



打造亞洲第一成人紙尿褲品牌 富堡工業創新產品與服務

37年來富堡工業不斷隨著產業變化進行創新，成功打造亞洲第一成人紙尿褲品牌「安安」之外，並且發展出復健褲、濕紙巾、看護墊、嬰兒紙尿褲...等完整產品線，近年來更藉由推動服務化策略，朝服務型企業邁進，創造富堡更強勁的成長動能與新商機。

走進 富堡工業生產製造成人紙尿褲的工廠中，一條一個月可生產 300 萬片紙尿褲的全自動化產線，以及可全自動輸送產品的自動化倉儲，徹底展現出富堡工業擁抱創新，打造出不同於一般傳統製造工廠的科技感，「其實這只是富堡工業追求創新的一小部分。」富堡工業副總經理吳昇蔚指出，富堡工業成立 37 年以來，從不曾間斷投入研發、創新產品與服務，這也讓富堡工業始終能夠在激烈的市場變化中，創造新的競爭利基，維持企業營運的穩定成長與永續經營。

不間斷追求產品創新 維持競爭力

富堡工業創辦人林有義早年從事醫療保健用品銷售，每天騎著腳踏車全省走透跑業務。爾後隨著台灣經濟起飛，林有義投入創業成立貿易公司，進口抗生素在國內銷售，經營幾年之後，林有義有鑑於貿易業進入門檻低，因此於 1977 年創立富堡工業，並從日本引進技術在台灣建立全自動化設備生產「潔美」衛生棉，成為全台第一家推出世



◀ 富堡除了積極研發創新、舒適之紙尿褲外，更積極延伸照護觸角，從製造走向品牌服務，也透過育成中心合作過「配樂樂-復健工具」、「好聰明-尿濕感應紙尿褲」、「第十代安安紙尿褲」、「ZIOX 特殊配方抗菌隨意再貼紙尿褲」等開發，增加公司的創新性與競爭優勢，並滿足消費者需求。

界專利可溶式衛生棉的企業。

「當年富堡在台灣激烈的衛生棉市場，做到市占率第 4 名的成績。」吳昇蔚說，但是後來市場競爭非常激烈，再加上競爭對手開發出蝶翼衛生棉，潔美的銷售面臨很大衝擊，當時富堡如果也跟進生產蝶翼衛生棉，必需投入龐大資金重新建立生產線，經過評估之後，公司決定轉型發展新的利基產品，因此選上較少人投入的成人紙尿褲市場，從此開啟富



富堡工業股份有限公司



類 別 醫療照護 **成立時間** 1977 年 **負責人** 林煥強
主要業務 自有品牌成人紙尿褲、看護墊、濕紙巾製造與販售，包括安安、安親、安爽 3 大品牌
員工人數 129 人（台灣地區）
進駐育成中心 財團法人馬偕紀念醫院創新育成中心

堡工業打造成人紙尿褲王國的新成長之路。

1985 年富堡建設全自動工廠生產成人紙尿布，1987 年再投資生產成人紙尿褲，成為全亞洲第一家的廠商，並且開始在國內外推廣「安安」成人紙尿褲品牌。除此之外，過去 10 多年來富堡工業也陸續開發出復健褲、濕紙巾、看護墊等照護系列產品，以及嬰兒紙尿褲、嬰兒系列清潔用品等，甚至採取異業合作開發無糖餅乾與面膜產品等，創新且多元的產品線，建立富堡工業成為商品齊全的醫療健保用品製造商。

吳昇蔚強調，過去 20 年富堡透過完整產品線以及優質品質，成功將「安安」打造成為國內外屬一屬二的成人紙尿褲品牌，不僅在泰國、印度、伊朗等多國的市占率位居第一名，其他東南亞國家市占率也都名列前茅，並且將市場觸角拓展至歐洲、南亞、非洲、香港、東北亞、美國與澳洲等市場，就連金融海嘯期間，富堡的營運也是逆勢成長。成功

的經營也使安安儼然成為成人紙尿褲的代名詞。

製造服務化 從顧客需求出發創新服務

完整的產品線以及成功的海內外布局，讓富堡工業營運一直維持逐年成長的穩定態勢，但是儘管已經擁有不錯的經營績效，富堡工業並不以此自滿。吳昇蔚說，過去富堡工業藉由 8 大通路在台灣建立 4,000 個據點，打造完整的產品銷售體系，但是仍就是屬於 B2B2C 的營運模式，為更深入掌握市場需求、貼近顧客，富堡工業開始推動服務化策略，希望增加與顧客連結走向 B2C。除此之外，有鑑於全球高齡化社會來臨，銀髮族長期安養照護需求湧現，包括健康照護產品以及服務商機都非常龐大，為滿足新時代需求，富堡工業也認為必須推動製造業服務化策略，才能創新產品與服務，建立富堡更強大的競爭力。

由於 30 年來富堡工業一直是傳統製造業的經營思維，因此要在公司體制中導入服務化的創新思維與做法，許多地方都有不足之處，為突破瓶頸，富堡工業在 2007 年開始推動服務化策略時，就加入財團法人馬偕紀念醫院創新育成中心，希望透過育成中心整合來自各方的資源以及其他協助，協助企業順利推動服務化策略。

「富堡工業的既有客戶，絕大部分都有被照護的需求，因此富堡認為與醫院機構進行緊密的連結，對富堡為既有客戶創造新產品與服務，可以帶來很大的幫助，因此決定加入馬偕紀念醫院創新育成中心。」富堡工業新事業處處長劉惠君指出，富堡工業的服務化策略主軸為「深耕內部、強化外部」，在深耕內部方面，富堡工業以研發部、設計部及新事業處全面進行內部改造；強化外部方面則藉由攜手育成中心，進行各方面的策略聯盟，內外共同布局之下，讓富堡工業成功發展許多創新產品與服務。

例如，由於富堡工業成人紙尿褲客戶大多有復健需求，因此富堡工業在 2010 年整合內部資源投入研發「復健工具 - 配配樂」，期間育成中心特別推薦馬偕醫院的復健診療師、復健科醫師等專業人員做為業師，協助富堡進行「復健工具 - 配配樂」產品開發，這讓富堡在開發產品時可以同時從病患、醫師、復健師的角度，進行產品研發，讓產品更符合實際應用上的需求。

2012 年富堡工業在經濟部商業司的輔導之下，

再創新研發「安安好聰明—智能尿濕感應服務平台」，透過尿濕呼叫、更換紀錄與雲端查看，讓照護者不用一而再、再而三的拆尿褲檢查尿量，維持被照護者的尊嚴，也讓照護者有更多時間與被照護者聊天，做心靈上的陪伴。

育成中心協助提升 產品品質與市場行銷

育成中心除了協助富堡工業進行服務化之外，也在既有產品品質提升以及市場行銷上提供很大的協助。吳昇蔚表示，為持續強化競爭力，富堡工業平均每 2 年就會創新配方或者使用新材料，推出新款產品，至今已經研發到第 10 代安安成人紙尿褲，主打「超綿柔表層（透氣）、魔術貼設計（全區可黏貼）、ZIOX 抑菌配方達 99.6% 以上、100% 側邊透氣、立體防漏隔邊、超效導流層、超強吸收力」的特色，建立產品強大的競爭力。

最新一代「安安」的創新研發過程中，為找到真的能夠提供抗菌效果的不織布供應商，育成中心特別引薦馬偕醫院感染科醫師當作業師，並且提供馬偕醫院實驗室，對富堡選擇的超過 20 家供應商，進行原料驗證，確保富堡工業創新研發的抗菌成人紙尿褲，真的具備有效的抗菌功能。

除此之外，富堡工業在加入育成中心之後，也獲得許多行銷上的協助。例如，在創新「復健工具 - 配配樂」之後，育成中心協助富堡工業尋

找醫院舉辦相關活動，加速配配樂曝光，並且協助「復健工具 - 配配樂」在 ASOCIO Taiwan Best Practices 進行參展，曝光到 20 幾個國家市場中。

另外，2013 年協助富堡取得經濟部工業局「製造業價值鏈資訊應用輔導計畫 - I Care 通路服務加值計畫」，打造 I Care 與安安購物網，讓富堡進一步建構虛擬通路市場，劉惠君說，近來富堡更建立 Call Center 照護服務，真對首次購買族提供線上諮詢或到府教導等服務，建構富堡工業

更為完整的服務化能量。

展望未來，富堡工業將更積極投入研發費用、延攬相關專業人才，繼續研發更人性化、更體貼、更多元的產品，提供消費者更多樣化且精緻選擇，在外銷市場上將同時以自有品牌及 OEM 模式，深耕東協、東北亞、中東等地區，持續建構富堡工業在全球醫療保健用品領域的優勢地位，開拓更大的外銷商機之外，也希望成為台灣傳統製造業轉型升級的最佳典範。

育成觀點 財團法人馬偕紀念醫院創新育成中心

創新想法一籬筐 打造差異化產品與服務

「富堡工業的創新想法真的很多，而且非常願意嘗試新的事物。」談起富堡工業一路始終如一的創新轉型理念，財團法人馬偕紀念醫院創新育成中心專案副理朱建明指出，富堡工業董事林峻樟非常熱愛接觸新技術、新產品與新服務概念，因此加入育成中心多年來，一直會找到許多新事物來育成中心，共同討論是否具備商業化的可能性。

朱建明進一步指出，與育成中心討論之後認為可行的新概念，富堡工業通常也捨得投入資源進行創新研發，對於不可行的想法也不會留戀、浪費太多時間在上面。因此富堡工業可以將有限的資源用在各種新商品的開發上，成功於短時間創新眾多產品與服務，打造富堡堅實且充分的創新能量。



財團法人馬偕紀念醫院
創新育成中心專案副理
朱建明

財團法人馬偕紀念醫院創新育成中心 在政府大力推動六大新興產業之下，「醫療照護」及「生物科技」類之中小型企業成為馬偕醫院輔導協助首要目標，因此本院特別成立創新育成中心，協助相關中小型企業進行技術提升、研發方向導正、異業媒合、產品推廣等，至今共已培育包含生物科技、醫療器材、生技服務及文創產業 79 家公司，其中已有 1 家上市、2 家上櫃、2 家興櫃以及 2 家企業股票公開發行 IPO，由此可見，凡是進駐本院育成中心的企業，只要能善用中心取得及接觸各項資源，都有機會朝向大型企業邁進。

富堡工業一直以來不曾間斷投入研發，積極創新產品與服務，促使富堡工業始終能夠在激烈的市場變化中，創造新的競爭利基，維持企業營運的穩定成長與永續經營。

富堡工業副總經理 吳昇蔚

