

【附件三】 成果報告

封面 Cover Page

教育部教學實踐研究計畫成果報告

Project Report for MOE Teaching Practice Research Program

計畫編號/Project Number：**PSK1100504**

學門專案分類/Division：**[專案]技術實作**

執行期間/Funding Period：2021.08.01 – 2022.07.31

計畫名稱/Title of the Project

以問題導向學習法及創業思維聚焦香粧品專案企劃及實作之學習成效探討

配合課程名稱/Course Name

香粧品專案企劃

計畫主持人(Principal Investigator)：蔡秀芬

協同主持人(Co-Principal Investigator)：陳瑩容

執行機構及系所(Institution/Department/Program)：高雄醫學大學

/香粧品學系

成果報告公開日期：

☒立即公開 ☐延後公開(統一於 2024 年 9 月 30 日公開)

繳交報告日期(Report Submission Date)：2022.09.20

計畫名稱/Title of the Project

以問題導向學習法及創業思維聚焦香粧品專案企劃及實作之學習成效探討

一. 本文 Content (3-15 頁)

1. 研究動機與目的 Research Motive and Purpose

本計劃之研究動機基於觀察到教學現場的兩大問題:學生主觀上欠缺市場面的思維及客觀上面臨教學資源的缺乏，所以在香粧品專案企劃(大三下)及香粧品專案實作及成果展(大四上)這兩門課程上，只能紙上談兵，不利於學生的學習成效及學習成就感，故本研究計劃希望透過情境的導入及資源的導入提升學生專案企劃及實作的能力，進而能接軌產業關於產品開發所需求的人才素養。

故本計劃之研究目的如下：

- 探討學習情境及教學資源的衡量變項
- 探討學習情境如何建構及學習情境如何影響學習成效
- 探討教學資源如何重組及如何影響學習情境
- 探討教學資源如何影響學習成效

2. 文獻探討 Literature Review

以問題導向學習法(Problem-based learning; PBL)運用於課程設計中

本計劃以香粧品專案企劃(大三下)為教學實踐的課程，課程所設定的教學目標“以鏈結香粧品產業，培育具有產業實務能力為目標”，具體上學生在課程完成後應能分析市場環境，瞭解消費者痛點，開發具市場潛力的產品及能研發新產品，調劑產品配方。

PBL 的以下特徵非常適用於本課程的進行：

- a. 以結構模糊之真實性問題(ill-structured problem)來建構學習情境及課程設計:PBL 非常重視情境化的學習，經驗發生於真實世界，當學生一開始在思考--消費者的痛點何在?如何解決這個痛點?現有競爭產品有哪些?我們產品的差異化及定位

點在哪裡?這一系列的問題充滿無限可能，組員中的每個人基於自己的生活經驗及先備知識來回答問題，並接受其他組員的挑戰，進而在解題過程中發展後設認知的技能來導引自己的推理能力(Stepien & Pyke, 2000)。這些結構模糊的問題也正是業者每天面臨的決策情境，我們運用這個過程，提前訓練學生對產業認知的能力，有利於畢業後的產學接軌。

- b. 學生扮演**問題持有者**的角色:Piaget(1976)的認知論認為，知識是學習者以內心的基模(schema)為主，不斷的與環境中的資源互動，經過同化(assimilation)與調整(accommodation)的認知過程。因本計劃的實踐課程，置於大三下，學生在修習本課程時已修了大部份系上關於香粧品產業**研發及行銷兩大模組**的必修及選修課程，也就是他們已具備某種程度的“先備知識”及對事物的“認知結構”，在此情況之下，對於上述結構模糊之真實性問題**才能有提問題及解決問題的能力**，在情境的導引下，也才有能力蒐集資料進行討論，面臨新舊知識的衝擊，進行知識的建構及整合，學習於不同情境下的不同解決方案。
- c. 教學者是**學習的促進者**:社會建構論的課程設計包含主動建構、情境認知、社群及對話，等四項主軸(Singer, Marx, Krajcik, & Chambers, 2000)，透過認知教練及情境設計來引導學生的思考。在本計劃中，教學者扮演的角色，包含撰寫問題、提供資源、及建立氣氛、促進自我學習等。筆者於第一次教授此課程時(108年-2)，即發現課堂上集體說明問題的效果，不如到各組個別討論，因為每一組要發想的產品主題不同，對同一資源的需求程度也不同，每一組的成員組成不同(研發及行銷模組的比例不同)，氣氛也不同，所以除了導引專業知識的學習之外，團隊成員間如何順利進行亦是一項重要的課題，PBL的教學方式有利於教學者兼顧這二項因素，確保學習的過程能夠順利進行。
- d. 小組**合作學習**:小組合作學習是 PBL 重要的學習策略(Evensen & Hmelo-Silver, 2000), 教師需將不同能力及背景的學生組成一個**異質性的團體**，以促進知識的分享並一起承擔合作的成敗(Slavin, 2011)。進行異質性的分群，最主要是取學生的不同背景或人生經驗隱含著彼些間在學習上，存在著互補的可能性，故本課程的進行方式是將全班分成 8 組，每一組成員大約是 7-8 人，組員中有人是行銷模組，有人是研發模組，**所以他們所具有的先備知識，含金量不同**，雖然在這兩大模組領域裡，

大家都有共同的必修，但選修的課程呈現出同學們不同的學習偏好及專業能力。最佳的狀態是組員間行銷模組及研發模組的同學各一半。透過小組合作學習，除了專長互補之外，也能促進彼此間互相學習。例如：研發模組的同學常常醉心於自己的產品特色，但會忽略市場需求是否存在，之前有同學開發乾式面膜，但因為**無法折疊**，遭行銷模組的同學質疑“像蔥油餅大小的面膜，硬綁綁的又不好攜帶會有市場嗎？”也有行銷組的同學期盼開發“沒有防腐劑又可以保持很久的保養品”，確實很有市場，但研發組的同學會說“不可能”，因為沒有防腐一下子就長細菌了。小組合作在跨領域學習的過程中，是一個很好的學習機制，大家在各自的專業領域對同一件事情看到不同的問題面向，努力說服別人，需要發展**說服的知識**，**能夠讓學習的深度更進一步**。

3. 研究問題 Research Question

本研究以探討以下兩個研究問題並發展研究假說：

- 如何衡量學習情境的真實性程度及教學資源的效率性？
- 學習情境、教學資源與學習成效三者間的因果關係如何？

4. 研究設計與方法 Research Methodology

本研究採質性研究，以田野調查方式，從教師端及學生端所取得的資料，記錄形成文字稿，並以研究日誌的方式記錄平時的觀察與省思。當資料完備時即**進行歸納、推理**。研究流程如下：



圖 1. 研究流程

5. 教學暨研究成果 Teaching and Research Outcomes

(1) 教學過程與成果

本計劃結合課堂授課及**課後實驗室實作**，全班學生(51 人)，分成 8 個小組，**組員的組合以行銷模組及研發模組各半為原則**，學生將以 Plan-Do-Check-Action(PDCA)的模式反覆實作及修正產品，一開始學生會依他們對市場的觀察，找出未被滿足的需求(unmet needs)，然後規劃產品，進入實驗室調製，調製過程

中，會發現產品不符合預期的效果或因配方不對、比例不對，材料不對等等問題，進而修正配方，或再修正產品的屬性，再檢視市場性及獲利性如何，再進行下一輪的 PDCA。在此過程中學生將在**做中學(learning by doing)**、**錯中學(try and error)**，從市場需求、技術研發、財務三個面向，反覆修正，收斂至三個面向的交集處，進而完成學習的過程。

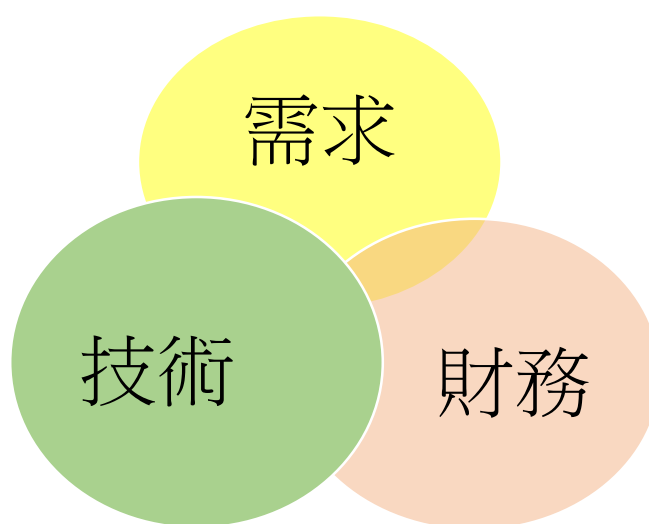


圖 2.市場需求、技術及財務的關聯圖

依據本計劃的研究架構(如圖 3 所示)，依續導入學習情境及教學資源，最後以業界專家評分來衡量學生實作的成果。

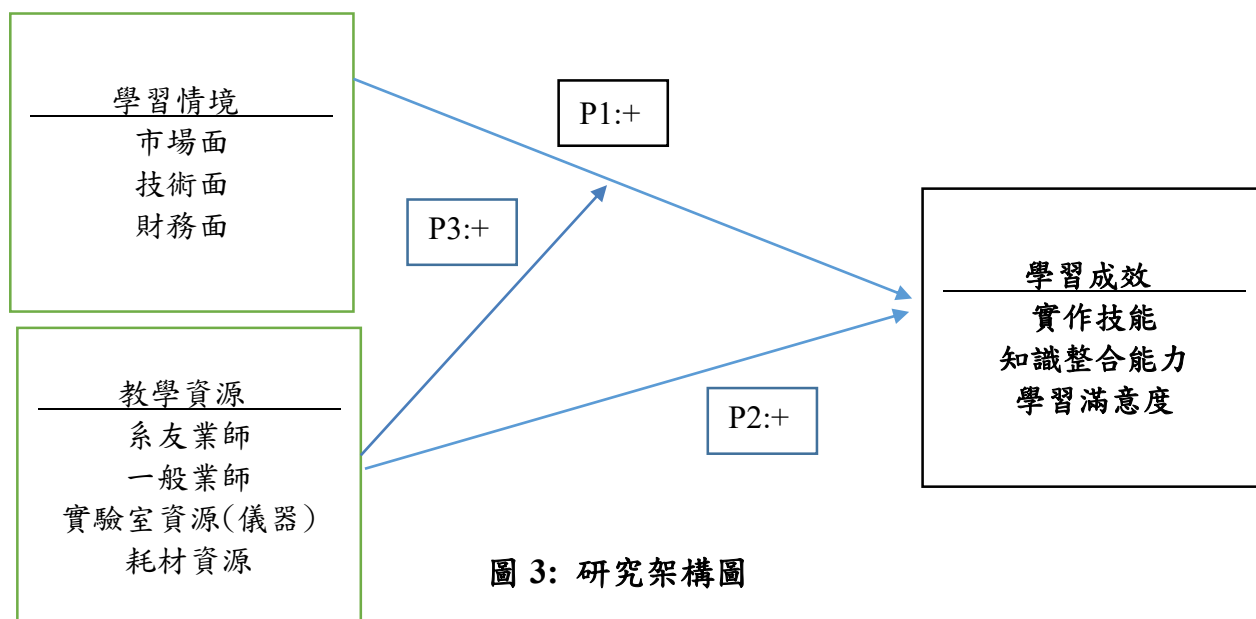


圖 3: 研究架構圖

➤ 學習情境導入

本計劃以 PBL 方式，設定以下討論題綱，依續將決策情境導入

- Q1: 我們要如何找出有市場潛力的產品
- Q2: 請列出該產品的 STP-segmentation, targeting, positioning
- Q3: 品牌建構: 品牌名稱、Logo、品牌故事、品牌 Slogan
- Q4: 產品配方: 配方的穩定性、安全新、創新性
- Q5: 損益兩平點: 成本結構、訂價、損益兩平點的銷售額及銷售量

➤ 教學資源導入

- 業師-畢業系友，共五位，一位平均指導 2 組，全學期指導，以 line 群組方式進行。
- 業師-產業專家，包含 **品牌端與通路端**，期中報告評審-2 位，期末報告評審-2 位，除了評分外亦給予學生建議以進一步修改產品。
- 耗材補助: 1 組補助 1000*8 組=8000，用於學生實驗室打樣產品。

➤ 教學場域 1-大學課室

於大學課室進行以下的教學活動

- 品牌講座 2 場(圖 3-1、圖 3-2)
- 創業講座 1 場(圖 3-3)
- PBL 問題討論(圖 3-4)

■ 期中實體報告(圖 3-5、圖 3-6)



圖 3-1

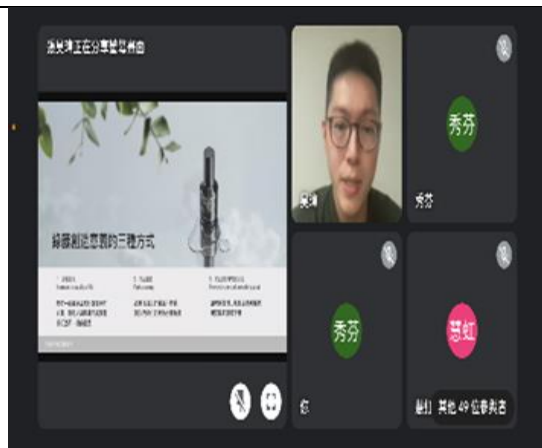


圖 3-2



圖 3-3



圖 3-4



圖 3-5



圖 3-6

➤ 教學場域 2-實作實驗室

- 進行產品配方研究、打樣 (圖 4)
- 指導老師:實驗室負責人



圖 4:學生於實驗室打樣的情形

➤ 教學場域 3-社群平台

各組成員與系友所組成的小導師，建立 line 的群組，**全學期輔導**學生的問題，屬於比較機動性，學生可隨時與小導師預約時間進行討論。

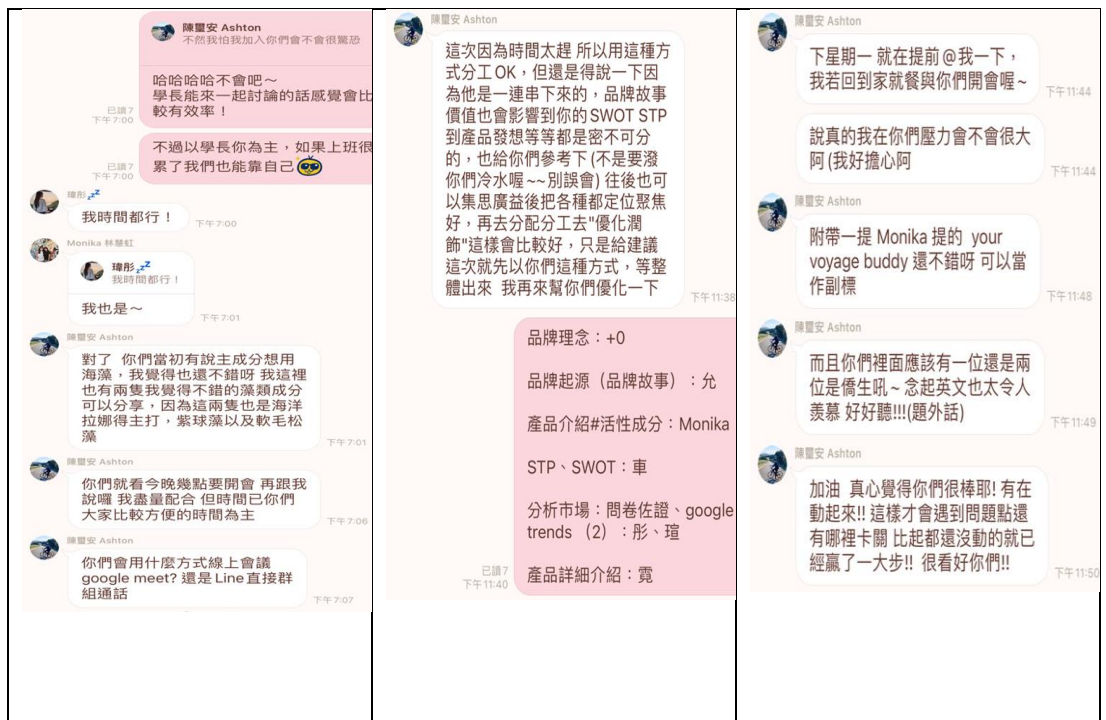


圖 5:學生與系友小導師建立 line 群組

➤ 期末成果評分

學生期末作品邀請兩位業師參與，依學生作品的屬性分給不同的業師評分，除了評分之外，業師尚有撰寫評語給予學生後續的改進。

◆ 品牌端的業師評分

組別	產品	市場性(0-100分); (包含市場潛力、可行性、獲利性) 60%	品牌元素(0-100分); (品牌名稱、品牌故事、logo、slogan 等) 20%	簡報技巧(0-100分); (報告是否清楚、流暢、ppt 美編) 20%	總分
第 1 組-Solar	沙棘護手霜	75	78	77	76
第 3 組-伴旅	旅行用保養品	88	90	85	87.8
第 5 組-Mr. socia	男性保養品	85	88	90	86.6
第 8 組-Breezo	頭髮防曬	89	85	91	88.6

◆ 百貨通路端業師評分

組別	產品	市場性(0-100分); (包含市場潛力、可行性、獲利性) 60%	品牌元素(0-100分); (品牌名稱、品牌故事、logo、slogan等) 20%	簡報技巧(0-100分); (報告是否清楚、流暢、ppt美編) 20%	總分
第2組- Songa	精油紓壓小物	87	94	98	91
第4組- Combfort	梳子+ 紓壓	77	91	90	82
第6組- CANDUSIN	孕婦專用蠟燭	90	91	94	91
第7組- Lavie	腿部紓壓	79	88	94	84

➤ 教學成果

i. 學生作品

學生期末共完成 8 個專案企劃的產品，內容包含: (1)品牌元素:品牌名稱、品牌 Logo、品牌故事及品牌標語 (2)STP-市場區隔、目標市場及定位 (3) 產品開發:產品組合、產品的配方、外觀設計 (4) 損益兩平點:進行成本的盤點，固定成本及變動成本的辨識、進而得出損益兩平點的銷售量及銷售額。詳細內容請參閱附件，亦會逐步呈現於香粧系畢業作品專屬網頁:fcs999@kmu.edu.tw。

ii. 教學評量

教學評量平均數(總分 6 分)由 109 年的 5.329 提升至 5.615，中位數亦由 5.6 提升至 6，如下表所示。

學年度	科目	教學評量分數- 平均數	教學評量分數- 中位數
110-2	香粧品專案企劃	5.615	6

109-2	化粧品專案企劃	5.329	5.6
-------	---------	-------	-----

(資料來源:校務資訊系統)

(2) 教師教學反思

在執行過程中，筆者有以下的發現：

- i. 經驗的貧窮亦侷限我們的視野，產業講座大幅提升了學生的視野：於課程的討論題綱中，有一主題是需要學生建構自己專案作品的”品牌元素”，當中包含了品牌故事的發想與文字撰寫，有一位同學問：「老師：如果不是您提到品牌故事，我們都不知道什麼是品牌故事，我們買東西也沒有在看品牌故事啊…，寫這個要作什麼？…」，當下，筆者認為學生是在以自己的消費經驗來看待其他消費者的經驗，這也是很自然的事，直到筆者邀請高雄知名百貨一樓化粧品樓面的前副理來分享國際一流品牌經營的成功要素，講者以互動方式，帶來各大品牌的產品並現場給予學生體驗，當講者說道：「海洋拉娜(LA MER)以深海巨藻的故事，讓消費者願意掏萬元買一瓶乳霜，



…赫蓮娜女士說，”世上只有懶女人，沒有醜女人”，成功說

服愛美的女性，所以 HR(赫蓮娜品牌)的黑綁帶霜



一瓶亦是

萬元起跳，…Dior 先生的莊園故事，讓學生沈浸在



莊園香水美

好的氣味當中，味道封存完美回憶」。所以 品牌說故事的能力 不僅形塑了品牌形象，亦創造了消費者的價值。此時學生被擴展的視野，終於體會到了敘事能力的重要。適度的搭配產業專家經驗分享，比教師課堂講授更有說服力。

(*以上圖片皆取自於品牌官網)

- ii. 以聆聽取代下指令，從錯誤中學習更增強了學生解決問題的能力：學生在發展專案作品的過程中，無論是尋找有市場潛力的化粧品、配方的調製、或是發現現有的成本及訂價根本賺不了錢，學生總是期待從老師口中得到具體的答案，這樣比較不會錯，也是他們從小到大的學習模式。為了改變學生學習的慣性，筆者嘗試以夥伴的角色提出我的意見，並會先問：你們覺得

該如何解決，當答案不如我的想法時，我會提出自己的問題點，但仍會尊重學生們的決定，而由他們去接受期中及期末評審委員(產業專家)的提問，並建議學生面對質疑時，要勇於說服他人，捍衛自己的觀點，若說服不過，就再回去修正自己的產品。**當我們當學生是大人時，他們才會真正的成為大人。**

- iii. **教學目的在於實作過程的完備，不追求學生作品的完美**:雖然本計劃以產品開發的面向來導引學生學習，**學生專案作品在我的認知中，是學習的載具，它聚焦了問題**，我期望學生能從這個過程中，瞭解情境並深入探討如何解決?例如:當第四組學生發想”頭皮替換式滾珠按摩梳”這項產品，將精油透過特製的梳子，穩定的可以釋放在頭皮上，在梳頭的過程中，又能感受精油的味道及效果。但這個特製的梳子，在機械構造中都不是學生可以解決的，但他們仍然蒐尋網頁，期盼找到這方面的專家來協助他們打模，後來因為經費太高而作罷，就連 3D 列印都要萬元起跳。但過程中，學生學習到產品設計、機械構造、精油屬性之間環環相扣的關係，也讓他們體會到具有市場潛力的完美作品確實不容易。

(3) 學生學習回饋

筆者於學期末召集 8 組的組長進行意見交流(交流前請組長彙整組員們的意見)，因為 111-1 尚有一門延續課程”香粧品專案實作及成果展(大四上)”，學生們提出了以下的回饋，亦成為我進行下學期課程規劃的參考：

- i. 能否教我們如何進行網絡行銷
- ii. 我們從來都不知道原來產品開發有這麼多事情要做，…竟然還有財務。
- iii. 我們覺得產品的內容物(水狀、油狀、活性…)與瓶器材質(塑膠、玻璃…)之間會有適合性的問題，這方面是否有業師可以指導我們。
- iv. 做完損益兩平點分析之後，我們才發現一開始的訂價太籠統，好像沒有什麼根據，然後這樣我們賺不了錢…原來算成本也這麼複雜。
- v. 我覺得我們上台報告的簡報技巧不是很好，被問到問題時又無法充份表達，能否有人可以指導我們如何優化 ppt 及上台表達的技巧。

當學生提出以上問題時，我知道他們已深入的瞭解產品開發要成功的面向，有許多問題待解決，他們也積極的尋求解決之道，能激發學生**自我學習的動機**，對學

生及對老師而言，都是一種教學上的收穫。

6. 建議與省思 Recommendations and Reflections

省思:總結式的實作課程不同於一般基礎核心課程(例如:化學、皮膚病理學、經濟學…等),學生不再是聽和被動學習的角色,而是預期學生能積極參與,並與組員、老師及業師共同創造價值,故價值共創(value co-creation)不僅在學術或產業實務被重視,筆者認為在教育服務生態系中(education service ecosystem)亦是一項重要的議題,所以在計劃執行過程中,瞭解不同共創者的特質及如何設計共創機制來促進協調(coordination)及合作(cooperation),進而增進學習成效,是筆者有待努力的方向。

建議:當計劃執行完畢後,因有經費的支持才能讓授課者有很大的空間進行課程的規劃及對學生的課程要求,尤其在邀請具有幾十年的產業專家來分享經驗,自己覺得收穫良多,亦在思考如何更有效率的將專家的經驗融入課程中,因申請計劃,同一科目再繼續申請需要有比上一次計劃不同的創新點,筆者不禁會想,若課程的規劃經過二、三年後若已趨於完備,也不再有創新點時,是不是就難以再申請教學實踐了,那麼定位於與產業對接的這類課程若沒有經費的支應,可能又會被打回原形,學生可能又要在自己有限的想像力中去實作,所以建議主管單位能否有更多元的審查標準來支持不同類型課程的需求。

二. 參考文獻 References

- Barrows, H. S. (1996). Problem-based learning in medicine and beyond: A brief overview. *New directions for teaching and learning*, 1996(68), 3-12.
- Barrow, H. S., & Tamblyn, RM (1980). Problem based learning: An approach to medical education.
- Delisle, R. (1997). How to use problem-based learning in the classroom. *Ascd*.
- Edens, K. M. (2000). Preparing problem solvers for the 21st century through problem-based learning. *College Teaching*, 48(2), 55-60.
- Evensen, D. H., & Hmelo-Silver, C. E. (2000). Problem-based learning: A research perspective on learning interactions. *Routledge*.
- Piaget, J. (1976). Piaget's theory. In *Piaget and his school* (pp. 11-23). Springer, Berlin, Heidelberg.
- Singer, J., Marx, R. W., Krajcik, J., & Clay Chambers, J. (2000). Constructing extended inquiry projects: Curriculum materials for science education reform. *Educational Psychologist*, 35(3), 165-178.
- Slavin, R. E. (2011). Cooperative learning. *Learning and cognition in education*, 160-166.
- 林麗娟. (2004). 資訊素養融入醫學教育之問題導向學習. 大學圖書館.
- 蕭瑞麟. (2017). 不用數字的研究：質性研究的思辯脈絡. 五南圖書出版股份有限公司.
- 張德銳, 林偉人, 徐靜嫻, 黃騰, 潘清德, & 林吉基. (2016). 問題導向學習在教學實習課程上的成效與反思. *臺灣教育評論月刊*, 5(12), 94-100.

三. 附件 Appendix (請勿超過 10 頁)

學生作品，共 8 組作品

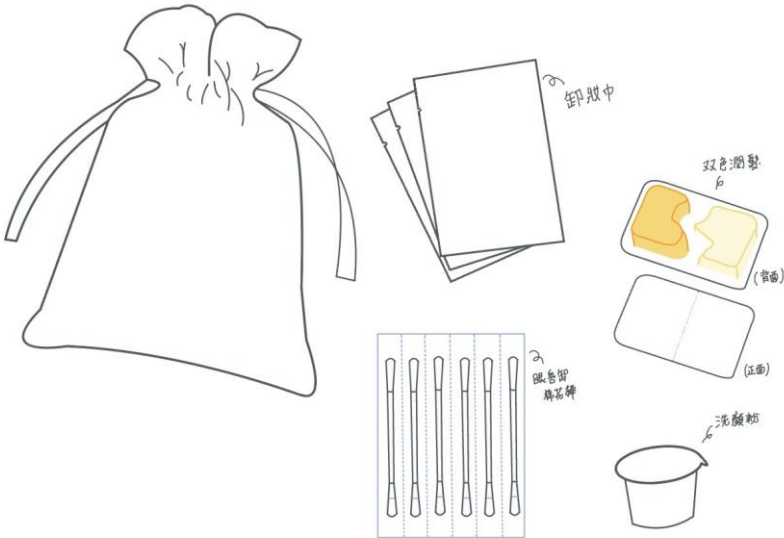
組別	第一組
品牌名稱	Solar 手拉手 (沙棘護手霜)
品牌 Logo	
品牌 Slogan	<i>給你太陽般的溫暖 撫平掌心的紋理</i>
品牌故事	第一次牽手，是家人給予的溫暖；長大後我們牽起別人的手，是愛情的萌芽。它伴著我們歷練，牽起一雙又一雙的手，拉近彼此間的關係。 沙棘，又被稱為「黃金聖果」，是地球上最古老的植物之一，擁有無可取代的生命力，不只能夠在嚴峻的環境中生長，亦能幫助土地恢復生機，我們希望能發揮它所蘊含的強大力量，試著溫暖、愛護最親密的那雙手。 [希望藉由品牌的溫暖，呵護在關係中的牽絆]
產品外觀	

產品配方	護手棒 olivem 1000-----5g; palmester 3575-----3g; PMX-0344/DC344---4g; squalene-----3.5g; purilan PE-----0.5g; Bee wax-----3.5g; ceresin wax-----1.5g; Vaseline-----1.5g; 1.3-BG-----2.5g; 護手膜主要活性成分:Sea buckthorn extract
損益兩平點	訂價 450 固定成本 165,832 平均變動成本 328.5 損益兩平點-銷售量 1,365 支 /月 -銷售額 614,250 /月

組別	第二組
品牌名稱	Songa 崧が (紓壓小物)
品牌 Logo	
品牌 Slogan	SONGA MAKES YOUR DAY
品牌故事	『 Songa 』是來自幾名高雄醫學大學學生所創立的放鬆保養品牌，品牌名稱 Songa 靈感來自於閩南語的爽尬，期許在每個疲憊痠痛的當下，成為一個輕鬆又方便的出口。 Songa 團隊以女性成員組成，由於經常有疲勞、運動過度、肩頸痠痛、經期腹部疼痛的問題，希望有效舒緩痠痛又沒有刺鼻氣味，且能夠以天然精油氣味療癒身心靈的產品，因此創造了 Songa 的主打產品-Songa 舒緩潤膚膏，能夠塗抹在疼痛處，使緊繃的肌肉舒緩放鬆。 因為創始於新冠疫情蔓延的時期，經常看到醫護人員因為過度疲勞、久站，卻沒時間進行長時間的按摩，基於方便快捷的考量，Songa 決定採用輕巧的棒狀膏體，內含高純度精油及長效保濕成分，針對不同需求推出了滋潤、涼感、熱感三款產品，並添加能夠修護肌膚、改善暗沉及老化的活性成分「減壓樂活素」，既能呵護肌膚、快速按摩，也容易隨身攜帶，滿足您無時無刻的需求，製作過程中盡量減少不必要的資源浪費及過度包

	裝，同時兼具了環境友善的理念。
產品外觀	 1.滋潤款 2.沁涼款 3.溫熱款
產品配方	1. 滋潤款：PEG-8 Beewax, C18-38 Alkyl Hydroxystearoyl Stearate, Polyethylene, Corn Starch, Cocoa Butter, Coconut oil, Castor Oil, Propyl Paraben, Neurophroline, Tocopheryl Acetate, Essential oil 2. 沁涼款：PEG-8 Beewax, C18-38 Alkyl Hydroxystearoyl Stearate, Polyethylene, Corn Starch, Cocoa Butter, Coconut oil, Castor Oil, Propyl Paraben, Neurophroline, Tocopheryl Acetate, Essential oil, Menthol 3. 溫熱款：PEG-8 Beewax, C18-38 Alkyl Hydroxystearoyl Stearate, Polyethylene, Corn Starch, Cocoa Butter, Coconut oil, Castor Oil, Propyl Paraben, Neurophroline, Tocopheryl Acetate, Essential oil, Capsaicin
損益兩平點	訂價: \$680 固定成本: \$258,166 變動成本: \$318 損益兩平點-銷售量: 713 個 -銷售額: \$484,840(元) 一個月賺十萬： 損益兩平點-銷售量: 989 個 -銷售額: \$672,520(元)

組別	第三組
品牌名稱	伴旅 (旅行專用保養品)

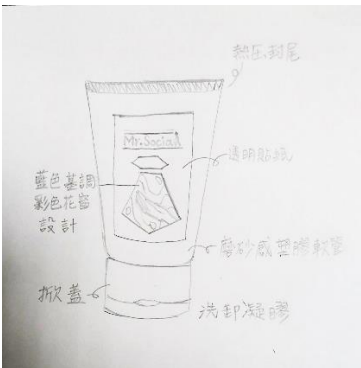
品牌 Logo	
品牌 Slogan	陪伴你旅行
品牌故事	「伴旅」陪伴你旅行，是 2022 年在「高雄醫學大學」首次研發的新款套組洗卸產品品牌。 疫情結束，我們就一起去旅遊吧！出門在外愛漂亮的女生們想必都會擔心外出時需要攜帶的瓶瓶罐罐、分裝麻煩以及細菌滋生等所帶來的煩惱。因此我們特別針對出外旅行以及出差人群等需要經常在戶外活動的女性們，研發了旅行套組洗卸產品。 因台灣四面環海，「海洋」也是孕育所有生命的開端，所以我們產品以海洋「藻類」為主要訴求，各種不同藻類皆蘊含豐富的礦物質及深海精華，在您肌膚享受深層滋潤的同時，還能夠隨時隨地解決您皮膚缺水、過油或是因敏感而帶來的肌膚問題。此產品做到了真正解決您：去到哪裡都不用再為肌膚問題而感到煩惱的困境！
產品外觀	

產品配方	僅列示代表性產品： 眼唇卸棉花棒 <table><tr><th>項目</th><th>INCI name</th><th>重量百分比(%)</th><th>說明</th></tr><tr><td>A1</td><td>Isododecane</td><td>76.50</td><td>油性溶劑</td></tr><tr><td>A2</td><td>Isopropyl Palmitate</td><td>10.0</td><td>潤膚劑</td></tr><tr><td>A3</td><td>Cyclotetrasiloxane & Cyclopentasiloxane</td><td>10.0</td><td>揮發性油脂，可降低黏膩感</td></tr><tr><td>A4</td><td>Caprylic/Capric Triglyceride (and) Alaria Esculenta Extract</td><td>1.20</td><td>活性成分，保濕劑、抗氧化劑</td></tr><tr><td>A5</td><td>Prunus Amygdalus Dulcis (Sweet Almond) Oil.</td><td>0.30</td><td>保濕劑、潤膚劑、控油</td></tr><tr><td>A6</td><td>Fragrance</td><td>2.00</td><td>香精</td></tr></table>	項目	INCI name	重量百分比(%)	說明	A1	Isododecane	76.50	油性溶劑	A2	Isopropyl Palmitate	10.0	潤膚劑	A3	Cyclotetrasiloxane & Cyclopentasiloxane	10.0	揮發性油脂，可降低黏膩感	A4	Caprylic/Capric Triglyceride (and) Alaria Esculenta Extract	1.20	活性成分，保濕劑、抗氧化劑	A5	Prunus Amygdalus Dulcis (Sweet Almond) Oil.	0.30	保濕劑、潤膚劑、控油	A6	Fragrance	2.00	香精
項目	INCI name	重量百分比(%)	說明																										
A1	Isododecane	76.50	油性溶劑																										
A2	Isopropyl Palmitate	10.0	潤膚劑																										
A3	Cyclotetrasiloxane & Cyclopentasiloxane	10.0	揮發性油脂，可降低黏膩感																										
A4	Caprylic/Capric Triglyceride (and) Alaria Esculenta Extract	1.20	活性成分，保濕劑、抗氧化劑																										
A5	Prunus Amygdalus Dulcis (Sweet Almond) Oil.	0.30	保濕劑、潤膚劑、控油																										
A6	Fragrance	2.00	香精																										
損益兩平點	訂價 70 固定成本 189,000 平均變動成本 30.2 損益兩平點-銷售量 4,749/月 -銷售額 332,430 NTD/月																												

組別	第四組
品牌名稱	Combfort
品牌 Logo	
品牌 Slogan	『梳適在手，愛不釋手』
品牌故事	『梳適 Combfort』= comb+comfort，從梳子帶來的舒適。我們的獨創商品是由頭皮按摩梳和頭皮護理按摩乳結合成的頭皮替換式滾珠按摩梳 「Comb is not only to comb」 希望能夠帶給在忙碌生活中的人短暫的放鬆和舒適享受，同時達到對頭皮健康進行護理。不需要過多的配件商品，只需要一把小巧便攜的梳子，隨時隨地都可以簡單的享受。不論是在家

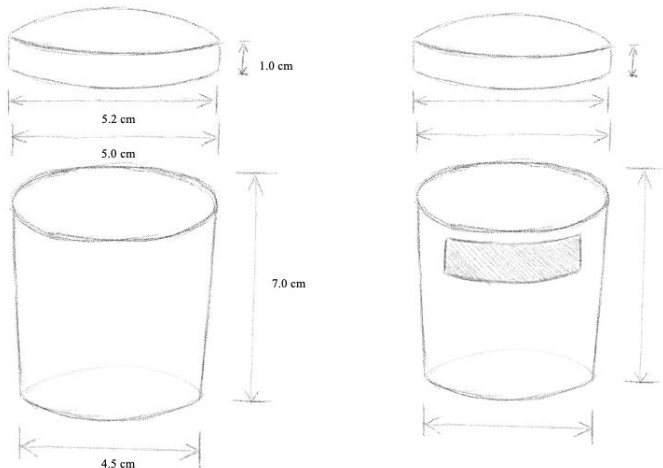
	裡、辦公室、或外出旅行都能自己輕鬆達到按摩的效果，只要一上手就舒服到不想放下！ 理念 -選用天然成分，安全不刺激 以天然的萃取物和精油為主，調配出一系列的頭皮護理按摩乳。除了天然，對於安全性方面也很重視，且都是選用經由科學研究文獻所證實的有效成分。 -滿足不同的需求 針對不同頭皮困擾配製出不同功效的頭皮護理按摩乳，讓消費者依照個人需求選擇合適的護理產品。 -攜帶便利、使用不沾手 梳子整體小巧便攜，不論是在家裡、辦公司或外出旅行時，都能夠隨時隨地使用。而梳子本身就是容器，內部充填按摩乳，在按摩時就不需沾染雙手。																																																	
產品外觀																																																		
產品配方	一、 配方表 <table><tr><th></th><th>商品名</th><th>INCI name</th><th>比例(%)</th></tr><tr><td rowspan="3">A</td><td>Procare CP-DEO</td><td>Chlorphenesin</td><td>0.2</td></tr><tr><td>Purolan PE</td><td>Phenoxyethanol</td><td>0.4</td></tr><tr><td>1,2- PG</td><td>1,2-Propylene Glycol</td><td>7</td></tr><tr><td rowspan="4">B</td><td>R.O. Water</td><td>Aqua</td><td>47.9</td></tr><tr><td>Xanthan Gum (1%)</td><td>Xanthan Gum</td><td>12</td></tr><tr><td>Glycerine</td><td>Glycerine</td><td>5</td></tr><tr><td>HA-LQH (1%)</td><td>Sodium Hyaluronate</td><td>12</td></tr><tr><td rowspan="7">C</td><td>Arlacel 170</td><td>Glyceryl Stearate (and) PEG-100 Stearate</td><td>4</td></tr><tr><td>DUB PC</td><td>Cetyl palmitate</td><td>1</td></tr><tr><td>Palmester 3575</td><td>Caprylic/Capric Triglyceride</td><td>4</td></tr><tr><td>TSF 405-PT</td><td>Cyclopentasiloxane</td><td>4</td></tr><tr><td>TSF 451-SA</td><td>Dimethicone (5cst)</td><td>1</td></tr><tr><td>Silsoft 034</td><td>Caprylyl Methicone</td><td>0.5</td></tr><tr><td>Nafol 1618 S</td><td>Cetearyl alcohol</td><td>1</td></tr></table>		商品名	INCI name	比例(%)	A	Procare CP-DEO	Chlorphenesin	0.2	Purolan PE	Phenoxyethanol	0.4	1,2- PG	1,2-Propylene Glycol	7	B	R.O. Water	Aqua	47.9	Xanthan Gum (1%)	Xanthan Gum	12	Glycerine	Glycerine	5	HA-LQH (1%)	Sodium Hyaluronate	12	C	Arlacel 170	Glyceryl Stearate (and) PEG-100 Stearate	4	DUB PC	Cetyl palmitate	1	Palmester 3575	Caprylic/Capric Triglyceride	4	TSF 405-PT	Cyclopentasiloxane	4	TSF 451-SA	Dimethicone (5cst)	1	Silsoft 034	Caprylyl Methicone	0.5	Nafol 1618 S	Cetearyl alcohol	1
	商品名	INCI name	比例(%)																																															
A	Procare CP-DEO	Chlorphenesin	0.2																																															
	Purolan PE	Phenoxyethanol	0.4																																															
	1,2- PG	1,2-Propylene Glycol	7																																															
B	R.O. Water	Aqua	47.9																																															
	Xanthan Gum (1%)	Xanthan Gum	12																																															
	Glycerine	Glycerine	5																																															
	HA-LQH (1%)	Sodium Hyaluronate	12																																															
C	Arlacel 170	Glyceryl Stearate (and) PEG-100 Stearate	4																																															
	DUB PC	Cetyl palmitate	1																																															
	Palmester 3575	Caprylic/Capric Triglyceride	4																																															
	TSF 405-PT	Cyclopentasiloxane	4																																															
	TSF 451-SA	Dimethicone (5cst)	1																																															
	Silsoft 034	Caprylyl Methicone	0.5																																															
	Nafol 1618 S	Cetearyl alcohol	1																																															

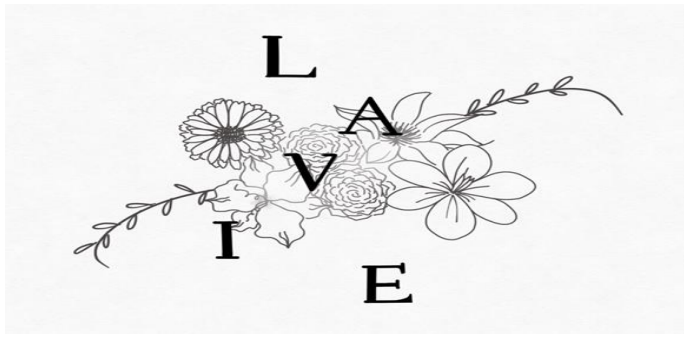
	<table><tr><td>功效</td><td>頭皮屑</td><td>平衡油脂</td><td>落髮</td></tr><tr><td rowspan="5">D (q.s)</td><td>茶樹</td><td>百里香</td><td>薰衣草</td></tr><tr><td>迷迭香</td><td>薰衣草</td><td>廣藿香</td></tr><tr><td>檸檬</td><td>薄荷</td><td>雪松</td></tr><tr><td>甜橙</td><td>茴香</td><td></td></tr><tr><td>天竺葵</td><td></td><td></td></tr></table>	功效	頭皮屑	平衡油脂	落髮	D (q.s)	茶樹	百里香	薰衣草	迷迭香	薰衣草	廣藿香	檸檬	薄荷	雪松	甜橙	茴香		天竺葵		
功效	頭皮屑	平衡油脂	落髮																		
D (q.s)	茶樹	百里香	薰衣草																		
	迷迭香	薰衣草	廣藿香																		
	檸檬	薄荷	雪松																		
	甜橙	茴香																			
	天竺葵																				
	二、操作步驟 1、A 項原料攪拌均勻，加熱約 45°C 至粉末溶解呈透明無色液體 2、B 項原料攪拌均勻呈微霧無色微稠液體。A 項入 B 項攪拌均質至均勻分散，無須加熱 3、C 項原料加入攪拌均勻，加熱至 75°C 確認溶解 4、A-B 項入 C 項，攪拌均勻，並以 3500 rpm 均質，5min 乳化降至 50°C 5、D 項入 A-C 項，以 2500 rpm 均質，2min 乳化，攪拌降至室溫																				
損益兩平點	訂價 1,299 固定成本 547,200 平均變動成本 272 損益兩平點-銷售量 533/月 -銷售額 692,367/月																				

組別	第五組
品牌名稱	Mr. Social (男性專屬保養品)
品牌 Logo	
品牌 Slogan	<i>Mr. Social 擦亮你負重前行的光</i>
品牌故事	Mr. Social 秉持著平衡、健康的理念，專為疲憊的肌膚，打造了一系列洗卸、保養、修飾產品，建立由內而外的穩定狀態，重拾肌膚健康與光澤。社會讓我們蒙上了一層灰，我們可以自己發光。
產品外觀	 

產品配方	Aqua, Cetyl PEG/PPG 10/1 Dimethicone, Sorbitan Oleate, Isopropyl Isostearate, Dimethicone, Caprylic/Capric Triglycerides, Ethylhexyl Stearate, Polymethysilsesquioxane, Cyclotetrasiloxane, Cyclopentasiloxane, Phenoxyethanol, Methyl paraben, Magnesium sulfate, Titanium Dioxide, C12 15 Alkyl Benzoate, PEG 30 Dipolyhydroxystearate, Polyhydroxystearic Acid, Polyacrylamide, C13 14 Isoparaffin, Laureth 7, Perfluorooctyl Triethoxysilane, Alumina, Silica, Phenoxyethanol, Ethylhexylglycerin, Isononyl Isononanoate, Dicaprylyl Carbonate, Propylene glycol, Carbomer Sodium Magnesium Silicate, Disodium EDTA
損益兩平點	訂價：880 固定成本：168,467 平均變動成本：343 損益兩平點-銷售量：314(月) -銷售額：276,320(月)

組別	第六組
品牌名稱	CandUSIN (孕期專用香氛蠟燭)
品牌 Logo	
品牌 Slogan	女人要疼愛自己，享受生活，活出儀式感人生。
品牌故事	主產品香氛按摩蠟燭是為了減緩孕婦懷孕期間所造成的身體不適、疲勞所設計，我們的品牌名稱 CandUSIN 是結合蠟燭的英文「candle」和懷孕台語的「有身」，品牌 Logo 包含產品名稱及優雅孕婦，因此 CandUSIN 希望孕婦及產後婦女在使用我們的產品時，利用香氛蠟燭結合按摩油，能達到放鬆身心靈的享受，擁有屬於自己的儀式感生活。

產品外觀	
產品配方	◆ 蠟燭成分：大豆蠟+蜜蠟：乳木果脂+椰子油+橄欖油：基底油（甜杏仁油+荷荷芭油）= 1：1：1 ◆ 複方精油成分：2%（檸檬&雪松、葡萄柚&雪松、薰衣草&佛手柑）
損益兩平點	訂價：\$1,200/個 固定成本：\$17,241/月 變動成本：\$827/個 損益兩平點-銷售量：46 個/月 銷售額：\$55,467/月

組別	第七組
品牌名稱	Lavie （腿部久站紓壓產品）
品牌 Logo	
品 牌 Slogan	<i>辛苦時刻 Lavie 陪你</i>
品牌故事	無數個默默在自己崗位努力的人，不畏艱辛，盡責地站在自己所扮演的『腳』色裡，盡心盡力地付出。 在為生活奮『站』而感到疲憊的時刻，lavie 悉心呵護您的雙腳、療癒您的心靈及生活。

產品配方	複方按摩油： 經典款： 基底油：月見草油 有效精油：薑、黑胡椒、檸檬、天竺葵、大西洋雪松、 真正薰衣草 其他成分：辣椒素、橙皮苷 桃花款： 經典款配方＋大馬士革玫瑰、三級依蘭 財運款： 經典款配方＋岩蘭草、檀香、廣藿香 幸運款： 經典款配方＋佛手柑、西柚 足部發熱舒緩貼（7*12cm）： 最外層貼布(無紡布不織布)：手感柔軟、韌度高、防潑水、透氣 內部發熱成分(氧化發熱鐵粉＋熱感精油)：為腿部提供熱感、增加血液循環、舒緩腿部疼痛、降低肌肉痙攣，完全阻隔最外層貼布以及內層的貼膚層 包裝內部發熱成分(PTFE 防水透氣袋)：耐高溫、防水、透氣但孔徑小(防止空氣大量接觸鐵粉，延長發熱效果、避免溫度快速上升) 貼膚層(天鵝絨布)：具有良好的膚觸感以及保暖性 精油穴位貼（半徑1cm）： 豌豆種子：質地堅硬，能有效刺激穴位；在《本草綱目》中提到豌豆種子豌豆種子具有消除水腫、去除腳氣等功效 圓形貼布(無紡布不織布)：手感柔軟、韌度高、防潑水、透氣 添加發熱精油成分：具舒緩腿部腿部的功效，並藉由精油的氣味緩解緊繃的負面情緒
損益兩平點	加權（按摩油 20%/發熱舒緩貼 40%/穴位貼 40%）： 訂價：NT\$372 固定成本：NT\$87,844.2 平均變動成本：NT\$229.75 損益兩平點-銷售量：618 個/月-銷售額：NT\$229,896/月

組別	第八組
品牌名稱	BREEZO （頭髮防曬產品）
品牌 Logo	
品牌 Slogan	輕盈自然、優遊生活

品牌故事	來自南台灣頂尖醫學大學的高端沙龍品牌 Breezo 創立於 2022 年，堅持採用實驗室等級有機天然成分製作頭髮產品，首款產品「驕陽絲活防曬髮霧」以阻隔紫外光和柔順髮絲為主要研發方向，打造頭髮防護、輕盈、極自然的全方位使用體驗。																																																																																		
產品外觀																																																																																			
產品配方	<table><tr><th>項目</th><th>名稱</th><th>INCI NAME</th><th>重量(%)</th><th>用途</th></tr><tr><td>1</td><td>95% Alcohol</td><td>Alcohol</td><td>84</td><td>溶劑</td></tr><tr><td>2</td><td>PTM-20</td><td>Phenyl Trimethicone</td><td>5</td><td>產品光澤度，減少黏膩感，良好的粉體分散能力</td></tr><tr><td>3</td><td>Glycerin</td><td>Glycerol</td><td>3</td><td>保濕</td></tr><tr><td>4</td><td>Pmx-0345</td><td>Cyclopentasiloxane (and) Cyclohexasiloxane</td><td>5</td><td>低黏度、潤滑、高揮發性潤膚劑</td></tr><tr><td>5</td><td>Palmester 1517</td><td>Isopropyl Palmitate (IPP)</td><td>3</td><td>乾性透氣油</td></tr><tr><td>6</td><td>Uvinul</td><td>Diethylamino hydroxybenzoyl hexyl benzoate</td><td>0.2</td><td>提供防曬效能</td></tr><tr><td>7</td><td>Prunus Amygdalus Dulcis Oil</td><td>Prunus Amygdalus Dulcis Oil</td><td rowspan="7">q.s. (7-14為複方頭髮保養油)</td><td>滋潤</td></tr><tr><td>8</td><td>Cedrus Atlantica Bark Oil</td><td>Cedrus Atlantica Bark Oil</td><td>肌膚調理</td></tr><tr><td>9</td><td>Helianthus Annuus Seed Oil</td><td>Helianthus Annuus Seed Oil</td><td>肌膚調理、抗氧化、柔潤劑</td></tr><tr><td>10</td><td>Tocopherol</td><td>Tocopherol</td><td>抗氧化</td></tr><tr><td>11</td><td>Rosemary Leaf Oil</td><td>Rosemary Leaf Oil</td><td>肌膚調理</td></tr><tr><td>12</td><td>Salvia Officinalis Oil</td><td>Salvia Officinalis Oil</td><td>肌膚調理</td></tr><tr><td>13</td><td>D-limonene</td><td>D-limonene</td><td>香料</td></tr><tr><td>14</td><td>Linalool</td><td>Linalool</td><td>香料</td></tr><tr><td>15</td><td>Fragrance</td><td>Fragrance</td><td>q.s.</td><td>香精</td></tr><tr><td>16</td><td>Menthol</td><td>Menthol</td><td>0.1(專業版添加)</td><td>替專業版配方提供涼感</td></tr></table>					項目	名稱	INCI NAME	重量(%)	用途	1	95% Alcohol	Alcohol	84	溶劑	2	PTM-20	Phenyl Trimethicone	5	產品光澤度，減少黏膩感，良好的粉體分散能力	3	Glycerin	Glycerol	3	保濕	4	Pmx-0345	Cyclopentasiloxane (and) Cyclohexasiloxane	5	低黏度、潤滑、高揮發性潤膚劑	5	Palmester 1517	Isopropyl Palmitate (IPP)	3	乾性透氣油	6	Uvinul	Diethylamino hydroxybenzoyl hexyl benzoate	0.2	提供防曬效能	7	Prunus Amygdalus Dulcis Oil	Prunus Amygdalus Dulcis Oil	q.s. (7-14為複方頭髮保養油)	滋潤	8	Cedrus Atlantica Bark Oil	Cedrus Atlantica Bark Oil	肌膚調理	9	Helianthus Annuus Seed Oil	Helianthus Annuus Seed Oil	肌膚調理、抗氧化、柔潤劑	10	Tocopherol	Tocopherol	抗氧化	11	Rosemary Leaf Oil	Rosemary Leaf Oil	肌膚調理	12	Salvia Officinalis Oil	Salvia Officinalis Oil	肌膚調理	13	D-limonene	D-limonene	香料	14	Linalool	Linalool	香料	15	Fragrance	Fragrance	q.s.	香精	16	Menthol	Menthol	0.1(專業版添加)	替專業版配方提供涼感
項目	名稱	INCI NAME	重量(%)	用途																																																																															
1	95% Alcohol	Alcohol	84	溶劑																																																																															
2	PTM-20	Phenyl Trimethicone	5	產品光澤度，減少黏膩感，良好的粉體分散能力																																																																															
3	Glycerin	Glycerol	3	保濕																																																																															
4	Pmx-0345	Cyclopentasiloxane (and) Cyclohexasiloxane	5	低黏度、潤滑、高揮發性潤膚劑																																																																															
5	Palmester 1517	Isopropyl Palmitate (IPP)	3	乾性透氣油																																																																															
6	Uvinul	Diethylamino hydroxybenzoyl hexyl benzoate	0.2	提供防曬效能																																																																															
7	Prunus Amygdalus Dulcis Oil	Prunus Amygdalus Dulcis Oil	q.s. (7-14為複方頭髮保養油)	滋潤																																																																															
8	Cedrus Atlantica Bark Oil	Cedrus Atlantica Bark Oil		肌膚調理																																																																															
9	Helianthus Annuus Seed Oil	Helianthus Annuus Seed Oil		肌膚調理、抗氧化、柔潤劑																																																																															
10	Tocopherol	Tocopherol		抗氧化																																																																															
11	Rosemary Leaf Oil	Rosemary Leaf Oil		肌膚調理																																																																															
12	Salvia Officinalis Oil	Salvia Officinalis Oil		肌膚調理																																																																															
13	D-limonene	D-limonene		香料																																																																															
14	Linalool	Linalool	香料																																																																																
15	Fragrance	Fragrance	q.s.	香精																																																																															
16	Menthol	Menthol	0.1(專業版添加)	替專業版配方提供涼感																																																																															
損益兩平點	訂價：\$850 固定成本：\$246,946(月成本) 變動成本：\$195.5 損益兩平點-銷售量：378/月 -銷售額：\$321,300 月																																																																																		