

品勝實業股份有限公司

茶具 / 咖啡器具周邊產品系列設計

■公司小檔案

甲、成立日期：72年11月07日
乙、負責人：葉進成
丙、資本額：25000千元
丁、員工人數：40人
戊、經營理念：

持續追求創新，並以顧客為導向的產品設計來提供市場多元化的消費需求。我們以做為咖啡與茶周邊用品的專業製造商為目標，來取得全球每一位消費者的信任。

己、本案合作之技轉單位(含顧問諮詢及設計單位)：

項目	技轉單位
顧問諮詢	財團法人台灣创意设计中心
委託設計	唐草設計有限公司

■計畫緣起

品勝實業以25年的專業技術，除了本身開發各式專利的法式濾壓壺，也替許多國際知名品牌如美國Bonjour代工，製造技術早已獲得各界肯定。但以往特殊專利已不能滿足現有的消費市場，品勝實業深知台灣產業必須走出自我，產品必須透過設計導入，以求更貼近消費者的需求，並提升自我品牌YUKAWA的特色和價值，促使YUKAWA突破傳統，趨向丹麥evasolo或是stelton等深具特色的知名品牌



隨著近年來經濟及生活水準的提升，國人對生活品質漸漸重視，包含改變了生活週遭的物件和生活氛圍的營造。當人們越來越注重日常生活的品質，自此咖啡館和茶館亦如同雨後春筍般地創立，其經營型態亦由早期的小型個人咖啡店，朝向複合式餐飲、專業的、個性的...等多元型態發展，而除了店面的銷售，個人也興起自己沖泡的風潮，可知茶器和咖啡用具保持一定的需求。

但相對的，隨著製造技術的發達和新興品牌的成立，國內產業勢必受到威脅，面對高價位代理品牌及大陸製造低價位的競爭，品勝必須走出代工為主的處境，以好的產品設計打出自我品牌的路，並清楚定位價格打入的市場區位及銷售通路，才能永續經營。

■新產品簡介

此案產出之成果共六組，分述如下：

A. 功能取向：

(1) Tea Time——著重「分享」與人際互動。



Tea Time情境設定為朋友間的派對場合，橡膠識別圈有多種顏色，套入杯上三個不同的淺槽位置，可變化出多種識別標誌，朋友再多也不怕拿錯杯子。濾壓壺設計為雙向壺嘴，配合無把手的設計，讓人隨手就可幫其他人倒茶、倒咖啡，強調出「彼此分享」的人際互動關係。

(2) Fun Time——上班時的趣味、賞玩、放鬆



Fun Time是提供給上班族在休息時間使用的個人咖啡組，簡單放上濾紙與咖啡粉，就可以得到一壺香醇的手沖咖啡。沖泡完成後將濾紙丟棄，拿起上方的濾杯，使用矽膠軟塞塞住杯體下方孔洞，濾杯馬上就變成了個人馬克杯，搭配原本收納在杯中的奶精、糖罐，擁有完整的個人咖啡饗宴就是這樣簡單。

(3) Pro Flavor——對品味堅持，簡單操作享受專業的口味



對於茶葉來說，沖泡時的伸展空間與浸泡時間對於風味的影響相當大，Pro Flavor提供整個壺身的空間讓茶葉自由伸展，在沖泡時間洽當時，輕輕旋轉濾網將茶葉集中，再按下上方按鈕關閉濾網孔洞，便可隔開茶葉與茶湯。從開始到最後一口，都是最佳風味。上方按鈕採局部天然竹材，作為全系列的視覺焦點，與底下的竹茶盤

相互輝映。

B. 自我品牌取向

(4) 都會雅痞——講究品味、穩重成熟而不失個人風格



以皮革搭配金屬作為品牌識別的特徵，提供給都會生活中的雅痞人士高品質的咖啡攜行杯，收納良好的攜行杯中，隱藏著可置放咖啡粉、奶精跟糖的淺盒，以及可摺疊收縮的咖啡濾網，無論在何時何地，都讓講究品味的雅痞族擁有不必將就妥協的權利。

(5) 原味覺醒——融合古樸與現代、呈現最真實的精神



以樸質的天然竹材搭配溫潤的陶瓷材料，壺身與杯身的竹材具備了防燙、隔熱、保溫等作用。去除多餘的裝飾，以簡單自然的型態呈現出茶葉的天然氣息。使用完畢時集中收納在同樣材質的提籃當中，擺在客廳櫥窗當中，也是另一種風景。

(6) 寵愛享受——不是貴婦也可以很尊貴



全陶瓷的溫柔曲線，寵愛所有希望享受尊貴禮遇的女孩。全套四件的組合，適合多種不同的使用情境，無論是想要細細品味泡茶的過程，還是喝茶配點心，或者只是單純享受一杯純粹的紅茶，都可以找到最適合的搭配組合，就像一切都是量身訂做。

■計畫創新重點

1. 設計標的

以「切入生活型態的需求」、「提升自我品牌的價值」做為此次產品發展的兩大目標。搭配品勝多年之製造經驗，加上其周邊擁有的金屬加工體系與零件供應系統，在完整掌握茶具/咖啡器具周邊產品的優良製造品質與技術之上，導入更深層的使用者考量，讓產品更加人性化，以此市場差異性區隔其他廠家品牌，大幅超越市場上同質性的產品水準。執行過程中，將定義出具有特定生活型態的族群

(如：白領上班族、自由工作者、樂活族、學生族群、銀髮族...等)，並鎖定其中較重視生活情調、講究茶/咖啡味道與品質，且具較高消費能力的族群，透過設計公司創意人才的涉入，發現產品更多的可能性。藉由切入各族群的消費模式，滿足其生活型態對於茶/咖啡的想像；強化外觀質感、體貼各種情境需求，從而樹立品勝實業在高階茶具/咖啡市場上的穩固品牌地位。

2. 市場潛力分析

在生活產品的應用中，金屬材料擁有相當高的強度以及高級的外觀質感；自然素材則是有生命的素材。只要尋找到適合的結合方式將可藉由設計帶出市面上未曾見過的商品質感特色，增加消費者的購買意願。

3. 專利分析

無。

4. 專利佈局

於本案構想發展結束後，向國內智慧產局提出新式樣專利申請。

■研發成果及衍生效益

項目	產出成果	結案當年實	結案後第1年	結案後第2年	具體
		際值	(100年)預估值	(101年)預估值	
*產值效益	增加產值(千元)	10,000	5,000	10,000	25,000
	產出新產品(項)	6	6	6	18
*研發投資	投入研發費用	1,500	1,500	2,000	5,000
	增加國內投資額	3,000	3,000	4,000	10,000
*就業機會	1.本計畫新聘之	1	1	1	3
	與人才培訓				

■專案執行重要心得

- 在與設計公司的合作當中，深刻體會產品開發一定要以使用者為本的見及訴求，深入觀察生活週遭環境與人的行為。在合作的過程，我們藉由客戶端來檢視我們的設計概念，並聽從客戶意見去做修正，以達到最符合以人為本的產品設計。另外在設計端，設計師親自去接觸形形色色的使用者，觀察使用情境，傾聽他們的需求。最後獲得的不只是具體的回饋，還有深印在設計師腦中的具體畫面與切身感受。帶著這種感受，設計師在思考問題時會更敏銳、更具體，也更負責任。
- 即使是限制重重的設計，一開始也要先持開放的態度，不急著批評，而是試著提出建設性的方案。設計公司提出的方案一開始可能都並不十分完美，但是由這些方案開始討論，鏗而不捨地積極激盪，找出建設性的方案，最後總能有效凝聚可行的方向。甚至一個之前已嘗試過，覺得行不通的構想，只要一個不同的小轉彎，就豁然開朗。研發與設計真的要以團隊的力量，才能有效率地執行。
- 就現階段來說，在成本、技術各方面，不得不較遷就現實面。日後如要展現更大之創新性，必然要同時在製程與技術上，也容許創新的可能。這是公司將來發展必須要努力走的方向。