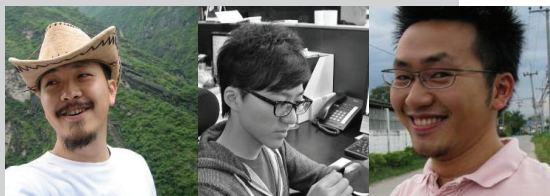


# 田蕾股份有限公司

田蕾 OMAX-LED 背光應用分齡化妝鏡系列設計計畫



## 公司小檔案

成立日期：1983 年

負責人：施森田

資本額：5,000 千元

員工人數：27 人

經營理念：

成為全球美妝鏡銷售第一

本案合作之技轉單位：

顧問諮詢：財團法人台灣創意設計中心

產品設計：樸象創意整合有限公司

## 計畫緣起

- 一、田蕾經過數十年的代工競爭與產業淘汰，公司在幾次的載浮載沉中度過，面對未來的市場態勢，雖戒慎保守，但仍不斷的在思辨求變。
- 二、目前公司營業額與獲利雖然持續增長，但面對全球市場與採購的平面化及網路化感受到各方面的競爭與過去沒注意到的廣大市場，深感企業經營不能停滯不前，因此在數年前開始產生新的經營態勢想法，希望能以現有掌握的產業能量與連結發展將過去無心插柳的自主品牌 OMAX，透過設計與技術整合再創新局，以期能在未來創造出與母公司關聯性強的新事業體。

## 新產品簡介



少淑女化妝鏡



熟女化妝鏡

## 計畫創新重點

- 一、跳脫思維，不單純侷限在單純產品本身，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。



都會 OL 化妝鏡



樂齡化妝鏡

- (1) 新的產品開發與品牌概念導入，為公司全新的嘗試與切入。
- 二、以創新概念為市場切入點，具有特色及差異化。
- 三、導入計劃型開發將使用者族群作完善切割，也為通路呈現做分割。
- 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

產出物件如下：

- 一、市場分析資料一份 37 頁。
- 二、發想草圖至少 36 案。
- 三、產品概念提案共計 12 款。
- 四、3D 產品細部設計圖電子檔 4 件。
- 五、色彩材質定義、設計定稿 8 件。
- 六、實體打樣 4 件（少淑女化妝鏡一款、都會 OL 化妝鏡 1 款、熟女化妝鏡 1 款、樂齡化妝鏡 1 款）
- 七、研發紀錄簿 2 份
- 八、結案報告書 1 份

衍生產品或服務：五場教育訓練

預計增加產值：

- 一、少淑女化妝鏡  
2,000 pcs\*2 色 \*NTD 2,500 =NTD 12,500,000

- 二、都會 OL 化妝鏡  
1,000 pcs\*2 色 \*NTD 3,000=NTD 6,000,000
- 三、熟女化妝鏡  
1,000pcs\*2 色 \*NTD 3,500=NTD 7,000,000
- 四、樂齡化妝鏡  
1,000pcs\*2 色 \*NTD 3,500=NTD 7,000,000
- 五、年總銷量預估為 NTD 32,500,000

## 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的強化，因此在執案過程中設計公司透過市場分析、競爭機會以及社會趨勢各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，包含了品牌操作手法。在設計的執行面上有遇到一些無法將品牌理念與產品開發模式及銷售端完整連接的困難，包括現有內部人員專業能力的完善，以及產品銷貨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。

本專案在分眾化的主題與現有產品呈現出相當差異，產品設計時的設定與最終成型是一致的，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，因此在交叉工作的管理面為來應該要加強，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，感受到廠商端仍有十足的改善空間。

結案只是開始，一切都還需要更多的努力與認真投入，重點是如何完善規劃與貫徹執行。