

# 遠東人

徐有庠  
題

共同开创「诚勤慎·创新」的健康人生



APR 2020  
NO. 356

04 月号

## 拓展生态系∞寻找新经济

Build the Business Ecosystem  
for the New Economy



### COVER STORY

香格里拉台北远东饭店开窗计划  
看见新蓝海  
远传电信布建行动生活  
挥军5G世代

### LIFE GUIDE

保健网  
下梁不正，上梁歪  
谈儿童下肢发展与扁平足

### OFFICE TALK

实用职场英文：  
Small talk & Transitioning

扫描 QR Code 看更多即时讯息  
还可下载电子杂志





↑ 远传获颁国家品牌玉山奖「杰出企业类」首奖，2月19日获蔡英文总统亲自接见，由郑智衡执行副总经理代表出席。



↑ 为让民众安心防疫，桃园远东百货与知名居家清洁品牌清淨海合作推出「次氯酸灭菌液来店礼」，与大家共同抗疫。



↑ 台中大远百邀请民众搭乘旋转木马做爱心，所得全数捐予「台中市动物福利基金」，获赠感谢状。



↑ 台中大远百携手彰化家扶中心推出元宵灯笼义卖市集，所得全数转为「清寒奖助学金」，扶助更多家庭贫困的儿童。



↑ 新竹大远百携手林务局举办公益赠苗活动，为植树绿化尽一份心力。

# AI助攻 远东人月刊官网智慧升级

李佳珍

为了提供更丰富的视觉效果及多元的内容，远东人月刊网站自 2001 年上线至今，曾三度进行改版。2020 年，月刊再度启动改版计划，引入最新的科技，呈现精致化、数位化的全新风貌。

新版月刊网站拥有繁体中文、简体中文、英文三种版本，其中，英文版本是由远东集团旗下上海远资信息公司，利用 AI 语言辨识系统打造而成，让更多不同语系的读者，无障碍的接收远东的最新讯息。

除了提供「本期新讯」，新版网站也利用大数据演算法，罗列出目前点阅量最多、大家最关心的「本期热讯」，让您在最短时间掌握最重要的资讯！不仅如此，网站还能根据您的阅读纪录，推荐您可能感兴趣的文章，省下在茫茫网海中搜寻的时间。值得一提的是，此次改版还新增了会员功能，只要成为会员，就能参加集团同仁专享的「有奖征答」活动，并获得第一手优惠讯息！

新版网站目前已进入最后测试阶段，预计于四月中旬正式与大家见面，期待您来体验更活泼、更友善、更贴心、更智慧的远东人月刊！

## 投稿注意事项：

1. 本刊欢迎投稿，惟投稿人应尊重他人之智慧财产权，勿抄袭或改写他人著作。如引用他人著作，应注明出处，并请留意著作权法等相关法律之规定，自负文责。
2. 投稿人请注明所属单位、姓名、联络方式，以利寄赠稿酬；如需以笔名刊登，亦请另外注明。稿件若经采用，编辑室保留删修权，请投稿人自留底稿，恕不退稿。
3. 稿件刊登后，著作财产权即归发行本刊之远东新世纪公司所有，且投稿人不得行使著作人格权。非经本刊书面同意，不得自行转载或投稿。
4. 稿酬计算标准：「远东人开讲」（每月主题征稿）每则 500 元，其余文字稿台湾地区每字 0.5 元、海外地区每字 0.8 元。

投稿请寄：台北市敦化南路二段二〇七号三十六楼「远东人月刊编辑室」，或传真：(02) 2736-9934 或 e-mail 至 [magazine@fenc.com](mailto:magazine@fenc.com)，若有其他相关问题，欢迎来电洽询：(02) 2733-8000 分机 8549、8553

## 「远东人开讲」五月份话题：超实用 APP 大募集

智能手机对于现代人来说，已经是不可或缺的重要物件，手机里安装的拍照神器、理财利器、学习秘笈、社交好物……等各式 APP，更成为忙碌生活中的好帮手。欢迎来信分享您最推荐的 APP，文长 300 字以内，远东人月刊就会提供您一笔「爱分享」奖金喔！（截稿日期：4 月 15 日前）



APR 2020  
NO. 356

01 EDITOR 编辑手记

AI 助攻 远东人月刊官网智慧升级／李佳珍

04 LEADER'S REMARKS 领航者的话

世代迭替 你不能不认识的「我世代」／李静芳

08 COVER STORY 封面故事

远传电信布建行动生活圈 挥军5G世代／远传电信提供

香格里拉台北远东饭店开窗计划 看见新蓝海／编辑室采访整理

16 GROUP BRIEFING 集团简讯

关系企业动态报导·公益专区·人事异动·绩优荣誉榜·好康报报／编辑室编

22 OFFICE TALK 乐活职人

经营管理新知：餐饮外送消费行为大解析／天下创新学院

同仁工作经验谈：防疫、生产两不误 远东扬州抗疫有一套／汪文菊、傅元婷

实用职场英文：Small talk & Transitioning／EIE美语



## 31 LIFE GUIDE 生活情报

法律网 劳工防疫一起来 请假、补贴有保障／蔡佳伶  
保健网 下梁不正，上梁歪 谈儿童下肢发展与扁平足／李盈瑶  
流行网 打好防疫基本功 随时随地动起来／郑嘉蕙  
财经网 银行信用卡成明日「金融生态圈」之钥／林莹莹

## 40 HOT TOPIC 远东话题

远东人开讲：超实用APP大募集／编辑室辑

## 43 STORY 心动时刻

平安是福／罗丽芳  
实事求是，就事论事——曾国藩的处世与做事／刘祖亮

## 48 QUIZ 有奖征答

355期有奖征答得奖名单揭晓／编辑室

发行人 徐旭东 | 社长 郑澄宇

月刊编辑委员

王明伦 王文交 余欲弟 李佩频  
李美慧 何思纬 汪更新 吕学龙  
林俊佑 林大忠 吴信仪 吴佳颖  
吴敏如 卓采慧 范明珠 徐竣菁  
徐雅慧 马玉兰 梁雅雯 黄怡祯  
游慧琳 游淑如 郭曜豪 郭文慧  
陈文山 陈聪明 陈玲华 陈雪萍  
陈虹瑾 叶金璋 张景芳 张 丹  
杨庭欢 曾淑苹 冯辉棋 蔡敏雄  
蔡佩琼 蔡欣渝 刘贞佑 谢淑惠  
谢蓓祯 戴永茂

发行所

远东新世纪股份有限公司

通讯处

台北市敦化南路二段 207 号 36 楼  
(02) 2733-8000 转 8549、8553

E-mail

magazine@fenc.com

网址

<http://www.fenc.com/magazine/index.aspx>

电子报网址

<http://www.fenc.com/magazine/edm.aspx>

登记证 局版台志字第 8320 号

美术设计 Z&C.COM

印刷所 汤承科技印刷(股)公司



远东人月刊电子报



远东人月刊电子杂志



# 世代迭替 你不能不认识的「我世代」

集团综效暨零售规划总部／李静芳执行长

过去可能很多人直到出社会后才首次接触电脑，现代人则是一出生就有网路行动装置当保母，世代之间成长背景的巨大差距，也让彼此的生活态度、价值观、购买偏好迥异。这群出生于1980～2009年间，被媒体称为集体自恋、凡事以自己为主的「我世代」，已成为往后十年全球经济中坚主力的世代，经营管理者必须掌握其对商业模式与品牌管理所造成的影响。

## 「我世代」的六大特质

1980年后出生的「我世代」，在台湾已占近四成人口，在自媒体当道下，敢秀也爱秀，根据 DDG 方策顾问于 2019 年 7 月所做的研究，归纳出六大特质：

### 1. 碎片化阅听，

追求视觉快感多於文章内涵

网路原生的「我世代」，有更多元的接收资讯方式，在多萤多屏间游刃有余，比起静态的文字，更偏好感官冲击的影片、图像，且惯于接受雪片般碎片的讯息，以随时与世界保持连结。

### 2. 相信分享的力量，

重视用户评价与真实性

「我世代」的 DNA 即存有网路「开放」与「分享」特性，不重视拥有、拥抱共享，相信真实用户的评价远甚于过往品牌单向权威型的传达方式。

### 3. 勇敢表现社会价值观， 身体力行个人理念

有别于上一辈避谈政治、社会议题等观念，「我世代」不仅更关注社会议题，也勇于表现自己的社会价值。

### 4. 视健康为生活风格， 用行动实践身份认同

对比因身体警讯才注重健康的长者，「我世代」将健康视为一种生活风格，从运动风潮盛行、有机消费年龄层下降等趋势，可看出年轻的他们倾向以行动、购买等方式表态生活。

### 5. 追求稀缺体验，胜过於消费名牌产品

出生于相对宽裕世代的这群人，购买不再只是消费外在的符号（名牌、身份），过程中所获得的独特「体验」将更具意义，从体验平台的崛起、追求自制的生活电器热卖均可见一斑。

### 6. 教养态度开放， 在仿效与学习中摸索前进

比起上一代的直升机父母，「我

世代」的父母更偏向「无人机父母」("Drone" parenting ,Time, 2015)，父母虽然盘旋在孩子的头顶，但更注重给孩子空间，像朋友般互动，而非指导他们，教养态度更弹性。

天生喜爱追求新事物的「我世代」，不仅喜好更为流动难测，且敢于挑战权威，乐于尝试用不同方式来定义自我，更愿意为价值认同买单，品牌须能秉持开放、透明、分享、会说故事等特质，才能成为「我世代」的心头好。

## 「我世代」崛起， 新营销模式翻转未来

2018 World Data Lab 指出，「我世代」2018 年整体年收入正式超越其他世代，已高达 12.88 兆美元（约新台币 400 兆），成为一股不可忽视的消费主力。面对我世代的崛起，传统营销模式受到挑战，需重新思考新的商业与销售模式：

### 1. 传统行销的 AIDMA 已转为 AISAS， 重构消费心理模式

过去的广告营销，遵循著 AIDMA 的法则，从吸引消费者目光（Attention 注意→Interest 产生兴趣→Desire 激发欲望→Memory 强化记忆→Action 购买行动），到通路的促动购买。但近几年随著多媒体与互联网发展，日本电通公司

认为，在商品认知阶段，消息来源虽仍以媒体广告为主，却在理解、比较商品和决定购买的阶段，改以网路及口碑相传作为主要决策依据，因而提出 AISAS 模式（Attention 注意 → Interest 产生兴趣 → Search 搜寻 → Action 购买行动 → Share 分享）。网路原生、热衷分享的「我世代」则成为 AISAS 历程的加速器，故品牌需更加关注自身评价，才能在茫茫网海中，获取「我世代」的青睐，并产生良好的口碑正循环。

## 2. 个人化、开放共享，开创 4P 新商机

过去企业更关注于「商品的经营」，以生产者为导向的 4P 行销组合：产品 (product)、价格 (price)、促销 (promotion) 和通路 (place) 一度被视为经营圭臬，并透过规画这些可控因子来面对市场，如今遇上一群被高科技及多媒体养大的善变世代时，各品牌的 4P 策略无不发生质变。

### ●产品 (Product)

#### ——客制化重视个人风格、诉诸社会议题

Sales Force 数据指出，60% 的「我世代」对于能拥有个人化商品、服务与资讯推播感兴趣，高于仅占约 40% 的婴儿潮与 X 世代，因此，透过打造独特的商品、限定邀请制、客制化内容等方式，能

为「我世代」带来优越感。如 Adidas 推出「Knit for you」现场客制毛衣；又如 Coach 的「Coach Create」服务，从材质、包款到印花配件等都让消费者自订。

调查中亦显示近 90% 的年轻世代关注品牌的社会责任意识及商品是否环境友善，并会以购买来支持理念，故各品牌也纷纷在各公众议题上表态，如 H&M 推出「Love For All」系列，以彰显对 LGBT 的支持；又如澳洲大火，「吃乐天小熊饼干救无尾熊」的话题，瞬间炒热带动销量，Balenciaga 更顺势推出公益上衣协助灾后重建等，在在显示品牌逐渐从社会议题下手，夺回新一代消费者的关注。

### ●价格 (Pricing)

#### ——共享的 DNA、品牌认同的追求

「我世代」重视使用权而非拥有权，此观念挑战了过往的定价策略，也促使闲置资源再分配、资源使用最大化的共享经济，在网路社群与行动装置的助力下，成为当红炸子鸡。揭开 CNBC 2019 年全球「颠覆者 50 强」榜单，目前最具破坏力且能带来巨变的新创公司，前五大企业如：滴滴打车、WeWork（共享办公室）、Grab（东南亚共享汽车）、Rent the Runway（礼服租借），均是共享经济下的商业模式。

近年大夯的订阅服务，亦是看中「我

「世代」重视使用权及「为认同而买单」的特性，经由强化品牌形象及产品，让「我世代」获得美好的体验后，建立起长期关系，即使商品成本较昂贵，也可透过订阅制度摊提成本，如：每月 \$499 喝十杯饮料的大苑子、汽车大厂 Benz、各大影音串流平台（Netflix 等），均提出订阅制，连 IKEA 家俱及 UberEats 外送都推出相关对策，提供更自由、便利、独特的消费体验，让食衣住行育乐等各行业掀起订阅热潮。

### ●促销、通路（Promotion、Place）

#### ——OMO 虚实整合无缝串接

随著科技发展，线上线下的界线早以难分，网路社交媒体的分享力不容小觑。麦肯锡研究指出，网路 KOL 口碑行销能创造比传统广告多出近两倍的销售，以及多出 35% 的顾客保留率，除了品牌自媒体的经营，善用网红影响力，有助于强化外部导购，并开发潜在消费者，重构流量池。另外，透过客户的社交圈影响力，把产品及服务快速扩散的「社交裂变」新思维，如瑞幸咖啡、生鲜电商团购，也都颠覆了传统的

销售模式。

曾经以为找个好店面就是成功之母，但追求视觉快感的「我世代」更喜欢直播，从拍卖天王连千毅一分钟卖出一部千万保时捷、十分钟成交亿级法拉利游艇；微软愿花 15 亿台币挖角仅 28 岁的 Twitch 顶级直播主 Ninja；到可以一分钟卖出上万只唇膏，年收超过千万人民币的口红一哥李佳琦，「我世代」无疑在改变旧有的认知及操作手法。

随著「我世代」渐成消费主流，全球也进入「VUCA 时代」，充满多变性（Volatility）、不确定性（Uncertainty）、复杂性（Complexity）、模糊性（Ambiguity）。科技创新引发产业与生活型态急剧变化，游戏规则不断被颠覆，就算是产业龙头，亦可能一夕间风云变色，需时刻警惕并向潮流浪尖靠拢，掌握趋势才能顺势因应，方是企业永续经营之道。



注：本文为李静芳执行长受台师大 GF-EMBA 之邀，参与「大师讲座」，分享拥有新价值的「我世代」如何翻转旧商业模式。



## 远传电信布建行动生活圈 挥军5G世代

远传电信提供

从2G、3G、4G到发展中的5G，通信技术的变革带给人们许多生活、产业上的改变。另一方面，大数据、人工智慧、物联网等的新科技亦从不同的面向挑战著电信产业，造成传统电信收入逐年下滑。面对日趋竞争的电信市场，远传以「精实、转型、再成长」的营运策略，不仅强化内部创新科技能力，更结合「大（大数据）、人（人工智慧）、物（物联网）」，开发应用并深耕资安和云端技术，对外也以结盟、投资等方式，持续扩展生态圈，积极为2020年5G商转作准备，实现「靠得更近、想得更远」新的品牌里程碑。

### 一般消费者用户市场：拓展实体通路与线上销售，创造更好的线上／线下体验

远传积极布局新经济，在消费者市场端，借由子公司扩大通路销售及服务范畴，如3C数位商品品牌专卖店、专业维

修服务及客户服务中心，推动新成长动能，并跨足电商领域与物流业务。

#### 1. friDay购物携手集团

#### 打造线上／线下生态圈

看好线上电商的蓬勃发展契机，民众



的网路购物行为盛行，远传电信于 2013 年 6 月投资远时数位科技，2017 年与远东集团旗下 GoHappy 购物合并，深化经营 friDay 购物品牌。

目前 friDay 购物结合远东集团旗下远东百货、远东 SOGO 百货和爱买，并加上 city' super，让消费者一站购足所需商品，并享有线上／线下虚实整合的一致体验，创造新零售生态圈。同时与母公司远传电信携手，陆续推出各种优惠方案、手机保险线上购、拓展点数经济 f 币，强化 friDay 购物及远传会员流量互导、互蒙

其利。

friDay 购物以「人」为核心，从大数据分析出发，了解消费者喜好，并灵活运用集团资源，提供满足消费者需求与喜好的商品，更加码升级利多服务，带给人们更多元、更全面的服务与优惠，成为消费者最贴心的数位生活夥伴。

## 2. 全虹云端运筹 实现高效率智慧物流

为持续满足顾客全方位通信数位之服务需求，远传电信于 2005 年投资全虹，作为大远传商品集中采购、维修与物流中心，除了负责国内外各大品牌行动装置、3C 数位商品与周边配件的采购与专业维修服务，也负责远传及旗下子公司 B2B 与 B2C 物流业务。在 2018 年的双 11 电信销售上，全虹物流成功协助远传于最短时间完成平日 10 倍量的订单出货，高效率及弹性的物流，成为远传业务拓展的坚



强后盾。

有鉴于近年电子商务蓬勃发展，全虹更积极进军 B2C 电商物流业务，2016 年于桃园平镇启用占地 1,000 坪的 B2C 物流中心，开发云端运筹服务系统、新一代智慧物流营运系统，以现代化、自动化的高效率拣货，满足电子商务少量多样的订单需求，达到准确、快速出货的服务。服务的客户包括：飞利浦、相信美学、friDay 购物等，范畴横跨数位 3C、时尚服饰与美妆保养。挟著服务远传 friDay 购物的经验，目前全虹物流已可在 2.5 分钟内完成一件订单，仓储正确率达 99.99%、满足 24 小时出货时效等，充分展现高效率的运作模式。

不仅如此，全虹物流是国内第三方物流业者中，少数可以同时融合大型 B2B 与多样化电商 B2C 服务的业者，未来将进一步整合 B2B 与 B2C 物流服务，提供客户完整且优质的仓储物流整合方案。



### 3. 德谊数位品牌专卖店

#### 聚焦差异化商品与服务

远传电信为扩大通路竞争优势，抢先进入高阶通路品牌市场，并开启行动通信与数位通路汇流领域，于 2010 年借由转投资的全虹通信入主德谊数位科技，致力发展经营品牌专卖店的专业通路商，目前拥有 APPLE、小米、SAMSUNG、OPPO、ASUS 及 Huawei 等品牌，在全台多达 58 个服务据点，其中又以 APPLE 的 38 个服务据点占比最大，小米及 SAMSUNG 的 14 个服务据点次之，并且在北、中、南等地设有 5 家 APPLE 授权维修服务中心，及 1 家 SAMSUNG 授权维修服务中心，是台湾最大的 Apple 及小米品牌专卖店经销商。

德谊数位科技在乎顾客的使用经验，由专业顾问提供量身订制的谘询服务，并提供旧机换新机、行动装置险等多元化的售后服务方案，同时推广远传的电信服务，让每位顾客都能依需求挑选到最适合的 3C 精品产品，各服务据点也提供多样化的教学课程，透过专业顾问的完美演绎，精准传递 3C 产品的精髓，让顾客充分感受到美好的使用经验与乐趣。

德谊数位科技本著「便利有感」、「专业有感」及「贴心有感」的服务精神保持竞争力，并持续以「成为消费者最喜爱的 3C 精品通路商」自许。

## 4. 远欣客户服务中心

### 承揽集团内外委外业务

远欣目前的营运项目主要为委外客服中心服务 (CCO)，包含：电话语音客服、催收及电话销售服务，挟著过往连结远传系统设备及客户服务经验的优势，协助集团内如远通电收、远时数位科技、爱买线上购物等企业规划建置其客服中心，且多次获得远见及工商大赏服务奖项，充分发挥集团综效。

远传近年致力于多角化发展，并积极寻找创新营收机会，2020 年借由远欣在各产业累积的委外客户服务经验，顺利承揽台湾虎航客服中心委外业务，今年也将持续努力，创造更多营收成长契机。

## 企业用户市场：整合资通讯服务与大人物技术，提供完整解决方案

远传整合资通讯 (ICT)、云端、资安、大数据、人工智能等能力，以网路为底层，在企业端打造智慧医疗、智慧路灯及节能等各种应用，不仅加速启动新事业布局，更跨足绿色能源、扩大云端版图，凭借电信核心优势与策略夥伴共同合作，提供企业用户更完整的服务与解决方案，加速成长动能。

### 1. 购并博弘 扩大云端市场版图

根据 Gartner 预估，全球公有云市场

IaaS (Infrastructure as a Service)，2020 年可达到 724 亿美元，而 IDC 也预估台湾有 74 亿台币的市场规模。

为了协助企业转型，远传从规划、建置、移转到维运，提供完整一站式云端服务，依企业需求量身打造公有云、私有云或混合云架构，整合国际大厂云平台及相关软硬体服务配置，并结合最高规格的 IDC 机房与电信资源，打造安全、可靠、弹性、具成本效益的云端化与资安防护解决方案。

除了兴建云端资料中心，为加速抢占公有云市场商机，远传也采取购并模式，于 2018 年 11 月以 4.2 亿元入股 AWS 在台湾的主要合作夥伴——博弘云端科技，取得 70% 股权，未来将加快在云端市场的发展进度，并加深与云端市场龙头 AWS 的合作关系。

### 2. 成立旭天能源 发展能源管理解决方案

因应气候变迁，全球正值能源转型的关键时期，预计 2050 年全世界电力近 25% 将来自太阳光电能源，由燃油、燃煤和燃气产出的电力则可望降低至 29% 以下。因此，全球的太阳能装置容量预计将在 2025 年累计至 1,200GW，台湾在政府绿能政策鼓励下，预计于 2025 年达到 20GW 的太阳能装置容量。

为响应政策，远传积极将绿能发展列

入新事业重要布局，2018 年成立旭天能源，正式跨足太阳能供电市场，一方面满足远传身为用电大户的绿能用电需求，并拓展到集团，同时不断深化绿色能源的关键技术，进一步提供太阳能系统规划、智慧电网建置、智慧能源平台管理的绿色能源解决方案，结合物联网应用与大数据管理专长，发展绿能创新技术，研发能源管理系统，协助管理者快速、轻松掌握能源使用状况，大幅提升能源使用效率。未来远传也将结合企业经营与永续发展，持续扩大绿能产业布局。

### 3. 人主数联资安 提供订阅制托管服务

回顾西元 2003 年 SARS 防疫期间，百业受到冲击、远距视讯瞬间成为最夯的应用，如今新型冠状病毒再度带来严重危机，「在宅工作」与「云端协作」的工作模式将成为趋势。不过，无论「数位转型」或是因应新的防疫需求，「资安威胁」都将成为一大关键。

由于远距办公让办公场域细粒化，难以透过传统「纵深防护」的闸道式集中防护架构达成，加深了资安防护的难度，且新式资安威胁具备时效性、精准性、多元性，以近期口罩之乱为例，骇客客制化钓鱼讯息，并搭配最新变种的恶意程式进行投放，让威胁防不胜防。此外，在数位转型及 M 型化投资趋势下，资安投资须满

足云端、远距、大数据等数位转型场景，对于资安人才的投入明显不足，尤以中小企业为钜，使资安投资更雪上加霜，因此，共享资安专才、订阅服务将成为未来主流趋势。

近年兴起的订阅式经济，带给企业营运新思维，新一代的 MSSP 托管服务恰为资安服务的最佳典范，以数联资安推出的「资安订阅服务 S+」为例，客户可依据特定需求选购，以小额定期费用取代单次钜额采购，且服务期间持续提供产品世代更新，不仅能获取完整技术能量，又可借由共享资安人才，有效降低人事成本，达成资安维运任务。

### 进军 5G 世代 寻找成长契机

面对科技与市场的快速变化以及 5G 服务新时代的到来，远传透过子公司积极拓展各种生态系，在产业链的发展上，透过 5G 实验室、技术培育到跨场域夥伴的策略结盟；在 5G 竞标上，也获得足够的频宽及有利的位置，供应远传行动用户与企业客户的需求。同时，远东集团横跨食、衣、住、行、育、乐等各个行业，将会是远传的 5G 试验场域，随著各种创新服务的推出，定能打造出消费者需要的行动生活圈，提升客户的生活品质，创造新经济时代的成长契机。



# 香格里拉台北远东饭店开窗计划 看见新蓝海

编辑室采访整理

以往只出现在生物学中的「生态系统」概念，近几年渐渐移入商业领域，「商业生态系统」打破了产业界线，让不同企业透过紧密合作，增加各自的市场机会，满足更多元的顾客需求。其实，这样的理念对于横跨十大产业的远东集团来说并不陌生，本期「封面故事」特别分享香格里拉台北远东国际大饭店如何开启合作之窗，与关系企业共迎互惠双赢的新蓝海。

1 1994年，远东集团在台北远企总部旁兴建香格里拉台北远东国际大饭店，多年来，香格里拉台北远东饭店不仅是关系企业的好邻居，更是提供大小餐宴及会议的重要夥伴。随著集团经营的产业日趋多元，香格里拉台北远东饭店亦开始思考

如何为集团各关系企业，甚至所有远东集团的顾客提供更多服务，发挥集团综效。

有鉴于香格里拉台北远东饭店与关系企业的关连性，多半以B to B的业务为主，偶有延伸至消费者端，却未系统化长期耕耘，消费者无从得到延伸的服务。



因此，从 2018 年 9 月份起，香格里拉台北远东饭店启动「开窗计划（Project Window）」，成立跨部门小组，先盘点内部资源及统合共识，再向外开发集团各关系企业的服务内容，首波合作对象锁定金融体系和零售体系，除了精进 B to B 合作，更进一步延伸至 B to B to C 服务，让远东集团的生态圈成为消费者不可或缺的生活重心，创造更大效益。

## 异中求同 建立有效沟通模式

合作成功的关键是有效的沟通，专案团队深知，在人力及资源有限的情形下，必须先寻求内部共识，才能进一步克服行业间的差异，以彼此共通的语言展开对话。因此，专案团队利用 3A 行销概念，建立了 12 种沟通管道与模式：

### 1. 专案主行销（Account based

**Marketing**），包括：餐饮部门对应窗口、行销业务部门对应窗口、贵宾服务对应窗口、策略夥伴对应窗口。

### 2. 关企资源行销（Affiliated Marketing）

包括：与零售集团及金融服务合作、远东集团各公司职会沟通、透过策略合作向关系企业消费者延伸品牌价值、整合关系企业内外集资讯并参与。

**3. 准数据行销（Analytical Marketing）**，包括：每季出具关系企业与饭店间来往数字统计报表、统计远银合作案月报表、落实各报表研读后之校正制度、聚焦团体行销，如各类 VIP、红酒爱好者……。

## 延伸服务 发挥综效创造双赢

沟通到位之后，饭店与集团关系企业间的综效也逐渐发挥，不仅为远东集团的客户带来更多元的服务，也创造各品牌互惠延伸。其中，去年 6 月登场的国际性大型餐酒盛事「Robert Parker - Matter of Taste」即是品牌综效的绝佳展现，此活动由香格里拉台北远东饭店独家引进，远东商银和远东 SOGO 百货亦共襄盛举，进行一系列「餐酒配搭晚宴」、「品酒会」及「品酒课程」活动，除了使集团贵宾及顶级客户备感尊荣之外，品牌知名度亦一跃升国际舞台！

值得一提的还有饭店自 2018 年携手国际时尚媒体《Marie Claire 美丽佳人》举办「决战礼服伸展台」活动，力邀远东商银赞助支持，以兼顾时尚及重视创意的手法，贯彻远东集团奖掖青年学子的宗旨。此一活动在学生族群（尤其是服装设

计、视觉造型、艺术美学相关科系)的口耳相传之下,成为众所期盼的年度设计大奖。而原本在教育领域著力甚深的徐元智基金会与远东商银,更透过此一活动,再拓公益新触角。

除此之外,香格里拉台北远东饭店不再被动等待同仁走进饭店,而是在每一次重要活动档期主动出击,前往远企总部展示商品,邀请同仁亲身体验,或是寄送优惠广宣,举凡端午、中秋等节日,远企同仁都可以就近品尝到饭店精心准备的应景美食,并获得独家优惠,「敦亲睦邻」的做法大获好评。另外,最值得开心的莫过于香格里拉台北远东饭店自 2018 年底开始,针对集团同仁提供台北、台南、Mega50 三地可享婚宴 85 折之特别优惠,迄今已催生多对佳偶。

百货零售更是饭店不能忽略的战场,年年在远东百货礼品专刊上总能见到南北



两大远东饭店双主打宣传;远东 SOGO 百货亦善用饭店强项,提供 VIP 更多元尊荣的服务,并且针对社群爱用者,与饭店合作开发脸书内容,例如:香宫阿裕主厨于 city' super SOGO 复兴馆进行包粽子教学,并由 SOGO 脸书小编直播互动;调酒师在情人节于 SOGO 脸书示范特调影片,创造网路话题。不仅如此,饭店也借由参与 SOGO Party Week 活动,现场贩售餐券,带动买气。

另一方面,饭店与远东商银的合作除了活动赞助之外,信用卡专案与财富管理也是两大重点,包括:远银信用卡推播每月精选美馔、财富管理客户可享精选优惠等;与远传电信的合作聚焦在专案优惠推播、预付卡贩售;与鼎鼎联合行销(HAPPY GO)则是内容与市调的合作。

透过各种合作模式,开窗计画成果反映在营运数字上:香格里拉台北远东饭店

总和营运同比增长 41%、台南远东饭店总和营运同比增长 17%,节庆档期的端午粽子业绩也同比增长 67%,对专案团队而言,无疑是一大强心针。不过,最令团队成员欣慰的仍是集团综效的发挥,为原本关系企业的顾客开启另一扇体验之窗,也让远东饭店的服务有机会走入更多消费者的生活之中。

## 集团简讯

扫描QR Code看更多集团讯息→



## 01 远传「梦幻旗舰」5G频谱 携手爱立信打造最优质新世代行动网路

5G频谱第二阶段位置竞价于2月21日正式结束，其中关键3.5GHz频段，远传电信以20.3亿元成功取得3340MHz至3420MHz的绝佳位置，且具有超高网速特性的28GHz频段也获得400MHz的频宽，搭配目前涵盖全岛的UMTS、LTE缜密网路，将握有「梦幻旗舰」频谱，平均用户频宽为电信三雄之最。3月2日远传更宣布5G基地台选商结果由爱立信取得，将采购千余3.5GHz频段基站台，配合早已展开的5G核心和传输网路的布建，目标今年暑假开台。（远传电信／何思纬）



## 04 远传携手远银、台新推出「friDay 57」存钱计画APP

远传看准金融产业趋势，3月4日宣布扩大布局金融科技领域，携手远东商银Bankee社群银行与台新数位银行Richart，针对年轻族群推出全台第一个「串接银行帐户」的存钱计画APP「friDay 57」，不仅可将多个存钱计画串联至不同银行帐户，还能透过每日执行存钱计画、玩理财游戏，轻松赚取「57钻」，兑换生活好礼，打造最符合消费者需求的行动生活圈。（远传电信／何思纬）

## 02 远传与新竹市府签署共同推动5G合作意向书

远传电信3月5日由企业暨国际事业群李鉴政副总经理代表与新竹市政府签署「共同推动5G基础建设及智慧服务应用合作意向书」，宣示将共同为新竹建置完善5G通讯、引入产业智慧应用经验努力。（远传电信／何思纬）



## 03 远传助攻台电 24万智慧电表通讯模组启动建置

支持政府智慧电网政策，远传电信继先前协助台电建置智慧型电表资料管理系统(MDMS)，今年启动涵盖台北市、新北市、台中市、彰化县、云林县、澎湖县、连江县(马祖)等6县市部份地区，合计共约24万户AMI智慧电表的通讯模组建置，预计于2021年上半年完工。智慧电表可自动回传用电数据，免去人工抄表流程，并可供台电远端读取用电资料，以抑制尖峰用电，达到电网平衡。（远传电信／何思纬）

## 05 健康防疫 新竹SOGO有氧快闪

因应新型冠状病毒疫情，远东SOGO百货新竹店除了要求同仁们自主管理，每日回报体温两次，并于员工出入口架设体感测温仪，且每天全面消毒，更举办「活力有氧快闪活动」，在朝会时间带领同仁们动起来，增加免疫力。（SOGO百货新竹店／赖秀光）

## 06 防疫不出门 远银离柜率再创新高

新冠病毒疫情延烧，不想出门又必须处理金融交易，行动银行APP无疑是最佳利器。根据远东商银统计，远银APP使用率成长40%，Bankee APP使用率则提升7倍，远银离柜率更一路冲上91.6%，再次加速远银数位金融服务成长。（远东商银／萧佩仪）

## 07 亚东医院「难治性胃食道逆流门诊」对症治疗

「胃食道逆流」是台湾最常见的文明病之一，有将近30%的病人未得到适当的诊治。亚东医院于2月26日宣布成立「肠胃道功能并难治性胃食道逆流门诊」，以食道动力检测仪厘清真正病因，并进行有效治疗。（亚东医院／张永思）



## 08 巨城防疫 全面升级

远东巨城购物中心启动完善的防疫机制，2月起，全体员工、各单位服务人员皆自主管理并回报健康状况，馆内全天候维持空气流通、公共设施定时消毒擦拭等，3月9日起，更提升防疫等级，实施顾客入馆量测体温与管制，致力打造最安全的购物环境。（远东巨城购物中心／叶哲伦）

## 09 防疫自炊正夯 爱买量贩推出「永续食物」标章商品

有鉴于愈来愈多民众选择在家做料理，爱买正式推出「永续食物」标章商品，超过数百种友善畜养／耕作、产销履历、有机认证、提升动物福利等安心食材，并引进Clean Label洁净标章和小绿人健康食品标章等商品，抢攻健康市场。另一方面力推「行动环保」，全门市不提供免洗餐具、鼓励顾客烘焙使用纸袋、购物使用环保购物袋。（爱买／黄莉淇）



### 公益专区

## 10 远东新世纪参与「新埔花灯迎天穿」

在客家传统习俗中，农历正月廿日为「天穿日」，每年于新竹县新埔皆举行热闹的花灯踩街活动，远东新世纪新埔化纤团队于2月8日再次赞助主题花灯「皮皮狮五色寻石记」，并号召50位同仁及眷属组成远东大旗队及花灯游行队伍，积极参与地方盛事，推广客家文化。（远东新世纪／范宗权）

## 11 桃园远百携手清淨海 与民众共同抗疫

新型冠状病毒肺炎疫情严峻，为让民众安心防疫，桃园远东百货与知名居家清洁品牌清淨海（Dr.VK）合作推出「次氯酸灭菌液来店礼」，2月27日～3月1日一连四日，Happy Go 卡友自备不透光容器即可免费兑换，与大家共体时艰。（桃园远东百货／叶俊良）

## 12 台中大远百爱的串连 关注家扶儿童与动物保护

春节期间公益不间断，台中大远百邀请民众自由乐捐搭乘旋转木马做爱心，所得全数捐赠予「台中市动物福利基金」，于2月28日获台中市动保处致赠感谢状。此外，2月1日～2日更携手彰化家扶中心，推出元宵灯笼义卖市集，作为家扶孩童「清寒奖助学金」。（台中大远百／梁慧怡）

## 13 落实绿色百货 SOGO 建置第二座太阳能发电系统

SOGO 百货致力打造亚洲第一绿色百货，继天母店顶楼的太阳能集光发电系统后，新竹店顶楼亦释出空间，由集团关系企业——旭天能源协助建置第二座太阳能发电系统，面积与发电量皆大幅增加，在永续观念、绿色能源的趋势下，SOGO 已有约三成的分店可产生绿色电力。（SOGO 百货／廖佩妤）

## 14 岁末送爱 爱买 2020 爱的年菜为弱势送暖

爱买今年与励馨基金会三度携手，于2019年11月27日～2020年1月9日发起爱心年菜认购活动，共计募得1475份年菜，分送至台北、桃园、南投、屏东、宜兰、花莲及台东等地区的弱势妇幼个案共450个家庭。爱买年菜认购募集活动举办7年以来，累计捐出8,045份年菜，不断用「爱」为团圆饭加菜。（爱买／黄莉淇）



## 15 热血做公益 远百桃园、高雄大远百邀请民众挽袖力挺

新型冠状病毒肺炎疫情来势汹汹，导致全台捐血中心血库大缺血。为抢救血荒，桃园远东百货于2月18日、21日及24日～27日与新竹捐血中心携手举办捐血活动，号召百货同仁与逛街民众一同响应。活动现场特别设置「台湾加油 远百集气 全面应援」留言板，邀请民众向前线防疫人员加油打气。高雄大远百也选在情人节当天，联合高雄捐血中心举办「情人爱捐血」活动，并首度增加为二辆捐血车，民众不需久候即可完成捐血。（编辑室辑）



**16 植树、办展 新竹百货与环保同行**  
 新竹大远百 3 月 3 日～18 日与比利时 Powertex 亚洲艺术中心合作，展出以旧衣废料为主要创作素材的作品，希望唤起大众对环保的重视；3 月 8 日更携手林务局公益赠苗，为植树绿化尽一份心力。同在新竹的 SOGO 百货则与彰化员林百果山探索乐园合作，打造侏罗纪恐龙世界，并推动生态导览课程，教导孩童了解自然环境与恐龙演进的过程。此外，SOGO 百货长期经营的 ThanQ 儿童俱乐部，趁著 3 月 12 日植树节，于新竹店邀请林务局规划一场植树小旅行，带领小朋友至周边三民公园认识植物，让生态教育从小扎根。（编辑室辑）

#### 绩优荣誉榜

### 17 业界唯一！远传获国家品牌玉山奖「杰出企业类」首奖

远传荣获第 16 届国家品牌玉山奖「杰出企业类首奖」，为电信业唯一获奖企业，2019 年 11 月 11 日在国家企业竞争力发展协会主办的「第 16 届国家品牌玉山奖」颁奖典礼中，获陈建仁副总统颁奖表扬，2 月 19 日更前进总统府获蔡英文总统亲自接见，由远传全通路管理事业群郑智衡执行副总经理代表出席。（远传电信／何思纬）

#### 好康报报

### 20 SOGO 百货忠孝馆「春樱食品展」 打造吃货梦幻天堂

防疫期间，想吃日本美食不用冒险搭机，远东 SOGO 百货忠孝馆「春樱食品展」于 3 月 24 日～4 月 7 日登场，北海道「白色恋人」、Le TAO 烟熏起司饼干、薯条三兄弟等多款超人气伴手礼，通通能在 SOGO 百货一站购得。（SOGO 百货／杨宁芷）

### 18 元智印尼国际志工计画获企业青睐

元智大学第四届印尼国际志工团「编『智』梦想，倒『印』人生」参加 2020 年华硕文教基金会及资策会—青年国际志工计画，从众多竞逐团队中脱颖而出，获得资策会 4 万元及华硕文教基金会 10 万元和再生手提电脑等奖助，并接受平面摄影教学课程及公共电视金钟导演影像创作工作坊培训。（元智大学／饶浩文）

### 19 亚东证券获证券交易所颁发「权值成长奖」

证交所为奖励权证发行人及证券经纪商对权证市场的深耕与贡献，持续每年举办相关奖励竞赛。亚东证券在「2019 年度权证发行人及证券经纪商交易奖励活动」中，以 176% 的成长率，荣获「权值成长奖第二名」。（亚东证券／陈睿谊）



## 21 香格里拉台南远东饭店一泊二食 超高CP值假期乐游府城

香格里拉台南远东饭店于8月31日前，推出「一泊二食住房专案」，每房两人成行最低5,600元起，除了远东Café活力自助式早餐，另可任选「远东Café」豪华自助餐或「醉月楼」中餐厅，丰富美味记忆，订房电话：(06)702-8899。（香格里拉台南远东饭店／王传慈）



订房信箱

## 22 香格里拉台北远东饭店「香宫」新任中餐行政主厨美味上菜

连续两年获得米其林指南餐盘推荐的香格里拉台北远东饭店「香宫」，2月由新任中餐行政主厨何竞业掌杓，并推出尝鲜菜单，包含主厨精选套餐及单点必尝美肴，套餐每位3,680元+10%，单点每道688元+10%起，订位或详情请洽(02)7711-2080。（香格里拉台北远东饭店／黄思恩）

## 23 「50楼Café」自助餐厅推出「元气海陆百汇」再送儿童用餐一律免费

板桥百扬大楼自助餐厅「50楼Café」与姊妹餐厅「Asia 49 亚洲料理及酒廊」，于3月5日至4月15日推出「元气海陆百汇」，以顶级美国安格斯牛排、盐焗大虾、嫩烤鲑鱼、正宗印度咖哩等佳肴，温和补身固元气！活动期间，130（含）公分以下儿童用餐一律免费，使用远银卡刷卡消费，最高可享买一送一优惠，详情请洽(02)7705-9723。（Mega 50 餐饮及宴会／阎惠瑗）



## 24 《Asia 49》全新商业午餐与《望月楼》外带/外送服务同步登场

板桥百扬大楼「Asia 49 亚洲料理及酒廊」于2月24日起，全面更新12款平日商业午餐，每款皆为套餐模式，售价NT\$199元起，并与48楼「望月楼」的平日午晚餐同步展开外带或外送服务，「Asia 49 亚洲料理及酒廊」单笔订餐须满2,000元；「望月楼」平日午晚餐（港点除外）单笔订餐须满2,500元，距离餐厅500公尺内，即可送餐到府。详情请洽「Asia 49 亚洲料理及酒廊」(02)7705-9717、「望月楼」(02)7705-9703。（Mega 50 餐饮及宴会／阎惠瑗）

## 25 SOGO百货防疫出招 商品免费配送、卖场加强清洁

SOGO百货防疫出招，除了强化卖场消毒外，也加强员工的健康管理，同时推出多项服务，包括：SOGO iStore 设置防疫商品专区，便利消费者一指购物；针对精品选购，可利用「Store2Door」服务，由专人送货到府鉴赏选购；另有全台免费配送服务，A地购买B地收货；同时携手外送平台Foodpanda，将百货美食外送到家。（远东SOGO百货／曹春辉）

## 26 香格里拉台北远东饭店一指包办好食好宿 就是要「宅」一起

香格里拉台北远东饭店即日起推出「外带新食代·天天五星级」美食外带服务，餐点现点现做，每道菜自 180 元至 1,388 元不等，外加一成服务费，消费达 3,000 元，即可享 9 折优惠。此外，饭店更于周一至周五午间推出「随飨随食 主厨精选餐盒」，中西日式等多样主题风味选择，每份 180 元，提前两天预订满 3 盒以上，即享 85 折优惠，让您在家或办公室也可轻松享受五星级饭店主厨的精致佳肴。香宫粤式餐厅、西式餐点点餐专线 (02) 7700-3143，上海醉月楼 (02) 7700-3120。想追樱花或是安排连假小旅行，也别错过期间限定的「春暖假期 优惠成双」住房优惠专案，即日起至 8 月 31 日，住一晚送一晚含双人早餐，每晚平均 6,000 元起。还有「乐游台北 一泊二食」的住宿美食优惠，订房专线：(02) 2376-3266。（香格里拉台北远东饭店／徐佩榕）

## 27 马可波罗酒廊推出期间限定「马可晓·花事 花漾午茶」联名下午茶

防疫不忧郁，香格里拉台北远东饭店马可波罗酒廊携手知名造型师李明川，于 3 月 21 日～4 月 30 日期间周末限定，推出「马可晓·花事 花漾午茶」，以缤纷花艺妆点空间，并将花卉巧妙入馔。活动期间享用下午茶即可获得李明川老师精心准备的限量小礼，另于 4 月 7 日加码花艺课程，用美食与花艺疗愈身心。详情或订位请洽 (02) 7711-2080。（香格里拉台北远东饭店／黄思恩）

## 28 香格里拉台南远东饭店「EASYGO 三餐易带购」中西美食轻松带回家

因应「宅食」新趋势，香格里拉台南远东饭店推出外带美食，包含：名菜系列便当、暖身煲汤、江浙精选、南洋风味、职人健康面包等五大系列，让民众安全、卫生、吃得好！（香格里拉台南远东饭店／王传慈）

### 人事异动

## 29 远东新世纪高阶主管人事异动



姓名：蒲声鸣  
新任：董事长办公室二（集团联合稽核总部）权限资深经理  
学历：国立清华大学科技管理所硕士

## 30 裕民航运高阶主管人事异动



姓名：吴巨圣  
原任：总经理室总经理特别助理  
新任：总经理室副总经理  
学历：国立台湾海洋大学航运技术所硕士

## 31 远智证券高阶主管人事异动



姓名：刘玫玲  
原任：远东商业银行保险代理事业群副总经理  
新任：远智证券董事长  
学历：西佛罗里达大学商业管理学系

# 餐饮外送消费行为大解析

天下创新学院提供

不想出门吗？动动手指叫外送，美食就会自动上门来！不过，当餐厅内等外送的送货员比店内的用餐人数还要多，当消费者习惯无需走入餐厅即可在家享用美食，这样的商业生态会如何发展下去呢？一起来看看GO SURVEY的调查报告吧！

半年来，满街跑的外送美食摩托车可谓街头新风景，外送版图持续扩大，不出门就能品尝美食的「新食力」迅速崛起！美食外送的魅力到底有多强？其中又有哪些吸引广大消费群众的重要元素呢？

GO SURVEY 抓准外送热潮，为您解读各世代消费新形态、饮食新需求，带您一次掌握聪明懒人新趋势。

## 美食外送好夯！各世代使用率持续增温

根据调查，47% 民众曾经使用过餐饮外送，其中年轻世代（20／30 世代）有超过半数使用过；成熟世代（40／50 世代）紧追在后，直至今年逼近 4 成。（图表①）

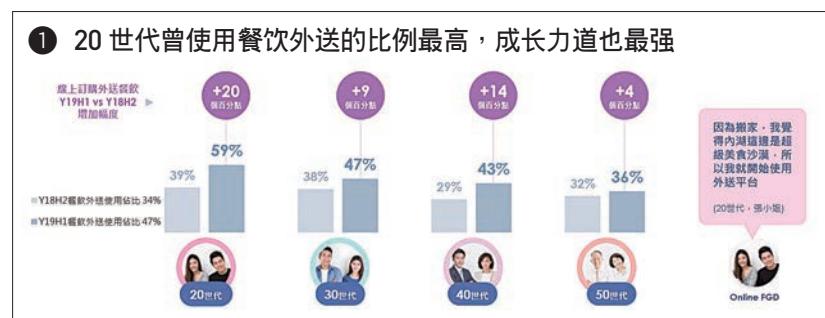
整体来说，餐饮外送使用率成长快速，从 2018 下半年的 34%，到 2019 上半年的 47%，成长 13%，且

各族群的餐饮外送使用率皆有成长，幅度介于 4% ~ 20%，其中，20 世代的成长力道最强。

## 年轻世代仰赖餐饮外送，使用频率不断攀升

以餐饮外送消费频率来说，民众平均每周使用 1.6 次，其中年轻世代（20／30）每周消费次数近达 2 次；与 2018 下半年相比，消费次数成长 3%，又以 20 世代的成长幅度最高（10%），显示年轻消费者愈来愈仰赖餐饮外送服务。（图表②）

以餐饮外送消费金额来说，平均单周消费金额达到新台币 971 元，其中又



## ② 年轻世代平均单周消费近 2 次，金额累计破千元



## ③ foodpanda 和 Uber Eats 的市场占有率最高



以年轻 (20／30) 世代的金额最高，单周已破千元，消费实力不容小觑。

## foodpanda、Uber Eats，广受各世代青睐

现在你已经知道了各世代在美食外送的平均消费频率与金额，再来看看民众主要使用哪些平台。多数民众偏好使用知名度较高的两大外商平台：foodpanda 和 Uber Eats，尤其是 20／30 世代的消费者。（图表③）

foodpanda 和 Uber Eats 除了强打免运补贴优惠，近期还推出了新型态的服务，如「生鲜／日用品外送」和「会员订阅制」…等，以确保使用率维持领

先，因此目前台湾的餐饮外送市场主要由这两大外商平台占有多数使用率。（注：honestbee 已於 2019 年 6 月 29 日暂停在台所有营运）

## 「速食 Pizza」跃居外送餐饮首选

前面我们谈了各世代的美食外送使用频率和主要平台，现在来看看外送的主要项目。你知道哪些餐饮类型是民众的优先选择吗？

GO SURVEY 调查发现，前

三名的外送餐饮类型为：「速食 Pizza (65%)」、「中餐 (38%)」和「饮料甜点 (30%)」。以世代来看，成熟世代偏好订购在外送方面行之有年的速食 Pizza；年轻世代的订购类型则比较多元，尤其偏好日韩料理。（图表④）

另外，在 GO SURVEY 的「线上焦点座谈会」曾谈及有那些因素会影响消费者

## ④ 年轻世代订购类型多元，特别偏好日韩料理



使用外送服务选择的餐点类型，其中，由于配送服务的限制，多数使用者会优先考虑适合外送的餐点。举例来说，不管平时喜欢日式生食料理、法式精致主厨料理，还是中式炖煮汤料理，消费者订购外送时，多半会倾向便于食用、不易受配送因素影响外观或口味的餐点，例如中式餐盒或美式速食炸物。资深的外送使用者因为经验充足，更会优先选择适合外送的餐点类型，避开容易打翻或是因为配送过程影响餐点外观的品项。

### 不想出门、天候不佳、不想做饭——外送兴起关键要素

聪明懒人消费力发酵，驱动消费者使用外送服务的前 3 大原因是：「在家休息不想出门 (59%)」、「天候不佳 (45%)」和「不想动手自己做饭 (43%)」。其中，20 世代尤其重视休息时间，不爱出门，享受宅生活；30 世代除了不想出门和天候因素之外，还追求特别且与众不同的饮食习性；40 世代则会因不想动手做饭而叫外送。（图表⑤）

随著外送服务的普及率上升，民众更熟悉、也更爱用这项服务，美食外送俨然

已成为现代人日常生活中轻松「要废」，追求独特且便利美食不可或缺的角色。

### 再购率达 8 成以上，外送商机前景看俏

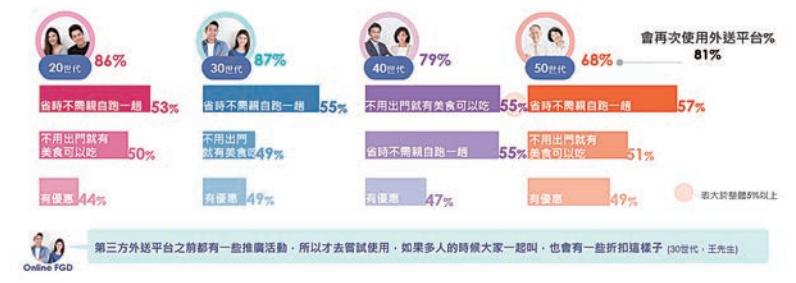
在回购率方面，81% 民众表示未来可能或一定会再次使用外送平台，其中，20／30 世代回购率达 86% 以上，在所有世代当中居冠；50 世代也有 68% 的回购率。调查结果显示，外送新食力崛起，便利美食商机蓄势待发！（图表⑥）

民众为什么愿意再次使用外送平台呢？主要还是因为「省时不需亲自跑一趟 (57%)」，「不用出门就有美食可以吃 (52%)」和「优惠多／价格优惠／有促销活动／有折价券 (48%)」，其中，40 世代愿意再购，特别享受「不用出门就有

#### ⑤ 追求特别与差异性是 30 世代的饮食习性



#### ⑥ 40 世代特别享受不用出门就有美食吃的体验



美食可以吃（55%）」的尊荣体验。

综合上述分析，省时、方便在家享用美食，是吸引各世代再购的主因，未来相关平台业者也可搭配优惠，巩固既有客群，同时吸引新客尝鲜使用。

### 需求、运费、既有习惯——影响消费者再购意愿

至于不再使用外送平台的原因，排列依序为：「没有需求了（35%）」、「运费太贵／没有免运优惠（31%）」、「习惯在实体通路购买享用美食（29%）」，以及「餐点有安全卫生的疑虑（27%）」，显见「需求」和「运费」是消费者不再回购的主要因素。（图表⑦）

若以世代来分析不再使用外送的原因，各年龄层也有些微差异，比如20世代的主要因素是「安全卫生」、30世代是「餐点价格」，50世代则会因为「过

去的用餐习惯」，促使他们不再使用美食外送服务。

建议外送平台未来可考虑增加促销、创造需求、强化食品安全，并适时提供免运优惠，借此提升回购意愿。

综合前述的调查结果，我们可以发现，省时方便、在家即可享用美食已成为新生活型态。其中，年轻世代（20／30）为使用外送美食服务的先锋，比较愿意尝试多种饮食类型、追求多样的需求，同时也注重卫生安全及合理价格，未来外送平台业者可提供更多样的餐饮类型、更安全可靠的食品品质，并且在价格优惠等面向多加著墨，以强化外送美食先驱者的忠诚度。

成熟世代（40／50）目前则多驻足在过去的饮食习惯，大多倾向较普遍的「速食 Pizza」为外送品项，虽然属于外送美食渐进使用者，但在初次尝试外送平

台后，愿意继续使用的比例也高，特别享受不用出门就有美食的尊荣体验，对优惠活动的反应特别好，未来外送平台业者可搭配优惠方案，促动成熟世代尝试新的饮食型态。

#### ⑦ 需求、价格与习惯会影响消费者的回购意愿



※ 调查说明：「餐饮外送消费调查」为GO SURVEY市场研究顾问于2019年7月19日～8月12日（H1Y19）和2019年2月14日～4月9日（H2Y18）期间，在GO SURVEY平台上执行两波线上网路调查，两个区间共回收了3,148（H1Y19）与5,646（H2Y18）共计8,794份样本，受访者条件为18～59岁的HAPPY GO卡友。

# 防疫、生产两不误 远东扬州抗疫有一套

远东联石化（扬州）／汪文菊、傅元婷

面对新型冠状病毒感染的肺炎（COVID-19）疫情蔓延，举国上下正多措并举，奋力抗击，远东位于扬州的三家公司（远东联石化（扬州）、亚东石化（扬州）、通达气体（扬州））在致力生产的同时，亦严格落实各级政府部门及化工园区对疫情防控的部署要求，全面投入疫情防控工作。

## 抢时间，打基础

1月23日，武汉封城，显见此次疫情形势严峻。公司当日立即成立以总经理为组长的「疫情防控小组」，并设置防控小组办公室，拟定详细的《新冠肺炎疫情期间防控方案》，各部门随即依工作职责，有序地实施防疫措施：行政管理部门安排保洁，布置日常消毒工作；采购部门紧急采购一次性医用口罩；安环部门负责发放一次性医用口罩予员工，同时前往各大药房采购防疫物资，并制定入厂管控措施，包括测温、外来人员来访登记，发布《新型冠状病毒感染的肺炎预防和处置》宣传资料等。一系列的措施，为员工的健康安全、公司的稳定生产打下扎实的基础。

## 零报告，稳人心

根据《新冠肺炎疫情期间防控方案》，1月29日起，疫情防控小组成员负责排

查所属辖区员工和厂商人员的疫情相关情况，每天9:00前于防疫微信群中实施「零报告」制度，内容包括：有无异常、是否隔离、是否有从疫情严重区域往返的人员等。正常生产中的人员均严格遵守要求，厂级值班领导每日／每班检查岗位员工身体、工作状态、佩戴口罩及环境消毒状况，落实各项防控措施；若有异常，则及时启动应急预案。

在「疫情防控群」里，每日由防控小组办公室分享疫情动态，收集相关政策，及时传达、梳理各级政府的政策和指示，加强正面宣导、消除恐慌、稳定员工情绪。上下齐心抗击疫情，以确保生产平稳运行。

## 严入厂，防传染

### 1. 严格执行工厂准入制度

为防止疫情蔓延，针对入厂人员进

行严格管控，全面量测体温、登记资讯，并对外部人员及车辆实施严格准入制度，以减少非必要的外部人员入厂，特别是来自疫情重灾区人员，做到「重点关注，严防死守」。如发现体温异常、咳嗽感冒等情况，立即要求暂停进厂，并记录相关资讯，报送疫情防控小组处理。

## 2. 全面消毒，切断传播源，确保环境安全

① 安排专人每天至少对各建筑物进行两次喷洒消毒，对扶手、桌面擦拭消毒，同时因消毒液属腐蚀品，特别为消毒人员提供 C 型防护服，保护其健康安全。由于疫情期间物资紧缺，当外购消毒液不敷使用时，防控小组及时组织公司相关单位，利用次氯酸钠溶液调配了含氯消毒液。

② 发现新型冠状肺炎病毒除了接触传播，还可能存在其他途径的传播方式后，疫情防控小组立即制定空调及新风系统使用规则，确保在岗员工环境安全，让员工安心工作。

③ 公司各处张贴「洗手六步法」等防疫宣传资料，为员工、来访人员强化防疫观念，同时针对使用后的口罩设置专门丢弃点，保护自己也保护他人。

## 3. 不群聚、不聊天、分餐制，保健康

自 2 月 3 日起，执行弹性工作制，

非必要入厂工作者，采取居家或远端办公；在岗员工则尽量减少交谈。而在餐食部份，除了确保制餐厂商的食材安全、卫生及消毒情况，并加强分餐人员的个人防护要求，同时全面采用餐盒配送、间隔取餐、错峰就餐、开放工位就餐等措施，以避免集中用餐、交叉感染。

## 人隔离，心不离

随著疫情紧张，公司严格执行外地返工人员隔离管控，对入住公司宿舍的员工以及外地返扬的远东联合消防队员单独安排住所，同时行政管理部门安排专人为隔离人员做好后勤保障工作，通过微信、电话保持联络，以确保防疫到位。

这一场全民战「疫」中，大家同心协力，守护公司的安全生产和员工的生命健康，我们坚信：「没有冬天不可逾越，没有春天不会到来」！



---

# 实用职场英文： Small talk & Transitioning

EIE 美语提供

在会议正式开始之前，虽然大家都彼此自我介绍了，但是接下来该如何自然地开启话题，又要怎么说才能不枯燥、不尴尬呢？本期英文教室来学学「商业社交——会议寒暄篇」吧！合宜得体的寒暄，是成为商业社交高手的开始！

---

## Scenario 1 : Before a Meeting; waiting for the manager (情境一：会议正式开始前，等候主管到达时的寒暄)

会议即将开始，Alan 和 Sabrina 已进入会议室等待 Charles，他们如何开启话题呢？

**Alan** : Charles should be here soon. (Charles 就快到了。)

**Sabrina** : Okay. I'm looking forward to it! (好的，我很期待喔！)

**Alan** : Is this your first trip to Texas? How do you like Texas? (这是你第一次到德州吗？  
还喜欢这里吗？)

**Sabrina** : It's a lovely city. Culture and food here are nice. (这真是让人喜爱的城市，  
文化和食物都很不错！)

## Scenario 2 : Before a Meeting; waiting for others (情境二：会议正式开始前，等待其他与会同仁抵达会议室时的寒暄)

大家正陆续抵达会议室，会议即将在 15 分钟后开始。

**Alan** : We're 15 minutes early for the meeting. (我们提早 15 分钟到了。)

**Sabrina** : Should we wait for everyone to arrive? (我们等大家一起吗？)

**Alan** : Yeah! Let's just find a seat. What did you do last weekend? (是的，我们先入座吧。对了，你上周末做什么？)

**Sabrina** : My family and I went to a movie. Do you know the movie "Joker" ? (跟家人一起去看电影。你知道「小丑」吗？)

**Alan** : Oh! I've seen that movie. It's just so good! ( 嘿！我看那部电影  
喔！ )

**Sabrina** : Exactly! Amazing actors! Robert De Niro is also in that movie. ( 的确是！  
演员们都很厉害！劳勃狄尼诺也有演耶！ )

### Transitioning Language ( 口语连接词 )

除了常见的「okay」以外，常用的口语连接词还有：「Really!」、「Yeah!」、「Oh!」、「Sure!」、「Sounds good.」、「I bet...」、「Wow!」、「Tell me about it.」、「You must be kidding.」

### Grammar ( 文法补给站 )

Just 是英文中常见的副词，尤其在口语表达时，在不同情境下，有不同的用法，常代表：现在、就在此时、很快、刚刚、正好、恰是、只是、仅仅而已。

#### 1. Just = 'simply' or 'absolutely' (adj.)

Example: It's just about right. ( 这样差不多对了。 )

Example: It's just perfect. ( 这样刚刚好完美。 )

#### 2. 加强语气时，Just 表示「就是、真是」。 ( Just = exactly )

Example: He looks just like his father. ( 他跟他父亲长得真是好像 )

Example: Can you sign your name just here? ( 你能在这里签名吗？ )

#### 3. 减弱语气时，Just 表示「只是、仅此而已」。 ( Just = only )

Example:

A: How may I help you? ( 请问有什么可以帮你？ )

B: Thank you. It's all good now. I'm just browsing. ( 谢谢，现在一切都很好。我只是大致浏览而已。 )

Example:

I'm just working here for a week. ( 我才来这里工作一个礼拜。 )

## Expansion & Variation (话题延伸)

在职场与商场中的寒暄，除了谈论周末活动以外，还有哪些常见的话题呢？

### 1. Weather (天气)

Example:

A: How do you like the weather there/here? (你喜欢这里／那里的天气吗？)

B: I like it very much. (我很喜欢。)

### 2. City/Country (城市／国家)

Example:

A: How's (Taipei/Seattle) treating you? (台北／西雅图) 如何？

B: It's a lovely city. Food and people are amazing. (那是一个很棒的城市。食物和人文都很令人惊艳。)

Example:

A: How are you finding (Taipei/Texas) so far? (你觉得 (台北／德州) 如何？)

B: I enjoy it very much. (我很喜欢。)

### 3. Compliment (称赞)

Example:

A: Your presentation was very persuasive. (你的简报相当具有说服力。)

B: Thank you for saying that! (谢谢您这么说！)

## Friendly Reminder (职场小叮咛)

商务场合中，寒暄扮演著不可或缺的角色。具备寒暄技巧能活络社交场合的气氛，让话题顺利延伸。不过，切记尽量避开私人性话题、政治或宗教等敏感性议题，才能让寒暄过程不尴尬，为良好的社交关系奠定美好的开始！



更多的英文  
课程资讯



免费英文  
课程体验

以上英文教学由EIE美语提供，英文课程谘询请洽：EIE Institute Belle Yin (Tel: (02) 8773-6828 Ext. 368 ; Email: belle@eie.com.tw)

# 劳工防疫一起来 请假、补贴有保障

远东新世纪／蔡佳伶

为有效防治严重特殊传染性肺炎，维护人民健康，因应其对国内经济、社会之冲击，立法院三读通过《严重特殊传染性肺炎防治及纾困振兴特别条例》，施行期间为2020年1月15日至2021年6月30日止，若期间届满，可经立法院同意延长，本期「法律网」将针对劳工相关条文说明。

**新**冠肺炎（COVID-19）疫情发生至今，已有许多劳工接受隔离、检疫，对工作造成不小的冲击，尤其在请假的相关规定上，备感困扰。政府对此规定，各级卫生主管机关认定应接受居家隔离、居家检疫、集中隔离或集中检疫者，于隔离、检疫期间，其任职的事业单位应给予防疫隔离假，且不得视为旷职、强迫以事假或其他假别处理，亦不得扣发全勤奖金、解构或其他不利之处分。家属为照顾生活不能自理的受隔离者、检疫者而请假者，亦同。

事业单位给付员工依防疫隔离假规定请假期间的薪资，得就该薪资金额的200%，自申报当年度所得税的所得额中减除；另外，给付员工依中央流行疫情指挥中心指挥官所为应变处置指示而得请假期间的薪资，亦同。

各级卫生主管机关认定应接受居家

隔离、居家检疫、集中隔离或集中检疫者，及为照顾生活不能自理的受隔离者、检疫者而请假或无法从事工作的家属，经卫生主管机关认定接受隔离者、检疫者未违反隔离或检疫相关规定，自接受隔离或检疫之日起，至结束之日期间，得申请「防疫补偿」。但有支领薪资或依其他法令规定性质相同的补助者，不得重复领取；防疫补偿的申请，自受隔离或检疫结束之日起，因2年间不行使而消灭。相关防疫补偿发给之对象、资格条件、方式、金额、程序及其他相关等办法，由中央卫生主管机关会商相关机关定之。

此外，因依中央流行疫情指挥中心指挥官所为应变处置而请假或无法从事工作等情形，致影响其生计者，主管机关应依社会救助法及相关法令予以救助。（资料来源：立法院）

# 下梁不正，上梁歪 谈儿童下肢发展与扁平足

亚东医院儿童发展中心／李盈瑶物理治疗师

临幊上常听到家长反映：「我的孩子很不喜欢动，常常走一小段路就喊累、喊脚酸！」或是「小朋友常常走一走就跌倒了！」让不少家长怀疑小孩是扁平足。本期「保健网」特别由专业物理治疗师讲解扁平足的影响与日常保健，提供家长们留意孩子的发育状况。



亚东医院儿童发展中心／  
李盈瑶物理治疗师

## 什麼是扁平足？

人类的足弓包含：内侧纵弓、外侧纵弓及横弓，而儿童的扁平足（俗称「鸭母蹄」）多是内侧纵弓较为塌陷。临幊上将足部分为正中（Neutral）、扁平足（Pronation）及高弓足（Supination）。完整的评估须针对足部、小腿、膝盖、大腿骨、骨盆，甚至是脊椎做整体的评估及归纳。

儿童的足弓发展期为3～8岁，在3岁之前，足弓通常不明显（因有较厚脂肪组织及足底韧带肌肉尚未发展完全），因此，当家长询问有关3岁～3岁半前的扁平足相关问题时，通常会建议家长先做观察。

## 儿童步态的发展

小朋友刚学会走路时，双下肢间距略宽，步距较短，步频较快，约一岁半～两岁左右，会发展出脚跟著地（heel contact），四岁会发展双臂摆动（arm swing），步态大约7～8岁才会较为成熟。

## 下肢发展的阶段

儿童下肢发展常伴随著钟摆现象，婴儿出生时，下肢倾向有O型腿，主要是因为在胎中姿势的关系，之后由于学习站立及走路开始承重后，下肢会慢慢变成X型腿（2～4岁时，4岁最为明显）。接著下肢开始变直，约6～8岁接近正常。在此发展期间，家长可多加观察，若发现孩子容易跌倒或是稍微走动便喊累或酸痛，建议评估及追踪。

## 造成扁平足的原因

· **先天**：包含先天韧带过于松弛、肌肉张力过低或是遗传等。

· **後天**：包含体重过重、日常生活习惯或是缺乏运动等。

## 下梁不正，上梁歪

当足部扁平较为严重时，常会伴随跟骨位置改变，甚至拇指外翻。有时会往上影响，造成胫骨内转、股骨内转、骨盆前倾、功能性长短脚，甚至向上影响至脊椎，造成脊椎侧弯。

临床检查包含整个下肢的外观、关节角度、肌肉软组织、步态，甚至观察小朋友鞋子磨损的情况。外观要由前侧及后侧检查，后侧要看跟骨中线与小腿的相对位置（观察是否有足外翻）；前侧则要观察有无拇指外翻，脚趾有无相对向内或向外。

关节角度要由足部往上检查至骨盆，看膝盖有无O型腿或X型腿（扁平足常伴随X型腿），髋关节有无相对向内或向外，骨盆有无前倾或后

倾，或是有无功能性长短脚等。

较为准确的步态检查模式，要在跑步机上走路，再拍摄行走时的步态，由此判断走路时足部的状况。而内八步态也是造成小朋友容易跌倒的原因之一，主要原因包含大腿骨内转、胫骨内转及足部向内，若发现儿童疑似有内八步态，亦可前往医院进行评估。临幊上也可借由鞋子磨损的状况来辅助判断，观察鞋底内外侧是否磨损，以及鞋口的走向。综合以上检查结果，再给予适合的鞋垫或是治疗方式。

## 疑似扁平足，怎麽办？

当怀疑儿童足部较为扁平时，不应立刻给予鞋垫，而应判断出扁平足的原因来自于足部、X型腿，或因日常生活习惯（跪坐姿），抑或是肥胖所造成，再依照



原因给予适当的介入方式。

若需借由鞋垫来改善，则鞋垫的选择及穿著就相对重要。儿童的鞋垫主要借由足弓及后足控制的原则介入，建议由专业治疗师评估儿童足部塌陷的情况，量身订做鞋垫；若发现足部伴随跟骨外翻的情况，则须适时加入垫片，同时给予选购鞋子上的建议，才能真正解决儿童的问题。

### 如何选鞋？

鞋垫须放置在包覆性及支撑性足够的鞋子内，才能发挥最好的作用，因此鞋子的选购非常重要，应避免过软的布鞋或是凉鞋。选购鞋子时，鞋子楦头需有足够的

宽度，以确保脚趾不会受到挤压，后跟亦须有适当的硬度，足以支撑脚跟的稳定性。

### 运动很重要

儿童的足部因年龄而有不同的发展，给予鞋垫时，应考量足部发展状况及日常生活情境。穿著鞋垫的主要目的是让下肢在较为正常的位置下活动，而适当的运动介入，才是诱发儿童足弓发育较为有效的方式，让足部多接触自然环境，在自然环境中活动，足弓才有机会有较好的发育。建议可在草地、沙质地等不同质地的地板活动，并且适度进行拉筋运动、肌力与耐力训练。



# 打好防疫基本功 随时随地动起来

远东百货／郑嘉蕙

不管是新冠肺炎（COVID-19）、流行性感冒，还是肠病毒，面对来势汹汹的病毒，总是让人感到防不胜防！这几个月以来，全民对防疫都有非常高的意识，除了勤洗手，做好个人卫生防护，更不要忘记多运动、摄取原型食物，由里到外强化身体防御力，才是防止病毒上身的基本功。

**防**疫的根本就是强身健体，利用居家、办公的空档，运用轻巧型器材，例如：哑铃杠片、握力器、健腹滚轮、中高阶训练弹力绳、可调式训练护踝或是踏步器、滑步机…等，随时随地动起来，才能一点一点累积健康的根本。

不过，即使是宅居轻运动，还是有些要点该注意。拥有中华民国健身运动协会体适能健身 C 级指导员证、EOXi 飞轮健身教练证照的杨俊展教练提醒大家：

● **服装不马虎**：如果使用飞轮、椭圆机、跑步机…等器材，建议穿著运动服和运动袜、运动鞋，不要因为没有出门，随便踩著拖鞋、牛仔裤就开始运动，很容易造成运动伤害。

● **水份要充足**：运动过程、结束之后要适度补充水份，尤其运动时，血流量增加、心率上升，合理且足够的水份能帮助代谢。唯切勿贪快，一口一口慢慢喝，才能缓和心跳、平稳体温。

● **运动後饮食**：做完运动后，难免感到肚子饿，此时来杯牛奶、无糖豆浆，或是番茄、芭乐、苹果等水果，都是很好的选择。避免摄取过多热量，又让健身效果打折扣！

● **暖身不能少**：即使是做体操、瑜伽、哑铃、握力器等看起来不激烈的运动，也不能忽略事前的暖身。运动前足够的伸展，慢慢让身体热起来，可减少没有教练监督而造成的伤害。

● **时间可调整**：很多人会设定运动的时间，例如：踩飞轮 30 分钟，事实上，每个人每天身体状况不一样，必要时不妨下修运动的时间，不要让自己过于勉强。

全台远东百货号召大家随时随地动一下，以下健康提案助您一臂之力。

## 插电的智能选项

## JOHNSON 乔山「Matrix 飞轮训练健身车」(型号 CXC)

多做有氧运动可以增加体力、耐力与心肺功能，由于飞轮运动可以消耗大量热量，快速让体型变美，飞轮训练健身车近年乃成为追求健康与体态优美的不二选项。每日只要使用 30 分钟，就能达成比一般健身器材更好的效果。建议售价 69,800 元，**集团同仁独家优惠价 49,800 元**。



## 插电的智能选项

## OSIM「智能爬山机」

OSIM「智能爬山机」是为现代居家特别设计的创新健身器材，具备特殊倾斜角度，提供比一般步行更好的运动效果，让使用者踏上强化体能、紧致肌肉、增进身心健康的旅程。建议售价 29,800 元，**集团同仁独家优惠价 23,800 元**。



## 插电的智能选项

## OSIM「核心机」

OSIM「核心机」提供低冲击力的有氧运动，让您享受如跳舞扭腰般的运动感受，不仅可以促进身体代谢、锻链核心肌群，还能改善体态。运动不必自己来，轻松在室内「坐」著就能锻链核心肌群。建议售价 28,800 元，新品上市价 22,800 元。



## 插电的智能选项

## 富士 FUJI「欧式淑女健身车」(型号 FB-339)

手动 8 段阻力，段位准确且调整容易，搭配 6KG 飞轮，负荷稳定。法式造型

亮眼吸睛，手握心跳检测，可轻易掌握运动强度；体脂检测功能，您的生理参数一目了然；另有多功能电子表，显示时间、速度、距离、卡路里、心跳、转速等数据，犹如全方位健身小帮手，为您纪录运动现况。有粉红、绿色两款可供选择，体重限制 120 公斤。建议售价 17,800 元，**集团同仁独家优惠价 12,800 元**。洽询专线：高雄大远百 10 楼，(07)536-5249。



## 插电的智能选项

## 富士 FUJI「美形运动机」(型号 LDT 6.2)

独家 1 至 12 阶段速度调节，以及 5 种训练程式，稳定、低噪音、高扭力等丰富多变的运动，不仅能训练身体各个部位，而且充



满趣味。粉、蓝两色可供选择，建议售价 15,800 元，**集团同仁独家优惠价 9,900 元**。洽询专线：高雄大远百 10 楼，(07)536-5249。

### 便捷的运动配件

### JOHNSON 乔山「HORIZON」扭腰踏步机（型号 Dynamic008）

适合一般小家庭、单身上班族，简单的扭腰、抬臀、提腿运动，每天只要 10 分钟，模拟行走、跑步运动，全身四肢及脊椎都能得到伸展，让您随时随地燃烧卡路里，强化全身肌肉群，达到健美健身的目的。建议售价 2,980 元，**集团同仁独家优惠价 1,980 元**。



### 便捷的运动配件

### ISPO 伊仕柏 33 公分迷彩「运动滚筒」

滚筒之所以能作为肌力训练的媒介，主要是借由圆筒状的外型，制造不稳定的平面，进而提升训练难度，加强训练效果。以棒式来说，若将滚筒置于小腿胫前肌或脚踝下，使脚尖不碰地，即可借由滚筒的不稳定性，加强控制核心肌群的力量，使身体维持挺直、呈一直线的动作，达到强化核心的效果，是简单实用的健身辅助工具。建议售价 1,380 元，板桥大远百 6 楼，(02)7705-4168。



### 便捷的运动配件

### 岱宇国际「T-Core (T寇) 健腹器」

专为女性设计，针对「核心肌群」锻链、修饰腰部线条的最新美腹产品，重量轻、体积小，只需要一张椅子，就可以轻松使用。每天持续六分钟，就能有效训链上腹肌、下腹肌、腹斜肌，消除恼人的小腹。建议售价 1,390 元，**集团同仁独家优惠价 999 元**。洽询专线：台中大远百 9 楼，(04)2259-5960。



洽询专线补充：

- 「OSIM」专柜在远百宝庆 8 楼，(02)2311-1092；新竹大远百 5 楼，(03) 525-3394；台中大远百 9 楼，(04)3704-8084；远百嘉义 B1，(05)235-1577；高雄大远百 10 楼，(07)537-9681。
- 「JOHNSON 乔山健康科技」专柜在远百板桥中山 10 楼，(02)2956-2649；远百桃园 10 楼，(03)334-4660；新竹大远百 5 楼，(03) 527-7367；台南大远百 6 楼，(06)275-9571；高雄大远百，(07)338-7335。

备注：全文「优惠价」需要出示集团员工识别证，期限至 2020 年 4 月 30 日止。扫描 QR Code 看更多远东人专属优惠



# 银行信用卡成明日「金融生态圈」之钥

远东商银／林莹莹

信用卡市场战况白热化，根据金管会统计，2019年全台33家信用卡发卡机构，总计发出784万张信用卡，总流通卡数达到4,739万张，打破双卡风暴时期4,549万张的纪录。面对信用卡市场激烈竞争，各家银行如何出奇招，以「金融生态圈」满足不同卡友的需求？

2019年玉山银行以 U Bear 卡、Only 卡的现金回馈、红利点数积极反攻市场，发出 128.9 万张信用卡，勇夺发卡王宝座；第 2 名为台新银行，其中 FlyGo 卡（飞狗卡）和携手电支龙头推出的「街口联名卡」，共发出 105.4 万张；台北富邦也不甘示弱，与自家集团的电商 momo 合作，联手推出 momo 联名卡打入网购族群，发出 96.7 万张，坐上第 3 名。

各家银行不惜成本推出「神卡」给予高额回馈，或是联手网购电商、强势品牌通路，希望以信用卡当「敲门砖」，成为顾客进入银行大门的钥匙，建构专属的「金融生态圈」，为银行展开后续的庞大商机。以玉山银行 U Bear 卡为例，瞄准年轻白领族群「上班去超商买咖啡、喜欢网路 shopping、周末和朋友看电影、晚餐叫外送」的生活习性，设计出「一般消费 1%、指定超商 8%、指定网购 5%、影城 20%、免费外送回馈」等刷卡权益，



此族群也被视为未来网银的主力市场，玉山银行期待透过信用卡提前「圈粉」！

银行端透过与通路联盟、权益优惠、促刷活动……来吸引消费者申办信用卡，进而接触并收集不同族群的用卡资料，再借由大数据演算分析建模，拟定行销策略与战术，提供客制化且全方位的金融服务与商品。换句话说，钜细靡遗地了解持卡人的消费场域与支付应用场景，就能提供适切的行销活动，进而提高持卡人的刷卡频次、刷卡金额。例如：与餐厅、饭店、网购平台、百货公司、订票网、订房网、量贩超市……等合作，将持卡人食衣住行

育乐等刷卡轨迹掌握在银行的大数据资料库，以延伸打造「金融生态圈」；当持卡人习惯使用银行服务的同时，也加深了对银行品牌的信任感与认同感，之后再导入其它衍生性金融产品，如：信贷、房贷、财富管理、信托、保险，提供一站购足的优质服务，以建立可获利的商业模式。

随著科技日新月异、消费行为快速变动，虚实整合的商业模式已经来临！

「远东快乐信用卡」整合远东集团 12 大关企优势资源，刷卡支付建构在「远东生活圈」，是市场上第五张卡量跃升为「百万俱乐部」的信用卡，持卡人可在远东集团零售系统享受各种签帐消费的优惠和便利，以及远东商银各项客制化金融产品的

服务，例如：4 月 30 日前，于 friDay 购物刷远银卡，单月分期满额最高可回馈刷卡金 NT\$1,600；远东商银也与香格里拉台北远东饭店合作，6 月 30 日前，于 Café 自助餐刷「远东顶级快乐卡」，天天享餐费 75 折，刷其他远银卡也有 8 折优惠（特殊节日不适用）。除了餐饮之外，行车同样有超值回馈，包括：首次申办远银信用卡 eTag 自动储值服务成功，将回馈 100 元储值折抵金；首次使用远银卡代缴 eTag 智慧停车费成功，再回馈 50 元刷卡金（须登录，限量 4,000 名）。秉持「给你更多，给你最好」的品牌承诺，远银信用卡将成为畅行远东生活圈优惠的最佳 Happy Pass！



# 「远东人开讲」：超实用 APP 大募集

编辑室辑

智慧手机对于现代人来说，已经是不可或缺的重要物件，手机里安装的各式APP更成为忙碌生活中的好帮手。快来看看海内外的远东人推荐了哪些好用的APP？

## 【一】

当我们拍摄了美丽的风景，效果却不如意时，就需要对照片进行后制处理。

「**Snapseed**」APP 不仅免费，且有白平衡、色温色调、亮度饱和度、剪裁、美颜、文字编辑、预设滤镜、晕影、相框等修图功能，更内建 RGB 曲线、局部亮度、对比度、饱和度、锐化处理，局部色温、亮度调整画笔，以及各种胶片效果、操控透视变形、扩展识别填充等近乎专业级的调整功能，同时还支援 RAW 底片处理，加上操作介面简单，不论修图小白或是专业大手子，都可以轻松上手。（远纺工业（上海）／杨宝军）

## 【二】

最近我每天都会记帐，而且消费完之后，最期待记帐，究竟是什么 APP，改变了不爱记帐的我？那就是「**碎碎念记帐**」APP！可以自行设定碎碎念的角色，

例如爸爸、男（女）友、老板等。记帐过程就像在跟设定角色报告今天花了什么钱，比如记录饮料费用，APP 对话框就会出现：「不能喝点现打的果汁吗？」有趣的是，对话框的内容非常跟得上时事，没空看新闻吗？没关系，记帐 APP 可以告诉你，很酷吧！

除此之外，这款 APP 也支援图表分析、图片纪录、发票纪录等，让你轻松上手、每天都期待被「碎碎念」！（远东资源开发／郑婷尹）

## 【三】

「**云端硬碟**」的档案储存方式，提升了方便性，不用随时携带 USB、具备充足的容量，还可在各种平台操作或进行线上协作，因而受到年轻人及上班族的喜爱。而且 Google 云端硬碟最大的优势是整合 Google 服务，除了大幅提升工作效率，也能和其他功能与服务相通，创造更

多价值，譬如 Gmail 寄信可以直接汇入云端硬碟的档案，开放网址或权限与同事共同编辑资料。除了线上即时编辑，还可事先下载资料，离线时也能存取，更别提与电脑同步的功能，让资料的传递和阅览更加便捷。总而言之，「**Google 云端硬碟**」APP 是我生活和工作的好帮手！（亚洲水泥／李伟宏）

#### 【四】

向大家推荐以下五个好用的 APP：

1. 「**Evernote**」APP：搜寻功能极强大的笔记系统，连图片中的文字都能被搜寻到，也有图片转文字的 OCR 功能，且同步速度快，让您在手机与电脑间无缝转换。

2. 「**小番茄**」APP：一个集「番茄钟工作法」+「白噪音」于一身的软体，让您不受外界干扰，使用 Chrome 套件即可在网页与手机间同步操作，大幅提升工作效率。

3. 「**Timetree**」APP：最精美可爱的多人协作行事历，可连动 Google、Apple 日历，不仅有强大的分类标签功能，还能使用电脑版同步操作。

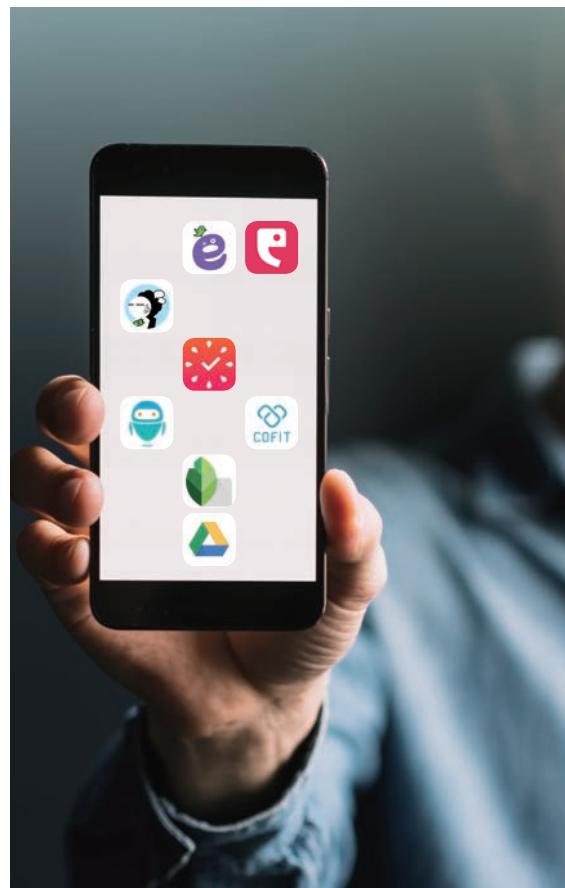
4. 「**Eatgether**」APP：揪实体活动的交友软体，例如：吃桌菜、净滩，可认识不同领域的朋友，让你不再当宅宅！

5. 「**云端发票集点王**」APP：扫描

发票最准、最快的 APP，还可集点抽奖，若使用音效扫描发票，更有意想不到的惊喜噢！（集团综效暨零售规划总部／邱德仔）

#### 【五】

我推荐可供免费下载的「**生活行**」APP，因为举凡：捷运路线规划、台铁／高铁时刻表、当地公车时刻表、飞机航班动态、英文单字查询、统一发票兑奖、农民历、电视节目播放内容、天气预报等，与生活有关的食、衣、住、行、育、乐，都能在此获得资讯。如果您有投资，APP



里还有股市动态；此外，也会根据使用者所在位置，告知哪里有 U bikes 单车站点。如果你是书虫，APP 里甚至有最近坊间受到注目的新书介绍；最好笑的是，它还会告知您，附近哪里有公共厕所。

在我手机中的 APP 应用程式多达 200 个，唯独这个 APP，我每天使用，也推荐大家多加利用。（远传电信／沈采妮）

## 【六】

我推荐好用的「远银 Bankee」APP，3 大理由包括：

1. 使用超简单——存款与消费金额只要利用指纹或 FACE ID 登入即视，还能设定存款目标，督促自己存钱。

2. 利率高达 13 倍——0.6% 活存无上限，是一般帐户的 3 倍；推荐亲友使用，还有机会享受高达 13 倍的 2.6% 活存高利率。

3. 资金使用超方便——无条件月月享转帐、提款各 6 次，资金运用超容易。  
(远东商银／周昕妤)

## 【七】

去年因为要结婚，我跟所有女孩一样，想穿上美美的新娘礼服，朋友热心推荐一款不用饿肚子，即可借由饮食计画达到健康瘦身的「COFIT」APP，果然让我

在两个月后，成功减重了 5 公斤。

这款 APP 不仅会计算卡路里，还可将每餐食物进行记录和分类，并且储存图片，版面操作直觉、简单！背后还有一群营养师会根据我上传的饮食内容提供建议，他们推荐的饮食包含了便利商店、夜市、小吃摊、餐厅都找得到的食物，连我最喜欢的咸水鸡都可以吃，根本是外食族的大救星，也是我从没停止过的减肥人生中，减得最轻松、最健康的一次，很适合想要健康减重的人喔！（远传电信／林欣仪）

## 【八】

「全球说（Talkmate）」是系统商与联合国教科文组织（UNESCO）合作的语言学习 APP，目前提供 82 种语言的线上学习，包含：汉语、英语、法语、日语等官方语言，也包括藏语、希伯来语等应用广泛的地方性语言，甚至还有僧伽罗语、斯瓦希里语等冷门语言，堪称语种数量最多的外语学习平台；而且设置了适合任何年龄段外语学习者的不同课程，方便大家自行选择，并设有「全球的语伴互动」、「多元文化活动」等模组，以提高学习者的兴趣。如果你也对语言学习饶有兴趣，不妨一起行动吧！（四川亚东水泥／赖昕）

# 平安是福

江西亚东水泥／罗丽芳

一提到春节，大家首先想到的就是喜庆和热闹，然而2020年春节却格外冷清。过年不拜年、不串门、不走亲戚；家家闭户、村村设卡、社区网格化管理、全民自觉戴口罩……这一切都源于新型冠状病毒肺炎。

过年休假期间，时刻关注著疫情资讯动态，看著确诊病例不断增加，恐惧、担忧、甚至绝望无力。因为疫情防控工作需要，我于大年初三返回工作岗位，与同事们通力合作完成各项任务，并且配合政府统计呈报各种资讯，越发体会此次疫情的严峻。

随著全国疫情形势的演变，地方政府对于疫情防控的力度越来越大，公司也因应变化，陆续采取了一系列防疫措施，包括：公告宣传疫情相关知识、人员进出厂执行体温监测、各区域实施杀菌消毒作业、各场所放置酒精及废弃口罩收集箱、安排上班人员住宿舍、食堂用餐采取便当方式…等。正因为公司领导应变得宜，才让各项疫情防控措施井然有序，也让大家看到了公司和全体同仁团结的力量，我为自己能在亚泥这样的大家庭工作感到自豪。

不过，自从瑞昌至码头路段封路后，

所有车辆不准通行，我也只能住在公司宿舍，整整十几天无法回家。每天视讯时，孩子都要问：妈妈什么时候回家？妈妈为什么不回家？让人感到无奈又心酸。某天，发了个微信朋友圈抒发情绪，没想到久未联系的同学、朋友们纷纷发来问候和关心，让我收获了无数的感动和温暖。尽管大家为了生活各自忙乱，却依然互相牵挂。

新冠肺炎当然是一次灾难，灾难必然会让人们失去些东西，但换个角度看，又何尝不是给所有人一个机会，和最亲近的人在一起，好好陪陪他们。

医护人员在一线岗位上和时间赛跑，与病魔较量，为打赢这场仗贡献自身的力量；我们能做的则是勤洗手、戴口罩、少聚会，积极配合防控工作，照顾好自己和家人，只要大家都平平安安，就是最大的福气。武汉，加油！中国，加油！让我们共同战「疫」，静待春暖花开时。

# 实事求是，就事论事——曾国藩的处世与做事

远鼎实业（上海）／刘祖亮

同光中兴的功臣中，曾国藩恐怕是最「憨厚」的一个，他没有左宗棠的才华横溢、大开大阖（注1）；也没有李鸿章的手腕灵活、随机应变；甚至他的对手——太平天国的翼王石达开与忠王李秀成，也多次在战场上把他打得灰头土脸，全军覆没。这样一个人，怎么会成为晚清中兴第一名臣？他的过人之处在哪里？

中 学时曾经读过曾国藩的《曾文正公家书》，坦白说，看不到 20 分钟就开始打瞌睡。文中尽是告诫读书治学要持之以恒、学问的底子要打扎实、待人接物必须谦虚、不可有官僚气、必须戒奢侈骄矜…等，年少的我觉得这些都是老生常谈，八股的一塌糊涂。令人惊讶的是，曾国藩硬是把这些修身治学的工夫用到了行军打仗与为人处世上，而且非常成功。

曾国藩率领的军队是在湖南办理团练期间召募而来，主要以湖南人为骨干，故称湘军。其特点是战术平实，训练有素，用兵谨慎。总结来说六个字：「扎硬寨，打呆仗」。什么是「扎硬寨」？湘军行军到任何地方，哪怕只宿一晚，都要结营成寨，寨墙必须高八尺、宽一丈，上面还得设观察哨；寨墙外则须挖二尺深的壕

沟，沟内布置竹签等尖韧之物。布置这些防御措施得花不少时间，导致湘军前进的速度非常缓慢，但也因为这样，湘军鲜少被太平军偷袭成功。

所谓的「打呆战」，就是不轻举妄动，在占有绝对优势前，绝不展开攻击。二次大战时，英国的陆军元帅蒙哥马利（Montgomery）就把这套战术在北非战场发挥得淋漓尽致。蒙哥马利的对手是德国军事奇才隆美尔（Rommel），论及双



方士兵素质、装甲战术、谋略机巧，蒙哥马利未必讨得了便宜；但英军的优势是，背后有美国庞大的物资援助与兵源，而纳粹德国深陷东线战场的泥沼，能够提供隆美尔非洲军团的补给非常有限。于是蒙哥马利接手英国第八军团，在北非阿拉曼地区和隆美尔的非洲军团对峙时，初期只守不攻，不断蓄积力量，直到己方拥有压倒性的优势时，才一举突破僵局，击败沙漠之狐隆美尔。

湘军和太平军的战争到了咸丰八年，太平天国能够掌握税收与粮食的地区越来越少，长江中游的重镇武汉及安庆也先后丢失，尽管骁勇善战的忠王李秀成、侍王李世贤等，依然在大小战役中击败清军，仍无法挽回太平天国战略与政治（注2）上的失败，以湘军为主的清军开始掌握物质力量上的绝对优势。此时，曾国藩稳扎稳打的「呆仗」战术就开始发挥了效用，随著湘军对天京城（南京）的步步进逼，太平天国的领地也被不断限缩，能够发挥太平军野战与运动战优势的空间没了，湘军有如蟒蛇缠绕猎物，一点一点缩小包围圈，最终在没有打出显著胜仗（注3）的情况下，硬是把曾经震动十八省的太平天国给终结了。

「扎硬寨，打呆仗」其实是《孙子兵法》中：「先为不可胜，以待敌之可胜」（注4）的精确实践。由于人力、物力上

具有优势，所以曾国藩采取稳扎稳打的策略，以步步进逼带给对手压力，再等待其犯错。这套战略平实无华，却实事求是，不躁进、不虚浮，将自身的优势有效转化为最后的胜利。

太平天国覆亡不久，又发生震惊中外的天津教案。此案肇因于当时民众对西方文化不了解，而若干洋人及其手下的买办、教民又狗仗人势的欺负百姓，再加上当时讹传西洋教堂有杀婴、贩婴的情形，导致仇外情绪大爆发。冲突中，法国的教堂（望海楼天主堂）与法国领事馆被毁，法国领事丰大业、三名领事馆人员，以及修女、神父、中国籍教友合计40余人被杀，受波及的还有三个俄国人，以及英美传教士开办的四间基督教堂。此事引起法、美、英、俄、普、比、西七国的抗议，并派遣军舰陈兵天津港，更大的冲突一触即发。

当时距英法联军火烧圆明园甫将届满十年，离太平天国覆灭仅仅五年多，清廷完全没有再应付一场战争的能力；但是，国内的清议却对乱民颇为同情，认为洋人欺人太甚，乃有不惜一战的舆论。慈禧太后左右为难之际，只好推出「王牌」——一直隶总督曾国藩来处理此一烫手山芋。

曾国藩以三个多月的时间平息此案，他的作法很简单：就事论事。首先，查明

事件的导火线，证实洋人教堂并无杀婴、贩婴之事，于是将带头闹事的 16 人处决，并将处置失当的官员撤职、流放。接著，他和法国以外的其他六国先达成协议，以赔偿银两结案，如此只须单独对应法国，避开以一对多的谈判劣势，将冲击面缩小。最后达成惩凶、赔款，以及派特使（崇厚）赴法国道歉的协议。

处理天津教案时，曾国藩承受了极大的压力与批评，朝野清议认为其丧权辱国。但是，事隔 150 年后，抛开民族情绪，重看此案，你会觉得曾国藩处理得中规中矩，已经是当时时空背景下最好的结果了。杀人偿命原本就无可厚非，惩处失当的官员也很合理，先和其他六国达成赔款的协议更是高明的谈判手法，毕竟损毁了人家的教堂，伤了人家的传教士，赔钱抚慰与重建教堂都是应该；或许有人觉得 49 万两白银的赔偿金过高，但是权衡当时的国力，加上自身理亏，花钱消灾，避免兵戎相见才是上上之策。至于派专使道歉也说不上丧权辱国，我方毕竟有错，赔个不是，取得谅解，希望以后好好相处，这和家中小孩打伤邻居小朋友，父母上门道歉包个红包又有什么两样？虽然在当时的民族情绪与仇外气氛下，曾国藩被形容成「汉奸」，但从他处理事件有条不紊来看，他确实做到了就事论事。

实事求是、就事论事这两种精神，

放在今天的职场一样受用。实事求是就不会痴心妄想，有多少实力做多少事。笔者 30 年的职场经历中，看多了因为财务杠杆操作过度而倒闭的企业，唯有实事求是才是企业发展的硬道理。一个企业没有技术优势、没有创新环境、没有人才发掘的管道、没有稳固的组织和财务，那么一切「时来运转」下的成功都可能只是昙花一现。在经营政府与同业关系上更是如此，不要冀望吃顿饭、参加几场活动就能和对方建立深厚的感情，当对方有困难、有危机时，将心比心、雪中送炭才是建立真实情谊的机会。

就事论事的态度对于企业任何层级的主管而言都非常 important，不就事论事，就无法专注于事件本身，容易过度联想。下属做了一件对公司有助益的事，反而会猜想：「他是不是在抢我的锋头，意图取代我」；若是下属和自己所持的意见不同，就会揣测：「这小子是否有异心，想用唱反调来搞垮我」，无法就事论事的主管常常伴随著疑神疑鬼的心态，除了俯首贴耳者之外，皆视为务必去之而后快的敌人，殊不知中国历史上无数的反叛，十之七八都是被逼出来的！没有曹爽的威逼，司马懿未必会反；没有杨国忠的疑心，安禄山也不见得会起兵。无尺度的猜忌，反而逼得有能力、有原则的人纷纷离去，断绝了企业永续发展的血脉。

晚清时代，中国面临历史上前所未有的变局，西方的船坚炮利、欧美的工业科技，都让技术落伍、统治力日渐衰落的清政府穷于应付。曾国藩在这样的环境下，

能够同时和洋人与太平天国叛军周旋，最终力挽狂澜，为满清政府再续五十多年的国祚，和他实事求是的精神与就事论事的态度密不可分。



#### 注释：

- \*注1：左宗棠自视极高，早年在湖南乡下教书时，就自称为「今亮」（今世的诸葛亮），并在书斋亲书「文章西汉两司马，经世南阳一卧龙」的对联。不过，他确实当之无愧。
- \*注2：攻下南京后，太平天国的领导人洪秀全开始追求享乐，丧失了进取心，以致主力部队未挥军北伐，给了清廷喘息的机会，这是战略上的失误。东王杨秀清、北王韦昌辉、翼王石达开间的政权争夺，导致严重内讧，削弱了太平天国的实力，此为太平天国在政治上的一大败笔。
- \*注3：中国历代争夺天下，往往都有一场左右胜负的关键性战役，例如：昆阳之战决定了光武中兴、官渡之战促成了曹操统一中国北方、赤壁之战确定了三国鼎立、萨尔浒之战确认了满清兴起。但是湘军和太平军对峙的十馀年间，湘军没有打过一场歼灭太平军主力的大胜战，反而在靖港之役差一点全军覆没，曾国藩甚至投水自尽，幸为左右所救。
- \*注4：《孙子兵法》军形篇。

# 有奖征答

编辑室辑

看完这一期的月刊，相信大家对于集团的动态与大环境的变化又有了更深一层的了解。咱们「有奖征答」单元就要考考大家对于月刊内容的记忆力喽！什么？你已经忘记答案是什么了？没关系，每道题目后面都有小小的提示，聪明的您一定很快就能找到答案！

好消息！即日起，参加「有奖征答」更方便罗，只要以手机扫瞄右方的QR Code，即可轻松填答抽大奖！



## 本期题目

1. 下列何者为远传电信旗下成员？【封面故事 · 远传电信布建行动生活圈 挥军 5G 世代】
  - A. 旭天能源
  - B. 远欣公司
  - C. 德谊数位
  - D. 博弘云端科技
  - E. 以上皆是
2. 下列何者为香格里拉台北远东饭店「开窗计划」之合作活动？【封面故事 · 香格里拉台北远东饭店开窗计划 看见新蓝海】
  - A. 饭店参与 SOGO Party Week 活动
  - B. 饭店独家引进「Robert Parker - Matter of Taste」餐酒盛事，邀请远东商银与 SOGO 百货共襄盛举
  - C. 远东百货礼品专刊宣传
  - D. 以上皆是
3. 关于「儿童扁平足」之叙述，下列何者为非？【生活情报 · 保健网】
  - A. 儿童在 3 岁之前，足弓即已发育完全
  - B. 先天韧带过于松弛、肌肉张力过低或是遗传，皆可能造成扁平足
  - C. 体重过重、缺乏运动也可能影响儿童下肢发展
  - D. 足部扁平严重时，常伴随跟骨位置改变，甚至拇指外翻
4. 关于防疫请假、补贴之叙述，下列何者为非？【生活情报 · 台湾地区法律网】
  - A. 劳工于隔离、检疫期间，其任职的事业单位应给予防疫隔离假
  - B. 家属为照顾生活不能自理的受隔离者、检疫者而请假者，应给予防疫隔离假
  - C. 经卫生主管机关认定接受隔离者、检疫者未违反隔离或检疫相关规定，可申请「防疫补偿」
  - D. 有支领薪资的劳工也可申请「防疫补偿」

## 参加办法

请剪下 356 期第 48 页答案栏部份（原寸影印亦可），填妥姓名、单位、联络地址及答案，于四月十五日前掷回「台北市敦化南路二段 207 号 36 楼」远东人月刊编辑室（每人以一张为限），只要答案正确即可参加抽奖，本期奖品为面额 300 元之远东集团四合一礼券（15 份）。编辑室将于次月月刊中公布得奖名单。

## 355 期有奖征答得奖名单揭晓

远东人月刊 356 期有奖徵答	
姓名：	
单位：	
联络地址：	
答案：1. ( )	2. ( )
3. ( )	4. ( )

单位	姓名	单位	姓名	单位	姓名
元智大学	吴 * 桦	板桥大远百	朱 * 宁	亚东医院	张 * 霏
远传电信	锺 * 华	远东先进纤维	吴 * 贞	远通电收	杨 * 榕
亚洲水泥	詹 * 真	亚泥新竹厂	张 * 贤	远传电信	沈 * 慎
亚东证券	欧 * 霏	远东资源开发	郑 * 尹	东联化学	杨 * 煊
远东商银	张 * 凤	亚东技术学院	林 * 琳	亚利通运	吴 * 莹

恭喜上列幸运儿分别得到面额 300 元的远东集团四合一礼券！



↑ 远东新世纪新埔化纤团队积极参与地方盛事，今年再度参与「新埔花灯迎天穿」活动，赞助主题花灯「皮皮狮五色寻石记」。



↑ 「国际女性科学日成果展」二度于远东巨城购物中心登场，新竹女中学生透过寓教于乐的闯关活动，教导小朋友科学知识。



↑ SOGO 百货与彰化员林百果山探索乐园合作，打造侏罗纪恐龙世界，并推动生态导览课程，教导孩童了解自然环境与恐龙演进的过程。



↑ 新竹大远百邀请新竹智障协会的大朋友们展现才艺，并结合爱心义卖，让慢飞天使们看见美丽心希望。



↑ 桃园远东百货与新竹捐血中心联合举办捐血活动，并设置「台湾加油 远百集气 全面应援」留言板，邀请民众向前线防疫人员打气。

消費滿額

# 最高10倍

2020.04.01 WED - 06.30 TUE



### 單筆滿額贈

每卡每日擇優限贈乙次

量販/電信/飯店

滿\$500 送40點 滿\$1,000 送80點

百貨

滿\$2,000 送160點 滿\$5,000 送400點

### 單月累積回饋

跨通路每卡每月擇優限贈乙次

滿\$16,000 送1,300點 滿\$48,000 送4,700點

### 綁定禮

綁卡單筆消費滿\$100 即贈50點



僅限玉山幸福PLUS聯名卡



綁定禮 綁卡單筆消費不限金額即贈100點  
限量一萬名



單月累積回饋 跨通路每卡每月擇優限贈乙次

滿\$16,000 送1,300點 滿\$48,000 送4,700點

綁定禮 綁卡單筆消費滿\$100 即贈50點



活動  
注意  
事項

1. 本活動參與銀行/信用卡及回饋限量方式以HAPPY GO Pay網頁公告為主
2. 單筆滿額贈及單月累積可重複回饋
3. 本活動需有參加HAPPY GO累點之店櫃適用，累點參與櫃位以各店公告為主
4. 本活動皆須使用HAPPY GO Pay進行綁卡&消費累點成功並於回饋前仍綁定且有效方可符合資格

謹慎理財 信用無價