

DK高博士

要做就做第一名的鞋子

人，總是不斷追求進步。三十多年的經驗累積，DK高博士等於鞋子的專家，不僅創新研發「呼吸空氣鞋」，近三年來，營業額跟展店數還年年倍增，傲視業界。為了始終保持領先地位，更參與跨領域異業結盟的「血氧鞋」SBIR計畫，為下一階段成長做足準備。



DK DR. KAO高博士國際有限公司

對DK高博士來說，鞋子如同人會呼吸，是有生命的。所以強化研發專利、獨家推出「DK呼吸空氣鞋」，讓消費者不僅穿上一雙好鞋，還能踏出健康、自信的步伐。

地址：新北市板橋區民權路240號

電話：02-8965-2000

網址：www.dk-shoes.com.tw



DK高博士董事長 高銘村

只要造訪全台五十家DK高博士門市，聽過親切、和善且有耐心的服務介紹後，肯定會驚訝「呼吸空氣鞋」的奧祕與神奇，它不僅解決了擾人的鞋子清潔與穿鞋禮儀問題，更能理解到：穿鞋子不只講究好不好看或舒不舒適，從皮革材料挑選、鞋墊結構到通風透氣等問題，都攸關著個人身心健康，其中涉及的專業程度確實恰如博士研究等級。

鄉下囡仔，就是想當老闆

能夠攻讀到博士學位，一直都不是件簡單的事，更何況競爭激烈的「社會大學」，賣鞋子可以賣到人人尊稱「鞋博士」，肯定絕非等閒之輩！DK高博士創辦人兼董事長高銘村，大家遇見他總會脫口稱呼「鞋博士」，倒不是他真的擁有人人稱羨的博士學歷，而是憑藉三十四年賣鞋資歷所累積的專業知識與研發能力，便足以令人對只有國小畢業的他敬佩再三。

三十多年前，高銘村退伍後隻身從雲林莿桐來到台北，「從鄉下來台北，為的就是想要自己做老闆，所以我很認真地學習。」1979年開始，他從基層學徒開始做起，當了兩年拿鞋子蹲跪在地上幫客人試鞋的店員，後來晉升店長又做了四年，經歷長達六年的磨練，心想時機成熟的他決定自行創業，開設屬於自己的鞋店。



1985年，高銘村選擇在台北頂好商圈創業，當時他開設了兩間門市，一間叫「臭皮匠」，販售比較專業且高貴的鞋款，另一間則叫「EGO」，針對年輕時尚客層銷售鞋款，希望透過清楚的市場區分，提高銷售營業額。然而自己當老闆並非就此一帆風順，因為市場競爭激烈，遭受到鄰近鞋店同業的抵制，讓高銘村空有地段優異的門市，卻拿不到充裕貨源，生意自然受到嚴重影響。

敢於創業，就是天生有一股不怕輸不怕苦的性格，遇到問題會想盡辦法找出路。被斷絕貨源的高銘村決定改變策略，1991年集結全台14家菁英鞋店組成「全聯世界開發有限公司」，改走連鎖



DK高博士創辦人兼董事長高銘村，大家遇見他總會脫口稱呼「鞋博士」，倒不是他真的擁有人人稱羨的博士學歷，而是憑藉三十四年賣鞋資歷所累積的專業知識與研發能力，便足以令人對只有國小畢業的他敬佩再三。



銷售的通路模式重新出發，透過共同採購壓低成本，以及代理日本「Liukoo煙斗」知名鞋子品牌，總算度過難關，悄悄開啟成功之門。極盛時期，公司旗下共有五十間門市遍及台北、台中、嘉義、台南與高雄等地，高銘村不僅揚眉吐氣、意氣風發，同業還給了他一個「煙斗高」的稱呼，打響創業名聲第一砲。

好景不常，危機就是轉機

走過了經濟繁榮的1990年代，「全聯世界開發有限公司」的加盟合作模式，因為股東之間出現經營上的認知落差，像是有人想販售年輕化鞋款，有的則希望走成熟路線，始終無法找到適合的市場定位而產生間隙。股東陸續退出，最後14名股東只剩下3人，連加盟門市也萎縮到只有5家。

加上當時La New、阿瘦皮鞋等本土連鎖品牌陸續崛起，透過大量展店與廣告行銷策略，造成其它以代理品牌為主的鞋店業績一落千丈，連高銘村的鞋店也慘遭影響，門市營業額下滑只剩五成，批發貨量也只剩兩成，又面臨不得不尋找新出路的痛苦抉擇。

迫在眉睫的挑戰，高銘村仍不願放棄，反而問了自己：「除了賣鞋，還可以做什麼？」當過鞋店店員、店長，也做過鞋業通路、代理品牌與批發，他決定回歸賣鞋的初衷：要給消費者一雙好穿的鞋子。「外行人來賣鞋都可以做這麼好，我這樣做專業賣

鞋的會輸人，我才不相信！」他想起許多客人總是問起：「穿怎樣的皮鞋才不會造成香港腳？」、「怎樣的皮鞋穿久了才不會臭？」於是埋首投入專利研發，想要給消費大眾一雙舒適、耐穿又會呼吸的健康好鞋。

恰巧在「全聯世界開發」時期，他負責的便是男鞋研發設計，腦子裡早就有了「空氣鞋」雛形。正所謂危機就是轉機，他趕緊把握機會，並且有著「一旦下定決心便要做出成績」的勇氣與執著，踏上一條耗時、費工、花錢，短時間又無法見到成效的不歸路，不過他心裡可明白：「只要空氣鞋研發出來，便可以領先業界，完全不怕競爭。」成功之門依舊等候著他開啟。

鞋子博士，沒有做不到的

回想起那陣子研發、設計空氣鞋的辛苦過程，高銘村說：「當時最好的鞋子是氣墊鞋，但每一雙鞋子本來就有氣墊。」如何讓鞋子在行走時，空氣自然增多反而才是關鍵所在。起初，他在鞋底裝上彈簧，希望透過每一次踩踏擠壓出氣體，但這只有達到氣墊避震的功能，無法產生空氣，而且裝置彈簧讓內裡鞋墊產生突出物，並不舒適好穿。後來繼續改良，還異想天開在鞋跟裡頭裝上小風扇，卻也因為電池續航力等問題，得繼續另尋方法。

後來靈機一動，高銘村想說何不鞋子裝幫浦，於是讓鞋底突出



一小塊，再開個小氣孔，透過如同自行車打氣的原理，讓穿鞋的人透過每一步踩踏自行產生氣體循環。之後，他就拿著這款空氣鞋成品到處比賽，不僅獲得台灣經濟部國家優良發明創新產品，2001年還到日內瓦參加比賽贏得國際發明獎金牌，並且吸引美國CNN等國際媒體報導，讓他信心大增。

看似成功，從研發到變成商品上市卻還是經歷陣痛調整期。像是這款空氣鞋一開始的進氣孔設計在底部，一遇到下雨天，踩在積水的路面時，便成了進水孔，讓鞋子無法如原先設想的製造氣體。更慘的是，已經投入千萬成本生產製造的空氣鞋，良率始終不到五成，這一切彷彿從雲端摔落，讓高銘村一度萌生放棄回雲

林老家的念頭。

幸好只是一時的氣餒，在「要做就做第一名的鞋子」信念支撐下，他又花了近七年時間，不斷請教專業開模師，研究氣閥又改良幫浦材質，也將進氣孔調整至鞋跟側邊，再加裝擋水片作為活塞。每個階段性的成品更是一再試穿，也讓公司員工試穿，廣納意見不斷修正，皇天不負苦心人，總算有了不良率只有2%的最終成果。

2008年，高銘村正式決定以「DK高博士呼吸空氣鞋」為名，申請專利註冊並獲通過。「一開始取名博士，會覺得是不是有點太臭屁。」但相對於這項充滿創新的獨家發明，歷時十年才變成商品推至市場，不僅中間投入的心血無從計算，還造福眾人改善腳臭、香港腳的問題，「博士」的稱謂其實一點也不為過。

異業結盟，參與血氧鞋計畫

「只要讓DK高博士進步的事，我都想要參與。」研發出領先同業的呼吸空氣鞋，高銘村不以此自滿，希望DK高博士對消費者做出更多貢獻。因此他總是以做汽車或手機這類日新月異的科技產品的思維來研發鞋子，期望鞋子不只好看好穿，也可以跟得上時代變遷。

為了維持既有優勢，創造永續經營之道，高銘村相當支持兒

子高勝強的提議，申請提出經濟部SBIR計畫，並有別於以往單打獨鬥自行研發，改由財團法人鞋類暨休閒科技研發中心牽線，與「真茂科技」在照護與通訊傳輸的專業科技，以及台南「漢豐公司」多年的整鞋設計技術進行整合，共同執行開發「生理狀態即時監控SpO2血氧鞋」，期望透過不同專業技術的創意激盪，開拓出鞋業的新藍海，並替DK高博士未來的再成長做足準備。

擁有堅強研發實力，近三年來營業額或店家數又年年以倍增成長的DK高博士，展現著台灣鞋類產業難能可貴的活力與實力。「SpO2血氧鞋」計畫有了高銘村的支持與專業智識投入，如同打了一劑強心針。且如同他所分享：「以前打電話，早期是很笨重的大哥大，到現在智慧手機既輕薄可以上網，有著巨大的變化。而我





當初想破頭要解決顧客穿皮鞋會臭、會有香港腳的困擾，高銘村有信心這款代表新里程碑的「血氧鞋」，等待最佳時機問世後，肯定可以滿足消費者需求，並且正面迎戰市場競爭。



都已經做出空氣鞋了，接下來不繼續跟上時代變化怎麼可以！」

所以高銘村絲毫不藏私心，願意在既有呼吸空氣鞋的基礎之上，融入創新技術，讓鞋子除了會「呼吸」，透過高端科技，有朝一日更成為管理個人健康的重要媒介。「未來開車不小心睡著，透過鞋子血氧感應與藍牙傳輸技術，便可以適時提醒穿鞋的人，這是件很值得做的好事！」當初想破頭解決顧客穿皮鞋會臭、有香港腳的困擾，高銘村有信心這款代表新里程碑的血氧鞋款，等待最佳時機問世後，也肯定可以滿足消費者需求，並且正面迎戰市場競爭。

持續研發，再創鞋業新視界

「Idea是人想出來的！」展望未來，DK高博士2013年已經展店到五十間，未來目標傾向每三個月至少開兩家店，同時再精進管理制度以及強化行銷服務，有效反應顧客需求。一路以來讓DK高博士領先業界地位的專利研發也將堅持下去，不僅僅是SBIR計畫中的「SpO₂血氧鞋」，他腦子裡還有許多關於鞋子的創新想法等待付諸實現。消費大眾除了繼續體驗「呼吸空氣鞋」跟「時尚氣墊鞋」的舒適與專業，未來也可以如同期待新一代手機或汽車的推出，等待DK高博士再次震撼我們對於鞋子的既定認知。■