



一朵葵成果報告書





TABLE OF CONTENT

- 一、計畫緣起與目標
- 二、實施內容與方式
- 三、行銷推廣與成效
- 四、展場設計與規劃
- 五、經費使用情形
- 六、團隊分工介紹
- 七、組員心得

壹、計畫緣起與目標

「INI QBAP TMINUN LAQI TA LA ! IYAT SAMI TAYAL PI」
(我們的編織文化已漸漸被遺忘了。但，我們不是最善於編織的泰雅族嗎?)

計畫緣起

身為 Z 世代的泰雅女性，從記事以來，並沒有碰過所謂的「織布機」。甚至是從歷史課本上認識自己是一個善於編織的泰雅族。如今，要會織布才能出嫁的成年象徵，不知道在什麼時候就已消逝了。

隨著工業快速發展，布料、線材開始進入部落，又加上漢化速度快，織布需求漸少，導致泰雅的編織文化逐漸失傳。現今，快時尚流行起來，更無人願意自己織布。

若有一天再也看不見誰正在編織，也聽不見織布的聲音，

到了那時候泰雅族善於編織的稱號，就會成為虛有其表的特色。

因此一朵葵團隊，為活絡這項珍貴的文化，我們決定從 Z 世代視角重新拾起編織技藝，加入現代元素，進行布料加工等。編織符合現今市場需求的文創商品，以編織工藝增值、行銷策略、編織紀錄拍攝等方式進行「傳統編織文化復振」，永續保存並推廣珍貴的泰雅傳統文化。

團隊初期，將會進行傳統織紋的文創商品開發，使更多人以不同的方式認識珍貴的泰雅編織文化。期盼團隊持續壯大，成為更多人認識泰雅族甚至台灣在地傳統工藝的媒介，讓這樣的文化持續的流傳。

「我織，故我在」因為我持續的編織，所以我的文化能持續的存在

計劃目標

文化傳承與活絡

短期目標

- 完成對泰雅編織技術（紋飾、色彩與編織結構）的深度學習，記錄關鍵傳統工藝。
- 設計並製作至少 5 種結合傳統紋飾與現代美學的文創產品樣品（飾品、服飾配件等）。
- 以DIY 編織讓參與者實際操作、親身感受泰雅文化。

長期目標

- 建立「一朵葵」品牌，讓傳統編織技藝在文創市場中獲得認同。
- 完善線上與線下銷售平台，包含自營線上電商通路、文創市集、合作寄賣店家，並透過社群媒體經營擴大品牌影響力。
- 透過創新設計與教學推廣，讓更多年輕一代以「編織」為媒介，強化部落文化認同，並促進原鄉經濟發展。



二、實施內容與方式

產品研發與設計流程

1. 田野調查與工藝學習

- 與部落耆老、編織老師面談，收集傳統紋飾背後的故事、色彩意象和編織技法要點。
- 實地參與部落編織工坊，學習如何將原住民植物萃取天然染料，並進行染色測試。
- 紀錄「傳統布機的架構」「各式經緯線配色原理」與特殊織法等技術要領，作為後續產品圖樣設計依據。

2. 原型設計與樣品製作

- 飾品與裝飾物：以編織布片結合金屬配件，創作耳環、鑰匙圈、項鍊等，強調「細節中的泰雅紋理」。
- 織品配件：手機掛繩，選用柔軟耐用的布料，兼顧舒適與美感。

3. 商品製作流程：

草圖—>數位化圖樣—>挑選線材—>手工編織—>縫製成型—>五金配件組裝



三、行銷推廣與成效

為推廣泰雅編織內容與相關產品，線上部分，一朵葵設置並營運官網、IG、蝦皮、Linktree帳號，其中以IG帳號作為主要宣傳管道，IG與蝦皮為主要線上販售管道。線下部分，一朵葵報名參加校內外文創市集，進行商品販售與帳號推廣。

通路	功能	內容	目標	成效
官網	內容推廣	各類商品陳列	-	-
IG	內容推廣 商品販售/預購	展覽/活動宣傳 泰雅編織	發文觸及率達500人/次 發文觀看數達1000人/次	發文觸及率達700人/次 發文觀看數達1500人/次
蝦皮	商品販售/預購	各類商品陳列	-	線上售出一件商品
Linktree	帳號整合/推廣	官網/IG/蝦皮連結	-	-
文創市集	商品販售/預購 帳號推廣	各類商品陳列 各平台社群帳號	售出5件商品/次 IG追蹤人數增加15%/次	售出5件商品/次 IG追蹤人數增加20%/次

IG帳號經營



本帳號的粉絲性別比接近1:1，女性粉絲略多於男性，年齡層則集中於18-24歲、25-34歲兩個區間，女性以18-24歲為主；男性則以25-34歲最多，大致符合一朵葵鎖定的主要客群。

1. 貼文

- 展覽/市集攤位宣傳

為推廣展間/攤位內容，使用活動前後累積的照片及體驗素材進行簡單宣傳或小結。本系列貼文的觀看次數約為1500，粉絲與非粉絲的比例約為3:7，互動次數比例則相反，仍然以粉絲居多。若希望進一步增加貼文觸及數、達到吸引觀眾前往展間參觀的目的，可藉由於標籤中增加關於活動名稱以及場地相關的內容，使一朵葵進入附近潛在觀眾的視野。



- 抽獎活動

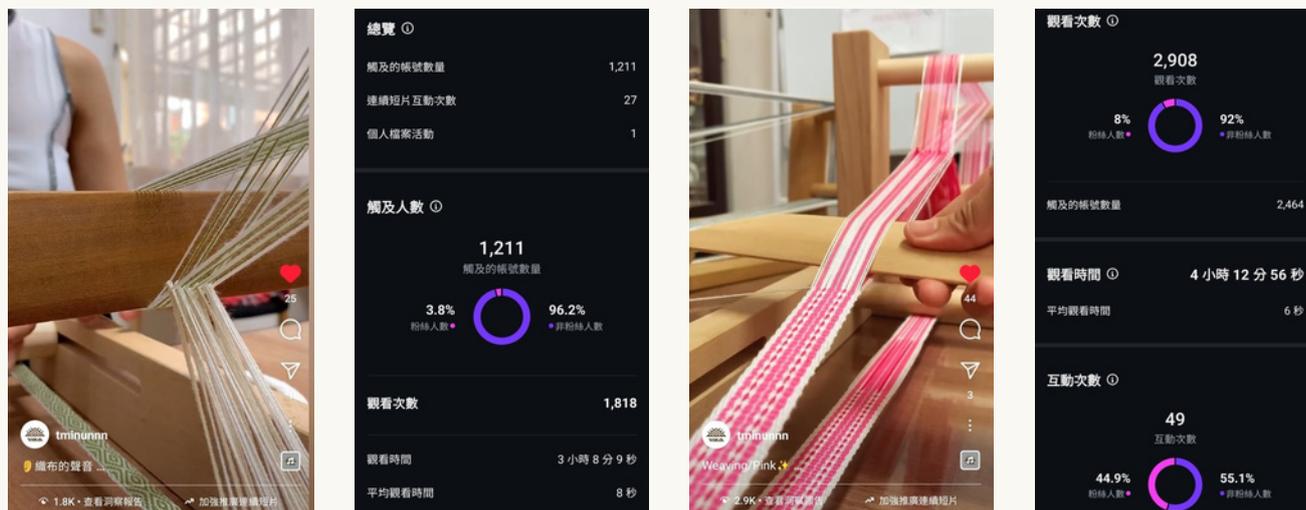
本次抽獎貼文是所有「貼文類動態」中分享數最多&觸及最多非粉絲人數的一篇，推測原因是抽獎步驟中含有「分享」的條件，且標籤中增加「#抽獎」、「#抽獎活動」等曝光度較高的內容。貼文互動帳號以粉絲為主，粉絲數於抽獎期間平均每日增加2-4人。



2. Shorts

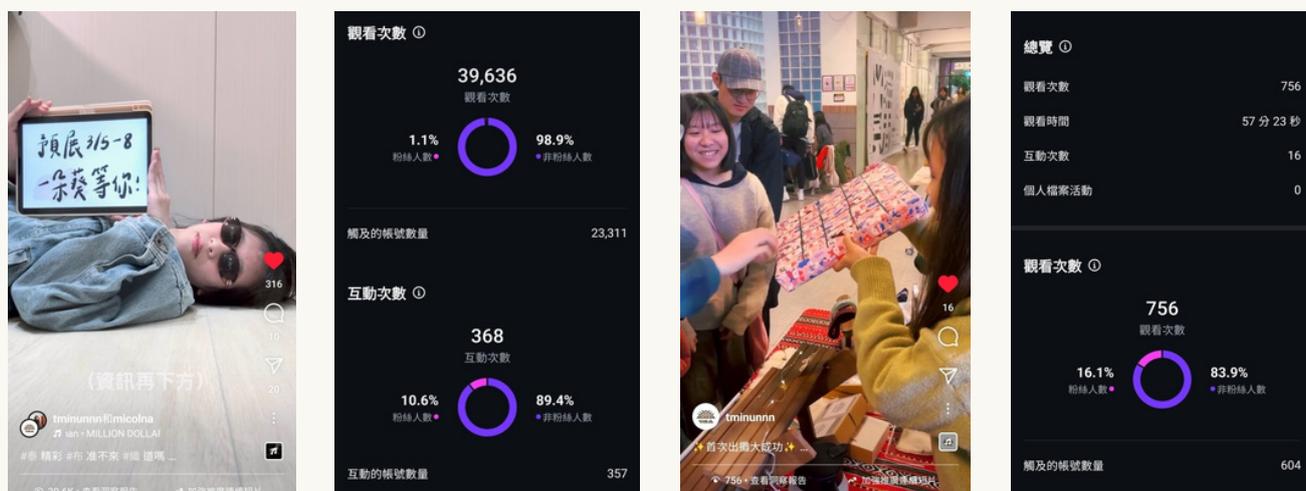
- 泰雅編織過程

本系列以無人聲、日常向的形式記錄現代泰雅族編織過程，以期呈現給觀眾泰雅編織在現代生活的日常性。此系列平均觀看數達2300人次，平均觸及率達1800人次，其中非粉絲人數達到95%以上。

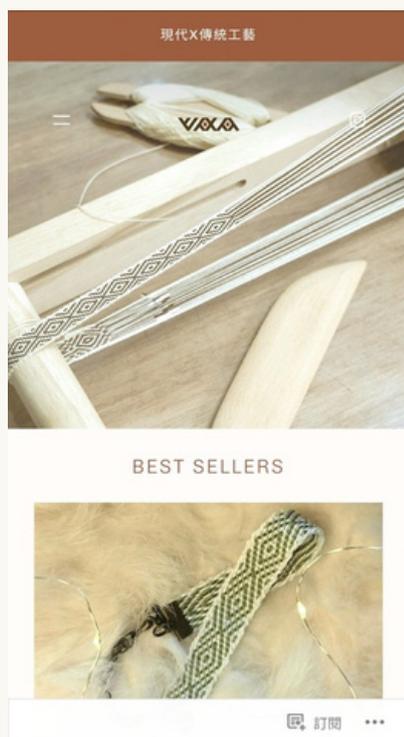


- 展覽/活動推廣

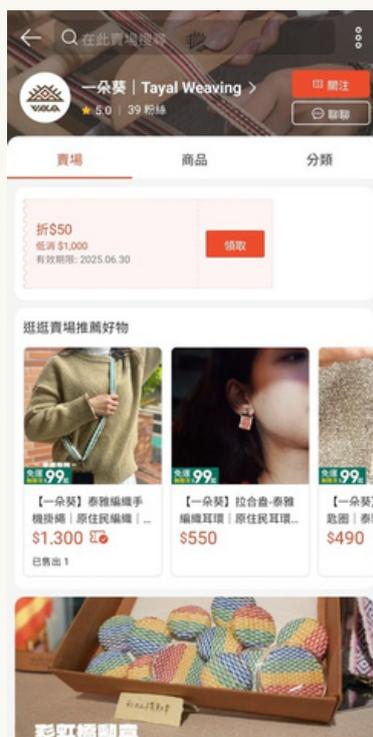
為推廣展間/攤位內容，一朵葵於活動前以短片進行簡單宣傳，或是於擺攤途中進行現場抽獎活動之影像紀錄。本系列觸及非粉絲的比例約為90%，其中剪輯手法較幽默的影音觀看次數約為其他影音的24倍。



其他行銷通路



官網



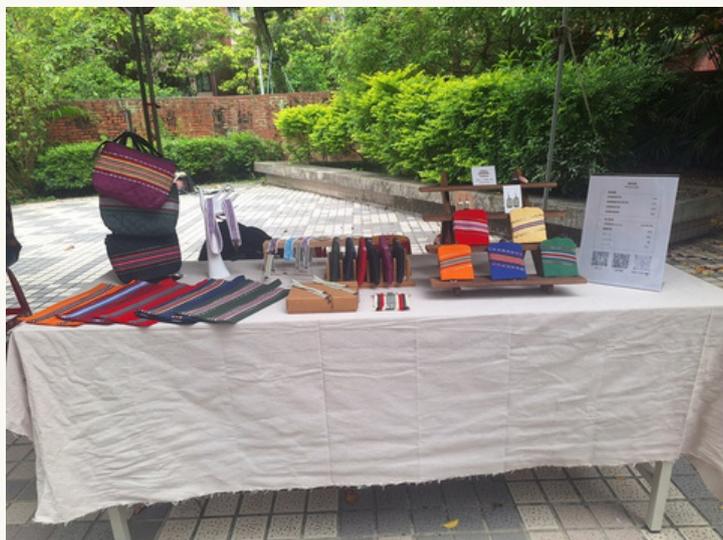
蝦皮



Linktree

- 文創市集

校內外文創市集為一朵葵線下販售商品的主要通路，亦是一朵葵推廣專案內容與社群帳號的主要途徑。擺攤時，一朵葵會除了販售單價較高的泰雅編織飾品、生活用品，也販售單價較低的織布徽章，降低消費門檻，並提供抽獎活動、茶水、鏡子增加觀眾的停留意願。



四、展場設計與規劃

1. 展場設計概念與規劃

- **整體主題：**

展間主要以「布」的材質與材料展示，讓觀眾感受到織布文化的流動，以及一朵葵如何延續織布文化。

以「編織四代，延續與創新」為核心，透過三大展區（第一區：編織脈絡故事；第二區：織布材質觸感；第三區：現代學習與商品展）呈現時間脈絡與工藝傳承。

- **動線規劃：**

入口→第一區→第二區→第三區（商品區）→出口。

動線以「自左而右」的時間軸方式引導參觀者逐步了解編織演變，最後抵達當代手作品與販售區，形成從認知到體驗、再到消費的漸進式體驗流程。

動線寬度保持寬敞，以容納多人同時參觀，並預留休憩區或駐足觀看空間。

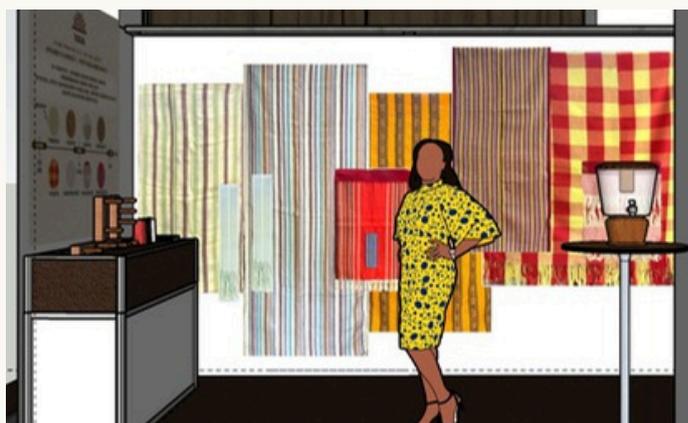
- **展區詳細規劃**

第一區：展場論述、織布體驗與泰雅編織方式、今昔對比、編織訪談故事資料



第二區：織布材質觸感

讓參觀者「觸摸時代質地」，直接感受純苧麻、羊毛、半麻與混合麻等布料的特色，理解編織材料的隨著年代更迭的差異與質感。



第三區：現代商品區

展現「回到部落向奶奶學習」的當代工藝復振，並將成果轉化為時尚與實用兼具的文創商品。



2. 展場論述

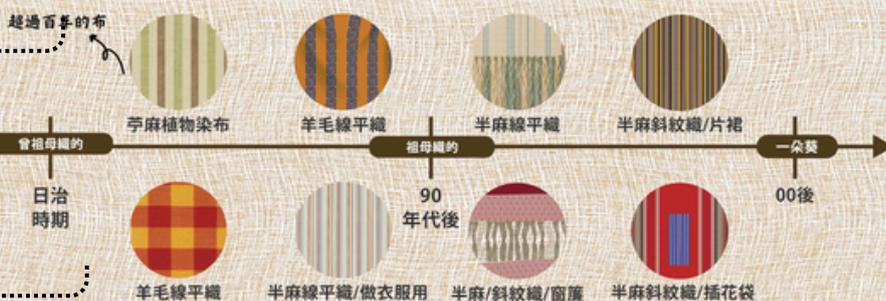
問題意識

ini qbap tminun laqi ta la ! iyat sami tayal pi ?
我們的編織文化已漸漸被遺忘了，但我們不是最善於編織的泰雅族嗎？

一朵葵介紹

族人不再織布的世代，一朵葵以編織文化復振為目標，期望喚回族人的織布技藝。
我們讓泰雅編織走進當代，傳遞泰雅千年織布工藝之美。
現今世代的族人，要考究先人織布的樣貌已像夢境一般的模糊。織布牆上，按照時間順序，最裡層是距今越久遠的布匹，如同我們想了解過去的織布樣態，距離我們非常遙遠。

織布牆介紹



織布牆對應年代及布料應用

五、經費使用情形

產品定價與成本

(單位：新台幣/元)

產品	定價	材料成本	毛利	毛利率(%)
泰雅織帶耳環	550	120	430	78.2%
靈石織帶耳環	590	150	440	74.6%
織帶手鍊	390	100	290	74.7%
織帶頸鍊	430	120	310	72.1%
織布杯墊	420	120	300	71.4%

預估銷售與年營收

(單位：新台幣/元)

產品	每月 預估銷售量	每月營收	每月毛利	年度營收	年度毛利
泰雅編織耳環	20	11,000	8,600	132,000	103,200
靈石編織耳環	10	5,900	4,400	70,800	52,800
織帶手鍊	30	11,700	8,700	140,400	104,400
織帶頸鍊	20	8,600	6,200	103,200	74,400
編織杯墊	30	12,600	9,000	151,200	108,000
總計	110	49,800	36,900	597,600	442,800

總成本與收入

支出：艾畢克租借及展間輸出

品項	數量	價錢
展板：白色	7	\$2400
上方支撐：白W392 (20/30)	2	\$400
白色展櫃	4	\$1370
黑色方形高吧桌 60*60*110	1	\$800
防焰地毯-B61-W300xH400	1	\$2010
背板輸出-W173xH150cm	29才	\$1740
展櫃輸出	38才	\$2220
展間雜支	-	\$

總支出：\$ 13556

收入

品項	單價	數量	總價
彩虹橋勳章	60	13	780
編織掛飾	490	3	1470
編織耳環	550	1	550
編織耳環-靈石款	590	2	1180
頸鏈	590	1	590
手鍊	560	3	1680
編織杯墊	420	1	420

折扣：\$ 40

總收入：\$ 6630

總盈餘 = 總收入 - 總支出 = 6,630 - 13,556 = -6926

六、團隊分工介紹

羅鈺軒

- 泰雅編織工藝技術
- 組織規劃(組長)
- 活動企劃

劉叡奇

- 商品加工
- 布匹加工

廖瑀婕

- 宣傳
- 攝影
- Adobe Lightroom

郭奕均

- 社群媒體發布
- 貼文數據追蹤
- 美編

林郁臻

- 美術設計(平面設計)
- Adobe Illustrator
- 商品金工加工

李品瑩

- 行政作業
- 輸出物品加工

七、組員心得

羅鈺軒

畢業專題從發想到成果，我必須先感恩師長們總是給予高度的肯定及支持，以及專業的指教及建議。並且一朵葵團隊的分工合作非常順暢！

展覽內容非常符合我們心中的期待，從最一開始的版本，經過來回的修改，終於找到了能夠順暢敘事及保留良好動線的展間。

一朵葵的商品也經過了四天的市場驗證，得到了商品販售的收穫、回饋等等。

這次展覽是一朵葵迎來的第一次綻放，期待未來的一朵葵能繼續織出布一樣的精彩！

林郁臻

這次的畢業專題計畫讓我們深刻體會到泰雅編織工藝的珍貴與斷層危機。在產品開發階段，將傳統紋飾融入現代設計，讓文創商品既保留文化靈魂，又符合市場需求，透過畢展與市集體驗，讓觀者及消費者感受編織背後的故事與溫度。

特別感謝指導老師在整個專題過程中提供的悉心指導與寶貴意見，無論是在計劃初期的方向確認還是產品設計的細節把關，都給予我們莫大支持與鼓勵。也要感謝所有組員的齊心協力，每個階段都能看見大家的用心與熱忱，正是因為彼此互補長短，才能讓計畫順利推進並呈現完整的成果。

郭奕均

在整個專題的運營過程中，除了小組內無數次的討論，教室中各具功能的講座、老師們的用心指導，我還有很多東西是在活動現場學到的。就像老師們與歷屆學長姐們說的：計畫中有很多變化與瓶頸都是要在實際操作裡遭遇、應對、檢討，才能更真切地理解如何處理，將專案不斷打磨得更加完善，一步步成為現實。

從模糊的構想到一個完整的專案，一朵葵經歷了許多修改，同時大家也在發揮各自的長才，讓泰雅族的編織技術不再是只可遠觀、逐漸流失的文化。這次的畢業專題不僅僅是一朵葵的品牌起步，也是我在團隊合作方面寶貴的經驗來源。

劉叡奇

這次的畢業專題對我來說是個很珍貴的體驗，在這段旅程中我們實際從發想、規劃，一次次修改，再到商品設計、製作、展場體驗的規劃，雖然這樣一路走來忍不住想喊累，但我們還是盡最大的努力去實現這些想法，老師們的回饋和肯定讓這一路走來容易許多。

這次在展場得到了很多人的回饋，讓我們知道有許多人和我們一樣愛惜泰雅的傳統工藝和文化！