



雙和圖書社



郭文斌 著

白手創業百科全書

(下冊)



郭文斌 編著

白手創業百科全書

上冊

雙和

版權所有
翻印必究

白手創業百科全書 上冊

著者：郭文斌

出版者：喜年來出版社

發行人：賴進義

總經銷：雙和圖書社

地址：中和市中山路二段三巷二二弄二四號

電話：九二七〇一一六・九二七〇四一五

出版登記證局版台業字第 二九〇七號

印刷者：國順文具印刷行

電話：九六七七二二六

中華民國七十二年十一月出版

每套特價
肆佰元

關於本書

根據行政院青年輔導委員會對未創業的社會青年調查顯示，有百分之八十七點八的人希望能夠創業，希望創業的青年所佔的比率相當高。

在「寧為雞頭，不為牛後」觀念之影響下，創業已經變成一般人奮鬥的目標。可是，一般人憧憬於創業成功後的甜美而忽略了創業過程之艱辛；根據台北市政府十二年來的統計，台北市每開一百家公司，平均關閉六十二家，倒閉率高達百分之六十二，由此可見創業之成功率僅僅只有百分之三十八而已。

創業成敗的關鍵在於：一、市場瞭解與行業之選擇，二、資金之籌措，三、政府有關機構之輔導，四、吸收專家成功的經驗，五、經營管理的能力。針對這五大問題，在本書之中我們各別詳細解說，使有心創業之士知悉，那些行業有發展潛力；如何去籌措創業的資金；政府對創業青年的輔導措施；創業成功者的寶貴經驗談；以及創業須知的經營管理知識等等。

創業者必能根據本書所提供的資料，尋找出一個正確的努力方面，避免盲目的投資，減低創業的風險，進而確保創業的成功。

編者謹識

七二、十、十八

個正確的努力方面，避免盲目的投資

目錄

第一章 創什麼行業

第一節 瞭解各行各業

- 一、飲料業
- 二、冰淇淋業
- 三、速食業
- 四、特殊飲食店
- 五、香菇栽培業
- 六、高麗蔘業
- 七、養鹿業
- 八、鱷魚養殖業

編者謹識

七二、十、十八

九、鰻魚養殖業·····	四二
十、不銹鋼餐具業·····	四八
十一、拉鏈業·····	五八
十二、房地產業·····	七〇
十三、旅館業·····	八六
十四、水泥漆業·····	九三
十五、廚具業·····	一〇三
十六、事務機器業·····	一〇九
十七、錄影機業·····	一一九
十八、超級市場·····	一三〇
十九、美容業·····	一三六
二十、珠寶業·····	一四二
二十一、百貨業·····	一五三
二十二、電腦業·····	一七八
二十三、手錶業·····	一八九

二十四、音響業·····	一九七
二十五、鋼琴業·····	二一三
二十六、機械工業·····	二一七
二十七、運輸業·····	二二六
第二節 行政院青輔會介紹的二十五種行業·····	二三五
一、花卉外銷·····	二三六
二、飼養肉鴨·····	二四〇
三、養鹿·····	二四三
四、養殖牛蛙·····	二四四
五、水族館·····	二四六
六、廣告公司·····	二四九
七、自助洗衣店·····	二五一
八、汽車修護廠·····	二五二
九、幼稚園·····	二五四
十、桌球練習場·····	二五九

十一、室內設計裝潢·····	二六二
十二、百貨店·····	二六三
十三、雜貨店·····	二六四
十四、鞋店·····	二六六
十五、花店·····	二六九
十六、汽車用品專賣店·····	二七二
十七、禮品店·····	二七四
十八、高級成衣廠·····	二七五
十九、拉鏈製造廠·····	二七七
二十、膠囊製造廠·····	二七九
二十一、機械衛星工廠·····	二八一
二十二、手工藝品製造廠·····	二八四
二十三、貝類飾物加工廠·····	二八七
二十四、鈎花手工業·····	二八九
二十五、體育用品製造廠·····	二九一

第三節 小資本創業的好點子……………二九五

一、自助餐廳……………二九五

二、咖啡店……………二九八

三、新鮮果汁店……………三〇〇

四、漢堡牛排麵包連鎖店……………三〇三

五、玩偶材料店……………三〇五

六、臨時保姆業……………三〇八

七、小說出租店……………三一〇

八、裝飾品店……………三一三

九、洋裁店……………三一六

十、尿布出租業……………三一九

十一、文具店……………三二二

十二、種苗店……………三二四

十三、排水管疏通業……………三二七

十四、流動性鑰匙配製業……………三三〇

十五、美式熱狗流動店.....三三二

第四節 明日的熱門行業.....三三五

第二章至第三章已刪。

第四章 白手創業成功實例.....四八五

第一節 李成家創業成功史.....四八五

第二節 林秀雄談小本創業與小型企業的經營.....五〇一

第三節 施振榮創業成功史.....五二五

第四節 朱志成談青年創業必備的十個條件.....五三七

第五節 黃維祝創業成功史.....五四五

第六節 熊樹人談創業應有的準備.....五五七

第七節 陳光仁創業成功史.....五六四

第八節 王順天創業成功史.....五六九

第九節 王松振創業成功史.....五八六

第十節 李瑞河創業成功史.....五九〇

第十一節 任克重創業成功史.....五九九

第一章 創什麼行業

要創業的人碰到的第一個問題一定是「創什麼行業好呢？」針對此一問題，在本章之中分四節做深入探討。

第一節 瞭解各行各業

一、飲料業

十多年前，飲料被認為是奢侈品，在宴客酒席上，常以汽水作為招待用的飲料，當時廠牌與口味變化有限，碳酸飲料如汽水、沙士、可樂均專美於前，消費者對碳酸飲料情有獨鍾。當時果汁的口味侷限於芭樂汁、芒果汁為主，包裝亦是以玻璃瓶裝供應。而

奶品之被視為清涼飲料來食用，更未普遍被接受；冰品則以水冰為主，「枝仔冰」最盛行，未重視品質與口味的變化。

歷經十多年工商業之發展，與引進歐美飲料的配方與製造包裝技術，目前，清涼飲料種類繁多，大體上可分碳酸、果汁、奶品三大類，鼎足而立。碳酸類有汽水、沙士、鮮果汁、果菜汁等則為果汁類；奶品類有鮮乳、調味乳、酵母乳、冰（霜）淇淋等。飲料的包裝型態亦變化多，除傳統的玻璃瓶裝外，有利樂包裝、紙盒裝、易開罐裝、塑膠瓶、寶特瓶等。

因國人飲用習慣，整個飲料市場上，還是以汽水類的銷量最大。現在碳酸飲料類國內上市的廠牌，主要有黑松、七喜、金車、百事可樂、蘋果西打、可口可樂、台豐、白梅、樂吉等十餘種。產品口味則分為檸檬、桔子、葡萄、蘋果、冰淇淋等加味汽水與白汽水，各廠牌有它的特定銷售通路。其中沙士這二、三年來發展非常迅速，由於沙士含有利尿的原料，並有消暑、解渴等功效，故在國內的銷售量一直上升。汽水飲料業在包裝上有很大的突破與改變。民國七十年起，有廠商開始推出寶特（PET）塑膠瓶裝。寶特瓶有質輕、成本低、無毒、透明、不需回收等優點，獲得製造者與消費者的喜愛。易開罐產品則因為攜帶方便，頗受歡迎。另一種飲料是去年開始令人矚目的新產品，稱

爲「運動飲料」(Sport Drink)。運動飲料成份除水份外，尚包括一定比例的維他命C、B、礦物質及醣份等，可幫助人體在大量流汗消耗體力後快速補充水份，以維持人體內體液部分的平衡，因此又稱離子性飲料或鹹性飲料。

果汁飲料其中鮮果汁的興起是五年前，當時國內消費者對香料加味汽水的喜好程度不斷降低，又無可資取代的新口味推出，因此，打著「純新鮮」果汁口號的香吉士產品異軍突起，並號稱具有新奇、營養價值高天然果汁原味等特點，使它的銷售量呈直線上升，並在六十八年創下了冬天銷售大過夏天的奇蹟，且搶走了汽水、奶品的部份市場，造成飲料界的震撼。隨後陸續有了同類的加入，這些新產品出自新成立的果汁廠商，或者是原有飲料業者的新投入。

以目前而言，果汁廠牌包括：百樂、百利、味全、統一、香吉士、綠洲、頂好、吉香、養樂多、波蜜、冠軍、雙喜、白梅等，另有其他地方性的果汁小廠，不計其數。果汁的種類也涵蓋了柳橙汁、檸檬汁、百香果汁、葡萄柚汁、芭樂汁、芒果汁、蘋果汁、葡萄汁、楊桃汁、酸梅汁、甘蔗汁、蘆荀汁、蕃茄汁、蔬菜汁等十餘種。

果汁類的包裝方式，則以利樂包(鋁箔包)、紙盒裝、罐裝爲主。果汁類品牌的衆多及口味的一再翻新，除了增加消費者的選擇性外，不但對原來一枝獨秀的碳酸飲料市

場構成極大的威脅，而且對每廠不同品牌、不同口味的果汁來說，要打入這個市場不容易，要保有果汁市場也不簡單，而要在果汁市場佔有一席之地，更難乎其難了，最後的結果，是市場的日益分散，及廣告促銷活動的層出不窮。

果汁的消費面主要是零售店的消費和餐飲市場的消費，前者包括超級市場、商店、食品店等，後者包括餐廳、咖啡廳、冷飲店等，為爭取消費市場，常以廣告促銷活動配合。廣告促銷的最終目的，不外打知名度以及加強消費者的購買慾，而廣告促銷通常都集中在產品消費的旺季。故同業在幾乎呈飽和狀態的果汁市場中，一方面需要開發新市場；另一方面還得搶同業市場，因此廠商對於產品通路均處心積慮，以達品牌深耕的目的。

目前各廠商除了進行電視C F、雜誌廣告外，為提高各階段銷售通路的促銷意願，不論對經銷商、推銷員、營業所外務員，或餐飲服務員，廠商均主動的誘之以利，主要的方式包括隨買贈送同類產品，或贈予玻璃杯、香皂等贈送，或配合超級市場的特價活動降價求售，或在百貨公司、西點麵包店實施三大盒一百元的活動。故廠商為主動爭取銷售據點，皆不惜犧牲利潤銷售，競爭實相當激烈。

奶品類飲料，一般分鮮乳、調味乳、冰（霜）淇淋等。市場上主要的廠牌，在鮮奶

、調味奶方面有百樂、統一、味全、福樂、將軍、光泉、台農等、酵母乳方面有養樂多、健健美、亞當、夏娃等；冰淇淋方面有百樂、福樂、小美、義美、味全、可口、頂好等。乳製品飲料，各種口味多採用紙盒裝、鋁箔裝或塑膠瓶裝。紙盒裝為防乳酸變化，一定得存放於攝氏五度之冷藏箱內，保存期限約一星期，否則置於室溫幾小時即不新鮮了。鋁箔包保存期限為三個月，無須冷藏。酵母乳則大多為P S塑膠瓶裝。

我國的鮮乳加工業，雖被行政院經建會選為十大食品工業之一，但由於季節性的產銷不平衡，迄今仍難以正常發展。因本省牛乳冬季產量高，但銷售却逢淡季，夏季銷售量高，產乳量却不足，因此發生冬季剩餘乳的問題。政府針對此問題的做法是：一、加強輔導乳品工廠收購生乳，合理分配乳源。二、冬季剩餘乳之有效處理。三、加強推廣國人飲用鮮乳及學童乳宣傳教育。四、乳價補貼政策重新檢討。

尤其政府不斷推廣及宣傳飲用鮮乳下，奶品飲料已漸漸地被國人接受。雖乳品消費支出，佔食品支出之比例尚小，但其比例已逐年增加，且其增加幅度較其他食品為大。故業者更應重視乳品的品質與衛生，以建立消費者之信心。奶品市場中除國產品外，另有自英國、澳洲方面引進的鋁箔裝保久乳加入市場，故競爭亦相當激烈。

國內冰品市場，開始雖很早，但多為小本經營，後陸續引進外國名牌技術配方及設

廠銷售，才刺激了國人對冰淇淋的喜好。

目前冰淇淋市場主要的廠商有百樂、福樂、小美、可口、味全、頂好、好萊、麥樂等。臺灣地區春夏秋難分，加上民生富裕，冰品的市場需求量，實相當可觀，各廠間競爭強烈，銷售方針亦各有不同，如百樂公司在北市，則將重點放在門市、供應中心、專賣店的擴充，希望藉專售店建立知名度及特色。

除上述主要之碳酸類、果汁、奶品三大類飲料外，尚有各式濃縮飲料。濃縮飲料是一種低水份、高濃度、加水稀釋後即可飲用的飲料，由於濃縮飲料香郁味濃，易於保存，沖泡簡易，頗受消費者歡迎，種類有煉乳、酸梅汁、檸檬茶、冬茶、蜂蜜等。

以上是飲料市場的介紹，今後飲料業努力的方向，將以開發新產品及改良包裝為主，方能不斷成長。爲了在開發、行銷及企業成長的關鍵上成功，業者除了將在研究開發上展開激烈的競爭外，並將在銷售策略上奮鬥，方能期許於加工、容器、包裝、運銷上，互相配合妥當，而締造佳績。

二、冰淇淋業