

## 羅代有限公司 設計師風格筆款產品設計計畫

### ■公司小檔案

- 甲、成立日期：民國81年1月4日  
乙、負責人：賴玉  
丙、資本額：5,000萬元  
丁、員工人數：37人  
戊、經營理念：

代有限公司創立於民國81年，以專業金屬及塑料筆製作服務廣大消費客戶，自行成立研發部門，研究機構開發各式筆款，專業的機構開發能力，生產各類型高品質的筆，以一貫化的生產服務，來因應全世界各地的訂單需求。公司的經營理念秉持「三品策略」，將企業永續經營分為三大階段，第一階段就是注重「品質」，重視消費者接觸產品時的最真實的感受，第二階段是維持「品格」，塑造產品的風格，呈現出獨特的自我個性，最後階段就是「品牌」階段，深耕「品質」與「品格」後，便可以正式進入品牌階段，此一階段除了品質與產品的維護外，開始加強品牌的公共關係，提昇品牌形象，照顧品牌的支持者，才實穩固的產業界永續經營。



- 己、本案合作之技轉單位(含顧問諮詢及設計單位)：  
設計單位簡介：桔思創意設計有限公司  
(think if design lab)  
顧問諮詢單位簡介：財團法人台灣創意設計中心

### ■計畫緣起

羅代有限公司創立於民國81年，成立PIRRE PAUL'S為筆類代工品牌，長期以專業製造金屬與塑料筆的OEM/ODM服務予全世界筆類品牌及通路商。羅代公司有自行成立的产品研發部門，每年開發新型筆款供應客戶採購及設計需求。但由於長年接洽代工訂單的結果，產品的開發逐線失去焦點，落於知名品牌的造型陰影，反應出產品外觀與內容的相似度逐年增高，缺乏創意設計與獨特性，加上金融風暴影響，開始出現訂單數量與價格降低的警訊。

98年度羅代公司透過CITD產品設計計畫，與桔思創意的設計能力做結合，藉由專業的產品設計能力，開發符合時下潮流的時尚科技風格筆款，重新建立起PIRRE PAUL'S產品的設計感，找回羅代公司在筆類代工市場的價值，今年希望能延續開發，以專業設計師風格作為主題發展，與桔思創意設計再度合作，展開新的產品開發計畫。

而本次計畫中的「設計師風格」所謂的「設計師」可分為兩種類型來定義：

1. 「具有個人強烈設計風格的工業設計師」
2. 「跨界領域的設計師」

本次的計畫獨特性在於：設計的對象不限制在某特定族群，外觀的造型與色彩的運用不再侷限需要符合「時尚科技感」，在材質的運用表現上就不再限制於金屬的材料；透過跨界領域的結合，可以在產品上表現不同的專業領域色彩，如建築師可將建築的元素用於產品的表現上，視覺藝術家可在產品上表達豐富的色彩運用，而作家可將文字運用在產品的外觀視覺上的表達，結合文化創意。

### ■新產品簡介

新產品的主要功能是用於書寫，但是除此之外，在每一項產品的造型設計皆具有強烈的「設計師風格」存在，讓產品自己說故事。

1. 清韻圖(張克齊作品名)－外觀簡單的線條，將畫作呈現在純白色的管身上，產品像是一幅畫軸，栩栩如生的畫躍然於紙上。
2. 雙龍搶珠(蘇建安作品名)－在華麗的金屬工藝點綴下，筆已經不再只有書寫的基本功能，而是進階成為品味的象徵與收藏。
3. 纏繞(彭春林作品名)－隱藏在簡約樸實的線條外觀下，是彭春林老師想表達的一段故事，故事裡隱藏的是一段沒有結局的緣份，但是在作品的呈現上，卻是一個充滿希望與圓滿的祝福。



4. 干樂筆(kedo設計風格)－一個像是掌上玩具的文具就放置在桌上，當你一眼看到的時候，是不是會好奇地想把玩一下？



### ■計畫創新重點

1. 開發內容：本計畫在執行內容主要著重於結合不同領域的藝術家、工藝師、專業設計師……等，激盪出產品可發展的不同面像，如畫家的畫不在是平面的擺放在桌上或是掛列在牆上，而是可以讓你隨身帶著走；而工藝師所打造出的飾品，豐富了產品的外觀之外，更是提升了產品的品味與價值。
2. 創新之重點：市場上目前以不同領域的設計專業筆款做為訴求的產品仍屬少數，不論是產品本身的獨特性與對於其他產品的搭配性，都是相當好的創新詮釋。藉由工藝師或是藝術家所發展的產品，都會帶入「文化創意」的概念在其中。對於工藝師或藝術家而言，他們的作品可以增加新的面貌來呈現，拓展他們的知名度；對於羅代公司而言，除了增加新產品以外，有了不同風格的產品對於未來拓展品牌的銷售也有了新的發展契機。
3. 新產品之競爭優勢：

競爭對象	優勢說明
國內同項產品	以文化創意或是結合不同設計專業領域的產品在國內仍屬於少數，加上羅代公司本身擁有的專業製造與研發技術，趕快投入市場並製造話題，可以提升公司的品牌形象與銷售額。
國外同項產品	因為產品內涵的文化創意是來自於台灣，是屬於東方文化的一環，對於國外的消費者而言，是一項可以刺激購買的因素，因此使公司的產品與國外他項產品產生差異化。

### ■研發成果及衍生效益

1. 產值的提升：  
本計畫研發成果產生新式筆款共5件  
以金屬筆平均外銷單價平均NT.200元/PCS計算：  
每款筆銷售量10,000枝，5款可達50,000枝  
預估產值可達1,000萬元(5款X10,000枝X200元) = 10,000,000(元)
2. 衍生質化效益：
  - (1) 提升羅代公司對於產品外觀的開發能力。在與不同專業領域的設計師、藝術家、工藝師合作過程中，除了學習其他領域的創意美學的經驗，也可以了解不同領域的專業加工技巧，可以刺激研發人員的視野並跳脫原有的舊思維框架。
  - (2) 羅代公司已為多家世界知名品牌代工，品質與口碑已具有一定的專業水準。執行本計畫後，將可增加自身與提供客戶更多元化的創意產品內容，

帶來更多的利潤及正面評價。

- (3) 期盼由本計畫，可以將傳統舊產業的技術結合設計與文化創意活動創造新的商機，同時加強商品競爭優勢。除了原有的高品質代工技術做為競爭基礎外，希望更能以具有市場性與話題性的產品品牌拓展公司的知名度與企業形象。
- (4) 結合了不同領域而產生了文化創意產品，也為羅代公司未來的筆類產品產生新的發展方向，同時對於工藝師或藝術家、設計師而言，也多了一項新作品的思考方向與創作契機。

### ■專案執行重要心得

98年度羅代公司透過CITD產品設計計畫，與桔思創意的設計能力做結合，藉由專業的產品設計能力，開發符合時下潮流的時尚科技風格筆款，重新建立起產品的設計感，找回羅代公司在筆類代工市場的價值，今年希望能延續開發，以專業設計師風格作為主題發展，與桔思創意設計再度合作，展開新的產品開發計畫。

而本次的設計師風格的產品設計計畫，主要是由「具有個人強烈設計風格的工業設計師」與「跨界領域的設計師」做為執行本計畫的核心重點。因此，搜尋合適的設計師、藝術家、工藝師是執行本次計畫的起步。而再搜尋人選的過程中，羅代公司在筆類產品的業界雖然以有一定的知名度，但是因為長期接单代工與銷售重心放在國外通路上的結果，使得在國內市場的知名度並不高，品牌形象也不鮮明。所以倘若一開始即尋找較為知名的藝術家或工藝師、設計師來操刀則就比較不獲得青睞與配合。而透過桔思創意設計團隊的介紹，洽商過去他們曾經輔導過的藝術家與工藝師，即獲得大力的支持與配合。在幾次開會討論的過程中，就深切感覺到這些老師們對於這次計畫案的配合意願相當濃厚，甚至會主動提出他們的專業建議與實際執行層面的相關技術，而面對這樣一些在過去沒有接觸過的加工方法，也讓本公司的研發人員有深刻的體會與思考的激發。進而透過桔思創意設計團隊從設計提案到整個產品的概念發展，從草圖的提案到3D模擬的定稿，整個產品的完成度與外觀的修飾就更大的加分。而本公司的研發人員主要參與在本計畫當中的機構設計，但是面對過去從未使用過的加工方法與各種創意的想法，也激勵我們思考更有效率與有效的製程方式，同時對於公司的研發人員而言，也是一種學習與成長。

製作樣品的過程中，免不了的就是不斷地修正每個零件的尺寸、組裝方式……等問題。在執行打樣階段時，本公司的研發人員、各領域的老師們、桔思設計團隊就是透過一直討論想法與修正，逐步磨合彼此間的默契，也因為這樣的一個過程，研發團隊的成員們，學習著如何更有效率的執行各項工作，與協調分工事務。最後，我們成功開發了五個分別具有獨特性與設計風格的產品，而這些產品，在未來都具有可量產的基礎潛力，推向市場銷售。