

電動行李箱企劃書

企劃人員：

經濟四乙 張易軒 409352658

新聞四 徐玉淳 409060736

應美四 胡秀涓 409440699

應美四 蔡昕蓉 409440546

目次

摘要.....	1
市場分析.....	1
產品特色.....	1
產品定位及價格策略.....	2
競爭格局.....	2
目標客群及其需求.....	2
便捷性.....	2
安全性.....	2
功能性.....	2
銷售目標.....	3
營銷策略.....	3
網路行銷.....	3
KOL 推廣.....	3
實體通路.....	4
時間表.....	4
人員安排.....	4
預算.....	4
評估方案.....	4
市場展望及結論.....	4

摘要

本企劃書針對可登機的電動行李箱進行銷售企劃，目標客群為喜歡旅行的家庭、攝影師、科技愛好者。銷售目標為在 2024 年第一季度內，銷售 10000 台。

銷售策略為以線上線下相結合的方式進行，線上主打電商平台，線下主打門市銷售。產品定位為高品質、多功能的電動行李箱。價格策略為參考同類產品，定價為新台幣 19800 元。促銷策略為在上市初期推出限量優惠，並在社群媒體上進行宣傳推廣。渠道策略為與各大電商平台合作，並在門市設置專櫃。

市場分析

由 2023 年市場研究機構 IDC 的調查數據顯示，台灣電動行李箱市場規模約為新台幣 10 億元、年成長率約為 10%。預計在 2025 年將成長到新台幣 20 億元。電動行李箱市場的成長主要來自於消費者對便利性的需求增加、旅遊業的復甦、電動行李箱價格的下降等因素。主要需求來自於喜歡旅行的消費者，尤其是家庭、攝影師、科技愛好者。

產品特色

電動行李箱有兩種模式可供選擇，可設定為騎行模式或手動拖拉牽引模式。騎行模式速度可達到 8 公里/小時，讓使用者輕鬆穿梭在機場或旅遊景點之間。而手動拖拉牽引模式則可在需要時輕鬆地拉著行李箱走路。此外，這款行李箱的伸縮拉杆可手動隱藏，方便收納和攜帶。智能把手集加速剎車倒後於一體，操作更加方便。

行李箱的材質為進口德國層壓板和台灣奇美 ABS，具有優良的防水效能和強大的承載能力。輪胎採用 TPU 材質，耐磨損性強，適合各種地形的使用。還有行李箱內建國際 TSA 程式鎖及可拆卸 1980MAH 電池組，設有 USB 插口，可為手機、電腦充電。

再來尺寸為 575x385x250mm，重量僅 6.6kg，但承重能力卻能達到 110kg。最後，行李箱附帶原廠配件 1 年保養，電池半年保養。並且，它還具有專屬的簡易 APP，可控制速度模式、照明及亮燈模式等，讓旅行更加便利。

產品定位及價格策略

產品以高品質、多功能、智能化為定位，打造差異化競爭優勢。價格參考同類產品，定價為新台幣 19800 元。

競爭格局

目前，智慧型行李箱市場呈現多元化發展態勢，品牌競爭激烈。主要品牌包括小米、榮耀、360、米家、Samsonite、Travelpro、Rimowa 等。

目標客群及其需求

目標客群為喜歡旅行的家庭、攝影師、科技愛好者。對於智慧型行李箱的需求主要體現在以下幾個方面：

便捷性

針對常旅行的小家庭和到處往外跑的攝影師，智慧型行李箱可提供騎行模式、手動拖拉模式等多種出行方式，讓孩子走路不會腿痠還有也能減輕攝影師揹器材等重物的負擔。

安全性

智慧型行李箱配備防盜鎖、防失提醒等功能，使隨身物等貴重物品更加安全。

功能性

智慧型行李箱可提供照明、亮燈、USB 充電等功能，能讓攝影師好好進行夜間拍攝。

銷售目標

2024 年，智慧型行李箱銷量達到 1 萬個。

營銷策略

網路行銷

可以利用自媒體平台如 Facebook、Instagram 和 YouTube 開設官方帳號，發佈相關產品資訊、影片、活動等內容用以精準觸及目標客群並提高品牌知名度。

在社群網路的內容行銷上，也可以針對不同目標客群，撰寫不同主題的文章、影片或是結合時事的梗圖以增加吸引力。

在各大電商平台開設官方旗艦店，推出新品上市優惠、滿額贈禮、積分兌換等促銷活動。還有推出新品預購活動也能提高消費者的期待感。這種方式可以讓消費者在產品上市前就能預先訂購，創造出一種獨特的體驗和價值。

最後，舉辦抽獎活動也是一個吸引消費者分享產品資訊的方法。透過參與抽獎，消費者有機會獲得免費或優惠的產品，同時也能增加品牌在社交媒體上的曝光度。

KOL 推廣

與知名 KOL 合作，進行產品開箱、試用等影片拍攝以及與 KOL 合作舉辦抽獎活動，吸引粉絲參與。為考量預算，KOL 的挑選不以人氣作為第一優先，主要挑選對方是否在該產品和行業上有多少知識、對受眾而言是否足夠有深度、有洞察力的評論。

實體通路

在百貨商場、專賣店等線下渠道，舉辦新品發佈會並舉辦試用和限時促銷活動，不僅讓消費者能夠親身體驗產品並做出購買。同時也透過提供特別優惠價格，刺激購買意願，增加銷量。

舉辦實體活動例如電動行李箱快閃店、電動行李箱教學課程。此外也能與旅行社合作，購買智慧型行李箱就送國旅相關優惠方案。

時間表

2024 年 1 月產品研發完成，開始生產。2024 年 3 月產品上市，開始銷售。

人員安排

銷售團隊由 10 人組成，負責產品銷售、推廣、售後服務等工作。

預算

產品研發：500 萬元 生產：2000 萬元 銷售推廣：3000 萬元

評估方案

銷售目標達成率、銷售額增長率、消費者滿意度等指標及透過 Google 搜尋趨勢、社群媒體討論度等進行品牌知名度評估，再透過 Analytics 進行分析，最後透過前述兩款工具了解轉換率。

市場展望及結論

隨著人們生活水平的提高以及國內外疫情解封，旅遊需求也越來越高。而行李箱作為旅行必備的配件，也越來越受到消費者的關注。隨著科技的發展和人們對旅行便利性的需求，電動行李箱市場前景非常廣闊。在國際市場上，人們對旅

行便利性的需求日益增加，特別是在一些旅遊熱門國家和地區，因此電動行李箱的市場需求也會跟著增加。

再者，隨著科技的發展，電動行李箱的功能和性能也會不斷提升。例如，一些高端的電動行李箱已經具備了智能控制、遙控駕駛、自動跟隨等多種功能。這些新功能的出現，不僅滿足了消費者對旅行便利性的需求，同時也為電動行李箱市場帶來了更多的發展機遇。

最後，隨著綠色出行的理念逐漸普及，電動行李箱也成為了一種綠色出行方式。相比傳統的行李箱，電動行李箱可以減少人們的體力消耗，同時也可以減少對環境的污染。因此，未來隨著綠色出行理念的逐漸普及，電動行李箱市場的需求也會逐漸增加。

總的來說，隨著人們對旅行便利性的需求越來越高，我們很看好電動行李箱市場的前景。