

康揚特殊美術印刷股份有限公司

## N次貼標籤之多重印刷產品開發計畫



### 經營理念

製造各種變化多端及新型種類之產品，以滿足業者的不同要求。

### 計畫緣起

1. 目前現況：標籤用途廣泛 使用量續增加



#### 公司小檔案

成立日期：1984年4月

負責人：邱祥

資本額：1500萬元

員工人數：23人

標籤在國內市場上，不但使用量增加，且用途也不斷地擴大，業界生產出不同類型的標籤，整個行業呈現高成長率。過去三十年，成長率約在3%至7%間起伏；比GDP的成長率高出2%，其中自黏標籤的成長率約為4%。成長率高低依標籤類型的不同而有顯著的差異，有的呈現二位數的成長，有的則呈現負成長。一切均視市場的需求而定。

## 2. 問題解決：市場需求量日高 印刷設備大型化

隨著市場需求量擴大，標籤印刷機器設備也越來越大型化、快速化。與一般印刷一樣，無法避免在價格上的劇烈競爭。目前柔性版的印刷品質並不亞於平版印刷，甚至更有其獨特的地方。同時到最近幾年更促進了複合印刷機的盛行。面對市場需求的變化，使自黏標籤廠，不管在產量、品質的追求上，都不得不趨於大型化經營模式。

## 計畫創新重點

本計畫預計開發N次貼標示分類標籤，除一貫化製程之外，

創新多功能性的產品設計亦是重點項目。

1. 可重覆黏貼而不傷害頁面。
2. 產品為多層式設計，上下層銅版紙可掀開，內部具10個可重覆黏貼PET標籤。
3. 透過精準的印刷色彩特別色控制技術，讓PET及銅板紙承載體不僅環保且正反面皆能印刷廣告或肖像。
4. 符合環保署限制過度包裝之規範。

### 研發成果及衍生效益

本計畫結案後當年度(2014年度)預估增加產值新台幣500萬元，從既有客戶訂單增加，透過贈送或行銷方式推廣多重印刷加工N次貼標籤，服務客戶設計新產品行銷廣告於N次貼標籤上，吸引客戶增加訂單金額可達到新台幣250萬元；另外，康揚公司積極開發新客戶，如統一、全家、萊爾富、乖乖、可口可樂、百事可樂、黑松等，以本計畫開發產品行銷康揚公司於標籤印刷上的優勢與高品質，可望爭取新客戶訂單達新台幣250萬元。

### 專案執行重要心得

本專案計畫能夠順利完成，是康揚公司投入新產品研究開發的一次成功經驗，相較於過往經驗，本次從印前端產品設計到開發階段試產，皆建立完整的開發紀錄，目的為了能夠完成印刷流程的標準化作業程序，作為未來其他產品開發的重要資訊，研發

團隊在執行專案過程中，熱烈討論產品開發相關查核點，創造產品開發的良好氛圍，計畫主持人當責固定召開計畫執行檢討會議，有效率的管控計畫執行進度，使產品得以如期開發完成。

在產品印刷品質部分，除了康揚公司本身對品質的要求與管控，委託印刷研究中心在印刷色彩品質方面，提供了許多協助，包含色彩知識及色彩管理流程的教育訓練、特殊標籤打樣色彩管理技術移轉，提升康揚公司產品品質。

## 新產品簡介

多重印刷加工N次貼標籤組目前設計活潑性質三款封面及四款內頁可互相搭配，外包封面即可作為廣告行銷之用途，初期規劃將康揚公司企業形象與產品說明做為標籤廣告行銷之用途，內頁設計將活潑流行的圖案設計於標籤上，創造產品魅力，有助於吸引消費者目光，提升購買產品意願，未來在產品推廣上可對應客戶所需調整內容，設計相關廣告行銷樣式，達到客製化服務目的，推廣至市場以提升公司效益。

