

琮實興業有限公司

未來居家生活美學－趣味實用商品設計

公司小檔案

- 成立日期：民國 89 年 4 月 21 日
- 負責人：洪福全
- 資本額：新台幣 100 萬元
- 員工人數：50 人
- 經營理念：誠信、服務、創新

計畫緣起

公司有鑑於 97 年業績明顯衰退 10% 的因素，故藉由經濟部工業局的專案輔導計畫申請，期望將公司原本以 OEM 為主的經營模式，透過此計畫的執行以及台創中心的顧問諮詢支援；配合優尼克整合行銷公司的實際參與設計研發，使公司能夠擁有更多的設計能量與研發能力，朝向 ODM 的方向邁進，並一步一步走向自創品牌 OBM 的全球化市場目標方向。

新產品簡介

1. 趣味冰淇淋造型門擋。
2. 趣味冰淇淋造型指甲修容組（指甲刷+指甲銼刀）。
3. 趣味冰淇淋餅乾造型沐浴刷（軟毛+硬毛）。



計畫創新重點

1. 計畫開發內容

本計畫以參加經濟部工業局「協助傳統產業技術開

發計畫」為題，以優尼克設計團隊多年累積的居家生活用品開發經驗結合琮實興業 10 餘年來在塑膠製家用品領域的豐富 OEM 代工生產技術，試圖以「市場區隔化品牌時尚化」的產品設計角度切入，藉由本計畫讓產業界與設計單位作橫向整合，並配合上專業顧問單位豐富的設計資源共同激盪出對國內創意化商品的基本共識，作為本土產業創新工作的參考藍圖。

透過優尼克設計團隊專業的、密集的且有計畫地研究探討確立設計目標，並依據琮實興業在生產製造上提供的相關專業意見，規劃出合乎本專案企業廠商之研發設計主要執行架構。本合作計畫以設計、生產與行銷三方並重，邀請業界專家進行本土品牌個性化創新概念，相互給予資訊與設計提案的激盪整合。

2. 創新重點

使用材料以塑膠材料為主，加強利用琮實興業所既有之塑膠射出機、專業植毛機等各式生產設備。以公司豐富的 OEM 生產製造經驗配合上優尼克設計團隊多年在居家用品領域的實務研發經驗，運用專家德菲法歸納出產品發展方向以及產品體驗劇本法展開進一步發展出符合趨勢又兼具趣味性與實用性的生活用品。



3. 新產品之競爭優勢

(1) 生產製作成本優勢：

此一系列新產品皆運用琮實興業最擅長的塑膠射出技術以及專業植毛技術生產，從生產製作，組裝加工到包裝出貨都可在廠內自行完成。再加上 OEM 訂單原料用量較大的優勢所以在生產製作的成本上就比同業來得有競爭優勢。

(2) 市場區隔：

分析市售的沐浴刷及美容刷，絕大多數都是以功能導向並不會著重於外觀美學的設計更少有結合趣味風格的產品。此一系列新產品不但具備完善的產品功能更將趣味詼諧的幽默感運用設計巧思巧妙的表現在產外觀上。讓原本平淡無奇的沐浴美容刷子產生了故事性，讓消費者在看到此系列產品時會感到會心一笑，進而提高購買慾望。

(3) 附加價值：

完整的故事敘述型產品包裝，不但讓產品與包裝維持風格的一致性更能夠大大的提昇產品附加價值進而提高產品售價。

➤ 研發成果及衍生效益

計畫此一系列新產品 99 年初若是順利量產成功，一年內應可創造新台幣 200~300 萬的產值（以每件產品平均售價 150~200 元計算，年銷售量 15,000~20,000pcs）。

➤ 專案執行重要心得

很高興能夠有機會參加這次的輔導案，透過台灣創意中心以及優尼克整合行銷有限公司專業又有系統的輔導，讓我們公司學習到如何藉由專業的市場與產品分析找到機會點，再經由設計將好的概念結合工廠製造端的加工優勢進而創造出具創意又非常符合我們工廠生產的產品。

優尼克設計團隊更進一步運用行銷的概念，將產品包裝的設計也一併考慮進去，不但維持了產品風格的一致性更大大提昇了產品的附加價值，真的很希望在不久的將來這組系列商品可以在市場上獲得不錯的回響！