

利達精密工業股份有限公司 新中國古典風珠寶錶系列設計計畫

公司小檔案

- 甲、成立日期：83.07
乙、負責人：張中本
丙、資本額：6000千元
丁、員工人數：43人
戊、經營理念：研發過程以美學為根基，製程以盡善盡美為目標，全方位滿足客戶的需求。
己、本案合作之技轉單位（含顧問諮詢及設計單位）：新典約有限公司 / 台灣創意設計中心

計畫緣起

手錶的定位在過去十年，已從計時器的定位，轉變為代表個人品味與生活方式的裝飾品及收藏品，尤其近年無論是男錶或女錶均有愈來愈大的趨勢，基於長期為瑞士及日內瓦等知名名牌從事手錶錶面之研發設計、代工的經驗，計畫與經驗豐富的設計公司研發一系列以梅、蘭、竹、菊為主題之中國風珠寶錶，因為中國風在近年之歐美市場有愈來愈流行的趨勢，除此之外的另一重要目的是讓原本公司所從事的代工產業升級。

新產品簡介

- a. 複合功能（手錶+項鍊墜子）---- 梅/皮帶錶
b. 複合材質（珠母貝+琺瑯+不銹鋼）---- 菊/鍊錶
c. 客製化（可依客戶需求增加其姓名或其他符號在錶面上）
d. 是珠寶也是手錶 ---- 梅/皮帶錶、蘭/腕錶、菊/鍊錶
e. 禮品---- 梅：象徵五福，蘭：象徵富貴，竹：象徵長壽平安，菊：象徵吉、團圓

設計概念：

21世紀是精緻文化的世紀，精緻文化的代表是藝術，中國藝術家無論是詩人、畫家、或園林設計者都效法自然，明清園林建築是中國古代四大藝術之一（另三：山水畫、唐詩、京劇），園林設計是中國文化的精髓，而建築是文化的反應，結合技術、藝術與人生的總合，不僅反映了一個時代的精神、審美觀念，同時也忠實的記錄了當時人的生活方式、價值觀念，中國園林藝術崇尚沒有束縛的美，強調自由和意想不到的曲折變化，如：帝王宮院的代表圓明園，中國古代園林建築中的窗造型多變，多以藝術造型為主，在窗內可以隱約的見到窗外的空間，虛虛實實、含蓄之美，讓窗花本身產生多樣的美感也形成園林的空間之美。

設計成果

- a. 造型設計：造型設計巧妙的運用古代的窗花造型為錶殼的造型，搭配優雅細緻的花作為手錶表面的設計
b. 結構設計：利用巧妙的設計讓手錶戴起來像手鍊、珠寶一般

- c. 色彩：基本色為電鍍銀，乾淨清新的色彩搭配計畫
• 竹：男女2用機械錶 • 多功能（梅）



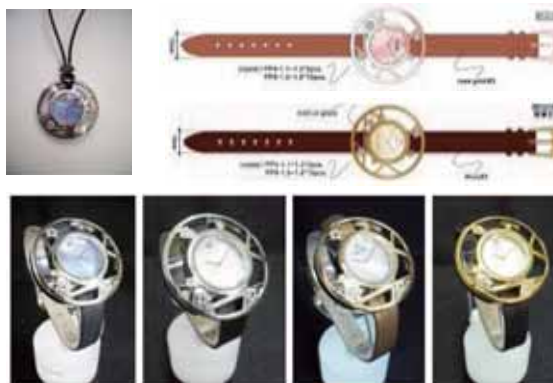
- 竹象徵：祝福、長壽平安（竹報平安）



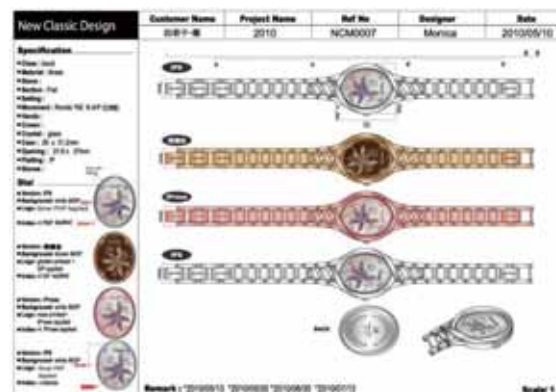
- 複合材質（菊）



- 菊
象徵：吉、長壽、團圓（九世同居）
陶淵明愛菊「採菊東籬下，悠然見南山」的境界



- 梅開五福：梅花五花瓣象徵五福
一. 快樂 二. 幸運 三. 長壽
四. 順利 五. 和平
• 腕錶（蘭）



- 蘭：王者之香 象徵：富貴、高雅、氣質



計畫創新重點

計畫內容	創新重點	新產品競爭優勢	產品應用
1. 中國風珠寶錶以「花中四君子」梅、蘭、竹、菊為主題。	1. 造型：突破既定的方形或圓形錶殼的設計 2. 複合材質的運用：珠母貝、琺瑯、皮錶 3. 複合式之裝飾功能：讓消費者自由變化其喜愛的佩戴方式。 4. 限量：每一類型只生產500支，錶殼背面有產品序號。	1. 差異化：設計差異化，設計概念導入中國文化元素，但以現代及高風格呈現，法式低調優雅的風格。 2. 品質：結合瑞士知名手錶代工的供應商 3. 客製化錶面，目前尚未有此服務	1. 展示架/禮盒包裝：提升產品之整體性與附加價值以增加行銷能力（如附圖下） 2. 行銷： a. 國內外專業展覽會：如香港、米蘭手錶珠寶展、國內珠寶禮品展 b. 專業採購類型的媒體：報紙、雜誌之平面廣告 c. 關鍵字行銷：於Google, Yahoo, 百度, 阿里巴巴等進行廣告行銷，以深耕品牌 d. 導入電子商務，微博客和自有網站連結 twitter, facebook, youtube e. 實體通路：精品店、珠寶店、百貨公司
a. 梅：女用皮帶錶（1個造型，3種不同色彩設計） b. 蘭：女用腕錶（1個造型，3種不同色彩設計） c. 竹：男用機械皮帶錶（1個造型，3種不同色彩設計） d. 菊：女用鍊錶（1個造型，3種不同色彩設計）			
2. 提供客製化的錶面 3. 環保：機械錶，無須使用電池			



原木風：原木材質搭配金屬外圈與立體圖騰彰顯產品特質加強視覺效果。



厚壓克力：厚壓克力搭配木材與金屬圖騰，呈現現代風潮

研發成果及衍生效益

- a. 對公司的影響：產業升級，提升公司研發人員的質與量
b. 對國內產業發展：整合產業價值鏈，提升手錶產業競爭力
c. 對社會貢獻：增加4個就業機會
d. 營業額增加：平均單價 \$10000 /支，四種錶款（梅蘭竹菊），每一種預計先生產300支，共1200支，當銷售達一半時，可增加營業額400~500萬元（包含促銷價）



專案執行重要心得

- a. 新的概念：
在整個研發的過程中，最具挑戰的部分是如何定位中國風的風格？

如何貼切運用「梅蘭竹菊」為設計的主題，導入手錶的設計上，而不落於老舊的刻板印象？如何簡化繁複的中國紋飾，而能呈現法式低調優雅的設計風格？為此設計研發人員還多次專程北上到故宮收集資料，無意中看到中國古代園林的窗框造型優雅，聯想到中國的建築，其實中國建築在本質上是一種人生的建築。

中國建築是以人為本的，是沒有理論的，簡單的說，中國文化在這方面一直保有其純樸的精神，建築在中國文化是一種象徵，代表了藝術、人生與技術的總合。以中國建築的窗花為設計的主題，在窗外有梅、有蘭、有竹、有菊，吻合設計系列的精神。

- b. 新的技術 / 新的結構：
如何突破「多用途」的設計目標，在結構上與設計與技術人員，在不斷的模擬下，終於以梅花為主題的窗花為設計概念，設計了既可手錶配戴又可項鍊配戴。
c. 專利權歸屬：
此計畫與設計公司新典約有限公司共同研發，新典約有限公司已請專利公司申請3項產品新式樣專利權和1商標。
d. 當設計稿定案後：

無意在網路上發現瑞士知名手錶品牌勞斯丹頓亦請日本知名設計師為其品牌以「松、竹、梅」為主題，設計具有東方風格的機械錶，如附圖，且在今年推出，預計在兩年內還要陸續推出以東方文化為主題的錶款。其設計風格與我們的設計有異曲同工之妙，雖然全體組員都很驚訝這樣的巧合，其實亦印證我們研發的方向的準確性，對市場的預測能力。

細看兩家品牌的設計風格，不難看出不同文化背景下差異化，中國人講究隨意、自然的潑墨，但重視傳統，而日本人的風格，則較拘謹、注重細節、規範，祝重禮儀更勝於人。這樣的研發過程與結果，對研發、設計與技術人員都有非常正面的激勵、效果與肯定，同時亦致力於此系列產品上市前的行銷策劃之準備工作。