



4月19日，“张雪机车”车队法国车手瓦伦丁·德比斯在2026世界超级摩托车锦标赛荷兰站第二回合正赛中获得第七名。

新华社记者 邵海军 摄

城市经济学

张雪机车夺冠背后

心有邻水

3月底，张雪机车在2026世界超级摩托车锦标赛葡萄牙站夺冠的消息刷屏全网。3.685秒的绝对优势，让这个中国品牌一战成名。

当大伙儿都以为冠军机车的发动机来自一线大厂时，没人想到，那颗“心脏”核心零部件之一的凸轮轴，竟出自川东一座小县城——广安市邻水县。

4月中旬，作为这根凸轮轴的生产企业，四川弘融新精密铸造有限公司（下称弘融新）总经理李徐俊有些平静，那批货的供应量其实不大，去年4万多套，只占其营业额的千分之一。2025年，弘融新产值3.3亿元，在西南凸轮轴生产领域名列前茅。

这座小城的制造故事不止于此，在摩托车这条千亿级产业链上，它一直都在场。

华西都市报-封面新闻
记者 刘彦君 罗石芊

给重庆“打工” 也把车卖到海外

从重庆主城区开车往东，一小时就能到邻水。这段距离，刚好够一车零部件完成从生产线到整车厂的转移。

2024年，邻水25户规模以上摩托车企业产值42.7亿元，占全县规模以上工业近四分之一。80%以上零部件，运往全国最大摩托车产业集群所在地重庆。13家企业是一级配套商，直接给宗申、隆鑫供货。活塞、气缸体、凸轮轴、磁电机、轮毂总成……30余种核心零部件在此汇集，两小时后便能现身重庆车间。

但邻水这座小城的“野心”，远不止于给重庆“打工”。

四川中金疆海科技产业集团有限公司（下称中金疆海）的总装车间里，每几分钟就有一台摩托车下线。工会主席卢相全指着订单排期表，声音拔得很高：“2025年接近8万台，今年目标10万台，全部出口！4月份就接了两万多台，董事长不敢再接了。”

他口中的这些摩托车，大多去往非洲、中亚、东南亚等国家。卢相全拿起一个出口包装箱，“那边基础设施差，土路多，电瓶车跑不动。我们的车底盘高、动力足，正好合适。”

靠着性价比更高这条路，中金疆海曾在柬埔寨做到每10台摩托车里，有2台是他们的。

距离中金疆海数百米外，四川腾邦科技有限公司（下称腾邦科技）另辟蹊径，以磁电机产品闯出海外大市场。企业不做国内配套，全部产品通过外贸商销往中东、南美、东南亚，专注海外摩托车售后赛道。

2025年，腾邦科技产值4560万元，100%出口，居西南磁电机前五。该公司从2013年传统手工绕线起步，次年砸5%营收建研发中心，将研发周期从半年压至2个月，转化率从85%提至96%，达到国际一线水平，2021年拿下雅马哈、铃木订单。

如今130台自动化设备运转，不良率控制在0.5%以下，交付周期缩短40%。“国外专家都说精度不输国际大牌。”腾邦科技综合管理办公室主任文力说。

从配套重庆到整车出海，从凸轮轴装进冠军机车到磁电机远销三大洲，邻水一次又一次让人意外。

为冠军车供“心” 邻水制造想走到台前

实际上，夺冠的张雪机车，国产化率超过90%，发动机、电控、车架三大核心部件100%自主化，其零部件50%来自重庆，还从山东采购链条、曲轴、活塞，从江苏采购发动机核心件。

这张覆盖全国的供应链网络，由众多专精特新企业和行业隐形冠军构成，弘融新就是其中之一。

弘融新从不缺技术，缺的是“存在感”。李徐俊说，公司技术过硬，但作为二级供应商，品牌始终藏在产业链深处。“张雪机车夺冠了，大家才知道凸轮轴是我们供的。但很少有人知道，我们还给长安、吉利、比亚迪、奇瑞、小米、小鹏供货。”

腾邦科技也一样。“我们在南美有个客户，产品是我们代加工的，贴他的牌子卖得很好。”文力说。

把视线拉到国外市场，中国摩托车的处境更扎心，市占率只有个位数，本田、雅马哈依然是老大。“人家愿意多花一两千美元买日本车，为什么？品牌信任度。”

卢相全比谁都清楚这股“无名”的痛。2023年中金疆海拿到整车资质后，企业决心开始打造自己的品牌，不再贴牌。但尽管车在非洲“跑得欢”，还是有不少车主不知道这是什么牌子。

“我们有技术中心，20来个人，针对不同国家和地区的路况、气候做定向研发。”卢相全说，虽然目前还主要面向中低端市场，但“想做知名品牌”这个念头一直没丢。

三家企业，三条出海路径，被同一个问题卡住：怎么从“无名”变“有名”？

邻水县经信局产业与技术改造创新股有一份产业链分析表，密密麻麻标注着缺失环节。在该股负责人看来，品牌困境只是冰山一角。

铺开来看，全县25户规模以上摩托车企业中，省级技术中心只有2个、市级3个、专精特新3家，年均研发投入占比不足1.5%。大部分企业仍以来料加工为主。核心零部件本地配套率不足15%，只有5家企业能给本地整车厂供货。传动系统几乎是空白，悬挂制动全靠外购。

这并非孤例，而是产业位势映射。数据显示，中国摩托车产业长期处于“微笑曲线”底部，零部件企业依附主机厂认证体系，自主品牌整车则面临欧美日长达半世纪的标准壁垒与心智占领。邻水的处境，也是中国制造从“配套权”向“定义权”跃迁的缩影。

但他们同样清楚：短板，也是空间。

锚定百亿目标 不甘只做“幕后”

邻水一直在酝酿破局的办法。2026年，全县深化“1+3”摩托车产业布局，推动从“燃油配套为主”向“燃油+电动协同、零部件+整车联动”转型，力争整车产量突破15万辆、总产值30亿元，培育规模以上企业30户以上、整车企业3户以上。

路径已然清晰：支持中金疆海在7万辆燃油车基础上，逐步新增电动摩托车生产线，力争2027年电动车型占比提到20%。支持四川钰汇汽车配件制造有限公司升级产线，推动四川弘融致造机械有限公司提升零部件水平，对接重庆秉宪机械制造有限公司拓展产品，力争关键零部件覆盖率超50%。

同时，靶向引进春风动力、钱江摩托这些有电动化、智能化底子的整车厂。推动本地企业攻关连杆、正时链条，补上传动系统缺口。

企业也没闲着。弘融新从“小作坊”一路干到西南凸轮轴产能第一。客户从摩托车拓展到汽车。“中国的摩托车和汽车制造技术，绝对不会比任何一家国际品牌差。”李徐俊底气很足。

中金疆海把战线往西推。新疆喀什的分厂成了面向中亚的“前哨”。太阳能三轮车也搬到新疆生产，电动摩托车生产线已经在筹备中。

腾邦科技选择了更持久的路。面对新能源浪潮，他们正“双线作战”：一边筹备大功率竞技型磁电机生产线，瞄准高端摩托车市场；另一边联合高校研发高速电动摩托车驱动电机，计划直接为新能源车企配套。“以前是跟着市场跑，现在我们要试着领跑。”文力说。

弘融新的车间里，凸轮轴仍在以恒定节拍拍下线、打包、发往重庆。张雪机车夺冠那天，没有人停下来鼓掌，也没有挂横幅。李徐俊说：“我们就是做好自己的零件。”

夺冠，是中国摩托车产业技术实力的有力证明。但中国制造的底气，从来不只靠一两个“明星”。

2025年，全国摩托车整车出口量达1823.46万辆，同比增长25.77%，出口额113.89亿美元，同比增长30.67%。支撑这份成绩单的，是无数个像弘融新、中金疆海、腾邦科技这样的企业，以及它们背后那些不为人知的县城。

如今，邻水已将视野投向更远处。从摩托车始，历经数十年积淀，这座川东小城锚定“川渝地区智能网联新能源汽车零部件重要配套基地”目标，统筹推进强链群、融圈层、优生态。摩托车产业的精密铸造、电控匹配与供应链管理，正成为其切入智能网联赛道的通行证。

这条路或许漫长，但他们已在路上。



位于广安邻水的腾邦科磁电机绕线机生产线。张天文 摄