

清展科技股份有限公司

無障礙捲軸紗門設計計畫

公司小檔案

- 成立日期：民國 76 年 5 月 12 日
- 負責人：周國忠
- 資本額：新台幣 38,500 仟元
- 員工人數：97 人
- 經營理念：


清展科技股份有限公司體認到“創新”為公司持續成長的基石，“創造高品質”&“顧客滿意保證”是清展科技一直努力的目標，將秉持「誠信、創新、服務、永續經營」的經營理念，做好良好的策略規劃，在技術面：引進氣水密、隔音之 Know how、節能 easy clean 之新科技、塑化之新技能，期能強化五金配件功能，提供消費者更幸福之產品為使命，在行銷面：將導入全員品牌管理（TBM），做好做大品牌，並籌畫透過網際網路行銷，行銷於海外，而在參展方面，也將由國內參展擴大為國際參展，以台灣為發展基柱擴展到海外市場，一舉將清展推向世界，並將成果分享股東、同仁及社會，而能達到 2010 年營業額 NT\$7.5 億 Net10% 的目標，進而達成【門窗的專家】之願景。



計畫緣起：

清展科技股份有限公司 1987 年成立於台灣省高雄縣。擁有 23 餘年之塑膠射出類及 8 年隱藏式紗窗設計開發相關經驗，由早期開發塑膠射出的各式紗窗用輓輪、鋁門窗五金配件，至近年來持續開發隱藏式紗窗衍生產品等，在業界中廣受好評，尤以隱藏式紗窗多樣化（如一紗一布、單拉、雙拉、雙動）及通風門之產品更具有豐碩成果，產品得到第 16、17 屆台灣精品獎共七項大獎。

本公司主要經營於隱紗、通風門、通氣裝置、鋁門窗五金設計製造，與解決任何與通風產品開發相關之問題，提供最專業的辦公與居家通風、通氣、採光、遮陽紗窗相關知識與經驗，更為客戶量身訂做，在正式生產前輔助改良產品，並建議客戶可用之材料，塑膠配件模具先以模流分析評估開模方向，以避免生產時會遇到之問題，為顧客製打造優質產品。

清展公司在塑膠領域及紗窗的製造研發技術多為創新之製程，長久以來公司營運主要為國內廠商代工服務及自行研發，數十年來研發技術較難整合，為求技術資源整合、保留與精進，近年來著重於研發製作清展公司自有產品，『 品牌因應而生。

『無障礙捲軸紗門』未來將會質化的設計研究概念技術加上產品設計師『質感』與『美學』之創意，開發具功能性與競爭性之產品，運用塑膠高質感的巧思構想來帶動風潮。

新產品簡介

本次新產品為「無障礙捲軸紗門」，為了同時保留窗外美麗的視野及室內無蚊蟲的舒適居家環境所設計、開發。為了符合現代人對住家美學及品質的要求，其特性包含易安裝、重量輕、防蚊性強、排水功能、抗風性較弱、使用壽命約 3-5 年、無障礙設計使視覺更美觀、進出更方便無礙。



計畫創新重點

1. 導入市場研究、設計研究方法：提供醫療器材產品開發之設計研究實例：透過工作營的舉辦，希望解析兩大使用者情境：一般家庭、老人，達到 a)親和 Friendliness、b)直覺性使用 Intuitive Use、c)符合人體工學 Ergonomic 這三大目標。
2. 目前在台灣市面上的無障礙紗門，皆為摺紗門。清展為開發出之產品為第一個由國人自行研發的可直線安裝無障礙捲軸紗門。
3. 本產品紗網具有可免拆洗，及防蚊遮陽之效果，在外型上有一符合人體工學之把手，可不分使用者之高矮都可簡單推拉，且有設計獨立螺絲孔可讓使用者簡單安裝。



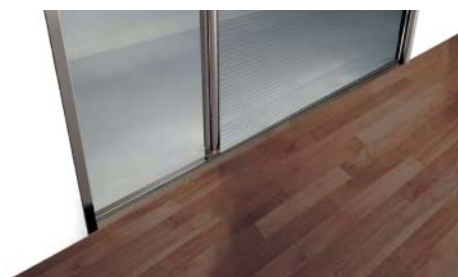
4. 率先使用塑料材質與鋁材等技術，並從設計上改良，考慮實用性與便利性，符合環保與綠色設計概念。



5. 不但符合安全規範，本產品也具備多項專利，在技術上屬於領先。

6. 新產品之競爭優勢：

(1) 利用無障礙高度之軌道當導軌，以伸縮於立料之鏈條當下軌道



- (2) 本產品在門型上適用性高，對於材質用於環保可回收材質，且主要讓顧客可以方便不用清洗紗窗，採用智慧零件簡化複雜的結構設計，讓組/安裝簡單且降低成本，使用 3D 軟體設計減低開模時間增進量產化時間性。
- (3) 具設計感的外觀加上完美的鋁合金材質，改善傳統的紗門款式，因無障礙捲軸紗門之使用讓使用環境更舒適，更將建築美學先建立在這門上，簡化的結構設計及多重色彩塑膠配件讓成本降低，顧客滿意度調查後認同度高，對於未來成本生命週期，在設計前早有考量，本公司非常認同且有信心。
- (4) 此產品設計前先由業務部門提出市場需求方案，在各部門主管提出意見參考，由經驗豐富的研發團隊加以討論，朝向綠建築及美學、智慧型機能結構方向設計，配搭 3D 軟體模擬，作為產品說明及檢討。另外邀請國內知名設計公司參與，讓這個產品不只實用，也具有國際規格的外觀品質。

研發成果及衍生效益

1. 目前平均3個月均有門型1,800多樞，預計99年6月前內銷100SET/月，100年前200SET/月，100年後350SET/月。
2. 預計99年成功技轉或外銷客戶，100年後成功技轉或外銷2客戶，外銷地點設定為大陸地區、東南亞、澳洲、美洲及南美洲。
3. 新產品開發完成，除了能夠擴大公司產品線外，也增進了公司自我設計能力及品質之提升，進而帶動上、下游相關產業的進步，並利用本次之經驗在未來能完成更創新與突破之產品，以提升公司形象及增加公司產值。

專案執行重要心得

1. 利用本次之訓練，讓公司人員對於結構創新與複合材料之應用的問題解決能力提升不少，也縮短了產品開發的時程。
2. 導入有效的產品、市場與使用者需求分析之標準程序，讓產品在設計上能更加的貼切目標族群的需求，進而有效的增加銷售額與市場佔有率。

