

## 匹歐匹實業有限公司

### 醫療諮詢產品應用設計與開發計畫

#### ■公司小檔案

- 一、公司名稱：匹歐匹實業有限公司
- 二、創立日期：071年02月26日
- 三、負責人：林國清
- 四、主要營業項目：
  1. 各類紙張塑膠（聚乙烯）之成型印刷包裝等加工製作及買賣業務。
  2. 有關前項之機器之買賣業務。
  3. 模具（樹脂模）之製造加工買賣業務。
  4. 代理有關前各項之進出口業務。
  5. 代理前各項國內外廠商產品及材料之經銷報價投標業務。

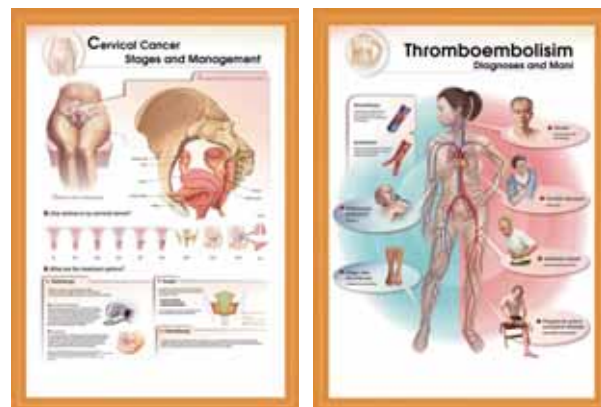
#### ■計畫緣起

2008年後期面臨全球性金融風暴影響，因台灣屬於3C與IT產業技術性商品科技製造國，於2009年第二季開始因應全球景氣復甦以及政府一連串對大陸商業性開放性政策（如MOU、獎勵台商回台設廠措施）刺激下，台灣總體經濟面也以U型反轉態勢緩步回升。但一直以購買版權與全球獨家代理產銷權為經營策略的公司，卻在2008年底面臨授權公司停止部分商品版權與全球獨家代理產銷權予以販售的權利，著實衝擊公司整體佈局與整體業績。

由1980年創業迄今，公司雖掌握了全世界第一家立體卡通年曆製造商頭銜，擁有全球包括 Hello Kitty、Disney、Snoopy、Warner Bros 等十大知名卡通品牌授權，且是美國ACC公司立體人體解剖圖全世界獨家授權的生產廠商，其生產的立體解剖圖全球市場佔有率高達97%，這是本公司最獨特的產品與行銷手法，而它也是自製自銷、根留台灣，卻能在國際發亮的最佳示範。

期盼藉由本計畫申請與產官學研多方研發合作，結合設計團隊（插畫、產品）醫學團隊（人體器官病理資訊），運用商品案例分析、德非法施作、焦點專家會議的整體聚焦，研發出多項立體人體解剖圖及模型商品，透過本公司全球45國行銷通路網，將自有版權與專利商品達到OBM的方式，建立公司完整由研發、生產至銷售的自我品牌創立之最佳範例模式。

#### ■新產品簡介



#### ■計劃創新重點

本公司所做的醫療型解剖圖，在國內自行研發與打樣，使用於全世界各大醫療機構當醫生與病人間溝通通知用具，直接圖式解說，提高醫療品質，也可提升

台灣醫療補助教材生產製造，增進台灣在世界性醫療輔助衛教產品市場上大幅提升國際市場聲譽。

\*公司研究發展能量及研究發展制度之效益說

醫療衛教產品是所有醫生診療時不能或缺的必須品，國內與其他較先進的國家，都有完善、嚴格的醫療衛教產品監督機制與規範，以強化病患的認知。但在其他方面，各國政府都會較優渥的稅則或貿易條件，使其醫療單位能擁有這些醫療衛教品。產品設計時，完全依照台灣 GMP、美國 FDA、歐盟 CE相關的規範與指令，並會在開發完成後，依規定取得這些認證，才有市場獨特性與競爭性。所以本產品不受政治、環境、貿易等因素影響。

\*人才培訓及運用效益

本專案計畫以開發新產品線為基礎，故開發完成後將增加 6名就業機會，減低傳統製造業人口失業率，達到初步回饋之貢獻。此計劃也提升研發人員兼具未來概念性創意設計，運用設計元素 / 工業設計 / 美學概念，進行創新產品開發，並加強推廣與應用，形塑出具有內涵的設計風格與特色，建立台灣設計 / 開發在國際市場上的地位，提升台灣商品的價值與國際競爭力。

●產學研各界之技術移轉及合作效益說明

本計劃產品設計與開發部分委託研究、勞務、設計於台灣師範大學（設計與醫療團隊），透過設計研發量能整合、醫療團隊諮詢：人體器官病變資料提供、病理文字解說與中英文翻譯，設計人員繪製、編輯與修正，也輔導研發中心建立與其他計畫申請，結合專業團隊或研究資源，透過相關設計 / 開發服務及商業機制的整合運用，活絡傳統產業活動，全面提升產品競爭力，兼顧由下而上與由上而下擴大產業需求，同時由內而外與由外向內擴大產業市場。

#### ■研發成果及衍生效益

(一) 量化效益

1. 增加產值 15000 千元

2. 產出新產品或服務共 3 項
3. 衍生商品或服務數共 3 項
4. 投入研發費用 5000 千元
5. 促成投資額 5000 千元
6. 降低成 3000 千元
7. 增加就業人數 3 人
8. 成立新公司 1 家
9. 發明專利共 0 件
10. 新型、新式樣專利共 2 件
11. 期刊論文共 0 篇
12. 研討會論文共 1 篇

#### ■專案執行重要心得

1. 透過專案，確立公司SOP程序模式，大量訓練設計學院與醫學院學生，運用自身擁有專業技術跨領域整合，在量產商品與商業效益合作上發揮專業所長，讓產學實務運作能在學生階段發揮效益，醫學院學生在轉換主科實習時，增加學生學習興趣、任務性與責任心，並使醫生發展出商業模式中的效益貢獻方式。
2. 產學專案執行，能有效的將公司的研發能量、研發人員質 / 量提升、研發制度建立，嘗試將公司委託代工(OEM)為主要的業務型態，導入設計加工(ODM)，建立擁有自有版權品牌(OBM)，直接鞏固全球市場，提高利潤。
3. 學術價值上，將美術領域與醫療領域透過公司產學專案，使指導教授引領出更緊密的產出藝術與醫療專業用於生活化商品生產模式的整合運作，讓公司研發單位提升專業技術水準。
4. 後續進行公司成立跨國際型研發中心與台灣所屬工會、協會、學校團體密切配合，提升產學國際貿易與技術人才培育及整合。

瞭解國家相關應用資源及單位，強化設計能力並積極與學術界建立良性互動，徵詢與培訓優秀設計人才建立建教合作管道。