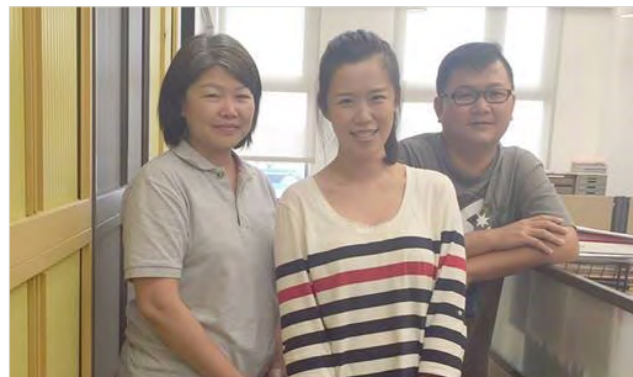


誠商行股份有限公司

新式電子醒酒器暨相關設備研究計畫



計畫緣起

(一) 開發動機

2013年中，我司設立 Vinaera 品牌並發表發明「全球第一支電子醒酒器」。單一好產品除了產品本身要有強勁的商品力與議題外，更要有相關“品項”才能支撐品牌長久，豎立品牌的專業度。

在全球通路皆在找尋新商品的情況下，具專利與市場獨佔性產品，容易受到客戶青睞，也容易帶領同類品項進入海外通路，品牌容易延續。以往貿易出口只需要依照客戶需求開發，在無法計量的研發經費與低價競爭下，生存的空間越來越小。身為貿易商，嘗試多元經營開拓品牌產品，期望透過政府的輔導與補助能順利將國際市場有效打開。

(二) 開發目的

改善提升我司第一代醒酒器，提升產品三項使用性：

1. 可調節醒酒效果增加實際使用需求。
2. 伸縮管的使用使產品方便攜帶。
3. 提升產品的防水機制。

目前全球電子醒酒器的產品只有我司採用 Air Pump 為機心結構商品，若是發行新一代專利 Water Pump 版本，將有效增加品項外，全球採用 Pump 的電子醒酒設備將只有我擁有生產銷售的權利。酒具市場長期都是歐美國家設計，東方生產製造。現在在我司的研發下，已增加酒具的市場品項，並創造醒酒設備的革命，有助於推廣台灣創意設計。

經營理念

公司設立迄今18年多，由早年將便宜的產品推廣出去，之後設立開發部門以符合客戶需求，直到近年歷經全球金融風暴後，在面對傳產的國際市場的萎縮下，深刻體會在有好的開發能力、工廠資源、客戶通路、公司人才的資產下，何不開發台灣自有品牌產品來永續經營？能永續經營方能開發更多的好商品給消費者、照顧好員工生活、肩負起社會責任提供更多就業舞台以及推廣台灣創意好設計。

成立日期：1997年9月10日

負責人：韓彰鳴

資本額：60,000千元

員工人數：32人

新產品簡介

項目	說明
產品形式 技術規格	新式電子醒酒器設備 1. 功能：可調節醒酒效果之電子醒酒器 2. 材質：不鏽鋼 #316 & #304 / ABS / 矽膠 3. 機心：Water Pump 1.4L/min 4. 電池：AAA * 6pcs 可使用超過 80 瓶紅酒 5. 機心壽命：300hrs 6. 機心啟動次數：8 萬次 7. 機心分貝數：基礎調整過 66-68dB 8. 可拆卸伸縮管長度：0.75L:278mm/ 1.5L: 330mm的紅酒瓶 9. 3階段進氣醒酒： Step 1: 預估醒酒效果 10-15mins Step 2: 預估醒酒效果 45-60mins Step 3: 預估醒酒效果60-90mins 10. 使用場合：室內與外出攜帶皆適合 11. 外觀造型：延續上一代外觀，表面鍍亮鍍處理。
設計意象	高品質 / 創新設計 / 現代感
價格策略	第一代醒酒器售價為 \$99.95USD，新一代預估售價：\$139.95USD。
目標市場與通路	<市場> 以美國市場為主，其他市場為輔。2014年起我司推廣Vinaera電子醒酒器於全球市場，目前有販售地區包含：日本、美國、台灣、中國、新加坡、俄羅斯、澳洲、香港、以色列等地。 <通路> 1. 網路通路：Amazon、Yahoo、淘寶、天貓、京東...等 2. 電視購物：全球第一大QVC...等 3. 實體通路：Wine store、百貨公司、Speical store...等 4. 郵購雜誌：飯店雜誌、機上雜誌...等 5. 禮贈品通路：各大企業贈品。例如：車商、酒莊...等 6. 連鎖大賣場：Costco、Target...等
產品特色	 1. 三段式伸縮管可拆卸設計：方便攜帶，減少包裝運輸成本。 2. 三種模式進氣調節：紅 / 洋酒醒酒；白酒打開香味；飲用水增氧。 3. 紅酒傾倒液體不逆流設計：避免不良品產生。

計畫創新重點

項目	說明
產品創新重點	1. 創造全球第一支可調節醒酒效果的電子醒酒器。 2. 醒酒效果可自由調整，消費者可嘗試自己喜歡的紅酒醒酒口感。 3. 強大的商業價值，餐廳品酒師可預先替消費者測試每一支酒的最佳醒酒時間，做最專業的服務。 4. 可拆卸式三段伸縮管，是目前電子醒酒器中材積最小的產品，方便攜帶。 5. Water pump 機芯無須與瓶身氣密，因此清洗方便減少增強防水性。
新產品競爭優勢	1. 市面上尚無此產品出現。我司專利已申請，美、中專利申請中。 2. 產品成本不高，價值卻相當高。 3. 除了使用在紅酒醒酒外，洋酒亦可；白酒可打開香味；飲用水可增加水中瞬間溶氧量。（無須受限於以往氣壓式機芯需與瓶身氣密） 4. 幾乎解決全球醒酒的問題，讓消費者使用更方便。 5. 我司第一代產品已有仿冒者，當加快新品上市可杜絕仿冒，塑造品牌的專業性。
產品應用範疇	1. 本計畫產品外出攜帶、內用皆方便。 2. 本計畫產品適合各種紅酒使用場合。 3. 可單獨開發飲用水健康 增氧設備。 4. 可單獨開發洋酒醒酒設備，創造洋酒醒酒新議題。 5. 本技術可以延伸到大型商用機種上。

研發成果及衍生效益

(一) 衍生效益

1. 產出新產品：共 1 項。
2. 衍生商品數：共 1 項。
3. 新型、新式樣專利：共 1 件。
4. 預計三年內增加產值：100,000 千元。
5. 預計三年內會增加就業人數：1 人
6. 人才培訓：預計三年內可以推廣 9 場 380 人次。
7. 取得認證：預計三年內取得 3 項認證 (ROHS / FDA / CE)
8. 取得獎項：預計三年內取得
國內 Golden Pin 設計 2 件、
國外 G-MARK or IF or Red dot 設計 2 件

(二) 新產品在產業中之擴展性

1. 全新的結構，強化商品的獨特性與實用性，帶領酒具產品設計走向新範疇。
2. 新的低音 Water Pump 是市場上沒見過的做法，容易獲得供應商開發上的信賴。
3. 全球第一支可調節醒酒效果的電子醒酒器，未來有助於與知名品牌合作機會。
4. 本計畫的創新性，後續評估有執行美國 Kickstarter 的群眾募資計畫，若是順利進行將有助於將整個開發概念轉為實體操作程序作為傳播演講範例，讓更多台灣新創或是傳產有參考依據。

專案執行重要心得

身為貿易公司的我們，在此次工業局的協助開發下落實了專利產品的完整開發，若是沒有工業局對於本計畫的支持，我們在落實此產品定會有資金與時程上的困難，對於此高創意與差異化價值的專利亦將流為空談。在整個開發過程中有兩件事值得分享如下：

1. 在研發的過程中我們曾無法運作。為了將專利結構的圖面轉換為實體產品，我們經歷了不只計畫上的三次手工樣品製作，實際上是不下 10 多次的零件錯誤重製，之後遇到 Water Pump 聲音過大，只好再自己來拆解 Pump 結構找問題跑工廠，如此往返不斷試驗後，才解決所有問題。此時的我深深感受到，工業局計畫雖只是產品由無到消費者手上的過程一環，但就身為公司的部門負責人而言，開發這一環若沒有如此契而不捨的想方設法解決問題，這世上也不會有全球第一個可調節醒酒的電子醒酒器誕生，此時真的迫不及待想快將產品誕生，投入到美國 Kickstarter 的群眾募資，跟消費者分享這方便神奇的产品。

2. 我是三年前貿易公司內部的產品新創部門，這此透過工業局的計畫要完成一件較為複雜的新產品開發，有感於過往開發產品時，常遇到知識不足與無實務經驗朋友分享，於是今年 8-10 月我共協助了台灣新創 NPO 組織無償演講三次，藉此，讓台灣新創朋友能減少失敗，期望大家能為台灣走出一條不同的路。期間我也獲得很多朋友在行銷上的經驗與看法，因此我深信在台灣的開發者，唯有先付出，才能獲得更多資源，更能在國際市場競爭。

經由上述兩經歷的分享，我學習到的不是技術，而是面對專案開發的態度，相信對內開發細心用心不放棄，對外分享交流吸取經驗，如此任何專案計畫都可迎刃而解，當有價值的專案誕生也才能創造台灣實質的產業競爭力。