

美加美整理股份有限公司

休憩用保暖商品設計計畫

公司小檔案

- ☺ 成立日期：83 年 9 月
- ☺ 負責人：洪啓竹
- ☺ 資本額：2,700 千元
- ☺ 員工人數：45 人
- ☺ 經營理念：進入美加美，走出美又美
- ☺ 技轉單位：台灣創意設計中心、明氏設計工作室



計畫緣起

全球溫室效應的情況下，地球暖化的問題越趨嚴重，雖全球正努力的節能減碳，然而無法彌補的臭氧破裂，夏季將會更熱、冬天則會更冷，2010 年 12 月 25 日香港於聖誕日遇上冷鋒，英國更經歷了一個相信是歷來最寒冷的聖誕日，部份地區氣溫跌至-18°C。以平均溫度計，當月極可能是英國百年來最嚴寒的 12 月。設計的導入將有效提升商品競爭力即市場接受度。透過上述分析我們能夠瞭解，在保暖商品中以電器用品的進入門檻高且與我司生產領域大不相同，而衣著服飾與其他商品兩類則最為合適之方向，然衣著服飾有眾多的業者透過到韓國取樣、大陸小量生產的方式每每為消費市場不斷注入最新的款式與資訊，沒有獨特出眾的產品是很難達到量與質的！透過與設計公司、顧問諮詢的研究討論，提出讓消費者於居家、外出、辦公，定點並且可移動，隨時可使用的保暖商品。

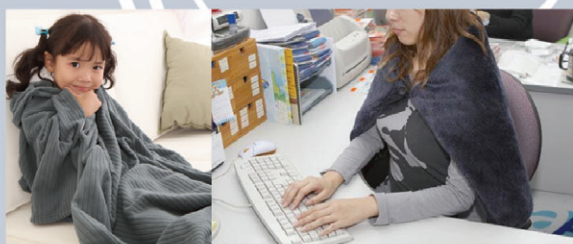


圖 1、2 MCM 超人毯(小)鋼鐵灰與其他市售保暖毯

新產品簡介

本計畫以「休憩」為設計出發，讓使用者能夠在家中放鬆休息或辦公室進行午休時皆能享受創意的溫暖，並概念透過創意的巧思讓衣著服飾與其他商品結合來共同使用，產品不單於使用實有兩種可能形態，收納上也藉由設計的考量讓之與環境密切的結合，掛在衣櫃中或披放於椅背上，外出時可做為圍巾收套，室內時亦可轉換為靠枕互墊，並且以更貼心的設計來完成收納與清洗，另概念上更加入與其他保暖商品的結合，例如暖暖包、保溫杯等。

計畫創新重點

設計不單純只是外型的創新，還要有更多貼近消費者的巧思。相較於以往，工業設計普遍為人所知的現代，還是有很多人認為工業設計只能就外型上賦予產品新的生命與價值，然而在消費市場不斷沿革創新下，沒有注意消費者需求的設計，不算是完整的設計。因此，Mings' Design 與美加美整理合作的重點，即在探求使用者需求上的創新，預期使美加美整理優勢的材料研發技術，再透過貼心的設計力，讓每一位使用者感到的不只是滿足，而是滿意。

1. 商品擁有第二使用形態：外出移動與室內定點
2. 易清洗、好收納：材質的挑選與創意的收納方式
3. 附加暖暖包可有效增長保暖時效：預設可放置暖暖包的位置

研發成果及衍生效益

經此計畫開發新設計，美加美整理股份有限公司可憑藉原有成熟的布疋織製技術，以及在中空紗原料應用的掌握，透過台灣創意設計中心優異的創意整合能力，並由 Mings' Design 執行使用者經驗研究、設計、傳媒策略。台灣的紡織經濟體需要注入更多創意的活水，保持原有的實力基礎，加諸創造更多機會的可能，讓研究開發、新穎創新、品牌精神，能為台灣帶來下一個新經濟規模。

1. 於初期開發期間，因為需要新的產品類別，所以在設計花費上較為突出，尤其是研發設計，然在後續製作上因樣板確立可視顏色、尺寸等需求做簡易調整，生產成本即能大幅降低，估計生產成本可減少 49 萬元。
2. 美加美整理自創品牌 MCM 主要通路為設計商店與生活居家用品店，透過本次計畫期望成果能夠與消費者直接接觸，因此對於公司本身來說視增加了產品項目，預計這樣的改變將增加 1 名工作機會，以回饋社會。



3.自民國 99 年自創品牌以來連年增加投入研發經費之預算，可見公司對研發投資的用心程度，Mings' Design 將致力協助於美加美整理在產品上的開發，從設計端的協助到生產端的學習，預計 2012 年秋季新產品上市，能增加 10 % 的訂單成長。

4.增加產值：每套商品（分售定價為圍巾靠枕 490 元、手套滑鼠墊 390 元、毛帽收納包 490 元）定價為 1290 元，以年度銷售量 10,000 套來計算， $10,000 \text{ 套} \times 1,290 \text{ 元} = 12,900,000 \text{ 元}$ ，扣除 1 成的耗損，約為 11,500,000 元。

本計畫完成時將協助美加美整理在事業體上的擴展，強化本業的競爭優勢，好的設計服務就像藥引一樣，一帖再好的藥也不可缺好的藥引，經由設計力的營造，展現製造規模的實力強度與量產的執行力，質優的設計也需倚賴優良的生產單位，相輔相成，讓消費者享受好的設計概念好的產品品質，讓台灣的製造優勢在世界上能再有加乘的效應。

- 1.擴展事業版圖：本計畫預計產出不同於現今產品線之商品，從設計商品店在走進一般大眾消費市場，開創美加美整理新市場，橫跨專業領域版圖。
- 2.刺激企業體內部創新：由於需要增加新的產品線，並且創造新產品面對消費市場，而非以往的面對供應商，其思維與研發皆須面臨更多變化的消費市場，無論規劃與執行上需更靈活應變，並保持創新的提案與不時的學習。
- 3.術升級：新開發產品有效降低工作程序、提高工作效能，從包裝人員、倉儲人員、生產線領班、品管人員等，都必須於實際的工作技術上有所提升，涉略更為廣泛。

4.重視使用者：Mings' Design 將使用者優先的觀念傳遞給美加美整理股份有限公司，期盼從製造端切入消費性市場的轉換，能由關心使用者的需求做起，創造貼心的品牌形象。

5.智慧財產：本計畫所開發的產品，具專利保護，除了能永續使用外，也藉以差異化區隔其他類似產品，甚至藉以提出量產上解決方案的可能。

6.品牌經營：美加美整理股份有限公司的材質優勢結合台灣創意設計中心的服務資源，以及 Mings' Design 的設計專業，透過發掘使用者面臨的問題，藉以創造產品新式樣，將好的規格加上貼心的設計，打動消費市場，貼近消費族群。

專案執行重要心得

因本專案為協助傳統產業技術開發，為兩產業進行合作，並產出新產品。在合作開發的過程中，難免會產生疑慮，這樣做對不對？是否正確及有效？如何說服傳統產業跳脫舊框架並加入新思維，以使用者為出發點，在服裝飾品上加入設計巧思，將可提升傳統產業原先之價值；設計開發時，設計公司是否能準確掌握傳統產業之技術，並有效地開發運用，因此，明氏設計於設計前，便需以市場調查、消費者訪談等研究方式，得到充份資料與數據等研究資料，來輔佐設計之方向，也使設計之產品更有立足點。

傳統產業與設計有著不同的堅持，兩產業之結合需讓每次各方的堅持，能達到平衡。傳統產業較在意成本與產量等，設計產業並非將成本條件擺在開發之首要條件，因設計產業認為，多付出一點成本將可換取更多的獲利。因此，這問題也成為設計跨入傳統產業所要克服的要點。