

108年11月8日

高二國際貿易科企業參訪報告



- 參觀地點：三商家購美廉社物流中心-觀音廠
- 班級：國貿科二年四班
- 組員：15 林妤珊、16 林沛琪、26 曾筱婷、32 謝佩軒
- 參觀日期：108年11月8日



目錄

一、	工作分配	-----	P2
二、	企業（公司）介紹	-----	P3
三、	三商家購物流中心介紹	-----	P4
四、	美廉社 4P 分析	-----	P7
五、	美廉社 SWOT 分析	-----	P8
六、	心得分享	-----	P9



一、工作分配表

工作項目	負責人員
資料收集及整理	林妤珊、謝佩軒
記錄內容	曾筱婷
拍攝照片	林沛琪、謝佩軒
報告製作	謝佩軒



二、企業簡介

✚ 企業介紹：

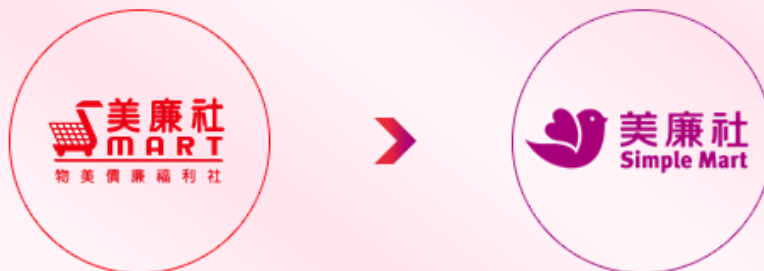
三商家購股份有限公司（英語：Simple Mart），也就是我們常見的美廉社，為三商行經營的台灣零售商，成立於 2006 年。商品陳列採用類似量販店的大型貨架式，但以小店面的經營方式深入各地住宅區，在量販店、超級市場和便利商店間的模糊地帶找尋新的定位。注重客人購買的便利性。以變形蟲策略提高市佔率，在夾縫中尋求生存之道，企圖與全聯福利中心爭奪「**便宜的醜店**」（注重商品價格，不注重店面裝潢）的排名。

美廉社在台約設 700 家店上下，精心篩選民生消費核心商品，以「物美價廉」為經營主軸，此外，美廉社不同於一般通路的是，他們選擇在巷弄、社區、鄰里間駐紮，以顧客的倉庫自居，提供方便、省時的服務，更開發自有品牌及自行進口商品，利用低價、高品質、實用來爭取顧客以及滿足顧客所需，這幾點使美廉社成為了顧客「幸福生活的好幫手、鄰里信賴的好朋友」。

✚ 品牌故事：

創立初期，以「**購物車**」為品牌識別，清楚傳達給消費者-美廉社是民生商品的零售通路，販售各式商品，便利民眾生活。在持續不斷的成長中，以平價、樸實的零售通路在市場上逐漸站穩腳步，靈活深入巷弄、街道中，以最貼近大家的距離，滿足家庭採買需求，致力成為鄰近朋友們幸福生活的好幫手！

全新品牌識別以「**麻雀**」為主要視覺傳達，主要概念源自於-美廉社身處鄰里巷弄間，就如同無論城市、鄉村街坊一隅隨處可見的麻雀巢般；而美廉社人員就如同小麻雀般，隨時揚溢著熱情，在社區鄰里、公園街角隨時都有他們的身影。其次，因美廉社的店型及定位，也取其「麻雀雖小，五臟俱全」之含意，強調產品、服務的齊全性，滿足周遭家庭、朋友所需。



公司沿革：

年份	事件
2006	三商家購股份有限公司成立。
2008	美廉社 100 家。
2009	美廉社 200 家、會員卡發行。
2010	代收業務開辦、自行進口商品導入、物流中心成立、藥妝事業部成立。
2011	併入三商行股份有限公司、首家加盟門市開幕。
2012	美廉社 300 家、限制型股票發放。
2014	全新品牌識別系統啟用。
2015	美廉社 460 家、會員突破百萬。
2016	美廉社 520 家。
2017	為三商家購(三商行子公司)、三商家購事業部獨立。
2019	美廉社展店目標 770 家。

三、三商家購物流中心介紹

物流作業流程

總共分成四大流程「**進貨** **驗收** **生產** **出貨**」，詳細說明由以下介紹：

1.進貨：

進貨作業計劃制訂的主要基礎和依據是需求訂單，先確認檔期（陳列訂單、檔期訂單、正常訂單），後預估採購量，以庫存天數預估需求量，最後進行訂單確認貨品即會前往物流中心。

2. 驗收：

安排廠商進倉時間，等貨品到時對商品進行初步的清點，需按儲放地點、哇頭標誌進行分類並做出標記，之後則進行入庫驗收。入庫驗收是指對即將入庫的商品，按規定的程式和手續進行數量和質量的檢驗，是保證庫存質量的第一個重要的工作環節。商品驗收主要包含驗收“商品狀態”、“商品數量”、“商品效期”，驗收完成後回傳 SAP，最後再將商品送入站存區。

3. 生產：

分成“整箱揀貨”、“零散揀貨”兩種方式。

➤ 整箱揀貨：

先輸入人員工號、揀取單人員綁定，再利用電動拖板車進行揀貨，並將商品貼揀取單標籤且按商品重量、材積、銷售數(揀次量)排順序，最後再依 S 型繞行放至出貨碼頭。

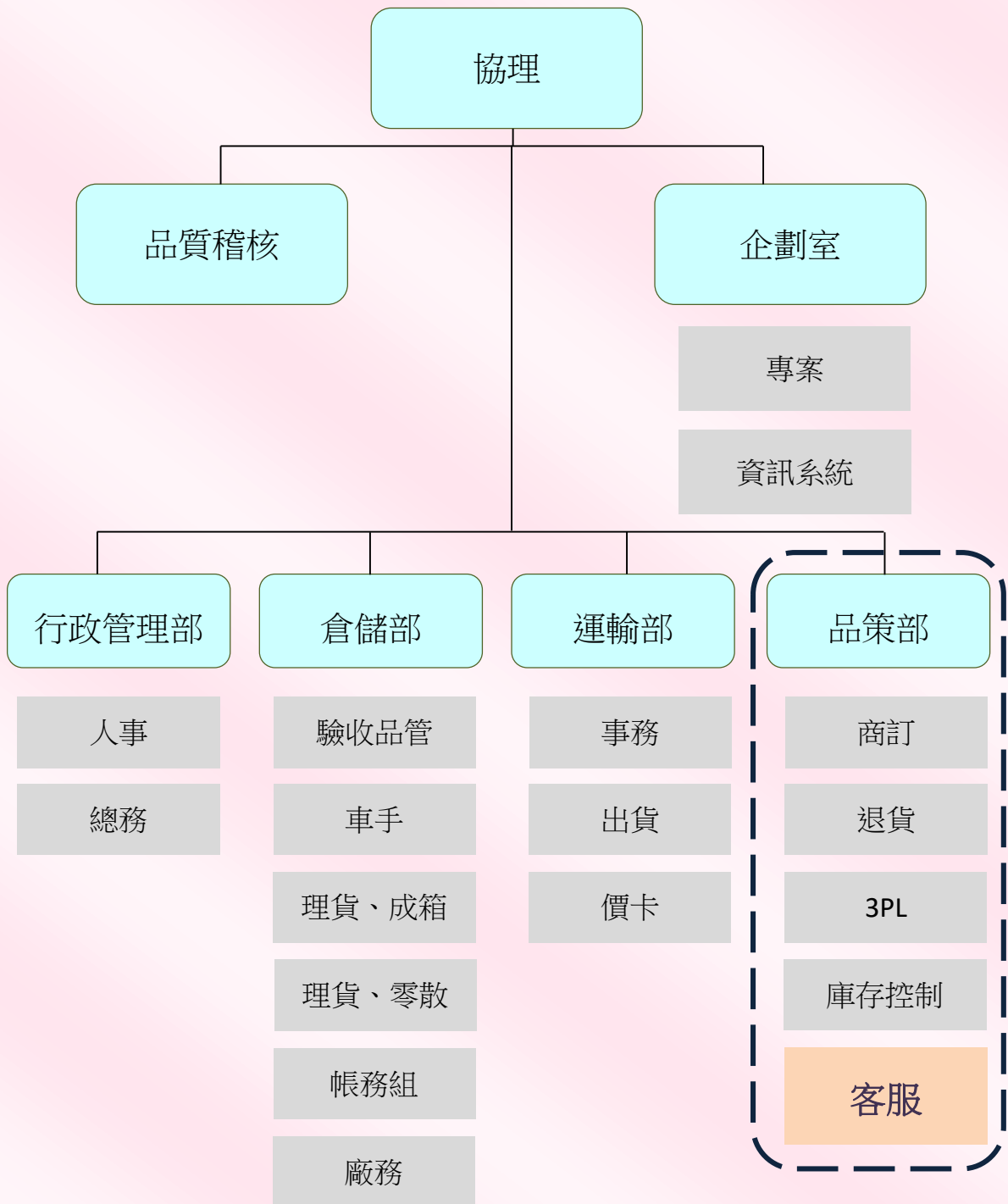
➤ 零散揀貨：

將商品投入物流空箱以及貼門市標籤，條碼機過刷門市標籤後等揀貨燈亮，按照數量進行揀貨，當每個工作站完成後，按結束燈，最後一站揀貨完成時，把商品投入流道至中控台，若有設品檢站，則品檢後再投入流道。

4. 出貨：



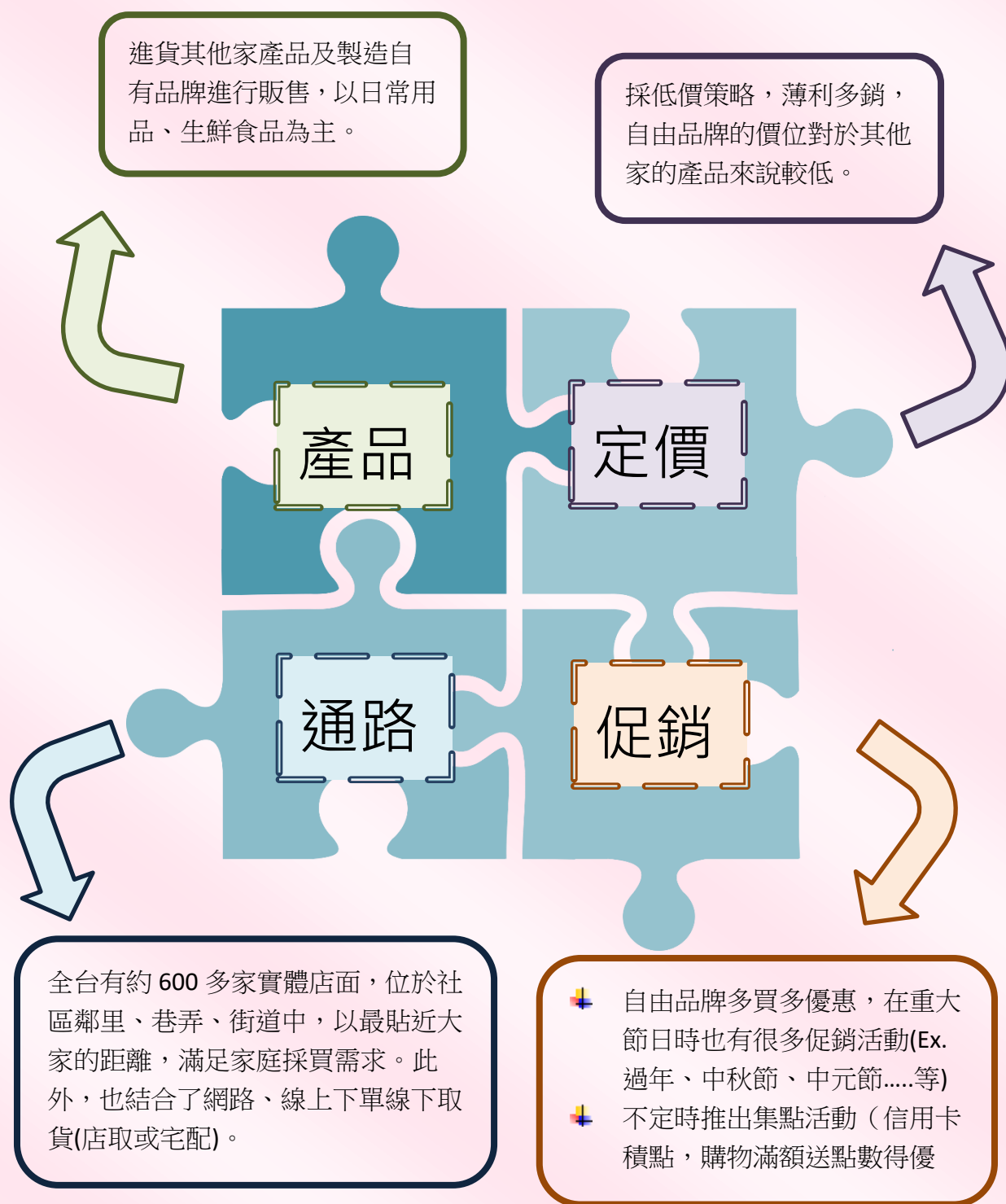
✚ 物流中心組織圖



持續品質改善

四、美廉社 4P 分析

行銷 4P 分為產品策略 (Product)、定價策略 (Price)、通路策略 (Place)、推廣策略 (Promotion)，以下是本組針對美廉社所做的 4P 分析：



五、美廉社 SWOT 分析

1. 可以吸收大量的偏遠客戶。
2. 地租較便宜，減低成本。
3. 開發許多的自有品牌。
4. 價格較市價低。
5. 24 小時不間斷的服務。

1. 訂貨系統混亂。
2. 知名度較一般超商低，較不會是顧客的最好選項。
3. 裝潢較普通。

優勢

(Strength)

劣勢

(Weaknesses)

機會

(Opportunity)

威脅

(Threat)

1. 經濟不景氣下，藉由提供廠商的優待，以換取更低的價格。
2. 因經濟不景氣使得其他連鎖超商減緩了增加加盟的腳步，使得更加快速的拉近他們之間的距離。

1. 商店之間競爭激烈。
2. 店面較偏遠不易發現。

六、心得分享

國二四 謝佩軒

今天是星期五，下午是期待已久的企業參訪！這次要去的是「三商家購物流中心」，剛開始聽到時我以為是要去三商巧福，後來實際上網查才發現原來是美廉社阿~聽到三商完全不會聯想到的店。而三商家購其中一個物流中心在觀音，也就是我們這次要參訪的地方，看到地圖只能說，好靠海啊!!原來觀音這麼靠海，長了小常識~



到那裡後，剛下遊覽車我就「哇~~~~」了起來，第一次看到那麼多貨品，而且買個都疊得好高，其中有個地方看起來應該是存貨區，每個貨品一箱一箱、一層一層的疊起來，總共有六層，以我的身高看過去每層大概2公尺多，整個看過去超級壯觀!!此外，也看到滿多員工開著推高車在放貨物，轉彎的時候，那個甩尾超帥!讓我也好像開開看，但後來聽說開那個需要去考它的證照呢!原來不是我想像中的那麼簡單哈哈~看完大概環境後，他們先帶我們到一個類似小會議室的地方對美廉社進行解說，也介紹了物流中心大概的運作流程，在這之中，我了解了原來平常很少看到美廉社是因為他們都設立在鄉鄰、巷弄、社區.....等，不是在熱鬧的地方，所以才會沒那麼多人知道美廉社，但他們的用意其實是想成為社區的好朋友，讓大家在自己家附近即可買到很多生活用品，而且價格都以低廉為主，算是小型的家發福這種量販店，以「麻雀雖小，五臟俱全」的方式在市場生存著。

聽完講解後，我們就開始參觀了，從物流中心作業流程一開始「進貨，驗貨，揀貨.....等」參觀到整個出貨完成~裡面不能拍照我覺得很可惜，但也是為了保護別人的個人資料吧!在這次參訪的過程中，我最有印象的還是那個推高機~除此之外，我也收獲了很多知識，很開心有這次參訪機會，讓我更認識美廉社，也更了解物流中心。唯一沒中不足的事，中午出發時間太趕了~午餐還沒吃完就得匆匆忙忙的跑到集合處準備上遊覽車，在趕集合的路上才把午餐吃完，如果能一整天都進行校外企業參訪感覺很棒呢!在每一次的參訪都能學到很多，也對未來要找什麼工作有了方向，整個幫助非常的大，希望未來還有更多的參訪機會!

國二四 林妤珊

從這次的校外參訪中讓我認識及深入了解了物流中心內部作業模式及超市的行銷手法，也顛覆了我對物流中心最初的看法。

起初，我覺得學校讓我們去物流中心很無聊，看到其他的職場參訪的選項覺得有點可惜，但真的深入去認識之後覺得其實沒想像中這麼簡單，在貨物到達物流中心時有許多前置作業要執行，不是東西一來就直接上物流車，送到各門市販售。要先驗貨，可能有些多送或少送的商品，再來是理貨，分類要配置送至各門市的商品，當天要送出的商品需先放至貨物暫存區，不是當天要送的商品需放到貨物置物架上保存，等到要送出那天再使用電送車來運送。而超市的行銷方式則是進貨自家商品（自有品牌）及其他品牌的商品，以低價位為主打，薄利多銷的方式來吸引客戶，將門市設在社區間，與鄰近居民維繫感情。

在現今的社會中，如果沒有辦法像三商家購物流中心的銷售門市一樣，在社區間設門市以及採低價銷售的營業方式，可能很難經營下去，現今物價上漲，要壓低價格真的不太容易。而三商家購卻有辦法都達到。在都市的人情可能沒辦法像在鄉下那麼溫暖，如果能在城市間與社區居民培養感情，就相對比其他超市（例：全聯..）更有優勢。而且去參訪時，那邊的解說員也很詳盡及帶有耐心地講解及回答我們所問的問題。

經過這次的參訪，不只是深入了解到三商家購物流中心及超市的作業模式及行銷手法，也期望有一天能去那裡工作體驗看看。無論是物流中心或門市的行銷手法都讓我深感新鮮及特別！以後可能會考慮去相關場所打工，作業程序雖然有些繁雜，但真的很有趣，尤其那個電送車，可以甩尾超酷的！最後謝謝學校讓我們去校外職場參訪，有個特別的經驗！



國二四 曾筱婷

我們這次參訪的地方是觀音的三商家購物流中心。以我的認知分類大致上應該分為4區，其中分別為零散區、重量棚、驗貨區和裝貨區。零散區就是字面上的意思，散裝的貨物放在籃子裡然後再用膠膜纏起來，其中又分為8大棚用來區隔貨物。重量棚分別有6層，第1層為驗貨區，2~6為暫存區。驗貨區會有好幾站驗貨，驗好了就換下一站，然後到下一區裝貨，裝貨區又有分區，這樣貨車才不會太擁塞、浪費時間，每區又有13列，起重機會按照號碼一板一板分區放，做後就可以把貨裝到車上了，一輛車一列。



其中物流中心只是它們的一部分，它們還有經營一家連鎖超商－美聯社，它是在量販店、超級市場和便利商店間的模糊地帶，可以以超商來定位，因為它也具備了超商所需的條件，像是比較明顯的是新鮮的蔬菜水果和一些生活必須品。它還有許多的自有品牌，它利用了商品把商店的知名度提升，可以說是另類的廣告形象。它也可以說是新型的雜貨店，貨品種類繁多。它是以物品廉價而聞名，並且以夾縫中求生存(差異性)之道，這些使它們蒸蒸日上，緊追在全聯之後，美聯社可以說是除了全聯以外的第一呢！美聯社也很積極的創造和把握屬於他們的優勢，就像是他們把店都開在較偏遠的地方，雖然人流較稀少，但是相對的競爭較不激烈，因為一般較知名的連鎖店會開在人多的地方。還有現在經濟不景氣的情況下，一般企業會減資，但是它們卻把握了這個機會增加加盟數，進以拉進與其他企業之間的距離。

經過這次的參訪教學，我更加的了解實物上的貨物流通和店家之間的流通和物流公司的工作項目，再也不僅僅是教科書上的敘述了，就像是書上會說物流的過程，但是並不會說到物流中心是如何運做的，也不會有他們是如何區分貨物以及整理，更不會把一家超商分析的如此清楚。也藉由這份報告使我對於分析更加的熟悉，我發現每當多做一份報告就能夠更理解老師教的，速度也會比第一次快速，不會再捉不住方向，需要想很久。如此在增加我們的視野之外，也教知道了我們到業界之後的認知。

國二四 林沛琪

其實剛開始在得知這次要去參訪的地方是物流公司的時候並沒有很開心，甚至有點不想去，因為印象中的物流公司就是那種有很多貨車進進出出、一堆一箱一箱的產品疊得很高，就這樣而已，所以就以為會很無聊，結果出乎我意料之外，那裡其實還蠻有趣的特別的，跟印象中的物流中心不太一樣，與其說是像貨物進出的大倉庫，不如說有點像好市多（costco）。



在那裡有很多的商品，有些放得很高，大概是我身高的10倍吧，需要用一種可以升很高的堆高機才可以把東西放上去，看到工作人員操作時好想也開開看堆高機，覺得好酷，但聽說這些堆高機還需要考到專門的證照，他們才會錄用人，然後還有一些車子是可以載一些比較少量的貨品，而且還蠻多車同時在一起運送東西到它們該放的位子，但那些工作人員操作那些車子都很流暢，雖然速度都很快，但是都不會發生碰撞，在那裡除了四處參觀外，到達每一個不同的工作區都會有不同的人在幫我們做解說，而且如果我們有問題想問的話，他們也都會很有熱心及耐心的替我們解答，這次的參訪除了了解他們不同工作區不同的作業方式外，也有看到了他們整個貨品的運送方式、進出流程以及美廉社的經營理念……等。

而且在參訪的過程中，因為常常會有來往要運送貨品的車子，現場的工作人員除了帶我們到不同工作去參觀外，也很注意我們大家的安全，在過程中有一個人前面領頭之外，還有其他的工作人員在我們的旁邊還有最後面壓隊，在參觀之前也有發給我們每人一件附有螢光條的背心，因為真的很少有機會穿這種衣服，覺得非常特別，雖然穿起來有點奇怪很不習慣，可是也覺得很新奇，這次不管是參訪的地點還是參訪過程，我都很喜歡學校這次的規劃及安排，很期待也希望未來有更多的機會可以去參觀不同的企業，這不但對我未來找工作很有幫助，也讓我了解到不同企業的經營方式、各種不同的面貌……等，我覺得整體來說真的非常有趣！