

# Big City



遠東巨城購物中心  
2022年企業社會責任報告書

*Big City*

Content  
目錄

# Big City



Big City

關於本報告書	06
董事長的話	07
2022 年永續大事記	08
2022 年榮耀與肯定	09

## 01

### 始於熱情 誠樸經營 10

- 1.1 關於巨城 11
- 1.2 公司治理 12
- 1.3 經營績效 14



## 02

### 貼心服務 優質空間 16

- 2.1 數位服務 便利與創新 17
- 2.2 巨城舞台 青年夢想基地 19
- 2.3 地產地銷 支持在地農產 22
- 2.4 顧客服務與溝通 25
- 2.5 永續供應鏈管理 26

# 03

健康促進 社區共好	28
3.1 熱血募集	29
3.2 疫苗接種站	31
3.3 鄰里關懷	32
3.4 無障礙友善設施	33

# 04

世代共融 樂齡友善	34
4.1 親子友善 幼兒育樂推廣	35
4.2 兒少藝術 美感教育啟發	38
4.3 科普教育 培育科技人才	39
4.4 公益關懷 推動跨齡交流	41



# 05

創造幸福 職場給力	44
5.1 人力資源概況	45
5.2 薪酬福利制度	46
5.3 人才訓練發展	48
5.4 職場安全與衛生	50

# 06

守護地球 邁向低碳營運	54
6.1 溫室氣體管理	55
6.2 能源與水資源管理	56
6.3 廢棄物管理	59
6.4 紙資源管理	60
6.5 綠色交通與採購	62



# 07

迎向未來	66
------	----





## 報告書內容

遠東巨城購物中心股份有限公司（以下簡稱巨城、我們），於 2012 年 4 月在新竹市開幕。多年來，巨城致力於經營購物中心事業，提供顧客食衣住行育樂各式各樣的生活所需。我們希望藉由出版本報告書作為與巨城利害關係人之間的溝通管道及平台，並說明巨城在環境、社會、治理的努力與績效成果。

## 報告書發行時間與週期

遠東巨城購物中心於 2023 年 06 月發行企業社會責任報告書，揭露期間為 2022 年度（自 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日止）企業 ESG 發展績效及利益關係人關注議題，並於未來每年持續發行企業社會責任報告書。

## 邊界與範疇

本報告書的邊界是以遠東巨城購物中心為主體，部份 ESG 資訊揭露邊界涵蓋組織外個體，包含社企單位、學校機構、專櫃廠商、顧客回饋等。

## 聯絡資訊

聯絡單位：遠東巨城購物中心股份有限公司 CSR 小組

地 址：新竹市中央路 229 號 2 樓

電 話：(03)6218824

E - mail：CSR@febigcity.com

網 站：<https://www.febigcity.com/csr/index/index.aspx>



## 董事長的話

2020-2022 年新冠疫情肆虐全球，烏俄戰爭牽動通貨膨脹與能源危機問題，詭譎多變的經濟市場使人流、物流與金流都受到衝擊。隨著疫情逐步解封，巨城保持警醒並且與時俱進迎戰未知的產業環境，如今零售業已融合多樣性的全通路思維，巨城亦積極跨界結盟加速數位轉型，整合線上與線下多元服務平台，一步步擴建周邊停車空間、推出線上購物、提升空間坪效等，唯有改變與創新才能在逆境中破繭而出，邁向嶄新的經營之路。

巨城不斷勇往直前，致力為在地營造有溫度的購物中心，每年推動 25% 專櫃調整及每季引進話題快閃店，賦予顧客體驗層次豐富的消費旅程。同時透過數位實力精準分析客群輪廓，策劃一系列豐富的行銷活動，滿足在地居民食衣住行育樂的生活喜好，因此巨城連續 11 年營收穩定成長，2022 年周年慶 12 天營業額更創造 10 億新高 (不含 SOGO)、吸引 80 萬人次造訪，我們攜手各界追求共好價值，一同推升經濟績效以發揮正向影響力。

巨城從 ESG 的理念思考商場價值，重視服務品質與情感連結，自開幕以來即與在地母語密切結合，鼓勵每個人欣賞獨特文化，強化自我認同與工作的歸屬感，我們期望來到巨城都能創造美好回憶；巨城也用心照護同仁、專櫃廠商與供應商夥伴，致力建構完善便利的福祉，推動多元與包容價值觀，堅持以互助利他的精神回饋在地，將寶貴資源整合音樂舞蹈、藝術展覽、健康捐血、活躍老化等議題，每年舉辦超過 300 場公益活動，為大眾建立永續發展的未來。巨城於 2022 年獲得「台灣服務業大評鑑」銀牌殊榮，並連續 3 年蟬聯 HR ASIA 亞洲最佳企業雇主獎，更入選第一屆「客委會多元文化企業社會責任客語友善企業獎」肯定，成為全台百貨零售業唯一獲獎企業。

為了實踐保護地球環境的決心，巨城承諾減少資源浪費，透過溫室氣體減量以及能源管理標準打造綠色商場，鼓勵全體同仁及大眾共同響應減碳生活。過去 3 年來，巨城綠色採購金額超過 2,780 萬元，達成減少 1,133 萬張紙本發票、雲端發票使用率近 54%，妥善監測各級單位的能源損耗及廢棄物產出，減緩營運造成的環境衝擊。巨城亦每年穩定落實 ISO 50001:2018 能源管理系統及 ISO 14064-1:2018 溫室氣體盤查第三方查證，持續投資能源設備及實踐減碳行動，2022 年持續優化 BA 自動控制系統加強管理高耗能設備，並以節能 LED 取代高耗能燈具，提升商場效能降低碳排，為環境永續盡一份心力。

面對變化迅速的消費市場，巨城持續攜手各界夥伴，以聯合國永續發展目標 SDGs 為標竿，努力精進 ESG 推廣善的循環，成為多元、共融、永續的購物中心領導者。

Big City 遠東巨城購物中心 董事長

李靜慧



## 2022 年永續大事記



## 環境面



省下逾 **468** 萬紙本發票，雲端發票使用率年增 **10.5%**



DM 用紙使用量年減逾 **48** 萬張



YouBike 借還量全新竹第二，每年減碳 **18.5** 噸（僅次於新竹火車站）



免費接駁車載運量 **79** 萬人次，全台同業第一



綠色採購達 **1,136** 萬



## 社會面



舉辦公益活動 **303** 場



募血 **8,826** 袋，六度刷新新竹單日外點最高捐血紀錄 **1,450** 袋



舉辦 **193** 場樂齡友善活動



連續 **11** 年進行年度調薪



連續 **5** 年舉辦員工健走比賽  
累積 **10.9** 億步，約繞行地球 **19.2** 圈



## 治理面



連續 **11** 年營業額成長



Facebook 累積粉絲 **71.5** 萬人  
維持全台同業第一



APP 會員人數年增 **24%**



專櫃廠商企業社會責任承諾書簽署比例  
佔總營業額 **84.1%**



一般廠商企業社會責任承諾書簽署比例  
佔總採購金額 **97%**

Big City

## 2022 年榮耀與肯定

## 環境面

- 通過「ISO 50001：2018 能源管理系統」第三方查證 (SGS)
- 通過「ISO 14064-1：2018 溫室氣體盤查」第三方查證 (BSI)
- 獲「北區國稅局雲端發票 e 起趣第二名」第 2 名 (財政部北區國稅局)
- 連續 5 年符合「民間企業與團體綠色採購績優單位」資格 (新竹市)
- 獲「節能企業」獎座 (經濟部能源局)

## 社會面

- 獲「111 年捐血特殊貢獻獎」(衛生福利部)
- 獲「遠見企業社會責任獎」傑出方案類公益推動組楷模獎 (遠見雜誌)
- 連續 4 年獲得「亞洲企業社會責任獎 (AREA)」，2022 年獲得社會公益發展獎 (亞洲企業商社)
- 獲「TSAA 台灣永續行動獎」銅獎 (台灣永續能源研究基金會)
- 獲「臺灣服務業大評鑑」百貨公司 / 購物中心類銀牌 (工商時報)
- 獲「優良從業人員楷模獎」第 1 名 (中華百協)
- 獲「零售創新卓越獎」第 3、4 名 (中華百協)
- 獲「多元文化企業社會責任客語友善企業獎」(客委會)
- 獲「IIA 國際創新獎」企業與文化獎 (亞洲企業商社)

## 治理面

- 獲「天下 CSR 企業公民獎」小巨人組第 8 名 (天下雜誌)
- 連續 3 年獲得「亞洲最佳企業雇主獎 (台灣區)」(HR Asia 期刊)
- 獲「TTQS 人才發展品質管理系統評核」銀牌 (勞動部勞動力發展署)
- 通過「ISO 9001：2015 品質管理系統」營運管理及物業管理第三方查證 (SGS)
- 獲「IIA 國際創新獎」服務與解決方案獎 (亞洲企業商社)



01

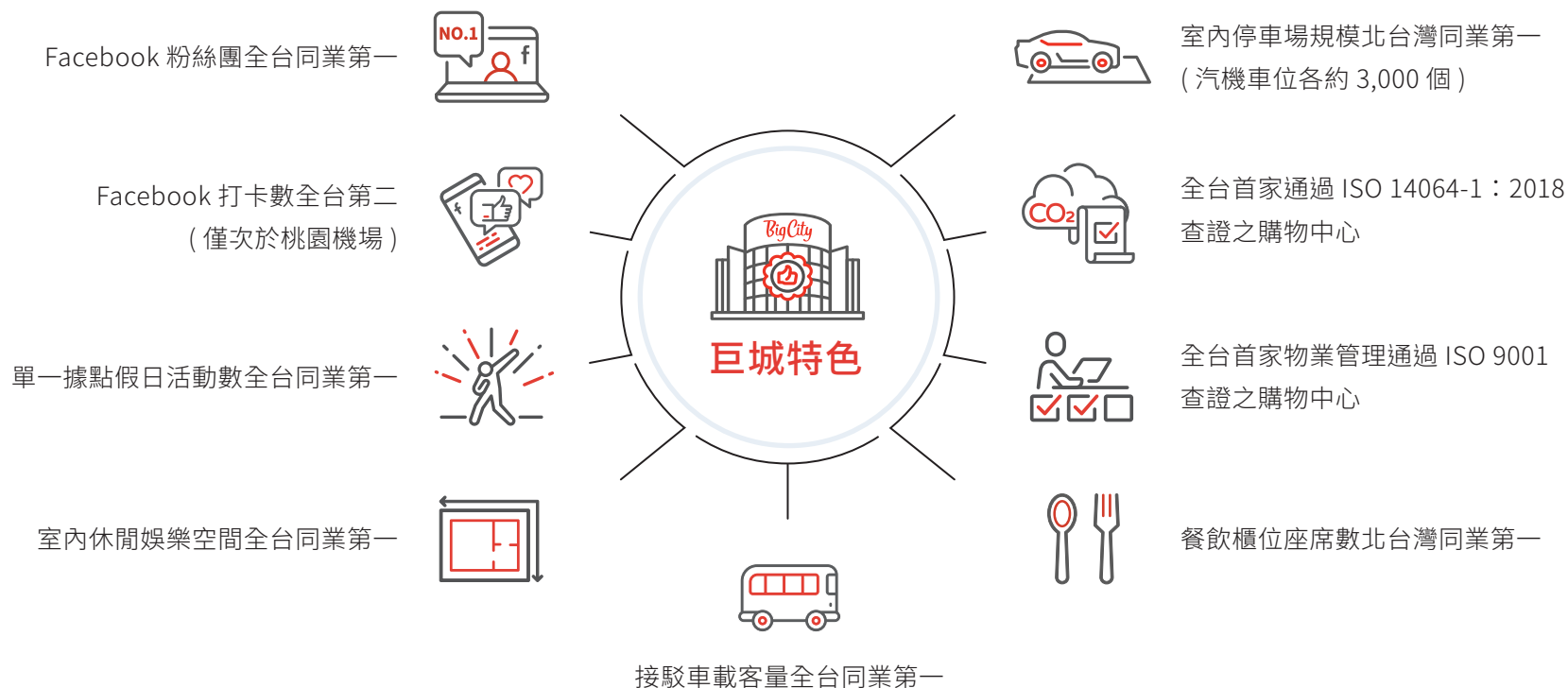
始於熱情  
誠樸經營



# 1.1 關於巨城

遠東巨城購物中心股份有限公司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 2022 年 12 月底，巨城樓地板面積約 38,000 坪，擁有近 300 個專櫃品牌、近 90 個餐飲櫃位、4,500 個用餐席次、Facebook 擁有 71.5 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。

## 巨城特色



## 1.2 公司治理

巨城致力形塑穩健的公司治理文化，多年來建構完善且嚴謹的內部組織架構，以誠信與透明揭露的運作方式，確保企業永續經營。面對消費市場的瞬息萬變與競爭，巨城透過落實制度規範，要求公司全體同仁秉持「誠、勤、樸、慎、創新、熱情」之立業精神執行業務，以及合法管道參與公共事務，每年定期稽核。

2022 年未接獲或發生貪腐及違反社會經濟法規之事件，並遵循在地法令，無重大影響公司營運之罰鍰事件。巨城保障員工、顧客、供應商與社區等利害關係人之共同權益，持續實踐共融共好的多贏格局，為社會大眾帶來更優質與貼心的服務，擴散正向影響力。

### 董事會組成及運作

董事會為巨城最高治理單位，稽核組負責定期執行各項稽核業務，並向董事會呈報稽核結果。本公司依據公司章程規定，設置 5 名董事 ( 含董事長 ) 及 1 名監察人，任期為 3 年，得連選連任。本 ( 第四 ) 屆董監事於 2020 年股東常會時選任，董事長由李靜芳女士續任，主責健全公司治理與董事會運作，當選董事均具備豐富的產業知識與經營管理、營運決策、財會分析、危機處理、國際市場觀等各方面專業能力，足以執行董事會議案之討論評估與決策。

依據董事會議事規範，每季至少召開一次董事會，以審核經營績效與討論重要議題。2022 年度本公司董事會共召開 5 次會議，董事會之通知、出席簽到、開會、議程、議案討論、決議及會議記錄與錄音均依本公司董事會議事規範辦理，內部經營主管及稽核人員均列席每場會議，期間內並無應迴避之議案。董事出席率為 100%，董事高度積極參與公司營運，並依據管理階層提出之問題與策略，適時給予確切指導及鼓勵，使得公司的經營方針能夠落實執行並與時俱進。本企業社會責任報告期間，巨城主要股東和經營團隊均無重大變化。



**(第四屆) 董事會成員及主要經歷如下表**

職稱	姓名	性別	專業經歷
董事長	太平洋崇光百貨股份有限公司 代表人：李靜芳	女	遠東集團綜效暨零售規劃總部 執行長 遠傳電信 執行副總 全虹企業 董事長
董事	太平洋崇光百貨股份有限公司 代表人：羅仕清	男	遠東巨城購物中心 總經理 太平洋崇光百貨 副總經理 遠東百貨 副總經理
董事	太平洋崇光百貨股份有限公司 代表人：汪郭鼎松	男	太平洋崇光百貨 營業總經理
董事	百揚投資股份有限公司 代表人：劉志成	男	遠東百貨 副總經理
董事	百揚投資股份有限公司 代表人：湯治亞	男	遠東百貨 副總經理
監察人	楊政憲	男	太平洋崇光百貨 副總經理

**組織架構**

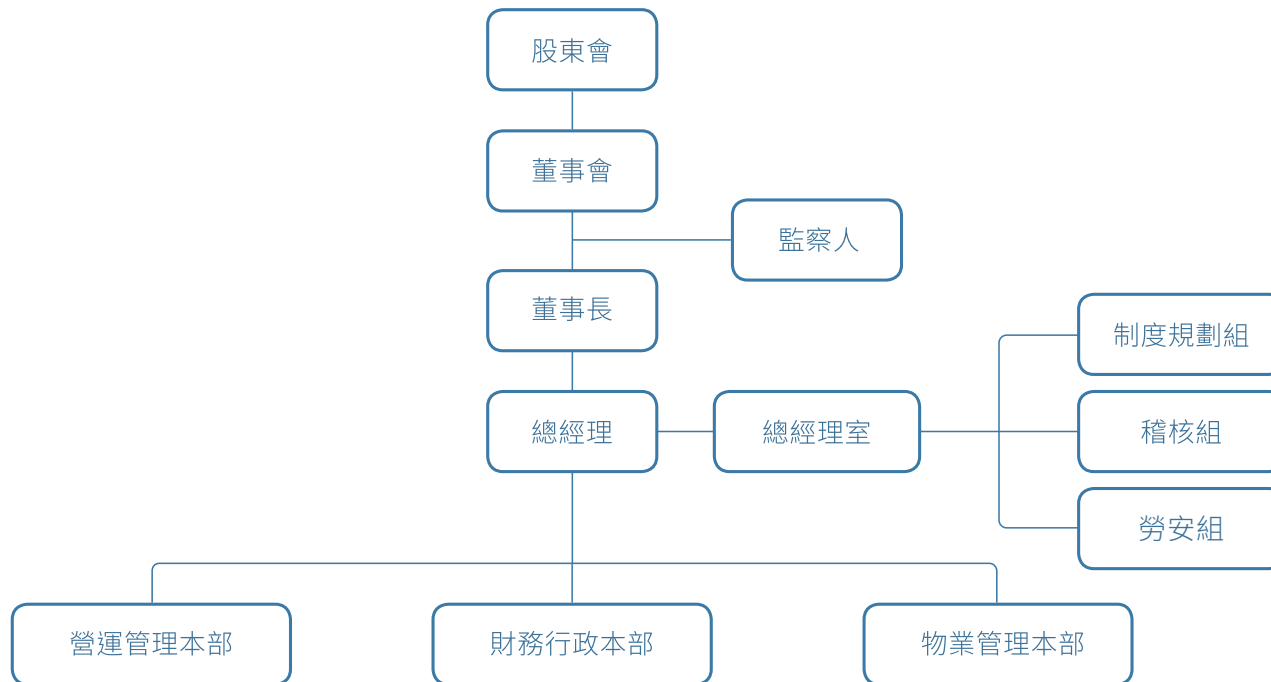
巨城組織權責劃分明確，董事會設董事長，下設總經理，總經理統籌三大本部，營運管理本部主導招商及商場營運管理、財務行政本部負責財務行政事務、資訊及工務，物業管理本部掌管環境清潔與物業安全，三大本部相互合作相輔相成，使巨城成為優質的商場。



## 1.3 經營績效

Big City 巨城自成立以來逐年成長，為顧客提供全客層一站到站式服務，致力成為最有溫度與貼心的購物商場，2022 年來客數逾 1,500 萬人次，汽、機車進車數各約 234 萬及 207 萬車次，年度營業額達新台幣 81.6 億元，年增 7.19%，周年慶 12 天更創造 10 億的佳績、客單價成長 8%，表現亮眼。不僅如此，巨城持續精進數位行銷以邁向新零售時代，並啟動線上購物商城、擴增會員 App 各項功能，提高顧客體驗好感度，統計至 2022 年巨城 App 會員數達 25.5 萬人、開啟次數超過 2,100 萬次。

巨城追求的不只是財務績效，對於公益更是不遺餘力，深耕社區與學校創造永續新生活，每年平均辦理超過 300 場公益活動、受益團體逾 300 個，整合產官學各界資源，創造機會邀請社區居民一起實踐行動。此外，在環境永續上亦持續精進，不斷提升對員工及供應商夥伴之福祉，攜手重要利害關係人共同參與，朝向「成為亞洲首屈一指的購物中心」之企業願景邁進。



▲ 2022 年巨城組織圖。

項目 / 年度	2020	2021	2022
營業成果	76.1 億元	76.2 億元	81.6 億元



▲ 巨城 2022 年 4 月 28 日舉辦生日慶，攜手員工衝刺目標。



02



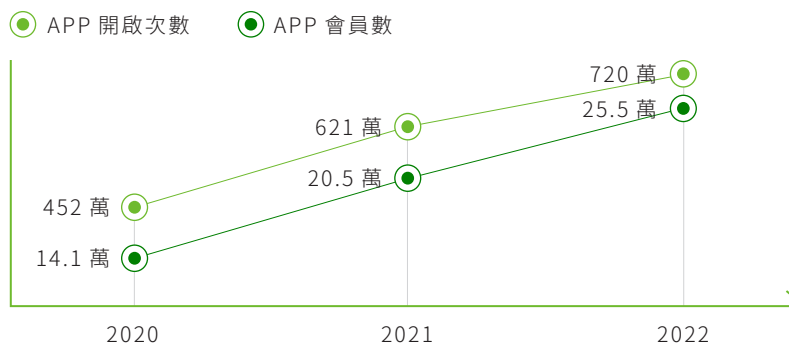
貼心服務  
優質空間



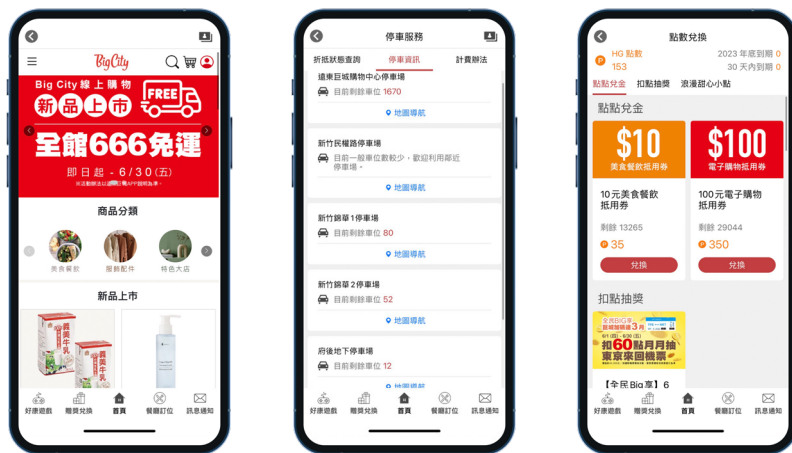
COVID-19 疫情改變全球消費市場的價值觀，巨城致力打造有溫度的商場，持續提升各項服務品質與行銷活動，邁向多元化與體驗式的全通路平台。巨城秉持質感體驗、溫度連結、獨特風格的生活主張，運用數位化打造虛實整合的購物中心，2022 年擴增 App 數位功能、引進多元新穎的品牌、啟用線上商城等服務，期望帶給全齡顧客更加便利與優質的感受。

## 2.1 數位服務 便利與創新

巨城是在地居民不可或缺的生活聚會點，因應數位科技的時代，巨城迅速掌握市場變化來貼近顧客日常需求，將商場資源結合 App 並持續精進會員經營，優化便利貼心的消費體驗，2022 年巨城 App 擁有 25.5 萬會員數，年度開啟次數達 720 萬次，同年推出「線上購物」進軍電商市場，主打眾多獨家優惠商品，讓顧客隨時享受線上購物樂趣，亦整合點數兌換功能、會員卡搖一搖跳出等便利服務，讓顧客在 App 滿足各項生活所需，強化會員的黏著度。



▲ 巨城 App 不斷優化，2022 年會員數達 25.5 萬。



▲ 2022 年巨城 App 新增三大貼心功能，線上購物、擴增停車空間、點數兌換。

### App 貼心功能

#### ✓ 全通路會員經營 啟用線上購物

巨城整合線上與線下的購物需求，從實體商場跨足至電商經營，打造全通路 OMO 模式，藉由專屬 App 協助顧客感受「一機在手，巨城無距離」的消費旅程。2022 年巨城 App 線上購物開站，精選美食餐飲、服飾配件、特色小店、家居家電、美妝保健及玩具婦幼 6 大類商品、超過 800 品項商品，同時結合線上滿額贈、加碼贈回饋活動，可使用 Happy Go Pay 或信用卡結帳，方便又快速，讓顧客一站購足生活必需品。

### ✓ 擴增周邊停車 改善空間不足

巨城為減緩周邊主要幹道於尖峰時刻堵塞及加速進場時間，積極規劃動線擴增停車空間，期望提升購物中心的服務品質，因此向新竹市政府合作串接「新竹好停車 API」，顧客透過巨城 App 可即時查閱鄰近公立停車場的剩餘停車位，更貼心設置相應停車場的數位導航，直接點按畫面便自動前往手機預設地圖 App。2022 年擴增 800 個停車位，地點包括新竹民權路停車場、新竹錦華停車場、新竹府後地下停車場、東大陸橋下停車場等 4 個停車場，協助顧客便利、快速找到需求車位。

### ✓ 點數兌換購物抵用券 會員條碼快捷功能

巨城升級服務體驗，增加「點數兌換」系統，點數可直接於 App 兌換購物抵用券，抵用券選項豐富多元，涵蓋美食餐飲、電子購物、館內活動類型的抵用券，打造便利生活的消費平台。為加速顧客結帳與累積點數的效率，亦新增「搖搖手機」功能，打開 App 搖晃手機即出現會員條碼，便利顧客迅速累點、發票存載具。



▲ 巨城 App 整合多項便利功能。

## 社群經營服務

為提升品牌好感並與顧客建立即時性的溝通平台，巨城用心經營 Facebook 粉絲團及官方 Instagram，積極結合時事話題、生活資訊與粉絲互動，讓顧客透過網路與巨城建立緊密歸屬感。2022 年巨城 Facebook 粉絲團人數達 71.5 萬、打卡數 265 萬人次，創造 280 萬美元的粉絲團價值，持續維持全台同業規模最大。為觸及不同的年輕族群，巨城官方 Instagram 以美味、好康、在地性話題展現獨特風格，2022 年追蹤人數達 4.7 萬，成長率較前一年增加 15%，追蹤數及互動率皆為全台同業第一。



## 2.2 巨城舞台 青年夢想基地

巨城深知場地與人潮是珍貴的資源，多年來結合商場優勢成為青年的夢想基地，打造獨特的巨城舞台，每年持續支持藝術、文創領域的人才圓夢，藉由優質場域展現表演與創作，促使顧客、社區、藝文表演者互相學習交流，厚植多元豐富的藝文能量，共構在地創新文化新典範。

### Big City 街頭藝術節

街頭藝術不受傳統框架限制，展現面貌多元又豐富，無須購買座位票即能近距離接觸表演藝術，啟發大眾的五感體驗。巨城長期支持街頭藝術家，多年來為在地商圈挹注街藝文化資源，提供素人街頭藝術家發揮創意的環境，同時打造全台最具指標性的街頭藝術競技交流大賽「Big City 街頭藝術節」，每年匯聚雜耍、音樂創作、靜態表演等街藝人才同台切磋技藝。

巨城以體驗市集、街藝表演、街頭藝術節三大形式推廣街頭藝術，為年輕人築起一展長才的舞台，並把藝術之美融入在鄰里生活中，藉由藝術欣賞提升社區與商圈的美感。第五屆「Big City 街頭藝術節」主題涵蓋音樂組、雜耍組及靜態組，鼓勵年輕人邁向跨界與多元發展，系列活動為期 3 個月包含五個階段：報名、海選、入圍者在巨城舞台熱身表演、網路人氣票選及現場總決賽，2018-2022 年累積頒發競賽總獎金達 134 萬元、現場累積逾 18 萬人次觀賞、網路人氣票選累積近 18 萬人次投票，是國內指標性的街頭藝術盛典。

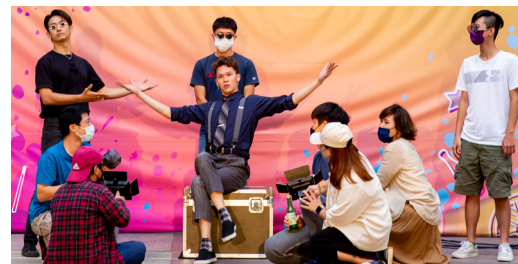
另外，為讓民眾對街頭藝術有深一層的體驗，2022 年「Big City 街頭藝術節」特別規劃街藝市集，邀請街頭藝術家進駐巨城擺設戶外攤位，帶來溜溜球、扯鈴、走繩、藝術吸管等技藝課程，每位街頭藝術家經由創作示範及 DIY 教學，吸引許多親子同樂一起體驗多元豐富的藝術樣貌。



▲ 2022 年第五屆街頭藝術節總決賽，得獎人團體大合照。



▲ 街頭藝術文化之一「走繩」的玩法變化多端，吸引小朋友躍躍欲試。



▲ 街頭藝術家即興發揮在「Big City 街頭藝術節」決賽邀請觀眾一同上台表演。



## 2018-2022 年巨城街頭藝術推廣成果

年度	街頭藝術節報名組數	頒發獎金	街頭表演場次	現場人次
2018	137	160,000	63	8,240
2019	81	160,000	60	22,400
2020	208	320,000	69	48,160
2021	211	340,000	59	46,376
2022	221	360,000	65	54,902
合計	858	1,340,000	316	180,078

\* 統計場次及人次皆涵蓋街頭藝術表演、街頭藝術節及街頭藝術市集

## 青春熱舞 接軌國際

年輕人缺少的不是才華與創意，而是需要完善的互動場域，創造與社會大眾接軌的機會。位於巨城 B1 的里民廣場因增設不銹鋼反光鏡及電力插座，是學生及社區居民練舞、交流的熱門空間，巨城期望成為舞蹈青年圓夢的最佳協力夥伴，多年來投入軟硬體設備、宣傳行銷、人潮等豐富資源，支持各級學校與舞蹈團體獲得舞台經驗，打造竹竹苗地區最大的舞蹈交流競技平台，給予實踐舞蹈藝術的價值，統計 2018-2022 年，巨城累積舉辦 30 場舞蹈表演、競賽或課程，累積參與約 43,070 人次（包含表演者及觀眾）。



2022 年巨城舉辦的大型舞蹈活動，包括「KGB 奧運國手積分賽暖身」、「百合扶輪社街舞大賽」，總計現場約 3,850 人次觀看（含表演者及觀眾），實質幫助舞蹈者互相切磋技藝的場域，提升獨特的自信魅力。其中，霹靂舞（Breaking）成為奧運新項目，巨城長期資助的在地舞團 KGB，最擅長結合技術性、協調性、抗逆性的高難度霹靂舞，因此 KGB 舞團於 2019 年在巨城的資助下遠赴法國巴黎參加 Battle Pro 總決賽，個人賽進入世界前 4 強，團體賽進入世界前 8 強，獲得亮眼的成績。

2022 年巨城與 KGB 共同策辦「國際霹靂舞國手奧運選拔竹苗區積分賽」，當日活動場面熱血沸騰，吸引頂尖舞者 200 人次齊聚巨城舞台較勁、現場觀眾約 2,000 人次，從 100 位選手角逐 3 位優勝選手，將代表國家參加預計於 2024 年在法國登場的奧運霹靂舞大賽，巨城期望變成青年夢想的搖籃，支持霹靂舞好手超越體能限制、勇敢秀出自己，為台灣舞壇開出亮眼新頁。

## 竹女沂風儀隊 6 年資助計畫

練習儀隊講求紀律及體耐力，更是學習跨越困境最佳環境。巨城自 2018 年起支持新竹女中沂風儀隊，主動規劃 6 年資助計畫鼓勵年輕學子勇敢逐夢，提供裝備費用、巨城舞台演出機會，以及挹注資源帶領儀隊學生至偏鄉關懷弱勢孩童，巨城盼每個年輕學子在勤於課業之餘，從興趣中培養主動學習的能力、探索志趣發揮所長，更重要的是懂得珍惜資源回饋社會。每年的元旦、雙十國慶等重要節日，新竹女中沂風儀隊於巨城噴水池廣場帶來英姿煥發的精美演出，氣宇非凡、不讓鬚眉的精神總是贏得在場觀眾一致的矚目與喝采，統計 2018-2022 年，新竹女中沂風儀隊在巨城表演共吸引 12,809 人次觀看。



▲ 2022 年國際霹靂舞國手奧運選拔竹苗區積分賽，巨城提供霹靂舞好手友善的練習空間，期望青年代表國家爭光。



▲ 2022 年竹女沂風儀隊於元旦在巨城表演。

## 連續 8 年登場 巨城野餐音樂節

為建構在地文創聚落與音樂市集，提供青年創立的美食品牌有場域展示，巨城連續 8 年籌辦「野餐音樂節」，融合春遊樂活的美好寓意，每年吸引大人小孩同樂，踏入充滿文青氣息的廣場，一起體驗視覺、聽覺與味覺的春日時光，活動累積超過 3.5 萬人參加。

2022 年巨城「新復古野餐音樂節」匯聚全台 13 家話題甜點名店，包含：桃園巷弄的「方人也鮮奶麻糬」，來自嘉義的脆皮烤饅頭「饅窩心」、台南的「餛飩吃餅」及「老杯杯白糖粿」等，現場創作歌手蓋亞、黃譽韶、黃韋綸、乾淨的房間、安妮塔克、橘子留聲機等不斷電接力演唱，更邀集「捏麵人」、「畫糖」等傳統技領域的藝師共同響應。巨城藉由此活動，串聯商場資源促使舞台活化應用，亦協助獨立音樂演出與新創品牌展售成果，達到提振文化經濟的目標。



▲ 2022 年新復古野餐音樂節。



### 2.3 地產地銷 支持在地農產

台灣農糧產品具備品質優良與新鮮，巨城深知面臨氣候變遷、缺糧危機的加劇，更要珍視本土珍貴的資源，締造土地、農漁民、新創品牌與顧客多贏的社會價值。巨城建構 Big Fresh Mart 平台，善用寬闊廣場匯聚全台各縣市優質農漁產品，以實際行動支持在地辛勤耕耘的農漁民，2022 年打造 21 場次特色農產、青創商品展售活動，營業額累計逾 443 萬元，創下歷年新高！巨城持續帶領顧客認識本土產銷履歷、無毒有機的產品，深度介紹產地的故事及食材來源，推廣「食在地、享健康」理念，形塑一場場獨特的美食品味之旅。



## 2022 年行動成果

### ✓ 農良直賣所

巨城投入自身集客人潮與廣大空間，以市集概念打造挺農平台，攜手行政院農委會漁業署、農糧署及農科院於 2022 年籌辦「農良直賣所」活動，共計 9 場次、累計 25,037 人次參與，集結超過 40 家來自本土標竿青農、茶農、漁會、農牧場的品牌，聯合展售國產優選水產及農產品，包括產地新鮮直送的鳳梨釋迦、有機水果乾、金鑽鳳梨等多樣化產品，藉由購物中心完善的空間讓農友直接面對顧客，增加食農教育體驗，打造良好的互動機會。



▲ 2022 年農良直賣所展售超過 40 個品牌、共計 9 個場次。

### ✓ 品味山林風味 阿里山農產展

巨城攜手交通部觀光局阿里山國家風景區管理處，舉辦「阿里山 EASY GO 年中好禮分享節」，透過特色體驗區、絕美拍照區、口碑好物區等六大旅遊主題，辦理 3 場市集體驗，完整呈現阿里山的美好風味，現場精選紅茶、咖啡、蜂蜜、米餅、茶葉蛋、手捏壺等名產，結合 1 元競標、有獎問答活動，搭配巨城 Facebook 粉絲團、App 等社群宣傳，以實際行動支持辛苦耕耘的青創小農，共吸引 3,504 人次參與。



▲ 2022 年阿里山 EASY GO 年中好禮分享節。

### ✓ 新竹 X 台南 雙城市集

巨城聯手新竹市政府、台南市政府合作，推廣在地農產品及特色伴手禮，共同舉辦「雙城市集」，集結兩地排隊美食、經典名店及漁農會優質特產，共展售 34 個攤位，精選海瑞貢丸、度小月等特色美食，融合魔術表演與創意手作料理，邀請顧客體驗。當天金馬影后陳淑芳也擔任嘉賓，現場示範鳳梨炒米粉，讓忙碌的現代人對於在地食材運用有深刻的認識，活動吸引 8,002 人次參與。



▲ 2022 年雙城市集，推廣新竹、台南兩地特色食材及伴手禮。

### ✓ 台東我給你嗑

攜手台東縣政府舉辦有機農產展售會，主打慢活的食農風情，推廣許多安全無毒並結合環境永續有機良品，現場特別設置網美牆、有獎徵答集點滿額贈活動，限量福袋等精美好禮讓顧客帶回家；此外，邀請台東知名養生餐館七里坡主廚示範「料理食嗑」，運用現場優質有機農產品入菜，教導顧客用簡單、新鮮食材做出美味的有機饗宴，活動吸引 6,000 人次參與。

### ✓ 苗栗菁市集 扶植特色青創店家

苗栗縣政府為推廣境內的青創、青農商品，打造「菁市集」號召返鄉青年共創影響力，推出以來廣受大眾好評。2022 年以戀戀好時光為主題，巨城與苗栗縣政府合作舉辦為期兩天的「苗栗菁市集」，現場結合特色商品展售、DIY 手作體驗及藝文團隊表演，展售 18 個攤位吸引 2,500 人次參與，提升苗栗青年品牌的知名度。

### ✓ 好農 ok 豐盛市集 產銷履歷更安全

為了吃得安心與健康，現代人相當重視產品來源及生產過程，巨城攜手行政院農業委員會農糧署舉辦「好農 ok 市集」主打產品溯源、遵守規範、嚴謹認證的理念，顧客只要掃描 QR CODE 即能了解產品從產地到餐桌的生長過程全紀錄。現場展售 30 個攤位，精選咖啡、蜂蜜、茶葉、蔬果等推廣全台特色產銷履歷產品，配合滿額送好禮與試吃體驗，共計 5,800 人次參與。



## ✓ 台南青農市集 推廣食農教育

本次聯手台南市農業局舉辦「青農市集」現場展售 15 個小農、青農攤位，精選在地鳳梨、芒果、地瓜、泡菜等食材產品，現場除了試吃也發揮食農教育的精神帶領顧客動手做，提高在地市集的深度與廣度，融合闖關集點、Live 樂團演唱體驗，吸引 3,500 人次認識在地特色農產。



▲ 好農 ok 豐盛市集，集結 30 個攤位推廣產銷履歷認證農產品。



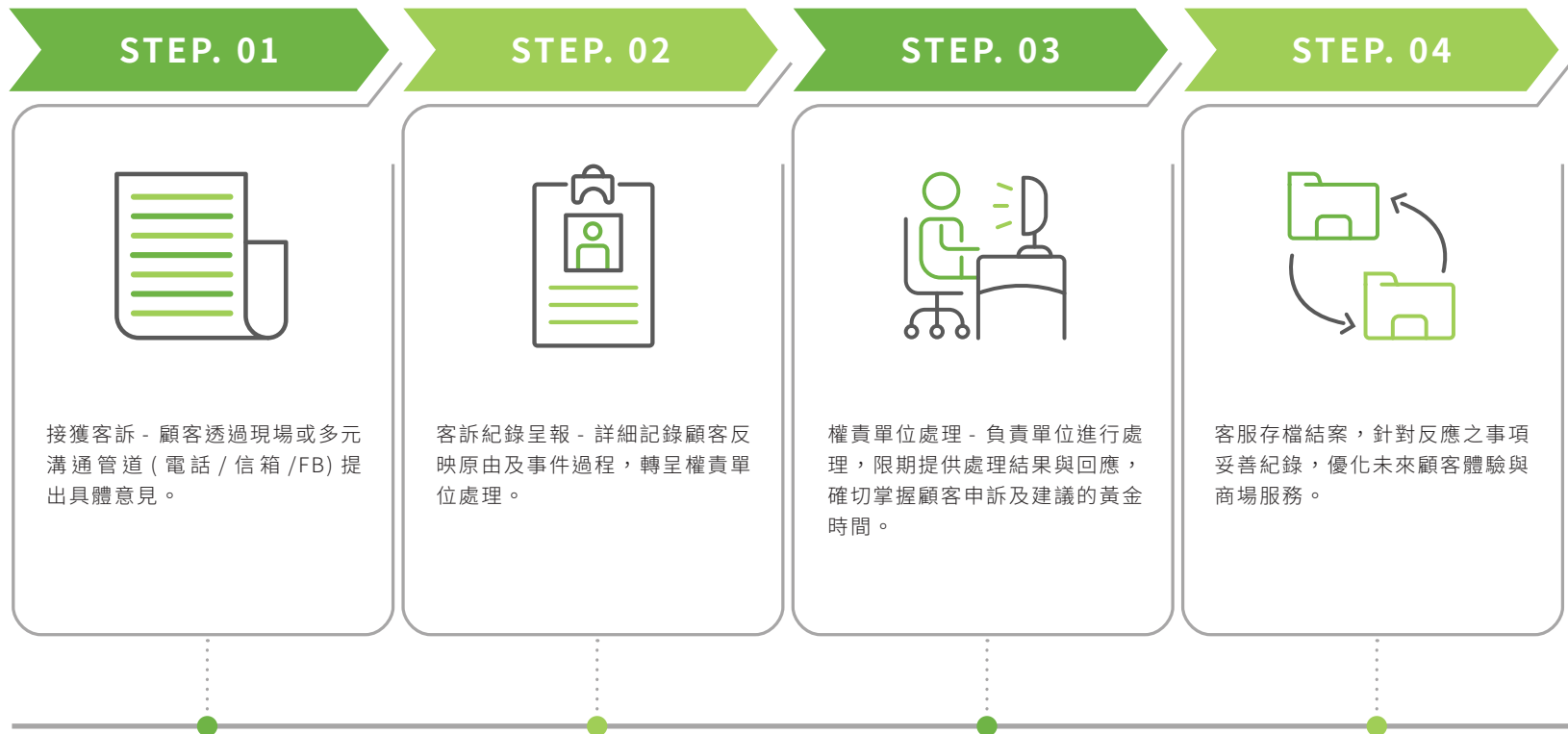
▲ 台南青農市集藉由試吃、手作體驗，提升大眾對食農教育的認識。

## 2.4 顧客服務與溝通

巨城重視每位顧客的回饋與信賴，秉持用心傾聽、發揮同理心的原則，強化第一線同仁與專櫃夥伴服務品質，即時給予顧客協助及積極應對突發狀況。巨城致力與顧客維持良好的互動關係，為此設置多元的顧客溝通管道，包含：服務台、客服電話、客服信箱、Facebook 粉絲團及 CSR 信箱。

巨城建置完善客服流程，針對顧客反應事件妥善記錄追蹤並轉達權責單位限期進行處理，2022 年巨城客服中心處理客訴案共計 67 件，較前一年度減少 38%，且處理完成率達 100%，接獲顧客表揚 21 件，相較前一年增加 62%，客服同仁皆獲得許多顧客肯定。

### 顧客意見處理流程



## 2.5 永續供應鏈管理

巨城合作的供應商分為二類，一為專櫃廠商，如：生活家飾、國際名品、潮流服飾、美食餐飲、超市、影城、量販店等；另一為一般供應商，如：保全、清潔、機電等委外廠商。根據不同的供應商類型，巨城設計應對的管理機制，並在與供應商合作過程中，要求供應商應善盡對勞工與人權、健康與安全、環境友善及道德規範之責任並簽署企業社會責任承諾書，共同關心環境、勞工、健康與安全等社會議題。



## 專櫃廠商

巨城於專櫃廠商合約中，均有明確規範專櫃廠商所提供的產品須具合法正當性，且不得侵害他人權利，不得陳列銷售政府規定之違禁品，亦不得違反公平交易法、消費者保護法、食品安全衛生管理法、商品標示法、個人資料保護法及其他相關民、刑、行政規定。

巨城要求專櫃廠商簽署專櫃廠商社會責任承諾書，2022 年簽署完成專櫃計 94.7%，佔年度營業額 84.1 %。巨城就餐飲櫃位加強管理，要求專櫃每日依循衛生局食品安全之檢核標準進行自主檢查，並由營業單位抽查確認；巨城組成跨部門聯合安全稽查小組，每月皆會針對餐飲櫃位加強清潔衛生稽查，確保製餐環境整潔衛生，保障顧客健康安全。巨城為專櫃同仁投入培訓資源，提升其服務品質，舉辦專櫃新進人員訓練、收銀訓練、激勵課程、巨城 Big 學特色講座等，教導正向思維、服務禮儀、顧客溝通技巧、收銀流程、館內貼心服務項目及緊急應變流程等，以提供完善的顧客服務。



專櫃廠商  
社會責任承諾書

## 一般供應商

巨城公佈供應商企業社會責任承諾書、綠色採購宣言、供應商評鑑制度，並架設供應商投開標平台，超過一定金額之採購案皆會同稽核人員進行開標作業，建立與供應商之間公正透明的良好溝通管道。2022 年一般供應商企業社會責任承諾書簽署廠商之採購金額，佔年度總採購金額之 97%。

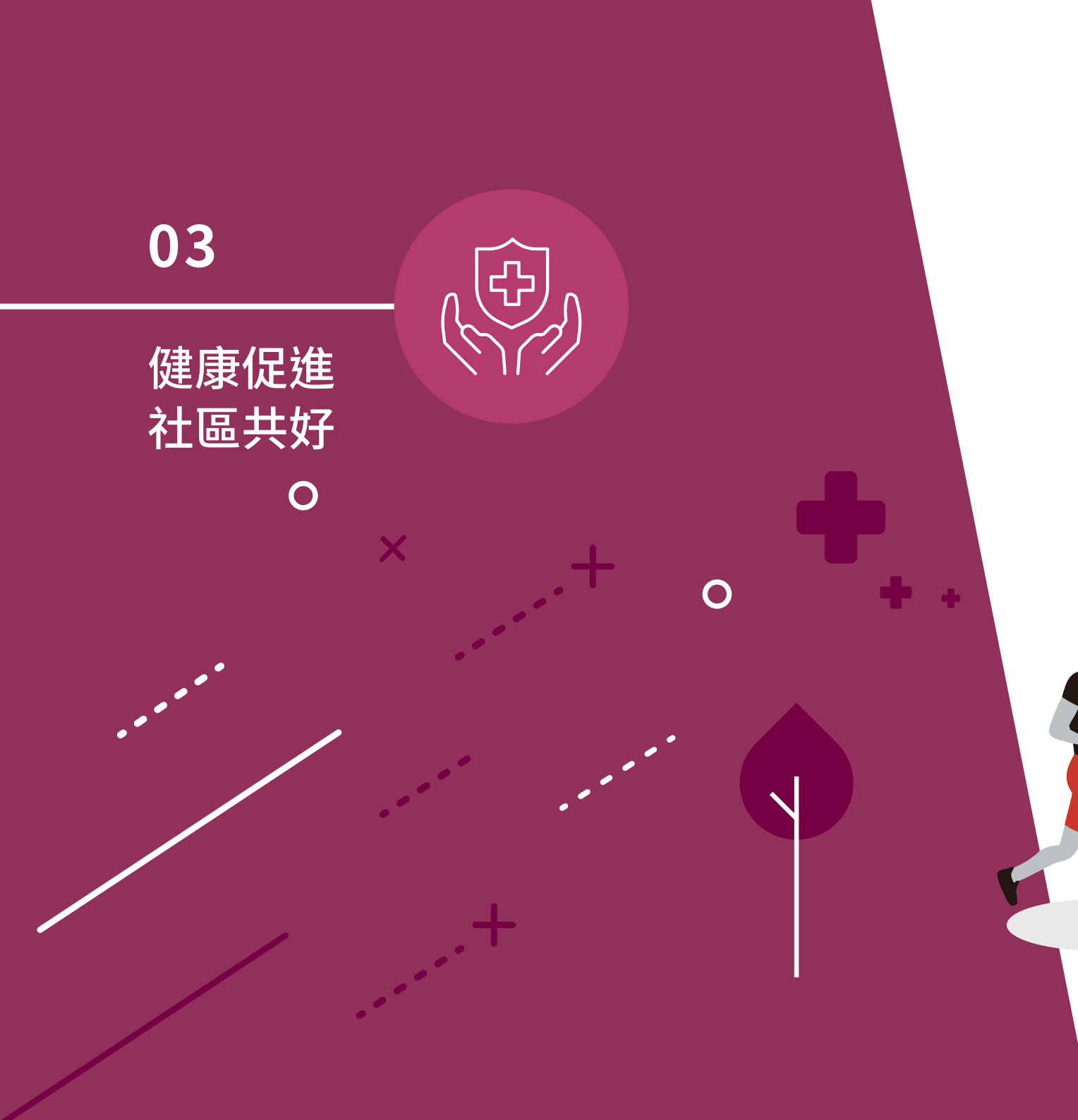
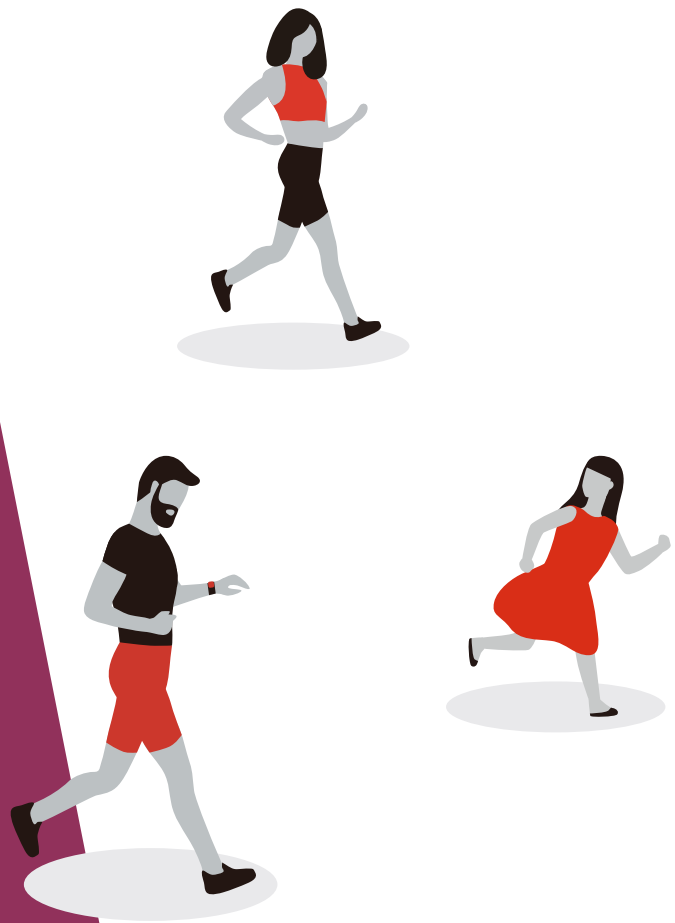


一般供應商  
社會責任承諾書



03

健康促進  
社區共好



巨城關懷在地居民的健康並落實敦親睦鄰的精神，透過實際行動推廣全齡健康促進與關懷社區兩大宗旨，我們主動提供社區多元需求的活動場域，增加與社區對話溝通的空間，多年來結合捐血、疫苗施打、扶助弱勢鄰里等面向，攜手產官學合作夥伴共同推動健康活動成為健康社區典範，實踐互助共好的願景。2022 年以「社區健康 Big 加值—打造全齡共好健康促進平台」榮獲第 18 屆遠見 ESG 企業社會責任獎公益推動組楷模獎殊榮。



▲ 巨城榮獲第 18 屆遠見 ESG 企業社會責任獎公益推動組楷模獎殊榮。

### 3.1 熱血募集

近年受到疫情起伏影響，國內各大捐血中心血液庫存量經常降至低點，無法充分供應醫療院所需求。巨城自 2017 年起為台灣醫療用血提供強力支援，提供公共空間導入捐血車服務，並投入行銷資源與贈送捐血好禮，鼓勵在地居民一起捐血救人，從社區培養熱血挽袖的習慣。2022 年巨城捐血活動與新竹捐血中心、扶輪社、獅子會、同濟會及各大慈善團體合作，並邀請本公司供應商及專櫃廠商響應支持，包含：遠東商銀、新竹物流、台業物業、新高國際、迷客夏、開飯川食堂、海邊走走、角鬥士健身俱樂部、涓豆腐、姜滿堂、宜得利家居、Yale、湯姆熊歡樂世界等，共同舉辦 51 場捐血活動，募血 8,826 袋、計 220 萬 C.C. 血液，一起為國內血液庫存貢獻穩定的力量。

巨城多年來持續的藉由捐血活動號召大眾響應，統計 2017-2022 年累計舉辦 228 場捐血活動，累計募血 31,898 袋、計 797 萬 C.C. 血液，累計發送 7,248 份贈品，價值約 184 萬元（如：贊助電影片、購物抵用券、美食兌換券等）。另外，捐血活動期間搭配巨城 FB 粉絲團發文，累計互動約 9.7 萬人次，使更多人了解捐血的意義。同時，2020-2022 年連續 3 年榮獲衛福部「捐血特殊貢獻獎」及桃竹苗區捐血中心「捐血績優機關企業獎」肯定。

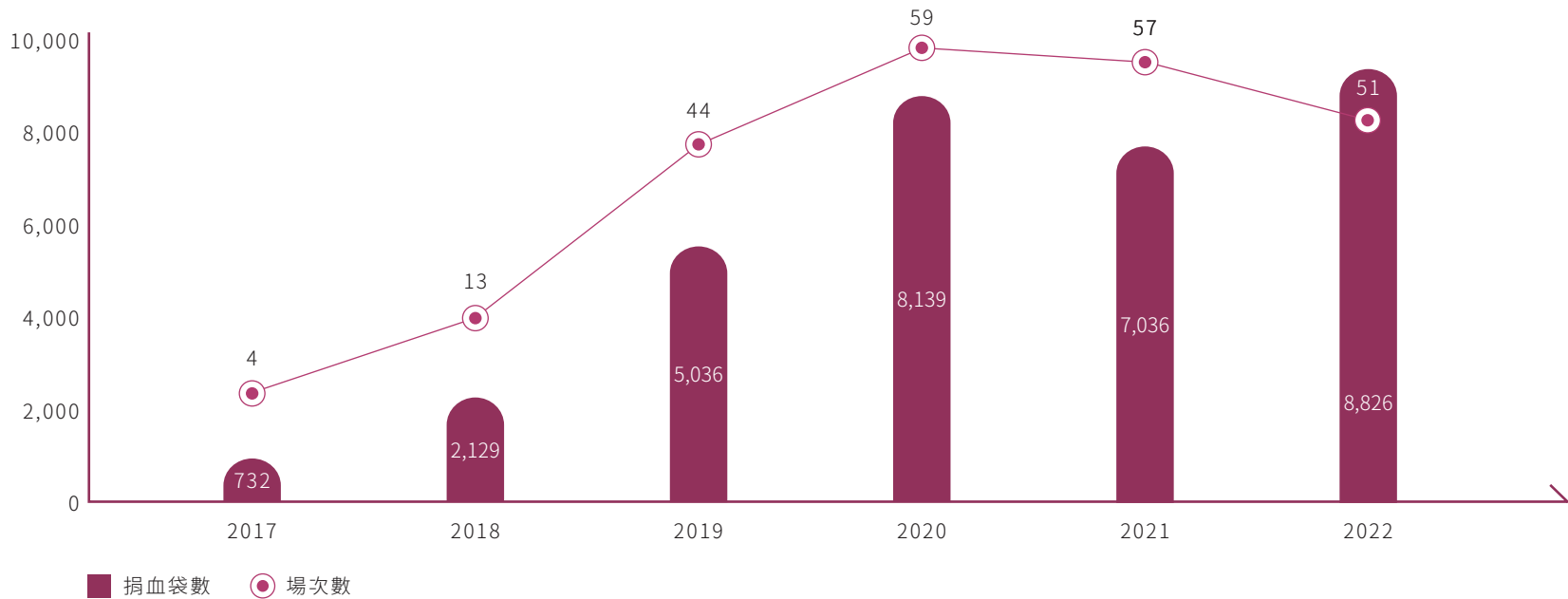


▲ 2022 年巨城首次邀請專櫃廠商、供應商共同舉辦捐血活動。



▲ 巨城捐血活動吸引許多青年朋友響應。

### 巨城歷年捐血成果





## 巨城捐血里程碑

- 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
- 2022.12 捐血 1,450 袋，六度刷新新竹單日外點最高紀錄
- 2020-2022 年連續三年獲「捐血特殊貢獻獎」(衛生福利部)
- 2020-2022 年連續三年獲「捐血績優機關社團及企業獎」(桃竹苗區捐血中心)



## 3.2 疫苗接種站

為協助社區民眾提升疾病防禦能力，巨城與新竹市政府合作設置「巨城疫苗接種站」，期望透過廣泛的接種疫苗以降低疾病感染時併發中重症的機率。為鼓勵民眾施打疫苗，共舉辦 4 場莫德納次世代疫苗接種及流感疫苗接種活動，全程採免預約、隨到隨打服務，活動間接種人潮相當踴躍，吸引顧客、員工、社區居民、專櫃廠商及供應商夥伴等超過 4,000 人次參與，巨城呼籲落實施打疫苗、勤洗手、戴口罩才是有效遠離病毒的方法。



▲ 巨城與新竹市政府合作疫苗接種站。

### 3.3 鄰里關懷

巨城響應鄰里關懷，希望協助社區經濟弱勢的家庭，解決生活上的困難，2016 年開始推出鄰里關懷服務，以鄰近巨城的復中里的 13 戶弱勢家庭為關心對象，提供物資箱及三節補助品，每份物資箱包含生活用品、補給食品等（價值換算 900 元 / 箱），統計 2016-2022 年共捐贈逾 20.4 萬元，累計 286 份物資箱，疫情期間也加強關懷照護機制，提供口罩、酒精的防護用品，同時提供寬闊場地及贊助經費協助在地居民辦理里民活動。



▲ 巨城提供場地、設置里民中心及硬體資源，辦理里民活動。



▲ 巨城送愛遞暖提供復中里弱勢家庭三節物資箱。



## 3.4 無障礙友善設施

巨城重視社區福祉營造，為讓行動不便者與高齡長輩享有安全、便利與舒適的購物環境，巨城於館內多處設置無障礙友善設施，包含：無障礙專屬車位、無障礙廁所、無障礙斜坡道、無障礙專用電梯、無障礙升降平台、無障礙扶手、免費輪椅租借及設置醫護室，打造完善無障礙環境便利顧客的需求。



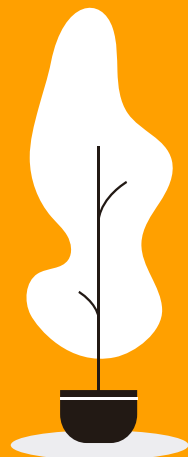
▲ 巨城規劃無障礙設施，提供行動不便者享有安全、便利的購物環境。





04

世代共融  
樂齡友善



終身學習的需求逐年增加，巨城運用自身資源關懷各年齡族群的發展議題，攜手政府、各級學術單位及社會企業等辦理全齡的課程活動，促進跨世代的互動學習，提供多元觸角的交流平台，協助在地社區成為各世代安適的共融之地。

## 4.1 親子友善 幼兒育樂推廣

擁有家庭和諧的親子關係能夠促動國家社稷穩定發展，巨城自許成為父母最溫暖的育兒後盾，致力為嬰幼兒打造友善健康的購物空間，增加許多親子同樂的空間與設施，從哺集乳室、母嬰品牌、嬰幼兒趣味活動中持續強化服務品質，協助親子創造良好互動與教育學習的機會。

### 寶寶爬行及趣味競賽

新竹縣市為我國生育率最高的城市，巨城自 2012 年起每年持續辦理「寶寶爬行大賽」，每回開放報名立刻秒殺額滿，活動深受在地居民喜愛，連續 11 年創造許多家庭回憶及有趣的嬰幼兒運動體驗。

「寶寶爬行大賽」從起跑線出發，能夠觀察到嬰幼兒豐富的肢體及情緒反應，有的寶寶不斷往前衝、有的原地不動、有的反方向爬行，每場活動見證父母、祖父母使出渾身解數，大聲應援幫寶寶們加油助陣，甜蜜有趣的互動有效增進親子間的親密關係。2012-2022 年累積參與寶寶爬行及相關趣味活動嬰幼兒共 2,773 位，參與家長人數共計 5,666 位，已經成為新竹指標性的親子活動。



▲ 親子客群是巨城重要的服務對象，2022 年寶寶爬行大賽冠軍合影。

### 巨城兒童故事節

巨城於 2022 年結合暑假「BIG SUMMER 同樂會」檔期，規劃倡導親子共學體驗的「兒童故事節」，系列活動結合多元的主題課程給予父母和孩童共同成長，包含：繪本故事屋、阿 Mall 唱跳 High 一夏、兒童繪畫展、如果兒童劇團等精彩活動。

其中，「繪本故事屋」邀請新竹故事協會及愛麗絲故事老師工作室共同合作，由一群愛孩子的專業老師引導親子們一起體驗精彩的說故事營隊，採用互動導讀、趣味故事及 DIY 手指偶創作，激發每個孩子的想像力及創造力，更重要是推廣孩童閱讀素養，培養助於腦部正

向發展的專注力及詞彙表達，同時藉由寓教於樂的方式傳遞品格與倫理的教育目標。「兒童繪畫展」則邀集諾貝兒幼兒園、丹尼爾幼兒園、皇家幼兒園 3 所幼兒園，將孩子們色彩繽紛的繪畫展示在巨城館內，成為迎賓最好的藝術亮點，2022 年巨城兒童故事節活動共舉辦 6 場活動、共創造 19,032 人次參與。



▲ 2022 年巨城兒童故事節邀請「如果兒童劇團」演出。



▲ 2022 年兒童故事節舉辦繪本故事屋系列活動。



▲ 2022 年兒童故事節，在地幼兒園共同展出小朋友的繪畫。

## 阿 Mall 互動教育

阿 Mall 為巨城的吉祥物，是大家心中最親民、可愛的品牌大使，因配合館內宣傳活動登場，會搭配專屬的主題曲，簡單輕快的旋律使小朋友們都朗朗上口，每回出現都深受大人小孩的喜愛。阿 Mall 的形象開朗樂觀，因此常連結幼兒教育活動，扮演小老師的角色，主題多結合益智、感覺統合、趣味性等遊戲競賽，2019-2022 年共舉辦 182 場實體活動、共計 16,611 人次參與，陪伴孩童健康快樂的成長。同時阿 Mall 每年結合商品、贈品、社群等虛實宣傳工具積極與大眾互動，更幫助顧客啟動內在正向力量，建立溫暖的幸福感。

### 阿 Mall 小檔案

巨城 2013 年推出最引人注目的吉祥物「阿 Mall」，是個樂觀、熱情的小海獅，圓滾滾的粉色身形，搭上搶眼的紅色蝴蝶結，成為推廣巨城食衣住行育樂品牌的人氣大使。另外，巨城館內打造的阿 Mall 主題曲《我愛阿 Mall》也是孩童朗朗上口的旋律，每回活動、節慶只要阿 Mall 登場勢必吸引大批人潮，成功擷獲年輕族群、親子客的青睞。



▲ 阿 Mall 互動教育系列活動豐富有趣，深受兒童喜愛。

## 親子友善服務



### ✓ 哺集乳室

位於巨城 5F 的哺集乳室，明亮有序，環境空間舒適寬敞，完善的軟硬體設施一應俱全，從消毒鍋、母乳儲存冰箱、熱水、玩具、繪本故事書到嬰幼兒所需耗材，例如：尿布、濕紙巾、清潔洗劑等，寬敞明亮，空間內也打造遊戲區，讓嬰幼兒可以爬行玩樂。連續 10 年獲得新竹市公共場所哺集乳室特優認證。



### ✓ BBC 三合院親子休息

位於 3F BBC 三合院，打造樂靈友善的空間，另外規劃故事繪本區、玩具區、造型拼圖牆、休息座位等兒童育樂設施，為長輩、親子客提供免費休憩空間。



### ✓ 美食街兒童用餐專區

適合兒童高度的餐桌椅、洗手台及造型拼圖牆等設施，提供親子客群舒適、便利、安全的美食空間。



### ✓ 親子友善廁所

設有兒童專用馬桶、嬰兒掛椅、嬰兒折疊床、尿布台、兒童洗手台等設施，為育兒父母及幼童提供舒適的如廁環境。



### ✓ 嬰兒車租借服務

服務台提供免費嬰兒車租借服務，每次歸還皆進行消毒擦拭，方便且衛生，是親子逛街購物的好幫手。



### ✓ 婦幼車位

停車場依法設置婦幼停車位，空間寬敞舒適，便利嬰幼童安全上下車。



### ✓ 婦嬰及兒童專櫃品牌

規劃多元親子相關專櫃品牌，包含：婦嬰用品、兒童文教、玩具、家具、運動用品等，為親子提供一站到站式服務。



### ✓ 親子幼兒活動

利用假日經常舉辦多元的嬰幼兒活動，增進嬰幼童成長及家庭和諧。



## 4.2 兒少藝術 美感教育啟發

美術展是美術教育中不可獲缺的重要環節，巨城多年來提供場域和資源，積極支持新竹各級學校和社團投入藝術美展，提供展現繪畫天份的平台，鼓勵青年學子深耕藝術創造與創新，以更寬廣的眼光看待世界，發展自己無限的可能性。

### ✓ 校園聯合美展

對於培育藝術創作人才，巨城扮演著傾力相助的角色，給予各級學校社團與社會大眾對話的機會和平台，從中獲得成就感與價值感。其中，巨城早於 2015 年與建華國中合作美術展，並連續 8 年提供優質室內空間協辦在地學校舉辦美術展，發展至 2022 年已達 7 間學校合作展演，累積 560 幅作品。

巨城重視每件作品的影響力，2022 年舉辦的展覽包括新竹女中畢業美展、三校聯合美展及校園聯合美展，共計 62,442 人次觀賞。其中，「校園聯合美展」已連續 5 年舉辦，2022 年展現建華國中、清大附小、新竹國小、東園國小、竹蓮國小、高峰國小及新竹女中的藝術作品，更展出 138 幅畫為歷年最多，藝術類型橫跨書法、油畫、素描等，並藉由美展開幕式啟動年輕學子的自學系統，在開放的場域裡向社會大眾交流分享，讓藝術、美學成為生活裡的一部分。



▲ 2022 年 7 校聯合美展，是推動在地藝術文化的種子。

### ✓ 坤泰兒童繪畫展

適性揚才是當代教育的主流思潮，巨城與財團法人坤泰文教基金會自 2013 年開始合作教育計畫，其中，連續 7 年舉辦「坤泰兒童繪畫展」，累積展出 378 幅作品。

2022 年所展出得獎作品以「未來世界」為主題，孩子們用畫筆勾勒出對未來的盼望及想像，共計展出 54 幅、吸引 15,000 人次觀賞，一同跟著孩子們天馬行空的視角，徜徉在藝術創作的樂趣裡面。



▲ 巨城與坤泰文教基金會共同推展美學教育，是在地親子交流的焦點活動之一。



## 4.3 科普教育 培育科技人才

巨城推動大眾科普教育的永續發展，自 2018 年起與國立清華大學跨領域科學教育中心合作，攜手產官學科學領域之夥伴，包括經濟部能源局、台北市立天文館、國立台灣科教館、台灣電力公司、新竹女中、竹北高中、竹南高中等團隊，共同策劃 3 月「國際女性科學日」及 10 月「台灣科學節」，每年透過市集攤位把科學知識應用在日常生活中，邀請大小朋友一起體驗自然科學的樂趣與奧妙，2018-2022 年累計 7 場，吸引 10,502 人次參與。

### 2022 年行動成果

#### ✓ 國際女性科學日

2022 年響應 211 國際女性科學日、308 國際婦女節、314 國際數學日的理念，與國立清華大學跨領域科學教育中心共同策辦「國際女性科學日嘉年華會」，以科普市集發表科學研究成果，近 30 個攤位涵蓋氣候變遷、數理邏輯、能源運用與環境保護主題，透過遊戲闖關方式促進與社區多面向交流，打造科學與學習的延伸場域，現場也邀請快藝愛樂弦樂團、新竹女中儀隊與學生會、竹北高中管樂社與吉他社精彩串場表演。國際女性科學日的攤位多由女學生負責介紹解說，用平易近人的方式分享科學知識與提倡科學平權，2022 年累計 2,080 人次參與。



▲ 「2022 國際女性科學節科學市集嘉年華」，小朋友專注於有趣的科學實驗。

### ✓ 台灣科學節

巨城 2022 年 10 月與國立科學教育館、清華大學跨領科學教育中心共同舉辦「台灣科學節」，集結產官學等科學領域逾 26 個市集攤位，帶領大眾用輕鬆、趣味的方式學習科學。活動注入藝術、防災地震知識、日常生活應用議題，希望大眾深入了解科學意涵，讓科學成為生活中的知識涵養，2022 年共計 2,060 人次參與。巨城持續透過科普教育的推展，整合產官學各界的資源，扶持各年級學生在科學領域的學習成長和生涯發展，鼓勵師生走出教室提升學習成效，齊心建立共學、共好的社會，實踐永續科技城市的願景。



▲「2022 臺灣科學節」，攜手超過 26 個科學教育單位共同舉辦。

### ✓ 工研院廊道合作案

巨城除了鼓勵對科學有興趣的學生發揮所長，每年定期規劃國際女性科學日及台灣科學節之外，更秉持科技串聯共享資源與善用空間的理念，2022 年攜手工研院共同打造科技與藝術的聖誕廊道，透過顯示器的應用展示，滿足顧客來到巨城視覺、聽覺的體驗享受，成功吸引 12,000 人次駐足觀賞。



▲ 巨城 2022 年攜手工研院共同打造科技與藝術的聖誕廊道。



## 4.4 公益關懷 推動跨齡交流

巨城關注弱勢貧窮、高齡化社會及永續城鄉發展的議題，積極運用商業核心創造價值，投入實質資源挹注，實踐 SDG1 消除貧窮與 SDG3 健康福祉的目標，經由全體同仁的共同努力，傳遞安心、溫暖的力量關懷社會角落需要照護的族群，更邀請顧客一起發揮真正的公益影響力。

### 連續 8 年投入關懷 馨生人公益市集

馨生人是遭逢重大變化的被害人家屬，這群人曾在生命的低谷徘徊，獨自面對悲傷的歷程經常被忽略，導致創傷過後心理無法復原，甚至面臨生活經濟、精神健康上的挑戰。巨城與財團法人犯罪被害人保護協會台灣新竹分會連續合作 8 年，共同打造「馨生公益市集」分享馨生人學習的技藝成果，也幫助其建立與社會大眾交流的空間，利用展售會重建信任關係，每個攤位與產品都是馨生家庭走過傷痛的美好見證。

2022 年舉辦為期五天的「馨生公益市集」，邀集犯罪被害人保護協會各地分會的馨生人聯合設攤，共 6 個縣市、20 個攤位，特色商品從手工食品、獨特藝術品等一應俱全，如客家小吃、養生米饅頭及米吐司、手工甜點、手沖咖啡、歐式窯烤麵包、純銀飾品、黑糖薑母茶等，也結合人像速寫和闖關送贈品遊戲，現場以粉色佈置穿行至每一個角落，形塑出溫暖的質感空間，整個活動吸引 6,300 人次共襄盛舉。巨城期望藉由商場的創意空間及人潮魅力，給予馨生人重拾自我價值並獲得實質幫助，透過社會大眾的力量，一起用行動支持馨生人開創嶄新的人生。



▲ 2022 年馨生公益市集開市大合影。



▲ 馨生人公益市集展售手作清潔用品。

## 青銀共聚 BBC 三合院活躍老化

全球人口邁向超高齡化，巨城長期重視銀髮族的生活議題，積極投入健康促進與活躍老化的觀念，2018 年打造全台購物中心首家跨世代交流示範公益平台「Baby Boomers Club 三合院」（簡稱 BBC），開啟社會企業走入商場與長者融合的新典範。多年來巨城攜手社會企業共同推展多元豐富的樂齡課程，邀請社會青年擔任指導老師，建構跨齡交流、祖孫共融的互動場域，目的是陪伴長者持續發揮所長，找回人生價值感，擁抱心靈富足的樂齡生活。

巨城長期與社團法人國際社會福利協會中華民國總會（簡稱 ICSW）攜手合作，運用 BBC 三合院的空間，舉辦多元課程推動樂齡長者終身學習活動，如：皮件手作、健康餐製作、桌遊、時尚走秀、肌力訓練等，以豐富的教學資源和共享環境，協助青銀跨世代互動共學，並進而促進長者社區參與力及培養持之以恆的興趣，獨特合作方案，曾於 2018 年獲經濟部頒發「Buying Power 社會創新產品及服務採購獎勵機制」特別獎肯定。

為鼓勵長者活到老、學到老的終身學習觀念，2022 年 BBC 三合院設定課程主軸為「活力、青春、創新」，安排「高齡調適性運動」、「時尚尚」、「數位學習 Line 與 Google」、「社區據點創作歌曲」、「家庭照護者健康運動」、「祖孫劇場」等，積極鼓勵祖孫共融共學，增進家庭關係和諧，其中第四屆「老派時尚日 - 青春不要留白」邀集新竹市 8 個樂齡社區、共 160 位長者與家眷參與，一起登台表演享受天倫之樂，是每年 12 月最熱門的活動。BBC 三合院全年度課程總計完成 166 場、共計 2,448 人次參與，系列活動幫助長者保有正面積極的想法，擁抱改變活在當下。



▲ BBC 系列樂齡課程，幫助長者建立社交圈，延緩老化。



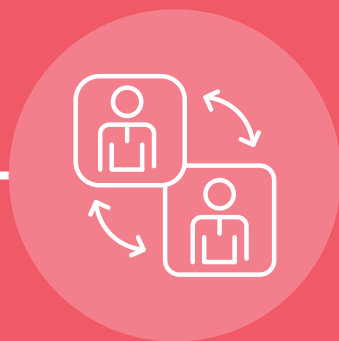
▲ 2022 年 BBC 老派時尚成果展，配合劇場創作，讓長者發揮表演才華。





05

創造幸福  
職場給力



員工是巨城最重要資產，秉持以人為本的精神，凝聚團隊向心力，重視每位同仁的職涯成長與職場安全，透過完善的人力資源制度、合理的薪資福利、定期多元的教育訓練、提升同仁福祉及推動健康促進計畫等培育人才，帶來共同成長。此外，巨城重視人權的維護，禁止聘僱童工與任何違法歧視，建構一個友善的工作環境保障權益平等，並設立暢通的雙向溝通管道，「新人座談會」、「員工信箱」、「勞資會議」等傾聽同仁的回饋建議，每年落實研擬改善行動，照護同仁身心健康暨工作與生活的平衡。

## 5.1 人力資源概況

巨城對待員工一視同仁，不分種族、階級、國籍、宗教信仰、政治立場、身心障礙等社會背景，所有聘雇皆遵循勞動基準法之規範，以完整福利制度全面照護同仁，並以年度績效考核作為同仁晉升與調薪之依據。2022 年度巨城員工總數為 160 位，員工年齡以 31-50 歲為主，佔總人數約 62%，性別結構男性 46%、女性 54%，顯示在提供工作環境及人才運用上重視性別平等。

### 年齡結構<sup>註1</sup>

年齡 / 年度	2020	2021	2022
30 歲 (含) 以下	49	44	41
31-50 歲 (含)	103	100	99
51 歲 (含) 以上	14	19	20
合計	166	163	160

### 育嬰留停復職率<sup>註2</sup>

項目 / 年度	2020	2021	2022
應復職	1	2	7
實際復職	1	1	2
育嬰留停復職率	100%	50%	29%

註 1：年齡結構以當年度年底 12 月 31 日人力為準，離職率計算未含育嬰留停人員。

註 2：育嬰留停復職率 = 當年實際復職人數 / 當年應復職人數。



## 2022 年員工學歷分佈

學歷分類	人數佔比
高中職以下	4.29%
大學 / 專科	87.73%
碩士 (含) 以上	7.98%

## 5.2 薪酬福利制度

近年受到疫情影響，警戒期間巨城落實 A、B 分組上班與遠距會議，在疫情艱難時刻仍然維持業績穩定成長，巨城每年以友善貼心的方式給予同仁多元福利與照護，連續 3 年調升公司福利，2022 年增加幅度達 10.33%，以答謝同仁的辛勞，每年依照同仁工作績效及專業能力評核穩定調薪，提升職場幸福感。

巨城薪酬制度與福利共分為薪津、獎金、保險、健康、育樂、急難救助等 6 類資源，並成立職工福利委員會定期辦理慶生會、家庭日、員工旅遊等，結合活動競賽發放給予實質獎勵（如：禮券、餐券），2022 年度福利金投入 535 萬元，營造一個優質與幸福的職場，鼓勵同仁們增進學習與交流，共同凝聚溫馨的職場環境。



## 獎金與福利

項目	說明
獎金制度	年終獎金、周年慶獎金、績效獎金、推薦獎金、新春紅包、端午禮金、中秋禮金、生日禮金
婚育福利	結婚津貼、生育補助
保險福利	勞健保、團保、防疫險
健康福利	健康檢查、每月職醫駐診、定期健康衛教宣導
育樂福利	員工旅遊、休閒補助、餐券補助、慶生會、春酒、家庭日、員工購物優惠
急難救助	住院慰問金、急難救助金、弔金
其他措施	進修補助、特約商店優惠、通話費補助、員工餐廳、員工停車位、哺集乳室、醫護室

項目 / 年度	2020	2021	2022
福利預算	4,570,538	4,849,064	5,350,070
福利預算增加比例	1.25%	6.09%	10.33%
每人年度平均福利金	27,869	29,478	33,230



## 5.3 人才訓練發展

因應多元變動的時代，巨城重視人才培訓與職能專業提升，每年規劃完善的教育訓練課程，建立內部專業講師授課傳承，協助同仁、專櫃與供應商夥伴提升專業知識、技能與正向心態，藉由定期的培訓機制、新進人員訓練、線上學習平台及外部講座等，孕育公司人才並鼓勵互相交流，推動多元學習的發展模式，2022 年度巨城共開設 105 堂課程，投入 76.8 萬，員工共接受 2,658 小時的教育訓練。



### 特色培育課程

為培育公司專業管理人才，巨城每年落實績效管理，透過經營策略會議及訓練需求調查，建立企業與各部門同仁達成目標之共識，實踐教育訓練計畫。巨城 2022 年以四大脈絡「傳承專業知識」、「提升管理職能」、「推進數位轉型訓練」、「深化永續思維」等，強化各職位同仁工作職能之對應課程，設計各項訓練活動，藉由完整培訓協助同仁提升專業能力及業務管理能力，共同進步成長。在全體同仁共同努力之下，2022 年連續 3 年獲 HR Asia Awards 亞洲最佳企業雇主獎，以及勞動部勞動力發展署頒發 TTQS 人才發展品質管理系統評核銀牌肯定。

### 教育訓練投入成果

項目 / 年度	2020	2021	2022
總訓練時數	2,590	2,823	2,658
總訓練費用 (單位 / 元)	654,771	543,590	768,456
總受訓人次	1,079	1,291	1,143
每年平均人力 <sup>註 1</sup>	164	169	161
平均每人訓練成本 <sup>註 2</sup>	3,993	3,217	4,773
平均每人訓練時數	16	17	17

註 1：當年度平均人力 = ( 期初人力 + 期末人力 ) / 2。

註 2：平均每人訓練成本 = 總訓練費用 / 當年平均人力。

平均每人訓練時數 = 總訓練時數 / 當年平均人力。



▲ 2022 年獲勞動部勞動力發展署頒發 TTQS 人才發展品質管理系統評核銀牌證書。



▲ 2022 年連續 3 年獲 HR Asia Awards 亞洲最佳企業雇主獎。



## ✓ 傳承專業知識

巨城積極培育優良人才成為企業講師，連續兩年外聘專業講師舉辦內部講師培訓課程，從教學設計、教材製作、教學演練到點評回饋，協助同仁傳承專業知識及精進教學技巧。累計至 2022 年巨城已培育 32 名企業講師，累計開發 15 門課程。例如：營業報表解讀技巧、工程圖面基礎識圖與改裝注意事項、服飾商品陳列技巧、專櫃收銀訓練、賣場緊急應變與處理等專業必修課程。



▲ 巨城企業講師培訓，已累計培育 32 名講師。

## ✓ 增進數位轉型

疫情促使零售業加速數位轉型的腳步，巨城為提升員工數位行銷與電商專業技能，2022 年舉辦多場相關訓練，促使巨城 App 電商平台上線，鼓勵員工善用各項媒體工具創造品牌流量高峰。

2022 年巨城 Big 學規劃「零售消費觀察與市場趨勢」議題，邀請東方線上消費者研究集團執行長蔡鴻賢主講，分享疫情過後新零售市場的重組，每個業態整併線上線下、物流、金流與大數據的多變通路模式，開創新生活經濟圈進而打造新消費，鼓勵同仁及供應商，勇敢應變拓展視野格局，共 120 人次參與，滿意度調查高達 5.6%，獲得員工正面回饋。

巨城亦投入資源派遣同仁參與外部訓練，課程包括：Google Ads 關鍵字廣告操作班、Google Analytics 網站流量分析實作與報表操作、百萬人氣直播主的社群直播、電商平台經營、電商行銷基礎學程、深度會員經營、數位轉型下的敏捷式管理法等等共 7 堂課程，協助各級主管與同仁更貼近市場執行各項業務專案。



▲ 巨城 BIG 學「零售消費觀察與市場趨勢」講座。

### ✓ 影響力座談會

巨城持續精進培訓品質、推動員工健康促進與生活工作平衡方案、提升專櫃與委外廠商之供應商福祉，永續經營的三贏模式在 2021 年度獲頒國家人才發展獎，因此於 2022 年受中華民國全國中小企業總會之邀，由總經理擔任勞動部主辦之職能沙龍活動與談人、由人資單位主管擔任國家人才發展獎中小企業組獲獎企業分享人，另於遠東集團關係企業會議中進行分享，累積觸及企業約 40 家，發揮正向影響力。



▲ 2022.08.31 巨城總經理 (右) 受邀擔任勞動部之職能沙龍活動與談人。

## 5.4 職場安全與衛生

巨城致力於改善員工辦公環境，提供安心與舒適的職場是對於員工的承諾，以優於法規進行編制，勞安組設置 3 名專業護理師，藉以達到即時協助、關懷同仁身心需要。為提升職場安全管理效能，巨城每年定期實施公共安全稽核檢查，維護館內設施之完善與安全，降低工作傷害的發生機率，同時建立防災 SOP 處理方式，使員工面對緊急事件能獲得妥善的照護。

巨城透過教育訓練強化人員緊急應變能力，2022 年舉辦「消防實務教育訓練-緩降梯」、「職業安全衛生訓練」、「急救人員在職複訓」、「高空作業車操作證照」、「職災勞工協助措施業務課程」、「後疫情時代企業如何營造友善職場」等專業課程，共計 149 人次參與。2022 年巨城並未發生任何職災，用心打造讓同仁安心的工作場域。

巨城依循法規成立職業安全衛生管理委員會，每季開會一次，透過規劃、實施、評估及改善措施等管理功能，實現安全衛生管理目標事項，提升安全衛生管理標準，同仁也可善用員工意見信箱及內部溝通管道反映對職場環境的意見。另外由全體同仁共同推選出勞方代表 (4 人) 與資方代表 (4 人)，每年定期舉行 4 次勞資會議，討論勞工相關權益，並於會議溝通執行策略。

## 健康促進與工作生活平衡

巨城依循勞動部職場四大保護計畫，實施各項健康管理專案與課程，透過關懷員工健康與工作生活平衡、安排職場醫師面談、每月健康宣導及實施健康檢查等，落實員工健康保護，同時設計多元有趣的紓壓活動，由高階長官支持並號召員工參與，希望運動、飲食、紓壓三個身心重要指標融入日常生活。另外，巨城所舉辦之健康促進活動皆邀請專櫃同仁與供應商夥伴共享資源，2022 年投入約 31 萬健促經費，並以競賽獎金的方式鼓勵參與，提升職場幸福與安定的力量。

### ✓ 每月職醫駐診

巨城重視疾病預防，為同仁規劃優於法令的健康檢查，並按月安排職場醫師駐診服務，提供同仁各類衛教知識，如：常見慢性疾病（高血壓、糖尿病、代謝症候群）之預防，並為同仁的健檢報告提供一對一的關懷諮詢，如有健檢項目異常者，企業護理師也定期追蹤關懷員工健康。



### ✓ 全員健走活動

健走被許多醫學健康專家稱為最好的有氧運動，巨城連續 5 年推廣健走活動，更規劃員工與供應商健走競賽激勵獎金，大力推廣日行 7,000 步，培養同仁們養成規律運動習慣、提高免疫防護力。2022 年包含員工及供應商夥伴共 262 人次、累計健走 3.7 億步，獎金共計發放超過 12 萬元。2018-2022 年巨城同仁健走步數達 10.9 億步，約可繞行地球 19.2 圈（以每步 70 公分估算）。



▲ 每期健走競賽獲勝者可獲頒激勵獎金。



✓ 家庭日

巨城家庭日，邀請員工、眷屬及親朋好友一起來歡度。2022 年結合保齡球、飛鏢機、籃球機三項運動組隊競技增進員工們的互動，另外安排烘焙體驗讓全家一起手作甜點，員工滿意度調查高達 88%。



▲家庭日手作烘焙體驗，讓員工帶眷屬共享天倫時光。



▲巨城家庭日總經理與同仁參加「三項運動組隊競」。





### ✓ 生活平衡工作坊

近年受疫情影響，許多實體課程和活動無法實施，員工的身心靈也面臨諸多動盪和壓力，巨城因應勞動部推動工作與生活平衡補助計畫，開辦以舒壓課程及友善家庭措施為主，包括「牌卡好好玩 - 自我探索與紓壓」、「手作咖啡工作坊」、「按摩講座」、「瑜珈及肌能」等 6 堂課程，減緩同仁身心壓力，提高職場學習動力，共計 253 人次參與。



▲ 手沖咖啡課程讓員工認識各種咖啡風味及手沖器具。



▲ 紓壓瑜珈運動可溫和活動筋骨，深受員工們喜愛。

### ✓ 防疫照護 加保防疫險

巨城於疫情期間加強對同仁健康照顧，2020-2022 年連續 3 年於疫情高峰期發予每位同仁每人每周 5 個口罩，提供免費快篩試劑供同仁使用，辦公場所加強清潔消毒，疫情高峰期實施分區辦公、遠距會議、提供養生茶飲，主動關心同仁確診期間生活起居需求，並為 178 位同仁投保防疫險，協助同仁完成勞保及防疫險理賠事宜，使同仁於染疫期間能透過保險機制獲得合理薪資補償，無後顧之憂的安心休養，累積理賠金額逾 130 萬元。



06

守護地球  
邁向低碳營運



面對全球暖化與不斷升溫的劇烈影響，促使全民對環保意識逐年提升，守護地球與落實節能減碳是品牌企業的重要使命之一。巨城積極展現對環境永續的決心，遵循政府節能法規，實踐「Big City, Big Green.」的承諾，同時檢視自身的能源耗用狀況，定期盤點氣候變遷相關之數據，並制定量化指標每季追蹤檢討，攜手各單位、供應商的資源，共同在營運、設備、數位行銷、綠色交通、雲端發票、商品等面向落實環境永續行動專案，為消費者打造友善的綠色購物體驗，實現低碳商場目標，協助我們的下一代與大自然和諧共生。

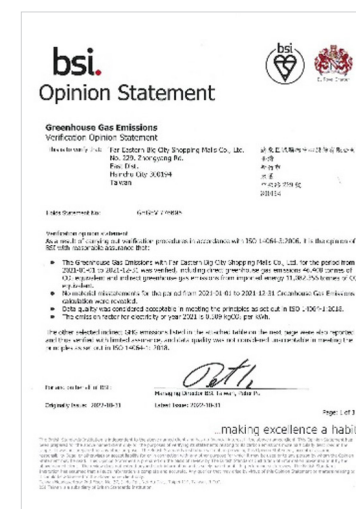
## 6.1 溫室氣體管理

作為綠色商場的標竿，組織溫室氣體盤查是落實溫室氣體減量計畫的基礎，2022 年巨城遵循 ISO 14064-1:2018 查證標準，以 2021 年之排放量為標的執行盤查，並於 2022 年 10 月通過第三方查證 (BSI)。

根據盤查報告顯示，2021 年巨城的組織溫室氣體排放總量約為 25,321 公噸二氧化碳當量，其中以類別 5 之排放量為最大宗，佔整體排放量之 46.40%；類別 2 之排放量次之，佔整體排放量之 43.77%，主因為來客數提高，進而影響專櫃電力及天然氣使用率提高，節電仍是巨城首要的減碳目標，不過整體而言，2021 年排放量較前一年度減少 1,645 公噸二氧化碳當量。

### 2022 年度碳排放量

類別序	類別名稱	碳排放量 (公噸 CO <sub>2</sub> e/年)
類別 1	直接溫室氣體排放量	46.4076
類別 2	輸入能源所產生的間接溫室氣體排放量	11,028.3555
類別 3	運輸產生的間接溫室氣體排放量	51.6411
類別 4	組織使用的產品所產生的間接溫室氣體排放量	2,392.0833
類別 5	使用與來自組織的產品有關的間接溫室氣體排放	11,748.6133
類別 6	由其他來源產生的間接溫室氣體排放	無



▲ 巨城 2022 年通過 ISO 14064-1:2018 第三方查證 (bsi)。

## 6.2 能源與水資源管理

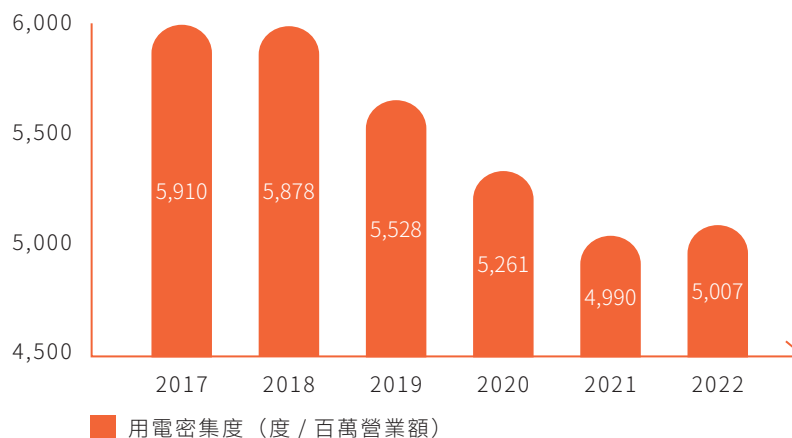
巨城於 2022 年再度通過 ISO 50001：2018 能源管理系統第三方查證 (SGS)，並設定每年節電 1% 或 5 年節電 5% 之節能目標，建立管理程序、計算能源基線、盤點耗能設備、將日常繁雜的作業梳理成為 SOP、定期檢視節能成效，藉以明確節能方向、提升能源效率、強化能源成本管控能力，以期符合甚至超越能源法規節能要求，統計 2022 年度提報台灣能源局能源查核的節能行動方案，節電超過 1.6%，優於政府法規。



### 用電管理

巨城持續提高採用節能設備的比例，並與相關單位探討節電行動於商場、停車場等進行節能措施，2017-2021 年連續 5 年用電密集度下降。2022 年總電量為 4,526 萬度，較前一年增加約 155 萬度，主因為疫情趨於穩定促使實體通路顧客逐漸回流，在暑假旺季與週年慶效應的影響之下，巨城 2022 年度帶來超過 1,500 萬的人潮，整體營業額提升 7%，因而電力使用微幅上升。

### 用電密集度



▲ 巨城取得「ISO 50001：2018 能源管理系統」證書，證書效期 3 年 (SGS)。



## 2022 年節能行動

巨城深植環境永續意識，朝向低碳營運賣場目標，我們使用具備環保節能的冰機、LED 燈具等提高效率與節能，2022 年針對設備汰換與添置投入新台幣 61 萬元，共計減少碳排放 22 噸當量及 4.3 萬度能源使用，積極落實於企業日常管理愛護地球，建構兼具環保、便利與舒適的空間。

措施	行動方案
冰水系統節能工程	全館 8 組冰水主機供應冰水資源，2019 年度規劃三期工程分別建置冰水周邊變頻設備 70 台、建立冰機監控系統即時監控線圖與強化維運，並增設遠端控制達到即時自動化管理。另外，添置多項儀表收集數據，導入最優質的節能程式，統計 2019-2022 節電 338 萬度、約減少 1,720 噸碳排；相較前一年度，2022 年節電約 87 萬度、約減少 443 噸碳排。
冰機冷卻水塔並聯工程	B1F 六大冰機冷卻水管路改管作業，將冰機與冷卻水泵做 1:1 最佳化配置，減少用電浪費。並可利用兩台冷卻水塔搭配一台冰機運轉，提升冷卻效率。2022 年預估節電 26.1 萬度、約減少 133 噸碳排。
裝置 LED 節能燈管	為減少能源消耗，針對賣場照明系統進行汰換，包括後場、辦公區域及停車場陸續更換為低耗能之燈管。2022 年度更換 302 盞 LED 燈，估計節電約 4.3 萬度，減少約 22 噸碳排。統計 2018-2022 年全館共更換 2,950 盞 LED 燈，累積節電約 32.9 萬度，減少 167 噸碳排。

### 節能減碳未來目標

#### 短中期

節能行動規劃與落實，定期進行環境教育訓練，鼓勵員工在低樓層多走樓梯，出入會議室隨手關燈，目標每年減少 1%、五年減少 5% 碳排放量。另外，分批汰換高效能機台與照明設備等，減少節能損耗。

#### 長期

未來多舉辦綠色消費活動 ( 青農市集 ) 鼓勵食在地、買在地，未來評估增加再生能源占比，期望達到節能效益，每年定期落實碳盤查管理進行檢討改善，降低碳排放。

## 用水管理

氣候變遷因素影響，我國有效水資源量日益減損，節約用水是個重要課題。巨城主要用水設備為冰水主機系統、美食餐飲專櫃及洗手間等，每年的氣溫、餐飲櫃位占比與來客數都是影響用水的重要原因，2022 年巨城總用水量為 55.3 萬度。為提高水資源做有效的運用，巨城透過 BI 商業智能系統，以大數據分析監測商場與餐飲專櫃用水量，BI 系統每月紀錄數據報表，同仁能精準分析全館用水量是否異常，同時定期進行安全稽查，一旦發現漏水問題皆進行修復，並透過教育訓練課程等多元方式宣導，提醒全體同仁將節水觀念融入生活，守護水資源為下一代實現共好地球。

## 省水行動

巨城所排放的水質皆符合環保規範，透過各項機制妥善處理，2022 年巨城用水密集度為 49.69，較前一年微幅提高，原因在於美食餐飲櫃位增加。我們將持續改善用水量，提高汙水排放品質和回收再利用率，減少廢水產生，朝向水資源回收目標邁進。

### ● 汙水納管計畫

為了提升水資源處理效能及響應政府政策，以承租戶的角色，積極推動物業所有權人爭取新竹市政府污水下水道系統建置工程，每年約投入 242 萬元維護，使生活廢水能經過處理符合環保標準後排放，防止疾病蚊蟲孳生，改善在地的生活環境品質。

### ● 雨水回收系統

2022 年增設雨水回收設備，以回收雨水供冷卻水塔與花圃灌溉所使用，預計 2023 年 6 月上線。

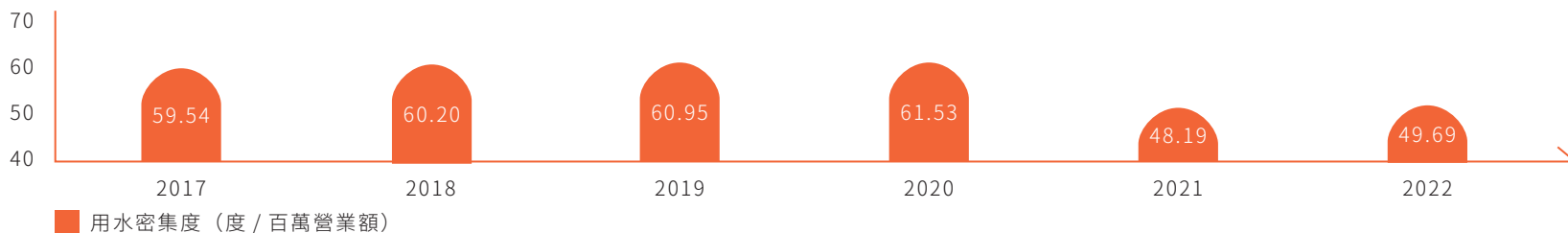
### ● 空調冷卻水回收系統

增設空調冷凝水回收系統，冷卻水塔排水經適當導電度設備控制，經處理監控後回收至廁所澆灌利用。

### ● 節水衛浴廁設備更換

巨城共 10 個洗手間使用 100% 省水標章之衛浴裝置，包含：感應噴霧式水龍頭、兩段式沖水把等，估計 2022 年減少 1 萬噸水資源浪費。

用水密集度圖表



## 6.3 廢棄物管理

巨城將廢棄物區分為三大類，包含：一般垃圾、掩埋類垃圾、可回收垃圾，其中可回收垃圾又包含：廚餘、紙類、資源垃圾。巨城廢棄物皆委託合格廠商清運處理且不定期實施供應商稽核以確保廢棄物處理流程合乎規範。

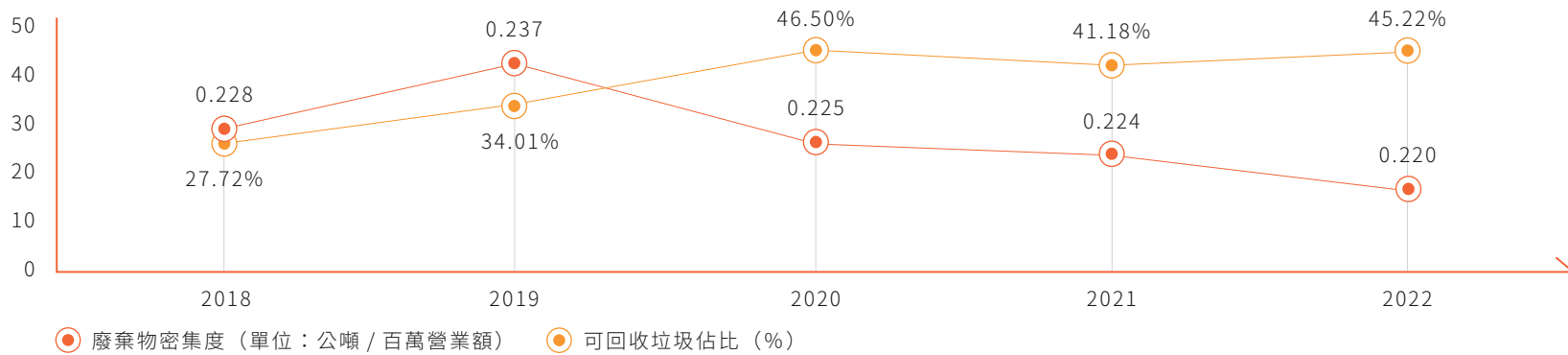
### 2022 年減廢行動

項目	行動方案
教育訓練	定期舉辦環境教育課程，提升全體員工（含專櫃及內部員工）之減廢與環保意識，包含：認識商場垃圾清運準則、宣導垃圾減量、自帶環保餐具，同時辦理環保線上訓練，帶領員工認識能源改革、碳中和與碳稅等議題，2022 年環境教育訓練共開設 11 梯次，受訓 264 人次。
回收機制	要求專櫃廠商加強廢棄物分類並由清潔人員進行檢查，清潔人員於回收場仍再次執行撿拾分類以提升可回收垃圾佔比，賣場樓層設置垃圾桶讓顧客落實垃圾分類與資源回收。
廚餘回收	加強廚餘回收，減少一般廢棄物生成；強化廚餘乾溼分離，降低廚餘重量，委託合法清運廠商處理。
洗手間減廢	響應環保政策鼓勵顧客將衛生紙投入馬桶，並於全館 100% 的洗手間設置節能標章之烘手機，減少擦手巾使用。
環保祭祀	為落實環境友善祭祀的理念，巨城一年一度舉辦的中元普渡，持續推動紙錢集中減量，將紙錢裝箱收至暫存區，配合環保局派遣專車協助處理，既安全又便利，每年紙錢總重量減量，2014-2022 年累計減少 4.5 噸紙錢。

2022 年巨城廢棄物密集度為 0.220 公噸<sup>註 1</sup>，相較於 2021 年減少 1.82%。巨城強化廢棄物回收，包含：加強廚餘回收及乾濕分離、垃圾撿拾分類、舉辦專櫃及員工廢棄物管理教育訓練，2022 年可回收垃圾佔總體廢棄物之 45.22%，相較於 2021 年減少 4.04%，成效顯著。

註 1：巨城與關係企業共用部分電錶、水錶及共同處理廢棄物，用電、用水度數及廢棄物產噸數，依照比例分攤後，僅以巨城部分計算。

## 廢棄物密集度



## 6.4 紙資源管理

巨城提升優質的數位服務體驗，逐步邁向無紙化作業，實踐低碳轉型營運模式，首要任務即是降低紙張使用量，避免氣候變遷因素對營運的衝擊影響，期望從員工作業流程到顧客消費模式，建構備受信賴的管理平台，落實永續地球的環保概念。

## 2022 年減紙行動

巨城持續打造「幸福有感」的工作環境，長期規劃多元活動及福利措施，包含：健走競賽、健康飲食活動、健康講座、身心紓壓課程、免費癌症篩檢、疫苗施打、休閒活動補助、慶生會、家庭日等各項活動，鼓勵全員參與讓「健康成為一種生活態度」。2021 年因應新冠肺炎疫情影响，巨城更為每位同仁加保防疫險，提供同仁多一層保障。

## ● 行政流程數位化 年省 10.9 萬張 A4 用紙

為鼓勵員工節約資源使用，巨城辦公室設定節省紙張管理，宣導以電子檔案替代列印、影印的觀念，各部門用紙確實記錄並採雙面及黑白列印為主。持續加強管理流程數位化，降低行政公文用紙量，除已啟用之採購管理、庫存管理、專櫃營運、費用請款、人事管理、教育訓練模組外，2022 年再增加資訊系統開發申請單、資訊系統資料處理單、資訊系統權限申請單及資訊設備需求申請單等 E 化表單，2022 年辦公室開立 36,490 張電子表單，估計省下 A4 用紙 10.9 萬張<sup>註 1</sup> 累計 2017-2022 年共上線 49 張數位化表單、共啟動 15.9 萬次，估計<sup>註 2</sup> 省下 A4 用紙約 47.7 萬張，約當 8.5 公噸碳排放量，整體用紙量大幅降低，未來將持續優化數位流程。

註 1：以每張電子表單節省 3 張 A4 紙估算。

註 2：以每張 A4 紙約當產生 0.018 KG 碳排放估算。



## ● 推動雲端發票服務 減少 468 萬張發票列印

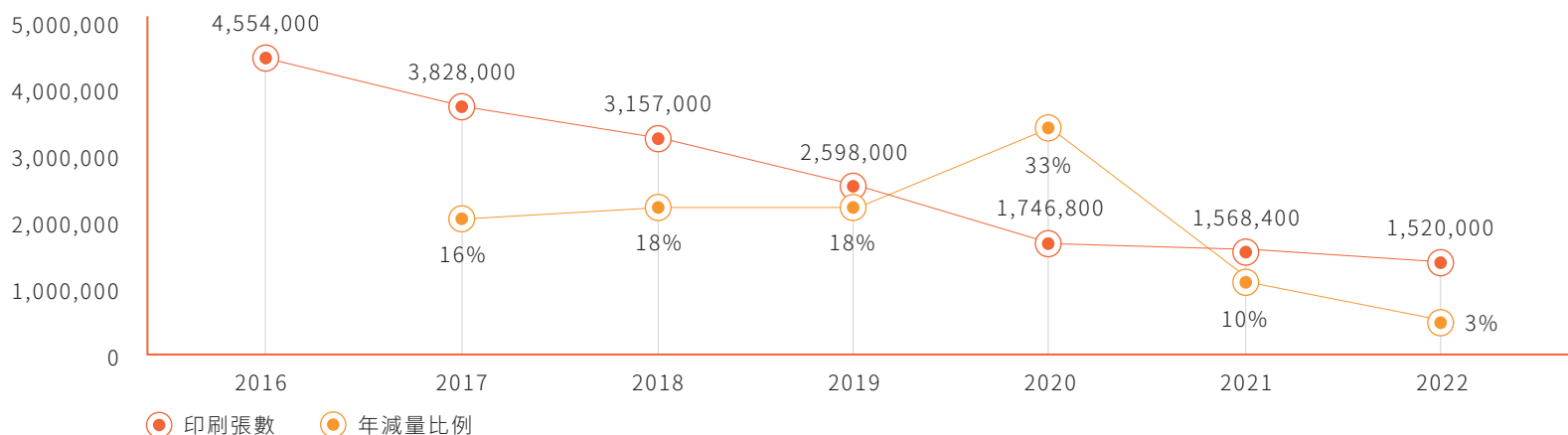
巨城自 2017 年推廣雲端發票載具，並強化專櫃結合多元支付平台推廣雲端發票，同時優化收銀結帳程序、加強教育宣導，提高消費結帳便利性，2022 年巨城參加財政部「北區國稅局雲端發票 e 起趣」榮獲第二名，2022 年載具儲存雲端發票使用率達 53.57%，年成長 10.5%、年減少逾 468 萬張紙本發票列印。

項目 / 年度	2020	2021	2022
雲端發票數 (單位：張)	2,817,327	3,646,091	4,686,906
雲端發票使用率	30.13%	43.07%	53.57%

## ● 加速數位體驗 EDM 瀏覽人次 45.1 萬

巨城收集顧客購物足跡並強化大數據分析能力藉以提升行銷精準度，因應數位媒體的多樣化，巨城善用 Facebook、App、IG、官方網站、電子看板等數位工具提供顧客更即時的商品與活動資訊，同時減少紙張使用以降低對環境的衝擊。巨城紙本 DM 印製持續 7 年減量，2022 年巨城 EDM 瀏覽 45.1 萬人次，紙本 DM 印製約 8.5 萬本、使用 152 萬張 A4 紙，年減 3% 並持續 6 年維持減量趨勢，有效降低傳統郵寄 DM 帶來的碳排量。

### 紙本 DM 印製量



## 6.5 綠色交通與採購

巨城每年來客數逾 1,500 萬人次，而汽機車是新竹居民主要的代步工具，為減緩商場周邊環境交通壅塞的問題，巨城持續在停車管理方面投入數位轉型，以整合多元工具的模式，使顧客快速取得所需服務資訊，全力發展綠色智慧交通來降低二氧化碳排放，提升在地乘車與生活的品質。

### 減碳行車生態圈

巨城提倡最後一哩的解決模式，提供零碳與減碳的交通服務，包含：免費接駁車、YouBike，降低自行開車或騎車的移動方式，使顧客彈性的規劃行程達到環保效益。

#### ✓ 免費接駁車<sup>註 1</sup>

領先全台同業成為首家通過 ISO 9001 品質管理系統查證的商場接駁車，為全台載客量最大，假日高峰時期一天多達 72 個班次，接駁人員接受過專業教育訓練，舒適安穩的乘坐環境是在地居民最常善用的大眾運輸，同時加裝室內空氣清淨機守護乘客健康，接駁車滿意度調查達 94% 肯定。2022 年累積搭乘 79 萬人次、減碳量約 68 公噸；自 2012 年開幕起至 2022 年底累積搭乘約 1,333 萬人次、累積減碳量約 1,140 公噸、相當於 2.92 座台北大安森林公園一年吸碳量。

#### ✓ YouBike

巨城商場外有寬廣空間，2016 年導入新竹市公共自行車租賃系統 YouBike，目前車款齊全涵蓋 YouBike 1.0、YouBike 2.0 及 YouBike 2.0E 供應顧客不同的騎乘需求，期望大眾多利用自行車取代汽機車使用，體驗城市輕旅行，達到減碳及增加健康的共好循環。2022 年 YouBike 遠東巨城購物中心站之借還量，連續四年為新竹市 YouBike 系統第 2 名（僅次於新竹火車站），2022 年租借約 17 萬人次，以巨城至新竹火車站約 1.1 公里估算，減碳量約 18.5 公噸<sup>註 2</sup>。

註 1：免費接駁車單趟行經路線約 1.4 公里，依據經濟部能源局 2011 年公告之換算標準，一座大安森林公園一年吸碳量約為 389 公噸。巨城以「延人公里 \* 碳足跡係數」計算碳排放，假設搭乘接駁車人次 50% 改以汽車、50% 改以機車前往巨城估算減碳量。

註 2：參考減碳計算參數及公式（自行車）：每年減碳量 (t) = 年行駛里程 (km) / 耗油率 (21 km/L)

## 智慧友善停車行動

巨城提供約 3,000 個停車位，2022 年進車約 233 萬輛次，為舒緩商場周邊停車需求及降低汽機車碳排放量，巨城停車場資訊串接外部停車場，擴充 800 個停車位。

### ✓ 停車繳費多元支付 車牌辨識強化效率

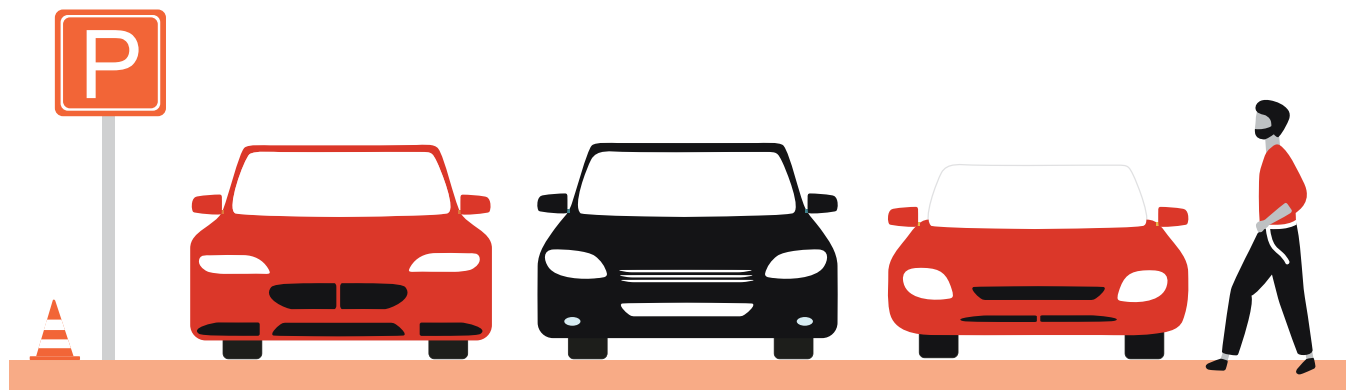
2020 年巨城全面淘汰傳統塑膠停車票幣，改以車牌辨識功能提高汽車進出場效率，每年節省 5,000 車票損毀或遺失的成本，2022 年每部車進出場減少 12,500 小時怠速，預估節省 18,750 公升汽油及減少 99 公噸碳排放。同時將停車繳費功能結合多元支付，使全館逾 840 處登記折抵，出場前用巨城 App 或 uTagGO 即可線上支付結帳，大幅提高便利性。

### ✓ 增設電動車充電站 - 因應電動車充電需求日益增加

巨城 2021-2022 年於 B2、B3 停車場增設電動車充電站，友善電動車停車環境，並為節能減碳盡一份心力。共計 5 個充電裝置，增加場域便利性與競爭力，提供顧客享受美好的電動生活。

### ✓ 停車塔動線導引燈

巨城 2022 年汰換動線導引燈條，將傳統 T5 日光燈升級成 LED 燈條，環保照明的亮度均勻，讓顧客能快速找到停車格，降低繞路與碳排放。

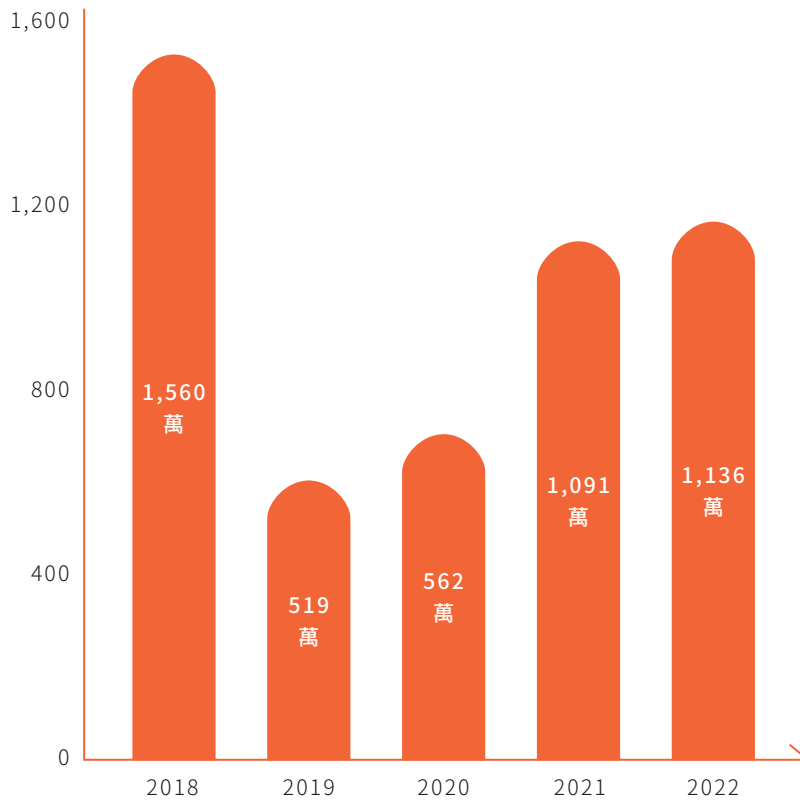


## 綠色採購

巨城響應全球推動永續供應鏈的趨勢，致力朝向環境保護、安全可追溯性的在地採購原則，除了從自身邁向低碳商場營運，更發揮產業影響力，號召供應商共同響應。巨城支持友善環境、重視健康安全與人權標準的綠色產品與服務，優先採買具備環保標章、綠建材標章等產品應用於商場及辦公室。

2022 年巨城綠色採購金額達 1,136 萬，相較前一年度成長 4%，符合年度綠色採購認證資格。符合綠色採購認證的產品包括商場設備、浴廁專用紙類耗材、辦公室文化用紙、製作提袋的工業用紙與商場內裝潢工程用各類建材，如矽酸鈣板、水泥漆，以及停車場地面鋪設專用的環氧樹脂等，以降低各類產品對於環境所造成的負面影響。

綠色採購金額





## 環保贈禮

巨城每年推出的卡友來店禮、消費滿額贈禮，深受大人小孩喜愛，當中不乏結合環保元素的聯名商品，包含：購物袋、保鮮盒、保冷袋、環保餐具、防蟻清潔品等品項。

為鼓勵顧客自備餐具成為日常習慣，巨城常結合野餐、露營話題打造吉祥物阿 Mall 為元素的環保系列商品，禮贈品材質品項以符合環保規範的為優先採購，讓顧客能夠重複使用，期望減少對地球環境的垃圾負擔，2022 年共發出 10,845 份環保禮贈品



▲ 阿 Mall 系列環保提袋結合循環經濟元素，鼓勵顧客減少一次袋的使用。



07

迎向未來



COVID-19 促使各大產業急速推進數位轉型腳步，消費市場無預警地重組變動，加速零售業的實體店大幅邁向多元通路的佈局。展望 2023 年，巨城持續精進優質的服務及導入新穎的品牌，並重視每一位顧客、同仁、專櫃廠商及供應商的安全及衛生，針對購物商場各個環節做好把關，隨時謹慎應變時局動盪帶來的衝擊，提供值得信賴的安全場所。

作為北台灣最大的購物中心，是與在地居民生活緊密的指標企業，巨城肩負提供優質商品、溫暖服務、多元體驗的責任，未來將持續引進獨家話題品牌，強化顧客服務品質、擴大會員福利，積極掌握市場新趨勢與機會，注入創新與熱情完成虛實整合的經營模式，滿足顧客多元豐富的需求，提供客製化服務，給予便利快速的消費體驗。

除了提升整體經營績效，巨城在社會面向持續創新求變，透過空間寬敞、自媒體社群影響力及匯聚人潮的三大優勢，投入資源與經費成為真正的公益商場，成為弱勢族群最堅強的後盾。我們多年來跨部門整合資源，積極串聯產官學各領域的夥伴，匯聚多重的公益渠道與對應行動，搭起共好共融的橋樑，長期關注高齡化議題、號召大眾響應捐血、強化藝術培力計畫、鼓勵青年築夢發展天賦、募集物資救助弱勢居民等，巨城持續深耕企業的社會使命，期許每個關懷與善意能夠建造完善福祉，推動共享資源幫助有需要的群體。

巨城腳踏實地邁入第 12 年，一路上不斷衝刺精進，同步落實環保節能減碳、綠色採購、促進健康等行動，實踐 ESG 全面向永續經營的決心，除了紮實組織管理，更不忘力求突破創新，攜手同仁、顧客、品牌廠商及供應商達成共好，驅動每個崗位以自身的正向影響力回饋國家，推動企業永續願景。



▲ 巨城每年的耶誕點燈是新竹熱門節慶盛事。



Big City

Big City

## 發行單位

遠東巨城購物中心股份有限公司

## 發行人

李靜芳

## CSR 總召集人

羅仕清

## CSR 專案小組

王鶴樺、黃景臻、謝慧芬、徐錦榮、  
廖茂為、徐恩樂、楊荔茹、黃俐菁、  
葉哲倫、張炳富、李燕玲、傅心慧、  
江承澤、蔡必峰、鄭保志、黃政忠、  
陳育傑、游欣宜、沈維旭、林宗易、  
黃世安、邱垂均、林弘仁







官網



APP (iOS)



APP (Android)



CSR 網站

*BigCity*

03-623-8000  
台灣新竹市中央路229號