

堡勝企業股份有限公司

30 張圓裁刀產品開發計畫

計畫執行目標

「圓裁刀系列產品」以功能來看，目前台灣市面上一般「裁刀系列產品」的功能相仿、市場規模相較其他國家的市場接受度低落許多，顯然台灣市場尚未到達市場大量推廣的最佳高點，在市場實務面上來看，台灣市場仍然有很大的發展空間。

本公司產銷體系健全，加上優異與成熟的技術可以充分運用，若能以創新的產品設計，將「30 張圓裁刀產品」朝向簡化使用方式、價格降低、拉高功能等目標，未來「30 張圓裁刀產品」市場必定更具有擴散性。

本計畫之「30 張圓裁刀產品」在初期推廣階段以國內市場為主，通路策略以經銷商為主力，設定以「辦公室文具市場」、「SOHO 設計師市場」與「商用文具市場」為目標消費群，除了積極向大型量販店與學校單位等市場接單外，再搭配拓展新的產品線如文具用品、文具禮盒等產品，建構完整的「文具產品」行銷發展模式。

新產品簡介

本公司擬開發之「30 張圓裁刀產品」，為改良裁刀使用裝置，其裝置內設有齒輪結構，藉由齒輪滾動方式進行裁紙，可突破市場上裁紙 20 張的限制，達到 30 張紙張裁紙的能力，並具有省力與省時的方便性，藉此能讓更多使用者方便使用於「30 張圓裁刀系列產品」。

計畫創新重點

1. 以齒輪結構帶動裁刀，讓使用上更為省力
本計畫所擬開發設計之「30 張圓裁刀產品」，係以齒輪滾動的方式結構，達到省力方便與所有使用者皆能方便使用的通用設計需求。
2. 使用齒輪結構，提昇裁紙能力
目前市面上桌上型圓滾裁刀裁紙能力最大為 20 張紙，本計畫所擬開發設計之「30 張圓裁刀產品」運用齒輪結構，可達到 30 張裁紙功能。
3. 齒輪結構以滾動方式進行，提升產品使用安全
裁刀內含齒輪結構以滾動方式進行裁紙功能，有別於一般市面上外露的裁刀刀片，讓使用上多一層保護與安全性，避免造成意外發生。

公司研究發展能量及研究發展制度之效益說明

本公司產銷體系健全，若能以創新可行的產品設計與機構設計，將「圓裁刀產品」朝向「專業裁紙能力」與「安全省力」功能，以適合的價格、拉高功能價格比，未來「圓裁刀產品」在裁紙能力市場上，必定更具有擴散性。

以本公司統計分析自有產品「圓裁刀產品」消費者的消費行為，在購買資訊取得方面主要有兩個方式：一、被動—由原本的使用環境接觸而得知產品。二、主動—到專業量販店或透過網路選擇。

所以本計畫之「圓裁刀產品」在初期推廣階段以既有客戶市場為主，日後再逐步向其他客戶進行推廣銷售。通路策略以經銷商為主力，除了積極向大型量販店與學校單位等市場接單外，再搭配拓展新的產品線如文具用品、文具禮盒等產品，建構完整的「文具產品」行銷發展模式。

目前本公司的企業規模不如其他高知名度的廠商，但是在品質與安全方面所付出的用心與執著，讓「圓裁刀產品」在市場上佔有不可撼動之地位，近年來努力提升產品研發上更為業界有目共睹，並獲得良好商譽及口碑。

在使用上因本產品不需要使用動力，便能輕鬆裁切 30 張紙張，對於整體環境而言，因無使用任何電力裝置，可大量降低能源負荷，相對於電力的製造將為減輕，生產電力過程中所排放的廢氣、廢水對環境產生的環境污染更會確實降低，因此具有保護環境與地球的深遠影響及功用。

人才培訓及運用效益

科學和技術已成為影響一個國家經濟發展的兩項重要因素。唯有保持與科技進步同步發展者，方能在全世界經濟競爭中扮演重要的角色；唯有培育更多更優良的科技研發人才，才能有效發展科技人力，符合經濟與科技發展之需求，而在競爭愈烈的國際市場上佔得一席之地。

由於科技快速進步導致價格競爭日益激烈、產品生命週期日益縮短、市場需求變化快速、產業跨國經營管理趨於複雜，組織的層級與規模隨業務需要逐漸擴大，對整合與控制資源需求日益迫切，資金花費龐大的資源及動員整個組織導入，期藉由資源規劃系統以提升公司競爭力以及解決所面臨問題。因此面對現有流程重新設計整合功能，以及整合其他系統、達到快速回應顧客需求，提高競爭力，以轉化成更有競爭力，為當今有企圖的公司所必備條件。

堡勝致力於工業製造之範疇，專業領域涵蓋機構設計、專案、塑膠製品、金屬製品等專業，皆為具技術與實務經驗優秀人才，而研發設計群成員更在各種材料上綜合運用，不論設計與管理，都擁有豐富經驗及專業能力，這皆是完成工作並落實技術建立所應有能力。

產學研各界之技術移轉及合作效益說明

本計畫將委託嗶吼設計公司，嗶吼設計經驗及能力即可補足傳統製造業所不足。隨著全球產業趨勢快速變化、

競爭加劇，品牌管理愈形重要。良好的品牌形象可創造產品差異性，建立消費者的偏好與忠誠，更可以為企業累積形象，成為競爭優勢的來源。著名的品牌，如 SONY、麥當勞、BMW，常被消費者用來做為購買衡量的標準。可見品牌形象並非只是一個名詞而已。

產品品牌創立需製造端、設計端、通路端等等整合。並於預定時程完成測試，齒輪滾動方式進行裁紙，達省力方便。A1 裁紙機 C 型結構不斷測試其結構強度，測試出應力與剪力需在裁切所承受力量。兩側塑料件延伸應力破壞強度試驗、C 型側邊結構衝擊強度試驗、快拆定位應力破壞試驗、壓紙力量試驗。

新 產品創造之技術效益及市場效益說明

產品週期隨著競爭者推出新產品而不斷縮減，然其隨著市場需求變化，推出創新產品以面對市場考驗。品牌策略 (Brand Strategy) 與通路策略 (Channel Strategy) 對市場績效 (Marketing Performance) 之影響。隨著經濟市場變化所帶來的競爭策略，產品可塑性會隨著時代與科技的發展，日新月異的新產品是源源不絕的出現，針對消費者而進行的消費者行為分析，且隨著品牌的增加，對於那些知名品牌在深感威脅之餘，是否在品牌策略與通路策略之間有所改變。

1. 在品牌策略對市場績效影響上，在地化導向有較好之市場佔有率；理性導向有較好之顧客滿意度。
2. 在通路策略對市場績效影響上，並無顯著之影響效果。
3. 不同的來源國，品牌策略與通路策略上的選擇有差異。

計 畫完成後對提升我國產業水準及競爭優勢說明

處於競爭激烈、產品生命週期短暫和快速變動之時代裡，產品創新及製程創新成為廠商競爭優勢之關鍵因素之一。廠商藉由製程創新活動來強化競爭優勢，產品創新對企業之競爭力具有相當之貢獻，因此產品創新成為維持企業競爭力的必要手段。隨著企業組織與產業規模的擴大，企業為了加強自身產品創新的能力及回應消費者的需求，設立產品創新的專責單位，如研發、行銷企劃等部門，但無論是經由市場交易方式取得產品技術，或是透過層層組織來進行產品創新的活動，應重視產品創新及製程創新

活動，以因應未來之環境趨勢。

1. 產品創新對於達到競爭優勢有顯著且正向的影響。如何做好產品創新，應用材料/材質之新穎性、產品技術之新穎性、產品功能、售後服務、使用操作及造形設計上來強化。
2. 製程創新對競爭優勢有顯著且正向的影響。因此應以更積極之態度從事製程創新，應在製程技術人員、製程技術新穎度及設備新穎度上落實，將有助於競爭優勢的提高。

產品開發是一項跨越多重領域的活動，需要全公司所有功能部門的配合，一般組織內部，認為產品開發的特徵是除了需要高階管理者的鼎力支持外，還要再加上研究與開發的方法上所推行的各項做法與電腦及資訊科技的使用，是產品開發實務的整體基本架構。主要以設計為主軸，焦點放在整體產品開發的內部構面，藉由軟體模擬實際的使用情形，來協助產品開發作業能夠順利的推行，進而對於公司整體競爭優勢 (產品創新、品質、成本) 的影響。人才培訓能夠提升生產力和競爭力，不斷培訓人力健全公司體系發展，對於我國經濟升級影響甚鉅。

專 案執行重要心得

產品開發之降低成本為設計基礎，研發部門方面為部門協調能力與部門對合作所影響同步工作績效與信任度能力，在人員方面為開發周期的開放工作態度、工作認知、工作方法運用與工作時程的掌握程度「新知識」資訊獲得，使用設備工具的熟練與妥善率及對軟硬體的使用熟練度亦會影響，而成本的花費影響對開發工作的運作狀況，開發流程的各階段開始前對成本做詳細預估，再設定產品企劃時應具各項未來性的考量。開發中監督開發後做成本檢討，開發部門人員本身所具備的成本觀念考量與對策運用方式的執行直接影響開發成本，零副料供應廠商距離的遠近穩定性與供貨品質能力因素亦會直接影響成本，配合成本管理誠實面對各項成本，隨時更新改變成本衝突方案與運用各項成本資訊為開發作業有效目標管理。

30 張圓裁刀產品發展專案執行，專案管理自主權和資源彈性的有效性方法。目前知識經濟社會乃以智價產品為企業主要獲利的來源，因此技術知識特性對於專案執行方法之關連，並考慮專案執行方法與技術知識特性對專案績效深層影響。

