

109年10月30日

高二國際貿易科校外參觀報告



- ▶ 參觀地點：黑松股份有限公司—中壢廠
- ▶ 班級：國二三班
- ▶ 組員：17 効芷瑩、24 徐以珊、25 徐琪媛、
29 陳昱蓉、37 謝芝宜

目錄

一、工作分配	3
二、企業簡介	4
三、黑松 SWOT 分析	8
四、黑松五力分析	9
五、參訪心得	10



一、工作分配

負責同學	工作分配
効芷瑩(右1)	報告製作
徐以珊(左2)	資料查詢
徐琪媛(中間)	資料統整
陳昱蓉(左1)	資料查詢
謝芝宜(右2)	資料統整



二、企業簡介

◇ 企業歷史

黑松企業是 1925 年由張氏家族所創立，屹立台灣飲料市場 91 年，創辦人張文杞先生受家庭環境影響，自小即有做生意的願望。1925 年組成「進馨商會」，首創以「山型」為商標的「富士牌」汽水、及以三兄弟聯手創業圖案為商標的「三手牌」彈珠汽水，奠定黑松企業發展的基石。

黑松透過專業的研發能力與創新的飲料設備，除了生產出黑松沙士、汽水等具代表性產品，更陸續開發了韋恩咖啡、FIN 健康補給飲料、黑松茶花綠茶、Hi-plus 氣泡飲等優質飲品。因此，多年來黑松品質屢獲各界肯定，並獲頒多項國際品質、健康認證等大獎。

◇ 經營理念

時序至今，黑松公司屹立台灣飲料市場近百年，以核心的研發生產能力及良好的企業文化，在飲料的專業領域不斷創新及提升品質，並致力於經銷通路的經營，同時長期投入環保綠色行動，成為**善盡社會責任、對環境友善**的績優企業。

"誠實服務" 四字就是黑松企業的經營理念。無論對政府、消費者、員工、經銷商還是投資人甚至是股東，黑松都秉承“誠實”二字。黑松不但精心挑選經銷商隊伍，還全力培養並斥資協助他們購地興建倉庫，使他們真正成為黑松家庭中的一員。在台灣，曾有一段時期黑松把全臺最優秀的經銷商都收入懷中，使得其他品牌只能採用直銷手段，因為那些經銷商都只專營黑松的飲料。黑松和經銷商之間行程互相信賴的合作關係

擦亮自己的金字招牌，才能永續經營。“音樂行銷路線”的推行，不僅為黑松贏回了大批年輕消費者，還幫助企業成功轉型。**黑松都將代表著年輕、快樂與創新**。蘇州是黑松大陸新夢的啟航處，也是黑松延續近八十年尋夢歷程的重要里程碑。



食品安全品質政策：

食品安全、顧客滿意、永續經營

◇ 商標沿革



1925-1930 富士牌

1925-1947 三手牌



1931-1954 黑松牌



1955-1971 瓶蓋標誌



HeySong



1972-1975 瓶蓋標誌



1976-1986 黑松標誌

1987-1998 黑松標誌



1999-現在 黑松標誌



HeySong

◇ 經銷通路

黑松公司

常溫飲料經銷商

常溫餐飲將銷商

冷藏飲料經銷商

酒類產品經銷商

特約經銷商

福總、營站

零售點

非即飲市場

即飲市場

餐飲旅館

自動販賣機

遊樂場所

觀光風景區

便利商店

網購市場

量販店

超級市場

平價中心

食品雜貨店

麵包店

三、黑松 SWOT 分析

優勢

- 在台灣歷史悠久，佔有一定地位
- 擁有良好的品牌形象

劣勢

- 產品口味在其他國家接受度不

S

W

O

T

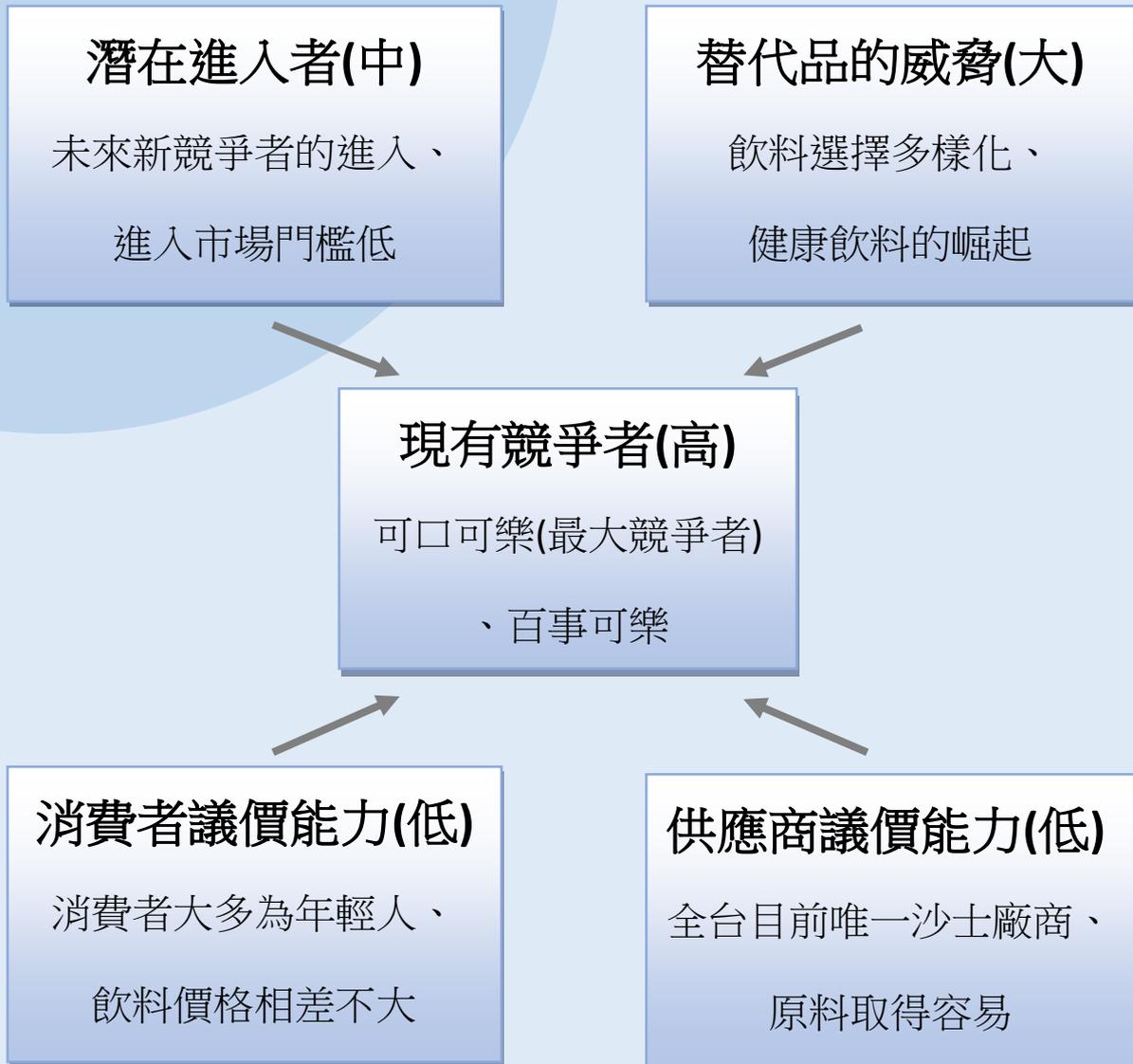
機會

- 往中國大陸及印度發展
- 產品的創新與開發

威脅

- 產品替代性高，消費者有更多選擇
- 經營成本增加
- 碳酸飲料市場的衰退

四、黑松五力分析



五、參訪心得

17 効芷瑩

高中第一次職業參訪，我們參觀了位於中壢的黑松工廠，剛開始知道要去黑松時，沒有抱著太大的期待，因為感覺就是一般的工廠，沒有什麼特別的，但去了之後才發現跟想像中的完全不一樣。一開始進到館內，導覽人員首先撥放了各式各樣的飲品廣告，我才知道原來有這麼多產品都是黑松出產的。

接下來我們參觀了生產線的部分，從一開始的空瓶到一瓶完整的飲料，我以為很簡單就能製成，沒想到過程非常繁瑣，要經過非常多機器，導覽員也非常仔細的解說，讓我更了解這些機器的用途以及過程。

接著參觀完生產線就來到了黑松博物館，裡面充滿了各種歷史，從一開始創辦到現在的點點滴滴，全都記在這間小博物館裡，還有以前明星代言的海報，全都好好的保留使大家留下深刻印象。

這次參訪超級無敵值得，學到了許多課本無法學到的，黑松還很重視社會責任，秉持著「誠實服務」的經營理念外，捍衛食品安全，提供安心及健康的飲食給消費者，也難怪黑松這麼有名，讓我有個特別的經驗！



24 徐以珊

10/30 我們班去了黑松博物館，去那邊參訪，黑松博物館就在桃園，離我們學校也非常近，而且小時候我也有去過，所以其實不是很想要去，但因為這個參訪是大家都要去的，所以沒有辦法不去。

去到了黑松博物館，導覽員帶我們去看黑松的歷史，起緣於何時，至今有多少年，讓我們更了解黑松。看完影片之後就直接去參觀工廠了，一進到裡面，看到了一個製作黑松飲品的小模型，導覽員說這小小一個模型非常的貴，那個模型做的超精緻，而且還會轉動。

之後我們就去看工廠內部如何製作飲料、寶特瓶、包裝...等，讓我更加了解原來飲料是這樣做出來的。參觀完工廠，導覽員帶著大家到一個小小博物館，那個地方有說到黑色的創辦人、製作了什麼、以前的包裝，到那邊我也看到許多名人代言黑松的報紙。在那邊的東西都非常的復古，有很多東西都不是我們這個年代會有的，我覺得蠻值得的，讓我更了解黑松。

最後，這次參訪比我想像中的更好玩，原本以為耳熟能詳的黑松很無聊，但參訪完發現蠻有趣的，尤其是去參觀那個小小博物館。



25 徐琪媛

我們班這次參觀的是黑松工廠，這也是我第一次去黑松工廠，黑松工廠位於中壢，我對黑松的印象就是黑松沙士，黑松沙士也很好喝。到了黑松工廠看了解說影片之後才發現有很多產品也是黑松的 例如：FIN、韋恩咖啡、金門高粱等等，還有黑松秉持著『誠實服務』的經營理念，成為一個名符其實、繁榮昌盛、屹立不搖的公司。

之後我們更深入了解產品線，裡面有許多機器，像是製作瓶蓋、瓶身，還有吹瓶器，雖然我們剛好錯過了生產的時間，看不到詳細的運作過程，但是解說員詳細的解說讓我們也很清楚了解到生產過程。

之後到了黑松博物館，裡面是黑松從無到有的歷史，從一開始的「富士牌」到「三手牌」再到「黑松牌」都是滿滿的人情味。這次的參訪收穫蠻多的，除了把產品提升到最好，也用最誠實的態度對待顧客，希望未來還有更多機會參訪不同類型的的地方讓自己增廣見聞。



29 陳昱蓉

今天是10月30日，我們要去參觀黑松工廠，一開始聽到要去參觀黑松，我其實真的沒什麼興趣。當我們進到黑松後，導覽人員有給我們看黑松的創始影片和一些自己的廣告，內容解說的很詳細，明瞭，讓我了解了黑松到底是如何運作的。

看完影片後，就帶我們進到一間廠房，裡面有各式各樣我從沒看過的機器設備，有做寶特瓶的、瓶蓋的、專門包裝的等等，每個都超級巨大，而每一台機器導覽人員都會在一旁細心的幫我們講解，雖然看到了機器，但是沒有真正看到做飲料的過程，這點就稍微有點可惜了。

接下來就去參觀了一個小小的博物館，裡面是介紹黑松從最早期到現在慢慢的進步與發展。黑松是台灣眾所皆知的老品牌了，創建也有好幾十年的歷史，只要講到黑松就一定會想到沙士，但其實黑松也有出很多種類的飲料，就連烏梅汁都有！最後今天的參訪我覺得很值得，收穫蠻多的，也驚艷到了，而且走在黑松工廠裡，隔著口罩也能聞到淡淡的沙士味呢！只是時間排的比較緊湊，所以還有很多廠房想去看看但都沒辦法實在可惜，而最後拿到贈送的飲料居然不是沙士我有稍微的難過，不過茶也是蠻好喝的啦。



37 謝芝宜

在高中二年級，學校安排大家去職業參訪，而我們班參訪的地點是黑松飲料博物館。途中當然是非常興奮，因為是第一次與同班同學坐上遊覽車去校外教學。

第一站，導覽員帶著我們先去看黑松的介紹影片，內容介紹了品牌的由來、黑松的歷史、所有產品及各種飲料製作的方式。每一幕皆能看出黑松對於品質的要求，將最好的一面呈現給消費者。下一站，我們走到了新蓋的工廠去看內部製造過程，每部機器都很精緻！因為是第一次看到這類型的機械，所以覺得很新奇。我們也去看了各個處室，發現他們負責的事情都跟化學有關，可能要檢驗之類的，所以工作人員大部分都是理工系畢業的。

接下來就是實際走訪黑松的歷史，我看到了各個時期代言的不同藝人、黑松標誌的演變、企業在不同時期的產品，真的是令人大開眼界。在離開之前，導覽員跟一些阿姨送我們他們的新產品跟一副撲克牌，超有紀念價值的！

去黑松博物館，學到了很多不同的事情，各種關於黑松的新事物，且原來製造的過程是如此的複雜，希望還有更多機會去不同的地點參觀。

