



从代步到骑行

——重构中的中国自行车文化

文:林德韧

The Reconstruction of China Bicycle Culture

在里约奥运会上,一组场地自行车比赛的照片流传甚广,参加女子自行车团体竞速赛的中国选手宫金杰和钟天使的头盔上分别画上了“花木兰”和“穆桂英”的京剧脸谱,最终她们以连续打破奥运会纪录和世界纪录的成绩夺得桂冠。在这组照片中,奥运、金牌、自行车、文化、艺术等关键词,就这样被揉合在一起,给人们的视觉带来了强烈的冲击力。

这是中国自行车运动的一次突破。说到自行车,中国人再熟悉不过了。自行车不仅是一种交通工具,更代表着一种文化,而随着时代的不同,这种文化的内核和外延也在不断经历着变化。

曾几何时,自行车是中国人最常用的交通工具之一,在上世纪七八十年代,自行车几乎是家庭必备品,人们的生活离不开自行车,中国也曾一度被称为“自行车王国”。在那个时代,自行车的功能是生活和生产,更偏重于实用,自行车文

化中的运动元素并不算多。

中国自行车协会理事长马中超跟自行车打了几十年交道,对于自行车文化的变迁有着切身感受,“在上世纪80年代大学毕业刚工作那会儿,去单位上班,除了班车之外,最主要的交通工具就是自行车,我当时上下班都是骑车。”马中超说。

随着中国经济的发展,拥有汽车的家庭越来越多,“4个轮子”开始逐渐替代“2个轮子”。马中超向新华社记者透露了一个数据:“在1986年,北京市自行车通行占公共出行的比例是68%,而现在这个数字是17%~18%,前些年一度降到了12%。”

“当时大家一度觉得自行车是一个夕阳产业了,因为国内就快没有市场了,为什么出现这样的滑坡?因为中国缺少自行车文化。”马中超说。

自行车的代步功能被替代,以“实用”为基础的中国自行车的原有文化正

在被逐步消解。根据中国自行车协会提供的数字,近几年中国自行车的产量每年在8000万辆左右,其中超过70%用于出口,中国人对自行车,仿佛已经没有那么热爱和需要了。

越来越多的汽车虽然为人们的出行提供了极大方便,但也带来了诸如交通拥堵、环境污染、占用空间等新问题,在这样的背景下,以绿色、环保、健康为新标签的自行车,迎来了又一次发展良机。

马中超这些年一直在做的,就是自行车文化的推广和普及。他说:“未来中国自行车产业的升级,在坚持技术创新路径的基础上,还应考虑文化创新的新路径,即充分发挥文化的强大关联作用,促进文化与产业的融合发展。”从2010年开始,“低碳行动,骑行中国”活动已逐步成为自行车行业文化建设的一面旗帜。一系列骑行、论坛等活动以及杂志的出版,都在为中国自行车新文化的普及添砖加瓦。由中国自行车协会参与主导的亚洲自



行车产业联盟等组织,也让中国自行车文化有了更多通向国际的渠道。

低碳,绿色文化;健身,体育文化;省钱,经济文化。从代步到骑行,中国自行车文化正在经历一次重构,并逐渐焕发出勃勃生机。

目前,在中国进行的职业自行车赛的数量并不算多,但每年业余性质的骑行、骑游活动的数量增长迅猛。据不完全统计,全国各地每年举办的大小各种自行车赛事、骑行活动,总量已超过3 000场。与之对应的是,我国骑行爱好者的总人数多达2 000万人,且每年以50%的速度在增长。

由北京天阜体育有限公司运营推广的“2016环渤海不间断骑行”就是自行车骑游赛事活动的其中之一。该活动紧扣环渤海地区合作发展及京津冀整体规划,采用环渤海区域大段临海路线,途经

数个景区,将自行车观光、旅游、竞技等元素结合起来,而这样的“融合”在近年来的自行车办赛中,已经逐渐成为一股潮流。

“环渤海骑行经过曹妃甸湿地、盘锦稻田等风景区,串联起了环渤海地区的旅游资源。限时80 h,同时也带有了竞技元素,我们就是想通过这两者的结合,推动更多的自行车爱好者骑行起来,使环渤海骑行成为渤海区域发展流动的金项链。”天阜体育 CEO 曲安江说。

北京联合大学旅游学院教授孔令学撰文表示:“自行车骑行其实并不是一种落后的交通方式,相反,它独特的优势在城市后现代化发展中已然越来越凸显,成为兼具多种功能的重要交通出行方式。其一,自行车骑行灵活、便捷,是点到点短途交通的最佳交通方式之一,是解决公共交通换乘最后1 km 难题的首选;其二,自行车骑行零排放、无污染,是真正的

绿色低碳交通方式;其三,自行车骑行能够活动颈、臂、腹、腰、臀、腿等多个身体部位,可以提高骑行者心肺功能,有益身体健康,是一举两得的健身方式。”

从交通工具到生活方式,从交通、载物、载人到旅游、休闲、健身,中国自行车文化正在这样的重构中寻找一条融合发展的道路。

据马中超介绍,中国目前自行车保有量为4亿辆左右,虽然总量很高,但高端运动自行车的比重还比较低,未来的发展空间依然很大。他表示:“我们要做的一个是多样化,一个是中高端化,一个是品牌化。要提高自行车人口的比例,以项目化运作带动多层次、多内容的主题活动,形成行业文化发展合力。文化是永恒的经济,无论是经济好不好,只要文化做好了,就是软实力。”**中国自行车网**

来源:新华社

