

台灣流行顏色股份有限公司

自創品牌國際行銷之設計開發

公司小檔案

- 成立日期：民國80年5月1日
- 負責人：陳卓雲
- 資本額：新台幣3107萬元
- 員工人數：45人
- 經營理念：
 - be*U的精神：「玩設計、做自己」 be Yourself.
 - be*U品牌文化：「親子玩創意」
 - be*U的理念：「互動式商品、互動式行銷、互動式服務」
 - be*U的特色：有「全手工訂做」、「半訂做」、「非訂做」商品，滿足各種消費者的需求，尤其4種寬度的選擇服務，讓每個客人擁有最舒適的鞋品。



計畫緣起

以台灣自創衣服與鞋品的品牌，在國際行銷並不多，be*U因在2008年獲得法國創新金牌獎，使be*U有決心要拓展國際市場，本案將協助 be*U 品牌第一次開始在行銷上國際。be*U 接到國際訂單，不但會創造台灣的就業機會，最重要是增加傳統產業高附加價值商品之品牌形象，台灣自創品牌是可以有自己獨有的特色，同時，此案的成功，也會增進 be*U 在台灣市場的顧客品牌忠誠度，更豐富的商品使業績增長，成為更穩建的品牌。

新產品簡介

1. 鞋品如計畫共設計了40款

(1) 兒童手工鞋



(2) 媽媽親子鞋



(3) 創意親子裝：一件衣服 T 恤，可贈送三件能更換衣服的布標，小朋友可自由選擇與替換。



親子裝

計畫創新重點

1. 自創之 be*U 品牌售日本與歐洲整體規畫
 - 日本市場：確定代理商→完成架設網站與行銷→媒體採訪→完成進駐百貨公司→12月底成立 be*U 專賣店
 - 歐洲市場：參加商展→籌劃商展裝潢等事宜→赴歐參展→尋求好的代理商
2. 研究進口日本與歐洲兒童鞋品與衣品，材質規格之相關規定研究順利完成
3. 研究出亞洲與歐洲兒童鞋品與衣品尺寸之差異，並完成開版與製造。順利完成



圖一



圖二

圖一左為歐洲窄楦22號，右為原 be*U 亞洲寬楦22號，不論是寬度、高度、入口之口徑皆不相同，be*U 已成功研發完成，目前日本訂單女生大多採用窄楦，男生大多採用寬楦。

圖二左為歐洲窄楦26號，右為原 be*U 亞洲寬楦26號，同樣可看出不論是寬度、高度、入口之口徑皆不相同。

本案所有鞋品自1歲至父母親大人尺寸，皆已研發完成歐洲窄楦及亞洲寬楦的尺寸，隨時可依客戶需求，下單生產。

4. 訂定10大主題，並設計出具國際風格的親子鞋品40款，與衣品60款，共100款

(1) 趨勢：

- ① 設計全球化
- ② 設計民主化，人人可以設計，隨機文化走紅。
- ③ LESS IS NOT MORE. More is more..
- ④ 時代的創意不足時，就開始完復古風。
- ⑤ 80年代的流行是語不驚人，死不休。
- ⑥ 現在開個小門讓 Tasteless 進來。
- ⑦ 網路、環保影響永存。
- ⑧ 個人主義是時代精神。
- ⑨ 品牌精神勝於流行。
- ⑩ 嫩呆當道。

2. 主題：(a).Restart:白色、off-white、膚色、淡卡其色系列

- ① 都會樂活風：新綠色系列
- ② 低調的浪漫：紫色、藍色系列
- ③ 優雅歐風：酒紅色、金色、咖啡色系列
- ④ 日本風：黑、白色系
- ⑤ 酷黑風潮：黑色、灰色、暗色調系列
- ⑥ 文化科技：灰調的粉彩色系列
- ⑦ 80年復古風：中性風格復古
- ⑧ 期待改變：黃色系露臉
- ⑨ 多彩色的開始：誇大或藝術性的多彩世界

3. 商品行銷日本，並參加一歐洲商展

(1) 商品已開始行銷日本，因舉辦記者招待會後，有6個媒體報導，故已開始先於網路銷售，12月初西武百貨公司池袋店，be*U專櫃正式登場，12月底be*U專賣店開幕，明年將會進駐更多的百貨公司賣場。

(2) be*U參加德國GDS商展，展場有24平方公尺，以手工鞋為主，服裝為輔。本次參展是為了徵求代理商，不做單一鞋款的銷售，有許多國家的連鎖店家都有興趣成為be*U代理商，目前都在洽談中，短期內會簽約的是澳洲的代理商。



be*U參加德國GDS商展之展場照片



研發成果及衍生效益

1. 歐洲商展

新完成的鞋品40款，與衣品60款的商品，於9月參加德國GDS鞋展時展出，我們的攤位是位於6館歐洲品牌區，是本館唯一的台灣廠商，本次是 be*U 第一次參加國際性商展，原本擔心我們的設計風格不知是否為歐洲店家所接受？結果不管是歐洲或者南非、澳洲、中東等，各地專業人士都有對be*U商品稱讚不已，甚至多位廠家說，「終於看到市場上有新東西了」。有十多家公司有極高興趣，想做be*U代理商，預期明年be*U商品，就可開始銷售亞洲以外的國家。

2. 日本市場

確定代理商後→架設網站與行銷→舉辦記者會媒體採訪→進駐西武百貨公司池袋店→be*U東京專賣店於12月底開幕



From 日本經濟流通報 21/8/2007



日本媒體報導之3 --- Maria Kid 雜誌

專案執行重要心得

日本媒體報導be*U品牌，稱讚鞋品的精緻、品質的優良及設計的獨特性。媒體一登出，有2317人在我們日本代理商的網站留言，有興趣購買be*U鞋品，此消息一得知，我們信心大增，對日本市場充滿希望。

日本代理商第一批下單試銷樣，金額就達50萬，未來將每月下單，因為12月初起，be*U鞋開始於西武百貨池袋店開始銷售，12月底be*U專賣店開幕，故be*U已順利延伸台灣自創品牌到國際的第一站。

國際接單後，be*U堅持「跟留臺灣」，所有商品皆在台灣生產製造，創造台灣新的就業機會，預計明年後會陸續擴廠，公司內部也將再增加10人以上的工作職缺。