

傑傑國際有限公司

River Kuo 藝術商品開發：台灣本土價值的創新應用

計畫執行目標

1. 藉由大眾流行商品，推動美學經濟與台灣當代藝術在設計掛帥的今日社會，過度氾濫的商品設計已嚴重侵入且麻痺消費者的生活，然而藝術的純粹性，依然能打動人心深處。商品不僅僅是設計，也非硬梆梆的工業產品，因此，本計畫希望將具有感動人心力量的藝術，結合商品開發，藉由普及性的流行商品，讓消費者體驗最真實的感動。
2. 提升產業技術水準
藝術的導入，不僅不會削減藝術的崇高地位，反而提升了商品的精緻性。對於產業習以為常的動漫人物公仔，藝術家作品適可為其帶來新的挑戰與視野，開發更高品質、更具生命力的產品。

新產品簡介

以TPR (Thermoplastic Rubber, 熱可塑彈力體) 原料作為公仔製作的材料，應用雕模、熱塑等技術流程，融合藝術家 River Kuo 當代藝術創作元素，呈現商品藝術性、設計感、及大眾化之特性。

本計畫產品以坊間所熟知的公仔為商品形式，但針對不同客層－建築師、設計師及藝術品收藏家，堪稱藝術家原創作品之一種。新開發之產品以 Archi Plan 為主題，結合建築及有機體概念，造型與款式共計三式六款，首次量產數量為 1,000pcs。

計畫創新重點

本計畫預計開發的公仔商品，與目前市面上商品最大的差異性，來自於對藝術元素的應用，以及藝術商品結合設計概念與技術，應用於日常或居家生活的可能性。具藝

術感的裝飾性商品，不僅用來點綴生活或居家環境，還可衍生其他的功能性，如燈具、調味罐…等。

公司研究發展能量及研究發展制度之效益說明

成立於 2003 年的傑傑國際有限公司，以負責人趙慶論深厚的空間設計與產品設計基礎，培植一批具國際觀、設計能力、行銷企劃長才的研發人員，從產品企劃、產品設計、商品採購開發，到通路規劃、行銷策略擬定等結構性完整的研發制度，自成軍以來，先後為國內自創品牌 i prefer、satana，國際知名品牌 Dr. Martens、Trippen、ASICS、Onitsuka Tiger, havaianas 等提供商品設計、行銷公關策略顧問諮詢等技術服務。

人才培訓及運用效益

本計畫參與人力除公司內部原有人員之外，擬再延聘一位產品設計人員，另與新銳藝術家合作，提供藝術與設計交流的機會。研發人員的學經歷囊括建築、工業、服飾設計、產品設計、傳播等多元背景，本計畫開發枝藝術公仔商品，可讓研發人員適當發揮該領域專業，藉由與藝術及工業技術的結合，互相激盪不同領域之間的火花，也是一個跨越產業對話的寶貴機會。

產學研各界之技術移轉及合作效益說明

本計畫案委託國內富盛名的公仔製作公司－欣昱昌企業－進行技術製作與生產，並與藝術界新銳創作者 River Kuo 先生合作，就圖像授權及商品造型方面給予指導，期能以商品設計規格與美學注入，提升產業技術水準，同時讓藝術家了解商品製作的工業流程與技術，開啓雙方對話機制。

◆ 新產品創造之技術效益及市場效益說明

根據對產業的研究了解，台灣公仔製作技術 20 餘年來，在新材質開發與技術的提升，已臻成熟，現階段所追求的目標，則是透過殊異造型的變化難度，挑戰各類材質與製作技術應用上的極限，藝術家豐富抽象的色彩、線條及作品元素的創造力，適切地提供了產業面臨挑戰的最佳機會。適逢藝術市場蓬勃之際，以藝術造型概念融入商品設計，滿足了原有藝術收藏者的需求，並藉由流行商品的藝術性表現，吸引一般大眾對於藝術的興趣。

◆ 計畫完成後對提升我國產業水準及競爭優勢說明

目前國內外公仔製作多以動漫角色人物為主，次為依據個人喜好量身訂做模型公仔，公仔製作在藝術領域的應

用，則以藝術家作品為主。但因藝術家將之視為藝術創作，加上作品的稀有性，相對而言，成本及價格皆高，在市場上的流通性偏低。因此，本計畫希望透過以量產規模壓低成本與價格，整合藝術與工業技術資源，讓商品更具競爭優勢，且讓一般大眾皆能「享用」藝術品，讓藝術落實於日常生活中。

◆ 專案執行重要心得

與藝術家的圖像授權合作部份，依據著作權及智財權之規定，圖像著作權隸屬於藝術家本身，傑傑國際為產品設計與開發執行者，享有藝術圖像的使用權；受委託生產製造的欣昱昌企業，於委託期間及限定規格數量下，執行圖像的重製與複製。

