

# 光輝鞋業股份有限公司

## 台灣意象系列產品開發

### 計畫執行目標

此計畫執行目標是要創造以自然人文意象為設計元素，生產出適合戶外的機能性休閒鞋。為商品增加獨特性，為品牌系列創造競爭價值。

### 新產品簡介

此計畫開發三款多樣式戶外休閒步行鞋。

1. 舒適改良輕量化之帆船鞋 1 款。
2. 運動風格化之中國風包頭鞋 1 款。
3. 透氣鞋墊應用之步行運動鞋 1 款。
4. 新式休閒包 1 款。
5. 新式休閒服飾 1 款。
6. 具區域文化特色布樣 3 款，應用於新式鞋款使用，後續並可開發相關衍生性商品。

### 計畫創新重點

開發內容：此計畫與本土文化知名度極高的台灣園林「華陶窯」合作，運用園林內所呈現關於台灣本土的原鄉意象元素包含色彩、圖紋、植物……等，經過設計的圖像和表面素材配合與形象概念契合的色彩使用，並結合透氣機能與材料與光輝鞋業在生產上專業技術。

嚐試以自然人文意象為設計主軸，設計出適合戶外穿著的機能性休閒鞋。增加商品獨特性，以期為品牌系列商品創造競爭價值。

創新重點：此計畫創新重點如下：

1. 新鞋款楦頭修改。
2. 鞋型的混合設計。
3. 表面材料的創新使用。
4. 鞋內底透氣布料的應用。
5. 設計主題的視覺與色彩應用。
6. 表面材料因應設計而發展出的特殊加工。

新產品競爭優勢：此計畫產品競爭優勢如下：

1. 鞋子楦頭修改，讓使用者穿著行走時，可減少腳步承受之壓力並增加行走時的舒適度。
2. 鞋型的混合設計，透過混和各式功能性鞋款訴求的產品設計與造型，將不同型款的鞋型優點能集合在同一雙鞋之上，結合多種鞋型的優點在一雙鞋子上，除了刺激商品設計的創意能更加自由與創新外，能夠為消費者提供舒適與更加多元的產品選擇。

3. 表面材料的創新使用，除了在設計上增加符合商品開發目標的使用外，更可節省生產的物料成本和對環境的污染。
4. 鞋內底透氣布料的應用，可以增加鞋內濕氣排除的效率，可以增加鞋內濕氣排除的效率，為長時間行走提供更為舒適的鞋內環境。
5. 設計主題的視覺與色彩應用，除了增加對品牌主題的呼應，也創造美觀與品牌可辨視的視覺影像，張顯品牌精神，區隔競爭商品的區分，增加附加價值。
6. 表面材料因應外觀非功能性設計的特殊加工，可增加商品的獨有性與特殊性。

### 公司研究發展能量及研究發展制度之效益說明

光輝鞋業原為國內老牌之 OEM 鞋品製造廠，其專業製鞋技術備受國內外鞋品廠商肯定，多年來代工生產經驗已累積良好的產品製造經驗。此次光輝鞋廠透過與築象設計與台創中心的共同努力下首次以自行開發之模式導入委外研發的管理流程。並且建立與異業結合或共同開發計畫時的內部共識和相關的合作方式以及磨合機制。

### 人才培訓及運用效益

光輝鞋業一直都是代工生產，沒有自己的設計人員。這次與築象的合作學習到產品開發時應採取的發想步驟：

1. 市場訊息收集
2. 主題設定
3. 主題資料收集
4. 主題研究
5. 設計元素分析
6. 設計元素應用
7. 材料選擇
8. 圖樣選擇
9. 應用模擬

上述的流程，為公司留下產品設計及開發的經驗。並且讓參與此案的同仁，深入了解產品設計的程序以及實際製作時技術面的磨合與創新……等經驗，為企業內部培訓出日後與設計單位合作的專門人員，提供將來光輝鞋業外在設計資源合作的經驗，更增加未來與外部設計單位合作的可能性。得以創造更多高附加價值的產品。

## 產 學研各界之技術移轉及合作效益說明

突破光輝鞋業過往以來身為鞋品生產端的定位，空有專業製造技術卻缺少對產品市場研發及調查的經驗與方法。因此透過本案計畫將產品開發與市場調查之執行方式導入到光輝鞋業體系中，並且透過結合多功能設計，創造新的產品製作訴求，用以刺激新的產品加工方式與製作流程。

透過開發過程中的異業結盟，將同樣的設計元素延伸發展成其他的產品設計概念，成為各廠商共同開發的商品，減少設計與研發支出並完成更多元化的產品。

## 新 產品創造之技術效益及市場效益說明

此產品研發過程中，是光輝鞋業第一次主導選定主題，從市場趨勢的觀點，規劃產品的開發。配合專業設計團隊，配合專業設計團隊，結合不同領域的知名廠商共同開發商品。

### 此新產品的效益

1. 確立自然樂活的主題，具有發展空間，後續可研發相關系列商品，擴大品牌產品內容。
2. 將研發設計的流程帶入傳統生產流程，補足了產品開發前端發想的流程，讓品牌及產品的設計與生產流程得以完整。
3. 布面的加工和屬於台灣自然色彩的制定，不僅應用在此次開發的商品，更提供給參與的協力廠商使用，各自自由應用於產品上。

## 計 畫完成後對提升我國產業水準及競爭優勢說明

光輝鞋業在此產品研發過程中，對光輝鞋業最直接的實際效益是讓光輝鞋業由接單生產之 OEM 生產工廠，跨入有市場目標、有主題、有品牌概念的商業經營範疇，結合異業的產品開發思維，為傳統製鞋業找到更寬廣的舞台。

台灣本土製造業掌握生產技術的專業技術，經由了解市場發展方向、透過滿足消費者的需求，成為設計開發新商品的概念並嘗試建立自有品牌，讓企業逐步轉型為產業注入更新的能量。

這個經驗正透過同業間過去相互支援的產業連結，傳遞給光輝鞋業的長年的工作夥伴，例如於 2008 年獲得第四屆台灣製鞋品 MIT 認證書的扶格貿易公司，也引發扶格對

自行設計，開發鞋款，投下更多的資源。並且結合肄業間設計的能量，其中台南仁美織帶廠更以其世界級的技術和生產規模，投入心力，共同為台灣傳統產業的競爭力努力。

## 專 案執行重要心得

此專案執行最有價值的學習是在解放固有想法與經驗的限制，過往的開發經驗來看，在發想過程的初期就會給予製造端、設計端一些刻板的限制，讓預期的結果去引導所有開發與設計的發想。事實上，真正限制生產與設計的是對可能性的看法。在打破觀念制約的過程中，創造、結合各種不同元素的嘗試，撞擊出真正可用於創新產業的想法。

過去，光輝鞋業成功在多年 OEM 代工經驗中，透過高效能生產流程與兼顧成本的品質控管方式中去創造企業的利潤。而在新興代工國家興起之後，成本上面臨強大的競爭，加上近年原物料上漲，讓獲利空間大幅減縮。這讓公司的經營者警覺到，若是繼續以過往的經營模式繼續下去，將因為生產成本較高而遭受市場的淘汰。

反觀許多國際品牌，將生產成本的壓力轉嫁給代工廠商，而本身藉由市場行銷與產品設計的專業，不斷提升品牌的知名度與消費者認同創造更高的市場價值。就目前全球市場上的著名品牌案例來看，品牌的價值在不斷的發展過程中，不會因為時代的淘洗而失去價值，反而會透過時間的累積、更新，不斷地增加品牌的價值。

過去台灣廠商因為國內市場不夠大，企業資金不足，缺乏創造品牌的行銷人才等因素，造成國內品牌未能有較具規模的市場行銷與長久的品牌規畫，缺乏經營品牌的經驗，造成產業以代工為主，間接影響到產品開發與設計人才的培訓。這是過往我國產業環境所創造出的經驗。

但現在的國際市場和兩岸之間商業和生活水平的拉近，大華人市場是個可供我國傳統產業轉型自創品牌的挑戰舞台，透過品牌營造同步創造更多產品開發設計的人才或是同、異業合作的機會，讓產業重新找回活力。而在品牌創造鍛練的過程中，能夠意識到面對的是來自全球各國市場的挑戰，要創造更多市場價值或經營國際化的品牌，就必須放下過網在經營國內市場時，各自單打獨鬥、著眼國內需求的經營模式，結合各家力量共同合作將台灣本土意象文化推向國際舞台上。

