

遠東人

徐有庠
題



共同开创「诚勤朴慎·创新」的健康人生

AUG 2020

NO. 360

08 月号

圈粉圈经济 黏住VIP

Build Up The Loyal Fan Base



COVER STORY

手机圈粉 创新吸睛
远银Bankee社群银行
数位转型超前部署
危机是转机 更是商机
SOGO转型，就是现在
后疫情时代
瞄准圈粉商机 引爆会员经济

LIFE GUIDE

财经网
被动收入由主动投资开始
保健网
夏天也会引发痛风？

扫描 QR Code 看更多即时讯息
还可下载电子杂志





「远传心 5G」于 7 月 3 日正式开卖，徐旭东董事长（左四）、交通部林佳龙部长（左三）、井琪总经理（左二）与现场嘉宾共同见证 5G 新时代。



元智大学在吴志扬校长（右三）的支持下，引进日本聊天机器人——TAPIA，作为外语学习辅助助教。



教育部体育署长官与听障协会秘书长拜访黄茂全校长（右四），感谢亚东技术学院长期支持听障与弱势运动推广。



远东商银 Bankee 社群银行在「2020 创新商务奖」中，勇夺商模创新、技术创新双奖，林建忠执行副总经理（右二）亲自出席领奖。



远传由尹德洋执行副总经理（右一）代表，与策略夥伴中嘉数位共同启动 Home+tv，打造一站式数位汇流环境。

圈粉圈商机 黏住VIP

李佳珍

面对贸易战与新冠疫情的双重冲击，各行各业无不积极寻求生存之道。本期「封面故事」将为您介绍集团旗下的百货零售业、金融服务业，如何透过数据赋能、跨域合作，凝聚社群力量，「圈」住死忠VIP，让粉丝经济变现。

网路社群与行动装置的普及，也助长了共享经济的崛起，除了大家熟知的 Airbnb、Uber，「共享机车」也渐渐蔚为风潮。本期「乐活职人」为您揭露不同世代对于共享机车的使用偏好，助您快速掌握共享时代下的新趋势。

「被动收入」同样也是近年网路的热搜关键字。人人都向往不用工作也能赚进现金流，却不知打造被动收入必须由主动投资开始。「财经网」单元将由专业的理财顾问为您解析，如何依据不同的风险承受度，挑选合适的投资商品，想更快获得财富自由？您千万不能错过！

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」九月份话题：我被圈粉了！

身处数位汇流时代，相信大家早已习惯透过各种社群平台寻找资讯，遇上感兴趣的对象或社团，也会以「关注」或「加入粉丝团」等方式，便利日后追踪。欢迎来信分享您参与了哪些粉丝团、为什么深受吸引，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：8 月 15 日前）



AUG 2020
NO. 360

01 EDITOR 编辑手记

圈粉圈商机 黏住 VIP / 李佳珍

04 LEADER'S REMARKS 领航者的话

后疫情时代 新科技为求职开创新机 / 吴志扬

06 COVER STORY 封面故事

危机是转机 更是商机——SOGO转型，就是现在 / 黄晴雯

后疫情时代 瞄准圈粉商机 引爆会员经济 / 李静芳

手机圈粉 创新吸睛 远银 Bankee 社群银行数位转型超前部署 / 编辑室采访整理

18 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 · 股东会特别报导 / 编辑室辑

26 OFFICE TALK 乐活职人

经营管理新知：共享机车使用行为解析 / 天下创新学院

实用职场英文：如何专业的表达意见 / EIE 美语



33 HOT TOPIC 远东话题

远东人开讲：我被圈粉了！／编辑室辑

34 LIFE GUIDE 生活情报

财经网 被动收入由主动投资开始／廖冠杰

保健网 夏天也会引发痛风？！／吴建升

流行网 橘世代——精彩人生 2.0 梦想不必再等待／郑嘉蕙

法律网 拚就业！六大青年就业补助陆续开跑／吴若绮

42 STORY 心动时刻

致青春 敬中年／刘先佳

生命中的烟火味／郭延山

疫情·温情／丁曼如

48 QUIZ 有奖征答

359 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	黄吕钧
黄裔贻	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	陈睿谊	叶金璋
张丹	杨庭欢	曾淑苹	冯辉棋
蔡敏雄	蔡佩琼	蔡欣渝	刘贞佑
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

<https://magazine.feg.com.tw/magazine/tw/index.aspx>

电子报网址

<https://magazine.feg.com.tw/magazine/tw/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



远东人月刊App
(iOS)



远东人月刊App
(Android)



后疫情时代 新科技为求职开创新机

元智大学／吴志扬校长

新型冠状病毒（COVID-19）肆虐，全球经济严重受到冲击，根据世界银行报告显示，预估2020年的全球经济产出将大幅萎缩5.2%，创下自1870年以来，最严重的崩跌。尽管各国政府分别以不同名目的纾困方式支撑国内经济总量，但疫情之影响，全球制造业、服务业及航空业等严重受挫，失业人口将持续攀升。

这波全球大流行的疫情不但带来健康的安危，影响社会和经济原本的节奏，也打乱了今年毕业生的求职梦，许多企业征才计画暂告停滞，人力资源重新调整，今年的毕业生也将面临求职的严峻考验。但危机往往也是转机，疫情改变了原有的经济活动，也改变人类的思维，意外助长了新科技应用的普及，未来的经济活动将面临一个崭新的生活模式与新常态。

元智大学向来以资通讯闻名，在人工智慧、物联网、大数据等方面著力极深，学生对外参加奖项也有非常亮眼的成绩，除了是国内第一所具国际声望的英语教学大学，前（106）年更首创以新双语（英语与程式语言）教学，全校必修程式语言课程（中语系也不例外），符合大数据数位时代及人工智慧崛起之所需，也是未来经济模式的重点。

元智大学以培育具有国际流通性（Global Mobility）之人才为主轴，连续入选英国泰晤士报教育专刊全球最佳大学，并名列英国泰晤士报建校少于 50 年的全球前百名年轻潜力大学，在产学研研发方面，元智团队 2019 年参加台湾创新技术博览会，共获得 8 座奖项，包括 1 座铂金奖、4 面金牌、2 面银牌及 1 面铜牌；另外，元智艺术与设计系林楚卿教授带领学生参加美国史丹佛大学长寿中心（Stanford Center on Longevity）银发设计竞赛（Stanford Design Challenge），以抱枕结合游戏程式「枕头战 Pillow Fight」，获得全球第三名；不仅如此，学生在外也有优异表现，资管系医疗资讯暨远距医学实验室大学部专题生参加中国大陆国家级的 2019 年全国移动互联创新大赛，以人工智慧协助自动分割辨识心电图特征作品「心算」心电图特征智能计算，获得「一等奖」殊荣；电机工程系研究生叶时均、蔡丞智、李柏翰等人，参加「第五届中国互联网+大学生创新创业大赛」，以「声控大师——离线智慧声控开关」获金奖殊荣；电机系王崴弘、林江玮团队参赛台积电举办的首届「前瞻布局大赛」，荣获首奖，还有许多学生对外参赛也有优异表现，在在显示元智学生在学习上的努力与成果。

元智大学创校以来，受到各界的支持

与协助，培育许多优秀的人才，校友在社会上的表现也备受肯定。校方去年针对校友满意度与竞争力进行问卷调查，有近九成的校友在毕业 6 个月内就找到工作，其中 43.1% 在毕业前就已找到工作。同时，有 62.5% 的校友对自己在职场上的表现相当有自信，有超过九成以上的校友认为学弟妹在职场上的表现不错，其中 54% 认为学弟妹具有相当优异的表现，98% 的主管对于元智校友职场表现都给予正面肯定，另根据 108 年度校友雇主满意度调查，受访企业对于元智校友之「专业能力」、「问题解决能力」、「沟通表达能力」、「独立思辨能力」、「与同事相处融洽」、「职业伦理」、「团队合作」等，均有超过八成以上的满意度，充分显示元智校友职场上受到企业的肯定与认同。

综上所述，显见元智毕业校友在职场的竞争力备受肯定，今年是艰困的一年，全球景气皆受到影响，让我们一起努力度过难关。如果您的企业新的阶段需要人力资源的配置与招募，期盼您给予元智今年的毕业生发挥长才的机会，让他们有机会进入职场，打开他们的眼界继续学习。

最后，您的支持与建议是元智成长的原动力，如果您对于元智办学有任何宝贵意见，欢迎随时给予指教，我们将会继续努力，提升高等教育的品质，为国家、社会及企业培育更优秀的人才。



危机是转机 更是商机—— SOGO 转型，就是现在

远东 SOGO 百货董事长／黄晴雯

突如其来的一场全球浩劫，为世界带来空前危机！新冠肺炎不仅颠覆了人类的认知、翻转了人类的思维，更让大家习以为常、赖以为生的生活惯性，产生史无前例的质变。有人将新冠肺炎称为「第三次世界大战」，一点也不为过。

面对新冠危机 SOGO 有以待之

新冠疫情蔓延全球，各行各业均无法置身事外，尤以观光旅游、餐饮零售业首当其冲，成为「海啸第一排」的重灾区。四面楚歌、危机当头之际，却让我想到英国大文豪狄更斯（Charles Dickens）在《双城记》中的经典名句「这是最好的时代，也是最坏的时代」（It was the best

of times; It was the worst of times.），也是中国人所谓的「祸福相倚」。而究竟是福还是祸，全然取决于我们的态度。

新冠肺炎疫情对国内百货业的冲击，来得又急又快，远东 SOGO 百货亦无法幸免。身为国内坪效、人效居冠的龙头百货，我们有忧患意识，却没有恐惧的权力，因为我们坚信「勿恃敌之不来，恃吾

有以待之」，将危机视为转机，SOGO 才能迎刃而解，迎来商机！

SOGO 超前部署 零确诊激励买气

今年上半年起，百货业引颈期盼的几个重要档期，从农历春节、228 假期，再到清明节，原本看好的连假商机，全被新冠肺炎打乱了调。即使 SOGO 因应疫情早有准备，从元月底就采取「超前部署」策略，二月份疫情初期已经预见来客数减少的可能性，但陆续增加的确诊数字，著实让消费信心如沙漏般流失，也让 SOGO 经营团队面临庞大的业绩压力。截至四月底，我们向来引以为傲的来客数，较去年同期衰退两位数，这是自 SARS 以来，面临最严峻的零售寒冬。

好不容易盼到国内疫情逐渐趋缓，消费动能蓄势待发，却爆出磐石舰疫情，硬生生地浇熄了才刚有起色的消费信心。面对百货业上半年最重要的母亲节档期，如何让消费者、尤其业绩贡献度最强的 VIP、主顾客安心消费，SOGO 祭出 OMO——线上线下融合的通路策略，在国内连续多日零确诊「+ 0」的定心丸激励之下，终于催出睽违已久的买气。

为了向劳苦功高的第一线防疫英雄致敬，SOGO 接著推出「520 感谢有您」——针对全台医护人员的特别活动；同时间，我们也首度推出全台大规模 APP 会员活

动，人潮与业绩如倒吃甘蔗般渐入佳境。紧接著六月陆续登场的年中庆、夏季折扣，以及 SOGO 金字招牌「夏季日本美食节」，主顾客、VIP 陆续回笼，我们以优质的商品力、精致的服务力，以及满足消费者需求的有感回馈，努力追回因疫情流失的业绩。

改装引进新品牌 提供全新购物体验

疫情期间，SOGO 趁著来客数较少的时机进行卖场改装及品牌调整。随著疫情趋缓，「闷经济」发酵、全民出门消费之际，适时提供消费者全新的购物体验。其中以 SOGO 忠孝馆调整幅度最大，11 楼及 12 楼餐厅区在公共空间、餐厅内装及品牌上均有改装调整，并引进全台独家的「金泽」寿司餐厅，以及连续四年入选米其林的新加坡「莆田」餐厅。在流行服饰业种方面，SOGO 的强势业种如童装、流行服饰楼层也即时采取品牌调整。随著六月疫情解封，我们以崭新的卖场氛围迎接闷坏的消费者，用崭新的商品组合迎来「递延消费潮」。

台湾防疫工作超前部署，在朝野民间同心齐力下，国内民生经济正常运作，但全国仍处于「乐活防疫」的过渡阶段，因此基本防疫工事如保持安全社交距离、公共场所戴口罩、量体温等各项防疫措施仍

是现在进行式，离回复疫前正常生活仍有一段距离。而对百货业而言，要恢复疫情前的成绩单，仍有最后一哩路急须追赶。此时此刻，数位化的迫切性不言可喻。

数位转型刻不容缓 OMO 策略奏效

突如其来的疫情，更突显数位转型的重要，面对来客数、提袋率下降，百货业者对于消费者轮廓的掌握更显关键。我们深信危机是转机，更是数位化的商机！

首先，我们充分展现集团综效，借由店内消费绑定快乐购卡的优势，长年累积完整的顾客消费资料，并透过 CRM 数据分析，清楚掌握顾客的消费旅程。以往的活动档期，都可借此顺利动员目标主顾客来店消费。然而，疫情导致熟客、VIP 等主要客层不出门消费，面对这场史无前例的危机，SOGO 营运团队一方面盘点顾客消费行为模式，同时检视现有销售渠道及自媒体，第一时间发展 OMO 的因应策略。

接下来，我们透过自媒体 Facebook、Instagram、LINE 及 APP 等数位媒介，借由独步全台百货的 IG Shopping 及直播导购，串接我们的自营电商 SOGO istore，彻底发挥延伸卖场货架及延长购物时间的双重效益，让消费者在居家防疫之际，也可以安心购物。同时，SOGO 专柜人员全体动员，发挥蚂蚁雄兵的营销力，提供行动 POS 机等多元付款方式，让专柜销售

人员在防疫期间，仍可满足消费者的购物需求。针对不同客层的不同需求，我们采取多管齐下的全方位数位行动策略。

OMO 消费无缝接轨 行动策略多管齐下

一、优化自营电商、强化防疫及民生商品网购服务：SOGO istore 推出防疫商品专区，多款防疫概念商品上线，便利消费者线上购买。二月初推出不到两周，业绩较去年同期成长超过 300%，充分反应消费者的网购需求。除了持续充实防疫商品外，我们也同时增加食品及民生用品，并与远传 friDay 购物平台扩大合作，网购双平台发挥「1 + 1 大于 2」的综效。

二、「Store2Door」免出门一样快乐购：针对国际精品、美妆保养品、3C 家电等商品，推出「Store2Door」服务，由 SOGO 派专人送货到消费者府上，并透过行动 POS 机结帐，让主顾客不用出门，一样可以享受购物乐趣。

三、全台免费配送，A 地买、B 地取：SOGO 体贴消费者，推出「全台免费配送服务」，无论子女购买防疫商品送给父母，或父母照顾外地子女，都可免费配送。

四、百货美食宅即便：我们与美食外送平台 Foodpanda 合作，全台 45 家 SOGO 百货专柜美食均可透过 Foodpanda

外送到府。想吃 SOGO 美食，APP 一指搞定！

五、美妆快取站：SOGO 忠孝馆在 1 楼广场打造全台独有的「美妆快取站」，消费者不用进到店内，就可取货并进行咨询服务，充分享受既安心又便利的购物体验。此外，「YOU SEE WHAT YOU GET」，针对美妆、流行配件等商品，SOGO 也透过直播导购成功创造业绩，在疫情期间发挥小兵立大功的作用。

SOGO 数位化重大变革： APP 电子优惠券

新冠疫情让人类重新省思现有的行为模式，其中之一就是数位化的迫切性，目前消费者可透过 SOGO APP 绑定 HAPPY GO Pay，享受便利的行动支付；未来我们将持续扩大合作，以 SOGO 优势商品搭配 HAPPY GO Pay 的推广行销，全面扩大店内的使用率。

APP 在 SOGO 数位化的进程中，扮演著发动机的关键角色，持续优化 APP 功能、强化其便利性，是我们现阶段首要任务。SOGO 近期重大的数位变革，就是将过去实体的促销优惠券，全数转为 APP 上的电子优惠券。这是我们打通任督二脉、从实体跨足线上的一大步。未来我们将不断充实 SOGO APP 功能与优惠方案，持续增加消费者对 SOGO APP 的满意度

及黏著度，并扩大更多、更广的年轻潜在客户层。

直播导购 IG Shopping 年轻客层青睐

在电商通路方面，目前 SOGO 台北双巨头——忠孝馆及复兴馆的全业种商品，均可在我们的自营电商 SOGO istore 上购买，且因应日趋增加的直播需求，我们在台北大店成立了「直播室」，持续发展投资「直播导购」的新兴业务。

我们的另一项独门利器 SOGO IG Shopping，则是不断推陈出新。自去年 8 月串接 SOGO istore 后，持续推出各种吸睛商品，方便消费者直接点选购买，这项服务一推出，即深获年轻客层青睐。

此外，SOGO 的自媒体发展至今卓然有成，已是目前台湾百货业的绩优生。然而，我们不会就此满足，将积极透过内容优化、功能升级，让 SOGO Facebook、Instagram、LINE 等社群媒体，各自针对其目标族群发挥影响力及渗透力，为 SOGO 在网路声量上创造新高点。

英国前首相邱吉尔 (Winston Churchill) 曾说：「千万别浪费了一场『好』危机。」新冠疫情加速全球数位化之际，「好」的危机亦带来潜在商机。身处这个历史性的转变时刻，SOGO 转型，就是现在！



後疫情时代 瞄准圈粉商机 引爆会员经济

集团综效暨零售规划总部执行长／李静芳

2020年初新冠肺炎袭击全球，世界12大经济体受到重创，即便是在疫情相对稳定的台湾，多数产业亦受到影响，业绩严重衰退，甚而采取裁员、无薪假、关店等措施。天下杂志三月号即以「大难当前，共度难关之客户成功学」为封面故事，分析在景气萧条时，稳住忠诚客户比开发新客户来得重要。回顾2008年金融海啸后，业绩能成长的企业都是在对手因为不景气而降低成本、缩减服务时，他们却向下扎根，集中资源经营忠诚客户，也奠定了景气回温时的成长基础，不论是疫情当下或进入后疫情时代，顾客经营都是重要且关键的议题。

会员深度经营已刻不容缓

当今全球的顶尖企业如 Apple、Amazon、Starbucks、Netflix 等，多以会员制做为策略的核心，因为会员经济带来的「顾客终身价值」，为企业创造

稳定的金流来源，避免外在的市场波动造成财务上的剧烈变动。

在数位时代，透过科技运用，将一次性的消费者变成死忠的超级用户，甚至乐于推荐分享成为超级拥护者，才能更有

效率地为企业创造源源不绝的金流！不论是 B2B (Business to Business)、抑或是 B2C (Business to Consumer) 的企业，都应该重视会员关系的维系，借此提升黏著与忠诚度，增长经济价值，进而促发「订阅式经济」的新商机，将良好的互动经验，转变成与顾客建立持续服务的长期关系，驱动未来的成长动能。

过去靠店员记住熟客脸孔、纸本集点卡制约，如今企业已透过数位化收集顾客资料、分析数据及轨迹，进行下一步的预测，随著会员经营模式不断更新，会员经营成为市场的热门话题。在新经济、新零售领域中，会员扮演著核心角色，从检视顾客旅程，提供无缝接轨的商品、服务，进而找到新的商业模式或商品机会，皆是借由会员驱动创新与转型。

依据《引爆会员经济》一书以及我个人的观察，推动会员经营模式进化的核心因素有三：

1. 获客成本暴涨

Netflix 2017 年获取新户的成本，比四年前多出两倍以上；且根据班恩企管顾问公司的研究，有六成到八成的顾客不会再次光顾曾经满足他们需求的公司，换言之，企业费尽心力迎来的新客，即使竭力争使顾客满意，大部分新客仍不会给予回购的机会。当市场上选择越来越多、顾客转换成本越来越低，不仅大企业需要面对此

困境，新创公司和小公司亦无法幸免。

2. 行动数据让个人行为更易被掌握

得益于行动装置持有率的大幅提升，企业更容易追踪使用者的行为模式、快速掌握旧会员的偏好，满足其个性化的需求。在成就会员经历的六大关键技术中，包括：行销自动化、顾客关系管理、社群、顾客成功、忠诚度等，都建立在充分掌握行动数据上的个人行为，使过去模糊残缺的用户画像，在数位工具的强助攻下更显清晰。

3. 经营主要顾客具高 CP 值

哈佛商业评论曾提到，新客开发成本比旧客高出 5 倍；美国知名顾问公司 Stitch Labs 调查亦发现，回购客占总体客数仅 12%，但消费却占总体收入的 25%，且客单价高出一般顾客的 15%、一年内消费多 120%。以美国线上零售巨头 Amazon 为例，其 Prime 会员年消费较一般会员高出近 85%。

对企业而言，当获取新用户变得前所未有的地难，尤其消费者当道的市场竞争更加激烈，客户的忠诚度越为重要，「会员经济」其实就是借由会员机制，做好顾客关系管理，产生经济效益。

而科技飞速发展成为会员经营的进化如虎添翼，甚而可以预测购买行为及周期，在会员购物下单前，商家早已将会员所需的品项设好诱因，在对的时间点提供对的

商品，做到精准行销，达成销售目标！

跨业合作 极大化会员终身价值

会员经济成功与否的关键衡量指标，在于顾客终生价值与顾客留存率。远东集团旗下包括：纺织、水泥、建设、航运等 B2B 的产业，以及零售（百货购物中心、量贩超市）、电信、饭店、医院、教育、银行、证券等直接面对消费者的 B2C 产业，更有 ETC（BOT）业务，提供消费者在食、衣、住、行、育、乐各个面向的商品与服务场域。

若以单一企业体来看，每位顾客的价值是有限的，但若以集团整体的角度来思考，透过 360 度更容易全方位掌握客户旅程中的每个节点和体验，借由标签化（Tagging），完善 KYC（Know your Customer），一个顾客／会员的终身价值才能发挥到极致，再借由集团服务资源与资金整合，扩大经济规模与范畴，创造更多的跨售综效。

在零售通路产业，会员经营一直是业者重视的议题之一，远东集团早在 2005 年推出台湾第一张跨店、跨产业的会员集点卡「HAPPY GO」，首年即招募到 250 万卡友，这是因为看到了市场机会，也满足了当时客户的需求。在多年努力下，HAPPY GO 卡友已高达 1,600 万，为远东集团的会员经营之路奠定可贵的基石。

随著智慧型手机普及、消费者型态改变，HAPPY GO 集点卡已转型数位化，结合远东银行推出「HAPPY GO PAY」行动支付服务，串联集团内部资源，加上零售场域、电信、饭店、friDay 购物等应用场景，让 HAPPY GO 的点数运用范畴无远弗界，更广泛地串连顾客的生活情境，让累兑点数与消费支付无缝接轨、交互运用。透过 HAPPY GO 会员及集团点数经济生态系，有效提高集团内顾客的黏著度，并获得更多新会员，极大化集团顾客的终身价值。

以科技无缝串接顾客旅程 触发会员经济

面对愈来愈激烈的市场竞争，零售通路的决战不仅是商业模式和商品的差异化，更要回到服务的基础，以顾客需求为核心，解决痛点并提升价值。

随著智慧型手机的普及，业者能透过会员 APP 精确掌握顾客足迹，而当业者搜集到越多的消费资讯，就能够追踪并预测消费者的行为模式，进一步提供客制化服务并投放合适的商品，带动消费次数与黏著度。而零售 APP 是消费者服务整合的首选，依据国外研究报告，67% 的智慧型手机用户会下载零售 APP，其中超过 50% 是为了优惠券和会员折扣，更多客户选择使用零售 APP 的支付，让会员

点数、消费折抵累兑、银行优惠、电子发票等功能皆可在指掌间完成。以巨城购物中心为例，APP 会员的消费金额是一般会员的 1.33 倍，绑定行动支付的会员消费又是一般会员的 2.11 倍，透过点数与金流的无缝串整，有效提升了会员经济。

除了行动手机端，在零售卖场内，也尽其所能留下顾客行为的蛛丝马迹。远东百货打造的信义 A13 智慧商场，设置了大型互动萤幕，不仅介绍楼层资讯，消费者靠近萤幕的同时，系统亦可透过上方镜头，判断消费者的年龄、性别，再推荐相应的商品；此外，远百 A13 也运用智慧 POS 机收银系统，以及遍布于各楼层的看板萤幕、App 推播等工具，以会员实际购物消费为基础，让客人收到讯息的方式更多元、更具差异化，以数位驱动，从大众、分群再到个人化，达到精准行销又让顾客久留的目的。

会员经济的另一个重点就是将「粉丝变现」，让拥护者转化成消费者。远东巨城购物中心近年来积极开发更具智慧与整合力的 APP，借由 Online to Offline (O2O)，利用互动模式、专属促销活动，吸引 58 万脸书铁粉大军转换为 APP 会员，并主动走进卖场，将线上流量转为线下交易量。巨城透过消费数据资料，建立消费者的 RFM 分析模型（最近一次购买 (Recency)、交易频次 (Frequency)、

购买金额 (Monetary)），借此掌握消费者轮廓、偏好，再运用 APP 传递客制化的活动推播及优惠讯息，或是用来预测／支持决策，并于活动结束后进行反馈，以 PDCA（循环式品质管理）不断改善优化。与此同时，大数据分析还可作为举办各种实体活动的建议方针，为年轻族群、亲子家庭等不同客群，量身打造出符合需求与喜好的活动，为购物中心吸引人潮。「持续主动与会员沟通」、「串联资讯分析客群」、「推算消费轨迹后进行精准行销」，是巨城购物中心掌握虚实整合、朝向智能商场迈进的三大致胜关键。

回归初衷 以顾客的需求为核心

Amazon 创办人暨执行长 Jeff Bezos 曾说，「经营的首要原则是：客户至上 (Customer Obsession)，不只是倾听客户要什么，还要为他们创新。」零售与消费服务产业面临愈来愈激烈的竞争，我们的决战已不只是商业模式和商品的差异化，而是回到服务的核心。过去，很多业者都在消费者购物交易完成时，才想尽办法经营超级大户，希望他买更多，往往忽略了客户到底需要什么？我们能否适时、适所地提供客户需要的产品或服务？回归顾客关系管理的基本价值，以顾客需求为核心，透过科技的协助，迅速解决客户痛点、提升品牌价值，企业才能基业长青。



手机圈粉 创新吸睛 远银Bankee社群银行数位转型超前部署

编辑室采访整理

因应新冠肺炎疫情产生的「社交距离」，阻绝了人与人的互动，却意外加速了「无接触服务」的发展。以金融业为例，民众无法出门又必须处理金融交易，纷纷投向网路银行和行动银行的怀抱。本期「封面故事」特别邀请远东商银数位金融事业群戴松志副总经理分享，远银Bankee社群银行如何以创新的思维和商业模式，「圈」住死忠粉丝，达成「Banking in your hand, anytime, anywhere」的目标。

数位崛起 虚实翻转

新冠病毒抗疫期间，民众开始思考并调整了金融交易模式，根据戴副总观察，以下两项数据反映了数位金融在此次疫情下的成长，「一是过去常提到的离柜率，远银从2017年的83%，逐步突破90%，

在疫情最高峰时甚至达到93%，其中，使用频率最高的金融服务类型包含：转帐（含APP转帐、QR CODE、包红包礼金）、基金交易、外币换汇等，显示民众已意识到许多银行业务不需要临柜也能够线上完成。」

另一项指标则是「数位获客率」，也就是透过数位管道获得新客户的比例。由于过去申办银行业务大多经由实体管道，例如：临柜开立存款帐户、透过 A0 贷款专员贷款、填写申请书申请信用卡…等。戴副总发现，今年远银在上述三项业务的数位获客率已达到 37%，「尤其存款业务临柜开户必须经过许多 SOP 流程，平均 40 分钟才能完成，相较之下，数位管道大部分案件都可在 10 分钟内透过手机完成，效率更高。」虽然申办时间短，却不代表数位银行的审查比较马虎，戴副总强调，「我们仍严格遵守金管会规定，只是转由系统后台自动发查资料，有疑虑的部分再进行人工照会，且数位管道还能进一步侦测 IP 或 e-mail 是否有重复／大量申请的状况，更能防止不肖人士利用人头申请。」

不仅如此，打破地域限制亦是数位通

路的另一项优势，戴副总表示，「原本远银在东部和外岛没有分行，无法吸引当地客户，自从推出 Bankee 之后，已累积不少金马或东部地区的忠实粉丝。在疫情最严峻的当周，甚至创下高达 79% 客户利用手机开立存款帐户的纪录，仅有 21% 的用户选择临柜办理，足见实体获客率与数位获客率已彻底翻转。」

开放平台 互利共赢

数位崛起带动开放银行风潮，远银 Bankee 社群银行是台湾首家提出 Open Banking 概念的数位银行，戴副总表示，「数位转型不只是将银行流程数位化而已，Bankee 运用 Open API 打造开放平台，不仅提供个人存款理财服务，更与新创公司、其他平台合作，挖掘更多可能性。」

目前各家银行几乎都推出子品牌或数位品牌，并祭出优惠专案抢客，但戴副总认为，「短期或一次性的优惠无法培养长期的忠诚客户，为了避免活动结束后客户便流失，Bankee 社群银行直接将留客密技设计在产品里。」Bankee 社群银行以推荐机制「圈粉」，让圈主经营自己的社群圈以获取奖励，社群愈大，或是消费、存款金额愈高，得到的回馈愈高，借此加深粉丝对平台的黏著度。尤其今年新冠肺炎疫情冲击金融市场，各家银行纷纷调降存款利率，大额存款的利率更大幅跌落



至 0.11% ~ 0.24%，远银 Bankee 社群银行逆势操作，推出「揪团两人以上，推荐人与被推荐人自次月起，半年内皆可获得 Bankee 数位存款帐户年利率 2.6%（限额 5 万元）的高利回馈；超过 5 万元的存款，也仍享有 0.6% 的活存利率（无额度上限）」，堪称目前市场上大额存款利率最高的银行。戴副总发现，「疫情期间，每日申办人数成长数倍，很多大户一次存入数千万、甚至数亿元！」

创下好口碑后，今年 3 月，远银 Bankee 社群银行再与关系企业远传电信共同推出全台第一个「串接银行帐户」的存钱计画 APP《friDay 57》，运用 Open API 串连客户资料，以「揪团享 2.6% 活存年利率」的方式，提供更符合年轻人需求的理财方案。

戴副总坦言，新产品的规划与纯网银架构大有关联，「纯网银的加入，是台湾金融市场的一大变革，远东商银也乐观看待，尤其远银不仅拥有实体银行执照，还有远东集团多元产业的优势，若能善加应用，绝对能发挥更大的效益。」

《friDay57》除了布局金融科技，也兼具导流的实验意义和集团综效的合作精神，戴副总解释，「远传拥有 300 多家自营门市，客户在远传门市借由扫描 QR Code 申请远银 Bankee 帐户，就如同远银增加了 300 多家实体门市。」《friDay57》初期

推出的钱包功能属于线上互导的模式；6 月份再推出高额回馈行动方案，民众透过远传门市新申办／携码「亲子宝贝 298 方案」，每月即可回馈 15% 的电信月租费至 Bankee 数位存款帐户，希望达到「线下导线上」的目的，借此创造消费者、银行和电信业者三赢。

除了与远传用户互相导流，戴副总也预告 Bankee 社群银行近日将与 ETC 合作，「目前 ETC 约有 700 万用户，却仅有 200 万人申办 Account Link 的增值服务，未来若能透过手机连结 Bankee 帐户扣款，再加上优惠的 2.6% 活存利率，相信可吸引更多用路人申办，为集团综效再添一例。」

金融百货 创新理财

戴副总深知，身处瞬息万变的数位时代，要牢牢圈住客户的心，不能只靠既有的银行业务，还得不断端出更多吸睛产品、极大化存款帐户的可能性。于是他借力使力，引入活水，以 BaaP（Bank as a Platform）为核心概念，在 Bankee APP 中成立「金融百货」专区，将分散在不同平台上的创新投资，透过 API 介接在 Bankee 社群银行，一方面解决金融科技公司与投资者处理金流的痛点，另一方面也提供不同风险与报酬之多样化创新投资商品，让民众自由挑选。

「BaaP 模式是未来趋势，Bankee 社

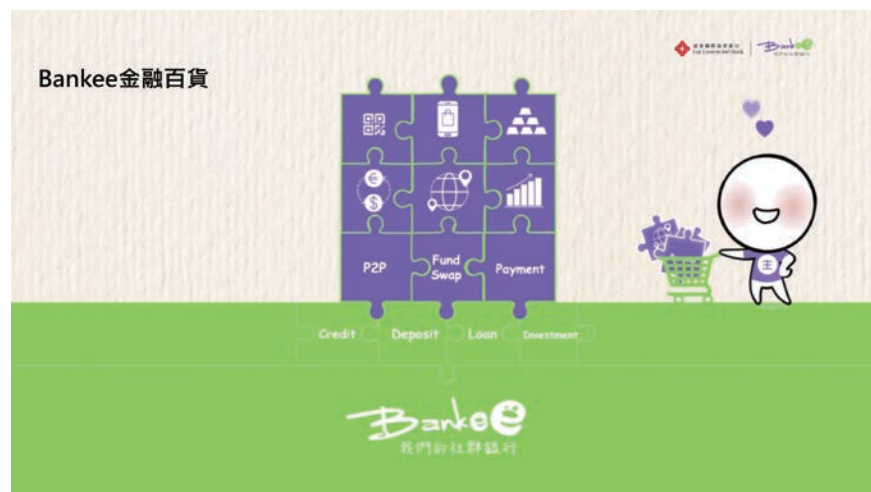
群银行在台湾是先行者，因此吸引许多新创公司寻求合作，相信金融的下一个战场就在这些新创的产品和服务。」戴副总分析。Bankee APP 的「金融百货」专区去年首先上架「好好投资」基金交换监理沙盘案，运用区块链技术，让投资人即时交易及交换共同基金。今年初再瞄准个人对企业 P2B (Person to Business) 的金融科技新兴市场，携手台湾联合金融科技公司「BZNK 必可」，由远银 Bankee 社群银行提供保护支票权利、资金保管、API 互串金流、客户互导四大项金融服务，不仅帮助 BZNK 必可打开票据市场，还能间接支持体质健全的中小企业，顺利从大众市场募得资金，同时为民众打造更安全、友善、快速的投资环境。

著眼 P2B 市场之外，Bankee 社群银行也积极抢进 P2P (Person to Person)，近期与远传转投资的远宝金融科技紧密合作「join 智慧借贷平台」，让客户透

过手机，轻松进行线上投资与贷款。「这不但结合行动通讯与金融科技的应用服务，更是发挥创新与综效的成果。」戴副总指出，「首先由远传将大数据转化为风险控管模型，例如，从客户移动资料，归纳出深夜移动频繁的用户属于高风险；朝九晚五移动的客户属于风险低的上班族，再以风险监控数据做为借贷业务的判断原则。」换言之，join 智慧借贷平台不只为投资人与借贷人进行撮合，更多了一道电信大数据把关，且除了一般自负风险的投资选项外，另提供市场首创的「靠山」方案，若借贷方未归还款项，投资人仍可获得全额赔偿，让投资更有保障。不仅如此，戴副总也透露，「未来包括：股票、债券、虚拟货币、手机当铺…等金融商品，都可能在 Bankee 金融百货登场。」

作为实体银行的数位品牌，Bankee 社群银行肩负著引领远东商银数位转型的重责大任。种种「超前部署」，与其说是

为了迎战即将开业的纯网银，不如说是为了满足客户在新金融时代的数位需求，相信借由整合、连结集团各产业，远银将持续扩大金融科技领域布局，打造出令人耳目一新的金融生态圈！



集团简讯

扫描 QR Code 看更多集团讯息 →



01 「远传心 5G」即刻开卖 顶级鱼肚好料登场

拥有顶级鱼肚频谱的远传电信，7月3日正式宣布「远传心 5G」开卖，邀请近百家 5G 生态圈策略合作夥伴共襄盛举，徐旭东董事长并同步连线集团百货的 5G 体验馆，以及全台远传门市，邀请消费者共同迎接 5G 新时代。远传独家推出 5G 方案流量用毕后，可继续享受 4G 高速吃到饱的超强优惠，让用户安心享受远传的顶级网路。（远传电信／张为竣）



02 远传携手中嘉数位 打造一站式数位汇流环境

为丰富智慧家庭数位影音服务，远传 6 月 23 日再次与中嘉数位策略合作，将远传 friDay 影音正式上架至 Home+ tv 4K 智慧机上盒，提供用户精彩丰富的影音内容。（远传电信／锺宜真）

03 远传携手日商优必达 打造云端游戏

远传电信 7 月 6 日携手多媒体云端服务业者——日商优必达（Ubitus），推出云端游戏服务，未来用户只要透过 5G 网路，无需额外准备高规格硬体，免安装、免下载、免等待，即可在手机上畅玩云端游戏。（远传电信／陈信升）

04 写生好手「绘」聚远东巨城

由国立彰化生活美学馆主办之「中部四县市写生比赛」平台，今年迈向 60 年，7 月 10 日～30 日于远东巨城购物中心展出约 70 幅作品，吸引超过上万民众观赏。（远东巨城购物中心／叶哲伦）

05 远东巨城商场面积再扩大 品牌联手拚经济

远东巨城购物中心不畏疫情，持续进行各项软硬体升级与改装计划，7 月 15 日创艺大楼盛大开幕，延伸亲子育教与艺文领域，扩大营业面积超过 1,000 坪。另外，远东巨城也联手多家品牌推出价值超过 1 万元的「巨城巨无霸券」，以手机下载远东巨城 APP 或点击线上 DM 即可获得。（远东巨城购物中心／叶哲伦）



06 SOGO 推出「五星防疫餐」线上料理竞赛

迎接防疫新生活，远东 SOGO、太平洋崇光文教基金会举办「五星防疫餐」线上料理竞赛，不分年龄、组别，凡台湾国民或持有在台居留证者皆可参加（孩童请由师长监护指导）。初赛不指定食材，需为熟食或热菜。请事先报名并于 9 月 10 日前，将成品与相关资料上传官网，就有机会赢得 10 万元奖金！详情请搜寻关键字「五星防疫餐」。（SOGO 百货／吴敏如）



07 农产好物现身百货 远百、SOGO力挺农民

为推广屏东县优质农产品，屏东县政府 7 月 4 日前进台南大远百行銷「屏东好物」，以一对一的细致服务，让农友们直接接触台南大远百 VIP 消费者。远百嘉义则于 7 月 11 日～12 日和嘉义县民雄乡农会合作举办「小农 X 文创」市集，串连在地青农，推出各式当令优质水果。来自苗栗的「菁」市集首场巡回 6 月 26 日～28 日于新竹 SOGO 登场，集结优质苗栗特色农产、文创工艺品摊商，并与劳动部劳动力发展署桃竹苗分署合作规划精彩节目，吸引大小朋友参与。（编辑室辑）

08 远纺工业(无锡)响应「安全生产月」活动

中国「安全生产月」于今年6月迈入第19个年头，以「消除事故隐患，筑牢安全防线」为主题，宣导在常态化疫情防控下，如何增强安全意识。远纺工业（无锡）不仅制作宣传展板与布条，并于6月19号举行消防演练，强化同仁的救援能力。（远纺工业（无锡）／李健）

09 高雄大远百推广在地优质海产

高雄大远百 6 月 18 日~7 月 1 日，携手高雄市政府海洋局举行「高雄海味」活动，推广台湾优质的海产商品，海洋局黄登福代理局长更亲自担任线上直播主，吸引民众抢购福袋。（高雄大远百／陈昱蓁）



10 远银 Bankee 社群银行「join 借贷平台」全新上架

远银 Bankee 社群银行率先推出「Bankee 金融百货」，近期与远宝金融科技公司——join 智慧借贷平台独家合作，运用电信大数据审核 P2P 借贷，再由远银 Bankee 社群银行将金流服务嵌入流程，以多样化的创新投资，提供民众更多理财选择。（远东商银／萧佩仪）

11 桃园远百首间小米专卖店盛大开幕

看准桃园站前商机，远东百货首间小米专卖店 6 月 13 日于远百桃园店盛大开幕，邀请远东百货营运本部林彰豐副总、远百桃园店长江天佑协理、小米蒋坤挥业务经理、鸿迈科技黄丽容总经理等嘉宾莅临剪彩，吸引众多「米粉」一探小米的魅力。（桃园远东百货／叶俊良）

12 元智社团服务社区 打造艺术小城堡

元智学生社团长期透过营队活动，深耕地方服务，今年首度推出「艺术小城堡」美学课程，邀请洪明露、徐紫翎等多位专业老师授课，并由元智学生辅导桃园市特教班学童与幼儿园小朋友完成作品，带领孩童探索美学新天地。（元智大学／饶浩文）



13 亚东技术学院举办「通识教育与创新教学论坛暨学术研讨会」

为提升通识教学品质，亚东技术学院于 6 月 5 日举办「2020 通识教育与创新教学论坛暨学术研讨会」，邀请多位教授交流通识教育、创新教学、跨域合作等议题，另有 14 位学者专家分享研究成果。（亚东技术学院／李玉燕）

14 元智大学与臻鼎科技控股共创 PCB 大数据

元智大学大数据中心与臻鼎科技公司于 2018 年起产学合作，共同建置大数据与智慧制造平台，并进行专案合作、教育训练、人才培育，提升臻鼎在制造产业的竞争力，同时促进元智学生与产业实务接轨。（元智大学／饶浩文）

15 元智跨域合作对话机器人 24 小时轻松学日文

元智大学应用外语系与元智资讯学院跨域合作，不仅研发 AR、VR 初级日语会话教材、共同开设课程，更引进日本聊天机器人——TAPIA，作为外语学习辅助助教。（元智大学／饶浩文）

16 亚东技术学院学生成果展表现亮眼

亚东技术学院 6 月 10 日举办为期三天的「108 学年度学生校外实习成果展」，共有 11 系、60 组海报发表。黄茂全校长并颁发「校外实习校、系级优良学生」、「实习海报发表优良学生」、「实习影片发表优良学生」等奖项。通识教育中心 6 月 17 日也举办为期一周的学习成果展，同时颁奖嘉勉各项竞赛优胜同学。（亚东技术学院／李玉燕）



17 亚东技术学院举办2020毕业典礼

因应新冠肺炎疫情，亚东技术学院调整毕业典礼方式，自6月9日～19日，以「毕业周」形式进行，除规画多种毕业意象布置与展示，提供毕业生及家属摄影留念，各学群及系所亦举办小规模主题活动，6月20日另邀请徐旭东董事长出席典礼致词，期许毕业生调整步伐，因应全球新常态。（亚东技术学院／李玉燕）

公益专区

18 远通交安数位教材 强化儿童交安教育

受新冠肺炎影响，申请参加靖娟基金会儿童交安课程的学校数量大幅缩水，所幸由远通电收与靖娟基金会、徐元智基金会合力制作的本土版交安数位教材——「马路这样过、安全 Ready Go」于年初上线，提供全台与离岛450所小学免费下载，让儿童交安教育不因疫情而中断。（远通电收／赖建伟）



交安数位教材
下载



教材使用说明

19 新竹大远百昆虫巡展、动物派对 培育生态小尖兵

新竹大远百6月9日～28日举办「远东70节节高升·亚泥生态园区巡回展」，介绍六大竹节虫品种，并由导览人员进行专业生动的解说，活动期间更与新竹当地「菜虫叔叔」昆虫生活坊合作，展出多种活体甲虫及标本，共同培育生态小尖兵。另因应暑假到来，8月31日前与屏东县政府合作展出「这夏动物派对」巨型灯饰展，四座高达3米的巨型动物灯饰，预计将成为今夏最夯打卡点。（编辑室辑）

20 桃园远百协助憨乐生活村建造计画

桃园远百于5月13日～6月21日，发起「花益些心思，让爱高升」募款计画，号召民众认购多肉盆栽，爱心款项由桃园远百店长江天佐协理亲自交予桃园真善美社会福利机构，作为「憨乐生活村」建造资金，提供重瘫老憨儿更完善的服务。（桃园远东百货／叶俊良）

21 爱买2020年端午爱心粽认购数量创历年新高

爱买连续6年推出「端午节粽子公益认购」活动，5月20日～6月10日再次与台湾儿童暨家庭扶助基金会合作，号召民众做公益，尽管面对新冠疫情冲击，仍募得5,614颗粽子，创下历史新高。（爱买／黄莉淇）



22 台南大远百以粽传爱 捐助溪北地区弱势家庭

担心新冠疫情影响弱势家庭，台南市黄伟哲市长于端午佳节携手台南大远百捐赠爱心粽子400颗，由长期致力于溪北地区弱势儿少服务的北台南家扶中心协助发送予80户弱势家庭。6月26日，黄市长亲自颁发感谢状，肯定台南大远百的爱心。（台南大远百／陈佩青）

23 远东巨城 × 德兰儿童中心 暑期小志工体验营开跑

远东巨城购物中心与德兰儿童中心合作暑期小志工计划已迈入第 4 年，工作项目包括：接驳车乘车指引、车辆清洁，以及婴儿推车租借等，增加孩童与人群接触的机会。（远东巨城购物中心／姜紫仪）

24 HAPPY GO 公益捐点平台推出全新捐款功能

HAPPY GO 关怀公益团体，7 月 10 日起，于官网「陪你一起走」公益爱心捐点平台推出捐款新功能，同时新增「瑞信儿童医疗基金会」为公益捐点合作夥伴，邀卡友一起帮助急重症病童。（鼎鼎联合行销／黄韵如）

绩优荣誉榜

25 节能创新超前部署 远传荣获「能源管理洞察奖」

联合国清洁能源部长会议（Clean Energy Ministerial, CEM）旗下能源管理工作组，7 月 1 日公布「2020 全球能源管理领导力奖」获奖名单，远传电信荣获「能源管理洞察奖」，成为全球第二、台湾首家获此殊荣的电信业者。（远传电信／蒋国芬）

26 四川亚东、四川兰丰荣获成都市「2019 年度纳税百强企业」称号

亚泥（中国）面对 2019 年复杂严峻的经济形势，仍保持诚信经营，并依法纳税，回馈社会，其中，四川亚东水泥缴纳税金达 3.4 亿人民币、四川兰丰水泥缴纳税金 2.1 亿人民币，荣获成都市人民政府颁发「2019 年度纳税百强企业」荣誉称号，并获成都市人民政府表扬。（四川亚东水泥／沈家兴）

27 远银 Bankee 社群银行勇夺「商模创新」、「技术创新」双奖

由《数位时代》杂志主办之「2020 创新商务奖」，7 月 1 日举行颁奖典礼，邀请赖清德副总统出席盛会。远东商银 Bankee 社群银行一举夺下「商模创新」、「技术创新」双奖肯定，由远东商银林建忠执行副总经理出席领奖。（远东商银／萧佩仪）

人事异动

28 远扬营造高阶主管人事异动



姓名：陈文亮
原任：业务处经理
新任：业务处协理
学历：文化大学建筑系



姓名：高弘儒
原任：营建处经理
新任：营建处协理
学历：高雄大学都市发展与建筑系硕士



姓名：江正升
原任：工安室副理
新任：工安室经理
学历：文化大学建筑系

好康报报

29 HAPPY GO 快乐振兴加码计画 多重加码回馈赚最大

HAPPY GO 整合远东集团资源，推出「HAPPY GO Pay 振兴经济学」方案，提供十家合作银行进行绑定消费，其中，绑定远银卡，最高可获得 14 倍 HAPPY GO 点数，新户再加码 500 点，点数合计最高可达 30 倍。除银行回馈外，以 HAPPY GO Pay 消费，可额外获得 HAPPY GO 点数 700 点；于远东零售通路消费，还有额外优惠；每周三使用 HAPPY GO Pay，再享会员日点数 3 倍送。另外，「HAPPY GO 振兴加码 快乐多 10 倍」活动则配合「安心旅游计画」，19 岁以下免费玩 22 间游乐园，透过 HAPPY GO App 开启活动页面，可于 AR 宝箱获得 100 ~ 1,000 点不等的点数，再加码抽雄狮万元旅游券。9 月 30 日前，HAPPY GO 于台中、高雄二大商圈，也有点数加码及抽奖回馈，让优惠不只三倍。

（鼎鼎联合行销／黄韵如）



活动网址

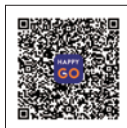
30 振兴券全台最强 远百 50% 回馈超有感

远东百货超级年中庆结合政府振兴三倍券，7 月 15 日起，持纸本三倍券当日单笔消费满 3,000 元，送 1,500 元抵用券（全台限量 20,000 份）。不仅如此，在远百使用纸本三倍券消费满 1,000 元，各分店再加码送出最高 5,550 元的振兴 Coupon 券，多重回馈让消费者更有感。（远东百货／郑嘉蕙）



31 HAPPY GO App 冲刺 200 万下载数 推荐好友得 200 点

欢庆 HAPPY GO App 即将突破 200 万下载数，即日起 ~ 8 月 31 日，集团员工推荐亲友下载 HAPPY GO App，每成功推荐 1 位，即可获得 HAPPY GO 点数 200 点，推荐 2 位，可获得 400 点，以此类推。活动期间，每月再抽出 10 名 1,000 点得主。（鼎鼎联合行销／陈逸华）



活动网址

32 香格里拉台南远东饭店三款住房专案 抢暑假旅游商机

香格里拉台南远东饭店于暑假期间企划多项泳池与社群打卡活动，搭配安心旅游补助与振兴三倍券住房，加码赠送远东 Café 自助餐饮 500 元抵用券。另贴心为不同客群规划专属住房专案，包含：自选退房时间的「慢慢来」住房专案；可避开周末人群的「省荷包住房」平日限定豪华客房专案；还有实境游戏城市解谜「台南玩乐假期」住房专案，让旅行充满乐趣。详情请洽：（06）702-8899。（香格里拉台南远东饭店／卜怡筠）



33 高雄大远百推云端发票抽好礼

为推广云端发票，高雄大远百携手财政部高雄国税局推出抽奖活动，9月底前，民众使用「远东百货APP」于全馆消费不限金额，并将发票存于载具，即有机会抽中电动机车、空气清净机、iPhone 等大奖，邀请大家一起节能减碳爱地球。（高雄大远百／陈昱蓁）

34 仲夏好食光 望月楼、50楼Café新菜上桌

迎接盛夏，Mega 50「望月楼」再度与新北市政府合作，推出「新北冠军绿竹笋美馔」，8月31日前提供冷盘、热菜与造型港点，同时配合三倍券加码，每千元可抵消费1,100元，订位专线(02)7705-9703。「50楼Café」也于7月7日～8月31日推出「仲夏好食光」，上演整只黄鳍鲷鱼现切秀，同样可享三倍券加码，每消费千元即可抵用1,200元，餐厅订位专线(02)7705-9723。（Mega50 餐饮及宴会／阎惠媛）

股东会特别报导

35 东联化学（6月16日）

东联化学去年主要产品乙二醇（MEG）整体供过于求，价格疲弱。所幸近年来提升基础竞争力及转型高值化产品的营运策略，得以维持获利。2019年合并营业额为新台币（以下同）223.4亿元，可归属东联税后净利3,362万元，每股税后盈余

（EPS）0.04元，股东会中通过每股配发现金股利0.3元。面对年初新冠肺炎疫情冲击与油价不振影响，石化业景气不容乐观。然而，随著近期全球疫情趋缓，市况呈现好转，加上气体事业及特化事业持续稳定获利，力保成长。（东联化学提供）



36 远传电信（6月19日）

远传电信2019年合并总营收达新台币（以下同）838.66亿元，合并EBITDA与税后盈余分别为291.52亿元与87.35亿元，每股盈余（EPS）2.68元。今年发放每股现金股利3.25元，股利发放率达121%，连续九年股利配发率超过100%，为业界之冠。面对5G商转，远传一路超前部署，在关键3.5GHz频段取得80mhz频宽与绝佳位置，平均用户频宽为主要竞业之最；搭配涵盖全岛的UMTS、LTE缜密网路，力拚年底覆盖率达全台一半人口，让每位用户都能享受最好的5G+4G全网体验。（远传电信／林孟璇）



37 亚洲水泥（6月23日）

亚洲水泥 2019 年度合并营业收入为新台币（以下同）893 亿元，合并营业利益 221 亿元；转投资事业投资利益 55 亿元，合并税后纯益 222 亿元，归属于亚泥 175 亿元，股东会中通过每股分配现金股利 3.0 元，现金殖利率近 7%，远高于台股平均水准。展望两岸水泥市场，台湾水泥产量仍供过于求，预期今年表现与去年相当；中国大陆虽受新冠疫情影响，但五月之后，被积压的需求集中释放，预计整体获利将逐季回稳，可望延续 2019 年的高位行情。此外，亚泥仍持续落实循环经济，并以多角化投资，创造多元价值。（亚洲水泥／陈聪明）



38 远东百货（6月24日）

远百零售体系在剧变的环境中稳健成长，母公司远东百货表现尤其优异，新开幕的远百信义 A13 善用数位科技，成功在台北市信义计画区擦亮招牌，且远百 2019 年营业额与营业利益双双创下 53 年来新高点，营业利益更较十年前成长 3 倍。总计远百零售体系去年合并营业额为新台币（以下同）1,146 亿元，合并税后净利 21.5 亿元，每股盈余 1.26 元，每股发放现金股利 0.8 元。未来除持续推动数位转型外，也积极开发新市场，竹北新世纪购物中心预计明年开幕，旗下爱买量贩店、city' super 亦将分别进驻台中与竹北。（远东百货／郑嘉蕙）



39 远东新世纪（6月30日）

远东新世纪 2019 年合并营收新台币（以下同）2,501 亿元，成长 9%，2019 年底总资产成长至 5,761 亿元，营收与资产双双创下历史新高。2019 年税后净利 107.3 亿元，每股盈余 2.15 元，配发现金股利 1.5 元，现金股利殖利率 5.4%。远东新世纪长期耕耘医疗卫材应用领域，在今年疫情期间，不仅成为全球最大医疗级 PE/PP 及 PE/PET 复合纤维供应商，更开发新型超细纤维；另外也积极推动循环经济，成为永续典范，未来将持续深化全球供应链，提供客户一贯化整合服务。（远东新世纪／沙益民）



共享机车使用行为解析

天下创新学院提供

在网路社群与行动装置的普及下，助长了共享经济快速崛起，其中又以发展超过3年的共享机车讨论最为热烈，不同的共享机车平台都各具拥护者，形成三强鼎立的局面。本文将为您揭露共享机车使用者骑乘动机和对各品牌的印象、使用偏好，让GO SURVEY带您掌握共享时代下的未来新趋势。

使用权取代所有权 共享经济席卷全台

整体来说，47%的民众认为自己对于共享经济的概念还算了解或非常了解，其中，年轻世代近半数理解共享经济概念，尤以30世代为代表（高达58%）；而成熟世代也有超过4成认为自己了解共享经济的观念。

当我们邀请受访者简单描述他们认为的共享经济概念时，43%的人提到「资源共享／共同使用」、24%认为是「透过平台媒合出租及使用的服务」，还有20%认为共享经济是「节省成本／共同分担费用／省钱」的概念。

从世代来看，除「资源共享」外，各世代也普遍认为共享经济是需要透过平台媒合及使用的服务，可见平台式的使用模式已深入人心。一个好的平台使用介面，更关系到共享服务经营的成败。另外，19%的20世代认为，共享经济也是有「重

于使用而非拥有／使用者付费／只有使用时才付款」的观念，由此可见，使用权取代所有权的新共享生活型态已渐为风潮。

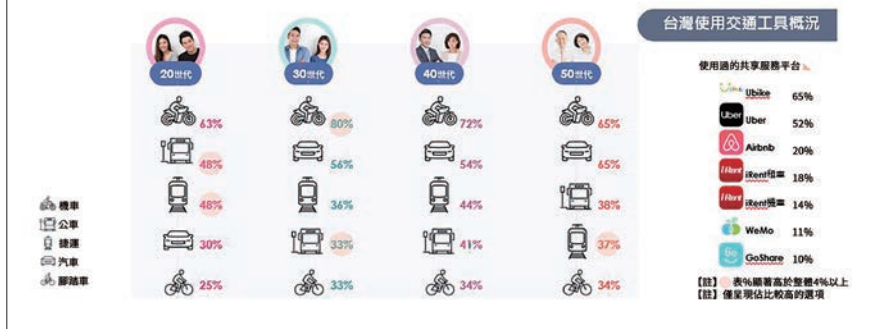
机车蔚为台湾文化

6成以上民众有固定需求

台湾的机车在数量和密集度上，都是全球数一数二。从交通工具的使用概况可以发现，6成以上民众有固定使用机车的需求，其中又以30／40世代最多（高于7成以上）。而在环保节能意识抬头、政府持续鼓励下，电动机车的发展已是时势所趋，以电动机车为主的共享机车产业更是蓄势待发，在高密度的机车需求下，未来深具发展潜力。

深入调查台湾人使用过的共享服务，交通工具类的共享服务平台普遍受到民众青睐，继Ubike（65%）和Uber（52%）之后，iRent（18%）、WeMo（11%）和

① 30、40 世代机车使用需求最高



GoShare（10%）等共享机车品牌的使用率也逐渐提高，可说是台湾共享经济界的明日之星。（图表①）

共享机车服务知名度高 具成长潜力

整体来说，有8成民众知道或听过共享机车服务，另有22%的人曾使用过此服务。由此可见，共享机车服务在台湾已有一定的知名度，不过，在使用率方面还有很大的发展空间。

这可能是受限于平台通路。目前共享机车平台的营运范围大多在大台北地区及中南部少数大城市，尚未普及到各县市，因此，营运范围的扩展，将是使用率能否提升的关键要素。

以世代来看，30世代有3成使用占比，居所有世代之冠，他们尤其偏爱全台营运最广的iRent和话题不断的GoShare；而20世代则偏爱车辆布局最多、且提供给24岁以下使用者「青春方案资费」的WeMo。

年轻世代使用频率高 30世代为主要客群

民众多常使用共享机车？又是在什么情境下使用呢？根据GO SURVEY调查，民众平均每月使用1.5次的共享机车，其中30世代

使用次数高达每月2.1次；其他世代至少也有每月1次的频率。

其中，58%的受访者是在「单向需求／回程不需骑车」时使用；53%是因「赶时间／临时需要骑车」使用；还有47%是因为「无大众交通工具可搭乘时」而使用。这些结果显示了「单次性」、「临时紧急且无其他选择方案」时，是多数人最容易使用共享机车的情境。

以世代来看，30世代在「购物／买东西」（47%）和「上下班／学通勤」（36%）等使用情境方面，明显高出其他世代，可看出年轻世代将共享机车作为日常通勤、购物，以及出游代步工具；有趣的是，30世代也较会「因疫情影响，想减少搭乘大众运输工具」（27%）而使用共享机车，让共享机车为新型冠状病毒疫情默默做出贡献；而40世代在「自用车维修时」（33%）和50世代在「赶时间／临时需要骑车」（75%）的使用情境上，也较其他世代突出，显示成熟世代更倾向于将共享机车作

为「解决临时性需求」的方案。

年轻世代最爱 GoShare 40、50 世代最满意 iRent 和 WeMo

共享机车的使用者，对于各品牌的满意度

度如何呢？以 3 大共享机车品牌来说，满意度第一名是 GoShare（72%），其次是 WeMo（64%）和 iRent（63%）。其中，20／30 世代对于 GoShare 的满意度最高；40 世代对 iRent 最满意；而 50 世代则是对 WeMo 最满意。

年轻世代较在意的是「数位操作上的流畅度与方便性」，例如：申请帐号便利、APP 介面操作简单、附有手机充电架、借还车流程便利……等；成熟世代则比较在意「机车本身使用上的舒适度及方便性」，例如：骑乘速度、起步速度、骑乘舒适度、安全帽好不好用、车款类型，以及找车的方便性……等。

评估未来：各世代皆有 5 成以上会使用共享机车

59% 的民众表示未来「一定会或可能会」使用，其中 30 世代使用意愿最高（62%）；其次是 20 世代（59%）；而熟龄世代也有超过 5 成的使用意愿。

② 30 世代未来使用意愿最高（62%），其次是 20 世代（59%）



拓点最广的 iRent 是各世代都想要尝试的品牌，其中又以 40 世代的使用意愿最高（74%）；而 GoShare 则广受年轻世代欢迎，普遍愿意尝试；至于 WeMo 则是 20 世代相对愿意尝试的选择。

在使用意愿高昂的推动下，共享机车市场竞争日趋白热化，WeMo、iRent 和 GoShare 近期纷纷宣布了新的战略布局。WeMo 抢攻通勤转乘商机；iRent 推出业界唯一「4 轮转乘 2 轮」方案；而 GoShare 则选择进攻观光区，挑战定点借还服务。业者主打的布局主轴各异，但都积极地抢食市场大饼，也令外界更加期待台湾共享机车市场的未来走向。（图表②）

共享机车发展优势：方便、省时，能满足「即时性」需求

对于共享机车使用者而言，「方便／省时」（65%）是使用共享机车的最大动力，「满足即时性需求」（61%）更是未来的发展重点。以世代来看，20 世代较在

意「方便」、「即时」，而50世代则讲求「资源互惠」，较具环保意识。

加强个人卫生、个资安全 有助提升使用者信心

至于不使用共享机车者，大多是因为「没有需求」（52%），因此，创造更多使用情境或需求，将是业者的一大挑战。另外，还有25%的受访者是因为「个人卫生／清洁考量」、17%是因为「担心个资外泄」而驻足不前。建议业者未来可在「个人卫生」及「个资安全」上多加著墨，以提升消费者的使用信心。

对于年轻世代来说，「保持车辆品质卫生」与「持续的品牌讯息服务内容沟通」，更能吸引其目光；而对于成熟世代而言，因为拥有交通工具的比率较高，生活型态也相对稳定，需求多以临时性为主。建议业者可就不同世代提供不同的服务与消费场景，进而转换消费者的使用习惯，加速共享机车的普及。

综合前述调查结果，我们可以发现，继Ubike和Uber之后，共享机车的品牌逐渐萌芽，使用率也逐步推升，可望成为共享界的明日之星。在市场使用意愿高昂的推动下，挟带著「省时方便」、「资源价值极大化」与「满足即时性需求」等优

势，迎接共享机车时代来临指日可待。最后，我们以「年轻」与「成熟」世代分别做个简单的总结。

共享机车已融入年轻世代（20／30世代）的日常生活，他们大多在通勤、购物和出游时使用，并且勇于尝试不同品牌。不过，在选择上，年轻世代较在意数位操作的流畅度与方便性。未来业者可优化数位操作的流畅度和品质，并持续沟通品牌资讯，借此强化年轻客群的使用黏著度。

成熟世代（40／50世代）在共享机车的使用上，著重于临时性的需求，比如临时需要骑车，或者自家车维修时，因此，他们在意的是骑乘上的舒适度与方便性；另外，资源共享互惠和具有环保意识的品牌理念，也能引发成熟世代的使用意愿。业者可就提倡环保意识、满足临时性需求、扭转使用习惯……等方面，创造使用情境，并且在「共享便利性」等操作上积极突破，以满足成熟世代的移动需求。

当台湾马路上的风景渐渐被共享机车改变时，我们看到有愈来愈多人不在意「拥有」，只需要「使用」，这股日益庞大的市场潜力将为许多产业带来改变，相信下一个共享新商机很快就会冒出，期待你也做好了准备。



详细图表请见
《远东人》官网

调查说明：「共享机车使用行为调查」为GO SURVEY市场研究顾问於2020年4月8日～4月21日期间，在GO SURVEY平台上执行的线上网路调查。共计回收1,000份样本，受访者条件为18～59岁的HAPPY GO卡友。

实用职场英文：如何专业的表达「意见」

EIE 美语提供

本期「英文小教室」介绍如何用不同强度的说法，更专业的表达意见，让您在办公室和商务会议中，侃侃而谈且切中要点，在社交场合中游刃有余，成为焦点。

一、Neutral Opinions 中立的意见

- **It seems to me that**（对我来说／就我看来）

It seems to me that this idea is worth trying.（对我来说，这点子很值得一试。）

It seems to me that medical masks can only provide 30% protection from COVID-19, but it's better than wearing nothing.（就我看来，医疗用口罩仅能隔绝 30% 的冠状病毒，但胜过于没有配戴。）

- **In my opinion / From my point of view**（依我看／我的观点是…）

In my opinion, travel plans should be suspended during COVID-19 outbreaks.（依我看，由于疫情因素，今年不适合出国。）

In my opinion, embracing mask-wearing is a proper habit in order to prevent the spread of contagious diseases.（我的观点是，良好的配戴口罩习惯，可避免疫情扩散。）

- **As far as I'm concerned**（就…而言…／就我所关切的）

As far as I'm concerned, hand sanitizer isn't as good as soap. Washing hands the traditional way is far superior to using hand sanitizer.（就我而言，勤用肥皂洗手比用酒精干洗手更重要。）

二、Tentative Opinions 不甚确定／具试探性的说法

与人交流的过程中，需要正式表达意见，或是谈论到自己不熟悉的议题时，建议使用以下说法，比较委婉，可避免得罪对方。

- **It would be fair to say that**（客观来说）

It would be fair to say that Taiwan and New Zealand did an outstanding job in controlling

coronavirus. (客观来说, 台湾和纽西兰在控制新冠病毒上有优秀的表现。)

• **As far as I'm able to judge** (据我判断)

As far as I'm able to judge, this new product launch has huge potential to achieve our profit targets. (据我判断, 发表此产品后, 极有潜力达到我们的获利目标。)

三、Strong Opinions 坚定的意见

在亚洲国家, 多数人都不好意思表达己见; 然而在西方国家, 过度谦虚反而容易让人留下没有说服力的印象。因此, 在取得足够讯息的条件下, 用比较坚定的说法, 会让你更言之有物。

• **I firmly / really / strongly believe that** (我深信)

I strongly believe that everything will go back to normal in 2021. (我深信在 2021 年一切将会回到正轨。)

• **I'm sure / certain that** (我确定)

I'm certain that it is more expensive to eat out than cook your own food. (我确定外食的花费比自己料理更贵。)

• **It's quite clear that** (很明显的) (当已取得足够资源可佐证的时候)

It's quite clear that we need to cut costs this year. (很明显的, 我们今年需要降低成本。)

• **It's my considered opinion that** (根据我的审慎判断/我深思熟虑过)

It's my considered opinion that Java is the most popular programming language. (根据我的审慎判断, Java 是最通用的程式语言。)

Scenario : Before a seminar, Sabrina and Mark are talking (情境: 研讨会前, Sabrina 和 Mark 在聊天)

Sabrina : Good morning, Mark. How are you today? (早安 Mark。你好吗?)

Mark : I'm fine, thank you. I think today's seminar will be useful and informative. (我很好, 谢谢。我认为今天的研讨会一定会有很多收获。)

Sabrina : Definitely! I'm sure that the seminar is going to be successful. (当然! 今天的研讨会一定会很成功。)

Mark : I was working from home the past two days preparing an opening speech

for this seminar. I'm expecting it! (我这两天在家准备研讨会的开场稿，我很期待今天的研讨会。)

Sabrina : Great! I'm glad to attend this event. Speaking of 'working from home', have you seen the latest news on BBC about that? (太好了，我很高兴今天来参加这个研讨会。提到「在家工作」，你有看到最近 BBC 的相关新闻报导吗?)

Mark : Yes, I saw that article yesterday. They're saying that working from home may become "the new normal". (有阿！我昨天看到，新闻报导「在家工作」未来可能成为新的工作型态。)

Sabrina : As far as I'm able to judge, only tech companies can make arrangements to work from home. (就我认为，只有科技公司可实施「在家工作」这种新的工作型态。)

Mark : Actually, many other companies can afford to work from home. However, our company will not be able to do that. (其实很多公司已经可以在家工作，但我们公司还不行。)

Sabrina : I agree. We work in finance. We need to be here and stay connected to people. (我同意，我们金融产业很需要实际与人交流互动。)

Mark : I strongly believe that this pandemic will be over this year. We will go back to our normal lives next year. All this will pass. (我深信今年疫情将会结束，明年一切都将回到常轨。这一切都会过去的。)

Sabrina : From my point of view, things will be normal by the end of 2020. (就我看来，年底就会恢复正常了。)

Mark : Let us hope so. Alright, the seminar is about to begin in 10 minutes. Let's get everything ready for it. (我们都希望如此。好了，研讨会再 10 分钟就要开始了，我们准备一下吧!)

Sabrina : You're right! Sure thing. (好！没问题。)

温馨提醒：避免台式英文

1. 我觉得这专案这周会完成。

[X] I think that this project will be done by the end of this week.

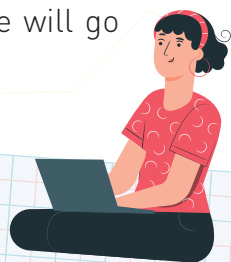
[✓] It seems to me that this project will be done by the end of this week.

2. 我相信这次研讨会将会成功。

[X] I think that this seminar will be successful.

[✓] I strongly believe that this seminar will be successful.

I think that 用于正式会议时，没有说服力；表达不够完整时，甚至让人觉得不礼貌。



「远东人开讲」：我被圈粉了！

编辑室辑

身处数位汇流时代，不少人都曾加入或关注自己感兴趣的粉丝团。本期特别邀请海内外的远东人分享值得推荐的网路社团，快来看看你参加的粉丝团是否在其中？

【一】

我很早就加入「NOM Magazine」及「食力 foodNEXT」的粉丝团，两者都以饮食为主，「NOM Magazine」著重介绍饮食趋势及料理相关知识，常分析不同的料理手法，例如，油封与油炸皆是以油烹调食材，但因油温不同及烹调时间有别，造就出不同的口感。

「食力 foodNEXT」则除了烹饪原理之外，更常谈论饮食时事，例如：不久前发生的校园沙门氏菌集体中毒事件，社团里就有深入且全面的报导，带领读者了解结构性的食安问题；而渐趋严重的海鲜诈欺事件，则是另一个全球性的议题。无论是对料理感兴趣，或是想了解各种饮食议题的人，都欢迎加入这两个深具知识性的粉丝团。（远东商银／李承毅）

【二】

拜科技之赐，现在很方便就能在脸

书上和志同道合的朋友交换嗜好、分享心得。有些社团让您借由文章、照片，即可神游各国及台湾角落。例如：「美景奇闻—世界之窗」、「欧洲旅游，我在欧洲自由行」、「走吧，来去日本旅游」、「自由行」…等，深刻体悟到世界之大，真是穷其一生也玩不完。最近疫情趋缓，国民旅游大解封，想要探访台湾景点自然得从社团里挖宝，像是：「台湾 10000 个景点」、「一日游景点」、「台湾行脚」、「台湾秘境」、「台湾景点分享站」…等社团。即使只在计画旅游的阶段，社团里的美照也能让我心情暖呼呼！

有玩当然也要有吃，虽然我厨艺不精，但能说出一口好菜，就是因为「爱做菜」、「就是爱做菜」、「妈妈味家传味」、「快乐料理」等社团朋友不藏私的分享，虽然大家互不相识，但在留言区的互动让我很有归属感，把我圈得死心塌地呢！（远传电信／沈采妮）

被动收入由主动投资开始

远东商银／廖冠杰

很多人都在谈论被动收入，每天翻开财经专栏，不时会看到斗大标题有著「存股退休」或是「透过投资累积人生第一桶金」。相信很多人都怀疑：投资真的这么简单吗？靠著存股就能每个月增加被动收入吗？市面上的金融商品这么多，如何挑选呢？投资的确不简单，而且若是没有投入大笔资金，被动收入是无法养家糊口的，然而投资者对于风险的承受度亦是至关重要的问题。

了解自身风险承受度，再选择投资工具

举例而言，王大明的储蓄习惯为定存，虽然存股领股息是不错的投资方式，但股价每天上下波动，反而对大明造成极大的压力。因此，选择投资工具之前，需先了解自己是相对保守或是相对积极的族群。再者，每个月增加多少被动收入取决于投入的资本，需要「主动」投入资本，才能享有额外的「被动」收入。

透过债券投资增加收入

目前市场上可以投资的商品种类众多，包括：股票、期货、选择权、基金、ETF 或结构型商品等，投资什么商品才能稳定增加被动收入呢？假设大明定存台币 100 万元，以现行的定存利率计算，一年可领 8,000 元利息，每月大概可增加 700 元。换言之，若透过投资，每月平均可增

加的收入超过定存利息的收入，就会是不错的投资。当然，这只是比较每月可增加收入的多寡，并没有将风险纳入考量，透过平衡风险和报酬，才能健康的增加被动式收入。

以大明这类风险趋避的投资者来说，不妨考虑拥有类似定存特性，包括：拥有到期日和稳定配息的商品，例如：客制化结构型商品、目标到期基金及债券。结构型商品较为复杂，目标到期基金虽有「到期不违约，原币保本」的特质，但若是临时有资金需求，提早赎回还是有可能要付出赎回费用。相比之下，债券更适合大明。根据过去数据观察，债券的波动性小于股票，可提供稳定且明确的收入（固定的利息）。以目前美金投资等级短天期债券收益率 2.5% 计算，每投入台币 100 万元，每年可领债息 25,000 元，平均每月

可增加 2,083 元的被动收入，较定存每月多领 1,300 元。

债券是提供贷款予需要筹集资金的机构（政府和公司），也就是将钱交给发行债券的政府或公司，并在约定的期限内，返还原始的票面金额，期间可获得定期利息，通常称为「票息」。债券与股票不同之处在于，投资股票主要是享受公司盈余成长的成果，但债券投资人只能拿到固定的债息。在企业高度成长阶段，股票的获利会优于债券的配息，但一般人通常难以判断企业何时走下坡。债券投资人的优势在于，只要企业不赔钱，就能稳定的拿到利息。另外，买入债券后，不一定要持有至到期，债券也可以在次级市场流通。

善用信用分析工具，降低投资风险

当然，债券不是没有风险，必须购买有担保的债券，否则仍有可能无法收回原始投资本金，因此必须了解债务人（发债机构）的信用风险。发债机构就如同借款人，有其借贷的理由，例如：拓展业务规模。就像民众申请房贷一样，银行会评估借款人的还款能力、是否有其他债务，以此决定可申贷的金额及利率；购买债券时，民众同样要了解债券发债的原因，以及发债机构的财务状况和还款能力。不过，对于没有投资经验的民众来说，解读财报与分析还款能力并非易事，此时不妨

借助有公信力的信评公司。

信评公司会为发债机构进行评级，标示发行机构支付利息及到期偿还本金的能力。美国政府债券往往被评为 AAA 或 AA 级，即代表具有较高的安全性，比公司债券更安全。各国发行的债券会因地缘、政治因素、国家 GDP 成长率或债务占比而有不同的评级，评级为 BBB 或更高的债券，被视为投资级债券；而评级低于 BBB 的债券，则被视为高收益债券。例如，亚马逊或苹果等科技巨头的信评为 A～AA 等级的投资级债券，违约风险小，购买该公司债券，每年可领取 2.5% 的利息；至于信评等级为 BB 的非投资级公司债，则可享受年领 6% 的债息，若同样以台币 100 万元投资在两种不同等级的债券上，每年获利将有 35,000 元的差距。

综上所述，任何投资都伴随著风险，投资人必须在收益与风险中找出平衡，才能正确的投资、健康的增加被动收入。



夏天也会引发痛风?!

亚东医院过敏免疫风湿科／吴建升主任

一般来说，夏季较少谈论痛风议题，但是痛风真的不会在夏天发作吗？其实不然，夏天的痛风发作一般与「运动」和「饮食」有关，本期将由专业医师说明夏日痛风的防治之道。



痛风常常伴随代谢症候群，与高血压、高血脂、高血糖及肥胖同时出现。若要避免发生代谢症候群，最重要的就是运动与饮食控制。二、三十年前，台湾民众较不重视运动，虽然知道运动的重要性，但对于如何选择运动、如何避免运动伤害，却没有更进一步的讨论，也不了解运动与痛风的关联性。

夏日运动与痛风防治

近年吹起一股运动休闲风，许多人都愿意花费时间与金钱，从事有氧与重训，也喜爱户外活动，尽情挥洒汗水。然而，夏天运动时，容易大量流汗，造成身体脱水，反而可能导致痛风。因此在运动时，补充水分是非常重要的环节，即使在夜晚运动，少了毒辣的太阳，仍要注意水分的

补充。

夏日饮食与痛风防治

饮食方面，夏季虽然吃火锅的情况减少，但不少民众还是喜欢与三五好友前往烧烤店畅饮冰凉啤酒，再加上海产或是内脏类的下酒菜，导致痛风的风险又再次升高！

啤酒是引发痛风最「有效」的酒类，患有痛风的朋友请务必注意摄取量，建议多喝水；此外，海鲜与内脏类的普林含量比较高，应多加节制。对于曾在一年内多次痛风发作的病友来说，持续使用降尿酸药物仍然最重要。

根据以往研究，即使进行严格的饮食控制，也只能微幅降低血中尿酸，因此药物控制对许多病人而言，仍然不可或缺。



发生在脚踝与第一大脚趾的痛风石，在X光下可以看到明显的软组织肿胀，造成大脚趾附近的骨头破坏（红色箭头处）。

尿酸药物有许多选择，例如：促进尿液中的尿酸排出，或是阻止尿酸制造，医师会根据每位病人的相对禁忌与绝对禁忌选择用药。血中高尿酸除了饮食之外，有部分天生体质造成，服用药物虽然可以降低，但往往一停药，即会恢复高尿酸血症。大部分慢性病药物都已具备一定程度的安全性，因此千万不要任意停药、加药或减药，若是希望调整剂量，请与医师商量。

「痛风石」治疗

痛风石是一种特别的现象，通常不会

急性发作，但是尿酸较高的病人，因为痛感不明显，容易失去警觉性，等到脚掌、脚踝、手肘，甚至手指上到处都长出不规则的痛风石才来就医，骨头甚至会因此受到破坏。

即使是很大的痛风石，也有机会借由降尿酸药物，将血中尿酸浓度降至 5 mg/dL 左右，让痛风石溶解消失，只是通常需要耗费半年以上的时间，因此，最好的办法是发现有小痛风石，即开始规律用药。就算石头消失了，也应持续服药。目前医学对于哪些病人会发生痛风石仍属未知，只知道曾经长过痛风石的病人，一旦停药就很容易复发，因此更应该持续用药。

尿酸排除的效率与肾功能相关，且痛风病人也是尿路结石的高危险群，若有尿路结石应积极评估与处理。但若肾功能不佳，导致血中尿酸值无法达标，痛风石消失的速度不理想，就需要外科介入治疗。

由于痛风石大多位于关节韧带附近，血流供应不佳，开刀时若是伤口太大，下方的组织又被大量移除，有可能造成伤口无法愈合。此时，微创概念可有效解决，利用超音波刀等特殊器械，以小伤口分阶段清除痛风石与下面的组织，就不会产生伤口的问题。开刀的目的是为了功能或美观，务必先与外科医师讨论，并在开刀前，控制好尿酸值，才能避免复发。

橘世代——精彩人生 2.0 梦想不必再等待

远东百货／郑嘉蕙

国际定义老年人口当中，有一群50～65岁的初老族群，如秋天代表色「橘色」般地璀璨，让经济学家正视「橘世代」重掌消费主场的大趋势。的确，橘世代只要身体健康，就可以实现梦想，迎向明亮灿烂的人生新页。本期「流行网」让我们一起来了解这波新崛起的「橘色经济」。

现今 50～65 岁的初老族群和过去同龄的世代有什么不同呢？

- **看不出年龄：**重视运动、健康与外貌的橘世代，在身体年龄上远比过去同龄者年轻很多，甚至根本看不出已是徐娘半老或是半百老翁。不只外貌读不出岁月，大龄姊姊和哥哥在心态上普遍更豁达、也更舍得，遇到人生高低潮也更有能力安稳面对。

- **快乐指数高：**根据行为科学和脑科学专家指出，橘世代是人生中能力最强也最快乐的时刻。有足够的生活经验，愿意和人接触、产生连结，常借由旅游、运动、座谈、志工…等机会与人互动，加上社群普及，花在社交的时间变得更多。

- **创造力极高：**身处资讯快速流通的时代，必须从庞大的资讯中找到重点，再分析出原创性的解决方案。尽管熟龄人的大脑反应变慢，也容易健忘，但是比年轻人多一份圆融与同理心，处理事情会走出一条「以人为本」的方案，产生新亮点，再加上经验丰富，能游走在不同范畴，创造出更多横向联系。

- **更把握当下：**对橘世代来说，日常生活能和孩子说说话或吃美食、赏美景，就是开心的好日子。更容易快乐、更想把握时间，学习、探险、实践梦想的行动力更旺盛，更懂得快活过日！

了解橘世代的心理层次后，让我们一起开心走进暮秋正美的橘色世代。

运动咖

Tokuyo「铝合金全折叠平板智跑机」(TT-238)

新颖设计的智跑机，不仅可直立放置，减少厚度至 15 公分，底部附有移动式滚轮，大幅提升居家空间的机动性与收纳性，更可透过脚感控速、遥控操作、手机 APP 等三种

模式，轻松享受智慧科技的舒适生活。建议售价 24,800 元，洽询专线：台中大远百 9 楼，(04)2251-6226。



3C 控

SONY「防水蓝芽 MP3」

专为户外活动打造、具备 Bluetooth® 轻松连线能力，加上内建麦克风，能够以无线方式拨打电话或接听来电，让运动、外出更便利。建议售价 3,990 元，洽询专线：远百宝庆 8 楼「绅鑫」专柜，(02)2382-2807。



护面子

施巴 Sebamed「中性沐浴泡泡露组」

入中年后，由于贺尔蒙的影响加上更年期，肌肤变得敏感、脆弱、粗糙，必须更注重保湿。施巴 pH5.5 的微酸性配方，可促进形成肌肤的保护膜，加强皮肤防御功能，有效隔离外界刺激，维持肌肤最自然健康的状态。1000ml x 4 罐，建议售价 3,960 元，**集团同仁独家优惠价 2,800 元**。洽询专线：远百桃园 6 楼，(03)334-6681。



生活家

迪朗奇 DeLonghi「全自动咖啡机」

秉持义大利精湛的工艺技术与创新精神，不论造型、功能、设计感或实用性，都以最高标准引领世界潮流，可迅速将鲜奶制成绵密细致的奶泡，能四段式调整咖啡温度，加上专利咖啡冲泡系统方便清洁，面板操作简易，让橘世代轻松煮出好咖啡。建议售价 27,900 元，**集团同仁独家赠送咖啡豆、奶泡壶、除垢剂**。洽询专线：高雄大远百 10 楼，(07)972-2333。



顾健康

「集雅社」LG PuricCare Mini 随身净空气清净机

通过英国、韩国过敏协会认证，可有效去除 99% 的灰尘。无线小巧的设计，能搭配行动 APP，显示污染记录、滤网资讯，同时智慧遥控出风强度。建议售价 7,990 元，洽询专线：新竹大远百 5 楼，(03)523-3676。



备注：全文「优惠价」需要出示集团员工识别证，期限至 2020 年 8 月 31 日止。扫描 QR Code 看更多远东人专属优惠



拚就业！ 六大青年就业补助陆续开跑

远东新世纪／吴若绮

新冠肺炎（COVID-19）大幅冲击就业市场，上半年不少公司放起无薪假，甚至必须裁员以减少人事支出。所幸毕业季恰逢疫情趋缓时期，为鼓励青年积极寻职、稳定就业，同时奖励雇主聘雇失业劳工，政府于六月中旬一口气推出六大就业补助，希望活络低靡已久的就业市场。

冲就业——奖励年轻人求职与稳定就业

1. 青年就业奖励计画

- 适用资格：本国籍 15～29 岁之 108 学年度应届毕业青年，受雇从事全时工作并加保就业保险。

- 奖励标准：于 2020 年 1 月 15 日～6 月 14 日间受雇就业，且于 6 月 15 日后持续受雇于同一雇主；或于 2020 年 6 月 15 日～9 月 30 日间受雇就业，且连续受雇于同一雇主。符合以上情形，满 90 日即发给新台币（以下同）2 万元就业奖励，满 180 日加发 1 万元，合计最高发给 3 万元。

2. 特定行业就业奖励

- 适用资格：29 岁以下青年，任职于特定制造业、照顾服务业及营造业（如：纺织业、钢铁业、铸造业等高风险行业）。

- 奖励标准：经公立就业服务机构谘询及推介至特定制造业或照顾服务业工作，受雇于同一雇主连续 30 日，每月即发给 5,000～7,000 元就业奖励，最长发给 18 个月，最高发给 10.8 万元。合并第一项「青年就业奖励」一起领取，最高共可领取 13.8 万元。

练专长——由政府提供职训，奖励学习、储备新技能

1. 产业新尖兵计画

- 适用资格：本国籍 15～29 岁之待业青年。

- 训练课程：由中央目的事业主管机关及其捐助法人所提供之课程（如资策会、工研院及外贸协会等），包含：电子电机、工业机械、数位资讯、绿能科技及国际行销企划等领域。

- 补助方式：青年于结训后 90 日内曾就业者，补助 80% 训练费用，最高补助 10 万元；未就业者补助每一青年训练费用自付额 50%，最高补助 7 万元。

2. 学习奖励金

- 适用资格：本国籍 15～29 岁之待业青年。

- 训练课程：以「五加二重点产业」为主，其内容包含：智慧机械、亚洲·矽谷、绿能科技、生医产业、国防产业、新农业及循环经济七大领域。

- 补助方式：参加「五加二重点产业」课程，除可领取第三项「产业新尖兵计画」之训练费补贴外，参训期间每个月还可领 8,000 元奖励金；其他课程则提供每月 3,000 元奖励金，最长可领 12 个月，最高可拿到 9.6 万元奖励金。

兴雇用——鼓励企业提供工作机会

1. 青年就业旗舰计画

- 适用资格：聘雇本国籍 15～29 岁青年之就业保险投保单位、民间团体及公私立高中（职）或大专院校，并于 2020 年 6 月 22 日～2021 年 6 月 30 日提出申请。

- 补助方式：为奖励单位聘雇缺乏工作经验之新鲜人，由资深员工担任职场导师，提供实务职场训练，补助训练单位工作岗位训练费以青年入职薪资做区分。

每月给付学员薪资达 3 万元以上者，训练期间以 9 个月为限，最高补助 10.8 万元。

2. 雇用青年奖助计画

除了「青年就业旗舰计画」，每雇用一名青年，最高还可补助 8 万元，不过该计画将视青年就业状况而定，目前尚未上路。

本次推出的六大计画预计照顾 19 万初次寻职青年，至少协助 14 万人稳定就业。家中如有 15～29 岁青年欲求职，不妨把握这波机会，只要至「台湾就业通」网站「计画专区」登录，填妥申请文件，媒合职务成功，即可领取相关津贴。抢得先机及早就业，或是借由职训储备能量，在赚取奖金奖励的同时，也为自己与企业打造双赢局面。（资料来源：劳动部劳动力发展署、台湾就业通）



致青春 敬中年

亚东石化（上海）／刘先佳

生于85年的我，转眼间也是个即将奔四的中年人了，回想起儿时往事，不由得有些感慨……

我出生在东北抚顺的一个小乡村，带著一身淳朴的乡村气息，经常和小夥伴到河边抓鱼、在河里游泳。当时父母都忙于工作，年幼的我们，饿了就到河边农田里摘些蔬菜吃，渴了就在小河里随便喝口水，每天过得无忧无虑。

96年因为父母工作调动，我告别了儿时的大山、河流，转进城里的学校读书。起初有些不适应，城里小夥伴手上的电子游戏机，我从没见过；学校体育课的足球、篮球、乒乓球，以前只在课本里见到，突然面对这些新事物，没有做好准备的我，忽然觉得格格不入。我自卑、无知，长得也不高大，只能凭借浑身的力气，用拳头说话。有时候遍体鳞伤回到家，家人问起，搪塞说不小心摔的。当时朋友不多，也就两个和我一样处于边缘地带的同学走得比较近，但我并没有不开心，因为

每天都能做自己想做的事。

慢慢地，电视走进了我们的生活，充满诱惑的新世界令人无比向往。那时我已经在城里读了两年小学，即将升入初中，也慢慢开始结交新的朋友，并且借由踢足球，认识了更多朋友。我依旧走著乡村路线，学习成绩中规中矩，既不是学校第一梯队的尖子生，也不是调皮捣蛋的落后分子，但内心慢慢开始自信起来。

2000年，香港文化进入大陆，当年和老爸一起看成龙的《醉拳》，丝毫不存在代沟。青春期之后，自我意识膨胀，接触最多的大概就是古惑仔之类的电影了，很多高中同学效仿电影里的桥段，十几个人的小团体逐渐壮大成以班级为单位的大团体，抢占球场、打架的事情不时发生，有时打人，有时被人打，受伤进医院和被

学校通报批评都是家常便饭。虽然违背父母的意愿，但当年讲的是哥儿们的义气，单纯自在，现在想想不由得莞尔。随著大家渐渐步入社会，当时的大哥也成为药店里推荐药品的暖男；同学聚会时，大家自嘲「好汉不提当年勇」，笑看属于我们的青春年代。

中国加入 WTO 后不久，经济全球化和互联网逐渐走入我们的生活，中国也处于逐步开放的年代。2004 年考进大学，学校里经常能看见俄罗斯人，大千世界充满了各种诱惑，有自制力的人会把精力放在学业上，另一部分人则是为了部落、为了联盟，沉迷在虚拟的游戏世界中不能自拔，所以大一时，不及格的人数是最多的。

在崇尚自由开放的环境中，我顺利毕业了。带著骨子里的淳朴，怀抱著梦想，我在 2010 年来到上海，进入亚东石化。当年面试的场景至今记忆犹新，人力资源的同事问我：「你学电子资讯工程专业，为什么来应聘化工行业？」我说：「我想留在上海。」面试官继续问：「你的专业与我们招聘的条件不符合怎么办？」刚出校园的我，初生之犊不畏虎，勇敢回答：「我可以学，我相信自己有这个能力。」第一天进厂时，董主任带我进现场走了

一圈，当时觉得这个企业的自动化程度真高，他还给了一本很厚的盘控资料，我用一天的时间读完，虽然没记住太多，但对于新知识充满了渴望，反覆翻阅了几遍。郭科长则让我翻译英文版的 RPF 资料，当时只是按照字面意思进行翻译，后来才懂得通过实践来验证。就这样，我从操作员做起，学习 PID，通过查字典、翻阅材料，慢慢掌握化工领域的专业知识，并在前辈的教导下，学习画 PID、现场确认管线、熟读 SOP。

转眼间，我在亚东十年了，虽然不是建厂的元老级员工，但在上海的十年青春都奉献给了亚东。从亚东的文化中，逐渐提升了自己，变得更加自信，更有力量，走得更远。

我曾经沉迷过、克制过，学会了坚持。面对人生的种种第一次，学会了勇敢。每个人的经历、认识、性格及定位不一样，错与对，好与坏，尽管曲折迂回，但只要坚持心的方向，纵然有痛苦，都能保持坦然。

梳理这一路走来的记忆残片，突然发觉自己确实离别人口中的中年危机不远了。此番「致青春」，多年后，或许我会自信的「敬中年」了。

生命中的烟火味

华煦供热／郭延山

有幸成为改革开放成果中的一份子，计划生育的国策深深烙印在身上。出生在1980年，我是标准的80后，避开了10年动荡，躲过了3年自然灾害，迎面来的是新中国崛起的起点。趁著还能体会过去生命中烟火味的时候，留下点什么，未来在半清醒、半迷糊的时候，泛黄的瞳孔会出现片刻高光。年龄相仿的人，或许可以从中找出记忆里熟悉的画面。

头几年，没有任何记忆，知道的事情都是从长辈的唠叨中累积的。例如：农村外婆家因「家庭联产承包责任制」的实施，没了大锅饭，多出来的劳动力开始跑船、跑供销，现金收入增多，花钱也就没那么抠抠索索了。年纪再大一点，有了些记忆，尽管还没有桌脚高，仍记得春节的农村赌博尤为盛行，输赢高达上万元，小孩子的压岁钱也能给到10块钱了，「万元户」在农村人看来，已是稀松平常。

我的父母都是国营厂的职工，虽然在一线干活，其实经济情况好过很多人。那年头，待业青年想进企业，得托好多层关系、花好些钱，能不能成为正式编制还很难说。正式编制的国营厂职工不但享有城镇户口，也可以享受计划经济中的粮油计画。虽然计划经济已逐渐往市场经济

转变，但是并轨运行的时候，价差还是很惊人的。看到老爷子每年领回来的红本本（优秀职工奖状），就知道国营企业有多红火。而且在城里挣钱的机会也很多，只要愿意出劳力，有时一天就能挣到5～10块钱，而父母的工资一个月才30几块钱。

国库券是在翻箱倒柜的时候无意间发现的，面值10元的国库券，有时在银行门口黑市能兑到15元。我曾偷偷拿出来兑成现金，当几天「大款」（注1），只要一人发给一颗鱼皮花生豆，屁股后面就会跟著一帮娃娃。

当时进城和下乡都没那么简单，除了搭乘公共汽车、机动三轮卡、磅船等交通工具，也可以借一辆自行车。小时候我最

喜欢搭乘磅船，虽然耗时较长，但费用便宜，还可以在村前闸口下船，几步就能到外婆家。如果是公共汽车、机动三轮卡，下车后还得步行十几里地。

还记得当时暑假都是在外婆家度过，家前屋后那条十几米宽的河道，是玩耍的好地方。看到有人家杀鸭杀鹅，就去搞几根翅羽做成浮子；用牙膏管、坏凉鞋换一点麦芽糖、鱼钩鱼线；再随手从屋后砍一根细竹，做成鱼竿，想啥时候吃鱼都没问题。河水也是我们消暑的好地方，一帮年龄相当的孩子时常在宽阔的河面上打水仗。

每回都是在大中午的时候，一辆二八大杠（注2）的自行车就在村子里转悠。车后座放著一个大木箱子，一路骑，老板的小木块就一路敲。此时大人们都午睡了，小孩子们则跟在车后面，眼馋著看谁家买冰棒。好不容易买上一支赤豆冰棒，总想舔上个把小时，最后不是舔化了，而

是被大太阳融化了，为了不浪费，得赶紧用舌头接著。如果买的是奶油雪糕，那滋滋的奶香味可要馋死几个娃娃。后来，年纪大了点，农村里也有人家买冰箱了，碰上卖冰棒货郎，一次性多买了几支「花脸雪糕」搁在冰箱里，想啥时吃都可以了。

外公在自家屋前的水面上养了几百只鸭子，鸭群早上浩浩荡荡的出栏，晚上再浩浩荡荡的进栏。外公不但将一艘溜鸭小船耍得灵活，还得保持平稳，而且出栏时数清鸭子数，进栏还要再数。这些鸭崽们从不听使唤，更不会排队，外公靠著一只竹篙和灵活的眼球，总是能一只不差。少数贪玩的鸭，一定能在哪个苇丛里找回来。这几百只鸭子白天在外边吃饱了，第二天出栏时，鸭栏里就会留下百十个鸭蛋。鸭蛋的数量有多有少，凑足一批给等待收蛋的人。算好了歇窝的时辰，这些鸭子们也是另有出路的。来年，再引一批另养。

小时候，家住在城南的老街上，笔直的大马路顺著大运河岸堤修筑，从南到北包括：供销社的水果仓库、国营废品收购站、竹具铺、铁匠铺、农资部、理发室、酱菜店、箍桶铺、日杂部、茶水炉、面粉厂、城南食堂、卤菜店，何等繁华！天蒙蒙亮，各家的马桶已经出门，趁早倒



干净了，在不远的河边涮净后，侧身倚在墙角。进城赶早的鱼、菜贩来回叫卖著；有人家晚上炉门没有关好，熄了火，此时正支在门口生火；陆续起床的人，站在马路边上打著招呼，刷著牙。隔著不远的城南食堂已开了门，油条、面条、豆浆、稀饭、咸鸭蛋、菜包、肉包、油糕、花卷等，应有尽有。看著爸妈哪天心情好，要上五分钱，畅快的吃一碗馄饨。等到天亮了，各家的门板也打开，准备做生意了，这个时候茶水炉的生意最好。

这条马路一整天都是忙忙碌碌的，到了傍晚，各家店的生意打烊了，又变成另一种光景。沿著马路，各家拿出两条3寸宽的长板凳，放上一张竹床，找出一把破蒲扇，晚上的去处就有了著落。隔壁的三爹爹支起小铁锅炒著蚕豆，哗哗的声响引来几个孩子，趁著热，一人散上两颗，烫得人直摸耳朵。没钱的时候，煮一小碗蚕豆，切两条大头菜，来上二两酒。除非是家里来了大客，才指派孩子到卤菜店切一点猪头肉。

夏天的大马路，路灯亮得早，男人们用自来水冲了凉，坐在竹床边，拿蒲扇

驱赶著蚊虫；娃娃们则靠著床沿，迷迷糊糊闭上了眼。后半夜外边凉了，大人们才将娃娃抱回家里的床上睡。

大人们忙著挣钱，上学的事情就交给孩子自己负责。作业不写算是稀松平常，更皮的是跷课、考试作弊、打架、损同学等。那时的书本不是用来看的，而是一页一页夹著平平整整的烟纸；饭盒不是用来吃饭的，一盒一盒放著满满的洋画；书包呢，就是用来装书本和饭盒的。找一块空地就玩耍起来，天不黑，不回家。吃过晚饭，象征性的拿出课本划两笔，东摸摸、西摸摸，时间差不多，就洗洗睡了。期末考完试，手头必备两只水笔，一支红色、一支蓝色，蓝色是将成绩报告单涂改成及格，拿给家长看，红色则是将成绩报告单的成绩还原，交还给老师。

披著蓑衣，光著脚丫，拿著细竹竿，竿头缠著红色的塑胶布，在泥泞的小路上赶著一群小白鹅……这些有著烟火味的生活，是我生命中宝贵的财富。或许这样的日子再也回不去了，但生活的经历预示著我们能够找回那一段快乐的时光，感受著烟火味的生活。

注：

*注1.「大款」：有钱人。

*注2.「二八大杠」：轮子直径为28英寸的自行车。

疫情・温情

亚东医院／丁曼如

随著新冠肺炎疫情缓解，医院作业逐渐恢复常态，心中除了如释重负，更是满怀感激。犹记得疫情严峻时期，量测体温、自主管理、分舱分流、门禁管制、医材控管、防护措施……等制度，因应疫情不断更新，改变了工作和生活的步调与型态。

我是在急诊和加护病房等急重症单位的第一线工作人员，由于这段时期必须适应新的常规作业，每日严格执行自我健康管理与加强环境清洁，并且注意卫生福利部中央流行疫情指挥中心的新闻，以掌握台湾和全球疫情最新动态，加上经常穿著防护装备进入负压隔离室，照护疑似新冠肺炎病人，即使严密防护，但病毒具高传染性，万一感染仍会影响周遭同事亲友，特别是疫情期间人力调度紧绷，排班密集，稍有不慎，就会造成单位及医疗团队的工作负荷加重，身心压力遽增。

所幸至今大家都健康平安，亚东医院的应变措施令人骄傲！不仅配合执行政府的防疫政策，还能透过视讯，与尼加拉瓜分享防疫心得，并且捐赠呼吸器给友邦贝里斯，帮助重症医疗、感染控制和公共卫生。此外，院方也创设员工自主健康管理系统，员工每日从手机输入体温，自评身体症状，检视旅游史、接触史…等项目，

完成后系统自动产生 QR code，员工凭 QR code 作为上班纪录和进出门禁。此外，精神科也举办「抗疫身心状态问卷填写和抽奖活动」，赠送实用奖品与饮料，或许是幸运之神眷顾，两次活动我皆获奖。精神科还成立关怀小组，为压力指数高的同仁提供电话咨询服务；职安总处也安排健康操活动及户外健走活动。

从事急重症工作是我的兴趣和选择，感谢院方与单位的强力支援，提供充裕的设备资材与即时的关怀，使前线无后顾之忧，更要谢谢许多厂商、民众赠送的物资，包括：里仁有机苹果和黑麦原汁、可果美番茄汁、黑松韦恩黑咖啡、森永威德清凉果冻能量饮…等，特别是基督教卓越北大行道会赠送的纸杯咖啡包，贴著鼓励的纸条，让人十分感动。仅此向我的病人、同事、家人、朋友…等，致上最深的谢意，因为大家相互支持、体谅、关怀、协助，方能汇聚能量，战胜疫情！

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

- 关于远东集团零售事业「圈粉」密技，下列叙述何者为是？【封面故事】
 - SOGO 借由 IG Shopping 及直播导购，串接自营电商 SOGO istore
 - SOGO 将实体优惠券转为 APP 上的电子优惠券，为数位转型再下一城
 - 透过 HAPPY GO 会员及集团点数经济生态系，可有效提高顾客黏著度，并获得新会员
 - 以上皆是
- 下列关于远东商银数位转型之叙述，何者为是？【封面故事】
 - 远东商银离柜率于新冠疫情高峰时，达到 93%
 - 远银 Bankee 社群银行与远传电信共同推出《friDay 57》APP，强化集团综效
 - 远银 Bankee 社群银行金融百货新上架「join 智慧借贷平台」，抢攻 P2B 市场
 - 以上皆是
- 关于「夏季引发痛风」之叙述，下列何者为非？【生活情报 · 保健网】
 - 夏天运动时，容易大量流汗，造成身体脱水，反而可能导致痛风
 - 啤酒容易引发痛风，患有痛风的朋友必须注意摄取量
 - 痛风石无法借由降尿酸药物消除
 - 痛风病人也是尿路结石的高危险群
- 下列何者为今年推出之「六大青年就业补助」之一？【生活情报 · 台湾地区法律网】
 - 青年就业奖励计画
 - 产业新尖兵计画
 - 青年就业旗舰计画
 - 以上皆是

参加办法

请剪下 360 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，于八月十五日前掷回「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 元之远东百货商品券（15 份）。编辑室将于次月月刊中公布得奖名单。

远东人月刊 360 期有奖徵答

姓名：
单位：
联络地址：

答案：1. () 2. ()
3. () 4. ()

359 期有奖征答得奖名单揭晓

单位	姓名	单位	姓名	单位	姓名
亚东石化	刘 * 伟	远东 SOGO 百货	龐 * 诚	亚东医院	谢 * 芳
远传电信	郭 * 诚	远东新世纪新埔厂	黄 * 玲	远东新世纪	张 * 远
远传电信	洪 * 涵	远鑫电子票证	陈 * 芳	远东新世纪	林 * 玉
远传电信	林 * 荳	远东资源开发	谢 * 妤	亚东技术学院	谢 * 玲
亚利通运	吴 * 莹	远东百货新竹店	田 * 涵	亚泥花莲厂	赖 * 威

恭喜上列幸运儿分别得到面额 300 元的远东百货商品券！





远百货首间小米专卖店 6 月 13 日于远百桃园店盛大开幕，邀请「米粉」们一探小米魅力。



位于高雄地区的远东百货、远东 SOGO 百货、远东商银、东联化学，以及远龙不銹钢、远传电信等远东集团关系企业大集合，一同参与远传 5G 开台连线记者会。



台南大远百与台南市政府共同合作，捐赠 400 颗爱心粽子予弱势家庭，传递温暖关怀。



台中大远百携手台中市地区农会，网罗在地新鲜农特产品，打造最具特色的「美荔台中」农产展。



亚东技术学院举行「2020 通识教育与创新教学论坛暨学术研讨会」，邀请多位教授交流通识教育、创新教学、跨域合作等议题。



活存額度0.6%無上限
為一般大額定存2-3倍

線上申辦Bankee數位存款帳戶
即享活存利率**0.6%** 額度無上限！

掃QR Code即可快速申辦



活存
2.6% 碼上有



推薦好友申辦Bankee數位存款帳戶，活存利率再加碼2%！

