

# 台灣吉而好股份有限公司

## 「俚言俗語飲食器」－「Poodehii」商品設計

### 計畫執行目標

1. 將源於「語言」或「文字」的趣味或蘊含意義，轉化為桌上飲食器的設計元素。
2. 延伸東方飲食習慣所形塑的桌上飲食器。
3. 藉由飲食器的商品設計，能夠行銷台灣文化至全球市場。

### 新產品簡介

本設計案預期讓使用者藉由飲食器具的使用，俚言俗語中所寓含之趣味。設計創作中權借『六書』中的幾個方向，作為作品的表達方式。

1. 轉注、假借：說文對於轉注與假借的解釋分別為「轉注者，建類一首，同意相受，考老是也。」「假借者，本無其字，依聲託事，令長是也」。在我國的俚言俗語中有許多是在提醒人們對於食物加以珍惜與尊重，諸如：「食果子拜樹頭，食米飯敬田頭」「食少有滋味，食濟無趣味」…，我們提煉了這種俚俗語的精神，轉化於作品之中，讓人在於使用者些食器時能夠體會農苦食珍。
2. 意會：「意會者，比類合誼；以見指搗，武、信是也。」；讓人在使用的時候立即能夠體會俚俗語所傳達的文義。我們取用了「碗哪甲抹空，長大嫁（娶）貓𦍋（某）」這句俗語表現了這類型的禮俗語在器物上的表現的幽默。
3. 象形：「象形者，畫成其物，隨體詰詘，日、月是也。」讓俗語陳素的內容直接作為物件形象表現的依據，類似畫物成型的造字方式。引用「駝背抱大肚」作品題材，並將其語意的形象，運用在器物的造型上。

計畫創新重點：

1. 新產品之競爭優勢
  - (1) 建立以文化形塑商品的品牌方向。
  - (2) 將文化商品化，形成跨越國界的文化傳撥能量。

- (3) 將產品提升至精品品質，增加產品利潤。
- (4) 開拓不同的商品領域，創造公司創新價值。
- (5) 使用複合材質，提昇製造能力與產品差異化。

### 2. 產品應用範疇

目前規劃於餐具、食器的設計，未來本次提出的概念，我們將視未來市場趨勢與行銷策略，應用於相關生活用品的衍生品項開發，讓文化與商品更能夠緊密結合。

### 公司研究發展能量及研究發展制度之效益說明

由本次計畫的執行，我們建立了與設計師合作的模式，從文化符碼的搜尋，設計概念衍生，商品企劃與行銷面的考量，乃至實際執行開模與修正，以及未來參展、市場銷售測試與正式量產，我們因為有了這一次的實際操作經驗，更能夠完整掌握。未來，在整個品牌文化商品開發這一塊，一貫的作業流程，讓公司內部能夠銜接的順暢。

### 人才培訓及運用效益

因本案多屬設計開發，目前較無人才培育的相關事宜。

### 學研各界之技術移轉及合作效益說明

因本案多屬設計開發，目前較無技術移轉及合作相關事宜。

### 新產品創造之技術效益及市場效益說明

1. 新產品之研發效益：
  - (1) 複合性材質應用的技術研發。
  - (2) 向精品邁進，提升產品的精緻感與獨特感。
2. 新產品在產業中之擴展性或衍生性及計畫創造之產值：
  - (1) 未來將針對計劃項下的商品產出，進行相關衍生商品的開發。
  - (2) 本計畫乃屬創意產出，未來將有系列性的品項呈現。

### 計畫完成後對提升我國產業水準及競爭優勢說明

在商品設計方面，有了本次的合作經驗，讓我們學習到如何將文化分析置入產品設計的元素裡，讓商品的產出，能夠與文化緊密結合，也能夠更貼近文化面的思考。在研發技術面來說，因本系列商品開發多屬較精細的開模，需要多次的修正與調整，我們將搜尋適合的廠商進行商品研發。在行銷面來說，我們將以商品行銷文化創立一種新的文化行銷模式，可以供作其他廠商為範例。

### 專案執行重要心得

本計畫因為台灣語言文化探討面所衍生創意商品，從俚語的搜集、分析、挑選，乃至於商品品項的選定、打

樣、試模、開發、量產、上架，是需要一定的時間及流程，方能孕育文化與市場契合的作品。礙於計劃時間較短，所以在很多的步驟都被壓縮，尤其是設計端的創意發想，往往需要較長的時間醞釀發酵，會變的有點措手不及，就要結案了，這是我們未來在面臨類似的專案開發的時候，我們學會要如何去排定商品研發的期程。

努力還是有成果的，這次跟設計單位合作的經驗，能夠提供給吉而好未來在文化面的探討上很好的典範，向設計單位學習如何切入文化元素的分析，如何繁中求簡，找出適合的元素；設計單位也因為本次專案，了解前期商品企劃、研發流程、商品銷售等事宜，是個不可多得的好經驗。

