

# 引領氣墊鞋進入無壓力時代

## 禾懋企業 黃英俊發下豪願

圖·文/蒲婉華採訪報導

**位** 於南崗工業區的禾懋企業，雖然公司規模不大，卻是國內第一家研發及生產氣墊鞋的業者，負責人黃英俊認為，『台灣鞋要走出去』必須做到品牌建置及品牌行銷；在那之前，企業必須擁有核心技術作為基礎，「唯有不斷的創新，才能強化產品核心價值」。為了氣墊鞋的專利權，黃英俊不僅以小蝦米姿態卯上NIKE，最後反而成為NIKE的華人研發顧問。在2006年結束了與NIKE的合約，禾懋開發的氣墊技術卻更上一層樓，可自動充氣與3D立體結構氣墊鞋，即將以黑馬姿態搶佔國內運動鞋市場。



說起「氣墊鞋」這個名詞，大部分人立刻都會想到NIKE這個品牌，很少有人知道台灣南投工業區裡，有一家名不見經傳的鞋廠，膽敢挑戰氣墊運動鞋的製造，並大言不慚的認為自家生產的氣墊鞋的反彈力絕對遠超過NIKE氣墊鞋。將自家鞋類品牌取名為「DR. AIR」，就能看出負責研發生產3D氣墊鞋的禾懋公司負責人黃英俊的自信所在。

這家位於南崗工業區蜿蜒山路旁的小規模企業，實在很難想像竟敢以小蝦米姿態挑戰國際知名運動鞋品牌；但是有穿過禾懋公司生產氣墊鞋的人，都能感覺出他家的鞋子重量很輕，跑步跳躍時彈性極佳，絲毫不輸給大品牌的運動鞋。為何這麼好穿的氣墊鞋，鞋訊編輯室到現在才來介紹呢？原因在於該公司在產品宣傳方面很低調，希望透過口耳相傳方式獲得消費者認同，直到該企業代表台灣品牌前進大陸市場，才讓編輯室有幸帶領讀者一窺「DR. AIR」的最高機密。

### 研發氣墊功能的動機

目前為成功大學準博士班候選人的黃英俊，正在進行具曲面支撐之鞋底氣墊的研究論文(P.S.)，很難想像在他進入氣墊鞋開發領域之前，最早期從事的是空白錄影帶加工。因為錄影帶加工及技術都由進口商所把持，無法掌握上游技術，讓他從此轉而投入鞋類的生產製造。

後來，有一天黃英俊突發奇想，如果鞋底和汽車輪胎一樣具有反彈力又可以打氣的話，跳躍投籃不是更加容易嗎？因為輪胎彈力的啟發，讓他研發出第一雙氣墊鞋。在研發階段，黃英俊也遭遇了許多的瓶頸，有一天，他在經濟日報看到一家沙拉脫瓶公司的廣告，發現中空把手和瓶子相通，讓他對於氣墊鞋立體架構的支撐有了新的想法，這個突破性的創意，終於讓氣墊鞋的開發獲得關鍵性突破。

1983年，禾懋申請第一代可調整緩衝氣墊鞋專利，隔年，黃英俊又提出二代緩衝氣墊鞋的專利申請。與此同時，國際運動鞋品牌NIKE提出異議，從此展開了長達七年的專利權爭議。黃英俊認為，小公司唯一能和大公司相抗衡的，就是技術的創新。始終堅持這個信念，最後禾懋在行政訴訟中獲勝，NIKE甚至還聘請黃英俊擔任有史以來第一位華人的氣墊顧問12年。2006，禾懋與NIKE的合作終止，黃英俊決定以自創品牌達客艾爾「DR.AIR」，改變台灣人穿運動鞋的習慣。

### 擁有核心技術才能永續發展

處於經濟成本掛帥的時代，台商常會面臨兩難的處境，不是擔心產品拿到國外生產被別人仿冒，就是擔心在國內生產無法降低成本。黃英俊認為，面對大陸越來越盛的山寨潮，製鞋業者必須做到“保有核心的技術”，例如商品拿到大陸生產，卻不會被模仿的秘訣。

多年來，他不斷的思考台灣鞋類的核心技術在哪裡，什麼才是企業永續生存的利基點，從代工生產到自行開創品牌，一路走來，他找到了自己的方向，就是產品必須要創新，「讓產品自己說話」，找出關鍵的技術讓別人無法仿冒，無論是從逆向工程或生產設備方面都無法被模仿，就能找出企業的生存空間。

他說：「其實鞋子自己是會說話的，透過消費者的試穿經驗再口耳相傳，才能真正被消費者認同與肯定。」在創立品牌DR. AIR之時，他決定必須建立產品的核心技術，才能在競爭激烈的市場中走出自己的路。

其實，黃英俊也常感嘆，多年前台灣製鞋業者就已開始自創品牌及行銷品牌，但有些品牌因為缺乏無法被取代的核心技術，在一窩蜂類似產品的競爭浪頭下被淹沒消失了。他觀察到，目前大陸許多品牌的發跡與台灣當年的品牌發展有些類似，光只有價格優勢卻缺乏品牌的核心技術，是無法延續產品生命力的。黃英俊認為，「唯有不斷的創新」才能強化產品核心價值，他認為，「創新與公司規模大小無關，卻跟自信、生活環境有關」。

## 以三流機器，做出一流產品

既然禾懋以創新為公司經營原則，黃總經理難道不怕大陸公司挖角技術人員嗎？黃英俊說，除了從畫圖、模具、試車、生產都自己一手包辦之外，他更大膽的將許多技術關卡進行切割，完全不怕別的公司進行挖角。

黃英俊舉例一個例子，他說，記得有一次想把3D氣墊拿去大陸打樣，因為擔心產品被仿冒，他跑很多家大陸工廠去問，才發現產品根本不怕被仿冒，因為3D氣墊產品以非傳統的製造方式生產；再加上有些關鍵之處，也都是他改製了機器才能做出來。

既然禾懋能生產出無法仿冒的關鍵零組件，除了修改機台之外，所使用的設備是否也有特殊之處？黃英俊笑說，禾懋公司的宗旨就是「以三流的機器，做出一流的產品。」

黃英俊認為，自創品牌只是拿出好技術仍是不夠的，必須讓3D氣墊鞋蔚為風潮，因此必須讓關鍵零件的氣墊導入全自動化才能大量生產。他拿起3D氣墊鞋解釋說，一雙好的氣墊鞋必須具備三大要素，



包括“穩定”、“吸震”及“反彈力”。以穩定度來說，黃英俊認為，穩定性應該是動態的，因為每個人走路的方式不同，當然鞋底承受的壓力方向也不同。

為了能真正體現氣墊鞋的穩定度測試，他甚至還想建議鞋技中心可以制訂加入3D影像的動態檢測方式。他說：「創新不應只是侷限在產品本身功能方面，創新也應包括：作法的創新、概念的創新、行銷的創新、廣告的創新，甚至是在制定標準上創新。」

自1996發明3D氣墊迄今，導入功能性之後，黃英俊已成功的讓3D氣墊跨入新的技術領域。禾懋研發的3D氣墊鞋新系統，將氣墊從傳統2D半的結構，由側面向上延伸成U型立體空間，除了吸震、有彈性，腳板完整被包覆，穩定性更佳。除了在氣墊材質採用無污染TPU製造，達到環保、抗菌、抗老化的功能之外，他更自豪的說，「目前本公司發明的3D氣墊鞋底，在沒有充氣情況下，其反彈力即可達到與NIKE氣墊鞋同等級的40%能量回復率；若將氣墊鞋加以充氣的話，其能量回復率可達50~55%，氣墊鞋從此進入“無常壓力時代”。」

## 結語

對於未來市場目標，他也透露說，明年目標就是開拓大陸市場，所以參加南京台灣名品展覽只是試一試大陸市場的水溫。他自豪的說：「其實要開拓大陸內地的市場易如反掌，但必須端看產品是否具備吸引力」。

就目前來說，DR. AIR先要站穩台灣市場，進而開拓大陸市場。事事追求完美的黃英俊，給自己一年的時間，希望未來將公司目前生產鞋子的不良率，降至更低；甚至他還規劃賣氣墊鞋的『售後服務』，讓消費者可以更換破損的氣墊大底，延續鞋子的使用壽命，並且將回收破損的氣墊進行碎片程序，有機會的話捐給各級學校作為鋪設跑道的材料，讓穿鞋也能盡一份環境保護的責任。

P.S. 黃英俊已於2009年7月25日通過成功大學工程科學研究所博士論文口試，正式成為工學博士。

