

# 鐳達實業有限公司

## 同軸雙線圈風扇與多功節能充電式模組整合設計案

### 計畫執行目標

1. 同軸雙線圈風扇與多功節能充電式模組整合產品設計案，建立全新的節能與環保間的互動關係。
2. 產品設計之特色將具有確實的操控性、通用設計的考量及環保性，並賦予具吸引購買者之外型，如此可以幫助使用者與家電之間建立良好的互動關係。

### 新產品簡介

本設計與市售商品不同的差異在於，有耗能回收裝置且易於控制，市售商品無此裝置，且不符合使用者的操作姿勢。為此希望產品具高操控性、高環保性。

### 計畫創新重點

同軸雙線圈風扇與多功節能充電式模組整合產品設計案，分三部份，簡述如下：

1. 人機介面：同軸雙線圈風扇與多功節能充電式模組整合產品設計：預設定為解決長久以來家電功能與使用者之間的關係，優異的附加能源轉移功能外，使其更具安全性與好操作易辨示的設計特質。
2. 通用設計：多功節能充電式模組部份設計，為符合不同身高之使用者，使其易於操做的安全收納保護裝置，亦可避免小孩隨意打開，增加使用年齡分級之安全性，而明確的鎖緊裝置，可以不經學習的直覺式操作。
3. 環保電動能的轉移：同軸雙線圈風扇與多功節能充電式模組，除了有體貼使用者之優異功能外，更考慮到電能轉換動能耗損回收，能被充分回收使用，轉移成充電能，如此將可不過量使用製造材料，避免浪費地球資源。

### 公司研究發展能量及研究發展制度之效益說明

1. 成功建立功能性小組之運作模式，由總經理領隊，帶領業務人員配合設計公司，完成新產品設計工作。
2. 與委託設計公司合作，確定研發記錄之重要性，建立研發記錄格式。

### 人才培訓及運用效益

1. 藉由市場分析資料與設計公司人員討論，市面上同業產品設計之優缺點之過程，培訓公司人員了解產品設計考慮到的人因工程、人機界面…等各項，往後更能以消費者角度設計公司產品。
2. 公司業務人員藉與設計公司的合作，使產品能符合消費者，增強往後市場分析能力。

### 產學研各界之技術移轉及合作效益說明

本計畫除委由專業設計公司設計外，同時還有台灣創意設計公司之輔導，讓公司除了產品設計外，還能接觸各種品牌行銷及設計等知識，有利於品牌及產品之推廣。

中小企業由於本身之資源較為匱乏，多利用產學合作可解決企業資源不足的問題，加速研發速度，提升競爭力。且傳統產業有豐富之生產經驗，如再輔以產學研各界之理論，可縮短摸索、試驗的時程，對企業有相當大之助益。

### 新產品創造之技術效益及市場效益說明

#### 1. 量化效益

- (1) 產品售價：預定售價 1,000~1,300 元之間。（視風扇尺寸而訂）
- (2) 年銷售量：預計年銷售量內銷 30K 以上；外銷 100K 以上
- (3) 公司營業額去年約 2 億 1 千 6 百萬。（內銷 2,100 萬、外銷 19,500 萬），98 年預估成長為 3 億 1 千 6 百萬（風扇均為春季出貨，因此新商品將於 98 年初出貨）。
  - ① 內銷：新台幣 1,100 元/pcs  
30,000 台/第一年；40,000 台/第二年；50,000 台/第三年
  - ② 外銷：FOB USD \$25/pcs  
100,000 台/第一年；140,000 台/第二年；160,000 台/第三年

## 2. 質化效益

鑄達公司預計將此設計導入至自有品牌「柏森牌」及 OEM 品牌「大同」「聲寶」「歌林」「東元」等品牌，提昇品牌形象及增加通路，預計導入「全國電子」「燦坤」「B & Q」「泰一」「家樂福」等通路；並提升在東北亞地區外銷之競爭力，爭取外銷訂單。本計畫執行後將改善人們使用此商品的品質與觀感。將能夠提昇並影響我國家電商品在國際市場上的佔有率及產品開發上良好的品質形象。

### 計畫完成後對提升我國產業水準及競爭優勢說明

鑄達實業為家電研發製造及供應者，由於對家電的熟知與經驗，新的設計將跳脫傳統市場上使用的方式，在功能、使用便利及安全性上與同類商品比較；均大幅度提高，再配合擁有專業的西屹設計團隊，標榜以“人”為本，能更精準的考量產品的設計細節，更結合在設計輔導領域、材質實驗、色彩研究、通用的人因上有豐富經驗之顧

問單位－台灣創意設計中心，肯定能在同業市場及消費市場上，極佔優勢！

### 專案執行重要心得

鑄達公司前身為崧柏企業股份有限公司，為歷史悠久之電器專業製造廠，一向以領先市場、推出具前瞻性功能之商品享譽業界；曾率先推出國內第一台箱扇、國內第一台具生水止水閥功能之開飲機、第一台吸入式環保捕蚊扇等商品；鑄達公司成立後，加強國外貿易工作，與日韓知名品牌往來，在產品功能、外型與材質上，更具明顯成長，有別一般低價競爭之廠商，因此更獲國內通路及各大品牌青睞；近年已與大同、三洋、歌林、聲寶、東元等品牌長期配合成為其立扇、桌扇、箱扇、電暖器等專業生產廠商，為提升產品市場吸引力及保持品牌形象，各大品牌紛紛引頸盼望，希望鑄達公司加速研究開發產品的功能，因此以鑄達自身在本業累積的專業經驗及市場同業共同期待，本計畫之開發設計的獨特性及競爭優勢將再凸顯出來。

