

## 廠商個案資料

(一) 個案名稱：國際藝術氣球有限公司，品牌名稱「魔法氣球」

### (二) 個案簡介

魔法氣球創立於 2002 年，創辦人張兆富(Stone)與馬清林(Mark)在失業的壓力下，看了壹週刊上的一張照片，一張明星記者會有氣球佈置作為背景的照片，當晚恰巧又被一個電視節目”日本電視冠軍-氣球百變王”的專輯，感動了，當下覺得氣球發展是無限可能，湊了三萬元，籌組了第一家氣球專賣(店位於台南市)，為了脫貧而努力不懈，從婚宴餐廳的掃街拜訪到夜市販賣氣球，終究還是敵不過經濟現實，第一家店很快的在三個月左右就宣告失敗。

再次出發已經是 2005 年，雖然遇上 SARS 疫情，兩人的經濟情況更加惡劣，不知道下一餐在哪裡？但對於氣球的熱情並沒降溫，用最簡陋的方法各自在台南與台中成立了氣球專賣店，沒有資金做後盾的我們，一步一步的走來，或許大家認為我們運氣好？不是的，我曾經幾個月每天只吃一餐，我們誤打誤撞滿身傷痕，不知從哪裡開始，不知怎麼作才是對的。

一直到 2007 年，也在機緣巧合的情況下得到新創事業獎的訊息，並加入了經濟部中小企業處「創業圓夢坊」計畫，從”心”裡出發真的不簡單，在相關的人員輔導下，重新認識企業的文化、精神，認真面對企業條件與發展限制。同年在泰國獲得世界氣球藝術挑戰賽的個人組冠軍，當下中小企業處新創事業獎也傳來佳音，當然值得高興，但我內心卻思考著，為什麼日本能在團體組中奪冠？而台灣不能？回國後這問題一直困擾我，在經濟狀況並不穩定的窘境下，還是必須重新調整團隊，從教育訓練、創意開發、團隊默契與向心力著手，2008 年我們證明日本能，台灣也能！在日本當地拿下大型創作團體組冠軍，不但擊退了 2007 年世界氣球藝術挑戰賽團體冠軍，也超越當初創業時的日本電視冠軍得主。

這些年來雖然一路艱辛，但多項國內外大獎在背後支持著我們，今天仍有許多課題等我們去突破，我們相信只要再堅持走完全程，不但氣球藝術與創意會成為台灣另一項奇蹟，也會在全世界發光發熱。

**我們沒有驚人的背景，但我們自己創造**

**我們沒有效仿的目標，但我們讓全世界刮目相看**

**台灣雖然資源有限，但氣球創意讓日本佩服，更讓全世界記憶深刻。**

本公司主要營業項目為氣球、派對用品及會場佈置，嚴格來講是用人見人愛的氣球作媒介將”驚喜、歡樂、感動”賣給消費者是我們最初的想法，用氣球把情感表現出來才算是我們的產品。公司每位規劃師都由嚴格的培訓與檢定而產生，並用專業、創意與客戶溝通，用心與細心的為客戶規劃，讓客戶瞭解，這就是我們販售情感的第一步。

**目前於國內成立加盟門市 11 間、籌備處 1 間、大陸 12 間，共計 24 間氣球專賣店，目前為全球專業技術最高、最平均的團隊。**

項目	說明
團隊負責人	張兆富(魔法氣球創辦人) 企業走向、創新、行銷、視覺負責人
品牌理念	當成功的果實尚未熟透，必須戰戰兢兢每日灌溉
LINE@	ID: @mb79
FaceBook	<a href="https://www.facebook.com/魔法氣球-台中山西店-197925916048">https://www.facebook.com/魔法氣球-台中山西店-197925916048</a>
官網	<a href="https://www.magicballoon.com.tw">https://www.magicballoon.com.tw</a>
管理處地址	台中市北區山西路二段 100 號 2 樓
團隊榮耀	2007 經濟部第六屆中小事業處新創事業銀質獎；世界氣球藝術挑戰賽個人組冠軍 2008 日本氣球藝術協會大賽大型雕塑團體組冠軍 2009 受邀規劃泰國曼谷第四屆曼谷氣球節活動；受邀規劃台灣國際氣球大賽；台灣國際

項目	說明
	<p>氣球大賽 大型氣球藝術創作賽 冠、亞軍；台灣國際氣球大賽 12 分鐘快手賽 冠軍</p> <p>2010 受邀規劃 馬來西亞 馬六甲氣球氣球大賽</p> <p>2011 獲選遠見雜誌 99 為新台灣之光之一；受屏美館邀請策展 快速膨脹的藝術 國際氣球藝術家聯展；受邀規劃 馬來西亞 雲頂氣球大賽；台灣國際氣球大賽 中型氣球藝術創作賽 冠軍</p> <p>2012 台灣國際氣球大賽 中型氣球藝術創作賽 冠軍；台灣國際氣球大賽 氣球變裝秀 冠軍</p> <p>2013 台灣國際氣球大賽 中型氣球藝術創作賽 冠軍；台灣國際氣球大賽 氣球變裝秀 冠軍</p> <p>2014 開放 魔法氣球中國大陸專賣店加盟；受邀 新加坡、菲律賓、馬來西亞、泰國、俄羅斯...等國氣球教學</p> <p>2015 受邀評審 哈薩克斯坦第一屆氣球大賽；哈薩克斯坦第一屆氣球大賽 大師創作組 冠軍；台灣國際氣球大賽 氣球變裝秀 冠軍</p> <p>2016 舉辦第一屆國際頂級氣球京城大會師 北京</p> <p>2017 舉辦第二屆亞州氣球大會 維密成都 成都</p> <p>2018 受邀 俄羅斯超大型氣球雕塑教學、製作</p>
媒體採訪	<p>◆ 新聞台：東森、中天、三立、TBVS、民視、中視、華視....等 綜藝節目 我變我變我變 變變、麻辣天后宮、創意過生活、在台灣的故事、人間心燈....等</p> <p>◆ 新聞專題節目 華視 華視新聞雜誌 中天 台灣 1001 個故事</p> <p>◆ 雜誌類：天下雜誌、遠見雜誌、今周刊、Cheers....等，網路搜尋「張兆富」</p>
加盟店	<p>◆ 台灣 12 處：台北、桃園、新竹、苗栗、台中、彰化、台南、台東、花蓮、澎湖</p> <p>◆ 中國大陸 12 處：天津、河南、江蘇、浙江、福建、湖北、湖南、廣東、雲南、海南等</p>

### (三) 產品項目與產品特色

1. 產品特色：客製化服務、氣球派對材料與製作、氣球教學、專業氣球主體性規劃、執行。
2. 主要商品：各類氣球、派對產品。

### (四) 困境問題

「魔法氣球」創立以來，以專業、創新的服務陪伴客戶 20 餘年，目前為開架式氣球二代店經營，主要客群以客群口耳相傳，回流顧客為主，早年常征戰國內、外氣球藝術大賽，故以事件行銷崛起頗具知名度，1-20 年來各店已不堪使用，雖已規劃 O2O 線上、下行銷概念，也一直希望能在年輕族群中引起話題與優勢，以再度吸引近年來流失的年輕顧客群。

### (五) 競賽題目【請擇一參賽】

1. **升級「氣球三代店」之創新商業模式與行銷方案**：請依據當前年輕人對氣球或派對需求來創新實體店，導入各種數位或非數位之產品與服務方案，藉以升級為「氣球三代店」，進而為其規劃具有創意的品牌行銷方案，達到品牌年輕化與提升銷售之目的。
2. **「短視頻」行銷方案**：短影音行銷迅速崛起，不僅資訊傳播即時，也能加快品牌價值傳播速度，更廣受年輕人喜愛。業者希望結合「短視頻+電商+實體店」，開發年輕族群市場，創造企業成長機會。請為業主規劃設計一系列短視頻內容以及後續的行銷活動，以落實魔法氣球的「專業、創新、年輕、有趣的氣球派對」之定位。
3. **永續經營的魔法氣球創新方案**：ESG (E, Environmental; S, Social; G, governance) 儼然已是當前最重要且不容忽略的全球趨勢，當企業追求成長獲利時，也須思考如何保護地球，並與自然環境共存，才能達到永續經營的目標。請將 ESG 概念融入魔法氣球的產品與服務中，提出對應的創新方案或創新商業模式方案，以期為魔法氣球開拓綠色商機。

### (六) 期待成果

1. 透過三代店之創新行銷方案，提升「魔法氣球」之品牌知名度與銷售績效。
2. 開發短視頻新市場，吸引年輕族群顧客以創造穩定新客源，長期達成 O2O 實質效能。
3. 行業率先導入永續經營概念，階段性完成永續經營目標，讓世世代代皆能看到美麗的氣球。