

吉利高股份有限公司 水漾果凍產品開發計畫

■公司小檔案



甲、成立日期：86.10.30

乙、負責人：賴大成

丙、資本額：新台幣60000千元

丁、員工人數：71人

戊、經營理念：

吉利高食品股份有限公司自創業以來，一直秉持著（創新、突破、成長）的原則，發展至今為國內知名食品生產廠商，在漫長的創業路途中，深深體認到對食品工業的發展，要憑著經驗的累積，技術以及知識的傳承，才能獨立自主，所以對於卓越人才的培訓，公司技術的精進不遺餘力，以生產優良食品為自我期許，並滿足客戶的需求。

公司生產品項有果凍類、乳酸冰棒、象皮糖等系列產品，並以“晶晶”商標在台灣市場佔有一席之地，近年來健康意識抬頭，本公司亦朝開發更多對人類健康有幫助之產品為主要目標，期望能夠提供消費者更多選擇及有益之食品。

因此提供公司源源不斷的發展動力，本公司在各方面致力於研究發展與產品品質提升的工作。

在研發方面：以本公司現有的技術層次，配合食品工業研究所、工研院等政府研究發展單位及國內各學校、研究機構等等，進行產、官、學、研多方面之結合。

在生產方面：掌握關鍵生產技術，以提升整體之品質與產能與公司的競爭力，因應市場之自由競爭與需求。

在管理方面：採用多元化、人性化之管理方式，以提升人力資源的運用的運用與調整。

在行銷方面：以品質、形象作為國內市場的區隔。

己、本案合作之技轉單位：銓銓實業有限公司

■計畫緣起

本公司生產晶晶系列果凍至今已有二十餘年經驗，所出品的果凍風味特殊且包裝精美，在台灣市場深受小朋友喜愛，在便利商店及傳統市場佔有率皆居領先地位，無論在果凍製造或包裝行銷方面，以如此完整豐富的經歷來研發【水漾果凍產品開發計畫】是最適合不過，以目前在全球市場尚未有相關產品問世之際，定能將此產品推向國際舞台。

在全球資訊日益發達的今天，唯有不斷的開發創新的產品才能永續經營，並且在目前全球景氣開始復甦同時，食品業為民生工業之一，消費力提升的時候，民生必需品的需求量也將同步擴大，古人有云【民以食為天】就不難看出食



水漾果凍

品業對於政府與人民而言有其重要性，倘若以此【水漾果凍產品開發計畫】所開發出產品，能夠透過產、官、學等等共同合作，將此產品開發完成於全球市場上流通販售，不僅僅是業者研發能力及銷售業績提升，同時也可以增加台灣商品的能見度及增加外匯存底。

■新產品簡介

(一)創新包覆液態果汁的果凍，顏色分明且口味對比強烈。

(二)獨特包覆液態食品機械，即便在後段殺菌後內外層依舊不混合。

(三)經咀嚼後產生爆漿效果，新鮮感十足。

■計畫創新重點

目前在全球果凍市場中，各家果凍廠商的產品互不相同，但是主要在於果凍膠體的軟硬度及咀嚼口感或者是風味的調整等等，研發的新產品也不外乎是調整膠體比例及用量，果凍顏色或者是香精調整

如此而已，無法跳脫出狹窄範圍，以【水漾果凍產品開發計畫】而言，將液態原料包覆在果凍中，在經過後段殺菌後，依然可以保持內外兩層強烈對比效果，為最主要創新性訴求及賣點。

■研發成果及衍生效益

由於公司已有不同的產品線，如果可以克服內外層充填的困難，其他品項也可以利用此計畫開發包覆果汁軟糖或包覆果汁果棒等等，不僅可以擴充本公司產品多樣化，也可增加外銷機會。

目前每一包水漾果凍袋裝的價格暫定為60元/包（重量



葡萄口味外袋

400公克）*125000包/每年（包含內外銷）=750萬元(民國100年)+750萬元(民國101年)，共可增加產值1500萬元。

項目	公司名稱	本公司	其他公司
1.價格(單位：)		60元/每包	無相關產品
2.產品/服務上市時間		2011年	無相關產品
3.市場占有率(%)		初步估計10%以上	無法統計
4.市場區隔		內外層口味及顏色差異	無相關產品
5.行銷管道		外銷、便利商店、量販店、傳統市場	無相關產品
6.技術或服務優勢		研發專業並有0800消費者服務專線	無相關產品
7.關鍵零組件之掌握(申請ASSTD計畫免填)		配合廠商多	無相關產品
8.品質優勢		嚴格品質控制、原物料多以台灣製為主	無相關產品
9.其他優勢		二十餘年經驗，品牌優勢	無相關產品

■專案執行重要心得

此次申請水漾果凍產品開發計畫後，從最初的原材料的詳細了解開始，把所有的資訊都紀錄於研發記錄本中，讓所有的參與的人員均有深刻的體驗，也讓往後要翻閱相關資料相當方便，尤其是水漾果凍產品，目前在市場上並無類似產品，故藉此機會從基礎做起開發出新產品，在研發期間軟體部分以內層液態的控制最為困難，涉及到膠體學、流體學等等，而硬體部分以修改充填機為主體，不斷與機械廠商的老闆及師傅實地操作演練，也讓雙方的技術更上一層樓，在此期間所有計畫同仁及配合機械公司學習到相當多的專業知識。



蘋果口味袋裝