

## 偉群製刀工業股份有限公司 精品剪刀創新外觀設計專案

### ■公司小檔案

甲、成立日期：1978.10.20

乙、負責人：蔡勇村

丙、資本額：260,000千元

丁、員工人數：60人

戊、經營理念：

己、本案合作之技轉單位(含顧問諮詢及設計單位)：

### ■計畫緣起

偉群刀業為工業刀具製造起家，尤其以工業布料剪與刀片的製作為其主要技術，產品品項原本為工業用刀片製做，現期望

透過產品設計的導入，以新思維期望透過產品設計發展出新商品線開發新的事業

線，將工業刀具延伸為精品走向之剪刀設計，透過外觀的與市場定位的創新，創造新市場與定位將剪刀的定位提升。

### ■新產品簡介

目前偉群現有產品多著重於工業製造或客戶端要求之設計，較注重實用功能、效能、及機器使用的操作性，而偉群的刀具，其無論在技術上、功能上、精準度，均屬於技術領先的帶頭者，有鑑於現有刀具產業的發展趨勢，開始注重設計，所以本計畫將為偉群款具品牌系列設計，讓偉群的刀具能具有設計感、具有一致性的視覺感，且逐步讓產品具有品牌性。目前

共發展兩組各六款刀具設計，分別為展現多層次精緻工法

的Multi Layering系列，含剪刀二把(Large/Medium)、小圓刀(48mm/25mm)、攜帶式碎紙器、桌上型碎紙器；另一組為展現金屬不同質感結合的Material Contrast系列，含剪刀二把(Large/Medium)、小圓刀(48mm/25mm)、攜帶式碎紙器、桌上型碎紙器。

### ■計畫創新重點

#### 1. 計畫目標：

以新思維期望透過產品設計發展出新商品線開發新的事業線，將工業刀具延伸為精品走向之剪刀設計，透過外觀的與市場定位的創新，創造新市場與定位將剪刀的定位提升。

#### 2. 創新性說明：

本計畫執行時係經過嚴謹的前導性設計研究，首先先進行前期資料收集，並針對刀具市場與競爭對手深入調查，分析市場相關品牌造型趨勢，之後針對偉群現有工法挑戰想呈現的品牌精神而進行設計，因此本

案所提出的六款設計，除具有家族性統一風格

外，係為更能呈現精品工法之產品，本案之刀具在產品實用功能、新穎性、及使用的操作性突破上，



係運用偉群最領先之技術與浩漢設計之設計概念進行，現擁有精品風格設計的外型後，當一字排開時，可快速抓住買家的目光，預計可為偉群帶來不同於現有工業或代工產線之產品發展。

### ■研發成果及衍生效益

本計畫為剪刀產品設計具系列性的產品外觀設計，讓偉群的剪刀能具有設計感、具有一致性的視覺感，且為產品創造品牌價值。新產品完成後將有以下影響：

#### 1. 對公司之影響：

藉由本計畫之執行，能強化偉群在刀具產品開發的產品線能量，而新產品設計結合浩漢產品設計公司之美學設計元素，將帶給產業創新性及獨特性之競爭優勢，將提升企業及市場競爭力。本計畫品牌系列性的設計開發產品，預期將可提供購買者於賣場選購時擁有更為多元的購買經驗，採用同一外觀系列的產品，在同一個空間，預計可為偉群帶來龐大的商機利潤，也可加強偉群的新產品線發展未來性。

#### 2. 對國內產業發展之影響及關連性：

本計畫開發之剪刀產品具有全新外觀設計，讓剪刀系列產品打入精品品牌販售通路，並與國際大廠之產品競爭，透過浩漢產品設計公司協助進行產品設計，讓產品在市場通路上展現品牌獨特的設計

風格，並且提高產品的銷售價格。

#### 3. 產品預計效益：

本計畫預計  
外銷：第一年300組，第2年600組，第3年1000組。



### ■專案執行重要心得

在本計劃的執行當中，研發人員學習到如何在外型設計上尋找到具系列性的整體外觀共通點，以及如何透過設計巧妙的加強視覺上的效果，使得產品可以在外觀上看起來就像是系列延伸一樣。經過會議多次反覆討論，更

了解對於外型設計上設計公司所需求條件和資料的提供

更有共識，往後在其他專案合作時能更有共識，使前期設計的時程縮短，也能使設計公司有更多時間來提供更豐富的提案。

而在機構與外觀的設定上，也學習到如何保留必要的產品特質，並取得結構的合理性使得產品能夠順利量產，增加偉群在產品開發的產品線能量，並且能研發具未來概念性創意設計，進行創新產品開發，形塑出具有偉群未來品牌之特色的設計風格，並使偉群在國際市場上的競爭力能夠更加提升。

