

折疊車翹楚 走過25週年的 Dahon

圖、文◎ 陳柏如

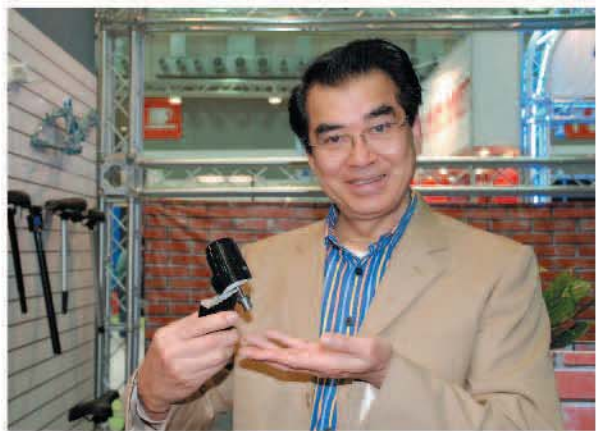
25年前，由於全球能源危機的影響，讓任職於美國休斯公司飛機研究院的韓德璋博士深刻體會到綠色交通工具的重要性與未來性，於是韓博士揮別十年的研究工作，毅然成立了 Dahon 公司，進行折疊車的設計與製造，並於 1985 年創立 Dahon 自有品牌。談到 Dahon 品牌的命名與意涵，韓博士笑著說，當時只是單純用自己的英文名 David Hon 去組合出來的。

心路歷程

韓博士回憶道，當時募集了 30 位股東、籌資 200 萬美金，便來台灣設廠。初期他們的設計理念很不錯，但由於產品價格過高、消費者對折疊車尚不熟悉、市場未成氣候，而本身對台灣的文



▲Dahon深圳廠。



▲Dahon創辦人暨董事長韓德璋博士展示其最新的隱形折疊設計。

化與管理也都不了解，加上當時的智慧財產權概念很薄弱，因此造成公司經營虧損、甚至在 1992 年倒閉。之後韓博士前往大陸投資，繼續他的折疊車研發與設計事業，並於 1998 年在大陸設廠（大行）。目前大陸廠員工約 1 千名，專屬衛星代工廠員工 100 多名，加上與天津科林合作兩年多，在廠內擁有一條專屬生產線。此外，重視品質的 Dahon 也在大陸廠設立了非常先進的測試中心，包括 X 光機等一流的檢測設備為品質嚴格把關。

站穩領導地位

專注研發、技術領先的 Dahon，到目前為止已擁有 170 項專利，也積極推



▲韓德璋博士(中)感恩地表示,家人是他事業上最得力的助手,左為其子韓安石、右為太座。



▲Dahon推出的25週年紀念車款:珍珠白折疊車Mu。

展 DLT 授權,將本身的專利授權給同業去運用在折疊車或電動折疊車的設計上。韓博士指出,Dahon 集團 2007 年的折疊車總產銷量為 38 萬輛,總營收達 4,500 萬美元,主要品牌為 Dahon (80%)、Yeah (第二品牌、區域性為主)以及為其他品牌代工,市場定價在 US\$ 300-3,000。去年 Dahon 在大陸內銷市場共銷售 10 多萬輛折疊車,在台灣內需市場也非常搶手。已成功站穩折疊車領導品牌的 Dahon,預估今年營收將再成長 25%。



▲有子繼承衣鉢,韓德璋博士(左)對於Dahon下一個25年信心十足。右為其子韓安石(Josh Han)副總。

積極發展綠色交通工具

十分看好折疊車市場的韓博士表示,折疊車在全球自行車市場將逐漸成為一項利基商品,以中國大陸市場為例,折疊車的銷售佔整體自行車銷售量的 20%、在韓國佔 30%、日本則佔 9%。展望未來,Dahon 將繼續研發推廣折疊車、電動折疊車,並跨足電動汽車(e-Cars)甚至推展太陽能,持續推動環保型綠色交通工具,善盡地球公民的一份責任。此外,Dahon 也買下了大陸的輪椅廠,未來也將跨足醫療器材產業,多元化發展。

以全球折疊車研發中心自許

韓博士指出,這些年來 Dahon 陸續推出許多創意的專利設計,如 45 度前管、四連桿折疊盒、隱形折疊技術等,有助折疊車的發展更成熟、市場接受度更高,未來,Dahon 將繼續推出更漂亮、更輕巧、更物超所值的產品來回饋市場。最終,Dahon 希望能成為全球折疊車的研發中心,專注於研發創新,並將本身技術專利授權給其他業者,共同推廣折疊車與綠色交通市場。

