

泰山藤業有限公司

商務原藤衣著掛架設計計畫

公司小檔案

- ☺ 成立日期：61年2月
- ☺ 負責人：戴連緞
- ☺ 資本額：1,000千元
- ☺ 員工人數：4人
- ☺ 經營理念：硬著底子、柔著身子
- ☺ 技轉單位：財團法人台灣創意設計中心、明氏設計工作室

計畫緣起

從中國大陸的觀點來看全球發展，目前，木質材料仍是家具生產的主要原料，但在全球森林資源日益匱乏、綠色設計和環境保護被日趨重視的今天，籐藝家具作為一種非木材林產品在家具界有很強的競爭優勢，同時，根據世界籐家具的消費市場呈穩步增長的態勢來看，籐家具業的前景十分看好。有關專家對籐家具的發展前景也普遍看好，專家們認為籐產業將保持或進入快速增長期。結合中國大陸的實際現狀，人口眾多，勞動力成本低下，而籐家具生產工業化程度低，是一種勞動密集型的生產，依然需要大量手工製作，因而，適合中國地區的人口狀況，解決部分人的勞動就業問題，幫助這些人脫貧致富，在中國地區有巨大的發展空間。

相對的回過頭來看台灣，科技產業及服務觀光成為我國生產主力，以人工製作的傳統產業已陸續退出台灣，想要在市場中尋求契機必須努力的嘗試新產品的開發，主導商品研發的主軸以及掌握概念先行的趨勢，以進口貿易落實經濟獲利的提升。企業要重視籐家具的設計與創新，要有品牌意識。企業要有屬於自己的知識產權，要對籐家具的原輔材料、造型、功能、結構、表面裝飾、工藝等進行系統設計，緊跟時代發展的潮流，體現社會發展的主流思想，使之能滿足消費者對家具的實用、審美、環保等方面性能的要求。同時，在設計上，要對自身產品進行定位，有自己的設計理念，形成風格，深入人心，做大、做強、做品牌。

設計的導入將有效提升商品競爭力及市場接受度。透過上述分析我們能夠瞭解，衣著與我們的生活息息相關，從上衣到褲子甚至是鞋子都極為需要，尤其在換洗、掛放在櫥櫃時，吊掛的需求一直存在，然而一般民生所需求的臨時性使用不在本計畫所設定的市場之中，為提高商品價值與銷售獲

利，我們應該尋求更高的質感與獨特的創意來開發大家所熟悉不過的衣著吊掛用具。

新產品簡介

本計畫以「商務飯店」為設計出發，並概念透過創意的巧思讓衣著服飾與其他商品能夠輕易的吊掛使用，產品不單於使用時有與為使用時都有多種可能形態，收納上也藉由設計的考量讓之與環境密切的結合，在材質上使用籐條中最高等級的原籐，透過下游廠商精心挑選與保護，不只能彎曲饒折，更易擦拭整理，並在細節處呈現籐製特色手法，真正做到提供使用者「感動」的設計。

「設計」已成為產品開發中重要的一環，本計畫案係通過設計團隊的參予，不只賦予產品新的外觀、開創新的行銷方式，更將提升產品的附加價值，不只是好用，更要恰到好處的使用者感受到貼心。如何將一個產品重新詮釋它在環境中的價值？各個消費者有自己使用商品的模式與情境，本計畫預期透過使用者經驗訪談的分析方式整理出方執行的設計方向，試著藉由使用的過程讓使用者感受，並從產品功能、外觀、機能，到使用情境進行完整性的規劃設計，不單僅是外表好看的視覺感受。

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與泰山籐業整理的重點，即在探求使用者需求上的創新，預期使泰山籐業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. 選用高等級原籐材料
2. 獨特「一條編法」執行商品製作
3. 以設計突顯柔順強韌的產品特性
4. 商務、飯店的目標市場

研發成果及衍生效益

經此計畫開發新設計，泰山籐業有限公司可憑藉原有成熟的籐製品生產技術，以及在原籐原料應用的掌握，透過財團法人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。台灣的籐木竹產業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。

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，然在後續製作上因型體確立可視顏色、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 50 萬元。

1. 泰山籐業自創品牌紳泰蘭籐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 2 名工作機會，以回饋社會。
2. 自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 將致力協助於泰山籐業在產品上的開發，從設計端的協助到生產端的學習，預計 2013 年秋季新產品上市，能增加 30 % 的訂單成長。

3. 透過設計的加持，飯店商旅業者對於商品需求量增加，亦可透過此創意設計提高商品售價，此類組件建議售價由訂為 5,000 元。由我司日本最大客戶 Oliver 提供資訊得知，商務房型約佔各間飯店的 5 分之 1，其房型佈置著重於質感與品味，每房因房型大小裝置費用從 100 萬至 150 萬(新台幣)不等，約每 3~5 年更新房內擺設。本計畫設計以此為目標，並致力找回暫住一宿的感動，計畫所開發之商品僅材料成本就預估為 60 美元，以定價策略推估，每套單價 5,000 元為中階商品定位。

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，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。

設計人員費盡心思，針對問題點提出解決方式的設計作品；製造公司也攪盡腦汁來克服種種生產問題，以最低成本製造最高品質的產品，不僅希望此作品能於設計競賽中脫穎而出，更希望能有好的通路來販賣，且得到消費者喜愛，也受到智慧財產的保護。