

第 2 部分 計畫執行報告

一、計畫目的、計畫架構與主要內容	2
(一)計畫目的與預期成效	
(二)計畫架構(含樹狀圖)	
(三)計畫主要內容	
二、計畫經費與人力執行情形.....	448
三、計畫已獲得之主要成果與重大突破.....	450
四、主要成就及成果之價值與貢獻度(outcome).....	457
五、跨部會協調或與相關計畫之配合	460
六、檢討與展望	461
七、附錄	463
(一)委員審查意見回復	
(二)輔導廠商成效對照說明表	
(三)分包資訊	

第 2 部分 本計畫執行報告

一、計畫目標、計畫架構與執行內容

(一)計畫目的與預期成效

隨「經濟全球化」及「全球區域整合經濟」之風潮影響下，國與國間之影響深化為必然趨勢，我國經濟成長一向仰賴進出口，然近年來，產業界因成本考量等諸多因素，紛紛外移，加上大陸及東南亞國家之強烈競爭，促使臺灣產業優勢逐漸消失。從對外貿易統計數據中顯示，無論在出口值或進口值皆逐年下降，整體經濟成長趨緩。且我國印刷產業屬高度內需型產業，經濟成長影響產值，整體產值從 100 年開始逐年下滑，103 年印刷產值約 699 億台幣，如何透過有效之行銷策略及配套措施，從而創造我國印刷產業立足全球市場之利基點，為本計畫推動重點。

此外根據 103 年經濟部統計處資料顯示，102 至 103 年我國印刷產業外銷產值從 78 億提升至 88 億元，可見印刷產業之外銷市場仍有成長空間，然因我國印刷產業以平版印刷為主，版材、紙張、油墨等原料多取自於國外，受國際原物料起伏影響大，且受開發中國家搶佔量產市場，工業國搶佔高端客製化市場，加上數位化時代來臨，大幅改變社會整體之經濟型態及消費者之使用習慣，促使印刷需求量銳減，因此我國印刷產業仍難擺脫衰退之困境，亟需發展另一途徑。

本計畫依據行政院「產業升級轉型行動方案」一推高值之目標方向，擬訂短中長期計畫執行策略詳，如圖 1 所示。綜觀印刷產業之發展方向，應朝向服務化、雲端化、精緻化及國際

化趨勢發展，以數位服務取代傳統業務，加強品質及技術能量，導入數位科技、雲端運算技術及發展雲端科技平台來搭配數位印刷技術，並結合文創設計，以打造全方位、多元化、客製化、創新化之高值印品與服務，引領產業升級、轉型及再造，立足國際市場，創造新一波商機。

本年度針對「產業轉型與技術升級」、「市場拓展」及「人才培訓」三大面向進行：在「產業轉型與技術升級」方面，推動客製化之產業服務化技術開發與應用、印刷產業智能化技術輔導、印品文創設計與開發、國際環保認證與製程改善等輔導措施，發展以建構創新性、客製化與文創性的新產品，同時兼顧綠色環保。在「市場拓展」方面，透過技術經營講座、MIT印刷產業推廣活動及同業異業的商機媒合，創造印刷市場需求，此外，籌畫外銷策略聯盟團，推廣我國精緻印刷品質與產業優質形象，藉以達到「穩定內需，外銷倍增」之主要目標。在「人才培訓」方面，提供專業職能進修，強化在職從業人員的能量，另透過學研合作計畫，培育學界優秀新血，為我國印刷產業注入活水源頭，邁向精緻化、高值化及生產力 4.0 的願景目標。本年度計畫架構，如圖 1 所示。

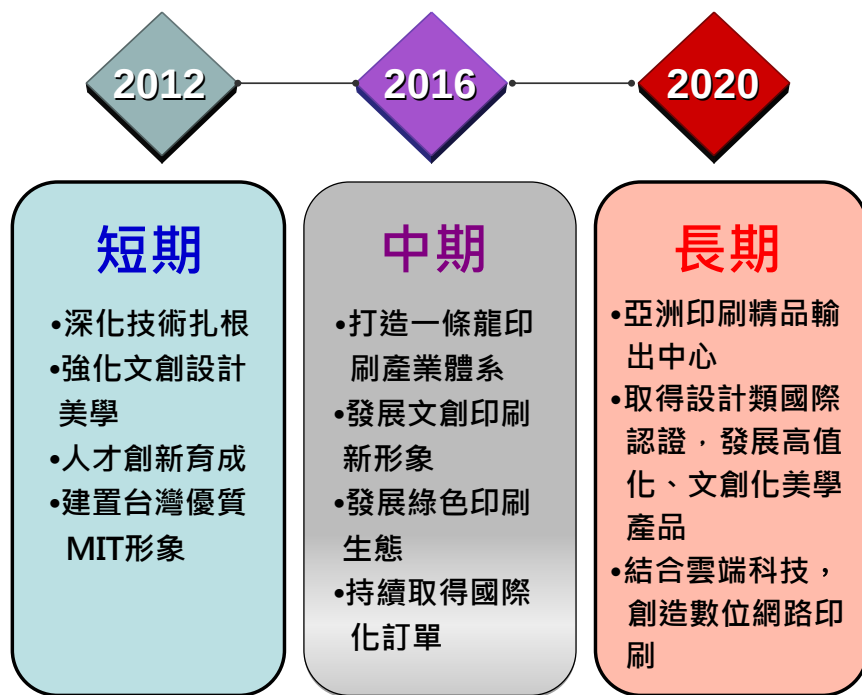


圖 1 全程計畫執行策略

(二)計畫架構(含樹狀圖)

分項一、印刷產業技術升級暨文創設計輔導

本分項計畫依產業實際需求，提出相關具體作法以強化輔導效益，推動：「印刷產業服務化技術輔導」、「印刷產業智能化技術輔導」、「國際環保認證暨製程改善輔導」、「精緻印品文創設計開發輔導」、「印刷產業微型技術輔導」與「印刷及設計新銳能量輔導」等輔導項目，協助我國印刷產業轉型為數位化、智能化及綠色環保，擴大經營效益，開發出創新性、客製化與文創性之精緻印品，建立產業高值化形象，並強化產業人才能量，協助業者掌握競爭優勢，創造產業創新永續之價值。

分項二、印刷技術推廣暨市場拓展

本分項計畫以穩定內需市場，開拓外銷市場，創造外銷訂單為主要目標。透過辦理各項產業經營技術專題講座、成果發表及產業推廣活動等，展現印刷產業能量，促進國內商機交流；籌組外銷貿易策略聯盟團，集結國內優質廠商，共同參與國際印刷相關展會，建立我國產業高值化形象，拓展海外商機；此外，透過提供業者小量打樣試產管道，辦理印刷精品獎項，表揚優良業者，藉以鼓勵產業創新轉型，拓展全球商機。

分項三、印刷產業人才培訓

本計畫提供印刷產業在職從業人員與有意投入產業人才相關扎根訓練課程，同時依據產業與市場實際需求，開辦各項職能訓練，藉已掌握國際市場脈動與發展趨勢，提升產業人才朝向知識化與國際化發展，培育業界有用人才。

透過各分項計畫的執行，全面提升與改善產業經營模式，結合智慧化與綠能化的印刷環境建置，以卓越技術為競爭優勢，串連印刷產業上、中、下游，建置一條龍營運模式，打造我國印刷產業優質精品形象，全面協助業者開創全球商機。

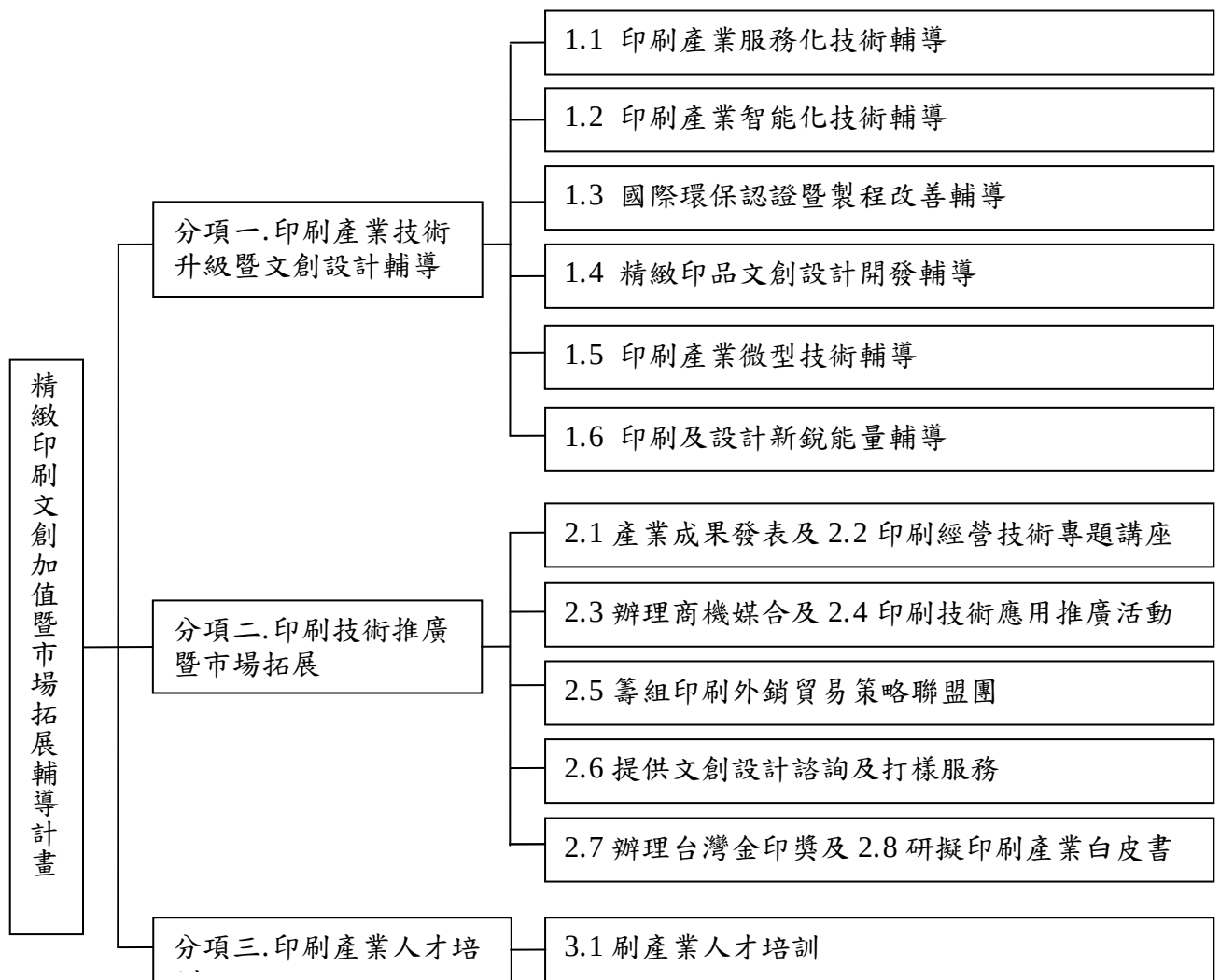


圖 2 本年度計畫架構圖

(三)計畫主要內容

1. 規劃內容

分項一、印刷產業技術升級暨文創設計輔導

依受輔導業者之需求推動產業服務化、智能化、國際環保認證暨製程改善、精緻印品文創設計等輔導措施，發展兼具友善環境、創新性、特色化與文創性新產品，建立優良產業形象與技術服務，強化產業技術能量與競爭優勢，其計畫產出項目為：

1.1 印刷產業服務化技術輔導 5 案(含)以上

1.2 印刷產業智能化技術輔導 3 案(含)以上

1.3 國際環保認證暨製程改善輔導 8 案(含)以上

1.4 精緻印品文創設計開發輔導 15 案(含)以上

1.5 印刷產業微型技術輔導 9 案(含)以上

1.6 促成印刷及設計新銳能量輔導 2 案(含)以上，完成文創印刷產品設計開發 40 件(含)以上

分項二、印刷技術推廣暨市場拓展

為有效拓展印刷產業外銷國際市場之競爭力及掌握市場先機，彰顯政府推動績效，擬透過本中心成立之南北印刷暨文創商務打樣中心，提供文創設計商務諮詢及打樣服務，建立產業快速打樣之能量及建立多方跨領域合作模式，促成產業轉型，朝向產品差異化及特色化發展，並且舉辦多場企業經營與跨域產業技術專題講座、

產業成果推廣或商機媒合交流會等活動，結合跨域之學者專家，進行異業合作，共同開發多元化產品與提升從業人員職能，並促成產業間及業者間之標竿學習，讓業者能隨時掌握產業脈動與趨勢。

此外透過籌組外銷貿易策略聯盟團方式，帶領業者參與國內外展會，辦理外銷市場 1 對 1 商機媒合座談會，面對面直接了解客戶需求，同時打造及推廣台灣優質印刷新形象，提高國際曝光度，拓展海外商機。且為改變國人對於傳統印刷業之刻板印象，建立印刷新形象，擬透過與印刷產業業者及其他法人單位之合作，透過休閒活動之舉辦，能使參加者在參與活動之體驗過程中，感受到印刷產業技術能量之提昇與高值化形象，達到體驗行銷與創造商機之目標。

此外，籌辦台灣金印獎，帶動產業一同追求高規格、高品質與高榮耀之目標，開創企業卓越價值與地位，透過獎項之頒發與肯定，強化得獎業者進軍外銷市場之利基。另藉由研擬印刷產業白皮書，收集國內外產業動向及技術發展，以利未來產業政策之擬定，並讓業者了解未來發展趨勢走向及如何因應轉型。

透過本分項計畫之執行，期望促使我國印刷產業接軌國際市場，提高廠商國際競爭力及市場能見度，建立台灣印刷精品優質形象，協助提升整體產業的獲利，開拓國際商機。本分項計畫預計產出項目為：

2.1 印刷產業成果發表活動 2 場次(含)以上。

2.2 辦理印刷企業經營與產業技術專題講座 4 場(半

日)(含)以上，總參加人數 200 人(含)以上。

2.3 辦理商機媒合交流會 4 場次(含)及 1 對 1 商機媒合 200 案。

2.4 辦理印刷技術應用推廣活動 1 場(含)以上。

2.5 籌組印刷外銷貿易策略聯盟團 4 團(總參與人數 32 人(含)以上)，帶領業者參加國外展會建置台灣印刷形象館 4 場(含)以上。

2.6 提供文創設計諮詢及打樣服務 40 次(含)以上。

2.7 辦理台灣金印獎 1 場(含)以上。

2.8 完成印刷產業白皮書 1 冊(含)以上。

分項三、印刷產業人才培訓

人才培育為產業推動發展之基礎，透過學習及教育可提升人才專業知識及技能。國內印刷產業逐漸步入轉型期，產業之需求從原有技術層面，擴大到企業經營管理、創新研發、行銷推廣、海外市場及設計創意等不同議題。唯國內印刷業者多為中小型企业，較無自辦人才培訓課程之能力，故本分項計畫將透過產業實際需求調查，提供印刷產業相關培訓課程，課程設計結合學界理論及產業實務經驗，透過職涯再教育的方式鼓勵現職從業人員持續強化包含研發管理、活動行銷、文創設計及海外市場推廣等專業能力，促使產業朝向更多元化的服務發展。依照產業實際之需求，進行課程規劃與評估，擬開辦 5 班(含)以上多元化之培訓課程。

2. 實際執行方法

(1) 查核點達成情形

查核點	日期	查核點概述	查核點達成情形
1	105.03	分項一、印刷產業技術升級暨文創設計輔導 1.接受業者申請，並完成本專案計畫輔導廠商第 1 次聯合審查合計至少 5 案(含)以上簽約作業	分項一、印刷產業技術升級暨文創設計輔導 1.本中心已於 3 月 11 日，完成計畫輔導廠商聯合審查會議之辦理，共計有 9 家廠商 2.經委員審查後通過，並完成各廠商之簽約作業。 3.執行廠商技術輔導中，並持續撰寫相關技術資料。
2	105.03	分項二、印刷技術推廣暨市場拓展 1.籌劃印刷產業成果發表活動與企業經營與產業技術專題。 2.籌劃辦理商機媒合交流會及 1 對 1 商機媒合座談會；籌畫印刷技術應用推廣活動。 3.籌劃印刷外銷貿易策略聯盟團。 4.完成文創設計諮詢及打樣服務 5 案(含)以上及相關諮詢表單。 5.籌劃印刷產業白皮書編撰架構。	分項二、印刷技術推廣暨市場拓展 1. 已於 2/16 至 2/21 完成 1 場產業成果發表活動-辦理「2016 台北國際書展」；已於 2/17 假台北世貿一館黃沙龍廳，完成 1 場企業經營與產業技術專題講座-辦理「漢字的神奇傳播力量」，與會人數 44 人。 2.已於 2/16 至 2/21 完成辦理「2016 台北國際書展」商機媒合交流會及 1 對 1 商機媒合座談會 1 場；籌劃「2016 印刷藝術節暨 MIT 嘉年華」之技術應用推廣活動。 3.完成印刷外銷貿易策略聯盟團籌組及出國申請作業，於 4/27-4/30 赴「香港國際印刷及包裝展」建立台灣印刷精

查核點	日期	查核點概述	查核點達成情形
			品館。 4.完成文創設計諮詢及打樣服務 27 案(含)以上及相關諮詢表單，服務對象包含各大公司行號、法人、學校及政府機關之設計諮詢及打樣 5.完成產業白皮書初步企劃書(含編撰架構)，白皮書內容分為印刷技術定義、產業範疇與分類、全球印刷產業現況與發展趨勢、臺灣印刷產業發展現況分析、臺灣印刷產業政策與措施及臺灣印刷產業發展策略與展望。
3	105.03	分項三、印刷產業人才培訓 1.完成開辦短期培訓課程 1 班(含)以上	分項三、印刷產業人才培訓 1.完成開辦短期培訓課程 1 班(含)以上。 2.已於 3/19 及 3/27 假高雄市政府勞教中心舉辦「3D 列印商業實務班」，課程內容重點為 3D 列印原理、各領域應用技術、前端輸入技術、3D 列印現在發展與未來潮流，並可利用 3D 列印技術實踐創新與創業方法等，共計 11 人完成培訓課程。
4	105.04	分項一、印刷產業技術升級暨文創設計輔導 1.完成 10 件文創印刷產品設計開發	分項一、印刷產業技術升級暨文創設計輔導 1. 完成 16 件文創印刷產品設計開發，包含 2016 Drupa 印刷展亮點趨勢講座邀請卡、海報、紅糟豬肉與鰻魚標籤計、馬祖大埔包裝

查核點	日期	查核點概述	查核點達成情形
			袋、寶利軒馬祖禮餅包裝吊牌、鮮美廉媽祖酥包裝、馬祖禮品手提紙袋等產品設計打樣開發。
5	105.05	分項一、印刷產業技術升級暨文創設計輔導 1.接受業者申請，並完成本專案計畫輔導廠商第 2 次聯合審查合計累計 21 案(含)以上簽約作業	分項一、印刷產業技術升級暨文創設計輔導 1.本中心已於 5 月 10 日、5 月 12 日、5 月 31 日，完成計畫輔導廠商聯合審查會議之辦理，累計有 24 家廠商。 2.經委員審查後通過，並完成各廠商之簽約作業執行廠商技術輔導中，並持續撰寫相關技術資料。
6	105.06	分項一、印刷產業技術升級暨文創設計輔導 1.接受業者申請，並完成本專案計畫輔導廠商第 3 次聯合審查，達成本年度總計 40 案簽約作業。 2.完成累計 20 件文創印刷產品設計開發	分項一、印刷產業技術升級暨文創設計輔導 1.本中心已於 6 月 15 日、6 月 21 日、6 月 28 日，完成計畫輔導廠商聯合審查會議之辦理，累計有 40 家廠商 2.經委員審查後通過，並完成各廠商之簽約作業執行廠商技術輔導中，並持續撰寫相關技術資料。 3.完成 119 件文創印刷產品設計開發，包含馬祖在地伴手禮之包裝袋、包裝盒與吊牌、印研中心 LOGO、客製化筆記本、日本文具展台灣印刷精品手冊、工業局粉絲專頁母親節 banner、2016Drupa 印刷展亮點趨勢講座文宣品、AR 名片互

查核點	日期	查核點概述	查核點達成情形
			動、台北意象之糕餅包裝、心臟病童公益襪子包裝、客製化紅包袋、母親節商品、金印獎主視覺、香港展手冊、上海展主視覺、科工館創客活動主視覺及週邊品、三組紀念棒球禮盒之設計及打樣等產業品打樣開發。
7	105.06	分項二、印刷技術推廣暨市場拓展 1.完成印刷產業成果發表活動1場(含)以上；完成企業經營與產業技術專題講座1場(含)以上。 2.完成商機媒合交流會及1對1商機媒合交流會1場(含)以上。 3.完成印刷技術應用推廣活動企劃書1份。 4.完成印刷外銷貿易策略聯盟團1團(含)以上，總參與人數5人(含)以上，建置台灣印刷形象館1場(含)以上。	分項二、印刷技術推廣及市場拓展 1.已於第一季2/16-2/21完成1場印刷產業成果發表活動；完成3場印刷企業經營與跨領域產業技術專題講座。分別於第一季(2/17)、第二季(已於4/29假高雄勞工教育中心獅甲會館，辦理「創造綠色商機 企業永續經營」研討會，與會人數50人、已於5/19假國立台灣藝術大學，辦理「2016圖文傳播藝術國際學術研討會」，與會人數120人。 2.完成3場商機媒合交流會活動，共媒合202案商機。分別於第一季(2/16-2/21)「2016台北國際書展」成果活動，媒合24案、第二季(4/27-4/30「香港國際印刷及包裝展」媒合131案及(5/15-5/18)「美國紐約文具展」媒合47案。

查核點	日期	查核點概述	查核點達成情形
			3.完成 2016「印刷藝術節暨 MIT 嘉年華」活動企劃書，擬於 9/3-9/4，假高雄 R7 打樣中心場域及勞工公園，辦理千人健康操、印刷技藝鍊結多元產業印刷技藝體驗活動、經典彩繪老車大會師、第十屆金印獎獲獎作品展出與頒獎典禮、印藝市集在 R7(MIT 展售會)等四項活動主題。 4.完成帶領 31 位業者參與 4/27-4/30「香港國際印刷及包裝展」及 5/15-5/18「美國紐約文具展」2 團，建置台灣印刷精品形象館 2 場。
8	105.06	分項三、印刷產業人才培訓 1.完成開辦短期培訓課程累計 2 班(含)以上	分項三、印刷產業人才培訓 1.完成印刷產業人才培訓 2 班課程。 2.已於第一季(3/19、3/27)開課，辦理「3D 列印商業實務班」，共計 11 位學員參加為期 12 個小時之教育訓練課程。 3.已於第二季(5/28、5/29)，辦理「x-rite/PANTONE 色彩管理職能訓練國際證照班」，主要內容包括：色彩管理、專業證照考證及優化色彩升生產效能與品質之技術，其共計 33 位學員參與為期 12 個小時之教育訓練課程。

查核點	日期	查核點概述	查核點達成情形
9	105.07	完成期中檢討報告	完成期中檢討報告 1.已於 7/15 前依合約規定之格式上傳期中執行報告，並函知工業局備查。
10	105.07	分項二、印刷技術推廣暨市場拓展 1.完成文創設計諮詢及打樣服務累計 20 案(含)以上及相關諮詢表單。 2.完成企業經營與產業技術專題講座累計共 2 場(含)以上。	分項二、印刷技術推廣及市場拓展 1.完成文創設計諮詢及打樣服務 48 案(含)以上及相關諮詢表單，服務對象包含各大公司行號、法人、學校及政府機關之設計諮詢及打樣，其諮詢及打樣服務項目包含視覺/CI 設計、平面廣告設計、商品包裝、包裝結構問題、印印刷後加工之面臨困難、印刷品質與紙張材質表現等各種與印刷、色彩、紙張、設計相關之問題。 2.完成企業經營與產業技術專題講座 3 場，總參加人數 214 人(含)以上。已於 2/17 假台北世貿一館黃沙龍廳，辦理「漢字傳播過去、現在及展望」之專題講座，與會人數 44 人、4/29 假高雄勞工教育中心獅甲會館，303 會議室，辦理「創造綠色商機，企業永續經營研討會」，與會人數 50 人、5/19 假國立台灣藝術大學，辦理「2016 圖文傳播藝術國際學術研討會」，與會人數 120 人。
11	105.09	分項一、印刷產業技術升級	分項一、印刷產業技術升級暨文創

查核點	日期	查核點概述	查核點達成情形
		暨文創設計輔導 1.完成印刷產業服務化技術輔導第2次、第3次聯合審查累計共5案(含)以上 2.完成印刷產業智能化技術輔導第2次、第3次聯合審查累計共3案(含)以上 3.完成國際環保認證暨製程改善輔導第2次、第3次聯合審查累計共8案(含)以上 4.完成精緻印品文創設計開發輔導第2次、第3次聯合審查累計共15案(含)以上 5.完成微型技術輔導第2次、第3次聯合審查累計共9案(含)以上 6.完成累計共40件文創印刷產品設計開發 7.完成微型技術輔導期中檢討報告	設計輔導 1.印刷印刷產業服務化技術輔導5案(立法防偽系統股份有限公司-隱性防偽驗證平台之標籤品質提升輔導計畫、創色美術印刷廠有限公司-企業識別印品服務據點擴散計畫、太普高精密影像股份有限公司-版材詢報價服務模式提升計畫、國振社企業有限公司-客製化日(月)曆製作服務平台輔導計畫、金漾印刷股份有限公司-應用中性灰平衡控制技術提升印刷服務流程品質輔導計畫)，已於3/11、5/10、5/12、6/15、6/21完成個案審查會議。 2.印刷產業智能化技術輔導3案(健豪印刷事業股份有限公司-經銷落點營運之雲端智能開發計畫、弘盛彩色印刷股份有限公司-類三維環物攝像技術服務導入計畫、振宏文化事業有限公司-智能化印刷墨控管理系統進階應用輔導計畫)，已於3/11、5/10、5/12、6/15、6/21完成個案審查會議。 3.國際環保認證暨製程改善輔導8案(高冠企業股份有限公司-綠色材料印刷標籤導入輔導計畫、德隆印刷有限

查核點	日期	查核點概述	查核點達成情形
			公司-後加工營運製程品質及環境改善導入計畫、鴻展彩色印刷股份有限公司-印刷製程標準化品質提升輔導計畫、富綱實業股份有限公司-印刷製程環境管理績效提升輔導計畫、弘明印刷設計股份有限公司-印刷產業勞動檢查之企業社會責任標準輔導、紅藍彩藝印刷股份有限公司-綠色材料印刷色彩品質控制技術輔導計畫、白紗科技印刷股份有限公司-綠色彩印包裝中性灰控制技術導入輔導計畫、秉珈裝訂開發有限公司-印刷裝訂品質控制與製程環境優化輔導計畫)，已於 3/11、5/10、5/12、6/15、6/21 完成個案審查會議。 4.印刷暨文創設計開發輔導 15 案(睿笙科技有限公司-擬真質感創意產品設計暨推廣輔導、幫客思創意印刷有限公司-精緻包裝禮盒設計開發輔導計畫、梵谷文化事業有限公司-原創插畫文創設計應用、彩創事業有限公司-AR 擴增實境與廣告印刷結合應用、馭墨坊企業有限公司- AR 擴增實境與廣告印刷結合應用多功能工藝禮盒文創設計應用、翊揚企業社

查核點	日期	查核點概述	查核點達成情形
			-包裝規劃設計應用於實驗農園農特產、秀峰特殊印刷股份有限公司-特殊印刷材質模組開發打樣計畫、亮明紙品有限公司-主題文創明信片暨 AR 開發應用計畫、敦阜形象策略有限公司-外銷性盒型設計打樣精緻化暨推廣輔導、光陽非碳紙品有限公司-各式非碳紙品印刷適性打樣暨推廣輔導、中富彩色印刷有限公司-提昇印刷品質輔導計畫、鑫瑩企業股份有限公司-直噴石材文創精品設計、展聖企業股份有限公司-時尚紙藝精品設計開發與推廣、光隆生技股份有限公司-光隆海洋生技包裝飲用水新瓶型結構設計開發輔導計畫、昱盛印刷事業有限公司-設備品質優化提升與形象商品設計開發輔導計畫)，已於 3/11、5/10、5/12、6/15、6/21 完成個案審查會議。 5.微型技術輔導9案(△藝印刷藝術國際股份有限公司、利吉印刷有限公司、春暉出版社、韋亞設計工作室、文豪國際企業有限公司、彩源彩色印刷製版有限公司、佳興印刷局企業有限公司、大和精緻裝訂股份有限公

查核點	日期	查核點概述	查核點達成情形
			司、凱麗紙器公司)，已於 3/11、5/31、6/15、6/21 完成第個案審查會議。 6.完成 119 件文創印刷產品設計開發，包含馬祖在地伴手禮之包裝袋設計、包裝盒與吊牌設計、印研中心 LOGO 設計、客製化筆記本設計、日本文具展台灣印刷精品手冊設計、工業局粉絲專頁母親節 banner 設計、2016Drupa 印刷展亮點趨勢講座文宣品設計、AR 名片互動設計、台北意象之糕餅包裝設計、心臟病童公益襪子包裝設計、客製化紅包袋設計、母親節企劃商品、結構設計。 7.完成微型技術輔導期中檢討報告 1 冊。
12	105.09	分項二、印刷技術推廣暨市場拓展 1.籌劃台灣金印獎辦理方式。 2.完成商機媒合交流會及 1 對 1 商機媒合交流會累計 2 場(含)以上。 3.完成印刷外銷貿易策略聯盟團累計 2 團(含)以上，總參與人數累計 10 人(含)以上，建置台灣印刷形象館累計 2 場(含)以上	分項二、印刷技術推廣暨市場拓展 1.完成籌劃台灣金印獎辦理，擬於 9/2 完成頒獎典禮。 2.完成辦理商機媒合交流會及 1 對 1 商機媒合座談會 3 場，共計媒合 342 案、潛在商機達 295,411,900 元。(7/2-7/9 辦理 2016 第 27 屆東京國際文具暨辦公用品展 (ISOT)。 3.完成印刷外銷貿易策略聯盟團 3 團(含)以上，總參與人

查核點	日期	查核點概述	查核點達成情形
			數 53 人(含)以上，建置台灣印刷形象館 3 場(含)以上，衍生商機與產業效益共計 249,846,900 元。已於 4/27 至 4/30 參加「香港國際印刷及包裝展」、5/15 至 5/18 參加「美國紐約文具展」、7/6 至 7/8 參加「2016 第 27 屆東京 ISOT 展」，共計 3 團已完成出國報告並通過審核。
13	105.09	分項三、印刷產業人才培訓 1.完成開辦短期培訓課程累計 3 班(含)以上	分項三、印刷產業人才培訓 1.完成開辦短期培訓課程 3 班(含)以上，共計 64 人完成培訓。 2.已於 3/19 及 3/27 假高雄市政府勞教中心舉辦「3D 列印商業實務班」，共計 11 人完成培訓；5/28 及 5/29 假國立台北教育大學 電腦教室舉辦「x-rite/PANTONE 色彩管理職能訓練國際證照班」，共計 33 人完成培訓；7/22 及 7/23 假印刷工業技術研究中心舉辦用 In Design 輕鬆做 APP，共計 20 人完成培訓。
14	105/10	分項二、印刷技術推廣暨市場拓展 1.完成文創設計諮詢及打樣服務累計 30 案(含)以上及相關諮詢表單。	分項二、印刷技術推廣暨市場拓展 1.完成文創設計諮詢及打樣服務 70 案(含)以上及相關諮詢表單，服務對象包含各大公司行號、法人、學校及政府

查核點	日期	查核點概述	查核點達成情形
		2.完成印刷產業白皮書彙編初稿。	機關之設計諮詢及打樣，其諮詢及打樣服務項目包含視覺/CI 設計、平面廣告設計、商品包裝、包裝結構問題、印印刷後加工之面臨困難、印刷品質與紙張材質表現等各種與印刷、色彩、紙張、設計相關之問題。 2.完成產業白皮書初步企劃書，白皮書內容分為印刷技術定義、產業範疇與分類、全球印刷產業現況與發展趨勢、臺灣印刷產業發展現況分析、臺灣印刷產業政策與措施及臺灣印刷產業發展策略與展望。
15	105.11	分項二、印刷技術推廣暨市場拓展 1.完成第2場印刷產業成果發表活動之籌劃作業。 2.完成企業經營與產業技術專題講座累計3場(含)以上。 3.完成商機媒合交流會及1對1商機媒合交流會累計3場(含)以上。 4.完成辦理印刷技術應用推廣活動1場(含)以上。 5.完成印刷外銷貿易策略聯盟團累計3團(含)以上，總參與人數累計	分項二、印刷技術推廣暨市場拓展 1.完成2場產業成果發表活動(2016第24屆台北國際書展、期末成果活動)。 2.完成企業經營與產業技術專題講座3場，總參加人數214人。 3.完成辦理由商機媒合交流會及1對1商機媒合座談會4場，共計媒合571案、潛在商機達355,783,560元。(9/26-9/28辦理2016第10屆上海國際包裝製品與材料展)。 4.已於9/3-9/4辦理「2016年印刷藝術節暨MIT嘉年華活

查核點	日期	查核點概述	查核點達成情形
		15 人(含)以上，建置台灣印刷形象館累計 3 場(含)以上。 6.完成台灣金印獎報名作業，並召開參賽作品之評選會議。	動」印刷技術應用推廣活動。 5.完成印刷外銷貿易策略聯盟團累計 4 團(含)以上，總參與人數累計 69 人(含)以上，建置台灣印刷形象館累計 4 場(含)以上。 6.完成台灣金印獎活動辦理。
16	105.12	分項一、印刷產業技術升級暨文創設計輔導 1.完成本年度精緻印品文創設計開發輔導 15 家(含)以上及技術輔導報告 15 冊(含)以上。 2.完成申請專利 4 項(含)以上。 3.完成本年度印刷產業服務化技術開發與應用輔導 5 家(含)以上及技術輔導報告 5 冊(含)以上。 4.完成本年度國際環保認證暨製程改善輔導 8 家(含)以上及技術輔導報告 8 冊(含)以上。 5.完成本年度印刷產業微型技術輔導 9 家(含)以上及技術輔導報告 9 冊(含)以上。 6.完成參加國際性設計競賽 2 件(含)以上	分項一、印刷產業技術升級暨文創設計輔導 1.完成本年度精緻印品文創設計開發輔導 15 家(含)以上及技術輔導報告 15 冊(含)以上。 2.完成申請專利 4 項(含)以上，包含企業識別品創新印製服務平台(創色公司)、印刷製程控管服務平台(印研科技公司)、環保多功能禮盒棋盤組(馭墨坊)、直噴石材置物座造型設計專利(鑫瑩公司)。 3.完成本年度印刷產業服務化技術開發與應用輔導 5 家(含)以上及技術輔導報告 5 冊(含)以上。 4.完成本年度國際環保認證暨製程改善輔導 8 家(含)以上及技術輔導報告 8 冊(含)以上。 5.完成本年度印刷產業微型技術輔導 9 家(含)以上及技術輔導報告 9 冊(含)以上。

查核點	日期	查核點概述	查核點達成情形
			6.完成參加國際性設計競賽 2 件，包含 (Worldwide Packaging Design Awards 2016 參賽產品為「Berg Water 禮盒包裝」及 2016 南京紫金獎參賽產品為「暖石光」)
17	105.12	分項二、印刷技術推廣暨市場拓展 1.完成文創設計諮詢及打樣服務累計 40 案(含)以上及相關諮詢表單。 2.完成印刷產業成果發表活動累計共 2 場(含)以上。 3.完成印刷企業經營與產業技術專題講座累計 4 場(含)以上。 4.完成商機媒合交流會及 1 對 1 商機媒合交流會累計 4 場(含)以上，媒合累計共 200 案(含)以上。 5.完成辦理印刷技術應用推廣活動成果報告書。 6.完成印刷外銷貿易策略聯盟團累計 4 團(含)以上，總參與人數累計 32 人(含)以上，建置台灣印刷形象館累計 4 場(含)以上。	分項二、印刷技術推廣暨市場拓展 1.完成文創設計諮詢及打樣服務累計 80 案(含)以上及相關諮詢表單。 2.完成印刷產業成果發表活動 2 場。 3.完成印刷企業經營與產業技術專題講座累計 5 場(含)以上。 4.完成商機媒合交流會及 1 對 1 商機媒合交流會累計 4 場(含)以上，媒合累計共 571 案(含)以上。 5.完成辦理印刷技術應用推廣活動成果報告書。 6.完成印刷外銷貿易策略聯盟團累計 4 團(含)以上，總參與人數累計 571 人(含)以上，建置台灣印刷形象館累計 4 場(含)以上。 7.完成辦理台灣金印獎。 8.完成印刷產業白皮書彙編定稿及印製作業。

查核點	日期	查核點概述	查核點達成情形
		7.完成辦理台灣金印獎。 8.完成印刷產業白皮書 彙編定稿及印製作業。	
18	105/12	分項三、印刷產業人才培訓 1.完成開辦短期培訓課程 累計共 5 班(含)以上	分項三、印刷產業人才培訓 1.完成開辦短期培訓課程累計 共 5 班。

(2)工作項目實際執行情形說明

分項一、印刷產業技術升級暨文創設計輔導：

進行印刷產業服務化技術輔導、印刷產業智能化技術輔導、國際環保認證暨製程改善輔導、精緻印品文創設計開發輔導及印刷產業微型技術輔導 40 家，經由審查會議通過 40 項輔導案審查。受輔導廠商配合投入自籌款 8,200 千元。



圖 3 輔導案審查照片

印刷產業技術升級暨文創設計輔導-40 案

子項分類名稱	計畫編號	輔導廠商名稱	計畫名稱
1.1 印刷產業服務化技術輔導 (5 案)	1.1.1	創色美術印刷廠有限公司	企業識別印品服務據點擴散計畫
	1.1.2	太普高精密影像股份有限公司	版材詢報價服務模式提升計畫
	1.1.3	立法防偽系統股份有限公司	隱性防偽驗證平台之標籤品質提升輔導計畫
	1.1.4	國振社企業有限公司	「客製化日(月)曆製作服務平台輔導計畫
	1.1.5	金漾印刷股份有限公司	應用中性灰平衡控制技術提升印刷服務流程品質輔導計畫
1.2 印刷產業智能化技術輔導 (3 案)	1.2.1	健豪印刷事業股份有限公司	經銷落點營運之雲端智能開發計畫
	1.2.2	弘盛彩色印刷股份有限公司	類三維環物攝像技術服務導入計畫
	1.2.3	振宏文化事業有限公司	智能化印刷墨控管理系統進階應用輔導計畫
1.3 國際環保認證暨製程改善輔導 (8 案)	1.3.1	德隆印刷有限公司	後加工營運製程品質及環境改善導入計畫
	1.3.2	高冠企業股份有限公司	綠色材料印刷標籤導入輔導計畫
	1.3.3	鴻展彩色印刷股份有限公司	印刷製程標準化品質提升輔導計畫
	1.3.4	富網實業股份有限公司	印刷製程環境管理績效提升輔導計畫
	1.3.5	弘明印刷設計股份有限公司	印刷產業勞動檢查之企業社會責任標準輔導計畫
	1.3.6	紅藍彩藝印刷股份有限公司	綠色材料印刷色彩品質控制技術輔導計畫
	1.3.7	白紗科技印刷股份有限公司	綠色彩印包裝中性灰控制技術導入輔導計畫
	1.3.8	秉珈裝訂開發有限公司	印刷裝訂品質控制與製程環境優化輔導計畫
1.4 精緻印品文創設計開發輔導 (15 案)	1.4.1	梵谷文化事業有限公司	原創插畫文創設計應用
	1.4.2	睿笙科技有限公司	擬真質感創意產品設計暨推廣輔導
	1.4.3	彩創事業有限公司」	AR 擴增實境與廣告印刷結合應用
	1.4.4	馭墨坊企業有限公司	AR 擴增實境與廣告印刷結合應用 多功能工藝禮盒文創設計應用
	1.4.5	翊揚企業社	包裝規劃設計應用於實驗農園農

子項分類名稱	計畫編號	輔導廠商名稱	計畫名稱
			特產
	1.4.6	秀峰特殊印刷股份有限公司	特殊印刷材質模組開發打樣計畫
	1.4.7	亮明紙品有限公司	主題文創明信片暨 AR 開發 應用計畫
	1.4.8	敦阜形象策略有限公司	外銷性盒型設計打樣精緻化暨推廣輔導
	1.4.9	光陽非碳紙品有限公司	各式非碳紙品印刷適性打樣暨推廣輔導
	1.4.10	中富彩色印刷有限公司	提昇印刷品質輔導計畫
	1.4.11	鑫瑩企業股份有限公司	直噴石材文創精品設計
	1.4.12	展聖企業股份有限公司	時尚紙藝精品設計開發與推廣
	1.4.13	幫客思創意印刷有限公司」	精緻包裝禮盒設計開發輔導計畫
	1.4.14	光隆生技股份有限公司	光隆海洋生技包裝飲用水新瓶型結構設計開發輔導計畫
	1.4.15	昱盛印刷事業有限公司	設備品質優化提升與形象商品設計開發輔導計畫
1.5 印刷產業微型技術輔導 (9 案)	1.5.1	春暉出版社	【對話、時間】自傳書微出版計畫
	1.5.2	韋亞設計工作室	數位化印刷應用於客製化商品設計開發
	1.5.3	文豪國際企業有限公司	O2O 影像書產品設計
	1.5.4	彩源彩色印刷製版有限公司	數位打樣機色彩校正及色域對映技術輔導計畫
	1.5.5	佳興印刷局企業有限公司	客製化商品業務推廣輔導計畫
	1.5.6	大和精緻裝訂股份有限公司	多功能資料夾開發計畫
	1.5.7	利吉印刷有限公司	自動化印刷機印前品質提升輔導計畫
	1.5.8	凱麗紙器公司	綠色設計模組化展架結構設計輔導
	1.5.9	仝藝印刷藝術國際股份有限公司	中性灰平衡控制之數位化色彩品質提升計畫

完成 40 案之廠商簽約作業，其工作內容如下說明：

1.1 印刷產業服務化技術輔導：5 案

科技進步改變人們生活模式與消費型態，行動裝置之問世，讓生活邁向前所未知之行動化浪潮，目前全球行動化環境普遍成熟，不僅影響民眾生活，也促使印刷產業與市場環境需求快速變化，印刷業面臨挑戰不在話下，印刷廠商需重新審視自家生產條件與製程，規劃出創新商業應用模式，整合 ICT 能量與導入創新技術研發，朝向服務化導向前進，且需開始思考如何在雲端技術與行動化趨勢下，透過雲端提供之服務創造出新行動力。

行動化與雲端服務改變民眾及產業整體環境，供應鏈溝通、產業間串連、內部流程之管控與區域型之合作行為模式等，帶來不同層次上轉變，更創造出新產業機會及商業模式，印刷產業需順應此潮流，建立台灣印刷產業創新典範，分為以下兩層面進行：

在製程作業與管理流程層面，印刷產業間如何透過行動化技術，推動產業群聚化概念，建立有效的溝通與資訊傳遞模式為主要關鍵因素。

在創新服務應用層面，有效掌握行動商機及行動行銷方案，可有效打造企業、品牌及行銷價值，針對現行主流的資訊應用條件，打造商業級之 APP 應用模式及創造成功案例為主要發展方向。

透過以上兩個層面之推行，使訂單流程及印刷中繼流程公開化與簡單化，將傳統產業的策略定位轉型為終

端製造業服務化的經營模式，達到各類特色群聚的模式導入中大型企業雲端標竿，建立國內印刷品牌的創新特色，提升我國印刷的市場價值，進而拓展產業外銷商機。

1.1.1 「創色美術印刷廠有限公司」，輔導內容為-「企業識別印品服務據點擴散計畫」。

(1) 本案面臨問題：

創色美術印刷為新竹地區推動企業識別印刷品網路印刷之先行者，目前在新竹地區導入相當成功，企業主客戶群也相當多元包含科技業、製造業、服務業與政府相關部門，因此將此模式建立至大台北地區，因此想透過此次輔導來開拓大台北地區企業識別印刷品市場。

現今商業服務環境講求快速準確的狀態下，企業識別品主要以名片為主，以色彩、圖版與文體的準確性也是所謂的企業識別形象，須針對區域經濟著手進行市場分析，該區是否還是導入此印刷服務模式作為參考依據。

此平台對於前台使用者，具備非常簡易式使用方式，對於印前人員可減少排版與修正之必要性，但在前期導入企業專屬版型於資料庫中，因此作業人員需具備印刷與資訊能力，協助規劃出具備印刷與資訊整合技術教育訓練，未來更多廠商可以快速上手。

(2) 輔導內容及解決方案：

- A. 平台技術使用教育訓練-辦理教育訓練讓大台北地區建立獨立化完成服務之能力，未來可擴散至各區域進行運作；製作平台使用技術手冊，讓使用者或是在推動教育訓練與後續的維運上更加快速。
- B. 企業識別版型建置-協助大台北地區服務據點進行版型設計製作，並導入至前台進行運作；將服務流程導入至大台北地區，並建立符合該區域之服務流程，並文件化整體服務流程，讓未來導入其他區域當作參考依據。
- C. 平台推廣活動-規劃大台北地區辦理推廣活動，現場平台展示與試用；結合印研中心活動如參展、研討會等進行推廣作業。

(3) 本案關鍵技術：

本計畫進行服務據點的擴散不僅增進創色美術印刷廠對於在商業的營運能量，既有的專業領域整合資通訊科技，打破傳統的營運模式與架構，建立起印刷產業另類的示範性成功案例，作為產業界之標竿。

(4) 本案質化效益：

- A. 導入色彩、文體、圖版暨企業識別儲存管理應用服務平台，創造傳統印刷產業轉型升級新的

契機。

- B. 對於創色營運上亦多了一個管理者之角色，透過此系統平台提供更好的服務及簡易便利操作環境，藉此提升顧客之忠誠度。
- C. 專業領域整合資通訊科技，打破傳統的營運模式與架構，建立起印刷產業另類的示範性成功案例，作為產業界之標竿。
- D. 導入資通訊技術，將有助於各公司企業對於人力上的調度與支配，有效提升公司營運效率與應用。
- E. 對於每一位進入創色美術印刷廠線上平台的企業主客戶皆可減少製作時間及人力，且經由數位印刷的加值與傳統印刷的轉型提升都有助於創色降低日後市場威脅。

(5) 本案量化效益：

- A. 營業額提升-500(千元)。
- B. 增加就業人口數-1 人
- C. 縮短製程時間-67%
- D. 新增企業識別品版型-10 件。

(6) 完成輔導後未來的預計發展規劃：

本計畫所推廣的數位化平台服務，將可藉由現今資通訊技術陸續提供不同的數位化資訊服務，提供周邊廠商印刷需求使用。

(7) 本案輔導照片如下：



圖 4 企業識別印品服務據點擴散計畫輔導照片

1.1.2 「太普高精密影像股份有限公司」，輔導內容為-「版材詢報價服務模式提升計畫」。

(1) 本案面臨問題：

A. 印刷版材市場衝充斥削價競爭

建立差異化服務模式，從前端報價開始提供詢報價服務模式讓顧客資訊快速傳遞至業務手中，透過差異化方式避免削價競爭事件發生，透過服務來掌握顧客不再是以價格爭取顧客。

B. 網路環境變遷，產業服務型態轉變

透過網路傳輸過去歷史紀錄儲存於網路上，並透過資料庫建置讓業務在外可便利都搜尋相關資訊，藉此建置一套完善詢報價服務流程機制，業務即時登入系統獲取資料達到準確報價效果，改變原來傳統的多次詢報價的問題，也改變整體服務型態。

C. 市場報價混亂價格不一

建立詢報價資料庫，將原本 ERP 的內部資訊，同步至 WEB 業務同仁使用上，讓業務同仁可以及時掌握最接近條件市場報價狀態，不再因其他條件因素導致報價混亂；並且導入詢報價教育訓練，讓新進同仁與業務能快速融入營運體系，也讓員工教育訓練更加完善且便利。

(2) 輔導內容及解決方案：

- A. 版材詢報價服務模式規劃-改變過去傳統報價模式如：電訪、E-mail 或業務親自訪視，讓詢報價更加有效率；建置一套完善詢報價服務流程機制，透過業務及時登入系統獲取資料達到準確報價效果。
- B. 詢報價資料建置技術-將內部資訊系統化擷取到外部資料庫中，讓業務可以同步掌握該地區的成交價位，以達到精準報價之目的；建立資料庫應用之手冊，讓業務能快速上手以利於整體業務的推動。
- C. 詢報價服務模式導入教育訓練-製作圖示說明方式與詳盡應用內容，讓教育訓練可以順利進行；階段性規劃教育訓練模式導入原本業務流程中，可降低業務排斥，讓新的模式更加融入營運體系。

(3) 本案關鍵技術：

本計畫針對國內業務在版材詢價過程中，當必須當面前往協調之問題提出改善方案，進行國內諮詢平台功能擴充，協助業務同仁能即時接收詢價資訊，快速回應顧客需求，對顧客而言可以直接線上詢價無需等候業務到場諮詢，在原本業務服務範疇注入資通訊科技，打破傳統的服務模式與框架，使得整體服務更加完善抓住顧客的心。

(4) 本案質化效益：

- A. 導入版材詢報價服務模式，打造印刷版材業轉型服務的模式創造新的服務契機。
- B. 對於太普高營運上而言，此服務模式並非取代傳統業務人員，是讓顧客多一個選擇服務的管道，業務人員能需要存在，情感上的連繫能需業務人員，此服務模式是便利業務管理顧客需求，及時回應需求藉此提升顧客之忠誠度及系統使用黏度。
- C. 整合資通訊科技，創造新的服務模式與架構，建立起印刷產業另類的示範性成功案例，作為產業界之標竿。
- D. 導入資通訊技術，將有助於各公司企業對於人力上的調度與支配，有效提升公司營運效率與應用。

(5) 本案量化效益：

- A. 營業額提升：4,000(千元)。
- B. 增加就業人口數：1 人
- C. 降低通訊成本：100(千元)。
- D. 線上使用人數：50 人次。

(6) 完成輔導後未來的預計發展規劃：

未來對於每一位進入太普高所服務之顧客皆可免費享受此服務模式帶來的便利性，且經由業務

人員的情感連繫也將有助於太普高降低日後市場威脅。

(7) 本案輔導照片如下：



圖 5 版材詢報價服務模式提升計畫輔導照片

1.1.3 「立法防偽系統股份有限公司」，輔導內容為-「隱性防偽驗證平台之標籤品質提升輔導計畫」。

(1) 本案面臨問題：

所遇問題一，立法防偽公司以往在隱性防偽印刷部分，其製程主要採用噴碼機印製條碼後再利用網版印刷單色方式將資料隱藏，但現在由於客戶要求全彩比例越來越高且現新增 HP Indigo 數位印刷機及輪轉平版印刷機進行生產，在印刷適性完全不同的狀況下，如何讓以往單色印刷方式轉變成為全彩的印刷模式並配合自行開發之讀取器下，其讀取率仍可達 95%以上，又可兼具數位打樣功能並達到高品質的要求。

所遇問題二，立法防偽公司未來將朝外銷方式發展，印刷外銷需先有國際水準的認證，才其備有外銷資格。且現今印刷企業需符合各種印刷標準，以滿足世界各地印刷買家的需求，因客戶期望他們的檔案在不同的印刷廠都能印出相

(2) 輔導內容及解決方案：

A. 教育訓練輔導課程：進行色彩觀念課程及 G7 校準課程輔導。

A.1 色彩學基本理論

A.2 印刷色彩應用實務介紹

A.3 G7 認證流程介紹及實做

B. 隱性防偽標籤版面設計。

B.1 進行二款版面測試

B.2 條碼種類二種

C. 印刷測試。

C.1 印刷機穩定測試

C.2 油墨的性能指標、選擇因素及檢測方法

D. 色彩管理導入

D.1 螢幕色域 sRGB 標準化校正

D.2 螢幕色域對比修正

D.3 製作標準噴墨印刷色彩描述檔

D.4 電腦螢幕與數位印刷機色域對應分析

D.5 製作輪轉印刷機色彩描述檔

D.6 色域對應

E. 隱性防偽標籤辨識率測試

F. 通過國際 G7 色彩認證

F.1 塗佈類打樣紙張基重及光學性分析

F.2 使用 P2P25 標準色彩控制導具

F.3 達到 G7 Grayscale 要求

F.4 G7 認可企業專家(G7 Grayscale)合格證書

(3) 本案關鍵技術：

透過本輔導計畫，可針對該公司的印前作業流程，先行將印刷機正規化，確實的校正印刷機；找出最適合的紙材與噴印參數，包含紙張白度、色度等，進行紙白相對應的 ISO 12647-2 標準值確立；之後，再進行 ICC 色彩描述檔之製作。以達到在各

種數位圖像設備(掃描、顯示器、印表機等)之間進行可控的色彩轉換的技術，再藉由色彩版調曲線，依客戶喜好進行客製化色彩調整，既能滿足客戶需求，也確實掌握噴印複製關鍵技術。

(4) 本案質化效益：

A. 數位打樣與國際 ISO 12647-7 數位打印色彩相近，對顧客提供更好的服務，使客戶有信心及鞏固客源。

B. 可提升數位打樣生產品質。

(5) 本案量化效益：

A. 藉由通過 G7 Master 認可之數位打樣色彩認證 (G7 Grayscale)(平均 $\Delta L^* (w\Delta L^*) < 1.5$ ；最高 $w\Delta L^* < 3.0$)，獲得合格證書可提昇公司專業形象。

B. 有效控制數位印刷色彩色差，色樣/ $\max\Delta E \leq 6.0/\text{avg}\Delta E \leq 2.0$ 。

C. 完成色彩管理應用技術、印刷品質控制技術等教育訓練課程共計 12 小時。

D. 增加營業額：4,200 千元。

E. 降低人事成本：480 千元。

(6) 完成輔導後未來的預計發展規劃：

藉由標籤品質提升輔導計畫，將彩色防偽標籤印刷技術應用於立法公司的隱性防偽驗證平台經營的服務項目。

(7) 本案輔導照片如下：



圖 6 隱性防偽驗證平台之標籤品質提升輔導計畫輔導照片

1.1.4 「國振社企業有限公司」，輔導內容為-「客製化日(月)曆製作服務平台輔導計畫」。

(1) 本案面臨問題：

由於受到資訊時代的衝擊及社會環境的變化，國振社企業有限公司積極進行企業轉型，除了引進新型生產設備、改革生產製程技術之外，也引導著企業逐漸轉型到文化創意產業。但隨著服務項目及商品種類日益增加，欠缺系統化之整理及推廣成為最需要克服的問題。因此決定由該企業專屬商業網站建置來著手，以此做為印刷電子商務行銷基礎，藉以擴展印刷商務，並且更快速地與各地客戶進行資訊的交流。然而國振社企業因尚無進行商業印刷網頁的導入經驗，也無專業印刷網站建構的概念，因此期望藉由印刷工業技術研究中心的輔導經驗，依照企業的特性，建置一個專屬的客製化月曆印刷 B2B 電子商務平台，同時透過 web2.0 社群媒體來發揮其綜效。

(2) 輔導內容及解決方案：

A. 電子商務網站架構及硬體需求規格分析

A.1 軟硬體需求規格表

A.2 上架商品資料彙整

A.3 印刷電子商務網站架構分析報告

B. 電子商務網站設計

B.1 網頁首頁及次頁美工設計

B.2 功能頁面

C. 印刷電子商務網站導入與網頁管理操作

C.1 印刷電子商務網站導入

C.2 組建 web 2.0 網路社群

C.3 製作網頁管理操作手冊

(3) 本案關鍵技術：

本計畫主要輔導內容為協助國振社進行企業網頁改版與轉型，從以往單純的資訊公告性質，進化為客製化月曆印刷 B2B 電子商務平台，並透過 web2.0 網路社群的建立來強化其效益。

(4) 本案質化效益：

- A. 由商務網站提出公司之理念及服務模式，建立公司的企業形象。
- B. 透過電子商務網站，擴展公司的業務宣傳，創造更大的營業能力。
- C. 利用網站資訊傳達快速的特性，加速業務作業的效率。
- D. 對各式客戶群提供印刷須知，達成良好的溝通目的。

(5) 本案量化效益：

- A. 完成印刷專屬電子商務網站，各項產品(主題月曆、直式月曆、橫式月曆、桌上月曆、其他)具備 40 組版型。

B. 完成印刷電子商務網站架構分析報告及網頁管理操作手冊各 1 份，產品格式資料庫建置 200 筆。

C. 完成 10 則產品線介紹上線及服務內容推廣頁面。完成教育訓練 6 小時。

D. 成立兩個網路社群 (facebook、google+)，各組張貼 30 則訊息，40 組版型上架。

E. 增加營業額：1,281.1 千元。

(6) 完成輔導後未來的預計發展規劃：

隨著企業逐漸轉型到文化創意產業，國振社於第五屆台灣金印獎活動以「文化采風日曆」獲頒廣告印刷類--日曆第二名。預計將結合各地文化創意產業資源，建立新型態的產業供應鏈。

(7) 本案輔導照片如下：



圖 7 客製化日(月)曆製作服務平台輔導計畫輔導照片

1.1.5 「金漾印刷股份有限公司」，輔導內容為-「應用中性灰平衡控制技術提升印刷服務流程品質輔導計畫」

(1) 本案面臨問題：

A. 由於合版印刷的發明以及市面上的廣告印刷品都朝向客製、精緻化的發展，因此印刷品不僅要具實用性也要具備美觀的因子；此外金漾的客戶對於印刷品品質的要求也愈來愈嚴格，再加上市場競爭激烈、殺價流血競爭情形越來越多，因此金漾對於印刷品的製作也勢必要更為強調其品質及穩定性。就市場競爭力而言，能擁有印刷品品質及穩定性的廠商將具有以下優勢：

- a. 減少廠商與客戶在品質方面的紛爭。
- b. 減少不必要的資源浪費，包含溝通、重製等。
- c. 能夠提供客戶在產品印製劃上的完善建議，以節省客戶在被印材料上的開支。
- d. 提供色彩穩定性佳的廣告印刷設計製品，建立良好的口碑。

雖然金漾公司對於本身印刷品的精美製作頗感自信，公司內部從業相關人員亦有印刷相關技術士甲級及乙級證照，但因印刷品之品質仍常受到各種因素的影響，而產生一些品質的變異，造成在品管方面必須付出更多的心

力，增加在人力、成本等資源的支出。對於印刷品顏色產出變異、或打樣與實品顏色產生色差的情形，基本上的解決方法是實際進行實驗測試。為了解決印刷品色差方面的問題，必須透過一些測試，來瞭解其各種印刷品在印刷方面的特性，如此才能找出變異情形程度，並且可以做為與客戶溝通的參考佐證資料。因此希望能夠透過印研中心協助導入中性灰平衡控制技術來強化印刷服務流程品質，除解決色彩品質差異問題、強化色彩品質管理能力外，更能夠取得國際色彩品質認證以作為進軍國際印刷市場之門檻，增加營業額開創營收。

B. 其它需求方面，由於金漾公司目前積極由傳統印刷業轉型走向國際市場，因此希望透過加強服務化模式，來提供客戶更好的服務品質，並在未來針對中小企業從事相關設計等推廣業務，尋求未來多方合作之機會。

(2) 輔導內容與解決方案：

A. 色彩品質標準導入教育訓練(12 小時)

a. 色彩學基本理論(一)

課程內容：色彩三要素-從色彩基礎理論開始了解。相關色相、明度、彩度基本原理介紹。
課程時間：2 小時。

b. 色彩學基本理論(二)

課程內容：CIE 起源、制訂各標準介紹。
印刷相關名詞-網點原理、FM、AM 及 TVI、
RIP 意義等。課程時間：2 小時。

c. 印刷色彩應用實務介紹(一)

課程內容：各種印刷版式介紹。油墨及紙
張介紹。相關適性測試介紹。課程時間：2 小
時。

d. 印刷色彩應用實務介紹(二)

課程內容：色彩管理原理及應用軟體介
紹。印刷業認證-Fogra 認證、G7 認證、GMI
等認證介紹。隨堂測試課程時間：2 小時

e. G7 認證流程介紹及實做(一)

課程內容：G7 理論介紹-灰色平衡應用。
G7 實際認證流程講解操作。課程時間：2 小時

f. G7 認證流程介紹及實做(二)

課程內容：G7 實際認證流程上機實做。
課程時間：2 小時

B. 印刷自動墨控技術導入

- a. 油墨使用量調整測試
- b. 墨控準確度調整測試
- c. 顏色誤差控制調整測試
- d. 完成技術導入前後分析比較報告

C. 印刷中性灰控制技術導入

- a. 平均色差值控制調整
- b. 完成技術導入前後分析比較報告

D.印刷色度階調控制技術導入

- a. 紙張色差測試
- b. CMYK 滿版油墨值測試
- c. CMYKGB 滿版油墨值測試
- d. CMYRGB 中間色調和暗調

E. 印刷網點階調控制技術導入與符合國際認證標準

- a. 網花/龜紋/斷線特性排除
- b. 完成色度階調控制記錄報告

F. 廠內服務流程建構與服務品質提升

完成印刷服務流程建構與服務品質提升

(3) 本案關鍵技術：

本案輔導過程中，藉由中性灰平衡控制技術之導入來提升受輔導單位人員之印刷技術、流程及印刷色彩等專業知識提升人員素質，讓公司人員能夠更瞭解印刷專業知識技能，提升公司印刷色彩品質，有助於公司業務成長與接單。

(4) 本案質化效益：

透過印刷色彩品質等相關課程培訓，有效提升受輔導單位人員之印刷技術、流程及印刷色彩等專業知識提升人員素質，讓公司人員能夠更瞭解印刷專業知識技能，提升公司印刷色彩品質，有助於公司業務成長與接單。

(5) 本案量化效益：

- A. 教育訓練教材 2 份。
- B. 印刷自動墨控技術導入前後分析比較報告 1 份。
- C. 印刷中性灰控制技術導入前後分析比較報告 1 份。
- D. 調整報告 1 份。
- E. 色度階調控制記錄報告。
- F. 取得 G7 Master 國際色彩認證。
- G. 完成印刷服務流程建構與服務品質提升。

項次	績效指標	輔導效益(千元)	計算方式或說明
1	增加產值	5,000	依受輔導業者年度營業額之 10%進行計算
2	提升品質	1,000	依據以往印刷不良率約為 5-10%，透過本計畫之印刷品品質檢測/驗證機制建構，預估至少能夠減少印刷不良率 5%以上，所能節省之額外印刷材料等相關費用預估為 100 萬元

(6) 完成輔導後未來的預計發展規劃：

預計輔導後金漾公司將會積極由傳統印刷業轉型走向國際市場，因此希望透過加強服務化模式，來提供客戶更好的服務品質，並在未來針對中小企業從事相關設計等推廣業務，尋求未來多方合作之機會。

(5) 本案輔導照片：



圖 8 應用中性灰平衡控制技術提升印刷服務流程品質輔導計畫輔導照片

1.2 印刷產業智能化技術輔導：3 案

因應印刷產業數位化需求及生產力 4.0 之政策推動，針對多工複雜之印刷產業而言，從客戶、生產以至品質管理、庫存管理、物流管理之智慧化導入，是目前印刷產業升級轉型之主要方向。

本計畫以商業模式主導之趨勢轉移為核心，透過業者客戶訂單之分析進行接單貢獻度最佳化順序預測，透過生產排程之參數變異，提供業者於生產資源之最佳化排程，並依工序品質之分析預測，達到成本與品質最佳化製造。

有鑑於我國印刷產業多屬中小型企業規模，且經營模式已由傳統印刷代工走向前端中介服務。本計畫除針對不同營運之印刷業者進行智慧製造之模組開發，更期望透過區域型的企業合作，由集中式之生產模式走向具備「自主性產能配置」與「供應配送」的分散式生產模式。並由巨量資量技術的導入與虛擬化商業模式的建立，提升我國供應鏈管理的彈性與透明化程度，促使我國同業與異業之產業聚落分散化，進而啟動我國設計、生產、服務之同步模式，達到不同區域之市場滿足。

1.2.1 「健豪印刷事業股份有限公司」，輔導內容為-「經銷落點營運之雲端智能開發計畫」。

(1) 本案面臨問題：

因應本案受輔導印刷業者近年發展成長迅速，旗下經銷業者數量亦同快速成長，已達近百家以上。但有鑑多數經銷業者乃因應未來趨勢發展加入，尚無確切之發展及營運方向，且對於資訊化服務及自我資通能量尚未建置完全。以致健豪透過經營營運數據得知，其經銷業者經營未如預期之成長，且上架之產品別雜亂，無法鎖定目標客戶。雖對於本業無造成營運影響，但卻失了健豪印刷於印刷界之企業義務之本意。

(2) 輔導內容與解決方案：

本案首要將結合健豪印刷之資訊部門進行現有系統之盤查，提出最佳關鍵發佈區塊，藉此強化經銷業者繼承之子系統服務未來之優化搜索，以達衛星體營運之服務拓展成效。

次之，針對所盤點之系統，深入其產品系統子項，透過產品上架前之產品版型參數，進行資料庫欄位建立。此乃介接後續數據分析之應用平台之用，並透過該資料庫的資料聚集以及會計系統服務，達到「因產品的逐步優化或改善」達正確之營運項目之發展。

最終，乃透過長期之營運紀錄，經過「月、季、

年」的資料蒐集與分析，達到下年度之發展預測之效。

透過數據化的呈現，將有效提供經銷商自我營運的方案掌握，避免淪於無法自我成長的窘境。

(3) 本案關鍵技術：

- A. 透過 HTML 之標籤語法提供外部平台關鍵字嵌入功能。此作法不須透過整體模組改造，達快速強化健豪子系統之 SEO 功能。
- B. 建構產品系統之數據蒐集：本案之最佳化產品營運之挑選可透過該產品上架之參數進行數據及其差異性紀錄達建構產品系統數據蒐集之具體落實。
- C. 透過 WEB 應用平台介面分析，可即時提供業者在產品參數變動後所反映的市場狀況，進而因應市場調整產品。

(4) 本案質化效益：

- A. 提供受輔導業者之衛星體經銷具備數據化產品營運回饋機制，透過該機制可有效反映自營運產品之走向。
- B. 助於受輔導業者鞏固本身之價值鏈—供應鏈之本位，對於下游業者之服務負擔可大幅減輕。
- C. 透過本案開發之 NOSQL 資料庫欄位，可大幅應用於平行業者之下游經銷業者參考，對於本

業之跨域營運具備潛在性能量。

(5) 本案量化效益：

- A. 促進現有及延續性商機金額 1,000 千元以上。
- B. 提升導入企業營業額 100 千元以上。
- C. 降低導入企業成本 100 千元以上。
- D. 增加就業人數 10 人以上。

(6) 完成輔導後未來的預計發展規劃：

透過本案之主軸落實，後續將協助健豪印刷於經銷教育訓練進行本案成果之落實訓練。並透過落實階段，針對當期網路數據回饋及其經銷始用反應進行中央服務管理及其數據收集，以達強化健豪資訊網路品質。

(7) 本案輔導照片：



圖 9 經銷落點營運之雲端智能開發計畫輔導照片

1.2.2 「弘盛彩色印刷股份有限公司」，輔導內容為-「類三維環物攝像技術服務導入計畫」

(1) 本案面臨問題：

弘盛彩色印刷多年經營以文化印品之傳統印刷為主。近年受到需求形態改變的影響以及無法跟隨新型態營運模式得與時俱進，進而期望透過印刷研究中心的協助與輔導逐步建構符合未來印刷市場需求與潮流，進而提升公司跨域能量，以強化弘盛營運之延展性。

再者，因應近年客戶的便利性考量，弘盛印刷反應其產品攝影的需求也逐步提升。多數客戶都期望印刷業者可以提供專業的拍攝環境提供產品攝影，甚至是由印刷業者在打樣或產品完成提供該攝影服務，達到線上看樣，或用於產品線上販售、廣告行銷等設計用圖。

(2) 輔導內容與解決方案：

本案首要依據現階段市場之三維環物設備進行可行性技術資料彙整，並針對「可印刷」之條件進行光源、背景布幕、攝影設備之必要需求設立限制條件。再由機電整合工程師建立控制流程及電子模組配置，搭配機構設計師進行外觀組件匹配及各元件（攝影機、被拍攝物件、光源體）相對位置規劃。

於第一階段透過微控制器進行自動化拍攝後，再由業者反覆確認為「可印刷用」影像檔後，

予以建立互動式影像轉換模組，此乃測試所拍攝之影像在本機瀏覽直至網路平台瀏覽影像是平滑且順暢的，倘若具有影像連接斷層，或其作動不流暢者，將回至機電整合進行參數調整，或由互動式模組進行修正。

由於本案之成果影像主要用於客戶遠端看樣或宣傳用圖，為能提高客戶使用意願及便利性，予以進行雲端化應用程式開發，提供受輔導業者及看樣端節省來往看樣時間及即時內部檢驗。

(3) 本案關鍵技術：

- A. 本案結合機構設計與微電腦控制設計。在此技術背景下，透過弘盛印刷既有之平面拍攝經驗與環境進行實際的裝置參數調校（拍攝光源、攝影距離、最佳拍攝之影像數等）進而完成三維環物設備之建置。
- B. 提供業者於網路平台直接進行實體看樣外，對於後續弘盛印刷欲進行電子商務之營運延伸亦多有助益。該規畫技術促使弘盛印刷不僅提供客戶線上看樣服務，更同時具備多種影像格式以供客戶進行選擇，達客戶及受輔導業者之雙向需求供應。
- C. 本計畫之建置為一等物件平面之環物拍攝裝置，對於平台運用、產品用圖能達到一定之需求供應。但有鑒於環物攝影是一種影像式的虛

擬實境應用，透過執行項之技術建立助於三維攝像裝置在一定的網路平台及客戶需求回應後，提出具延展及後續效應推動之規畫。

(4) 本案質化效益：

- A. 提供受輔導業者具備服務設備需求之研發能力。進而提升公司研發人員素質，達週邊產業之跨域能量提升。
- B. 有效結合印刷與資通技術達自我品牌形象提升，並延伸原平面印刷需求服務之客戶至週邊文創、設計、廣告等需立體印刷品需求之服務。
- C. 本計畫推動將有利於弘盛印刷跨足多媒體產業，諸如 AR、VR 等科技應用，進而提升產品附加價值，達本業營運之提升。

(5) 本案量化效益：

- A. 投入研發費用 250 千元。
- B. 提升營業額 1000 千元。
- C. 增加就業人數 2 人。

(6) 完成輔導後未來的預計發展規劃：

為提升本案具延伸性發展，予以進行預計之進階規劃，其內容著重於建立多經度拍攝結構規劃與設計。並透過虛擬實境應用之視差拍攝技術進行整合，以達建立業者後續自我能量應用及跨媒體之潛能發揮。

(7) 本案輔導照片：



圖 10 類三維環物攝像技術服務導入計畫輔導照片

1.2.3 「振宏文化事業有限公司」，輔導內容為-「智能化印刷墨控管理系統進階應用輔導計畫」。

(1) 本案面臨問題：

振宏文化事業有限公司深切體認到推動生產自動化所能夠帶來的實質效益及未來前景，同時內部印刷相關軟硬體設備完善，特別是廠內配備的Komori Lithrone 40 五色印刷機已經具備完整的CIP3 印刷數位製程管理機能，擁有充分的e化條件，因此導入印刷數位墨控管理系統，透過數位作業流程管理技術與資通訊技術的整合，連接振宏本廠及協力廠商之間的資訊交換，得以實現智能化印刷數位製程管理。

然而振宏文化事業初期導入所執行的數位製程管理，僅從印前製版端到印刷前的預放墨處理，雖然能夠有效縮短正式印刷前的準備工作，但是在印刷過程中所需要的色彩品質管理，對於控制導表掃瞄及墨控系統回饋調整，以及提昇到完整的印件標準化、數據化管理的項目，尚有待完成相關的配套作業。因此規劃從印刷數位製程管理的導入來啟始，先從平版印刷機的智能化墨控系統之進階應用來著手，以國際規範之灰平衡及中性灰濃度曲線(Neutral Print Density Curve, NPDC)作為校準基礎，藉而使得印刷機之色彩表現範圍與網點階調控制達到品質一致性的效果。

(2) 輔導內容與解決方案：

A. 印刷數位墨控管理及印刷機穩定性測試

A.1 第一次校正印刷

A.2 CTP 系統 RIP 校正曲線製作

A.3 第二次評估印刷

B. 印刷中性灰控制技術

在印刷生產過程中可以通過灰平衡測試表和三色灰度測控條來控制中性灰

C. 印刷網點階調控制技術

C.1 中性印刷濃度曲線

(Neutral Print Density Curve , NPDC)

C.2 亮調範圍 (Highlight Range , HR)

C.3 暗調反差 (Shadow Contrast, SC)

C.4 亮調反差 (Highlight Contrast, HC)

D. 專屬墨量控制曲線技術

將印刷的條件加入放墨曲線，搭配色度計與濃度計量取，使印刷色彩濃度及色度在標準的允許誤差範圍內，可降減紙張的耗損量，提高產品良率。

(3) 本案關鍵技術：

對於預放墨資料與印刷機上墨鍵的關係，因預放墨資料無法直接控制印刷機的墨鍵，PPF 檔案僅紀錄了每個墨區的印紋百分比，但無法指揮不同的

印刷機可以印出相同的濃度。相對的，從大版檔案來的 PPF 檔上的資料，給同機型但不同台的印刷機，其資料都是固定不變的。而預放墨資料需經過印刷機的控制機台後，才可以指揮印刷機的墨鍵來做開合的控墨動作。但到底要開多少才可以達到滿意的濃度值，就必需要經由印刷數位流程管理系統預先登錄的放墨曲線來對應，才可以讓印刷操作人員設定預放多少的印紋百分比，應該要讓墨鍵做多少的間隙才能得到滿意的濃度值。為了可以達到資料交換的目的，就必須要編譯成共通的格式來做交換，最普遍採用的格式就是 PPF (Print Production Format) 檔案格式，或 JDF (Job Definition Format) 格式。這些標準格式大都可以經由 RIP 解譯而取得，而且能接受 1 bit tiff 或 PDF 大版檔案等來產生墨區百分比的放墨資料。

(4) 本案質化效益：

- A. 完成灰色平衡之色彩控制與校正方法導入。
- B. 確保墨鍵預置精度高，有效提高印刷機墨區分配的合理性和準確性，節省調墨時間，減少開印廢品率。
- C. 降低紙張浪費，提高印刷生產品質，為不同機組之間的品質均衡提供管理依據。

(5) 本案量化效益：

- A. 灰色平衡平均 ΔF^* ($w\Delta F^*$) < 1.5；最大

$w\Delta F^* < 3.0$ ，使得印刷疊印結果減少視覺上之色彩誤差。

B. P2P25 量度達到 CMYK 滿版油墨：CIE LAB
 $\Delta E_{76} < 5.0$ ；RGB (疊色) 滿版：CIE LAB
 $\Delta E_{76} < 6.0$ 。

C. 增加產值：提高設備效率，減少人工調校損耗
工時，提高營業額 5%，營業額 166.7 萬元/月 $\times 12$
月 $\times 5\% = 100$ 萬元。

D. 減少產品不良率，提升品質穩定度：每月不良
品重製或折讓比率可降低 5%，減少的成本浪
費 60 萬元/年。

(6) 完成輔導後未來的預計發展規劃：

未來規劃將再納入線上掃瞄控制導表及自動回饋控墨設置，徹底解決人工控墨的缺陷，以智能化印刷製程管理技術，有效提高印刷生產品質。繼而增加印刷機之智能化水槽液水質控制系統，藉由物聯網的連接，為多機組間的品質均衡提供管理依據，進一步有效提昇印刷品質管理，同時也落實虛實整合系統 CPS 所謂的「結合電腦運算、感測和致動器裝置的整合控制系統，且藉由物聯網可對實體物件進行即時與動態的資訊控制」之設計理念，進而讓振宏文化事業公司得以逐步建構符合「工業 4.0」的智慧化工廠。

(7) 本案輔導照片：



圖 11 智能化印刷墨控管理系統進階應用輔導計畫輔導照片

1.3 國際環保認證暨製程改善輔導：8 案

近年來在全球經濟環境不穩定之狀況下，國內印刷產業內需市場受到台灣外銷出口產品日益減少之影響，各家業者訂單皆連收到影響。國內之內需市場已面臨供過於求狀況，外銷市場卻仍遲遲無法開創新局，政府提倡產業轉型，透過參與國際展會帶動外銷訂單成長，然而國際市場對綠色環保越趨重視，品牌商、通路商對於產品及代工要求也是越趨嚴格，印刷業者必須加緊腳步進行企業品牌之建立，以爭取外銷訂單。

有鑑於國際印刷外包採購需要求供應商在作業流程、文件管理、印刷生產、印刷原料等，需獲得國際品質管理、環境管理、產銷監管鏈等綠色永續經營企業之認證，印刷業者必須先通過認證，方能爭取國際外銷訂單，進而突破國內市場供需失衡、削價競爭之困境，跨足外銷市場。

政府為因應國際減少溫室氣體排放要求，已著手進行各項法規條文之修訂，印刷業者紛紛著手準備相關環保標章認證，針對自家生產製程與產品做進一步之了解，此外政府機關與國際製程外包採購商，對於供應業者也紛紛提出要求，期望業者能夠以產業永續發展為前提，進行訂單生產與符合該產品之生命週期。

此外，國內印刷業者普遍取得之國際品質管理系統標準於 2015 年發布新版本，未來 3 年內將同樣面臨生產所造成之環境、利害關係單位之風險管理及產品生命週期規劃之規範，國內業者普遍期望能優先獲得其認可，

維持原有客戶的合作關係。

從數位科技發展蓬勃快速、訊息傳遞顯示方式之改變，壓縮原本內需市場，國內外知名報社、雜誌業者也紛紛轉型脫離印刷生產營運之列，印刷業者已感受到空前的景氣衰退，紛紛轉而投入需求穩定商品包裝市場，面對國際市場及品牌大廠對於包裝供應商要求日益增加，除需要提供產品製程生產品質記錄，對於顏色之穩定與生產能力的證明更是嚴格，從生產製程品質面與製程色彩標準控制上，業者盼能以國際包裝供應商要求為基準，針對印前、製版、印刷、印後加工對於產品色彩影響因素進行輔導，取得相關國際認證之資格，以獲得國際客戶之認可，提高爭取國際訂單之競爭力。

1.3.1 「德隆印刷有限公司」，輔導內容為-「後加工營運製程品質及環境改善導入計畫」。

(1) 本案面臨問題：

德隆印刷股份有限公司成立民國 95 年，至今已有 9 年的實務生產經驗，是一家提供印刷加工服務公司。在面臨國內飽和激烈競爭不利的環境，德隆印刷有限公司面臨了業務量日漸縮小，故，德隆印刷有限公司希望持續不斷提升產品品質，提供符合客戶品質的要求與認同外，除了提供穩定符合客戶品質基本要求外，更趨重視組織對於環境永續發展的要求，亦能建立企業綠色環保形象，提升公司的能見度。

(2) 輔導內容與解決方案：

有鑑於此，對於積極開拓市場的德隆印刷來說，藉由獲得品質管理系統及環境管理系統雙認證，提升公司的知名度，建立提供符合客戶品質及降低環境衝擊符合法規法令，德隆印刷希望能於本年度透過印研中心本輔導，提升營運製程品質提升及對環境保護的社會責任；並透過第三方驗證公司外部稽核，取得相關國際認證，以符合客戶的要求及拓展市場。

檢視目前德隆印刷有限公司現況，相關的制度相關簡陋，從接單開始到最後的出貨整個流程，並無完整的標準制度依據，無法掌握客戶的產品品質，容易流失客戶。除了，穩定提供符合客戶需求品質外，製程中產生的廢棄物，亦需要符合環保法規，降低環境衝擊。故，本中心將從兩個方向輔導德隆印刷有限公司：

A. 營運製程品質建立：

品質的觀念隨著時代改變，已不再被動地等代產品或服務品質接受檢測以證明其優劣。所謂的品質，係依據企業體質及客戶的需求，定義其品質的標準。中心將輔導協助德隆印刷有限公司據以發展符合公司現況體質的品質管理制度，積極主動創造品質。於導入品質管理系統時，將明確訂定義公司內各部門所有的工作責任、品質目標與作業流程化，除了

能維持一致的品質水準以外，還可以追溯並找出缺失，進而持續改善品質。公司在訂定目標、計畫(P)、執行(D)、修正(C)、改善(A)的循環下，品質管理成為企業內部永續經營的條件之一，ISO 9001 要求的品質管理制度，就是企業永續經營的利器。

B. 環境品質系統建置：

檢視生產作業活動及服務中，直接或間接對環境產生的影響，並依照具體鑑別期對於環境的衝擊類別，提出具體的改善措施急作業標準，期能有效降低及管理對環境產生衝擊，在經濟發展及環境保護取得平衡。此外，並針對廠區現場進行檢視，改善廠區現場環境，以提升生產效率及降低營運成本

(3) 本案關鍵技術：

本次輔導將協助德隆印刷有限公司導入環境品質管理系統，建構德隆印刷有限公司之環境品質管理系統，鑑別環境危害的風險，並擬定對策加以實施，進而降低問題發生的可能性。藉由完善的P-D-C-A 管理循環，自行規劃實施自主管理，有效地清查各種環境危害因素，積極地實行風險管控措施，使組織環境危害風險降至最低，由源頭實行危害預防及風險控制，可以提昇組織整體營運作業對環境衝擊的降低。

(4) 本案質化效益：

- A. 內部流程作業標準化，提升人員作業效率。
- B. 提升公司營運績效，降低營運成本及增加收
- C. 提供符合客戶需求產品品質，可降低客戶抱怨的發生率。

(5) 本案量化效益：

- A. 增加產值提升 2%。
- B. 降低材料成本 600,000 元。

(6) 完成輔導後未來的預計發展規劃：

後續依照新行管理系統執行，並進行相關文件的作業紀錄與保存，作為內部稽核與管理審查檢討缺失的依據。預計於完成管理審查後一個月內即進行的三方驗證。

(7) 本案輔導照片：



圖 12 後加工營運製程品質及環境改善導入計畫輔導照片

1.3.2 「高冠企業股份有限公司」，輔導內容為-「綠色材料印刷標籤導入輔導計畫」。

(1) 本案面臨問題：

高冠企業致力於成為綠色企業及深知善盡企業社會責任的重要性，在落實環境保護上，已獲得 ISO14001、ISO50001、ISO14064-1、綠色工廠標章等綠色認證殊榮。環境上秉持「符合法規、污染預防、節能減碳、持續改善」的原則。

近年來高冠企業積極開拓國外市場，並持續以全球性的企業為發展目標，包含中國大陸、菲律賓及馬來西亞均設有製造工廠及銷售通路。在「永續發展」觀念下，各國環保法規與國際間環保貿易有愈來愈嚴苛之趨勢。故在此國際環保大趨勢下，確保公司國際競爭力成為重要課題。

(2) 輔導內容與解決方案：

有鑑於此，高冠企業希望藉由導入產銷監管鏈系統綠色材料的建置，提升公司綠色企業形象，開拓外銷市場。而身為上游材料供應商的高冠企業，順應市場趨勢，希望導入 FSC™ COC 認證，提供 FSC™ COC 認證紙張給印刷業者。

(3) 本案關鍵技術：

A. 建置 FSC™ COC 產品銷售產品項目，擴增公司產品銷售品項。

B. 進行 FSC™ COC 教育訓練。

C. 森林驗證產銷監管鏈管理系統建立文件。

D. 協助查證取得國際認證環保證書。

(4) 本案質化效益：

導入 FSC TMCOC 產銷監管鏈系統，預其導入
效益說明如下：

A. 提升公司營業額 3% 以上。

B. 提升企業社會責任及綠色環保形象的建立。

C. 取得 FSC TM COC 認證，有助於外銷市場拓展。

D. FSC TM COC 認證取得，符合綠色消費之潮流趨勢。

E. 順應市場綠色環保趨勢，提供客戶綠色環保材料。

F. 通過驗證有助於帶動下游業者(印刷業)投入。

(5) 本案量化效益：

A. 增加營業額：提升 3%，年營業額 140,000,000
元*3%=4,200,000 元/年。

B. 降低材料成本：建立基礎標準流程，減少紙張
及相關資材之耗損，平均每月 50,000 元*12 月
600,000 元/年。

(6) 完成輔導後未來的預計發展規劃：

2014 年 12 月獲經濟部工業局肯定，順利取得

綠色工廠標章證書，為台灣膠帶業首位取得之廠商。「綠色工廠標章」為經濟部工業局結合「綠建築」以及「清潔生產」兩項評估系統之綠色規格，代表企業分別在硬體(廠房建築物)以及軟體(生產營運管理)兩部分，全面檢討工廠生產體質，未來會持續以此方向作為改善與成長關鍵，並藉此開創綠色市場。

(7)本案輔導照片如下：



圖 13 綠色材料印刷標籤導入輔導計畫輔導照片

1.3.3「鴻展彩色印刷股份有限公司」，輔導內容為-「印刷製程標準化品質提升輔導計畫」。

(1) 本案面臨問題：

現今經濟型態由已區域經濟朝向國際化發展，尤以台灣屬產業高度密集的地區，市場競爭激烈，內需市場經常落入削價的惡性競爭，因此為因應產業全球化趨勢，爭取產業外銷市場，業者將以通過或取得產業相關認證，以提升自身競爭力，進而獲得客戶之肯定，並邁向企業永續之目標。

針對品質管理系統的要求，此系統的認證被全球供應鏈用來確認供應商在符合品質要求的能力，並且在供應商關係中提升顧客滿意度。而在近期經歷一次重大修訂改版，加入了高階結構（High Level Structure）及以風險作為基礎的看法（Riskbased Thinking）兩個新的元素，以風險管理作為更有效預防不合格情況品的手段。本次內容變化幅度較大，也是近年 ISO 變動最大版本，對企業施行 ISO 標準衝擊最大、影響最深遠，亦大大提升企業在自行導入系統之難度。

(2) 輔導內容與解決方案：

A. 協助企業相關執行人員對管理系統有初步概念，利於後續管理系統建置的工作推動。協助公司人員了解標準條文具體要求及學習如何在公司內部推動。公司高層和員工必須對 ISO

系統擁有相當程度的認知，包括七大品質管理原則、PDCA 持續改善以及熟悉條文。

B. 透過 ISO 9001:2015 品質管理系統持續改善印刷製程。而在執行過程中，將以 PDCA 程序進行各階段工作導入，藉以不斷進行修正，將綠色生產與高品質印刷工藝結合，再創印刷產業永續發展的榮景與目標。

C. 進行公司品質風險評估面評估，風險面主要來自於公司日常活動、產品及服務流程、能資源的使用及潛在性緊急及意外狀況。鑑別出影響面後，必須評估重大的考量面，並利用監督量測、設定改善的目標/方案等方法改善控制。

D. 明訂作業流程及品質目標，為了讓整體作業流程都保持一致性和維持一定品質，依據工作流程的重要性，分門別類的紀錄各項工作執行步驟。公司高層必需訂立明確的品質政策，意指公司高層應該很明白的告知全體員工整個企業該往哪裡走以及最終努力的目標為何。

(3) 本案關鍵技術：

本案輔導過程中，藉由導入品質管理 11 項專業領域：策略規劃、風險管理、流程管理、知識管理、溝通管理、供應鏈及分包商管理、職能管理、績效管理、願景領導、客戶關係與需求管理、持續改善與變革等等，建立全面品質管理精神。為導入

參考依據透過客製化輔導方針，協助業者提昇整體品質管理技術及觀念，進而降低業者營運與品質管理的風險，增強客戶信心。

(4) 本案質化效益：

- A. 提高人員品質管理意識，並提高組織風險控管能力，減少錯誤率及再製率，在產品實際在開發或生產中的地點，或者是提供服務的地方。在「現場」的不斷改善最後會為顧客帶來長期持續的滿意。
- B. 以品質為中心，透過全員參與，並優化組織營運績效，將管理階層職責由以往的品質政策制定及管理審查等，大幅擴充，以增加其參與度，確保品質管理績效之提升。
- C. 不只要考量顧客滿意外，也要考量利害相關者之滿意（員工、股東、地區居民、社會等），以確保企業之經營績效持續提升與永續經營。除了考量全面品質之效，於兼顧經濟發展、社會需求環境。

(5) 本案量化效益：

- A. 完成作業程序及技術指導書一份。
- B. 完成製程相關記錄表單一份。
- C. 取的 ISO 9001:2015 國際認證
- C. 降低成本：600 千元。

D. 增加訂單：1,000 千元。

(6) 完成輔導後未來的預計發展規劃：

取得 ISO 9001:2015 國際認證，可提升客戶信心，增加業者產業競爭力，有利於業者增加外銷訂單，並透過業者作業及系統管理的落實，完整檢視組織內部可避免之風險與資源的浪費，可降低公司營運成本。另作為建置其他(資安、環境管理等)管理系統之基礎。

(7) 本案輔導照片：



圖 14 印刷製程標準化品質提升輔導計畫輔導照片

1.3.4 「富綱實業股份有限公司」，輔導內容為-「印刷製程環境管理績效提升輔導計畫」。

(1) 本案面臨問題：

近年環保議題逐漸受到重視及國內外環保法規日漸嚴峻，綠色低碳經濟的發展儼然成為全球重要趨勢，而隨著自由貿易與環境保護成為世界各國普遍重視課題，富綱實業為因應國際間對於生產製造產業之環保要求逐漸形成等壓力。

而印刷產業在面對環境及政策變化下，環境法規的加嚴，要求需配合政府綠色產業及低碳家園之相關政策，開始進行企業環保行動如環保印刷材料、建立環保印刷製程等，才能在有限資源內節省浪費與降低污染，提升公司競爭力。

(2) 輔導內容與解決方案：

- A. 根據環境管理作業現況基礎，配合公司企業文化特質，保留現況優良部分，修正不適合現況及補充不足部分，以建立適合公司體質之環境管理系統。
- B. 鑑別公司各項作業活動及服務在過去、現在及未來會對環境產生衝擊並予以評估其風險大小，進而擬定改善方案，並透過建立公司環境管理績效，評估公司環境管理成效，降低內部環境風險。

- C. 執行相關環保法令規章與其他要求事項資料之收集、鑑別、登錄，避免對造成環境的衝擊。建立公司環境目標、標的與管理方案實施方案，達到環境衝擊的預防及控制。
- D. 進行 EMS(環境管理系統)以及 QMS(品質管理系統)整併作業，將兩個管理系統文件架構進行同步化，使用管理程序與作業階層能夠一致，降低作業執行的難度。

(3) 本案關鍵技術：

隨著環境保護意識及綠色產品要求的提升，全球已超過 30 萬家企業導入環境管理系統來改善其環境績效。本案輔導業勢導入 ISO 14001:2015 環境管理系統，以創建了高階架構(HLS：High Level Structure)，並將利害關係人對環境管理的關注及風險管理納入考量中，針對環境考量面的鑑別必須以生命週期觀點來展開鑑別，希望透過經營管理階層將這些核心要素納入環境管理系統，確保其能促進環境管理系統整合於組織營運流程並展現環境績效，強化企業競爭能力以及提升組織的企業社會責任。

(4) 本案質化效益：

- A. 透過環境管理系統的建立，提高與環境因素有關的管理績效，並要求制定合適的標準並使用適當的指標來評估環境績效，結合組織戰略環

境，綜合全面地考慮戰略環境績效、管理績效和運行績效。

- B. 引導企業從原材料的獲取、產品的生產直至產品使用後的處置和最終處置，盡量延伸至更廣泛的價值鏈對環境影響的管控。並關注與組織互相影響的相關方的需求和期望，並從中識別與威脅和機遇相關的風險，確定相關的行動來應對風險，以降低環境風險。

(5) 本案量化效益：

- A. 完成作業程序及技術指導書一份。
- B. 完成綠色製程相關記錄表單一份。
- C. 取得 ISO 14001:2015 國際認證。
- C. 增加產值：1,900 千元。
- D. 促成投資額：950 千元。

(6) 完成輔導後未來的預計發展規劃：

藉由建立內部環境危害鑑別、環境風險及績效評估制度的落實與運行，可有效降低業者環境風險，並透過 ISO 14001:2015 國際認證的取得，加強客戶訂單信心，有利於業者目前積極投入之外銷市場，增強業者市場競爭力。

(7) 本案輔導照片如下：



圖 15 印刷製程環境管理績效提升輔導計畫輔導照片

1.3.5 「弘明印刷設計股份有限公司，輔導內容為-「印刷產業勞動檢查之企業社會責任標準輔導」。

(1) 本案面臨問題：

承接國際訂單業者之供應商均需符合國際相關認證，例如 ISO 9001、ISO14001、FSC；甚至連末端供應鏈之印刷產業也被要求需通過企業社會責任 SA 8000 等認證，作為外發訂單的必備條件。中國大陸亦於 2010 底開全面啟動「十二五」推動《實施綠色印刷戰略合作協議》，進行印刷產業結構調整與綠色印刷體系之建置，淘汰落後之印刷工藝、技術與產能，進行資源有效利用之控管，以降低對環境之衝擊與負荷。這股綠色驅勢並非只是口號式的空中樓閣，國際間實行「綠色印刷」已有 20 多年歷史，甚至香港印刷產業也透過清潔生產機制貫徹綠色印刷推行。爰此，對於台灣印刷產業而言，綠色印刷及社會責任尚出處於起萌階段，要邁開改革的步伐必需仰賴政府伸出援手，協助企業擺脫低價無序競爭模式苦撐經營。

(2) 輔導內容與解決方案：

A. CSR 企業社會責任是以企業本身為主體，確保與維護企業對社會應盡之責任，其中主要包含：勞動條件、勞動人權、綠能環保、產品責任等，輔導首先以協助企業相關執行人員對 CSR 管理系統有初步概念，利於後續管理系統建置的

工作推動。

- B. 透過企業現況的檢視，了解企業目前相關要點的現況，其主要包含員工制度面完整性、廠區職業安全衛生的設施與防護設備、相關法規面的查核及落實面、產品及生產製程無害化及相關規範的管制等，以作為後續改善的目標。
- C. 以企業 CSR 規範(SA8000)標準為指南，依照現況進行公司風險評估面評估，鑑別出影響面後，必須評估重大的考量面，並利用監督量測、規劃改善的目標/方案等方式進行控制，並依規劃實施實際作業改善。
- D. 具以訂定相關製程之文件編寫，包括政策、風險考量面、公司目標相關文件及審查機制等。在導入報告書建置的流程時，取得高層支持、授權、成立推動小組、確定與認知 CSR 報告書的目的、範疇與遠景，藉由驗證過程來支持數據的產生、彙總、報告等，確認各階段所呈現客觀事實的量化數據，並符合客戶外發訂單的必備條件。

(3) 本案關鍵技術：

本案輔導過程中，藉由導入企業社會責任制度，使企業除了考慮自身的財政和經營狀況外，也要加入其對社會和自然環境所造成的影響的考量，企業承諾持續遵守道德規範，為經濟發展做出

貢獻，並且改善員工及其家庭、當地整體社區、社會的生活品質。

(4) 本案質化效益：

- A. 符合全球供應鏈要求，增加企業競爭力，並以提高企業投資價值及品牌價值，吸引社會責任投資機構之青睞。
- B. 提早因應各項環境、勞工權益、人權等相關議題，貼近國際間製造業發展趨勢，降低企業營運風險。
- C. 加強企業保障員工職業安全衛生管理及投入塑造安全及助競爭力之組織文化，改善勞資關係，有助於延攬優秀人才。。

(5) 本案量化效益：

- A. 完成 CSR 管理標準手冊一份。
- B. 完成 CSR 社會責任公司營運程序一份。
- C. 取得 CSR 符合度報告書一份
- C. 降低成本：800 千元。
- D. 增加訂單：1,200 千元。

(6) 完成輔導後未來的預計發展規劃：

取得合格供應商認可後，可提升客戶信心，增加業者產業競爭力，有利於業者增加外銷訂單，並透過業者作業及系統管理的落實，完整檢視組織內部，可避免之風險與資源的浪費，可降低公司營運

成本。

(7) 本案輔導照片：



圖 16 印刷產業勞動檢查之企業社會責任標準輔導輔導照片

1.3.6 「紅藍彩藝印刷股份有限公司」，輔導內容為-「綠色材料印刷色彩品質控制技術輔導計畫」。

(1) 本案面臨問題：

為了創造公司與其他同業之間的差異化，公司除了導入電子書代編製作服務，更在近幾年開始導入國際市場的要求，盼能透過公司品質管理、環境管理、源物料與溫室氣體等等國際標準的導入，為公司開發國際市場的訂單。

同時全球暖化的影響造成全球各地產生各種災難與問題，使國內外消費者對於綠色環保的消費意識抬頭，國際企業也開始紛紛以綠色永續經營發展做為採購的限制與要求，印刷業也無可避免受到市場客戶的要求，因此發展綠色材料印刷品質與新版國際品質管理系統的整合與發展為現階段紅藍公司應該優先整合發展的系統管理的重點項目。

(2) 輔導內容及解決方案：

A. 成立專案推動小組：由公司管理階層或其代理人召集公司人員組成進行內部品質管理系統與國際色彩控制管理技術整合。

B. 品質管理與色彩品質標準整合

B.1 建立綠色材料製程管理程序書

B.2 建立綠色材料製程品質標準

B.3 色彩品質標準評估與修正

C. 綠色材料高精密隨機網點印刷版調曲線量測與

設定。

以紅藍彩藝公司導入的 G7 色彩控制管理標準為基準，導入 CRPC 的概念進行綠色被印紙張材料印刷流程的色彩管理，為了讓紙白對印刷品質造成最低的影響，我們透過實際操作的方式與公司印刷製程技術委員、製程檢驗技術委員以及相關執行人員進行說明與教育訓練國際標準 ISO 15339 與 ISO 12647。

D. 高精密隨機網點印刷中性灰曲線量測與建立

經過印刷特徵參考條件曲線(CRPC)以及紙張修正色度目標計算方式(Substrate Corrected Colormetric Aims;SCCA)，專案推動小組依照 G7 標準來找出屬於綠色材料的 NPDC 曲線，在量測過程當中人員學習量測儀器與其標準的量測方法，並且能夠正確使用。

D.1 NPDC FanGraph 的繪製

D.2 使用 GrayFinder 找出灰平衡

E. 國際色彩認證量測與評估

以品質管理系統建立其綠色材料製程程序後，我們將協助紅藍彩藝公司進行 G7 國際色彩標準的驗證作業包含下列項目：

E.1 版調曲線

E.2 中性灰曲線(CMY)(K)

E.3 灰平衡

E.4 網點擴大

E.5 油墨滿版濃度

F. 設備校正週期分析

為協助紅藍彩藝公司利用品質管理系統來幫助色彩控制管理系統的導入更加全面，從綠色材料高精密隨機網點印刷製程的程序當中我們建立其製程品質的量測與檢驗辦法，並透過實際綠色材料產品的印刷生產依照特定的時間規劃，如每次更換材料、運轉時間、印刷量來設定條件，將這樣的紀錄資訊進行彙總整理，依照機器設備、油墨、材料批號、操作人員等等因素進行資料分析。

G. 綠色材料色彩品質資料庫建立

在輔導完成後依照品質管理制度的管理規範，將建立完程的綠色材料製程管理程序，以及相關資料紀錄表單，依照綠色材料的種類進行分類管理，包含相關之量測檢驗數據資料，並由專案負責人指派人員進行統一收存，印刷、製程檢驗執行人員必須在每次綠色印刷製程過程當中進行產品抽驗，並觀察印刷版、印刷機設備的曲線是否發生偏差與其他問題，紀錄於公司設備與相關使用紀錄，並將週期分析表進行保存紀錄，建立完整的公司綠色

材料產品製程的品質資料庫。

(3) 本案關鍵技術：

- A. 針對公司管理代表進行訪談，協助紅藍彩藝印刷股份有限公司將品質管理系統與國際色彩品質要求項目進行整合，並從中建立綠色材料的品質紀錄項目與檢驗方法與標準。
- B. 在人員平常就落實品質管理系統的情況下，以實際執行方式協助紅藍彩藝印刷股份有限公司，透過專案推動小組進行綠色材料製程色彩品質的紀錄，並輔導依照國際色彩標準規範進行其色彩品質檢驗。
- C. 以紅藍彩藝印刷股份有限公司品質管理系統為基礎，整理綠色材料製程色彩品質的紀錄進行設備狀態週期評估，並以專案推動小組找出設備的校正週期建立以及綠色材料製程設備調整的標準程序。

(4) 本案質化效益：

- A. 提高紅藍彩藝印刷股份有限公司同仁對於品質管理系統概念的了解，以及印刷色彩品質控制管理方法的瞭解與色彩量測儀器之操作。
- B. 協助紅藍彩藝印刷股份有限公司印前、印刷以及綠色材料印刷標準程序的訂定，並建立綠色材料製程的檢驗標準與辦法，建立公司綠色材

料色彩品質資料庫，有效提升公司產品穩定性與品質。

(5) 本案量化效益：

A. 降低綠色材料的損耗成本。降低綠色材料的損耗 $60000 \times 12 \text{ 個月} = 720,000$

B. 減少製程調整成本。預估每月減少停機調色換版人力、耗材 $130(\text{時薪}) \times 3 \text{ 小時} \times 10 \text{ 人} \times 4 \text{ 次} \times 12 \text{ 個月} = 187,200$ 耗材損耗費用(試車紙、版材、油墨) $10,000 \times 4 \text{ 次} \times 12 \text{ 個月} = 480,000$

C. 增加公司的外商訂單。每季 30 萬元訂單 $\times 4 \text{ 季} = 1,200,000 \text{ 元}$

(6) 完成輔導後未來的預計發展規劃：

藉由輔導計畫，幫助紅藍彩藝印刷股份有限公司針對綠色材料使用進行盤點，導入品質管理系統概念與色彩品質管理概念進行品質校正週期分析與預測，未來將可朝向智慧印刷生產控制技術來發展。

(7) 本案輔導照片如下：

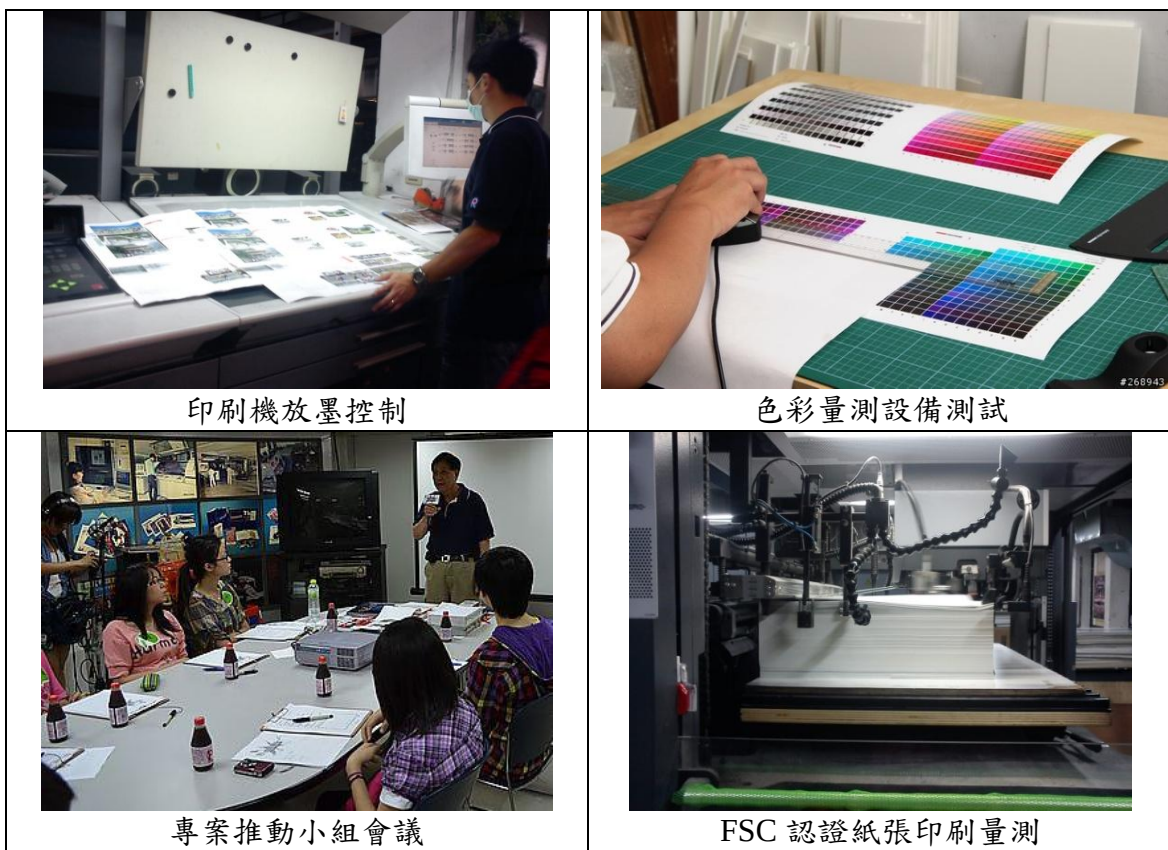


圖 17 綠色材料印刷色彩品質控制技術輔導計畫輔導照片

1.3.7 「白紗科技印刷股份有限公司」，輔導內容為-「綠色色彩印包裝中性灰控制技術導入輔導計畫」。

(1) 本案面臨問題：

有鑑於目前國內平版文化印刷市場趨於飽和，廠商之間彼此削價競爭激烈，加上合版印刷服務模式飽受低品質的刻板印象影響，白紗積極布局未來服務產品的方向，並從累積的平版印刷經驗加以改良，結合多重精密加工及複合媒材的技術，朝向以厚磅紙張的印刷、軋型、裱紙、糊盒的包裝印刷市場來拓展新業務。

依照國內外包裝市場需求可分為一般包裝、食品包裝、電子產品包裝與民生用品包裝，又可以依照包裝材料分為軟包裝、紙類包裝與重包裝，白紗公司目前鎖定在彩盒及軟包材兩大類，進行技術與製程技術開發與突破，為能夠迅速提升公司包裝印刷產品的品質與印刷色彩的穩定性，將藉由中性灰色彩控制技術的導入，同時針對印刷版、被印材料與油墨進行量測評估與分析後找出回饋曲線，進行包裝產線印刷設備的調整，並且符合 G7 國際色彩標準規範。

(2) 輔導內容及解決方案：

- A. 成立專案推動小組：為使綠色印刷製程與中性灰色彩調整技術能夠順利導入與推行，由公司

管理階層或其代理人為專案負責人，負責召集
相關技術與執行委員並組成專案推動小組。

B. 綠色材料品質狀態評估與修正

B.1 建立綠色供應商產品組清單

B.2 建立綠色原料產品量測與修正

C. 綠色印刷製程版調曲線量測與設定

C.1 印刷校正方法 ISO 10128：2009 條文說明

C.2 印刷版調曲線的建立

D. 印刷中性灰曲線量測與建立

D1 介紹如何使用 G7 國際色彩標準工具

D2 介紹如何使用使用 GrayFinder 找出灰平衡

E. 綠色印刷製程產品試產

依照白紗科技股份有限公司客戶需求，進行綠色包裝印刷產品設計與印前設計組版，在印刷機濃度、灰平衡狀態符合國際色彩標準規範時進行產品的試印，並與製程檢驗委員討論設計印刷製程品質檢驗可使用的簡易導表進行拼版印刷，幫助中性灰色彩控制管理方法的落實。

F. 國際色彩認證量測與評估

經過綠色材料進料狀態的量測與評估，使用紙白能夠符合 ISO 標準的材料進行印刷，配合模擬中性灰曲線的繪製與灰平衡的配方的教育訓練，以綠色印刷製程導入 G7 國際色彩

標準 P2P 導表。

G. 綠色印刷製程標準化系統建立

在製程輔導完成後，整合進料檢驗與製程檢驗的管理規範，導入品質管理系統的概念建立標準程序文件與綠色包裝製程相關之量測檢驗數據資料，並由專案負責人指派人員進行統一收存，製程檢驗執行人員必須在每次綠色印刷製程過程當中進行產品抽驗，並觀察印刷版、印刷機設備的曲線是否發生偏差與其他問題，當發生問題時將立刻紀錄狀況依照品質管理系統流程，通知相關單位進行相對之處置。

(3) 本案關鍵技術：

以國際色彩認證 G7 為色彩品質控制基礎，針對包裝印刷製程所採用之綠色被印材料、油墨、印版進行量測，透過中性灰曲線的建立進行製程回饋校正，並以專案推動小組進行印刷校正紀錄，找出綠色包裝製程的校正週期建立，幫助綠色包裝製程標準化。

(4) 本案質化效益：

- A. 協助白紗公司進料、製程、出貨檢驗評估標準的訂定，並建立印刷製程的標準件，將改善公司產品被客戶投訴的問題。
- B. 綠色包裝產品的開發將能提高公司爭取外商客戶的機會，並且延伸至食品業的機會更高。

C. 幫助白紗公司針對供應商進行產品盤點，導入品質管理系統概念進行供應商評鑑管理。

D. 提高白紗科技印刷股份有限公司同仁對於印刷品質控制管理方法的瞭解與色彩量測儀器之操作。

(5) 本案量化效益：

A. 增加包裝產品營業收入。每月增加 25 萬訂單
 $\times 12$ 個月=3,000,000。

B. 減少製程調整成本。預估每月減少停機調色換版人力、耗材 120(時薪)*3 小時*10 人*4 次*12 個月=43,200 減少耗材損耗費用(試車紙、版材、油墨)10,000*4 次*12 個月=480,000。

C. 完成 G7 色彩品質環保紙類包裝產品一式

(6) 完成輔導後未來的預計發展規劃：

本案輔導完成後對於使用綠色材料進行產品服務將有助於企業形象的建立，另外可幫助白紗科技股份有限公司後續進行 FSC 森林產銷監管鍊或其他環保認證上更加方便。

(7) 本案輔導照片如下：



圖 18 綠色彩印包裝中性灰控制技術導入輔導計畫輔導照片

1.3.8 「秉珣裝訂開發有限公司」，輔導內容為-「印刷裝訂品質控制與製程環境優化輔導計畫」。

(1) 本案面臨問題：

秉珣裝訂公司，為製造工廠及營運單位集中管理的一貫廠，以專業技術及熟練的後加工製程技術，提供客戶全面的印刷後加工服務，但在產品客製化發展趨勢下，印刷後加工製程越多元複雜，要維持製程品質及一定的產品良率，相當不容易。因此秉珣裝訂公司為穩定後加工製程的生產品質，並突破傳統印刷生產營運方針，秉珣公司期盼透過本計畫輔導，導入印刷加工品質管理程序，及建構製程品質管理作業規範，以展現更好的印刷服務品質，提升企業競爭力。

有鑑於綠色印刷發展趨勢及全球暖化議題發酵，使秉珣裝訂公司意識到，企業對環境永續經營的重要性。透過本計畫輔導，秉珣公司嘗試在製程端及管理營運上，朝向印刷清潔生產努力，並在印刷製程中導入，對環境友善相關印刷材料，以減少製程廢棄物產生。並考量產品功能、成本、品質及市場行銷等因素，更將產品生命週期各階段的环境衝擊納入設計考量，以提升產品的環保特性，以提升企業及產品綠色形象，促進公司投入歐美外銷市場。

(2) 輔導內容與解決方案：

A. 建立公司內部產品銷售品質管理組織

進行組織架構、人員配置，實施品質管理之組織化結構、責任、程序、過程與資源分配等。

- a. 設立一位俱專業背景與溝通能力者為品質管理員，負責實際執行面事務。
- b. 各單位主管應規劃、推動並主導整體能效活動。
- c. 建立品質管理於企業發展策略與目標。
- d. 品管統計分析、矯正與預防措施之提出及追蹤改善。
- e. 品質文件、紀錄之管理、其他提升銷售品質事宜。

B. 建立產品銷售品質管理程序

進行品質管理系統導入教育訓練，將品質管理之觀念傳達給公司內部相關人員，透過實地訪視與現場觀察及相關人員訪談等方式，進行資料蒐集及系統架構建置，並進行品質管理相關文件建檔，建立元茂國際企業股份有限公司，產品銷售品質管理程序。

C. 建構製程品質管理作業規範

針對秉珣裝訂開發有限公司，未來印刷裝訂相關製程、業務、運送、出貨，建立標準流

程作法及程序之文件。並透過公司內部教育訓練進行宣導、培訓及內部審查及管理會議演練，並定期追蹤產品銷售後客戶使用情況。

D. 製程環境優化導入

工廠營運管理符合清潔生產朝永續經營努力，從「生產製造」、「產品環境化設計」、「綠色管理與社會責任」等面向上，皆應以全方位的考量與管理改善，因應複雜的環境、資源、生態、經濟等永續經營課題，以邁向綠色印刷工廠。

(3) 本案關鍵技術：

本案輔導計畫在印後加工製程導入品質控制程序，進行企業風險評估、供應商評鑑、不合格品訂定、品質標準化、資源管理等標準規範來落實品質制度，來提升企業競爭力。另於製程環境優化導入綠色生產製造、產品環境化設計、綠色管理，協助秉珣邁向綠色印刷工廠。

(4) 本案質化效益：

- A. 透過公司內部製程品質管理組織，可提升管理效率，並強化品質系統推動，有利公司執行跨部會作業，來提高印後加工生產效率及品質。
- B. 發展綠色印刷製程，可將印刷後加工製程環境優化，並降低成本並減少印刷異常發生率，可減少不良品等廢棄物產生。

(5) 本案量化效益：

- A. 建立製程品質：作業規範手冊 1 份。
- B. 就業人數增加：2 人。
- C. 增加產值：5,000 千元。
- D. 降低成本(不良品減少)：1,000 千元。
- E. 促成投資額：1,000 千元。

(6) 完成輔導後未來的預計發展規劃：

本輔導案後續將持續針對印後加工製程進行品質控制，對於生產作業文件進行紀錄、保存。並持續生產的產品持續推動綠色生產及設計理，減少製程廢棄物產生，以提升產品的環保特性。

(7) 本案輔導照片：



圖 19 銷售品質管理與節能效率評鑑制度導入輔導計畫輔導照片

1.4 精緻印品文創設計開發輔導：15 案

透過產業文創化及美學設計能量，展現設計創新、內容創新、功能創新，提供適當之形象設計、印品設計與包裝設計等，有效傳遞產品之文創特色與行銷推廣，衍然成為產業經濟發展的新契機。以結合在地文化與多元性特色，協助印刷業者與紡織家飾裝潢、婚紗攝影、文化創意、觀光旅遊、精緻農業、影視媒體、藝術裝飾業建立異業商機合作，藉由不同之產品屬性與市場規劃，開發具文創美學設計及客製化之印刷產品，透過產品文創包裝手法，建立產品之故事性、體驗性與創意性，創造品牌競爭優勢與企業價值。

1.4.1 「梵谷文化事業有限公司」，輔導內容為-「原創插畫文創設計應用」。

(1) 本案面臨問題：

- A. 廠商在印刷產品的設計與開發創建品牌印刷品上需多增加開發設計能力，並同步創造與累積廠商內部設計素材能量，藉由設計素材的應用與推廣，提高印刷品價值並刺激品牌文創品之印刷需求。
- B. 文創設計與行銷推廣上的結合與應用，梵谷文化事業主要營業項目已擁有固定的客戶與印刷量，擁有設計部門，但因缺乏設計、行銷、企劃配套整合系統，缺少故事性文創商品，故

希望以特色，文創化，趣味性，導入印刷設計應用上。

透過輔導計畫案，輔導廠商應用各式新媒材與創新材質上的印刷輸出，刺激市場新的印刷需求，滿足消費者對新媒材的印刷期待，也藉此輔導計畫，協助該公司建立原創插畫素材之創新印刷輸出產品。並做為未來推廣印刷產業行銷活動之參考。

(2) 輔導內容及解決方案：

A. 原創插畫授權數位化

梵谷文化事業股份有限公司近期已將印刷業務重點漸轉於行銷活動視覺規劃設計上的執行與製作，對於行銷活動視覺規劃與輸出充滿熱情，如何將執行經驗與原創插畫家資源整合成具有品牌的視覺規劃策略執行，藉由輔導案整合廠商原創插畫家授權圖像、設計策略規劃、活動製作物設計等以上各項資源，為客戶提供最具原創之視覺設計規劃，並與原創插畫家共同執行視覺設計案，這正是我們想要累積與創造的原創插畫視覺規劃設計品牌價值，更希望每次的印刷產品產出都有文創設計的表現與突破，讓印刷產品有亮點。

B. 原創插畫數位化文創商品設計

將邀約藝術家插畫家授權之圖像使用高端攝影翻拍技術將圖像數位化，應用於印刷推廣活動及文創商品上，以下為輔導案中可開發之商品。



原創圖像-餐盤打樣成品



王國仁原創圖像-行動電源打樣成品



藝術家-馬里斯原創圖像卡貼



藝術家原創圖像授權筆記本



原創圖像-吸水杯墊打樣成品



藝術家圖像授權複製畫

圖 20 創意插畫文創設計應用輔導案開發之商品

(3) 本案關鍵技術：

本案輔導過程中，經選定原創插畫作品，其主題與繪畫風格和表現技巧上的不同，藉由分類對數位化內容更深入的認識與聊姐，從中萃取出可運用之素材與設計要素，進行文創商品加值應用。並藉由藝術家插畫家原創授權圖像數位化，應用數位印刷技術及打樣中心設備製作文創商品，打造藝術家品牌商品，媒合藝術家作品與業者合作、鼓勵藝術家創作並推廣高雄在地原創圖像，進而提升印刷圖像價值，應用推廣於印刷推廣行銷活動中。

(4) 本案質化效益：

- A. 增進廠商印刷產品的主題特色，主動創造印刷需求。
- B. 拓展跨領域異業結盟資源，提昇員工行銷活動設計能量，增加業務服務多元化。
- C. 透過印刷產品數位化，透過虛擬實境，使印刷產品更具互動性與專業化，同時並提升印刷產品價值。
- D. 幫助傳統印刷產業轉型，建立數位多元服務產業形象。
- E. 增加媒體曝光，提高品牌知名度。

(5) 本案量化效益：

- A. 協助媒合圖像授權藝術家、插畫家 10 位。
- B. 協助導入行銷推廣活動至少兩場，提高廠商文創印刷 輸出品牌知名度。
- C. 增加產值：1,800 千元。
- D. 促成投資額：800 千元。

(6) 完成輔導後未來的預計發展規劃：

後續持續與合作中藝術家插畫家保持良好合作關係，並進行相關原創圖像文創商品開發設計打樣，數位化原創圖像的校色與管理保存，媒合產業及跨產業合作機會，共同推廣原創圖像之應用。

(7) 本案輔導照片如下：



設計師圖像授權車貼製作



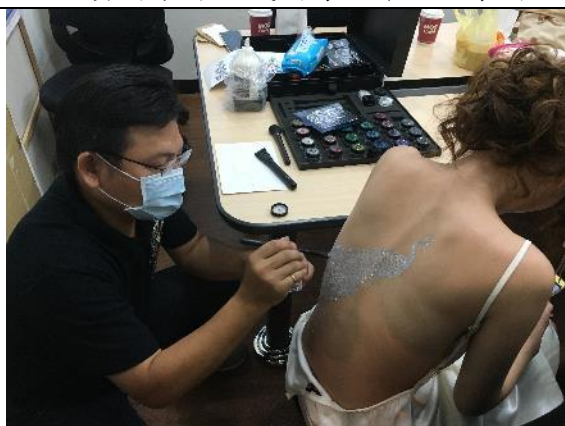
藝術家馬里斯圖像授權車貼製作



3D 藝術家曾進成圖像授權地貼製作



藝術家陳虹仔圖像授權車貼製作
-高雄市政府行動圖書館



授權圖像仿紋身彩繪應用



3D 藝術家圖像授權應用於壁貼

圖 21 文創插畫文創設計應用輔導照片

1.4.2 「睿笙科技有限公司」，輔導內容為-「擬真質感創意產品設計暨推廣輔導」。

(1) 本案面臨問題：

- A. 業者希望透過創意行銷推廣品牌與設備，然過去多專精於設備技術，缺乏相關經驗。業者多年來專注於機械設備的研發與創新，其技術完備品質優異，然亟需彈性創意進行整體推廣行銷規劃，帶動品牌推廣能量與知名度。
- B. 業者欲透過直噴機設計開發特色商品增加產值，惟本身缺乏產品設計相關能量，進度遲滯不前。業者多專注於機械技術人員的培養，較缺乏產品設計創意能量，使特色產品開發進度遲滯不前，需要尋求外部相關設計資源。

(2) 輔導內容及解決方案：

- A. 輔導業者導入產品設計流程，逐步培養企業創意設計人才以提升企業競爭力。此階段透過基本草圖繪製確認完成電腦模擬圖，並協助業者完成產品設計過程之美學或人因等面向，結合業者既有的技術完成本計畫所提出之產品設計開發
- B. 輔導業者進行印前顯示器校色技術，減少誤差提昇設計效率。業者於直噴設備間雖有一致的色彩系統，惟進行擬真材質設計時，發現印前螢幕與成品色差明顯，擬透過校色器調校系統

ICC profile，使其盡量與成品色彩接近以提昇設計作業效率減少錯誤發生。

C. 輔導業者設計擬真質感圖紋，應用業者專業直噴技術，開發「Real Touch」擬真質感創意設計商品系列，藉由新產品推廣品牌核心技術並促成專業設備合作業務，提昇企業競爭力。

等特殊耗材的平台列印機，不僅可應用於塑膠、金屬等材質，平面的稿件藉由 UV 墨水固化能夠堆疊出皮革紋、木紋，石紋 等擬真立體紋理。

(3) 本案關鍵技術：

直噴技術的應用：本計畫預計輔導業者設計 Emboss 立體圖紋，並透過直噴技術將特殊墨水於創意設計商品表面上堆疊 2mm 以內之高度，使成品於觸感上更接近真實物體（例如樹皮的粗糙觸感），充分展現其直噴機特色與性能，藉此推廣核心技術與創意，進而促成專業設備的交易。

(4) 本案質化效益：

A. 輔導業者參加國內相關展會推廣 1 場次：樣品完成後將輔導業者參加相關設計評選，提升產品、廠商知名度，並協助業者規劃後續包含產品拍攝、平面廣宣以及多媒體等廣宣活動，加強產品曝光，拓展相關市場。

B. 導入設計能量，提昇企業競爭力：藉由本計畫

的執行，增進公司員工對於產品設計流程及其特性之相關知識，提昇員工設計能量，增加多元設計能力。

(5) 本案量化效益：

- A. 完成直噴擬真材質創意產品草圖 5 款。
- B. 完成直噴擬真材質創意產品 3 款
- C. 增加產值：2500 千元。
- D. 促成投資額：200 千元。

(6) 完成輔導後未來的預計發展規劃：

後續將協助業者製作更多樣化的擬真圖紋，直噴技術透過白、UV 墨水等特殊耗材，不僅可在各種材質上噴印，搭配升降平台適合各式立體物件噴印，更可以堆疊方式製作栩栩如生的木紋、皮革等擬真材質藉此展現直噴印刷的多元應用。

(7) 本案輔導照片如下：



輔導人員共同討論設計內容



輔導人員共同討論內容



圖 22 擬真質感創意產品設計暨推廣輔導輔導照片

1.4.3 「彩創事業有限公司」，輔導內容為-「AR 擴增實境與廣告印刷結合應用」。

(1) 本案面臨問題：

- A. 目前廣告設計缺乏創新與突破，目前需突破傳統廣告印刷品之應用與設計，提升廣告印刷品之價值，並建立內部廣告業務開發能力，尋求外部技術合作，逐步將行動廣告商機納入未來經營面向。
- B. 廠商缺乏廣告品牌知名度，如何在競爭激烈的廣告市場中擁有獨樹一格之特色，且又能因應市場趨勢，將行動廣告商機與印刷結合，應用 AR 擴增實境技術，增加廣告平面印刷輸出之互動性與趣味性，提高平面印刷廣告之價值，刺激印刷單價提高。
- C. 運用 AR 技術的運用，可有效加強海報展示的互動性，AR 的運作原理其實並不複雜，只要準備好辨識標的、掃瞄鏡頭輸入(與電腦連線)以及螢幕，就可以進入 AR 的奇幻世界。電腦將會透過攝影機判讀辨識標的，並且從內建資料中揀選出相對應的數位內容加以呈現、與使用者互動。AR 的訴求，就是在真實環境下，運用 3D 虛擬物件進行各種資訊的即時性呈現。目前辨識系統的進步，已經發展到可以掃

描不固定的圖形、臉孔甚至環境，都可以成為電腦識別依據，進而衍生出更多創意應用。

(2) 輔導內容及解決方案：

A. AR 擴增實境 icon 整合設計

廠商近期發展將印刷廣告業務漸轉於行銷活動視覺規劃設計上的執行與製作，為提供創新性及趣味性的廣告行銷模式，結合AR擴增實境技術是突破現階段廣告印刷之應用與價值的方法之一。故由本中心建立符合印刷產業應用之AR拓增實境之APP icon，整合印刷產業與科技業結合，期待印刷產業的廣告印刷產品具科技感及創新與趣味性，期待廣告印刷產品具有亮點並吸引人閱讀，增加廣告效益，進而帶動印刷品之印刷價格與印刷需求。

B. AR 擴增實境運用於平面廣告印刷品

透過AR擴增實境，原本平面的廣告印刷海報、型錄可在電腦螢幕上進行3D立體虛擬實境的呈現，使用者還可以更換型錄上的要素。例如飯店房型型錄DM結合AR技術，透過APP掃描，即可預先欣賞飯店的房型、周邊景觀；演唱會的海報結合AR技術後，掃描演唱會海報後即可觀賞一小段演唱。因此，導入AR擴增實境的平面廣告印刷品、型錄，

將可以提供遠較傳統平面型錄更為豐富的資訊。

C. AR 擴增實境運用於推廣行銷活動

各類推廣行銷活動中的互動遊戲及體驗，在行銷推廣活動中安排尋寶遊戲，可以透過下載APP軟體，在活動場域中尋找觸發點，並可得到活動驚喜一份，增加活動趣味性並達吸引人潮參加，客戶廠商也可將要傳達之活動訊息或活動廣告置入至觸發後之影像，達到宣傳推廣之效益。

(3) 本案關鍵技術：

透過擴增實境的整合與應用，使用者對於廣告行銷將有新的使用體驗。有別於傳統的二維圖像QR CODE之廣告宣傳方式，擴增實境可提供更豐富多元的視覺資訊呈現。除不同的廣告資料露出方式外，使用者亦可透過擴增實境的虛擬元件進行互動，搭配趣味性與創新性的應用與組合更能提升廣告行銷對客戶的吸引力。本案除應用於印刷宣傳品除外，將延伸應用於展覽發表研究上，初期應用於現有客戶案例上，因現有之客戶已有相關影片與發表多媒體，提供AR創新服務平台使用，進而製作成案例，進而提升公司開發其他客戶之實力，帶領高雄印刷產業推廣印刷與IT產業合作，促進地方產業發展。

(4) 本案質化效益：

- A. 增進廠商平面廣告印刷產品的特色，主動創造印刷需求與增加廣告效益。
- B. 拓展跨領域異業結盟資源，增加業務服務多元化。
- C. 透過印刷產品數位化，應用虛擬實境 AR 技術，使印刷產品更具互動性與專業化，同時並提升印刷產品價值。
- D. 幫助傳統印刷廣告產業轉型，建立數位多元服務產業形象。
- E. 增加媒體曝光，提高品牌知名度。

(5) 本案量化效益：

- A. 完成整合行 AR APP 一款。
- B. 協助導入行銷推廣活動一場，提高廠商文創印刷輸出品牌知名度。
- C. 增加產值：1,000 千元。
- D. 促成投資額：500 千元。

(6) 完成輔導後未來的預計發展規劃：

目前高雄印刷業只侷限於平面印刷，廠商除平面設計到印刷成品，跨足學術研討會及醫學展覽都有業務承接，利用 AR 的擴增實境體驗，讓平面的設計可以跳躍於眼前，讓客戶體驗豐富進而願意付費做身歷其境的體驗行銷。未來營運模式可透由此

概念，延伸公司對於客戶的服務性，由於公司的客戶大多為醫界產業，為了可以在時間就是金錢的時代裡，很快的讓一般民眾了解各種產品的應用，利用在印刷品掃描 AR 後，立即體驗進而連結到客戶所需要的產品或資訊，進行了解到產生消費行為。

(7) 本案輔導照片如下：



圖 23 AR 擴增實境與廣告印刷結合應用輔導照片

1.4.4 「馭墨坊企業有限公司」，輔導內容為-「AR 擴增實境與廣告印刷結合應用多功能工藝禮盒文創設計應用」。

(1) 本案面臨問題：

- A. 具多功能禮盒設計與開發能力，累積許多具功能性之結構盒型能，圖像及結構材質上運用與文創的概念結合，客製化設計禮盒推廣，但因都由大陸生產打樣，最少訂購量皆為兩千起跳，庫存量且需大坪數儲存空間，在商品運送與包裝上需耗許多人力。
- B. 缺乏國外市場拓展與行銷，馭默坊主要營業項目已擁有國內固定之五星級大飯店的客戶與訂購量，如要突破現階段營業額與商機，應朝國外市場拓展，因應國外地方特色，改變禮盒內容物，將多功能禮盒行銷推廣至全世界。
- C. 公司內部缺乏禮盒打樣設備，公司主要印刷設備為數位列表機，目前因設計漸走工藝盒設計，缺乏雷雕與割盒機設備做各材質式樣打樣。透過輔導計畫案，輔導廠商應用各式新媒材與創新材質上的印刷輸出，刺激市場新的印刷需求，滿足消費者對新媒材的印刷期待。

(2) 輔導內容及解決方案：

A. 多功能禮盒開發應用風格/概念

將環保與藝術展出重複使用、再生、續用性、機能性等概念做發想，經討論發現生活中的禮盒包裝可重複使用機率低，卻又不可避免消耗使用，製造更多的回收及汙染。因此以收禮的人不會認為包裝是一種累贅，進而創造另一種附加價值，未來將重新設計一個具有功能性可另外使用的包裝，達到重複使用，減少垃圾的產生。

B. 多功能禮盒開發應用形式/機能

環保機能與概念一直是包裝發展最重視的議題。以水果禮盒為例，將常見的紙類材質以木質取代，以提升包裝再生產品的耐用度。

本輔導內容之主要設計理念為提供生活趣味與休閒娛樂之功能性禮盒設計，其包含除包裝月餅外，還可將禮盒結構組盒成西瓜棋盤、西瓜棋子、棋盤底座，在中秋賞月的夜晚，能一邊賞月一邊下棋娛樂，增進家人朋友之間的情感交流，在新型設計上未來可再朝研發創新方向努力前進，結合在地文化特色，達到行銷客戶的目的。

表 1 多功能禮盒技術/產品評估指標表

項目	指標或規格	功能與應用
棋盤功能禮盒設計	結構穩固、內附西瓜棋子、棋盤、棋座、可任意組合具娛樂性及生活化之棋盤遊戲。	具娛樂性及趣味性之棋盤功能禮盒。是中秋節送禮的好選擇。

(3) 本案關鍵技術：

本創作為具環保多功能禮盒棋盤組，包含一盒體，盒體中加設一放置棋子的卡槽，並連接一內隔板，該內隔板具有二平面，該一平面繪有棋盤，可平放擺棋娛樂；另一平面則設有一易於拿取之凸部，於收納時，方便使用者收放，該盒體上蓋處則設有與該內隔板相連之兩側板，收納時具有封閉防止異物灰塵進入盒內之封蔽效果，藉由禮盒外觀及內造之改變，使其除了具有原本之包裝功能外，更兼具奕棋之娛樂效果，平常作為收納之置物盒，於需要時，可將內隔板取出摺合於盒體上，配合本創作所製作之棋子，達到奕棋娛樂的目的。

(4) 本案質化效益：

- A. 健全設計部門的獨立自主功能，使公司相關成員具備自主開發設計的能力，進而協助企業發展。
- B. 促進國內中小企業轉型，提供文化創意產業發展的創新模式，提昇我國企業之競爭優勢。

- C. 作為未來近似專案之參考，對其他相關產業有技術擴散，經驗轉用的價值。
- D. 提出多功能再利用禮盒設計案例，達成提高附加價值的功效，提供產業環保發展的正面示範。
- E. 藉由系列創新產品設計搭配整體視覺規劃，增加行銷展現效果與競爭力，進一步建立業者公司的優良形象。

(5) 本案量化效益：

- A. 協助申請新型設計一款專利。
- B. 參加國內印刷相關展覽一場，增加廠商品牌曝光率及提高設計品牌知名度。
- C. 增加產值：1,300 千元。
- D. 促成投資額：500 千元。

(6) 完成輔導後未來的預計發展規劃：

未來公司設計方向將環保與藝術展出重複使用、再生、續用性、機能性等概念持續做發想設計理念，避免製造更多的回收及汙染垃圾。讓收禮的人不會認為包裝是一種累贅為設計目標，進而創造包裝設計另一種附加價值，將設計一個具有功能性可另外使用的包裝，達到重複使用，減少垃圾的產生。

(7) 本案輔導照片如下：



圖 24 AR 擴增實境與廣告印刷結合應用多功能工藝禮盒文創設計應用輔導照片

1.4.5 「翊揚企業社」，輔導內容為「包裝規劃設計應用於實驗農園農特產」。

(1) 本案面臨問題：

雖然印刷產業自古以來本就是民生必需的重要產業之一，但對於這個產業在市場競爭激烈、薄利多銷的經營策略之下，促使業者思考轉型事業第二春。近年來，回應於環境共生與糧食危機的概念之下，城市農園的新興經濟模式逐漸受到重視，而在有效利用有限耕地及的前提之下，如何透過小面積的複合使用方式也受到反響，一種新興的都市農業生產模式開始發展起來。

A. 缺乏品牌及市場行銷概念

翊揚企業行過去長期的營運經驗中，均以印刷服務業為主，對於品牌塑造並無特別需求；但顧及到拓展有機實驗農園的農特產品潛在效益之餘，則必須創造過去所沒有的品牌形象，逐步塑造進軍市場行銷的規劃。

B. 欠缺具市場差異化之包裝禮盒

當前翊揚企業行對於實驗農園所生產的農特產品並無處理包裝設計。而傳統農特產包裝禮盒多為印刷廠或是農會公版，包裝大同小異，風格品質較不講究，非有效的行銷模式。

雖然偶爾參與有機小農創意市集，但僅以塑膠袋將農特產包覆整齊，影響消費者選購意願。

(2) 輔導內容及解決方案：

A. 視覺識別形象設計

隨著產業變化快速、競爭加劇，品牌形象與維護重要性已不可輕率。在整個企業的行銷策略當中，實在難找到還有任何比品牌更重要、更難經營的任務。品牌可能是無形的、沒有實體的一個名稱，也可以說是一種符號，它用來識別不同企業的產品和服務，進而和競爭者有所區別，企業若擁有知名與被信賴的品牌，將可以獲致強大的競爭優勢，甚至建立進入障礙。

B. 農特產品禮盒包裝設計

農特產品的包裝較為注重在功能性及實用性上面，對於設計及風格的呈現較不重視。但時至今日，消費者對於包裝的設計重視程度絲毫不亞於對於品質的要求，有些消費者更甚而有之的直接以商品包裝的第一印象做為選擇購買的依據，這也是傳統農特產較未注重到的一環。

(3) 本案關鍵技術：

考量到農特產抗菌、抑制菌類，並延長蔬果保鮮期的目的，嘗試規劃特殊紙材應用；另外包裝設計部分則採用具有保護結構機能的設計進行，避免搬運過程中，對於農特產品所可能造成的影響。

(4) 本案質化效益：

- A. 在既有印刷產業基礎上厚植包裝設計能量。
- B. 受輔廠商建立品牌視覺形象識別系統一套。
- C. 輔導廠商拓展實驗農園農特產品，成為廠商第二服務能量，並可服務其他小農整合應用。
- D. 可將實驗農園發展作為企業、學校、鄰里等社會各界優良環境教育資源。

(5) 本案量化效益：

- A. 開發包裝設計規劃 1 組。
- B. 連結 1 處實驗農園交流、促進生態環境教育。
- C. 完成品牌視覺應用規劃 1 款。

(6) 完成輔導後未來的預計發展規劃：

後續持續朝向在廠商暨有印刷技術的產能條件下，輔導提升實驗農園精緻農特產包裝設計，並與小農交流結盟，拓展潛在市場契機。

(7) 本案輔導照片如下：

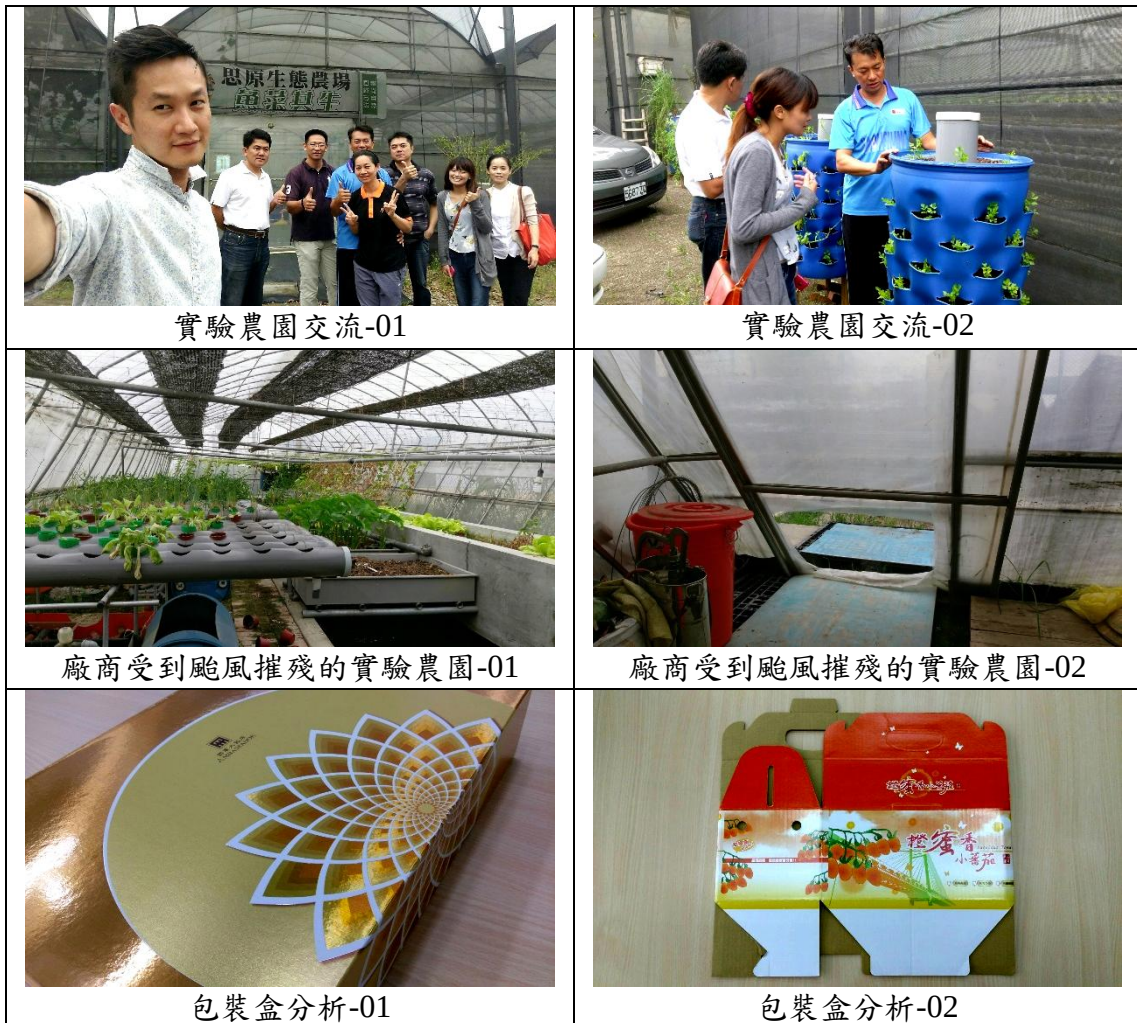


圖 25 包裝規劃設計應用於實驗農園農特產輔導照片

1.4.6 「秀峰特殊印刷股份有限公司」，輔導內容為「特殊印刷材質模組開發打樣計畫」。

(1) 本案面臨問題：

廠商有感於在台灣印刷技術已經逐漸發展到一個瓶頸，而業界通用的 UV 直噴印刷技術由於入門門檻低，造成業界服務類型與技術大同小異；因此亟欲在市場中取得一支獨秀的定位。

A. 台灣市場曲面物件實體應用案例較為缺乏：

為了與傳統 UV 直噴技術服務做出明確的區隔，業者刻意以「特殊曲面印刷技術」作為業務推展方向。依據業界普遍經驗而言，除了一般平面素材之外，一般曲面物件應用大多以烤漆方式進行處理，然而烤漆工法卻無法精準定位在物體上，對於業者需求及預期效果很有可能因此打折。

也由於此，受限於既有印刷設備技術的因素，市面上曲面物件以印刷的實際案例較少，也因此，足以展現業界潛在市場需求的機會。

B. 公司在台仍屬草創期，市場知名度較低，亟待拓展市場能見度

秀峰公司在日本已有三十多年業界經驗，且具有相當程度的市場佔有率，在台灣註冊於 2015 年底；進行了戰略佈局的調整，屏除傳統 UV 直噴技術，而特別引入高精度、全

彩、曲面、精準定位及防偽等多機能應用技術實用化專利，投入競爭市場。由於在台灣市場來說，特殊印刷的觀念相當新穎，目前也正穩健拓展市場知名度，將印刷專利技術服務與應用的機能渲染，廣為人知。

C. 同仁對於印刷領域相關專業知識較為缺乏

由於秀峰特殊印刷股份有限公司為新創公司，新聘任人員大多缺少對印刷領域的認知，降低公司同仁於相關專業文書作業的時效，為了提高生產運作效率，需透過輔導計畫規劃教育訓練課程以補齊不足。

(2) 輔導內容及解決方案：

A. 開發特殊印刷材質模組打樣

目前秀峰印刷在國內仍屬草創階段，仍在逐步累積台灣市場的業績與實務案例，穩健地進行曲面印刷及防偽印刷技術應用推廣。應用於較複雜的印刷物件為秀峰印刷主要技術能力。目前配合市場測試需求，已結合軟矽膠素材、TPU 橡膠及車線印刷等連結曲面及防偽印刷技術等材料應用進行特殊印刷作業；以及配合市場上業主需求進行打樣測試。

B. 輔導廠商積極參展、推廣業務曝光

秀峰印刷甫成立於 2015 年底，實際運作時間尚短，市場對其相對陌生，知名度不足；

本計畫規劃秀峰印刷參與 TIGAX 展覽，藉以增加公司服務動能及品牌之曝光，吸引後續潛在市場合作。已輔導參與 2016 年 9 月 22 日（四）至 2016 年 9 月 25 日（日）將於台北世界貿易中心展覽大樓所舉辦之第 16 屆 TIGAX(Taipei International Graphic Arts Exhibition) 台北國際印刷機材展。在展會期間，不僅帶給參觀者最新的技術與訊息，也提供參展商無限商機。

C. 印刷相關知識之教育訓練與課程規劃

已於 105 年 9 月 28 日、10 月 4 日兩日，於勞工教育中心為秀峰特殊印刷開設教育訓練課程。將印刷相關之教育訓練與技術知識等 Know How 貫徹到公司各階層所有同仁的專業素養之中，始之具備專業印刷思維。

(3) 本案關鍵技術：

本案輔導過程中，藉由透過印研中心能量，連結國際性展會、並援引南部印刷商業同業公會的（如高雄市印刷商業同業公會、高雄直轄市印刷商業同業公會）與廠商彼此連結，並成功促進受輔廠商加入公會體系。

另外並透過印研中心在產、官、學、研不同區域的角色，在廠商暨有專利技術的與人際網路的條件下，輔導拓展特殊曲面印刷的市場契機。

(4) 本案質化效益：

- A. 輔導廠商拓展模組造型打樣，刺激市場需求、拓展業務發展，並有效曝光，增加市場能見度。
- B. 透過國際性展會參展、產品應用曝光，促進潛在合作機會拓展市場知名度，增加服務訂單。
- C. 使受輔導廠商各階層同仁，均能對於既有印刷技術產生認識與知識的全面升級。

(5) 本案量化效益：

- A. 開發特殊打樣模組 1 組。
- B. 輔導參展 TIGAX 國內 1 場次。
- C. 教育訓練課程 18 小時。
- D. 促成投資額：300 千元。

(6) 完成輔導後未來的預計發展規劃：

後續將持續朝向曲面特殊印刷需求廠商，如遊艇業、機車工業、汽車工業車體及車內塗裝、卡片類（如信用卡、捷運卡、金融卡或其他側緣曲面角度印刷應用需求者）的業務合作，並輔以連結實習生教育訓練，以利於未來職場銜接。

(7) 本案輔導照片如下：



圖 26 特殊印刷材質模組開發打樣計畫輔導照片

1.4.7 「亮明紙品有限公司」，輔導內容為「主題文創明信片暨 AR 開發 應用計畫」。

(1) 本案面臨問題：

公司營運皆屬於紙品銷售與代工印刷，在印刷同業中已有一定的口碑，但因為大環境影響，仍需積極突破轉型升級創造自家品牌，進而行銷公司企業品牌。現階段面臨問題如下：

A. 大環境下的競爭影響利潤不高

印刷廠業內主要為代工印刷與紙品銷售，同業競爭激烈，彼此具有競合關係；在市場自由競爭之下削減彼此利潤空間。

B. 開發設計方面的案件比較少數

公司業務除了提供專業紙品供應服務之外，有關印刷業務主要接受客戶直接下單、提供檔案委託製作，公司自主開發案件需求較少，因此尋求內部轉型，醞釀自主開發設計能量，提供更多服務。

C. 因開發產品經費太高，遲遲無法執行開發

由於公司業務主力為紙品販售服務及客戶委託印刷製版；同時過去開發的需求較少，若對於公司業務轉型之需求目標，以公司自主能量開發新型產品的所需經費成本仍然過高，因此造成公司卻步，研發效率較為緩慢，成效有限。

D. 因人手不足，能投入心力有限

公司現有共六個部門，人員為 24 人，各司其職。但對於美工設計部門的任務導向而言，除了處理日常服務客戶的繁重工作，能專心投入產品研發的心力及時間仍然受限。

(2) 輔導內容及解決方案：

A. 以知名景點明信片為例，開發製作文創新產品

以開發高雄特色景點為主題系列的產品，融合景點特色及結合在地的符號與周邊資訊，並輔以結合 AR 擴增實境資料庫應用，以及未來透過 IOT 互聯網暨技術，將受輔項目加值提升，使原本傳統的平面明信片產生更豐富的使用效度，進一步與消費者產生資訊及影像互動價值，並拓展未來連帶性潛在商機。

B. 嘗試使用不同紙材印刷，呈現不同效果

結合公司優勢業務，透過不同材質的紙材印刷，可呈現截然不同的視覺及觸覺上的差異。

C. 結合高雄地區觀光，開發出互動式明信片

計畫以高雄特殊觀光景點作為設計之對象，可在此基礎上以 AR 技術應用，輔導廠商之技術支持，發展新的行銷模式。

(3) 本案關鍵技術：

本案輔導過程中，藉由透過印研中心 AR 技術整合，輔導廠商設立影像資訊觸發點、規劃線上雲端空間儲放資料量，並藉由數位化載具（如手機）下載相對應的 APP，與之搭配使用。

(4) 本案質化效益：

- A. 結合高雄市光觀及創造地方性景點產品、輔助城市行銷。
- B. 藉由明信片的規劃設計，因互動性高、主題自明性明確，加強觀光景點資訊的深度與廣度。
- C. 除了在明信片上展現地圖概念外，有助於區域性意象，並可供消費者隨手記錄下每刻的感受、並散播至朋友圈。

(5) 本案量化效益：

- A. 規劃主題 AR 明信片 1 組。
- B. 嘗試不同材質應用，增加銷售額約 100 仟元。
- C. 促進就業人口 2 名。

(6) 完成輔導後未來的預計發展規劃：

未來可嘗試結合其他符合各地特色類型機關（構），如佛光山、旗津、壽山動物園，甚或是其他具有觀光價值的場所等形象需求，來進行不同主題系列的創作開發構想。

(7) 本案輔導照片如下：



圖 207 主題文創明信片暨 AR 開發應用計畫輔導照片

1.4.8 「敦阜形象策略有限公司」，輔導內容為-「外銷性盒型設計打樣精緻化暨推廣輔導」。

(1) 本案面臨問題：

敦阜形象策略有限公司認為，市面上大多的強勢品牌是被策畫而來的，在每個品牌創造或轉型的過程中，第一步即要能精準掌控商品特性與市場的價值及差異化，便能完美降落於未來市場，因此清楚分析市場趨勢，為商品尋找適合的位置式初步執行的關鍵之一。敦阜形象策略有限公司所提供的服務包含企業識別規劃、動態媒體設計、空間建築設計、品牌諮詢顧問、平面視覺設計、文創產品開發、市場溝通定位、產品包裝整合及廣告行銷規劃。

在南台灣設計產業兢兢業業二十餘年來，讓設計與創意不再只茁壯於北部，而是充分融入體現於所有生活中，讓美學與美感並進成為自我風格呈現的日常藝術。但位於屏東市的敦富仍舊面臨諸多不可抗的城鄉差距所造成的問題，以下列舉包含：

A. 設計端與印刷端銜接不易

印刷廠無法及時支援，使得打樣及產出的成品品質不均，設備不足下的設計規劃、打樣、修正至製作時程延遲。而企業內部設計師並無印前技術養成，造成校色延遲。

B. 敦阜所承接之包裝設計大多偏向食品性，為避

免侷限服務項目，故藉由此計畫拓展其他品項。

(2) 輔導內容及解決方案：

A. 藉由本計畫執行，導入印刷及打樣能量，逐步培養企業將設計與精緻印刷銜接，提升企業競爭力:輔導企業設計師了解印前印後設定流程，降低稿件來回校對之人力成本。

B. 藉由本計畫執行，提升企業開發具外銷實力之盒型包裝軟實力 L 本次計畫將開發四式商品包裝包含:面膜、膠囊、隔離霜及菁華液，同時輔導業者跳脫既有之食品包裝，拓展至生技產業，投入包含面膜系列組、保健食品組、隔離霜外盒與防曬菁華液外盒，並為提升品牌整體精緻度，令延伸製作周邊印刷品包含品牌故事、產品說明與提袋等。

(3) 本案關鍵技術：

本案輔導過程中，藉由高雄 R7 印藝無限設計打樣中心的設計能量，從概念圖、全案草圖至展開圖繪製皆透過 Adobe photo shop、Adobe Illustrator、3D max 等電腦輔助軟體，並協助業者完成產品設計過之使用者人因工程等面向，來結合既有的設計美學技術，完成本計畫所提出之精緻盒型開發。在打樣階段輔導業者以 ESKO 割盒機進行以環保紙材(綠能卡、原生卡及環保卡)進行彩盒製作，並在此階段全程培養企業內部設計師建立油墨

與紙材觀念、共同參與樣品校正比對，銜接後端知識與經驗，並評估成本與量產可能性進行調整。

(4) 本案質化效益：

- A. 導入穩定印刷及打樣能量，提升企業競爭力及微轉型空間：在電腦輔助設計製稿完成後，為使樣品與成品精緻度一致，以專人協助指導印前設計定，增進企業設計師對於印刷設備、操作與油墨、紙材適性的專業知識，使企業在此次輔導後對於未來打樣、測試、製圖等相關作業流程效率大幅提升，降低印前印後所後費之人力成本；後期銜接量產性印刷廠商便穩定於訂樣後之製作。
- B. 國內或國外展會推廣：樣品完成後將輔導業者參加相關設計競賽及評選，提升品牌及廠商知名度，並協助規劃完整之周邊商品以利整體產品精緻度並參與至少一場次之國內或國外展會，加強商品曝光，拓展相關海外市場。

(5) 本案量化效益：

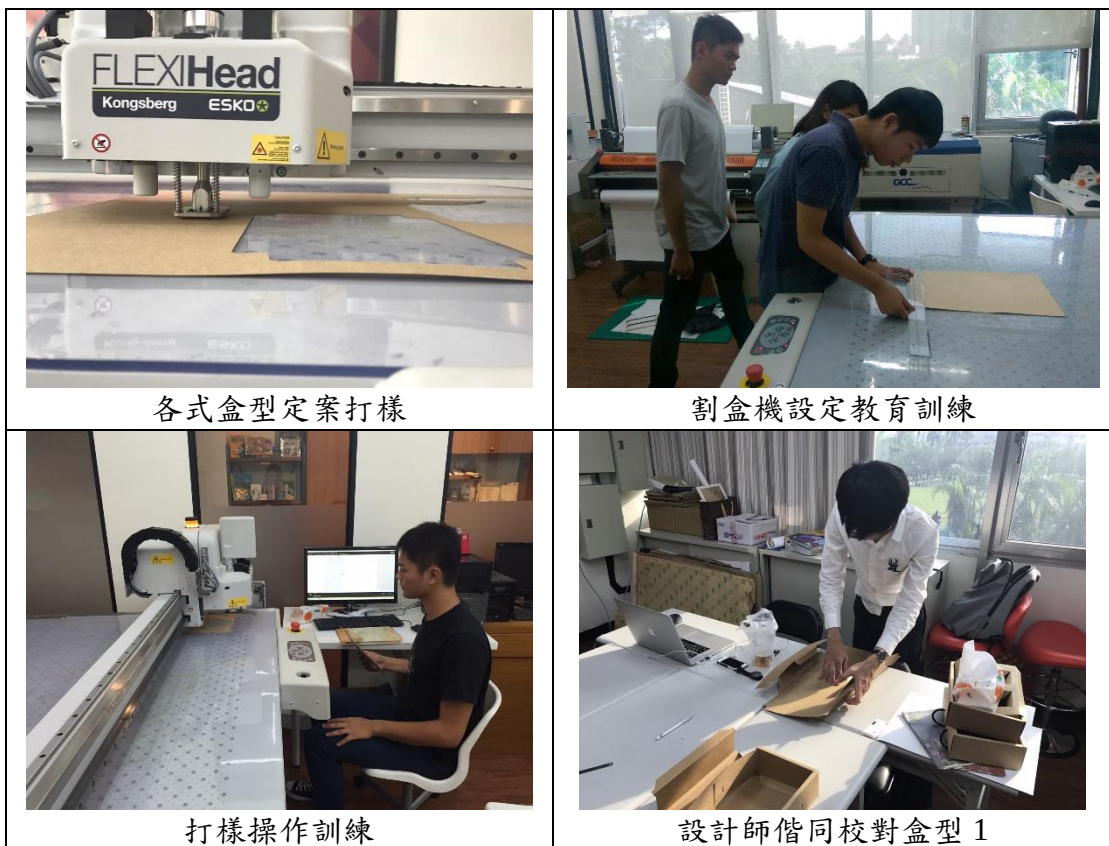
- A. 完成設計企畫書一份
- B. 完成盒型開發及視覺包裝設計 6 式。
- C. 參與國內或國外相關展會推廣 1 場次。
- D. 預估提升產值：500 千元。
- E. 增加投資：50 千元

(6) 完成輔導後未來的預計發展規劃：

後續將以此輔導案所開發之各式盒型媒合當地印刷廠商協助進行往後量產作業，根據輔導內容中，針對企業內部設計師之教育訓練將不定期調查此訓練成果是否實質回饋於業者在設計定稿後與印刷廠的雙方溝通。

並積極將各盒型以系列組合之方向發展出企業贈品、節慶禮盒等衍生商品，拓展通路市場，同時將申請包裝紙材環保認證，藉此次輔導成果打響品牌名號、提升海外競爭力。

(7) 本案輔導照片如下：





設計師偕同校對盒型 2

圖 28 外銷性盒型設計打樣精緻化暨推廣輔導輔導照片

1.4.9 「光陽非碳紙品有限公司」，輔導內容為-「各式非碳紙品印刷適性打樣暨推廣輔導」。

(1) 本案面臨問題：

光陽非碳紙品有限公司於 105 年初面臨此類紙材的被取代性問題，包含由於網路作業使效率提升，而逐漸普及化的作業過程，電子發票、環保紙材逐漸被受重視後，非碳紙材的市佔率也有逐漸下滑的趨勢，而有鑑於上述問題，其實非碳紙材是非常廣泛應用於事務用紙，雖然普及但由於此屬專業用紙，民眾無法在使用者經驗中獲悉相關知識與特性，因此無法將非碳紙進行具體明確的生活化。

另外則是公司為典型商業騎樓店面型態，現階段所有設備機台、行政會計辦公桌、及待出貨之以加工紙品皆囤放於一樓共同空間執行，另一樓後方則以塑膠簾區隔出倉庫囤放備料，分條複捲機運作過程中所產生的噪音、空壓機和馬達運

轉的熱氣於室內中難以提供足夠的循環，使得工作環境不良，而待出貨之紙品堆疊於廊道兩側影響通道動線，因無妥善規劃造成整體空間狹窄、光線不明、空氣不佳、以此計畫之目的除建立企業於市場之競爭力外，更須提升整體工作品質於環境質感才有利於擴展規模、網羅人才、奠定企業之優良形象。

綜觀以上二點說明，本案所面臨的問題為：非碳紙品的被取代性、場域空間動線不佳；將藉由此次計畫經費挹注進行兩項輔導。

(2) 輔導內容及解決方案：

- A. 導入完整印刷及打樣能量，逐步讓傳統紙品業建構銜接印刷與設計業-輔導業者針對各式非碳紙品進行色彩打樣、透過彩色圖像呈現之精緻度、尺寸與油墨測試結果，進行歸類、歸檔、彙整、彙編成冊，以彙編成果提出「延續非碳紙品使用度」與「非碳紙品文創加值轉型」二方案，輔導並培養企業拓展新市場、建構微轉型空間，創造具有翻轉傳統非碳紙材的話題性亮點、提升競爭力。
- B. 將企業原空間場域進行重整，以不更動建物結構為前提，規劃庫存區、設備操作區、出貨區與接待區等室內設計圖面提供企業做未來調動之參考。

(3) 本案關鍵技術：

本案輔導過程中，藉由高雄 R7 印藝無限設計打樣中心設備室中的 Epson 大圖輸出機與 KONICA Minolta-C1070 數位印刷機，協助計畫所需針對五式非碳紙與熱感紙進行印刷打樣，從 Aillustrator 設定 CMYK 色彩(純色、雙色、框內框外色以及粗細度、透明度)再進行印刷於紙樣的辨識度、飽和度與紙材的黏著度；為使企業原空間場域於未來微轉型中進行重整，以 Sketch-up 與 key-shot 二項軟體繪製庫存區、設備區、出貨區、接待區與行政區等五大作業空間之室內設計圖面，進而升級企業形象拓展族群。

(4) 本案質化效益：

- A. 在特殊紙材做印刷適性結果彙編後，針對具特色性紙材提出延續與加值的使用方案，以感熱度高的特色紙材提出文創手作品概念，延續逐漸被電子化所取代的熱感紙於市場的應用。
- B. 規劃完整的接待區(會議室)以及從設備操作區域直接經過行政、會計直至出貨端的軌道將有利於業者後續進行轉型所需空間，並提升出貨與會計效率。

(5) 本案量化效益：

- A. 完成光陽非碳紙品有限公司現有各式非碳紙品與熱感紙品共 5 款的油墨印刷打樣。

- B. 產出油墨印刷適性分析彙編 1 份。
- C. 根據適性分析提出延續非碳紙品使用度之結論、未來非碳紙品文創增值轉型方案各 1 項。
- D. 場域空間設計圖 1 組。
- E. 增加產值：400 千元。
- F. 促成投資額：100 千元。

(6) 完成輔導後未來的預計發展規劃：

後續將規劃依照此次輔導所提供之場域設計圖，進行相關重整提升企業對外形象，並以非碳紙與熱感紙的印刷適性結果所提出的延續與增值方案調整營運方向，預計於明年度著手於以熱感紙材特性開發相關文創商品或特色文具類產品，期望使非碳紙材與熱感紙材跳脫原有市場方向，開拓新形態商品，提升競爭力，以利於鞏固企業核心、增加人力。

(7) 本案輔導照片如下：



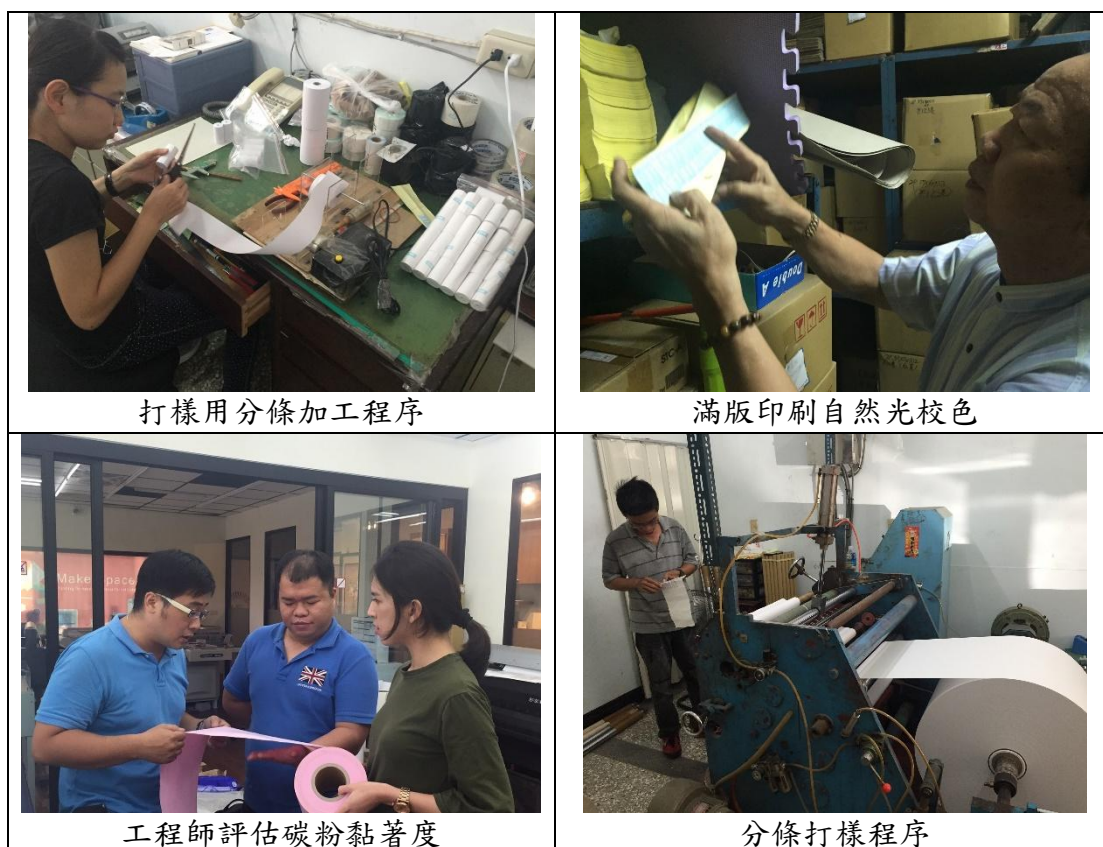


圖 29 各式非碳紙品印刷適性打樣暨推廣輔導輔導照片

1.4.10 「中富彩色印刷有限公司」，輔導內容為-「提昇印刷品質輔導計畫」。

(1) 本案面臨問題：

台灣印刷產業多以國內銷售為主，設備產能增加，市場需求卻沒有隨之放大，呈現供過於求的現象發生，業者為了增加市占率而犧牲毛利的低利潤時代來臨，價格提升不易。依賴台灣內銷市場，整體經濟不如從前，市場訂單越來越少，國內印刷市場成長不易的狀況下，業者也無法開拓外銷市場，產業發展受限。廠商面臨問題重點：

A. 廠商設備齊全，然其良率與印刷品質不穩定廠

商多年來持續斥資購買設備，唯印刷品質無法穩定，員工素質難以控制，需要人員培訓與印刷技術上的提升。

- B. 印刷成本偏高，獲利無法提升。隨著業者間競爭激烈，造成低利潤問題，業者需要降低印刷成本、管控支出、減少不必要的浪費來維持公司營運獲利。

(2) 輔導內容及解決方案：

- A. 介紹 ISO 10128 技術文件的說明，內容包含印刷校正、印刷特性化資料、校正流程說明、階調曲線的建立、階調曲線的對應方法。
- B. 色彩階調進行印刷調整與量測，利用製程的狀況協助人員學習印刷機狀態的判定，使執行人員學習利用設備儀器進行導表量測與紀錄，瞭解印刷機的階調表現特性狀態，找出修正曲線幫助製版部門進行調整。
- C. 介紹如何使用 G7 國際色彩標準工具-NPDC FanGraph 中性灰曲線為國際色彩標準規範，所提供 CMY 的疊印階調濃度曲線與 K 色的階調濃度曲線，依照中富公司現場狀況協助執行同仁使用大圖輸出設備進行手繪曲線的練習。
- D. 輔導以 G7 國際色彩認證為色彩品質控制標準建立製程標準化流程大致分為 5 個步驟:
 - a.印刷機穩定測試

- b. 測試樣張版面
- c. 校正 NPDC、HR 曲線
- d. 進行循環校正
- e. 國際色彩認證量測與評估

由專家與中心技輔人員現場輔導執行標準 SOP，協助機台校正與運作。

- C. 協助開發出具備外銷印刷水準之產品及推廣
協助廠商產品意象規劃，設計出創意視覺圖像，開發創意手提袋，以此產品推廣公司核心技術，提升競爭力。

(3) 本案關鍵技術：

本案輔導過程中，導入 G7 國際色彩認證相關規範，符合 ISO2846 相容的油墨，測量的工具 X-Rite iliSis，ISO 訂定標準的銅板紙張及油墨，Lab 值達到國際標準值，使用紙白能夠符合 ISO 標準的材料進行印刷，將印刷製程導入 G7 國際色彩標準 P2P 導表，進行印刷機參數狀態的評估與確認，包含下列項目：

- A. 灰平衡
- B. 版調曲線
- C. 網點擴大
- D. 中性灰曲線
- E. 油墨滿版濃度

F. 放墨量控制。

(4) 本案質化效益：

A. 印刷色彩品質上升，提升公司形象，增加公司爭取國外客戶訂單之機會。

B. 協助中富印刷製程標準化，改善公司印刷品質不穩定問題，減少客戶投訴機會。

C. 提高員工對於機器操作與色彩控制的了解度，減少出錯的機率提升印品良率。

D. 加入設計能量，增強公司核心競爭力。

(5) 本案量化效益：

A. 創意圖像一款

B. 減少製程成本 457 千元

C. 增加產值：600 千元。

(6) 完成輔導後未來的預計發展規劃：

依據 G7 相關規範的標準，達成製程標準化，並落實相關規範，維持好的印刷品質，將印刷品外銷至國外。

(7) 本案輔導照片如下：



圖 30 提昇印刷品質輔導計畫輔導照片

1.4.11 「鑫瑩企業股份有限公司」，輔導內容為-「直噴石材文創精品設計」。

(1) 本案面臨問題：

- A. 一般石材家具技術門檻低且市場漸趨飽和，形成流血競價的紅海市場。

一般石材家具製作技術簡單，幾乎各家廠商都有類似產品，至使市場漸趨飽和、業者流血競價。故業者希望能開發新產品類別藉以區隔市場，創造新的商機。

- B. 業者轉型開發客製化石材精品，受材料限制客製 LOGO 與名稱僅能以單調噴砂處理，難以滿足顧客需求。

業者目前開發客製化石材產品系列，礙於石材天然特性，長久以來表面僅能使用噴砂方式進行處理，較為單調難以滿足顧客在 LOGO 或個人圖像上的需求。

(2) 輔導內容及解決方案：

- A. 輔導業者導入產品設計流程，逐步培養企業創意設計人才以提升企業競爭力。

此階段透過基本草圖繪製確認完成電腦模擬圖，並協助業者完成產品設計過程之美學或人因等面向，結合業者既有的技術完成本計畫所提出之產品設計開發。

B. 輔導業者以既有印刷加工技術為基礎，結合產品設計概念開發時尚紙紮精品系列產品，並跨足客製化市場。

輔導業者以目前的精密石材加工技術為基礎，並善用直噴技術以天然石材的紋理搭配各式直噴印刷圖紋，輔導業者跨足精品消費市場。

C. 石材文創精品設計

目前設計上利用石材本身獨一無二的天然紋理為基礎，設計一內含磁性可供吸附收納如迴紋針、長尾夾等辦公小物的設計，另搭配直噴技術客製化印製圖文或 LOGO 於表面，成為客製化的石材文具精品設計。

(3) 本案關鍵技術：

A. 直噴技術的應用

直噴技術透過白、UV 墨水等特殊耗材，不僅可在各種材質上噴印，搭配升降平台適合各式立體物件噴印，更可以堆疊方式製作栩栩如生的木紋、皮革等擬真材質。與業者探討後將以直噴技術應用於石材精品上藉此展現直噴印刷的多元應用。

B. 石材加工技術

石材本身屬於不易加工的產品，如欲進行異型加工尚需仰賴人工進行挖孔與定厚的加

工程序，需要依靠加工人員的技術與經驗進行製作。

(4) 本案質化效益：

- A. 輔導業者參加國內相關展會推廣 1 場次：樣品完成後將輔導業者參加相關設計評選，提升產品、廠商知名度，並協助業者規劃後續包含產品拍攝、平面廣宣以及多媒體等廣宣活動，加強產品曝光，拓展相關市場。
- B. 導入設計能量，提昇企業競爭力：藉由本計畫的執行，增進公司員工對於產品設計流程及其特性之相關知識，提昇員工設計能量，增加多元設計能力。

(5) 本案量化效益：

- A. 完成石材噴印文創產品打樣 2 款。
- B. 增加產值：1600 千元。
- C. 促成投資額：1000 千元。

(6) 完成輔導後未來的預計發展規劃：

本案為國內石材產業首次將直噴技術導入石材產品之案例，未來將開拓印刷與石材產業合作機會，以創造新商機提昇產品競爭力。

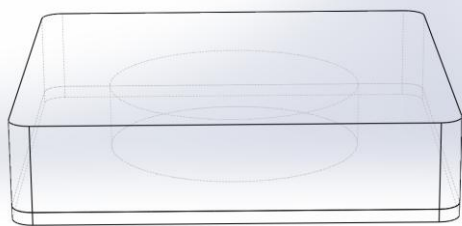
(7) 本案輔導照片如下：



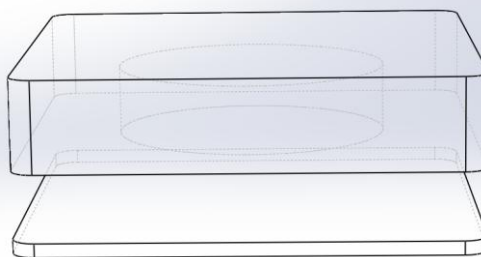
輔導人員共同討論內容



輔導人員共同討論內容



草圖繪製



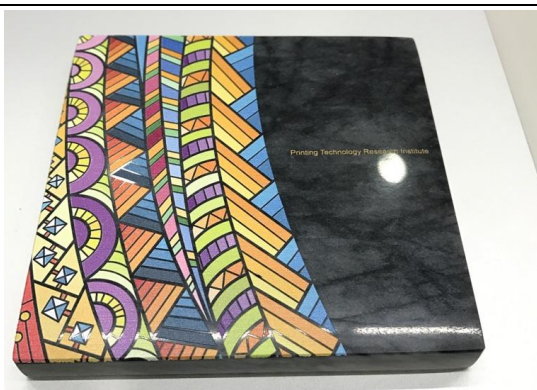
草圖繪製



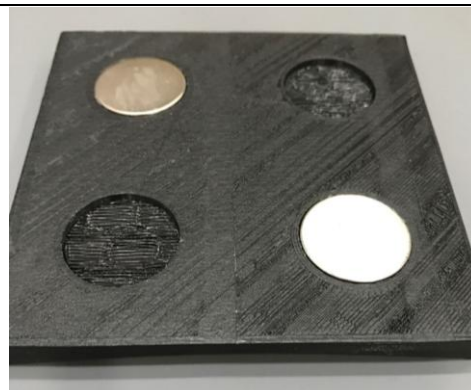
打樣製作



石材表面直噴打樣製作



石材表面直噴打樣製作 (3)



磁性底座打樣製作 (4)



圖 31 直噴石材文創精品設計輔導照片

1.4.12 「展聖企業股份有限公司」，輔導內容為-「時尚紙藝精品設計開發與推廣」。

(1) 本案面臨問題：

- A. 傳統印刷市場漸趨飽和，業界形成流血競價的紅海市場。

傳統印刷業製作幾乎各家廠商都有類似設備與產品，至使市場漸趨飽和、業者流血競價。故業者希望能開發新產品類別藉以區隔市場，創造新的商機。

- B. 業者轉型開發精緻紙紮產品，試產樣品頗獲市場好評，惟缺乏創意設計與推廣經驗，開發進度遲滯不前。

業者針對特殊印刷品需求市場拓展，開發精緻紙紮產品，試作樣品頗獲市場好評，惟過去主要作印刷代工較缺乏設計能量，對後續產品開發與推廣遲滯不前。

(2) 輔導內容及解決方案：

- A. 輔導業者導入產品設計流程，逐步培養企業創意設計人才以提升企業競爭力。

此階段透過基本草圖繪製確認完成電腦模擬圖，並協助業者完成產品設計過程之美學或人因等面向，結合業者既有的技術完成本計畫所提出之產品設計開發

- B. 輔導業者以既有印刷加工技術為基礎，結合產

品設計概念開發時尚紙紮精品系列產品，並跨足客製化市場。

輔導業者以既有的精密印刷技術為基礎，導入產品設計能量，輔導業者開發一系列時尚紙紮精品，期藉此跨足消費市場，開拓不同產品類別與服務。

C. 多元化開發紙紮精品

業者目前試做產品主要參考市售相關產品製作，未來將輔導業者開發不同房型設計並增加其他配件的設計開發以滿足相關市場需求

D. 開發不同房型產品系列

將配合市場需求設計開發較為簡易型的紙紮房屋與相關房型，滿足不同市場消費需求，並進一步協助業者針對其中家具、擺設等內容進行系統與模組化的概念進行規劃。

E. 開發配合節慶相關配件周邊用品

紙紮產品除了房屋類型以外，另一大宗主要為衣服、飾品以及近年來興起的 3C 用品等周邊用品，後續將輔導業者針對清明、中元節等相關節慶開發簡易活符合時節的周邊用品進行設計與開發以迎合市場需求

(3) 本案關鍵技術：

本案輔導過程中，藉由導入 SKETCH UP 系

統，提供客製化紙藝房屋開發輔導業者以目前業目前市售相關產品多為制式樣板製作，然隨著消費者自我意識的抬頭，許多消費者願意已較昂貴的價格尋求客製化與訂製化的產品，本案將輔導業者導入 SKETCH UP 系統，使其能快速編輯修改與模擬，回應顧客需求之客製化相關產品。Sketch Up 使用者包括建築師、設計師、建築工人、製造者與工程師，透過此軟體製造出色的作品。這些工具能將一件事（或兩件）做到盡善盡美。他們讓您發揮長才，但不需釐清如何使用。他們幫助您完成困難或的工作，並專注於發揮創意、生產力，或二者兼具。以自己獨特的方式呈現美感。

(4) 本案質化效益：

- A. 輔導業者參加國內相關展會推廣 1 場次：樣品完成後將輔導業者參加相關設計評選，提升產品、廠商知名度，並協助業者規劃後續包含產品拍攝、平面廣宣以及多媒體等廣宣活動，加強產品曝光，拓展相關市場。
- B. 導入設計能量，提昇企業競爭力：藉由本計畫的執行，增進公司員工對於產品設計流程及其特性之相關知識，提昇員工設計能量，增加多元設計能力。

(5) 本案量化效益：

- A. 完成時尚紙藝產品打樣 3 款。

B. 完成相關影片製作記錄 1 案次

C. 增加產值：1600 千元。

D. 促成投資額：1000 千元。

(6) 完成輔導後未來的預計發展規劃：

後續將協助業者針對客製化紙藝精品的部份加強軟體技術的應用，待技術成熟後更能銜接電子商務平台，透過網路即時的方式提供更為細緻的客製化服務，以創造新商機提昇產品競爭力。

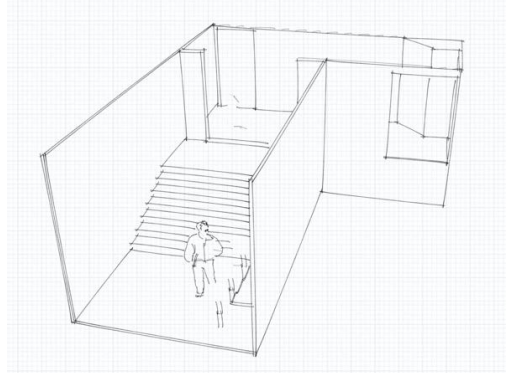
(7) 本案輔導照片如下：



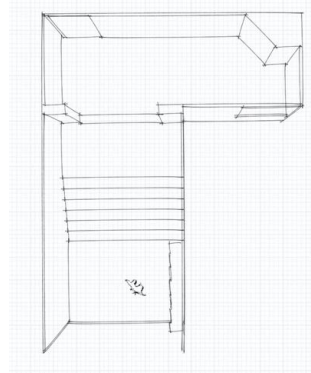
輔導人員共同討論設計內容



輔導人員共同討論設計內容



草圖繪製



草圖繪製



房型打樣製作



配件類紙藝精品打樣製作



2016 TIGAX 展出



2016 TIGAX 展出

圖 32 時尚紙藝精品設計開發與推廣輔導照片

1.4.13 「幫客思創意印刷有限公司」，輔導內容為-「精緻包裝禮盒設計開發輔導計畫」

(1) 本案面臨問題：

近年來依靠大幅降低印刷成本而興起的合版印刷業者，讓傳統印刷業者面臨價格戰的波及，導致一般個人或企業，對印刷品的品質要求皆日益降低，壓縮了傳統印刷產業的發展、生存空間，也直接導致產業產值無法提升、創新動能趨緩、競爭力不彰等結構性的問題。抵擋這股趨勢，唯有設法創造不同之產品區隔，努力爭取高單價產品，提升產品之功能性與質感、服務多元化之高附加價值，才是重要關鍵。

幫客思創意印刷有限公司本身具備豐富印刷業界經驗，面對合版印刷競爭下的削價競爭壓力，選擇轉型開發文創包裝設計印品的新市場，故尋求打樣中心的專業設計能量，提供結構設計與產品推廣上的協助，協助開拓多樣市場。

(2) 輔導內容及解決方案：

A. DVKN 手工保養皂禮盒包裝設計：手工保養皂盒本身包裝以禮盒方式設計，以符合產品本身較高價格的商品定位，並讓包裝本身都能具備被消費者使用與其他可重複再利用的功能；擬協助廠商開發可將固定手工保養皂的內襯直接取出作為皂盒使用的結構形式，可呈現精緻

化特殊包裝與環保紙材整合的成果。

- B. Berg 冰山礦泉水包裝設計：搭配特別的瓶身設計優勢，適合以創造高能見度的包裝法則來進行設計，外觀視覺部分擬朝產品原產地北極圈冰山的概念來進行設計，將冰山以幾何色塊方式呈現，融入設計當中以符合冰山水產品本身特色；另可搭配精緻後加工處理效果，如冷燙等特殊燙金效果，製造出冰山的視覺印象，以增加商品高附加價值與促成消費者購買行動。
- C. 商品行銷推廣：協助參與年度國內外展會活動，透過系列行銷活動，增加商品市場曝光度，積極拓展目標市場。

(3) 本案關鍵技術：

本案輔導過程中，藉由導入兼具商品保護性與展示功能之結構開發、以及搭配如冷燙等特殊精緻後加工技術，協助幫客思提昇所開發商品之附加價值，以開拓高利潤的包裝印品市場。

(4) 本案質化效益：

- A. 精緻包裝印品提升產品附加價值，進而提高品牌形象。
- B. 透過展覽與競賽參與，提高商品曝光度與市場能見度，促成潛在商機。
- C. 協助提升設計能量與企業形象。

(5) 本案量化效益：

- A. 完成手工保養皂盒與冰山水禮盒結構設計各 1 款。
- B. 完成手工保養皂盒與冰山水禮盒包裝視覺設計各 3 款。
- C. 促成潛在商機至少 300 千元/場 x2 場=600 千元。
- D. 參與 Pentawards 國際包裝競賽。
- E. 提供包裝設計風格收集完成技術手冊。
- F. 提升營業額 600 千元。

(6) 完成輔導後未來的預計發展規劃：

完成包裝設計與行銷活動推廣後，廠商已投入量產並預計上市銷售。

(7) 本案輔導照片：



圖 33 精緻包裝禮盒設計開發輔導計畫輔導照片

1.4.14 「光隆生技股份有限公司」，輔導內容為-「光隆海洋生技包裝飲用水新瓶型結構設計開發輔導計畫」

(1) 本案面臨問題：

光隆生化科技以海洋深層水為主要發展主軸，今年度預計將開發一支 550 ml 的小型瓶裝水，主打觀光飯店及民宿通路，由於瓶裝水開發需要結構設計及特殊印刷人才，然該公司地處台灣東部，找尋適合人才不易，加上公司內部設計人員經驗稍嫌不足，因此希望透過中心設計能量的導入，協助進行瓶型、瓶標、展架及外箱等一系列設計開發，藉以提高商品質感，增加銷售利基點，進而提高品牌市場知名度。

主要面臨問題包含：

- A. 商品開發成本無法有效降低
- B. 結構設計及特殊印刷設計人才較缺乏
- C. 包裝飲用水市場競爭激烈

(2) 輔導內容及解決方案：

本案輔導重點主要協助廠商進行新商品設計開發，包含瓶型結構、瓶標及相關宣傳品等，輔導內容及解決方案包含：

- A. 瓶型結構設計：

從海洋、洋流意念及東部在地元素出發，運用寶特瓶本身透明、遇光折射的特性，透過瓶身結構及加強環的設計運用，展現水的清涼感與律動感。

B. 瓶標設計：

因本案為以觀光飯店及民宿通路為主的開發商品，需因飯店不同進行客製化的瓶標設計，且需考慮開發成本，增加市場競爭優勢，因此將運用適合的標籤材質，增加商品質感及市場識別度。

C. 相關宣傳品設計：

配合本案商品瓶型及瓶標設計，進行紙箱及陳列展架設計，透過系列性的設計包裝，塑造商品整體視覺形象，藉以加強消費者印象。

(3) 本案關鍵技術：

本案輔導過程中，藉由瓶型、瓶標、展架、外箱等一系列的設計開發，導入立體結構設計、3D 建模及特殊印刷等專業技術，協助光隆建立系統化瓶型開發流程，藉以降低產品開發錯誤率及成本，進而提升產品附加價值及市佔率。

(4) 本案質化效益：

A. 藉由瓶型結構、瓶標及周邊設計物的溝通過程，提升該公司員工商品設計及開發能量。

B. 透過對商品結構及包材特性的掌握，協助減少

商品生產及製造過程的錯誤率，降低開發成本。

C. 協助優化產品包裝形象，提升品牌市場辨識度。

D. 透過國內外展覽推廣活動，促成接單機會。

(5) 本案量化效益：

A. 完成瓶型結構設計開發 1 款。

B. 完成瓶標設計 1 款。

C. 完成展架設計 1 款。

D. 完成外箱設計 1 款。

E. 完成國內外參展 2 次，促成潛在商機：1,000 千元。

F. 提升營業額 8%：2,800 千元。

G. 降低生產成本 3%：1,000 千元。

(6) 完成輔導後未來的預計發展規劃：

完成輔導後將進行產品試量產、堆疊測試及量產上市，預計年底進行新品發表，並針對目標觀光飯店及民宿市場行銷宣傳。

(7) 本案輔導照片：



與廠商討論開發需求



與廠商進行執行內容細部討論



設計溝通會議



設計提案會議



國內參展-美食伴手禮展



國內參展-美食伴手禮展攤位佈置



國內參展-美容化妝品展

光隆生化科技股份有限公司



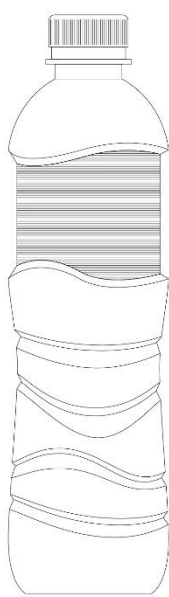
光隆海洋生技隸屬於台灣花蓮光隆集團，於2003年響應政府東部藍金產業開發計畫，開始規畫設置深層海水取水系統，並耗資千萬淨水設備將海洋深層水中豐富礦物質及微量元素多元化產品開發。

「特蒂斯Thetis」品牌名稱源於希臘海洋女神，兼具美麗與智慧。光隆海洋生技於太平洋深海618公尺，發現特蒂斯(Thetis)的誕生地，將其特性利用在美妝保養品上，產品中豐富的『海洋原生鈣』、『礦物質』與『微量元素』，能釋放源於女性自身的美麗。

擁有「特蒂斯」，會讓您由內而外，展現自身魅力。
Thetis, Free Your Inner Beauty and Inner Light!

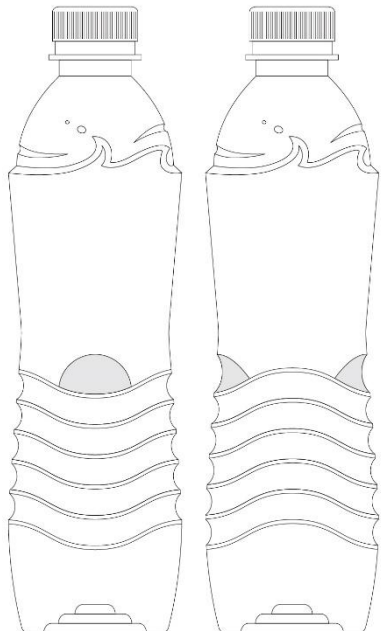
國內參展-美容化妝品展攤位佈置

海洋深層水瓶型-深海洋流版 23.5cm X 6.5cm



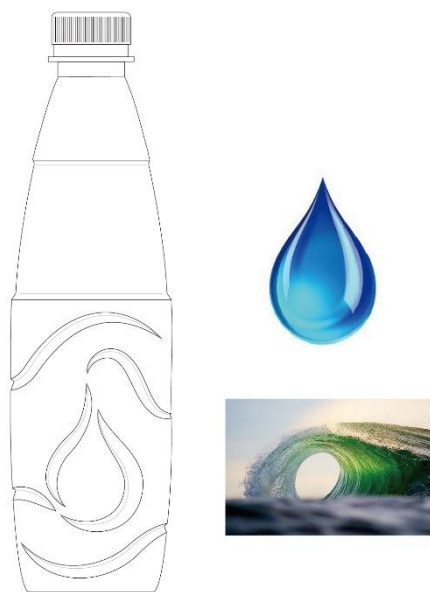
瓶型設計圖稿 1—深海洋流版

海洋深層水瓶型-後山日先照版 23.5cm X 6.5cm



瓶型設計圖稿 2—後山日先照版

海洋深層水瓶型-深海純淨水滴版 23.5cm X 6.5cm



印刷暨文創商務設計打樣中心

瓶型設計圖稿 3—深海純淨水滴版



深海純淨水滴板模擬圖

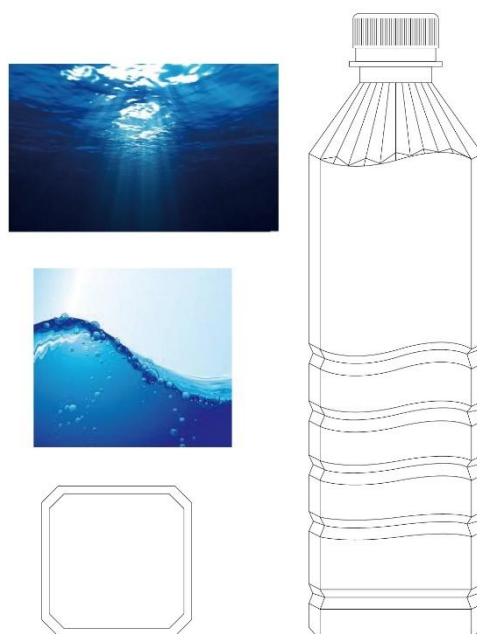
海洋深層水瓶型-方形洋流曲線版 23.5cm X 6.5cm



印刷暨文創商務設計打樣中心

瓶型設計圖稿 4—方形洋流曲線版

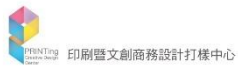
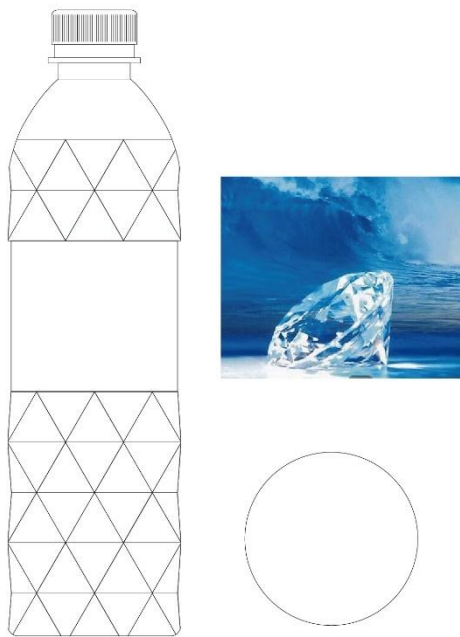
海洋深層水瓶型-方形陽光純淨版 23.5cm X 6.5cm



印刷暨文創商務設計打樣中心

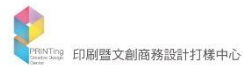
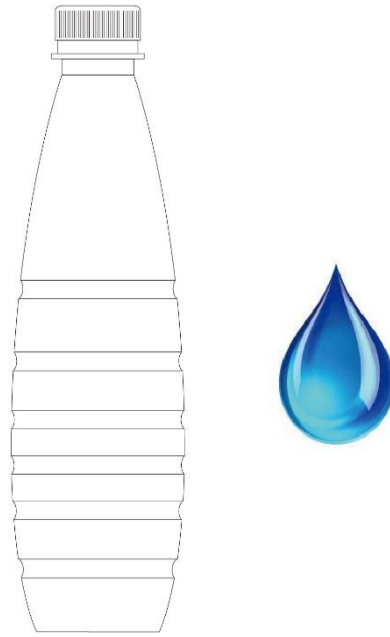
瓶型設計圖稿 5—方形陽光純淨版

海洋深層水瓶型-藍鑽切割版 23.5cm X 6.5cm



瓶型設計圖稿 6—藍鑽切割版

海洋深層水瓶型-深海純淨版 23.5cm X 6.5cm



瓶型設計圖稿 7—深海純淨版



瓶標設計圖稿 1—深海水分子版



瓶標設計圖稿 2—太平洋水波版



瓶標設計圖稿 3—深海 618 版



瓶標設計圖稿 4—海洋元素版



瓶標設計圖稿 5—深海純淨版



瓶標設計圖稿 6—深海微量元素版



瓶標設計圖稿 7



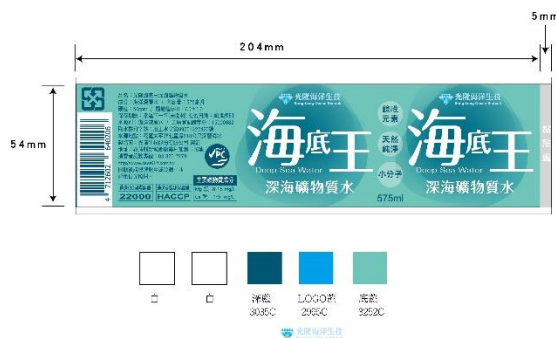
瓶標設計圖稿 8



瓶標設計圖稿 9



瓶標設計圖稿 10-確認版



瓶標確認完稿圖



桌上型展架打樣-白金



桌上型展架設計打樣 1



桌上型展架設計打樣 2

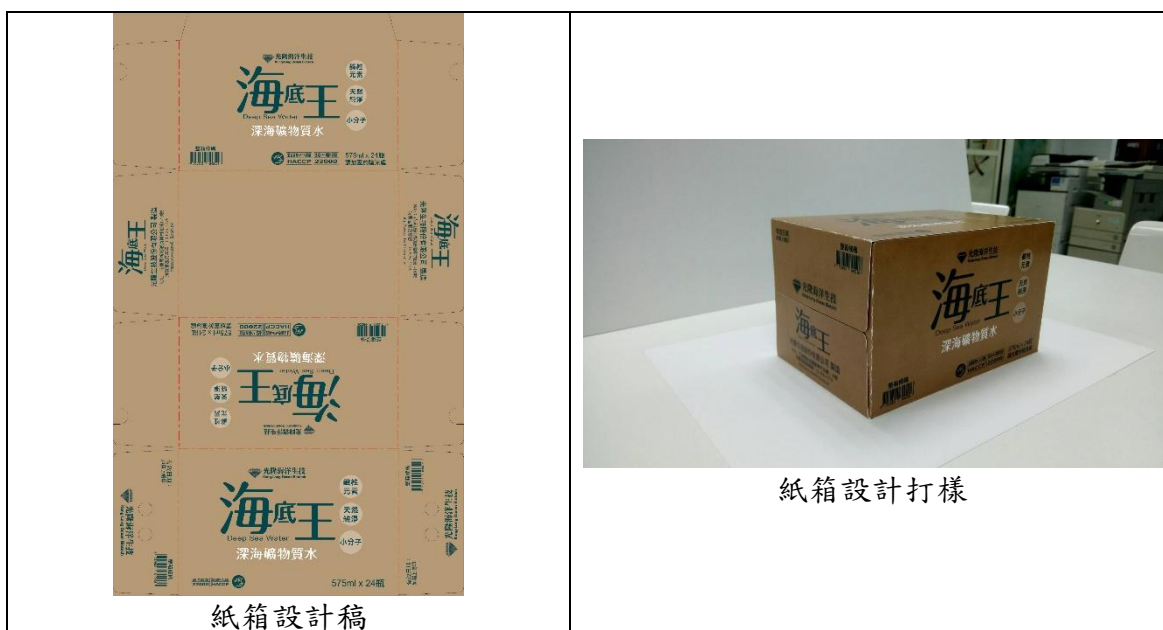


圖 34 光隆海洋生技包裝飲用水新瓶型結構設計開發輔導計畫輔導照片

1.4.15 「昱盛印刷事業有限公司」，輔導內容為「設備品質優化提升與形象商品設計開發輔導計畫」。

(1) 本案面臨問題：

台正如同許多傳統印刷代工產業一樣，昱盛印刷生產製造的背景讓公司在對外溝通上，仍依賴「產量」和「工廠」的對話方式，導致市場對昱盛印刷產生是「另一個傳統性供應商」的形象。因此昱盛印刷在公司形象上還是像傳統的印刷代工廠，對一般消費者而言昱盛印刷似乎沒有設計的能力。而昱盛印刷近年印刷品轉向高單價、高品質性的商品包裝印刷，因此對印刷品質要求質感提升，公司形象也隨著提升，相對得更需要強調環保、減碳與降低對環境的影響。昱盛印刷的機器設備經長年使用，雖說有做定期的維修保養，但目前已有水

槽液污染問題出現；水槽液具有維持耐印度、清潔印版、防止生鏽與阻塞等功能，不良的水槽液會造成印刷機稼動率降低、油墨損耗增加、生產成本與不良率提高，也直接導致利潤無法提升的問題，且也對機器設備、環境汙染造成很大的影響。

因此整合以上之問題分析，歸納出昱盛印刷目前面臨到的問題為：

A. 昱盛印刷沒有自有商品

昱盛印刷目前為傳統的印刷廠，主要都是接客戶印刷與代工製作，因此所商品都是客戶的，未來面對新客戶往往會都是提供舊有客戶印製商品來做公司品質介紹，對新客戶而言昱盛印刷在設計能量上似乎就變得非常的薄弱，進而會導致昱盛印刷在印刷專業度上似乎就沒有那麼強烈。對於現在來說研發設計出自有品牌商品就會成為昱盛印刷目前之首要項目。

B. 昱盛印刷知名度不高

昱盛印刷有很高的印刷品質與專業的服務態度，在業界中是非常被受肯定的，但在面對較零散的新客戶來說就沒有那麼多的認知，且總是認為昱盛印刷是間大的印刷廠，可能就不太接一些較為小量的單，殊不知昱盛印刷也有數位少量多樣化的印刷服務，因此在研發一些生活上會用的相關設計物就會成為昱

盛印刷在對零散與新客戶推廣上最直接的產品。

C. 昱盛印刷設備品質不穩定

昱盛印刷有非常優質的印刷品質與技術，但因機器設備長時間使用，多少會出現設備老化品質降低等問題出現，因目前已有水槽液污染問題出現，以致出現色彩品質、設備不穩等狀況，相對的成本在無形中也會提高很多。

(2) 輔導內容及解決方案：

在此昱盛印刷於本次輔導計畫案中歸納出以下列兩個輔導方向為主：

A. 終端商品開發設計：

終端商品開發設計不單只是單純的商品開發，也是一種對印刷品質的承諾，更是一種消費者可以確信的保證印刷品質的建構是一種「特定思維」的實踐過程。在此昱盛印刷在強化印刷基本核心技術之外，希望同步建構公司商品開發設計，以實用結合多樣性功能設計為設計開發方向，透過平常日常生活上會用到之記事本為公司商品開發設計的主要開發方向，結合日曆與節慶特色相關之設計應用，讓記事本不是單存的只有記事本的功能，更有配合日曆與節慶特色之文創商品的開發，藉由終

端商品開發設計可有效增加接單量，未來朝向自有品牌銷售營運銷售為目標，有效擴大公司營收與產值。

B. 設備品質優化提升：

昱盛印刷設備因長期使用，目前出現水槽液污染之問題，水槽液汙染容易導致印刷品質出現不穩定的狀況，印刷準備作業時間、停機頻率及時間增加、印版耐印量降低，以致製版費用提高、油墨與紙張損耗增加造成生產成本提高等問題，且易造成利潤的損失；而印品不良率的提高，甚至也有造成後續退貨等風險，故另外增加水槽液淨化設備，不但可以降低水槽液汙染問題，更可以提高印刷設備之稼動率與降低製版、油墨、紙張等成本，且是解決水槽液汙染問題的最佳處理方式。

(3) 本案關鍵技術：

A. 商品開發設計-公司終端商品開發應用

在開發多能記事本結合節慶特色之文創商品開發究為主要的開發方向，一般外面的記事本都是單存的日曆功能性之記事本，並沒有其它太多的功能性存在，但在記事本的功能中再多增加有關節慶相關的主題設計，配合不同月份有不同的主題節慶的開發設計，可有效得讓記事本多出非常多的樂趣，且再配合不同的

立體結構設計開發與印刷效果的應用，讓記事本中的節慶特色主題會更有多元性的效果呈現。

目前規劃節慶特色主題為：

- a. 元旦→ 元旦特殊印刷效果明信片
- b. 春節 → 紅包袋
- c. 元宵節 → 燈籠
- d. 兒童節 → 立體卡片
- e. 母親節 → 母親節立體賀卡
- f. 端午節 → 紙香包袋
- g. 父親節 → 父親節立體賀卡
- h. 中秋節 → 玉兔立體造型模型
- i. 萬聖節 → 南瓜頭面具
- j. 聖誕節 → 聖誕老公公包裝紙盒

B. 設備品質優化提升-水槽液汙染改善應用

水槽液又稱潤濕液、潤版液、水斗液。水槽液含有潤濕劑，主要改變印版表面的表面張力。外掛式水槽液淨化設備包括水質處理器、UV 殺菌燈三道過濾方式及水冷卻裝置，設備包括粗粒子及細粒子兩道過濾方式，且具有在不影響印刷機生產的情況下，持續不斷的過濾循環，維持潤版循環水的品質，提供乾淨水槽液品質的功能。

水槽液汙染改善後使用成效：

- a. 提升印刷質量，印刷色彩鮮豔、光澤明顯。

- b. 有效減少水與印刷液的使用量。
- c. 穩定水槽液的質量，延長水槽液使用時間。
- d. 有效減少酒精（IPA）的添加或不添加。
- e. 可有效減少印刷油墨使用量13%左右。
- f. 有效減少停機抹版、抹膠布的次數。
- g. 提高印刷品質穩定性，降低印版耗損率。

測試印製水槽液汙染改善設備測試，以開發之多能記事本結合節慶特色之文創商品為主要測試印刷商品，這樣不但可以印出公司終端商品，更可以有效的檢視水槽液汙染改善後之成效。

基於以上本案輔導重點，協助廠商導入文創商品開發流程與水槽液汙染改善關鍵技術，藉以提昇產品印刷品質，及擴大自有商品開發品項，可有效協助廠商在軟硬體上的升級轉型。

(4) 本案質化效益：

- A. 以設計印刷結合節慶特色主題特殊結構記事本，進而提高公司商品專業形象。
- B. 協助提升設計與印刷技術能量。
- C. 透過商品設計開發提高不同銷售渠道。
- D. 透過水槽液汙染改善有效降的水槽液更換成本，並可提高印刷機穩定性與印刷品質質量。
- E. 透過水槽液汙染改善後並測試印刷公司商品，

並可有效確認印刷品質之提升。

F. 有效降低因印刷品質不穩定而遭退貨之機率。

(5) 本案量化效益：

項次	績效指標	輔導效益	計算方式或說明
1	完成公司終端商品開發設計	1 本	完成紙質印刷結合特殊結構記事本 1 本
2	完成公司終端商品開發結構開發	10 款	完成紙質印刷結合特殊結構記事本內部結構 10 款
3	水槽液汙染改善應用	1 台	改善水槽液淨化設備 1 台。 水槽液 PH 值維持在 4.8 至 5.5 之間。 水槽液導電度 800~ 1200 μ S/cm。 水槽液水溫為 10-15 度。 水槽液硬度為 8-14°dH。
4	降低水槽液更換成本	255 千元	水槽液淨化設備改善前後 1 年成本比較，安裝前水槽液更換成本 1 年 288 千元，安裝後水槽液更換成本 1 年 33 千元。 288 千元-33 千元= 255 千元
5	提升整體營業額 1%	1,800 千元	180,000 千元 / x 1% = 1,800 千元

(6) 完成輔導後未來的預計發展規劃：

公司品牌商品做後續之行銷推廣建議，並了解未來公司品牌商品印刷品質、效果與記錄推廣成

效。後續陸續追蹤水槽液淨化設備之安裝成效，並定期作設備檢查、保養，並將檢測紀錄作保存。

(7) 本案輔導照片：

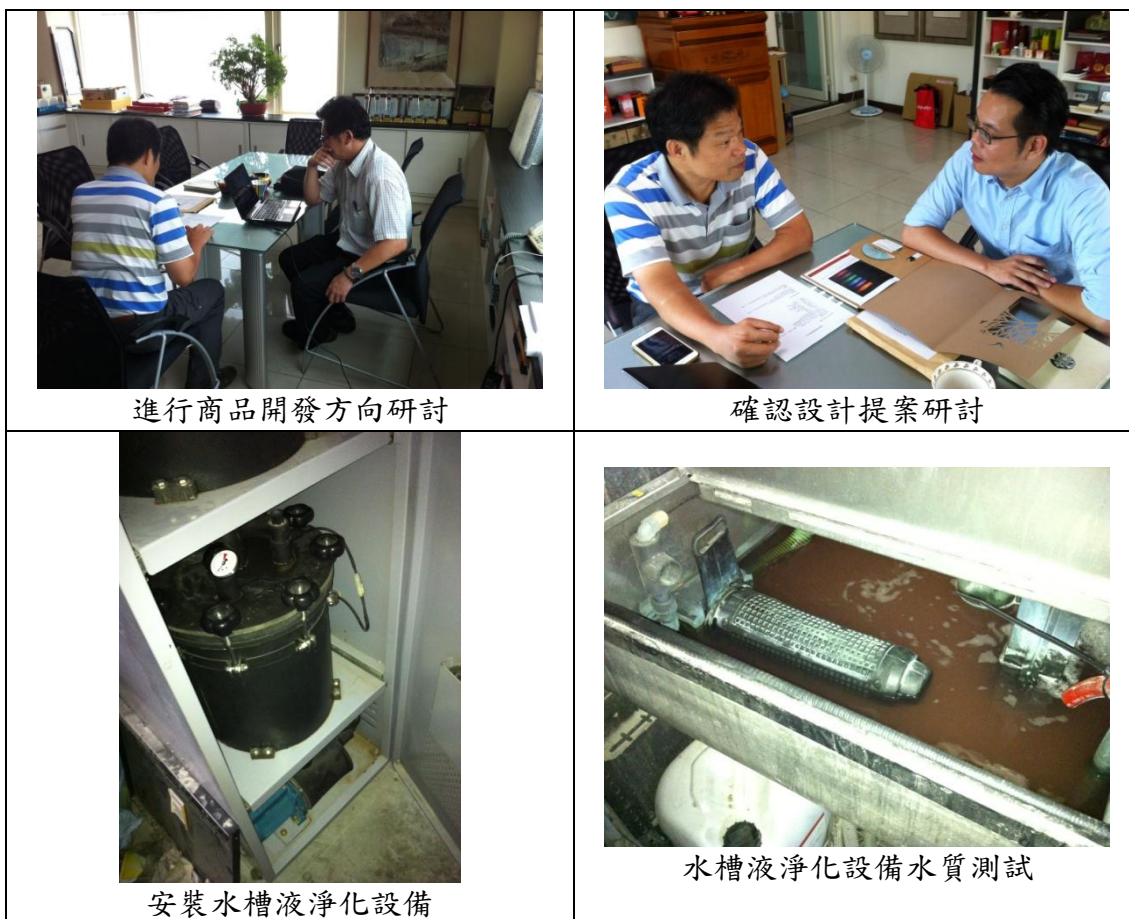


圖 35 設備品質優化提升與形象商品設計開發輔導計畫輔導照片

1.5 印刷產業微型技術輔導：9 案

因應網路科技與行動設備之高速發展，根據資策會 FIND 統計，台灣民眾行動上網普及率已近 40%，各大企業紛紛將行動應用在地化，進行區域行銷，精準鎖定目標用戶，創造行動商機。以客戶為中心之電子書、文件管理、IC 卡、RFID、數位內容皆由印刷延伸到資訊產品服務，由單純之印務生意到協助客戶做策略行銷、市場預測與通路開發整合服務，開拓印刷產業跨媒材、跨產業、跨領域、跨媒體式新市場機會。

傳統印刷業者欲改變、轉型及創造客戶價值，需有完整之服務方式及解決方案，並輔以推動環境保護與永續發展等綠色思維，如何協助印刷業者整合舊有之印製流程與新服務模式，改善現場製程管理問題及突破現有之經營框架，提升製程技術效率與降低經營成本，提供業者差異化之競爭模式，維持長期之競爭優勢發展。

本分項計畫針對業界需求推動印刷產業微型技術輔導，期能協助企業技術升級轉型所需之研發、生產、物流、設計(如產品設計、包裝設計、品牌識別設計等)、節能減碳、電子化及建立電商平台等相關技術輔導，協助業者排除急迫性之技術障礙，運用科技、美學、新材料、新營運模式等創新元素加值傳統產業，進而提升產業附加價值。

1.5.1 「春暉出版社」，輔導內容為-「【對話、時間】自傳書微出版計畫」。

(1) 本案面臨問題：

印刷出版業者希望透過有系統的蒐集，以協助銀髮樂齡族技藝之傳承

A. 感念台灣老齡化人口的記憶必須傳承

受輔導業者意識到台灣邁入超高齡社會的嚴重性與日俱增，而今年 2016 年，則是台灣邁入超高齡社會的倒數起點。生命是一段持續累積的旅程，每一天當人都變老一點，但生命卻也更豐富了一點。每位銀髮族都具有動人的故事。這些故事，必須被留下來，讓後代子孫能夠了解，作為族群生命史的見證。

B. 樂齡銀髮族的故事必須蒐集，進行自傳書微出版

秉持以促進社會公益目的為初衷。本計畫以「對話、體驗、想像與希望」的方式進行操作，規劃讓這本生命記憶之書出版，留下紀錄。因此預計蒐集若干樂齡銀髮族的故事，集結、編排，並以少量出版的方式推廣，讓每個人都有機會，藉由引導寫出專屬於自己的生命之書。

(2) 輔導內容與解決方案：

A. 引導課程規劃

透過劇場藝術、自傳體文學及視覺藝術的觀點再造，引導學員回顧自己的生命歷程，挖掘埋在時間洪流裡的深層回憶，課程後段安排自傳書寫作過程分享，為自傳寫作做為鋪墊。

B. 自傳書寫作諮詢

藉由對話引導的方式，將肢體開發喚起的記憶化作文字，共想對話，經驗交流激發回憶。

C. 自傳微出版

將完成自傳掃描數位化，以少量出版的方式，分享給身邊的親朋好友及下一代子孫，讓每個人除了是自己人生的導演，也都有機會成為生命記憶之書的作者，藉此也保留了時代記憶及經驗故事。

(3) 本案關鍵技術：

對於原稿自傳書，對於透過印研中心既有機具設備，協助受輔廠商進行高階數位掃描技術、修圖及影像校正，並可配合需求增補，並可在預定交期內穩健配合

(4) 本案質化效益：

A. 敘事者的家族文化與個人記憶傳承，無形文化
資產意義無價

將不同樂齡銀髮族的故事蒐集，除了敘事者以

自己的立場做最完整、最詳實的記錄之外，更可作為敘事者家族流傳的自傳書，流傳於後代，作為家族文化傳承的記憶瑰寶。

B. 微型出版格式已規格化、易於未來系統性典藏

由於本計畫所有樂齡銀髮族所操作的格式均為荷蘭引進的相同規格，具有標準化的特徵；當自傳書完成、進行高解析掃描彙整後，將易於滿足未來可能的數位典藏需求。

(5) 本案量化效益：

A. 辦理系列課程 1 梯次，計 25 人參與（第二梯次刻正進行中）。

B. 促進 4 位銀髮族完成寫作、編印。

C. 微出版 23 份。

(6) 完成輔導後未來的預計發展規劃：

持續延續、推廣微出版的精神，邀請專業講師進行引導課程，將可持續深入鄰里社區、社會福利性質及文化資產保存類型的非營利組織、具有社會回饋與族群認同的企業體系進行拓展、將觀念進行宣導，誘導集體參與。

(7) 本案輔導照片：



圖 36 【對話、時間】自傳書微出版計畫輔導照片

1.5.2「韋亞設計工作室」，輔導內容為-「數位化印刷應用於客製化商品設計開發」。

(1) 本案面臨問題：

因印刷內需市場的萎縮與廠商間產品差異化程度低，以至於印製的價格競爭激烈，不斷削價競爭的結果導致印刷的利潤空間逐漸下降，所以必須透過生產鏈中其他的衍生服務，來為印刷品創造價值。根據數位印刷的普遍，業者有以下問題點：

- A. 印刷設計接單僅限大量印製生產，無法客製少量製作。現階段承接之業務印刷量都必須大量印製才能降低售價，但因數位印刷趨勢盛行，建議廠商可規劃數位化少量印刷商品，提供消費者多元選擇。
- B. 從現有忠實客戶分析，穩定的客源大部份來自畢業專刊製作，但近年印刷業競爭激烈，加上學校招生量日趨減少，故畢業專刊印刷量也逐漸下降，則應該多增加畢業紀念品品項規畫，提升畢業專刊製作之價值與紀念性。

(2) 輔導內容與解決方案：

因數位印刷趨勢盛行，建議廠商可規劃數位化少量印刷商品，提供消費者多元選擇，因此增加畢業紀念冊週邊商品規畫，提升畢業專刊製作之價值與紀念性，輔導內容包含。

A. 客製化吸水杯墊

有了無需製版的數位印刷技術，印刷品也可以是少量樣，即便只有一個也可以印。



圖 37 畢業回憶客制化紀念杯墊

B. 雷雕鑰匙

雷雕鑰匙圈可讓同學畢業後能對彼此的同窗好友與同學留下美好的紀念，也能提高畢業專刊製作的附加價值。



圖 38 拼圖式客制化雷雕鑰匙圈

C. 趣味性客製化拼圖

透過將一塊塊拼圖將過去歡樂的照片組合起來，其中的樂趣與懷念是會讓人莞爾一笑及感動的。



圖 39 同學回憶畢業照拼圖

D. 客製化雙系統行動電源

近年來手機使用率大幅度上升，接頭上長長看見低頭族，大家長有手機電源不足之憂慮，客製化行動電源在實用上相當高，透由客製化印刷，更能顯出獨特性與紀念性。



圖 40 客制化直噴紀念行動電源

(3) 本案關鍵技術：

本計畫主要協助輔導廠商開發客製化商品，從原來的客戶群中刺激新的市場業務需求。增加數位印刷服務，突破傳統印刷服務方向與產品，進而推廣數位印刷多元化。增加業務服務項目，進而提高業績成長增加營收。在計畫輔導後期，期待能多增加廠商數位印刷產品的主題特色與多元項目，並結合網路服務模式，降低人力與印刷成本，進而主動創造數位印刷需求。

(4) 本案質化效益：

- A. 開發客製化商品，由原來客戶刺激新的市場需求。
- B. 突破傳統印刷技藝，推廣數位印刷多元化。
- C. 增進廠商印刷產品的主題特色，主動創造印刷需求。

(5) 本案量化效益：

- A. 開發設計打樣畢業紀念文創商品 4 款。
- B. 增加數位印刷商品項目，預期增加營業額 10% 以上
- C. 增加產值：1,300 千元。
- D. 促成投資額：500 千元。

(6) 完成輔導後未來的預計發展規劃：

目前國內數位印刷產業不景氣，但統計顯示在

英美發達國家與中國，傳統出版印刷都在迅速下滑，有的降幅甚至達到了 20%以上，而在日本正是由於數位出版的迅猛發展，才在相當大的程式上彌補了傳統出版下滑所帶來的損失。數位印刷的優越性已經為社會所接受，技術和解決方案的創新如雨後春筍，進步正在一步步腳踏實地的進行著。相信只要突破瓶頸、解決現存問題，假以時日，數位印刷的春天就會到來。

(7) 本案輔導照片：



圖 41 數位化印刷應用於客製化商品設計開發輔導照片

1.5.3 「文豪國際企業有限公司」，輔導內容為-「O2O 影像書產品設計」。

(1) 本案面臨問題：

業者欲轉型開發客製個人化微型出版產品，惟缺乏創意設計經驗，開發進度遲滯不前。業者希望轉型跨足客製化個人出版產品，惟過去主要作印刷代工較缺乏設計能量，對後續產品開發與推廣遲滯不前。

A. 傳統印刷市場漸趨飽和，業界形成流血競價的紅海市場。

傳統印刷業製作幾乎各家廠商都有類似設備與產品，至使市場漸趨飽和、業者流血競價。故業者希望能開發新產品類別藉以區隔市場，創造新的商機。

B. 業者欲轉型開發客製個人化微型出版產品，惟缺乏創意設計經驗，開發進度遲滯不前。

業者希望轉型跨足客製化個人出版產品，惟過去主要作印刷代工較缺乏設計能量，對後續產品開發與推廣遲滯不前。

(2) 輔導內容與解決方案：

A. 輔導業者導入產品設計流程，輔導業者規劃產品特性與樣品製作。

此階段透過基本草圖繪製確認直到完成電腦模擬排版，並協助業者完成產品設計過程之美

學或人因等面向，結合業者既有的技術完成本計畫所提出之產品設計開發。

B. 輔導業者以既有印刷加工技術為基礎，結合多媒體設計概念開發 O2O（Offline to Online）影像書系列產品，並跨足客製化市場

輔導業者以既有的印刷技術資源為基礎，導入設計能量，輔導業者開發 O2O 影像書系列產品，期藉此跨足消費市場，開拓不同產品類別與服務。



圖 42 影像書產品結合影片與 O2O 概念 迎合市場需求



圖 21 導入 FinalCut ProX 系統，輔導業者影片製作技術能量



圖 44 國外相關展覽現場

(3) 本案關鍵技術：

本案輔導過程中，藉由導入影像剪輯技術，建立online多媒體設計輔導業者以目前業界標準之一Apple Final Cut Pro X 為主要非線性剪輯系統，方便管理與迎合未來影片製作需求。並透過 YouTube 社群平台進行管理與連結。





圖 45 影像書版面設計規劃初稿

(4) 本案質化效益：

- A. 辦理影像剪輯製作相關教育訓練，藉此建立企業多媒體技術能量，以利 O2O 影像書概念產品後續發展。
- B. 藉由本計畫的執行，增進公司員工對於產品設計流程及其特性之相關知識，提昇員工設計能量，增加接單多元領域。

(5) 本案量化效益：

- A. 完成 O2O 影像書打樣 1 款。
- B. 完成相關影片製作記錄 1 案次
- C. 增加產值：600 千元。
- D. 促成投資額：1,00 千元。

(6) 完成輔導後未來的預計發展規劃：

後續將持續了解 O2O 相關市場，並持續開發除個人以外如公會、協會的市場，以跨大商機並持續研發市場所需之應用模式。

(7) 本案輔導照片：



圖 46 O2O 影像書產品設計輔導照片

1.5.4 「彩源彩色印刷製版有限公司」，輔導內容為-「數位打樣機色彩校正及色域對映技術輔導計畫」。

(1) 本案面臨問題：

長期以來，數位打樣的效果能否與所模擬的印刷效果一致，是各種數位打樣彩色管理系統追求的主要目標。該公司印前部門的螢幕與數位打樣的顏色尚有差距，為達到印刷品質最佳化並能提升本公司的形象，增強本公司由印前到印刷工作流程間色彩管理技術，讓客戶擁有所見即所得的品質，並能夠取得數位打樣機 CSC 色彩驗證，期望客戶在打樣時看到的樣張能和最終印刷成品的色彩相符。

(2) 輔導內容與解決方案

針對該公司提出的技術輔導需求，規劃輔導重點分下列幾項：

A. 螢幕色域與顯示色彩校正、標準化，先輔導電腦影像處理專用螢幕之色域校正，讓工作人員可以同時作業處理同一批印件時，降低圖片色偏問題。

a. 先進行螢幕色域 sRGB 標準化校正。

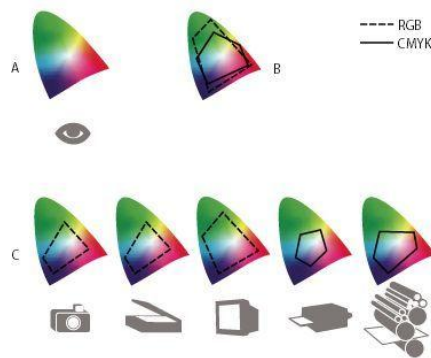


圖 47 不同狀況下 RGB 與 CMYK 的範圍差異說明

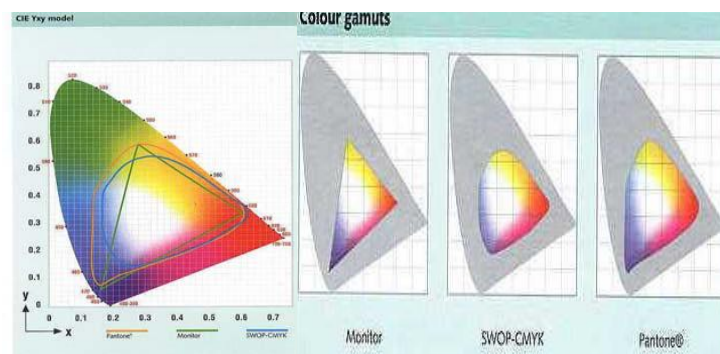


圖 48 色域表現能力不同

- b. 再建立螢幕色域 Adobe RGB 擴大標準。
- c. 螢幕色域對比修正：螢幕色域壓縮或擴大之後，各台螢幕色域的實際大小必須進行實際的比對工作，如果色域校正情況不佳，則需重新進行色域校正，直到螢幕色域達到預計的目標。

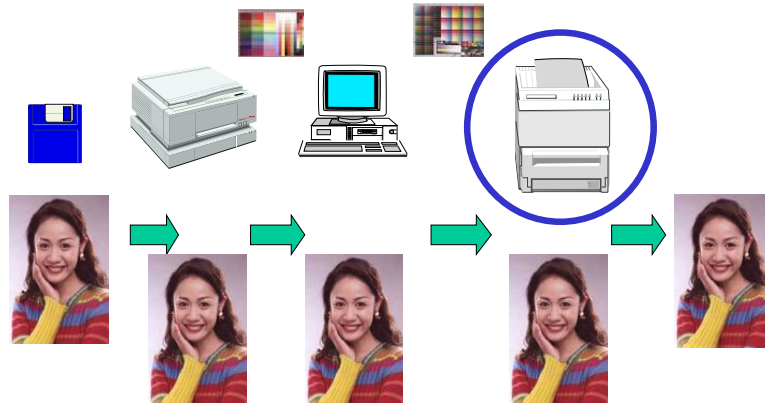


圖 49 螢幕色域表現不同

B. 製作標準數位打樣機色彩描述檔，輔導步驟如下：

- a. 先進行數位打樣紙張於數位打樣機色域表現能力之分析。
- b. 導入 ISO 國際色彩標準數據進行數位打樣。
- c. 進行比對與色差修正，並產生色彩特性描述檔。
- d. 製作標準數位打樣機色彩描述檔。

C. 電腦螢幕與數位打樣機色域對應分析，製作轉換 Profile，導入 ISO 標準數據於數位打樣之對應函數，進行比對與色差修正，並訂出標準轉換 Profile，期望使其打樣機之打樣色彩表現能夠與電腦螢幕顯示之色彩標準接近一致。

D. 本中心自 95 年起致力推動國內 CSC 數位打樣(印刷)色彩認證，即是以 ISO 12647-7 為參考依據，亦於 96 年獲得德國印刷色彩權威機構

(FOGRA)數位打樣色彩認證合格的殊榮，建立起數位打樣與螢幕之間色彩管理的標準作業流程（SOP），輔導跨平台印刷複製之色彩技術，達到一貫化之生產品質流程。

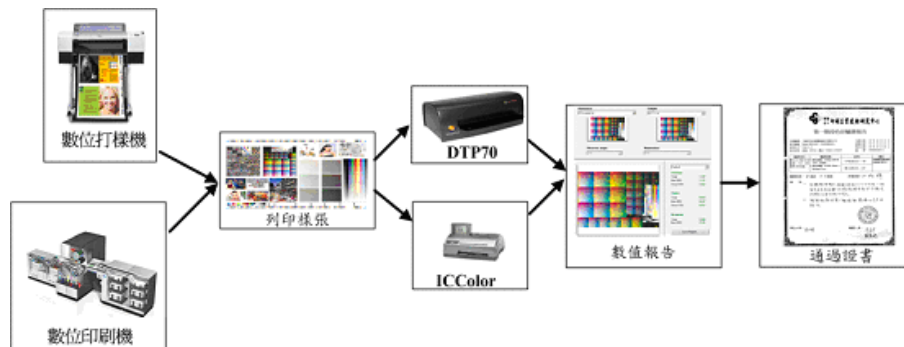


圖 50 亞洲第一名印研中心通過 FOGRA 色彩認證

(3) 本案關鍵技術：

本案輔導過程中，藉由導入螢幕特性的色彩描述檔 (Profile)，符合國際色彩協會 ICC 的標準規格。讓數位打樣及印刷成品之色彩能一致性，也建立起數位打樣與螢幕之間色彩管理的標準作業流程，進而降低色彩不穩定之風險。

(4) 本案質化效益：

A. 色彩管理，利用色彩管理的技巧，把輸出的色彩與螢幕上看到色彩，跟實際色彩保持一致性，進而提升產業競爭力。所以彩源要積極調整公司產能結構，積極發展新的技術，才能把公司產能提升。

B. 培養專業人材，低人力成本之規劃，在增加認證校色後，並增加執行效率及營業方面考量縮減人力。

C. 導引組織進行從專職、分工的觀點來看，員工的教訓練及技能再造，使得組織可以作到完善、容易管理控制、非常符合經濟效益的數位打樣。

(5) 本案量化效益：

A. 完成螢幕色域對比修正。

B. 色彩管理流程技術操作手冊報告乙份。

C. 增加產值：100 千元。

D. 促成投資額：100 千元。

(6) 完成輔導後未來的預計發展規劃：

依照色彩管理流程技術操作手冊執行，並進行色彩管理上的能升，讓影像處理更具專業化，對於未來發展文創商品或是精密打樣，都能得心應手。

(7) 本案輔導照片：



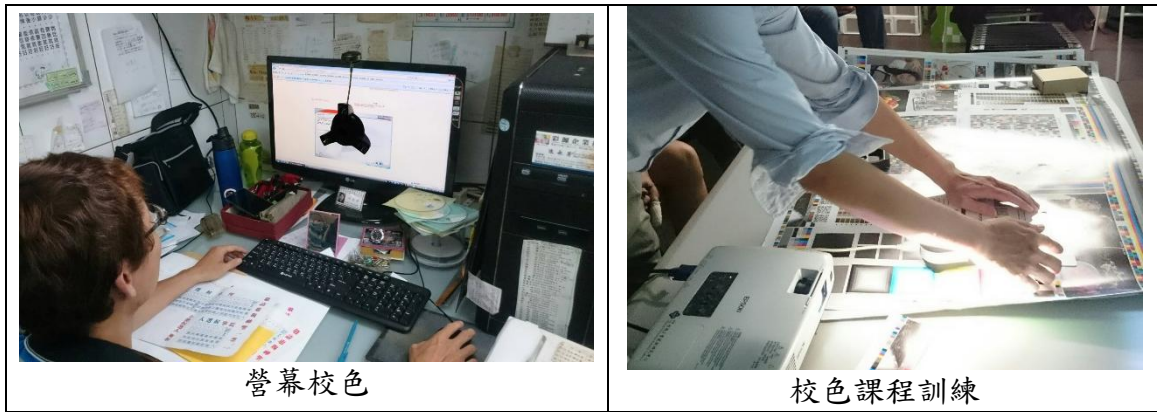


圖 51 數位打樣機色彩校正及色域對映技術輔導計畫輔導照片

1.5.5 「佳興印刷局企業有限公司」，輔導內容為-「客製化商品業務推廣輔導計畫」

(1) 本案面臨問題

公司希望在這個顧客品質要求越來越高的市場裡，能切入客製化市場，提升員工素質讓公司經營項目多元化並與設計做結合，提升毛利率與市場競爭力。

(2) 輔導內容與解決方案

建立 SOP 後的操作過程，使業者對打樣流程充分了解其知識，進而提升承接客製化商品相關業務能力與製作能力。

A. 藉由本計畫執行導入打樣 SOP

- a. 印前處理
- b. 打樣選材
- c. 報價&收款
- d. 排版打樣

- e. 校稿
- f. 成品輸出
- g. 簽收出貨
- h. 建檔入庫

B. 執行排版軟體課程輔導，8 小時教育訓練課程。

C. 結合中心設備(如 ESKO 割盒機、雷射雕刻機)
輔助開發商品業務，以進行產品打樣製作。

(3) 本案關鍵技術：

本案輔導過程中，試打樣多項材質，對於木紋雕刻之深淺拿捏，有賴於雷射雕刻機參數設定(速度、功率)，透過多次實驗找出最佳設定紀錄為電子檔。

(4) 本案質化效益：

- A. 增加業務項目，有望逐年提升營收與毛利
- B. 促成公司間的合作與技術交流
- C. 提升員工素質
- D. 可能增加設備投資

(5) 本案量化效益：

- A. 增加營收 160 千元
- B. 客製化產品打樣產出

(6) 完成輔導後未來的預計發展規劃：

透過打樣教學，了解客製化商品之製作與應用，未來將

承接拓展相關客製化產品業務，尋求合作機會。

(7) 本案輔導照片如下：



圖 52 數位打樣機色彩校正及色域對映技術輔導計畫輔導照片

1.5.6 「大和精緻裝訂股份有限公司」，輔導內容為-「多功能資料夾開發計畫」。

(1) 本案面臨問題：

大和公司目前因為數位時代技術帶來的新媒體傳播取代傳統的紙媒體部份傳播為主的市場，應而造成機器設備稼動率下滑，再加上廠內勞工人事成本增加，導致營業額逐年慢慢下滑，持續衰退中。

A. 數位時代技術帶來的衝擊問題

B. 勞工成本

C. 裝訂機器稼動率

(2) 輔導內容與解決方案：

為解決業者面臨問題，所以不再只是書籍、雜誌 DM…等一般印刷品裝訂，開發「多功能資料夾商品」，結合光碟+USB+名片+便條紙+筆…等等工具收集，宛如一個輕便的公事包，帶有設計品味質感，不論辦公應用或是外出開會，有形無形之資料都便於整理歸類與攜帶保存。

解決方案為前端瞭解市場客戶以需求、創意與整體風格溝通為出發，設計完整方向，依循方向製作設計草圖、再進行產品適性檢測。後端是產出多功能資料夾商品，供公司客戶做作商業販售或是禮品..等使用，方能夠帶來實際效應成果。

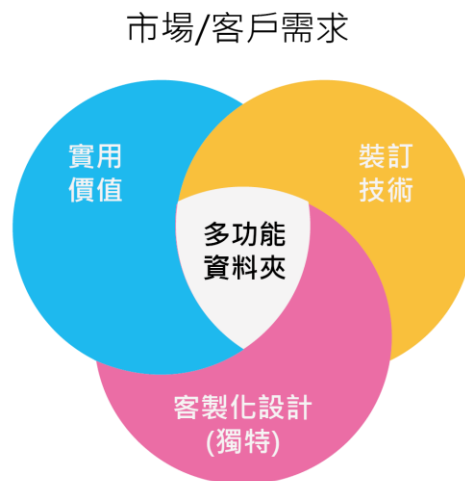


圖 53 多功能資料夾開發計畫輔導示意圖

(3) 本案關鍵技術：

本案輔導過程中，需要將不同功能整理在在一個平面上，需要紙張的厚度跟挺度去支撐內容物的重量，在加上封面有做刀模圖案挖空設計，更需要注意。

所以本案採用 300P 的牛皮紙，以維持資料夾的保護性，再來算出筆記本、光碟..等內容物厚度，才能精準算出資料夾整體厚度，讓左右已保持平整。

最後再導入設計能量，利用刀模挖空設計，搭配上筆記本封面，表現前後空間陰影立體感，

讓資料夾變成文創商品，實用之餘更不失美觀。

(4) 本案質化效益：

A. 提昇公司專業度度

以紙質印刷結合特殊結構資料夾，進而提高公司品牌專業形象。

B. 提升設計的能量。

設計款式開發，擴展多元資料夾商品線，也更能協助提升設計與印刷技術能量。

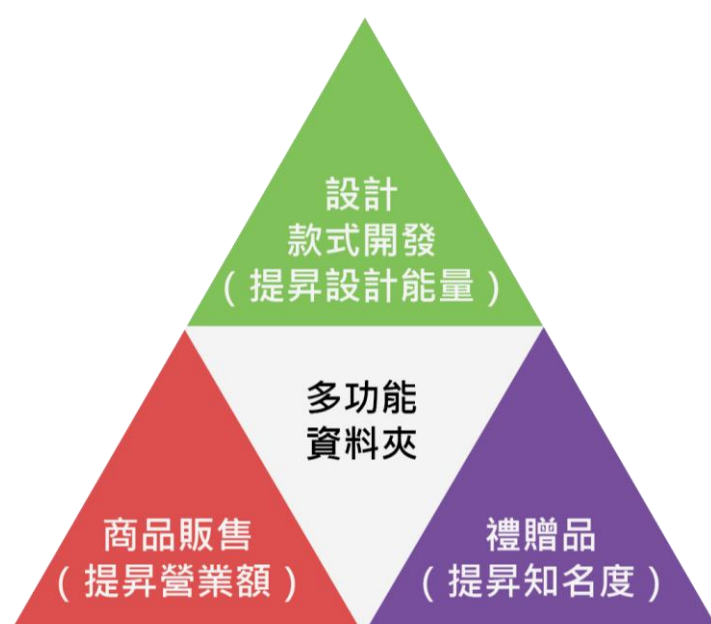


圖 54 多功能資料夾開發計畫輔導成效示意圖

(5) 本案量化效益：

A. 預計提昇營業額：250,000 元

商品設計開發，來擴展不同銷售渠道，增加營業額。

B. 開發多功能筆記本 A4 / A5 尺寸共 2 本。

功能包含：名片夾 / 光碟夾 / 筆記本 / USB / 資料存放..等 5 種功能

C.協助參與國內 Tigax 台北國際印刷機器展 1 場

(6) 完成輔導後未來的預計發展規劃：

後續依照資料夾設計特性，發展相關系列性商品。

(4) 本案輔導照片：



圖 55 多功能資料夾開發計畫輔導照片

1.5.7 「利吉印刷有限公司」，輔導內容為-「自動化印刷機印前品質提升輔導計畫」。

(1) 本案面臨問題：

雖然利吉印刷的生產線對於印刷製程相關軟硬體設備完善，但在進行印刷機前置試車作業時，均需透過印刷師傅的經驗進行調整，憑個人感覺控制印刷濃度、放墨量等印刷參數，除了容易造成同一份印件前後色墨用量、色彩濃度的參差不齊、產品品質不一致，而導致重製或者甚至遭到退貨外，校車時亦必須使用較長的時間，以及耗用較多的材料，形成不必要的雙重浪費。亦由於目前仍全依賴印刷師傅的經驗來控制墨鍵，造成效率不彰、無標準程序可循的現象。有鑑於此，期望藉由導入自動化、數據化的印刷機前置作業技術，改善其平版印刷用墨量回饋及數據化標準控制，以提高生產效率、節省成本，提升整體生產品質，強化企業市場競爭力。

(2) 輔導內容與解決方案：

數位化印前及印刷品質控制系統，整合印前到印刷的自動化數位生產流程控制技術，在印刷方面，除了串聯印前的放墨資料之外，再加上智能化的放墨曲線控制，以及一邊印刷一邊掃瞄控制導表和回饋數據的墨控系統，將可操控不同廠牌的印刷機。同時針對印刷品質提昇的環節，執行印刷品質管控及專業技術輔導，其輔導重點如下：

- A. 標準印刷生產格式及專屬墨量控制曲線。
- B. 製程標準化建立及測試。
- C. 印刷品質管控及專業技術輔導。
 - a. 彩色印刷異常因素及分析
 - b. 印刷流程中錯誤發生原因及防止辦法
 - c. 印刷材料控制分析
 - d. 印刷製程品管工程表
 - e. 品管導具及量測儀器

(3) 輔導成果與廠商期望：

- A. 完成標準化印刷生產格式(PPF)建立及應用測試。
- B. 在設備運作上，大幅縮短印前準備作業，提升印刷效率及色彩穩定性。
- C. 建立網路化環境，包括客戶、商務機構、管理資訊系統、印刷生產部門之間的網路連接。
- E. 培養高素質的自動化工作流程的專業技術人員及管理人才。
- F. 完成專用紙張、印刷條件、印刷環境搭配之專屬墨量控制色彩參數建立。
- G. 完成彩色印刷異常因素及分析、印刷流程中錯誤發生原因及防止辦法、印刷材料控制分析、印刷製程品管工程表、品管導具及量測儀器等技術指導。

(3) 本案關鍵技術：

本計畫將導入印刷生產通用格式（PPF），此為描述工序控制數據的一個數據標準，隨著 PDF 和可攜式工作傳票檔案（PJTF）的出現，儲存在其中的資訊有助於簡化生產製程、縮短工時及提升產品品質。

為了要取得更適合油墨和紙張的放墨量，有必要導入不同的放墨曲線以符合印刷品需要的濃度。本計畫將印刷的條件加入放墨曲線，搭配色度計 Xrite DTP41 與濃度計 Xrite 518 量取，使印刷色彩濃度及色度在標準的允許誤差範圍內，可降減紙張的耗損量，提高產品良率。透過色度計與濃度計搭配來穩定印刷品質，將印張與樣張比對其色域範圍，再做色域壓縮的調整，再回送印機上作校正。

(4) 本案質化效益：

- A. 建立全面數位化之生產流程，有效隨時監控客觀條件變因、即時反饋機制，以確保印刷生產品質，並且有助於穩定交期。
- B. 印刷品質由於引入數位資訊回饋流程，取代人工校色，能保證印樣與印品的一致，且能多次重複一致，符合當前客戶對顏色的品質要求。
- C. 對於企業形象之標準色印製，產品包裝上的標準色重複多次印刷並能保證其色彩複製的一致性。

D. 完成彩色印刷異常因素及分析、印刷流程中錯誤發生原因及防止辦法、印刷材料控制分析、印刷製程品管工程表、品管導具及量測儀器等技術指導。

(5) 本案量化效益：

A. 完成標準化印刷生產格式(PPF)建立及應用測試，色差控制及墨量回饋標準： $\Delta E < 3$ 。

B. 有效控制印刷色彩色差，色樣/ $\max \Delta E \leq 6.0 / \text{avg} \Delta E \leq 2.0$ 。

C. 印刷用紙適性檢測分析

C.1 基重：350gsm 以下。

C.2 白度：80%GE 以上。

C.3 光澤度：50%GE 以上。

C.4 種類：2 種/塗布及非塗佈紙。。

C. 增加產值：5,020 千元。

D. 降低材料成本：559.2 千元。

(6) 完成輔導後未來的預計發展規劃：

現今在張頁機上操作，通常是印刷操作人員將印刷機印出來的樣張抽出來，拿到控墨台上，經由濃度計或者分光光譜儀掃瞄彩色導表上的每一墨區色塊後，就可以得知那個色版、那一墨鍵需要做加減墨的動作，然後將此訊號傳到墨鍵上的步進馬達做電位值的操控。未來將導入掃瞄整張印刷品色

彩值的控制方式，而非單一的彩色導表，目前此方法大都應用在張頁機等運轉速度沒有輪轉機快的印刷機。利用全自動的方法 Closed-Loop，由於採用即時的量測和回饋，不需假手他人就可調整四色供墨系統，且於很短的時間內完成，並維持高水準的穩定性。

(7) 本案輔導照片如下：

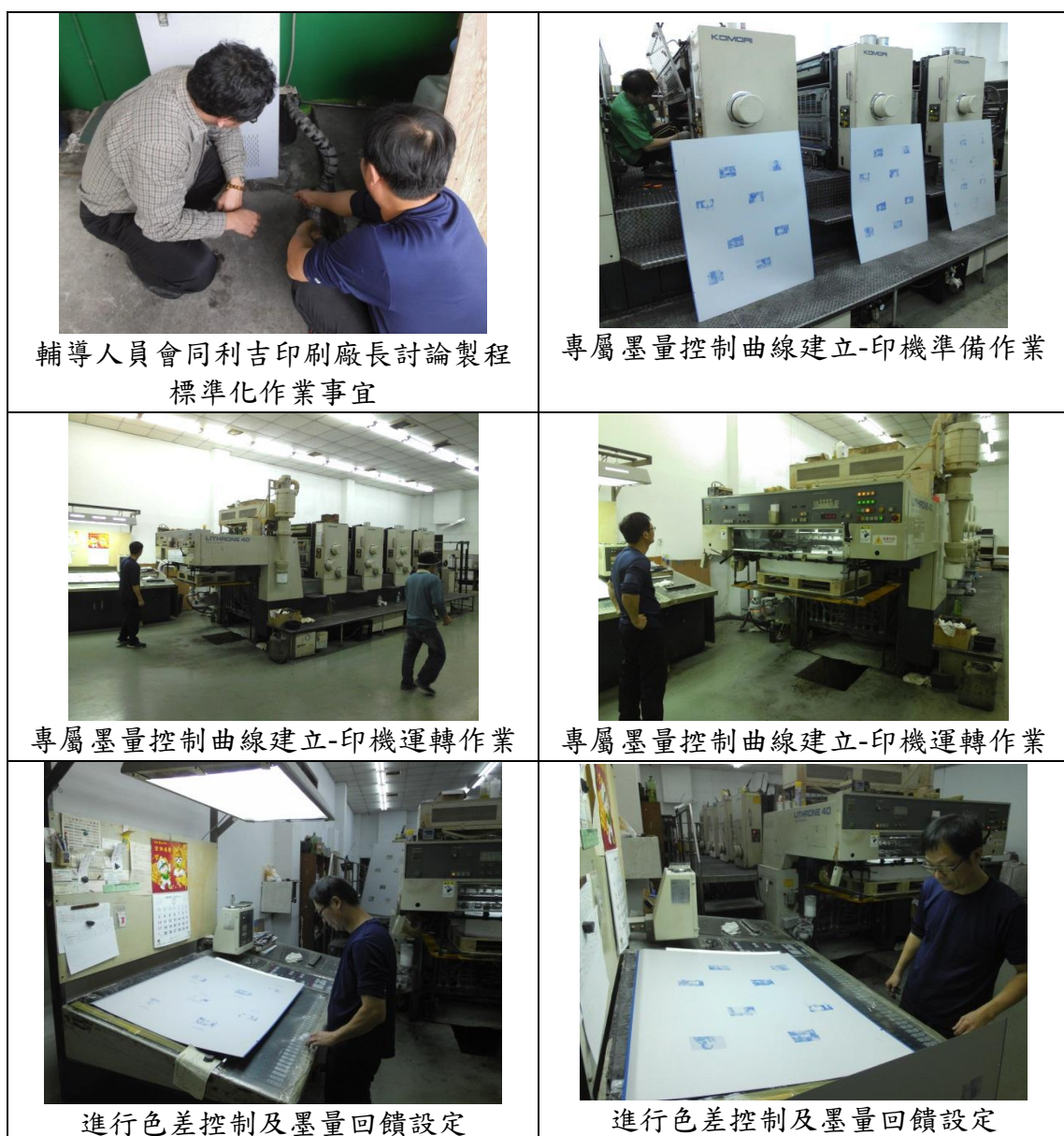


圖 56 自動化印刷機印前品質提升輔導計畫輔導照片

1.5.8 「凱麗紙器公司」，輔導內容為-「綠色設計模組化展架結構設計輔導」。

(1) 本案面臨問題：

由於凱麗紙器公司長期以來以瓦楞紙為主要生產產品，對瓦楞紙材料也有一定程度之了解，而近年來文化創意產業的興起，為擴展公司營業項目，展示架設計印刷加工為近期主要的生產開發項目，由求需求有增加的趨勢，凱麗紙器有限公司希望藉由印研中心打樣中心的設計能量來協助開發設計展示架，，希望能夠研發具有多功能收納功能之新型展示架，未來做為公版來提供顧客來訂製客製化之展架。

(2) 輔導內容與解決方案：

本計畫輔導動點分為兩階段，初期為展示架結構設計，第二階段將會為凱麗紙器公司進行包裝盒型之資料庫建立最後會設計出綠色設計公版展示架結構二款。

A. 展示架結構設計

展示架是商品行銷的重要一環，良好的設計不僅能夠保護內容物，又能刺激消費者的購買欲望，對商品的銷售有正面加分的作用。凱麗紙器有限公司希望開發一系列綠色設計多功能公版展示架，具有家具收納之功能及裝飾

的感，既可擺放於商場也可以用於一般居家，可讓消費者快速來選擇他們想要的設計。

B. 資料庫建立

由於凱麗紙器未來將陸續開發多種商品，而原本該公司已有開發發許多公版盒型及已購置光碟及線上圖庫供設計師使用，但為將圖庫做好分類及管理，在大量的圖層檔案中，要找出適當的盒型需逐片光碟瀏覽，浪費許多時間。借由本計畫會開發出新的展架結構，因此將會協助建立新的圖騰資料庫以利為來設計時可以應用，本計畫將會將各包裝盒型進行系統分類，以提高設計師圖層管理的效率。

(3) 本案關鍵技術：

本案輔導過程中，需應用瓦楞楞的特性來製作，目前國際上通用的瓦楞楞形分為四種，分別是 A 型楞、C 型楞、B 型楞和 E 型楞。不同波紋形狀的瓦楞，粘結成的瓦楞紙板的功能也有所不同。即使使用同樣質量的面紙和裡紙，由於楞形的差異，構成的瓦楞紙板的性能也有一定區別。本案將以 C 型楞來製作，利用特殊卡榫結構製作出拆卸容易、輕易搬動、防水性佳、不易軟化且可重複回收數十次的展示架。

(4) 本案質化效益：

A. 完成展示架結構設計 2 式。

B. 材料特性測試分析報告 3 份。

C. 完成資料庫建置 50 組。

D. 訂單量預計可成長 3%以上。

(5) 本案量化效益：

A. 增進員工對於展示架結構相關知識，提昇員工設計能力。

B. 增進公司員工對於視覺設計知識，提昇員工設計能量，增加接單多元領域。

C. 助傳統產業轉型，建立優良企業形象。

(6) 完成輔導後未來的預計發展規劃：

後續依照設計風格需求，發展相關系列性商品。

(7) 本案輔導照片如下：



圖 57 綠色設計模組化展架結構設計輔導輔導照片

1.5.9 「△藝印刷藝術國際股份有限公司」，輔導內容為-
「中性灰平衡控制之數位化色彩品質提升計畫」。

(1) 本案面臨問題：

△藝印刷操作的 Man-Roland 五色平版印刷機，雖然作業流程已經具備良好的色彩複製基礎，但因缺少有效的印刷機調校正規化管理與印刷機色彩打樣曲線校正，無法發揮其色彩複製的優勢，且容易造成印刷端的負擔，如此可能使軟性打樣的色彩與最終印刷產品差異過大，整體色相偏差過多。此外，雖然△藝印刷已擁有基礎的色彩管理技能，但對於平版印刷機正規化校正以及打樣曲線建置卻不是其專業的強項，因此，△藝印刷雖建置了高階的輸出設備，然而由於企業內部缺乏專業印刷機正規化、複製曲線建置管理之技術，因此，並無法在色彩品質穩定方面獲得太大幅的改進，印機正規化的控制成為△藝印刷所面臨的問題。

(2) 輔導內容與解決方案：

G7 的核心理念就是要在不同的印刷條件之下，實現趨於一致的印刷質量。G7 係建立在 CTP 電腦直接製版、ICC、數位打樣和分光光度計檢測基礎上，通過分光光度計對被印紙張上的中性灰平衡進行測量控制，以中性印刷濃度曲線 Neutral

Print Density Curve (NPDC) 為依據，以亮調範圍 Highlight Range (HR) 為控制重點，保證 HR 的濃度和色度，確保中亮調的效果，犧牲暗調，來匹配圖像的視覺效果。不再將傳統印刷質量控制方法中的滿版濃度、網點擴大 TVI 曲線、相對反差、油墨疊印等作為複製質量控制的重點。

- A. 中性印刷濃度曲線 Neutral Print Density Curve (NPDC)。
- B. 亮調範圍 Highlight Range (HR)。
- C. 暗調反差 Shadow Contrast (SC)。
- D. 亮調反差 Highlight Contrast (HC)。
- E. 達成 G7 Targeted 合格要求。

(3) 本案關鍵技術：

G7 的核心理念就是要在不同的印刷條件之下，實現趨於一致的印刷質量。G7 係建立在 CTP 電腦直接製版、ICC、數位打樣和分光光度計檢測基礎上，通過分光光度計對被印紙張上的中性灰平衡進行測量控制，以中性印刷濃度曲線 Neutral Print Density Curve (NPDC) 為依據，以亮調範圍 Highlight Range (HR) 為控制重點，保證 HR 的濃度和色度，確保中亮調的效果，犧牲暗調，來匹配圖像的視覺效果。不再將傳統印刷質量控制方法中的滿版濃度、網點擴大 TVI 曲線、相對反差、油墨疊印等作為複製質量控制的重點。

(4) 本案質化效益：

- A. 透過國際印刷色彩品質標準認證程序，以規定之灰平衡及中性灰濃度曲線（NPDC）作為校準基礎，藉使色彩範圍與網點階調達到品質一致性之效果。
- B. 讓重印現象減少，印刷週期縮短，浪費和備機時間降低，從而為用戶節約成本，同時提供優良的彩色印品。
- C. 建立整廠全面數位化管理，有效運用企業資源，建立一貫化之生產製程，提昇競爭力。

(5) 本案量化效益：

- A. 灰色平衡平均 ΔF^* ($w\Delta F^*$) < 1.5 ；最大 $w\Delta F^* < 3.0$ ，使得印刷疊印結果減少視覺上之色彩誤差。
- B. P2P25 量度達到 CMYK 滿版油墨：CIE LAB $\Delta E_{76} < 5.0$ ；RGB (疊色) 滿版：CIE LAB $\Delta E_{76} < 6.0$ 。
- C. 完成 GRACoL 7 之色彩控制與校正方法導入。
- D. 增加產值：提高設備效率，減少人工調校損耗工時，提高設備生產率 3%，營業額 650 萬元/月 $\times 12$ 月 $\times 3\%$ =234 萬元。
- E. 減少產品不良率：每月不良品重製或折讓比率可降低 2%，年營業額 7,800 萬 $\times 2\%$ =156 萬/年。

(6) 完成輔導後未來的預計發展規劃：

△藝印刷藝術國際公司同時也是金屬油墨 MetalFX® Technology for process of CMYK and MFX versions 認可公司，因此未來將本計畫所導入的中性灰平衡控制技術與金屬油墨之數位色彩管理結合，藉以塑造企業的特色與市場競爭力。

(7) 本案輔導照片如下：



圖 58 綠色設計模組化展架結構設計輔導輔導照片

1.6 促成印刷及設計新銳能量輔導 2 案(含)以上，完成文創印刷產品設計開發 119 件(含)以上

近年隨數位資訊、雲端科技、雷射和噴墨等技術不斷革新與驅動，以及文創設計、服務產業之興起，促使印刷產業結構之改變，整體產業朝向精緻化、高值化與文創化之特色發展。然而產業在面對升級與轉型之過程中，如何穩定發展與永續經營，擁有充沛且質優之人才，乃是產業穩定發展之關鍵因素。人才不僅是企業永續經營之基礎，亦是企業創造利潤之動力與憑藉。

故經濟部工業局為提升印刷產業開發能量，補足產業升級與轉型變革所需人才不足缺口，委託印研中心以「印刷暨文創商務設計打樣中心」多元資源，結合學校人才導入業界需求，讓學員可在真正進入職場前獲得教育訓練與熟悉產業環節及分工，並藉專案實作、廠商合作開發及競賽參與，提供印刷專業技能與實務經驗及文創美學設計能量之養成，在學界知識與業界需求間取得平衡，並創造出符合市場需求之商業產品，讓學員在差異中學習與改變，使其能挑戰自我、跳脫框架，為產業注入新血，創造產業發展新契機。

最終以縮短學用落差、強化職場連結，培育畢業即具就業之能力，為產業注入印刷及設計創新之能量，提升產業優勢。最終以縮短學用落差、強化職場連結，培育畢業即具就業之能力，為產業注入印刷及設計新銳之能量，以提升印刷產業之競爭優勢為宗旨。本年度預計促成產學研合作 2 案(含)以上，分別於北高二處之打樣中

心分別執行，以完成文創印刷產品設計開發 40 件(含)以上。

1.6.1 印刷暨文創商務設計打樣中心(台北)

(1) 推動作法：

A. 培訓期間：105 年 03 月 01 日起至 105 年 07 月 15 日。共計 4.5 個月(20 週)。

B. 合作學校：國立臺北商業大學設計管理系、景文科技大學視覺傳達設計系、國立臺灣藝術大學圖文傳播藝術學系。

C. 實習學生：陳彩菱、程音筑、劉韋君、侯宜芝、黃渢群、陳思妤、施乃文，共七名學生。

D. 課程規劃：

為補足在印刷專業技能與實務經驗之缺口，以及強化在文創包裝美學設計能量之養成，規劃兩大類課程，分別為印刷概論課程(印刷、色彩、油墨、紙張、雲端 ICT、估價、多媒體、企業參訪、機器設備操作...等)、文創包裝美學設計課程(文創開發設計、印品設計、產品包裝設計...等)，以供學員加強在專業技能與實務之經驗，提升自我優勢媒合就業機會。並投入 8 位業師，24 小時上課時數，企業參訪 2 場。

E. 文創產品設計開發(件)：65 件。

完成 65 件文創印刷產品設計開發，包含馬祖在地伴手禮之包裝袋設計、包裝盒與吊牌設計、印研中心 LOGO 設計、客製化筆記本設計、日本文具展台灣印刷精品手冊設計、工業局粉絲專頁母親節 banner 設計、2016Drupa 印刷展亮點趨勢講座文宣品設計、AR 名片互動設計、台北意象之糕餅包裝設計、心臟病童公益襪子包裝設計、客製化紅包袋設計。

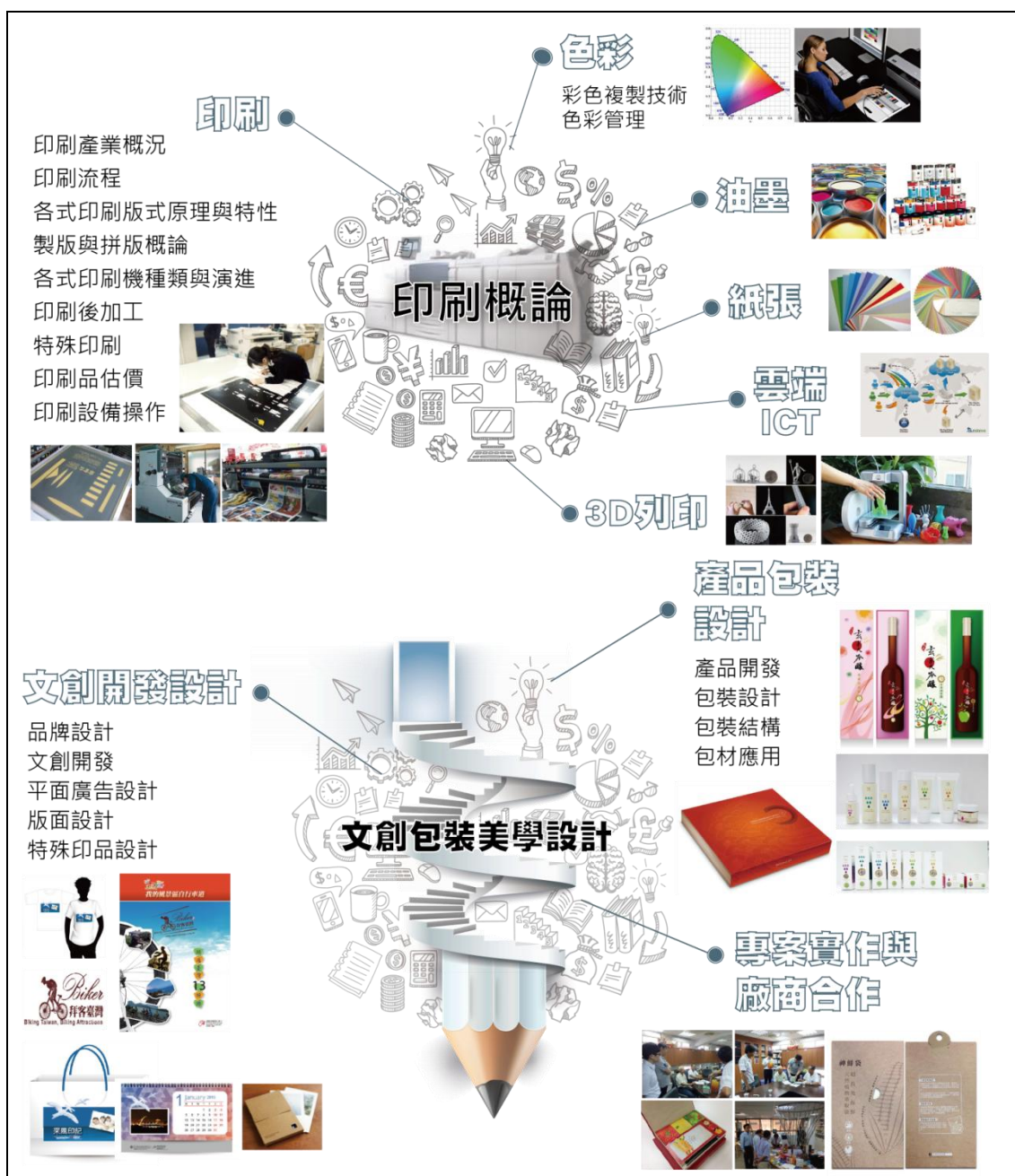


圖 59 印刷及設計新銳能量輔導-課程規劃

(2) 課程內容與上課紀錄：

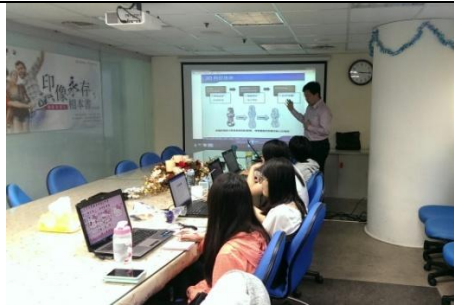
 印刷產業概況與趨勢 葉振壁總經理	 印刷色彩管理 徐肇奕廠長
 包裝設計與印刷後加工之結合與應用 黃國洲理事長	 特殊印刷介紹 吳文和廠長
 從工業 0.0 到 4.0 科技與印刷相關發展之途 陳政雄董事長	 從 3D 繪圖看 3D 列印之無限可能 張漢平設計師
 莫卡企業股份有限公司	 歐萊德國際股份有限公司

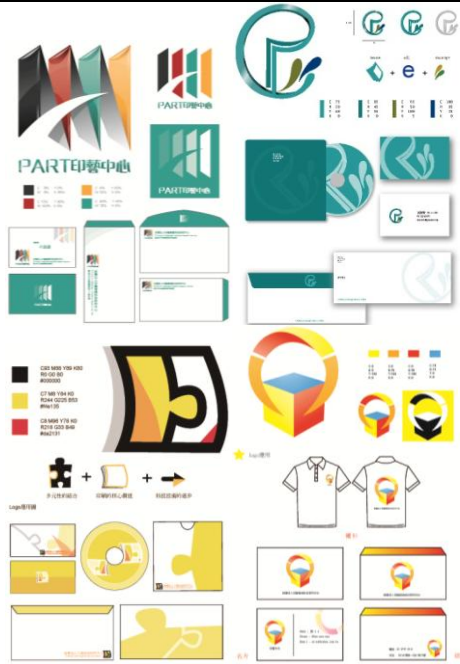
圖 60 印刷及設計新銳能量輔導-上課照片

(3) 文創印刷產品設計開發：





客製化筆記本設計



印研中心 LOGO 設計



2016Drupa 印刷展亮點趨勢講座文宣品設計



馬祖在地伴手禮之吊牌設計



心臟病童公益襪子包裝設計



台北意象之糕餅包裝設計



工業局粉絲專頁母親節 banner 設計



AR 名片互動設計



紅包袋套設計



圖 61 印刷及設計新銳能量輔導-文創印刷產品設計開發照片

(4) FB 粉絲頁：

透過印刷及設計新銳能量輔導-FB 粉絲頁之建置，展現 7 位學員自 3 月以來於中心實習之成果與作品，無論是從平面設計到跨域多媒體設計，學員皆呈現各式各樣青春活潑的創意及巧思，將所學知識、技能加以整合，做出完美的實踐。以及呈現學員一路以來於實習之心路歷程與點點滴滴。



FB 粉絲頁首頁

<https://www.facebook.com/ptri.pd.taipei/>



FB 粉絲頁



劉韋君0331實習小日誌

第2屆印刷及設計新銳 - 2016年4月1日 - 1 個閱讀次數

- 印刷色彩學課程
- 印務中心 Logo 修改
- 整理三月份作品

上午安排一課程「印刷色彩學」，由畢業於紐約大學，目前擔任文化大學的講師徐華英老師來授課。過去在學期間並未安排印刷課程，因此產地和色彩學基本理論，應將印刷色彩仍建立於色彩學基本理論之上，學習新物才能更快理解，由於設計和輸出緊密相連，對於輸出品質不能和設計相對應時，作品就缺乏完整性，因此著筆色彩就必須配合狀況調整，徐華英老師相當專業的講解如何設定，雖然只是印刷色彩課程的開端，但已覺益良多。

下午將前幾日的 Logo 設計細節修改，加粗整體線條，提高識別度，並增加應用示意圖。另外要將三月份作品統整，輸出後置於展櫃，作品很多也要重新排版於A4紙，合成作品品類留寬景再排版，常常無法搭配，得多思考了！



施乃文 0328 實習小日誌

第2屆印刷及設計新銳 - 2016年3月28日 - 4 個閱讀次數

本日工作大要：

財團法人印刷工業技術研究中心Logo 設計

2016 Drupa 印刷展亮點趨勢講座

今天延續上週的LOGO，編排LOGO在信紙與名片上的應用。在LOGO圖案裡面有些規定並不是明確，於是設計師和我們分享了上次提到的LOGO案例。在CIS的現象，可以做的非常細緻，也可以做得相當簡略，這都取決於案子的規模，也讓我們了解到正式的CIS規劃應該如何執行。



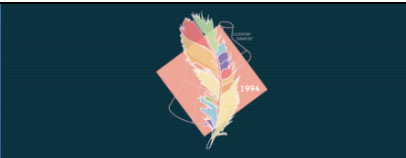
學員每日實習網誌



程音筑 0415實習小日誌

第2屆印刷及設計新銳 - 2016年4月22日 - 1 個閱讀次數

此次設計為工業展覽會封面，指定條件為須有女性化妝品及保養品，以「寵愛媽咪」為主題進行。為營造溫馨、歡樂與母親的溫暖，色調設定為淡粉色系，化妝品、保養品等插圖則是利用線條描繪，整體風格呈現淡雅、溫柔及溫暖。



陳彩菱0415實習小日誌

第2屆印刷及設計新銳 - 2016年4月15日 - 4 個閱讀次數

本日工作大要：

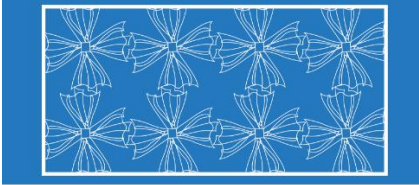
講座海報修改輸出

本日實習心得、自我評量與檢討建議事項：

將該海報與講者海報做輸出，先以三張為單位的排列方式，在AI裡做好一個列印的檔，原作品是直式的但在輸出時必須轉橫式符合列印的長度不然會無法把A4塞入整個頁面，透過這次的講座海報製作也學會了使用另一台印表機的方式，只要做好印表機的選擇，然後再設定中將長度更改成檔案的長度大小就可完成，這樣的作法能夠使他不會有點錯誤，列印好之後就把海報多的白邊輸出時就完成。之後時候在整理三月份日誌排版，一開始沒有方向，所以上網看了很多的作品和資料，才想好應該要如何排，畢竟要做出功課才能有一個好的成品，還有必須統整這週的作品，好讓自己檢視一遍之成果。



學員每日實習網誌



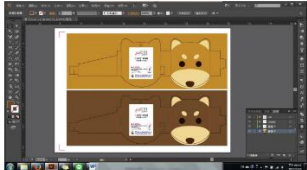

陳思妤0530 實習小日誌

第2屆印刷及設計新銳 · 2016年8月30日

本日工作大要：

心臟病童襪子包裝設計-2

繼續上星期設計的心臟病童襪子包裝設計，今天是在加強結構的部分。因為希望包裝可以不需要黏著就可以一體成形，所以花費很多心思在扣環部分，也與設計師來回討論，討論出最接近理想的樣子。相信只要再將細節修正就可以達到期望中的樣子。



點擊以新增解說

侯宜芝 0503 實習小日誌

第2屆印刷及設計新銳 · 2016年8月30日

本日工作大要：

印研中心名片AI排版整理

四月份作品整理

Drupa邀請卡重印

本日實習心得、自我評量與檢討建議事項：

最近主要在整理部分，印研中心名片的版式統整一陣子了，因為分頁存檔加註說明，步驟較為繁瑣，所以花了不少時間，今天總算順利完成。下午整理四月份的三樣作品，可檢視這個月的成果，且督促自己進步，希望自己的完結度能更高。



學員每日實習網誌




施乃文 0624 實習小日誌

第2屆印刷及設計新銳 · 2016年8月30日

本日工作大要：

親子角怪怪包裝視覺繪製

網球或發海報編排

在親子角怪怪包裝小尺寸打樣完成後，今日開始進行原比例尺寸的打樣輸出。不過因為最近各位實習生都相當認真在設計修改包裝，所以今日紙張竟用罄，最後只好使用黏貼失敗的紙張再重新補貼，幸好過程還算順利。



橫濱群06013 實習小日誌

第2屆印刷及設計新銳 · 2016年8月30日

本日工作大要：

哈密瓜包裝盒設計

以之前設定尺寸為A4盒形來修改成A3尺寸，改尺寸之後問題修正方面也比較清楚，之前建議的由上往下卡進去的卡槽設計在使用時很不方便，所以還是改回由下往上的卡槽。

在手把的部分設計師指出如果改成1.1尺寸，手把間的間距太遠，無法用手提起來，所以這部分還要再修改。



學員每日實習網誌

圖62 印刷及設計新銳能量輔導-FB粉絲頁

(5) 成果發表暨媒合就業會：

- A. 活動名稱：第二屆印刷及設計新銳成果發表暨就業媒合會。
- B. 辦理地點：印刷暨文創商務設計打樣中心。
- C. 辦理時間：105 年 06 月 30 日（四）下午 2 點。
- D. 參與貴賓：經濟部工業局劉乃元科長、財團法人印刷工業技術研究中心陳政雄董事長、台北市印刷商業同業公會陸兆友理事長、台灣區印刷暨機器材料工業同業公會陳銘基秘書長、國立臺北商業大學商業設計管理系蔡誠一老師。
- E. 參與廠商：紅藍彩藝印刷股份有限公司孫國鈞副總經理、大榕國際股份有限公司呂墩國總經理、莊有清印前副理、喬羽彩色印刷股份有限公司陳威志副總經理、綺益彩印科技股份有限公司楊凱傑特助、黃義欽副總經理、王啟弘設計師、凌雲科技股份有限公司黃逸欣特助、楹峰視覺設計有限公司黃國洲總監、盈濤印刷品有限公司邱仕樟先生、蔣堂物賞吳松洲總監。
- F. 媒合成果：完成平面、包裝、產品設計及多媒體製作等 65 件作品，包括：馬祖在地伴手禮之包裝袋、包裝盒與陳列展架設計、AR 名片互動設計、台北意象之糕餅包裝設計、心臟病



01 陳彩菱
Tsa-Ling Chen

求職意向/平面、包裝設計
聯繫方式/
0970040883
kim0918934@gmail.com
專長/
插畫繪圖、印刷設計
就讀學校/科系
國立臺北商業大學
商業設計管理系
實習經歷/
印研中心設計新銳實習生
印研中心設計新銳實習生



02 程音筑
Yin-Jhu Cheng

求職意向/行銷企劃、設計企劃、包裝企劃
聯繫方式/
0955179148
yijcheng78@gmail.com
專長/
平面設計、印刷設計
就讀學校/科系
國立臺北商業大學
商業設計管理系
實習經歷/
印研中心設計新銳實習生
實習經歷/
2014台灣海報新銳展 入圍



03 劉韋君
Wei-Jun Liu

求職意向/平面設計、印刷設計、排版設計
聯繫方式/
0972619197
liujuejiun@gmail.com
專長/
平面設計、排版設計、攝影
就讀學校/科系
國立臺北商業大學
商業設計管理系
實習經歷/
綠牧形象設計公司
艾尚娛樂有限公司
印研中心設計新銳實習生



04 侯宜芝
Tina Hou

求職意向/平面、包裝設計
聯繫方式/
0910037855
tina82104@yahoo.com.tw
專長/
平面設計、形象規劃
就讀學校/科系
國立基隆商工綜合高中廣告設計學程
景文科技大學視覺傳達設計系
軟體應用/
Illustrator・Photoshop・Indesign
實習經歷/
三維網絡行銷公司暑期實習生
印研中心設計新銳實習生



學員簡介 DM-正面



05 黃渢群
Sharo Huang

求職意向/平面、插畫、包裝、兒童繪本設計
聯繫方式/
0910-102-623
bi1001219@yahoo.com.tw
專長/
平面設計、插畫
就讀學校/科系
景文科技大學/視覺傳達設計系
證照/
廣告設計-丙級
陶瓷石書假-丙級
實習經歷/
正豐國際貿易有限公司暑期實習生
印研中心設計新銳實習生



06 陳思好
Si-Yu Chen

求職意向/包裝設計、陳列架製作設計、印刷設計
聯繫方式/
0923683207
fshifish5566@gmail.com
專長/
結構設計、平面設計
就讀學校/科系
景文科技大學/視覺傳達設計系
證照/
廣告設計-丙級
印刷製版-乙級
實習經歷/
北京文策研習 教學助理
兩岸第一屆電子產品競賽 獲亞科
務部內服高工高設計畫 研究助理



07 施乃文
Nai-Wen Shi

求職意向/平面、包裝設計、印刷編排
聯繫方式/
0975901090
nycororo89@kimo.com
專長/
平面設計、插畫
就讀學校/科系
國立台灣藝術大學/圖文傳播藝術學系
證照/
廣告設計-丙級
圖文編版-丙級
實習經歷/
曉陽廣告暑期實習生
胡氏輪胎暑期實習生



DESIGN
PRINT
RISING
STAR

印刷設計新銳



105年精緻印刷文創加值
市場拓展輔導計畫

學員簡介 DM-反面

105 年度 精緻印刷文創加值暨市場拓展輔導計畫
 第 2 屆 印刷及設計新銳能量輔導-成果發表考核表

編號	姓名	A.簡報 (40 分)		B.作品 (60 分)				總分	評語
		表達能力 (30)	專止簡報 (10)	主題性 (10)	視覺性 (15)	創意性 (15)	完整度 (20)		
105P201	 陳彩菱								
105P202	 程育筑								
105P203	 劉敬君								
105P204	 侯宜芝								

成果發表考核表-正面

105 年度 精緻印刷文創加值暨市場拓展輔導計畫
 第 2 屆 印刷及設計新銳能量輔導-成果發表考核表

編號	姓名	A.簡報 (40 分)		B.作品 (60 分)				總分	評語
		表達能力 (30)	專止簡報 (10)	主題性 (10)	視覺性 (15)	創意性 (15)	完整度 (20)		
105P205	 黃漪群								
105P206	 陳思妤								
105P207	 施乃文								

公司名稱 / 姓名: _____ / _____ (簽章)

成果發表考核表-反面

圖 63 成果發表暨媒合就業會邀請卡、學員簡介、媒合表

H. 活動照片：



劉乃元科長聆聽學員進行媒合會簡報



侯宜芝學員進行媒合會簡報



陳思妤學員進行媒合會簡報



陳彩菱學員進行媒合會簡報



黃湏群學員進行媒合會簡報



劉韋君學員進行媒合會簡報



程音筑學員進行媒合會簡報



成果發表暨就業媒合會現場 1



成果發表暨就業媒合會現場 2



成果發表暨就業媒合會現場 3



成果發表暨就業媒合會現場 4



成果發表暨就業媒合會現場 5



侯宜芝學員成果展



陳思好學員成果展



陳彩菱學員成果展



黃洸群學員成果展



劉韋君學員成果展



程音筑學員成果展



全體學員及與會來賓一起合影於台北打樣中心

圖 64 印刷及設計新銳能量輔導-成果發表暨媒合就業會照片

(6) 總結：

「印刷及設計新銳」學研合作計畫，乃是經濟部工業局為提升印刷產業開發能量，彌補產業升級與轉型變革所需人才不足缺口，委託本中心以「印刷暨文創商務設計打樣中心」的多元資源，結合學校人才導入業界需求，縮短學用落差，以學研合作協助設計新銳快速進入產業運作模式，並媒合人才導入業界，提升產業能量。

今年已是第二年執行，本次北部地區參與「第2屆印刷及設計新銳能量輔導」之同學來自國立台灣藝術大學圖文傳播藝術學系、台北商業大學設計管理系、景文科技大學視覺傳達設計系之應屆班級，從今年3月至7月在印研中心企劃訓練組與台北印刷暨文創商務設計打樣中心部門同仁的密集式的專業訓練下，練就一身兼具美感及實務操作的真功夫，也具有台風穩健的提案簡報能力，能將所學知識、技能加以整合，做出完美的實踐。在此期間，完成平面、包裝、產品設計及多媒體製作等作品，包括：馬祖在地伴手禮之包裝袋、包裝盒與陳列展架設計、AR名片互動設計、台北意象之糕餅包裝設計、心臟病童公益襪子包裝設計、哈密瓜包裝設計..等。無論是從平面設計到跨域多媒體設計，學員皆呈現各式各樣青春活潑的創意及巧思。

此外參與成果發表暨就業媒合會之紅藍彩藝、大榕國際、喬羽彩色、綺益彩印、凌雲科技、

楹峰視覺、盈濤印刷、蔣堂物賞...等數十家印刷、文創與設計相關廠商，都對印刷及設計新銳展現之新創軟實力與工業局學研合作計畫給予高度讚賞與評價。多家廠商於會後邀請印刷及設計新銳至該公司參觀並爭相邀約面試。

人才為產業發展的根本，印研中心未來仍將持續透過學研合作方式，將中心的技術能量傳遞給社會新鮮人，以養成學用合一的專才投入印刷相關產業為目標，為業界增添具備即戰力的生力軍。

1.6.2 高雄 R7 印藝無限設計打樣中心

(1) 推動作法：

A. 培訓期間：105 年 03 月 11 日起至 105 年 07 月 29 日。共計 4.5 個月(20 週)。

B. 培訓單位：財團法人印刷工業技術研究中心、印藝無限設計打樣中心(高雄 R7)。

C. 合作學校：國立高雄師範大學、正修科技大學。

實習學生：黃馨億、郭子銘、謝和融、李宏文、留晴好、林子力。

D. 課程規劃：

實習內容以三大主軸所組成，分別為專業設備操作(乳膠大圖輸出機、數位印刷機、大圖輸出機、裁切機、膠裝機、雷雕機、割盒機、摺紙機、冷裱機)業界講師授課(陳政雄董事

長、陳啟章總監、李佳慧手工書達人、張建祺研究員，投入 4 位業師，31 小時上課時數)以及專案（平面設計、產品設計、包裝設計、網頁設計、企業識別設計、刊物設計）執行。

每位實習生都將協助印藝無限設計打樣中心所承接之各項設計案，經由實際操作的過程中了解與企業、業主溝通的應對、提案的關鍵技法、執行設計時理想與需求的拿捏、商品產出的流程以及結案的成果展示。

E. 文創產品設計開發(件)：54 件。

(2) 課程內容與上課紀錄：



印刷產業概況與趨勢介紹(上)
陳政雄董事長



印刷產業概況與趨勢介紹(下)
陳政雄董事長



包裝設計與行銷概論(上)
陳啟章創意總監



包裝設計與行銷概論(下)
陳啟章創意總監



手工書結構實作
李家慧手作達人

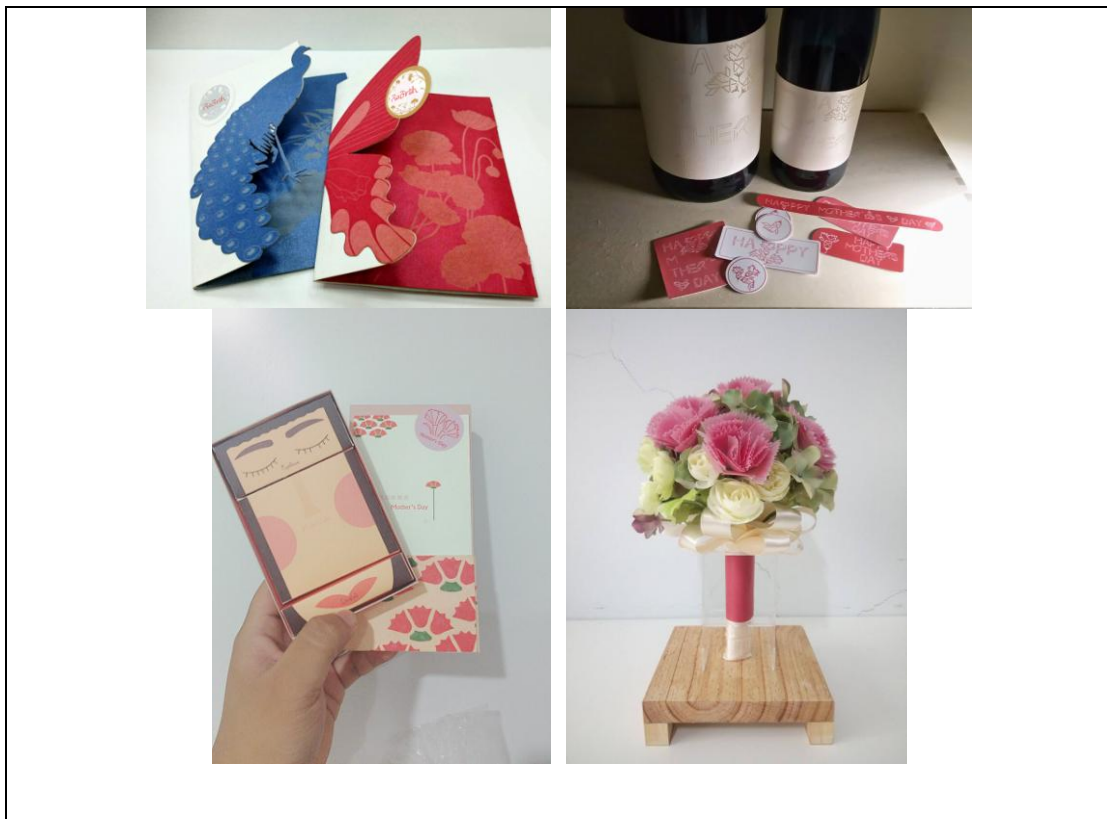


服務業務推廣實務操作
魏鈺珊專員



圖 65 印刷及設計新銳能量輔導-上課照片

(3) 文創印刷產品設計開發：





母親節企劃商品



結構設計



刊物設計



識別設計

日籍專業達人—五十川芳仁集合擁有精確動力與高精密製作技巧的零件經驗，並擁有10種不同類型的個人創作，現場與小朋友、小朋友分享最高動力機械的創意發明

五十川芳仁工作坊




樂高機器人工作坊 Schedule

09:30-10:00	電子工作坊 導引
10:00-10:15	開場
10:15-11:35	電子工作坊
11:45-12:00	開場時間/團體照
12:00-13:00	午餐時間
13:30-14:00	樂高工作坊 導引
14:00-14:30	開場
14:30-16:30	樂高工作坊
16:30-17:00	開場時間/團體照
17:00-	閉場

創客嘉年華活動



近年來全球興起三創（創新、創意、創業）議題持續發酵，以「自然科學」在各地興起，Maker（自造者、創客）強調實踐創想，解決問題的精神與受激勵，這股青年追求創新科技，成為跨界整合人才，成為促進青年創(創)業的重要目標。

勞工局勞工教育生活中心於6月6-7日，舉辦「創客嘉年華」活動，結合高規格創新團隊、業界、學校師生，展示創意科技（包括飛行器、機器人、3D列印機等），提供青年創業資訊、帶動商品化、投資、專利授權等商機，不僅帶給在地青年啟蒙，亦吸引人才及資金匯聚高雄，帶動產業發展，打造宜居城市。




民權里守望相助隊 組織編制



隊長 吳政昇

副隊長 陳明發

總幹事 吳基福

巡守組 小組長：韓福田

滅災組 小組長：吳瑞傳

鄰里安全保護組 小組長：楊永吉

組員

- 吳政昇、陳明發、吳基福、王李月嬌、王陳雪香、施乃瑛、王維玟、王春妹、朱進求、江淑貞、王采霞
- 王江清、陳麗卿、李玲玉、陳秋琴、李鑑南、邱敏賢、邱玉貞、陳碧蓮、陳華壽、梁秀櫻、鍾瑞瑛
- 蔡益成、盧淑高、謝賜金、王麗琴、黃綺月、鄭昌勇、張美芳、張維敬、黃秀菊、錢維勇、呂金端、謝潤

民權里辦公處

里長 吳政昇
TEL: 331-1467



海報設計



商品設計

圖 66 印刷及設計新銳能量輔導-文創印刷產品設計開發照片

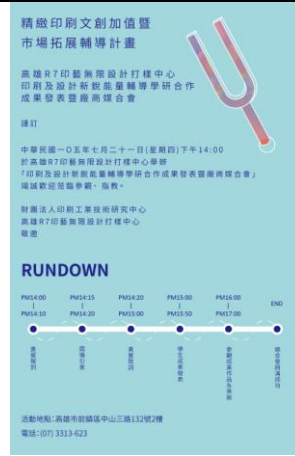
(4) 成果發表暨媒合就業會：

- A. 名稱：第一屆印刷及設計新銳成果發表暨廠商媒合會。
- B. 辦理地點：高雄 R7 印藝無限設計打樣中心。
- C. 辦理時間：105 年 07 月 21 日下午 2 點。
- D. 參與貴賓：財團法人印刷工業技術研究中心張敬旺協理、高雄市印刷公會吳文傑理事長、高雄市青創會邱榮煖副理事長、勞工教育生活中心李德純主任、國立高雄師範大學陳俊智處長、正修科技大學吳守哲處長。
- E. 參與廠商：博麗彩色印刷股份有限公司邱永順董事長、上虹有限公司張簡敏裕董事長、樂活國際行銷有限公司林冬發總經理、梵谷文化事業有限公司吳勝忠董事長、韋亞設計工作室張德霖負責人、艾台國際有限公司胡志明負責人、亮明紙品有限公司余南興總經理、凱勝國際有限公司吳俊民總經理、TouchWood 黃柏琛總監、秀峰特殊印刷股份有限公司陳傑明經理。

G. 活動議程表：



邀請卡-正面
詳如附件



邀請卡-反面
詳如附件

印務及設計組提案彙輯——學研合作		
水果糖大聚點海城分會提案		
時間	內容	代表
13:45-14:10	美食、海味類別	協理陳怡 陳麗蓮委員 郭健雄委員
14:15-14:25	閱讀指引	張淑儀協理 郭立強專責經理
14:25-14:45	廠商代表致詞	英文經理李美 河水運管理處李 劉金剛副經理
14:45-15:00	學友或家長致	郭麗儀、李美文、梁 、陳子文、謝和敏、 周曉玲、黃慧瑩
15:00-17:00	李觀成作品作 交流茶會	
17:30	聯合會圓滿結束	
備註：活動於12月30日(星期日)，下午於7/22上午辦理。		

議程表
詳如附件

[illegible]

簽到表 1-印研中心
詳如附件

[illegible]

簽到表 2-企業(1)
詳如附件

[illegible]

簽到表 3-企業(2)
詳如附件



圖 67 印刷及設計新銳能量輔導-成果發表暨媒合就業會邀請卡、DM、專刊、海報、議程表、簽到表

H. 活動照片：



印刷公會吳文傑理事長致詞



印研中心張敬旺協理致詞



成果發表暨媒合就業會現場 1



各學員分別以簡報進行發表 1



各學員分別以簡報進行發表 2



各學員分別以簡報進行發表 3



媒合會作品展示 1



媒合會作品展示 2



圖 68 印刷及設計新銳能量輔導-成果發表暨媒合就業會照片

(5) 結語:

105 年度印刷及設計新銳能量輔導-學研合作於三月同時與國立高雄師範大學(實習就業輔導處)、正修科技大學(時尚生活創意設計系)簽訂 MOU 合約，在未來至少一至二年內，高雄 R7 印藝無限打樣中心為兩校穩定培育業界印刷、圖文、設計相關人才的實習企業，並於 3 月 11 日起始實習、7 月 21 日辦理成果發表暨廠商媒合會，於現場展示學員針對品牌設計的個人原創作品，並藉由短短的簡報時間進行成果發表，學研合作於 7 月 29 日結

業，為期 4.5 個月(20 週)，在學期制的實習期間，我們看到學生對印刷產業的熱情及優秀設計能力大幅度的躍進，而學研合作辦理初衷便是為縮短學用差距，使學生在離開校園前奠定實力及抗壓性，離開校園後能快速就業並於職場上得心應手，成果發表暨廠商媒合會的主視覺設計理念，便是以「銜接學界與業界的橋樑：深度共鳴」為概念，同時邀請 10-15 間業界企業主，在問卷調查回收彙整後的一致好評讓我們知道人才培育對於未來產業的重要性，今年度的印刷及設計新銳能量輔導-學研合作圓滿結案！

分項 2. 印刷技術推廣暨市場拓展

為有效拓展印刷產業外銷國際市場之競爭力及掌握市場先機，彰顯政府推動績效，擬透過本中心成立之南北印刷暨文創商務打樣中心，提供文創設計商務諮詢及打樣服務，建立產業快速打樣之能量及建立多方跨領域合作模式，促成產業轉型，朝向產品差異化及特色化發展，並且舉辦多場企業經營與跨域產業技術專題講座、產業成果推廣或商機媒合交流會等活動，結合跨域之學者專家，進行異業合作，共同開發多元化產品與提升從業人員職能，並促成產業間及業者間之標竿學習，讓業者能隨時掌握產業脈動與趨勢。

此外透過籌組外銷貿易策略聯盟團方式，帶領業者參與國內外展會，辦理外銷市場 1 對 1 商機媒合座談會，面對面直接了解客戶需求，同時打造及推廣台灣優質印刷新形象，提高國際曝光度，拓展海外商機。且為改變國人對於傳統印刷業之刻板印象，建立印刷新形象，擬透過與印刷產業業者及其他法人單位之合作，透過休閒活動之舉辦，能使參加者在參與活動之體驗過程中，感受到印刷產業技術能量之提昇與高值化形象，達到體驗行銷與創造商機之目標。

此外，籌辦台灣金印獎，帶動產業一同追求高規格、高品質與高榮耀之目標，開創企業卓越價值與地位，透過獎項之頒發與肯定，強化得獎業者進軍外銷市場之利基。另藉由研擬印刷產業白皮書，收集國內外產業動向及技術發展，以利未來產業政策之擬定，並讓業者了解

未來發展趨勢走向及如何因應轉型。

透過本分項計畫之執行，期望促使我國印刷產業接軌國際市場，提高廠商國際競爭力及市場能見度，建立台灣印刷精品優質形象，協助提升整體產業的獲利，開拓國際商機。本分項計畫 KPI 為：

2.1 印刷產業成果發表活動 2 場次(含)以上。

2.2 辦理印刷企業經營與產業技術專題講座 4 場(半日)(含)以上，總參加人數 200 人(含)以上。

2.3 辦理工機媒合交流會 4 場次(含)及 1 對 1 商機媒合 200 案。

2.4 辦理印刷技術應用推廣活動 1 場(含)以上。

2.5 籌組印刷外銷貿易策略聯盟團 4 團(總參與人數 32 人(含)以上)，帶領業者參加國外展會建置台灣印刷形象館 4 場(含)以上。

2.6 提供文創設計諮詢及打樣服務 40 次(含)以上。

2.7 辦理台灣金印獎 1 場(含)以上。

2.8 完成印刷產業白皮書 1 冊(含)以上。

表 2 分項二計畫原訂目標與實際達成數說明總表

達成指標	KPI	實際完成
2.1 印刷產業成果發表活動	2 場(含)以上	2 場(含)以上
2.2 印刷企業經營與產業技術專題講座	4 場次(含)以上； 200 人(含)以上	5 場次(含)以上； 315 人(含)以上
2.3 商機媒合交流會及 1 對 1 商機媒合	4 場次(含)以上； 200 案(含)以上 衍生商機 <u>120,000,000</u> 元	5 場次(含)以上； 571 案(含)以上； 衍生商機 <u>368,413,560</u> 元
2.4 印刷技術應用推廣活動	1 場(含)以上	1 場(含)以上； 2,258 人(含)以上
2.5 籌組印刷外銷貿易策略聯盟團，建置台灣印刷形象館	4 團(總參與人數 32 人(含)以上)；建置台灣印刷形象館 4 場(含)以上	4 團(總參與人數 69 人(含)以上)；建置台灣印刷形象館 4 場(含)以上
2.6 提供文創設計諮詢及打樣服務	40 次(含)以上	80 次(含)以上
2.7 台灣金印獎	1 場(含)以上	1 場(含)以上
2.8 印刷產業白皮書	1 冊(含)以上	1 冊(含)以上

2.1 完成印刷產業成果發表活動 2 場次(含)以上。

印刷產業已由傳統產業轉型為科技型產業，透過數位科技、雲端科技、資訊電子、雷射和噴墨等技術持續革新，及文創設計、製造服務、環保、綠能之加值，擴大產業價值，使印刷產業更加以發揮產業本身包含溝通、傳播、知識與教育、商業與行銷、生活機能、美感藝術、娛樂、包裝及工業應用等諸多功能，印刷產業已明顯轉型及成長。本分項計畫將透過辦理印刷產業成果

發表活動，行銷及推廣印刷產業新穎多元化的印刷技術，展現創意、美感、特色化加值之印刷新能量，將有助產業開發跨業商機，共同提升產業競爭優勢。

進行廠商成果推廣活動，以及促成跨域產品之商機開發與媒合作業，提供產業轉型與開發新產品的靈感，進行同業與異業間的交流與觀摩，建立技術或合作關係，共同提升自我競爭優勢與新品開發的技術能量。

2.1.1 完成「2016 台北國際書展」之產業成果發表活動：

(1) 活動目的：

本次與台北市印刷商業同業公會共同策展規劃，設立印刷產業專區「台灣印刷精品館」，結合十餘家優質廠商進駐台北國際書展這場國際會展盛會，增加台灣印刷能量曝光度，讓台灣印刷產業「印藝無限」的印象躍升國際、提升中國大陸民眾及國際買家對於台灣印刷業的認識了解與接受度。此次台灣印刷精品館邀集多家從事印刷效果之相關廠商，讓每一廠商皆能展示出獨到的印刷技術，帶領大眾體驗創新印刷魅力與特殊包裝應用成果，並讓參觀者了解各種書籍印刷技術利用於產品設計的可能性，增加更多書籍印刷與設計融合的機會，並發出更大的設計能量。

(2) 活動內容：

A. 活動地點：世貿展覽館一館國際書區。

- B. 活動期程：105 年 2 月 16 日至 2 月 21 日。
- C. 展館名稱：2016 台北國際書展-台灣印刷精品館。
- D. 參展廠商：興台彩色印刷股份有限公司、虹暘國際有限公司、順基國際有限公司、沈氏藝術印刷股份公司、皇城廣告印刷事業股份有限公司、東原數位特殊印刷、日創社文化事業有限公司、順裕印刷有限公司、元茂國際企業股份有限公司、科億印刷股份有限公司、新北平文化創意事業工作室、台灣御牧股份有限公司、中華彩色印刷股份有限公司、仝藝印刷藝術、凌雲科技股份有限公司、恆展印刷有限公司、長達印刷有限公司。
- E. 展品件數：168 件。
- F. 展出項目：圖書、雜誌印刷區、特殊印刷區（材質、加工）、被印材料區、數位複製創作區。

表 3 「2015 台北國際書展」產業成果發表活動-展出規劃總表

項目	分區	廠商	圖片示意	內容說明
1	圖書、雜誌印刷區	中華彩色印刷 科億資訊科技 恆展印刷 長達印刷 虹暘國際		本區廠商均在業界經營已久，專長於在不同被印材上之特殊加工的圖書、裝飾及包裝設計，本次展示精裝書、平裝書和可應用於高級書籍封面和高級包裝盒的裝禎布印刷應用。

項目	分區	廠商	圖片示意	內容說明
				
2	特殊印刷區(材質、加工)	凌雲科技 昱盛印刷事業 元茂國際 仝藝印刷藝術 順基國際 皇城廣告印刷	  	特殊印刷效果雖不是一般的印刷品所具備的，但因融入對人感官有特殊感受的元素加入，不僅增強表現效果，也提高印刷品的附加價值。
3	被印材料區	台灣御牧 沈氏藝術印刷 元茂國際		紙的一般特性，須由其平滑度、厚度、韌性、著墨性、滲透性、伸縮性、酸鹼性等而定。不同被印材質所呈現印刷質感也會有所不同。

項目	分區	廠商	圖片示意	內容說明
				
4	數位印刷創作區	興台彩色印刷 東原數位特殊印刷		數位整合在不同媒材、因應不同新舊畫作領域上，可達到傳神的數位複製畫作再現。

(3) 活動集錦：

A. 打卡送好禮：

因應指導單位之指導，特地安排於書展期間，在台灣印刷精品館內安排打卡換設計款小禮的活動，即至「經濟部工業局-傳產北分團」粉絲團按讚，成功完成任務的參觀者即可獲得打樣中心的設計款磁鐵書籤一對，吸引眾多參觀者聚集，不僅藉此宣傳以及展現打樣中心的設計能量，也為經濟部工業局之產業升級轉型服務團-傳產北分團增加粉絲團人數至6,239人次。



工作人員努力推廣活動



精緻印刷品吸引民眾打卡換小禮



工作人員解說活動介紹產業



參觀者熱烈討論



民眾按讚同樂	活動結束後，按讚人數增至 6,239 人
 小白繞著台灣轉按讚活動贈送之磁鐵書籤	 傳產北分團小白繞著台灣轉按讚活動按讚活動宣傳架

圖 69 「2016 台北國際書展」產業成果發表活動-打卡送好禮活動集錦

(4) 媒體曝光：

表 4 「2016 台北國際書展」產業成果發表活動-媒體曝光彙整總表

編號	報導標題	報導時間	媒體名稱
1	歡迎參觀台灣印刷精品館 2016 台北國際書展	2016/01/10	台中市特殊印刷技術協會 2015 中特年刊 2016/1/10 出刊廣發
2	歡迎參觀 2016 台北國際書展台灣印刷精品館的印刷饗宴	2016/01/18	台北市印刷商業同業公會官網及會刊第十七屆 第五期 2016 Jan
3	台灣印刷精品館 台北書展登場	2016/01/28	印研中心
4	台灣印刷精品館 2/16 登場 展現產業嶄新面貌	2016/02/04	濟部工業局全球資訊網-業務活動訊息
5	台灣印刷精品館 台北書展登場	2016/02/16	聯合財經網
6	台灣印刷精品館 2/16 登場 展現產業嶄新面貌	2016/02/18	經濟部工業局 FACEBOOK

(5) 展場實景：



民眾親自體驗網版印刷的樂趣



民眾詢問網版印刷



藉由工作人員的介紹而認識網版印刷後，連小朋友都躍躍欲試想體驗一番



國際買家仔細欣賞故宮授權掛畫



工作人員分裝台灣印刷精品館廠商資料於提袋



台北市印刷公會理事長親自率領團隊分送台灣印刷精品館資料提袋予世貿一館和三館展商



現場買家詢問科億所印製之產品



東原數位特殊印刷的商品結合擴增實境之應用



2015 精緻印刷計畫年度成果發表區



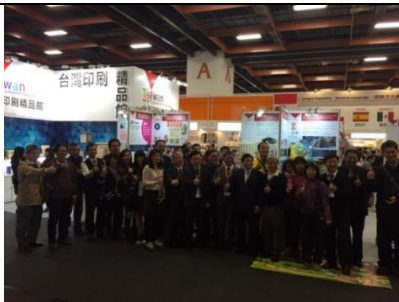
2015 精緻印刷計畫年度成果發表區



第九屆台灣金印獎作品展區



第九屆台灣金印獎作品展區



台北市公會理事們與台灣印刷精品館
工作人員全體合照



國際買家詢問元茂的數位膠裝機等採
購方案



台灣印刷精品館全景圖



台灣印刷精品館全景圖

圖 70 「2016 台北國際書展」產業成果發表活動-展場活動集錦

(6) 總結：

出版與印刷本為一家，原因在於書籍的製作與印刷工藝技術有密不可分的關係，無論是印前、印中、印後的技術能量，都關係著一本好書的製作。藉由台北國際書展成功匯集台灣海內外出版業界的佼佼者，讓參加台灣印刷精品館的印刷廠商在展會期間有機會能夠抽空拜會其他出版業者，建立友好的關係及增加日後合作的機會。此外，此次建館於世貿一館國際書區，週遭皆是來自其他國家的攤商，讓台灣印刷精品館的參展者可藉由地利之便，與國外的出版業者進行交流。

此次台北國際書展成功吸引超過 50 萬人次的入館參觀，建置台灣印刷精品館有助於提升海內外的觀展民眾及專業買家對台灣印刷精品形象的建立、2015 精緻印刷計畫成果發表與金印獎得獎作品展示，皆讓觀展民眾對台灣印刷技術能量能有耳目一新的感覺。

2.1.2 完成「精緻印刷文創加值暨市場拓展輔導計畫」之 成果發表活動

(1) 活動目的：

透過辦理「精緻印刷文創加值暨市場拓展輔導計畫」之成果發表活動，展現計畫輔導之成效，強化政府與法人單位輔導之角色，包含產業專型與技術之提升、市場拓展、人才培訓，均為本期執行之重點項目。

本年度在產業轉型與技術升級方面，推動了客製化的服務技術開發應用、智能化技術輔導以及印品文創設計開發、國際環保證任與製程改善等等，以創新、客製、文創等多元角度進行輔導；在市場拓展方向透過講座傳遞新知，並以帶領業者進行國際參展等方式協助產業進行國際貿易，拓展海外市場；人才培訓則透過授課培訓並與學界交流，透過學研合作培養優秀之印刷產業新血，為我國印刷產業注入更多能量。

(2) 活動內容：

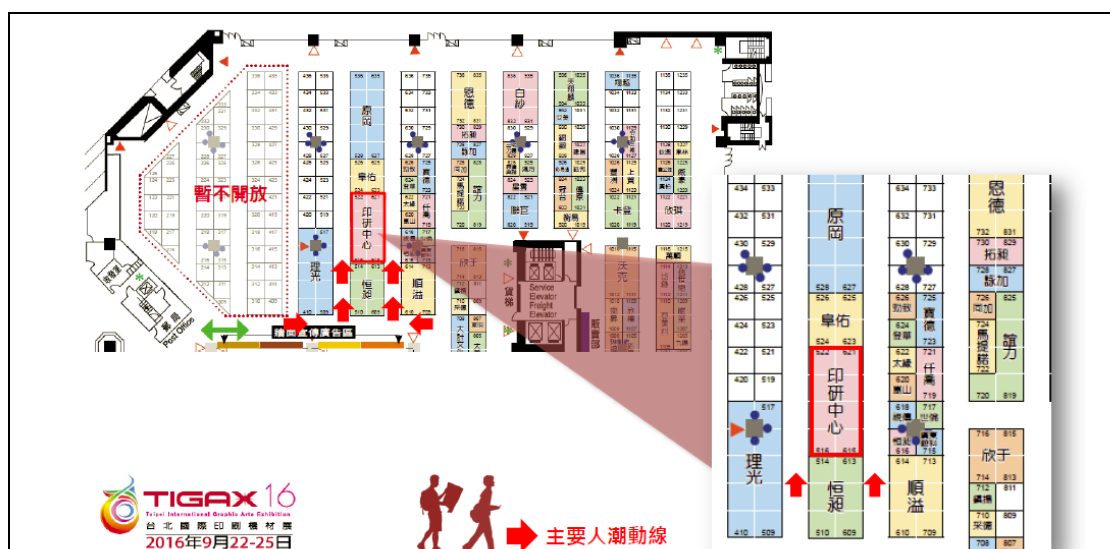
A. 活動地點：台北世貿中心一館。

B. 活動期程：105 年 09 月 22 日~09 月 25 日。

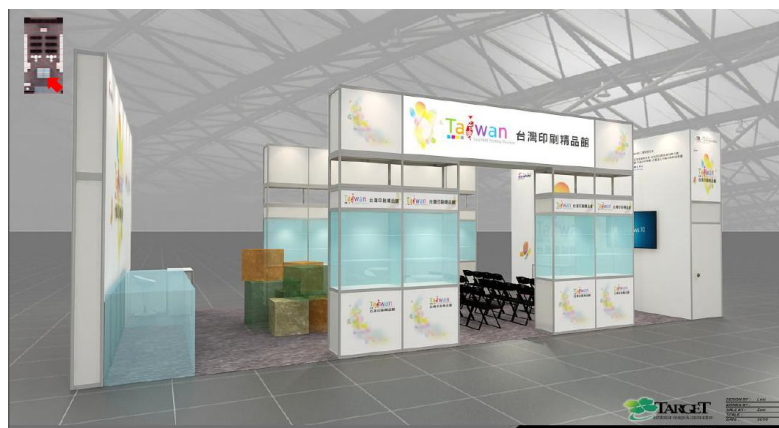
C. 展品件數：34 件。

D. 展出項目：以輔導成果、學研合作成果與金印獎成果劃分三大主軸進行展示。

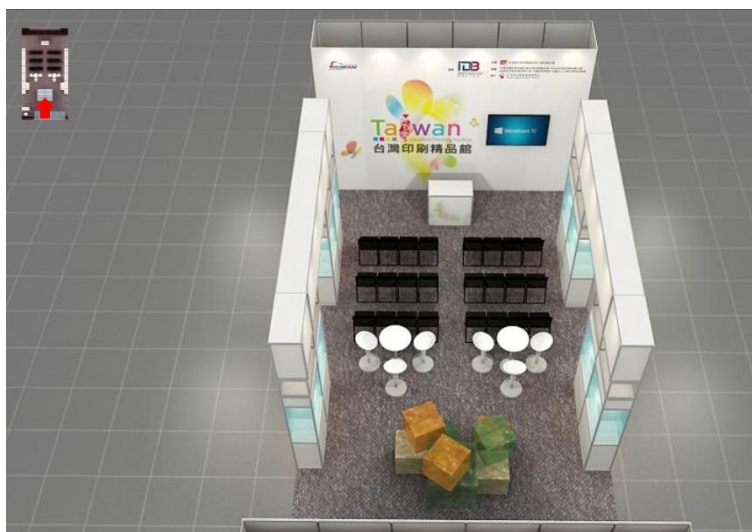
E. 展場規劃：



場地詳細地址位於 TIGAX



展覽區模擬位置圖



展覽區模擬位置圖



展覽區模擬位置圖

圖 71 計畫期末產業成果發表活動(TIGAX)展場活動規劃圖

F. 展出內容規劃：



活動主形象牆

精緻印刷文創加值暨市場拓展輔導計畫

計畫簡介

綜觀印刷產業發展之方向，未來產業動向是朝服務化、雲端化、精緻化及國際化趨勢發展，因此印研中心特別擬定了這個計畫，透過工業局的來協助，輔導印刷業者朝向以數位服務取代傳統業務，加強品質及技術能量，導入數位科技、雲端運算技術及發展雲端科技平台來搭配數位印刷技術，並結合文創設計，以打造全方位、多元化、客製化、創新化之高值印品與服務。



印刷產業技術升級暨文創設計輔導：

推動客製化之產業服務化技術開發與應用、印刷產業智能化技術輔導、印品文創設計與開發、國際環保認證與製程改善等輔導措施，發展以建構創新性、客製化與文創性的新產品，同時兼顧綠色環保。



印刷技術推廣暨市場拓展：

透過技術經營講座、MIT印刷產業推廣活動及同業異業的商機媒合，創造印刷市場需求，此外，籌畫外銷策略聯盟，推廣我國精緻印刷品質與產業優質形象，藉以達到「穩定內需，外銷倍增」之主要目標。



印刷產業人才培訓：

提供專業職能進修，強化在職從業人員的能，另透過學研合作計畫，培育學界優秀新血，為我國印刷產業注入活水源頭。



Printing Technology Research Institute

計畫成果介紹背版-1

精緻印刷文創加值暨市場拓展輔導計畫

第十屆台灣金印獎

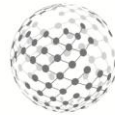
印刷產業的精進與創新一直是驅動產業永續發展、再造產品價值的重要力量，也是發展台灣文創設計軟實力的過程當中不可或缺的重要產業。透過「台灣金印獎」的設立，希望將印刷企業對於品質、技術表現、加工及美學設計融合的成就，發揚光大，並給予國家級最高榮譽的肯定，同時透過配套資源的挹注及行銷策略的整合，協助業者朝向產品創新及科技美學加值方向發展，並帶領台灣印刷業者進軍海外展會參展，建立「Printed In Taiwan」的優質印刷品質形象。



外銷貿易策略聯盟

藉由參與國際展覽會等策略合作方式，在專業需求的會展中提供各種印刷包裝應用，除觀察國際脈動，促進業者思考市場行銷與公司經營策略亦將可提高國際曝光度與商務交流並爭取異業合作機會。

持續多年的外銷聯盟團，於2016年度再度進軍全球，參加國際會展的廠商人數已突破上百人次，媒合案件數也已超過300案，我們創造了高曝光度和潛在商機與行銷廣告效益，歡迎舊雨新知加入印刷外銷聯盟團團隊。



Printing Technology Research Institute

計畫成果介紹背版-2

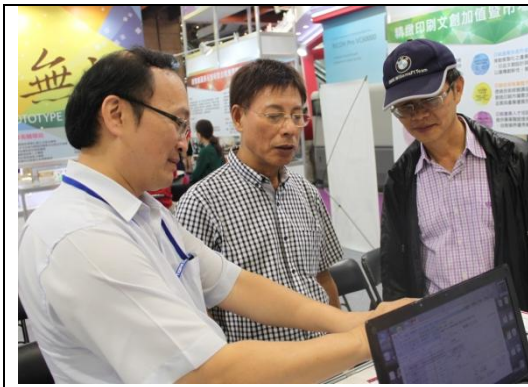
圖 72 計畫期末產業成果發表活動(TIGAX)展出內容規劃

表 5 計畫期末 TIGAX 產業成果發表活動-展出內容總表

分區		廠商	展出項目	圖片
1	輔導 成果 展示	睿笙科技有限公司	直噴擬真質感產品 1. 客製化印刷充電器 2. UV 印刷機	
2		展聖企業股份有限公司	時尚紙藝精品 1. 紙紮手錶 2. 紙紮系列珠寶 3. 紙紮居酒屋 4. 紙紮麻將桌	
3		馭墨坊企業有限公司	中秋節月餅禮盒 1. 多通能棋盤組	
4		梵谷文化事業	原創插畫家作品 1. 吸水杯墊 2. 餐盤	
5		秀峰特殊印刷股份有限公司	特殊曲面印刷技術應用 1. 多樣化品項 Demo 2. 手機殼曲面印刷應用	

6		大和精緻裝訂	多功能資料夾：大小共 2 式	
7		虹暘國際有限公司	1. 彩色印刷布 2. 無框畫 3. 票卡夾	
8		安芳美容科技股份有限公司	美容品盒設計	
9	金印獎成果展示	仝藝印刷藝術國際股份有限公司	精裝書： 1. 一代宗師-曹容書法(共四冊) 2. 百年華人繪畫(彩繪、西畫、論文)	 
10		科樂印刷事業股份有限公司	精裝書： 珠寶集錦	
11		宏國群業股份有限公司	平裝書： 藝術銀行工具箱	
12		里昂視覺製作有限公司	平裝書： 實踐大學 2016 媒體傳達學設計系-動畫創作影格書	
13		科億資訊科技有限公司	平裝書： 臺灣桃園國際機場 104 年年報 雜誌： 1. REGENT Galleria-2015 Summer 麗晶精品 2. design 設計 - APR/MAY 2016	

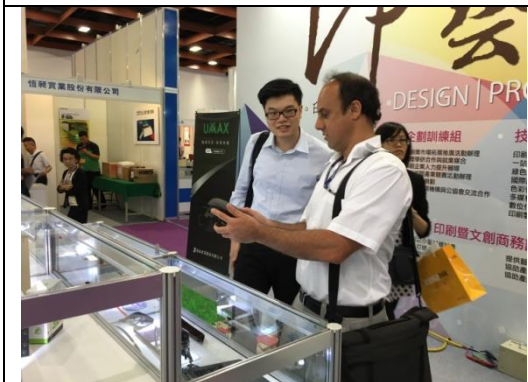
			型錄： 1. 2016 HERSCHEL SUPPLY STUDIO SEASON 3 2. RED DRA GON APPAREL FALL 2016	
14		沈氏藝術印刷股份有限公司	雜誌： 跑步生活 Vol.12	
15		昱盛印刷事業有限公司	雜誌： 潤養大地 澤給蒼生 彩盒： 護生善緣有機台灣原生種 黑豆濾泡茶 手札： 創生活 紅包袋： 恭賀新禧・吉慶有餘	
16		世倫彩色印刷股份有限公司	彩盒： 『華舞雀屏』香水香氛三件禮盒組包裝盒	
17		渝翔彩色印刷有限公司	彩盒： 野蜂逐花蜂蜜禮盒	
18		永豐餘工業用紙股份有限公司桃園廠	紙箱： 1. 兒童彌月成長禮盒組-旋轉木馬 2. 手作花園-盆栽包裝箱	
19		永豐餘工業用紙股份有限公司彰化廠	紙箱： HAPPY 囍嫁環保禮盒	
20		傳動數位設計印刷有限公司	畢冊： 畢業紀念冊-師大大獅	
21	學研合作成果	劉韋君	蜜之戀洋香瓜	
22		侯宜芝	永記綠豆糕	
23		黃湏群	思鄉味綠豆糕	
24		陳思妤	心臟病童公益襪子包裝	
25		施乃文	蜜之戀洋香瓜 漫步台北	



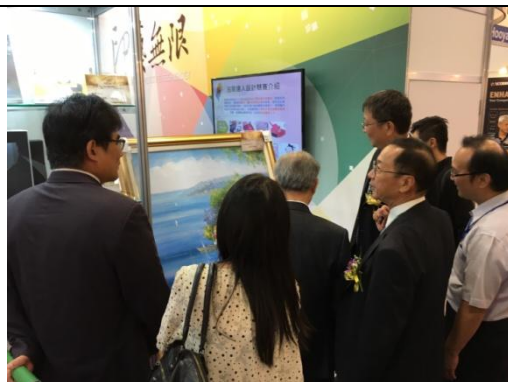
張總經理解說並展示計畫成果



陳董事長解說計畫成果



與國外業者解說並展示計畫輔導成果



與會來賓參觀金印獎得獎作品



TIGAX 產業成果發表活動會場-1



TIGAX 產業成果發表活動會場-2

圖 73 計畫期末 TIGAX 產業成果發表活動錦集

(3) 結語：

台北國際印刷機材展是台灣印刷產業及周邊設備、材料、供應商兩年一次的指標性會展，TIGAX 伴隨台灣印刷及相關產業一起成長，不僅帶給參觀者最新技術與訊息，也提供參展廠商無限商機，因此本計畫藉此舉辦「精緻印刷文創加值暨市場拓展

輔導計畫之期末 TIGAX 產業成果發表活動」，展現計畫輔導之成果與效益，包含產業轉型與技術提升、人才培訓與專業講座、印刷品行銷應用推廣活動、印刷外銷貿易策略聯盟團、印刷及設計新銳能量輔導、亮點輔導案例介紹等等（展聖企業股份有限公司、睿笙科技有限公司、秀峰特殊印刷股份有限公司、梵谷文化事業、大和精緻裝訂、虹暘國際有限公司）。展現印刷產業朝向以數位服務取代傳統業務，加強品質及技術能量，導入數位科技、雲端運算技術及發展雲端科技平台來搭配數位印刷技術，並結合文創設計，以打造全方位、多元化、客製化、創新化之高值印品與服務之能量與決心。

2.2 完成辦理印刷企業經營與產業技術專題講座 5 場(半日)(含)以上，總參加人數 315 人(含)以上。

透過講座之辦理提供業者了解現有設備之最新發展趨勢與產業界最新動態訊息及未來運用走向外，並透過講座時之交流與與互動提供更多跨領域合作之可能，為業者帶來更多的商機、營運啟發與管理參考，希望藉此講座之舉辦帶領產業面對市場挑戰及開創商業新格局，促進產業的永續與發展。

2.2.1 完成「漢字傳播過去、現在及展望」技術專題講座：

(1) 講座源起：

聲音的溝通存在動物世界，包括蟲鳴到禽獸求偶，在人類語言數以千計之多。然而文字始於符號，大多數由圖像轉變而來，如壁畫、岩刻等，也有演化成拼音字，只有漢字是使用圖形轉變而來的現存文字系統，經過千百萬年來的演變與歷史軌跡脈絡的追尋傳承，漢字終成為世界最大的傳播圈，奠基在象形字體上的圖文並存的文字傳承。因此透過「漢字傳播過去、現在及展望」專題演講，帶領所有與會者感受漢字文化的豐富底蘊與精緻印刷的無窮魅力。

(2) 講座內容：

A. 辦理地點：2016 第 24 屆台北國際書展「世貿一館 黃沙龍」。

B. 辦理時間：105 年 02 月 17 日下午 13 時 00 分
~13 時 45 分。

C. 參與人數：44 人。

D. 講師：印刷工業技術研究中心 陳政雄董事長。

(3) 講座會議紀錄：詳如附件。



圖 74 講座名稱-廣宣 DM

1. 聲音的溝通存在動物世界，包括蟲鳴到禽獸求偶，在人類語言數以千計之多。



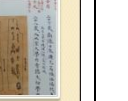



漢字的傳記傳播力量

3. 古文明中有巴比倫的楔形文字、還有古埃及聖書體，漢字最早留存下來的甲骨文、銅器上的金文，都屬象形文字。





4. 中國甲骨文神隱三千年，象形字體系是在清光緒25年(西元1899)年清末，金石家王懿榮，偶然在中藥店販賣的腿骨上發現了模刻的甲骨文。






6. 1928年，中央研究院歷史語言研究所成立，創辦人傅斯年很快提出殷墟發掘計劃。8月，在北京大學教授董作賓領導之下，開始在河南省安陽縣的洹河南岸做殷朝古都和墓穴考古發掘。








7. 每次發掘得到甲骨片約在數百片之譜，但在1936年6月第十三次挖掘中，尋得武丁王朝17096片甲骨，這是研究武丁王朝極為珍貴的史料，更是殷商盛世的國家檔案。








9. 秦始皇統一全國，由李斯制定小篆統一了中國文字，使中國維繫一個統一局面。





圖 75 漢字傳播過去、現在及展望-講師簡報摘要

(3) 講座照片：



圖 76 漢字傳播過去、現在及展望講座照片

2.2.2 完成「創造綠色商機，企業永續經營研討會」技術專題講座：

(1) 講座源起：

國內業者面臨內銷市場的飽和，拓展外銷國際市場為企業永續發展的關鍵下一步。隨著綠色壁壘增加及綠色環保趨勢，企業透過綠色行銷手法及具有第三方認驗證，提升國際競爭力，跨足國際市場。為了協助國內業者與國際接軌，拓展全球綠色商機，印刷工業技術研究中心於 105 年 04 月 29 日

(星期五)假高雄勞教中心獅甲會館舉辦「創造綠色商機，企業永續經營」研討會。

本場研討會規劃一系列主題與業者分享，分別為「綠色貿易商機的第一手觀察」、「認識綠色行銷的第一堂課」及「FSC™ COC 產銷監管鏈驗證及 2016 年新版說明」等議題，冀望本次活動對與會者有所助益，歡迎踴躍參加。

(2) 講座內容：

- A. 辦理地點：高雄勞工教育中心獅甲會館，303 會議室。
- B. 辦理時間：105 年 4 月 29 日下午 13 時 00 分~17 時 00 分。
- C. 參與人數：50 人。
- D. 講師：羅時芳 組長、楊雅雲 創辦人、黃炳龍 產品經理。

(3) 講座會議紀錄：詳如附件。

**105 年度精緻印刷文創加值暨市場拓展輔導計畫
創造綠色商機，企業永續經營研討會**



國內業者面臨內銷市場的飽和，拓展外銷國際市場為企業永續發展的關鍵下一步。隨著綠色聲量增加及綠色環保趨勢，企業透過綠色行銷手法及具有第三方認證，提升國際競爭力，跨足國際市場。
本場研討會規劃一系列主題與業者分享，分別為「綠色貿易商機的第一手觀察」、「認識綠色行銷的第一堂課」及「FSC™ COC 產銷監管鏈驗證及 2016 年新版說明」等議題，冀望本次活動對與會者有所助益，歡迎踴躍參加。

免費報名

時間: 105.04.29 (五) 下午 1 點
地址: 高雄勞工教育中心劉甲會館, 303 會議室 (高雄市前鎮區中山 3 路 132 號)

時間	議題	主講人
13:00~13:30	報到	
13:40~13:45	開場致詞與兩性平等宣導	印刷研究中心
13:45~14:35	綠色貿易商機的第一手觀察	經濟部綠色貿易辦公室計畫諮詢組組長・綠學院綠色帶路人 羅時芳 組長
14:35~15:25	認識綠色行銷的第一堂課	綠學院創辦人 楊雅雲 創辦人
15:25~15:40	茶敘與廠商交流	
15:40~16:30	FSC™COC 產銷監管鏈驗證及 2016 年新版說明	台灣檢驗科技股份有限公司(SGS) 黃炳麟 產品經理
16:30~	座談會交流時間(Q&A)	

■ 主辦單位: 經濟部工業局
 ■ 協辦單位: 高雄市印刷商業同業公會、高雄直轄市印刷商業同業公會、台北市印刷商業同業公會、社團法人中華印刷科技學會、中華民國紙器商業同業公會全國聯合會、台南市印刷商業同業公會、台南市紙器商業同業公會
 ■ 執行單位: 財團法人印刷工業技術研究中心

報名回條

【填妥後煩請 e-mail 或傳真印研中心林麗萍小姐, Email: de@ptri.org.tw 傳真: (02)2999-0018】

服務單位		姓名	
電話		職稱	
傳真		E-mail	
備註	※在個人資料保護法及相關法令之規定下，本中心將依法蒐集、處理及利用您的個人資料。為保障您的隱私權，您所提供的本中心之個人資料，將輸入本中心資料庫，受本中心妥善維護，並僅於本中心培訓及推廣之合理範圍內使用。		

圖 77 創造綠色商機，企業永續經營研討會-廣宣 DM

羅時芳組長：

綠色貿易商機的第一手觀察

綠色貿易商機的第一手觀察

羅時芳 經濟部綠色貿易辦公室計畫諮詢組組長

UNFCCC COP21 確定不能超過 2 度 C



WORLD CLIMATE SUMMIT
PARIS, FRANCE, 2015

1. 全球環境議題壓力的演進

	2.美國新環境法案、英國減碳目標、歐美減碳目標 3.國際對綠色產品訴求趨勢 4.國際組織綠色商品倡議 5.台灣具優勢的綠色產業
楊雅雲 創辦人： 認識綠色行銷的第一堂課	  1.行銷 3.0 2.綠色行銷? 3.找到企業價值的五個步驟 4.產品綠色亮點分析
黃炳龍產品經理： FSC™ COC 產銷監管鏈驗證及 2016 年新版說明	  1. FSC/COC 驗證產品簡列 2.何謂『監管鏈(CoC)』驗證？ 3.為何須要 COC 產品產銷監管驗證 4. FSC/COC 主要標準改版(預計 2016 公布)

圖 78 創造綠色商機，企業永續經營研討會-講師簡報摘要

(3)講座照片：



研討會參與情形



蔣明祥理事長致詞



陳政雄董事長致詞



羅時芳組長講授「綠色貿易商機的第一手觀察」

圖 79 創造綠色商機，企業永續經營研討會照片

2.2.3 完成「2016 圖文傳播藝術國際學術研討會」技術 專題講座：

(1) 講座源起：

本次活動從設計創意、影像藝術、印刷科技、數位出版典藏與圖文傳播教育等多元角度出發，廣邀歐美與兩岸相關專家學者，齊聚一堂共同暢談分享圖像與文字領域的未來趨勢，特別邀請 HP 亞太區標籤及包裝業務經理、西班牙藝術家、德國工業設計師等一同分享印刷、藝術、設計的經驗與發展，透過智慧傳，將視野放大，希望培育出新一代的領航者。

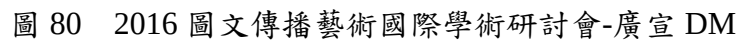
(2) 講座內容：

A. 辦理地點：國立台灣藝術大學。

B. 辦理時間：105 年 5 月 19 日上午 8 時 10 分-下午 18 時 00 分。

C. 參與人數：120 人。

(3) 講座會議紀錄：詳如附件。





主題：The Art of Possibilities – How Digital Printing Solutions Create New Opportunities to Outperform the Market

主講人：Hewlett-Packard 惠普公司 亞太區標籤及包裝業務經理



主題：The creative procces of the work of Salvador Marco

主講人：Mr. Salvador Marco



主題：Creator's Responsibilities
...What are we really launching to the public spaces?

主講人：Mr. Johann Geiger



下午時段為論文發表

圖 81 圖文傳播藝術國際學術研討會-講師簡報摘要

(3) 講座照片：



Hewlett-Packard 惠普公司 亞太區標籤及包裝業務經理演講現場實景



Mr. Salvador Marco 演講現場實景



圖 82 圖文傳播藝術國際學術研討會照片

2.2.4 完成「企業永續經營新趨勢研討會」技術專題講座：

(1) 講座源起：

企業追求永續經營發展為不可或缺的基本能力。過去幾年，國際在企業永續發展的歷程上，推出許多可以協助公司提升永續競爭力的管理工具，本次研討會會將推出一系列企業永續經營相關議題，提供工業者對永續經營有更深的認識，也有助於提供公司內部推動執行方式。

本場研討會規劃一系列主題與業者分享，分別為「綠色貿易商機的第一手觀察」、「ISO 9001:2015

與 ISO 14001:2015 改版要點」及「企業永續與職業安全衛生管理驗證系統介紹」等議題，冀望本次活動對與會者有所助益，歡迎踴躍參加。

(2) 講座內容：

- A. 辦理地點：台北市進出口商業同業公會 IEAT 會議中心，3 樓第一會議室(台北市中山區松江路 350 號)
- B. 辦理時間：105 年 11 月 14 日 (一)下午 1 點
- C. 參與人數：55 人。
- D. 講師：經濟部綠色貿易辦公室計畫諮詢組組長羅時芳組長、台灣衛理國際(BVC)劉建宏主導稽核員。

(3) 講座會議紀錄：詳如附件。

105 年度精緻印刷文創加值暨市場拓展輔導計畫 企業永續經營新趨勢研討會



企業追求永續經營發展為不可或缺的基本能力。過去幾年，國際在企業永續發展的歷程上，推出許多可以協助公司提升永續競爭力的管理工具。本次研討會將推出一系列企業永續經營相關議題，提供工業界對永續經營有更深的認識，也有助於提供公司內部推動執行的方式。

本場研討會規劃一系列主題與專家分享，分別為「綠色貿易商機的第一手觀察」、「ISO 9001:2015 與 ISO 14001:2015 改版要點」及「企業永續與職業安全衛生管理驗證系統介紹」等議題，冀望本次活動對與會者有所助益，歡迎踴躍參加。

免費報名

時間: 105 年 11 月 14 日 (一) 下午 1 點
地址: 台北市進出口商業同業公會 IEAT 會議中心·3 樓第一會議室(台北市中山區松江路 350 號)

時間	議題	主講人
13:00~13:30	報到	
13:30~13:40	開場致詞與兩性平等宣導	印刷研究中心
13:40~14:30	綠色貿易商機的第一手觀察	經濟部綠色貿易辦公室計畫諮詢組 羅詩芳 組長
14:30~15:20	ISO 9001:2015 與 ISO 14001:2015 改版要點	台灣衛理國際(BVC) 劉建宏 主導稽核員
15:20~15:35	茶敘與廠商交流	
15:35~16:30	企業永續與職業安全衛生管理 驗證系統介紹	台灣衛理國際(BVC) 劉建宏 主導稽核員
16:30~	座談會交流時間(Q&A)	

■ 主辦單位: 經濟部工業局

■ 協辦單位: 台灣區印刷製版器材工業同業公會、台北市印刷商業同業公會、社團法人中華印刷科技學會、中國印刷學會、中華民國紙器商業同業公會全國聯合會、中華民國印刷商業同業公會全國聯合會、台灣衛理國際(BVC)

■ 執行單位: 社團法人印刷工業技術研究中心

報名回條

【填妥後煩請 e-mail 或傳真印研中心林麗萍小姐, Email: de@ptri.org.tw 傳真: (02)2999-0018】

服務單位		姓名	
電話		職稱	
傳真		E-mail	
備註	※在個人資料保護法及相關法令之規定下，本中心將依法蒐集、處理及利用您的個人資料。為保障您的隱私權起見，您所提供予本中心之個人資料，將轉入本中心資料庫，受本中心妥善維護，並僅於本中心培訓及推廣之合理範圍內使用。		

圖 83 企業永續經營新趨勢研討會 - 廣宣 DM

 綠色貿易商機的 第一手觀察 羅時芳 經濟部綠色貿易辦公室計畫諮詢組組長 主 題：綠色貿易商機的第一手觀察 主講人：羅時芳經濟部綠色貿易辦公室計畫諮詢組組長	 ISO 9001:2015 & ISO 14001:2015 品質及環境管理系統改版說明 Chris Liu 劉建宏   主 題：ISO 9001:2015 & ISO 14001:2015 品質及環境管理系統改版說明 主講人：Chris Liu 劉建宏
 企業永續與職業安全衛生管理系統 Chris Liu 劉建宏 主 題：企業永續與職業安全衛生管理系統 主講人：Chris Liu 劉建宏	

圖 84 企業永續經營新趨勢研討會-講師簡報摘要

(4) 講座照片：



印研中心湯圭民協理致詞現場實景



貴賓、講師合影



綠色貿易商機的第一手觀察
羅時芳組長



綠色貿易商機的第一手觀察
羅時芳組長



ISO 9001:2015 與 ISO 14001:2015 改版要點
台灣衛理國際(BVC)劉建宏主導稽核員



企業永續與職業安全衛生管理驗證系統介紹
台灣衛理國際(BVC)劉建宏主導稽核員

圖 85 創造綠色商機，企業永續經營研討會

2.2.5 完成「印刷外銷策略暨轉型升級技術分享」研討會：

(1) 講座源起：

面對全球市場的挑戰，臺灣的印刷業者藉由材料科技與印刷技術的創新運用、數位化製程與管理、雲端客製化服務模式的導入以及設計美學與文化意涵的融合，已逐步跳脫傳統印刷業的框架，朝向高附加價值領域邁進，呈現印刷技術豐富多元的面貌。顯示台灣的印刷產業有拓展外銷市場的實力，但往往因未有整體性、策略性、技術性的市場開發計畫，而錯失許多外銷商機。

為此，特邀請到目前國內少數印刷本科系畢業後從事印刷專業工作並至美國攻讀國際貿易相關學程（Marketing 與 Global Leadership），現任職逢甲大學國際經營與貿易學系系主任吳廣文博士。還有今年度台灣金印獎技術創新獎得主，在國內具指標性的 3D 立體印刷廠商-山水彩色印刷股份有限公司的研發靈魂人物吳文和廠長，分別就現今技術發展與國際外銷連結的經驗進行剖析與分享，希能為與會者於跨足國際市場需求分析上挹注更深一層的能量，使印刷業未來在開拓國際市場及面對市場挑戰時能更快速站穩腳步。

(2) 講座內容：

A. 辦理地點：集思台大會議中亞歷山大廳(台北市羅斯福路四段 85 號 B1)。

B. 辦理時間：105 年 11 月 08 日(星期二)，下午 13:50~17:00。

C. 參與人數：46 人。

D. 講師：逢甲大學國際經營與貿易學系系主任
吳廣文博士、山水彩色印刷股份有限公司廠長
吳文和博士。

(3) 講座會議紀錄：詳如附件。

2009年印刷業印刷數位化暨市場拓展報導計畫

經濟部工業局廣告

※本活動暫不入境，歡迎踴躍參加

11/08

「印刷外銷策略暨轉型升級技術分享」

※本活動採線上、Email 或傳真方式報名，洽詢電話：(02)2999-0016 分機 124 劉小姐、分機 122 袁小姐

面對全球市場的挑戰，臺灣的印刷業者藉由材料科技與印刷技術的創新運用、數位化製程與管理、雲端客製化服務模式的導入以及設計美學與文化意涵的融合，已逐步脫離傳統印刷業的框架，朝向高附加價值領域邁進，呈現印刷技術豐富多元的面貌。顯示臺灣的印刷產業有拓展外銷市場的實力，但往往因未具有整體性、預知性、技術性的市場開發計畫，而錯失許多外銷商機。

為此，特邀請到目前國內少數印刷本科畢業後從事印刷專業工作甚至美國該該商管學位 (Marketing with Global Leadership)，現任職逢甲大學國際經營與貿易學系主任吳文達博士，還有今年度台灣金印獎技術創新獎得主，在國內具指標性的3D立體印刷商—山水彩色印刷股份有限公司的研發靈魂人物吳文和院長，分別就現今技術發展與國際外銷連結的經驗進行剖析與分享。希能為與會者於跨足國際市場需求分析上增添更深一層的釐量，使印刷業未來在開拓國際市場及面對市場挑戰時能更快速站穩腳步。

105.11.08(二)下午 13 時 50 分-17 時 00 分 集思台大會議中心亞歷山大廳 (台北市羅斯福路四段 85 號 B1)

時間	議題	主持 / 主講
13:30-13:50	報到	
13:50-14:00	(1)開場致詞與引言 (2)性別主流化與性別平權宣導	財團法人印刷工業技術研究中心
14:00-15:00	《專題演講一》 印刷業外銷策略之探討 (含Q&A)	逢甲大學國際經營與貿易學系系主任 / 吳文達博士
15:00-15:20	茶敘 / 交流	
15:20-16:20	《專題演講二》 以創新的技術 開拓國際市場(含Q&A)	山水彩色印刷股份有限公司院長 / 吳文和博士
16:30-16:50	(1)AR擴增實境介紹 (2)體健有“喜”	財團法人印刷工業技術研究中心 圖文資源小組 林昆賢經理
16:50-17:00	結語	財團法人印刷工業技術研究中心
17:00	賦歸	

▲主辦單位：經濟部工業局

➢執行單位：財團法人印刷工業技術研究中心

▲協辦單位：台灣區印刷製版器材工業同業公會、中華民國印刷商業同業公會全國聯合會、台北市印刷商業同業公會、

高雄市印刷商業同業公會、中國印刷學會、社團法人中華印刷技術學會

※資料下載與網路報名：<http://www.ptri.org.tw/NewContent.aspx?RNo=U1144> (PS:網路線上報名截止時間至 105.11.07 止)

(請以傳真(02-29990018)或Email: candyspa0943@gmail.com方式回復，回復後煩請再以電話確認02-29990016#124-122)

參加者姓名	(Y)	(Z)				
參加者職稱						
參加者聯絡電話	(O)	分機	手機	(O)	分機	手機
參加者E-mail						
公司名稱						
聯絡人E-mail	聯絡人電話		分機			
			公司傳真			

※在個人資料保護法及相關法令之規定下，本中心將依法蒐集、處理及利用您的個人資料。為保障您的隱私權益，您所提供予本中心之個人資料，將轉入本中心資料庫，受本中心妥善維護，並僅於本中心培訓及推廣之合理範圍內使用。

*表若如不敷應用，請自行影印或複製本報名表以表列填與寄回。

(4) 講座照片：



圖 88 「印刷外銷策略暨轉型升級技術分享」研討會照片

2.3 完成辦理商機媒合交流會 5 場次(含)及 1 對 1 商機媒合 571 案。

對印刷業者而言，參與國際展會是讓其產品與技術躍上國際舞台之最佳途徑，讓台灣優質印刷技術與印刷精品能在短時間內能有機會被來自全球不同產業之買家青睞，並進一步進行產業合作或服務交流，促使印刷產業跨領域合作與應用，已及讓台灣印刷產業拓展外銷市場。此外，進一步透過商機媒合，更能鎖定目標客群進行商機交流，進而爭取全球訂單，並行銷台灣印刷精品形象。

藉由辦理商機媒合交流會及 1 對 1 商機媒合座談會，進行商機洽談與需求之媒合作業，冀望順利尋求策略合作夥伴與新商機。共完成商機媒合交流會 5 場次(含) 以上及 1 對 1 商機媒合 571 案，促成潛在商機達 368,413,560 元 以上。商機媒合調查表範本及 5 場次國際會展與出國活動辦理之 1 對 1 商機媒合成效總表(詳如表 6)所示。

**2.3.1 完成「第 24 屆台北國際書展」商機媒合交流會，
及 1 對 1 商機媒合(24 案)：**

(1) 商機媒合交流會目的：

透過商機媒合交流推廣 MIT 印刷產業的能量和多元化服務，進行跨領域產業之互動合作機會、聯繫與宣傳推廣，運用多元印刷技術，提供更多符合客戶需求之客製化產品與服務，體驗產業創意、美感及特色化的成果，結合印刷創意為跨領域產業行銷加值，開拓新市場商機。

(2) 商機媒合內容與成效：

- A. 交流會場地：台北世貿一館，台灣印刷精品館現場。
- B. 交流會期程：105 年 2 月 16 日至 21 日。
- C. 場次：每日 1 場，共 6 場。
- D. 媒合項目：包裝盒、文具、明信片、印刷品、雜誌圖書出版。



圖 90 「2016 國際書展」商機媒合交流會-廣宣 DM

表 7 「2016 台北國際書展」-技術/產品媒合推廣成果表

廠商名稱	展出項目	現場及潛在商機	訂單來源
興台彩色印刷股份有限公司	數位微噴高階複製畫影像印製及週邊商品	20,300,000	高仿真複製畫
虹暘國際有限公司	布質裝幀及包裝面料	2,000,000	裝幀布料
順基國際有限公司	環保防水材質手做文創產品	250,000	DIY 文創合成紙玩具
沈氏藝術印刷股份有限公司	商業印刷、文化印刷	1,120,000	書籍、刊物印刷
皇城廣告印刷事業股份有限公司	創意設計內容與數位點讀筆之教育產品	300,000	數位點讀筆和地墊
東原數位特殊印刷	AR 服務及書籍印刷	215,000	雜誌、書籍等印刷
日創社文化事業有限公司	商業印刷、文化印刷	4,800,000	雜誌、書籍印刷
順裕印刷有限公司	彩盒、特殊材質貼紙	5,120,000	彩盒及絨布貼紙
元茂國際企業股份有限公司	印刷服務及印刷機器設備	7,000,000	印刷服務及印刷機器設備
科億印刷股份有	精裝書、軟精裝、	2,360,000	精裝書集製作

限公司	明信片		
新北平文化創意事業工作室	3D 全景擬真圖、學術與技術合作	400,000	3D 全景擬真圖
台灣御牧股份有限公司	UV 印刷、UV 直噴機	1,200,000	UV 印刷印用
中華彩色印刷股份有限公司	商業印刷、文化印刷	100,000	雜誌、書籍印刷
沈氏藝術印刷股份有限公司	書籍、包裝盒、文創禮贈品	100,000	書籍、包裝盒
凌雲科技股份有限公司	防偽印刷、UV 印刷	100,000	雷射防偽技術印用
恆展印刷有限公司	月曆、會刊等文化印刷	100,000	月曆、會刊印刷
長達印刷有限公司	月曆、精裝書、平裝書等印刷服務	100,000	月曆、精裝書
共計	45,565,000		

(3) 媒合現場照片：

 國際買家對於元茂的印刷機台深感興趣於媒合區洽談	 國際買家於現場詢問故宮授權高仿真掛畫
 買家詢問有關 3D 光柵立體變圖之應用	 現場買家直接下單委託生產



圖 91 香港國際印刷及包裝展商機媒合交流會-媒合照片

(4) 總結：

藉 2 月 16 至 21 日臺灣印刷精品館展期，安排商機媒合機制，初步統計促成 24 件來自臺灣海內外的商機媒合案，臺灣印刷技術能量和服務均藉此平台提高曝光度。其中，興台彩色印刷公司以專業的影像擷取和現代化的數位微噴技術呈現在宣影布媒材上，與故宮畫作結合，創造出具高收藏價值的藝術品，讓不少買家頻頻詢問其產品細節，並請興台報價；虹暘國際有限公司為台灣包裝封面材料市場的領導者，於書展期間也有不少買家有意與虹暘合作，希望將裝禎布料應用於精裝本上；順基國際有限公司結合手做文創及教育理念，開發而成之適合親子一同互動組裝完成的 PP 玩具，也受到矚目；沈氏藝術印刷所研發最新技術包括 3D 光柵立體變圖、圖文隱藏、邏輯光紋之應用在書展期間也受到國際買家注目與詢價；皇城廣告印刷使用環保油墨，與防水布料結合，製成具有學習、遊戲及點讀互動教學效果之瑜珈墊或壁貼，也是吸引買家購買意願之亮點；東原數位特殊印刷公司的多媒體結

合印刷服務，其中 AR 實境模擬-擴增實境更新最新流行趨勢；順裕印刷的各式可愛造型之商品貼紙和雷射標籤貼紙於會展中也受到買家矚目並現場下單；今年依然有廠商特地前來了解元茂國際之機台設備並對元茂商品成樂觀態度。整體而言，各家廠商都有精彩表現，初步媒合調查有 24 件可望完成之潛在商機，金額達四千五百餘萬，實際達成效益還需後續追蹤與觀察。

2.3.2 完成「2016 第 11 屆香港國際印刷及包裝展」商機媒合交流會，及 1 對 1 商機媒合(131 案)：

(1) 商機媒合交流會目的：

透過商機媒合交流推廣 MIT 印刷產業的能量和多元化服務，進行跨領域產業之互動合作機會、聯繫與宣傳推廣，運用多元印刷技術，提供更多符合客戶需求之客製化產品與服務，體驗產業創意、美感及特色化的成果，結合印刷創意為跨領域產業行銷加值，開拓新市場商機。

(2) 商機媒合內容與成效：

A. 交流會場地：Asia World-Expo 亞洲國際博覽館。

B. 交流會期程：105 年 4 月 27 日至 30 日。

C. 場次：每日 1 場，共 4 場。

D. 媒合項目：個性化立體便利貼、手工製作文化

創意商品、數位微噴高仿真複製畫、包裝彩盒
印刷及設計與印刷相關跨域整合之商品及服務等。

表 8 香港印包展-技術/產品媒合推廣成果表

廠商名稱	展出項目	現場及潛在商機 (新台幣\$)	訂單來源
彙盈企業有限公司	造型便利貼等產品 OEM、ODM 製作	12,180,000	立體便利貼、水果便利貼、旋轉便利貼等產品 OEM、ODM 製作
京峯數位服務有限公司	柔版印刷、食品包裝	1,000,000	書籍、酒標、軟管印刷
順基國際有限公司	環保防水材質手做文創產品	41,105,025	客製化 DIY 手作等文創教育印刷品
東方包裝股份有限公司	彩盒設計、包裝印刷	15,697,500	彩盒設計、包裝印刷
莫卡企業股份有限公司	商業印刷	6,443,000	酒標、刮刮卡、會員卡等促銷用品
興台彩色印刷股份有限公司	數位微噴故宮授權複製畫	3,000,000	數位微噴技術承印
優奇印刷有限公司	貼紙等文創商品、文具用品	195,000	月曆、週曆、貼紙、便利貼
葛瑞特印刷事業有限公司	環保包裝印刷、專利筆記本、彩盒	17,950,000	專利筆記本、彩盒
宏國印刷事業股份有限公司	商業印刷、文化印刷	9,750,000	食品包裝、精裝書籍及平裝書籍印製
原印文創股份有限公司	文創禮贈品	1,000,000	吸水杯墊、卡片、客製化帆布袋印刷
沈氏藝術印刷股份有限公司	商業印刷、文化印刷	1,000,000	型錄及雜誌印製
孫文山印刷品企業社	金印獎得獎精裝書	1,200,000	作品集精裝書印製
科億印刷股份有限公司	金印獎得獎精裝書	450,000	型錄印製
大榕國際股份有限公司	展架	760,000	展示架
共計			111,730,525

(3) 媒合現場照片



圖 92 香港國際印刷及包裝展商商機媒合交流會-媒合照片

(4) 總結：

香港印刷及包裝展為全球極具代表性的專業印刷展，本次展期吸引全球買家參觀，每天參觀展區之買家約有 300 多人，當中不乏歐洲、美洲、杜拜、印度等客戶，約有四分之一以上海外買家積極尋求合作可能，增加現場的工作人員和參展場商寶貴的學習與商機拓展經驗。展覽期間內，每日辦理一對一的商機媒合交流活動，累積至少 60 家廠商主動留下聯絡方式希望和台灣廠商後續進行合作，包含直接採購、接單生產、客製生產等不同合作模式的建立，並有許多客戶現場詢問產品 MOQ、FOB 等資料，也拿回樣品，希望後續能夠進行產品報價與合作，本次展覽為台灣印刷業來說，無論是會展現場及會展之外的廠商均帶來無限商機。

2.3.3 完成「2016 第 70 屆美國紐約文具展」商機媒合交流會，及 1 對 1 商機媒合(47 案)：

(1) 商機媒合交流會目的：

根據近五年台灣印刷及其輔助業出口總額，美國都位居第二、三名，是台灣印刷出口除了亞洲地區外，最為活耀的區域。就近兩年來看，2014 及 2015 年台灣外銷於美國印刷產值之年成長率分別為 9.9%、11.4%，主要原因是美國經濟有逐漸改善導致印刷需求增加。2015 年美國整體經濟表現有強勁的復甦趨勢，各項經濟指數均有好轉。此外，根據外貿協會報導指出，2012 年美國文具市場產值約 500 億美元，其中七成銷售收入來自辦公用品，美國文具市場不容小覷，總而言之，2016 正是進軍美國市場的好時機。

(2) 商機媒合內容與成效：

- A. 交流會場地：「紐約賈維茨國際會展中心」之 1122&1124 攤位，台灣印刷精品館現場。
- B. 交流會期程：105 年 5 月 15 日至 18 日。
- C. 場次：每日 1 場，共 4 場。
- D. 媒合項目：個性化立體便利貼、手工製作文化創意商品、數位微噴高仿真複製畫、特殊材質的可愛造型貼紙及設計與印刷相關跨域整合

之商品及服務等。

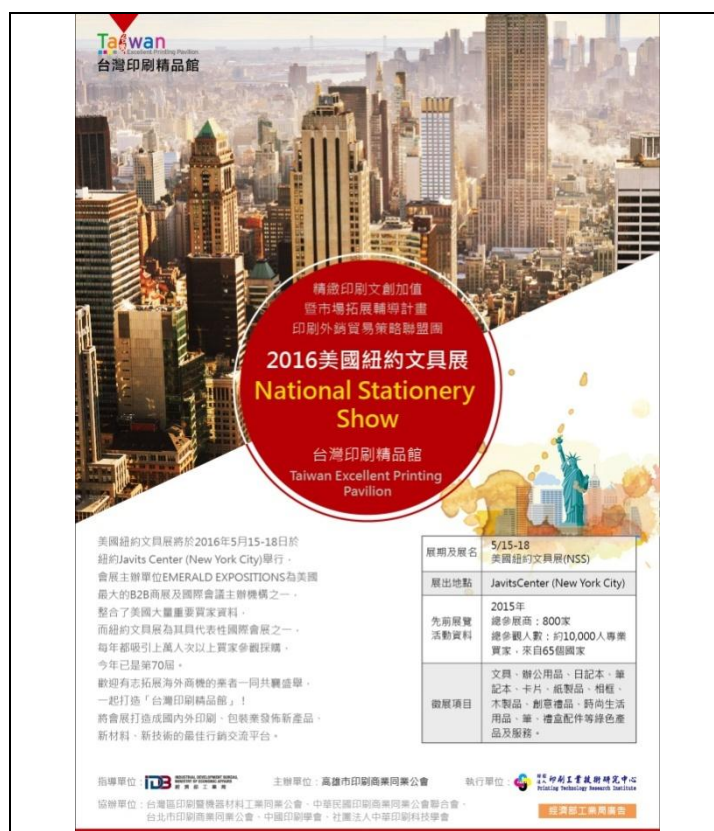


圖 93 「2016 美國紐約文具展」商機媒合交流會-廣宣 DM

表 9 紐約文具展-技術/產品媒合推廣成果表

廠商名稱	展出項目	現場及潛在商機	訂單來源
順基國際有限公司	環保創意手做產品、動漫品牌公仔系列、各種交通工具系列...等環保合成紙文創商品	7,133,750 元	客製化 DIY 組裝造型公仔、昆蟲及交通工具等文創玩具
彙盈企業有限公司	便利貼及便條紙加工、造型便利貼、水果便條紙、水果便利貼等產品 OEM、ODM 製作	5,070,000 元	360 度旋轉便利貼、旋轉便條紙、房屋造型便利貼
興台彩色印刷股份有限公司	故宮授權複製畫作與捲軸	890,000 元	數位微噴技術高仿真複製畫及捲軸
宏國群業股份有	包裝印刷、可變動	2,382,250 元	圈線裝筆記本、蝴蝶精

廠商名稱	展出項目	現場及潛在商機	訂單來源
限公司	式數據印刷、圈線裝筆記本、卡片與書籍		裝型錄
原印文創股份有限公司	噴墨印刷於各式被印材，如:帆布袋、磁磚、筆記本等客製化文創商品	2,065,375 元	客製化帆布袋、吸水杯墊
順裕印刷有限公司	印刷文創貼紙、轉印夜光貼紙、雷射轉印貼紙、紋身貼紙	3,185,000 元	印刷文創貼紙、雷射轉印貼紙
葛瑞特印刷事業有限公司	各類精製彩盒、筆記本	3,120,000 元	各類精製彩盒
太普高精密影像股份有限公司	印刷板材推廣	2,000,000 元	印刷板材
共計			25,846,375 元

(3) 媒合現場照片



國際買家與宏國洽談文創商品洽談



國際買家詢問順裕可愛造型貼紙



圖 94 「美國紐約文具展」商機媒合交流會-媒合照片

(4) 總結：

此次率團於美國紐約賈維茲國際會展中心為期四天的展覽期間至少吸引了上千位買家前來館內參觀，並促進了 47 案的商機媒合，這些潛在買家或客戶包括產品型錄製作採購、文創貼紙採購、出版社書籍之贈品採購、包裝盒採購、文創商品採購、帆布袋印製與代銷、複製畫委託印製及圖像授權、美國出版社尋求臺灣合作廠商…等；順基國際以環保創意手做產品，包含:動漫品牌公仔系列、

昆蟲系列、各種交通工具系列…等 DIY 組裝防水玩具，適合客製化生產並與企業行銷活動結合，有企業看準此商機並積極與順基國際接洽；興台則是優質色彩管理及精準印製複製畫受國際買家青睞，故宮畫作濃厚中國文化色彩更是得到特定消費族群的喜愛；彙盈的 360 度立體便利貼，不但具有功能性，還可展開後磁鐵兩面對貼站立成裝飾品，極具巧思，搏得不少國際買家的注目並頻頻詢價；原印的手工帆布袋及宏國之文創商品，都讓國際買家對台灣文創軟實力耳目一新，留下極深印象；順裕貼紙以絨布等特殊材質壓印、拼裝成可愛動物等各種造型，觸感精緻，外型可愛討喜，買家頻頻詢問其相關資訊；葛瑞特的精緻高品質包裝也讓販售香精蠟燭的廠商，有意與葛瑞特合作生產精緻包裝彩盒。此次展期，一共創造了兩千五百餘萬之潛在商機。

2.3.4 完成「2016 第 27 屆日本東京 ISOT 展」商機媒合交流會，及 1 對 1 商機媒合(140 案)：

(1) 商機媒合交流會目的：

此次參展除了積極開拓海外市場並提升台灣印刷產業在國際間的能見度及知名度，中華民國對外貿易發展協會駐東京辦事處經理及主任蒞臨參觀台灣印刷精品館蒞臨現場，亦有經濟部駐東京辦事處的長官蒞臨。會展現場參觀人潮絡繹不絕並積極詢問採購細節，因此隨即對產品有高度興趣之買家辦理台灣印刷精品館一對一商機媒合，內容包含個性化立體便利貼、水彩畫、刮畫、DIY 作文化創意商品、數位微噴高仿真複製畫、UV 印刷文創商品、特殊材質的可愛造型貼紙、及設計與印刷相關跨域整合之商品及服務等，由此可知台灣印刷產業仍具有相當的競爭優勢。

(2) 商機媒合內容與成效：

- A. 交流會場地：日本東京有明國際展覽中心 (Tokyo Big Sight)，台灣印刷精品館現場。
- B. 交流會期程：105 年 7 月 6 日至 8 日。
- C. 場次：每日 1 場，共 3 場。
- D. 媒合項目：特殊設計立體便利貼、手工製作文化創意商品、數位微噴高仿真複製畫、特殊材質的可愛造型貼紙及設計與印刷相關跨域整

合之商品及服務等。

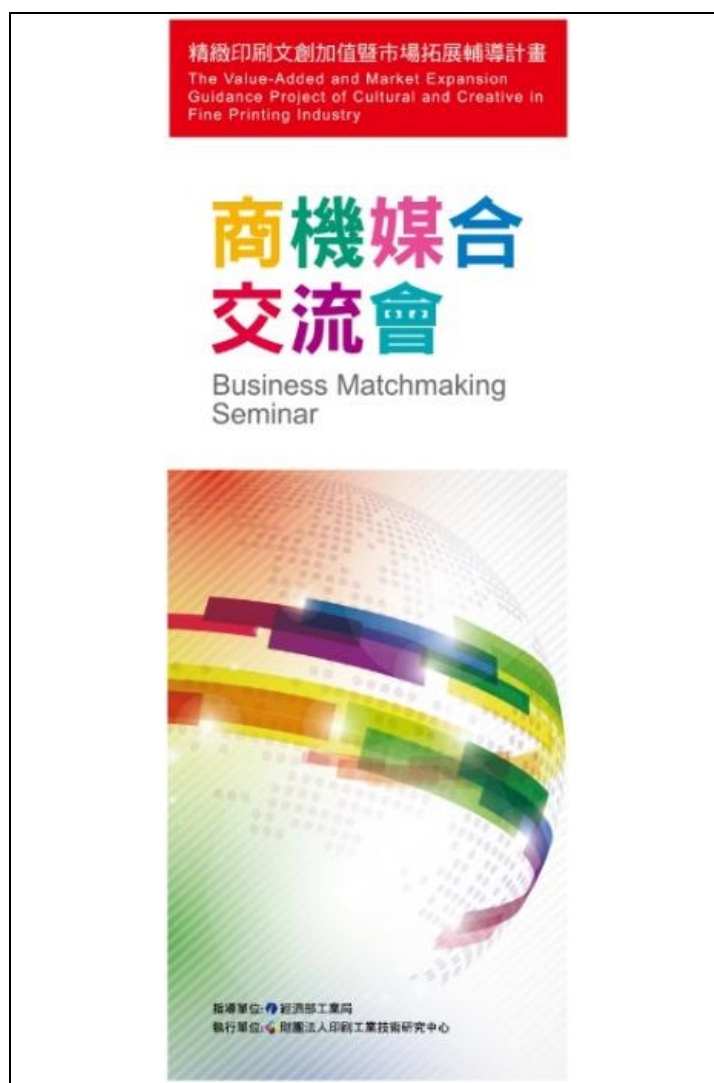


圖 95 「2016 日本東京 ISOT 展」商機媒合交流會

表 10 日本東京展-技術/產品媒合推廣成果表

廠商名稱	展出項目	現場及潛在商機	訂單來源
彙盈企業有限公司	便利貼及便條紙加工、造型便利貼、水果便條紙、水果便利貼等產品 OEM、ODM 製作	新台幣\$11,870,000	360 度旋轉便利貼、旋轉便條紙、房屋造型便利貼
優奇印刷有限公司	文具禮品玩具類標籤、各式文創	新台幣\$11,500,000	文創貼紙、軟包材印刷包裝、商業標籤

廠商名稱	展出項目	現場及潛在商機	訂單來源
	貼紙、軟包材印刷		
順基國際有限公司	環保創意手做產品、動漫品牌公仔系列、各種交通工具系列...等環保合成紙文創商品	12,280,000	客製化 DIY 組裝造型公仔、昆蟲及交通工具等文創玩具
原印文創(股)公司	噴墨印刷於各式被印材，如:帆布袋、磁磚、筆記本等客製化文創商品	14,500,000	特殊設計筆記本、裸背文創筆記書、UV 噴印文創商品
哲興印刷事業股份有限公司	印刷彩繪文具、環保印刷、NFC 科技技術與應用	12,800,000	水彩畫、刮畫
莫卡企業股份有限公司	製造亂數密碼及銀漆的可變動數據防偽印刷，刮刮卡、洞洞樂、儲值卡、多剝卡、可剝卡、背刮式貼紙(瓶貼)	8,500,000	促銷禮贈品
富網實業股份有限公司	3D 印刷、撲克牌、UV、塑膠印刷、紙盒及 PVC、塑料彩盒、邏輯光紋、紋身貼紙等	12,150,000	各類精製印刷、文具印刷、包裝設計
薩摩亞商博鈺國際股份有限公司台灣分公司	客製化彩盒、精裝盒、手工盒、防偽印刷、型錄、標籤	12,450,000	精緻彩盒、客製化特殊結構禮盒、蝴蝶精裝型錄
興台彩色印刷股份有限公司	畫作複製/授權	12,000,000	數位微噴技術高仿真複製畫及捲軸
幫客思創意印刷有限公司	文創商品、包裝製品	4,000,000	包裝設計
紅藍彩藝印刷股份有限公司/喬羽彩色印刷股份有限公司	彩色印刷、特殊印刷	12,850,000	高階型錄水晶網點印刷、特殊印刷
共計	新台幣\$124,900,000 元		

(3) 媒合現場照片：



圖 96 日本東京 ISOT 展商商機媒合交流會-媒合照片

(4) 總結：

台灣印刷精品館針對館內印刷技術或商品有興趣之國際買家，隨即辦理一對一媒合交流活動，累積超過 100 家廠商主動留下聯絡方式，而希望較大，並且日後比較有可能與台灣廠商進行後續洽談合作事宜者超過 50 件媒合案，內容包含接單生產、

建立客製生產等不同合作模式、價格、產品尺寸規格、材質、數量、交貨日期、最小訂貨量、設計款式、貿易條件。

此次來參觀台灣印刷精品館的國際買家，對於新的印刷技術、特殊被印材與實際應用的案例詢問度格外的高，尤其以順基國際詢問度非常踴躍，其文創手動組裝完成的商品，以較為環保的 PP 材質，防水且無需裝訂，只需在組裝過程中，以卡榫巧妙組合完成，展期中即有東急百貨店洽談其 TOYOTA 展售會活動的合作案，想做相關贈品；康軒文教事業股份有限公司的日本顧問也洽談教材合作。

彙盈成功在會展中以巨大造型水果立體便利貼行銷自家獨特造型磁鐵利鐵便利貼，不但富有裝飾品功能，還可撕下來當 MEMO 使用，現場就有 Japan Art 的文具大盤商有意採購並將於會後參觀彙盈公司；另有 RECS 經銷商希望彙盈合作，經銷日本市場。

潛在買家對於臺灣印刷精品館的採購需求還包含文創商品(吸水杯墊、磁鐵磁磚、筆記本、可愛造型貼紙)設計與製作、Giclée 數位微噴技術、精緻包裝彩盒製作與應用、經銷商與通路合作…等，預估後續潛在商機上看新台幣一億。透過參加國際知名會展來行銷自家公司，其曝光度及潛在商機不僅止於短短的展覽期間，也許現場沒有買賣成交但

也成功對買家留下深刻的印象，這對產品、品牌或是企業都是最佳的行銷活動，故切勿短視近利於眼前會展現場成交的商品、數量及金額有限，會展外所延伸商機及長尾效應更是無窮無限的；在此感謝政府計畫的支持，雖然經費有限，加上全球經濟仍處於蕭條，外銷出口也持續衰退，但是相信印刷外銷策略聯盟團為廠商所帶來的廣告行銷效果，還是遠遠比廠商獨自參加國外會展具有更好的效果，且可預測印研中心協助廠商所帶來的廣告行銷效益也會如同雪球般越滾越大。在未來，策略聯盟團所累積出的效益會慢慢的陸續浮現。

2.3.5 完成「第 10 屆 2016 上海國際包裝製品與材料展覽會」商機媒合交流會，及 1 對 1 商機媒合(229 案)：

(1) 商機媒合交流會目的：

由於中國已於 2009 超越日本成為第二大包裝大國，其包裝裝潢印刷產值占整個中國印刷總產值的比重約 3/4，尤其以民生需求為主的包裝潛在商機更是不容小覷。如今外包裝不僅具備美觀、安全性，更要與科技結合應用，以利達到品質管控，這些發展趨勢也為包裝產業注入無限商機的發展可能性，也是台灣印刷業者不容忽視的龐大市場。為此，此次前進中國上海市場，旨於推廣台灣印刷產業形象及高優質印刷精品技術，讓中國當地買家及

國際買家見識到台灣廠商的優質獨特印刷核心技術與服務創新能量，透過正式直接面對國際買家了解市場需求，有利促成外銷訂單商機媒合與海內外國際市場技術合作機會；同時，直接在現場進行當地市場會勘、商情資訊蒐集與觀摩交流，以盼精進台灣未來拓展外銷市場與產業技術創新之發展。

(2) 商機媒合內容與成效：

- A. 交流會場地：上海光大會展中心西館，台灣印刷精品館現場。
- B. 交流會期程：105 年 9 月 26 日至 28 日。
- C. 場次：每日 1 場，共 3 場。
- D. 媒合項目：防偽技術應用、客製化文創商品、禮贈品、特殊結構包裝盒與紙袋設計及特殊印刷技術應用、印刷相關跨域整合之商品及服務。



圖 97 「第 10 屆 2016 上海國際包裝製品與材料展覽會」商機媒合交流會-廣宣 DM

表 11 上海國際包裝製品與材料展覽會-技術/產品媒合推廣成果表

廠商名稱	展出項目	現場及潛在商機	訂單來源
順基國際有限公司	環保創意手做產品、動漫品牌公仔系列...等合成紙文創商品	新台幣\$11,310,000 元	客製化 DIY 組裝造型公仔、昆蟲及交通工具等文創玩具
優奇印刷有限公司	工業貼紙、瓶貼、標籤貼紙、禮贈品文具貼紙	新台幣\$431,600 元	工業貼紙、瓶貼、標籤貼紙
皇城廣告印刷事業股份有限公司	互動有聲學習智能型遊戲墊	新台幣\$457,860 元	互動有聲學習智能型遊戲墊
正大紙袋實業有限公司	手提紙袋、立體紙袋、花色紙袋、禮品紙袋、大型工業袋	新台幣\$3,083,200 元	各種提袋
東方包裝股份有限公司	各式禮盒彩盒、特殊結構手工盒、精美手提袋	新台幣\$18,829,200 元	精裝盒、手工盒
凌雲科技股份有限公司	雷射貼紙、防偽技術應用、雷雕商品及可愛造型紙盒包裝	新台幣\$1,209,000 元	雷射貼紙、防偽技術應用
順裕印刷有限公司	各式可愛貼紙、冷燙塑膠質(PP/PVC/PET)包裝彩盒和紙盒	新台幣\$5,148,000 元	可愛絨布貼紙和冷燙塑膠質(PP/PVC/PET)包裝彩盒和紙盒
盛詮紙業有限公司	精裝盒、彩盒、紙卡	新台幣\$9,245,600 元	精裝盒、彩盒
布萊特數碼科技有限公司	推廣印刷結合網路資訊，搭配傳統及數位印刷的優勢以提升印刷的經濟價值	新台幣\$57,200 元	相本書、喜帖
彙盈企業有限公司	便利貼及便條紙加工、POP 便條盒、房屋盒、黏	新台幣\$5,340,000 元	360 度旋轉便利貼、旋轉便條紙、房屋造型便利貼

廠商名稱	展出項目	現場及潛在商機	訂單來源
	性月曆、旋轉便條紙、造型便利貼、磁性月曆、相框便條紙、桌曆便條紙、平面便條盒、斜面便條本、磁性書籤		
原印文創股份有限公司	UV 直噴印製手工製作帆布袋、吸水杯墊、馬賽克磁磚、精美筆記本	新台幣\$1,120,000 元	UV 直噴印製手工製作帆布袋、吸水杯墊
葛瑞特印刷事業有限公司	各式精美紙盒、包裝盒、化妝品彩盒、酒盒	新台幣\$4,140,000 元	精裝包裝盒、化妝品彩盒、酒盒
共計			新台幣\$60,371,660 元

(3) 媒合現場照片：



買家對於順基 DIY 手作文創商品深感興趣，想運用於教育童書



買家對於優奇瓶貼品質給予肯定



買家詢問皇城具有點讀功能的遊戲墊之應用



皇城、北市印刷公會理事長與買家洽談甚歡後，合影留念



圖 98 第 10 屆 2016 上海國際包裝製品與材料展覽會商機媒合交流會-媒合照片

(4) 總結：

台灣印刷精品館每日辦理一對一媒合交流活動，累積超過 250 家買家企業主動留下聯絡方式，經過篩選日後與台灣廠商洽談後續合作事宜者計有 229 件媒合案，內容包括最小訂貨量、設計款式、合作模式、價格、尺寸規格、材質、交貨日期、貿

易條件...等。

台灣館在本次展覽現場展出內容極有亮點，由於台灣廠商的印刷包裝技術與文創能力均能吸引參訪買家目光，所以各攤位的參訪廠商門庭若市，觀察此次來參觀的廠商，對於精緻包裝印刷與實際應用的案例詢問比例特別的高，尤其以東方包裝及盛詮印刷的詢問度最為踴躍。潛在買家對於臺灣印刷精品館的採購需求包含文創商品、文宣品或禮贈品用途之(合成紙 DIY 玩具、絨毛貼紙及各種造型紙便條紙)設計與製作、防偽標籤印刷應用於品管與追蹤、冷燙與浮雕的精美包裝彩盒製作與應用、各種客製化生產紙袋、經銷商與通路合作…等，預估後續潛在商機上看六千萬新台幣。

順基國際的手工組裝玩具，兼具寓教於樂的功能，且擁有多項專利發明，雖然單價不高但是都是容易上手也擁有廣大市場的極具親和力之印刷應用產品，更因已經是成品而容易讓買家現場下單採購，想要與順基合作的買家，大多事也作為文宣贈品或幼兒教材。詢問東方包裝與盛詮印刷之買家以食品包裝之精裝盒或手工盒居多，這類別的包裝以高單價、高製作成本為主，正因為東方包裝與盛詮印刷的精緻彩盒與手工盒具有精巧的結構設計與高貴品質優良的包裝印刷，更顯的包裝內容物的尊貴，成功吸引不少買家想要與東方包裝與盛詮印刷合作。原印文創的 UV 噴墨手工帆布袋、吸水杯墊

及彙盈的360度水果立體便利貼均成為買家目光焦點，有貿易商、代理商有意合作。詢問凌雲的防偽印刷應用買家以化妝品、水產品及食品業居多，而詢問優奇的標籤(不乾膠)印刷則以工業包裝所需之標籤為主；另現場亦有多家大陸本土印刷上游原物料廠家，來尋求與台灣廠家合作的機會。

2.4 完成印刷技術應用推廣活動 1 場。

印刷被視為推動人類文明，產業的轉型與創新一直是驅動產業永續發展、再造產品價值的重要力量，更是文創產業領域中不可被切割的一環。藉由「2016 印刷藝術節」，藉由連結印刷技藝與在地插畫家合作創造不同風采與產業鏈結，並結合第十屆金印獎的舉辦，提升大眾對印刷技術有更深層認識與了解人文創意，讓印刷更貼近生活塑造更高價值。

2.4.1 完成印刷品行銷應用推廣活動 1 場(含)以上，與會人數 2,258 人(含)以上

(1) 活動目的：

本活動將透過結合地方政府資源與公協會及地方產業共同推動辦理印刷藝術節暨 MIT 嘉年華推廣行銷活動，目的為顛覆大眾對印刷技術與技藝的傳統印象，讓民眾對印刷產品有更深一層之認知，並且結合在地藝術家插畫家及創意工作者將原創圖像應用於生活中，將印刷與生活融合、並辦理 MIT 微笑標章產品行銷推廣活動，藉此增加高雄 R7 創藝所在及本單位印藝無限設計打樣中心之曝光度，達到共同推廣行銷曝光之目的，本活動之主要目的詳列如下：

A. 以「特殊印刷技藝」與「原創圖像創作」推廣為主軸，將透過設計與原創圖像結合印刷技藝

融入生活，強化民眾對於印刷技術之認知與體驗，進而推廣 R7 南部時尚創新基地設計能量與在地文化產業。

- B. 邀約印刷相關廠商參與行銷推廣活動，讓民眾能透過展售會了解印刷產業轉型與發展過程，並將印刷融入生活，刺激印刷技藝市場需求。
- C. 邀約 MIT 優質廠商進行品牌行銷推廣，接近高雄當地消費市場需求，增加品牌、商品曝光度。
- D. 連結高雄在地藝術家插畫家、文創工作者、設計師，經典老車收藏家，進行異業結盟媒合推廣與交流。
- E. 與 3D 藝術家合作授權，透過印刷技藝將圖像於活動場地重現，讓民眾體驗 3D 立體空間錯位設計美感，推廣 3D 藝術圖像設計。
- F. 活絡地方產業，創造地方文創特色。

(2) 活動內容：

- A. 活動名稱：2016 印刷藝術節暨 MIT 嘉年華。
- B. 活動主題：2016 印刷藝術節暨 MIT 嘉年華結合高雄市政府資源，與高雄市政府經濟發展局、高雄市政府勞工局共同協力主辦，與印刷產業鏈結並串聯台灣 MIT 優良廠商、在地藝術家設計師、特殊印刷技術、經典老車與車貼印

刷技藝，帶動高雄地區 R7 創藝所在之人潮，推廣印研中心於高雄 R7 印藝無限設計打樣中心之設計與數位印刷打樣能量；提升大眾對印刷技術有更深層認識與了解人文創意，讓印刷更貼近生活塑造更高價值，亦推廣 MIT 微笑標章產品，重塑在地產業及文化城市的新氣象，增加當地廠商業者與印藝無限異業合作之契機，方能夠創造新的價值。

C. 活動地點：高雄「R7 創藝所在」(高雄市前鎮區中山三路 132 號)。

D. 活動期程：105 年 09 月 03 日至 09 月 04 日。

E. 參與廠商：真愛攝影設計公司、賀喬國際有限公司、凱勝國際有限公司、秀峰科技有限公司、高雄 R7 印藝無限打樣商品、上虹有限公司、財團法人塑膠工業技術發展中心、壠台實業社、台日林創意印刷有限公司、聚和國際股份有限公司、通業科技、傳動數位、幫客思、四季織企業有限公司、渤揚股份有限公司、凱芮詩國際有限公司、仁富內衣實業有限公司、浩淞有限公司、美活家有限公司、富勝紡織股份有限公司、今煌織襪廠、台灣儂儂襪襪股份有限公司、磐石鞋業社、後山.山後故事館、信發行有限公司、村林欣國際有限公司、紡織所、高雄市勞工局勞工教育育樂中心，等 30

家以上之廠商進行活動參與。

F. 參與人數：2,258 人(含)以上。

G. 活動形象視覺設計：



Logo 設計





記者會舞台帆布設計



燈旗設計



早餐券及抽獎券設計



圖 99 「印刷品行銷應用推廣活動」-活動形象視覺設計

H. 活動議程表：

2016印刷藝術節暨MIT嘉年華

9/3(六) 活動流程 (上午9:30~下午5:00)

時間	流程
08:00	活動工作人員報到
08:30~07:00	報到、投標攝影賞讀講座
07:00~07:20	開場
07:30~08:30	MIT廠商、印藝廠商巡迴
08:30~	晨光早餐運動派對 (限免費完為止)
09:30~09:35	開幕演出 ●主選活動 ★舞臺演出- 舞蹈隊一天舞HotQ girls ★Model時尚彩貼Show ★車貼達人Show ★經典車款展示 ●周邊活動(二天) ★MIT特賣會 ★3D寫真館 ★校身彩繪貼體驗 ★老物件變身 ★AR尋寶趣
09:35~09:40	來賓介紹
09:40~10:00	致詞時間
10:00~10:15	Model時尚彩貼Show

9月3、4日周邊活動

●經典車款MD時彩貼秀 (地點:戶外廣場中央區)
現場將展示可變價值的Auto mini及復古內置的車輛，並邀請專業達人現場先進行車身彩貼技巧，如即將到來的車貼彩貼活動，請各位來賓踴躍一試二試的個人風格。

●3D寫真館尋寶-趣味趣 (地點:戶外廣場中央區)
現場大設獎品以換取3D寫真館3D寫真作品，活動期間將由廠商中心二樓大家來寫真，歡迎大家下載AR APP掃描尋寶趣中心二樓3D寫真館AR寫真LOGO，將掃描所得的AR寫真，由手機螢幕可呈現一連串AR寫真作品，完成即可領取獎品。

●老物件變身DIY (地點:活動中心-樓上層)
現場將提供專業彩貼貼紙，如家私傢俱等大家來DIY，活動期間歡迎大家來現場DIY，小物件，沒件自己動手DIY，數量有限，數量有限。

●AR尋寶趣 (地點:活動中心-樓上層)
現場將提供專業彩貼貼紙，如家私傢俱等大家來DIY，活動期間歡迎大家來現場DIY，小物件，沒件自己動手DIY，數量有限，數量有限。

9/4(日) 舞台區活動 (上午9:30~下午4:00)

時間	流程
10:15~10:30	攝影時間-經典車款vs彩貼模特兒
10:30~11:30	車貼達人Show
11:30~12:00	晨光早餐運動派對 (第一段抽獎)
12:00~14:00	中場休息
14:00~14:30	樂舞表演
14:30~14:50	MIT優質商品限量搶購抽獎
14:50~15:30	樂舞表演
15:30~15:50	MIT優質商品限量搶購抽獎
16:00	

9/4(日) 舞台區活動 (上午9:30~下午4:00)

時間	流程
10:00~10:30	非洲鼓打擊樂
10:30~11:00	MIT優質商品特賣，歡迎特賣舞台活動
11:00~11:30	非洲鼓打擊樂
11:30~14:30	中場休息
14:30~15:00	晨光運動水槍或音樂
15:00~15:30	MIT優質商品特賣，歡迎特賣舞台活動
15:30~16:00	晨光運動水槍或音樂
16:00~17:00	MIT嘉年華活動滿額抽獎大獎 (第二階段抽獎作業)
17:00~	活動圓滿結束

場地配置

經濟部工業局廣告

圖 100 「印刷品行銷應用推廣活動」-活動議程表

I. 活動網站：



圖 101 「印刷品行銷應用推廣活動」-活動報名網站

(3) 活動區域設計：

本活動在區域規劃上，共分為室內印刷藝術館、3D 寫真館、老物件改造、紋身彩貼之印刷技術互動體驗區，與室外活動表演、MIT 商品/文創商品展售以及及觀賞等區域，關於各區域活動詳述如下：

A. 活動行程表：

a. 9/3(六)晨光早餐運動派對

時間	流程
06:30 - 07:00	報到、投擲摸彩號碼聯
07:00 - 07:20	開場
07:30 - 08:30	晨光早餐運動派對 (健身工廠教練：黃之嫻 Emily、吳夢 Amber、鄧駿詳 Shawn)
08:30 -	胖卡早餐領取時間 (限量兌送完為止)

b. 9/3(六) 開幕主題活動

時間	流程
09:30 - 09:35	開幕演出
09:35 - 09:40	來賓介紹
09:40- 10:00	致詞時間
10:00- 10:15	Model 時尚彩貼 Show
10:15- 10:30	攝影時間 ~ 經典車款 vs 彩貼模特兒
10:30- 11:30	車貼達人 Show
11:30- 12:00	晨光早餐運動派對 (第一階段抽獎)
12:00- 14:00	中場休息
14:00- 14:30	樂團演唱 para1
14:30- 14:50	MIT 優質商品限量破盤搶購
14:50- 15:30	樂團演唱 para2
15:30- 15:50	MIT 優質商品限量破盤搶購

c. 9/4(日) 舞台區活動

時間	流程
10:00 - 10:30	非洲鼓打擊樂 part1
10:30 - 11:00	MIT 優質商品時間
11:00 - 11:30	非洲鼓打擊樂 part2
11:30 - 14:30	中場休息
14:30 - 15:00	烏克麗麗木箱或吉他 part1
15:00- 15:30	MIT 優質商品時間
15:30- 16:00	烏克麗麗木箱或吉他 part2
16:00- 17:00	MIT 嘉年華活動(第二階段抽獎作業)
17:00-	活動圓滿結束

a. 晨光早餐運動派對

晨光早餐運動派對以律動有氧拳擊課程帶動進行，預計將邀請經濟部工業局長官、印

研中心首長等代表上台致詞，並進行晨光早餐運動派對課程為印刷藝術節活動暖身，同時邀請健身工廠三位教練老師與民眾互動，進行教學，讓現場大眾能夠體驗健康行銷活動的活力與熱情，為印刷藝術節活動熱鬧開場，體驗 MIT 商品的優質魅力。



圖 102 「印刷品行銷應用推廣活動」-晨光早餐運動派對

b. 2016 印刷藝術節暨 MIT 嘉年華開幕活動：

邀請南台灣天團 HOT Q GIRL 熱舞開場，帶來活潑熱情的爵士舞，吸引台下民眾目光，為活動帶來人潮，並與經典老車合影，活動當天吸引媒體記者採訪訪問。



圖 103 「印刷品行銷應用推廣活動」-HOT Q GIRL 開場熱舞

邀約經典偉士牌、奧斯汀 MINI 老車會師：
Mini 各車款、偉士牌老車之車友，齊聚 R7，
期望老車車主們能藉此團員相聚，同時與新車
友相識，與民眾一起珍惜台灣僅存的經典老車
文化、見證歷史的傳承，製造話題，藉此聚集
參與活動人潮。



圖 104 「印刷品行銷應用推廣活動」-經典老車會師交流

MD 時尚彩繪貼走秀活動：以身體當作畫
布合 MIT 廠商研發技術，藉由彩繪貼紙展現
印刷技藝，搭配紡拓會實習學生之設計打樣衣
服，請模特兒展示於主舞台區及 車子展示區
走秀，讓民眾拍照。



圖 105 「印刷品行銷應用推廣活動」-MD 時尚彩繪貼表演活動

車貼達人 life 秀：與插畫家合作將創作製作成車貼，邀請車貼達人現場示範，讓民眾可以近距離接觸享受車貼工藝創作，同時也能體驗到車貼藝術帶給現代人生活的時尚與動感，讓車貼文化成為汽車裝飾的一種潮流。



圖 106 「印刷品行銷應用推廣活動」-車貼達人 life 秀

抽獎活動：報名晨光早餐運動派對及展售會活動期間購買 500 元園遊券即可獲得抽獎券一張，活動兩天皆有抽獎活動，於活動期間投入 MIT 嘉年華服務台摸彩箱，所有獎項於 9 月 4 日下午 16:00 統一抽獎。



圖 107 「印刷品行銷應用推廣活動」-抽獎活動

廠商叫賣秀：邀請印刷相關廠商及 MIT 優質商品廠商上推廣自家商品，增加商品曝光度，更讓現場民眾了解商品價值與特色，刺激購買商機及購買需求，加上主持人的熱情推廣，更能帶動現場熱鬧氣氛，增加買氣與人氣，促進展售會業績。



圖 108 「印刷品行銷應用推廣活動」-廠商叫賣活動

B. 印刷技術互動體驗及 mit 展售會：

表 12 「印刷品行銷應用推廣活動」-印刷技術互動體驗及 mit 展售會時間

活動名稱	舉辦時間
a. 3D 寫真館	105.09.03-04 09:00-17:00(全天)
b. 南方小故宮複製畫迷你特展	
c. 紋身彩貼體驗與老物改造 DIY	
d. 印藝館展售會	
e. Mit 優質商品展售會	

a. 3D 寫真館

與 3D 藝術家曾進成老師合作，將 3D 實境壁貼利用印刷科技轉換成大型裝置藝術壁貼，將壁貼張貼於 R7 場域 2 樓，供民眾欣賞拍照，讓民眾更加了解印刷科技融合、運用生

活美學中。



圖 109 「印刷品行銷應用推廣活動」-3D 寫真館

b. 南方小故宮複製畫迷你特展

由國立故宮博物院授權品牌-臻印藝術攜手合作的「南方小故宮複製畫迷你特展」，運用尖端的印刷技術與設備將傳統國寶畫作之藝術丰采，唯妙唯肖。



圖 110 「印刷品行銷應用推廣活動」-南方小故宮複製畫迷你特展活動

c. 紋身彩繪貼與老物改造 DIY 體驗活動：

利用印刷科技將圖象轉換成紋身貼紙，讓民眾體驗刺青的藝術，可以維持 1 周至 2 周。也藉由活動鼓勵民眾將老物件包括椅凳、配件...等巧思改造成為經典物件，現場提供與插畫家合作之彩繪貼紙、工具，並邀請改造達人現場指導。



圖 111 「印刷品行銷應用推廣活動」-彩繪紋身貼與老物件 DIY 改造體驗活動

d. 印藝館展售會：

邀請約 20 家印刷廠商進駐 R7 一樓場域印藝館，展示印刷相關機具、設備、印刷技術、特殊印刷、特殊被印材、文創商品供民眾參觀了解，並同時展出 105 年度金印獎得獎作品，

展現印刷優良廠商印刷技術與後加工精緻度，進而推廣印刷相關產業。



圖 112 「印刷品行銷應用推廣活動」-印藝館展售會

e. Mit 優質商品展售會：

邀請 mit 優質廠商進駐勞工公園進行產品展售會，共邀約了 15 家廠商，販售商品多元化，促進地方經濟與推廣 mit 優良商品，現場使用園遊券方式進行交易方式，凡購買 500 元園遊券及獲得抽中 iphone 3C 等好禮機會。



圖 113 「印刷品行銷應用推廣活動」-MIT 優質商品展售會

活動集錦：



圖 114 「印刷品行銷應用推廣活動」-活動集錦

(4) 媒體曝光

體露出成果計有網路新聞 50 則，實體電視新聞 6 則 (不含電台)。

A. 網路新聞：

編號	露出時間	類型	標題	連結網址
1	08/26	奇摩新聞	工業局結合創意行銷印刷產業	https://tw.news.yahoo.com/%E5%B7%A5%E6%A5%AD%E5%B1%80%E7%B5%90%E5%90%88%E5%89%B5%E6%84%8F%E8%A1%8C%E9%8A%B7%E5%8D%B0%E5%88%B7%E7%94%A2%E6%A5%AD-%E5%9C%96-060301266.html
2	08/26	新浪新聞	工業局結合創意行銷印刷產業	http://backend.static.news.sina.com.tw/article/20160826/18422009.html
3	08/26	中央社	工業局結合創意行銷印刷產業	https://tw.mobi.yahoo.com/news/%E5%B7%A5%E6%A5%AD%E5%B1%80%E7%B5%90%E5%90%88%E5%89%B5%E6%84%8F%E8%A1%8C%E9%8A%B7%E5%8D%B0%E5%88%B7%E7%94%A2%E6%A5%AD-E5%9C%96-060301266.html
4	08/26	新浪台灣	工業局結合創意行銷印刷產業	http://iview.sina.com.tw/post/9631075
5	08/26	中時電子報	印刷藝術節顛覆你的想像	http://www.chinatimes.com/realtimenews/20160826004019-260405
6	08/26	Match 生活網	印刷藝術節顛覆你的想像	http://m.match.net.tw/pc/news/life/20160826/3696775
7	08/26	Buzzbooklet	印刷藝術節顛覆你的想像	http://www.buzzbooklet.com/card/551592/%E5%8D%B0%E5%88%B7%E8%97%9D%E8%A1%93%E7%AF%80%E9%A1%9B%E8%A6%86%E4%BD%A0%E7%9A%84%E6%83%B3%E5%83%8F
8	08/26	工商時報	印刷藝術節顛覆你的想像	http://ctee.com.tw/LiveNews/Content.aspx?nid=20160826004019-260405&ch=ch
9	08/26	工商時報	印刷藝術節顛覆	http://ctee.com.tw/MOBILE/NowNews.aspx?ch=ch&nid

編號	露出時間	類型	標題	連結網址
			你的想像	=20160826004019-260405
10	08/26	大紀元	印刷藝術節 9/3 高雄登場	http://www.epochtimes.com/b5/16/8/26/n8240211.htm
11	08/26	大紀元台灣	MIT 印刷新時尚工業局舉辦「印刷藝術嘉年華」9/3 高雄登場	http://www.epochtimes.com.tw/n179519/MIT%E5%8D%B0%E5%88%B7%E6%96%B0%E6%99%82%E5%B0%9A-%E5%B7%A5%E6%A5%AD%E5%B1%80%E8%88%89%E8%BE%A6%E5%8D%B0%E5%88%B7%E8%97%9D%E8%A1%93%E5%98%89%E5%B9%B4%E8%8F%AF93%E9%AB%98%E9%9B%84%E7%99%BB%E5%A0%B4.html
12	08/26	Buzzbooklet	MIT 印刷新時尚工業局舉辦「印刷藝術嘉年華」9/3 高雄登場 MIT 印刷 偉士牌	http://www.buzzbooklet.com/card/551541/MIT%E5%8D%B0%E5%88%B7%E6%96%B0%E6%99%82%E5%B0%9A+%E5%B7%A5%E6%A5%AD%E5%B1%80%E8%88%89%E8%BE%A6%E3%80%8C%E5%8D%B0%E5%88%B7%E8%97%9D%E8%A1%93%E5%98%89%E5%B9%B4%E8%8F%AF%E3%80%8D9%EF%BC%8F3%E9%AB%98%E9%9B%84%E7%99%BB%E5%A0%B4++MIT+++E5%8D%B0%E5%88%B7+++E5%81%89%E5%A3%AB%E7%89%8C
13	08/26	鳳鳴廣播電台	2016 印刷藝術節暨 MIT 嘉年華活動 9/3 勞工公園登場	http://www.fengmin.com.tw/news_detail.asp?NewsId=7676
14	08/26	HiNet 新聞	經濟部工業局 2016 印刷藝術節 9/3、9/4 高雄市勞工公園	http://times.hinet.net/news/19255671
15	08/26	新浪新聞	經濟部工業局 2016 印刷藝術節 9/3、9/4 高	http://news.sina.com.tw/article/20160826/18421863.html

編號	露出時間	類型	標題	連結網址
			雄市勞工公園	
16	08/26	大成報	經濟部工業局 2016 印刷藝術節 9/3、9/4 高雄市勞工公園	http://www.greatnews.com.tw/home/news_pagein.php?iType=1009&n_id=123091
17	08/26	民生好報	經濟部工業局 2016 印刷藝術節 9/3、9/4 高雄市勞工公園	http://www.lifedaily.tw/?p=41932
18	08/26	勁報	經濟部工業局 2016 印刷藝術節 9/3、9/4 高雄市勞工公園	http://www.twpowernews.com/home/news_pagein.php?iType=1009&n_id=109115
19	08/26	PChome新聞	經濟部工業局 2016 印刷藝術節 9/3、9/4 高雄市勞工公園	http://news.pchome.com.tw/society/twpowernews/20160826/index-14721895878461647002.html
20	08/26	高雄 e 報	經濟部工業局 2016 印刷藝術節 9/3、9/4 高雄市勞工公園	http://blog.news-007.com/ks/news_ii.html?nID=2339
21	08/26	蕃新聞	經濟部工業局 2016 印刷藝術節 9/3、9/4 高雄市勞工公園	http://n.yam.com/greatnews/society/20160826/20160826857546.html
22	08/26	生活情報	經濟部工業局 2016 印刷藝術節 9/3、9/4 高雄市勞工公園	http://wfc4938.blogspot.tw/2016/08/20169394.html?view=classic
23	08/26	鮮週報	印刷藝術節暨 MIT 嘉年華 9 月 3 日勞工公園見	http://www.freshweekly.com.tw/?pn=vw&id=1n406p11f61i
24	08/26	e2 壹凸新聞	2016 印刷藝術節暨 MIT 嘉年華活動	http://news.e2.com.tw/utf-8/2016-8/8806426.htm
25	08/26	臺灣導報	印刷很藝術 不信？來瞧嘉年華	http://www.taiwanreports.url.tw/2016/08/26/%E5%8D%B0%E5%88%B7%E5%BE%88%E8%97%9D%E8%A1%93-%E4%B8%8D%E4%BF%A1-%E4%BE%86

編號	露出時間	類型	標題	連結網址
				%E7 %9E%A7%E5%98%89%E5%B9% B4 %E8%8F%AF/
26	08/26	中華海峽 兩岸新聞 報	2016 印刷藝術 節暨 MIT 嘉年 華活動 精采滿 滿	http://www.ccsn0405.com/ 2016/08/2016mit.html
27	08/27	旅遊時報	2016 印刷藝術 節暨 MIT 嘉年華 活動精采滿滿	http://www.z98737406.tw/ ?p=34316
28	08/27	指傳媒	2016 印刷藝術 節暨 MIT 嘉年 華活動 精采滿 滿	http://www.fingermedia.t w/?p=444613
29	08/27	台灣新生 報	印刷藝術節暨 MIT 嘉年華 有 看頭	http://www.tssdnews.com. tw/?FID=14&CID=325907
30	08/27	HiNet 新 聞	印刷藝術節暨 MIT 嘉年華 有 看頭	http://times.hinet.net/n ews/19256571
31	08/27	HiNet 新 聞	印刷藝術節暨 MIT 嘉年華 有 看頭	http://times.hinet.net/m obile/news/19256571
32	08/27	PChome 新聞	印刷藝術節暨 MIT 嘉年華 有 看頭	http://news.pchome.com.t w/public/tssdnews/201608 27/index-147222720099267 67016.html
33	08/27	青年日報	印刷藝術嘉年華 9.3 熱鬧開趴	http://news.gpwb.gov.tw/News/1181 65
34	08/27	PChome 新聞	印刷藝術嘉年華 9.3 熱鬧開趴	http://news.pchome.com.t w/living/gpwb/20160827/i ndex-4722350002621420100 9.html
35	08/27	自由時報	〈南部〉自造新 鮮人 台港學生 聚駁二	http://news.ltn.com.tw/n ews/local/paper/1026003
36	08/31	經新聞	2016 印刷藝術 節~MIT 嘉年華 【高雄】	http://www.economic-news .tw/2016 /08/2016-Printing-Art-Festival.html
37	09/03	YAHOO 新聞	印刷藝術節 (1)	https://tw.news.yahoo.co m/%E5%8D%B0%E5%88%B7%E8 %97%9D%E8%A1%93%E7%AF% 80-1-%E5%9C%96-053501264.ht ml

編號	露出時間	類型	標題	連結網址
38	09/03	YAHOO新聞	印刷藝術節 (2)	https://tw.news.yahoo.com/%E5%8D%B0%E5%88%B7%E8%97%9D%E8%A1%93%E7%AF%80-2-%E5%9C%96-053501154.html
39	09/03	新浪新聞	印刷藝術節 (1)	http://news.sina.com.tw/article/20160903/18519387.html
40	09/03	新浪新聞	印刷藝術節 (2)	http://news.sina.com.tw/article/20160903/18519389.html
41	09/03	新浪休閒	印刷藝術節 MIT 嘉年華登場 吸引眾多民眾	http://easy.sina.com.tw/news/article_newsId-2042849.html
42	09/03	新浪台灣	印刷藝術節 MIT 嘉年華登場 吸引眾多民眾	http://iview.sina.com.tw/post/9716031
43	09/03	公民新聞	2016 經濟部工業局印刷藝術節暨 MIT 嘉年華 展出印刷技術車貼應用	https://www.peopo.org/news/318479
44	09/03	台灣數位新聞台	印刷藝術節暨 MIT 嘉年華 一起玩印刷、迎晨光 送好禮、抽手機	http://www.ewestw.com/City01.asp?ItemID=35269
45	09/05	天眼日報	2016 印刷藝術節暨 MIT 嘉年華活動 顛覆想像！印刷藝術化生活更有趣	http://www.tynews.com.tw/news.php?action=show&nid=172338
46	09/02	中華新報	2016 印刷藝術節暨 MIT 嘉年華活動勞工公園 1 樓創藝所在	https://youtu.be/IKakWqUg_LQ
47	09/03	YouTube	SG 走秀 1 (4KHDR)@2016 年印刷藝術節	https://youtu.be/JpT9gvGVX6c
48	09/03	YouTube	SG 走秀 2 (4KHDR)@2016 年印刷藝術節	https://youtu.be/5IrPcCKCyJU
49	09/03	YouTube	SG 走秀 3 (4KHDR)@2016	https://youtu.be/PNtgwxw_aog0

編號	露出時間	類型	標題	連結網址
			年印刷藝術節	
50	09/03	YouTube	Hot Q Girls 熱舞 (4K HDR)@2016 年印刷藝術節	https://youtu.be/UZSZSlO dnC0

B. 電視新聞：

編號	露出時間	媒體	標題	秒數
1	08/29	人間衛視	傳統印刷藝術化 多元文創展現生命力	2"14
2	08/30	鳳信新聞	整合高雄印刷藝術 展現產業發展成果	2"30
3	09/04	十方法界	印刷藝術節	2"22
4	09/04	十方法界	故宮國寶藝術 在印刷藝術節可觀賞	2"03
5	09/12	十方法界	印刷也生活化藝術化	1"51
6	09/12	十方法界	印刷運用 圖騰印在身上和衣服上	2"35

(5)總結：

未來在健康行銷應用推廣活動中，除達到推廣印刷相關技術與應用外及行銷 MIT 優質商品兩大目的外，應也要思考讓民眾能踴躍報名之活動類別與方向，結合印刷技藝並推出更吸引人潮參加與引發興趣之活動內容，讓報名參加活動的人數能夠增加。並持續累積場域知名度，為 R7 創藝無限創造新的場域價值。

在宣傳上，此次活動宣傳日期定活動前兩個月，爾後活動宣傳日可再提早於活動三個月前需傳，並拜訪附近鄰里里長、國中小學，共同推廣行銷活動。

在活動視覺導引動線上，缺少戶外引導民眾進

入室內館內印藝館與上二樓之視覺指標。因多利用二樓場域執行拍照打卡闖關遊戲，讓民眾能多了解場域的能量與服務。

在內部團隊上，此次活動由高雄 R7 設計打樣中心主辦，人力較為精簡，每個同仁都需兼具企劃執行與溝通協調能力，在與民眾、廠商和合作單位連繫溝通上都需面面俱到為達活動順利及圓滿，過程中花費許多心力與努力，又活動的流暢與成功在於經驗上的累積，在此活動中同仁成長進步空間甚大，期待下次的團隊合作分工活動中，大家各發揮所能，各司其職讓活動能一年比一年成功圓滿，進而將 R7 場域能量與服務推廣行銷出去。

2.5 籌組印刷外銷貿易策略聯盟團 4 團(總參與人數 69 人(含)以上)，帶領業者參加國外展會，建置台灣印刷形象館 4 場(含)以上。

透過籌組印刷外銷貿易策略聯盟團，將臺灣印刷業菁英聯合起來之群體戰方式強化接單生產實力，透過技術交流、學習與合作，以強化印刷前段、中段、後加工的供應鏈實力及生產效率，同時藉由參與國際知名展覽會之模式，來爭取台灣印刷技術能量與產品展露於國際舞台間之機會，讓更多國際買家有機會可以認識台灣廠商的優質印刷核心技術，並下單訂購，以期台灣印刷業者開發國際市場，將商品銷往全球揚名海外。

透過參與臺灣海內外會展活動，建立臺灣印刷精品形象館，有利增加國內市場曝光度與知名度與強化國際買家對臺灣印刷業之認識與了解，同時臺灣印刷業者可藉由參展來洞察市場需求與最新動態趨勢，有助於加強台灣印刷產業之軟實力與外銷拓展之能量。整理歷年本計畫參與國際外銷展會資料詳如表 13。

表 13 「2015 年計畫參展外銷展會」資料說明

展期及展名	先前展覽活動資料	展覽項目
2/16-21 2016 年台北國際書展	2015 年 67 個國家之參展廠商 56 萬人次觀展紀錄	綜合性的圖書出版品、數位出版軟、硬體相關產品與周邊服務、動漫與輕小說、國際出版社
4/27-30 第 11 屆香港國際印刷及包裝展	2015 年 總參展商：420 家 總展示面積：8,880 平方公尺 總參觀人數：14,367 人專業買家，來自 111 個國家	印刷服務、包裝服務、食品及飲料包裝方案、印刷耗材及包裝材料、高級包裝及印刷專區、印刷及包裝設備及系統、數碼印刷設備、綜合印前及貿易服務、綜合包裝方案

展期及展名	先前展覽活動資料	展覽項目
5/15-18 美國紐約文具展 NSS	2015 年 總參展商：800 家 總參觀人數約 10,000 人專業買家，來自 65 個國家	文具、辦公用品、日記本、筆記本、卡片、紙製品、相框、木製品、創意禮品、時尚生活用品、筆、禮盒配件等
7/6-8 東京第 27 屆國際文具、紙製品展 ISOT	2015 年 總參展商：314 家 總參觀人數：55,624 名專業買家	書寫用品、辦公用紙、文具、電子及多媒體產品、辦公配件、資料夾、辦公自動化產品及配件、繪圖器器、賀卡、辦公傢俱、禮品、禮品包裝、書包、公事包、通行證、設計用設備、書法用品、電子記事本、環保文具、繪畫用具、書法用品、辦公室裝飾品等。
9/26-28 上海國際包裝製品與材料展覽會 CIPPME	2014 年 總參觀人數：26,012 名專業買家	包裝製品(紙包裝製品和標籤)、包裝材料(紙包裝材料和其它包裝材料)、奢侈品包裝、功能性包裝、包裝服務、綜合印前及貿易服務、綜合包裝方案。

為此，印研中心再度積極安排 2016 年一系列外銷策略聯盟團詳見圖 86，帶領台灣的印刷及包裝業者參與國外印刷及包裝相關展覽，以香港為台灣海外地區的會展首發站，期望特殊印刷技術展露於國際舞台間、為廠商爭取行銷全球的機會，讓國際買家見識到台灣廠商的優質印刷核心技術，並拓展海外市場。



圖 115 2016 年度外銷拓展策略聯盟團總表

本中心為長期培育協助臺灣印刷業者走出國內市場，今年擴大辦理海外參展活動，安排於 4 月份參加「第十一屆香港國際印刷及包裝展」、5 月份參加「第七十屆紐約文具展」，

預計規劃 7 月參加「日本東京國際文具、紙製品展(ISOT)」、9 月份參加「上海國際包裝製品與材料展」等至少 4 場以上之國際會展。截至目前已完成 2 團外銷貿易策略聯盟團其衍生之商機與產業效益，如表 14 所示。

表 14 外銷貿易策略聯盟團 4 團衍生商機與產業效益

出國計畫	廠商家數	廠商人數	衍生商機與產業效益 (新台幣\$)
香港國際印刷及包裝展	14	20	\$111,730,525
美國紐約文具展	8	11	\$25,846,375
東京國際文具暨辦公用品展	11	22	\$124,900,000
上海國際包裝製品與材料展覽會	12	16	\$60,371,660
合計	45	69	\$322,848,560

2.5.1 完成外銷貿易策略聯盟團及帶領參與「2016 第 11 屆香港國際印刷及包裝展」；並置臺灣印刷形象館，與會人數 20 人(含)以上。

(1) 出國目的：

在經濟部工業局的建議與支持下，印研中心積極帶領台灣印刷及其輔助業者極參與海外印包及文具等相關展覽，來為廠商爭取自家印刷技術能量與產品展露於國際舞台間，讓國際買家有機會可以認識台灣廠商的優質印刷核心技術，並下單訂購，以期台灣印刷業者開發國際市場，將商品銷往全球、揚名海外。

由經濟部統計處以及台灣經濟研究院產經資料統計的數據資料來看，近五年來，台灣印刷及其輔助業產品出口至香港及澳門占出口全球之比重維持在 17%~20%(詳見表 15)，為台灣出口比例居冠之地區。同時，香港一直有亞洲經濟貿易中樞的美名，香港經濟在 2015 實質增長 2.4%，2014 年的增幅則為 2.6%。預測 2016 年經濟增長為 1-2%。雖然香港有政治因素以及遭受全球經濟貿易狀況衰退的強大壓力，但至今仍維持其經貿往來頻繁的狀況。台灣印刷業出口於中國大陸產值仍維持上下波動消長的狀態(詳見表 16)，但與中國印刷業之貿易依存度已逐步下滑，反而出口於其他國家的比重已經逐漸受到重視，再者，迄今為止，香港是中國內

地最重要的轉口港。據香港特區政府統計，2015年，61%的轉口貨物原產地為內地，而54%則以中國大陸為目的地。據中國海關統計，香港是中國大陸繼美國之後的第二大貿易夥伴，2015年佔貿易總額的8.7%。香港是在中國大陸最大的海外直接投資來源地。截至2015年底，在中國內地獲批准的外資項目中，44.7%與香港有關。來自香港的實際利用外資總額為8,323億美元，佔全國的50.8%。

表 15 台灣印刷及其輔助業出口比重全體國別排行榜

單位：%

排名	2011	2012	2013	2014	2015
1	香港 17.97	香港 19.58	香港 18.98	香港 19.62	香港 19.07
2	中國大陸 17.91	美國 15.94	中國大陸 15.49	美國 14.63	中國大陸 16.89
3	美國 14.17	中國大陸 15.35	美國 14.93	中國大陸 14.05	美國 15.11
4	馬來西亞 6.08	馬來西亞 6.42	越南 6.85	越南 6.76	越南 6.47
5	日本 5.63	日本 6.4	馬來西亞 6.23	馬來西亞 6.29	馬來西亞 5.08
6	越南 5.54	越南 5.6	日本 5.27	日本 5.33	菲律賓 3.88
7	德國 3.46	泰國 2.81	菲律賓 3.06	菲律賓 3.82	柬埔寨 3.86
8	新加坡 3.38	德國 2.71	新加坡 2.76	柬埔寨 3.34	日本 3.38
9	泰國 2.74	新加坡 2.5	泰國 2.6	泰國 2.36	泰國 2.38
10	菲律賓 2.71	菲律賓 2.45	柬埔寨 2.58	新加坡 2.14	斯里蘭卡 2.26

資料來源:台灣經濟研究院產經資料資料庫，印研中心資料整理(2016.3)

表 16 台灣印刷及其輔助業出口金額全體國別排行榜

單位：千元

排名	2011	2012	2013	2014	2015
1	香港 1,348,419	香港 1,624,967	香港 1,486,820	香港 1,723,967	香港 1,807,418
2	中國大陸 1,343,572	美國 1,323,029	中國大陸 1,213,822	美國 1,285,591	中國大陸 1,600,229
3	美國 1,063,075	中國大陸 1,274,252	美國 1,169,731	中國大陸 1,235,107	美國 1,432,192
4	馬來西亞 456,559	馬來西亞 532,619	越南 537,053	越南 594,118	越南 612,823
5	日本 422,349	日本 531,526	馬來西亞 488,269	馬來西亞 552,457	馬來西亞 481,360
6	越南 415,361	越南 464,798	日本 413,113	日本 468,537	菲律賓 367,902
7	德國 259,563	泰國 233,330	菲律賓 239,619	菲律賓 335,313	柬埔寨 365,426
8	新加坡 253,372	德國 224,602	新加坡 216,014	柬埔寨 293,650	日本 319,931
9	泰國 205,646	新加坡 207,551	泰國 203,395	泰國 207,289	泰國 225,966
10	菲律賓 203,704	菲律賓 203,571	柬埔寨 202,264	新加坡 187,832	斯里蘭卡 214,065

資料來源:台灣經濟研究院產經資料資料庫，印研中心資料整理(2016.3)

另一方面，中國大陸是香港的主要投資來源地。據香港政府統計處數字，截至 2013 年底，中國大陸在香港的直接投資存量，以市值計算達 4,480 億美元，佔所有來源地的 30.1%；由於香港地理位置為於中國大陸華南珠江三角洲地區的出口點，交通方便，經濟制度更為西化開放，為全球貿易買家聚集的年度重點地區之一。

A. 產業形象建置：

本中心帶領各大印刷包裝廠商在 2016 香港國際印刷及包裝展中展出各式各樣的印刷技術與在各種不同被印材質上的應用，如透過平版、凸版、凹版、網版、柔版、無版、複合版式等幾種印製技術與後加工所表現在文化印刷及商業印刷上之應用，如軟包裝、特殊印刷、即需印刷、數位科技印刷等；也展現運用紙器相關美學包裝，如軟包裝、特殊包裝、特殊包材、創意彩盒與特殊結構等，融合產品的設計美學、印刷技術及材料特色，共同交織出各式各樣兼具美感、實用、精緻、高附加價值的產品。此次展出將可讓來自全球的參觀者與業者共同見證印刷、設計及科技交鋒的台灣印刷工業技術。

此次台灣印刷精品館邀集多家從事印刷及包裝之業界資深廠商，讓每一廠商皆能展示出獨到的印刷技術，帶領大眾體驗創新印刷魅力與特殊包裝應用成果，並讓參觀者了解各種印刷技術利用於產品設計的可能性，增加更多文化印刷、商業印刷與設計融合的機會，並發出更大的設計應用能量。

本次計有國內十一家業者參與，於香港國際印刷及包裝展會中建置「台灣印刷精品館」，在該展區內進行產業推廣及協助業者促成商機媒合機會，此次展出時間為 4/27 日至 4/30 日，設置「台灣印刷精品館」於 Asia World-Expo 亞洲國際博覽

館 HALL3 的 B02 展區(圖二左下角的藍色區塊)，
共由 6 個單位組成，總面積 54 平方公尺。

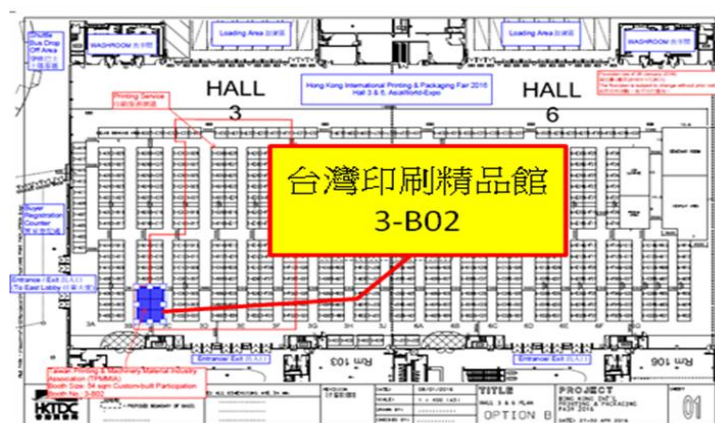


圖 116 Floor Plan of Hong Kong International
Printing & Packaging Fair at Asia World-Expo (亞洲國際博覽館)

*攤位代號：3-B02 台灣印刷精品館

B. 技術/產品媒合推廣：

本次組團參展廠商有：彙盈企業有限公司、興
台彩色印刷股份有限公司、順基國際有限公司、京
峯數位服務有限公司、原印文創股份有限公司、宏
國印刷事業股份有限公司、葛瑞特印刷事業有限公
司、沈氏藝術印刷股份公司、東方包裝股份有限公
司、莫卡企業股份有限公司、優奇印刷有限公司，
同時，也設立第九屆台灣金印獎得獎作品區為優質
台灣印刷廠商推廣，本場和台灣區印刷暨機器材料
工業同業公會之印刷業前輩共同參與，展品包含個
性化立體便利貼、手工製作文化創意商品、數位微

噴高仿真複製畫與印刷相關跨域整合之商品及服務等，會展期間參觀人潮絡繹不絕，超過 100 組買家積極詢問洽談商機合作。

(2) 活動內容：

A. 地點：Asia World-Expo（亞洲國際博覽館）。

B. 展期：105 年 04 月 27 日至 04 月 30 日。

C. 展館名稱：台灣印刷精品館。

D. 參展家數：11 家(共 20 人)。

E. 展覽項目：個性化立體便利貼、手工製作文化創意商品、數位微噴高仿真複製畫、包裝彩盒印刷及設計與印刷相關跨域整合之商品及服務等。

F. 事前整備作業：

2 月開始進行招商作業及確認展館形式，3 月進行展館佈置規劃，4 月 24 及 25 日進行裝潢佈置與廠商進駐作業。



台灣印刷精品館設計模擬圖



台灣印刷精品館於香港現場實際裝潢照

圖 117 香港印包展-台灣印刷精品館展館整體形象圖

(3) 建置臺灣形象館：



台灣印刷精品館櫃檯及主視覺



台灣印刷精品館現場實景



台灣印刷精品館現場實景



台灣印刷精品館現場實景

圖 118 香港印包展-台灣印刷精品館現場實景

(4) 活動照片：



國際買家詢問彙盈水果造型便利貼



經貿單位長官參觀合影留念



遠東貿易服務中心駐香港辦事處之台北經濟文化辦事處和台北貿易中心蒞臨台灣印刷精品館參觀與合影



多組買家詢問高階噴印技術



買家詢問柔版印刷及食品包裝服務



買家詢問軟管印刷及標籤服務



媒合彙盈便利貼，買家多次來館詢問
訂單細節



興台於本館進行故宮品牌行銷

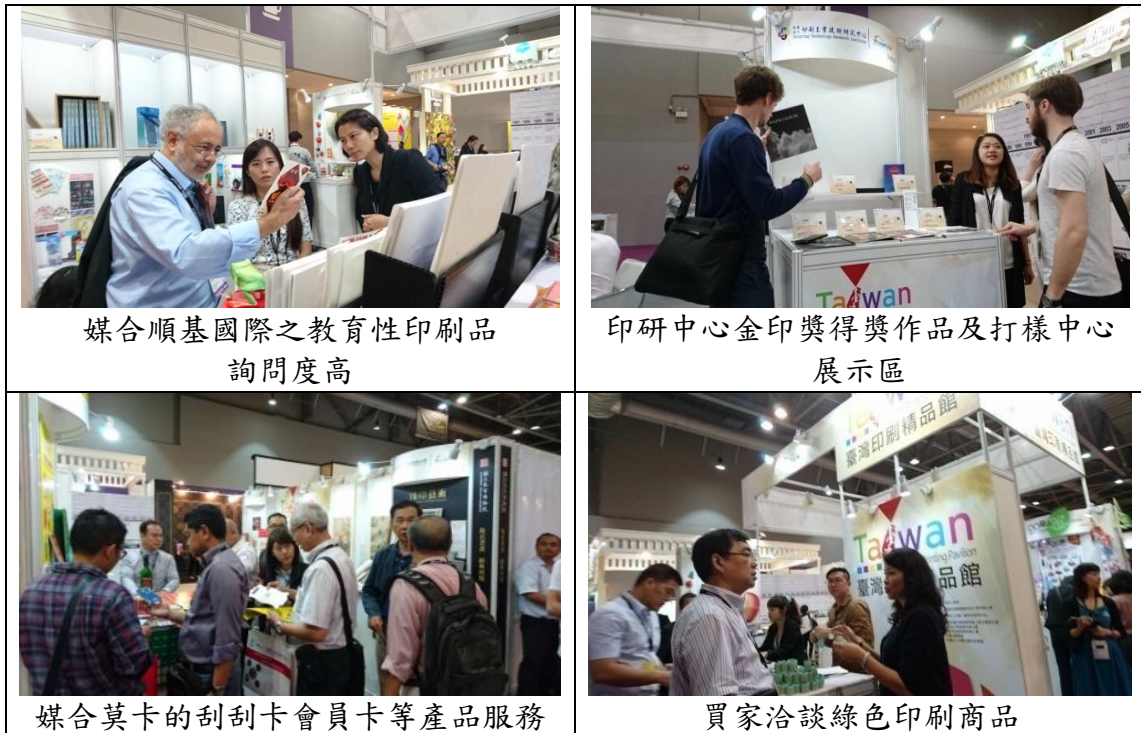


圖 119 香港印包展-活動照片

(5) 總結：

本館的參展廠商之間也因為這次台灣印刷精品館在印刷包裝展的展出而延伸出後續效益，廠商們之間熟絡之後，互相切磋，迸出火花，擦出弦外之音，彼此之間陸續積極討論、尋求策略合作，參與業者採取聯合參展的模式，讓觀眾看見全台灣七千多家印刷業者於台灣各地集結的印刷聚落，在屬於中小企業為主的台灣印刷產業，也建構一條龍產業鏈合作的能力，共同打拼走向全球，對這次參展來說是難能可貴的行銷拓展經驗，著實令人振奮與開心，也讓此次會展的潛在商機有更加乘的正向能量。

2.5.2 完成外銷貿易策略聯盟團及帶領參與「2016 美國紐約文具展(National Stationery Show)」；並置台灣印刷形象館，與會人數 11 人(含)以上。

(1) 出國目的：

在經濟部工業局的建議與支持下，印研中心積極帶領台灣印刷及其輔助業者積極參與海外印刷包裝及文具等相關展覽，來為廠商爭取自家印刷技術能量與產品嶄露於國際舞台間，讓國際買家有機會可以認識台灣廠商的優質印刷核心技術，並下單訂購，以期台灣印刷業者開發國際市場，將商品銷往美洲揚名海外。

根據近五年台灣印刷及其輔助業出口總額，美國都位居第二、三名，僅次香港或中國大陸(如表 17)，美國也是台灣印刷出口除了亞洲地區外，最為活耀的區域。出口金額雖有消長，但整體而言呈現成長態勢。就近兩年來看，2014 及 2015 年台灣外銷於美國印刷產值之年成長率分別為 9.9%、11.4%(如表 18)，這與美國經濟有逐漸改善導致印刷需求增加。2015 年美國整體經濟表現有強勁的復甦趨勢，各項經濟指數均有好轉，在金融風暴過後，初領失業金人口也有顯著下降，這些現象均意味著企業信心回穩，股價指數也隨之上升。此外，根據外貿協會報導指出，2012 年美國文具市場產值約 500 億美元，其中七成銷售收

入來自辦公用品，雖然近年來電子產品、網路、通信技術普及與環保意識抬頭，皆衝擊到紙製品需求，但是整體而言，美國文具市場仍不容小覷，總而言之，2016 正是進軍美國市場的好時機。

表 17 台灣印刷及其輔助業出口金額全體國別排行榜

單位:千元新台幣

排名	2011	2012	2013	2014	2015
1	香港 1,348,419	香港 1,624,967	香港 1,486,820	香港 1,723,967	香港 1,807,418
2	中國大陸 1,343,572	美國 1,323,029	中國大陸 1,213,822	美國 1,285,591	中國大陸 1,600,229
3	美國 1,063,075	中國大陸 1,274,252	美國 1,169,731	中國大陸 1,235,107	美國 1,432,192
4	馬來西亞 456,559	馬來西亞 532,619	越南 537,053	越南 594,118	越南 612,823
5	日本 422,349	日本 531,526	馬來西亞 488,269	馬來西亞 552,457	馬來西亞 481,360
6	越南 415,361	越南 464,798	日本 413,113	日本 468,537	菲律賓 367,902
7	德國 259,563	泰國 233,330	菲律賓 239,619	菲律賓 335,313	柬埔寨 365,426
8	新加坡 253,372	德國 224,602	新加坡 216,014	柬埔寨 293,650	日本 319,931
9	泰國 205,646	新加坡 207,551	泰國 203,395	泰國 207,289	泰國 225,966
10	菲律賓 203,704	菲律賓 203,571	柬埔寨 202,264	新加坡 187,832	斯里蘭卡 214,065

資料來源:台灣經濟研究院產經資料資料庫，印研中心資料整理(2016.3)

A. 產業形象建置：

2016 美國紐約文具展於 5 月 15 日至 18 日於紐約賈維茨國際會展中心(Jacob K. Javits Convention Center)隆重登場，本年度印研中心與高雄市印刷商業同業公會招集了八家廠商，設置「台灣印刷精品館」於攤位代碼 1122&1124(下圖紅色區塊)，共由兩個單位組成，面積約 18 平方公尺。本次台灣印刷精品館位於賈維茨國際會展中心左側與其他國家參展商比鄰。

表 18 台灣印刷及其輔助業出口於各國之金額及年成長率

	2011	2010-2011 年成長率	2012	2011-2012 年成長率	2013	2012-2013 年成長率	2014	2013-2014 年成長率	2015	2014-2015 年成長率
香港	1,348,419	-33.06%	1,624,967	20.51%	1,486,820	-8.50%	1,723,967	15.95%	1,807,418	4.84%
中國大陸	1,343,572	-13.29%	1,274,252	-5.16%	1,213,822	-4.74%	1,235,107	1.75%	1,600,229	29.56%
美國	1,063,075	-1.31%	1,323,029	24.45%	1,169,731	-11.59%	1,285,591	9.90%	1,432,192	11.40%
越南	415,361	5.92%	464,798	11.90%	537,053	15.55%	594,118	10.63%	612,823	3.15%
馬來西亞	456,559	8.34%	532,619	16.66%	488,269	-8.33%	552,457	13.15%	481,360	-12.87%
菲律賓	203,704	19.91%	203,571	-0.07%	239,619	17.71%	335,313	39.94%	367,902	9.72%
柬埔寨	190,762	27.57%	186,695	-2.13%	202,264	8.34%	293,650	45.18%	365,426	24.44%
日本	422,349	14.59%	531,526	25.85%	413,113	-22.28%	468,537	13.42%	319,931	-31.72%
泰國	205,646	10.13%	233,330	13.46%	203,395	-12.83%	207,289	1.91%	225,966	9.01%
新加坡	253,372	12.81%	207,551	-18.08%	216,014	4.08%	187,832	-13.05%	214,065	13.97%

註:表中數字表示台灣印刷及其輔助業出口值和其年成長率(單位:千元新台幣，%)

資料來源:台灣經濟研究院產經資料資料庫，印研中心資料整理(2016.3)

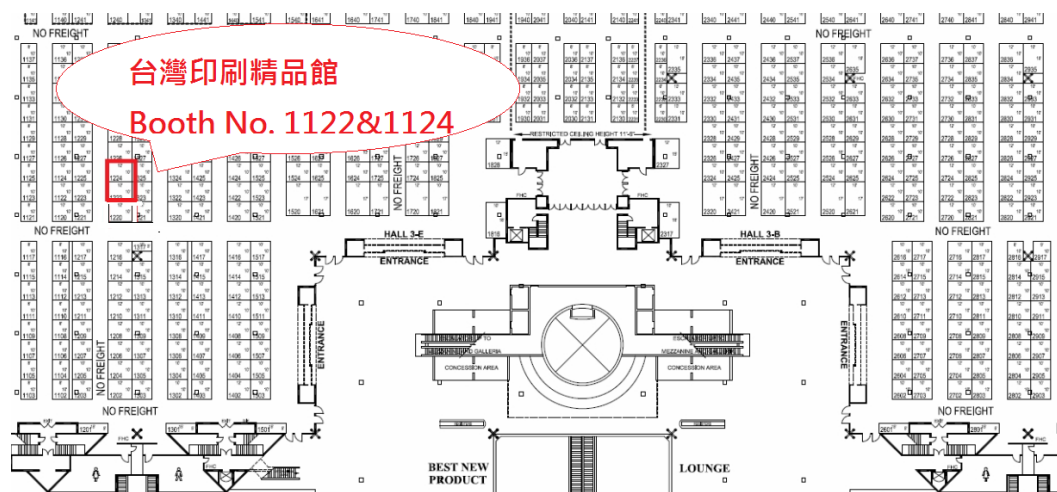


圖 22 台灣印刷精品館位置圖參觀資訊

B. 技術/產品媒合推廣：

本次組團參展廠商有：彙盈企業有限公司、興台彩色印刷股份有限公司、順基國際有限公司、太普高精密影像股份有限公司、原印文創股份有限公司、順裕印刷有限公司、宏國印刷事業股份有限公司、葛瑞特印刷事業有限公司，並由高雄市印刷商業同業公會之印刷業前輩共同參與，展品包含含個性化立體便利貼、手工製作文化創意商品、數位微噴高仿真複製畫、特殊材質的可愛造型貼紙及設計與印刷相關跨域整合之商品及服務等，由此可知台灣印刷產業仍具有潛在商機。

(2) 活動內容：

A. 地點：紐約賈維茨國際會展中心 (Jacob K. Javits Convention Center)。

B. 展期：105 年 05 月 15 日至 05 月 18 日。

C. 展館名稱：台灣印刷精品館。

D. 參展家數：8 家(共 11 人)。

E. 展覽主題：個性化立體便利貼、手工製作文化創意商品、數位微噴高仿真複製畫、特殊材質的可愛造型貼紙及設計與印刷相關跨域整合之商品及服務等。

F. 事前整備作業：

2 月開始進行招商作業及確認展館形式，3 月進行展館佈置規劃，5 月 13 及 14 日進行裝潢佈置與廠商進駐作業。

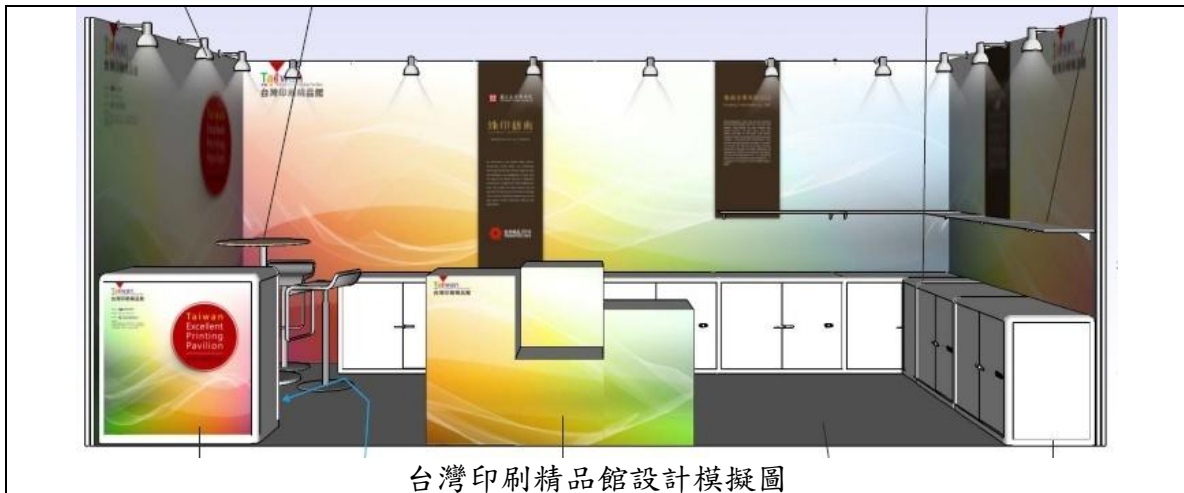


圖 121 美國紐約文具展-臺灣印刷精品館展館整體形象圖

(3) 建置臺灣形象館：



圖 122 美國紐約文具展-台灣印刷精品館現場實景

(4) 活動照片：



國際買家詢問彙盈水果造型便利貼



買家特地自備放大鏡仔細端詳展品



興台介紹清明上河圖予國際買家，其產品深受愛戴



國際買家對順裕貼紙極為感興趣，並頻頻詢問



國際買家對於原印文創商品詢問度很高



宏國介紹其商品予國際買家



圖 123 美國紐約文具展-活動照片

(5) 總結：

本次為精緻印刷計畫印刷外銷策略聯盟團第一次率領八家台灣印刷及其輔助業菁英參加美國紐約文具展，將印刷外銷舞台從亞洲市場延伸至美洲國際市場。根據外貿協會調查顯示，在美國眾多國際貿易夥伴中，台灣可說是少數高成長夥伴之一，若以人均計算，台灣也是名列前茅，2014 美國對我國出口額達 273 億美元，較 2013 年成長 9.11%，占台灣總進口額的 10.03%。2014 我國對美出口約 405 億美元較 2013 年成長 6.94% 占美國總進

口 1.73%。台美之間雙邊貿易的進出口都呈大幅的正成長。2014 年美國經濟穩定成長，2015 年預期有更好的表現。台美雙邊貿易的增加，將為物流業與製造業創造許多商機。

美國為日常生活消費品大宗進口國，2014 年美國總進口額為 2,345 兆美元，較前年成長幅度約 3.39%，其進口商品為服裝、鞋包、禮品、家電、傢俱、文具、工具、玩具、廚房等生活用品，其大多數與印刷息息相關，大多是進口或是在他國加工運回的，而且趨勢逐年增高。雖然美國經濟的景氣指標可能會影響商品銷售，但並不會減少美國消費者對日常生活用品的購買，因此生活必需品是美國進口市場主要來源之一。

進一步分析，近兩年來台灣出口美國印刷及其輔助業產值之成長率皆近 10%，因此藉由此會展來認識國際知名大廠之採購者為此次首要任務，通常來說，美國批發零售商有其固定的採購管道，許多大型零售商是透過中介商代為採購，一般台灣業者要直接切入市場不易，建議應透過當地進口批發商，或是行業協會的人脈，作為中介橋梁，共同開拓市場。美國各行各業都有協會，協會作用相當大，可以左右政府決策與市場，舉辦各類研討會，組織展覽，出版雜誌，向所屬會員提供市場資訊等。

然而，此次參展發現，本展的國際買家特性是有不少零售商，最小訂購量未能達到台灣廠商開版

印製的基本印刷量，造成國際買家有意採購台灣廠商的商品卻未能負擔一次所需訂購的量。為此，台灣廠商必須針對美國市場開發更多潛在客源，以利生產基本印刷量後，能夠分銷於美國市場，或是轉換商業模式，以設定最低採購金額銷售自有產品，多元產品供買家選購，達到指定金額即出貨，是此次觀察到的採購方式。

最後，本次台灣印刷精品館不論是產品的多樣性，或是技術創新應用都是相當受到國際買家愛戴，主要原因是台灣業者擅長設計與創新應用發展出來的文創商品，為此有助於台灣印刷產業進入美國市場所具備之優勢與市場區隔。本次活動創造出超過 60 家國際買家的主動媒合、兩千萬以上之潛在商機，除了提升台灣印刷業者於全球市場的知名度外，也吸引台灣外銷業者的目光，希望日後能積極的共同經營海外商機，展現台灣印刷業在精緻度、設計、與品質上軟實力的最佳表現。

2.5.3 完成外銷貿易策略聯盟團及帶領參與「第 27 屆東京國際文具暨辦公用品展(ISOT)」；並置台灣印刷形象館，與會人數 22 人(含)以上。

(1) 出國目的：

在經濟部工業局的建議與支持下，印研中心積極帶領台灣印刷及其輔助業者參與海外印刷包裝

及文具等相關展覽，為廠商爭取自家印刷技術能量與產品嶄露於國際舞台間的機會，讓國際買家藉此可以認識台灣廠商的優質印刷工藝，以期輔助台灣印刷業者開發國際市場，接單採購及新產品開發合作，將商品銷往日本、揚名海外。

一直以來，日本與台灣經貿往來頻繁，日本為最為活耀的區域之一，根據近五年台灣印刷及其輔助業出口總額，日本都位居前十名(如表 19)。就近五年來看，台灣外銷於日本印刷產值之出口金額約在新台幣四億至五億之間，年成長率約落在 10%至 20%(如表 20)，彼此互有消長，日本和台灣之間的印刷需求仍維持高度貿易依存度；另由圖一可見，日本為全球第二大的文具市場，因此我們更要搭上 ISOT 這個年度展覽盛會。

表 19 台灣印刷及其輔助業出口金額全體國別排行榜

單位:千元新台幣

排名	2011	2012	2013	2014	2015
1	香港 1,348,419	香港 1,624,967	香港 1,486,820	香港 1,723,967	香港 1,807,418
2	中國大陸 1,343,572	美國 1,323,029	中國大陸 1,213,822	美國 1,285,591	中國大陸 1,600,229
3	美國 1,063,075	中國大陸 1,274,252	美國 1,169,731	中國大陸 1,235,107	美國 1,432,192
4	馬來西亞 456,559	馬來西亞 532,619	越南 537,053	越南 594,118	越南 612,823
5	日本 422,349	日本 531,526	馬來西亞 488,269	馬來西亞 552,457	馬來西亞 481,360
6	越南	越南	日本	日本	菲律賓

排名	2011	2012	2013	2014	2015
	415,361	464,798	413,113	468,537	367,902
7	德國 259,563	泰國 233,330	菲律賓 239,619	菲律賓 335,313	柬埔寨 365,426
8	新加坡 253,372	德國 224,602	新加坡 216,014	柬埔寨 293,650	日本 319,931
9	泰國 205,646	新加坡 207,551	泰國 203,395	泰國 207,289	泰國 225,966
10	菲律賓 203,704	菲律賓 203,571	柬埔寨 202,264	新加坡 187,832	斯里蘭卡 214,065

資料來源:台灣經濟研究院產經資料資料庫，印研中心資料整理(2016.3)

表 20 台灣印刷及其輔助業出口於各國之金額及年成長率

註:表中數字表示台灣印刷及其輔助業出口值和其年成長率(單位:千元新台幣，%)

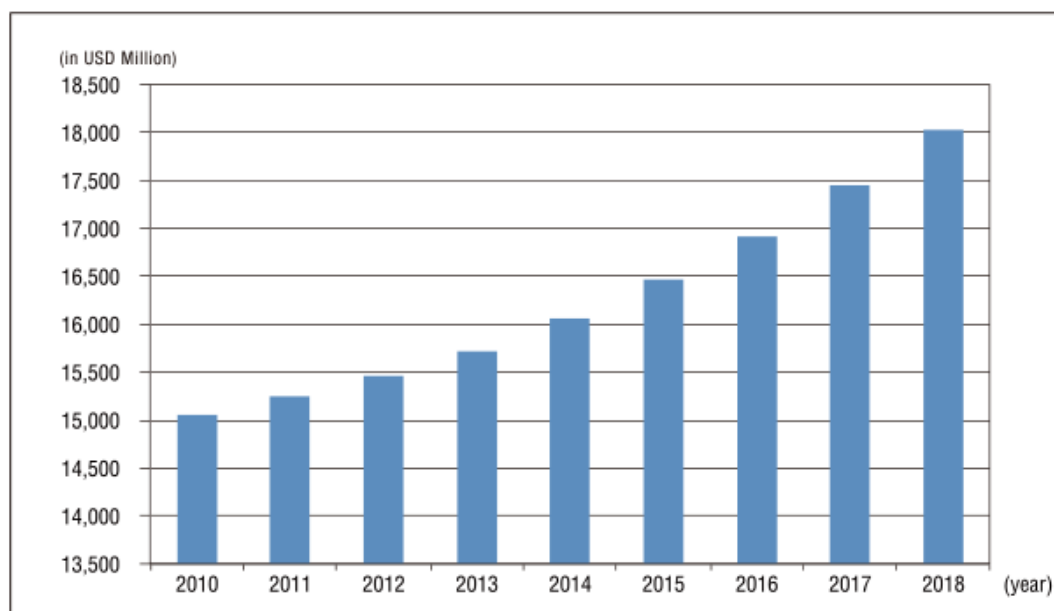
資料來源:台灣經濟研究院產經資料資料庫，印研中心資料整理(2016.3)

	2011	2010-2011 年成長率	2012	2011-2012 年成長率	2013	2012-2013 年成長率	2014	2013-2014 年成長率	2015	2014-2015 年成長率
香港	1,348,419	-33.06%	1,624,967	20.51%	1,486,820	-8.50%	1,723,967	15.95%	1,807,418	4.84%
中國大陸	1,343,572	-13.29%	1,274,252	-5.16%	1,213,822	-4.74%	1,235,107	1.75%	1,600,229	29.56%
美國	1,063,075	-1.31%	1,323,029	24.45%	1,169,731	-11.59%	1,285,591	9.90%	1,432,192	11.40%
越南	415,361	5.92%	464,798	11.90%	537,053	15.55%	594,118	10.63%	612,823	3.15%
馬來西亞	456,559	8.34%	532,619	16.66%	488,269	-8.33%	552,457	13.15%	481,360	-12.87%
菲律賓	203,704	19.91%	203,571	-0.07%	239,619	17.71%	335,313	39.94%	367,902	9.72%
柬埔寨	190,762	27.57%	186,695	-2.13%	202,264	8.34%	293,650	45.18%	365,426	24.44%
日本	422,349	14.59%	531,526	25.85%	413,113	-22.28%	468,537	13.42%	319,931	-31.72%
泰國	205,646	10.13%	233,330	13.46%	203,395	-12.83%	207,289	1.91%	225,966	9.01%
新加坡	253,372	12.81%	207,551	-18.08%	216,014	4.08%	187,832	-13.05%	214,065	13.97%

■ 開拓持續增長的日本市場

日本現在是全球第二大的文具市場，具有約154億5700萬美元的市場規模，並且預期還將繼續保持增長趨勢。這是一個堅決不容錯過的利好市場。

■ Growing Japanese market



Source: Global Industry Analysts, Inc, Stationery Products, November 2012

2012 GIA Estimates / 2013-2018 GIA Projections

圖 124 日本文具市場趨勢圖

A. 產業形象建置：

2016 年精緻印刷文創加值暨市場拓展輔導計畫下之外銷策略聯盟團來到本年度第三站：日本東京，在經濟部工業局指導下，外銷策略聯盟團之拓展再次前往日本，共邀集十一家台灣業者，含本中心工作人員 2 人加上印刷業參展廠商工作人員 22 人，共計 24 人共同參加第 27 屆國際文具、紙製品展(ISOT)，並於 2016 年 7 月 6 日至 8 日一連三天在「日本東京有明國際展覽中心」(Tokyo Big Sight)精彩登場。

展館位置



圖 125 台灣印刷精品館位置圖參觀資訊

展館位置

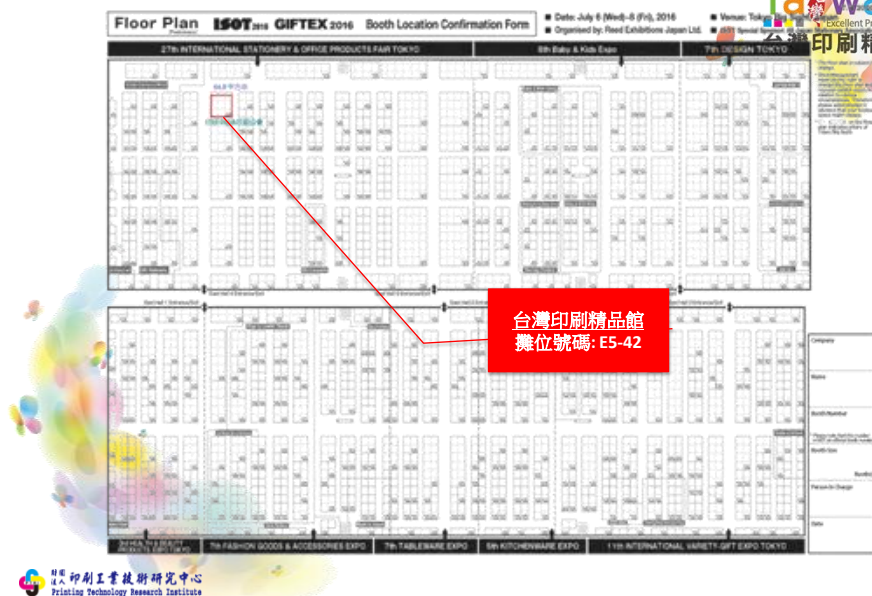
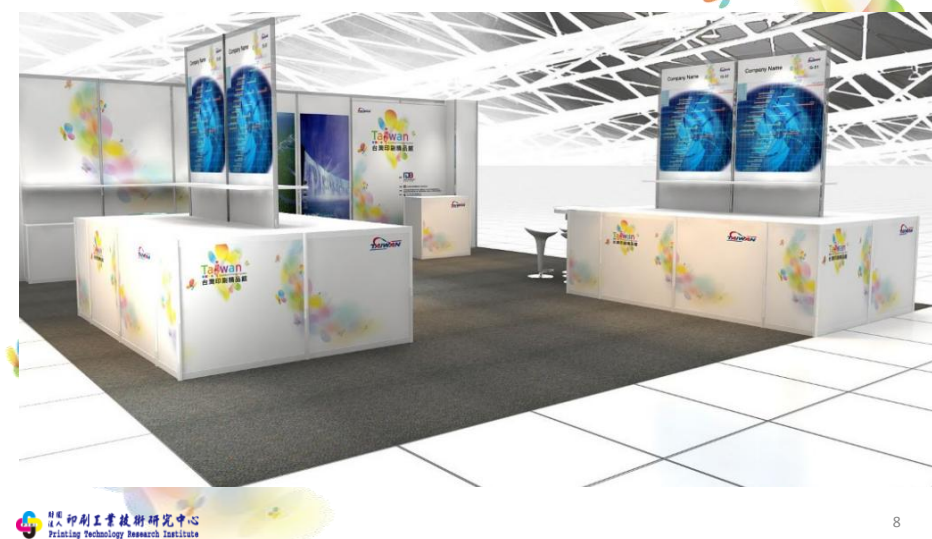


圖 126 台灣印刷精品館位置圖參觀資訊



圖 127 台灣印刷精品館位置圖參觀資訊

台灣館模擬圖



財團法人印刷工業技術研究中心
Printing Technology Research Institute

8

圖 128 台灣印刷精品館設計模擬圖

台灣館廠商分配圖(攤位號碼: E5-42)

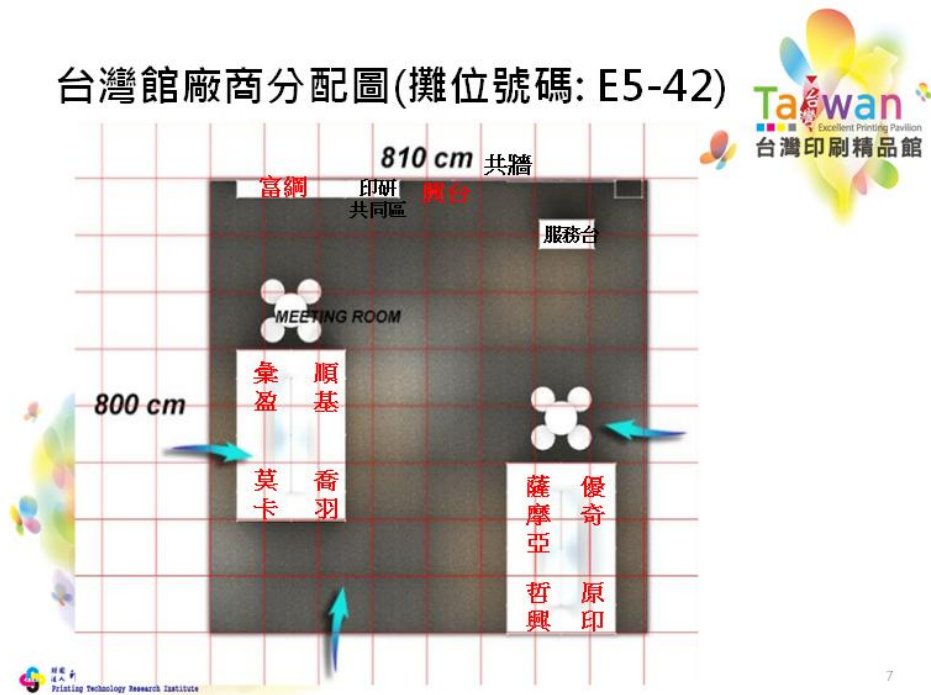


圖 129 台灣印刷精品館廠商位置分配圖



主策 台灣區印刷暨機材料工業同業公會
共策 中華民國印刷商業同業公會全國聯合會、台北市印刷商業同業公會、
高雄市印刷商業同業公會、中國印刷學會、社團法人中華印刷科技學會
協力 印刷工業技術研究中心
Printing Technology Research Institute

圖 130 台灣印刷精品館主視覺形象設計

B. 技術/產品媒合推廣：

此次參展除了積極開拓海外市場並提升台灣印刷產業在國際間的能見度及知名度，中

華民國對外貿易發展協會駐東京辦事處經理及主任蒞臨參觀台灣印刷精品館蒞臨現場，亦有經濟部駐東京辦事處的長官蒞臨。會展現場參觀人潮絡繹不絕並積極詢問採購細節，因此隨即對產品有高度興趣之買家辦理台灣印刷精品館一對一商機媒合，內容包含個性化立體便利貼、水彩畫、刮畫、DIY 作文化創意商品、數位微噴高仿真複製畫、UV 印刷文創商品、特殊材質的可愛造型貼紙、及設計與印刷相關跨域整合之商品及服務等，由此可知台灣印刷產業仍具有相當的競爭優勢。

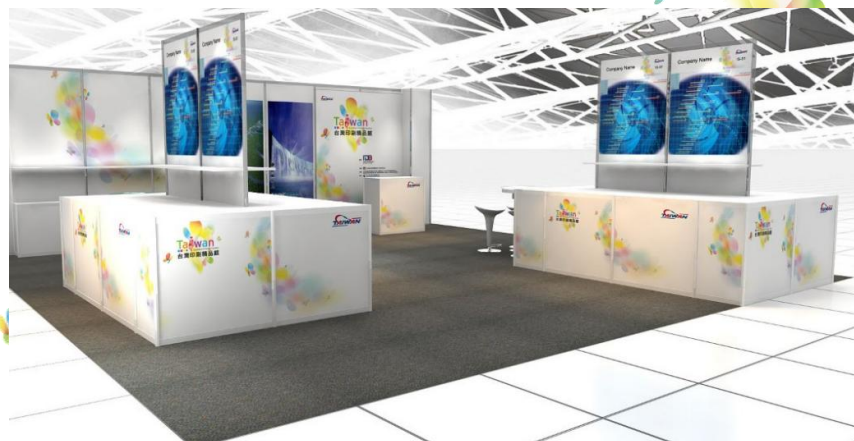
(2) 活動內容：

- A. 地點：日本東京有明國際展覽中心(Tokyo Big Sight)。
- B. 展期：105 年 7 月 6 日至 8 日。
- C. 展館名稱：台灣印刷精品館。
- D. 參展家數：11 家(共 22 人)。
- E. 展覽主題：特殊設計立體便利貼、手工製作文化創意商品、數位微噴高仿真複製畫、特殊材質的可愛造型貼紙及設計與印刷相關跨域整合之商品及服務等。
- F. 事前整備作業：

2 月開始進行招商作業，3 月進行國際行

銷專案規劃，5 月進行裝潢佈置，確認展館形式，並進行廠商策劃展覽進駐作業。

台灣館模擬圖



國家印刷工業技術研究中心
Printing Technology Research Institute

8

台灣印刷精品館設計模擬圖



台灣印刷精品館於東京現場實際裝潢照

圖 131 日本東京 ISOT 展-臺灣印刷精品館展館整體形象圖

(3) 建置臺灣形象館：



圖 132 東京 ISOT 展-台灣印刷精品館現場實景

(4) 活動照片：



國際買家詢問彙盈水果造型便利貼



順基國際開發的紙型種類繁多有趣，吸引攝影記者採訪



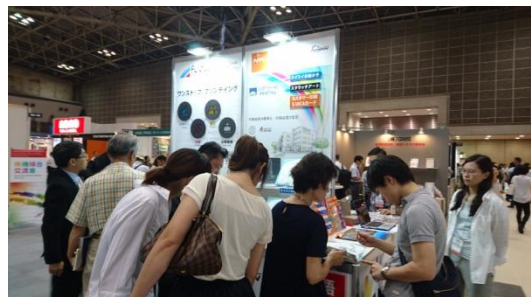
國際知名品牌小森印刷業務代表 (Komori Press)特地前來拜訪興台



國際買家喜歡貼紙風格，積極詢問細節



國際買家對原印文創商品詢問度很高



多組買家了解哲興產品



莫卡介紹文創商品應用及其專利



富網與買家交流洽談策略合作



圖 133 日本東京 ISOT 展活動照片

(4) 總結：

統計分析顯示，日本為全球大二大文具大國，而 ISOT 展覽更是堪稱為日本最具有指標性的文具及紙製品展，從整個展覽的展出品中仍可看出日本市場的需求方向與消費喜好。日本的印刷產業與其行銷產業、零售業、廣告媒體業的有強烈的共生關係，互動是非常密切的，也因此產業間更能彼此相輔相成的牽引，讓印刷產業的活動力能維持不墜。從這次的紙製品文具展及設計展踴躍的參觀人潮及令人驚艷的創意產品便可了解日本國內的內需仍強，日本的經濟復甦靠的是創意，由創意來帶動產業的興盛；日本是個創意爆發，國家、產業也支持這些設計與創意的國家，日本業者強烈重視通用設計，從「人」的日常生活上和商業活動的需求與感受出發才能讓創意與產品結合成實用的商品，既而使消費者產生共鳴，由本展覽中處處可見令人莞爾的巧思，相較於日本廠商，台灣印刷業者在產品

設計及品質上還有進步空間。

本次活動創造出超過 60 家國際買家的主動媒合、上看一億之潛在商機，除了提升台灣印刷業者於全球市場的知名度外，也吸引台灣外銷業者的目光，希望日後能積極的共同經營海外商機，展現台灣印刷業在精緻度、設計、與品質上的軟實力。

2.5.4 完成外銷貿易策略聯盟團及帶領參與「第 10 屆 2016

上海國際包裝製品與材料展覽會；並置台灣印刷形象館，與會人數 16 人(含)以上。

(1) 出國目的：

2016 年精緻印刷文創增值暨市場拓展輔導計畫下之外銷策略聯盟團在工業局持續支持下，印研中心積極帶領台灣印刷及包裝業者極參與國外印刷、文具及包裝相關展覽，此次參展建置「台灣印刷精品館」，為本計畫第二次前進中國上海市場，旨於推廣台灣印刷產業技術與能量及優質印刷精品形象共同籌組外銷策略聯盟團，率領 12 家台灣印刷及其輔助業者於國際專業包裝材料會展，讓國際買家見識到台灣廠商的高品質穩定印刷核心能力與創新服務能量，透過直接了解國際買家之市場需求，不但有助於取得海外訂單與爭取更多國際企業技術合作機會，還可以觀察國際市場的脈動變化趨勢(例如:最新包裝材料與技術應用)，以便跟上國際潮流腳步；同時，也可直接在現場進行當地市場會勘、攝取新知及市場情蒐，更可藉機結識不同行業卻有潛在性合作的商業夥伴，有助於台灣印刷業的未來發展。

A. 產業形象建置：

2016 上海國際包裝製品與材料展覽會於 9 月 26 日至 28 日於上海光大會館中心西館隆重

登場，本年度印研中心與台北市印刷商業同業公會集結了十二家廠商，設置「台灣印刷精品館」於攤位代碼 C101 展區中(圖一紅色圈圈所圍成之區塊)，共由十四個單位組成，總面積 126 平方公尺。本次台灣印刷精品館位於展館一樓緊鄰三號主要出入口處以及主要幹道位置，成為人流不斷、曝光度極佳的展位。

上海光大会展中心平面图 (1F)

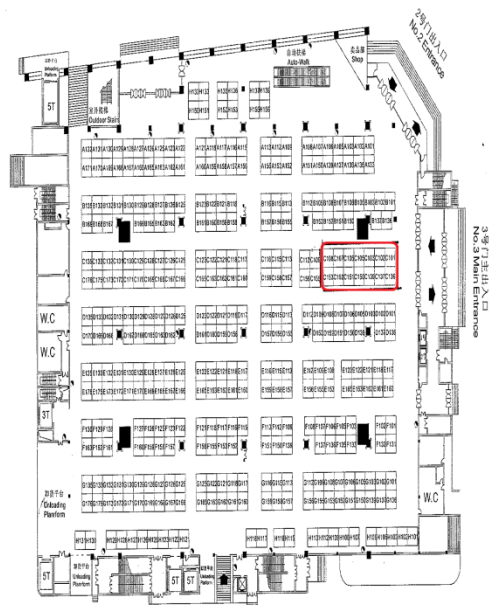


圖 134 台灣印刷精品館位置圖參觀資訊

B. 技術/產品媒合推廣：

本次組團參展廠商有：順基國際有限公司、優奇印刷有限公司、皇城廣告印刷事業股份有限公司、正大紙袋實業有限公司、東方包裝股份有限公司、凌雲科技股份有限公司、順裕印刷有限公司、盛詮紙業有限公司、布萊特

數碼科技有限公司、彙盈企業有限公司、原印文創股份有限公司、葛瑞特印刷事業有限公司，並由台北市印刷商業同業公會之印刷業前輩共同參與，展品包含防偽技術應用、授權貼紙及工業貼紙、客製化文創商品、禮贈品、特殊結構包裝盒與紙袋設計及特殊印刷技術應用、印刷相關跨域整合之商品及服務等，由此顯見臺灣印刷產業仍具有廣大潛在商機。

(2) 活動內容：

- A. 地點：上海光大會展中心（上海徐匯區漕寶路88號）。
- B. 展期：105年09月26日至09月28日。
- C. 展館名稱：台灣印刷精品館。
- D. 參展家數：12家(共16人)。
- E. 展覽主題：防偽技術應用、授權貼紙及工業貼紙、客製化文創商品、禮贈品、特殊結構包裝盒與紙袋設計及特殊印刷技術應用、印刷相關跨域整合之商品及服務等。

F. 事前整備作業：

表 21 上海 CIPPME 展工作時程表

日期	計畫執行
2016 年 03 月	1. 與高雄打樣中心設計師溝通全館主視覺形象設計。 2. 協同裝潢設計業者討論台灣印刷精品館主軸與樣式。 3. 進行上海展主形象設計、DM 設計。
2016 年 04 月	1. 進行上海展招商作業。 2. 進行廣宣及發函予印刷公會廣邀廠商參展。
2016 年 05 月	1. 初步請旅行社報價(機票和住宿)。 2. 持續進行招商作業。
2016 年 06 月	1. 完成展覽設計白胚圖初版。 2. 設計主軸提案並完成展位簽訂。 3. 與上海大會簽約，場地劃位。 4. 展覽佈置、展覽交流等規畫與確立。 5. 持續進行招商作業。 6. 進行海運詢價作業。
2016 年 07 月	1. 召開上海展展前說明會、完成展位抽籤。 2. 完成展覽設計及修正。 3. 機票住宿行程安排與詢價。 4. 與上海大會簽約，場地劃位。 5. 發形象公版設計予參展廠商排版輸出內容。 6. 確認合作海運公司。 7. 各家廠商之上海展手冊資料蒐集。
2016 年 08 月	1. 確認佈展陳列物件及其相關印刷展品，由台灣海運至上海。 2. 確認佈展陳列物製作與篩選。進行最後所有參展陳列物件驗收與廣告文宣裝箱確認。 3. 完成各家廠商展品集貨並運往上海。 4. 完成海運之海關文件。 5. 確定訂購機票住宿。 6. 完成上海展手冊編輯作業。

日期	計畫執行
2016 年 09 月	1. 參展前工作進度檢查及確認。 2. 完成上海展手冊印製作業。 3. 申請參展工作證。 4. 發出展前注意事項通知。 5. 蒐集各家參展商之獨立背版設計與裝潢商做大圖輸出。 6. 出發執行專案工作。

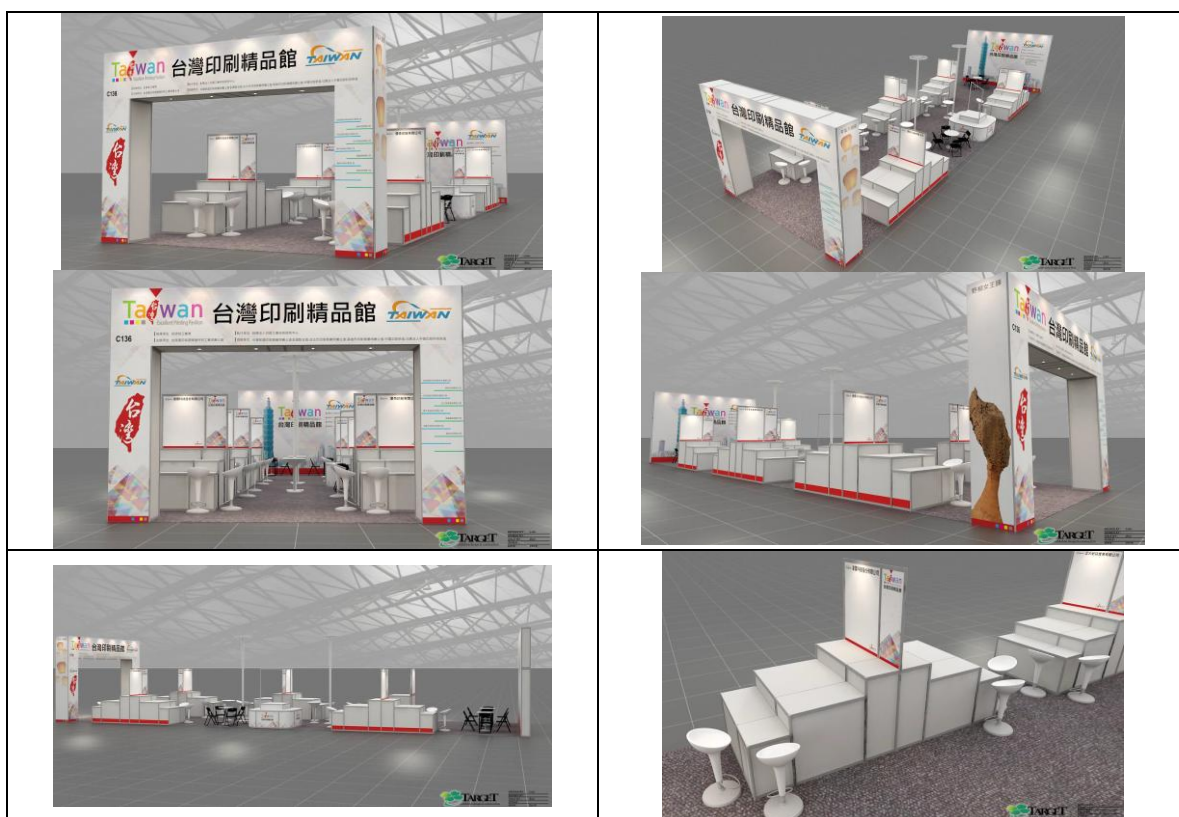


圖 135 上海國際包裝製品與材料展覽會-臺灣印刷精品館模擬圖

(3) 建置臺灣形象館：



圖 23 上海國際包裝製品與材料展覽會-台灣印刷精品館現場實景

(4) 活動照片：



許多買家詢問順基國際的 DIY 文創商品



優奇各種標籤貼紙應用，成功吸引買家前來一探究竟，買家要求優奇提供樣品作為日後採購依據



買家詢問具有點讀功能的遊戲墊



許多買家詢問東方包裝之精美包裝彩盒



國際買家詢問凌雲防偽標籤瓶貼



買家對於順裕絨布貼紙深感興趣



圖 137 上海國際包裝製品與材料展覽會-活動照片

(5) 總結：

縱觀近五年台灣印刷及其輔助業出口於中國大陸比例大約皆維持在 15% 左右，僅次於香港地區及美國；相較之下，台灣外銷印刷產值對中國有較大的依存度。即便在中國經濟成長率呈現正成長率卻逐年遞減的情況下，其成長率還是維持 5% 以上，對於生活必需品的包裝印刷及特殊印刷的需求，還是有很大的發展潛力。因此，台灣印刷廠商應藉此次會展把握機會，積極拓展中國包裝印刷市場，其利潤相較於文化出版印刷更來的豐厚，也可

以規避在中國出版印刷所需的准印證及審查制度的窘境。本次率十二家廠商前往上海國際包裝製品與材料展覽會，一方面盼望參展商能夠遇見伯樂，為其產品代理或下單訂購，甚至爭取更多元的合作方式；另一方面也可望台灣優質印刷形象能揚名海外。

隨著中國經濟快速發展，帶來的城市前所未有的繁榮與發達，但是也帶來了貧富差距的副作用。許多中國買家，對於包裝產品的需求不是想要盡可能壓低生產價格，就是願意負擔較昂貴的生產費用來襯托自家產品的雍容華貴。而台灣參展商若沒有在中國內地設廠，其生產後的運輸成本將是一大考驗，很難與中國當地印包業者進行削價競爭，因此台灣印包業者對於低價位包裝並無利基可言；相較之下，台灣的包裝工藝技術，例如：精裝盒、手工盒、冷燙浮雕後加工工藝技術...等等，對於中國及海外買家還是很有吸引力。此外，台灣印刷包裝設計應用、文創整合總會出陳推新，不論是在包裝設計精緻度或者是在紙盒結構變化上，總能讓人耳目一新。因此台灣印包業者出口中國的產品適合走高端精緻路線作為市場區隔，讓台灣印刷精品的形象，深深烙印在中國或海外買家心上。

本次上海國際包裝製品與包裝材料展覽會之參展商，包含各種行業用途之包裝，例如：原物料包裝、運輸包裝、塑膠包裝、金屬包裝、玻璃包裝

或者包裝所需之相關材質(泡棉、緞帶、包裝紙...等)，台灣印刷精品館所呈現的恰好是精緻包裝，在會展獨樹一格，有很明確的市場區隔與目標市場，也很容易吸引想要擁有高品質、創新樣式的買家於本館流連忘返，並仔細地與台灣參展商仔細詢問商品相關細節且留下聯絡方式，以利後續報價作業。本次活動創造出超過上百家的主動媒合、6000萬以上的潛在商機，除了海外市場的商機曝光外，也吸引台灣外銷業者的目光，希望能與高度積極的業者共同經營海外商機，展現台灣印刷業在精緻度、設計與品質上的好表現。

2.6 完成文創設計諮詢及打樣服務 80 次(含)以上。

面對全球化競爭、電子媒體興起及產品同質性高，導致市場萎縮，削價競爭，有鑑於此，本計畫擬提供業者一個創意設計、商務諮詢、軟硬體資源等小量打樣試產的服務管道，協助業者結合在地之人文涵養、設計創意及生活美學等資源，建立多方跨領域合作模式，進而促成產業轉型，朝向產品差異化及特色化發展。

(1) 諮詢及打樣服務目的：

為均衡南北產業發展，以解決印刷業者跨足文創商品方面所可能面對的問題，本計畫成立南北設計文創打樣中心，給予業者產品設計之建議及硬體上的支援，協助開發富有設計能量之文創品如禮贈品、印刷、文創包裝、紙品等商業價值產品，透過打樣服務，縮短業者時間與開發成本，提升與展現本計畫設計能量。

(2) 諮詢及打樣服務內容與成效：

A. 諮詢及打樣服務項目：

視覺/CI 設計、平面廣告設計、商品包裝、包裝結構問題、印印刷後加工之面臨困難、印刷品質與紙張材質表現等各種與印刷、色彩、紙張、設計相關之問題。

經濟部工業局 105 年精緻印刷文創加值暨市場拓展輔導計畫

印刷暨文創商務設計打樣中心

諮詢及打樣服務表

填表日期：____年____月____日

印刷暨文創商務設計打樣中心為持續提供更好的服務，特製作本問卷，以瞭解您對本單位服務品質、服務態度與諮詢服務的看法與建議，請您認真閱讀並與他人認知，回答下列所有的問題，並在適當處打✓，感謝您撥冗填寫！

第一部分：諮詢背景資料

公司行號：_____ 職 稱：_____

諮詢人：_____ 聯絡電話：_____

本次廠商前來中心諮詢的服務項目為？

☐1.產品包裝設計 ☐2.平面廣告設計 ☐3.品牌形象設計 ☐4.標幟標識設計
☐5.企業識別規劃與導入(CIS/VIS) ☐6.企業簡介、產品型錄、期刊設計
☐7.網站規劃設計 ☐8.產品與業務攝影 ☐9.其他_____

第二部分：諮詢服務類別

☐1.直接提供服務 ☐2.出借器材協助 ☐3.代埋設計服務 ☐4.轉介相關廠商
☐5.提供業務諮詢 ☐6.接案規劃設計 ☐7.媒介推廣平台 ☐8.樣品樣案報價
☐9.異業合作媒合 ☐10.其他_____

第三部分：後續協助

☐1.列入業務收入 ☐2.輔導商業技術 ☐3.提高商業競爭力 ☐4.長期合作服務
☐5.建立諮詢管道 ☐6.委辦樣品樣案 ☐7.產業合作開發 ☐8.其他_____

第四部分：總結說明(問題說明、解決對象、後續處理)

查詢及打樣表

經濟部工業局 105 年精緻印刷文創加值暨市場拓展輔導計畫

印刷暨文創商務設計打樣中心

諮詢及打樣服務滿意度調查表

服務滿意度調查

	很	滿	尚	不
	滿	意	可	滿
	意	意	意	意
	5	4	3	2
	1			

- 該單位人員能提供良好專業知識與技能，熟悉本所業務內容，流程與相關法令規章，能解決被服務者的問題。☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- 當問題無法解決或非該單位處理時，該單位人員會提供相關訊息給服務人員。☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- 該單位人員所具有溝通協調能力符合被服務者的要求。☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- 當服務人員不在時，該單位其他人員會主動協助處理。☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- 整體而言，我對該單位專業素質感到滿意。☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- 該單位人員具有高度服務熱忱，用語溫和親切有禮，態度親切、會耐心地反覆解釋或澄清問題。☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- 該單位對於顧客的抱怨，設有適當投訴管道並主動追蹤及解決問題。☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- 我對該單位服務態度感到滿意之程度。☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- 整體而言，我對該單位諮詢效率感到滿意的程度。☐ ☐ ☐ ☐ ☐
- 本次諮詢服務解決了我的問題。☐ ☐ ☐ ☐ ☐

第三部分：其他意見：

請惠贈名片，謝謝

圖 138 諮詢及打樣服務表範本-打樣諮詢表單及滿意度調查表

B. 參與廠商(共計 80 次諮詢與服務)

a. 印刷暨商務文創設計打樣中心(台北 30 次)

序號	日期	諮詢廠商	服務內容
01	105.01.06	傳動數位策略股份有限公司	產品包裝設計案討論
02	105.01.27	幫客思創意印刷有限公司	手工皂包裝設計案討論
03	105.02.04	山水彩色印刷股份有限公司	設計能量介紹與可合作計畫
04	105.02.12	冠謚有限公司	相本書設計討論
05	105.02.26	綜美實業股份有限公司	名片設計案
06	105.03.02	集盛實業有限公司	公司形象手冊設計案
07	105.03.16	陽明生醫股份有限公司	設計能量介紹與可合作計畫
08	105.03.22	大榕國際(股)	展示架開發設計案
09	105.03.23	頂好馬組名產	馬組名產禮盒開發
10	105.03.30	果子文創有限公司	智慧鎖包裝設計案討論
11	105.04.06	三維立體影像科技有限公司	提供印計修改方向
12	105.04.08	大衛肯尼斯有限公司	提供印刷與設計建議
13	105.04.12	華岡印刷廠	設計能量介紹與可合作計畫
14	105.04.21	彙盈企業有限公司	創意便條紙設計開發
15	105.04.22	好家庭毛巾股份有限公司	毛巾禮盒打樣討論
16	105.04.29	光隆生化科技股份有限公司	海洋深沉水瓶型開發設計案
17	105.05.05	順耀印刷廣告事業有限公司	設計能量介紹與可合作計畫
18	105.05.12	虹暘國際有限公司	特殊布紙文創設計開發
19	105.05.18	台灣區絲織工業同業公會	海報設計討論

序號	日期	諮詢廠商	服務內容
20	105.05.24	大林麥麵線	麵線包裝設計案
21	105.05.30	工業技術研究院	洗髮乳商品設計
22	105.06.24	中華民國絲織拓展會	設計業務諮詢
23	105.07.14	詠麗生化	化妝品瓶身設計
24	105.07.21	斯麥特實業	課程諮詢
25	105.07.29	馬祖連江建設局	拌手禮包裝設計
26	105.08.04	社團法人關懷心臟病童協會	襪子包裝盒設計
27	105.09.08	沛宇事業有限公司	動物餅乾盒打樣設計
28	105.09.08	工業局大圓工業區	名片設計
29	105.09.30	台灣毛衣編織工業同業公會	手冊 DM 設計
30	105.09.30	工業局美崙工業區	名片設計

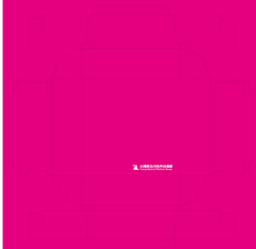
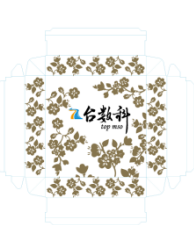
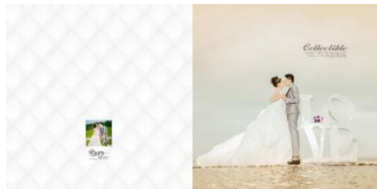
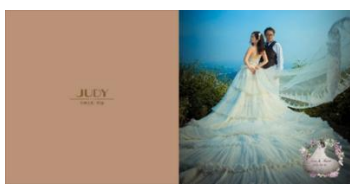
b. 高雄 R7 印藝無限設計打樣中心(高雄 50 次)

序號	日期	諮詢廠商	諮詢內容
01	105.01.05	洪添賢插畫家	產品包裝設計，複製畫相關問題
02	105.01.11	高雄市政府勞工局勞工教育生活中心	產品型錄、期刊設計。膠裝手冊
03	105.01.18	永安發	平面廣告設計
04	105.01.29	台享貿易有限公司	名片設計製作
05	105.02.01	台灣深心企業社	牛軋糖包裝盒製作
06	105.02.16	土斑馬兒童美術創意空間	複製畫相關問題
07	105.02.25	五色密碼養生茶棧	蘆薈意象設計，文宣製作
08	105.03.01	鬼舞劇場	諮詢文宣品製作相關問題
09	105.03.16	慶盈實業	包裝盒打樣
10	105.03.17	正修科技大學	ESKO 割盒打樣
11	105.04.06	南峰文創	太極行宮圖設計七款
12	105.04.11	南峰文創	明信片製做
13	105.04.12	揚茗本舖	設計服務及名片、貼紙、折價卷製作
14	105.04.13	半分	海報輸出
15	105.04.15	陳名榛	打樣測試(直噴馬克杯)
16	105.04.15	鞋技中心	皮革雷雕
17	105.04.18	後空翻工作室	翻翻書印製，打樣裝訂
18	105.04.19	南峰文創	信封兩款
19	105.04.20	高雄歷史博物館	墊板雙面設計與製作
20	105.04.25	高雄市勞工教育中心	DM 設計及印刷
21	105.04.29	紫鼎藝術有限公司	產品包裝設計
22	105.05.05	齊樂國際	合約書製作

序號	日期	諮詢廠商	諮詢內容
23	105.05.05	R7 創藝所在鞋技中心	皮革雷雕打樣相關服務
24	105.05.05	Chinchin 餐酒館	菜單設計製作
25	105.05.10	日行者	產品包裝設計
26	105.05.10	陳婉儀-畢委會會長	畢業活動海報輸出
27	105.05.10	實踐大學-林欣怡-畢委會公關	畢業光碟貼紙輸出
28	105.05.12	黃勝宥	作品集製作
29	105.05.13	勞工教育生活中心	平面廣告設計
30	105.05.18	睿笙科技有限公司	提供服務
31	105.05.23	勞工教育生活中心	名片設計
32	105.05.25	皂工坊	證件皮革雷雕
33	105.05.31	鬼舞劇場舞蹈團	計畫書製作
34	105.06.01	陳明隆	作品集製作
35	105.06.13	康勝股份有限公司	識別設計、布條、招牌、旗 織製作
36	105.06.30	鑫翼科技	設計諮詢
37	105.07.11	瑤妹妹果干	包裝貼紙設計
38	105.07.18	乙鈞汽車	車貼服務
39	105.08.08	花豚肉品	識別設計、包裝打樣
40	105.08.11	林一山	貼紙輸出
41	105.09.13	3D 藝術篆刻	壓克力雕刻測試
42	105.10.05	社團法人高雄市關懷身心障礙者協 進會	設計輸出
43	105.10.14	馬里斯工作室	DM 輸出
44	105.10.17	貝塔運動-陳炳宏	設計輸出
45	105.11.09	黃馨瑩	翻翻書小冊製作
46	105.11.15	陳宜民國會辦公室	名片設計製作
47	105.11.16	EMBA 中心主任	壓克力雷雕
48	105.12.04	皇城廣告	客製化壓克力切割
49	105.12.12	陳佩鈺	木盒雷雕
50	105.12.13	財團法人塑膠工業技術發展中心	PVC 背膠紙材輸出

C. 諮詢及打樣產品：

a. 印刷暨商務文創設計打樣中心(台北)

 綜美實業股份有限公司 營業項目：A 塑膠 餐廚 B 餐廚用品及塑膠用品 C 塑膠 家具 D 塑膠 包裝 E 塑膠 包裝材料 工廠：新北市土城區大漢路48號3樓 電話：(02)267-8915 傳真：(02)267-3320 網址：www.facebook.com/junmay2979 總機：84-299368  綜美實業股份有限公司 營業項目：A 塑膠 餐廚 B 餐廚用品及塑膠用品 C 塑膠 家具 D 塑膠 包裝 E 塑膠 包裝材料 工廠：新北市土城區大漢路48號3樓 電話：(02)267-8915 傳真：(02)267-3320 網址：www.facebook.com/junmay2979 總機：84-299368	 	
綜美實業股份有限公司-名片設計	好家庭公司-毛巾禮盒設計	
		
傳動數位策略股份有限公司-包裝盒設計		
		
冠誼有限公司-相本書設計應用		
		
麥崙資訊(股)公司-壓克力商品設計	集盛實業有限公司-公司形象手冊設計	

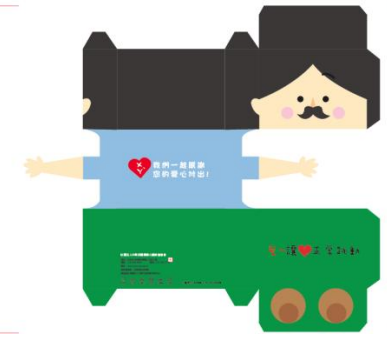
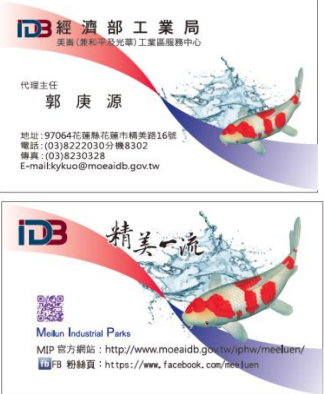
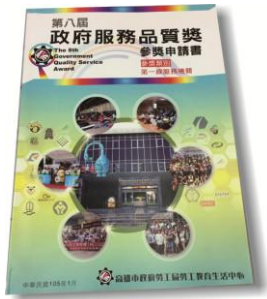
	
經濟部大園工業區-名片設計	關懷心臟病童協會-襪子包裝盒設計
	
經濟部美崙工業區-名片設計	沛宇事業有限公司-動物餅乾盒打樣設計

圖 139 印刷暨商務文創設計打樣中心諮詢及打樣產品

b. 高雄 R7 印藝無限設計打樣中心(高雄)

	
勞教中心服務手冊排版與打樣輸出	插畫家複製畫打樣輸出
	
鞋技-皮革雷雕猴年紅包打樣輸出	翻翻書打樣輸出
	
學生畢展作品集輸出	展覽明信片
	
雷雕加工打樣諮詢	食品包裝盒打樣設計

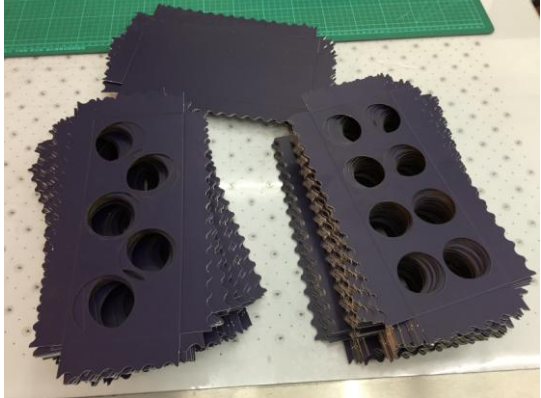
	
客製化回憶錄	蛋糕紙盒打樣
	
學生木頭雕刻作品	宣傳小卡打樣
	
企畫書輸出	壓克力雷雕打樣
	
皮革雷雕*花紋	名片品牌視覺設計



圖 140 高雄 R7 印藝無限設計打樣中心諮詢及打樣產品

D. 諮詢及打樣服務成效：

R7 印藝無限設計打樣中心，透過諮詢業者介紹，活動宣傳、FB 經營及各路好漢的協助宣傳，知名度日漸提升，越來越多業者及民眾了解打樣中心所提供之打樣服務，協助缺少部分設備或僅需少量試產的業者完成產品測試，彌補設備上不足、完成產品製作測試，幫助業者迅速找出盲點，予以設計上的修改，提高產品完整度。

同時，許多學校老師也會帶同學前往打樣中心參觀，了解設計、印刷打樣中心與法人運作模式，提供學生未來實習、畢展製作等資源管道參考。諮詢及打樣服務現場照片。



展聖印刷負責人產品設計諮詢



勞教中心李主任及其同仁設備室參訪
了解打樣流程



工商團體來訪參觀



學生團體參觀與打樣諮詢



台北商業大學參觀與畢業展打樣諮詢



幫客思創意印刷有限公司
前來諮詢商品設計並參觀打樣中心



虹暘國際有限公司前來諮詢商品設計並參
觀打樣中心



諮詢及打樣洽談中



廠商設計諮詢



團體參觀打樣作品



廠商來訪介紹打樣設備資訊



設計學院學生參訪

141 文創設計諮詢及打樣服務-現場照片

E. 總結：

隨著知名度的提升，許多廠商已經了解打樣中心的打樣服務內容，產品在正式決定生產前，需要經過多次的打樣、討論與修正，少量客製與割盒打樣對於中小企業及在學設計系學生是一大幫助，也減少印刷廠或加工廠對於少量產品的製作困擾。

目前印刷暨文創商務設計打樣中心(台北)服務以產品包裝設計、結構方面居多，而高雄 R7 印藝無限設計打樣中心(高雄)，則以 ESKO 割盒機服務與雷雕機打樣加工詢問度最高。本計畫透過提供產品包裝設計、結構設計諮詢與直接打樣服務，持續幫助業者減輕生產上的困難，加速產品研發腳步，對於設備較不足的企業，給予直接的幫助，持續提供印刷業跨足文創產品之設計與生產能量。

2.7 完成台灣金印獎

產業「轉型」與「創新」一直是驅動產業永續發展、再造產品價值之重要力量，更是文創產業領域中不可被切割之一環，本分項計畫將透過台灣金印獎之設立與推行，獎勵印刷業者對於品質、技術表現、加工及美學設計融合之成就，提升台灣印刷產業精品形象，進而協助創造產業商機。

(1) 活動源起：

印刷被視為推動人類文明、資訊傳承的重要技術，然而在數位科技蓬勃發展的今日，印刷的價值面臨了嚴峻的挑戰。產業「轉型」與「創新」一直是驅動產業永續發展、再造產品價值的重要力量，更是文創產業領域中不可被切割的一環。然而，儘管印刷在我們生活中無所不在，印刷人的努力與進步卻很少被放大，透過台灣金印獎的設立，希望將印刷產業對於品質、技術表現、加工及美學設計融合的成就，發揚光大並給予肯定，提升台灣印刷產業的形象與地位，讓上下游客戶能更充分了解台灣印刷業的技術的精進，支持 Printed in Taiwan 的理念。

(2) 參賽項目：

- A. 競賽獎：分為六大類共計八項。各類獎項分別選出前三名。評審團可視實際狀況從缺該獎項。

- a. 圖書類：(a) 精裝類、(b) 平裝類
- b. 雜誌類：
- c. 海報型錄類
- d. 包裝類：(a) 彩盒類、(b) 紙箱類
- e. 數位印刷應用類
- f. 其他類

B. 特別獎：

- a. 印刷產業貢獻獎 2 名
- b. 技術創新獎 1 名

(3) 臺灣金印獎獎評審委員：

A. 初審評審委員：

- a. 台灣區印刷暨機器材料工業同業公會陳金茵理事長
- b. 台灣省印刷商業同業公會聯合會廖萬來理事長
- c. 台北市印刷商業同業公會陸兆友理事長
- d. 高雄市印刷商業同業公會吳文傑常務理事
- e. 中國印刷學會葉文俊秘書長
- f. 社團法人中華印刷科技學會黃義盛理事長
- g. 中華平面設計協會蘇文祥理事

B. 複審評審委員：

- a. 台北市印刷商業同業公會 吳雪豐副理事長
- b. 高雄市印刷商業同業公會 吳勝忠理事
- c. 中國印刷學會 葉文俊秘書長

- d. 社團法人中華印刷科技學會 陳昌郎顧問
- e. 中華平面設計協會 楊佳璋輔導理事長
- f. 法吉創意股份有限公司 張瑞光總監
- g. 財團法人印刷工業技術研究中心

C. 會議照片



圖 142 台灣金印獎會議討論情形

D. 完成台灣金印獎主視覺設計及 A4 廣告稿



圖 143 台灣金印獎 A4 廣告及簡章封面

(4) 頒獎典禮地點：

於 9 月 2 日，假高雄勞工教育生活中心（R7 創意所在）辦理頒獎典禮完畢。

(5) 本屆金印獎共計頒發：競賽獎——包括圖書類、雜誌類、海報型錄類、包裝類、數位印刷應用類及其他類，共計有 28 家業者獲獎，其中仝藝印刷藝術國際股份有限公司以精湛的印刷技術榮獲圖書精裝類第一、二名；雜誌與海報型錄類則由得獎常勝軍科億資訊科技有限公司囊括多項獎項。在產業貢獻成就獎方面，則由登財美術印刷股份有限公司創辦人陳登財先生及東遠精技

工業股份有限公司創辦人陳東欽先生共同獲獎；技術創新獎則由在國內具指標性的 3D 立體印刷廠商山水彩色印刷股份有限公司獲得。本屆得獎作品充分展現臺灣精緻印刷技術及嶄新能量。

(6) 得獎名單如下：

參賽項目	得獎名次	作品名稱	參賽廠商
圖書類-精裝類	第一名	一代宗師-曹容書法	△藝印刷藝術國際股份有限公司
	第二名	百年華人繪畫-彩繪、西畫、論文	△藝印刷藝術國際股份有限公司
	第三名	珠寶集錦	科樂印刷事業股份有限公司
	優異	國家地理終極旅遊 全球880個最夢幻的度假小島	群鋒企業有限公司
	優異	此目-實踐大學媒體傳達設計學系畢業專刊	里昂視覺製作有限公司
	優異	懷素笑了	昱盛印刷事業有限公司 二郎房文創事業
圖書類-平裝類	第一名	藝術銀行工具箱	宏國群業股份有限公司
	第二名	實踐大學媒體傳達學系-動畫創作影格書	里昂視覺製作有限公司
	第三名	臺灣桃園國際機場 104 年年報	科億資訊科技有限公司 集思創意顧問股份有限公司
	優異	第二屆臺灣青年陶藝獎雙年展	長達印刷有限公司 全球策略投資基金
	優異	畫出我的感覺	秋雨創新股份有限公司
雜誌類	第一名	Regent Galleria麗晶精品	科億資訊科技有限公司 香港商台灣博施)股(公司台灣分公司
	第二名	Design設計6MAY /APR -	科億資訊科技有限公司
	第三名	跑步生活 Vol. 122	沈氏藝術印刷股份有限公司

參賽項目	得獎名次	作品名稱	參賽廠商
	優異	BELLAVITA - 2015 WINTER	科億資訊科技有限公司 化身工作室有限公司
	優異	INHERITAGE 世代典傳-2016 SPRING	科億資訊科技有限公司
	優異	Sense 50 期	秋雨創新股份有限公司
海報型錄類	第一名	潤養大地 澤給蒼生	昱盛印刷事業有限公司
	第二名	2016 HERSCHEL SUPPLY STUDIO SEASON 3	科億資訊科技有限公司
	第三名	Red Dra Gon Apparel Fall 2016	科億資訊科技有限公司
	優異	寶鴻堂鐘錶貴賓專刊	沈氏藝術印刷股份有限公司
	優異	HERSCHEL SUPPLY COMPANY SEASON 3 ACCESSORIES	科億資訊科技有限公司
包裝類:彩 盒	第一名	護生善緣有機台灣原生種黑豆濾泡茶	昱盛印刷事業有限公司 元創力品牌包裝設計有限公司
	第二名	『華舞雀屏』香水香氛三件禮盒組包裝盒	世倫彩色印刷股份有限公司
	第三名	野蜂逐花蜂蜜禮盒	凡止文創有限公司 渝翔彩色印刷有限公司
	優異	即燉燕窩精緻禮盒	名創品牌整合設計
	優異	萊漢 面膜盒	富朗廣告
	優異	千鶴養生美容有限公司 甫爾康礦晶 能量經絡儀	富朗廣告
包裝類:紙 箱	第一名	兒童彌月成長禮盒組-旋轉木馬	永豐餘工業用紙股份有限公司桃園廠
	第二名	HAPPY 囍嫁環保禮盒	永豐餘工業用紙股份有限公司彰化廠
	第三名	手作花園-盆栽包裝箱	永豐餘工業用紙股份有限公司桃園廠
	優異	紙板足球檯	品冠紙業股份有限公司
	優異	彩虹糖混合水果陳列箱	永豐餘工業用紙股份有限公司桃園廠
	優異	旺來鳳梨酥	永豐餘工業用紙股份有限公司彰化廠
數位印刷應 用類	第一名	蔚藍地中海風情	哲興印刷事業股份有限公司
	第二名	元 黃公望 富春山居圖 無用師卷 原寸手卷	興台彩色印刷股份有限公司
	第三名	動物奇遇記	博麗彩色印刷股份有限公司

參賽項目	得獎名次	作品名稱	參賽廠商
其他類	第一名	創生活	昱盛印刷事業有限公司
	第二名	畢業紀念冊-師大大獅	傳動數位設計印刷有限公司
	第三名	恭賀新禧・吉慶有餘	昱盛印刷事業有限公司
	優異	金質防偽保證書	凌雲科技股份有限公司
	優異	畢業紀念冊54-文化人	雨果雲創有限公司



金印獎參與貴賓合影



洪輝嵩組長頒發產業貢獻獎予登財美術印刷陳登財董事長(圖左)



東遠精機陳坤遠先生(圖右)代表陳東遠董事長受獎



陳金茵理事長頒發技術創新獎予山水彩色印刷，由吳文和廠長代表受獎(圖右)



與會者聆聽中心在印刷與 AR 互動科技整合的方案



頒獎典禮貴賓雲集

圖 144 金印獎頒獎典禮情形

2.8 印刷產業白皮書 1 冊

近年來因網路科技蓬勃發展，促使印刷產業朝向自動化及一貫化生產方式邁進，印刷產能倍數成長，但市場並未隨之擴大，因此面臨削價競爭的壓力，為紓解產能，印刷產業勢必進行策略性的發展思考。本分項計畫擬透過「印刷產業白皮書」的編撰，提供業者印刷產業動向與未來趨勢，協助因應升級轉型，並且提供產、官、學、研實用資料，作為後續政策擬定及產業發展規劃參考。

(1) 印刷產業白皮書編撰內容：

本分項計畫擬規劃製作「印刷產業白皮書」，範圍涵蓋國內外印刷產業現況及我國產業相關分析，內容包含：

壹、印刷技術定義、產業範疇與分類

一、定義

二、範疇

三、分類

(一) 依行政院主計處之行業標準分類

(二) 各國印刷業產業商業統計分類

(三) 印刷企業的服務性質分類

(四) 版式分類

(五) 未來的印刷產業定位與分類

貳、全球印刷產業現況與發展趨勢

一、全球趨勢報告

二、全球印刷產業現況

(一) 亞洲地區（日本、中國、印度等）

(二) 美洲地區（美國、加拿大、巴西等）

(三) 歐洲（德國、英國、法國等）

三、由印刷展看產業發展趨勢

四、全球印刷產業發展趨勢

(一)技術發展趨勢

(二)市場發展趨勢

(三)人才發展趨勢

(四)經營與管理發展趨勢

參、臺灣印刷產業發展現況分析

一、臺灣印刷產業發展歷程

二、臺灣印刷產業特色

三、臺灣印刷產業分佈

四、臺灣印刷產業類型

五、臺灣印刷產業進出口分析

六、臺灣印刷產業人力資源分析

七、臺灣印刷產業競爭力分析

八、臺灣印刷產值及進出口分析

九、臺灣印刷產業發展需求分析

肆、臺灣印刷產業政策與措施

一、臺灣印刷產業主要推動政策

二、臺灣印刷產業投資獎勵措施

三、臺灣印刷產業政策執行

伍、臺灣印刷產業發展策略與展望

一、臺灣印刷產業發展策略與輔導措施

二、臺灣印刷產業未來展望

(2) 印刷產業白皮書編輯委員：

A. 編輯顧問：

- a. 台灣區印刷暨機器材料工業同業公會朱勇
理事長
- b. 臺灣區印刷商業同業公會陸兆友理事長
- c. 中華民國印刷商業同業公會聯合會廖萬來
理事長
- d. 高雄市印刷商業同業公會吳文傑理事長
- e. 中國印刷學會韓豐年理事長
- f. 社團法人中華印刷科技學會黃義盛理事長
- g. 世新大學圖文傳播暨數位出版學系郝宗瑜
主任
- h. 中國文化大學資訊傳播系徐明景主任
- i. 國立臺灣師範大學圖文傳播學系劉立行主
任

B. 編輯委員：

- a. 國立臺灣藝術大學圖文傳播藝術學系陳昌
郎教授
- b. 國立臺灣藝術大學圖文傳播藝術學系謝顯
丞教授
- c. 國立臺灣藝術大學圖文傳播藝術學系戴孟
宗教授
- d. 印刷工業技術研究中心張敬旺協理
- e. 印刷工業技術研究中心闕家彬協理
- f. 印刷工業技術研究中心湯圭民協理
- g. 印刷工業技術研究中心洪秀文特助

(3) 辦理相關會議：

A. 臺灣印刷產業白皮書籌備會議

- a. 召開時間：105 年 3 月 15 日
- b. 討論議題：
 - (a) 執行流程與方式
 - (b) 各項座談會議安排方式
 - (c) 內容章節架構討論



c. 出席委員：

項次	單位名稱	出席人員
1	經濟部工業局	陳愷雯技正
2	財團法人印刷工業技術研究中心	陳政雄董事長
3	台灣區印刷暨機器材料工業同業公會	朱勇理事長
4	臺灣區印刷商業同業公會	陸兆友理事長
5	中華民國印刷商業同業公會聯合會	廖萬來理事長
6	高雄市印刷商業同業公會	吳文傑理事長
7	中國印刷學會	韓豐年理事長
8	社團法人中華印刷科技學會	黃義盛理事長
9	國立臺灣藝術大學圖文傳播藝術學系	陳昌郎教授

d. 會議花絮



圖 145 產業白皮書籌備會議照片(3/15)

B. 台灣印刷產業白皮書之人才培訓專家會議

a. 召開時間：105 年 4 月 11 日

b. 討論議題：人才培訓產業政策、人才培訓未來發展策略

c. 出席委員：

項次	單位名稱	出席人員
1	經濟部工業局	陳愷雯技正
2	財團法人印刷工業技術研究中心	陳政雄董事長
3	財團法人印刷工業技術研究中心	蕭耀輝董事
4	台灣區印刷暨機器材料工業同業公會	沈哲煜副理事長
5	中華民國印刷商業同業公會全國聯合會	吳文雄監事會召集人
6	台北市印刷商業同業公會	陸兆友理事長
7	高雄市印刷商業同業公會	吳文傑常務理事
8	國立臺灣師範大學圖文傳播學系	劉立行主任
9	國立臺灣藝術大學圖文傳播藝術學系	陳昌郎教授
10	國立臺灣藝術大學圖文傳播藝術學系	戴孟宗教授
11	中國文化大學資訊傳播學系	周文明教授
12	國立臺中高級工業職業學校圖文傳播科	謝美惠老師
13	財團法人印刷工業技術研究中心	張世鋁總經理
14	財團法人印刷工業技術研究中心	洪秀文特助

項次	單位名稱	出席人員
15	財團法人印刷工業技術研究中心	陳科璇助理研究員
16	財團法人印刷工業技術研究中心	陳美諭助理研究員

d. 會議花絮



圖 146 產業白皮書之人才培訓專家會議(4/11)

C. 台灣印刷產業白皮書之圖文資通專家會議

a.召開時間：105 年 7 月 1 日

b.討論議題：

(a)印刷產業與資訊科技的關聯與應用。

(b)印刷產業與資訊科技的未來發展。

c.出席委員：

項次	單位名稱	出席人員
1	台灣區印刷暨機器材料工業同業公會	朱勇理事長、陳銘基秘書長
2	中華民國刷商業同業公會全國聯合會	廖萬來理事長、吳文雄監事會召集人
3	台北市印刷商業同業公會	陸兆友理事長
4	高雄市印刷商業同業公會	吳清鄺常務理事
5	裕典印刷股份有限公司	邱垂裕負責人
6	一飛印媒體資訊股份有限公司	黃明聰總經理
7	中國文化大學資訊傳播學系	徐明景系主任
8	國立台灣藝術大學圖文傳播藝術學系	陳昌郎教授
9	國立台灣藝術大學圖文傳播藝術學系	曹盛豪助理教授

d.會議花絮



圖 147 產業白皮書之人才培訓專家會議(7/1)

D. 台灣印刷產業白皮書之市場拓展專家會議

a. 召開時間：105 年 8 月 3 日

b. 討論議題：

(a) 105 年國外市場拓展報告報告及未來規劃
方向與討論。

(b) 內需市場拓展報告與討論。

c. 出席委員：

項次	單位名稱	出席人員
1	財團法人印刷工業技術研究中心	陳政雄董事長
2	台灣區印刷暨機器材料工業同業公會	陳銘基秘書長
3	中華民國印刷商業同業公會全國聯合會	廖萬來理事長
4	台北市印刷商業同業公會	陸兆友理事長
5	高雄市印刷商業同業公會	翁乃庚常務理事
6	科樂印刷事業股份有限公司	賴松喜副董事長
7	展聖印刷企業股份有限公司	黃建東總經理
8	仝藝印刷藝術國際股份有限公司	林庚清董事長
9	彙盈企業有限公司	韋鎮發先生
10	裕華彩印有限公司	葉振壁總經理
11	國立臺灣藝術大學圖文傳播藝術學系	陳昌郎主任
12	國立臺灣藝術大學圖文傳播藝術學系	賀秋白教授

d. 會議花絮



圖 148 產業白皮書之人才培訓專家會議(8/3)

E.台灣印刷產業白皮書之技術類專家會議第一場

a.召開時間：105 年 9 月 13 日

b.討論議題：

(a)印刷產業技術發展現況。

(b)印刷產業技術未來趨勢。

c.出席委員：

項次	單位名稱	出席人員
1	國立台灣藝術大學圖文傳播藝術學系	吳文和教授
2	華旭實業有限公司	李國佑總經理
3	台灣愛克發吉華股份有限公司	李清桓協理
4	恒昶實業公司	吳仁志經理
5	太普高精密影像股份有限公司	曾玲菁經理、林學銘主任
6	國立台灣藝術大學圖文傳播藝術學系	陳昌郎主任

d.會議花絮



圖 149 產業白皮書之人才培訓專家會議(9/13)

F.台灣印刷產業白皮書之技術類專家會議第二場

a.召開時間：105 年 9 月 19 日

b.討論議題：

(a)印刷產業技術發展現況。

(b)印刷產業技術未來趨勢。

c.出席委員：

項次	單位名稱	出席人員
1	鑫盛印刷設備有限公司	許銘裕董事長、許晉嘉委員
2	佶世恩股份有限公司	梁木村總經理
3	台灣佳能資訊股份有限公司	林榮堆經理
4	小天使廣告股份有限公司	葉文俊總經理
5	御牧數位噴墨印刷	鄭松福經理
6	台灣小森股份有限公司	夏美珠經理
7	國立台灣藝術大學圖文傳播藝術學系	陳昌郎主任

d.會議花絮



圖 150 產業白皮書之人才培訓專家會議(9/19)

G.台灣印刷產業白皮書之策略會議

a.召開時間：105 年 10 月 06 日

b.討論議題：

台灣印刷產業策略研討

c.出席委員：

項次	單位名稱	出席人員
1	財團法人印刷工業技術研究中心	陳政雄董事長
2	社團法人中華印刷科技學會	黃義盛理事長
3	社團法人中華印刷科技學會	林家俊秘書長
4	社團法人中華印刷科技學會	葉振壁榮譽理事長
5	浚興企業有限公司	劉浚冶總經理
6	國立臺灣藝術大學圖文傳播藝術學系	陳昌郎主任
7	國立臺灣藝術大學圖文傳播藝術學系	韓豐年教授
8	國立臺灣藝術大學圖文傳播藝術學系	賀秋白教授
9	國立臺灣藝術大學圖文傳播藝術學系	李祥棟教授
10	新北平文化創意事業工作室	張漢平先生

d.會議花絮



圖 151 產業白皮書之人才培訓專家會議(10/6)

H.台灣印刷產業白皮書專家座談會議

a.召開時間：105 年 11 月 17 日

b.討論議題：

(a)臺灣印刷產業白皮書執行過程報告

(b)臺灣印刷產業白皮書撰寫內容說明

(c)臺灣印刷產業白皮書策略與措施討論

c.出席委員：

項次	單位名稱	出席人員
1	財團法人印刷工業技術研究中心	陳世芳董事長
2	財團法人印刷工業技術研究中心	陳政雄名譽董事長
3	台灣區印刷暨機器材料工業同業公會	陳銘基秘書長
4	台北市印刷商業同業公會	陸兆友理事長
5	高雄市印刷商業同業公會	吳文傑理事長 吳清豐常務理事
6	台中市印刷商業同業公會	曾永森理事長
7	台南市印刷商業同業公會	何品憲理事長
8	中國印刷學會	韓豐年理事長
9	社團法人中華印刷科技學會	黃義盛理事長
10	國立臺灣藝術大學圖文傳播藝術學系	陳昌郎系主任
11	國立台灣師範大學圖文傳播學系	劉立行系主任

d.會議花絮



圖 152 產業白皮書之人才培訓專家會議(11/17)

分項 3. 印刷產業人才培訓。

人才培育為產業推動發展之基礎，透過學習及教育可提升人才專業知識及技能。國內印刷產業逐漸步入轉型期，產業之需求從原有技術層面，擴大到企業經營管理、創新研發、行銷推廣、海外市場及設計創意等不同議題。唯國內印刷業者多為中小型企業，較無自辦人才培訓課程之能力，故本分項計畫將透過產業實際需求調查，提供印刷產業相關培訓課程，課程設計結合學界理論及產業實務經驗，透過職涯再教育的方式鼓勵現職從業人員持續強化包含研發管理、活動行銷、文創設計及海外市場推廣等專業能力，促使產業朝向更多元化的服務發展。依照產業實際之需求，進行課程規劃與評估。

完成短期培訓課程 5 班，預計達成 60 小時培訓，參與培訓學員達 85 名，學員自籌款預計收取 351,520 千元。

課程名稱	時數	人數	自籌款
3.1 3D 列印商業實務班	12 小時	11 人	44,000 元
3.2 x-rite/PANTONE 色彩管理 職能訓練國際證照班	12 小時	33 人	182,520 元
3.3 用 InDesign 輕鬆做 APP	12 小時	20 人	61,000 元
3.4 文創從印刷開始培訓班	12 小時	11 人	44,000 元
3.5 AR 擴增實境製作實物	12 小時	10 人	20,000 元
小計	60 小時	85 人	351,520

3.1 「3D 列印商業實務班」人才培訓：

3D 列印方法由 20 世紀 70 年代後期開始，出現了許多不同的。許多增量技術逐漸投入使用，由最初 3D 列印機笨重，昂貴，並且能夠列印的東西十分有限。到近代的 3D 印表機讓您看的更遠、行動更迅速、成本更低。

3D 印表機在過去幾個月以來吸引了大眾的目光，不論是被媒體譽為新一波工業革命，或是更為新穎的「自造者革命」詞彙，但不可否認的是未來的確是個值得重視的製造技術。

3D 列印技術的逐漸普及，所以現在已有許多領域順勢推出客製化產品，如訂製自己的人形公仔、手機殼，可以利用 3D 列印機製作，3D 列印將帶動一波自造者運動，每一個人都可以擁有一座小工廠，製作屬於自己的產品。

(1) 緣起：

為因應國內印刷文化需求改變，印刷技術蓬勃發展至今已不受限於平面紙材印刷，3D 列印已廣泛應用於各式工商產品，建立自主操作與產學合作，增進產品獨特性與差異化，提高生活附加價值，以逐步厚實產業人才實力，優化產業結構。介紹 3D 由來、3D 列印原理、各領域應用技術、前端輸入技術、3D 列印現在發展與未來潮流，並可利用 3D 列印技術實踐創新與創業方法。

(2) 培訓目標：

- A. 對於 3D 列印技術與應用有興趣之印刷相關產業。
- B. 對於未來發展 3D 列印技術與應用相關產業工作者。
- C. 從事 3D 列印技術與應用之設計研發工作從業人員。

(3) 課程資訊：

- A. 辦理時間：105 年 3 月 19 日、3 月 27 日。
- B. 辦理地點：高雄市政府勞工局勞工教育生活中心
B03 電腦教室。
- C. 參與人數：11 人。
- D. 開課時數：12 小時。
- E. 課程對象：印刷相關產業、未來發展產業工作者。

(4) 培訓效益：

- A. 培育學員具備有 3D 列印技術基本概念、學習 3D 的模型建構方式及流程，使平面圖達到立體化的效果，進而達到產生樣品。
- B. 對於未來發展 3D 列印技術與 3D 列印各領域應用技術、多款 3D 製作軟體之操作、認識與相關材料與模具概念。
- C. 了解 3D 列印現在發展與未來潮流，並可利用 3D 列印技術實踐創新與創業方法。

(5) 課程內容：

創客風 3D列印商業實務班
 講師：張建祺 大倫先生
 catartsp@gmail.com
 http://3dprint.tw/

講義封面

近期作品展示

設計案例介紹

成形方式	優點 / 特色	缺點 / 限制
雷射燒結	- 尺寸準確、硬度高 - 可製作複雜構造用熔模或砂型 - 可用於結構驗證應用和零件測試	- 精度較難控制，成本最高 - 無法直接成形高性能金屬 - 大尺寸零件容易產生翹曲變形
粉末印刷	- 外殼細緻、整體工時較短 - 可作為產品設計圖形驗證 - 可製造色彩豐富的全彩產品模型	- 成品硬度較低 - 粉塵較多，需要眾多後處理 - 精密度會受到噴印點結劑影響
樹脂噴射	- 表面精緻、尺寸解析度高 - 可達透明透光效果 - 可在一個作品中使用多種材料 - 能代替蠟模製作澆鑄模具	- 硬度較不足，成本較高 - 常常需要增加輔助支撐結構 - 加工完需去除多餘支撐結構
立體光固	- 表面精緻、尺寸精確 - 解析度高、可達透明透光效果 - 原材料使用率接近100% - 能代替蠟模製作澆鑄模具	- 硬度較不足，作品相對較小 - 常常需要增加輔助支撐結構 - 加工完需去除多餘支撐結構
熔融沉積	- ABS塑膠材料具有較高強度 - 機器和耗材的成本最低 - 適合小量生產 - 適用商品開模前之打樣模型	- 成形時會有些微塑膠臭味 - 表面較其他技術粗糙 - 成品需後續打磨精土處理才會漂亮

3D 列印原料介紹

***管理3D列印模型**
 可以利用3D檔案檢視軟體去找到想要的檔案

管理 3D 列印模型

3D列印產出流程：設計3D圖檔

- 多媒體與設計類科常見軟體
 - 3ds Max、Maya、Blender、SketchUp、Zbrush...
- 工業類科常見軟體
 - Autodesk：AutoCAD、Alias、Inventor、Revit、123D...
 - SolidWorks、Solid Edge、Creo Parametric (Pro/E)、Rhino...

3DS MAX

INVENTOR

AUTODESK 123D

SketchUp

creo parametric

MAYA

ALIAS

ZBRUSH

SOLIDWORKS

Rhinoceros

AUTOCAD

REVIT

blender

SOLID EDGE

3D 列印軟體

印完後上色喔

軟體實際操作

圖 154 3D 列印商業實務班-課程簡報

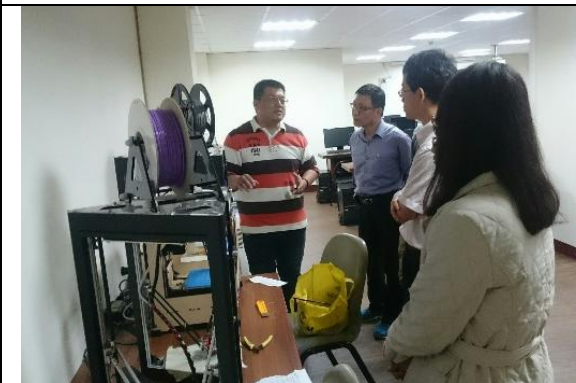
(6) 培訓課程記錄：



上課實景



老師講授



現場機器解說



學員製作 3D 列印作品



學員提問



學員課上列印作品

圖 155 3D 列印商業實務班-培訓照片

3.2 x-rite/PANTONE 色彩管理職能訓練國際證照班

色彩管理為產業長久以來不斷面臨之實際需求，透過色彩管理正確觀念的導入，將正確的知識帶入產業，促使產業上中下游相關業者在處理色彩問題時能有一個良好的溝通管道，協助產業成長，並穩固台灣產業的人才發展，對於產業基礎的穩固與未來推廣外銷訂單都有助益。

(1) 緣起：

色彩的不同起因為眼睛在不同環境與光源下的反應，而在印刷與設計這個環節之中，因為有太多設備與原料的因素在影響，所以經常會有「色差」的問題。然而色彩其實是可以被控制的，透過建立正確的色彩管理觀念，了解設備之間的轉換語言與設備的操作極限，將能有效趨近目標色彩。本課程透過專業的課程協助印前端、印刷處理端的人員了解色彩管理的正確知識，有利於客戶與業者之間的溝通，並協助印刷產業人員更能掌握設備與色彩之間的關係。

(2) 培訓目標：

- A. 強化色彩管理專業能力。
- B. 增加個人及產業職場競爭力。
- C. 提高對色彩管理認知及檢驗專業證照持有率，厚植就業率。
- D. 優化色彩溝通與提升生產效能與品質。

(3) 課程資訊：

- A. 辦理時間：105 年 5 月 28 日-5 月 29 日。
- B. 辦理地點：國立台北教育大學 電腦教室 501。
- C. 參與人數：33 人。
- D. 開課時數：12 小時。
- C. 課程對象：主要以印刷業為主及其他對色彩管理有興趣之產業同仁如文創設計、紡織等相關人員。

(4) 課程效益：

- A. 建立正確色彩管理知識，有助於設計端與印刷輸出端的友善溝通。
- B. 為亞洲地區唯一與美國 x-rite/PANTONE 公司合作授權開班，學員完成課程訓練與考照後可取得原廠國際證書，此證照同時獲教育部認可。
- C. 教師擁有 Adobe ACA 認證、IDEAlliance G7 色彩專家、Linux 認證、x-rite/PANTONE 色彩管理認證，能提供專業色彩管理概念，並依照實務上執行需求提供學員專業意見指導。

【經濟部工業局備查】

經濟部工業局國際印刷工業技術研發市場拓銷輔導計畫

2016

x-rite/PANTONE
色彩管理職能訓練國際證照班
(台北場)
2016/5/28-5/29
(六) (日)

課程說明

- 課程目的：
 - (一)強化色彩管理專業能力
 - (二)增加個人及產業職場競爭力
 - (三)提高對色彩管理認知及檢驗專業證照持有率，厚植就業實力
 - (四)優化色彩溝通與提升生產效能與品質
- 指導單位：經濟部工業局
- 主辦單位：財團法人印刷工業技術研究中心、崑山科技大學資訊傳播系
- 課程日期：2016/5/28-5/29
- 報名時間：即日起開始接受報名(額滿開班)
- 報名方式：傳真、MAIL、現場報名(印刷研究中心)
- 上課地點：國立台北教育大學 電腦教室501
(臺北市大安區和平東路2段134號 近捷運科技大樓站)
- 訓練課程結束後當日上網考試(認證隨堂考試及最後認證考試)
- 課程方式及注意事項：
 - 線上互動式教學(英文)及教學講義(中文)
- 通過考試可取得教育部核可之x-rite頒授之PANTONE色彩管理國際乙級證照書
- 本中心提供午餐

課程對象與費用

個人/公司行號 原價每人22,200元整
(含5,000元午餐及代辦費、13,200元訓練費及教材費)

政府補助在職學員50%上課費用，每人總計15,600元整
4/30前報名享優惠1,000元

備註：
 (1) 受訓對象是個人，其考試通過所取得的證書僅代表個人。
 (2) 受訓對象為公司行號者，所獲證書代表該公司與受訓學員。
 (3) 費用請至財團法人印刷工業技術研究中心繳交現金或ATM轉帳
(上課費用與考試費用分別由印刷研究中心與崑山科技大學分別開立)

課程實施內容

第一天 09:30-16:30	Module1 色彩管理概論 Module2 色彩基本理論 Module3 色彩描述檔與色彩管理的4C Module4 色彩工作空間與色域對應 Module5 應用軟體的設定 Module6 色彩管理－螢幕 Module7 軟式打樣 隨堂認證考試與練習
第二天 09:30-16:30	Module8 色彩管理－掃描機 Module9 色彩管理－RGB印表機 Module10 Photoshop and Illustrator的檔案處理 Module11 InDesign的檔案處理 Module12 色彩管理－CMYK印表機 Module13 特別色的管理 Module14 Adobe PDF/X 認證考試

本中心保留調整課程及取消課程之權利，如有變動以通知為主。

課程講義：財團法人印刷工業技術研究中心 電話02-29990016/175黃小姐 傳真twhuang@ptri.org.tw 傳真02-29990018

圖 156 x-rite/PANTONE 色彩管理職能訓練國際證照班 DM

(5) 課程內容：

表 22 x-rite/PANTONE 色彩管理職能訓練國際證照班-課程綱要

5/28(六)	5/29(日)
Module1 色彩管理概論	Module8 色彩管理－掃描機
Module2 色彩基本理論	Module9 色彩管理－RGB 印表機
Module3 色彩描述檔與色彩管理的4C	Module10 Photoshop and Illustrator 的檔案處理
Module4 色彩工作空間與色域對應	Module11 InDesign 的檔案處理
Module5 應用軟體的設定	Module12 色彩管理－CMYK 印表機
Module6 色彩管理－螢幕	Module13 特別色的管理
Module7 軟式打樣	Module14 Adobe PDF/X
隨堂考試	認證考試
備註：美國 x-rite/PANTONE 原廠授課教材	

(6)培訓課程記錄：

 A male instructor in a striped shirt stands at the front of a classroom, holding a paper and addressing a group of students seated at computer workstations. A whiteboard is visible in the background.	 Students are seated at computer workstations, looking at their monitors. The classroom is filled with rows of desks and computers.
上課前講述課程進行流程與考試方式	色彩的基本概念
 Students are seated at computer workstations, looking at their monitors. The classroom is filled with rows of desks and computers.	 Students are seated at computer workstations, looking at their monitors. The classroom is filled with rows of desks and computers.
原廠教材解說	實際操作補助說明
 Students are seated at computer workstations, looking at their monitors. The classroom is filled with rows of desks and computers.	 Students are seated at computer workstations, looking at their monitors. The classroom is filled with rows of desks and computers.
原廠教材授課	進行測驗

圖 157 x-rite/PANTONE 色彩管理職能訓練國際證照班-培訓照片

3.3 用 InDesign 輕鬆做 APP

網路及行動載具的普及帶動產業間資訊交流與發展，對於人與人之間的聯繫、公司產品推廣或營運活動的進行都離不開他亦少不了他，如何利用所學打造個人化商品，吸引更多商機為課程學習之目標。

(1) 緣起：

隨著網路的快速發達，行動裝置的多樣化及市場需求，使數位資料的傳播與取得，在現今的傳播中扮演者重要的角色，為此規劃本課程以引導的方式使學員利用排版軟體 InDesign 的互動工具，加上強大的 html 輸出引擎，搭配免費的 Phonegap 行動載具開發框架，輕鬆產出獨一無二客製化的互動 APP。

(2) 培訓目標：

- A. 強化排版與影像專業能力。
- B. 增加個人及產業創造力。
- C. 提高商品擴宣力及購買力。
- D. 創造企業或產品的營收獲利。

(3) 課程資訊：

- A. 辦理時間：105 年 7 月 22 日-7 月 23 日。
- B. 辦理地點：財團法人印刷工業技術研究中心 11 樓之 2 教育推廣培訓教室。
- C. 參與人數：20 人。

D. 開課時數：12 小時。

C. 課程對象：主要以印刷業、設計業、紙品業、廣告業為主及其他對色彩管理有興趣之產業相關人員。

(4) 課程效益：

A. 加強製作者影像與編排技巧。

B. 於成品製作中激發製作者創意。

C. 增加互動製作觀念。

經濟部工業局

**精印印刷文創加修暨
市場拓展輔導計畫**

用InDesign

輕鬆做APP

07/22-23

經濟部工業局廣告

07/15前完成報名及繳費每人優惠折扣
NT\$1000元

隨著網路的快速發達，行動裝置的多樣化及市場需求，使數位資料的傳播與取得，在現今的傳播中扮演著重要的角色，本課程將引導學員利用排版軟體InDesign的互動工具，加上強大的html輸出引擎，搭配免費的Phonegap行動載具開發框架，輕鬆產出獨一無二客製化的互動APP。

07/22 (五) 09:50-10:00 開業式、性別主流化與性別平權宣導

10:00-12:00 APP內容應用及結構分析

13:00-17:00 製作第一支簡易APP

InDesign輸出引擎介紹及導覽功能設計

07/23 (六) 10:00-17:10 動態/媒體/互動內容設計製作

APP封裝及安裝於行動載具測試

結業式

上課地點

財團法人印刷工業技術研究中心11樓之2
教育推廣培訓教室
(新北市三鶯區光復路1段 61巷27號11樓之2)

師資介紹

黃寶中 老師
(專長: 數位出版)

■課程費用: (12小時)

1.原價NT\$8,000元，經濟部工業局補助50%，學員總交NT\$ 4,000元/人 (含講義、文具等)。(不含匯款手續費)

2.早鳥優惠：於07/15前完成報名及繳費，每人優惠折扣NT\$1000元。於07/16-20前完成報名及繳費，每人優惠折扣NT\$500元。

■注意事項：1.10人以上開課，每班最多20人。2.欲讀工業局人才培訓簡章規定，學員上課約需扣除80%(10小時)消取消個人報名金額及課程結束證書。3.關於取消課程通知須於報名到期內完成繳費。4.學心學履錄、學生名、低收入戶或經工業局審定監輔等之中堅企業員工，工業局補助學員70%)

■匯款帳號：財團法人印刷工業技術研究中心

■匯款帳號：華南銀行二重分行 174-16100135-2
(完成匯款後，請傳真匯款證明以利查款，如匯款金額不足請隨時補繳)

■退還款項：1.開課前取消者，原已繳納費用95%。2.開課中途退課者，繳三分之一至一，原已繳納費用50%。3.開課後已逾總時數三分之二者，無法退費。

■本中心保留匯款及取消課程之權利，如有任何異動以最新公告為準。

報名表

姓名：_____

簡稱：_____

公司(全銜)：_____

統編：_____

電話：_____

傳真：_____

手機：_____

E-mail：_____

發票開立： ☐ 三聯 ☐ 二聯

主辦單位：● 經濟部工業局
執行單位：● 財團法人印刷工業技術研究中心
協辦單位：台灣印刷暨機材料工業同業公會、台北市印刷商業同業公會、高雄市印刷商業同業公會、中國印刷學會、社團法人中華印刷科技學會、台灣印刷暨機材料工業同業公會聯合會

● 傳真 02-29990018或E-mail: candysap0943@gmail.com
報名後須請再以電話確認 (02-2999016#124 劉小姐)

報名網址：財團法人印刷工業技術研究中心

課程資訊網址：http://www.ptri.org.tw/NewContent.aspx?RNo=U1129

圖 158 用 InDesign 輕鬆做 APP 班 DM

(5) 課程內容：

表 23 用 InDesign 輕鬆做 APP 班-課程綱要

7/22(五)	7/23(六)
1. 開業式	1. 動態/媒體/互動內容設計製作
2. 性別主流化與性別平權宣導	2. APP 封裝及安裝於行動載具測試
3. APP 內容應用及結構分析	3. 結業式
4. 製作第一支簡易 APP	
5. InDesign 輸出引擎介紹及導覽功能設計	

(6)培訓課程記錄：



圖 159 用 InDesign 輕鬆做 APP 班-培訓照片

3.4 文創從印刷開始培訓班

政府推動一連串推動的創意產業，讓文化創意產業的興起，也使得使文創產業相關的設計也相繼的出現。而以文創為基礎開發出許多的文創產品，對於設計印刷的結合性或是使用性都無法有效的連結。而且深具設計人才的商品，發揮印刷傳承、創意的深入和融入生活等方面的包裝、生產是設計人才要了解的，讓文創品獨特性才能開拓無限生機。

(1) 緣起：

經濟部中小企業處依據行政院「2015 年經濟發展願景」中，經濟部以「地方產業」為基礎，為達成活絡地方經濟，以及促進地方就業之政策目的，並以落實創新經濟、促進消費、樂活臺灣等目標。

自由經濟的體系下，在開放社會中、借由奔放的思維、充份自由環境，寬廣而無邊創意，才能產生文化創意產業，而文創源自創意、文化積累。先前條件如何發展文化創意產業，做出與眾不同的文創商品，就要先了解如何做出文創商品，如何選擇印刷方式、加工方法、如何製造文創商品的價值。

(2) 培訓目標：

- A. 強化印前、印中、印後能力。
- B. 增加文創商品開發能力。
- C. 提高對文創商品製作能力。
- D. 優化公司內部生產效能與品質。

E. 加強防偽技術的能力。

(3) 課程資訊：

A. 辦理時間：105 年 9 月 29 日-10 月 4 日。

B. 辦理地點：高雄市政府勞工局勞工教育生活中心 305 教室。

C. 參與人數：11 人。

D. 開課時數：12 小時。

上午 09:30~12:00，下午 13:30~17:00。

E. 課程對象：主要以印刷業、文創設計、創客業者等相關人員。

(4) 課程效益：

A. 建立正確印刷相關知識，有助於印刷在各階段溝通順暢。

B. 認識不同的印刷與加工方式，有助於開發獨特性文創商品。

C. 提升防偽技術有助於在開發文創商品時，能把防偽技術引入商品。

105年經濟部工業局精緻印刷文創加值暨市場拓展輔導計畫

文創從印刷開始

政府推動一連串推動的創意產業，讓文化創意產業的興起，也使得使文創產業相關的設計也相繼的出現。而以文創為基礎開發出許多的文創產品，對於設計印刷的結合性或是使用性都無法有效的連結。而且深具設計人才的商品，發揮印刷傳承、創意的深入和融入生活等方面的包裝、生產是設計人才要了解的，讓文創品獨特性才能開拓無限生機。

師資
 講師：蔡國全
 經歷：
 華格數位設計工作室
 綠華有限公司86~96年
 昱慶特殊印刷有限公司(色彩管理)
 艾美達圖像有限公司(負責人)
 藝術微噴工作室(負責人)

課程
 上課時間：105/09/29(四)
 105/10/04(二)

第一天：
 印刷技術發展歷史
 古代印刷起源
 近代印刷發展
 現代印刷五大技術
 印刷流程
 印刷技術應用之產品

第二天：
 防偽印刷技術
 防偽對文創的保護應用
 雲端科技與印刷產業的應用及網路平台

特殊技術訓練技能：
 特殊材料包裝印刷
 個性商品應用開發
 博物館級藝術版畫
 數位色彩管理顧問

上課時間：105/09/27(二)、105/09/29(四) 每天9:30-17:00
 上課地點：高雄市政府勞工局勞工教育生活中心305教室
 課程費用：原價每人NT\$8,000元/政府補助50%，學員每人NT\$4000元整(轉帳/現金)
 (含教材、實作材料費/學員上課時數未達80%將取消補助)身心障礙者、原住民、低收入戶或工業局擇定中堅企業員工補助70%上課費用。
 退費標準：9/2前取消課程者，退已繳費用90%，09/09前取消課程者，退已繳費用50%，9/26取消課程者，無法退費。
 開班人數：10人以上開課，20人額滿為止
 匯款帳戶：財團法人印刷工業技術研究中心
 匯款帳號：華南銀行二重分行174-16-001035-2
 報名請洽：財團法人印刷工業技術研究中心-高雄印藝無限
 連絡電話：07-3313-623#17邱先生
 傳真專線：07-3313-783 報名信箱：freelove@ptri.org.tw
 ◎請於收到本中心上課通知後於規定期間內完成費用繳交。
 ◎本中心保留、調整及取消課程之權利，如有變動以通知為主。

指導單位：經濟部工業局
 執行單位：財團法人印刷工業技術研究中心
 協辦單位：高雄市政府勞工局勞工教育生活中心、台灣區印刷暨機器材料工業同業公會、台北市印刷商業同業公會、台灣省印刷商業同業公會聯合會、高雄市印刷商業同業公會、高雄直轄市印刷商業同業公會、中國印刷學會、社團法人中華印刷科技學會

圖 160 文創從印刷開始-DM

(5) 課程內容：

表 23 文創從印刷開始-課程綱要

9/29(四)	10/4(二)
印刷技術發展歷史	防偽印刷技術
古代印刷起源	防偽對文創的保護應用
近代印刷發展	雲端科技與印刷產業的應用及網路平台
現代印刷五大技術	
印刷流程	
印刷技術應用之產品	



圖 161 文創從印刷開始-課程簡報

(6)培訓課程記錄：



圖 162 文創從印刷開始-培訓照片

3.5 AR 擴增實境製作實物

隨著寶可夢吹起的虛實風潮，使全世界人們隨著此技術改經了人與人之間的溝通話題與互動模式，此技術藉由各載體在螢幕上將虛擬世界重疊於現實世界進行互動，結合虛擬化技術以觀察世界，更從影音匯入、互動體驗等數位內容中，實現 3D 的擴增效果。

(1) 緣起：

體驗現實到虛擬連續系統的概念及應用，因此各行各業無不積極投入人力進行相關研發與推廣，因此各產業如何將此技術運用於各環結中以提高企業產品附加服務與價值。

(2) 培訓目標：

- A. 強化 AR 專業能力。
- B. 增加產品行銷能力與曝光率。
- C. 提高軟體設計技術能力。
- D. 增加企業營收獲利。

(3) 課程資訊：

- A. 辦理時間：105 年 12 月 10 日-12 月 11 日。
- B. 辦理地點：高雄市政府勞工局勞工教育生活中心/電腦教室(806 高雄市前鎮區中山三路 132 號)。
- C. 參與人數：10 人。
- D. 開課時數：12 小時。

C. 課程對象：主要以印刷業、設計業、紙品業、廣告業為主及其他對色彩管理有興趣之產業相關人員。

(4) 課程效益：

- A. 體驗現實到虛擬連續系統的概念及應用。
- B. 運用於各環結中以提高企業產品附加服務與價值。
- C. 實現 3D 的擴增效果。

2016 AR擴增實境製作實務		經濟部工業局
精緻印刷文創加值暨市場拓展輔導計畫		高雄地區印刷相關人員報名上課優惠折扣 NTS1000元
12/10-11		
隨著實可學吹起的虛實風潮，使全世界人們隨著此技術改變了人與人之間的溝通語彙與互動模式，此技術藉由各載體在螢幕上將虛擬世界重疊於現實世界進行互動，結合虛擬化技術以觀察世界，更從影音匯入、互動體驗等數位內容中，實現3D的擴增效果，體驗現實到虛擬連續系統的概念及應用，因此各行業無不積極投入人力進行相關研發與推廣，而今各產業如何將此技術運用於各環結中以提高企業產品附加服務與價值，為本課程學習主要目標。		
12/10 (六) 09:50-10:00 開業式、性別主流化與性別平權宣導 10:00-12:00 擴增實境發展現況剖析 13:00-17:00 3D建模與模型檔案格式處理 12/11 (日) 10:00-17:10 AR平台導入與互動專題製作 成果輸出與問題研討 結業式		上課地點 高雄市政府勞工局勞工教育生活中心/電腦教室 (806高雄市中區中山三路132號) 師資介紹 張漢平 老師 (專長:數位內容製作) 報名表
■課程費用:(12小時) 1.原價NT\$6,000元，經濟部工業局補助50%，學員繳交NT\$ 3,000元/人(含講義、文具等)。(不含餐飲手續費) 2.優惠：高雄地區印刷相關人員報名上課，每人優惠折扣NT\$1000元。 ■注意事項：1.10人以上開課，每班最多20人。2.依據工業局人才培訓管理規定，學員上課時數未達80%將取消個人報名補助及課程結業證書。3.課後應及規定時間內完成繳費。4.特殊身份補助：身心障礙者、原住民、低收入戶或經工業局核定重點輔導之中型企業員工，工業局補助學員70%。5.優惠：高雄地區印刷相關人員及特殊身份，僅可擇一使用。 ■匯款帳戶：財團法人印刷工業技術研究中心 ■匯款帳號：華南銀行二重分行 174-16-001035-2 (完成匯款後，請專真匯款證明以利查核，如匯款金額不足時煩請補繳) ■退費辦法：1.開課前取消者，退已繳課程費用95%。2.開課後未逾總時數三分之一者，退已繳課程費用50%。3.開課後已逾總時數三分之一者，無法退費。 ■本中心保留調整及取消課程之權利，如有任何更改以最新公告為準。		
主辦單位：● 經濟部工業局 執行單位：● 財團法人印刷工業技術研究中心 協辦單位：● 高雄市政府勞工局勞工教育生活中心、台北市印刷工業技術協會、 高雄市印刷工業技術協會、中國印刷學會、社團法人中華印刷科技學會 中華印刷製版同業公會全國聯合會 ※傳真02-29990018或E-mail: candyspa0943@gmail.com 報名後煩請再以電話確認 (02-29990016#124 劉小姐) 報名請洽：財團法人印刷工業技術研究中心		

圖 163 AR 擴增實製作實務-DM

(5) 課程內容：

表 24 AR 擴增實製作實務-課程綱要

12/10(六)	12/11(日)
1. 開業式	1. AR 平台導入與互動專題製作
2. 性別主流化與性別平權宣導	2. 成果輸出與問題研討
3. 3D 建模與模型檔案格式處理	

(6)培訓課程記錄：



圖 164 AR 擴增實製作實務-培訓照片

3.實際執行與原規劃差異說明

分項一印刷產業技術升級暨文創設計輔導：

本計畫原規劃輔導及諮詢訪視 40 家(含)以上業者，並完成提案計畫書之案審會，實際達成方面與原規劃相同無差異，已於 6/30 前完成 40 家業者提案計畫書之審查；本計畫原規劃促成學研合作 2 案並完成文創印刷產品設計開發 40 件，實際達成方面已促成學研合作 2 案，並完成文創印刷產品設計開發 119 件。

整體輔導成效比原規劃增加文創印刷產品設計開發 79 件。

分項二印刷技術推廣暨市場拓展：

本計畫原規劃完成完成印刷產業成果發表 2 場、企業經營與產業技術專題講座 4 場、完成商機媒合交流會 4 場、完成印刷技術應用推廣活動 1 場、印刷產業白皮書編撰 1 冊、完成印刷外銷貿易策略聯盟團 4 團，總參與人數 32 人，建置台灣印刷形象館 4 場、完成文創設計諮詢及打樣服務 40 案。

實際達成方面，本計畫完成印刷產業成果發表 2 場、完成企業經營與產業技術專題講座 5 場、完成商機媒合交流會 5 場、完成印刷技術應用推廣活動 1 場、完成印刷產業白皮書撰寫 1 冊、完成印刷外銷貿易策略聯盟團 4 團，總參與人數 69 人，建置台灣印刷形象館 4 場、完成文創設計諮詢及打樣服務 80 案。

整體執行成效比原規劃增加 2 場次之企業經營與產業

技術專題講座、國內外商機媒合交流會增加 2 場、印刷外銷貿易策略聯盟團總參與人數增加 37 人、提供業者文創設計商務諮詢及打樣服務增加 40 案。

分項三印刷產業人才培訓：

本計畫實際執行與原規劃辦理印刷產業人才培訓課程 5 班次相同，但增加參與人數無差異。

本計畫原規劃辦理產業在職人才培訓專班 5 班次，共計 60 小時培訓，參與培訓學員 75 名，學員自籌款 350 千元。實際達成方面，本計畫辦理產業在職人培專班 5 班次，共計 60 小時培訓，參與培訓學員 85 名，學員自籌款 350 千元。

整體執行成效比預期增加參與培訓學員 10 名。

本計畫之實際執行與原規劃差異總表，如表 24 所示。

表 24 實際執行與原規劃差異總表

分項	項目	成果	105 年度期末預定數	105 年度實際執行數
分項一印刷產業技術升級暨文創設計輔導	技術輔導廠商	輔導廠簽約家數	40 家	40 家
	諮詢	廠商諮詢訪視	40 家	40 家
	促成與學界或產業團體合作研究	學研合作	2 案	2 案
		文創印刷產品設計開發	40 件	119 件
分項二印刷技術推廣及市場拓展	市場推廣	印刷產業成果發表活動	2 場次	2 場次
		國內外商機媒合交流會	4 場次	5 場次
		商機媒合件數	200 件	571 件
		籌組印刷外銷貿易策略聯盟團	4 團	4 團
		印刷外銷貿易策略聯盟團參與人數	32 人	69 人
		建置台灣印刷形象館	4 場	4 場
		完成技術應用推廣活動	1 場	1 場
		完成台灣金印獎	1 場	1 場
		完成印刷產業白皮書編撰	1 冊	1 冊
	技術活動	印刷企業經營與產業技術專題講座	4 場次	5 場次
		文創設計商務諮詢及打樣服務	40 案	80 案
分項三印刷產業人才培訓	人才培訓	在職班	5 班次	5 班次
		人次	75 人次	85 人次
		時數	60 小時	60 小時
		自籌款(含稅)	350 千元	351.52 千元

二、計畫經費與人力執行情形

(一) 計畫經費執行情形

1. 計畫經費

項 目		簽約數 (元)	截至 12 月底執行數 (元)	備註
政府	☒ 委辦費	33,137,000	33,137,000	
	☐ 補助款			
	☐ 代管補助款			
廠商	☒ 自籌款	8,700,000	8,817,770	
	☐ 補助計畫自籌款			

2. 經資門經費表

單位：元

會計科目 \ 項目	簽約數 / (執行數)				備註
	主管機關預算 (委託、補助)	自籌款	合計		
			金額(元)	占總經費%	
一、經常支出					
1.人事費	16,619,213 (16,619,213)	4,158,412 (4,158,412)	20,777,625 (20,777,625)	49.65% (49.53%)	
2.其他直接費用 -業務費項下之材料費	2,528,423 (2,528,423)	569,841 (586,255)	3,098,264 (3,114,678)	7.41% (7.42%)	
3.其他經常支出					
(1)其他直接費用 (除業務費項下之材料費外)	10,696,271 (10,696,271)	3,518,856 (3,620,212)	14,215,127 (14,316,483)	33.98% (34.12%)	
(2)管理費	1,818,109 (1,818,109)	452,891 (452,891)	2,271,000 (2,271,000)	5.43% (5.41%)	
(3)營業稅	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0.00% (0.00%)	
(4)公費	1,474,984 (1,474,984)	0 (0)	1,474,984 (1,474,984)	3.53% (3.52%)	

(5)代管補助款		0	0	0	0	
小計		33,137,000 (33,137,000)	8,700,000 (8,817,770)	41,837,000 (41,954,770)	100.00% (100.00%)	
二、資本支出		0	0	0	0.00%	
小計		0	0	0	0.00%	
合計	金額	33,137,000 (33,137,000)	8,700,000 (8,817,770)	41,837,000 (41,954,770)	100.00% (100.00%)	
	占總經費%	79.21% (78.98%)	20.79% (21.02%)	100.00% (100.00%)		

註 1:請將簽約數及執行數並列，以括弧表示執行數。簽約數指本局與受託單位簽約之金額；執行數指計畫實際支用經費(含代管補助款)。

註 2:其他來自科發基金、工業區更新基金及其他政府單位等加帳經費之實支數亦請列出，並於下方與原計畫規劃差異說明處補充說明。

3.經費與原計畫規劃差異說明：

無差異

(二)計畫人力運用情形

1.計畫人力結構

執行情形	總人力 (人月)	研究員級	副研究員級	助理研究員 級	研究助理
原訂	335	21	30	261	23
實際	339.49	23.75	28.43	262.1	25.21
差異	4.49	2.75	-1.57	1.1	2.21

2.與原計畫規劃差異說明：

人員異動與遞補新進人員，增加 4.49 個人月，符合計畫規定差異數為總人月±5%以內。。

三、計畫已獲得之主要成果與重大突破(含量化成果 output)

(一)績效指標

屬性	績效指標			105 年度		主要成果與重大突破說明
				原訂目標值	實際達成值	
學術成就(科技基礎研究)	E.學術活動			5 場	5 場	完成 5 場印刷企業經營與跨領域產業技術專題講座，與會人數共計總參加人數 315 人(含)以上。透過講座之辦理，除提供業者產業動態新知、最新印刷技術及產業經營變化策略外，亦可激發業者思維創新並將創意展現於產品與經營實務中，擴大產業價值及改善營運環境，引領產業多元化發展及創新市場商機，提高業者競爭力及外銷市場機會。
	F.形成教材/手冊/軟體			1 冊	1 冊	完成編撰印刷產業白皮書 1 冊，其內容涵括印刷技術之定義與範疇、全球印刷產業現況與發展趨勢、台灣印刷產業發展現況、台灣印刷產業政策與措施、台灣印刷產業發展策略與展望。以提供業者印刷產業動向與未來趨勢，協助因應升級轉型，並且提供產、官、學、研實用資料，作為後續政策擬定及產業發展規劃參考。
技術創新(科技技術創新)	G.專利	申請中專利	國內(項)	4 項	2 項	完成 2 項專利取得及 2 項專利申請。取得專利案號為：M529892 新型名稱：企業識別品創新印製服務平台(創色公司)、M531899 新型名稱：荷葉扇貼合機(健豪印刷)；申請專利新型名稱為：環保多功能禮盒棋盤組(馭墨坊)、直噴石材置物座造型設計專利(鑫瑩公司)，將協助產業增強關鍵
			國外(項)		0	
		已獲證專利	國內(項)		2 項	
			國外(項)		0	

屬性	績效指標			105 年度		主要成果與重大突破說明
				原訂目標值	實際達成值	
						技術並提高附加價值及擴展應用範圍。
	H.技術報告			40 篇	40 篇	完成 40 篇技術報告，並於 12 月底前完成。提供產業技術輔導資訊及技術解決方式給予業者了解。
	I.技術活動	辦理印刷產業成果發表活動 2 場	2 場次	2 場次	2 場次	完成辦理印刷產業成果發表活動 2 場，分別為「2016 第 24 屆台北國際書展」及「105 年度精緻印刷文創加值暨市場拓展輔導計畫期末成果展」，透過成果發表活動，建置「台灣印刷精品館」產業專區之形式呈現產業成果，邀請國內印刷產業優質廠商齊聚一堂，展現印刷產業豐碩亮麗的成果與精湛的軟實力來行銷及推廣印刷產業之新穎多元化印刷技術及結合創意、美感、特色化加值之印刷新能量。助於印刷產業進行異業商機之開發與媒合，建立技術或合作關係，共同提升自我競爭優勢與新品開發技術能量。
		辦理 1 對 1 商機媒合交流會 4 場次及 1 對 1 媒合 150 案(含)以上	4 場次/200 案	5 場次/571 案	5 場次/571 案	完成 5 場次「第 24 屆台北國際書展」、「第 11 屆香港國際印刷及包裝展」、「第 70 屆美國紐約文具展」、「日本東京國際文具、紙製品展 (ISOT)」、「上海國際包裝製品與材料展」之商機媒合交流會及 1 對 1 商機媒合共計 571 案，潛在商機達 368,413,560 元。藉 1 對 1 商機媒合交流會，進行商機洽談與需求媒合，有效提升業者拓展國際市場、爭取國際訂單及促成雙方之互動、聯繫與合作機會，助於我國業者開拓市場新商機並進而提升產業總產值。

屬性	績效指標		105 年度		主要成果與重大突破說明
			原訂目標值	實際達成值	
	參與國際型展會 4 場		4 場次	4 場次	完成參加「第 11 屆香港國際印刷及包裝展」、「第 70 屆美國紐約文具展」、「日本東京國際文具、紙製品展 (ISOT)」、「上海國際包裝製品與材料展」共計 4 場次之國外大型展會活動，透過參與展會將可促使業者接觸國際市場動態，增加國際能見度並進而降低國內市場競爭壓力，提高外銷出口值。
	辦理印刷品行銷 應用推廣活動 1 場		1 場次	1 場次	完成辦理 2016 印刷藝術節暨 MIT 嘉年華活動 1 場，與會人數 2,258 人，活動主題分為千人健康操、印刷技藝鍊結多元產業印刷技藝體驗活動、經典彩繪老車大會師、第十屆金印獎獲獎作品展出與頒獎典禮、印藝市集在 R7(mit 展售會)，共同為產業廠商行銷服務，創造體驗行銷之情境與氛圍導入印刷創新技術與特色服務，改變大眾對傳統印刷之認知，此外更能夠在活動進行的體驗過程中，感受到印刷產業技術能量升級與高值化形象，進而增加參與者促進消費之意願，達到體驗行銷與創造商機之成效。
	S.技術服務	服務項數	40 家	40 家	透過專業輔導人員判斷分析，協助企業升級轉型，成為標竿廠商。
		服務收入	8,200 千元	8,200 千元	
	其他	國際型設計競賽	2 件	2 件	完成 2 件國際型設計競賽，包含 Worldwide Packaging Design Awards(Berg 水禮盒包裝及)，藉此除協助及輔導業者開發文創產品擴展產品應用與陣線，亦可取得國際設計獎項，有利爭取市場訂單之競爭優勢，提高市場之知名度，引

屬性		績效指標	105 年度		主要成果與重大突破說明
			原訂目標值	實際達成值	
					領印刷業開創文創新市場。
經濟效益(經濟產業促進)		L.促成廠商或產業團體投資(金額-千元)	120,000 千元	176,165 千元	預計帶動輔導廠商年度設備投資至少 176,165 千元，提升技術水平及專業能力，強活市場競爭力。
		O.共通/檢測技術服務	75 人	85 人	完成 5 班「3D 列印商業實務班」、「x-rite/PANTONE 色彩管理職能訓練國際證照班」、「用 InDesign 輕鬆做 App」、「文創從印刷開始」、「AR 擴增實境製作實物」之人才培訓課程，共計 60 小時培訓時數，85 位(含)以上學員參加。透過與業界及學界共同規劃適切性之課程，一方面帶進理論，另一方面則加強實務，培養專業人才並提升其邏輯思考與靈感激發，俾於穩固臺灣印刷產業之人才發展，促使產業精進。
		T.促成與學界或產業團體合作研究	2 案	2 案	藉與國立臺北商業大學設計管理系、景文科技大學視覺傳達設計系、國立臺灣藝術大學圖文傳播藝術學系、國立高雄師範大學、正修科技大學合作印刷及設計新銳能量輔導，共同建立學研合作機制與環境，讓學生可在進入職場之前獲得教育訓練，並熟悉產業實務、環節及分工，共計產出 119 件文創印刷品設計開發。透過印刷及設計新銳能量輔導，提供學生在印刷專業技能、實務經驗與文創美學設計能量養成，提升自我優勢與就業媒合機會，最終以縮短學用落差、強化職場連結、培育畢業即具就業能力為目標，為產業注入印刷及設計新銳能量。
			40 件	119 件	
社	社	R.增加就業	50 人	97 人	擴大產業人力需求，提高國民

屬性		績效指標		105 年度		主要成果與重大突破說明
				原訂目標值	實際達成值	
會 影 響	會 福 祉 提 升					GDP。
		X.提高人民或業者收入		320,000 千元	491,924.66 千元	輔導廠商與拓展海外商機，增加產值及衍生商機達 491,924.66 千元，促進國家產業經濟發展，增進全民福祉。
		其他	建置台灣印刷形象館	4 館	4 館	已於 4 團規畫時完成 4 館台灣印刷形象館之建置，並同時辦理產業外銷拓展與推廣活動，藉由國際展會提供消費者對我國印刷產業之認識與了解，並展現印刷企業的堅強實力與優質的技術水準。
			辦理台灣金印獎	1 場次	1 場次	於 9/2 假勞工教育生活中心（R7 創意所在一樓展演廳）舉辦「第 10 屆台灣金印獎頒獎典禮」（金印獎）活動辦理，透過金印獎之辦理，激發國內業者對產品品質之突破，自我提升產業附加價值，並促使產業朝向精緻化發展，讓台灣印刷產業「印藝無限」之印刷能量發揚光大，並在國際印刷市場間佔有一席之地，獎勵印刷業突破及建立創新技術，提昇產業國際競爭力，爭取國際委印外銷市場。
	環 境 保 護 安 全	O.共通/檢測技術服務		5 家	6 家	協助 6 家輔導廠商取得第三方認證，以符合國際標準需求，有利爭取國際訂單。
其他效益(科技政策管理及其他)		XY 性別平等促進		250 人	400 人	透過技術講座(315 人參加)與人才培訓課程(85 人參加)，進行性別平等宣導，漸近式突破產業用人之限制，提倡男女適才之認知，有限達成產業性別平等化。

(二)105 年度計畫績效指標實際達成與原訂目標差異說明：

1.學術成就(科技基礎研究)

本計畫之學術成就績效指標原訂學術活動辦理 4 場、形成教材產出 1 冊。實際達成方面學術活動辦理 5 場(完成 5 場企業經營與產業技術專題講座)、形成教材產出 1 冊(完成編撰印刷產業白皮書 1 冊)。整體績效指標實際達成成比原規劃增加 1 場之學術活動。

2.技術創新(科技技術創新)

本計畫之技術創新績效指標原訂專利申請 4 項、技術報告產出 40 篇、技術活動辦理 7 場次、技術服務 40 家、國際型設計競賽 2 件。

實際達成方面，完成專利申請 4 項(2 項專利申請中-申請新型名稱：環保多功能禮盒棋盤組、設計名稱：置物座之部分及 2 項專利已獲得-取得案號：M529892 新型名稱：企業識別品創新印製服務平台、M531899 新型名稱：荷葉扇貼合機)，將協助產業增強關鍵技術並提高附加價值及擴展應用範圍；技術報告產出 40 篇、技術活動辦理 8 場次(印刷產業成果發表活動 2 場次、1 對 1 商機媒合交流會 5 場次及 1 對 1 媒合 571 案以上、印刷品行銷應用推廣活動 1 場)、技術服務 40 家、國際型設計競賽 2 件(參加 2016 第三屆紫金獎文化創意設計大賽、Pantawords，Worldwide Packaging Design Awards 2016)。

整體績效指標實際達成比原規劃增加 1 對 1 商機媒合交流會增加 1 場次及 1 對 1 媒合 371 案及技術活動辦理 1 場。

3.經濟效益(經濟產業促進)

本計畫之經濟效益績效指標原訂促成廠商或產業團體投資 120,000 千元、共通服務之印刷產業人才培訓 75 人、促成與學界或產業團體合作研究 2 案及 40 件文創印刷品設計開發。

實際達成方面，促成廠商或產業團體投資(促成廠商投資額)176,165 千元、共通服務之印刷產業人才培訓 85 人、促成學研合作 2 案及 119 件文創印刷品設計開發。

整體績效指標實際達成比原規劃增加產業團體投資 61,165 千元、共通服務之印刷產業人才培訓 10 人、文創印刷品設計開發 79 件。

4.社會影響

本計畫之社會影響績效指標原訂產業團體投資增加就業 50 人、提高人民或業者收入 320,000 千元、建置台灣印刷形象館 4 館、辦理印刷金印獎 1 場次、檢測技術服務 5 家取得認證。

實際達成方面產業團體投資 97 人、提高人民或業者收入(增加產值及衍生商機)491,924.66 千元(廠商輔導：123,511.1 千元、商機媒合：368,413.56 千元)、建置台灣印刷形象館 4 館、辦理印刷品質肯定獎 1 場次、檢測技術服務 6 家取得認證。

整體績效指標實際達成比原規劃增加就業人數 47 人、提高人民或業者收入(增加產值及衍生商機)171,924.66 千元、檢測技術服務增加 1 家取得認證。

5.其他效益(科技政策管理及其他)

本計畫之其他效益績效指標原訂性別平等促進共辦理 5 場活動進行性別平等宣導，250 人以上受惠，實際達成方面性別平等促進共辦理 10 場活動進行性別平等宣導(5 場企業經營 315 人參與與產業技術專題講座及 5 班人才培訓班 85 人參與)，400 人以上受惠。整體績效指標實際達成比原規劃增加性別平等宣導 5 場活動及增加 150 人以上受惠、

四、主要成就及成果之價值與貢獻度(outcome)

(一)學術研究(科技基礎研究)(權重 5 %)

根據產業市場、技術、人才經營的商業模式的未來發展，提出創新趨勢與觀點，以供政府制定印刷產業政策、印刷企業未來的經營與發展方向、學術界了解產業變化及人才培育。就本年度輔導計畫，已完成一冊印刷產業白皮書，將協助產業整合上下游供應鏈，提供發展新思維與競爭優勢，共創產業永續經營之目標努力。

(二)技術創新(科技整合創新)(權重 30 %)

協助廠商在技術、產品開發及設計上取得專利。此次「企業識別品創新印製服務平台」、「印刷製程控管服務平台」上述二項已取得；「環保多功能禮盒棋盤組」、「直噴石材置物座造型設計」二項為本年度申請中，作為印刷產業技術升級暨文創設計輔導提升計畫，以下為本計畫有效之技術創新能量，帶動整體產業發展：

1.印刷產業服務化技術輔導：印刷產業是一個綜合型態的製造業，隨著資訊科技的進步發展，服務要素成為印刷產業重要的生產要素，內部服務的效率與產品相關的外部服務對顧客來說重視程度日益提高，透過創新的商業服務模式整合資通訊技術，使其從過去關注實物產品的生產，轉變為提供顧客與其實物產品密切相關服務或是完全服務產品，藉此滿足顧客需求、創造競爭優勢、增加經濟收益與改善整體營運績效。

2.國際及環保認證輔導：透過導入國際化標準管理程序及製程生產流程改善，協助廠商建立內部及環境等循環管理機制，在既有生產流程下實施標準化管控，以減少環境汙染及能源耗損。並使「高品質、高效率、低排放、低汙染」之臺灣綠色印刷形像落實於我國印刷產業，達到綠色製程與高品質印刷工藝結合，邁向高質化綠色製程，並期提升公司形象及競爭力，同時肩負起企業社會責任，朝向企業、產業及環境三方之永續發展。再創印刷產業之「高品質」、「高價值」與「高友善環境」，以獲得國際客戶之認可，提升爭取國際訂單之競爭力。

(三)經濟效益(產業經濟發展)(權重 30 %)

輔導廠商提升技術能量，並有效增加訂單量，本次共計輔導 40 家 廠商，促進投資額 176,165 千元，提升技術水平及專業能力，強化市場競爭力。並辦理印刷產業人才培訓，與產業界和學界共同規劃適切之課程，培養專業人才，協助印刷業精進，帶領業者朝向外銷市場發展，同時能強化產業人才本身涵養與價值，促使鞏固產業價值及人才基

礎訓練。另促成與學界團體合作研究，透過學研合作，開發文創印品設計，縮短學用落差，鏈結職場環境，培育畢業即高業之能力，提高新鮮人就業機會與未來發展潛力。

(四)社會影響(民生社會發展、環境安全永續)(權重 20 %)

本計畫透過技術輔導與外銷展會參展，增加廠商技術能量與訂單收入，方可提高廠商收入所得及增加就業人數，擴大產業人力需求，以提升國民 GNP，本計畫達成增加就業 97 人降低印刷產業失業率，同時提升國民生產毛額；增加廠商與拓展海外商機，以達成衍生商機 491,924.66 千元，促進國家經濟發展及民眾福祉。

印刷產業在發展過程中，兼具環境安全與社會發展之責任，透過 ISO 14000 環境管理建置與 ISO 9000 品質管理建置讓印刷廠達到環境安全落實，促使輔導廠商養成自行落實環境管理之能力。

另籌組外銷策略聯盟團，建置 5 館台灣印刷形象館及辦理台灣印刷金印獎 1 場，藉由國際展會與金印獎表揚大會之具體活動，提供消費者對我國印刷產業認識了解，展現印刷企業堅強實力與優質的技術水準。

(五)其它效益(科技政策管理及其它)(權重 15 %)

性別主流化：透過技術講座、推廣活動及人培課程共計 10 場進行性別平等宣導，在過程中皆發放性平文宣及案例宣導，廣宣性別主流化與性別平權，共計發放 400 份性平文宣及 400 人以上受惠。其中以文創從印開始為例，課程內規劃以組別進行實務活動，並安排女性學員擔任主導

角色，進行設計樣品展現，完成之成品亦頗受現場講師與男性學員讚賞，而藉此課程除有效營造男女平等，建構友善工作環境外，亦增加女性於職場工作自信與探索機會，進而有效提升女性勞動就業機會與整體女性就業率。

五、跨部會協調或與相關計畫之配合

依據行政院「產業升級轉型行動方案」-推高值之目標方向，本計畫擬針對「技術提升」、「市場拓展」及「人才培訓」三大面向進行輔導：在「技術提升」方面，視業者需求推動產業服務化、智能化、國際環保暨製程改善、文創設計與微型技術等輔導措施，發展兼具友善環境、創新性、特色化與文創性新產品，建立優良產業形象與技術服務，協助產業深耕技術能力與競爭優勢。在「市場拓展」方面，透過同業或異業商機媒合交流，開創多元化發展方向，拓展印刷需求市場，同時籌畫外銷策略聯盟團，推廣我國精緻印刷品質，增加產業拓展脈絡與優質形象，以達到「穩定內需，外銷倍增」之終極目標。最後，在「人才培訓」方面，除提供在職印刷業者外貿及行銷等職能進修，加強化產業爭取國際訂單能力外，亦向下扎根，結合學界能量，促成產學合作開發計畫，為產業注入創新設計能量，持續發展產業朝向精緻及高值化印刷邁進。

六、檢討與展望

依據新政府「5+2 政策」、「新南向政策」及行政院「產業升級轉型行動方案」作為目前產業發展方向，本計畫以研發創新、服務模式創新，整合產業朝向高值化、綠色化及文創化演進，本計畫擬針對「技術升級輔導」、「市場拓展」及「人才培訓」三大面向進行輔導。策劃印刷產業發藍圖，引領產業持續提升，產業需求與後續檢討及展望包括：

(一)印刷產業技術升級暨文創設計輔導-建立創新服務改變

產業經營模式，提升產業競爭力與效力

- 1.啟動產業創新之服務模式，以便捷交易服務與個人化精緻印品，擴大內、外需市場營運綜效，持續帶領產業發展高價值產品。持續加強印刷個案輔導效益，期以能擴散輔導成效至整體產業為重點考量，增加亮點案例輔導件數，展現高水準印製能力與高值化產業研製能量。
- 2.擬於計畫個案輔導分項中，強化各子項亮點輔導項目及技術創新導入產業化效益，突顯輔導成果。藉由輔導過程中持續矯正與改善個案缺點，導入商品於產業，轉換為高價值、高品質產品或服務，以獲取實質訂單產值。
- 3.強化技術輔導之難度與所突破之關鍵，持續進行專利申請作業，記載技術成果之智慧財產能力，更可展現計畫明確績效，建立中心及產業技術能量之知識涵養。

(二)市場拓展-穩定內需，外銷倍增

透過多場次國際外銷聯盟團籌組，拓展國際市場商機，舉辦知名國際展覽，建置台灣印刷形象館，以融合當地文化特色，提升消費者對於產品的認同感與喜好，同時辦理同業或異業商機媒合交流，建立雙向交流機會，有助於擴大貿易合作與雙向投資，拓展國際印刷市場需求；除此借重印品設計能量，提供業界與學界優質打樣服務，改善中小企業不足之設計涵養；另藉由大型行銷推廣活動，推廣國內優質廠商服務品質，增加曝光機會，促進國民對於 MIT 商品之消費，期以達到「穩定內需，外銷倍增」之終極目標。

(三)培養產業人才，優化人力素質

- 1.活化研究法人橋接的角色，促成學研人才流通，培育創新人才投入產業活絡學研網絡之連結，發展新銳人才，達成畢業即就業目標，為印刷產業發展注入新血，為印刷產業培育更多創新人才。
- 2.依產業與市場需求，開辦各項職能訓練，提供在職印刷業者於外貿、印刷產業鏈與數位化服務之專業職能進修課程，強化業者提升自我能量與競爭優勢，持續帶領產業朝向精緻化、高值化及文創化發展基地之目標邁進。

七、附錄

(一)委員審查意見回復

會議名稱	委員意見	計畫回復
期末(審查) 會議	1. 工作進度均如預期目標達成，無落後情形；但本計畫涵蓋跨業輔導，盼執行單位本身內部人才的招、選、訓能配合產業界需求。	1. 謝謝委員之建議，將來本中心用人的部份會配合產業需求做為招、選、訓的依據。
	2. 中心應適時調整投入資源比例，對於已成熟的技術輔導，可降低投入資源或轉為工服，多一點資源提供給亮點示範案例。	2. 謝謝委員之建議，在技術輔導的部份，會視個案狀況調整投入資源，著重於亮點案例之輔導呈現。
	3. 計畫執行應具延續性及長期性規劃，並著重輔導經驗之累積。	3. 計畫今年為 2/4 年，將來還有 2 年之延續規劃，會同時考量產業需求及累積輔導能量，以作為強化中心及執行計畫能力。
	4. 建議中心應統整與歸納出國內廠商整體的弱勢與缺點，從而擬出未來輔導目標，同時配合調整執行單位內部資源與工作重點，轉化成執行策略與方法，在下一年度計畫中列入規劃與執行。	4. 謝謝委員之建議，以擬出未來輔導目標與重點，將於明年度計畫中呈現國內廠商之弱勢與缺點，作為執行策略與方向。

(二)輔導廠商成效對照說明表

本計畫 ☒有 ☐無 輔導廠商

本計畫 ☐有 ☒無 補助廠商

本計畫 ☐有 ☐無 計畫推動成效

項目			前一年度 A	當年度 B	成長率 (B-A)/A	差異情形說明 (2 年度差異超過 正負 10%者，請務 必填寫。)
輔導 廠商	實際輔導 廠商	工業局輔導 經費(元)	19,800,000	17,950,000	-9.3	
		有收取自籌 款家次	55	40	-27.2	因計畫經費減 少，並根據前 年輔導執行狀 況，刪減 15 家 輔導廠商(案)
		無收取自籌 款家次	0	0	0	
	自籌款 收取金 額	計畫書原訂 (元)	9,100,000	8,200,000	-9.8	
		實際收取(元)	9,100,000	8,200,000	-9.8	
補助 廠商	實際補助廠商家次					
	工業局補助廠商款(元)					
項目			前一年度成效 (含實際值及後 2 年 遞延預估值) A	當年度成效 (含實際值及後 2 年 遞延預估值) B	成長率 (B-A)/A	差異情形說明 (2 年度差異超過 正負 10%者，請務 必填寫。)
輔導 廠商 成效	增加產值(元)		570,938,500	534,988,500	-6.3	
	促成投資(元)		597,990,000	644,468,860	7.8	
	降低成本(元)		106,380,000	94,210,000	-11.4	因本年度個案 較去年減少因 此降低成本銷 有差異
	創造就業機會(人次)		670	654	-2.4	
計畫 推動 成效	M: 材 料 及 化 工 產 業	增加產值(元)				
		促成投資額(元)				
		降低生產成本(元)				
		新增就業人數				

2016 年精緻印刷文創增值暨市場拓展輔導計畫

辦理印刷企業經營與產業技術專題講座—1

「漢字傳播過去、現在與展望」

【時間】：2016 年 2 月 17 日，下午 13 時 00 分

【地點】：世貿一館 黃沙龍

【演講人】：印刷工業技術研究中心 陳政雄董事長

【參與人員】：如講座簽到表

【紀錄】：陳芷榆

【會議摘要】：

漢字，亦稱中文字、中國字、國字，是漢字文化圈（中國、日本、朝鮮、韓國、東亞及東南亞部分地區）廣泛使用的一種文字，屬於表意文字的詞素音節文字，是上古時代由漢族人所發明並作改進，目前確切歷史可追溯至約公元前 1300 年商朝的甲骨文。再到秦朝的小篆，發展至漢朝才被取名為「漢字」，至唐代楷化為今日所用的手寫字體標準——楷書。漢字是迄今為止連續使用時間最長的主要文字，中國歷代皆以漢字為主要官方文字。

講座大綱：

- 1.漢字原自甲骨及鐘鼎文是象形字
- 2.竹簡木簡將東方思想推向高峰
- 3.書法是漢字書寫特色
- 4.印刷將漢字傳播推向頂峰
- 5.各種經藏豐富了漢字傳播哲理
- 6.漢字在鉛印劣勢

- 7.漢字訊息化工程改變資訊化劣勢，仍在資訊流程發展
- 8.書刊漢字傳播比電子傳媒易讀效率高
- 9.紙張媒體尤其漢字書冊在未來和電子傳媒仍俱一定優勢
- 10.漢字學習已成為世界浪潮因為圖形思考與意涵的深遠

一、印刷傳統大量複製的衰退

傳統印刷的大尺寸化、多色、高速化、形成節省人力、降低成本極大的優勢，但今後因環保、節能減碳，所以長、中程印刷品的物流將造成運輸成本及時間負擔，有時高速航空、高鐵運輸到用戶端的成本，已可以形成在當地列印分散製造傳遞，在時效性上面，會有極大優勢，因此發展可變印紋的無版數位列印，將是分散列印到輸出端點上的重要手段。使用有版的印報、印書冊、雜誌及通知、表單，只有大型都會、短途傳播才較有利基，3~500 公里到數千公里外，使用集中印刷再配送方式已逐漸失去其效益。

二、無版列印在免倉儲、免配送效益

今天電子內容書本販售在歐美逐步勝過實體紙本書，尤其在歐文閱讀環境下，現有的 iPad 已十分可用，但手機的閱讀，一般 1080 畫素電腦、電視屏幕，閱讀、尤其長時間閱讀漢字內容，不止眼、腦疲累，更會造成視神經永久性傷害，因為漢字直列筆劃在彩色屏幕上十分模糊不清，閱讀往往要很費視覺去猜字，形成對內容無法集中精神學習效果，這是歐文字和漢字傳播很大的不同之處，因此我們漢字傳播圈，紙本傳媒會比拼音字傳播圈俱有優勢。而亞馬遜的紙本書已經做到 POD 要多少印多少，沒有倉儲的地步，這也是數位列印加上小量裝訂的搭配下的生產方式，可減少倉儲的負擔和耗損。將印刷檔案製作完成，再用網路

傳送到使用地方去依需列印製造，這樣可以 快速取得印刷品，雖然使用列印成本較高，但時效性及物流運送成本相比較之下，有時會更經濟、環保有效率，尤其俱有時效性的個人化資料、文件更是必須。像華爾街的高階主管，每天有專門列印世界財經專欄的彙集報告，供他們做研究 分析，每份價格不菲，但使用者隨時不用工具做分析價值更高。

三、雲端科技將扮重要角色

若以今天的 ISDN、FTP 的檔案傳送印刷檔十分的不足，而在台灣有些偏鄉他們的印刷能量不足，所以要委託都會或合版體系印刷生產，那麼未來印刷產業 界，發展雲端資訊的運作，包括檔案接收、檔案整理編輯頁面完成，檔案演算、 儲存，到檔案的傳輸，尤其在雲上面可用的接收、演算、儲存及傳輸能量是共同 分擔，可大幅降低個別設置購買及折舊很多硬體、網路傳輸能量的閒置和購置成本，而且軟體也可租用不必買斷，這個趨勢不是一蹴可及，但會逐步去體現的。而雲和端的科技也將是支持分散無版列印的背椎地位及神經通路。

2016 年精緻印刷文創增值暨市場拓展輔導計畫

辦理印刷企業經營與產業技術專題講座－2

「創造綠色商機，企業永續經營研討會」

【時間】：104 年 04 月 29 日，13 點 00 分

【地點】：高雄勞工教育中心獅甲會館，303 會議室(高雄市前鎮區中山 3 路 132 號)。

【參與人員】：如簽到表

【會議內容】：

(一) 綠色貿易商機的第一手觀察

1. 國際組織綠色商品倡議：
 - (1). WTO/APEC 環境商品清單、FTA 環境專章
 - (2). 綠色商品的關稅削減至 5%以下
2. 歐巴馬新環境法案:2030 時，溫室氣體排放-32% vs 2005，再生能源率 22%→28%；火力發電 39%→27%
3. 歐美大國都在減碳，我國碳排放量則堅定成長。
4. 國際對綠色產品訴求趨勢。
5. 國際組織綠色商品倡議，WTO/APEC 環境商品清單、FTA 環境專章；綠色商品的關稅削減至 5%以下。

(二) 認識綠色行銷的第一堂課

1. 綠色行銷，綠色行銷是追求永續環境的產品銷售。綠色行銷的範圍很廣，包含產品、製程、包裝改善及改變廣告方式。
2. 行銷 1.0 生產導向；行銷 2.0 消費者導向；行銷 3.0 價值及

理念導向；消費者不是只會買東西的機器。

3. 找到企業價值的 5 步驟：

- (1). 檢核產品/服務綠色特性與價值
- (2). 衡量產品/服務綠色亮點
- (3). 檢視企業現況與面臨問題
- (4). 提出行銷策略改善建議
- (5). 調查預期效益

(三) 綠色產品產銷監管鏈驗證改版說明

1. 何謂『監管鏈(CoC)』驗證？監管鏈(CoC)驗證是來自於『獨立的』、『有資格的』及『可信任的』機構及專家，透過申請機構(公司)『書面審查』及『現場稽核』來證明申請機構(公司)之。
2. 為何須要 COC 產品產銷監管驗證？
 - (1). 由公正的第三單位設立規範(如 FSC、PEFC)及驗證(如 SGS)
 - (2). 提供消費者在品牌之外，另一個可以辨識的商標，大家一起做環保
 - (3). 幫助減緩森林的破壞及地球的暖化，為地球及下一代盡一份心力
3. FSC/COC 主要標準改版(預計 2016 公布)
 - (1). FSC-STD-40-004 V3.0
 - (2). FSC-STD-50-001 V2.0
 - (3). FSC-STD-40-005 V3.0 (已公布)
 - (4). FSC-STD-40-007 V2.0 (尚未修改)
4. FSC/COC 標準架構

2016 年精緻印刷文創增值暨市場拓展輔導計畫
辦理印刷企業經營與產業技術專題講座－3
「2016 圖文傳播藝術國際學術研討會」

【時間】：105 年 5 月 19 日，上午 8 時 10 分

【地點】：國立台灣藝術大學

【主講人】：1.「The Art of Possibilities – How Digital Printing Solutions
Create New Opportunities to Outperform the Market」

講師：Hewlett-Packard

2. 「The creative process of the work of Salvador Marco」

講師：Mr. Salvador Marco

3. 「Creator's Responsibilities...What are we really
launching to the public spaces?」

講師：Johann Geiger

【參與人員】：如簽到表

【紀錄】：黃天文

【會議摘要】：

主題 1：「The Art of Possibilities – How Digital Printing Solutions Create
New Opportunities to Outperform the Market」

講師：Hewlett-Packard (惠普公司 亞太區標籤及包裝業務經理)

1. 包裝經過非常久時間的淬煉，技術成熟，並且變得多樣化，這不僅是亞太地區，而是全球的發展。
2. 數位印刷這個技術是少量且能符合客製化的一種印刷方式，這種

印刷運用在包裝上能創造出非常有趣的話題，例如：全球知名品牌可口可樂(播放可口可樂的影片)，就開始在瓶身上面做變化，現在市場上你可以買到一個非典型的可口可樂包裝，上面可能是印有你(妳)姓名的、言文字或圖像的、標語的，各式各樣的包裝。透過這些包裝上的個性化詞彙，每個消費者都能從裡面找到具有認同感，歸屬感的句子，進而產生購買的一個動作。同時這些品牌更會擴大這樣的氛圍，去透過行銷活動展示這些充滿特色的商品，經營品牌形象，刺激消費。HP 從 2013 年就開始協助可口可樂執行這個計畫，從歐洲起步，每個國家選擇 150 個包含名子、暱稱、流行語去製做瓶身標籤。HP 的設備連續運轉 24 小時長達 3 個月後印製了 8 億個個性化瓶身，這個創舉讓可口可樂一舉打下最大品牌市場，成功吸引消費者目光。

3. 數位印刷應用在包裝上的案例還有非常多，例如零食的包裝、書籍的包裝、甚至是國外品牌 Durex 杜蕾斯都有這樣的行銷案例(拿出實品給大家參考)，有趣的是，這些商品僅僅是在包裝上印有個性化圖樣，內容物與非個性化商品一模一樣，但是售價卻能夠增加，顯示消費者願意花更多的錢買到具有特殊意義的商品，這和傳統的包裝是截然不同的銷售方式，能夠創造新的話題性和趣味性，打破傳統包裝的概念。
4. 數位化帶來的改變還不僅於此，打開手機的 APP，現在琳瑯滿目的數位程式充斥著我們的生活(現場實際秀了幾個 APP 案例給大家看)，這些數位體驗往往都和實體商品能夠產生連結，例如：有人在網路上教學如何化妝，她們會在影片中解說如何使用產品，同時也替產品做了宣傳，但是你有沒有發現，有時候她並不是說明產品有多好多好，而是因為產品的包裝非常吸引她，非常

可愛或是非常好看，這種線上的推薦影音文會進而影響消費者進行商品選購時產生影響，因此，千萬不要小看數位帶來的改變，更要了解商品從包裝、行銷到數位之間的連結，包裝印刷雖然只是產品的一個環節，卻有可能是影響商品銷售的重要因素。

主題 2：「The creative procces of the work of Salvador Marco」

講師：Mr. Salvador Marco

1. Marco 是名西班牙藝術家，西班牙的 Universitat Politècnica de Valencia 畢業主修雕刻，2011 年因為受到台灣的風景與民情吸引，於是決定旅居台灣，落腳於三義。
2. 他從學生時代就有很多機會參加展出並獲得獎項，像是“2003 年 Benetusser 雕塑雙年展首獎”和“2004 年瓦倫西亞市議會雕塑首獎”，旅居台灣後也參加過許多重要的雕刻藝術活動，例如：“2011 中國莆田的“第一屆國際木雕大師邀請創作”、2012 日本愛媛縣西條的“Uchinuki21 國際石雕藝術大獎”的唯一獲獎藝術家、並在 2012 於華山舉辦了他第一次的個展”、當年度更參加台北國際藝術博覽會時吸引許多台灣和國際收藏家的關注，包含台中市政府、台北 101 大樓及台北當代藝術館都是蒐藏者。
3. Marco 這個演講主要介紹他創造藝術的一個過程以及他藝術作品所以闡述的意境，藝術是一個透過對生活反思而產生的一個行為，創造是將其意念之展現，作品的產生也是創造者生命歷練的過程，例如同樣是透過大理石雕塑成圓弧型就發展出好幾個階段，當 Marco 在經歷父親這個角色之後，圓弧內的波浪就更豐富了。(主持人特別描述幾個 Marco 的作品，在外人眼中看起來好像很平凡的作品，其實因為材料的特性以及他所雕塑出來的造型，

要達到非常圓潤和流暢的線條其實是非常高的技術表現。)

4. Marco 希望透過自己的經驗，分享給觀眾，藝術存在於生活之中，透過簡潔的線條與樹木、原石的創作，呈現生命的意義，傳遞記憶，喚醒我們對內心對於生命與和文化的景仰與情感。

主題 3：「Creator's Responsibilities...What are we really launching to the public spaces?」

講師：Johann Geiger

1. Johann Geiger 的專長是運輸工具設計與工業產品設計，德國慕尼黑人，目前是大葉大學工業設計系的老師，曾任德國 Target Design 公司 設計總監，二十多年設計實務經驗，服務對象包括 BMW、HONDA 等知名大廠。他還是鈴木重機車的經典車款 KATANA 的設計師，這部重機在台灣擁有不少車迷，算是大師級的工業設計師。
2. Johann Geiger 這次和大家分享的內容是設計師的責任，他談到從事設計這個工作，其實是有社會責任的，因為設計師的產品是要被量產的、販售給消費者的，像是運輸工具除了功能性之外，產品的視覺和呈現給人們的觀感也相當重要。怎麼說呢？Johann Geiger 舉例，之前有個實驗，第一次請一群小孩畫出樹的圖案，小孩的畫都各有風格，但之後在教室放入一張含有樹的圖畫，在沒有特別指導的情況下，每隔一個禮拜再請小孩畫樹，小孩的作品卻受到了影響，這個故事告訴我們，生活週遭的視覺其實無形的在影響著每個人。這時候你可以想想，如果暴力、色情、黑暗、恐怖等視覺透露在社會中會發生什麼事情？Johann Geiger 提到或許成年人在經過教育或判斷之後能夠做出合適的心態調整，

但是孩子呢？如我們日常會搭的公車車身廣告，或是孩童最喜歡的電玩遊戲，又或者是無遠佛界的網路世界，越是充斥著這些負面的圖像，帶來的影響可能遠超乎你的想像。所以，身為一個設計師，會創造視覺圖像的人而言，這點其實是重要的、也是 Johann Geiger 在乎的，他認為應該要對自己的設計負責任，哪怕 100 個孩童中只有 1 個會受到影響，他都要盡力做到他應當的職責。這也是他努力要傳達的觀念，對自己的設計負責，這個責任是具有社會性的，討論起來可以輕鬆談諧但卻是嚴肅的議題。

3. <http://captology.stanford.edu/about/what-is-captology.html> 這個網站是 Johann Geiger 推薦大家可以上去看的，這裡面介紹了 Captology 這個研究在做什麼，其實就是前一個段落他所提到的問題，他們透過科技的電腦運算去研究，為了改變人們的態度活行為而建立的一個互動式計算產品分析，這裡面包含了電腦、手機、網站、移動技術、無線技術和視頻遊戲等，透過電腦的運算，了解這些產品的影響，改變了哪些人們的行為與觀念。
4. 呼應到圖文傳播這個議題，大家可能著重於設計美學或是傳播方法，Johann Geiger 則是以社會責任這個角度切入，帶給大家不同的觀點來討論，並期望好的想法與觀念能夠傳遞給更多人。

2016 年精緻印刷文創增值暨市場拓展輔導計畫
辦理印刷企業經營與產業技術專題講座－4
「企業永續經營新趨勢研討會」

【時間】：105 年 11 月 14 日 (一)下午 1 點

【地點】：台北市進出口商業同公會 (台北市中山區松江路 350 號)

【參與人員】：如簽到表

【會議內容】：

(一) 綠色貿易商機的第一手觀察

1. 國際組織綠色商品倡議：

(1). WTO/APEC 環境商品清單、FTA 環境專章

(2). 綠色商品的關稅削減至 5%以下

2. 歐巴馬新環境法案:2030 時，溫室氣體排放-32% vs 2005，
再生能源率 22%→28%；火力發電 39%→27%

3. 歐美大國都在減碳，我國碳排放量則堅定成長。

4. 國際對綠色產品訴求趨勢。

5. 國際組織綠色商品倡議，WTO/APEC 環境商品清單、
FTA 環境專章；綠色商品的關稅削減至 5%以下。

(二) - ISO 9001:2015 & ISO 14001:2015 品質及環境管理系統改版
說明

1. 自 2015 年 10 月 1 日起，需求申請核發舊版證書者，需在
2018 年 9 月前「轉換」為新版證書。

2. 自 2017 年 1 月 1 日起，BVC 將停止「新客戶」申請舊版證書。
3. 「轉換」需執行「換證稽核」，其必須在 SV1、SV2 或 RA 時進行。(沒有其它的時機可以選擇)
4. 注意！2018 年 9 月後，將不再有舊版證書。
5. 主要差異
 - (1). 新增－瞭解組織及其背景（外部及內部議題）
 - (2). 新增－瞭解利害相關者的需求及期望（要求）
 - (3). 重新定義－角色、責任及權限（無管理代表）
 - (4). 新增－決定風險和機會（風險管理）
 - (5). 新增－知識管理（Know-how）
 - (6). 新增－應急措施（區隔及圍堵）
 - (7). 刪除－品質手冊與預防措施

(三) 企業永續與職業安全衛生管理系統

1. 「企業社會責任」是什麼？Bowen 認為，企業的決策會對社會產生影響，所以企業管理者不但在決策時必須考慮企業成功的關鍵因素，同時也必須將該決策可能對社會所產生的不良影響納入考量。
2. CSR－國際勞工組織核心勞工標準
 - (1). 所謂標準包括：公約、建議
 - (2). 公約具法律約束力，建議則為非約束性準則
 - (3). 公約在年度國際勞工大會中被採用後，並經會員國「批准」，需應用於國家法規中，並定期報告其成效標準的用途包括：國家法規的架構、政策方向、影響地區及企業的管理。

3. CSR－聯合國「全球盟約」

(1). 目前已有 145 多國家約 10,000 多家企業與非企業實體簽署盟約，其中 30%是中小企業。

(2). 參與方式

a) 企業參與－承諾及捐款，每年提交一次進度溝通報告(Communication of Progress,COP)

b) 非企業參與－兩年提交一次參與溝通報告 (Communication of Engagement, COE)

2016 年精緻印刷文創增值暨市場拓展輔導計畫
辦理印刷企業經營與產業技術專題講座－5
「印刷外銷策略暨轉型升級技術分享」研討會

【時間】：105 年 11 月 08 日，13 點 50 分

【地點】：集思台大會議中心，亞歷山大廳(台北市羅斯福路 4 段
85 號 B1)

【參與人員】：如簽到表

【會議內容】：

會議由企劃組洪秀文組長主持並進行宣導兩性平權及針對 105 年度精緻印刷文創增值暨市場拓展輔導計畫與本日活動主協辦單位及講者進行介紹後進行今日之專題演講。

專題演講一：印刷業外銷策略之探討

主講人：逢甲大學國際經營與貿易學系系主任 吳廣文博士

吳博士從印刷業展現況為開場將印刷進行分類更以 94-104 年印刷業的直接外銷價值、常見的外銷問題與國際市場進入模式分析建議印刷業外銷策略需以服務創新的商業模式為導向進行定位企業價值、強化服務創新、跨產業合作、發展電子商務以達到印刷環境永續之目標。

專題演講二：以創新的技術 開拓國際市場

主講人：山水彩色印刷股份有限公司廠長 吳文和博士

吳博士就近年國內來印刷業處於比較低迷的狀態原因如雜誌及書籍的數量萎縮，加上國內商業輪轉機過盛，開機率較低時，造成低降競爭為開端引領與會者思維如何轉型或投入創新的技術來爭取更多訂

單。並於會中簡述該公司也曾經面臨一些因其他產業變動或政府政策之影響與今年 8 月完成經濟部科技研究發展專案及獲頒工業局主辦第十屆台灣金印獎創新技術獎進行“3D 疊紋微透鏡用表面處理劑研製與應用開發計畫”心得分享“希給同業一個轉型升級之參考

亦於二場專題演講後由圖文資通小組 林昆賢經理進行進行中心 AR 擴增實境介紹，並帶領現場與會者進行 AR 活動刮刮卡體驗，深獲歡迎，亦有不少與會者於會後留下詢問 AR 製作事宜，本日活動在二位講者的分析、分享、交流討論及林經理的活動帶領下圓滿結束。

附件

印刷技術應用推廣活動「印刷藝術節」—媒體露出明細

網路媒體：

[illegible]

露出時間	類型	標題	網址
08/26	新浪新聞	工業局結合創意行銷 印刷產業	http://backend.static.news.sina.com.tw/article/20160826/18_422009.html

The screenshot shows the Sina News website interface. At the top, there's a navigation bar with categories like 'Home', 'Real-time', 'Politics', 'Society', 'Entertainment', 'International', 'Cross-strait', 'Life', 'Travel', 'Technology', 'Sports', 'Finance', 'Weather', 'Popular', and 'Special'. Below this is a search bar and a section for 'Hot Keywords'. The main content area displays the article '工業局結合創意行銷印刷產業' (Industrial Bureau combines creative marketing to promote the printing industry) by the Central News Agency (中央社), dated 2016-08-26 14:50. The article text mentions the 2016 Printing Technology Festival and the promotion of creative marketing for the printing industry. To the right of the article is a 'Life Market' (生活市集) section featuring various products and their prices. At the bottom, there's a 'Politics' (政治) section with a list of news items.

露出時間	類型	標題	網址
08/26	新浪台灣	工業局結合創意行銷印刷產業	http://iview.sina.com.tw/post/9631075



露出時間	類型	標題	網址
08/26	新浪台灣	工業局結合創意行銷印刷產業	http://iview.sina.com.tw/post/9631075



露出時間	類型	標題	網址
08/26	中央社	工業局結合創意行銷印刷產業	https://tw.mobi.yahoo.com/news/%E5%B7%A5%E6%A5%AD%E5%B1%80%E7%B5%90%E5%90%88%E5%89%B5%E6%84%8F%E8%A1%8C%E9%8A%B7%E5%8D%B0%E5%88%B7%E7%94%A2%E6%A5%AD%E5%9C%96-060301266.html

工業局結合創意行銷印刷產業 (圖)

中央社
創刊於1945年

【註冊送電流屏】送贈品沒煩惱？行銷A咖一鍵搞定！

經濟部工業局「2016印刷藝術節暨MIT嘉年華」串聯高雄在地印刷產業共同推動印藝技術，結合創意工作者進行行銷，9月3日將舉行晨光早餐運動派對，工業局26日為活動暖場，中央社記者程敬峰高雄攝，105年8月26日

露出時間	類型	標題	網址
08/26	中時電子報	印刷藝術節顛覆你的想像	http://www.chinatimes.com/realtimews/20160826004019-260405

中時電子報

印刷藝術節顛覆你的想像

2016年08月26日 14:36 吳江景

點閱 487

6/10 我要評分 實實實實

吳江景的最新文章

- 高雄海濱社區暨美芝路次文化場附近活動
- 臺南市周4藝文：橋236區間站
- 都會華樂樂隊：親子創作黏土藝術展
- 美國科隆日式大排檔：高雄比鄰藝文中心
- 高雄比較藝術與設計活動：和信國際中心

【自電月刊】644期稿本出版

露出時間	類型	標題	網址
08/26	Match生活網	印刷藝術節顛覆你的想像	http://m.match.net.tw/pc/news/life/20160826/3696775



露出時間	類型	標題	網址
08/26	Buzzbooklet 生活新聞網	印刷藝術節顛覆你的想像	http://www.buzzbooklet.com/card/551592/%E5%8D%B0%E5%88%B7%E8%97%9D%E8%A1%93%E7%AF%80%E9%A1%9B%E8%A6%86%E4%BD%A0%E7%9A%84%E6%83%B3%E5%83%8F



露出時間	類型	標題	網址
08/26	工商時報	印刷藝術節顛覆你的想像	http://ctee.com.tw/LiveNews/Content.aspx?nid=20160826004019-260405&ch=ch



露出時間	類型	標題	網址
08/26	工商時報	印刷藝術節顛覆你的想像	http://ctee.com.tw/MOBILE/NowNews.aspx?ch=ch&nid=20160826004019-260405



露出時間	類型	標題	網址
08/26	大紀元	印刷藝術節 9/3高 雄登場	http://www.epochtimes.com/b5/16/8/26/n8240211.htm



露出時間	類型	標題	網址
08/26	大紀元台灣	MIT印刷新時尚 工業局舉辦「印刷藝術嘉年華」 9/3高雄登場	http://www.epochtimes.com.tw/n179519/MIT%E5%8D%B0%E5%88%B7%E6%96%B0%E6%99%82%E5%B0%9A-%E5%B7%A5%E6%A5%AD%E5%B1%80%E8%88%89%E8%BE%A6%E5%8D%B0%E5%88%B7%E8%97%9D%E8%A1%93%E5%98%89%E5%B9%B4%E8%8F%AF93%E9%AB%98%E9%9B%84%E7%99%BB%E5%A0%B4.html



露出時間	類型	標題	網址
08/26	Buzzbooklet 生活/要聞	MIT印刷新時尚 工業局舉辦「印刷藝術嘉年華」9/3高雄登場 MIT印刷 偉士牌	http://www.buzzbooklet.com/card/551541/MIT%E5%8D%B0%E5%88%B7%E6%96%B0%E6%99%82%E5%B0%9A%2B%E5%B7%A5%E6%A5%AD%E5%B1%80%E8%88%89%E8%BE%A6%E3%80%8C%E5%8D%B0%E5%88%B7%E8%97%9D%E8%A1%93%E5%98%89%E5%B9%B4%E8%8F%AF%E3%80%8D9%E5%BC%8F3%E9%AB%98%E9%9B%84%E



露出時間	類型	標題	網址
08/26	鳳鳴廣播電台	2016印刷藝術節暨 MIT嘉年華活動9/3勞工公園登場	http://www.fengmin.com.tw/news_detail.asp?NewsId=7676



露出時間	類型	標題	網址
08/26	HiNet新聞	經濟部工業局 2016 印刷藝術節 9/3、9/4 高雄市勞工公園	http://times.hinet.net/news/19255671



露出時間	類型	標題	網址
08/26	新浪新聞	經濟部工業局 2016 印刷藝術節 9/3、9/4 高雄市勞工公園	http://news.sina.com.tw/article/20160826/18421863.html



露出時間	類型	標題	網址
08/26	大成報	經濟部工業局 2016 印刷藝術節 9/3、9/4 高雄市勞工公園	http://www.greatnews.com.tw/home/news_pagein.php?iType=1009&n_id=123091



露出時間	類型	標題	網址
08/26	民生好報	經濟部工業局 2016 印刷藝術節 9/3、9/4 高雄市勞工公園	http://www.lifedaily.tw/?p=41932



露出時間	類型	標題	網址
08/26	勁報	經濟部工業局 2016 印刷藝術節 9/3、9/4 高雄市勞工公園	http://www.twpowernews.com/home/news_pagein.php?iType=1009&n_id=109115

The screenshot shows the Twpowernews website with the article titled '經濟部工業局 2016 印刷藝術節 9/3、9/4 高雄市勞工公園'. The article describes the festival's activities, including a car show, a car culture exhibition, and a car show. It mentions that the festival is held at the Kaohsiung Labor Union Park and is organized by the Industrial Bureau of the Executive Yuan. The article also includes a photo of the festival's opening ceremony.

露出時間	類型	標題	網址
08/26	PChome 新聞	經濟部工業局 2016 印刷藝術節 9/3、9/4 高雄市勞工公園	http://news.pchome.com.tw/society/twpowernews/20160826/index-14721895878461647002.html

The screenshot shows the PChome News website with the article titled '經濟部工業局 2016 印刷藝術節 9/3、9/4 高雄市勞工公園'. The article describes the festival's activities, including a car show, a car culture exhibition, and a car show. It mentions that the festival is held at the Kaohsiung Labor Union Park and is organized by the Industrial Bureau of the Executive Yuan. The article also includes a photo of the festival's opening ceremony.

露出時間	類型	標題	網址
08/26	高雄e報	經濟部工業局 2016 印刷藝術節 9/3、9/4 高雄市勞工公園	http://blog.news-007.com/ks/news_ii.html?nID=2339



露出時間	類型	標題	網址
08/26	蕃新聞	經濟部工業局 2016 印刷藝術節 9/3、9/4 高雄市勞工公園	http://n.yam.com/greatnews/society/20160826/20160826857546.html



露出時間	類型	標題	網址
08/26	生活情報	經濟部工業局 2016 印刷藝術節9/3、9/4 高雄市勞工公園	http://wfc4938.blogspot.tw/2016/08/20169394.html?view=classic



露出時間	類型	標題	網址
08/26	鮮週報	印刷藝術節暨MIT嘉 年華 9月3日勞工公 園見	http://www.freshweekly.com.tw/?pn=vw&id=1n406p11f61i



露出時間	類型	標題	網址
08/26	e2 壹凸新聞	2016印刷藝術節暨 MIT嘉年華活動	http://news.e2.com.tw/utf-8/2016-8/8806426.htm



露出時間	類型	標題	網址
08/26	臺灣導報	印刷很藝術 不信？來 瞧嘉年華	http://www.taiwanreports.url.tw/2016/08/26/%E5%8D%B0%E5%88%B7%E5%B E%88 %E8%97%9D%E8%A1%93-%E4%B8%8D% E4%BF% A1-%E4%BE%86%E7%9E%A7%E5%98%8 9%E5%B9%B4%E8%8F%AF/



露出時間	類型	標題	網址
08/26	中華海峽 兩岸新聞 報	2016印刷藝術節暨 MIT 嘉年華活動精 采 滿滿	http://www.ccsn0405.com/2016/08/ 2016mit.html



露出時間	類型	標題	網址
08/27	旅遊時 報	2016印刷藝術節暨 MIT 嘉年華活動 精采 滿滿	http://www.z98737406.tw/?p=34316



露出時間	類型	標題	網址
08/27	指傳媒	2016印刷藝術節暨 MIT 嘉年華活動精采 滿滿	http://www.fingermedia.tw/?p=444613



露出時間	類型	標題	網址
08/27	台灣新生報	印刷藝術節暨MIT嘉年華 有看頭	http://www.tssdnews.com.tw/?FID=14&CID=325907



露出時間	類型	標題	網址
08/27	HiNet新聞	印刷藝術節暨MIT嘉年華 有看頭	http://times.hinet.net/mobile /news/19256571



露出時間	類型	標題	網址
08/27	PChome新聞	印刷藝術節暨MIT嘉 年華 有看頭	http://news.pchome.com.tw/pub lic/tssdnews/20160827/index-1 4722272009926767016.html



露出時間	類型	標題	網址
08/27	青年日報	印刷藝術嘉年華 9.3 熱鬧開趴	http://news.gpwb.gov.tw/News/1181



露出時間	類型	標題	網址
08/27	PChome 新聞	印刷藝術嘉年華 9.3 熱鬧開趴	http://news.pchome.com.tw/living/gpwb/20160827/index-47223500026214201009.html



露出時間	類型	標題	網址
08/27	自由時報	〈南部〉自造新鮮人 台港學生聚駁二	http://news.ltn.com.tw/news/local/paper/1026003



露出時間	類型	標題	網址
08/31	經新聞	2016印刷藝術節~MIT嘉年華【高雄】	http://www.economic-news.tw/2016/08/2016-Printing-Art-Festival.html



露出時間	類型	標題	網址
09/03	YAHOO新聞	印刷藝術節（1）	https://tw.news.yahoo.com/%E5%8D%B0%E5%88%B7%E8%97%9D%E8%A1%93%E7%AF%80-1-%E5%9C%96-053501154.html



露出時間	類型	標題	網址
09/03	YAHOO新聞	印刷藝術節（2）	https://tw.news.yahoo.com/%E5%8D%B0%E5%88%B7%E8%97%9D%E8%A1%93%E7%AF%80-2-%E5%9C%96-053501154.html



露出時間	類型	標題	網址
09/03	新浪新聞	印刷藝術節(1)	http://news.sina.com.tw/article/20



露出時間	類型	標題	網址
09/03	新浪新聞	印刷藝術節(2)	http://news.sina.com.tw/article/20160903/18519389.html



露出時間	類型	標題	網址
09/03	新浪台灣	印刷藝術節MIT嘉年華登場 吸引眾多民眾	http://iview.sina.com.tw/post/9716031



露出時間	類型	標題	網址
09/03	新浪休閒	印刷藝術節MIT嘉年華登場 吸引眾多民眾	http://easy.sina.com.tw/news/article_n



露出時間	類型	標題	網址
09/03	公民新聞	2016 經濟部工業局印刷藝術節暨 MIT 嘉年華 展出印刷技術車貼應用	https://www.peopo.org/news/318479



露出時間	類型	標題	網址
09/02	中華新報	2016印刷藝術節暨 MIT嘉年華	https://youtu.be/IKakWqUg_LQ



暨MIT嘉年華 將顛覆你的想像！連結高雄在地印刷產業共

露出時間	類型	標題	網址
09/03	YouTube	SG走秀1 (4K HDR)@2016年印刷藝術節	https://youtu.be/JpT9gvGVX6c



SG走秀1 心恩34C(4K HDR)@2016年印刷藝術節[無限HD]

INFINI HD 4K (dan201)

訂閱 161,507

觀看次數：2,836

新增至 分享 更多

露出時間	類型	標題	網址
09/03	YouTub e	SG走秀2 (4K HDR)@2016年	https://youtu.be/5IrPcCKCyJU



SG走秀2 心恩34C(4K HDR)@2016年印刷藝術節[無限HD]

INFINI HD 4K (dan201)

訂閱 161,507

觀看次數：5,716

新增至 分享 更多

37 2

露出時間	類型	標題	網址
09/03	YouTube	SG走秀3 (4K HDR)@2016年印刷藝術節	https://youtu.be/PNtgwxwaog0



SG走秀3 心恩34C(4K HDR)@2016年印刷藝術節[無限HD]

INFINI HD 4K (dan201)

訂閱 161,507

觀看次數：6,105

露出時間	類型	標題	網址
09/03	YouTube	Hot Q Girls 熱舞 (4K HDR)@2016年印刷藝術	https://youtu.be/UZSZS1OdnC0



Hot Q Girls 熱舞(4K HDR)@2016年印刷藝術節[無限HD]



觀看次數: 4,897

+ 新增至 分享 ... 更多

15 1

電視媒體

露出時間	媒體	標題	秒數
08/29	人間衛視	傳統印刷藝術化 多元文創展現生命力	2"14

露出時間	媒體	標題	秒數
08/30	鳳信新聞	整合高雄印刷藝術 展現產業發展成果	2"30

露出時間	媒體	標題	秒數
09/04	十方法界	印刷藝術節	2'22

露出時間	媒體	標題	秒數
09/04	十方法界	故宮國寶藝術 在印刷藝術節可觀賞	2'03

露出時間	媒體	標題	秒數
09/12	十方法界	印刷也生活化藝術化	1"51

露出時間	媒體	標題	秒數
09/12	十方法界	印刷運用 圖騰印在身上和衣服上	2"35

圖 24 「印刷品行銷應用推廣活動」-媒體接露整理