

久允工業股份有限公司

久允手工具產品暨包裝設計

計畫執行目標

經專案開發計畫，委託普羅設計，從品牌規劃建議至產品設計產出代表 Ethan 品牌的鋸弓。針對開發的新產品所達成之目標在不同綱要上分項說明：

1. 品牌規劃：就久允公司新的 Ethan 品牌給予分析及建議。
2. 產品功能：特為專業市場所使用的重量級鋸弓。
3. 設計美學：以表現專業並且高負荷的產品形象為主，具有強烈的產品形象以為 Ethan 未來工具形象的指標。
4. 市場行銷：對準歐美為主銷售市場目標，放眼全球市場。
5. 產品包裝：與消費者達成整體品牌溝通語言。



新產品簡介

以久允公司旗下之 Ethan 品牌所量身打造之專業用重量級鋸弓

1. 產品定位：適用於專業特定人士使用之鋸弓，如水電或鉛管工，用於切割金屬之高張力手動工具。
2. 造型設計：以流暢之線條表達鋸弓之強烈個性，此外，造型必須兼顧重量與提供鋸片足夠的張力。

計畫創新重點

1. 開發內容
久允公司生產之主力產品圓孔鋸及鋸片具良好之水準，並為大廠牌代工，已具有良好之製造及研發實力，其與普羅設計合作，希望能為旗下 Ethan 品牌，奠定良好之方向及優良產品的根基，為此開發案的

主要宗旨。

2. 創新重點

產品設計上將專注於研發風格鮮明並為專業市場特色之產品，同時考量使用者習慣及使用環境之需求。除外觀的設計美學，在製程、組裝、結構上也需尋求新方法以突破目前產品的現況。

3. 新產品競爭優勢

具流線簡潔造型之產品設計不同於市面上傳統一般的鋸弓，可為 Ethan 品牌奠定鮮明之品牌形象，而造型的特性，將把手部分另外組裝可提高量產之良率，並於同等級產品中具有較輕之重量。

4. 應用範疇

此為專業使用之手工具，具有高張力負荷之特性，除為職業鉛管水電工所用，於美國市場，或為專業 DIY 使用者之工具。

公司研究發展能量及研究發展制度之效益說明

本計畫首次與普羅設計公司合作，突破以往的傳統品設計流程。以往總是直接針對產品設計目標及需求進行構思及開發，而本計畫不同於以往之流程，而先進行產品品牌之整理，在產品設計前將產品品牌之特性做整理定義，再依據品牌個性進行產品設計構思，讓產品能充分展現其品牌特質，且更能突顯品牌之價值，也讓本公司在產品研發制度上有一新的思維，跳脫傳統的制度模式。這個計畫進行的過程讓公司累積了品牌經營的另一新的能量，讓產品設計更能貼近品牌精神，自有品牌之經營又跨進了一小步。

人才培訓及運用效益

本計畫之產品外觀設計委由普羅公司進行，並由台灣創意設計中心輔導，普羅公司對產品設計之專業及細膩度令人讚許，同時也讓參與此計畫之設計人員學習到不同的設計模式。設計過程中，該公司提出數種構想與設計，讓參與人員逐一做檢討與挑選，挑選出最適當的設計款式，在檢討過程中，即有不同的設計構思與創意來源，讓本公司參與之研發人員學習到多元的設計手法及創意思維。

普羅公司對產品設計開發流程細節的堅持，也讓研發人員學習到設計過程細節控管之重要性，這些細節將影響到產品未來量產及上市後之可行性。本計畫完成後，未來將會有系列性之產品設計，延續本計畫之品牌整理及產品設計。藉由本計畫參與之過程與記錄，累積研發人員之經

驗，提升其設計能力，將有助於後續系列性之產品衍生運用及開發。

產學研各界之技術移轉及合作效益說明

公司長久以來，因研發人才招攬不易，因而藉由與研究、設計機構、學校合作，進行產品的持續創新與開發，同時也利用合作的進行培育內部研發人才。

本計畫除委由專業設計公司設計外，同時還有台灣創意設計公司之輔導，該公司除了從旁協助本計畫進行外，也安排了相關課程，讓公司除了產品設計外，還能接觸各種品牌行銷及設計等知識，有利於品牌及產品之推廣。

中小企業由於本身之資源較為匱乏，多利用產學合作可解決企業資源不足的問題，加速品研發速度，提升競爭力。且傳統產業有豐富之生產經驗，如再輔以產學研各界之理論，可縮短摸索、試驗的時程，對企業有相當大之助益。

新產品創造之技術效益及市場效益說明

新產品除了外觀設計外，本計畫還針對產品的包裝做整體的設計搭配，讓產品自品牌至包裝有一致性，提升產品的整體質感與附加價值。

本計畫所設計之產品為鋸弓手工工具，外觀之設計已突破傳統刻板印象，以流線造型取代原有的方形框架，讓消費者有舒適、柔和的視覺效果，未來在市場上將有別於低價競爭之劣質產品。

計畫完成後對提升我國產業水準及競爭優勢說明

久允工業為鋸型工具研發製造及供應者，由於對手動與電動鋸型工具的熟知與經驗，新的設計將跳脫傳統市場上使用的方式，在功能、使用便利及安全性上與同類商品比較；均大幅度提高，再配合專業的設計團隊整理品牌之方向與定位，讓產品的設計細節與品牌特質有一制性，不僅有利於本公司自有品牌之行銷，更能建立產品設計與品牌行銷結合之有效模式，有助於台灣手工工具產業自有品牌之推廣，提升台灣品牌在國際市場之競爭力。

專案執行重要心得

設計的過程是有趣、天馬行空的，最後還是要驗證它必須是可行的。

與普羅設計合作的過程帶給我們很大的啟發，從開始的產品調查定位到後來的產品發想及設計，每一個過程都很認真的思考該如何呈現並達到最終結果。

首先一開始找幾位人員，這幾位人員包含平常有在使用鋸子的人員，以及平常一般沒有在使用鋸子的人員來做鋸弓切削測試，而鋸弓切削測試有 6 種以量產的型式，分別調查並記錄這 6 種鋸弓的外型以及切削之後的感覺，也調查鋸弓之價錢、切削後舒適度，將每項結果記錄起來，最後挑選出 2 支鋸弓，而這 2 支鋸弓之特點為外型好看，

且切削後有舒適感，符合一點點人體工學，再請普羅設計人員設計，以這 2 支鋸弓為出發點，產生靈感來設計，甚至有些設計是參考汽車之外表而設計的，外表感覺上就像是一台新車之鋸弓，一整個鋸弓看起來就是非常有創意感。

之後就開會討論，將普羅設計的 30 支以上之鋸弓挑選出 2 支，這 2 支鋸弓先以保麗龍作出模型出來，看到這保麗龍模型就感覺很不賴，不僅整體感有流線感，而且整個外觀都超越之前所開發設計的鋸弓，因此目前以此 2 之鋸弓之外型為主，開始設計內部之構造，須達到需求之條件，包含微調動作、開、關便利以及省力要素。有設計出 2 種不錯的架構，但是經過討論之後選出 1 種，目前就以此架構持續修改設計中。此次與普羅設計合作，不僅讓我們大開眼界他們參考其他流線之成品，設計出流線型的鋸弓，雖然需要很多的靈感，但這確實是我們值得學習及改進的地方。

