



# 智趣共生·木育未来

风车杯·第十七届

中国玩具和婴童用品创意设计大赛

内部文件，仅供风车杯创意设计大赛培训使用

Love play, learn.

# 设计分享



+



5W2H 模型

# WHO?

孩子



使用者



父母



长辈



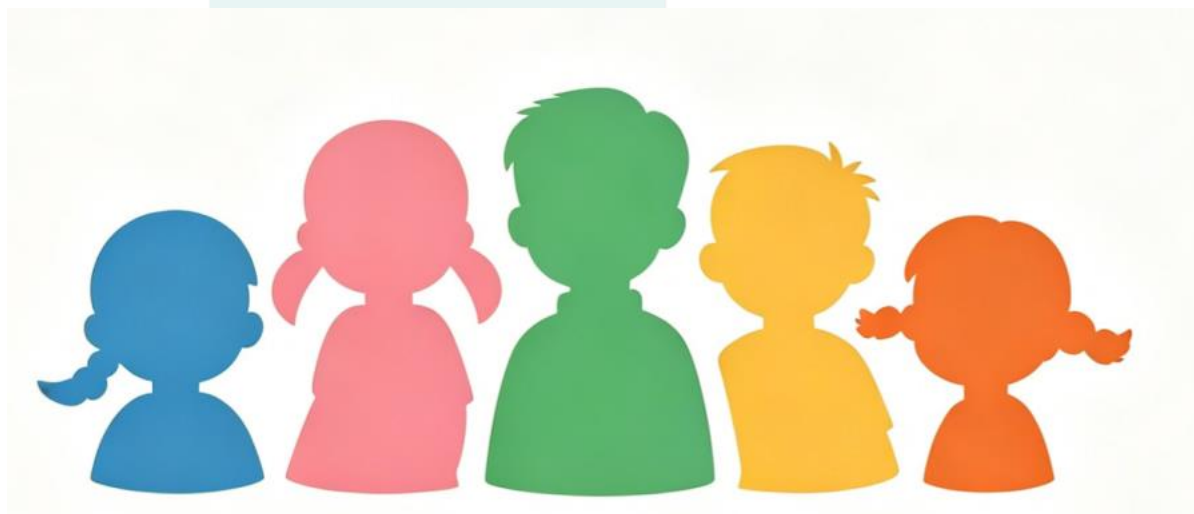
老师

消费者

## 使用者——孩子

不同年龄

不同性别



不同性格

不同国籍

## 对不同年龄段的孩子

从爬、走到跑跳，从直觉感知到逻辑思考，孩子的世界在不断升级。我们抓住每个阶段的成长密码，让玩具成为孩子成长的“语言”。



**堆叠+咬胶**

堆叠难度 ☆



**堆叠+搭建**

堆叠难度 ☆ ☆



**堆叠+美学**

堆叠难度 ☆ ☆ ☆

## 对不同性别的孩子

设计兼顾安静创造、动手探索、运动挑战、角色扮演等多元玩法，不定义“谁该玩什么”。



## 对不同性格的孩子

尊重儿童认知差异与性格多样性，坚持极简、直观、零解释成本的产品语言，实现所见即所得、上手即会玩。



通过平衡秤来学数学



## 对不同国籍的孩子

面对不同国籍、不同语言的孩子，我们坚持用图案代替文字，用视觉跨越国界。





## 不同国籍的孩子

我们尊重不同国家的文化与节日差异，在保持统一设计语言的同时，为圣诞节、新年、复活节等特色节日推出适配当地文化的专属产品，玩具真正融入孩子的生活与情感记忆。

圣诞月从12月1日起，每天打开一扇窗，24日集齐，平安夜即可解锁完整好礼。



圣诞盲盒



## 消费者



父母

- 1解放父母双手
- 2拉近亲子关系
- 3帮助父母更懂育儿
- 4利于家居



长辈

- 1作为礼物增进感情
- 2陪伴儿童
- 3老少皆宜



老师

- 1教学更生动
- 2观察了解学生
- 3增进同学情感



自带专属收纳仓，所有配件全装下  
盒身 / 盒盖直接变游戏场景，不用额外占地  
分区可视化，一眼知道放哪里





# where

孩子的日常由浴室、餐厅、卧室、户外、教室等多元场景构成，针对性提供场景化专属设计与跨场景通用设计，让玩耍自然融入每一段成长时光。



## 不同场景下的需求设计

### 针对性场景应用



帮助孩子在洗澡过程中减少抗拒、情绪稳定，让孩子在愉悦中完成清洁，爱上洗澡

### 多场景应用



可牢固吸附于餐桌、婴儿床、汽车车窗等光滑表面，一贴即用，多场景随心切换。



# when

## 沉浸式/持续型投入

递进式难度曲线  
连贯的世界观/即玩即停叙事  
反馈周期较长

主动专注  
固定式玩具



中间的



## 间歇性/碎片化复用

即时反馈  
极低的学习成本

被动吸引  
便携式玩具



# why

## 表面需求

用户一眼看到、  
能直接说出来的

## 核心诉求

用户真正需要、  
但不会直接说的

## 提升体验

提升体验、  
加分项、  
差异化

让产品从“能用”变成“好用、爱用、值得推荐”

## 案例分享



### 表面需求

安全的  
适合我家孩子玩的玩具  
孩子能玩的久一点

### 核心诉求

可以解放双手歇一歇  
孩子在玩具里面学到东西并成长

### 提升体验

是玩具也是家里的组成部分  
一件玩具省了很多玩具

玩具设计的终点不是玩法本身，是让家长在掏钱的那一刻，觉得自己做了一个聪明又负责的选择。

# HOW



好的玩具解决方案，从来不止一种路径：

有时是**突破性的技术革新**，用硬核创新重新定义体验；

有时是**四两拨千斤的巧思处理**，以细腻洞察化解真实痛点。

二者相辅相成，让好设计既有科技高度，又有人文温度。

## 案例分享

Q: 钢琴音乐玩具，如何解决低年龄弹不了、弹不准、伤手、难协作？

### 专利 Magic Touch 电容触控

无按键、零按压、不伤手：木板下埋隐藏式电容感应阵列，不是传统凸起按键 / 机械键；轻触即发声、无需按压力度。

**Magic Touch** 触控获专利，响应快、识别准，覆盖整个彩色琴键区，误触率极低，木面光滑易清洁。





## 案例分享

Q: 音乐是一种抽象的东西，如何抽象为具体？  
通感开发，让音乐可视化？

板下面埋了网格状 RGB LED 像素灯珠（不是普通屏幕），  
光线均匀透出、无蓝光刺眼、护眼；  
每个像素点独立控色、控亮、控开关，  
形成“像素画布”。  
把音乐三要素（音高、时长、音量 / 节奏）直接映射到像素视觉，孩子一眼对应



# how much

产品价格不仅反映市场水平，更承载了设计研发、结构优化、品质把控等综合价值，整体定价与市场保持一致。  
我们依据三大渠道的属性、场景与客户群体，实行分段定价，精准适配不同渠道需求。

Innovation/Niche  
**BEST**  
High Price

Value(good function+nice looking)  
**BETTER**  
Middle Price

Smart(Basic function, classic)  
**GOOD**  
Low Price

# other

HAPE是一家坚守初心与信念的企业，始终以为全球孩子带去快乐与笑容为使命。



We Care We Share 全球慈善捐赠计划

# The met&HAPE





谢谢

Love play, learn.

Thanks for the attention!