

凱華實業股份有限公司

動態金屬光紋產品開發計畫

經營理念

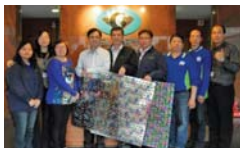
原創、品質、服務

計畫緣起

1. 目前現況：禮品品質要求日高 獨特精緻最吃香

禮品產業為我國重要的傳統產業之一，原屬於勞力密集、低單價的輕工業，主要以外銷為導向。隨我國的經濟愈來愈發達，國人對於禮品的需求與要求提高，業者積極研發技術密集、高單價、高品質與高附加價值之禮品，配合業者本身的良好服務品質，禮品市場產生的經濟效益不容忽視。禮品雖附屬於其他產品一同促銷，卻能夠勾起消費者「免費擁有」的心態，因此禮品本身的價值在產品推銷時佔舉足輕重的地位。近年來，不只禮品本身開始往獨特、精緻化的方向發展，也開始注重禮品包裝的設計與材料，以提升禮品整體的價值。

2. 問題解決：設計包裝環保 禮品市場的大方向



公司小檔案

成立日期：2001年3月20日

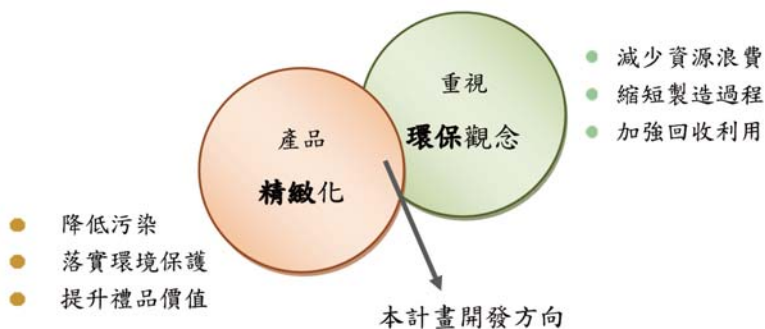
負責人：劉國慶

資本額：4億5000萬元

員工人數：148人

禮品市場的發展趨勢：

- (1) 產品精緻化：傳統手工藝品朝高級藝術品發展。
- (2) 開發新產品：與藝術家或相關單位合作，開發風格獨特的禮品。
- (3) 加強產品設計：結合歐美設計，開發符合國外市場的產品。
- (4) 加強禮品包裝：藉包裝的設計與材料，提升禮品價值。
- (5) 注重智慧財產權：歐美等國極為重視，也申請專利以保護自身權益。
- (6) 重視環保觀念：天然材質與複合材質的運用。



計畫創新重點

使用之UV上光油幾乎不含溶劑，有機揮發物排放量極少，因此減少了空氣污染，改善了工作環境，也減少了發生火災的危險，經UV固化的上光工藝處理後的印刷品，色彩明顯較其他加工方法鮮豔亮麗，而且固化後的塗層耐磨，更具有耐藥品性和耐化學性，穩定性好，能夠用水和乙醇擦洗，UV上光油有效成分高，揮發少，所以用量省。

研發成果及衍生效益

臺灣禮贈品市場一年保守估計約有5億新台幣，30年餘來每年舉辦國際禮（名）品暨文具展覽會，根據2012年展覽資訊顯示禮贈品展覽相較於亞洲其他地區的相關展覽有穩定成長的趨勢。

年份	2010	2011	2012
參展廠商家數	423	430	448
參展廠商攤位數	596	571	600
國內外 參觀人數	11,223	13,115	14,000

凱華擁有多項研發專利，對於平版印刷以及上光製程非常熟稔，本產品開發過程配合印刷工業技術研究中心提供印刷適性檢測及印刷品質測試等控制技術，有具體可行的目標與步驟達成。



專案執行重要心得

感謝工業局與中國生產力中心予與我司這次產品開發的合作機會，凱華的研發團隊將會更積極的投入本專案的衍生效益上。在此次計畫的應用與相對應之服務流程已開發完成，藉由印刷適性、品質適性等檢測得以掌握各項印刷參數的應用，未來在印刷以及色彩管理控制等會有更進一步的突破應用，在市場上能發揮更大的效益。同時希望透過本計畫產品開發，能提升本公司與相關產業。

新產品簡介

以改良上光油技術達到凸顯產品差異、提高附加價值與新消費需求，新技術帶來新經營模式，達到降低成本與特色產品開發的目標。產生新穎的仿金屬技術，與商品結合，期望在製造上可比傳統仿金屬技術快速，達到大量生產、以量取勝，提高利潤，快速而方便的技術可以提供客戶更多元的服務。在製造與服務上有全新面貌後，即可放眼全球打入國外市場，進行出口外銷，提升我國的國際能見度。