

電動車开拓者-南京大陸鵠

圖、文◎曹曉暉

電動自行車的崛起的確為市民生活帶來不少便捷，而南京大陸鵠在1997年於中國生產首輛合格的電動自行車「DALUGE」後，更掀起中國電動車的熱潮。電動車擁有環保、節能與低噪音的特色，在中國市場迅速崛起，但由於生產水準參差不齊，讓市面上湧現許多可靠性較低的產品，造成電動車的投訴率不斷攀高。

雖然目前中國電動車市場前景廣闊，但卻因產品質量參差不齊讓市場出現隱憂，面對這種情形，大陸鵠徐亞南總經理說，大陸鵠把電動車視為長期永續經營的產業，從做第一台電動車開始，就自我要求只能出售合格的產品。徐總經理表示，電動車環保的特色，不但能增加在國際上的形象，也能帶動中國電動車相關產業發展。

以客為尊的經營理念

今年再度被列為19大電動車品牌之首的大陸鵠，向來堅守「以客為尊」的信念，讓消費者使用品質有保障的產品，並享受



▲講究「以客為尊」信念的大陸鵠總經理徐亞南。

應有的服務。徐總經理表示，買產品就是買品質與服務，所以在品質追求上必須克服浮躁，要腳踏實地做好每個產品。徐總經理強調，大陸鵠根據ISO認證而選擇配套廠商，且一種配套產品會選用三家以上的配合廠，加上每月還會進行配套產品的測量評估，力求生產出更優質產品提供客戶。此外，大陸鵠也會對新的配套產品小批量引進測試，通過測試後才會逐漸加大配套量，讓大陸鵠生產的產品更好。

大陸鵠也專門成立技術研發中心，並由南理工博士坐鎮不斷研發新品，因此，大陸鵠每個月至少會推出一款新品；而在售後服務上，大陸鵠在中國設有260多個售後服務網站，且由上千個網點組成全面性的產品服務銷售網路，並制訂完整的「售後服務工作規範」，對顧客的權利、服務原則、「三包」規定、服務人員工作規範等，都有嚴格的制度保障。

在服務方面，徐總經理表示，大陸鴿承諾「市內 24 小時，外地 72 小時」的客服答覆與上門維修等制度，而對於已售出的電動車採定期詢問，讓公司在品質管制上分工精細、緊密配合；企業爲了滿足市場需要，也會依顧客需求而研發產品，以期望能盡最大程度地滿足廣大消費者需求。

以「做大、做實、做強」為企業目標

徐總經理說，企業發展最重要的任務是要「做大、做實、做強」；「做大」就是要發揮大陸鴿在行業中的優勢作用，以

打造以「大陸鴿」品牌爲核心的優良電動自行車產銷鏈組合體；「做實」就是要進一步地完善企業管理機制，扎扎實實提高企業產品的質量和服務水平，凸顯大陸鴿品牌的品質；「做強」就是企業要成爲引領行業發展並擁有雄厚經濟、技術實力和生產能力，達到能爲國貢獻，爲民效力的目標。

大陸鴿在管理上強調「以人爲本」，常利用 1、2 月銷售淡季對員工進行 ISO 訓練，透過經驗分享，來提昇員工思想觀念，並加強員工對新產品的認識，讓大陸鴿求真務實的觀念能實踐在工作中。 ■