

悅力國際有限公司

中國古銅鎖之元素導入服飾袋包設計計畫



公司小檔案

成立日期：民國 102 年 4 月 23 日
 (註)公司前身為「悅力國際精品」，統編 26221372，創立於 100 年 1 月 5 日，因公司增資，且改變公司主體，由商號改至公司，所以新成立「悅力國際有限公司」。

負責人：李佳慧

資本額：2800(千元)

員工人數：3 人

經營理念：

VIVACITA 是一個獨立品牌，由台灣設計師張嘉仁創立。設計師張嘉仁以在台灣的「工業設計」背景，到義大利 Istituto Marangoni 的 Fashion Design 進修。他發現「服裝設計」跟「工業設計」比起來，更貼近每個人的日常生活。相同的服飾，不同的人能給與它不同的生命及詮釋。回台灣後，於服飾業工作多年後，創立服裝品牌 VIVACITA。

本案合作之技轉單位：

履爵設計有限公司

悅進國際有限公司

麒開設計商行

計畫緣起

- 一、我們認為一個服裝設計品牌，若要長久持續就必須有品牌的獨特性，除了時尚的版型設計外，應該再結合一個國家特有的優勢，去創造設計的獨特性。
- 二、創作將東方元素帶入作品中，希望可以在創造品牌獨特性後，創造更高的產品附加價值。

新產品簡介

我們希望將古鎖的文化元素及意涵，帶入時尚服飾及袋包一系列的設計之中，以中國典雅風呈現作品風格，擷取古鎖的造型元素，融入現代圖騰的造型結構，取中國古銅鎖的外型特徵來作為設計發想，轉化為現代時裝設計：



結合古中國吉祥物外型結合刻蝕元素

計畫創新重點

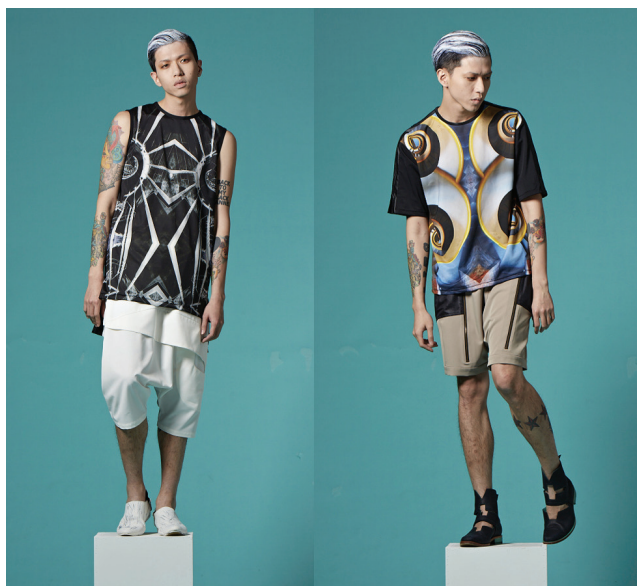
- 一、本計劃產品是將「中國古銅鎖」的文化意涵為「服飾及袋包設計商品」的設計主軸，運用中國古銅鎖的歷史、材質、造型、涵義、機關設計，轉化為服飾袋包的設計元素。
- 二、版型及印花的設計匯入「中國古銅鎖」的文化意象，不但具備傳統美感，更具不退流行的時尚感。

研發成果及衍生效益

關鍵績效指標 (KPI)		產生效益值	說明 (計算公式)
國外展覽接單	申請 2014 年初參加美國 Coterie/ 法國 TRANOI 的參展	參展申請 / 覆審 / 展會邀請函	申請時間： 2013/10/1 - 2013/11/30
市場效益	服飾營業額提升 (2014 年將帶本計畫生產之服飾袋包新產品參加美國 Coterie/ 法國 TRANOI)	120 萬元	(10 款 * 5 件 * 平均利潤 1000 元 * 前 6 個月) + (10 款 * 10 件 * 平均利潤 1500 元 * 後 6 個月) 以實施後一年為期。(註) 前 6 個月平均利潤較低是因為為海外批發買斷價格，後 6 個月為寄售零售通路價格
	袋包營業額提升 (2014 年將帶本計畫生產之服飾袋包新產品參加美國 Coterie/ 法國 TRANOI)	34.2 萬元	(6 款 * 2 件 * 平均利潤 1000 元 * 前 6 個月) + (6 款 * 5 件 * 平均利潤 1500 元 * 後 6 個月) 以實施後一年為期。
	服飾產值增加	450 萬元	(10 款 * 5 件 * 平均產值 5000 元 * 前 6 個月) + (10 款 * 10 件 * 平均產值 5000 元 * 後 6 個月) 以實施後一年為期。
	袋包產值增加	126 萬元	(6 款 * 2 件 * 平均產值 5000 元 * 前 6 個月) + (6 款 * 5 件 * 平均產值 5000 元 * 後 6 個月) 以實施後一年為期。

專案執行重要心得

因為這次專案我們是第一次開發袋包類產品，在過程中也是遭遇不少開發的挫折，例如量太小，導致打樣費昂貴。同時，因為我們開發的產品與一般傳統大眾款式的袋包版型，及製成方式不大相同，所以在跟委託勞務的袋包打樣設計廠商配合時，也是經歷多次打樣，才作出符合心目中想像的設計。服裝設計方面，因為是第一次使用數位印花的布料開發，測試開發時也是反覆實驗才達到心目中滿意的色調。雖然在開發時經歷了不少合作設計打樣反覆測試，但令人欣慰的是，最後產出 14 款春、夏商品型錄，結果非常的完美，也期待在明年初的出國參展能為品牌帶來好的銷售成績。



運用「數位噴墨印花技術」將「中國古銅鎖」的紋飾意象轉為圖騰印製於服飾