

110 年度政府科技發展年度綱要計畫書(A006)

審議編號：110-1402-10-22-07

經濟部工業局

(經濟部工業局、文化部)

「時尚跨界整合旗艦計畫(3/4)」

核定版

計畫全程：108年01月01日至111年12月31日

## 110 年度政府科技發展計畫書修正對照表(A009)

審議編號：110-1402-10-22-07

計畫名稱：時尚跨界整合旗艦計畫

申請機關(單位)：經濟部工業局、文化部

序號	審查意見/計畫書修正前	修正情形說明	修正處頁碼
1	<p>本計畫執行目標包括：「以文化內涵提升品牌價值」、「發展創新數位商機」、「建立台北亞洲時尚樞紐地位」、「活絡產業鏈帶動時尚商機」、「建立國人對台灣時尚品牌認同」等。本計畫強化時尚和文化的整合創新運作，讓台灣整體創新的「林相」比較豐富與多元，計畫推動目標具產業創新價值。</p>	<p>謝謝委員的肯定，本計畫將持續朝計畫原訂目標執行。</p>	-
2	<p>本計畫推動時宜思考因新冠肺炎(covid-19)所遭遇的困難與挑戰，已有專家預言此現象可能是常態，未來可能在去全球化的威脅下，如何修正「時尚跨界整合旗艦計畫」的內容與執行方法。例如有關各分項計畫預定辦理之各項實體活動，在推動方法與策略的備案。</p>	<p>遵照委員指示，本計畫已修定「臺北時裝週」的執行方式，並適時調減「時尚獎」以及「時尚機能」等較易受新冠肺炎影響之工作項目，並在有限的經費持續推動原先規劃之工作項目，期仍能符合本計畫原訂目標。</p>	3-1~3-3
3	<p>本計畫宜增加對新科技的關注與連結，讓時尚更具時代性與科技感。台灣功能布、體感衣、感測技術都有獨創的技術，在跨領域的結合上宜拓展運動與醫療以外的應用，以擴大本計畫執行之效益。</p>	<p>本計畫於「時尚增值」工作項目納入鏈結產業創新科技(如：台灣功能布、體感衣、感測技術等)之內容，於計畫執行過程中將朝向運用產業創新科技，結合其他計畫資源，共同開發智慧時尚紡織品，以擴大本計畫執行效益。</p>	3-4

序號	審查意見/計畫書修正前	修正情形說明	修正處頁碼
4	<p>本計畫宜盤點整體產業產值的分布情形，使效益評估上對於我國相關產業競爭力提升可以更精準。諸如，我國時尚在內需和輸出的比例為何？如何依此應對計畫之推動？消費者的分齡及性別結構統計為何？和主要國際競爭者相較，我國目前強弱項為何？在產業鏈中的位置如何？</p>	<p>謝謝委員的建議，相關回覆如下：</p> <p>(1) 透過時尚產業趨勢研究，盤整國內品牌業者經營現況、產製內容、營運據點及遭遇困難等，以掌握時尚生態系的發展樣貌，扣合臺灣時尚獎獎勵的對象及時尚跨界活動補助的輔導類別，做為政策投入資源運作的重點方針。</p> <p>(2) 我國強項為：多元素材結合創新設計及組織應用變化，提升產品附加價值。設計、打樣、行銷一條龍整合輔導及地方場域資源連結，扶植產業創新發展，帶動產業全價值鏈提升與地方經濟發展，為產業創造新成長動能。</p> <p>(3) 我國弱項為：因應產業趨勢與市場需求，需大量專業技術人員投入業界，並符合產業技術發展，培訓期間導入製程實作經驗，學習各種機種操作，提供業界實習機會，以補足產業需求，創造適才適用的產學雙贏結果；且目前產業大多以品牌代工為主，需要強化自主建構及國際網路行銷模式。</p> <p>(4) 我國內需市場產業鏈數位化程度不及外銷大廠高，多數僅屬於新技術的「導入期」，數位設計能量尚未普及化建置，因此本計畫透過</p>	2-7、3-1~3-4

序號	審查意見/計畫書修正前	修正情形說明	修正處頁碼
		<p>2D 與 3D 數位設計元件及設計技術投入，引導產業應用現有成熟技術，發展可快速連結供應鏈多元供給與需求資訊之時尚數位媒合平台，透過應用數位媒合網絡之普及率提升強化產業數位科技應用的設計力，在國內 4,500 家紡織成衣業願意投入數位化升級之廠家數計算，110 年度預計達到 4% 之數位媒合使用普及率。</p> <p>(5) 目前製鞋/袋包箱產業以中小企業為主並高度仰賴人工，故導入產業數位化與創新製程為現階段當務之急，因此 110 年本計畫聚焦創新加工技術與新素材應用，以期兼顧簡化製程與提升產品價值。另一方面，為加強產業流行趨勢的掌握與加速新產品設計，以銜接市場需求，故每年皆透過流行趨勢分析後，設計符合市場需求之公版與公模，並以「雲端資料庫服務平台」提供給業者快速選用，俾助業者發展兼具高功能與時尚美學的產品，得以實現提供市場小量多樣的客制化產品，並節省開版費用。為進一步解決中小企業行銷資源不足問題，本計畫藉由創新服務行銷及跨域主題式行銷活動，強化品牌意象與優化供銷網絡，催化企業成長。</p>	

序號	審查意見/計畫書修正前	修正情形說明	修正處頁碼
5	<p>因明年度科技預算較不足，本計畫宜檢視各推動議題對我國時尚產業推動之影響力，並據此調整各分項與細項計畫推動經費，使科研資源之投資可以展現最大效益。此外，本計畫宜強化跨計畫之合作，使「時尚 x 文化 x 科技 x 設計」可以加值時尚產業。</p>	<p>遵照委員指示，本計畫已適時調減「時尚獎」以及「時尚機能」等較易受新冠肺炎影響之工作項目，並在有限的經費持續推動原先規劃之工作項目，期仍能符合本計畫原訂目標。。</p>	3-1~3-3

## 目 錄

壹、基本資料表及概述表(A003)	1-1
貳、總目標及說明	2-1
參、計畫內容說明	3-1
肆、近三年重要效益成果說明	4-1
伍、預期效益及效益評估方式規劃	5-1
陸、自我挑戰目標	6-1
柒、經費需求/經費分攤(B005&B008)/槓桿外部資源	7-1
捌、儀器設備需求(B006&B007)	8-1
玖、附錄	9-1

壹、110年度政府科技發展計畫基本資料及概述表(A003)

審議編號	110-1402-10-22-07			
計畫名稱	時尚跨界整合旗艦計畫(3/4)			
申請機關	經濟部工業局			
預定執行機關 (單位或機構)	經濟部工業局、文化部			
預定計畫主持人	姓名	李佳峯	職稱	組長
	服務機關	經濟部工業局		
	電話	02-27541255#2301	電子郵件	hshong@moeaidb.gov.tw
計畫摘要	<p>本計畫係整合跨部會資源(文化部與經濟部)，以時尚產業設計人才與品牌價值鏈為主要核心，合作計畫相關內容如下：</p> <p>(一)創造時尚產業新價值：累計建置台灣文化風格設計元件600筆，打造多元文化創作支援體系，協助產業導入文化力，發展具台灣文化辨識度之時尚原創品牌，提升品牌特色與價值，將無形的文化價值，轉化為有形的產業經濟價值，扶植產業創新發展。</p> <p>(二)發展產業新商機：累計整合建置180家含設計開發、打版製樣、布料與輔料、生產製造等時尚供應網絡，打造互惠互利全新數位時尚產業生態體系，並串整時尚跨界合作，促使時尚與影視音、文創、藝文等產業跨界、跨域資源共享、交互行銷，進而發揮綜效，提升整體競爭力。透過跨領域創新，協助產業提升數位開發服務能量，擴展數位商機，增加產值逾3.5億元。</p> <p>(三)推動品牌升級創造美學經濟：推動時尚品牌升級及提升國際競爭力，促成30個台灣時尚品牌積極參與國際知名時裝週(如紐約時裝週、巴黎時裝週等)；並經由臺北時裝週國際性活動加值推廣，建立台北時尚樞紐地位；同時以時尚美學經濟效益，帶動時尚、紡織、文創、設計與廣告等相關產業成長。</p> <p>(四)提升國際形象與文化影響力：藉由臺北時裝週系列活動，凝聚產業向心力，打造台灣時尚產業新形象，擴大台灣時尚文化輸出與影響力。</p> <p>(五)強化時尚產業與國際鏈結：過臺北時裝週舉辦，強化品牌國際實戰經驗，推升時尚品牌與設計師產品之品牌力及提升台灣機能性布料廠商設計力，並促使國際重量級時尚人士、媒體、買家近距離接觸台灣時尚產業，提升2億營業額效益。</p>			

	計畫目標	預期關鍵成果	與部會科技施政目標之關聯													
計畫目標、預期關鍵成果及其與部會科技施政目標之關聯	01 引進民間活力永續經營臺北時裝週，促使時尚產業蓬勃發展	KR1: 徵選30個臺灣設計師品牌，辦理臺北時裝週；促成45位國際買主來台，擴增國際商機；推動跨界合作、促成6個時尚品牌與設計師參與國際時裝週，擴散商業效益 KR2: 創造國際接單及衍生效益3.5億元	文化部:04: 連結在地文化，厚植數位時代的內容生產及藝術創作；													
	02 時尚數位媒合平台營運內容建置；累計供應網絡180家以上，累計網絡普及率達4%以上	KR1: 累計建置2D、3D與動態數位設計元件600筆以上、累計供應網絡180家以上 KR2: 網絡媒合運用累計300次以上，導入商業應用環境，創造0.75億元以上產值	文化部:03: 普及智慧型文化公共服務，促進文化近用與平權；													
	03 一條龍整合服務，輔導20家以上業者數位創新設計，發展客製化數位服務	KR1: 輔導20家以上廠商精準開發 KR2: 導入客製化數位服務開發技術，完成250款以上客製化商品 KR3: 增加產值1.5億元，促進投資0.5億元	經濟部:02: 引領產業創新轉型與發展；													
	預期效益	<p>1. 業經科技政策諮詢委員同意之全程總效益(Endpoint)如下：  (1) 推動「臺北時裝週」為亞洲四大時裝週之一，建立臺北亞洲時尚樞紐地位，活絡產業鏈帶動時尚商機  (2) 打造連結設計端與製造端之時尚數位生態系網絡，促成產業使用網絡普及率4.7% 以上  (3) 鏈結產業創新科技，驅動數位設計整合開發，提升高附加價值，累計輔導110家紡織相關產業業者(為紡織相關產業2.4%)</p> <p>2. 110年度預期效益如下：  (1) 引進民間活力永續經營臺北時裝週，促使時尚產業蓬勃發展。  (2) 時尚數位媒合平台營運內容建置，藉由建置2D、3D與動態數位設計元件累計600筆以上，累計供應網絡180家以上，累計網絡普及率達4%以上，並促成網絡媒合運用累計300次以上，導入商業應用環境，創造0.75億元以上產值。  (3) 一條龍整合服務，輔導20家以上業者數位創新設計，導入客製化數位服務技術，完成250款以上客製化商品，進而增加產值1.5億元，促進投資0.5億元。</p>														
	計畫群組及比重	<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: center;">生命科技</td> <td style="text-align: center;">0 %</td> <td style="text-align: center;">環境科技</td> <td style="text-align: center;">0 %</td> <td style="text-align: center;">數位科技</td> <td style="text-align: center;">0 %</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">工程科技</td> <td style="text-align: center;">0 %</td> <td style="text-align: center;">人文社會</td> <td style="text-align: center;">100 %</td> <td style="text-align: center;">科技創新</td> <td style="text-align: center;">0 %</td> </tr> </table>			生命科技	0 %	環境科技	0 %	數位科技	0 %	工程科技	0 %	人文社會	100 %	科技創新	0 %
	生命科技	0 %	環境科技	0 %	數位科技	0 %										
工程科技	0 %	人文社會	100 %	科技創新	0 %											
計畫類別	<input type="checkbox"/> 一般科技施政計畫 <input checked="" type="checkbox"/> 重點政策延續計畫_直接相關 <input type="checkbox"/> 重點政策延續計畫_間接相關 <input type="checkbox"/> 主軸計畫 <input type="checkbox"/> 前瞻基礎建設計畫 <input type="checkbox"/> 新興政策計畫															
重點政策項目	<input type="checkbox"/> 亞洲·矽谷 <input type="checkbox"/> 智慧機械 <input type="checkbox"/> 綠能產業 <input type="checkbox"/> 生醫產業 <input type="checkbox"/> 國防產業 <input type="checkbox"/> 新農業 <input type="checkbox"/> 循環經濟圈 <input type="checkbox"/> 晶片設計與半導體前瞻科技 <input type="checkbox"/> 數位經濟與服務業科技創新 <input checked="" type="checkbox"/> 文化創意產業科技創新 <input type="checkbox"/> 其他															



主軸項目	<input type="checkbox"/> 健康大數據永續平台 <input type="checkbox"/> 臺灣資安卓越深耕 <input type="checkbox"/> Beyond 5G衛星通訊 <input type="checkbox"/> A世代半導體 <input type="checkbox"/> 雲世代中小企業數位轉型			
前瞻項目	<input type="checkbox"/> 綠能建設 <input type="checkbox"/> 數位建設 <input type="checkbox"/> 人才培育促進就業之建設			
資通訊建設計畫	<input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否			
政策依據	1. PRESTSAIP-0105CU0000000000-0001：總統政見—文化科技創新產業推動：總統政見—文化科技創新產業推動 2. EYGUID-01090302000000：行政院109年度施政方針：二、創新驅動產業升級轉型，致力「五加二」產業創新，布局新興關鍵技術；輔導工廠合法登記，加強扶植新創及中小企業，活化在地發展。 3. EYGUID-01090303000000：行政院109年度施政方針：三、結合智慧科技與生活應用，發展創新服務，促進內需型服務業成長，推動智慧商業與跨境電子商務，優化國際行銷通路。 4. EYGUID-01090513000000：行政院109年度施政方針：十三、推動亞洲·矽谷、綠能科技、生醫產業、國防產業、智慧機械、新農業、循環經濟、數位經濟、晶片設計及半導體前瞻科技，以及文化科技創新等產業創新技術；建置學產合作生態圈，以科學園區為區域創新樞紐。			
計畫額度	<input type="checkbox"/> 一般科技施政額度：0 千元 <input checked="" type="checkbox"/> 重點政策額度_直接相關：118,396 千元 <input type="checkbox"/> 重點政策額度_間接相關：0 千元 <input type="checkbox"/> 主軸額度：0 千元 <input type="checkbox"/> 前瞻基礎建設額度：0 千元 <input type="checkbox"/> 新興政策額度：0 千元			
執行期間	110 年 01 月 01 日 至 110 年 12 月 31 日			
全程期間	108 年 01 月 01 日 至 111 年 12 月 31 日			
資源投入	年度	經費(千元)		
	108	220,000		
	109	248,076		
	110	118,396		
	111	118,396		
	合計	704,868		
	當年度	人事費	12,064	土地建築
	材料費	2,000	儀器設備	0
	其他經常支出	104,332	其他資本支出	0
	經常門小計	118,396	資本門小計	0
	經費小計(千元)		118,396	
中程施政計畫關鍵策略目標	推動產業創新研發；			

<p>本計畫在機關施政項目之定位及功能</p>	<p>一、導入文化數位元素，建構多元文化創作支援體系並以數位科技應用，促成跨產業快速整合，提升品牌產品文化特色與產品價值，發展具文化辨識度之台灣特色品牌。</p> <p>二、以新型態時尚跨界生態體系，串整時尚文創關聯產業跨界合作，扶植產業創新發展，提升競爭力。</p> <p>三、導入數位設計模組應用，以共通平台協同設計模式，提升設計溝通效率，與客製化精準服務能量，協助品牌快速開發，發展新型態數位服務模式。</p> <p>四、推動產業發展高值化創新時尚科技服飾，提升競爭力拓增商機；發掘並培育服飾設計人才投入產業，促成產學無縫接軌。</p> <p>五、辦理臺北時裝週市場增值推廣，扶植產業朝向國際化發展，活絡相關產業鏈業者，創造時尚產業新一波成長動能。</p>					
<p>計畫架構說明</p>	<p>依細部計畫說明</p>					
<p>細部計畫</p>	<p>時尚跨界</p>					
<p>概估經費(千元)</p>	60078	計畫性質	產業環境建構及輔導	預定執行機構	文化部	
<p>細部計畫重點描述</p>	<p>1. 推動平台：辦理時尚跨界推動委員會，推動臺北時裝週、時尚獎及人才培育暨國際拓展等相關諮詢事項。</p> <p>2. 臺北時裝週：  (1) 動態秀：結合時尚、影視音等產業舉辦動態秀。  (2) 靜態展：徵集台灣優質時尚設計作品辦理。</p> <p>3. 跨界時尚：補助時尚品牌與影視音、藝文等國內外跨界創新合作活動。</p> <p>4. 人才培育：  (1) 國際產業趨勢研究：研析國際時尚產業趨勢，引領發展創新思維。  (2) 時尚國際人才訓練：補助產業菁英赴海外參展，育成國際化人才。  (3) 發展台灣特色文化時尚：協助在地設計師發展台灣特色文化時尚能量。  (4) 媒合設計師跨界合作：媒合國內設計師與三金頒獎典禮(金馬獎、金鐘獎、金曲獎)等大型活動跨界合作，廣宣時尚產業設計能量，提升設計師市場曝光</p>					
<p>主要績效指標KPI</p>	<p>1. 徵選30個臺灣設計師品牌，辦理臺北時裝週；促成45位國際買主來臺，擴增國際商機。</p> <p>2. 推動跨界合作、促成6個時尚品牌與設計師參與國際時裝週，擴散商業效益。</p> <p>3. 創造國際接單及衍生效益3.5億元。</p>					
<p>細部計畫</p>	<p>科技時尚</p>					
<p>概估經費(千元)</p>	58318	計畫性質	產業環境建構及輔導	預定執行機構	經濟部工業局	
<p>細部計畫重點描述</p>	<p>1. 時尚數位：結合數位設計與展示技術、台灣藝術文化數位設計元件、時尚機能素材與國際流行趨勢，發展時尚跨界服飾。整合時尚與音樂、表演藝術跨界產品開發供應鏈網絡資源(設計開發與布輔料供應等)，輔導產業應用數位開發提高效能。</p> <p>2. 時尚增值輔導：發展整體造型設計與創新時尚科技服飾並整合時尚聚落資源與能量，創新行銷時尚產業，創造商機。</p>					
<p>主要績效指標KPI</p>	<p>1. 擴建數位設計元件50筆、新增30家時尚供應網絡業者，數位設計開發18款；擴大時尚數位生態體系效能運作並引領台灣機能布料時尚化商機，提升品牌毛利率1%以上。</p> <p>2. 輔導20家業者，開發設計公版開發60款、時尚創新商品190款及產品聯合推廣10場次，提升產業設計技術能量與產品附加價值3%以上，並協助品牌，擴建通路與商機。</p> <p>3. 增加產值1.5億，促進投資5千萬。</p>					
<p>前一年計畫或相關之前期計畫名稱</p>	<p>109-1402-05-19-02：時尚跨界整合旗艦計畫(2/4)</p>					

前期計畫或計畫 整併說明	時尚跨界整合旗艦計畫(2/4)		
近三年主要績效	<p>1. 創造接單及相關衍生效益：結合科技、文化藝術與觀光，串聯整合跨部會資源，於108年10月4日至13日假世貿三館、松山文創園區辦理辦理「2019臺北時裝週SS20」系列活動。徵選82個臺灣設計師/品牌，辦理24場動態秀(1場新鮮秀、1場歡迎晚會、16場品牌秀、5場主題秀、1場時尚大秀)、6項系列活動(新鮮秀時尚策展、台北魅力展、時尚街拍、香堤市集、台北紡織展、國際論壇)，集結時尚產業能量，打造臺灣時尚樞紐地位，將臺灣時尚產業推上國際舞臺，創造接單及相關衍生效益3.5億元。</p> <p>2. 時尚跨界補助提升設計師國際視野：時尚跨界補助27案，提升臺灣設計師國際視野，促成18位設計師/品牌參加國際時裝週展演、國際商業展覽，提升國際實戰經驗；並與教育部菁培計畫合作，選拔3位新銳設計師109年海外培訓。</p> <p>3. 時尚數位供應網絡增加產值：完成數位設計元件526筆、100家供應網絡資料(普及率達2.2%)、網絡媒合運用63次，輔導3家廠商，增加產值0.67億元，促成投資705萬元，降低成本201萬元。</p> <p>4. 結合國際大師時尚機能開發：國際名師指導運用機能素材，與5位設計師合作，開發三金典禮主題服飾30款，結合臺北時裝週，完成成果發佈會1場次。</p> <p>5. 時尚加值輔導協助產業拓展商機：輔導37家廠商，開發精緻高值時尚產品422款，開發公版115款、完成新品展示、發表會、商洽會及體驗行銷推廣活動31場次；增加產值1.64億元；完成學研合作案13案，53人次設計新銳培訓及媒合，新銳與廠商合作開發產品155款；完成時裝設計、手提包設計競賽，辦理推廣說明會10場次、初賽2場次，評選創作商品圖稿22組；決賽實作產品102件、決賽動態展演暨頒獎典禮2場次，並推廣得獎新銳參加國外展示活動。</p> <p>※跨部會成果見圖1~4</p>		
跨部會署計畫	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否		
	合作部會署	文化部	所分配之經費(千元) 60078
	負責內容	<p>1. 推動平台：辦理時尚跨界推動委員會，推動臺北時裝週、時尚獎及人才培育暨國際拓展等相關諮詢事項。</p> <p>2. 臺北時裝週：</p> <p>(1) 動態秀：結合時尚、影視音等舉辦動態秀。</p> <p>(2) 靜態展：徵集台灣優質時尚設計作品辦理。</p> <p>3. 跨界時尚：補助時尚品牌與影視音、藝文等國內外跨界創新合作活動。</p> <p>4. 人才培育：</p> <p>(1) 國際產業趨勢研究：研析國際時尚產業趨勢，引領發展創新思維。</p> <p>(2) 時尚國際人才訓練：補助產業菁英赴海外參展，育成國際化人才。</p> <p>(3) 發展台灣特色文化時尚：協助在地設計師發展台灣特色文化時尚能量。</p> <p>(4) 媒合設計師跨界合作：媒合國內設計師與三金頒獎典禮等大型活動跨界合作，廣宣時尚產業設計能量，提升設計師市場曝光度。</p>	
	合作部會署	經濟部工業局	所分配之經費(千元) 58318
	負責內容	<p>串整我國產業設計開發能量，結合文化部臺北時裝週動、靜態展示活動，推廣我國時尚新品創造商機。</p> <p>1. 時尚數位：結合數位設計與展示技術、台灣藝術文化數位設計元件、時尚機能素材與國際流行趨勢，發展時尚跨界服飾。整合時尚與音樂、表演藝術跨界產品開發供應鏈網絡資源(設計開發與布輔料供應等)，輔導產業應用數位開發提高效能。</p> <p>2. 時尚加值輔導：發展整體造型設計與創新時尚科技服飾並整合時尚聚落資源與能量，創新行銷時尚產業，創造商機。</p>	

中英文關鍵詞	臺北時裝週、時尚品牌、人才培育、數位經濟、文化資產、跨界合作、生態體系、時尚文化輸出、智慧紡織品、智能材料與結構、智慧紡織體驗行銷 Taipei Fashion Week、fashion brands、talent incubation、digital economy、cultural assets、crossover cooperation、ecosystem、fashion cultural export、smart textiles、intelligent material and structure、experiential marketing on smart textiles			
計畫連絡人	姓名	張恒寧	職稱	研究員
	服務機關	經濟部工業局		
	電話	02-27541255#2342	電子郵件	hnchang@moeaidb.gov.tw

# 108年度跨部會合作成果

## 一、結合三金典禮 展現時尚設計禮服

由經濟部輔導設計師，應用時尚數位生態體系整合資源，開發符合終端需求時尚新品，結合文化部金曲獎、金鐘獎等大型典禮，展現我國設計師時尚創新作品，成功吸引國人關注，有效營造時尚氛圍。



以金鐘獎主持人服飾需求協同國內時尚產業供應鏈，設計開發整體造型組搭之產品

48小時累積170萬次瀏覽  
強勢曝光提高設計師知名度

金鐘獎典禮主持人-黃子佼  
供應鏈廠商-設計師唐宗謙  
布料供應與合作開發-興采、亞適  
布料機能-防潑水



金鐘獎典禮主持人-黃子佼  
供應鏈廠商-設計師唐宗謙  
布料供應與合作開發-興采、亞適  
布料機能-防潑水



以金曲獎入圍歌手協同國內時尚產業供應鏈，設計開發整體造型組搭之產品



最佳女演唱人-張涵雅  
供應鏈廠商-設計師鄭經中  
打版製樣-西凡斯工作室  
布料供應與合作開發-辰藝、亞適  
布料機能-安全反光  
商品化生產製造-辰藝



最佳專輯-愛客樂  
供應鏈廠商-設計師鄭經中  
打版製樣-西凡斯工作室  
布料供應商-和明  
布料機能-彈性透氣



▲ 跨部會成果圖 1

# 108年度跨部會合作成果

## 二、結合國際時尚大師 臺北時裝週大放異彩

由經濟部結合日本時尚大師「藤原大」，我國五位新銳設計師與機能布料廠商合作開發時尚禮服，躍上文化部臺北時裝週國際舞台，綻放時尚光芒。



▲ 跨部會成果圖 2

# 108年度跨部會合作成果



## 三、臺北時裝週系列活動 新鮮秀曝光我國新銳時尚創意

由經濟部辦理之「時裝設計新人獎」，結合文化部臺北時裝週系列活動「新鮮秀」，強力曝光我國時尚設計新銳精彩創新概念作品，奠定時尚設計新銳產業深耕基礎。

**拔擢人才 儲備產業設計力**

▲ 活動官網訊息發佈 ▲ 形象視覺設計 ▲ 粉絲頁訊息發佈 ▲ 10/4新人獎決賽暨頒獎典禮 ▲ 6家企業活動贊助

**活動規劃**    **競賽推廣**    **初賽辦理**    **決賽辦理**    **後續推廣**

**活動規劃**

- ▲ 喜訊實錄
- 赴國內6校辦理競賽說明會(高雄實踐、樹德科大、台南應用科大、台中榮東、台北實踐、輔仁大學等)
- 海外聯繫歐美亞16國約100所國際知名服飾設計院校推薦報名參賽

**競賽推廣**

- 邀請歷屆得獎者、時尚意見領袖、學校老師共24名錄製5-10秒宣傳片於FB宣傳

**初賽辦理**

- 7/16完成初賽，由許聖玲設計師、Dleet品牌李倍設計師、京站劉靜慧協理、紡拓會江夏碧處長及ELLE雜誌總編盧淑芬5位評審選出12名決賽入圍者

**決賽辦理**

- 決賽評審
- 設計師黃麗瑋
- 紡拓會江夏碧處長
- 伊都錦企劃總監多田由紀
- Inside Fashion總監Jane Singer
- 日本ONE O Ltd. CEO 松井智則
- ELLE國際總監Valéria Bessolo Llopiz

**後續推廣**

- 媒體實況：新人獎決賽直播、新聞稿發，13家媒體刊登露出，目前閱覽人數1.5萬、媒體採訪評審與得獎者、新人獎官網與臉書更新決賽結果

### 時尚新銳推廣成果

- 簡君嫻作品亦獲得義大利佛羅倫斯雙年展銅牌獎
- 吳霽萱參加中國服裝設計師協會2019全球華人設計大賽已入圍決賽
- 龔泓凌後續獲得北京國際青年邀請賽優秀獎
- 洪楷倫獲大統新創補助德國ISPO展覽來回機票
- 李雅靖作品後續獲得華業首獎/服裝出借給髮秀拍攝
- 劉晨歌&龔泓凌跨影視界黃子佼及LULU合作北市府跨年晚會

▲ 跨部會成果圖 3

# 108年度跨部會合作成果

## 四、co-Fashion數位媒合平台 直效串連DM二端

由經濟部辦理之「co-Fashion」數位媒合平台，直效串連設計端(D)與製造端(M)，快速開發時尚新品，結合文化部補助機制，銜接國際展會推廣活動，帶動時尚新品商機。

### 數位媒合直效串連

### 連結設計端(D)與製造端(M)之時尚數位媒合平台

- 一秒立現 服飾科技展示貼近消費需求
- 一鍵查找 生產供應鏈訪提速80%
- 一步到位 打樣時間由37天縮短為27小時



- ✓ 增加產值：0.67億元
- ✓ 促成投資：0.07億元
- ✓ 降低生產成本：0.02億元



▲ 跨部會成果圖 4

## 貳、總目標及說明

### 一、計畫依據

#### (一) 總統施政藍圖：

- 1 依據總統揭示之「創新、就業、分配」核心理念及施政藍圖-六大施政主軸之一「產業升級與創新經濟」：創新是驅動臺灣經濟成長的主動能，也是產業轉型升級的重要關鍵。為激勵經濟創新，具體揭示下一代產業創新圖像，於國家發展四年計畫（106-109年）推動文化創意產業科技創新。
- 2 行政院「數位國家·創新經濟發展方案（DIGI+方案，2017-2025年）」—內容建設，發展數位文創「帶動數位文創成為兆元產業」目標。透過建構產業有利數位創新之基礎環境，打造優質數位國家創新生態，達成推進高值創新經濟並建構富裕數位國家之願景。同時配合新媒體之傳播特性，發展跨平臺內容產製，推動原創內容一源多用，促成產業間跨域合作，發揮文化的滲透力與傳播力。

邁向「智慧國家」為政府五大施政目標之一，藉由「數位國家·創新經濟發展方案」，促使我國產業及生活融入更多人工智慧、物聯網、大數據等智慧科技，讓台灣成為智慧創新的典範國度。本計畫依據「數位經濟躍升」政策，協助產業運用數位科技、智慧聯網(IoT)等技術，以虛實整合應用，發展數位創意發展，加速推動產業轉型升級。

#### (二) 行政院 108 年施政方針：

- 1 創新驅動產業升級轉型，致力「五加二」產業創新，布局新興關鍵技術；加強扶植中小企業，善用數位、循環及體驗經濟，活化在地發展及推動文化科技創新產業創新關鍵技術研發。
- 2 結合智慧科技與生活應用，推動智慧服務業發展新興商業模式；推動跨境電子商務，優化國際行銷通路。

#### (三) 經濟部 2020 產業發展所擬定產業推動主軸「傳統產業全面升級」、「新興產業加速推動」及「製造業服務化」，為國內傳統型產業注入設計美學及數位科技、智慧創新科技技術，藉由一條龍整合輔導、地方場域資源連結及台灣文化風格設計元素、台灣機能性紡品等加值應用、協助產業發展創新品牌與產品價值，達成產業結構優化，進而在質與量上全面升級及以服務創新化，提升商業創新力與產業競爭力。

## 二、產業現況

成衣產業為紡織產業下游產業，台灣紡織產業是台灣最早期的工業，曾寫下台灣第一大創匯產業，帶動台灣經濟全面發展。藉由紡織工業打下的基礎，民國 60 年代，台灣成為全球重要服裝生產基地，為成衣產業發展的高峰。

成衣業屬於勞力密集的產業，近年來因台灣勞工成本過高，成衣業者為求生存，紛紛加速外移至人工低廉的地區生產，如東南亞地區菲律賓、印尼、越南及中國大陸或中南美洲墨西哥、薩爾瓦多等地。而全球區域經濟興起，如北美自由貿易協定 NFATA 實施、歐盟 EU 單一市場區域經濟所形成之貿易壁壘等全球市場結構改變之下，使產業經營環境越來越嚴峻，台灣成衣服飾產品行銷也邁入無國界行銷型態。

台灣成衣服飾產業由早期的委託代工型態 (Original Equipment Manufacturing, OEM) 逐步發展至設計加工 (Original Design Manufacturer, ODM) 與自有品牌 (Own Branding & Manufacturing, OBM)，歷經半個世紀發展，在多元東西文化交融及多年來各大專校系大力培養設計人才投入產業下，造就如今台灣自有品牌、新銳設計師蓬勃發展，也成為產業提升軟實力，升級轉型的重要推力；而根留台灣成衣業者，為因應國外品牌大舉入侵國內市場之競爭壓力，亦積極升級轉型，運用科技技術，提升產品附加價值，由 OEM 代工型態，逐步發展至 ODM、OBM 品牌營運。成衣服飾產業經過政府多年輔導，目前在產品核心關鍵技術、高值化材料應用、智慧化生產等，已顯著有大幅進步提升，惟於國際市場突破一環，仍有待突破。

眾所周知，台灣為全世界主要人造纖維供應國，而機能性紡織品表現更是亮眼。隨著國際綠色環保與戶外休閒潮流方興未艾，機能性紡織品商機前景看好。台灣機能性紡織品因而逆勢突起，經常在國際展覽中大放異彩，成為全球運動、戶外用布料重要供應來源，也使我國成衣及服飾品製造業，在產品應用上取得許多先機與市場商機，為台灣下游成衣產業開闢了另一條市場品牌發展利基。



### 三、計畫背景

如前所述，我國時尚成衣產業在全球成衣產業價值鏈中已佔有舉足輕重關鍵地位，如何在既有優異之科技製造基礎下，結合人才輩出之新生代設計新秀創意能量，向國際品牌大幅躍進，協助台灣時尚品牌、設計師加強產業與國際鏈結，突破市場瓶頸，快速與國際接軌，爭取在國際舞台曝光機會，為現階段時尚產業轉型品牌發展、破繭而出重要關鍵。流行產業已進入全球化時代，臺灣時尚產業發展須重視與及早因應全球時尚產業變化，包含：

**數位經濟帶動世代翻轉：**全球先進國家皆將數位經濟視為推動國家社會進步及經濟轉型的主軸。數位經濟帶動產業朝跨世代、跨境、跨領域、跨虛實等趨勢發展，促使全球產業格局翻轉，新型態的商業模式與整合已成為重要發展趨勢。目前國際時尚產業及重要品牌均大力將時尚數位科技技術導入生產供應鏈製作環節，透過共通平台資源，以速度、創新和數位化為重點，為供應商、客戶、工廠等打造一個協同合作的環境，提供設計師與消費者，更擬真與可視化產品情境。如利豐，致力將其布料資料庫進行數位化，打造一個全球材料庫，以數位方式展示布料如何在實體中進行彎曲、垂墜和折疊以作為 3D 人工製品的用途。因此，本計畫以我國時尚產業既有之厚實工業基礎，結合我國資通訊工業優勢，協助品牌、設計師等業者導入數位科技技術應用，掌握軟硬整合創新應用契機，將台灣科技強項帶入產業，協助產業發展數位時尚能量及創新數位營運模式。

政府推動數位經濟發展目標



資料來源：國家通訊傳播委員會

**以時裝週向國際發聲：**先進國家為擴增其時尚產業國際影響力，經常舉辦各項國際性時尚活動，以協助其品牌與設計師藉由國際性舞台發光發熱。如知名四大時裝週(巴黎、米蘭、紐約、東京)舉辦期間，不但成為全世界目光焦點，更帶動相關時尚產業鏈產值大幅提升。因此，亞洲國家紛紛急起直追，無論是中國大陸、韓國、新加坡、馬來西亞、香港、等地都已積極舉辦自有時尚週活動。如中國大陸「上海時裝週」，將中國時裝品牌、本土設計師推向國際；韓國則以「首爾時裝週」引領韓國服裝產業蓬勃發展。而目前台灣成熟時尚品牌與設計師受限於國內市場規模及缺乏連結國際管道，以致時尚產業仍缺乏代表性國際性品牌。目前華人文化的影響力已是一股不容忽視的文化商機，也是台灣的時尚設計師品牌展現精緻文化創意，不可缺席的時尚產業盛會。因此，本計畫整合時尚產業資源與能量，舉辦「臺北時裝週」將是台灣設計師與品牌打開國際市場的絕佳機會，也是推動台灣成為亞洲時尚樞紐地位、建立國際時尚形象重要推力。

**挹注新銳設計品牌市場發展：**目前除少數發展於 90 年代後的設計師品牌，如陳季敏、竇騰璜與張李玉菁、溫慶珠、潘怡良等成熟型品牌外，一般設計師服飾品牌多以小型為主，品牌類型多元。21 世紀後新生代時裝設計師，如陳劭彥、古又文、詹朴等新一代設計師，則以參與國際知名時裝週(如倫敦時裝週、紐約時裝週等)逐漸打開名聲。台灣新創時裝品牌因多數是微型工作室型態或微型企業，存活率約 3-5 年，因此極需強而有力的育成輔導或創投資源注入。本計畫以跨界時尚理念，協助時尚品牌或設計師與跨界創新合作，補助相關跨界活動以及適切專家輔導、資源引介等，以提高新創時尚品牌創新創業成功的機會，促成時尚產業自創品牌健全發展。

**以設計與品牌推動產業升級轉型：**1990 年後台灣成衣服飾業出口值下滑，相較於德義法因轉型品牌經營而帶動出口大幅成長，原因即在於台灣成衣服飾產業未能強化設計及品牌發展。業界雖已認知發展品牌重要性，惟由 OEM 轉往 ODM、OBM 發展過程，需同時提升產品技術與美學設計能力及企業創新經營模式。台灣成衣產業上中游產業體系完整、技術堅實，可就地供應高值原料素材。因此，為解決產業發展瓶頸，本計畫結合台灣具競爭力之高值原料素材與新製程科技技術，協助業者引進創新成衣技術，提升設計能量，發展高附加價值產品，創新品牌價值。以「設計」與「品牌」帶動產業全價值鏈提升，同時補足產能、人才缺口等，以協助產業建立品牌穩健發展能量及因應市場變化之快時尚營運模式，推動時尚產業在質與量上全面升級。

#### **四、本計畫推動內容：**

時尚產業面臨嚴峻國際競爭環境以及新興國家急起直追、國外品牌大舉入侵狀況，必須積極協助我業者在核心關鍵技術、高值化材料應用、美學設計能量、科技工具與創新營運模式、國際突破等持續精進提升。

本計畫依據行政院施政方針，以創新驅動產業升級轉型，帶動數位經濟模式及建構完善創業生態系統，加強扶植中小企業，活化在地經濟，讓企業得以融入全球價值鏈並推動新興商業模式，並連結經濟部 2020 產業發展策略中之「傳統產業全面升級」、「新興產業加速推動」及「製造業服務化」等政策目標，為國內傳統型產業注入設計加值及科技技術，藉由設計、打樣、行銷一條龍整合輔導及地方場域資源連結，提升快時尚能量；並連結台灣文化風格設計元素、台灣機能性紡品加值應用、數位科技、智慧創新技術導入等，協助產業發展高文化辨識度台灣時尚品牌、創新品牌價值，推動時尚成衣產業厚植軟實力，提高產業附加價值，使經濟成長由量的提升轉為質量並重及以服務創新化，提升商業創新力與產業競爭力。

為不讓歐美品牌長期侵食台灣服裝市場及協助並鼓勵台灣設計師、業者進軍國際，打造台灣時尚產業國際地位，本計畫進一步串聯跨部會時尚跨界合作、臺北時裝週、跨界時尚、國際人才培育等時尚能量大集結，透過各項國際性大型時裝週活動，強化品牌國際視野，加速台灣時尚品牌與國際接軌，共同扶植產業創新發展，將台灣時尚產業推上國際舞台。

計畫主要執行重點：

- (一) **發展具文化辨識度時尚品牌**：時尚產業為國家軟實力代表性產業，先進國家時尚品牌均能代表並彰顯其本國文化特色，品牌文化辨識度高，因此能於國際舞台屹立不搖，無法取代。本計畫蒐集、建立臺灣數位文化設計元件，提供產業設計師與品牌業者廣泛應用，協助產業呈現多元豐富文化內涵，創造更具特色商品，提升台灣時尚品牌形象與價值。
- (二) **促成跨界合作機制**：本計畫結合時尚、文化藝術等產業獨特元素，透過不同產業垂直、水平整合或跨界合作，達到一源多用、交互行銷，發揮 1+1 大於 2 綜效，提升終端時尚品牌、設計師、文創業者等之創新營運能量，並連接國際市場，擴大競爭優勢與利基。
- (三) **整合時尚資源打造時尚數位生態系**：整合紡織產業鏈資源，透過數位設計工具導入，串整設計師、布料業者、成衣廠等產業鏈資源，建構一條龍時尚數位生態供應鏈體系，促成時尚產業價值鏈資源數位加值應用。
- (四) **加強國際連結**：辦理臺北時裝週、補助設計師參與國際展演及商展等活動，透過與國際強力鏈結，強化品牌國際實戰經驗與提升國際視野，並將台灣時尚產業推上國際舞台，創造海外市場商機，帶動產業新成長動能。

## 五、計畫目標

- (一) **以文化內涵提升品牌價值**：導入設計文化力，建構多元文化創作支援體系並以數位科技應用，促成跨產業快速整合，將產業科技能量加值創意設計，以軟、硬實力相互加乘，提升品牌與產品價值，扶植產業創新發展，創造產業雙贏與共榮。
- (二) **發展創新數位商機**：打造全新數位時尚產業生態體系，推動時尚產業與影視音、藝術等跨界合作，累計串連整合 200 家次以上業者，促使時尚跨界、跨域資源共享、人才深度交流，創造新型態服務模式與數位商機，提升產業競爭力。以促進整體人才能量，品牌價值為核心，以利帶動商業與品牌價值體系協作的相關動能。
- (三) **建立臺北亞洲時尚樞紐地位**：藉由臺北時裝週活動舉辦，快速提升台灣國際知名度與形象，加速時尚品牌邁向國際化發展。同時，促成國際重

量級時尚人士、媒體、買家近距離接觸台灣時尚產業，大力推廣台灣時尚品牌與設計師產品，促成國際商機。

(四) **活絡產業鏈帶動時尚商機**：透過臺北時裝週各項時尚活動加值推廣，活絡相關產業鏈業者，預估參與品牌總產值約達 5 億，參與相關活動之設計師、品牌、通路商、媒體與國外買主等可達 10,000 人次以上，更以時尚火車頭產業效益，帶動時尚、紡織、文創、設計與廣告等相關產業成長，創造時尚產業成長動能。

(五) **建立國人對台灣時尚品牌認同 達成有感施政**：藉由臺北時裝週動態秀、靜態展、國內時尚跨界活動等大量密集時尚活動及媒體廣宣曝光，廣泛觸及產業人士及國內民眾，營造時尚氛圍，提高國人對台灣時尚品牌認同與信心，達成有感施政效益。

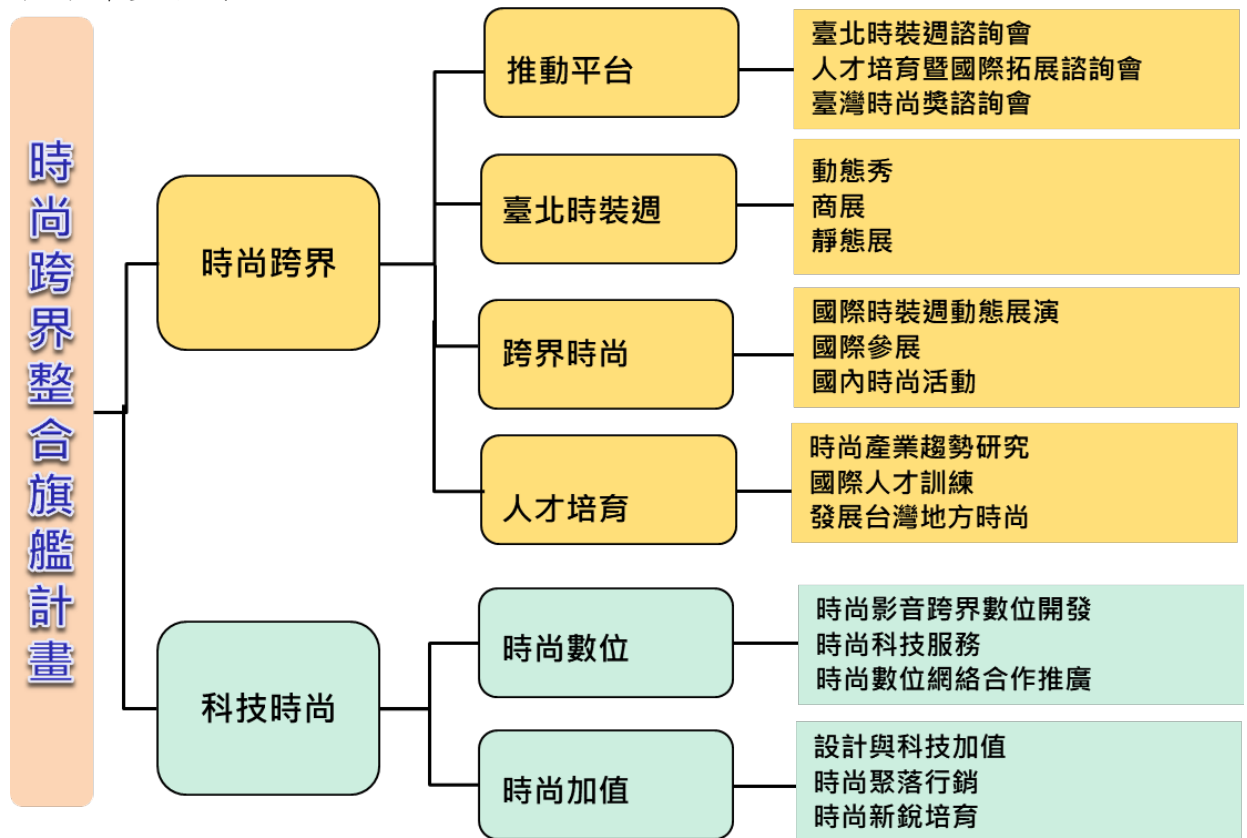
## 六、計畫里程碑

計畫全程總目標(end point)				
全程總目標	目標一：推動「臺北時裝週」為亞洲四大時裝週之一，建立臺北亞洲時尚樞紐地位，活絡產業鏈帶動時尚商機 目標二：打造連結設計端與製造端之時尚數位生態系網絡，促成產業使用網絡普及率4.7%以上 目標三：鏈結產業創新科技，驅動數位設計整合開發，提升高附加價值，累計輔導110家紡織相關產業業者(為紡織相關產業2.4%)			
與重點政策方案之連結說明				
政策連結	(一)總統施政藍圖六大施政主軸之一「產業升級與創新經濟」-推動文化創意產業科技創新、行政院「數位國家·創新經濟發展方案—發展數位文創」、「帶動數位文創成為兆元產業」為目標 (二)行政院108年施政方針，創新驅動產業升級轉型，致力「五加二」產業創新；加強扶植中小企業，活化在地發展，推動文化科技創新產業關鍵技術研發，並結合智慧科技與生活應用，推動智慧服務業發展新興商業模式及跨境電商 (三)經濟部2020產業發展所擬定產業推動主軸「傳統產業全面升級」、「新興產業加速推動」及「製造業服務化」，協助產業質與量上全面升級及以服務創新化，提升商業創新力與產業競爭力			
里程碑(milestone)				
	第一年 (民108年)	第二年 (民109年)	第三年 (民110年)	第四年 (民111年)
年度目標	1.整合時尚產業上中下游及跨部會資源，活絡臺灣時尚能量 2.時尚數位媒合平台基礎內容建置；供應網絡100家以上，網絡普及率達2.2%以上 3.一條龍整合服務，輔導35家以上業者應用設計研發製程數位技術	1.辦理臺北時裝週，以建立國際性時尚產業交流平台，提升產業形象與影響力 2.時尚數位媒合平台多元內容建置；累計供應網絡150家以上，累計網絡普及率達3.3%以上(*註1) 3.一條龍整合服務，結合新科技材料輔導35家以上業者應用創新製作技術 4.時尚跨界科技應用，輔導10家以上業者開發臺灣機能特色之安全警示、居家安全等時尚智慧服飾相關產品	1.引進民間活力永續經營臺北時裝週，促使時尚產業蓬勃發展 2.時尚數位媒合平台營運內容建置；累計供應網絡180家以上，累計網絡普及率達4%以上 3.一條龍整合服務，輔導20家以上業者數位創新設計，發展客製化數位服務	1.啟動商業運營機制，促使臺北時裝週自給自足運轉。 2.強化行銷廣宣，擴大時尚數位媒合平台網絡媒合，累計供應網絡210家以上，累計網絡普及率達4.7%以上 3.一條龍整合服務，輔導20家以上業者整合應用客製化設計與產銷連網技術

## 參、計畫內容說明

### 一、計畫架構與內容說明

#### (一)計畫架構



#### (二)各分項計畫說明/計畫內容說明

##### 1、「時尚跨界」

###### 1. 推動平台

由經濟部、文化部共同推動成立時尚跨界推動委員會，邀集時尚產業、公協會、時尚媒體、通路、買手及時尚領域專家學者等，規劃推動時裝週系列活動。強化跨部會協作，以我國設計人才與品牌價值核心能力的提升為推動方向。

###### 2. 臺北時裝週

打造國際型時尚專業平台，以扶植時尚產業創新發展，提升我國時尚產業國際能見度與形象，並整合跨部會資源，整體行銷臺灣時尚品牌，以達綜效。

### (1) 動態秀

以品牌秀為核心展開。邀集國內資深及新銳設計師、品牌，結合台灣時尚產業、表演藝術、原創音樂、娛樂產業、觀光產業、在地文化元素、影視合作以及科技產業跨界整合力量，舉辦台灣時尚動態秀，擴散台灣時尚文化能量；同時邀請國際買家、歐美重要品牌及具國際影響力之時尚媒體重量級代表來台參與。

### (2) 靜態展

以商貿為核心(tradeshaw)，徵集台灣優質時尚、文創、藝術或時尚跨界業者及相關創新商品，辦理靜態展，創造台式觀點流行時尚文化。

## 3. 跨界時尚

補助時尚品牌或設計師與音樂、藝文等跨界創新活動，如國內外跨界時尚策展，以激發時尚與跨界領域新觀念與創意交流，促進跨界合作與新商機。

## 4. 人才培育

### (1) 國際時尚產業趨勢研究

探究國際時尚產業趨勢，引領產業發展與國際同步創新思維；匯集國內時尚產業發展需求，作為推動委員會推動時尚產業決策參考。

### (2) 時尚國際人才訓練

鼓勵國內品牌優化設計團隊能量，補助設計師品牌赴國際參與時裝週及商展活動，提升國內設計師及產業從業人員國際視野與能量，造就培育產業國際化所需人才。

### (3) 發展台灣特色文化時尚

提升台灣在地特色文化時尚能量(如原民文化、客家文化等)，鼓勵並協助在地設計師運用族群特色圖騰，發展具台灣文化意象之時尚創意風格作品並舉辦成果發表展示，協助在地設計師與市場商業環境接軌，創造商機。

### (4) 媒合設計師跨界合作

媒合國內設計師與大型活動跨界合作(如臺北時裝週、三金頒獎典禮)。促成典禮主持人、出席演藝人員、國際級影視音大師與官方代

表穿著國內設計師服飾，廣宣時尚產業設計能量，提升新銳設計師市場曝光度。

## II、「科技時尚」

### 1. 時尚數位

消費型態不斷改變，使得產品開發供應鏈也發展出與以往不同的模式，需要更符合特定需求、更快速、更環保，而且產業界線消融，形成跨界風潮因應多變的消費者需求。因而本計畫結合近年我國蓬勃發展之文化創意產業，協助國內此類型中小型「創客」，應用台灣優質機能性紡織品及紡織成衣業界完整專業的供應鏈資源，透過音樂、表演藝術開等具有藝術創意之跨界合作啟發，開發市場區隔性商品，提升時尚產業與跨界合作的產品文化力與產品產值。本計畫透過數位設計技術、生產供應鏈資訊整合、行銷資源整合，為設計師與品牌業者創造快速與便利的數位開發體系。以促成資訊與資源共享互利為目標，透過新數位技術導入、產業鏈協同創新，創造新生態系型態服務模式，開拓國內少量多元化商機。

#### (1) 時尚影音跨界數位開發

參考國際時尚潮流趨勢，結合設計師及品牌業者目標市場需求，應用數位模擬演算與擬真視覺呈現技術，建立可供時尚產業與音樂、表演藝術跨界合作之數位設計開發元件，包含紡織布料、輔料、服飾結構版型模組化設計以及可應用於各類產品開發之圖騰花樣，開發跨界應用之服飾產品。

#### (2) 時尚數位網絡合作推廣

以整合紡織服飾生態系為標的，透過時尚產業與音樂、表演藝術跨界合作主題性開發，串聯設計、打版製樣、布料、輔料、生產製造等不同角色供應商，透過數位設計技術結合生態系開發能量，以藝文影音跨界為標的，協助品牌與生態系廠商快速應用資源導入開發，厚植產品文化創新特色、提升產業價值及商機。

### 2. 時尚加值

因應國內時尚產業發展需求，以提升時尚科技應用能量與創新技術、結



合現代美學為導向，藉由打樣中心技術支援，注入服裝設計、鞋包設計、織襪設計等整合性的打樣開發模式，為設計師、品牌等提供創新開發技術，並鏈結產業創新科技(如：台灣功能布、體感衣、感測技術等)，驅動設計整合開發，並加值於品牌行銷推廣，帶動時尚產業升級邁入國際化。

### (1) 設計與科技加值

挹注時尚潮流主題，連結影音元素、台灣文化圖紋數位資料，結合時尚機能性素材，運用創新設計、數位技術及打樣開發服務等技術能量，開發符合市場需求公版模組(如服飾、全成型針織、鞋包、織襪等商品)，提供業者快速擷取應用，開發客製化創新主題商品與造型設計。同時並協助廠商強化關鍵製作技術能量，開發高值商品，提升商品創新特色；整合現有通路，透過國際展會積極接軌國際市場商機，加速品牌擴散力，開創成衣產業品牌價值。

### (2) 時尚聚落行銷

連結地方場域資源，藉由設計、打樣、行銷一條龍整合輔導，協助服飾相關業者在版型技術、機能素材、款式設計、與營運模式等持續精進提升，扶植服飾產業上中下相關業者創新發展；另注入台灣風格設計加值、導入線上線下互動參與式行銷模式，創造設計體驗需求，以強化時尚聚落設計力與市場行銷力，推動產品設計優化與協助試行銷，提升品牌競爭力。

### (3) 時尚新銳培育

結合學校新銳人才基礎能量，注入法人技術能量，推動學研合作。因應科技時代的時尚趨勢變遷，結合時尚流行趨勢與影音元素，融合新式素材，從商品企劃、產品開發設計、數位製版、製作流程等技術，精進設計新銳時尚品牌設計開發能力，以實案操作模式提升專業技能，縮短學用落差，增加就業率。

## 二、與以前年度差異說明

年度 差異項目	107 年度	108 年度	109 年度	110 年度
臺北時裝週	首辦國家級時裝週 辦理「2018 臺北時裝週 SS 19」	串整跨部會資源擴大辦理 辦理「2019 臺北時裝週 SS 20」	廣納新秀設計能量 辦理「2020 臺北時裝週」SS 21。 ●徵選 30 個臺灣設計師品牌辦理臺北時裝週 ●促成 45 位國際買主來台，增進國際商機。創造國際接單及衍生效益 3.5 億元	蓄積能量打造時尚專業平台 辦理「2021 臺北時裝週」 ●徵選 30 個臺灣設計師品牌，辦理臺北時裝週 ●促成 45 位國際買主來台，擴增國際商機。創造國際接單及衍生效益 3.5 億元
跨界時尚	開辦時尚跨界補助 補助時尚產業跨界創新運用 17 案	增列跨界補助類別 挹注品牌國際推廣及補助國內跨界時尚活動 27 案	增加補助辦理梯次 促成 6 個時尚品牌與設計師參與國際時裝週，創造國際商機	強化跨界合作效益 推動跨界合作、促成 6 個時尚品牌與設計師參與國際時裝週，擴散商業效益
人才培育	鼓勵人才國際交流 經由補助機制，補助設計人才透過國際展演，與國際時尚人士交流，其作品於回國後展演	扶植參與國際展演 透過辦理臺北時裝週及規劃補助機制，協助設計師參與國際時尚活動，推廣台灣時尚品牌	拓展國際商展商機 透過策辦臺北時裝週及規劃補助機制，協助設計師參與國際商展，拓展海外通路	推廣臺灣品牌能見度 透過辦理臺北時裝週及補助機制，協助品牌於國際時尚活動曝光及增取海外市場商機

年度 差異項目	107 年度	108 年度	109 年度	110 年度
時尚數位	<b>數位元件建置</b> 1. 2D 數位元件建置 2. 以台灣代表性圖像與花版元素強化台灣文化 DNA 3. 模組化設計模式建置	<b>基礎平台建置</b> 1. 基礎元件建置，建置布料物理性資料 2. 三金應用為標的，衍生開發大眾化商品 3. 虛擬服飾 360 度展示於虛擬情境中	<b>網絡媒合多元運用</b> 1. 元件物理性優化，增加布料物理性模擬 2. 藝文跨界合作為標的，應用為創新性藝術，衍生品牌產品開發，網絡普及率達 4% 以上 3. 虛擬服飾 360 度實際場景展示	<b>導入商業應用環境</b> 1. 除元件物理性優化外增加動態或光影變化模擬 2. 音樂或表演藝術跨界合作為標的，應用創新性的藝術，衍生品牌產品開發，網絡普及率達 4% 以上 3. 應用虛擬服飾展示開發數位應用工具
時尚加值	<b>新素材複合開發</b> 1. 強化新素材複合機能特色及導入數位機能應用技術 2. 注入美學時尚流行趨勢概念，結合機能型開發應用 3. 整合目標客群需求，提升商品完整度與國、內外展會推廣	<b>縮短開發時程</b> 1. 數位化人因版型結構及放縮技術導入 2. 挹注時尚美學流行趨勢與台灣文化圖紋元素應用 3. 整合品牌形象與商品定位，國內外展會推廣	<b>高附加價值開發</b> 1. 創新數位版型放縮技術及無縫黏合技術升級 2. 流行趨勢結合在地文化，提升藝文時尚美學設計工藝 3. 強化台灣原創品牌精神及虛實整合行銷推廣，增加產值 1.5 億元	<b>客製化精準開發</b> 1. 導入立體剪裁概念串整產業技術建立數位製程 2. 時尚潮流主題連結庶民文化，開發客製化主題商品 3. 提升關鍵製衣/鞋/袋包箱技術，積極接軌國際市場商機，加速品牌擴散力，增加產值 2 億元

### 三、跨部會署合作說明

為了扶植時尚時裝產業，文化部與經濟部跨部會合作，藉由跨部會的整合，打造一個讓全球看見的平台，期望可以讓全球看見臺灣時尚文化、臺灣時尚設計師的獨特處、臺灣的時尚品牌，更重要的是集結時尚產業的上中下游，組成臺灣的時尚國家隊，將時尚、視覺藝術、表演藝術，甚至電視電影的娛樂產業，跨業整合，透過眾志成城的力量，一舉奠定台灣時尚地位。

經濟部主要以設計師與品牌需求為主體，推動時尚數位生態互動運作體系，藉由數位設計元件、設計製作相關供應鏈資源串整以及友善快

速便捷數位化環境，強化設計師協同開發作業，即時銜接商業化運作，以促進數位生態系完善發育。另，因應產業發展需求，結合新素材應用、人因版型等科技技術等，協助產業提升美學設計與科技技術能量，發展精緻高值服飾產品，進而以既有基礎，輔導產業導入新興智慧科技，發展智慧紡織跨域技術整合應用與智慧紡織相關產品及 C2B 新商業模式。

文化部則主要透過四大面向的工作項目(推動平台、臺北時裝週、跨界時尚、人才培育等)推動台灣時尚 life style 文化輸出。以有系統、帶狀的臺北時裝週系列活動為領頭羊，搭建台灣時尚產業的溝通與連結平台，協助國內時尚品牌發展國際展演，國內外市場通路加值推廣，扶植產業創新發展，將台灣時尚文化特色及時裝產業推廣到國際市場，擴大台灣時尚文化輸出與影響力，帶動整體時尚產業產值與商機快速提升。

藉由經濟部提供設計師與品牌之科技時尚加值輔導，開發符合國際潮流趨勢之時尚新品，並結合文化部之時尚平台與相關補助措施，將獨具我國時尚文化特色之新品，於國際舞台推廣展示，進而提昇我國時尚品牌國際知名度，期能一舉營造我國時尚新品王國氛圍。

#### **四、與本計畫相關之其他預算來源、經費及工作項目**

**本計畫無**

## 肆、近三年重要效益成果說明

本計畫為4年期計畫(執行期間108年至111年)，以下就108年「時尚跨界整合旗艦計畫」主要執行績效及109年預計成果整合說明如下：

### 一、108年主要執行績效

#### (一)跨部會合作成果

##### 1.串聯跨部會打造臺北時裝週展演平台

108年經濟部工業局主辦「時裝設計新人獎決賽暨頒獎典禮」，首度結合文化部「2019臺北時裝週SS20」，於松山文創園區1號倉場域辦理。藉由臺北時裝週國際性展演場域，推動新銳設計師於國際舞台曝光，並於決賽後舉辦參賽入圍作品靜態展。透過跨部會合作，提升新人獎國際能見度並推廣於產業及社會大眾。

此外，108年執行數位媒合平台及大手牽小手等與設計師、品牌業者合作開發成果，共同於「2019臺北時裝週SS20」進行聯合推廣。其中，大手牽小手—時尚機能開發推廣工作項目，由日本知名設計大師藤原大創意指導吳日云、汪俐伶、安德烈、林虹華、陳璿等5位設計師與國內6家知名紡織企業，包含綿春纖維工業股份有限公司、世堡紡織股份有限公司、興采實業股份有限公司、加圖實業股份有限公司、和明紡織股份有限公司、毅荃企業有限公司等聯手合作開發時尚跨界禮服系列，並於10月5日舉辦開展秀，深獲好評。藉由跨部會合作，展現臺灣優質紡織布料科技與服裝設計創意技術，打造時尚產業強強聯手的豐沛能量，拓增國內品牌商機。

##### 2.時尚跨界推動會協調整合跨部會資源

108年8月13日召開「臺北時裝週諮詢會」，由文化部李連權常務次長主持，邀集溫筱鴻委員、周裕穎委員、陳亞蘭委員、高勝忠委員，以及經濟部工業局、經濟部國際貿易局、教育部、原住民族委員會、臺北市政府文化局、臺北時裝週執行團隊等，共同研議「2019臺北時裝週SS20」規劃辦理內容及方向，廣納各界意見，協調可合作資源，促進活動辦理更臻完善。

108 年 8 月 26 日召開「人才培育暨國際拓展諮詢會」，由文化部李連權常務次長、經濟部林全能常務次長主持，邀集張偉菱委員、張光民委員、黃文英委員，以及經濟部工業局、經濟部國際貿易局、經濟部中小企業處、教育部等，針對時尚產業鏈上中下游串接、布料廠與設計師品牌合作、時尚教育產學落差等重要議題，進行跨部會研析可行措施與方案，研討設計人才發展的相關規劃。

### 3. 時尚跨界補助加值輔導廠商效益

輔導廠商「卓也小屋」運用鞋類打樣中心的鞋樣，導入數位開發技術，將天然藍染工藝融入公模鞋樣，快速開發系列休閒鞋品，擴增鞋類商品線，為品牌提升 10% 營業額；並採用公模鞋樣開發鞋款提供金典獎入圍歌手選搭，於大型頒獎典禮上曝光藍染鞋品，有效行銷宣傳，提升品牌知名度。其品牌「卓也藍染」也獲得文化部 108 年度時尚跨界活動補助，辦理「2019 亞太藍染文化季—國際天然染色作品時尚品牌跨界展」，結合五大文創品牌，透過與生活、創意上的結合，展現藍染工藝時尚的多元面貌，進而推廣藍染工藝，提升產業競爭力與商機發展。

此次活動共吸引 3,500 人次參觀，透過展覽推廣與後續商品販賣，吸引國際遊客下單達 33 萬元，並帶動遊客至品牌實體店面消費估計可達 30 萬元，並後續獲得草山行館空間展覽銷售、臺北 101 金融大樓伴手禮開發合作、綠色主張生活平台與 Nike 染布鞋開發等合作洽談機會，成功將傳統藍染復育新生為時尚工藝，促進產業跨界合作，發揚藍染工藝文化。

## (二) 學術成就(科技基礎研究)

108 年度累計完成時尚趨勢研究報告 20 份、全國性時裝設計新人獎競賽及手提包創新設計競賽共 2 場次之學術活動。

### 1. 趨勢報告產出

本年度產出紡織趨勢報告 16 份；時效性反應及提供新素材、流行資訊提供產業參閱及引用，提升業者研發、創新、設計之能量，以提振產業競爭力，藉由研究國際消費型態與熱門議題，整

合歸納可應用於產品開發之主題氛圍，並透過深入的分析設計手法，搜集面料應用的關鍵重點，導入色彩分析建議色彩應用比例與搭配，最後參考流行秀場款型資訊，建議符合整體大環境趨向發展之款式重點，將流行資訊架構於世界脈動潮流，並以不悖離市場走向的方式融合成可提供成衣產業廣泛應用之資訊報告，不僅成衣產業可受惠，布料開發、整體造型應用、彩妝等相關領域亦可從本資訊報告中獲取開發方向與明確的應用建議。

## 2. 其他學術相關活動辦理

辦理「第 33 屆時裝設計新人獎競賽」，本屆競賽共計吸引 366 位國內外優秀新銳報名參加，其中吸引海外地區美國、義大利、加拿大、中國、印尼、香港、韓國等國家之參賽者報名參賽，邀請產業界百貨業者、品牌設計師、時尚媒體通路等專家，透過圖稿評選方式評選出 12 名決賽入圍者。初賽入圍 12 位新銳作品，其中包含 2 位海外參賽者入圍，並於 10/4 評選出首獎 1 名、優勝獎 2 名、優選獎 3 名(最佳布料、最佳版型、最佳商業潛力)，透過本活動提供創意設計展演舞台，凝聚時尚產業能量，發掘新銳設計師。

### (三)技術創新(科技技術創新)

1. 時尚數位應用 3D 設計創新技術：108 年度完成輔導廠商 3 家 30 款服飾、建立 3 組虛擬服飾展示情境、100 家時尚數位供應鏈廠商資訊，並辦理 1 場次數位推廣。30 款服飾開發主要應用 3D 設計創新技術，協助廠商應用數位設計元件提升產品設計之效能、降低開發流程之物料浪費、機能布料時尚化應用，並導入跨產業影視音三金典禮之禮服開發重點，衍生大眾化品牌產品，透過跨界拉抬效應提升品牌知名度與產品銷售。虛擬服飾展示情境則是為銜接未來消費族群網路購物為主之服飾展示技術，藉由虛擬 360 度之 3D 服飾導入可能穿著之模擬情境，以取代現今服裝成品拍照之流程，加速與消費端之溝通。
2. 時尚機能開發推廣結合科技布料開發技術：結合台灣獨步全球機能性布料與新世代設計師創意，運用優質機能性紡織布料科技、

特色蕾絲素材、服裝設計創意手法與流行時尚元素，開發出時尚跨界禮服系列。

3. 時尚產業增值輔導技術：108 年度完成輔導成衣、鞋類、袋包箱及織襪廠商共計 37 家，完成新產品或新式樣開發 362 款，並開發成衣服飾、袋包箱及鞋類公版/公模 115 款，協助辦理相關推廣活動共 37 場次，時裝設計新人獎及手提包設計競賽共 2 場次。
  - (1) 複合式高階製衣技術：運用數位製版與放縮技術，輔以 3D 立體剪裁與低碳少裁手法，挹注人因工學概念，解構服裝原型，開發符合業者需求的各式版型。導入複合式高階製衣技術，如：無縫黏合、防水貼條、雷射切割等，與高級訂製縫製技術，如：法式包縫、藏針縫、縮縫等，運用自動化縫製設備與特種機台，串整上下游創新技術，開發應用時尚環保機能性新素材，強化新素材特色與款式亮點；協助廠商設定製衣工序，建立品牌核心版型與製衣技術。
  - (2) 時尚增值一條龍整合服務：輔導康澄公司以時尚增值一條龍整合服務，應用設計研發製程數位技術，貼合終端照護需求發展高附加價值產品，提升業者跨域產品開發生產能量，開發 9 國新型與發明專利，如：技術優化多功能服飾開發，成功申請英、美發明專利，台灣、日、德、法等 6 國新型專利；另外照護產品(尿布)導入美學設計應用，成功申請台灣、日、俄、加、南非等 5 國發明專利，拓展銀髮商機。
  - (3) 公版開發技術接獲 J.C.PENNY 訂單：建置自主開發符合市場趨勢之示範公版服飾，供業界技術諮詢與開發應用，108 年擴散至少 56 家次(永紡、偉全、仁雅...等)布料商或品牌商，擴展海內外市場之用，協助業者快速開發新系列商品並減少設計與版型修改次數，大幅縮短開發時程，節省業者設計開發成本 40%~58%。其中協助永紡企業股份有限公司挑選公版-女款連帽外套，以其高科技產品『STORM COTTON 防水棉』布料，兼具防雨防雪功能性與棉自然舒適透氣之特性，委託打樣中心製作至海外參展之樣品，成功接獲美國知名品



牌 J.C.PENNY 布料訂單。

- (4) 鞋面多層次複合成型技術：整合供應鏈上游熱熔膠廠、中游拉膜廠及下游熱塑設備廠，開發鞋面多層次複合成型技術，解決鞋面多層異材料貼合技術瓶頸，運用多層次複合成型技術協助業者發展無需模具的立體紋飾加工製程，節省模具建置成本，減化鞋面成型工序，提升生產效能，並藉由導入仿生幾何圖形設計強化鞋面支撐結構與透氣性，協助業者開發包覆穩定佳及透氣舒適鞋款，以創新技術加值，提升業者競爭力。
- (5) 公模鞋樣快速開發技術：協助業界能洞悉國際流行趨及加速設計開發效能，快速掌握市場商機，輔導業者應用符合市場趨之公模鞋樣資料，補足產業設計開發與關鍵組件應用缺口。108 年公模應用廠商 22 家(佰龍、藍尼、言霖、長庚大學、申隆、國誠、半分藝術、卓也小屋、珠信、百和、永奇發、千附、南溢、瑞邦、普大、小花園、中良、織創、捷欣、源展、得裕、中大遠東等)、導入應用 48 款，協助業者快速完成新品開發，降低設計開發成本 35%。
- (6) 雷射雕刻皮革填色技術：雷雕填色皮革技法應用，運用雷射雕刻填色技法，設計開發具立體紋飾效果的匠藝袋包，利用波紋營造錯視流動感，填入金色創造華麗感，大面積應用於袋面，並注入創意結構與功能設計，展現獨特高價值袋包，突破傳統雷雕皮革侷限小面積之技法，推動袋包產業技術能量升級。
- (7) 袋包公版快速開發技術：設計開發新袋包公版共 45 款，整合袋包潮流趨勢研析(配色、結構、細節)、創意元素以及材料特色，設計新式樣袋包時尚版樣，並可量產設計、依需求局部變化、消費版型走向等細節，串連產品設計與生產製程，注重創新性與市場性之設計應用，提供產業延伸應用可有效縮短開發時程 30% 以上。
- (8) 織襪快速成型技術：機能性纖維特性加值應用，針對襪品功

能需求，導入吸濕排汗纖維、十字異形斷面纖維素材，及不同材質與功能的紗線，可製造出多樣性、多功能產品、功能性計有夜光(增加晚上運動的安全性)、抗菌(前腳尖及後腳跟使用達到抗菌棉紗纖維，吸濕性、抗菌防臭功能，減少金黃色葡萄球菌增生，抑菌率 99.9%，有效抑制鬚髮癬菌為甲級)、除臭、吸濕排汗、涼感、發熱等多元效能。及開發具特殊導水溝，具毛細現象，符合襪品吸濕速乾需求，應用環形包覆及毛巾底任意起毛耐磨擦織法，可開發專業高張力(足球襪及護腿套等)功能性襪品。

#### (四)經濟效益(經濟產業促進)

##### I、「時尚跨界」：

**打造臺北時裝週國際舞台 讓國際看見台灣時尚能量。**

「2019 臺北時裝週 SS20」串聯整合跨部會資源，甄選 82 個臺灣設計師/品牌，辦理 24 場動態秀，展演逾 960 套服裝，並辦理動靜態系列活動集結台灣時尚產業、表演藝術、原創音樂、娛樂產業、在地文化元素及科技產業等跨界整合能量，共同展現台灣時尚軟實力，創造接單及相關衍生效益 3.5 億元。

##### II、「科技時尚」：

108 年度累計共促進廠商投資 31,950 千元，增加產值 231,039 千元，節省開發成本 11,361 千元；完成辦理期末成果展 1 場次，及協助輔導廠商參與行銷推廣活動共 37 場次；完成產學合作 13 案，共培訓新銳人才 53 人。

1. 輔導廠商之經濟效益：協助輔導廠商導入新技術/素材應用、時尚創新設計及多元行銷推廣活動之輔導項目，滿足業者多樣化產品開發及縮短製程之需求，臂助廠商設計升級及快速成型開發能力，提升市場競爭優勢。各產業輔導廠商之具體成效列舉如下：

##### (1) 時尚數位：

A. 服務多元樣態紡織品設計開發 3 家，以服務樣態與廠家次計算，累計產出 30 款產品創造 3,600 萬產值(3,000 元\*30 款\*400 件量產)。

- B. 累積可提供服務之供應鏈家數 100 家，含括布料、輔料、設計師、打版師、製樣師與成衣製造商、累計應用案例 10 案、創造 1,200 萬產值(3,000 元\*10 款\*400 件量產)。
- C. 累積可協助設計開發之元件 180 個，含括三大類布料、十大類輔料、七大類具台灣文化特色圖樣累計應用案例 10 案、創造 1,200 萬產值(3,000 元\*10 款\*400 件量產)。
- D. 導入高級訂製禮服開發概念，挹注文化創意設計、素材應用、印花、染色整理與機能加工技術等開發技術能量，發展時尚美學與機能結構並重的時尚機能布料，朝跨世代、跨領域趨勢發展。
- E. 本計畫完成時尚面料圖紋數位化資料 300 筆，接觸紡織廠商超過 100 家次以上，提供時尚、機能與環保布料/輔料數位化能量，以平台串聯推廣各類型紡織品，接軌設計、文化、科技與環保...等相關產業，預計帶動產值 2,000 萬元以上。
- (2) 大手牽小手時尚機能開發推廣：輔導 5 家品牌；開發機能時尚禮服 30 款；拍攝剪輯設計師服飾開發影片，於 FB 社群網站、YouTube 影音平台宣傳，並於 10/5-10/9 於松山文創園區展示推廣，參觀人次突破 10,000 人次，導覽直播突破 12,000 人次，結合設計師品牌、布料業者，共同推廣「三金耀眼」時尚機能服飾成果，提升台灣時尚設計優良形象與國際能見度，促進接單增加產值 1,800 萬元。
- (3) 成衣產業增值輔導：本年度輔導長期照護服飾製造業者康澄國際股份有限公司，導入功能性版型技術，強調人體工學概念貼合照護需求，設計易穿脫功能細節，協助業者成功申請多國新型專利與發明專利；運用機能素材增值款式功能設計，使用抗菌除臭、抗 UV 面料，美觀的款式設計，讓照護服也能兼顧機能與時尚。透過本計畫的輔導於 7 月份參加「台灣輔具暨長期照護大展」，增加市場曝光度與品牌知名度。大貨已於 9 月份上市販售，預期效益逾 524 萬元。
- (4) 鞋類產業增值輔導：本年度輔導鞋類業者得裕盛業股份有限公司，主要商品為安全鞋，目標客群以著重商品本身安全功能特性，為提供主要客群工作外的鞋品選擇以及拓展休閒市場，提供消費端穿著合腳、舒適的鞋款，透過計畫輔導注入創新多層次材質貼合技術應用，建構無模具立體紋飾加工技術，並運用

仿生態幾何設計結構，強化鞋面支撐與包覆性，運用幾何圖紋架構簾空透氣結構，並導入機能元素提升產品價值，提供消費者兼具透氣機能與包覆佳的舒適系列鞋款，總計增加產值 540 萬元、降低成本 42 萬元。

- (5) 袋包箱產業增值輔導：本年度輔導袋包業者台觀實業股份有限公司，為臺灣第一家鑽研機能布料研發、生產 MIT 高機能服飾的廠商。近年為警界研發防砍防割布料，希望能運用在人身安全防護上，將業務觸角延伸至袋包產業，但因缺乏自主開發技術，透過「袋包打樣中心」協助開發具備防砍防割特性之真皮袋包，以防砍材材料結合真皮，注入最新流行時尚趨勢，並應用公版設計開發新穎包款，強化包款的線條設計、收納空間及流行感，滿足業者多樣化產品開發及縮短製程之需求，擴大產品版圖與利潤，快速跨進袋包產業。袋包打樣中心從設計產品、電腦開版、應用素材、快速打樣等的技術輔導，協助台觀公司省下開發成本 22.8 萬元，增加商品上市速度，增加產值 576 萬元，促進投資 46.5 萬元整。
- (6) 織襪產業增值輔導：本年度輔導織襪業者群竣實業有限公司，結合工研院材化所吸濕排汗及抗癬加工技術，該公司為全電腦式數位化織襪機，採用電子控制系統並以高解析度觸控螢幕來控制襪機操作，具有先進電子選針的功能，可設計任意形狀的立體毛圈。並導入夜光紗反光設計，腳背採用大面積透氣網格設計，腳底採菱格紋厚底墊設計，針對腳踝加強包覆效果全，毛巾底減壓並提升緩衝能力，開發多功能運動襪等新產品，投資設備金額為新台幣 20 萬元。並參加 ISPO 德國慕尼黑運動用品展及美國丹佛戶外用品展、日本體育用品展…等國際展會中，以流行與功能兼具之時尚機能的終端商品及功能性襪品，提升接單率 10%，增加產值逾 3,000 萬元，年營業額穩定成長。希冀透過階段性的求新求變，不斷開發高品質與高產值的機能性商品，極朝向永續企業與跳脫傳統產業舊有模式之經營，邁向國際化，以生產專業運動襪為目標，以達到自我期許的企業願景。
- (7) 北部時尚聚落能量提升：本年度輔導紡織業者佳和實業有限公司，協助結合回收纖維、耐磨及防切割等新素材，透過數位化設計與模組開發技術強化，輔導業者提升開發設計及製造技術能量，縮短產品設計開發時程 25%，透過本計畫的輔導，完成

耐磨、環保功能紗戶外休閒服裝款式設計及樣衣製作，藉由參與國際展會如 ispo 戶外用品展、上海紗線展等，促成與品牌商 Adidas 洽談合作訂單，增加紗線銷售 600 萬元，促進投資增購染整設備 300 萬元。

- (8) 南部時尚聚落能量提升：以申隆公司為例，擁有二十多年製鞋廠經驗所累積深厚基礎，成立自創品牌「洋森生活」，鎖定年輕世代輕時尚休閒女性為主客群，運用南部時尚創意基地空間，建構南部時尚旗艦店，導入商品體驗式行銷服務，並針對目標消費族群，選定合適系列商品，進行商品情境式銷售推廣；並結合南部時尚創新基地展售活動，如品牌月推廣、主題聯展、快閃活動等，進行品牌行銷塑造，強化品牌形象，創造消費者有感的購物服務，成功加速申隆公司拓展南部市場新商機；透過本輔導案執行，有效為業者增加產值 355.8 萬元、降低成本 18 萬元、促成投資 40 萬元。

2. 其他衍生效益—協助輔導廠商參展，辦理體驗行銷活動等：

協助輔導廠商參與與國內外展會、跨域行銷活動、商洽會/發表會、品牌創意行銷聯展及體驗行銷活動共計 37 場次，透過展會交流、跨域結盟行銷推廣及行銷據點拓展等方式，提升品牌知名度及能見度，增加廠商品牌產品曝光度，快速拓展市場商機。各產業活動之具體成效列舉如下：

(1) 時尚產業加值輔導：

- A. 成衣產業全方位能量提升：協助輔導廠商參與國內外展會(如：美國丹佛夏季戶外活動用品展、德國慕尼黑功能性面輔料展、美國 OR 戶外活動用品展、TITAS 台北紡織展、TIS 台北魅力展等)，整合品牌形象及商品定位，串連素材應用與創新設計，有效提升品牌能見度與接單率。例如：輔導廠商川郡公司參與台北魅力展，增加品牌曝光度。
- B. 鞋類產業全方位能量提升：協助輔導廠商(得裕、柏京、小花園、藍尼、林果良品、申隆、協侑)7 家廠商參與 2 場(夏日女力瘋潮、跨界工藝)跨域行銷活動，藉由跨域(文創市集、國際車聚)行銷客群鏈結，協助業者從主題鞋品設計開發、宣傳文宣設計，展位陳列佈置、行銷活動方案等，精準鏈結目標顧客需求，快速提升品牌能見度，有效拓展開發潛在顧客，增加行銷活動營收平均 50% 以上，延伸帶動

門市來客率 20% 以上。

- C. 袋包箱產業全方位能量提升：整合 8 家廠商(聯野、鑫綺、嘉祥、艾綠斯、亞美、金和鋒、錄祥、里德)共同參展(如台北國際禮品暨文具展、臺灣國際文化創意產業博覽會)運用展場陳列的美學或文宣品推廣新品，協助廠商共同宣傳，充分展現出最具創意的設計能量，並增強品牌佈局能力，以達到精準切入利基市場，提升台灣袋包箱產業品牌能見度。
- D. 織襪產業全方位能量提升：協助織襪產業廠商推廣品牌，進行聯合行銷與體驗模式之特賣活動，強化優質產品形象。藉由推廣活動增加地方特色產業及廠商品牌曝光度，其 21 天活動參與人數約 2,000 人，營業額約 50 萬元。透過彰化縣『社頭超半程馬拉松賽』活動，進行瘋館特賣聯合行銷活動，其 2 天活動參與人數約 3,000 人，營業額約 16 萬元。

(2) 時尚聚落加值輔導：

- A. 北部時尚聚落能量提升：協助機能休閒品牌與時尚設計師品牌進駐西園 29 服飾創作基地展示銷售，以試行銷概念輔導主題性檔期包裝、陳列佈置規劃、販促波段優惠、跨業資源整合等實體通路操作技巧；輔以社群媒體虛擬通路宣傳(如：直播、FB 粉絲專頁、OtoO 時尚概念店)，整合線上線下，串起品牌與消費者間對話連結，收虛實整合之效益。完成季節設計商品特色陳列及行銷活動規劃共計 8 檔次、網路平台發佈品牌商品形象宣傳共 50 則，刺激 10 品牌業者投入新式樣開發，創造 6,175 萬元產值。
- B. 南部時尚聚落能量提升：透過品牌辦理主題式聯展或體驗行銷活動，結合場域特色規劃整體行銷策略，包含主題企劃、多元動態活動、創意商品展示、社群媒體廣宣等形式，創造品牌與消費者連結，讓消費者藉由體驗產業品牌魅力，加強品牌的認同感。共辦理 15 場次品牌推廣活動及試行銷，協助 43 家品牌業者，共吸引 7,000 人次以上共襄盛舉、網路媒體曝光逾 52 則，有 6 業者實質進駐南部時尚創新基地試行銷。

(五)社會影響(社會福祉提升、環境保護安全)

本計畫 108 年度透過廠商輔導、產學研合作等工作推動，共促進產業增加就業人數 60 人(含媒合 53 人新銳就業，預計媒合率 98%)。

1. 透過各產業輔導，共促進輔導廠商技術創新、時尚設計與多元行銷等就業機會共 7 名。
2. 產學合作縮短學用落差：透過產學研三方交流模式，進行製程技術、時尚設計、品牌行牌等之密集性課程，並強化新銳設計師與業界之連結，以帶案方式實作方式，與合作廠商進行 4.5 個月實習機制，加速產學研技術、設計銜接與應用之效率，累積新銳人才產業經驗值，亦減少業者重新培訓時間成本，以培訓符合業界所需人才之期望，促使台灣本土設計師與業者共同成長茁壯。108 年累計訓練設計新銳共 53 人，共完成新銳設計之產品開發製作 155 款；第 1 梯次學員 31 人，共媒合 30 人至產業界服務，媒合率達 97%；第 2 梯次學員 22 人，媒合 22 人至產業界服務，媒合率達 100%；學員平均起薪 25,283 元/月以上（最高達 27,824 元/月）。藉此補足企業專業人才缺口與需求，並協助業者設計開發少量多樣客製/高值化產品，加速商品上市，擴大產品版圖與利潤，並創造產業人才就業機會，達成產、學雙贏之目的。
3. 時裝設計新人獎協助新銳深耕產業：時裝設計新人獎為台灣時裝設計界的標竿賽事與相關業者發掘潛力人才之平台，自 2013 年擴展成國際比賽後，每年吸引世界各地的新銳設計師們報名參賽，本年度吸引包含美國、義大利、加拿大、中國、印尼、香港、韓國等國家，共計 366 位參賽者報名，決賽暨頒獎典禮吸引逾 500 名觀眾到場，同時間透過網路直播吸引 6,200 位以上民眾關注此時尚競賽；藉由設計競賽活動促進國際交流並刺激提升台灣設計力，許多潛力服裝設計新秀脫穎而出，亦媒合新銳設計師投入紡織服裝相關產業，今年更與文化部主辦的臺北時裝週系列活動相結合，於松山文創園區內與國內設計師品牌聯合展出服裝秀與靜態展，展現台灣時尚設計創意與能量。

序號	類型	活動名稱	時間/地點	參與業者	效益重點說明
1 成衣	設計競賽	時裝設計新人獎競賽	108/10/04 松山文創園區1號倉庫	可恩迪國際股份有限公司、宜進實業股份有限公司、財團法人福琳工商發展基金會、財團法人儒鴻教育基金會、大統新創股份有限公司、彰化銀行、合作金庫等	競賽開放國外參賽者參賽邁向第七年，匯集世界各地極具潛力之新銳設計師，包括美國、義大利、加拿大、中國、印尼、香港、韓國等國家共計 366 位參賽者報名。決賽暨頒獎典禮現場吸引逾 500 名觀眾到場，同時透過網路直播共吸引約 6,200 位以上民眾關注此時尚競賽。本年度首度結合文化部主辦的「2019 臺北時裝週 SS20」系列活動，於松山文創園區 2 號倉庫辦理新鮮秀靜態展示，讓大家可近距離欣賞國內外設計新銳之優質作品。藉由本競賽發掘扶植國內時尚設計人才並培育設計人才投入產業，凝聚時尚產業能量，提升整體時尚設計水平。



序號	類型	活動名稱	時間/地點	參與業者	效益重點說明
2 袋包箱	設計競賽	手提包創新設計競賽	108.10.26/ 高雄 R7 創藝所在	國內大專院校、配飾產業相關業者	手提包創新設計競賽今年辦理 4 場次推廣說明會共計 268 人次參加，吸引上千人報名參加，只有 386 組作品成功角逐初賽，經評選出 10 組入圍作品，其中個人設計師有 3 組、學生有 7 組，顯現本競賽已成為國內的設計界、產業界及校園內最具知名度的競賽之一。透過 10/26 在高雄 R7 創藝所在辦理動態秀，讓高雄現場觀眾近距離的感受設計新秀創造力，推廣見台灣設計的新動能。本競賽可提供設計從業者技術交流機會與競技的舞台，並鼓勵國人積極參與創新設計，培育具有潛力的設計新秀，激盪出具新穎性與設計感的產品，以發揚台灣本土設計，進而發展出具體可行之創新產品成果。

(六)其他效益(科技政策管理、人才培育、法規制度、國際合作、推動輔導等)

1.性別主流化

性別主流化工具	具體作法	執行成效說明
性別影響評估	於輔導廠商諮詢服務、產學研合作等執行過程中，宣導有關性別平權化之訊息	本計畫執行之總受益人數 60 人次，男：女=5：55。 1.輔導廠商增加就業人力 7 位（男：女=2：5） 2.新銳輔導 53 人次（男：女=3：50）

<p>性別推動</p>	<p>輔導廠商導入性別主流化概念，針對不同族群、兩性心理或生理不同需求層面，開發符合多元性別之產品。</p>	<p>針對不同性別之需求進行設計考量與製作，開發兼具機能與美學共 61 款性別平權化新產品。例如：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 成衣產業全方位能量提升：依據受顧者的生活型態需求並體貼照護者多為女性，設計許多易穿脫細節，如：上衣肩部排釦與單側拉鍊設計方便穿脫、褲子雙開拉鍊設計輕鬆觀察尿濕與更換尿布，開發長期照護不分性別的中性易穿脫服飾。</li> <li>2. 鞋類產業全方位能量提升：運用立體熱塑貼合成型技術，加強織品材料強度結構、穩定性及透氣性，透過仿生圖紋以凸顯產品特色，設計開發符合男女休閒穿搭風格之鞋款。</li> <li>3. 袋包箱產業全方位能量提升：依據都會女性的生活工作需求，運用輕質平紋布料，搭配局部飾皮提高價值感，導入底部凹折層次感以增加收納空間，肩背帶以綁結設計，展現女性柔美優雅，設計開發商務與休閒兩用的女性袋包商品。</li> <li>4. 織襪產業全方位能量提升：運用今年流行色彩，選用橫條紋設計元</li> </ol>
-------------	--	---

		<p>素，透過跳色差異及線條粗細設計，展現男性及女性皆可穿著之中性襪品。</p> <p>5. 北部時尚聚落能量提升：運用色塊拼接、不對稱剪裁及女裝版型創新設計，前胸不規則形狀配色，熔壓貼口袋平衡服裝設計線條，有別於一般戶外服裝以男性或中性為主，開發兼具實用性及防水性的女性機能服飾。</p> <p>6. 南部時尚聚落能量提升：情侶款背包，運用傘繩結繩作為細節應用，繩結象徵男女愛情的信物，包款設計以可手提後背兩用，材料以黑色為主，搭配局部亮色繩結的設計，整體搶眼有型，相當適合年輕族群同遊旅行。</p>
--	--	---

## 二、109 年預計成果：

### 1、「時尚跨界」

#### 一、成立推動平台

為有效整合公部門暨民間相關資源，規劃成立「時尚跨界推動會」，另為加速凝聚政策推動共識設「臺北時裝週」、「人才培育暨國際拓展」等諮詢會，並置執行小組，襄助各項工作事務推動。109 年持續邀請產官學界專家擔任諮詢委員，協助計畫順利推動。

#### 二、策辦國家級時裝週

本「2019 臺北時裝週 SS20」業於去(108)年 10 月 4 日至 13 日假世貿三館、松山文創園區辦理完竣，有效整合跨部會時尚相關資源及活動，整

合經濟部工業局(時裝設計新人獎、台北魅力展)及國際貿易局(台北紡織展)、教育部(菁英海外培訓計畫)、臺北市政府文化局(時尚大秀、香堤市集、國際論壇)、原住民族委員會(原民時尚)、新北市政府經濟發展局(異材質時尚)。整體活動總計辦理 24 場動態秀(1 場新鮮秀、1 場歡迎晚會、16 場品牌秀、5 場主題秀、1 場時尚大秀)、6 項系列之靜態展(新鮮秀時尚策展、台北魅力展、時尚街拍、香堤市集、台北紡織展、國際論壇)。共促成 82 個品牌參與，計展演 960 套服裝。來自國際買家共 82 位(17 個國家)、國內買家 60 位，總計 142 位買家參與。參與國際媒體 16 家共 21 位，總計參觀人數：4 萬 4,176 人次。有效建立國際性時尚產業交流平臺，提升國際能見度與形象，增進民眾接觸時尚產業機會。109 年將持續整合跨部會資源辦理、「2020 臺北時裝週 SS21」，以期建立國際性時尚產業交流平台。

### 三、跨界時尚

研定「時尚跨界活動補助機制」，以協助時尚產業推廣國際市場，強化我國時尚產業知名度及品牌形象，以有效提升時尚產業產值，本補助類別分為「國際時裝週展演」、「國際性商業展覽」及「國內時尚活動」三大類別，108 年度共辦理北中南 3 場時尚跨界活動補助說明會，並總計核定補助三大類別各 9 家業者，總計 27 家業者赴國際參與時裝週展演、國際商展及於國內舉辦時尚跨界活動，共促進業者營收增加約新台幣 3,000 萬元，並藉由參與國內外時尚活動推廣台灣設計師品牌、促進品牌曝光及實質營收，激發時尚與跨界領域新觀念與創意交流，促進跨界合作與新商機。

### 四、人才培育

進行「時尚產業調查」，針對國內時尚產業調查，包含產業規模及產值分析、盤點國內上、中、下游的時尚產業鏈，並瞭解產業人才需求，後提出產學合作對策等。另本部協調教育部於「藝術與設計菁英海外培訓計畫」內新增「時尚設計組」，參加國內研習營結業之前 6 名培訓學員並參加本部舉辦之臺北時裝週進行靜態展演，吸引優秀人才投入產業，進而引導我國時尚產業與國際接軌，打造創新國際競爭力。

## II、「科技時尚」

### 一、輔導廠商之績效指標

1. 輔導廠商 22 家。
2. 串連整合 40 家布料、成衣、設計師、版樣師、品牌等時尚紡織相關業者，建立數位時尚產業數位生態運作體系。
3. 增加產值 200,000 千元。
4. 促進投資 25,000 千元。
5. 節省開發成本 5,000 千元。
6. 增加就業 4 人。

### 二、技術產出之績效指標

1. 完成新產品或新式樣開發 190 款。
2. 完成公版/公模 60 款。
3. 建置 2D 與 3D 數位資料 150 筆。

### 三、知識服務之績效指標

1. 完成辦理創作成果發佈會 1 場次。

### 四、學術成就之績效指標

1. 辦理時裝設計新人獎競賽及手提包創新設計競賽各 1 場次。
2. 完成流行趨勢資訊分析報告 6 份。

### 五、服務之績效指標

1. 新品展示、發表會、商洽會及體驗行銷推廣活動等 12 場次。

## 伍、預期效益及效益評估方式規劃

### 一、預期效益說明：

(一)以文化力創造產業新價值：建構多元文化創作支援體系，協助產業導入文化力，快速應用台灣文化元素，發展具台灣文化辨識度之時尚原創品牌，提升品牌特色與價值，期提升品牌毛利率1%以上，扶植產業創新發展。

(二)發展時尚數位商機：整合時尚跨產業資源，打造全新時尚數位生態體系，促使時尚跨業資源共享、交互行銷，提升整體競爭力。透過跨領域創新，協助產業提升數位開發服務能量，擴展數位商機，提升產品單價成長率3%以上。

(三)推動品牌升級創造美學經濟：結合臺北時裝週增值推廣，建立台北時尚樞紐地位，將台灣品牌推向國際；同時以時尚美學經濟效益，帶動時尚、紡織、文創、設計與廣告等相關產業成長。

(四)提升國際形象與文化影響力：藉由臺北時裝週系列活動，凝聚產業向心力，打造台灣時尚產業新形象，建立臺北時尚樞紐地位，擴大台灣時尚文化輸出與影響力。

### 二、效益評估方式：

於計畫執行完成年度，以問卷調查方式，追蹤年度合作輔導廠商之產品毛利率或單價成長率等效益。

## 陸、110年度自我挑戰目標

計畫名稱：時尚跨界整合旗艦計畫

審議編號：110-1402-10-22-07

自我挑戰目標：

一、「時尚跨界」分項計畫：

1. 轉型推動委員會促使民間自發經營及永續發展。
2. 持續蓄積能量策辦臺北時裝週，擴大整合各部會資源，強化國際連結與實質效益。

二、「科技時尚」分項計畫：

1. 時尚數位：原訂目標輔導2家廠商、完成產品開發共20款，挑戰目標增加為輔導3家廠商、完成產品開發30款。
2. 時尚增值：時尚服飾產品單價成長率5%以上。

## 柒、經費需求/經費分攤/槓桿外部資源

### 經費需求表(B005)

#### 經費需求說明

一、總計畫經費需求為118,396仟元。其中人事費為12,064仟元(佔10.2%)，材料費為2,000仟元(佔1.7%)，其他費用為96,396元(佔88.1%)，包含：臺北時裝週、時尚數位、時尚機能、時尚加值輔導等工作項目委辦費，以及跨界時尚補助費等。人事費以各級人力數、薪資估算，因涉及產業面向較廣及辦理活動項目多元，需投入人力相對較多，預計投入20人年；另本計畫無編列資本支出。

二、業經科技政策諮詢委員同意之OKR如下：(一)時尚跨界：1-1.徵選30個臺灣設計師品牌，辦理臺北時裝週；促成45位國際買主來台，擴增國際商機。1-2.推動跨界合作、促成6個時尚品牌與設計師參與國際時裝週，擴散商業效益。1-3.創造國際接單及衍生效益3.5億元。

(二)科技時尚：2-1.累計建置2D、3D與動態數位設計元件600筆以上、累計供應網絡180家以上。2-2.網絡媒合運用累計300次以上，導入商業應用環境，創造0.75億元以上產值。3-1.輔導20家以上廠商精準開發。3-2.導入客製化數位服務開發技術，完成250款以上客製化商品。3-3.增加產值1.5億元，促進投資0.5億元。

三、槓桿外部資源說明：

(一)藉由每年舉辦「臺北時裝週」展演平台，鼓勵更多設計師或品牌自發性參與展演及展出，擴大整體設計能量。

(二)透過時尚跨界活動補助，促使受補助之設計師或品牌投入資源舉辦展演活動，發揮異業整合效益，並以參與出席四大時裝週為展演目標。

(三)協助各廠商以數位元件、文化元素開發之創新產品，申請個別型產品開發補助計畫，如中小企業暨加強輔導型產業即時技術輔導計畫、協助傳統產業創技術開發計畫或小型企業創新研發計畫等，協助廠商降低因成本考量對創新產品開發之疑慮。

(四)透過新數位技術導入、產業鏈協同創新，創造新生態系型態服務模式，開拓國內少量多元化商機，促成輔導廠商投入500萬之自籌經費。

單位：千元

計畫名稱	計畫性質	108年度			109年度			110年度						111年度			
		小計	經常支出	資本支出	小計	經常支出	資本支出	小計	經常支出			資本支出			小計	經常支出	資本支出
									人事費	材料費	其他	土地建築	儀器設備	其他			
1. 時尚跨界	5. 產業環境建構及輔導	120000	120000	0	119500	119500	0	60078	3064	0	57014	0	0	0	60078	60078	0
2. 科技時尚	5. 產業環境建構及輔導	100000	100000	0	128576	128576	0	58318	9000	2000	47318	0	0	0	58318	58318	0
合計		220000	220000	0	248076	248076	0	118396	12064	2000	104332	0	0	0	118396	118396	0

註一：當年度應填列詳細資料，含經常支出（人事費、材料費、其他費用），資本支出（土地建築、儀器設備、其他費用）。

註二：請針對各細部計畫選擇計畫性質：



1. 基礎研究：內容屬實驗性或理論性研究，目的是為獲得新知或提供擬探討問題之知識基礎，僅科技部學術補助計畫及中研院總體計畫屬之。
2. 基礎研究核心設施建置及維運：建構與維運支持基礎研究發展所需之軟硬體環境，例如：核心實驗設施、研究中心、資訊系統及資料庫平台(如學術研究骨幹網路或高速計算設備等)、科學衛星、研究船等。
3. 基礎科研人才培育：透過補助、延攬及課程設計等措施培育基礎科研人才，例如：學校教育優化、獎勵及延攬大專校院人才、培育優秀學者養成計畫等。
4. 產業應用技術開發：開發具商業價值之技術與產品，例如：特定主題研究計畫、公開徵求之產學合作計畫(如產學鏈結、價創、科專、A+等)與創新創業育成計畫等。
5. 產業環境建構及輔導：建構與維運支持產業發展所需之軟硬體環境，以補足研發成果至產業化之落差，例如：科學園區、試驗證場域(如沙崙綠能科學城、4G+網路接取與應用測試環境等)、技術服務平台(如臨床試驗平台、技轉平台等)、創新創業基地、認證中心、產業輔導、法規鬆綁與市場障礙排除等。
6. 產業人才培訓：透過訓練、輔導、媒合等措施培訓產業發展所需人才之，例如：特定產業及智財相關人才培育等。
7. 公共服務：建構與維運改善民眾生活所需之軟硬體公共資源、開發政府公共服務所需之相關技術，並提供民眾公共服務(非營利性質)，例如：政府資訊系統建置及其服務(含雲端服務)、服務型衛星、氣象與地震等災害監測設施之建置及其所衍生之相關氣象與災害預報服務、建置城鄉資訊建設、民生公共物聯網、區域交通控制、高齡友善生活環境、博物館與美術館等提升民眾生活便利性及品質的設施及其衍生之服務、開發各種調查與檢測技術，以支援政府管制工作(如食安管制、資安防護、傳染病與污染防治等)。
8. 科技政策規劃與管理：科技政策與制度規劃與訂定，以及科技計畫規劃與管理。政策類例如：固定召開之策略規劃會議，或如減碳、氣候變遷、災防、農業、健保、長照等特定主題之政策規劃等；制度類例如：產業技術標準制定、網路通訊標準制定等。

### 經費分攤表(B008)

跨部會 主提機關 (含單位)	跨部會 申請機關 (含單位)	計畫名稱	110年度新制額度(千元)						申請數合計
			一般科技施 政	重點政策 直接相關	重點政策 間接相關	新興政策	主軸	前瞻基礎建 設	
經濟部工業局	文化部	時尚跨界	0	60078	0	0	0	0	60078
經濟部工業局	經濟部工業局	科技時尚	0	58318	0	0	0	0	58318
各額度經費合計			0	118396	0	0	0	0	118396

**捌、儀器設備需求(如單價1000萬以上儀器設備需俟受補助對象申請通過才採購而暫無法詳列者，嗣後應依規定另送科技部審查)**

**申購單價新臺幣1000萬元以上科學儀器送審彙總表(B006)**

單位：新臺幣千元

[無儀器設備需求]

填表說明：

1. 申購單價新臺幣1000萬元以上科學儀器設備者應填列本表。
2. 本表中儀器名稱以中文為主，英文為輔。
3. 本表中之優先次序欄內，請確實按各項儀器採購之輕重緩急區分為第一、二、三優先。
  - (1) 「第一優先」係指為順利執行本計畫，建議預算有必要充分支援之儀器項目。
  - (2) 「第二優先」係指當本計畫預算刪減逾10%時，得優先減列之儀器項目。
  - (3) 「第三優先」係指當本計畫預算刪減逾5%時，得優先減列之儀器項目。

## 玖、附錄

### 110年度政府科技發展計畫自評結果(A007)

(一)、計畫名稱：時尚跨界整合旗艦計畫

審議編號：110-1402-10-22-07 原計畫編號：

計畫類別：重點政策延續計畫\_直接相關

(二)、評審委員：許鳳玉、潘毅鈞、宋同正、朱曉萍

日期：2020/04/01

(三)、審查意見及回復：

序號	審查意見	回復說明
1	預期效益中品牌國際接單與衍生效益金額如何掌握其正確性？	有關國際接單與衍生效益的統計金額，依據參展品牌及來台買家問卷的數據計算，以及行政院主計總處公布之投入產出關聯表、觀光局遊客調查間接效益報告所計算出。 說明如下： (1)品牌國際接單：針對臺北時裝週來台買主及參展設計師、品牌的問卷調查，統計現場接單及追蹤後續接單金額。 (2)衍生效益：包含國外買家、媒體來臺食宿交通觀光消費支出、參與活動人流所帶動的消費，以及影響相關產業關聯效益等。
2	在計畫書中有列出預期的產品單價成長率及產品毛利率，但未明列於KPI中，前二年度的實際達成情形宜予補充。對於所開發之設計公版的實際運用情形亦宜予以補充。	計畫書中列出預期產品單價成長率及產品毛利率，係計畫本年度擬定之新增目標，以108年度產出成果為例，單價成長率平均約為2.5%，故本年度新增單價成長率3%以上，另設計公版每年平均移轉10家廠商運用，公版使用率達40%以上，累積產能達1.25億元。
3	如何有效達成計畫目標5「建立國人對台灣時尚品牌認同」？宜再多著墨。	計畫目標5「建立國人對台灣時尚品牌認同」，目前係以辦理臺北時裝週動態秀、靜態展、時尚獎、國內時尚跨界活動等，促進臺灣設計師品牌大量曝光，並結合KOL、藝人與設計師合作廣宣，提高國內民眾關注度，營造時尚潮流氛圍，進而提升國人對臺灣時尚品牌認同與信心，更透過時裝週活動問卷調查及網路數據分析方式，調查民眾對臺灣時尚品牌之認知度，俾瞭解國人對臺灣品牌之認同度，並作為未來活動辦理之參考，希冀培養國人對台灣時尚品牌認同度。
4	宜多發揚持續前次亮點處，追蹤新銳設計師與受輔導品牌商近來發展，重視效益欠佳點改進方針，以及對大型展演活動、國外廠商之意見回饋以及滿意度調查分析。	本計畫透過時尚跨界活動補助成果效益調查，追蹤補助個案活動辦理成效及品牌後續實際發展效益，以及藉由臺北時裝週問卷，調查參展品牌/設計師參展效益、國際買家交易情形及對展會動態秀、靜態展滿意度等；同時針對回饋意見，調修臺北時裝週辦理方式與內容，以求更臻完善，提升臺北時裝週發展能量。

序號	審查意見	回復說明
5	若新冠肺炎仍持續，展演相關活動是否有應對備案。	<p>1. 針對疫情，相關展演活動將依中央流行疫情指揮中心公告公眾集會因應方式辦理。此外，109年2月中央流行疫情指揮中心就大型公眾集會雖未要求暫停辦理，文化部基於辦理成效考量，當時即決定延緩秋冬季（AW）臺北時裝週之首辦，同時規劃擴大補助國內品牌辦理時尚活動，延續時尚產業能量，扶植在地品牌發展。</p> <p>2. 就今(109)年10月辦理之「2020臺北時裝週SS21」，將持續關注疫情發展，滾動調整活動辦理方式。</p>

## 資安經費投入自評表(A010)

部會		經濟部		單位	經濟部工業局		
審議編號	計畫名稱	期程(年)	總經費(千元)(A)	資訊總經費(千元)(B)	資安經費(千元)(C)	比例 <sup>註1</sup> (D)	備註
110-1402-10-22-07	時尚跨界整合旗艦計畫	108-111	118,396	18,000	1,080	6%	
資安經費投入項目							
項次	年度	投入項目類別 <sup>註2</sup>	投入項目			預估經費(千元)	
1	110	A3	針對行動應用 APP 安全開發指引，進行相關資安檢測作業。			540	
2	110	B1	建置時尚數位媒合應用系統層等資安防護措施。			540	
總計						1,080	

### 備註：

- 1、資安經費提撥比例係依計畫總經費(A)或資訊總經費(B)計算(可多計畫合併)，各計畫可依業務性質及實際需求於計畫執行年度分階段辦理。
  - 1-1 109年(含)前結束之計畫，其需達成資安經費比例(D)計算方式=(資安總經費(C)/資訊總經費(B))\*100%，1億(含)以下提撥7%、1億以上至10億(含)提撥6%、10億以上提撥5%。
  - 1-2 110-114年(含)後結束之計畫，除前述資安經費比例，另配合行政院政策逐年提高資安經費比例至「資安產業發展行動計畫(107-114年)」所訂114年預期達成目標。
- 2、投入項目類別請用下列代號填寫：
  - 2-1 系統開發
    - (A1)依據資通安全管理法—資通安全責任等級分級辦法之「資通系統防護需求分級原則」，完備「資通系統防護基準」之各項措施。
    - (A2)推動「安全軟體發展生命週期(SSDLC)」，可參考行政院國家資通安全會報技術服務中心所訂「資訊系統委外開發 RFP 資安需求範本」。
    - (A3)依據經濟部工業局所訂「行動應用 APP 安全開發指引」、「行動應用 APP 基本資安檢測基準」、「行動應用 APP 基本資安自主檢測推動制度」等，進行相關資安檢測作業。
  - 2-2 軟硬體採購
    - (B1)依據資通安全管理法—資通安全責任等級之公務機關應辦事項，建置必要之縱深防禦機制，含網路層(例如：防火牆、網站防火牆等)、主機層(例如：防毒軟體、電子郵件過濾機制等)、應用系統層等資安防護措施。
    - (B2)推動國內認證/驗證規範，並將該產品通過之相關認證/驗證或符合相關規範納入建議書徵求說明書，例如：影像監控系統需符合影像監控系統相關資安標準，且經合格實驗室認證通過。
    - (B3)各項設備應導入政府組態基準(Government Configuration Baseline, GCB)。
  - 2-3 其他建議項目
    - (C1)資安檢測標準研訂。
    - (C2)新興資安領域(例如：5+2產業創新計畫)之資安風險與防護需求研究。
    - (C3)新興資安領域之人才培育。
    - (C4)編撰資安訓練教材。
    - (C5)其他資安相關項目(例如：推動「資安產業發展行動計畫」之四項策略-建立以需求導向之資安人才培訓體系、聚焦利基市場橋接國際夥伴、建置產品淬煉場域提供產業進軍國際所需實績、活絡資安投資市場全力拓銷國際)。