

神采時尚事業股份有限公司

城市風格 - 機能性商務服飾模組設計計畫

經營理念

神采承襲了母公司興采實業對於紡織服飾產業的熱愛與環境永續生存的社會責任理念，將對於產業與地球的變化作實際優質產品開發傳達給消費大眾；神采的存在是興采實業實踐剛特·鮑利教授所提出的「藍色經濟」重要且不可或缺的一塊版圖。

延續善念與物資循環利用，期盼由我們的員工、產品、公司組織與合作夥伴，逐步影響產業、消費者，乃至於散布至國際。我們將認真看待環境永續發展的使命，致力於創造出超出產品物質滿足的心靈需求，為下一代構建美好的未來。

本案合作之技轉單位

- 財團法人中華民國紡織業拓展會
- 展義股份有限公司
- 晟銘刺繡廠

成立日期：94年1月4日

負責人：陳國欽

資本額：14,000千元

員工人數：10人

計畫緣起

(一) 掌握新生活型態之需求，從市場缺口切入：

從歐巴馬提出哪兒都能跑步，日本發展衝浪西裝，從巴黎到台灣自行車已成為上下班時的交通工具，台北街頭也出現騎著 U-bike 往來公司與客戶之間的白領，未來，穿著正式服飾從事短暫運動的人，將從健康需求，工作需求，延伸到心理需求（想要短暫的跳脫壓力），因此，可從事短時間運動的正式服裝將成為市場新需求。

(二) 延伸利基，掌握核心，以發展常青樹商品：

以公司、台灣之利基 - 機能性素材，結合核心價值 - 藍色創新，發展環保且具機能性之商品，此外，母公司（興采）多年來致力於路跑 / 公益活動贊助，以及團服 / 制服業務，合作對象均是企業團體，經驗值亦延續至神采時尚持續擴增，因此神采時尚對於商務人士的生活型態十分熟稔，亦成為本案發展之利基，且對照新生活型態之興起，“城市風格 - 機能性商務服飾”將能成為神采時尚未來的常青樹商品 (http://www.cw.com.tw/article/article.action?id=5004030&utm_source=ETU&utm_medium=referral&utm_campaign=ETU#)。

(三) 掌握前瞻技術應用時機，發展可與 3C 服飾應用接軌的服飾設計：

密切關注全球服飾相關之電子產品應用，如能給手機充電的夾克 (<http://www.as-eweb.com/epaper/index.asp?a=2015026>)、鞋面結合 E-ink 顯示 (<https://www.indiegogo.com/projects/volvorii-timeless>)，以及近期 Google 的“Project Jacquard” - 讓你的褲子未來可以變觸控板 (<http://chinese.engadget.com/2015/05/29/google-project-jacquard-wants-to-put-a-trackpad-on-your-pants/>)

雖然目前已有不少發展可穿戴技術是與服裝結合，但與神采時尚研發目標 - “衣同”上班運動，新著衣概念之方向仍有距離，因此需以模組化服飾設計為短期標的，當智慧科技元件使用於紡織或智能紡織之技術成熟時，神采時尚可快速結合累積能量，蓄勢待發。

新產品簡介

1. 旗艦款主要針對正式會議與形象活動而設計，外觀近似正統西服，並可從事高爾夫球等公務相關較易從事之活動。
2. 類正式款款式設計主要針對拜訪客戶、業務洽談、一般會議、商旅出差、室內辦公或外務業務等場合，並可從事慢跑、自行車、桌球與高爾夫球等公務相關較易從事之運動。
3. 商務休閒款款式設計主要針對商旅出差、戶外交際活動等場合。



圖 1. 產品成果圖

計畫創新重點

1. 衣著新概念 - “衣同”上班運動，因應隨時隨地均可運動的風潮興起，本計畫設計產品兼具商務外型與都會運動功能。本案「衣同」之穿著概念係指，在上班之間或下班至返家期間，可有 30 分鐘內的運動時間時，可穿著本計畫產出之服裝（上班服）直接去運動，無須換裝。
2. 以單品組合方式產生多元類型商務套裝，以適應正式、類正式、休旅與休閒等不同場合，並以模組概念導入，減法設計，藉助素材改質減少不必要的車工；並藉由單品組合作而有最大可能性（同時滿足消費者自主需求）
 - (1) 旗艦款為傳統正式場合之正裝款式，外觀近似一般西服；而類正裝款式為多增加流行設計概念之正裝款式，除傳統正式場合外，適用於大部分上班場域，兼顧辦公室禮儀與個性喜好。
 - (2) 製衣工序因為材質的改質可調整車縫方式，例如以針織素材取代梭織素材，可減少製作中重複壓燙的工序。
 - (3) 模組化設計企劃之理念為，在設計之初即考量服裝款式彼此可搭配性，以利推向市場時，經組合搭配後可達最大化之視覺改變，並在次季度僅增加或調整 20% 款式加入系列，即可提供視覺變換，一則讓消費者在穿搭上享有最大自由度，二則延伸衣服生命週期（可穿性），對於著重品質大於流行變化的商務人士而言，提供更符合需求之商品。

研發成果及衍生效益

(一) 增加產值 25,500 千元

1. 旗艦款 10,500 千元

7(款)*150(件)*10千元(平均單價)=10,500千元

2. 類正裝與休閒款共 15,000 千元

15(款)*200(件)*5千元(平均單價)=15,000千元

(二) 產出新產品或服務 4 項 32 款 296 件

1. 本計畫共開發 32 款新品。

2. 小量產共 296 件。

3. 模組式商務機能服裝。

4. 新著衣 - 上班運動同一件服裝

(三) 衍生商品或服務數 3 項

1. 機能性素材商品化設計顧問。

2. 本計畫成果之模組式商務機能服裝，可快速選配與替換新素材，服務團服 / 制服客戶。

3. 串聯副料開發業者形成 A-team 接單模式。

專案執行重要心得

因本案所採用之主布料為母公司興采所研發之專利新素材，與目前產業所使用之素材特性差異大，尤其強調之超彈性更是目前在成衣製作上的挑戰。因此本案從打樣開始就面臨許多瓶頸，從樣衣的縫製、整燙到副料的組合都經過多次的修正，才能符合模組設計的目標；進行小量試產時，為符合未來大貨的製程需求，多次來回測試與調整，並尋求設計師的協助，最後才找尋出最佳製程方案。這些寶貴的經驗都將累積成為量產與後續運用新素材設計開發時的重要參考資訊。