

世如金屬股份有限公司

『世如金屬』品牌BOX系列產品 設計計畫



經營理念

落實節約能源減少浪費，達成綠色產品的終極目標。

計畫緣起

1. 目前現況：30年保險箱經驗 進軍新興市場

本公司為專業生產製造各式金屬保險箱產品之系統製造商，三十年來依市場及客戶需求已開發出不同類型及尺寸之現金箱、鑰匙管理箱等產品，若能以此基礎將公司研發團隊與3+2設計人才合作，將能在開發出符合新興國家市場需求之產



公司小檔案

成立日期：1968年01月30日

負責人：張泰和

資本額：2000萬元

員工人數：70人

品質上有所提升。

2. 問題解決：發展自身技術 提高市場層次

SRM世如金屬CASH BOX產品除了在自身技術發展上，相當著重機能便利與安全性之外。除了一般鎖強調在簡易使用型態方式，針對數位按鍵鎖提供更高市場層次。未來在行銷推廣方向，也將強化消費者的信賴感與市場識別度，利用世如金屬在機能（械）優勢發展、後續再推廣不同產業領域，加深服務廣度印象。

計畫創新重點

1. 「Double CASE - L System」

將產品放置於辦公桌面下，一來方便整理相關重要文件與現金收付之外，也增添內外USB充電孔位，利於上班期間充電，把手同時可固定電子器材與捲線功能。若要外出也可將其鎖至箱中；安全性兼顧的同時，整體型態設計訴說輕盈與時尚感。

2. 「Double CASE - M System」

將產品放置於桌面，觀察使用環境會堆放相關的文件或書籍，透過中型現金箱一來可整理桌面清潔，二來在於雙層設計，當拿取時也是增添許多便利性；另一方面，將傳統現金箱結合商務電子功能，利於消費者再處理大量名片時的困擾。

3. 「Double CASE - S System」

此產品並特別無設定放置於何處，主要訴求以高度便利性

為主；再操作介面上增加硬幣的孔徑，可加速存放幣值的速度，若需要開啟小型現金箱的時候，則先將上層收納盤置於上方固定後，即可使用下盤的空間額度。由於隸屬小型態，對於使用族群(銀行相關人士/攤販做生意...等)，均會需要簡易紫光驗鈔的機能，確保安全性。

尺寸	鎖種類	置放位置	使用者	附加功能
S(25*18*10)	普通鎖	桌面	會計	紫光驗鈔
M(30*22*12)	密碼鎖	桌面	一般職員	數位化名片
L(40*35*17)	觸控鎖	地面	高階主管	3C充電

4.【CASH BOX系列設計】

現有產品規格進行改良升級，將產品之安全防護功能加以提升，除了以電子密碼所取代傳統鎖頭以外，也希望能從產品的外型與內部規格上進行調整，希望能夠調整消費者對於世如金屬之便利性保險箱的印象。



產品3D示意圖-系列化功能

研發成果及衍生效益

- 內銷：一組（小型手提式800元/中型手提式1200元/大型手提式2500元）。
價位：新台幣 4500元/組，共計4000組，產值約計1800萬。
800組/第1年；1500組/第2年；1700組/第3年。
- 外銷：一組。
價位：50美元 /組，共計1萬組，產值約計4500萬元。
2000組/第1年；3000組/第2年；5000組/第3年。

專案執行重要心得

世如金屬系列產品設計在長達五個多月的執行過程中，對於現金箱需要在眾多的保管箱中找出其他商機與市場定位，的確在

產品目標設定遇到許多困難點。世如金屬為了讓本次「品牌BOX系列產品設計計畫」達到理想的狀態，尋找更好使用方式為第一目標，人性化的設計滿足國內外消費者需求。除了藉由「3+2」設計端的概念發想與「台灣創意中心TDC」產業輔導，讓此團隊培養了成熟的默契與凝聚力，透過階段性開會都會有令人驚奇的結果，激發不少創意思維，也讓彼此學習很多，例如在產品設計過程中，經過討論溝通，累積很多產品開發的心得，包括考量競爭市場需求、終端使用族群，後製品質掌控，生產成本等各層面需考量的因素。

本案除了在產品外觀設計與系列有所突破之外，同時也內化自身企業：世如金屬從開始累積至今，除了將客戶委託設計及製造皆對其成果有好的評價之外，對於本次合作的設計開發案，我們擁有好的製作資源，充份串起供應鏈，讓前端設計→生產→行銷一條龍作業，讓本系列商品具備市場化的價值。

新產品簡介

「Double CASE - 直立 - 省空間 - 系列感」

