

# 久勝旗幟有限公司

## 高適性夾合平面廣告展示裝置開發計畫



### 經營理念

1. 滿足客戶期待  
堅持品質·交貨準時·開發創新·感動客戶
2. 滿足夥伴期待
3. 久勝獨有 3H 製程

成立日期：80 年 10 月 21 日

負責人：許志明

資本額：30,000 千元

員工人數：55 人



### 計畫創新重點

#### (一) 穩固定位並強化張力之布旗固定裝置

本司過去產品與目前市售產品都採用繩體加滑輪的方式作動布旗固定裝置，但有時受限於環境場地的影響，需將繩體延長並增設滑輪，如此，不僅增加成本且使整體視覺效果顯得繁多複雜，導致門面外觀不佳，而布旗若採以繩體懸掛架設，在氣流的擾動下，布旗仍會強烈晃動，有時會造成布旗鬆垮變形，實為不便，故於本計畫中，改變其作動方式為齒輪加皮帶，透過本司先期研究的專利成果搭配結構設計，使其達到即時定位並穩定張力，革新並加值布旗固定裝置，提高產品之吸引力。

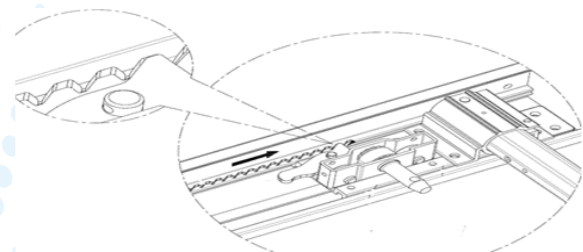


圖 1. 皮帶與齒輪傳動示意圖

### 計畫緣起

在目前多元的廣告模式中，最多被使用的為布條廣告，一般分為立式布條與繩綁式布條，而立式布條為一懸掛有布條的旗杆插設於固定底座上，一般是排設在店家的門口，其優點是具有可移動的靈活性，但當風大時容易被吹倒；而繩綁式布條為布條的四個角落各綁繩子，繩子的另一端則是將布條拉撐後分別向四個方向固定，主要是綁設在店家門面或騎樓上方，其優點是撐開後具有顯眼的大面積，提高廣告效果，但遇到風大時，容易捲曲而遮蔽廣告內容，故常有店家在布條下端的兩個邊角綁上重物，以防止捲曲問題，但綁上重物後又可能因掉落造成傷人的風險。

不論是展覽、競選、實體店面行銷...等多項產業都具有大量廣告布條的需求，而解決其裝設方法之安全性與防風機制將是刻不容緩的議題，故本司希望藉由過去在旗幟產品豐富的技術與品質的經驗，針對安全、便利、實用與多元應用等特性之提升，改革布條廣告的裝設模式，增加整體廣告效果。同時，因應目前政府大力推動整頓市容的計畫，許多模範街道的招牌陳設逐漸統一，以維持街道整齊的風貌，但關於布條廣告的陳設，則未有詳加的規範，因各店家裝設布條廣告形式不一，又將造成另一個紊亂的情景。

### 新產品簡介

1. 規格：M 型：(寬 60cm)、L 型：(寬 75cm)。
2. 適用材質：水晶緞布、秀絲棉、特多龍、合成紙。
3. 適用：展覽會場、商家造勢。
4. 安全可靠，不需使用樓梯，美化店面，全無繩索干擾。
5. 穩固耐用，耐風不易歪斜，設計簡約，美觀簡潔大方，台灣製造，品質優良可靠。

#### (二) 結合定位鎖孔設計之夾合裝置

本司過去產品與目前市售產品都採用布旗平車加工車縫結合杆體的方式固定展示物，但車縫的方式僅適用於布料材質，且視車縫品質與尺寸大小等風險因素影響，較難完整展現布旗固定裝置的便利性與實用性，故於本計畫中，改變展示物兩端以夾合方式連接布旗固定裝置，透過本司先期研究的夾合壓力研究搭配定位鎖孔的機構設計，使其達到適度夾合展示物，並可適用於多樣材質與尺寸之多元應用效果，增進產品後續擴張效益及整體便利應用性，進一步再提高產品吸引力。

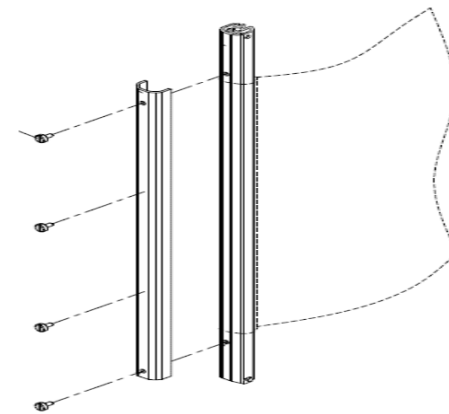


圖 2. 夾合方式示意圖

### 研發成果及衍生效益

#### (一) 創造營收

年產值可達 \$ 273 (單位：千元)

新產品目標將可改善現行市面上系統各自所遭遇的缺點並提升產業競爭力。因此，未來首先將由業務員向既有客戶 65 家提出設備汰舊換新之推廣；本計畫產品預定售價 NTD\$ 4,200 元，並於產品研發驗證完成後第一年達成國內出貨 65 組。

#### (二) 新產品開發

新商品共 1 項，高適性夾合平面廣告展示裝置。

#### (三) 計畫的成功 (預定計畫期程 12 個月)

預計投入研發費用 \$ 3,160 (單位：千元)

1. 人事費：研發人員共計 1,360 千元
2. 委託勞務費：委託勞務費用共計 1,800 千元

### 專案執行重要心得

本司以傳統產業為主要的公司，過往都是邊做邊修正，對於需要先期就作全面性規劃是第一次來做，很感謝評審委員給我們一個有完整的開發程序，在這開發期間本計畫研發人員都遵循當初設定的目標，已大幅減低不必要的錯誤，這對於本公司來說是相當難能可貴的經驗。同時本司為第一次申請 CITA 計畫案，也感謝委員們能給予本公司一個機會透過政府補助支持本計畫產品，本計畫產品因為資金上支持以超前過往開發時間許多，但在目前曝光之成品已在客戶面前獲得相當好的評價與期待，也得到相當不錯的銷售成績，希望委員能再繼續支持本計畫案，給予我們最好的批評與指教。

本司已長期擁有許多合作廠商，因此當本計畫小量試產時，將會與相關廠商持續合作。另外本司亦透過網路、經銷代理商，同步進行相關後續商業化行銷。因應本計畫產品特性，未來將可開拓更多元通路同時本司也期望未來可大量生產使得產品線開通，目標外銷最後會以日本、東南亞、大陸及加拿大等國家來進行試賣。

