輔仁大學 111 年高教深耕計畫

「產學成果導向課程」成果報告

110 學年度第 2 學期

織品服裝新素材

授課教師　古德興

報告撰寫人　古德興

修課人數　50

中華民國　111 年 7 月

目錄

1. 課程實際規劃與說明 2
2. 具體教學成果與評估 2
3. 課程遇到問題與困難 4
4. 省思與未來的展望 4
5. 學生學習成果 6

1. 課程實際規劃與說明

本課程為開設於織品服裝學系大四之選修課程，課程主要首要目標為針對織品服裝新型素材之應用，以及商品開發所需之織品材料與學理，使學生在進入職場將前述專業知識進行充實；同時，並期望透過本課程融入與職涯規劃與發展相關之議題，以引導即將畢業之大四學生於在學最後一哩，將專業知識學習與生涯規畫進行融合與統整。

產業的永續發展與經營，持續不斷的創新與開發新商品，以不斷回應市場趨勢與顧客需求，為產業各個企業核心之理念與策略。紡織與服裝新商品開發以新素材之應用與新商品企劃為主要途徑，以回應顧客以及消費市場快速變化之需求與欲求。因此，在學習與了解織品素材之特性與原理之外，若能進一步落實學生具備商品企劃與開發之時實務能力，並能提供合作之產學企業具備創新性與符合市場需求之成果，為本課程教學之主要目標。透過企業界資源的納入，以及企業界的需求與意見，透過進行產學課程的執行，融入了企業資源與業師實務能量，可使課程專案製作之產出與成果，能更趨於實務應用以及符合業界需求，對於學生的學習成效更能有效提升。

透過產學互動與縮短認知差距，本年度本課程與合作之產學企業，除了資源結合與業師能量之外，更針對企業對於經營面臨競爭，以及對於服裝商品的拓展等需求，期透過課程教學以及專案產出，可以獲得啟發與後續應用。因此本課程在專案產出之規劃，主要等針對服裝商品創新開發企劃外，在專案前段先以品牌形塑與利基市場概念為基礎，期能更聚焦產出之內容可提升商品化與實際應用之所需。

課程規劃首先進行織品服裝新素材專業知識之教授，並主要以合成纖維以及新型素材於製程與生產，以及機能訴求與原理為主軸。首先強化修課同學於新型紡織纖維原理與製程專業知識，第二階段並邀請業師針對當今企業經營方向與市場現況進行介紹與解說，並對於未來發展趨勢進行預測與分享，以帶領同學以企業需求角度為起點，促進專案由發想、執行與修正等整體流程更加聚焦與完善，以優化課程專案於商品開發之成效。並將專案情境設定為新創團隊創業，以期提升僅止於課程作業或報告之產出，專案產出之成果項目能更加具體，並能更快經調整與修正後能進入應用階段。

第三階段為專案執行與產出，納入市場分析、品牌理念與識別、以及商品原型設計開發等要項進行整合，以落實本課程於學習階段所得以及專案企劃之產出。主要概念為其透過專案企劃多元內容之執行，使各團隊學生能協調角色與統整專業能力，同時檢視自身能力，以尋求問題解決之道，並再次激發學習動力。本課程並針對各組產出之專案，進行專案建議與修正方向，以完成專業知識、品牌企劃、商品原型開發等要素，更加完整體學習歷程。除提升理論與知識之學習，更重視成員多元能力的整合與問題解決能力。本年度課程專案聚焦於機能性紡織品應用，生活型態結合利基市場之可商品化之服裝企劃與設計開發為目標，以新創團隊情境進行品牌企劃與商品原型設計，以整體提升商品之市場性，並整體提升專案完整度與增進學習成效。

2. 具體教學成果與評估

具體教學歷程與成果包括專業知識學習、問題發現、解決方案構思與執行、成果產出分析與修正，課程教學之外，輔以分組專案實作學習、自身檢討與回饋，整體完成專

業與實務整合，以培養與提升織品服裝新素材應用與商品開發之能力。

(1) 織品新型素材專業知識深化

織品服裝新素材為本系專業特色課程，主要教授新型紡織纖維材料與面料之特性與製程，並針對機能性紡織品之原理、訴求與應用為課程第一部分之主軸。課程首先針對各類型織品服裝新型纖維素材與機能面料進行介紹與專業知識教授，透過課程講義，以及與學生之課堂互動討論，以及筆試，以瞭解學生學習狀況與進行補充，學習成效佳。

(2) 織品服裝創新商品概念形塑

持續進行新商品開發為維持企業競爭力之核心，本課程為開設於本系行銷組大四之課程，主要針對以織品服裝產業為就業目標之進階專業知識與技能之形成，關於織品服裝專業以及行銷管理知識等先備能力已具備一定基礎，因此課程設計在專業知識強化外，如何帶領與協助學生進行更貼近實務之專案，並提升專案產出與成果，為本課程結合產業資源之主要概念。本課程學員以織品服裝學系織品行銷組大四學生為主，針對具專業基礎與背景之學生規劃商品企劃專案，並為補強過往以自創品牌概念為主之專案形式，採取針對新創品牌產出前之環境與趨勢解析、市場分析，並以產出具體商品方案為目標，以利繼續執行後續商品開發成效，以提升學員專案產出之實務價值，本課程同時藉由授課教師與業師的搭配以及專案引導，使得專案內容須考量可行性與市場性，以增加專案之實務價值，如此提升了學員的專案執行訓練與實務能力。

(3) 新創品牌商品企劃原型產出

在完成前新創團隊形成與目標商品之調查分析後，進一步落實創新商品之企劃與服裝原型設計。本專案之產出以實務為導向，需整合前述市場調查結果，發展出服裝面料材質與特性需求、使用情境、目標客群，以及服裝款式與顏色配置之原型設計圖等，以有別於以往課程多以概念是與網路現有商品照片為內容之報告，期使學生透過本課程專案產出屬於自己開發的商品業競爭力的，同時須考量品牌的風格與需求，以及市場的未來性等綜合考量之訓練。

針對前述產出之新創品牌商品企劃與原型設計，以品牌形象契合性、商品製作可行性、商品市場性等評估準則，加以產出商品原型開發。於商品企劃設計階段，包括版型輪廓、機能面料選用、印花設計與模擬呈現等具體項目，以完成新創品牌與商品原型之開發企劃。首先，專案第一階段設定為新創團隊情境以建構新創品牌概念進行企劃，團隊須針對環境趨勢(PEST)、市場分析(3C 分析)等，各團隊自主選用三種以上之企劃框架進行分析；第二階段則為針對品牌產出對應之商品企劃。呼應課程，品牌企劃與商品設計以具機能性面料應用為主軸，進行新創專案企劃。同時，以現有市場之機會發現，以及利基市場前提，以消費者生活型態為依據，以如對於運動休閒、重視健康與生活品質等與服裝需求相關之趨勢與議題為視角，專案企劃目標市場以符合利基市場為出發點，以符合市場趨勢加以規劃，包括瑜珈、慢跑、健身，以及特殊運動類型，並可包括如生活型態與時尚風格融入機能性紡織，最終制定專案企劃目標。

由消費者生活型態為切入點，主要用意為鎖定目標客群，進行新創商品之發想與企

劃，同時組間成果可相互學習與激勵；此外，依各組同學自身之專長與所扮演角色之安排以新創團隊為情境，並在新創團隊形成之基礎上，進行商品企劃與服裝原型開發，同時要求須具體產出商品版型輪廓、色彩配置、新素材應用說明、印花設計以及與服裝模擬，並產出新創品牌型錄等成果，以其專案產出更為完整之外，並在可商品化與應用段更加接近，期在經過部分調整與修正後可快速應用，為本次專案之特色。

3. 課程遇到問題與困難

(1) 學員服裝專業背景知識

本課程學員以織品服裝學系織品行銷組大四學生為主，主修背景為織品與行銷專業，對於服裝創意設計與版型開發，以及後續實際服裝版型非主修專業，然而同學仍有能力與各項資源完成服裝商品輪廓設計開發之能力，實際商品製作，仍須在服裝實際製作經一定程度調整與修正。本組學生具有相當美學基礎與時尚概念，將機能性素材知識應用於商品開發企劃，將使產出更有特色。本課程專案之規劃，各組於專案企劃在品牌企劃產出後，服裝商品輪廓以及印花設計與模擬，可提供更有效之工具與平台，並將專案產出設定為成衣範疇，可更大程度落實後續應用。

(2) 專案企劃產出市場性與可行性

訓練與培養具備更完整技能，以及具備整合協調能力的人才，為本課程主要目標。透過本次課程執行，部分學生產出若需符合實際產業規格與需求，以及實務可行性仍有進步空間，以及提升學習之處。而藉由業師的搭配，相當程度補強這方面的問題。而本年度之產出有相當部分的產出具有實務運用與市場潛力。

4. 省思與未來之展望

(1) 創新創意與專業能力整合

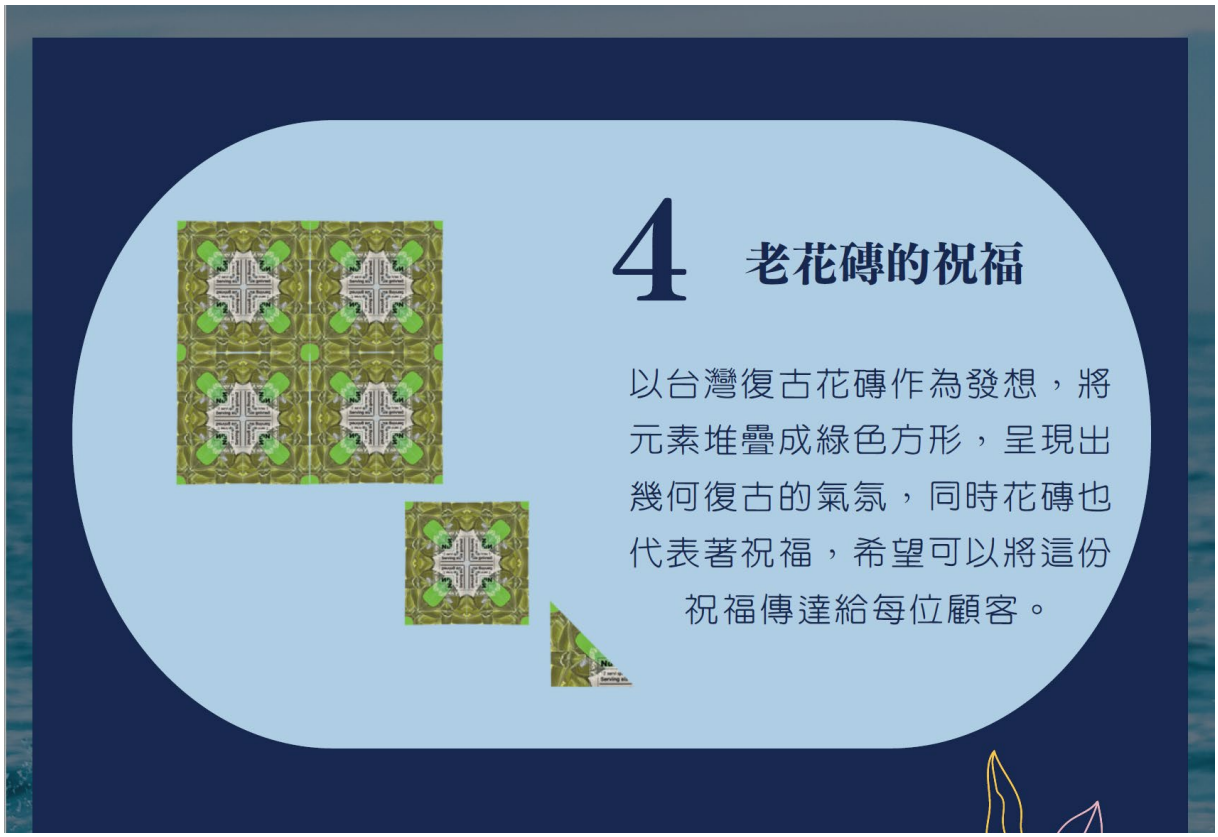
經由本次產學課程之規畫與執行，以本系行銷組學生為主體而言，在兩個階段皆有當之創意發揮與展現，在專案執行前之情境設定有助於產出更為符合市場與可行之企劃成果。首先在企劃階段，行銷組同學在行銷企劃之學習以具相當水準，整合新素材之應用，以及新創團隊情境，將可更完善與更為貼近企業需求，以及回應與符合真實市場競爭。因此，在學期間的創意仍是相當可貴，即使落實仍需更多資源、時間，與實際執行。透過本次產學課程的執行。第二部分為落實商品製作階段，在執行上具有一定的門檻，然而具實驗性的作法透過資源之取得，可使得學習成果更為具體。回饋至整體課程規劃上，為能更接近商品化與更加速實務應用，跨領域學習資源與時數增加，可為未來課程調整的方向，課程執行所得之經驗與成果，也可作為整體課程規劃之修正與參考依據。

(2) 實務資源與落實產出

本次產學課程之執行，可以發現本類課程之執行相較於以往課程之進行，可透過

增加更多產業資源以及互動，以提升教學與學生學習的成效，同時實作產出仍需與廠商進行相當的協調溝通以及調整修正。分組專案的產出，在諸多規格與細節上可以更加重視細節，以及在摻出成果更加具體，以利實務成果可縮短實務落差與加速應用為後續努力方向。此外，包括企業對於學生的期待，業師對於學生的理解，乃至於學員本身專業能力的限制以及主觀意識等，皆需要更多的產學互動，以持續的達成落差縮減，這也是產學課程執行價值之所在，並感謝輔仁大學教發中心給予的資源與協助，使得本課程的參與各方，包括學生、教師、以及企業與業師，皆能在產學課程的執行中有所成長與啟發，以及獲得寶貴的經驗與體認。

5. 學生學習成果



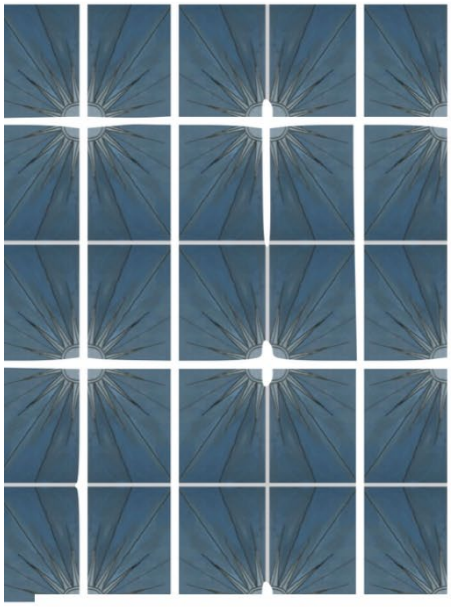
新創機能泳衣品牌-湖湖 HUHU 以特殊手法與訴求進行商印花設計

新創時尚露營品牌-YOLO CAMPING 商品組合開發

新創機能瑜珈服品牌-YOGATA 如瑜得水之商品款式與印花設計模擬

新創泳裝服飾品牌-Sparklin 之商品款式、機能素材面料應用與印花設計模擬

結合生活型態與時尚趨勢以豪華露營為新創概念- GLAMPING



為台灣濕熱氣候打造的滑板服飾品牌-AIR，符合美式西岸街頭時尚，提供滑板玩家舒適體驗

GDRS 新創健身服品牌-集結四位品牌創辦者英文名開頭字母，GDRS 分別為「高品質」、「精緻」、「舒適」、「運動」的四大使命，品牌價值為傳遞給大眾運動所帶來的正向能量。

03.品牌上衣
T-SHIRT & HOODIE

Type 1
高跟鞋短版短袖T-shirt

Type 2
品牌字長袖帽T

材質選用：100%純棉（精梳棉）
純棉衣服較為柔軟舒適、吸汗、透氣，且貼合肌膚
精梳棉較細緻親膚，也更耐洗滌，不易起球

設計理念：
此圖案結合了我們的品牌名稱及理念，希望女人可以珍愛自己，把自己當公主一樣疼愛，對自己好一點，自信、勇敢、做自己。

CHERI ACTIVE

設計理念：
此圖案使用本品牌的名稱去做變化，利用可愛的手寫字搭配笑臉，希望能讓女孩們能感受到運動帶來的樂趣，享受運動熱愛運動。

追求流行之外，讓自我風格更突出也該調整到自己最舒服的樣子-運動內衣新創品牌
CHERI ACTIVE

排汗衣系列

布料 單層布料、衣料彈性、棉質般觸感。

成分 100%聚酯纖維

T-Shirt

均一價$390

Polo Shirt

YE BUUN YO ZA-韓版流行時尚結合機能素材服飾新創品牌與商品開發

極具趣味性與創意巧思之女性賽車服品牌與商品設計-Pole Position

以足球運動為主之新創品牌 RECCOS 與商品開發設計與模擬

結合機能性素材面料之居家服飾品牌-織子花與品牌商品版型與印花設計模擬