

折叠自行车 2026 行业简析报告

THE BRIEF MARKET ANALYSIS REPORT ON FOLDING BICYCLE

MICR



报告摘要

Report Summary

折叠自行车作为解决城市“最后一公里”出行及户外休闲运动的核心载体，凭借极致的体积压缩与便携收纳特性，实现了与地铁、汽车等多种交通工具的无缝衔接。2024年全球销量已达370万辆，其中中国内地以21.6%的份额位居全球之首。产品技术正通过液压成型、3D整体锻造及精密CNC加工铰链等先进工艺，在保持轻量化材料优势的同时，不断突破便携性与专业骑行性能之间的物理平衡。

市场竞争呈现高度集中的态势，大行（DAHON）与小布（Brompton）合计占据中国内地超过60%的市场份额，分别引领着“生态驱动型”与“溢价驱动型”的商业模式。当前行业呈现显著的“量价齐升”特征，2024年国内中高端产品贡献了约75.3%的零售额，消费者诉求已从单纯代步转向社交属性、健康管理及生活方式资产化。女性骑行者的快速增长及中产阶层的扩容，正成为推动市场结构性升级的核心驱动力。

展望未来，电助力（E-bike）技术的微型化原生集成与大都市“骑行友好”政策的普及，将推动折叠车跨越至高效率的跨区通勤刚需。然而，行业仍面临折叠关节应力疲劳的物理性能瓶颈、专业售后服务网络布局滞后以及国际化标准缺失等严峻挑战。同时，来自电动滑板车等微出行工具的跨界竞争，也迫使整车品牌必须通过持续的技术创新与社群文化建设来建立独特的价值锚点。

01. 行业定义：可折叠的便携性自行车

- 折叠自行车是一种可以通过折叠关节将前后两轮对折在一起的自行车。在折叠后，其体积可大大减小，方便携带和存放，可携带上地铁、公交或放入汽车后备箱，实现多种交通工具的无缝衔接。按照折叠机械结构分类，可分为：横向折叠自行车、纵向折叠自行车、三角折叠自行车。按照动力驱动分类可分为传统人力折叠车和电助力折叠车。

折叠自行车示意图



折叠自行车的分类

分类维度	细分类型	核心特征与技术重点
折叠结构	横向对折	结构最成熟、成本可控；车架中间设有大铰链，折叠操作直观。
	纵向折叠	前后轮纵向收缩，车架不横向切断，骑行刚性极佳，但折叠体积稍大。
	三角翻转	后三角绕底部铰链翻转，折叠后体积全球最紧凑，技术专利壁垒高。
	特殊/伞式	针对极致轻量化或特定形态，如A字型或拆解式结构。
动力系统	传统人力	结构简单、重量轻、保值率高；主要针对3km内通勤或社交骑行。
	电助力 (E-bike)	行业核心增量；集成电机与电池，解决排汗与坡度痛点，单价较高。

02. 行业价值：城市出行+休闲运动，解决最后一公里需求

- 折叠自行车的行业价值，源于轻量化材料、精密折叠结构与坚固车架设计的协同赋能，使其具备体积压缩、便携收纳的核心特性，高度契合居住/办公空间受限、需多式联运的城市出行需求。
- 当前其核心应用场景集中于四类：①城市通勤，作为轨道交通、公交等工具的“最后一公里”接驳载体；②户外休闲骑行，满足短途探索与自然体验；③竞技骑行，适配轻量化竞赛与技巧展示；④“4+2”组合出行，依托汽车搭载实现远距离骑行延伸。

折叠自行车的主要应用场景为城市出行+休闲运动



折叠自行车的优点

	 <div>折叠自行车</div>	 <div>不可折叠自行车</div>
骑行便利性	体积小巧，能灵活穿梭市区环境，方便接驳各种交通工具	车架更坚固，对野外地形的适应性更佳
存储容易度	折叠后体积小巧，可轻松存放在公寓、办公室或公共交通工具	需要更多存放空间，如空间不足将引起不便
平均单价 (2025年)	6200-6500 元/辆	2400-2700元/辆

03. 技术工艺：便携性和性能的平衡

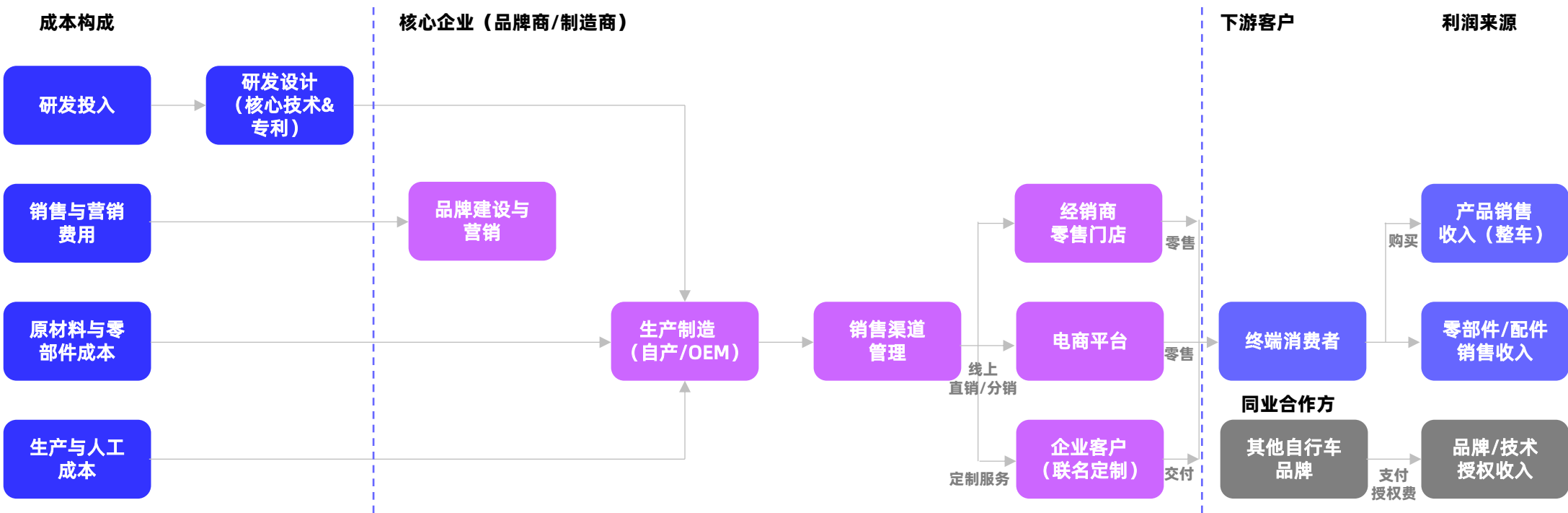
- 折叠自行车技术与工艺进阶的核心，在于平衡便携性与专业性能的双重诉求——既要通过极致的体积压缩实现灵活收纳，又需确保骑行稳定性、负载能力等核心指标不妥协。从工艺实现路径看，其技术体系涵盖四大关键环节：车架成型工艺、折叠机构工艺、动力集成工艺、传动与刹车工艺。其中，折叠机构工艺堪称折叠自行车的“灵魂”，它通过结构创新突破了传统自行车的形态限制，既是便携性的物理载体，也是界定其与常规车型差异的标志性特征，直接决定产品的用户体验与安全冗余。

折叠自行车的技术工艺特点		
工艺维度	关键技术/工艺	性能收益
车架成型工艺	液压成型	通过高压液体改变管材截面，实现“变径管”设计，兼顾轻量化与高刚性。
	3D整体锻造	消除焊缝应力死角，关键关节件强度提升20%以上。
折叠机构工艺	精密CNC加工铰链	0.01mm级的配合精度，消除长期开合后的旷量（松动感）。
	螺旋/三维折叠专利	改变折叠路径，使车架折叠后厚度缩减30%。
动力集成工艺	中置电机与集成电池	重心居中，骑行感接近传统车；电池内嵌于大梁，不破坏折叠形态。
	力矩传感器	毫秒级感应踩踏力度，动力介入丝滑，抹平小轮径的起步突兀感。
传动与刹车工艺	皮带传动	无油污、免维护、低噪音；解决折叠携带过程中的污损痛点。
	隐藏式液压碟刹	极高性能的热衰减控制，即便载重或长坡也能确保制动安全。

04. 商业模式：附加值决定利润，品牌溢价VS供应链整合

- 折叠自行车行业的商业模式核心是通过技术研发和品牌塑造，提供具备高附加值的产品，并通过线上线下结合的渠道触达消费者，最终实现产品销售和后续服务的盈利。目前有2种主流盈利范式：
- 溢价驱动型（以Brompton为例）： 聚焦“稀缺性”与“社群属性”，将工具属性异化为社交货币与身份标签，通过极致的品牌溢价获取超额利润。
- 生态驱动型（以DAHON为例）： 依托“专利壁垒”与“生态位优势”，通过技术授权与供应链整合，赚取覆盖全行业的技术红利与中段供应链利润。

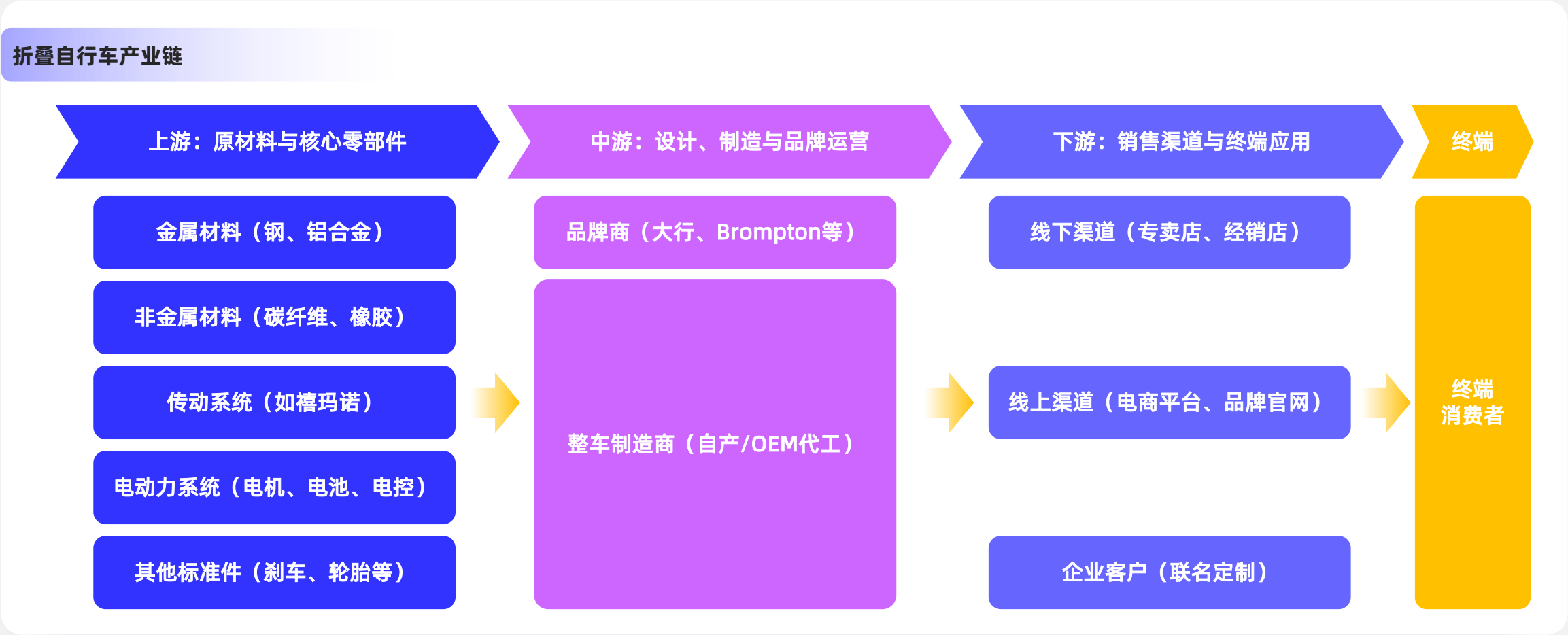
折叠自行车的商业模式



05. 产业链分析：协同研发设计、精密制造与全渠道销售服务体系

- 上游-原材料与核心零部件：主要是钢材、铝合金、碳纤维等原材料及折叠关节、电机、轮胎等核心零部件供应商；
- 中游-设计、制造及品牌：聚焦研发设计（轻量化、折叠结构优化）与整车制造（自主品牌组装或代工厂加工），部分品牌商会提供核心技术授权/产品设计服务；
- 下游-销售渠道：通过电商平台、线下门店、经销商触达消费者，部分企业客户会有定制需求。

折叠自行车产业链



06. 上游材料：基础金属材料向轻量化发展，核心零部件高度集中

- 折叠自行车上游原材料如钢、铝合金等属于大宗商品，市场竞争充分。当前材料轻量化已是大势所趋，车架材料从传统的钢材向铝合金、碳纤维、钛合金等更轻、更高强度的材料演进，也是产品高端化的关键。
- 在核心零部件领域，市场高度集中。例如，在变速器市场，日本的禧玛诺拥有极强的话语权和技術壁垒。在电助力电机市场，德国的博世主导高端市场，而中国的八方电机等也在快速崛起。

折叠自行车基础金属材料对比

材料	市场份额/定位（2025）	关键优势	主要劣势
铝合金	折叠车车架渗透率约60-65%，折叠电动为最常用	轻质、耐腐蚀、成本适中	高端强度刚度上限有限，价格随铝价波动
钢	折叠电动车的另一种流行材料，部分品牌选择使用	高强度、成本低、焊接成熟	重量大，易腐蚀
碳纤维	折叠车20%→28%渗透；高端电助力首选	极高强度重量比、可塑性强、减震优	成本高、工艺复杂、价格波动敏感
钛合金	折叠车约12-15%高端市场	高强度重量比、骑行质感佳	最昂贵，加工难度大
镁/钕合金	渗透率极低但为研发重点	极轻，具潜在高比强度	工艺成熟度不足，成本与可靠性待验证

07. 中游生产：我国自行车工业体系成熟，竞争格局呈现两极特征

- 产业链中游作为核心环节，整合研发设计、品牌运营与生产制造职能，其中品牌商占据价值创造的主导地位。中国内地作为全球最大的自行车生产基地，产量占全球比重超50%；国内折叠车生产所依赖的折叠机构、轻量化材料、焊接与涂装等核心工艺，均植根于成熟的自行车工业体系。
- 从竞争格局看，中国市场呈现高度集中态势，形成以大行（DAHON）与小布（Brompton）为引领的“双巨头”格局，二者合计市占率超60%，显著领先于第二梯队参与者，行业集中度凸显头部品牌的竞争优势与市场影响力。



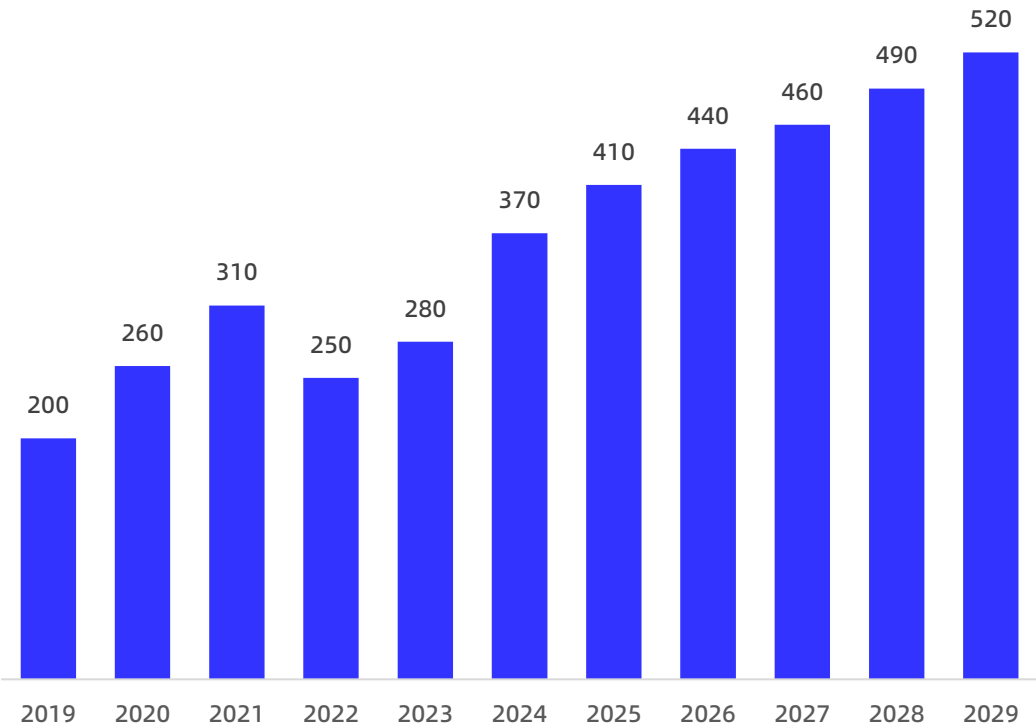
中国折叠自行车市场龙头品牌		
	于1982年创立，历经40余年深耕，是中国内地最大的折叠自行车公司，2024年销量和销售额排名均居首位。	市场份额 36.5%
	于1976年在伦敦成立，是一家定位于中高端市场的非上市公司，主要在英国设计、制造折叠自行车，并经销至全球市场。	市场份额 25.7%
	于1976年在法国成立，是一家定位于中高端市场的非上市公司，设计、制造并向全球市场经销各式各样的运动与户外用品，包括自行车。	市场份额 5.7%
	于1993年在上海成立，是一家定位于大众市场的上市公司，在中国及海外制造和经销各类自行车。	市场份额 3.4%
	于1995年在上海成立，是一家定位于大众市场的上市公司，在中国及海外制造和经销各类自行车。	市场份额 2.4%

数据来源：公开数据整理；嘉世咨询研究结论；图源网络

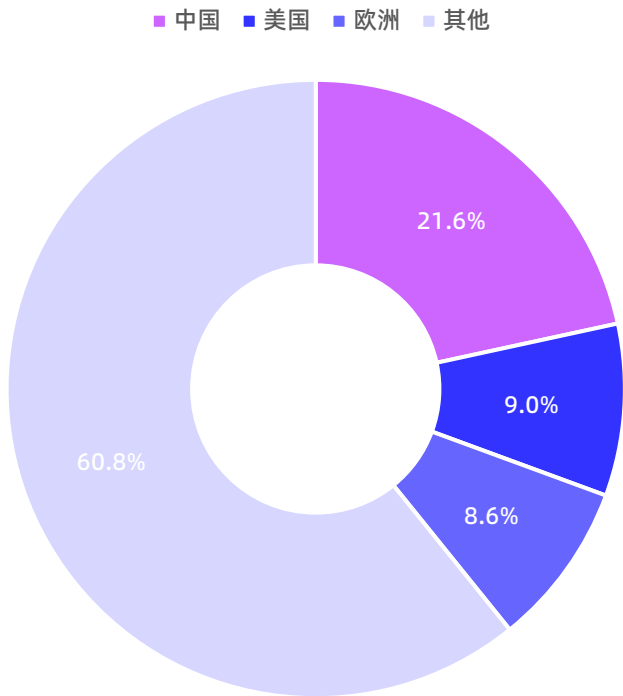
08. 下游需求：全球需求稳步上升，中国是最大的需求国

- 在全球绿色出行浪潮与城市化进程的双重驱动下，折叠自行车市场步入高增长快车道。全球销量从2019年的200万辆跃升至2024年的370万辆，年复合增长率（CAGR）高达13.4%。
- 2024年，全球市场呈现出显著的“三极领跑”格局：中国内地（21.6%）、美国（9.0%）与欧洲（8.6%）合计贡献了全球近40%的市场份额，构成了全球折叠自行车消费的核心腹地。

全球折叠自行车零售量 (万辆)



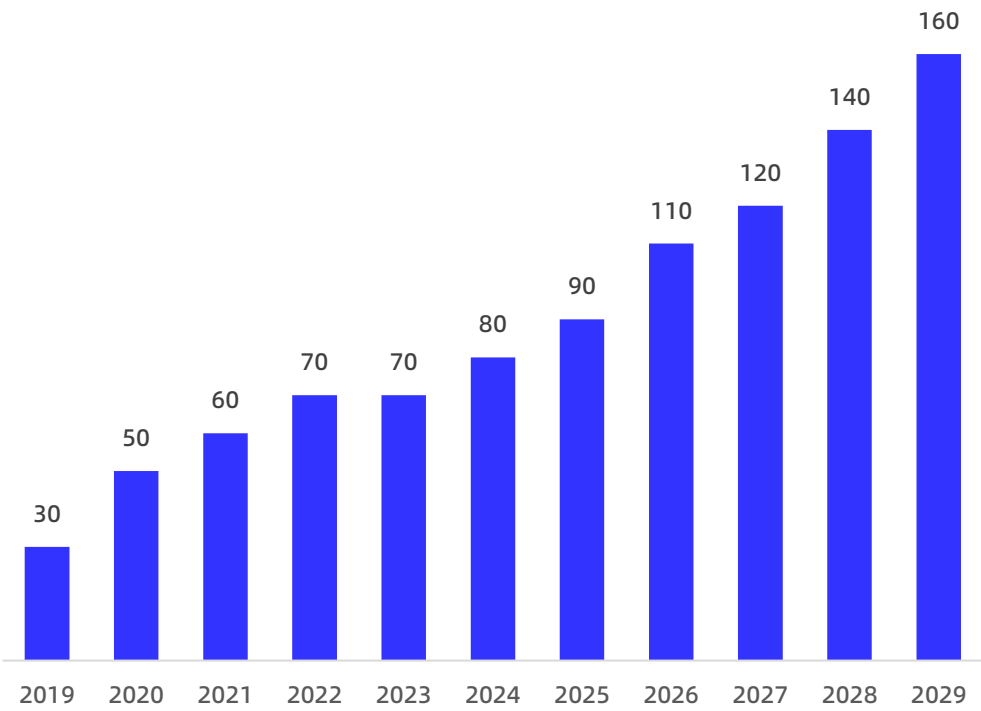
全球折叠自行车区域市场份额 (%)



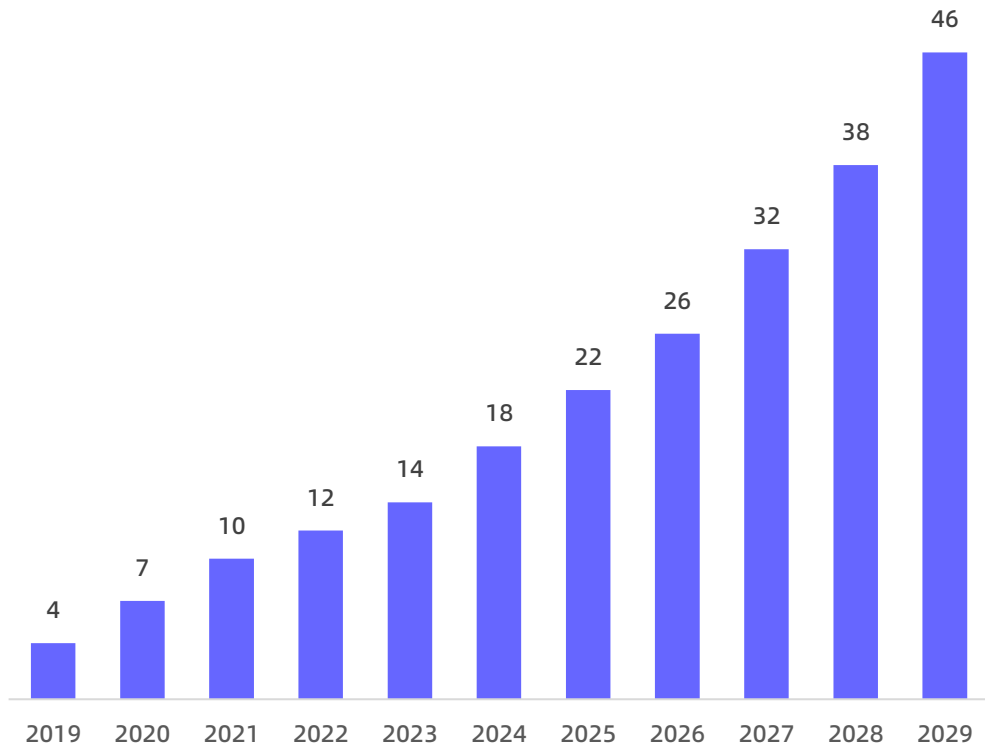
09. 国内需求：折叠自行车零售市场量价齐升

- 国内折叠自行车零售市场呈现量价齐升的特点。零售量从2019年的30万辆增至2024年的80万辆，复合增长率为19.9%，预计2029年行业销量达到160万辆，2024-2029年的复合增长率为14.5%。销售额受益产品结构升级增幅更快，2024年国内折叠自行车行业规模18亿元，预计2029年达到46亿元，2024-2029年的复合增长率为21.2%，高于销量增速。

中国内地折叠自行车零售量 (万辆)

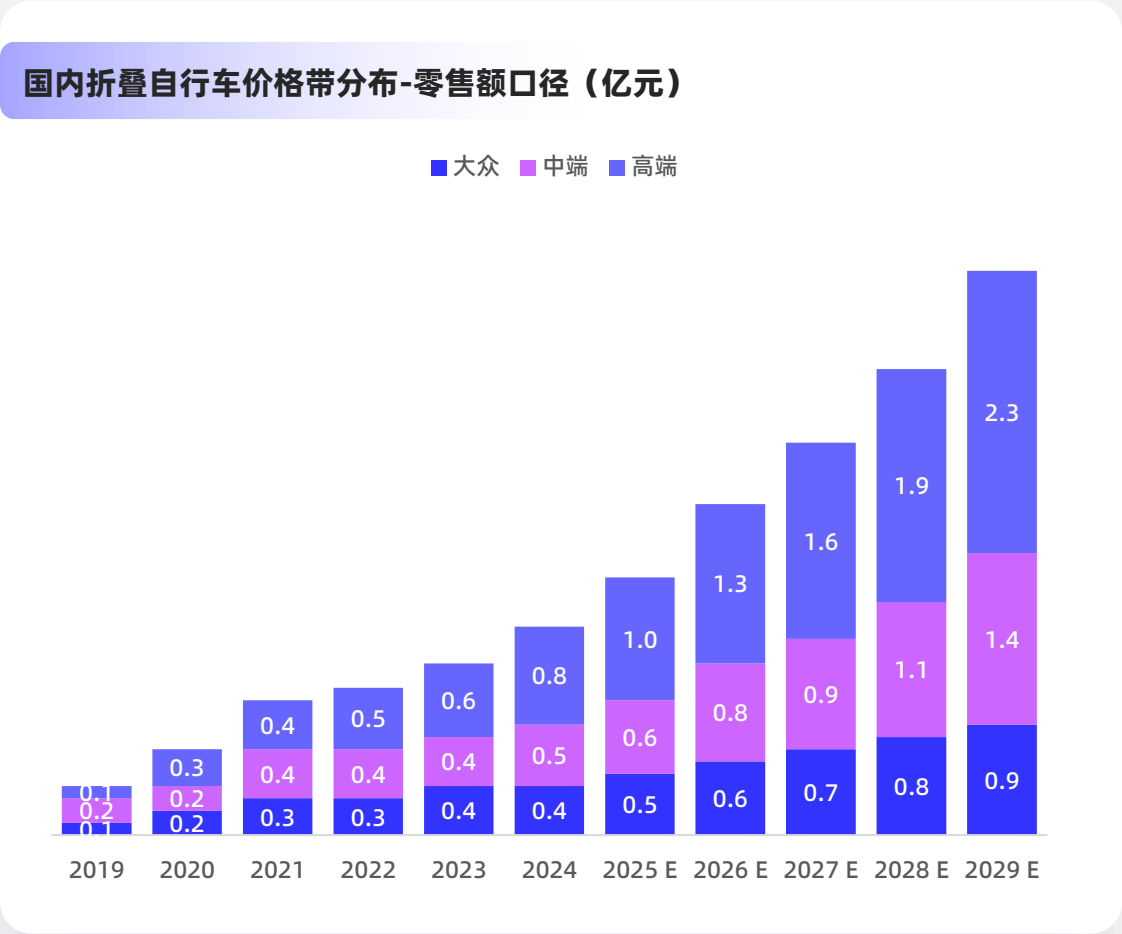
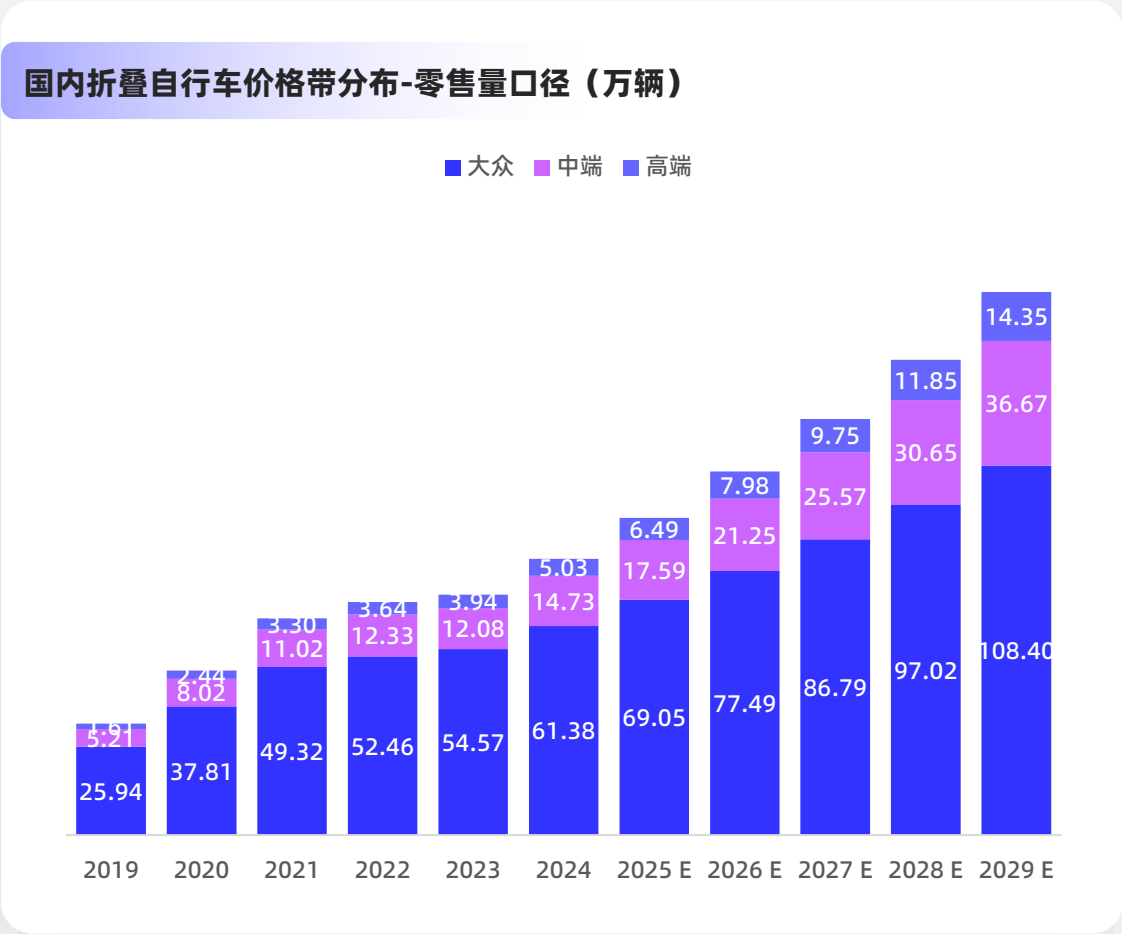


中国内地折叠自行车零售额 (亿元)



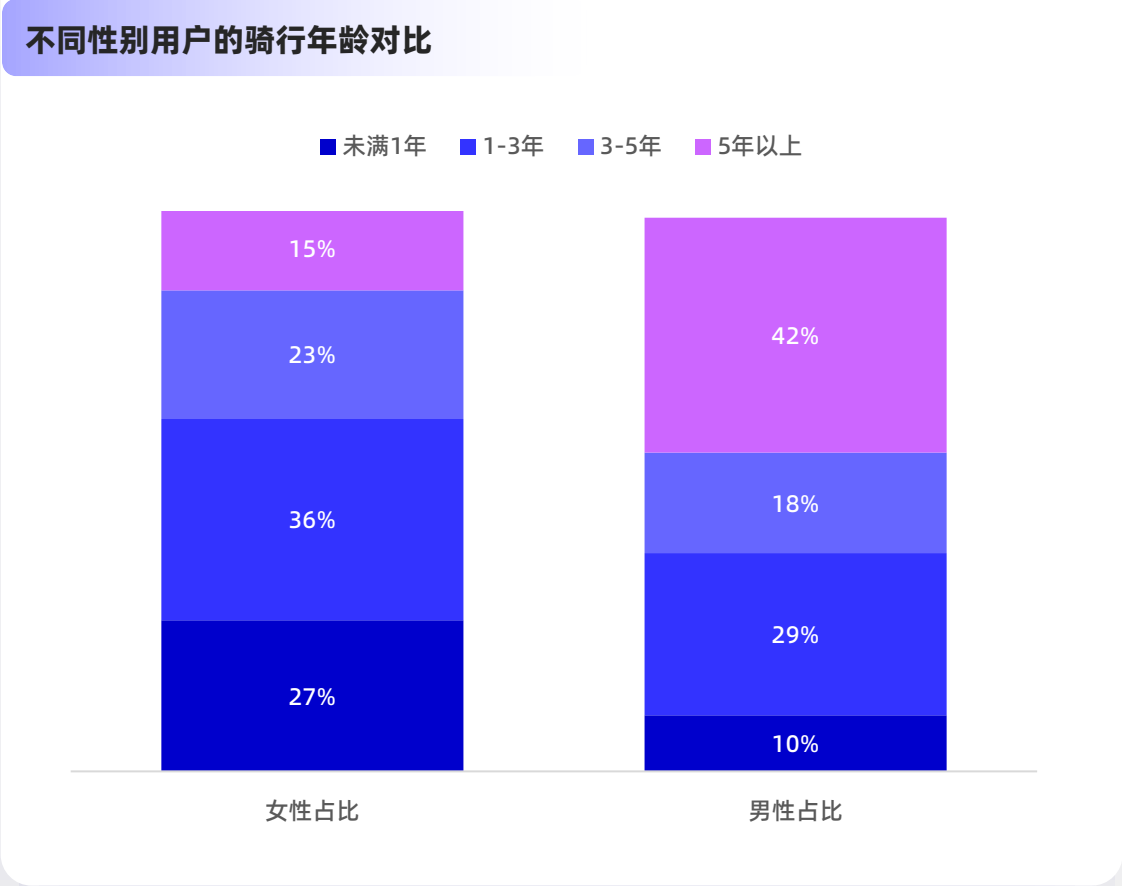
10. 价格带分布：中高端价格带产品更受消费者钟爱

- 折叠自行车价格带覆盖广泛，但相较于普通自行车，消费者偏好更集中于中端至高端区间。据2024年数据，中国内地折叠自行车市场中，中高端产品分别贡献了约24.4%的零售量与75.3%的零售额，呈现“量稳价升”的结构性特征。伴随中产阶层持续扩容与居民可支配收入提升，选择高端产品的消费群体不断扩大，这一趋势将进一步释放中端及高端市场的增长潜力，成为行业长期发展的核心驱动力。



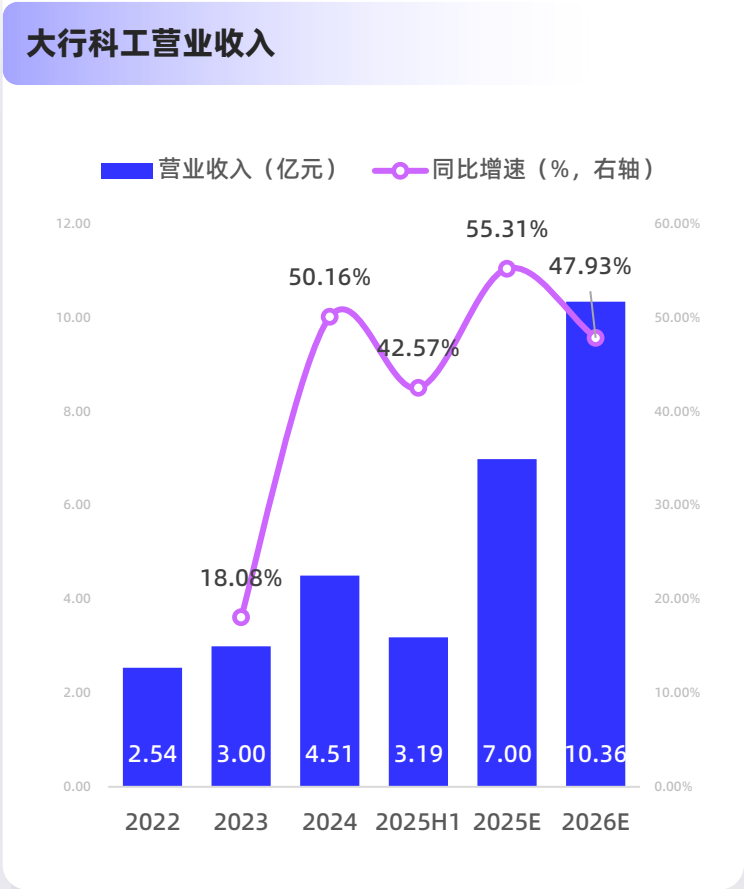
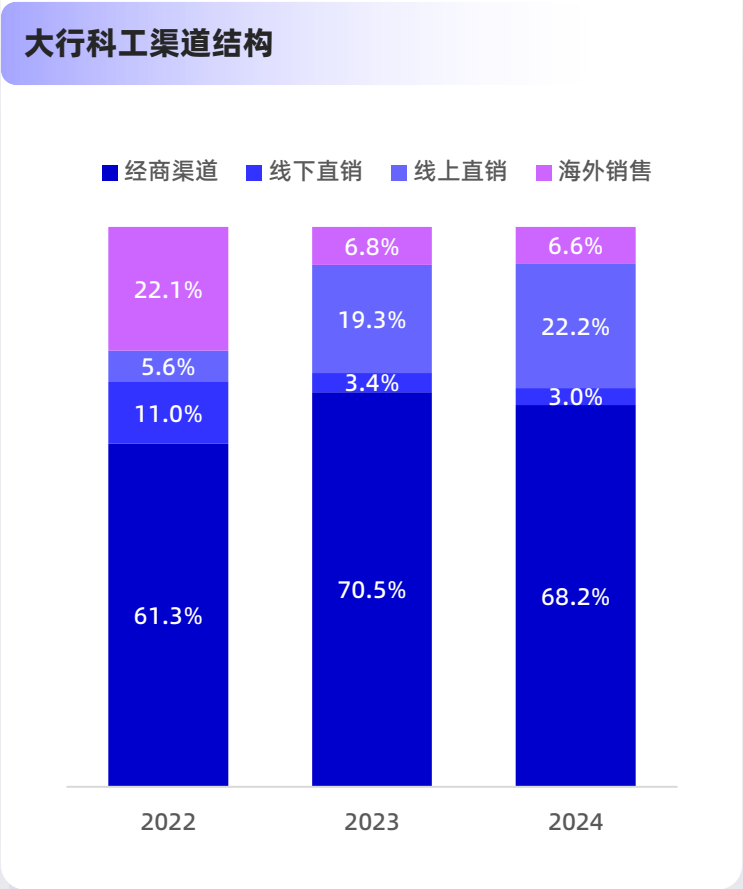
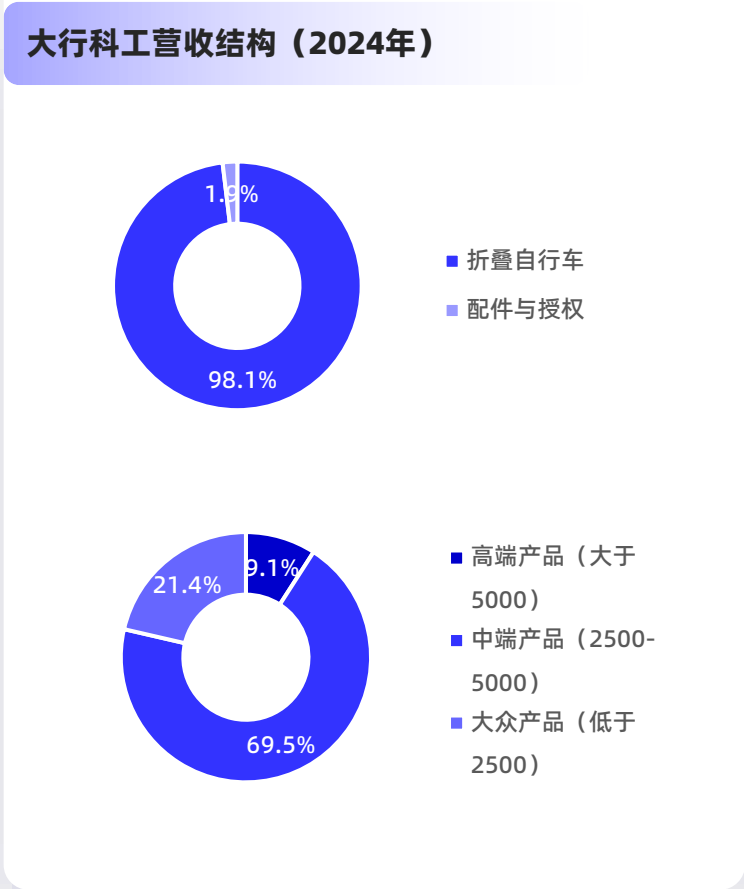
11. 需求驱动：社交+强身健体为核心需求，女性骑行者快速增长

- 从不同年龄段的骑行群体的诉求来看，30岁以内的年轻群体更多是出于社交需求以及个人爱好驱动，31岁及以上群体保持骑行习惯则更多出于身体健康角度考虑。
- 从数据分布来看，女性骑行者呈现明显的“年轻化”和“新手化”特征，女性中骑行时间在3年以内的占比高达 63%，主要系近年来骑行作为一种“社交新潮流”和“生活方式”在女性群体中迅速出圈。男性骑行者更倾向于将骑行作为一种长期的运动习惯或通勤手段。



12. 企业案例：行业龙头-大行科工

- 公司是一家著名的折叠自行车公司，由韩德玮博士于1982年创立，凭藉逾40年的发展，公司的产品组合已从折叠自行车发展到其他自行车类型，包括公路自行车、山地自行车、儿童自行车和电力自行车，提供超过70款自行车车型。按2024年零售量计，公司于中国内地折叠自行车行业占有显赫地位，市场份额达26.3%，按2024年零售额计，公司亦于中国内地折叠自行车行业处于领先地位，市场份额为36.5%。



13. 折叠自行车市场未来发展的主要机遇

城市化与短途出行刚需

我国城市化率突破56%（联合国数据），高密度城区催生“最后一公里”痛点，折叠车凭借便携性无缝衔接地铁、公交，成为通勤刚需工具。2026年，国内多个大都市已建立更为友好的自行车上地铁配额制度，这使得折叠车不再仅仅是短途代步工具，而是成为一种高效率的跨区通勤刚需。

01

下游消费社群化与生活方式资产化

在自媒体传播的推动下，折叠车已成为一种强社交属性的资产。其独特的机械美学和高保值率，使其在二手市场中表现出类似钟表或奢侈品的溢价特征。2026年的消费者更愿意为“品牌调性”和“社群入场券”支付溢价，这种品牌护城河为头部企业在经济周期波动中提供了极强的防御力。

03

电助力（E-bike）技术的微型化与原生集成

2026年，微型中置电机与高能量密度固态电池技术的成熟，彻底抹平了折叠车在长途及坡度路段的短板。电助力不再是“外挂”的笨重系统，而是通过原生设计内嵌于车架中，使得16-20寸折叠车能拥有公路车的巡航体验。这一技术变革大幅拓宽了受众群体，让原本对骑行体力有顾虑的职业人士也能将折叠车作为主流交通工具。

02

制造工艺进化带来的“性能平权”

得益于3D锻造和碳纤维成型工艺的普及，万级以下的折叠车在2026年也实现了接近专业公路车的刚性表现。这种技术下沉使得“入门级专业化”成为可能，吸引了大量原本使用共享单车或廉价折叠车的用户升级换代。大规模制造工艺的进步有效摊薄了研发成本，使行业在保持高性能的同时，实现了更广阔的市场覆盖。

04

14. 折叠自行车市场未来发展的主要挑战

物理性能平衡的“天花板”博弈

折叠车在追求极致便携（更小的折叠体积）与专业性能（更高的车架刚性）之间存在天然的物理冲突。虽然行业工艺已有突破，但在高速过弯或长距离重载场景下，折叠关节的应力疲劳与机械空隙依然是行业难以完全回避的技术瓶颈。如何通过新型复合材料进一步打破这层物理局限，是所有整车厂商面临的首要调整方向。

01

标准化缺失导致的行业乱象

目前折叠结构、锁紧力矩以及电助力电池接口等方面仍缺乏统一的国际强标。市场上涌现出大量模仿头部品牌的低成本“致敬款”，这些产品在关节寿命和充电安全上存在隐患。一次重大的行业安全事故可能引发监管机构的强制性收紧，品牌方需要通过自律标准或参与国家标准制定来提前应对合规性挑战。

03

售后服务网络的深度与专业化门槛

折叠车由于其复杂的机械结构（多关节、精密锁扣、电助力系统），其维保要求远高于传统自行车。近年来许多新锐品牌虽然在销售端通过线上自媒体实现了爆发，但在终端售后服务网点的布局上严重滞后。这种“重营销轻服务”的模式在产品进入大规模使用期后，极易因维保困难而产生负面口碑，迫使行业从纯电商模式向O2O深度融合转型。

02

微出行赛道的跨界竞争

折叠自行车面临着来自共享电动滑板车、平衡车以及新兴的“超便携微型汽车”的多重夹击。当下城市短途代步工具百花齐放，折叠车需要明确其相比于滑板车在安全性、耐用性及运动属性上的核心优势。如果不能建立起独特的价值锚点，部分功能性的代步需求可能会被成本更低、操作更简单的滑板车所替代。

04

版权说明

本报告为简版报告，内容为嘉世咨询研究员通过桌面研究整理撰写。如有深度调研需求，请联系：
mcr@chinamcr.com或021-52987060；

本报告中的所有内容，包括但不限于文字报道、照片、影像、插图、图表等素材，均受《中华人民共和国著作权法》、《中华人民共和国著作权法实施细则》及国际著作权公约的保护。

本报告的著作权属于上海嘉世营销咨询有限公司所有，如需转发、转载、引用必须在显著位置标注出处，并且不得对转载内容进行任何更改。

