

# (更新) 泥盆紀Mudevon™事業計畫書

## 泥盆紀Mudevon™

賦予植物新的居家身份，創造都會世代的極致室內園藝生活。



Facebook : [泥盆紀 Mudevon Studio](https://www.facebook.com/profile.php?id=100071259662503&mibextid=LQQJ4d)

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100071259662503&mibextid=LQQJ4d>

Instagram : [@Mudevon.studio](https://www.instagram.com/mudevon.studio/)

<https://www.instagram.com/mudevon.studio/>

## 第一章：事業總覽

### 1.1 公司背景

泥盆紀Mudevon™是一家專注於室內植物和質感生活的創新傢俱品牌，致力於為年輕都會世代提供融合美學、實用性和創新功能的園藝產品。我們將創建一個能夠讓消費者在室內打造美觀且有品味的植物空間的品牌。

## 1.2 產業背景

室內植物和質感生活風格在當今社會日益受到重視，人們追求將自然元素融入家居環境中，以提升居住品質。這種趨勢不僅體現在個人的生活態度上，也在室內設計和傢俱市場上展現出明顯的增長。

- [三立新聞：2023艸植感百攤大展 / 1棟透天厝掛牆上！鹿角蕨聖品喊價700多萬 千萬級「綠金」曝光](#)
- [遠見雜誌：年輕世代為何植物瘋？一片葉子5萬，玩家乾脆變賣家](#)
- [天下雜誌：500～30萬都有！被植物救贖的爆肝設計師，開觀葉專門店預約滿檔](#)
- [交流雜誌：「植物家長」成兩岸年輕人新趨勢](#)

[https://tw.news.yahoo.com/%E7%8D%A8%E5%AE%B6-1%E6%A3%9F%E9%80%8F%E5%A4%A9%E5%8E%9D%E6%8E%9B%E7%89%86%E4%B8%8A-](https://tw.news.yahoo.com/%E7%8D%A8%E5%AE%B6-1%E6%A3%9F%E9%80%8F%E5%A4%A9%E5%8E%9D%E6%8E%9B%E7%89%86%E4%B8%8A-%E9%B9%BF%E8%A7%92%E8%95%A8%E8%81%96%E5%93%81%E5%96%8A%E5%83%B9700%E5%A4%9A%E8%90%AC-%E5%8D%83%E8%90%AC%E7%B4%9A-%E7%B6%A0%E9%87%91-040012151.html)

<https://www.gvm.com.tw/article/88124>

<https://www.cw.com.tw/article/5122899>

<https://www.sef.org.tw/article-1-204-13979>

## 1.3 產品與服務

我們的第一款主打產品是**Oval植燈架**，這是一種結合了室內園藝景觀和植物養護功能的創新設計。這款產品以全不鏽鋼製造，具有模組化設計和整合電器功能，能夠滿足消費者對於室內植物照顧和美學需求的同時，提供耐用且實用的解決方案。

## 1.4 目標市場

我們的目標客戶是那些重視生活品味、喜歡在室內培育植物的70-80後年輕族群。透過提供具有輕奢設計和創新功能的產品，我們致力於滿足他們對於室內空間美感和生活品質的追求。

## 1.5 使命與價值觀

我們的使命是讓植物無痛走進室內，提供優雅且創新的都會園藝產品，讓消費者能夠在家中輕鬆打造美麗的室內植物空間。我們的核心價值觀包括有品味、享受生活、和自然冒險。

## 1.6 競爭優勢

泥盆紀Mudevon™的競爭優勢在於輕奢設計和創新功能。相較於一般櫃架、DIY櫃架以及其他競爭者，**Oval植燈架**提供更為耐用、美觀且符合現代生活方式的解決方案。

這是泥盆紀Mudevon™事業計畫書第一章的總覽，更多詳細資訊將在後續章節中呈現。

## 第二章 產品與服務

### 2.1 主打產品

泥盆紀Mudevon™第一款的主打產品是**Oval植燈架**，這是一種融合美學設計和實用性的創新傢俱。Oval植燈架的特點在於其材質選用全不鏽鋼，保證優越的耐久性和精緻的外觀。



### 2.2 產品特點

- 全不鏽鋼製造：以高品質不鏽鋼打造，確保產品在潮濕環境下的優越耐用性，能夠長時間保持外觀新穎。
- 模組化設計：採用模組化結構，消費者可以根據植物的種類、自己的需求和使用場景自由組合，打造出獨一無二的植物擺設。
- 整合電器：設計考慮到現代生活的需求，植燈架可輕鬆加裝軌道燈，為室內植物提供適宜的照明。

### 2.3 消費者需求點



泥盆紀Mudevon™的**Oval植燈架**針對消費者的痛點、癢點、爽點和夢點提供解決方案：

- 痛點解決：提供植燈架，確保環境清潔，並以全不鏽鋼材質確保產品的耐用性。
- 癢點滿足：考慮植物的尺寸，設計標準規格，讓消費者能夠更輕鬆地照顧植物。
- 爽點、夢點實現：鼓勵消費者打造超美室內植物園或博物館，提供模組化的設計，增加植物擺設的層次感和美觀性。

## 2.4 競爭優勢

泥盆紀Mudevon™的植燈架擁有明顯的市場優勢：

- 美觀：植燈架的底盆、頂網、背板都可放置植物，打造層次感豐富的美麗植物擺設。
- 耐用：產品以全不鏽鋼製造，確保耐用性，避免木頭會爛、鐵會生鏽的問題。
- 方便：設計了接水盤與水管，使用戶可以直接對植物澆水，不再需要再一盆一盆拿出來，同時保持環境乾淨。
- 靈活：模組化的設計允許消費者依據使用場景自由組合，增加擺設的靈活性。
- 整合電器：輕鬆加裝軌道燈、軌道風扇、或是燈條，提供植物適宜的照明，滿足現代生活需求。

這些特點結合在一起，使泥盆紀Mudevon™在市場上擁有獨特的競爭優勢。

# 第三章 市場分析

## 3.1 產業趨勢

室內植物與質感生活的持續崛起為我們提供了廣泛的市場機會。Y與Z世代的消費者追求質而不是量，越來越注重創造一個溫馨、有質感且舒適的居家空間，這使得室內植物成為裝飾的重要元素。同時，質感生活的興起促進了對於高品質傢俱和設計創新的需求，我們的品牌正是致力於滿足這一趨勢。

## 3.2 目標消費者

我們的目標消費者是年齡在70-80後的年輕室內植物初心者。這群消費者注重個人感受、生活品味，並熱愛在室內培育植物。這一族群追求個性化的生活方式，他們願意投資在提升家居氛圍上，並尋求獨特、輕奢的設計。

### 3.3 差異化策略

為了在競爭激烈的市場中脫穎而出，我們在產品設計及行銷過程中注重以下差異化策略：

- 輕奢設計：我們的產品將注重精緻、優雅的外觀，與只追求低價與功能的競品及傳統植物用品區隔。
- 創新功能：透過大量使用者研究，Oval 植燈架的設計重新定義了植物架一類的產品，其造形設計、模組化設計以及整合電器的功能，將滿足消費者一直沒被看見的需求。
- 靈活通用：設計是我們團隊最引以為傲的專業能力之一。我們的產品考量了相當多種類的植物、以及各類型室內空間，可依使用場景自由組合，使消費者擁有更多擺設的可能性。

### 3.4 競爭分析

目前植物架市場在一個成長快速但是尚不成熟的情況。根據我們的市場研究，目前消費者有下這些選擇。

- 一般通用櫃架：傳統櫃架不考慮植物的需求，容易產生使用上的不便、規格尷尬，而且材質不耐用。
- DIY櫃架：處理麻煩、昂貴且品質參差，不符合追求高品質生活的消費者期望。
- Milestone塊根架及其仿製品：面向高階市場，僅適用於塊根植物和風格，且鐵製、價格偏高。
- CitySens 植物層架：台灣未進口、追求設計導致過度簡化，而無法完整滿足亞洲都會使用需求
- 大型模組化植物牆：昂貴、難組裝，不符合追求簡便的消費者需求。

### 3.5 市場需求

我們的植燈架針對消費者的痛點和需求提供解決方案：

- 痛點解決：耐用的全不鏽鋼製造，避免了一般架子木頭會爛、鐵會生鏽的問題。
- 規格符合需求：模組化的設計，可根據不同植物的大小進行調整。
- 植物照顧更輕鬆：整合了接水盤與水管，使植物的照顧可以直接澆水更加輕鬆。

### 3.6 消費者特性

台灣消費者傾向於先以外觀決定購買傾向，而後分析功能來說服自己。我們將針對這種消費心理，以「先抓住心，再說服腦」的方式進行行銷，透過場景式媒體強調Oval 植燈架的美觀設計，並清楚地表達它能優秀地滿足實用性需求。

### 3.7 行銷目標

透過強調品牌的有品味、享受生活、自然冒險家的個性，以及產品的獨特之處，我們的行銷目標是傳達品牌價值，讓消費者認同並期待成為植物「玩家」並有十足「品味」的身份。

以上市場分析將有助於我們更深入了解植燈架產品在市場中的定位，以及如何更有效地滿足目標消費者的需求。

## 第四章 行銷策略

### 4.1 品牌定位與個性

- 品牌個性塑造：打造有品味、年輕、自然冒險家風格，強調與室內植物相互融合的生活方式。
- 溝通口吻：在行銷活動中以親和力十足的口吻，強調植燈架不僅是產品，更是生活態度的象徵。
- 例如無印良品、IKEA等家居用品品牌，我們不只向消費者敘述我們的產品價值，更經營一種我們的目標客群所期待的「生活態度」。

### 4.2 行銷時程規劃

- 樣品試賣階段（12/11～1/26）：
  - 樣品檢驗：最後一次使用性檢驗
  - 2024品牌經營與企劃完成：詳細說明品牌核心價值、目標市場
    - 與成大工設賴柏志老師的Allrover 募資顧問公司持續合作，檢驗修整商業設定與募資企劃
  - 2024募資品牌前置作業：建立網站、持續更新社群平台
  - 限時限量試賣樣品，完整操作銷售流程並確認產品完整性
- 噴噴前置作業（1/29～2/16）：
  - 定義募資期間關鍵品牌訊息：強調品牌核心價值、與目標市場的連結
  - 公司建設完成：與成大加速中心及專業會計師事務所合作，確保公司形象正面且專業
  - 募資頁面完成：與有募資經驗的專業團隊BuzzerStudio 博則行銷設計工作室合作，累積富有爆款潛力的募資頁面與媒體素材
  - 社群平台經營：持續與潛在消費者建立互動，強化品牌知名度
- 預熱階段（2/19～3/1）：
  - 取得第一批名單：透過問卷、算命或抽獎方式獲取潛在客戶名單
    - 算命：你是什麼植物？營造趣味性與參與感。使用GitHub 模組製作。
  - 社群平台貼文：

- 我用心您放心：介紹公司理念與團隊，強調品質保證
- 我設計您期待：展示植燈架的各種可能性，表現出Oval 植燈架強大的美感價值
- 預熱階段行銷目標：加強品牌形象與知名度，建立與潛在客戶的連結
- 募資上線（3/4～3/29）：
  - 聯絡預熱階段名單：透過社交媒體平台或電子郵件，聯絡預熱階段有興趣的觀眾，吸引至募資平台下單。
  - 植物生活KOL網紅合作宣傳
  - 推播lookalike audience：利用社交媒體廣告功能，擴大接觸目標客戶群。
  - 下單刺激、誘因更新：
    - 提供早鳥優惠、贈品或其他誘因，鼓勵支持者參與
    - 讓贊助人分享：推動參與者分享活動，擴大宣傳效果
  - 上線階段行銷目標：提高轉換率，確保順利達成募資目標

#### 4.3 社群互動與傳播

- 預熱階段社群管理：建立並積極參與社群，回應粉絲詢問，分享植燈架的使用心得，營造品牌社區感。
- 多通路傳播策略：利用社交媒體、合作KOL等多種手段，發佈品牌故事、設計理念，引起受眾記憶與互動。

以上行銷策略旨在在募資前期建立品牌知名度，透過創意與互動增進消費者與品牌的連結，提高募資成功的機會。

## 第五章 財務規劃

### 5.1 啟動資金需求

經初步評估，我們預計2024年初在募資啟動階段需要的資金總額為100,000-120,000元。這筆資金將用於生產原型、行銷宣傳等各方面的開支。噴噴平台將是我們初始階段的主要銷售途徑，目標銷售1,000,000元。

您可能驚訝於我們的資金需求預估總額，它低於當前的群眾募資市場現況。這是因為我們透過成大產創中心及成大工設系的協助，與多個專業的商業、設計、製造團隊與企業合作，大大降低了行銷及製造的初始成本。

### 5.2 群眾募資前啟動成本分析

- 前期產品製造成本：\$ 20,000/ 10 pcs
  - 材料：不鏽鋼、附屬配件等
  - 生產工藝費用
  - 檢驗與試用樣品
- 行銷成本：\$ 50,000 - 75,000
  - 媒體素材拍攝與製作
  - 廣告、社群媒體行銷費用
  - 合作夥伴、KOL網紅推廣費用
- 運輸與物流成本：\$ 10,000
  - 原材料運送
  - 成品運送
  - 庫存管理
- 營運成本：\$ 5,000
  - 嘖嘖募資平台抽成
  - 人事成本
  - 其他雜費

### 5.3 收入預測

基於市場調查以及預期的銷售價格，我們預測募資後常態經營階段第一年的月均銷售量為10-20個植燈架及200-300個小型外國品牌植物用品。以單品價格計算，預估月總收入為\$250,000-450,000元。

然而，在募資平台銷售期間，我們預計通過嘖嘖平台的贊助將能夠銷售200-300個Oval植燈架，籌集700,000-1,100,000元，作為品牌事業啟動資金。

### 5.4 盈虧平衡分析

進行盈虧平衡分析，考慮到固定成本和變動成本，我們預計在35個植燈架的銷售量下達到盈虧平衡點。這將是我們營運的重要里程碑，標誌著公司開始實現獲利。

### 5.5 群眾募資後成本結構

獲得嘖嘖募資資金後，我們將按以下比例分配資金：

- 生產製造：55-65%
- 後續品牌行銷宣傳：5-7.5%
- 團隊成員分潤：3% x 5位



- 營運成本：1.5-3%
- 嘖嘖平台手續費：8%
- 事業投資人分潤：2-8%

## 第六章 團隊組織架構與發展歷史

### 6.1 創辦人

#### 童宇陞

- 職稱：CEO、工業設計師
- 簡介：具備豐富的工業設計經驗，致力於將美學融入實用的產品中，是公司的領導者與創意靈魂。
- 簡歷
  - 成功大學 工業設計研究所 碩士在讀
  - 前 SAMPO聲寶公司 實習工業設計師
  - 2023壓克力設計競賽 銀獎
  - 2022 教育部大專院校募資競賽 全國第四
  - 成功大學 生命科學系 學士畢業
  - 前 成功大學創新創業聯合會 設計長
- 作品集連結 <https://www.behance.net/gallery/180726401/Portfolio-2023-Industrial-Design-by-Eason-Tung>

### 6.2 主要團隊成員

#### 江佑均

- 職稱：製程工程師
- 簡介：負責產品製造過程的工程細節，擁有豐富的製程知識，確保產品品質和生產效率。
- 簡歷
  - 清大 藝術與設計學系 畢業
  - 傳統陶瓷工業技術者
  - In-house 工業設計師

#### 李心怡

- 職稱：專案管理、財務會計
- 簡介：專業的專案管理者，同時負責公司的財務會計工作，確保項目進行順利且財務良好。
- 簡歷
  - 成功大學 交通管理系 畢業

- 台北商業大學 財政稅務系 畢業
- 前 偉門智威廣告公司業務、品牌行銷專案執行
- 前 誠泰聯合會計師事務所 審計人員

#### 曾翔平

- 職稱：植物培育測試與技術開發
- 簡介：擁有深厚的植物學知識，負責開發植物培育技術，確保植物在植燈架上能夠茁壯成長。
- 簡歷：
  - 中興大學 園藝學系 畢業
  - 世茂農業生技股份有限公司 儲備幹部

#### 洪晟方

- 職稱：商業開發助理、市場研究
- 簡介：負責商業開發及市場研究工作，協助擴大品牌影響力，確保公司在市場中的競爭地位。
- 簡歷：
  - 成功大學 都市計畫學系 在讀
  - 全國大專院校商業個案大賽19th 第一階段

### 6.3 合作夥伴

在許多情況下，我們與專業的合作夥伴建立緊密的合作，包括加速中心、製造商、營銷專家以及其他相關領域的專業人才。

1. [成大新創加速中心](#)
2. [Allrover® 募資顧問](#)
3. [Buzzer Designs Studio](#)

<https://startup.ncku.edu.tw/>

<https://www.allrover.com.tw/about.php>

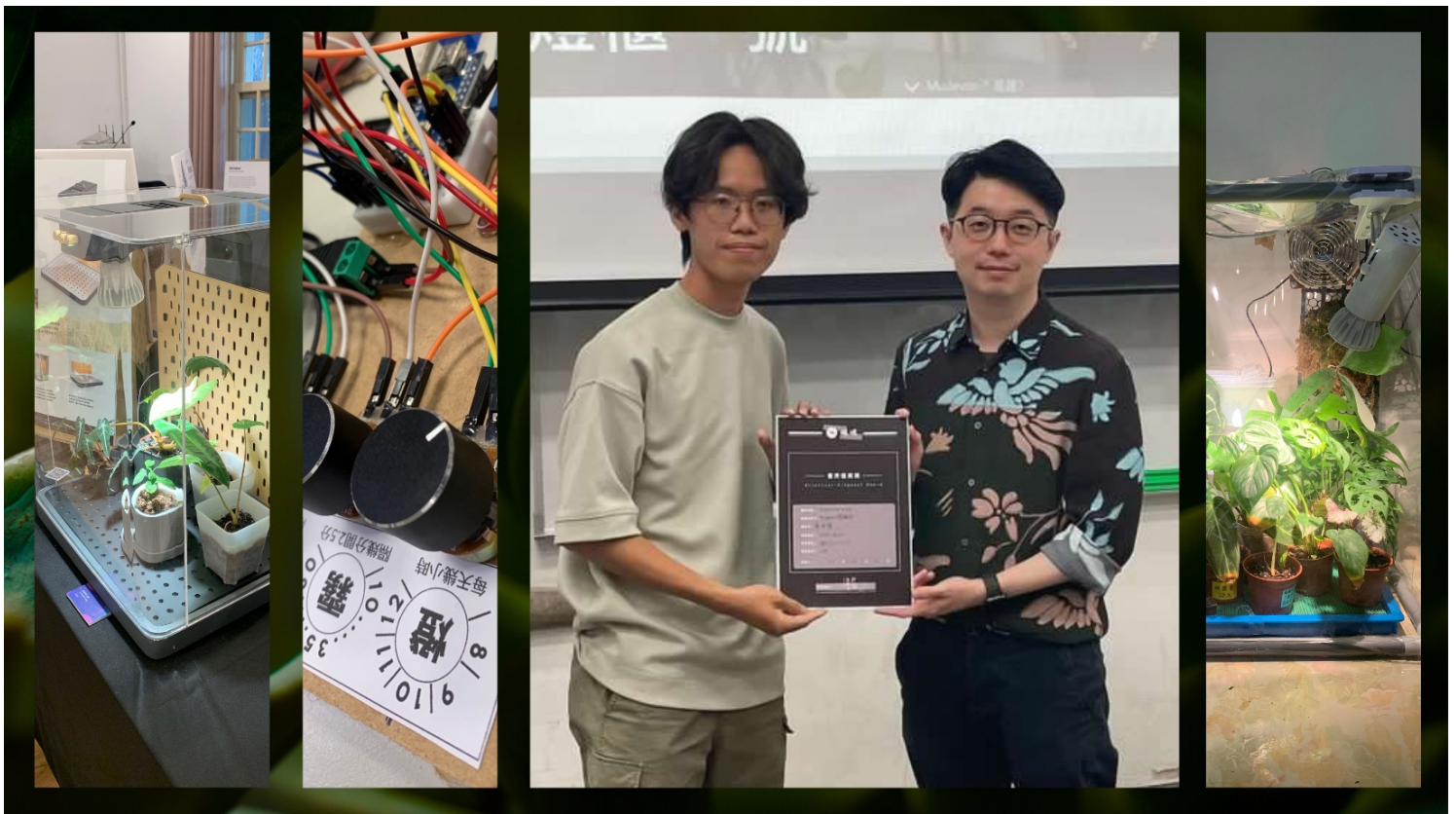
<https://www.instagram.com/buzzer.designs.studio/>

### 6.4 發展歷史

- 創業初期：
  - 2022.08 童宇陞開始設計植燈架產品的雛形
  - 2022.11 童宇陞完成植燈架的第一版功能原型機
  - 2022.12 植燈架在成大工設系期末展展出，獲得迴響

- 2022.12 植燈架榮獲 成大工設創意商品化與市場驗證課程 最佳募資提案
- 2023.01 泥盆紀Mudevon™ 成立，由童宇陞創辦。開始著手植物架產品的研發，以及商業開發團隊的招募。
- 團隊逐步擴大：
  - 2023.02 江佑均、李心怡相繼加入，為公司注入豐富的製程工程和專案管理、財務專業知識。
  - 2023.02 洪晟方的參與為公司帶來市場研究和商業開發的新視野與活力。
  - 2023.03 曾翔平的加入使公司在植物培育技術方面更具競爭力。
- 市場驗證與擴展：
  - 2023.04 植燈架養殖測試基地在台南新營成立，長期紀錄、測試與驗證產品技術
  - 2023.05 奪NTUE校園創業提案 特獎。
  - 2023.06 榮獲嘖嘖募資平台與成大合作課程 創意商品募資實務 最佳產品，由嘖嘖募資平台創辦人 徐震 先生親自頒獎。
  - 2023.07 成為 成大新創加速中心 創新圓夢計劃獲選團隊
  - 2023.08 成功大學學術日活動，邀請泥盆紀Mudevon™ 代表學生團隊演講
  - 2023.09 Oval植燈架 設計完成
  - 2023.10 Oval植燈架第一批樣品 打樣完成
  - 2023.11 於成大圓夢計劃成果展展出

團隊成員擁有不同專業背景，彼此補充，確保公司在產品開發、製造、行銷以及財務管理等方面具有全面的能力。我們注重團隊協作，致力於打造一個共同追求卓越的團隊文化。







## 第七章 募資風險與應變策略

### 7.1 市場風險

**風險描述：** 消費者反應與需求細節差異波動可能影響銷售表現，市場競爭激烈可能導致價格競爭。

**應變策略：**

1. 募資顧問合作：Allrover®公司富有募資經驗，數次打破台灣募資紀錄。該團隊已經長期輔導我們團隊，使我們的產品面完整而成熟。
2. 行銷專業合作：募資行銷方面，我們與Buzzer Designs 博則設計工作室合作，該團隊有數次募資上架及行銷多媒體專案拍攝經驗。
3. 設計結合製造：Oval植燈架的一個產品優勢，是它可以無鋼模製造。這是因為我們在設計時有考慮到製造成本，讓產品的製造有高技術低成本的特性。
4. 品牌創新差異化：我們的產品與競品差異大。行銷過程中，我們將強化品牌特色，提供消費者獨特價值，避免直接削價競爭。
5. 行銷策略調整：募資行銷過程中，我們將靈活調整行銷策略，包括KOL、社群行銷、優惠組合等，以因應實際消費者反應。

## 7.2 生產供應鏈風險

風險描述：生產、製造、運輸等環節的問題可能導致產品延遲、品質問題等。

應變策略：

1. 多元製造商：我們在打樣階段就已經與逾十家工廠合作，這讓我們建立多元化的製造商合作，降低對單一製造商的依賴。
2. 嚴格品質控制：我們將在製造過程及出貨前實行嚴格的品質檢測標準，確保產品品質穩定。
3. 緊急應變計劃：我們將與顧問合作，為該產品的製造制定應對生產和運輸問題的應變計劃，迅速處理問題，以減少損失。

## 7.3 法規與合規風險

風險描述：未能遵守相關法規與標準可能引起法律訴訟，甚至造成業務中斷。

應變策略：

1. 法律顧問：我們將與成大新創加速中心合作，與合格的法律顧問諮詢洽談，確保公司能遵守相關法規。
2. 團隊培訓與應變：執行團隊法律培訓，確保每位員工了解並遵守相關法律法規。同時針對對外法律潛在風險，討論並制定應變措施。
3. 案例風險評估：針對其他募資案的過往案例，進行內部風險評估與案例檢討，檢查法規變化，並做好預防與應對措施。

以上應變策略針對新募資平台上架公司提出，並旨在降低風險，確保公司在面臨挑戰時能夠迅速且有效地應對，維護業務穩健運作。

# 第八章 未來展望

## 8.1 1-2年目標：

- Oval植燈架成功群眾募資：將團隊用心開發近一年的產品上架募資平台，並積極敏捷地進行行銷活動。
- 市場佔有率提升：產品募資後透過積極的行銷策略，穩定持續銷售，迅速提升本品牌在目標市場的知名度和市場佔有率。

- 擴大產品線：除了植燈架，開發更多創新的室內植物相關產品，滿足消費者不斷變化的需求，強化品牌的多元性。
- 建立品牌社群：透過社交媒體平台與消費者建立深厚的互動，創造具有共鳴的品牌社群，提高顧客忠誠度。

## 8.2 3-5年目標：

- 國際網路市場擴張：進一步拓展至國際市場，將泥盆紀Mudevon™品牌推向全球，利用國際平台增加品牌銷售通路。
- 技術創新：持續投入研發，引用更多獨家智財、製造技術、及科技專利應用於產品中，提高產品競爭力，並在市場中加大差異化優勢。
- 永續經營與社會參與：積極參與環境保護與社會公益活動，樹立企業良好形象，同時透過公益活動回饋社會，彰顯企業社會責任。

以上目標將成為我們持續努力的方向，期許泥盆紀Mudevon™不僅在台灣市場取得成功，更能在國際舞台上展現出獨特的品牌價值。這些目標將逐步實現，並成為公司發展的里程碑。

# 第九章 鳳凰新創平台合作展望

我們期待與鳳凰平台建立緊密的合作夥伴關係，並相信在您的協助下，我們的事業將能夠迎來更大的成功。

## 9.1 評估回饋與輔導

鳳凰平台的專業團隊，我們期待著您提供對我們的產品以及事業計畫書的評估回饋。這將有助於我們更全面地了解市場機會、風險，以及改進我們的營運策略。

我們也熱切期待參與鳳凰平台提供的新創輔導計畫。這將為我們提供實用的工具、指導與資源，協助我們在初創階段迅速成長，克服各種挑戰。

## 9.2 引導資金與投資

我們願意積極參與您的資金引導與投資計畫。透過您的引導，我們希望能夠接觸到更廣泛的消費者群體，以支持我們的募資目標。我們預計需要對外募資20,000-70,000元

回饋我們的外部投資人，目前計畫於上架噴噴後直接按固定百分比分潤，這是群眾募資新創的通常模式。分潤比例與詳細形式可談。



### 9.3 合作夥伴引介

在我們事業的成長過程中，我們相信合作夥伴關係的重要性。期待鳳凰平台能夠引介適合的合作夥伴，共同攜手推動我們事業的發展。

謝謝鳳凰平台的受理與支持，我們深感榮幸能夠參與您的輔導計畫，並期待透過這份合作，共同創造出一個成功的故事。謹代表泥盆紀Mudevon™ 團隊，衷心感謝您的支持與協助。

