

高一商經科企業參訪報告

參訪地點：遠東巨城購物中心

參訪日期：108年4月19日

班級：商一二

組員：6 唐郁凱

14 何佳誼

23 洪子凌

35 劉芷彤

36 蕭好珍



目錄

一、工作分配	1
二、巨城購物中心介紹	2
三、專櫃介紹	4
四、訪談內容	6
五、參訪心得	7



一、工作分配

表一 工作分配表

工作分配	負責人	工作內容
製作	蕭好珍、洪子凌	將收集的資料及照片製作成報告
查資料	唐郁凱、劉芷彤	蒐集報告相關內容
照片拍攝	何佳誼	拍攝相關內容
心得感想	全體組員	參訪後的感想



圖一

二、巨城購物中心介紹

(一)公司簡介

於 2012 年 4 月 28 日開幕(4 月 23 日，遠東巨城購物中心試賣)，一座位於臺灣新竹市東區的大型購物中心，總土地面積 11,920 坪，為北台灣最大購物中心。購物中心分為樓層地上 12 層、地下 5 層，停車位數為汽車 3000 輛及機車 3000 輛。室內設計由英國設計公司 concept i 及香港 Benoy 建築師事務所負責。因新竹屬於多風的氣候，碗狀建築設計可利於控制空調。Big City 可分為兩大部份，一邊為遠東巨城購物中心，另一邊為遠東 SOGO 百貨。



圖二 巨城標誌

(二)品牌項目

內部包含較大型店家(愛買、無印良品、大創百貨等)知名 3C 品牌(遠傳、OPPO、SONY Smartphone 等)、國際休閒服飾(GAP、H&M、The North Face、UNIQLO 等)、大型餐廳、棒球打擊練習場、保齡球場、高爾夫球模擬場、健身俱樂部、威秀影城、誠品書店等，品牌數量數以百計。



圖三 COOL-STYLE 潮流生活網

(三)經營理念

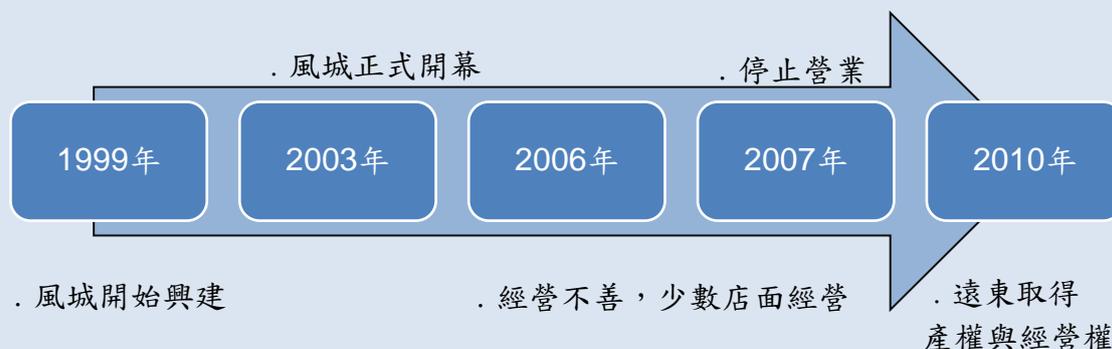
遠東集團一直以優良的商譽，穩固的經營及強烈的企圖心，發展集團事業，以「Simpleforyou」服務理念與「Newlife」環保概念為經營與設計主軸，堪稱北台灣「尚」大購物中心，提供新竹地區的人民與各地遊客擁有優質的娛樂場所和休息的好地方。



圖四、五 巨城外觀

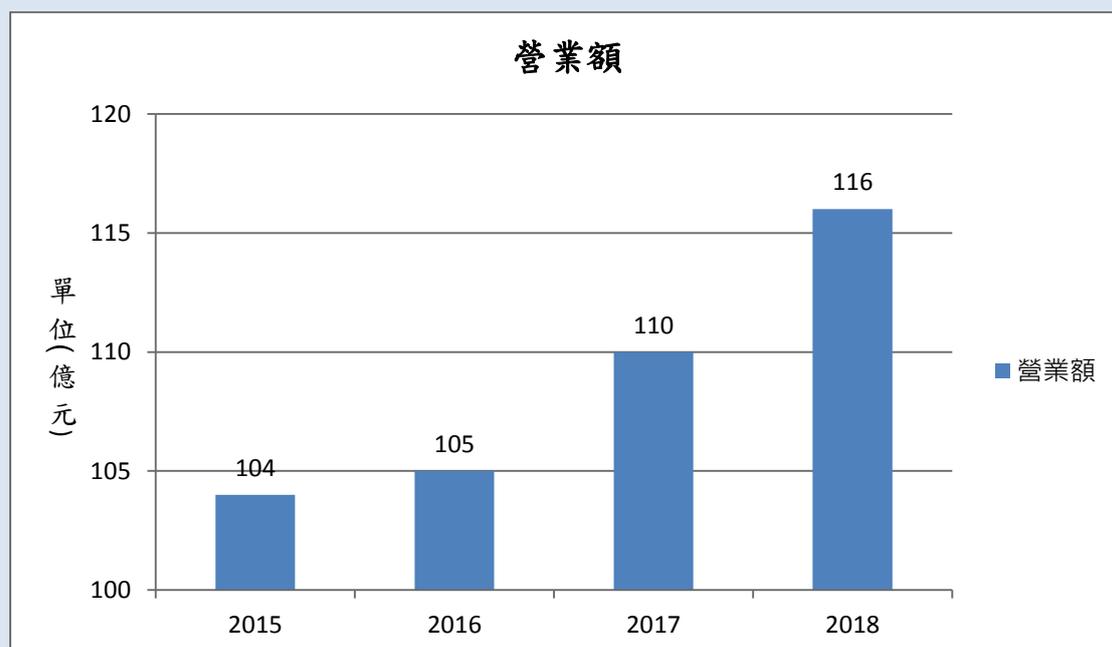
(四)企業轉變

風城購物中心計畫投資金額達新台幣 160 億元，為民間建設重大投資案。於 2003 年正式開幕，卻在 2006 年出現大量負債，導致許多店家撤出，也遭電力公司斷電，在 2007 年底歇業。事隔三年，遠東集團在第三次拍賣中以競標方式獲得產權及經營權，於 2012 年以 Big City 遠東巨城購物中心開幕。



圖六

(五)巨城各年營業額



圖七

資料來源

https://zh.wikipedia.org/wiki/Big_City%E9%81%A0%E6%9D%B1%E5%B7%A8%E5%9F%8E%E8%B3%BC%E7%89%A9%E4%B8%AD%E5%BF%83#cite_note-16
<https://blog.xuite.net/apex.cheng/wretch/224895207>

三、專櫃介紹(shu uemura)

(一)品牌介紹

由日本代表性的彩妝大師植村秀(第一位日本男性化妝師)成立。1955 年好萊塢到日本拍攝，植村秀因擔任化妝師助手第一次接觸到好萊塢的經驗令他驚奇。1964 年在日本創立第一家化妝工作室、1965 年開設一家化粧學校、1966 年發明了世界上第一款卸妝與清潔合一的潔顏油。在 1967 年成立「日本化粧公司」，1982 年改為「植村秀化粧品公司」，1983 年開設以「shu uemura」為名號的美容精品 1 號店，之後被全球最大化妝品製造商的法國歐萊雅集團收購。



圖八 植村秀標誌

(二)品牌理念

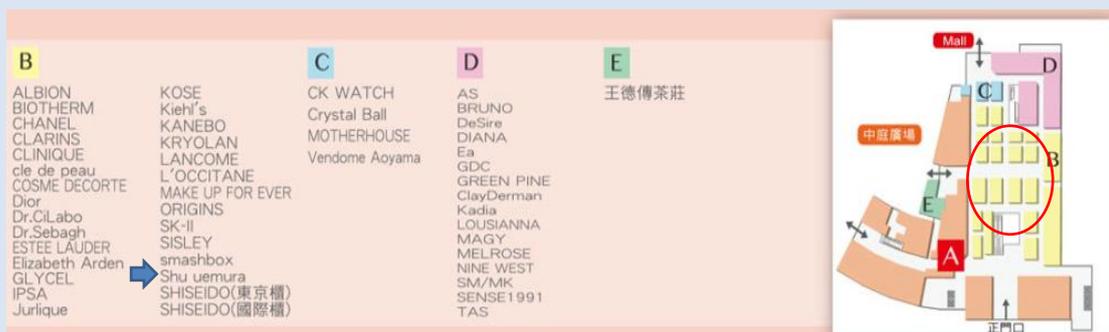
「守破離」的本質是一種日本哲學，植村秀信奉它的開創精神，鼓勵打破傳統開創個人的風格，從服從敘述學習的階段、挑戰界限，最後變得超越或精通，循著「守破離」的精神，植村秀先生在他的職涯上形成創新的記錄，改變化妝品的樣貌。植村秀美容精品店搬到表參道 Hills 從街道，一個巨大的明亮盒子吸引了通過透明玻璃前面的表參道群眾的注意，進入精品店後，馬上會看到新的美容桌含六個座位以及個別的鏡子，靈感來自品牌的理念「美麗彩妝始於美麗肌膚」，植村秀已倡導此款新美容桌提供全方位從護膚到化妝的服務，很快地擴展而變成國際性的美容主要產品。以超卓的日式服務態度和專業精神，為消費者提供優秀的服務。



圖九 專櫃照片

(三)專櫃設置地點

shu uemura 屬於 Big City 內部遠東 SOGO 百貨的小專櫃。



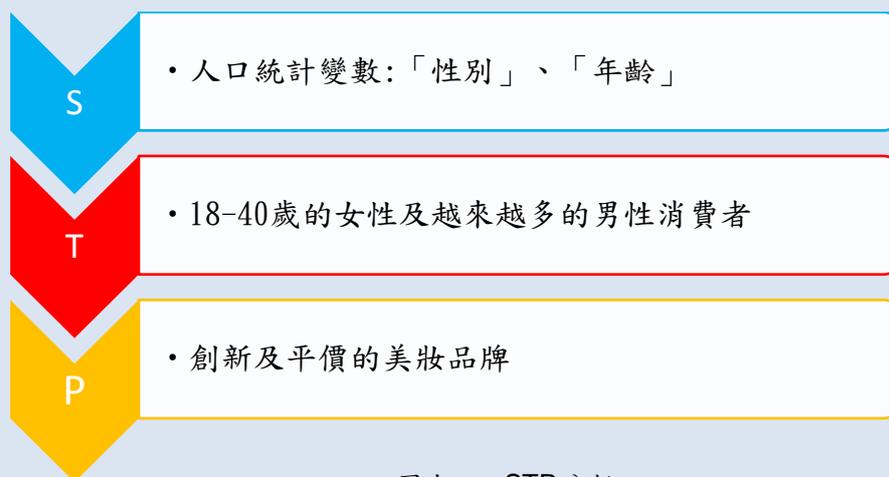
圖十 專櫃位置圖

(四)SWOT 分析

表四 SWOT 分析

	S 優勢	W 劣勢
內部	<ul style="list-style-type: none"> *商品多樣化 *堅持品牌特色 *品牌地位在化妝品創新的最前線 *明星代言提升商品知名度 	<ul style="list-style-type: none"> *客群範圍偏小 *價位偏高，少數人不接受 *無法滿足某些族群的需求
外部	O 機會	T 威脅
	<ul style="list-style-type: none"> *網路購物盛行 *男性化妝比率提高 *創新的想法 	<ul style="list-style-type: none"> *同樣價位的競爭 *日系品牌眾多 *與平價品牌落差太大

(五)STP 分析



圖十一 STP 分析



圖十二 專櫃



四、訪談內容

Q1：工作時間及休假？

A1：一天工作時間為 9 小時，是採排班制，休假時間為一個月 2 天。

Q2：從事此事業需要那些訓練或經驗？

A2：有些可能會要求要有一些同類型的職場經驗，並且公司會安排職前訓練

Q3：從事此事業需具備哪些能力、特質或興趣？

A3：一定需要基本的業務能力，因為是彩妝專櫃，所以還需要懂的為他人上妝，並且在面對顧客諮詢時，也要有能夠應對問題的能力，這是非常重要的！

Q4：從事此事業的缺點？

A4：因為是百貨業，且採排班制，上班時間可能會與一般人的不大相同

Q5：在工作面臨過那些壓力或困境？

A5：做這類型的主要是業績壓力，沒有達到該有的業績壓力不是一般的大。遇到的困境方面大概就是有時候會遇到比較難以言喻的顧客，這也是比較難理的。

Q6：如何介紹及推銷產品？

A6：最主要是要因應每個顧客不同的需求，給予不同的回覆，需先了解顧客是否有特別的需求，再進一步給予建議，甚至藉此搭配其他商品，達到連鎖的效用，也會讓顧客當場體驗商品的效果，讓顧客親身體驗，更具吸引力

Q7：對有意從事這些工作者的建議是什麼？

A7：最重要的當然就是肯吃苦！並且要多學習，這類型的商品近年來一直不斷的推陳出新，多學習才能更有效的推銷商品。應對能力也是非常重要的，每個顧客的態度可能不太一樣，這也是一個重大的挑戰啊！



圖十三 與 shu uemura 店員合照

五、參訪心得

6 唐郁凱

這次花了下午的時間到院遠東巨城百貨進行職業參訪的活動，一開始在中庭拍照覺得超漂亮的，在簡報室進行公司介紹（雖然我聽到快睡著了）沒關係我們接下來去參觀了遠東購物中心，逛一逛，我們找到了一家，讓我印象最深刻的是在訪問那個超正的女店員時，我整個超緊張的，因為我是提問的人所以在面對陌生人時難免會稍些害羞，不過那個女店員超好聊的問他問題他幾乎都會回超熱心的，此次參訪讓我覺得超有趣，第一次去不熟的地方問不熟的人，覺得是一個非常不錯的體驗。



14 何佳誼

這是我第一次去新竹遠東巨城百貨，之前對他的印象就只是總面積很大，這次真的到巨城，心裡第一個想法是，它的場地真的大的名不虛傳阿！經店長的介紹知道了商場總樓板面積為 102,376 坪，真的是令人歎為觀止阿！這次我們去訪問的專櫃是 shu uemura，此品牌從護膚到彩妝等產品都提供全方面的服務，我和媽媽也是這品牌的忠實粉絲呢！我們這次訪問的櫃姐十分和善，回答問題時也很盡心，因為這是我們第一次這樣自己親自去訪問，難免會有點緊張跟尷尬，那個櫃姐還很主動地跟我們聊天，讓我們放鬆心情，那時我知道了擔任櫃姐也是很不一樣的，真的需要好的說話技巧，心裡也非常地佩服她們。非常希望之後還有機會可以去一些地方做參訪，這種親身體驗的活動更具吸引力，並且更能體會到現在職場的感覺。



23 洪子凌

這次職業參訪我們去了新竹巨城百貨，一進到中庭裡面大家就是一陣驚呼，因為實在是太大了啊！裡面也有好多我們熟悉的品牌，大家看到都好興奮，聽完了巨城相關的介紹之後，讓我們初步了解巨城，也讓我們這次參訪收穫更多。選擇櫃位時我們思考了很久，最後才選擇了植村秀，原本還有些緊張，而且當時櫃位也有客人，櫃姐還是抽空親切的回答了我們所有的問題，讓我們的訪問能夠順利進行。可惜的是自由時間並不多，希望下次還有機會去好好逛逛。



35 劉芷彤

今天去遠東集團的 Big City，學到了很多有關商業上的知識，一開始下車之後他們的店長帶我們去一個演講廳，開始為我們講解他們從 2010 年花了 58.89 億標下風城百貨，和他們怎麼分析整個市場的走向，再去選擇是要多元化還是專攻一個區域，從原本的負債到現在商場營業額高達 116 億，他們利用了網路、媒體、社群軟體，來增加他們的知名度，也很鼓勵民眾打卡，和一般的傳統百貨公司的做法不太一樣。而且他們內部的走道設計不會讓你感覺到擁擠，讓民眾能非常舒適地在裡面購物。我們去訪問一個專櫃 shu uemura 植村



秀的櫃姐，他們說他們的工作時間和一班的上班族不一樣，是採取輪班制的，還要學習如何面對各種的客人，隨時臉上都要掛著笑容，還要詢問客戶的需求來做一個商品的搭配，我以前都以為當櫃姐很容易，但是聽到他們這樣說之後...就覺得沒有一個職業是輕鬆的，都需要努力才能達成最理想的目標。

第一次去巨城真的覺得很大，比華泰名品成或大江還要大好幾倍，跟巨城經理說的模一樣大江都變小江了。而且裡面有好幾百個品牌在購物中心裡面，真令人大開眼界。其實裡面還有很多國際品牌，殊不知還是有那麼一些些完全沒聽過，尤其是化妝品、香水跟衣服，果然是大集團所開的購物中心，聚集了各國的知名品牌。雖然剛開始在營業的時候是虧損，但在短短幾個月後就消失的無影無蹤。還有剛開始覺得要找專櫃訪問覺得很尷尬，因為已經被拒絕一次就有一點挫折不知道要找誰訪問，但是後來就找了 shu uemura 這個專櫃，其實櫃姐人真的很好，一開始以為又不給訪問了，沒想到會那麼順利呢！而且櫃姐也問了我們一些問題，真的覺得我們找到好專櫃，也藉由這次的參訪了解到許多大型購物中心的內部運作或專櫃經營，更進一步接觸職場。



圖十四 商經科高一

參考資料

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E6%A4%8D%E6%9D%91%E7%A7%80>
<https://www.shuuemura.com.tw/pages/%E5%93%81%E7%89%8C%E7%90%86%E5%BF%>

B5

圖片來源

<https://www.shuuemura.com.tw/>