

逢甲大學學生報告 ePaper

報告題名：

檸檬魚股份有限公司之事業計畫書

作者：蔡秉儒、邱曉婷

系級：合作經濟學系

學號：D9319269、D9319225

開課老師：楊坤鋒 老師

課程名稱：創業學

開課系所：合作經濟學系

開課學年： 九十五 學年度 第一 學期

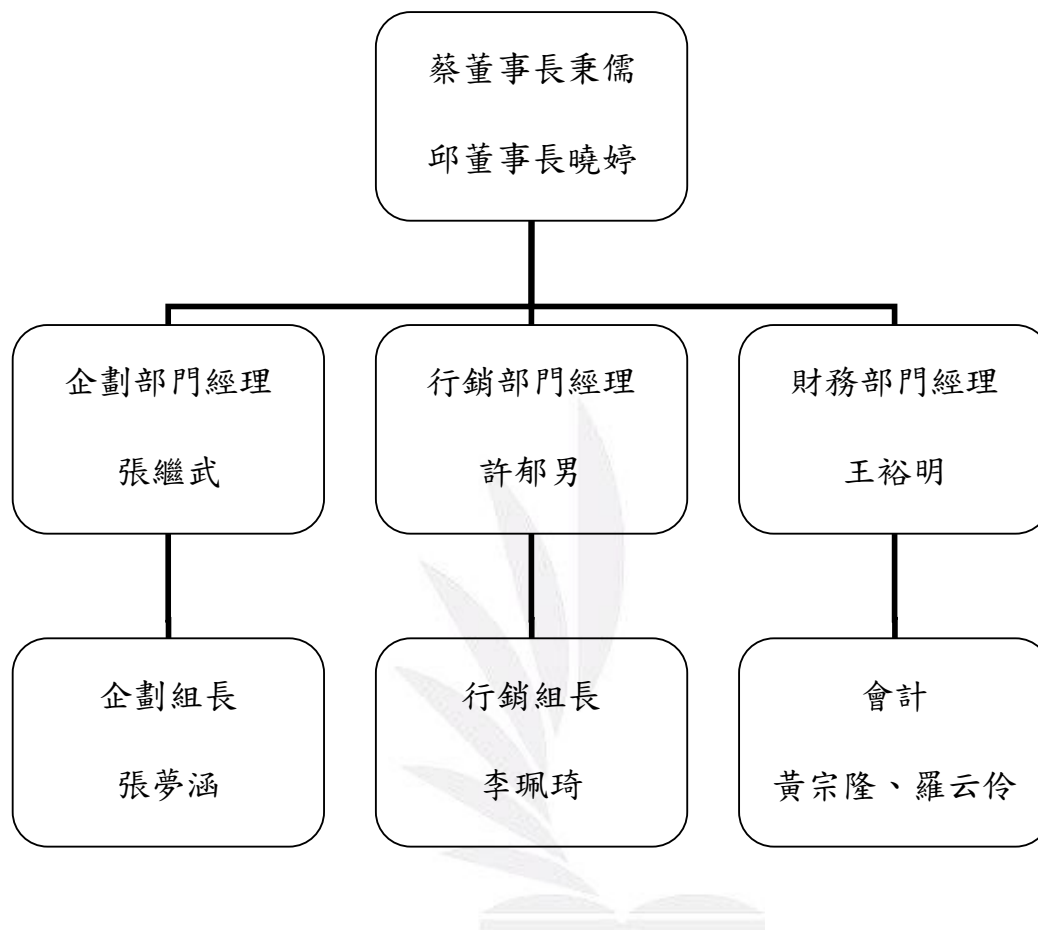
< 目 錄 >

一、摘要	P. 01
二、管理團隊組織圖	P. 02
三、顧客	P. 02
四、市場區隔與目標市場	P. 03
五、產品競爭知覺圖	P. 04
六、產品內容	P. 04
七、配銷通路	P. 05
八、銷售組織	P. 05
九、行銷策略	P. 05
十、行銷計劃控制	P. 07
十一、人力資源	P. 08
十二、資訊科技	P. 10
十三、財務報表與預測	P. 11
十四、企業背景	P. 14
十五、企業使命	P. 14
十六、核心價值	P. 15
十七、附錄	P. 15

一、摘要

健康產品市場銷售值結構以健補力 B 錠佔 32%，在注重健康取向為概念的熱潮下，營養粹取為主打的攜帶型補給品開始大受歡迎，目前市場上較少有口含錠型態的健康相關產品，因此，活力錠對本公司而言，是市場新契機，期能開拓市場、增加佔有率及獲取合理利潤。本產品鎖定追求身體健康、缺乏日常生活所必須之消費者，及喜好方便補給之年輕族群。產品為番茄紅素、金盞花萃取物---葉黃素等經凝煉、濃縮、加壓成為一顆顆飽滿的活力持續錠。產品屬中等價位，利用現有通路包括直銷及經銷，配合醫療院所之刊物、DM 來宣傳並舉辦健康週的活動，搭配成功消費者的經驗分享。產品行銷費用為 15 及 16.5%，利潤百分比為 35%。如何在以健康為導向的消費者需求之間找到最佳的立足點，乃是本(公司)團隊最希望規劃的方向。

二、管理團隊組織圖



三、顧客狀況

	現在顧客	潛在顧客		
1.名字(公司)	川佳科技有限公司	陳永祥	許依柔	王偉中
2.佔收入(%)	65	10	12	13
3.購買原因	回饋給川佳之客戶	個人	個人及親友	送禮
4.週轉率	6.0	5.5	5.5	4.0
5.維持率	2.5 年	1 年	1.5 年	2 年
6.訂購	北縣 5 天	南投 5 天	花縣 10 天	高雄 11 天

7.銷售流程	營養粹取→顆粒模型→商品設計→包裝→瓶裝膜→紙盒→銷售	營養粹取→顆粒模型→商品設計→包裝→瓶裝膜→紙盒→銷售	營養粹取→顆粒模型→商品設計→包裝→瓶裝膜→紙盒→銷售	營養粹取→顆粒模型→商品設計→包裝→瓶裝膜→紙盒→銷售
8.未來對顧客的價值	減少外部包裝	有機會成為永久客戶	定期訪問吃的情形	研發新品要通知
9.附註	該公司有警衛詳查	希望此戶都成為本公司的顧客	重視售後服務	研發新品需提供試吃

四、市場區隔與目標市場

類別：健康補給品(錠)

Target：主要目標群：20~30歲

次要目標群：40~50歲

目標對象群描述：男女皆適宜。運動員、活動量高、勞動工作者、學生、上班族、銀髮族、體質虛弱、病中病後補養。

U. S. P.：有效時間增強至9小時，讓您活力滿滿。

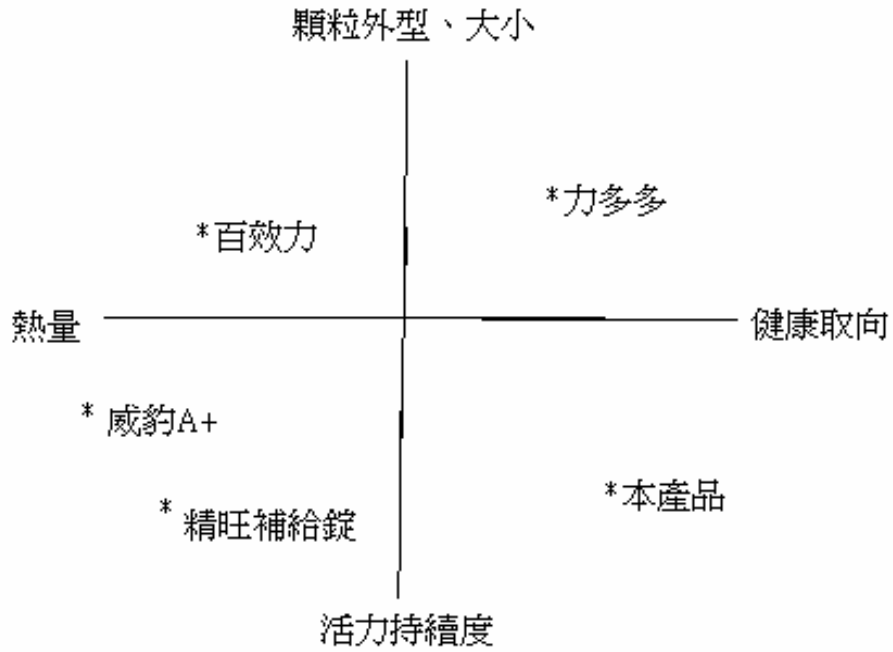
Position.：各大藥局均可購得。

Sell what.：輕鬆無負擔的健康食品。

註：usp 全文 Unique Selling Proposition，亦即“獨特的品牌定位”，它來自

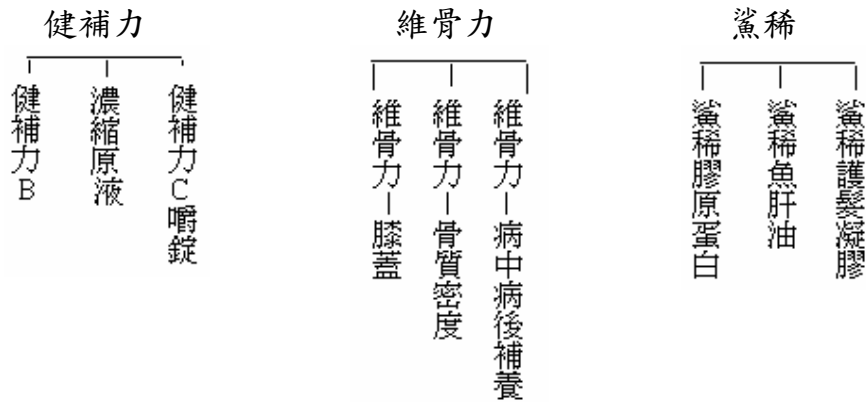
於廣告行銷常用的一個專業用語，意指只此一家別無分號、或提供高品質、完善售後保證等等高檔的服務。

五、產品競爭知覺圖



六、產品內容

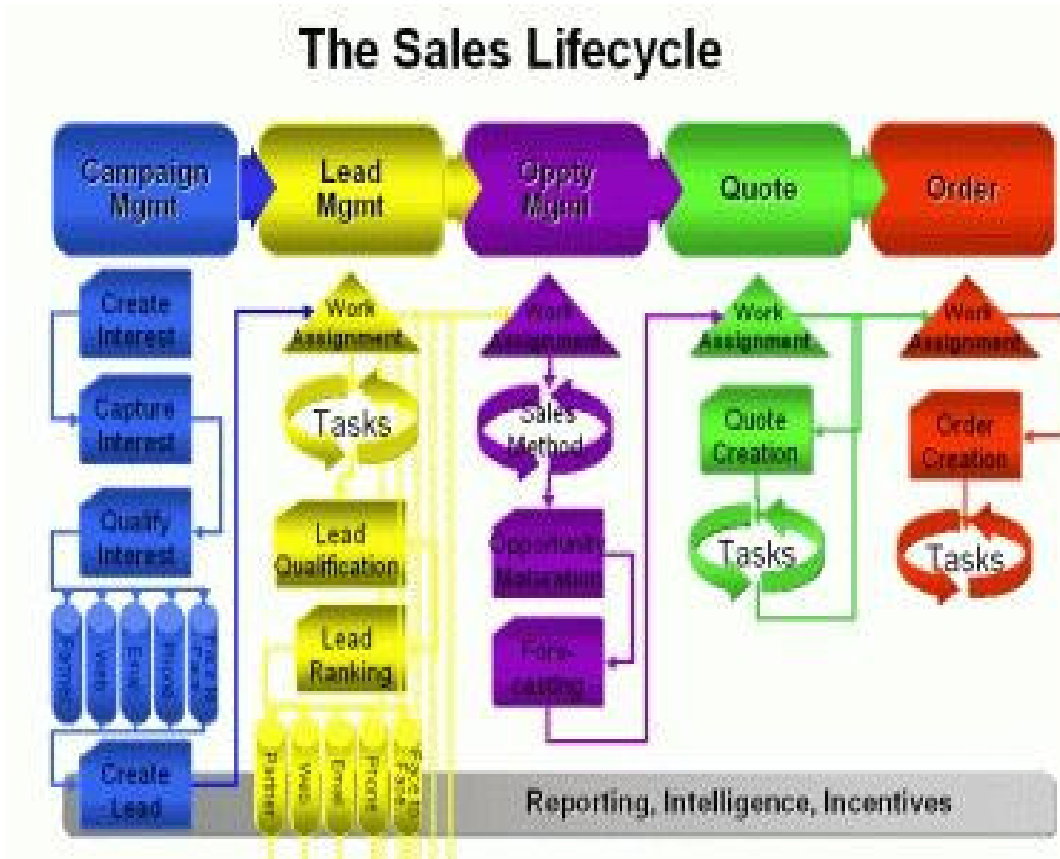
產品線：(面膜正在研發中)



七、配銷通路

- 1.大宗訂單：由公司網路下單直接配送。
- 2.一般購買：全省各大藥局皆有販售。

八、銷售組織



九、行銷策略

1.產品策略

- (1)品牌：健補力 B
- (2)產品別：健補力綜合維他命、強化 B 群錠(茄紅素新配方)
- (3)包裝規格：100 table、150 table

(4)保存期限：三年

(5)包裝設計：以真空玻璃瓶包裝，安全衛生。

2.價格策略：

制定價格考慮成本、需求考量及競爭考慮。本健康產品採大眾化價格，過高的價格市場接受度低，過低價格易使消費者產生懷疑產品效果的心態。

3.通路及促銷策略：

就通路而言，本產品由業務人員來進行產品之推廣。方式是由本公司所屬業務員開發客戶，以市場調查為依據，收集、整理潛在客戶資料，設計宣導 DM，透過電話拜訪、人員推銷及網路行銷等方式積極招攬客戶。就促銷方式而言，本會除了製作業務推廣所須之宣導 DM 外，另外進行不同產品之包裝，以組合或套餐的方式，促銷本產品。例如：訂購 2 個單位可享九折優惠、訂購 5 個單位可享八折優惠、訂購 10 個單位可享七五折優惠，其次亦以複合式佣金制度鼓勵業務人員招攬更多客戶。

4.推廣策略：

(1)尋找形象清晰、健康符合產品形象定位的明星當平面廣告宣傳的代言人，配合上雜誌媒體廣告來進行宣傳。

(2)因本產品屬於中價位，可與連鎖的各大藥局合作利用 DM 配合健康週來開拓本產品的名度。

(3)週休假期可舉辦活動，讓成功調節體質者來發表感想。並且抽出幸運民眾可獲得免費的補給品。

5.市場潛力與未來展望：

我們認為現代人追求健康，講究保健飲食的風潮是一項無法抵擋的趨勢，在加上許多上班族因忙碌而忽略自己的健康已不計其數，使我們深信我們的產品有其市場潛力，而 20-55 歲健康女性是現階段產品的切入點，未來發展之重點則是深入各個族群，目前本公司的目標放在提昇知名度，但建立品牌價值才是本公司永續發展的根本，當建立了品牌價值，任何的行銷推廣便能收到事半功倍之效。因此短期內以經營、壯大顧客規模為第一優先，並在市場上保持競爭力，在顧客成長穩定之後，一方面繼續擴大顧客組織，另一方面加強產品的開發，朝向提供多元化保健食品前進，以增加獲利。

十、行銷計劃控制

各部門依上市進度表，在預計工作時間內完成工作項目。藉由績效輔導紀錄表，在每週例行會議進行工作內容檢討及計劃進行的矯正措施，針對上次行動步驟之進展進行確認，

於本次會議的會談主題（關鍵工作）來討論，將部屬應採執行動與主管應有的領導型態、所需提供資源、提供方法知識以解決計劃中產生問題。

在工作執行中，若有任何困難，應隨時與上級主管溝通取得協助。依公司政策會定期追蹤員工表現，若有偏離目標之情形，應隨時予以糾正，主管應對表現優良者給予鼓勵肯定，未盡理想者，給予正面建議，以期能達成計劃。

十一、人力資源

1.總公司內部人力資源分佈總表

階層級別	職級	人數
管理階層	董事長	2 人
	部門經理	3 人
	部門組長	2 人
員工階層	會計	2 人
	企劃組員	5 人
	行銷組員	15 人
	其他行政人員	20 人

2. 實際員工人數

在員工人數方面，90 年營養食品業受雇員工平均為 116,645 人，較 89 年減少 8,980 人。若以工作性質觀之，監督及專技工作者佔 43.66%，計有 50,927 人；非監督及專技工作者佔 56.34%，計有 65,718 人。監督及專技受雇員工有

逐年提高比率的趨勢，也顯示我國在餐飲教育方面的成效。

在營養食品業受僱員工人數中仍以女性所佔比率較高，主因是營養食品業中人數比率較高之服務生以女性員工居多，男女員工比例約為 1：1.74。

近五年檸檬魚營養食品業受僱員工人數

單位：人 %

年 別	合 計		男 性		女 性	
	人 數	結構比	人 數	結構比	人 數	結構比
八十六年平均	125,494	100.00	52,089	41.51	73,405	58.49
監督及專技	42,851	34.15	15,289	35.68	27,562	64.32
非監督專技	82,643	65.85	36,800	44.53	45,843	55.47
八十七年平均	121,526	100.00	49,631	40.84	71,895	59.16
監督及專技	43,871	36.10	15,085	34.38	28,786	65.62
非監督專技	77,655	63.90	34,546	44.49	43,109	55.51
八十八年平均	125,477	100.00	49,248	39.25	76,229	60.75
監督及專技	48,937	39.00	15,790	32.27	33,147	67.73
非監督專技	76,540	61.00	33,458	43.71	43,082	56.29
八十九年平均	125,625	100.00	47,176	37.55	78,449	62.45
監督及專技	52,470	41.77	15,905	30.31	36,565	69.69
非監督專技	73,155	58.23	31,271	42.75	41,884	57.25
九十年平均	116,645	100.00	42,609	36.53	74,036	63.47
監督及專技	50,927	43.66	14,376	28.23	36,551	71.77
非監督專技	65,718	56.34	28,233	42.96	37,485	57.04

資料來源：秉立行政院主計處「90年薪資與生產力統計年報」，91年5月

3. 員工工作時數

90年營養食品業之每人每月平均工作時數為 173.9 小時，較 89 年減少 14.1 小時，其中正常工時為 172.7 小時，加班時數為 1.2 小時。若以性別區分，男性受僱員工平均工作時數為 173.2 小時，女性受僱員工平均工作時數為 174.3 小時。因為營

養食品業最忙碌的工作時間集中在用餐時段，因此該行業加班的時數比率一向較低。

近五年檸檬魚營養食品業受僱員工平均每月工作時數

單位：小時 %

年 別	合 計		男 性		女 性	
	工 時	結 構 比	工 時	結 構 比	工 時	結 構 比
八十六年平均	179.4	100.00	180.4	100.00	178.8	100.00
正常	178.6	99.55	179.2	99.33	178.2	99.66
加班	0.8	0.45	1.2	0.67	0.6	0.34
八十七年平均	181.7	100.00	181.2	100.00	182.0	100.00
正常	180.3	99.23	179.5	99.06	180.8	99.34
加班	1.4	0.77	1.7	0.94	1.2	0.66
八十八年平均	188.7	100.00	187.5	100.00	189.5	100.00
正常	186.7	98.94	185.1	98.72	187.8	99.10
加班	2.0	1.06	2.4	1.28	1.7	0.90
八十九年平均	188.0	100.00	187.0	100.00	186.6	100.00
正常	186.5	99.20	185.5	99.20	187.1	99.20
加班	1.5	0.80	1.5	0.80	1.5	0.80
九十年平均	173.9	100.00	173.2	100.00	174.3	100.00
正常	172.7	99.31	172.1	99.36	173.1	99.31
加班	1.2	0.69	1.1	0.64	1.2	0.69

資料來源：秉立行政院主計處「90年薪資與生產力統計年報」，91年5月

十二、資訊科技

產品為番茄紅素、金盞花萃取物——葉黃素等經生化科技

技術凝煉、濃縮，每1000公斤原料中只能萃取出3公斤之物

料，相當珍貴，再由GMP認證工廠進行加壓成為一顆顆飽滿的

活力持續錠，製作出優質適合老少服用之產品。

十三、財務報表與預測

1. 資產負債表

檸檬魚股份有限公司			
2001. 12. 31			
資產負債表			
單位：千元			
資產	金額	負債及股東權益	金額
流動資產		流動負債	
現金	1,129	應付帳款	504
短期投資	25	應付票據	504
應收帳款淨額	280		
存貨	2,500		
流動資產合計	3,934	負債總計	1,008
固定資產		股東權益	
成本		普通股股本	7,426
土地	3,000		
建築	1,500		
固定資產淨額	4,500	股東權益總計	7,426
資產總計	<u>8,434</u>	負債與股東權益總計	<u>8,434</u>

2. 產品年度利潤百分比分析

	單位：%	
	150 錠	100 錠
銷貨總額	100.0	100.0
銷貨退回	0.0	0.0
銷貨淨額	100.0	100.0
銷貨成本	65.0	64.0
銷貨毛利	35.0	36.0
行銷費用	10.0	11.0
廣 告	5.0	5.0

上 架 費	2.5	3.5
促 銷	1.5	1.5
代 送	0.0	0.0
補 助 費	0.0	0.0
目 標 獎 金	1.0	1.0
直接利潤	25.0	24.0
部門分攤費用	0.0	0.0
利潤貢獻	25.0	24.0

3.家數

根據宇熊財政統計月報之最新資料顯示，截至 90 年底的營養食品業之營業家數共計 58,223 家，較上年成長 9.87%。在結構方面，「營養食品業」所佔比例最高，共計 41,117 家，佔飲食業比例之 70.62%，其成長亦最為快速，總營業家數較前一年增加 11.21%。

近五年檸檬魚營養食品業登記營利事業家數

單位：家 %

年 別	營養食品業	其他補給品業	健康食品專賣店	小 計	成 長 率
86 年	38,479		6,347	44,826	4.10
87 年	31,490	7,406	6,754	45,650	1.84
88 年	34,337	7,803	7,705	49,645	8.75
89 年	36,973	8,195	7,825	52,993	6.74
90 年	41,117	8,412	8,694	58,223	9.87

資料來源：宇熊財政部統計處「中華民國財政統計月報」，91 年 4 月

5. 員工平均薪資

90 年飲食業受雇員工平均每月薪資為 26,312 元，與 89 年比較，成長了 1.04%。整體而言，飲食業受雇員工每人每月平均薪資之男女差距較其他行業為低，不過仍以男性之平均薪資較高。在成長率方面，90 年女性受雇員工平均薪資有較高的成長率(成長 3.86%)，而男性受雇員工薪資卻下降 2.67%。若以工作性質觀之，監督及專技工作者的平均薪資為 37,895 元，非監督及專技工作者的平均薪資為 17,336 元，兩者有很大的差異。

近五年檸檬魚營養食品業受僱員工平均每月薪資

單位：人 %

年 別	合 計		男 性		女 性	
	薪 資	成 長 率	薪 資	成 長 率	薪 資	成 長 率
八十六年平均	22,812	7.62	24,389	8.29	21,693	6.98
監督及專技	36,232	4.28	43,182	5.23	32,376	3.47
非監督專技	15,854	9.49	16,582	10.03	15,270	8.89
八十七年平均	23,675	3.78	24,616	0.93	23,025	6.14
監督及專技	37,980	4.82	43,302	0.28	35,190	8.69
非監督專技	15,593	-1.65	16,456	-0.76	14,902	-2.41
八十八年平均	25,024	5.70	26,440	7.41	24,109	4.71
監督及專技	37,829	-0.40	44,281	2.26	34,756	-1.23
非監督專技	16,837	7.98	18,020	9.50	15,918	6.82
八十九年平均	26,040	4.06	28,771	8.82	24,397	1.19
監督及專技	37,402	-1.13	46,909	5.93	33,267	-4.28
非監督專技	17,890	6.25	19,546	8.47	16,655	4.63
九十年平均	26,312	1.04	28,004	-2.67	25,339	3.86
監督及專技	37,895	1.32	46,580	-0.70	34,479	3.64
非監督專技	17,336	-3.10	18,545	-5.12	16,426	-1.37

資料來源：秉立行政院主計處「90 年薪資與生產力統計年報」，91 年 5 月

十四、企業背景

檸檬魚股份有限公司成立於 1992 年，已經累積了 15 多年的經驗，從一開始的親自監工，至現在的全程自動化包裝、無菌包裝，為的就是希望消費者能吃的健康，服(用)的安心，檸檬魚公司為白手起家之現代化產業公司，由兩位大學時期同窗（蔡董事長與邱董事長）為提倡養生風潮而進行相關產品之開發，秉持著顧客健康至上的信念，一分一毫都不敢怠懈的敬業精神，而有今日一番成就。根據統計，全台服用補給品的人數在 2001 年初突破 600 萬人次，由此預測營養品市場的發展非但不會泡沫化，反而在回歸基本面後，更融入消費者的日常生活中。因此，在充沛的資金與熱忱的團隊基礎下，檸檬魚股份有限公司憑藉多年的製作實務經驗與相關產品整合技術，自民國八十三年一月，除原有的 ISP 部門外，增設 MSSP 行銷顧問部，並整合物流、直效行銷，以成為全方位的網路服務提供者，與合作客戶創造雙贏的夥伴關係。

十五、企業使命

檸檬魚將以高精密儀器的製作過程，秉持著精進的專業技術及精關的研究開發，將微量的健康元素加至微小的錠，讓您好氣色，好元氣；以消費者的需求為出發點、高技術的結晶，帶給人類永不停止的活力，更進一步拓展您人生的新領域。

十六、核心價值

一、價值觀

在我們生產製造、精密研發到銷售及達成目標的過程中，我們的價值觀始終指導著我們各方面的行為，我們的價值觀是：

顧客至上：我們提供的服務品質不管在品質控管或是售後服務方面，都秉持者顧客至上的最高原則，成為您在日常生活中最照顧也最貼心的朋友。

誠實正直：要求自己的一切行為均合乎最高道德規範，並建立良好的道德聲譽。

健康為首：從日常生活中補充您一天所需的營養，增強身體機能；在營養萃取過程中絕不馬虎，達到每一顆活力錠都是濃縮萃取讓您活力滿分、精神加倍。

十七、附錄

一、公司資訊

公司名稱：檸檬魚股份有限公司
LEMONFISH CO.LTD

計畫負責人：蔡秉儒 0910-521198、邱曉婷 0931-384337

聯絡方式：(04)24517250#4354

公司地址：407 台中市西屯區文華路 100 號
Room 合經系, 9F., No.100, Wunhua Rd., Situn District, Taichung City 407, Taiwan (R.O.C.)

E-mail：lemonfish@fcu.edu.tw

二、交通路線圖

