

把骑行变为爱好的第三年，魏继华家里多了一个骑行装备库：全指、半指的骑行手套有六副，骑行鞋有六双，骑行头盔有五个，骑行服夏季的有九套，冬季、春秋的各两套，骑行眼镜有“无数双”。

三年前，为了“让体检指标好看一点”，魏继华开始骑行健身。最初，他在网上挑中一辆二手折叠车，售价2000元，“试骑了觉得体验不好。”后来，他在工作单位附近的车店里花费6000多元买了一辆全新的品牌折叠车，又在老板的建议下，对新车进行一番改装，总车落地价近万元。

有了车，他频繁地与骑友“刷”长安街，“刷”二环、三环，“刷”首钢大桥、戒台寺、妙峰山等经典骑行线路。他曾试过跑步、滑板、踢毽子、打羽毛球，都没有坚持下来，因为“一个人枯燥”。不像一群人一块儿骑车，热闹又快乐。三年过去，他从“蹬两下就喘”变为“平地匀速30公里”，体检指标也下降了。

他认识了许多骑友。有人和他一样，为了锻炼身体，有人想要逃避拥挤的通勤，有人希望治愈低落的情绪，有人就是为了突破极速的刺激。这个日渐庞大的人群开始分类：有按功能的，折叠车的归折叠车，公路车的归公路车；有按目的的，“休闲骑”的组一块儿，“竞速”“爬坡”的组一块儿；还有按品牌的。

魏继华发现，骑行正在变“卷”。浏览社交平台，“一副手套随随便便要五百，两千块的骑行鞋都不算好鞋。”长安街上，“十几万的进口公路车越来越常见。”去年秋天，他新提了一辆六万多元的公路车，蓝黄配色的车架从意大利进口。据说，那是“同款落地北京的第一辆车”。提车头半个月，他在外骑行，“没见到哪怕一辆同款。”心里很快意。



骑行登顶妙峰山后，魏继华与山顶牌坊合影。受访者供图

爬坡骑行是一种“痛并快乐着”的体验，连续上坡后，两腿像灌满了铅，心脏能从嗓子眼里跳出来；天气也拿捏不定，出发时天晴，到半山腰上兴许就起雾甚至下雨了；能量胶、巧克力、饮用水要备齐，但消耗得快；常常是早上出发，傍晚才回城，饿极了，就在山路小店里买盒泡面吃。一趟骑行来回上百公里，脱胎换骨一样地

疲惫。但山里风景独好，“过了个弯就有不一样的景色。”

北京是一座适合骑行的城市。它少雨，三面环山，市内有规整的公路和布局；尤其这两年，新建或修缮了绿道、骑行道和自行车快速路。最显著的变化在二环路上，机动车道让位于非机动车道，后者被拓宽至3米以上，原本多处断头的非机动车道也全线贯通；每隔几米，地面上就装有隔离机非车道的反光道钉，以警示行车安全；机非混行路段则设置了“自行车优先”标识以明确路权。据悉，相比改造前，二环路的通行效率提升了25%。

这不只便利了热爱竞速的骑行队伍，讲究“悠哉”的骑行者也多了起来。

一年多前，某报社编辑、44岁的许冬建立起一支车队，招募了几名拥有折叠自行车的同事。周末时，大家会结伴在城区内骑行，以“休闲骑”为主，匀速十来公里，总里程通常不超过五十公里。胡同钻了无数条，见到心仪的咖啡馆，就停下来买杯喝的。折叠车好收纳，折上了就像一个中号行李箱那么大，随处可摆放。

平日里，他们骑车上下班通勤，互相总结可以推车、存车的商场和饭馆。好几个队友买了自行车后，再也没有坐过公交、地铁，也不再开私家车。他们希望“除了赶飞机或高铁，能够骑车去北京的一切地方”。

“卷”

在北京，像这样的折叠车“休闲骑”社群正在扩张。

2021年，40岁的摄影师宋伟和几个朋友一同建立了社群“Pop Rider”，以折叠车骑行为主。不到两年时间，通过社交媒体推广，已经吸引七百多名骑友加入。

宋伟介绍，社群曾举办过“北京菜篮子”活动，要求参与的骑友在车头挂一个包，骑着车一块找寻北京老字号，“边吃边骑，边吃边聊。”

“几年前，约骑的人少，内容也简单，就是划定线路，然后骑。现在，在线路的基础上，大家还会立名目，找一些附带的活动去做。”在北京经营自行车多年的大钊说，“现在的骑行有些像狼人杀、飞盘和露营，在城市里有了社交意义。”

据中国自行车协会最新消息，2022年，我国自行车行业规模以上企业实现营收2100亿元，同比增长3%，实现利润超100亿元，同比增长20%以上，行业经济效益持续改善。

骑行热已持续了一段时间，自行车销售热度仍未减。按北京各车店老板们的说法，

购车难“有好转”，但相当一部分车型仍需订货等待，“短的几天，长的，要半年、一年。”

许冬本就是自行车迷。早在2013年，为去台湾环岛骑行，他就买了人生中第一辆折叠车。而后，因为“对任何类型的自行车都有收集欲望”，他陆续又买了一辆公路车、三辆折叠车，其中两辆是著名的手工折叠车品牌。为买自行车，他总共花费了近二十万元。

去年秋天，许冬的同事、29岁的郝佳搬了一次家，通勤距离缩短到五公里，便打算骑车上下班。一开始，她的购车预算在五千元内。选车阶段，她收到了社交平台推送的品牌折叠车的内容，“一下子被颜值吸引了。”但一看价格，近一万五千元。

“朋友问我，一万多块，你不买个包，居然买辆自行车？”犹豫之间，她向同事求助，发现同单位已经有三位同品牌车主。这给了她信心。她最终付了款，认为如果这笔钱能买一种新的、健康的生活方式，“也值”。

买车并不是终点。郝佳很快认识到，车辆改装和配件也是一个“无尽的领域”。在某社交平台上，关于该品牌的改装和搭配的内容有近万篇。循着骑友们分享的效果图，她忍不住去“做功课”。提车两个月，她花了小几千块，买了车头包、水壶包、挂饰等配件，改装了后轮上的货架，又买了几件骑行服用以搭配。

许冬是更资深的改车发烧友。2019年以来，他买的两辆折叠车，一辆走的是“复古”线路：他把橡胶车把、车座换成纯皮质地，折叠扣换成阀门款式，减震器换成青铜底色，又买了两张刻印有自己姓名的皮子，一针一针地缝到车梁与立杆上。总计花费两万块。

另一辆追求轻盈，他找了一位改装师，列清单、算算数，“这里减50克，那里减100克。”耗费总计四万元，又为车减重1.5公斤。

改装时，每一个配件，许冬都会亲手装上。那种成就是难以言述的，他买了一大堆工具，一下班就研究图纸和手工。对他来说，改装车辆，像是参与艺术制作，“每一辆车都是不一样的。”骑着改装完成的车辆外出，回头率总是很高。路过的孩子摸一把、掂一掂；偶遇的骑友对着他的车啧啧称叹；还有旁观的大爷大妈会问，这自行车不便宜吧？而后咬咬牙，自己猜了个数：得好几千块钱？这都是令他愉悦而欣慰的时刻。

自行车经营者大钊回忆，十年前，品牌折叠车刚进入中国大陆市场时，客人多是买了车就骑走，少有改动的需求。这两年，原厂及第三方配件越来越多，改装文化才逐渐形成，小到一颗螺丝钉的颜色和样式，大到车座、车把、牙盘都可以更换，价

格从几百元到上万元不等。

同样在北京经营自行车十余年的文程介绍，十几年前，城市与互联网上就曾广泛传播过“4+2”等概念，即提倡四轮加上两轮、汽车与自行车搭配出行。2020年以来，疫情为骑行增加了更多拥趸。而与以往不同的是，消费升级了，“十年前，大家意识到骑行是健康的生活方式，但骑行相关的装备、套件都没有现在这么多，消费也就没有达到现在的境界。”

在文程的店里，自行车售价从一两千元起，卖得最好的是千元级别和万元级别的车辆。再往高处则“没有天花板”。各大品牌套件的档次分明，便宜的几百，贵的上万。高端的车架也有等级细分，“普通碳架，两三万，手工碳架，基本都要四五万以上。”

一双好的骑行手套，“五六百块打不住”；一顶空气动力学头盔，“最少也要两千块”；一套进口的顶配轮组要上万元……去年年底，她售出店史上最昂贵的一辆公路车，是以意大利的车架、德国的轮组和日本的套件组成的，整车总价近二十万元。

这在过去是不可想的。十几年前，文程刚刚踏入骑行圈时，买了一辆“又便宜又重”的折叠车。她骑着就和队友们刷百公里去了。她接待过的客人中，有人赚着每月几千元的北漂工资，节衣缩食，省下来两万块买公路车。也有人花4000元买了一辆折叠车，从北京一路骑到拉萨。“都是因为热爱。”

### 骑车，不问社会身份

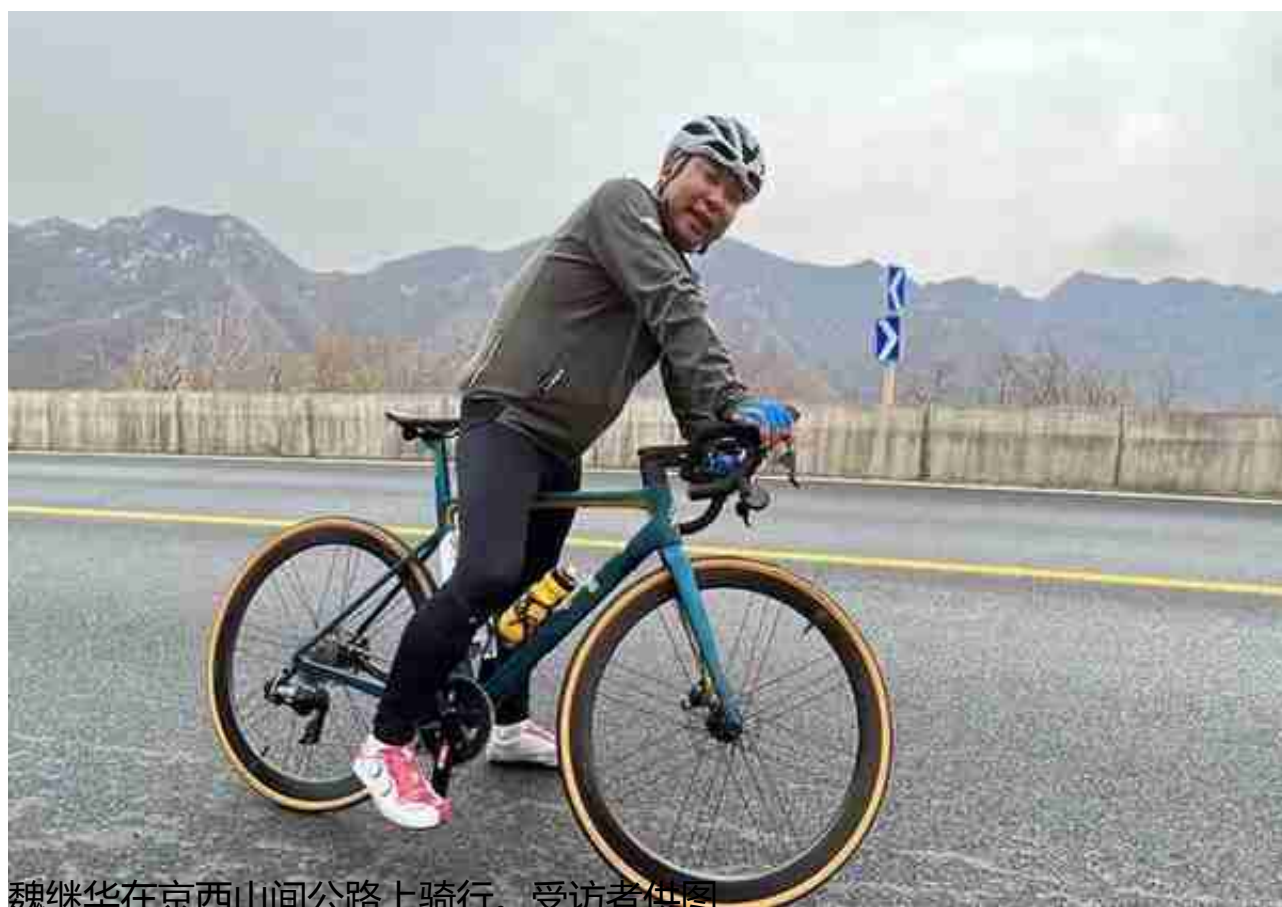
今年2月，提到新车后，郝佳拍照发布在了社交平台上，立刻有骑友邀请她加入一个叫做“布焦绿”的骑行群。和她一样，里面有四百多名拥有绿色系该品牌折叠车的骑行者。

有一次，郝佳在虎坊桥的一家咖啡店偶遇到一支绿色折叠车队。其中几人的包上挂着一枚黄绿色的徽章，她一眼认出是“布焦绿”的标志——虽然素昧平生，她与那些骑友很自然地聊起车与配件，互相赞赏对方的车饰。

郝佳是个讲话轻柔，注重形象的女孩。她自称是“绿色痴迷者”，在她眼中，这些骑友与自己一样热爱绿色系自行车，某种程度上是“同道中人”，“有亲切感，有某种共同属性。”她用一句在社交媒体上广泛流传的话总结，“天下布友是一家。”

当我采访许冬的时候，他马上邀约我骑行，就像他往常邀约身边任何有自行车的人

一样。我们一同从前门出发，绕行北京中轴线。先往西北方向，经过白塔寺、后海等地。最后到达鼓楼广场。



魏继华在京西山间公路上骑行。受访者供图

但吸引他的远不止于此——在他的骑行群里，最小的是90后，最大的过了七十；从事物流销售、舞蹈教练、保险经理、室内设计师、4S店员工等等五花八门的职业。大家唯一的共同点就是爱骑车，骑行能力永远是最受欢迎的讨论话题，群里每日切磋距离、匀速，聊踏频和心率，聊进山和爬坡。

对他们来说，骑行很难停下，“骑越久，越兴奋。几天不骑，就觉得浑身的劲泄不出来。”有人逮着双休日的一天，从北京骑到天津再折返，全程将近250公里。有人月平均骑行量有1200至1500公里；在沙尘暴的天气里也忍不住骑，回家照镜子，抹下一脸沙。有人刚跑完全程马拉松，歇几天就参加了百公里自行车大赛。

在群三年，魏继华总结出了约骑的规律。如果是“休闲骑”，骑行距离不远，也不讲究速度，高手等一等新手，都很乐意。但如果骑长途，或是进山爬坡，不同水平的人就很难骑到一块儿去，“有人还没出汗，有人已经不行了。”所以，约骑也讲究量力而行。但骑行群是包容的，“一定能找到和你同频的人。”

三年间，群里的人来来去去。过去爱发言的、爱组织活动的，现在或者改玩摩托了

，或者“就是新鲜劲儿过了”，不再活跃了。但总有一拨儿一拨儿的新人填补上来。

魏继华在长安街“刷街”也有三年了，在同时间段、同路程，他认识了好几位“不知道姓名但面熟”的哥们儿。默契自然而然就产生了。路上偶遇时他们会互相致意，各凭本事到了终点，就一起点根烟，喘口气，互相看看对方的车。别的再无多话。

“不管你是谁，不管你几岁，不管你干哪行哪业，来了都一样，只是骑车。”魏继华享受这种交往，“够纯粹。”