



智变会展·关注篇

## 骑行与咖啡跨界融合：首次双展同期是否预示消费新趋势？

8月29日至31日，首届北京国际自行车运动及装备展览会（以下简称“北京自行车展”）和2025中国国际咖啡展览会（以下简称“国际咖啡展”）同期在北京·中国国际展览中心（朝阳馆）举办，这场骑行与咖啡的融合，吸引了众多爱好者走进展会现场，展现出当下消费新趋势。

骑行不再是一种传统的出行方式，它正逐步演变成一种备受追捧的运动与生活方式。相关数据显示，全国骑行用户已突破1.3亿，骑行类App累计用户规模突破3亿，月活跃用户超5000万。在骑行热的带动下，骑行装备市场呈现出蓬勃发展的态势。2025年上半年，天猫平台上骑行装备销售额同比增长48%，运动手表销量同比增长287%，智能骑行眼镜销量突破50万件，骑行服套装销售额同比增长98%，其中千元以上高端款占比更是提升至35%。与此同时，抖音平台上骑行穿搭、夜骑文

略等话题播放量超100亿次，进一步带动骑行服、车灯等配件销量激增，上半年骑行装备销售额同比增长153%。

而咖啡，这个曾经的舶来品，如今也已深度融入消费者的日常生活。近年来，我国咖啡消费稳步提升，市场空间不断扩容。在消费选择上，速溶黑咖啡凭借其便捷性和性价比稳居销量榜首。在口味偏好方面，消费者的选择更加多元，果味、混合风味咖啡等口感层次丰富的品类增长迅速。值得一提的是，相关数据统计，县域农村地区咖啡销量占比已超过一线城市，咖啡消费已突破地域与层级限制，在下沉市场展现出巨大潜力。

当骑行遇上咖啡，一场奇妙的化学反应就此发生。“骑行+咖啡”的模式正逐渐成为一种新的消费潮流。这种新兴的消费模式，不仅为消费者带来了独特的体验，也为商家开辟了新的市场空间。众多品牌纷纷抓住这一机

遇，将骑行与咖啡元素融入产品与服务中。一些咖啡馆专门为骑行爱好者提供休息区域、自行车停放处以及骑行装备售卖区。部分自行车店也开始提供咖啡饮品，打造舒适的社交空间。此外，骑行与咖啡的融合还催生出一系列周边产品，如带有骑行元素的咖啡杯、印有咖啡图案的骑行服等，进一步丰富了消费市场。例如，Rapha咖啡将骑行文化与咖啡美学跨界融合，其品牌空间设计中保留标志性的粉红霓虹灯与赛事计时器元素，咖啡吧台旁陈列的限量版骑行服与定制车架形成视觉叙事，吸引了众多消费者。

首届北京自行车展和国际咖啡展的成功举办，无疑是对“骑行+咖啡”这一消费新趋势的有力印证。随着健康生活理念的深入人心以及消费者对品质生活的追求，骑行与咖啡所引领的消费潮流有望持续升温，为相关产业带来更多的发展机遇。



## 骑行热潮下的产业图景：从展会赋能到青春逐梦

以“激发消费活力、推动产业发展”为主题的首届北京自行车展由中国国际展览中心集团有限公司主办，并获中国自行车运动协会专业指导与京东线上支持，展览规模达2万平方米。

在首届北京自行车展现场，喜德盛、瑞豹、Look等国内外知名品牌齐聚，从整车到零部件，从骑行科技到运动文旅成果，全方位展现自行车全产业链的多元生态与蓬勃潜力。

展会期间，“优贝授车及装备仪式”上，中国首位自由式小轮车奥运冠军邓雅文担任代言人，传递骑行精神。中国自行车运动协会与海南广播电视台签约发布“云

竞投骑行赛智慧平台”，推动骑行与数字化深度融合。“展会骑遇站”试驾体验、限定印章打卡、现场抽奖等活动，让观众在互动中感受骑行文化的魅力。作为行业新起点，北京自行车展正成为产业合作、文化推广与消费升级的关键纽带，助力科学骑行文化普及与产业高质量发展。

### 精准定位需求群体

记者注意到，在众多参展品牌中，来自天津的新兴折叠车品牌佰客凭借差异化定位格外引人注目。自2019年入局以来，佰客以“钢架耐用、极致便携、精准匹配成熟群体”为核心理念，避开热门的

“Z世代”市场，聚焦28岁至42岁有消费能力的群体。这一选择并非偶然，其产品定价从3000元起，最高9999元，需稳定收入群体支撑；而28岁以上用户对“舒适、休闲”的骑行需求，与折叠车的特性高度契合，恰好区别于年轻人偏好的竞速车型。

此次展会上，佰客带来多款新品。城市巡航内3外5车型拥有15速档位，搭配“琥珀+曜石色”清漆涂装，为城市探索拓展边界。无界pro采用钛合金前后叉，实现10公斤内钢架三折叠。产品力的背后，是佰客亮眼的国内市场表现，2023年至2024年销量同比增长5倍至6倍，国内月销量1000台

至2000台，全国门店布局70多家。佰客在国际市场的表现同样出色，2023年开启出口后，其产品覆盖俄罗斯、韩国、阿联酋等国，出口占比达50%，其中韩国市场将佰客产品视作“优质进口产品”，印证了佰客“折叠便捷、钢架耐用+终身质保”的竞争优势。

### 锚定“国内为主、国际互补”方向

产业链上游的自行车车座生产商也在行业浪潮下完成了转型与升级。作为一家拥有20余年历史的车座生产商，河北星佰客自行车制造有限公司（以下简称“星佰客”）从最初100%依赖出口，现已形成“国内为主、国际互补”的格局；两条流水线日产量超2000个，月产量达5万至6万个，30多名员工保障高效生产。今年星佰客车座出口占比30%至40%，国内业务中电商占比超一半，同时星佰客尝试运营自有线上网店，为跨境品牌与国内电商提供定制化服务。

“技术研发是核心竞争力。”星佰客的参展人员表示，针对骑行者“屁股疼”的痛点，研发团队每年推出四个至五个新款车座，从材质到设计全面优化舒适度。在发展历程中，星佰客依托邢台中国国际自行车零件城的产业优势，从代工起步，通过参加自行车展等拓展国内外业务，如今已与天津多家车厂建立合作。面对市场变化，星佰客调整布局：由早期主攻印度、印尼市场转向国内。

星佰客的参展人员表示，公司在国际市场既面临挑战也迎来机遇。如星佰客在俄罗斯市场遭遇结算难题，需通过代理公司完成部分业务，而在越南市场业务则增长显著，成为新的增长点。

初秋的国展朝阳馆，空气中多了一抹独特的醇厚香气。作为咖啡行业年度瞩目的专业展会，2025国际咖啡展汇聚国内外咖啡产业链企业资源，为行业搭建起交流合作平台，也为消费市场注入了全新活力，成为观察中国咖啡产业发展与消费升级的窗口。

国际咖啡展现场，从咖啡豆种植基地、烘焙设备厂商，到精品咖啡馆连锁品牌、咖啡周边文创商家，展示内容覆盖咖啡全产业链的各个环节。来自埃塞俄比亚、哥伦比亚、卢旺达、乌干达、中国云南等全球知名咖啡产区的稀有豆种集中亮相，参展人员还为参观者讲解不同产地咖啡豆的风味差异，从果酸层次到回甘余韵，帮助消费者深入了解咖啡背后的“风土故事”。

除了传统的咖啡产品与技艺展示外，“创新”成为本届国际咖啡展的核心关键词，彰显着咖啡行业的活力与突破。在智能咖啡设备方面，来自瑞士优瑞的XBloom咖啡机吸引了大量观众的目光，这款设备可以冲煮出符合个人口味的精品咖啡，其高效与精准度让不少咖啡馆经营者眼前一亮。

对咖啡产业链上的企业而言，国际咖啡展是精准对接资源的重要平台。来自云南的咖啡豆种植户让本土优质咖啡豆成功吸引了国内外采购商的注意力。

值得注意的是，今年国际咖啡展首次采用售票制办展，吸引了众多咖啡爱好者群体走进展馆。对于这些消费者来说，国际咖啡展是一次“咖啡认知升级”的体验：以往不少人对咖啡的认知还停留在“提神饮品”，但通过展会现场的品鉴、讲解与互动，消费者开始系统了解咖啡的产地、烘焙工艺、冲泡技巧，逐渐从“喝咖啡”向“懂咖啡”转变。这种消费认知的提升，正推动着中国咖啡消费市场从“大众化”向“精品化”升级。相关统计显示，近年来中国精品咖啡消费占比持续提升，而国际咖啡展无疑加速了这一进程，让更多人爱上咖啡文化，也让咖啡成为丰富人们日常生活的重要元素。从主办方角度来看，售票制旨在为咖啡爱好者打造更优质的观展体验，无论是参展商互动的丰富度、赛事的专业品质，还是服务的贴心程度，都因此实现了“质”的提升。

在咖啡产业链中，杯测是决定咖啡豆品质与市场流向的关键环节，从闻干香、注水，到闻湿香、破渣、捞渣，再到最终的品鉴，每一个步骤都不可或缺。咖啡师能够通过杯测精准评估咖啡豆的风味、香气、酸度、甜度、口感和平衡度等关键特征，进而找到让咖啡豆呈现最佳风味的方式。也因此，本届国际咖啡展特别推出杯测活动，邀请观众共同感受来自不同产区咖啡豆的独特风味。

除了饮品创新与专业活动，咖啡行业的创意还延伸到了甜点领域，“这款咖啡冰激凌更受消费者青睐。”一位参展人员表示，咖啡创意甜点的悄然兴起，不仅吸引了大量消费群体，更成为咖啡行业创意发展的新赛道。该人士进一步表示，这意味着咖啡已经摆脱了单纯饮品的传统模式，正式迎来“咖啡+”的创意新时代。

## 咖啡消费新风向：多元场景与创新体验并行

