

「從台義（大利）工業設計探尋合作商機」成果報告

壹、活動紀要

義大利工業發展始於汽車工業、紡織工業及皮革工業，不僅精實工業基礎成就了今日高品質之製造能力與技術，義大利亦是文藝復興發源地。鑑於義大利工業與設計藝術成功結合，本會與中華民國工商協進會特邀請義大利工業設計協會（ADI）台灣合作事務大使兼任歐洲體育用品工業聯盟（FESI）研發委員會主席 Mr. Antonello Marega 教授，於本（106）年 9 月 12 日假臺北世貿聯誼社宴會 C 廳共同舉辦「從台義（大利）工業設計探尋合作商機」研討會，會議中並邀請台、義創新設計產業專家進行專題演說與經驗分享。

本研討會由本會義大利委員會朱主任委員志洋主持，中華民國工商協進會范秘書長良棟、外交部國際合作及經濟事務司張參事裕常、經濟部國際貿易局倪主任秘書克浩及義大利經濟貿易文化推廣辦事處蕭代表國君蒞會致詞。

義大利工業設計協會（ADI）台灣合作事務大使兼任歐洲體育用品工業聯盟（FESI）研發委員會主席 Mr. Antonello Marega 教授、仁寶電腦工業股份有限公司集團創意中心陳資深副總經理禧冠、達達集團劉董事長保佑及世盛國際開發股份有限公司吳董事長品盛（暨世界體育用品工業聯盟理事暨產委會前主席）發表專題演講。

貳、辦理情形

一、貴賓致詞

本會義大利委員會朱主任委員志洋同時亦為友嘉集團總裁致開幕詞

朱主任委員志洋首先於開幕致詞中，歡迎遠道而來的義大利工業設計協會（ADI）台灣合作事務大使兼任歐洲體育用品工業聯盟（FESI）研發委員會主席 Mr. Antonello Marega 教授。朱總裁表示該公司 2011 年收購義大利百年工具機企業 Rambaudi 至本（106）年已收購 9 家義大利工具機企業。30 年來，友嘉集團於德國、美國、日本、韓國、匈牙利及義大利等國家皆有企業，友嘉集團一年總營收超過台灣 700 多家工具機企業總營收之總和，全世界汽車供應（發電機、變速箱）及航太供應（機翼、起落架及機身）佔世界第一。台灣以製造為豪，但企業必須不斷轉型與創新，渠以老干媽辣椒醬為例，透過創新通路方式，與其他國家通路合作將產品銷售全世界，創造一年銷售超過 200 億台幣，全世界銷售 70 多個國家。台灣與義大利有很大產業差異，義大利研發製造及文

化藝術豐富且多樣化。台灣與義大利企業、學術、研究機構之間應多交流與合作，台灣與義大利合作可透過合適成本、一流品質，創造出屬於台灣工業設計DNA。

中華民國工商協進會范秘書長良棟致詞

中華民國工商協進會范秘書長良棟簡介中華民國工商協進會成立於1952年，為台灣歷史最悠久之全國性工商團體，會員涵括台灣工商界大、中、小型企業約500家，會員代表人數約1,200位。會員企業之總產值超過台灣總體GDP的65%，是台灣最重要的工商團體之一。范秘書長認為，Mr. Antonello Marega教授見解獨到、經驗豐富，有助於增進我國業者有關工業設計產業之瞭解，建立交流管道。因此，特邀請Mr. Antonello Marega教授參加由本會與中華民國工商協進會共同舉辦之「從台義（大利）工業設計探尋合作商机」論壇，以讓台灣企業瞭解義大利工業設計之精隨。

外交部國際合作及經濟事務司張參事裕常

外交部國際合作及經濟事務司張參事裕常首先感謝本會及工商協進會所貢獻之心力，成功促成本次研討會召開。張參事表示渠1988年至1994年於中華民國駐教廷大使館服務超過6年。義大利之機械、建築、傢俱、汽車、眼鏡及飾品皆聞名於世，如何運用尖端科技與設計藝術作結合，並鼓勵台灣設計師與世界各地設計師接軌，將是很重要課題之一，才可應對未來之挑戰。過去台灣以組裝、代工為主，對於設計要求不高，隨著產業發展與企業成長，台灣逐漸轉型為設計代工、自由品牌方向發展，累積實力擺脫其他成本較低廉國家的追趕，有利產業永續經營。

經濟部國際貿易局倪主任秘書克浩

經濟部國貿局倪主任秘書克浩首先感謝本會及中華民國工商協進會之邀請，倪主任秘書表示第7屆台義（大利）官方諮商會議於9月11日召開，台義雙方針對經貿合作議題交換意見，達到具體成果，就傢俱、鞋業、流行產業、醫療器材互相合作，前景可期。其中工業設計方面，台、義雙方就品牌合作及設計師之間交流，並達成進一步合作共識。本（106）年9月12日研討會亦是由官方會議所延伸出實質交流，希望台、義雙方能夠有具體合作成效。

義大利經濟貿易文化推廣辦事處蕭代表國君

義大利經濟貿易文化推廣辦事處蕭代表國君首先感謝本會及中華民國工商協進會之邀請致開幕詞，工業設計對於義大利產品來說是重要工藝特色，義大利工業設計可使台灣工業產品更為提升，經濟更加堅強。義大利與台灣之間應經常性舉辦民間論壇將工業設計議題，透過交流將經驗分享給台灣，蕭代表指出每

年有許多台灣學生到義大利藝術大學、設計學院學習服裝設計、工業設計、傢俱設計及室內設計等，透過學術及研究機構等合作交流，促進台義雙方不僅學術單位之間交流，政府機關及廠商在工業設計議題上亦能持續交流下去，進而促進雙邊技術合作與商機媒合。

二、專題報告

義大利工業設計協會（ADI）台灣合作事務大使兼任歐洲體育用品工業聯盟（FESI）研發委員會主席 Mr. Antonello Marega 教授

Mr. Antonello Marega 教授以「黃金三角：如何結合品牌開發、產品設計、及設計管理」為題發表專題演說，介紹產品黃金三角「公司」、「市場」與「設計」及義大利設計秘訣。

（一）黃金三角「公司」、「市場」與「設計」

Mr. Antonello Marega 教授首先自我介紹，渠為義大利工業設計協會（ADI）台灣代表，亦是歐洲體育運動品工業聯盟（FESI）研發委員會主席，專長為運動健身器材與鞋具之設計、品牌開發與市場研究等，擁有 40 餘項國際級專利，於威尼斯建築大學教授「設計與商業管理」（Design and Business Administration）。

Mr. Antonello Marega 教授簡介，產品金三角其中一環是公司，公司需要在市場上清楚定位，如聯想到紅色跑車，就會聯想到法拉利（Ferrari），這就是法拉利（Ferrari）公司定位。產品塑造顧客既定印象，並將意象傳達給消費者，使公司在市場上有明確位置。公司行銷有 3 種方式，分別是 B2B（business-to-business）、B2D2C（business-to-dealer-to-consumer）與 B2C（business-to-consumer）。B2B（business-to-business）為公司對公司商業來往，雙方產品、服務或資訊之間交易，公司可透過電子商務方式進行交易；B2D2C（business-to-dealer-to-consumer）為顧客透過代理商完成購買，而相對於 B2C（business-to-consumer）銷售方式是顧客直接向公司購買。

Mr. Antonello Marega 教授接著指出，產品在市場上 3 要素（市場區隔、目標對象及市場定位）：

1. 設計師要為產品或公司作區隔找出市場上需求對象，每個產品在市場上都有族群需求。
2. 產品在市場上策略目標對象，渠說明「4Ps 行銷理論」，分別為產品（Production）、價格（Price）、通路（Place）及促銷（Promotion）。

行銷人員為了解顧客特性與喜好，進行各種研究，以便了解顧客真正需求與喜好來設計行銷活動。

3. 公司必須先確定公司要走之方向，在行銷方面可以知道現在以及未來消費者是誰。因此，設計師要有適切行銷策略，幫助公司在市場上作明確定位。另外，設計師需要設計出顧客喜歡產品而不是設計師喜歡的產品，設計師將創意發揮於商品，設計出商品優勢，可增加產品及公司附加價值。

(二)義大利設計秘訣

Mr. Antonello Marega 教授認為義大利工業設計在世界享有盛名，關鍵在於擅長構思創新產品，包括功能與材質結合，總能維持高品質，保有特殊性具匠師手感，結合顏色表面處理。有關工業設計之「領域」，Mr. Antonello Marega 教授進一步說明，是一種專業性的服務，將製造和設計來發展產品概念，以優化產品功能、價值及形象，均對使用者、消費者、製造商皆有利。

仁寶電腦工業股份有限公司集團創意中心陳資深副總經理禧冠 「台灣創新軟實力」專題演講

陳資深副總經理禧冠首先指出義大利與台灣幾項不同的地方，國際貨幣基金組織（IMF）統計義大利 GDP 世界排名第 8、台灣 GDP 第 22 名，義大利人平均年齡 46 歲、台灣人平均年齡 40 歲。渠說明義大利工業設計大專院校約不到 100 所，而台灣約有 164 所，比義大利工業設計大專院校還多，此說明台灣不缺設計人才，雖然起步較晚，但只要持續投入，就能看到收穫。義大利人性格豪放、不受拘束之性格，在設計風格上一覽無遺，並強調於產品細節注重。

台灣於去（2016）年第 5 個國家榮獲世界設計之都獎項，第 1 個榮獲設計之都獎項就在義大利杜林。為何台灣企業開始逐漸關注工業設計？台灣以高科技產品外銷至全世界為豪，過去台灣產業發展從製造、代工、研發到品牌設計，以筆記型電腦來說，台灣佔全世界 81% 筆記型電腦製造國，軟、硬體設備具有堅強實力，全世界 1000 大企業，台灣企業佔 23 家，台灣企業產業研發上全世界排名第 10 名。

陳資深副總經理禧冠介紹台灣具代表性設計公協會，如台灣創意中心（提升台灣設計人才原創能力，加強產業市場競爭力並提升台灣自有品牌產業附加價值等）、中華民國工業設計協會（配合政府推動產品設計能力提升與計畫人才培訓等）及中國生產力中心（提供職場訓練技術，提升工業設計技巧與應用課程等）與台灣企業具代表性設計產品，如 Voticia、i-Ride、XYZ printing 及 Cubiio

等。台灣具有工業設計豐富資源供業界運用，對我商未來在全球佈局和開拓新市場，都具有很好機會和發展性。

達達集團劉董事長保佑

「台灣品牌遇上義大利設計」專題演講

劉董事長保佑首先提及該公司係由塑膠射出機器製作玩具模型，發展玩具業起家，1990 年許多台商產業外移潮，95%台商產業外移至大陸、4%在菲律賓，當時只有達達集團選擇落腳墨西哥，甚至待在當地長達 27 年，劉董事長認為最重要就是在「消費地製造販售」，該公司在當地跨足生產小型家電，創立自有家電品牌 Mytek，在墨西哥市場佔有率高達 60%，27 年後相較大多數台商淡出大陸市場，當時前往墨西哥的達達集團不僅獲利，而且持續擴廠中。

劉董事長分析原因，認為達達集團掌握在地消費製造、自創品牌、開發通路等優勢。因此，台灣產品之「錢」途，唯有從所謂的「無印良品」轉換成「良品有印」（Logo）才有活路。於是，為迅速讓 Lagoon 品牌在國際打響名號，該公司已擬訂計畫積極前往世界各地參展，每年編列國外參展費用至少台幣 6000 萬元以上。以去（2016）年為例，Lagoon 在世界各地參展，至少 19 次以上，為的就是要將台灣品牌在國際市場打出知名度。參與拉斯維加斯冬季傢俱展、墨西哥瓜達拉哈拉冬季傢俱展、馬來西亞國際傢俱展、義大利米蘭國際傢俱展、澳洲墨爾本國際傢俱展及東京傢俱博覽會等。

劉董事長接著說明，Lagoon 目前在台灣有 8 家分店，預計今年年底前開至 12 家。海外部分，美國與墨西哥共有 4 家分店。該公司之優勢是塑膠射出技術及經營市場，而義大利擅長設計與配色，透過義大利工業設計協會（ADI）台灣合作事務大使兼任歐洲體育用品工業聯盟（FESI）研發委員會主席 Mr. Antonello Marega 教授介紹，因此與義大利設計工作室 Baldessari & Baldessari 合作，打入海外市場，充分整合，利用專業，將 Lagoon 推向國際。

世盛國際開發股份有限公司吳董事長品盛/世界體育用品工業聯盟理事暨產委會前主席

「漫談創新與發明」專題演講

吳董事長品盛至今已有 37 年創業經驗，1980 年剛創業初期年僅 22 歲時就自身赴歐洲拓展市場。原先做撞球及周邊體育用品起家，外銷撞球用具及足球檯，生意在歐美市占率 25%-30%。劉董事長運用創新，發明世界唯一擁有 7 合一功能足球檯行銷於全世界，並秉持「持續研發」精神與「積極創新」態度，開發出一系列相關產品。

在景氣低迷及削價競爭的國際市場中，鎖定運動科技成分相當高的自由車功率計，展現世盛國際跨界過人能力及顛覆性創新格局，開發全球專利產品 Arofly，是全球最輕最小功率車表，顛覆市場上對於自行車測量功率刻板印象，並獲得德國紅點及 TaiSPO 創新產品等大獎。

吳董事長續說明，過去台灣中小企業產品都是以「離岸價格」（FOB）方式銷售產品出去，產品最終到消費者手裡可能是 10 倍、20 倍加價，台灣中小企業一直賺取微薄利潤。因此，該公司積極申請專利認證，設定最終零售價格，做自產自銷市場價格主人。

參、檢討與建議

一、此研討會有助於增進我國業者對義大利工業設計之瞭解，建立交流管道

去（105）年台義雙邊貿易額 40 億 6,513 萬美元，其中我對義大利出口值 18 億 6,058 萬美元，較前（104）年增加 9.74%，我自義大利進口值為 22 億 456 萬美元，較前（104）年成長 9.41%，對義大利貿易逆差 3 億 4,398，義大利為我國在歐洲第 5 大貿易夥伴。台義雙方經濟均係以中小企業為主，因產品差異性大而且具有互補性，彼此都有意開發對方所在之亞洲或歐洲市場，故彼此合作空間極大。

本次舉辦「從台義（大利）工業設計探尋合作商机」論壇，對於台灣產業轉型與發展創新均息息相關，增進我國業者對於工業設計之瞭解找出屬於台灣工業設計 DNA，如同 Marega 教授說明，多數人常使用義大利製造（Made in Italy）來形容出自義大利產品，但較為貼切的說法應為義大利產出（Born in Italy）。一個設計的產生並不能單從製造地的角度來分析，而必須回溯至培育設計者的環境、人文、歷史等角度切入。渠以橄欖樹來比喻義大利的工業設計，其提供養分根源來自於當地的天然環境、藝術（音樂、建築、繪畫及雕像等）、手工制品、歷史及其古羅馬/希臘淵源。

這也是為什麼義大利設計師並不擔心自己的作品被仿造，因為對他們而言，設計靈感來自他們的獨特的人生經歷及生長環境，取之不盡用之不竭。台灣擁有獨特的歷史人文及天然環境，唯尚缺對自我文化的認同及自豪，如台灣能回溯到其文化起源，必能開拓一條他人無法模仿之設計之道。

二、義大利工業設計協會 (ADI) 台灣合作事務大使兼任歐洲體育用品工業聯盟 (FESI) 研發委員會主席 Mr. Antonello Marega 教授致力協助台灣業者與義大利設計師合作

(一)台灣傢俱品牌 Lagoon 與義大利設計工作室 Baldessari & Baldessari 合作之戶外椅，於去（2016）年米蘭傢俱展大放異彩，促成這樁合作案便是 Mr. Antonello Marega 教授，渠說明義大利與台灣有相同為數眾多傳統產業，但在產品延續之際義大利業者會不斷推陳出新，並且邁向高端市場。相較之下，台灣產品缺少特色，唯有高度創造性才可使消費者很快意識到產品價值。

(二)此次，Mr. Antonello Marega 教授來台研討會精湛演講吸引台灣雷耀企業股份有限公司林總經理原於本（106）年 9 月 30 日假本會 7 樓會議室見面洽談。雙方互相交換意見，林總經理原針對渠公司產品，如防水燈條、保險絲燈及 LED 等產品設計需求，希望透過 Mr. Antonello Marega 教授介紹義大利設計師，協助台灣業者將商品推向國際。

(三)台灣歐德傢俱公司深耕台灣近 25 年，秉持著「生活從想法開始」理念，在台灣首推「健康綠建材」，使用來自德國系統板材，主張健康、環保、無毒系統家具，板材全系列榮獲綠建材標章。本（106）年 9 月 19 日台灣歐德傢俱公司陳董事長特助曼婷與 Mr. Antonello Marega 教授假本會 7 樓會議室，雙方就傢俱產品設計洽談合作。陳董事長特助曼婷希望透過 Mr. Antonello Marega 教授介紹尋找義大利年輕設計師與歐德傢俱公司合作，共同呈現出歐德傢俱公司風格與品牌精神。

活動名稱：從台義（大利）工業設計探尋合作商機

時間：106 年 9 月 12 日

地點：台北

1



2017 年 9 月 12 日從台義（大利）工業設計探尋合作商機論壇，會議大合照由左至右依序，中華民國工商協進會范良棟秘書長；經濟部國貿局倪克浩主任秘書；義大利工業設計協會台灣合作事務大使兼任歐洲體育用品工業聯盟研發委員會主席 Mr. Antonello Marega 教授；義大利經濟貿易文化推廣辦事處蕭國君代表；工商協進會林伯豐理事長；外交部張裕常參事；本會義大利委員會主任委員暨友嘉集團總裁朱志洋先生；本會吳立民秘書長。

2



本會義大利委員會主任委員暨友嘉集團總裁朱志洋先生致開幕詞（右三）

3



經濟部國際貿易局倪克浩主任秘書致開幕詞（站立者）

4



義大利經濟貿易文化推廣辦事處蕭國君代表致開幕詞（站立者）

5



義大利工業設計協會台灣合作事務大使兼任歐洲體育用品工業聯盟研發委員會主席 Mr. Antonello Marega 教授以「黃金三角：如何結合品牌開發、產品設計、及設計管理」為題發表專題演說

6



仁寶電腦工業股份有限公司陳禧冠資深副總經理以「台灣創新軟實力」為題發表專題演說

7



世盛國際開發股份有限公司董事長/世界體育用品工業聯盟理事暨產委會前主席以「漫談創新與發明」為題發表專題演說