

力霸皇穩紮穩打 逆勢成長

圖、文◎王道剛

在全球金融危機的影響下，浙江力霸皇工貿有限公司逆勢成長四成，究其原因，是力霸皇總裁嚴備戰在其管理上，推行以廠為單位的經營責任制，從而提高各級管理人員的積極性，保證管理基礎的紮實性，形成「人人創造利潤、人人分享成果」的良好企業氛圍。同時擁有完善供應體系，實現與上下游產業鏈合作夥伴一體化發展。

在產品方面，力霸皇根據市場需求，投入大量資金開發新產品，並在上海建立研發團隊，提高產品美觀設計和附加值，2009年將大力發展碳纖維整車和高級鋁合金整車，並將在沃爾瑪（Wal-mart）銷售力霸皇自己品牌「BWI」自行車；而電動車由於良好的性價比，因此在歐美和日本等國家頗受歡迎。外銷電動車配置的電機都是獨立研發生產，除了供應自家使用以外還服務歐美客戶。副總裁劉彥旭表示，09年將有很多新產品在美國和日本上市，由於產品的獨特性，別家無法模仿也是成功的重要原因。引進先進設備，提高品質，



▲力霸皇副總裁劉彥旭表示今年將引進機器人焊接等配套設施。

力爭安全事故為零，09年將引進機器人焊接等配套設施，並加大在新材料新技術的創新，2007年就實現了碳纖維自行車複材相關產品的設計、研發、製造、生產全流程與工藝的建立，並實現產品歐洲標準測試完全合格。

在銷售通路上，力霸皇透過收購走向規模化，在2007年成功收購上海「依萊達」

100%股權，從而滿足細分市場目標客戶的需求，實現品牌整合價值最大化的目標。並長期和美國沃爾瑪、法國家樂福等國際零售巨頭合作，並成為其直接供應商。此外，力霸皇也積極引進人才，吸納業界精英，提高整體素質。



▲力霸皇在沃爾瑪銷售的折疊車。



▲力霸皇生產的碳纖維整車，全部碳纖維零件都是獨立研發生產。

1988 年成立的力霸皇，經過 20 年的發展，目前員工兩千餘人，總資產超過十億，年生產能力達 200 萬輛自行車、30 萬輛電動車，逐漸成為中國知名的自行車電動車廠家，此外還涉足電子冷溫箱、教育、藝術投資等領域，力霸皇產品更被認定為中國出口名牌、出口免驗產品、浙江名牌產品。

劉彥旭副總裁指出，09 年將利用品質優良的優勢，融合公司自行車電動車資源，面向海內外招商，車店裡不僅有內外銷多種款式的電動車、公路車、山地車、折疊車，還設有供應高級零配件的服務區。⊙



▲力霸皇示範店一角。



▲力霸皇在歐洲銷售的電動車。



▲即將在美國上市的電動車。

2009全球重點自行車展看板

SHOW NAME 展會名稱	DATE 展會日期	VENUE 地點
★台北國際自行車展	2009/03/17 - 2009/03/20	台北
★第十屆中國北方國際自行車展覽會	2009/03/27 - 2009/03/29	天津
★中國國際自行車展（上海展）	2009/05/04 - 2009/05/07	浦東
★台灣運動暨休閒產業展	2009/07/17 - 2009/07/20	台北
Bike Expo 德國慕尼黑自行車展	2009/07/23 - 2009/07/26	慕尼黑
★Eurobike 德國國際自行車展	2009/09/02 - 2009/09/05	福吉沙芬
米蘭自行車展	2009/09/18 - 2009/09/21	義大利
★Interbike 美國拉斯維加斯國際自行車展	2009/09/23 - 2009/09/25	拉斯維加斯
第27屆中國江蘇國際自行車、電動車交易會	2009/10/23 - 2009/10/25	南京
★日本國際自行車展 Cycle Mode	2009/11/28 - 2009/11/29	大阪
★日本國際自行車展 Cycle Mode	2009/12/11 - 2009/12/13	東京

註：★為輪彥公司代理組團參展的展會