

兩個八月創意設計有限公司

啡嚕台灣 美學生活計畫

經營理念

生命與感動

本案合作之技轉單位

莉陞有限公司、御風行創意國際股份有限公司、大凡印刷股份有限公司、台灣玻璃工業股份有限公司

成立日期：94年10月6日

負責人：莊瑞豪

資本額：500萬元

員工人數：4人

計畫緣起

說起台灣的飲食文化「咖啡」儼然已經成為台灣人生活中不可或缺的飲品，台灣是咖啡愛好的國度，無論是香醇順口的拿鐵或卡布奇諾，或是自家烘焙的單品莊園黑咖啡，杯杯都能滿足挑剔的味蕾，據統計，全台至少有540萬以上的咖啡飲用人口，2012年喝掉23億杯的咖啡，每年仍有10%的成長率，且台灣每年咖啡消費市場年產值約500億上下，其中現煮咖啡的產值約135億，由此數據可顯示國人較偏好現煮的咖啡，國人每日飲用的咖啡量逐年攀升，咖啡市場漸漸傾向快速、便利的方向發展，台灣85度C、星巴克兩大龍頭與其他連鎖咖啡店加起來超過900家，再加上一些小型的咖啡店及便利超商林立，因此台灣咖啡店數達數千家，除了為市場帶來影響與衝擊外，更將咖啡文化帶向另一波高峰。

依據本計畫搜尋的資料發現，台灣的咖啡業者所使用、販售的咖啡器具多以進口品牌為主，造型與材質加工方面較現代、俐落，以瓷器、玻璃、琺瑯為首要材質，鮮少有陶製類的咖啡器具在市面上出現，因此，本計畫開發的品項以台灣陶土結合玻璃及木頭為主要材質，整體設計上，以樸實的陶土質感、簡單的外型，加上具手工感的細節點綴造型特徵增添一份溫度，再搭配上釉的配色效果，讓整個系列呈現溫暖印象，帶著古時文化、舊時回憶與現代生活的意涵連結，不同於市面上或俐落、或鮮艷、或歐美風格的商品，呈現簡單不失優雅、樸實不失大方的現代設計，品嚐屬於台灣在地的咖啡生活氛圍。

新產品簡介

藉由本計畫的推動，品牌系列的新品已順利開發完成，其主要品項有咖啡濾杯與承接壺、奶盅、糖罐、拿鐵馬克杯、二款冰咖啡杯、卡布奇諾咖啡杯盤組、濃縮咖啡杯盤組、咖啡量匙、密封夾、多功能束口袋以及儲豆罐等共計12個品項，針對此次開發的品項詳細論述如下：以台灣屋簷、舊厝牆瓦的紋理為設計意象，我們希望透過器身刻畫出的圖樣讓人有一見如故的熟悉感，也希望透過此系列的商品增添對台灣生活感的詮釋，故此系列命名為「簷下四季」；「簷下四季」是一系列的咖啡器具，屬於這塊土地所細細品飲出的咖啡氣息，咖啡文化從西方飄洋而來，在台灣落地生根，悄悄蔓延出了在地的樣貌。咖啡如茶，至今已成為許多台灣人的日常調劑。此系列從冷熱各款咖啡杯至手沖器皿、周邊配件，使用陶土為主要材質製成。手作感的細節加上陶土燒製的自然釉色表現，反映出咖啡不也是一門充滿手感溫度的工藝；四季即不間斷的日子，簷下即家的空間，流動的生活伴隨咖啡給予的安定，喝咖啡已不只關於味覺，而是五感與氛圍的體驗。質樸安靜的風格與觸感，讓人看著、用著，彷彿時間也慢了下來，更靜下心品嚐杯中的香醇滋味。



圖 1. 產品成果照 (1)

計畫創新重點

藉由計畫的推動所開發的系列新品，無論是在型體外觀、視覺表現、設計手法以及材質運用上都與市面上的競品有所差異，目前市面上與咖啡相關的器具大多是以瓷土、玻璃為主要材質，較少有業者使用陶土的材質，故此系列新品我們選用台灣陶土進行燒製；而陶土最大的特性在於燒製過程中會因為溫度、溼度、窯燒的擺放位置不同而產生自然的化學變化，正因為陶土有這樣的特性讓我們決定延用陶土的材質，在價格上我們以中高價的定價進入咖啡市場，我們希望以親民的價格讓每位消費者都能擁有「簷下四季」的好商品。

研發成果及衍生效益

此次計畫案共計產出12件新品，目前皆以進入量產階段，新品預計於七月初即可正式在市場上推出，未來三年可預期的經濟效益約200萬上下；此外，我們在今年4月20日也參與了台灣文博會的展出，主要目的地就是為了瞭解消費者對新品的接受度以及詢問度，展覽期間獲得廣大好評，後續更有2~3位的買家（薰衣草森林、上海立場）來信詢問相關的合作事宜，讓此系列的商品在展覽期間獲得良好的評價，對我們來說無非是一個相當的肯定。未來我們也會積極的與咖啡店、甜點店、簡餐店、設計師商店等通路商接洽，讓更多消費者在使用此系列商品的同時，也能感受到溫暖、安定的氛圍。

專案執行重要心得

非常感謝經濟部工業局給予我們此次計畫推動的機會，透過此次的商品開發，本設計團隊從中學習到許多相當寶貴的知識與經驗，無論是在技術面還是實務面都讓我們受益良多，就此次計畫推動的過程中，有幾個主要的部份在此分享論述，如下：

1. 歷史沿革：一直以來，我們都知道咖啡在國人的日常生活中扮演著舉足輕重的角色，同時，也帶動了臺灣整體的經濟效益，越來越多人逐漸以咖啡替代茶飲，咖啡文化的演進，徹底改變國人的飲食消費習慣。
2. 專業細節：透過此次的機會，讓我們對咖啡器具、沖泡方式有了更進一步的認知與了解，像是咖啡濾杯的細部結構設計、每款咖啡杯的容量限制、異材質的搭配等都具有一定的標準，而我們也透過這次的產品開發，請教多位專業的手沖咖啡職人，藉由職人們的經驗分享每位消費者的使用習慣，我們再藉由職人分享的內容實際運用在設計上，如型體、外觀、結構等地方，讓此系列的產品在執行面上可以更加穩定、順利。
3. 後加工限制：在此次的開發過程中，我們了解到原來玻璃容器經過手工銲接把手的加工後，不可再次進高溫窯裡進行刻度貼花，主要是因為高溫加工後會影響玻璃容器本身的密度，若此時在進入高溫窯裡貼花的話，會造成器皿破損，因此，經內部討論後決定以網版印刷的方式進行。
4. 製程技術：一直以來，大好吉日的商品多數皆以陶土為首要材質，鮮少有異材質的搭配，本計畫期望能夠納進更多臺灣的元素，故此次的產品開發決定初次嘗試玻璃、軟木塞以及紅銅等異材質的搭配，使原本溫潤的陶土更多了一絲的溫暖。



圖 2. 產品成果照 (2)

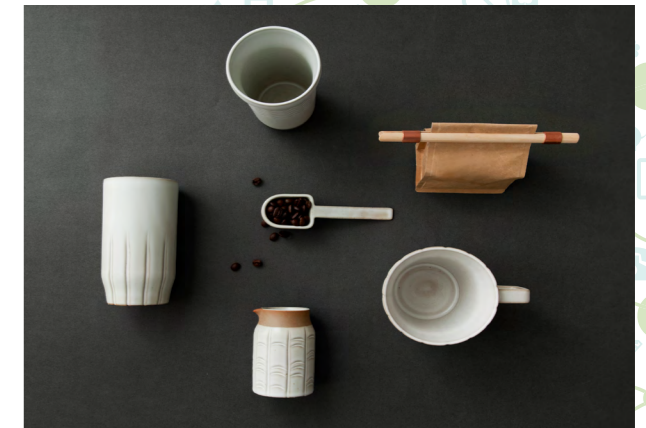


圖 3. 產品成果照 (3)