



最優質的光源

健康
護膚
護眼
接近自然光



最經濟的成本

壽命長
效率高
電費省
成本省
人力省



最專業的服務

專業的設計團隊
整體的節能規劃
頂尖的研發團隊



最環保的方案

減少廢棄物
降低環境污染
低溫節能又減碳
材料環保可回收

T1 照明科技股份有限公司

<http://www.t1light.com/>

T1LIGHT

T1 照明科技股份有限公司主要從事於照明產品的研發與行銷，擁有完整的研發團隊，結合世界級的 CCFL 台灣製造廠，以「節能、環保」為宗旨，研發出新世代的照明產品並擁有多項的專利，期能在全球齊聲呼籲「節能減碳」的當下貢獻一份心力，也為企業立下一個永續經營的願景。

T1 照明科技股份有限公司

T1LIGHT

公司簡介

T1 照明科技公司創新研發之獨家專利設計 - 「燈管安定器及燈管模組化設計」，可保有原燈具，僅置換電源及燈管，以最低的成本，即可輕鬆擁有冷陰極管(CCFL)燈具的優點，包括優質的光源、照度提升 20%以上、較 T8 省電 45%、壽命長達 5 萬小時以上，並獲國家發明創作獎金牌的肯定。

T1 照明科技公司 CCFL 產品擁有最接近自然光源的品質、高演色性、不含紫外光，無論在照度、輕量化、壽命、節能、減碳與環保議題的表現上，都遙遙領先傳統燈具及 LED 燈具，其專利設計，可快速替代傳統燈管並保留原燈具，降低更換燈具成本，並且組件(安定器及燈管)可分別更換，大幅減少維修成本。

CCFL 產品具有低耗能的特性，用電節省 80%以上，超高頻 4.5 至 5 萬赫茲，不閃爍，低溫不發燙，冷房用電節省 10%以上，低光衰的特性，使用 3 萬小時以上亮度仍不衰減，且可耐開關 10 萬次以上，此外，獨特的 360 度發光角度以及反光設計，讓每瓦照度遠高於 LED 及傳統 T8、T5 之照度。

2010/01 月

公司成立

2010/07 月

取得第一張台灣 CCFL 產品新型專利

2010/10 月

取得第一張大陸 CCFL 產品專利

2010/12 月

取得第一張日本 CCFL 產品專利

2011/07 月

取得日本 PSE 產品認證

2011/07 月

取得歐洲 CE 產品認證

2011/08 月

取得美國 FCC 產品認證

2011/12 月

取得美國 UL 產品認證

2012/07 月

入圍台灣國家創作發明獎

2012/08 月

榮獲台灣國家創作發明獎金牌

2012/12 月

取得台灣節能標章產品認證



產品簡介

CCFL (Cold Cathode Fluorescent Lamp) 即冷陰極管，因非物體發熱產生光源的原理，具有壽命長、低耗能、不發燙、高光效、不閃爍、演色性佳等基本特性，所以被廣泛應用於液晶顯示器的背光模組上。為響應節能減碳需求，已擴大應用至照明燈具，且 CCFL 的產品特性比 LED 更經濟也更適合使用於室內照明。

1 壽命長
使用壽命可達5萬小時以上

6 環保
使用可回收回態汞
螢光粉用量減少30%

2 高亮度
照度提升20%以上

7 低光衰
使用3萬小時以上
亮度不衰退

3 低耗能
用電節省80%以上

8 極低UV
可阻隔UV達99.9%

4 保護眼睛
超高頻4.5~5萬赫茲
不閃爍

9 耐點滅
可耐開關10萬次以上

5 低溫不發燙
冷房用電節省10%以上

10 演色性高
色彩不失真
可達85Ra以上

產品特色：

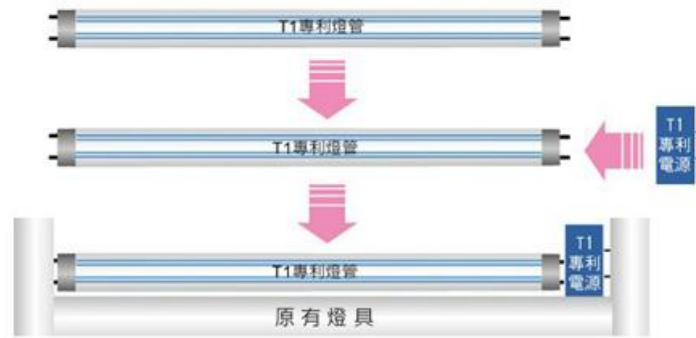
1.燈管模組化

- ✓ 以傳統燈管或燈泡外形包裝，不須專業人員，即可自行置換燈管或燈泡。
- ✓ 燈管或燈泡取放及儲存容易，運送安全不易破碎。
- ✓ 燈管或燈泡可置入一般燈具，不須耗費成本開發專屬燈具。
- ✓ 建物不必因更換燈具而須施工整修。



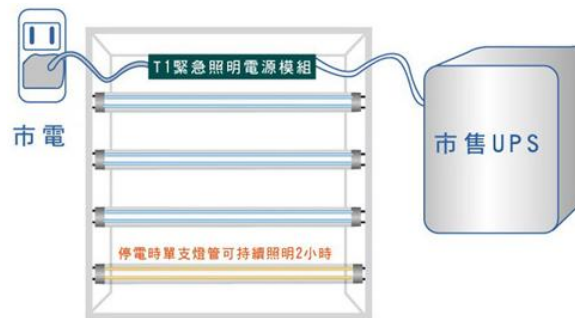
2.電源外置模組化

- ✓ 更換燈管或電源時不須兩者同時丟棄。
- ✓ 燈管可維持 360°發光，不被電源遮蔽。



3. 備用電源功能

- ✓ 全系列燈具可加裝緊急照明功能，可持續供電 2 小時。
- ✓ 無須加裝緊急照明燈具，降低成本。



4. 電源效率高

- ✓ 不同於傳統 LCD Inverter 設計，減少電源轉換損失。
- ✓ 具有保護迴路，可供應多支燈管使用，確保安全。
- ✓ 無側板電源設計，成本低，使用安全。



輔導內容

CCFL 為新世代綠色照明之一，然而其知名度相較於 LED 低上非常多，尤其一般消費者根本沒聽過，因此如何讓大眾能夠認識這個產品是當前最重要的課題。產品本身目前已趨於穩定，產品實績也已經在世界各地運作(如 Hitachi、pwc、家樂福等)，不過固定的通路管道目前仍缺乏，仍待仰賴後續的口碑發酵，因而更需要提供適當的採購洽談會資訊、商機資訊等。而在經濟部「推動綠色貿易方案」的輔導之下，協助了 T1 照明公司先進行客製化行銷輔導診斷，供企業自我檢視，並完成了以下輔導項目：

客製化行銷諮詢

➤ 缺乏品牌識別概念

T1 照明公司在品牌識別 logo 與輔宣物(與客戶的接觸點)上呈現缺少照明產業特性，logo 「T」辨識度較低(於簡介上呈現如 I1)，另一方面，T1 照明在命名中，T1 比較像是照明技術或系列產品名稱，呈現上與專業照明品牌/企業有些許落差。

➤ 市場未成熟

目前台灣 CCFL 冷陰極管消費性照明市場尚未成熟，不易清楚看見/明白消費者的喜好面，T1 照明雖然產品技術面已有專利佈局，但必須等整體市場成熟後再推展及行銷。

➤ 缺乏專業行銷工具

T1 照明缺乏專業行銷工具、現有產品服務的介紹、宣傳 DM 等視覺表現與完整度不足，無法清楚傳達此項服務的價值與實際效益，並且缺乏品牌形象發展，客戶無法得到品牌/產品信賴度。

➤ 欠缺品牌發展藍圖

T1 照明欠缺品牌發展藍圖與完整長期產品開發規劃，缺乏以「品牌」觀點發展產品的概念，需賦予產品/文宣物一致的品牌調性及特色，例如具有識別性的材質、散熱度及產品功能等，以延伸客戶對品牌的印象及信賴。

➤ 產品獨特性未能突出

市場上許多公家機構已有類似中央電子系統化及市售的 T5 產品，在產品優勢與獨特性(極低 UV、延長燈泡壽命、健康產品等)需強化。

執行改善建議

➤ **產品競爭力提升：**

1. 外觀：產品目前仍有完整度、精緻度不足的疑慮，在感測器與安定器的設計與組合方式可能需由專業產品設計指導改善。
2. 測試：目前可以“擴展實體 show room”的手法，在學校等公家機關大量示範實行，並獲得意見回饋，改進產品，以實際案例提昇未來推廣時客戶信賴度。

➤ **品牌建立：**

- 1.命名：由於“ T1 照明”帶給客戶/消費者的第一直覺偏向於產品型號或專業技術名稱，其辨識度與記憶性較低，因此未來可以規劃品牌重新命名計劃，提升品牌識別度與知名度建立。
2. 企業形象定位：需將企業的獨特性與優勢作清楚的定位，例如將品牌在 CCFL 冷陰極管照明的專業、著重健康(阻隔 UV)議題、節能的綠色貢獻以利後續品牌形象的發展與推廣。
- 3.CIS 識別設計及規範：重新進行 CI 識別元素的設計及規範，包含印刷字體、標準組合、企業標準色系，並發展輔助圖像，提高品牌在國內外市場上的識別度與競爭力。
4. 應用系統規範：建立清楚的品牌規範，以一致的視覺表現與企業形象應用於品牌對外的所有接觸點，例如名片、基本文書信件、產品包裝、運送紙箱等，作為一系列品牌力量與識別的延伸。

➤ **目標客群與市場定義：**

- 組織機構：學校、醫院的照明，如走廊、廁所、圖書館等。
- 大型企業：外商或國際級企業對於環保意識較為重視，可藉由投入綠色建築達到互利、共同提昇品牌形象，可發展性較高。
- 建商、土木、工程單位：可瞄準未動土的大型建案、預售屋、管委會、或其他可能參與照明施工之單位進行推廣。
- 公共空間照明：如停車場、騎樓、候車亭等
- 商業空間照明：如商店櫥窗、餐廳庭院景觀等

➤ **行銷工具建立：**

- 品牌簡介：品牌簡介與產品DM須有清楚區隔，企業簡介部份建議以視覺、圖像化將綠色形象與專業照明的個性圖顯，不須導入過多產品技術訊息，清楚的將企業理念傳達。

- 宣傳物：將複雜的省電效能、場域坪數與回收成本、時間轉換為簡單算式，將「實際效益」清楚讓客戶了解，並藉由專業的視覺設計，準確的傳達產品特色(例如以綠色、抗 UV、護眼睛等情境做為廣告主題)，提高客戶對品牌的整體信賴度。
- 安裝說明：安裝方式的容易度與整體流程對於客戶是相當重要的疑慮與考量，因此迫切需要標準化、系統化的模組。
- 建立案例：將案例詳細的紀錄(例如客戶名稱、地點、所需器材、施工過程、成效展示、客戶意見回饋)，將口碑具象化，強化未來客戶對產品之信心，協助業務推廣。
- 網頁：網站是讓世界認識企業的大門，更是建立形象的最佳平台。因此在網站的整體視覺與色彩上，需呼應品牌形象，並強化與同業間的差異性為主要訴求。
- 展場：以參加展場活動的方式來推銷及展示商品，以增加曝光度。在展場內也將會有不同層次的消費者/客戶，以此方式強化未來客戶對產品的信賴感，並拓展海外參展機會，增加國外市場訂單。

輔導成果

在經濟部「推動綠色貿易方案」的輔導之下，本專案辦公室今年總計協助 T1 照明公司產出 **1 份行銷輔導建議報告**，希望能提升企業及其產品的競爭力。而除了協助 T1 照明公司之綠色整合行銷改善，未來預計還有 **1 個會展**，可提供 T1 照明公司產品作為行銷露出與潛在客戶媒合之管道。而在今年度的成果發表會，估計也替 T1 照明公司帶來約 **300 人次**以上的買主詢問機會。

企業曝光管道：

- ➡ 會展行銷：綠色貿易成果發表會。

