

創智勵 歐美育兒精品代理 孫俊民 Mama & Dada 引領時尚育兒風潮

文／洪詩茵 攝影／余秀萍 部分圖片／創智勵提供



Mama & Dada 新光三越台北信義 A8 館百貨專櫃。



創智勵創辦人孫俊民先生引進歐美育兒精品，打造高質感育兒生活。

育兒就是一段走向黃臉婆、黃臉公的旅程？專營歐美育兒精品代理的創智勵股份有限公司創辦人孫俊民先生，以「創造時尚、完美、聰明的育兒體驗為謬思」，成立「Mama & Dada 育兒潮品」，打破「育兒 = 時尚絕緣」的普遍認知，以《英國 iCandy 精品嬰兒推車》為首，嚴選別具風格的歐美系育兒潮品，為追求高端品質、時尚品味的潮爸媽，打造優雅、時尚、與眾不同的高質感育兒生活，找回男孩、女孩時期的生活態度。

創業點子來自育兒日常

對於 Mama & Dada 品牌緣起，創智勵創辦人孫

俊民先生直言：「商業模式來自於生活。」大學與研究所時期修讀企管與國貿專業的他，也曾是一般上班族，創業開發了三款手機 APP，卻因為找不到可運行的商業模式，最後只能無奈收手。待業時期，第一個小孩出生，小孩媽媽在國外買了一台外型酷炫又實用的英國 iCandy 嬰兒車，沒想到一再地被詢問「嬰兒車在哪兒買的？」也因此開啟了代購服務，更由代購服務延伸至企業的誕生。

一台 iCandy 的嬰兒車，讓孫俊民嗅出「育兒精品」的商機，「台灣喜歡高品質商品的家庭很多，經過統計，大約有 4000 個家庭是可負擔高單價生活的高資產家庭。尤其少子化現象並未反映在這些金字塔消費頂端的家庭，當時，許多商業模式在腦中萌生，從 0～4 歲、5～8 歲、一直到小孩長大成人的學齡前、學齡後階段……，iCandy 只是育兒精品商業模式的一個起點。」

他也進一步說明：「傳統育兒用品（亞系）通常重視性能而忽略外表，而歐美系育兒用品卻是追求外型與功能的平衡。我們希望能帶入不一樣的育兒樣貌，希望父母在生育小孩之後，能夠不喪失其原本的生活態度、氛圍與型態。」自成立以來，創智勵每年業績皆穩定成長 10～15%，去年疫情期間，面臨 3 個月



iCandy peach 旗艦款

單 / 雙人推車霸主，外型時尚、設計貼心，全車系以航太力學角度研發，搭配 10 吋獨立避震 EVA 實心胎，操控性絕佳，推車省力、收納輕鬆。車體款式配色多元，車架有霧銀 / 亮銀 / 太空灰三種款式，可先採買單人模式，未來視需求再加購車座，組合為雙人模式，單雙多達 24 種變換模式，滿足寶寶成長階段的多元使用需求。



iCandy peach 雙人模式



iCandy DC Cerium 獨特限量設計師款

業績掛蛋，年度業績仍交出成長 20% 的亮眼表現，更加印證「育兒精品」路線的精準定位與無限商機。

求新求變 滿足潮爸媽需求

「Mama & Dada 育兒潮品」是以《英國 iCandy 精品嬰兒推車》為發展主力與起點。iCandy 為英國精品嬰兒推車品牌，創立於 2005 年，最久遠的歷史可以追溯到 30 年代初期，憑藉近 80 年的製造和時尚設計經驗，開發集美麗與尖端設計於一身的嬰兒手推車。2007 年，iCandy 推出了世上第一部可由單人推車變身為雙人推車的驚世設計，品牌名聲自此更上一層樓。由前 LV/Mulberry 設計師操刀外型的嬰兒推車，搭配航太工程、符合力學的車體結構，除了外型時尚奢華，推車的手感絕佳，車體各項細節無一不展現其精湛的工藝技術，在好萊塢藝人及名媛貴族的加持下，是潮爸媽不可錯過的嬰兒推車精品。

目前「Mama & Dada 育兒潮品」共有五家專櫃門市，分別為：新光三越 < 台北信義新天地 (A8 館) >、遠東 SOGO 百貨 < 忠孝館 >、遠東 SOGO 百貨 < 新竹店 >、新光三越百貨 < 台中中港店 > 及新光三越百貨 < 台南新天地 >。百貨公司是消費族群的最佳分水嶺，孫俊民指出，因應「育兒精品」路線，他們必須精準切入「育兒精品」的需求族群，最初鎖定新光三越百貨體系，主要是看中其「客單消費」及「消費者輪廓」與創智勵鎖定的消費族群比較雷同，後期新增遠東 SOGO 體系通路也是看中消費輪廓的雷同性。

自成立以來，創智勵非常重視 Mama & Dada 第一線櫃位的需求與回饋，展現年輕團隊「快速」與「變化」的特性，時刻因應櫃位的回饋，因地制宜，調整各地商品結構，並配合台灣市場求新求變的特性，快速輪換、引進獨特新穎的育兒精品；同時，也因應



icandy michair 多功能成長餐椅

集時尚外型與功能於一身，一椅三階段六種模式，從出生開始陪伴寶寶一起成長，0-6 個月嬰兒時期可使用嬰兒躺椅，躺椅可單獨使用，也可以安裝在高腳餐椅上；6 個月到 36 個月階段，可使用高腳餐椅學習用餐；36 個月以上，還可以將椅腳下半截拆除，變身為一般兒童座椅模式。全配組合包含嬰兒躺椅、高腳椅、護圍、椅墊組，顏色款式可自行搭配，滿足潮爸媽的個人美學愛好。

各櫃位銷售上的強弱點進行教育訓練，將第一線銷售人員當作合作夥伴，追求共榮共好的品牌願景。

高階定位 創造尊榮感受

為滿足潮爸媽的時尚需求，除了英國 iCandy，Mama&Dada 也引進美國 Geleeco、德國 Concord、義大利 Paxley、澳洲 Charli Chair 等兼具時尚與功能性的母嬰品牌，快速更新櫃位商品，隨時帶給潮爸媽驚喜！同時，更不定時透過會員活動，包括推車健檢、歐系名車試乘及薑餅人 DIY 等車主互動活動，希望帶給會員與眾不同的尊榮感受，以高階親子活動奠定 Mama&Dada 的品牌定位。

站穩高階育兒精品路線的品牌定位之後，未來 Mama&Dada 也不排除進軍街邊店通路，以「一站購足」為概念，集結台灣婦嬰品牌共同建立「婦嬰用品一條街」，創造群聚效益。孫俊民畫出未來夢想藍圖之餘，也訴說當前困境，「台灣婦嬰品牌多是走單打獨鬥路線，曾經試圖與其他品牌洽談一條街的合作模式，但成效不彰，這條路還很漫長，不論是透過組

織平台或是實體銷售的效益，期許未來能有更多品牌看見群聚的優勢效應，一同追求更好的發展願景！」

對於有志創業的人士，孫俊民也不吝給出幾點建言：1. 要有足夠資金打底，才能堅持下去；2. 要親力親為，才能給出正確決策；3. 要有可運作的商業模式；4. 要能觸類旁通、活學活用；5. 培養創造力。最後，他更叮嚀，不論是創業或工作，都要用心觀察，從枝微末節可以看見很多東西，進而改變很多東西。🔴



icandy 的產品都是設計師精心研發設計，從功能到外型全面兼顧。