

## 名進宏密有限公司 現代中國風美學系列商品設計計畫

### ■公司小檔案

- 甲、成立日期：93年10月11日  
乙、負責人：黃明進  
丙、資本額：1000000  
丁、員工人數：12  
戊、經營理念：



名進宏密有限公司成立於民國93年，他的前身是名進有限公司，是專業的模具廠，主要業務在於模具的製作開發，開模的類型範圍非常廣泛，但主力是和國內的電子大廠合作，如3C產品的產品機殼，而其他範圍的模具，如生活用品、醫療器材等等，也皆有涉獵。近年來並將生產線向下衍生，也開始投入生產射出的部份。讓客戶更可整合上下游，從前端的模具開發，至後端的二次加工部份，一次完成。成功縮短客戶研發及開發時程。

己、本案合作之技轉單位：天晴設計

### ■計畫緣起

近幾年來，無論是在產品設計上或室內居家，空間規劃...等，都漸漸盛行著一股濃濃的東方禪風味；對岸大陸經濟的竄起，擁有著五千年文化的歷史資產，融合西方，激盪後火花更是讓世界感染到一種現代中國風的氣息，將中西文化激盪後的一些設計潮流元素在未來的產品設計上加以運用及詮釋，讓原本平凡無奇的品項加註新美學的感染後，也會有著文人雅士的儒雅氣息！

#### \*創新重點

1. 美學層面：讓原本平凡無奇的塑膠商品，經過設計手法，美學元素運用，讓消費者在感官及使用認知下也有著不同的定義，不僅是新的美學感受，增加生活上的風情與趣味。
2. 功能層面：除了達到原本產品屬性的基本功能，期望能在功能上具有些功能性的巧思。例如：名片盒，除了外出承載名片，是否還會有其他的功能性，比如說收納...等，讓美學與功能性都兼顧，讓產品在未來的銷售上有吸引人的外觀以及優於同屬性商品的功能性。
3. 消費層面：新美學的詮釋，並且運用符合大量生產的技術，讓好的設計不會因為材料及製程複雜，價格卻讓消費者有高不可攀的消費感受！

#### \*執行目標

此次計畫案，期待會有三款系列商品能順利產出，成功打入市場，作為公司開闢另一塊業務的開始，可以拓展不同領域客群，增加OEM訂單。

#### \*執行優勢

名進實業對於模具開發，塑膠製品射出有18年以上

經驗，尤其針對複雜造型之射出掌控有專業之處，品質控管嚴謹，並可縮短模具開發的時間，可提供這方面的專業經驗作為新品生產控管的優先考量。塑膠製品的開發需要較龐大的模具費用與射出技術，名進實業除了本身為一專業的模具開發，塑膠射出廠外，更具有整合上下游加工生產之能力，包含塑膠射出後的後加工如電鍍、組裝，易於發展變化較多的設計要求，不會單獨侷限於塑膠射出。多年OEM生產經驗，常與客人溝通開發生產事宜，具備良好溝通能力，可幫助雙方溝通更為容易。並且透過與天晴設計團隊多年經營品牌，產品設計與開發的專業美學能力以及台灣創意中心的合作，能準確提升商品競爭力，進一步增加產品的品項與銷售能量。

### ■新產品簡介

#### 一、招財進寶磁鐵組

##### 創作理念：

在牆上貼春聯，是家家戶戶每逢過年除舊換新的習俗，將春聯習俗以及漢字「拆文組字」的巧妙智慧結合，應用在磁鐵設計上，使用時加上紅色的便條紙張，讓文具磁鐵藉由優美的漢字提升其外觀價值，不僅是視覺層面的設計手法，在使用意涵有了更深層的文化本質。

#### 二、財源滾滾膠帶台組

##### 創作理念：

典雅的窗花，是先人對於美的追求下所衍生的產物，經由幾何排列的手法，注入富有古味的花紋，成為吉祥如意的象徵；設計上可藉由不同的塑料，增加產品的色彩豐富程度，除了提升其美觀與價值，使用上為了讓膠帶便於拿取，採取直覺式的操作設計，無論是桌上使用、手拿貼合、拆解組裝非常簡易、安全，解決膠帶在使用上的最大問題。

#### 三、葫蘆置物收納盒組

##### 創作理念：

本為中國古代的使用器皿，但也因為優美的線條以及渾圓福氣的外型，使葫蘆的成為中國藝術風格的代表之一，結合現代塑具，一組兩用的設計，能產品讓達到零件模組化的目標，節省開發成本，搭配使用新式夜光塑料，讓產品本身收納小物的功能外，也有花器、錢盤、格盤、甚至小型夜燈之功用。



### ■計畫創新重點

現今的塑膠射出產品多半還是走可愛儉約的路線，而今為投入目前台灣文創通路與大陸市場，希望藉此產品設計案，以現代中國風格為基礎的設計細節與色彩搭配，結合產業的模具製作生產技術，目標未來藉由中國風格的注目度，產業與設計互助發展，成功提升商品層次，品項目前暫時設定為塑膠類創意生活商品，將針對

#### A.文具磁鐵組 B.膠帶 C.造型置物盒

做出產品設計提案，將商品導入中國風的流行元素，定位為流行性商品，將產品運用延伸至精神層面的使用感受，提升生活質感，方便操作，增加普及率，同時造型具精品質感、東方風格，吸引青、中年消費族群，以此創新方向目標進行。

主要的創新概念，希望能將豐富的中國文化已經成為一種新時尚題材。

以往的中國風格都需要宏觀的尺度與空間才能表現出其特色，本身就熟稔東方文化的台灣，經由現代設計手法，簡約的禪味，含翹蓄的華麗格調，融合了亞洲異國風格，是為創新式的中國風設計，不但滿足老、中、青世代的審美價值，也是極具潛力的市場。

#### \*創新點發現如下：

1. 相關產品比較方面：現有塑膠射出產品造形：產品多為機能幾何造型設計，無特殊風格精神，品項若拆散則無系列感。現有產品色彩：重點為印刷與平面圖案的搭配，無畫面性的構成。由此可瞭解產品發展除了基本功能面向以外，產品設計風格，產品延續性，故事性，產品系列化，都是創新重點。
2. 針對產品的功能面與外觀作結合，利用設計手法，增進產品與使用者之間的互動，以現代的新式中國風格，強調產品意象與歸屬感，引導消費者進入中國風的人文美學，結構出與現有市場完全不同的新穎商品，協助廠商了解發現更多元的消費客群。
3. 從人本的角度出發，考量通用設計的使用模式，讓消費者在使用上可以更加便利舒適。為達成以上創新條件，目前拉出品項

#### \*功能規格

1. 功能上：
  - (1) 考量塑膠射出模具單價較高，若能零件模組化共用使用，可大量降低開發成本
  - (2) 簡易、直覺式的功能設計，使用流程易上手、無難度。
2. 造型上：
  - (1) 簡約且明確的點出新式中國風格的設計意象，融入產品設計語言，且符合人體工學。
  - (2) 無過多綴飾，造型皆具功能與創意性。
  - (3) 複合式材質運用，增加產品獨特性，並符合大量生產標準。
  - (4) 可提供多種色彩配置，供廣大消費族群選擇購買。

### ■研發成果及衍生效益

改變後的輕巧膠帶台、置物盒、吸鐵，都是市面上未曾出現過的新面孔以位的塑膠文具往往走向顏色豔麗、卡通的設計風格，與上班族的使用環境格格不入，本產品預計於以廉價造型的塑膠文具紅海中，創

造出一種新的選擇，價格並不會比一般的塑膠文具高昂，但是風格卻相對的高尚，如下圖所示商品，及為市面上所流通的文具，亦是我們極力避免的方向。



結合文化性的題材，讓產品的附加價值提升，與傳統的文具拉開差距。

#### \*預估產值

預估3種品項出貨量99-101為10000 pcs，平均單價為NT200，預計99-101年增加的產值為200萬元，99年為50萬(2500pcs)、100年為70萬(3500pcs)、101年為80萬元(4000pcs)。

#### \*衍伸效益

增加通路範圍，由於產品設計風格具有文化性，通路的廣度亦會隨之增加，除了一般的文具通路外，可切入精品市場，如觀光飯店、景點、博物館商店等。

### ■專案執行重要心得

這是明進宏密公司第一次跟設計師配合生產文具產品，其實我們是一間很傳統的工廠也以我們的技術自豪，所以很高興能跟設計公司配合，藉由這次的機會讓我們的公司能夠擁有自己的商品不只是代工，雖然我們沒能力自創品牌，因為那需要更多的資金。但是我們仍然希望能再增加公司的獲利，增加自有的產品是我們一心想完成的理想，這是一直不得其門而入，這次跟2個單位的配合我們從中學到很多的技巧與評估設計的方式，一開始我們想要一種東西擁有數種的用途，



但是那些功能可能不盡完善，後來跟設計師溝通的結果，我們了解到設計不是這麼一回事，而是要專心做好一件事，不用要求多功能，過程中提案反覆修正，針對一些使用習慣，與消費者的喜好我們也提出了一些疑問與想法，設計公司也很積極對我們想法提出解決之道，原來設計不是只有一個答案，根生產製造的觀念很不相同。

在提案的過程中我們學習到如何跟設計師溝通，我們也把一些我們在生產技術上的疑問與技術跟設計師溝通，因為身為工廠，我們當仍是希望設計出來的產品除了漂亮、有設計感、消費者喜歡願意購買之外，當仍會希望這些品項是好生產的，塑膠射出走的是大量生產的路線，要盡量減少手工的部分才能降低生產流程，在設計上我們針對這一點跟設計師不斷的提醒，希望我們設計出來的產品都是能好生產，瑕疵率低的，如此一來才能將低成本。



每次跟設計公司討論的時候，設計公司總是蒐集了很多市面上現有的品項、設計風格來做檢討，如何在這些進競爭對手中脫穎而出，在材質、與色彩計畫上也準備了須多的樣品來檢討，我們學習到，這些過程雖然只是一些簡單的小細節卻足以影響一個產品的成敗。