



福瑪特（廣州）自行車有限公司葉平總經理在中國展的福瑪特展位前留影。

實現夢想的先行者
葉平總經理專訪

福瑪特 打造中高端自行車品牌

文◎吳志行、圖◎吳志行、韓達

繼 2012 年「愛在路上 與夢飛翔」大型青海湖騎遊活動和 20 站車迷嘉年華成功舉辦後，福瑪特在 2013 年更走出國門，與福瑪特集團總公司—俄羅斯 Forward 集團共同打造嘉年華俄羅斯站，舉辦的地點為俄羅斯彼爾姆市。屆時，福瑪特贊助的俄羅斯國家自行車隊（俄羅斯唯一在 UCI 註冊的洲際職業隊）還會與車友共同挑戰賽道，作面對面的交流。

無論是組織車友活動還是熱推 29er 和 TCS 無內胎系統的市場運作，福瑪特都表現出敢為天下先的信心和衝勁。

成長良好 喜迎競爭

對於福瑪特 2012 年的經營狀況，葉總表示：2012 年競爭激烈，業內很多公司都未能達到原定目標，我們也只完成計劃的

82%，出現供過於求的現象。但 2013 年的前四個月，增長又大大超出預期 40% 之多，4 月份前出現供不應求的情況。好在及時加快了生產的進度，現在已經調整過來了。而為了配合成長加快的內外銷，新廠和新辦公室也破土動工，首期工程完成後，能提供每年 30 萬輛的產能。

目前專賣店成長迅速，年增長率保持在 60% 以上，全中國已有 400 多家，除華北和東北還較少外，其他地區已分佈的相當廣泛。

現在，越來越多的國外品牌進入中國內銷市場，這是很好的現象，福瑪特本身也是一個國外品牌。國外品牌的進入，能刺激國內車廠和零件廠的進步。所謂打鐵還需自身硬，福瑪特一直對自身的服務、設計和理念不斷進行調整，以樂觀、積極的態度去面對挑戰，對自己充滿信心，只為做得更好。

敢為天下先

福瑪特搶先積極推動 TCS 整車，葉總說，通過市場調查發現，在 TCS 整車銷售裡，福瑪特名列前茅，藉此成績也證明消費者越來越接受 TCS。福瑪特今後會繼續力推，給中國消費者帶來更多國外流行的東西。現在，只要車友們提起 TCS，就會想到福瑪特。而從消費者那裡反饋回來的信息，也印證著福瑪特的進步，包括專用特色車架管型、塗裝、配色和做工細節，也已經得到越來越多的讚賞。

「在市場上，我們不一定能做到最好，但我們要做得最早，希望給車友們帶來別具一格的體驗。在活動方面亦然，我們去年底公佈在俄羅斯舉行活動的計劃。這個活動原定只有 100 人的名額，現在已有 4,000 多人報名，我們正在和俄羅斯方面積極溝通，爭取讓更多的車友能前往參與。今年 11 月底，我們還計劃在越南舉行一場國際賽。之所以選擇這兩個地點，主因是我們在俄羅斯有工廠，可說是我們的大本營，希望能讓車友們加深對我們品牌的認識，也可以體驗一下異國風情。至於越南則是我們的鄰邦，交通很方便，還可以讓車友們嘗一嘗當『百萬富翁』的感覺！」葉總幽默地說道。



◀ 採用Shimano Ultegra套件的福瑪特CON 90 2013款破纖公路車簡潔造型和塗裝，在中國展上受到了車友的好評。



▲「中東之征 夢系你我」福瑪特車迷嘉年華俄羅斯站活動，現在已經成為了車友中的熱門話題。

2013新展望

對於 2013 年的市場和展望，葉總談了一些自己的想法，他認為外銷市場的成長速度沒有中國市場快，但基數大，需要繼續保持，而內銷市場則是發展重點。福瑪特的產量定在 10 萬台，並更積極地通過常規比賽和國際賽事去推廣品牌。

基於要把福瑪特打造成中高端運動自行車品牌目標，因此系列和車型都不會太多，避免高大全的形象。至於周邊產品的完善發展，則一直在進行中。今年對業餘選手的扶持力度和預算，比往年增加 1.8 倍，將會以提供車架、頭盔等方式來贊助專賣店和俱樂部參加當地賽事，希望能最大地發揮其地域影響力。

