

民族的才是世界的

中國飛鴿致力提升產品形象

圖、文◎楊秀娜

天津飛鴿車業旗下擁有飛鴿、鐵錨、金鴿等品牌，其中「飛鴿」品牌自行車誕生於1950年，是中國第一個自主研發的自行車品牌，1989年飛鴿自行車作為國禮被贈與美國總統布希夫婦，成為中國自行車行業歷史上最經典的佳話，2009年又被贈與美國總統奧巴馬，故飛鴿有「國禮飛鴿」之稱，時至今日，飛鴿仍然是外交部指定的國禮。

調整產品結構 提升品牌形象

天津飛鴿車業總經理張金瑛表示，近年來電動自行車作為代步工具逐漸取代了自行車的代步功能，同時健康時尚的理念逐漸被人們所重視。這不僅給自行車企業帶來了新的課題，也使整個行業面臨新形式下的全面調整。飛鴿車業首當其先進行了產品結構調整。

目前，飛鴿以學生用車為主，同時增加運動休閒及專業競技產品提高市場定位。為了滿足不斷升級的市場需求，飛鴿車業在高



▲天津飛鴿車業總經理張金瑛積極推動飛鴿品牌國際化。

端自行車研發及鋁合金、碳纖維等高級材料應用上，都投入了大量資金，更加強了與國際一流配件品牌如 Shimano、SRAM 的合作。張總還表示，飛鴿車業專門增加了兩條精品生產線，中高檔產品產量將比之前提升約30%。三年內成立1,000家飛鴿專賣店的規劃，也已提上日程。

積極推動飛鴿品牌國際化

作為中國第一代自行車「老品牌」，飛鴿不但有資格也有義務把此民族品牌帶到世界舞臺。對此張總表示，飛鴿品牌國際化，是這一代飛鴿人的責任，飛鴿人有能力承擔起「有藍天就有飛鴿」的使命，也有能力為社會創造出實現更美好生活的優質產品，相信不久的將來，這隻漂亮的和平鴿會以最優美的姿態飛出國門，全面展示民族的力量。



▲飛鴿2012新款碳纖維公路車追擊R88天津展首次亮相，深受車友好評。

