

01 / PROJECT OVERVIEW

阿湯哥 SpoonGo 智慧湯匙

每一口，都懂你。

BRAND STORY

從一份對家人的牽掛，
開始思考外食健康這件事。

SpoonGo 的起點，來自我對家人外食生活的觀察。家人長期外食，孩子上大學後也經常以超商、速食解決三餐。我開始思考：如果有一件日常餐具，可以在不增加太多負擔的情況下，協助了解每天吃了什麼、吃了多少，健康管理是不是可以更自然一點？

「讓科技不是冰冷的工具，
而是把家人的牽掛，化成每天都在身邊的陪伴。」

PROJECT NAVIGATION

點選標籤，可直接跳轉相關頁面

[市場研究](#)[商品企劃](#)[品牌策略](#)[品牌識別](#)[門市與通路體驗](#)[上市企劃](#)[社群內容](#)[危機處理](#)

PROJECT IDEA

不是先想到一支智慧湯匙，而是先從「外食族如何更容易了解自己的飲食」開始。

02A / MARKET INSIGHT

先定義市場，再決定 SpoonGo 要站在哪裡

真正競爭的不是「湯匙」，而是誰能讓飲食紀錄更容易持續。

MARKET DEFINITION

低摩擦飲食紀錄 × 外食營養管理

消費者需要的不是更多紀錄步驟，
而是更自然地掌握份量、營養與每天實際吃了什麼。

COMPETITIVE LANDSCAPE

三個代表性競品，各自掌握不同優勢。

MyFitnessPal

資料庫與生態系

完整追蹤、跨裝置整合

Cofit

AI + 真人陪跑

在地飲食、營養師服務

FatSecret

免費低門檻

條碼、照片、日誌功能

RESEARCH TAKEAWAY

不要正面複製成熟 App。

MyFitnessPal 強在資料庫，Cofit 強在真人服務，
FatSecret 強在免費門檻。

SpoonGo 要找的是另一個入口。

02B / DIFFERENTIATION

SpoonGo 的機會：改變「記錄發生的位置」

不是增加更多功能，而是把記錄嵌入每天本來就會發生的進食行為。

STRATEGIC CHALLENGE

免費 App 已能掃碼、拍照、記錄，
為什麼還需要一支智慧湯匙？

SPOONGO OPPORTUNITY

把「吃飯」本身變成紀錄入口。

01

用餐工具就是入口

減少事後回想與補登

02

入口重量感應

降低只靠目測估份量的不確定

03

自然進食同步記錄

少一個額外動作，就更容易持續

04

超商外食完整旅程

掃碼・支付・進食・記錄串在一起

STRATEGIC TAKEAWAY

SpoonGo 的差異化，不在功能數量。

真正的價值，是把飲食紀錄嵌入
每天原本就會發生的進食行為。

目標客群與核心痛點

SpoonGo 鎖定 25–40 歲忙碌外食族，重點不是教育他們，而是減少記錄飲食的摩擦。



林蔓婷 | 32 歲

📁 數位行銷專案經理 (PM)

🕒 高壓工作、節奏快、三餐多靠外食

💖 希望照顧健康，卻很難持續記錄

⚡ 高壓

🕒 注重效率

👤 追求自主

🚫 怕麻煩



她的處境

- 外食頻率高
- 午休時間短
- 工作訊息不斷
- 知道要吃得健康



核心痛點

- 沒時間手動記錄
- 容易因忙碌亂吃
- 對數位工具有壓力
- 常常半途放棄



關鍵洞察

- ✓ 不是不知道，而是真的沒時間。
- ✓ 如果健康管理要多做很多步驟，就很難持續。



“外食，不是不健康。只是太忙了。”



“不是不知道。是真的沒時間。”



USER INSIGHT TAKEAWAY

使用者缺的不是健康意識，
而是能自然融入日常、低負擔、容易持續的記錄方式。

使用情境：從外食到餐後回饋

SpoonGo 的角色，不是增加步驟，而是把記錄嵌入原本就會發生的用餐流程。

01



選擇餐點

在超商或餐桌前，
開始你平常的一餐

02



掃描辨識

讀取條碼或影像，
快速辨識餐點與份量

03



用餐同步記錄

不必另外拍照、輸入，
吃飯的同時完成紀錄

04



餐後回饋

查看營養摘要，並
得到下一餐的小提醒



超商便當也能快速記錄



家常餐同樣適用



適用情境



超商便當



家常餐



外食午餐



忙碌上班日

“

如果……
吃飯就能順便記錄呢？



USAGE SCENARIO TAKEAWAY

SpoonGo 不是要求使用者額外做一件事，
而是把飲食紀錄放進原本就會發生的用餐流程。

04A / PRODUCT STRATEGY

From Pain to Product

從痛點出發，讓吃飯成為記錄入口



痛點 Pain

想記錄，
但太忙了。

- 沒時間拍照
- 不想手動輸入
- 記錄很麻煩，容易中斷
- 不知道吃了什麼、多少熱量



解法 Solution

SpoonGo 讓吃飯
自然完成記錄。

- ✓ 掃描辨識，一匙完成
- ✓ 自動分析熱量與營養
- ✓ 建立飲食趨勢，提供建議
- ✓ 陪伴你做出更健康的選擇



產品核心價值



簡單不費力
吃飯時順手完成，
零負擔記錄。



看見自己的變化
數據化趨勢，
了解身體的需求。



健康，是長期的陪伴
不監督，只陪伴，
一起走得更久。



SpoonGo | 每一口，都懂你。

04B / PRODUCT DESIGN & FUNCTIONS

智慧湯匙功能：把記錄入口放進用餐工具

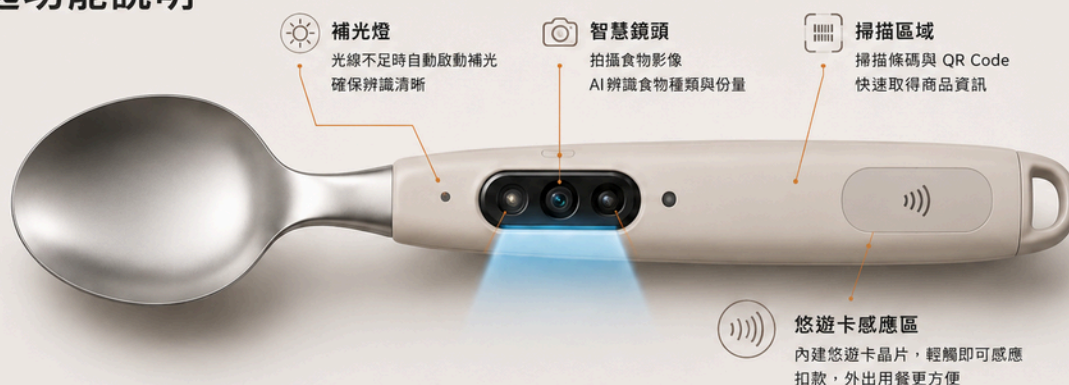
保留真正影響使用流程的功能，不把所有產品細節塞進同一頁。

SMART SPOON FUNCTIONS

背面負責辨識與感應；正面負責操作與狀態回饋。

智慧湯匙功能說明

背面



正面



智慧鏡頭

拍攝食物影像，支援 AI 辨識食物類型與份量。

掃描區域

讀取條碼與 QR Code，快速取得商品資訊。

悠遊卡感應

整合外出支付情境，減少隨身物件與操作切換。

按鍵+指示燈

長按開關機、短按切換；燈號回饋連線與電量狀態。

04C / HYGIENE & REPLACEABLE HEADS

替換匙面與衛生收納：讓日常使用更容易維持

把清潔、替換與收納納入產品體驗，降低智慧餐具的日常使用負擔。

HYGIENE SYSTEM

乾淨區／待洗區分開，讓使用後的匙面有清楚去處。

SpoonGo 替匙面收納盒

乾淨 / 待洗 分區收納，衛生更安心



乾淨區

收納未使用的
乾淨匙面



待洗區

收納使用過的
待清洗匙面



★ 乾淨區 ▲ 待洗區

SpoonGo



直立分隔設計

匙面直立收納，通風快乾



磁吸固定

穩固收納，拿取方便



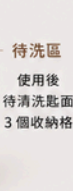
安心材質

耐用易清潔，安全衛生

內部分隔設計



乾淨區
未使用
乾淨匙面
3 個收納格



待洗區
使用後
待清洗匙面
3 個收納格

可依喜好選擇不同款式匙面



經典銀



珍珠白



玫瑰粉

使用方式



使用完清洗過後
直接插入清潔區



1. 磁吸固定
匙面自動吸附定位
直立收納，保持乾燥



2. 安心收納
蓋上盒蓋，防塵防潮
整潔衛生

設計重點

乾淨／待洗分區

未使用與使用後匙面分開收納，降低混放疑慮。

可拆卸清洗

匙面可單獨拆下水洗，不必整支智慧握把一起清洗。

磁吸固定

直立定位、拿取直覺，讓收納更順手。

三款匙面

經典銀、珍珠白、玫瑰粉，可依使用偏好替換。

PRODUCT ECOSYSTEM TAKEAWAY

產品價值不只在「智慧功能」，
也在於能不能被清楚清潔、好好收納，真正進入每天的用餐習慣。

05A / BRAND IDENTITY

把科技感，轉譯成被理解與陪伴

從 Logo、色彩到語氣，建立一致而溫暖的品牌辨識。

PRIMARY LOGO



BRAND CORE

陪伴・溫暖・理解・安心

Logo 概念

微笑湯匙

右上雙弧

圓角語彙

降低智慧裝置的距離感

象徵辨識、感應與傾聽

建立親切、好記的品牌輪廓

COLOR SYSTEM

用色彩同時傳遞健康信任與餐桌溫度。

森綠

#6C7D6E

信任・健康・自然

暖橘

#D07A5E

溫暖・活力・親和

柔膚

#F6E3D7

安心・柔和・陪伴

BRAND SLOGAN

每一口，都懂你。

「每一口」代表每一次日常飲食；「都懂你」連結智慧辨識、理解需求與持續陪伴。

品牌語氣：不批判、不追求完美，支持每天做得到的一小步。

BRAND IDENTITY TAKEAWAY

SpoonGo 不只要看起來像科技產品，
更要讓人感覺它是一個願意陪你吃飯的日常夥伴。

05B / BRAND EXPERIENCE

從識別系統，延伸成完整品牌體驗

把同一套品牌語言帶進門市、櫃位、制服與影音聲音。



門市體驗概念



百貨櫃位概念

BRAND APPLICATION

品牌色與識別，不只停在 Logo，而是延伸到第一線接觸點。



門市空間

奶油白+森綠框架，建立溫暖、清楚的零售辨識。

百貨櫃位

整合試用、展示與模擬條碼體驗，讓功能能被看懂。

員工制服

女員工暖橘、男員工森綠，強化服務辨識。

SONIC BRANDING | 品牌聲音識別

《一口剛剛好》 輕快日常／商品短影音／開幕宣傳

《未完的溫柔》 品牌故事／陪伴情緒／感性影音



掃碼試聽

05C / BRAND EXTENSION & DIGITAL TOUCHPOINTS

讓品牌不只存在於產品，而是進入生活接觸點

精選周邊商品與品牌官網，呈現 SpoonGo 識別如何延伸到實體與數位體驗。

BRAND EXTENSION

周邊不是額外堆產品，而是延伸同一套品牌語言。



晚安抱抱勺 陪伴情境延伸

把 SpoonGo 的溫柔陪伴感延伸到睡眠情境，讓品牌走進更日常的療癒時刻。



獨立包裝口罩 日常陪伴延伸

延續「安心、陪伴」語氣，將品牌帶進外出生活。



防身哨子手電筒 安全感延伸

把 SpoonGo 的陪伴概念轉譯成可隨身使用的小物。

DIGITAL TOUCHPOINT

品牌官網把產品、故事與視覺整合成可被瀏覽的數位體驗。

spoongo.ft524.com



阿湯哥 SpoonGo 智慧湯匙 每一口，都懂你。

▶ 瀏覽品牌網站

BRAND WEBSITE

掃描或點擊查看



spoongo.ft524.com

06A / GO-TO-MARKET

從品牌暖身，到正式上市

讓每一個接觸點都有任務，而不是只在上市日一次把訊息說完。

LAUNCH FLOW

先理解價值，再看到商品，再走進體驗。

01

品牌暖身

建立外食記錄難持續的問題意識

02

產品理解

用情境與短影音說清楚怎麼用

03

開幕／門市

讓消費者看見商品與品牌世界

04

上市延伸

以社群與 FAQ 降低購買疑慮

EXECUTION EVIDENCE

把企劃轉成可被觀看的上市素材。



開幕模擬影片

品牌情境＋主題曲應用

[▶ 觀看影片](#)

手機掃碼



上市宣傳影片

產品價值＋使用情境

[▶ 觀看影片](#)

手機掃碼

06B / SOCIAL CONTENT

不是每天賣產品，而是持續讓人看懂它

社群內容分工：先建立共鳴，再理解功能，最後累積信任。

CONTENT PILLARS

不設定虛構配比，每一類內容依溝通任務彈性使用。

外食情境

忙、亂吃、沒時間記錄

先讓目標受眾感覺「這在說我」

功能拆解

掃描、辨識、記錄流程

一次只解釋一個功能與使用價值

生活方式

把健康管理放進日常

降低「健康=很辛苦」的心理距離

信任資訊

FAQ、限制、使用情境

回應疑慮，避免只留下漂亮口號

CONTENT EXAMPLES

同一個品牌，用不同內容任務說同一件事。

只靠智慧健康就能
SpoonGo

01 / 05
每一口，看懂你

**外食，
不是不健康。
只是太忙了。**

每天都在：
「今天吃什麼？- 啊。」

但重點……
還是記不起來。

你的飲食，
也需要被記錄！

痛點共鳴

外食不是不健康，只是太忙了。

只靠智慧健康就能
SpoonGo

03 / 05
買得明白，每一口都看得

**如果……
吃飯就能順便記錄呢？**

用這神器簡單地 SpoonGo

不用輸入
不用輸入
不用想怎麼弄

只要把碗筷一放，
就能記錄！

AI 辨識結果

熟雞肉	50g	516 kcal
蛋白質	20g	25 kcal
碳水化合物	20g	10 kcal
纖維	20g	15 kcal
總熱量		516 kcal

產品解法

讓吃飯本身成為記錄入口。

超商生活實驗室

**SpoonGo 想做的，
不是管你吃什麼，
而是幫你慢慢看懂
自己都吃了什麼。**

每一口，就默記錄
熱量、蛋白質、脂肪、纖維……

每一天，整理趨勢
看哪餐吃得太油、太鹹、
糖份、脂肪、纖維……

下一餐，幫你做一個
比較友善的運的小建議
不追追、不追追、
只給你你想要的選擇。

小盒裝，
輕鬆不麻煩！

今天
多選擇一點

飲料
換成糖

運動
也要更積極

給自己一點鼓勵！
而且能紀錄！

SpoonGo | 每一口，能懂你。

品牌陪伴

不是監督，而是陪你看懂自己。

SOCIAL CONTENT TAKEAWAY

內容不是一直賣，而是一步一步讓消費者理解：這個產品和我的生活有什麼關係。

07A / CUSTOMER COMMUNICATION

把產品功能，翻譯成使用者聽得懂的語言

從「你有什麼功能」轉成「這和我的生活有什麼關係」。

COMMUNICATION LOGIC

每一則內容都從真實生活情境出發，再帶入產品價值。

01

生活情境

先說出使用者正在經歷的事

02

真正阻力

不是不知道，而是太忙、太麻煩

03

品牌回應

用低負擔方式提供一個可做到的選擇

04

下一步

鼓勵理解、體驗或持續關注

MESSAGE EXAMPLES

同一個產品，用「共鳴 → 解法 → 陪伴」建立一致的品牌語氣。

02 / 05

午休只有 60 分鐘

忙到連照顧自己，都只能先放一邊。

LINE 同事：午餐吃什麼？

郵件 主管：報告記得下午前交囉

Teams 會議提醒：11:30 開會

不是不知道。
是真的沒時間。

✓ 排隊
✓ 結帳
✓ 微波
✓ 吃飯
✓ 回 LINE
✓ 回 Email
✓ 趕回公司

60 min

到了最後……
誰還有時間：
□ 拍照？
□ 查熱量？
□ 記錄飲食？

所以，
不是懶。
是真的忙。

03 / 05

智慧生活，每一口都懂你

如果……
吃飯就能順便記錄呢？

阿湯哥智慧湯匙 SpoonGo

不用拍照
不用輸入
不用改變習慣

只要和平常一樣：

- 拿起湯匙
- 吃一口
- AI 默默幫你完成記錄

科技，
不該增加麻煩，
而是減少麻煩。

一支湯匙，
讓吃飯這件事，變得更轻松。

AI 辨識結果

雞胸肉	120g	165 kcal
糙米飯	100g	112 kcal
花椰菜	80g	27 kcal
紅蘿蔔	30g	12 kcal
總熱量		316 kcal

04 / 05

智慧生活，每一口都懂你

它不是來監督你，
而是陪你。

今天想喝珍奶？
沒關係。

今天想吃炸雞？
沒關係。

今天聚餐？
沒關係。

SpoonGo 不會責怪你，
只會溫柔提醒你：

明天，
再多照顧自己一點。

因為健康，
不是一天做到完美。
而是每天，
多一點點進步。

共鳴

不是不知道，是真的沒時間。

解法

吃飯本身，就是最自然的記錄入口。

陪伴

不是監督你，而是陪你慢慢看懂自己。

COMMUNICATION TAKEAWAY

品牌不是替使用者下指令，
而是先理解他的阻力，再提供一個比較容易做到的選擇。

07B / PERSONA-BASED CONTENT

精選三種情境，測試三種不同的溝通切角

完整系列規劃 EP01-EP06；此頁只保留最能代表產品策略的三組內容。

情境模擬說明 Persona-based Communication Simulation | 非真實顧客證言或銷售數據



EP01 32歲 | 超商午餐族

原來我不是不在意，只是以前不知道。

核心客群切入

從忙碌外食切入，讓「看不見自己吃了什麼」成為產品需求。



EP05 35歲 | 外食工程師

記錄變簡單，才有可能真的持續。

產品價值切入

把「低摩擦」說成人話：不是功能更多，而是少一個麻煩步驟。



EP06 45歲 | 一開始很懷疑

本來覺得沒必要，用了才知道差在哪。

購買阻力切入

直接回應「為什麼需要智慧湯匙？」這個最重要的採用疑慮。

08 / CRISIS MANAGEMENT

危機處理，不只是在問題發生後道歉

以情境模擬練習：辨識風險、提出補償、兌現承諾，再修復信任。

品牌情境模擬

Crisis Management Simulation | 非真實銷售、缺貨或顧客事件

SCENARIO

假設情境 | 熱銷售罄 → 補貨延遲 → 顧客等待與不滿

上市後反應熱烈、全台多店售罄，部分消費者不滿等候時間過長，聚集門市表達訴求。



▲ 消費者聚集 SpoonGo 門市抗議補貨時間過長，現場高喊訴求，要求品牌盡速補貨。



▲ 熱銷超乎預期，多數門市開賣當日即完售。



▲ 多家門市湧現排隊人潮，仍攔空而回。

記者林筱涵／台北報導

現場消費者指出，SpoonGo 結合科

SpoonGo 智慧湯匙



創新科技餐具 引領健康飲食新風潮

「這次，我們不只想說對不起。」

把道歉轉成具體補救與後續改善。

RESPONSE FLOW

01

公開說明

交代缺貨與延遲，不用「熱銷」合理化問題。

02

實質補償

購物金、替換匙面、免運／優先出貨與退款選擇。

03

補貨履約

主動更新進度，逐項完成已承諾的補貨。

04

流程改善

檢視備貨、預購與補貨通知，降低問題重演。

補償設計：購物金 | 等待超過 14 天加贈替換匙面 | 未出貨免運 + 優先出貨 | 可全額退款