逐年攀升。

另外像捷安特、闪电、崔克等品牌在头盔领域也有着不俗的市场表现。



骑行眼镜品牌

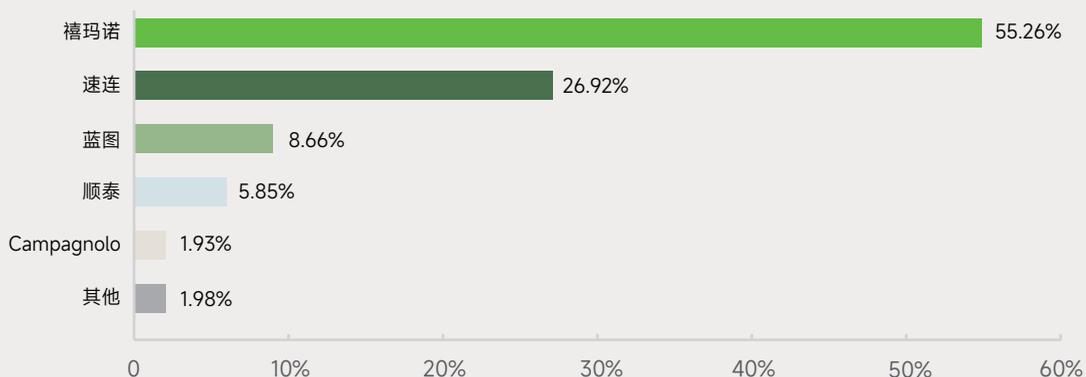
2024年骑行眼镜市场呈现“高端专业化+平价大众化”两极分化的特点。线上渠道以天猫为主战场，卡普沃等品牌凭借高性价比和爆款策略占据销量前列；线下及专业市场则由OAKLEY、RUDY、100%等品牌主导。



套件 品牌

禧玛诺在变速领域的霸主地位依然无法被撼动，速连凭借“科技公司”之称，其产品俘获了众多车迷的拥簇。

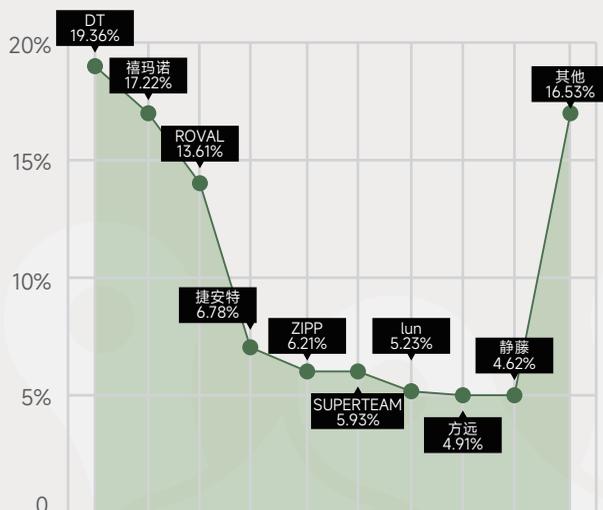
蓝图、顺泰和轮峰等国产品牌，抓住市场机遇，不断精进，逐渐在市场中站稳脚跟。



轮组 品牌

在高端轮组制造领域，DT与Shimano两大国际品牌持续领跑行业，二者通过差异化产品矩阵精准覆盖专业竞技与深度骑行细分客群。

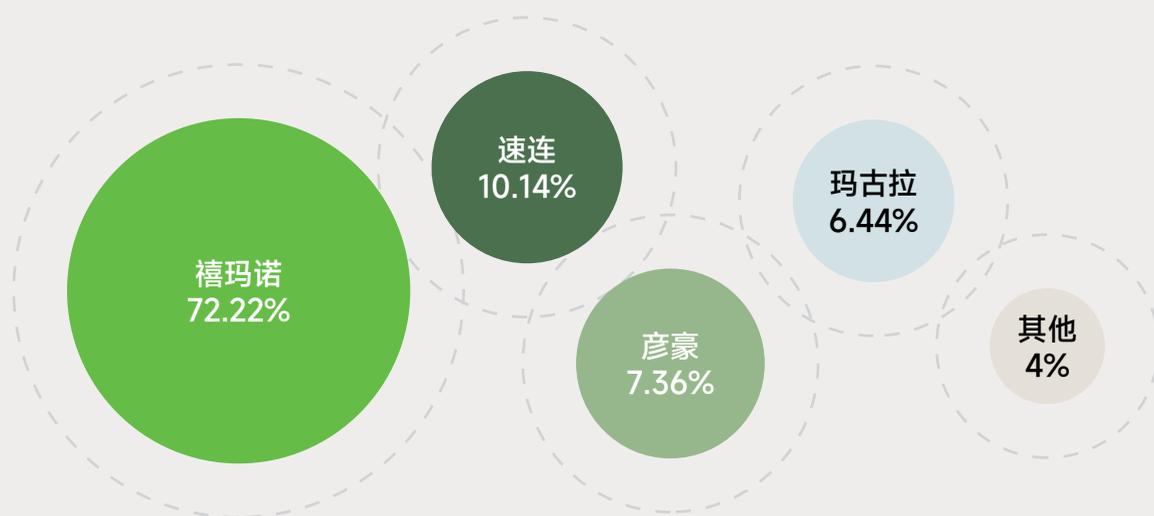
与此同时，以Superteam、Lun、静藤为代表的本土轮组厂商正加速市场渗透，凭借智能制造带来的品控提升和供应链优势，打造出性能参数比肩国际品牌但价格更具竞争力的产品系列，这种“技术平权”策略正在重塑全球轮组市场格局。



刹车品牌

禧玛诺凭借稳定的性能、细腻的刹车手感，无论是整车厂还是后续升级选项，都占据绝对的份额。

速连硬朗的刹车风格则在山地市场吸引了不少忠实用户。



功率计品牌

思各异	迈金	Quarq	
20.14%	18.67%	10.12%	
4iiii	SRM	P2M	其它
9.31%	8.76%	8.13%	24.86%

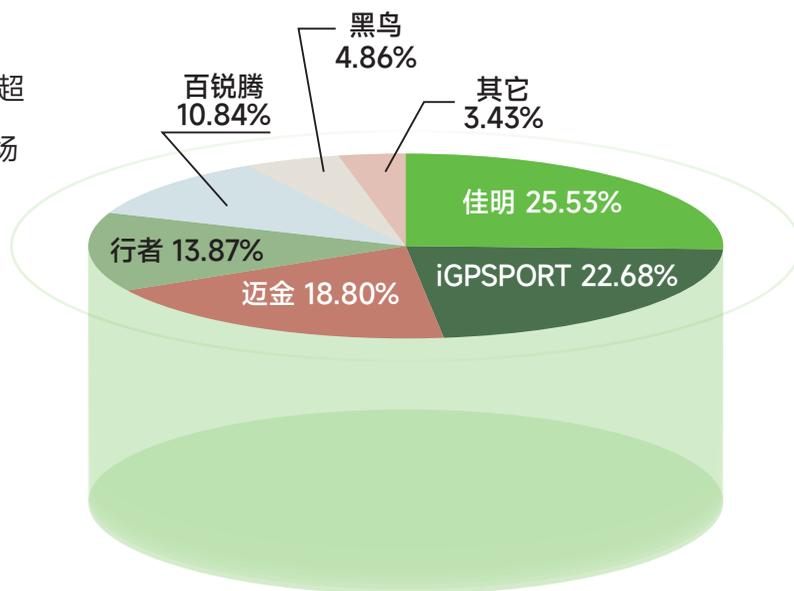
思各异与迈金凭借亲民化的定价策略和便捷高效的售后服务体系，赢得了大众消费群体的青睐。对于骑行入门用户及注重性价比的消费者而言，这两个品牌能够以较低门槛满足基础骑行需求。

而针对专业竞技场景中严苛的性能要求，以P2M、Quarq和SRM为代表的高端功率计品牌则展现出显著优势。

码表品牌

佳明凭借高精度、可靠性和多功能性站稳领域脚跟。

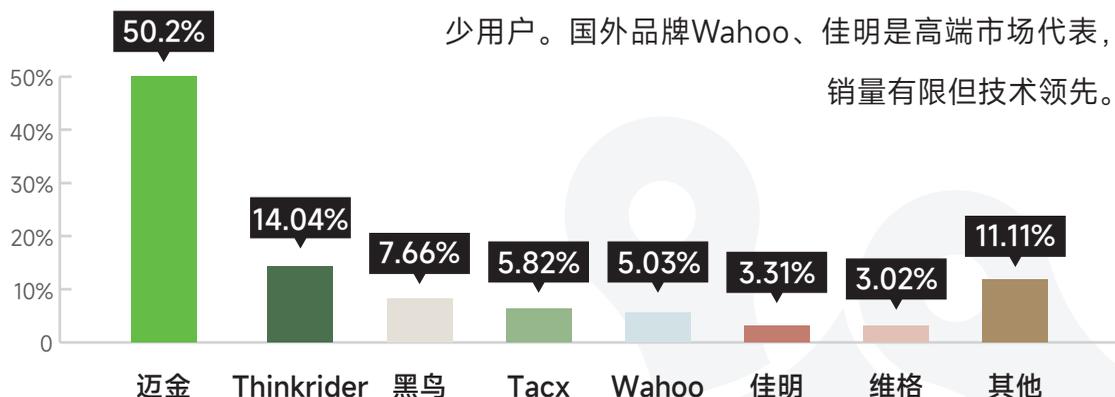
国货iGPSORT、迈金等品牌凭借超高的性价比，获得越来越多的市场认可度。



骑行台品牌

凭借创新力、赞助和曝光度的提升，迈金在骑行台领域的成绩斐然，势头强劲。其产品 in 功能和性能上均表现出色，深受消费者喜爱。

Thinkrider和黑鸟同样以高性价比著称，积累了不少用户。国外品牌Wahoo、佳明是高端市场代表，销量有限但技术领先。





自行车运动未来 发展方向



赛事流量 转化为消费增量



国内业余联赛整合成品牌化赛事，吸引千万级观众并带动旅游等衍生经济；国家五部委联合发布《关于开展“体育赛事进景区、进街区、进商圈”活动的通知》，鼓励各地将体育赛事活动举办地从体育场馆扩展至具备条件的商圈，将赛事流量转化为消费增量也是未来发展目标。

01

02

竞技水平提升 与国际化接轨



职业化人才培养通过共建省级车队、承接国家队集训，提升竞技水平并缩小与国际差距；中国选手重返顶级车队，推动国内职业俱乐部发展，吸引国际资源合作，形成良性循环。

03

技术创新驱动 智能化与电动化



新一代电助力自行车将更轻量化续航提升，并融合可持续能源技术；配备AI、生物监测传感器的智能自行车将普及，提供个性化骑行建议及优化路线规划，提升用户体验。

“内卷”竞争加剧



近两年的国内自行车市场上，新晋品牌纷纷入局，为行业注入活力的同时，也加剧了市场竞争的激烈程度。

另外，随着库存压力增加，市场的价格“内卷”趋势渐显。

国产高端化市场 持续扩张



05

自行车消费市场正呈现显著的品质升级趋势，这一消费升级现象的背后，既折射出国产品牌的强势崛起，也印证着国民消费自信的深层转变。这种消费风向的转变，既是民族工业厚积薄发的必然结果，也是当代消费者理性成熟的重要表征。



野途官网



合作联系

骑行江湖 尽在野途