

「綠塑木」-塑木複合材料

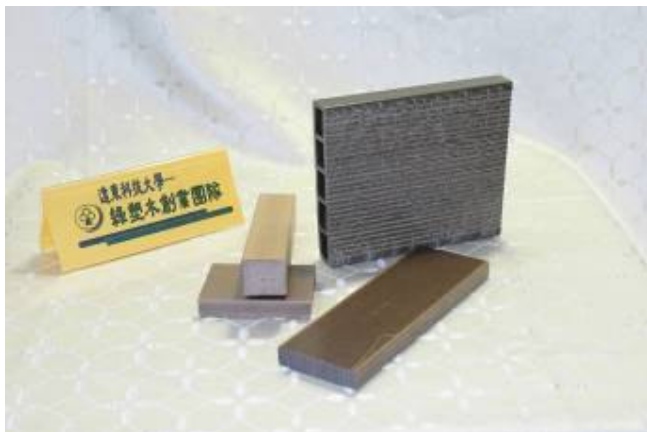


近年來全球出現氣候異常及暖化危機，人類不得不面對此一「不願面對的真相」。大自然的確在反撲了，舉凡肯亞的旱災、北極熊找不到棲身之處、原木的匱乏等，都在喚醒人們對於地球環保的危機意識。危機可以是轉機，遠東科技大學創業團隊看到此一機會，利用優勢的研發技術，研發出「綠塑木」複合材料以取代日益短缺的原木，並運用品牌行銷策略開創綠色環保商機。

「綠塑木」複合材料主要是採用來自於木粉、農業纖維、其他植物纖維與塑膠作為原料，以特殊配方與製程技術，將不相容的木粉、天然纖維與塑膠複合一起，加工成所需要的各種產品。為符合環保及節能的原則，原料絕大部份為廢料，生產過程低污染且產品可以回收



重製再利用。「綠塑木」複合材料產品的特點具有無毒性、高彈性、耐衝擊性、不龜裂性、不怕潮濕，也不會腐爛，可作為安全材質，而且它具有防水及抗酸鹼性，耐腐蝕、耐汙染、抗菌性，易於保養、維護，優於一般天然木材材質的特性。「綠塑木」另一項功能優勢為可添加低煙無鹵阻燃劑，使其在燃



燒時不會產生毒廢氣，可解決木料建材防火難燃的問題，未來可望取代傳統木料建材。「綠塑木」複合材料的適用範圍廣泛，包含有景觀造景、傢俱、木地板、水利工程建設、倉儲搬運等地方。

「綠塑木」複合材料具成本優勢，成品價格介於高級木與雜木之間。根據市場研究機構 Freedonia Group 針對國外市場塑木複合材料之需求驅動力估計，全球整體的塑木複合材料市場將以 20~30% 的成長率持續成長，目前整體大約為 57 億美金。依據 2008 年加拿大 AM 公司市場研究及本團隊之預估，未來在 2012 年「綠塑木」複合材料將可取代台灣木材市場之佔有率達到 11.34% 至 18.90%。



「綠塑木」複合材料，目標顧客群鎖定為國內具有成型加工技術的製造商，如建材及傢俱、塑膠容器等製造商，再針對塑木複合市場進行研究與分析找出利基產品，利用關聯核心技術，製造符合市場需求之複合材料相關產品。未來行銷策略將以強調產品高附加價值與功能性、售價便宜、零階通路與新產品共同開發等，以專業服務建立長期顧客關係及塑造「綠塑木」為市場「產品專家」的品牌形象。

微笑曲線的左端強調研發創新可為企業帶來最高的價值，「綠塑木」複合材料所研發之創新技術，相對於傳統的製造技術有顯著之競爭優勢。產品的優勢在於延長使用生命週期及



可重覆使用之特性。從原料取得、生產、施工、使用、棄置等各階段，皆可達到低資源、低污染的條件，具環保訴求，可突顯永續經營之價值性。在微笑曲線右端的行銷面，「綠塑木」將傳遞出品牌對環境保護與再生利用的品牌價值觀與社會責任，藉由具服務能量的專業人員服務與顧客建立長久的關係。以創新的技術開發適用的產品，以增加使用者對產品的親身體驗，改善消費的認知與行為，再以行銷策略創造出使用者對「綠塑木」品牌的想像空間，最後再以不斷求新、求變的過程中，訂定明顯的品牌願景，凝聚企業員工的向心力，並激勵消費者對綠塑木品牌的共鳴與認同，來驅動「綠塑木」複合材料的品牌價值。

參賽心得：

從167隊的參賽團隊中，入圍國內最高階創業比賽的決賽。在競賽過程中，有許多挑戰等著我們去克服，從產品的了解到提案的撰寫，再再考驗著我們幾個小鬼頭，尤其是在第二階段的時候，完整的企劃書，必須涵蓋企管領域的所有專業能力，包括行銷規劃、財務預測、生產排程等專業知識，對我們而言，倍感吃力。有好幾次都幾乎想要放棄了，但是指導老師企管系主任邱清顯博士及蔣丞哲博士在一旁鼓勵我們說：「既然參加了，就一定要堅持到底，因為放棄者絕不會成功，成功者絕不會放棄」，而且參加這種大賽對於我們而言，是生命中很難能可貴的一次經驗，也是最快速成長的機會。

在決賽最後前三天，我們商管學院的大家長張永富院長的探訪，幫我們鼓勵，為團隊注入一份新的動力。而比賽前二天大伙兒更是練習到半夜，有好幾次我們因為求好心切，遲遲無法順利地完成簡報，我們幾個抱頭大哭了起來。張院長勉勵我們，不要急，不用氣餒，盡全力去做就對了；前一天我們更是使出全力從早上練習到半夜；這一天對我們格外重要的是，我們的校長王元仁博士與副校長鐘明吉博士來替我們加油打氣；讓我們全隊士氣大振，充滿信心，決心全力以赴，絕不輕言放棄。入圍決賽是對我們的努力的最佳肯定。謝謝主辦單位，感謝遠東科技大學的老師們，謝謝團隊伙伴們，因為有你們指導與鼓勵，經過這次參賽，以後面對任何困難，我們將勇往向前突破難關，綻放璀璨人生的微笑。