

# 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

DEC 2020 12月号  
NO. 364

## COVER STORY

精准分众 远东百货打造高黏度铁粉  
掌握分众消费力 赢向竞争心未来  
以客制化创造新蓝海  
看东联化学的转型策略

## LIFE GUIDE

美食网  
办圣诞Party罗！亲子动手做大餐  
保健网  
秋冬进补 当心补过头反伤身

## 分众行销 翻转市场

Segment Marketing  
Revamp the Business



扫描 QR Code 看更多即时讯息  
还可下载电子杂志





徐旭东董事长（右二）11月6日出席2020远见高峰会「台湾CEO 100 永续经营之道」座谈，与现场嘉宾分享经营管理理念。



徐旭东董事长（右）10月8日以远传电信、裕民航运两企业领导人身份，获《哈佛商业评论》（Harvard Business Review; HBR）全球繁体中文版选为2020「台湾CEO 100强」，卓越的领导力备受肯定。



亚东技术学院10月17日隆重举办52周年校庆活动，徐旭东董事长（前排中）、黄茂全校长（前排右一）与杰出校友们合影留念。



远传电信10月29日在井琪总经理（前排中）主持下，举办2020供应商年度大会暨企业社会责任成果发表会。



远东SOGO百货为唯一获得教育部体育署「运动企业认证标章」的百货，11月11日由黄晴雯董事长（右）代表出席领奖。

# 2021 远东人月刊徵稿列车启动

李佳珍

荏苒时光，将案上的月历追逐到最末一张；而集团成长的每个印记，却已悄悄累叠在架上的远东人月刊。再重逢，远东人月刊将继续朝「传递产业脉动，整合集团资源，提供同仁全方位资讯」的目标迈进，期待您与我们携手徜徉活力远东，尽展创意无限！

**\* 乐活职人：**您在工作中曾面临过什么难忘的事或突发状况吗？对办公室生存法则您有一套独特的哲学且不吐不快吗？本单元的「同仁工作经验谈」、「上班族必修学分」专栏，期待您来报到！

**\* 生活情报：**您知道周遭有哪些值得介绍的美景胜地吗？您有特别推荐的私房餐厅、难以忘怀的家传美食吗？本单元「美食网」、「旅游网」强力征求集团内的美食鉴赏达人、旅游达人，分享丰富的生活体验。

**\* 心动时刻：**人生旅途中的每一份心情、每一个转折，都弥足珍贵，这一方净土，是收藏你我心情的秘密花园。不论小说、散文、旅行札记、亲子教育心得……等，都希望有您一起来烘焙出属于我们的美好记忆。

---

## 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、8556

### 「远东人开讲」一月份话题：我的防疫新生活

随著新冠肺炎疫情趋缓，压抑许久的玩心也开始蠢蠢欲动。虽然现阶段仍无法尽情畅游世界各地，却是重新赏玩国内景点的好时机。无论是人迹罕至的私房行程，或是别具特色的文青景点，都欢迎来信分享，文长 300 字以内，远东人月刊就会提供您一笔「安心旅游基金」喔！（截稿日期：12 月 15 日前）



DEC 2020

NO. 364

01 EDITOR 编辑手记

2021 远东人月刊征稿列车启动 / 李佳珍

04 LEADER'S REMARKS 领航者的话

零售业的新常态 / 徐旭东

08 COVER STORY 封面故事

精准分众 远东百货打造高黏度铁粉 / 编辑室采访整理

掌握分众消费力 赢向竞争心未来 / 梁锦琳

以客制化创造新蓝海 看东联化学的转型策略 / 曾威杰

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 / 编辑室辑

24 OFFICE TALK 乐活职人

经营管理新知：新竹商圈消费大调查 / 天下创新学院提供

上班族必修学分：美国人都这么说 -- 会议常用会话 / EIE 美语提供



## 32 LIFE GUIDE 生活情報

**法律網** 權益不忘记 「提早就业奖助津贴」要留意 / 陈思宇

**保健網** 秋冬进补 当心补过头反伤身 / 蔡佩玲

**财经網** 投资者像园丁还是木匠？ / 纪从凡

**流行網** 一顶搞定你的 Fashion Style / 郑嘉蕙

**美食網** 办圣诞 Party 罗！亲子动手做大餐 / 庄宜君

## 44 HOT TOPIC 远东话题

远东人开讲：我的防疫新生活 / 编辑室辑

## 46 STORY 心动时刻

城市的记忆 / 胡善成

## 48 QUIZ 有奖征答

363 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 | 吴升鑫 | 卓采慧 | 范明珠 |
| 徐浚菁 | 徐雅慧 | 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 | 杨韵琪 | 曾淑苹 |
| 冯辉棋 | 蔡敏雄 | 蔡佩琼 | 蔡欣渝 |
| 刘贞佑 | 谢蓓蓓 |     |     |

### 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、8556

### 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)



## 零售业的新常态

远东集团董事长／徐旭东

2020年是不安定的一年，各行各业面临的挑战比先前更加严峻，零售业遭受的冲击更是前所未有，尤其是因为疫情而导致消费者行为的改变及经营环境的快速变动。然而，面对这些影响与可能发展的新常态趋势，零售业应如何调整资源与策略，赢向未来？

### 一、变动下的世界

诚如 WalMart 的 CEO 所言，面对未来的经济前景，我们看到的是一条崎岖不平的道路（We see a bumpy road ahead.）。新冠肺炎疫情自去年年底开

始发现到发酵，至今全球确诊人数已高达四千多万人，死亡的人数更超过百万人。为了管控疫情，各国均采边境封锁的管制措施，首当其冲的就是物流，特别是号称世界工厂的中国停工停产，造成全球供应

短缺，许多企业更紧急转移生产基地，降低断链造成的损失；其次，人员因边境管制措施而减少流动，对于航空业、观光旅游与零售冲击最大；最后，则是国际间的流动因隔离而冷却，眼见全球化的成长动能遭受阻碍，投资大众与企业恐慌情绪增加，连带导致金融市场动荡，美股熔断、原油期货价格崩跌……等。而今年最重要的运动盛事 -- 东京奥运，也在疫情蔓延之下，被迫延期至 2021 年举办。

除了新冠肺炎疫情的影响，全球政治也在美中两强的对抗局势下，面临著恐怖平衡的状态。尤其紧密牵动美、中未来关系发展的美国总统大选，更是全球关注的焦点。再者，香港从去年展开的反送中活动，到今年通过国安法，导致香港经济遭受前所未有的困境。这一切的事件，都为 2020 年的不安定，刻印下不可磨灭的注记。

根据各研究机构预测，2020 年全球经济将因此遭受重创，预估将呈现负成长（-4% ~ -5%）；就连过往在经济成长表现亮丽的中国，今年也难逃大幅衰退的命运，全年经济成长率预估约为 2%。不过，相较于世界各国，台湾由于疫情管控较稳定，加上中国转单效应，经济成长率尚能维持在 1.5% 左右。

观察 2020 年台湾零售业的营业额走势，在年初疫情开始时，消费者对于出门

购物都有顾忌，因此零售各业态均呈现大幅衰退的趋势，特别是百货公司；仅电商等虚拟通路尚能维持销售动能。但在疫情较为稳定之后，加上三倍券的效益，自七月起，各业态的业绩已开始缓步提升。

面对这场「大萧条」以来最严重的危机，如果能更快、更广泛地提供病毒检测、疗法、疫苗和额外的经济政策刺激，预期 2021 年的经济表现将会有显著的改善。

## 二、疫情对零售业的影响

英语有句俗谚「There is nothing certain, but the uncertain.」，用来描述目前的经营环境真是再贴切不过了。从年初新冠肺炎蔓延以来，零售业遭受前所未有的冲击，截至八月底，美国已有 23





度也不会有太大的改变。由此可知，零售业面对的经营环境已经走到了新常态；因此，NIKE 的 CEO--John Donahoe 认为：数位服务将是零售业应对新常态所要努力的方向。

家零售业者宣布倒闭，其中品牌服饰商受创最重，百货公司也有 4 家宣布破产。然而，在一片衰退的零售业中，仍有部分业态表现亮眼，例如：食品杂货、家庭修缮及酒类商品等，相较于去年同期都有 10% 以上的成长，这一切应该是由于隔离政策导致消费者需求增加。

受到疫情影响，消费者的消费行为与态度也有所转变。根据 Ernst & Young 的消费态度调查：80% 的受访者对于试穿服装会有顾虑；57% 的受访者对于实体卖场的卫生与消毒作为会更在意。此外，在疫情期间，不同国家的受访者均表示：会增加网路购物的比例，特别是在食品杂货商品项目，而且对于外送服务及行动支付的需求也会同时增加。多数受访者更表示：即便在疫情过后，这些行为与态

### 三、新常态 新零售

今年台北纺织展（TITAS）的开幕走秀中，国内设计师们运用了兼具创新、环保及再生的纺织素材，打造出许多吸睛的服饰，这些布料都是国内重要纺织公司的研发成果。这提醒了我们，各行各业的创新及创意，将是面对新常态的重要利器。

受到疫情影响，消费者因为收入减少，可供支配所得相对变少，或是为了防患未然，消费态度渐趋保守，因此会将家庭支出重心放在民生相关的产品或服务，原本选用的产品则可能因为供应链中断、商品供应不足，而开始选择替代商品。此外，也会更加在意消费环境的安全与卫生，选择虚实整合通路平台的比例将会持续增加。

面对这样的新常态，零售商如何拟定策略呢？

（一）重新思考如何连结消费者：零售业者应从数据下手，分析能吸引消费者的商品或服务，重新与消费者建立关系。

（二）整合实体与虚拟服务：在新常态的趋势下，线下和线上的关系比以往更重要，倘若无法将两者结合起来，品牌营运将面临重大挑战。因为实体零售仍然是客户参与的强大工具，数位环境永远无法与实体商店提供的价值和体验竞争。因此，零售商若能将实体与数位无缝结合，发挥最大的影响力，将会蓬勃发展。

（三）发展无接触购物服务：疫情下，消费者关注的卫生议题，无接触式购物可能是解决方案，能减少与顾客的接触，以及协调实体和线上系统价格管理、降低断货和产品损坏的机率，增加活动和市场推广的灵活性，以及更好的购物体验；提供安全的消费购物环境，让消费者有信心回到商店，也可同时利用虚拟通路的好处和效率。

（四）体验是实体通路的重要因子：诚如美国经济学家 Joseph Pine II 和 James Gilmore 提到：「如果企业创造能够让顾客参与、值得顾客回忆的活动。在顾客参与的过程中，记忆长久地留住了对过程的体验。如果体验美好、非我莫属、不可复制、不可转让，顾客就愿意为

体验付费。」实体店是体验经济的最佳载体，未来，卖什么都是卖体验！

#### 四、结语

最后，以三个重点为今天的演讲下结论 --

首先，过去几年一直强调的数位化，在这波疫情的推波助澜之下，变得更不可或缺，也是零售商势在必行的策略之一。美国零售量贩卖场 Target 的 CEO-Brian Cornell 即表示：在这三年内，Target 将努力推动数位化，积极以数位服务满足消费者的需求。

其次，提供安全、卫生且值得信任的购物环境，是疫情冲击后，所有消费者共同的期待，也是实体卖场最重要的目标；唯有安心逛街，消费者才能放心购物。

第三，不管线上、线下，都要能提供丰富的商品品项，让消费者方便购物，这才是零售商的最终目标。

最后以美国海军中将 James Stockdale 的一段话（The Stockdale Paradox），为这不平静的 2020 年做一注解：我们不管面对任何困难都不能丧失必胜的信心，但是永远不要把信心跟面对的残酷现实混为一谈。只要随时保有危机感，相信大家一定可以突破疫情带来的挑战。（本文为徐旭东董事长於 2020 年远百厂商联谊会谈话）



## 精准分众 远东百货打造高黏度铁粉

编辑室采访整理

新冠肺炎疫情为零售市场带来重重挑战，不但限制了社交距离、改变了消费者的购物习惯，更考验了百货业与消费者建立连结的方式和连结的强度。本期「封面故事」将由徐雪芳总经理与大家分享，远东百货如何借由客制化服务，抢进分众商机，掌握后疫情时代的消费新趋势。

### 在地化策略 深耕区域特色

屹立零售市场超过半世纪的远东百货，在全台共有 11 个服务据点。由于不同商圈各有特色，消费习惯也南辕北辙，远百一直采取「因地制宜」的策略，在不同的都市区域，依照店点大小与竞争态势，顺应商圈客层属性，结合在地文化，

做出不同的区隔。徐雪芳总经理认为，「大店有大店的优点；小店有小店的精致，只要能让顾客满意的消费空间，就是符合市场需求的卖场。」

多年来，随著台湾经济成长、科技发展，民众的消费需求产生了重大改变，远百也与时俱进，从第一代的区域小型店，

逐步转型为运用数位科技，提供贴心个性化服务的第五代智慧型商场。去年年底开幕的最新第五代智慧型商场 -- 远百信义 A13，即根据「Retail mall」的策略定位，保有百货公司业种齐全、商品多样、服务细腻的优势，加上独具特色的商场空间设计，搭配 POS、APP、CRM 三大数位工具，达到 Right Time、Right Way、Right Person、Right Service 的 4R 目标，让消费者在对的时间与方式，接收到对的资讯。

创新的营运概念果然深获好评，徐总经理规划，「未来将逐步把第五代店型智慧商场的营运概念拓展到其他分公司，同时关注该地区民众的日常需求，并透过数位工具，与顾客保持最紧密的接触，深化『因地制宜』的营运策略，将每家分公司都打造成最受当地消费者欢迎的商场。」

## 客制化服务 拢络熟客的心

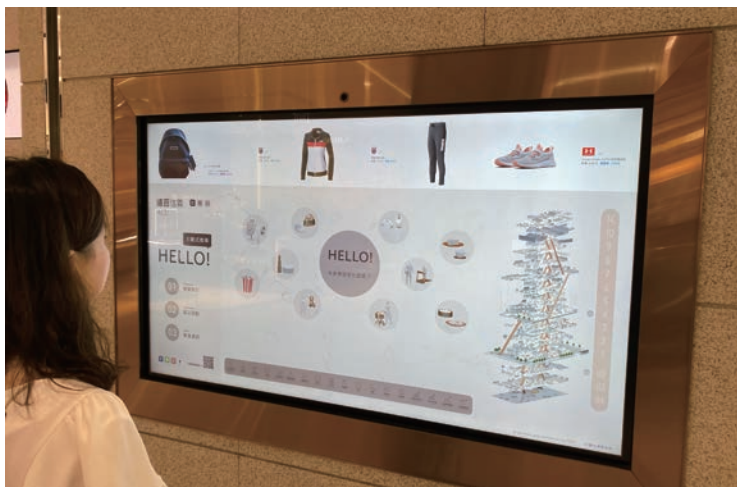
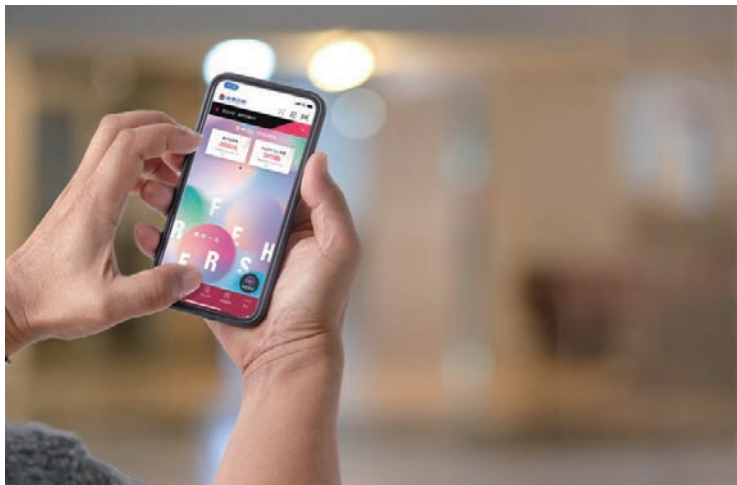
顾客是零售业者最重要的资产，远百除了依照 HAPPY GO 会员在各店当年的消费金额，区隔出不同的 VIP 层级，提供 VIP 室、停车优惠、生日活动或礼宾接待等尊荣礼遇，并且针对高消费额的主顾

客群特别规划品牌发表、新装展演与新品体验等客制化活动，以最新潮流趋势与商品提案，搭配精心打造的 VIP 室，提升主顾客群的满意度与忠诚度，进而维持高黏著度。

不仅从年度消费金额辨识主顾客群，随著消费者喜好快速转变与分众消费需求的崛起，业者也必须运用长时间累积的数据、结合不同的数位工具，精准解读会员的喜好，进行分众与个人化行销。远百依照会员购买的商品类型与消费轨迹，分析其购物行为与真实需求，描绘出不同族群的消费者轮廓，同时善用 CRM 会员中心的「标签」功能与旅程设计，在规划活动时，针对潜力目标族群提供适当诱因，透过 APP 推播、EDM 或 SMS 简讯，为其推荐最符合需求的商品。

对于未来的会员经营模式，徐总经理已拟定好完整的架构，「远百 APP 的改





版计画中，将重新建构会员分级制度，除了保留消费金额作为指标，也将新增任务活动、集兑点、个人化等功能，提高会员在 APP 的黏著度与导客率。」

## 数位化转型 创新消费旅程

而为迎战网路商城带来的冲击，远百也根据消费者在虚拟世界中，浏览、点击、行动的轨迹，设计出百货业首创、结合消费者购物逻辑的 Customer Journey（消费者旅程），并透过大数据分析与应用，

发展出线下实体的数位体验。

徐总经理指出，「借由数位科技，我们勾勒出消费者进店前、中、后的消费轨迹与实际需求，透过百货的硬体设施、软体服务，解决消费者在消费旅程中遭遇的各项问题，并从大众、分众到个人化，设计出五大数位体验。」

首先，在馆外透过「Geo Push」大众化推播，吸引消费者进店，主动提示并满足消费者在逛街前的资讯需求，抢在竞争者之前，吸引消费者的目光。待消费者进店后，分析其性别与年龄，与后端大数据整合，运用馆内的数位看板进行分群行销，与消费者即时互动，进而刺激其购物欲望。

在消费者购物的过程中，再利用遍布于各专柜的新型 POS 机，串连远百会员系统，待消费者完成结帐后，系统将依其消费纪录，于 APP 及 POS 机的客显面板上，投放专属于消费者的个人化推荐商品或馆内活动。最后在消费者离店时，推播离店问券，即时掌握消费满意度。

徐总经理强调，「消费者使用远百 APP 消费的同时，购物历程与偏好都在远百 CRM 系统中持续分析，透过长期消费笔数的累积，增加与顾客的接触点，让我

们越来越认识每位会员，越来越能洞悉顾客的心，真正能从顾客的喜好出发，推荐精准的商品与活动。」。

## 多元化管道 广纳新客群

尽管远百已经在数位转型的路上稳健前行，然而，突然其来的新冠肺炎疫情，还是为百货的营运带来不小动荡。所幸在徐总经理主导下，各分公司积极与主顾客群维持紧密的联系，提供预约到店、到府交易等贴心的服务，并密切与关系企业合作，除了 Happy Go 之外，也进一步与 Happy Go Pay、Happy Cash、远银…等企业配合，在巩固既有客群之余，导入新客源，利用集团综效稳固经营基础。

为了在疫情期间持续畅通与消费大众的沟通管道，徐总经理也指示楼面主管与专柜人员善用数位媒体，直播介绍档期促销内容、商品搭配提案，以及话题潮流走向，甚至是生活防疫秘诀，结合线上购物优惠，让民众掌握时尚趋势，一键下单轻松购物；同时结合远百推出的「速利便」馆外快速

外带取货服务，实现更便利的消费。

虽然远百属于线下的实体商场，对于虚拟的线上平台，徐总经理也十分积极的经营，希望透过官方 APP、社群媒体与网路购物……等多元管道，与消费大众进行全方位的沟通，进而吸引习惯使用数位工具的新客群，持续扩大客源。

对于百货零售市场来说，疫情虽然是危机，但在集团关系企业的资源互补，以及线上／线下的跨界整合、数位工具与社群平台的积极运用下，远百一方面稳固既有经营基础，同时趁势扩展新客群、刺激消费动能，相信终能化危机为转机，启动零售新局。





## 掌握分众消费力 赢向竞争心未来

鼎鼎联合行销总经理／梁锦琳

2020年全球历经疫情的挑战与洗礼，对企业而言，一改传统撒大网式的大众化行销手法，转而积极耕耘分众市场，透过年龄和生活型态，将消费者更细致地分群后，才能将商品设定和广告投放做到「差异化」和「精准」，真正将行销预算花在刀口上，创造后疫情时代企业胜出的利基。

鼎鼎联合行销推出全台第一个跨产业、跨品牌、跨通路，甚至近年更进一步发展到跨境的全方位点数会员平台「HAPPY GO」，至今活跃会员数已突破千万，全台平均 15 岁以上的消费者，每二人就有一位是 HAPPY GO 的卡友，也造就了全台数据最大且最丰富的消费资料库。旗下的市场研究顾问 GO SURVEY，

从会员资料库出发，辅以质化和量化的调查，洞察消费者的轮廓。每年 GO SURVEY 都会于年终发表当年度的消费者白皮书，今年特别锁定在后疫情时代企业控管行销预算的前提下，如何掌握分众消费力为题，和各界进行交流。

在疫情的挑战下，营销夥伴们今年都份外辛苦，如何更精准、有效地达到行

销目的，同时让客户感受到贴心的服务，「分众行销」是更好的选择，也是必然的趋势。所谓的分众市场，主要是因为技术的跃进扩大了产品和服务的多样性，也增加了媒体的及时性和扩散力，因此在观察消费者轮廓时，需要看得更细致。以往经常从年龄来区隔消费者市场，但仔细观察消费行为可以发现，除了年龄的变数，若再加上消费者不同的生命阶段历程（Life stage），可再切割出不同的消费族群。例如：单身时、结婚后，以及生儿育女后，甚至随著子女成长，每个阶段会有不同的购物动机，所关注的焦点也和资源分配息息相关，从而在商品选择的品质、价位、购买的方式和通路也有所不同。

根据 GO SURVEY 的市调资料显示，同样是女性族群，在不同的人生阶段，消费需求会不停转换。对各产业来说，每个人在不同的生命历程点，也会成为不同的目标消费族群。举例来说，当一个女性转换为妈妈的身份之后，其消费行为就会以幼儿为焦点；而男性的第一部车子，可能是在结婚或有小孩之后开始拥有；还有育儿妈妈因为家有婴幼儿，可能增加外送美食和网购等需求。

从卡友的实际消费数据对照远东集团零售通路的销售，也可发现不同生活形态的客群间，消费行为的特色与差异。年轻和轻熟单身族，以及注重生活品质但尚未

有小孩的年轻夫妻，因为生活较无负担，也乐于尝试多元的休闲娱乐和探索生活，消费成长力高，最常在百货通路消费品类分别是餐饮和美妆保养品、鞋类。另外，新手和幼儿爸妈的消费力强，少子化让他们花钱在宝贝的身上不手软，最常在百货公司消费婴幼儿相关商品和餐饮，这一族群同时也是注重省时省钱又方便的网购重度使用者。至于退休银发族虽然相对有钱又有闲，最大的消费取向是养生保健和理财，虽然造访百货的购物频次不若其他族群高，但平均客单价高，是顶级超市和高客单价的柜位消费大户。此外，百货公司开设影城，可有效带动单身族群及家有中小学生的爸妈族群前往观影。

谈到现代人注重养生和保健，其实保健不只是保健食品，而且不同生活历程的消费者，在产品的选择上也会有很大的差别。例如，30 岁的年轻世代已开始注重保健，特别是新婚夫妇对保健的需求提高；此外，有些人工作又兼育儿，需要顾肝保肝，有些人则有健身、纤体的需求；至于退休银发族对保健产品最大需求就是「顾三高」。透过分众的过程，各品牌和企业主更加了解顾客的属性，找出各个客群的喜好和痛点，进而投其所好，也能大幅提升顾客关系管理的成效。

洞悉消费者在不同人生历程的购物动机后，可以订出更细腻的分众客群，精准

掌握消费行为和需求的转变，下一个目标就是协助合作夥伴依此拟订数位媒体操作策略。今年受到疫情影响，消费者行为改变，特别是实体门市首当其冲，企业和品牌均视加速数位经营为首要目标。



18-39 岁已婚无小孩夫妻

鼎鼎联合行销旗下的 iCONNECT，透过先分众后导客的策略，并运用数据作为 OMO (Online-merge-Offline) 的最后一哩路。依据品牌客户不同的广告目标，以结合消费指标 (Transaction Data)、行为兴趣 (Behavioral Data)、态度意向 (Survey Data) 的独家 TBS 数据，演算出分群轮廓，再衔接多元媒体触及，达成精准导客的目标。以长期合作的品牌「正官庄」为例，iCONNECT 运用数据拟定疫情下的实体导客方案，以会员轮廓为基础，设定「选人、选品、选媒体」的三大策略，为正官庄创造亮眼的实体导客效益，达成数据获客的落地应用，更创造数据循环价值。另一案例则是运用 TBS

Data 与分众行销，为白兰氏电商导购布局，搭配多品并进策略，让数据成为分众导客源源不绝的动能。

掌握分众消费力，就是要勇于摆脱「数大便是美」的想法，专心耕耘小众市场，当客群分得越细，越能精准找到销售主力；另一方面，目标客群可能也正在找寻适合自己的产品与服务。在两者都有兴趣的同时，越有机会达成共识、完成销售。透过精准的分众策略，品牌和企业主可减少不必要的广告开销，只需针对目标客群投放广告，每次的行销费用都花在销售主力，锁定目标族群也更容易提高整体销售率；最重要的是，未来有机会让消费者变成品牌爱好者。掌握分众消费力，抢攻利基市场，才能开拓竞争心蓝海，赢向后疫情时代的营运转机。

鼎鼎联合行销在八年前陆续成立 GO SURVEY 市场研究顾问和 iCONNECT 智慧媒体二大事业体时，就是为了解与分析消费者行为和趋势。从市调洞察消费者的潜在需求，再利用庞大的资料库进行数据分析，找到这群人的下一次购买机会点，同时透过 iCONNECT 协助营销夥伴，规划执行有效能的数位媒体操作，并将行销策略落地，最终带进优质的客户，成为品牌和企业主最佳的行销顾问，并持续提供 HAPPY GO 卡友需要的贴心服务，成为鼎鼎联合行销的黄金三角核心价值。



## 以客制化创造新蓝海 看东联化学的转型策略

东联化学／曾威杰

2020年初以来，新冠肺炎疫情肆虐全球，造成消费需求萎缩及供应链中断，根据国际货币基金组织（IMF）预估，2020年全球经济增长率约为-4.9%；国际油价也受到影响，西德州原油（WTI）自疫情前每桶60~70美元，下跌至每桶30~40美元，乙二醇（EG）售价更大幅下跌至500美元以下。东联化学位处石化产业链中游，以乙烯为原料，生产环氧乙烷（EO），再制造为乙二醇及环氧乙烷衍生物（EOD）。本期「封面故事」将为您介绍，在剧变的环境下，东联化学如何以高值化产品，持续提升竞争力。

### 专注成本 厚植实力

在市场动荡、石化产业景气低迷时，惟有降低核心原料 -- 环氧乙烷（EO）之成本，才能保有主力产品 -- 乙二醇（EG）

之获利空间。为此，东联化学持续扩充产能、提升制程效率，并降低乙烯原料进口的输储成本，以确保核心原料之竞争力。此外，东联也使用高效率触媒，提高生产

效率，降低乙烯、氧气等原料成本及能源耗用；另则以合资的方式，兴建大型岸边乙烯原料储槽，增加进口乙烯之调度弹性，降低输储费用，强化整体竞争力，预计 2022 年竣工，届时东联化学的成本竞争力将可更上一层楼。

## 客制产品 扩大利基

为了减缓传统大宗石化品获利易受景气循环影响，东联化学自 2002 年起，跨足生产环氧乙烷衍生品（EOD），迄今林园与扬州两座特用化学品生产基地生产

乙醇胺（EA）、乙二醇丁醚（EB）、碳酸乙烯酯（EC）、多种环氧乙烷衍生之非离子界面活性剂等，合计年产能达 33 万吨。

不仅销售原料，东联化学更在 2020 年重组销售团队，依照客户需求，分为溶剂化学品、日用化学品、建筑化学品，以及精细化学品四大类别，提供客户客制化、一站式服务。

其中，针对日用化学品类别，东联化学凭借著在非离子界面活性剂的知识及制造优势，开发了一系列机能性洗涤剂，并提供客制化的洗衣精配方包，从洗净、抗菌、护衣、除臭等一应俱全，客户买进东联化学研发的配方后，仅需加入香料及调整颜色或浓度，即可上架販售。东联化学跳脱了販售单一原料的红海杀戮战场，客户则可直接使用配方产品，减少复配的工序，创造双赢！

而在建筑化学品部份，东联化学为台湾最大且唯一生产混凝土外加剂「单体」之供应商，不过，东联不以此自满，仍致力为产品加值。考量混凝土外加剂产业链中，必须由单体制造成混凝土外加剂母液，再进一步依照客户需求，复配成浓度较低的混凝土外加剂，东联因此将单体深化加工，提供客户所需的混凝土外加剂及母液产品，今年已获得集团关系企业的采用。



## 循环经济 点废成金

积极开发各种高值化环氧乙烷衍生物产品之余，东联化学也致力改善制程、投资设备，持续推动创新循环经济方案，布局绿色生产，以降低企业营运对环境之冲击。

为了建立循环经济模式，东联化学投入 1,920 万元，开发「碘化钾 (KI) 回收技术」，在碳酸乙烯酯 (EC) 工场中，将含碘化钾之废液提浓，再投入其他产品制程，形塑「资源 - 产品 - 再生资源」之产品周期，除了节省废液处理成本，制程中产生的副产品也挹注了公司营收。此一创新商业模式从基本设计、设备采购及制作、土木建设、设备安装到试俾，全由东联自力完成，在 2018 年正式运转，将碘化钾废液由「废弃物」转变为「可用的再生资源」，让传统线性经济改变为循环经济模式，资源得以「从摇篮回到摇篮」，物质不断循环，东联也从石化业者，跃身为循环经济的实践者。



此外，东联化学也加速研发具环保特性、对环境友善之绿色产品。在远东新世纪印染厂的协助验证下，东联化学结合生质材料，开发出多款「低泡高生质染整助剂」，包括：具有低泡高生质特性的精练剂、皂洗剂、还原洗剂，以及分散均染剂等产品，其中，精练剂、皂洗剂及还原洗剂经 Beta 实验室分析检测显示，生质含量分别达到 34%、43% 及 54%，是石化产品跨足未来生质产业的重要里程碑。

## 持续转型 再迎新高

对于东联化学来说，这波新冠肺炎疫情就像企业转型与营运能力的试金石，尽



管带来震荡，却更加坚定未来前进的步伐。东联将持续整合环氧乙烷 (EO) 的优势，以乙二醇核心大宗商品和特用化学品为主轴，发展为多角化经营的化学公司，稳健追求获利与成长，达成永续经营之愿景！

## 集团简讯

扫描 QR Code 看更多集团讯息 →



### 01 2020 同心同圆 远东百货厂商联谊会势如破竹

远东百货厂商联谊会 10 月 15 日登场，徐旭东董事长与徐雪芳总经理带领远百经营团队，以「2020 同心同圆 势如破竹」为主题，邀请厂商合作夥伴凝聚力量、共同打拚，再创周年庆佳绩。（远东百货／郑嘉蕙）



### 02 远东 SOGO 百货 33 周年庆造势 徐旭东董事长高喊「Happy Together!」

远东 SOGO 百货于 10 月 28 日举办周年庆造势大会，徐旭东董事长现身台北店忠孝馆，带队誓师打气，并授旗予远东 SOGO 百货黄晴雯董事长，揭示周年庆业绩目标 108 亿，希望大家 Happy together。（远东 SOGO 百货／吴敏如）

### 03 百货迎战周年庆 萌娃、和服花招百出

迎战一年一度的百货周年庆，各百货皆使出浑身解数，期望业绩开红盘。远东 SOGO 百货黄晴雯董事长在周年庆首日，率主管著和服迎宾，让顾客感受浓浓的日式服务精神。板桥大远百则于 10 月 24 日邀请新北市政府共同举办「109 年新北小农夫市集」活动，首次加入幼儿园生力军进行食农教育成果展，让消费者安心选购学校栽种的食材及特色加工产品。（编辑室辑）

### 04 远传、亚大、趋势 携手打造 5G 智慧医疗应用

远传电信、亚洲大学、趋势科技 11 月 3 日签署合作备忘录（MOU），未来将透过远传 5G 网路、趋势科技资安防护技术，于亚洲大学附设医院打造急重症血液透析机制、远距诊疗、紧急医疗救护等 5G 智慧医疗应用。（远传电信／张为竣）

### 05 远传 5G-AR 为全民运动会揭开序幕

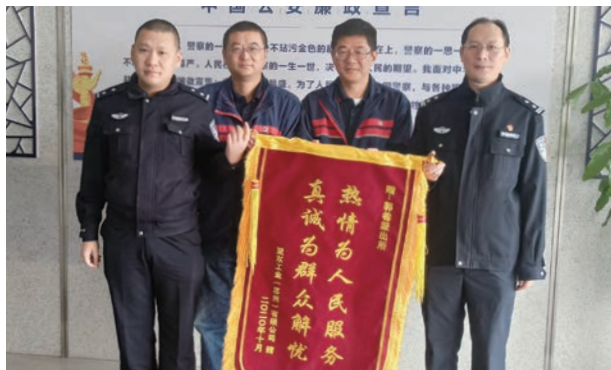
第 11 届「全民运动会」10 月 17 日于花莲县立体育馆鸣枪起跑，远传电信于现场覆盖 5G 讯号，并以「5G-AR 开幕开场秀」为精彩赛事拉开序幕，也让蔡英文总统、花莲县徐榛蔚县长及现场嘉宾共同体验 5G 智慧运动场新时代。（远传电信／张为竣）

## 06 远传 FriDay 全新服务上市

远传电信 11 月 3 日与日商优必达 (Ubitus) 云端游戏公司合作, 推出「远传 friDay 云游戏」, 实现在手机上玩高阶款游戏的梦想。另外, 「远传 friDay 理财+」APP 也与多家银行及保险业者携手, 推出一站式利率查询、媒介线上开户/投保/办卡, 以及理财懒人包教学功能, 为用户提供更多理财新体验。(远传电信/陈信升)

## 07 亚东工业(苏州)与苏州市警察携手举办防诈骗宣导

亚东工业(苏州)多次与苏州市警察组织防范电信诈骗宣传活动, 并于 10 月 28 日致赠锦旗, 感谢警方开通防诈骗宣传「绿色通道」。未来双方将密切合作, 持续为社会发展提供法治环境和保障。(亚东工业(苏州)/何珍珍)



## 08 亚东技术学院欢庆52周年校庆举办远东集团产学合作成果展

亚东技术学院 10 月 17 日举办 52 周年校庆, 邀请徐旭东董事长等贵宾共襄盛举, 同时展出校方与亚洲水泥、远创智慧、亚东医院、电讯暨智慧运输科技发展基金会、远传电信等远东集团关系企业产学合作之作品。(亚东技术学院/李玉燕)



## 09 裕民航运与 Anglo American 签订 4 艘 LNG 双燃料动力散装货轮 10 年期运务合约

裕民航运(新加坡)与英美资源集团(Anglo American plc.)签订 4 艘液化天然气(LNG)双燃料动力散装货轮 10 年长期运务合约, 此为散装业界首例长约。裕民将委由上海外高桥船厂建造此 4 艘 LNG 双燃料 Tier III 散装船, 预计于 2023 年内交船完毕。(裕民航运/黄一珍)

## 10 南昌亚东水泥职业健康工作获肯定 受南昌市电视台采访

南昌市电视台与南昌市青山湖区卫健委执法局 10 月 27 日至南昌亚东水泥, 拍摄厂区工作区域及检阅相应管理作业, 并对南昌亚东的职业健康工作给予高度赞赏。(南昌亚东水泥/徐勋法)

## 公益专区

### 11 高雄大远百仲冬公益不停歇

高雄大远百连续第四年号召同仁担任一日行动志工，组织一日阳光微笑工作队，协助伤友自立更生，并于 11 月 8 日携手国际狮子会，举办南台湾最大规模的公益捐血活动，出动三台捐血车，募集捐血量创下年度总纪录。此外，周年庆期间仍与美浓区公所、农会合作，行销当地农特产品，同时齐推「膳粮食物箱大募集」，所得全数委由安得烈食物银行配送予偏乡家庭。（高雄大远百／陈昱蓁）

### 12 远东百货「爱的串联」发光 呵护弱势团体

远东百货花莲店启动「繁星圆梦计画」，为花莲家扶中心受助童募集 500 份圣诞礼物；桃园店也于 11 月 3 日前往桃园市杨梅区的蓝迪儿童之家访视，并捐赠 200 公斤白米，帮助失依孩童健康成长。台南大远百 11 月 1 日则与狮子会合作举办「挺小农做爱心 募热血」活动，结合捐血活动与推广在地小农，以实际行动实践企业社会责任。（编辑室辑）



### 13 防疫不忘公益！HAPPY GO 号召千万卡友捐点传爱

HAPPY GO 于 10 月 23 日在台北市立动物园举行公益家庭日，不仅总参与人数创新高，出席的公益团体小朋友更超过百人，今年同样携手九大公益团体，呼吁千万卡友捐点传爱，将这份爱心散播至社会各角落。（鼎鼎联合行销／黄韵如）



### 14 「远东新世纪经典马拉松」 邀你一起迈开脚步 重启新生活

迈入第 12 年的「2020 远东新世纪经典马拉松」10 月 24 日于远东新世纪新埔化纤厂登场，即使今年为了配合防疫政策取消全马组别，民众的报名热情仍然不减。除了马拉松赛事，主办单位也携手新埔华山基金会举办公益募款与在地特色市集，协助照顾镇内独居老人并推广在地美食。（远东新世纪／范富珍）

## 15 远传号召逾百家供应商 共同推动企业永续发展

远传电信 10 月 29 日举办 2020 供应商交流大会，由井琪总经理亲自主持，以「保卫地球、让爱远传」为主轴，号召超过百家供应商一同加入推动永续发展的行列。（远传电信／蒋国芬）

## 16 远传电信、远东 SOGO 百货新竹店 净滩护海洋

远传电信 10 月 25 日举办万里区石角沙滩净滩活动，并记录海洋危险因子数据，建立全台海滩安全分级表，希望降低民众在沙滩上受伤的风险。远东 SOGO 百货新竹店同仁则主动参加新竹市环境保护局举办的「秋季海洋净滩活动」，培养环保素质及关怀服务的理念之余，也共同创造美好回忆。（编辑室辑）



## 17 远传启动「远距诊疗 健康远传」 CSR 计画 送血糖机到偏乡

为降低城乡医疗落差，远传提出「远距诊疗 健康远传」计画，借由整合自身 5G 大人物核心技术与台湾医疗资源，送暖到偏乡，并特别号召公司同仁参与「享瘦人生减重竞赛」，推动「减重做爱心，送爱到偏乡」活动，同仁只要减重 1 公斤，公司就捐出 100 元募集血糖机，获得 300 名员工热烈参与，共募集 40 部通讯型（NB-IoT）血糖机，转赠台东县政府，照顾偏乡地区的患者。（远传电信／蒋国芬）

## 18 元智大学举办多元讲座 谈疫情後新世界与永续实践

元智大学 10 月 29 日邀请陈建仁前副总统以「疫情过后新世界 -- 谈台湾新兴传染病防制的成果与挑战」为题，进行专题演讲。此外，校方也与桃园市政府共同举办第二届「深耕地方、永续实践」USR 跨校研讨会，希望透过交流与观摩，汇集各校的服务能量，竖立社会责任典范。（元智大学／饶浩文）

### 好康报报

## 19 亚东证券抢攻小资市场 盘中零股交易手续费最低 1 元

为避免投资人赚了价差却赔在手续费等成本上，亚东证券祭出「零股电子交易手续费最低 1 元起」，让小资族群以小额投资、累积财富，欢迎多加利用。（亚东证券／陈睿谊）

## 20 Asia 49 & 香格里拉台北饭店推出全新创意酒单

迎接年底聚餐旺季，Asia 49 调整酒单，融合健康、天然的保健趋势，共推出 24 款调酒，欢迎前往体验。香格里拉台北远东饭店马可波罗酒廊则推出「微醺梦冒险王 2.0」，邀请您用味蕾来一场微醺旅行。详情请洽 Asia 49 与马可波罗酒廊。（编辑室辑）

### 人事异动

## 21 远东新世纪高阶主管人事异动

姓名：邱昭源

新任：化纤总部安卫部

新埔安全卫生处 经理

学历：国立台湾大学环境工程与科学所硕士



邱昭源



蔡岳峰

姓名：蔡岳峰

原任：工业纤维群工业布生产处 厂长

新任：工业纤维群工业布生产处 权任资深厂长

学历：国立台北科技大学纺织工程系学士

### 绩优荣誉榜

## 22 远东SOGO百货再创第一 通过ISO 45001认证

远东 SOGO 百货忠孝馆领先百货零售业，取得「ISO 45001 职业安全卫生管理系统」认证，黄晴雯董事长表示，忠孝馆是远东 SOGO 百货的起家厝，获得认证意义非凡，代表企业与时俱进，致力为同仁打造幸福感、健康与安全并重的工作环境。（远东 SOGO 百货／吴敏如）



## 23 远东集团三家企业再夺台北市绩优健康职场奖

远东新世纪、远东商银、香格里拉台北远东饭店于 11 月 10 日获颁台北市绩优健康职场奖，远东集团秉持「员工就是企业最重要资本」的精神，每年举办马拉松活动，定期健检服务，也支持员工自组运动社团，促进职场健康。未来将持续落实员工关怀及健康照护的责任，建构优良的职场文化，引领企业持续永续发展。（编辑室辑）

## 24 远东SOGO百货、远东商银、全虹企业同获「运动企业认证标章」

远东 SOGO 百货 33 年来坚持举办健康管理课程，并于每月安排医师驻诊，11 月 11 日获教育部体育署颁发「运动企业认证标章」。无独有偶，远东商银也因年年规划全行性健康促进活动，提供优于法规的健检方案，获得该项殊荣。而同样隶属于远东集团的全虹企业，长期推动「健康职场」，关心同仁身心健康，本次也同时获奖。（编辑室辑）



## 25 远东商银获国家级人才发展品质金牌奖

远东商银对于人才的培育与重视，获国家级训练品质认证系统肯定，于 11 月 3 日荣获行政院劳动部劳动力发展署人才发展品质系统（Talent Quality-management System，TTQS）2019 年金牌单位殊荣，为年度唯一取得金牌认证之金融机构。（远东商银／陈羿茹）

## 26 远传电信荣获 2020「卓越客服大奖」9 大奖肯定

远传电信客户服务品质 10 月 13 日获台湾客服协会举办的「卓越客服大奖」多项肯定，共计赢得 2 项公司组大奖、3 项团队奖，以及 4 项个人奖项，表现亮眼。（远传电信／蒋国芬）

## 27 香格里拉远东饭店再传捷报 荣获最佳商务饭店与杰出总经理

香格里拉台北远东饭店连续第四年荣获亚太商旅杂志《Business Traveller Asia-Pacific》颁发「台北最佳商务饭店」殊荣，象征台湾的顶级饭店已在亚洲占有一席之地。而位在南台湾香格里拉台南远东饭店的周丽华总经理，以创意思维开发创新产品，不但成为业界表率，同时也善尽企业社会责任，保障员工安心就业，为饭店的永续经营努力不懈，独得 2020 年「台南地区杰出经理人 -- 企业杰出总经理奖」。（编辑室辑）



## 28 亚东技术学院获全国大专校院智慧创新暨跨域整合创作竞赛第三名

亚东技术学院 10 月 25 日参加教育部「2020 全国大专校院智慧创新暨跨域整合创作竞赛」，以作品「物联网机电整合产线影像识别」，于物联网组荣获全国第三名。（亚东技术学院／李玉燕）

# 新竹商圈消费大调查

天下创新学院提供

消费潜力超越台北市的新竹人，到底在哪里购物、参与哪些活动、喜欢买些什么？就让GO SURVEY的调查为您揭开人潮钱潮汇集的新竹市商机，带您认识这个科技城市最吸客的商圈和最新的消费型态！

新竹市不仅坐拥古迹与历史建筑等文化资产，同时也是高科技工业重镇，更是全台最有钱的县市。近年许多购物中心相继进驻新竹，为各大消费热区吸引大量购物人潮，相较于台北商圈客群，新竹不管在个人和家庭的平均月收入，或是每月的可支配所得，都高出约新台币（以下同）2,000元；以HAPPYGO 2019年的消费资料来看，居住在新竹县市的卡友平均每人消费金额也高于双北的卡友约1.4倍，可见新竹的消费潜力已超越天龙国。对于品牌商家来说，绝对是具有强大能量的潜在市场。

GO SURVEY此次锁定新竹地区的五大商圈，透过问卷调查为您解析各商圈的客群特性与消费趋势。

没去过新竹也要知道的集客热点：  
「巨城商圈」

新竹客最常造访的商圈是吸客能量最大的巨城商圈（55%），其后依序为竹北商圈（15%）、北门大街商圈（13%）、站前商圈（10%）和关埔重划区（7%）。

其中，竹北商圈在2019年异军突起，造访人潮较前一年高出6%。由于竹北邻近新竹科学园区，在新竹高铁开通之后，逐渐推升人潮动能。近年县政府特区的规划与民间合作案的开辟，吸引了更多店家进驻，带动周遭商圈及生活圈的发展，这些都可能是竹北商圈人潮逐年成长的因素。

## 巨城商圈吸客力道强 转出率低

针对五大商圈人潮相互流动的状况来看，2020年调查数据显示，巨城商圈流出率仅27%，显示有73%客群的需求可以在巨城商圈被满足；相较之下，其他商圈的人潮转出率都高于巨城商圈，而且

转出的人潮主要往巨城商圈流动，可见巨城商圈不但能留客，还能吸引其他商圈的客群。

至于北门大街商圈及竹北商圈的转出率各有 57%，其中近四成流动到巨城商圈，而站前商圈的转出率最高，达 67%。以往在车站附近具有较大吸客力的新竹诚品站前店和 SOGO 新竹站前店陆续结束营业，商圈店家的改变带来市场变动与人潮流动，也为附近的「巨城」（42%）和「北门大街」（14%）商圈注入人潮。（图表①）

## 「巨城购物中心」

### 为新竹常去百货整体排名首选

整体而言，消费者最常造访的三大百货分别为 Big City 巨城购物中心（57%）、SOGO 巨城店（19%）及新竹大远百（16%）。

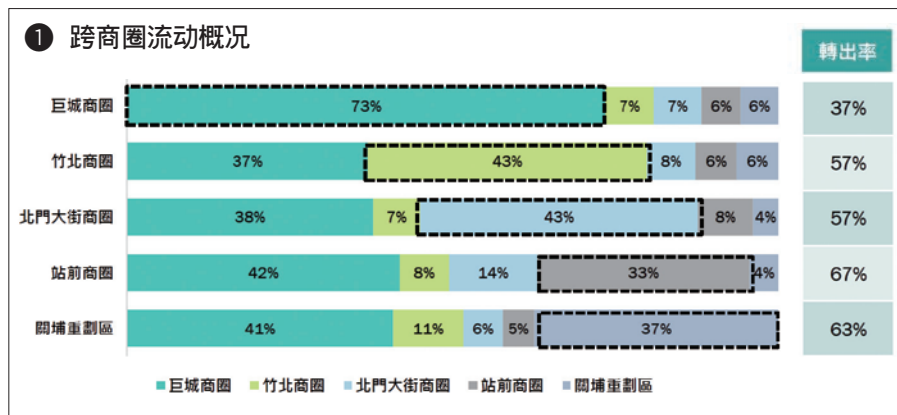
调查数据显示，巨城商圈、竹北商圈及关埔重划区的消费者，最常去的百货首选皆为巨城购物中心（分别为 68%、49%、66%），而巨城隔壁的 SOGO 巨城也位列次要选项（分别为 21%、15%、11%）；至于北门大街商圈及站

前商圈客群因地缘关系，其消费者造访的百货首选为新竹大远百，不过，巨城购物中心（分别为 34%、29%）和 SOGO 巨城（分别是 14%、25%）仍名列二、三。

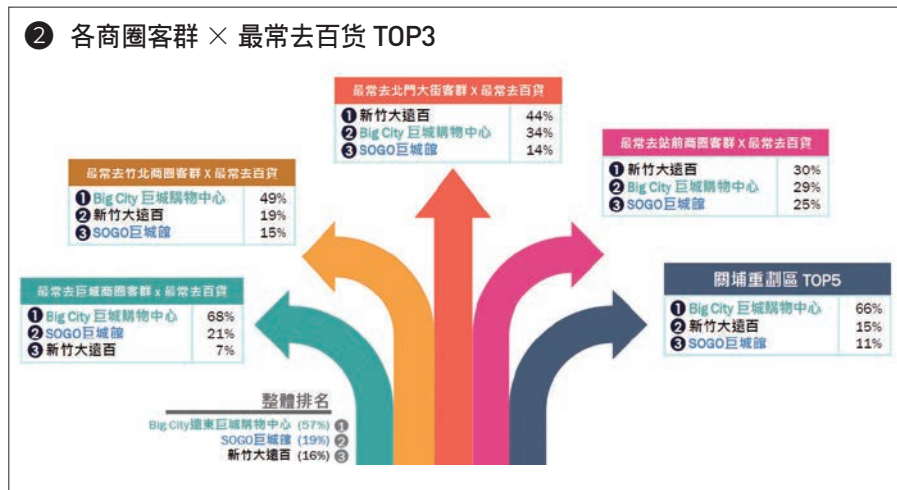
可见巨城购物中心加上 SOGO 巨城两大百货的吸客力道强劲，已成为新竹地区消费人潮的集中地。（图表②）

巨城购物中心究竟有多热门呢？这个北台湾最大购物中心

#### ① 跨商圈流动概况



#### ② 各商圈客群 × 最常去百货 TOP3



的脸书打卡数，曾创造仅次于桃园国际机场的热点，一站式的服务不仅满足了消费者从娱乐到购物的需求，也透过定时调整品牌柜位，引发消费者朝圣、追求新鲜感的心理。

## 巨城商圈客群年轻

### 逾半数 30 世代以下

观察各商圈消费客群的轮廓会发现：巨城商圈客群较年轻，30 世代以下占 55%，而北门大街与相邻的站前商圈则因为靠近新竹火车站，吸引较多外地客，前

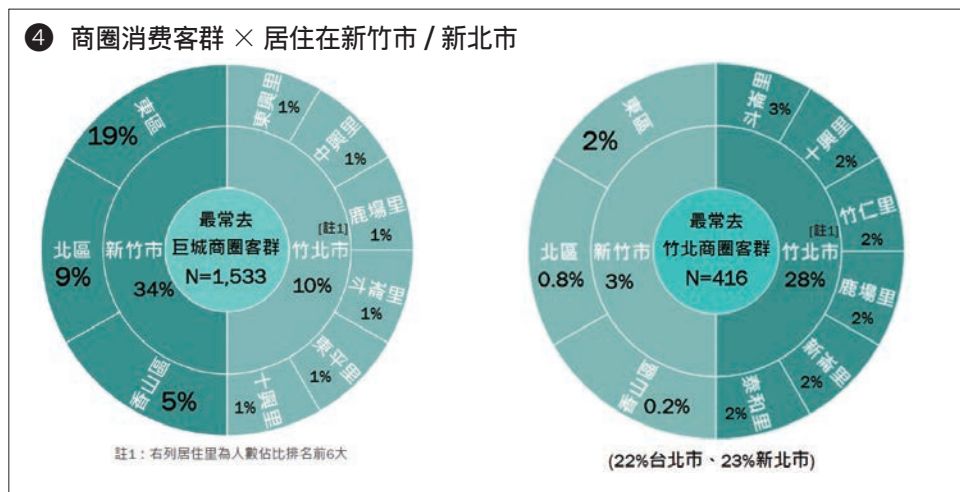
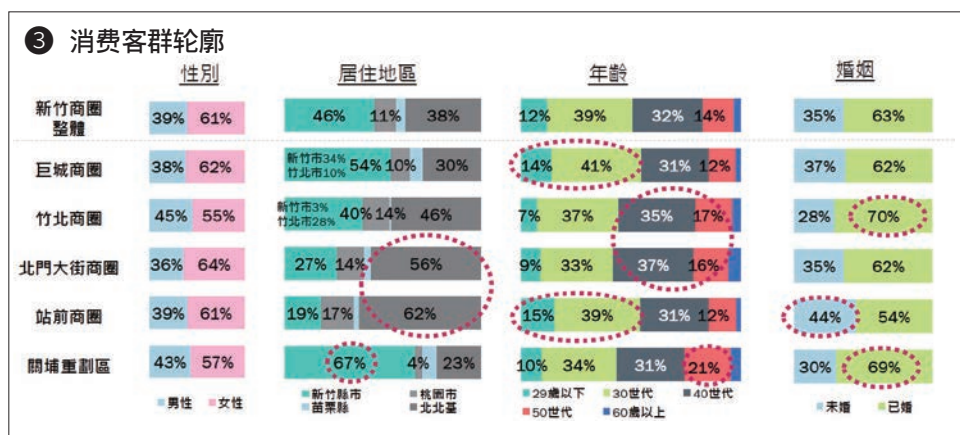
者的客群偏 40、50 世代（53%），后者客群则偏 20、30 世代（54%）。至于竹北商圈的已婚客群及 30、40 世代客群较多；站前商圈吸引较多未婚、年轻客群与外县市客群造访；关埔重划区则较多 50 世代与已婚者、多为居住在本地的客群。

（图表 3）

细看巨城和竹北商圈的客群来源，前者主要来自居住在新竹市的居民（34%）；而后者的常客则来自当地竹北市的居民（28%），另外还有 45% 是台北市及新北市的外县市居民。建议商圈店家可针对

对不同特色的消费者属性来经营，加入吸引各商圈客群风格的产品、服务与相关的行销活动，带动顾客消费。

（图表 4）



## 新竹商圈客群潜在消费力高

如果以大台北商圈和新竹商圈客群的收入资料比较消费者的口袋深度，无论「个人月收入」

(分别为 5.5 万元、5.7 万元)、「家庭月收入」(分别为 10.1 万元、10.4 万元)、或「个人可支配所得」(分别为 2.8 万元、3.0 万元)，新竹商圈客群的潜在消费力都高于台北商圈客群。

如果从新竹各大商圈的客群收入来看，竹北商圈客群的个人与家庭月收入都比其他商圈高，可支配所得占个人月收入的 54%，显现出其消费潜力值得重视；而在北门大街(57%)和站前商圈(56%)的客群，虽然家庭月收入略低，消费力却也不容小觑。如何强化商圈客群的消费力道，是未来商家的重要挑战。

## 假日下午商圈人潮最多

### 巨城客群单次消费金额最高

顾客通常什么时候造访商圈？多久来一次？每次花多少钱？调查结果显示：假日下午为商圈人潮尖峰时段，高达六成的消费者选择在这个时间来，而平日也有 45% 的消费者造访，还有近三成的消费者每周至少造访一次，平均每次消费金额 2,902 元。

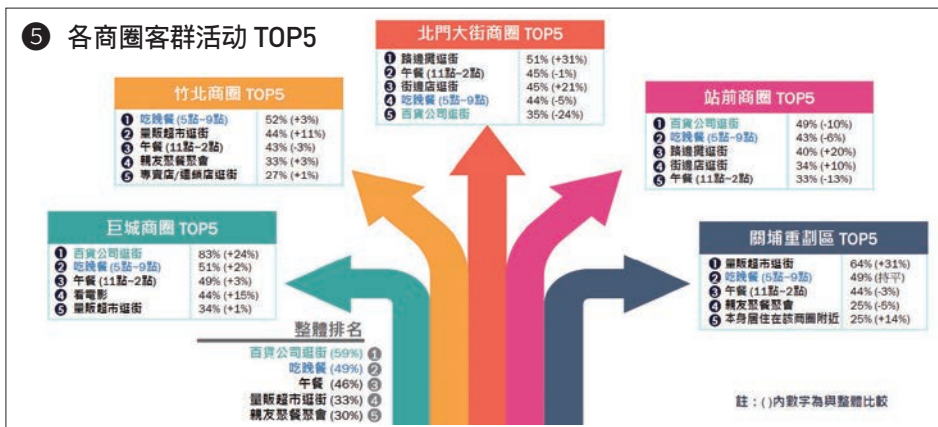
其中，以关埔重划区每周造访频率最高、竹北商圈次之(分别有 54%、40% 的

消费者每周至少造访一次)，关埔重划区商圈的平日人流较整体高出 18%。在花费方面，平均每次消费金额以巨城商圈的 3,093 元最高，其次是站前商圈的 2,934 元。

总结来说，巨城商圈主要经营假日下午人潮(64%)，其客群每次消费金额最高(3,093 元)，但造访频次可再提升；竹北商圈的客群每周造访频次高(40%)，未来如有中大型百货进驻，可望提升每次造访的消费金额；北门大街和站前商圈的每周造访频次偏低，如何吸引人潮驻足消费，是零售业者可著力的要点。

## 「用餐」和「逛街」为新竹商圈的主要活动

消费者通常在各商圈从事哪些活动？整体而言，「用餐」仍为各商圈前 3 名的主要活动，其中，晚餐占 49%、午餐占 46%；其他主要活动还有：逛百货公司(59%)、逛量贩超市(33%)，以及亲友聚餐(30%)。(图表⑤)



不过，不同商圈会因为交通因素和地理位置而吸引不同客群，进行的活动也略有不同：

- 巨城商圈：吸引人潮到此逛百货公司、看电影。
- 竹北商圈：除了用餐外，吸引逛量贩超市的人潮。
- 北门大街、站前商圈：吸引人潮到此逛路边摊和街边店。
- 关埔重划区：吸引到量贩超市逛街，或本身住在该商圈周遭的顾客。

综上所述，「量贩超市逛街」为竹北商圈及关埔重划区商圈客群偏好的活动之一，符合在地客日常的基本采购需求；而逛「路边摊」和「街边店」则是北门大街和站前商圈客群偏爱的活动，满足外县市客群或转运路过客群到处逛逛、尝鲜的需求。

### 吸引消费者的关键：完善的「环境」、「交通／停车」和「品牌／餐饮」

各商圈吸客的优势为何？根据GO SURVEY调查显示：环境舒适干净（42%）、有感兴趣或习惯使用的商品、品牌或店家（42%）、交通便捷（38%）、容易停车（38%）、有感兴趣或习惯购买的餐饮（37%），都是吸引消费者的主要原因。

不过，不同商圈仍有各自的特性与

优势，可吸引人潮前往：

- 巨城商圈：因停车方便、环境舒适、有许多消费者青睐的品牌或店家，其娱乐购物功能齐全，具有一站式购足所需商品的特色。
- 竹北商圈：临近住家和公司，购物方便、餐厅价格合理为吸客优势。
- 北门大街：邻近景区，方便旅游玩乐、商品价格合理、有许多特色景点，并设有多种装置艺术。
- 站前商圈：主要优势为交通便利。

如何锁定商圈客群、善用商圈吸客优势，创造商家的竞争特色与价值，达到吸客和吸金的目标，是所有品牌商家必须思考的议题。

### 增加消费者造访新竹商圈的关键：「交通便利」、「品牌」、「手机／APP」

如何增加消费者持续回访的意愿呢？首要选项是「交通便利、易停车、有接驳车」（48%），其后依序是「热门品牌或美食快闪店」（39%）、「使用手机简单快速方便结帐」（37%）、「进驻知名品牌或餐厅」（36%）、「手机/APP兑领折价券」（36%）。

与整体相比，各商圈客群又偏爱哪些新消费型态或服务呢？

- 巨城商圈：热门品牌、美食快闪店、知名品牌或餐厅、手机APP兑领折

价券，较能增加客群造访意愿。

- 竹北商圈：许多客群喜欢使用 APP 预订、门市结帐取货。

- 关埔重划区：「交通便利」是消费者进入关埔重划区商圈的重要因素，该地的消费者也较偏好使用 APP 预订、门市结帐取货的服务。

由此可知，透过手机和 APP 等科技为购物提供增值服务，已成为店家揽客的手段，如何更便捷的满足消费者需求，已是未来的必要趋势。

总结前述调查结果，「巨城、竹北、北门大街、站前和关埔重划区」为新竹消费者最常造访的前五大商圈。其中，拥有巨城购物中心和 SOGO 两大百货的巨城商圈不但能留客，同时也吸收了其他商圈流出的大部份人潮，且多为 30 世代以下的年轻客群，吸客力道强劲，是新竹地区消费人潮聚集圣地。

近年竹北商圈异军突起，推测可能与新竹高铁开通、地理位置邻近新竹科学园区，以及县政府特区规划与民间合作案

有关，不但逐渐吸引店家进驻，也带动周遭商圈及生活圈的发展。

因应各商圈的客群差异，建议品牌商家应善用商圈的集客优势，创造差异化特色。以下针对各商圈提供经营建议：

- 巨城商圈：可多元经营，注入更多热门品牌餐饮，扩增行动购物科技，提升造访率。

- 竹北商圈：人潮逐渐增加，多为已婚家庭客群，高收入的消费潜力值得重视，便利购物（如 APP 预定、门市结帐取）是未来吸客要素。

- 北门大街：主要经营外地客和旅客，应完善周边的路边摊、街边店，并规划在地小吃，结合行动支付，满足逛街旅游的需求。

- 站前商圈：位于交通转运处，主要为转乘客和年轻客群，可善用地小吃、餐饮、伴手礼和特色产品，满足客群需求。

- 关埔重划区：在地经营，满足居住在附近的本地客需求，便利的交通是吸客诱因。



详细图表请见  
《远东人》官网

注1：「新竹商圈调查」为GO SURVEY市场研究顾问於2020/02/05～05/07在GO SURVEY平台执行的线上网路调查，共计回收2,810份样本，受访者条件为18～70岁的HAPPY GO卡友，且过去半年在新竹商圈累计消费超过新台币2,000元。（注：首波於2018/03/22～05/21期间，在GO SURVEY平台执行线上网路调查，总计回收2,765份样本。）

注2：北门大街圈包含北门大街（新竹市最早发展的商业区，已有200多年历史）、新竹城隍庙、新竹大远百一带。站前商圈包含新竹火车站一带（新竹市旧城区）；关埔重划区包含竹科附近。

# 美国人都这么说 -- 会议常用会话

EIE 美语提供

本期英文补给站再为您带来更多会议中的常用会话，让您在英文会议的表达更到位。

## 会议惯用语补给站

### 1.get down to business (进入主题)

Good morning everyone. Looks like everyone's settled in. Lets' **get down to business**, shall we? (大家早安。大家似乎都就定位了，那我们就开始进入正题吧！)

### 2.on the same page (彼此获得一致的讯息)

Are we all **on the same page** regarding this upcoming event? If so, let's move on to the next topic. (关于这个即将到来的活动，我们都达成共识了吗？若是如此，我们就进入下一个主题。)

### 3.just to make sure/ just so (很快确认一下)

Before we move on to the next topic, I **just want to make sure** that I understand you correctly. You're saying... (在进入下一个主题前，我想确认您的说法。您是说……)

### 4.game plan (计画)

This is a brilliant idea. I believe what we need is a proper **game plan** for this proposal. (这个想法很棒。我想，我们需要制定一个适当的计画来执行这个方案。)

### 5.to get it off the ground (实施计画)

As far as the game plan goes, we need to work hand in hand in order **to get it off the ground**. (一旦这个方案开始执行，我们需要合作完成计画。)

### 6.get right on it (马上著手开始)

Brilliant! It's all set. We'll **get right on it**. (太好了，一切都就绪了，那我们马上著手开始。)

### 6. ...with \_\_\_\_\_ on that ... (同意...某件事观点)

With respect to plan X, I'm **with you on that**. (关于X计画，我同意您的做法／想法。)

## Sample Dialogue (情境范例)

Mark and Sabrina are in an internal business meeting... (Mark 和 Sabrina 正在进行内部会议)

**Sabrina** : Looks like everyone is settled in. Let's get down to business. Just to make sure that we are on the same page regarding the new product launch? (看来大家都准备好了，那我们开始进入主题。快速确认一下，关于新产品上市，大家都达成共识了?)

**Mark** : Thank you Sabrina. We will get right on that. Speaking of which, we are planning to hold the first press conference and launching event in 2 months. Do you have any thoughts on that? (谢谢 Sabrina，我们马上开始著手进行。提到新产品上市，我们计划在两个月后举行第一次的记者会和产品上市发表会。关于这部份，你们有任何想法吗?)

**Sabrina** : We really like the sound of that. We need a game plan to get it off the ground. (听起来很棒，我们需要制定一个计画来实践它。)

**Mark** : I'm with you on that and working on it. We sent you the updated project executive plan last Wednesday and we'll walk you through the details later. A rundown for the upcoming press conference will be provided by Friday. (我同意您的说法。上周三已将更新的企划书寄给您，细节稍后与您确认。记者会的流程将会在周五前提供。)

**Sabrina** : I hear you. That's a really good idea. But is it possible to hold the press conference next month instead of in two months time? (我了解，那真是个好主意。但记者会有没有可能提早在下个月举行，而非两个月后?)

**Mark** : We're getting right on that. However, we're all swamped this season. We might have to delay it for a month in order to ensure that it unfolds smoothly. (我们正在著手进行，但是这一季真的好忙。我们可能需要一个月的时间来准备，以利新产品上市能顺利进行。)

**Sabrina** : I see your point now. Let's get them all ready for this. (我理解了，让我们一起来好好准备吧!)

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

# 权益不忘记 「提早就业奖助津贴」要留意

远东新世纪／陈思宇

为了促进劳工就业，并保障劳工的基本生活，行政院劳动部规划「提早就业奖助津贴」，以鼓励失业劳工积极寻职，本期将为大家介绍申请方式及常见问题。

**依**《就业保险法》规定，劳工符合失业给付请领条件，于失业给付请领期限届满前受雇工作，并依规定参加就业保险满3个月以上（年资不以同一事业单位为限），得于符合请领资格之日起2年内，向劳保局申请「提早就业奖助津贴」。给付标准按尚未请领的失业给付金额50%，一次发给。

举例来说，阿明失业后，每月请领2万元的失业给付，领到第4个月时找到新工作，由于劳工失业给付最长可领6个月，等于阿明还有2个月没领完。因此，当阿明再受雇工作并累计参加就业保险满3个月以上时，就可以请领相当于1个月的失业给付，即2万元的提早就业奖助津贴。

据统计，近5年申请失业给付的劳工中，约有4成领取提早就业奖助津贴。为呼吁大家使用网路申办，以达节能减纸，劳保局特别汇整「网路申办作业相关Q&A」：

**Q1：**如何于网路申办「提早就业奖助津贴」？

**A1：**被保险人于劳保局全球资讯网「个人网路申报及查询作业」系统（<https://edesk.bli.gov.tw/na/>），将内政部核发之自然人凭证插入读卡机，键入密码、身分证号及出生日期后，选择「申办作业」／「就保提早就业奖助津贴申办」功能，即可开始填写申请资料。

**Q2：**网路申办成功后，是否需要列印书面申请文件，或将存摺影本寄送劳保局？

**A2：**不需要。

**Q3：**如何知道申请案件是否已键入成功？

**A3：**被保险人填写完成，选择「确认」按钮后，系统会出现「申办作业成功」的提示讯息，并产生1笔受理编号，即表示案件已申办成功。

**Q4：**网路申办完成后，才发现资料键入错误（如通讯地址、帐号等），应如何更

正？

A4：申请当日发现资料键入错误时，可再次进入网路申办作业，于资料查询画面点选「修改」按钮，进入系统更正资料。若是申请翌日以后才发现资料键入错误，因案件已进入审核程序，如欲更正内容，请另于上班时间 8:30～17:30 电洽劳保局 (02)2396-1266 转分机 2862（普通事故给付组就业保险给付科）。

Q5：被保险人没有金融机构帐户，或帐户有被扣押等疑虑者，可否于网路申办「提早就业奖助津贴」？

A5：不可以。劳保局已全面采用迅速、安全的金融机构媒体转帐方式，将给付款直接汇入申请人指定之金融机构或邮局帐户，所以网路申办时，会要求键入金融机构帐户资料，未键入者即无法申办成功，如果被保险人有其他因素，无法将给付款汇入金融机构或邮局的帐户时，请改填纸本申请书，并检附相关证明文件送劳保局办理，经审查符合资格者，其款项将以支票方式邮寄被保险人。

Q6：网路申办「提早就业奖助津贴」是否较纸本申请快速？

A6：网路申办成功后，系统即自动产生受理编号，并于翌日将相关申请资料送就业保险给付科审查，相较于填写纸本申请

书，须经过邮件投递、邮务寄送、本局收件、申请书受理键录后，再送审核科办理等流程，约可缩短 3～5 个工作日。（如须补正、查证等作业之案件，所需工作日另计）

Q7：网路申办有无资料外泄之可能？

A7：劳保局网站采 SSL 加密传输机制，被保险人敏感性资料栏位亦予以加密储存。

Q8：被保险人若已利用网路申办，却查无申办资料，或网站出现无法登入、申请资料无法键入成功及其他操作上的细节等问题，该如何处理？

A8：请于上班时间 8:30～17:30 电洽劳保局普通事故给付组就业保险给付科 (02)2396-1266 转分机 1390 或 1393 查询。（资料来源：劳动部、劳工保险局）



# 秋冬进补 当心补过头反伤身

亚东医院营养科／蔡佩玲营养师

虽然民间俗谚说：「秋冬进补，来年打虎」，但你知道吗？其实每年因为「补过头」，造成各种急、慢性疾病上身，送医看诊的病患不在少数。本期就让亚东医院营养师告诉您，该注意哪些小细节才能补进身体，真正帮健康加分！



## 常见的进补陷阱

天气渐渐转凉，此时如果能有一碗热汤暖身，幸福感瞬间倍增，不论补汤、火锅、麻辣锅或甜甜的紫米粥、黑糖姜茶、桂圆红枣茶，都是陪伴我们度过冬日的好夥伴，但这些食物往往含有过多的油脂或精制糖，在享受美食的同时，体重可能不小心就失控了。建议大家选用低脂肉品、以新鲜蔬菜取代加工食品，减少油脂摄取，并在喝汤前先捞掉浮油，避免喝下过多的油脂，享用甜品时，也要注意份量，或是以无糖的茶饮取代甜饮，以免摄取过多的精制糖。

补过头除了可能造成体重失控，对于原本就患有慢性疾病的人来说，更是一大风险。以下将针对不同的疾病，为大家说明有哪些该注意的地方。

## 【慢性肾脏病】

### 适量限制蛋白质、远离中药炖补汤

姜母鸭、麻油鸡、羊肉炉等，都是冬令进补常见的炖品，有些人也会加进一些中药材烹调，然而这些「补品」，对于慢性肾脏病患者而言，其实潜藏危机。

慢性肾脏病患者的肾脏功能已受到损害，日常饮食中，必须适当限制蛋白质（豆、鱼、蛋、肉类）食物的摄取，以减少代谢废物的生成，因此在进补时，仍应遵照平日蛋白质建议摄取份量，切勿吃过头，反而加重肾功能损伤。

此外，肾脏也是平衡身体钠、钾、磷等矿物质的重要器官，即使「只喝汤、不吃肉」，也可能导致矿物质摄取过多，加重肾脏代谢的负担，尤其是添加中药材的炖品，对于慢性肾脏病患者来说，可能

因为摄取过多的「钾」而影响心脏功能，故此类病人应避免食用各种补汤。

## 【高血压、高脂血症】

### 注意油脂与钠摄取量

用于冬日进补的汤品，通常含有过多的「油脂」，若是不小心吃多了，可能加重高脂血症病人血脂肪异常的状况，损害心血管健康。因此，患有高血压、高脂血症的病人，进补时应特别注意油脂的摄取，建议选用低脂肉类来取代五花肉、三层肉等油脂含量较高的肉品，若使用鸡、鸭肉，则可以先去掉外皮再进行烹调，同时也建议减少烹调时的用油量，以降低整份汤品的含油量。

不只如此，为了达到温热身体的效果，许多进补汤品都会加入「酒」，但过多的酒精摄取可能会导致血压突升，增加高血压患者中风的风险，不可不慎！建议烹调时，多利用新鲜蔬菜增加风味，避免使用酒精类调味品。

即使减少了补汤中的油脂与酒精，炖汤中含有过多的矿物质「钠」，仍是不可忽视的风险，除了不适合慢性肾脏病患者之外，也容易使高血压患者的血压失控，应避免过量食用。



## 【糖尿病】 均衡饮食、适当醣类摄取

糖尿病人需要特别控制含醣食物的摄取份量，建议以新鲜蔬菜取代部分全谷杂粮类食物（如：山药、栗子、芋头），除了可以减少醣的摄取量之外，足够的膳食纤维也能帮助血糖稳定。另外，经常用来搭配补汤的面线、冬粉等，也是属于糖尿病患者需要控制份量的「全谷杂粮类」食物，而在火锅或姜母鸭中会出现的加工食品，如：鱼饺、水晶饺、贡丸、米血等，也都是暗藏醣类与油脂的食材，建议减少摄取或以新鲜蔬菜取代。

虽然蛋白质食物的摄取对血糖的影响不大，仍需注意可能因摄取脂肪含量较高的蛋白质食物或者高油的补汤，使得饭后血糖居高不下，建议选用低脂肉类，且避免过量食用。饭后若是想来杯热饮，

则可以无糖茶饮取代黑糖姜茶或桂

圆红枣茶，亦可选择「代糖」

取代容易影响血糖的精制糖（如：黑糖、冰糖）。

最后，无论是平时就身强体壮的人，或是罹患慢性疾病的患者，跟家人一起享受秋冬美食之余，千万别忘了

把握「均衡饮食」与「适量摄取」两大原则，若是对于进补感到旁徨，不知道如何选食，建议先谘询专业的医师或营养师，才能补身不伤身喔！

# 投资者像园丁还是木匠？

远东商银／纪从凡

盘中零股交易新制自11月底上路，不但成为许多小资理财族的新宠儿，更是新手入门的好选择。本期邀请远东商银来告诉大家，金融市场变化万千，投资者应该做对哪些功课才能降低风险？

在投资的领域里，我们比较像能打造出任何东西的木匠？还是无法控制植物生长的园丁？解答这个问题之前，得先探讨园丁和木匠的不同之处。

艾莉森·高普尼克（Alison Gopnik）在《园丁和木匠》一书，说明了园丁和木匠的差异：木匠有能力打造出他们理想的工作坊，包含湿度、温度、结构图与实际尺寸间精准的测量等，作品的面貌与木匠所想分毫不差。然而，园丁恰好相反，时常遇到不可控制的变数，必须适应不断变化且意料之外的生长环境，甚至即使工作都做对了，仍有可能受到外力影响，最终无法获得成果。

知名财经部落客布兰登·穆卢利（Brendan Mullooly）也提到：投资是一种园艺工作，而不是木匠，那些妄想利用木匠投资法获利的思考，会很容易陷入更大的投资困境。毕竟投资市场并不是一部机器，无法精准控制涨跌，这个道理是

进入投资世界前，必须具备的知识。

然而，错误的投资者往往喜欢研究经济趋势，以预测市场变化，希望所有变数都在自己的控制之中。殊不知，成功的投资者应该像园丁一样，先意识到哪些事情并不在掌握之中，再节省时间、精力，尽力做好能做的。例如，做好资产配置，以适应金融市场的不确定性；不追求「最好」的绩效，只要在特定时空下「够好」的绩效便心满意足。

这当然并非听天由命，不作任何计划和分析；相反的，仔细分辨可以控制的部份，反而有助我们集中精力，将时间应用于重要的投资策略，建构出一个可长期持有，风险与潜在报酬皆能取得平衡的投资组合。例如：仔细回顾交易方法跑输大盘的时间、与当时跑输的原因，重新调整标的物的配置，或准备其它的操作方法…等，这些才是应该努力之处。

要像个园丁般的投资者，首先应该思

考在金融市场中，哪些是要避免的事情，才不会耗费太多的时间与精力，下面规划几点供大家参考：

### 1. 避免用历史资料猜测未来

金融市场变化莫测，如同 1997 年的金融危机、2008 年的金融海啸，研究历史数据并不会告诉我们危机何时出现，只能了解先前发生了什么事情，至于未来何时会再发生何事，皆是未知数。

### 2. 避免不理性的投资行为

巴菲特曾说：「投资能否成功，和 IQ 并没有太大的关系，你只需要控制你的情绪。」这的确是多数投资人失败的原因，因为外在的意见而影响自己的判断，改变投资策略，无法耐心进行长期投资，也正如班杰明·葛拉汉的名言：「每个投资人最大的敌人是自己。」由此可知，克制不理性的行为是投资中重要的一环。

### 3. 避免只用报酬率选择商品

比起关注报酬率高低，投资者更应该注意风险。毕竟报酬率高的商品，伴随的风险也相对较高，如果无法忍受高风险，即使拥有高报酬率也无用，因为在那之前，就会因为无法承受剧烈波动而恐慌

的退出市场。

### 4. 避免重押单一市场或单一商品

面对无法控制的市场，我们能做的就是分散资产，就像园丁一样，尽力照顾每一株植物，因为哪一株植物能够成功的生长，园丁并没有办法控制。在现实中，投资者也没办法知道哪一个商品、市场会成功。

最后，请花时间花在可以掌握的部分 -- 投资组合。投资人要像园丁照料果园一样，管理自己的投资组合，适时移除表现欠佳的投资、增持表现出色的投资。这是妥善管理投资组合的一部分，而且必须持之以恒，才能降低投资的风险，同时尽可能提升回报。切记，一早种下正确种子的投资者，假以时日便能种出茂盛的大树和多汁的水果，享受丰收的喜悦。为自己的投资组合感到自豪之余，也别忘了细心管理它，就像园丁打理果园一样。



# 一顶搞定你的 Fashion Style

远东百货／郑嘉蕙

「没有帽子，就没有文明」，Christian Dior先生在1946年创立品牌时，即提出这样的论点。不论服饰搭配多么简单，只要一顶帽子立即有型，本期「流行网」让我们来瞧瞧，帽子是如何在时尚圈罩住一片天？

## 帽子小教室

你能想像现在随处可得的帽子，在 2000 多年前，并不是人人都能拥有的吗？帽子为何成为时尚的标配？就让小教室带你一探究竟！

● **权力的化身**：距今 2000 多年前的中国，帽子仅帝王与文武百官能配戴，而且不同的官位佩戴的帽子有所不同，发展出所谓的「冠冕制度」，至于平民只能用巾把头发束起来，直到隋唐时期，平民才渐渐开始配戴帽子。而在欧洲早期，帽子同样象征身分标示，各式颜色皆对应不同的社会地位。

● **时尚的发展**：17 世纪时，欧洲受到巴洛克艺术风格影响，服饰走向奢华矫饰风格，也反应在帽子的外观上。当时流行在宽帽檐上装饰各种东西，例如：花卉、鸟标本、水果篮等，仿佛要将世上所有东西都放上去。直到二次世界大战后，物资缺乏，帽子外观才走向简朴风格。

● **今日的帽子**：20 世纪末，经济逐渐复苏，帽子也渐渐成为时尚配备，其中以英国皇室伊莉莎白女王及黛安娜王妃最引人注目，不论是庄严的典礼或轻松休闲的活动会场，两位皇室成员皆能搭配出与服饰相衬的帽款，成为大众关注的焦点，而帽子也从此深入日常，变化出更多元的风格。



## 保暖顺便修修脸 针织帽

保暖的针织帽是您 12 月外出好选择。颜色鲜明的款式，能在人海中展现自己的独特；潮流品牌的联名款，则能大增你的时尚感；或用充满异国风情的格纹满足您的出国梦。

适合脸型：方脸、小脸。

↓ niko and... × TEGTEG  
联名 Logo 毛球针织帽  
推荐价 890 元。台中大远百 10 楼，(04) 2251-7443。

↓ LUMI 针织帽  
推荐价 1,390 元，集团同仁独家优惠价 699 元。高雄大远百 4 楼，(07) 536-3382。

↓ FILA 经典毛线帽  
推荐价 1,080 元，限量 3 顶。台南大远百 5 楼，(06) 275-6620 / 高雄大远百 7 楼，(07) 262-1186。

↓ Roots 小木屋格纹系列毛球粗针织帽  
推荐价 1,380 元，限量 3 顶。新竹大远百 3 楼，(03) 525-9171。



## 百搭时尚王 棒球帽

百搭的运动休闲棒球帽，不论是自带野性气息的迷彩风格，或是年轻帅气的牛仔丹宁风格，不论男女老少、各种穿著搭配，一顶帽子就能让您时尚满点。

适合脸型：各种脸型都适合。

↓ AIGLE ABANE CAMOU 刷毛棒球帽  
推荐价 1,680 元，集团同仁独家优惠价 1,512 元。新竹大远百 7 楼，(03) 523-7192。

↓ BLUE WAY 大缙织 3D 鬼头丹宁棒球帽  
推荐价 1,280 元，集团同仁独家优惠价 1,152 元。远东百货嘉义店 5 楼，(05) 285-6007。

↓ WHY AND 1/2 接棒球帽  
推荐价 990 元。板桥大远百 5 楼，(02) 2959-8776。

↓ NEW BALANCE 棒球帽  
宝蓝色推荐价 580 元，粉红绣推荐价 680 元。远东百货宝庆店 8 楼，(02) 6617-7944。

↓ BENETTON 班尼顿彩色星星棒球帽  
推荐价 880 元 (限量 3 顶)。远东百货板桥中山店 8 楼，(02) 8964-7370。





## 经典「老味」不败 渔夫帽

春夏时期最热门的渔夫帽，即便随兴穿著素色T恤，也能表现出男生有型的一面，女生则能完美修饰脸型。想要复古休闲时尚？老味的渔夫帽不能缺席。

适合脸型：圆脸、鹅蛋脸、瓜子脸、方形脸。



➡ KANGOL 经典渔夫帽  
推荐价 2,880 元。台中大远百 7 楼，(04) 2254-6523。

➡ MA.STU.MI 玛之蜜格纹内衬渔夫帽  
推荐价 1,480 元。高雄大远百 4 楼，(07) 972-9500。



➡ FILA Kids 时尚渔夫帽  
推荐价 980 元，集团同仁独家优惠价 882 元。远东百货桃园店 6 楼，(03) 286-0152。



➡ HILL TOP 防风帽  
推荐价 790 元。远东百货板桥中山店 7 楼，(02) 8952-3407。



➡ 丽婴房可爱小熊造型帽  
推荐价 490 元，集团同仁独家优惠价 392 元。台南大远百 4 楼，(06) 275-4198。



➡ 奇哥学院比得造型帽  
推荐价 890 元，集团同仁独家优惠价 445 元。台南大远百 4 楼，(06) 275-2523。



➡ WHY AND 1/2 恐龙造型的遮耳帽  
推荐价 1,090 元。板桥大远百 5 楼，(02) 2959-8776。



➡ 漂亮一身纯羊毛红花朵毛帽  
推荐价 3,980 元，集团同仁独家优惠价 1,580 元。远东百货桃园店 5 楼，(03) 334-9568。



➡ vivi ann 羊毛贝蕾帽  
推荐价 3,980 元，集团同仁独家优惠价 1,580 元。远东百货桃园店，(03) 339-5317。



## 时尚进阶班

学会了如何运用基础入门帽款后，您也能随著场合、节日、心情，搭配自己喜欢的特殊帽款，穿出自己的 Fashion style。例如，春夏戴老帽；秋冬选择文青的贝雷帽，修小脸又能遮浏海；若您喜欢外出登山健行，也可以选择机能挡风的防风帽；12 月欢乐庆圣诞，怎么能不帮小朋友搭配一顶可爱的造型帽呢？



备注：全文「优惠价」需要出示集团员工识别证，期限至 2020 年 12 月 31 日止。扫描 QR Code 看更多远东人专属优惠



# 办圣诞 Party 罗！亲子动手做大餐

豫章工商餐饮科／庄宜君

屋内华丽的圣诞树下，孩童兴奋拆礼物，大人开心畅谈，圣诞佳节最适合与亲朋好友温馨相聚。而欢乐的节庆当然不能缺少满桌佳肴，今年的圣诞夜，最适合穿起围裙来场亲子DIY，举办盛大的圣诞飨宴！



## 经典好滋味

## 蕃茄海鲜义大利面

### 食材器具预备

一、主食：直型义大利面或斜管义大利面（1包约500公克）。

二、配料：蒜头 20 公克、洋葱 1/2 颗、罗勒适量。

三、海鲜：蛤蜊 1/2 斤、透抽 1 尾、白虾或草虾。

四、调味料：橄榄油、盐、义大利蕃茄面酱 1 瓶。

五、器具：沙司锅、高汤锅、木铲、义大利面杓、食物夹、餐叉、餐盘。

### 料理程序

Step ①：蒜头、洋葱剥皮切碎，罗勒洗净取嫩叶。

Step ②：将蛤蜊置入盐水后，待其吐沙；透抽剥除外膜及内脏，洗净切圈；修剪鲜虾须角，去除背部肠泥。

Step ③：沙司锅中倒入适量油及蒜末、洋葱，将蛤蜊入锅炒至微开口，取出备用。再依序放入透抽及鲜虾，炒至八分熟后，将海鲜料取出。

Step ④：将义大利蕃茄面酱倒入锅中熬煮，再加入适量鸡高汤或煮面水，慢火熬至所有食材风味相融合。

Step ⑤：倒入 5 公升水于高汤锅中煮滚，放入二小匙盐，再将义大利面呈放射状均匀铺洒，以中小火煮约 8～10 分钟，试其适合之软硬度（约 8 分熟）后取出。

Step ⑥：将备好之义大利面倒入沙司锅中，与面酱及海鲜拌炒均匀，使其吸收酱汁风味，并以餐叉将面卷起取出盛盘，再铺上海鲜料，最后以罗勒叶嫩心装饰。



## 儿童界人气王

## 玉米巧达浓汤

### 食材器具预备

#### 一、鸡高汤

● 材料：鸡胸骨 1 公斤、洋葱 100 公克、西洋芹 50 公克、胡萝卜 50 公克、月桂叶 2 片、白胡椒粒 10 颗、清水 3 公升。

#### ● 材料处理方式：

Step ①：所有蔬菜去皮切成约 2 公分块状。

Step ②：鸡胸骨以冷水慢煮川烫至无血水后，洗净备用。

#### ● 制作程序：

Step ①：高汤锅放入鸡胸骨、冷水及香料，熬煮 2 小时。

Step ②：将所有蔬菜倒入汤锅，熬煮 1 小时。过程中必须捞除表面杂质及泡沫，以保持高汤之清澈度。

Step ③：煮好之高汤以细布过滤后，备用。

二、奶油面糊：奶油 100 公克、高筋面粉 100 公克。

三、配料：蒜头 20 公克、洋葱 1/2 颗、培根 2 片、马铃薯 1 个、水果玉米 3 支。

四、装饰物：面包丁（吐司面包 + 奶油）、巴西利碎适量。

五、器具：西餐刀、高汤锅、沙司锅、木铲、直形打蛋器、汤杓、汤碗、餐匙。

### 料理程序

Step ①：吐司面包二片，去边切成小丁，以奶油拌炒后，放入烤箱烤至金黄香酥。

Step ②：巴西利洗净，切成碎末后，以纸巾吸干水份。

Step ③：蒜头、洋葱剥皮切碎；马铃薯削皮，切成小丁，泡盐水，以防褐变；水果玉米去外皮，削成玉米颗粒。

Step ④：培根撒入锅中，炒出香味。

Step ⑤：锅中倒入奶油，待其融化再放入面粉，炒均匀后，即成奶油面糊。

Step ⑥：将蒜末、洋葱碎及马铃薯丁放入锅中炒香，再倒入奶油面糊，并分次加入热高汤，滚煮糊化后，再倒入其他配料，以小火熬煮使食材软化，最后以盐、胡椒粉调味。

Step ⑦：盛入汤碗中，以面包丁及巴西利碎装饰，趁热食用。



## 奇幻国度现身

## 梦幻棒棒糖蛋糕

## 食材器具预备

一、食材：无盐奶油 100 公克、上白糖 60 公克、SP 蛋糕乳化剂 5 公克、全蛋 100 公克、热水 20 公克、奶粉 4 公克、低筋面粉 120 公克、无铝泡打粉 1/2 小匙。

二、器具：小钢盆、直形打蛋器、橡皮刮刀、筛网、挤花袋、12 圆球蛋糕模。

三、装饰物：棒棒糖纸轴（20 公分）20 支、白巧克力钮扣（披覆用）、牛奶巧克力（披覆用）、草莓巧克力（披覆用）、巧克力笔（白色、咖啡、粉红色）、干燥草莓颗粒、装饰彩糖珠、迷你装饰糖果。

## 料理程序

Step ①：小钢盆中倒入无盐奶油、上白糖及 SP 蛋糕乳化剂，以糖油拌合法打至松软（呈绒毛状）。

Step ②：蛋液分三次加入后，拌合均匀，再将奶水分二次加入，拌合均匀。

Step ③：将低筋面粉及泡打粉过筛，以橡皮刮刀拌合均匀后，即为蛋糕面糊。

Step ④：将蛋糕面糊倒入三角挤花袋中，再均匀挤入圆球烤模中。

Step ⑤：烤模放入烤箱，以上火 170℃ / 下火 170℃ 烤约 15 分钟后，将蛋糕球取出待凉。

Step ⑥：披覆巧克力隔温水（约 50℃）融化。

Step ⑦：取棒棒糖纸轴轻插入蛋糕球，沾裹披覆一层巧克力，再以不同颜色之巧克力笔拉画线条，并点缀各式装饰物。

Step ⑧：将装饰完成的棒棒糖蛋糕插入保丽龙盒上待凉，巧克力外壳凝固后即可包装。



## Party 饮料不缺席

## 缤纷水果冻饮

## 食材器具预备

食材：凤梨 200 公克、二砂糖 60 公克、苹果 1 颗、奇异果 1 颗、柳丁 5 颗、柠檬 1 颗、百香果 5 颗。  
器具：沙司锅、汤匙、果雕刀、削皮刀、压汁器、玻璃壶、透明杯、调棒。

## 料理程序

Step ①：凤梨切成小丁与二砂糖拌合，倒入沙司锅中，熬煮成凤梨糖浆。

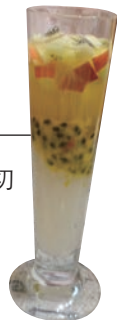
Step ②：苹果洗净，保留外皮颜色，去核，切成小方丁，浸柠檬水

Step ③：奇异果洗净，以削皮刀去皮，切除蒂头，切成小方丁。

Step ④：柳丁、柠檬洗净，横切为二，以压汁器压汁。

Step ⑤：百香果洗净，横剖为二，取果肉备用。

Step ⑥：将所有果料依序加入透明壶中，饮用前加入适量碎冰，调至适当甜度即可。



# 「远东人开讲」：我的防疫新生活

编辑室辑

新冠肺炎疫情为全球带来深远的影响，随著防疫进入常态化，如何适应新形势成为最迫切的课题。快来看看海内外的远东人们如何面对防疫新生活？

## 【一】

一场看不见敌人的疫情，一个还没有见到尽头的确诊数，已经改变全人类的生活习惯。当对手是百年难遇的病毒时，口罩给了无声而有力的抵挡。回顾自己在过去 11 个月的防疫生活，出入公共场所必定戴上口罩；以往罹患小感冒也照常工作的旧观念，也重新被教育一次，自此必定在家好好休养，避免传染他人。此外，人潮聚集的地方不再靠近；勤洗手已内化为个人卫生习惯；每两周领一次口罩的周期，成为行事历中重要的提醒事情之一。在我的防疫新生活里，口罩从以往感冒才使用的配角，成为现在日常外出必备的主角。最后，也提醒大家，别忘记领取您的口罩并正确使用，方能照顾好自己及他人的健康。（远东集团联稽总部／陈原毅）

## 【二】

自从疫情发生以来，「宅经济」创造了大量产值，而我也趁著这股风潮入手

了任天堂 Switch 动物之森友会、SONY 的 PS4 连线游戏，在享受社群游戏的乐趣中，也与朋友有了更多共通的话题。除了网路社群、网购因疫情逐渐活络之外，其实静态的室内娱乐也是不错的选择，疫情期间我借由便利的网购，入手了许多模型与拼图，享受亲子之间的休闲时光。防疫或许减缓了社会的步调，但也不全然是坏事，反而让多数人都能空出时间陪伴家人，就像 60、70 年代，全家人总是窝在电视机前看老三台的八点档歌仔戏，娱乐变少反而更能反璞归真，对我来说，防疫新生活就是培养感情、休养生息的最好时机。（远东新新埔化纤厂／李宇骏）

## 【三】

作为一名来自疫情重灾区的湖北黄冈员工，切身感受到疫情对生活带来的影响，首先是个人卫生及自我防护意识提高了，除了认真执行室内通风，出门也自发性的戴口罩、勤洗手。其次，锻炼身

体的次数也增加了，疫情期间在室内做平板撑、健身操等运动，疫情稳定后，每天步行一小时或进行其他体能训练，家人和朋友们也纷纷参与，彼此关系更融洽了。此外，疫情之后，大家对生活和生命的意义也有了更深的感悟，更加积极乐观，也更加珍惜公司有序复工复产、个人正常生活等得来不易的局面，享受防疫新生活。

（亚东工业（苏州）／柯旭红）

#### 【四】

新冠肺炎疫情改变了大家的生活型态，以往假日会去电影院看电影，现在则透过远传 friday 影音，与家人共同观赏好电影；以往都是去餐厅用餐，如今开始自己煮，吃得更健康；以前爱到人多的市区走走，现在则改往郊区健行、公园散步，感受大自然的美好。虽然疫情带来许多问题与挑战，但我们都是黎明前的黑暗骑士，为了迎接太阳的曙光而努力。（远东新新埔化纤厂／叶永键）

#### 【五】

疫情扰乱了平静有序的生活，也改变了我对生活的看法。今年年初，配合疫情需要，提前到岗上班，随后因疫情防控管制，封路封村、所有车辆不准通行，吃便当、住宿舍成为日常，回家也成为一种奢望。平日在家孩子叽叽喳喳不停，总会

不耐烦，后来却甚为想念，我逐渐明白，生命是无价之宝，亲情、友情是上帝赐予的珍贵礼物。曾经以为来日方长，现在却只想珍惜当下及身边的朋友、家人，放慢生活的节奏，过好每一天。（亚泥中国／罗丽芳）

#### 【六】

新冠肺炎（COVID-19）的影响力十分巨大，甚至超越 2002 年的 SARS 风暴。不过，疫病虽可怕，更可怕的还是不懂得如何去面对。我会提醒家人，避免去人多的场合，由于许多公共场所都有量测体温及戴口罩的规定，因此口罩是必备的，此外，还应该随身携带超电解水及纸肥皂，毕竟 75% 酒精较不适合年幼的小朋友使用；在外用餐则尽量选择与邻桌间距较大的场地，当然，最重要的还是勤洗手、多喝水，养成运动的好习惯，努力提升自身免疫力。（远通电收／陈振平）



# 城市的记忆

亚东石化（上海）／胡善成

这些年陆续走过了一些城市，对于每个城市都留下了一些印记。南京的记忆是夜色微醺时，秦淮河上泛起的点点灯火；上海的记忆是雕刻著镂空图案的精致洋房，以及象征经济发展水准的超高层建筑；杭州的记忆是才子佳人心事的婉约流放……等，每座城市都记载著数不尽的人和事，或是小人物的酸甜苦辣，或是伟大的人的诞生降临，但总感觉缺少了什么。

城市的扩张和发展对应著乡村的萎缩和退让，城市或许早已经忘记它曾是乡村，过往记忆只存在于城市建设博物馆内的照片和文字中，留予后人参观。那些曾属于它的大片绿地，满载著生命的图画，那些野风吹来不知何处升腾起的不知名花香，还有那些充满著土地味儿的淡淡清香，青草的气息夹杂著农人的汗气，那是一种强烈的生命之味。可是这一切早已随著钢筋混凝土的侵入，消失得无影无踪。

对于我们这一代从农村走向城市的新城里人来说，乡村和城市越来越融合发展，印记也越来越模糊。父辈们披星戴月，面朝黄土背朝天，与广阔土地为伴的日子终将变成了回忆；傍晚荷锄而归，悠然见南山的美景，在诗人的眼里是那么

的美。入夜之后，劳累了一天的人们早已进入梦乡，补充体力以迎接第二天的辛苦劳作。「水满有时观下鹭，草深无处不鸣蛙」，无数赞誉的诗句随口而来，这是自然环境下的蓬勃生机。夜是那么宁静，夹杂著小动物的叫声，一静一动，反而给人安详平和的感觉，仿佛没了这些小动物的闹声，就无法安心入睡一样。村头巷口偶尔传来一声铿锵有力的狗吠，也可以带来无限的遐想。时间亦在不知不觉中变得轻且慢，一切都是那么自然和谐。

如今即使是乡下，也早已不似以往破落，宽阔的水泥路代替了泥泞的乡间小路，家家户户住在整齐的小楼房里，有的甚至变成了城里人眼里的独栋别墅，就连汽车都不再是稀罕物。若还有些不堪入目的，也只是那些无人居住、被鲜明的红色

油漆打上「拆」字的平房。一切都在向著更好的样子发展，却又好似失去了什么味道。农田在厂房之间夹杂著，偶尔还能看到一两位田间的作业人员，通常是 65 岁左右的长者，因为青壮年早已融入城市生活，也早已忘记了祖辈们的耕种心得。一幕幕的印记在熟悉的维度重播，我心里想的却不知道如何用言语去形容。熟悉的炊烟不见了，取而代之的是更加熟悉的天然气灶台；每家都有的大水缸不见了，取而代之的是自来水龙头；曾经家前屋后鸡鸭成群一地鸡毛，如今是干净宽敞的水泥

场地，那些曾经伴随著母亲呼喊著「吃饭咯」而袅袅升起的炊烟，曾经带著稻花香的炊烟，如今散去了何处？吃完饭，我怕也似的逃离了这里，却不知，这归向故土的深情又该何处去寄。

汽车开往城市的路上，眼前的风景由大片田野变成了冰冷的建筑，最终我又回到高楼之间。终究是一点乡村的痕迹都没有了，只剩下脑海中残缺的符号与片段，支撑著我的记忆。在这高楼林立、鳞次栉比的夹缝之间，城市的记忆又将藏匿于何处……。



# 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

1. 面对疫后世界新常态，零售业应该如何拟订策略？【领航者的话】
  - A. 关闭所有实体商店，全面转战网路
  - B. 整合实体与虚拟服务
  - C. 提高所有商品售价
  - D. 向顾客收取高额保证金，以防确诊者造成业绩损失
2. 东联化学面对石化产业景气低迷，选择重组四大类别销售团队，下列何者并非其中之一？【封面故事】
  - A. 溶剂化学品
  - B. 建筑化学品
  - C. 月刊化学品
  - D. 日用化学品
3. 百货零售业堪称新冠疫情重灾区，然而远东百货靠著何种方式，成功掌握疫后新趋势？【封面故事】
  - A. 客制化活动
  - B. 深耕区域特色
  - C. 数位化转型
  - D. 以上皆是
4. 秋冬进补时，慢性病患应留意哪些事项？【保健网】
  - A. 慢性肾脏病患者应限制蛋白质摄取量
  - B. 高血压、高脂血症患者应注意油脂与钠摄取量
  - C. 糖尿病患者应控制含糖食物摄取量
  - D. 以上皆是

## 参加办法

请剪下 364 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，于十二月十五日前掷回「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 364 期有奖徵答

姓名：  
单位：  
员工编号：  
联络地址：

答案：1. ( ) 2. ( )  
3. ( ) 4. ( )

## 363 期有奖征答得奖名单揭晓

| 单位   | 姓名  | 单位       | 姓名  | 单位     | 姓名  |
|------|-----|----------|-----|--------|-----|
| 远东商银 | 简*源 | 亚东证券（板桥） | 吕*田 | 远东新世纪  | 范*云 |
| 远传电信 | 金*吾 | 远东新观音厂   | 林*华 | 远东新世纪  | 詹*辉 |
| 富国制衣 | 荆*梅 | 亚东技术学院   | 邱*威 | 远东新新埔厂 | 魏*玲 |
| 元智大学 | 黄*璆 | 远东百货（台中） | 郑*纯 | 亚东石化   | 刘*灏 |
| 裕民航运 | 黄*珍 | 远东百货（信义） | 陈*伶 | 远东百货   | 彭*升 |

恭喜上列幸运儿分别得到面额 300 元的远东百货商品券！





台北市政府举办绩优健康职场评选，远东集团大放异彩，远东新世纪、远东商银、香格里拉台北远东饭店均入选「佳奖」，11月10日的颁奖典礼中，分别由蔡敏雄副总（前排右二）、魏佩菁协理（后排左一）及谢美玲护理师（后排左三）代表受奖。



高雄大远百店长毛郢国协理（右三）领军，携手高雄市美浓区公所、美浓区农会齐推公益爱无限「食物箱大募集」，并宣传在地农特产品。



远东商银荣获 2019 年行政院人才发展品质系统 (TTQS) 金牌认证，由魏佩菁协理（右）代表领奖。



香格里拉台北远东饭店连续四年荣获亚太商旅杂志《Business Traveller Asia-Pacific》颁发「台北最佳商务饭店」殊荣，祖睿德 (Randy Zupanski) 总经理（第二排右七）率队合影留念。



元智大学詹世弘教授主持之「低温镁储氢材料与储能应用计画」获奖不断，继荣获科技部「绿能科技联合研发计画」109 年度亮点团队后，又获颁「2020 未来科技奖」。

Tonia Nicole<sup>®</sup> × NARUMI<sup>®</sup>  
東妮寢飾 JAPAN

2020 A/W 秋冬優雅聯名

體會一桌子幸福，一家子的美好。

全台百貨通路 獨家販售



立即觀看更多

購物官網：[www.fet.com.tw](http://www.fet.com.tw)

客服專線：0809-081-790

 東妮寢飾

NARUMI CORPORATION©