

天津泰美擴大生產規模

圖、文◎王輝

近日，天津泰美自行車有限公司打算在天津靜海開設新廠，以應付不斷增長的內外銷市場需求；目前泰美已在靜海完成徵地 240 畝，將於 2008 年 3 月開始新廠的建設，建築面積為 10 萬平方米，預計 2008 年底全面竣工，2009 年初開始正式投產，新工廠計畫員工人數為 2,000 人左右，以生產高檔自行車和電動車為主，屆時泰美的產能將進一步得到擴大。

內外銷市場需求增加

泰美董事長張劍表示，2007 年泰美的自行車產量將達到 500 萬輛，電動車方面原計劃生產量為 56 萬輛，但由於今年電動車市場不景氣，就當前的形勢來看只可能達到 50 萬輛；但是較 2006 年的 35 萬輛，也屬正常增長。市場方面，目前泰美已經在中國各地擁有近 400 家專賣店，經銷商達到 3 千多家，且專賣店和經銷商的數量正不斷地增加；因此泰美現有的產能已跟不上市場的需求，必須開設新的工廠來積極應對。張董事長認為，就中國內銷市場來說，每年自行車的需求量能達到 4 千萬輛，所以在內銷上相當有潛力，泰美堅持以內銷為主的策略還有很大的發揮空間。

多樣化的市場策略

今年 7 月，中國政府將自行車對外出口的退稅降為 9%，很多以出口為主的公司受到不同程度的打擊，紛紛加大內銷的力度以確保公司的持續發展，但是在短期內很難有所作為；而泰美在內銷上已有牢固的基礎，在市場行銷上也採取多樣



▲泰美董事長張劍表示，他們堅持以內銷為主的策略是正確的。

化的策略。首先，泰美堅持多品牌化，現有自行車品牌包括金泰美、飛鴿、斯波茲曼等，電動車品牌則有愛瑪，以多品牌擴大市場佔有率；此外，價格是市場競爭的一大利器，公司規模的不斷擴大必將使產品的邊際成本降低，如此將可以為客戶提供性價比非常高的產品；在通路上，泰美積極支持經銷商，擴大經銷商在其當地的影響力，增強其信心，一方面增加產品的市場佔有率，另一方面也使產品的口碑和知名度得到極大的提升；在外銷上則以內銷為基礎而逐步提升，今年自行車外銷量預計為 60 萬輛，達到每年 20 萬輛的遞增效果。

在內部管理上，人才是企業快速發展的關鍵，因此泰美也非常注重人才的培養和管理，經常聘請各類專業人士針對工作中的具體問題進行講習，提高員工實際解決問題的能力；並有優渥的待遇讓員工確實感受到公司發展所帶來的成果，堅定員工和公司共同發展的信心；同時實行人性化管理，從細節入手，多方面提高員工的生活條件，增強企業對員工的吸引力。

