

和協陶瓷器有限公司

創意茶具系列產品開發設計

計畫執行目標

透過本案的執行，建立起異業結盟的合作模式，一般來說，原料產業大多聚焦在自己的專業技術面，朝過程一元化發展，在產線探索未來的可能性，鮮有能將不同原料結合而磨擦出新火花的機會，然而此案在複合材質的運用上，將金屬與陶瓷或絨毛漆作了結合，創造了機會，透由不同產業的相互合作過程，讓產業能打破閉鎖的藩籬，跨出多元化的腳步，建立起異業合作的模式，增進了產業視野，同時，也因為創新的策略方向，能引起市場共鳴，甚至是締造更大的效益，在某種層面中，亦有拋磚引玉的發酵作用。

新產品簡介

結合複合性材質，搭配細膩的紋樣及時尚配色，呈現出極具現代美學的創意造型工藝，並導入功能取向，依東西方飲茶文化的差異，分別設計了中西式兩套專用的主題茶具套組，西式茶具組內較為常見的組合，有茶壺、茶杯、茶碟、茶罐、糖罐、奶罐，六式一套，中式茶具組則選擇中國功夫茶的茶用具中較為普及或常用者，內有茶壺、茶杯、茶海、茶盤、茶荷、濾茶器等六式，無論風格，外型皆具系列概念。

計畫創新重點

利用陶瓷極具可塑性之特點，結合複合材質紋樣的搭配、釉色的裝飾，呈現千姿百態的工藝美術，以主題風格為依歸，為茶具重新詮釋、設計一套沏茶所需之茶具組，而內含之茶具，除了具有一致巧思、相同設計的協調感外，其獨特的美學造性亦可分別獨立使用於其他搭配方式；而依東西方飲茶文化之差異性，使用到的茶具也會有所不同，所以分別為中西式茶具組，各自設計專用的沏茶套組，而以市場面看，現代人講求精神上的陶養，因此更應該復興中國傳統沏茶文化，然後將老舊沈沉的元素加以改良，以符合現代需求的概念、融合創意巧思，以後現代的美學設計，將傳統沏茶藝術重新詮釋，品味現代茶趣。

而本計畫所研發之創意茶具，在暨有的一茶一坐連鎖茶飲店通路予以應用，在日趨講求精緻差異化的市場中，利用品牌與特色產品的互助效益，帶來與其他藝術性或傳統的茶具明顯區隔的優勢，不僅能提升更具時尚設計的品牌價值，更藉此機會，鎖定 25~35 歲年輕族群，推廣出一股新世代的潮流文化，讓彼此相得益彰，而應用的範疇，則是聚焦在好飲茶的華人市場，以符合年輕現代的風格造型，讓新形態的飲茶文化復興，開拓出與冷泡茶不同調性的一片天地。

公司研究發展能量及研究發展制度之效益說明

和協陶瓷，於國內可視為具 20 年歷史的專業陶瓷製造商，在陶瓷的生產製造開發有豐富的經驗，而委託單位特一國際設計，亦是具 20 年歷史的專業品牌顧問公司，協助多

間企業建構品牌創新價值鏈並強化企業核心的競爭力，對市場之產業形態有深入的了解，而顧問單位，台灣創意設計中心，更是運用國內外設計資源，協助本案導入產品創意設計案例提供與分享品牌經營管理等，讓創意茶具能以創新思維協助設計產業新事業模式的建構，並提高產品附加價值。

人才培訓及運用效益

1. 異業結盟合作

由於本計畫在複合材質運用上的大膽嘗試，促進了不同原料業者的跨界合作，開拓了產業視野，並透過結盟過程中所培養出的默契與專業訓練，增進了產業對於創新設計的知悉程度，並提高了應用範疇的廣度。

2. 不同技術的整合

本案除了陶瓷時尚美感本身的型塑難題外，將金屬於陶瓷或絨毛漆與陶瓷之間的結合應用，更是大大提高了製作的成本與時間，光技術執行面，就必須依不同素材而採用不同的技術，例如陶瓷為較平滑脆薄的素材，並需要透過燒窯才能定型，所以在原型製作的過程中，便必須去克服造型上的局限，而為了能讓不同素材呈現同調性，金屬加工無論是形狀的切割或修飾，或是表面亮霧的處理，也都是極需費心，而最困難的部份，便是要如何將兩種不同素材完美的融合，更是要透過將不同技術的整合方可成功。

3. 產品至商品化的流程

從設計單位知悉方向後設計草稿，與申請單位不斷討論修改後，一次又一次的樣品製作，在透過顧問公司的評估建議，到最後確認的商品呈現，是一路研發之流程。

4. 行銷通路的佈建

由於設計之初便與一茶一坐連鎖茶飲店達成共識，故後續設計的方向便是以應用為主軸發展，連鎖茶飲店是時下市場的主流，而在冷泡茶的盛行下，亦有一定比例的顧客是接受傳統式的沏茶，故在族群鎖定的茶飲店中行銷本產品，相信會有相等的效益展現。

學研各界之技術移轉及合作效益說明

透過本案的研發過程，在加工與材質應用的基礎上，整體技術習得了下列幾點：

1. 不同材質的結合應用

鋁，是金屬類中重量較輕且可塑性較高的材質，與鐵器比起來，較不容易遭受氧化，然而，陶瓷是一種質地脆硬的材質，需透過高溫燃燒過程，得以硬化成型，然而要將此兩種材質結合在一起，便是個費神的難題，因此需透過腦海大膽的構思，並多次試驗下，才得以統整出最適合之方式。

2. 鋁製產品的加工與極致效果的展現

鋁製金屬加工是采用 CNC 五軸機具切割，故其效果

相當精緻，可將鋁板或鋁塊加工、切削成特殊造型，並可在其表面加工成不同質感或紋理，展現出極致、精細的鋁製造形產品。

3. 從產品到商品化過程的學習

從腦海裡的圖像到手握鉛筆塗繪出的輪廓，是多少次腦力激盪後的產出，而從紙張上的輪廓不斷修飾調整後，用電腦逐漸勾勒出 3D 的圖像，也是經過多次的微校與整理，然後從 3D 圖案中，探討出最適宜的方案來製造樣品，最後經過團隊多次的探討改良後，開模生產商品。

新 產品創造之技術效益及市場效益說明

1. 對於中西茶具的認識

在本案的執行過程中，曾經多次與市場行銷端的公司一茶一坐連鎖茶飲店作深度溝通，並從中了解到中西飲茶文化的特色，異同及需求等知識。

2. 不同材質整合應用的學習

本案最大的突破技術，便是以複合式材質的結合為創意設計的最大特色，這對整個專案設計團隊來說，是在技術上的最大突破，無論是在初期擬稿的構思範圍，到中期製作過程所遭遇到的加工問題，甚至在晚期結合後的質感表現，都是經由不斷蒐集統整資訊，與一次次的樣品製作分析下，必須面對的學習。

3. 了解商品開發流程

整個專案的執行開發流程，可區分為下列四個階段：

- A. 企劃：
 - a. 市場研究發展：針對專案的主題內容，對市場相關之資訊蒐集與評估，並整理發想出適合本案發展之核心價值。
 - b. 商品企劃：當擬定了核心價值後，便開始企劃未來商品的行銷發展，著手 SWOT 分析及探討出該商品之 USP，以此為商品未來的發展主軸。
- B. 設計：
 - a. 設計：初稿以平面的草圖為主，繼而篩選適宜的方案作延伸，以電腦 3D 繪圖搭配不同材質模擬作進一步樣品製作的參考。
 - b. 樣品製作：從電腦 3D 模擬圖中篩選出適宜的方案為準則，開始立體實物製作。
 - c. 量產準備：多次確認樣品實物後，便著手準備量產開模。
- C. 製造：
 - a. 模具：以樣品為原型，開發量產石膏模具。
 - b. 生產：主體以石膏模版為工具大量生產，配件則以鋁板經 CNC 削切。
 - c. 品管：檢查量產出來的商品是否有瑕疵或缺陷。
- D. 行銷：
 - a. 通路：將商品鋪放在與顧客接觸的平台。

b. 物流：使製造到銷售的所有過程達到最佳組合。

c. 廣宣：替商品作廣告宣傳的一切行為。

3. 未來在消費市場上如何聚焦的行銷

由於設計之初方向即是以應用為主軸發展，配合連鎖茶飲店的通路佈點，是為市場先行的探索，而本案主消費群定位在 25~35 歲的女性，產品設計亦是能獲得她們青睞的取向，統故在族群鎖定的茶飲店中行銷本產品，相信會有相等的效益展現。

計 畫完成後對提升我國產業水準及競爭優勢說明

據統計，在台灣經常飲茶的人佔台灣總人口的六成以上，且飲茶消費人群甚為年輕化，35 歲以下的飲茶人口佔飲茶人數的二分之一以上，如 AC 尼爾森調查之數據，去年國內熱茶零售通路消費是熱咖啡的二倍，市場規模高達新台幣 213 億元，成為新一代的國民飲品。而近十年來，國人越顯注重養生與休閒，如坊間休閒茶藝館林立，而政府為照顧茶農也大力提倡、推廣，在著名的產茶地區設立茶葉博物館，推廣飲茶文化，如坪林、貓空等，使之成為外國觀光客指定的旅遊景點之一。近年，面對大陸代工產業所產生的洗牌效應，對國內傳統農產業造成極大衝擊，許多業者不得不面臨到轉型升級的選擇壓力，而有鑒於國內茶飲市場之茁壯，研發新型態的飲茶器具是一種促使傳統產業轉型升級的絕佳機會，過去代工技術成熟且經驗豐富的台灣傳統產業，目前欠缺的只是創新設計的不足，若能發展出屬於台灣自有特色並符合客戶需求的風格，將大大提升傳統產業的競爭力。

專 案執行重要心得

本專案在長達六個月的執行過程中，沒隔多久，團隊成員便一同拜會合作廠商，在如此的合作模式下，讓設計團隊培養了成熟的默契，也因為每次討論的豐富互動，讓設計團隊中的成員學習甚多，例如：

1. 學習與不同團隊分工合作

整體來說，一般傳統產業較少機會接觸到設計這塊領域，或是品牌經營的過程與方法，而設計公司，也鮮少機會能與傳統產業合作開發創新商品，這對彼此來說，都是一種難得的學習經驗，過程中依照專業的不同而在各自領域發揮，最後再統整出一套雙贏的合作系統。

2. 不同材質的整合應用

因鋁與陶瓷無法接合，故在初期設計草稿時，便遇見許多問題而必須想辦法克服，經過多次的開會溝通，並聽取輔導單位的建議，我們便決定將此一缺點發展成設計的特色，將茶壺的把手使用鋁材製作，並設計成可抽取替換，這將是一種大突破的設計。

3. 本案在市場行銷通路上，於設計之初便與一茶一坐連鎖茶飲店談妥，故設計上的定位相當明確，一開始明確的話，後續的設計方向也相對穩定，期能藉此為先期市場切入點，逐漸擴展至其他點位。

