



Phase 3在Burmester雖然是定位在「生活風」的產品，不過其搭載的最新161一體式訊源、B15喇叭，都是沒有什麼妥協的高檔貨；這反映了Burmester核心價值，就是「只作頂級」。所以網路銷售適不適合這種高階品牌？營運長Harald Feld的答覆是否定的，透過代理、經銷的體系，經驗分享與親自接觸才會是最棒的體驗。

去年創辦人Dieter過世，不少音響迷以及各界媒體也會有點懷疑Burmester接下來的發展，不過這一年內成績的進步，更也是顯示了Burmester一點都不需要大家擔心。Harald表示，他們在Hi End領域耕耘的這幾十年間，樹立了別人難以超越之標的，即使新任的CEO即將上任，

毫不妥協的頂級選擇，他也指出這種結合生活風的Hi End產品開發，是一個不容忽視的重點市場趨勢。

我又問Harald說，這個Phase 3即使定位在「生活風」，但是它仍然是搭載了非常高端的音響技術，售價肯定也是中階以上，Burmester未來會打算推出更好負擔、真正更適合入門者之產品嗎？Harald馬上就說短時間內應該不會，因為音響迷現在一提到Burmester，就幾乎是高端發燒的代名詞，不僅在亞洲，在全世界都是如此，在歐洲科技最進步的德國，更是Burmester賣得最好的地方，而賣得最好的是什麼？Harald說絕對不會是相對較便宜的那幾款，譬如909後級就是長賣型的代表產品。Harald並不覺得所謂市場普遍不景氣會影響他們的銷售，因為真正頂級的東西，能負擔得起的玩家，幾乎也不會受到市場不景氣的影響（很殘酷但確實有道理）；而Burmester自始至終的理念就是打造純然頂尖的產品，服務的對象就是鎖定在高階客群，銷售量一直處於持續成長。而且近幾年來與同樣高階的車廠如保時捷、賓士，合作越來越密切，也有更多車款能選配整套Burmester車用音響系統，這樣「名牌間的合作」，對品牌形象、客群拓廣都只會越來越熱而已。雖然偉大的創辦人已經在天堂聆仙樂了，不過Burmester依舊沒有絲毫停頓，未來更會密集的帶給音響迷們朝思暮想的「音響極品產物」！（文 | 蘇雍倫）

站在最Hi End之上，不用怕市場變化

說 到頂級音響器材的大名牌，Burmester肯定最響亮的名號之一，這次才剛升任營運長一年的Harald Feld於音響展期間再次來訪，給我的感覺就是：無論Burmester內部在有什麼人事異動、或外在市場有什麼部景氣的波瀾，由於Burmester就是這麼備受推崇，「受影響」從來就不是他們會遭遇的狀況！

一開始Harald Feld就拿了一張德國本土市場調查之報告讓我先看一下，上面列的都是德國之奢華品牌在市場上的熱門排行，前兩名是手錶品牌，第三名就是Burmester，第四名是汽車品牌保時捷。Harald表示，比起再前一年的排行，Burmester是有進步的。這個成績對公司上下都是非常重要的指標，

Burmester也一直都會擔任音響圈領頭羊的角色，在Harald眼裡，其他很多人都只是「追隨者」而已。我問Harald那今年要開始主推的新品？他說有很多！但是最主要要和大家介紹的還是Phase 3音響系統，雖然在2015年慕尼黑音響展就發表過，不過因為進行了一些內部修正，預計正式版會於2016年下半年開始陸續出貨。Phase 3音響系統其實定位在「奢華的生活風產品」，其包含了一部以151音樂伺服器加入綜擴功能而成的一體機新型號161，搭配一組全新的B15喇叭，具有整套的音響架組合，也有標誌性的鏡面與頗具性格的「Loftstyle」兩種外觀樣式可以選擇。Harald說，這個Phase 3音響系統提供了一些高級住宅中，想要放入一套邏輯簡單的音響系統，卻對品質絲

Phase 3結合了一部最新的161含擴大機功能之播放器、以及B15喇叭，堪稱最頂級的生活風代表作！

