

# 其利國貿股份有限公司

## 自有品牌旅行箱素材與組件創新設計開發專案

### 計畫執行目標

- 1.與GEO公司合作完成品牌定位研究：A1.市場調查  
A2.品牌概念分析。
- 2.與廠商共同開發”防刀割布料”，並完成公文包及側背包打樣，共2件。
- 3.與中正大學合作開發”可隨意固定及拖行之拉桿系統及腳輪系統”，並完成打樣，共1件。

### 新產品簡介

本計畫所開發之新產品為”防刀割布料系列商品”與”可隨意固定及拖行之拉桿系統及腳輪系統”。

### 計畫創新重點

- 1.「防刀割布料系列商品」：為了有別於傳統之袋包布料及提供消費者安全防護性的考量，因此透過此計劃開發出”防刀割布料系列商品”，即尼龍及防刀割材質Kevlar物料混紡之布料，並加入防污潑水塗料之附加功能，將厚重感改良為較輕巧的布料，完成公文包及側背包樣品製作。其利公司將此具有創新特殊功能性的高質感材質運用於袋包設計將成為一大創舉，未來將會配合品牌行銷包裝”主打商品”推出，屆時勢將成為其利公司的明星商品。
- 2.「可隨意固定及拖行之拉桿系統及腳輪系統」：本計劃與中正大學合作開發”可隨意固定及拖行之拉桿系統及腳輪系統”，其目的為改良一般行李箱的腳輪在搬運上必須採取固定方向與正面前進的侷限，在眾多競爭品牌中，多以360度旋轉滾軸腳輪設計，雖具有可輕鬆拖行的優點，但若將行李箱停留在斜坡上，反而難以固定旅行箱。因此其利公司開發的創新拉桿及腳輪系統將可改善此問題，將腳輪設計為90度轉向的機構與單按鈕握把設計，能讓消費者再使用此行李箱時能順利在狹小的通道間正面側面行進無礙並可隨意固定及拖行。

### 公司研究發展能量及研究發展制度之效益說明

本公司的設計研發人員，多年來不斷的參與國際展覽觀摩與吸收流行趨勢，已充分培養出國際觀及敏銳的觸覺及創意。而透過本計畫之執行，更成功的建立了新產品開發流程，從與GEO公司的互動過程中，行銷部門也學習到更實際面的消費者調查及品牌定位之方法，規劃出新產品開發之提案。另外，透過與中正大學的研究合作，研發單位也學習到如何掌握整合開發產品及關鍵零組件 / 材料的創新技術。未來公司將朝此研發模式發展，建立與廠商及委外單位的共同研發機制。

### 人才培訓及運用效益

透過本計畫的執行完成，了解到本公司的開發設計與品牌行銷定位能力，對於自有品牌與接單都是很大的進步，未來將能面對更多的創新挑戰。

其利研發人員在與技轉單位互動的過程中充份體認到品牌定位研究中之市場調查及品牌概念分析之工具運用、消費者調查之互動方法，並從中學習到拉桿與腳輪之機構設計所考量的種種細節與材質的運用方法，在此過程中研發人員可學習到不同於一般袋包箱開發之模式與技術面。對於我司設計與行銷人員在自有品牌的定位與行銷研究上的運用，將會是非常寶貴的經驗與學習，也間接達到人才培訓的目的。

### 產學研各界之技術移轉及合作效益說明

#### 1.技術移轉：

透過本計畫之執行順利完成產出”可隨意固定及拖行之拉桿系統及腳輪系統”之技術及”特殊防刀刮功能性之素材”。

#### 2.合作效益：

透過與中正大學的合作開發拉桿系統及腳輪系統設計中，中正大學在專利蒐集及查詢的部份提供非常大的協助，讓其利公司在新產品開發過程中免除專利與其他競爭品牌相衝突的疑慮，更確定所開發之新產品的

獨特性。另外在提供拉桿及腳輪系統機構設計的部份，內部研發人員也學習到機構與袋包結合的研發過程中，並非想像中的容易，因此雙方的研發人員在解決問題的過程中也吸收到許多寶貴的經驗，以做為未來開發新產品之借鏡。

未來將有機會與該校更密切配合，我司也會開放該校學生之企業參觀，達到學術交流的目的。與廠商共同開發之“防刀割素材”，將有助於未來規劃新產品與新功能之經驗累積，與廠商建立的合作模式也更有助於雙方在未來的快速反應配合機制。

### ● 新產品創造之技術效益及市場效益說明

透過本計畫執行之『可隨意固定及拖行之拉桿系統及腳輪系統』及『防刀割布料系列商品』，預估推出市場後，將成為其利的創新明星產品，因為目前消費者對此類商品之需求已有逐漸增高的趨勢，而在市場上並無此類商品供應，故我方評估，待產品開發上市後，因產品本身的便利性及高附加價值的吸引力，可望滿足市場需求，達到創造市場競爭力的效果，也會為公司帶來新的商機。相信這對袋包產業來說，不啻是一個新的契機，也會為整個市場環境帶來不同以往的全新貢獻，因此預估透過此計畫之執行將可創造出一千萬之產值。

### ● 計畫完成後對提升我國產業水準及競爭優勢說明

本計畫共完成研發出創新的拉桿腳輪研發設計與防刀割功能性素材之袋包，其創新設計能力已具國際水準。而三大袋包箱知名品牌(SAMSONITE、TUMI、SWISS ARMY VICTORINOX)所配合的拉桿等零組件供應商，也和其利公司有非常密切的協同合作關係。這將是其利公司的競爭優勢，未來將持續採取雙核心發展策略，一方面提升新產品設計開發能力，來加強對客戶的ODM設計生產創新服務加值化外，並大步調朝向OBM自有品牌設計開發的領域邁進，對於提升產業競爭力有很大的貢獻，並可作為國

內產業升級與轉型的典範之一。

### ● 專案執行重要心得

本計畫之執行，首先透過與GEO設計公司之合作，從品牌定位開始切入，更深入的了解到袋包市場趨勢與消費者的需求，經由共同討論與檢視品牌的過程中，更確切的掌握品牌的定位並規劃出獨特的產品來強化品牌差異化並創造新的商機。這是公司前所未有的經驗，也成功的建立了新產品開發流程。

藉由與布料廠商及委託單位“中正大學”的協助，提供新技術諮詢，合作完成「防刀割布料系列商品」及「可隨意固定及拖行之拉桿系統及腳輪系統」，由於拉桿腳輪系統的握把與拉桿機構設計需不斷的研發設計與3D模擬，而握把按鈕與腳輪旋轉角度的技術是最難克服的瓶頸，期間經由與公司內部行銷與設計人員不斷的腦力激盪與溝通努力，在眾多方案中選擇以單按鈕之握把設計將轉動腳輪與轉動握把動作分開，並配合90度之腳輪旋轉角度進行開發，有別於其他品牌之握把設計，優點是可以任意的轉動握把，但因零件較多成本也會因此增加。另外在開發期間也耗費多時在查專利是否可行，將會持續進行確認以進行新式樣專利之申請。

經本計畫所研發出獨特與創新的拉桿箱與袋包設計，不論是國內或在國際上都將是獨創的產品，勢必將掀起一股新風潮並帶來更多的商機。

