

希旺科技股份有限公司

Worry free 丟不怕雲端
隨身儲存裝置設計計畫

公司小檔案

- ☺ 成立日期：84年05月05日
- ☺ 負責人：余金龍
- ☺ 資本額：397,108千元
- ☺ 員工人數：150



計畫緣起

希旺科技股份有限公司創立於1993年，實收資本額新台幣4億元。創立初期，公司經營以OEM為主，業績幾乎佔總營業額之90%以上，自有品牌只佔8%。而多年來在國內外市場持續耕耘品牌，使得Pretec品牌在國際間漸漸累積起口碑名聲，截至目前自有品牌已佔總業績一半以上，皆說明我們品牌方針奏效，品牌之路已邁向目標前進。

此次將結合本公司所開發之“雲端與硬體同步存取技術”期望可提升本公司現有之“隨身碟”產品使用價值，使本公司之隨身碟產品不因為雲端(網路)存取日漸普及而失去競爭力。透過此計劃與設計公司原物創意合作，設計開發具文化及創意風格之worry free隨身碟產

- 1.藉由希旺科技公司專業技術(如本案之雲端與硬體同步存取技術)，讓習慣使用智慧手機使用者可以在照相或是存取照片時，可以透過雲端與硬體同步存取功能直接傳取，使用者不必透過傳統的以usb線或是以手機直接連接隨身碟方式取出照片使用。除使用之方便性外本技術還可以達到雙倍份之效果讓資料存取安全性提高。
- 2.本案期望以設計提升隨身碟及電腦周邊產品的質感，擺脫生硬的科技產品外觀。
- 3.設計概念為，以使用情境出發運用文化背景或生活習慣隱喻於造型上。

新產品簡介

1.Sky Drive 向天碟



2.robber pocol



3.Polar Bear



3.計畫創新重點

- (1)風格獨特：能夠表達出該項產品的設計師對於外觀造型要表達的意念。
- (2)外觀搶眼：能夠讓消費者看一眼就吸引目光的外觀。
- (3)具故事性：產品本身具有一個起源的意象連結，而這樣的意象，期望能帶給消費者一個具有想像空間或與自身的生活經驗相互連結，進而引起共鳴。

研發成果及衍生效益

此次將結合本公司所開發之“雲端與硬體同步存取技術“期望可提升本公司現有之”隨身碟”產品使用價值，使本公司之隨身碟產品不因爲雲端(網路)存取日漸普及而失去競爭力。透過此計劃與設計公司原物創意合作，設計開發具文化及創意風格之worry free 隨身碟產品

- 1.藉由希旺科技公司專業技術(如本案之雲端與硬體同步存技術)，讓習慣使用智慧手機使用者可以在照相或是存取照片時,可以透過雲端與硬體同步存取功能直接傳取,使用者不必透過傳統的以usb線或是以手機直接連接隨身碟方式取出照片使用。除使用之方便性外本技術還可以達到雙倍份之效果讓資料存取安全性提高。
- 2.本案期望以設計提升隨身碟及電腦周邊產品的質感，擺脫生硬的科技產品外觀。
- 3.設計概念爲，以使用情景出發運用文化背景或生活習慣隱喻於造型上。

專案執行重要心得

- 1.提升希旺科技對於產品外觀的開發能力。在與委託設計單位的合作過程中，學習創新研發的能力與創意美學的經驗，提昇公司內部人員的研發能力並跳脫原有的舊思維框架。
- 2.根據同類市場風格之產品分析與消費形態調查之後的結論，決定產品設計方向，進行篩選執行度較高之設計，學習如何掌握市場的準確度並提高產品設計的效率，縮短開發時間。
- 3.透過本計畫的執行，期以能成功地創造符合現代各種生活型態的獨特產品，並於未來持續參與海外項展覽，增加產品曝光度與銷售機會，進一步提高產品的附加價值，並增加更多ODM/OEM的代工機會。
- 4.希旺科技已爲多家世界知名品牌代工，品質與口碑已具有一定的專業水準。執行本計畫後，將可增加自身與提供客戶更多元化的創意產品內容，帶來更多的利潤及正面評價。

藉由本輔導計畫，可以將傳統舊產業的技術結合設計活動創造新的商機。同時加強商品競爭優勢。除了原有的高品質代工技術做爲競爭基礎外，希望更能以具有市場性與話題性的產品品牌站穩在世界的舞台。