

從外銷代工到自創品牌闖出國內市場 —騎龍矽膠



騎龍矽膠 - 台灣 MIT 矽膠食品容器製造的領頭羊，投入矽膠食品容器生產已有近 20 年之久。2017 年，隨著政府各項減塑政策上路、消費者環保意識抬頭，看見國內市場商機，於是開始以自有品牌經營電商。蝦皮、Pchome 商店街上搜尋「矽膠食物袋」或「騎龍」，就可以找到它，而且普遍受到購買者好評。

之所以使用矽膠作為材料是來自於客戶的需求。2000 年，國外客戶提出希望找到一個可以取代不沾鍋，兼顧健康安全與收納方便的替代品，因此催生出騎龍自行開發的第一款產品——矽膠蛋糕模，也就此開啟了與德國萊因 TÜV 近 20 年的合作歷史。

挑戰 1：產品需符合食品接觸材料的法規要求

「剛開始歐洲客人下第一張訂單的時候，就要求我們必須要提供跟矽膠有關的法規。當時，全台灣只有德國萊因 TÜV 有能力進行這樣的檢測」，騎龍矽膠吳其昌董事長回憶到。矽膠非塑膠，主要原料是由天然的礦石裂解出來的物質。如同塑膠材質有區分為 ABS、壓克力、PC、PS、PP 等各種不同等級的塑膠，矽膠材料亦有品質等級的差別。歐洲對於與食品接觸的材料有一套嚴格的規定，而德國法規 LFGB (前身為 LMBG) 又更為嚴格。騎龍花了很長的時間去摸索，使用最佳品質的矽膠材料，才能確保矽膠產品可以符合嚴格的歐盟與德國法規、進入歐洲消費者的廚房，並且終於在 2003 年順利開展業務。

挑戰 2：消費者不熟悉新材料

以台灣來說，除了矽膠奶嘴外，以矽膠作為食品容器，例如食物袋、便當盒、矽膠吸管、環保杯等仍是相對新穎的產品。根據騎龍自身的分析，國內購買其矽膠產品的消費主力是介於 28 歲到 38 歲、家裡有嬰幼兒的父母親。他們因為擔心塑膠製品有潛在釋出雙酚 A、塑化劑的可

能，對嬰幼兒健康發展造成不可逆的影響，因此選擇使用更安全、更環保且可耐高溫（230度C）/低溫（-40度C）的矽膠容器。

挑戰3：針對不同市場開發符合當地使用習慣的產品

吳其昌董事長表示，早期產品開發通常是針對國外客戶，適合西式廚房使用，對國內消費者不完全適當。針對這一點，騎龍已經在著手改善與研發新產品。未來，消費者除了可以繼續藉由德國萊因 TÜV 的檢測報告，確保產品安全無虞外，騎龍也將致力於針對國內市場開發出跟歐洲一樣高品質的產品，透過在地製造、品質把關、直接銷售，讓每個人都能以最容易取得的價格，享受世界級的好產品。

德國萊因 TÜV 提供的服務

- 食品接觸材料的檢測服務
- 美國 FDA，歐盟食品容器法規 EU No. 1935/2004 & EU No. 10/2011，德國 LFGB 等食品容器檢測服務
- 國際知名公正第三方檢測報告，專業信譽深受信賴