

泰山企業股份有限公司

泰山純水單車紀念瓶設計計畫

計畫執行目標

1. 建立專業、時尚、創新、健康樂活之品牌優質形象。
2. 藉由三款不同消費型態訴求之新產品開發及品牌既有知名度，開創品牌（一）多元消費族群（二）多元銷售通路（三）增加行銷產值
3. 改善品牌商品採用公模瓶器之既有模式，透過專業的設計流程及良善的溝通互動，積極開發設符合品牌發展定位且創意功能兼具的商品；強化企業投資品牌商品開發設計的意願與信心，奠定品牌設計力的發展契機！

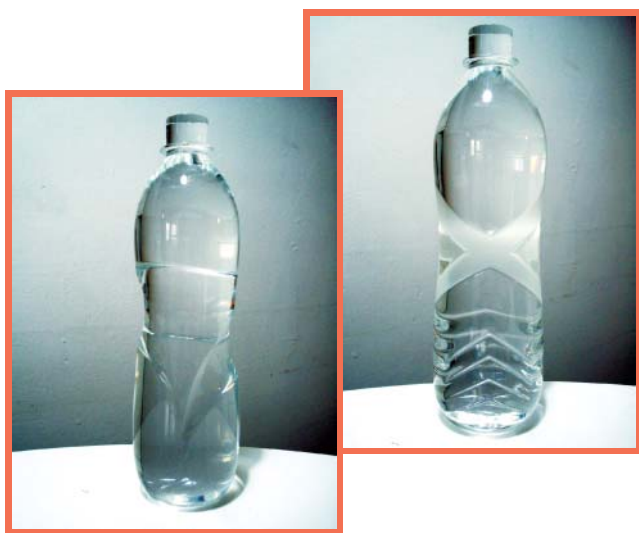
新產品簡介

「泰山純水單車紀念瓶」全系列商品簡介

前言：「泰山純水」品牌形象定位為專業優質好水的品牌價值，品牌商品包裝設計亦以此形象為設計要素；品牌明確的形象、行銷訴求奠定品牌知名度及講究功能導向的眾多消費族群。然而隨著市場環境的國際化、年輕化，安全、專業、功能性等理性消費需求已成為大眾消費族群基本需求，唯創造品牌感性行銷及品牌設計力才是建立品牌差異化特色及累積忠誠消費族群的最佳工具。

基於上述品牌未來積極發展重點方向，決策朝不斷迅速成長的廣大單車運動休閒族群發展一系列不同主題性商品；針對不同型態消費族群設計三款不同風格好放好但功能上兼具功能需求—好握好放、方便飲用、環保時尚的單車紀念瓶。

泰山純水單車紀念瓶—競速機能系列



泰山純水單車紀念瓶—時尚樂活系列

1. 時尚樂活系列：隨著單車休閒運動不斷迅速成長發展，逐漸形成都會時尚男女蔚為風潮的時髦運動休閒活動，此類型消費族群不僅熱衷響應「健康樂活」新生活型態潮流，更在熱情參與當下積極展現對時尚品牌的品味與推崇！因此，針對此類型消費族群開發設計此款以簡潔俐落之流線曲線呈現時尚完美、優雅樂活風格的「時尚樂活系列—泰山純水單車紀念瓶」。
2. 競速機能系列：此款「競速機能系列—泰山純水單車紀念瓶」主要針對專業單車族群開發設計之瓶器，以「X」紋路設計專業單車競速的爆發力，瓶器表面局部磨砂顆粒觸感，不僅方便好握更展現專業單車族群勇於追求挑戰、享受競速的率性風格！
3. 親子分享系列：「泰山純水」品牌形象定位為「健康優質好水」，更期許透過此次「泰山純水單車紀念瓶」之新系列商品上市，推廣倡導「健康樂活新優質生活型態」；不僅能對廣大消費族群有健康積極正面意義亦能創造並延續品牌形象價值。因此，針對注重健康養生、戶外休閒及親子關係的單車運動消費族群開發設計此款延伸「泰山純水」瓶型概念，僅局部修正比例線條，讓瓶型呈現更時尚更好握之功能設計訴求。其最重要的設計特點在於加入瓶蓋設計，讓此瓶型在延續既有品牌辨識度外更貼心為親子提供可共同分享的瓶蓋設計，整體完整呈現品牌形象及行銷訴求。

計畫創新重點

1. 創新重點：具體創新—瓶器開發設計須針對品牌行銷宣傳之主題性「單車紀念瓶」，且根據單車族群不同消費喜好風格設計好握、好放、方便飲用功能及時尚風格兼具的創新設計。
 - 抽象創新—(1)強化品牌健康優質形象。
 - (2)創造品牌年輕時尚新形象風格。
 - (3)建立品牌更多元消費族群。
2. 競爭優勢：
 - (1) 採用三款針對不同消費族群型態風格明確的設計款式，不僅能創造品牌行銷話題亦能同時網羅多元消費族的消費與認同。
 - (2) 依據不同風格的設計可推展更多元型態的通路並與設計主題相關聯的異業廠商締結策盟活動，讓企業看見投資產品設計為品牌行銷創造無限價值！
3. 應用範疇：(1)既有市場通路(2)運動休閒精品通路(3)單車用品通路(4)觀光時尚休閒餐飲等。

公司研究發展能量及研究發展制度之效益說明

透過此專案與設計公司合作開發瓶器設計的過程與經驗，深刻感受品牌投資設計研發的重要性。設計公司在品牌訴求及實際

功能結構的雙重要求下以專業的設計流程與豐富經驗，同時掌握溝通的重點與創意設計的要素進行設計發想：從平面概念發想、2D圖、3D圖繪製到壓克力模型具體呈現，每個環節符合品牌新產品的需求精準而完善，讓開發的過程順利且有效率，真正改變品牌以往採用公模無法傳遞品牌行銷訴求或委託開模廠設計的負面經驗。企業經由此專案合作獲得最大的經驗就是品牌需投資專業的設計研發團隊，不僅能專業有效率的為品牌注入創新設計，更能夠為品牌創造整體一致性的形象定位。

人才培訓及運用效益

本計畫讓企業參與過程的研發人員學習到設計的專業性與重要性，品牌形象及行銷的訴求都須透過專業設計用視覺傳遞概念、用設計創造品牌創新及差異化特色；設計公司提供專業的設計流程管理讓人員更清楚如何進行完善有效率的設計溝通、判斷及執行力；相信經由此計畫圓滿順利的執行過程，讓企業對品牌的研發行銷團隊會投入更多設計與人員培訓經費，讓品牌領導先驅的地位更屹立不搖！

產學研各界之技術移轉及合作效益說明

本計畫經過與設計公司雙方完善且有效率的執行方式，已完成3款針對不同消費型態風格的瓶器設計。從平面設計概念的發想到3D圖的視覺呈現，都能具體落實品牌既定的實際功能要求及設計策略，從3D圖到壓克力模的具體成型，真實完整呈現的成果幾乎與平面概念階段的想像空間更臻完滿，後續針對不同消費族群的喜好度進行調查也獲得極高的評價與滿意度！

新產品創造之技術效益及市場效益說明

1. 新產品優於競品多了好放、好握、方便飲用的功能，其差異化功能可吸引更多喜好此特色產品的消費族群青睞。
2. 新產品充滿時尚風格的設計感，與競品強調產品性訴求的品牌形象呈現更吸引年輕主流消費族群的品牌特色。
3. 新產品以「單車紀念瓶」為主題訴求開發三款不同消費風格型態的設計，可創造更聚焦更豐富的熱門話題；為品牌建立更鮮明的形象。



設計開發過程製作壓克力模型

計畫完成後對提升我國產業水準及競爭優勢說明

1. 建立企業投資品牌設計力的信心與企圖；進而提升產業整體設計素質，促進國內產業晉級國際品牌競爭力。
2. 提升企業注重品牌理性與感性行銷的雙重要素，刺激國內產業能積極轉型投入未來無可抵擋的品牌行銷趨勢，唯有理性與感性兼具的品牌行銷才能獲得消費者的青睞與忠誠，為品牌創造無可限量的發展契機。



泰山純水單車紀念瓶－親子分享系列

專案執行重要心得

1. 尊重設計專業流程：
 - (1) 產品開發設計的創新性最重要的階段在平面草圖發想階段，嚴守尊重在此階段不干預設計在創意上無限發展的發展空間，千萬不要在產品開發最寶貴的第一階段就以現實條件扼殺創意的無限可能性，給予設計最適當的尊重與肯定，讓良善的互動過程激發出更多創意的火花。
 - (2) 在多款設計草圖中與設計公司溝通並尊重設計公司推薦設計概念、視覺美感與實際可執行性高的設計方向進行2D平面圖設計。透過2D平面圖進行各類型消費者喜好調查，結論與設計公司推薦建議的方向多有吻合之處，整體過程中因為尊重與完善的溝通方式，讓執行流程精確且順暢且未消耗過度的人力及時間成本，深刻體認尊重與專業的等質重要性。
3. 精采可期的完美成果：瓶器設計在核心技術門檻上非高難度技術，技術重點僅在於高度、寬度、容量通路限制及因PET材質克數條件影響結構強度的條件限制，其設計開發的重點難度就在造型如何同時符合品牌形象定位又能獲得設定不同型態消費族群的喜好認同。因此，審慎評估選擇品牌專業經驗及設計創新兼具的設計公司是首要之務。此計畫在起始的正確選擇與判斷到執行過程中的尊重與溝通至最終雙方專業的共同決策，精準而有效率的執行過程在正確的設計流程及雙方相互尊重專業的觀念交流下達成精采可期的完美成果！
4. 奠定未來合作信心：透果此次與設計公司有效率且專業的專案合作過程，讓企業對投資瓶器設計來達成品牌形象及行銷訴求整體概念建立完善的合作流程與投資信心；因此，目前仍有其他品牌的瓶器設計案委託設計公司持續執行中，相信專業的品牌設計力能為企業締造無限佳績！