行遠必自邇　追求無止境

2012富士達新品發佈大會

圖、文◎季峰

富士達 BATTLE 自行車新品發佈暨經銷商大會於 2011 年 12 月 9 日隆重召開，吸引 500 位經銷商代表參加會議，活動圓滿熱鬧，讓與會代表豐收而歸。

《阿米走步》預告片揭開序幕

經銷大會首先放映由富士達獨家贊助拍攝的《阿米走步》電影預告片，這是一部以環青海湖國際公路自行車賽爲題材的體育電影，演員裝備和比賽訓練的自行車均爲富士達旗下產品，此片也是中國首部以自行車賽事爲背景的體育題材故事片，並且受到國家體育總局的高度重視，未來還有可能成爲中國國家體育代表團赴倫敦奧運的官方形象展示片。

精益求精　加強研發設計

富士達總經理劉潔指出，感謝與公司共同成長發展的經銷商和全體來賓的光臨，並且預祝與會代表事業一帆風順；富士達已經走過 20 個春夏秋冬，這一年也是公司實行品牌戰略轉型的第二個年頭，富士達緊緊圍繞品牌與產品戰略，完成打造 45 項國家專利技術的既定目標，產品研發與創新能力不斷提升。另一方面，公司根據市場環境與趨勢重新定位中高檔山地車與

▲富士達自行車總經理劉潔指出，2011年是豐收的一年，未來將持續以推廣品牌為重點，並期三年內新設1,000家富士達專賣店。

公路車系列爲核心產品，其中共推出 5 個系列 12 款性價比更優、款式更新的山地車款，以滿足市場不斷發展的需求。

業績創20年新高

2011 年在公司積極貫徹落實「穩定、提升、調整、拓展」八字方針的前提下，持續推進管道建設進程，新建升級 300 餘家專賣店，還計劃在未來三年裡新建 1,000 家 BATTLE 富士達專賣店，並且將推行一地兩店或多店的經營策略，大力拓展在中國各地的市場份額。現階段已經建成的專賣店 90% 以上銷量都比 2010 年有明顯的大幅度上升，同時富士達在 2011 年總銷售量相較同期上升 15%，包含山地

▲富士達精心打造的2012年新品公路車。

►富士達常務副總經理王軍總結2011年度工作，並對2012年戰略方針進行部署與展望。

車、小輪車與優勢產品的上升幅度更達到105%，其中銷售額及產品平均單價，也較2010年實現增長30%的目標，創造富士達20年以來的歷史銷量新高。

投入社會公益　推廣騎行文化

公司堅持用企業文化提升企業核心競爭力，積極投身於社會公益事業，使企業在發展中樹立起良好的社會形象。同時在中國經銷商中積極推行騎行文化活動，鼓勵和支持經銷商成立騎行俱樂部，並且給予大力支持與品牌引領，通過各類媒體宣傳拓展品牌形象，使得品牌影響力不斷提升。

富士達堅信客戶價值是與經銷商共同發展的基石，正是有了廣大經銷商的鼎力支持，富士達才得以有了這整整20年的驕人業績。展望未來，富士達全體員工將會秉承以一流的產品、服務、管理、信譽與服務爲企業宗旨，積極進取，開拓創新，與廣大富士達經銷商共同走向事業的輝煌。

▲富士達自行車總經理劉潔女士（右一）為經銷商明星獎頒獎。

▲新品展臺的背景畫面為《阿米走步》的電影海報。片中演員裝備和比賽訓練自行車均為BATTLE富士達公司的品牌產品。

▲參會經銷商觀看《阿米走步》的電影精彩畫面。