

目前台灣眼鏡業在大陸投資設廠逾100家，且都頗具經營規模。以廈門地區為例，前10大眼鏡廠幾乎都由台商囊括，平均每家每年產值約700~800萬美元，第一名的業者，年產值更高達3,000萬美元，而累計各家廠商產值達3億美元。(李均 2004)

我國太陽眼鏡產業市場在中國大陸以龐大人海戰術投入眼鏡戰場後，削價競爭打壞了眼鏡市場行情，已不能由價格取得優勢。企業亟需轉型朝向自有品牌研發，並積極開發藍海市場，鎖定未來醫療生技保健、運動休閒等明星產業，以創新行銷的模式，延續企業的價值與產品的生命。

自創品牌契機

王董堅信一個公司有自己的品牌才能確定其公司的生存意義：「一個產品沒有品牌，就像一個人沒有靈魂。每一個品牌都有其獨創性，能讓顧客了解到這項產品是代表著這間公司的。看到產品就想到該公司，看到該公司也就想到該產品，這就是品牌帶給人們最大的意義所在，就好像一個人的名字就代表著一個人的特性，每個人都是與眾不同的，每項產品與品牌亦是如此。」

光華管理個案收錄庫 (KMCC)

品牌的創始與發展

斌視公司多年來與韓國著名的光學公司 Nuvclim Optics Inc 跨國技術合作，研發生產新生代多功能太陽眼鏡，並在 2004 年獲得在台獨家專利權，為斌視公司重要之智慧財產。王董事長說：「我不想只做一流的鏡片，做的再好頂多也只是個專業代工廠，我要讓消費者知道台灣也有能力做世界級的眼鏡。」

個案試閱版

<http://www.kmcc.org.tw>

品牌命名和精神

請勿摘錄已用

Photoply®

圖 1：斌視 Photoply 品牌 Logo

Photo 英文字面解釋即為光學的意思，而 Ply 則是希臘文玩家之意。以 Photoply 為品牌命名，意即象徵著斌視將以其光學專業，操弄光影與視線，保障眼睛健康、減少視覺上可能產生的不利干擾，以便各個領域的消費者因 Photoply 而受惠，輕鬆駕馭視覺，創造無人比擬的新境界。

品牌特色與風格

Photoply 的產品特色包含以下：

拆裝好便利

Photoply 太陽眼鏡，可依不同場合需要，快速拆換不同鏡片。產品的另一創新，可夾帽式設計只需將鏡框扣在帽沿上，不但為眼睛做了萬全防護，更是讓眼鏡族馬上就能化身為運動型男或型女。