

在世貿一館展場內，康揚輔具總經理陳英俊正向記者介紹獲得台灣精品金質獎的「仰樂多系列輪椅」，以及甫獲德國 iF 設計大賞的智慧型高階電動輪椅設計概念。在此起彼落鎂光燈聲中，他回憶起過去十幾年來企業從發跡、向海外市場擴張、面對競爭廠商與山寨商品威脅等挑戰，以及決心強化自有品牌與重新定位品牌價值的艱辛歷程；陳英俊同時也想起了最近委託學界顧問所執行的台灣輔具品牌市場調查報告，結果顯示一般民眾對行動輔具產品的使用仍有些排斥，對輔具品牌或選購資訊大多一知半解。這份調查報告的結果也反映出，康揚輔具自2009年起全心推動品牌重塑、期望能將 Karma 的品牌核心理念——「根據身體需求選購適配的輔具」傳達給一般消費大眾的各種努力，似乎碰上了瓶頸。

此外，台灣輔具產品外銷出口近年來面對中國輔具廠商更嚴峻的競爭，康揚輔具勢必需要更加掌握國內外市場因人口快速老化所帶來的銀髮市場商機。若想要在往後的輔具市場上取得持續領先的地位，進一步掌握及加強對通路的控制，似乎是目前康揚輔具亟需努力的方向。然而，受限於康揚輔具超過 70% 的銷售由經銷商所掌控，目前對醫療通路銷售管道未能有較強的約束力，若根據業界顧問建議，康揚輔具得提供更多誘因以取得經銷商通路的配合。但根據 2016 年銷售數據分析發現，從 2014 年開始，經銷商透過網路銷售輔具的比例已逐漸上升，若依學界顧問建議，康揚輔具應投入網路通路，或擴大目前計劃將於各大城市逐步興建行動輔具適配體

驗中心的規模，藉由經營實體通路搭配網路宣傳，似乎也是可以近距離接觸輔具消費者的方法。

假如想要強化 Karma 的品牌價值在台灣消費者心中的印象，看樣子勢必要強化對通路的掌握，但不論是我們自己做，或是與經銷商合作，要怎麼樣才能確保消費者能夠接受、瞭解也重視我們所強調的「輔具全適配」理念呢？

陳英俊總經理看著在鎂光燈下翠綠色的 Karma 品牌標誌及周圍因行動輔具而過著更快活人生的顧客們，思考著該如何抉擇康揚輔具的下一步。

行動輔具產業概況

行動輔具產品與使用者介紹

行動輔具，泛指用以提升行動不便或身體失能的使用者參與生活中各項活動之零件、產品、儀器及設施；所謂輔具（輔助性科技器具，Assistive technology devises），就是為了幫助使用者不受身上的限制、能夠解決生活上的困難與不便所設計出來的器具。根據輔具使用者移動能力、耐力及行動上的需求，可大致將行動輔具產品分為「手杖、拐杖、助行器」、「輪椅」及「行動代步車」等三個主要類別，近來「行動輔具機器人」的技術亦逐漸發展。

一般而言，行動輔具的使用者主要可區分為：(1)因高齡、身體機能退化的銀髮族群使用者；(2)青壯年時期因意外或

疾病而失能的使用者；(3)患有先天性疾病而需要使用輔具的兒童使用者。此外，針對購買輔具的經驗與需求對個人輔具選擇的影響，進一步區分為初次購買者與再次回購者。對大多數的初次使用者而言，行動輔具雖將成為不可缺少的生活必需品，但因產品種類繁多且差異性大，如何挑選可以滿足使用者在移動及生活上的不同需求、進而提升使用者與周圍人們能有較佳的環境互動程度與生活品質的行動輔具，需要醫療機構、輔具中心或復健治療師的專業建議。

在國外（如英國），有行動輔具需求的使用者因為有社會福利制度的補助，經醫師診斷後，只要拿處方至輔具中心或相關的機構，就能自費補貼差額或完全免費領取適合其所需的行動輔具。在國內，有使用行動輔具需求的人士需先至醫療機構或輔具中心進行身體狀況評估，確認個人所需要的行動輔具種類與附加功能項目，然後才選購行動輔具。因國人生活與產品使用習慣，雖有部分輔具中心提供輔具訂製與二手輔具租借的服務，對初次購買行動輔具的消費者而言，主要還是會透過醫療器材通路來選購所需商品。

行動輔具國外市場概述

綜觀行動輔具的國際市場狀況，根據「2012年國際居家照護產業分析」報告內容顯示，截至2011年底，居家輔助器材（含輪椅及助行器等輔具）的全球營業額約為65億美元，輪椅類別產品的比重則占78%，至2016年底已成長至137億美元，經濟型輪椅的需求將明顯大量增加（張慈

映，2013）。而全球產業分析師公司（Global Industry Analysts, Inc.）也於2016年9月公開「手動及電動輪椅全球策略商業報告」（Global Industry Analysts, 2016），指出因全球人口老化及高齡人口因疾病或意外失能而需要使用輪椅的人口急遽增加，至2020年全球輪椅銷售將超過1500萬台，主力使用族群為65~85歲之高齡人口，屆時美國輪椅市場的產值應為全球第一；而亞洲地區國家將成為輪椅銷售量成長最快的市場，複合年增長率相較於2016年可達到17.2%。往後對於電動輪椅的需求也將超越手動輪椅，電動輪椅的全球產值在2013年時已達12億3,000萬美元，至2020年預計將成長至44億8,000萬美元，成為輪椅市場產值增加的主要驅力來源。

行動輔具國內市場概述

台灣行動輔具產業自1950年代開始起步，到1980年代後期逐漸成為全球輪椅主要代工生產國，至2011年為止，台灣地區行動輔具業者所生產之電動輪椅與電動代步車，市占率為全球第一(40%)；爾後因中國行動輔具廠商快速崛起，台灣行動輔具產業也因生產技術日趨成熟、國外廠商價格競爭與國內廠商外移至中國與其他國家，2012年起全球電動輪椅與電動代步車市占率下滑至全球第二位（僅次於中國）。此外，若以手動及電動輪椅之銷售量為例，2011~2013年行動輔具的出口成長率與往年相比明顯下降，但2014年行動輔具整體出口的數量與總金額仍較前一年些微上揚（如圖1所示）。

此外，根據內政部(2011)所公布之