

# 蔣文慈衣事業有限公司

## 品牌系列與專屬布料的整合性開發計畫

### ●計畫執行目標

我們檢討發現，服飾品牌生命的延續，需兼顧品牌精神與其商品的獨特性。而最容易讓消費者認識與記憶的，則是品牌的象徵符號與圖騰，尤其是布料本身的圖案或玩法；例如BURBERRY，我們會聯想到格紋布，或ISSEY MIYAKE同等於皺褶布一般。但布料的開發一直是設計師不敢覬覦的夢想，昂貴的開發成本與高額生產數量的限制，都使設計師裹足不前。所以，商品的獨特性與品牌專屬布料的開發，同時能整合上游的布料與圖案開發並能滿足市場消費端的需求與認同，則是現階段非常重要的課題。

### ●新產品簡介

#### 一、服裝類產品

WENTSE一對設計師品牌再定位清楚，並與playin' 做區隔，以提高產品的價值與為未來兩個品牌獨立鋪路。從品牌的定義與精神中，找出新的主題，並以新的開發布料，運用於上衣裙子與洋裝上，同時可搭配同系列的其它款式。

Playin' 一對對品牌代言的娃娃Miss Ugly人物造型與她的動物好友們的圖像來做主題系列的發展。開發出的圖案除了運用於T-shirt 與polo衫，也可搭配全系列其它商品。

#### 二、配件類

梭織布類為主的商品，可搭配針織布料以增加其豐富性

- 1.布包包：提袋、側背包、購物袋等
- 2.手套與圍巾：可為整組的搭配
- 3.專屬圖案的各式毛巾

### ●計畫創新重點

新產品的開發，將運用於目前WENTSE與playin' 兩個品牌之中。但目前這兩個品牌以夾帶的方式生存，有時消費者難免會感到困惑。若能針對兩個品牌，在布料的設計運用上，能各有其代表性圖案產品，將能做更有效的區隔。亦有助於品牌形象的提升與增加消費者對品牌的記憶度。當然豐富的商品內容能刺激購買慾，對銷售業績會很有助益，將有助於朝向未來品牌獨立的目標邁進。因此，若能在布料設計的訴求上，找到其獨特性，且非以大量生產的模式來少量運作，便更能符合目前國際時尚趨勢。在品牌定位上，也更能突顯風格與特色，對公司而言，將是更符合生存的轉型。

我們希望利用此計畫可以連結在國內通路的國內設計

師與從事外銷生產製造廠商，有一起合作開發的機會，減少紡織產業外移的速度，提高商品的附加價值。

也希望能利用國內紡織產業原有的優勢與完整性，一方面提供國內設計師獨創布料的可能性，一方面生產製造廠商也有機會與設計師一同開發，提高設計能量。

在國內中生代設計師中，蔣文慈是最具有國際感的設計師之一；她藉著每年不間斷地舉辦具高度創意的服裝發表會成功地建立設計師品牌形象，而她時而豐富瑰麗時而內斂沉穩的服裝風格也早已打破地域的限制而深受國際矚目。蔣文慈的另一項優勢是除了專注在服裝設計之外，她更早早跨足劇場、電視廣告的服裝創作以及其他流行商品的設計，這使她有別於國內其他設計師；2001年起她以有限的人力物力開始嘗試一些生活創意用品的設計，獲得很大的迴響。而設計師的回饋，來自於他的舞台。目前，WENTSE與playin' 已漸漸建立了屬於他們的消費族群。新的開發模式與結果將能最直接地來自消費者的回應。這也是設計師能擁有自己的銷售平台是非常重要的一件事。所以，擴大消費者的層面將是激勵士氣及激發創意的最大動力。

此次邀請的合作團隊，都是現今國內不同領域的佼佼者，對服裝領域更是有所涉獵，與他們合作將可激盪出一種新的產品開發模式。

### ●公司研究發展能量及研究發展制度之效益說明

布料的圖案設計通常不是一般服裝公司的強項，也較少編列此專業的設計人員。這次的布花圖案設計，我們從參考消費者的觀點到品牌的重新定位，再根據時尚的潮流趨勢，而訂定出符合品牌精神的主題。並根據每個路線的不同主題，提出設計發展的重點。所以，每個布花的圖案設計，都是延續整個主題的脈絡而發展。但因我們都非專業的布花設計人員，但本著學習與開發的精神，我們參考與蒐集了很多資訊，也詢問並和協力廠商大量溝通。經過了許多嘗試與修正，設計了一些連協力廠商都沒試過的效果。因此，大家都因這次的互動方式，而有很正向的收穫。也同時為公司的發展模式，建立了一個很好的典範。這其中當然還有很多進步的空間，但是一個很好的開始。

### ●人才培訓及運用效益

在開發的過程中，因圖案設計師非服裝或織品相關科系畢業。剛開始對織品所需的連續圖案沒有概念，更不知所謂的repeat還有分二方或四方連續等等。但現在資訊的發達，除了上網，我們還蒐集了書籍雜誌等相關資料與圖片，也蒐集了實際的樣品來參考。後來這個技術了解其

概念後，不論是運用於針織的布花設計或是梭織的毛巾設計，都沒什麼問題。其它須注意的是，紗的粗細與材質和想織出的圖案有很大的關聯性。例如毛巾布料因有較大的loop，因此在設計時，圖案的線條不能太細，否則會被線圈覆蓋，而影響圖案的外觀效果。而針織布料可以用yarn dyed 或 piece dyed 來表現。例如，兩色以上的條紋布料需使用yarn dyed 的色紗，但因我們的數量還不夠多，還不能符合指定染色的minimum。所以常需找現成的庫存紗，這對設計師的配色而言，是有所限制的。另外，若只有兩色的搭配，則也可利用不同材質的紗來織。而接著在染色的時候，可加入不同紗所需的不同染劑，則同樣可呈現雙色的效果並可節省作業的時間。但其缺點是，若設計師只想同一種紗的雙色效果，這個手法便無法達成。

### ● 產學研各界之技術移轉及合作效益說明

與尚爵開發有限公司的合作，因他們平常的開發模式，皆是參考現成的樣品，經稍作修正便打樣給客戶看，客戶再給予意見做調整。因此，常常是以單品下單的方式，結果可能整體便欠缺系列感。這對目前品牌的運作而言，會欠缺品牌的獨特性或整體性。而藉由這次的合作，尚爵也對從主題發想到設計企劃，到嘗試落實設計的想法，有更實際的經驗參考。

與紡研合作開發毛巾布料的部分，剛開始時打樣出來的毛巾質地非常地粗與厚。原來紗線的捻度品質也是影響外觀的很大因素。後來我們換了品質較好的紗，與作了圖案的修正，才有較好的效果。

### ● 新產品創造之技術效益及市場效益說明

專屬品牌的布料圖案設計已是整個時尚圈的趨勢。除了較主流的精品品牌如Burberry、LV等，例如較成衣的MANGO也開始運用自己的logo 作為布料的圖案。

而設計師蔣文慈剛從歐洲回來，更看到本來較不運用這種主流手法的品牌設計師三本耀司，在他秋冬的新系列中，大量地運用了品牌logo來做為布料的圖案設計。所以，除了能與國際接軌外，這個開發的模式對建立品牌的價值與辨識度而言，都是一個新的可能。這對台灣產業界，普遍還不太注重品牌的形象，到目前已漸漸有這樣的觀念而言，相信是一個可提供參考的案例。

### ● 計畫完成後對提升我國產業水準及競爭優勢說明

尚爵開發有限公司在這計畫案中，所獲得的新的經驗與概念，若能把整體設計企劃的方式在其商品開發中延

續，並能有機會影響與其配合的服裝廠商。且意識到設計開發是一種專業的能力，設計師的養成需要再教育與時間經驗的累積，當然更重要的是意願。而非專業的人來做專業的事，只會事倍功半。唯有走自己開發的路，才是一條長久的路。而他們從今年起，已開始將觸角伸往國外，並帶了我們合作的商品參展，這也是一個很好的開始。

而紡研所是財團法人機構，平常較專研於學術與專案研究。與外界的設計師合作機會較少，與品牌設計師合作的經驗更少。而這次的合作模式，對雙方而言，都是一個很好的經驗。若能藉由類似專案的互動，讓紡研所能受到業界不同觀念與做法的刺激，而業界的廠商也能獲得類似單位於技術與資源上的協助，這對雙方而言都是雙贏的局面。

### ● 專案執行重要心得

上列提到我們在開發的過程中，若設計兩色以上的條紋布料需使用yarn dyed 的色紗，常需找現成的庫存紗，這對設計師的配色而言，是有所限制的。但另一方面，也可培養設計師的應變與調整能力。再如，設計師想要雙色效果的布花，並想要全棉的效果。但在開發的過程發現庫存棉紗的顏色不適合，或數量很多或價錢很高。後來想到用piece dyed 的手法較能解決問題，但其中一種紗的材質需更換。而設計師若一直卡在不符合理想便不願改變，則最後可能什麼都沒有。但若換個角度，把這個限制變成是設計的重點，而盡量發揮不同材質混何交織的特色，這樣便有機會把不利的狀態，轉化為正向有幫助局勢。

而上次的期中查訪，委員提醒了我們很重要的一件事。因期中報告我們寫得很簡單而導致查訪委員較不易了解我們所做的內容。但在實際聽了我們的簡報與看了我們的成果之後，發現差異很大，並建議我們把所提的部分重新整理再補一次。原本的刻板印象會覺得報告是很形式化的東西，但在整理過後，才發覺自己做得不少也做得還不錯，當時的成就感更大。因此，才發現原來做什麼事情都是「心態」的問題。如果自己的心態不是敷衍的，那麼做什麼都不會是敷衍的。如此，即使是整理一份報告，都能因整理的過程而有收穫，並能將自己的角度拉開，而能看到整體的呈現。

