

公司小檔案

- ⊙ 成立日期：80年08月08日
- ⊙ 負責人：何明勇
- ⊙ 資本額：5,000千元
- ⊙ 員工人數：42人
- ⊙ 經營理念：
 - (1) 延長生產者的責任，生產時即使用可回收的材質，降低對環境污染，善用技術優勢，達到垃圾資源化的目的。
 - (2) 持續改善製程，降低能源耗用；推動工業廢棄物封閉循環理念，減低工業發展對自然生態造成的衝擊。
- ⊙ 技轉單位：無

計畫緣起

1. 動機：環境需求

- (1) 流行是一種集體的現象，消費者藉由消費展示其獨特性。
- (2) 在變動迅速的時代，人的消費行為不再是一成不變，而個人化商品可在同規格的產品中擁有與他人不同的差異性。
- (3) 安全性鞋帶的需求，可以避免很多不必要的傷害發生。

2. 目的：

除了擁有專屬技術、產品知識與材料應用能力之外，為了提供消費者生活風格的產品，必須藉由設計安全性高，再進一步做產品外觀設計，訴求新穎變化多的產品，才能成為最終品牌經營的基礎。

新產品簡介

本計畫為安全之鞋帶新設計，藉由撓性片(鞋帶)之通孔，卡擊於鞋面之扣子，能將撓性片(鞋帶)卡擊於鞋面，同時具有鞋帶之繫合功能，可方便使用者快速更換撓性片(鞋帶)，並能時常變化鞋帶之排列方式，新穎簡易實用性高。



計畫創新重點

1. 開發內容

- (1) 鞋帶片：撓性片狀，伸縮彈性，兩端開有套孔，套孔一側開設切槽，拉伸時可撐開。
- (2) 凸釘：金屬材質，頭段形成圓弧狀，頭段向下漸縮有頸段。
- (3) 使用時，將凸釘套入鞋面之通孔並使頭段凸伸於鞋面，定位柱與鞋面間留有間隙，可將鞋帶片套入做為鞋帶使用。
- (4) 使用時，將鞋帶片一端套入定位柱，使鞋帶片剛好套設於鞋面與定位柱之間隙內，藉由切槽之拉伸彈性，將鞋帶片之另一端的套孔拉伸至對應端的定位柱，使套孔輕易套入定位柱，形成鞋帶之功能。

2. 創新重點

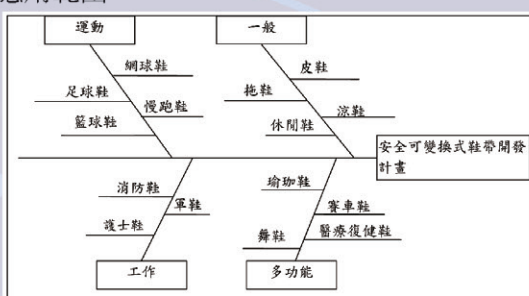
撓性片(鞋帶)之通孔配合鞋面扣子之定位方式相當簡易，可方便使用者快速更換撓性片(鞋帶)，並能時常變化鞋帶之排列方式。撓性片(鞋帶)通孔及鞋面扣子為左右對應，形成平行排列之方式，如同鞋帶之效果，同時藉由撓性片(鞋帶)之更換長度，能適用於不同腳形及鬆緊度，提升穿戴之舒適度。

3. 競爭優勢

- (1) 目前市場尚無相關商品，安全、簡單、方便、具時尚客製化的鞋帶，下游廠商及使用者接受度極高。
- (2) 本公司已有研發製造經驗 20 年，無論在製造、行銷上均具有規模，同業及潛在競爭者進入門檻高；且本計畫具有專利保護，同業惡性競爭之機會不大。



4. 應用範圍



技術衍生於其他產品，例如：雨衣、雨鞋、皮帶、手提袋、皮包、行李箱、衣服鈕扣、帽子...等。

研發成果及衍生效益

1. 「安全創新鞋帶」，可以為客戶創造更高之附加價值及利潤，加強技術服務以進一步提高市場佔有率。
2. 對國內外製鞋業提供多一份的競爭優勢，並可增加全球銷售據點，並透過國際展覽介紹公司優質的新產品，尋求新的合作夥伴，提供客戶各項產品資訊的詢問與服務。
3. 本計畫是橡膠發泡技術發展的延續性產品，在已具有的功能上再創新及改良。

| 年度 | 預估成長率 | 預估營業額 | 評估基準 | 配合措施 |
|-----|-------|--|---|--|
| 101 | 初期 | 2,000 萬元 | ①搶佔傳統鞋帶市場。 ②第一年銷售約 20 萬組。 100 元/組(20 萬組=2,000 萬元) | ①現有通路行銷。 ②參與相關技術的研討會介紹產品給新客戶。 ③新增設備 330 萬元 |
| | | 1.計算方式：台灣人口約 2,300 萬人，據統計每人約 7 雙鞋，有關之鞋型約 3 雙，共約 6,900 萬雙，市佔率千分之 3 為初期推廣計算，約 20 萬組。100 元/組(20 萬組=2,000 萬元) 2.外銷利益另外估計(申請國外專利中) | | |
| 102 | 30% | 2,600 萬元 | 市場擴展到國外，加強行銷。 | ①擴廠，由原料→成品出貨，一貫作業節省成本。 ②增加國外代理商以配合國外行銷。 |
| 103 | 30% | 3,380 萬元 | 一貫作業生產，製程改善。 | 與國外廠商合作，推廣行銷、展覽 |

專案執行重要心得

本計畫的研發，對台灣製鞋產業具有革命性的創新，未來擴展到全世界，提升台灣鞋業技術在國際間的競爭力。