

# 台灣眾鑫企業股份有限公司

## 「行旅」系列商品設計計畫

### 公司小檔案

- 成立日期：民國 72 年 8 月 26 日
- 負責人：陳聰明
- 資本額：新台幣 165,000 千元
- 員工人數：150 人
- 經營理念：

公司本著產品的精進與創新，陸續引進美、日、德等國之高科技設備，藉以提高產品品質與生產效率，並大幅降低成本，發揮產品附加價值。現已獲得 ISO9001 之品質認證，將繼續以服務顧客為導向，以期達成「顧客滿意，同仁樂意、經營得意」之經營理念。

### 計畫緣起

旅行已成為現代人不可或缺的一種生活態度。高達 95.7 % 的民眾認為，一趟理想的旅遊，必須是「有讓身心充分休息的效果」、94.2 % 的人認為要「步調放慢、不趕時間」。只有 8.6 % 的國人選「去很多國家、玩很多景點」。這與過去走馬看花，「上車睡覺，下車尿尿」的旅遊方式有很大的不同。國人對與旅遊的要求開始由量的要求轉而為值的要求，希望有更深入不同文化與生活的旅遊方式。

隨著旅遊的需求與型式的改變，對於行旅中所需的產品內容必然也有所變革。本計畫即以「滿足旅行需求的產品」做為計畫核心，因應各種不同的旅遊需求發展所需的應用產品。

本案之產品設計具以下兩方面創新重點

1. 以行為觀察為基礎，搜尋隱藏的消費者需求，開創新的產品空間。
2. 以造型結合功能與美感。
3. 開發新型態產品

藉由上述之創新設計以呼應下數設計策略重點：

1. 藉由旅行行為研究研究找尋產品在旅行中最佳的呈現方式。

人類的生活型態隨著環境不斷的再變更，許多產品在現今旅行行為中，已逐漸出現使用或收納上的問題。因此有必要重新對人在旅行中的所有活動重新加以研究，以了解其需求。

據前述旅行行為調查資料所顯示，針對旅行使用所設計的產品有其必要性，而目前市面上的旅行產品多以運動活動的旅行為考量，並未充分滿足各種形式與不同種類的消費者需求。

藉由旅行行為的觀察尋找產品發產的可能，並將著重於機能與造型的統合，讓產品的造型產生完全符合機能的需求，達到造型就是機能的目標。

2. 以舒適旅遊為基礎機能與造型並重的產品  
以舒適旅遊觀察作為核心，著重人機使用的自然與舒適狀況，於符合生活經驗的直覺式使用，以此為基礎自然發展造型，並強調造型與機能的完全整合，不對於產品進行文化意涵的附加或詮釋。
3. 開發全新型態的產品

藉由對於旅行行為的研究，尋找全新產品定義的可能性。且由新的使用環境與需求所發展的新產品，易具有申請專利保護之優勢。

### 新產品簡介

#### 行李箱設計

行李箱的設計重點如下在於更有效處理移動方面問題。

關於移動問題，以更為省力的拖行或推行方式，並結合兩輪及四輪行李廂的優點作為設計目標。



### 電線收納整理裝置

解決不同的大小的變電器與電線收置執行方式是此裝置的設計重點，透過一個單一整合的收納整理裝置，能讓消費者容易管理與分類不同電線與相關器材。



### 針對女性旅遊設計的產品

女性旅遊商品必須兼顧美觀性與隱私性，並能妥善放置在旅行箱內易取用的區域。此項商品的设计與材質必須考量到衛生與女性獨特需求。



### 多功能旅行便攜袋

一個適當的多功能提袋也需要考慮到能否與行李箱作整體搭配，例如容易收納到行李箱體中，或是融入行李箱整體設計，成為模組化設計的一部分，兼具使用性、美觀性與方便性。



### 計畫創新重點

本案之產品設計具以下兩方面創新重點

1. 以行為觀察為基礎，搜尋隱藏的消費者需求，開創新的產品空間。
2. 以造型結合功能與美感。
3. 開發新型態產品

藉由上述之創新設計以呼應下數設計策略重點：

1. 藉由旅行行為研究找尋產品在旅行中最佳的呈現方式。

人類的生活型態隨著環境不斷的再變更，許多產品在現今旅行行為中，已逐漸出現使用或收納上的問題。因此有必要重新對人在旅行中的所有活動重新加以研究，以了解其需求。

據前述旅行行為調查資料所顯示，針對旅行使用所設計的產品有其必要性，而目前市面上的旅行產品多以運動活動的旅行為考量，並未充分滿足各種形式與不同種類的消費者需求。

藉由旅行行為的觀察尋找產品發產的可能，並將著重於機能與造型的統合，讓產品的造型產生完全符合機能的需求，達到造型就是機能的目標。

2. 以舒適旅遊為基礎機能與造型並重的產品

以舒適旅遊觀察作為核心，著重人機使用的自然與舒適狀況，於符合生活經驗的直覺式使用，以此為基礎自然發展造型，並強調造型與機能的完全整合，不對於產品進行文化意涵的附加或詮釋。

3. 開發全新型態的產品

藉由對於旅行行為的研究，尋找全新產品定義的可能性。且由新的使用環境與需求所發展的新產品，易具有申請專利保護之優勢。

### 研發成果及衍生效益

本計畫在技術效益層次方面，將有效提升台灣眾鑫公司的研發能力。心理層次方面配合設計進程的導入，讓台灣眾鑫公司之研發人員認知道OEM的開發形式與ODM發模式需要不同的準備與思考方式。實務技術方面，藉本計畫之進行，建立台灣眾鑫公司研發人員對於活動關節結構產品的研發技術與經驗，並建立相關資料庫，已利後續開發工作。

市場效益方面，藉由本計畫所發展之產品，可以作為眾鑫先行接觸新市場之試金石，藉此展開與新通路的對話與連結，並取得後需發展新產品所需之產品回饋資訊。

### 專案執行重要心得

本專案在長達六個月的執行過程中，設計團隊成員與台灣眾鑫公司常一同拜會合作廠商，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：學習不同團隊合作、不同產品開發應用及未來市場拓展觀點等。