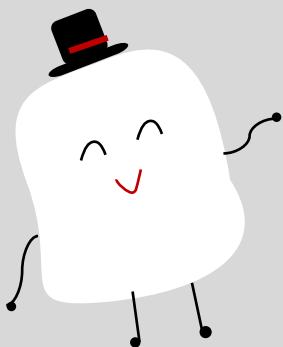


112 年 4 月 21 日  
高一商經科校外參觀報告



科別：商業經營科  
班級：商一三  
組員：李侑潔、賴伊慈  
餐觀地點：新竹巨城購物中心



# 目錄

|              |    |
|--------------|----|
| 壹、工作分配 ..... | 3  |
| 貳、企業簡介 ..... | 4  |
| (一) 企業簡介     |    |
| (二) 共好社會     |    |
| (三) 幸福職場     |    |
| (四) 永續環境     |    |
| 參、數據資料 ..... | 7  |
| 肆、心得報告 ..... | 10 |



## 壹、工作分配

| 組員  | 工作分配                |
|-----|---------------------|
| 李侑潔 | 企業簡介、資料統整、資料查詢、心得報告 |
| 賴伊慈 | 製作簡報、數據資料、照片提供、心得報告 |



## 貳、公司簡介

### (一) 企業經營

遠東巨城購物中心承襲遠東集團立業精神，秉持「誠、勤、樸、慎、創新、熱情」核心價值，以「滿足顧客需求，創造舒適歡樂的購物環境」為使命，首家購物中心於2012年在新竹市開幕，2018年6月擴大營業面積，增加創藝大樓1-4樓空間，又於2020年7月二度擴大營業面積，增加創藝大樓5樓空間。

截至2021年12月底，巨城樓地板面積約38,000坪，擁有逾300個專櫃品牌、逾90個餐飲櫃位、約4,500個用餐席次、Facebook擁有超過68萬粉絲大軍及全台灣最大室內休閒娛樂空間，包含：影城、健身中心、親子遊戲場、棒球打擊場、成人與兒童保齡球場、書店等。



### (二) 共好社會

巨城長期關懷社會需求，將寶貴的商業資源投入社會，發揮深度的串聯能力，將政府、學校、社團、非營利組織、社會企業及民間企業的資源整合，讓社會參與的影響力極大化。



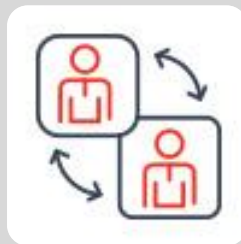
巨城不只是商場，更是藝文與公益的平台，顧客到巨城不只是購物，更能接觸國際級音樂與各式精彩展演，認識弱勢團體並給予支持。巨城秉持著「哪裡需要我們，我們就往哪裡去」的精神，積極參與公益活動，並將公益與商業緊密結合，號召全客層消費者，共同關懷社會需求，建構永續與雙贏的推廣模式。



巨城舞台



世代共好



弱勢支持



里民福祉



(圖一)巨城肯定年輕人追尋夢想的勇氣，藉由推動街頭藝術活動，為年輕人提供一展長才的舞台。



(圖二) 巨城關注高齡化的議題，以創新思維活化購物中心公益空間的運用，打造全台同業首例跨世代交流示範公益空間 Baby Boomers Club 三合院。



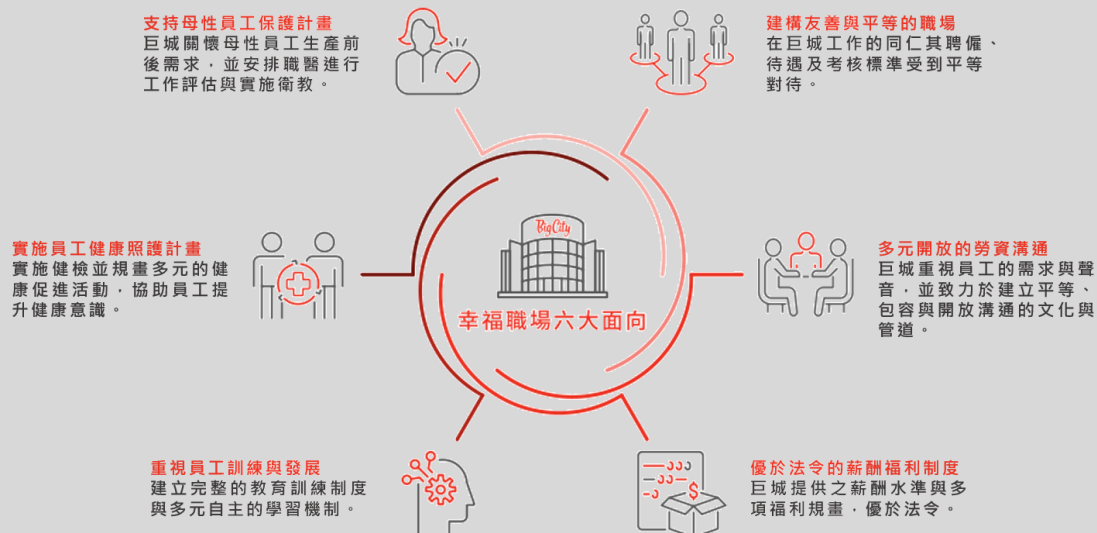
(圖三) 巨城自 2017 年開啟德蘭兒童支持計畫，除了資助物資，更結合商場資源，提供院生多元的學習機會，讓院生的人格成長獲得正向啟發。



(圖四) 巨城秉持敦親睦鄰精神，期望做里民最好的鄰居，長期透過里長關懷社區弱勢家庭，來協助守護社區環境並提升社區生活品質。

### (三) 幸福職場

巨城為員工打造「樂在工作」的完善環境，讓員工可以兼顧個人及家庭生活、快樂工作、發揮潛能，同時提供多樣化訓練課程，讓員工不斷精進，協助公司與時俱進朝向永續發展。



### (四) 環境永續

全球暖化與氣候變遷，對產業造成嚴重衝擊，百貨零售業也不例外，環保已經是企業永續經營不容忽視的重要課題，巨城責無旁貸。巨城身為地球企業公民，承諾遵循環境相關法規，積極展現企業對環境永續的擔當，實踐「Big City, Big Green.」的承諾。

- 遵循環保相關法規，落實日常管理。
- 強化節能省水減廢，促進環境永續。
- 提升綠色消費服務，邁向綠色商場。
- 深植環境永續意識，全員行動參與。

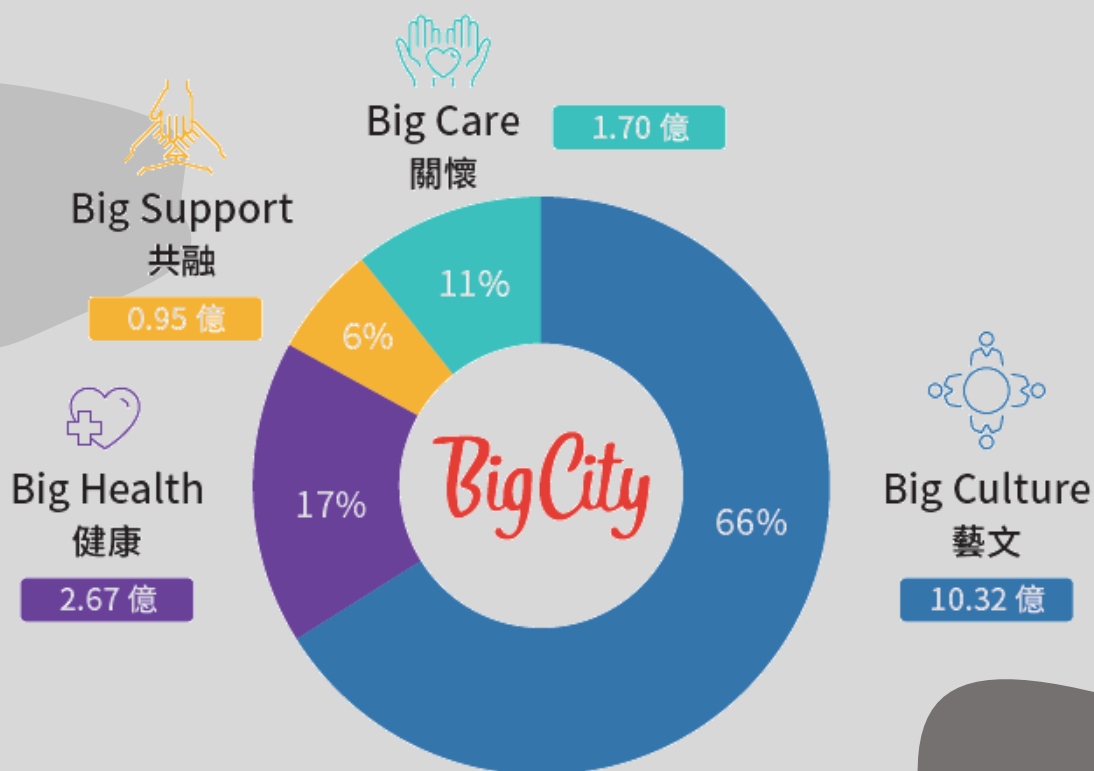


截至 2019 年，接駁車平均平日搭乘數 2,376 人次、搭乘率 99.85%，假日搭乘數 5,968 人次、搭乘率 103.64%，並已累計超過 999 萬人次搭乘，減碳量超過 6 萬公噸，相當約 160 座大安森林公園一年的吸碳量。

## 參、數據資料

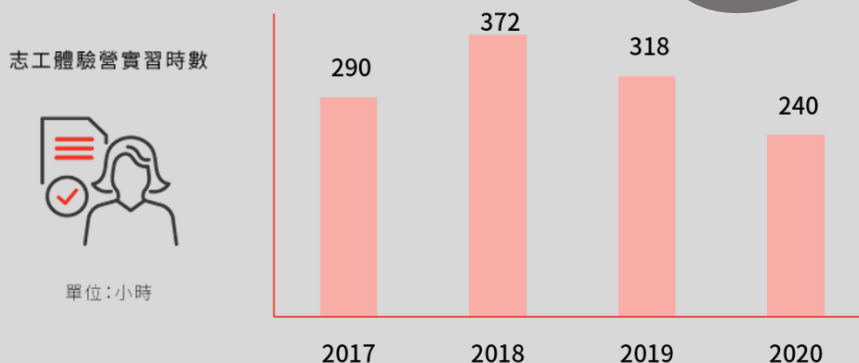
### (一)社會公益

巨城在新竹地區紮根 10 年，積極投入社會公益，已成為在地重要的藝文與健康中心，不遺餘力促進社會共融、關懷全客層之生活與健康需求。舉辦公益活動累積創造社會真實影響力約新台幣 15.6 億元，一年創造平均約 1.56 億額外的社會影響力。



### (二)弱勢支持

弱勢族群不是鎂光燈的焦點，卻最需要資源挹注。對巨城來說，越不被碰觸的社會議題，越需要巨城挺身而出，「德蘭志工體驗營」首創德蘭兒童中心與企業的合作新模式，巨城從賣場多樣化的工作內容中挑選最適合孩子們的志工職缺，由專業同仁帶領解說並熟悉工作內容，再由院生實際參與工作體驗，了解服務工作的價值。



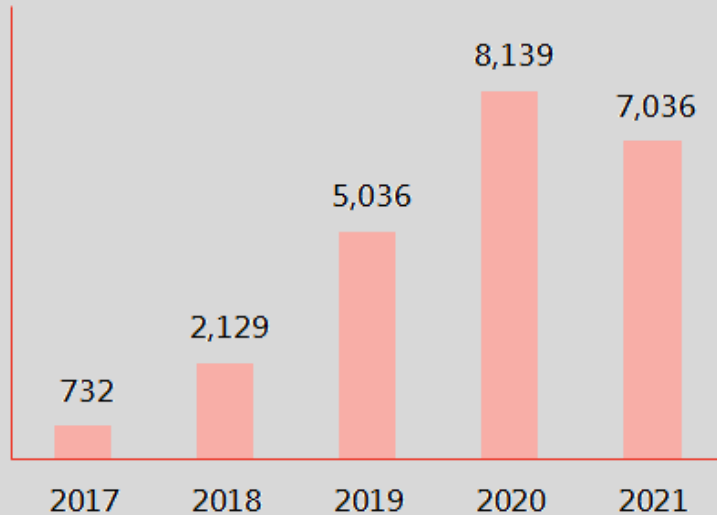
#### (四)捐血活動

巨城長期支持捐血活動，整合外部資源、攜手供應商並運用數位行銷通路，號召廣大顧客共同參與，不少年輕族群透過臉書粉絲專頁分享訊息呼朋引伴，為血庫缺血問題注入及時雨。巨城讓購物中心不只是消費場所，更是能帶領民眾做愛心響應公益的有愛環境，民眾能藉由巨城的平台回饋社會，實際參與社會公益活動。

歷年熱血募集數



單位：袋



2018.03 捐血 423 袋，創新竹單日外點最高紀錄。

2019.02 捐血 674 袋，刷新新竹單日外點最高紀錄。

2020.02 捐血 1,086 袋，三度刷新新竹單日外點最高紀錄。

2021.01 捐血 1,221 袋，四度刷新新竹單日外點最高紀錄。

2021.12 捐血 1,323 袋，五度刷新新竹單日外點最高紀錄。

2020-2021 年連續兩度獲「捐血特殊貢獻獎」(衛生福利部)。

2020-2021 年連續兩度獲「捐血績優機關社團及企業獎」(桃竹苗區捐血中心)。



(資料、圖片來源：巨城官網)

### (五)綠色意識

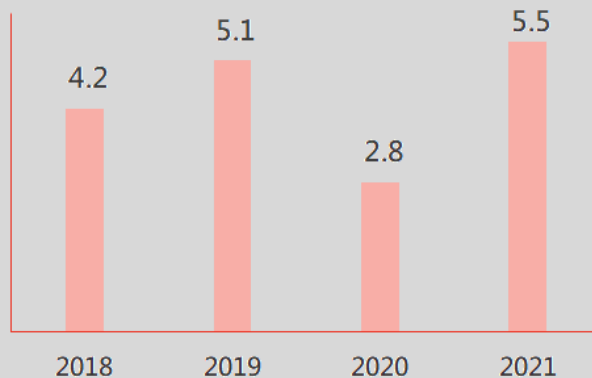
巨城相信為員工建立環保意識，是推動環境永續使其發揮長遠影響力的重要方式之一，因此巨城從多元管道展開，在各式訓練與員工活動中，主動融入環保概念，以發揮影響力。

具體行動：

- 辦理環境教育相關訓練，連續 4 年員工平均參與環境教育時數達 4 小時以上
- 於環境教育設施場所舉辦員工旅遊或聘請環境教育人員進行生態解說
- 舉辦健康與環保兼具的員工活動與健康促進競賽



環境教育  
平均每人參與時數



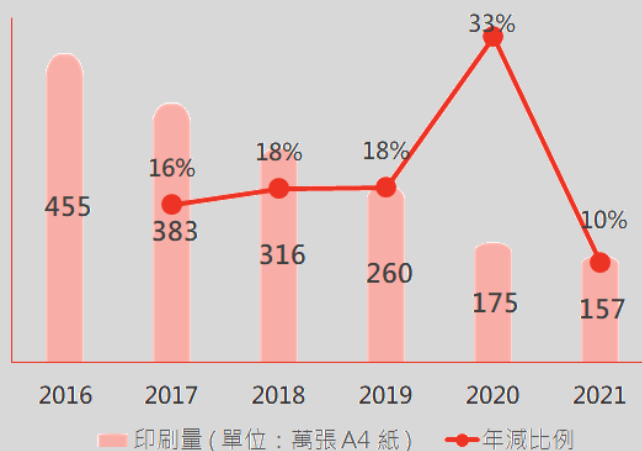
### (六)綠色行銷

巨城將消費者溝通介面電子化，透過 Facebook 粉絲團、IG、APP、EDM 之推廣，提升與顧客溝通之效能並成功減少每年 DM 印刷用紙量及派送量，有效降低行銷成本。

具體行動：

- 宣傳與贈獎數位化，促進廢棄物減量
- 提供具環保概念的來店禮，鼓勵顧客重複使用
- 紙本 DM 以環保大豆油墨印製，並自 2015 年開始，在紙本 DM 中導入 QR code，將消費者引導至電子 DM 的入口，建立消費者以電子 DM 取代紙本 DM 的習慣
- 2017 年 11 月建立巨城 APP，透過 APP 提供消費者最新資訊

DM 印刷量



(資料來源：巨城官網)

## 肆、心得報告

### 》》 22 李侑潔

這次職校參訪讓我了解到新竹巨城的歷史，曾經因為經營不善面臨倒閉的巨城，如今卻可以在沒有一線精品品牌的路上成功晉升台灣商場營業額前茅。

第一次進去新竹巨城的我，就被他的外觀設計所吸引，外場不僅可以舉辦各式各樣的活動；內場除了讓你購物、用餐，還可以讓你在室內運動。不僅讓消費者在購物的同時也可以參與外場的活動；更能在內場享受休閒娛樂。

經過這次有趣的職校參訪，讓我更了解購物中心的特色，也讓我對商業的經營及投資更進一步的瞭解與關注。希望之後還可以再去其他的地方，帶我們了解更多不同的商業經營模式以及不同的廠牌行銷方式。

### 》》 36 賴伊慈

身為新竹人的我，從巨城開幕以來，每年至少去十次以上。但這次去巨城讓我永生難忘，一來是沒想過有機會可以跟這麼多高中同學去巨城，二來是第一次很正經地坐在會議廳裡，聽著人員介紹，讓我又驚又喜。

很珍惜這次巨城購物中心的介紹，是我平常聽不到也很少去注意的。巨城的起死回生，並進步到有能力回饋社會，把企業發揮最大作用，是我未來創立公司學習目標。另外最吸引我的部分是：巨城做的公益活動，包括巨城街頭藝節、寶寶爬行大賽、捐血活動等，是許多企業無法做到的。巨城還有個神奇的地方，那就是他沒有昂貴的名牌提升營業額，卻在台灣企業營業額排名中名列前茅。

如果你問我巨城值得你去的原因是什麼，我會告訴你，因為他是北台灣最大的購物中心，擁有 300 多個專櫃品牌值得你仔細探索、去巨城的交通十分方便，新竹車站旁就有巨城免費接駁車專程接送，巨城鼓勵民眾搭乘大眾交通運輸，達到節能減碳、巨城時不時會有很多表演活動與許多裝置藝術，尤其是聖誕節期間，推薦大家在聖誕節時可以去一探究竟，絕對不讓你失望。

這次參訪讓我更了解巨城，下次去巨城的時候，我一定要花時間去好好地了解!!

