

## 唐果 tango



清晨，espresso 的香醇喚醒夢中的人兒，院前耀眼的寶藍是 Volkswagen 等待出發的神采，在巷弄中的 sushi 店和三五好友共進美味午餐，周末愉悅的 golf 競賽成就了商場上的共識，在陽光傾瀉的午後，讓 Mozart 的樂章溢滿每個角落，慵懶的身軀斜躺在那 William Morris 的床單上…。生活中我們拼命追求的美感品味，卻與東方數千年的古典風情漸行漸遠。

具有臺灣古典風情特色的鶯歌，在工業時代的洪流中，清輝窯業在此面對傳統工藝陶瓷的削價競爭，轉型發展工業陶瓷，然而，大環境的變遷，以價格競爭為主的 OEM 產業終究存在著被取代的隱憂。遙想過去傳統文化之美，渴望走向 ODM(設計)與 OBM(品牌)的未來，清輝希冀能復興臺灣自有文化，創造出感動人心，被永恆記憶的文化產物，並期許提升國人對自我文化的醒覺。

早在代工產業中奠定根基的清輝窯業，希望開闢出產品與品牌的嶄新道路。因此，結合本團隊在東方古典文化造形上的豐富資料庫與研究背景，對品牌形象整合的經驗優勢，將東方古典文化造形與工業陶瓷融會，創造出獨具生活品味的燈飾品牌—「唐果」。

「唐果」就是在這樣的背景下誕生，而產品設計與品牌創立皆為唐果發展的重點。產品與品牌的關係是密不可分的，優異的產品才能有力的建立品牌，而品牌的存在，則使產品的價值得以延續，不易取代和弱化，兩者是互利互存相輔相成。縱使品牌建立需要長久的經



營，成效收益也非立竿見影，然而，文化的傳承本非易事，需要長期的堅持與經營才能成就，文化也才更顯其可貴。本著如斯精神，清輝堅持了「唐果」的創立，走向充滿活力且具革命性挑戰的文化產業。



### 品牌概念

沉封已久的東方典雅  
在科技與創意的交會中再現風華  
眼前盡是紋樣拼組交織的雅緻  
綻放一片光輝的花園

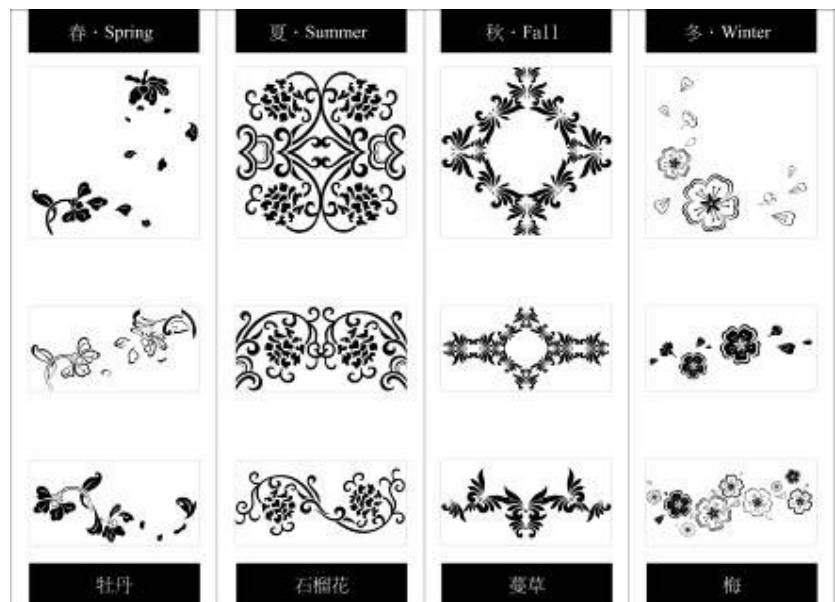
### 品牌識別標語 Slogan

拼組現代桃花源 映照古典的光輝

### 唐果產品說明

當顛覆了人工雕刻的數位化陶瓷雕刻技術，結合了古典東方紋樣，連結了自由拼組的模式、色彩繽紛的 LED 照明，即成為了唐果的趣味商品。

第一階段唐果以不會被時空場合限制並且有無限延伸特性的植物紋樣為開發主軸，推出春 (Spring)、夏 (Summer)、秋 (Fall)、冬 (Winter) 四個系列。並根據此四系列各開發三種造型樣式產品，共有十二項商品。此四個系列分別為牡丹、石榴花、蔓草、梅花，依序為其代表。





### 參賽心得:

這是一場讓我們不斷自我要求的創業歷程，我們經歷了無數的討論與爭辯，每一個人各司其職的負責以及全力的衝刺和努力，有錯誤就修正，失敗了就再重新來過，就如同真正在模擬創業一樣，努力的在挫折中建立和成長。

在階段性比賽得過程中，面對每一位評審的建議，以及老師們的熱心指導，我們都很認真的思考，從各種角度和可能性去評估，當然，過程中也難免會有挫敗以及想放棄的時刻，也發生過溝通上的問題，然而，這就是社會的結構，很感謝這個比賽讓我們體會到社會的真實面，也讓我們了解每一個人都是獨立的個體，在彼此的磨合中，我們學會了妥協與堅持的平衡點，讓我們更了解自己，也了解我們彼此的差異；讓我們知道創業的艱辛，但也更堅定了我們想創業的決心，更感謝廠商—清輝窯業的全力支持及對唐果的熱情相挺。

我們是唐果，在未來，我們絕對要讓眾人體會到唐果的甜美滋味！