

攝影人數位影像製作股份有限公司

PMI 居家藝術精品設計開發

計畫執行目標

透過本計畫之執行將增加PMI在品牌創立初期國際產品定位策略上之精準度。帶來新產品線之拓展，協助PMI轉型升級，由原輸出生產廠家轉型至傢俱精品設計製造廠家，並為PMI導入一套完整的新品設計與開發流程之技術與知識轉移。

1. 提升 PMI 跨領域產品設計開發能力。

2. 開創 PMI 完整獨立制式產品線模式建置。
3. 創造異材質的結合，提升製造能力，創新屏風與影像藝術精品的差異化。
4. 增加公司在獨立產品上收入獲利與品牌建立。
5. 開創代工外之新通路契機。
6. 執行本計畫可將技術商品化時程之縮短。
7. 提升台灣傳統產業產品具國際設計。
8. 計感價值。

新產品簡介

居家藝術精品開發系列	編號	產品名稱	設計說明與功能	件數
屏風系列	1	竹簡屏風	竹簡屏風： 將傳統的中式屏風，結合PMI的印刷技術，以與眾不同的彎曲造形，帶給室內空間創新的不同感受。以PMI的獨特技術做出發，以過去的「竹簡」造形為意象，加以現代感的材質與加工技術的應用，將過去平面化的屏風賦予層次上的表現。	1 件
	2	格欄屏風	格欄屏風： 穿透性的設計，降低了原有屏風造形的壓迫性，卻仍保有基本屏風功能上的間隔空間的效果，格欄的造形，更使得產品多了一份現代感。圖與穿透的比例，使人們的視覺仍然能夠架構起整體屏風的印象，應用 PMI 獨有的印刷技術，將有落差的平面，作最佳效果的呈現。	1 件
衣架系列	3	樹與花衣架	樹與鳥衣架： 以大自然的意象作出發，以樹的造形作呈現，衣架上鳥造形的掛勾，更使得產品多了一份趣味性。當衣架不用而收起時，簡潔的造形更襯脫了PMI印刷的精美，結合了功能性與藝術性，是居家環境中，美麗的收藏品。	1 件
	4	枝芽衣架	枝芽衣架： 自然環境系列的產品，以植物枝芽向上生長的意象，將PMI的印刷技術作更有生命力的呈現，不論是功能性的掛勾與裝飾性的樹芽，皆圍繞著芽的意象作設計，為室內的空間增添了一份美麗的生機。	1 件

計畫創新重點

本專案計畫從代工（OEM, Original Equipment Manufacture）跨足到自創品牌（OBM, Original Brand Manufacture）自我期許下出發，設計開發從台灣傢俱市場中的屏風與衣架品項切入，結合現代視覺藝術表現與數位直印技術為核心價值，設計出一系列居家屏風與衣架產品，足展現當代藝術傢俱在品擺設上的凸顯產品特色。

創新重點，透過產品在於開發利用不同之材質特性，如再造竹皮、鋁板，結合本公司之先進印刷技術與專利製程，從平面透過再彎曲加工展現立體與以往不同之居家影像傢俱設計視覺流動感效果，讓環境的內涵機能與品味可以有新詮釋，創造新產品價值與 PMI 品牌高價值形象。

新產品之競爭優勢必須從設計規劃前端上進行強化，使每一各屏風系列皆保有“隱密”與“擺設藝術”的共通性，除了功能設計強調實用且具多角度擺設、多種靈活模組、使用趣味性……等等，運用特性上如：移動性、組裝性，易容於各式家庭環境，大大滿足不同空間上的需求。衣架系列更表現出“擺設藝術”的共通價值，也兼顧實用掛衣物的需求，最多可同時於衣架上掛有 16 件衣物。

產品應用可以依產品品項分類，屏風系列運用在居家玄關、客廳、飯廳、書房、商業大樓訪客廳、辦公室隔屏……等。衣架系列運用在居家玄關、客廳、書房、臥室、商業辦公室、會議室、招待處……等。

公司研究發展能量及研究發展制度之效益說明

透過本專案之執行，激發出多項跨部門工作任務，整合各部門資源：產品研發 2 位、製作 6 位、行銷 1 位與外部產品設計公司共同合作參與。除了獲得各部門專業的意見與支援外、透過專案召開定期與不定期會議以分享收穫，讓 PMI 從中學學習到成為一家品牌公司應有之專業思維、及對專案管理制度與智財權架構。

人才培訓及運用效益

PMI 專案成員（研發、行銷）透過此專案展開多項內部與外部之學習計畫：如家具設計、產品開發概念、材質開發與行銷研討會……等。學習改變思維：從 OEM→ODM 到轉型成 OBM 經營模式，創造 PMI 產品在消費市場之佔有率。

為因應企業發展願景與品牌策略，本公司刻正規劃調整內部組織結構，新增設計與銷售專責單位，以使 PMI 未來發展之品牌目標能更強化落實。

產學研各界之技術移轉及合作效益說明

透過 U10 design 產品設計公司學習到完整產品的開發技術與經驗，同時廠內技術單位也自我精進產品上特殊影像直印於自然材質的良率與效果，而達成一種知識性傳遞，由外而內、從好到更好。

新產品創造之技術效益及市場效益說明

研發效益上本專案在數位直印的自然材質運用由早期的試驗，終於到了一種商品化的使用，且在多樣加工的限制性與未知性，成功展現出突破以往多數是平面效果的立體性成品，所以在未來的運用上，更可以增添一項代表性工法產品。

創造的商業利益上，在專案設計上我們選擇的一各利基點，少人關注的屏風與衣架產品，在傳統的家具市

場中這 2 項產品的高單價競爭性就不明顯，今日我們運用影像精品傢俱的產品打入，將完全顛覆現有進口、國產高單價屏風與衣架的少選擇性限制，目前產品規劃下將以高品味精品傢俱通路商列為銷售通路，同時以室內設計傢俱相關的雜誌媒體廣告，進行宣傳積極展開新式樣商品實績。

計畫完成後對提升我國產業水準及競爭優勢說明

產業競爭力貢獻上，本計畫的核心就在於將 PMI 的數位直印專利製程技術，結合居家影像精品，在台灣就可以自我開發與製造，與歐美縣在的數位直印運用相比，不論在運用面（非單平面）、藝術感、文化性、完整性、物理性，皆可以相比美，在部份項目更勝出，同時配合國家數位典藏運用計畫推廣，創造出真正台灣設計、台灣製造的居家影像精品傢俱系列產品。

專案執行重要心得

180 天可以做很多事，有人用來環遊世界、或打完美國總統選戰、或創下很多的可能，而 PMI 在 180 天中體驗完整產品開發的歷程，真的走出了自我的一大步。當然品牌的建立不是只有自我品牌產品的誕生，所以追求自我品牌建立那將是 PMI 的前進方向。

承蒙許多單位這段時間的幫忙與協助，讓 PMI 更開啓了工業、產品設計的眼界，敢夢想與逐夢的勇氣，在過程中有商業的、藝術的、消費者設計觀點的、現實的限制折衝，好在我們的協力夥伴、輔導單位、生產力中心，與我們同在。

最後，再分享一件突破的創意來源，在自我領域中板材類數位直印一樣都是我們的專長，這次借由既有彎曲技巧表現 3D 空間成品更發現其他材質、工法的一樣可以實現 3D 表現 PMI 的數位直印技術效果可能，原來創意是會 1+1 變出 3 的。



衣架合成



屏風合成