

葵太佶有限公司

加值真皮工藝袋包版型設計的人因工學應用



本案合作之技轉單位

財團法人鞋類暨運動休閒科技研發中心

成立日期：2005年10月

負責人：黃欣怡

資本額：1,000千元

員工人數：4人

計畫緣起

韓國東大門崛起讓台灣看到在高端設計師商品的資源配置缺口；裁縫及原料的「匠工程」。*南韓銷售奇蹟：東大門時尚王동대문 Inside Korea 2013, TVBS *獨立特派員第156集{競速東大門},公視。當歐洲國家失業率飆到20%以上，連德國失業率也達8%到10%間，瑞士失業率約3%，讓台灣省思這創意生活產業製造配置缺口下，職人工匠精神的驚人經濟奇蹟。

本計畫其目的就是在於銜接台灣袋包工業技術斷層、皮革(混搭帆布)工藝版型結構僵化、消費者樂活新生活型態需求滿足(打破對於一般皮革不好背的印象)，並設計結合應用人因工學加值工藝版型結構；是以感性工學為主軸，輔以皮革工藝設計。

新產品簡介

1. 建立皮革工藝手把/背帶版型結構設計：分為三類雕刻皮手把/背帶版型結構設計、雕刻皮混搭布料手把/背帶版型結構設計、其他皮革或材質手把/背帶結構。基於感性工學，以五分制的SD評量表進行評估分析。而袋包手把/背帶版型結構的物理測試，壓力測試模組由壓力測試片進行測試。

經營理念

以319鄉各鄉獨特生活文化(或其獨特當地材料、或其經典地方工藝、或其當地先人智慧)為創意發想的根源，並結合地方聚落產業及地方經典工藝合作，製造獨特性文創商品-設計品牌時尚袋包。

1. Creatage設定產品設計模式，以利溝通傳達對於國際優良設計商品的信念，而這模式會隨著不斷思考而更新。CREATAGE Taiwan=319鄉各鄉獨特生活文化+{現代美學+1/a功能性+1/b科技應用+1/c健康概念}*台灣先人智慧=尋找各種老東西的經典作法，包括材料、工法、文化內涵。其中材料以自然為主。
2. Creatage=creativity stage是個設計師的舞台，每件作品附有設計師標。Creatage堅持當地原料及當地製作優先原則，與無數聚落產業、師傅及地方社區發展協會生產合作，給予發揮創意的機會與空間。靠著創意及經營管理，打造難以被複製的文創品牌。
3. Creatage秉持全球化的經濟市場，深入當地的文化創意差異化內涵，尋找文化與商業的平衡點。



圖 1. 產品成果照 (1)

2. 感質袋包商品開發：文創袋包箱設計；分為五類男女休閒時尚、功能型(例如電腦袋)、實用型(例如一般版型)、袋包輔件類。帆船製造大國中帆船軟件供應品牌-台灣獨特海洋樂活的帆布搭配真皮袋包相關商品開發；在貴為帆船製造大國的美譽中，引入生活美感的軟件。

十款商品開發以造型美感實用為基本設計條件；餐袋和太陽眼鏡袋二款為配件類品，設計概念是表現一片式的袋包結構。八個袋包中三個袋包是在於袋包結構垂墜感的表現，二款是重在辦公機能，另二款則在於後背包質表現，最後一款則是呈現袋包背於風衣內的設計巧思。

當然這些設計袋包的手把/背帶皆以感性工學評估分析後的測試結果來確實執行。



圖 2. 產品成果照 (2)



圖 3. 產品成果照 (3)

計畫創新重點

一般大眾化的袋包以流行市場行銷為主的價格導向進行設計，為強化產品的創新概念與競爭優勢，本計畫所設計表現的創新重點在於：

1. 感性工學應用於袋包的手把及背帶：感性工學來自人體工效學，感性工學延伸成感性工效學，製造出符合每個人需求的產品。感性工學是一個符合人體工學，以客戶為導向的產品開發技術，它的目的是創造精心設計易於使用、非常舒適、有感性的產品，因為它設計的基礎是根據客戶的需求和感覺。

2. 差異化袋包設計：以豐富袋包設計製作經驗，再加上本計畫執行的瞭解感性工學應用，將前兩項以成熟的現代美學創意加以巧妙融合，以打造台灣獨特海洋樂活的帆布搭配皮革商品開發，在貴為帆船製造大國的美譽中，引入生活美感的軟件。

研發成果及衍生效益

1. 銜接台灣袋包工業技術斷層，袋包業重視設計能量及商業模式：高端設計師商品的資源配置缺口為裁縫及原料的「匠工程」。期可超越1987年手提包公會會員數達到247家的歷史高點，口金額也衝過當時的11億2千多萬美元。
2. 以感性工學結合袋包設計製造，以支援其他產業共同朝高質產品升級：袋包箱產業集體外移後，可幫助技術人員重回職場、延續台灣精湛工藝及協助大甲等聚落產業。綠色設計的價值提升，滿足消費者環保及健康需求。
3. 將來預計投產後，以量產販售約百個計算，將可帶來約超過新台幣500千元營業收入，主要對於企業的轉型和研發人員素質的提昇有莫大的助益，並期引領袋包業朝向精緻化市場、重視設計能量，提昇袋包產業的國際競爭力。

專案執行重要心得

在第一階段和第二階段的串接上發生了嚴重狀況，本來已與CPC討論是否要計劃變更，最後還是發揮袋包設計及製作集一身的功力解決！基於第一階段分析結果(A. 建立消費者袋包人因需求研究資料報告)，開始執行設計與打樣製作手把和背帶(B. 皮革工藝手把/背帶版型結構設計，符合人因工學評估)，要執行壓力測試前，團隊才發現這些手把和背帶並非完整袋包，無法進行測試，已達成比較一般袋包與設計袋包差異，以確認新款袋包壓力模式呈現舒適感。於是團隊想出兩種方法(1)背帶/手把加掛勾(2)特殊手把，再打樣其對照組做測試，順利完成第一階段和第二階段的串接，同時更對於後續第三階段導引出符合消費者需求且感性工學的優良設計作品。