

102 年 10 月 23 日

高二商經科

校外參觀報告

科別：商經科

班級：商二三

成員：3 5 號曾鈺雯

3 9 號蔡任宜

4 0 號蔡昕愉

4 2 號鍾委諭



參觀時間：10月23日

參觀地點：黑松企業、南僑企業

工作分配表

	35 號曾鈺雯	39 號蔡任宜	40 號蔡昕愉	42 號鍾委諭
黑松簡介				
南僑簡介				
黑松心得				
南僑心得				
版面配置				
拍照				

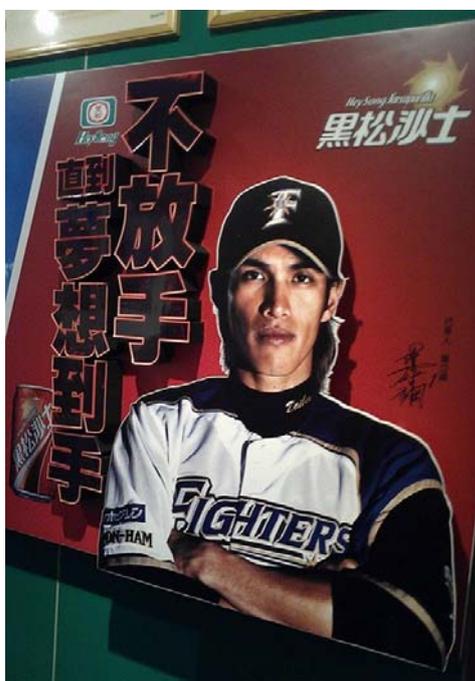


黑松企業介紹

黑松企業於1925年由張氏家族創立，創辦人為張文杞先生。是由七位堂兄弟合股組成，公司初名為「進馨商會」，首創之品牌為「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。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。1931年更名為「黑松牌」，黑松汽水一路陪伴著台灣人，從農業社會至工業社會，從資訊社會至目前的網路社會，可說是與台灣共同成長的飲料品牌。八十多年的奮鬥史，見證了台灣飲料業的發展，引領了台灣飲料的前驅方向。

「永遠主動了解顧客需求，創造高品質服務」是黑松的經營方針，為了使消費者喝的安心、滿意，領先採用新穎生產設備，推行全面品質保證，力行衛生管理，讓黑松成為台灣第一家通過食品 GMP 認證廠商。黑松集團的經營理念為「誠實服務」；集團使命為「滿足人類健康、方便的飲食需求」；集團願景則是「以流通及食品飲料製造、銷售為核心事業之國際企業集團」。

創辦人張文杞先生



另外在企業社會責任這部分，黑松公司一直積極致力於環境保護工作，不斷推動綠色活動專案。如中壢廠鍋爐用水則使用太陽能設備，使用再生能源，降低環境的負荷。也是國內第一家完成產品水足跡查證的食品飲料廠商。希望帶動其他企業共同重視環保議題，共同愛護地球。黑松公司積極參與各類慈善與提升人文素養之公益，期望以企業之力，為社會投入更多的心力，黑松

公司會取之社會、用之社會。

黑松總公司於 1987 年由原台北廠（現微風廣場）遷移至台北市信義路黑松通商大樓，建立現代化的辦公環境。多年來，黑松公司一直執著於飲料的專業經營，在營業額穩定成長之際，藉由多角化的事業經營策略，將公司之理念擴展到投資事業上，以達到「以流通及食品飲料製造、銷售為核心事業之跨國企業集團」企業願景。



古早時飲料綁法



黑松瓶子的製作過程



南僑化學工業股份有限公司



南僑集團創辦人 陳其志先生於抗戰勝利後，響應『實業報國』，在台籌組華強布號、天昌貿易、芳川礦業、和華強煤礦等產業，於民國四十一年聯合旅菲僑友，收購困境「南僑工業股份有限公司」。

於南僑企業的發展歷程中，

不論經歷過多少次外在大環境的變遷更迭，始終信守「穩健踏實」的理念與方針，「一步一腳印」堅定的走過了 60 個年頭，不投機取巧、不短視近利，政策採行「公平、公正、公開」原則，財務公開、人事公開、資訊透明化、貫徹實踐正確的事業方向、善盡企業社會責任，是成就南僑百年企業的基础磐石。



南僑創辦人陳其志先生

產業市場的高度競爭，讓南僑深刻意識到，唯有與世界脈動同步前進，才不致被淘汰出局，因此靈活運用策略布局，透過「差異化」來區隔市場，找到自己的核心競爭能力；以知識管理傳承企業的 know-how，創造最佳的競爭優勢；以「不進，則退」自我策勵，創新、求變、應變，掌握經營致勝的藍海策略。南僑「有遠見，勇於創新」的積極作為，為傳統產業在新時代開創的新

定位。

在陳飛龍帶領下的南僑企業，就是不斷在傳承中力求創新，而每一段進階過程，幾乎都是透過陳飛龍追求趨勢價值的中心思想，轉化為企業發展的願景。



南僑所生產的一部份產品

愛趴趴GO-生活大小事
<http://www.wretch.cc/blog/gn093/150653>



「捲揚機」

以為 1949 年，陳其志先生開創「芳川礦業社」為提昇煤礦產能，自日本全機原裝進口，堪稱為當時台灣最新之捲煤機具。



南僑所生產得各項肥皂產品

黑松參訪心得

39號蔡任宜：這次企業參訪參觀了位於中壢市的「黑松飲料博物館」。我們進入館內後，由導覽員帶我們觀賞黑松企業介紹之影片，影片中有許多黑松企業出產的飲品，品項真是五花八門呀，以前我都不曉得有這麼多種類，現在讓我認識更多了。

我們還有參觀它的生產線，看見空瓶裝進飲料、飲料封箱的過程，中壢廠工廠採「全面自動化」，所以只看見少數品管人員在裡面巡視生產狀況，可見得自動化的生產省下了不少人力資源。我們走在博物館看了很多從以前到現在黑松企業的經營模式介紹及產品的改變，黑松企業已經經營八十多年了，相信大家對它都不陌生，真的可以說其是陪伴著台灣人長大的企業，堅持著自己的經營理念，穩紮穩打，不因社會的變遷而改變其經營模式，它不斷創新，精益求精，更善盡企業社會責任。我覺得黑松企業之成功，其「行銷策略」加了很多分，我們在館內看見許多它從以前到現在的廣告海報，它找了許多明星代言，在電視上也常常有黑松飲品廣告影片的出現，頻繁的宣傳使其在大家心中留下深刻印象，黑松飲品可說是已經融入在我們生活中了呢。

黑松企業優良的企業形象，深獲消費者的肯定。它也藉由多角化的經營策略，投入其他產業，追求企業永續經營，達成其集團願景。「黑松」就是「品質」的代表。我認為這句話就足以象徵黑松企業對自己的自信。現今台灣有許多大大小小經營飲品的企業，想在此環境中脫穎而出，我想「真誠用心的服務及堅持優良的品質」是重點中的重點了，大家有機會可以來此博物館參觀，一定可以勾起你成長中美好的記憶。



4 2 號鍾委諭：今天我們企業參訪去的佔地廣大的黑松飲料博物館。先拍團照，然後就開始參觀啦～

一進去就看到牆壁上滿滿掛了很多沙士的空瓶子，和歷年來蓋言的各大明星，來有最近的楊岱鋼。導覽元幫我們介紹了各種飲料，原來我平常喝的 F i n、茶花綠茶、百花果 C …也全部都來自黑松，放眼望去，我猜大概有上百種了吧，果然是個大廠牌阿！

之後也講解了很多有關黑松的歷史，創立於民國十四年，由張有盛先生創辦，歷經千辛萬苦，規模越來越大，終於在 1 9 8 1 年成為飲料市場的龍頭。講到了包裝部分，最早期竟然是用草繩網綁起來，在慢慢從木箱，塑膠箱，至現在的紙箱，真是好一個發展過程啊！

接下來我們在窗外看了生產線，從空瓶子，還要讓他們降溫，在包裝，裝進紙箱裡最後才拿到倉庫裡等著賣給消費者，原來一瓶飲料的產出要經過這些繁複的過程，真是得來不易呢！之後來到了模型區，我們和非常巨大的黑松沙士、韋恩咖啡、必德麥雅、黑松汽水拍了很多張紀念照片。參觀結束了，最後送了一個黑松鑰匙圈，和一瓶沙士當作紀念。



南僑參訪心得

35號曾鈺雯：在這次企業參訪之前，對南僑企業並不熟悉，只知道他生產的水晶肥皂，我們家都有在用。在一開始聽他演講的過程中，越聽越覺得神奇，好多市面上常見的許多產品原來都是南僑所生產的。最令我感到詫異的是最後一項介紹的產品，居然就是我昨天在電視上看到的廣告，看到那廣告時我還留意了一下，覺得市面上少有這項產品，令我感到新奇。

提到南僑企業，許多人的第一直覺是肥皂，南僑的肥皂確實是廣為大眾歡迎，不只是好用，對於他的純天然的顏色，想必也是許多人感到放心的一大主因。南僑的冰品也是非常有名的，像杜老爺這個品牌，雖然常聽到，在餐廳也常吃到，但對於他是屬於南僑企業也十分不感相信，畢竟肥皂與冰品差異實在太大了，令我非常驚訝。

這次參觀南僑企業實在收穫良多，對於他也在泰國地區是相當有名的，也令我感到驚喜，因為我非常喜歡泰國，如果將來有機會也想去南僑在泰國的產去參觀。



40號蔡昕愉：我剛開始對南僑化工很不熟悉，但一看到他出產的肥皂我瞬間覺得我好像常常看到它，也許是因為越平常的東西就越不會注意吧！它的肥皂是媽媽愛用的品牌，洗衣服總是不能缺少它。雖然我沒有DIY肥皂可是看著影片也覺得那是個大工程！經過這次的參訪我才知道原來它不只出產肥皂，還出產奶油！雖然沒有機會親自試做奶油，但從櫥窗外看到大概的樣子就覺得做奶油也是個大工程。南僑出產多樣化的產品，好多生活中吃到的東西背後都有它的名字。在桃園工廠裡甚至設有四面佛讓遠從泰國來到台灣工作的人看到自己熟悉的信仰！陳飛龍承接了創辦人的思想並加以創新，引領趨勢，讓南僑走在頂端，他的想法就是公司的願景這一點我很佩服，他身上有許多值得學習以及敬佩的地方，經過這次的參訪我真的獲益良多。

