

十年騰飛 鑄造輝煌

# 天津科林自行車十週年

圖、文◎編輯部

以「賽克」作為內銷品牌並奠定良好知名度的天津科林公司，成立於1994年，10年來，科林以爭創「一流的品質、一流的品牌、一流的服務」為目標，挹注資產，加快結構調整，注重技術創新，並成功從村辦企業改制為獨立法人企業，也取得良好的經濟效益和社會效益。

科林公司資本額1.6億元，員工近千名，年生產能達到160萬輛，生產規模和經濟總量位居全天津市同行業前列。2003年，科林共生產整車90萬輛，總產值3.1億人民幣，上繳稅金1000萬人民幣，其中出口整車60萬輛，創匯2700萬美元，已成為專業從事自行車生產的大型企業。科林採用一品牌多產品的思路，以「賽克」品牌為主導，針對不斷變化的市場需求，先後發展了登山車、輕便車、電動自行車等新產品，形成了高、中、低檔定位合理、各有側重的產品體系；每年投入足夠資金，積極進



▲科林董事長王瑞東感謝業界先進的支持，並期許科林能更穩健邁向下一個十年。



▲科林王潤東總經理好學不倦，目前仍在天津南大學習EMBA。

行形象策劃和對外宣傳，不斷提高企業的知名度，靠質量佳的產品和優質的服務，使「賽克」品牌深入人心，贏得信賴。幾年來，科林公司先後被評為全國經濟效益型先進企業、全國誠信企業、中國外商投資「雙優」企業，被推薦為中國進出口商會自行車分會副理事長等職位，中國自行車協會常務理事等職位，「賽克」品牌被評為天津市著名商標、天津名牌產品。

科林公司董事長王瑞東在十週年慶典的致辭時表示，科林成立以來的十年，是白手起家、艱苦打拚的十年，是開拓創新、拼搏進取的十年，是搶抓機遇、加快發展的十年。1995年至2000年是科林的平穩發展期，銷量年均遞增15-20%；2001年至2003年為加速發展期，銷量年均遞增30-50%；2004年科林提出的銷量目標為120萬輛。這樣的速度雖然不是很快，但對於厚實發展基礎、儲蓄發展後勁，起了積極的促進作用。再者，科林非常重視人







▲中國自行車協會王鳳和理事長期勉科林更上層樓



▲中國機電商會張培生秘書長肯定科林的出口實力



▲日本Shimano公司代表致賀詞。



▲十週年紀念大會上貴賓雲集，出席人數超過300人。

力資源的管理，將人才視為企業長期發展的原動力，靠寬鬆的創業空間、優良的成長環境和有效的激勵機制來達到改進人才、用好人才、留住人才，充分發揮人力資本的價值和人力資源整合的作用。

除了強化內部的管理，科林對於拓展國際發展空間也非常積極，除大力開拓海外市場、加強與國外優秀企業合作，2002年科林經與日本坂本製作所協商，達成OEM製造加工協議，以促進出口業務進一步地向海外拓展延伸，並實現中外企業的雙贏。目前「賽克」牌自行車已行銷全國30多個省市、自治區，並出口到韓國、馬來西亞、日本、澳大利亞、德國、法國、義大利等10餘個國家。

王瑞東董事長謙虛地表示，十年來，科林公司雖然取得了一定的成績，但按照更高標準，與先進企業相比，科林還存在著差距和不足，這是需要解決的問題，也是努力的方向。未來三年科林發展的目標希望是到2006年，整年產銷能力要達到200萬輛，其中電動車20萬輛，產值突破8億元。為實現上述目標，科林將採取以下措施：全面實行TPS管理，加快建立ERP系

統，以信息流為依託，以現代物流和優質製造為龍頭，以順暢資金流為保障，對各部門職能科學劃分，對各階段目標任務準備定位，通過先進的管理思想和管理手段，改進工作流程，降低生產成本，提高員工素質，使企業的整體管理水平不斷邁上新台階。

此外，科林也要積極強化並落實ISO9001與5S的精神，以提高產品質量為目標，本著兼顧科學性與操作性的原則，優化執行方式、加大執行力度，使之為企業發展緊密結合，落實於在生產的各個環節，靠一流的品質打響「賽克」品牌，贏得市場美譽；建立完善服務體系，根據市場需求組建專門的售後服務隊伍，設立大中城市客戶服務中心，在掌握市場動態、提供生產信息的基礎上，以一流的服務樹立企業形象，贏得客戶信賴，為引領市場、發展市場創造有利條件。王董事長充滿信心與期許地

表示，希望用5年左右的時間好好努力，逐步把科林公司打造成以資本經營為主、實行多元化經營的上市公司。



▲廠內採用先進設備以創造更好的產品品質與性能。

