



张雪

RACE 2 REPORT

3月28日，葡萄牙波尔蒂芒赛道，世界超级摩托车锦标赛(WSBK)赛场，法国车手驾驶着中国摩托车制造商张雪机车的赛车，连夺SSP组别(中量级组别)第一回合与第二回合冠军，实现两连冠，打破了杜卡迪、雅马哈等欧美日品牌长达数十年的垄断。张雪机车创始人张雪“从修车铺学徒到机车制造企业老板”的传奇经历，让很多网友，尤其是摩托车爱好者激动不已。

上演现实版《飞驰人生》

张雪，用20年

等到了被看到的那一天



驾驶张雪机车的瓦伦丁·德比斯是一位34岁的法国老将，职业生涯曾经历低谷，此番凭借与张雪机车的合作重返巅峰。

张雪的创业史充满了戏剧色彩。据央视新闻等媒体报道，1987年，他出生于湖南怀化麻阳的贫困山村。少年时的张雪对摩托车近乎痴迷，却因家境贫寒只能“曲线救国”：16岁初中毕业，他便进入摩托车修理店当学徒，白天拆修车辆、钻研机械原理，晚上抱着发动机研究到深夜；17岁时，他用微薄积蓄开了自己的修车行，正式踏入摩托车行业。

2006年，19岁的张雪为争取职业赛车手机会，骑着一辆车龄比自己还大的二手摩托车，冒雨在泥泞山路追逐湖南卫视《晚间》节目组100多公里，他浑身湿透、多次摔车仍不肯放弃，最终打动节目组获得拍摄机会，正式踏入职业赛车领域。

此后几年，他辗转多地，当过全职赛车手、在摩托车工厂任过职，他在这段经历和工作中逐步吃透了整车研发全流程，从维修、改装到制造的经验，让他埋下“造中国人自己的高性能摩托车”的执念。

2013年，张雪怀揣2万元只身前往“中国摩托之都”重庆，开启了正式创业之路。

初到重庆，他无资源无背景，只能从改装起步。在改造了一台样车后，他将改装过程发布在摩托车论坛。凭借对车辆性能的精准把控与车友信

任，30多位车友现场付现，让他一次性筹得了50万元启动资金。这一次，他累计卖出100多台车，赚到人生第一桶金十几万元。

但同行快速复制其模式，市场陷入同质化竞争。张雪果断转型，用10万元找设计公司做新车设计，同时，他一人身兼淘宝店主、文案、客服、售后等数职，硬生生做到平台摩托车类目第一，为后续创业积累了资金与用户基础。

2017年，30岁的张雪与两位合伙人共同创立西藏珠峰凯越实业有限公司，推出“凯越机车”品牌，正式进入摩托车整车制造领域。

在凯越期间，他带领团队推出450R、500X、800X等爆款车型，年营收快速突破数亿元，但因与投资人在“深耕高端技术、赛事验证”的战略方向上产生分歧，2024年，张雪选择辞职，放弃了亲手打造的凯越机车，再次从零开始创业。

2024年4月，张雪在重庆两江新区创立重庆张雪机车工业有限公司，以自己名字命名品牌，开启又一次创业。2024年的中国摩博会上，张雪机车发布首款车型ZX-500RR，凭借自研的四缸发动机、3万级定价快速抢占市场。

《重庆日报》披露的数据显示，2025年，张雪机车全年销量就达到了2.5万台，跻身国产中大排量第一梯队。

2026年，张雪机车推出820RR三缸仿赛量产车型，核心部件100%自主国产化，售价仅4.38万元，对标20万级国际车型，以极致性价比持续深耕中大排量高性能市场。

正是这台民用量产车，经过赛道化改装，直接站上了世界超级摩托车锦标赛的赛场。

中国摩托车市场： 从制造大国到制造强国 从代步工具到摩托车文化

张雪机车在世界顶级赛事实现突围的同时，中国摩托车产业也在迈向自主创新的高质量发展阶段。

中国摩托车商会指出，近年来，国内摩托车行业聚焦整车研发、核心零部件攻坚、专业赛事运营等核心领域持续发力，不断突破海外技术壁垒，打破国际顶尖品牌的长期垄断。中国摩托车正从“制造大国”向“制造强国”加速转型。

根据中国摩托车商会发布的数据，我国摩托车行业在产销规模、结构优化、出口扩张和经济效益等多个维度均实现显著提升。数据显示，2025年1—12月，我国摩托车产销分别达到2210.93万辆和2196.77万辆，同比增长10.69%和10.25%。另外，据中国摩托车商会测算，当前中国摩托车保有量约1亿辆。

与此同时，摩托车正从工具蜕变为文化符号。

2025年，摩托车市场最显著的特征是结构性分化加剧，消费升级趋势贯穿全年。其中，大排量休闲娱乐摩托车成为年度最大亮点。摩托车的消费属性已从传统“代步工具”转向“休闲娱乐+社交资产”。

在企业格局方面，国联民生在研报中表示，头部企业份额稳固。今年1月，250cc以上中大排量领域内销量前三的企业分别为隆鑫通用、钱江摩托、春风动力，前三名市占率高达47.5%，较2025年提升0.9个百分点。张雪机车夺冠车型排量大于800cc，在这一区间内，1月全国销量为2000辆，隆鑫通用占据一半份额。

该机构称，展望2026年，供给持续丰富，叠加春风动力、隆鑫通用、钱江摩托等龙头摩托企业发力出口业务，中大排量有望内外销共振向上。

张雪机车多地卖爆 订单已排至6月

因为张雪机车在WSBK赛场一战成名，多地“张雪机车”关注度暴增，还有很多车友涌进了直播间。

3月31日，张雪机车萧山店的一场不到两个小时的直播，平常只有几十个人的直播间里一下子涌进了3万多人，有人问价格，有人问性能，互动区瞬间被各种问题刷屏。

在济南的“张雪机车”线下门店，销售人员告诉记者，从夺冠到现在的这两天时间里，购车订单已经排到了今年6月。

北京昌平店的销售人员李先生也表示，夺冠之后，门店的咨询量和到店人数都有明显上涨，不仅820车型的咨询量持续走高，此前推出的500系列车型的订单也有所增加。本地车友圈里，对品牌的评价也发生了明显变化，更多的是赞赏，大家都觉得，中国品牌能有这样一位老板，能迈出这一步，是非常了不起的事。

最近几天，张雪机车天猫旗舰店里销量明显上升。资本市场的反应最为直接。3月30日，间接参股张雪机车的上市公司宏昌科技开盘即“一”字涨停，收报35.24元/股。另一家关联公司鸿泉技术当日股价也大涨逾10%。

小科普

WSBK是由国际摩托车联合会于1988年创立的世界级摩托车赛事。与世界摩托车锦标赛(MotoGP)原型车体系不同，WSBK赛事最大特点是参赛车辆基于量产车进行有限改装，因此被誉为“赛道上的车展”，是摩托车

制造商展示量产车技术实力的重要舞台之一。

很多车友经常分不清MotoGP和WSBK。简单来说，MotoGP是摩托车界的F1，MotoGP里的赛车是专门造的实验车，你基本买不到，而WSBK是民用

跑车的巅峰对决，车手夺冠时骑的车，你在街上也能见到同款。

WSBK要求参赛车辆必须是量产车升级车型，并且满足最低销量限制，改装也有严格规则，须保留原厂车架和发动机本体。

宁愿损失销量 也不能让新手承担危险

2025年，张雪机车500RR在两轮融资后，销量突破5543台，创下国产中排量仿赛车型预订新纪录。商业逻辑上，张雪却做出了堪称“反效率”的决策：禁止驾龄一年以内的新手购买820RR，否则相关经销商将被重

罚。“我希望少死几个人。”他承认这会影响到业绩，“至少少卖10%”。但他随即补充：“我不要这10%，公司也不会死。”

在门店想试驾820RR有严苛的条件，比如驾龄必须在一年以上，且必须在其他车上测试驾驶技术，合格后才能在指定的封闭试驾点进行试驾。“大家对这种大排量的车要有敬畏心。”相关工作人员说。

赢下国际大赛冠军 带火家乡红糖

有意思的是，“张雪机车”夺冠后，贴在车上的“麻阳古法红糖”也火了。据张雪的老乡张先生介绍，春节前，张雪和团队到他家吃饭，询问了村里的红糖销售情况，得知不理想，便将“麻阳古法红糖”几个字贴在机车上，免费代言。同时，湖南怀化市麻阳县舒家村乡狮子湾村支书张岩宏也表示，现在村里的红糖已经卖完了，而之前需要至少2个月的时间。村民共生产红糖约90吨。“古法红糖”登上张雪夺冠的机车后，这两天已有不少收购商专程进村采购，“截至目前，村里的红糖已全部售罄。”

本报综合