

依托深厚的摩托车产业底蕴,江门机车文化蓬勃发展 下一站,奔向“潮骑”之都



4月初,江门机车大巡游上,来自大湾区的车友驾驶100余辆各式酷炫机车列队出征。郭陈乐 摄

4月初,一场机车大巡游让“摩托之都”江门再次沸腾,来自粤港澳大湾区的车友驾驶百余辆各式酷炫机车,穿越主城区核心地标,抵达长堤历史文化街区。而就在此前不久,张雪机车在世界超级摩托车锦标赛(WSBK)葡萄牙站以近4秒的优势夺冠,打破了杜卡迪、雅马哈等品牌长达数十年的垄断。夺冠机车的排气管、头盔、发动机缸缸等关键零部件,均由江门企业生产。

从国际赛场的荣耀时刻到城市街头的激情轰鸣,江门凭借深厚的摩托车产业积淀,孕育出活力四射的机车文化:机车巡游、主题咖啡店、车友社群……“骑行+产业+文旅”的融合,正让机车文化成为城市的新IP与产业升级的新引擎。

站在产业赋能与文化破圈的风口,江门如何抓住机遇,进一步激发机车文化活力,打造成为粤港澳大湾区乃至全国的“潮骑”之都?记者就此进行了深入走访。

文/图 江门日报记者 陈倩婷(除署名外)

产业沃土 滋养出“热血骑士”

江门与摩托车的缘分,始于20世纪80年代。1992年大长江集团创立,拉开了江门规模化造车的序幕。如今,江门已是全国三大摩托车产业基地之一、全国首个“中国摩托车产业示范基地”,形成了超110家规模以上企业、上下游完整的摩托车产业链。

深厚的产业底蕴,让机车在江门不仅是交通工具,更融入了市民的日常生活,自然而然地催生出浓厚的机车文化。江门的机车爱好者中,有以机车代步通勤的上班族,有痴迷于机车性能的技术控,有热衷于长途穿越的摩旅达人,也有追求速度与操控的赛道爱好者。

其中,有一位骑士用35年的骑行诠释对“潮骑”的热爱,他就是梁华政。梁华政的父亲是江门自行车厂的设计师,当年厂里与法国标致合作推出BMX越野小自行车,5岁的梁华政成了该款自行车的广告童星。镜头前的懵懂体验,悄悄在他心里埋下了对两轮车的好奇种子。

18岁生日刚过,梁华政第一时间考了

驾照,买下人生第一辆摩托车。如今52岁的他,骑过的车已超百辆,车库里还珍藏着五六辆“老伙计”——日常代步的,周末兜风的、长途旅行的,各有各的座驾。35年里,他的车轮碾过大半个中国,还曾组队骑行泰国、马来西亚。

2004年,梁华政牵头成立M2车友会,在他的带动下,江门每年一度的M2车友年会,成了周边城市乃至港澳“热血骑士”争相奔赴的盛事。2010年,江门市汽车摩托车运动协会成立,江门车友自此有了更规范的官方组织。2018年,梁华政接任江门汽车摩托车运动协会会长,带领协会常年开展安全驾驶培训,搭建车友交流平台,让“正规骑行、文明玩车”的理念深入人心,也让江门机车文化在规范中不断壮大,成为城市独特的文化符号。

三位江门机车发烧友诠释机车文化:不逐速度 只为热爱

对很多人而言,骑机车仍是一项小众且新潮的爱好。谈及机车,不少人会好奇:它究竟有着怎样的魅力?又有哪些人,在执着地热爱着机车?近日,记者走访了三位车友,他们带着各自的热忱与故事,为冰冷的钢铁注入温度,勾勒出江门机车文化动人的模样,也藏着每一位机车爱好者心底纯粹的热忱。

文/图 江门日报记者 陈倩婷

江门环球重机负责人黄勤伟:青春与钢铁轰鸣紧密相连

江门环球重机负责人黄勤伟是一名“80后”,自2000年与机车结缘,他的青春便与钢铁轰鸣紧密相连。近几年,他开始做进口机车贸易与二手车买卖,将热爱酿成了事业。他的车库里,静静陈列着十多辆机车,每一辆都藏着专属故事,既有香港经典电影《烈火战车》里的同款机车,也有承载着岁月痕迹的老车。其中,那辆1968年的老机车,是他最珍贵的藏品,复古的车身线条带着20世纪60年代的韵味,静静伫立在一众新车中,新旧碰撞的反差感格外迷人。在他看来,每一辆机车都是一个时代的文化符号。

玩车26年,如今的黄勤伟,褪去了年少时的浮躁,更懂得享受骑行本身的静谧与从容。他曾骑行一个月从江门到西藏,在白雪山山口留下下车轮的印记,与他的爱车一起看山河辽阔,任热爱沉淀。“每天两百多公里,看好玩的地方就停下来,玩两三天,是一次很特别的体验。”他说。



张雪机车(江门旗舰店)店主黄锐:18岁打工 买下人生第一辆机车

张雪机车(江门旗舰店)店主黄锐今年25岁,从小便喜欢机车。18岁那年,他靠自己打工攒下3万多元,买下了人生第一辆机车,这辆承载着他对机车最纯粹热爱。早年,他常与车友相伴而行,不问远方、不逐喧嚣,只在并肩骑行中畅谈热爱、钻研技术;心烦时,他便骑上机车追风而去,风过耳畔,所有疲惫悄然消解,只剩热爱与自由相拥。

黄锐也是张雪机车的铁粉,被创始人坚守创新的精神打动。今年初,他抓住机遇成为张雪机车的江门代理商,恰逢品牌借赛事夺冠声名鹊起,3月以来他的门店已售出超百辆机车。深夜里排队购车的身影,便是他将热爱酿成事业的最好佐证,也见证着江门机车文化的变迁。“国产机车的崛起,高性价比降低了机车的入门门槛,吸引了更多人开始接触、了解机车。”黄锐的话里,满是对行业发展的期许与热爱。



机车店工作的“00后”女骑手郑可馨:在热爱中 解锁机车世界的更多精彩

2004年出生的郑可馨,是江门机车圈里朝气蓬勃的新生力量。2023年,在江门读大学的她,在家人的支持下购入了人生第一辆机车。对女骑手而言,身高是最大的阻碍,身形不高的她,初学时花了大量时间练习操控。“要开好机车,油离配合很关键,不是大家以为的那种只追求速度,能把车开得稳也是一门技术。”郑可馨笑着说。

没课时,她便约上同样喜欢机车的同学,骑着机车去顺德、中山等周边城市逛吃打卡、拍照分享,或是找一处安静的角落小聚畅谈,没有追风逐速的张扬,只有青春相伴的欢喜——这便是她这代年轻骑手的玩车方式。今年大学毕业的她,在张雪机车(江门旗舰店)工作,学习减震调试、刹车维护、品牌辨识等专业知识,一点点褪去青涩,在热爱与成长中,慢慢解锁机车世界的更多精彩。



重塑产业 合力打造“潮骑”文化

在江门,机车文化的蓬勃发展,是一场车友与车企的“双向奔赴”。一方面,车企出资赞助车友活动,搭建交流平台;另一方面,车友的真实反馈也为产业突破传统、迈向高质量发展提供了关键推力。车友与车企合力打造出了江门“潮骑”文化,而双方的相互成就,正在重塑江门摩托车产业的生态。

作为连接车友与企业间的“桥梁”,梁华政的修车店、咖啡店常年聚集本地车友、厂家与经销商,升仕、柴特等本土品牌常委托他测试新车,他则将车友对动力、外观、舒适性的真实需求精准反馈给企业,推动产品从“代步民用”向“玩乐休闲”转型。

如今,大长江、珠峰等江门企业的大排量、个性化车型畅销国内外,正是产业顺应文化潮流、精准对接消费需求的生动体现。

大治摩托出口量全国第三、总销量全国第四,累计拥有256项专利,研发的三缸摩托车令国外车企惊叹;珠峰摩托布局大排量赛道,研发出油耗降低三分之一的车型,出口量稳居全国前十;长华集团具备顶尖发动机自研能力,90%产能远销60余国,新能源跨界车架销量持续攀升……

张雪机车(江门旗舰店)店主黄锐认为,机车文化正在改变产业的价值链:“过去消费者看重性价比,如今年轻人把摩托车视为生活方式和个性表达。江门企业抓住这个趋势,从‘卖产品’转向‘卖体验’,正是产业升级的关键。”

黄锐强调机车文化的“黏性”:“机车文化本质上是社群经济。当消费者对品牌产生情感认同,复购率和传播力远超传统营销。江门拥有全国最深厚的机车文化土壤,这是其他制造基地难以复制的软实力。”

专家观点

文旅融合 增添“骑”趣

眼下,江门的机车文化已驶入快车道,但想要真正成为粤港澳大湾区乃至全国的“潮骑”之都,下一步该怎么走?

江门职业技术学院教授宋旭民指出了江门的核心理念优势,江门作为全国三大摩托车产业基地之一,产业底蕴深厚,同时地处粤港澳大湾区,坐拥庞大消费市场,其中,大量中产群体正是机车文化的核心受众。对他们而言,机车早已不是通勤工具,而是休闲娱乐、彰显个性的重要载体。这一趋势,为江门发展机车文化提供了坚实的产业基础。

他建议,江门应深耕湾区消费群体,构建完善的机车文化生态,从湾区逐步辐射全国,让文化影响力持续放大。

有了市场基础,还要有丰富的消费场景。文旅融合,增添“骑”趣,才能让更多人感受到江门机车文化的魅力。对此,江门市旅游行业协会副会长兼秘书长陈文飞聚焦“机车+文旅”的实践路径,提出了四点具体建议:

一是依托江门丰富的温泉、滨海、生态及侨乡人文资源,结合风景优美、路况适宜的山道、乡道,打造“潮骑”旅游目的地,吸引湾区乃至国内外机车爱好者前来打卡,让骑行成为感受江门魅力的新方式。

二是重启摩托车博览会,联动广交会、咖啡节、茶饮文化周等活动,推动“机车+咖啡”“机车+茶饮”“机车+非遗”等跨界融合,整合产业资源,展示制造实力,带动旅游与消费,助力“3.3精彩之旅”城市品牌提质升级。

三是加大对含摩托车元素影视作品的支持力度,结合开平塘口乡村、台山农业公园等特色场景,打造兼具田园风情与潮流气息的网红打卡点,以影视传播扩大“潮骑”文化知名度。

四是结合粤、粤BA等体育赛事,借创新营销形式,进一步激发市场活力,如邀请机车领域网红达人开展系列宣传活动,多渠道、多维度传递江门“潮骑”文化魅力,推动“潮骑”文化与城市建设深度融合。

跨界融合 机车文化“燃”起来

从小众圈层的爱好到全城瞩目的潮流文化,江门机车文化正以破圈之势蓬勃发展,成为彰显城市活力、赋能文旅发展的新引擎。

2025年11月,筹备两年的中国侨都(江门)摩托产业文化周盛大开幕。机车大巡游、复古直线加速赛、产业嘉年华等活动轮番上演,现场集结“摩友”超8000人。来自湖南、海南等地的车友以摩托车自驾游的方式畅游江门,沉浸式体验侨乡的人文与自然景观。

日前,以“骑遇江门”为主题的侨都(江门)摩托产业文化周巡游活动,从珠峰摩托车试车场启程,途经迎宾西路、江门大道、江门万达广场、长堤历史文化街区等核心路段,串联起一道长达20公里的“流动风景线”。

一场场盛会,让群众感受到了江门机车文化的独特魅力。去年11月,60岁的中山机车爱好者林志遥得知江门举办巡游活动,一早便乘车赶赴现场。从20岁就接触机车的他,面对巡游车队依旧难掩激动,全程举着手机记录精彩瞬间。“现场氛围特别震撼,各类车型品牌齐聚。”林志遥兴奋地说,“江门的车友活动越来越火,我们常来聚会。这次活动让我感受到,近年来江门制造的机车越来越出色了。”

文化的活力,更在于跨界融合的创新表达。近年来,江门类似的摩托产业文化活动均引入了美食、餐饮、咖啡、露营等多元业态,并开发周边产品与主题路线,让机车文化从小众圈层走向大众视野。与此同时,MORKE摩可咖啡、摩潮咖啡等一批机车主题咖啡店涌现,成为年轻人打卡“新宠”。

MORKE摩可咖啡主理人徐翔来自湖南,深耕机车4S店多年。在接触到江门“咖啡之都”和“机车之城”两张名片后,他累计投入超100万元,打造了这家机车主题咖啡店。对车友而言,这里是“机车之家”,买车、维修、救援、装备一条龙;对普通市民来说,店内陈列的经典款机车堪称“机车博物馆”,随手一拍便是朋友圈爆款。

此外,徐翔还在店里定期举行音乐会和车友会,让咖啡店成为机车文化的交流平台。他的“机车+”跨界实验,正为江门的“潮骑”文化打开一扇新窗。



张雪机车外观动感十足。