

□ 本报记者 郑杨

两轮出行市场风潮涌动

原 洋

视点

中国自行车协会此前发布《2023两轮绿色出行研究报告》，通过对国内数十座城市的监测分析，展现了当下出现的自行车、电动自行车出行热潮：居民在日常活动中偏爱两轮出行，尤其在家周边逛街或办事时，40%的人选择骑自行车或电动自行车。此外，各城市在不同区域间的平均骑行距离均呈现增长趋势，其中市郊骑行的增长幅度最大，两轮出行的通勤特征也日益显著。

两轮出行市场的新趋势是什么？行业如何抓住机遇开拓新市场？各地又该如何作为？近期在广州市举办的2024中国两轮出行产业大会上，业内众多企业、专家进行了多维度探讨。

消费市场火热

在消费市场方面，两轮出行产品正呈现出高端化、个性化和智能化的趋势。中国自行车协会理事长刘素文表示，随着人们环保意识的增强和绿色低碳生活方式的普及，两轮出行产品因其独特优势正逐渐成为人们的出行首选。

《2023两轮绿色出行研究报告》显示，近年来我国两轮出行市场出现了两大变化趋势：一是随着生活水平的提高，消费者对中高端两轮产品的需求进一步扩大；二是随着生活节奏的加快和“15分钟生活圈”建设的提速，“短频快”的新型两轮出行需求日益凸显。

一系列监测数据也印证了两轮出行市场的火热。比如，长三角地区的自行车骑行量正在稳步提升，上海、南京等多个城市的年度骑行量已超亿人次，其中上海的年度骑行量更是超过了10亿人次。此外，夜间骑行也成为促进夜经济发展的新动力，深圳是中国夜骑最具活力的城市，而上海的热力图如陆家嘴等也是夜骑的高活跃区域。骑行热潮还带动了头盔、手套、尾灯等骑行装备市场的繁荣发展。

中国自行车协会发布的今年1月至9月行业运行情况显示，在“骑行热”带动下，国内中高端电动自行车消费需求大幅度增长，海外品牌加速进入中国市场，1月至9月竞赛型自行车进口量同比增长17.5%。同时，国内企业大力开展“骑行+健身”“骑行+Citywalk”等活动培育消费新场景，自主品牌的中高档产品也得到消费者广泛认可。

国务院发展研究中心市场经济研究所研究员陈丽芬认为，随着大众休闲时代的到来和生活品质的提高，骑行成为重要的休闲和健身消费热点。“当前自行车消费趋势的特征可以概括为3个‘化’：高端化、个性化和智能化。在购买自行车并不便宜，高端化趋势非常明显，消费者对产品的性能和设计要求越来越高。同时，两轮市场也变得更加细分，更加融入年轻人的时尚生活。比如，长三角地区80%以上用户在购车时会考虑电动自行车的外观。此外，智能化也成为电动自行车年度热销的关键词。调查显示，超过半数的用户在选购电动自行车时会着重考虑智能化设备。”陈丽芬说。

拥抱产业机遇

本次两轮出行产业大会上，众多知名品牌如大行、捷安特、千里达和雅迪等纷纷展示了最新研发的前沿产品和创新技术，以满足骑行热下升温的中高端市场需求。

中国自行车协会副秘书长王建忠表示，行业骨干自行车企业的产品线持续延伸和拓宽，提升了品牌竞争力。比如，老品牌上海凤



自行车运动爱好者在安徽省芜湖市孙村镇的乡村公路上骑行。 鲁君元摄(中经视觉)

凰的产品线扩展到了电动自行车、碳纤维公路车、山地车等领域，售价3万多元的电动自行车在欧洲市场很受欢迎；深圳创新维公司的Java品牌产品线同样开拓得非常宽，公路车、山地车、电动助力车都开始投放市场，渠道和门店建设也加速推进。

然而，面对市场提出的更高要求，两轮出行行业也需要着力降本增效并把握产业变革和科技革命带来的新机遇。刘素文指出，当前世界经济增长动能不足，自行车和电动自行车行业作为典型的出口型行业已经感受到了冲击，行业正在积极寻找新的动力源。今年以来，自行车和电动自行车行业不断加大智能化、绿色化等前沿技术的研发投入，扩大中高端产品供给能力。

山东泰山瑞豹复合材料有限公司总经理王春青认为，产业未来的发展机会就是要把握前沿技术应用于行业当中。

当前，两轮出行行业立足绿色出行优势，积极挖掘绿色经济增长点，不少企业将智能化与绿色出行体验的结合作为产品创新方向。比如，专注于智能出行的九号科技有限公司，最近为其电动自行车产品上线了“冬眠模式”功能。“这个功能可实现在用车周期较长时几乎不掉电，虽说是很小的设计，却在绿色低碳风潮下很受用户欢迎。”九号科技有限公司电动车事业部总监张展乔说。

新动能快速成长，有力支撑了行业持续健康发展。据了解，今年以来，两轮出行行业保持回升向好态势，前三季度，全行业规模以上企业营业收入同比增长8.6%，实现利润同比增长6.4%；行业出口企稳回升，自行车出口同比增长20.4%。

引导行业发展

近年来，无论是中央还是地方都出台了一系列政策支持两轮出行行业的发展。从珠三角到长三角，不少城市已经将发展绿色交通作为重要战略。

冷冻馒头能放心吃吗

日前，关于冷冻馒头超过两天会长黄曲霉毒素的话题引发关注。冷冻馒头能否安心食用？如何科学储存馒头？日常生活中又该如何防范黄曲霉毒素风险？记者对此进行了求证。

“冷冻馒头在正常条件下不会产生黄曲霉毒素，因为黄曲霉毒素主要由黄曲霉等霉菌在高温、高湿环境下产生，而冷冻环境（-18℃左右）并不适合霉菌生长。”中国健康促进与教育协会营养师兼分会副秘书长吴佳表示，如果馒头在冷冻前已经受到了霉菌污染，那么即便冷冻保存，霉菌的毒素也不会消除。所以，冷冻前是新鲜且未霉变的冷冻馒头可以放心吃。如果解冻后发现馒头有异味、变色或表面异常，则应丢弃，避免食用。

根据《营养与食品卫生学》，黄曲霉毒素是黄曲霉属和寄生曲霉产生的代谢产物，是粮食和饲料中常见的真菌。在我国，寄生曲霉较为常见。黄曲霉生长产毒的温度范围是12℃至42℃，最适产毒温度为25℃至33℃，最适水分活度值为0.93至0.98。

黄曲霉毒素主要由霉菌在温暖潮湿环境中产生。日常生活中注意防范，可以有效降

低黄曲霉毒素的摄入量，降低健康风险。专家建议，在选购食品时应选择信誉良好的品牌和商家，确保食品的新鲜和安全。储存食品要注意食品保质期，要将食品存放在干燥、通风、避光的环境中，减少霉菌生长机会。特别要注意食物并非放入冰箱就万无一失，它们有最佳储存时间。在加工和烹饪食品过程中，要充分清洗食品，同时注意烹饪方法。

此外，由于黄曲霉毒素热稳定性好，常规的烹调加热不易分解，要避免食用发霉食物，即使去除发霉部分，其他部分也不应继续食用。另外，要提高食品安全意识，注意厨具卫生，筷子、砧板等厨具要及时清洗干净并定期更换，以免滋生霉菌和细菌。

至于馒头的科学储存方法，吴佳表示，相对而言，冷冻保存其实是最佳选择，也是口感最好的选择。但要注意，馒头需用食品袋或保鲜膜密封好，避免与空气接触，防止水分蒸发和异味污染。没有被霉菌污染的馒头在-18℃以下的冷冻环境，存放半年内都是可以食用的；在冷藏环境下，可以保存一两天，但同样需要密封储存避免受潮。



长三角城市也积极推动两轮出行产业发展，在道路建设等基础设施方面不断加大投入。目前，已建成绿道超过8000公里，调查显示，体验过绿道骑行的居民占88.4%，绿道成为助推两轮出行产业的重要因素。

据悉，2023年电动自行车产量已超5000万辆。4月份，国务院安委办部署开展全国电动自行车安全隐患全链条整治行动，工信部随后发布《电动自行车行业规范条件》，进一步规范企业生产经营行为。8月份，商务部等5部门联合出台《推动电动自行车以旧换新实施方案》，电动自行车以旧换新工作正在全国范围内如火如荼开展……随着相关国家标准逐渐完善、行业全链条规范发展，两轮出行市场正呈现出蓬勃发展趋势。

多位专家指出，中央和地方政府一系列促消费、扩大出口的政策，以及新一轮城市化中各城市对加强自行车专用道等城市慢行系统建设的积极布局，都为行业应对挑战、稳健发展提供了有力支撑。

交通运输部印发的《综合运输服务“十四五”发展规划》明确提出，未来城市交通将致力于提升非机动车和步行出行的比例，因地制宜建设自行车专用道，并实现非机动车与多种公交方式的便捷换乘衔接。这一规划中的“绿色交通”“公交都市”和“慢行优先”等建设目标，为两轮出行赋予了新的使命。

广州市花都区出台了一系列支持绿色出行和推动两轮产业发展的政策，以提升智慧交通和绿色出行体系，推动自行车产业高质量发展。花都区副区长蔡启良表示，花都区通过提升智慧交通和绿色出行体系，扩大市场，吸引企业和资本聚集，整合产业链，促进自行车产业与城市消费IP融合，展现广州绿美、宜居花城和美丽乡村示范带建设成果。

入住新家园 开启新生活

——积石山地震一周年见闻

本报记者 常理

务补贴、医疗保险、自筹款缴费以及贷款手续等，极大地方便了村民的日常生活。

在大河家镇陈家村，村民丁沙巴尼一家正围坐在一起吃着热腾腾的饭菜。他告诉记者，去年地震后，家里的土坯房全都塌了。政府不仅补贴他们盖房子和装修，还对房子的设计、建造和使用材料严格把关，确保房屋坚固。“我们还盖起了3间门面房，将来可以用作出租，日子一定会越来越好。”丁沙巴尼对未来充满了信心。

积石山县委副书记、县长马占彪介绍，去年地震共造成3.7万多户群众受灾，近1.5万间房屋倒塌。今年3月份，当地陆续启动重建安置工作，安置方式依据群众自愿及房屋受损情况，分为维修加固、原址重建、集中安置3种。截至目前，所有住房维修加固工作均已完成，原址重建住房已全部建成入住。13个集中安置点的10015套房已全部建成交付使用，受灾群众已陆续搬入新居。

与积石山县仅一河之隔的青海省海东市民和县也遭受了地震的严重破坏。去年地震共造成民和县21个乡镇2.1万户9.2万人受灾。特别是中川乡金田村、草滩村，由地震引发的砂涌地质灾害导致大量泥沙涌进村庄，造成315间房屋被冲毁、淤埋。

在草滩村村口的牌楼上，依然可以清楚地看到去年泥沙冲刷后留下的痕迹，最高处有七八米。中国安能集团第二工程有限公司和地质灾害治理项目负责人黄维亮告诉记者，现在所在的这片土地就是去年受灾最为严重的地方。

如今，在距离金田村和草滩村不远的地方，一个崭新的村落——金田草滩新村已经建成。村民

最近，电商平台风波不断。先是有企业家直言互联网平台导致价格体系持续下滑，对中国品牌和产业造成巨大伤害；紧接着，“黑色星期五”促销期间，众多跨境电商叫苦不迭，盈利之路举步维艰。矛头指向一个问题——电商领域低价竞争引发的烈火，逐渐“烧”疼了产业链。

近年来，主打低价策略的电商平台不在少数。从商业策略的角度来看，有其内在行为逻辑。互联网上，消费者无法亲眼看到产品实物，无法亲身体验其质感，因此价格便成为货比三家的最直接标尺。质量好不好，收货那一刻才知道；但是价格高不高，只需通过平台比价立刻清晰明了。正是依靠低价策略，一些后起电商平台在几近饱和的电商市场挤出一片生存空间，证明了低价策略还是有一定效果的。

不过天下没有白来的低价，总有人要为此买单。低价之争虽是平台之争，压力却更多转嫁给了商家。手握渠道和流量两大筹码的平台，对产品定价的影响越来越大。不少商家特别是中小厂商，如果不愿投入重金也不设低价，就难有流量倾斜，换不来好销路。而实现极致低价，要么就得一再压降利润，甚至赔本赚吆喝，要么只能以牺牲质量为代价。长此以往，难免会“劣币驱逐良币”。利润、质量、流量，几乎成为小厂商们无解的“不可能三角”难题。

低价确实能为消费者带来实惠，但低价不能无底线。这个底线，对消费者来说是产品质量，对广大厂家而言，就是正常的利润空间。如果守不住低价底线，只会加剧内卷，令更多行业陷入品质下滑、创新乏力的境地。长远看，既不利好消费者，也不利于打造品牌、升级产业，看似赢得市场，实则是伤害实体经济的饮鸩止渴。

同样值得关注的是，近期愈演愈烈的车企价格战也殃及上游零部件厂商，极限压价突破不少厂商的底线。今年的中央经济工作会议明确提出，综合整治“内卷式”竞争。产业链上的优势方应当认识到，上下游同气连枝、相互依存，若把低价策略异化为恶性竞争，连带全产业链承担重压，那么迎接整个生态的将是衰败而非繁荣。

守住底线，先要严把产品质量关。通过更好管控假货和劣质产品，让消费者买得放心，商家定价也更容易保持在合理水平。目前，大部分平台的比价系统没有很好地将质量纳入考量，不少看起来一样、成本完全不同的商品，往往还是能够凭价格差异获取流量，一定程度上造成“双11”等大促活动中退货率高企。这就要求平台与有关部门进一步完善监管机制，特别是平台审查不能睁一只眼、闭一只眼。

曾经那些高呼“价格力”的电商平台，如今也在逐渐反思低价问题。有的出台细则，治理假货；有的转变规则，对新商家给予流量扶持……这些变化表明，低价本就不是扩大销量的手段，平台弱化低价不是问题，关键在于如何创新商业模式。

可以预见，随着互联网用户规模日益见顶、流量增速放缓，靠低价换流量的路终究会走到尽头。真正可持续的平价，靠的是技术创新和管理进步。要做大做强我国产业，不能仅靠低价竞争，还需要注重品牌建设与管理提升。当市场竞争步入存量阶段，也许只有回归初心、比拼创新，才能打开电商新的增长空间。

本版编辑 孟飞 李苑 美编 高妍
来稿邮箱 jrbgz@163.com