

## 視野股份有限公司

### 「台灣人·好禮數」文化好禮產品— 紡織品數位化研發 機制之商務推廣應用

#### 計畫目標

響應政府提倡之「文化創意產業計畫」，建立起以知識為基礎的經濟競爭力，以創意設計為核心的生產領域，連結「數位典藏國家型計畫」、「文化創意產業計畫」和「紡織品創意設計數位化研發機制」的創意整合機制，提出今年度的計畫：「台灣人·好禮數」文化好禮產品 - 「紡織品數位化研發機制」之商務推廣應用。台灣人重禮數，許多文化源起於特殊的「人」、「時」、「事」、「地」，經過長時間醞釀與沉澱累積而為「禮數」，由此衍生許多送禮文化。然而在現今繁忙社會裡，許多深沉的文化意義已被淡忘。視野以文化為出發，規劃因「人」、「時」、「事」、「地」衍生的「好禮由」而產生的「好物」— 文化好禮產品。並規劃以「台灣人·好禮數」網站作為產品推廣通路。

#### 執行成果

本計畫成果為建立視野「台灣人·好禮數」文化好禮產品— 紡織品數位化研發機制之商務推廣應用，其中包含的子成果有：

- A. 「台灣人·好禮數」禮品開發- 好「人」好禮、好「事」好禮。
- B. 「台灣人·好禮數」網站設計。
- C. 「台灣人·好禮數」禮品開發- 好「時」好禮、好「地」好禮。
- D. 「台灣人·好禮數」文化好禮產品之商務推廣應用模組。

#### 新產品 / 新技術 / 新設計 / 新材料簡介

1. 「台灣人·好禮數」文化好禮產品
  - a. 好「人」好禮：以母親為對象，傳達為人子女的孝

心。商品風格以西方名作 — 畢卡索專利圖案為主題，呈現西方藝術大師的細緻特殊風格。

- b. 好「事」好禮：以婚嫁禮為好「禮」由，推出適合新婚使用的床寢系列產品。
  - c. 好「時」好禮：以「浴佛節」為好「禮」由，設計佛教文物之系列商品，如掛軸、掛飾、香包等。
  - d. 好「地」好禮：以地方文物設計紀念好禮，並開發系列產品，表現多采多姿的台灣海洋生態環境。
2. 紡織品數位化研發機制之商務推廣應用
    - a. 數位化研發機制生產段管理。
    - b. 商務推廣應用：以「台灣人·好禮數」(www.taiwan-gifts.com)網站為推廣商品工具。客戶端可快速連結至展示平台，以利於設計研發過程中與客戶進行快速溝通，並同時提供客戶線上相關產品資料，以利未來線上訂購之業務服務。

#### 技術合作單位及合作內容

1. 技轉單位：中華民國紡織業拓展會
 

提供設計企劃案。

  - A. 商品主題規劃。
  - B. 色彩規劃。
  - C. 布料建議。
  - D. 配件建議。
2. 技轉單位：國尊科技股份有限公司
 

國尊科技協助視野公司製作「數位設計研發及展示平台」與建立網路銷售平台應用機制功能。

#### 成果應用領域

本公司應用(1)紡織數位噴墨印花 CAD/CAM 設計軟體與設備技術(2)提花/梭織 CAD/CAM 設計軟體技術與工

廠協力開發生產布料機制(3)「紡織品創意設計數位化研發機制」(4)「網路展示商務平台應用技術」相關開發整合技術，讓商品具有更豐富的呈現，使開發商品中與客戶之認知差異降至最低，加速商品開發之時效性與成功性，使視野公司從企劃、設計開發、打樣、生產至推廣銷售流程經由專案管理機制於單一流程中完成，減少傳統分項流程過程中的溝通時間與失誤。

透過「台灣人·好禮數」文化好禮產品規劃及網路平台銷售機制，針對不同的客戶的設計需求及品牌產品規劃，將好「人」好禮、好「事」好禮、好「時」好禮、好「地」好禮相關產品，根據文化好禮的需求，逐步擴充產品線，希望未來客戶需要贈送具鄉土情、文化意的產品，就會到「台灣人·好禮數」網站來購買相關產品。

### 專案執行重要心得

1. 品牌風格的重要性：台灣紡織業廠商向來以代工模式大量生產，往往以求量產為首要目標，自創品牌風險高、時間長、投入多、花費大，市場稍為熱賣，馬上就有類似的低價仿冒品，若沒有堅定的毅力與決心，是不容易打出知名度，經過本次的專案執行，讓我們了解市場定位及品牌的重要關聯性，希望能摸索出一條可執行的品牌之路。
2. 優良產品與打動人心的設計能力：品質是品牌的生命，設計是品牌的靈魂，廣告是品牌的拓展，包裝是品牌的賣點，通路是品牌的生存之鑰。若沒有充分的資金運作，只能用時間與口碑一步一腳印的踏實逐夢。
3. 產品多不一定代表好：若能賦予產品意義，成份表達設計的理念，打動消費者的心，即使產品數量不多，卻能持續受到消費者的青睞並逐步豎立口碑與品牌形象。

