



經營自有品牌5年有成

唯光科技 混血勢力征服蘋果迷

小型企業規模的唯光科技在2007年專注自有品牌，經營蘋果電腦周邊配件業績卓越。在主打「Just Mobile」品牌後，產品設計獲得高達60多座國際獎項的肯定，堪稱是中小型企業進軍國際舞台的最佳範本。

◎撰文／林裕洋 攝影／蔡世豪 圖片提供／唯光科技

近幾年來在iPhone、iPad狂銷下，蘋果電腦順利跳脫過去經營不善的窘境，連續數年創下獲利新高，還打敗微軟、IBM等傳統科技大老，成為全球市值最高的科技公司。以蘋果電腦最近公布的銷售數字為例，光是2012年第一季iPhone就銷售高達3,510

萬支，較前一年成長88%；iPad則銷售1,180萬台，是去年同期的2倍，單季營收高達362億美元。

iPhone、iPad熱賣不但讓蘋果股價屢創新高，背後所隱藏的商機遠超過表面數字，不僅帶動台灣零組件供應商的蓬勃發展，也加速推動全球產業朝雲端運

算的目標邁進。尤其在每年美國拉斯維加斯的「國際消費電子展」（International Consumer Electronics Show, CES）上，還有許多廠商展示專為iPhone、iPad，以及其他蘋果電腦產品量身打造的專屬周邊商品，顯見其背後所隱藏商機相當驚人。

在眾多生產蘋果電腦相關周邊的品牌中，由台灣與德國合資的唯光科技，不但成功以「Just Mobile」品牌在國際間打響名號，尤其主打高品質、鎖定中高階市場，將產品定位為時尚精品的策略相當成功，成為少數能夠進駐蘋果直銷零售店的周邊品牌之一。

誕生 台德合作瞄準歐洲市場

唯光科技創辦人暨總經理德籍Nils Gustafsson表示：「其實在2005年時，市場上還是以PDA產品為主流，當時我想要從亞洲引進相關周邊產品到歐洲販售，雖然中國是全球最大的零配件生產地，但由於供應商提供的品質並不穩定，所以與另一位台灣創辦人黃趙光討論之後，決定合資創立唯光科技，由台灣就近控管產品品質。」隨著產品知名度漸漸打開之後，也開始承接來自不同地區的OEM訂單。

儘管OEM訂單帶來不錯的利潤，但是長期以來產品品牌定位的問題，一直困擾著唯光科技，加上iPhone、GPhone等智慧型手機大量問世後，導致傳統PDA配件市場需求快速減少，因此唯光科技不得不開始重新思考企業未來發展的方向。

轉型 發展智慧型手機配件

「發展OEM業務的過程中，往往會面臨來自客戶的訂單壓

力，以及供應商品質不佳的問題。」同為唯光科技創辦人暨總經理黃趙光指出：「尤其當供應商品質遲遲無法提升，以及產品品項無法增加的雙重壓力之下，對公司營運有很大的影響。我們全力發展自有品牌的道路，重新以品質獲得客戶的認同，奠定企業未來長久經營的基礎。」

由於Nils Gustafsson、黃趙光本身就是蘋果商品的愛用者，加上看到iPhone手機引爆全球消費者的搶購熱潮，所以在一番討論之後，決定投入iPhone周邊配件領域，並且以蘋果愛好者講究設計、質感、凸顯個人化的特點為訴求，開始規畫一系列相關的周邊商品。

以往在經營PDA配件過程中，經常面臨商品同質性過高，

以至於造成產品行銷不易，甚至於低價競爭的窘境。

因此唯光科技決定捨棄競爭激烈，產品利潤低、又沒有特殊性的電池、充電器、保護套等產品，反而從蘋果使用者的角度思考，開始規畫一系列主打美感的周邊商品，並且讓各產品間可以互相搭配使用，進而營造出其他品牌缺乏的家族系列商品。

產品 美型外觀、質感傲人

在擬定公司發展策略之後，唯光科技首款推出的產品，就是全球第一款專為iPhone 打造的支架——「Xtand」，以簡單造型、鋁質材質為訴求，還提供可水平或垂直旋轉的功能。

從外觀上看起來，Xtand似乎是專為門市展示中心設計的商



Just Mobile蘋果電腦週邊美型商品，精緻又吸睛。
上：Drawer 液晶螢幕支撐架
左：Lazy Couch 可攜式筆記型電腦散熱墊
下：Slide iPad 組合式活動鋁質置放架

唯光科技創辦人暨總經理 Nils Gustafsson

設計應從使用者的角度切入，以方便、簡單且實用為訴求，而且在外型設計中加入豐富且多樣化的討喜元素，讓人愛不釋手，這正是唯光科技平價奢華的設計理念。



品，但是帶領唯光科技設計團隊的黃趙光、Nils Gustafsson，深深了解蘋果愛用者喜歡把蘋果商品陳列出來，以吸引其他人目光的習性，所以才推出專為iPhone 打造的支架。

黃趙光解釋：「其實我們為了維持周邊配件與蘋果商品一致的質感，所以選用了成本極高的鋁質材質，更強化蘋果愛好者最注重的質感，所以在蘋果產品評比網站『iLounge』中，得到編輯群的極高評價。」

尤其Xtand在進駐蘋果商品專賣店後，憑藉著極佳的外觀與質感，迅速擄獲蘋果迷的心，並且造成搶購風潮。有鑑於此，唯光科技後續更針對蘋果筆記型電腦MacBook推出專用的「Xtand Pro」支架，同樣在零售市場上獲得消費者極佳的肯定，也一舉打響了「Just Mobile」的名號。

儘管初次推出Xtand支架，

便獲得消費市場極大的肯定，但是黃趙光深知要與來自其他國家的周邊品牌競爭，必須要在產品研發過程中，融入更多國際性元素。所以在2008年參加北歐設計產業參訪團，希望藉由與國際團隊交流的方式，進一步提升唯光科技的設計水準。

國際 與丹麥設計團隊合作

在丹麥參訪當地品牌——「Eva Solo」的過程中，發現「Tools Design」為該品牌設計的廚房用具，不但跳脫傳統餐具的設計思維，更兼具實用性與美感。其設計思維，恰好與唯光科技的平價奢華概念相當契合，當下便興起邀請對方合作的念頭，可惜迫於參訪時間有限，無法繼續深談而作罷。

所幸在3年前，唯光科技帶著Xtand產品到歐洲拓展新通路時，儘管Tools Design對蘋果周邊產品

並不熟悉，但認同唯光的設計理念，願意嘗試不同領域的產品設計，合作之路於是展開。

果不其然，Tools Design在2010年設計的觸控筆「Alu Pen」，上市短短不到3個月的時間，全球便狂賣超過10萬支，成為Just Mobile的明星商品之一，甚至還一度發生供不應求的狀況。該款AluPen是以小時候使用的六角鉛筆為靈感，搭配全鋁質材與軟性橡膠筆尖，以方便在iPad上書寫或畫畫。尤其設計團隊考量到實際使用過程的握感，精心打造出獨特的粗短外型，藉此不僅能彰顯蘋果迷的品味，同時擁有親切與討喜的外觀。

訴求 以高品質擺脫山寨品

只不過AluPen與Alupad的大賣，也引起中國大陸山寨公司的注意，讓Just Mobile首度面臨仿製品低價競爭的挑戰。唯光科技除

了加強外盒包裝與標示，避免消費者購買到品質低劣的山寨商品之外，也積極與當地律師合作，透過法律途徑來捍衛公司權益。而當初以高品質為訴求，堅持在台灣生產的策略，正好成為擺脫低價山寨商品競爭最佳的法寶。

黃趙光表示：「要以鋁合金為材料製造各式商品，需要相當雄厚的工業基礎與豐富的經驗為後盾。在台灣中部有許多從事精密機械的廠商，正好符合我們對高品質的要求，加上有地利優勢，自然不需要遠渡重洋到中國大陸尋找合作夥伴。」

以AluPen觸控筆為例，光是要達到媲美MacBook Air表面拋光的技術，就難倒眾多傳統機械工廠，也讓唯光科技花了許多時間，才跨入量產的供貨階段。

有台灣廠商優異的製造技術為後盾，2011年Tools Design為唯光科技設計的iPad鋁製置放架——「Slide」，更在德國Red Dot設計大賽中，擊敗四千多名參賽者，奪下僅有59個名額的「Best of Best」獎項，堪稱是台灣工藝與丹麥創意合作的完美結合。

肯定 國際設計大獎加持

儘管有愈來愈多來自台灣的自有品牌躍上國際舞台，如早期的Acer，以及近兩年竄起的HTC、Asus等，皆屬大型企業，擁有豐厚的行銷預算。而小型企業規模

的唯光科技，在2007年專注自有品牌，經營蘋果周邊配件，並且主打Just Mobile品牌後，陸續上市的多項產品，已獲得高達60多座國際獎項的紀錄，堪稱是中小型企業進軍國際舞台的最佳範本。

Nils Gustafsson表示：「企業要進軍國際，要考量非常多的環節，包含行銷策略、產品設計方向、銷售通路等，就好像要製造一輛能夠行駛的汽車，必須要擁有輪胎、引擎、車體等重要元件，才能夠順利運作的道理一樣。」而且積極參與各種國際設計展的策略，不但對拓展通路有極大的幫助，也能為唯光科技打響國際知名度。

在發展自有品牌的過程中，黃趙光認為台灣其實擁有相當優秀的設計人才，但部分卻缺乏國

際觀，設計的商品多半只能在兩岸三地販售。「唯光科技在台灣與德國都有設計團隊，經常相互交流與合作。」黃趙光認為，台灣企業若要進軍國際舞台，必須培養更廣泛的國際視野。

隨著蘋果電腦即將在2012下半年發表一系列新產品，唯光科技除積極規畫一系列新商品外，也積極與更多國外設計團隊接觸，希望透過跨界合作的方式，持續創造令人驚豔的商品。■



唯光科技小檔案

成立時間：2005年

創辦人：黃趙光、Nils Gustafsson

員工數：40人

營業項目：蘋果電腦周邊配件

重要發展與表現：

2007年 轉型以蘋果電腦周邊配件商品為主，推出首款商品Xtand

2009年 在蘋果產品評比網站「iLounge」的MacWorld TOP 20的選拔中，囊括3項產品。並榮獲德國iF設計大獎、台北國際電腦展創新設計獎

2010年 於美國CES展Best of Show、德國紅點（Red Dot）設計大獎、德國iF設計大獎、台北國際電腦展創新設計獎、德國官方 Focus Open設計大獎暨Plus X Award Best of 2010雙料冠軍

2011年 獲頒德國Red Dot Best of the Best 2011、芝加哥建築設計博物館 Good Design設計獎、日本優良設計GOOD DESIGN（G Mark大賞）

2012年 德國iF設計大獎、芝加哥建築設計博物館Good Design設計大獎、MoMA美國現代藝術館指定銷售商品