

# 紅點至尊獎常客「爆款收割機」創意無限 港設計師巧思妙想 助國貨品牌走向全球

國貨黑馬usmile年銷售額數十億，在電動牙刷賽道上成功超越飛利浦等國際品牌；「自動擋」無弦結他月銷破萬年銷過億，火爆各大社交媒體……在「爆款收割機」inDare格外設計經營有限公司（下稱格外設計）的操刀下，一眾國貨品牌成功崛起並走向全球。

自2015年成立以來，格外設計出品每年全球累計銷售額近300億元人民幣，產品解決方案已遍布全球100多個國家和地區；累計斬獲超過360項國內外頂尖設計大獎，其中五次問鼎德國紅點至尊大獎，打破設計界奧斯卡獎獲獎歷史紀錄。「未來，希望把多年積累的產品能力演進為平台能力，幫助更多中國品牌走向全球。」格外設計創始人陳鋒明說道。

大公報記者 石華

在深圳設計界，陳鋒明，不少人都覺得是一個傳奇。作為一位香港跨界設計師，他不僅是全球首位倡導「設計經營」理念的先驅，更在2023年榮登福布斯中國，最具影響力華人精英榜單。

## 香港經驗賦能國貨設計

在香港工作的多年歷練中，陳鋒明從產品設計師到產品總監，再到產品經理，親歷了產品從創意到市場的全過程。這段經歷不僅讓他領略到香港成熟的商業環境，更深化其對品牌系統性的理解，激發了他創業的想法。

2014年，陳鋒明在香港創立inDare設計事務所，初期主要服務於深圳、東莞等地的製造企業。為了更好地貼近客戶，次年他在深圳成立了格外設計。在與內地企業的深入交流中，陳鋒明敏銳察覺到許多企業缺乏核心競爭力，產品同質化嚴重，難以躋身國際市場，正迫切尋求轉型升級，而差異化的產品正是突破口。

## 從設計產品到孵化品牌

從初創時的六人小團隊擠在幾十平米的辦公室，到如今成為中國頭部創新設計機構，陳鋒明始終將創新視為團隊的核心競爭力。以國產電動牙刷品牌usmile為例，這是格外設計成功孵化的標誌性項目之一。

在研發過程中，陳鋒明帶領團隊深入市場調研，對市面上的熱銷產品進行拆解研究。彼時市面上的電動牙刷大多配備兩百毫安的小電池，使用一到兩個星期就需要充電。針對電動牙刷頻繁充電的痛點問題，團隊創新性地採用USB充電方式並大幅提升電池容量，實現了超長續航。「充電一次用半年」的超強體驗奠定了usmile的用戶信任基礎。如今，usmile估值已逼近百億大關，在電動牙刷領域成功超越飛利浦等國際品牌，成為國貨之光。

目前，格外設計成功孵化了一系列國貨第一品牌，既有倍思、奶糖派、未知星球等新消費品牌，也有不同行業的頭部公司，比如高露潔、好來，美的、海爾，科大訊飛等。在為創業團隊賦能的過程中，陳鋒明發現，不少創業團隊通過與格外設計合作完成了產品的從0到1，卻並不擅長從1到10再到100。僅僅做出好產品並不能確保創業項目的成功，還需要營銷、渠道、運營等能力的支撐。

陳鋒明表示，未來，希望把多年積累的產品能力演進為平台能力，去幫助更多的中國品牌，尤其是初創品牌，因為它們的發展更艱難一些。「我們這一代人設計師有個使命：把系統化設計與企業品牌發展的路徑相結合，承載本土文化基因，走向全球市場，創造中國品牌。」



香港跨界設計師陳鋒明始終將創新視為團隊的核心競爭力。大公報記者石華攝

## 話你知

## 設計界的「奧斯卡」——紅點獎

紅點獎（Red Dot Award）源自德國，是全球工業設計領域最著名的獎項之一，每年吸引來自超過70個國家和地區2萬件作品投稿參賽。該獎項對產品是否具有獨特的設計理念和新穎的創新元素有着嚴苛的標準。其中，紅點至尊獎是紅點獎中最負盛名的獎項之一，象徵着設計界的至高榮譽。

## 港設計師團隊 孵化「爆款產品」



### 國產電動牙刷：充電一次用半年

inDare從功能層面打造「充一次電用半年」的超級認知，在體驗層面做到牙刷外觀與日常家居場景的完美融合。如今usmile估值近百億，在電動牙刷賽道上成功超越飛利浦等國際品牌，成為國貨電動牙刷第一品牌。



由香港設計師陳鋒明團隊設計的「自動擋」無弦結他，月銷破萬年銷過億，火爆各大社交媒體。

## ▲ 無弦結他：「自動擋」結他彈唱

可摺疊方便攜帶，無按壓痛感無弦設計。inDare提出「三分鐘學會彈唱一首歌」的概念，用戶只需要跟隨LiberLive C1無弦結他的燈光提示彈奏，即時上手，即時演奏，5分鐘就能輕鬆完成伴奏彈唱。

## 口袋吸塵器：為汽車清潔「減負」

inDare孵化的小型車載吸塵器品牌basa已經與十多家主流車企達成合作，包括大眾、理想、小鵬、華為問界等，共同探索新能源汽車周邊生態。



## 智能掛脖空調：把「空調」穿在身上

從2021的Coolify2到2022的Coolify3，inDare攜手3C數碼品牌圖拉斯創造了行業首款製冷新物種「智能掛脖空調」，讓消費者一年四季都能自在享受戶外。



## 與眾樂樂

# 無線結他面世月銷額過億

## 靈機一觸

對於初創公司而言，格外設計猶如一把鑰匙，精準地幫助他們解鎖產品能力的瓶頸，迅速鎖定市場焦點，並成功落地產品，從而在激烈的市場競爭中搶佔先機。

以LiberLive C1為例，這款自上市便引起轟動的產品，憑藉其獨特創意，成功實現從產品到品牌的全面突破。「三分鐘學會彈唱一首歌」「無按壓痛感無弦設計」「摺疊便攜式設計」，上線一周全部售罄，迅速成為資本市場的寵兒。第一個月，其銷售額便逼近千萬元大關；而今，單月銷售額更是輕鬆突破億元。

談及這款爆款產品的誕生，陳鋒明分享了背後的故事。起初，客

戶團隊是一家專注於編程機器人和教育機器人賽道的初創公司，但在激烈的市場競爭中很難找到合適的切入點。一次偶然間，陳鋒明發現了客戶團隊中隱藏的優勢——三位工程師同時也是音樂愛好者，既精通技術又深諳樂理。隨即服務團隊建議客戶轉換賽道，開發一款智能無弦結他。

然而，這一想法起初並未得到客戶的認同，他們擔心這樣的產品「不專業」，難以贏得市場的青睞。面對客戶的疑慮，陳鋒明和他的團隊沒有放棄，投入了大量的時間和精力進行市場調研、用戶分析和數據收集，通過詳實數據和深入分析，成功說服客戶，最終促成這款爆款產品的誕生。

## 灣區營商環境優 落戶首選

## 創業心得

「珠三角地區是製造業王國，是產品輸出的重地，而深圳地處珠三角核心，亦擁有非常好的工業製造基礎。」格外設計創始人陳鋒明表示，深圳有很多科技類型的公司、跨行業的製造商、外貿以及電商，這些行業都需要更好的產品去支撐他們的商業，所以機會很多。「如果我要在深圳做個產品，帶着想法跑一趟華強北，跑幾個工廠，找幾個樣品回來，第二天可能就能把產品模型做出來。從商業效率的比拼來說，深圳優勢獨特。」



▲德國IF設計獎總裁等一行人到訪inDare格外設計。大公報記者石華攝

「香港的優勢是掌握信息差和資源渠道，但是創新和設計是要結合實踐的，如果你有一些很好的創意想法，卻很難做商業應用，它就等於0。」陳鋒明表示，要學會善用香港背景優勢，港商背景比較國際化，在內地發展創意類型的業務會有設計理念方面的領先優勢。「很多企業都會基於你是香港設計師、有香港背景會更願意與你洽商。」他指出，香港市場成熟度高，各地知名品牌都會在香港設分店，能提供不同類型的服務體驗，例如金融服務或保險業務等。

對於有意在灣區城市創業的香港青年，陳鋒明建議，無論在香港還是內地，都需要想清楚自己想做什麼事情，哪裏的成功機率更大，就去哪裏做，「比如我是做產品的，必須要依託一個大的市場，發展空間才能更大。」陳鋒明表示，「大灣區現在有很好的營商環境，有政府的大力支持，關鍵就看你是否能把握機會，以及在這個機會之下創造什麼價值」。

# 赴甘肅分享香港故事 帶來全新教學理念 港青藏鄉支教 幫藏娃開闊視野

【大公報訊】記者郭濤報道：在甘肅省甘南藏族自治州臨潭縣術布鄉中心小學的操場上，一個溫暖的聲音響起：「溫老師我們愛你！」「謝謝同學們，你們要是去香港，我給你們做導遊！」來自香港的青年志願者溫偉賢，被孩子們緊緊圍繞，臉上洋溢着滿足和幸福的笑容。

今年十月，溫偉賢帶著對甘肅的好奇和對教育的熱情，踏上了支教旅程。去年，他通過參與香港大公文匯傳媒集團舉辦的「范長江行動」首次踏足甘肅，了解到甘肅的風土人情和一些地區的教育狀況。這次經歷激發了他想要為甘肅孩子貢獻自己所學知識的願望，並希望通過分享自己的人生經歷，幫孩子們開闊視野。

在術布中心小學，溫偉賢主要承擔語文課的教學任務，並通過朗讀課文、擴展話題等方式激發孩子們的學習興趣。同時，他還教孩子們唱歌、寫作業，並幫助他們複習鞏固所學知識。為了更加貼近孩子們的生活，他還採用了一些新穎的教學方式，如問答比賽等，讓課堂變得生動有趣。術布中心小學的教師姜光林對溫老師給予了高度評價：「溫老師的到訪，不僅讓我們的孩子對香港有了更加直觀和生動的認識，還帶來了全新的教

學理念。溫老師熱情主動，與孩子們打成一片，是一位非常出色的香港青年。」對居住在山區的孩子們而言，溫偉賢的到來，將那個曾經只存在於課本和網絡上的香港，變得鮮活而具體。

他們提出的問題，都飽含着對香港的好奇與嚮往。溫偉賢透露，儘管許多孩子聽說過香港，但對於其確切位置及文化內涵，卻知之甚少。這不禁讓他意識到，即便香港在國際舞台上享有盛譽，但對於這些鄉村的孩子們來說，它依然是一個遙遠而神秘的所在。「真沒想到，我會以這樣的方式成為香港的『代言人』。」溫偉賢感慨地說。在採訪中，不少學生紛紛表示，因為溫老師



▲港青溫偉賢（中）與藏娃於課後合影。大公報記者郭濤攝

的到來，他們對香港充滿了嚮往，渴望有朝一日能親眼去看看那個充滿魅力的城市。

## 師生架起隴港友誼橋樑

儘管時間不長，但溫偉賢已經和這裏的孩子交上了朋友。「同學們真的都太可愛了！」溫偉賢一邊說着，一邊向記者展示着同學們給他製作的紀念卡，色彩斑斕的圖案和真摯的文字，每一張卡片都承載着孩子們的心意和創意的印象。他說，這些紀念卡帶回香港永久珍藏起來。」他說，這些卡片不僅是孩子們友誼的象徵，更是兩地文化交流的見證。

在溫偉賢的心中，這些孩子們不僅僅是他的學生，更是他的朋友和親人。他們建立起了一座無形的橋樑，連接着香港和甘肅，連接着城市和鄉村，連接着兩顆渴望交流和理解的心。「希望溫老師能多帶幾周，我想多了解香港的文化。」五年級的馬強同學非常喜歡這位來自香港的大朋友，並請他到家裏做客，藏餐的豐富多樣和火炕的溫暖舒適，都給他留下了深刻的印象。他和孩子們一起學習，一起遊戲，一起分享彼此的故事和夢想。

## 參加「范長江行動」 萌生行善願望

## 不解之緣

「想來鄉村支教，還得從參加『范長江行動』開始說起。」在談起這次支教的緣起時，溫偉賢這樣說。2023年，溫偉賢參與了「范長江行動甘肅行」，首次踏上這片廣袤的甘肅大地，結識了一群真誠熱情的朋友，並通過他們的引領，深入了解了甘肅獨特的風土人情及部分地區的教育現狀。

「這段經歷如同一顆種子，在我心中生根發芽，激發了我為甘肅的孩子們貢獻知識、拓寬他們視野的強烈願望。」溫偉賢向大公報記者透露，自大學起他就多次參與內地研學旅行或遊覽活動。而「范長江行動」不僅讓他親身感受到內地日新月異的發展變化，更能在新聞報道寫作方面給予了他寶貴的鍛煉機會。

每到一處，他不僅參觀學習，還撰寫新聞報道，這一過程促使他深入思考，從而更深刻地認識當地文化，與當地建立起深厚的情感紐帶。這也是他此次毅然選擇甘肅作為支教地點的重要原因，感覺自己與這片土地已結下了不解之緣。

這是他第一次參與支教活動，支教經歷讓他學會了適應不同的困難和逆境。與香港相比，甘肅的生活條件較為艱苦，出行不便，這讓他學會了獨立自強，面對挑戰。他表示，支教不僅是傳授知識的過程，更是自我成長和學習的過程。大公報記者郭濤