



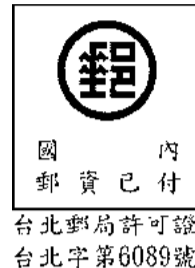
台灣區玩具暨孕嬰童用品工業同業公會官方網站
www.TCMA.com.tw

8 月號

2019 年 1 月 7-10 日
香港玩具展、香港嬰兒用品展 即日起開放報名！！
報名請洽本會 呂小姐！

收件人 / 無法投遞請退回

中華民國 81 年 5 月創刊 · 每月 15 日出版
理事長：陳國棟 · 發行人：簡淑超
出版者：台灣區玩具暨孕嬰童用品工業同業公會
地址：台北市 10446 民生東路一段 42 號 6 樓
美術編輯：呂宛真 · 編輯：李怡璇
郵撥帳號：01110902
服務電話：02-2571-1264 轉 35
E-mail：tcma@tcma.org.tw
【經濟部國際貿易局廣告】
中華郵政台北雜字第 1956 號執照登記為雜誌交寄



2018 年 CBME 中國孕嬰童展、童裝展 參展報告

報告人：簡淑超 / 秘書長

呂宛真 / 專案執行

展覽時間：2018 年 7 月 25 至 7 月 27 日

展覽地點：上海虹橋國家會展中心

目的

2018 年由亞洲博覽主辦的第十八屆 CBME 中國孕嬰童展承續 2017 年於上海虹橋「國家會展中心」擴大展出，共運用了 1、2、3、4.1、5.1、5.2、6.1、6.2、7、8 號館 11 個館（2017 僅運用 1、2、3、4.1、4.2、5.1、5.2、6.1、6.2 號館及北廳 9 館 1 廳），展覽面積擴增至 266,548 平方米，展商包括惠氏、Swiss、小皮、貝親、飛利浦新安怡、尤妮佳、Britax、MAXI-COSI、Joie、Hape、傳易達、Micro、青蛙王子、貝貝王國、戴維貝拉等在內匯聚 3,065 家企業、4,332 個全品類孕嬰童品牌參展（2017 年為 2,662 家企業、3,952 個孕嬰童品牌參展，使用面積 239,732 平方米）。

2018 年 CBME 中國孕嬰童展展期三天據主辦單位統計共吸引逾 95,518 位來自全球的专业買家參觀採購洽談，較去年（共 88,316 位專業買家）增加了 7,202 名買家，參觀者總數成長 8.15% 再創歷年新高，買主涵蓋全球，包含中國內地孕嬰用品店及百貨、電子商務、超市及賣場、百貨公司、購物中心、嬰兒用品專賣店之各類專業買主參觀。

本會於 4.1 館國際展團區籌組台灣廠商參展，藉由國貿局專案補助，結合台灣孕嬰童用品廠商，透過「台灣第一等」形象 LOGO 醒目整體形象，展示創新優質產品，提供不僅中國內地市場，還有全球性買主更多元的台灣高品質及差異化產品，協助台灣廠商拓展中國內地及全球市場與商機。



▲ Hall 6.2 中設立了新亮點展區「智慧家居」，會員廠商匯嘉健康生活科技公司亦於此區展出

過程

2018 年中國孕嬰童產業繼續保持強勢增長趨勢，隨著中國最大母嬰產品銷售服務機構之一的「愛嬰室」公司股票成功的上市，孕嬰童產業投資熱度不斷升溫。瞭解、滿足及挖掘孕嬰童消費者的新需求成為致勝行業的關鍵點。現在的孕嬰童產業經濟不再局限於滿足嬰童和孕婦的基本需求，而是升級為整個寶寶家庭的新需求。【註：愛嬰室是一家結合目錄銷售、電子商務、門市銷售，為孕前到 6 歲幼兒家庭提供優質母嬰產品和服務的專業公司，經營產品涵蓋了嬰幼兒奶製品、紙尿布、哺乳用品、玩具、嬰童服飾、嬰童洗滌用品、孕產婦用品等幾十大類，銷售產品數量逾萬種。】

在消費升級的推動下，寶寶家庭的生活方式產生了改變，90 年代後已成為新生代父母的主力，本屆展區規劃了五大亮點展區，除了延續去年的「樂活美媽」、天然產品的「活色生鮮」、「樂享戶外」、「樂教體驗」以及本屆首次設立的「智慧家居」五大非傳統母嬰商品專區，針對孕產婦美容美體、寶寶早教、親子戶外娛樂、智慧居家生活，補充及延展了傳統母嬰市場的商品，為新一帶父母帶來創新的需求供給。

本屆大會規劃運用了 11 個展館、17 個主題展區，除了由新上市電腦商業同業公會帶領台灣新創授權廠商於 Hall 2 參與全球授權展中國站展出，本會於 Hall 4.1 展示國際品牌產品展區 - 國際館籌組台灣廠商參展，藉由國貿局專案補助，透過「台灣第一等」形象 LOGO 醒目整體形象豪華特裝，展示創新優質產品，參加公會團區的會員有親親、安恆美、億听、龍辰、炬騰、小事、鑫滿、普生 8 家廠商，

展期經濟部委任台灣貿易中心上海代表處 袁琳專員前來團區訪視並關心廠商；本館也較多來自台灣自行報名參展廠商，參加的會員有洋誠、會昌、自在生物科技、元亨、東禹等 5 家廠商參展，國際展區集結了來自北美、英國、法國、澳大利亞、西班牙、日本、韓國、新加坡、香港、台灣等地區及國家產品爭鋒亮相，本館並設立「樂活美媽」亮點展區，展示月子中心及會館設備品、孕媽咪產後修復、孕哺服飾、孕產美容美妝、健康營養等為新生代媽

媽服務的品牌及產品，參與本展區來自台灣的參展商有無毒水性指甲產品的綠麗參展；Hall 3 為 CBME 中國時尚童裝展，本區也是嬰童服裝、童鞋及配飾產品展區，集結 17 個國家和地區的 105 個時尚童裝品牌，滿足新時代潮爸辣媽對童裝產品的設計感、時尚感、個性化新需求，來自台灣自行報名的參展廠商有安荷童裝、普風緹 2 家廠商參展；Hall 5.1 為車床、汽座及傢俱專區，參加的會員有新世紀及來自台灣的參展商創星 2 家；Hall 6.1、7.1、8.1 展示孕嬰童食品、營養品及零食產品；Hall 6.1 中設立了「樂享戶外」亮點展區，參加的會員有統資參與；Hall 5.2、6.2 展示中國內地及國際大廠知名品牌母嬰用品，Hall 6.2 中設立了新亮點展區「智慧家居」，參加的會員有滙嘉參與展出，CBME 中國孕嬰童展按不同主題的展區展出，展現多元化專業產品，完整孕、嬰、童產品一次展現，規模冠絕亞洲。

Kidsland 中國董事總經理仲梅認為：「年輕一代父母對母嬰產品與玩具的要求更加多元，對產品品質、功能性、設計感、社交性等個性化的要求更高」。展會中他們展現多款國際兒童玩具品牌及產品，引進中國內地市場，滿足中國寶寶家庭的新需求。Silver Cross CEO Nick Paxton 表示：「展期我們將帶來多款英國設計的高端嬰兒推車，再具備輕便、易於摺疊等特點的同時，也希望滿足中國家庭對嬰兒車設計感、時尚感的追求」。許多國際知名大廠皆透過本會展，引進許多創新產品呈現這中國大市場。而貝親中國總裁葉芳瑩女士表示：「今年 CBME 展會組織井然有序，各項服務隊參展商而言非常方便，也能讓參展商更有效的傳遞品牌文化和最新產品訊息」。樂友孕嬰童創辦人兼 CEO 胡超女士表示：「中國孕嬰童展是一年一度業界最具口碑及影響力的母嬰盛典，近年無論是規模，還是規格上都有了很大的提升與發展」，2018 CBME 中國持續聚焦市場熱點，引領孕嬰童產業未來。

而全球產業中國仍然為仿冒最大發生國，中國上海當局及主辦單位鑑於本問題，發起了「保護智慧財產權，鼓勵自主創新」，於本次展覽由主辦單位博聞中國與上海博物館、上海長寧區文化局主辦，以上海博物館提供的「10 大國寶級館藏文物」為設計元素，圍繞著「當過去遇上未來」的設計主題舉辦了「海上文博 2018 上海創意設計大賽」，揭曉了 42 強「童



▲ 本會於 Hall 4.1 國際館籌組台灣團區參展，藉由國貿局專案補助，以「台灣第一等」整體形象豪華特裝，展示創新優質產品

裝設計」和「孕嬰童產品」大獎，藉由新生代品牌職業設計師的創意思維，讓文博授權與時尚童裝、孕嬰童產品、文旅產品生動結合，發掘文博授權潛力，幫助中國各領域設計師創新與人才交流，終止仿冒產品再生。主辦單位將持續聯合權威部門保護智慧財產權，推動產業於中國內地健康發展。

承襲本會理事長理念，為展現台灣廠商創新、優秀商品，展前與主辦單位博聞大力推廣，請參展商提出 1-2 件優秀商品參與 2018 CBME AWARDS 中國孕嬰童產業大賽，今年度非常恭喜公會會員新世紀 - 奇樂迷你（法米多）及台灣廠商創星 - VEER 拖車（VEER），雙雙入圍 2018 CBME AWARDS 中國孕嬰童產業 - 出行品類大獎。

而《2018 年 CBME 中國孕嬰童展產業調查報告》共回收問卷 3,460 份，其中包含品牌商 1,425 位、代理商 955 位、零售商 1,080 位，88% 的受訪者為企業主或企業管理層，報告結果顯示：(1) 孕嬰童產業持續快速發展，87% 的企業預期增長，66% 的企業預期增長 20% 以上；2017 年 59% 的企業銷售額實際增長 20% 以上，82% 的企業銷售額有不同程度上的增長，整體經營好於 2016 年實際數字。2018 年企業預期也好於 2017 年，其中 87% 的企業預期增長，66% 的企業預期增長 20% 以上；(2) 圍繞寶寶家庭生活方式的非傳統母嬰商品占比增加；調查顯示，84% 的受訪者認為有必要銷售非傳統母嬰商品，而 66% 的零售門市已開始銷售，相較去年，兩個比例都有了大幅提高。其中寶寶游泳和 SPA、健康營養（女性、成人營養品等）和產後修復 / 生活體驗類列為非傳統母嬰商品前三位；(3) 品牌商通過新產品滿足

（本文接續刊登於第 2 版）

(接續第 1 版內容)

消費升級新需求，產品/服務已面向整個寶貴家庭；76% 的受訪者首次提出，品牌商應在未來發展中通過新產品滿足消費升級的新需求，同時，過半的受訪者也認為更多跨界新品牌會不斷湧現，產品及服務針對對象擴大到整個寶貴家庭；(4) 零售商不斷加強和提高消費者體驗和服務：加強和提高消費者體驗和服務仍是未來零售商發展的最大重點，值得注意的是，47% 的受訪者認為找傳統品類之外的新增長處、嘗試更多新型營銷模式，這兩項新趨勢分別位列第四和第五位；(5) 部分代理商成功調整後拉大於同行差距：代理商前三項發展趨勢與去年保持一致，67% 的受訪者認為，相比利潤而言，更願意選擇可持續發展的品牌，而接近一半的代理商也在今年的調查中提出，通過調整後，部分代理商成功拉開了與同行間的差異化；(6) 母嬰管道仍然是品牌商主要的經營管道：70% 以上的受訪者認為母嬰管道仍然是品牌商未來重點拓展的經營管道。

展覽期間看出幾個中國孕嬰童產業市場需求及導向，「代理需求持續發展，代理商選擇品牌合作更為慎重」、「產品創新持續消費者刺激及需求，吸引買家及消費者的注意」、「電子商務營運成本攀升，未來線上線下連結將更為緊密才是王道」、「非傳統母嬰商品，為孕嬰童產業發展帶來新增長點」。

台灣玩具暨孕嬰童用品公會迎合了這樣的理念，匯集了台灣玩具、兒童學習與婦幼用品三大產業，精采展品內容包括西班牙著名品牌 KUNDO 兒童平衡車、兒童自行車廠商 - 安恆美；滿足時尚、流行潮牌童鞋廠商 - 億昕國際；創新設計具備教育娛樂及美麗居家商品廠商 - 親親貿易；具有親子互動教育性、早期教育娛樂高品質歐規地墊廠商 - 呷騰企業；高品質製作、無毒優良的嬰兒用品 - 鑫滿實業；台灣專門為孕嬰童設計健康營養的保健食品產品廠商 - 龍辰洲際貿易；歐美及日本進口品牌母嬰兒童用品廠商 - 小事國際；成人及兒童口腔保健專家產品廠商 - 普生，於 4.1 館的台灣公會團區，為中國內地代理商、經銷商等買家盛大展現臺灣優質產品及品牌。

心得與建議

2018 年 CBME 中國孕嬰童展邁入第十八年，儼然已形成孕嬰童用品全球領先平臺，從各國參展及續展家數及中國內地買主團數，可看出此展的效益顯著，將為進入中國大中華，甚至大東亞地區的最佳平臺，而協助會員參展相關國際展覽，玩具暨孕嬰童用品公會整合孕嬰童用品廠商不遺餘力，經過展前多方的嚴密規劃，與大會協商取得最佳團區展位，結合精緻豪華裝潢，為中國內地買主及品牌代理商提供台灣高品質優質品牌產品，於展中及展後多方洽詢展商意見及展後觀感，以統計來年展覽精進展望服務方向，本會將持續秉持信念結合廣宣推廣，為廠商創造更多商機。

而中國孕嬰童市場持續快速發展，同時消費者需求與理念加速升級，更青睞差異化和高品質商品趨勢下，由參展廠商逐年推出新品參展略窺一二，產品創新、商品自有品牌調為熱門。為鼓勵台灣廠商提升產品競爭力，以創新驅動破解同質化，公會將於 2019 年展前再與主辦廠商協商取得最佳團區展位，並結合廠商意見謹慎規劃新一年度團區豪華裝潢，持續推廣展商參與主辦單位舉辦之產品設計大獎，請新一年度參展廠商提出 1~2 件優質新銳產品參賽，增加產品曝光及品牌知名度，提高台灣產品能見度及協助廠商擴展商機。

2019 年 CBME 中國孕嬰童展為了讓台灣的創新優質孕嬰童產品在中國內地綻放色彩，將持續以整體形象豪華裝潢襯托出臺灣產品的優質，透過台灣館整體形象，將我融合文化、創新設計的優質產品，展現在中國內地市場舞臺上。



8/2 本會舉辦 eBay、Amazon 跨境電商代營運服務說明會

全球電子商務目前每年營業額仍有 10-20% 的成長空間，其中 B2C 至少佔 3 成，廠商若是透過 eBay、Amazon 等知名的跨境電商平台刊登產品，利用其現有的人流量、宣傳管道以及安全便利的金流系統，比自己經營公司網站做銷售更是事半功倍。

本會為協助會員廠商拓銷歐美市場，運用全球最具規模的 B2C 跨境電商 Amazon、eBay 拓銷玩具與孕嬰童用品，特與 Viewider 台灣視宇股份有限公司合作，為本會會員規畫一「跨境電商整合代營運服務優惠方案」，於 8 月 2 日假本會會議室舉辦說明會。

Viewider 業務總監 高慶俞小姐於本次說明會中，以企業品牌經營的角度，詳實地為廠商分析比較 eBay 和 Amazon 經營型態特性與優勢，分別適合什麼樣的產品類型，經營成本如何計算，成功運營 eBay 和 Amazon 的重要條件與門檻，累積品牌帳號交易評價的重要性，以及廠商最想要瞭解的：如何依產品特性（體積、單價、週轉率），選擇最適合的物流與海外倉儲方案，並深度剖析經營 eBay 和 Amazon 的前期、中期和後期，如何隨著訂單量成長彈性調整物流與倉儲策略，以求利潤最大化。

台灣企業目前普遍缺乏專業經營跨境電商的人才，引用專業顧問公司的代營運服務，廠商只需做：(1) 基本產品資料、(2) 庫存更新、(3) 回答顧客技術性查詢、(4) 發貨到物流公司等——四大項工作，其他的專業營運都可委託 Viewider 的專業經理人來執行。

Viewider 公司結合顧問服務與人工智能大數據科技系統兩大專業領域（其大數據機器人為 eBay 官方認證，系統直接連結到 eBay 後台銷售數據資料庫），在兩岸三地已服務超過三千家的廠商，其中至少六百家以上的企業（大陸、香港及台灣企業）每年個別營業額超過 1 億新台幣。提供的服務項目包括：前期諮詢服務、市場調查分析、跨境金流設置、專業選品建議、物流專案建議、行銷活動建議與執行、產品刊登與帳號管理、智能機器人、大數據平台、系統操作訓練等等（以上項目依 eBay 與 Amazon 業務需求，有部分差異，詳細服務內容，請洽詢 Viewider 公司）。

Viewider 也以 eBay 經營為實例，深入介紹如何以其公司的大數據智能機器人協助客戶做市場調查、公司業務數據分析與價格管理，以獨創的價格管理機器人及交叉銷售機器人協助，針對不同地區市場調整商品的最佳銷售價格，為廠商創造更高的銷售業績和利潤。

來參與這次說明會的會員廠商有：寶宇、艾普拉司、泰允、立育、瑪琳歐、金立洋，含括玩具及嬰童類別產品共 6 家企業 9 位代表出席。

【資料來源：2018.8.10 本會依據會議紀錄整理報導】

	eBay	Amazon
經營特性	<ul style="list-style-type: none"> 為全球流量和產品最多的電商平台，有兩千五百萬個賣家，買家遍布世界各地。 屬於個人賣家也可以經營的平台，所以申請開店的規範和限制少（比 Amazon 簡單容易）。 等同於雜貨店的開店概念，如果一個廠商的產品品項達三至五十種以上，才適合在 eBay 開店。 eBay 並不是一個舊貨拍賣網站，它有 80% 以上的營收是來自一般廠商銷售新產品的 B2C 交易。 台灣的玩具、消費性電子產品、園藝產品、汽機車配件等，算是銷售較佳的類別。 退換貨機制對消費者來說很麻煩，所以對服飾及配件、鞋類等因為有尺寸不合、退換貨問題，銷售比較不利。 消費者比價很容易，產品若沒有獨特性或品牌信賴的優勢，就不能賣得比別家貴。 	<ul style="list-style-type: none"> 申請開店的規範和限制多，產品刊登的審查嚴謹，尤其是授權品牌商品，需要附上相當完整的證明文件。 消費有採取會員制（非整個 amazon 皆須繳年費才能購物），消費群比較重視品質，願意多花一點錢買到品質更高的產品。是故同一產品在 Amazon 上銷售，其終端售價可能比 eBay 高。 買家評價之機制嚴謹，並受到客戶重視。 有自營的 FBA 倉儲與物流機制，適合週轉率高的產品使用，配合快速到貨服務以提升購買意願，產品若進入 Amazon 的 FBA 倉，產品排序也會比較前面。 重視產品刊登的版面，廠商只要找對一至二種非常有競爭力的精選產品，就可能持續獲利，經營 Amazon 比 eBay 更有利於品牌宣傳行銷。 需要挹注很高額的行銷成本、廣告採買，需要製作非常精美的廣告宣傳頁面，以及購買站內的關鍵字廣告，才更有機會達到宣傳效果。
主要市場	<ul style="list-style-type: none"> 全球有 27 個國家的 eBay 站點提供 PayPal 金流服務，亦為有機會開發的市場，英國、美國、澳洲、德國、加拿大、法國等為重要市場，其全球總業績超越 Amazon。 	<ul style="list-style-type: none"> 以美國為最重要的市場，其單一市場 B2C 的營業額已超過「eBay 美國」，其他的重要市場有日本、英國、德國。
抽成費用	<ul style="list-style-type: none"> 依產品類別不同，抽成費用為成交金額的 4-10%。（大賣家可以和 eBay 再議價） 	<ul style="list-style-type: none"> 依產品類別不同，抽成費用為成交金額的 8-15%。
月費	<ul style="list-style-type: none"> 方案例 1：250 筆刊登上限的方案 + 前 50 筆免手續費優惠，月費 27.95 美元。 方案例 2：100 筆刊登上限的方案，每月 10 元美元。 	<ul style="list-style-type: none"> 每月 39.95 美元。
備註：以上數據資料都會因上述兩家公司的政策方向而隨時更動，在不同的國家/地區可能有不同的收費標準，謹供比照參考。		

會務最新消息

- ▶ 展覽訊息：【2019 香港玩具展】、【2019 香港嬰兒用品展】、【2019 CBME 印尼國際孕嬰童展 --2019 年 3 月 27-29 日】台灣區即日起徵展報名中。有意報名或瞭解更多參展資訊、國貿局參展補助辦法等，可洽詢本會 呂小姐。
- ▶ 出版訊息：【2018 玩具暨孕嬰童用品採購指南】已於 7 月出版，寄送給玩具與孕嬰童用品之通路商、貿易商、門市，以及幼兒園、幼教社、外貿協會資料館等，並於本會官網上公告索取辦法。近期也已寄發給每家會員廠商各 1 本，若未收到此書，請來電洽詢。「2017 年台灣各類玩具與兒童用品之進出口值統計」、「越南嬰幼兒玩具產品通路剖析」、「STEAM 玩具在幼教領域之應用」等重要產業資訊皆收錄在本書中。

加拿大發布玩具產品安全法規修正案：玩具產品中的磁鐵

2018 年 6 月 25 日加拿大發布了新的玩具產品安全標準修正案，內容主要針對玩具中的磁鐵做全新規定，新的修正案將在 2018 年 12 月 25 日生效執行。

新的玩具法規主要是參酌歐盟 (EN71-1) 以及美國 (F963) 法規中，針對玩具中的磁鐵的安全規範，但加拿大的版本略有不同。

玩具中的磁鐵主要是擔心兒童吞食造成危險，磁鐵在腸子裡互相吸引導致健康的問題，例如有腸穿孔之類的危險。因此，避免此類危險的基本原則，是確保玩具中的磁鐵必須符合以下兩大規範：

1. 體積必須夠大到讓兒童無法吞食：產品在經過濫用測試後，依然未形成小物件，表示安全。
2. 磁性很弱：如果形成了小物件，但磁性小於 0.5 T2mm²，表示安全。

而如果是木頭玩具或是跟水及口腔有關係的玩具，則需做浸泡測試來確認是否產生小物件。

【資料來源：編譯自 SGS 網站公告之內容（網址如下）】

<https://www.sgs.com/en/news/2018/07/safeguards-10318-canada-sets-legal-requirements-for-magnets-in-toys>】

直擊昆山兒童用品測試中心 傳統與新科技並行

頂著 36 度高溫，一群大叔、阿姨推著嬰兒車，在實驗場中不斷的繞圈，用最貼近消費者使用的方式，找出產品的問題，這是億科檢測中心位在江蘇昆山的基地。做為中國大陸最權威的兒童用品檢測中心，除了嬰兒車外，中心內部還有安全座椅碰撞實驗室、布料火燒實驗室等，各項符合全球標準的檢測平台。

30 年來，億科仍然保留著人工測試的傳統方法，彌補機器測試的不足。

全球業內極少數可以做各種標準測試的安全座椅碰撞實驗室，只要測試合格就可以通往全球任何市場。透過座椅上假人的無數個傳感器，模擬汽車碰撞瞬間兒童受力情況。此外，為了符合歐洲標準訂購的黃色 Q 假人，擬真度更高，是唯一可以做側面撞擊受力分析的新科技。

測試中心周邊已經建構完整兒童用品生產生態鏈，包括嬰兒床、玩具、服裝、奶瓶奶嘴等，全球標準都可以就近在中心實測。億科總經理竺雲龍提到，目前兒童用品安全標準以美規、歐規為主，沒有全球性統一標準，接下來將會推動 ISO310，負責制定全球兒童用品標準，讓消費者更有保障。

【資料來源：節錄自 2018.08.06 ETtoday 新聞雲 / 記者魏有德】

Mattel 宣布裁員逾 2,200 人

根據華爾街日報 7 月 26 日報導，受到美國玩具反斗城倒閉的影響，以生產芭比娃娃、美國女孩娃娃和風火輪小汽車等玩具的 Mattel 公司，正遭受巨額虧損的壓力，宣布將裁員超過 2,200 人，佔其非製造員工的四分之一，預計將付出約 7,500 萬美元遣散費，但每年將可節省 1.5 億美元。

Mattel 的新任行政總裁 Ynon Kreiz 剛上任不久，此次大裁員是他推動「縮減成本計畫」的一部分。Mattel 一直是以自營工廠的生產為主，但現在高層也有意售出墨西哥境內的製造工廠，並評估未來可能會減少自營工廠生產的比例。

雖然美國玩具反斗城倒閉風波目前仍餘波盪漾，但沃爾瑪 (Walmart Inc.)、Target Corp. 和亞馬遜 (Amazon.com Inc.) 等其他大型零售商已經開始在積極瓜分玩具反斗城原本的銷售空間。

【資料來源：根據 2018.07.26 華爾街日報之內容摘要整理】

2018 世界機關王大賽 5 國 3 百多隊 1 千多人參賽

2018 年世界機關王大賽 8 月 1 日至 2 日在中興大學體育館登場，共有來自國內外 5 個國家合計 3 百多隊、1187 人參賽，參賽者包含泰國、印尼、日本、中國大陸、臺灣等國，橫跨國小一年級到高中三年級，為國內規模最大的創意積木機關競賽。

競賽今年邁入第 12 屆，由中興大學與世界機關王協會共同主辦，智高實業股份有限公司承辦，賽事包含 GreenMech 機關整合賽、R4M 機器人任務賽、GreenMech JR. 積木創客盃三項。其中 GreenMech JR. 積木創客盃今年首次舉辦，開放小一到小四的新手學生報名，共有 96 隊參賽，競賽主題包含「衝鋒飛車」與「攻城利器」，參賽者須設計單人操作彈力車及拋石器，車輛行駛至不同分數的指定目標區，即可得分，拋石器則有三次發射機會，兩項合計得分高者獲勝。

GreenMech 機關整合賽共有 143 個隊伍參加，是三項比賽中競爭最激烈，同時也是最展現創意的項目。每個關卡需包含 2 個不得重複的科學概念，包含慣性定律、連桿、齒輪、靜電、浮力等，或融合綠色能源概念，包含風能、水能、太陽能、磁能及化學能等。

R4M 機器人任務賽則以「開心農場」為主題，共有 118 組隊伍參賽，選手運用積木與程式設計創作 3 個機器人，機器人須在指定的 3 分鐘內，完成運送飼料、餵食動物與搬運動物的任務，完成度越高者分數越高。

評審長張書銘表示，關卡數量、科學概念、流暢度與創意性，是評分的主要重點，今年有不少令人驚豔的創作，選手們透過一年一度的競賽，除驗收整合學習成果外，也能互相觀摩，透過交流讓作品更精進成熟，並從中享受挑戰創新的樂趣。

【資料來源：2018.08.03 節錄自台灣好新聞報 / 記者林重蓋】

母嬰用品市場火 「好孩子」成功突圍打造品牌概念

近年大陸品牌異軍突起，與世界知名廠商分庭抗禮，「好孩子 GB」、「寶貝好」、「寶貝第一」等本土品牌，除了面向廣大的內需市場，也與美國、歐洲等國際市場接軌。不少企業從當初的「MADE IN CHINA」逐漸翻轉成「BRAND IN CHINA」。

全球首款碳纖維嬰兒推車近日在上海公開亮相，幕後的推手便是宋正懷，他曾經是一個數學老師，為了夢想創業，成為「好孩子集團」CEO。大陸第一台四功能嬰兒車便是出自他的創意。他表示，當初創業只想做好大陸市場，受到外國廠商刺激後，才發現原來與世界頂尖的企業有很大的差距，等到技術成熟後，在品牌推廣上又碰上另一個難題，便是國際市場根本不認大陸品牌；只好與知名廠商合作，除了品牌名稱外，研發、製造、專利都屬於自己，成為一個貼牌營運的企業。對此，有別於代工 OEM 模式，宋正懷自創了一個「OPM」的新名詞，隨著獨有模式在國際市場的成功營銷，成為隱形冠軍。

2008 年金融風暴後，市場迅速萎縮，產品生命週期縮短，消費者對產品要求提高，宋正懷認為，必須轉型成為自主經營品牌，才能接地氣。透過收購有「嬰兒車界 HERMES」之稱的德國品牌 CYBEX，開啟自主品牌經營的全球化之路。

目前，宋正懷旗下「好孩子集團」擁有大陸品牌 GB、德國品牌 CYBEX 及美國品牌 EVENFLO，主打嬰兒推車、汽車安全座椅及母嬰相關產品。他強調，現在的母嬰市場是千載難逢的時代，消費能力升級後，對於用戶體驗、產品質量、服務要求越來越高；以前對手或許是單一品牌，現在則要跟時代趨勢做競爭，沒搭上趨勢的企業，終將被消費者拋棄。

【資料來源：節錄自 2018.08.06 ETtoday 新聞雲 / 記者魏有德】

取代玩具反斗城！沃爾瑪要搶嬰幼兒 3000 億商機

隨著最後一間玩具反斗城 (Toys R Us) 倒閉退場，美國零售業巨頭沃爾瑪 (Walmart) 現正朝向嬰兒用品等業務邁進，意圖搶攻該領域商機。

據美國媒體《CNBC》報導，不少消費者在沃爾瑪網站看到全新的登入畫面，其中包括嬰兒床、尿布等，種種跡象都突顯出該公司準備搶攻嬰幼兒領域的企圖心。沃爾瑪指出，公司過去 1 年已在網站上增加 30000 件新產品，大幅增長 10%。

隨著玩具反斗城黯然退場，越來越多消費者傾向於網路平台購物，根據 Statista 的數據統計，預計 2021 年將嬰幼兒市場將突破 130 億美元 (約新台幣 3969.90 億元) 的規模，遠高於今年的 114 億美元 (約新台幣 3481.30 億元)。

此外，美國最大電商平台亞馬遜也正積極推動嬰兒領域產品。但日前有報導指出，目標百貨 (Target) 才會是玩具反斗城倒閉後的最大受惠者，其內部的自家品牌可能吸引玩具反斗城先前的客源，恐成為這些零售業者的最大競爭對手。

【資料來源：2018.07.26 自由時報】

芬蘭嬰兒箱安全嗎？

「芬蘭嬰兒箱」是芬蘭政府贈送給每位新生兒父母的禮物，用來代替嬰兒床。用紙箱替代木製床的作法慢慢在世界各地風行，有些國家，包括台灣，也開始會以嬰兒箱做為新生兒贈禮。但是，芬蘭嬰兒箱到底安不安全呢？

英國皇家助產士學院 (RCM) 建議應提供紙板嬰兒箱給所有的新生兒父母，但 RCM 如此肯定的建議卻遭到一間具有權威性的嬰兒床死亡慈善機構「搖籃曲信託基金會」的批評：紙箱可能不夠安全。

RCM 表示，提供予新生兒父母的嬰兒箱不只是個紙箱，裡面還包含衣物、床上用品、電子溫度計和書籍等基本物品，這份禮物表明無論嬰兒所出生的家庭背景如何，每個新生命都是被這個世界所歡迎的。這是他們向每個家庭表達每位嬰兒是如此受到重視的信息，並為家長提供了一些非常有價值的材料和工具包，例如，耳溫計可以幫助父母知道孩子是否需要去看醫生，還有一些可以讀給嬰兒聽的繪本，以及讓孩子穿到 6 個月大的衣服。最重要的是，嬰兒箱提供嬰兒個人安全的睡眠空間，降低與父母共用床舖的風險，因為共同睡眠被認為是嬰兒猝死症 (SIDS) 的危險因素。

然而，搖籃曲信託基金會 (Lullaby Trust) 卻持相反意見，基金會表示雖然一個寶寶睡在嬰兒箱會比睡在父母的床上好，但是這些紙盒並不符合英國的安全標準。基金會執行長 Francine Bates 表示：「目前仍然尚未有明確證據證明嬰兒死亡率的降低與嬰兒箱有直接關係，因此將政府的公共資源用在此項目並非最好的作法。」

但是英國皇家助產士學院 (RCM) 認為嬰兒睡眠死亡的真正風險在於嬰兒採取趴睡，或是與酒醉成年人共睡在床上或沙發上，或是嬰兒睡在過於柔軟物件上而被困在其中。越來越多的研究證據表明，當寶寶是睡在獨立空間，無論是摩西籃、搖籃或是盒子，死亡風險都會降低。

針對紙箱本身的安全標準部份，英國標準協會最近已開始進行研究，並強烈建議政府等到安全標準制定完成之後，再委託製造商按照標準製造贈送的盒子。此外，搖籃曲信託基金會仍然建議家長們在使用嬰兒箱時需保持高度警覺。

【資料來源：2018.08.09 草根影響力新視野 / 喬依絲編譯】

企業探訪及經驗分享 童益有限公司

超智能護眼檯燈 幫助孩子培養端正坐姿的閱讀習慣



根據統計臺灣地區近視發生之年齡有兩個尖峰時段，一個是在 7 至 8 歲，另一是在 13 至 14 歲，小一學童近視率高達 22%，小六學童近視率更提升至 66%；罹患近視的原因主要和不良的用眼習慣、或長時間近距離工作有關。因此，能盡早為孩童安排良好的閱讀桌椅與護眼檯燈，並引導孩子從小養成正確的閱讀姿勢和閱讀習慣，對於預防近視大有助益。

近年來，智慧型家電當道，現在就有一款運用智慧科技打造的護眼檯燈 -- TOVIN 童印兒童護眼智慧檯燈，專門為養成兒童良好的閱讀姿勢而設計，還有自動調節亮度、定時提醒休息的多功能設計，協助家長保護兒童視力健康、培養良好的閱讀習慣。

童印兒童護眼智慧檯燈的產品創意，源自一位父親 Leo 對女兒的關愛 -- 他發現自己的孩子在寫字時沒有維持良好坐姿的習慣，令他擔憂這樣的讀寫方式恐怕會對視力與頸椎的發育造成影響，但自己又不能時時刻刻陪在孩子身邊，因而有了做出提醒功能檯燈的想法。在台灣、大陸兩岸設計團隊通力合作之下，就此誕生了這款劃時代的新產品，並為了孩子的健康與安全考量，設計團隊精心選擇了無毒材料和醫療級矽膠，通過了歐盟的 RoHS 認證（危害物質限制）、CE 認證（安全、健康、環保等要求）及歐盟 IEC 62471 光生物安全測試，並在 2015 年及 2016 年分別得到台灣金點獎與中國設計智造大獎等殊榮。

「TOVIN 童印兒童護眼智慧檯燈」是童益有限公司獨家代理，童益公司的負責人王先生是在中國人工智慧產品展上發現的這項產品，它不只是外型設計令人驚豔，功能更是獨特。回台灣做了深入的市場調查後，發現目前市面上的護眼檯燈雖然多，但幾乎都是成人用的產品，專為兒童需求而設計的檯燈卻很少。

王先生說，他自己小時候就是趴在桌上寫功課，導致國小就開始有近視的問題，可惜當時沒有這麼好的產品來幫助他。

「就檯燈而言，我不認為現在台灣市場上有比我們對小孩子更有幫助的產品！」這是他決定把這個產品引進台灣的初衷，以好產品幫助孩子更好的學習與成長。

【產品特點】

1. 自動感光，保持最佳閱讀照度

成年人和兒童適合的閱讀光源並不相同，兒童的水晶體是透明的，光線直接射進視網膜，照明度和色溫若是過高，對孩子的眼睛傷害較大。

童印兒童護眼智慧檯燈是專為小孩子設計的護眼燈，為了保護孩童的眼睛，使用低色溫 3000K 暖色光源，對眼睛的刺激小，並因為優質導光材料，獨特的側發光與擴散片設計，通過歐盟 IEC 62471（光生物安全測試），低藍光、無局部亮斑，光線柔和均勻，高頻率制驅動電路，無頻閃問題。

更棒的是它內建的光感測探頭，能偵測環境光的變化，自動調節到適合兒童讀書的亮度（多數國家圖書館規範標準照明光源為 200~500LUX）。

2. 坐姿自動提示功能

兒童在讀寫時，常常不知不覺低頭、彎腰，甚至是趴在桌上，長時間近距離的閱

讀，是造成小朋友近視的主要原因之一。童印檯燈獨家專利內建超音波的測距感測器，能在指定的距離內偵測到姿勢的改變，如果小朋友的坐姿愈來愈前傾，9 秒之內沒有自己修正姿勢，檯燈就會撥放音樂和亮燈來提醒小朋友要坐直。

3. 休息時間提醒

連續使用四十分鐘時，檯燈會響起音樂，提醒休息，休息 7 分鐘以上才可以再次開啟使用。若是音樂響起後繼續使用，音樂間隔 1 分鐘響起後檯燈即會自動關閉。隨著孩子年齡增長，護眼時間設定可以逐漸加長，只要用手機 APP 做設定調整，最長可調整到 60 分鐘。

4. 專注力培養與訓練

檯燈使用的情形會儲存在內建的記憶體，開啟手機 APP 以藍芽連線，即可查詢小朋友使用檯燈的情況，如連續使用的天數、被提醒坐姿不正的次數等數據。APP 裡還有一個「我的花園」種花遊戲，小朋友只要使用檯燈十分鐘內沒有感應到坐姿不正，系統就會送出一個陽光，累積陽光可以用來讓「我的花園」的植物長大。這個 APP 小遊戲的設計，一方面是增加親子互動的樂趣，另一方面是培養兒童閱讀專注力，對一些坐不住的小朋友特別有鼓勵效果，為了要讓遊戲裡的植物快快長大，於是努力地維持良好坐姿超過十分鐘，漸漸就養成了端正坐姿、專注閱讀的好習慣。

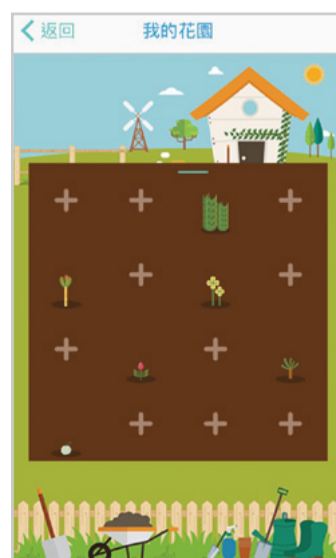
5. 感應式開啟，一分鐘未使用自動關閉。

6. 小夜燈功能，可以用手機 APP 操作設定。

7. 以藍牙連線手機 APP，產品偵測到的使用數據不會透過網路傳輸到雲端。

8. 檯燈外殼採用最高等級 ABS756A（與樂高玩具相同材質），防火環保，可彎折燈頭更是採用醫療級矽膠，產品通過了歐盟的 RoHS 認證（危害物質限制）、CE 認證（安全、健康、環保等要求）及歐盟 IEC 62471 光生物安全測試。

童益有限公司的產品主要透過官網和 FACEBOOK 粉絲團做銷售，並和國內幼教單位、才藝班經銷合作，歡迎國內各大經銷商、通路一起合作拓展商機。【童益有限公司，聯絡人：王先生，電話：(02)2277-3827，www.tovintaiwan.com】



持續9s出現低頭、彎腰、塌背等不良姿勢，音樂響起，小夜燈點亮

