

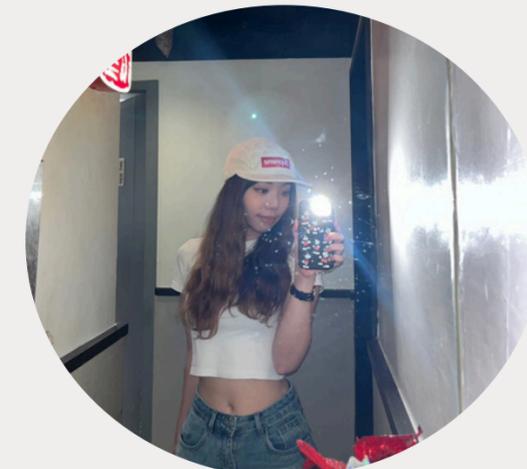


# LifeLoop

一站式 **衣物** 循環保養服務  
衣物乾洗、修改、再製、回收整合系統



莊聿璿



陳柏臻

# 目錄

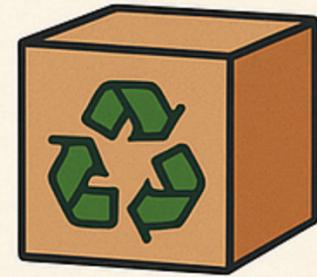
## Table of Contents

- 一、研究背景與問題定義
- 二、設計思考架構與研究方法
- 三、使用者洞察分析
- 四、循環經濟導向之創新服務構想
- 五、商業模式設計
- 六、服務流程與體驗設計
- 七、可行性與效益評估
- 八、結論與未來發展

# 主題一覽圖

## LifeLoop

One-stop garment care circular service platform



Recycle



Cleaning



Reuse

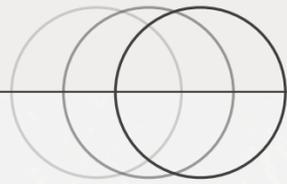


Repair



# 研究背景與問題定義

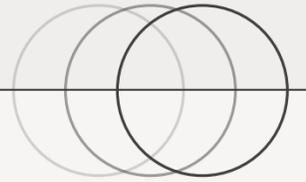
---



# 研究背景

我們發現近年來台灣消費者願意支持永續，但衣物在購買後**缺乏便利的衣服乾洗與修改服務**。許多衣服因小瑕疵、污漬而被丟棄，形成巨大資源浪費。本提案希望打造「**衣物生命周期延長**」的**整合式保養系統**，讓**衣物一站式乾洗清潔、修改、再製、回收**成為一條順暢的循環系統，讓消費者真正落實永續。





# 問題定義

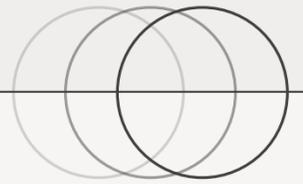
? 現有的服務時間長、效率低品質不穩定

? 消費者缺乏方便且可依賴的保養途徑

? 衣物因可修復的髒污瑕疵而過早被丟棄

# 設計思考架構與研究方法

---



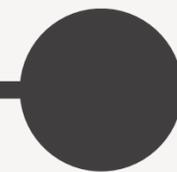
# 服務設計研究流程

## 次級資料分析



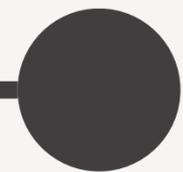
1. 快時尚和環保產業相關文獻
2. 消費者相關法則
3. 衣物乾洗或修補市場現況

## 訪談

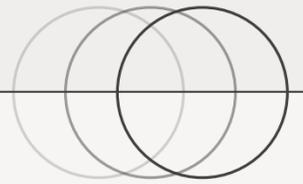


1. 一位時尚愛好者
2. 衣物乾洗店老闆(TBC)
3. 衣物修改阿姨(TBC)

## 問卷調查



1. 問卷30份
2. 聚焦衣物保養行為、消費者信任度



# 設計思考五大階段

**1** **同理 Empathize**  
訪談與同理心地圖

**2** **定義 Define**  
萃取核心「高CP值、便利」

**3** **發想 Ideate**  
整理出一站式服務流程、  
AI 功能、好用的系統頁面

**4** **原型 Prototype**  
應用程式線框圖、服務藍圖

**5** **測試 Test**  
以1-2位使用者進行可用性  
與流程測試

# 使用者洞察分析

---

# 人物誌

- 年齡：20
- 職業：大學生（大二）
- 消費習慣：每月購買 3 到 5 件衣服，偏好潮牌、追求時尚

## 生活型態與行為特徵、資訊接受管道：

1. 重視價格、關注潮流
2. 喜歡買衣服，大部分使用網購方式
3. 永續意識低，多為一次性衣物，較少接觸這類資訊
4. 資訊來源偏向IG、小紅書而非專業文章或雜誌

## 目標：

找到cp值高、方便的修改、清潔服務

## 挑戰：

不知道哪裡可以清潔服飾、鞋子



莊馬丁  
Martin Chuang

**Think & Feel** 他/她是什麼  
思考和感受？

- 對穿搭有興趣，但不想投入過多研究成本
- 覺得衣服主要功能是造型與當下狀態呈現
- 對衣物長期使用價值關注度低
- 潛在焦慮來自「跟不上流行」而非浪費問題

他/她是什麼  
看？ **See**

- IG、小紅書上大量穿搭範例與流行模板
- 同齡族群頻繁更換穿搭、追逐新款
- 網購平台不斷推送新品與折扣資訊

他/她是什麼  
聽到？ **Hear**

- 朋友討論哪個品牌最近紅、哪件單品值得買
- 社群 KOL 分享穿搭、開箱與購物連結
- 同儕間隱性的穿搭比較與流行評價
- 很少聽到關於衣物保養、修補或後續處理的討論



**Say & Do** 他/她是什麼  
說和做？

- 實際行為以網購為主，追求快速下單
- 依賴社群推薦，而非專業內容或雜誌
- 衣服出現瑕疵時，較傾向不再穿著
- 很少主動處理衣物清潔、修補或再利用

**疼痛 Pain**

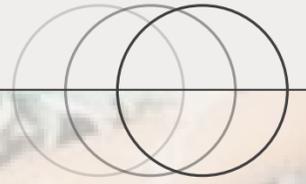
- 不清楚衣物是否值得保留或處理
- 對衣物後續處理流程陌生且缺乏動機
- 衣服汰換快，衣櫃累積使用率低的單品
- 對麻煩、耗時的服務耐受度低
- 缺乏簡單明確的「衣服接下來怎麼辦」選項

**獲得 Gain**

- 希望所有消費與處理流程都快速、直接
- 理想狀態是不用思考太多就完成決策
- 若有與日常購物行為相容的服務，接受度高
- 偏好被動式解決方案，而非被教育或說服

# 循環經濟導向之創新服務構想

---



# 循環經濟設計原則

## Reduce

減少丟棄量

## Reuse

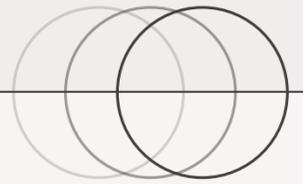
修補、翻新、轉售

## Recycle

分類後再製或回收



符合兩項循環指標



# 服務核心概念

## 功能

- AI 衣物狀況檢測
- 清潔、修補、改製一站式取送
- 合理價格與進度追蹤
- 回饋點數

## 解決

- 不方便、長時間的保養流程
- 決策疲勞、使用者懶惰
- 資源大量浪費

## 創新點

- 以「衣物壽命延長」為核心的整合系統
- 透明化定價、衣物職人網絡
- 將 AI、數據追蹤導入傳統產業

# 商業模式設計

---

# 商業模式設計

## 1. 顧客

都會族群、永續消費者、二手賣家

## 2. 價值主張

便利、透明、提升衣物壽命

## 3. 通路

App、電商合作、線下據點

## 4. 顧客關係

會員制、訂閱制

## 5. 收入來源

取送費、清潔費、修補費、再製加價

## 6. 關鍵資源

AI 技術、職人網絡、物流

## 7. 關鍵活動

媒合、清潔、修補、檢測

## 8. 關鍵夥伴

修改店、洗衣店、清潔店、二手平台

## 9. 成本結構

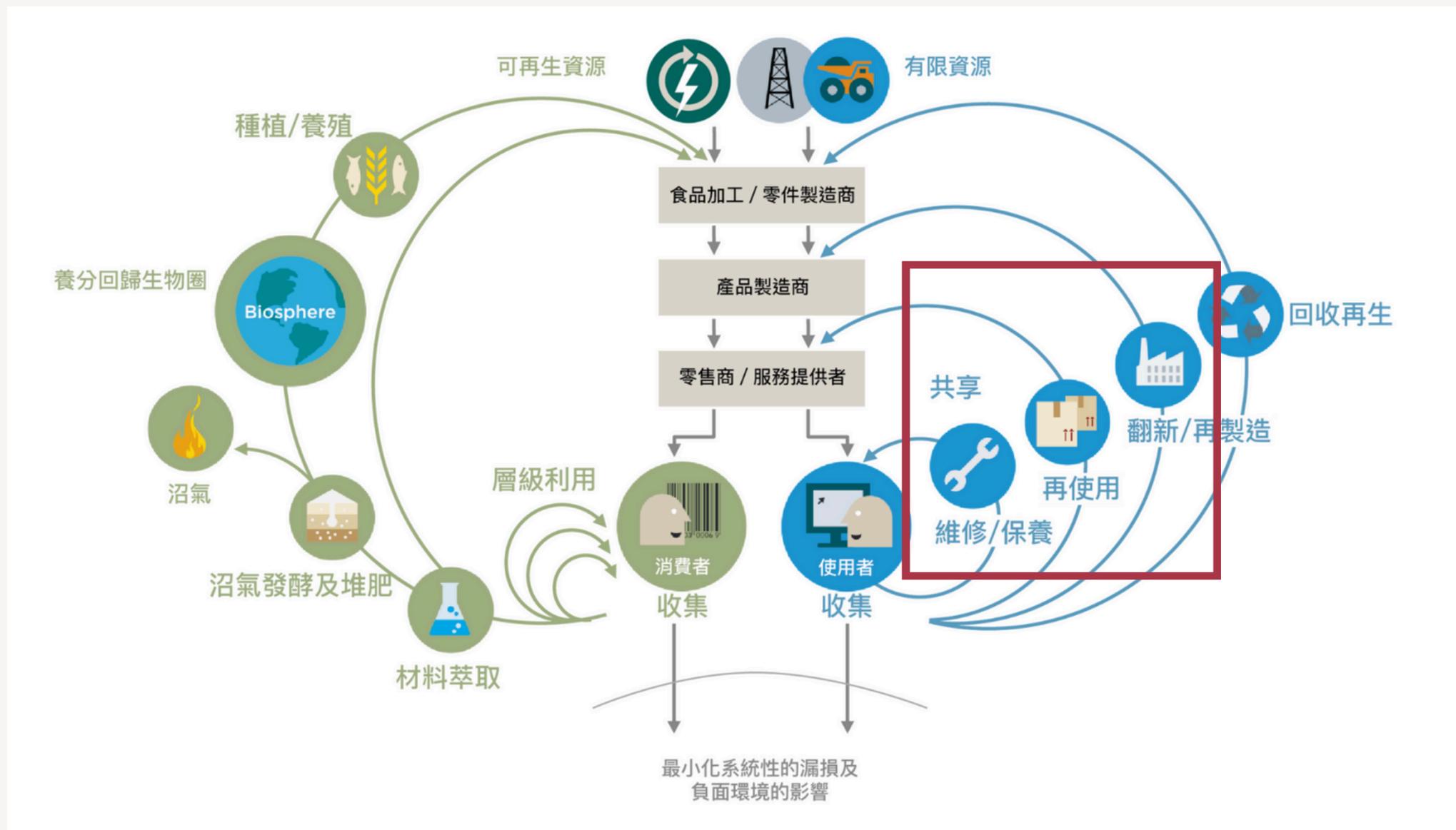
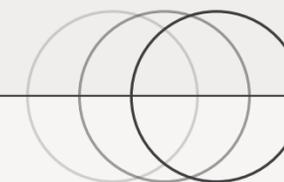
物流、人力、技術維運

# 服務流程與體驗設計

---

# 顧客旅程地圖

階段	1 意識 / 認知階段	2 研究 / 考慮階段	3 購買階段	4 使用服務階段	5 忠誠 / 關係建立階段
行為	發現衣物破損、泛黃或不再穿	Google 搜尋「衣服修補 / 清洗 / 再製」	進入平台，上傳照片、選擇服務並下單	衣物交付處理，線上追蹤進度	收到衣物、給予評價、再次使用
想法	「丟掉好浪費，但不知道怎麼處理」	「哪裡可以修？價格會不會很貴？」	「流程清楚、價格透明」	「進度清楚，不用擔心」	「很滿意，我真的有做到永續」
情緒	困擾、猶豫	焦慮、不確定	安心	放心	滿足、認同
接觸點 / 機會點	社群貼文、永續議題內容、起源故事	App、AI 判斷、價格區間呈現	App / 網站、下單介面	即時通知、進度視覺化、物流追蹤	評價系統、環保點數、分享誘因
痛點 / 改善重點	不知道是否值得修	資訊分散、價格不透明	擔心成果與期待落差	等待期間焦慮	需強化回購動機



蝴蝶圖

# 可行性與效益評估

---

# 可行性與效益評估

## 1. 技術可行性

### AI 分析：

包括衣物瑕疵辨識、清潔與修補需求分類，可提高檢測效率與標準化。

### 平台架構成熟：

App 與後台系統可套用既有 SaaS、CRM、訂單系統技術，開發門檻低。

### 物流外包降低門檻：

與既有物流業者合作（黑貓、Lalamove 等），不需自建車隊即可運作。

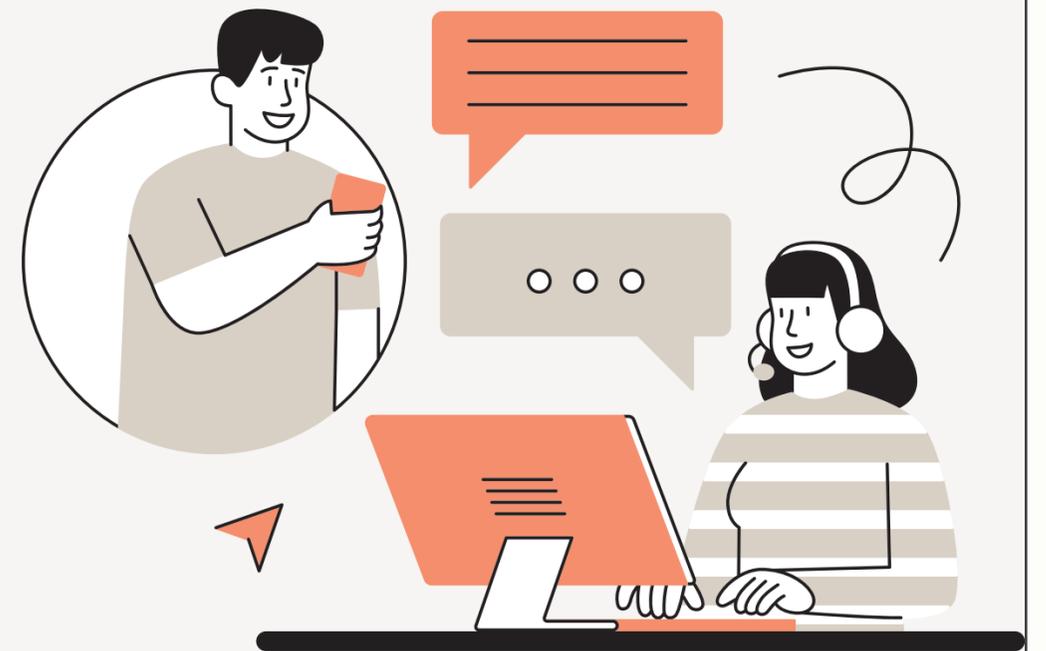
## 2. 市場可行性

### 永續消費需求快速成長：

台灣年輕族群對「修補、再製、循環」接受度提升，願意付費支持永續。

### 目標族群明確：

都市上班族、小資女、永續愛好者、二手賣家皆屬高需求用戶。



# 可行性與效益評估

## 3. 永續效益

- 減少紡織廢棄量：  
延長衣物使用週期，降低因小瑕疵而大量丟棄。
- 降低碳排放：  
減少新衣生產需求 → 降低原料開採、製程耗能與物流碳排。
- 促進循環經濟：  
透過修補、再製、二手流通，讓衣物從線性走向閉環循環。



# 結論與未來發展

---

# 結論與未來發展

## 1. 對使用者的價值：更便利、安心並延長衣物生命週期

平台整合乾洗、修補、再製與回收，讓使用者不需再自行尋找零散店家，提供一站式服務，減少麻煩並提升衣物使用壽命。

## 2. 對產業的影響：促進修補服務市場，帶動永續型經濟

透過媒合修補師、清潔廠與永續供應鏈，形成新的產業合作模式，活化台灣現有的修補產業並創造更穩定的需求。

## 3. 對永續的貢獻：有效降低廢棄量與碳排放

減少因小瑕疵與污漬就被丟棄的衣物，延長產品使用週期，進而減少整體紡織廢棄量與生產端的碳排。

## 4. 未來擴大方向：延伸至更多生活紡織生態系

將服務項目擴大至家居用品、鞋類、包款，打造更完整的「紡織品循環系統」。

INNOVATIVE SERVICE QUALITY

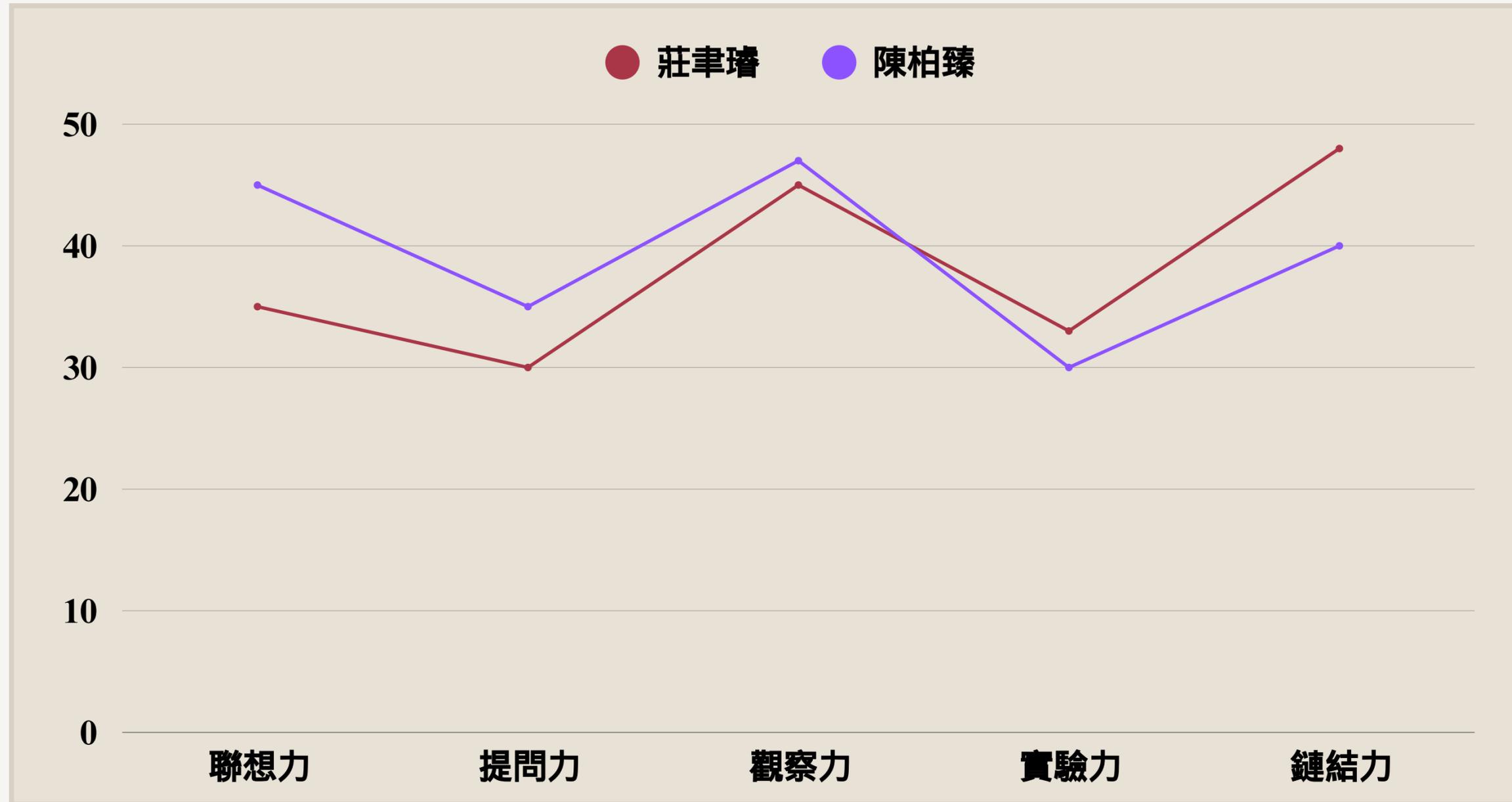
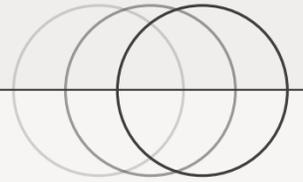


**THANKYOU**

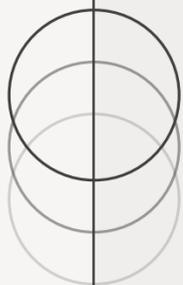
INNOVATIVE SERVICE QUALITY

# 課堂內容

---



創新者的特質



# 案例分享

---

## 星巴克 STARBUCKS



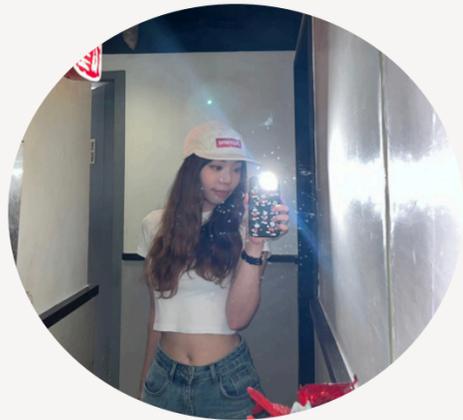
- Starbucks 以高價策略建立品牌形象，適合探討價格與品質認知的連動。
- 突顯服務體驗對品質評價的影響。
- 全球一致的服務流程與顧客期待形成明顯對比，具分析代表性。

# 循環經濟省思

---

# 個人方面

411221617 陳柏臻



- 用環保杯裝水，盡量不買瓶裝水。
- 使用環保餐具、環保吸管用餐飲食。
- 非必要盡量不用紙本書、紙本講義。
- 夏天能不開冷氣就不開。
- 穿不到的衣服捐出去。

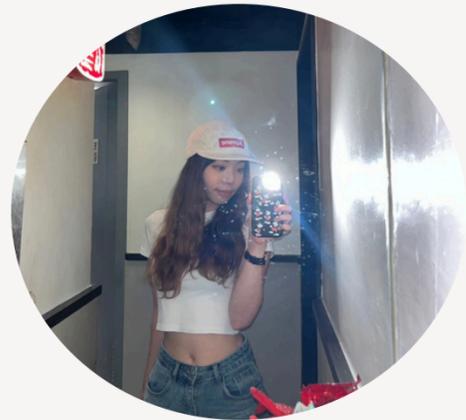
411221332 莊聿璿



- 外出吃飯使用環保餐具。
- 在外買咖啡都使用自己的環保杯裝。
- 早上在家時都盡量不開燈，以自然光線為主。
- 評估自己的消費動機，避免不必要的囤積。

# 未來工作方面

411221617 陳柏臻



**公司職稱：Inditex行銷部門助理**

- 多宣傳關於衣服回收箱的部分
- 多宣傳提倡客人購買品牌環保袋
- 提出消費如有攜帶購物袋可折扣五塊錢的優惠
- 建立「回收換購制度」：舊商品可折抵新商品

411221332 莊聿璿

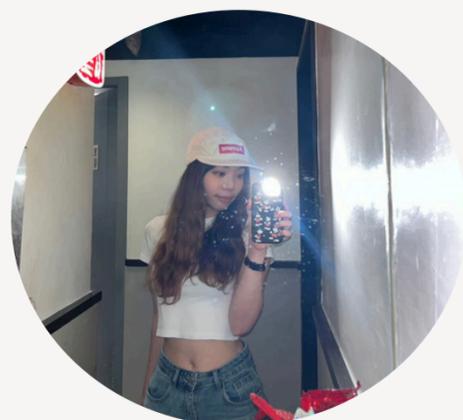


**公司職稱：奧美廣告企劃助理**

- 向客戶提出永續廣告方案，例如節能的投放策略或綠色媒體管道
- 盡量使用可重複佈景與道具
- 引導客戶選擇電子邀請函或線上素材

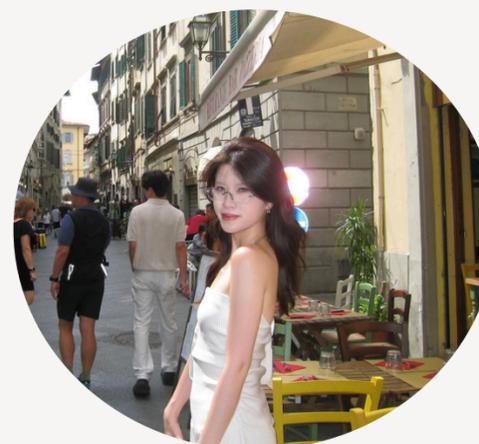
# 政府政策方面

411221617 陳柏臻



- 強制全國人民使用環保杯
- 強制小吃店或餐廳不可提供免洗餐具
- 強制外帶必須自行攜帶環保餐碗

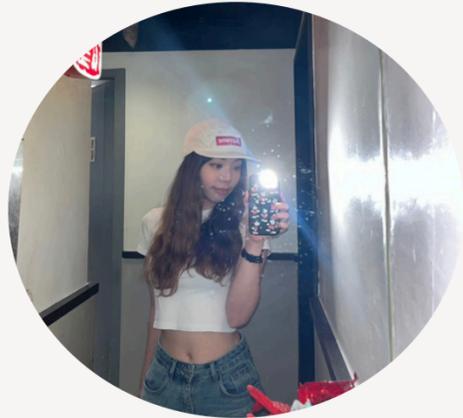
411221332 莊聿璿



- 建立明確回收標準
- 要求企業負擔產品後端處理
- 鼓勵地方政府建立再生資源平台
- 推動企業揭露材料循環率，提高競爭與透明度

# 趨勢方面

411221617 陳柏臻

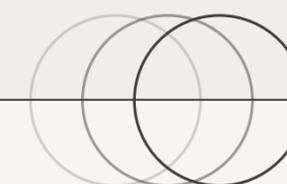


- 普及用單一材質（纖維）做衣服，方便拆解及回收
- 衣服租借服務的盛行
- 家具租借開始流行

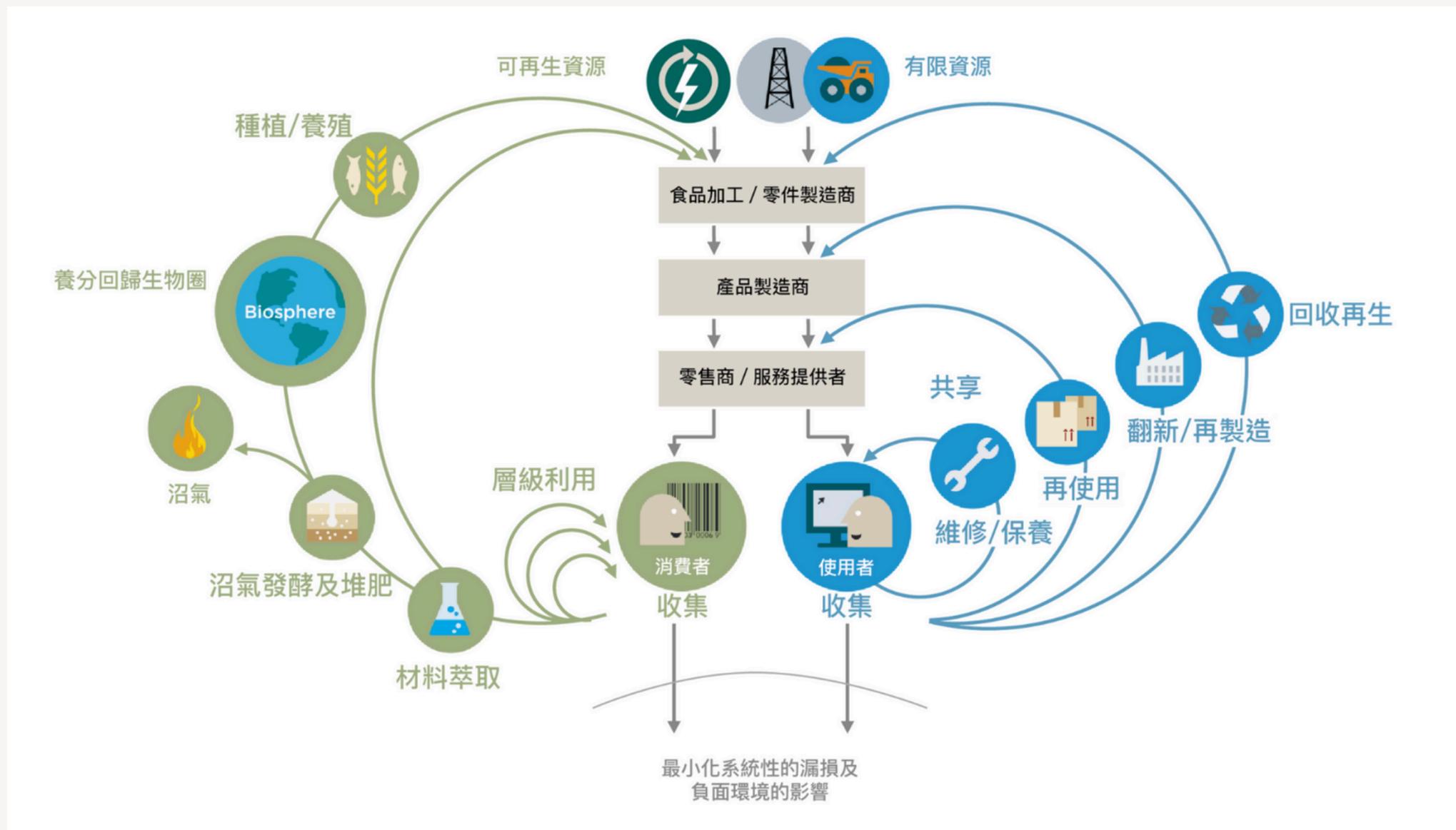
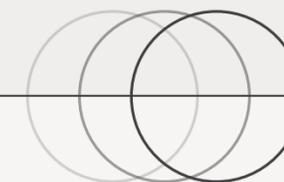
411221332 莊聿璿



- 再生材料的市場需求快速上升
- 租賃與共享模式擴張
- 企業開始把循環思維當成商機
- 商品開始走模組化



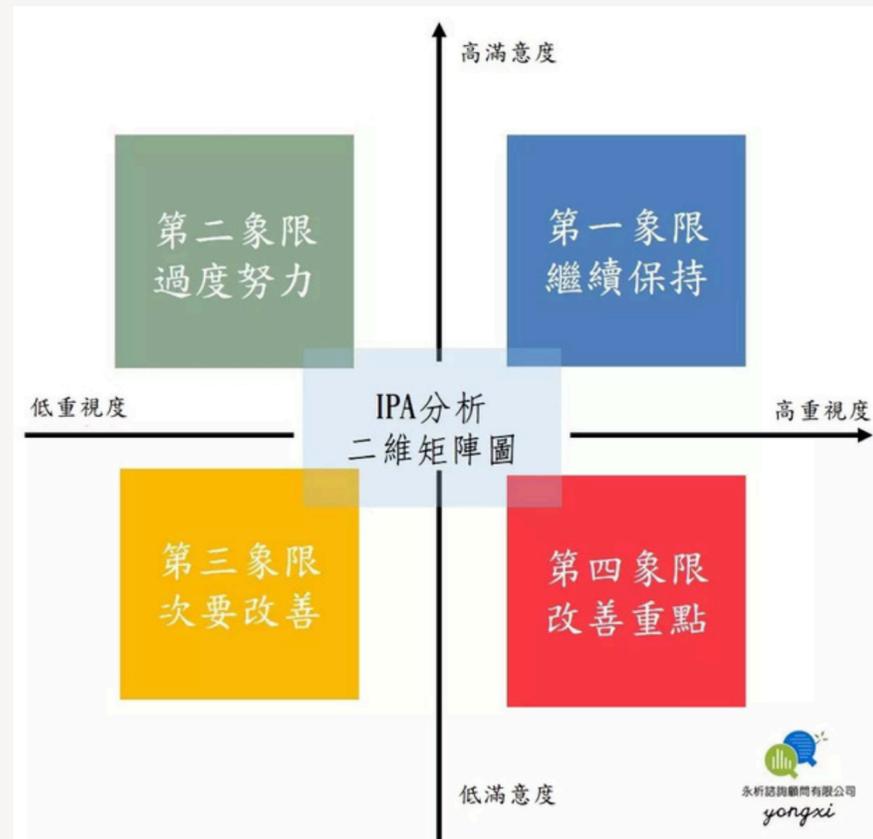
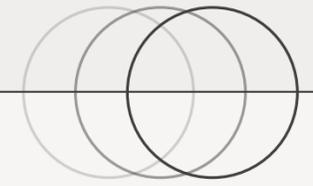
	<p><b>CSR</b></p> <p>Corporate Social Responsibility</p>	<p><b>ESG</b></p> <p>Environmental, Social, Governance</p>	<p><b>SDGS</b></p> <p>Sustainable Development Goals</p>
<p><b>發佈時間</b></p>	<p>1999年提出， 2000年正式啟動。</p>	<p>2004年聯合國首次提出， 2005年正式使用。</p>	<p>2015年193個會員國通過， 2016年正式啟動。</p>
<p><b>指標涵義</b></p>	<p>強調企業自願對社會與環境負責，包括減少污染、支持社區、改善員工福利、提升治理透明度等。重點是企業願意「做好事」、回饋社會並展現正向影響。</p>	<p>用來量化評估企業的永續表現，包含環境（如減碳、節能）、社會（勞工權益、供應鏈、平等）與治理（透明度、反貪腐）。目的是讓投資人看見企業是否真正永續經營。</p>	<p>是聯合國制定的17項全球永續目標，涵蓋貧窮、教育、能源、城市、氣候、生態等領域，用來引導國家與企業在2030年前共同推動更公平、安全且永續的世界。</p>



蝴蝶圖



循環指標圖



IPA模型圖