

Big City



遠東巨城購物中心
2020年企業社會責任報告書

Big City

Content 目錄

Big City

Big City

董事長的話 ——— 06

關於巨城 ——— 08

01

公司治理 ——— 12

02

健康促進 ——— 16

熱血募集 17

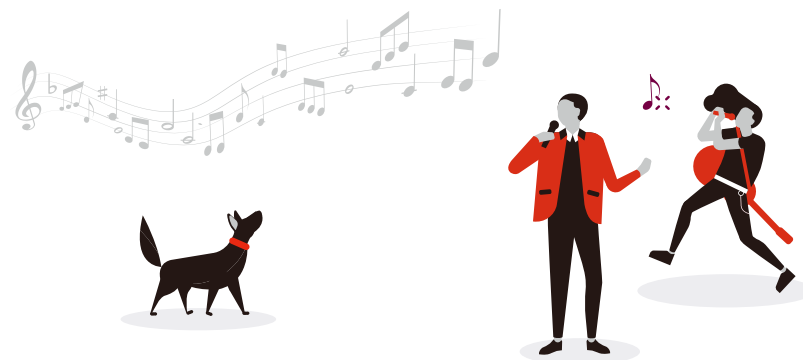
肝病防治 18

03

巨城舞台 ——— 20

街頭藝術 21

青春熱舞 22



04

世代共好	24
樂齡友善，促進活躍老化	25
Big Fresh Mart 市集空間，支持青年創業	26
沂風儀隊資助計畫，為青少年適性揚才	27
攜手社會企業，打造夥伴經濟	27

05

弱勢翻轉機會	28
德蘭兒童中心支持計畫	29
弱勢青少年職涯探索之旅	30
馨生市集公益展售會	31



06

創造幸福職場	32
人力概況	33
人才發展	34
全方位健康促進	36
提升供應商夥伴福祉	39

07

打造優質服務	40
智慧創新服務 Eating 零距離	41
親子友善購物中心	42
COVID-19 防疫佈署	44
顧客服務與溝通	45
供應商管理	46



08

邁向低碳營運	48
溫室氣體管理	49
能源管理	49
水資源管理	50
廢棄物管理	51
紙資源管理	52
綠色交通	53
綠色採購	55

09

迎向未來	56
------	----



董事長的話

回顧 2020 年，COVID-19 重挫全球經濟，百貨購物中心首當其衝，病毒攻擊的不只是身體，還有心理。「安全商場」是巨城給消費者、員工及供應商最重要的承諾之一，巨城秉持審慎態度於疫情初期即超前佈署，提供一個安全又安心的休閒娛樂空間，並與新竹同業分享防疫措施，協助產業全面提升防疫品質。

COVID-19 給全球企業上了重要的一課，企業體認到社區健康與經濟成長息息相關，企業有責任為提升大眾健康而努力。巨城長期關注大眾健康，迄今攜手夥伴團體已舉辦超過 120 場捐血活動，2018-2020 年連續 3 年刷新新竹單日外點最高捐血紀錄，成為大新竹地區重要的捐血平台之一；連續 3 年協助推廣肝病防治，並於 2020 年成為全台首家舉辦「免費肝炎肝癌大篩檢」的購物中心，短短 3 小時內為 1,336 位新竹在地居民完成抽血檢驗，為提升居民健康盡一份心力。

即使 2020 年疫情衝擊購物中心營運，巨城員工與廠商仍齊心齊力，在景氣寒冬中持續努力，專注於目標達成。繼 2018 年後，巨城於 2020 年 7 月再度擴大營業面積，啟用創藝大樓 5 樓空間，並依計畫完成年度專櫃改裝。巨城加速推動數位轉型，2020 年推出美食外送、行動點餐、假日親子客群專人送餐等數位創新服務，並連續二年獲得經濟部商業司「亞洲矽谷智慧商業服務應用推動計畫補助」肯定。

在職場經營方面，巨城以提供一份「好工作」為目標，規畫特色培訓方案，協助員工培養帶著走的能力；舉辦多元健康促進活動，讓健康成為一種生活態度；深耕共好關係，協助提升駐點專櫃及委外廠商員工福祉，擴大社會影響力。巨城持續提升職場幸福感，凝聚員工向心力，於 2020 年獲亞洲企業商社頒發 AREA 亞洲企業社會責任獎人力投資獎及 HR Asia 期刊頒發亞洲最佳企業雇主獎 (台灣區) 肯定。

友善環境已是企業共識，巨城亦在環境永續上持續精進努力，2020 年巨城首度通過 ISO 14064-1:2006 溫室氣體盤查第三方查證 (BSI)，藉由掌握組織溫室氣體排放量以做為未來推動減量規劃之基礎；持續進行冰水系統節能專案提升能源效率；優化綠色交通服務，於 2020 年完成車牌辨識系統並透過 APP 整合行動支付與雲端發票載具，推出無紙化停車服務。

企業對社會的影響是 ESG 各面向的總合，巨城承諾在 ESG 持續努力精進，攜手更多夥伴團體與供應商推動善循環，共創社會影響力。

Big City 遠東巨城購物中心
董事長

李靜慧

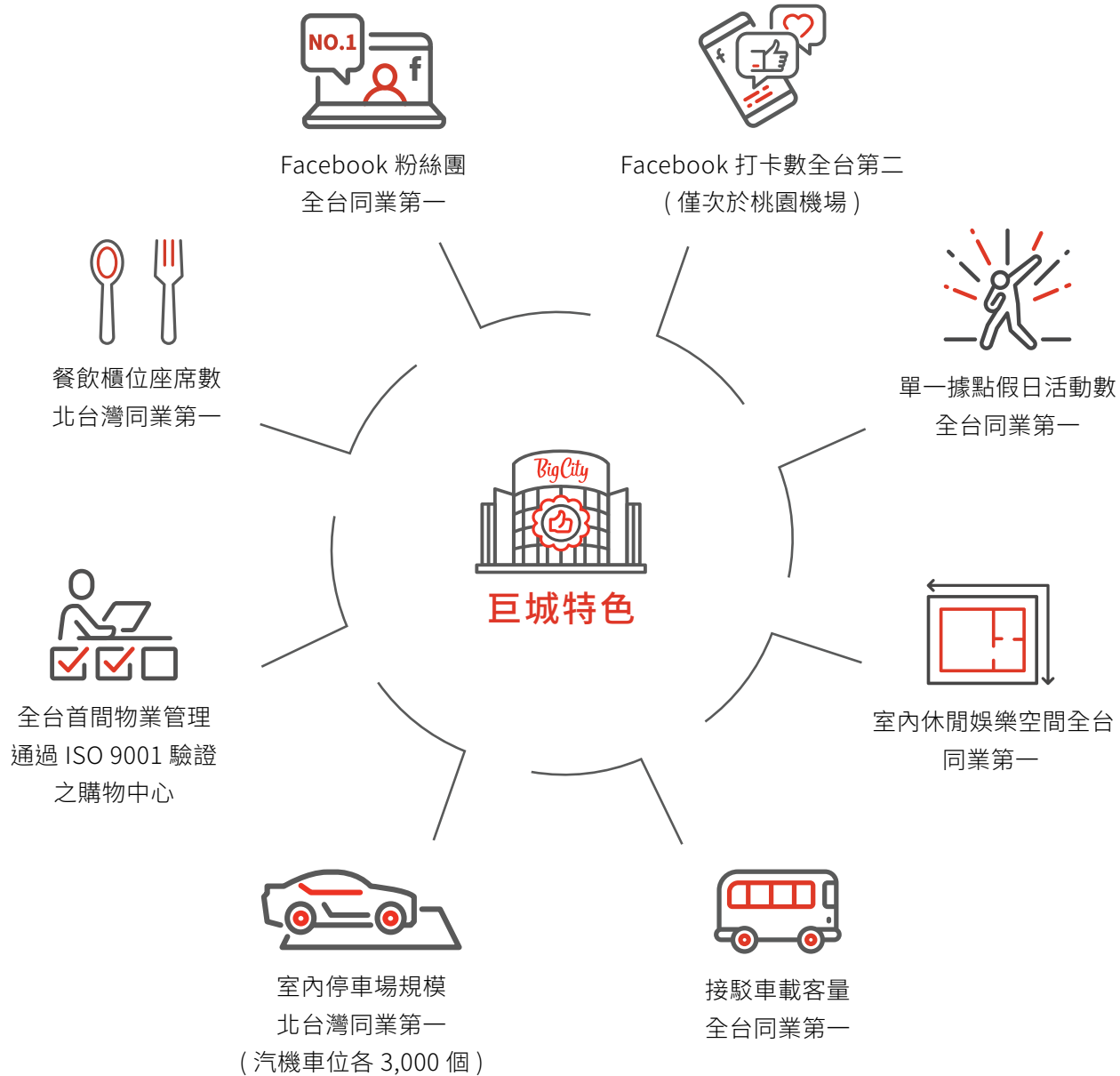




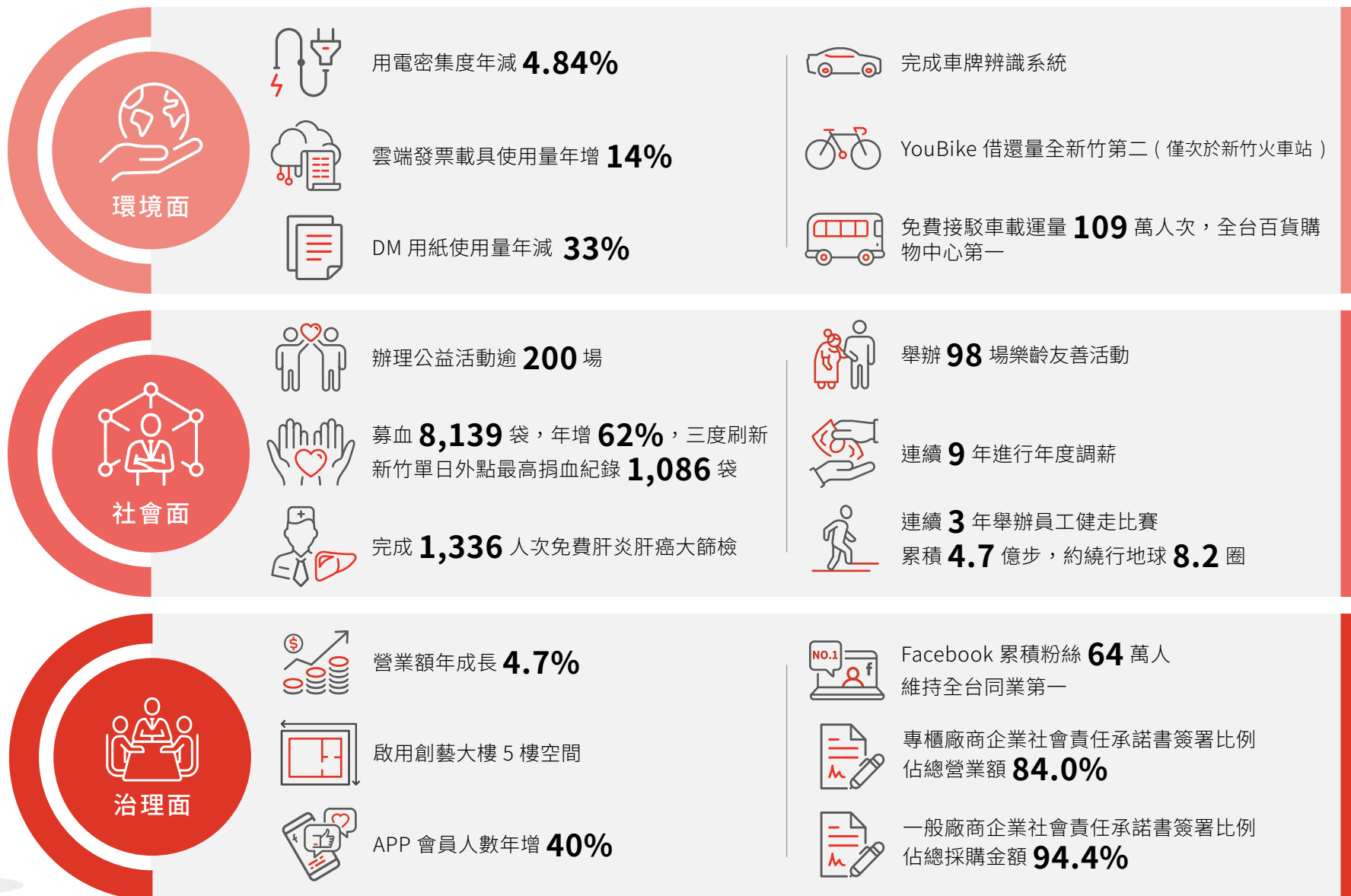
遠東巨城購物中心（以下簡稱巨城）承襲遠東集團立業精神，以「誠、勤、樸、慎、創新、熱情」為核心價值，以「滿足顧客需求，創造舒適歡樂的購物環境」為使命，首家購物中心於2012年在新竹市開幕，2018年6月擴大營業面積，啟用創藝大樓1-4樓空間，並於2020年7月二度擴大營業面積，啟用創藝大樓5樓空間。

截至2020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64萬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、冰刀溜冰場、書店等。

巨城為消費者提供全客層一站到站式服務，2020年來客數約1,500萬人次，汽、機車進車數各約250萬及240萬車次，營業額約76.2億元，年增4.7%。巨城追求的不只是財務績效，更是社會影響力的總和，巨城公益投入心力不曾停歇，在環境永續上亦持續精進，並不斷提升對員工及供應商夥伴之照顧，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。



2020 年永續發展績效



2020 年榮耀與肯定

環境面

- 首度通過「ISO 14064-1:2006 溫室氣體盤查」第三方查證 (BSI)
- 連續 2 年獲「全國營業人開立雲端發票競賽活動」績優總機構獎第 4 名 (財政部)
- 連續 3 年符合「民間企業與團體綠色採購績優單位」資格 (新竹市)
- 通過「ISO 50001:2018 能源管理系統」複查 (SGS)

社會面

- 獲「2020 亞洲最佳企業雇主獎 (台灣區)」(HR Asia 期刊)
- 獲「亞洲企業社會責任獎 (AREA)」人力投資獎 (亞洲企業商社)
- 獲「人才發展品質管理系統 (TTQS)」銀牌獎 (勞動部勞動力發展署)

治理面

- 獲「天下 CSR 企業公民獎」小巨人組第 10 名 (天下雜誌)
- 連續 2 年取得「亞洲矽谷智慧商業服務應用推動計畫」補助 (經濟部商業司)
- 獲「109 年度開立統一發票績優營業人」(財政部)
- 獲「109 年度使用電子發票績優營業人」(財政部)
- 連續 8 年獲得新竹市政府哺集乳室競賽或評鑑之第一或特優肯定
- 通過「ISO 9001:2015」複查 (SGS)



01

公司治理



01 公司治理

巨城重視公司營運的正當性與透明度，相信唯有健全及有效率的公司治理制度及運作，才能為公司發展建立穩健的基礎，強化本身的競爭優勢，確保股東權益。

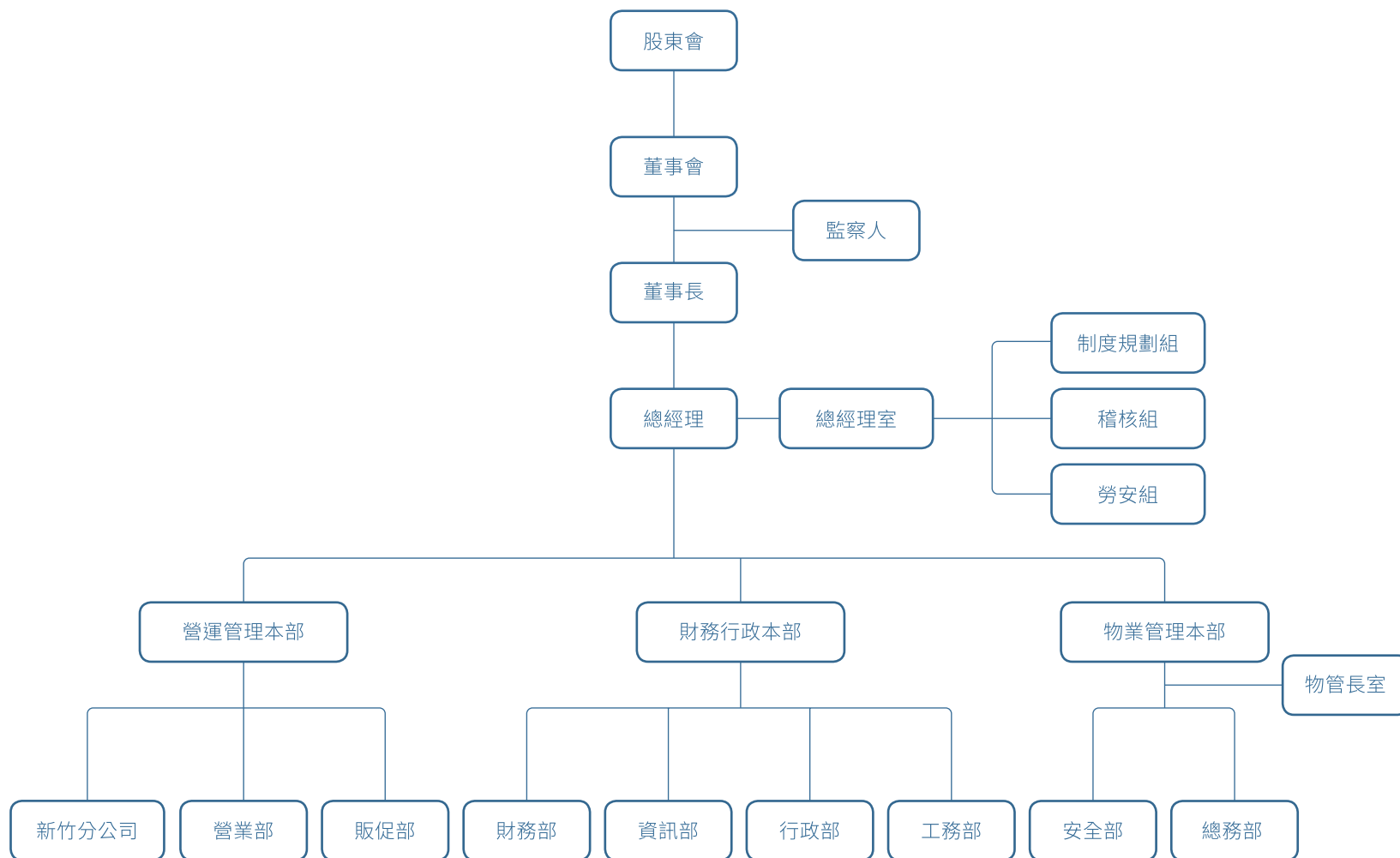
董事會組成與運作

董事會為巨城最高治理單位，稽核單位負責定期執行各項稽核業務，並向董事會呈報稽核結果。巨城於 2020 年 6 月股東常會進行第四屆董事會改選，共選出五位董事及一位監察人，其中包含一位女性，董監事任期三年，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，且各董事均具備相關產業之專業與豐富的管理經驗。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。2020 年度共召開四次董事會議，董事暨監察人之平均出席率為 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。

職稱	姓名	性別	專業經歷
董事長	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	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	汪郭鼎松	男	太平洋崇光百貨 營業總經理
董事	劉志成	男	遠東百貨 副總經理
董事	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

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。



企業社會責任運作

巨城注重企業社會責任，設定 2018 年為企業 CSR 元年並成立 CSR 專案小組，由總經理擔任專案負責人，各本部主管為專案成員，於 2019 年發佈第一本 CSR 報告書且每年持續發佈。巨城董事長重視 CSR 業務推展，CSR 專案小組每月定期向董事長及部級以上主管報告 CSR 工作規劃與進度，以凝聚共識並確認運作方向，且於每年 12 月向董事會報告年度工作成果。



02 健康促進

巨城體認社區健康與經濟成長息息相關，長期關注社區健康議題，發揮自身通路平台與人潮優勢，整合多方合作夥伴力量並匯聚資源，共同為促進大眾健康而努力。

熱血募集

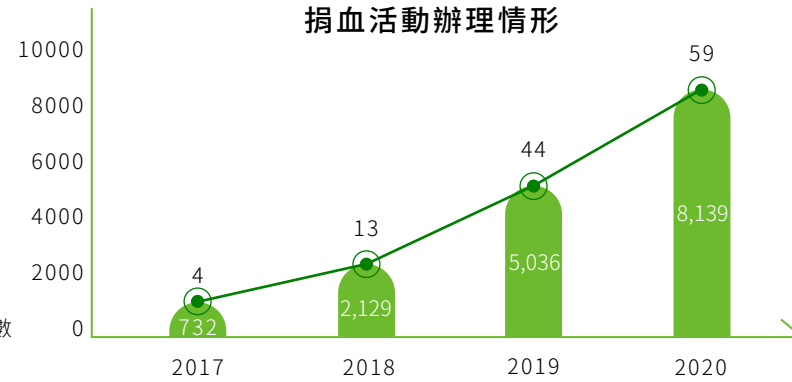
台灣捐血率雖是世界數一數二，但仍有季節性缺血及年輕人捐血出現斷層的隱憂存在。巨城深受年輕族群喜愛且具備集客力，自 2017 年起即結合夥伴團體力量、開放公共空間、投入行銷資源、發揮社群影響力，長期推廣捐血活動。2020 年巨城連結約 40 個夥伴團體，合作舉辦 59 場捐血活動，透過 Facebook 發文觸及 122 萬人次，另規劃專屬 17-20 歲年輕人的捐血好禮，鼓勵年輕人在 APP 提前報名並完成捐血，即可獲得巨城加贈免費甜點餐券。2020 年共募得血液 8,139 袋（每袋 250 CC），年增 62%，其中 2 月巨城與新竹網路扶輪社、新竹朝陽扶輪社、新竹東北區扶輪社、新竹世芳扶輪社合作舉辦「挽袖捐血，Big 愛分享」活動，發起捐血送電影票，吸引民眾踴躍參與，單日募血 1,086 袋，三度刷新新竹單日外點最高捐血紀錄，2020 年巨城獲桃竹苗區捐血中心頒發「捐血績優機關社團及企業獎」肯定。



▲「挽袖捐血，Big 愛分享」活動，吸引年輕族群踴躍參與。

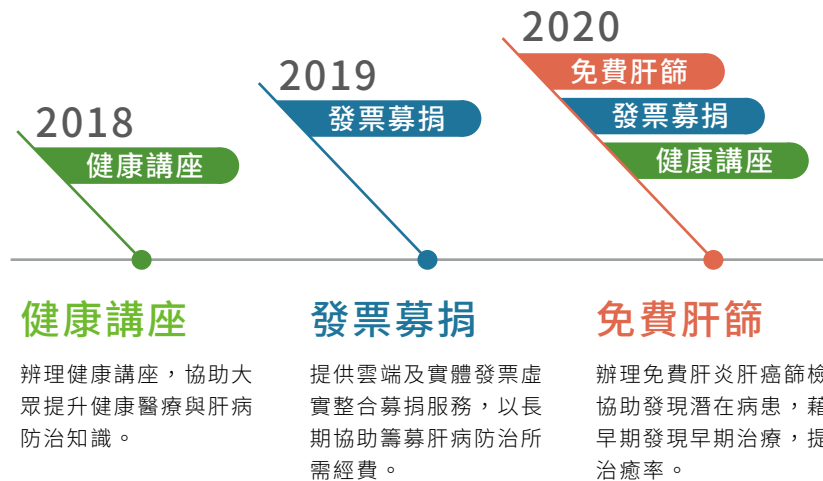
里程碑

- 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
- 2020 年獲「捐血績優機關社團及企業獎」肯定 (竹苗區捐血中心)



肝病防治

肝病是台灣的國病，肝癌位居台灣癌症死因第 2 名，B、C 型肝炎是台灣病毒性肝炎的頭號敵人，可能會導致慢性肝炎、肝硬化，甚至肝癌，而肝病治療佔用台灣龐大的健保資源，也深刻影響病患及其眷屬的生活品質。WHO 宣示「2030 年消除病毒性肝炎」目標，衛福部亦訂定「2025 根除 C 肝」目標，其中「篩檢」是肝病防治的重要關鍵之一。



▲「好心肝 時尚 X 健康講座」為居民提升健康知識。

巨城協助推動肝病防治始於 2018 年，當時巨城贊助台灣師範大學舉辦大師講堂「好心救好肝」健康講座，邀請好心肝基金會董事長暨台大醫學院內科名譽教授許金川醫師擔任主講者，教導民眾如何從日常生活中預防肝病，提升健康醫療常識。2019 年，為長期協助好心肝基金會籌募肝病防治所需經費，巨城除為其設置實體發票捐贈箱外，更將其雲端發票捐贈碼預設為捐贈對象，當消費者不指定捐贈單位時，即協助消費者將發票捐助予好心肝基金會，使巨城成為全台首家為肝病防治提供虛實整合發票募捐服務之購物中心。

2020 年巨城擴大肝病防治推廣活動，與財團法人肝病防治基金會、全民健康基金會、好心肝基金會、新竹市政府、中國信託慈善基金會、台灣人壽、長豐智能科技公司、高羽國際公司等夥伴共同合作，舉辦「免費肝炎肝癌大檢驗」及「好心肝 時尚 X 健康講座」，為新竹在地居民提供免費肝篩，協助發現潛在病患，以利藉由早期發現早期治療來提升治癒率，活動當日在短短 3 小時內即為 1,336 位新竹在地居民完成肝篩檢驗。



▲「免費肝炎肝癌大檢驗」活動當天為 1,336 位新竹在地居民完成抽血檢驗。

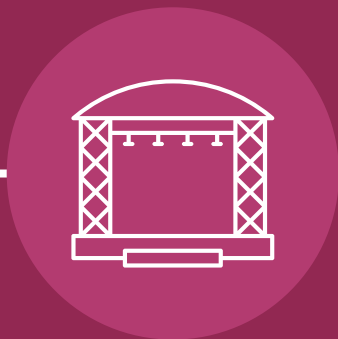


亮點

- 全台首家為肝病防治提供虛實整合發票募捐服務之購物中心 (2019 年)
- 全台首家推動免費肝炎肝癌大檢驗之購物中心 (2020 年)

03

巨城舞台



03 巨城舞台

藝文展演是巨城的重要公益策略之一，巨城為表演者提供平台以培養舞台經驗，同時為社區注入豐富的藝文資源，協助民眾與表演者及其作品產生互動共鳴，播撒藝術的種子，感受不同的人生體驗，幫助民眾舒緩生活壓力與提升生活質感。

【特輯】街頭藝術

街頭藝術多元又充滿活力，是精進技藝及表演經驗的沃土，街頭是素人藝術家展現自我與探索未來的重要管道，承載著許多年輕人的夢想。巨城長期支持街頭藝術，期許打造全台最大街頭藝術競技交流平台，為街頭藝術家激發靈感與開拓視野，並向民眾傳遞街頭藝術的魅力。

巨城自 2015 年起即邀請街頭藝術家至巨城舞台進行演出，並自 2018 年起連續 3 年舉辦「街頭藝術節」，以音樂及雜技為主題並規劃豐厚獎金，比賽從報名、海選評比、入選表演、網路票選到總決賽現場決戰，為期約 3 個月，吸引全台街頭藝術家共襄盛舉。



▲ 2020 街頭藝術嘉年華總決賽吸引觀眾目光。

年度	主題	報名組數	總獎金
2018	街頭音樂節	137	160,000
2019	雜技藝術嘉年華	81	160,000
2020	街頭藝術嘉年華 音樂 X 雜技	208	320,000

2020 年第三屆街頭藝術嘉年華擴大舉辦，區分音樂組及雜技組，總獎金高達 32 萬元，吸引 208 個團體報名參賽，年度舉辦街頭藝術表演 69 場，累積現場參與者約 4.8 萬人次，累積網路觸及約 17 萬人次，分別由音樂組「DoNuts 口琴樂團」美妙動聽的口琴音樂，以及雜技組「亞當先生」精采絕倫的人體鐵環表演拔得頭籌，許多街頭藝術節的參賽者，於比賽結束後仍持續回到巨城舞台帶給觀眾優質演出。

為使街頭藝術能更親近一般大眾，巨城於 2020 年舉辦 4 場街頭藝術體驗課程，包含：雜耍球、溜溜球、扯鈴及打擊樂，吸引約 330 人次參與，大小朋友與街頭藝人近距離互動，感受街頭藝術親民魅力。



▲ 2020 街頭藝術嘉年華總決賽，優勝團體與巨城總經理及營運長合影。



▲ 街頭藝術之打擊樂體驗課程，吸引大小朋友參與



亮點

- 連續 3 年舉辦
- 累積報名 426 組
- 累積頒發獎金 64 萬元
- 累積舉辦約 192 場街頭表演
- 累積現場參與 78,800 人次
- 累積網路觸及 651,867 人次

青春熱舞

巨城鼓勵青少年培養運動習慣，發展正向志趣，促進身心健全發展，長期支持各項運動競賽，舞蹈是主要項目之一。舞蹈是無國界的青春語言，也是幫助青少年紓壓、建立自信、培養社交能力的良好媒介。台灣街舞風氣相當盛行，熱舞社是許多學校熱門社團，也是青少年自我探索的重要管道。



打造舞蹈競技交流平台

自開幕首年起，巨城即開放自身公共空間、投入行銷資源、贊助軟硬體設備、發揮集客能量，攜手多方夥伴舉辦舞蹈活動。2020年巨城舉辦的大型舞蹈活動包含：新竹市校外會拒菸反毒飆舞大賽、百合扶輪社陽光反毒扶輪盃街舞大賽、MIKI 舞蹈工作室新竹市兒童街舞藝文季等，表演者逾 500 人次，吸引現場觀眾約 4,500 人次，表演者相互交流學習，同時磨練舞台表演經驗，提升自信。



▲ 百合扶輪社街舞大賽。(照片來源：新竹百合扶輪社青春尬舞大賽官方 FB)

青年培力

地板霹靂舞 (Breaking) 是街舞運動項目之一，已獲得 2024 年巴黎奧運提名成為新的競賽項目，未來街舞運動對青少年將更具影響力。為協助培養街舞人才，巨城於 2019 年贊助新竹在地 KGB 舞團站上世界舞台，前往法國巴黎參加 Battle Pro 總決賽，KGB 舞團表現優異，於個人賽進入世界前 4 強，團體賽進入世界前 8 強；2020 年巨城持續協助 KGB 舞團及其他夥伴團體，在巨城噴水池廣場舉辦全國奧運霹靂舞大賽竹苗區積分賽，邀請全國熱愛街舞的朋友共同來見證台灣奧運代表選手的誕生。

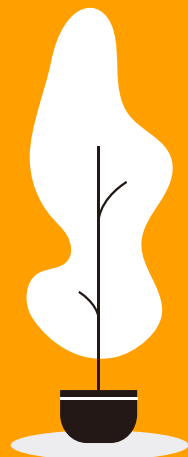


▲ 全國奧運霹靂舞大賽竹苗區積分賽於巨城噴水池廣場舉辦。
(照片來源：KGB 舞蹈休閒館)

巨城亦支持青年學子及社區里民獲得更好的練舞環境，主動優化 B1 里民廣場硬體設施，設立不鏽鋼反光鏡，長期免費提供學生及社區居民使用；2020 年暑假，巨城舉辦街舞營隊，邀請全國大師級街舞老師為在地青年學子提供優質舞蹈課程，包含：Locking、HipHop、Popping 三種舞蹈並舉辦成果發表會，給予學生相互切磋技藝的機會。

04

世代共好



04 世代共好

巨城陪伴大新竹地區民眾持續成長，關懷不同世代所面臨的挑戰，善用自身的資源提升跨世代交流互動，促進各世代共好共融。

樂齡友善，促進活躍老化

台灣面對高齡化社會帶來的挑戰，高齡長者在退休後因生活失去重心、社交互動減少、活動力降低等等因素，面臨身心安頓的課題。巨城了解「態度」是活出老後幸福生活的關鍵，因此與公益團體及社會企業攜手合作，規劃多元活動為高齡長者提供新的人生舞台，藉以保持積極的生命態度，發揮不老精神。

Baby Boomers Club 三合院



▲ ICSW 於 BBC 三合院舉辦「老派時尚日 - 七彩人生舞台」活動，促進跨世代交流互動。(照片來源：ICSW)

社團法人國際社會福利協會中華民國總會 (簡稱 ICSW) 是巨城推動樂齡友善活動的重要夥伴，與巨城攜手合作運用購物中心公益空間，開創跨齡交流平台「Baby Boomers Club 三合院」(簡稱 BBC 三合院)，開啟社會企業走進商場與民眾融合的台灣新典範。巨城與 ICSW 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。

2020 年 ICSW 強化樂齡課程設計，於 BBC 三合院舉辦銀髮數位學習、銀髮時尚走秀、人生劇場、銀髮桌遊、園藝手作、皮雕藝術等系列活動，連結超過 10 個夥伴團體，辦理活動 84 場次，累積參與逾 1,370 人次，BBC 三合院成功為樂齡長者提供一個經驗分享與學習成長的優質場域，促進社區樂齡長者維持身心靈的健康與活力，實踐不老精神。

老玩客社會企業多元合作

巨城與老玩客社會企業合作，透過協辦課程講座、社企採購、義賣活動等多元形式，共同為樂齡族群提供更好的生活選擇。2020 年巨城以公益空間及相關軟硬體設施支援老玩客完成「樂齡體適能肌力課程」、「全齡學習成長公益講座」及「二代願景就業促進計畫」等 15 門活動，協助社會企業探索新商業模式以促進實踐永續經營目標。



▲ 老玩客於 BBC 三合院舉辦樂齡體適能肌力課程。
(照片來源：老玩客 官方 FB)

Big Fresh Mart 市集空間，支持青年創業

巨城致力創造社會價值，以市集空間概念打造「Big Fresh Mart」友好平台，匯集全台各縣市農會及青農帶來特色農產品展售會，及邀請美食新創店家及文創品牌共同舉辦野餐音樂節，獲得廣大迴響。巨城將在地青創事業導入購物中心，投入自身通路平台、集客能量及行銷資源協助宣傳曝光，以支持青年返鄉、縮短產地到餐桌距離、鼓勵青年創業追尋夢想。

2020 年雖受 COVID-19 疫情影響使活動頻率略為下降，仍辦理台東好農小賣市集聚集來自台東 20 家小農優質產品，以及 Big City 野餐音樂節匯聚 12 家在地話題特色名店，並主動連結公益團體好心肝基金會及社會企業老玩客共同參與，擴大社會影響力。巨城營運長游欣宜表示：「巨城打造新竹人購物消費及休閒娛樂等吃喝玩樂一日生活圈，並善盡企業社會責任結合設備完善的空間與公益資源，建構獨有的『Big Fresh Mart』展售活動平台」。



▲ 台東好農小賣市集聚集 20 家小農優質產品，受消費者喜愛。

沂風儀隊資助計畫，為青少年適性揚才

學生儀隊的練習，是嚴格的心性磨練過程，不論烈日驕陽或是凜冽寒風，孩子心中的熱血不曾停歇，學生在繁忙的課業之餘，克服身心壓力參與儀隊練習表演，展現過人的毅力與勇氣。

巨城肯定青年學子勇於接受挑戰的精神，自 2018 年起，與沂風儀隊展開為期 3 年的深度合作，陸續資助儀隊進行服裝及設備汰舊換新，讓經常受邀表演的儀隊能發揮更好的整體表現。巨城也支持沂風儀隊從事公益服務，挹注資源協助完成多次偏鄉弱勢學童關懷之旅。

2020 年元旦，沂風儀隊於巨城噴水池廣場帶來英姿煥發的精采演出，吸引大批民眾駐足欣賞為其喝采；沂風儀隊年度公益關懷之旅抵達長安國小與埔和國小等偏鄉學校，給予偏鄉學童欣賞儀隊表演的機會，小朋友也透過表演、運動、遊戲與沂風儀隊相互交流，共創美好的回憶。



▲ 2020 年元旦沂風儀隊於巨城帶來精采演出。

攜手社會企業，打造夥伴經濟

社會企業（簡稱社企）是以企業經營方式運用創新商業模式以解決社會問題的企業，為協助社企實現兼顧獲利能力與社會價值的雙重經營目標，多年來巨城發揮自身通路、人潮、行銷之優勢，運用設立專櫃、快閃店、社企採購、集客活動、課程講座、展售會與義賣等多元合作方案，協助社企共同解決社會問題。

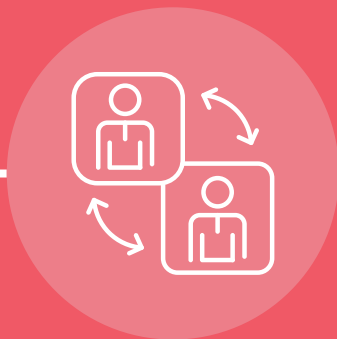
2020 年巨城邀請「綠藤生機」設立桃竹苗地區首家直營正櫃及「潤米 roomy 米饅頭貝果專賣店」參與快閃活動；遴選優質社企商品作為檔期顧客贈禮，如：夜陽米商行七穀米、鉅田潔淨帆布袋吸管組、鹿窯菇事香菇餅乾、家好米小農契作無毒胚芽米等共 3,400 份；另協助 ICSW 及老玩客等社會企業舉辦約 100 堂樂齡銀髮課程以協助解決高齡化社會問題（詳 p.25）。巨城運用自身資源，協助社企連結目標受眾，以擴大社會影響力。



▲ 綠藤生機社企於巨城 B1 設立正櫃，為桃竹苗地區首家直營門市。

05

弱勢翻轉機會



05 弱勢翻轉機會

巨城了解社會上有許多需要幫助的人，期許自身能串連社會各界的力量，幫助弱勢族群獲取更多資源，為社會增加溫暖，推動善循環，讓愛持續蔓延。

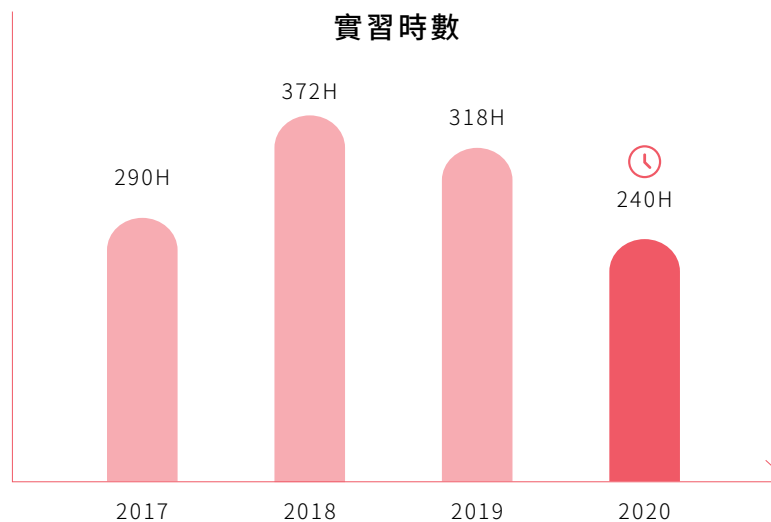
德蘭兒童中心支持計畫

德蘭兒童中心是巨城長期關懷的對象，自 2017 年起，巨城即陸續規劃志工實習體驗營、耶誕禮物募集、偏鄉弱勢兒童關懷送暖、藝文表演、公益捐贈等活動，讓德蘭院生的成長之路，有巨城一路相伴。

有別於一般企業，巨城發揮購物中心多元特性，規劃獨特的服務業志工實習體驗營，於寒暑假期間邀請院生一起體驗服務工作價值。2020 年受 COVID-19 疫情影響，僅辦理暑期志工實習體驗營，為 8 名院生提供實習機會；近 4 年來，累積實習院生共 54 人次，累積實習時數 1,220 小時，實習期間皆由巨城同仁擔任引導者，協助院生培養面對困難與解決問題的勇氣，成為未來自立的信心與養分。此外，巨城亦發揮環保精神，2020 年美食街餐桌椅進行汰舊換新，將可用的舊有設備公益捐贈予德蘭兒童中心，促進資源再利用。



▲巨城將 4F 美食街汰換桌椅公益捐贈予德蘭兒童中心。



註：2020 年因 COVID-19 疫情影響，寒假志工實習體驗營暫停一次，故實習時數下降。



承辦主管心得

近年來與德蘭公益合作開創許多德蘭院生從未參加過的活動，每次的接觸談話，都能感受他們單純且迫不及待想長大出社會的憧憬，是因為想靠自己的力量打造一個家，也有報持受人恩惠當以泉湧回報的心情，想要幫助更多需要幫助的人，看到他們的成長與不怕挫折的勇氣，除了欣慰也覺得佩服。

弱勢青少年 職涯探索之旅

服務工作是許多社會新鮮人的職場敲門磚，深入了解服務工作的內容與價值，將有助於青年學子未來的職涯選擇，唯社會上的弱勢家庭普遍資源不足，其子女能獲得職涯探索的資源十分有限。

有鑑於此，巨城除了長期攜手德蘭兒童中心舉辦志工實習體驗營之外，2020年巨城分別與世界展望會及老玩客社會企業合作，舉辦「巨有特色，我最搖擺」及「二代願景就業促進計畫 - 夢想職涯探險參訪」等職涯探索課程，由巨城營業、企劃、美工、活動、公關、客服、安全等單位之主管及優秀同仁擔任業師，分享各領域職人精神與工作內容，並安排參訪學生到專櫃進行職涯問卷訪談，提供深入了解服務工作酸甜苦辣的機會，以為未來職涯規劃預作準備。



▲德蘭院生於巨城 1F 服務台實習。



▲夢想職涯探險參訪協助弱勢兒童認識服務工作價值。

馨生市集 公益展售會

巨城了解每位馨生人（即犯罪被害人）的生活重建過程都非常的辛苦，認同財團法人犯罪被害人保護協會（簡稱犯保協會）長年透過支持團體與技能培養，協助馨生人重新步上生活正軌的努力。

2020年在與犯保協會新竹分會及新竹地檢署合作之下，邀集全台各地9個分會參與，涵蓋9個縣市之馨人生共28個攤位，於巨城創藝大樓一樓舉辦連續5天的馨生市集公益展售會，營業額約300萬元。馨生人帶來多元的產品皆為技藝學習的成果，包含：養生麵包、手工皮件、手作香皂、客家粿條與滷味等各地美食，每個優質產品的背後都隱藏著一段令人動容的故事。

自2014年起（2016年除外）巨城已第6年舉辦馨生市集，希望馨生市集除了能帶給馨生人實質收入重建生活之外，更期望讓社會大眾瞭解馨生人心路歷程，拋磚引玉為馨生人創造更多元的合作機會。



▲ 2020年馨生市集活動於巨城創藝大樓一樓連續展售5天。

06

創造幸福職場



06 創造幸福職場

為員工提供一份「好工作」是巨城的目標，所謂好工作是可滿足員工成就感、帶來合理報酬及獲得良好工作體驗的幸福職場，能促進徵才、留才、人才發展。巨城將提升顧客體驗之服務思維帶入職場經營，以人才發展、全方位健康促進、提升供應商福祉等方法，增進員工職場體驗，期許為員工、供應商、企業帶來三贏，巨城對職場經營的用心投入於 2020 年獲 HR Asia 期刊頒發「2020 亞洲最佳企業雇主 (台灣區)」及亞洲企業商社頒發「亞洲企業社會責任獎 (AREA) 人力投資獎」肯定。

人力概況

巨城對待員工一視同仁，不分性別、宗教信仰、政治立場、種族、國籍、社會背景，所有員工皆受到公平對待，並以年度績效考核作為員工晉升與調薪之依據。

2020 年底，巨城員工數 166 人，性別結構男：女 = 1：1.2，員工年齡以 31-50 歲為主族群，佔總人數約 62%。2020 年離職率約 19.5%，分析員工離職前三大主因分別為：轉換產業、家庭因素、工作內容。

年齡結構^{註 1}

	2018	2019	2020
30 歲 (含) 以下	52	46	49
31-50 歲 (含)	91	101	103
51 歲 (含) 以上	12	13	14
合計	155	160	166

育嬰留停復職率^{註 2}

	2018	2019	2020
應復職	1	5	1
實際復職	1	3	1
育嬰留停復職率	100%	60%	100%

註 1：年齡結構以當年度 12/31 人力為準，2018-2019 數值因誤植進行修正。

註 2：育嬰留停復職率 = 當年實際復職人數 / 當年應復職人數，2018-2019 數值因誤植進行修正。



▲ 亞洲最佳企業雇主 (左) 及亞洲企業社會責任獎人力投資獎 (右) 獲獎證書。

人才發展

巨城重視員工職涯發展，建置完善的訓練體系並規畫多元學習管道，協助員工培養工作所需知識、技能與態度。每年根據經營策略、部門目標、訓練需求調查訪談結果，制定年度訓練計畫。巨城更規劃特色培訓方案，協助員工培養「帶著走的能力」，包含：連結國際資源提升員工國際觀、舉辦特色講座鼓勵員工跨界學習。2020 年巨城人資系統啟用教育訓練模組，藉由資訊系統的協助，深化訓練管理。巨城紮實的培訓方案，於 2020 年獲得勞動部勞動力發展署頒發「人才發展品質管理系統 (TTQS)」銀牌獎肯定。

教育訓練投入

	2018	2019	2020
總訓練時數	3,637	3,573	2,590
總訓練費用	1,005,697	779,373	654,771
總受訓人次	1,315	1,443	1,079
當年平均人力	153	160	164
平均每人訓練成本	6,573	4,871	3,993
平均每人訓練時數	24	22	16

註：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。
2018-2019 數值因誤植進行修正。2018 年因辦理國外考察及產業分析師外訓，故平均每人訓練成本及平均每人訓練時數皆相對高。2020 年因受 COVID-19 疫情影響，國外考察及部分例行訓練取消辦理，約有 47 萬元訓練預算無法依原計畫執行，故相關訓練成果皆略為下降。



▲人才發展品質管理系統 (TTQS) 獲獎證書。

【特輯】國際觀培育

提升同仁國際觀是巨城的特色培訓方案之一，為培養同仁擁有超越都會區同業的國際視野，並使巨城朝向「成為亞洲首屈一指的購物中心」之企業願景邁進，巨城多年來透過 (1) 辦理員工國外考察、(2) 舉辦國際藝文活動、(3) 主動參與國際評選等方式，來為員工連結國際資源，開拓視野格局。



亮點

- 辦理員工國外考察，走訪亞洲 5 大一線城市^註
- 舉辦國際藝文活動，連結 12 個國家參與者
- 參與國際評選與研討會，連續 2 年獲得國際獎項肯定



培養員工國際觀 連續 8 年連結國際資源



舉辦國外考察

- 2013 大阪
- 2014-2015 新加坡
- 2016 上海
- 2017 東京
- 2018 曼谷

舉辦國際級音樂會

- 2017-2019 舉辦國際級音樂會，參與者來自全球 14 個國家

參與國際級評選獲得肯定

- 2019-2020 AREA 亞洲企業社會責任獎
- 2020 亞洲最佳企業雇主獎
- 2019 亞洲零售商聯盟國家獎

註：2020 年因 COVID-19 疫情影響，暫停辦理國外考察。

全方位健康促進

巨城關懷員工健康與工作生活平衡，透過健檢異常項目分析、問卷調查、組織觀察，歸納出員工四大健康需求：健康動吃、身心紓壓、優質人際互動、綜合健康照護。巨城每年於高階主管會議提出年度健康促進計畫與工作生活平衡方案，取得高階主管認同與支持，並透過多元活動設計及聘請優質師資，提升員工參與率「讓健康成為一種生活態度」。



亮點

- 高階主管積極參與
- 高比例動態體驗活動
- 激勵獎金設計
- 擴及供應商夥伴

【特輯】2020 全方位健康促進活動

● 綜合有氧體驗班

巨城引進網路熱門運動課程，透過多元的內容企劃幫助員工探索最適合自己的運動型態，激發運動興趣，培養運動習慣，如：拳擊有氧、ZUMBA 舞蹈、紓壓瑜珈。



▲ 紓壓瑜珈體驗班，營運長與同仁一起參與。

● 運動達人秀

健走能融入日常生活，員工參與不受排班輪班限制，因此巨城以「健走」為主題鼓勵全員動起來。2020 年包含內部員工及供應商夥伴參與共 243 人次、累積健走 2.1 億步；2018-2020 年累積參與 893 人次，累積健走 4.7 億步，約可繞行地球 8.2 圈（以每步 70 公分估算）。



▲ 健康促進競賽優勝者由總經理親自授獎。

● 享瘦動次動，有腫你就來

巨城舉辦減重減脂比賽，鼓勵同仁培養健康飲食和運動習慣以循序漸進地達成健康減脂目標，2020 年報名且符合參加資格之同仁共 30 位，共減去 55 公斤，巨城另成立享瘦動次動 Line 群組，邀請外部營養專家進駐為同仁解答飲食問題，另結合巨城 63 個餐飲櫃位菜單提供健康外食建議及 9 道精選減脂料理，給予同仁更好的外食選擇。



▲ 享瘦動次動 Line 群組結合巨城專櫃菜單提供同仁健康外食建議。

● 綜合健康照護

巨城以提供同仁「更便利的健康照護管道」為目標，結合公益活動舉辦免費肝炎肝癌大篩檢，協助同仁事先報名並協調工作時間參與檢測；取得流感疫苗團體優惠並安排職醫到場施打，同仁、眷屬、供應商及關係企業同仁皆可參加，節省下班到診所排隊的時間，參與人數年增 85%，內部同仁可享公司提供 50% 疫苗補助，疫苗施打參與者約有 90% 同意施打疫苗有助緩解對流感的焦慮。



▲ 巨城同仁參與免費肝炎肝癌大篩檢。



● 健康講堂

巨城聘請成大物理治療系講師，協助同仁預防及舒緩肌肉壓力與運動傷害，包含：職場環境痠痛預防、高效訓練傷害OUT、運動刮痧自我保健等，獲得同仁高滿意度回饋，是巨城最受歡迎的健康講座之一。



▲運動刮痧自我保健課程，內容獨特廣受同仁喜愛。

● 家庭日

2020年巨城舉辦2場家庭日，結合自身娛樂、餐飲、兒童手作等業種、規劃健康搶答活動與精選社會企業產品做為伴手禮。家庭日獲得高階主管支持，總經理親自出席展現對同仁及眷屬之重視，增進同仁、眷屬、企業三方良好互動。



▲家庭日健康搶答，同仁及眷屬踴躍參與。

● 紓壓特色福利

巨城將紓壓概念融入福利設計當中，包含：生日假、休閒活動補助、免費視障按摩體驗、周年慶放鬆獎金、周年慶餐點補給、發放電影票或同仁電影包場等，紓壓福利讓同仁能適當地放鬆心情，舒緩壓力。



▲周年慶慶功宴，同仁歡聚舒緩壓力。

提升供應商夥伴福祉

巨城關懷每天一起工作的供應商夥伴（即巨城專櫃及委外同仁），秉持「共好」信念，於合約條件以外適當地將訓練資源、健康促進活動及多項福利措施與供應商夥伴分享，提升供應商職場幸福感。

學習成長

除了例行性專業訓練外，巨城每年聘請專業師資舉辦激勵課程及共享由董事長親自規畫的巨城 Big 學特色講座，為供應商夥伴注入訓練資源，提升其服務思維、開拓視野、共同跨界持續學習。巨城亦每年選拔年度績優供應商夥伴並予以表揚，藉以提升基層服務人員工作成就感並建立楷模學習榜樣來激勵基層服務人員持續向上。

健康促進

巨城將綜合有氧體驗班及健康講堂等資源與供應商夥伴分享，另規劃供應商專屬健走比賽並提供激勵獎金，鼓勵其增加日常運動，提升健康意識。

紓壓福利

周年慶期間為供應商夥伴提供便當、點心、麵包、饅頭、水果、薑茶等餐點補給，協助儲備體力迎接挑戰；發放周年慶放輕鬆獎金予委外同仁（如：保全 / 清潔 / 機電 / 物流 / 停車管理等委外廠商同仁）感謝其於周年慶期間之付出；供應商夥伴亦可報名參加巨城舉辦之免費視障按摩體驗活動等等。



▲周年慶期間，巨城準備點心為專櫃同仁加油打氣。

07

打造優質服務



07 打造優質服務

巨城重視消費者購物體驗與健康安全，除了持續提升各項服務品質之外，亦運用數位科技來改善服務痛點，應對 COVID-19 疫情的挑戰，主動規劃多項防疫措施來保護消費者，為消費者提供便利、友善、安全、安心的購物環境。

【特輯】智慧創新服務 Eating 零距離

為提供消費者更好的美食體驗、節省排隊點餐結帳時間、服務廣大親子客群提供家長一個方便安心的用餐環境，更為了能將美食體驗延伸至消費者居家空間以觸及廣大的潛在消費客群，2020 年巨城 APP 推出 Eating 零距離 - 行動點餐、親子專人送餐服務、美食外送等三項服務，且連續 2 年獲得經濟部商業司「亞洲矽谷智慧商業服務應用推動計畫補助」肯定。



巨城營運長專訪 - 遠東巨城 Eating 零距離建構一座最有溫度與人性的智慧商城

● 行動點餐

消費者於 APP 瀏覽各餐飲櫃位菜單並且可同時對多家專櫃下單點餐，再透過 APP 行動支付、雲端發票載具、線上停車折抵等整合服務，快速完成點餐結帳及消費折抵停車費，最後待專櫃製餐完成，APP 推播取餐通知後再靠櫃取餐，相較現行常見點餐流程，可大幅減少選擇餐點、排隊結帳及至服務台折抵停車費的時間。

● 美食外送

在 COVID-19 疫情影響下，巨城加速數位化腳步，與 Uber Eat 合作推出美食外送服務，同時優化 APP 功能，使用美食外送服務的消費者能自行於 APP 完成 Happy Go 累點補登，讓消費者權益不受影響。



▲ 服務人員指導顧客體驗行動點餐服務。



▲ 巨城攜手 Uber Eat 推出美食外送服務。

● 親子專人送餐服務

巨城於 4F 美食街規劃親子用餐專區，提供適合幼兒的舒適用餐空間並推出假日親子專人送餐服務。家長可於 APP 行動點餐過程中，輸入親子用餐專區桌號並完成結帳動作，APP 將自動通知專櫃製餐及送餐人員取餐送餐，使家長不需離席點餐取餐，增加用餐便利與安全。



▲ 4F 美食街規劃親子用餐專區並提供專人送餐服務。

親子友善購物中心

新竹市與竹北市的出生率全台名列前茅，親子客群是巨城重要的服務對象，打造親子友善購物空間，是巨城重要的服務目標。巨城作為新竹每個家庭的好鄰居，規劃多元的親子友善服務，提供一個出門沒有負擔的休閒娛樂空間，協助舒緩育兒壓力並增進家庭和諧。

親子友善服務

哺集乳室



巨城之哺集乳室位於 2、5 樓共 2 處，有專業護理師給予母嬰即時協助，並提供免費尿布、濕紙巾、清潔劑、飲水機、冰箱、消毒鍋、益智遊戲、雜誌故事書及寶寶成長紀錄卡等完整軟硬體設備，空間寬敞明亮，環境舒適安全，連續 8 年獲得新竹市公共場所哺集乳室特優認證或哺集乳室競賽公共場所組第一名（或特優）之佳績。

美食街兒童用餐專區



設有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，2020 年巨城於 APP 導入行動點餐及假日親子專人送餐服務，能降低親子客群離席點餐取餐之不便。



▲ 創藝大樓 5F 全新哺集乳室於 2020 年建置完成，擁有充滿童趣的設計。



寶寶爬行比賽

自 2012 年起每年舉辦，累積為 1,300 組寶貝參賽者提供服務，帶給無數家庭充滿樂趣的珍貴回憶。



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，為育兒父母及嬰幼童提供無壓力的如廁環境。



BBC 三合院親子休息區

規劃有故事繪本區、玩具區、造型拼圖牆、休息座位等兒童育樂設施，為親子客群提供免費休憩空間。



嬰兒車租借服務

1 樓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，降低親子客群停車壓力。



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，為親子提供一站到式服務。



▲ 2020 年寶寶爬行大賽大寶組冠軍家庭歡樂合影



▲ 2020 年 5 樓改裝，呈現嶄新面貌並引進完整婦幼及兒童專櫃品牌。

COVID-19 防疫佈署

「安全商場」是巨城給予顧客、員工及供應商重要的承諾，COVID-19 在 2020 年襲捲全球，帶給百貨零售業巨大挑戰。巨城秉持審慎態度，於 2020 年 1 月即成立防疫指揮小組，由董事長親自頒佈防疫政策，總經理擔任總指揮官，密切關注疫情發展，制定防疫措施並持續檢討改善。

社會面

巨城審慎面對疫情，防疫措施規劃完整並受到新竹市政府肯定，受邀參與新竹市政府產業防疫活動並擔任主要分享者，與同業分享防疫規劃並開放讓同業實地參觀深入了解，協助新竹同業提升防疫品質，維護大眾健康安全；巨城並運用 Facebook、APP 訊息推播、LED 電視牆宣傳，主動即時與消費者進行防疫措施宣導，鼓勵消費者共同響應防疫政策。



▲ 新竹同業在市長帶領下至巨城考察防疫措施。

營運面

巨城落實所有顧客於入口處（包括：大門、停車場、停車塔）及接駁車乘車處量測體溫，為商場安全第一道防線嚴格把關；加強商場清潔消毒頻率並於近 70 個重要出入口及通道設置消毒酒精供顧客使用；美食街減少座位並加大餐桌間距；商場空調全天候換氣確保空氣品質；暫停免費兒童玩具使用；加速數位轉型，推出美食外送服務，使消費者美食體驗能延伸至居家空間。



▲ 落實出入口體溫量測，為商場安全把關。

員工面

加強員工疾病防治衛生教育、要求員工 / 專櫃同仁 / 委外同仁 / 廠商 / 訪客進入購物中心需量測體溫並配戴口罩、於疫情高峰期每周免費發放 5 個口罩予內部員工、啟動分區辦公、導入 ZOOM 線上會議系統、進行員工及其眷屬旅遊史調查、員工活動改變形式避免群聚（如：慶生會改以個人餐點提供、春酒改發放福利金）。



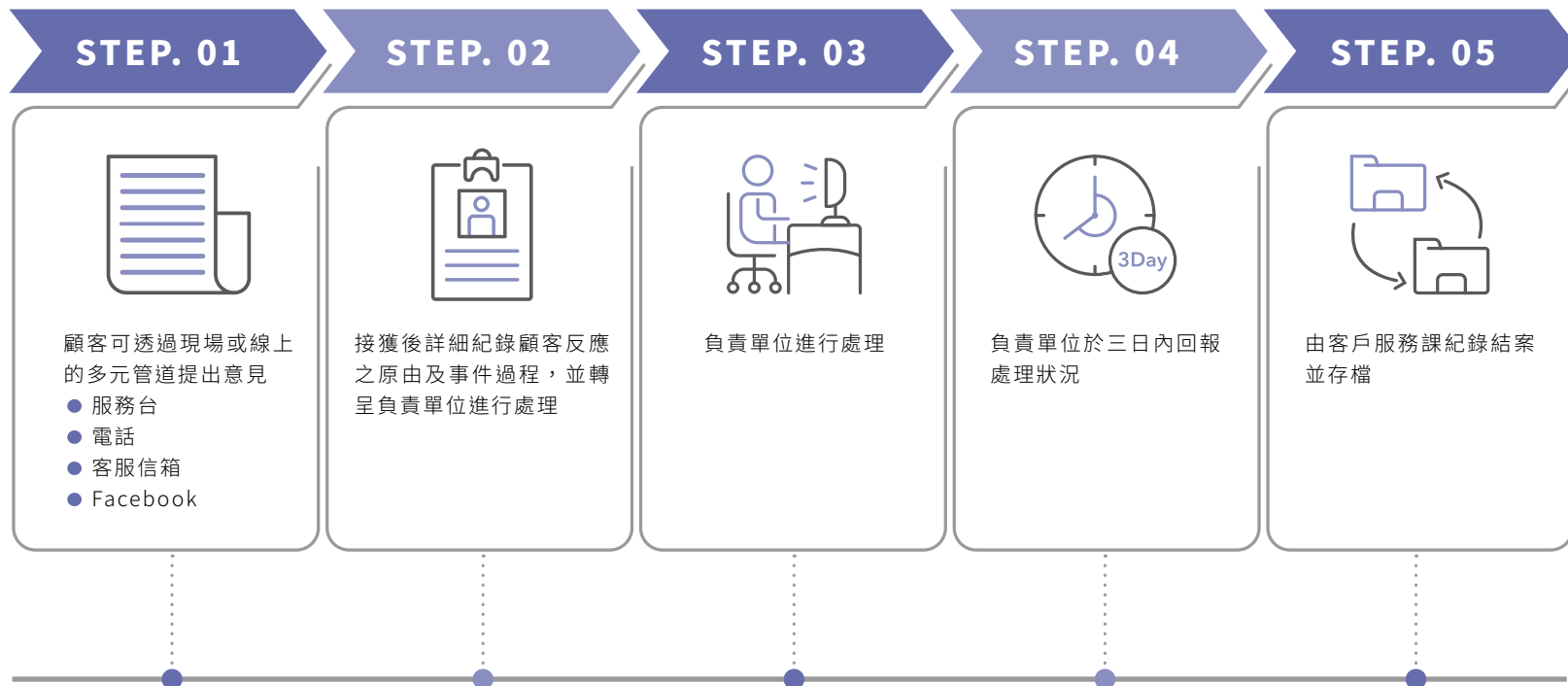
▲ 疫情高峰期，巨城每周免費提供 5 個口罩予內部員工。

顧客服務與溝通

巨城重視服務品質，客服新進同仁皆參與完整的新人指導計畫，包含：新進人員訓練、收銀訓練、完成新人指導手冊、各樓層服務台實習…等，以熟悉企業文化、服務禮儀及業務內容，並經由主管確認學習成果後，始獨立執行業務。

巨城提供多元的顧客意見表達管道，包含：服務台、服務電話、客服信箱，許多消費者也會透過 Facebook 社群留言及 CSR 信箱給予回饋。客服課於收到顧客意見後會轉知權責單位處理，權責單位需把握與顧客溝通的黃金時間於 3 天內回報處理情形，由客服課紀錄並呈報相關主管。2020 年巨城接獲客訴案共 149 件，年減 10% 且處理完成率 100%；接獲顧客表揚 15 件，相較前一年度減少 2 件。

顧客意見處理流程



供應商管理

巨城合作的供應商分為二類，一為專櫃廠商，如：專櫃、超市、影城、量販店等；另一為一般供應商，如：庶務、工務及委外廠商等。巨城就不同供應商類型設計對應的管理機制，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備合法正當性，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，2020年簽署完成櫃位佔94.2%，佔年度營業額之84.0%。

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，以期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。2020 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 94.4%。

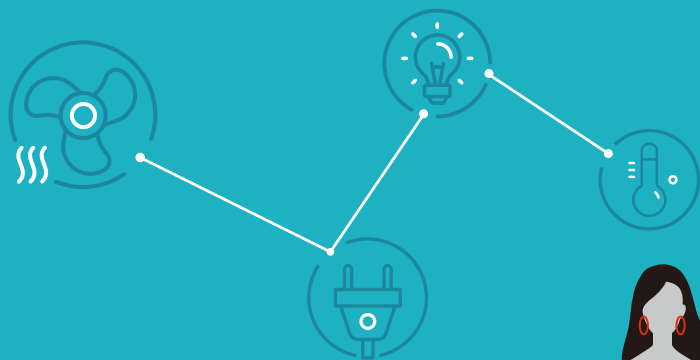
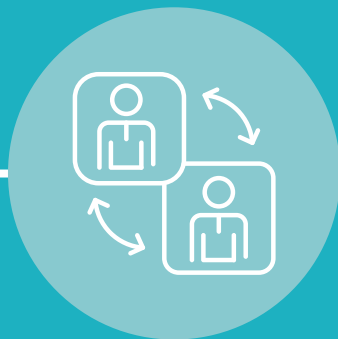


供應商社會責任
承諾書及巨城投
開標平台



08

邁向低碳營運

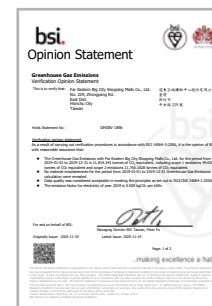


08 邁向低碳營運

全民友善地球意識不斷提升，環保已經是企業永續經營不容忽視的重要課題，企業展現對環境永續的努力已不再是選擇項目而是必備項目。巨城為北台灣最大的購物中心，身為地球公民，巨城積極展現企業對環境永續的擔當，實踐「Big City, Big Green.」的承諾，以為消費者「打造綠色購物旅程」為目標，用更環保的服務流程降低消費過程的碳足跡。

溫室氣體盤查

組織溫室氣體盤查是落實溫室氣體減量計畫的基礎，巨城於 2020 年導入 ISO 14064-1：2006 溫室氣體盤查，以 2019 年組織溫室氣體排放量為標的，通過第三方查證 (BSI)。根據盤查報告顯示，巨城 2019 年的組織溫室氣體排放量為 11,814 公噸約當碳排，其中 Scope 2 能源間接溫室氣體排放量 (即外購電力) 佔總排放量之 99.58% 為最大宗，意味著「節電」是巨城達成溫室氣體排放減量的重要關鍵。

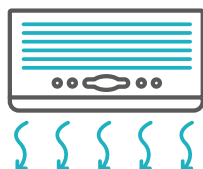


能源管理

巨城於 2019 年通過 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，巨城於 2020 年持續通過 ISO 50001：2018 能源管理系統複查 (SGS)。

2020 年節能行動

冰機系統改善



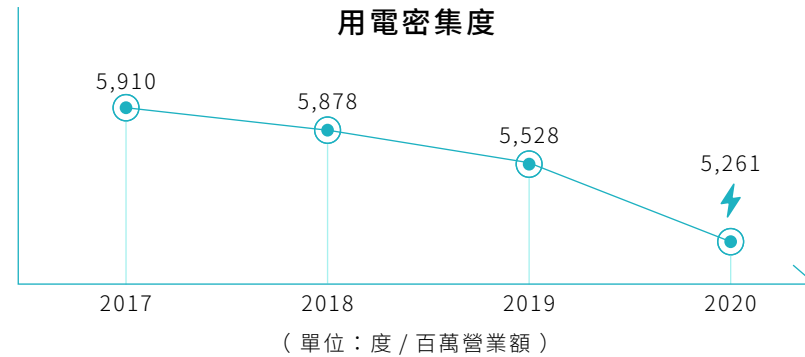
2019 年第 4 季推動冰水系統節能專案 3 期計畫，2020 年 4 月第 2 期工程完工並投入運轉。第 2 期工程共為冰水系統 28 部周邊設備 (如：冷卻水泵浦、冰水泵浦及冷卻水塔風扇) 新增變頻裝置，並建立冰水系統監控軟體及增加設備遠端開關控制，大幅改善過去全載運轉與人工操作的能源耗費問題。

停車塔燈光節能



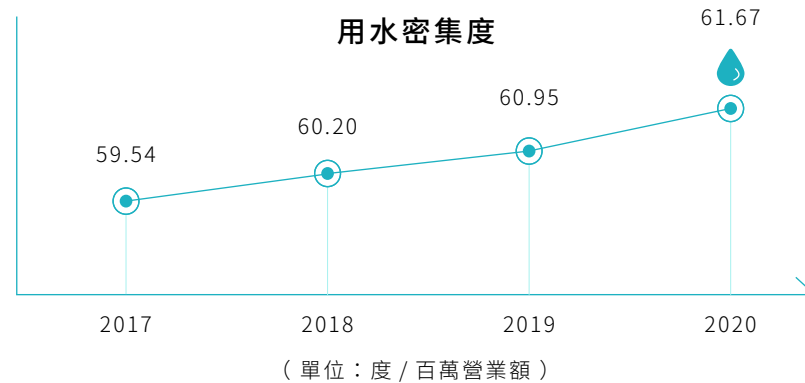
停車塔燈光設備設立計時器開關，取代過去人工現場操作，經常提前開啟與延後關閉的耗能現象。

2020 年巨城用電密集度為 5,261 度^{註1}，年減 4.84% 並持續維持下降趨勢，2021 年巨城將持續推動冰水系統節能專案第三期工程以提升能源績效。



水資源管理

冰水主機系統、餐飲櫃位、洗手間等為巨城主要用水設施，因此氣溫、餐飲櫃位佔比、來客數、業績等皆為影響用水的重要因子。巨城運用 BI 商業智能系統定期分析全館及餐飲櫃位用水資訊，透過視覺化圖表分析幫助檢視用水合理性，巨城同時實施定期檢查防止漏水等資源浪費現象。水資源管理充滿挑戰，巨城仍持續努力。2020 年巨城用水密集度 61.67 度^{註1}，年增 1.19%，主因為 2020 年 7 月創藝大樓啟用增加洗手間數量及餐飲櫃位增加。



2020 年省水行動



空調冷卻水回收

設有空調冷卻水回收系統，回收水用於洗手間馬桶沖灌。



節水衛浴設備採用

洗手間改裝專案，皆採用節水標章產品。

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。

2020 年減廢行動

教育訓練



舉辦廢棄物清運處理訓練，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、分類重點及管理規則，2020 年共辦理 2 梯次，受訓 263 人次。

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。

2020 年巨城廢棄物密集度為 0.225 公噸^{註1}，相較於 2018 年減少 1.43%^{註2}。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，2020 年可回收垃圾佔總體廢棄物之 46.50%，相較於 2018 年提升 18.78%^{註2}，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、用水量及廢棄物產生噸數，乃依一定比例分攤後，僅以巨城部分計算。

註 2：2019 年因發生不可歸責於巨城之特殊事件，使廢棄物產出量提高，較無比較意義，故與 2018 年比較。

落實管理



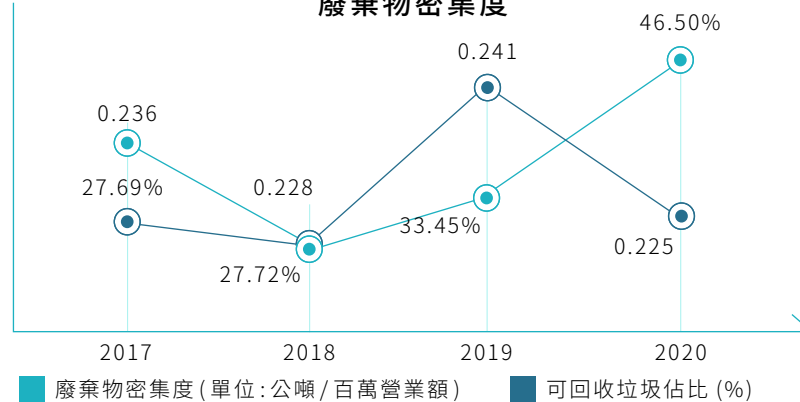
要求專櫃廠商加強廢棄物分類並由清潔人員進行檢查，清潔人員於回收場仍再次執行撿拾分類以提升可回收垃圾佔比。

洗手間減廢



響應環保政策鼓勵消費者直接將衛生紙投入馬桶，並於全館約 85% 的洗手間設置烘手機，減少廢棄物生成。

廢棄物密集度



紙資源管理

巨城了解節約用紙是人人可以實踐的環保行動，對森林及水土保持帶來幫助，對於經常面臨缺水問題的台灣尤為重要，巨城善用數位科技的力量，降低文化用紙使用量，經過長期累積成果顯著。

推廣雲端發票載具

巨城響應政府推廣雲端發票載具政策，透過舉辦競賽獎勵活動、加強教育訓練、調整收銀結帳流程、支援多項雲端發票載具供消費者選擇等方法，持續提升年度雲端發票載具使用量。

2020 年巨城參加財政部「全國營業人開立雲端發票競賽活動」以競賽期間成長率 12.79%，連續 2 年獲績優總機構獎第 4 名肯定；2020 年全年雲端發票載具使用量年成長 14.0%。

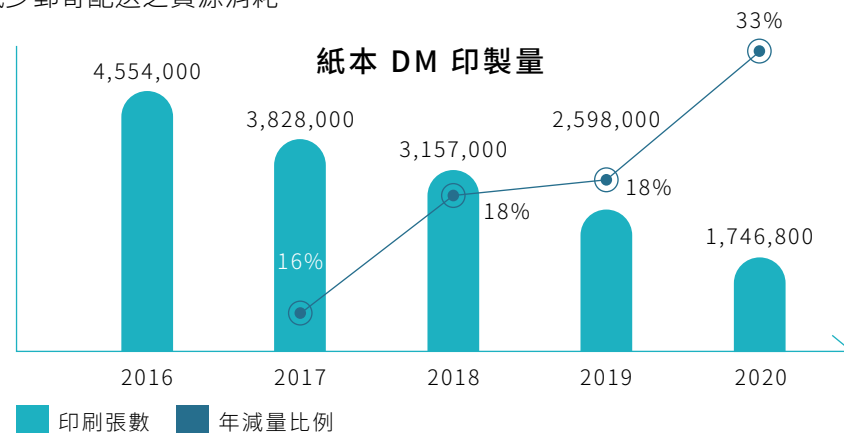
減少紙本 DM 印製

巨城積極發展數位行銷，透過 Facebook、Instagram、APP、eDM 等數位管道，提供即時商品與活動資訊，觸及廣大消費族群。2020 年底，巨城 Facebook 粉絲團擁有約 64 萬粉絲大軍，廣告價值為 280 萬歐元（約新台幣 9,500 萬元）^註，巨城善用社群經營成果，透過數位行銷活動，推動粉絲轉化為 APP 會員，再於 APP 推播行銷資訊、舉辦集點活動及互動遊戲兌換抵用券或各式贈禮，將 APP 會員導流線下進入實體賣場。

數位行銷於促進紙本 DM 減量上帶來顯著效果，加上消費者環保意識抬頭已逐漸養成瀏覽 eDM 習慣，2020 年巨城紙本 DM 印製量約 174.7 萬張 A4 紙，年減 33% 且連續 4 年維持減量趨勢，同時可減少郵寄配送之資源消耗。



▲巨城獲財政部頒發「全國營業人開立雲端發票競賽活動」績優總機構獎第 4 名肯定。



註：Fanpage Karma 為 Facebook 數據分析平台，巨城透過該平台成效分析，取得粉絲團廣告價值。

行政流程數位化

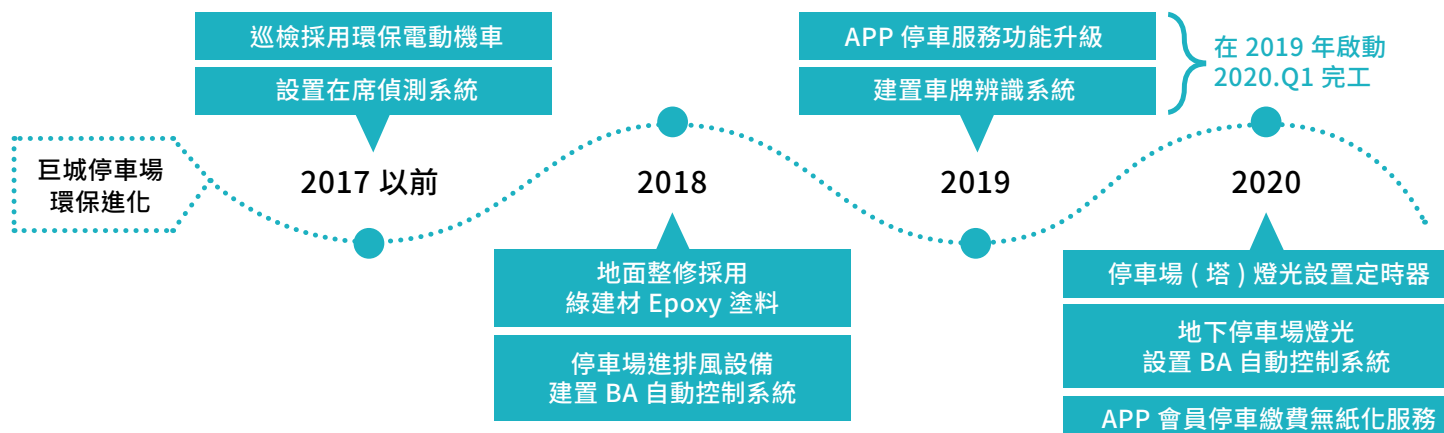
自 2017 年下半年起，巨城持續推動內部行政流程數位化，已陸續啟用採購管理、庫存管理、費用請款、專櫃營運、人事管理、工務管理等等模組，2020 年再增加主管考勤、教育訓練、廠商交涉、事件處理報告等相關表單。累積至 2020 年底已完成約 40 張表單流程數位化，2018-2020 年電子表單累計啟動約 8.4 萬次，加上相關附件電子化，能有效減少文化用紙使用量及儲存空間資源之耗費。

綠色交通

新竹居民以汽機車為主要代步工具，巨城每年來客數約 1,500 萬人次，為降低顧客汽機車對社區交通帶來的影響，並補足大眾交通工具不足的最後一哩路，巨城長期推廣減碳與零碳交通、持續優化停車場管理流程並協助所在社區提升交通品質。

【特輯】建置綠色智能停車場

巨城擁有北台灣最大的室內停車場，汽車停車位約 3,000 席次，2020 年進車約 250 萬輛次，為提升停車場運轉效率，加速車輛進出場速度以減少對商場周邊交通之影響，及透過多元方法建設更環保的場域，巨城自 2018 年起連續 3 年進行停車場綠色智能升級。



● 車牌辨識及停車繳費無紙化服務

2019 年啟動車牌辨識系統建置專案，進行停車場軟硬體設備全面升級並於 2020 年 3 月完工投入運轉，結合車牌辨識功能與巨城 POS、APP 停車折抵服務，提升汽車進出場速度及停車折抵便利性、全面淘汰傳統塑膠停車票幣；2020 年 12 月再次優化，使巨城 APP 會員能透過行動支付及雲端發票載具功能，達到停車繳費無紙化。

車牌辨識系統上線後，保守估算每部車進出場合計約可減少 10 秒鐘等待時間，每年可減少約 7,000 小時的汽車怠速^{註 1}，相當於節約 24,500 公升汽油，約減少 55 公噸碳排放^{註 2}。

● 停車場節能控制

為提升停車場耗能設備管理效能，巨城分別於 2018、2020 年完成地下停車場進排風設備及燈光設備之 BA 自動控制系統，透過電腦網路將在不同區域的設備連結在一起統一管理，以達到節能、預警、連動、安全等功能效益。此外，2020 年亦為停車塔燈光設備建置燈光定時器，減少能源耗費並節約人力成本。

● Epoxy 環保綠建材使用

2018 年巨城停車場進行地面整修，採用具綠建材標章的環保 Epoxy 地板塗料且塗料選用有助於物理反光的灰色系，利用物理反光增加明亮度，節省燈光用量。

推廣減碳與零碳交通

巨城提供減碳與零碳交通服務，包含：免費接駁車、YouBike，給予消費者更環保的交通選擇，對於減少交通碳排及降低商場周邊交通壓力帶來助益。

免費接駁車^{註3}

為全台載客量最大的商場接駁車，2020 年累積搭乘 109 萬人次、減碳量約 93 公噸、接駁車顧客滿意度 95%；自 2012 年開幕起至 2020 年底累積搭乘約 1,180 萬人次、累積減碳量約 1,007 公噸、相當於 2.59 座台北大安森林公園一年吸碳量。

YouBike

巨城鼓勵顧客以腳踏車取代汽機車之使用，每年皆推出相關行銷活動，如：2020 年「巨城周年慶，一騎 YouBike 美食好禮 Big 給你」活動，鼓勵消費者搭乘零碳交通。YouBike 遠東巨城購物中心站之借還量是新竹市 YouBike 系統第 2 名（僅次於新竹火車站），2020 年借還約 21 萬人次，以巨城至新竹火車站距離 1.2 公里估算，減碳量約 16 公噸^{註4}；2018-2020 累積借還約 71 萬人次，累積減碳量約 54 公噸。



促進社區交通品質

巨城是在地居民的好鄰居，利用自身的資源來提升社區交通品質，包括：

社區里民優惠停車服務

為協助解決社區居民停車空間不足問題，巨城每年皆提撥一定數量的停車位並以低於市價之優惠租金供社區居民租用。車位月租服務深受居民喜愛，出租率皆接近 100%，有助於改善社區居住環境與交通問題。

新竹市免費公車候車亭捐助

2020 年巨城與新竹市政府及台灣電力公司合作，由巨城捐助 350 萬元協助建置新竹火車站公車候車亭並於 2020 年 9 月啟用，除巨城接駁車停靠使用外，也與新竹市免費公車共享，為市民提供更舒適的搭乘環境，協助推廣大眾交通工具，引導市民加入低碳交通行列。

註 1：以 2020 年全年汽車進場數約 250 萬輛次推估。

註 2：以汽車怠速每小時消耗 3.5 公升汽油且每公升汽油產生 2.26 公斤碳排推估。

註 3：接駁車減碳量估算原則於 2020 年進行修正：免費接駁車單趟行經路線約 1.4 公里；營業遊覽車（柴油）、自用小客車（汽油）、機車（汽油）之碳足跡係數，分別為 0.0441、0.0951、0.115；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 X 碳足跡係數」計算碳排放，並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 4：以行政院環保署網站之碳排放計算器計算之。



▲新竹市免費公車候車亭，為居民提供更好的乘車環境。

綠色採購

巨城透過綠色採購驅動供應商提供友善環境的產品與服務，如：停車場使用具綠建材標章之 Epoxy 地板塗料、購物提袋與美食街備品（如：餐巾紙、餐墊紙、筷套）採用取得 FSC-COC 森林監管鏈認證之廠商提供用紙來源、採用具環保標章之燈具 / 衛浴設備 / 衛生紙 / 擦手紙、停車場巡檢車輛全面採用環保電動機車等。

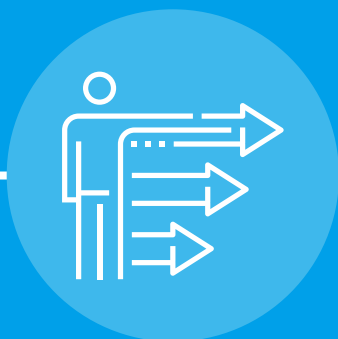
2020 年巨城綠色採購金額約 560 萬元，2018-2020 年累積約 2,600 萬元，且於 2018-2019 年連續 2 年獲得新竹市環保局「民間企業與團體綠色採購績優單位」之肯定，2020 年亦已達到獲獎資格。



▲巨城（右 5）獲新竹市環保局頒發「民間企業與團體綠色採購績優單位」之肯定。

09

迎向未來



09 迎向未來

展望 2021 年，COVID-19 疫情在國際間仍未獲得良好控制，國內疫情亦面臨嚴峻挑戰，巨城承諾秉持審慎態度落實各項防疫措施，為顧客、員工、供應商的健康安全把關，提供一個值得信賴的休閒購物場所。

疫情促進消費者行為的快速轉變，低接觸服務需求迅速提升，如何持續連結消費者成為實體零售業面臨的巨大挑戰。「體驗」向來是實體通路的重要關鍵，巨城將持續引進話題品牌、強化服務品質、優化 APP 提升數位服務、發揮社群優勢，以因應消費市場的快速轉變，透過更即時便利的整合性服務，提升顧客購物體驗，掌握消費足跡。

巨城關懷社會的腳步不停歇，期許發揮自身平台優勢，串聯夥伴資源，為社會關注的議題，給予更多協助，包含：推動捐血與肝病防治為促進社區健康持續努力、舉辦多元樂齡活動協助高齡化社會議題、為青年培力與為弱勢發聲成為學校與社區的支持者等等。巨城將委託安侯永續顧問管理公司以真實價值方法學，就藝文展演、健康促進、社區共融、弱勢關懷等四大公益面向，進行開幕 1-10 年社會真實影響力量化評估，並作為未來推動公益活動的重要參考，持續發揮暖實力，成為一個有溫度的企業。

正視環境問題是每個企業的責任，巨城持續推動節能專案以提升能源效率、推動汗水納管計畫以降低對河川生態之影響、加強資源回收減少廢棄物生成，並持續運用數位科技引導顧客改變購物習慣，降低消費過程碳足跡。

2021 年，巨城即將邁入開幕第 10 年，持續深耕企業社會責任，追求 ESG 永續發展，投入相關資源並發揮自身影響力，以期在提升經營績效的同時，亦為員工照顧、社會公益與友善地球盡心盡力。



▲ 2020 年巨城耶誕攝影比賽第一名作品。

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

李燕玲、林可薰、徐秉弘、張炳富、
陳育傑、傅心慧、游欣宜、黃俐菁、
黃政忠、黃景臻、楊荔茹、楊曉蕙、
葉哲倫、廖茂為、劉紫瑄、鄭保志





官網



APP (iOS)



APP (Android)



CSR 網站

BigCity

03-623-8000
台灣新竹市中央路229號