



CORPORATE
SUSTAINABILITY
REPORT 2020

企業永續
報告書

企業永續 報告書

2 0 2 0

Content

目錄

關於本報告書	3	第二章 創新商品與服務	32	第五章 員工照顧與發展	62
編撰原則	3	一 創新商品	34	一 人才吸引與留任	64
邊界與數據	3	1. 創新商品	34	1. 人力分布	64
報告書管理	3	2. 異業結盟	35	2. 人才留用	66
內部稽核	3	二 產品安全與服務	36	3. 薪資與福利	67
聯絡方式	3	1. 產品安全	37	4. 福利制度	68
巨蛋歷年經營績效亮點	4	2. 產品服務	38	5. 人權與勞資關係	70
經營者的話	8	三 客戶關係	42	6. 職場性騷擾防治	71
第一章 公司經營與治理	10	第三章 綠色營運與管理	44	7. 勞資會議	71
一 公司治理	12	一 氣候變遷與能源管理	47	二 人才培育與發展	72
1. 公司簡介	12	1. 能源使用	47	1. 績效管理制度	72
2. 董事會與財務營運	14	2. 溫室氣體盤查	48	2. 人才培育	73
3. 上下游價值鏈	15	3. 節能減碳	49	3. 友善職場	75
4. 價值、原則、標準及行為規範	16	二 資源與廢棄物管理	51	三 職業安全衛生	79
5. 外部組織參與	17	1. 資源投入及使用	51	1. 職安衛管理	80
二 永續經營	18	2. 廢棄物管理	51	2. 危害辨識與風險評估	81
1. 永續發展委員會	18	三 水資源管理	52	3. 職業安全衛生 持續改善項目	82
2. ISO 20121 活動永續 管理成果	19	1. 用水來源	52	4. 緊急應變	85
3. 利害關係人永續經營	19	2. 污廢水管理	53	5. 防疫作法	85
4. 風險管理	28	第四章 供應鏈永續管理	56	6. 健康促進	86
5. 法規遵循	30	一 供應鏈概況	58	7. 作業環境監測	86
		1. 供應商評選流程	58	第六章、社會關懷與公益	88
		2. 供應鏈分布	59	一 社會公益	90
		二 供應鏈永續管理	60	二 產學合作	91
				GRI Standards 對照表	93
				第三方查證證書	96

關於本報告書

2021 年巨蛋展覽首度編制永續報告書，對利害關係人關注之議題，從 ESG 三個主要面向加以回應，以展現企業應有的透明度，未來我們將持續精進各項議題，以滿足各利害關係人之期待，展現企業永續發展的決心。下一本報告書預計在 2024 年 6 月發行。

① 編撰原則

本報告書遵循全球永續性報告協會（Global Reporting Initiative, GRI）準則（Standards）之核心選項為基礎進行編撰，揭露內容依照 GRI Standards 核心依循（Core）與 AA 1000 AS V3 TYPE II 中度保證等級的標準通過驗證。

② 邊界與數據

巨蛋展覽主要營運據點為台北事業處、台北服務處、台中事業處、台南事業處、高雄事業處，本報告書對於組織內揭露範疇，將台北事業處與台北服務處資訊合併，於報告書中統一以台北、台中、台南、高雄四區進行揭露，資料涵蓋時間主要為 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日止。對於發生於組織外價值鏈上之衝擊，以揭露巨蛋展覽之管理面或未來管理規劃為主。2020 年度部分數據有第三公正單位驗證，未經查驗之數據，則採用國際通用指標呈現，若有推估之情形，於各相關章節中註明。

- 本公司已取得 ISO20121 管理系統驗證，由臺灣檢驗科技股份有限公司（SGS）驗證。
- 本公司 2020 年財報已經由群智聯合會計師事務所進行財務簽證。
- 本公司溫室氣體盤查依據 ISO14064-2018 年版進行計算，自主盤查計算，未經第三方查證。

③ 報告書管理

本報告書管理單位為「巨蛋展覽永續報告書編輯委員會」，由最高管理階層總經理擔任指導，委員會成員涵蓋公司所有營運單位，包括行政、財務、服務、營業、採購、行企、職安等部門代表，負責確認 CSR 議題之管理準則與執行。委員會每年針對公司 CSR 報告書與整體策略、方向及目標進行確認分析，並就未達成項目提出檢討及改善對策向總經理報告執行結果。

④ 內部稽核

揭露於報告書中所有的資訊皆由巨蛋展覽各部門提供與彙整，產出基礎之文稿後透過與外部顧問團隊之討論，針對架構編撰與揭露方向進行編修，完成定稿後由各部門主管審閱，最後由總經理核准，出版當年度報告書。

⑤ 聯絡方式

若您對本報告書內容或本公司永續發展有任何之建議或問題，歡迎請與編輯主任委員施淑惠小姐聯絡。

- 地址：114064 台北市內湖區堤頂大道二段 407 巷 20 弄 39 號 3 樓
- 專線：+886-2-8752-3456
- 信箱：bigdome@ms31.hinet.net



巨蛋展覽

歷年經營績效亮點

2014 年起

每年平均承接專案超過 **8000** 件
平均每週服務專案至少 **150** 件

系統導入關鍵績效

2006

導入 ERP 系統

2012

獲得會展租賃業界首家通過 ISO9001 系統驗證

2018

獲得會展租賃業界首家通過 ISO20121 系統驗證

公司最大品項：帳篷類關鍵績效

累計提供覆蓋總面積達 **105,398M²**

相當於 12 座 400M 賽道田徑場

相當於 250 座籃球場

相當於 650 座羽球場

國外服務範圍區域

香港 新加坡 馬來西亞 中國大陸 泰國

日本 韓國 米蘭 美國 卡達

1994-1995

1994

9月23日公司創立「巨蛋廣告有限公司」，12月更名為「巨蛋展覽股份有限公司」



開發出充氣巨蛋



1994

國內第一座
充氣巨蛋
俄羅斯太空展

開發出帝王帳



成立北區事業處-倉執部A廠，設立於台北縣泰山鄉(共佔地150坪)
開發出屋形帳、宮廷帳、舞台帳

1996-2000

1995

1996

參與「2000宜蘭童玩節」全區展館搭建



開發出阿里山帳，並申請專利字號：第128651號、第129568號

1997

1999

佈建充氣式巨蛋做為「東勢地震災民收容所」之用



開發出特大型帳、玉山帳



成立南區事業處，初設於高雄縣仁武鄉(佔地80坪)，後遷移廠辦至高雄市文自路(佔地140坪)

2001

公司成立第8年
案件突破
1000件

2001-2005

2001

首次香港佈建施工「PARTY慶祝活動」



2002

海外第一座
充氣巨蛋
香港啟德機場

2002

首次外銷帳篷至新加坡(裕廊花園)，並搭設施工。



2003

參與「2003墾丁風鈴季」全區展館搭建，並成功征服恆春13級落山風



2003

北區事業處-倉執部擴BC廠(共佔地250坪)，成立中區事業處，設立於台中市永春東路(佔地400坪)
加入「全國中小企業總會」
開發出15m帝王帳

2004

參與 東南汽車品牌之「愛紳車屋-SAVRIN」上海場活動
參與「2004航空嘉年華」全區展館搭建

北區事業處-倉執部擴展AB廠(共佔地400坪)，北區事業處-營業部遷移(佔地80坪)

2005

北區事業處-倉執部擴D廠(共佔地600坪)，南區事業處遷移廠至高雄市重清路(佔地500坪)

2006-2010

2006

北區事業處-營業部擴展(佔地135坪)
設立上海事業處-比格動
參與「POKePARK 2006 in TAIWAN」全區展館搭建



2009

加入「中華民國暨會議商業同業公會(TECA)」、「內科發展協會(TPDA)」
參與「格列佛人體奧妙展」、「高雄世運活動」、「台北聽障奧運」
搭建

2010

北區事業處-服務部 整合A~D廠，並遷廠至新北市泰山區楓江路(樓板面積1550坪 / 佔地605坪)



北區事業處-營業部遷址至台北市內湖區(佔地175坪)



加入「中華民國工商建設研究會」
開發出超大圓拱帳
參與「2010台中工具機展」超大圓拱帳搭建



參與「2010臺北國際花卉博覽會」
大佳河濱行動巨蛋搭設



2012

參與海外「安利中國普吉島榮譽晚宴」特製透明天篷超大圓拱帳搭建
加入「中華國際會議展覽協會」
會場租賃業首度第一家，通過會場租賃ISO 9001
系統驗證



國外引進鋁合金帳篷「篷房帳」



北區事業處-服務部 擴充新B廠，於新北市泰山區(佔地約250坪)

2013

南區事業處擴增B廠，設立於高雄市仁武區(佔地約230坪)
中區事業處遷移廠辦至台中市烏日區(佔地約950坪)
參與「黃色小鴨」的工作團隊



2014

福州IFC交付倒數計時啟動盛典
2014中台灣農業博覽會



南區事業處遷移廠辦至高雄市鳥松區(佔地約780坪)
巨蛋展覽20周年慶感恩茶會暨晚宴



出版「讓人安心・開心的參加活動」
翻譯著作並舉辦第一屆會展活動安全管理研討會



2015

2015 LPGA台灣錦標賽



2015中臺灣農業博覽會



冰雪奇緣冰紛特展



2016-2020

2016

2016臺灣燈會在桃園-長榮特製帳篷



2016

服務客戶數累計突破
10,000 家

2018

承接案件數累計突破
100,000 件

2017

忠孝橋引道拆除臨時帳篷
中區辦事處-增建B廠
奇異果多姿多彩



2016高雄啤酒節



2016中臺灣農業博覽會
2016簡單生活節

成立台南事業處-設立於台南市安定區(占地約150坪)



南投世界茶葉博覽會
臺北世大運選手村餐廳



2018台中工具機展



2018

2018

法鼓山水陸法會



新品上市「5m玉山帳」、「玻璃屋」、「火山帳」



臺中市世界花卉博覽會



2019

2019 ASIA FASHION AWARD



2020南投世界茶業博覽會



亞果遊艇展



2020台灣國際農機展



2020

2020台北寵物用品展



2020彰化國際賽車節暨農業博覽會



造船廠下水典禮



2021

加入「台北市電腦商業同業公會」
花博爭艷館-新冠肺炎疫苗接種站



台北長庚醫院戶外防疫篩檢



臺灣市場博覽會-疫起好市發生



2021

經營者的話

各位與巨蛋展覽一起努力的夥伴們：

20 多年前巨蛋展覽創辦人永松利和的一句話：「台灣外匯存底數一數二，為何錢都去買戰鬥機，卻不改善社會環境。」讓猶豫了幾年到底該不該成立展覽公司的想法，終於放手一搏成為實際的行動。「好要更好」(more than best) 是巨蛋展覽創立初期的座右銘，整合台灣相關產業特有的優勢，再加上因應客戶的需求，一路從本土環境的筆路藍縷，逐步邁向足以提供國際大型展覽活動的最優質服務夥伴。

自 2020 年迄今，受 COVID-19 疫情延燒影響，國、內外展覽、活動盛事紛紛停辦；非但如此，同時間台灣各地更面臨了因氣候變遷而導致的乾旱、暴雨交替等極端災害，這樣的景況已然悄悄植入了我們未來的生活步調中，如果再不勇於正視，恐會造成無可挽救的地步！

一覽過往公司所面臨的困難與挑戰，都一一被我們的團隊所克服，2020 年因 COVID-19 疫情爆發，衍生出各界對防疫設備的需求，公司立即規劃以既有材料結構，另結合紅外線體溫快篩系統不斷加以改良，陸續推出防疫噴霧門、快閃採檢站、防疫人計器、防疫透明隔屏等產品，以供應機關、公司行號、學校、市場與大眾空間租用，並透過代理商營業通路模式推廣至市場。不僅減緩公司面臨的經濟衝擊，更對受疫情影響的社會大眾付出了一些貢獻。



巨蛋展覽核心精神的口號「SOS」，是落實在安全（Safety）、守時（On time）、服務（Service）的標準上。客戶一通電話，我們的專業團隊依循 ISO 20121 活動永續管理系統，從規劃、進撤執行及廠商合作等全程透過管理系統檢視，皆能有效影響帶動經濟、社會、環境等方面朝正向發展，進而擴展公司的服務項目與範圍。公司更積極訂定短、中、長期目標，期許在巨蛋同仁群策群力並逐步落實執行驅策下，能夠在 2030 年達到「家喻戶曉」的重大理想目標！

2020 年是檢視一間企業是否能夠永續經營的關鍵，讓我們重新思考 ESG 對於環境、社會及公司治理的均衡發展，巨蛋展覽佇立在穩健踏實的經營基礎上，對內持續關愛員工、培育人才、節能減碳、強化營運績效及安全風險管理；對外除參與社會公益、維護生態環境，並關注國內外會展活動產業永續趨勢，以生命週期價值鏈的概念，確定自己應扮演的角色與定位，從而串聯上、下游各利害相關者，一同蓄積及鍛鍊源源不斷的會展周邊產業服務能量，讓巨蛋展覽成為穩定獲利、永續發展的模範公司。

董事長

陳靖江

總經理

連仁隆

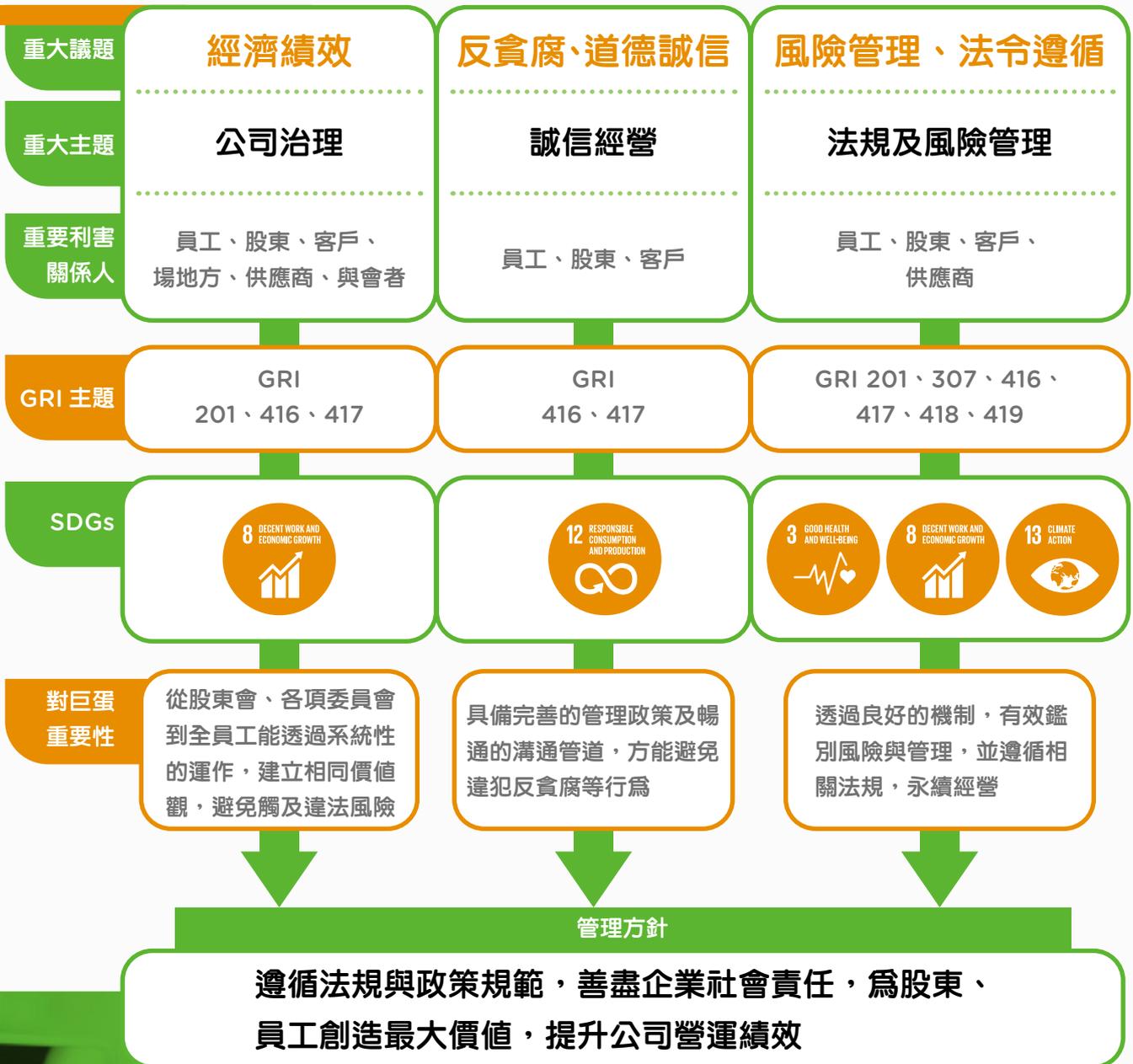
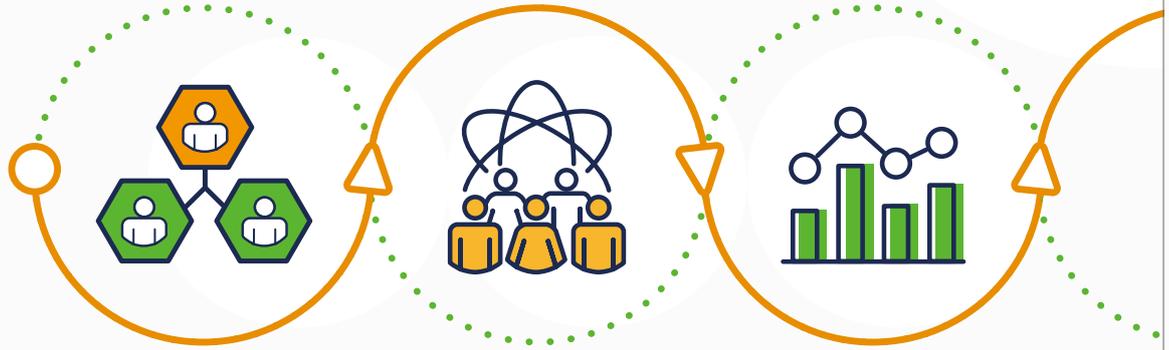


1 公司經營與治理

2020 年績效亮點

- 四大營運據點
- 連續 3 年通過 ISO20121 活動永續性管理系統驗證
- 10 大類利害關係人，回收 270 份有效問卷進行分析
- 共歸納 14 項重大主題進行管理
- 七大風險主題進行管理





一、公司治理

1. 公司簡介

巨蛋展覽成立於 1994 年，於 2021 年 9 月正式滿 27 年，為全國第一家整合室內、戶外活動及展覽等相關會場硬體規劃，並提供各類設備租賃與佈展服務的專業公司，也積極加入國內產業相關之公協會組織。客戶遍佈全台及海外地區，目前在台北、台中、台南、高雄分設服務據點，在日本東京亦設有聯絡辦事處。

服務範圍區域除國內各縣市更遠布離島，國外足跡遍及香港、新加坡、馬來西亞、泰國、日本、韓國等國家；2014 年參與米蘭設計週活動，首度踏上歐洲國度。更參與臺灣有史以來主辦過層級最高的國際體育賽事，2017 臺北世界大學運動會選手村餐廳搭建並提供各項賽事周邊事務性設備，獲得各方好評。

2006 年導入 ERP 系統，整合規劃公司內部資源運用於提升工作效能，2012 年獲得會展活動業界首家通過 ISO9001 系統驗證殊榮，更進一步自 2018 年逐年取得 ISO20121 系統驗證通過。巨蛋展覽依循 ESG 呼應聯合國永續發展目標 SDGs 的三大面向，進而持續的、平衡的提升永續目標與績效期與國際接軌。



公司名稱： 巨蛋展覽股份有限公司

成立日期： 1994 年 9 月

公司地址： 台北市內湖區堤頂大道二段 407 巷 20 弄 39 號 3 樓

資本額： 新台幣 5,390 萬元

員工人數： 150 人

主要產業別：

1. 展覽服務業
2. 其他工商服務業
3. 家具、寢具、廚房器具、裝設品批發業

圖 1-1 巨蛋展覽股份有限公司組織圖

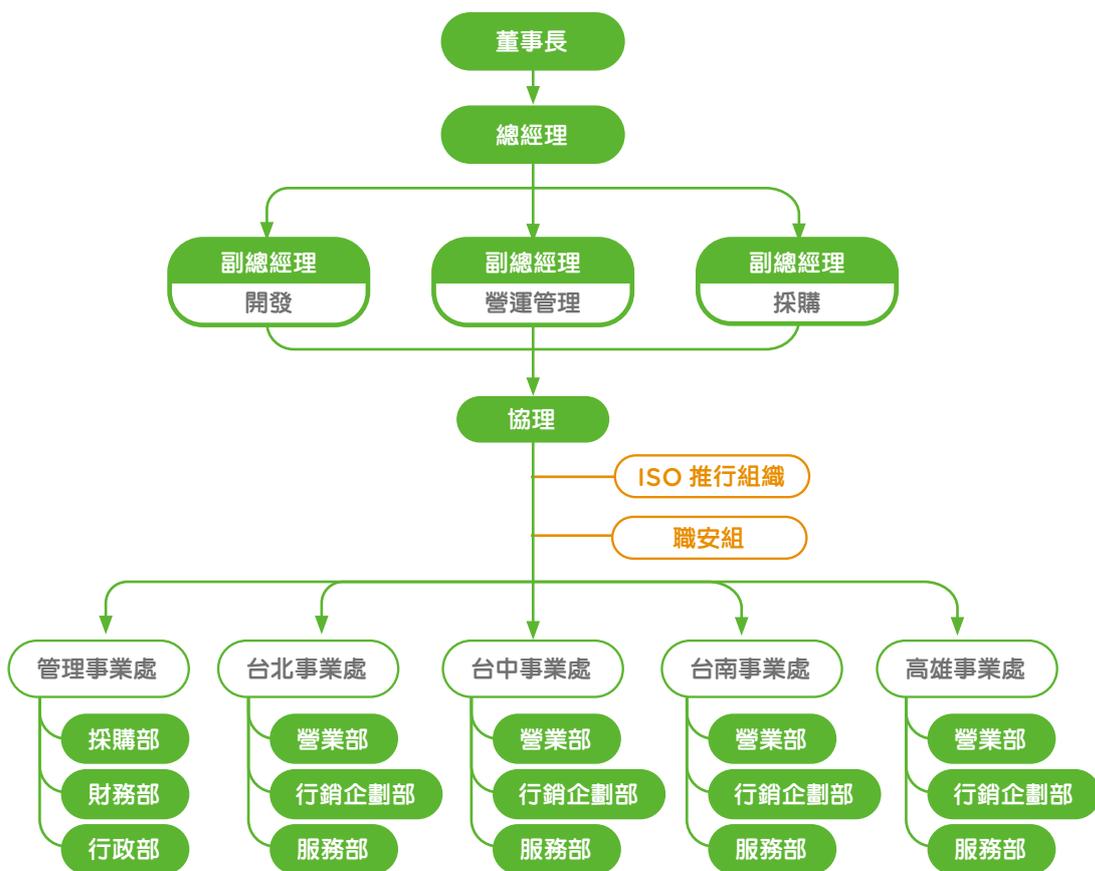


圖 1-2 巨蛋展覽各事業處分布圖

台北事業處

台北市內湖區堤頂大道二段 407 巷 20 弄 39 號 3 樓
TEL (02) 8752-3456 FAX (02) 8752-3367

台北服務處

新北市泰山區楓江路 86 巷 26 號

台中事業處

台中市烏日區溪福路 136 號
TEL (04) 2335-6650 FAX (04) 2335-6651

台南事業處

台南市安定區港口里港口 357 之 17 號
TEL (06) 593-1680 TEL (06) 593-1700

高雄事業處

高雄市鳥松區中正路 383 號
TEL (07) 731-0911 FAX (07) 731-0915

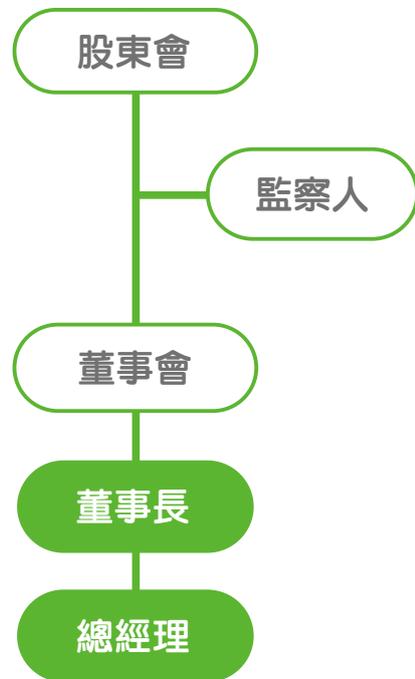


2. 董事會與財務營運

“ 巨蛋展覽在會展活動蓬勃成長的過程中，仍持續堅持好要更好的精實自我！我們始終深信，善盡企業永續責任與獲利是可以平行，且伴隨之經濟效益成果更是可期的。因此，無論外在客觀環境如何轉變，「安全」、「守時」、「服務」始終是本公司的核心價值。我們將落實治理公司營運各環節及管理相關的風險。由股東會所選出的董事監察人，負責監督公司的營運，以確保股東長遠的利益，並維護利害關係人，包含員工、客戶、供應商、環境及社會的相關權益。

巨蛋展覽董事會設董事 3 人及監察人 1 人，由董事會推董事長 1 人，董事長對外代表公司，並設經理人 1 人，董事會成員及監察人均遵守公司法相關法律規範，以確保公司股東權益及努力滿足利害相關者要求與期望。巨蛋展覽為簡化公司治理，增加經營效率，保障股東與交易安全，經股東決議維持未公開發行之股份公司模式，財務均依公司法規範，定期經會計師查核簽證，完全依法繳納應納稅捐。

圖 1-3
巨蛋展覽董事會架構



兩車六人的痕跡

你的故事在巨蛋

我的第二個家

身為內湖人，能在內湖工作，職場幸福指數加分！共處一段時間，累積的革命情感，以為這就是我會一直待下去地方！但，那一年做了對往後人生影響重大的決定～

蛋 11 政字第 13 號 -110908- 職轉公告，隨著公告發佈，也預告著我將離開「台北內湖」，那個我從幼稚園到大學的所在，前往我第一次去的城市，那個叫「巨蛋台中事業處」的地方，但我不是支身前往，我帶著黑膠唱片大的卡片下台中，卡片裡是同事的濃濃祝福，出發前，與總經理的約談，他告訴我，如果不能適應就回來，台北永遠有一個你的位置，天啊！簡直比暖暖包還暖！

在台中的前幾年，說水深火熱都不為過，當時還不是住在公司附近，必需搭乘火車上班再轉騎機車到公司，時常忙到錯過最後一班火車，在這樣忙碌的日子，我看到大家對任



務使命必達感受整個團隊的凝聚力；讓我印象最深刻的是「包子」，那天很冷、很餓，但堆積如山的待辦事項，只想快點處理完，同事走到我身邊，遞給我一顆包子，我當下，感受到的溫暖比 200 度燒開水還暖，至今我三不五時還是會去買那間包子，吃的是當年的溫度。

人與人的連結無遠弗屆～因為巨蛋，讓我有從同事變成家人的關係（在北服的新家庭成員），也有從家人變成同事的關係（我在台中，妹妹在台北），也因為巨蛋，讓我在各區都有了第二個家，名符其實的巨蛋大家庭。

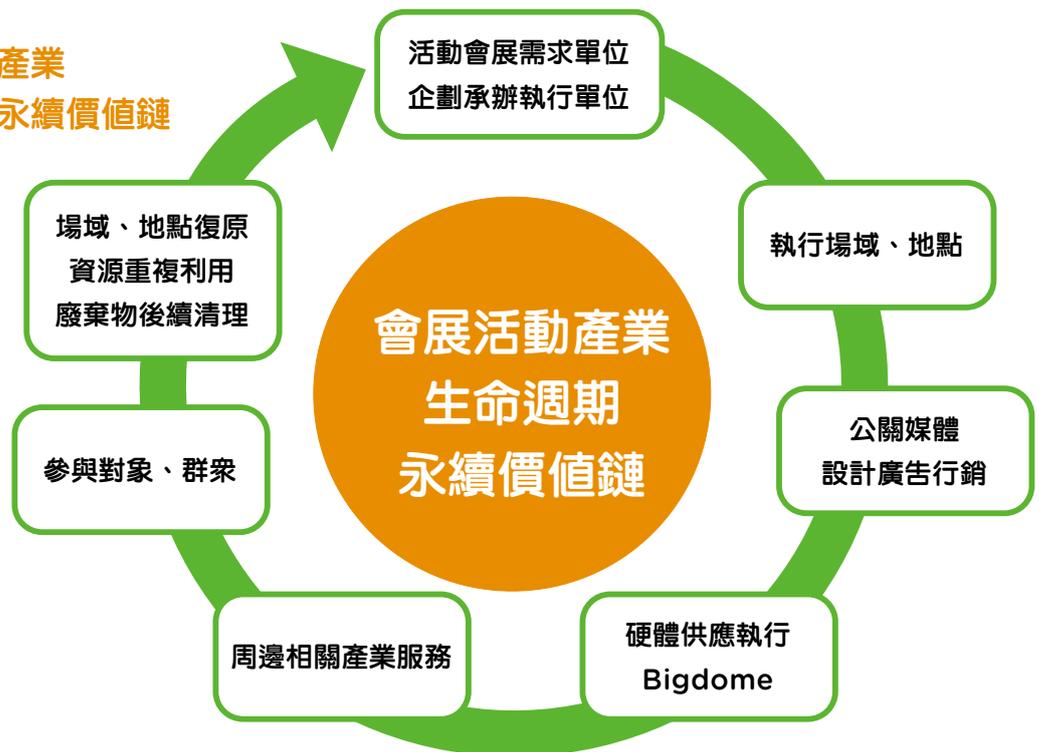
（同仁 Cindy 分享）

3. 上下游價值鏈

“

活動及會展產業的生命週期是從「需求」、「規劃」、「執行」、「成果」、「資源再續」衍生；簡言之，凡是活動或展覽，自主辦方的展覽活動需求起，再至選定場域地點，透過公關媒體行銷設計包裝，硬體供應執行實體化，延伸至周邊相關產業服務（舉凡交通、飯店、宣傳品...等），滿足參與對象及群眾市場，一直到結束復原、清點資源再重複利用及廢棄物處理等。從起始至結束的整體過程皆對應 ESG 三面向的永續循環！”

圖 1-4
會展活動產業
生命週期永續價值鏈



兩車六人的痕跡
你的故事在巨蛋

我的第二個家

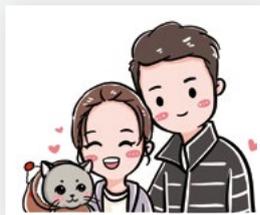
巨蛋執行過的大型指標案件多得不勝枚舉。早些年我在服務部執勤的期間，常會因為需要人力支援的關係到各個區處去幫忙執行案件。

北部可以說是巨蛋的一級戰區，案件量、營業額、特殊施工要求等，常常讓我大開眼界，不論是北營或是北服，氣氛都是處在一個非常高壓的狀態。可能因為這個原因，去北部支援晚上住在北服時，常會聽到此起彼落的跑車聲（各種奇特大型的打呼聲）。

台南區處雖然近幾年才成立，案件量也毫不遜色，可說是麻雀雖小，五臟俱全。高雄區處的同儕就像當地天氣一樣般的熱情，去支援時會學到很多避暑的技巧，下班後高雄同儕都會把你當自家人，帶你去品嚐很多南部隱藏的美食。

台中是我最喜歡的區處，中營也是我的主要工作場域。台中因為地理位置的關係，常常會往南和往北支援，說是支援部隊中心也不為過。台中除了舒適宜人的天氣，中服我也待了很長一段時間，每個區處部門都會有些微不同的文化，中區給我的感覺像是第二個家，即使非上班時間，有經過時我也會進來跟同仁打招呼，請大家喝飲料。用心體驗各區處的氣氛，收穫的驚喜定會超乎你的想像！

(同仁 肉包爸)



4. 價值、原則、標準及行為規範

① 公司整體價值及原則

巨蛋展覽股份有限公司於 2018 年接受中華民國對外貿易發展協會會展 ISO 20121 驗證服務專案輔導，系統導入範圍包含台北、泰山、台中、台南、高雄，共五個據點同時導入，為國內業界中導入範圍最大的公司，過程中巨蛋同仁全員投入，各項做法及問題點皆平行展開於各據點同步進行改善，包含在廠區端全面性進行環保及作業環境安全檢討及改善、廣續教育傳承，提升年度回饋社會作法及金額；並對個人成長、職涯延續發展進行規劃，樹立標竿成為會展同業典範。巨蛋展覽經過三年的 ISO 20121 活動永續性管理系統持續運作，並順利於 2021 年 8 月通過第三方驗證機構進行之續證程序。



② 員工行為標準及規範

為使巨蛋展覽全體員工達成公司期望，規範所有員工應遵守之行為，要求員工承諾遵守法律及道德規範以維護公司整體權益及形象，並使公司之利害關係人更加瞭解公司之道德標準。員工若發現有虧操守或有違本準則嫌疑之情事，同仁均有義務向管理階層或相關單位舉報。對於舉發違法情事或參與調查過程之同仁與相關人員，本公司會予以保護以避免因此遭受不公平的報復與對待。2020 年未收到任何誠信相關舉報案件，亦無發生相關貪污賄賂情事。為增加員工道德相關素養及認知，公司最高管理階層已簽訂勞工道德政策，並規劃自 2022 年起實施勞工道德教育訓練。

③ 支持人權

巨蛋展覽股份有限公司恪守國內各項法規，並支持全球的人權保護與基本原則，如《聯合國人權宣言》（The Universal Declaration of Human Rights）、《國際勞工組織工作基本原則與權利宣言》（International Labor Organization: Declaration of Fundamental Principles and Rights at Work）與《聯合國企業與人權指導原則》（The UN Guiding Principles on Business and Human Rights）等國際公認之相關規範。身為巨蛋公司的一員應認真地體現尊重人權的責任，為增加員工人權相關素養及認知，公司最高管理階層已簽訂勞工人權政策，並規劃自 2022 年起實施勞工人權教育訓練。2020 年未收到任何人權相關舉報案件。



5. 外部組織參與

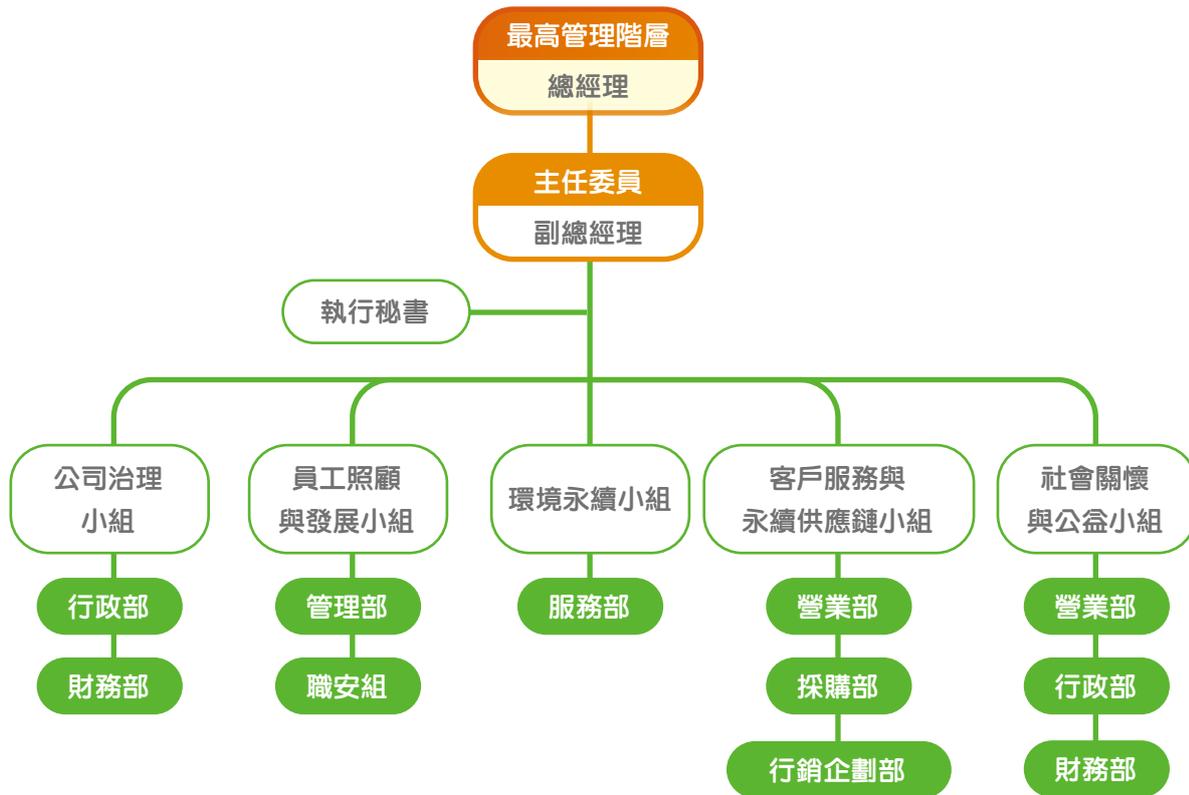
為掌握國際發展趨勢及加強外部組織交流，我們積極參與活動會展業界倡議組織，透過直接溝通討論，促進產業交流，即時瞭解及回應外部利害關係人對於我們的建議，提升公司治理能力。截至 2020 年加入相關的公協會組織合計為 7 個。

公會、協會名稱	入會年份	擔任身分
台北市廣告工程商業同業公會	1994	會員
社團法人中華民國全國中小企業總會	2003	會員
中華民國展覽暨會議商業同業公會 (TECA)	2009	會員
社團法人台北內湖科技園區發展協會 (TPDA)	2009	會員
中華民國工商建設研究會	2010	會員
中華國際會議展覽協會	2012	會員
國際園藝生產者協會 (AIPH)	2017	會員

二、永續經營

1. 永續發展委員會

巨蛋展覽自 2018 年導入 ISO20121 活動永續管理以來，每月針對活動永續績效定期審核，2021 年起更進一步結合永續發展委員會進行編組，針對巨蛋展覽永續發展議題成立公司治理、員工照顧與發展、環境永續、客戶服務與供應鏈、社會關懷與公益小組，透過跨部門整合溝通，針對永續發展議題進行長遠規劃與管理。



“

1994 年成立時「搭帳篷」還沒有什麼規範，同樣在業界也沒有這樣的「公司」，只有傳統的「搭棚架」，所以巨蛋這個剛出生的小 Baby 沒有可以仿效的同性質公司，只能借鏡日本再從成長的過程中不斷嘗試、檢討、改變、再嘗試，一步一腳印的邁入第 28 個年頭。

巨蛋持續不斷地學習，透過導入 ISO 9001 及 ISO 20121 管理系統，檢視內部原有的作業流程，尋找可以再改善進步的空間；透過管理系統的導入，檢驗各層面的缺漏，並強化各項服務與管理，使公司同仁及合作夥伴可以安全、健康、安心的工作，更朝著「客戶滿意、共同成長、就業穩定、永續經營」的目標前進。

”

2. ISO 20121 活動永續管理成果



3. 利害關係人永續經營

本公司於 2018 年導入 ISO20121 活動永續性管理系統以來，定期蒐集各類利害關係人的需求與期望進行分析，納入公司管理的考量，今年度透過發行 2020 年企業永續報告書的過程，更深入蒐集各項利害關係人關注主題，期待擴大對利害相關人的溝通獲得寶貴意見於未來作為內部管理、永續發展策略的基石。本公司根據利害關係人與重大議題分析步驟如下：

重大議題分析流程



① 鑑別利害相關人

巨蛋展覽重視利害關係人溝通及其回饋，共歸納出 10 大類型，包括：客戶、股東、供應商、政府、員工、參與者、與會者、社區、社群、媒體等，並參考 AA1000 SES 利害關係人議合標準的五大原則（責任、影響力、張力、多元觀點、依賴性）進行評估，依據活動會展業特性，界定出主要對公司有較大影響的利害關係人為客戶、供應商、員工、政府主管機關、參與者，並透過多元的溝通管道，即時接收並回應利害關係人的需求，共同推動企業永續。

利害關係人	高關注議題	溝通機制	報告書回應章節
 員工	經濟績效	<ol style="list-style-type: none"> 1. 勞資會議 → 每季 2. 規章、辦法、公告 → 不定期 3. 電話、面談、Line、Mail → 每日 4. 各項申請表單 → 不定期 5. 工作會議 → 每月、每季、每年 	第一章、 公司經營與治理 第五章、 員工照顧與發展
	職業安全與衛生		
	教育訓練制度		
	薪資福利條件		
	勞資關係		
	升遷制度		
	工時與人權政策		
	永續傳承		
 客戶	職業安全衛生	會議、電話、Line、Mail → 不定期	第一章、 公司經營與治理 第二章、 創新商品與服務 第三章、 綠色營運與管理 第四章、 永續供應鏈管理
	設施服務安全		
	活動意外保險與緊急應變		
	道德誠信		
	法令遵循		
	風險管理		
	創新商品服務		
	服務品質與責任		
	廢棄物管理		
	供應鏈管理		
 協力廠商、 供應商	經濟績效	<ol style="list-style-type: none"> 1. 協議組織、危害告知、合約 → 依案件執行 2. 電話、面談、Line、Mail → 不定期 	第一章、 公司經營與治理 第四章、 永續供應鏈管理
	職業安全衛生		
	風險管理		
	服務品質與責任		
	供應鏈管理		
	永續採購		
 政府 主管機關	法規遵循	<ol style="list-style-type: none"> 1. 會議 → 不定期 2. 定期申報 → 依法令要求 3. 公文、網站 → 不定期 4. 政府機關舉辦宣導會、教育訓練課程 → 不定期 	第一章、 公司經營與治理 第三章、 綠色營運與管理 第五章、 員工照顧與發展
	職業安全衛生		
	風險管理		
	反貪腐		
	道德誠信		
 與會者 (活動參與者)	職業安全衛生	電話、Line、Mail → 不定期	第二章、 創新商品與服務 第六章、 社會關懷與公益
	設施服務安全		
	活動意外保險與緊急應變		
	社會回饋		

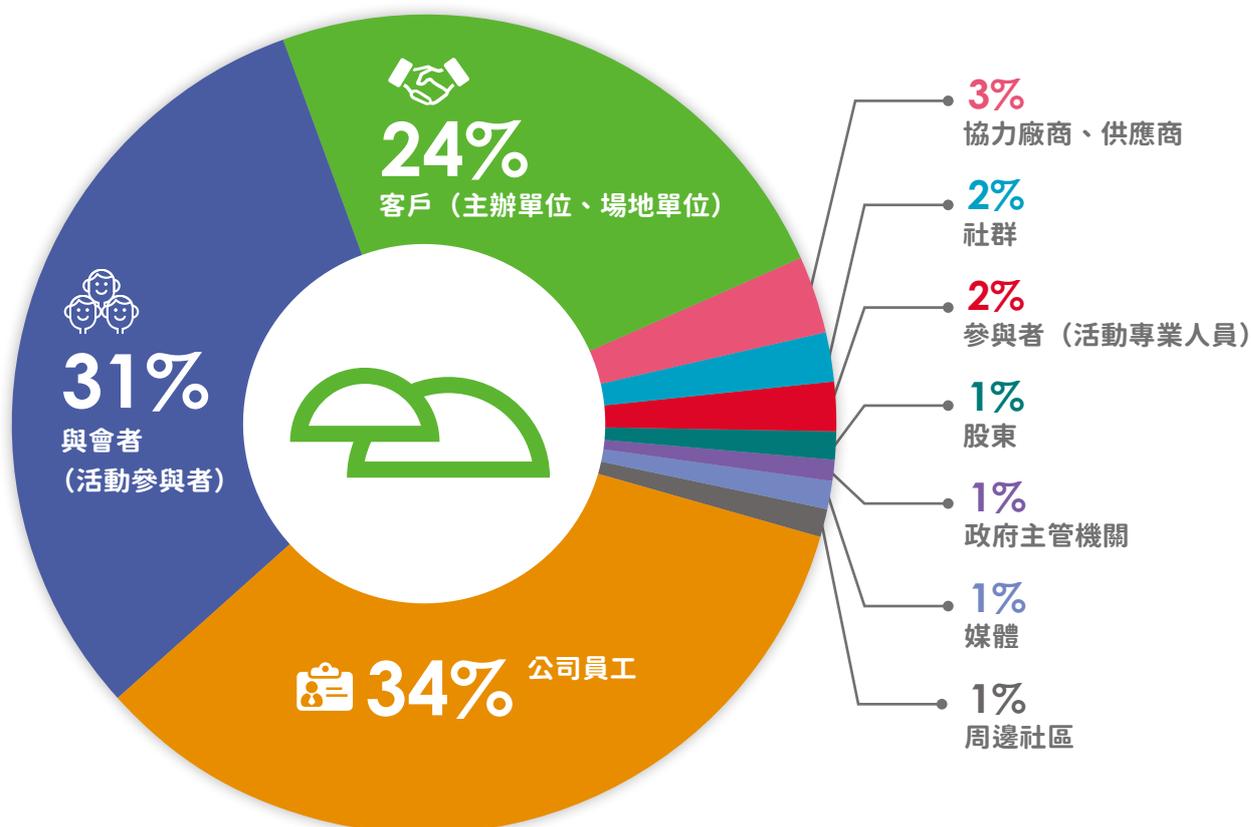
② 議題蒐集

本公司在議題蒐集的脈絡上，分析包含 GRI 永續報告準則 (GRI Standards) 各主題、GRI G4 Event、國際同業重要永續議題等，產出永續議題列表，共分為經濟議題、環境議題、社會議題三大面向，其中共包含 38 項議題。

③ 重大議題鑑別與分析

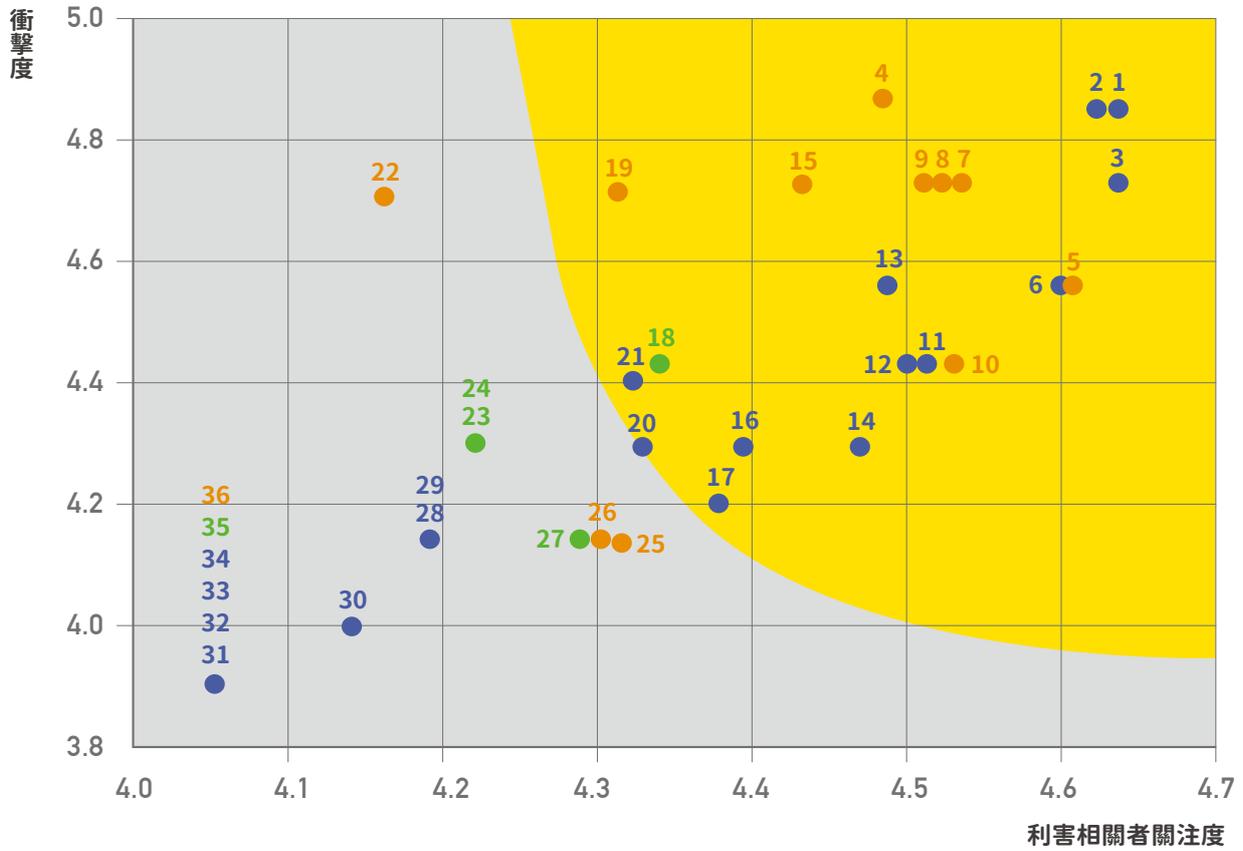
重大議題之分析包含利害關係人關注評估及對公司衝擊度評估；為評估利害關係人關注議題，本公司以前述利害關係人分析時 10 大分類之利害關係人為調查對象，發放問卷，進行量化分析；本年度共計 273 位利害關係人參與重大議題鑑別調查，並回收 270 份有效問卷。公司營運衝擊度評估，則由本公司經理級以上主管會議討論評估而得。報告書編輯委員會將分析結果，繪製成矩陣圖，並以排序前 50% 之議題，共有 21 項重大議題，併送總經理進行討論，自主加入 6 項議題，共計 27 項，納入本公司重大議題，彙整為 14 項重大主題後，由內部高階主管群討論制定出管理方針及目標進行管理。

利害相關人議合分析



重大議題矩陣分析圖

●經濟面向 ●社會面向 ●環境面向



重大議題排序

- | | |
|---------------|--------------|
| 1 工作環境健康與安全 | 11 活動相關意外保險 |
| 2 設備安全及個人防護裝備 | 12 完善教育訓練制度 |
| 3 設施服務安全 | 13 不用童工 |
| 4 經濟績效 | 14 薪資福利條件及工時 |
| 5 道德誠信 | 15 公司治理 |
| 6 緊急應變 | 16 人才選用及升遷 |
| 7 反貪腐 | 17 勞資關係 |
| 8 法令遵循 | 18 資源耗用 |
| 9 風險管理 | 19 供應商管理 |
| 10 商品創新服務 | 20 永續傳承 |
| | 21 社會回饋 |

非重大議題自主揭露

- 22 永續採購
- 23 能源管理與溫室氣體
- 24 水資源管理
- 25 人權政策
- 26 異業合作
- 27 廢棄物管理

重大主題彙整

經濟面向

重大議題	重大主題
● 經濟績效	公司治理
● 反貪腐	誠信經營
● 道德誠信	
● 風險管理	風險管理
● 法令遵循	
● 商品創新服務	創新商品服務
● 異業結盟 (自主揭露管理)	
● 設施服務安全	活動安全與服務
● 意外保險	
● 供應商管理	永續採購管理
● 永續採購 (自主揭露管理)	

社會面向

重大議題	重大主題
● 薪資福利條件及工時	人才吸引與留任
● 人才選用與升遷制度	
● 不用童工	
● 教育訓練	全方位培訓與發展
● 勞資關係	人權與勞資關係
● 人權政策 (自主揭露管理)	
● 工作環境健康與安全	職業安全衛生與健康
● 個人安全及防護設備	
● 緊急應變	
● 永續傳承	社會參與與回饋
● 社會回饋	

環境面向

重大議題	重大主題
● 資源耗用	資源及廢棄物管理
● 廢棄物管理 (自主揭露管理)	
● 廢水排放 (自主揭露管理)	廢水管理
● 氣候變遷與溫室排放	氣候變遷與能源管理
(自主揭露管理)	
● 能源使用	

④ 重大性主題邊界

為反應巨蛋展覽整體的價值鏈，將 14 項重大主題界定衝擊邊界，以確保價值鏈的透明及其延伸的影響，並分析重大永續主題對巨蛋的意義與深遠的影響，從而擬訂管理方針及短中長期目標，相關完整的管理方針、目標與績效等資訊請參閱對應章節。

重大議題	重大主題	價值鏈									對應 GRI Standard 指標	本報告書 回應章節
		內部	外部									
		高階及員工	股東	客戶	場地方	主管機關	供應商	與會者	參與者	社區		
經濟績效	公司治理	●	●	●	●	●	●	●			201	1.1 公司治理
反貪腐	誠信經營	●	●								205	1.1 公司治理
道德誠信												
風險管理	風險管理	●	●	●		●	●				201 307 416 417 418 419	1.2 永續經營
法令遵循												
商品創新服務	創新商品 服務	●	●	●	●	●	●		●		201 416 417	2.1 創新商品
異業結盟 (自主揭露管理)												
設施服務安全	活動安全 與服務	●		●							416 417	2.2 產品安全 與服務
活動意外保險												
供應商管理	永續 採購管理			●							204 308 414	4.1 供應鏈概況 4.2 供應商 永續管理
永續採購												

重大議題	重大主題	價值鏈									對應 GRI Standard 指標	本報告書 回應章節
		內部		外部								
		高階及員工	股東	客戶	場地方	主管機關	供應商	與會者	參與者	社區		
資源耗用	資源及廢棄物管理	●		●		●					301 廢棄物管理 (自主揭露)	3.2 資源及廢棄物管理
廢棄物管理 (自主揭露管理)												
廢水排放 (自主揭露管理)	水管理	●				●				●	水管理 (自主揭露)	3.3 水資源管理
氣候變遷與溫室排放 (自主揭露管理)	氣候變遷與能源管理	●									302 溫室氣體排放 (自主揭露)	3.1 氣候變遷與能源管理
能源使用												

重大議題	重大主題	價值鏈									對應 GRI Standard 指標	本報告書 回應章節
		內部		外部								
		高階及員工	股東	客戶	場地方	主管機關	供應商	與會者	參與者	社區		
薪資福利條件及工時	人材吸引與留任										201 202 401 404 405 408	5.1 人材吸引與留任
人才選用與升遷制度		●	●									
不用童工												
完善教育訓練制度		●									404	
勞資關係	人權與勞資關係										402 412	5.2 人才培育與發展
人權政策		●				●						
工作環境健康與安全	職業安全衛生與健康										403	5.3 職業安全管理
設備安全及個人防護		●				●						
緊急應變												
永續傳承	社會參與與回饋										413	6.1 社會公益 6.2 產學合作
社會回饋		●		●		●			●	●		

⑤ 重大理想目標：家喻戶曉

面向	重大主題	管理方針	對應 GRI 主題
創新商品與服務	創新商品服務	創新服務、異業結盟主動出擊，提供令人安心放心的活動場所	GRI 201、416、417
	活動安全與服務		GRI 416、417
公司經營與治理	公司治理	遵循法規與政策規範，善盡企業社會責任，為股東、員工創造最大價值，提升公司營運績效	GRI 201
	誠信經營		GRI 205
	法規及風險管理		GRI 201、307、416、417、418、419
永續供應鏈管理	永續採購管理	與供應商一起努力，透過定期評核，扶植 ESG 表現良好的供應商，一起朝向永續發展努力	GRI 204、308、414

主軸	重大主題	管理方針	對應 GRI 主題
綠色營運與管理	資源及廢棄物管理	愛惜資源，提高重複租賃次數，減少資源耗廢，良好管理，減少廢棄物產量	GRI 301 廢棄物管理 (自主揭露)
	水資源管理	對於排放水質進行監測管控，符合法令規定	水資源管理 (自主揭露)
	氣候變遷與能源管理	自主進行碳盤查，規劃減排，逐步進行節能設備汰換，為地球盡一份心力	GRI 302 溫室氣體排放 (自主揭露)

主軸	重大主題	管理方針	對應 GRI 主題
員工照顧與發展	人才吸引與留任	規劃公平、合理、具競爭性的制度、福利與獎勵措施，打造幸福安心的職場	GRI 201、202、401、404、405、408
	全方位培訓與發展		GRI 404
	人權與勞資關係		GRI 402、412
	職業安全衛生與健康	推動職業安全與健康管理，降低工作環境風險及維護同仁身心健康，提升競爭力	GRI 403
	社會參與與回饋	善盡社會責任，傳承巨蛋永續作法及精神，影響同業一起努力	GRI 413

回應 SDGs		短期目標 (3年)	中期目標 (5年)	長期目標 (10年)
SDG 8 合適的工作及經濟成長	SDG 12 責任消費及生產	1. 產品服務多元性 2. 強化產品服務及多角化市場經營 3. 異業結盟主動出擊化	1. 同業結盟應變服務 2. 服務鏈整合 3. 異業結盟深廣化	1. 營運服務多角化 2. 異業結盟定著化
SDG 8 合適的工作及經濟成長				
SDG 16 和平、正義及健全制度	SDG 3 健康與福祉 SDG 8 合適的工作及經濟成長 SDG 13 氣候行動	完善公司治理的相關規範	籌備經營據點	拓展經營據點
SDG 8 合適的工作及經濟成長				
SDG 13 氣候行動				
SDG 12 責任消費及生產 SDG 17 多元夥伴關係		制定永續採購規範	逐年提升永續採購比例	供應商共創永續經營

回應 SDGs	短期目標 (3年)	中期目標 (5年)	長期目標 (10年)
SDG 7 可負擔的潔淨能源 SDG 13 氣候行動	提高廢棄物回收	1. 找到替代材料 2. 綠色數位化工具	智慧型管理系統
	放流水檢測符合標準	逐步汰換環保的清潔劑	新設廠房 100% 符合排放標準
	1. 替換節能、省電設備 2. 耗電年度減少 1% 3. 降低室內 CO2 濃度 4. 減少車輛空氣汙染排放	1. 逐步汰換節能、省電設備 2. 減少車輛空氣汙染排放 3. 貨車逐步汰換為第五期環保車	1. 影響供應商替換節能標章設備 2. 低碳運輸

回應 SDGs	短期目標 (3年)	中期目標 (5年)	長期目標 (10年)
SDG 5 性別平權 SDG 8 合適的工作及經濟成長	提升人才留任率	提升人才培育制度	1. 建立幸福安心的工作環境 2. 成立基金會
SDG 4 優質教育 SDG 10 減少不平等			
SDG 5 性別平權			
SDG 3 健康與福祉	完成職安衛危害辨識風險評估	導入職安衛管理系統	提供健康安全的工作環境
	蛋蛋相傳	開枝散葉	金玉滿堂

4. 風險管理

企業要永續經營，首先要重視風險管控，透過利害相關人議合及 ISO20121 永續議題鑑別的過程，巨蛋展覽可能之風險有營運、市場競爭、職安管理、氣候變遷、資訊安全、財務、工時管理等，均列為公司風險管理之重點項目進行管理，未來將更健全風險管理制度利用辨識、評估、控制、監控等步驟，每年定期至少一次召開會議，來審視經濟、環境和社會的衝擊，降低公司經營風險與增加營運機會，並將風險評估結果納入永續發展委員會報告，藉以完善公司永續經營的目的。



七大風險管理

① Covid-19 公司營運風險

● **風險來源：**

2020 年至 2021 年第三季以來，活動會展產業無不受到 covid-19 疫情影響，面臨前所未有的挑戰，從 2020 年首度疫情爆發後，許多活動、展覽停辦，巨蛋展覽單月營收一度下滑到 22%、18%，2021 年第二季疫情再起更重擊整個會展產業鏈，從原物料的漲幅、案件來源停止阻斷正常營收、營運成本開支仍存在的困頓！

● **管理策略：**

1. 申請政府補助及爭取銀行貸款紓困金挹注營運活水。
2. 積極提升巨蛋現有產品活用組合，因應防疫需求創造供應產品各項服務的機會。
3. 讓原可能因疫情停擺的服務，從夾縫中尋求生機讓巨蛋的齒輪持續滾動，更讓同仁免於承受失業的恐慌。
4. 針對內部整合強化人員訓練，物品整頓、工序工法調整改善。

② 市場競爭風險

● **風險來源：**

1. 業者仿效同質產品服務或商業模式。
2. 削價競爭。

● **管理策略：**

1. 堅持巨蛋核心精神，安全、守時、服務品質，同中求異！
2. 新品開發、產品再精進或延伸商品多元服務。
3. 新市場開發尋求合適的跨領域結合。
4. 發揮巨蛋營運佈點通路的優勢。
5. 因應需求培養相關人才。

③ 職安風險

● 風險來源：

1. **辦公室作業：**主要為長時間工作造成異常工作負荷風險。
2. **廠區作業：**清潔物品使用有機溶劑及搬運物品時有造成壓傷、扭傷等風險。
3. **場佈作業：**運送過程車輛造成交通事故及期間因設備施工造成之意外傷害、搭拆作業時造成跌傷、壓傷、扭傷等風險。

● 管理策略：

本公司自 2021 年 4 月起依「職安衛危害鑑別評估管理程序」，針對各單位進行職安衛危害辨識與風險機會評估之人員，實施「工作環境或作業危害之辨識、評估及控制」教育訓練，危害辨識與風險機會評估範圍包括本公司管轄的作業活動區中包括各場所、區域、設備及例行性、非例行性之作業活動，鑑別評估人員利用現場查核訪談或開會討論的方式，鑑別出作業中可能造成人身傷亡或健康危害的各種潛在危害因子，針對評估結果屬於不可接受風險且對於重大及高度風險者須展開降低風險之控制，依據消除、取代、工程改善、行政管理、個人防護具之改善順序，尋求最佳降低風險之改善方案並執行持續改進。

④ 氣候變遷風險

● 風險來源：

氣候變遷的影響讓我們正面臨全球生態環境和生物多樣性的災難，巨蛋展覽提供之產品服務及活動以戶外搭設帳篷作業為大宗，氣候的劇烈變化不只對同仁作業安全有影響，進而在案件執行期間因天候因素而迫使活動暫停。

● 管理策略：

巨蛋展覽雖非溫室氣體的排放大戶，但面對氣候變遷的影響，呼應政府減碳政策，從自身做起，透過自主進行碳盤查，規劃減排，對於廠內逐步進行節能設備汰換，對於出租設備，優先考量採購節能設備，並落實做好清潔保養，提高出租使用率，透過出租共享概念，為地球盡一份心力。配合天氣風險管理公司取得氣象重要參考數據評估執行戶外活動的風險與相關參與者溝通以利排除不必要損傷的可能性，適度調整工序或加強安全作業。

⑤ 資安風險

● 風險來源：

巨蛋展覽曾於 2019 年遭受網路駭客攻擊，本次病毒感染路徑：主要透過架設在北營的 BDC 主機，入侵至內部作業環境，導致多部電腦與設備遭到感染並進行資料加密勒索。除主機及多部電腦被入侵破壞外，也經由公司各地主機、備份機的串接方式相繼被攻擊感染受駭！

● 管理策略：

利用原先的熱備援方式備份一份資料，再另採用冷備援方式備份第二份資料。
備份資料將會全面增加雲端存放空間每天備份到雲端空間，此雲端空間會是獨立且保密的狀態不與其他人共用的私人空間，主機將會採取每 30 天進行全面性備份

⑥ 財務風險

● 風險來源：

受疫情衝擊市場活動舉辦減少及競爭業者削價競爭，營收成長受限之現狀，資金流的運用及取得為之重要。

● **管理策略：**

1. 減少非必需更換租賃設備的採買。
2. 申請政府提供相關的紓困補助款及延繳部份費用。
3. 與銀行協商降低舊有貸款借款利率及增加紓困貸款。
4. 加強應收帳款的催收。

⑦ **工時管理風險**

● **風險來源：**

由於客戶發包確認時間緊迫，且給予佈置及撤場時間非常壓縮，再加上部分活動需要晚上施工，為了能完成每一場客戶的需求，所以人力調度安排成了控制上的難點。

● **管理策略：**

為了避免同仁因加班時數過長影響健康，且考量同仁健康、同仁所得與顧及公司營運三方平衡，故多管齊下從人力擴充、人力調控、案件精選等方面進行管理。

人力擴充的部分，持續徵聘正職與時薪制工讀生，對外除了人力招募平台，參加徵才活動，並在學校就輔中心刊登；對內設立【介紹保證到職獎勵辦法】鼓勵同仁介紹周邊友人加入巨蛋，及設立【傳承指導獎勵辦法】透過指導員制度讓新人盡早適應及留任。

人力調控上，除了配合案件需求增派臨時派遣人力，再增設加班時數預警機制，以便排班主管瞭解個人加班狀況，因應人員、車輛、物品調度等有條件的協調承接時機並做適當的調整與安排。

5. 法規遵循

巨蛋展覽每月收集法令相關規範，定期查核，並將相關規定整合於內部日常工作管理中，透過日常巡檢、稽核，以確保各項活動均依相關法令規範進行。2020 年違規受罰事件共一件，罰款總金額 20,000 元；2018 至 2020 年度巨蛋展覽累計違規受罰事件如下，累計罰款總金額 50,000 元，每一個案皆已完成改善，並於內部展開改善及宣導，避免再度發生。

區域	台北	台南
缺失說明	<p>2018/12/27 跨年活動進場 於有物體飛落之虞工作場所，未使勞工確實戴用安全帽。</p>	<p>2020/07/06 2020/07/23 - 南市勞安字第 1090861188 號 查員工 000 六月之延長工時共計 64 小時。</p>
原因分析	<p>帶場 LD 評估我司當天作業現場為小帳篷施工，並沒有吊掛作業，也沒有須爬高超過 2 公尺，才會於現場未配戴安全帽施工。</p>	<p>1. 疫情趨緩後，延辦案件陸續舉辦造成案件短期增多 2. 外場人員尚未補足，人力短缺</p>
改善完成日	<p>2019/6/30 1. 對於較特殊場地施工一定要求全程配戴安全帽施工。 2. 有物體飛落之虞工作場所，LD 要現場判定是否須配戴安全帽判定後才能進入施工。 3. 請職安顧問加強宣導執行人員如何判定安全問題（內訓課程）。</p>	<p>2020/9/30 1. 同檔期案件過多時，協調他區調派人力支援 2. 於人力銀行開徵職缺，補足人力缺口</p>
罰款金額	30,000	20,000

公司經營與治理 未來短中長期發展目標

重大主題

公司治理、誠信經營、法規及風險管理

管理方針

遵循法規與政策規範，
善盡企業社會責任，為
股東、員工創造最大價
值，提升公司營運績效

短期目標：

完善公司治理的
相關規範

作法：

- ① 反貪腐及誠信經營、勞工道德的教育訓練及宣告、對外發佈承諾書
- ② 勞工道德誠信教育訓練及觀念宣達
- ③ 強化資安管理
- ④ 人力不足啟動案件精選機制

中期目標：

籌備經營據點

作法：

- ① 市場開發及效益評估
- ② 天然災害建立標準作業 SOP 以降低傷害
- ③ 導入 BCP 營運持續管理（風險）

長期目標：

拓展經營據點

作法：

海外業務拓展（投資或拓點）

2 創新商品與服務

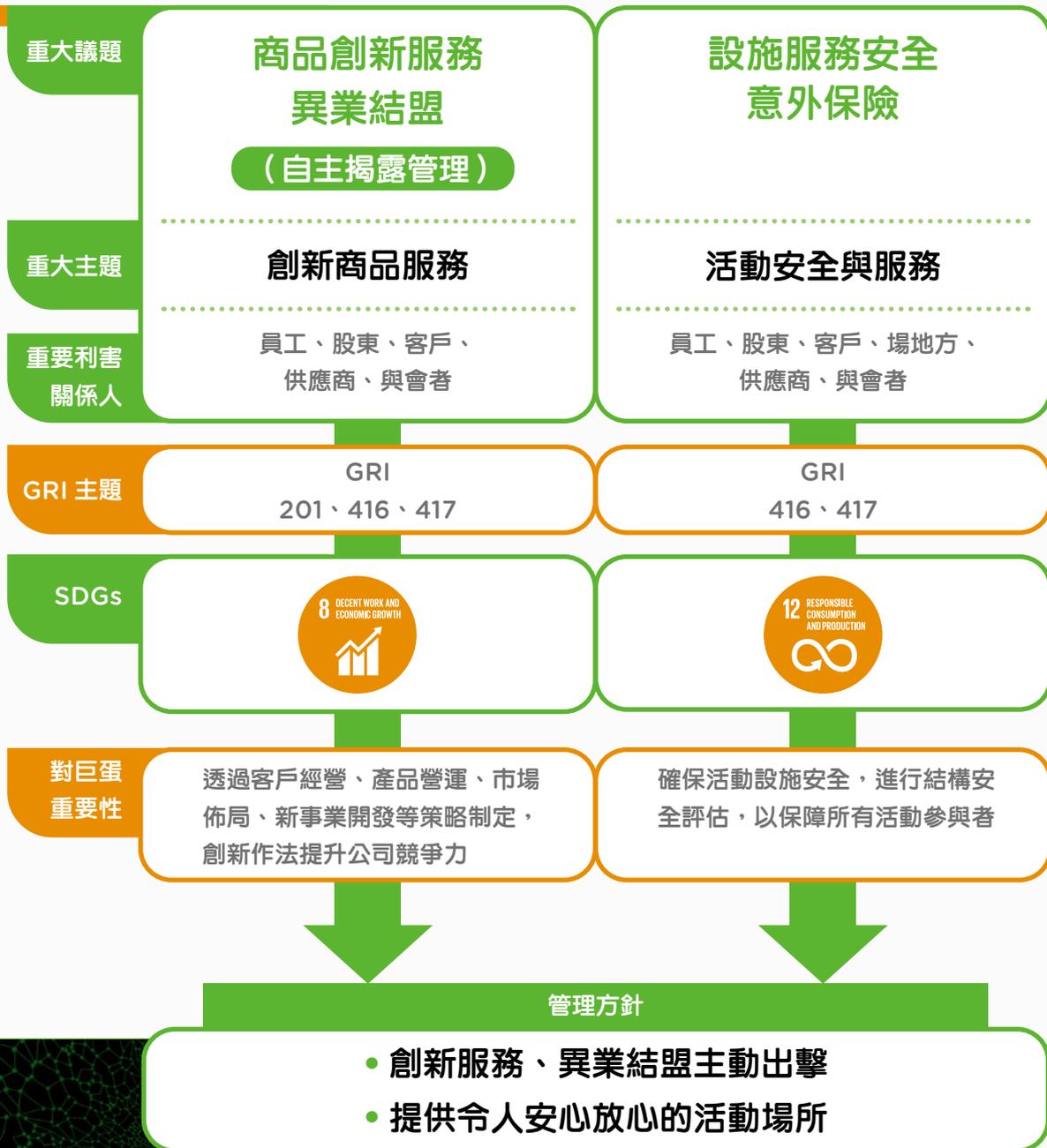
2020 年績效亮點

- 案件執行件數：8,036
- 帳篷總面積：105,398 m²
- 累積服務客戶數：14,138
- 創新商品：2
- 租賃產品項目數：1,598
- 異業結盟：1
- 租賃產品總件數：376,980
- 客戶肯定獎勵數：555





面向：新商品與服務



2. 異業結盟

主要是突破現有經營的產業領域，利用巨蛋展覽本身的通路優勢結合非活動會展業的客群再造經濟體。

通路串連是巨蛋的優勢！從北中南高讓在地佈點服務更有效迅速，也從不同斜槓的合作挑戰發揮 1+1 大於 2 的正向循環效果。

兩車六人的痕跡
你的故事在巨蛋

總統出席的場合我把關

巨蛋不只是優質活動最佳配角，更是客戶背後最強大的後盾！從一開始承接案件客戶很多訊息都三緘其口，只因爲「總統要來」。在保護總統不能提早公開行程狀況，活動日期也是個不確定性。但唯一確定的是本次首飛所需的觀禮篷需要搭設空軍基地跑道上！！活動前安排多次會議及場地會勘不可免，站在空曠的飛機跑道上風來了我心也涼了，辦戶外活動如果碰到颱風或是東北季風季節，只要設備在外在還沒結束撤場前都需要承受心理壓力及風險，更何況是這種場地！空軍承辦窗口透漏現場早晚風力大不同，平時6級風是基本風力，10級以上強陣風是家常便飯。陪同客戶參與典禮前的籌備會議，空軍司令官只說唯一重點：我只要求安全！安全！安全！是的，「安全」是客戶對巨蛋的要求與信任，也是我們對自己的堅持與責任！因爲拿取案件從來都不是最困難的而是要順利完成並安全下莊。爲了讓活動進行更安心踏實，巨蛋不能有絲毫僥倖心理，我們特別協請空軍承辦人員先調出這幾年季節性風速表供我們參考，研討如何讓高要求且尊貴的飛機跑道不能有一丁點損傷，同時更要維持典禮帳篷區的安全固定。

此次安排空軍新式高教機首飛起降後會緩緩駛入典禮現場空軍跑道內橋段，經幾次溝通及設備調整，加強觀禮區篷房帳落腳地面保護及配重安全是評估考量的重中之重，而且要做兩套觀禮區篷房帳分別在不同飛機跑道上，只因飛機起降要配合風向，飛行官在正式活動前一刻都可能變換場地。要進出營區所簽訂文件及工安要求甚是嚴格，進出現場所有施工廠商一律同進同出，進去就等於失去消息無法與外界聯繫，全員手機集中在「養機場」統一控管，現場施工須配合附近其他跑道飛機起降，吊車吊掛臂桿除了拉起高度限制外，隨時會被要求停工休息，於場地與時間限制規範下，巨蛋的場地佈置工程師總是不負客戶期望下如期進場完成。



照片來源：總統府官網

於活動前彩排日老天爺一早賞了一場暴雨後，客戶現場捎來消息跑道上能見度不佳，但巨蛋的帳篷屹立不搖！老天爺啊～我們過第一關了！！雖然是短暫暴雨但就像老天爺是爲活動前洗塵般忽然晴空萬里，活動當日巨蛋加派人手留守作典禮前準備，活動非常順利結束，但我們的任務還沒結束，巨蛋幕後英雄場佈工程師們依然頂著烈日拆著帳篷及周邊設備，完美善後著不敢落下任何一根螺絲甚至是一根小小固定地毯小圖釘，只爲了呈現優質活動最佳配角，送給客戶兩顆心～安心～放心，最後客戶回饋我們一顆心那就是～開心，yes 待命解除！巨蛋展覽的核心精神口號就是「SOS」，安全（Safety）、守時（On time）、服務（Service），只因爲我們是客戶最強大的後盾。（員工 基層螺絲釘）

二、產品安全與服務

『學如逆水行舟，不進則退。』公司永續經營之道亦如是，唯有不斷的創新與突破，方能始終將自身置於時代的浪頭之上，而不是被競爭的大洪流所淹沒。巨蛋展覽自成立以來，在董事長與總經理的帶領下，透過持續不斷的開發新品與增加服務項目的多元性，已然成為國內活動展覽業的先驅指標，也為業界的產品及服務立下了可供取經的範疇。

巨蛋展覽為從事各類室內、戶外活動會場硬體規劃，綜合硬體設備租賃與施工佈展服務的專業公司。巨蛋展覽的最高經營管理者 連仁隆總經理深知企業成長的關鍵除了提升自身專業技能外，力行巨蛋核心價值「More than best」好要更好絕非口號，而是身為領導人堅持的原則！依循巨蛋展覽和各利害相關者需求與期望議合結果，決心願當領頭羊引領改變會展活動成就產業規範化，本公司自主將服務之產品結構進行分析簽證，材料抗震、耐風強度等測試，在 2020 年產品安全相關服務中並未有違反健康安全及產品標示等法規，施工過程中均由職業安全衛生業務主管實施檢查、紀錄。本公司產品安全服務百分之百符合 ISO 20121 活動永續管理系統，藉由外部審視逐步將各項產品安全及服務明確制定標準化，目的就是為了讓承辦服務的客戶夥伴們及參與的民衆、關係者，在安全的基礎下能安心舉辦或參與各項會展活動，最終順利完成圓滿落幕。



1. 產品安全

巨蛋展覽所提供之產品結構首要參考建築物耐風設計規範及中央氣象局採用的「蒲福風級表」標準（等同於 1946 年由 WMO 所公布的國際標準），恪遵建築法及各縣市政府臨時建物管理辦法相關規範，由建築師或相關專業技師出具之結構安全證明；巨蛋展覽具有結構分析書的產品計有 8 款型式帳篷。

此外，巨蛋展覽為保障現場施工及參與人員等利害相關者權益，特別投保年度「營繕承辦人意外責任險」、「公共意外責任險」。

蒲福風級表及地面風力

風速：高出空曠地面 10 公尺之相當平均風速

風級	名稱	風速		風級標準說明
		公尺 / 秒	公里 / 時	
	風			陸地情形
0	無風	0 - 0.2	< 1	靜，煙直上
1	軟風	0.3 - 1.5	1 - 5	炊煙能表示風向，風標不動。
2	輕風	1.6 - 3.3	6 - 11	風拂面，樹葉有聲，普通風標轉動。
3	微風	3.4 - 5.4	12 - 19	樹葉及小枝動搖，旌旗招展。
4	和風	5.5 - 7.9	20 - 28	地面揚塵，紙片飛舞，小樹幹搖動。
5	清風	8.0 - 10.7	29 - 38	有葉之小樹搖擺，內陸水面有小波
6	強風	10.8 - 13.8	39 - 49	大樹枝搖動，電線呼呼有聲，舉傘困難。
7	疾風	13.9 - 17.1	50 - 61	全樹搖動，迎風步行有阻力。
8	大風	17.2 - 20.7	62 - 74	小枝吹折，行人不易前行。
9	烈風	20.8 - 24.4	75 - 88	煙窗屋瓦等將被吹毀。
10	狂風	24.5 - 28.4	89 - 102	陸上不常見，見則拔樹倒屋或有其他損毀。
11	暴風	28.5 - 32.6	103 - 117	陸上絕少，有則必重大災害。
12	颶風	32.7 - 36.9	118 - 133	—
13	颶風	37.0 - 41.1	134 - 149	—
14	颶風	41.5 - 46.1	150 - 166	—
15	颶風	46.2 - 50.9	167 - 183	—
16	颶風	51.0 - 56.0	184 - 201	—
17	颶風	56.1 - 61.2	202 - 220	—

(註：約略波高為排名較大前 3 分之 1 的平均)
資料來源：中央氣象局編印氣象百問第 16~17 頁

2. 產品服務

“

巨蛋展覽於創立之初就以「自由空間的創造者」自居，致力於提供戶外活動臨時空間的最佳解決方案。並與日本合作創新開發出多款組合式帳篷，具備快速搭設拆除、美觀的天篷造型以及安全結構計算把關，解決了舊有棚架徒法煉鋼燒鐵架與綁鐵絲與拼裝結構之安全疑慮等痛點。帶領台灣戶外活動產業走向全新的時代。

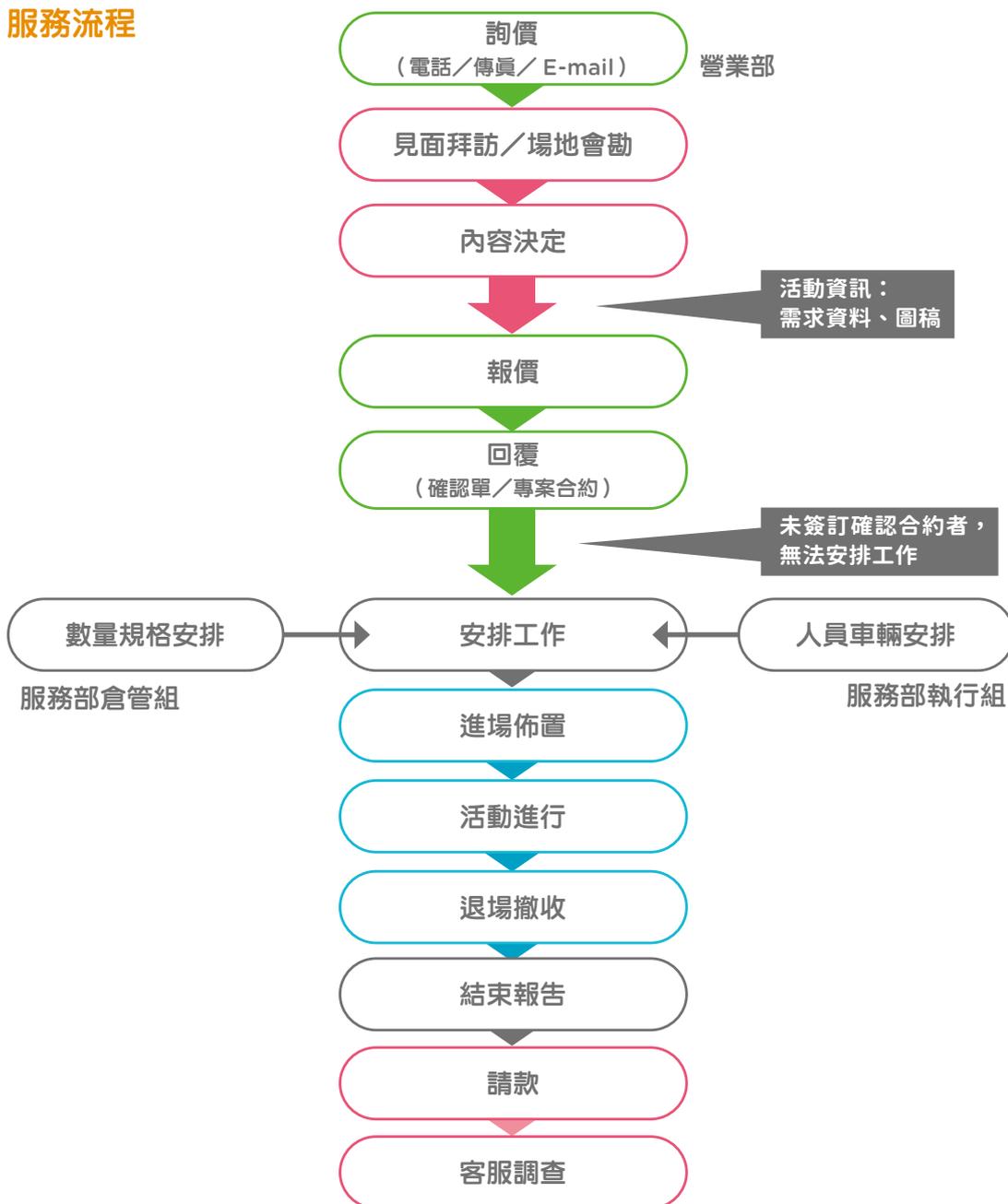
”

本公司的倉儲坐落於北中南高已達 1 萬多坪空間，3 噸半的貨車近 40 台，超過萬張桌子，椅子量體也逾 7 萬張，總產品項目供應線上看千種。巨蛋將自己定位為優質活動最佳配角、是一支訓練有素的場佈大隊，協助各類企劃單位實現會展活動的最後一哩路。因此在客戶及業界口碑行銷下，已被標榜為產業中的專業角色，更成為業界客戶群在活動配合供應服務的首選。巨蛋展覽產品項目及服務流程如後：

服務項目



服務流程



2018 至 2020 年案件執行件數：

年度	台北	台中	台南	高雄	合計
2018 年	5,783	1,637	442	2,050	9,912
2019 年	5,932	1,721	729	2,185	10,567
2020 年	4,018	1,339	712	1,967	8,036

2018 至 2020 年產品服務成效：

年度	累積服務客戶數	租賃產品項目數	租賃產品總件數	帳篷總面積
2018 年	12,023	1,466	342,331	101,937 m ²
2019 年	13,374	1,544	367,258	101,539 m ²
2020 年	14,138	1,598	376,980	105,398 m ²

巨蛋展覽吉祥物

歐卡斯 (虎鯨) ORCAS

小檔案

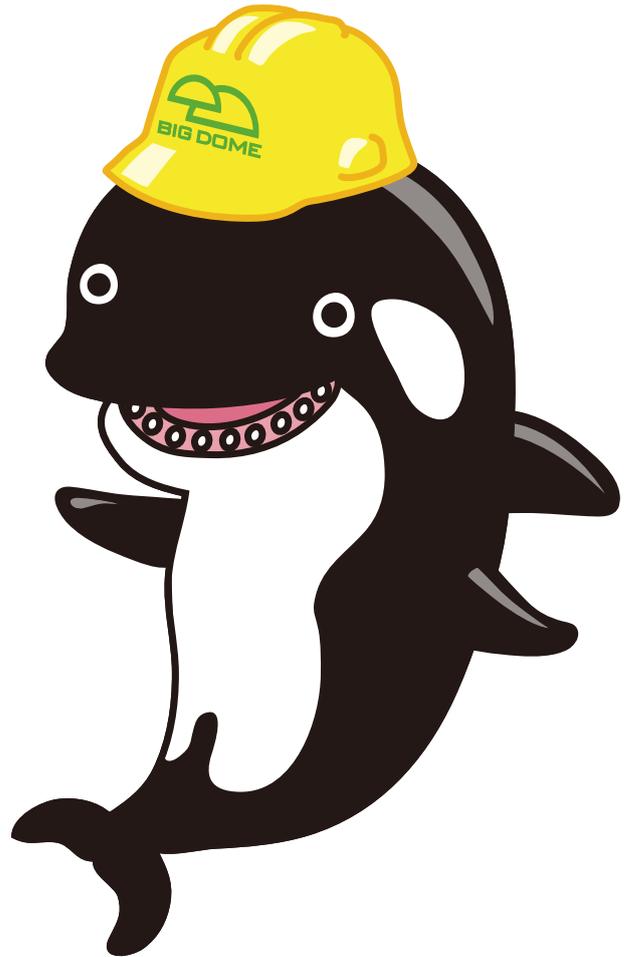
品種：虎鯨（哺乳類動物）

生日：2014 / 9 / 23

星座：處女座

身高：220cm（相當阿里山帳腳柱高）

體重：1,600kg（相當於2個石墩重量）



虎鯨是高度社會化的動物，喜歡群居生活，是動物界中最穩定的家族；牠們通常排列整齊隊伍集體行動，有時跳出水面觀察海域狀況。每當發現群體中有成員發生狀況，其他成員會及時給予幫助、相互照應。面對體型較龐大的生物時，特殊的聲音及共鳴、共同合作捕獵，規模性的攻擊、使命必達，可說是海上霸王。

巨蛋展覽就像是個大家庭，成員間相互扶持鼓勵，面對問題時共同的討論及意見分享；案件來臨時，臨危不亂的危機處理態度、有系統的作業標準流程、準確施工與規劃，巨蛋的用心、讓客戶安心。共同合作與協助、巨蛋給予夥伴最大的支持。

ORCAS 與巨蛋理念極其相似，因此成為巨蛋展覽最佳代言人，讓巨蛋展覽得以成為「優質活動的最佳配角」！

One Ring Call All Set!

一通電話 全部搞定

① 難以被突破的高牆

自 1994 至 2021 年間，巨蛋展覽累計服務客戶總家數達 14,719 家、累計租賃產品達 429,669 件、累計完成案件達 127,645 件，正職員工人數逾 150 人以上亦是同類型會場硬體場佈公司之最。要如何扛住這塊「第一」的招牌，除了企業的領導人有過人的遠見，更要有創新思維和持續不斷的開發與導入以應市場需求，走在使用者的前面思考以取得商品先進者的優勢，才能滿足需求貼近服務顧客。舉凡在材質、尺寸、樣式、種類…等等，至今提供眾多產品有：充氣巨蛋、超大圓拱帳、帝王帳系列、環形帳、篷房帳、豪華貨櫃廁所、快閃玻璃屋、防疫噴霧門…等不勝枚舉，仍有諸多項目服務是同業無法仿效。



② 廣為人知的印象

細數巨蛋展覽這超過二十七年的指標案件，其中不乏各大新聞媒體報導的曝光引述，但最為人津津樂道的鉅作，當屬 2013 年在高雄光榮碼頭首次下水後旋風式的席捲全台瘋『黃色小鴨』。當年荷蘭藝術家弗洛倫泰因·霍夫曼於全世界巡迴展示此藝術創作，來到台灣時便找上了全台唯一具有大型充氣膜體結構技術的巨蛋公司，當時製作的黃色小鴨身高 18 公尺，是巡迴作品中世界第二大。不僅僅在同年創下超過 300 萬人的參觀紀錄，帶入整個大高雄 10 億以上的觀光收入，更是藉由與國外當代的知名藝術家合作，讓世界看見台灣。



三、客戶關係

巨蛋維持客我關係的方式，可從公司官網、目錄取得各營運處的連絡資訊，或由業務群的手機、通訊軟體及公開的社群平台、網站商家評論…等都能隨時反映回饋意見。同仁從執行前期的與客戶的溝通，到進、撤場安排到各項工作的細節從不馬虎！小至一條桌巾的取件，大到國家慶典場佈討論，標準的 SOP 就是我們回應客戶最好的服務流程。

客戶不論任何方式給予的評價與聲量同步會落實到公司內部的獎懲制度上，讓同仁可以立即接到訊息並得到表揚的機會或以示懲戒警惕檢討改進。

巨蛋展覽多年來始終以堅持專業服務為宗旨，每一場活動案件在作業上以主動追蹤詢問客戶各項需求、提醒注意確認事項，以求場佈流程順暢或臨時遇到問題能立即排除改善，因此承蒙客戶愛護下於 2020 年未發生客戶抱怨事件。

2019 至 2020 年同仁因案件接洽及執行過程表現專業且服務態度良好，客戶主動致意並通知我司表示高度肯定，公司為表彰相關同仁，均依公司獎懲制度敘獎：

2019-2020 客戶服務肯定獎勵數一覽表：

(單位：支)

年度	台北	台中	台南	高雄	合計
2019 年	156	72	21	97	346
2020 年	341	130	16	68	555

兩車六人的痕跡

你的故事在巨蛋

工作之餘突破性的成長

【水陸法會】承接此案件的 Partition (業界俗稱的組合)，高度需求 5.5 公尺是令我印象最深刻的。Partition 是巨蛋所有產品內我最喜歡物品，設計規劃這項結構的時候，會讓我有種回到小時候在玩樂高積木的感覺，透過跟客戶的溝通，用 Partition 來實現客戶想要規劃的樣子，可以有無限的變換組合方式跟展示效果。

在設計當下，詢問前輩與廠商已經多到算不清，是個人接案至今都沒有搭過這麼高的結構。扛著不能出包又要讓客戶願意買單的壓力，我與設計部、服務部同仁不斷的進行模擬和實做測試，最後成功的執行完成此案，此物品也變成客戶每年必出的產品，場次與數量隨著每年不斷的增加，除了感謝公司給的資源外，也感謝所有配合的人員，讓我有突破性的成長！

(員工 肉包爸)



商品創新與服務 未來短中長期發展目標

重大主題

創新商品服務、
活動安全與服務

管理方針

1. 創新服務、異業結盟主動出擊，提供令人安心放心的活動場所
2. 活動安全與服務

短期目標：

1. 產品服務多元性
2. 強化產品服務及多角化市場經營
3. 異業結盟主動出擊化

作法：

- ① 成立開發部協同各部門執行計劃
 1. 玻璃屋
 2. 防疫產品
 3. 市集摺合式展架
- ② 籌備裝潢部門
- ③ 籌備水電部門
- ④ 活動意外保險：專案需求投保、產品全年度公共意外責任險、營繕責任險
- ⑤ 銷售產品保固，售後保修

中期目標：

1. 同業結盟應變服務
2. 服務鏈整合
3. 異業結盟深廣化

作法：

- ① 開發案陸續實現
- ② 成立裝潢部門
- ③ 活動、災難應變器材結盟
- ④ 災難緊急應變開口合約

長期目標：

1. 營運服務多角化
2. 異業結盟定著化

1. 開發部組織完備

- ① 傘吧市集 3.0
- ② 臨時展館經營
2. 裝潢部門定著化
3. 水電部門定著化

3 綠色營運與管理

2020 年績效亮點

- 改善環境採購金額：159,285 元
- 污染防治費：463,229 元
- 能源使用強度：22,034.21 百萬焦耳 / 百萬元營收
- 溫室氣體排放強度：5.89 公噸二氧化碳當量 / 百萬元營收

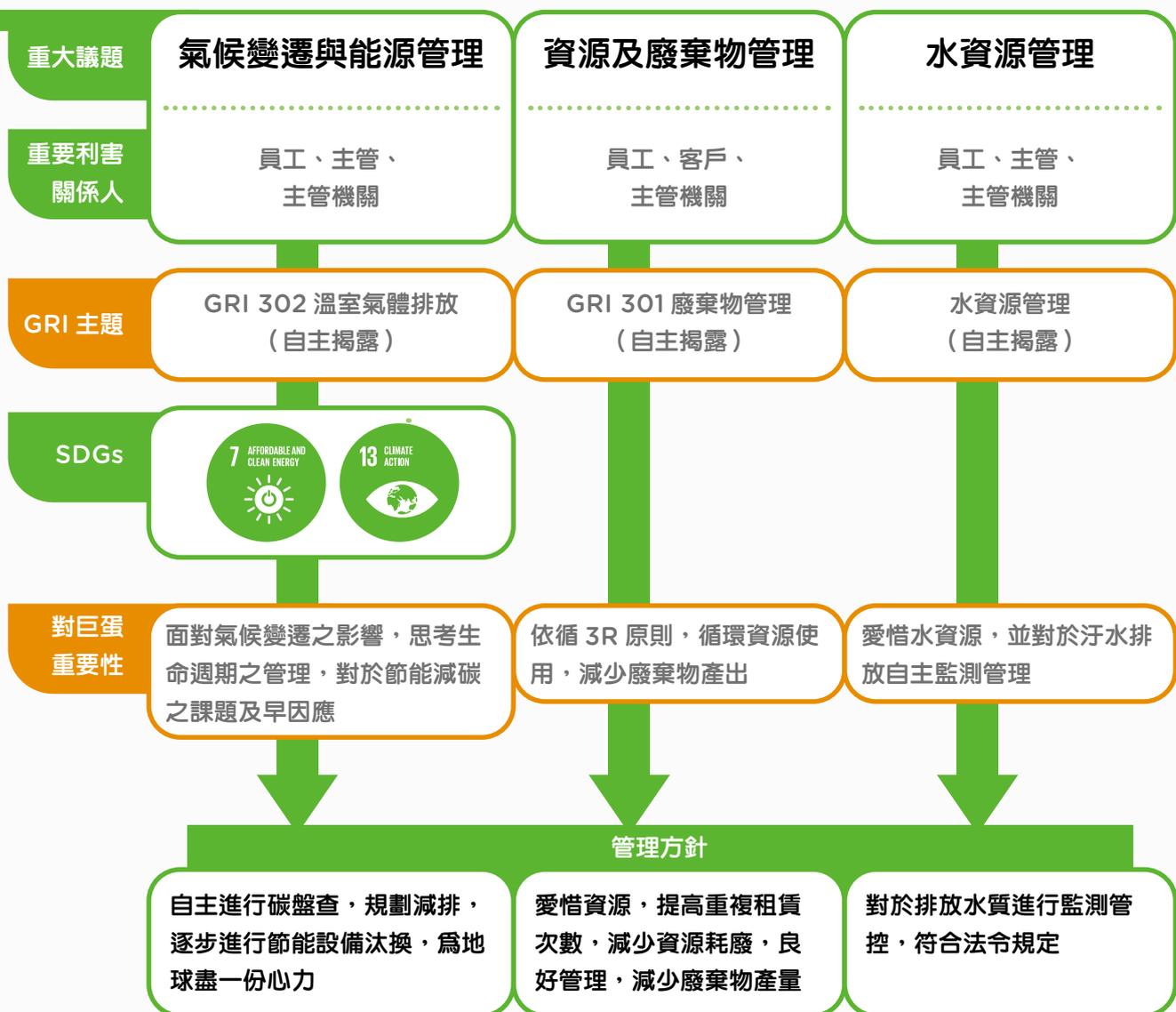
節能減廢改善

- 日光燈管更換為 LED 燈管節電量：4,998.80 百萬焦耳
- 出租燈泡汰換為 LED 燈泡節電量：658.37 百萬焦耳
- 回收產品及包材比達：99.15%
- 廢棄物回收率較前一年約：提升 1.51%
- 產品服務減碳量：12,976.61 公噸二氧化碳當量 / 年

約 33 座大安森林公園



主軸：綠色營運與管理





巨蛋展覽提供的服務及產品以 3R 和共享為核心理念，我們珍惜資源，透過產品的維修、保養，延長產品壽命，循環再利用，減少資源的浪費。即使產品不適合租用時，仍會再次發揮產品的價值，例如將布類產品加工後變成防護套，家具類提供給需求的單位，拆解後送回收單位，為地球資源盡份心力。



溫室效應所造成全球暖化的嚴重影響性已是全人類所週知的，氣候極端轉變、水循環異常、海平面上升等，導致農業生態的改變及全球經濟受到大幅影響；巨蛋展覽雖非國內能源大用戶，但同樣要面對全球所面臨能源拮据、氣候變遷等議題也是每個企業都應擔負的責任。為此，巨蛋展覽採購友善環境產品降低環境衝擊，2020 年度總採購金額 159,285 元、污染防治費 463,229 元，同時自主採用 ISO 14064：2018 標準，進行溫室氣體盤查，了解提供產品服務過程的碳排放情形，進而規劃節能減碳方案，善盡世界公民的責任，為地球盡一份心力。

友善環境商品四區總採購金額

年份 \ 公司據點	台北	台中	台南	高雄	合計
2018 年	19,742	6,991	2,393	14,094	43,220
2019 年	101,217	21,909	3,192	13,695	140,013
2020 年	101,700	25,538	757	31,290	159,285
總計	222,659	54,438	6,342	59,079	342,518

單位：新台幣元

污染防治投入金額

年份 \ 公司據點	台北	台中	台南	高雄	合計
2018 年	168,950	136,363	0	124,761	430,074
2019 年	154,595	209,174	9,500	166,666	539,935
2020 年	135,500	194,325	11,500	121,904	463,229
總計	459,045	539,862	21,000	413,331	1,433,238

單位：新台幣元

一、氣候變遷與能源管理

1. 能源使用

巨蛋展覽全台各營運據點能源使用主要以外購電力、液化石油氣、柴油及汽油為主，2020年度能源總使用量為 6,301,785.08 百萬焦耳，能源使用強度 22,034.21 百萬焦耳 / 百萬元營收。

項目	據點		台北	台中	台南	高雄
	單位					
能源使用	總用電量	百萬焦耳	327,603.60	264,776.64	110,043.54	211,034.20
	液化石油氣	百萬焦耳	11,117.32	2,381.72	0.00	30.03
	柴油	百萬焦耳	1,568,368.36	1,451,851.59	588,855.56	1,170,636.15
	汽油	百萬焦耳	288,103.67	227,658.75	16,508.13	62,815.82
分項合計	百萬焦耳		2,195,192.95	1,946,668.70	715,407.23	1,444,516.20
總計	百萬焦耳					6,301,785.08
能源使用強度	百萬焦耳 / 百萬元營收					22,034.21

註 1：1kW · h = 3.6 百萬焦耳

註 2：1 公升液化石油氣 = 27.77941761 百萬焦耳

註 3：1 公升柴油 = 35.1691195 百萬焦耳

註 4：1 公升汽油 = 32.65703954 百萬焦耳



2. 溫室氣體盤查

巨蛋展覽溫室氣體盤查是依據 ISO14064：2018 年版自主進行盤查，將盤查結果進行歸類，直接排放源範疇一主要來源為車輛柴油、汽油使用、冷媒及化糞池意願排放，間接排放源則透過顯著間接溫室氣體排放鑑別後，主要顯著溫室氣體排放源為電力使用、燃料使用、下游運輸和配送貨物、資本貨物，因此將電力使用歸類為範疇二，燃料使用、運配下游運輸、資本貨物歸類為範疇三，透過本次盤查結果的得知範疇一及範疇三為本公司主要溫室氣體排放來源，其中又以直接排放中的車輛汽柴油使用及範疇三中的下游運輸和配送貨物為最大排放源，2020 年度溫室氣體排放總量為 1,683.13 公噸 CO₂^e，溫室氣排放強度 5.89 公噸 CO₂^e/百萬元營收。巨蛋展覽主要提供的服務多為戶外帳篷設施、各項設備，透過重複性租賃服務已大幅減少溫室氣體排放，藉由本次溫室氣體盤查，巨蛋更深刻瞭解自身營運對於環境有相對之影響，面對氣候變遷議題，更是責無旁貸，為此設定了短、中、長期目標，期望為同業建立可參考標竿，以為減緩氣候變遷影響貢獻自身的一份心力。

項目	據點		台北	台中	台南	高雄	各分類小計	各類別佔比
	單位							
溫室氣體盤查	範疇一	公噸 CO ₂ ^e	185.5740	180.1329	66.4168	147.4158	579.5395	34.43%
	範疇二	公噸 CO ₂ ^e	45.6826	36.9216	15.3450	29.4275	127.3767	7.57%
	範疇三	公噸 CO ₂ ^e	545.3385	183.7080	77.1061	170.0602	976.2128	58.00%
各區排放量小計	公噸 CO ₂ ^e		776.60	400.76	158.87	346.90	1,683.13	100.00%
溫室氣體排放量總計	公噸 CO ₂ ^e	1,683.13						
溫室氣體排放強度	公噸 CO ₂ ^e /百萬元營收	5.89						

註 1：依據 ISO14064：2018 年版自主進行盤查，未進行第三方查證，統計數據小數點後兩位四捨五入，部分數據會有些微誤差。

註 2：全球暖化潛勢（Global warming potential，簡稱 GWP）採用 2013 年 IPCC AR5。

註 3：電力排放係數採用能源局 109 年公告數值。

註 4：採用保署國家溫室氣體登錄平台「溫室氣體排放係數管理表 6.0.4 版

3. 節能減碳

巨蛋展覽透過高耗能低效率的設備進行汰換計畫，將能源做最有效的使用，不但為自己，也為客戶節能減碳，2020 年總節電量達 29,158.99 KWh/ 年，約 14.46 公噸 CO₂^e 的溫室氣體排碳量。

① 節能減碳措施

2020 年巨蛋展覽自主將廠房內日光燈管更換為 LED 燈管，四區總和每年節電量可達 24,998.80 百萬焦耳。

項目	公司據點	台北	台中	台南	高雄	合計
日光燈管更換為 LED 燈管		15,260.31	4,216.67	0.00	5,521.82	24,998.80
註 1：單位：百萬焦耳 / 年；1kWh=3.6 百萬焦耳 (小數點後兩位四捨五入)						
註 2：使用時間以 2020 年工作天數 *8 小時 / 天計算						

另外，在燈泡出租品項服務上，將 60W 的投光燈更換為 50W LED 投光燈，2020 年約節省 658.37 百萬焦耳。

項目	公司據點	台北	台中	台南	高雄	合計
出租燈泡產品 節電計算		264.38	145.15	34.56	214.27	658.37
註 1：單位：百萬焦耳 / 年；1kWh=3.6 百萬焦耳 (小數點後兩位四捨五入)						
註 2：使用時間以出租天數 *8 小時使用 / 天計算						

② 產品服務減碳

巨蛋展覽在提供產品服務時以 3R 及共享為核心理念，透過以租代購模式更利於減碳達到更大的成效，進而減少對環境的衝擊！如以主要商品服務 _ 帳篷出租進行計算，在 2020 年整年度出租數量取代購買換算，相對可減少 12,976.61 公噸 CO₂^e/ 年排放量，約為 33 座大安森林公園的碳吸取量，更彰顯租賃業及巨蛋的核心價值。

品項	新購新帳篷 溫室氣體排放量	與巨蛋租賃帳篷 溫室氣體排放量	相對可減少碳排放量
篷房帳	1,488.15	309.87	12,976.61 公噸 CO ₂ ^e / 年 相當於 33 座大安森林公園 ※ 大安森林公園每年的碳吸取量約 389 噸
特大型帳 (20m*20m)	351.78	76.32	
大帝王帳 (15m*15m)	1,368.94	298.34	
小帝王帳 (10m*10m)	1,875.31	419.35	
宮廷帳 (6m*6m)	1,243.53	291.41	
玻璃屋	976.29	197.35	
屋形帳	8,396.69	4,104.59	
小阿里山帳	3,860.41	887.25	
合計	19,561.10	6,584.49	

註 1：單位：公噸 CO₂^e/ 年 (小數點後兩位四捨五入)

註 2：排放係數引用產品碳足跡資訊網最新排放係數及 Ecoinvent 資料庫。

註 3：情境設定：

- 3.1 以巨蛋 2020 年帳篷出租種類及數量作為基準，推算客戶自行新購及與巨蛋租賃可能造成溫室氣體排放之差異。
- 3.2 新購帳篷溫室氣體排放計算基準：一頂帳篷若未進行維修保養，一年內即報廢作為基準值
- 3.3 租賃帳篷溫室氣體排放計算基準：巨蛋對於帳篷會定期進行清潔維修，因此在帳篷的 PVC 帆布以 2 年使用壽命，骨架以 5 年使用壽命計
- 3.4 本次計算以巨蛋展覽 2020 年帳篷出租量總計進行前後比較，排除貨物運輸段。



二、資源與廢棄物管理

1. 資源投入及使用

巨蛋展覽主要提供服務項目為各種室內戶外等產品的租賃服務，從帳篷桌椅至所有租用品項送回後定期進行整理保養，降低損耗，延長服務壽命，可大幅減少資源的採購投入與廢棄消耗，2020 年度主要產品服務 _ 帳篷品項回收量共 3,441.54 公噸，少量常態性資源消耗的包裝材料主要為 PE 伸縮膜、PVC 膠膜、尼龍束線帶、地毯膠帶、垃圾袋、雙面布膠帶等，2020 年包裝材料總使用量共 7.73 公噸，回收產品及包材比達 99.15%。

產品回收重量

品項	小計
篷房帳	109.93
特大型帳 (20m*20m)	119.40
大帝王帳 (15m*15m)	466.51
小帝王帳 (10m*10m)	642.99
宮廷帳 (6m*6m)	429.43
玻璃屋	218.71
屋形帳	120.64
小阿里山帳	1,333.93
合計	3,441.54

單位：公噸 (小數點後兩位四捨五入)

包裝材料使用量

品項	小計
PE 伸縮膜	4.74
PVC 膠膜	0.06
尼龍束線帶	1.02
地毯膠帶	0.97
垃圾袋	0.72
雙面布膠帶	0.21
合計	7.73

單位：公噸 (小數點後兩位四捨五入)

2. 廢棄物管理

巨蛋展覽廢棄物的產出主要為生活垃圾、不可回收廢棄物 (壓克力板、PE、不可回收塑膠、珍珠板、海綿墊、貼皮合板等)、資源回收物品 (廢金屬、廢塑膠、廢紙、廢電池、廢玻璃、廢燈泡燈管) 三大類，部分區域會將廢地毯、廢帆布提供民衆再利用 (作為雜草抑制蓆使用)，四區於 2020 年度總回收率達 19.01%，比前一年約提升 1.51%。

年度	公司據點	台北	台中	台南	高雄	合計
2018	生活垃圾	7.63	2.61	0.45	2.84	13.53
	一般事業廢棄物	7.50	0.00	0.00	6.85	14.35
	資源回收物品	1.87	1.22	0.00	0.00	3.09
	廢棄物處理回收率	11.00%	31.88%	0.00%	0.00%	9.97%
2019	生活垃圾	30.52	15.18	1.80	16.44	63.94
	一般事業廢棄物	19.50	3.60	0.00	21.76	44.86
	資源回收物品	7.99	11.10	0.00	3.99	23.08
	廢棄物處理回收率	13.78%	37.14%	0.00%	9.47%	17.50%
2020	生活垃圾	37.13	15.07	1.80	11.24	65.24
	一般事業廢棄物	8.06	0.00	0.39	9.20	17.65
	資源回收物品	13.42	3.00	0.62	2.41	19.45
	廢棄物處理回收率	22.89%	16.61%	22.07%	10.56%	19.01%

單位：公噸 / 年 (統計數據小數點後兩位四捨五入)

三、水資源管理

1. 用水來源

巨蛋展覽各區營運據點的主要用水來源除了北區為自來水，其他據點水源皆有使用地下水，主要用途為帳篷清潔用水及生活用水，2020年總用水量 3,385 立方公尺。

公司據點	總公司、北服	台中	台南	高雄	
水源據點	● 自來水 (翡翠水庫)	● 地下水	● 地下水、 自來水 (烏山頭水庫)	● 地下水、 自來水 (澄清湖進水廠)	
排水系統	● 北市下水道、 大窠坑溪排水系 統	● 后溪底、 車籠埤排水 系統	● 下洲子中排一 (排入中央管 區排-安順寮排 水)	● 後勁溪 排水系統	
總用水量					小計
2018	2,547	--	356	1,461	4,365
2019	3,065	--	510	1,427	5,002
2020	1,805	--	546	1,034	3,385
總計	7,417	本次未供應自來水，地下水未設水錶無相關數據	1,413	3,922	12,752

註 1：統計單位為立方公尺

註 2：台中、台南、高雄因地區限制，部分清洗使用地下水，由於未設置水錶，無法統計使用量。



2. 污廢水管理

巨蛋展覽重視日益嚴重的氣候變遷問題，雖非耗用大量水資源之企業，仍監督自我做好每一個節約用水的環節，2018 年開始採用友善環境之環保清潔劑，降低水汙染，2021 年起更對於廢污水，比照洗衣業標準檢測項目，針對氫離子濃度指數、水溫、化學需氧量、懸浮固體，自主委外進行水質檢測進行管理，為保護地球盡一份心力。

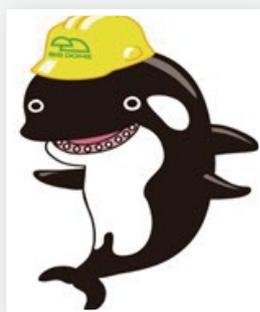


兩車六人的痕跡

你的故事在巨蛋

保護環境即使不易也要開始

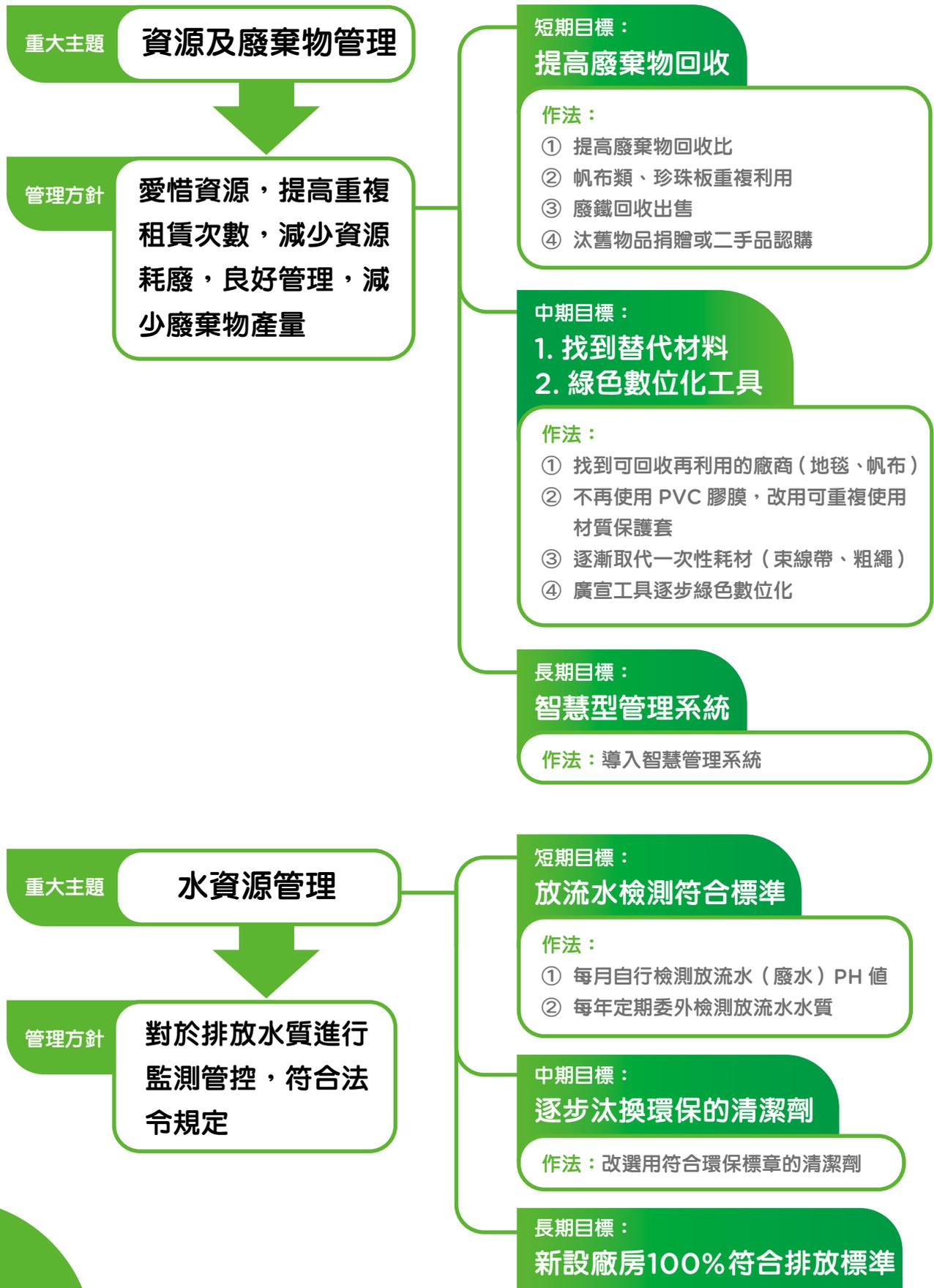
公司在 2018 年導入 ISO20121 時，首度感受到廢水排放處理議題的衝擊，同時也燃起了同仁的環保魂，除討論廢水處理系統建置外，同仁更自發性的要求從日常生活清潔劑的選用做起，於是立即先著手更換對人類健康保護以及對環境友善的綠色商品來使用。目前在清洗天篷、桌布類的作業過程中，會有清、沖、刷洗的作業程序，既然是洗完要向外排放的水，那麼就要從源頭清潔劑管理起，故在清潔用品上則優先改用與水共生



與環境共好的綠色商品，像是其成分為小蘇打、檸檬酸、純水、食鹽、椰子油界面活性劑等植萃，以及物性酸鹼值在 pH 7~8±1 的商品。

更換清潔劑產品雖可較快取得，但在成本與工法上確實也增加與改變了，一來藉由改用環保清潔劑比一般清潔劑（洗衣粉）的費用高出五倍之多，雖然環保清潔劑清潔效力較不好，甚至清沖洗過程也需花較多時間與力氣去清沖刷洗，但為了能減少不友善環境的污廢水產生，四區同仁願意努力做到環境保護、萬物生生不息為共同努力的目標。
(員工 施工人)

綠色營運與管理未來短中長期發展目標



重大主題

氣候變遷與能源管理

管理方針

自主進行碳盤查，規劃減排，逐步進行節能設備汰換，為地球盡一份心力

短期目標：

1. 替換節能、省電設備
2. 耗電年度減少 1%
3. 降低室內 CO₂ 濃度
4. 減少車輛空氣汙染排放

作法：

- ① 逐步更換省電設備（廠區的照明燈具）
- ② 逐步更換省電設備（租賃產品的照明燈具）
- ③ 增加室內植栽、購置空氣濾清器
- ④ 車輛停車關閉引擎避免待速
- ⑤ 車輛定期檢測符合排放標準

中期目標：

1. 逐步汰換節能、省電設備
2. 減少車輛空氣汙染排放
3. 貨車逐步汰換為第五期環保車

作法：

- ① 柴油堆高機更換成電動款
- ② 物品調撥頻率降低
- ③ 貨車逐步汰換為第五期環保車

長期目標：

1. 影響供應商替換節能標章設備
2. 低碳運輸

作法：

- ① 採用使用節能設備的供應商
- ② 採行對價條件影響供應商替換節能設備
- ③ 非貨車類的車輛更換成油電混合車
- ④ 柴油堆高機更換成電動款

4 供應鏈永續管理

2020 年績效亮點

- 本地供應商佔比 98%
- 本地供應商採購金額佔比 92%
- 供應商評核佔比 14% 評核結果皆為 B 級以上





主軸：永續採購



“

巨蛋的服務項目包羅萬象，供應鏈含不同領域的衆多廠商，永續管理不再僅限於企業自身而應擴大至上下游的合作夥伴，協同供應鏈正向循環共同創造價值，過程中會發現「永續」並非只有單方面的管理就可以，因為來自於供應鏈的因素也會間接地影響我們的組織，進而造成經濟、環境與社會各面向的衝擊。

為建立永續供應鏈，巨蛋合作之供應商，不僅僅是提供我們符合成本、品質、交期要求的產品與服務，也期望符合 ESG 準則提升永續作為，並且強化整個供應鏈的價值觀，誠信、負責任的商業原則與遵守高道德標準的行為，是我們努力方向。

”

一、供應鏈概況

隨著活動會展業發展蓬勃，相關產品設備與專業技術與日俱增，加上專業分工的成熟，借助其它廠商的專業技術來共同完成活動已愈來愈普遍，供應商為巨蛋展覽邁向永續發展不可或缺的夥伴，我們視永續供應鏈管理為提升競爭力重要的一環，與供應鏈共同合作成長，持續穩定地提供品質良好且穩定之設備與專業服務，對外實現客戶活動的最大價值，對內降低公司成本的最小化，創造公司營收與利潤極大值，實為公司重要課題！

1. 供應商評選流程

① 供應商詢比

- ① 需求單位依各條件評選供應商
- ② 評選供應商優先考量（產品符合需求、價格彈性、交期符合、付款方式優惠、配合度高 等）
- ③ 評選加分項目（取得國際標準化組織發佈 ISO 系列相關標準化作業證書、使用產品為節能或環保相關認證標章、使用是否有回收再生與重覆利用之功能）

② 審核

- ① 經供應商詢比過程，符合要求並進行採購，即為評選合格
- ② 評選合格後供應商需配合完成要求（超過 100 萬採買類供應商需要簽署供應商永續發展承諾書）
- ③ 承攬供應商依規定辦理，並簽署承攬同意書，才能列為合格供應商

③ 資料建立與歸檔

- ① 合格供應商資料登錄 ERP 資訊管理系統
- ② 永續發展承諾書記錄 ERP 系統內
- ③ 紙本與相關附件歸檔管理

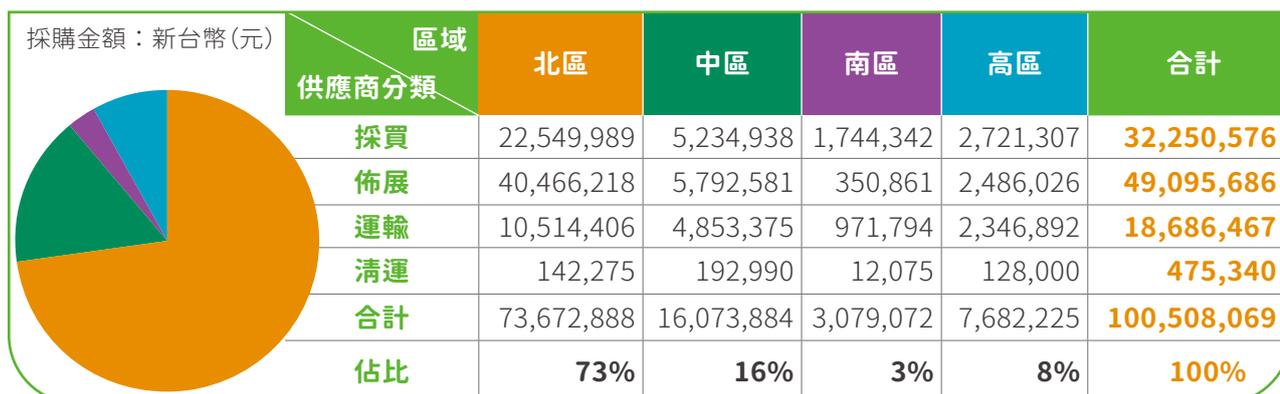
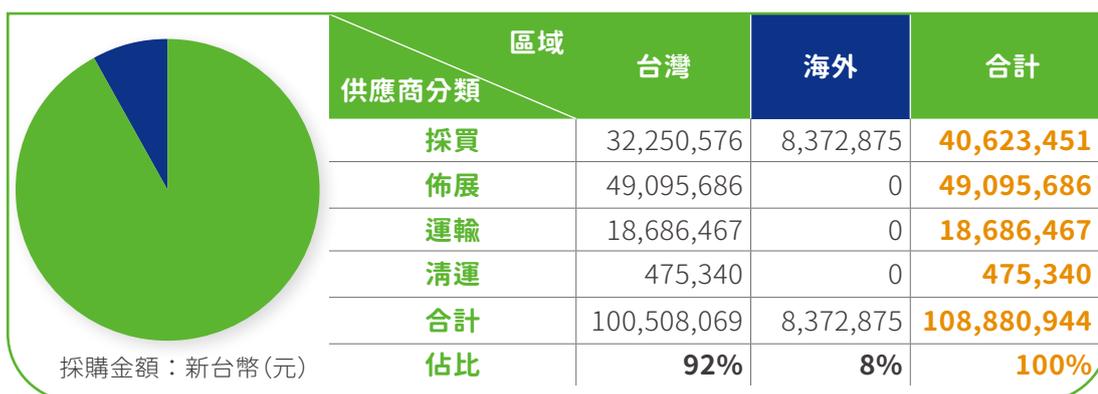
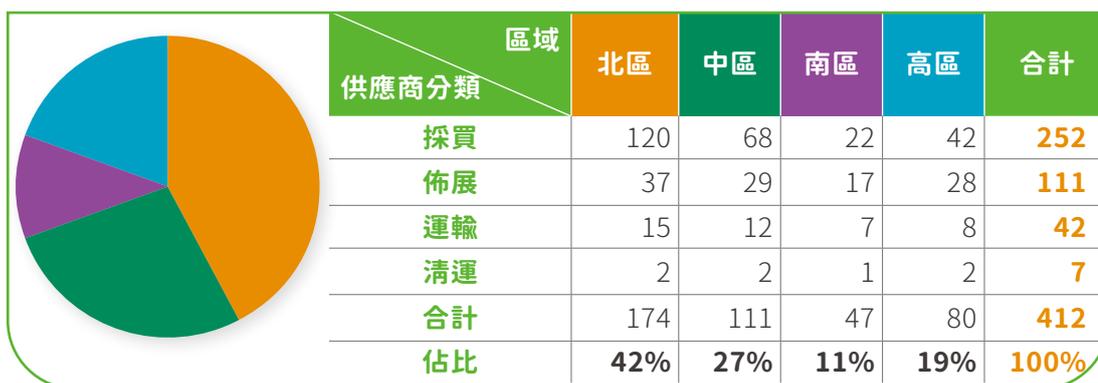
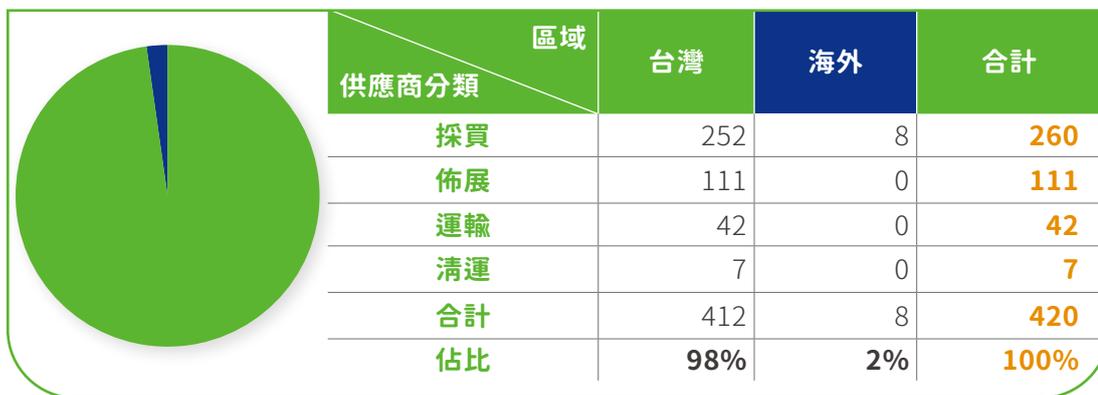
兩車六人的痕跡
你的故事在巨蛋

在活動展覽行業中，燈光音響工程與配電工程是最有難度的領域，不管是前期的規劃，或是在活動執行的期間，都是在考驗供應商的施工品質與經驗，即使在前置作業已經考量了各種情況，還是會發生計畫趕不上變化的狀況。

【南投世界茶業博覽會】就是一個非常多變數的大型活動案件，不僅考驗著巨蛋業務的臨場反應，也等同在測試各供應商配合的機動性，然而在巨蛋眾多的供應商裡面，『強○創意』是一間擁有多項技術的專業供應商，不管是配電架設巨蛋提供的燈具，或是解決問題的方法與技術，在短短配合巨蛋三年的期間，讓我非常的刮目相看。還記得在南投活動現場，因為我個人的誤判，導致搭設舞台的地點被我們自家的隔間牆面擋住，因為當下沒有巨蛋的人員在現場，廠商二話不說的就去南投附近買了隔板工具，將擋住搭設位置的隔板照著正常的工法拆除，並幫我移位到安全的地方放置，這在當下令我非常的印象深刻，我相信這種合作的模式，已經不是利益上的關係，是彼此互相體諒，互相配合的朋友！
(同仁 肉包爸)

2. 供應鏈分布

巨蛋展覽主要供應商分為「採買、佈展、運輸、清運」四大類，共 420 家。供應商家數分布以台灣為主佔 98%，採購金額佔 92%，其中又以採買及佈展供應商為 2020 年主要往來供應商類別，合計共 371 家。



巨蛋展覽要求 2020 年往來供應商類別簽署【供應商永續發展承諾書】，完成簽署者，將斟酌優先採用。

採買：

260 間

因應公司簽屬範圍規定（採購類年度金額超過 100 萬）

應簽署家數：6 間

已簽署家數：5 間

簽署占比：83.33%

未簽署占比：16.67%

(全部簽署占比：37.31%，全部未簽署占比：62.69%)

佈展：

111 間

已簽署：63 家

簽署占比：56.76%

未簽署占比：43.24%

二、供應鏈永續管理

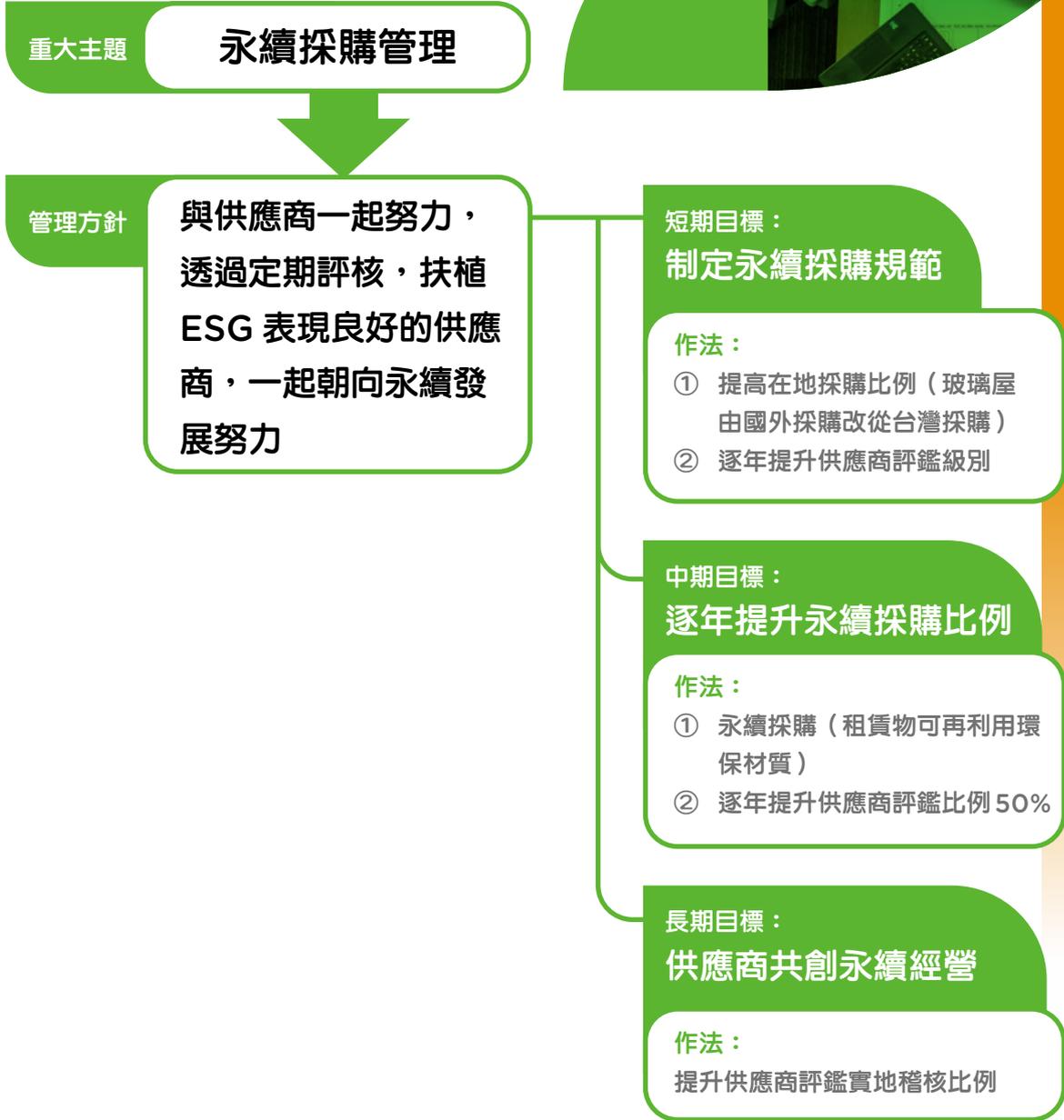
巨蛋展覽每年第二季針對前一年度交易金額最高的前 20 家供應商名單進行供應商考核作業。評鑑為 A 級之供應商往後三年可不需再進行定期考核。評鑑為 C 級之供應商，如仍有配合之需求，需先報請採購主管評鑑是否續用，再呈由總經理做最終裁示。已列為合格供應商，但在配合過程中，如有違法、品質狀況不佳、交易過程出現問題，得列為不合格供應商。2020 年往來供應商家數共 371 家，累計已評核家數共 52 家，完成供應商評核佔比 14%，目前評核結果皆為 B 級以上。

考核結果	2019 年(考核 2018 年)		2020 年(考核 2019 年)		2021 年(考核 2020 年)	
應考核家數	22		20		20	
採買家數 / 占比	11	50.00%	12	60.00%	8	40.00%
佈展家數 / 占比	11	50.00%	8	40.00%	12	60.00%
A 級家數 / 占比	13	59.09%	15	75.00%	12	60.00%
B 級家數 / 占比	9	40.91%	5	25.00%	8	40.00%
C 級家數 / 占比	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%

除了已通過考核的既有供應商管理外，我們在新供應商的篩選也透過評估程序，以確保每個合作夥伴皆能符合要求。同時，我們也將企業永續責任的概念涵蓋在供應鏈中，與供應商共同努力，提高活動會展產業服務品質。

未來，將重新針對前一年度的採買、佈展訂單做落點分析，將「金額高次數多」、「金額少次數多」、「金額高次數少」三個區塊供應商家數，列為重要供應商，每年增加評核家數，擴大進行管理。

供應鏈永續管理 未來短中長期發展目標



兩車六人的痕跡 你的故事在巨蛋

我們能為地球作什麼

巨蛋所從事商業租賃模式，所有設備幾近可重覆性使用就像是環保行動，「環保 4R（Reduce 減少使用、Reuse 重覆使用、Recycle 循環使用、Recovery 回收再利用）。地球只有一個，當世界文明越進步，對地球造成衝擊已經不可逆，世界各國針對節能減碳措施有了想法及共識！回溯至 2011 年，會展業早期使用鎢絲燈泡做為戶外帳篷照明甚至是室內展場夾燈用，一顆鎢絲燈泡大約 30/ 顆成本，巨蛋長期配合水電廠商「山哥」達成共識，從 2013 年起開始漸進式淘汰將燈泡替換成省電型燈泡，相較鎢絲燈泡貴上 3~4 倍。近年後更有 LED 燈泡產出，成本又較鎢絲燈泡貴上 6 倍之多，但 LED 燈泡續航時間更加長 25 倍，更節能省電。雖然相較之下單價成本增加，但我們減少更換燈泡所需的人力成本，設備也能重覆使用可大大減少採購次數！

我們願意為地球盡份心就從一顆小燈泡做起，節能減碳永續經營！！

（員工 基層螺絲釘）

5 員工照顧與發展

2020 年績效亮點

- 員工福利支出：464,115 元
- 人才培育費用：253,830 元
- 育嬰留停復職率：100%
- 介紹獎勵金：16,000 元
- 育嬰留停留任率：100%
- 傳承指導獎勵金：96,600 元
- 訓練人次：879 人
- 眷屬津貼：2,686,000 元
- 累計訓練時數：2,758 小時
- 員工子女獎學金：143,800 元





一、人才吸引與留任

“

每位同仁都是公司最重要的資產更是巨蛋重視的家人！會展活動產業是以「人」為中心發展的產業鏈，我們深知沒有人員是無法成行成市，所以巨蛋隨時滾動檢討如何提供人力與產力的平衡點。我們重視勞雇關係，提供優於勞基法的工資計算，提升整體薪酬與福利制度，落實檢討並且逐步建構安全衛生的職場環境，讓同仁能安心在各個領域空間貢獻心力。巨蛋展覽積極投入長期人才培育及啟動培訓計畫，讓同仁在工作同時能自我強化，更能在職涯深耕發揮有效延伸成長！

”

1. 人力分布

巨蛋展覽秉持公平以及多元就業的原則，在員工招募、晉用、考核及升遷上，對於不同年齡、性別、種族、宗教、政治立場、婚姻狀況等背景的員工皆一視同仁，且不用童工，以適才適所為主要的考量，於各地提供就業機會，促進經濟成長。

2020年巨蛋展覽正職員工總數為150人，因行業特性，對於場佈期間需要較多的人力共同進行，截至2020年底，全公司共有41位臨時約聘人力，另外，戶外施工屬於較高風險作業，全公司男性員工比例高於女性員工。

同仁年齡以31-50歲為最主要之族群，占全公司人數57%。2020年雖受COVID-19疫情影響，巨蛋展覽全年未有裁員減薪情形，保障全體同仁福利與工作權。

巨蛋展覽依《身心障礙者權益保障法》第38條第2項規定，用實際行動支持身心障礙之弱勢族群工作機會，至2020年底僱用之身心障礙員工共計3人。

兩車六人的痕跡

你的故事在巨蛋

眷屬的感受

一年365天不能說每天都忙，但以往幾乎第三四季就真的～忙啊！且一忙起來我們執行部同仁家中的另一半眷屬、小孩可能早晚都還沒看到爸爸，因為爸爸天沒亮就出門，到睡前爸爸也可能還沒回到家，巨蛋的場佈工程師他們真的很辛苦！！所以總經理都會在巨蛋春酒這盛事時候，會邀請巨蛋同仁另一半家眷及小孩一起參加，由公司的福利委員會做住宿及遊玩安排…等！其中有一橋段是播放當年度案件回顧影片，我記得總經理曾經說過：希望藉由影片的實績讓家眷了解自己另一半的辛苦及巨蛋年度忙碌工作的內容，更要大力感謝眷屬的體恤與支持，春酒期間總經理就像是家族裡面的孩子王跟每位小朋友互動玩耍。所以巨蛋春酒一直是家眷與小孩最期待的時刻，往往一結束，家中大人及小孩就開始期待～何時能再住飯店！這好比是另類的家庭日～很歡樂也更凝聚人心。

(同仁兼眷屬 基層螺絲釘)



年度	2018 年度					2019 年度					2020 年度				
	男		女		合計 人數	男		女		合計 人數	男		女		合計 人數
	人數	比例	人數	比例		人數	比例	人數	比例		人數	比例	人數	比例	
聘僱類型															
正職	106	69%	48	31%	154	108	68%	51	32%	159	100	67%	50	33%	150
臨時	35	76%	11	24%	46	44	75%	15	25%	59	32	78%	9	22%	41
派遣	0	0%	0	0%	0	0	0%	0	0%	0	0	0%	0	0%	0
實習生	0	0%	0	0%	0	0	0%	0	0%	0	0	0%	0	0%	0
產學生	1	50%	1	50%	2	1	25%	3	75%	4	0	0%	3	100%	3
合計	142	70%	60	30%	202	153	69%	69	31%	222	132	68%	62	32%	194
年齡分佈															
30 歲 (含) 以下	67	75%	22	25%	89	77	75%	26	25%	103	59	79%	16	21%	75
31 歲 -50 歲 (含) 以下	72	69%	33	31%	105	73	66%	37	34%	110	70	64%	40	36%	110
51 歲 (含) 以上	3	38%	5	63%	8	3	33%	6	67%	9	3	33%	6	67%	9
合計	142	70%	60	30%	202	153	69%	69	31%	222	132	68%	62	32%	194
職務分佈															
高階 (協理以上)	2	50%	2	50%	4	2	50%	2	50%	4	2	50%	2	50%	4
管理職	13	65%	7	35%	20	13	65%	7	35%	20	13	65%	7	35%	20
非管理職	127	71%	51	29%	178	138	70%	60	30%	198	117	69%	53	31%	170
合計	142	70%	60	30%	202	153	69%	69	31%	222	132	68%	62	32%	194

註 1：正職與臨時工，統計到當年度最後一天在職的人數。

註 2：未有長期派遣的人員，但有逐案（場地）請的短期派遣，未記入統計。

因為僅有計入 " 幾個人天 " 與 " 總時數 "，未統計人名及計入實際 " 人次 "。

註 3：實習生是大專院校的校外實習專案。

註 4：產學生是與德明科大簽立的南向產學合作計畫，招募進來的人。

註 5：薪資給付：

公司直接支付給個人：正職、臨時、實習生

公司支付給單位，由單位支付個人：派遣、產學生

2. 人才留用

巨蛋展覽透過網路人力銀行、就業博覽會、產學合作（企業實習）、員工介紹等管道進行人才招募，2020年新進同仁共11人，新進率7%；離職同仁共20人，離職率為13%。離職率低於2019年的17%，針對人員流動，由部門主管會進行訪談，多數離職原因為職涯規劃因素或不適合等，為此巨蛋展覽也進一步做因應措施，如增加訓練課程、強化主管人員的溝通管理能力、新人關懷等，以降低工作環境適應的問題。若遇有員工確實不適任，也會依據勞基法規定給予預告期資遣，2020年雖遇COVID-19疫情衝擊下大幅影響營運，但巨蛋展覽仍未有任何資遣情形發生。

年度	2018年				2019年				2020年			
	新進員工 總數 (當年度到職)		離職員工 總數 (當年度離職)		新進員工 總數 (當年度到職)		離職員工 總數 (當年度離職)		新進員工 總數 (當年度到職)		離職員工 總數 (當年度離職)	
性別 / 屬性	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女
年齡												
30歲(含)以下	19	7	9	5	18	4	15	2	8	1	11	2
佔同年齡層比例	48%	41%	23%	29%	44%	24%	37%	12%	24%	8%	33%	15%
31歲-50歲(含)以下	7	2	6	1	8	2	8	1	2	0	7	0
佔同年齡層比例	11%	7%	10%	4%	13%	7%	13%	3%	3%	0%	11%	0%
51歲(含)以上	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
佔同年齡層比例	0%	25%	0%	25%	0%	0%	33%	0%	0%	0%	0%	0%
依性別小計	26	10	15	7	26	6	24	3	10	1	18	2
佔員工數比例	25%	21%	14%	15%	24%	12%	22%	6%	10%	2%	18%	4%
總計	36		22		32		27		11		20	
比例	23%		14%		20%		17%		7%		13%	
總人數 (年底在職人數)	154				159				150			

註1：人數以“正職”人員計

註2：離職員工數包含以前年度到職，但於當年度離職者

3. 薪資與福利

巨蛋展覽深信員工為最大資產，提供同仁具競爭力的薪酬，以吸引及留任人才，定期依各職務市場水位與個人績效表現進行調薪，2020年基層員工最低薪資優於法定基本工資有1.08倍以上。

各年度基本工資與基層最低薪資表

年度	2018年		2019年		2020年	
基本工資（勞動部）	23,100		23,800		24,000	
性別	男	女	男	女	男	女
基層人員最低薪資比	1.19	1.15	1.24	1.07	1.23	1.08
基層人員平均薪資比	1.36	1.30	1.32	1.24	1.31	1.08

年度	2020年			
薪資類型	基本薪資		全職薪資（基本薪資 + 獎金）	
職等 \ 性別	男	女	男	女
高階	1	0.87	1	0.88
管理職	1	0.94	1	0.98
非管理職	1	0.96	1	0.97

註1：僅計算年底還在職的正職人員。

註2：月基本薪資 = 年底在職人員基本薪資合計 / 年底在職人數。

註3：獎金 = 年底在職人員獎金合計 / 年底在職人數 / 12個月。

註4：高階不含『經理人』。

巨蛋展覽員工薪酬包含本薪、職務及專業加給、各項津貼、獎金及營運分紅等。薪酬水準依學歷、過往經歷、個人專業能力及工作表現而決定，薪酬標準絕不會因為性別、宗教、種族、國籍、黨派等因素而有所差異。2020年管理職員工女男經常性基本薪資比例是0.94，非管理職女男經常性基本薪資比例是0.96。我們每一個員工其薪資待遇與勞動條件保障，百分百符合甚至優於我國勞動法令標準，確保在勞動市場具有薪酬競爭力。



4. 福利制度

福委會 2019/01/01 成立，委員透過公開選舉選出六名，另設當然委員一名。

- 2019 年至 2020 年共召開三場會議。
- 2019 年當年度收入 69.8 萬（不含資本提撥），支出 71.8 萬元，動支比 102.9%。
- 2020 年當年度收入 83.9 萬，支出 46.4 萬元，動支比 55.3%。
- 2019-2020 年共動支 118.2 萬元。
- 2020 年全球受到 COVID-19 影響，但巨蛋展覽以多面向的福利措施，給予同仁友善與貼心的照顧，各項福利包含各類獎金、福利津貼、補助等，說明如下：

① 福利制度

1. 獎金類：全勤獎金、三節獎金、年終獎金、禮品
2. 保險類：工作意外險、團體醫療險、員工撫恤
3. 餐飲類：誤餐費、伙食津貼
4. 居住類：員工宿舍
5. 交通類：上下班車資補貼
6. 娛樂類：員工聚餐、休閒活動票卷
7. 補助類：生日禮金、國內外旅遊補助、結婚禮金、生育禮金、眷屬津貼、子女獎學金
8. 其他類：制服、教育訓練

福利金項目	科目名稱	2018 (公司)	2019 (福委會)	2020 (福委會)	三年合計
福利補助	1. 婚喪喜慶補助	116,600	260,000	168,000	544,000
	2. 其他福利補助	-	85,000	85,000	170,000
教育獎助	子女教育獎助	99,200	102,400	143,800	345,400
休閒育樂	休閒育樂活動	63,720	96,132	995	160,847
其他福利	年節慰問	155,760	276,857	66,320	498,937
年度合計		434,680	820,389	464,115	1,719,184

② 育嬰留停

巨蛋展覽重視員工工作與生活的平衡，用關懷與尊重的角度提供良善的職場環境。對於員工面臨的育嬰問題，員工可視需求申請育嬰留職停薪，同時，公司會主動進行員工關懷並安排復職相關事宜，2020 年留職停薪復職率 100%，育嬰留停應復職後超過 12 個月留任率 100%。

年度 性別	2018 年			2019 年			2020 年		
	男	女	合計	男	女	合計	男	女	合計
當年度符合育嬰假資格人數	27	11	38	24	9	33	18	9	27
當年度申請育嬰假人數	0	0	0	2	0	2	0	1	1
當年度應復職人數 (A)	0	0	0	2	0	2	0	1	1
當年度復職人數 (B)	0	0	0	2	0	2	0	1	1
復職率 (B/A)	100%			100%			100%		
前一年度育嬰留停 應復職且復職人數 (C)	0	0	0	0	1	1	2	0	2
育嬰留停應復職後 超過 12 個月人數 (D)	0	0	0	0	1	1	2	0	2
留任率 (D / C)	100%			100%			100%		

③ 團體保險

巨蛋展覽依法幫每位員工投保健保、勞保外，亦規劃僱主補償契約責任及團險，在團險上提供壽險、醫療險、職業災害險等保障，其保障範圍包含員工家庭，讓眷屬能同樣擁有完善照護，針對出差工作同仁，亦有其專屬設計的保險方案。



④ 退休制度

巨蛋展覽依據「勞動基準法」及「勞工退休金條例」，並在健全的財務制度下，提供穩固的退休金提撥與給付。除依法令規定提存，亦會確認足額提撥，以保障同仁未來請領退休金的權益。依據「勞動基準法」提撥之退休準備金，每月薪資總額百分之二至百分之十五範圍內，按月提撥勞工退休準備金，按月提存於台灣銀行勞工退休準備金專戶。

● 勞工退休準備金（舊制）提撥

提撥說明：每年年底推算具請領資格者至屆退日止應領退休金金額，與已提撥備存金差異，訂定次年度提撥金額，按月提存於台灣銀行勞工退休準備金專戶。



● 勞工退休金（新制）提繳

提撥說明：雇主負擔——每月就勞工退休金總投保金額乘以 6%，由勞保局開單繳費。
員工負擔——按員工個人意願選擇提繳比例，由勞保局開單繳費。



5. 人權與勞資關係

巨蛋展覽重視人權的落實，遵循《聯合國企業和人權指導原則》（UN Guiding Principles on Business and Human Rights）、國際勞工組織的《工作基本原則與權利宣言》（Declaration of Fundamental Principles and Rights at Work）、《世界人權宣言》（UN Universal Declaration of Human Rights），以訂立勞工、道德政策作為執行的依據，符合就業自由、人道待遇、禁止不當歧視與性騷擾等各項法規要求，並且建立多元有效的溝通機制、保障員工申訴權益、健全薪資福利、訓練發展機會，確保員工權益受到保障並善盡社會責任。未來，將透過教育訓練，融入人權宣導，藉由溝通機制建立達到多元有效的對談平台。

6. 職場性騷擾防治

巨蛋展覽訂有【工作場所性騷擾防治措施、申訴及懲戒辦法】，設置工作場所性騷擾申訴處理委員會，由雇主與受僱者代表共同組成負責處理工作場所性騷擾申訴案件。工作場所性騷擾申訴處理委員會置主任委員一名，置委員三人至七人，其成員之女性代表不得低於二分之一，並且視需要聘請專家學者擔任委員。派遣勞工如遭受本公司員工性騷擾時，本公司將受理申訴並與派遣事業單位共同調查，將結果通知派遣事業單位及當事人。

巨蛋展覽設置性騷擾申訴管道，將相關資訊於工作場所顯著之處公開揭示，提供員工免於性騷擾之工作環境，採取適當之預防、糾正、懲戒及處理措施，並確實維護當事人之隱私，與全體同仁共同建立性別平權的共識。2020年無性騷擾申訴案件發生。

申訴專線電話：0931-361-060 申訴電子信箱：joe@bigdome.com.tw

7. 勞資會議

巨蛋展覽相當重視與員工間的溝通，為協調勞資關係，促進勞資合作，提高工作效率，依「勞資會議實施辦法」舉辦勞資會議。勞資會議至少每三個月舉辦一次，必要時得召開臨時會議以相互溝通意見，勞資雙方應本和諧誠信原則共同協商解決問題。同時設申訴電話、電子信箱，採納員工各項建議，建立制度化的溝通與申訴管道，並對員工的疑惑、委屈及期望給予合理適切的答覆與處理。2020年無投訴、申訴案件發生。

申訴電話：0931-361-060。意見信箱：joe@bigdome.com.tw。



事業單位 巨蛋勞資會議

- 2017/04/26 成立，資方代表 5 名，勞方代表透過公開選舉選出 5 名。
- 自 2017 年至 2020 年止共召開 17 場勞資會議。

單一場所 新北勞資會議

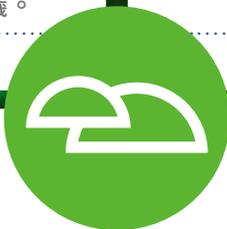
- 2020/03/24 成立，資方代表 3 名，勞方代表透過公開選舉選出 3 名。
- 2020 年共召開 4 場勞資會議。

單一場所 台中勞資會議

- 2020/03/24 成立，資方代表 3 名，勞方代表透過公開選舉選出 3 名。
- 2020 年共召開 4 場勞資會議。

單一場所 高雄勞資會議

- 2020/03/24 成立，資方代表 3 名，勞方代表透過公開選舉選出 3 名。
- 2020 年共召開 4 場勞資會議。



二、人才培育與發展

1. 績效管理制度

績效管理制度是人才發展與管理、獎酬設計與規劃的核心，以目標管理連結公司整體策略目標及員工個人關鍵績效指標，確保目標設定有效性；搭配績效考核系統，落實績效管理循環。

為提升員工的工作績效，瞭解組織成員的能力和工作適應性，我們除了每年執行一次員工績效考核及定期訪談作業外，對於新進及晉陞同仁會安排單月及每季的面談考核，由主管透過客觀的評估，同時參考跨單位主管或同儕間多面向回饋意見進行評核，不僅重視關鍵目標達成狀況，更關注員工行為展現，讓主管即時有效回饋部屬，且持續教導部屬工作能力的提升，以達到部門及公司整體的目標。

我們尊重員工彼此間的多元與差異，明定績效管理制度與考核程序絕不因性別、種族、國籍、宗教、年齡、身體殘疾、政治立場、婚姻狀況和工會社團身分等而有差別對待，2020年正式員工績效評核完成比例為 100%。

2020 績效考核

考核人數
150 人

考核完成率
100%

兩車六人的痕跡

你的故事在巨蛋

學習機會決定在主動

十年前，初到公司是擔任業務助理一職，因財會科系出身，在一次偶然的機會下，公司詢問是否有轉調財務部意願，因為財務工作經歷並不多，內心其實很擔心無法勝任，但想到能夠學有所用且朝向專職發展，是一個很棒的挑戰，於是把握住了這個機會。

指導員的輔導制度、部門不定期的內訓及溝通交流、外部專業課程都是我成長養份。正所謂「施比受有福」，有幸也能成為養份的時候，清楚記得第一次被安排當講師做內訓分享時，面對的是同仁、部門主管及高階主管，緊張程度爆表，腦中有 100 個 Q&A，但同時，這是對自己所學成果驗收，也能將專業知識傳承。

透過公司的培訓及機會教育等多元方式，不僅提升自己的專業能力、應對及解決問題的能力，更驅使自我學習的動力。

(同仁 Cindy 分享)



升降機操作檢查教育訓練

2. 人才培育

巨蛋展覽延攬優秀人才，重視人才培育，訂有「教育訓練程序」做為員工教育訓練遵循依據，結合員工成長與企業發展目標，以教育訓練充實巨蛋同仁知識與技能，提升工作效率與品質。

自入職起，公司即投入充足的資源針對不同的對象、職務辦理相關訓練，並依員工需求表現進行教學調整，使教學效益達最大化。除了新進人員安排指導員一對一教學外，也會再透過內部定期的教育訓練強化本職學能，另配合外部課程的進修提升並創造員工自我價值。外部訓練課程可由單位主管指派或員工個人職務內容提出申請，課程結束後透過學習心得報告或考取相關證照可檢視其訓練成效，經由受訓同仁吸收轉化成內部訓練資源以分享知識經驗共同提升。

訓練課程區分為五大類，2020年訓練人次達879人，累計訓練時數達2,758小時，總訓練費用253,830元。

2020年管理職男性平均訓練時數22.7小時/人、女性平均

訓練時數21.1小時/人，非管理職男性平均訓練時數

21.7小時/人、女性平均訓練時數7小時/人，

2020年營運雖受影響COVID-19疫情影響，但

反而讓巨蛋展覽放慢腳步強化訓練，並重

新規劃調整同仁職涯學習及發展方向，

2020年員工平均訓練時數達17.7小

時/人，比2019年增加45%。

健康知識講座



核心通識訓練

- 道德風險
- 不法侵害
- 性騷擾防制

職業安全衛生訓練

- 一般安全衛生
- 證照類訓練

主管才能訓練

- 管理實戰課程

管理系統訓練

- ISO20121
- CSR 報告書教育訓練

專業職能訓練

- 產品服務教學
- 工法搭設教學
- 專業職能訓練

AED 操作教育訓練



累計訓練時數與費用

年度 訓練課程 分類	2018年			2019年			2020年		
	訓練 人次	累計 時數	累計 費用	訓練 人次	累計 時數	累計 費用	訓練 人次	累計 時數	累計 費用
合計	229	1,960	127,935	490	2,331	218,961	879	2,578	253,830

員工平均訓練時數

年度		2018年		2019年		2020年	
性別		男	女	男	女	男	女
職級	管理職	28.8	19.7	17.7	9.1	22.7	21.1
	非管理職	8.2	14.8	12.8	9.5	21.7	7.0
總計		37.0	34.5	30.5	18.6	44.4	28.1
年度合計		12.7		12.2		17.7	

單位：小時



3. 友善職場

員工是巨蛋展覽最重要的資產，對於每位來到巨蛋的同仁，我們總是愛才、惜才，更想盡辦法留才；公司除了照顧新人，對於資深員工們寶貴的經驗，更是透過傳承獎勵的方式鼓勵員工貢獻專長。

同時，巨蛋展覽所有成員的親眷和新生代巨蛋寶寶們，更是我們強力的後盾。巨蛋的傳統在每年辦理年會時，會特別邀請同仁眷屬共同參與以示感謝幕後功臣默默的應援支持，並且常設有眷屬津貼及員工子女獎學金，每一位巨蛋的員工及其家人都是巨蛋家族所重視的一份子。

① 介紹保證到職獎勵辦法

巨蛋展覽於2011年06月公布【介紹保證到職獎勵辦法】鼓勵員工介紹公司所需人才到職。每介紹一人且工作滿一年者，介紹人共可領20,000元獎勵金。介紹人不需承擔（保證）求職者的工作表現，但介紹者能從旁輔佐讓其久任，就可以領取更多獎勵。2018-2020年累計介紹獎勵發放金額共265,000元。



② 傳承指導獎勵辦法

巨蛋展覽非常重視內部的教育訓練及經驗傳承！為獎勵同仁訓練新人付出的辛勞，於2019年10月公布【傳承指導獎勵辦法】，給予傳承指導獎勵金。2019-2020年累計指導獎勵金額共174,300元。



③ 眷屬津貼

員工在職期間結婚，公司於其結婚次月起給予配偶眷屬津貼每月 2,000 元，離婚或配偶身故者則不再發給。另外，於在職期間生育子女或其配偶生育子女者，於生育次月起至其子女滿 20 歲前，按其子女人數每人每月給予眷屬津貼 2,000 元。2018~2020 年累計眷屬津貼發放金額共 7,192,000 元。



④ 員工子女獎學金



⑤ 辦理春酒年會

每年辦理年會，邀請員工眷屬同樂，並在年會中頒發五年金牌，感謝員工對公司的付出。服務每滿五年即頒發一面金牌，至 2020 年底共發放 212 面金牌。



員工照顧與發展 未來短中長期發展目標

重大主題

1. 人才吸引與留任
2. 全方位培訓與發展
3. 人權與勞資關係

管理方針

規劃公平、合理、具競爭性的制度、福利與獎勵措施，打造幸福安心的職場

短期目標：

提升人才留任率

作法：

- ① 完整轉職制度、升遷制度
- ② 培訓計畫制定
- ③ 相關職能證照取得

中期目標：

提升人才培育制度

作法：

- ① 儲備營運主管輪調
- ② 建立內部講師

長期目標：

1. 建立幸福安心的工作環境
2. 成立基金會

作法：

成立基金會，照顧員工，也為將來退休員工鋪路



以巨蛋之名的家族

巨蛋許多措施和福利都讓我感到窩心。來到巨蛋將近五年的時間，記得剛進公司時，第一次寫巨蛋實實向大家介紹自己有點不知所措，後來才體會到這是為了讓新人可以更融入團隊的用心方法。

而同仁成家或是生育，肩上的負擔必然會變大，不論結婚或是生子每個月公司都會給予眷屬津貼，這項福利讓我感到"揪甘心"，公司是用心在照顧員工！

參加公司春酒的活動，同仁自組樂團，創作了一首『我在巨蛋的日子』，聽到這首歌，內心的感動是不可言喻的，隔年『25周年應援歌』，心中也是滿滿的感動！！因為公司待員工如家人，所以造就同仁超強的向心力，也創造了『巨蛋家族』。

(同仁 yuntin 分享)



成立之初的貼心福利

『眷屬津貼』這個福利真的很特別，在 1994 年時很多企業，甚至政府都還沒有做到這個部分，但巨蛋已經開始了！

曾經有人問過我，公司為何要設『眷屬津貼』？同仁生孩子老闆有幫忙，還是結婚生子對公司有幫助…？我想說的是，還好巨蛋有這個福利，因為多了一口子



就需多一份糧，這一個津貼真的能給予一些補充，減輕一些負擔。到了這些年，政府不斷在說企業要提供育兒方面的福利，這時回頭看看，巨蛋 28 年前就做到了。

(同仁 無名分享)



星光大道制服秀



巨蛋 20 周年感恩茶會暨晚宴



各區春酒團體照

巨蛋寶實迎春領紅包



迎春齊聚領紅包



三、職業安全衛生

2020 年績效亮點

- 職安衛持續改善金額：927,510 元
- 職安衛教育訓練時數：254 小時
- 職安衛專業證照：127 張
- 承攬商危害告知場次：1,342 場次
- 職安衛改善項目：5 項
- 承攬商危害告知人次數：4,026 人次
- 職場健康促進場次：6 場



1. 職安衛管理

巨蛋展覽目前雖尚未導入職業安全衛生管理系統，但自主承諾參照管理系統及職安衛法規要求執行各項做法，總公司及各事業處職業安全衛生業務主管皆優於職業安全衛生針對廣告業要求設置人數，遵照職安衛管理計畫、規章，對員工、承攬商等利害相關者提供一個安全、健康的工作環境。

職業安全衛生相關資格證照一覽表

(資料時間：2020.12.8)

證照項目			台北事業處		台中事業處		台南事業處		高雄事業處	
			營業	服務	營業	服務	營業	服務	營業	服務
職業安全衛生業務主管	甲種	(營造)								
		(一般)	1	1						
	乙種	(營造)		2	1					
		(一般)	6	9	4	7	1	1	1	4
	丙種	(營造)		1		1				1
		(一般)		1						2
堆高機操作人員 (一公噸以上)				13	1	9	1	1		9
使用起重機具從事吊掛作業人員 (三公噸以下) (吊掛手)				14		9		1		13
固定式起重機操作人員 (天車)						1				
防火管理人						1				
鋼構組配作業主管安衛				1		1				1
安全衛生急救人員			1	2		2	1			1



2. 危害辨識與風險評估

巨蛋展覽職業安全衛生管理運作範圍包括本公司管轄活動區中各場所之作業活動，亦包含進入本公司從事作業活動之承攬商。公司自 2021 年 4 月起依「危害鑑別評估管理程序」實施「工作環境或作業危害之辨識、評估及控制」教育訓練，各區鑑別評估人員會同主管針對本身應處理風險之危害因子，檢討正在執行、上級主管已交辦、正準備開始執行、本身希望改善及建議之事項等狀況後，考慮安全衛生的風險高低、現階段之法規要求、改善技術能力、財務能力、現場作業面可行性、業務市場資訊及員工代表等利害相者意見等角度後，研擬各項對應處理風險之控制規劃。

2020 年自 ISO 20121 永續議題鑑別結果及目標設定，職安衛監督量測項目計 10 項，其中交通事故率目標未達成，主要原因為駕駛安全觀念不足及駕駛習慣不良所致，並依規定開立永續發展異常處理單，由各區利用月會議及各項教育訓練時機，加強宣導交通安全注意事項、遵守安全駕駛規範，以養成「正確的安全駕駛習慣」。



兩車六人的痕跡

你的故事在巨蛋

職業安全的自我要求與精進

我國的知名晶圓大企業，2018 年位於后里的 A3 新廠的啓用典禮，活動所需的大部分硬體結構都是由我司搭設。此案的場勘是由我處理，因為是科技大廠，任何流程的細節都非常的要求。即使巨蛋本身的職業安全規範，已經可以稱的上是活動展覽業界的模範生，但客戶大廠對安全的要求，也讓我學到了不少經驗。從吊車的一機三證、工安主管證照、配電證照等，上述所有專業技術人員所需文件外，每位跟活動相關人員皆需提前到廠區上工安課，還會評估每位施工人員的健康檢查以及心理狀況評估測驗。施工期間，該有的安全設備外，還需增加配戴護目鏡。

高規格的安全要求，證明了企業對每位人員的重視，也顯示出大型企業的風範。巨蛋身為業界的楷模，未來即使有更多嚴格要求，巨蛋也定是配合遵守使命必達。

(同仁 肉包爸分享)

3. 職業安全衛生持續改善項目

自 2018 年導入 ISO 20121 活動永續管理系統，各部門即依日常作業流程實施風險與機會鑑別，並將顯著風險議題納入行動規劃持續改善。

公司內所有工作者皆須遵守危害辨識與風險評估流程結果所規範之標準，依據職業安全衛生法，公司對發現提報或通報事件、危害、風險及機會以及離開其所認為可能導致危害或疾病的工作狀況，或向工作者代表、雇主或是監管機關報告危害或危險狀況之員工，本公司須保護其在職期間之工作權保障與升遷不受影響，不受歧視及有心人之報復行為等。

巨蛋展覽依法規雖無須設置職安委員會，但各營運區處皆設置職業安全衛生作業主管，職安衛相關事項與會議合併定期召開，由資方與勞方共同參與會議，內容包含溝通、參與及諮詢職業安全衛生法要求與相關事項外，另針對派遣人員及承攬商溝通諮詢除利用危害告知時機說明各項工作應注意事項外，並以通訊軟體建立各類工作群組利於即時協調聯絡，顯示巨蛋展覽對員工、派遣人員及承攬商各方意見參與重視的程度。

巨蛋展覽 2020 年無嚴重職業傷害發生，員工因工作致受傷請假超過一日的有 4 件，主要事故災害類型為搭設作業時重心不穩墜落造成撕裂傷 1 件、因搬運物品不慎致夾捲傷 2 件、上班途中發生車禍 1 件；經分析，主要原因為作業安全防護及意識不足。針對受傷事故之整體預防，公司除自購或依需求租用安全作業設備外，並持續推行全員安全文化與主動安全防護觀念提升。

2018-2020 年職業安全衛生經費

年度 項目	2018	2019	2020
個人防護用具	174,975	231,079	406,031
消防器材	67,435	44,700	55,673
職安衛改善	1,053,145	1,132,290	465,806
合計	1,295,555	1,408,069	927,510

(金額單位：元)

2018-2020 年職業安全衛生改善項目

年度 改善項目	2018	2019	2020
化學品			√
設備	√	√	√
設施	√	√	√
感電	√		√
健康管理	√	√	√



【正職 + 臨時 + 實習 + 產學】

年度	2018年	2019年	2020年
工作總時數	482,099	404,808	394,043
職業傷害死亡人數	0	0	0
職業傷害死亡比率	0.00	0.00	0.00
* 嚴重職業傷害數	0	0	0
* 嚴重職業傷害比率	0.00	0.00	0.00
可紀錄之職業傷害數	6	0	3
可紀錄之職業傷害比率	12.45	0.00	7.61
失能傷害之總損失日數	129	0	40
失能傷害嚴重比率	267.58	0.00	101.51

註 1：職業傷害死亡率 = 職業傷害死亡人數 / 工作總時數 * 1,000,000

註 2：嚴重職業傷害比率 = 嚴重職業傷害數 / 工作總時數 * 1,000,000

註 3：可紀錄之職業傷害比率 = 可紀錄之職業傷害數 / 工作總時數 * 1,000,000

註 4：失能傷害嚴重比率 = 失能傷害之總損失日 / 工作總時數 * 1,000,000

註 5：可紀錄之職業傷害不含上下班事故

* 嚴重的職業傷害：職業傷害而導致死亡、或導致工作者無法、難以於六個月內恢復至受傷前健康狀態的傷害

【施工承攬】：派遣

年度	2018年	2019年	2020年
工作總時數	29,871	24,027	27,204
職業傷害死亡人數	0	0	0
職業傷害死亡比率	0.00	0.00	0.00
* 嚴重職業傷害數	0	0	0
* 嚴重職業傷害比率	0.00	0.00	0.00
可紀錄之職業傷害數	0	0	0
可紀錄之職業傷害比率	0.00	0.00	0.00
失能傷害之總損失日數	0	0	0
失能傷害嚴重比率	0.00	0.00	0.00

註 1：職業傷害死亡率 = 職業傷害死亡人數 / 工作總時數 * 1,000,000

註 2：嚴重職業傷害比率 = 嚴重職業傷害數 / 工作總時數 * 1,000,000

註 3：可紀錄之職業傷害比率 = 可紀錄之職業傷害數 / 工作總時數 * 1,000,000

註 4：失能傷害嚴重比率 = 失能傷害之總損失日 / 工作總時數 * 1,000,000

註 5：可紀錄之職業傷害不含上下班事故

* 嚴重的職業傷害：職業傷害而導致死亡、或導致工作者無法、難以於六個月內恢復至受傷前健康狀態的傷害

【施工承攬】：危害告知單簽署推算

年度	2018 年	2019 年	2020 年
工作總時數	0	44,712	32,208
職業傷害死亡人數	0	0	0
職業傷害死亡比率	0.00	0.00	0.00
* 嚴重職業傷害數	0	0	0
* 嚴重職業傷害比率	0.00	0.00	0.00
可紀錄之職業傷害數	0	0	0
可紀錄之職業傷害比率	0.00	0.00	0.00
失能傷害之總損失日數	0	0	0
失能傷害嚴重比率	0.00	0.00	0.00

註 1：職業傷害死亡率 = 職業傷害死亡人數 / 工作總時數 * 1,000,000

註 2：嚴重職業傷害比率 = 嚴重職業傷害數 / 工作總時數 * 1,000,000

註 3：可紀錄之職業傷害比率 = 可紀錄之職業傷害數 / 工作總時數 * 1,000,000

註 4：失能傷害嚴重比率 = 失能傷害之總損失日 / 工作總時數 * 1,000,000

註 5：可記錄之職業傷害不含上下班事故

* 嚴重的職業傷害：職業傷害而導致死亡、或導致工作者無法、難以於六個月內恢復至受傷前健康狀態的傷害

* 施工承攬工作總時數依當年度危害告知單簽署份數（每日一份）x 8hr/ 日 x 3 人 推估。

巨蛋展覽依據職安管理規範制定職業事故之通報、調查與改善流程，事故調查包含該事故作業流程之危害鑑別與風險評估以及職業安全衛生管理系統所需進行之改善措施。

巨蛋展覽相當重視安全衛生文化，除投入法令規範之相關資源外並於各區設職安衛業務主管，職安衛業務主管除每月定期召開會議，進行雙向溝通、宣導、諮詢外，同時協助推展各類職安衛活動，案件執行前均對承攬商實施危害告知，督促提醒同時也增進員工及承攬商職業安全衛生的正確觀念。

巨蛋展覽每年訂有員工職安衛年度教育訓練計畫，除實體課程外，更逐步增進員工對職業安全衛生的認知，強化所有人員之危害辨識與狀況處置，確保營運及服務項目之穩定性。



2018-2020 年度 職業安全衛生教育訓練時數一覽表

年度 訓練項目	2018	2019	2020
一般安全衛生訓練	414	815	282
在職訓練	42	140	123
種子訓練		6	
證照訓練	581	562	1596
合計	1037	1523	2001

2019、2020 年 承攬商危害告知統計

2019

1,863 場
5,589 人次

2020

1,342 場
4,062 人次



4. 緊急應變

巨蛋展覽會於台中廠區實施消防演練，為使公司於日常作業中能因應發生緊急事故及時將損害抑制至最小限度，於 2021 年制定「巨蛋展覽緊急應變計畫」，以規範事故發生時之聯絡體制、應急措施及預防措施之處理程序。

5. 防疫作法

巨蛋展覽為因應新型冠狀病毒（即「嚴重特殊傳染性肺炎」）全球疫情，於 2020 年 2 月起陸續依衛生福利部公告及各項防疫作業指引，制定公司內部各項安全衛生防護及健康管理措施。針對傳染病或新感染症，若國內衛生福利部疾病管制署認定有爆發大流行之可能，公司職安組判定有施行防治措施之必要時，得邀集相關部門成立防疫小組，統籌調集各單位相關人員及設備，報請公司最高管理者核准後展開直接指揮、監督相關單位完成防治措施。防疫小組得依疫情狀況適時調整組織成員參與部門。

傳染病發生時，防疫小組應視實際狀況需要，會同相關部門依照衛生福利部疾病管制署所公布之傳染性疾病及傳染病防制法規範，進行不同的疾病的相關防疫及預防措施。任何人發現疑似傳染病或新感染症者，應透過以下程序通報職安組，通報期限依據國內衛生福利部疾病管制署之公告而定。

6. 健康促進

巨蛋展覽依據職業安全衛生法第 6 條、第 20 條、第 21 條、第 23 條、第 29 條、第 30 條至 31 條及勞工健康保護規則第 10 至 12 條等規範，對於勞工健康保護之規劃及採取之安全衛生措施規定事項，另訂有相關程序書、標準書、管理辦法與計畫書之規範，並自 2020 年 11 月起由臨場職護依「健康服務計畫書」進行健康管理；此外，巨蛋展覽特將勞動部 2020 年 12 月 2 日公佈之「中高齡及高齡工作者安全衛生指引」納入下一階段執行。

健康服務計畫

- 1. 作業環境危害辨識與健康風險管理：**
協助職安人員訪查員工作業環境，提出可行性高的環境改善與建議。
- 2. 勞工體格（健康）檢查結果與分析：**
依照檢查結果做四級管理
- 3. 勞工健康檢查與工作相關異常之健康管理：**
依照分級做一般管理、健康諮詢、健康面談
- 4. 高風險勞工個案評估與管理：**
健康面談適時轉介醫療院所
- 5. 健康教育與衛生指導及健康促進：**
舉辦健康講座及健康促進
- 6. 異常工作負荷促進疾病預防：**
過負荷問卷、10 年心血管分析、分級管理、二、三級管理面談
- 7. 職場母性健康保護計畫：**
協助風險評估並提出改善建議，協助母性保護計畫執行。
- 8. 人因性危害預防：**
骨骼肌肉問卷填寫、工作環境評估、安排會談
- 9. 職場不法侵害預防：**
依不法侵害內、外部風險，提供配置作業場所建議與協助計畫執行。
- 10. 選配工與職業傷病勞工復工計畫：**
新人健檢評估、復工勞工職能評估與重健
- 11. 職業傷病預防、個案管理等，及其紀錄保存：**
依據個案建立資料及保存

截至 2020 年底統計之 健康管理成效

項目	效益
職業專科醫師人數	1 人
護理師人數	1 人
服務場次	6 場
總服務時數	12 小時
服務內容	員工健康檢查、健康教育、健康諮詢評估、健康促進問卷調查、工作場所環境之作業危害改善、傷病後復工 / 配工評估。

7. 作業環境監測

巨蛋展覽為防止職業災害，保障工作者安全與健康，依職業安全衛生法第 20 條、勞工作業環境監測實施辦法規定，截至報告書發行前委由社團法人中華民國工業安全衛生協會會同本公司職安人員及勞工代表實施 2021 年勞工作業環境監測」一次，監測項目皆未超標。

職業安全衛生與健康 未來短中長期發展目標



重大主題

職業安全衛生與健康

管理方針

推動職業安全與健康管理，降低工作環境風險及維護同仁身心健康，提升競爭力

短期目標：

完成職安衛
危害辨識風險評估

作法：

- ① 提供工作時相對應之防護用具
- ② 定期檢測各區環安數據
- ③ 利用系統發佈提醒減少因天候造成人員工作時的傷害
- ④ 各工作場域的緊急應變訓練
- ⑤ 職護定期訪談及安排衛教講座

中期目標：

導入職安衛管理系統

作法：

完成職安衛管理系統導入

長期目標：

提供健康安全的工作環境

作法：

更換營業處所時尋找需符合法規之用地、建物及相關設施（如貨梯）

6 社會關懷與公益

2020 年績效亮點

- 公益捐助：5 件
- 產學合作：3 人





主軸：社會關懷與公益

重大議題

永續傳承 社會回饋

重大主題

社會參與與回饋

重要利害
關係人

員工、股東、客戶、社福機構、
團體、一般民衆

GRI 主題

GRI 413

對巨蛋
重要性

巨蛋取之於社會用之於社會，貢
獻自身專長能力，回饋社會

管理方針

善盡社會責任，傳承巨蛋
永續作法及精神，影響同
業一起努力

“

巨蛋展覽秉持「客戶滿意、共同成長、就業穩定、永續經營」的企業永續願景，積極參與社會公益活動，推動社會共好。巨蛋展覽長期關注社會議題，除每年配合展覽公協會推廣會展服務、贊助公益團體外，於社會需要時也積極提供服務，像是提供地震災民收容所、臨時篩檢站、防疫噴霧門等，本公司都義不容辭的提供一己之力。除了重視內部專業傳承及人才的培訓外，首次投入與德明科大合作『南向產學計畫』，進一步透過產學間管道推廣育才，投入獎助學金跟培訓計畫，讓越南學生認識會展實務，發掘更多人才，對會展產業提供育才心力。

”

一、社會公益

巨蛋展覽創立初衷就是做對社會有益的事，不僅僅只針對巨蛋這個大家庭，或是解決客戶的難題，只要是巨蛋能力所及的公益，皆會熱情地伸出雙手奉獻一己之力，舉凡教育、文化、環境保護及社會公益團體……等，都是巨蛋展覽關心的夥伴。2020 年社會因受疫情影響，我們更義不容辭地協助站在防疫第一線的政府機關與醫療院所，為社會盡一份心力。

2018-2020 年公益捐助一覽表

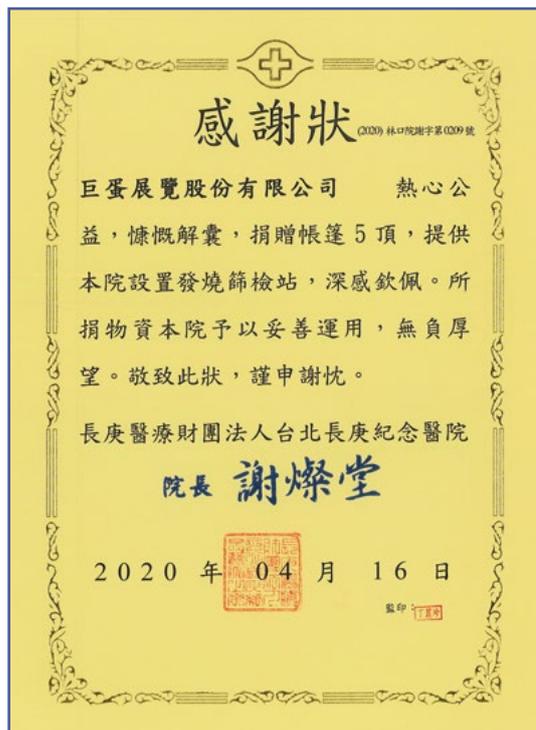
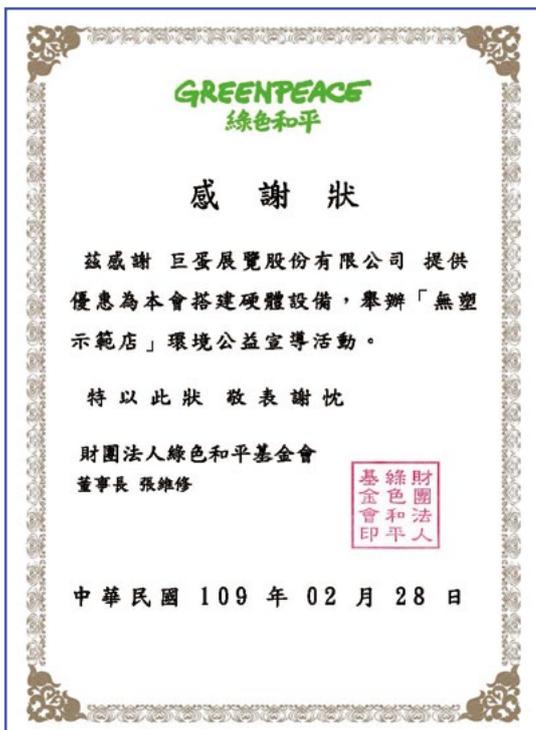
年度	捐助方式	捐助對象
2018	現金	財團法人台北愛樂文教基金會
	現金	社團法人台灣原聲教育協會
	現金	2018 年東協產業教育活動
	服務	財團法人癌症關懷基金會 - 癌症關懷基金會論壇
2019	現金	財團法人癌症關懷基金會
	現金	中華民國展覽暨會議商業同業公會—108 年度優秀會展青年獎助學金（共 5 名）
	現金	社團法人台灣原聲教育協會
	現金	財團法人台北愛樂文教基金會
	現金	中華民國展覽暨會議商業同業公會—2019 亞洲會展青年競賽
	現金	外貿協會 -108 年度國際大學校院會展城市行銷競賽
2020	服務	財團法人癌症關懷基金會
	服務	臺北市政府資訊局 - 實名制口罩記者會
	服務	中華民國展覽暨會議商業同業公會 - 後疫情對策國際會議
	服務	邱外科醫院 - 防疫帳篷
	服務	綠色和平基金會 - 無塑示範店宣導活動
	服務	滿力國際股份有限公司 - 台北長庚防疫節檢臨時站



2018 年癌症關懷基金會——
癌症關懷基金會論壇



2020 年臺北市政府資訊局——
實名制口罩記者會



二、產學合作

巨蛋展覽的營運藍圖中，不斷地擴大業務區域範圍是持續而不間斷的目標，在政府推動新南向政策的同時，我們也規劃將公司的經驗帶往未開發的處女地，為使活動會展產業順利擴展，經多番評估，決定參與大專院校的產學計畫，積極培育新南向政策中的莘莘學子，在巨蛋的搖籃裡成長、茁壯，未來才能將專業標的服務模式帶回自己的國家，為不久將來進行開疆闢土，更成為巨蛋展覽遠佈海外的種子為公司繼續跨海開枝散葉！

兩車六人的痕跡
你的故事在巨蛋

回越南創業的準備

我是黎城忠，四年前的我還在馬來西亞的餐廳打工，每天都面對雞肉豬肉，除了在學校學習之外，其他時間都拼命打工賺錢忘了我的理想。四年前我得到訊息，公司預計去越南投資想找未來的夥伴，當時我不知道巨蛋是做什麼？但是我覺得這是一個機會讓我可以改變我現在的生活，找回我來台灣留學的目的！我就馬上決定向公司投履歷表，面試的時候我中文還沒那麼好，沒辦法把我的東西全部說出來，但是總經理、副總、文琪姐很耐心聽我講讓我很感動，當我收到通知我可以參加公司的產學計畫，我開心的不得了。



公司給我們很多支援，也讓我們有機會學習新的東西。我本身是外國人所以很多事情同事們要花很多時間講解，同事們都很耐心不會覺得麻煩，每件事都想辦法讓我清楚了解。除了教我業務技巧之外還教我如何籌備成立公司及學習人際關係，讓我感覺到巨蛋是一個大家庭。

(同仁 黎城忠)



社會關懷與公益 未來短中長期發展目標

重大主題

社會參與與回饋

管理方針

善盡社會責任，傳承巨蛋永續作法及精神，影響同業一起努力

短期目標：蛋蛋相傳

作法：

- ① 產學合作培育人才
- ② 持續參與社會公益及贊助

中期目標：開枝散葉

作法：

CSR 及 ESG 觀念灌輸與教育

長期目標：金玉滿堂

作法：

成立基金會照顧退休員工、緊急救難及子女教育獎助學金

兩車六人的痕跡

你的故事在巨蛋

回越南創業的準備

還記得三年前剛參加巨蛋展覽與德明科大產學計畫的我，對公司一切都很陌生。幸好有主管們不斷地給我鼓勵加油，再加上同事們都很熱心地幫助，我現在才可以完全融入巨蛋團隊。除了了解公司的經營理念及初步接觸業務工作之外，我同時也進行創業籌備計畫。外籍人士在台灣上班難



免遇到一些語言不通的困難，但是有公司的主管及同仁關心、我很快就進步了。經過三年努力不懈，現在的我只希望可以早點回去越南創業、讓巨蛋展覽跨進東南亞市場成為優質活動的最佳配角。

(同仁 段氏恒)

GRI Standards 對照表

GRI Standards Content Index

STANDARD DISCLOSURES PART I : Universal Standards

GRI 102 : General Disclosures 一般揭露

指標	說明	章節名稱	頁碼
102-1*	組織名稱	1.1 公司治理	P.8
102-2*	活動、品牌、產品與服務	1.1 公司治理	P.8
102-3*	總部位置	1.1 公司治理	P.8
102-4*	營運據點	1.1 公司治理	P.8
102-5*	所有權與法律形式	1.1 公司治理	P.8
102-6*	提供服務的市場	1.1 公司治理	P.8
102-7*	組織規模	1.1 公司治理	P.8
102-8*	員工與其他工作者的資訊	5.1 人才吸引與留任	P.56
102-9*	供應鏈	4.1 供應鏈概況	P.50
102-10*	組織與其供應鏈的重大改變	本公司於報告期間，組織結構與經營權並無重大變動	
102-11*	預警原則或方針	1.2 永續經營	P.15
102-12*	外部倡議	1.1 公司治理	P.8
102-13*	公協會的會員資格	1.1 公司治理	P.8
102-14*	決策者的聲明	經營者的話	P.6
102-15	關鍵衝擊、風險及機會	1.2 永續經營	P.15
102-16*	價值、原則、標準及行為規範	1.1 公司治理	P.8
102-17	倫理相關之建議與關切事項的機制	1.1 公司治理 5.1 人才吸引與留任	P.8 P.56
102-18*	治理結構	1.1 公司治理	P.8
102-40*	利害關係人團體	重大性分析	P.17
102-41*	團體協約	1.1 公司治理	P.14
102-42*	鑑別與選擇利害關係人	1.2.3 利害關係人永續經營	P.17
102-43*	與利害關係人溝通的方針	1.2.3 利害關係人永續經營	P.17
102-44*	提出之關鍵主題與關注事項	1.2.3 利害關係人永續經營	P.17
102-45*	合併財務報表中所包含的實體	1.2.3 利害關係人永續經營	P.17
102-46*	界定報告書內容與主題邊界	1.2.3 利害關係人永續經營	P.17
102-47*	重大主題表列	1.2.3 利害關係人永續經營	P.17
102-48*	資訊重編	無任何重編	
102-49*	報導改變	無顯著改變	
102-50*	報導期間	關於本報告書	P.3
102-51*	上一次報告書的日期	關於本報告書	P.3
102-52*	報導週期	關於本報告書	P.3
102-53*	可回答報告書相關問題的聯絡人	關於本報告書	P.3
102-54*	依循 GRI 準則報導的宣告	關於本報告書	P.3
102-55*	GRI 內容索引	GRI Standards 對照表	P.93
102-56*	外部保證 / 確信	第三方查證證書	P.97

* 為核心選項

GRI 103 管理方針	103-1	解釋重大主題及其邊界	1.2 永續經營 / 各章節管理方針	P.15
	103-2	管理方針及其要素	1.2 永續經營 / 各章節管理方針	P.15
	103-3	管理方針的評估	1.2 永續經營 / 各章節管理方針	P.15

STANDARD DISCLOSURES PART II : Topic-specific Standards 特定主題標準

GRI 200 : Economic Series 經濟系列

Series 系列	指標	說明	對應章節	頁碼
GRI 201 : 經濟績效	201-3	定義福利計劃義務與其他退休計畫	5.1 人才吸引與留任	P.56
GRI 202 : 市場地位	202-1	不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資的比率	5.1 人才吸引與留任	P.56
GRI 204 : 採購實務	204-1	來自當地供應商的採購支出比例	4.1 供應鏈概況	P.50
GRI 205 : 反貪腐	205-2	有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	1.1 公司治理	P.8

GRI 300 : Environmental Series 環境系列

Series 系列	指標	說明	對應章節	頁碼
GRI 301 : 物料	301-3	回收產品及其包材	3.2 資源及廢棄物管理	P.46
GRI 302 : 能源	302-1	組織內部的能源消耗量	3.2 資源及廢棄物管理	P.46
	302-3	能源密集度	3.1 氣候變遷與能源管理	P.43
	302-4	減少能源消耗	3.1 氣候變遷與能源管理	P.43
	302-5	降低產品和服務的能源需求	3.1 氣候變遷與能源管理	P.43
GRI 307 : 有關環境保護的法規遵循	307-1	違反環保法規	1.2 永續經營	無環保違規事項
GRI 308 : 供應商環境評估	308-2	供應鏈對環境的負面衝擊，以及所採取的行動	4.2 供應商永續管理	P.53

GRI 400 : Social Series 社會系列

Series 系列	指標	說明	對應章節	頁碼
GRI 401 : 勞雇關係	401-1	新進員工和離職員工	5.1 人才吸引與留任	P.56
	401-2	提供給全職員工的福利	5.2 人才培育與發展	P.62
	401-3	育嬰假	5.2 人才培育與發展	P.62
GRI 402 : 勞 / 資關係	402-1	關於營運變化的最短預告期	5.1 人才吸引與留任	P.56
GRI 403 : 職業安全衛生 (2018 版)	403-1	職業安全衛生管理系統	5.3 職業安全管理	P.72
	403-2	危害辨識、風險評估、及事故調查	5.3 職業安全管理	P.72
	403-3	職業健康服務	5.3 職業安全管理	P.72
	403-4	有關職業安全衛生之工作者參與、諮商與溝通	5.3 職業安全管理	P.72
	403-5	有關職業安全衛生之工作者訓練	5.3 職業安全管理	P.72
	403-6	工作者健康促進	5.3 職業安全管理	P.72

Series 系列	指標	說明	對應章節	頁碼
GRI 403 : 職業安全衛生 (2018 版)	403-7	預防和減輕與業務關係直接相關聯之職業安全衛生的衝擊	5.3 職業安全管理	P.72
	403-8	職業安全衛生管理系統所涵蓋之工作者	5.3 職業安全管理	P.72
	403-9	職業傷害	5.3 職業安全管理	P.72
	403-10	職業病	5.3 職業安全管理	P.72
GRI 404 : 訓練與教育	404-1	每名員工每年接受訓練的平均時數	5.2 人才培育與發展	P.62
	404-2	提升員工職能及過渡協助方案	5.2 人才培育與發展	P.62
	404-3	定期接受績效及職業發展檢核的員工比例	5.2 人才培育與發展	P.62
GRI 405 : 多樣性和平等機會	405-1	治理單位與員工的多元化	5.1 人才吸引與留任	P.56
	405-2	女男基本薪資和薪酬的比率	5.1 人才吸引與留任	P.56
GRI 406 : 不歧視	406-1	歧視事件以及組織採取的改善行動	5.1 人才吸引與留任	P.56
GRI 408 : 童工	408-1	營運據點和供應商使用童工之重大風險	4.1 供應鏈概況 5.1 人才吸引與留任	P.56
GRI 412 : 人權評估	412-2	人權政策或程序的員工訓練	1.1 公司治理 5.1 人才吸引與留任	P.8 P.56
GRI 414 : 供應商社會評估	414-1	新供應商使用社會準則篩選	4.1 供應鏈概況	P.50
	414-2	供應鏈中負面的社會衝擊以及所採取的行動	4.2 供應商永續管理	P.51
GRI 416 : 顧客的健康與安全	416-2	違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	2.2 產品安全與服務	P.32
GRI 417 : 行銷與標示	417-2	未遵循產品與服務之資訊與標示法規的事件	2.1 創新商品	P.30
GRI 418 : 顧客隱私	418-1	經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	2.3 客戶關係	P.39
GRI 419 : 社會經濟法規遵循	419-1	違反社會與經濟領域之法律和規定	1.2 永續經營	2020 年有一件違規案件

* 以上各條文，除 GRI 303 與 403 系列採用 2018 年版本外，其餘條文皆採用 2016 年版本



ASSURANCE STATEMENT

SGS TAIWAN LTD.'S REPORT ON SUSTAINABILITY ACTIVITIES IN THE BIG DOME EVENT RENTAL SERVICE CO., LTD.'S CORPORATE SUSTAINABILITY REPORT FOR 2020

NATURE AND SCOPE OF THE ASSURANCE/VERIFICATION

SGS Taiwan Ltd. (hereinafter referred to as SGS) was commissioned by BIG DOME EVENT RENTAL SERVICE CO., LTD. (hereinafter referred to as BIG DOME) to conduct an independent assurance of the Corporate Sustainability Report for 2020 (hereinafter referred to as the Report). The scope of the assurance, based on the SGS Sustainability Report Assurance methodology, included the sampled text, and data in accompanying tables, contained in the report presented during on-site verification between 2021/09/29 to 2020/11/05. SGS reserves the right to update the assurance statement from time to time depending on the level of report content discrepancy of the published version from the agreed standards requirements.

INTENDED USERS OF THIS ASSURANCE STATEMENT

This Assurance Statement is provided with the intention of informing all BIG DOME's Stakeholders.

RESPONSIBILITIES

The information in the BIG DOME's CSR Report of 2020 and its presentation are the responsibility of the directors or governing body (as applicable) and the management of BIG DOME. SGS has not been involved in the preparation of any of the material included in the Report

Our responsibility is to express an opinion on the text, data, graphs and statements within the scope of verification with the intention to inform all BIG DOME's stakeholders.

ASSURANCE STANDARDS, TYPE AND LEVEL OF ASSURANCE

The SGS ESG & Sustainability Report Assurance protocols used to conduct assurance are based upon internationally recognized assurance guidance, including the Principles contained within the Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards (GRI Standards) 101: Foundation 2016 for report quality, and the guidance on levels of assurance contained within the AA1000 series of standards and guidance for Assurance Providers.

The assurance of this report has been conducted according to the following Assurance Standards:

Assurance Standard Options		Level of Assurance
A	SGS ESG & SRA Assurance Protocols (based on GRI Principles and guidance in AA1000)	n/a
B	AA1000ASv3 Type 2 (AA1000AP Evaluation plus evaluation of Specified Performance Information)	Moderate

Assurance has been conducted at a moderate level of scrutiny.

SCOPE OF ASSURANCE AND REPORTING CRITERIA

The scope of the assurance included evaluation of quality, accuracy and reliability of specified performance information as detailed below and evaluation of adherence to the following reporting criteria:

Reporting Criteria Options

1	GRI Standards (Core)
2	AA1000 Accountability Principles (2018)

- evaluation of content veracity of the sustainability performance information based on the materiality determination at a moderate level of scrutiny for BIG DOME and moderate level of scrutiny for subsidiaries, joint ventures, and applicable aspect boundaries outside of the organization covered by this report;
- AA1000 Assurance Standard v3 Type 2 evaluation of the report content and supporting management systems against the AA1000 Accountability Principles (2018); and
- evaluation of the report against the requirements of Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards (100, 200, 300 and 400 series) claimed in the GRI content index as material and in accordance with.

ASSURANCE METHODOLOGY

The assurance comprised a combination of pre-assurance research, interviews with relevant employees, superintendents, CSR committee members and the senior management in Taiwan; documentation and record review and validation with external bodies and/or stakeholders where relevant.

LIMITATIONS AND MITIGATION

Financial data drawn directly from independently audited financial accounts has not been checked back to source as part of this assurance process.

STATEMENT OF INDEPENDENCE AND COMPETENCE

The SGS Group of companies is the world leader in inspection, testing and verification, operating in more than 140 countries and providing services including management systems and service certification; quality, environmental, social and ethical auditing and training; environmental, social and sustainability report assurance. SGS affirm our independence from BIG DOME, being free from bias and conflicts of interest with the organisation, its subsidiaries and stakeholders.

The assurance team was assembled based on their knowledge, experience and qualifications for this assignment, and comprised auditors registered with ISO 26000, ISO 20121, ISO 50001, SA8000, RBA, QMS, EMS, SMS, GPMS, CFP, WFP, GHG Verification and GHG Validation Lead Auditors and experience on the SRA Assurance service provisions.

VERIFICATION/ ASSURANCE OPINION

On the basis of the methodology described and the verification work performed, we are satisfied that the specified performance information included in the scope of assurance is accurate, reliable, has been fairly stated and has been prepared, in all material respects, in accordance with the reporting criteria.

We believe that the organisation has chosen an appropriate level of assurance for this stage in their reporting.

AA1000 ACCOUNTABILITY PRINCIPLES (2018) CONCLUSIONS, FINDINGS AND RECOMMENDATIONS

Inclusivity

BIG DOME has demonstrated a good commitment to stakeholder inclusivity and stakeholder engagement. A variety of engagement efforts such as survey and communication to employees, customers, investors, suppliers, CSR experts, and other stakeholders are implemented to underpin the organization's understanding of stakeholder concerns. For future reporting, BIG DOME may proactively consider having more direct two-ways involvement of stakeholders during future engagement.

Materiality

BIG DOME has established effective processes for determining issues that are material to the business. Formal review has identified stakeholders and those issues that are material to each group and the report addresses these at an appropriate level to reflect their importance and priority to these stakeholders.

Responsiveness

The report includes coverage given to stakeholder engagement and channels for stakeholder feedback.

Impact

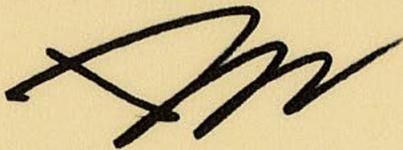
BIG DOME has addressed in this report the organisation's impacts related to each material topic on stakeholders and the organization itself. Measurements and evaluations on potential impacts, such as direct and indirect, intended and unintended, and positive and negative impacts and the relevant management process to address these impacts are to be further described in future report.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE REPORTING STANDARDS CONCLUSIONS, FINDINGS AND RECOMMENDATIONS

The report, BIG DOME's CSR Report of 2020, is adequately in line with the GRI Standards in accordance with Core Option. The material topics and their boundaries within and outside of the organization are properly defined in accordance with GRI's Reporting Principles for Defining Report Content. Disclosures of identified material topics and boundaries, and stakeholder engagement, GRI 102-40 to GRI 102-47, are correctly located in content index and report. For future reporting, it is recommended to have more descriptions of BIG DOME's involvement with the impacts for each material topic (103-1), and how efforts were given to mitigate the impacts. When reporting on goals and targets for each material topic, the expected results are suggested to be set, if applicable, with quantitative objectives. It is proposed to explain the mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach specifically (GRI 103-3). More descriptions about the results of the evaluation of the management approach and specific actions aimed at improving performance are also encouraged.

Signed:

For and on behalf of SGS Taiwan Ltd.



David Huang
Senior Director
Taipei, Taiwan
15 November, 2021
WWW.SGS.COM



AA1000
Licensed Report
000-8/V3-HOKHK



CORPORATE
SUSTAINABILITY
REPORT

2 0 2 0

