

志鋼金屬股份有限公司

窗花家居 - 板金文創商品設計計畫



經營理念

志鋼秉持著持續貫徹根留台灣之理念，追求永續經營，創造國際競爭力。

計畫緣起

1. 目前現況：金屬板金材質 注入美學元素

以金屬板金材質的優質特性為基礎，藉助以志鋼金屬公司在專業生產技術的know-how，讓原本生冷的金屬板金材質，透

公司小檔案

成立日期：1995年7月

負責人：洪啟川

資本額：7000萬元

員工人數：204人

過設計美學的導入，設計開發系列性的家居生活用品。

2. 問題解決：開發文創商品 帶來新的契機

為志鋼金屬公司之台灣金屬創意館觀光工廠開創新的文創商品，在創造新價值的同時也為公司帶來新的契機與產值。

計畫創新重點

1. 材料應用：有別於現在市面家飾生活用品，材質多為塑膠、金屬、陶瓷、玻璃…等等，運用不鏽鋼板金，呈現家飾產品不同的樣貌，材質經由公司特殊處理技術，現有材質所無法比擬的。
2. 安全性：不鏽鋼材質提供較家飾生活用品不同的感受，耐鏽蝕防風化。
3. 創新技術：獨創板金成型技術，提供產品表面立體層次化的視覺表現；表面塗裝技術，提供產品表面細緻之感性訴求設計；金屬板金塗裝技術除了可提供高自由度的圖紋表現，亦可產生特殊防鏽之效果。
4. 文創美學設計：窗花家居-板金文創商品的應用，以自然與生活

上常接觸到的意象為考量。同時也將以板金厚度與表面處理材質的運用提升結構強度及美觀性。

5. 色彩應用：採用具時尚性、流行性與文化性的色彩配色，與一般家具做產品區隔。
6. 實用性：經由市場調查資料收集與分析，設計開發符合其整體使用需求與文化創意，具文化教育的感性元素應用，為板金文創商品帶來更高的附加價值。

研發成果及衍生效益

預估產值		
外銷銷售量自開發完後前三年預估產值 FOB NT 7,500/組	第一年 100 sets *\$7,500 =75 萬元 第二年 180 sets *\$7,500 =135 萬元 第三年 250 sets *\$7,500=187.5 萬元	三年總產值為 397.5 萬元/年
內銷自開發完後前三年預估產值，商品終端銷售價為 NT 23,000 元/組	第一年 30 sets *\$23,000 =69 萬元 第二年 70 sets *\$23,000 =161 萬元 第三年 100 sets *\$23,000=230 萬元	三年總產值為 460 萬元/年
內外銷 計	NT 857.5 萬元	

專案執行重要心得

1. 透過本計畫的執行，導入設計技術服務將使志鋼金屬股份有限公司逐漸從OEM的代工模式跨入ODM的格局，公司也將習得設計流程相關專業知識、與設計公司合作的商業模式、對設計技術應用的認知，廠內現有設計人員共同學習。在轉型發展觀光工廠中，借助本計畫充實台灣金屬創意館的文創商品，提升

觀光工廠的形象，讓金屬板金的生冷刻板印象得以改變。

2. 藉由美學設計的導入，使窗花家居-板金文創商品獲得消費者的青睞，且不鏽鋼材質具可回收之特性，使用過程安全，消費者可享受產品塑造的文化氛圍。
3. 志鋼公司座右銘，「彩虹之美，在於多色共存；企業之美，在於多人共榮」，摒持具社會責任的義務，照顧弱勢團體的員工，讓員工因工作性質的不同，盡情的發揮所學與才長。

新產品簡介



窗花家居-桌、凳、壁掛置物架情境圖



窗花家居-桌、凳產品細節呈現