

# 台灣吉而好股份有限公司

## Doodehi i 創新生活精品設計計畫

### 計畫執行目標

1. 由中國戲劇文化當中萃取題材，並轉化為普世能夠欣賞的東方美學語言。  
傳統戲劇近年來不斷開啓東方文化的創新靈感，無論是表現在舞台藝術上，還是電影、服裝、空間佈置，都取得了很大的成就。這些優良範例也提供我們更多的想像空間。期許能從中凝聚出新的形式靈感，進而達到葉錦添先生描述的「形、神、格、意」兼備的境界。
2. 產品須符合現代生活情境，並優化功能或使用特性。  
追求的不只是單件產品的外觀設計，而是要兼顧追求一種生活形態下的居家氛圍，以及思考到使用者的消費習慣做整體設計。所以對產品營造情境與使用過程更細膩的思考與處理，也是創新時要多加著墨之處。這樣的結果也才能更具說服力地跨越文化隔閡，爭取更多的認同。
3. 質感與經濟性兼具的考量  
材質與製造方法之選擇，要能減少產品初期開發之模具成本，並呈現出精品的質感。材質並不一定限定自然或台灣特有的材質為主，只要設計最終呈現出東方印象即可。

### 新產品簡介

此案產出之成果計三組十一件，分述如下：

1. 傳達出吸引人的豐富故事性——桌上文具系列（共五件）  
特點說明：
  - (1) 運用東方獨特的印信圖章，呈現出關羽的紅臉形象，與誠信的精神。
  - (2) USB隨身碟—藉由推動圖章的動作，可推出、收合USB接頭，方便攜帶。圖章部分採用軟質矽膠，為手指提供更舒適的使用手感。
  - (3) 拆信刀—圖章部分採用軟質矽膠，為手指提供更舒適的使用手感，亦可提供手指對於動作的回饋感。
  - (4) 訂書機—圖章部分採用軟質矽膠，為手指提供更舒適的使用手感，亦可提供手指對於動作的回饋感。
  - (5) 筆筒、MEMO座—壓克力底座提供剔透卻沉穩的外型，同時可以作為紙鎮，表現出「義重如山」的關羽形象。圖章部分採用軟質矽膠，兼具防滑底座之功能。
2. 戲劇裡生活器物的轉化新生——扇子系列（共三件）  
特點說明：
  - (1) 由功能性、展示性、軟質材料增進手感等三個方向，各自發展出一項產品。
  - (2) 攜帶式折扇-精緻小巧的折扇，便於隨身攜帶。手持扇柄即可輕鬆展開。
  - (3) 雲紋扇-鋁擠金屬底座呈現精品的高質感，利用陽極處理使其呈現多種色彩，輕置於桌面上，就自然散發出迷人的風采。
  - (4) 矽膠扇-由平面彎折而成的立體曲面，搭配軟質材料呈



現出溫暖且合手的觸感。

3. 表現出東方戲劇的獨特氣質——餐桌用品系列（共三件）  
特點說明：

- (1) 採用水袖舞動的形像，化為餐桌上一抹動人的風景。
- (2) 方廣底盤上的圓形凹槽，可自行搭配沾醬、茶水杯或花瓶，使用的形式呈現多樣性，可配合不同餐飲型態的需求。

### 計畫創新重點

1. 開發內容
  - (1) 桌上文具系列，一組五件。
  - (2) 扇子系列，一組三件。
  - (3) 餐飲用品系列，一組三件。
2. 創新重點
  - (1) 精神轉化—由東方戲劇文化中萃取題材，並轉化為普世能夠欣賞的東方美學語言。
  - (2) 生活化—產品須符合現代生活情境，並優化功能或使用特性。
  - (3) 質感與經濟性兼具的考量—減少產品初期開發之模具成本，並呈現出精品的質感。
3. 新產品競爭優勢
  - (1) 現有競爭者多數未在「產品本質」上尋求創新，常以借用戲劇產業的表面形象，套用至現有產品之處理方式。如能在這方面尋求突破，產品必可吸引市場之目光。
  - (2) 創新的產品內涵，搭配文化背景，交織出更動人的產品行銷形象，以及深蘊其中的文化觀點。
4. 產品應用範疇
  - (1) 形塑出東方特有的美學風格。
  - (2) 產品鎖定家居生活用品。

### 公司研究發展能量及研究發展制度之效益說明

1. 本計畫與外部之專業設計公司合作，希冀藉助其視野與專業經驗，讓公司的研發體系能跳脫出既有的思考慣性，活化公司已有之創意能量。
2. 在本計畫執行期間，就公司與外部委託之設計公司合作之流程與銜接，有了更具體的磨合。歸納此次之合作開發經驗，將可以協助公司建立更具體的分工關係架構與執行制度，簡化設計開發工作的管理。

### 人才培訓及運用效益

1. 本計畫透過與設計公司的合作，讓內部之開發人員體驗了另一種類型之專業化之開發流程，與逐步落實構想的一些具體步驟與方法，感受深。尤其對研發團隊如何能在重重限制當中，激盪出創意思維。
2. 可考慮借助設計公司之過往經驗，為公司研發同仁開設專門的研討課程，達到快速成長的具體目標。

2. 為實現新式樣所反覆討論出來的獨特製程與材料運用，有助於公司建立競爭門檻。
3. 具備新型或製程相關專利的設計成果，可以提升在國際客戶之前的品牌形象，也可以爭取更多的信賴，對爭取日後更多的國際合作委託開發案，助益頗多。

### 計畫完成後對提升我國產業水準及競爭優勢說明

1. 計畫對國內文化創意產業提升商品化感知與擴展新市場，提升產業競爭力，是個典型的成功案例。唯有以使用者需求為導向的創新開發，並且兼顧成本與製程的效益，才能在今天這個高度競爭的市場環境下，鞏固競爭力。
2. 台灣設計公司具備充分的創意競爭力，也對台灣企業運作體系有充分的了解，如果文化創意產業能更緊密地與設計產業結合，必可讓台灣文化創意產業業者多年以來累積的競爭力更上一層樓。

### 專案執行重要心得

1. 在與設計公司的合作當中，深刻體會產品開發一定要回到以使用者為本的基本態度，深入觀察生活週遭環境與人的行為。但是這點說得容易，卻很難具體做到。設計師親自去接觸形形色色的使用者，觀察使用情境，傾聽他們的需求。最後獲得的不只是具體的回饋，還有那深印在設計師腦中的具體畫面與切身感受。帶著這種感受，設計師在思考問題時會更敏銳、更具體，也更負責任。
2. 即使是限制重重的設計，一開始也要先持開放的態度，不急著批評，而是試著提出建設性的方案。設計公司提出的結構方案一開始可能都並不十分完美，但是由這四五個方案開始討論，鍥而不捨地積極激盪，找出建設性的方案，最後總能有效凝聚可行的方向。甚至一個之前已嘗試過，覺得行不通的構想，只要一個不同的小轉彎，就豁然開朗。研發與設計真的是要以團隊的力量，才能有效率地執行。
3. 就現階段來說，在成本、技術各方面，不得不較遷就現實面。日後如要展現更大之創新性，必然要同時在製程與技術上，也容許創新的可能。這是公司要努力走的方向。



### 產學研各界之技術移轉及合作效益說明

1. 設計公司因為涉獵產業眾多，往往會比企業主對未來的市場，有更豐富的敏感度與想像力。對新市場的產品而言，這是很可以倚重的能力。
2. 相較與學術單位的合作，設計公司對於由研發落實為量產這點上，不但與企業有一致的認知，同時也有更豐富的經驗與可支援的周邊資源。透過逐步落實的過程與期間各種不同形式的一次次溝通（圖面、參考樣品、功能草模、測試樣品等等...），讓創新成果逐步落實下來。創新與成熟度同時達成。
3. 技術資料的轉移皆以3D檔案架構平台上進行，清晰明確。設計公司提供的周邊製程與廠商資料，也省卻了許多搜尋協力廠的精力。

### 新產品創造之技術效益及市場效益說明

1. 所開發之新產品，不但具有令人耳目一新的式樣設計，而且具備可延續的架構。公司可以在此基礎上持續研發後續的創新產品。

