

華澳酒廠股份有限公司 玻璃藝術酒瓶外型設計計畫

■公司小檔案

- 甲、成立日期：94年9月
乙、負責人：黃月娥
丙、資本額：10,000千元
丁、員工人數：12人
戊、經營理念：



華澳酒廠於5~6年前開始著手規劃藝術玻璃瓶的發展及製作，為了有豐富的資源設備及人才技術需求，除了於苗栗縣公館鄉設立工廠，亦在四川成立辦公室，建構完整的玻璃藝術與技術的殿堂；廠內進駐並培養出許多專業的玻璃工藝師傅，其技術及專業知識主要傳承自義利玻璃工藝師傅，之後再加上廠內師傅不斷自我鍛鍊，不畏環境艱難考驗下，使得工藝技術趨於成熟，再融合中國傳統意象符號，創作出目前『亞太酒業』形象品牌系列，具有中式文化氣息的玻璃藝術酒瓶。

- 甲、本案合作之技轉單位(含顧問諮詢及設計單位)：
顧問單位：財團法人台灣創意設計中心
設計單位：加貳創意整合有限公司

■計畫緣起

過往國內菸酒販賣產業，從受政府保護的專賣時代到加入WTO後的完全開放，促使酒類品牌競爭白熱化。在銷售通路多元化下，傳統的菸酒販賣業者面對量販店破壞性價格競爭、超商提供通路便利性的服務、連鎖專賣店深耕顧客關係提供客製化與知識面的服務，迫使傳統菸酒販賣業者不得不思索如何突破時局，尋求變革與生存。

華澳酒廠透過純熟『手工玻璃吹製技術』，將傳統中式白酒提升至藝術工藝層次，並奠下亞太酒業醉美酒品品牌印象。經過6年華澳酒廠耕耘於藝術酒的製作，面對消費者對於產品感質需求的提升與近年銷量僅集中於節慶送禮期間，且較屬於藝術品非一般消費性商品定位，因此本計畫欲延伸玻璃手工技法，開發貼近市場、適於平日飲用與一般送禮需求之平價酒款，拓展市場佔有率，讓消費者在品嘗平價中式白酒時，亦能購買具收藏、欣賞且平價的藝術酒禮品。

■新產品簡介

透過公司不斷的在工藝視覺上投入相當多的精力及金費，希望能拓展酒品新的「視」界，營造出雅俗共賞的視覺體現，融合純厚質優的味覺享受，跳脫以往高粱白酒給人的傳統包裝印象，透過酒與藝術的絕妙融合，賦予台灣人對酒品不一樣的感受，將酒品提升到藝術的層次，創造出令人激賞及驚豔的視覺享受。

A. 增加品酒時藝術與文化的體驗度

透過研究消費者飲酒時的「五感官體驗」及「情感設計」，將其飲酒情境故事化，藉由創意設

計轉化為酒瓶外型，增進品酒的藝文氛圍。

- B. 持續創造醉美酒品，融合運用多項工藝製作技法
由於本身藝術酒瓶並非用模具大量射出的型式產生，全數均採用手工打造，因此更具有稀少性與獨創性，鍛造過程中必須一再嘗試新的吹製技術與黏合方式，不斷突破現有的思維，力求最完美的境界。
- C. 聯結亞太品牌形象，突顯酒瓶識別度的酒瓶設計
在酒瓶外型設計上，突顯亞太企業製酒專業形象，同時延續既有傳承東方文化的視覺元素，利用本次計畫「系列化酒瓶」與搭配「台灣在地主題」設計語言，強化亞太酒業於亞洲市場通路販售形象。
- D. 強化酒瓶的設計符碼，提高體驗感動深度
本計畫從消費者的購買的情境上出發，結合台灣的風俗民情，將台灣最具代表性之物件附加至瓶身上，同時傳遞具故事性的情感訴求。瓶身不只強化識別、深刻與使用者之間的情感/話題聯繫，進而提高體驗感動深度。
- E. 外包裝設計:凸顯酒瓶質感與安全性
針對中高價位送禮用之白酒藝術酒瓶，針對外包裝進行設計，除了運用環保材質之外，加強整體安全性與禮品質感，並帶給消費者送禮也要送的心安理得的基本需求。

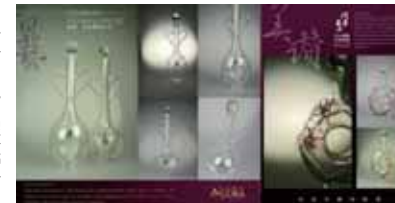


■計畫創新重點

本計畫之執行重點為白酒瓶外觀之設計、製作及開發，配合消費市場之測試驗證以降低開發風險，並經由與「加貳設計」之開發瓶身外型與飲酒方式，順利完成計畫中之藝術酒瓶開發設計案與新市場/族群商機。

1. 結合玻璃藝術造型，展現生活品酒之鑑賞力
玻璃彼此之間的熱接合，不單提升製作技術上的難度，亦增強酒類整體文化體驗，進一步將同價/其他品牌之商品，形成顯著差異性，而獲得較佳獲利範圍。
2. 整合亞太酒類相關系列，創造新藍海策略
突破現有白酒的飲用思維，以整體生活使用情境來思考，強化酒瓶的藝術文化與在地台灣特產的組合搭配，進一步有效提升年輕市場與送禮市場，達成創新酒瓶之使用價值。本次以飲酒環境之整體使用體驗來整合內部既有的酒類形式，讓消費者在購買酒的選擇上，不僅滿足喝的功能性需求，更添加文化體驗、故事性的體驗樂趣，打造『低價高奢華的價值與市場』，進一步厚植「Agora」的品牌形象，促進品牌資產的累積。
3. 加強酒瓶故事，傳承台灣文化，延伸生活體驗感動深度

華澳酒廠長期致力於玻璃吹製工藝，在台灣已是NO.1的技術水準，仍須不斷與四川師傅共同切磋學習。有了「手藝」仍不夠，需要藉由「創意」讓產品具有故事性，透過故事本身具有文化、導引、典故等優勢，進一步加深客戶對於亞太品牌，將有助於亞太酒業進行有效的「生意」。台灣精神與背景，雋永且深刻，達到延續產品體驗感動的力度。



酒瓶實體1:1模型照片

■研發成果及衍生效益

藝術酒瓶不斷推動產品與藝術之間的跨品項思維，透過加貳設計人員與華澳酒廠內部技術資訊的相互激盪，提升本公司產品的競爭能量，加上具『台灣本土故事性』之產品情節，強化消費者感動深度，從產品功能、情感需求、設計及風格美學等提升生活品質之重多利基，拓展本公司產品之新型態，突顯品牌之藝術酒瓶之領先形象。

1. 量化產值：

鎖定以28~42歲層中/高收入消費族群為主，進行市場消費喜好研究，規劃產品開發項目、考量平時飲用與可送禮彼此搭配使用的酒瓶的整體感，進行造型構想，進一步以「台灣主題式」系列產品進行販售。

(1) 內銷：

中價位：新台幣 510元/組，共計2000組，產值約計1,020,000 NT
中高價位：新台幣1320元/組，共計3000組，產值約計3,960,000 NT
特別珍藏版：新台幣1680元/組，共計5000組，產值約計8,400,000 NT
2000組/第1年；3500組/第2年；4500組/第3年

(2) 外銷：

中價位：FOB -USD \$ 16/組，共計5000組，產值約計2,550,000 NT
中高價位：FOB -USD \$ 40 /組，共計7000組，產值約計9,240,000 NT
特別珍藏版：FOB -USD \$ 52 /組，共計10,000組，產值約計17,160,000 NT
3000組/第1年；8000組/第2年；11,000組/第3年

2. 質化產值：

A. 提昇『亞太酒業』企業形象：

透過本計畫之執行，除了自身相關技術的投入之外，包含工業局與台灣創意設計中心的媒合與輔導，將研發計畫之規劃與管控等研發制度一併完整建立，這對於未來本公司投入玻璃產業有著極大的助益。同時在美學經濟與體驗經濟經過廣大的接受與討論之後，設計已成為未來企業成長提升的顯學，傳統產業也必須從其中走出屬於自己的路。

(1) 執行本計畫可使本公司「吹製技術」升級，邁向國際化，華澳酒廠專業製造廠，目前已成為產業的主要製造廠商，亞太希望具備更多專利技術與設計能力，吸引更多國外大廠注意。因此計畫具有指標性意義。

(2) 本計畫的白酒市場定位明確且具市場競爭力，

可以增加自身的產品線。

- (3) 執行本計畫可將技術商品化時程之縮短：本計畫開發的產品具有世界專利水準，可以藉此發展出一系列台灣商品，造型與功能具獨特性，製造方法具創新性，未來會申請各國認證，以證明本研發團隊對於開發新產品效率。
- (4) 期盼藉由本輔導計畫，可以將舊產業的技術結合興趣創造新的商機。同時加強商品競爭優勢，成功打進國外市場，以高品質與設計站在世界舞台。
- (5) 進行同類白酒市場風格之產品分析與消費形態，根據設計方向發展，進行篩選執行度較高之設計，非公版所製造，採用半手工製作為設計方針，進而創造公司專屬亞太品牌魅力。

B. 提升我國產業水準及競爭優勢：

- (1) 希望能成功地以符合前瞻生活型態的獨特文化與藝術產品構思，未來將持續參與各國展覽，增加產品曝光度與銷售機會，打入國外高附加價值的通路。
- (2) 強化研發獨特產品之自信心。提昇台灣酒類企業在國外客戶中的形象水平，進而建立更緊密的關係。

■專案執行重要心得

產品開發專案長達四個多月的執行過程中，『亞太酒業』要再既有的白酒市場中找出新的商機，的確不論在外型發展、行銷通路、族群設定、玻璃技術限制...等許多困難需要去面對與克服。藉由本次專案的機會更加提升內部相關人員的產品開發能力，並持續融入藝術的設計進而滿足消費者需求。這次除了藉由「加貳」設計前端的創意發想與「台創中心」的產業輔導與諮詢，包含【華澳酒廠】與【四川玻璃】技術團隊共同合作，讓這些專業團隊培養了成熟的默契與技術力，透過多次開會討論與檢討進度，產生許多創意火花，增添本公司未來市場的廣闊度與品牌能見度。

1. 製造廠商與設計單位合作：

過去亞太酒業顯少機會能與設計這塊領域合作，主要透過實體/想像去揣摩酒瓶居多，常常會消耗許多資源上的浪費，甚至是產品開發時間也受到延遲；對於設計單位而言，正好彌補過去本公司所欠缺的開發經驗，透過設計單位規劃酒瓶設計流程，同步掌握時效性，同時搭配工藝師傅的手藝，完成許多高難度的製造加工技術，立即修正與改善造型，將藝術造型的創意給予實際實現於市面上販售。

2. 創新概念的整合與應用：

本次最大的困難點在於「如何將概念草圖給與實體製作出來?!」吹製玻璃在製作技術上有相當一定的難度，都必須要經歷嘗試數次與調整，因玻璃在熱塑型態與結合度上會有許多困難點，必須與設計單位不斷整合想法，並聽取台創輔導單過去的經驗，最終再決定製作方式，同時改善瓶身彼此結合的方式。

3. 建構「Agora形象」，強化「內部管理與文化」

藉由本次機會統整內部行銷/設計/市場單位三部門，針對白酒市場進行分析，消費者在哪，追蹤後續的設計進度，藉此配合未來的行銷時間，逐步導入「Agora」品牌價值。擬定完整的新酒瓶企劃案，將抽象的概念具體化，建立一套標準的開發SOP流程，未來幾年將進而結合上/中/下游端，促成國內相關酒業與玻璃產業鏈，同步提升產業的開發與技術力，共同將台灣好的文化商品推向國際！