壹、企劃名稱：

木不暇己

貳、目的，動機：

偶然經過一郎木創的專櫃，俯拾即是日本檜木的香味，回想到家的味道，讓我興起想把這味道保存在生活中。每個人都有自己專屬想保存的味道，每當聞到這個味道，那段回憶重新湧現在腦海中，讓人有心安、放鬆的感覺。

因此我們大膽採用檜木粉，把檜木粉篩選過濾，經過研磨成奈米粉體，加入聚合體，再用奈米分散技術，將檜木粉與紡織機才進行混練，溶融壓出、冷卻造粒，將檜木母粒以複合紡絲系統，經精密計量後，添加在芯鞘型複合纖維內，經由熔融擠壓、抽絲捲取、假撚製成，完成檜木紗紡製。

檜木紗透過織造、染整、縫製，再將檜木芳香微膠囊加入油墨，利用微膠囊技術把香精包裹起來，藉由壓力、摩擦、加熱或自然擴散等方式，緩慢釋出香味，香味可以維持一段時間，再把設計好的圖案印製在衣服。

參、商品種類：

一、檜木紗

二、檜木油墨

三、檜木潮 T

四、專屬潮 T　DIY

五、檜木周邊商品

肆、商品企劃：

初期

一、募資平台亮相，先在市場試水溫，同時募集初始創業資本
二、開設官方網站、社群粉絲頁，藉由與粉絲互動增加曝光度
三、與學校紡織相關科系合作，共同研發相關產品
四、與中小型紡織工廠合作，小量生產檜木紗慢慢建立訂單
五、與素人設計師合作，設計檜木潮 T 供消費者挑選

中期

一、透過蔡阿嘎、沈玉琳誇張口吻在 YOUTUBE 分享檜木潮 T 使用心得
二、將夢想潮 T 胖卡車開進風景區、社區，不只讓顧客挑選喜歡的潮 T，更讓顧客現場體驗印衣服 DIY
三、特定節日在社群紛絲頁推出活動
四、與國中小合作，推行服裝 DIY 活動，讓小朋友了解衣服的製作過程
五、與服裝公司合作，提供更多樣的需求

長期

一、建立自有品牌，與背後的品牌故事融合，將工作室建立品牌館
二、建立合作供應鏈，將不同資源做出最大的效益
三、撐起台灣木工設計的脊梁，統合台灣木工資源，將腳步邁向國際

伍、行銷 STP：

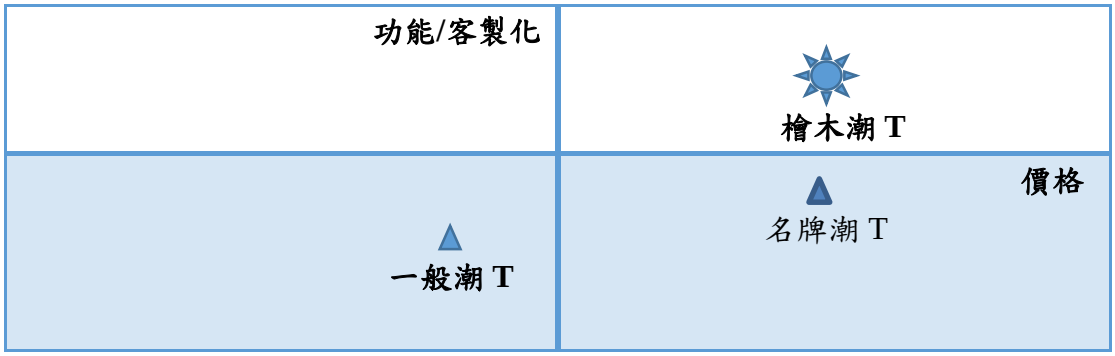
一、市場區隔

區隔變數	展開項目	消費者特徵
人口統計變數	職業	學生、上班族
	年齡	15-30 歲
心理特徵變數	偏好	重視新鮮感，喜歡手做 DIY
	動機	為了做出專屬的潮 T，帶有回憶的氣味
行為變數	追求的利益	功能性、專屬自己的價值
	忠誠方案	A. 消費者 除了可以購買檜木潮 T，還可以 DIY 製作專屬自己的衣服 B. 企業 將檜木紗做成其他樣式的衣服，使衣服除了好看，還有不同氣味選擇 C. 學校 結合年輕人的創新，使檜木紗邁向多元發展，研發如何保留其他氣味

二、目標客群

目前市面上只有檜木香皂，甚至有將香味用在食品包裝及玩具製造，但鮮少有人應用於衣服，除了洗衣服容易被香精蓋掉，因此我們採用檜木微膠囊，讓香精被微膠囊包裹起來，使味道慢慢發散。主要推廣給 15~30 歲的年輕學生、上班族，聞到衣服散發的淡淡檜木香，不只有放鬆的功能，更有身在檜木林的感覺。

三、競爭定位



陸、可行性：

SWOT 分析	
Strengths	**Weaknesses**
1. 與學校合作，共同研發產品 **2. 產品可以客製化與 DIY** **3. 提供官網、粉絲頁服務顧客** **4. 提供企業不同紗布選擇** **5. 網路銷售降低上架的成本**	**1. 產品品種過於單一，其他新產品未形成規模，抗風險能力弱** **2. 氣味易揮發，研發成本高** **3. 公信力不足，需與檢驗機構合作**
Opportunities	**Threats**
1. 市面上檜木應用於紡織不多 **2. 全民健康、養生意識抬頭，檜木香味具有放鬆的功用** **3. 市場廣大，除了台灣之外的中國大陸，甚至全世界都可以嘗試不同氣味的衣服**	**1. 市場中有同業模仿，進而價格競爭，造成利潤下滑** **2. 建立工廠受限於土地、廠房、設備價格波動，投資成本會提高** **3. 消費者購買意願不高，無法提供產品有效的建議**

柒、通路：

B2C		
銷售地點	運送方式	運送金額
網路購物平台(EX.奇摩購物、PChome)	郵寄掛號	40 元
	7-11 取貨付款	80 元

	宅配/貨運 面交/自取/不寄送 (可面交，物品在台灣 新北市)	85 元 免運費
官方網站	宅配/貨運	北：70 元 中：75 元 南：80 元 東：85 元
各大專院校	貨運	免運費

※註：

<u>網路購物平台(EX.奇摩購物、PChome)</u>

B2B			
目標消費者	銷售地點	運送方式	運送金額
紡織企業	台灣 B2B 網站 (EX.文筆天天網) 業務拜訪	宅配/貨運	85 元
團購網 (EX.GROUPON、愛合購、GOMAJI、17Life)	團購網平台	宅配/貨運	免運費

※註：

<u>團購網(EX.GROUPON、愛合購、GOMAJI、17Life)</u>

Step1. 請至 GOMAJI 最上方任一頻道(餐廳、美容舒壓、生活娛樂、宅配、旅行)中選擇您要的團購活動。

Step2. 點選「購買詳情 / 馬上購買」訂購團購活動。

(請選擇分店、購買數量、訂購資料、發票方式及付費方式，完成付費即可。)

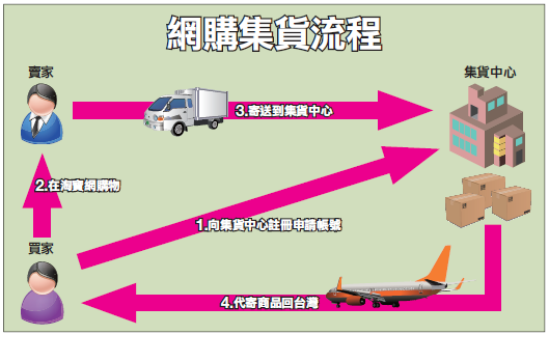
Step3. 付費完成並經銀行入帳予 GOMAJI，您的訂購手機及 email 將收到兌換券，到店消費時務必出示此兌換券已茲證明已購買此優惠活動。

C2C		
銷售地點	運送方式	運送金額
網路購物平台(EX.奇摩拍賣、PChome、樂天、露天拍賣) **淘寶網、拍拍網、易趣網**	郵寄掛號 7-11 取貨付款 宅配/貨運 面交/自取/不寄送 (可面交，物品在台灣 台北市)	30 元 60 元 85 元 免運費

※註：

網路購物平台(EX.奇摩拍賣、PChome、樂天、露天拍賣)

淘寶網、拍拍網、易趣網



捌、價格

上市嘗鮮價: $500

玖、附件

長效型香味微膠囊

FRAGRANCE MICROCAPSULE MATERIAL

一、原理

芳香微膠囊是利用微膠囊技術，將香精包裹起來，藉由壓力、摩擦、加熱或自然擴散等方式，緩慢釋出香味，香味可以維持半年以上。

二、產品描述

A. 標準香味：

a. 花草香：玫瑰、薰衣草、茉莉、尤加利、香茅油、薄荷。

b. 水果香：草莓、檸檬、橘子、蘋果、葡萄。

c. 其他香味：檜木、檀香、樟腦。

B. 特殊香味：

a. 花草香：香草、洋甘菊、紫羅蘭、鬱金香、松樹、野薑花、蘭花。

b. 水果香：藍莓、西瓜、櫻桃、椰子、咖啡、哈密瓜、香蕉、鳳梨、奇異果。

c. 其他香味：肉桂、薄荷、口香糖。

d. 新增香味：請參考網站。

C. 客製香味微膠囊：可代工包覆微膠囊。須純油性香精。

三、產品型態及使用說明

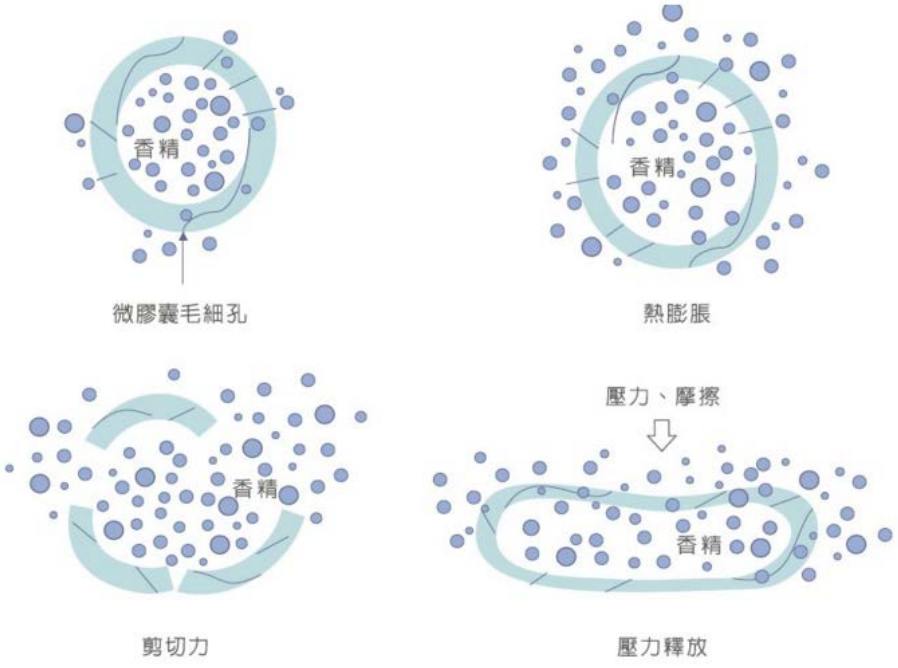
A. 產品型態與適用表

材料 / 應用	水乳液	微膠囊粉
油性：油墨塗料	×	○
水性：油墨塗料	○	△
塑膠射出、押出	×	△

○適用、△可用、×不適用。

四、補充說明

A. 產品釋放香味方式



B. 功能性

a. 提神醒腦：檜木(芬多精)、薄荷、檸檬，茉莉，薰衣草。

b. 強化免疫力：尤加利、檸檬、薰衣草。

c. 穩定情緒：薰衣草、檀香。

d. 驅蟲防蚊：尤加利、香茅油、樟腦、薰衣草、檸檬。

e. 空氣清淨：檀香、葡萄柚、茶樹、尤加利、薰衣草、檸檬。

f. 養顏美容：檸檬、茉莉、薰衣草。

g. 防毒抗菌：搭配奈米銀，可以同時達到殺菌及長效芳香功能。

h. 其他功能：可搭配遠紅外線及負離子材料。

五、其他資訊

A.保存及期限：香味材料需儲存於乾燥、室溫及密閉空間。保存期限12個月。

B.本公司芳香系列產品通過EN-71及RoHS檢測。可應用於食品包裝及玩具製造。

壹拾、　參考資料

一郎木創
http://www.wood-design.tw/hinoki/index.php?p=1
崇裕科技股份有限公司
http://www.colorchange.com.cn/zhtw/index.php/microcapsulated-fragrance-introduction.html
鎮瀾宮香灰做成媽祖紗潮 T
http://www.ettoday.net/news/20130405/188581.htm
全勝木器工藝社
http://victory-woodcraft-club.webnode.tw/