

履樂有限公司

提升自創品牌之附加價值與品牌形象－高級訂製針織服飾結合機能性素材之創新設計

●計畫執行目標

- (1) 技術提升：傳統手工不論染、印、織與縫等技術所開發出來的材料與一般機器量產的布料大不相同，除了表象的圖騰色彩具有濃厚強烈的地方性之外，天然質材本身藏不住大自然的蘊頓，也承受不住工業社會的裁切與接縫；這樣渾然天成的樸質與奢華，得以在我們的品味雕琢下在端莊、熱情與收斂間取得奇妙平衡。對品牌而言，提升了產品系列完整性，亦提高競爭力以進軍國際舞台；對於曾經是紡織業王國的台灣，希望能再次輸出技術晉升另一層次，進而創造新契機。
- (2) 發揚本土美學：創意來自生活，享受生活就能轉型經濟。過往台灣代工的興旺反映又象徵地突出了台灣人民勤奮節儉的美德，並進而從農業社會接收了手足的台灣人形象，這樣的說法成為現今我們談論台灣文化時的某種主流論述。I Prefer將這些台灣史裡動人的歷史軌跡表現在設計上，藉由對消費者快感經驗、品味記憶的召喚，來自對過去和未來使用經驗的當下移情客觀地構成了自身商品的美學符號，催生一顆類敏銳的設計師心靈，將美感由多面向深化至各階層而豐富台灣的社會，在知識經濟的喧囂口號與寬頻網路的不斷擴張底下，找到品牌的利基與優勢。
- (3) 促進國內產業發展：不論風格獨特的GOLD label，亦或是發揚本土美學的WHITE label，都可以其技術的創新提升與符號歷史感，將已經沉寂式微的台灣紡織業向新紀元。此外，國內創意設計人才輩出，只可惜受制於有限的市場規模而缺乏舞台，I Prefer的無限發展機會與設計人才的需求，提供社會新鮮人發揮的空間，並延續與紡拓會人才培訓的計畫，積極的開拓市場與產業發展機會。

●新產品簡介

GOLD label 手工精緻材質與成品應用：

材料開發蒐集來自各地部落、島國等保有傳統以特殊材料、技法及手工製作的精緻材質或成品，闡示質材自身的質感與特質，將之運用在服飾，把對衣料的敏感表現在設計上，為厭倦了一成不變的大眾化商品的消費者彰顯自我時尚，得以透過商品來不斷試驗自己新生活的可能性。以國內設計師品牌如夏姿、寶騰璜、溫慶珠等為競爭對象，但不同於設計師以歐美布料為開發重點，金標系列針對35-55歲年齡層的女性顧客，引進印度高級手工絲、手染印花布等材質，作為材料開發品質之提升，強調手工精緻質感，並突顯材質本身的精緻質感，去除工業化的僵硬並保留高級時尚感，符合國內高級女性服飾市場消費者需求，達到彰顯個人地位之目的。設計款式分為兩大風格形式：

- 以簡約的剪裁設計突顯材質的精緻質感
- 針對社交場合開發之奢華晚宴服

WHITE label 再造台灣本土價值的創新開發：

當今世界經濟體的強弱，有著工業革命先後、帝國主義殖民

與否等等的不同歷史際遇，但對台灣而言，雖然沒有悠久歷史傳承卻也走過一個世紀，創造許多台灣奇蹟。我們深究台灣味的真切涵義，把自己的生活變成藝術品，包括竹紗開襟汗衫、勞動制服等來自人們生活中日積月累的感覺記憶轉化為時尚品味，將真正代表台灣的過往的勞動型態精緻化，開發屬於台灣的美學並推向流行時尚舞台。

以國內手染服飾市場為指標，將目標族群鎖定在20-40歲的顧客群，除了基本手染技術外，嘗試對於新材質的開發應用，賦予基本款式更多色彩變化，除了強調其年輕化與大眾化，重點之一在於發揚台灣本土美學的價值。以基本款的內衣、制服系列為設計概念，分為兩種開發款式

T-shirt系列一以Abercrombie & Fitch品牌基本款為範例，設計logo圖案強調視覺，並突顯設計重點的shadow系列汗衫進化系列一以Polo Jeans為款式基底，開發更舒適、柔軟及色彩變化的材質為重點

●計畫創新重點

(1) 本計畫開發內容：

以兼具大眾化與個性化的White label，研發出17個sku，每個SKU生產60件。強調手工布料精美的Gold label，在布料與服飾開發佔22款，每個SKU生產5件。

(2) 創新重點

• Gold label

GOLD label 的布料蒐集來源最主要為來自印尼、印度、雲南等保有傳統手工染製、印刷、編織與縫製技術的地區，由於傳統技法與圖騰擁有極其獨特性，所呈現出的另類奢華之美感非一般能及。本計畫主持人張亞琪以其優勢的敏銳及品味加上多年的自創品牌經驗，發揮布料的本質於精緻剪裁與設計上，呈現波西米亞繁複奢華又質樸天真的質感。

GOLD label系列的發展，其關鍵性技術首重材料的開發與應用。履樂經營多年的實戰經驗，不斷嘗試各種手工技法的開發並與之交互搭配不同質材，進而衍生多種樣貌的組合性。而GOLD label的取材較之更為廣泛、深入與多元化，加上履樂的開發創意與技術，勢將得以闡釋並發揮不同質材的特性而表現於具體。

• White label

White label以強調台灣本土美學為重點，所有靈感與題材均來自寶島台灣，將屬於本土的島國代工經濟背景下，大量投入勞動的勞工階層代表性產物，如：勞動制服、竹紗等在戰後經濟起飛的年代所留下的記憶，以現代的角度加諸流行元素重新檢視與詮釋，回歸樸實本質創造本土美學。

取材自我們成長的環境，利用現代的語言與手工技術，發展進入大眾市場門檻較低的T恤及汗衫進化基本款，再加上創意的巧思詮釋質材本身的特性，例如將竹紗的透氣性用於炎熱夏天，且紗質布料可塑性極高，在服裝款式上能設計出較多變化等，以天然舒適及特殊的原物料與合理的成本創造更多的發展空間。

● 新產品競爭優勢

針對分眾族群的意見領袖所設計的標別，突顯個人特色與地位，增加市場消費者選擇服飾的廣度，同時深化品牌性格與個人獨特性。技術方面以傳統技法材料的開發與應用能力，加上時代背景與本土美學的開發創意，作為品牌永續發展的依歸。

● 產品應用範疇

材料開發：材料的收集透過設計開發，創造新穎獨特的運用方式，並嘗試技術的改良，讓創意性的材料得以兼具實用性與可行性。

服飾設計：以獨特研發的材料，應用於服裝配件等設計上，針對當季主題發揮，做整體上的考量，使服裝不只是服裝表現，而是更深入的材質、觸感、視覺...等的意念傳遞，與使用者達到多向溝通感受。

● 公司研究發展能量及研究發展制度之效益說明

除延攬公司所有設計師針對兩個系列進行設計概念發想外，另與藝術界、學界進行互動交流，儲備新銳設計師之能量。在生產面結合了現有供應商與新廠商的物料資源與合作力量，市場面則委託傑傑國際有限公司進行行銷公關策略的擬定與執行，可謂連結供應鏈中性質互異卻關係緊密的業者共同投注其心力，激發公司研發部門不同的視野與想法，並期待應用至未來的設計發展上。關於公司研發制度的建立，透過此次的開發計畫，不僅建立了步驟明確的開發流程，設計流程管控表，確實掌握技轉單位與公司內部的開發進度，並將所有溝通過程作一完善之紀錄。另外，包括二聯式樣單的設計、製作、填寫與評估，可幫助與國外廠商設計溝通上的問題得到紓解，也因此對執行細節與進度有相當密切之影響。

● 人才培訓及運用效益

除了延續與紡拓會人才培訓的計畫，積極的開拓市場與產業發展機會，公司目前仍繼續招募可擴大並傳承系列設計概念之新進人才。對於設計師的培訓，在資深設計師帶領與一連串的專業課程訓練之下，可充分了解品牌精神，同時藉由新血的加入，激發不同的思考層面。此外，亦利用與實踐大學、輔仁大學以及其他國內服裝、流行設計相關大專院校的建教合作，落實實習制度，讓相關系所的學生能早日熟悉產業發展動態與技術，並將業界所學回饋課程及其他同儕，達到學界與產業交流互動的目的。

● 產學研各界之技術移轉及合作效益說明

a. JJ40 International Corp.一品牌發展策略與行銷公關操作

透過JJ40豐富的行銷公關與品牌操作經驗交流，讓內部開發與設計人員對於行銷概念有基礎之認知，得以了解市場現況，進一步熟悉品牌策略與技能。

b. 鼎鴻實業有限公司一布料開發與製作

c. 楊貴琴個人工作室一特殊材料車縫

在國內及國外供應商的配合與技轉方面，由於開發合作上有許多布料細部製作處理問題，如：車縫、電繡、布性確認等流程，複雜度明顯高於一般成衣製作，無形中也考驗技轉單位的專業度，因為公司對於產品細部的要求嚴謹，提升了配合廠商的相關技術，國內外皆然。

d. 藝術家River Kuo與FogTM個人工作室一網頁設計與製作

Prefer網站的構想同樣延伸品牌特性一連結時尚與藝術的跨界對話，因此網站的構想與技術複雜度亦不容置疑，光是初期的溝通

過程與技術測試即達3個月、10多次之譜，而過程中亦有多次概念與內容之修正與充實，得以使網站視覺效果與內容更具豐富性。而經過推介至國外網站競賽與國內市場後，得到無數好評，也更強化i-prefer之視覺與品牌形象。

● 新產品創造之技術效益及市場效益說明

新產品創造之技術效益，在於提升技術輸出與輸入品質及克服研發困難點。市場效益部分，則開發了新型通路，包括批發零售商與VIP系統建置。由於研發過程與諸多國內外供應商配合，語言的隔閡加上對於設計概念的理解認知，遭遇許多困難點，也影響了執行進度與誠品表現上的落差。但經過不斷的溝通與樣單等表格之建立，釐清了許多疑問與難題，最終的成果即是對於廠商的態度與成品呈現，獲得更高的掌握度。在市場效益部分，雖然目前國內高單價市場已面臨萎縮的困境，但新產品無疑也是品牌作為產業界對於利基市場的最佳先發測試，也許整體市場不如預期明朗，但仍受到少數零售商的青睞，對於新增通路也有實質之幫助。而VIP系統之建置，不僅需要針對店櫃銷售人員進行專業訓練，在應對中取得客戶資料，並將資料建檔透過量化與質化分析，描繪詳細的消費者特性與輪廓，並將之應用到日後的行銷推廣策略，將之回饋到客戶本身，以同時提供產品與服務的最佳品質。也希望透過造型師服務的專案實施，成為業界創新服務之先驅，提升整體服務業之品質。

● 計畫完成後對提升我國產業水準及競爭優勢說明

本計畫的重點在於新技法與新材料的開發，相對地對於我國產業水準有一定的示範作用。對內而言，計畫完成後提升了公司研發部的產品開發掌控能力，也確實建立了「一步一腳印」的嚴密研發流程。對外而言，造成了代工與工廠的區隔，提升本土代工品質及技術的複雜度與精細度，強化其自身的市場競爭力。一言以蔽之，本計畫完成後，對公司內部及產業界可謂達到雙贏的局面。

● 專案執行重要心得

產業是共生的，在市場、開發者與供應者三者之間的關係，整理出以下的觀察與感想：

市場需要被開拓與教育，更須政策性的領導與拓展，以找到出路。

開發者須思考原創商品，而非媚俗於大眾商業市場，更應建立自我品牌，而非讓外來品牌獨佔市場。

供應商在生存的同時，更需要有人教育他們思維上的成長(台灣市場如今尚還無法轉換傳統產業背景思維，仍然以供應接單的大眾市場思維來操作)。

在操作商品開發的同時，除了商品上的眾多困難點，我們也看到了更不一樣的觀點，台灣的市場非常的狹小，接受特殊性商品的空間有限，多數消費者仍是盲目的跟從。大眾商品或外來品牌仍然是最大主流，極力要發展品牌台灣的政府，是否真的了解整體現況當然很感謝工業局的支持，在開發過程中，參與的開發者與供應商，都克服了許多困難，也學習了溝通與協調，更在開發的完整度與過程的資料建檔與統整，有了更全面的了解與接觸。然而在開發者與供應商，願意投入心力學習與改進的同時，現實的市場環境卻並無成長，開發案的輔助報告並不只是份報告而已，也希望政府能看出其中的癥結點，領導產業，找到出路！