

105年度 U-start

績優創業團隊評選營運計畫簡報



走走家具

- 良路設計有限公司 -

國立雲林科技大學 產學與智財育成營運中心





壹

創業機會與構想

創業背景

產業背景

首先，我們來談談台灣家具的產業

2013年家具行業總產值為355億元，與前年約持平。其中內銷與外銷的比例約為43%及57%。

家具內銷市場(以木製家具為主)

2013年內銷值為66.4億元，佔總內銷額近五成，成為近五年的內銷主力。

家具外銷市場(以金屬家具為主)

金屬家具及裝設品近十年也維持家具外銷最大宗的地位，外銷額逐年提升，因我國上游金屬原料取得便利，加上家具製程自動化，品質與價格在國際市場上皆具有競爭力。出口國主要為美國，佔比63%，再來是日本19%及德國7%。

(文獻來源：陳佳安，2014)

創業背景

預期目標

線下目標：走走家具品牌專門店

以單一品牌為主經營，推出系列設計產品。國內品牌包含：

有情門、青木堂、歐得葆家具，三間公司皆是原本為「工廠」，近年來以技術轉型成品牌公司。

走走家具以成立品牌專門店為目標，不同之處是我們希望與台灣現有的技術廠商做配合，尋求製作高品質產品的工廠，偕同開發走走家具系列的居家用產品。一來讓原有高品質技術的廠商能夠發揮所長，二來希望帶動傳統產業與設計間有更強的連結。

線上目標：走走家具網路商店

近年來電子商務崛起，走走家具新創之際勢必會需要於相關線上平台(嘖嘖、Pinkoi、Creema...等)做曝光與販售，未來會將大部分的線上訂購導入走走家具的官方網站，以自家網路商店為目標，且網站將以中英日文為主，開放海外人士購買。

創業背景

我們想先問問大家購買

組合式家具時有沒有遇過以下的狀況？

- ◆ 買了新的組合式家具
大量的螺絲與複雜的規格讓你不知所措
- ◆ 使用一陣子後，家具的貼皮脫離
- ◆ 置物架放太重讓層板變形
- ◆ 搬運時家具卡在電梯口而無奈
- ◆ 搬家時要找搬家公司，但收費好高
更上一層樓，再加一次費用
- ◆ 家具拆解後就回不去了



創業背景

根據我們的經驗以及針對租屋族群進行的問卷調查，在搬家時會遇到與家具相關的

5個重要問題點

1.挑選搭配家具有一定難度

對於沒有美學基礎的人，挑選風格一致的家具有難度，改造生活美感的夢想相對困難。

2.搬運家具的負擔

搬家時，家具不便搬運、貨運費用高。

3.五金配件多且規格複雜

一般組裝家具的五金配件多且規格複雜，組裝拆解困難又費時。

4.品質不佳

一般組裝家具大多使用低等級的板材，不耐用無質感，不符合租屋族群對生活空間的期待。

5.經常性丟棄對於環境並不友善

購買廉價不耐用的家具，用壞即丟再購買新家具，產品壽命短，導致對於資源的浪費與環境的不友善。

設計感

設計以現代俐落的線條，打造風格一致
的套裝家具，提升居家生活品味



美感生活

「美是一種力量」



台灣美學大師漢寶德曾說：

「美是一種力量，它是創造的契機，

愛美，自積極的意義上看，是生命的發揮，是對生命價值的肯定。」

台灣首都—「台北」在2016年被選為「世界設計之都」

如何運用創新的「設計思考」，克服資源有限的發展難題，不斷促進城市治理的求新求變，為市民創造生活的福祉，打造一座具有設計遠見的前瞻城市。

配合政府近年來的政策，走走家具致力於將設計注入生活，發揮美感的價值！

易搬運

重新訂製家具尺寸，一台小客車一
趟就能完成搬運，減輕搬家負擔



易組裝

易組裝易拆卸，減少螺絲規格與用量的設計，輕鬆上手享受組裝樂趣



設計專利

新型專利

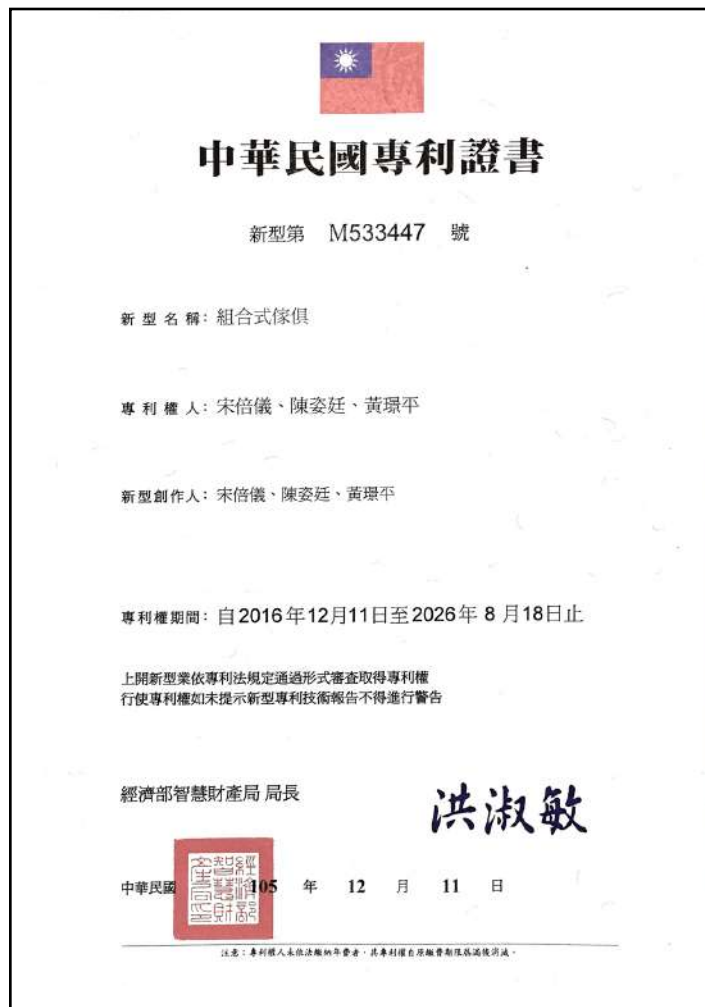
2016年9月 通過

設計專利

於2017年1月 通過

中國官方設計專利

申請中



新型第 M533447號

新型名稱：組合式傢俱

專利權人：宋倍儀、陳姿廷、黃璟平

新型創作人：宋倍儀、陳姿廷、黃璟平

用料實在

使用頂級的樺木夾板與金屬結合，
配合結構設計且堅固、耐用，改變
近年來流行的工業風



產品內容

木材

歐洲進口樺木夾板

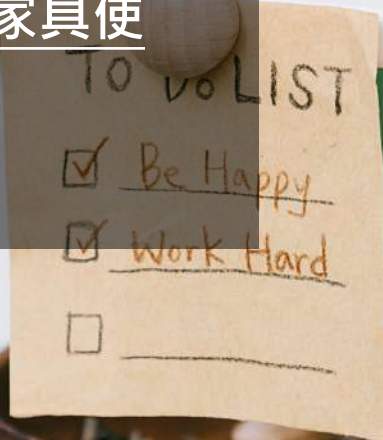
鐵件

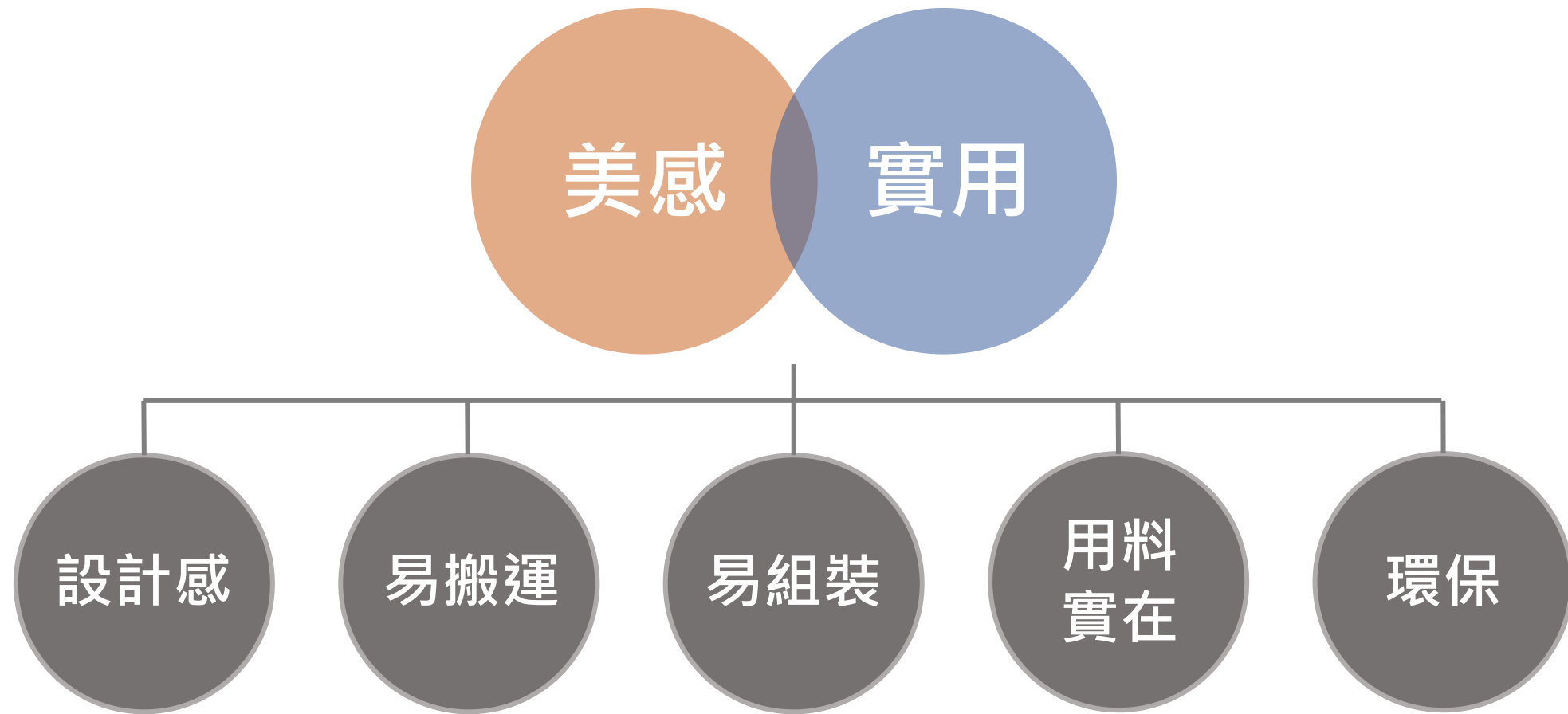
折床加工鐵板

		走走家具使用			
		✓			
					
		樺木夾板	密集板	塑合板	木心板
排名評比	內蛀蟲	×	×	×	○
	堅固度	★★★★	★★	★	★★★★
	承重度	★★★★	★★	★	★★★★
	耐用度	★★★★	★★	★	★★★★
	防潮性	★★★	★ (無貼皮)	★ (無貼皮)	★★

延長家具使用壽命

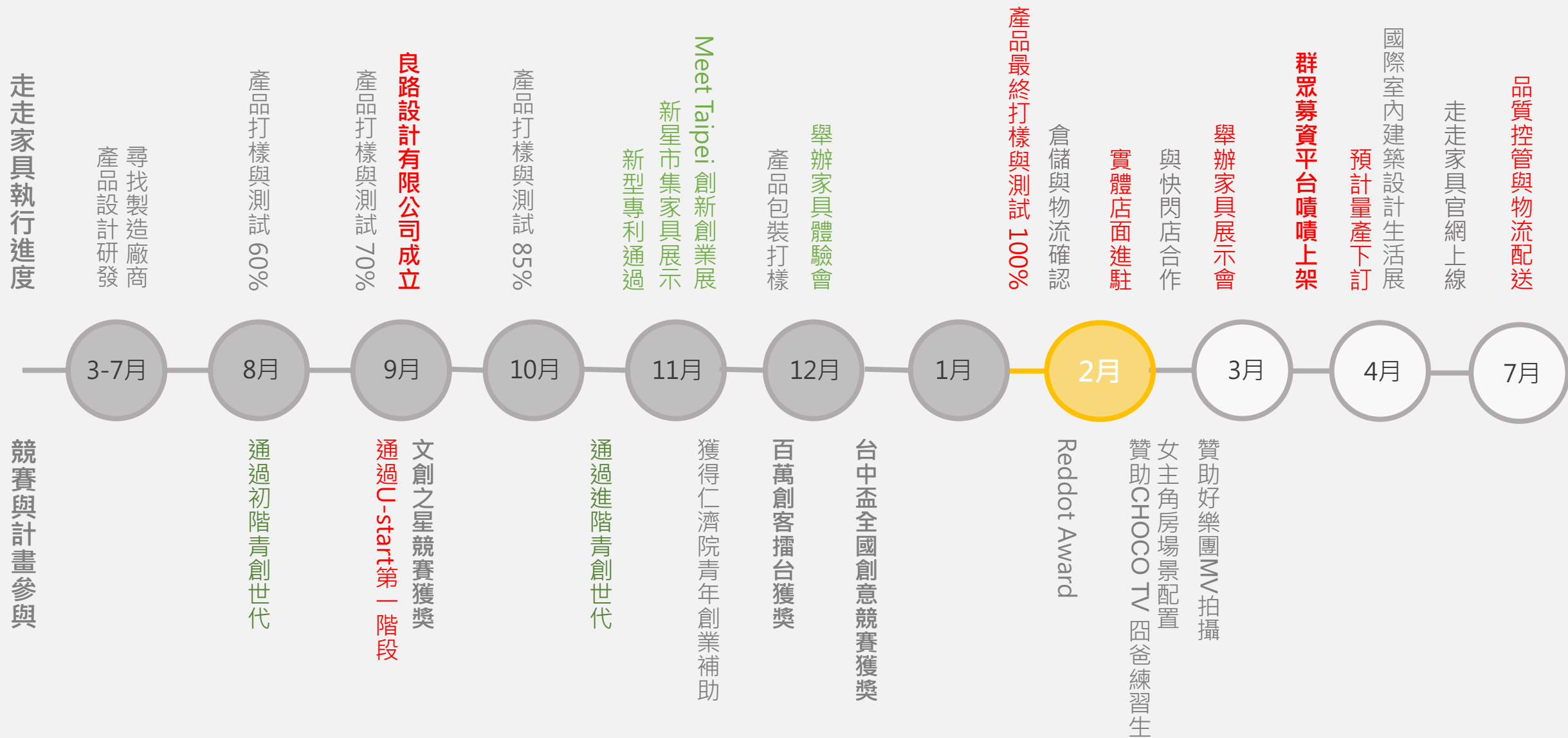
根據個人居住環境的需求，提供最適合的家具配套方案。以「帶著走的家」的概念，美感、實用與耐用兼具的套房家具，減低家具在搬家過程中造成的折損率，延長家具使用壽命，環保愛地球





走走家具正在努力，期待為在外租屋的人們，打造一個**實用**、**舒適**並具**美感**的房間

創業歷程



創業歷程

跑工廠 - 測試打樣、修整結構、調整公差、把客車當貨車開



創業歷程

U-start 輔導課程 創業門診諮詢

參與過的U-start 課程：

09.21 創意思考

09.22 創業思維培育

10.04 小成本網路行銷

10.05 業務推廣實務應用

11.02 稅法課

11.03 品牌行銷

11.14 業務推廣

11.29 乾燥花美學

參與過的U-start 創業門診：

12.01 王俊人奧美執行長

12.23 王銘岳關鍵評論經理





貳

產品與服務內容



產品定位

生活品味

家具 & 情感

便利性

生活品味

與其使用國外設計的復刻品，不如創造屬於台灣的現代美學

家具 & 情感

強調家具與情感的連結，與家具培養「家」的情感，帶著家具一起搬家

便利性

其方便攜帶與易組裝之特性為特殊結構專利，優化家具使用的前置作業



產品製程

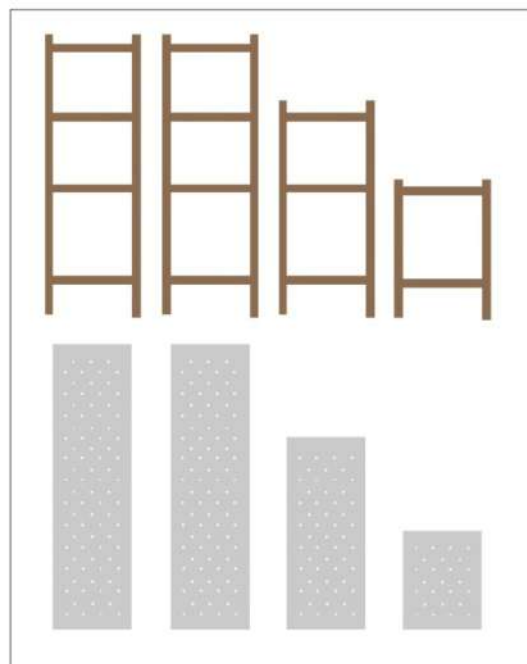
木材：

CNC木材加工、人工後加工（砂磨、埋螺母）、NC塗裝

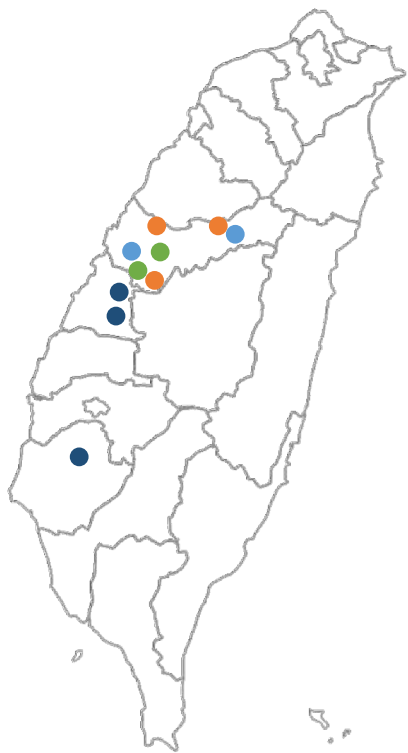
鐵材：

光纖雷射、沖孔、折床、
焊接、烤漆

右圖為走走家具置物架之
解構圖，結構簡易，可於
短時間內完成組裝。



關鍵資源



關鍵資源與合作廠商

走走家具主打「台灣設計（Designed in Taiwan），在地製造（Made in Taiwan）」

希望能利用台灣製造廠技術的優勢，成立台灣的家具設計品牌，帶動台灣逐漸流失的產業技術資源，讓台灣消費者能購買設計感與實用兼具的台灣家具。

加工類型	未來欲合作廠商
木材CNC加工廠	興@木材加工(台中)
金屬技術加工廠	@@企業(彰化)
木材加工廠	@@木器(台中)
包裝廠	@@紙品事業(台中)、@@企業(彰化)
布簾加工	手工裁縫媽媽訂製(台中)

產品品項

走走家具目前開發產品為：
層架、桌子、桌上架、桌
下架、鞋架、椅子、單人
床以及衣架。



產品內容

走走家具主要為「套裝型」的家具，因此在首波集資的期間將使用系列的方式做販售，如右圖所示。



享受生活八件組

一次擁有全套走走家具
預期售價：NT.67500元

8件



心滿意足七件組·壹

如果房東已經提供床架了
預期售價：NT.48800元

7件



輕鬆工作系列

下班後看看電腦好輕鬆
預期售價：NT.28000元

5件



好好收納系列·壹

不能缺少的收納黃金組合
預期售價：NT.28000元

3件



好好收納系列·貳

好的衣櫃收納，好的第一印象
預期售價：NT.15000元

3件



放鬆休息系列

只想睡個好覺，做個好夢
預期售價：NT.23500元

2件







團隊簡介

行銷規劃

陳姿廷

產品開發

宋倍儀

研發&行政

黃璟平



團隊經歷

政府創業資源

政府設計競賽

民間團體創業資源

	計畫 / 競賽名稱	日期	主辦單位	補助金額/獎金
1	青創世代 初階-創業學徒	2016.07.03通過	台中市政府經 發局	3萬元實作金
2	U-start 大專畢業生創業服務計畫	2016.08.12通過	教育部	35萬元實作金
3	文創之星加值競賽	2016.08.12初選入圍 2016.09.10獲得人氣獎	文化部	1萬元獎金
4	百萬創客擂台競賽	2016.09.21初選優選 2016.11.26 獲得最佳市場機會獎	勞動部	2萬元獎金 1萬5千元實作 金 20萬元獎金
5	青創世代 進階-創業新星	2016.10.31通過	台中市政府經 發局	無
6	仁濟送暖、華銀有愛 青年創業補助	2016.11.28通過	台北仁濟院	10萬元
7	希望臺中·創意轉動 臺中盃全國創意大獎	2016.11.30獲得佳作	台中市政府	1萬5千元獎金

營運模式

短期 營運模式&目標

問卷調查

行銷推廣



募資平台

中長程 營運模式&目標

穩定客群&銷售

開發實體&網路通路

開發走走家具新產品

成為國際品牌

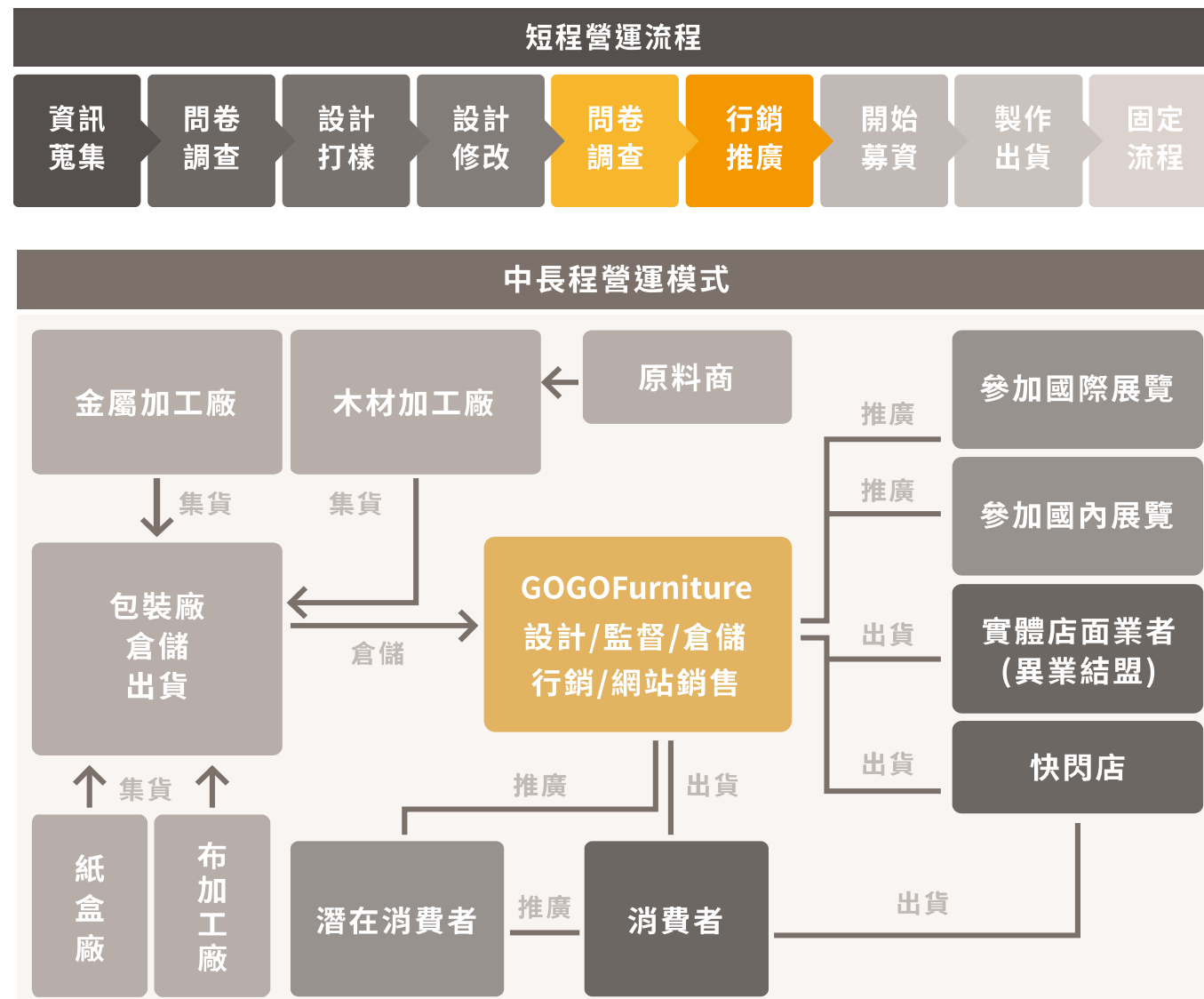
短程營運模式

測試市場接受度

提升品牌知名度

中/長程營運模式

經營與管理





市場與競爭分析

市場

特性&規模

女性晚婚
27.8歲
↗30歲

男性晚婚
30歲
↗32.2歲

重視生活品味、喜歡設計品的消費族群

◆ 主要消費者：租屋族群 讓租屋處也能擁有「家」一般的歸屬感。

20至35歲的單身上班族，通常為「尚未成立家庭」的單身族群。根據內政部最新統計顯示，2005至2015年的台灣初婚年齡數據為：

2005年：女性初婚年齡為27.8歲；男性初婚年齡為30.7歲

2015年：女性初婚年齡為30歲；男性初婚年齡為32.2歲

依據資料顯示，推斷單身未婚人口逐漸成長，顯示走走家具的目標市場正在逐漸擴增。

◆ 次要消費者1：房東、民宿業者 質感家具提升租屋意願

◆ 次要消費者2：特色店家：服飾、咖啡店 質感家具提升購買與店內消費意願

走走家具 目標市場

主要消費者

租屋族群

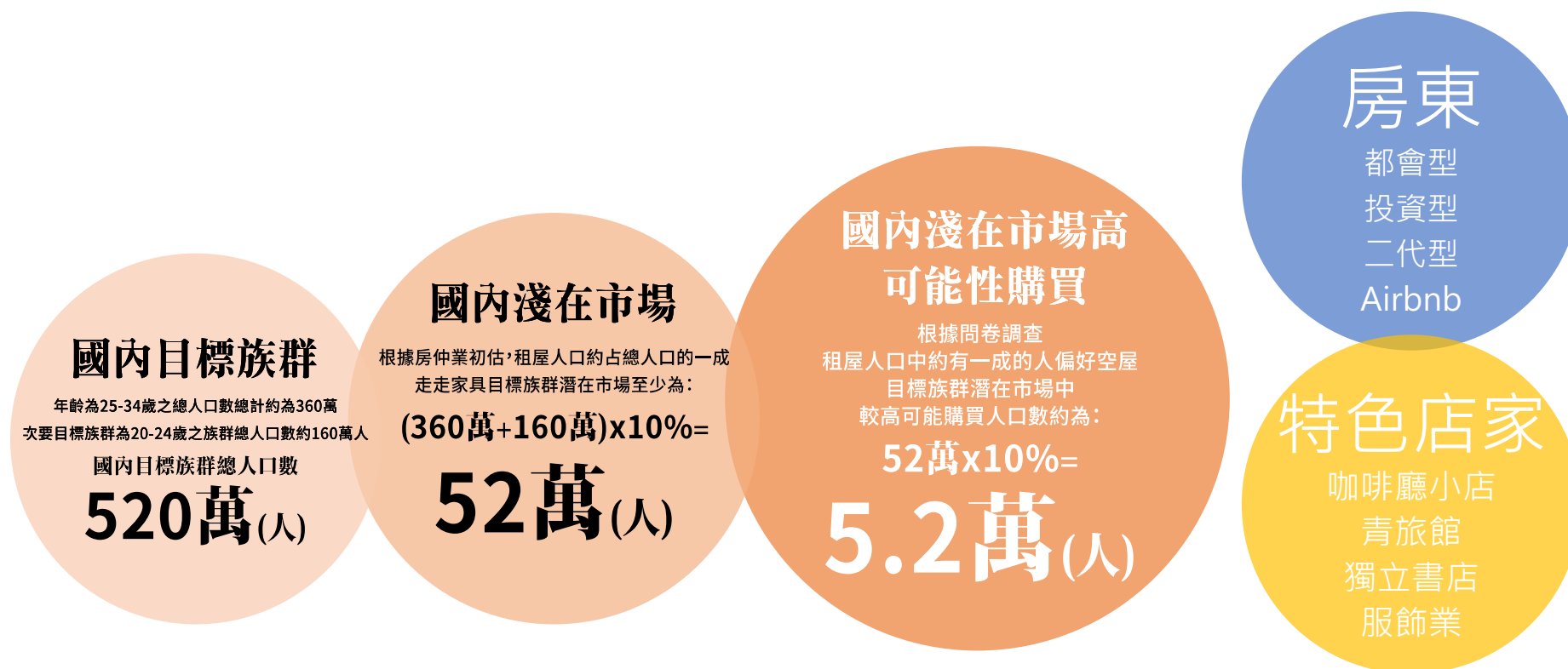
次要消費者

房東

特色店家

年齡	女性	男性	總數
20-24歲	770,985	835,732	1,606,717
25-29歲	810,065	842,610	1,652,675
30-34歲	1,014,279	1,006,526	2,020,805

內政部2015年度各年齡層人口數統計



競爭對手

品牌設計風格

套裝家具

易組裝

易搬運

透過與其他品牌之區別
及差異化，打入台灣家
具市場的

	走走家具	IKEA	MUJI	有情門
設計感	★★★★★	★★★★	★★★★★	★★★
易組裝性	★★★★★	★★	★	×
易搬運性	★★★★★	★★★★	★★★	★
耐用性	★★★★★	★★	★★★★★	★★★★★
價格	★★★(中價位)	★★	★★★★	★★★★★
品牌知名度	★	★★★★★	★★★★★	★★★
平整包裝	★★★★★	★★★★★	★★★	★



肆

行銷策略

預期通路

嘖 嘖
z e c z e c

Li
f &

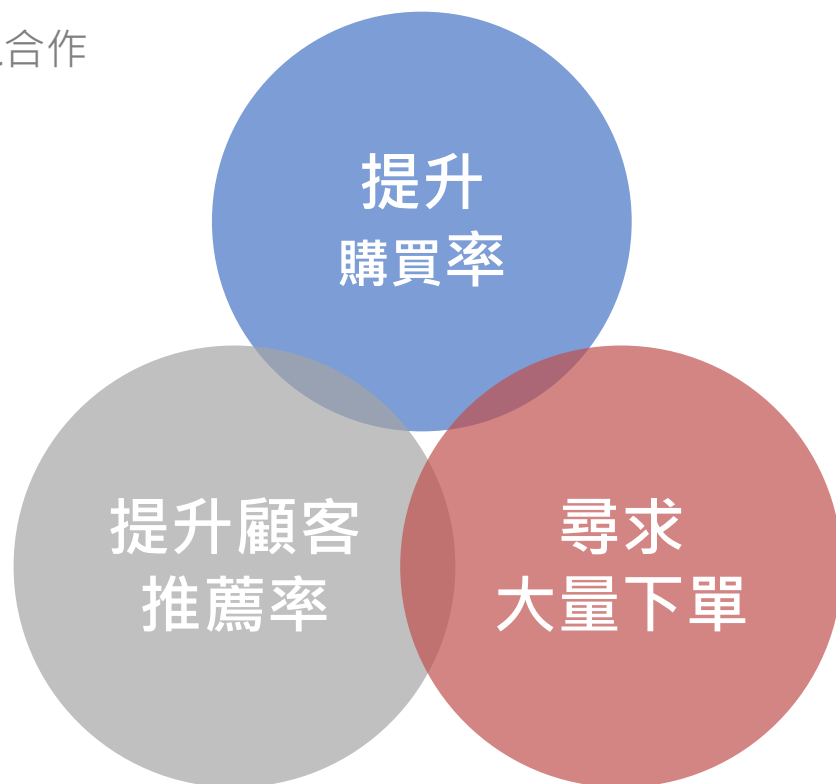
川



主要通路	對象	期程	類型	預合作對象
募資平台	勇於嘗試的民眾	短期通路	線上販售	嘖嘖
走走家具官方網站	一般民眾	長期通路	線上販售	
次要通路				
配合駐店展示 空間販售	一般民眾	長期通路	實體販售	北部：川人整合設計 南部：小寶優居、好的
國內外參展	一般民眾 / 企業合作	短期通路	實體販售	室內建築設計生活展
快閃店	一般民眾	短期通路	實體販售	中部：范特喜文創
異業合作	由異業導入之民眾	長期通路	線上/實體販售	Life8
特別推廣	大量需求買家	長期通路	實體販售	房東、物業管理、宿舍
配合室內設計公司	新居落成的民眾	長期通路	間接販售	

行銷策略

長期通路&合作



✓網路銷售 - FACEBOOK粉絲團/官網

✓人力銷售 - 房東業者/宿舍/物業管理公司

✓異業配合 - 室內設計業/服飾零售/旅館民宿業

✓實體通路 - 誠品/小寶優居/自有店鋪(快閃店)

✓網路通路 - PINKOI/CREEMA

問卷調查

上市前問卷調查

目的：

1.調整行銷策略後，再次調查消費者對現階段計畫(成套系列販售)之認同度

2.間接讓請填問卷的受測者留下聯繫方式，以利初次募資時通知有興趣的消費者

1→ 走走家具主打：

- 設計感

好品味與高品質，滿足現代生活美學

- 易搬運

八件套房必備家具，一台小客車一次輕鬆搬運

- 快速拆裝

簡易快速組裝、拆卸，不用的家具可以輕鬆拆解儲藏

- 用料佳、台灣製造

精選進口樺木夾板搭配金屬烤漆，材質優於塑合板貼皮家具

a. 請問以下走走家具的四大特點，哪些特色最吸引你呢？

【可複選】*

可複選



A 設計感



B 易搬運



3→ 每個人都值得擁有一個舒適的家



a. 享受生活組

一次擁有全套走走家具，你的生活應有盡有*

工作桌、單人椅、桌上架、桌下架、衣架、鞋架、置物架、單人床(共8件)
預期售價：NT.67500



享受生活八件組

一次擁有全套走走家具
預期售價：NT.67500元

8件

1

2

3

4

5

沒有興趣

有興趣

非常有興趣

問卷調查

第三次問卷調查

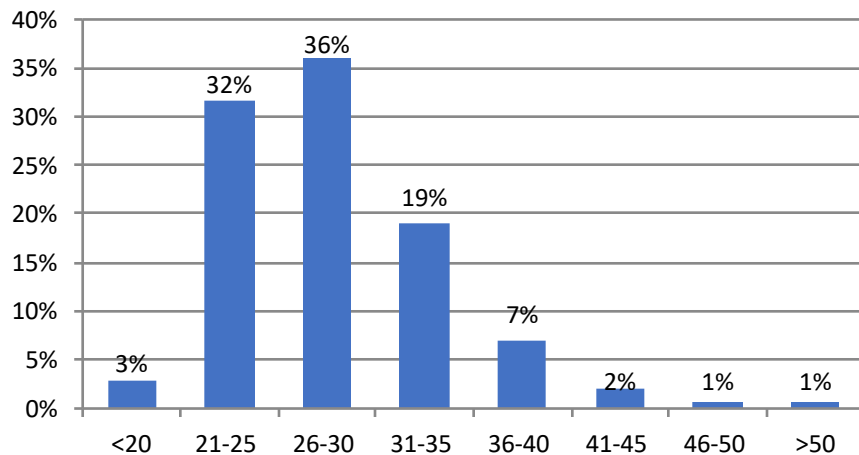
時間：於2016年11月起

目前問卷數：3030份

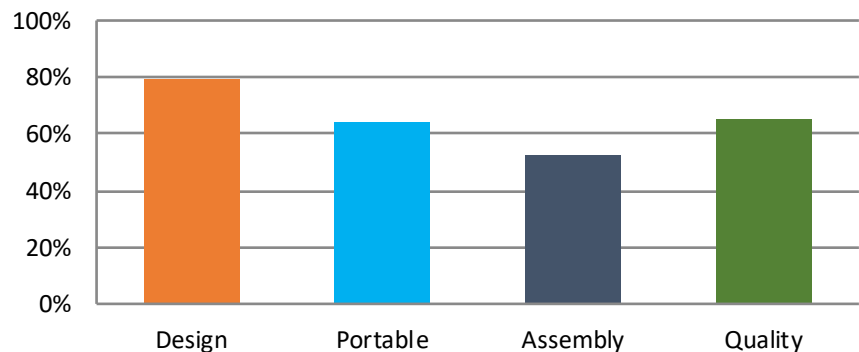
結果如右圖所示：

1. 主要填寫問卷的人大多是在外租屋或即將要搬家的人，年齡大部分介於20-35歲，其中又26-30歲的人占了36%。
2. 受測者重視的特點最重要的為設計感，其次為材質與質感。

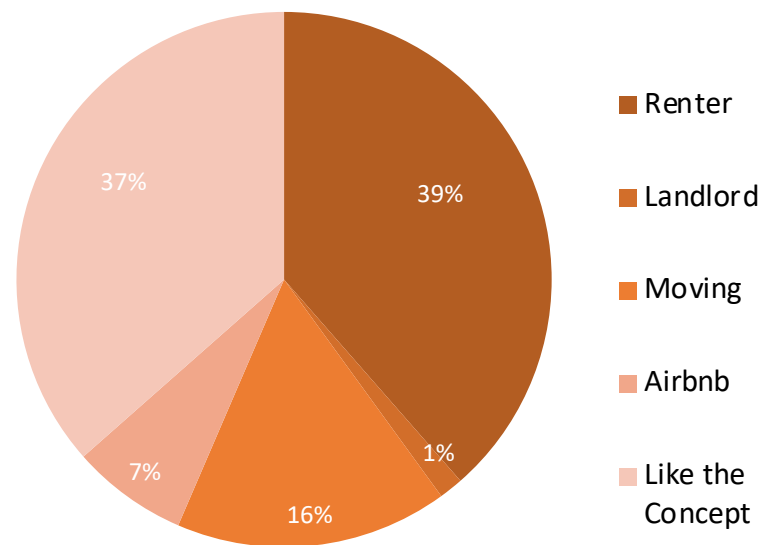
年齡層



重視點



受測者背景



問卷調查

每個系列的平均分數介於2.9~3.5之間，其中**收納系列**跟**工作系列**選5分的人數最多，目前兩者為最有市場機會之組合。

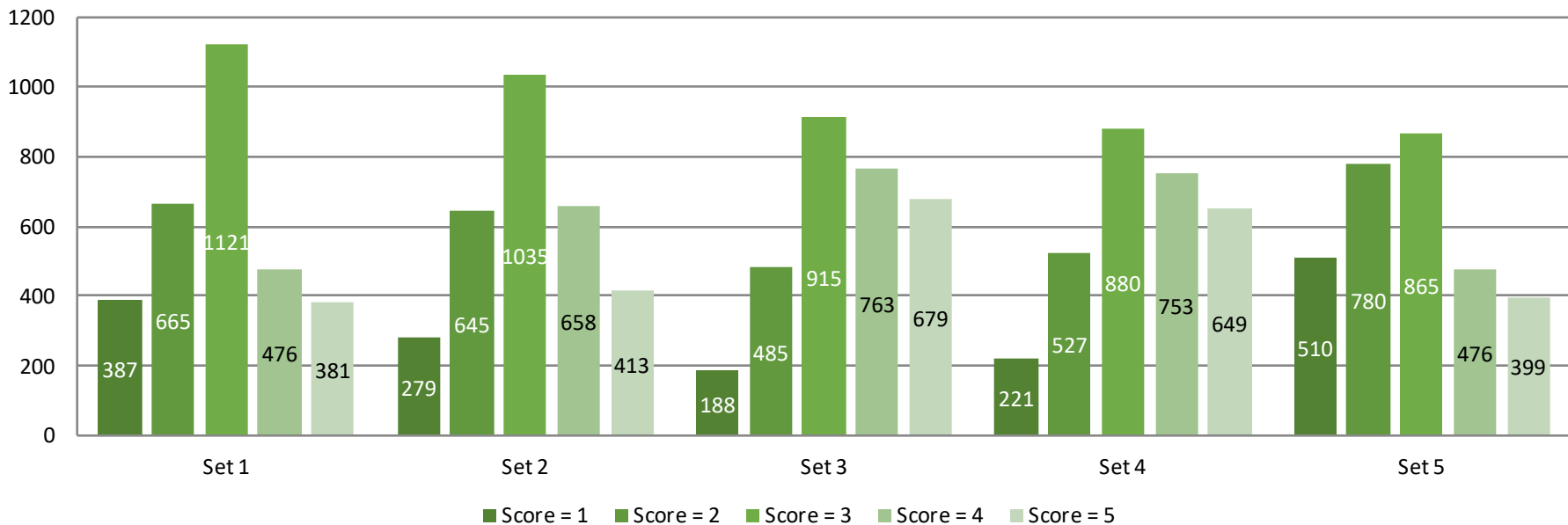
1~5分註解

1分：沒有興趣

3分：有點興趣

5分：非常有興趣

系列分數與人次



平均分數

系列1	系列2	系列3(收納系列)	系列4(工作系列)	系列5
2.93	3.09	3.42	3.36	2.83

社群經營

社群互動

為了產品上市前的預熱，走走家具品牌從去年三月開始經營Facebook粉絲專頁，由於目前尚未成立實體辦公室或展示店面，因此在網路的發文與粉絲之間的互動更顯得重要。

目前粉絲人數：6040人

The screenshot displays the Facebook profile of '走走家具 GOGO Furniture' (@ILoveGOGOFurniture). The profile picture is a logo featuring a stylized house with horizontal lines and the text '走走家具 GOGO Furniture'. The cover photo is a banner for an upcoming event: 'COMING SOON 走走家具中部實體展覽' (COMING SOON GOGO Furniture Central Physical Exhibition), with the start date 'START FROM 2017/02/18' and location '范特喜綠光計劃 台中市西區中興一巷4號'. The page includes a left sidebar with navigation links (Home, Posts, Photos, Videos, About, Network, Likes Analysis, Manage Page) and a '推廣' (Promote) button. The main content area shows a '留個言吧.....' (Leave a message) section with icons for sharing photos/videos, advertising, receiving messages, creating events, building discounts, and writing notes. The right sidebar shows engagement statistics: a 100% response rate with a 56-minute response time, 6,040 likes (289 new this week), 6,183 followers, and 29,991 reach for recent posts.

壹 創業機會與構想

貳 產品與服務內容

參 市場與競爭分析

肆 行銷策略

伍 財務計畫

陸 結論與投資效益

走走家具 GOGO Furniture

@ILoveGOGOFurniture

COMING SOON 走走家具中部實體展覽

START FROM 2017/02/18

范特喜綠光計劃 台中市西區中興一巷4號

新增按鈕

已說讚 追蹤中 更多

首頁

貼文

相片

影片

關於

網誌

按讚分析

管理頁籤

推廣

留個言吧.....

分享相片或影片

為企業刊登廣告

接收訊息

建立活動

建立優惠

撰寫備註

家具

回覆率 100%，回覆時間為 56 分鐘

加快回覆速度即可啟用標章

6,040 個讚 本週 289 個 +

陳一起和其他 176 位朋友

6,183 人追蹤

查看粉絲專頁動態

你以粉絲專頁身分說讚的粉絲專頁貼文

本周貼文觸及人數 29,991

活動曝光



媒體曝光



有一組有趣的設計計畫，是為家具「訓練適應環境」，打算製作可以快速組裝、拆卸的家具，預計會在環境上加裝家具，這些家具以桌板方式銷售，內容包含工作、收納、休息分類，包含床、書桌、衣櫃、置物架、椅子、鞋櫃。還有桌上和桌下的收納架。組裝不難拆解卻，但需手搖板合，因外層皆裝上保護漆方便拆卸和搬運，不用煩惱油漆剝落的問題。



讓外宿族帶著傢俱趴趴走，走走家具GOGO Furniture

對外宿族來說，能擁有一套簡單組裝、拆解及攜帶方便的傢俱組是一件再重要不過的事，你或許會想到大家相當熟悉，以簡單組裝及平價著訴求的北歐傢俱品牌，但坊間此類型的傢俱材質良莠不齊，且禁不起多次拆解再組裝。

台灣新創團隊「走走家具」，設計出了一套包含工作桌、單人椅、桌上架、衣架、鞋架、置物架、單人床架及桌下架的傢俱套組，最大的特點是全部的傢俱只需要極少量的螺絲就可以組裝，利用木材彼此之間的卡榫牢牢卡緊，採用進口樺木夾板與台灣手工金銀製成，易組裝、易搬運，整體風格簡約簡潔，走走家具的概念，就是希望使用者可以帶著這套傢俱到處沒有負擔的「走走」，對於時常搬換住所的外宿族來說便利之餘，又可以擁有高品質的傢俱。



雅虎科技新聞: 2016 Meet Taipei: 帶得走的家具, 租屋族也能夠擁有實用、舒適並具美感的房間



上個星期四、五、六三天，「2016台灣最大的創新創業展」在國光花博園區登場，今年的主題是Leading the Future for Startups，共有280的展位，有VR體驗、3D列印機、360全景攝影機、各種新創研發的App服務...等等，其中有一個展位特別很有趣，他們是由一群研讀台灣的年輕人所創立的新創台灣品牌「未來茶室」。

為了打破一般人「祖屋等於妥協家具」的觀念，因此自己研究、開發、設計出了「易搬遷」有設計感、用料實在且價格實惠」的家具組，希望讓祖屋族群在外租屋時，也能擁有實用、舒適又兼具設計美感的房間。同時在搬家時也能輕鬆地把家具帶著走！他們主打：「只要一台小客車，就能夠讓你帶著家具順暢的進去，一個人也能輕鬆搬運家具！」



解決搬家問題！3個7年級女生設計「帶著走」家具



記者許智雄、陳健聖／台北報導

為次將齊聖迎回宮。禮部大臣奏稱：「祖廟一旅，則得樣的過祀可能祖廟方面。現在台灣有三位「約近8年級」的年輕人祖廟貢獻匾額，設計能夠將神再祖廟，又能夠搬走的房屋，一舉解決祖廟困難。」



〈中部〉雲科大輔導學生 爭百萬創業金



畫科大今年有走馬風、半隻羊立體畫實驗室、小火神工作室、半版重溫、爆米花星球、你學、我畫等六個創新團隊通過初選，共獲得三百萬元創業第一桶金。

陳偉南強調，校方將積極協助學生進駐該校學與習智財育成營運中心接受六個月輔導，希望能爭取到第二階段補助金，再整合校內外資源，扶植學生克服最艱困的創業育成階段，讓大家畢業時能順利創業，勇於接納其臨臨舊夢。

比賽曝光





伍

財務計畫

綜合損益表

收入 740,000 TWD

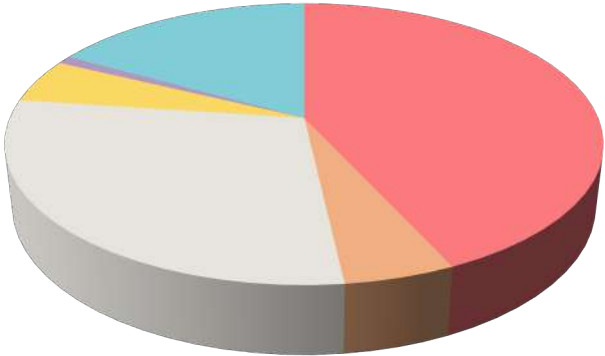
支出 608,000 TWD

132,000 TWD

稅後損益 125,400 TWD

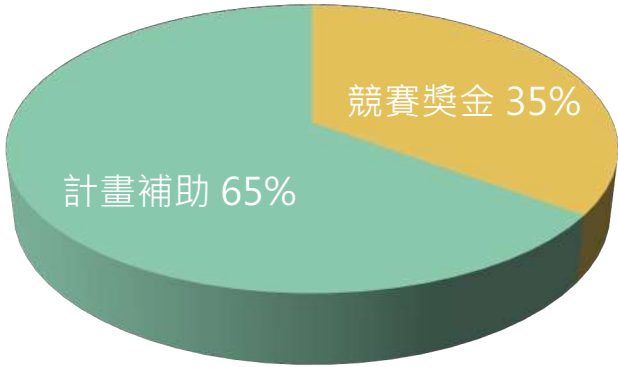
分類	支出
產品研發	340,000
專利申請	40,000
公司營運	228,000
文宣品	40,000
參展	7,200
行銷	133,000
支出總計	608,200

分類	營業外收入
比賽獎金	260,000
計畫補助	480,000
收入總計	740,000



■ 產品研發 ■ 專利申請 ■ 公司營運 ■ 文宣品 ■ 參展 ■ 行銷

已執行規劃



■ 競賽 ■ 計畫補助

營業外收入

未來規劃目標



未來半年
預計支出

預計量產成本

倉儲物流成本

行銷費用

項目	單價	數量	小計
營業成本			
家具木材部分	X X X	X X 組	4,950,000
家具金屬部分	X X X	X X 組	3,564,000
包裝材料	X X	X X 組	495,000
布簾	X X	X X 組	158,400
營業費用			
倉儲物流	150,000	6個月	900,000
國內參展	38,000	1次	38,000
國外參展	154,000	1次	154,000
快閃店租金	10,000	5次	50,000
新產品研發	20,000	2式	40,000
Good Design競賽報名費	3,000	1次	3,000
紅點設計競賽報名費	14,000	1次	14,000
廣告行銷費用	20,000	6個月	120,000
體驗會活動籌備	20,000	3場	60,000
平面文宣印刷	5,000	6個月	30,000
			總計支出金額：\$10,576,400

預期收益

預期半年內收益
約為 1100萬

項目	全套單價	數量	小計
首波募資(2~4月)			
走走家具 套裝組合	675,000	150	101,250,000
官網販售(4~8月)			
走走家具 套裝組合	675,000	80	54,000,000
其他線上通路(4~8月)			
走走家具 套裝組合	675,000	30	2,025,000
快閃店 (4~8月)			
走走家具 套裝組合	675,000	30	2,025,000
異業配合(4~8月)			
走走家具 套裝組合	675,000	40	2,700,000
預計總收入：\$ 22,275,000			

22,275,000
- 10,576,400
未來半年預期收益 11,698,600



陸

結論&效益說明

營運計畫 之結論

為什麼要做走走家具？

- ▽ 市場並沒有針對外宿族群而設計既實用又具美感的套裝家具
- ▽ 台灣家具「代工」業興盛，反之讓台灣家具「設計」匱乏

台灣曾享有「家具王國」的封號，是世界第三大家具輸出國。

發展至今60多年來，都以代工外銷為主，品牌建立的觀念較缺乏。加上新興工業國以勞力及低製造成本的優勢打進國際市場，台灣家具製造產業受到衝擊而逐漸落沒。

我們致力於建立「**走走家具**」這個家具設計品牌，讓國內消費者有機會更了解美感在生活中的重要性，接觸台灣國產設計師推出的國產設計品。

最終希望推廣台灣品牌到國際，讓世界看到台灣家具設計結合製造的實力。

效益說明



解決問題

解決租屋族群在搬家的時候，家具帶不走的困擾，也簡化搬家流程。

改變型態

改變台灣租屋文化的生活型態，提高居家生活的質感，同時更環保。

台灣品牌

新創品牌與風格，打破一般對於租屋家具的傳統看法，促進國內市場對於台灣家具設計品牌的認同。

商業利益

以實惠的價格、優良的品質與加工廠商、消費者達到三贏的局面。



Be
Home.

TO DO LIST

- ☒ 1. ...
- ☐ 2. ...
- ☐ 3. ...

THANK YOU.

潛在風險

交貨期限

解決方法：跟廠商簽約，制定合約讓彼此都能受到保護。確認下訂單、製作加工完成、匯集至包裝出貨的時間，並釐清責任歸屬與求償問題。

初期資金周轉

解決方法：申請政府創業補助計畫、參與群眾募資，以預購先獲得訂單再向工廠下單

產品安全性

解決方法：產品在正式上市前，將自行使用、自行測試、專業測試，並為家具保產險。

仿冒猖獗

解決方法：已通過新型專利與設計專利，其他已申請等待結果