



金輪擴廠並強化研發

文◎王輝

今年3月26日的天津日報的報導中提到，由天津市人民政府對外貿易辦公室發布的天津市重點培育和發展出口品牌當中，天津金輪自行車集團有



▲金輪自行車集團總經理楊玉峰表示，金輪將著重產品品質的提升。

限公司榜上有名，這是由於近年來金輪不斷強化對外形象的塑造，對於公司管理和研發也更加注重，也是金輪公司多年來注重品牌建設的結果。

天津金輪自行車集團有限公司成立於1987年，主要業務為整車、車架、前叉製造等，是一相互配合、多元化發展的現代化企業。為了持續擴大的外銷業務，金輪建新廠並已遷入，總經理楊玉峰表示，近年來金輪佔地面積從過去的6萬多平方米擴大到13萬平方米，員工人數達二千九百多人，2006年生產自行車120萬輛，各類車架共350萬套，坐墊1,000萬個，前叉150萬個；整車部份以山地車為主，產品主要出口至日、美國、歐洲等地。

2007年，金輪將目標放在加強公司管理，並將整車產量控制在150萬台，車架產量則控制在300萬套，不再強調數量的充數，而是在提高產品品質的同時也一併提高產品的品味；對於天津自行車行業的看法，楊總經理表示，天津

自行車業一定會在二至三年之內慢慢成長出一批優質的企業，一直以來業內人士對於天津自行車的看法是低檔次、單純以數量取勝，但是自行車行業的競爭最終會從價格演變成文化的競爭。金輪堅持自己兩個差異化原則，分別是以山地車為主以及做零散客戶。2006年，金輪自行車在出口價格方面得到提升，楊總經理說，50%以上的整車出口單價在50美金以上。

金輪國際貿易部經理李珍昆表示，公司在管理方面做了許多調整，在研發設計上可針對客戶及市場需求快速反應；一般情況下，研發設計部門可在24小時之內完



▲國際貿易部經理李珍昆表示，公司在管理方面做了許多調整。

成客戶對產品設計改進要求，一周之內做出樣品；在貿易出口管理上，公司積極擴大市場範圍、分散風險，並制定出一套行之有效的付款管理方案，在國際貿易中堅持自己的付款原則，將貿易風險降至最低；在成本控制上，採多方節約成本策略，目前80%以上的出口運作都是公司獨立完成，可減少透過貿易商等中間環節，來與客戶緊密配合，讓雙方共同努力減少成本，使公司與客戶的利益產生最大化；在品牌建設上，充份利用多方面機會和資源展現公司形象，加強宣傳，如展會和媒體合作等。 ●