

景福事業股份有限公司

景福 100%不鏽鋼精密加工水龍頭系列設計計畫



經營理念

堅持品質、專業創新、永續經營

計畫緣起

1. 目前現況：高端建築有斬獲 利潤市場已浮現

台灣市場在這幾年透過與建築師及室內設計師針對高端建築配合頗有斬獲，雖然尚未到完善的經濟規模，但是讓經營者看見真正的利潤市場，因此預計主打高端市場為主要目標，以期能在品牌與獲利上都可相對完善。



公司小檔案

成立日期：1983年6月

負責人：施森田

資本額：2600萬元

員工人數：27人

2. 問題解決：開發高收入族群 強化市場接受度

- (1) 以100%不鏽鋼（內構件與外飾件）為材質訴求全無鉛保證，導入新形態的外觀設計，強化市場接受度與廠商可接受性。
- (2) 導入CITD專案並結合台創輔導，將市場資訊與產業趨勢導入，並在設計中導入製程管理解決生產問題。並將以模組化內構件的開發，強化未來產品的搭配性並降低開發成本。
- (3) 以建築與室內設計團隊導入開發前期，強化客製化需求市場服務，完善未來市場切割。
- (4) 透過CITD專案與樸象創意整合合作，未來將形成長期策略合作夥伴並導入更多設計資源與市場概念以利公司轉型。
- (5) 以高端族群做新商品開發目標對象與主要差異化的切入，並與建築與室內設計團隊加強合作，導入多樣性的表面處理，以感質設計創造產品加值。

計畫創新重點

1. 跳脫思維，不以過去產業慣性為思考。
2. 新的產品開發與品牌概念導入。
3. 以創新概念結合時勢需求為市場差異化的切入點，具有特色及差異化。
4. 導入計畫型開發控制成本，為不同通路屬性呈現做分割準備。

5. 幾乎100%無模具概念導入設計，提高設計對產業的加值，以設計與產業整合墊高競爭門檻，自家加工與品牌發揮空間大。

研發成果及衍生效益

1. 市場研究報告一份（內容包含市場分析，產品趨勢、行業趨勢分析報告共19頁）。
2. 概念發想草圖共產出74案。
3. 產品概念提案10款。
4. 3D產品細部設計圖電子檔共產出2款。
5. 色彩材質定義、設計定稿共產出6款。
6. 實品打樣共產出2件。
7. 研發紀錄簿共產出2本（廠商一本，設計公司一本）。
8. 衍生服務（二場教育訓練）。
9. 增加產值：2250萬元。

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劃，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與終端及包裝總體呈現。

在設計過程中，雖然一開始的目標族群定義相當清楚，但在執行面上有遇到一些無法將品牌理念與生意模式及銷售端完整連接的困難，包括現有內部銷售團隊人員的能量，以及產品零件供應商對附和材質導入的掌握，及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整建立。

本專案以100%不鏽鋼的主題呈現上並無落差，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

商的開發能量完善，但在專案管理與延伸資源搜尋與統籌比較欠缺，因此在資訊掌握面與人員調度安排上未來應該要加強，才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，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劃。

新產品簡介



1. 100%不鏽鋼（內構件與外飾件）為材質訴求全無鉛保證。
2. 特殊的表面處理差異化於現有的不鏽鋼效果。
3. 新型態的Pullout龍頭將有機會創造全新的市場話題性與機會。
4. 分離式的操作讓洗滌更方便。

