



飞鸽推出的多款自行车。



工作人员给车架贴花。



第二十一届中国北方国际自行车电动车展览会上展出的自行车零部件。

津城自行车“出海记”

■ 本报记者 宁广靖 郝一萍 韩启 文并摄

在自行车领域,天津始终是国内重要的生产基地。近些年,在电动化浪潮下,这座城市进一步巩固了自身的地位。

与其他行业相比,自行车具有较高的“外向性”。仅从整车厂商来看,出口收入占比过半的有不少。相关数据显示,近些年,天津自行车年出口额约占全国20%。

然而,在“出海”方式上,各大自行车厂商不尽相同。比如,有的为外资品牌代工,有的收购了外资品牌,有的倾力打造自有品牌,还有的在外国设立工厂。不同的“出海”方式,让它们形成了各具特色的业务模式。

爱赛克公司

年产能达150万辆

主要销往东亚及东南亚

不久前,天津爱赛克车业有限公司(简称爱赛克公司)携旗下10款新品亮相广交会,其中包括4款电助力自行车。“这是我们第一次参加广交会,没想到有那么多参观者,国外的客商也有很多,他们大多来自东南亚、西亚、非洲、南美洲等地区。”爱赛克公司海外部部长张印铜兴奋地说,“多家海外企业已经对我们表达了合作意向,近期会来天津工厂考察。”

爱赛克公司是2008年成立于天津的大型自行车生产企业,经过十多年的发展,已成为集自行车研发、生产、销售、服务于一体的专业化整车制造企业。2020年,该公司通过收购日本国际知名的百年老品牌丸石,获得了近50项专利技术,通过了国家级高新技术企业认定。同时,公司全力开拓海外市场,产品已远销日本、韩国、新加坡、越南等东亚及东南亚大部分地区。

张印铜告诉记者,近些年,公司年产量大约在70万辆至80万辆,其中,超过95%的产品销往海外市场。其自行车价格在400元至3000元不等,电助力自行车则在3000元以上。该公司将整车通过航运向海外市场发运,按照每标准箱能放下200辆自行车计算,每年发运三五千标准箱。

据张印铜介绍,该公司在天津设有一家工厂,占地约2.7万平方米,有5条生产线、600多名工人,年产能达150万辆。“我们的生产和销售分淡、旺季。国内自行车市场的旺季通常在7月至9月,而我们公司则是在每年11月至次年3月最忙,其间,公司每月销量近10万辆,因为我们的目标市场每年从4月开始进入销售的高峰期,因此海外客户会在此之前备货;从4月起订单会逐渐减少,每月产销量约4万辆。”他说。

“公司希望能借广交会的契机,进一步开拓海外市场。在会上,我们接触到很多其他国家的客商,其中大部分是从未涉足过的地区。”张印铜表示,公司对此次展会的效果非常满意,计划多多参展,进一步扩大合作范围。

科林公司

为多个知名品牌做代工

每年对日出口约125万辆

天津科林车业有限公司(简称科林公司)成立于1994年,是一家研发、生产和销售自行车、电动车的综合型企业。2000年,该公司开始从事出口业务,现为多个知名品牌做代工。

在科林公司的组装车间,工作人员有条不紊地进行自行车组装作业。该车间负责人刘国旺告诉记者,

组装一辆整车需要80余道工序,该车间现有180多名工人,日组装机约2000辆。

记者在组装车间外看到几辆箱式货车在等待装车。负责装车的工作人员表示,这些自行车大多发往日本,还有部分发往美国。由于日本的组装机费用高,因此通常是整车发货,每个货柜约装200辆车;而发往美国的大多是未组装的自行车零部件,每个货柜能装300多辆车的零部件。“我们几乎每天都发货,整车的平均日发货量有2000多辆。7天至10天后,日本的客户就能收到货。”他说。

据科林公司总经理王健介绍,公司每年对日本出口约125万辆自行车,占自行车总产量的85%。“我们有很多日本客户,其中最大的客户在当地有600多家自行车专卖店。目前,我们的产品占日本自行车市场的25%左右。”据他介绍,公司现有8条生产线,如果全部启动,年产能达220万辆。

王健每年要去日本四五趟。据他观察,日本的自行车需求量有递减趋势,而锂电电动自行车的需求量却在增加。科林公司虽然也在从事锂电电动自行车的生产,但年产量只有15万辆左右,主要出口到美国和部分欧洲国家。“我们走访发现,日本和东南亚的部分国家对锂电电动自行车的需求有所增加。未来,我们会在这一领域发力。”他说。

眼下,科林公司的出口产品除了自行车和锂电电动自行车,还有成套的自行车零部件。据了解,一套自行车零部件包括车架、前叉、挡泥板等。今年以来,该公司出口到德国、意大利、波兰、西班牙等国的自行车零部件近30万套。

优贝公司

专注童车市场

约九成出口收入来自欧美

今年年底之前,优贝(天津)自行车有限公司将有一款电动滑板车投放市场。有了电助力,该款车可解决长距离骑行中儿童体力不足的问题。优贝公司董事长全立新告诉记者,公司此前决定开发这款电动滑板车,主要还是面向亲子骑行这一重要场景。

早在2012年,优贝公司便开始进军海外市场。截至目前,其生产的儿童自行车已销往80多个国家和地区。其中,欧美国家在公司出口业务收入中占比约九成。

“公司第一个国外客户来自澳大利亚。此后,业务版图不断扩大,覆盖北美洲、南美洲、东南亚、欧洲、非洲等。”全立新透露,目前,出口业务收入占公司收入的比重超过六成。

优贝公司究竟是如何拓展国外客户的?据了解,除了依托线下经销商批发,该公司还发力线上零售。让全立新引以为傲的是,在儿童自行车领域,优贝公司曾在美国亚马逊电商平台上连续8年销量第一。

作为一家专注儿童自行车的厂商,优贝公司天津

工厂成立于2017年。目前,该公司在天津静海共有5条生产线,年产能超过200万辆。

“母公司最早曾在宁波设有合资工厂,但自天津工厂投产后,便只在天津生产自行车。”全立新对记者表示,“在儿童产品研发方面,公司一直着眼于提升他们的骑行体验。”对于骑行安全,优贝公司极为看重。为此,该公司把安全理念贯彻到设计、选材以及制造等全过程。

从最初研发到最终量产,一辆全新的儿童自行车需要多长时间?

全立新的回答是:至少6个月。

“如果产品在大批量测试后仍需要改进,那么所需的时间会更长。”他说,儿童自行车从设计到量产是一个专业且繁琐的过程,包括前期调研、设计与反复调整、手板制作、量产沟通、产前方案调整等诸多环节。

手握不少专利,让全立新对公司的产品很有信心。“我们拥有15项国际专利和137项国内专利。”他说。截至目前,优贝公司已累计开发了100多款儿童自行车,所涉及的品牌包括优贝、奇萌客、菲聘等。

金轮集团

在捷克设有组装工厂

出口收入占比超九成

在欧洲中部国家捷克,天津金轮自行车集团有限公司(简称金轮集团)拥有一个占地面积达1万平方米的工厂。该工厂共有4条生产线,主要用于组装电助力自行车。至于零部件,则由国内发运。

TOTEM(图腾)是金轮集团倾力打造的电助力自行车自有品牌。早在2017年捷克工厂成立时,这款电助力自行车便得以在当地实现量产。金轮集团相关负责人告诉记者,近些年,捷克工厂的收入约占公司总收入的20%。

作为较少在国外设立工厂的自行车厂商,金轮集团当时之所以能下定决心,正是看中了欧洲市场的机会。“电助力自行车在欧洲发展迅速且市场巨大。”金轮集团相关负责人介绍,从最早建设到最终投产,捷克工厂仅用了半年时间。目前,该工厂的本地员工占比为80%。

与捷克工厂侧重电助力自行车不同,金轮集团位于天津武清的工厂产品线更全,涵盖传统自行车、电助力自行车、电摩等整车以及一些零部件。以自行车为例,其武清工厂的年产能可达200万辆。金轮集团相关负责人告诉记者,目前,公司旗下各类自行车已逾十种,型号可达上百种。其中,山地自行车、公路自行车、电助力自行车等产品的销售收入占比比较大。

以收入结构来看,金轮集团近些年主要依托海外市场,比如出口收入占比均在90%以上。为了发力海外市场,除了在捷克设立工厂外,该公司还在德国、美国、日本等国成立了分公司。“截至目前,公司生产的自行车已销往全球120多个国家和地区。其中,德国、荷兰、法国、意大利等欧洲国家的市场占比最大。”金轮集团相关负责人称。

据了解,为覆盖更广的消费人群,金轮集团自行车的出口单价从几十美元至几千美元不等。而在零部件自主率方面,该公司已达50%以上。

行业追踪

电动化需求大 多家自行车厂商加码

在我国,电动自行车已成为城镇居民重要交通工具之一,《电动自行车安全技术规范》(GB17761—2018)的落地也进一步催生了存量替换需求;在海外,东南亚等市场的需求增长,也有望为国内电动自行车企业开辟新的市场。在此背景下,多家企业接受采访时,都提到了加码电动自行车产品的研发和生产。

电助力自行车是以电池作为辅助动力来源的自行车,属于电动自行车的一种,能增加人们的骑行半径,也更安全。爱赛克公司海外部部长张印铜表示,近些年,该公司电助力自行车产销量不断扩大,预计今年将增长70%左右,明年将增长30%左右。目前,公司该产品的产销量占比已增至5%至10%。他向记者解释道:“随着全球老龄化越来越严重,消费者对安全性的要求会越来越高,电助力自行车将有更广阔的市场。”

天津飞鸽车业有限公司(简称飞鸽)副总经理赵银在谈及公司业务发展方向时也表示:“从去年开始,我们逐步扩充了电助力自行车品类。公司已推出的电助力自行车产品以出行代步为主,之后还会加大智能产品开发。”

一位自行车厂商负责人告诉记者,公司产品主要用于出口,销往朝鲜、印尼、俄罗斯、澳大利亚等国家和地区,年销量约5万辆,其中,电动自行车的销量占比达95%。“我们生产的电动自行车售价约2000元,能根据客户的要求定制车型,散装或整车发运都可以,售价一样,运费自理。有的客户会因整车运输成本较高而选择散装运输。”她说。

品牌聚焦

忙展会 做品牌 搞开发 飞鸽展翅“飞”向国际

今年以来,飞鸽副总经理赵银频繁在多地“打卡”,北京、成都、上海、邢台……谈及此处,他不禁感慨:“这不是忙着参加各地的展会嘛!明天还得收拾行李去广州。”

作为“中华老字号”,飞鸽近年来加大品牌推广力度,在延续品牌文化的同时谋求年轻化。赵银说:“今年,我们积极参加各地的行业展会,比如5月在上海举办的第31届中国国际自行车展览会、上个月在河北举办的第十六届中国·北方(平乡)国际自行车童车玩具博览会等。在天津,我们还参加了津湾广场、民园广场、海河码头等举办的市集活动,用互动和体验等方式,贴近年轻人,让更多消费者参与进来。”

不久前,位于梅江会展中心的飞鸽品牌文化馆正式亮相,占地2000平方米,讲述了飞鸽与天津的故事。“开馆后,我们接待了一些社会和高校团体,后期也会将其打造为面向公众的开放型展馆,展示飞鸽的文化传承和天津的工业文明记忆。”他说。

除此之外,飞鸽的产品也向多元化迈进。据赵银介绍,该品牌共有200多款产品,涉及出行代步车、电动自行车、运动类自行车、童车等品类,年产量达350万辆。“我们每年更新40多款车型,也会淘汰一批落后产品。”他对此解释道,“比如在整车涂装方面,我们会根据当年的世界流行色重新配色。今年,飞鸽还和天津大学联合成立了研发中心,希望开发出更多满足大众骑行需求的产品。”

多年来专注于国内市场的飞鸽,如今也将目光投向海外。对此,赵银满怀信心:“我们正在筹划跨境电商业务,通过线上渠道向海外市场销售,预计明年正式启动。此外,我们还计划明年去德国等国家和地区参展,助力飞鸽‘飞’出国门,向国际市场迈进。”

本地观察

年出口额约占全国20% 产品品类基本实现全覆盖

天津是我国第一辆自行车的诞生地,也是自行车产业的重要基地。市商务局数据显示,目前,天津共有自行车生产企业1000余家,自行车年产量约占全国的四分之一,年出口额约占全国20%。

天津市自行车行业行业协会相关负责人表示:“天津自行车产业机构,汇聚了包括富士达、爱玛、金轮集团等在内的一大批整车及零部件龙头企业,产品品类基本实现全覆盖。作为‘中国自行车电动自行车之都’,静海自行车产业链上下游合作紧密,拥有良好的产业生态,在全国乃至全球自行车、电动自行车领域有巨大的影响力。”

天津市自行车行业行业协会相关负责人表示:“天津自行车产业底蕴深厚,专业化程度高,配套服务体系完善,坚持‘轻’‘精’‘巧’‘高’的创新路径,形成产品体系优势。”

目前,我国自行车、电动自行车行业进入产品升级、品牌价值为主导的良性发展阶段。“科技引领创新,产品多元化、智能化、高端化是行业趋势。”前述负责人表示,未来,相关企业需加大投入,攻克一批共性关键技术,提升高品质、高附加值产品比例和高端材料、高性能电池等配套产品的制造水平;普及智能制造,促进云计算、大数据在行业的综合集成应用;依托产业基地,带动上下游资源整合,持续壮大国内、国际市场规模。

价格解析

高价自行车 卖给了谁

萧萧经营了一家200多平方米的自行车专卖店,店里陈列了20余种、近100辆车,售价在几百元至几万元不等。在刚刚过去的“双11”,这里迎来了客流高峰。“这款童车之前的售价是5085元,算是童车里的高端车了。‘双11’,这款童车的售价是3980元,仅11日当天,线下店卖出了近10辆,网店卖出了20余辆,这一天的销量快赶上平时的月销量了。”萧萧说,就成人自行车而言,该店1万元以上的车算是高端车了,“店里万元以上的都是运动型自行车,最贵的售价3万多元,这些车的销售对象主要是骑行爱好者。”

高价买车的骑行爱好者对车的配置大多有具体要求,比如他们希望车架在保证硬度的前提下,重量更轻一些。因此,碳纤维材质车架的自行车更受欢迎。不过,同样是碳纤维材质的车架,因其等级不同,重量会有几百克的差别,但这几百克会使其价格相差数千元。变速器方面,分为电子变速和机械变速,骑行爱好者大多会选择电子变速器。一家自行车公司销售经理给记者算了笔账:“一套禧玛诺高端的电子变速器大概3万元,配一个材质、性能好的国产车架需2万多元,进口的车架要5万多元,再算上刹

车系统和其他零部件,一辆车配下来得十多万元。”

骑行爱好者张同给记者讲解道,车架构造不同,骑行时车的发力点是不一样的。比如,骑行路段有上坡,车可能需要特殊配置,使其在爬坡时轻松一点;骑行路段是山野林道,车可能需要配置两个避震器;骑行路面不是很干净,光头胎容易被扎,而且遇水还容易侧滑,因此不少骑行者将光头胎换成表面有突起颗粒的多功能胎。

捷安特自行车专卖店店长张贺告诉记者,很多骑行爱好者来店购车都会对原有车辆进行配置升级,一般更换后轮的比较多,因为经常有爬坡路段,所以客户大多追求轻巧。在客户购车之前,他们都会对其进行“量体裁衣”。“我们有一个评价体系,会先明确骑行者的用途,是通勤还是竞技,然后根据客户的诉求为其推荐对应的车型。”他说。



科林公司车胎存放区。



自行车前叉装配。

