

記號服飾開發有限公司

少淑女時裝高級定製服設計開發

計畫目標

就台灣目前市場環境而言，無論經濟消費力與織品開發技術皆有相當水準，但與鄰近國家如香港、日本等地區相較下於設計、文化概念、品牌的經營與開發明顯落差極大。導致本地服裝消費市場日漸以進口商品為主流。

出口製造業近年面對中國大陸的廉價工資優勢也因缺乏品牌概念而越來越顯疲態。然而就設計原創性而言，台灣設計師無論設計能力與理念、國際視野等專業度亦日趨成熟。近年來於國內外時尚界亦紛紛傳出佳績。但研發與實驗無論是專業設計能力的培養與素材的運用提昇均曠日廢時且所費不貲。且商品原創性與市場性間的平衡點更牽涉到另一層面的專業。面對市場競爭性，缺一不可。

我們深刻瞭解除了正確與精準的行銷策略外。唯有持續研究開發與實驗性的精神。完整的商品設計規劃與品牌定位。將是未來的致勝關鍵。

因此我們將著力於高級定製服單元的開發，除了研發新技術與新素材的運用外，也將時裝成衣定位向上提昇。循序漸進的塑造以本土設計概念的流行精品。

執行成果

本開發案執行成果，共設計開發服飾八十餘款並於九十四年十月十三日假台北巨蛋發表。

新產品簡介

強調機能性的設計細節，以透明光澤感的素材，潤飾視覺效果。俐落、立體、精緻的結構，展現女性高貴的氣質。不同素材的搭配，表現一種對立和並存的組合樂趣，將復古、摩登融合現代。以流暢的線條表現，以洋裝為主，強調女性柔美的肢體語言。

技術合作單位及合作內容

無

成果應用領域

由於社會結構的改變與女性大量投身職場且表現亮麗的結果。使得現代女性的社交生活圈越來越寬廣，隨之而來的自我意識與消費能力也越來越強。其中包含了精神與物質層面的需求。此現象可由近年來消費性女性商品的高成長率可窺知一二。

然而縱觀國內市場，本土時裝的發展大部份仍停滯於早期成衣加工的經營生態，不僅缺乏設計原創性，品牌概念與經營也難以與國際接軌。市場競爭力正逐漸被進口商品所取代。因此，講求高質感與設計原創性的本土設計師近二年來特別受到台灣與國際市場的重視和肯定。

此案的開發有助於我們增加品牌高附加價質（如完善的行銷策略、國際化的開發理念）與區隔商品層次，獨特的設計風格做為主要的行銷主軸，持續於本土深耕進而將觸角伸向國際舞台。

專案執行績效說明及專案執行重要心得

執行本專案最大的收穫就是高品質的成果展現，將台灣與國際級設計水準拉到最小的距離。而此成果最重要的關鍵則是工業局補助了專案開發的預算，也讓我們在此專案中更加確定要保留與發展好的工藝與設計必需先擁有良好的技術作後盾，而要呈現好技術真的需要更多專業的參與。在過程中，後續的測試機制是我們以往欠缺的觀念。無論在色牢度、耐水洗度、活動性、透氣保溫性…等。在本案執行中不斷的測試，使我們設計研發部門得到許多新的發現與知識更重要的是也啟發了對設計不同層次的思考。

此次八十款【高級訂製服】的研發專案，在商業價值與設計價值上，都做到了最好的平衡與提昇。我們將此成果歸類成以下二個重點：

- 一、【高級訂製服】被全世界頂尖設計師所執行與重視，背後代表的意義除了消費結構、習慣、層次與思維的改變外精品設計的量化將是重大的趨勢。雖然目前這趨勢概念在台灣尚未普及。但隨著本開發案的首推反應良好又印證了前言，然而精品消費市場隨之而來極可能會遇到的是對於品質的要求與挑剔，所以前期嚴密的測試是很重要的工作重點。但因專案執行時間有限，為此我們改採取分開的測試方式以減少測試時間並同時培養了團隊默契，過程中雖經設計研發人員的異動確無礙開發進度，就經驗上來說這是彌足珍貴的。
- 二、全球知名品牌幾乎已進軍台灣，高級定製服的研發成果需有更多的展示機會，不僅可讓國人對於國內設計能力的信心增加，也可刺激消費行為的產生。未來我們期許自己除了設計能力與開發技術外，也藉由工業局等指導單位的輔導協助，將台灣精品推向國際市場。

