

本地配套率超80% 材料運輸高效低成本 重慶完備摩托產供鏈 「張雪機車」奪冠關鍵



▲「張雪機車」創始人張雪。

Seek 神州

當張雪機車（ZXMOTO）的820RR賽車在葡萄牙阿爾加維賽道連奪兩冠，中國摩托車首次站上世界超級摩托車錦標賽最高領獎台。這是張雪離夢想最近的一次——用自主研发的三缸發動機，在國際賽場上正面擊敗雅馬哈、杜卡迪等世界級摩托車品牌。

成功從來不是偶然。「張雪機車總部落戶重慶，很大程度上是看中這裏產業鏈供應鏈的完備。」張雪的話道出這場「中國速度」登頂的玄機：目前，重慶集聚規模以上摩托車整車企業51家，規模以上零部件企業410餘家。數十年沉澱的軍工基因與人才池、超80%的燃油摩托車本地配套率，重慶摩托車產業如今織就的完備產業鏈，使得一個個來自重慶的零件和螺絲釘，高效低本地聚集在張雪機車的廠房，並最終構成了在全球頂級賽事上奪魁的摩托車發動機。

大公報記者 韓毅



▲4月1日，工作人員在重慶兩江新區「張雪機車」生產車間整車總裝流水線上作業。



▲「張雪機車」工作人員在生產車間對下線機車進行整車完檢。

把產品做到極致 張雪「以熱愛破局」

追夢之旅

張雪的微信簽名是：「折騰多少，生就收穫多少」。當國內多數摩托車老闆還在計算「換殼」的回報周期時，張雪選擇了最難的路——自研三缸發動機、親自抓研發、將自己與品牌深度綁定。在重慶摩托車行業資深從業者李鑫看來，「值錢的並不是

張雪機車，是張雪這個人。」他的成功為中國草根創業者提供了一份可參照卻難以複製的樣本：熱愛到偏執，堅持真的會有結果。

自主研发發動機 回報周期長

作為同業，多年以來李鑫見證了張雪的一路狂奔。「自主研发摩托車發動機的成本很高，回報周期很長。」李鑫坦言，如果不是此次奪冠這一現象級事件，相信張雪的回報周期會更加漫長。

「業內更普遍的做法是：用一套國外的發動機技術，包裝設計外殼。」李鑫說，傳統的摩托車製造廠商老闆，包括大廠的職業經理人，沒有人像張雪那樣親自抓研發、生產、營銷。他以自身為IP和品牌深度綁定，把每一個環節跑通。「他太懂業務了。」李鑫用一句話點破張雪與同行的本質區別，「張雪是研究車的，其他老闆是研究人的。」這句話的分量在於，當多數企業考慮「如何快速收回成本」時，張雪考慮的是「如何把產品做到極致」。張雪更遠的理想，是旗下機車未來有機會參加「摩托界F1」——世界摩托車錦標賽，與全球品牌未來技術與尖端科技比拼。



▲重慶作為「摩都」，摩托車文化濃厚。圖為在重慶舉行的中國國際摩托車博覽會展位。

激活產業全盤 重慶會有「下一個張雪」

業界心聲

「中國傳統製造業很多出海，都是去捲價格。這次事件或許會改變世界對中國製造業、中國產品的認知。」重慶摩托車從業者李鑫認為，張雪機車的勝利，代表着中國可以在摩托車領域做出高品質、高技術含量的產品了，「邁出這一步就很成功。」

重慶市渝中區摩托車配件進出口商會會長馮仁發的感受則更直接。近期他注意到，為張雪機車做配套的企業「非常亢奮，現在的業務火爆到根本不擔心訂單」。

他預估明年自己公司的外貿量會增長30%以上。「這次會把重慶摩托車產業鏈、生產鏈、配套鏈、技術鏈全部帶動，明年就會看到更直觀、量化的數據。」

馮仁發預見，在重慶，還會出現「李雪、王雪、馬雪」：「張雪機車的成功必定會促進第二個、第三個企業閃亮登場。」

他強調，「下一個出圈的不一定完全照搬張雪的模式，「十五五」規劃綱要高度關注新興產業，重慶正大力推動智能機器人產業發展，就不能是具身智能人形機器人駕駛的高端摩托出圈嗎？地上跑的，水中游的，天上飛的，它都可以是摩托車。AI時代，工業發展會顛覆大家的認知。」在馮仁發看來，這是產業鏈成熟後的自然溢出。



▲4月18日，「張雪機車」車隊法國車手瓦倫丁·德比斯（左一）參加在荷蘭阿森舉行的Ducati世界超級摩托車錦標賽。新華社



▲工作人員對「張雪機車」的兩輛參賽車輛進行賽前檢查。新華社

2013年，初到重慶的張雪第一站便去了重慶老頂坡汽摩綜合市場——一個「能配齊一輛摩托車全部配件」的地方。老頂坡市場商戶、重慶汽車摩托車運動協會機車教練唐子松說，「張雪來重慶前在浙江工作了4年，對他而言沒有比重慶更合適的地方。」

80公里內零件免運費 隨送隨到

「老頂坡老頂坡，一顆螺絲就能造一台車。」唐子松引用的俗話絕非誇張。「張雪機車奪冠的背後，首先是重慶摩托車產業配套半徑的重塑。」隆鑫通用動力股份有限公司董事長李耀說，在重慶，張雪踩著的是本地配套率超80%的龐大生態圈。「一張非標零件的圖紙拿出來，不出園區就能開模打樣；上萬次的金屬疲勞測試，有成熟的台架日夜運轉。」李耀說。

重慶摩托車產業配套體系運轉得有多精密？唐子松透露了「不成文的行規」：方圓50至80公里內的企業，所有配件運輸免費送貨上門，超出才加收運費。「在重慶生產一台摩托車，所有零配件的物流成本大致可節約200至300元（人民幣，下同）。」重慶市渝中區摩托車配件進出口商會會長、重慶市佰斯吉貿易有限公司董事長馮仁發介紹，由於產業高度集聚，重慶的零配件生產速度全國最快，「給圖紙很快就能生產出成品。」

人才技術原材料「隱形庫存」充足

張雪說，「重慶不僅給了我造車的土壤，還給了我把車造好的底氣。」馮仁發進一步解釋，重慶摩托車產業的競爭力藏在三個「庫存」裏：一是人才技術儲備，「要開發一個新品，每家廠家都有各類專業的人才」；二是智能化生產線，有的零部件會精確到「頭髮絲的半徑」；三是大量原材料儲備，當其他地方零件漲價，重慶可以憑藉儲備穩定價格。

目前，重慶集聚規模以上摩托車整車企業51家，規模以上零部件企業410餘家，已形成年產能超2000萬輛整車和2000萬台發動機的綜合生產能力，燃油摩托車本地配套率超80%。2025年，重慶摩托車產量785.7萬輛，居全國城市第一；出口610.9萬輛，佔全國比重超過三分之一。

「為什麼張雪不選湖南、廣東、浙江？」馮仁發說，「因為重慶是世界摩托車之都，具備生態鏈、產業鏈。重慶給予張雪的是無形的土壤。」在重慶，張雪機車可以直接採用隆鑫、宗申的配件，這種「隨手可得」的便利，讓初創品牌能迅速崛起。

李耀總結得更為系統：「極短的配套半徑，讓張雪以極低的試錯成本完成了整車底盤的構建。」而這套半徑，重慶磨了幾十年——從三線建設的軍工基礎，到嘉陵造出中國第一輛民用摩托車，再到千禧年後「摩幫」橫掃東南亞。如今，這套體系給出了回答：用完善的產業鏈、成熟的人才體系、優越的成本優勢，可托舉起國產摩托車品牌的世界夢想。



►重慶市佰斯吉貿易有限公司展示重慶造摩托車零配件。大公報記者 韓毅攝

三線建設鑄根基 「摩都」底蘊厚積薄發

歷史悠久

如今的「摩托之城」重慶，並不是一日建成的。1965年2月，中共中央批准了《關於以重慶為中心常規武器配套規劃情況的報告》。

南線布局地面壓制火炮，北線布局光學儀器和炮彈，長江沿線建造船基地，主城幾大兵工廠改擴建。望江廠造高射炮，嘉陵廠和建設廠造槍炮，還有被稱為「小鞍鋼」的重鋼和重慶特殊鋼廠。

「重慶最早的摩托車配套企業全是軍轉民，全是軍工企業。」唐子松介紹，「嘉陵廠、建設廠以前是造槍造炮的，望江廠是造高射炮的。」軍工廠轉民企後，下游配套單位自然做起了摩托車配件。「生產彈簧的廠做減震，做鏈輪的、做車架的，都是從軍工體系裏長出來的。」

1980年代，嘉陵機器廠「軍轉民」造出中國第一輛民用摩托車「嘉陵50」，發動機製造基因就此深植山城。千禧年前後，依託初步成型的供應鏈，重慶「摩幫」——嘉陵、隆鑫、宗申、力

帆——用極致成本控制掀起席捲東南亞的價格戰，一度從日系品牌手中搶下大片市場。

如今，全國每出口3輛摩托車，就有1輛來自重慶。中國摩托車配件60%出自重慶。從軍用到民用，從國內到世界，重慶的工業脈絡從未中斷，只是換了一種方式奔騰。



▲重慶老頂坡汽摩綜合市場號稱「能配齊一輛摩托車全部配件」。大公報記者韓毅攝

勿被熱度反噬 品牌前行需穩紮穩打

未來可期

奪冠歡呼聲猶在耳畔，問題也隨之而來：一個初創品牌的產品，能否承受住市場持續驗證的考驗？業內者李鑫提醒，作為初創品牌的張雪機車，還有很長的路要走。「任何豪華摩托車都不可能做到完美，再好的車都有故障發生的概率。摩托車是流水線上的機械產品，任何產品都有故障的概率存在，如果產品出現不夠穩定的質量問題，就有可能會被輿論與熱度反噬。」

「相比雅馬哈、杜卡迪這些品牌，我們的國產品牌仍存在一定差距。」李鑫舉了一個例子：雅馬哈R6推出20多年後，至今仍在海外被正常使用。「這種摩托車的壽命和穩定性，目前沒有國產品牌能做到。」因此，市場不應過於「盲目追捧」。

重慶市渝中區摩托車配件進出口商會會長馮仁發則從企業管理角度，建議張雪機車嘗試運用人工智能，通過大數據比對評估風險。「專業技術毋庸置疑，但公司發展要跟上時代的變化、消費者認知的變化。」

業界表示，張雪機車的奪冠，無疑是中國摩托車工業的一座里程碑。但真正的「冠軍」，從來不只是賽道上衝線的那一瞬間，而是產品在用戶手中安心行駛的每一個平凡日子。熱度總會退潮，留下的只有品質和口碑。張雪機車需要證明的，不是一次勝利的能力，而是持續交付可靠產品的穩定。



▲4月17日，客商在廣交會張雪機車的展位上參觀拍照。新華社