



# 国产自行车海外抢手 订单排到明年夏天

## 疫情下整个行业飞速发展,但核心技术不足仍是痛点



近日,国产自行车海外遭疯抢一事被推上热搜,而上周正值中国自行车协会主办的“2021流行趋势发布·新品试骑活动”举办。齐鲁晚报·齐鲁壹点记者从现场了解到,中国自行车制造量占全球的七成,目前海外因为疫情原因,自行车大受欢迎,部分国产厂商的订单已经排到明年7月。

齐鲁晚报·齐鲁壹点  
记者 任磊磊

### 三季度企业注册量增长62% 10月订单同比增长220%

近日,阿里巴巴国际站数据显示,自行车行业连续6个月实现GMV(成交总额)超过100%增长,10月份订单量同比增长220%。

捷安特(昆山)有限公司品牌推广部张海军表示,捷安特的生产从今年四五月份就开始恢复了,目前的订单排到了明年7月份。

广州某自行车生产企业负责人表示,近来订单迎爆发式的增长,企业订单已经排到明年七八月,现在基本处于满负荷运转,一部分订单甚至排到了明年十二月。

中国自行车协会发布的数据显示,今年1至9月份,我国自行车出口4166.3万辆,同比增长3.9%;出口额24.34亿美元(约合159.84亿元人民币),同比增长12%。

企查查数据显示,我国有关关键词为“自行车”的相关企业在业存续企业64.34万家,2020年前三季度共注册相关企业11.77万家,同比增长57%。从季度来看,2020年第一季度共注册相关企业(2.69万家),第二季度(4.54万家),第三季度(4.68万家),第三季度注册量同比增长62%,环比增长3%。

中国自行车协会郭文玉秘书长表示,中国自行车产量大概是8000万辆,出口大概占70%;电动自行车产量为3000多万辆,出口不到200万辆,占比不到10%。

“今年1-9月份,自行车电动自行车产量实现两位数增幅。自行车规模以上企业产量超过3200万辆,同比增长超14%;电动自行车规模以上企业产量超2200万辆,同比增长超30%。”

### 海外疫情暴发致出口大增 越严重地区需求越旺盛

张海军表示,国外疫情暴发是自行车出口量大增的主要原因。“外国人是比较喜欢骑自行车的,

自行车的特点是单人单车,可以避免密集出行,特别像欧盟这样的地区,疫情越严重需求越旺盛。”

“疫情对行业发展的作用超出预期,跟一季度悲观感受不一样,现在企业都在加班加点,充分发挥生产潜力。”郭文玉说道。

众所周知,国产自行车厂家在2016年、2017年时出现过一轮暴涨,那时候中国的共享单车经济爆发,曾经一度冒出30多家共享单车品牌同台竞争,从而推动了国内自行车厂产量爆发。

公开数据统计,2017年共享单车预计投放总量接近2000万辆;从产能来看,这个数字甚至达到3000万。

不过,后来共享单车市场出现了“百团大战”的局面,大家在疯狂补贴的泥潭中进行殊死搏斗。结果也很明了,ofo小黄车早已资金链断裂,办公场所人去楼空;摩拜被美团收入囊中;青桔单车背靠滴滴出行,异军突起;哈罗单车成为阿里的一颗重磅棋子。

随着共享单车浪潮的退去,自行车需求量断崖式暴跌。2018年,有着“中国自行车第一镇”之称的天津市武清区王庆坨镇自行车产量暴跌90%。

中国自行车协会数据显示,2018年1-11月,自行车行业规模以上企业产量3641.1万辆,同比下降34.1%。规模以上自行车企业累计主营业务收入438.1亿元,同比下降14.9%;实现利润11.2亿元,同比下降24.4%。在效益方面,2018年1-8月,全国规模以上自行车和残疾人座车制造企业累计主营业务收入372亿元,同比下降15.0%,实现利润总额9.3亿元,同比下降35.0%。

国产自行车一度出现货品积压、资金链断裂的情况。

这一次海外疫情暴发,又推动了国产自行车行业的发展。但是,业内人士也提醒自行车厂商需要警惕,避免重蹈覆辙。

### 超500元车子变速器全进口 国产自行车行业待升级

“虽然中国是自行车生产第一

大国,但是中国并不是强国。”珠海蓝海图控制器科技有限公司总经理助理曾衡之在接受记者采访时表示。

据了解,我国自行车产业链条不断聚集完善,但核心技术仍显不足,目前单价在500元以上的自行车几乎全都采用进口变速器。尤其是日本巨头禧玛诺的变速器几乎占据了中高端市场八成的市场份额。

“其实我们国内能制造变速器,但是国外变速器厂商几乎注册了所有他们能涉及的专利,我们的困境就是如何绕开这些专利壁垒,设计出具有自主知识产权的变速器。”曾衡之说,绕不开这些专利,我们就不能实现自主生产,那我们的自行车行业就永远被卡脖子。

据介绍,国外变速器的价格普遍较高,国内自行车厂商很大一部分利润都被变速器厂商拿走。“比如一辆一千多元的自行车,可能变速器的价格就要三百元,国外变速器龙头的利润甚至超过百分之三十,我国自行车厂商的利润率仅有百分之几。”

也就是说,中国自行车厂家做着整车的生意,赚的钱却没有配件厂商多。

当然这种现状也正在被改变。目前国内有不少厂商正在寻求技术突破。曾衡之表示,“目前,我们已经主导撰写了国家行业标准,而且我们的产品在同等级性能的前提下价格能便宜20%-30%。”

“我们价格便宜并不是因为品质不好,而是我们可以把成本降下来,并且也能给国内企业一部分让利。”曾衡之说道。

除了变速器,国内自行车厂商在高端铝合金部件,高端碳纤维部件方面都缺乏自给自足的能力。

此外,还有一点要注意的是,中国的自行车品牌缺乏影响力,全球十大畅销自行车品牌,只有中国台湾品牌捷安特和美利达,大陆品牌一个都没有。

不过这种情况也正在改变。郭文玉表示,我国正在由自行车制造大国向制造强国转型,在十四五期间,将打造国际化品牌作为发展方向之一,同时包括核心技术攻关、打造现代化产业集群等。

文/片 齐鲁晚报·齐鲁壹点  
记者 李培乐

### 重振祖业之路坎坷不断

1973年出生的孟钢,谈吐温和,性格儒雅,他说这或许就是大宅门带给他为数不多的传承。

1997年大学毕业后,他想重振祖业。没想到父亲并没有支持他,而是以断绝父子关系相威胁,想让他知难而退。

直到2007年,有人做通了他父亲的工作,孟钢终于走上重振祖业之路,但他说自己没想到这条路如此坎坷。

孟钢告诉记者,随着时代的发展,瑞蚨祥的商标已经与他们孟家没有任何关系,而是隶属于北京瑞蚨祥绸布店有限责任公司(简称北京瑞蚨祥公司)。出于这个原因,2008年孟钢以瑞蚨祥世家的招牌来重拾祖业。

2011年,孟钢在天津的赤峰道有了自己的门店。正当他想大展拳脚的时候,他的商品却被投诉为假冒伪劣,商标争议正式开启。“北京瑞蚨祥公司对我们的产品进行了投诉,所以我们从2012年6月起就不再使用瑞蚨祥世家的字样。”齐鲁晚报·齐鲁壹点记者查询得知,现在“瑞蚨祥世家”的商标,在2012年由北京瑞蚨祥公司申请注册,并且在2015年注册成功。

### 孟洛川组合LOGO再起争议

孟钢考虑再三,决定要用祖上的名号来作为自己新的招牌。于是,他打出了“孟洛川”加上“瑞蚨祥创始人”的新LOGO。

现在在济南的宽厚里就有一家孟洛川旗袍店,门口悬挂的红色招牌,就是孟洛川加上“瑞蚨祥创始人”的组合。据孟钢介绍,现在在济南和天津都有主营店,且都开在繁华的商业区,主做婚服等传统旗袍。

“2015年,北京瑞蚨祥公司想要注册‘瑞蚨祥创始人’,我提出了异议。”孟钢说,到2020年,北京知识产权法院对争议商标开启了第一次审理。

作为瑞蚨祥第六代后人,孟钢认为瑞蚨祥创始人与北京瑞蚨祥公司没有任何关系,而且北京瑞蚨祥公司只是众多瑞蚨祥分号之一,并不能代表所有“瑞蚨祥”分号申请注册诉争商标。

据此,孟钢于2018年7月3日针对诉争商标向国家知识产权局(简称国知局)提出无效宣告请求,国知局经审查认定诉争商标无效。此后,北京瑞蚨祥公司不服该裁定向北京知识产权法院提起诉讼。

2020年7月10日,北京知识产权法院对此争议进行了判决,没有支持北京瑞蚨祥公司撤销诉争商标无效宣告的诉求。

“瑞蚨祥重回孟家,我这辈子就死而无憾了。”接到判决书后,孟钢异常高兴,他说此事具有里程碑式的意义。

### “希望一切尽快尘埃落定”

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者了解到,对于这次判决,北京瑞蚨祥公司已经提起上诉。“我坚信自己不会输。”孟钢说,他希望一切尽快尘埃落定,那样他就可以静下心来,扎扎实实地发扬祖业。

孟钢说,现在他的店还都是沿袭祖制,前店后厂。他内心有一个愿望,要重新让丝绸制品成为时尚,并将自己的品牌和业务做到海外去。

“我是抱着共赢的心态,希望能够和北京瑞蚨祥实现某种形式的合作。”孟钢说,“这个品牌,不只是孟家的,也是中国的。”



孟钢向记者展示北京知识产权法院的判决书。

提起“瑞蚨祥”,山东人可能无人不知无人不晓。这个招牌中带“神虫”的老字号,曾是民族商业的骄傲。而“南有胡雪岩,北有孟洛川。”这样的评价更足以说明当年瑞蚨祥的地位。从1997年开始,孟洛川的第五代孙孟钢就想扛起重振祖业的大旗,可是商标权的使用却一直是其“心中的痛”。

# 百年老字号「瑞蚨祥」频陷商标纠纷 孟洛川第五代孙孟钢:「希望和对方合作共赢」