

前進中的三鷹自行車

圖、文◎邱志華

今年邁入第20個年頭的三鷹運動自行車有限公司，前身爲佛山南威自行車廠，在擁有多多年自行車行業經驗的總經理周昆華帶領之下，於2000年轉型爲中外合資企業，現在致力於讓旗下品牌「SAN EAGLE」暢銷國內外。

在激烈的市場競爭下，爲了提升自身品牌競爭力度，三鷹成功地轉型，2004年年產量爲40萬輛左右。爲了應付日益增長的訂單，周總經理表示，現已經在佛山郊區置地建房，預計明年可投產，這將使三鷹的形象、產量都會更上層樓。

在發展策略方面，周總經理表示，在2002年，有感於歐盟對大陸整車的反傾銷的呼聲日益高漲，於是決定在東南亞成立組車廠。今年7月12日歐盟拍板對中國大陸課徵48.5%的反傾銷稅，與三鷹領導階層的憂慮相吻合。周總經理強調，反傾銷稅的提高，對三鷹影響比較小，歐盟國家的大部分訂單將會轉移到東南亞工廠生產，以此來減輕負面影響。此外，周總經理特別提到了東南亞工廠的輪胎以及包裝方面的質量比較好，而且價格便宜，這得益於東南亞擁有豐富的橡膠和紙張。

三鷹還在電動車方面下足功夫，現在擁有一條生產線，據三鷹羅業務經理介紹，所生產的電動車以鎳氫電池爲主，按照國家標準來生產。同時，羅業務經理表示，隨著內銷零售市場的火熱，有部分商家用自行車貼牌搞促銷活動送大禮，雖說這不會成爲主流市場，但是也爲自行車市場開闢一小片天空，得到消費者的歡心。

市場的容量是無限制的。周總經理表示，訂單送上門來的時代已經不存在了，只有自己主動出擊，尋找商機，從而把時刻在增長的生產成本降下來，保持自身的優勢。在



▲經驗豐富且積極參展宣傳的三鷹總經理周昆華。

宣傳方面，三鷹一向積極主動，是上海展、廣州的廣交會常客，今年的EUROBIKE展也前往參展。三鷹希望藉由參展活動，使品牌得到宣傳，給予客戶信心。在注重高檔市場的同時，三鷹也致力開發新興市場，今年8月份三鷹參加了朝鮮的展覽會，朝鮮是一個逐漸封閉的市場，基於政治原因，中國產品在這一市場有著無可非議的優勢。

好的產品需要宣傳，相信以後將會看到更多三鷹人的身影，穿梭在國內外的展會上，爲自有品牌努力。 ■

