

二十五點創意製作有限公司

省力背包調節機能結構設計開發計畫



公司小檔案

成立日期：94/12/13

負責人：王伯庭

資本額：10000 千元

員工人數：12 人

經營理念：

- 好創意必須是好生意
- 專注研發、靈活行銷
- 熱忱積極、穩健經營
- 以台灣為基地行銷國際
- 成為具競爭力的台灣文創品牌

本案合作之技轉單位：

本案為自行設計，重點省力背包結構為切入點，開發出差異化的背包商品，並勞務委託國內豐富經驗之廠商，進行包款的打樣開發。

計畫緣起

一、市場商機：

透過近 7 年時間，親身投入自創品牌及投資經營百貨通路，對於國內消費市場偏好、流行性及品牌商品設計的變化有長時間觀察。本次計畫目標之商品設計符合獨特性、機能性、設計性等條件，具有市場潛力。

二、設計專才：

經營自有品牌商品中，包含袋包商品（多功能遊樂包），自 2009 起，已成為公司專櫃通路主力商品之一，占通路業績近 30%。同時，具有新型專利與工業局能量登錄及獲得金點設計標章，並與多國及知名品牌及他國作者（日本漫畫家手塚治虫、藤子不二雄等）授權合作，開發無限商機。

三、市場需求：

背包類商品屬於大眾消費類型的選擇之一，族群遍及學生（7～22 歲）、社會人士（23～33 歲）、高消費者（35～45 歲）、特殊使用族群市場（包括專業族群及運動族群）。

新產品簡介

一、大眾款設定方向：

目標族群：學生、通勤族，年齡 15～25 歲

（一）運用簡單可靠的省力結構，與一般市售包款做市場區隔。

（二）運用普及性高的材質，作為包款主要使用面料。

（三）具備調節負重功能，達到平均受力的效果。

（四）具備基本攜行功能，設定分格夾層，提升使用便利性。

（五）用料與色彩計畫，朝向男女皆宜的中性方向。

二、機能款設定方向：

目標族群：電子設備攜行需求、男性商務需求，年齡 20～40 歲

（一）運用高效能耐用的省力結構，強化商品特色並建立形象。

（二）運用機能性高的材質（軍用科技面料），作為包款主要使用面料。

（三）具備調節負重功能，達到平均受力的效果。



B23896



B23896



B23897

省力背包圖

(四) 具備防潑水與電子設備攜行功能(如筆電、相機)。

(五) 設定保護緩衝材料，強化分格夾層機能設定。

計畫創新重點

一、計畫目標：

採用全新的省力調節結構，袋底施力點向上托高提升，背帶受力能由後往前貫穿同步，達到平均受力與減輕負重的省力特點。

二、創新性說明：

依使用者設定，將採用最可靠有效與節省成本的結構設計，與昂貴的專業機能背包做好市場區隔，提升銷售的普及性與可行性。

研發成果及衍生效益

一、研發成果：

(一) 執行本計畫，可強化本公司及協力廠之研發能量、研發人員質量提升、研發制度建立，並藉此充實二十五點創意的智識庫，成為未來產品開發的重要參考資料。

(二) 本計畫的產品定位明確且具市場競爭力，從眾多同質性高的商品中脫穎而出，同時增加自有品牌的產品線，對於品牌的拓展與業績銷售，具有實質正向的助益。

二、衍生效益：

(一) 計畫開發的產品具有專利商品化潛力，未來會申請各國專利及認證，足以證明本研發團隊對於開發新產品的效率。未來持續參與各國展覽，增加產品曝光度與銷售機會。

(二) 有別於其他競爭對手，只著重時下流行的款式，使用便利性與專利門檻，能為公司品牌形象加分，強化開發新商品的自信心，提升企業在客戶中的形象，進而建立更緊密的關係。

專案執行重要心得

我們尋找許多單位，以驗證檢測省力背包結構的可行性。首先詢問的法人單位有台創、鞋技中心、紡拓會，因缺乏相關檢測設備，轉而尋求醫療相關單位協助，如骨科診所、醫療檢驗所，而醫療單位以認證背書及宣傳效益顧慮，婉拒合作。後來找了學術單位如台科大醫工所、台大輔具中心，同樣也有認證背書及諸多需要評估的部分。再者，產學合作期程較長，以本專案的時間來說，明顯不足。雖然四處碰壁，沒有相關單位可接下檢測合作，卻獲得不少建設性意見。因此，整理出進行問卷的方法，透過問卷調查與實地包款測試，取得省力背包開發的結果。