

愛心進行銷設計股份有限公司

美好生活家居工具 (HOME TOOLS) 系列設計



計畫緣起

近年來台灣手工具產業不僅要面對與歐美日本先進國家的競爭，更要面對大陸印度等新興國家的低價威脅，自 2003 年全球第一大出口國的寶座被中國大陸所取代後，整體產業發展雖仍有成長卻是遲緩，2014 更是一路下滑退至全球第六；台灣傳統產業有的是堅強的技術硬實力，卻普遍欠缺市場行銷、品牌經營、設計美學與電子商務應用等軟實力方面的加強、結合與投入；其因傳統產業卻並非大多搞行銷或設計者的首選外，幾十年來傳統產業重成本技術與生產的製造業思維，更讓此台灣曾引以為傲的產業多年來仍在原地踏步。

著名的馬洛斯人類需求五層次理論提及，人都潛藏著對生理上的、安全上的、情感上的、尊重的與自我實現的五種不同層次需求，只是在不同的時期表現出來的各種需要的迫切程度不同而已；工具市場長久以來一直僅在生理上 (DIY 級) 及安全上 (專業級) 提供需求，卻忽略了人類更可望在情感面、尊重面與自我實現上的需要。

新產品簡介

本計劃標的擬以家庭日常使用需求率較高之工具進行設計，主要為更具方便使用性拆卸鎖固用之「棘輪起子」組、夾持用「鉗」類與槌打類「榔頭」三項產品延續現有品牌訴求與特色進行系列化設計。

致力應用台灣傳統產業現有生產技術與能量，透過設計賦予產品更多溫馨有趣的創新元素，開拓一個屬於台灣產業共享共榮，獨樹一格有別以往的家用品品牌，進而擴大行銷通路與市場規模的新互助生態。

成立日期 / 103 年 1 月 23 日

負責人 / 吳明哲

資本額 / 18,800 千元

員工人數 / 11

1. 棘輪起子 (BEAR PAPA 棘輪螺絲起子工具組)



BEAR PAPA 是一隻憨厚、善良的熊。他喜歡幫助別人，也忠於照顧寶寶、守護家人，是愛家的好榜樣，從他誠懇真摯的眼神，可以感受到其執著認真的精神，不論是照顧家人或幫助別人，都是那樣的熱切並且踏實。

熊的身體可分為三個部分，頭部為配有棘輪裝置的握把，打開身體露出底盤可看到共 6 支不同規格尺寸的常用起子頭 (一字 / 十字 / 六角各 2 支)，將具有磁性的起子頭與棘輪裝置相吸，調節棘輪裝置的方向，使用時只需來回轉動手腕，即可輕鬆將螺絲鎖緊或轉鬆，相當便利且省力。

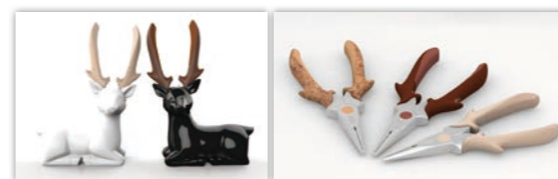
2. 槌子 (RHINO BOY 犀牛槌)



RHINO BOY 是個充滿活力，每天在草原奔馳的大男孩。從遠方就可以看見他閃閃發亮的犀牛角，只要聽見同伴的呼喊聲，RHINO BOY 二話不說立刻飛奔過去為其衝破阻礙。

犀牛角為極具質感與實用性的金屬，包覆在金屬外的材質可以輔助握持。使用時將犀牛頭部拔出，再將隱藏起來的伸縮桿延長，即可做為槌子使用，解決生活上需要用到槌子的小差事。

3. 鉗子_A (DEER LADY 尖嘴鉗)



DEER LADY 生活在森林裡，個性溫順又細心，美麗的鹿角更是其一大特色，深受森林裡其他小動物的喜愛，大家都對她美麗的鹿角深深著迷。

鹿角為尖嘴鉗的握柄，不僅保有特殊外型，其握持方式更有利於施力。鹿身以木頭為原料，雕塑出溫潤的外型，與鹿本身溫柔的特質相呼應，突顯其作為工具的獨特性與美觀性。

4. 鉗子_B (3.MR. BULL 鋼絲鉗)

MR. BULL 喜歡睡覺、時不時就會打起瞌睡，有著厚實的身軀的他，是大家最有安全感的依靠。

牛角為質感與握持舒適度兼具的金屬材質，使用時將牛面掀開，露出之骨感鉗身自頭部取出，即可做為鋼絲鉗使用，為尖嘴鉗的延伸系列產品，為不同需求的使用者增加了功能上的選擇。

計畫創新重點

1. 改變工具一貫冰冷呆版印象，加諸更多溫暖親切有趣元素，激發更多不同使用者如女性、青少年與文青等族群投入，創造不同於專業與 DIY 工具類別的「HOME TOOLS」新領域，擴大現有市場規模。

2. 從情感面切入設計讓人看了就會感到欣喜的工具，讓人想要愛護與保有避免遺失、丟棄的直接浪費。
3. 讓工具平常就是上得了廳堂的家居擺飾，需要時不怕找不到更是實用的幫手；可愛溫馨有趣造型取向更是化解日常壓力、煩悶、沮喪，療愈挫折失意的情感小物，藉以提高家庭生活品質與幸福感。
4. 妥善運用與不同材質間結合，如工程塑膠高強度、輕量、易塑型與多彩特性，使設計訴求能更有效明確的傳達。
5. 取材自然可愛生態設計藉以傳達一種對動植物的愛護，乃至對環境週遭人事物及地球的關注與友善。
6. 針對家庭常用工具進行系列設計，提高親職互動參與度與對家的凝聚度。

研發成果及衍生效益

項目	量化值	預期時間
增加產值	15,000 千元	2016 年度
產出新產品或服務數	3 項	2016.1~3 月
衍生商品或服務數	2 項	陸續產出
投入研發費用	2,500 千元	2015 當年度
增加就業人數	4 人	2016 年度 結束前
新型、設計專利共	3 件	2016 年底前 陸續取得

以公司現有新產品上市第一年對營收產生之貢獻約 400 萬預估，3 項新品及延伸 2 項應用商品，正式上市行銷 9 個月換計，預計此計劃 2016 應可增加近 1,500 萬之年產值；相對產值需要勢必增加 4 人以上之就業人數。

專案執行重要心得

開發的三項產品中，棘輪起子已獲得台灣金點設計獎章的殊榮，但我們不以此為傲，真正讓我們高興且欣慰的是讓家裡常用工具也能化身具美感的擺飾、撫慰心靈的用品，提高整體現代生活品質、強化每人對家的凝聚力與幸福感，進而友善週遭愛護環境，創造每個人更美好的生活。看到我們的工具會產生會心的一笑，而這一個笑容就是我們要的結果！