

樂富禮創意文化有限公司

軟、暖、說、唱伴侶－結合 IC 設計、內容、兒童文學和幼兒玩具的設計創新計畫

公司小檔案：

- 成立日期：民國 97 年 4 月 23 日
- 負責人：杜保興
- 資本額：新台幣 100 萬元
- 員工人數：15 人

計畫緣起：

人類有三萬五千個基因，雖然基因掌控著大腦未來發展的藍圖，但，啟動這些基因的關鍵樞紐，是在適當情境中給予適當的刺激。如此，經由先天基因與後天環境的交互影響，嬰幼兒約十兆個神經細胞，才能透過適當的刺激促成神經細胞的突觸與樹狀連結，進而促進嬰幼兒的腦部發育，這就是所謂的感覺統合學習。

1. 樂富禮〈軟、暖、說、唱伴侶－結合 IC 設計、內容、兒童文學和幼兒玩具的設計創新〉，將以感覺統合，促進幼兒智能發育的學習概念做為開發基礎，循序漸進的透過 IC 設計，結合語音、機械結構與數位內容，開發共計三大系列的智能型填充玩具。
2. 讓每個嬰幼兒在不同的年齡階段，可以依序先從聲音元素、與玩具物件不斷的重複接觸、逐漸連結嬰幼兒腦部、聲音、與物件的認知，進而達成讓嬰幼兒在玩中輕鬆累積五感的感覺統合，促進腦部發育。

新產品簡介

1. 小小貝多芬系列－觸碰音樂學習玩具（共三款）
這系列的商品將著重在透過觸碰產生聲響，進而透過記憶力刺激創造力的腦部細胞發育，達成造型與音樂電子功能整合上的創新與情境學習與兒童智能學習上的創新。



2. 迷路的外星寶寶－電子寶寶（共二款）

這系列商品是利用電子雞的智慧型 ic 與簡易型智慧型機器人的機構整合，讓嬰幼兒從小就可以透過觸碰、撫摸、餵養…等與外星寶寶的互動，從遊戲中減少孤單感並獲得具體的舒緩與減輕。該系列的創新要點為，智慧型互動與軟質絨毛娃娃機構整合的技術創新。



3. 軟、暖、說、唱伴侶－My Smart Friend（共三款）

這系列是結合 MP3 功能與未來數位商城的前期硬體開發作業，這系列將在設定為伴侶的產品中加入 MP3 的電子設備，透過預留在填充娃娃身上的 USB 插槽，上網下載舉凡音樂、語言學習課程、兒童文學故事等，小朋友就可以有一個會說故事又會跟著音樂一起跳舞的生活伴侶。該系列的創新要點為，IC 設計、數位語音內容、陪伴系填充玩具的結合。



計畫創新重點：

1. 造型與音樂電子功能整合上的創新
2. 情境學習與兒童智能學習上的創新
3. ic 設計、數位語音內容、陪伴系填充玩具的結合
4. 整合玩具智能，玩具互動技術升級
5. 從視覺、觸覺、心理到行為的心靈學習設計

樂富禮是台灣長期外銷歐、美，同時兼顧產品設計創新與優異製造力的國際填充玩具公司，過去無論在絨毛玩具的 OEM、ODM 業務與近年來積極投入 LOVELY 自有品牌的商品開發上，都掌握有同步全球的生產與製造競爭力；Memes Creative Partnership 迷母國際，是國內少數整合創意力、設計力與商品化執行力，並同時擁有品牌策略思考與實務操作經驗的新型態創意公司。

〈軟、暖、說、唱伴侶—結合 IC 設計、內容、兒童文學和幼兒玩具的設計創新〉計畫，將分別結合兩家公司創意、設計、品牌操作與功能、結構、製造優勢，讓這項創新設計的三個系列產品，跳脫過去單一商品設計案的設計規格，直接將通路、行銷、數位媒介及商品包裝…等一條鞭的提前規劃與思考，在 LOVELY 全力發展 0-6 歲嬰幼

兒知育玩具的品牌概念統整下，從〈軟、暖、說、唱伴侶—結合 IC 設計、內容、兒童文學和幼兒玩具的設計創新〉出發，先從硬體（絨毛玩具與智慧型 ic 結合）技術面的創新出發，運用過去樂富禮長年在智慧型填充玩具研發上的經驗，結合迷母國際在工業設計構想面與數位互動技術結合上的創新能力，定能讓本案成為樂富禮進軍中國，逐步打出 LOVELY 在智能兒童玩具產業上的國際競爭力。

研發成果及衍生效益：

1. 整體產量 & 中國市場銷售計畫

隨即進行國內與中國市場行銷通路的量產與通路報品計畫，依照目前的規劃，國內因市場規模較小，初期（第一年）將先小量生產每系列每款約 500 組，目標通路為國內百貨公司嬰幼兒玩具通路。

本案開發的三系列共計 8 款商品將分別以三條產品線的操作方式，進軍中國大陸內地市場。

第一年將以中國二級城市為首要市場目標，透過經銷商鋪貨的方式，期望第一年能完成每系列年銷量 5,000~30,000 個的目標。

項目	民國 99 年			民國 101 年		
	國內銷售量	海外銷售量	市場占有率	國內銷售量	海外銷售量	市場占有率
小小貝多芬	500	5,000	20%	5,000	30,000	80%
迷路的外星寶寶	500	5,000	20%	5,000	30,000	80%
軟、暖、說、唱伴侶	500	5,000	20%	5,000	30,000	80%
合計	1,500	15,000		15,000	90,000	
年度營業額	200,000			1,200,000		
%						

2. 智慧型兒童玩具延伸

市場面：樂富禮深耕中國市場已有多多年歷史，對中國二線城市的嬰幼教育玩具市場有一定程度的了解，投入這三個系列產品線的研發，除了奠定樂富禮未來在中國智能兒童玩具市場的品牌價值外，更期望延展的，是透過兒童絨毛玩具與數位內容產業結合的營運模式，展開數位智能商品的延伸，從傳統製造業，轉型成為數位製造業。

通路面：樂富禮計畫於明年正式在中國以儂本杰兒的品牌，進行本計畫開發之三系列商品的推廣，除了過去傳統填充業的通路布局外，樂富禮將自行籌設自有品牌通路的布建計畫，結合實體與數位通路，從二級城市開展，進而行銷全中國。

專案執行重要心得：

1. 階段性的 ic 設計與錄音功能的導入可協助公司在該項智能型絨毛玩具開發上有領先業界的技術創新，並提高產品價值感。
2. 將類電子雞功能的簡易智慧型機器人構想結合在嬰幼兒的絨毛玩具上，可提升並改善 ic 與絨毛玩具實際互動的機械結構設計。
3. 完成智慧型伴侶的絨毛玩具後，將可延伸未來與數位內容及平台的先其功能測試。
已有過去為歐、美品牌廠代工的技術背景，面對中國市場，完成這項計畫後，將有機會參予並積極介入。跳脫既有代工現況，直接從產品技術面與設計面的創新，提升公司自身的產品競爭力，並加速研發能量建立、研發人員質 / 量提升、研發制度建立、跨高科技領域、技術升級、國際化或企業轉型。