



目標明確 齊力斷金

台萬工業 掌握智財 迎戰國際

在大甲這個自行車王國裡，台萬工業股份有限公司是家特立獨行的企業，不生產成車，完全不在中國大陸投資設廠，但卻透過合併丹麥Marwi公司，取得了德國百年單車零件品牌UNION，進而在全歐洲自行車踏板（Pedal）市場掌握55%的市佔率。如今面對集團在全球急速擴張，台萬為求精準達到產品研發與專利布局效益，主動著手智慧財產權的運用與管理。



「少量多樣」客製化工作站、「大量少樣」自動化生產線為台萬打下半壁江山。

48小時行銷策略站穩龍頭地位

董事長兼廠長白政忠表示，台萬（Marwi）的強項，就是整合產品研發及掌握生產時效到全球性市場供貨服務。

台萬的歐洲總部設於荷蘭鹿特丹、分部設在捷克，1999年完成即時供貨系統後，除了英吉利海峽外的大不列顛島外，西北歐的任一地點及東歐



台萬在全歐洲自行車踏板市場掌握55%的市佔率，並將生產觸角延伸到腳踏車相關周邊產品，如今希望透過完整的智財分析，讓公司發展目標更明確、效益更高。

的大城小鎮，只要一次訂兩個棧板以上的貨量，都能在48小時以內「送貨到府」。台萬高速的發貨時效，都歸功於團隊有效掌握市場及客戶脈動，才能精準控制物流的周轉率。透過這種在傳統產業中罕見的即時服務網絡，讓台萬可持平度過之前金融風暴的衝擊。

目前台萬在5個國家同時擁有生產及銷售據點（印尼、臺灣、捷克、荷蘭及德國），是全世界最大的踏板製造商之一，更是少數可同時掌握生產研發、品牌與銷售通路的跨國性集團，兼具製造商、通路商、進口商、代理商的多元角色。

掌握智權 聚焦研發

為求精準達到產品研發及專利佈局，這間國際性自行車踏板大廠，從2013年開始，在中小企業處智慧財產權加值的專案協助下，開始針對自行車卡式踏板及車燈技術進行完整的專利分析。

白政忠表示，台萬在品牌及通路方面已具有優勢，但企業若欲尋求永續經營及更長遠的利益，就有必要積極建立以智財為主軸的創新經營模式。為此，台萬未雨綢繆，決定接受智權加值輔導，期望透過顧問完整的專利檢索與研析，擬定公司未來的研發策略。

專利檢索過程中，由於專利制度為屬地主義，因此針對產品可能會銷售到的國家地區，皆必須進行完整的專利檢索與分析，有系統地將檢索資料轉化成有用的專利資訊，方能作為企業研發決策之用。

經過5個月的努力，台萬不但成功Cost down研

發成本，也學習到如何透過專利分析，瞭解競爭對手的技術發展與專利布局情況，並將分析的結果作為公司經營策略及產品發展的重要依據。

白政忠很滿意目前努力的成績，他發現因為目標明確，公司研發部門的士氣變得積極高昂，讓他更有信心思考，台萬在全球市場布局的下一步該如何穩健地踏出；如何利用在地堅強的研發團隊，在充分掌握專利資訊下，漂亮的打贏每一場仗。

掌握智權 領先國際

現在，投入智權管理布局後，這具有31年歷史的企業，進入到一個嶄新的階段，或者更確切地說，是一個辛勤耕耘、水到渠成的榮景。

從白政忠興致勃勃地帶領訪客參觀佔地2千坪的廠房，介紹為台萬打下半壁江山的「少量多樣」客製化工作站、「大量少樣」自動化生產線，以及其他從腳踏車意象延伸出來的座墊、握把、車燈等週邊產品，可以深刻感受到，唯有將經營目標朝改善人類生活和提升技術水準方向進行，才能為事業體的經營，持續帶來驚喜與活力。

透過智財的運用與管理，台萬的研究發展中心不但能「知己知彼」，依市場動態及客戶需求，更迅速精確的擬定研發策略，及早進行專利布局，開發出品質優異並具市場性的產品；另一方面也協助公司重要幹部提升智財權的認知，降低未來企業研發的風險，更推動台萬逐步轉型為品牌與設計、研發為主要核心的企業，成為國際舞台的領導角色。