

辰葳印刷股份有限公司

綠展場創價產品開發計畫



經營理念

從綠色行銷出發，打造量身訂做的綠環保美學服務，將紙器產品延伸至消費市場領域。

計畫緣起

1. 目前現況：運用紙木板 開創新美學

運用紙木板材料來製作家具、展示陳列與展場建置等運用，在國際市場中具備高潛力。本計畫開發服務市場以運用紙木板系列，開創屬於綠生活美學與創造經濟活動價值。



公司小檔案

成立日期：1991年9月24日

負責人：呂錫昆

資本額：1000萬元

員工人數：21人

2. 問題解決：質輕易組合 高度客製化

- (1) 將臺製紙木板材料的特色，加以極致運用。
- (2) 打造高度客製化的視覺空間。
- (3) 質輕、易於快速組合與拆裝。
- (4) 自綠色行銷出發的環保訴求。
- (5) 廣設綠生活美學館服務據點，與消費民眾推廣環保、綠能、再生的理念。

計畫創新重點

1. 以環保紙木板為基材，達成創造綠色美學經濟商機。
2. 建構載重性強、輕鬆組裝、客製化設計的紙器產品。
3. 研發內容首將測試各紙木板功能性，以專利卡榫設計和裁切工法，搭配寬幅平板數位印刷技術，發揮高度產品機能，兼具設計感與美觀。
4. 設置綠生活美學館據點，提供消費者對於紙木板產品的推廣服務。

研發成果及衍生效益

益績效指標，預估增加產值收入為9,846,254元，已詳細訂定計算方式，含通路設計、品項、坪數、數量、售價與金額，對象以商展、辦公室與綠生活美學館推動等。

專案執行重要心得

辰葳印刷這條以環保素材為創價產品開發的道路，充滿困難挑戰與不斷燒錢的過程，因此，特別感謝經濟部工業局、專家委員的指導與政府經費支持與鼓舞下，強化我們堅持綠色材質創價產品開發執行的決心。本計畫在材料的品質研發要求的過程，持續以創新材質(紙木板)以取代耐久材(塑膠)為目標，並以降低前置作業成本為考量，特別感謝審查委員的期中現場審查的意見指導下，提醒我們在紙木板產品機能性要求的重要性，這部分更是讓消費者獲得更多的安心與產品的保障性，也是最重要的部分，因此，執行中不斷改善，在防水性、難燃性等品質要求，並已檢驗、修正配方等反覆驗證過程，最終透過第三公正單位(大葉大學奈米環保包材研究室)完成3種規格的紙木板成品檢驗，委員的現場指導與討論，帶給我們在執行過程中獲得更多啟發性思維。

本計畫在進行綠生活美學館市場服務的過程，謝章富顧問除每月2次的會議進度討論，不辭勞苦帶領我們走遍適合建置綠生活美學館的地點進行勘查，並指導如何針對據點設立、營運綜效、行銷活動設計等因素的評估作業，地點涵蓋台南、彰化、台中與台北。

謝顧問指導綠生活美學館中的整體風格設計，無論是充滿大地自然的風格或可愛動物童趣造型的陳設，雖說紙木板是堅硬的原材料，但透過視覺設計竟能觸發、映射延伸人們對生活每個細節的瞬間感動。這實在是非常奇妙的心靈感動，因為無論來自於一張照片、一幅圖、一個故事，透過視覺設計與實體空間的轉換，貓頭鷹的肚子打開可以是鞋架也是收納箱，大型壁櫃陳列著書櫃，也可以拉出1張桌子和4張椅子，除了賦予設計感，更增添收納功能與實用性，這種融合環保綠木板材料與兼顧綠色生活美學的實踐主張，在本次計畫的生活美學行銷模式中，已獲得廣大消費者的好評與迴響。經過這段時間的努力，除了參與計畫的同仁，本廠所有研發同仁均深刻體會到，紙木板雖是全球環保商品設計的重大趨勢，連結數位印刷科技的多元應用為必然所需。綠生活美館促使綠色材料產生不同的創價價值，跳脫既有的目標市

場設限，直接面對接觸了不同的潛在消費客層，在館中聽見消費者的驚奇聲、笑聲、和討論著要如何擺放在自己的空間，我們就知道綠生活美學館被消費者接受了。

對於首次申請經濟部工業局計畫案的我們，對CPC專員們的控管與協助能力，吳嘉揚專員的細心、專業與解決疑惑，非常感謝與讚嘆，在執案過程細節，有勞委託研究單位紡織所的技術引進與輔導，讓本廠計畫成員，更有計畫性完成，並條理、清楚的匯整所有執案成果，進而檢討、改進，持續投入延續性的綠產品開發。2015年將更進入技術服務消費市場，從綠色行銷觀點出發，擴大以紙木板營造創新的空間設計，打造量身訂做的環保美學服務，綠生活美學館讓我們接觸到各消費層，深刻體認只要打破自我設限，在綠色展場創造與眾不同的產品價值，將是潛力無限的市場經濟。

新產品簡介

1. 運用 15mm、10mm、7mm三種不同厚度與載重功能的紙木板材料，透過數位印刷，自由切割造型，生動呈現立體空間主題情境。
2. 紙木板材料具備耐壓、載重、難燃、防水等機能特性。
3. 100% MIT由臺灣紙廠生產製造，表面平整度，能彩色印刷、上光，以電腦高速切割不產生紙絮，為全球創新的環保應用材料。
4. 質輕，結合特殊結構工法，更具極佳的載重功能。

