

## The Good Feeling of Security

# ABUS 尋求組車廠合作

圖◎巫明維、文◎吳敏正



來自德國、擁有 80 年歷史與經驗的 ABUS 集團，主要經營鎖具和安全系統的業務，產品線包括：鎖具、安全帽與各式車袋，在歐洲擁有很高的品牌知名度與市佔率，是最大的品牌之一。

看好亞洲市場的發展潛力，ABUS 也積極將觸角延伸到大中華地區，ABUS 香港分公司產品及市場經理施逸倫表示，ABUS 希望讓大中華地區的組車廠更了解歐洲的生活方式和自行車騎乘習慣，以推出更符合歐洲市場且更高利潤的成車產品。



▲ABUS集團交通工具安全部門總經理Michael Buenfeld (左)與國際行銷&公關經理Mark Stuiver展示ABUS最新的暢銷車鎖。

### ABUS專攻防盜安全

成立於 1924 年的 ABUS 集團，主要從事安全科技，事業部門可分為三方面：居家安

全、商務安全、交通工具安全，產品舉凡各式和安全相關的保全系統、防盜設施，從

各式傳統鎖具、車鎖、保險箱到錄影監視系統都有，業務範圍相當廣泛，而分公司也遍及世界各地。

在自行車的領域中，ABUS 生產各式各樣的環鎖、鏈鎖、密碼鎖、折疊鎖，能符合自行車騎士的各種使用習慣，現在因應電動自行車盛行，也配合 BOSCH 電機系統推出 E-Bike 專用鎖，一支鑰匙就能同時打開車鎖與電機系統，讓消費者使用更便利。除了鎖具外，ABUS 也有款式眾多的自行車用安全帽和貨袋、包包等。

### 從配件提升整車價值

雖然鎖具只是自行車的一項配件，但施逸倫強調，德國工藝相當重視品質與設計，即使只是配件也不輕忽，因此才能在歐洲市場佔據一席之地；即使目前許多產品在中國生產，但都是由德國總公司開發設計，並派員在中國監製，成品也必須通過歐洲測試與法規。他認為，這也正是將產品賣往歐洲市場的大中華地區自行車業者所應該了解的，歐洲市場講究品味、質感，因此成車廠不能一味求低價，而是應該在成車上搭配



▲ABUS香港分公司產品及市場經理施逸倫希望能將歐洲民衆的使用和消費習慣，介紹給大中華地區的成車廠。



▲ABUS在歐洲是最大的安全系統品牌之一，圖為其Eurobike展攤位。



更高階的配件，才能以更高的價格賣出。

他並指出，現在很多自行車業者把重心放在運動、競技的市場上，所有的產品講究的是競速、輕量，但在歐洲市場中，運動、競技並非市場的最大宗，而是以城市車和電動車最多，是一般民衆每天都會使用到的交通工具，而鎖具更是每一輛單車都必備的配件；當組車廠想要讓自己的成車走向更高階的領域，當然就要搭配更高質感的配件產品，這正是未來 ABUS 和組車廠的合作契機。

