

逢甲大學學生報告 ePaper

永豐餘之策略分析矩陣

Strategy Matrix of Yuen Foong Yu

作者：吳宛容、莊宜汝、林秋香、林幸濃、曾珮姍、蘇一全

系級：企業管理學系四年乙班

學號：D9782310、D9735733、D9742419、D9782204、D9782353

開課老師：鄭孟育 老師

課程名稱：策略管理

開課系所：企業管理學系

開課學年：100 學年度 第 1 學期



中文摘要

我們在本文裡介紹了永豐餘這個集團，又因為永豐餘是台灣造紙業中數一數二的大企業，因此我們特別研究它成功的原因。

我們利用策略矩陣來做分析，在矩陣的列我們放了永豐餘的投入跟產出，而在行的那一欄我們則放了產品線之廣度與特色、目標市場區隔與選擇、垂直整合程度之取決、相對規模與規模經濟、地理涵蓋範圍、競爭優勢。我們在單論裡談論了每個座標的關係。由於永豐餘集團的子公司眾多，因此我們在產出方面只針對他的紙與紙板、工業用紙、消費品和最近新推出的電子紙來做研究。

最後我們利用策略矩陣畫出策略點來找出永豐餘集團的成功方針，並針對這些策略點作詳細的論述。

研究動機

自東和蔡倫發明造紙以來，自生活用品、食品容器、包裝、資料記載等，在我們生活周遭中無處不在，已成為和我們息息相關、不可或缺的物品。

近日，衛生紙漲價的新聞消息不斷出現，讓我們對於永豐餘有更多的認識和接觸，因此引發我們想要探討的興趣。

再加上近年來，對於環保越趨重視，身為台灣造紙業先驅的永豐餘，意識到造紙業的神聖和嚴肅性、對大自然的敬重與保護，將環保的概念帶入產品的生產，從清潔生產、推動製程減廢、廢棄物資源回收、產業零污染、微生物製漿、環保油墨使用到電腦數位印刷、電路電子商業零庫存、新產品的創新開發外，更積極推動國外尖端科技移轉與合作等，全面實現永豐餘綠色、環保的企業文化。永豐餘在「環保」、「永續」、「利他」的信念下，持續進行各項短中長期之業務發展計劃。

關鍵字：永豐餘、策略管理、策略矩陣分析



Abstract

Yuen Foong Yu (YFY) Paper Manufacturing Co. was the pioneer of private paper manufacturer in Taiwan. We want to know the reason of success of Yuen Foong Yu. So we analyze the company of Yuen Foong Yu by Strategy Matrix.

Yuen Foong Yu has big group domain, so we focus on paper department, consumer product department and e-paper. And in the paper we also introduce Yuen Foong Yu, include history, philosophy, future prospect, business categories and so on.

Keyword :

Yuen Foong Yu 、 YFY 、 Strategy Matrix





目 次

壹、	永豐餘集團簡介.....	4
一、	公司概述.....	4
二、	創辦人—何傳.....	4
三、	現任領導人—邱秀瑩.....	5
四、	發展概述.....	5
五、	企業文化.....	7
六、	經營方針.....	8
七、	未來展望.....	10
貳、	永豐餘集團歷史沿革.....	11
參、	永豐餘集團產品介紹.....	19
一、	紙與紙板.....	19
二、	工業用紙.....	23
三、	消費品.....	24
四、	電子紙.....	25
肆、	策略矩陣圖—總表.....	31
伍、	單論.....	32
一、	研發.....	32
二、	原料.....	33
三、	製造.....	34
四、	資訊系統.....	36
五、	通路.....	38
六、	品管.....	40
七、	併購.....	42
八、	人資.....	44
九、	紙與紙板.....	46
十、	工業用紙.....	48
十一、	消費品.....	50
十二、	電子紙.....	52
陸、	永豐餘集團策略矩陣組合分析.....	54
一、	環保產品策略.....	54
二、	E化策略.....	57
三、	著眼亞洲，放眼全球策略.....	60
柒、	結論.....	64
捌、	參考文獻.....	65



壹、 永豐餘集團簡介

一、 公司概述

1. 基本資料

創始於： 西元 1926 年

創辦人： 何 傳 (信誼先生)

董事長： 邱秀瑩

2010 年永豐餘合併總營收： 513 億元(台幣)

2. 以造紙為核心事業，發展橫跨造紙業上中下游

永豐餘造紙股份有限公司前身為永豐商店，致力於農業經濟產業，後以造紙為核心事業，發展橫跨造紙業上中下游，目前以集團事業群經營機制發展。



永豐餘為台灣民營造紙業先驅，創立於 1950 年。產品穩居國內造紙業之領導地位。永豐餘在造紙為本位下推展出多品項、多品類等紙品，包含文化用紙、工業用紙、紙容器及家庭用紙等。

二、 創辦人－何傳

安平延平街 86 號，人稱『台灣屋』，是何傳的故居，何傳的上一代伯叔在安平皆是望重之人，惟有何父皆來因天生異於常人，家道中落，故何傳小時候生活極為困苦，乃發奮苦讀，曾入養正書塾國文班研習十年，國學造詣甚深，何傳生於民國前十五年，號信誼，九歲即赴新營伯父家從事雜役，十二歲至台南公醫處為藥局生，十五歲入台南安部幸株式會社習得蔗糖、肥料、雜糧買賣之經驗，民國十二年於台南市與弟何永、何義三人共創永豐商店，並設支店於高雄、大甲、員林、屏東，此即永豐公司的前身。



民國二十八年遷居高雄市哈馬星，並首創蔗板製紙場於鼓山內惟，製造水泥袋，此即永豐餘造紙公司的前身，1950年設永豐餘造紙股份有限公司於大樹鄉九曲堂，製造紙漿，生產銅板紙、牙膏盒等在業界執牛耳及領先之地位，除了造紙外尚擔任永豐化學、永豐製藥、松山機械、新台灣農業機械《久保田農機》的負責人，更是台塑的創辦人之一，台北企銀董事長，台泥、台塑的常董，其在經商致富亦不忘回饋社會鄉里，1957~1984年擔任高雄市台南市同鄉會理事長近28年，對本會的貢獻卓著，1977年創立信誼文教基金會於台北市，獻身社會教育，幫助弱小；又擔任台灣紙業公會第10~15屆、台灣省進出口聯合公會及第2~3屆塑膠公會理事長；1981年為奉獻鄉里，捐建安平文化中心，即今之安平圖書館大樓。

何傳先生可謂福祿壽全歸，日據時期改姓名為永野傳，並曾當選高雄巿市議員及光復後第一屆臨時省議員，設籍高雄市，晚年遷居台北，歿於民國78年農曆1月7日，享年93（1897~1989），卒後被高雄巿政府課徵遺產稅約十億元，後歸葬於桃園縣大溪金山面墓園，何傳先生元配李招治女士《早歿》生有培庭《就讀台南二中時歿》、壽山《繼任董事長1999年歿》，繼配林富香女士生壽川，為現任永豐餘造紙集團之董事長。

三、現任領導人—邱秀瑩

- ◎生日：1964年生
- ◎現職：永豐餘公司董事長
- ◎學歷：美國匹茲堡大學法學博士、
美國卡內基美侖大學財務管理碩士
國立台灣大學會計系學士
- ◎經歷：永豐餘造紙財務中心副總經理
光寶科技財務處投資管理協理
中信證券總經理室資深協理
大華證企劃部協理
- ◎證照：美國會計師執照
美國律師執照
- ◎家庭狀況：已婚，育有1子1女



四、發展概述

1. 台灣民營造紙業先驅

永豐餘造紙股份有限公司創立於1950年，為台灣民營造紙業先驅。



在產品研發和自動化不斷精進下，品質大力提升，穩居國內造紙業之領導地位。永豐餘在造紙為本位下推展出多品項、多品類等紙品，包含文化用紙、工業用紙、紙容器及家庭用紙等。

2. 最具規模之現代化造紙公司

永豐餘在台灣共設有久堂廠、台東廠、清水廠、楊梅廠、高雄廠、成功廠、彰化廠、竹南廠、新屋廠、桃園廠、大甲廠等廠外，同時開拓海外漿廠、紙廠之投資，本公司產品除供應國內所需外，更拓展外銷至東南亞、東北亞、中東、中南美等地，為國內最具規模之現代化造紙公司。



3. 高度創新精神的標竿企業

為提昇企業整體營運效率，強化自動化作業流程，於 2004 年正式導入電子 e 化交易平台，推動「On Demand 新世紀的紙業革命」，針對提昇造紙產業數位化應用的績效卓越，並於同年榮獲經濟部電子化成就獎的肯定，躍昇成為國內外紙業之具備高度創新精神的標竿企業。此外，同時建置財務營運總部電子化平台，以整合及發揮生產、行銷、財務等之最大之營運績效。

4. 技術交流及策略合作的資源整合

為確保永豐餘在全球市場的競爭優勢，乃積極進行技術交流及策略合作的資源整合，同時運用集團旗下的資源，包括電子科技、生物科技及金融平台等，以大力提升企業的拓發展契機，至於永豐餘集團事業版圖包括有：

- 紙業事業群
- 科技事業群
- 公益事業群
- 金融事業群
- 生技事業群

5. 朝產業控股公司發展的願景

由於永豐餘各事業體的營運模式及行銷策略都有其獨特性，為讓各事業體有更大的發展空間及策略結盟的機會，永豐餘已於 94 年 9 月 1 日將工業用紙事業部獨立分割出去，然其營運績效已呈顯著的成長，甚至進行上市的規劃。有了成功獨立分割的實例，下一階段也將進行家品事業部獨立分割的規劃，這也顯現永豐餘朝產業控股公司發展的願景。



五、 企業文化

1. 經營哲學

- 秉持「忠恕」二字，凡事盡心盡力做好，與人相處要能為人設身處地。
- 永豐餘將這樣的精神貫徹到產品品質、客戶服務、社會關懷的每一個層面上。

2. 經營策略

- 整合橫向和縱向之產業鏈之資源，創造全面性之競爭優勢。
- 建構區域性製造和全球之行銷網路積極與國際企業合作，打造全球市場之商業契機。

3. 社會關懷

1994 年的天下雜誌全國標竿企業競爭力調查中，永豐餘在“擔負企業公民責任”此專案中排行第四名。

長久以來，永豐餘一直將產業視為一個教育機構。早由創辦人何傳先生成立專業研發學前教育的信誼基金會開始，近三十年來對台灣學前教育有著深遠的影響。

直至現任總裁何壽川先生極力奔走成立肝病防治基金會，呼籲現代工商人士建立正確的健康觀念；同時募資成立消防安全基金會，對社會大眾的生命、財產安全善盡一份心力。

另外遠哲科學教育基金會的成立，乃針對高中青年提供科學研究的啟發教育；向善基金會的成立，是要呼籲社會大眾珍惜生活及生命的美好，由此可知，永豐餘始終默默地對社會付出關懷，以實際行動對社會貢獻己力。

4. 環境保護

造紙是一項人文的企業經營，特別是對大自然的尊重，永豐餘特別在多年前即成立綠色產業推動小組，秉持「環保」、「利他」、「永續」的信念，在造紙的整體製程中，運用了生物科技的各項技術，成功的建置良好的生產環境及零污染的品質，除此之外，更積極的籌資投入百萬公頃的造林業，以善盡對地球的承諾。





六、經營方針

1. 因應原物料上漲 積極降減能源成本

台灣造紙業已成熟飽和，環境變化也讓我們覺察到新挑戰，確立發展方向。第一是原物料上漲勢態明顯，紙漿與廢紙都影響造紙產業的成本結構，永豐餘於 2010 年也將降減能源成本列為策略方針，包括久堂廠汽電共生設備、成功廠煤爐新建工程均在第四季運作，對於二廠成本降減及產品競爭力有莫大助益，此外也加速推動自動化生產流程，如台東廠以「脫墨漂白線泵浦改用變頻控制工程」榮獲環保署節能減碳行動標章，提升節電以降低成本。

2. 產品結構轉型 創造產業升級新典範

其次是進口紙低價衝擊，身為國內文化用紙龍頭的永豐餘，紙與紙板事業部持續推動產品結構轉型，開發利基型產品，平衡內外銷銷售利益之最佳化；在策略上，透過市場區隔、結合通路、生產高附加價值產品、持續推動環保產品等方式，因應市場挑戰。2010 年已成功開發並銷售格拉新等特殊紙產品，不僅有效提升經營績效，更期許創造台灣造紙產業升級新典範。

3. 引進策略投資夥伴 蓄勢待發積極佈局

第三是大陸市場需求依舊旺盛，2010 年永豐餘引進策略投資夥伴，由日本製紙 (Nippon Paper Industries Co., Ltd.) 投資工紙紙器事業部門 1.1 億美元，顯示永豐餘在亞洲地區穩健營運，獲得國際企業的肯定與強烈合作意願，也代表永豐餘未來擴展亞洲市場版圖擁有更強而有力的後盾，雙方透過合資平台積極發展中國大陸市場。

4. 國際環保雙認證 建構綠色產業鏈

景氣穩定回溫，但不能忽視氣候異常引發災變頻傳，促進全球企業對於環保與永續責任的重視。擁有八十四年歷史的永豐餘，以連續 40 年入榜台灣百大企業、連續 20 年經營績效排名前五百大，獲中華徵信所頒贈「上市公司經典獎」殊榮。此外，文化用紙事業部繼 2008 年率國內之先取得第一張造紙業「森林管理委員會(FSC)」國際環保認證後，2010 年再取得「森林驗證認可計畫(PEFC)」認證，兩大國際環保認證，將使永豐餘的環保紙張更切合市場需求，也足以因應國際環保潮流的挑戰。同時在 2 月工紙紙器事業部新屋、成功兩廠取得 FSC 認可證書，建構綠色垂直供應鏈及服務體系，展現永豐餘對環境保護的聲譽與形象。

消費品事業部旗下四廠（含大陸）全數通過 FSC 環保認證，天然無毒潔品「橘子工坊」已全面推廣上市，不僅達到年度營業額成長 8 倍的成績，更深化永豐餘長期傳達的永續理念，獲得更多消費者的認同，擴大影響力。



5. 轉投資事業營收亮眼 注挹整體表現

包括元太、中華紙漿等轉投資事業在 2010 年也都表現亮麗。全球電子紙閱讀器正以倍數蓬勃發展，美國出版業就估計 2010 年全球電子書銷售額較 2009 年成長 250%，電子閱讀器在 2010 年也售出 1000 萬台以上，全球 90% 以上的閱讀器使用元太 E Inka 電子紙，彩色、觸控、軟性的研發重點，意味還有極大發展空間。

6. 一步一腳印 持續參與社會投入

社會參與方面，永豐餘於 2010 年積極透過與公部門之合作，推廣愛用環保紙張，與行銷優良紙品之責任。最值得一提的是永豐餘以文宣品贊助印刷方式參與上海世博台灣館、上海文化周等國際性活動，以優良紙品與印刷實力讓台灣被看見。

在地方關懷方面，永豐餘自 2009 年開始進行的八八災後重建，2010 年進行「親親閱讀到台東」教育計畫，將親子共讀理念推廣到偏鄉，讓偏遠地區的孩子也能就近使用圖書資源；並持續贊助「全國兒童聯想畫比賽」，落實永豐餘對教育文化的堅持。

永豐餘不管是事業經營與公益，均注重環保議題。例如 2010 年贊助「±2 度 C」環保紀錄片；與中興大學惠蓀林場合作呼籲守護台灣林木生態；並且在企業內部發起每月第一個禮拜一不吃紅肉餐飲以及員工自主廢紙回收活動，隨手做環保，全員投入珍惜資源愛地球的行列。

總而言之，在 2011 年經營策略方面，工紙紙器事業部將結合策略夥伴 NPI 進行區域市場的行銷與合作；工紙支援紙器發展，發揮上下游一體之經營效益，掌握市場優勢。紙與紙板事業部將持續推動產品結構轉型，積極開發利基型產品，追求銷售量與平衡內外銷各地區銷售利益之最佳化；因應整體經營環境及成品與原物料急速變化趨勢，力求固定費用、能源、生產及存貨成本降減，以提升經營績效。家品事業部方面，紙品以品牌經營為方針，潔品以擴展市佔為主軸，並以提升獲利貢獻、強化品牌價值及擴展經營規模為核心策略；更將進一步掌握利基市場、複製獲利模式與儲備淨現金流入，以建構長期競爭優勢。

此外，成功研發農業秸稈纖維植物之生物製漿技術，並計劃於揚州設立生物製漿廠，預訂 2011 年下半年進行先期的投產，將可取代廢紙原料，除降低成本、善用天然資源更兼具碳權效益。



七、 未來展望

有鑒於日本京都議定書及歐盟綠色產業的高度呼籲，永豐餘早於 1985 年即擁有全國唯一的造紙研究中心，針對生技製漿、造紙、印刷加工，與現場製程有關的各項主題，進行整體性的研究，除新產品的創新開發外，更積極推動國外尖端科技移轉與合作。其中，生技製程的研發及努力將是永豐餘在紙業領域勝出的優勢，也代表著永豐餘對地球環境維護的信念與承諾。



基於總體經濟環境的考量，永豐餘在「環保」、「永續」、「利他」的信念下，仍持續進行各項短中長期之業務發展計劃，包括有：

- 1.持續進行中國大陸發展規劃，建構各生產基地，提升產能並拓展營業規模
- 2.致力深耕品牌知名度，開發高附加價值產品與市場，以確保競爭優勢
- 3.強化製程改善，高度運用 e 化效能，提升經營績效與客戶滿意度



貳、永豐餘集團歷史沿革



一、第一階段

年代	事件
1929	創立永豐公司。
1937	在中國大陸建構肥料銷售系統，分設上海、天津、汕頭與廈門四家分公司。
1939	設置高雄內惟廠，生產蔗板紙板、衛生紙，後更名『永豐紙業股份有限公司』。
1940~1949	永豐公司時代併購設於1935年成立之日光纖維板廠(台南新營)更名為『永豐紙板公司』、標得台灣興亞紙業(台中豐原)生產模造紙更名為『永豐原造紙公司』
1947	造紙公會成立，永豐商店體系所屬之永豐紙業、永豐餘造紙、永豐原造紙與永豐紙板廠為創會會員。
1950	本公司創辦人何傳先生為發展文化事業，於民國三十九年春所創建，並正式建廠於高雄縣大樹鄉久堂村，為本省民營造紙業之先驅，生產牛皮紙。



1953	開始生產模造紙，永豐餘造紙跨足文化用紙，為帶動台灣文化發展奠定基礎
1954	永豐餘創辦人何傳先生赴日考察銅版紙生產技術，引進銅版紙生產技術回台研究
1956	成功開發打字紙，帶領台灣工商產業的成長（外匯時代，相關文件儲存，皆須由打字紙儲存）
1958	引進技術後，正式開工生產銅版紙
1962	永豐原造紙公司併購『大中紙廠』，更名為『烏日廠』
1966	1.合併『永豐紙業股份有限公司』（設於高雄市鼓山三路 21 號）。 2.歷經 10 年努力，成功開發高品質銅版紙，終結仰賴進口銅版紙之時代，提升文化產業與台灣教育水準 3.併購『大成記造紙』，取得先進之銅版紙生產設備，設立久堂二廠，後整併至久堂廠
1967	響應政府東移政策，設立『永豐紙業股份有限公司台東廠』
1968	為掌握主要紙漿料源，轉投資『中華紙漿股份有限公司』，為其民股大股東之一
1969	台東廠完成製漿量產，生產久堂廠所需之紙漿
1972	合併『國光紙業股份有限公司』，取得日本生產衛生紙、衛生棉與化妝紙之生產技術。
1973	再合併『永豐紙業股份有限公司』（公司設於高雄市臨海一路十一號，工廠分設台東廠及關山廠）。
1974	為達到國郵國造目的，交通部郵政總局委託開發『背膠郵票紙』。
1976	於二月，奉准補辦公開發行。為促進海外投資，與中華紙漿公司攜手轉投資於印尼之『印尼永吉紙業公司』（P.T.Indah Kiat Pulp & Paper Corp.）。

二、 第二階段

年代	事件
1977	正式上市買賣，成為大眾化之公司。
1978	永豐餘率先引進中性造紙清潔生產技術，推出百年文化用紙
1980	創設國內唯一之『造紙研究中心』，為推展國內造紙技術之研究創新而努力。
1981	設立現代化製漿系統 (TPM)，並率先採用無硫(石鹼)性製漿法
1982	1.為促進經營合理化，裁併不符經濟生產規模之關山廠及高雄廠。 2.自美國 Copetech 引進氣泡式流體化床燃燒技術



三、 第三階段

年代	事件
1983	永豐餘成功漿製漿漂白單元尤氬漂改為中濃度氧漂
1984	<ol style="list-style-type: none"> 1.利用廢紙成功開發出新荷再生紙 2.為進一步提升國際化之企業形象與加強技術升級，與泰國暹羅水泥集團於泰國共同投資設立『泰國紙業公司』(Thai Paper Co.,Ltd.)，並輸出第一套整廠輸出設備，其所生產之紙張為唯一榮獲泰國國家標準(TISI)的文化用紙，為台灣造紙業對東南亞地區之整廠輸出開創新頁。 3.全國第一套引進流體化床汽電共生系統，供應低成本之蒸汽及電力。
1985	設立永豐餘紙器事業部，跨足紙器產業，事業部組織型態正式確立
1986	<ol style="list-style-type: none"> 1.與泰國暹羅水泥集團再次合作，轉投資『泰國泰聯紙廠公司』(Thai Union Paper Co.,Ltd.)，並輸出第二套整廠輸出設備於泰國紙業公司，再度展現本公司長年累積之精湛技術水準與管理經驗。 2.於三月，桃園紙器廠順利開工生產，為本公司跨入紙器加工市場開創先聲。 3.設立永豐餘工業用紙事業部，跨足工業用紙產業，垂直整合紙器包裝市場 4.推出『鴻圖百億投資計劃』，期落實多角化經營策略。
1987	<ol style="list-style-type: none"> 1.自芬蘭 Alstom 引進循環式流體化床燃燒技術 2.楊梅廠順利開工生產，為本公司在家庭用紙市場提高優越競爭力。 3.成功一貫化生產非碳複寫紙(NCR) 4.發展全套之企業識別系統(CIS)，打造現今使用之企業標誌 -- 『外圓內方』



1988	<ol style="list-style-type: none"> 1.為因應『鴻圖百億投資計劃』所需長期營運資金，發行國內首創可交換公司債（Exchangeable Bonds），交換標的為本公司轉投資公司『中華紙漿公司』之普通股股票。 2.為營運之需及繼續維持穩健之財務結構，而發行國內首創可轉換特別股（Convertible Preferred Stock），名為乙種記名式特別股。 3.設立高雄阿蓮紙器廠 4.正式合併『永豐原造紙股份有限公司』，旗下所屬『烏日廠』更名為『成功廠』，以促進經營合理化及擴大工業用紙之拓展與市場佔有；永豐原豐原廠併為永豐餘豐原廠，並發行甲種記名式特別股。
------	---

四、 第四階段

年代	事件
1989	<ol style="list-style-type: none"> 1.永豐餘投資成立專業環保公司 - 三越企業 2.於八月，高雄廠順利完工生產，為本公司在紙器加工市場再添生力軍。 3.為開拓海外投資所需長期資金，發行國內首創海外可轉換公司債（Foreign Convertible Corporate Bonds），再次肯定本公司經營國際化之卓越能力。 4.成功開發雙色防偽浮水印彩絲證券紙，此技術之開發成功，為當時台灣成長中之經濟，有相當大之助益，且技術可應用於生產高速公路回數票用紙、發票紙等之產品
1990	<ol style="list-style-type: none"> 1.於四月，食品容器廠順利完工生產，生產高品質之牛奶盒，果汁盒 ... 等精美的食品容器。 2.於六月，新屋廠順利完工，生產高級白紙板及牛皮面紙，為本公司第一套全自動化的“電腦整合製造系統”（CIM）現代化工廠。 3.與泰國暹羅水泥集團合作，轉投資之『泰國泰聯紙廠公司』（Thai Union Paper Co.,Ltd.）再投資 TUPI（Thai Union Paper Industry Co.,Ltd）。 4.對泰輸出之第三套整廠輸出設備，裝配完工且順車生產。



1991	<ol style="list-style-type: none"> 1.與泰國暹羅水泥集團合作，轉投資之『泰國紙廠公司』（Thai Paper Co.,Ltd.）再投資 TPI（Thai PaperIndustry Co.,Ltd.）。 2.成功開發石膏板紙，應用於建築材料 3.原萬華倉庫改建為住商大樓出售，正式進入營建業之新領域。
1992	<ol style="list-style-type: none"> 1.對泰國 TUPI 輸出之整廠輸出設備，裝配完工並已順車生產。 2.承製中華紙漿公司之二號抄紙機設備，裝配完工且已順車生產。 3.本公司經申請經濟部投資審議委員會核准，以轉投資公司名義，間接對大陸投資設立廣州、廈門兩紙業公司；經營各類紙張、紙板、紙箱的製造、印刷及銷售業務。

五、 第五階段

年代	事件
1993	<ol style="list-style-type: none"> 1.購併『天仁紙器公司』，改隸台南廠，為本公司在紙器加工業提高市場佔有率。 2.新荷再生紙等五項產品榮獲我國首批環保標章 3.本公司經申請經濟部投資審議委員會核准，以轉投資公司名義，間接對大陸投資設立『江陰永豐餘造紙有限公司』，於年底動工興建白紙板廠；從事各類紙張、紙板的生產加工及銷售。 4.成功生產彩色噴墨印表紙
1994	<ol style="list-style-type: none"> 1.轉投資的大陸廣州紙器廠正式開工生產。 2.成功運用流體化床汽電共生鍋爐處理造紙廢水產生之污泥 3.購置原『樺源實業股份有限公司—大甲廠』之土地與設備，於十月經公平交易委員會許可此結合案，成立台中廠。 4.本公司轉投資之元太科技工業股份有限公司液晶工廠新建工程於六月舉行動土典禮，其所研發之 TFT — LCD 產品，將促使我國 LCD 光電科技邁入新的里程碑。



<p>1995</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1.楊梅廠第二台抄紙機完工啟用，主要生產面紙及抽取式衛生紙。 2.與生技中心合作開發生物脫墨技術 3.購置原『大東紙器股份有限公司』之土地與設備，於四月份經公平交易委員會許可此結合案，成立彰化廠，為本公司在中部之紙器加工業提高市場競爭力。 4.本公司經申請經濟部投資審議委員會核准，於七月以轉投資公司名義，間接對大陸江蘇省昆山市投資設立『永豐餘紙業(昆山)有限公司』。 5.以轉投資方式，間接對越南投資設立『SYLVAN OVERSEAS CO., LTD』，從事造林及製漿。 6.與樺源紙器股份有限公司合資設立『永源紙器股份有限公司』，持股比例為 49%，以提高本公司工業用紙自用率。
<p>1996</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1.本公司經申請經濟部投資審議委員會核准，於三月以轉投資公司名義，間接對大陸江蘇省昆山市投資設立『亞普敦造紙用品工業(昆山)有限公司』。 2.轉投資的大陸昆山紙器廠正式開工生產。 3.自美國 Stone 引進可疊固紙棧板加工技術代替木棧板
<p>1997</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1.轉投資的大陸廈門紙器廠正式開工生產。 2.久堂廠二十一號抄紙機正式投產，預計年產文化用紙十八萬公噸。 3.成功量產高速輪轉機用輕磅銅版紙 4.成為企業永續發展協會創始會員
<p>1998</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1.長期股權投資的元豐電子公司上櫃。 2.轉投資的大陸昆山『亞普敦造紙用品工業(昆山)有限公司』開始生產。 3.轉投資的大陸昆山廠衛生紙機正式開工生產。 4.與中興大學合作開發以拮抗菌抑制造紙濕端菌泥



1999	<ol style="list-style-type: none"> 1.新屋廠榮獲八十八年度經濟部節約能源績優廠商優等獎。 2.新屋廠榮獲八十八年度全國減廢績優工廠。 3.彰化廠通過 ISO14001 認證，本公司各造紙廠及紙器廠已全數通過 ISO14000 環境管理認證。 4.使用廢輪胎代替燃煤 5.與中興大學合作成功研發初環保農業資材-四合一紙蓆 6.投資成立以生產植物營養劑為主的永生圃農業生物科技公司 7.投資安華生技公司並轉投資台灣基因科技生產基因金片
2000	<ol style="list-style-type: none"> 1.本公司經申請經濟部投資審議委員會核准，於八月以轉投資公司名義，間接對大陸投資設立『廣東鼎豐紙業有限公司』 2.成立永豐餘生技(股)，專營農業資材、有機蔬果…等銷售，正式進入生物科技領域。 3.因應電腦資訊時代之來臨，開發量產高階彩色噴墨印表紙 4.成功開發出媲美日本 A1 等級之高品質之銅版紙『新麗 2000』
2001	<ol style="list-style-type: none"> 1.以風選與磁選分離回收廢止之排渣並送往汽電共生取代燃煤 2.租『永源紙器股份有限公司』為竹南廠，為本公司在紙器加工市場再添生力軍。 3.對大陸投資設立『永豐餘生物科技(昆山)有限公司』，正式進軍大陸，環保科技農業。

六、第六階段

年代	事件
2002	<ol style="list-style-type: none"> 1.轉投資的大陸南京紙器廠、中山紙器廠、蘇州紙器廠、天津紙器廠正式生產營運。 2.成立太景生物科技公司，擁有國內後基因時代最大的新藥開發公司以 Artana CART 技術做 GPCR，以及亞洲最先進的高速自動篩選平台 3.成功開發廢水生物處理優勢菌種篩選技術平台，交由三越公司作為核心技術以提昇環保效能 4.準備引進輕質碳酸鈣塗佈系統 5.所屬各廠全數通過 OHSAS18000 認證建立責任照顧制度



2003	<ol style="list-style-type: none"> 1.開發高光澤相片紙 2.應用奈米技術於紙張表面塗佈，成功開發出台灣最高級之 A0 等級銅版紙『火鶴超級特級銅版紙』，同時將『新麗 2000』更名為『琉麗特級銅版紙』
2004	<ol style="list-style-type: none"> 1.台灣第一位開發高白色再生紙『清荷環保再生紙』，應用在印刷上的色彩展現，與一般印刷用紙無差異 2.應用 RFID 技術於紙箱，並獲美國 Wal-Mart 百貨指定為中國區供應商 3.購買寶橋清水廠，成為台灣第二大家庭用紙生產廠商
2005	分割工業用紙事業部，設立永豐餘工業用紙股份有限公司
2006	<ol style="list-style-type: none"> 1.於二月，轉投資的大陸昆山廣告印務公司正式生產營運。 2.於四月，子公司來雅公司改名為永豐餘消費品實業股份有限公司，並於五月推出 MAJAMI 一系列面膜上市，正式進入美妝品領域。 3.於十二月，轉投資的大陸揚州工紙器廠一號機正式生產營運。
2007	<ol style="list-style-type: none"> 1.於八月，轉投資的大陸揚州工紙器廠二號機正式生產營運。 2.於九月，以持有的元太科技普通股股票為標的，發行海外無擔保公司債，募集金額美元 1 億元，用於海外購料之用途。 3.於十月一日，家品事業部之相關營業（資產、負債），分割移轉至永豐餘消費品實業股份有限公司。 4.於十一月，與日本制紙集團（N P I）簽署合作備忘錄，透過這項中日結盟，加速強化公司全球競爭力。



參、永豐餘集團產品介紹

一、紙與紙板

1. 銅版紙

產品	產品特色	產品用途
火鶴超級銅版紙	雙面均經三次塗佈與超級壓光處理，具有超高光澤與高平滑度的特性。可呈現印刷色彩鮮豔、飽和、極優良的階調再現性及印刷對比。	適合特精緻高級彩色印刷，如： 高級精品型錄：汽車、珠寶等。 藝術年鑑、攝影集等。
火鶴超級雪銅	雙面均經三次塗佈與超級壓光處理，具有超細緻與高平滑度的特性。可呈現印刷色彩鮮豔、極優良的階調再現性及印刷對比。	適合特精緻高級彩色印刷，如： 高級精品型錄：汽車、珠寶等。 攝影畫冊書刊、藝術年鑑、攝影集、 百科全書等。
琉麗特級銅版紙	<ol style="list-style-type: none"> 低基重、高厚度：厚度較一般特銅高，可節省紙張成本。 高不透明度：不透明度高降低透印干擾。 高光澤度：白紙光澤度較同級競爭品高。 高白度：表現畫面清晰亮麗、皮膚白晳與紅潤柔和、飽和度效果極佳。 高平整性：捲筒經輪轉機印製後平整性為同級品最佳。 	適合高級書刊印刷，如： 書刊類：高質感書籍、雜誌、畫冊、 寫真集及專刊。 高級精品廣告型錄、DM。藝術海 報、月曆。
特級雙面銅版紙	雙面特別塗佈壓光處理，紙面潔白細緻、高平滑、高光澤、不透明度高、印刷後光澤佳、印刷色彩鮮豔飽和、階調層次及對比表現優良。	適合高級彩色印刷，如 書刊類：高級書籍、教科書、同學錄、 雜誌、型錄、月曆等。 海報類：DM、廣告傳單等。
高級雪面銅版紙	雙面特殊粉面處理，紙面具務光效果，視覺舒適不反光，不透明度高，紙面優質手感佳。印刷色彩鮮豔飽和、印刷色彩鮮豔飽和、印後光澤佳。	適合高級書刊印刷，如： 1.書刊類：課本、兒童讀物、畫冊等。 2.海報、工商日誌、廣告DM等。

2. 模造紙

產品	產品特色	產品用途
特級特白道林	<ul style="list-style-type: none"> 為表面輕量塗佈處理視白度高達 100% 之高級白道林紙，紙色特白，彩色印刷效果層次良好、印刷對比鮮豔、挺度佳，為多用途之印刷紙張。 彩色印刷效果為同級紙中最佳。 同級紙中唯一表面塗佈處理之產品。 	適合高級彩色印刷與加工用途，如： 1.書刊類：書籍、雜誌、說明書等。 2.書寫類：手冊內頁、工商日誌、高級筆記、信紙、信封等。 3.傳單類：型錄、DM、傳單等。 4.加工類：離型底紙、包裝用紙。



嵩厚特 白道林 紙	<ul style="list-style-type: none"> • 嵩度、厚度較一般白色道林紙更高 • 挺度佳，手感厚實，製封耐摺性佳 • 紙色具高白度，印刷對比佳 	適合一般黑白及簡單彩色印刷品如： 1.書刊類：書籍、雜誌、說明書等 2.書寫類：高級筆記本、萬用手冊內頁、工商日誌、信紙、信封等
全木白 道林	<ul style="list-style-type: none"> • 長纖抄造，紙色天然紙漿原色之高級白道林紙，紙張耐摺，撕力強、挺度佳，為最高等級道林紙。 • 彩色印刷效果均勻性同級最佳。 • 地合良好品質穩定性高。 • 挺度、破裂度等機械強度指標皆優於同業。 	適合需要強度需求印刷用途，例如： 1.插頁類：雜誌拉頁、劃撥單、書籤、插卡 2.明信片、桌曆、掛號單據 3.加工類：紙袋、包裝用紙
白道林	<ul style="list-style-type: none"> • 紙色天然紙漿原色之高級白道林紙，手感細緻挺度佳，為多用途之印刷紙張。 • 紙色柔和，印製書籍有利閱讀性，保護視力。 • 彩色印刷效果均勻性同級最佳。 • 手感厚實。 • 不透明度高。 	適合書籍高級彩色印刷，例如： 1.書刊類：書籍、雜誌、產品說明書、電腦工具書等 2.書寫類：活頁紙、高級筆記、信紙、信封等 3.加工類：紙袋、紅包袋、包裝用紙
高級劃 刊紙	<ul style="list-style-type: none"> • 表面微塗佈處理，經超級壓光機壓光處理之超平滑微塗紙，紙質細緻紙色天然，印刷精美，為高級彩印專用紙。 • 彩色印刷效果媲美輕雪面銅版紙。 • 色彩層次與不透明度優於日本同級紙。 • 紙面細緻柔和可取代薄磅雪銅紙。 	適合需要高彩度圖案用文件或書刊雜誌用紙 1.書刊類：教科書、圖文集、彩印雜誌 2.傳單類：廣告、插頁、型錄

3. 紙板

產品	產品特色	產品用途
鮮淨防 油卡	<ol style="list-style-type: none"> 1.多層抄造，具備良好挺度 2.單面塗度，紙面平滑、光亮，提供優良的印刷效果 3.紙背經過特殊防油處理，可直接與食物接觸，且防油效果達 kit no. 9 以上 4.產品不需再經 PE 淋膜，可達節能減碳和環境保護的效果，且紙張可直接回收，不需再經過脫膜處理 	直接與炸雞、糕餅等食品包裝
銅版西 卡紙	處女紙漿多層抄造，雙面壓光塗佈處理，紙面光亮平滑、印刷色彩鮮豔飽和、印刷階調層次佳	適合高級彩色印刷，如： 雜誌與書刊封面、高級包裝紙盒、墊板加工、卡片、吊牌、桌曆等
西卡紙	處女紙漿多層抄造、色澤柔和不反光、挺度與耐折性能佳	適合精緻彩色印刷，如：卡片、喜帖、藝術設計用紙等



單銅 T (普白色與高白色)	處女紙漿多層抄造、單面塗佈、紙張鬆厚挺度佳，印刷色彩鮮豔飽和、印刷階調層次佳。 配合不同用途，紙色分為一般普白色與印刷對比要求鮮明的高白色。	適合高級彩色包裝盒印刷，如：高級電子產品等包裝紙盒、食品包裝盒、香煙外盒、吊牌加工等
鮮采卡	1.台灣唯一生產無螢光食品級產品，經 SGS 檢驗符合美國 FDA 檢驗標準及 CNS 國家標準 2.符合美國聯邦法規(CFR)Pt 176.170 3.符合中華民國食品器具容器包裝衛生標準 (CNS12221,CNS11820) 4.紙面平滑性高，具國際水準 5.印刷托墨性佳，色彩飽和度佳 6.尺寸齊全，可供應特殊規格 7.交貨快速，銷售服務完整	1.要求特殊效果的高級包裝盒用紙，如：菸酒盒、化妝品、藥品、食品包裝、標籤吊牌等 2.不含螢光劑，適合各類乾式食品及嬰兒用品包裝外盒使用

4. 特殊紙

產品	產品特色	產品用途
格拉新	<ul style="list-style-type: none"> ●明度高、挺度佳，可符合自動貼標作業需求 ●具高平滑度性，使矽油(Silicon)塗佈能均勻的覆蓋紙面，故能降低矽油使用量，節省成本 ●紙張不需經過 PE 淋膜手續，具環境保護效果 	各式標籤、商標、貼紙的底紙 <ul style="list-style-type: none"> ●一般膠帶、雙面膠帶離型底紙 ●藝術包裝紙
CCK	<ul style="list-style-type: none"> ●紙張不需經過 PE 淋膜手續，具環境保護效果 ●紙面平整、紙張挺度高，加工品質穩定 	各式標籤、商標、貼紙的底紙 <ul style="list-style-type: none"> ●一般膠帶、雙面膠帶離型底紙 ●藝術包裝紙
非碳複寫紙	紙面具高平滑度、高挺度。 <ul style="list-style-type: none"> ●新型微膠囊發色濃度高、顯色效果快且持久。 ●良好的紙態穩定性，提供快速配頁操作特性。 ●擁有高不透明度，高質感。 ●多聯產品複寫。 ●可進行分離膠作業。 	各式快遞與郵寄包裹單 <ul style="list-style-type: none"> ●各類薪資袋與空白複寫報表 ●各形式需複寫產品
鍍鋁原紙	單面塗佈，紙面細緻平滑，適合直接鍍鋁，可節省傳統轉移鍍鋁之 PE 膜之使用且更加環保。	<ul style="list-style-type: none"> • 用於真空直接鍍鋁 • 鍍鋁後成品可用於保濕保香之用途，如香菸內襯包裝、口香糖等 • 鍍鋁成品可用於包裝紙、雷射原紙等



SEMI(光澤)彩噴紙	單面塗佈，列印後乾燥快，特別適用於高解析度的噴圖機及桌上型印表機輸出。能充份展現色彩鮮明、影像文字清晰銳利的特色。	<ul style="list-style-type: none"> • 光澤度約 55%，接近印刷用銅版紙的光澤。 • 列印解析度達 2880 dpi。 • 適用於一般文件及全彩圖像相輸出。 • 桌上型印表機及大尺寸噴墨印表機通用。 • 適用於相片型 6 色及標準型 4 色墨水。 • 染料及顏料型墨水通用。 • 列印色彩表現精準。 • 乾燥快速。
-------------	---	---

5. 彩噴噴墨印表機專用紙零售包

產品	產品特色	產品用途
奈米級高階相片紙	<ul style="list-style-type: none"> ○ 同專業相紙等級 ○ 色彩鮮明細緻，線條清晰 ○ 高光澤具鏡面效果 ○ 超高解析度、超高畫質 ○ 紙張 ISO 白度 95% ↑ ○ 栩栩如生之印後效果 ○ 解析度 5760dpi 極細墨點 ○ 專業藝術照之質感 ○ 防水快乾不沾手 ○ 奈米級專業塗佈技術 ○ 各式產品 DIY：卡片、桌曆、書籤……等 	<p>大頭照、彩色影像、婚紗照、個人藝術照、數位照片、彩色圖片、精彩寫真、生活照及精緻海報之製作等。適合專業人士、企管、建築、廣告與設計科系學生或要求精緻列印質感者使用，保證讓您享有高等級之列印品質與鮮豔色彩。</p>
亮面魔幻磁性彩色噴墨紙	<ul style="list-style-type: none"> ○ 紙張背面具磁性 ○ 亮面光澤之紙面 ○ 紙張 ISO 白度 90% ↑ ○ 解析度 2880dpi 極細墨點 ○ 防水快乾不沾手 ○ 色彩鮮明細緻、線條清晰 ○ 個性化磁性作品 DIY 	<p>可以用來作為海報、標籤、指示牌、老師教學教具，亦可列印出學生功課表，機械操作指示標籤，黏附在具磁性之鐵櫃、鐵門、冰箱等</p>
高階彩噴紙	<ul style="list-style-type: none"> ○ 彩色噴墨專用紙等級 ○ 雪面平滑之紙面 ○ 紙張 ISO 白度 90% ↑ ○ 解析度 2880dpi 墨點 ○ 防水快乾不沾手 ○ 色彩鮮明細緻、線條清晰 ○ 個式產品 DIY：卡片、桌曆、書籤、個人作品集 	<p>商務簡報、產品型錄、彩色圖片、彩色影像、彩色報表、美工設計稿、學生報告、企劃提案、設計彩稿、履歷表。適合專業人士、設計科系學生或要求精緻列印質感者使用，讓您不論圖案、影像或是文字報告皆能獲得最清晰的效果。</p>

6. 其它特殊紙



二、工業用紙

(一) 工紙產品：

包括牛皮紙板、白紙板和瓦楞芯紙三大種類

(二) 紙器產品：

1. 瓦楞紙箱：產品針對電子資訊、家電電纜、食品飲料、機械五金、化工製藥、醫療儀器、橡膠塑膠、紡織纖維、陶瓷衛浴、農漁牧及物流用箱...等各行各業，提供印刷優美品質優良之高耐壓強度紙箱，自動化包裝用紙箱及堅固之緩衝包裝，達到產品保護及運輸倉儲功能之優良包裝。
2. 瓦楞紙板：
A 楞、B 楞、AB 楞、紙墊板(slip sheet)，最大紙幅 2200m/m、最大切長 3000m/m
材質組合多樣化、裱面紙有進口 A 級、進口 WA 級、國內 A 級、B2 級、B4 級、WB2 級、WB4 級 及高強瓦楞芯紙，壓線可選擇壓凸線、平線及雙尖線，修邊用薄刀(單刀)切口整齊不毛邊。
3. 食品容器：牛乳、果汁飲料罐、薯條、炸雞、冰品、便當盒...等各行各業，安全環保紙盒、標準單面/雙面淋膜紙盒；生產用羅蘭高速精密印刷機、UV 油墨、符合 FDA 安全無律虞，關心環保、確保建康並提供美觀耐用的食品包裝。
4. 包裝彩盒：商業用包裝-視覺設計易促銷(銷售)，用於食品包裝、醫藥品、化粧品、運動球類、流行電子產品...等
5. 紙墊板及紙棧板：
 - A.紙棧板：棧板輕量化實現，降低運輸成本，100%回收兼具回收效益並具最佳之承載設計、靜態耐重達 10 噸以上、四方向插入之操作設計、安全、防蛀蟲、防水、防潮及冷藏、衛生及清潔等效能，並符合國際環保法規、客戶需求之規格設計和 JUST IN TIME 產品供應。
 - B.紙墊板：3 層原紙裱合、輕量化之實現，100%回收兼具回收效益，符合衛生及清潔和國際環保法規；節省倉儲空間 成本低，競爭力強。



三、消費品

1964 永豐餘踏入家庭用紙市場，於 1987 成立家庭事業部，於 2004 年併購清水廠。旗下擁有《五月花》《得意》《柔情》三大品牌，成為台灣最大的家庭用紙廠商，於 2007 正式成立永豐餘消費品實業(股)公司。

(一)、五月花：

1964 年因為專業化生產，五月花品牌誕生；以創新、高品質、功能性強為其特色，以技術創新研發出雙壓花技術和推出打皺柔軟衛生紙、乳霜面紙、三層衛生紙等；強調細緻、柔軟、強韌、吸水力強等產品品質；透過行銷專業、品牌專業等多品牌行銷的方式，建立創新、專業、可靠的產品形象。

另外，大陸家紙市場競爭激烈，「五月花」不走低價路線，訴求精緻化家庭用紙，因此目前鎖定的市場客層為消費能力較高的一級城市為主。

(二)、得意：

強調：1、不含有害化學物質

2、使用人造林紙漿

3、400 度高溫殺菌

4、不含螢光劑

5、不染色

五大保證，使用進口長鮮/短纖紙漿混合，透過專業化製程生產、品質的保證等，提供高品質和平價的產品服務。

(三)、柔情：

除了強調五大保證之外，另追求品質和功能精進，提供立體交織的產品特色和輕柔的觸感；此外，透過設計感的紙品包裝設計，塑造其獨特風格，為顧客添加生活樂趣。



四、 電子紙



元太投入電子紙顯示器開發，其實是源自母公司永豐餘的願景，從紙業起家的永豐餘集團，一直很關注環保議題，地球上的樹木被砍伐主要有 2 個用處，除了建築，另外就是造紙，因為樹木是永豐餘的經濟命脈，為了讓它延續下去，永豐餘集團自己本身也進行造林工作，也少用紙漿，盡量運用廢紙，將紙的貢獻運用到最極致。

元太科技 2005 年獲得由飛利浦電子 Paper Display 事業部技術轉移，加入了電子紙的市場，並取得了 **leading edge** 的電子 Paper 技術、設備和智慧財產權的所有。加上結合卓越的技術和大量生產能力，元太科技為了開發 **MagicMirror** 和 **reg** 運用了最新的製造流程產生了反射性的顯示器技術。

元太科技是目前全世界主動的矩陣電子紙唯一的製造廠，現在運用了最尖端的技術，開發軟性電子紙的應用。提高顯示器技術並視其為重要新的里程碑，為因應這個數位時代以及環境保護節能時代的來臨，所帶來嶄新的閱讀型態。

元太科技表示關於主動矩陣電子紙的特性在高反射率時的能提供穩定的畫面圖像。所以消費者可在一般閱讀環境下使用，包括燈光下、陽光下等，而且不像 **TFT** 需要背光源，因此長期閱讀眼睛較不容易感到疲勞，不用背光源另一個好處是可以省電，充 1 次電約可閱讀 7,000 頁內容，而且在拔掉電池、無電力的情況下，同一個影像的畫面顯示可維持 2 個月以上，且這是測試的時間，實際情況相信仍可以維持非常久。這真是電池的壽命大規模革新。



由於，元太科技的主動矩陣式電子紙即使在太陽底下閱讀也沒有問題。因此隨時隨地都能享受閱讀的樂趣。加上有線上下載的功能，無論白天或晚上，在海邊度假或是在公園享受日光浴的午後，都能簡單輕鬆的獲得任何你想閱讀的資料。

E-Ink 公司研發了的電泳技術並結合元太科技主動矩陣式技術，目前積極和出版社及和報社利用新的顯示技術以及網際網路的應用，發展出新的閱讀型態,是非常重要的革新應用。

在大概 10 年前，在幾個最初的產品中使用了 a-Si 的 GATE DRIVER，在進行大規模的研究開發結果，我們為顧客做了 LTPS LCD 和 Reflective LCD 的顯示技術的共同開發投資，大大提高了的顯示產品的技術。由於 2005 年獲得飛利浦 Electronic Paper Display 授權，經雙方互相的技術交流,而將這未成熟的技術，不斷地提高了其顯示的性能。長期不斷地持續的研究與引進新的生產過程而產生了 MagicMirror®等技術，更重要的我們已經研發出軟性的反射性 Display Technology 技術。希望這些進步技術的革新能使新電子閱讀型態更為之普及。元太科技有著對前景先進技術開發並將產品商樣化，能在地球上做永續經營的哲學。

1. 目前與未來的應用

元太科技遍及於成長中的電子書跟其相關產品，且實質上對未來產品的應用沒有限制。

- e-Readers
- Laptop sideviews
- SmartCards
- Specialized industrial design
- e-Signage
- Mobile phones
- Electronic dictionaries
- MP3 players
- PC accessories

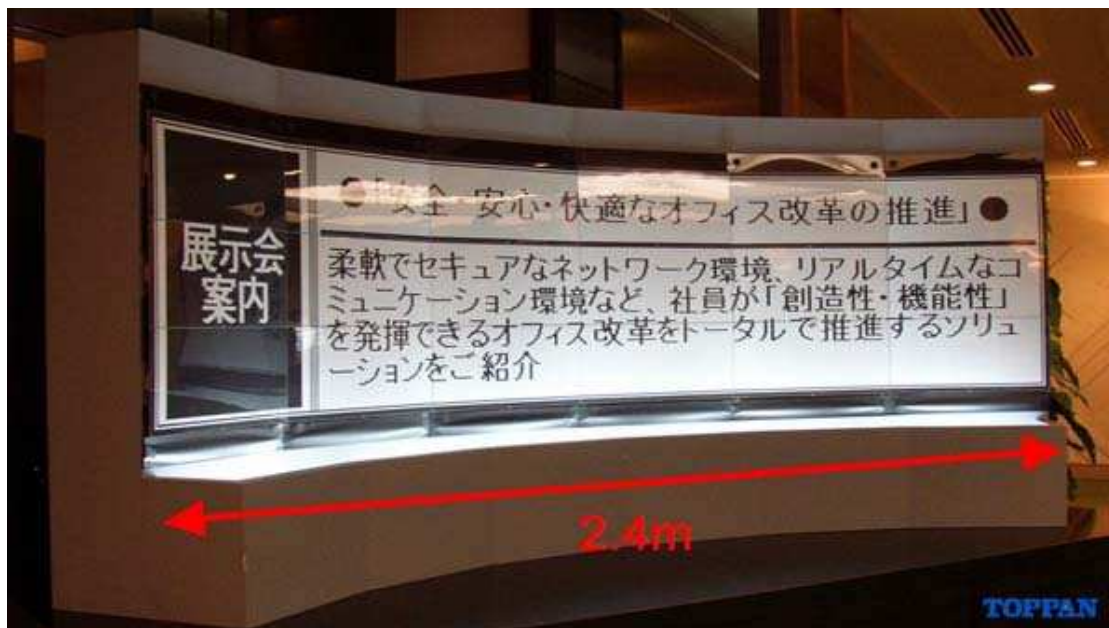




2. 軟性電子紙

最新的軟性電子紙技術具備更輕、更薄、摔不破的特性外，還可攜帶大量資料內容，透過無線傳輸等方式，隨時隨地閱讀或下載更新資料，在可攜的行動功能需求上，軟性電子紙確實有著更大幅度的進步。可預期的這項技術能讓小孩們更輕鬆的更安全的使用這項電子閱讀產品而想像一下無論你是在海濱度假或在任何地方都能隨時更新你所需要的即時訊息，隨時隨地能享受閱讀的樂趣！

元太科技的軟性電子紙技術由於重量極輕量，耐摔與耐衝擊等不易損壞的特性，能更自由的發揮其選擇性與便利性的應用。



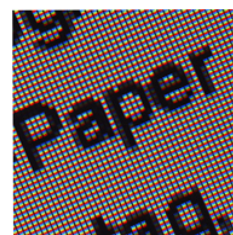
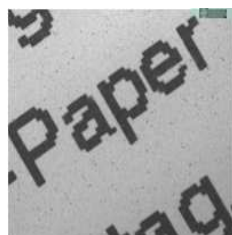
3. MagicMirror® e-Paper Products

元太目前是世界上唯一提供主動點陣電子書顯示板的製造商。使用獨門的 MagicMirror Technology，可提供廣泛的產品來達到客戶的需求。

4. 易於閱讀

(1) 電子紙顯示器與 LCD 顯示器的比較

E-Ink 技術利用反射光，而非發射光，可確保顯示圖像在任何照明環境都能自然呈現。





圖：E Ink 25X

圖：LCD 25X

A.採用 E-Ink 技術的數位閱讀

電子書和電子報紙已存在多年，但長期以來的問題在於使用者無法使用背光螢幕閱讀大量文字，此外在 90 度的角度下也不利大量閱讀。閱讀不再是件輕鬆愉快的事情。¹

定影像和更寬廣的視角，運用環境中的反射光源，本身不會發射光線，因此能提供最出色的數位閱讀體驗。

B.只有 E-Ink 電子紙顯示器能與紙張相提並論

「使用 E-Ink 技術的電子書閱讀器提供最佳的數位閱讀體驗。這類裝置可在戶外使用，不會反射刺眼強光，看起來也更接近實體墨水印刷的紙張，顯示效果超越其他顯示技術。E-Ink 裝置絕對讓您愛不釋手；這是我對數位閱讀器的最高讚美。」²

(2)電子紙顯示器與紙張比較

- A.閱讀速度與紙張相同³
- B.高精確度，甚至超越紙張⁴
- C.明亮陽光下的最佳數位閱讀表現⁵
- D.不干擾睡眠的睡前閱讀⁶

5. 堅固耐用

(1)電子紙顯示器與 LCD 顯示器的比較

A.軟性

E-Ink 電子紙顯示器屬於軟性電子產品，其技術每年都在精進中。雖然是軟性電子，但並不代表螢幕可以被捲起來放進背包裡，該項特色是大型顯示器重量減輕的關鍵，輕至足以單手掌握的程度。

軟性電子並不代表顯示器是軟的，而是指其具備輕巧、防碎或堅固等特色。⁷

B.輕巧

相較於 LCD 顯示器，E-Ink 電子紙顯示器在重量上具有絕對的優勢。以目前的 9.7 吋顯示器為例，就比平板裝置使用的同尺寸 LCD 螢幕輕 27%。⁸

¹ Steve Ross, All247news.com - 2010 年 9 月

² Dan Nosowitz, 2010 年 8 月 12 日 Fastcompany.com

³ Meyer 等人在評估主動矩陣電子紙顯示器於太空國防應用時評論

⁴ Meyer 等人在評估主動矩陣電子紙顯示器於太空國防應用時評論

⁵ Danner 等人於評論適合行動裝置應用的顯示器效能時表示

⁶ 洛杉磯時報引用 UCLA 聖塔摩尼卡分校睡眠障礙中心表述

⁷ Priya Ganapati : 2010 年讓電子書閱讀器更為出色的五件事 - Wired.com. 2010 年 2 月 17 日

⁸ Priya Ganapati : 2010 年讓電子書閱讀器更為出色的五件事 - Wired.com. 2010 年 2 月 17 日

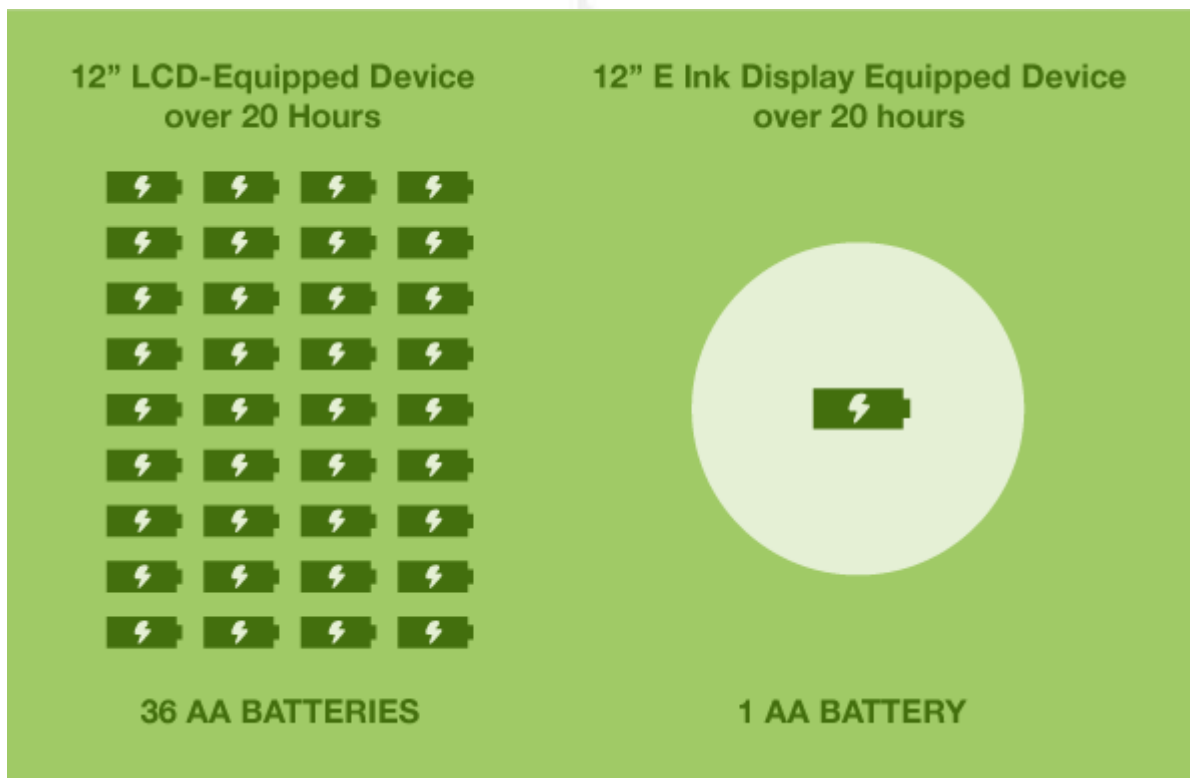


C.耐用可靠

為使每一 E-Ink 電子紙顯示器於各種環境下堅固耐用，E-Ink 長期以來針對貼合方式、防潮機制、紫外線阻隔以及機械保護方面進行研發投資。

- a).E-Ink 顏料持久且穩定
- b).2001 年出產的 E-Ink 電子紙顯示器至今仍在運作
- c).目前已售出 3 千萬部以上的電子紙顯示器，以及 1700 萬部以上的電子書閱讀器，都採用 E-Ink 影像技術
- d).在一般使用情況下，超過 90% 以上的 E-Ink 電子紙顯示器可持續使用 10 年以上(以終身機型的 90% 信心水準為依據。一般使用情況指 1% 電力工作週期和室溫操作。)

6. 綠色環保



- (1)、全球有 60 億個電子顯示器配備於行動裝置、電腦和招牌，耗費 2,300,000 百萬瓦小時的電力。
- (2)、E-Ink 電子紙顯示器與 LCD 顯示器相比可節省 60% 的能源。



(3)、電子紙顯示器與 LCD 顯示器比的較

俗話說的好：「省錢就是賺錢」，這個道理同樣也適用在可攜式裝置：如果能節省更多電力，就能在效能、尺寸和重量上獲得更多進展。為什麼？試想，一台配備 12 吋 LCD 的裝置，每使用 20 小時平均要耗費 36 顆 AA 電池，而配備 E-Ink 12 吋電子紙顯示器的裝置在相同情況下，只需要使用 1 顆電池。這代表配備 E-Ink 電子紙顯示器的裝置所使用的電源，重量可能只有幾盎司，但配備 LCD 的同等級裝置，電源重量可能有好幾磅。更何況電子紙顯示器的應用還不僅只於此。

換句話說，在一般的使用情況下，配備 E-Ink 電子紙顯示器的電子書閱讀器只要充電一次就能維持三週，而配備 LCD 的相同裝置充電一次大概只能維持一天半。如果能將此等提升電源效率的方式應用於汽車上，將等同於加一次油就可以跑六個月。

(4)、電子紙與印刷紙張的比較

從消費者碳足跡的規模，就可輕易衡量 E-Ink 電子紙顯示器超越印刷紙張的各項好處。首先，我們都知道樹木會吸收二氧化碳。不過您是否知道一棵樹每年可以吸收空氣中將近一公噸的二氧化碳？每棵樹平均可以製造 173 令的紙張，因此每生產一張紙大約等於每年減少從大氣層移除 12 磅的二氧化碳。⁹

以下的數字將會越來越驚人。2004 年全球生產約 3 億 5 千 9 百萬公噸的紙張，生產中排放 7 千 4 百萬公噸的二氧化碳。而我們每年丟棄的紙張大約等於 10 億棵樹，其中有一部分的紙張遭焚化，產生更多的碳排放。光是週日一天的報紙用紙量，就需要砍伐 50 萬棵樹。¹⁰

相反地，根據加州大學柏克萊分校的研究顯示，閱讀電子報紙所排放的二氧化碳，比閱讀實體報紙的排放量少了 32 至 140 倍，耗費的水資源也減少 27 倍。¹¹簡言之，相較於印刷紙張，電子紙在一天的時間內即可對大氣層中的二氧化碳產生正面影響。如果我們明天就以電子報紙取代所有紙本報紙，即可減少 9 千 5 百萬棵樹¹²的砍伐，每年更可吸收 9 千 8 百萬噸的溫室氣體。

⁹ James DeRosa, Global Warming Initiatives, Inc. 5/3/2007 www.greenpdf.com

¹⁰ www.recycling-revolution.com

¹¹ Vivian Song, Electronic Ink, Paperless Display Technology Saves Trees and The Environment, 2010 TorontoSun.com

¹² New Generation of e-book Readers Contributes to Environmental Protection, 7/20/09 [Digital Book Readers.com](http://DigitalBookReaders.com)



肆、策略矩陣圖—總表

研發	原料	製造	資訊系統	通路	品管	併購	人資	產品				
								紙與紙板	工業用紙	消費品	電子紙	
A01	A02	A03	A04	A05	A06	A07	A08	A09	A10	A11	A12	產品線之廣度與特色
○	○	○	○	*	○	○	○	○	○	○	○	
B01	B02	B03	B04	B05	B06	B07	B08	B09	B10	B11	B12	目標市場區隔與選擇
○	○			○	○	○	○	○	○	○	○	
C01	C02	C03	C04	C05	C06	C07	C08	C09	C10	C11	C12	垂直整合程度之取決
○	○	○	○	*	○	○	○	○	○	○		
D01	D02	D03	D04	D05	D06	D07	D08	D09	D10	D11	D12	相對規模與規模經濟
	○	○	*	*		○		○	○	*		
E01	E02	E03	E04	E05	E06	E07	E08	E09	E10	E11	E12	地理涵蓋範圍
○	○	○	*	○	X	○	○	*	○	○	*	
F01	F02	F03	F04	F05	F06	F07	F08	F09	F10	F11	F12	競爭優勢
○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	

產品線之廣度與特色	○有廣度與特色	*有廣度沒特色	X 無廣度與特色
目標市場區隔與選擇	○有區隔與選擇	*有區隔沒選擇	X 無區隔與選擇
垂直整合程度之取決	○有垂直整合	*部分垂直整合	X 無垂直整合
相對規模與規模經濟	○有相對規模與規模經濟	*有規模經濟沒有相對規模	X 無相對規模與規模經濟
地理涵蓋範圍	○亞洲區	*全球	X 無地理涵蓋範圍
競爭優勢	○有競爭優勢	X 無競爭優勢	



伍、單論

一、研發

代碼	策略型態	關係	說明
A01	產品線之廣度與特色	○ 有廣度 有特色	研發讓永豐餘的產品更加豐富也更具有特色。像最近在文化用紙上研發出的高附加價值特殊用紙「鮮淨防油卡」，其特色為無塑毒、無淋膜、無螢光劑，為食品安全做最高保護，將是國內自行生產、最高規格的油性食品包裝材料。還有其子公司研發的電子紙和 RFID 無線射頻標籤等，都是業界少數的研發成功者之一。
B01	目標市場區隔與選擇	○ 有區隔 有選擇	因為進口紙的傾銷，永豐餘為了避免自己淪為價格戰的犧牲者，致力研發高附加價值、高利基的特殊用紙。因此永豐餘白紙事業逐步轉移至塗佈紙，例如鮮淨防油卡，銅版紙逐步轉至 RFID 標籤。而目前全球九十%電子書閱讀器採用的電子紙也是由其子公司元太所製。
C01	垂直整合程度之取決	○ 有垂直整合	永豐餘除了自己研發，還常藉由轉投資來取得新技術，或是由子公司自行研發。
E01	地理涵蓋範圍	○ 亞洲區	永豐餘在台灣有設立「造紙研究中心」，在大陸也利用轉投資取得 RFID 技術等。
F01	競爭優勢	○ 有競爭優勢	近來環保意識抬頭，因此永豐餘研發出許多和綠色環保永續發展有關的產品和技術，成為台灣最先取得 FSC 與 PEFC 環保認證的企業，加上部分產品和技術通常都是業界少有，甚至是獨一無二的，這讓永豐餘在各個市場都能保持領先的地位。



二、 原料

代碼	策略型態	關係	說明
A02	產品線之廣度與特色	○ 有廣度 有特色	近來環保意識抬頭，因此永豐餘的原料不再侷限於來自木材的紙漿，還多了廢紙，而新研發的生物製漿技術又比廢紙更環保，利用酵素把麥桿、稻桿製成工業用紙原料，取代過去使用以化學原料將廢紙轉化為工業用紙原料。不同的原料組合讓產品更有變化，而重視環保的消費者也能選購特別由環保原料所製成的產品。 在燃料方面，更是透過回收廢輪胎、木材及泥土等廢棄物，取代煤炭作為汽電共生的燃料，以節省成本。
B02	目標市場區隔與選擇	○ 有區隔 與選擇	永豐餘針對環保的市場有製造環保的紙漿，例如來自廢紙的紙漿或是由麥桿、稻桿製成的紙漿。
C02	垂直整合程度之取決	○ 有垂直整 合	永豐餘在台灣和大陸擁有自己的林場，由子公司中華紙漿負責製漿，並在轉投資廣東鼎豐紙業有限公司，負責大陸地區的製漿作業。最後自行造紙，最後還有自己的印刷包裝公司，上中下游一手通包。在紙漿價格波動的現在，增加了穩定性。
D02	相對規模與規模經濟	○ 有相對規 模與規模 經濟	永豐餘在在亞洲擁有將近 30 個造紙廠，因此紙漿的需求量很大，可以造成規模經濟，在台灣也是最大的造紙集團，因此有相對規模。
E02	地理涵蓋範圍	○ 亞洲	永豐餘在台灣有 1,318 公頃，大陸有 4 萬公頃林場來製漿。
F02	競爭優勢	○ 有競爭優 勢	1、永豐餘的生物製漿技術，不僅是環保原料，還可以在原料價格波動時，運用不同的原料降低成本。這樣在成本上就和競爭對手有了差異性。 2、永豐餘在原料上的垂直整合程度高，並且有規模經濟。



三、 製造

代碼	策略型態	關係	說明
A03	產品線的廣度與特色	○ 有廣度與特色	<p>➤ 廣度： 永豐餘有多項的產品如：紙與紙板、工業用紙與消費品</p> <p>➤ 特色：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、造紙製程使用廢紙作為主要生產原料，經過特殊破碎、磁選回收的流程安排，能將纖維、鐵類及塑膠類加以分離，達到資源回收再利用的目標。 2、永豐餘亦不斷研究改造鍋爐，並充分利用流體化床鍋爐的特性，發展再生能源使用技術，包括廠內產出的廢紙排渣、生物污泥及困擾環境廢輪胎、廢木材…都成了鍋爐的替代燃料。如此不但大量清除廢棄物的產生，並可取代逐漸耗竭的石化能源，達到節能及減廢的雙重功能。 3、運用 e 化服務效能，提升經營績效與客戶滿意度，建構自客戶端到生產工廠間完整的 e 化體系，客戶進入 YFY 的銷售網路系統輸入需要的產品，資訊即直接傳輸到工廠生管單位，過濾無誤後即進入生產排程
C03	垂直整合程度之取決	○ 有垂直整合	以造紙為核心事業，發展橫跨造紙業上中下游，從植樹、造紙、印刷到包裝都有自己的垂直整合
D03	相對規模與規模經濟	○ 有相對規模與規模經濟	永豐餘在台灣、大陸和越南擁有將近 30 個生產據點，所以在生產這方面有規模經濟。在台灣的紙業也是有相對規模的。



E03	地理涵蓋範圍	○ 亞洲	永豐餘的生產據點來自幾個不同的國家，除了台灣之外，還有大陸與越南都有生產據點，地理涵蓋範圍廣。
F03	競爭優勢	○ 有競爭優勢	<p>1、永豐餘資源回收再利用和透過回收廢輪胎、木材及泥土等廢棄物，取代煤炭作為汽電共生的燃料的目標，也使永豐餘在生產成本的競爭上立於不敗之地。</p> <p>2、現代化的紙機以 DCS 電腦自動控制系統，加上線上污點檢出器設備及 color sensor 系統，能即時的檢測出紙張的品質。</p> <p>3、Autoline300 的自動品管設備則隨時對產品的物性作可靠的分析檢測，讓我們的產品品質穩定，且得到海內外客戶的肯定，製造出印刷良好的塗佈白紙板及高品質的包裝牛皮面紙。</p> <p>4、由於永豐餘的事業都有垂直整合，所以在製造方面節省了許多通路、運輸與人事成本，所以與同行業的競爭者多了一些競爭優勢</p>



四、 資訊系統

代碼	構面	關係	資訊系統說明
A04	產品線的廣度與特色	○ 有廣度與特色	<ol style="list-style-type: none"> 1. 「On Demand 計畫」包括 e 化交易平台及永豐餘體系企業間電子化計畫，建構快速配銷系統及滿足客戶需求 2. e 化管理，建立紙器平台，透過網路建立 3D 模型讓客戶在下單時立即可預見成品模樣。並設置單一窗口，讓客戶可以與永豐餘的工廠同步聯絡。 3. Web-based Internet 線上訂單處理 4. 圖文遠端校稿 5. 生產進度查詢 6. 交易資料、存貨及應收(付)帳款查詢
B04	目標市場區隔與選擇		資訊系統是企業內部的一項輔助工具，永豐餘的資訊系統有助於企業內部資訊的整合，也有助於和顧客及廠商間溝通；與目標市場的區隔沒有相關連性
C04	垂直整合程度之取決	○ 有垂直整合	永豐餘 E 化平台是由永豐餘的子公司所建構的，使得內部資源得以整合也便於內部管理。
D04	相對規模與規模經濟	* 有規模經濟 沒有相對規模	永豐餘不僅在各個工廠建立 E 化平台，在顧客、經銷商及出版社三方也建構平台，使得資訊能即時互動。而這些大量建構的 e 化系統，能提升經營績效與客戶滿意度，並降低庫存減少成本。
E04	地理涵蓋範圍	* 全球	全年無休的網路系統及利用網路 e 化平台，使得永豐餘、顧客、廠商三者間，不會因地點而產生溝通阻礙。



F04	競爭優勢	○ 有競爭優勢	<ol style="list-style-type: none">1. 元信達資訊股份有限公司係永豐餘集團關係企業，元信達資訊前身為永豐餘之資訊中心以專業之軟體開發經驗，建置與維護永豐餘相關 ERP 系統，其以期能在策略綜效的原則下，解決集團內與外的資訊與競爭力問題2. RFID 系統結合資料庫管理系統、電腦網路與防火牆等技術，提供全自動安全便利的即時監控系統功能。3. 與政府進行造紙產業電子商務計畫之推動，協助加快企業對於市場的反應速度，降低管銷成本，並提升市場競爭力
-----	------	------------	--



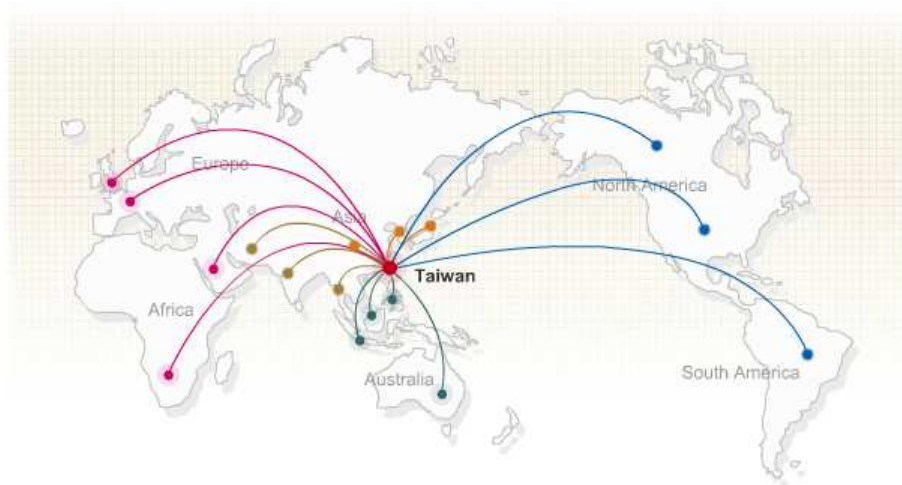


五、 通路

代碼	策略型態	關係	說明
A05	產品線之廣度與特色	* 有廣度沒 特色	<p>▶消費品： 因品牌形象以及長期信譽，通路大多落在賣場類或小型零售商，遍佈全，主要落在亞洲地區。但因通路與其它大廠較無分別故無特色。</p> <p>▶工業用紙、紙與紙板、電子紙： 出口給廠商，並非直接到消費者手中。消費者可使用 E 化平台進行客製化製作。</p>
B05	目標市場區隔與選擇	○ 有區隔與 選擇	雖然通路遍佈全世界，但重心仍以亞洲地區為主。因工廠大多設在台灣及大陸沿海地區，亞洲地區便是主要的販售地點，目前正積極擴大販售通路中。
C05	垂直整合程度之取決	* 部分垂直 整合	因為整個從運送、上架、庫存皆用 E 化系統整合，確實掌握各處物流狀況，認為有部分垂直整合。
D05	相對規模與規模經濟	* 有規模經 濟沒有相 對規模	<p>▶消費紙： 以數量上，市面大部分的生活用品通路（大小賣場），永豐餘占有相當的優勢。 規模相較於台灣其他同業競爭者（EX:正隆_春風衛生紙），販賣據點較多，且旗下主打品牌就有三個上市，以台灣來說規模是較大的。</p> <p>▶工業用紙、紙與紙板、電子紙： 因永豐餘在大陸及台灣多有設廠接製訂單，所以是有規模經濟的。</p>
E05	地理涵蓋範圍	○ 亞洲	由圖可知，永豐餘銷售據點幾乎是國際性的，但因工廠生產設點的關係，亞洲地區仍屬重點銷售地區。



F05	競爭優勢	○ 有競爭優勢	<ol style="list-style-type: none"> 1. 在通路上的優勢在於永豐餘因品牌形象以及長久的歷史和信譽，多數的通路都是以販賣永豐餘產品為主，相對於新進者來說，佔有相當的優勢。 2. 另外在虛擬通路上因設有E化平台供客戶使用，其便利性也是優勢之一。
-----	------	------------	---





六、 品管

代碼	策略型態	關係	品質
A06	產品線之廣度與特色	○ 有廣度與特色	<p>➤ 廣度： 永豐餘取得 FSC 認證之後可以生產銅板類、道林紙類和紙板類等文化用紙類的環保產品。在提倡環保的現在更能打入市場，例如一些企業為了提升自己的品牌形象，他們的年報和手冊通常會指定使用 FSC 的紙張印製。</p> <p>➤ 特色： 1、擁有 FSC 認證的產品可以一直往後追溯到其原料的來源，因為其製造過程都是受到監控的，而木材更是來是擁有認證接受管制的森林，或是使用回收紙製漿。 2、通過自家包裝測驗中心檢測過「外裝用瓦楞紙箱壓縮強度試驗」、「紙及紙板破裂強度試驗」、「瓦楞紙板豎壓強度試驗」及「包裝貨物與單位裝載之落下垂直衝擊試驗」的產品是屬於國際級的包材。</p>
B06	目標市場區隔與選擇	○ 有區隔與選擇	<p>因為永豐餘在品質上的要求與堅持，因此成立了包裝測驗中心，是國內唯一符合國際標準 ISO/IEC 17025 的紙器包裝實驗室，因此可以打入品質要求較高的企業。而 FSC 認證也能讓永豐餘打入環保市場。</p>
C06	垂直整合程度之取決	○ 有垂直整合	<p>永豐餘的包裝測驗中心不僅可以直接檢驗自家產品，還因為是全國唯一具有檢驗資格的單位，因此還能服務客戶。它可以提供客戶從包裝設計、安全測試到生產運輸等，一次到位的垂直服務鏈</p>



E06	地理涵蓋範圍	X 無地理涵蓋範圍	永豐餘集團產品的品質認證與國家或國際機構有關，但與地理涵蓋範圍無關。
F06	競爭優勢	○ 有競爭優勢	<ol style="list-style-type: none"> 1. 永豐餘所有廠房皆獲得 ISO14000 環境管理認證與 OHSAS18000 職業安全與衛生管理認證。 2. 資料顯示，擁有 FSC 認證在產品的行銷上擁有絕對的優勢及明顯的成長績效。 3. 「包裝驗測中心」所出具之報告，同時將為全世界 48 國、63 個認證機構所承認。





七、 併購

代碼	策略型態	關係	說明
A07	產品線之廣度與特色	○ 有廣度與特色	1、永豐餘今年完成三億人民幣債券發行，未來可以在大陸擴展的有效資金來源。 2、日本製紙集團 NPI 完成總額 1.1 億美元之投資協定，代表永豐餘未來擴展亞洲市場版圖擁有更強而有力的後盾。
B07	目標市場區隔與選擇	○ 有區隔與選擇	永豐餘因為是多角化經營，因此每年投資以深入各種領域投資。
C07	垂直整合程度之取決	○ 有垂直整合	永豐餘今年加碼投資產業垂直整合董事會通過以 700 萬美元 (約新台幣 2.01 億元) 取得由元太科技轉投資「永道無線射頻標籤 (揚州) 有限公司」 39.3% 股權，成為永豐餘旗下百分之百轉投資公司。



D07	相對規模與規模經濟	○ 有相對規模與規模經濟	<p>1、永豐餘集團今年(2011)將啟動擴充產能計畫，預計將在未來三年到五年內，將在中國與越南增設紙器廠，將由現在 12 廠增至 20 個，產能增加四成，同時大陸揚州將再增設兩台造紙機，估計總資本支出為 150 億元。</p> <p>2、近來元太科技電子書愈來愈火紅，已決定斥資 5 億美元進行擴廠，而且更專精在電子書領域的開發，元太科技決定將手中大部分永道公司的持股轉讓給永豐餘，總數約有 330 萬美元的股權。</p> <p>3、永豐餘集團(2010 年)決定再加碼 600 萬美元 RFID 產業，展開擴廠動作，產能提升 3 倍。</p> <p>4、元太科技董事長劉思誠(2010 年)宣布，將在五年內投資 5 億美元於電子紙相關產業，將揚州市發展成為電子紙生產、製造中心，打造完整供應鏈，建立大陸電子書產業的群聚效應。</p>
E07	地理涵蓋範圍	○ 亞洲	亞洲地區
F07	競爭優勢	○ 有競爭優勢	永豐餘集團與日本製紙集團正式完成 1.1 億美元的投資協定，繼投入 1000 萬美元後，日本製紙集團決定提高第二階段投資金額，從原本的 2000 萬美元增至 1 億美元，投資永豐餘集團工業用紙事業，雙方透過合資平台，擴展亞洲區域工紙事業版圖。

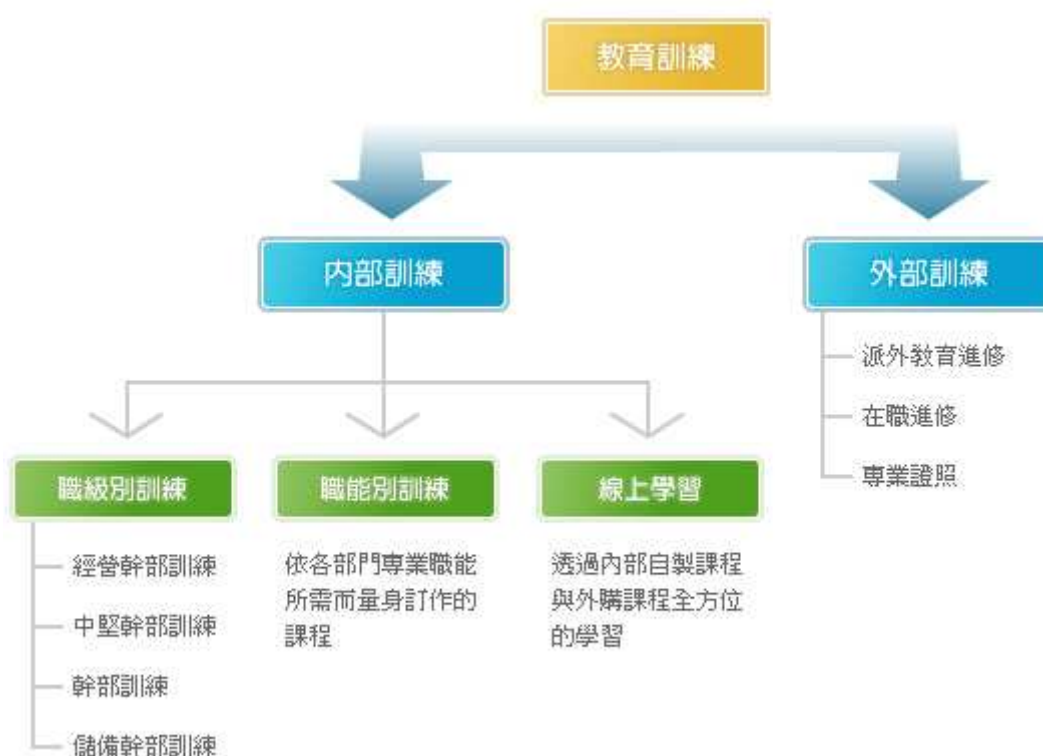


八、 人資

代碼	策略型態	關係	說明
A08	產品線的廣度與特色	○ 有廣度與特色	永豐餘的人事來自紙業的不同領域，如：工業用紙生產部門、紙與紙板生產部門與消費品部門。
B08	目標市場區隔與選擇	○ 有市場區隔與選擇	永豐餘集團擁有多家關係企業，會針對不同的領域聘請相關技術的人員。永豐餘也會針對不同的人進行不同的訓練，例如：對剛進公司的新人做新人訓練，對將被派去其他地方的員工進行派外教育訓練。
C08	垂直整合程度之取決	○ 有垂直整合	由總公司制定了一套完整的教育系統，針對需要個別教育訓練的員工進行不同的教育訓練，如新人訓練、職級別教育訓練、職能別教育訓練、線上學習、派外教育訓練、在職進修
E08	地理涵蓋範圍	○ 亞洲	永豐餘的生產據點來自幾個不同的國家，除了台灣之外，還有大陸與越南都有生產據點，所以除了有台灣的優秀人才之外，也有其他國家的，地理涵蓋範圍廣。
F08	競爭優勢	○ 有競爭優勢	永豐餘提供多元化的學習環境與完善的訓練課程，使同仁專業能力得以不斷提升，獲得多面向的的學習與成長



圖：多元化學習發展



圖：完善的教育訓練



九、 紙與紙板

代碼	策略型態	關係	紙與紙板說明
A09	產品線的廣度與特色	○ 有廣度與特色	<p>➤ 廣度：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 產品總類分為銅版紙、模造紙、紙板、特殊紙、彩噴噴墨印表機專用紙零售包、其他特殊紙等六大類；以生產並銷售文化用紙與塗佈紙板為主，多類產品均為目前國內市場的領導品牌 2. 業務範圍遍及紙漿及紙之生產及買賣、紙類之加工、買賣及代理、造林林產加工及造紙原料之買賣，及各種印刷品之設計印刷裝訂等服務 <p>➤ 特色：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 產品種類多元，加上客製化及彈性的服務，提供不同客戶做選擇 2. 製程的創新，如汽電共生設備的設置 3. 環保的訴求，如使用廢輪胎代替燃煤、利用國內廢紙來生產紙板產品 4. 品質的保證，如 FSC、OHSAS18000 認證、碳權與碳足跡認證機制
B09	目標市場區隔與選擇	○ 有區隔與選擇	<ol style="list-style-type: none"> 1、事業部以生產並銷售文化用紙與塗佈紙板為主，近期及未來將持續致力於開發利基產品及環保紙產品 2、紙與紙板部為台灣文化用紙的主導者，也正積極搶進中國及其他開發中國家之內需市場，拓展其銷售據點
C09	垂直整合程度之取決	○ 有垂直整合	<p>紙與紙板事業的營運策略為向下整合，建置一電子化的服務資訊平台，提供快速反應、供貨準確及一次購足的功能。同時加強了與經銷商、印刷廠及出版社的關係</p>



D09	相對規模與規模經濟	○ 有相對規模 與規模經濟	永豐餘公司整合產業中下游的廠商，企業化之經營，符合經濟效益，在台灣地區而言，相較於中小型紙廠，其相對規模較大。
E09	地理涵蓋範圍	* 全球	除台灣有設廠，也有海外漿場、紙廠的投資；銷售市場含概全亞洲，以及部份歐洲、美洲、非洲和南太平洋的市場
F09	競爭優勢	○ 有競爭優勢	<ol style="list-style-type: none"> 1. 塗佈技術：塗佈技術深度、廣度開拓、塗佈材料奈米、生物酵素應用、防偽特殊技術 2. 優質服務：客製化和彈性的服務、多元包材和產品深度，滿足客戶一次購足需求。優質的管理與作業流程，讓交貨速度領先同業 3. E化平台： <ul style="list-style-type: none"> ● 運用 e 化服務效能，提升經營績效與客戶滿意度，建構自客戶端到生產工廠間完整的 e 化體系，客戶進入 YFY 的銷售網路系統輸入所需要的產品，資訊即直接傳輸到工廠生管單位，過濾無誤後即進入生產排程。 ● 客戶可進入該 e 化系統查看各項規格的庫存與相關資訊。提供客戶及時的服務。 ● 強化 e 化網路服務功能，建構與客戶互利共生關係，穩定訂單並提高產品附加價值。



十、工業用紙

代碼	策略型態	關係	說明
A10	產品線之廣度與特色	○ 有廣度與特色	<p>➤ 廣度：</p> <p>1、工紙：包括牛皮紙板、白紙板和瓦楞芯紙。</p> <p>2、紙器：包括瓦楞紙箱、瓦楞紙板、食品容器、包裝彩盒和紙墊板等。</p> <p>➤ 特色：</p> <p>1、品質的保證，如 FSC</p> <p>2、製程的創新，如汽電共生、RFID</p> <p>3、環保的訴求，如再生能源的運用</p>
B10	目標市場區隔與選擇	○ 有區隔與選擇	<p>1、永豐餘所生產的工業用紙和紙器，可用在工業上的製造、產品的包裝等。</p> <p>2、大陸食品與成衣等行業是近年成長最迅速的產業，對工紙需求量大增，永豐餘已計畫未來將瞄準中國內需市場。</p>
C10	垂直整合程度之取決	○ 有垂直整合	<p>1、永豐餘集團經營策略為整合橫向和縱向之產業鏈之資源，創造全面性之競爭優勢</p> <p>2、由於中國對於工紙的需求量增加，計畫擴充中國工紙及紙器產能，藉由併購大陸彩盒、印刷廠、垂直整合工紙上中下游生產鏈，將視野由沿海轉向內陸市場。</p> <p>3、為了強化客戶包裝、行銷等需求，因此捷比達在深圳成立品牌包裝發展中心，將捷比達豐富的國際零售品牌包裝經驗、以及母公司永豐餘集團在亞洲 30 個據點，提供全方位及一站式包裝服務。</p>



D10	相對規模與規模經濟	○ 有相對規模與規模經濟	<p>1、永豐餘工紙紙器事業體是大中華地區最大的紙器服務供應商，擁有廣大的市場佔有率規模甚大。</p> <p>2、永豐餘的紙器服務網絡延伸到各重要的製造中心包括台灣及大陸北東南沿海。</p>
E10	地理涵蓋範圍	○ 亞洲	<p>工業用紙股份有限公司於 94 年 9 月 1 日分割獨立，依產品別與地區別劃分為台灣工紙、大陸工紙、台灣紙器、大陸紙器華南區、華東區、華北區及越南共七個產銷營運中心。</p>
F10	競爭優勢	○ 有競爭優勢	<p>1、技術方面：本著清潔生產、善用資源的精神，在造紙、汽電和工程設計上，引進新技術的造紙設備、提高製程有效運用率、發展再生能源技術減少資源浪費、充分運用各種專業領域的技術人員的能力搭配最新電腦技術等</p> <p>2、投進 RFID 技術於紙箱供應鏈的導入，以整合應用紙箱生產之上下游、掌握商機。</p> <p>3、服務體系方面，導入 Web-based 之網路下單系統，大幅縮短訂單處理時間外，滿足客戶 JIT 送貨要求。</p> <p>4、成立包裝設計中心提供創新的設計打樣和實體打樣。</p> <p>5、為滿足跨兩岸及國際性客戶於亞洲多據點的生產要求而成立國際行銷部，為客戶提供「一站購足」和「On Demand」高效率包裝解決方案；透過垂直和水平整合，提供客戶最好的服務品質。</p>



十一、消費品

代碼	策略型態	關係	說明
A11	產品線之廣度與特色	○ 有廣度與特色	<p>➤ 廣度：</p> <p>1、衛生紙：《五月花》、《得意》、《柔情》三大紙品品牌，各品牌下街有各種不同用途和功能的衛生紙，像是廚房紙巾、嬰兒專用的濕紙巾、捲筒式和抽取式、袖珍包等多種類。</p> <p>2、美妝：MAJAMI(瑪奇亞米)</p> <p>3、天然潔品：與關係企業合作，推出橘子工坊等系列產品</p> <p>4、目前則積極拓展大陸市場。</p> <p>➤ 特色：</p> <p>1、多品牌多品項，吸引不同客群。</p> <p>2、五大品質保證，使消費者安心。</p>
B11	目標市場區隔與選擇	○ 有區隔與選擇	<p>永豐餘消費品旗下每個品牌都有其獨特的特色和目標市場，除了強調五大保證之外，也依據各個消費者族群的不同和需求，推出不同的產品：</p> <p>1、《五月花》：走精緻化路線，在大陸目前則是鎖定消費能力較高的一級城市的客層。</p> <p>2、《得意》：平價</p> <p>3、《柔情》：強調設計感的風格。</p> <p>4、美妝市場：除了原有的女性市場之外，更積極的進入男性保養品市場。</p> <p>5、由於大陸內需增加，透過增加生產線，進入原本由舒潔獨占的好市多(COSTCO)量販店，擴大銷售與品牌能見度，拓展大陸市場，展開永豐餘消費品事業多品牌、多品類的發展佈局。</p>



C11	垂直整合程度之取決	○ 有垂直整合	<p>1、2004年2月併購P&G清水廠，增加《柔情》、《得意》品牌，成為台灣最大的家庭用紙廠商，奠定台灣市場領導地位。</p> <p>2、為達成生產、銷售垂直整合，更於2007年10月1日合併永豐餘造紙-楊梅廠、清水廠，『永豐餘消費品實業(股)公司』正式獨立，配合資訊系統的協助，使資源能夠垂直整合，提高生產效能，擴大生產規模，減少生產成本。</p> <p>3、在大陸地區則是轉投資包裝行銷公司捷比達（YFYJupiter）也在大陸深圳成立品牌包裝中心等，衝刺大陸市場，期許成為大中華地區全方位領導性消費品公司。</p>
D11	相對規模與規模經濟	* 有規模經濟 無相對規模	<p>永豐餘消費品除了在台灣擁有8座製造廠在生產之外，在大陸正積極的擴大生產規模，希望能夠達到經濟規模的效益。在台灣地區穩固其市場。</p>
E11	地理涵蓋範圍	○ 亞洲	<p>除了奠定台灣生產基礎之外，目前正積極與國際合作，擴大生產規模和銷售版圖，進軍大陸市場。</p>
F11	競爭優勢	○ 有競爭優勢	<p>永豐餘消費品走多品牌、多品項的品牌策略，透過專業化生產、垂直資源的整合、技術和產品的創新、品質的保證、行銷專業、品牌專業、環保和安全訴求等，塑造創新、專業、可靠的品牌形象。</p>



十二、電子紙

代碼	策略型態	關係	說明
A12	產品線之廣度與特色	○ 有廣度與特色	<p>➤ 廣度： 電子書在未來有 e-Readers、Mobile phones、MP3 players 或是 Electronic dictionaries 功能可以運用。</p> <p>➤ 特色：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、元太科技買下 E-Ink，與 Amazon Kindle 結合正式打開電子閱讀器新時代，這是電子紙在世界全面應用的新紀元，也代表造紙載體革命的來臨。 2、元太科技是目前全世界主動的矩陣電子紙唯一的製造廠，現在，運用了最尖端的技術，開發軟性電子紙的應用。我們提高我們的顯示器技術並視其為重要新的里程碑。為因應這個數位時代以及環境保護節能時代的來臨，所帶來嶄新的閱讀型態。 3、電子紙充電 1 次約可閱讀 7,000 頁內容，而且在拔掉電池、無電力的情況下，同一個影像的畫面顯示可維持 2 個月以上，且這是測試的時間，實際情況相信仍可以維持非常久。這真是電池的壽命大規模革新。
B12	目標市場區隔與選擇	○ 有區隔與選擇	<p>永豐餘集團看準這塊潛在性的市場大餅，決定投入 5 億美元進行元太科技大陸廠川奇光電的擴廠後，又宣布與中國最大教育出版品企業江蘇鳳凰出版傳媒敲下合作協議，雙方將聯手把教科書與參考書進行數位電子化的計畫，讓電子書走入校園。</p>



E12	地理涵蓋範圍	* 全球	<p>1、美國大陸-美國最大連鎖書店邦諾 (Barnes & Noble, Inc.) 發表自有品牌電子書閱讀器「nook」後，亞馬遜立即開啟價格戰，宣布 Kindle 降價。由於 nook 採用 E Ink 技術，也就是邦諾用的是元太電子紙，大陸的大唐 AirPaper 電子書，也是元太的客戶。</p> <p>2、台灣韓國-彩色電子書的訂單</p>
F12	競爭優勢	○ 有競爭優勢	<p>➢ 電子紙顯示器與 LCD 顯示器比較</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 軟性：並不是說顯示器是軟的，而是輕巧、防碎、堅固。 2. 輕巧：以目前的 9.7 吋顯示器為例，就比平板裝置使用的同尺寸 LCD 螢幕輕 27%。 3. 耐用可靠：防潮、機械保護、紫外線阻隔、一般正常使用壽命可以十年。 <p>➢ 電子紙顯示器與紙張比較</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 閱讀速度與紙張相同 2. 高精確度，甚至超越紙張 3. 不干擾睡眠前閱讀 4. 明亮陽光下最佳數位閱讀表現



陸、永豐餘集團策略矩陣組合分析

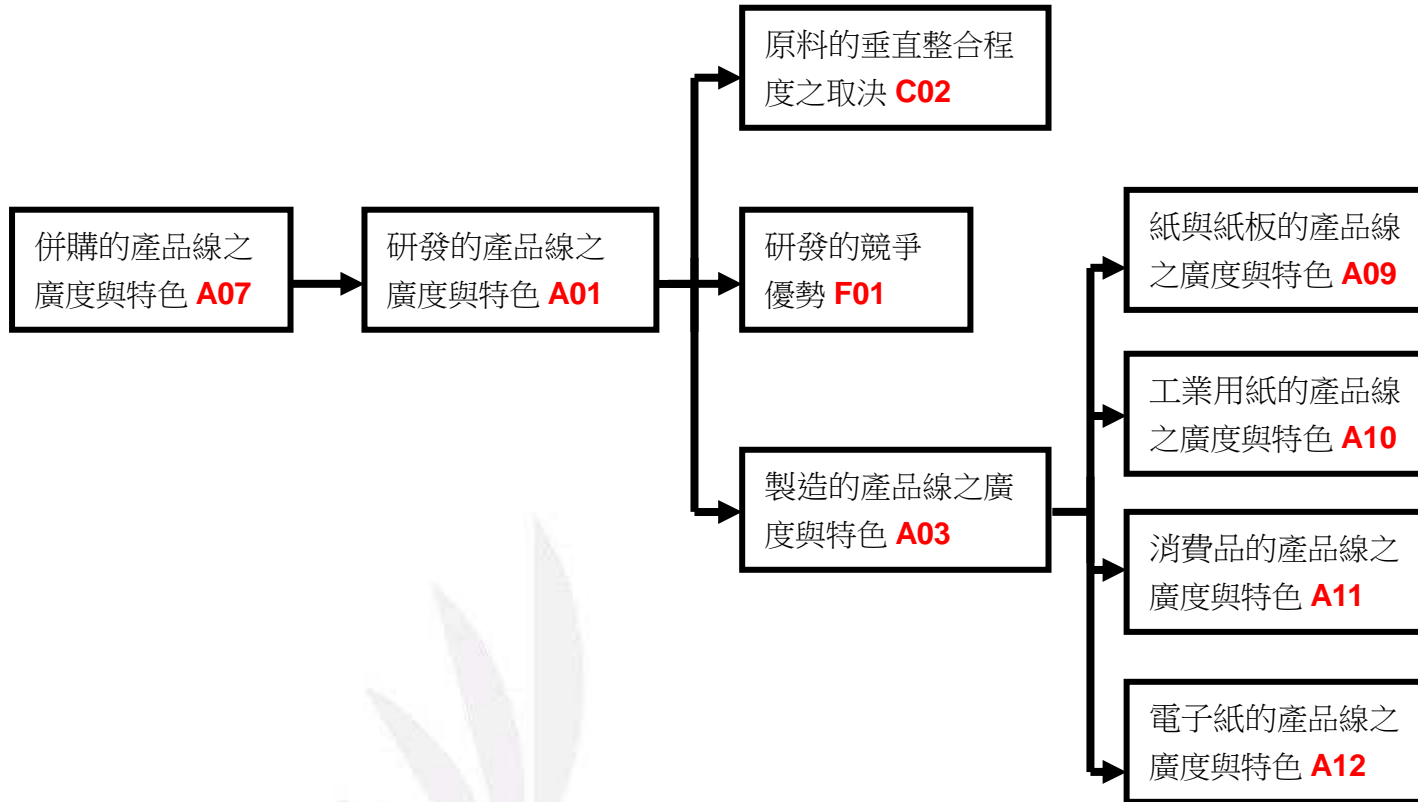
一、環保產品策略

1. 環保產品策略矩陣圖

投入								產出				流程
研發	原料	製造	資訊系統	通路	品管	併購	人資	紙與紙板	工業用紙	消費品	電子紙	構面
A01	A02	A03	A04	A05	A06	A07	A08	A09	A10	A11	A12	產品線之廣度與特色
○	○	○	○	*	○	○	○	○	○	○	○	
B01	B02	B03	B04	B05	B06	B07	B08	B09	B10	B11	B12	目標市場區隔與選擇
○	○			○	○	○	○	○	○	○	○	
C01	C02	C03	C04	C05	C06	C07	C08	C09	C10	C11	C12	垂直整合程度之取決
○	○	○	○	*	○	○	○	○	○	○		
D01	D02	D03	D04	D05	D06	D07	D08	D09	D10	D11	D12	相對規模與規模經濟
	○	○	*	*		○		○	○	*		
E01	E02	E03	E04	E05	E06	E07	E08	E09	E10	E11	E12	地理涵蓋範圍
○	○	○	*	○	X	○	○	*	○	○	*	
F01	F02	F03	F04	F05	F06	F07	F08	F09	F10	F11	F12	競爭優勢
○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	



2. 環保產品策略組合圖





3. 環保產品策略論述

A07→A01 (併購 產品線之廣度與特色→研發 產品線之廣度與特色)

永豐餘以環境保護做為他們的經營理念，因此「資金」上對綠色環保投入了很多，研發了像是高附加價值特殊用紙「鮮淨防油卡」、電子紙……等。

A01→C02 (研發 產品線之廣度與特色→原料 垂直整合程度之取決)

研發間接影響了原料上的垂直整合，因為可以讓原料的取決上因為有新的技術而有所改善，進而整合。

A01→F01 (研發 產品線之廣度與特色→研發 競爭優勢)

研發對於永豐餘來說，是他們競爭優勢，因為他們比其他家造紙廠更有遠見，研發一些綠色環保的技術或是產品。

A01→A03 (研發 產品線之廣度與特色→製造 產品線之廣度與特色)

「研發」的再生能源使用技術，還有不斷了改造鍋爐，在製造的過程中，而再生能源使用技術，包括廠內產出的廢紙排渣、生物污泥及困擾環境的廢輪胎、廢木材……都成了鍋爐的替代燃料，因此達到節能及減廢的雙重功能。

A03→A09 (製造 產品線之廣度與特色→紙與紙板 產品線之廣度與特色)

「製造」對於永豐餘來說是重要的一環，紙是永豐餘的本業，因此為了達到環境保護還有綠色永續經營，所以在製造的過程中，也會以廢紙來製造。

A03→F10 (製造 產品線之廣度與特色→工業用紙 產品線之廣度與特色)

「製造」工業用紙，當然永豐餘也是也有在注重於綠色保護上這個議題，紙的製程需利用大量清水，因此反覆利用以減少能源消耗，引進新的技術和造紙設備，提高製程有效運用率，發展再生能源技術減少資源浪費。

A03→A11 (製造 產品線之廣度與特色→消費品 產品線之廣度與特色)

「製造」消費品，除了衛生紙，永豐餘還推出橘子工坊，是關於天然清潔用品，因此跟環境保護經營理念有所關係。

A03→A12 (製造 產品線之廣度與特色→電子書 產品線之廣度與特色)

目前全世界主動的矩陣電子紙唯一的製造廠，現在，運用了最尖端的技術，開發軟性電子紙的應用。提高永豐餘的顯示器技術並視其為重要新的里程碑。為因應這個數位時代以及環境保護節能時代的來臨，所帶來嶄新的閱讀型態。



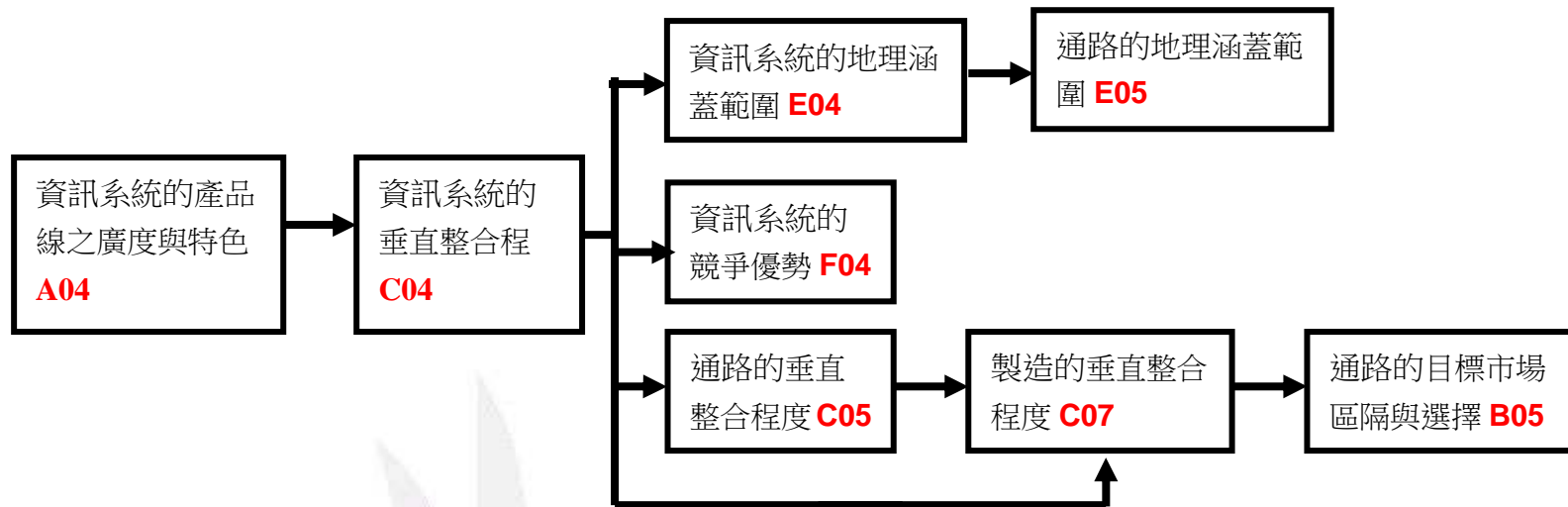
二、 E化策略

1. E化策略矩陣圖

投入								產出				流程
研發	原料	製造	資訊系統	通路	品管	併購	人資	紙與紙板	工業用紙	消費品	電子紙	構面
A01	A02	A03	A04	A05	A06	A07	A08	A09	A10	A11	A12	產品線之廣度與特色
○	○	○	○	*	○	○	○	○	○	○	○	
B01	B02	B03	B04	B05	B06	B07	B08	B09	B10	B11	B12	目標市場區隔與選擇
○	○			○	○	○	○	○	○	○	○	
C01	C02	C03	C04	C05	C06	C07	C08	C09	C10	C11	C12	垂直整合程度之取決
○	○	○	○	*	○	○	○	○	○	○		
D01	D02	D03	D04	D05	D06	D07	D08	D09	D10	D11	D12	相對規模與規模經濟
	○	○	*	*		○		○	○	*		
E01	E02	E03	E04	E05	E06	E07	E08	E09	E10	E11	E12	地理涵蓋範圍
○	○	○	*	○	X	○	○	*	○	○	*	
F01	F02	F03	F04	F05	F06	F07	F08	F09	F10	F11	F12	競爭優勢
○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	



2. E化策略組合圖





3. E 化策略論述

A04→C04 (資訊系統 產品線之廣度與特色→資訊系統 垂直整合程度之取決)

永豐餘是全國唯一自創的 E 化電子交易平台，可以快速供應客戶量身訂作的需求，進而影響了資訊系統的垂直整合。

C04→D04 (資訊系統 垂直整合之取決→資訊系統 相對規模與規模經濟)

由於資訊系統整合後，使得顧客、經銷商、印刷商及出版社，可以即時互動，因此可以連線到下游客戶，進而降低庫存也降低庫存成本。

C04→E04 (資訊系統 垂直整合之取決→資訊系統 地理涵蓋範圍)

電子資訊系統在網路上，所以地理涵蓋範圍是只要有網路都可以在永豐餘的平台上下訂單。

E04→E05 (資訊系統 地理涵蓋範圍→通路 地理涵蓋範圍)

只要有網路的地方，就可以透過 E 化平台下單，形成廣大的通路。

C04→F04 (資訊系統 垂直整合之取決→資訊系統 競爭優勢)

E 化後，能使訂單變更多，對於永豐餘來說是一種優勢，因為對客戶量身訂作的平台，所以讓永豐餘比以往更容易也更快速拿到訂單。

C04→C05(資訊系統 垂直整合之取決→通路 垂直整合程度之取決)

資訊系統整合後，對於通路而言，比以往更快速，而虛擬通路，對於永豐餘來說增加很多的訂單，通路進而垂直整合。

C04→C06(資訊系統 垂直整合之取決→製造 垂直整合程度之取決)

因為永豐餘是屬於 JIT 生產，資訊垂直整合後，客戶的訂單會經由電子平台傳輸給製造商，就會經由上、中、下游的製造商製造，因此達到製造的垂直整合並降低庫存。

C05→C06 (通路 垂直整合之取決→製造 垂直整合程度之取決)

通路的垂直整合，透過 E 化策略，在製造上有垂直整合，因為快速的供貨、製造，使得流程增快。

C06→B05 (製造 垂直整合之取決→通路 目標市場的區隔與選擇)

製造完成後透過通路送達目標市場。



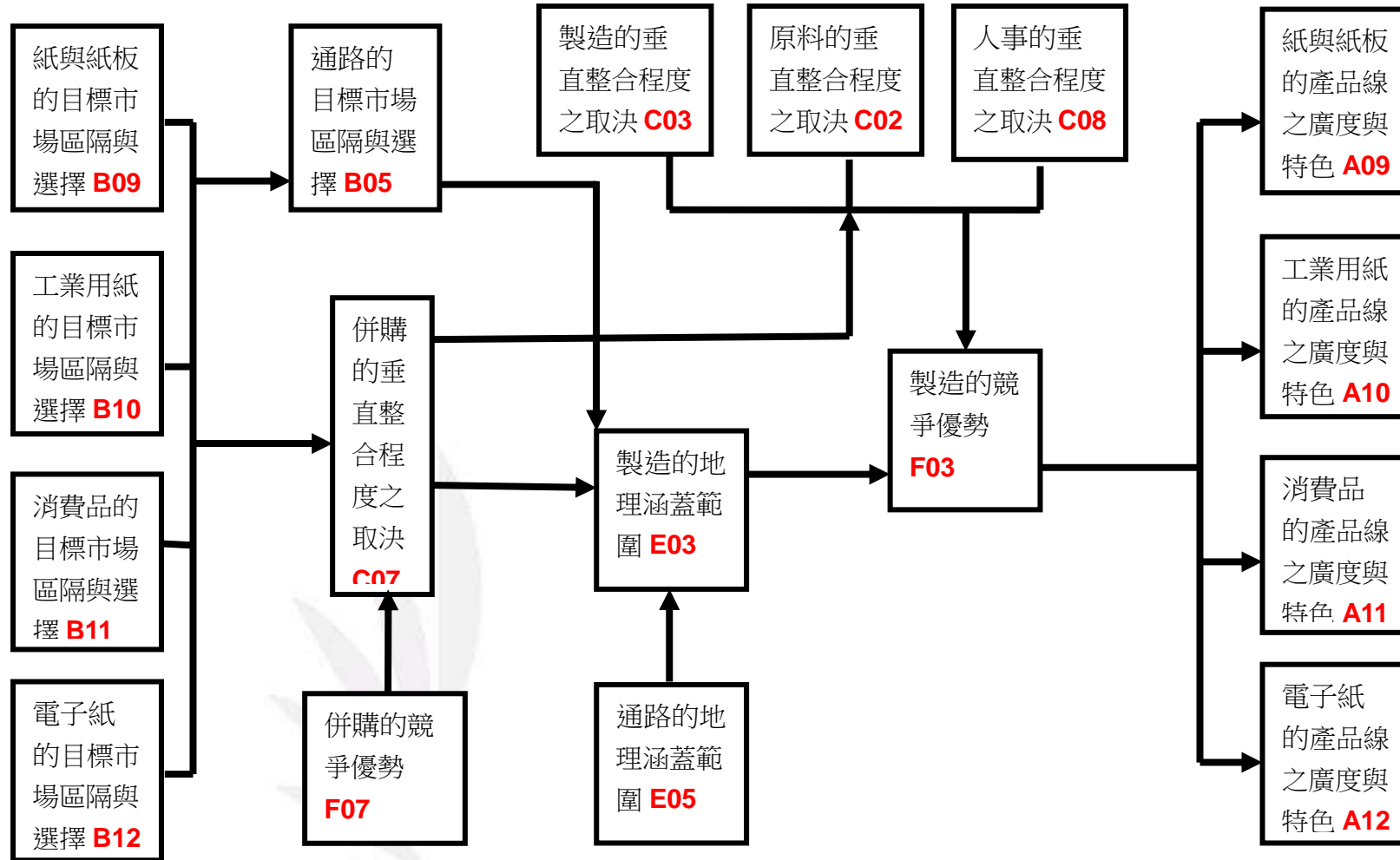
三、 著眼亞洲，放眼全球策略

1. 著眼亞洲，放眼全球策略矩陣圖

投入								產出				流程 構面
研發	原料	製造	資訊系統	通路	品管	併購	人資	紙與紙板	工業用紙	消費品	電子紙	
A01	A02	A03	A04	A05	A06	A07	A08	A09	A10	A11	A12	產品線之廣度與特色
○	○	○	○	*	○	○	○	○	○	○	○	
B01	B02	B03	B04	B05	B06	B07	B08	B09	B10	B11	B12	目標市場區隔與選擇
○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
C01	C02	C03	C04	C05	C06	C07	C08	C09	C10	C11	C12	垂直整合程度之取決
○	○	○	○	*	○	○	○	○	○	○	○	
D01	D02	D03	D04	D05	D06	D07	D08	D09	D10	D11	D12	相對規模與規模經濟
○	○	○	*	*	○	○	○	○	○	*	○	
E01	E02	E03	E04	E05	E06	E07	E08	E09	E10	E11	E12	地理涵蓋範圍
○	○	○	*	○	X	○	○	*	○	○	*	
F01	F02	F03	F04	F05	F06	F07	F08	F09	F10	F11	F12	競爭優勢
○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	



2. 著眼亞洲，放眼全球策略組合圖





3. 著眼亞洲，放眼全球策略論述

B09、B10、B11、B12→C07 (紙與紙板 工業用紙 消費品 電子紙 目標市場區隔與選擇→併購的垂直整合程度之取決)

由於中國內需市場的增加，台灣市場已飽和，永豐餘鎖定大陸目標市場，積極投入資金。

B09、B10、B11、B12→B05 (紙與紙板 工業用紙 消費品 電子紙 目標市場區隔與選擇→通路的目標市場區隔與選擇)

因永豐餘已訂出產品的目標市場，接下來需要尋找生產與販賣產品之通路選擇。

B05、E05→E03 (通路的目標市場區隔與選擇 地理涵蓋範圍→製造的地理涵蓋範圍)

因 B05 中國地區的通路目標市場影響及 E05 原有的通路涵蓋範圍（例如國外銷售點或是台灣的銷售點），會影響製造的地理涵蓋範圍，永豐餘的中國地區製造廠多設於沿海地區，方便中國內需運送，也方便國外出口作業。

F07→C07 (併購的競爭優勢→併購的垂直整合程度之取決)

永豐餘與日本製紙集團正式完成 1.1 億美元的投資協定，拓展亞洲區域。

C07→E03 (併購的垂直整合程度之取決→製造的地理涵蓋範圍)

永豐餘加碼投資產業垂直整合，依目標市場的選擇進行設廠、擴廠及併購，也會影響到製造廠的地區及數量。

C07→C02、C03、C08 (併購的垂直整合程度→製造、原料、人事的垂直整合程度之取決)

以製造方面來說，需要資金去併購或設上下游廠；以原料方面來說，需要去購買屬於永豐餘本身的林場或紙漿以方便一條龍生產；人事方面可派外學習及教育訓練。

C02、C03、C08→F03 (製造、原料、人事的垂直整合程度之取決→製造的競爭優勢)

因製造設廠及上中下游的一條龍式生產，原料的垂直整合購買及人事派遣與訓練，在製造方面節省了許多運輸與人事成本，所以比同業多了一些競爭優勢。（若部份製造交由其他廠商製作，其運輸及等待時間就會增加許多成本）



F03→A09、A10、A11、A12 (製造的競爭優勢→紙與紙板 工業用紙 消費品 電子紙的產品線之廣度與特色)

因製造的競爭優勢（成本上的節省及技術上的提升），影響到各產品產品線之廣度與特色，例如品質的提升，環保及綠化的策略，R F I D的運用，各種商品的多樣化（技術）。





柒、 結論

永豐餘創立 60 餘年，從大型化、精密化、自動化的投資進而對專業技術的鑽研，發展至今可以說是一個高度細密分工、重視資訊流傳、講究群體利益與注重研發的企業。企業的競爭力，與它創造的價值成正比。唯有不斷地的創新與創造，企業才能永保經營戰力，永豐餘為了因應此趨勢，秉持著永豐餘的精神，積極整合橫向與縱向產業鏈、發展範疇經濟、融合環保概念和新科技的運用、領導創新，才能在未來的新經濟超競爭時代中佔有一席之地，相信將來更會大步的往前邁進，引領新的時代趨勢。

近十年來大陸崛起對全球經濟產生重大的影響，不僅是經濟勢力版圖的重組，更直接影響各產業的全球佈局，其廣大的市場及充裕的勞動力，吸引全球投資者和廠商的目光，也為大陸帶來持續快速的經濟成長。隨著大陸經濟成長，紙業之市場需求亦跟著快速成長，使各大跨國企業及當地廠商都積極搶攻市場，相較於大陸紙業的高度成長，台灣本土紙業發展至今已邁入成熟期，需求及產能成長趨緩，且在產業外移和開放進口的影響下，對紙業需求更是雪上加霜。而台灣自產的木漿數量有限，在原料受制於外國廠商的不利因素之下，經營環境愈趨嚴峻，故永豐餘位面對此挑戰，進行一連串的計畫，將觸角延伸至其他產業，開始多角化經營，利用其廣大的資源、技術和策略合作的方式，垂直整合其產業鏈，積極的投入廣大的大陸市場，尋求新契機。

對於未來的展望，永豐餘紙業將持著自有的專業化和 E 化發展策略，全力投入符合產業發展趨勢的資源再生環保事業，積極進軍大陸和亞洲市場，預期成為為國際化不可忽視的領導廠商。而其核心能力及專技人才，將繼續用最先進的技術，投入最少量的資源與能源、配合製程的創新、品質的控管、創造顧客滿意的品質，提供客戶有利的成本效益，來回饋愛護其廣大上下游客戶。此外，配合「E 化」平台的成功導入與建置，未來將加速強化整合上下游客戶廠商及同業的深度合作關係，希望建置一個以紙業為本體的供應鏈服務平台，共同提昇整個產業的國際競爭力！而永豐餘將以此為其繼續發展的目標。



捌、參考文獻

一、報章雜誌

新聞

日期	名稱	標題
2011-11-26	[工商時報]	永豐餘 RFID 搶雲南普洱茶商機
2011-11-01	[自由時報]	永豐餘 Q3 獲利創 9 季來新高
2011-11-01	[蘋果日報]	永豐餘前 3 季 EPS1.15 元創歷史新高
2011-11-01	[經濟日報]	永豐餘躍造紙獲利王
2011-11-01	[工商時報]	永豐餘前 3 季淨利成長 2.38 倍
2011-10-31	[精實財經]	永豐餘進軍食品用紙市場推「鮮淨防油卡」
2011-10-31	[鉅亨網]	永豐餘研發全台首張「防油卡」 2 年內銷量拚每月 500 萬噸
2011-10-31	[聯合晚報]	永豐餘轉型進軍食品用紙
2011-10-31	[中央社]	永豐餘前 3 季賺 1.15 元新高
2011-09-01	[工商時報]	永豐餘上半年獲利 5 年新高
2011-07-26	[聯合晚報]	百大品牌 金招牌台銀、國壽上榜
2011-07-22	[經濟日報]	永豐餘加碼投資 RFID
2011-07-20	[工商時報]	《造紙股》永豐餘加碼投資 RFID 領域
2011-07-20	[經濟日報]	永豐餘明年獲利進補
2011-06-08	[工商時報]	永豐餘靠利基產品成功突圍
2011-05-11	[經濟日報]	造紙業 4 月業績衰退不逾 10%
2011-05-10	[自由時報]	紙漿漲價 造紙股起舞
2011-05-07	[鉅亨網]	首家國際級品牌包裝企業進駐深圳 永豐餘品牌包裝中心成立
2011-05-07	[經濟日報]	永豐餘拚家紙獲利倍增
2011-05-03	[自由時報]	元太挹注 永豐餘獲利創新高
2011-05-03	[工商時報]	永豐餘首季 EPS 年增 175%
2011-05-03	[鉅亨網]	降減能源成本 永豐餘花 10 年研發生物製漿 將於大陸揚州設廠
2011-05-02	[中央社]	永豐餘首季 EPS 歷年同期新高
2011-04-05	[工商時報]	長短纖紙漿漲聲響起，台紙、華紙 Q2 營收可望受惠
2011-04-05	[工商時報]	凍漲 1 年 文化用紙 4 月漲 5%
2011-03-16	[經濟日報]	永豐餘擴產大陸家紙
2011-03-16	[工商時報]	永豐餘加碼卡位神州
2011-02-12	[蘋果日報]	永豐餘中國收益今年將倍增
2011-02-12	[工商時報]	永豐餘搶攻大陸內需商機



2011-02-12	[經濟日報]	永豐餘砸 150 億 挑戰正隆霸業
2011-02-11	[中廣新聞]	永豐餘：衛生紙暫不漲價 工紙高檔平穩
2011-02-09	[經濟日報]	廢紙飆正隆、榮成受惠
2010-12-15	[經濟日報]	永豐餘攜手興大護山林
2010-12-15	[工商時報]	中興大學、永豐餘再合作
2010-12-15	[工商時報]	何壽川：永豐餘大陸 3 廠，產能倍增
2010-12-15	[旺報]	永豐餘、正隆鎖定重慶布局
2010-12-14	[精實新聞]	大陸工紙旺！永豐餘擬擴量至百萬噸規模
2010-10-27	[經濟日報]	永豐餘成立生物製漿廠
2010-10-27	[工商時報]	搭中國十二五列車，永豐餘搶灘陸生物製漿業
2010-10-07	[經濟日報]	工紙漲價紙類股飆
2010-09-30	[工商時報]	熱門股－永豐餘股價創波段新高
2010-09-29	[聯合晚報]	兩岸瘋生技 永豐餘今飆量逾 2 萬張
2010-09-23	[經濟日報]	永豐餘正隆發選舉財
2010-09-02	[工商時報]	永豐餘業內外兩得意
2010-08-09	[經濟日報]	陸淘汰落後產能／台商水泥造紙乘勢擴產
2010-08-09	[經濟日報]	大陸落後產能限期淘汰
2010-07-19	[經濟日報]	A3 版
2010-07-19	[經濟日報]	三大支柱永豐餘集團多元布局
2010-07-19	[經濟日報]	永豐餘拚大陸工紙一條龍
2010-06-16	[經濟日報]	永豐餘拚工紙土紙闖東南亞
2010-06-15	[時報資訊]	永豐餘：整合產業鏈上下游、紙業轉型
2010-06-11	[自由時報]	橘子工坊天然洗劑環保護健康
2010-06-01	[工商時報]	進口文化用紙大舉叩關台灣
2010-06-01	[工商時報]	庫存吃緊國際漿價居高不下
2010-05-30	[自由時報]	保護皮膚不過敏洗衣用天然的尚好
2010-05-30	[自由時報]	橘子工坊堅持天然無毒，推動居家健康綠生活。
2010-05-27	[工商時報]	RFID 世博走紅永豐餘加碼
2010-04-19	[工商時報]	元太、鳳凰合攻大陸教育電子書
2010-04-19	[蘋果日報]	元太搭鳳凰號攻大陸電子書
2010-04-19	[蘋果日報]	元太電子書搶進中國教育市場
2010-04-19	[工商時報]	永豐餘前進揚州蓋電子書城
2010-04-18	[經濟日報]	元太攜手方正蕃薯網合攻電子書
2010-04-18	[工商時報]	元太川奇與蕃薯網攜手
2010-04-18	[中國時報]	元太砸 150 億搶攻華文電子書
2010-03-31	[NOWNEWS]	永豐餘、日本製紙 1.1 億美元投資協定完成 共同佈局亞洲
2010-03-31	[精實財經]	永豐餘：與 NPG 合資平台成形，工紙加速國際化



2010-03-31	[精實財經]	永豐餘:兩岸工紙廠持續滿載，Q2 漲價壓力仍大
2010-03-31	[鉅亨網]	永豐餘：工紙 4 月份不漲價自行吸收下游客戶壓力
2010-03-31	[中國時報]	日商 1.1 億美元入股永豐餘工紙部門
2010-03-31	[蘋果日報]	日本製紙投資永豐餘 1.1 億美元
2010-03-31	[經濟日報]	永豐餘拚大陸工紙龍頭
2010-03-31	[工商時報]	新聞分析－永豐餘注入日資如虎添翼
2010-03-31	[工商時報]	日本製紙入股永豐餘集團
2010-03-24	[中國時報]	廢紙也搶手回收價翻兩番
2010-03-24	[中國時報]	下月調高貨源震傷紙市漲聲再起
2010-01-01	[經濟日報]	永豐餘、華紙設汽電廠
2009-12-31	[工商時報]	永豐餘 19 億添購汽電共生設備
2009-12-31	[鉅亨網]	節能減碳！永豐餘斥資 19.03 億元購置久堂廠汽電共生設備
2009-12-03	[經濟日報]	元太業績攻頂 後市續旺
2009-11-29	[經濟日報]	擁生技、科技 永豐餘「錢」景佳
2009-11-29	[經濟日報]	何壽川交棒 三大悍將闖出佳績
2009-11-23	[工商時報]	永豐餘工紙，擬引 3 成外資入股
2009-11-06	[經濟日報]	永豐餘文化用紙 今年來二度調漲
2009-11-02	[蘋果日報]	元太軟式電子紙年底量產
2009-11-02	[經濟日報]	永豐餘文化用紙調漲
2009-10-31	[經濟日報]	造紙三雄 上季全都賺
2009-10-30	[精實財經]	原料成本壓力大，永豐餘 11 月文紙再調漲 5%
2009-09-29	[聯合晚報]	元太營運展望外資加碼評等
2009-09-29	[聯合晚報]	元太／兩岸搭橋魔法書就在你手上
2009-09-29	[聯合晚報]	元太／革自己的命創紙無限想像
2009-09-29	[聯合晚報]	元太將成「電子紙英特爾」
2009-09-21	[工商時報]	元太明年初量產
2009-09-21	[精實財經]	元太明年初推出可撓式電子紙，彩色電子紙亦將上市
2009-09-01	[蘋果日報]	元太上半年每股虧 1.93 元電子紙定單達年底與佳世達同奔漲停
2009-09-01	[經濟日報]	元太每股虧 1.93 元
2009-09-01	[工商時報]	彩色電子紙元太明年量產
2009-08-17	[工商時報]	訂單滿 元太電子紙出貨翻倍
2009-08-04	[自由時報]	雙重題材拉抬 造紙類股齊揚
2009-08-01	[經濟日報]	永豐餘正隆調漲紙器價
2009-07-24	[蘋果日報]	元太電子紙定單看到年底
2009-07-24	[精實財經]	元太：Q3 產能將全線滿載，Hydis 單月可望轉盈
2009-07-24	[工商時報]	元太今年不愁沒訂單



2009-07-24	[經濟日報]	元太將推摔不破電子紙
2009-07-24	[經濟日報]	正隆永豐餘下季會賺
2009-07-08	[中國時報]	政院點火電子紙，元太一度登頂
2009-06-02	[路透波士頓]	元太科技以 2.15 億美元併購美商 EInk
2009-06-02	[中國時報]	元太以 2.15 億美元併購 E-Ink
2009-06-02	[自由時報]	元太併購 E-Ink 完成電子紙上下游整合
2009-06-02	[工商時報]	元太布局上游材料 入主 E-Ink
2009-06-02	[經濟日報]	元太砸 70 億併 E-Ink
2009-06-02	[蘋果日報]	垂直整合 元太 70 億併 E-INK,電子紙技術與專利全握 新品產出更快速
2009-06-01	[聯合晚報]	元太傳併 E-Ink 唯股價因取消信用交易跌停
2009-06-01	[非凡新聞]	元太併購美電子墨水廠拿下技術專利
2009-06-01	[鉅亨網]	穩定料源 元太以 70 億元併購 E-Ink 積極佈局電子紙市場
2009-05-26	[自由時報]	電子書題材熱 元太股價倍漲
2009-05-25	[經濟日報]	正隆永豐餘搶攻家紙
2009-05-18	[精實財經]	文紙漲價！永豐餘 6/1 起調漲 5%~10%
2009-05-16	[經濟日報]	獲利進補，工業紙漲，正隆、永豐餘受益
2009-05-12	[工商時報]	電子紙爆紅 元太上月營收增近 3 成
2009-05-11	[財訊快報]	電子紙顯示器市場快速成長，LGD、元太、友達相繼投入
2009-05-10	[經濟日報]	全球掀電子書熱潮 元太最樂
2009-05-08	[工商時報]	元太電子紙產品出貨旺
2009-05-05	[工商時報]	永豐餘領先業界 獲國際認證
2009-05-04	[鉅亨網]	工紙需求能見度到 Q3 永豐餘：6 月原紙價格估調漲 1000 元/噸
2009-05-04	[鉅亨網]	永豐餘工紙「包裝驗測中心」國內首家國際認證紙器實驗室
2009-05-04	[經濟日報]	川奇切入中國教材電子書
2009-04-27	[鉅亨網]	永豐餘旗下元太科技電子紙產能今年提升 3 倍
2009-04-27	[經濟日報]	士紙類股領頭羊
2009-04-22	[工商時報]	國產衛生紙雙雄 大打環保牌
2009-04-22	[工商時報]	永豐餘與銀行團完成 60 億聯貸
2009-04-21	[聯合新聞網]	永豐餘與 11 家銀行完成 60 億元聯貸案
2009-04-14	[經濟日報]	韓紙傾銷 造紙業將反擊
2009-04-14	[蘋果日報]	永豐餘：工紙最快 6 月漲價
2009-04-07	[經濟日報]	鼎豐新廠延 2012 年投產
2009-03-19	[經濟日報]	永奕 RFID 晶片進軍日本



2009-03-18	[工商時報]	因應趨勢永奕要組 RFID 聯盟
2009-03-18	[工商時報]	轉投資傳捷報 永豐餘等收割
2009-03-17	[經濟日報]	永豐餘工程節流 統一超包材減重
2009-03-16	[鉅亨網]	永奕科技貨櫃電子封條揚名國際 美國、新加坡國際推廣再下一城
2009-03-11	[中國時報]	台灣研發電子紙專利冠全球
2009-03-11	[經濟日報]	中小面板、電子紙熱 元太群創長紅
2009-03-05	[經濟日報]	永豐餘集團獲企業社會責任獎
2009-03-04	[工商時報]	永豐餘工紙董座鍾弘治：大陸工紙市場 Q2 漸回溫
2009-03-04	[工商時報]	永豐餘併美商 跨足設計領域更名為 YFY Jupiter，4 月正式運作，何奕達任董事長，表示將邁向國際品牌設計管理產業
2009-03-04	[自由時報]	抵銷原物料跌價／紙業遭痛貶
2009-03-03	[經濟日報]	永豐餘併購美包裝設計三哥
2009-03-03	[自由時報]	永豐餘併購 Jupiter Group 今年業務將增五成
2009-03-03	[鉅亨網]	永豐餘持股 80% 併國際設計公司 Jupiter4/1 將成立 YFY Jupiter
2009-03-03	[NOWNEWS]	加強行銷 永豐餘工業用紙 YFY Jupiter 公司 4/1 成立
2009-02-25	[NOWNEWS]	永奕科技全力推動電子封條 準備參展進軍國際市場
2009-02-25	[經濟日報]	永豐餘 RFID 高關採用
2009-02-24	[鉅亨網]	永奕科技與中科院、艾生合作 Yeon® RFID YTE 系列電子封條赴香港參展
2009-01-05	[經濟日報]	劉思誠帶領元太兩度成功轉型
2008-10-30	[經濟日報]	勝華元太利基產品嘎嘎叫
2008-10-29	[蘋果日報]	永豐餘 日本製紙 合組公司 日商投入 10 億資金目標中國工紙市場
2008-10-29	[工商時報]	永豐餘與日本製紙集團結盟
2008-10-29	[經濟日報]	引進日資永豐餘強攻亞洲工紙
2008-09-02	[工商時報]	工紙上半年調漲三次 廠商半年報亮眼
2008-08-29	[自由時報]	訂單回溫中小尺寸面板亮眼
2008-08-29	[工商時報]	永豐餘、華紙合資 10 億成立能源公司
2008-08-28	[經濟日報]	EPD 一哥元太明年業績要倍增
2008-08-28	[工商時報]	台達電挑戰電子紙一哥地位
2008-08-28	[工商時報]	Kindle 熱賣元太獨樂樂
2008-08-28	[經濟日報]	永豐餘瞄準碳權交易
2008-08-28	[工商時報]	看好碳交易永豐餘搶先布局
2008-08-25	[經濟日報]	正隆華紙上半年賺飽



2008-08-19	[工商時報]	電子書當紅元太押對寶
2008-08-11	[經濟日報]	工業局研議廢紙出口解禁
2008-08-07	[自由時報]	廢紙大跌工業紙廠毛利增
2008-08-06	[經濟日報]	永豐餘卓越計畫一年要省 2 億
2008-07-31	[經濟日報]	焦點人物》元太劉思誠接 Hydis 忙到失聲
2008-07-31	[經濟日報]	元太利基產品出貨旺
2008-07-31	[工商時報]	元太接手 Hydis 明年 Q2 損平
2008-07-31	[工商時報]	元太上季獲利創六季新低
2008-07-31	[自由時報]	轉盈延一季 Hydis 拖累元太
2008-07-31	[聯合晚報]	元太併韓廠股價挨罵
2008-07-31	[工商時報]	華紙將躋身節能股
2008-07-24	[工商時報]	元太併 Hydis 效益今年難見
2008-07-24	[蘋果日報]	元太海外籌資 57 億元還債
2008-07-21	[工商時報]	上萬企業關廠 華南工紙重挫
2008-07-21	[工商時報]	大陸最快今年成全球最大工紙需求國
2008-07-21	[經濟日報]	正隆永豐餘轉攻大陸紙器
2008-07-17	[工商時報]	永豐餘：年底前衛生紙不再漲
2008-07-17	[經濟日報]	對抗不景氣》正隆漲代工價 永豐餘衝品牌
2008-07-17	[自由時報]	永豐餘：下半年無調漲計畫
2008-07-17	[鉅亨網]	永豐餘台灣家紙部全年可望轉盈 正隆中隆控股擬於中國上市
2008-07-07	[工商時報]	原料漲澆不息工紙廠擴產熱
2008-07-07	[工商時報]	華紙、永豐餘持續植林碳權商機大
2008-06-26	[經濟日報]	永豐餘文化用紙下月再漲 3%
2008-06-25	[聯合晚報]	永豐餘獲首張環保認證
2008-06-25	[鉅亨網]	永豐餘取得台灣首家造紙業 FSC 認證建構綠色產業鏈服務
2008-06-12	[經濟日報]	元太電子紙今年獲利主力
2008-06-12	[鉅亨網]	元太科技電子紙顯示器技術卓越穩居領導地位
2008-06-11	[經濟日報]	沃爾瑪導入 RFID 永豐餘搶商機
2008-06-09	[自由時報]	豬肉罐頭、衛生紙將漲 1 成
2008-06-08	[中央日報]	成本壓力不減 領導品牌衛生紙難保 7 月不漲
2008-06-05	[工商時報]	麥格理：元太 5 月營收衰退逾 2 成
2008-06-05	[鉅亨網]	紙漿漲不停 永豐餘文化用紙耐不住 7 月喊漲 7% 股價逆紅
2008-06-05	[經濟日報]	永豐餘「美麗」產品添新秀
2008-05-29	[工商時報]	永豐餘建汽電共生廠
2008-05-29	[蘋果日報]	永豐餘加碼汽電共生投資 22 億元 預計下半年動土



2008-05-29	[經濟日報]	永豐餘將設汽電共生廠
2008-05-28	[經濟日報]	華紙漿價兩階段調漲
2008-05-27	[工商時報]	永奕攜手 Reva 搶攻 RFID 市場
2008-05-27	[NOWNEWS]	永奕科技與 Reva 簽署台灣區代表協定 啟動台灣 RFID 市場
2008-05-27	[經濟日報]	永奕 RFID 搶進沃爾瑪供應鏈
2008-05-27	[蘋果日報]	永豐餘旗下永奕 Reva 攜手進軍 RFID
2008-05-25	[聯合晚報]	汽電共生打氣紙股衝佳績
2008-05-23	[聯合晚報]	永奕科技將與 REVA 簽約開拓台灣 RFID 市場
2008-05-23	[經濟日報]	元太觸控電子紙明年上市
2008-05-21	電子工程專輯	元太發表創新電子紙觸控方案 Touch EPD
2008-05-21	[工商時報]	元太、勝華聯袂籌資逾百億
2008-05-21	[工商時報]	元太併 Hydis，挑戰 1 年內轉虧為盈
2008-05-21	[經濟日報]	董座壓陣 Hydis 力拚虧轉盈
2008-05-21	[經濟日報]	訂單追高，元太獲利疊疊樂
2008-05-20	[鉅亨網]	元太子公司 HydisSID 展出尖端技術 6 月中旬將完成併購
2008-05-20	[鉅亨網]	元太將發表搭載觸控方案電子紙 早盤逆股價勢上漲
2008-05-20	[鉅亨網]	元太子公司 HydisSID 展出尖端技術 6 月中旬將完成併購
2008-05-20	[自由時報]	美國 SID 展台灣面板廠新技術盡出
2008-05-20	[經濟日報]	節能、薄型化面板主流
2008-05-20	[經濟日報]	元太奇美電 SID 展雙驕
2008-05-19	[NOWNEWS]	拉大領先距離 元太發表電子紙觸控方案
2008-05-18	[蘋果日報]	元太，50 元壓力沉重
2008-05-13	[經濟日報]	萬有與永豐餘分手，改抱北港
2008-05-07	[經濟日報]	陸企搶市，台商一哥不保
2008-05-06	[工商時報]	中小尺寸面板廠，業績不同調
2008-05-02	[經濟日報]	造紙業，獲利將更亮眼
2008-04-27	[經濟日報]	元太，短線股價可能整盤
2008-04-17	[經濟日報]	綠巨人永豐餘擁 30 億元森林
2008-04-15	[蘋果日報]	元太：電子紙定單看到年底
2008-04-15	[經濟日報]	元太首季獲利創同期新高
2008-04-15	[自由時報]	電子書元太獲利高
2008-04-15	[工商時報]	元太首季獲利創新高
2008-04-11	[蘋果日報]	正隆永豐餘工紙 5 月漲價 1 成
2008-04-11	[經濟日報]	元太營運旺訂單接不完



2008-04-09	[工商時報]	元太併購 Hydix 省了七億元
2008-04-02	[經濟日報]	印研中心，推廣黃豆油墨
2008-04-02	[蘋果日報]	小尺寸面板本季營收旺
2008-04-02	[經濟日報]	永豐餘調漲文化用紙
2008-04-02	[經濟日報]	中小面板需求熱呼呼
2008-03-27	[蘋果日報]	永豐餘今年美妝業績跳 1 倍
2008-03-27	[鉅亨網]	永豐餘跨足美妝看見商機
2008-03-27	[經濟日報]	永豐餘攻美白保養市場
2008-03-27	[東森新聞報]	名模童怡禎化身美白女爵 大跳性感爵士舞
2008-03-27	[自立晚報]	永豐餘「瑪奇亞米」黑絕肌美白系列獨家全新上市
2008-03-27	[中廣新聞網]	紙漿漲家用品跟面膜也跟漲？永豐餘逆勢操作推出平價新品
2008-03-27	[工商時報]	永豐餘大發女人財
2008-03-24	[工商時報]	永奕發表調查結果近 5 成企業準備導入 RFID
2008-03-24	[工商時報]	Sam's Club 啟用 RFID 台灣供應商加速建置
2008-03-24	[蘋果日報]	Kindle 供貨將順暢 元太營收上相
2008-03-23	[自由時報]	劉思誠：電子書比 NB 更實用
2008-03-13	[中國時報]	元太出貨增溫
2008-03-13	[經濟日報]	永豐餘今年主攻再生紙
2008-03-13	[聯合報]	元太電子書業績看好
2008-03-03	[工商時報]	永豐餘大陸工紙版圖大豐收
2008-02-18	[自由時報]	<人物春秋>永豐餘何奕達頻出奇招拓通路
2008-02-04	[經濟日報]	振曜今年將飛躍成長
2008-02-01	[經濟日報]	紙漿飆造紙業上游有看頭
2008-01-31	[中國時報]	合眾紙業把客戶當最好的老師
2008-01-29	[聯合晚報]	獲利亮元太滾量超 HIGH
2008-01-29	[蘋果日報]	金鼠年元太本季營收衝 32 億 劉思誠：今年是超級年 電子紙出貨年增 6 倍
2008-01-29	[鉅亨網]	元太科技去年 Q4 淨利 5.60 億元大幅成長全年 EPS2.11 元
2008-01-29	[自由時報]	元太獲利紅股價黑 超級法說會出師不利
2008-01-29	[經濟日報]	劉思誠：元太今年營運將創紀錄
2008-01-29	[工商時報]	元太去年獲利增 5 倍劉思誠：營收可望刷新紀錄
2008-01-29	[經濟日報]	太景搶年底在美上市
2008-01-28	[遠見雜誌]	閱讀載體大革新電子書 Kindle 憑什麼熱銷？
2008-01-28	[經濟日報]	永奕成立 RFID 驗證中心
2008-01-27	[經濟日報]	元太 8069 日 KD 值由低檔回升
2008-01-25	[聯合新聞網]	AmazonKindle 閱讀器首次在台亮相



2008-01-25	[工商時報]	戴念華：RFID 年底將加速普及
2008-01-25	[工商時報]	永奕 RFID 認證中心本月開始運作
2008-01-25	[東森新聞報]	永奕成立亞洲唯一 RFID 驗證中心 1 月起已提供服務
2008-01-21	[東森新聞報]	美麗法寶／柔柔綿棉 「泡沫」隔離霜、卸妝油開架熱賣！
2008-01-19	[卡優新聞網]	2008 政治經濟多變 三大 CEO：台灣開放大大有可為
2008-01-19	[經濟日報]	企業界期待》法令鬆綁自由開放
2008-01-19	[工商時報]	台灣大未來三大師把脈
2008-01-16	[蘋果日報]	振曜電子書第 3 季放量出貨
2008-01-11	[蘋果日報]	元太參與振曜私募 擴產電子紙
2008-01-11	[工商時報]	振曜 30 億元私募 永豐餘集團認購八成
2008-01-11	[經濟日報]	元太拉振曜 合攻電子紙
2008-01-10	[經濟日報]	元太將通過併購韓 Hydix
2008-01-10	[工商時報]	網購搶快多元化 衛生紙也有賣
2008-01-10	[鉅亨網]	PChome 詹宏志與永豐餘接班人何奕達挑戰百萬網路衛生紙
2008-01-10	[東森新聞網]	永豐餘少主何奕達作風鮮明 獨特想法領導自家品牌
2008-01-10	[台視]	衛生紙尋新通路永豐餘網上賣 網路衛生紙永豐餘估賣百萬包
2008-01-10	[中國時報]	永豐餘用 PChome 賣衛生紙
2008-01-10	[經濟日報]	何奕達：大陸營收今年要倍增
2008-01-10	[經濟日報]	永豐餘家用紙 PChome 買得到
2008-01-05	[蘋果日報]	忍了半年工業用紙漲 1000 元
2006-07-14	[蘋果日報]	永豐餘董事長 邱秀瑩 天天 5 點起床作便當
2006-06-24	[自由時報]	永豐餘董座 何壽川交棒

其他

日期	作者	題名
2010-06	魏意紋	國立中央大學產業經濟研究所碩士論文-台灣造紙企業發展策略之研究 -魏意紋



二、 網路來源

標題	網址
永豐餘官方網站	http://www.yfy.com/
元太科技	http://www.pvi.com.tw/
橘子工坊官方網站	http://www.orangehouse.com.tw/
永豐餘消費品實業股份有限公司	http://www.yfycpg.com/
五月花	http://www.mayflower.com.tw/
柔情	http://www.tendertissue.com.tw/
得意	http://www.delight.com.tw/
MoneyDJ 財經知識庫	http://www.moneydj.com/kmdj/wiki/wikiviewer.aspx?keyid=ec131336-4662-40ae-9df9-80762a3dfa9f
勞工衛生研究所	http://www.iosh.gov.tw/Book/Message_Publish.aspx?P=30&U=301
104 講師中心-項義順講師專欄文章	http://www.104learn.com.tw/cfdocs/edu/104coach/article_show.cfm?a=2466
永豐餘 FSC 認證簡介	http://www.yfy.com/upfiles/ADUupload/c_downmul1330640024.pdf
[情報] 永豐餘董事長邱秀瑩	http://www.ptt.cc/bbs/NYUST98_FING/M.1230557237.A.725.html