

金享三十 UNO成就唯一

圖◎陳柏如、文◎廖壯偉

即將邁入 30 週年的金享車業，近年來在研發技術上力求突破，行銷策略也更創新有活力，除原先代工生產外，自有品牌 UNO 標榜「精品」概念，產品強調環保並結合輕量化，貼心的獨家設計，讓 UNO 的產品形象煥然一新，知名度也直線攀升。

金融海嘯 金享破浪而行

金享目前在台灣與中國深圳共有兩大廠，中國廠佔 75% 的生產量，員工約一千人，以中低階產品為主，供應當地組車廠以及歐洲市場；台灣廠以高階產品為主，生產量佔 25%，員工超過百名。金享副總劉乃綾表示，金享立管、座桿年產量約 700 萬套，車把年產量約 500 萬套。

金融海嘯席捲全球，金享今年第一季

的業績也深受影響，劉副總回憶道，第一季的訂單突然銳減四成，令大家都憂心忡忡，還好心理作用的因素佔大部分，客戶多延後下單，而七月也進入訂單旺季，所以整年度的業績影響不大。



▲金享行銷副課長邱文吉強調產品的故事性，對於產品形象的塑造與意念的傳達創意十足！



▲金享副總劉乃綾長年征戰全球各主要展覽會，對於業務拓展非常積極，對於產品設計的敏感度也很高。

對此金享行銷副課長邱文吉也補充表示，由於第一季國外買主採觀望態度，按兵不動的結果造成第一季營收表現不若預期，但是總體來看，金融海嘯導致購買力下滑、購買預算縮減，對於金享利多於弊，原因在於金享 UNO 的品質佳、不斷輕量化之餘，技術也不斷突破，相同的品質級數，價格卻比同業更有競爭力，反而更受到客戶的青睞與愛用。

創新突破 金享再造新紀元

金享近年在品質、材質上不斷升級，技術也突破以往，產品設計上強調最適剛性結構 OSC，運用電腦模擬分析，讓產品在不斷輕量化的設計之下，同時還能保有一定的剛性強度。以金享最新的立管產品 ASA105 為例，7050 T6 鋁合金 3D 鍛造，搭配鈦合金螺絲，僅 87g，其獨家設計特色包括：



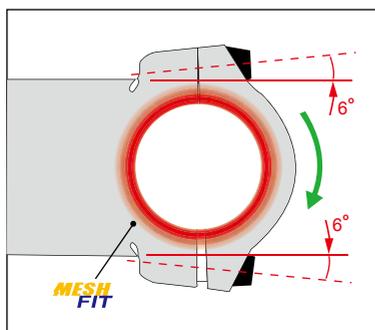
▲媲美三顆草莓重量的ASA 105鋁合金立管僅87g。

Winglet faceplate 翼面設計：在立管前蓋加了一對「小翅膀」設計，可有效分散剪力。

Mesh Fit：傳統立管與手把透過平行迫緊，需要巨大的扭力，才能牢牢鎖緊，金享針對這點做出突破，透過 6° 的夾緊角度，不需極大的扭力，即可輕鬆鎖緊。

Variant thickness 彈性厚度：針對內管壁厚度進行結構與受力分析，針對受力較大之處加強，受力較小之處則改薄，不犧牲強度的條件下有效減重。

此外，有鑑於壓鑄雖然成本較低，但表面質感較不佳，容易有月球表面而無法高級化，因此金享推出創新的 ION Coating 表面處理技術，所謂 ION 指的就是離子鍍膜烤漆，是結合三加酷的環保技術，不僅讓產品的耐磨、耐刮硬度增加，亮面外觀足以媲美鍛造品。此外，金享也推出全碳纖維的座桿，品質通過 EN 測試標準，僅

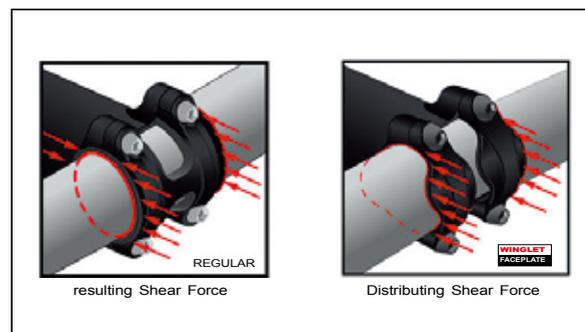


▲金享的Mesh Fit技術，透過 6° 的夾緊角度，不需極大的扭力，即可輕鬆鎖緊。

重 146g！造型獨特且鎖固螺絲內藏的時尚小把手 BE304 也很有賣點，採鋁 6061 T6 3D 鍛造，僅 75g。



▲僅75g的3D鍛造鋁合金BE 304時尚小把手。



▲金享別出心裁的Winglet faceplate翼面設計(右)，與一般傳統設計(左)的差異。

目前金享主要的市場以歐洲為主，德國是其最大單一市場，UNO 在西班牙文是「一」的意思，透過 UNO 高質量且精緻化的產品，除了深耕既有的市場，未來金享也將力拓中國及美國市場，力爭成為買家的唯「一」首選。

