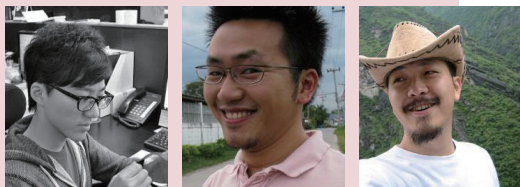


上溢精密股份有限公司

上溢 Magnetic 五行香水瓶設計計畫



公司小檔案

成立日期：82 年 4 月 8 日

負責人：何美玲

成立日期：82 年 4 月 8 日

負責人：何美玲

資本額：10,000,000 元

員工人數：45 人

經營理念：

堅持品質、專業創新、永續經營

本案合作之技轉單位：

樸象創意整合有限公司

計畫緣起

- 一、經過數 10 年的代工競爭與產業淘汰，目前公司營業額與獲利雖然持續增長，但面對中國的各方面競爭與廣大市場的吸引，深感企業經營不能停滯不前。因此，在第二代加入經營後，開始產生新的想法，希望能以現有掌握的產業能量與連結發展自主品牌，以期能在未來創造出與母公司關聯性強的新事業體。
- 二、未來希望能透過設計力的導入，提升公司的自主研發能力，尤其是在完整連結市場銷售概念及業務型態的轉換，希望可透過這一次的輔導案，多了解開發商品時的出發點，以及如何和市場結合的技巧。

新產品簡介

此次專案共產出 5 件商品與包裝，包含全生活中性香水瓶、身體與環境共用設計，以金木水火土五件一組。噴頭以上現有暢銷規格品套用，香水瓶包含瓶蓋、瓶身，可分開購買，也整組販售，並透過自主品牌的新定位，同時進行設計與通路的切入。



產品圖



產品圖

計畫創新重點

- 一、跳脫思維，不侷限在產品本身，而是以企業發展及市場定位切入，加強商品推出後的成功機會。
- 二、新的產品開發與品牌概念導入，為公司全新的嘗試與切入。
- 三、以文創概念為市場切入點，具有特色及差異化。
- 四、整合產業鏈的概念，強化台灣產業聚落特色，成功後可影響更多後進者與相關產業。
- 五、材質跨界整合墊高競爭門檻，自家品牌發揮空間大。

研發成果及衍生效益

量化效益

- 一、設計研究報告一份（含市場調查、業者及消費者觀察、資料分析、方向定調…等）共計 55 頁。
- 二、發想草圖共計 15 案。
- 三、產品概念提案 3 組，共 15 件。
- 四、3D 產品細部設計圖電子檔 5 件（材質、色彩定義）。
- 五、研發紀錄簿 2 本（廠商一本、設計公司一本）。
- 六、實品打樣 5 件（金一件、木一件、水一件、火一件、土一件）。
- 七、包裝設計 5 件（金一件、木一件、水一件、火一件、土一件）。
- 八、預計 2013 ~ 2015 年增加投資額 2,850,000 元

- 九、預計 2013 ~ 2015 年增加產值 43,350,000 元

專案執行重要心得

開案之初，設計團隊與廠商希望以品牌的高度進行全面性進行思考及規畫。因此，在執行過程中，設計公司透過市場分析、競爭機會及社會趨勢等方面，針對目標市場與族群進行調研，也適時加入設計趨勢的討論，包含品牌操作手法與終端總體呈現。

在設計過程中，雖然一開始的目標族群定義相當清楚（中國二、三線城市的消費者），但在執行面上遇到一些無法將品牌理念與生意模式及銷售端完整連結的困難，包括現有內部人員專業能力的完善，以及產品供應商的投入與未來市場操作的通路管道都尚未完整，因此在銷售策略與販售方式上並未完善建立。

本專案在五行香水的主題呈現上並沒有太大差異，產品設計時的設定與最終成型方式是一致的。概念過程中，雖嘗試加入其他異材質搭配，呈現更完整的精緻感，但由於對材料與供應商的掌握尚未完善而有少許落差。在設計與打樣過程中，有多次討論及調整，廠商的開發部能量完善，但在專案流程與廠商搜尋的管理上比較傳統。因此，未來應該要加強交叉工作的管理面，可縮短開發時間與成本。雖然專案在最後順利完成，但感受到實際產品開發的理想與導入實際操作面的難度與拉扯，感受到廠商端仍有改善空間。

結案只是開始，一切都還需要更多的努力與認真投入，更大的重點是想要怎麼收穫就該先怎麼栽，與廠商一起努力做好下一步的規畫。