



永久全面质量管理工作的介绍

● 周 良

去年年初的一个下午,上海市商务委和上海市质监局领导来我永久公司召开了一个座谈会,会上质监局领导严厉的批评道,永久产品的质量已经今非昔比了,消费者的投诉反映居高不下,你们再不抓质量,将沦为垃圾产品了。当时震惊了公司与会的所有人,没想到永久在销量屡创新高背后,产品质量却如此不堪。会后,颜总果断决策,从人员调整到业务划分,让公司全体员工积极行动起来,一起狠抓质量。

首先我们从合作工厂抓起,停止签订新的三方工厂协议,已签的三方工厂期满不再续签,有条件的可以直接签。要求工厂生产的产品质量必须符合国家标准,对不重视产品质量的工厂进行整顿,屡教不改的坚决终止合作。我们制定了永久产品零部件的最低配置标准,制定了一系列的永久对工厂的管理规定。从源头上遏止了头牌买卖的乱象。

我们的质量检查方式有:1.巡检 驻外代表每天到各个工厂去检查,除了检查头牌等标识类黏贴是否正确牢固,更是检查产品焊接、烤漆、贴花、包装及零部件的配置是否符合永久的标准要求。一旦发现问题,当场

提出让工厂整改,拒不改正的,公司发文警告、罚款、停产整顿直至终止合作。2.抽检 我们不间断的从网上购买产品,现场开箱检查,对有问题的地方进行拍照留证,查验防伪码落实到工厂整改。3.自检 不定期的让部分工厂(没有驻外代表)自检,我们有专人与工厂进行视频互动检查。4.专检 我们与专业检测机构签订委托检测协议,预付了检测费。检测合格的费用由公司承担,不合格的由对应的工厂承担,同时公司还对其进行处罚。

去年,从全面开展质量管理起,我们每周和驻外代表以网络会议的形式召开质量例会,对各工厂的产品质量检查情况进行总结和分析,提出解决办法或方案并加以落实。同时对代表们的工作表现进行评估,认真负责的予以表扬奖励,敷衍马虎得过且过的批评指正,有损害公司形象和利益的则直接解聘。

新的一年,我们将完善永久产品的配置标准和各项管理规定,一如既往地狠抓质量不放松,让工厂生产出合格的永久产品,让消费者买到满意的国民车。

品质提升 共赢未来

受疫情影响,2022年的困难超越预期,艰难的市场环境导致能正常生产的工厂少、时间少,销售工作难度系数直接拉满,同时也暴露出存在的问题,对于2023年的营销工作,我们应着力,对市场敏锐的嗅觉,在疫情期间部署。

质量与销量双提升, 永久电商部交出高分答卷
上海永久电商部又传佳讯,2022同期增幅呈2位数增长。不断加大研发投入,推出新品,大力推动镁合金各产品线,百余款新品小到儿童滑板车,大到26寸山地车,对比国际品牌,相同配置,更高性价比,从外观、实用性多维度提升,引领市场。

为保障电商销售货源充足,上海疫情封控前已将公司所有品牌标识、防伪标、说明书等标识类物料发放至河北及天津办事处及工厂,积极联系天津的说明书印制工厂落实天津印制公司产品说明书。4月中旬因为疫情发展情况不明朗,公司领导快速反应立刻组织相关标识类物料的工厂加班赶制相关标识类物料发往天津及河北的办事处,由于应对得当有效的保障了在上海疫情封控期间各工厂标识类物料的申购,积极协调经销商与工厂之间,给予扶持帮助打通办事流程,提升办事效率,真正做到疫情封控在家,销售防疫两不误。有效的保障了工厂生产需求,确保了生产,确保了销售。

创新谋突破 同心赢未来
2022年上海永久线上销售部各品类产品销售并发货。电商部各销售经理疫情封控期间在家积极品质、细分产品做大做强,拓展渠道做深做透。摒弃之前各经销商之间以价格战为主的内卷模式,通过推出差异化产品,推动镁合金各产品线,百余款新品小到儿童滑板车,提升工大到26寸山地车,对比国际品牌,相同配置,更高性价比,从外观、实用性多维度提升,去满足消费者个性化的不同需求。

展望
2023年疫情形势已经明朗,机遇和挑战并存,我们线上销售部必将全力以赴把“团结拼搏,调整创新”贯彻落实;始终坚

内抓管理 外拓市场

2022年悄然谢幕,在这一年是公司的关键一年,对外开拓市场,对内狠抓生产管理、产品品质、保证质量,以市场为导向,面对全球性疫情的挑战,永久线下销售部在公司领导英明指导下,在兄弟部门大力配合支持下,紧紧围绕销售工作,在平稳中感受变化,在变化中感受创新,在创新中感受发展,在发展中感受压力,紧紧围绕年度经营目标任务,齐心协力、不懈努力,较好的完成了全年的各项工作任务,回顾2022年的工作历程,作为永久的一名员工,深深感到企业蓬勃发展的热气,以及永久每一位员工拼搏的精神。

2022年度在巩固原有市场份额的基础上加强市场渗透,运用各种有效手段与促销方式,确保市场占有率,并在销售旺季策划了一系列的活动,再掀抢购热潮、同时提升了客户信心和品牌形象。2022年度1-12月全年永久自行车较去年同期同比完成率157.5%,永久童车较去年同期同比完成率104.6%,永

久自行车客户数514家,下线二网终端客户2639家;永久童车客户数77家,下线二网终端客户853家,客户数量保质保量稳定增加。永久全国店面不断加大建设力度,现有永久旗舰店60平米以上253家、专卖店156家、形象门头店326家、店中店42家,其中在2022年度新装永久专卖店156家(143家新增、13家翻新)。健康骑行、源于永久,22年发布永久骑行俱乐部最新骑行考核办法,全国71家永久骑行俱乐部开展完成988场次骑行活动,通过骑行活动的不断开展传递永久健康理念。成绩属于过去,展望未来,摆在线下销售部面前的路更长,困难更大,任务更艰巨。我们销售部全体业务人员一致表示,一定要在2023年发挥工作的积极性、主动性、创造性,履行好自己的岗位职责,全力以赴做好23年度的销售工作,要深入了解市场行业动态,不断学习专业知识提升综合能力,更进一步开拓和巩固好线下市场,服务跟踪好每一个客户,为公司创造更高的销售业绩。

售后服务是产品方与用户之间最主要的交流平台。好的售后不仅是公司实力的象征,同时用户的反馈也直接关系到公司的产品后续研发和改进方向,作为行业龙头企业,永久深知在既强调工匠精神,又重视服务体验的今天,做好产品质量和售后服务的重要性。

其实,早在永久成立之初,便把售后作为工作重心之一,多年来,永久贯彻着以消费者为中心的理念,确保服务好永久的每一个用户,致力于提供让每一个用户都能由衷

的永久感到满意的售后服务,严格落实《消费者权益保护法》、《电子商务法》、《产品质量法》等法律法规的规定,并获得了广大消费者的一致认可。随着永久对线上销售业务探索的成功,销量逐年上升,这无疑对永久的售后体系是一场严峻的考验。为了应对这种变化,永久积极寻求先进的售后管理思路,公司在ISO9001管理体系基础上,形成了独有的售后管理体系,力争从源头上解决问题。

在此基础上,永久对售后服务进一步提

浅谈永久售后工作

● 商务部

出了:“售后服务三要求”,即主动性、及时性、规范性。

主动性是指,公司安排专属人员,多渠道获取售后需求,除了原有的400热线及京东、天猫、拼多多各平台店铺的专属客服人员,增加了小红书、微博、公众号、邮件等多渠道的信息采集。确保消费者可以在第一时间找到售后反馈,并且负责人员会主动对各网络销售平台产品链接中的评论内容进行检查,发现有反馈品质、服务问题的主动联络



消费者。对一些新兴的网络社区共享平台,增设相应的售后管理人员,每天对永久线上店铺的售后服务进行管理,包括消费者在各销

售平台对永久产品的评价,通过大数据对售后服务问题进行分类、筛选,找到痛点,通过不断完善去解决相应矛盾。

及时性是指:“迟来的满意,本身就是不满意。”为此,公司要求400热线接到消费者投诉后,当天由相关部门先期联系消费者核实信息。其他渠道获取信息后当天由相关部门人员主动联系消费者核实情况。并且在24小时内进行第一次跟踪,48小时时要解决相关问题并结案。积极处理消费者反馈的问题。

规范性是指:售后人员的规范性,确保所有负责售后工作的均为全职、专业的售后人员。培训的规范性,对该等售后人员均由公司统一培训合格后上岗,确保其可以统一、规范的开展售后工作。售后渠道管理的规范性,确保各渠道送达的售后需求均能接受到规范且统一的售后服务。

永久作为中华老字号品牌、行业头部企业,深知客户满意就是企业的生命线,想要把国货精品发扬光大,就必然要把好售后这一关。随着2023年工作的开展,永久的售后团队也将继续为永久用户提供优质的售后服务。

2022永久品牌新亮点

● 顾晓婧

2022年“自行车”成为了逆流而上的品牌话题,永久自行车开启了跨界潮玩的一年,多领域涉足:游戏联动完美世界、饮食联动汉堡王、线下活动联动南丰城、骑行活动联动上海交响乐团...此外,推出了永久文创周边环保理念现行,宣扬低碳生活。

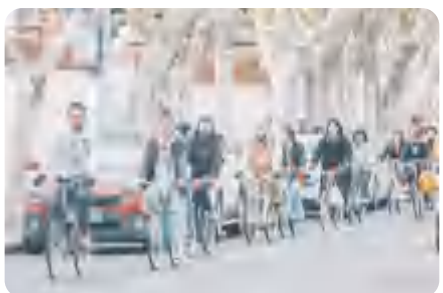
永久自行车品宣领域多元化;永久自行车×新诛仙,国货跨次元,永久自行车跨界合作电竞领域已数次,今年《梦幻新诛仙》经



密欧阳台.....品味上海古典建筑及文化韵味,体会久别重逢的户外骑行乐趣。

此外,永久品宣也联合多家媒体进行外部投放,进行品牌大事件宣传及新品上新预热宣传,为品牌传播打通渠道,拉升品牌影响力。

未来,永久自行车将会以开放怀抱的姿



态拥抱更多品牌,在2023永久自行车将携手森马推出联名系列服饰,运动与休闲结合,超酷出新,大家敬请期待。

永久将持续联动各行各业品牌,从衣食住行焕全面覆盖生活,为用户提供更安全、绿色、智能的产品与服务,触达更多圈层的用户,拉升品牌好感,提升品牌形象。

今日永久

品牌价值
41.58亿



永久官方网站



永久微信平台

2023年第0001期 总第0038期

2023年3月

主 编: 颜奕鸣

责任编辑: 张颜鹤 窦为民

美术编辑: 窦为民



中华老字号



癸卯兔年发力跃骑 白金永久华夏开新

● 颜奕鸣

2022永久声量勃发,2023永久再攀新高!

今年永久品牌升级将一路高歌,全面焕新品牌形象、打造高级线下门店、开拓中高端产品线,以售卖运动生活方式而非产品,赋予品牌多元价值,迭代消费人群,吸纳新时代文化为发展目标,再创永久辉煌!

厚积而薄发,永久美誉已遍布全国,2023年本土自行车消费升级时代已然到来。在一线与新一线城市,自行车单品的消费观念已从实用主义转向品牌力消费,国产自行车品牌需求抢占新一线消费者心智,传播自身品牌文化,增强用户好感,永久将率先抓住消费新需求;以中高端产品升级换新消费人群,将发展重心聚焦于电助力产品创新、布局线下

为白金系列及电助力车打造专属售卖门店。重塑品牌门店风格,以年轻化、专业化、精致化的全新面貌吸纳新用户。

线上将拓宽视野,与时代发展结合,将品牌年轻化落到实处,以线上为重点矩阵打造永久自媒体+,吐故纳新刷新品牌形象,与消费者对话,传达品牌理念。

未来,永久拥有无限可能,与科技结合,跨次元破圈联动宣传,与生活结合,触达多领域视角,与文化结合,老二八升级回归,引领新时代复古潮流,创韵味之诗。

企业发展离不开每位永久人的付出,望大家不负初心,将传承与创新结合,继续开来,再创佳绩!

抖音行业领军 种草国货永久

永久自行车于今年6月首次开通抖音官方账号@上海永久自行车,疫情期间转战线上,



主动破冰与新主力消费群体玩在一起、软性种草国货品牌。

永久自行车今年在社媒平台账号全面启动,开通抖音平台官方账号短短半年时间就达到10W+的粉丝量,行业排名超99%以上的品牌,通过直播传递低碳骑行文化、介绍二八大杠等经典产品,用户粘性颇高。

启动抖音账号时正值疫情时刻,我们克服万难,搭建永久专属直播间,以整洁、柔和的背景及清晰明了的画面内容,永久特色的主题蓝LOGO点缀于背景墙上,凸显品牌标识。开播初期,我们不断调整测试直播时间与流量,从早上、中午、下午三个时段不断进行测试,确认直播流量最大的时间段与每周直播排期,确保直播间人流观看始终达到最优值。从培养新人主播逐渐熟悉产品卖点及品牌文化,现在@上海永久自行车直播间仅仅通过上午的直播时长,已经无法满足用户的观看需求。因此,我们延长了直播时间且培养多位主播开展上下两场轮播,拥有了一批高粘性的粉丝群体。从无到有,我们经历了许多磨合与波折,如今逐步走上正轨,永久直播间仍欢迎大家的光临与关注,与大家一起分享生活日常、聊聊骑行、讲解车款。

在探索直播领域期间,我们不断尝试多样化的短视频内容,在短平快的信息流中抓住用户的兴趣,达成留存转化不是件简单的事情。我们于去年拍摄了各类风格的视频:如平台热点话题视频、根据线上线下车型拍摄永久新款车、复古二八系列、主题趣味短视频、内容化开箱视频.....通过分析视频流量及用户完播率,我们逐步找到了与用户兴趣最切合的视频风格与拍摄手法,提高了工作效率与视频热度,抖音直播累计观看人数180万+,抖音单条爆款视频播放量18.3万+,成为行业翘楚。

未来,永久自媒体端将会持续发挥与消费者对话、拉升品牌好感的作用,帮助品牌向年轻态转型,让用户见证永久更年轻更具时代活力的面貌,将创意于趣味结合,传播国货品牌的经典韵味。

永久新起航 同心续辉煌

后疫情时代,我们永久人同舟共济展现了前所未有的凝聚力与实干力,年度品牌价值攀登至41.58亿元!

破局而生,在疫情封锁时刻转战线上自媒体领域取得行业佳绩!2022永久自行车全域累计曝光突破7000万+!于2022年全新开启了小红书、抖音平台账号与消费者进行亲密互动,通过小红书等社交APP公域话题中频频引发用户自来水流量,崭露品牌影响力。话题以复古单车为代表将复古与时尚结合,颇受年轻人好评青睐,收效喜人。联动游戏、食物、交响乐等多元化品牌跨界活动,举办线下市集、骑行活动等趣味活动;聚焦新兴事物,焕新品牌形象,启动全域线上宣传,持续扩大品牌传播声量。

乘风而上,在消费力低迷的一年永久全国市场销量激增,在2022年度销售战报中业绩突破500万辆大关!全年营收同比增长25%,成人自行车销售同比增长30%,电动车同比增长36%,学生车最受青睐同比增长50%!

去年的每一帧画面都是永久人拼搏而取得的昨天,新的一年来临,永久将以全新面貌出现,将品牌升级一路高歌!与时代发展结合,将自媒体内容传播与骑行垂直领域媒体传播结合进行企业包装,将老品牌年轻化落到实处,以线上为重点矩阵打造永久自媒体+,活跃于年轻消费者圈层中,与消费者对话,传达品牌理念,胜而不骄未来可期。



FOREVER

2022
年度战报

永久自行车有限公司

年度销售总量

突破
500万辆

2022年全年营收同比增长

25%

成人自行车销量同比增长

30%

电动车同比增长

36%

学生车最受青睐同比增长

50%

诚信务实人为本



合作创新谋共赢

HTTP://WWW.CNFOREVER.COM

SHANGHAI FOREVER BICYCLE CO.,LTD.

新永久、新地标2023

品牌新地标-白金系列专卖店

自2020年新冠疫情爆发以来,大众普遍加强了对于健康运动的关注,同时受到国家“双碳”政策的影响,出行方式逐步转向更为绿色环保,“骑行文化”之风也随之盛行。

永久品牌作为我国自行车行业的中流砥柱,在提升品牌形象和顾客口碑的同时,不断深耕品牌终端的建设、渠道及门店管控上的迭代与优化。集中公司优势资源,通过建立标准化、统一管理的方式,以点带面、逐步扩张;更是预期通过统一的终端形象建设、线上线下产品的展示,以及特定促销活动的执行,使永久的品牌观念,紧跟时代的步伐且更具备年轻化;并针对终端人员开展服务流程培训,增加终端的增值服务,引导、吸引消费者,进一步加强消费者对于品牌的忠诚度,并最终通过终端建设,统一管理提升品牌产品的销售。

在2023年的新年钟声敲响之前,总部已经在上海紧锣密鼓的规划并进行着首家【白金系列品牌专卖店】的打造。随着春节后各个装修节点的陆续完工,【白金系列品牌专卖店】也即将于近期内,以全新的面貌、全新的风格步入大众的视野中。此次在【白金系列品牌专卖店】装修中,打开新视角采用了当下最为流行的经典黑底白字作为门店店招,更为大气的黑灰色调作为店内墙面基调,

将整个门店的品质、顾客视觉上的感受进行了很大的提升,关于【白金系列品牌专卖店】中是否还有更多更新的创意,还请大家拭目以待。

2023年品牌终端建设项目中的目标为:通过结合硬实力+软服务两方面标准提升,逐步完成品牌专卖店的迭代优化,并同步进行【白金系列品牌专卖店】创新建设:

1、打造品牌专卖店硬实力:
品牌形象统一标准:统一品牌门头、字体、形象墙、POP陈列等标准。

产品陈列统一标准:由销售部制定专卖店产品陈列标准指导下发执行。

特定促销活动统一执行:品牌专卖店须支持配合特定档期的促销活动,并严格按照标准执行。

2、打造品牌专卖店软服务:
结合消费需求编制品牌服务手册,开展专卖店核心人员培训;

建立健全专卖店信息管理、回馈及认证机制;
增加专卖店终端增值服务,门店与骑行俱乐部持续招募,互动带动引流。

为打造更优质的品牌专卖店形象、创造更良好的品牌服务口碑,建立更人性化的售后服务,永久品牌标准项目在行动。

精品国货永久新白金

——永久首家白金线下店隆重开业

2月8日,永久自行车首家白金系列线下专卖店于上海市杨浦区周家嘴路隆重开业,永久自行车董事长颜奕鸣亲自到场参与剪彩仪式,同时举办线上开业直播与全国各地消费者及经销商共同见证首家白金线下店的开业盛典。

本次开业活动通过线上抖音直播吸引同城流量及全国声量传播;线下隆重剪彩与开业福利庆祝的促销传播,线上线下联动互通,将满足更多消费群体的不同消费需求的理念宣扬出去,展现新门店优异的服务与专业的车型介绍,吸引消费者到店观看提车。

随着现场礼炮齐鸣剪彩仪式顺利落成,颜总为各位永久工厂及合作伙伴的线上祝福及花篮贺礼衷心地感谢!剪彩仪式后,出席活动嘉宾与线上直播观众一同参观白金线下旗舰店。

白金系列线下旗舰店作为永久中高端自行车产品布局的主要推动力量,上海首家店

铺只是一个开端,后续我们将不断筛选优秀的合作伙伴补充白金线下店后备军,强强联手资源共享,以共同的智慧、责任和激情,以持续不断的努力付出在白金系列中探索出永久新模式、焕发出新的活力!为广大的消费者提供更多便捷高端的产品,缔造更加美好的生活!

在未来,永久白金系列将继续立足于用户需求,以技术研发和市场开拓为核心,不断提升产品价值优势,不断加强研发创新设计,持续改善制造工艺,持续提升产品附加值和服务专业度,坚持健康骑行、电力骑行的流行新趋势,打造出行新选择,不断输出精品国货。



白金

PLATINUM SERIES
永久专卖店

- 吉星**
 - 48V12AH铅酸电池
 - 前鼓后碟
 - 400W*9管
 - 阻尼液压减震
 - LED透镜大灯
 - 朝阳3.0-10真空胎
 - 黑莓液晶仪表
 - USB充电
- 米莎**
 - 48V12AH铅酸电池
 - 前碟后鼓
 - 400W*9管电控
 - 阻尼液压减震
 - LED透镜大灯
 - 朝阳80/70-10真空胎
 - 黑莓液晶仪表
 - USB充电
- 星悦**
 - 车型尺寸:1600*760*1050
 - 48V/60V通用
 - 巨霸/南管500W
 - 科亚12管控制器
 - 300-8真空胎
 - 迪耐德车架
 - 豪琦电泳烤漆
 - 高回弹力发泡鞍座
 - 高档仪表
 - 高弹减震
 - 遥控报警
 - 嘉年华红、永久浅绿
 - 珠光天银灰、意境蓝
 - 油光黑
- 腾龙**
 - 车型尺寸:2090*830*1080
 - 48V/60V通用
 - 巨霸/南管650W对接电机
 - 科亚12管控制器
 - 300-8真空胎
 - 迪耐德车架
 - 豪琦电泳烤漆
 - 加粗储物筐
 - 高亮显示仪表
 - 液压减震
 - 前后大鼓刹
 - 双遥控一键报警
 - 阳极红、油光黑
 - 永久蓝/意境蓝、刚青灰
 - 奶白/空气蓝
- 27.5寸漫步者21速锂电车**
 - 铝合金27.5-16寸 全隐藏式电池 内走线车架
 - 库德锁死减震前叉
 - 深圳车把 磨砂工艺
 - 铝合金把立
 - 高挡舒适短鼻鞍座
 - 瑞普特线碟
 - 王征铝合金培林轴皮
 - 亨利双层电动车专用刀圈
 - 铝合金小三片轮盘
 - 建大27.5*2.10 1162花纹 黑胎
 - 密封轴承中轴
 - 加粗铁双眼车梯
 - 博锐斯泰36V350W 高速无刷后置电机
 - 康跃七片定位飞轮
 - 5.2AH电池
 - 助力30-60KM续航
 - 多彩变色金、摩天灰金、碳黑红
- 永久27.5寸天山四号 (禧玛诺18速 油碟)**
 - 高档异型铝合金内走线车架
 - 全铝肩减震带锁死前叉
 - 深圳抽管 把横 加压铸铝把立
 - 禧玛诺M2010指拨、禧玛诺M2020前拨、M370后拨
 - 禧玛诺油碟刹车
 - 禧玛诺培林轴皮
 - 亨利加厚福瑞牌双后刀圈
 - 亨利加厚福瑞牌双后刀圈
 - 建大27.5*2.10 K1162黑胎
 - 浩盟铝合金双片轮盘
 - 飞敏密封中轴
 - 深圳9片卡式飞轮
 - 高密度发泡鞍座
 - 灰蓝、红色、白色、暗金色
- 永久征途 700C*16寸智能锂电旅行车**
 - 铝合金700C-16寸内走线车架隐藏式
 - 库德全铝锁死减震前叉
 - 深圳抽管 把横 加压铸铝把立
 - 禧玛诺M2010指拨、禧玛诺M2020前拨、M370后拨
 - 禧玛诺油碟刹车
 - 亨利加厚福瑞牌双后刀圈
 - 亨利加厚福瑞牌双后刀圈
 - 建大27.5*2.10 K1162黑胎
 - 浩盟铝合金双片轮盘
 - 飞敏密封中轴
 - 深圳9片卡式飞轮
 - 高密度发泡鞍座
 - 灰蓝、红色、白色、暗金色
- 永久20寸-22寸图伦3.0 (碟刹7速)**
 - 镁合金异形内走线避震车架
 - 38管加粗避震前叉
 - 禧玛诺7速
 - 卡式轴承碟刹花鼓
 - 铝合金双层刀圈
 - 正新/建大/朝阳等轮胎、丁基内胎
 - ATAT7片旋式定位飞轮
 - 卡式机械碟刹
 - 单片齿盘
 - 一体密封中轴
 - 红/金、浅蓝绿、荧光黄、蓝/咖啡
- 永久:库里南-VT**
 - 镁合金减震车架
 - 钻石标内贴
 - 密封中轴
 - 通力碟刹
 - 加粗外胎
 - 喷涂彩条
 - 加宽加厚辅助轮