

產品設計 企劃書

美產四 曹馨云



目錄

壹、目錄.....	1
貳、主題.....	2
參、設計動機.....	2
肆、設計主題.....	3
伍、設計分析.....	5
陸、設計策略.....	5

貳、主題（設計緣起）

音樂是很多人生活中每一天不可或缺的，而一個好的音響能給人更好的視聽享受，藉由音響傳遞美好的聲音。以行動藍芽音響結合串連的方式，讓好聲音不但可以帶著走，也能在家享受環繞式的音樂盛宴。

參、設計動機

一、問題與議題

- (1) 讓大家加深對於音樂品質的要求：很多人在想選擇好攜帶的音響會選擇最便宜但音質不好的音響，想藉由這個音響讓大家可以在選購音響時有更多的選擇。
- (2) 一般市售音響外型生硬：讓大家可以在音響選購時可以增加自己的想法及喜好。

二、現行狀況及處理

現在市售音響外型方正，價差懸殊大，好攜帶的小音響雖然攜帶方便價格便宜，但卻音質不好。因此這件產品是兼具好攜帶好收納，並且可以客製化的，依照個人喜好設計各種不同的顏色，又能擁有好音質的音響。

伍、設計主題

一、設計動機與理念

想打破以往生硬造型，以及想設計一款可以組合式的音響，不但可以隨身攜帶，當回到家時想要更環繞、更大聲時也能連接再一起使用，而在選購時也能以不同的需求購入理想的數量。

二、主題方向

簡約現代的主題適合擺放在不同的空間，讓音響擺在家時已可以是一件裝飾品，在帶出門時也能是時尚小配件。

三、風格與案例



陸、設計分析

SWOT 分析

S (優勢)	W (劣勢)
方便好攜帶，可組合成更大更優質的音響，能客製化不同的顏色。	客製品需要較長時間等待。
O (機會)	T (威脅)
市面上沒有其他功能相同的音響。	客製化成本較高，價格不親民。

三、市場觀察趨勢分析

販售的對象設定在 18-29 歲學生及小資族群，往往大家在購買音響時常因為價錢而去購入較低價，相對音質低的音響。但因為在定價上成本較高所以可能會減少購買意願，所以開發不同種的購買方案，以最簡單的顏色作為成本較低 cp 值高的組合式音響，在預算沒有很高時可以先購入一個基本款，等到久了之後便能客製化自己喜歡的顏色，還能帶回家與先前購買的一起使用。

柒、設計策略

一、 產品規劃： 以方便好攜帶、可組合使用，及客製化作為商品特點。

(一) 設計定位

(1) 目標族群的基本特徵 / 喜好情況

18-29 歲學生及小資族群，喜愛音樂，喜歡享受生活，喜歡充滿個性個人喜好商品的目標客群。

(2) 價格設計

最基本款式定價：NT.1050

客製化顏色定價：NT.1580

(二) 設計策略 / 方法 _ 焦點法

焦點法之應用 <small>整合歸納精簡後的設計品</small>	
對照物 (杯子蛋糕)	設計品 (音響)
事物的要素與特徵	創意主題—音響
軟綿綿的，常溫冷藏都好吃	音響質感打破以忘生硬的質感，用柔軟的材質製作外型。
很多種口味	可依個人喜好訂製特殊顏色。
客製不同的蛋糕裝飾	可依個人喜好訂製特殊顏色。
裡面加上不同的內餡	內部可以有不同的內裝設備
包裝小好攜帶	可組合也可以獨立使用
需要訂購等待製作時間，買到後心情好	因客製化所以等待時間長，讓人收到後更珍惜
從店面網路都可以買的到	可網路購買有可至門市試用選購

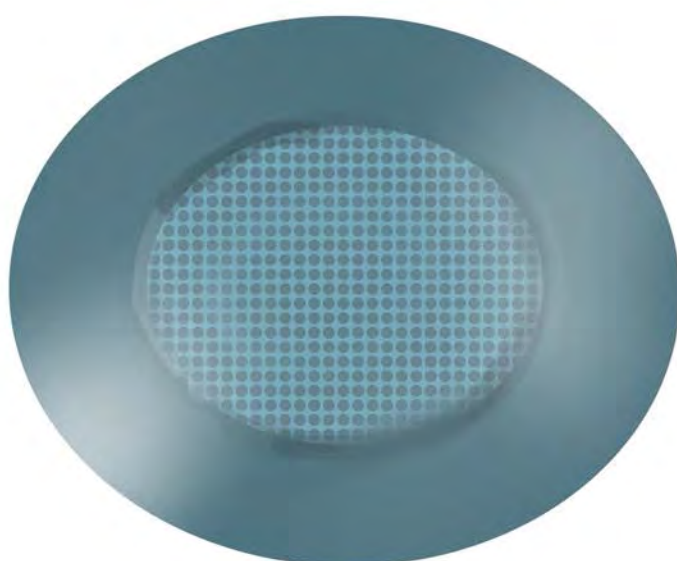
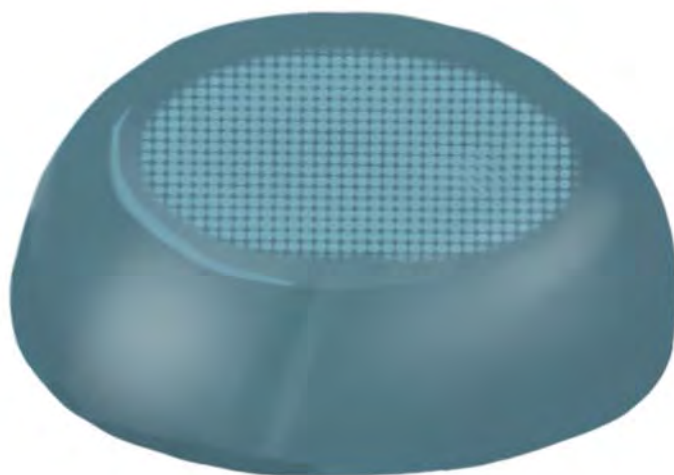


文字敘述：

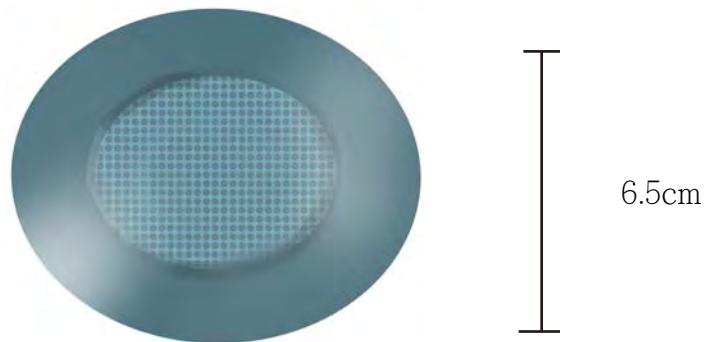
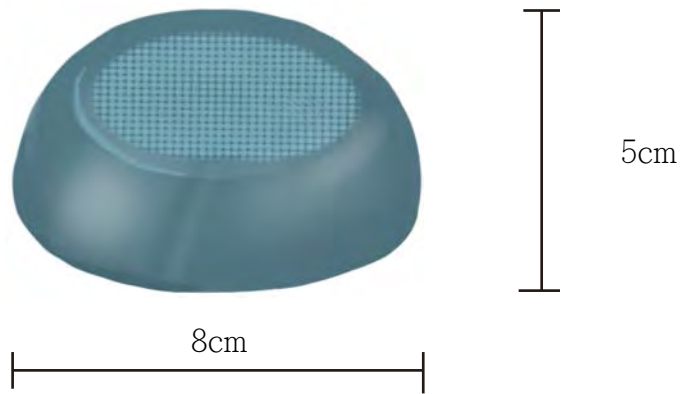
可量化購買組合使用，也可以拆開出門好攜帶獨立使用，依個人喜好客製屬於個人的專屬色。

(三) 設計作品組成成分

(1) 正視圖、俯視圖



(2) 尺寸圖



(3) 情境架構圖

攜帶式可組合音響

打破以往生硬造型，以及想設計一款可以組合式的音響，不但可以隨身攜帶，當回到家時想變更環境，更大聲時也能連接再一起使用，而在選購時也能以不同的需求購入理想的數量。

- 簡單好上手，多樣化聆聽方式
- 支援藍芽設備播放
- 客製化選擇腳，無二色調
- 提供無線連接電視播放



!