

104 年 10 月 28 日 高二 商經 科 校 外 參 觀 報 告

雅 聞 魅 力 博 覽 館



白 木 屋 品 牌 探 索 館



科別：商經

年級：二

班級：四

組員：04 邵 禹 傑

05 范 傑 生

24 花 以 涵

33 彭 苡 晴

目 錄



P.1 封面

P.2 目錄

P.3 工作分配表

P.4 雅聞企業起源、簡介

P.5~6 雅聞光觀工廠介紹

P.7 白木屋企業起源、簡介

P.8 白木屋光觀工廠介紹

P.9~12 個人心得報告





工作項目：	工作內容：	負責人員：
攝影	全程拍照，留下小組回憶。	05 范傑生
記錄	記錄整個參訪過程的事件。	04 邵禹傑
查詢資料	查詢報告所需的各式資料。	33 彭苡晴
資料統整	將其他組員提供的資料做收集、整合。	24 花以涵
心得報告	寫下個人對於參訪過程的感受、感想。	全組人員
報告編輯、美化	將報告做適當的編輯及美化，提供報告的完整性及美觀性	全組人員



(圖示由左至右:彭苡晴、邵禹傑、范傑生、花以涵)



雅聞魅力博覽館



公司起源:

台灣雅聞生技股份有限公司 創辦人紀敏吉，原本從事藥廠研發製藥之工作，因其妻子為敏感性膚質，往往為了照顧臉部問題而煩惱，再加上當時市售化妝品無法解決其問題，甚至讓狀況更加嚴重，遂決定投身於保養品研發，希望利用本身豐富的藥理學知識為妻子研發合適的保養品。



公司簡介:

雅聞生技創立於 1982 年，創辦人紀敏吉先生，從事過藥品製造技師、業務員、藥品行銷企劃、營業主管，10 年間走過了完整的藥業經歷，82 年有鑑於「美容市場」商機可期，逐而投資「雅聞」，並以專門生產功能性保養品牌的定位及定期舉辦巡迴「醫學美容」講座，美容技術教育課程，展開以教育為市場開發的獨特經營模式，發展市場，並於北、中、南成立美容補習學校，培育有志投入美容的人員，在教學相長的經營模式之下，快速奠定了「雅聞」美容基業，也因此培育出無數的美容菁英，如號稱美容教主的「牛爾」....等。

為了提升美容營效，改變美容業附屬於髮廊的經營型態，「雅聞」提倡沙龍多元化，沙龍門市化的革新經營策略，首創沙龍兼營機能型內衣，美容保健食品，「雅聞」也從原來的化妝品製造，跨足內衣及保健食品的生產製造，為了美容的技術升級，成立大型化「雅聞 SPA」從此跨足三個製造業及一個服務業，並投入大量廣告。



有鑑於「體驗行銷」的崛起及產業觀光化的風潮，「雅聞」於 06 年利用 GMP 高爾夫花園景觀工廠成立「雅聞魅力博覽館」觀光工廠，並榮獲經濟部優良觀光工廠廠商，利用每年數十萬來訪遊客的參觀體驗，宣揚品牌提升品牌知名度。

在科技與資訊發展的便利，強調多元服務、DIY 體驗消費、優質平價及企業資源整合，連結行銷服務的年代「雅聞」成立整合雅聞各通路的產品、訴求美容保健 DIY、專業服務的複合式美容商店「雅聞美健匯」連鎖，並導入 iPad 雲端諮詢、產品資訊化行銷系統，期待創新美容經營模式，滿足消費者多元、資訊、科技的便利，並擴展海外市場商機。



雅聞光觀工廠介紹



(右上圖: I U L 表示『I LOVE U』，
表示雅聞對消費者的愛護)



(上圖: 雅聞光觀工廠的各式獎狀、牌)



高爾夫果嶺

雅聞有別於一班工廠冰冷灰色建築的印象、園區有 2/3 的空間是綠化景觀。

更設有小型高爾夫果嶺，用高爾夫球場專用草地，在草地上或躺或坐，視遙望天空的絕佳選擇，三五好友並可在這小果嶺上小試身手，享受推桿的樂趣。

(左圖: 雅聞的高爾夫果嶺)

四大產業博覽館

為了讓遊客了解雅聞所從事的化妝品、保健食品、調整型內衣各式產品的製造過程，本館提供專人導覽並設立解說牌，讓遊客充分了解各生產工具及過程。

(右圖: 產業博覽館的各式生產工具及解說牌)





香氛步道走廊

將大自然情境結合十種香氛精油，一邊漫步同時感受香氛噴霧雨灑的視覺與嗅覺享受，吸收大自然的芬多精香氣及負離子，滿滿的負離子能促進代謝循環，讓人神清氣爽。另設置了聞香小木屋，讓人感受各種香味的獨特魅力。
(左圖為雅聞香氛步道走廊及聞香小木屋)



魅力體驗館

以四大主題(化妝品、保健食品、內衣與SPA)作分區，探討四種產業製造生產的奧秘，商品區則販售洗髮精、沐浴乳、護足霜、化妝品等等，商品區還提供多種商品，供遊客體驗，讓遊客喜歡的話再購買產品。

(右圖:商品區各式商品及本校生體驗產品情況)



(左圖:在雅聞的護手霜及香氛娃娃的DIY體驗)



除以上介紹外，雅聞園區還有其他各項設施、景點例如:簡報室、DIY室、高爾夫果嶺、沙坑練習區、生化大樓、SPA按摩區、水生植物觀賞池、戶外DIY教室等等

白木屋品牌探索館



企業起源:

白木屋的創辦人 簡菱臻，她創業前曾是揹負高達 4000 萬元龐大債務，又歷經離婚、罹癌等身心折磨的單親媽媽，靠著不服輸的性格，選擇完全陌生的蛋糕業重新出發，當初只想到「食衣住行，做吃的最快」，而蛋糕對她來說，代表幸福、快樂，於是從事室內設計 20 多年的她以製作「有美感的蛋糕」重新起步，終於成功創立蛋糕業的領導品牌—白木屋。關於白木屋名字的由來，「她以前設計公司的名字就叫白木屋，白是取自《易經》第一卦乾為天，天就是白色，意指“君子自強不息”；過去蓋房子是用木頭，設計公司是幫別人蓋房子的，所以用木字；屋，就是要給別人溫暖。」



企業簡介:

白木屋的企業不大卻選擇做第一品牌，所以就必須有「即使小，也能功成名就」的信心。堅持做市場的 NO.1 還不夠，還必須有成為市場 Only 1 的決心。白木屋憑藉著仔細、用心的態度，揮灑出自成一格的 brand 文化內涵。堅持食品藝術之美，不斷地創新改造，終於在 2004、05 年，分別獲得了國家磐石獎和台灣企業獎的肯定，更在 2008 年榮獲國家品質獎的殊榮。

白木屋以品質、誠信為公司的理念；破除台灣食品界傳統陳舊的包袱。以創意與品味，堅持產品不含任何添加物，追求產品入口即化，甜而不膩的口感。除了希望將歐美的西式甜點生活化，更希望將台灣傳統的名產精緻化。



白木屋成立於 86 年 11 月 02 日，在眾人的鼓勵、關愛和協助中，我們勇敢、本份、如履薄冰地走過了五千多個日子。白木屋的每一個成員本著“當一天和尚，敲響一天鐘”的精神，堅持以創意帶動品味，期望能激盪出更美麗的浪花！秉持此信念，這群螞蟻雄兵創造了台灣最大的蛋糕生產王國。

94 年九月進軍囍餅市場，將企業的品牌生命延續，品牌效益多元化。希望在 96 年提升為囍餅品質的領導品牌。白木屋以鮮明的企業文化，一步一腳印的精神；追求卓越，堅持理念的原則。掌握脈動，以創新的價值邁向成長；以愛圓愛，回饋社會。更不斷地著力於人力教育與研發創意，成功地確立將企業生命化。白木屋以愛心、真心，用心營造出有生命力、會說話有感情更具有美感的商品，堅持將品牌生命化。



白木屋光觀工廠介紹

白木屋品牌文化館分為兩層樓共三部份：

一、簡報室及意象廊道和販售區

館區入口處設有簡報室，為參觀民眾播放簡單的品牌文化短片，接著為意象廊道及販售區，經過廊道可以了解白木屋品牌建立過程、獲頒獎項、品質認可等標章，精緻的糕點，透過玻璃櫥窗展示，挑動著味蕾，在這裡可以點上一杯咖啡配上蛋糕，慢慢品味，當然還有最吸引人DIY區，每日固定時間開放民眾參加，不論你是童心未泯的大人還是童言童語的小朋友，皆可參加，製作一個獨一無二的蛋糕。

(右圖：白木屋品牌文化館第一部分的各式景點)



二、加工廠參觀

在這裡體驗冰淇淋、牛軋糖、銅鑼燒在食品與美學相遇的奇妙歷程，華麗的燈光佈置，搭配短片介紹，還設置了休憩區，讓每個遊客度過每個幸福快樂的時光。

(左圖：白木屋品牌文化館第二部分的各式景點)



三、蛋糕裝置藝術、巧克力狂想曲、蛋糕絲路進行曲

這裡同樣也是透過透明櫥窗可以直擊員工在進行蛋糕裝飾、加工、包裝的過程，最後有三個分別代表親情、友情、愛情的預測盤，快按下鈕，讓白木屋來剖析您的運勢。

(右圖：白木屋品牌文化館第三部分的各式景點)



心得報告

商二四 4 邵禹傑



很高興能夠參加學校舉辦的企業參訪活動，我們這次去的地方是雅聞觀光工廠和白木屋，這也是我第一次參加校外參訪，抱著滿心期待進入雅聞，到了工廠內部首先是請我們喝茶，放投影片介紹公司的歷史及未來的走向，接著有專員來替我們介紹&有獎問答，在雅聞令我印象最深刻的是替我們介紹的專員，口才真的很好，不知道在台上介紹的幾分鐘背後付出了多大的努力，未來職場上這樣的技能是必備的，這也深深的震撼了我。

離開了雅聞前往第二個目的地「白木屋」，白木屋是個家喻戶曉的食品公司，投影片介紹了他們的經營理念，其中創始人簡菱臻女士，希望未來回饋社會建設老人院，在專員的領導下進入生產部，一踏進生產部麵包濃濃的香氣進如鼻中，接著讓我們看麵包生產的過程，最後進入了販賣部，可惜的是我帶的錢太少了，沒辦法買東西當作紀念。

這次的參訪讓對企業的了解度更高，讓我更了解未來在職場上須具備的能力，謝謝學校的安排，讓我有機會學到這麼多東西。



謝謝!!





商二四 5 范傑生

這是我的第一次校外參訪，動機是什麼呢？因為我的成績沒有非常的突出，所以我告訴自己要時常參與活動、出遊來充實自我和增廣見聞，這次也希望能夠收穫滿滿。

搭上遊覽車不到二十分鐘就抵達第一站-雅聞觀光工廠。下車後我們不疾不徐地聽後老師的指示開始分成小組拍照，雅聞用茅草屋、石雕等元素打造出峇里島風情讓我們的相機聲連連。之後我們坐下來欣賞影片，了解雅聞的企業簡介及經營理念才發現原來雅聞不止研發化妝品也有保健食品、內衣等.....產品非

常的多元化。經過工廠的人員詳細的解說就能夠清楚的知道製做化妝品及內衣的機器事如何運作，觀光工廠的園長也非常大方的免費請大家使用雅聞的保健、化妝品。讓大家不禁讚嘆她的豪邁。最後手工藝時間，我們這組做了散發出迷人香氣的晴天娃娃，心滿意足才結束雅聞的參訪。接下來要前往第二站-白木屋品牌探索館，迎面而來的是兩個碩大的蛋糕模型，由於做得非常精緻差點被我吞下肚呢！在參觀之前我們先看了一段白木屋的影片，白木屋的品牌強調創新卻能保有品質，想打造出「夢想滿屋」是他們的經營理念，讓吃到的人能夠安心且滿溢著幸福，也讓每個人都可以著實感受到白木屋的真誠。之後隨著解說員簡單又生動的解說來到製作甜點的地方，為了保持甜點的新鮮及美味，雇用專業級師傅不用說，連機器都非常的頂尖，除此之外還網羅了各國的甜點冠軍進行革命性的創新，每位冠軍的作品都非常美麗動人，說是藝術品都不為過。

結束這次的校外參訪，讓我受益良多。創新是每個企業都極為注重的，如何讓客人一直保持新鮮感同時又能不失品質是企業天天都在努力的，因此企業都會挑選最優秀的人才讓他們各司其職，就可以引發最大效用。祈望下次還能繼續參加校外參訪，因為「不經一事不長一智」啊！



商二四 24 花以涵

很開心可以參加這一次的校外參訪，首先我們先到了雅聞光觀工廠，剛開始聽了一些解說及導覽，讓不太明白化妝品的我多了一些知識，也讓我認識了一些化妝品的生產器具及製作過程，然後我們到了販賣部，販賣部提供了許多商品的免費使用，讓遊客可以先試用，如果喜歡再做購買，我認為這是很好的行銷手法，也是一種對自身產品有極大信心的一種表現，館內也提供的各項優惠，讓商科的我們也淪陷掉入敵人的行銷手段中，買了各式各樣的優惠商品，最後我們分為兩部分體驗 DIY，一部分製作護手霜，另一部分製做香氛娃娃，我被分到香氛娃娃，製作方法很簡單也很容易學，很適合家長帶著小孩一起來體驗呢。後來我們白木屋看了一段白木屋的簡介影片，不知為何超感人的，不愧是以幸福為目標的白木屋，後來我們開始邊聽導覽邊參觀白木屋，了解白木屋的經由理念，也體會到了白木屋對於品質的堅持及把關。對於整個企業參訪我獲益良多，不論是兩家工廠各不同的行銷手法，或如何堅持自己的理念、目標讓企業發展出有別一般企業的個特色，讓自己再市場占有一席之地，這次參訪唯一可惜的就是時間不夠所以沒辦法好好的參觀，希望下次有機會自己可以再去一次，讓自己放下腳步，用心體會整個光觀工廠好。



商二四 33 彭苡晴

第一站——雅聞觀光工廠，介紹許多保養品的功能，讓一開始不在易保養的我發現，原來這是件重要的事，而工廠在大方地給同學試用中，發現許多好用的商品，進而想購買，感覺這也是一種不讓人發現的行銷，讓人試得開心，買得甘心的好方法，DIY 護手霜也不困難，能體驗到些保養品的製作方法，是開了許多眼界。

第二站——白木屋品牌探索館，從介紹影片中，要培養一個“品牌”不是一天造成的，是投入許多的資源、情感、時間，而他們的努力也備受消費者與政府獎項的肯定，他們的行銷的也是獨特的，從嚴格把關產品，經過打造伴手禮的形象，最後是回饋社會的——打造希望之村，在這片土地的文化紮根，成為當地第一品牌，他們的用心是一般人難以想像的，而最初步的體會方式，就是從商品的品嚐開始……。

