

走走家具

-良路設計有限公司-





壹

創業機會與構想

創業背景

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

走走家具預期目標

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。

創業構想

根據5個目標問題點，走走家具主要設計有

5點創新概念

1.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。

2.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。

3.易組裝

易組裝易拆卸，減少螺絲規格與用量的設計，可輕鬆上手，享受組裝的樂趣。

4.用料實在

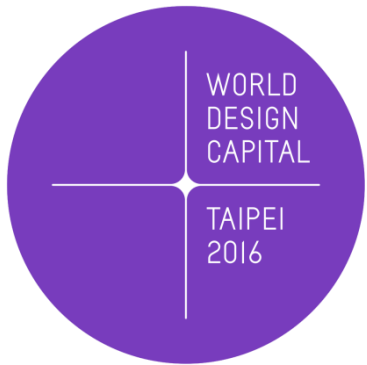
使用頂級的樺木夾板與金屬結合，配合結構設計且堅固、耐用，改變近年來流行的工業風。

5.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，改變一般租屋族群的購買家具流程，以美感、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。

美感生活

「美是一種力量」



台灣美學大師漢寶德曾說：

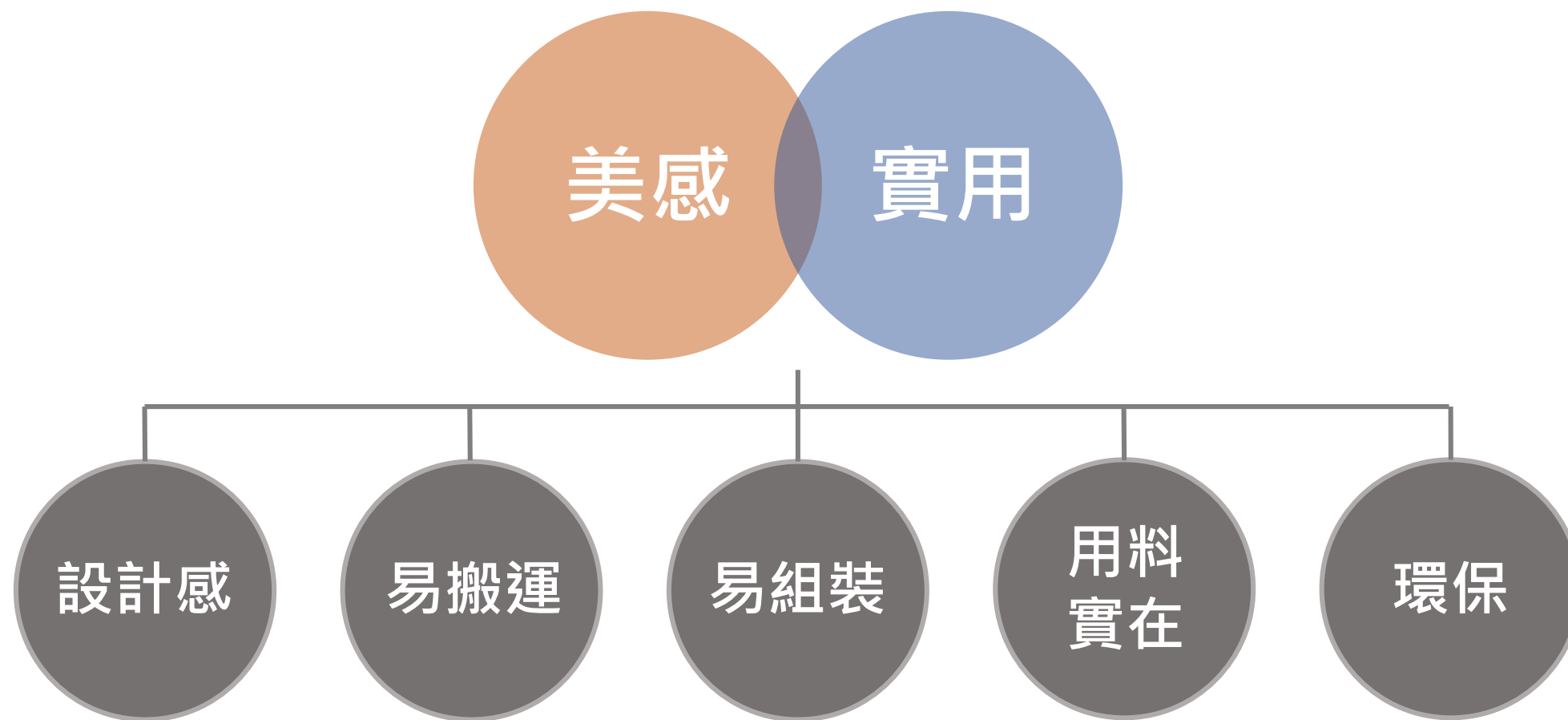
「美是一種力量，它是創造的契機，

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！



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

壹 創業機會與構想

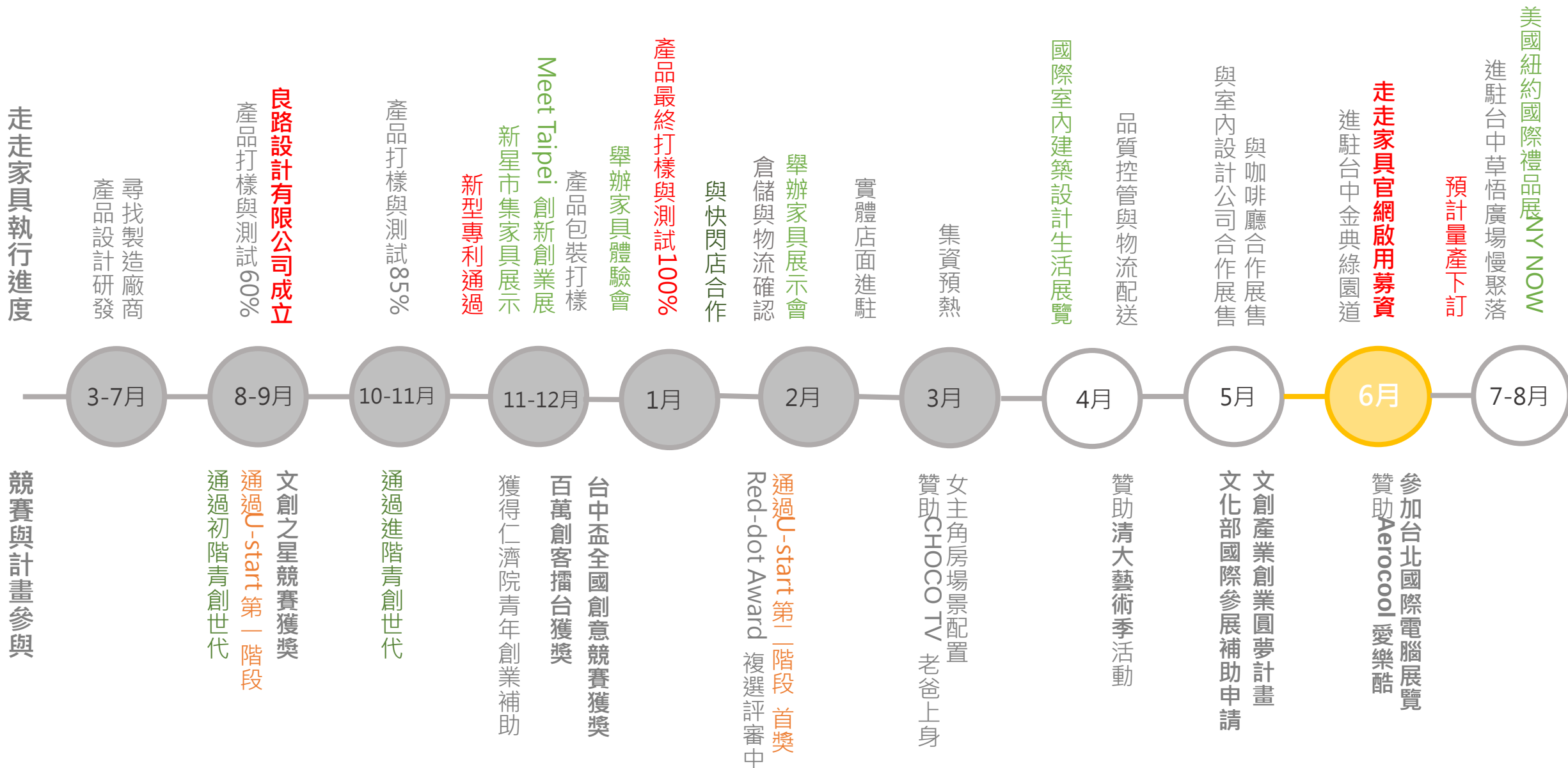
貳 產品與服務內容

參 市場與競爭分析

肆 行銷策略

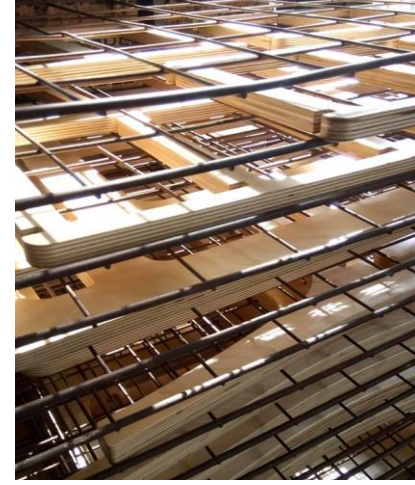
伍 財務計畫

陸 結論與投資效益



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





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

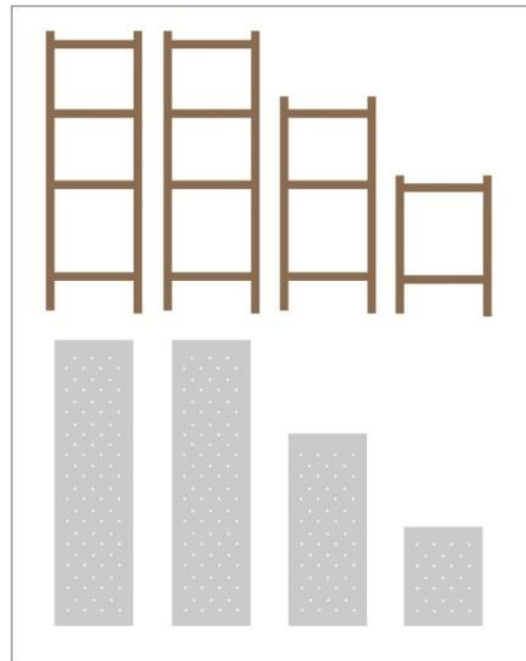
木材：

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。



產品內容

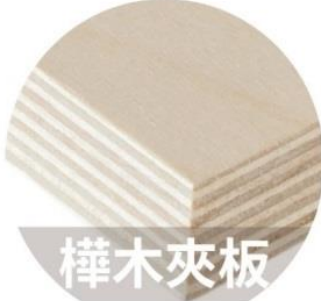
木材

歐洲進口樺木夾板

鐵件

折床加工鐵板

右圖為樺木夾板與一般組合式家具使用的板材比較

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)	★★

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

[專利核准領證通知]

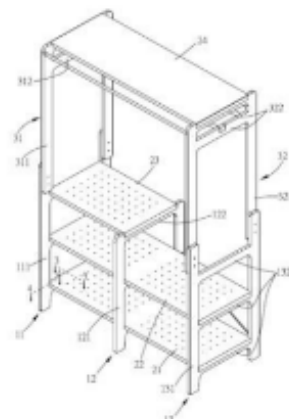
日期：105.10.04

收文者：宋倍儀

發文者：家銓國際專利商標事務所 李伯昌專利師 諮詢專線：04-23729550

主旨：通知「核准審定」及「領證繳費」事項

1、 下列貴方/司委辦之專利案件已收到智慧財產局來函稱已獲准，相關資訊如下：

本所編號	CP01PU005TW	案件代表圖
案件名稱	組合式傢俱	
申請案號	105212603	
審定書 送達日期	105 年 9 月 29 日	
指定 繳費期限	105 年 12 月 29 日	
國別/類型	中華民國/新型	

產品品項

走走家具目前開發產品為：
層架、桌子、桌上架、移
動邊架、兩用架、椅子、
單人床以及衣架。







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

資源輔助

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
8	U-start 第二階段 大專畢業生創業服計畫	2017.02.24首獎	教育部	100萬元

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

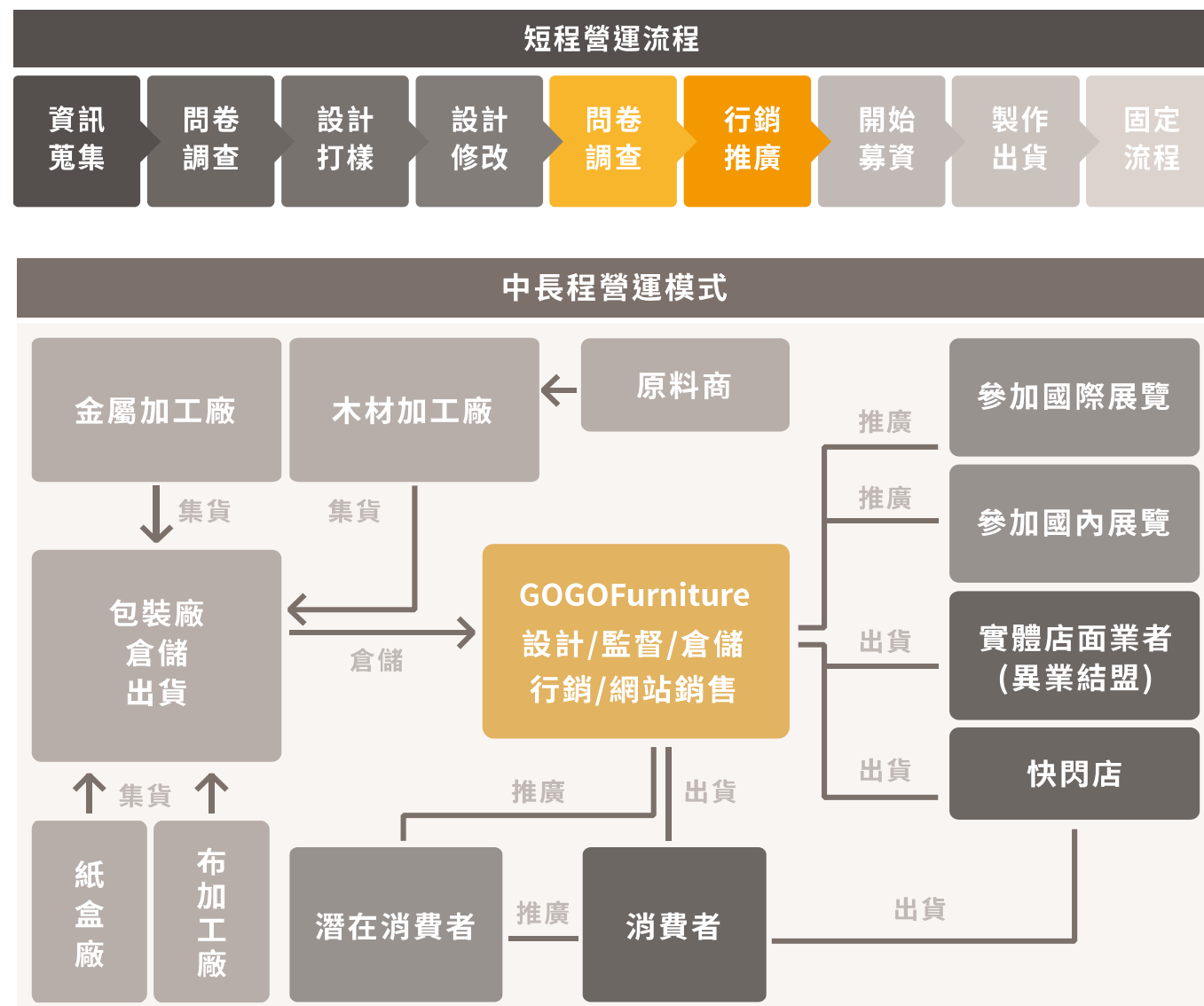
短程營運模式

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

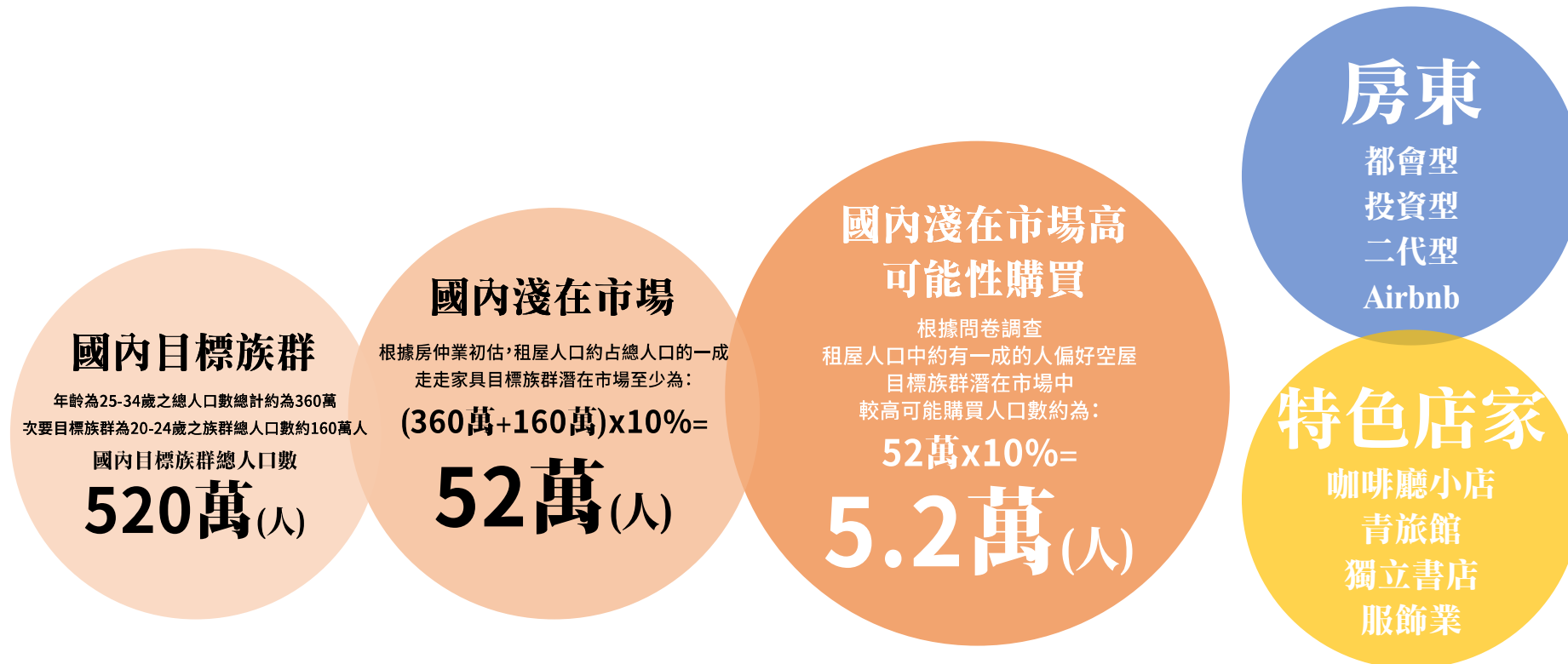
次要消費者

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
z e c z e c

L i
f e

川



主要通路	對象	期程	類型	預合作對象
走走家具官方網站	勇於嘗試的民眾	短期通路	短期群眾募資	
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	中部：金典綠園道 慢聚落 北部：自由溫室
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	范特喜文創
企業展售會	企業員工	短期通路	實體販售	友達
人力銷售	大量需求買家	長期通路	實體販售	房東、物業管理、宿舍、辦公空間
配合室內設計公司	新居落成的民眾	長期通路	間接販售	豐庭室內設計

社群經營

社群互動

為了產品上市前的預熱，走走家具品牌去今年三月開始經營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：20030

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. The cover photo shows a modern interior with a white table, a chair, and a closet with hanging clothes. The page has 20,030 likes and 10,118 followers. A post from April 21st is visible, titled '【走走家具集資重啟問卷調查中】【只要5分鐘】' and includes a link to a survey. The right sidebar shows the '家具' (Furniture) category and a list of friends who like the page.

走走家具
GOGO Furniture
@ILoveGOGOFurniture

首頁
貼文
相片
影片
關於
網誌
按讚分析
活動

建立粉絲專頁

走走家具首波預購
即將重啟

已說讚 追蹤中 分享

近況 相片/影片

在這個專頁上寫點什麼……

貼文

走走家具 GOGO Furniture
4月21日 · 公開

【走走家具集資重啟問卷調查中】【只要5分鐘】
👉 <https://www.surveycake.com/s/Wyqzx>
您的填答有助於走走家具團隊
在下次重啟計畫時…… 更多

家具

社群

邀請朋友 對這個粉絲專頁按讚

9,750 人說這讚

10,118 人在追蹤這個。

余大寧和其他 214 位朋友都說這裡讚

關於 查看全部

平均回覆時間：一小時內
發送訊息

ez2o.com/08ATf

家具

活動參與



媒體曝光



讓外宿族帶著傢俱趴趴走，走走家具GOGO Furniture

對外宿族來說，能有擁有一套簡單組裝、拆解及攜帶方便的傢俱組是一件再重要不過的事情，你或許會想到大家相當熟悉，以簡單組裝及平價為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屬製成，易組裝、易搬運，整體風格採簡潔，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」，對於時常變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

作者Dolly Mei | 創科技 - 2016年11月22日下午3:44



上個星期四、五、六三天，「2016台灣最大的創新創業展」在圓山花博園區登場，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、各種新研發的App服務...等等，其中有一個展位讓小編很有興趣，他們是由一群熱愛台灣的年輕人所創立的新創台灣品牌「走走家具」。

為了打破一般人「租屋等於妥協家具」的觀念，因此自己研究、開發、設計出了「易搬運、有設計感、用料實在且價格實惠」的家具組，希望讓租屋族們在外租屋時，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通通收進去，一個人也能包辦搬家大事事。



有一組有趣的設計類「走走家具」則聯手租屋族，打算製作可以快速組裝、拆卸的家具，預計會在演壇上發售。這組家具以套房方式銷售，內容依工作、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，組裝不需螺絲釘，依靠卡榫接合，因此要搬家的時候方便拆卸和搬運，不用煩惱該怎麼處理家具。



解決搬家問題！3個7年級女生設計「帶著走」家具



記者許留佳、陳儀潔 / 台北報導

每次搬家要整理打包，還有大型家具運送，「租屋一族」對這樣的過程可能相當有感，現在台灣有三位「將近8年級」的年輕人組成青創團隊，設計能將拆卸再組裝、又能帶著走的家具，一舉解決租屋困擾。



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

作者Dolly Mei | 創科技 - 2016年11月22日下午3:44pm



自由時報

〈中部〉雲科大輔導學生 爭百萬創業金



雲科大今年有六個學生創業團隊通過教育部青年發展署大專畢業生創業服務計畫初審，通過率百分之百，各獲得五十萬元補助，對學生畢業就業大有助益，並帶動在校生成創業風潮。

雲科大研發長張傳育指出，該計畫由教育部提供創業基金，鼓勵應屆或畢業五年內的大專畢業生組隊提出創業計畫，分兩階段補助，通過第一階段補助五十萬元，通過第二階段審查可再獲得最多一百萬元創業基金。

比賽參與



綜合損益表

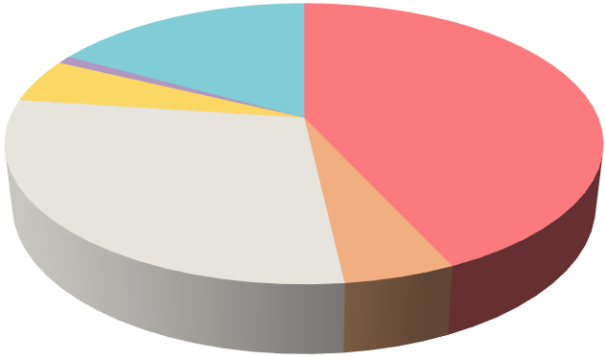
收入 740,000 TWD

支出 608,000 TWD

132,000 TWD

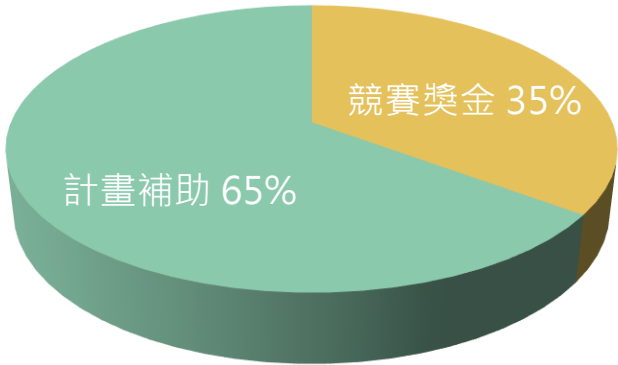
稅後損益 125,400 TWD

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

結論

為什麼要做家具？

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」這個台灣家具設計品牌，讓台灣的民眾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。

未來規劃目標

2016

初步產品研發&開發
產品打樣&調整
確認協同廠商
參與輔助創業計畫
預備上市
行銷推廣
募資前預熱

2017
上半年

產品確認
募資前預熱
群眾募資
持續行銷推廣
國內參展
配合實體展示

2017
下半年

首批產品出貨
人員招募
參與國際競賽
參與國際展覽
新產品研發
異業合作
新產品研發

2018
FUTURE

參與國際展覽
申請國際認證&專利
開發國外客戶
尋求更多協同製造商

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、優良的品質與消費者達到雙贏的局面。



Be
Home.

TO DO LIST

- ☒ Be Home
- ☐ Get food
- ☐

NORMAN SCHUR

Confessions from the Psychiatrist's Chair

NOTES

OTO.