

堤麥策略行銷有限公司、國立台灣師範大學

自行車壓力式內搭褲研發計畫

計畫緣起

全世界自行車通勤正在非常快速的成長，近年來世界各大城市為了城市永續，大量增建自行車道，並用獎勵的方式鼓勵市民單車通勤，歐洲的城市有高達百分之35%的單車通勤比率，而美國與日本的城市也有百分之二十以上的單車通勤人口。

傳統的緊身自行車衣，會造成單車通勤族的不便，但長期以來，單車通勤服飾只有少數的品牌以這主題做專門性的設計，所以自行車通勤成為非常難得的自行車界新藍海。

新產品簡介

本計畫預計開發出一款自行車內搭褲，其具有以下功能：

1. 局部區域紡織結構加厚，以減緩局部壓力
2. 股四頭肌彈性強化以協助收縮
3. 吸濕排汗材料加上透氣導流溝設計
4. 漸進壓力減緩疲勞促進恢復
5. 整體提升舒適度

堤麥策略行銷有限公司

成立日期：1999年7月

負責人：黃瓊瑤

資本額：2,000萬元

員工人數：11人

國立台灣師範大學

經營理念

勤、正、誠、樸

不虛偽、不欺妄。凡事能做到始終如一、擇善固執。

不偏私、不枉曲。凡事能做到光明正大、貞固剛毅。

不怠惰、不因循。凡事能做到自強不息、鍥而不捨。

不奢靡、不浮華。凡事能做到質樸無華、闡然尚綱。

成立日期：民國35年成立

負責人：張國恩

員工人數：1789人

技轉單位：財團法人紡織綜合研究所



圖 1. 產品圖 (1)



圖 2. 產品圖 (2)

計畫創新重點

傳統式的競賽用壓力衣並不適合於城市生活中穿著，不具備有流行感與穿著場合的合宜性，緊身的排汗壓力衣加上緊身帶有股墊的長短褲，通勤族進入辦公室一定要更換衣服，緊身壓力車衣也不能提供下班時的休閒用途，這都造成單車通勤族的不便。

單車通勤休閒用壓力衣的服飾有別於傳統的壓力衣，結合了流行與機能性的壓力衣配件，以專為自行車騎士設計的服飾剪裁，輔以具有人因工學與運動傷害防護元素，設計出同時具有辦公室內穿著的機能性，預防自行車運動傷害，並可以快速恢復運動後的疲勞。

此類壓力衣更可以推廣至其他運動，如最近很火熱的YOGA和登山，並且開發出具有女性美感的內著，以創造更大的市場立基。

研發成果及衍生效益

自行車壓力式內褲是全新概念的創新產品，具有全新藍海市場的效果，而且很容易的打進具有大量單車通勤人口的歐洲與單車通勤人口每年以百分之十五成長的美國，並且具有可替換傳統自行車褲的便利性，讓自行車騎士能夠更隨心所欲的在城市與郊外騎行。

而一體編織的壓力內褲的概念更可延伸到慢跑、棒壘球、YOGA與登山各領域進行開發，創造出兼具有高機能性與高度設計感的壓力式內褲系列，並且可衍生出七分褲與九分褲的運動系列與減輕坐骨壓力的辦公室壓力保健內褲等系列商品，具有高度商業化的延展價值。

專案執行重要心得

研發過程中，針對運動時的人因工學，配合科學化的檢驗，產生新的設計觀念和方法，在國外已流行多年，但在台灣大部份的成衣廠商都無緣進入這塊市場。

經由產學合作，夥同台灣師範大學與紡織綜合研究所這二大單位的專業配合，讓我們終於能夠接觸科學驗證這一塊領域，並且考慮人因工學結合服飾設計，再結合新式的一體式編織技術，讓產品能夠達到國際上一流的水準。

