

## 外热内冷 中国摩托车产业的“温差”与“破局”

■ 中国工业报记者 祁晓玲

一季度通常是观察行业全年走势的重要窗口。中国摩托车商会最新发布的数据显示，2026年1-3月，全行业累计产销摩托车达532.4万辆和539.49万辆，同比分别增长8.39%和9.3%。外贸出口延续强劲增长态势，整车出口量达347.37万辆，同比增长18.66%，出口金额23.25亿美元，同比增长21.52%。

然而，在这份成绩单背后，一个不容忽视的结构性矛盾正在加深：燃油摩托车国内销售115.35万辆，同比下降2.14%。更值得关注的是，代表消费升级方向的大排量休闲娱乐摩托车（排量250ml以上）一季度产销18.32万辆和18.74万辆，同比分别下降11.84%和8.5%。曾经拉动行业增长的重要引擎，正在经历明显的“降温”。

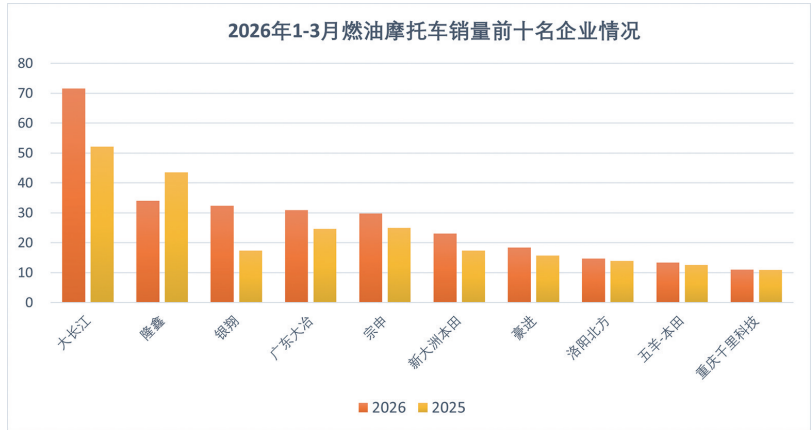
## 外热内冷 分化加剧

出口高增长撑起行业半边天，内需疲软却成难言之隐。

一季度，摩托车整车出口量达347.37万辆，同比增长18.66%，出口金额23.25亿美元，同比增长21.52%。在国内摩托车仅约四分之一销量来自国内市场的背景下，出口表现已成为衡量企业竞争力的核心标尺。

从出口金额看，江门市大长江集团有限公司位居榜首，重庆隆鑫机车有限公司、广东大冶摩托车技术有限公司紧随其后。重庆银翔摩托车集团有限公司以超过80%的同比增速成为增长最快的企业。十强企业出口金额合计15.15亿美元，占摩托车出口总额的65.16%。

中国摩托车商会信息部部长王东分析指出：“一季度出口数据延



(来源：中国摩托车商会)

与此同时，中国摩托车品牌在世界顶级赛事上不断取得突破。2026年3月，张雪机车在世界超级摩托车锦标赛（WSBK）葡萄牙站连夺两冠，

搭载的直列三缸发动机等核心技术实现了较高水平的自主化。赛场上的辉煌与国内市场的现实之间，仍横亘着不小的距离。

人士分析，国内市场低迷有多重原因：宏观经济环境影响了消费者信心，电动自行车新国标实施后分流了大量短途代步需求，部分城市的“禁限摩”政策虽有松动但整体环境仍较严格。

经济效益数据印证了这一趋势。据中国摩托车商会统计，1-2月，摩托车行业亏损企业数由去年同期的25家增至26家；营业成本198.31亿元，同比增长12.4%；财务费用3.75亿元，同比激增3823.12%；实现利润总额9.53亿元，同比增长6.36%，增速远低于营业收入12.65%的增幅。行业整体盈利能力承压，企业间分化进一步加剧。

## 结构阵痛 存量博弈

大排量市场增速“踩刹车”，从增量竞争转向存量博弈。

大排量市场的“降温”尤为引人关注。一季度排量250ml以上摩托车产销18.32万辆和18.74万辆，同比分别下降11.84%和8.5%。从车型结构看，跨骑车仍是二轮车市场的绝对主力，销量占比达59.69%；踏板车占比28.29%；弯梁车占比11.56%。大排量车型的萎缩主要集中在中大排量娱乐

车型领域，反映出消费信心和购买力的变化。

王东表示：“大排量市场从爆发式增长进入平稳期是必然趋势。过去七八年，大排量销量从3万台增长到40多万台，如今增速放缓，行业开始进入存量竞争阶段。这要求企业在追求规模转向追求品质和差异化。”

中国宏观经济研究院研究员张燕生在分析外贸形势时指出：“当前全球正处于第三次风险期，大国关系牵动国际形势，不确定性因素增多。但‘十五五’规划明确提出要推动高质量发展，摩托车产业作为传统制造业，必须通过技术创新和品牌建设实现转型升级。单纯依靠价格竞争没有出路。”

## 中国摩托军团广交会亮剑

■ 中国工业报记者 祁晓玲

4月的广州琶洲，万商云集。4月15日至19日，第139届中国进出口商品交易会（广交会）第一期如约而至。作为观察中国外贸走势的重要窗口，本届广交会摩托车展区热度不减，重庆、江门、广州、浙江等国内重点摩托车及零部件产业

## 产业集群抱团出击 区域品牌效应凸显

本届广交会上，多个重点摩托车产区以整体形象亮相，展现出中国摩托车产业多点开花、协同发展的良好格局。

广东江门作为全国三大摩托车制造基地之一，本次组织了阵容强大的参展团队。全市参展企业达340家，展位总数突破800个，其中高新技术与“专精特新”企业占比过半。在摩托车专业展区，江门品牌阵营较往届进一步扩容，珠峰、星际、正豪、松铃等新面孔首次加入，与原有骨干企业共同组成七家品牌展商的“江门矩阵”，其中五家企业

## 展品结构持续优化 高端化电动化成主流

从展品端观察，本届广交会摩托车展区覆盖从整车到核心零部件的完整产业链，高端大排量燃油车、新能源电动两轮车、沙滩车及智能骑行装备成为三大看点。展会期间，来自欧洲、东南亚、南美、非洲等上百个国家和地区的专业买家穿梭洽谈，现场交流热度与对接效率均较上届明显提升。

新能源与智能化产品成为海外客商关注的重中之重。以张雪机车为代表的自主品牌，凭借国际

集群组织数十家骨干企业抱团参展，高端燃油整车、新能源电动两轮车、核心零部件、智能骑行装备等全品类展品集中亮相，全方位呈现行业转型升级最新成果。

中国摩托车商会秘书长张洪波在接受中国工业报记者采访时表示：“本届广交会摩托车展区呈现出三个显著特点：一是参展企业覆盖面广，

集中亮相展区，产业集群辨识度显著提升。展会期间，江门展位前客商络绎不绝，多家企业反馈订单洽谈成果超出预期。一位长期合作江门大冶摩托的泰国采购商表示，江门地区配套成熟、供货稳定，是持续选择合作的重要原因。正豪摩托相关负责人介绍，近期行业内赛事夺冠的热度传导至展会现场，为企业带来了可观的流量红利，燃油车与电动车业务均有望实现较大幅度增长。飞肯摩托方面则透露，当前在手订单已排至5月。业内人士分析，江门摩托车产业的核心竞争力

顶级赛事夺冠带来的品牌声望以及自主研发的大排量高端车型，单日接待境内外采购商数千人次，收获大量意向订单，并进一步打开了欧洲等高端市场渠道。春风动力在本届展会上展出了覆盖两轮与四轮、燃油与电动、入门到旗舰的全场景产品组合。其公升级探险车1000MT-X、仿赛车型675SR-R等燃油车型依托MotoGP赛事技术下放，吸引了众多专业买家驻足交流；全地形车旗舰ZFORCE Z10

从整车龙头到零部件配套形成完整产业链展示；二是展品结构持续优化，新能源、智能化产品占比明显提升；三是客商质量较高，欧洲、东南亚、南美等传统与新兴市场采购商对接意愿强烈。”张洪波认为，这充分反映出我国摩托车产业在全球供应链中的不可替代性与持续增强的国际竞争力。

在于其高度集聚的配套体系——仅在蓬江区数十平方公里范围内，便汇聚了上千家零部件生产企业，整车制造所需配件可在一天内完成采购，极大提升了生产效率与品控水平。

重庆作为老牌摩托车产业重镇，同样在本届广交会上表现活跃。当地多家骨干企业携大排量高端燃油车型、新能源电动两轮车及关键零部件集中参展，凭借完善的产业链基础和不断提升的产品品质，吸引了众多境外客商深入对接洽谈。

搭载998ml三缸涡轮增压发动机，彰显了企业在高端SSV领域的技术实力。据中国摩托车商会统计，春风动力四轮全地形车出口额占全国行业出口总额的74.01%，连续十余年位居中国品牌出口首位。在电动化方向，旗下极核ZEEHO品牌构建了完整的城市出行产品序列，面向新兴市场的子品牌CFLITE则精准匹配东南亚、拉美等区域的差异化需求，展区洽谈活跃。

## 赛道争光 合规护航

赛道上的每一次夺冠，都是对技术合规与品牌韧性的双重考验。

R155（网络安全）和R156（软件更新）法规，要求企业建立全生命周期的管理体系。2027年12月前新申请车型必须符合，2029年6月前所有在售车型强制合规。企业需要提前15个月准备。”他进一步强调：“中国摩托车企业要在国际高端市场站稳脚跟，必须从产品设计阶段就对标国际法规，建立完善的质量管理体系。这不是简单的‘送样过关’，而是生产一致性的长期考验。”

小牛电动海外业务副总裁赵可则从欧洲市场的角度分享了经验：“欧洲125ml及以上排量电动化渗透率仍然较低，油转电主要集中在50ml及以下细分市场。小牛在欧洲有超过400家门店，在德国、意大利市场份额领先。但未来挑战不小：欧盟反倾销政策风险、充电网络薄弱、消费者对续航和极速的顾虑，以及地缘政治导致的成本波动，都是必须应对的问题。”

在行业整体承压的背景下，中国摩托车品牌在世界顶级赛事上的表现成为一大亮点。2026年3月，张雪机车在WSBK葡萄牙站中量级组别正赛中连续两轮夺冠，搭载的直列三缸发动机等核心技术实现了较高水平的自主化，民用量产车820RR起售价为4.38万元。这场胜利迅速转化为市场热度，从3月21日新品发布到4月初，两款车型订单量超过1万台，夺冠后两天内订单激增至8000台。美的空调、东鹏特饮等品牌开始跨界合作。

在高端化突围的道路上，技术合规是不可逾越的门槛。天津摩托车质量监督检验所（国家摩托车质量检验检测中心）认证专家朱棣在接受采访时指出：“出口欧美市场必须通过严格的认证要求。美国EPA、CARB、DOT、CPSC等法规对排放、安全、零部件有细致规定，欧洲E/e-mark认证也日趋严格。特别是UN ECE

## 政策破冰 出海布局

政策松绑释放积极信号，全链条出海方是长远之道。

在行业承压的背景下，政策层面的积极信号正在释放。近年来，多个城市对摩托车管理政策进行了优化调整。据中国摩托车商会不完全统计，截至2026年3月底，全国已有西安、大连、济南、苏州、武汉等城市对摩托车通行政策作出不同程度调整。政策环境的边际改善，为长期被压抑的国内消费需求打开了空间。与此同时，针对广受关注的13年强制报废制度，行业协会正积极推动政策优化研究，探索“以检代废”等改革方向。

张洪波指出：“‘十五五’规划强调要推动内外贸一体化发展，深化内外贸规则认证改革。摩托车企业要抓住RCEP、‘一带一路’等机遇，积极拓展中间品贸易和知识密集型服务贸易。同时，要关注全球供应链重构的趋势，在东南亚、拉美、非洲等区域建立弹性供应链。”

张燕生指出：“‘十五五’规划强调要推动内外贸一体化发展，深化内外贸规则认证改革。摩托车企业要抓住RCEP、‘一带一路’等机遇，积极拓展中间品贸易和知识密集型服务贸易。同时，要关注全球供应链重构的趋势，在东南亚、拉美、非洲等区域建立弹性供应链。”

张洪波认为，“中国摩托车产业的出路，既在于出海寻找增量，更在于激活国内市场的消费潜力。从制造大国到品牌强国的跃迁，需要赛道上的一次次胜利，需要政策的包容与扶持，也需要整个行业从‘价格内卷’走向‘价值创造’的集体觉醒。张雪机车在赛道上的突破是一声号角，但真正的大考，还在赛场之外的广袤市场。”



张雪机车。(来源：中国摩托车商会)

## 出口数据亮眼 量价齐升态势延续

展会洽谈热度与最新行业数据相互印证。据中国摩托车商会统计的数据，2026年一季度，我国摩托车生产企业的出口总额29.06亿美元，同比增长22.86%。整车出口量347.37万辆，同比增长18.66%；出口金额23.25亿美元，同比增长21.52%，延续量价齐升良好势头。沙滩车出口表现尤为突出，出口量12.92万辆，同比增长31.45%，出口金额4.21亿美元，同比增长48.21%。

从出口结构看，125系列、150系列、110系列仍为出口主力，分别出口115.6万辆、87.68万辆和53.84万辆。值

## 出口结构加速迈向高端化、品牌化

中国摩托车商会秘书处也在展会期间开展专项调研，深入各参展企业展位，与企业负责人、境外采购商面对面交流。调研显示，我国摩托车产业新能源、智能化、高端化转型步伐持续加快，产品结构不断优化，自主创新能力提升，优质产品获全球市场广泛认可。

张洪波表示：“从展会整体情况来看，当前我国摩托车产业转型升级成果正在集中释放，传统市场需求稳步回升，新兴市场拓展空间持续扩大。”他同时指出，企业在应对贸易壁垒、汇率波动、

2026年上半年投产；钱江印尼工厂稳步推进；雅迪泰国工厂已投产，规划三年内实现60万辆电动摩托车产能；洛阳五羊计划在坦桑尼亚建厂，打造非洲本地化产销体系。

张洪波指出：“‘十五五’规划强调要推动内外贸一体化发展，深化内外贸规则认证改革。摩托车企业要抓住RCEP、‘一带一路’等机遇，积极拓展中间品贸易和知识密集型服务贸易。同时，要关注全球供应链重构的趋势，在东南亚、拉美、非洲等区域建立弹性供应链。”

张洪波认为，“中国摩托车产业的出路，既在于出海寻找增量，更在于激活国内市场的消费潜力。从制造大国到品牌强国的跃迁，需要赛道上的一次次胜利，需要政策的包容与扶持，也需要整个行业从‘价格内卷’走向‘价值创造’的集体觉醒。张雪机车在赛道上的突破是一声号角，但真正的大考，还在赛场之外的广袤市场。”



中国摩托车商会  
CHINA CHAMBER OF COMMERCE FOR MOTORCYCLE  
本版由中国摩托车商会协办

## 中工车评

## 冠军热度下的冷思考：中国摩托车产业的底气与制约

■ 祁晓玲

日前，世界超级摩托车锦标赛葡萄牙站传来捷报，中国摩托车制造商张雪机车一举夺得中量级组别冠军。在行业内为此振奋的同时，更有必要冷静审视：一次赛道上的突破性胜利，能否等同于产业的整体跃升？在欢呼之外，中国摩托车产业仍需直面几项深层次挑战。

此次夺冠并非偶然，其背后是我国摩托车产业尤其是重庆地区数十年积累的制造底蕴。张雪机车2024年成立于重庆，当地汇聚了40余家整车企业、400多家规模以上配套厂商，本地配套率超过90%。这种高度集聚的产业链优势，使得企业在短时间内完成技术整合与产品迭代成为可能。张雪赛后坦言：“车上任何一个零件，只要有图纸，在中国百分之百做得出来，且质量绝不逊于欧美日。”从产业全局看，春风动力、钱江摩托旗下Benelli、隆鑫通用旗下无极以及升仕等品牌，近年来在欧洲市场均实现了销量与口碑的双重增长。支撑这一轮集体上扬的，是持续的研发投入。以张雪机车为例，2025年研发投入占销售收入比重高达9.33%，即便在亏损状态下仍坚持技术攻坚；2026年研发预算进一步增至1.35亿元，重点投向发动机电控与轻量化结构。从关键零部件自给到电控系统突破，我国摩托车产业正加速从长期以来的“跟跑”向局部“并跑”转变。

然而，赛道的领先不能掩盖产业内部的温差。首先，竞赛技术向民用产品转化的路径仍需打通。尽管世界超级摩托车锦标赛要求参赛车辆基于市售量产车型改造，但赛车搭载的六轴IMU动态控制系统与极端轻量化工艺，在成本控制和批量一致性上仍面临工程化考验。若赛事光环下的核心技术无法普惠至普通消费者，其产业带动效应将大打折扣。其次，产业结构分化明显。2025年全行业产能利用率仅39.85%，头部企业在技术突围的同时，大量中小企业仍困于同质化低价竞争，经营状况未见好转。产业的高质量发展，不仅需要明星企业的单点突破，更依赖于整个产业链的协同升级。

相比于赛场上的技术攻关，市场端面临的政策环境是更为复杂的系统性制约，其中至少存在四个方面的突出矛盾。

其一，城市“禁限摩”政策与精细化管理趋势的错位。目前全国仍有超过100个城市延续对摩托车的禁行或限行规定。这类政策多形成于上世纪交通管理手段相对单一时期。而随着技术条件成熟，西安、鄂尔多斯等21个城市已率先探索松绑试点，通过电子车牌等技术手段实施精准监管，试点区域摩托车事故率下降42%。这表明，变“禁”为“管”具备现实可行性。

其二，13年强制报废制度与技术进步的脱节。该制度确立于上世纪80年代，受限于当时的材料与制造水平。如今，主流摩托车制造工艺显著提升，规范保养下车辆使用寿命远超13年。现行报废标准既造成资源浪费，也抑制了消费意愿。值得关注的是，商务部已启动对报废标准的修订研究，广东、浙江等六省份正试点“以检代废”机制，允许车况达标车辆延长使用年限至20年，政策优化已迈出关键一步。

其三，中大排量摩托车消费税负负担偏重。现行税制下，250ml以上排量摩托车征收10%的消费税，而1.0升至1.5升排量汽车消费税率仅为3%，1.5升至2.0升为5%。这种倒挂的税负结构，不仅限制了国内消费者对高附加值产品的需求释放，也在一定程度上压缩了企业产品升级的市场空间。

其四，以旧换新政策在燃油摩托车领域存在覆盖盲区。2025年的补贴政策中，汽车与电动自行车均被纳入支持范围，而同属两轮机动车的燃油摩托车未能享受同等激励。尽管鄂尔多斯等地已自行出台地方性补贴措施，但从全国层面看，政策体系的包容性仍有待提升。

转变的信号已经出现。工信部近期发布的生产企业准入新规，要求自2027年起全面执行更高标准，这将加速低效产能出清。与此同时，部分地区公安机关推行的“送检下乡”等便民服务，有效降低了农村地区摩托车使用门槛与事故风险。产业升级的诉求正在形成倒逼政策优化的合力。

张雪夺冠后表示，做一件事不应只奔着结果去，热爱本身或许会带来不同的结局。对于中国摩托车产业而言，冠军只是阶段性注脚。如何将赛道上的技术优势转化为市场上的产品竞争力，如何在政策环境持续完善的窗口期实现产业整体跃升，如何从“制造大国”向“制造强国”扎实迈进，才是热度退去后必须回答的长期命题。