

麗嬰房股份有限公司

NacNac 嬰幼兒奶瓶消毒鍋產品設計計畫

■公司小檔案

甲、成立日期：民國 72 年 6 月 18 日

乙、負責人：林泰生

丙、資本額：169603 萬元

丁、員工人：949 人

戊、經營：

寶貝可愛 (nac nac) 是麗嬰房自有的嬰童用品品牌，品牌對天然、植物、純淨的堅持，10 餘年來已取得消費者的廣大認同。價格部分以中高端市場為主，其中電器類產品在台灣市場，佔有領先地位。

己、本案合作之技轉單位(含顧問諮詢及設計單位)：

設計顧問團隊：普羅設計

有別於一般設計公司，普羅團隊擁有整合產品設計及品牌策略

實際幫助客戶解決現有狀況，並提出實質的建議引領客戶擁有明確的主旨，把設計與品牌轉換為客戶本身之價值與能力。

普羅設計本著創新的設計態度，結合公司內部國際資訊、跨領域的經驗，於現有產品框架中跳脫出來，以最實際的方式產生有別於市面上產品的創新，同時並能落實至量產階段，屏除空談設計美學的弊病，協助品牌主於競爭激烈的大環境中站穩腳步，而此設計態度也讓普羅設計能為客戶達成品牌整合的最終任務。

瑞士商普羅設計股份有限公司台灣分公司是一間來自瑞士以設計聞名的公司，自 1995 年成立迄今，便不斷在各行業領域中創造卓越的設計。普羅設計是

歐洲當地設計業界的知名公司，位於蘇黎士與琉森的

兩處辦公室別提供了

客戶工業設計、介面

設計、品牌規劃、企

業形象設計等廣泛的

設計服務。2006年8

月，普羅設計在台北

成立海外的第一個分公司，由於普羅設計自 2000 年起就有和台灣客戶共同合作發展產品的經驗，所以提供台灣廠商設計服務對這個團隊來說並不是一個很陌生的合作模式，反而因為可以提供在地服務而更有效的帶動專案的進度和解決時差的問題。接近三年的台灣經驗，普羅設計也於台灣設計領域中替客戶獲得多項大獎：2007 年 SOLIDWORK 設計大賽商業組第一名、2007 年日本 Good Design 大賞、2008 國家精品大獎、2008 年四項 Good Design Taiwan Award。普羅設計目前三個公司合計共有近 40 位工業或品牌及平面設計師，定期進行不同國籍的設計師交流計劃，學習不同的文化和增進不同的視野，同時也讓設計師參與不同國家的設計專案，有更多的嶄新經驗。此外普羅也不定期的參與台灣當地的設計推廣活動，或是受邀到各大學演講，分享來自瑞士的設計精神。設計能力：目前普羅設計提務的服務包括：產品設計、介

面設計、平面設計、包裝設計、品牌策略與規劃。普羅設計最擅長的就是結合品牌策略與規劃的經驗在開發產品時就有整體的考量，尤其在公司內的資深設計

人員大多具有工程背景，所以能夠將不同領域所累積的經驗加以整合並尋求不同應用的可能性，加上瑞士公司的精準及講求設計細節的特質，能夠成就不少經典的產品設計。

顧問諮詢單位：財團法人台灣創意設計中心

■計畫緣起

本公司之消毒鍋及烘乾消毒鍋在市場上已有 10 多年的銷售歷史，擁有很大的市場佔有率，唯近年來該類產品在外觀造型及附加功能方面一直欠缺長足的進步改善，做為市場領導者，我們一直在思考如何創造新一代的產品，為消費者帶來更便利、實用、安全、方便的產品，以保障脆弱嬰幼兒食的衛生與安全。苦於過去本類產品的毛利低，雖有營業額的貢獻但對毛利的貢獻有限，故一直無法投入改善，期待透過本計畫的進行，有助於改善此一情況，讓傳統產業有機會提高毛利、增加研發投入、穩定成長。

人員大多具有工程背景，所以能夠將不同領域所累積的經驗加以整合並尋求不同應用的可能性，加上瑞士公司的精準及講求設計細節的特質，能夠成就不少經典的產品設計。

顧問諮詢單位：財團法人台灣創意設計中心

■計畫緣起

本公司之消毒鍋及烘乾消毒鍋在市場上已有 10 多年的銷售歷史，擁有很大的市場佔有率，唯近年來該類產品在外觀造型及附加功能方面一直欠缺長足的進步改善，做為市場領導者，我們一直在思考如何創造新一代的產品，為消費者帶來更便利、實用、安全、方便的產品，以保障脆弱嬰幼兒食的衛生與安全。苦於過去本類產品的毛利低，雖有營業額的貢獻但對毛利的貢獻有限，故一直無法投入改善，期待透過本計畫的進行，有助於改善此一情況，讓傳統產業有機會提高毛利、增加研發投入、穩定成長。

■新產品簡介

新產品為一新款之消毒鍋

■計畫創新重點

- 尋求符合人體工學與操作流程便利的設計解決方案。
- 外觀設計則注重美觀與符合 NacNac 品牌風格之產品設計語言。
- 力求產品體積適中且兼顧耐用性與日常大量使用操作。
- 功能上縮短消毒及烘乾時間、搭配食物蒸煮等多功能設計。

■研發成果及衍生效益

量化效益

- 增加產值：NT 12,000 千元/第一年

計算方式 每台消毒鍋終端售價 平均約 NT 3 千元以 4000 台/首年計 (目前本品牌 2 款平均年銷合計 2.5 萬台)，共計

NT\$12000 千元

投入研發費用：

NT\$6000 千元

研發費用內容：模

具費約 450 萬、產品設計費 83 萬、產品模型費用 10 萬、打樣試產費 40 萬。

- 質化效益

本計畫執行完成後，除了增加銷售產品的品項，擴大業績與市場佔有率之外，最重要的是透過本計畫的執行，增加產品的附加價值及毛利率的貢獻，有助於公司未來對研發投入的信心與空間。本計畫之執行將創造串連消費需求調查、設計、機構開發、生產製造、銷售之機會，此模式若能順利執行，有助於改善傳統型嬰童用品市場研發投入過低之現況，提昇我國嬰童用品品牌知名度，若搭配麗嬰房現有的亞洲佈局，未來獲許有機會走向品牌國際化之路。

■專案執行重要心得

外觀設計與產品開發前期研究分析一直是台灣產業的弱項，本次結合

瑞士設計公司，將研發流程透明化，使的產品的規劃在有系統方式下進行，讓研發能量與行銷能量結合，共創 NacNac 事業的新產品。

