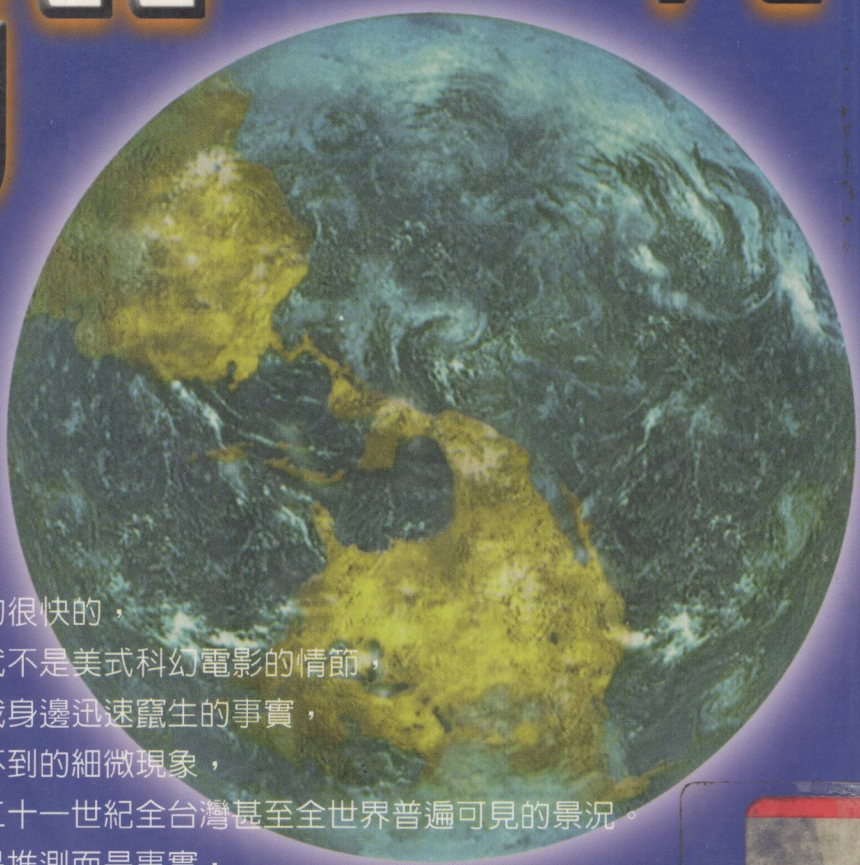


下一世紀最具消費潛力的族群

酷比族時代



未來是來的很快的，
酷比族時代不是美式科幻電影的情節，
而是在你我身邊迅速竄生的事實，
那些察覺不到的細微現象，
將構築成二十一世紀全台灣甚至全世界普遍可見的景況。
這一切不是推測而是事實，
正如你我在十年前無法想像，
人人都認為若沒有電腦便凡事無法做的現在。

下一世紀最具消費潛力的族群

酷比族時代

新綠文化工作室/著

國家圖書館出版品預行編目資料

酷比族時代 / 新綠文化工作室著。 -- 初版。
-- 臺北縣三重市：新雨，1998[民 87]
面；公分。 -- (時代書坊；03)

ISBN 957-733-313-3 (平裝)

1. 消費

551.85

86014337

酷比族時代

作 者
企劃編輯
發行人
出版者

新綠文化工作室

新綠文化工作室

王永福

新雨出版社

臺北縣三重市重安街 102 號 8 樓

電話:(02)978-9528・978-9529

傳真:(02)978-9518

郵撥帳號 11954996 新雨出版社

行政院新聞局局版臺業字第 4063 號

久裕印刷事業股份有限公司

1998 年 1 月初版

180 元

※版權所有・翻印必究

本書若有缺頁、誤裝，請寄回更換

版 登 記
印 刷 者
出 版
定 價

前言

本土化創意趨勢風潮引發

新綠文化工作室

台灣人在四百年來，歷經數個外來政權統治及偏安局面，一直沒有長治久安的心理準備在這片土地紮根，然而卻在不安及屈居次等國民的心態中，建立起台灣人特有的拼鬥精神；又於這片耕地面積稀少的小島上，樹立起過去殖民宗主國的茶糖穀倉之富庶局面。戰後四、五十年來，台灣人又憑藉著努力不懈的精神，創造了世人豔羨的經濟奇蹟，但在國民所得已超過一萬兩千元的今日，台灣仍被視為「沒有文化」的一個暴發戶國家，並因留外人士的崇洋心理，一意將國外各項經驗及學術全盤注入台灣知識界及社會大眾，使大家普遍相信「國外的月亮比較圓」，甚至矮化自我，盲從追隨國外企業管理、趨勢研究乃至創意發想等知識。

誠如本土第一大家電品牌大同集團負責人林挺生董事長，所持：「為了實驗產製國貨，避免淪為外國工業殖民地……期望技術自立」之信念（註），我們也秉著先輩之精神，以謙虛誠勉之心態，並帶著新世代知識份子創新及擅整合的精神，建立起在普遍各行業的資料資訊網，並借重各行各業共進之先知灼見，匯整為一系列真正適用於本之趨勢創意叢書，舉凡行銷創意、生活趨勢、心理重整及兩性議題皆為我們企圖以出版實用之理論基礎為主的叢書，為台灣之人心及智識投入新血及重整。

以此立意，我們憑藉著由開發《新新父母創意盲嬰法》、《完全隱私手冊》等創意生活至主張《做自己的BOSS》為基礎，以半年時間精心研發及撰寫本書，希望能藉此拋磚引玉，帶動本土趨勢研究之風潮。於此我們還希望往後繼續開發不同主題的趨勢研究，並請各方讀者不吝指正。

「酷比族時代」以未來台灣十年的兒童消費趨勢為開端，提出目前隱然可見的兒童市場新利機，其中有不少產品在撰字的半年來已由他們先行研發堂皇上市，更加激發我們對自己的小小預測感到確信：這是個多變的社會，本書所言的將可能一一轉換成真，同時也督導我們更加一心一意進行類似知識重整之工作，以期待能對這社會有所貢獻。

廿一世紀被預測是中國人的世紀，身處台灣的我們，不僅要面臨兩岸三地的菁英角逐，更要以一蕞爾小島奪取發制之先機，主導華人於世界舞台。因此，外來知識的吸收、納取固然重要，進而轉化西學為用，並借重本土獨特於世界之精神，可是未來我們致力於出版物的方向。我們希望於此來更發揚光大所堅持的。

酷比族時代

前言 本土化創意趨勢風潮引發

第一篇 廿世紀的主人翁——酷比族

小小主人翁將面臨空前未有的時代巨變

1

第一章 酷比族的出生背景

經濟衰退後的政經局勢 3 女性意識的抬頭 6

傳媒控制全世界 8

2

第二章 酷比族的時代使命

增加本身的競爭實力 12 國際化的觀念 15 開放式的教育 16

11

第三章 酷比族的家庭結構

玩樂主義的父母 21 寬容的社會觀 23 家庭順位的重組 25

對愛需求對象的轉換 26

20

第四章 酷比族的生活與消費

雙重溺愛的家庭 30 父母的補償心理 31 Richer 效應——小小玩金族 34

29

第五章 酷比族的時尚流行

卡通 37 跟隨父母的流行 41 喜愛鄉土節目 43

37

第二篇 由今日觀未來——尚未開發的市場族群

及產品趨勢

47

第一章 由隔代親情蘊生新商機

昂貴玩具 51 教育用品 54 阿公阿媽俱樂部 57

祖父母親職再教育 60

第二章 單親家庭新主張

菁英教育補習班 64 親子心理諮商室 65

針對單親家庭所設的特別保險 67 兒童獨居產品 69

第三章 SOHO族蘭居再生

SOHO族專屬社區 72 室內裝修新風格 75 鄰里共生資源 76

第三篇 酷比族的未來需要

第一章 食——樂趣與享受

家家酒零食 84 自製飲料 85 D I Y 餐廳 86

擬真 Kitchen 88 卡通麵包 90

82

第二章 衣——時尚與夢幻

卡通圖案服務 93 明星偶像服飾 94 運動明星服飾 96

個性服飾 97 家庭化的設計 99 擬真造形 100

92

第三章 住——科技夢幻

家用保姆電腦 104 小蘇活設計 106 個人遊戲間 113

103

第四章 行——顛覆與前衛

擬真汽車、機車 128 玩具方向盤 131 家庭旅行社 133

出國專用皮箱 136

126

第五章 育——資訊與遊樂

個人電腦網路教學 141 兒童專用通訊器材 144

家庭專用通信設備 147 心理醫生 149

139

第六章 樂——復古與浪漫

專屬社團俱樂部 154 虛擬實境遊樂場 157 兒童專屬KTV 160

兒童電視台 163 兒童渡假中心 165

152

第四篇 酷比族時代的消費金融商機

169

第一章 酷比族的消費觀

酷比族是花錢如水的玩具族 173

父母親會再重新思考金錢用在小孩身上之價值並視為家庭理財項目之一 175

170

第二章 教育自主理財的兒童銀行

第三章 兒童保險多樣化

兒童保險發展 190 因應綁架事件之生還險 192

孩童上學時之意外生存險 194 褓姆責任險 195

第四章 兒童專業理財顧問

現代父母的投資置於孩子名下 198

生活費 199

教育費 201

第一篇

廿世紀的主人翁
酷比族

小小主人翁將面臨空前未有的時代巨變

酷比族定義：1990年過後出生及未出生的兒童及嬰兒

第一章 酷比族的出生背景

廿世紀將要走完，全球的人莫不昂首期盼公元2000年的來臨，人人皆懷著又驚又喜的心情來面對，心中猜測到底公元2000年是世界末日年或是另一個展新的好時代呢？

綜觀廿世紀，發生了兩次世界大戰，三次的全球性不景氣，新觀念的催

生速度與日俱增，代溝的歲數愈來愈短，目前已經產生了X Y世代的新新人類，而他們的小baby要面對的是父母一手創造的新天地。

1990年泡沫經濟衰退，造成了末世紀政經的恐慌；女性意識抬頭，使職場倫理及家庭觀念也有了極大的轉變，通訊衛星的發達，使資訊的流通無遠弗屆，傳播媒體也搭上快捷列車，正逐步蠶食所有的資訊市場，進而成為世界的主控者。

・經濟衰退後的政經局勢

泡沫經濟最繁華的時期，使人人都確信自己有一夜致富的本事，金錢遊戲盛行到如同家中的「大富翁」遊戲，不玩你就落伍了。

但泡沫經濟會消失。那現出原形的經濟本態，坦白的告訴玩家們，你仍是貧窮的，只是你把吃飯錢拿來玩遊戲罷了。這是繼第二次大戰後再一次的糧食危機，讓從未碰過戰亂的人第一次感受到「我可能會餓死」的恐懼。所以花錢的觀念也逐漸走向節省，「我只花該花的」的用錢方式，使一些讓人「奢侈一下」的產業關了門或大量裁員。而高不成低不就的人，也向較低層就業市場爭取工作機會，藍領、白領都同樣面對著競爭壓力愈來愈大的事實。

而產業界中倖存下來的企業，在滿身瘡傷的疼痛中，戰戰兢兢的檢討自己該如何振作。於是開拓海外新市場、改造本身產業結構、提昇至更高技術且更有效率的生產經營方式，成為每個企業的第一目標，而對高品質專業人才的需求也日益增加。

帶領大家來玩錢的政府部門已經落伍了，從這次英國工黨大勝，女性議員占了1／4以上的席次顯示，選民們心中要求的是清廉政府以及服務性強

的政府部門。因為選民們不願再容忍會把自己老本玩掉的政府，所以各國的執政黨莫不重新改革，以免被改朝換代。於是加強政府部門效率、振興經濟方案、支援產業昇級、拓展海外市場，為各國政府的首要課題。

柏林圍牆的倒塌，象徵共產與資本主義間冷戰的結束，有著世界融合的新氣象。但香港這顆耀眼的東方之珠，從自由世界變成了共產世界，她的後續發展，將決定東亞勢力的重新分配，也使西方霸權有如芒刺在背的憂慮。

全球性的霸權移動曖昧不明，唯有經濟動向人人沒有意見，各國的共識皆為「與其求政治的世界大同，不如求經濟的世界大同」，所以莫不虎視眈眈的看著中國大陸這塊經濟大餅，各產業也與政府結合，帶著人才與資金向中國大陸進政。而東南亞的代勞工廠也如火如荼的紛紛設立，讓亞洲國家的產業分工更趨完整，一個「亞洲經濟特區」呼之欲出。