

彪牌以品牌創造價值

圖、文◎王輝

面對今年4月份以來電動車市場進入淡季的情況，天津市健威電動車制造有限公司董事長張金升卻顯得相當從容。他認為2007年電動車市場提早進入淡季，並已持續了幾個月，對整個行業來說是一個打擊，但正所謂「禍兮福之所倚」，這種狀況能加速電動車行業的洗牌，使重視品質和品牌的優秀廠商脫穎而出，也讓那些電動車行業的投機份子儘快被市場淘汰，對電動車行業和市場的規範都將有積極的作用，最終受益的將是消費者。

天津市健威電動車制造有限公司成立於1998年，坐落於天津市東麗經濟技術開發區，廠區面積達21,000平方公尺，現有員工近600人。該公司擁有先進的生產、檢測設備，4條自動生產組裝線、4條空中輸送線和3條儲存線，年產能可達100萬輛；其產品榮獲中國自行車協會「信譽標誌」，並連續多年被中國質量檢驗協會評為「質量達標放心品牌」及「出口澳洲等國受歡迎產品」稱號。經過近10年的發展，「彪牌」已經成為電動車行業的知名品牌，建立起了良好的口碑。

注重研發和產品細節

張董事長表示，大部分的電動車廠商多是組裝廠，對外購買零配件進行組裝，卻沒有對產品進行個別化的開發和設計，從而使整個電動車行業的產品同質化非常嚴重，產品的定位和區分度也非常小，所以彪牌追求的就是產品的差異化和個性化。在產品的設計上，彪牌

進行大膽的想像，無論是產品的外觀還是技術開發上都力求突破，給消費者全新的感受；同時彪牌還和供應商一起開發，在這些零配件技術進步的同時賦予彪



▲董事長張金升追求產品差異化與個性化，並且注重細節。

牌所獨有的特色。在零配件的採購上，彪牌始終堅持選擇品質最好的零件，拒絕以犧牲產品品質為代價而去採購品質低劣的零件，這樣可在保證產品價值的同時，為消費者提供美觀大方、質量可靠的產品；在生產上，彪牌採用先進的自動生產組裝線、空中輸送線與自動緊條機等現代化生產設備進行生產；在品質保障上，每輛彪牌電動自行車在出廠前都必須經過6項嚴格檢測，通過多種細節性管理，以確保產品質量的穩定性。

「注重細節」是張董事長經常強調的一句話，彪牌注重產品的細節、營銷的細節，其品牌價值不斷得到提升。製造只會增加產品，只有品牌才能創造價值，彪牌正是電動車行業中以品牌創造價值的典範。

