

102年10月23日高二商經科校外參觀報告



班 級：商二三

科 別：商經科

成 員：呂琬萱 任祐萱 陳彥蓉

陳毅安 李堃豪

參觀時間：民國一〇二年十月二十三日

參觀地點：黑松飲料博物館

南僑觀光工廠

工作分配表：

	找尋資料	拍攝照片	排版	統整	心得
姓名	陳毅安	呂琬萱	任祐萱	呂琬萱	全體成員
	李堃豪	陳毅安	陳彥蓉	任祐萱	

黑松企業介紹：

黑松企業是 1925 年由張氏家族所創立，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。1924 年末於台北後火車站，鄭州路附近一家生產彈珠汽水的「尼可尼可」商會有意出讓，文杞先生遂興起作汽水的念頭。於是文杞先生籌措大部分資金，買下「尼可尼可」商會設備，七位堂兄弟合股於 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，種下黑松企業的幼苗，當時由張文杞先生從事開發生產，其弟張有盛先生負責推銷業務，兄弟分工為汽水事業打拼，奠定黑松企業發展的基石。1931 年正式更名為「黑松牌」，自此後黑松汽水一路陪伴著台灣人，從農業社會步入工業社會，再從資訊社會步入目前的網路社會，可說是與台灣共同成長的飲料品牌。

1950 年代，黑松公司致力提高品質，並加強宣傳避免削價競爭，使得黑松汽水品牌價值超越其他競爭廠商，被社會認定為唯一的高級飲料產品，在一般小康家庭的心目中，暢飲汽水是一種奢華的享受。

1970 年代前，由於當時無線電視尚未開播，黑松公司多採用大型戶外廣告、廣告車、廣告旗幟等方式，深入台灣每一鄉鎮及民眾生活，建立起極高知名度。1960 年代後黑松即開始投入大量報紙電台廣告，「黑松是汽水、汽水黑松」是廣告策略主軸之一；因廣告的成功，黑松汽水成為家喻戶曉的商品，黑松公司前身進馨公司反而知道的人不多，所以在 1970 年「進馨汽水有限公司」也正式更名為『黑松飲料股份有限公司』。



黑松商標沿革史：

黑松公司於 1925，以進馨商會名號首創「富士牌」、「三手牌」生產彈珠汽水，成功踏出經營飲料的第一步。經過六年慘淡經營，1931 年正式更名為「黑松牌」。並以此為註冊商標沿用至今；取名黑松主要是希望公司的發展能夠「永恒長青」，商標外圈的八菱鏡形圖，則傳達了黑松公司「清新高照」的實在誠意。

1955 年開始到 1971 年，黑松公司為迎接「瓶裝飲料時代」的來臨，特以「王冠」瓶蓋圖案為商標構成圖，直接表達了立足飲料界的不變決心，並增強消費者「飲用」的認知度。這時期，黑松飲料的瓶蓋是其商標。

1969 年十二月組織更名，變更為「黑松飲料股份有限公司」；1972 年開始，為加強視覺印象效果，特別在原有「王冠」瓶蓋商標下，加上一個圓角方底黑松綠作襯底背景，再次為黑松商標史添上新頁。1974 年，黑松的英文名稱「HE-SUN G」，更改為「HEY-SONG」。

為了替企業未來多角化經營設想，黑松公司從 1976 年開始，把原有商標簡化，直接以文字為主，外括長形黃金比例圖案，來代表黑松公司永恒長青、殷實健全的精神。1981 變更名稱為「黑松股份有限公司」，樹立公司全銜正名。1987 年，正式把商標上「註冊商標」4 字去掉，圖案上原有的「黑松」二字再予放大，形成了今日大家所熟知的商標圖形。



不論時代的腳步如何變遷，黑松公司都能調整自己，跟上步伐，一部黑松商標沿革史，就是這段歷史的最好見證。在商標變化的圖形裡，我們了解過去的努力，更看見「黑松」的未來。

南橋觀光工廠介紹：

提到「南橋水晶肥皂」，馬上喚起許多中老年朋友「洗不掉」的記憶。事實上，南橋化工還代理及生產許多大家耳熟能詳的民生用品。

許多中年民眾仍依稀記得，50多年前南橋化工推銷「南橋水晶肥皂」時，請來美女宣傳車的萬人空巷爭睹場景，讓那個洗衣機還不發達的年代，有句「輕輕抹、泡沫多、去汙快、最好洗」的廣告詞，陪著許多台灣人從困頓貧窮，一路走到如今的進步富裕。

南橋化工顧名思義就是「南方華僑」組織的公司，54年前由創辦人陳榮恭（號其志）響應華僑回國投資做開路先鋒，接辦當時由印尼華僑經營困難撤資的南橋化工，並賦予嶄新的面貌，開始生產水晶肥皂、親親香皂、快樂香皂等一系列清潔沐浴用品，靠著肥皂站穩霸主地位後，接著多角化經營，跨足清潔及食品等民生產業。

陳榮恭帶領南橋化工奮鬥歷程，就像他最堅持的座右銘「天行健，君子以自強不息」一樣，要求不斷研究與創新的南橋精神，已發展含蓋油脂、家品及餐飲食品等8個關係事業部、4個海外事業群的南橋集團。因此細數南橋歷年生產及代理知名產品如水晶肥皂、快樂香皂、洋洋洗髮精、好自在衛生棉、旁氏冷霜、歐斯麥餅乾、海倫仙度絲、小廚師速食麵、杜老爺冰淇淋等，還有正逐漸興起的急凍熟麵等，一個個伴隨台灣人成長的熟悉品牌浮現眼簾，甜蜜回憶也湧上心頭。

為感念陳創辦人為南橋奠定深厚基石，也為紀錄南橋的企業精神，因此在他生前最喜歡的南橋桃園廠興建「榮恭館」，展示南橋企業文物及產品外，並將創辦人辦公室原型重建，典藏珍貴遺墨及藏書4千冊。



榮恭館：

南僑感念創辦人陳其志先生為企業發展奠定深厚的基石，興建榮恭館，館內有多功能大廳、文物展示廳及創辦人書房三區域，南僑集團歷史沿革、文化企業、榮耀與獎勵、產品陳列展示、創辦人事略、遺物及藏書。

創辦人銅像花園廣場：

創辦人銅像栩栩如生永伴南僑，花園廣場栽植許多珍貴且深具紀念意義之植物，茶花、桂花、龍柏、白千層等，其中同株雙色茶花乃創辦人出差日本所購，枝葉繁茂，極其珍貴。桂花四季飄香，正如創辦人德懿點案，芬芳長存。



參訪心得：

這次的參訪活動，是我第二次參加，跟第一次的參訪很不一樣。這次是參觀一個企業的製造工廠還有生產線。我覺得既新鮮又好玩，收益良多！剛開始讓我們看企業介紹的影片，其實就已經很了解企業的經營和運作了，再加上解說員有耐心的講解，讓我們更明白這工廠是在做什麼。有了初步的了解，對參訪這件事情就非常的有意義，而不是走馬看花。

第一站是去黑松汽水工廠，一進去就聞到那熟悉的沙士味，讓我不禁想看看它的製作過程和它是如何生產的。黑松汽水工廠不只製造汽水，它也製造了很多不同的飲品。最後離開時，大家都獲得一瓶「黑松沙士」和限量的「黑松鑰匙圈」，真令人開心不已！

第二站來到了南僑觀光工廠，剛開始我不知道這工廠是製造什麼的，但一下車時便傳來一股肥皂味。沒錯，就是製造水晶肥皂的工廠，我家現在也還在用呢！南僑不僅製造肥皂，還製造了許多不同的產品，可以說是產品多元化。其他的產品線都是和餐飲有關，就連大家耳熟能詳的「杜老爺」也是南僑的生產線之一。

（商二三 18 任祐萱）



參訪心得：

此次的企業參訪去的是黑松飲料博物館和南僑觀光工廠，去黑松飲料的博物館我們看到了，產品的生產與產品的宣傳，也讓我們看到了黑松公司的歷史，從生產彈珠汽水、茶品、沙士到酒品，從中我們看到了企業擴展的市場，南僑觀光工廠本是生產水晶肥皂，但為了生存，擴展了市場，從肥皂擴展到了食品業，從這兩家工廠，我從中看到了企業為了生存所做的改變與轉型。

(商二三 05 李堃豪)



參訪心得：

這次我們參觀的地方是黑松飲料博物館和南橋觀光工廠。黑松飲料博物館，真的是一個可以讓我們了解到黑松企業是如何發展的，黑松飲料博物館裡有許多黑松企業歷年來的經營歷史和歷代經營人，讓我們一看就明白。

黑松企業除了製造大家耳熟能詳的黑松沙士之外，還生產了其他的產品，像是果汁類、茶類、咖啡類等等。真是生產多元化。

再來是南橋觀光工廠，南橋企業是在製造早期所使用的水晶肥皂，當然現在還能使用，只是歷史悠久。南橋企業和黑松企業一樣，也是個多角化經營的企業，南橋的其他生產線包括：冷凍食品、半成品、冷凍麵團等等。

這次的參訪，讓我們學到很多，也看到平常很少開放觀光的企業生產線，去這一趟，真值得。

(商二三 11 陳毅安)



參訪心得：

次企業參訪去黑松飲料博物館，這是我第一次去那參觀，從中了解到黑松企業的起源、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。他們兄弟分工為汽水事業打拼，奠定黑松企業發展的基石。參觀他們的生產線，製造飲料的過程全部都是機器化，需要的人力相對的變得很少，但是用機器生產可以很快的製造出許多的產品，在參觀結束時，他們送我們一瓶冰的黑松沙士和一個紀念品。

接下來是去南僑觀光工廠，原先我還不知道這家企業是在做什麼，去了才知道它是在做每個家庭中很常使用的水晶肥皂，還有烘焙與食品用油。創辦人陳榮恭，靠著肥皂站穩霸主地位後，接著多角化經營，跨足清潔及食品等民生產業。陳榮恭帶領南僑化工奮鬥歷程，就像他最堅持的座右銘「天行健，君子以自強不息」一樣，要求不斷研究與創新的南僑精神。南僑觀光工廠裡包括了，四面佛，讓許多在桃園工作的泰國朋友，可以來此祈福；「創辦人紀念館榮恭館」展示創辦人的事蹟簡介、公司沿革，還有原汁原貌的創辦人家書房與書房內的大量藏書；「油脂工廠參觀走廊」隔著透明玻璃，可以看到生產的運作過程，「水晶肥皂體驗館」認識水晶肥皂的製造原理和過程。

最後我們去點水樓，那裡賣許多吃的，還有一家餐廳。這次的參訪讓我學習到課本上學習不到的知識，走出校園去認識更多更廣的知識。

(商二三 31 陳彥蓉)



參訪心得：

黑松工廠是我們一直都很熟悉的東西，他幾乎是從小到大陪伴著我們，這一次的參訪我非常的感興趣，到了那裡看見了他們的生產線使我更加的放心購買他們的商品，非常的整齊及衛生。

而南僑工廠，對我而言就比較陌生，事實上我從來沒有聽過，就算聽過也沒有什麼印象。畢竟他與我們的生活比較沒有這麼密切，而且雖然說他已經轉型過了，但轉型後的東西也不怎麼常見，但我對她們的一項產品倒是挺感興趣的，就是那個給糖尿病患者食用的米飯，因為我的爺爺奶奶都是糖尿病患者加上我奶奶現在又要洗腎病痛特多，年紀又大，忌口的東西太多，所以對他有利的食品我特感興趣，我可是非常希望她們長命百歲的。



參訪中看見了非常多同一企業生產的不同產品，突然間商概所教的東西就全部跑到腦中。以前總覺得參觀很無聊，大概是因為所學的東西無法與之產生共鳴，但現在因為學的東西和參觀是息息相關的，所以有了更多的體悟。參訪似乎是個不錯的學習方式哦！

(商二三 18 呂琬萱)