

錦達實業股份有限公司

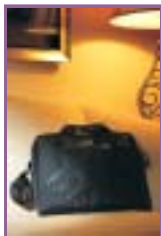
自創品牌 PARTAKE 流行袋包開發計畫

計畫執行目標

1. 建立自有國際品牌。
2. 開發PARTAKE品牌五金，如：拉片、四合釦…等。
3. 完成PARTAKE品牌流行袋類產品：
 - (1) 流行趨勢分析技術。
 - (2) 打樣能力的提升。
 - (3) 系列設計之延伸。
 - ① 開發 12 個系列，共計 56 款。
 - ② 款式有手拿包、提袋、郵差包、托特包、公事包 & 後背包…等。
4. 成立PARTAKE品牌第一個百貨形象專櫃。
5. 提昇品牌經營及行銷能力。
6. 培養新世代袋包的設計人才。

新產品簡介

1. 極簡、個性、大地色系-就像水瓶與金牛的混合體。
2. 在極簡、個性的品牌風格之餘，PARTAKE包包展現了呼應季節的色相-自然界的大地色系，譬如土的顏色、秋葉



默契 一個簡單的手勢，便能有至默契至情至性地明瞭



相映系列 你的內在與我的外在，彼此映照，互為表裡。



洞悉 我以條理分明的洞悉力，透視你內在的明與暗、黑與白。



支持 雄偉協調的羅馬柱狀結構，建築在我心上，為彼此護持。



捉狹 一個捉狹淺笑，代表十個心領神會。

的顏色、沉澱大地的顏色，並透過不同材質將它更為鮮活化，而成為金亮的、暖黑的顏色與觸感。

3. 如果要把PARTAKE的秋冬款擬人化，那麼他就像水瓶與金牛的混合體，透著水瓶清明的智慧與金牛落實的行動力，並擁有水瓶偶爾的孤僻冷傲與金牛與生俱來的真誠美感。
4. PARTAKE 的另一項設計巧思是每款包包上都隨附的一支筆，筆與套環間使用磁鐵相吸，象徵著包包主人與它的緊密連結，當然，在另一層面上，這支筆也更進一步點出了PARTAKE的實用價值。
5. 這一季上市的包款，以「心靈伴侶」來為包款命名定調，描述心靈與心情的多種面向，來和包包主人的內在呼應。譬如以皮面與布面直條相間的款式「支持」，把看似羅馬柱的設計引申成為支持彼此的力量；而「捉狹」系列，則因為弧線口袋的設計有如捉狹的淺笑，因此隱喻為一種心領神會的心靈寫照。
6. 此外，還有強調一雙緊扣logo圖騰的「默契」、金屬環與明暗色塊相互對比的「洞悉」、以及中上下口袋並列設計的「相映」系列…，包包主人能在每一個系列中找到一種與伴侶間心靈交會的心情。

計畫創新重點

1. 「PARTAKE自創品牌袋包開發計畫」內容包含：流行趨勢蒐集及預測技術、品牌建立與品牌DNA定位之轉換、開發獨創性風格袋包款式（共 12 個系列）、織品設計技術應用、培養具國際水準之袋包設計人才、五金扣具研發技術與打樣能力技術轉換。
2. 創新的重點如建立台灣自有袋包品牌、運用新材質與新技術結合商品企劃與流行時尚、創造適合 20~29 歲，追求流行並以酷、炫、與眾不同客戶群為主要目標市場的系列袋包商品袋包風格等。
3. 新產品之競爭優勢，在於材料直接由國內專業布料及副料廠商，提供最合乎本公司需求或最新研發之材質，且品牌設計概念藉由知名形象設計公司及紡拓會提供的流行預測

的概念轉化應用，持續加強創新概念的導入，並將之開發運用於完整之袋型系列。

4. 所開發的品牌袋包產品可應用各種場合，如上班、上學、出差、時尚派對、逛街、購物、聯誼、郊遊、舞會等，便於搭配服裝且實用性亦高。

公司研究發展能量及研究發展制度之效益說明

本公司研發人員藉由執行本計畫學習到品牌風格的設定、流行資訊的轉化、新材質的應用、打版車縫的新技術與五金配件的開發等，大大提升公司的研發能量；同時研發紀錄簿的撰寫亦促成公司知識管理等相關的研發制度的建立。

● 人才培訓及運用效益

本公司人才培訓與技術傳承，利用定期研發討論會議及內部員工教育訓練，從工作中不斷的從事研究發展與技術創新，以自主創新的方式增加企業技術資源的質與量，並藉由同業、異業之觀摩與學習，以豐富企業的技術資源，並提昇技術競爭力，將本公司所擁有的各項技術資源，做最佳的整合與配置，以充分發揮公司內部技術資源之效益，並適時地透過專利之申請，保護本公司之技術領域及智慧財產權，以維持及傳承公司技術技能與運用。

1. 外訓部分：
 - (1) 真皮製造班.....36小時
 - (2) 建立你的品牌發電廠.....2小時
 - (3) 0910 秋冬流行色卡預覽暨流行趨勢發表會.....2小時
 - (4) 09 春夏手提包流行趨勢發表會.....2小時
2. 內訓部分：定期研發會議
3. 不定期做市場調查，瞭解市場情況

● 產學研各界之技術移轉及合作效益說明

1. 知本形象廣告有限公司：

該公司為 PARTAKE 品牌規劃品牌策略時，使用「策略工具」與「分析定位」做合適的因應策劃與搭配選擇。藉由「品牌策略」方法與工具模式，客戶將清楚理解與看到知本形象廣告有限公司如何將品牌精神抽象概念，轉化成具象的品牌形象識別元素，貫穿產品與溝通宣傳物，進而建構出一個強而有力的品牌形象圈。
2. 紡拓會：

本來預計發展新的品牌和產品路線需要極多的人力與資源投入，透過紡拓會的技術轉移成功達到縮短品牌開發與新產品研發的時間，快速掌握流行趨勢與流行色彩資源，與減少初期投資的經費與人力的調整。

● 新產品創造之技術效益及市場效益說明

新產品的開發主要分為 12 大系列，即秋冬 9 大系列與春夏 3 大系列，其中每系列各衍生 5 款款式設計。除適合上班、上學、出差、時尚派對...等正式場合外，亦適合如逛街、購物、聯誼、郊遊、舞會...等休閒場合。衍生性產品有上衣、海灘鞋、帽子加上流行配件如隨身碟、鑰匙圈...等。除提升本公司專業人員袋包設計、打版、車縫、材料整合能力，配合知本形象設計公司協助品牌視覺形象整合與商品定位，加上紡拓會相關流行資訊之互

通，季節商品之參考，商品企劃之配合，建立優良的袋包品牌立足台灣並行銷到國際市場，估計第一年產值方面將可較去年增加 300 萬元的營業額，第二年增加到 600 萬元以上。

● 計畫完成後對提升我國產業水準及競爭優勢說明

本公司此次建立台灣自有袋包品牌，設計開發具獨創性材質系列商品，不但突破國內現有水準，並成功帶領織布、染整與五金配件廠商全面技術提升，朝國際化品質水準邁進。計畫的進行亦使本公司設計開發人員具備品牌商品設計的能力，設計出與世界流行同步且附加價值又高的袋包商品，大大提高本公司之競爭優勢。

● 專案執行重要心得

台灣代工實力堅強不單是在資訊產業上，包括手提包製造，也是居全球重要地位。台灣區手提包輸出同業公會指出，雖然近年台灣手提包廠商，紛將製造基地轉往他方，但這不影響台灣廠商製造地位，公會粗估，台灣手提包製造廠商應該掌握有全球 90% 以上的市場。品牌大者恆大，品牌代工技術新興市場已即起直追，一定要有自創品牌與創新服務，同時兼具產品質精價廉，才會被消費者與客戶青睞，所以，品牌的經營是成功的關鍵。而品牌，卻是一種透過認知、經驗、信任及感覺過程與消費者建立的關係，品牌與顧客的關係是獨特且無法取代的。「商品」是工廠的產出結果，顧客認知才是「品牌」價值所在。尤其當市場競爭愈趨激烈，唯有鞏固「品牌忠誠者」才能掌握成功之鑰，而此須依據與顧客的關係建立，這來自與顧客間各種溝通方式及態勢。同時掌握顧客需求與脈動，創造顧客最高價值，以創造公司最高利潤、競爭優勢及成功機會。

本公司設計開發人員為執行此次之計畫，除各方尋找新創意與新材質，亦克服運用新材質所衍生打版、裁剪與車縫的問題，搭配五金設計、織帶設計與刺繡加工，成功創造出適合 20~29 歲，追求流行並以酷、炫、與眾不同客戶群為主要目標市場的系列袋包商品，其中多樣化的選擇，與時裝的完美搭配，滿足消費者求新求變的時尚趨勢，除實用性外，也兼具流行與創新概念。

PARTAKE 品牌商品已於 10 月 4 日正式上市，受到各方的矚目，表示全公司上上下下在過去一年努力的心血沒有白費，亦不辜負政府與各位委員的支持與愛護，今後本公司亦將秉持這樣的精神持續下去，為台灣的袋包產業貢獻一份心力。

