

新服務商品

全新服務商品或增進既有服務內容、元素、水準、規格、組合。

TWFO





達特富科技有限公司

DATA

公司名稱：達特富科技有限公司

創立日期：2002 年

負責人：林維政

員工數：20 多人

服務據點：宜蘭縣羅東示範門市



CONTENTS

1. 達特富科技 032
舒活足——足部保健加盟連鎖服務系統
2. 達特富知「足」長樂 036
一條龍服務「富足」之道
3. 專訪元智大學國際企業學系副教授賴子珍 046
專業足部評估 消費優品質

達特富科技 舒活足——足部保健加盟連鎖服務系統

計畫名稱：

舒活足——足部保健加盟連鎖服務系統

計畫期間：

自 97 年 10 月 16 日至 98 年 10 月 31 日止

背景說明：

美國 School's 博士和 Temple 大學足部醫學院國際交流研究的資料顯示，成年人腳有病痛約占 64%，主要足病有雞眼、嵌甲、大拇趾外翻、潰瘍、香港腳、厚繭、趾甲內長、足底疼痛、足底肌膜炎……等，這些人對訂製鞋的需求是非常強烈。對足部正常健康的消費者而言，現在許多量產鞋品，加諸雙腳的負擔有增無減，大大違反雙腳自然無拘束的基本需求，因此衍生身體諸多不適與健康問題，輕則足部雞眼、酸痛，重則導致拇趾外翻、足部變形、行走姿勢不良、脊椎側彎等，而這些都可以透過專業的客製鞋服務而避免。現代人對保健養生越來越重視，只要透過適當的推廣，讓消費者認識量身訂製鞋品對身體保健的好處，必定能引起廣大迴響。

根據衛生署統計數據顯示，糖尿病人口於 94 年已達 4% 的比率，並有逐年成長的趨勢；另外，成大醫院骨科部醫師林啟楨指出扁平足發生於三歲之內的小孩比率高達有 65%，但會隨著年齡增長而改善，十歲左右會降至 15% 左右。根據各種資訊顯示，台灣地區糖尿病與扁平足之人口相加即已超過總人口 10%，可得知台灣就超過 200 萬人需要量身訂製的服務提供

合腳舒適之鞋品。

以目前使用者的消費需求來看，鞋品的使用分類大約可分為三種：一是一般足部正常的消費者可於鞋品通路即可滿足需求；另一族群為存在普遍性足疾之消費者，但不需進入醫療程序者；最後為患有嚴重足疾，已進入醫療體系者，本系統主要滿足無法在一般鞋品銷售管道獲得合適鞋子的消費者。

計畫內容摘要：

人體相當微妙，每個人都有著自己專屬的體型及足型，各不相同但又有些近似，鞋類產品幾近服貼包覆足部，可想而知，鞋品的尺寸形狀必定直接影響足部的舒適性與感受。大量生產的商品，很難顧全所有人的足型需求或並不適合某部分的消費族群，以糖尿病人而言，為避免足部皮膚因壓迫或摩擦而受傷，鞋品合腳性比一般人更為重要，另外扁平足鞋品應該在適當部位加強支撐，這些都不是量產鞋能夠滿足的。

目前消費需求來看，鞋品的使用大約可分為3種：一是一般正常足的消費者可於鞋品通路即可滿足需求；另一族群為存在普遍性足疾之消費者，但不需進入醫療程序者；最後為患有嚴重足疾，已進入醫療體系者。本系統主要整合鞋具產業、保健體系、醫療體系之服務系統，以提供最適個人化、量身訂製之足部保健用品與輔具，滿足無法在一般鞋品銷售管道獲得合適鞋子的消費者。

問題評析：

1. 資金有限。
2. 全新品牌、行銷能力較不足。

3. 較同業起步晚。
4. 知名品牌壓迫。

計畫目標：

1. 完成足部醫理評估與量測技術。
2. 完成健康鞋與矯正組件模組化系統。
3. 實驗門市之專業足具評估師培訓。
4. 完成 On-Line 即時管理系統。
5. 完成「舒活足——足部保健加盟連鎖實驗門市服務系統」整合。

創新研發重點：

1. 結合醫學知識與光電數位科技，進行精確與人性之服務。
2. 高效率、低成本之鞋墊相容置換系統。
3. 將醫療系統之物理治療師導入專業之商業通路服務。
4. On - Line 即時管理系統，有效的訊息回饋。

突破產業目前水準：

目前同業標榜具有醫療、保健之鞋品服務，幾乎為非專業人員，多為民俗療法及鞋行老闆、門市人員，以全用模組成品供應，非真正根據個人問題量身訂製，僅能粗淺的評估，較難做到專業。

網羅物理治療師、美國足部裝具師與骨科、復健科、小兒科、整形外科醫師及鞋具開發、電腦工程師等專業人才成立研發團隊，2002 年投入百萬重資購置引進，最新美國 I-step 與比利時 RS scan 高科技電腦足部壓力與步態研究分析測量儀器，以及開發國內第一套電腦足部評估掃描系統並取

得中華民國、大陸等多國發明專利，以醫學中心、研究所級的設備及資深之專業醫療人員團隊，針對國人提供精密、準確的足部評估分析與服務。

計畫效益：

1. 擁有專業團隊。
2. 醫療復健、骨科體系人力資源通路應用。
3. 積極參與國際合作，為國外公司 OEM、ODM 醫療產品。
4. 擁有研發能力，產品完整性與多樣性。
5. 與國外輔具同步（藉國內外參展、OEM、ODM 了解市場脈動）。
6. 紮實的專業人員教育訓練。

達特富知「足」長樂 一條龍服務「富足」之道



達特富首創新型量配式服務，讓購鞋可切割成不同選購部位，顛覆一般傳統的消費模式提升購鞋層次；更以 Dr.foot 足部掃描攝影系統發展出一套足部評估服務模式，開啟足部科技保健市場另一新頁。

在宜蘭縣羅東夜市的靜巷裡，一間看似不甚起眼的鞋店，卻蘊藏全方位的競爭力。各種足部疑難雜症的客製化矯正鞋，價格僅坊間直銷品牌或進口品牌的三分之一，專業的評估與醫療背景，讓客戶不遠千里，從中南部甚至國外專門前來訂製鞋子或選購足部輔具，近年來已樹立專業口碑，建立起台灣足部輔具市場領導品牌。這間鞋店，有個不可小覷的名號：達特富科技 (Dr.foot)，足部達人。

達特富科技總經理林維政為宜蘭人，當初選擇在生長的家鄉設立公司、研發據點及門市，其宗旨是以創新研發為己志，因此地點並非一定要在大都會區。

達特富的前身是由林維政與一群物理治療師所組成的專業團隊，於 2000 年開始接受醫療院所委託，進行復健醫療相關部門的規劃與設計，並執行復健醫療部委外業務。漸漸地，也開始接受宜蘭縣內各幼稚園、托兒所及慈善基金會等單位的委託，進行兒童足部及脊椎的早期篩檢，4 年來共篩檢約 10,000 名幼童。

經過那幾年的篩檢經驗，他們發現兒童足部若發育異常，很容易對脊椎、姿態、行



● 達特富提供足部知識平台。

- 達特富善用足部專業知識，提供買鞋優選擇。



走造成影響，且需再追蹤或矯正的比例高達三成。但當時台灣足科醫學仍處萌芽階段，足部相關矯正輔具的資訊以及成品，都非常缺乏；足部預防醫學知識與資訊更是闕如。2002年，這群醫療專業人員遂決定創立公司，投入醫療及足部輔具的研發、設計與製作。然而二、三年下來，因為公司成員皆為醫療背景出身，專注研發，而不善財務以及市場操作，結果一股腦地研發的結果是燒掉新臺幣二、三千萬元，最後只好賣掉四層樓的辦公大樓，員工從30幾人剩下3人獨撐。

賣「足」專業谷底反轉

經過一年的調整後，林維政於羅東林森路重起爐灶。「研發人員有個

特質，就是打不死」他笑笑地說。之後，隨著經驗累積，並堅持從研發、設計、模具、生產、通路一條龍服務，於是可以提供合理化價格的給顧客，有別直銷市場及民俗療法的價格哄抬。加上十多年專業醫療知識的背景，可符合客戶真正的需求，於是漸漸打出名聲。2006年並將公司改名為達特富科技，員工已增至20多位。

營業項目除專業的訂製鞋服務外，也生產各式健康鞋，並幫許多外銷公司做研發。另外，矯正鞋墊與保健鞋墊的模組化，讓消費者可依個人足部問題、尺寸大小、骨骼位置，選擇不同的零配件、種類與尺寸，並可於現場立即試穿、調整。日後亦僅需更換墊片，不需換鞋。

各種模組化鞋墊為國內首創新型量配式服務，讓購鞋可以切割成不同選購部位，顛覆一般傳統的消費模式，提升購鞋層次。林維政並在短短兩年以專業醫學背景之知識，設計開發完成國內第一套電腦足部評估掃描系統——Dr.foot足部掃描攝影系統，並贏得中華民國發明專利（發明第I 242978號）。此外，醫療矯正鞋墊及符合生物力學之保健鞋墊也獲新型專利（新型第M256091號）肯定，研發成果斐然。

足部掃描攝影系統創新機

林維政引以為傲的Dr.foot足部掃描攝影系統，比起國外動輒百萬的電子足部評估品牌，不僅價格低廉許多，其提供的種種服務與測試項目，均是他以實務經驗精心改良而成，相當符合市場需要。Dr.foot足部掃描攝影系統可藉由掃描時，取得客戶足底受力狀況，電腦並自行計算轉成3D影像，了解各角度之足部狀況與壓力3D圖，作為未來足部輔具設計製作之參考依據。

另外還可拍攝客戶足踝前、後側、膝關節及足弓高度之影像，深入了



- 達特富科技總經理林維政積極推廣「正確的足部輔具與健康生活息息相關」的理念。

解客戶足部細節，並透過動態攝影系統拍攝行走過程，協助評估者做步態分析。而足楦量測計算系統可評估出客戶最舒適適合的應穿鞋號，也可在選購保健鞋墊或鞋具時提供重要參考數據，避免因穿著不良之鞋具造成足部變形或影響身體健康。

Dr.foot 足部掃描攝影系統提供國人精密、準確的足部評估分析，已獲阿瘦皮鞋青睞，達特富特別針對阿瘦皮鞋需求，延伸新機型實施於若干門市。將來若擴大應用，普及至所有一般鞋店，除市場商機無窮外，亦將對臺灣購鞋行為起提升作用。

達特富除了此電腦評估軟體外，也研發生產長短腳測量墊、骨盆水平儀、油墨式足印板、塑膠歐規量腳器、鋁製美規量腳器、木製美規量腳器，搭配提供評估者完整之足部評估工具，提供客戶更專業的足部健康評估，儼然為國內足部保健領域全方位之專業領導品牌。

激起足部產業陣陣漣漪

達特富在技術與經驗上已累積至成熟階段，林維政進一步思考擴散價值。其方式是利用 Dr.foot 足部掃描攝影、矯正鞋墊與保健鞋墊的模組化以及專業足具評估師形成「舒活足——足部保健加盟連鎖服務系統」，以醫學中心、研究所級的設備及資深之專業物理治療師團隊發展出一套足部評估服務模式。

林維政表示，參加多次世貿醫療器材展覽，常遇見民眾反應臺灣鞋業為何沒有像國外有專業人員可以提供最完整的足部輔具服務。這促使達特富想要創造國內足部保健第一品牌的想法，將最好的產品與服務嘉惠國人。

林維政說，臺灣 60% 的人有足部健康問題，如：扁平足、足跟痛、足外翻、足底筋膜炎、拇趾外翻等。此外，許多身體上的筋骨痠痛症狀可以透過選擇正確的足具獲得改善。好的足部輔具及照顧，還能避免糖尿病患者足部遭截肢之後遺症。

但可惜的是，臺灣專業人才不多，因此達特富也希望可以扮演人才訓練的角色。經過該公司規劃結合足部專業與商業經營管理 300 小時的鞋具



● 穿好鞋走出健康人生。



● 各種模組化鞋墊為國內首創新型量配式服務。

訓練課程後，可以成為擁有醫療專業與鞋具知識的「足具評估師」。

從足部評估檢測到輔具、鞋墊、護套，甚至於量腳訂作之鞋類產品，皆是達特富與各醫院合作提供專業服務之領域，如果可以透過「舒活足——足部保健加盟連鎖服務系統」，將足部健康知識、重塑身體平衡等預防保健觀念推廣落實至一般民眾，必可創造台灣良好之足部預防醫學保健產業。

故「舒活足——足部保健加盟連鎖服務系統」的願景是希望除了醫療體系的物理治療人員外，一般保健鞋具市場，也有經相同於國外且更紮實專業訓練出來的「足具評估師」，協助民眾買鞋、穿鞋與足部健康維護，讓購鞋消費品質更提昇、完善，開啟國內足部科技保健市場另一新頁。

足部醫學平台上線

林維政積極將創新想法申請經濟部商業司「協助服務業創新研究發展計畫」並獲得奧援。計畫輔導委員元智大學國際企業學系副教授賴子珍認為，加盟店的成功與否關係專業知識的培訓以及細膩的足部評估，並不像一般食品加盟可快速複製與建立標準化流程，因此建議改以直營店方向為服務創新模式。

對此，林維政亦表贊同，同時進一步表示，賴委員的一個觀念是此次計畫最受益良多的部分，讓他銘記在心，並在營運策略上作了大方向的調整。賴委員的觀念是知識與 Know how 的切割，並主張達特富應該提供最大化的知識平台。委員認為，達特富在健康足具產業上的資深背景，可以扮演傳遞正確知識的專業角色，並以此形象擴大市場。

加上同業大老的一席話，認為達特富應肩負「導正視聽、撥亂反正」的社會責任，讓已被良莠不齊的直銷廠商破壞的健康鞋墊市場，回歸正常生活用品型態。



● 達特富服務創新提供「量腳訂作」鞋類產品，打造健康休閒產業。

林維政因而一掃達特富在智財保護上的疑慮，反而將十幾年來累積的專業知識與經驗，整理出有系統的足部評估與足部醫學大全，並分門別類悉數登在公司網站。林維政自豪地說，他們公司網站擁有全球最完善的足部健康知識，許多碩士班學生的論文引用該網站內容。

其網站還可以依部位及問題索引，找出足部問題，未來還希望使用者可以先從網路輸入足部症狀後，電腦即可自動篩檢出可能病症提供矯正參考。

此外，林維政還將計畫中定期的稽核點模式運用在達特富的人事管理上，每個員工的工作績效可透過查核點被量化、被檢驗。計畫實施後，效益已經浮現，達特富營業額已增加至 500 萬元以上。林維政認為，員工每天在計畫的激勵下，無形中增加了服務品質的提升，業績遂自然跟著提高。研發的提升，可使未來達特富服務系統的產品售價將比現有產品提高約 30% 左右，若保守以 200 萬人計算，未來本目標市場規模將可達到 30 億元左右。

迎接黃金收割期

相較歐美及日本市場，臺灣足部輔具市場尚待開發，前景看好。林維政知道自己走的是一條前無古人的路，沒有經驗可參考，唯一的經驗是自己的經驗，自己需從無到有開創。如足具訓練師，國外有醫療背景者須經過 100 小時的訓練。但達特富員工，無論擔任甚麼樣的職位，均須經過 200 小時的專業知識訓練。評估與製鞋人員則須經過 300 小時訓練。坊間沒有一家鞋店的員工須經過這麼長的專業訓練。

而一路走來堅持從研發、設計、模具、生產、通路一貫作業的路線，已建立他人無法仿效的深厚根基，加上台灣電子產業及鞋業的發達，讓達

特富的價值可以快速提升。林維政特別感謝政府在人力計畫上的幫忙，讓達特富在最低迷的時期，還可以找到人力支援。

未來，林維政希望達特富的整體評估工具，從產品到軟實力可以整套輸出，甚至複製到其他國家，在國外建立服務模式。

現在已有美商、德商、臺商、陸商洽談合作模式，不難預見，2011年將會是達特富公司最大的收割期。目前，從產品、使用手冊到目錄，甚至DVD，均已備置完整。

於此同時，林維政亦深知達特富缺乏行銷策略及商業操作經驗。還好，計畫案結束時，輔導單位安排了電子及平面媒體的專訪，讓台灣民眾可以看到達特富的努力成果。

未來的行銷模式，林維政期待政府也可以在這方面提供專業輔導，俾使達特富真正邁向健康「富足」的企業之路，以引領開發臺灣足部輔具市場。

永不停歇的追夢者

達特富新的辦公室及工廠即將落成，員工開玩笑地說，面積大到須用直排輪行進。其實，林維政還有一個夢想，就是未來在新辦公大樓成立「蘭陽足部休閒中心」，成為宜蘭觀光新景點。讓所有來宜蘭觀光的遊客，皆可了解台灣在鞋業產業上一路走來的成績與創新；同時可以立即在現場輕鬆快速選購讓自己「健康富足」的保健鞋或矯正墊，實踐達特富「正確的足部輔具與健康生活息息相關」的理念。將足部健康納入休閒健康產業之列，也許是醉心於研發的人才有的創新思維，林維政樹立了獨特的營運路線，這位足部達人也在臺灣企業開拓史上烙下服務創新的一頁。



(圖片提供／賴子珍)

專訪元智大學國際企業學系系主任兼副教授賴子珍 專業足部評估 消費優品質

臺灣是製鞋王國，專業的鞋子、鞋墊製造商非常多，無論是保健鞋或矯正墊，其技術與產品已執世界牛耳。但達特富以專業醫療背景起家，且從研發、設計、模具、生產、通路皆採獨立自營，因此累積了豐富的足部健康資訊，並加以整合，提供專業整體的足部評估，讓最終端的消費者有原理知識上的參考。使民眾在買鞋、穿鞋與足部健康維護上，能獲得更進一步之保障，消費品質也更提升、更完善。通常產品零售端的消費者很少獲得這麼專門的知識，故達特富提供的服務非常特別。

原本輔導標的是將達特富的整體評估工具，從產品到軟實力，建立整套輸出模式，並以加盟方式形成連鎖服務系統，造福更多人。但他們的軟實力如足部健康知識的傳達、一對一的服務方式，難以製作標準作業程序，不適合加盟，遂建議改採直營店模式。

為計畫新服務商品、建立新經營模式，對於店面的陳列方式，達特富還有不少成長空間。例如：電腦測試系統可以直接放在賣場，增加親近性，讓測試及評估融入買鞋購物的情境；使用者不會有來到醫院或診所的感覺，減低診療行為的氛圍。將原本物理醫療矯正氣息稍重的店面導向全方位的足部保健專家形象。

達特富的另一優勢，即龐大的知識庫。由於十多年的累積，加上專業醫療背景，達特富可以透過知識傳遞，教育消費者了解足部健康的重要。若能讓消費者吸收越多相關知識，越能擴大其市場。例如，錯誤的足具可能危害健康，導致一發不可收拾；一個簡單產品，即可預防足部問題。

關鍵創新點：新服務商品／新商業應用技術

將對於矯正鞋具的知識，以及足部的診斷的知識加以整理及文件化，未來可利用這些具體知識。

推薦理由：

1. 具有充分的專業知識，長期對研發投入。
2. 掌握市場變化，隨實際狀況調整業務重點與實施的方向。

事實上，消費者對正確足部保健訊息的需求會越來越大，因為現代人會越來越重視足部的健康與舒適感。故可以變賣知識，把知識導入銷售，因此鼓勵達特富建立完善的知識 e 化系統，提供不一樣的創新服務。

從健康角度看，為「足」具市場商機不小，甚至透過鞋子與鞋墊的相互交乘，可以擴大市場，兩類廠商彼此非競爭者。達特富可走知識性與全方位足部健康服務，該公司目前的營運策略尚可應付業務需求，但隨著服務系統的成熟，未來勢必亟需進一步的商業操作，因此行銷模式也需開始建立，除邁向專業足部輔具領導品牌外，相信亦可在國內足部科技保健市場將開啟新頁。