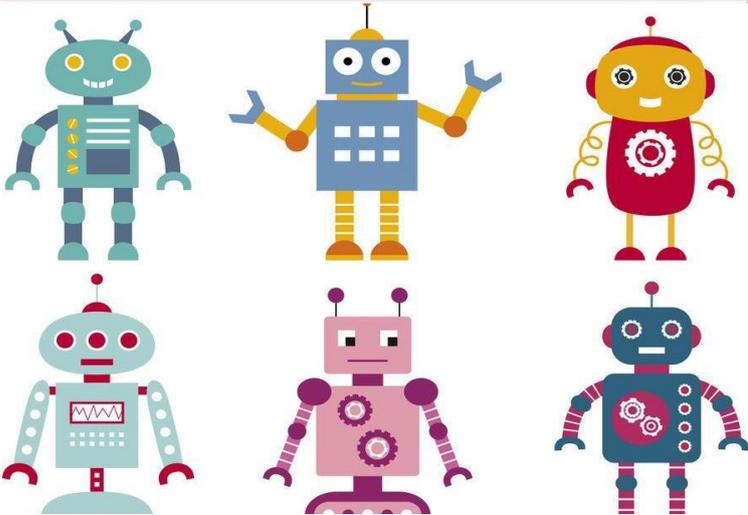


105 年 11 月 9 日高二資處科技校外參觀報告



科別:資料處理科

班級:二年一班

小組成員:35 黃品蓉 39 鄭琪文 40 賴紘涓

參觀時間:105 年 11 月 09 日

參觀地點:祥儀機器人夢工廠、可口可樂博物館

目錄

企業介紹—祥儀機器人夢工廠 P.1 ~P.2

企業介紹—可口可樂博物館 P.3 ~P.4

活動心得 P.5~P.7

活動照片 P.8~P.9

工作分配 P.10

企業介紹—祥儀機器人夢工廠

公司簡介

創建於 1980 年，從傳統齒輪產業起家，CEO 蔡逢春對精密機械設備的投資及對產品品質的堅持，使祥儀成為國際電動工具大廠，目前是全球最大的 DC 微小馬達齒輪箱製造廠。於 2005 年與日本第一 DDK 公司合作研發的契機，祥儀企業以深厚的研發能量，掌握了機器人關鍵零組件技術，一舉從傳統產業跨足創新科技產業，並致力於機器人應用方面的領域發展，至今已開發 30 幾種類型機器人。

願景

成為全球最先進專業技術微型齒輪箱馬達製造廠。

使命

提供全方位與智能化的傳動解決方案，創造人類更美好生活。

經營理念

務實 - 實事求是 追根究柢

創新 - 求新求變 精益求精

祥和 - 和諧關懷 利益共享

產品優勢

1. 擁有 20 年的專業製造充電式電動工具齒輪箱及小型馬達減速機的專業工廠
2. 專精與用心的研發團隊
3. 關鍵零組件完全自製，品質看得見
4. 品保體系經過嚴格的認證
5. 設備齊全的功能測試實驗室

黑熊機器人榮獲 2010 年國家金點設計大獎



企業介紹—祥儀機器人夢工廠

產品應用

祥儀傳動產品可用於精密機械、精密儀器、機械手臂、交通運輸工具上，也可用於日常用品中如：電動工具、花園工具、銀行數鈔機、自動販賣機等。此外，也可應用在家庭智能化產品如：電動窗簾、升降燈、百葉窗、排煙機、吸塵器等，而醫療器材如病床、輪椅等傳動機構皆可應用於其中。

主要客戶

祥儀的微小型減速齒輪箱全球出貨量，每年高達 500 萬顆，電動工具齒輪箱也超過 1,000 萬顆，合作對象包括德國 Bosch、Kress、Metabo、Gardena、日本 Makita、Tsukasa、日本 Panasonic、美國 Snap On 等美、日、歐洲及中國國際性大廠。

產品優勢

1. 擁有 20 年的專業製造充電式電動工具齒輪箱及小型馬達減速機的專業工廠
2. 專精與用心的研發團隊
3. 關鍵零組件完全自製，品質看得見
4. 品保體系經過嚴格的認證
5. 設備齊全的功能測試實驗室

祥儀機器人特色

1. 格鬥機器人

使用祥儀自行研發的 18 軸伺服馬達，步伐移動迅速靈敏度高，且手臂面積大可快速擊倒敵人，較一般機器人不同之處在於，腰部可靈活轉動，隨時應變突如其來的狀況。

2. 救難機器人

如同挖土機一般，不但可以上下樓梯，還可以進行地形探勘與炸彈拆卸工作。

3. NASA 服務型機器人

於 2012 年九月最新發表的機器人，前方設有觸控模式可與群眾互動，手部分別為夾具以及手指，夾具可用於端盤子、送花等服務工作，手部可用於與人握手、猜拳及仿人類手指等動作。

4. 祥儀三太子機器人

內部搭配自製的 16 軸數位伺服機與控制模組，外部則以三太子逗趣可愛的外表傳達另類的台灣印象，透過程式編輯，機器人更會靈活運用手腳大跳三太子舞步，更時常受邀至國內外大型展會表演，是科技與人文意象的結合。



企業介紹—可口可樂博物館

可口可樂歷史

1886年，美國喬治亞州的亞特蘭大市，有位名叫約翰·潘伯頓的藥劑師，他挑選了幾種特別的成分，發明出一款美味的糖漿，沒想到清涼、暢快的「可口可樂」就奇蹟般的出現了！潘伯頓相信這產品可能具有商業價值，因此把它送到傑柯藥局販售，開始了「可口可樂」這個美國飲料的傳奇。

1892年，艾薩·坎德勒以美金2300元取得「可口可樂」的配方和所有權，不僅推出許多促銷活動，更贈送像日曆、時鐘、明信片、剪紙……等大量贈品，使「可口可樂」的商標迅速為人所知。

1931年，瑞典裔的美國商業設計師海頓珊布，以體重微胖、個性開朗好友當模特兒，為可口可樂公司創作了一系列聖誕節廣告。這個紅衣白髮、活潑開朗的聖誕老人受到全世界的歡迎，成為現在大家熟悉的聖誕老人形象，並和「可口可樂」一起為聖誕節帶來更多歡欣愉快。可口可樂將「快樂」注入音樂、影像中，向全世界散佈熱情與活力，透過「可口可樂」的廣告和遊戲，你可以更瞭解「可口可樂」的精神，將生活融入更多想像，讓每一天都像場奇幻冒險、隨時都有驚喜！

可口可樂公司使命

1. 讓全球人們的身體、思想及精神更加怡神暢快。
2. 讓我們的品牌與行動不斷激發人們樂觀向上。
3. 讓我們所觸及的一切更具價值。



可口可樂公司願景

PEOPLE	員工激勵員工發揮自身潛能
PORTFOLIO	產品提供推陳出新的產品，不斷滿足市場與消費者
PARTNERS	合作夥伴建立雙贏的合作模式，堅定合作夥伴關係
PLANET	地球成為全球企業公民典範
PROFIT	利潤在回饋我們股東的同時不忘履行我們的企業公民責任
PRODUCTION	生產力成為高效率、靈活應變的組織

企業介紹—可口可樂博物館

可口可樂公司企業承諾

1. 工作環境 (Workplace)

不斷努力創造一個和諧、公平、積極的企業環境，以此來發揮和促進公司員工的創造力和進取精神，並實踐員工公司的共同發展。

2. 市場 (Marketplace)

了解和滿足市場和消費者不斷變化的飲料需求以及對飲料健康的關注，為消費者帶來更優質、更多元的選擇。

3. 環保 (Environment)

我們不斷提升在環保方面的表現，力求成為這一領域的專業領導者，尤其是在環境保護與公益活動。

4. 社會 (Community)

我們與社區與非營利機構積極合作，發展各種活動以協助社區推展工作。包括環保、運動、教育、健康、急難救助等。

可口可樂公司的 4P's 策略

1. 大紅廣告 (Paint it in red)

凡是有消費者的地方，就有漆著大紅可樂商標的廣告牌、廣告牆、廣告霓虹燈、廣告頁等各項平面／立體廣告來吸引消費者的目光。

2. 渴望產品 (Preferred product)

強調本身產品的優質與特色超越平凡，保證可滿足「垂手可得的渴望」。

3. 尊榮形象 (Persuasive image)

品牌形象的強化與維護一直為可口可樂行銷重點中的強化要務，要讓全世界消費者肯定其「唯我獨尊」軟性軟料領導者的形象，並使顧客們與有榮焉。

4. 物超所值 (Priced relative to value)

付得起的尊貴享受，體驗可口可樂的超值感覺。



活動心得

黃品蓉 35

今天是我们期待已久的参访，这次参访的地点是位于桃园的祥仪机器人梦工厂以及可口可乐公司，经过了 30 分钟的车程，我们终于抵达了第一站——祥仪机器人梦工厂。

刚下车首先映入眼帘的是许多造型特别的机器人，每个都有自己独有的特色。在行走的过程中最吸引我的是一个有著机器人制造过程的牆，名叫「从无到有」，意谓著一个完整的机器人，要从最初一个个的零件、齒輪，經過中間繁複的製作過程，才有了我們常看到的机器人。緊接著我們看到的是一個大型的机器人，有的可以跟著音樂打鼓，有的可以隨著音樂擺動，我的目光完全被這個表演所吸引了，也讓我對机器人的印象徹底改觀了呢！在眾多的机器人中我覺得最特別的是台灣黑熊的机器人，這個机器人融入了台灣特有的特色，真的很特別呢！說到具有台灣特色的机器人當然少不了三太子机器人以及原住民机器人，他們的手部還可以跟著音樂擺動真的好可愛。還有用机器人手臂蓋紀念章，這也顛覆了傳統的手動蓋紀念章的形象，在傳統蓋紀念章的時候往往會因為印泥墨水不夠或不夠用力，蓋的不清楚，但是有了這個就不用擔心蓋不好的問題了。繼續走我們看到了一個看似普通的溫室，但其實這是一個有著自動控制溫度、濕度等等功能的植物工廠，不僅可以讓我們在冬季吃到夏季的蔬菜，也不會受到天氣而影響收成，這真是一個對存糧有幫助的技術呢！再繼續走我們看到了全台唯一可以動的鋼鐵人，還有許多電影中的角色人物，每一個都比人還要高，這樣全部一字排開的樣子真的很壯觀呢！

接著我們要來到了我們參訪的最後一站——可口可樂博物館。可口可樂是一個家喻戶曉的名稱，只要提到這個沒有人不知道，更是許多人童年中不可缺少的記憶呢！但成功的背後往往有著辛苦的奮鬥過程，其實在可口可樂創立初年平均一天只能賣出 9 杯可樂，後來藉由廣播廣告的宣傳，讓更多人認識可口可樂這個品牌，銷售量也從最初的 9 杯，到現在每天全世界平均可銷售 19 億杯，這就是我非常佩服可口可樂的企業行銷的原因。不僅如此他們還創造了太空人也可以喝的可樂，也是第一個製造出在外太空也可以飲用氣泡飲料的公司。在參訪的過程中我看到了一棵有著各國瓶蓋的瓶蓋樹，每個瓶蓋都有各國不同的 Logo，也都有不同的特色，但不變的是顏色依舊是我們熟悉的紅底白字。

在這次的參訪中，讓我學到了很多在課本上學不到的事，除了讓我們知道机器人實際上的應用，也讓我們知道可口可樂是如何成功的，這次的活動真的很有意義也讓我受益良多呢！



活動心得

鄭琪文 39

很高興有這個機會可以參加這次的校外參訪活動，這次參觀了 2 個地方，分別是祥儀機器人夢工廠和可口可樂博物館。

第一個到達的地點是祥儀機器人夢工廠，在工廠旁邊的走廊上，許多有趣的機器人裝飾品，都是我見過的一些角色，像是路易、米老鼠等。進到工廠地梯內的前一條道路，牆上有一幅大作品，這個作品叫做「從無到有」，從右到左走過去，可以知道機器人的製造過程，據說做一個機器人要 105 個步驟，真是一個大工程阿！搭乘電梯到達工廠內的 4 樓「未來館」，工作人員在一開始就展現了機器人的厲害之處，舞龍舞獅展現了華麗的待客表演、機器人的打鼓演出也十分精彩，讓我移不開眼、一直專心看著，直到他表演結束。旁邊的小廚窗也有許多用小零件精心製造的小機器人，每個都很有特色、非常精緻。再往裡面走就是機器人互動區了，這也是在這次參訪讓我印象最深刻、也覺得最有趣的一個地方，在裡面，可以和機器人作互動，像是踩腳踏車發電，讓三太子跳舞，或是使用小機器人和朋友 PK，這些都是難得的體驗。在機器人工廠經過了一段有趣的時光後，我們離開了工廠、前往下一個地點「可口可樂博物館」。

在車上坐了 10 分鐘左右，我們到了可口可樂博物館，一進門，就看見牆上有巨大的 cocacola 商標，往左邊的方向一看，會發現有一面巨大的玻璃瓶牆，裡面放著許許多多的可樂瓶，非常的壯觀。我們要參觀的是 6 樓，電梯門一開，面前就有可口可樂的吉祥物—北極熊，北極熊超級可愛，大家都搶著跟他合照呢！除此之外，還看到許久不見的 QOO，真是太令人懷念了。和北極熊拍完照後，導覽人員向我們依依介紹各種有關可口可樂的相關事務，首先看到的是各國可口可樂的商標，他們都有著紅色、白字、白勾這些共同點，讓我們能一看到就想起他是可口可樂，在往裡面走，有一排歷史相關的介紹。可口可樂起源於 1886 年 5 月 8 日，美國喬治亞州亞特蘭大市的傑柯藥局，它從原本每天 5 杯的銷售量，增長到今日的 17 億杯，由此可見，可口可樂魅力無可擋阿！可口可樂的行銷、推廣手法是十分成功的，從早期開始，他們找了許多的代言人，從歌劇演員、模特兒到今日的名人，除此之外，他們在音樂上、影像上也下了很大的功夫，這就是為什麼幾乎人人都知道可口可樂。

這次的企業參訪十分值得，讓我學習到許多新的知識，滿載而歸！



活動心得

賴紘涓 40

105/11/9 我們到了祥儀機器人夢工廠以及可口可樂博物館參訪，這天中午我們帶著期待又興奮的心情坐車前往目的地，原本以為路途會很久，但時間就在我們歡樂的自拍中流逝，比我想像的還快就到了第一個地點—祥儀機器人夢工廠。

在走道上，映入眼簾的是一排利用廢五金打造的裝置藝術，讓我們了解，即使是破銅爛鐵，也能創造出它的價值。有一條長廊，牆上貼著一幅巨大的畫作—「從無到有」畫中象徵著機器人的世界讓人有無限想像，但我們看不到的背後是從設計、零件組裝到完成所花的時間與精力。到了四樓展覽區，首當其衝的就是機器人的打擊表演，讓我好奇未來會不會搖滾樂團的鼓手都變成了機器人了？旁邊一排櫥窗裡擺著用金屬小零件經過匠師工藝變成的藝術品，每一尊長得像是異形或是科幻劇裡的魔王，都是許多小零件拼湊起來的，展現了屬於金屬獨一無二的價值。祥儀最吸引人的地方就是互動體驗區，雖然我只體驗到「無敵風火輪」用踩踏腳踏車發電讓三太子機器人跳舞，但這種種的科技都讓我目睹了科技的日新月異將讓我們的未來更加的便利。

可口可樂博物館距離祥儀機器人夢工廠的車程不到 10 分鐘就來到第二個地點—可口可樂博物館。博物館門口放了一隻可口可樂的吉祥物—北極熊，大家都圍著它拍照，人氣超高的。博物館內的風格充滿著復古風情，彷彿穿越時空，來到百年的悠久歷史的可樂世界。走到 1886 年的美國亞特蘭大的街道，一整排的復古風景，在裡面就可以拍了好多很復古的照片。聽了導覽員解說後才知道，原來可樂是美國藥店的藥劑師發明的飲料配方，更聲稱可口可樂可以治癒許多疾病，50 年後，可口可樂已成為了美國的象徵。在行銷方面，可口可樂從過去到現在都下了很多功夫，廣告找了各年代知名的藝人代言，風格以歡樂的氛圍以及音樂的陪襯，讓可口可樂給人的形象都是歡樂熱情的形象，在特別節慶可口可樂還會做很多限量的包裝或商品來吸引客人，讓品牌的價值更鮮明，而且除了可樂以外，旗下還有其他飲品可供大眾選擇，大眾化行銷做得很成功，這種種的行銷手法都讓我不得不讚嘆難怪現在可口可樂可以在世界各個角落都看得到身影了。

在這半天的企業參訪，學了好多在課本上學不到的事物。謝謝學校辦企業參訪，讓我們受益良多，原來在光鮮亮麗的成果背後，都藏著許多不為人知的心血。



活動照片



我們要出發囉!



踩得好賣力啊???



祥儀機器人夢工廠



終於啟動三太子了

活動照片



潛水中...



一
比
一
的
鋼
鐵
人
啊



表
演
好
精
彩



博
物
館
了
終
於
到
了
可
口
可
樂



用
可
樂
瓶
量
身
高

工作分配

文書處理	39 鄭琪文
美工設計	35 黃品蓉、40 賴紜涓
資料查詢	全體組員
心得撰寫	全體組員



Thank you for your reading~!!

