黑松的物料管理

第二十六條 等級：進階

資料來源：2017年黑松企業社會責任報告書

*黑松企業透過誠信條款及社會條款作為評估其供應商的社會衝擊，藉此與供應商互相影響來進一步達成永續營運之目標*

**企業概述**

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」（ニコニコラムネ）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。時序至今，黑松公司屹立台灣飲料市場近百年，始終秉持著創業第一代的經營理念，即為「誠實服務」，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。

**案例描述**

為提高物料使用效率與經濟效益，黑松依據市場銷售與生產需求進行適量的物料請購以降低物料報廢數量，另亦持續優化生產程序降低物料耗損，並針對耗損異常物料提出檢討改善防止再發，確實做到物盡其用降低生產成本。

