

台灣雅聞生技股份有限公司

Ayurveda 臉部及身體保養品開發計畫

計畫執行目標

1. 再創品牌第二春，並推動本土品牌走上國際化，成為代表台灣、東方及SPA配套搭用產品的代表品牌。
2. 產品內容則以生化、生物科技基礎工程配合具有台灣特色的五行草本元素及印度古老醫學阿育吠陀構成一套從頭到腳（臉部保養、身體系列及草本香氛用品），從美容保養的五大步驟（清潔、調理、營養、美療、防護）為基礎，對應三種身體能量、三種膚質、膚況，已達到內外兼修之功效，從裡到外（以生化、生物、草本的經皮吸收改變體表、美化皮膚及應用具香氛特性的台灣特色草本元素及阿育吠陀草本、精油透過嗅覺中心或依照五行經絡及阿育吠陀七輪氣卦療法，達到愉悅身心或平衡身心靈的途徑）之全方位產品，產品的應用則包括居家香氣保養用品與SPA理療課程的搭配用品。
3. 產品外觀、包裝設計則以具有代表東方禪意的造型為基礎，採用獨特高貴的白玉玻璃瓶身，搭配四層次凸版銀蔥印刷的外盒設計以創造禪意意境。
4. ayurveda 為印度古老醫學概念，已被世界衛生組織（who）認定成為傳統民俗療法之一，其概念相似於中醫，並在印度當地設有專門的診療院所，可見ayurveda在印度當地具有舉足輕重的地位。Ayurveda 強調的是全人的概念，也就是身心靈的平衡，身體、心理及靈魂是相互連結的。阿育吠陀概念製成的保養品並於先進國家如歐、美、日流行中，阿育吠陀之製品配合傳統香氣元素用於國際spa服務課程之中，是spa課程之最，應用之普遍、遍及歐、美、日及鄰近的泰國spa與印尼峇里島之各spa會所。
5. 配合國家推展觀光策略，搭配開發案商品，順利發展成國際級SPA的主要搭配用品代表，提高SPA的層次與休閒度假、紓壓、服務商品的推廣，並期待開發案商品成為優質spa服務的代表。
6. 引領市場潮流趨勢。國際品牌紛紛吹起一股印度風，不論是彩妝、保養品成分、及香水，引起美容市場的廣泛迴響，因此雅聞公司結合印度草本成分，開發出一系列保養品，並引進印度傳統按摩手法，在市場測試階段得到不錯的反應及回饋，並帶動今年台灣市場上的印度風潮。
7. 開拓國際化市場。為進軍大陸市場，以一套全系列全方位的保養品牌，並結合回歸傳統、回歸自然的印度保養觀念，以目前大陸市場來說，是極少數的品牌風格，相信可以創造出一般話題性。目前已與大陸市場接軌。

新產品簡介

化妝品產業已經由生物科技進入到提高到養生、紓壓、休閒的附加價值的領域，養生、紓壓來講常見於保養品中添加芳香療法概念，選擇印度的 ayurveda 概念之因，印度的 ayurveda 除了芳香精油的傳統之文化特色之外，具有強烈香氣之草本植物，兼具了芳香療法及經皮吸收的多重特色，配合 Ayurveda 的關連按摩技術，使得引用 Ayurveda 元素概念發展出全新的保養系統商品被認為最能夠關聯延伸出居家保養及休閒 spa 養生統合的主流。

目前以 ayurveda 發展之保養商品已成為世界先進國家化妝品公司之投注發展主要標的，此類 ayurveda 保養品也已經成為國際六星級以上休閒渡假飯店的一種選配素求的專屬保養品。

本公司希望發展的 ayurveda 的系列產品認為最具有優勢的特色及附加價值為：

1. 突破以往能將臉部、身體、芳香精油都可以共用一種造型的包材設計，使得所投注的產品包裝設計及模具費用的投資有更高的附加價值。
2. 本計劃的 ayurveda 商品可結合美容 spa 會館發展出許多附加價值的美容 spa 課程。
3. 透過 ayurveda 概念的包裝可延伸帶動多重產業，例如瑜珈、飯店等，提升休閒 spa 及星級提升的襯托角色。
4. 美感及科技的結合，把化妝品轉移到美學文化附加價值的境界，朝向感覺及文化美學及愉悅身心的境界。
5. 多元發展把化妝品發展成更多的商品，服務工具、spa、美容、觀光、保養品處處可見。可是一種裝飾可以氣氛的特色的一個角色。

計畫創新重點

1. 印度藥草因其獨特香氣及對於肌膚有極佳抗敏、抗炎、修護的功效，是雅聞公司極力想引進市場的主因，運用印度當地特產之草本精油添加在保養品當中，可達療效性、創新性、話題性，並可與目前市場上其他品牌有效區隔。
2. 有別以往臉部及身體保養品無法串連之缺點，Ayurveda 系列商品因為芳香療法特性，易於整合及發展多功能性商品，期望由此發展出臉部保養及身體從頭到腳的保養品。並能從專業的沙龍護理延伸到居家護理保養的最佳方式。
3. 雅聞公司除重視保養品功效及質感外，對於包裝設計也是此次計畫的主要創新重點，設計出符合東方風味的所採所用獨創包裝設計。特殊白玉玻璃瓶身，再結合禪意的四層次凸版銀蔥印刷之外盒包裝，更能襯托出高貴之質感。

◆ 公司研究發展能量及研究發展制度之效益說明

1. 產品開發上，雅聞公司擁有26年的研發經驗，培育出多名研發專才，以雅聞經驗豐富的研發經驗並結合教學部、直營店老師的實務操作意見，必定能創造出符合市場需求以上之保養品。
2. 與印度協會接軌，直接快速的取得來自印度當地豐富之訊息。並與印度當地的植物精油公司配合，將特殊的藥草成分引進。

◆ 人才培訓及運用效益

1. 派相關人員至印度受訓考察，蒐集印度草本精油之配方，並與當地或知名的Resort spa、ayurveda廠商合作，設計出一系列相關商品、課程。
2. 應用初期帶動自營spa及數百家加盟店的營運人員培訓成為具有國際水準之spa芳療人才。
3. 派相關研發人員參與更類型之美容材料展、或是新技術科技之研討會，以提升研發人員之研發技術。

◆ 產學研各界之技術移轉及合作效益說明

1. 產品、技術服務可延伸到各美容學校列入課程培訓，培育更多國際水準的spa芳療人才，與迎接觀光政策之人才智庫。
2. 委託學術單位做安全性評估報告，以利產品之安全性、公正性。

◆ 新產品創造之技術效益及市場效益說明

1. 國內保養品品牌多集中於醫學美容的琢磨，重視的生化科技的合成如胜?類及生長因子等主要成分，在市場上已流行一段時間，雖具功效但缺乏新鮮感，不足以滿足現在消費者期待需求。因此運用印度特殊藥草500多種不同素材，例如印度苦楝、印度雷公根、印度礦桃等草藥成分，添加於產品當中，其功能性不輸現在國際上所使用的有效成分，同樣可以延伸出抗老、抗皺、美白、抗敏、抗痘的各種保養品，並迎合香氛保養一體的主流。
2. 化妝品品牌多元多變、競爭激烈，消費者對於保養品品牌忠誠度也相對不高，因此唯有不斷創新包裝、加強產品功能性。以Ayurveda系列的新商品來導入沙龍會是一個新的商機，目前台灣美容市場尚無開發專業用身心靈保養品，用此商品包裝spa按摩課程更具有吸引力及說服度，因此加盟商在推廣行銷商品時會更能得心應手、增加故事性，相信能在美容沙龍業界帶領起印度ayurveda養生風潮，並期望在沙龍通路市佔率可提高。

◆ 計畫完成後對提升我國產業水準及競爭優勢說明

1. 雅聞公司期望塑造國際性的保養品牌，與歐美流行概念同步，目前台灣逐漸盛行樂活風潮，於生活當中增加香氛、紓壓的home spa訴求。而歐美先進spa業界與日本等國其實都開始吹起一陣 ayurveda 的風氣，而台灣的 ayurveda 風氣尚未盛行，因此跟隨國際的腳步比國內市場搶先一步設計規劃出一套完整的保養品，會是一個帶動spa商機的最佳工具。尤其是有別於傳統化妝品公司應用共通包材省去開發模具費用，但雅聞公司認為保養品包材的美感極具吸引力，採用東方風味的保養品更能代表台灣的國際品牌。
2. 調研機構Euromonitor International研究顯示，全球化妝保養品市場2006至2011年間成長率將高達16%，台灣地區市場未來5年內複合成長率也有8%，2009年台灣市場更將高達1,018億新台幣。化妝保養品產業能如此蓬勃發展，現代人追求「青春不老」的渴望的確功不可沒，而隨著高齡化趨勢橫掃全球，強調「美容抗老」的保養品業、美容醫療業者與美容設備商皆同時受惠。拓璞產業研究所指出，台灣除擁有領先全球的美容醫療技術，發展光電產業的經驗也有利於美容醫療設備發展，這些都是台灣發展「銀髮產業」時，優於世界各國的利基所在。

◆ 專案執行重要心得

1. 為使 ayurveda 系列商品更具特色及說服力，年初時公司曾派研發人員至印度當地做考察，也與台灣的台北印度協會密切聯繫。並且特別商請印度安南醫生來台做印度古代回春術的教育，將最正統、最道地的印度養生概念在台灣推廣，其新奇度及話題性足夠，2對於新客戶的接受度也高，得到熱烈的迴響。
2. 草本植物的安定性及氣味是研發當中需克服的項目，因此透過不斷的實驗及研發階段，並添加精油來矯味，讓身體系列商品能夠提升客人的喜好及接受度，並能兼具療效性。
3. 特殊的白玉瓶身設計，及凸版四層次銀蔥印花，皆有量產技術上需克服之處，如立體弧形瓶身設計在填充時容易破損、因次調整生產製程，以減少不良率的產出。凸版印花設計外盒也有開發技術上之錯誤，因此也延宕多時，重新再印刷處理過。
4. 新產品從研發到生產到示範過程，因產品品項眾多、並且由研發、製造、生產、企劃、教育各部門相關配合，因此花費多時，經過無數次的開會討論整，終於有完整的系列商品的產出，過程雖然辛苦、也有委員的建議參考，因此才能完成這項任務。期望後續業務單位能結合教育單位能將此套商品順利推廣，打響名號。

