

麗嬰房股份有限公司

時尚貴族童裝自創品牌設計開發計畫

●計畫執行目標

本計畫所開發之產品為07秋冬Petit Chou品牌系列產品，共計開發外出服及內著服115款。

項目	產品系列	款數	說明
外出服	羅曼蒂克系列	31款	精緻的女裝作工及立裁線條，大量運用平織印花布及Lace做層疊剪接，加上絨織帶壓褶效果；材質方面新開發毛料雙色針織布，雖內含53%毛成分，但手感、觸感柔軟，不會有刺刺手感。
	優雅小熊系列	32款	精簡立體的線條不同材質的貼布繡運用；在材質方面運用看起來像毛料實際上是100%棉質的舒適布料。
	經典小熊系列	22款	以Baby款佔大多數，此系列男童注入滑雪運動圖騰，毛球與立體小熊增加其可愛感，女童以優雅小禮服風來呈現，緞面布與水晶更增添其高級感；材料方面運用仿平織外觀的針織材質，舒適中兼具外出感。
內著服	小熊及花朵系列	30款	男童為清爽的三色熊印圖搭配卡其細條紋，女童為深淺色小花點綴綠葉印圖，搭配紅白相間細條紋，可愛又具時尚感；材質上除柔軟舒適外，主要是抗菌、防、防靜電...等具功能性布料。

●新產品簡介

延續麗嬰房一向秉持自然、健康、舒適、安全的設計原則，Petit Chou品牌加入了典雅、精緻、功能性的設計元素，並且採用機能性紡織素材來提升產品的功能，同時還強調精緻剪裁，提供頂級消費者高質感之產品。

本季Petit Chou延續歐洲貴族風格，以精簡而立體的線條，運用不同材質的貼布或者立體裝飾，加上不同機能訴求的布料材質，舒適地展現新古典歐洲風格的精緻與優雅。

●計畫創新重點

精品客層重視服飾穿著之線條比例及美觀，因此在尺寸版型上需重新定位與調整，材質上也需適度應用女裝市場的布料以符合流行潮流與時尚感。

本計畫所開發之精品服飾在外出服飾的設計開發方面多採用較高級之素材和精緻手工，量產後的產品為達與頭樣品質相同之效果，在做工品質的掌控上投注更多的前置開發時間，每款除了做粗胚版型外，在布料縮率和版型的調整上也較一般服飾處理更為縝密；在內著服飾的設計開發方面希望達到舒適、抗菌和符合開發成本之目的，特別

選用銀纖維素材應用在內著產品上，其中銀纖維素材也是經由多次打樣測試，才測出最能符合前述目的之條距，本案內著服銀纖維效果經由SGS測試，可達抗菌及抑菌效果。

本公司擁有兒童服飾專業之設計開發團隊、高質感合理價位產品、精緻作工、優良品質及功能性素材等多項優勢競爭力，產品之應用範圍除了衣著類產品外尚可應用於家飾產品、配件產品及玩具產品之設計開發上。

●公司研究發展能量及研究發展制度之效益說明

- (1) 研發能量：本公司從事研發設計及開發之人員約計54名，其中1/3以上人員有十年以上之設計開發經驗，公司每年投注的研發經費平均約計新台幣4千5百萬元，此外公司還擁有海內、外設計開發及生產廠房設備。
- (2) 研發制度：個別之研發設計人員除了有完整詳實之研發紀錄外，各小組及跨組空間亦會定期召開研發設計會議，所有之產品設計、打樣、開發均依循規定之程序作業。

●人才培訓及運用效益

由於國內各紡織大專院校無精緻作工專修課程，本公司除網羅優秀設計人才外，並透過以下五種方式作為內部技術傳承：

- (1) 內部讀書會
- (2) 不定期召開設計研發會議
- (3) 聘請外部專家進行內部訓練
- (4) 參加外部流行趨勢發表會及專業訓練課程
- (5) 制定及隨時修正工作流程作業手冊

●新產品創造之技術效益及市場效益說明

近年來自然、環保、健康等議題逐漸受到消費市場之重視，成為引領流行的元素，在眾多紡織研發素材中，銀纖維素材具有抗菌防臭、冬暖夏涼、防靜電、驅除微生物及抗電磁波等功能，本公司本次計畫所設計開發之內著系列產品亦採用超細銀纖維素材，應用在貼近身體的內著服飾上，具有良好之防護效能。

經由本計畫之執行本公司今年在北、高二地均增設新的銷售點，此外，銷售業績也較去年同期成長60%。

● 計畫完成後對提升我國產業水準及競爭優勢說明

台灣目前0-6歲之高價童裝市場，產品多為代理品牌或企業自行採購為主，本公司所設計開發之產品是以關懷嬰幼兒健康為出發點，提供客戶安全、衛生、舒適之產品，自創品牌除了獨立設計開發外，對於款型設計、色彩搭配及材質選用方面均能融入了國際流行時尚趨勢。

過去數十年台灣紡織產業擁有優異的OEM代工生產技術，但在產品設計開發與品牌建立方面仍與歐美先進國家有顯著差距，若是停留在代工生產階段，最後往往會流於價格的競爭而失去市場，面對日益艱鉅的競爭環境及M型社會的形成，因應之道惟有投入優質產品設計研發、掌握高級品核心技術，使企業轉型才能提升產品的附加價值，提高企業的競爭力。

本計畫開發之產品所使用之主要素材、布花設計、款型設計、打版打樣、成品製作開發均使用台灣製造的材料、台灣原創設計加上台灣精緻的做工品質，在設計與製作技術上具有優勢之競爭力。

● 專案執行重要心得

- (1)資訊分享：透過內部讀書會，分享流行資訊、市場情報與個人心得分享可提供設計開發人員多元化的分析資訊，使產品開發更能符合市場需求。
- (2)客戶滿意度：本公司的經營理念係以關懷客戶為主，藉由實際門市調查及辦理消費者座談會等方式，將客戶回饋意見作為產品設計或改善的依據，以提升客戶

滿意度。

- (3)品質管理：精品客層重視服飾穿著之線條比例及美觀，因此尺寸版型需重新定位與調整，材質也需適度的應用女裝布料以符合流行潮流與時尚感，自設計打樣到開發製作過程，每個階段都有嚴謹的管控，以確保產品品質。
- (4)生產設備：精品外出服飾多採用較高級之素材和精緻手工，量產後的產品要達到與頭樣相同效果，在做工品質掌控上需要更多的前置開發時間，除了每款都做粗胚版型外，在布料縮率和版型的調整上也較一般服飾更為縝密，此外生產設備也需要配合調整，例如整燙設備的溫度調整。
- (5)素材資源：採用高級毛料及具有功能性素材如銀纖、絲蛋白...等，精品內著服飾由於希望達到舒適、抗菌和符合開發成本的目的，在選用銀纖素材時也經過多次的打樣測試，找出最能符合達到前述目的條件之條距，本案內著服銀纖效果經由SGS測試，可達抗菌及抑菌效果。
- (6)客戶回饋：經由顧客使用本品牌之產品後，給予設計團隊的回饋與最佳鼓勵是“基本、實用、高品質”才是消費者的最愛，也是維繫客戶忠誠度的最佳方式。

