



歐樂麗股份有限公司

地址：桃園縣新屋鄉梅高路三段97號

電話：(03) 490-5093

網址：<http://www.kingbed.com.tw>

老K 塑造好床形象

歐樂麗可攜式彈簧床 光復日本市場祕密武器

廉價的大陸彈簧床如猛虎出柙，點點滴滴侵蝕著日本市場。「以前日本人老是交代我要將『台灣製』的標籤藏起來，但面對大陸貨品進攻，此時卻要求將『MIT』放在明顯的地方，而且還要放三倍大。」但可惜的是台灣床風光沒多久，最後還是不敵大陸產品的低價攻勢，歐樂麗只能忍痛切斷日本這條線。十多年後，老K彈簧床要用創新的「可以帶著走的彈簧床」，再度奪回日本市場。



撰文／林麗美
攝影／鄭人和



▲ 技術本位，老K的師傅們用手繙鋼線，打造好睡的彈簧床。

桃園新屋鄉高速公路不遠處、歐樂麗的老K彈簧床工廠，上上下下忙得不亦樂乎，一根根堅硬的鋼線吃進自動化機器，化作一圈圈的彈簧。另一邊，老師傅熟稔地用手「繙」鋼線，打造量身訂製的特殊規格床。卡車進進出出，忙著送貨。拜大批陸客湧進台灣之賜，飯店業不斷擴充房間數量，老字號的老K彈簧床當然不得

閒，「飯店業務太好了，我們的生意做不完。」忙歸忙，歐樂麗董事長鄭麗華的心中，仍惦記著一件事：「要把失去的日本市場搶回來！」

2010年，在地方社團相當活躍的鄭麗華，「帶頭」向經濟部技術處申請「小型企業創新研發（SBIR）計畫」，希望社團中的地

方型企業商家，能多多利用政府寶貴的資源。她這項「多用途易攜帶式彈簧床具組技術開發」，就是她將再戰日本市場的祕密武器。



讓客人像國王一樣 擁有尊榮、舒適的睡眠

鄭麗華出道很早，當1970年代，市場還在賣木板床，她就看到彈簧床的商機。加上她的姊姊在中國第一鋼繞廠上班，讓她有機會學習各種鋼線的知識。「我隨著送貨車到每一個現場，像學生般一邊問、一邊做筆記。」就這樣從鋼材的彈性、脆度、拉力、扭力，要怎麼燒、呈現什麼顏色時較均衡等基本功學起，練就她日後做出來的彈簧床比別人扎實、品質高人一等的真功夫。

當時，幾乎沒有人用新鋼線做彈簧床，都是用舊橋拆下來的鋼線來做。「我堅持要用新鋼材做彈簧床。」鄭麗華說：「鋼的含碳量

多少，才是決定彈簧彈性好壞的關鍵。」就這樣，從西門町的一間二樓工廠，加上一位老師父製



▲ 鋼的含碳量決定彈簧的好壞。從開業初，老K便堅持使用新鋼材做彈簧床。



績效連續 9 年稱霸 一年賣掉幾萬個彈簧床

八〇年代石油危機爆發，歐樂麗慘遭波及，總經銷出問題，跳票 70%。鄭麗華賣掉廠房、賣掉金飾及所有家當償債。這個天大的打擊，幾乎讓她一蹶不振。天性好強的她不願放棄，決定從哪裡跌倒，就從哪裡站起來：「那時候，每天睡在工廠，監督每一個材料，盯住每一個環節，咬緊牙根從頭開始。」「花了整整 10 年的時間，才讓老 K 彈簧床回復元氣。」好在這個時候打通了日本市場，老 K 特別為睡慣了榻榻米的日本人，設計硬質的彈簧床，大受日本人的歡迎。



▲ 兼顧品質與價格，老 K 成功詮釋了「MIT」的真正實力。

「當時有 14 家日本廠商來找老 K，我們只選擇其中的一家合作。」有「俠女」之稱的鄭麗華夠義氣，只供貨給這家廠商，也和日商建立了長久的友誼。因為老 K 產品在日本市場賣得好，也順暢地打入歐美市場。事業的高峰期，老 K 彈簧床連續 9 年拿下外銷排名第一，一年銷售好幾萬個彈簧床。鄭麗華描述：「每隔幾日就要出一、

二個貨櫃。」「當時台灣訂貨要一個月，才有可能出貨。」工廠忙碌可見一斑。不過，這次她學乖了，不再採取總經銷制度，改用門市及倉庫銷售的方式。

▲ 從失敗中學習，鄭麗華整合過往經驗，讓老 K 在營運及銷售方面更上層樓。

作鋼墊做起，七〇至八〇年代的老 K 彈簧床，氣勢如虹，產品遍及新加坡、美國及加拿大市場。

為什麼叫「老 K」？鄭麗華說，「原先我是要取名『國王』，但是這個品牌已被別人捷足先登記，我想到玩撲克牌時，老 K 就是代表 King（國王），那就叫老 K 吧！」20 多年前，老 K 彈簧床是台灣唯一一家有「正字標記」的產品。兩撇鬍子的老 K 品牌，在歐樂麗展示屋對著每一個人快樂地微笑著。鄭麗華說，取這個名字，是希望客戶的睡眠品質能像國王一樣尊榮、一樣好。



▲ 彈簧結構是床墊品質的關鍵。

好景不常，廉價的大陸產品如猛虎出柙，頑固的日本市場也點滴被滲透。不過，對品質要求嚴格的日本人，對大陸貨不敢領教：「以前日本人老是交代我要將『台灣製』藏起來，這時候卻要求將『MIT』放在明顯的地方，而且還要放三倍大。」台灣製品變成市場尋求高品質、低價格的代名詞。可惜，台灣床風光沒多久，終究不敵大陸產品的低價攻勢：「沒多久，日本客戶開始提議降價，要求台灣做不到的價格。」不得已之下，鄭麗華忍痛切斷日本這條線，但還是和日商維持良好關係，甚至還將在大陸的台商介紹給日商認識。

九〇年代以後，歐樂麗開始重拾台灣市場，不斷開發新產品，活性碳、竹碳布、可用7年香味不消失的精油床墊，符合市場求變化的需求。加上老K彈簧床近年在收音機打廣告，成功塑造好床的印象。「老公，快遲到了，還不起床啊。」「我再睡一下嘛，新買的老K彈簧床實在太舒服了。」接著，以同類電台廣告，再進軍飯店業，「用老K彈簧床的飯店說，常有客人在問，到底我們是用哪一個品牌的床？」鄭麗華說，「台灣旅館業蓬勃發展，最近幾乎每天都有飯店的貨要交。」歐樂麗已成功將老K彈簧床塑造造成舒適、好睡、美麗、健康的好床形象。今年，老K彈簧床在市場上排名已經擠入前9名了！

為了加強老K彈簧床的形象，鄭麗華全力發展觀光工廠，將地方文化與觀光結合。許多人覺得奇怪，「難不成要觀光客每人抱一個彈簧床回家不成？」但是鄭麗華說：「觀光工廠最主要目的，是要讓更多人了解什麼叫做好床、什麼是好的彈簧，消費者才不會被不實廣告蒙混，才知道如何做對的選擇。」



▶ 在觀光工廠中，客人透過親身體驗，更能了解一張好床所該具備的條件。



▶ 考慮日本國情，研發「可以帶著走的彈簧床」。

在歐樂麗觀光工廠裡，參訪的客人可以看到老K彈簧床的製作過程與解說，從用手觸摸彈簧床最主要的彈簧墊及填充物，到躺下來親自體驗一下是不是舒適好睡。有時會看到精力充沛的鄭麗華親自解說，「彈簧床的舒適度，是和面布、泡綿、椰棕等組成填充物有關。」有人問：「廣告說的，彈簧數量要達到多少粒才是好床，這樣對嗎？」率直的她答：「胡說。彈簧是不是能在人體翻身滾動時提供更大的承載力，才是好壞的關鍵。」

參訪的客人踴躍提問：「什麼叫獨立筒？用獨立筒才叫好床

嗎？」鄭麗華拿出各種彈簧樣本，耐性十足地解釋，「買床要考慮氣候條件，台灣夏季濕熱，床一定要選會透氣、符合人體工學設計的，才能睡得舒適安穩。」「進口貨不一定都適合台灣濕熱的氣候。」就這樣一問一答，她說能教育幾個人就算幾個，他們不一定要買東西，有了正確的購買知識後，以後要買床自然會想到「老K彈簧床」，鄭麗華用觀光工廠來教育消費者。



[可以帶著走的彈簧床 要讓日本市場驚艷](#)

鄭麗華從沒忘情過失去的日本市場，她常常思索：「為什麼日本客戶永遠是下單3.33×6.43這一個尺寸？而且都不是高級貨？」原來，這些產品是賣給學生與單身漢。對日本人生活與睡眠文化熟悉的她，立刻想到日本人重視生活空間，每天晚上要鋪床，睡醒要疊被收床，淨空所有的空間。「為什麼不設計一款易收納、易攜帶的彈簧床？」是的，這就是「可以帶著走的彈簧床」了。

於是鄭麗華以 SBIR 計畫著手創新研發，真的做出一款可以帶著走的彈簧床，重 43 公斤、折疊起來就像一只行李箱，可以拉著走。「這種彈簧床可以折疊、易攜帶、易收藏，還可以當桌椅使



▲老K努力塑造好床的形象。

用，適合學生與單身漢常常搬家的訴求，也符合日本文化與空間使用的習慣。」

「可以帶著走的床」樣品終於做出來的那一天，鄭麗華鬆了一口氣，她說：「就在 SBIR 計畫要結案前一週，做塑膠射出的協力廠突然反悔不做，雖然有外包廠商合約，他也不管，真是急死人了。」最後她開車飛奔至彰化另尋協力廠，好不容易有一家願意在3天內，將塑膠零件的部分趕出來，順利完成易攜式彈簧床的開發。

歐樂麗已將這款可以帶著走的彈簧床，提出專利申請。鄭麗華的態度，就如同她所做出來的鋼線彈簧一樣

堅定。她說：「我會將它修改到最完美的境界。我要帶著它，讓台灣彈簧床再度進軍日本市場。」



▲只有43公斤的彈簧床，折疊後還能當成桌椅使用。