

遠東人

徐有庠題

遠東集團
FAR EASTERN GROUP
70
Since 1949
Together For a Promising Future
共創美好未來 你我攜手同行

共同开创「诚勤朴慎·创新」的健康人生

MAY 2020

NO. 357

05 月号

COVER STORY

产业与环境共荣
东联化学点废成金
循环经济全球布局
远东新世纪绿色能量爆发

LIFE GUIDE

保健网
挥别妇女尿失禁

OFFICE TALK

消费生活型态趋势大解析



循环经济  互利双赢

Circular Economy: Win-win
For Environment and Industry

扫描 QR Code 看更多即时讯息
还可下载电子杂志

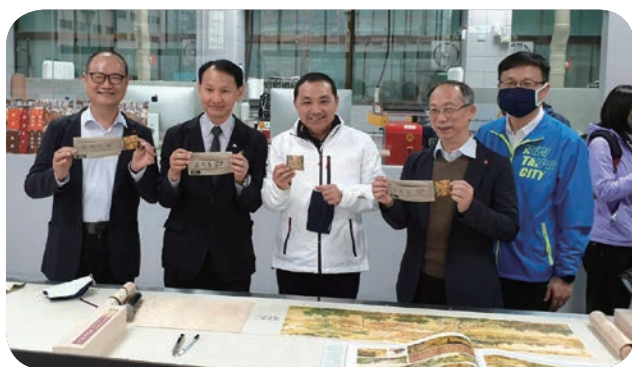




➡ 远东竹北新世纪购物中心新建工程由远东百货徐雪芳总经理（左五）、远东巨城购物中心李静芳董事长（左六）等相关主管带领，隆重举行上梁仪式。



➡ 远东商银 Bankee 社群银行在周添财总经理（右二）支持下，携手台湾联合金融科技公司「BZNK 必可」，打造全台最大企业募资平台。



➡ 亚东技术学院黄茂全校长（左二）应邀出席新北市「以防疫口罩套共同守护台湾」记者会，展现产官学界携手抗疫的行动力。



➡ 香格里拉台南远东饭店响应台南市政府农业局「凤梨健康饮食」活动，由周丽华总经理（右一）率领团队一同走访凤梨园。



➡ 亚东医院应邀以视讯方式输出台湾防疫经验，并针对尼加拉瓜防疫工作提出建言，成功拓展医疗外交。

循环经济 互利双赢

李佳珍

随著全球环保意识抬头，「循环经济」俨然成为各行各业发展新商业模式的关键字。本期「封面故事」将为您介绍集团旗下的纺织人纤事业、石化能源事业，如何持续开发绿色产品，并积极寻求资源回复、循环再生的创新模式，实现全循环、零废弃的愿景。

2020 年另一个关键字，当属 COVID-19（新冠病毒肺炎）。随著全球疫情持续升温，严重冲击民生消费、金融股市及各大产业，无论个人、企业、政府，莫不严阵以待。本期「乐活职人」、「生活情报」、「心动时刻」等单元，将分别从企业防疫、政府补助与个人经验等不同层面，伴您一起抗疫大作战！

积极防疫之余，也别忘了关怀身旁的家人。尤其一年一度母亲节即将到来，本期「保健网」专栏特别邀请亚东医院妇产部主任，带您一起关心婆婆妈妈们的健康。

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，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」六月份话题：超实用 APP 大募集

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：5 月 15 日前）



MAY 2020
NO. 357

01 EDITOR 编辑手记

循环经济 互利双赢 / 李佳珍

04 LEADER'S REMARKS 领航者的话

质变创造新商机 打造获利新模式 / 黄晴雯

07 COVER STORY 封面故事

产业与环境共荣 东联化学点废成金 / 编辑室采访整理

循环经济全球布局 远东新世纪绿色能量爆发 / 编辑室采访整理

14 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 / 编辑室辑

20 HOT TOPIC 远东话题

远东人开讲：超实用APP大募集 / 编辑室辑



22 OFFICE TALK 乐活职人

经营管理新知：从2019年消费动态 思考未来市场布局
／天下创新学院

经营管理新知：消费生活型态趋势大解析／集团综效暨零售规划总部

实用职场英文：Likes, Dislikes, and Preferences／EIE 美语

同仁工作经验谈：亚东工业（苏州）抗疫大作战／陈媛

36 LIFE GUIDE 生活情报

财经网 投资新显学——ESG 投资术／洪启智

保健网 挥别妇女尿失禁／吴文毅

美食网 护环境、顾健康 蔬食一夏／郑嘉蕙

法律网 防疫补偿每日 1000 元 照顾者也适用／杨立莉

45 STORY 心动时刻

最美逆行者／施均

复工第一天／顾玉涛

48 QUIZ 有奖征答

356 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



2020开春以来，新冠肺炎来势汹汹，疫情肆虐下，全球供应链饱受冲击。在KPMG全球三月份发布的《新冠肺炎对零售业的影响——如何克服挑战并把握新机会》（Responding to crises and changing consumer behaviour）产业报告中，更直指这波疫情对不同模式的零售业产生程度不一的影响。远东SOGO百货董事长黄晴雯日前接受《经济日报》专访时表示，传统百货零售服务业应掌握机会产生正向的质变，方能华丽转身，再创高峰。

质变创造新商机 打造获利新模式

远东 SOGO 百货 / 黄晴雯董事长

疫情全球化，连带也对全球百货零售业产生冲击；但「危机是转机」，对于过去经营成功的实体百货业者来说，产生质变是必然之势。从现在起，实体零售将加速走向体验性零售，卖场将出现更多主题式体验、数位科技体验、经典朝圣体验…等，以满足消费者与日俱增的社交需求。未来，商品除了功能之外，「故事」与「社交性」是两个最大的卖点；电子商

务则会变成实体卖场营运的第二只脚，驱动虚实无缝整合成为零售新型态。

体验式零售 × 数位整合 正向质变创造商机

受到疫情影响，无论是主动或被动的因素使然，许多民众减少外出，百货卖场人流明显减少，而这正好是进行有效改装的最佳时机。专柜品牌的更迭、卖场造景

的新气象，除了让顾客耳目一新之外，更重要的是，我们必须加速转型为「体验式零售」。

以 SOGO 台北忠孝馆美食荟萃的 11 楼为例，全台湾第一家「金泽回转寿司」即将进驻。这是营业团队在盘点店内餐饮品牌与类别之后，希望实体卖场能转型成体验性质的场域，因而订下的决策。在日本回转寿司界素有「东札幌、西金泽」的传说，这回迎来金泽当地人气回转寿司名店，让顾客可以围在吧台旁，欣赏罗列的寿司前进之余，更承载著期待与新奇，营造另一种「食演」的体验。

此外，这波疫情也对消费者的生活形态产生质变。原本属于实体通路的购物休闲习惯转移到线上，无论电商、美食外送或者 OTT（Over-The-Top，影音串流服务），都成为消费者的替代选择。百货零售业必须善用数位工具来贩售商品，让电商将成为百货公司的第二只脚；同时接下来也要密切观察，在疫情过去后，民众的消费习惯是否有所转变。

电商成为实体通路的第二只脚 创新获利模式

目前任何专家学者都无法断言，人流何时才会重新返回实体通路；实体业者必须加快数位转型的速度，才能在这波浪潮中掌握契机。SOGO 百货在 2017 年推出的

「SOGO istore」线上购物，是让顾客在打烊后依然可以选购商品的延伸服务，也满足无法亲自到店购物的消费者需求。从销售状况来看，今年前两个月 SOGO 电商业绩成长 2.8 倍，其中以美妆类商品最为亮眼，成长高达 26 倍，一般商品也有一倍的成长。目前 SOGO 电商客群以原本的主顾客居多，但也不乏因地缘关系不方便来店消费的外县市顾客，透过 SOGO 电商享受服务。

与纯电商相比，SOGO 的电商并非以价格取胜，而是著眼于扩展销售场域，并吸引新客到来，这与纯电商以招商为主、价格割喉战的性质大相迳庭。SOGO 百货在实体卖场奠定的深厚基底上，所经营的电商必须将实体卖场原有的服务延伸，将细致贴心的「服务力」和新潮多元的「商品力」，包装在网购店取的「便利性」之中。简言之，实体通路经营的电商，其价值在于让顾客购买更方便，搭配「网购店取」则能让服务更直接、更到位。

举例来说，一位美妆品牌的主顾客，必定清楚自己想要添购什么商品；透过网购店取的服务，柜姐可于顾客取货时，再发现或创造新的需求，进而推荐其他商品，激发出更多的销售动能。此外，部分高价保养品存放条件较为严苛，百货卖场具备良好的保存环境，透过百货购买或网购店取，消费者更有保障。再者，许多当季、

甚至是限量款精品，很难在电商平台买到，且对于高单价商品，消费者总是希望能在专柜现场体验并确认品质后再安心购买，这些都是实体百货「网购店取」无法被取代的优势。

以弦乐团的组合做比喻，过去实体卖场有如第一小提琴手，是乐团主要的灵魂；电商的角色则类似中提琴，存在感并不强。对 SOGO 百货而言，过去电商业绩占比不到整体业绩的 5%，但从现在开始，电商将被视为第二小提琴手，与实体卖场是共同主角，实体通路和电商整合将是智慧零售生态系的新型态。

组织敏捷化

多元人才共组策略梯队

因应新型态智慧零售生态系的产生，未来实体百货的组织架构中，电商势必在营业团队扮演更举足轻重的角色。因此在内容设计、科技运用、内容行销、数据分析的人才需求也会大增。SOGO 百货的贩促部门必须具备数位思维，未来的行销企划将不单单只是百货营业协助者的角色，而是营业的利润中心。

疫情当前

顾客／同仁安全与转型并重

除了掌握机会、积极转型之外，疫情当前，员工与顾客安全是凌驾于一切之上

的「最高准则」。

从 17 年前的 SARS，到 2014 年的食安风暴，SOGO 百货都是以「人」的安全为核心，超前部署保护计画，这回面对新冠疫情也不例外！在全台第一个确诊病例出现的当下，SOGO 百货即设立防疫指挥中心，启动防疫 360 计画，内容包括：工作环境与营业场域的卫生安全维护、创新服务升级、防疫商品专区贩售、人员教育宣导、健康防疫活动、防疫美妆保养等，严守「无论疫情如何发展，百货都必须走在最前面，先保护好顾客与同仁」的最高指导原则。

百货是温馨的行业，若不以人为本，就无法营运。这波疫情虽然对百货零售服务业造成冲击，但与 SARS 期间相比，现今产业还有电商与体验式零售可做为转型出口，只待民众恢复消费信心，内需动能强劲反弹，SOGO 百货将与社会大众一起迎接「后新冠」时代的来临。We are ready !





产业与环境共荣 东联化学点废成金

编辑室采访整理

石化产业在人们既有的印象中，总是和污染、耗能脱不了关系，不过，随著全球气候变迁愈来愈严峻，不仅民众环保意识抬头，产业也致力降低营运对环境造成的冲击，并寻求更有效运用资源的方式，甚至转废为能，将资源再利用。本期「封面故事」特别分享东联化学发展「循环经济」的专案实绩，看他们如何在落实环保要求之余，更引领产业创新转型。

外排变黄金 产业共生拓商机

东联化学高雄林园厂原本有一套「空气分离厂（简称空分厂）」，除了制造氧气供 EG 制程自用，剩余气体则再纯化后，透过管线贩售予邻近厂区之中油等工厂，为林园工业区最主要的工业气体供应商。2015 年为满足 EG 产能扩充之氧气需求，东联新增一套空分厂，因工业区内各工厂

没有气体新增需求，新空分厂剩余气体只能排空。

东联气营团队获悉台塑林园厂空分厂汰旧更新契机，本著锲而不舍的精神，成功说服台塑林园厂合作推动林园工业区资源整合。

尽管是基于互惠共荣的初衷，推动起来却非易事。东联团队以循环经济及互惠



双赢为诉求，尤其强调供应稳定度，整合公司生产、技术、工务、及采购等部门，针对管线流程、备援系统、仪控系统、管阀件设计，及厂内外管线铺设工程时效与施工品质全力以赴，满足客户的需求并取得信任，最终达成专案目标，与台塑林园厂签订长期供气合约。

本专案自 2017 年 2 月启动，于 2019 年 6 月开始供气，东联空分厂逐步减少余气排空，相对提升有效气产量，台塑林园厂也大幅降低生产耗电，且生产工场气体供应更可靠，双方合作整合的节能减碳成效已成为林园工业区循环经济的范本实绩。

生产零废弃 制程废液再利用

东联化学的碳酸乙烯酯（EC）制程触媒，伴随副反应产生的重质液排出。此相似制程排放的含触媒重质液，以往都是委托专业废弃物处理厂商处置，惟该重质液含卤素不易处理，加上处置会增加环保负担，导致委外处理价格逐年攀升，甚至

专业处理厂商将不再续约承揽，含触媒重质液处置议题将成为东联发展 EC 事业的隐患。

为解决此问题，东联研发与技术团队开发自有「EC 制程含触媒重质液回收」技术，透过水合反应与蒸馏分离流程，成功将含触媒重质液之卤盐浓度提高，达到国外触媒回收工厂原料允收浓度条件，且可同时产出粗乙二醇（MEG）副产品。东联已取得「EC 制程含触媒重质液回收」制程操作许可，顺利将提浓后的卤盐副产品出口到日本，经回收卤素再制成 EC 制程触媒，供应东联循环使用，大幅降低触媒消耗成本。另一副产品粗乙二醇则进到东联 EG 制程，精制成聚酯级乙二醇产品，是一项符合零废弃、循环经济的绿色制程技术。

值得一提的是，「EC 制程含触媒重质液回收」制程从无到有，全部由东联研发、工程设计及生产部门合作开发完成。测试期间为克服高浓度卤盐不稳定，专案团队进行多次讨论与实验研究，终于找到最适化的提浓制程溶剂，且持续精益求精，开发出独特的水合蒸馏分离技术，并整合厂内 EG 制程回收粗乙二醇副产品，以最小投资、最低操作成本、零废弃物的卓越成绩超越专案目标。

打开通路关卡也是本专案另一项值得称道之处。由于提浓后的卤盐副产品必须

通过国际禁止废弃物出口转运验证，业务团队乃厘清国内、外环保法规，与触媒回收厂商积极沟通，安排送样测试，为东联海外供应链商议及产销团队合作模式累积许多经验。

目前国内只有东联拥有此项技术，未来推广潜力无穷，也为企业开启新一波绿色商机。另一方面，本案执行后减废效益达每年 400 吨，降低环境负担，以「资源→产品→再生资源」的概念，将「废弃物」点化成金，为推动循环经济再下一城。

节电出新招 冷却系统更优化

除了运用再生资源，绿色环保制程也是制造业不断努力的方向，尤其节水、节电不仅符合环保趋势，更能减少企业营运成本。其中，冷却水塔是工厂里常见的排热装置，利用水作为冷却剂，以降低生产系统温度。由于东联林园 EOG 厂 1 号、2 号冷却水塔之循环水实际使用量及热负荷，仅为设计值之 70% ~ 80%，为更有效利用设备，团队乃重新确认各设备的冷却水需求量，并优化管线分配，调整各设备最适化供水量。

专案实施后，1、2 号冷却水塔可各停转 1 台

冷却水泵，透过 DCS（系统监控系统）及新建的「云端智慧监控系统」，持续监控调整后的水温变化状况，确认对制程操作不造成危害，但每年可节省用电约 600 万度，省下可观的能源费用，并减少温室气体排放约 3,174 公吨，估计效益可持续超过 20 年。

此专案为林园厂区 EOG 工场首次导入，由于回收期短，且具有创新性与发展潜力，未来将陆续应用至东联其他生产工场，甚至跨产业推广，一点一滴累积绿色能量。

石化产业因高度仰赖自然资源与能源，近年来扩充不易，为了扭转既定印象，东联化学借由重新设计材料、产品、制程及商业模式，达到零废弃、零污染及零排放的目标，为产业永续找到新出路，打造一个与客户、环境循环共生的新经济。





循环经济全球布局 远东新世纪绿色能量爆发

编辑室采访整理

远东新世纪以创新绿色产品大力推动循环经济，卓越成效已横扫多项CSR颁奖典礼，例如：去年第15届《远见杂志》「企业社会责任奖」，远东新世纪第三度夺冠；2019「GCSA TCSA全球暨台湾企业永续奖」，也一口气拿下八项大奖；绿色产品团队亦荣获科技管理学会颁发「科技管理奖」。除了奖项的肯定之外，多家国际大厂的青睐与合作，更促使远东新世纪加速全球布局，为愈来愈火红的循环经济蓄满能量。

跨出海外 做日本市场的领头羊

随著环保意识抬头，各行各业愈来愈重视循环经济，尤其为了减少石油耗用，许多国际饮料大厂对于回收、生质等原料需求也愈来愈大。有鉴于日本回收产业过去因法令及产业发展关系，大部份的回收处理厂仅能处理品质好的瓶砖做为生产原料，且客户群多为低端胶片或纤维客户，

资金及技术能量明显不足，竞价又相当激烈，对于致力于发展再生原料的远东新世纪而言，无疑是一个新蓝海。因此，远东新世纪与日本的石冢硝子股份有限公司，于2012年合资成立远东石冢 Green PET 股份有限公司（简称远东石冢），率先业界采用先进技术，处理各种等级的原料，加上远东集团全力支援资金、人力和技

术，在原料采购和成品销售具有优势，使远东石冢成为日本 PET 回收业的领头羊。

目前远东石冢以制造再生酯粒（RPET）为主，2019 年产能 35,000 吨，2020 年底新增产能 50,000 吨，预计 2021 年日本回收厂产能将达到 85,000 吨，客户群包含可口可乐在内的日本前五大饮料厂、小林和大冢等两家制药龙头，以及国际知名家具厂 IKEA。由于日本零售集团 Seven & I 在旗下的「7-11」连锁便利店进行塑胶瓶回收工作，每年大约可回收 3 亿个废弃塑胶瓶，可口可乐公司便计划使用回收的塑胶再制成新的瓶装饮品，并透过 Seven & I 进行销售。远东石冢于 2019 年加入此店铺回收 closed loop bottle to bottle 专案，成功打响公司名号，也带动零售业回收 PET 瓶的风潮。同时，

日本 7-11 也希望进一步与远东新世纪合作，在台湾引进此商业模式，扩大塑胶回收再利用，减少塑胶废品。

远东石冢与远东新世纪销售一体进行，与主要客户签订长期供应合约，达到稳健经营的目标；另一方面，远东新世纪在日本的投资也伴随客户需求持续成长，希望能满足长期合作夥伴，并建立各种新商业模式，使营收再创新高，成为远东绿材事业的模范生。

前进美国 开启循环经济新篇章

场景移到西方，美国堪称全球消费市场龙头，却因为幅员广大，回收体系建置并不完善，全美 50 州当中，只有 11 州执行回收制度，过去十年里，PET 回收率也仅 30%。近年随著消费者逐渐重视绿色环保，品牌商、各州政府、非政府组织陆续正视资源回收的重要性，并推广相关回收法案，除了宣导正确的回收观念之外，也积极改善各地回收系统。在全球永续发展的趋势下，回收环保产品的需求也日益增长。远东新世纪长期深耕美国市场，2018 年开始于美国在地化生产，并购西维吉尼亚州的 PET 厂（APG），并在 2019 年并购美国回收厂 Phoenix Technologies International, LLC（简称 Phoenix），展现一条龙在地深耕的决心，从 PET 厂到回收厂，皆陆续开启产能，除了生产、





技术交流之外，Phoenix 为 APG 的再生聚酯原料供应商，让 APG 可生产含有 PCR 原料的再生聚酯粒（REPET 产品），即酯粒中已含有 PCR 比例的「Single Pellet Solution」，方便客户采购一次到位，满足不同下游客户的应用，并达到集团综效。

Phoenix 不仅贴近市场，可满足客户需求，也能精准反映市场变化，即时提供最新的技术和产品，尤其随著美国各州政府推动塑胶包材使用再生原料比例不断提高，Phoenix 厂做为远东新世纪在美国的第一个回收酯粒生产基地，将能提早因应市场转变，满足下游品牌商需求。目前 Phoenix 厂年产能 36,000 吨，主要和可

可口可乐、高露洁等国际知名饮料与消费用品大厂合作，配合品牌商的永续目标，提供高品质回收聚酯粒产品。

由于美国绿色回收需求殷切，远东新世纪著眼于各大品牌商的永续目标，插旗美国市场无疑是进一步彰显远东新世纪致力于环保永续与循环经济的策略版图与企图心。

深耕台湾 再生能量推向全世界

镜头拉回台湾，身为全球化纤供应链要角，回收产业技术必须日益精进，再加上台湾拥有傲视全球的宝特瓶回收机制，PET 回收率高达 97%，每年宝特瓶回收量约 10 万公吨，其中，透明宝特瓶占比约七成。随著循环经济高值化的需求，现有回收宝特瓶原料渐渐无法满足日益扩张的化纤产业需求，未来台湾回收产业面临的挑战是，如何与饮料品牌合作，降低有色宝特瓶的使用，同时减少回收宝特瓶的损耗。

远东新世纪在台湾的大本营，从「台湾再生公司」到「亚东创新发展再生事业群」，远东新世纪旗下主掌回收事业的尖兵，在去年正式独立更名为「亚东绿材公司」，不仅是台湾最老牌的宝特瓶再生工厂，也成为台湾 PET 再生原料主要供应商之一。目前年产能 55,000 吨，可处理台湾近一半的宝特瓶。为提升生产效率、

降低废弃物产出，亚东绿材持续优化生产设备，2020 年将投资兴建固体废弃物处理锅炉，除了达到固体废弃物零出厂，锅炉燃烧产生的蒸汽也能满足全厂热能需求，有效达到节能减碳功效；此外，也将同步进行太阳能板建置，预计三月启用，发电功率达 400KW，增加绿色电能应用，并加深循环经济的落实。

亚东绿材同时也是国际知名运动品牌 Adidas 海洋废弃物回收材料供应链的重要合作夥伴，主要负责处理回收海洋瓶，再透过远东新世纪垂直整合的化纤一条龙，让 Adidas 实现「One Stop Shopping」，成功将废塑料变成海洋回收纱，重新打造出高品质的鞋材、衣服等纺织产品，为海洋生态尽一份心力。根据统计，自 2016 年来，海洋回收纱产品计

画已成功拦截超过 2,000 公吨以上的海洋废塑料，并转化为全新的产品，是时尚界制造供应商与品牌商合作的绝佳典范。

不仅如此，亚东绿材和桃园市政府于 2019 年签订合作意

向书，由海管处举办净滩活动所搜集之废弃宝特瓶，经由亚东绿材清洗和造粒后，制成 400 件崭新的再生慢跑衣提供志工使用，落实减塑救海洋的美意，也赋予原料可再生利用的机会。

未来亚东绿材将秉持在地循环利用和回馈社会的理念，和台湾各大回收商保持稳定的合作关系，将台湾高品质回收聚酯产品持续推向世界舞台。

为创造经济与环保双赢并接轨国际，台湾政府已宣示推动循环经济，将废弃物转换为再生资源，甚至列为「五加二产业创新」重点政策之一。远东新世纪走在环保浪尖，持续开发绿色产品，尤其重视资源回复、循环再生的创新发展模式，希望从产业端实现全循环、零废弃的愿景。



集团简讯

扫描 QR Code 看更多集团讯息 →



01 远百加码投资 远东竹北新世纪购物中心上梁

远东竹北新世纪购物中心新建工程于3月23日举行上梁典礼，因考量疫情，此次上梁仪式未邀请外部贵宾与合作厂商出席，由徐雪芳总经理带领同仁以简单而隆重的方式，见证这栋具客家圆楼特色绿建筑的新里程。（远东百货／王明伦）

02 台中大远百举办 「韩风春之季」韩国展

台中大远百「韩风春之季」韩国展4月9日～20日登场，搜罗「85 Day By Day」与「L.Z Dessart」等网路爆红韩系名店，并加码推出环保杯套、可携式保鲜盒等消费满额礼，让民众在抗疫期间，不出国也能体验道地韩系美食。（台中大远百／林鑫杙）

03 三箭齐发 稳中求胜 远传井琪总经理宣示 2020 策略布局

远传3月17日举办媒体茶叙，由井琪总经理揭示今年将以新经济、5G应用、多元合作作为策略目标，其中，新经济营收占比将提升至15%，并全面展开5G业务，扩大5G的应用深度与广度，同时加速跨业、跨域的合作，深化远传5G「大人物」应用。当天更首度对外亮相远传新推动的「敏捷办公室」，期盼员工在友善的环境中持续保有热诚与企业认同感。（远传电信／何思纬）

04 远东SOGO黄晴雯董事长应邀谈永续女力

远东SOGO黄晴雯董事长3月26日应邀参加「第六届台湾永续报告分析发表会」论坛，分享对「永续女力—温柔的韧性」看法，并以SOGO推行CSR的经验为例，阐述女性细腻、坚韧且善于沟通的特质，对于永续发展是很大的助力。（SOGO百货／吴敏如）

05 巨城防疫超前布署 新竹市林智坚市长率队参访

因应新冠病毒疫情，远东巨城购物中心除进入卖场全面量测体温外，4月1日起亦率先实施搭乘巨城接驳车需量测体温并全程佩戴口罩措施，并与Uber Eats合作推出美食外送服务，减少消费者不便。超前布署的防疫作为备受肯定，新竹市林智坚市长于3月18日率市府团队和业者参访巨城。（编辑室辑）



06 远传全球首台 NB-IoT 血糖机开卖

远传3月30日正式于台南市全区26间直营门市开卖全球第一台NB-IoT血糖机，量测血糖后可直接上传远传「Health健康+」云端平台，透过手机App持续追踪健康状况，同时接轨90家医院构机的远距追踪照护。（远传电信／何思纬）

07 远传与韩国电信 KT 展开策略合作计画

远传 4 月 8 日与韩国电信 (Korea Telecom, KT) 签订合作备忘录, 双方将展开 5G、数位内容以及漫游等业务的合作, 共同加速 5G 发展, 同时导入韩国优质的影音数位内容。而为因应防疫需求, 此次双方特别透过 VR 方式线上完成签约, 为 VR 应用再添实绩。(远传电信 / 何思纬)



08 远银 Bankee 携「BZNK 必可」打造全台最大企业募资平台

瞄准个人对企业 (P2B) 的金融科技新兴市场, 远东商银 Bankee 社群银行携手台湾联合金融科技「BZNK 必可」, 由远银 Bankee 提供保护支票权利与金流解决方案, 一同开拓 P2B 支票禁背市场新蓝海, 预计市场规模可再成长 9 倍, 也为 Bankee 开放性金融平台再下一城。(远东商银 / 萧佩仪)

09 亚东技术学院与瑞芳高工学术课程实作成果发表

亚东技术学院深耕高中职校, 在推动教育部 108 技职新课纲政策中, 与瑞芳高工合作执行跨校 / 跨科 / 跨领域的课程修习, 并于 3 月 31 日举办成果发表会, 展示将木工实习课程废料变身「桧木精油抗菌消毒干洗手」的实用防疫小物。(亚东技术学院 / 李玉燕)

10 元智启动同步教学 学生安心远距就学

因应新冠病毒肺炎疫情蔓延, 元智大学配合教育部规定, 针对无法到校或是外籍、陆生等无法回台上课之学生采远距教学, 维护学生受教权。(元智大学 / 饶浩文)

11 香格里拉台南远东饭店支持在地好农 响应凤梨季活动

每年三月中旬开始, 台南凤梨即进入丰收季, 香格里拉台南远东饭店继麻豆柚子、西港胡麻及草莓季后, 再次响应台南市政府农业局「凤梨健康饮食」活动, 由周丽华总经理、黄胤仁行政主厨率领团队, 与台南市黄伟哲市长一同走访凤梨园, 并于 4 月推出「台南凤梨·国际风味」低碳健康系列美馔, 以实际行动支持在地好农。(香格里拉台南远东饭店 / 王传慈)



绩优荣誉榜

12 远东商银蝉联财讯大奖

财讯杂志「2020 财富管理大调查」结果揭晓, 远东商银因重视员工训练、贴近客户生活金融并结合集团资源, 深获客户肯定, 获颁「最佳理专团队」、「最佳财富增值」及「最佳公益推动」三项殊荣, 3 月 26 日由远东商银林建忠执行副总经理代表领奖。(远东商银 / 萧佩仪)

13 四川三家水泥关系企业荣获彭州市奖励扶持政策资金

四川亚东水泥与四川兰丰水泥双双入选「成都市名优产品目录」企业，2018 年度主营业务收入皆超过 10 亿人民币；另四川亚东与成都亚力产值亦大幅成长，四川兰丰缴纳税金更首次超过 1 亿人民币，三家公司于 3 月 18 日共获得奖励金 68 万元。（四川兰丰水泥／彭涛）

14 亚东技术学院通过 BS10012 个人资料资讯管理系统标准验证

亚东技术学院致力打造科大等级校园，率先导入国际标准个人资料保护安全管理系统认证，于今年初取得 (BSI) BS 10012：2017 个人资料资讯管理制度 (PIMS) 认证。（亚东技术学院／李玉燕）

公益专区

15 台中大远百「花样女神」公益活动 关怀流浪动物

台中大远百携手 VEVE 社群平台、牛耳文教基金会举办「花样女神」公益会活动，只要上传照片选美，即捐出 50 元帮助流浪动物，成功募集 182 位网美响应，并于 3 月 8 日将善款捐予台中简妈妈望高寮狗园。（台中大远百／林鑫）



16 HAPPY GO、爱买为防疫英雄打气

HAPPY GO 鼎鼎联合行销 3 月 20 日至 4 月 6 日推出「感谢多一点」活动，邀请全民透过「集气地图」送出爱心，或上粉丝专页留言感谢前线防疫人员，短短一周即吸引数万人次响应。另外，爱买量贩也邀请民众录下影片或自拍加油照，上传脸书社团指定贴文，可获赠限量「克补」御守，为防疫人员打气。（编辑室辑）

17 HAPPY GO 与远传 friDay 影音携手台湾世界展望会 推动贫童助学计画

HAPPY GO 与远传 friDay 影音于 4 月 1 日～30 日携手台湾世界展望会，推出「您看片，我捐点」活动，卡友可用 50 点 HAPPY GO 点数兑换远传 friDay 影音优惠序号，兑换之点数全数捐赠支持弱势儿童「助学行动」。此外，卡友观看精选儿童节动画电影，远传 friDay 影音平台还额外捐款 1 元予台湾世界展望会。（编辑室辑）

18 远通力推「车公益」 守护交通弱势

远通电收已连续五年携手靖娟儿童安全文教基金会，提升儿童道路安全意识。今年特别偕同远东集团与徐元智先生纪念基金会共同制作交通安全教育课程影音教材，教导孩子们主动发现道路上可能隐藏的危险。另一方面，远通也自去年起与国光客运合作，透过创意车体广告，宣导远离大型车辆驾驶视野死角，守护骑士安全。（远通电收／赖建伟）

19 新竹大远百捐血再送防疫好礼

新冠肺炎疫情延烧，影响民众捐血意愿，新竹大远百特别于清明连假与光辉狮子会合作，号召民众挽袖捐血，并赠送电子体温计、茶树抗菌消毒液等防疫小物，吸引百位民众参与。（新竹大远百／李芝瑄）

20 台南大远百 H&M 盛大开幕 爱心暖赠南市监护儿少新衣

台南大远百 H&M 专柜 3 月 26 日隆重开幕，特别结合公益活动，赠送新衣予台南市政府监护安置的儿少，并邀请黄伟哲市长亲自出席受赠，市长同时回赠感谢状，大赞企业以实际行动关怀社会弱势。（台南大远百／王咏婵）



21 香格里拉台南远东饭店、远东巨城购物中心 响应「Earth Hour」

由世界自然基金会（WWF）发起的「Earth Hour 地球一小时」活动，香格里拉台南远东饭店和远东巨城购物中心自开幕以来从不缺席，3 月 28 日晚间 8:30 至 9:30，再次关闭部分照明设备，支持节能减碳行动。（编辑室辑）

好康报报

22 远传「土城中央」复合门市盛大开幕

远传电信 3 月 27 日与全国电子联手推出第四家 Combo 复合店——「土城中央」3C 数位汇流门市，不但所有商品都能搭配远传门号申办优惠，也能现场体验与智慧家电串连的便利。5 月 31 日前，于远传门市当日消费不限金额，限量送「全国电子折价券 100 元」；12 月 31 日前，凭全国电子当日消费不限金额发票，亦可享远传专柜商品折价 100 元优惠，每月限量送完为止。（远传电信／何思纬）

23 南北轻松游 香格里拉远东饭店邀您乐享假期

香格里拉台北、台南远东饭店联手推出「双城·双饕」超值住房专案：6 月 30 日前，双人入住台北远东每晚 5,100 元起；台南远东每晚 4,300 元起，皆包含翌日自助早餐，再享免费升等尊荣客房、提前入住和延迟退房，以及豪华阁贵宾礼遇。详情请洽：台北（02）2376-3266；台南（06）702-8899。（香格里拉台北远东饭店／徐佩榕）

24 百货防疫 快取专区让顾客安心购

疫情当前，百货业者体贴消费者，纷纷推出快取服务：新竹大远百于 3 月 20 日起，在 1F 广场设置「远百速利便」专区，顾客可事先致电专柜预约取货。SOGO 忠孝馆母亲节档期除网购与满额免费宅配外，也首创「Beauty Station 美妆快取站」，方便顾客直接馆外提货；品牌主顾客还有预购商品亲送到府、现场刷卡或汇款结帐的尊荣服务。（编辑室辑）



抗疫专区

力抗新冠肺炎 Far Eastern Group Can Help !

COVID-19来势汹汹，全球皆陷入疫情风暴，为早日控制疫情，各国产官学界纷纷在医疗用品生产、疫苗研发，甚至是经验分享上出钱出力。远东集团爱心不落人后，也投入这场病毒大战，以各产业核心优势，与大家携手力抗新冠肺炎。

亚东医院助友邦 视讯输出台湾防疫经验

台湾防疫的优异表现已成为各国参考对象，邦交国尼加拉瓜也透过外交部连系亚东医院，于台湾时间4月1日与亚东医院进行一场防疫经验交流视讯会议。尼加拉瓜多达15位国家级重要官员及公卫部门的医师，包含该国总统公子及尼国卫生部长、外交部次长、天灾防治署长、航空局长、海关署长、尼加拉瓜社会保险局长等人列席，与亚东医院邱冠明副院长、感染管制中心廖俊星主任、内科部彭渝森主任、急诊医学部蔡光超主任、胸腔内科王秉槐主任、感染科杨家瑞主任等第一线领导全院防疫工作的医师专家对谈，长达一个多小时的视讯会议全程以英文沟通，针对尼国七大面向问题提出建言。台湾驻尼加拉瓜大使吴进木在会议最后也感谢双方透过外交，携手促进尼国的防疫工作。



精彩影音回顾



宏远兴业投入医疗用防护衣开发

疫情延烧全球，其中攸关前线医护人员安全保障的「防护衣」更是各国争抢，考量未来市场需求，宏远宣布推动高功能医疗用防护衣产品开发案，利用自产布料和贴合技术的优势，开发「重复使用型」和「抛弃式」防护衣。其中，核心防水透湿技术可应用于符合P3等级之防护衣，希望以机能布料的技术为基础，扩大医疗用布开发，为全球防疫贡献所长。

隐藏版口罩国家队 远传以资通讯专业力挺实名制2.0

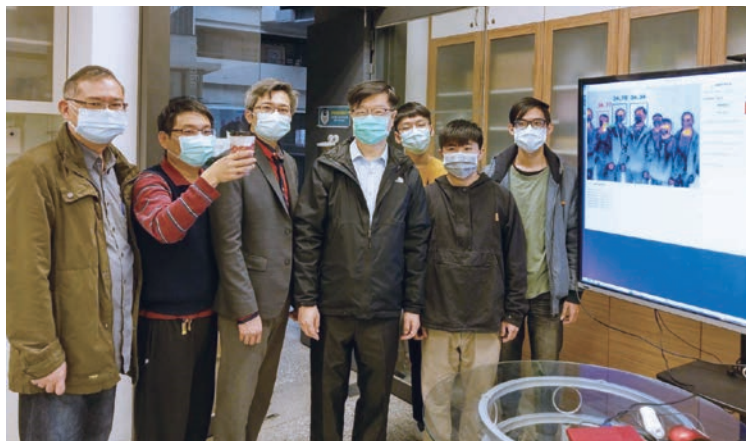
台湾口罩实名制2.0于3月25日开放第二轮线上预购，使用自然人凭证或健保卡认证的eMask口罩预购系统，需整合卫福部、内政部、财金公司、银行、中华邮政、四大超商等单位，而背后的云服务、网路架构等技术，正是由远传电信提供，也让远传成为「隐藏版口罩国家队」一员。

远东新世纪医疗级纤维 站在第一线守护全民健康

远东新世纪为全球最大医疗级 PE/PP 及 PE/PET 复合纤维供应商，也是台湾生产医疗级口罩内层亲肤层原料的唯一本土供应商。目前供应全台每日 1,300 万片口罩所需之医疗级纤维，下一阶段提产至 2,000 万片后，远东新也将确保供料无虞；不仅如此，全球医疗级 N95 口罩的 PE/PET 复合纤维原料亦由远东新提供。有鉴于医疗级口罩普遍以 PP 聚丙烯纤维作为中间过滤层原料，经熔喷成网及静电处理成为熔喷过滤层不织布，然因全球疫情蔓延，熔喷过滤层不织布严重供不应求。为此，远东新特别开发新型超细纤维取代现行中间过滤层，其过滤效果远优于一般医疗级口罩，且可重复水洗使用，目前正积极协助口罩业者测试。身为医疗级口罩国家队的重要成员，远东新世纪有信心持续守护民众安全。

元智大学开发YZU-ECE 远距体温监测仪

有鉴于防疫消毒用品供不应求，元智大学电通学院师生在短时间内自行开发出更经济的「YZU-ECE 远距体温监测仪」，只要事先透过电脑程式设定警报温度门槛值，在一定距离范围内，超过预设温度值的师生经过，即会响起警报声，有效减少量测体温的人力与物力。



亚东技术学院参与「新北防疫口罩套」设计

新北市邀请产官学界以「防疫口罩套」共同守护台湾，于 3 月 10 日假亚东技术学院举行



记者会，新北市侯友宜市长与亚东技术学院黄茂全校校长皆亲临现场。此次合作由兴采公司提供具拨水功能的布料，亚东技术学院技术指导，经樟树高中学生巧手，制作出 15,000 个口罩套，再转赠予新北市国中小老师，希望能过延长口罩使用期限，减缓口罩不足的影响。

「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】

我的手机里安装了许多 APP，其中「**全民健保行动快易通**」APP 是在健保局宣导下安装，后来却发现它很实用，除了可以查询个人就医、投保、口罩实名制购买等纪录，也可从行动柜台申请需要的相关证明，还有健保法规、常见问答、医疗需求（医疗快搜、院所查询、急症处理、急诊待床）等资讯，尤其近日发生新冠病毒的疫情，透过 APP 可查询贩售口罩的药局并进行线上预购。相信未来还将持续扩充更多功能，提供更多的帮助。（元智大学／吕韦蓓）

【二】

我喜欢登山，欣赏千岩万壑，认识生态环境，常用的植物花卉辨识 APP 包括：「**形色**」、「**微软识花**」、「**Pl@ntNet**」等，其中，「**形色**」提供拍照识花的功能，标榜一秒钟可辨识 4,000 种植物，并能将

照片转换为诗词花语图鉴，方便转发分享，同时还有每日更新的精美花语壁纸，以及园艺专家指导植物养护重点，十分实用。

另外，「**Seek**」自然生物辨识 APP 拥有 iNaturalist 全球最大的自然学家资料库，能利用 AI 侦测 15 万种昆虫、鸟类、动植物，尤其包含台湾本土物种，即使不主动拍照，亦可根据使用者的所在地，介绍当地生态、提供观察日记及游戏挑战机制。至于「**Star Walk 2**」观星 APP 则可辨识星座、星云、流星、行星、人造卫星、国际太空站及方位运行轨迹，还有美丽的星座图像和神话故事，是深夜仰望星斗的好帮手。（亚东医院／丁曼如）

【三】

向大家推荐超实用的「**PAPAGO**」翻译 APP，这是由韩国知名公司 Naver 制作，个人认为比 Google 翻译更准确，还

能将各国语言译成韩文。之前到韩国自由行，使用这款 APP，不论问路或是购物时询问店员，都可以即时翻译成韩文，还能针对图片、语音、对话进行翻译，在餐厅看不懂菜单时，可以對著文字拍照获得翻译；遇到韩国人时，立刻打开 APP 就能顺利沟通，十分推荐给喜欢出国旅游或想学习韩文的人。（远东新世纪／邱冠蓁）

【四】

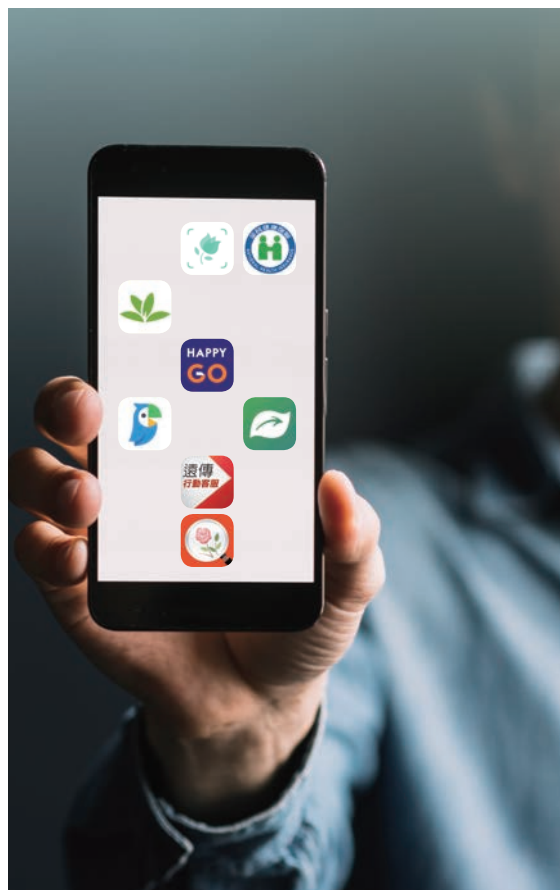
大家都怎么缴手机帐单呢？利用午休时间拿著帐单走去门市缴？还是像我一样下载「远传行动客服」APP，直接在手机上缴费呢？

由于全家都是远传门号，以前我必须拿著 3 张帐单到超商缴费，在同事的推荐下使用 APP 后，我用我的名字帮家人办的门号，都可以直接在 APP 缴费，也可以「即时监控」孩子们的上网用量，连通话明细都可以查得一清二楚，我真没用过哪家电信公司的 APP 做得比远传更好，推荐给大家！（远传电信／陈恒星）

【五】

「HAPPY GO」是我每日使用且很喜爱的 APP，拥有很多与生活息息相关的功能。其中，「点点出任务」会不定期更新好玩的任务，让使用者获取点数，例

如：每日走 7,000 步可抽 10 点，不但拥有健康，还能得到点数。而在「点点好服务」中有很多实用的连结，例如：「Park Pay」APP 让停车更便利，注册时也能获得点数；还有口罩供需查询的连结，是购买防疫口罩的好助手，另外也可捐点数做爱心！至于「点点优选」则精选速食餐饮、生活购物、咖啡甜点、休闲娱乐及 3C 电子产品等商品，提供大家选兑礼物，「热门兑换」中，我最喜爱兑换便利商店的咖啡或折价卷，方便且实用。（远东新世纪／王传如）



从2019年消费动态 思考未来市场布局

天下创新学院提供

新冠病毒疫情持续蔓延，对于未来经济和消费市场的冲击不容小觑，此刻正是停下脚步，思考如何锻造新一轮冲刺的最佳时机。GO SURVEY发布了「2019消费速报」，分析消费市场的景气与趋势，期望能借镜2019年，为企业找到新的思路，掌握新的市场布局。

为了解消费大众对大环境经济景气、就业情况与个人财务状况的感受和看法，GO SURVEY自2019年起，透过线上调查，即时掌握最新消费场景气与趋势。

「2019消费速报」调查了民众目前主要担忧的生活市场议题和家庭开支的增减项目，并且深入分析以往消费者较偏好使用的实体和线上通路，以及主要购买的食物和非食品品项。现在，就让GO SURVEY带您一同回顾2019年，展望2020年。

于保守；反之，对于可控的个人和家庭经济状况则较乐观，偏向把钱财留在身边，追求小确幸的生活型态。

投资就业和经济物价环境在2019后半年逐渐升温，但2020年前期因新冠病毒的疫情冲击，影响扩及各个产业，当经济放缓，未来景气也会下滑。（图表①）

民众最担忧：

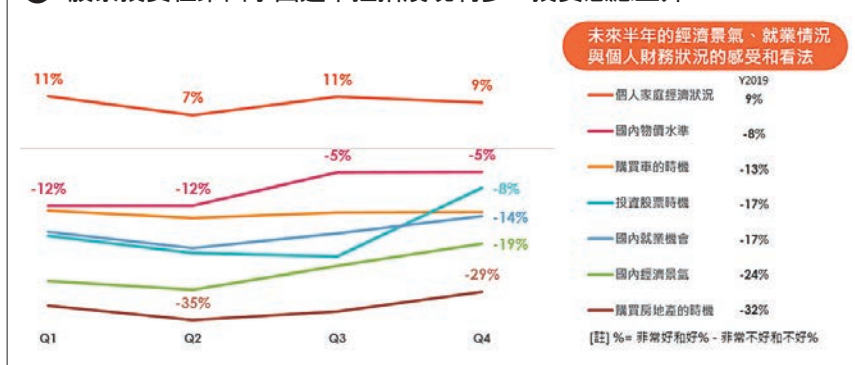
国家经济、物价上涨、总统大选

当问及未来半年最担忧的议题时，国

民众对个人或家庭经济状况较乐观

整体来说，消费大众对于国内经济景气看法较为悲观，对大型投资（如购买房地产）趋

① 股票投资在第四季因选举拉抬展现利多，投资意愿上升



家经济 (30%) 排名第一，紧接著是物价上涨 (24%) 和 2020 年台湾总统大选情势 (19%)。

由于中美贸易战情势多变且影响层面广泛，国际经济情势

在 2019 年始终为大众关注的议题；而总统大选结果牵动台湾未来的政经局势，因此随著 2020 年大选接近，在 2019 年下半年，民众的担忧程度也逐步加剧。

进一步观察 2020 年 1 月份的调查结果，民众对新型冠状病毒（武汉肺炎）的担忧程度已上升到第二名，遭受波及的产业范围广泛，对于未来经济发展和消费市场的冲击不容小觑。（图表②）

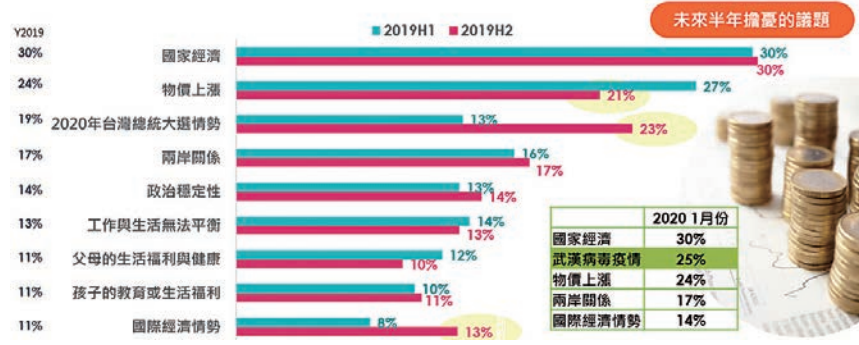
下半年家庭开支上涨 4%

外食为增加主力

调查结果显示，超过 6 成民众在 2019 年的开支有增加，只有约 1 成民众的开支是减少的；其中，外食、水电瓦斯、房贷、保险和信用卡是主要增加开支的项目；而休闲娱乐、服饰配件和 3C 商品则是主要减少开支的项目。

由于上班族外食机率高，加上现代人愈来愈会享受生活，许多人在周末选择上馆子、品尝美食，这种趋势也使得「外食」

② 今年 1 月，新型冠状病毒引发的担忧程度上升到第二名



支出成为家庭开支增加主力，也反映出国人的饮食消费习惯确实有所改变。随著疫情升温，餐饮业者可思考如何保持美食的品质与安全性，抓紧外食趋势的同时，以更好的商品扩大商机。

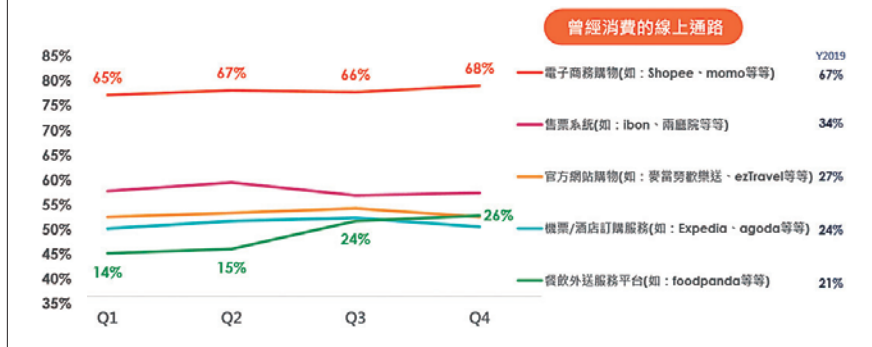
购物中心消费稳定提升

下半年餐饮外送平台崛起

你知道在 2019 年，民众使用最多的实体通路消费有哪些吗？调查结果显示，占据榜首的是便利商店 (79%)，接下来依序是量贩 (74%)、百货 (69%) 和超市 (69%) 通路。深入观察实体通路每季的消费概况可以发现，百货和购物中心的消费力在 2019 年呈现稳定成长，而量贩超市消费则是呈现下滑趋势。

在线上通路的调查方面，电子商务购物 (67%) 是民众 2019 年主要线上购物通路，消费力在第四季因双 11 促动而微幅成长。值得注意的是，餐饮外送平台消费力在 2019 年第三季迅速崛起，且在第四季

③ 餐饮外送平台消费力在第三季迅速崛起，第四季持续上扬



持续上扬。随著外送服务的普及率增加，民众更熟悉、更常使用这项服务，餐饮外送平台已逐渐成为现代人日常生活中不可或缺的消费通路。（图表③）

建议百货业者未来可善用餐饮、超市和电影来吸引消费者到店，并借由行销活动带动顾客到非食品类商家消费。

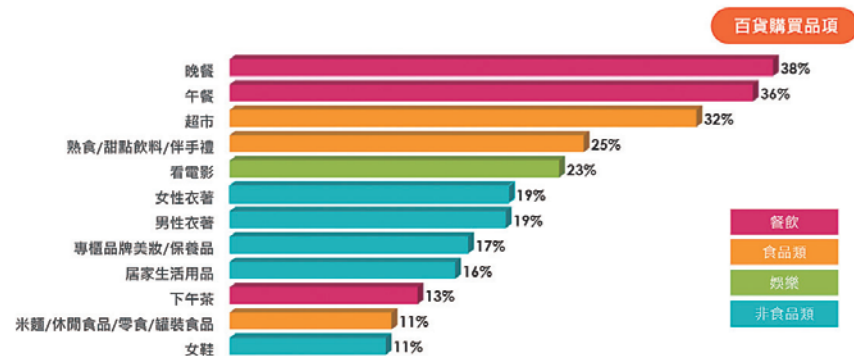
进一步观察每季消费趋势，可以发现百

货周年庆档期带动了晚餐、女性衣著和专柜美妆保养品在第四季的业绩；而男性衣著和男鞋则是在第二季和第四季的两大档期推动下，达到了业绩高峰期。（图表④⑤）

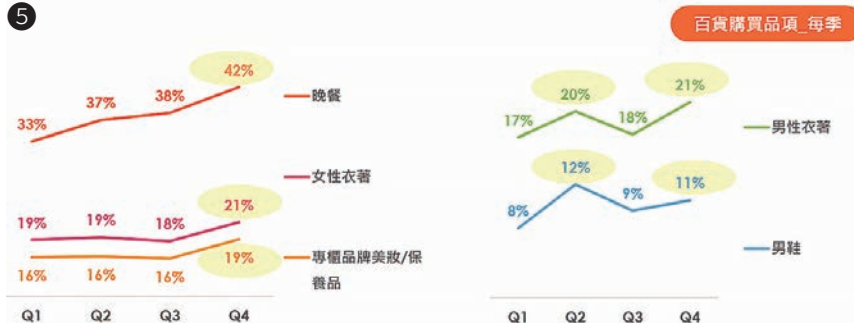
百货公司主力品项：餐饮、食品、电影、男女衣著

在 2019 年，百货和购物中心的消费力呈现稳定成长，但是，民众到百货公司通常会购买哪些品项呢？首先，主要是用餐，不管晚餐或午餐，毕竟民以食为天，用餐可说是每个人的必要支出；其次依序是逛超市、买熟食和甜点、看电影，以及购买男女性衣著。这些都是民众到百货公司的主要消费项目。

④ 百货周年庆档期带动了晚餐，女性衣著，专柜美妆保养品业绩



⑤



量贩超市主力商品： 冷藏生鲜、卫生纸、 水果蔬菜

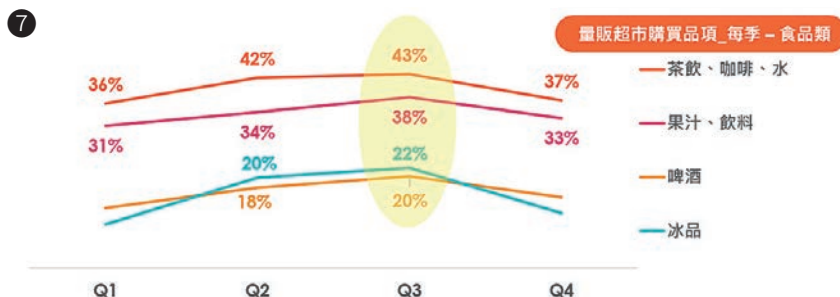
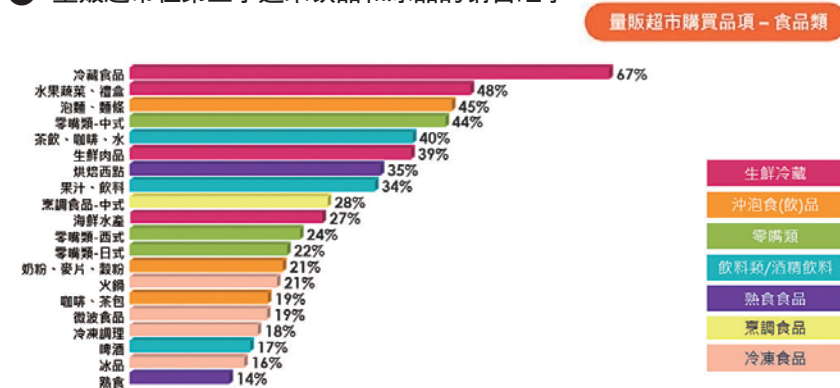
民众在量贩超市消费品项方面，生鲜冷藏、冲泡食饮、零嘴和饮料为主要吸引消费者的食品类品项；而卫生纸、家庭清洁、个人清洁和女性卫生则是主要吸引消费者的非食品类品项。除此之外，第三季也是量贩超市饮品和冰品的销售旺季，除了

前述品项之外，满足季节性消费需求的饮品和冰品也带动了不少业绩。

「销售品项搭配销售旺季的经营规划」将会是零售业者在 2020 年的重要课题，必须有通盘的规划策略。（图表 6 7）

综合前述的调查结果，我们可以发现，2019 年个人／家庭经济持乐观态度，投资趋于保守，家庭开支呈增加趋势，外食和外卖的消费力道强劲！但 2020 年武汉肺炎对经济和消费市场冲击不容小觑，

⑥ 量贩超市在第三季迎来饮品和冰品的销售旺季



如何应对消费市场的「全面急冻」，将是零售业者的重大考验。

2019 下半年餐饮外送平台崛起，展望 2020 年，餐饮外送平台消费商机升级，与外送平台业者合作，是零售业者可考量的应变方案。借镜 2019 年，零售业者可善用主消费品项吸引消费者到店，并多利用档期热销商品带动业绩，同时针对行销大档期挑选季节性商品操作，预期仍能带动 2020 年的销售高峰。



详细图表请见
《远东人》官网

※ 调查说明：「消费市场趋势调查」为 GO SURVEY 市场研究顾问於 2019 年起，在 GO SURVEY 平台上每月执行线上网路调查，每月皆回收 600 ~ 800 份样本，持续追踪 12 个月，总共回收了 8,832 份样本，受访者条件为 18 ~ 70 岁，且过去一个月有在百货、量贩、超市或线上平台消费的 HAPPY GO 卡友。

消费生活型态趋势大解析

集团综效暨零售规划总部

新型冠状病毒疫情无疑为2020年投下一颗震撼弹，不仅快速改变民众消费行为及心态，更大幅挑战零售产业的应变神经元。本文就东方线上消费者研究集团举办的「2020生活型态趋势研讨会」，及其后续针对疫情所做之调查进行趋势解析，高度变动下，唯有掌握消费者需求才是致胜之道。

变动装显的消费，CP 值再定义

打破近年认为「消费者就是追求价格CP 值」的认知，东方线上蔡鸿贤执行长指出，过往近 51.6% 的民众追求 CP 值，现仅剩 40%，其他人转而追求品牌、特殊体验及丰富的生活型态（如：价值观认同），但不代表消费者对价格不再敏感，而是对 CP 值重新定义。85% 的消费者认同商品价值不只是物品本身，还包含整个购物流程，其带来自由、便利的生活体验就是新价值，包含可方便取得、方便放弃、方便交换、方便升级，品牌应该在消费者购物决策中，即时提供他们使用前、中、后所有场景的服务。

政治大学企研所教授别莲蒂更进一步以东方线上的调查资料做分析，点出四大消费公式正在崛起：

1. 等待时机的狩猎消费

多年通路价格战的训练下，消费者已渐渐熟悉其中套路，进而养成在最佳时机入手的消费模式。以双十一档期来看，过半数消费者（52%）会如猎人般「守株待价」，等候定时定点的价格下杀，因而使平均消费金额与计画相差无几的「理性狩猎者」就占了 80%。

2. 快速见效的皮相消费

消费者对健康的重视及外貌的追求都呈现新的高峰，在保养上的消费比例高达 96%，其中男性更是成长主力，对外表完全不重视的男性比例已来到近年最低点 [30.3%]，健身房呈现急速扩张，较去年同期增加 138 间，显见消费者愿意投注更多心力在健康及外表上。

3. 信任品牌的省心消费

消费者重新拥抱「品牌价值」，不



与虚拟间游走，到2019年已提高至39%。若从贩售通路来看，便利商店及超市对食品、饮料的贩售占比高达九成以上，网购只有不到0.5%；但家电品类的网购占12.7%，便利商店及超市却连0.5%都不到，显见消费

论是家电类、生活用品类、美妆产品类均显著回温，部分产品线的知名品牌影响力甚至达到新高点！

4. 尝鲜跟风的快闪消费

不同于早鸟或晚鸟的消费者，跟随流行的一般消费者逐年增加，其中更以食品饮料类尤为显著，相关品牌大幅加速新品开发，以联名、新包装、副品牌等方式吸引消费者，使一般消费者比例从26%大幅上升至36.4%，跟风趋势显著，同时也提高了商品蜜月期渐短的风险。

虚实混合的通路选择

东方线上苏湘婷总监则透过电子发票资料，发现虚拟与实体购买者重叠率逐年提升，从2016年仅25%消费者在实体

者对不同通路有明显的选择差异。

●期待实体通路是贩售体验的娱乐场所

别莲蒂教授亦指出，「更少去百货」的消费者比例从34.7%上升到36%，虽然看似悲观，但细究其花费，为了电影院、游乐场而去百货的消费者比例增加，反而以往的消费主力——保养品、化妆品等变动不大，显示实体通路的意义正在转变，百货不再只是贩售商品的场域，而是贩售「快乐和刺激体验的娱乐场所」。

远东集团综效暨零售规划总部李静芳执行长指出，全球知名的高知特顾问公司（Cognizant Technology Solutions Corp.）将体验式零售分为四种类型：沉浸型（Immersive）、便利型（Convenient）、群体型（Communal）、策画型（Curated），

远东零售集团致力提供消费者最佳的体验式零售，如板桥大远百以沉浸式体验为初衷，重现威尼斯场景；自建零售 APP 亦是符合消费者的便利型体验需求；此外，city' super 打造厨艺教室，以群体型体验满足消费者；远东巨城购物中心定期举办各项实体活动则是策画型体验的经典案例，甚至在巨城的经验中，不论 Vocal Asia Festival 还是耶诞点灯等大型活动，均能有效提升业绩，平均可带来 6~9% 的贡献，足见迎合消费者对体验的需求，是提升销售绩效的良方。

●渴望虚拟通路能一站式购足

消费者越来越期待能在电商上完成一站式购足，且由于网路公开透明之特性，也因此养出一批对价格高度敏感的消费者，别莲蒂教授补充道，消费者快速打破几年前正夯的多萤多屏概念，单用手机购物的消费者占 62%，且有历年增长的态势，手机已经成为消费者掌控生活的主要设备，相关介面及内容的优化更是至关重要。

苏湘婷总监表示，若就 PChome 及 momo 两大龙头电商的过往资料做进一步分析，发现两者受众有明显区隔：PChome 的男性顾客显著较多，且近 83.1% 的消费标的均为资讯 3C 产品，故客单价较 momo 高出近千元；momo 则

是贩卖类别多元，且在储值卡、餐券等品项上胜于前者，显示即使是电商通路亦有所区隔。

东方线上也特别就此次疫情发起网路调查，发现 2020 年 2 月份曾透过电商平台购物的人数比例已达 87.9%，与电商的年度盛事——双 11、双 12 档期相当类似。显示疫情已让原本不熟悉网路购物的消费者，愿意尝试网路上浏览、订购与交易，也强化原本会网购的消费者在网路购买产品的多样性与频率。

●虚实整合的迎战策略

随著消费者购买情境虚实并用的现象逐年成长，品牌、零售商对于线上、线下整合的策略势在必行，而新型冠状病毒的来袭，使实体通路面临更严峻的考验，也加速了实体通路在电商、外送等服务的进程。在一指掌控的单萤趋势下，李静芳执行长指出，虚实整合的决胜点将在零售 APP 所培养的顾客黏著度！除了逐渐向手机靠拢的消费者习性，其变现关键在于能培养异常忠实的粉丝，应透过消费者每天接触最多的手机作为虚实整合的核心。以远东集团为例，APP 会员较一般客户黏著度更高，消费人单也大幅超过一般会员，更注重权益并关注促销活动，只要透过有感的优惠导流、专属讯息推播、分群主动派券等，都能促升 APP 开启率，形

成正向循环。有使用 APP 的 Happy Go 卡友年消费力更高于整体 1 倍，而使用 Happy Go PAY 行动支付交易的会员，消费力亦是一般卡友的 5.2 倍；除此之外，APP 也为 HAPPY GO 带来更多年轻客群。

面对疫情，消费者将更加敏感

新型冠状病毒疫情在全球肆虐，严重冲击民生消费、金融股市以及各大产业，依据东方线上进行的新型冠状病毒市场调查发现，台湾消费者在面对重大议题时，产生四大现象：

● **资讯急迫，但求证不足：**消费者对于资讯的需求恐急（更依赖即时更新的电视及新闻媒体），但亦凸显在资讯求证上尚属不足。

● **狼烟式的迅速反应：**与这几年台湾的消费趋势相同，「一窝蜂、狼烟式反应」的状况在面对疫情时更加明显，越来越多的消费者以更快速的行为来面对听到的资讯，尤其看到周遭的人采取类似动作，就更容易造成抢购、囤货、减少造访通路的情况。

● **精明消费，产品功效需检附证据：**消费者对于产品挑选日益精明，品牌须出示可证明功效的证据，如标章规范、材

质、产地等等；另外，对于价格的关注度亦高于以往。

● **85% 消费者采取对应作为，60% 消费者有库存评估心理：**品牌或通路商应把握相对应的市场破口，提供消费者对于产品使用方式与库存水准的评估方法。

总体而言，虽然受疫情影响，消费者短期内出现狼烟式的消费模式，但长期来看，消费者在价格上已不再只追求商品的 CP 值，而是自由、便利、独特的购物流程与体验，也渐渐习惯于虚实体间重叠选择通路。另一方面，新型冠状病毒的疫情，也促使实体通路迅速加强线上服务的整合。李静芳执行长提醒，不仅上述价值、体验、O&O 串整等是关键，做为消费者旅程最后一环的「支付」亦不可忽视，尤其能跨平台串接数据的行动支付，已越过年龄界限，逐渐走向普及，未来唯有从会员、点数、支付、数据的跨业平台串接，才能发挥最大价值。李静芳执行长同时也呼吁，在避免疫情冲击而祭出短期因应措施的同时，品牌与业者也应借机审视目标消费群众的需求，与自身的竞争价值与迅速反应能力，以建立永续经营之基石。

实用职场英文： Likes, Dislikes, and Preferences

EIE 美语提供

不论在职场或是社交场合，我们都希望自己能流畅的表达己见。本期英文小教室将为您示范，如何适当又准确的表达自己的喜好。

一、透过差异性表达喜好

在日常对话中，适当的「表达喜好」，能帮助对话顺利进行，因此常用 likes 来表达「特别」的偏好，强调个别的差异性，激荡出更多的话题，不过，若是喜好的事物不够特别，不足以看出差异性，反而会影响谈话的效果喔！

●差异较低的例子

I like delicious food. (我喜欢吃美味的食物。)

I like to laugh. (我喜欢笑。)

I like to sleep. (我喜欢睡觉。)

上述例子中，美味的食物、爱笑、睡觉休息等，是大部分人都喜欢或需要的，过于广泛，也不够具体，无法产生个别差异性，容易在社交中变成「句点王」。

●差异性较高的例子

I like to dance. (我喜欢跳舞。)

I like going to the beach. (我喜欢去海边。)

I like Italian food. (我喜欢义大利餐。)

上述例子能具体表达出自身的喜好，在社交中展现自己的特点，也可顺利让话题延伸。



温馨提醒：避免台式英文

「我很喜欢巧克力」该怎么说？

1. {  } I very like chocolates.
2. {  } I love chocolates.
3. {  } I like chocolates very much.
4. {  } I very much like chocolates.

(较英式的用法)

英文不会以 very like 来表示非常喜欢，可以用简单的 love 或 very much 来陈述。

二、表达偏好

在商务社交或首次见面的场合中，不适合使用过于极端的字眼来表达喜好，较常使用 prefer 或 rather 来代替 dislike，说明自己对某些事物不甚喜好。

●错误的说法

I don't like coffee. (我不喜欢喝咖啡。)

I dislike coffee. (我讨厌咖啡。)

●正确的说法

I prefer water/tea/orange juice. (我比较喜欢水／茶／柳橙汁。)

I would rather to have a meeting today, if that is ok. (如果可以，我宁可今天进行会议。)

Scenario 1 : After a business seminar (情境一：商务研讨会之後)

Mark : How do you like the seminar? (你觉得这次的研讨会如何?)

Sabrina : It's very useful and informative. I quite like it. (资讯丰富且实用，我十分喜欢。)(quite= very, 非常)

Mark : I feel the same way. By the way, I'd like to grab a quick bite before heading back to the office. Would you like to come? (我也觉得。喔，对了，我想先吃一点东西再回公司，要一起来吗?)

Sabrina : Sounds like a plan. What's in your mind? (听起来不错，你想吃甚么?)

Mark : I'm thinking Thai food, what do you think? (泰国菜如何?)

Sabrina : Actually, I'm not a big fan of Thai food. It's a little too spicy for me. I prefer Italian food to Thai food. (其实，我不太热衷于吃泰国菜，它对我来说有一点太辣了。我喜欢义大利菜多过于泰国菜。)(not a big fan= not interested, 很有风度的表达婉拒)

Mark : Brilliant. I know a great Italian bistro around the area. Let's go. (好极了，我知道附近有一间很棒的义大利餐酒馆，我们走吧!)

Scenario 2 : Ready to Order (情境二：准备点餐)

Sabrina : Wow! What a great Italian bistro. Good choice Mark. (哇! Mark, 你真会选,

这真是一间很棒的义大利餐酒馆。)

Mark : You should try their Caesar salad to start with. (你应该先试试他们的凯萨沙拉。)(to start with= first, 一开始)

Sabrina : They all look good to me. I'll go with Caesar salad for now. (它们的菜看起来都好好吃, 我想先来一份凯萨沙拉。)

Mark : Their iced dripped coffee is recommended. (他们的冰滴咖啡也很推荐喔!)

Sabrina : I've already had two cups of coffee at the seminar this morning. I'd rather to have fresh juice than another cup. (在研讨会上我已经喝了二杯咖啡, 我比较想喝新鲜的果汁。)

Mark : Then you should try their passion fruit smoothie. (那你应该要试试他们的热带水果奶昔冰沙。)

Sabrina : That's it Mark. Let's take the order. (就是它了, 我们来点餐吧!)

Grammar (文法补给站)

● prefer 的用法

1. 表达比较喜欢某件事物 = **prefer** + 名词/不定词或动名词

Example:

In the afternoon, I **prefer** tea. (下午时段我比较喜欢喝茶。)

Actually, I **prefer** having Americano in the morning. (事实上, 早上我比较喜欢喝美式咖啡。)

He **prefers** to work in a team. (他比较喜欢在团队里工作。)

I **prefer** taking/to take a job with flexible working hours. (我比较喜欢具有弹性工时的的工作。)

2. 做两个事物的比较 = **prefer A to/over B** (A 和 B 都为动名词或名词)

Example:

He **prefers** tea **to** coffee. (他喜欢茶胜过咖啡)

I **prefer** Chinese food **to** Italian food. (我喜欢中国菜胜过义大利。)

As for leisure activities, Johnson **prefers** playing guitar **over** playing basketball.
(提到休闲活动, Johnson 喜欢弹吉他胜过打篮球。)

● rather 的用法

1. 比较 A&B 的优劣顺序 = A **Rather than** B (放在前面的项目是较偏好的)

Example: In my opinion, it's easier to hold a teleconference today **rather than** to meet in person next week. (我的建议是, 今天召开视讯会议比安排下周再面对面会议更容易。)

2. 做两个事物的比较 = **rather A than B**

Example: He'd **rather** go to bed **than** watch the basketball game. (他宁可睡觉胜过看篮球赛。)

3. 宁可做某事 = **would rather** + 原型动词

Example: I **would rather** stay home on a rainy day. (下雨天我宁可待在家里。)

● prefer+ rather 的用法

表达喜欢 A 胜过 B = **prefer to A rather than B** = **would rather A than B** (A 和 B 都为原型动词, 不过 **would rather A than B** 的口气更接近「宁愿做某事也不要做另一件」)

Example:

Douglas **prefers** to go hiking **rather than** play video games. (Douglas 喜欢去爬山健行胜过玩电玩。)

Douglas **would rather** go hiking **than** play video games. (Douglas 宁可去爬山健行也不要玩电玩。)

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)



更多的英文
课程资讯



免费英文
课程体验

疫情来了 亚东工业（苏州）抗疫大作战

亚东工业（苏州）／陈媛

自2020年1月，新型冠状病毒肺炎疫情日渐严重，苏州市政府连续出台多条政策，亚东工业（苏州）即时关注，及时跟进。自上而下，全员团结抗疫，确保公司持续生产。

1月21日发布疫情讯息后，亚东工业（苏州）即宣导全员执行世界卫生组织 WHO 防疫举措，启动防范新型病毒应急预案，开始筹备防疫物资，并追踪掌控所有员工离苏／返苏动向；随著1月26日苏州政府宣布疫情防控全面升级，公司也加设各专项工作组，全方位开展防疫工作。1月30日获吴中化工园区首批持续生产许可，翌日公告本公司《新型冠状病毒肺炎期间复工管控方案》，实行人员分类分级管控，建立各事业群、厂处、科组网格化联络视窗，落实疫情防控。

2月2日起，防疫管控再升级，严格执行人员不得聚集，并关闭员工餐厅，分散就餐，其后更开放自有远程办公平台，以保障生产、防疫快速反应，同时增设堡垒机137人次。2月6日本公司企业微信端「健康上报」板块上线，e化申报行动轨迹。不料，2月7日突发疑似病例，随

即将区内及宿舍区内全体人员就地隔离，由吴谟吉总经理统筹指挥防疫应急小组应对，直至2月10日解除警报，获得全面复工批覆，同日发布《关于防疫管控作业的通知》，明确复工各项管控措施。2月11日全面复工，安环组特别建立复工专项工作小组，帮助员工返苏返岗。

在疫情的阴霾下，全体同仁携手抗疫近两个月，在**防疫宣传**方面，利用微信、邮件等方式，全面进行疫情安全卫生宣传，并在厂内张贴海报。在**门禁管控**方面，设置5个体温测量点，所有人员戴口罩，测量体温合格方可入厂。在**人员管控**方面，通过软体系统管理员工疫情期间的活动资讯，为曾离开苏州的员工登记列册、追踪动线资讯，直至返城复工；并严格审核承包商、运输商、访客等外部人员的轨迹资讯、苏城码，避免病毒流入；员工在岗期间每日测量2次体温。同时，

工作期间用餐改用盒饭配送，避免人员聚集；行政楼采用室内红外热成像仪进行即时监测。在**环境消毒**方面，结合属地管理，在不影响生产品质的前提下，由责任人每天对各责任区域进行消毒擦拭、清理；公司、宿舍公用区域则由保洁人员每天消毒；餐厅、公务车等特殊区域由餐厅工作人员、司机每日消毒。在**宿舍防疫管控**上，设置隔离间，提供返回苏州的人员隔离住宿，并由总务协助送餐上门。而在**防疫物资筹备**上，由安环科负责采购体温计、口罩、一次性乳胶手套、消毒液、医用酒精等防疫物资，满足人员配备。

疫情并没有让我们放松对安全生产的管理，各科室加强了消防安全、化学品安全的自检自查，做到零事故。这段期间，总计 160,000 余次的体温监测；3,100 余次电话／微信密切联络关怀员工；投入超过 65,000 份口罩、8,000 副防护手套、1,000 多公升的消毒液及消毒酒精、30 支红外线额温机及热成像仪等员工防疫物资，以及 2 月 2 日起，不间断的供应抗疫爱心便当……。这些数字代表亚东工业（苏州）全体同仁果敢的魄力，使命必达的决心，快速高效的执行力。

如今警报尚未完全解除，亚东工业（苏州）仍将与地方政府保持密切联系，

及时调整疫情防控措施，为员工安全生产创造健康的环境。



後 记

在这场疫情中，各公司应急管理井然有序，从防疫物资的准备、厂区环境的消毒、人员的隔离、防护的规划等等，就是要把防疫做到零死角，让工厂运作、人员安全零风险。

这来自安环卫的坚持，而疫情期间，SHEF 小组专业的交流、防疫物资的支援共用、力量的凝聚，更充份展现远东精神，让人感受远东一家亲的情感。

在此特别感谢黄成军副总不时的提醒各公司，不仅要抗疫情，更要稳生产，不可松懈；还有所有配合公司运作管理的远东人，大家都是抗疫防灾的真英雄！（亚东工业（苏州）／陈俊钦）

投资新显学：ESG 投资术

远东商银／洪启智

您是否常在超市的冷藏柜前，犹豫不决到底应该买A品牌或B品牌的鲜奶？这时驱动您最终决定的关键因素会是什么呢？是价格？口感？或者CP值的高低？相信绝大多数的民众在购买商品时，会优先考量对这些品牌的熟悉度与认同感，尤其这个品牌带给一般大众的形象是什么，如果形象正面，很可能就会买单，反之，就会放回架上。其实，不只是民生消费，连「投资」也讲究形象，本期将带您了解现在最热门的「ESG」！

品牌的形象并非能在短期内建立起来，近年来有愈来愈多公司，纷纷投入资源，希望扭转社会大众对公司的负面印象，或是积极打造公司的品牌形象。这些投入的资金通常无法在短期内看到直接且可量化的成效，但为何这么多企业仍然坚持要提升这种「无形的能量」？

基本面指标是标配，
加上 ESG 指标才够看

身为一个投资人，以往我们大多只关心一家公司的财报表现如何、每一季度赚了多少钱等基本面的指标，然而，若只观察财报数据，很可能产生投资上的盲点，例如：我们看不到雇用童工或非法劳工的公司、使用黑心原料的公司、对环境造成极大影响的公司。一旦这些负面消息



图一

见报，地雷也会跟著一起炸开，对于投资人的投资绩效通常会有很严重的影响。

另外，现今消费者在购买商品时，并非以绝对的价格做为唯一考量，因此消费者对公司品牌的信任感很重要。而这些正向的社会观感应如何建立呢？简单来说，可以透过三大指标来证明企业有没有朝正确的方向努力，分别是 **Environmental**

（环境议题）、**Social**（社会责任）及 **Governance**（公司治理）的「ESG」指标，主要是较为「质化」、「人性层面」与「环境保育」的诉求（相关项目可参考图一说明）。

全球投资机构奉为圭臬的责任投资原则

其实类似的概念早在十多年前就由联合国责任投资原则组织（UN Principles for Responsible Investment, PRI）提出，该组织成立目的是为鼓励和支持投资机构，在进行每一笔投资交易前，利用 ESG 相关指标，好好检验投资标的是否符合门槛。自 2006 年联合国发起「责任投资原则」以来，ESG 投资在全球迅速普及，如今全球签署「责任投资原则」的投资机构数已超过 2,500 家，总管理资产规模约 85 兆美元，显现全球投资市场愈来愈重视 ESG 相关议题，以下列出责任投资原则声明书中的 6 大投资原则：

1. 将 ESG 议题纳入投资分析及决策制定过程
2. 积极所有权的行使，将 ESG 议题整合至所有权政策与实务
3. 要求所投资之企业适当揭露 ESG
4. 促进投资业界接受及执行 PRI 原则
5. 建立合作机制强化 PRI 执行之效能
6. 报告执行 PRI 之活动与进度

ESG 评分高的公司， 长期将有较佳的投资报酬率

回归到投资的本质上，企业营运的目的不外乎赚钱获利，投资人的目的当然也一样，企业有赚钱，股价才会涨。然而，投资人心中常有的疑问是：ESG 评分高的公司，是不是花了很多不必要的资金？这些增加的成本难道不会使企业获利下降？关于这类型疑问，已有许多国外投资或研究机构进行调查，例如：高盛针对 ESG 议题指出，市场已经愈来愈有共识，整合企业的 ESG 因子与公司长期回报率有很大的正相关，并且可以产生超越大盘的绩效。指数编制公司摩根士丹利资本国际（MSCI）以 100 家公司为研究对象，进行了一系列量化分析后也发现，过去 5 年中，ESG 评等较高的公司，其平均资本投资回报率也更高。财星杂志（FORTUNE）也提到，标准普尔 500 成分股当中，ESG 综合排名前五分之一的公司，其股价表现，比最底端五分之一的公司高出了 25%，对于投资大众来说，可谓是不小的差距。

企业善尽永续经营责任， 打造投资正向循环

企业努力朝永续发展经营的例子不胜枚举，例如：全球知名运动大厂 NIKE 曾在 1990 年代，因代工厂商雇用童工和



剥削劳工，遭美国人权团体和消费者抗议，NIKE 因此制定了商业行为准则，规范海外代工厂作业程序与相关规定必须符合公司的标准，同时也进行风险管理。无独有偶，网路零售商巨擘亚马逊，2013 年也被爆出在德国的仓库和出货中心宛如血汗工厂一般，劳工不仅工时长、工资低、食宿环境亦不佳，消息一出，许多民众纷纷抗议抵制亚马逊，德国政府也因为该起事件要求亚马逊作出解释，逼得亚马逊只能在第一时间出面强调会深入调查，并且不容许任何歧视劳工的行为，相关风波才因此平息。由以上案例可知，坏消息对公司影响有多大，维持正面声誉更是何

等的重要。

敦促企业朝永续经营的方向前进可以从你我开始，从拒买雇用童工所生产的衣服、拒买使用黑心原料所制作的食物、拒绝使用生产环境不人道或具高污染特性公司的商品开始，就是我们对这个社会所作出的小小贡献。投资上的行为也可以采取类似的方法，选择 ESG 评分较高的公司，长期下来，一定能获得投资人与消费者的青睐，进而反映在获利表现与股价上，形成消费者与企业共好的正向循环。从现在起，让我们翻转消费行为、改变投资思维，一起当个 ESG 投资人吧！

挥别妇女尿失禁

亚东医院妇产科病房主任／吴文毅医师

许多妇女在咳嗽、打喷嚏、跑步时，曾有漏尿的情况，或是急著去上厕所时，憋不住而漏尿，这些情形都有可能是尿失禁。



亚东医院妇产科病房主任／
吴文毅医师

所谓尿失禁，即是不自主的有漏尿情形。根据统计，约三分之一的女性有尿失禁的困扰，且年纪愈大，发生率愈高。女性先天尿道较短，又可能经历生产时的产道损伤，造成支撑膀胱颈构造的松弛、断裂或萎缩，加上停经后荷尔蒙缺乏，导致尿道黏膜组织萎缩与骨盆松弛等，都是诱发或加重尿失禁的危险因子。

尿失禁虽然不至于威胁生命安全，却往往会造成患者心理上、生活上及健康方面的困扰，包括：皮肤、尿路感染、焦虑、睡眠中断、缺乏自信、社交隔离、个人卫生困扰，进而影响生活品质。有的病人连包著卫生棉都不敢出门，永远穿著深色裤子，因为害怕尿渍渗出来，也怕旁人闻到尿骚味，社交生活因此中断。



许多人对尿失禁有不正确的迷思，例如：尿失禁是老化的一部份、尿失禁是女人必经之路、尿失禁是生产后的正常现象、尿失禁垫护垫即可…等，导致尿失禁妇女延迟求医的时间。台湾 40 岁以上的女性，大约每 4 人有 1 人患有尿失禁，患者人数高达 100 多万人左

右，却有 8 成患者未就医。其实，尿失禁是可以治疗的，也不是女性必然的宿命。目前治疗的方法相当多，只要经由适当的检查，找出尿失禁的成因，再透过适合的治疗方式，大多会有不错的效果。

尿失禁的种类

- **应力性尿失禁**：当病患的腹压上升，如咳嗽、打喷嚏、提重物、跳跃或大笑时，发生漏尿的现象，是最常见的妇女尿失禁种类。

- **急迫性尿失禁**：当有尿意感时，还来不及到厕所就尿在裤子上，常会造成频尿或急尿。

- **混合性尿失禁**：包含应力性及急迫性尿失禁两种情形者。

- **满溢性尿失禁**：因长期憋尿或神经病变，导致膀胱容积变大且缺乏张力，膀胱过度膨胀，压力大于尿道压而漏尿，常发生在严重的糖尿病患者身上。

- **恒漏性尿失禁**：整天不停漏尿，常发生在尿路 管或尿道组织严重受损的病人。

- **暂时性尿失禁**：通常发生于急性膀胱发炎的患者，只要针对感染原因加以治疗即会痊愈。

下列几种情形的人比较容易发生漏尿：

- 多产或难产而造成骨盆肌肉伤害：阴道自然生产可能造成骨盆底肌肉神经伤害，导致骨盆底筋膜薄弱或断裂。

- 更年期或停经以后的妇女：因更年期后缺乏女性荷尔蒙，造成阴道和尿道的黏膜萎缩老化，使尿道发生闭锁不全。

- 肥胖的妇女。
- 长期有呼吸道疾病，如：气喘、咳嗽等。

尿失禁的治疗方法

●非手术治疗

非手术治疗的方式除了药物治疗，还包含以下治疗方式——

- ◇ **骨盆底肌肉运动（凯格尔运动）**：就是提肛运动，缩紧臀部，紧闭肛门，好像要忍住大小便一样收缩。简单的说，就像是排尿到一半，突然把尿憋住的动作。这个动作必须持之以恒，至少持续三个月不间断，以增强耻骨到肛门附近的肌肉群来改善尿失禁。对于轻、中度压力性尿失禁有效，可借由主动式的收缩阴道、尿道旁的肌肉，强化整体骨盆底肌肉的强度。

- ◇ **生理回馈辅助骨盆底肌肉运动疗法**：利用生物回馈仪，将肌肉的收缩用视觉的方式表现，使患者能直接从监视器的萤幕上看到曲线、数字或声音变化，学习如何控制骨盆底肌肉收缩，进而增强骨盆肌肉对尿道及膀胱的支撑力。



●手术治疗

若是非手术治疗无法改善，或是属于中重度尿失禁病患，可以用「无张力阴道吊带手术」来治疗，将一条宽约 1.1 公分的人工合成束带置于尿道中段，不会增加尿道内的压力，当患者腹部用力时，还能适时提供尿道的拮抗作用，形成尿道中段弯曲，阻止尿液失禁。这属于侵袭性小的微创手术，伤口小，手术时间短，住院天数也很短，且成功率高达 90% 左右，手术五年后的成功率仍高达 85%。近几年发展的单一切口尿失禁手术，只有一个阴道内侧 1.5 公分

的伤口，体外没有伤口，也不用拆线，疼痛感极低，患者恢复很快。

在很多人的观念里，尿失禁是一件羞于启齿的事，因而讳疾忌医。现今国人平均寿命高达 80.7 岁，不但要活得久，还要活得好，为了提高生活品质，民众应更重视尿失禁的问题。呼吁有此困扰的民众，早日寻求医师的协助，配合医疗处置，尽早获得改善。

◇ **电刺激或磁波治疗**：利用外加磁场产生电流或直接用电流刺激，使骨盆底肌肉组织产生不自主收缩，让逐渐无力的骨盆底肌肉变得强壮，以改善尿液渗漏。

◇ **雷射治疗**：利用雷射光转化成热能，促进黏膜层胶原蛋白和弹性纤维重组再生，改善骨盆底肌肉张力。治疗时间仅 15 分钟，也不需麻醉，通常一个月后就能感受到效果。

护环境、顾健康 蔬食一夏

远东百货／郑嘉蕙

五月迎接母亲节，夏季的脚步也到来，让我们爱护大地之母——地球，同时兼顾妈咪和一家大小的健康，一起尝尝「蔬食」吧！

随著养生观念盛行，世界各地都在积极推广蔬食，借由少吃肉表达对健康与环境的关怀。不过，纯植饮食并不会牺牲享受美食的权利，只要在料理手法和搭配上多加用心，美味的程度绝对超乎您想像！

蔬食 Q&A

提到吃素，对蔬食陌生的人难免会有许多问号，本期有请远百板桥中山店「果然汇」行政主厨邱珈霖为大家一一释疑。

Q：蔬食的定义？ | **A：**蔬食非素食，所谓蔬食就是不含肉类，但会用五辛，包括：葱、蒜、韭菜、洋葱、薤（芥小蒜）加入料理，换言之，吃蔬食就是选择「植物制造」的食材，包含「未来肉品」——全素植物肉。

Q：采购蔬食要注意什麼？ | **A：**采购首重当季当令蔬果，避免提早上市的蔬果有肥料残留的疑虑。同时，新买的蔬果建议放在通风阴凉处几日，不要马上放进冰箱，有助于降低农药残量。每种蔬果的清洗方式不同，但仍以流水反覆冲洗为主要原则。

Q：料理美味蔬食的撇步？ | **A：**挑选当季新鲜蔬果食材自然鲜美。素食高汤要甘甜有层次，西式作法可以用红萝卜、洋葱、西洋芹熬煮；中式汤头则用玉米梗、蘑菇梗、香菇、白萝卜和大黄豆芽熬煮，熬煮时间约 30 分钟。不同的烹调方式，建议使用不同的油，兼顾美味和健康。至于生食沙拉则建议选择有机或无毒蔬菜，以过滤水反覆清洗。

Q：挑选蔬食餐厅如何不踩雷？ | **A：**精选在地当令食材、融合多国风味、提倡蔬食机能饮食、菜色丰富多元、环境宽敞舒适，菜色是全素、奶素、蛋素、五辛素，有没有含酒精、坚果等，都应标示清楚，此外，现点现做也是重要的关键。

Q：吃蔬食，蛋白质的摄取足够吗？ | **A：**蔬食料理中，不乏富含丰富蛋白质的食材，如：鸡蛋、豆腐、酪梨、波特菇、猴头菇、鹰嘴豆……等，不用担忧蛋白质摄取。

了解蔬食的优点之后，想要轻松、丰富素一下，不妨参考全台远东百货的健康提案：

健康提案一

「果然汇」春旬日尝

以春季食物的原味为本，交叠出多层次的美味。其中，「淮山短册」以日本分切蔬果的刀法，切成细丝状的日本山药，搭配腌渍梅肉、柚子皮及菠菜，利用特调昆布酱汁，让淮山更显美味。另一款时令精选「日式豆乳味噌锅」则特选信州辛口味噌，加入豆乳，以小火慢煮，搭配根茎类蔬菜、菇类，浓醇香咸。春季料理限期 5 月供应，建议售价午餐 538 元、下午茶 438 元、晚餐 638 元，另加收 10% 服务费。洽询专线：远百中山 11 楼，(02)2956-2888。



健康提案二

「翰林茶馆」鲜蔬葷菇锅

当季鲜甜蔬菜黄、绿、红，搭配白色系的金针菇、杏鲍菇、美白菇，盛装满满的健康美味，让您清爽没负担，心情更欢畅。建议售价 450 元，**集团同仁独家优惠平日 9 折，另加收 10% 服务费**。洽询专线：远百桃园 9 楼，(03)347-3159、新竹大远百 8 楼，(03)523-1372、台中大远百南栋 11 楼，(04)2255-7269。



健康提案三

「Café Grazie 义式屋古拉爵」义式主食

全素的「乐活蔬食炖饭」以黑胡椒、盐巴，带出蔬菜的清甜原味，适合各个年龄层。「季节蔬菜比萨」则运用营养价值高的台湾红藜，加上水果玉米、蔬菜制成酥脆薄皮比萨，让您一次吃到多种蔬菜，健康更升级。「乐活蔬食炖饭」建议售价 188 元，「季节蔬菜比萨」建议售价 178 元。洽询专线：远百嘉义 B1，(05)236-0337、台南大远百 4 楼 (06)236-1036。



备注：全文「优惠价」需要出示集团员工识别证，期限至 2020 年 5 月 31 日止。扫描 QR Code 看更多远东人专属优惠



防疫补偿每日 1000 元 照顾者也适用

远东新世纪／杨立莉

新型冠状病毒疫情持续延烧，卫生福利部依「严重特殊传染性肺炎防治及纾困振兴特别条例」第3条，于3月10日发布「严重特殊传染性肺炎隔离及检疫期间防疫补偿办法」，针对受隔离或检疫者及照顾者，发给每人每日防疫补偿金新台币1,000元，减轻相关民众的经济负担。

大应新型冠状病毒（COVID-19）疫情，确诊病患之相关接触者，或从疫区返国的民众，皆应进行居家隔离、居家检疫 14 天，期间须留在家中或指定地点，不得外出或出国，也不可搭乘大众运输工具。卫生福利部发布，如确认因新冠肺炎疫情影响受检疫隔离者，经卫生主管机关认定未违反隔离或检疫相关规定，就隔离或检疫之日起至结束之日期间，得申请防疫补偿金，每人按日发给新台币 1,000 元，且回溯至今年 1 月 15 日施行。

卫生福利部表示，因照顾「生活不能自理」之受隔离或检疫者，而请假或无法从事工作之「照顾者」，对整体防疫亦有贡献，只要符合资格，照顾者也可请领，但以一人为限，且若照顾者同为隔离者，仅能择一身分申请，无法同时请领。

社会救助及社工司苏昭如副司长指出，所谓「生活不能自理」者，包含以下

5 种情形：失能等级第 2 级至第 8 级之失能者、持有诊断证明书之失智者、国小学童或未满 12 岁之儿童、就读五专前 3 年级之身心障碍者、所聘外籍看护工经医师确诊罹患严重特殊传染性肺炎或其他因素不能提供服务，需改由家属照顾者。

指挥中心再次提醒，民众应落实手部卫生并做好咳嗽礼节。入境时如有发烧、咳嗽等不适症状，应主动通报机场及港口检疫人员，并配合防疫措施；返国后 14 天内如出现疑似症状，可拨打免付费防疫专线 1922(或 0800-001922)，依指示戴口罩尽速就医，并告知医师旅游史、职业别、接触史及是否群聚（TOCC），以利及时诊断通报。相关表单及疫情最新状况，可至卫生福利部疾病管制署查阅。



疾管署

（资料来源：卫生福利部、卫生福利部疾病管制署）

最美逆行者

亚东石化（上海）／施均

随著反攻新冠病毒的号角吹响，大年除夕夜，无数的白衣天使战士告别亲人，奔赴武汉前线，冒著随时可能被感染的风险，奋不顾身参与这场没有硝烟的战争。除了白衣天使，在这次疫情狙击战中，还有这么一群身影，在村居、在视窗、在医院、在物业、在学校、在家庭，走街入户，身躯单薄却又能量巨大，逆流而上，负重前行，其中就有一位是我亲爱的老婆。

身为一名基层工作者，老婆没有在疫情面前当个旁观者，反而冲锋在前、尽己所能守护家园，针对宅基（注）上的来沪人员发放宣传资料、入户登记；对于来沪人员进行资讯采集、测量体温；开展道路口登记、开具健康登记表、帮助居家隔离及自行隔离人员采购日常生活用品，登记及发放口罩等等，一个多月来，每天都是天蒙蒙亮就出发，直至夜色降临才拖著疲惫的身躯回到家中。

过年期间本该喜气洋洋，然而，热闹的商场、车流不息的马路、马不停蹄的走亲访友…等场景，都因为这场疫情变色了。商场里极为冷清，除了工作人员外，几乎没有逛街人潮；马路上只有零星几部车，家人朋友们只能靠手机短信、微信拜年祝福。大家待在家里，时刻关注著新闻或手机传来的消息，紧盯每天变动的罹病人数：确诊了多少人、被隔离了多少人、

解除隔离了多少人、外地哪里疫情爆发了、高速公路哪里封路了，每天跟著疫情的变化，心情上下起伏。老婆每天回家，都会和我们爷俩述说疫情前线的情况，例如：口罩短缺了，村民们都跑到村委会登记买口罩；防护服不够了，大家只能穿雨衣防护；一次性手套紧张了、耳温枪买不到……她们很累，却没有怨言；很苦，却依然微笑；很难，却从未退缩，无论情况多么复杂，办法总比困难多，阳光总在风雨后。正因为这些美丽的逆行者，在最险的关头默默守卫，舍小家，为大家，我们的生活才会更美好。

所有的小离别，终将迎来大团圆，在暖风醉人的三月，愿十里花丛，开到荼靡，更愿所有美好，都如期而至。

注释：

*「宅基」意指「住宅基地」。

复工第一天

亚东石化（上海）／顾玉涛

今天是2020年2月17日，虽然百年不遇的疫情依然如火如荼，我们仍迎来了复工上班的第一天，不知为何，感觉有点莫名的兴奋。

早上 6:00 的闹铃准时响起，将我从睡梦中叫醒。这种状况已经很久没有过了，对于年近半百的人来说，通常不需要闹铃，这都是闭关 20 多天惹的祸。

本应该从容处理好的琐事，今天却显得有点忙乱。临出门前，我特意检查了身份证、防疫用的出门证，并按照标准程序戴好口罩，还拽了一张面巾纸，准备用来按电梯按钮和开楼门。

出了楼门，社区里冷冷清清，几乎看不到和我一样上班的人，也没有运动的、带孩子玩的和遛狗的人，大家都严格遵守政府的要求，继续闷在家里。社区门口倒是比以前热闹不少，几位物业人员穿著防护服和制服，还有一辆城管的车，严阵以待的气势让人有点紧张。我赶紧找出身份证和出门证，规规矩矩接受查证，感觉自己像是从监狱里被放出来一样。还好，最

终顺利出了门。

上车第一件事就是刷手机，以前都看生产报告，了解工厂发生了什么事，现在增加了疫情报告和那些因疫情而产生的新闻。微信里有几百条资讯，最让我感兴趣的是高中同学微信群，里面有不少员警、法官和政府单位的工作人员，从去年十二月份起，群里就有人提到武汉疫情，可惜当时没有人理这个话茬，现在果然大爆发了。

由于这次疫情，我们认识了很多名字，如：钟南山、李兰娟、雷神山、火神山等，也学到了很多新名词，像是：封城、居家隔离、联防联控、硬核措施。不管个人还是国家，总得在遭遇磨难时，才能看清楚谁是真朋友，面对突如其来的疫情，有些国家倾力相助，送来最急需的口罩和防护服，有些国家却落井下石。今天全国

新增感染人数已经降到 2,000 例以下，上海只新增 2 例，似乎疫情已有好转，但国外却有点乱了套，「公主号」和「威士特丹号」在海上漂泊半个月之久，没有国家允许停靠，很是让人挂念；这几天检测出有感染病例的国家也越来越多，看起来是要全面爆发的前奏啊！

到了公司门口，只见人头攒动，警消小夥子们都穿上防护服，在门口搭设一个简易的棚子作为临时工作点，所有员工都要接受体温检测、消毒、考勤登录。虽然上班人潮集中，但是大家都有序排队，人与人之间的间隔维持一米以上。开发区还为每家企业配备一名政府工作人员，定点监督防疫工作。可能是我面相不合格，进门时，居然被要求刷二维码，手机里立刻跳出这段时间没有离开过上海的证明，这才被放行，心里不免感慨，现在做人一定要本分，行踪随时都被监控著呢！人群中还有几位奉贤电视台的记者来录制防疫专题节目，听说开发区和公司的领导都接受了采访，足见本厂的防疫工作做得很到位。

大家陆续进了门，除了口罩，再戴上安全帽和安全眼镜，彻底隐藏了真面目，只能靠身形来认人。来到办公室，阿姨已经提前一小时打扫和消毒完毕，我们立即按照「七步法」洗手，并将室内开窗通风

五分钟，中央空调不敢开，口罩全天不能摘，所有例行会议全部取消，部门交流全靠电话、微信和邮件，午饭也是各自在办公室解决，不戴口罩者禁止进入生产大楼，无关人员禁止进入控制室，各种防疫标志随处可见。原辅料的管理是近期最头疼的事，有缺货的、有车辆无法上路的、有运输人力不足的，每天都要向开发区上报和修改车辆和运输人员资讯，幸好所有问题最终都能得到解决。

我们厂区过年只有四人离开上海，其中三位今天已经复工，还有一位在宿舍进行为期两周的隔离，整支队伍算是完整，工作有序进行。疫情期间工厂能保持全量生产，得益于通讯方便，生产主管可从远端及时发现问题和指挥调度，不因居家办公而影响工作。复工第一天的主要工作就是巡视现场，也借机减掉这些天累积的赘肉。

好久没有对上班这么有激情了，但是我知道，这只是短暂的新鲜感，没有人会喜欢生活被打乱。好在拐点已经出现，相信在大家齐心努力下，很快就能恢复原本的秩序。想到这里就满怀期待，希望年前送到武汉工厂维修的关键设备能尽快返回，公司的年度拓展和关系企业的羽毛球赛都该开始筹备了……

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，只要以手机扫描右方的QR Code，即可轻松填答抽大奖！



本期题目

- 下列何者为远东新世纪「再生酯粒」的生产据点？【封面故事 · 循环经济全球布局 远东新世纪绿色能量爆发】
 - 日本
 - 美国
 - 台湾
 - 以上皆是
- 关于东联化学发展「循环经济」的具体作为，下列何者为是？【封面故事 · 产业与环境共荣 东联化学点废成金】
 - 取得台塑林园厂长期供气合约，有效为双方节能减碳
 - 开发「EC 制程含触媒重质液回收」绿色制程技术
 - 优化冷却水系统，每年可节省用电约 600 万度
 - 以上皆是
- 关于「妇女尿失禁」之叙述，下列何者为非？【生活情报 · 保健网】
 - 尿失禁即是不自主的有漏尿情形
 - 尿失禁只能靠手术治疗
 - 更年期后的妇女因缺乏女性荷尔蒙，较容易发生尿道闭锁不全
 - 提肛运动可强化整体骨盆底肌肉的强度，对于轻、中度压力性尿失禁颇有成效
- 关于「ESG 指标」之叙述，下列何者为非？【生活情报 · 财经网】
 - ESG 分别代表：环境、社会及公司治理
 - 投资人选择 ESG 评分较高的公司，就是与企业共好的正向循环
 - 企业的 ESG 因子与公司长期回报率并没有正相关
 - 全球目前签署「责任投资原则」的投资机构已超过 2,500 家

参加办法

请剪下 357 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，于五月十五日前掷回「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。

远东人月刊 357 期有奖徵答

姓名：
单位：
联络地址：

答案：1. () 2. ()
3. () 4. ()

356 期有奖征答得奖名单揭晓

单位	姓名	单位	姓名	单位	姓名
亚东百货	郭*雯	亚东石化	官*大	Top City台中大远百	韦*如
远扬营造	杨*月	亚泥花莲厂	赖*威	远东新新埔厂	李*府
远通电收	萧*芬	远百新竹店	徐*庭	远东都会信义店	叶*雄
远传电信	纪*渊	远百信义店	郑*宏	远东 SOGO 百货	张*玲
亚东医院	吴*霜	亚东技术学院	苏*亲	江西亚东水泥	李*熙

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！





⬆ 亚东技术学院与瑞芳高工合作执行跨校／跨科／跨领域的课程修习，并于成果发表会中，实作展示防疫小物。



⬆ 远东商银获财讯杂志「2020 财富管理大调查」——「最佳理专团队」、「最佳财富增值」及「最佳公益推动」三项殊荣，由林建忠执行副总经理（右）代表领奖。



⬆ 新冠病毒疫情持续升温，高雄大远百宣布正式启动防疫 2.0，加强员工自主健康管理及防疫宣导，提供民众安全无虞的购物环境。



⬆ 高雄大远百携手高雄市美浓区公所、美浓区农会，共同推广在地物产，并举办「揪爱稻美浓·爱心米大募集」公益认购活动，捐助安得烈食物银行。



⬆ 鉴于客家文化对于台湾发展影响甚深，元智大学通识教育特别新增「客家与台湾」课程，以自行车巡礼的方式带领学生实地认识客庄文化。

Tonia Nicole®

東 妮 寢 飾



遠 | 東 | 人 | 獨 | 家 | 禮 | 遇

凡以員工信箱註冊
FET&CO.線上購物

立即享全館

75折

客服專線：0809-081-790 · 02-7738-0016



立即掃QRcode
同仁禮遇零時差