

# 當科技遇見設計 科技×人文 =美力二勢力

文 陶曉嫻 · 攝影 蔡鴻謀

2012 Dechnology 科技美學精品展

## 未來的禮物

The Gift From The Future

2012 Dechnology  
科技美學精品展

## 未來的

The

2012 Dechnology

## 科技



過往，許多企業按照自己的思維生產，並未理解消費者「真正想要」什麼；這時只要抓住消費者的感性，在產品中融入適當的工業設計，一些小小的改變，就可以大大便利生活，進而創造銷售奇蹟。

然而，技術與設計領域往往存在許多隔閡，工程師與設計師明明說同一國的語言，卻好似雞同鴨講，需要透過轉譯才能溝通，雙方要一起創造新產品，看似是一件不可能的任務。

成立於1919年，被公認為全球近代工業設計發展源頭——德國包浩斯學院（Bauhaus），主張「讓設計扛起重任」。這意味著，設計的概念並不侷限於華麗的造型，設計師的使命是要賦予產品觸動人心的內涵，和技術做最好的結合，令產品重獲新生。

當自發性的創意不斷累積，「設計美學（Design）」與「科技創意（Technology）」的結合，便成就了「科技美學設計加值（Dechnology）」。

這樣的背景下，九個法人從科技專案的研發成果中，篩選出適合商業化的技術成果，工研院也提出腳踏車幫浦、雲端教練、綠能自動定位求救浮板、智慧型紙尿褲、智慧型調壓式感測氣墊床、導光膜燈具等貼近民生的科技美學成果。

在機械美學的領域，工研院負責執行「機械產業科技美學加值計畫」，讓諸多與廠商攜手的力作成功問世，例如更重視人體工學的樓梯升降椅、貼心服務的桿弟機器人、美感升級的電動拖板車、擺脫笨重的射出成型機等，都是因「美力」而「創利」的示範。

有了研發專長的技術團隊後，徵求具有工業設計專長的美學設計團隊，對科技新產品開發與營運規劃的商業團隊，讓產品的功能、意涵與行銷方式同步創新。

跨界合作中，透過雛型打造、應用創意設計、申請設計專利等方法，讓科技研發跳脫框架，藉由美感加值，更貼近使用者與產業，進一步落實製造業服務化、服務業科技化、國際化，及傳統產業特色化等「三業四化」的願景，讓「製造台灣」往「設計台灣」大步邁進。

