

遠東人

徐有庠
題

共同开创「诚勤朴慎·创新」的健康人生

COVER STORY

远东SOGO百货创造永续消费聚客力
香格里拉远东饭店引领旅宿新风尚

OFFICE TALK

从咖啡寄杯洞察订阅商机

LIFE GUIDE

财经网

投资「断舍离」

保健网

「偏头痛」需要做脑波检查吗？

粉丝经济 引爆聚客力

Fan Economy Triggers Customers to Stores



扫描 QR Code
看更多即时讯息
还可下载电子杂志





远传电信以「建构智慧基础建设 迈向净零永续发展」为主题，举办第9届「国际绿色智慧交通论坛」，徐旭东董事长（前排右四）、井琪总经理（前排右三）均特别出席。



亚东工业气体楠梓全新低耗能氮气厂于10月14日正式启用，徐旭东董事长（中）亲自主持剪彩典礼。



远东集团徐旭东董事长（左）偕远东SOGO百货黄晴雯董事长（右），共同为SOGO周年庆活动造势。



远东商银11月5日假台北华山文创园区举行「2022 远东乐家+毛孩嘉年华」，并由周添财总经理（右三）代表捐赠NTD 30万予台湾导盲犬协会，以实际行动支持导盲犬培训。



亚东科技大学10月28日由黄茂全校长（前排右二）代表，与史瓦帝尼大学签署合作备忘录，未来将共同培育高科技人才，创造双赢。

2023 远东人月刊征稿列车启动

李佳珍

2022 年即将进入尾声，全球也逐渐从 Covid-19 的冲击中复苏，翻转出更多的机会与样貌。新的一年，我们将带着疫后重生的韧性与热情，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 NTD 500，其余文字稿台湾地区每字 NTD 0.5、海外地区每字 NTD 0.8。

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、8556。

「远东人开讲」一月话题：通膨来了怎么办？

面对通膨来袭，相信不少人都感受到万物飙涨、生活压力节节上升。您如何精打细算分配支出？如何开源节流，持续保有生活余裕？欢迎集团里的理财专家、省钱达人来信分享您的作战计划，文长 300 字以内，远东人月刊就会提供您一笔「快乐基金」哦！（截稿日期：12 月 15 日前）



DEC 2022

NO. 388

01 EDITOR 编辑手记

2023 远东人月刊征稿列车启动 / 李佳珍

04 LEADER'S REMARKS 领航者的话

零售业的下一波浪潮 / 远东集团董事长办公室

08 COVER STORY 封面故事

远东SOGO百货创造「永续消费」聚客力 / 徐宛韵

好吃、好玩、好享受 香格里拉远东饭店引领旅宿新风尚 / 编辑室采访整理

16 GROUP BRIEFING 集团简讯

关系企业动态报导 · 公益专区 · 好康报报 · 人事异动 · 绩优荣誉榜 / 编辑室辑

23 OFFICE TALK 乐活职人

经营管理新知：驱动精准行销必备懒人包 / 集团综效暨零售规划总部数位行銷暨公关组

经营管理新知：从咖啡寄杯洞察订阅商机 / GO SURVEY市场研究顾问

永续专区：循环设计和行为设计的对话 / 远东集团创新办公室 DRIVE



32 LIFE GUIDE 生活情報

- 财经网** 投资「断舍离」／连启超
- 法律网** 2023 年新政策 劳保、健保双调整／杨立莉
- 流行网** 轻奢饰品打造吸睛 Look／郑嘉蕙
- 美食网** 百变地瓜点心／陈文静
- 保健网** 「偏头痛」需要做脑波检查吗？／赖资贤

45 HOT TOPIC 远东话题

远东人开讲：通膨来了怎么办／编辑室辑

46 STORY 心动时刻

龙宫洞游记／罗丽芳

48 QUIZ 有奖征答

387 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	余欲弟	李佩频	李美莲
汪更新	吕学龙	何思纬	林俊佑
吴信仪	吴佳颖	吴升鑫	吴梅华
吴和生	卓采慧	胡兴贤	徐竣菁
徐雅慧	徐宛韵	梁雅雯	黄吕钧
游慧琳	游淑如	曾育锺	程慧文
郭文慧	郭曜豪	陈聪明	陈金新
陈雪萍	陈玲华	陈虹瑾	陈睿谊
陈相吟	叶金璋	张丹	杨韵琪
曾淑苹	冯辉棋	廖婉甄	蔡敏雄
刘贞佑	简嘉琪	油谷初美	

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

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
(Android)



零售业的下一波浪潮

远东集团董事长办公室

自2018年中美冲突伊始，全球冲突不断，局势变化剧烈，政经结构复杂，国家间的合作与制度协商更加困难，不但影响经济发展效率，诸如新冠疫情、气候变迁及区域安全等攸关人类生存的重大议题，也一一陷入胶著。面对全球经营环境丕变，与民生息息相关的零售行业如何自处？本文将分成三部份来说明。

一、2022年全球的政经局势

回顾 2022 年，从年初的俄罗斯发动侵略、中国清零封城、美国经济第一季负成长，将全球经济一步步推向悬崖边缘。尽管欧美陆续于 5 月份摘下口罩，宣告疫情逐渐解封，但接踵而来的高温干旱气候、高通膨、粮食危机、疫情、货币贬值、资金外流，已经造成许多国家社会处于崩溃边缘，以下与大家分析影响全球发展的几个重要事件。

首先是美中对抗 -- 国际规则发话者争夺战。2018 年川普政府以贸易逆差为由，发动贸易战。自此双方不仅在贸易、科技资源（如晶片法案）或印太经济战略区位上，处处针锋相对，抢夺国际秩序话语权，今年 5 月，美国发起印太经济框架（IPEF），拜登总统表示，

21 世纪的经济未来将落在印太地区，并强调该框架的高标准与包容性将是新规则成功的关键。同年 8 月，再签署《晶片和科学法案（CHIPS and Science Act）》，以巩固美国在半导体领域的领导地位与科技竞争力，与中国竞争。

其次，乌俄战争可能为全球带来更大的分裂，并对政治、经济、科技、粮食及能源等造成深远的影响，除了政治、金融及国际支付体系、科技发展的二元化之外，由于战争推升了原物料及大宗商品的价格，各国开始检讨自身的粮食农业政策，提高国家粮食的安全及自主性。在能源方面，多元化发展是未来趋势，以往高度依赖俄国天然气的德国等欧洲国家，未来势必降低对俄罗斯天然气、石油的依赖。

再者，受到疫情影响，供应链遭受冲击，加上战争、气候剧烈变化推升粮食价格，以及先前量化宽松的货币政策等因素，今年各国通货膨胀压力都超出负荷，企业承受着更高的营运成本，连带加重民生消费压力，这波通膨压力预期将会延续到 2023 年。

面对持续升高的通膨压力，各国央行已积极紧缩货币政策，使融资成本大幅增加，为经济活动带来更大的压力；受到资金成本增加的影响，今年以来，各国股市卖压沉重，跌幅惊人，国际金融市场因此更加动荡。除此之外，货币政策的转向与地缘政治问题，也造成美元相对强势。

观察美国消费市场需求，第四季主要零售商的存货与存货周转天数都急遽上升，显见受到通膨、升息等压力，消费需求渐趋保守。

面对这些波动与挑战，2022 年全球经济成长回落预估在 3% 左右。延续 2022 年高通膨、地缘政治、紧缩货币政策等影响，2023 年仍是较为挑战的一年。根据 IHS Markit 的预测，全球经济成长将较 2022 年衰退，来到 2.58%，多数国家经济发展仍不看好。各家机构预测台湾今年经济成长率可维持在 3.5% 左右；其中，零售业自 5 月起，受到疫情升温影响，百货业明显衰退；然而，在疫情稳定后，市场热度逐步回升，希望这次的周年庆能够再创佳绩。

二、消费行为与零售产业的发展趋势

处于全球政治与经济发展动荡的状态下，消费者行为与零售商有哪些新的发展趋势？

1. 通膨压力迫使消费者更精打细算：受到通膨压力影响，民众不仅会节制消费，更会在意消费的重心，将以民生必须品为优先，减少娱乐相关消费。

2. 零售商追求实体店与线上购物的角色平衡（Buy Online Pickup In Store）：疫情之后，电子商务的发展趋势依旧强劲，越来越多实体店调整为「线上订单履行中心以及客户体验中心」的组合，透过线上线下的商务整合，设计更有凝聚力的全通路客户旅程。值得注意的是，



49% 的消费者因为到店取货而增加其他额外的消费。

3. 直播电商为社交媒体电商的关键角色：根据 Forbes，目前约有三分之二的消费者将社交媒体作为购物通路的一部分，其中「直播电商」更是重要的通路选择。

4. 零售商对于供应链关注的焦点，由 2021 年「供应链的能见度」，移转到 2022 年的「整体供需规划」：供应链正慢慢回稳，但是受到经济波动影响，供需却成为新的关注焦点。

5. 跨界创新，异业合作：商业模式的创新转型，也是零售业的重要趋势。例如：全家便利超商开设了 FamiSuper 超市店，其中，2～3 人一餐份量的生鲜、冷冻即食复热型商品比例超过 8 成，品项逾百种，瞄准无暇备料、不擅调理的双薪家庭、小家庭和单身族。另外，线上线下整合也是重要潮流。线上电商平台 Shoptline 去年在香港中环 IFC 开设店面，以及今年在诚品南西店开设的选物店，让品牌商与电商平台都能开发更多的消费者，创造双赢。

6. D2C (Direct to Customer) 模式也是新的发展趋势：将商品直接卖给客户，让企业更能控制商品的制造和行销成本，更有助于获得优质的客户数据。例如：可口可乐最成功的 D2C 计画是「Insider's Club」，类似非酒精饮料的「葡萄酒俱乐部」。透过订阅，会员可以提前获取新款饮料、惊喜小物，甚至还有前所未有的虚拟体验，例如「与 NFL 球员一起锻炼」等。至于 Nike Live 则是希望透过直接服务会员的门店，运用数据，设计出与会员最相关的服务体验。

7. Retailers (零售元宇宙)：区块链、大数据、虚拟实境、人工智慧等，是构成 Web 3.0 的重要技术。随着技术的发展，零售商可以利用元宇宙的元素、AR、VR、5G 等技术，打破时空的限制，以虚实整合提升消费体验。2022 年 9 月底，Walmart 正式宣布进军元宇宙，在拥有 5,200 万用户的 Roblox 游戏平台上，推出 Walmart Land、Universe of Play 两项虚拟体验及服务，希望借此建立 Z 世代消费族群的好感度。

8. 追求企业永续：零售业者应以净零排放为目标，发展永续策略，并减少资源浪费、创造循环经济，打造永续的未来。

三、结语

面对即将到来的 2023 年，通膨带来的经济下行将是最大挑战。值得注意的是，全球通膨的结构性正在改变，即使未来战事结束，物价不一定能回跌。政府为稳定民生物价，透过政策管制水电燃气、运输、油料、医疗等项目，并没有真正反映实际通膨，长期面还必须去全球化与供应链区域化的重组，人口结构与智慧制造对劳动市场的改变，以及永续与碳中和导致的绿色通膨持续加温通膨预期，都需谨慎因应；也因此，我们更应该有危机感与成本意识，积极做好面对困难的准备。

与此同时，更要积极打造企业韧性，培养企业的 Adaptability（顺应力），让营运具有弹性，以面对经营环境动荡带来的压力与危机。

最后，以前英国首相邱吉尔的这段话与大家共勉：「悲观者在每个机会中，看到的都是困难；乐观者则在困境中洞察良机。」希望各位积极突破挑战与困境，再创新高峰。（本文为徐旭东董事长於 2022 年远百厂商联谊会演讲汇整）





远东SOGO百货创造「永续消费」聚客力

远东 SOGO 百货／徐宛韵

在台湾百货界叱吒35年的远东SOGO百货，不但是同业眼中的坪效王、消费者心中的血拚圣地，更曾创下无数的经营奇迹。即使在去年历经三级防疫警戒，商业活动受到残酷考验，远东SOGO全年的营运绩效仍逆势成长，周年庆营业额甚至再次写下历史新高。究竟她有什么秘密武器，能在百家争鸣的零售战场中，成为无可取代的存在？进入后疫情时代，她又将如何持续擦亮金字招牌？

10月的第一个上班日，周一。OL 们的茶水间日常，不是问「周末你去了哪里？」，而是问「你浇水了吗？」只见三五好友动作一致，拿出手机、打开 SOGO App，进入活动网页，点下「开始幸福」，为植物浇水。

这是远东 SOGO 百货今年第二波的数位永续行动，让消费者开启 SOGO App 玩游戏，一个月内登入 5 次、帮虚拟植物浇水，就能获得电子树苗兑换券，将实体盆栽带回家。

事实上，早在今年 4 月，远东 SOGO 即响应世界地球日，首度发起 SOGO App 永续活动，全台共赠出 3,500 株台湾原生种桂花树苗，由于回响热烈、向隅者众，乃再规划第二波赠树



行动，并提高盆栽赠品数量至 5,000 株。

六年级生的远东 SOGO 贩卖促进部协理洪德章，担负年轻世代的「黏着」大任，他认为，比起企业大规模的植树，远东 SOGO 发挥数位行动优势，让顾客透过 App 趣味游戏参与永续，可大幅减少发起实体活动的交通碳排及维护费用，且小树苗托付给顾客，等于顾客在生活中直接参与植栽的成长、承担环保承诺，有效提升消费者的永续意识；而事实也证明，远东 SOGO 的 App 赠树活动，的确供不应求。

35 年老店新改装 融入永续，抓住老顾客和年轻世代

场景转到甫于今年 8 月完成大规模改装的远东 SOGO 忠孝馆 B2 超市及铭店区，为打造安心卖场，远东 SOGO 推出购物车紫外线消毒舱，并将过去以「商品」为主体的卖场经营，改为以「体验」为重点的生活场域，另引进友善农法栽种的小农特产，鲜花、蔬果天天买得到。

为迈向提袋减量、减排的目标，远东 SOGO 黄晴雯董事长更以忠孝馆 Fresh Mart 常客之姿，邀请顾客随身自备两、三个环保购物袋，作为永续地球的身份识别，举手之劳就能善尽地球公民之责。

黄董事长表示，远东 SOGO 很多顾客都是过去妈妈带小孩来，现在小孩长大了，又带着下一代来逛，相当具有传承概念。因此，我们将创新思维融入永续概念，让超市 35 年后华丽转身，持续吸引老顾客及年轻顾客等全客层的关注，挹注全年业绩。

不只将会员分级分类，还要以永续做出差异

为了提供分众化、更贴近顾客需求的服务，远东 SOGO 整合过去的会员资料，针对顾客量身打造七大 Club，除了 2000 年成立最早针对亲子客群的「ThanQ Club」，2006 年也锁定高端客层，设立专属「VIP Club」，并于 2016 年开业界之先，首创为期三年的专属顶级会员「VVIP Club」服务。2018 年进一步针对新人婚嫁，发展出全台百货首创、集结婚嫁品牌及异业结合的「Wedding Club」；2019 年看准超市商机，推出「Fresh Club」，同年再以「Premium Club」，让具有 VIP 潜力的顾客提前体验 VIP 主顾客享有的礼遇。



不仅如此，拥有「美妆天后宫」封号的远东 SOGO 特别于 2020 年推出「Beauty Club」，顾客于化妆品、香氛专柜消费满额即可加入，由于门槛低、优惠多，短短一年即累积大量会员，迄今拥有近 10 万会员。至于今年初推出的「Sports Club」，则诉求指定运动与高尔夫服饰用品／品牌的高消费客层。

远东 SOGO 的七大 Club，涵盖亲子、婚嫁、超市、美妆香氛、运动及高端 VIP 等客层，不但将顾客的消费喜好、习惯、频率、花费能力进行分类分级，各分店也依企业永续委员会 2021 年发展出的三大永续策略（节能减排、永续消费、循环商模），针对不同客层设计出「永续消费」方案。例如，台湾唯一集结五大国际精品品牌的复兴馆，在世界地球日的月份携手各大品牌，推出循环经济时尚，今年还首度加码举办全台最大规模的社创展；忠孝馆的小农展售活动，连续四年蝉联「全台最大规模小农展」的称号；新竹店为年轻、重视家庭生活的都会顾客设计环境教育体验，两度获得新竹市「国家环境教育奖」；就连 25 年来，首度大改装的高雄店，营运的重点都转为强化与在地商圈的深耕共好、社会共融。

发挥先行者优势 将永续活动从「大家都能做」，优化至「只有我能做」

永续发展近来成为显学，远东 SOGO 以「亚洲绿色百货标杆」自我期许，举凡商品活动、行动支付均奉行绿色消费原则，屡屡获得海内外环境永续相关的奖项。

我们响应节能减碳、珍惜水源、永续消费等全球倡议，每一位顾客从远东 SOGO 拿到的购物提袋、在洗手间使用的卫生纸和擦手纸，都经过 FSC（森林管理委员会）认证，即使是 DM 亦采用友善环境的大豆油墨印刷。

另一方面，远东 SOGO 也加速数位化，致力优化顾客旅程，包含 SOGO App 全面升级、行销赠奖活动的纸本抵用券电子化、大力推动行动支付…等，大量降低资源耗损。光是历年发行电子礼券所省下的纸张，可堆迭出 3.7 座玉山高；此外，更持续引进优质的青农、小农产品，推广低碳环保的餐饮观念，让食物里程永续又安心。

远东 SOGO 每年针对顾客进行「永续作为满意度调查」，总有八成以上的顾客满意我们提供的绿色消费，诸如：使用环保节能设备、提倡永续消费、取消一次性餐具等。只要在远

东 SOGO 用餐的民众都会知晓我们「禁用一次性与美耐皿餐具」，并给予高度肯定。

远东 SOGO 自 2017 年（提早政府政策两年）推动禁用一次性与美耐皿餐具以来，持续推动「新食器时代」，历经推广无痕饮食、领先政策禁用塑胶吸管、领先全台百货不主动不免费提供一次性餐具，到目前已发展至「新食器时代 5.0」，全面认证绿色餐厅。因为累积了长期且丰硕的永续成果，今年 8 月受环保署管考处亲自邀约，至环保署「净零绿生活说明会」分享绿色饮食成果；也在今年暑假接待全台第一个在国中校园推动永续课程的金华国中参访，透过交流，将天母店的成果编入永续教材，让环保向下扎根。

对顾客、政府官员、乃至中学教师而言，远东 SOGO 自 2015 年实践 CSR 以来，积极推动永续，已是台湾百货的绿色标竿。然而我们的脚步未曾停歇，以 2015 年取得百货零售业第一张「碳标签」定义出百货零售服务业的 PCR（碳足迹）为基础，持续在自身节能减排与提供顾客永续消费等作为上精进。

黄晴雯董事长曾多次在内部高阶主管会议期许同仁，唯有持续引领绿色消费，创造先行者优势，将永续活动从「大家都能做」，优化至「我做最好」，甚至提升至「只有我能做」，才能让利害关系人产生认同，发展出品牌定位的差异性与独特性，进而携手承租专柜、供应商、顾客、同仁，一齐迈向永续。





好吃、好玩、好享受 香格里拉远东饭店引领旅宿新风尚

编辑室采访整理

随著防疫政策持续松绑，「观光旅游」再度成为各界关注的焦点，许多人已经迫不及待准备抢订心仪的饭店，向来在社群间备受赞誉的台北、台南远东香格里拉饭店，当然是玩家们的首选。本期「封面故事」将为您介绍两家饭店如何以弹性的经营策略、多元的餐饮服务、灵活的整合与结盟，赢得粉丝力挺！

接地气 把亮点变卖点

延烧了三年的疫情，重创观光餐饮业，尤其以国际旅客为主的台北饭店业，不少老字号不堪亏损，黯然熄灯。

位于台北市中心的台北远东香格里拉饭店，原本客源也大多来自国外顶级商务与高端度假旅客，看准疫情期间，海外旅游不便，反而让大家重新聚焦台湾，特别推出各种「接地气」的住房专案，例如：专为喜爱美食的旅客设计「一泊二食」住房专案，除了早餐之外，另搭配香宫粤菜餐厅、马可波罗义大利餐厅等主题餐点，甚至在疫情严峻期间，直接把烤鸭、牛排、龙虾送到客房内，让客人安心享用。而为了抢攻亲子市场，饭店也特别在暑假期间，首

度将整楼层客房改造成「夏日童乐园」亲子俱乐部，提供各种寓教于乐的设施与活动，举凡VR虚拟实境、Switch电玩、拼图游戏、厨艺教室、手作课程、写真摄影…等，让不同年龄的小朋友皆能尽情放电，家长不仅可陪伴游戏，共享亲子时光，亦能在娱乐空间休息放松，或是享受美甲按摩服务。七楼户外泳池则于每周六、日下午推出「夏日湖畔野餐派对」，提供一份餐点及啤酒、无酒精饮品无限畅饮，还可加购夏日野餐篮，让大家欢度美好时光！

此外，台北远东香格里拉饭店也推出主题式度假、欢庆纪念日的住房专案，双人入住台北101景观房，可于38楼的马可波罗义大利餐厅享用晚餐和翌日早餐，另针对女性市场，与顶级保养品牌联名打造「雪花秀宠爱假期」，日前更与台北双层餐车合作，规划专属下午茶与晚餐，方便大家在五星级美食的相伴下，以全新视角体验台北风情。

疫情期间，台北远东香格里拉饭店内的五家餐厅与三家酒廊也定期与各品牌跨界合作，以客座调酒师、生日优惠等多元活动，吸引客人消费，并透过外带餐车，提供餐盒外带服务，同时于线上商店推出独家商品、节庆礼品美食餐点，以及外带、外送服务，也有常温和冷冻食品等居家料理，让用餐体验从饭店延伸到家里。

重体验 从吸睛到吸金

相较于台北一级重灾区，位处南台湾的饭店业可就幸运多了。台南市以文化古迹和美食小吃闻名，观光资源丰沛，加上名人代言、特色节庆及景区活动等多元话题助攻，反而成为疫情期间，全台唯一旅宿业家数、住用率、成长率皆不减反增的县市。不过，如何抓住国旅商机，从这波竞争中脱颖而出，也考验着业者的智慧。

台南远东香格里拉饭店以客制化服务提供深度体验，并借由创新商品开发新客源。今年暑假即锁定目标客群，结合宏达电（HTC VIVE）虚拟实境科技，打造全新沉浸式玩乐体验

「VR游乐空间」，配备高画质影音、设置VR头戴式装置，带给消费者超乎想像的感官刺激与十足的娱乐享受，搭配线上线下交互行销策略，今年八月甚至创下开幕以来单月最高营业额。

除此之外，台南远东香格里拉饭店也积极投入文化





传递「艺术生活化，旅宿心体验」的理念。

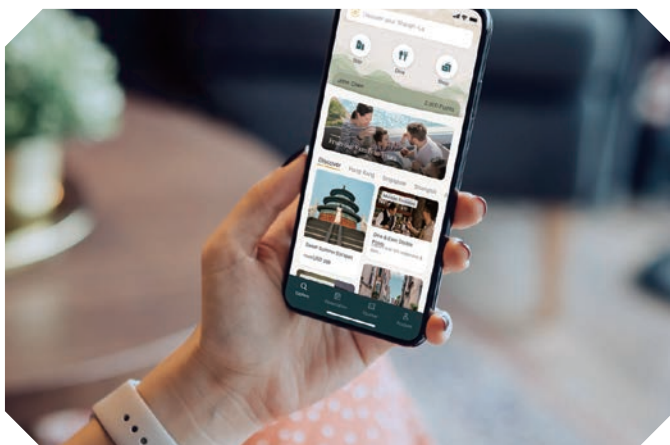
艺术推广，2020 年与中华民国画廊协会合作，承办台南艺术博览会，四天展期参观人次突破 8,500 人，缔造最高总参观人次纪录；2021 年结合台湾本土原创动画「小猫巴克里」，打造主题家庭客房，受到许多顾客喜爱；2022 年搭配台南美术一馆「台湾现代摄影第一人」柯锡杰大师个展「照化入镜：柯锡杰心世界」，于饭店大厅及豪华阁贵宾廊举办「现代摄影大师柯锡杰特展」，将大师精湛之作带进旅宿空间，

宠会员 让过客变熟客

南北两家远东香格里拉饭店不仅在各自战场中，打造独特的优势与价值，也借由「香格里拉」品牌，创造 1 加 1 大于 2 的综效。尤其香格里拉「贵宾金环会」常客奖励计划于 2022 年 4 月升级为「香格里拉会」后，形成全新的亚洲旅行生活平台，由全球超过 100 家香格里拉、嘉里酒店、JEN 酒店和盛贸饭店，以及旗下餐厅、健身设施和家庭体验联手为会员提供丰富的礼遇和精心策划的体验。

新版的「香格里拉会」会员计画中，积分与现金可搭配使用，且积分兑换无期限，选择更灵活，每 15 积分即可兑换 1 美元，换算更简单，还有会员尊享专属价格、每月独家优惠等丰富的奖励，最棒的是，无论入住、用餐和购物，每次消费都能赚取积分，升级更快速。而为鼓励会员累积积分，饭店特别规划精美好礼提供兑换，包含：精品名牌包、Apple 系列手机及耳机、国际专柜香氛彩妆、工艺艺品、精选酒款…等。

此外，「香格里拉会」也同步升级手机应用程序，无论是预订旅行、美食体验，或是在香格里拉精品店购买商品，会员均能享受专属优惠，并可透过「一键访问会员卡」功能，直接管理帐



户，轻松预订服务。每个月的6日为会员日，个别饭店另提供不同的会员礼遇，台北远东香格里拉饭店祭出指定酒廊免费特调饮品，台南远东香格里拉饭店则于一楼大厅茶轩推出免费特调饮品，且依照季节或节庆，变化饮品内容，让客人享受独一无二的香格里拉之旅。



推 ESG 有温度更有态度

除了借由国际饭店平台的优势，加深会员黏着度，疫情期间，南北两家远东香格里拉饭店也积极规划服务人员跨部门培训，以精进服务品质，台北远东香格里拉饭店更趁机将远东 Café 自助餐厅全面改装。

此外，饭店也致力经营多元有趣的社群内容，并举办各式互动活动与独家优惠，同时分享在环境、社会和治理（ESG）领域的投入，希望让粉丝了解饭店、愿意推荐给亲友，进一步将虚拟世界的粉丝转换成实际消费的铁粉。例如，两家饭店均多次投入净滩、响应世界自然基金会（WWF）发起的「Earth Hour 地球一小时」活动，同时推动一系列减塑计画，邀请顾客共同实践环保，包括：餐饮外卖包装和餐具更新为环保材、宴会和会议停止使用一次性塑胶瓶装水，改用友善环境的饮用水…等举措，以减少资源浪费，为地球尽心力，并倡议「食在地观念」，透过采购本地食材原料，加强与在地的连结，贡献当地的经济发展。而在公益方面，亦十分关注乳癌防治、弱势孩童等议题，台南远东香格里拉饭店定期举办乳癌防治健检、认养弱势孩童等公益活动，台北远东香格里拉饭店则推出粉红假期公益住房和下午茶，将部分收入捐做乳癌防治基金，并长期支持国际儿童村，提供孩童教育、实习就业等机会，善尽「企业社会责任」之余，更提高粉丝对于品牌的好感度。

近期各项防疫措施陆续放宽，沉寂已久的观光业终于迎来曙光，几场大型旅展中，处处可见活络的人气与买气，南北两家远东香格里拉饭店也祭出多项优惠，抢攻这波景气复苏潮，欢迎旧雨新知前来体验更有温度的香格里拉殷勤待客之道！

集团简讯

扫描 QR Code 看更多集团讯息 →



01 欢庆创校 54 周年 亚东科技大学举行庆祝典礼暨产学研研究成果展

亚东科技大学 10 月 15 日举行创校 54 周年庆祝典礼，徐旭东董事长、远东新世纪徐旭平副董事长、王孝一执行长、亚东医院邱冠明院长、元智大学廖庆荣校长，以及多所高中职校长均到场祝贺。当日同时举办产学研研究成果展，展出与远东新世纪、亚洲水泥、远传电信、亚东医院等机构合作之作品，主题涵盖机能性材料纤维开发应用、企业责任与创意商品、5G mm-Wave AiM Demonstration 系统及健康照护智慧医疗…等，获得与会嘉宾高度赞许。（亚东科技大学／刘明香、赖月圆）



02 远传携手 300 家厂商 打造更具韧性之永续供应链

远传电信 11 月 4 日举办年度供应商大会，邀请 300 大供应商一同参与，会中除了有四场线上永续趋势讲座，井琪总经理也颁奖表扬永续绩效优良的 15 家厂商，同时感谢供应商伙伴与远传一起打造更具韧性之永续供应链。（远传电信／张为竣）

03 第 9 届国际绿色智慧交通论坛 远传分享科技减碳实绩与契机

因应全球净零排放浪潮，远传电信、台湾永续能源研究基金会、电讯暨智慧运输科技发展基金会 10 月 26 日以「建构智慧基础建设 迈向净零永续发展」为主题，举办第 9 届「国际绿色智慧交通论坛」，远传徐旭东董事长、井琪总经理均特别出席，井琪总经理并发表「浅谈净零新契机」演说，分享远传运用科技实践 ESG 的经验。（远传电信／张为竣）

04 GO SURVEY 年度白皮书 揭密订阅经济「心」商机

HAPPY GO 旗下市调顾问品牌 GO SURVEY 于 11 月 3 日以「订阅经济 - 万物皆可订『心』商机」为题，发表最新消费者白皮书报告，目前高达 82% 的消费者有付费订阅的经验，会中并深入讨论如何打造循环消费力、培养品牌忠诚铁粉等议题，吸引逾 200 位通路、品牌及商业伙伴参与。（鼎鼎联合行销／蔡宛臻）

05 2022「远东新世纪经典马拉松」热闹登场

2022年「远东集团联谊会暨远东新世纪经典马拉松活动」10月29日于新埔化纤厂登场，吸引近4,000名跑友热情参与；徐旭东董事长也率关企主管、同仁和与会贵宾们以健康操展现活力，还有精彩热闹的拔河赛、竞争激烈的篮球友谊赛，以及趣味十足的分组竞赛，不仅促进关系企业同仁的友谊，更有益于增进集团相关事业体的互动。（远东新世纪／范富珍）

06 裕民再添生力军 「裕浩轮」、「裕瀚轮」入列

裕民航运子公司 -- 裕民航运（新加坡）公司委托青岛北海造船公司建造的210,000载重吨海岬型散装货轮 -- 「裕浩轮」及「裕瀚轮」（M.V. Cape Venus & M.V. Cape Jupiter），11月3日在青岛北海造船厂举行「云命名」仪式，由徐旭东董事长亲自主持，并分别邀请彰化银行凌忠嫻董事长及台湾银行吕桔诚董事长之夫人王真如女士为新船命名，同时利用视讯连线，让远在台北、新加坡及上海的宾客一起观礼。（裕民航运／黄一珍）



07 亚东医院携手产学 带动健康产业商机

亚东医院与亚东科技大学于10月25日举办「2022亚医暨亚科大健康照护专利推广媒合会」，展示护理人员为改善临床照护研发的专利作品，以及临床医师与教授一同创作并获得国内外奖项的发明作品，并邀请产业界贵宾莅临参观，共创商机。10月26日亚东医院再整合台湾医材厂商，举行「智慧型重症呼吸照护隔离场域发表会」，以重症加护病房为示范场域，未来可望推广至其他医疗机构，甚至新南向国家。（亚东医院／罗妘妤）



08 元智大学与欣铨科技成立半导体书院

元智大学与欣铨科技10月26日分别由廖庆荣校长与张季明副董事长代表，签订产学合作意向书，成立半导体书院，并进行专业人才培养计画说明会。未来欣铨科技将提供业师，与元智教师共同授课育才，以符合产业发展及青年就业之所需。（元智大学／饶浩文）

09 江西亚东水泥采矿许可证延续 助力永续经营

新屋田灰岩矿为江西亚东的主要开采矿山之一，现有储量 1.13 亿吨，2022 年开采量预计 900 万吨石灰石，为水泥生产线和骨料生产提供二分之一的原矿。唯该矿山之采矿许可证于 2022 年 11 月 10 日到期，在领导的提前规划，以及办证同仁的悉心准备和主管部门的持续沟通下，于 11 月 7 日顺利取得采矿许可证展延 30 年，为矿山生产提供有利保障，也为江西亚东的经营提供坚实基础。（江西亚东水泥／曹仁中）

公益专区

10 欢庆有库科技奖 20 周年 徐有库基金会表扬 29 位科研菁英

财团法人徐有库先生纪念基金会「第 20 届有库科技奖颁奖典礼」10 月 14 日假台北远东香格里拉饭店举办，除了邀请国科会代表、多家学术单位首长，以及得奖人亲友共襄盛举之外，也特别邀请国家生技医疗产业策进会杨泮池副会长，以「生技医疗 疫后战略」为题发表专题演讲，并于演讲后与台湾大学化学系特聘研究讲座牟中原、凝态科学中心特聘研究员林丽琼进行对谈，分享对于台湾未来科技发展的看法。（远东新世纪／沈维哲）



10 远东 SOGO 百货发挥平台力 拉近民众与永续的距离

远东 SOGO 百货中坜店邀请 VIP 顾客，造访全球第一间达成碳中和的美妆企业「欧莱德」总部，希望搭起消费者与品牌的永续对话。新竹店则于 10 月份邀请海涌工作室陈人平执行长，分享「那些海龟教我的『塑』」，引导民众反思人类行为如何牵动地球的未来。（远东 SOGO 百货／蔡上彬、张瑞玲）

12 远东 SOGO 百货推料理包 关怀逆风少年

远东 SOGO 百货为了进一步推广自煮健康与永续饮食，并持续支持公益，发起逆风少年关怀计画，将第 1 届防疫餐宅料理优胜作品「养生无锡排骨」改良成料理包，上架募资平台，盈余将全数赠予逆风剧团，用美食治愈曾经迷失的高风险少年。（远东 SOGO 百货／唐守怡）



sogo 防疫餐
募资

13 远企购物中心展出「医眼瞬间-黄子伦医师公益画展」

远企购物中心在徐元智先生纪念基金会引介下，邀请亚东医院眼科部神经内科主任黄子伦医师于 11 月 1～30 日展出「医眼瞬间-黄子伦医师公益画展」，并透过线上义卖捐款的方式，将所得款项全数捐赠予门诺医院东区视力保健计画。画展尚未结束，52 幅画作已全数认购一空，共募得近 NTD 40 万的公益款项。（远企购物中心／杨奕灵）



14 净滩护地球 远东总动员

海洋环境污染是全球性议题，为守护生态环境，各地远东人纷纷加入净滩行列：远东 SOGO 百货新竹店志工社同仁于 10 月 1 日前往新竹幸福沙湾净滩；远东商银也于 10 月 15 日举办新北市贡寮区挖子海湾净滩活动，同时邀请宏岳国际黄伟杰总经理分享海洋环境保护经验；裕民航运则于 10 月 22 日假新北市万里翡翠湾举办年度公益净滩活动，无独有偶，板桥大远百与远百板桥中山店数十名同仁也前往林口顶寮沙滩，参与新北市环保局「新北市秋季联合净滩」活动，共清理出 1,122 公斤垃圾及 25 公斤资源回收物，并且别开生面的将海废物组合堆迭出双海龟图形及「2022 海滩新净界」装置艺术。11 月 5 日，元智大学「净滩爱地球，蚵间石沪捕鱼趣」活动于新屋石沪海滩登场，由廖庆荣校长率领近 80 人参与，共回收总重量约 500 公斤的废弃物，更在石沪沪主的指导下，体验最道地的捕鱼日常。（编辑室辑）



15 远东巨城购物中心打造优质展演平台

Big City 远东巨城购物中心除了是大新竹地区民众消费购物首选，更致力提供优质平台。连续举办 5 届的街头艺术节，今年近 200 组街头艺人参加，经过一个多月的海选及展演，于 10 月 9 日的激战后，画下完美句点。10 月 16 日巨城再与新竹百合扶轮社合作举办第 8 届「阳光扶轮杯尬舞大赛」，鼓励青少年用舞蹈展现青春活力，现场超过 100 组双人团体报名；10 月 23 日更与劳动部劳动力发展署桃竹苗分署共同主办「2022 新竹地区秋季企业联合征才活动」，提供逾 1,000 个优质职缺，吸引许多民众到场咨询。（Big City 远东巨城购物中心／叶哲伦）

16 高雄大远百推广生态永续与动物保育观念

高雄大远百于 10 月 23 日举办「太阳宝宝出任务 - 社区环境打扫服务」，号召同仁担任一日志工，协助整理新光绿园道公园，落实环境关怀；此外，鉴于高雄寿山动物园的改造工程即将在 2022 年底完工，远百员工特别组成「志工服务队」，协助清理环境，并与园方合作推出「动物认养卡」大募集，邀请民众一起为动物保育尽心力。（高雄大远百／郑敏惠）

17 远东商银与伊甸携手推全台首创互动捐款机

远东商银携手伊甸基金会于 11 月 3 日举办「爱在举手间」公益活动启动记者会，推出全台首创的互动式捐款装置，以远东 SOGO 台北忠孝馆为首站，未来将陆续于新竹巨城、台中大远百、板桥大远百、远东商银营业部，展开长达 11 个月的爱心接力，只要插入信用卡，15 秒就能完成捐款，期盼帮助更多慢飞天使平安长大。（远东商银／朱佳琳）

好康报报

18 畅游新北欢乐耶诞城 乐飨 Asia49 亚洲料理及酒廊岁末宴 & 50 楼 Café《海陆联欢会》

「新北欢乐耶诞城」是北台湾最受瞩目的年终盛会，一街之隔的 Asia49 亚洲料理及酒廊、50 楼 Café 则是观赏璀璨美景的最佳制高点。2022 年 11 月 11 日至 2023 年 1 月 2 日，Asia49 亚洲料理及酒廊推出「岁末飨宴」和「缤纷南洋下午茶」，50 楼 Café 亦祭出「海陆联欢会」，使用远银卡消费，天天享有 8 折优惠（特殊节日除外）。Asia49 亚洲料理及酒廊订位专线（02）7705-9717；50 楼 Café 订位专线（02）7705-9723。（Mega 50 餐饮及宴会／阎惠瑗、冯正筠）



19 远东商银推绿色建筑房贷优惠

台湾缓步进入升息循环，为减轻房贷族压力，并响应 2050 年净零碳排愿景，远东商银推出「绿色建筑房贷专案」，2022 年底前，凡提供符合内政部核发「绿色建筑标章」之建物为担保品的房贷案件，不分绿色建筑标章等级、不限房贷新旧户皆可申请，最长 30 年期、浮动年利率 1.73% 起（依远东商银定储指数利率 + 0.51%），同时享有开办费 NTD 888 之优惠，活动详情请至专案网页查询。（远东商银／朱佳琳）



远银绿色建筑
房贷专案

人事异动

20 远东新世纪高阶主管人事异动

姓名：王敏昆

原任：纺织部工业纤维群业务部资深经理

新任：纺织部工业纤维群业务部权任协理

学历：国立东华大学企业管理硕士



姓名：陈俪文

原任：纺织总部管理处人事行政科副经理

新任：纺织总部管理处权任经理

学历：英国曼彻斯特大学教育领导与学校发展硕士

姓名：林孟泽

原任：织染事业群业务部业务五处副经理

新任：织染事业群业务部业务五处权任经理

学历：南华大学资讯管理学士



绩优荣誉榜

21 远东商银荣获「国家品牌玉山奖」双项大奖

第 19 届国家品牌玉山奖 10 月 19 日举办颁奖典礼，远东商银以财富管理「十乐」品牌价值，获得「最佳人气品牌奖」殊荣，并以「远银乐龄安养信托」商品，获得「最佳产品奖」肯定，展现积极发展财富管理业务及创新服务的成果。（远东商银／朱佳琳）

22 远东商银 Bankee 社群银行获「数位创新奖-金质奖」

2022《工商时报》数位金融奖评鉴结果揭晓，远东商银 Bankee 社群银行以 web 3.0 概念打造去中心化的共享经济商模，鼓励客户创建自己的线上分行社群圈，并建构开放性金融百货平台，获颁「数位创新奖-金质奖」，成为唯一获最高殊荣之非金控银行。（远东商银／朱佳琳）

23 2022 专案管理大奖 远传夺双奖

远传电信运用 5G「大人物」（大数据、人工智慧、物联网）技术，结合专案管理能力，提供有温度的科技服务，10 月 22 日于国际专案管理学会台湾分会（PMI Taipei, Taiwan Chapter）举办的 2022 年专案管理大奖中，荣获「标杆企业奖」、「标杆专案奖」两项殊荣，并受邀于「2022 PMI 台湾专案管理国际论坛」分享实绩与经验。（远传电信／张为竣）

24 IDC「2022 未来企业大奖」 远传放异采

IDC（国际数据资讯）10 月 20 日举办「2022 未来企业大奖」台湾颁奖典礼，远传以「AI 侦测诈骗电话」专案，获得「营运模式创新奖」，井琪总经理也因带领公司数位转型、创造营收第二成长曲线获肯定，荣膺 CEO 大奖，是资通讯产业中唯一获奖的企业。（远传电信／林孟璇）



25 2022 台湾创新技术博览会 元智、亚东科技大学展丰硕成果

2022 年「台湾创新技术博览会」10 月 13 至 15 日登场，来自海内外共 20 国发明人及机构，展出超过千项创新技术。元智大学团队在众多专利技术作品竞逐中，勇夺 4 金、2 银、1 铜，以及 1 件鸿海企业特别奖，亚东科技大学亦获得 1 金、4 铜的亮眼成绩，充份展现远东集团旗下教育机构丰沛的创新能量。（编辑室辑）

26 亚东科技大学捷报频传

亚东科技大学工商业设计系闫婴红老师指导学生叶苹萱、高嘉妤、李佳恩，参加行政院农业委员会水土保持局台北分局主办之「2022 水保好好玩创意大赛 水保创意教具设计」，荣获第三名佳绩；护理系学生参与弘光科技大学主办之「111 年台湾技优护生实作竞赛」，冯宥翔、张意岚同学亦分别获得优等、佳作奖。（亚东科技大学／刘燕燕、徐慧婷）

27 元智大学参赛成果斐然

第 11 届「亚洲建筑新人战」台湾代表选拔决赛，元智大学艺术与设计学系胡婕榆同学，以作品「窥癖 Voyeurism」，从众多参赛者中脱颖而出，入选前 20 强；化材系孙安正教授与齿科生医陶瓷组研究生陈奕伦与高玮菱，以「齿科生医陶瓷材料」参加「第 5 届潮创客大赛」，亦从 153 个新创团队中崭露头角，获得亚军殊荣。（元智大学／饶浩文）

驱动精准营销必备懒人包

集团综效暨零售规划总部／数位行销暨公关组

身处资讯爆炸时代，消费者每天都收到来自社交媒体、通讯软体、Youtube影音…等四面八方的广告与促销讯息。如何从众多讯息中脱颖而出，已成为营销的重要课题。为了强化远东零售行销同仁的相关知识，集团综效暨零售规划总部邀请MarTech行销科技团队「爱酷智能」的首席数据应用顾问--吴孟勋，于工作坊中协助实作指导。

新冠肺炎（COVID - 19）加快了企业的数位转型，也加速了营销方式变革。行销学之父--科特勒在「行销 5.0」书中，提出以五大要素解决现今行销困境，包括：三项核心应用（预测行销、场景行销、增强行销），以及两大功夫（资料行销、敏捷行销）。其中，核心应用是建立在两大功夫的基础之上，而两大基础之一的「资料行销」，是汇整内、外部资料、分析大数据、建立资料生态系，以推动行销决策之最佳化，这也是行销 5.0 的首要原则--所有决策都必须有足够的资料、数据在手。换言之，数据驱动行销已成为显学，将资源花在刀口上，学会数据分析、做好精准行销，将是最重要的营销基础。

数据分析的基本流程

身为行销人员，你是否对图中的场景感到似曾相识？来来回回的修改需求，是否也让你开始怀疑人生？

为了让工作更顺利，避免伤害部门间的和气，建议依据以下流程来改善状况。

1. 设定问题：打靶时，应有明确的目标，有了目标，再一一列出相关问题。例如：想知道今年双 11 的业绩成效如何？



相关问题为：今年和去年的业绩分别是多少？今年和去年的订单数？今年和去年的来客数…等。

2. 进行查询：收到资料后，透过查询的方式制作成报表，找出对应的解答。

3. 产出结果：透过查询后发现的结果。例如：今年双 11 与去年相比，业绩持平、客单增加、来客数减少了，且减少的来客大多小于 25 岁。

4. 决策应用：依据产出的结果，提出对应的方案或制订策略。例如：小于 25 岁的用户是我们该关心的吗？还是应该想办法吸引更多熟龄顾客？若决定留住年轻客群，先看看手边的资料是否足够分析，若需要补充资讯，则回到第一步，找出年轻客群流失的原因。

应用会员标签 有效分众沟通

「会员标签」是描绘该会员特征的形容词，通常来自会员在资料库中累积的行为，经过演算法提炼后产生的结果；「分众沟通」则是依照消费者的标签，进行不同的沟通，取代过往对全体消费者传达同样台词的做法。因此，规划出适合的标签有其重要性。不过，开始规划标签之前，应先厘清应用的场景，建议以 Why、What、How 的提问方式厘清。



标签的规划可依据以下条件进行分类：

① **人口统计：**包括性别、年龄、收入、活动地区、教育水平，这些大多不会改变，也可称为「静态标签」。

② **消费频次：**例如，一年消费超过 NTD 20 万，可定义为 VIP；3 年没有消费，则可标为流失客。由于这些标签会因个人消费习惯而变动，又称为「动态标签」。

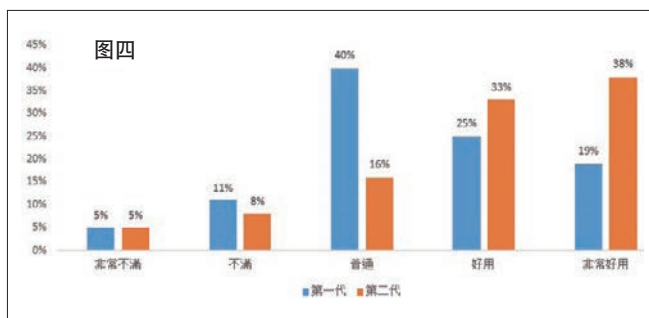
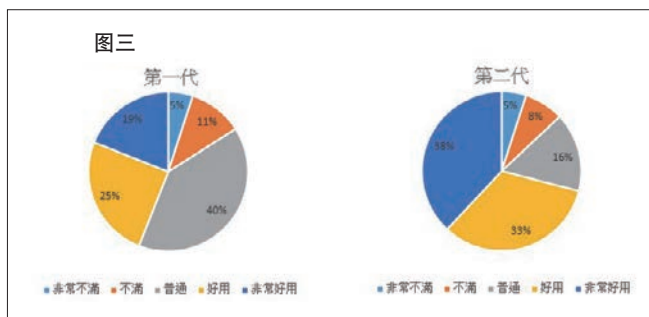
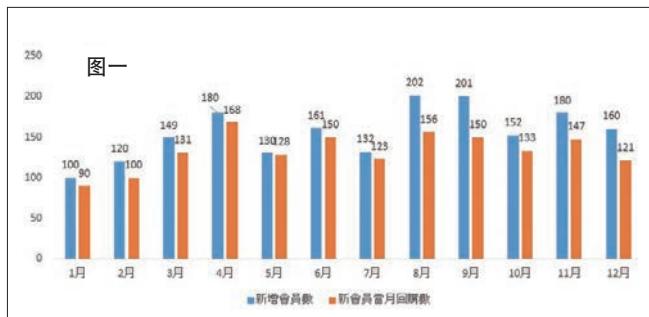
③ **兴趣爱好：**大致可分为娱乐偏好、生活偏好、文化喜好、人格感情和消费心理等类别，这类标签并非会员自行填写，而是系统经由会员的行为资料推测得知，因此可称为「预测标签」。例如：经常晚上来买咖啡的会员，可以贴上「夜行性会员」的标签。

用数据图表辅助分析

当数据经过分析整理后，以搭配图表的方式呈现，可加速洞察分析。然而，如何做出一眼就能洞察的图表，需要经过长期训练，累积足够的经验值后，便可大幅提升效率。初期建议可同时使用多种呈现方式，再从中选出最佳图表。

●例一：查看每月新增的会员人数及当月回购状况时，〈图二〉较〈图一〉更易看出自八月起，新会员数增加，但回购人数并无增加，可检讨新会员获取方式是否符合目标客群。若客群正确但回购率不高，再深度探究其原因。

●例二：比较商品改版后，第一代和第二代商品的消费者评价。若只有单一商品，可使用圆饼图〈图三〉，但需要比较两者时，〈图四〉较容易看出差异。



精准行销 把数据变现

根据《Inc. Magazine》研究，开发新客的成本比执行「再行销」吸引回购客的成本高出 5～10 倍。建议利用「数据分析」，定义目标市场现况、分析受众轮廓与需求，进而筛选出更具动机且精准的潜在受众，将过去漫无目的、大撒广告的行销手法，改为针对「数量较少，但具备高动机」的潜在用户进行行销，让有限的行销资源效益极大化。在现今竞争激烈且资讯爆炸的数位时代，不论是 B2C 或 B2B 产业，瞄准客群、精准行销，才是将潜在客户有效率地转换成营收的不二法门。

从咖啡寄杯洞察订阅商机

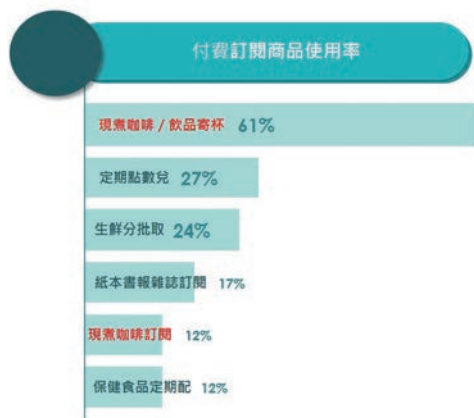
GO SURVEY 市场研究顾问

根据国际咖啡组织调查，台湾咖啡市场年产值达NTD800亿，民众一年喝掉28.5亿杯咖啡，平均每人一年约200杯咖啡，相当于每人每月16.7杯的需求量，咖啡饮品俨然成为不可或缺之日常需求。几家连锁超商业者早已嗅出商机，建立行之有年的「寄杯」机制，将咖啡需求牢牢黏著在自家品牌，创下近8成消费者曾使用超商寄杯服务的经验。未来如何与顾客建立长久的互动关系，「订阅」成为重要解方。GO SURVEY透过问卷调查，挖掘关键需求，作为深化订阅制布局的完整洞察。

从寄杯客群的消费特征，掌握订阅潜能

根据 GO SURVEY 调查，目前 61% 的消费者正付费享受现煮咖啡／饮品「寄杯」服务，而近 1 年推出的定期扣款「订阅」现煮咖啡／饮品的服务，也获得 12% 的咖啡「饮」者支持，显示台湾喝咖啡的消费者对于寄杯或订阅的消费型态接受度极高，而咖啡寄杯更因数位 App 的便利成为习惯。

愿意付钱寄杯的原因，除了具竞争力的价格优势（70%）之外，可用手机 App 跨店领取（49%）、离家近兑换方便（42%）为关键的续购要素，其中，又以全家的 App 跨店领取（+12% vs. 整体）最能诱使消费者寄杯，莱尔富则因离家近兑换方便（+7% vs. 整体），促动附近民众前往寄杯。

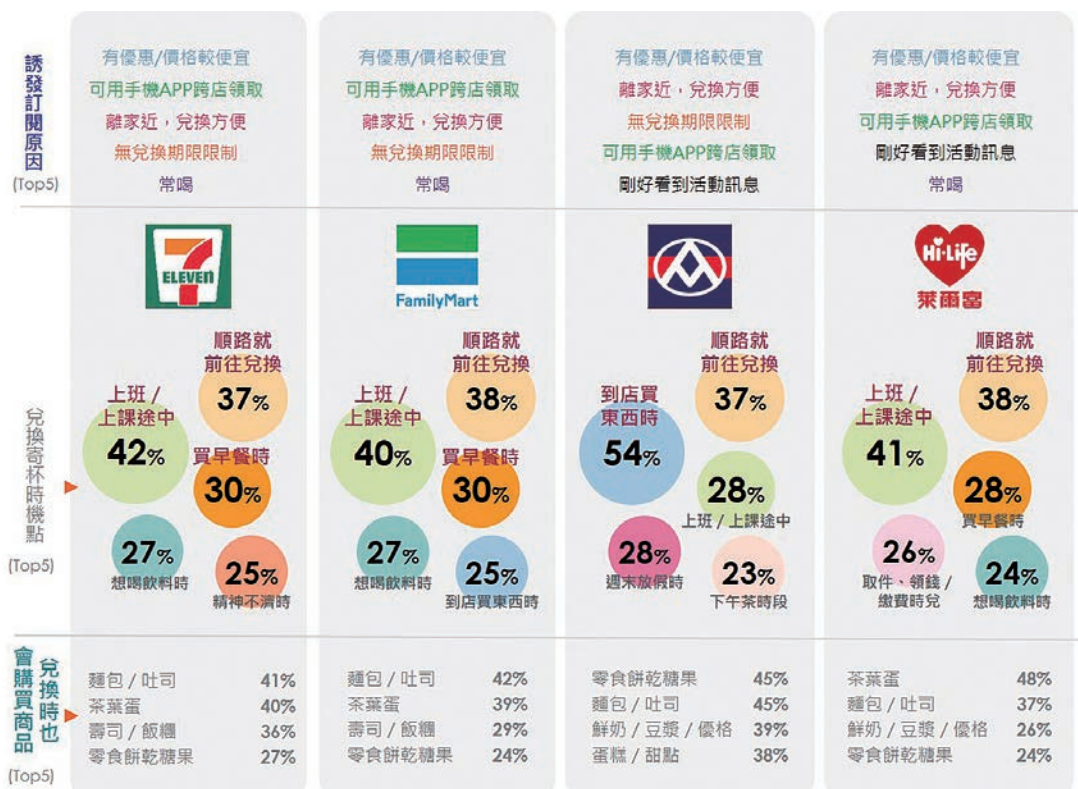


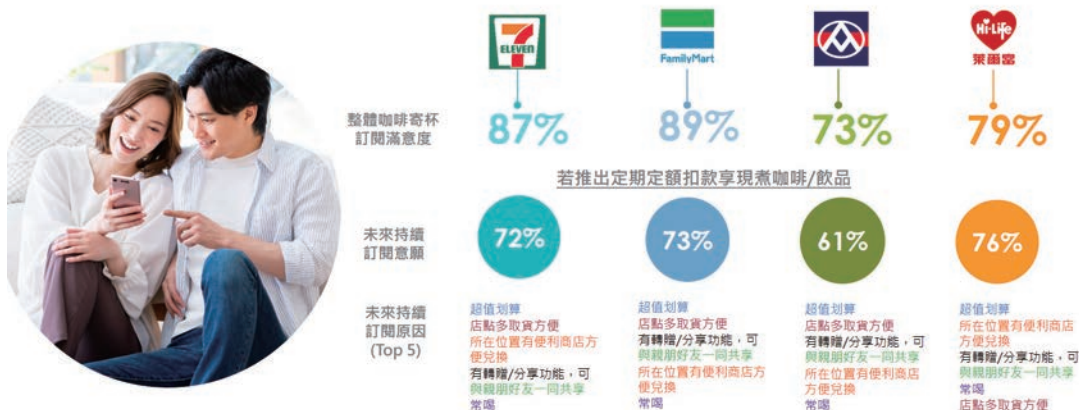
	正付费订阅	平均订阅月份数	平均订阅次数	平均每次订阅杯数	平均每月兑换次数
7-Eleven	70%	8.2	4.8	15	11
FamilyMart	61%	7.9	4.2	14	10
OK	10%	6.6	3.2	14	7
Life 爱乐活	8%	7.0	3.6	14	11

以需求量来说，消费者平均每次订购 14 杯，每月兑换 11 杯。若从兑换时机来看，上班／上学途中（42%）、顺路前往兑换（37%）、买早餐时（30%）为主要的兑换时机，通常还会顺手购买面包／吐司（41%）、茶叶蛋（40%）、寿司／饭团（36%），尤其莱尔富的顾客同时购买茶叶蛋的比例更高（+8% vs. 整体），而全家的鲜奶／豆浆／优格（+3% vs. 整体），也是消费者兑换咖啡／饮品时的热门购买品项。至于非 24 小时营业的全联，兑换咖啡的时机则是以到店买东西（54%）为主。总而言之，寄杯的另类订阅方式，在消费者兑换时，已带入新的进店时机点和购买其他商品的额外商机。

值得注意的是，寄杯现煮咖啡／饮品消费者，也同时偏爱使用点数兑换商品（32%），以及生鲜杂货分批取（30%）的服务，显见该类型消费者除了一次购买所需饮品之外，对于其他食品杂货同样有「整买零取」的需求，再加上点数运用，「让消费者价值极大化」成为该群客群的购物特征。

目前使用现煮咖啡／饮品寄杯的整体满意度，以全家（89%）最高，消费者对于兑换（90%）、购买（89%）、转赠（87%）寄杯饮品的流程满意度最高，足见使用流程的方便性影响消费者好感度，也呼应了全家的 App 跨店领取深受消费者青睐。





开启订阅模式的必备功能：方便兑换、分享

咖啡寄杯从「一次订、分批取」的寄杯模式，走向「定期定额扣款享现煮咖啡／饮品」的订阅，莱尔富（76%）、全家（73%）、7-ELEVEN（72%）都有超过7成客群愿意订阅，除了超值划算之外，店点多、取货便利、可就近兑换、能与亲朋好友共享，皆是促动消费者订阅的原因，验证了成功的订阅模式也须根据消费者需求转变，解决消费痛点。

符合消费者需求，打造安心的购物环境

一次订阅的品项、数量太多，或是忘记取消自动续订，导致被扣款、订阅价格不划算等，成为消费者订阅现煮咖啡／饮品的主要疑虑。透过多种可选择的客制化方案、转赠，可解决因数量过多造成兑换不完的浪费，而随时可取消订阅功能、提醒扣款通知、期限内无条件退费等设计，则能提供消费者符合需求且安心的购物环境，也是品牌掌握订阅商机的重要课题。

综上所述，GO SURVEY 总结以下3大「咖啡饮品订阅商机」：

《商机1》从寄杯客群的购物行为得知，除了咖啡饮品之外，消费者对于食品杂货同样有「整买零取」的需求，以及点数使用行为，未来订阅服务方案须更具弹性，换言之，不限于饮品类别，「万物皆可订」的时代来临。

《商机2》由寄杯服务中，可看出消费者十分重视购买、兑换、转赠流程是否简单便利，因此，数位购物流程的良好体验，确实传递稳定的商品服务，将影响消费者的订阅／续订意愿。

《商机3》多类型的服务包装、客制化的方案设计、续订机制的健全…等，多方面提供更弹性的配套方案，以符合消费者需求服务，是经营订阅服务的最终依归。

* 调查说明：「订阅消费调查」为GO SURVEY市场研究顾问於2022年4月25日～2022年7月1日在GO SURVEY平台进行的网路调查，共计回收1,558份现煮咖啡／饮品寄杯样本，受访者条件为18～70岁的HAPPY GO卡友。

循环设计和行为设计的对话

远东集团创新办公室 DRIVE

面对环境与社会的剧烈变化，创造永续的商业模式，不仅仅是企业对于消费者和投资人的责任，也是我们对于下一个世代的责任。为此，我们必须先思考，什么是永续的商业模式？

用零售商场做为比方，一座绿色商场的规划，必须包含商场建筑生命周期中的每一个环节，包括材料选择、物流运输、施工建造、营运管理，以及拆除回收。然而，如果商场的使用者（例如：员工和消费者）浪费水电、随意制造垃圾、没有落实回收工作，绿色商场同样会对环境造成伤害。

因此，创造永续的商业模式，必须结合两个设计原则：循环设计与行为设计。

我们熟悉的经济模式建立在资源的浪费之上，产品从原料、设计、生产、运输、销售、使用，最后到丢弃的过程中，存在许多影响环境以及资源效率应用不佳的环节。透过价值链中每一个环节的创新，让产品在生命周期每一个阶段的价值都能发挥最大效用，并且循环再生，这就是循环设计的概念。

但是价值链的改变，需要生活行为的改变才能够落实。例如：汽车共享服务的推动，需

要使用者对于车子的态度，从拥有转变为使用。消费者不必买车，只要在需要的时候，能取得一部适合的车子就可以。

行为设计的概念就是配合使用者的生活环境和心理，运用设计，引导使用者采取适当的行动。

在9月30日举办的「循环设计和行为设计的对话」讲座中，DRIVE邀请清华大学服务科学研究所曾元琦教授与循环台湾基金会陈惠琳执行长共同讨论，如何结合循环设计与行为设计，创造永续的商业模式。



什么是循环设计？

循环设计的理念是，产品的生命有结束的一天，但是制造产品的资源不应该跟着结束，而应该被持续应用，让资源一直「旅行」下去。

陈惠琳执行长强调，设计必须贯穿产品生命周期中的每一个阶段，思考如何用最少的资源、如何将它送到消费者手中、消费者如何使用它、如何抛弃它、谁去回收它、谁去拆解它、如何拆解它、如何循环利用产品的资源…等，设计思维应该从产品扩大到服务，甚至整个价值链。

陈惠琳执行长同时介绍循环设计的 3 个基本原则：用得更少，用得更久，再次利用。

什么是行为设计？

行为设计是在行为动机和执行能力之间找到一个适当的平衡点，并且在对的时间、对的地点、加上适当的诱因，引导产生适当的行为模式。

曾元琦教授指出，行为动机存在于人类的根本需求与内在价值中。好的行为设计是唤醒使用者的内在价值，引导他们去回想和反思，产生行为动机。

为什么永续商业模式需要结合循环设计与行为设计？

以 Nespresso 胶囊咖啡为例，虽然官方宣称咖啡胶囊的铝壳及咖啡粉都可以回收再利用，然而，如果消费者没有主动回收胶囊，这个创新产品反而会造成更多的环境污染。

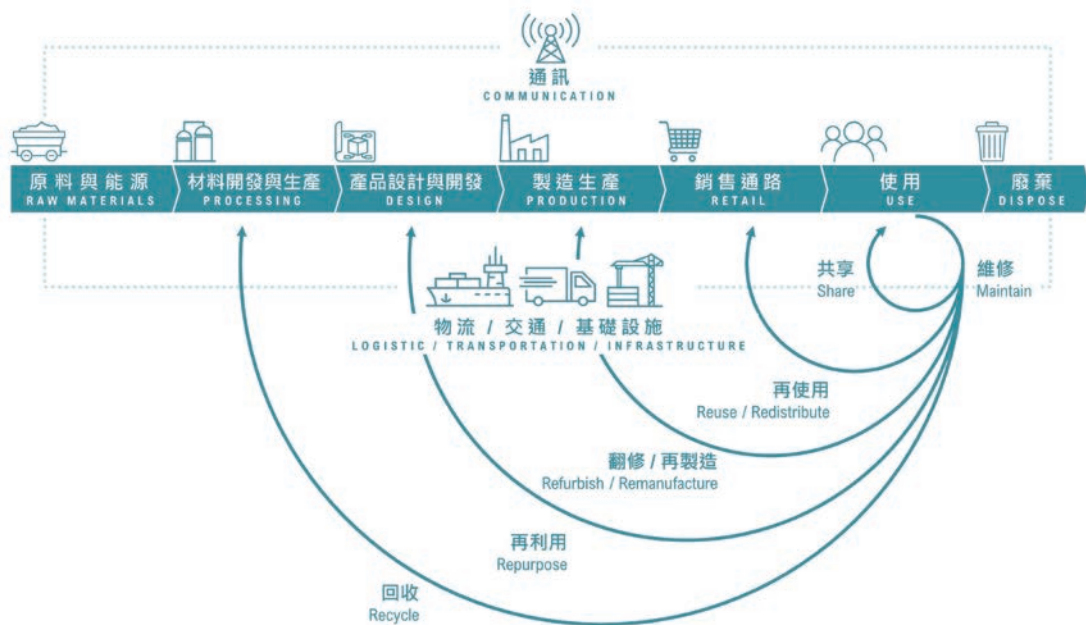
因此，创造永续商业模式需要结合循环设计和行为设计的概念。一方面运用循环设计，建立一个贯穿产品生命周期的系统，让资源可以持续循环利用；另一方面应用行为设计，引导这个循环系统中的各个参与者，包括员工、厂商，以及消费者，共同实践这个系统的运作。

推动循环行为需要注意什么？

曾元琦教授提醒大家，运用循环设计和行为设计时，必须小心地分析环境、行为、动机，以及奖励机制之间的相互影响。以回收为例，提供金钱奖励或许能鼓励回收行为，却也可能将回收的价值缩减为回馈金额的大小，因此排挤了回收的环境价值。一旦金钱奖励消失，回收行为亦可能随之停止。

企业价值、消费者价值，以及环境价值

陈惠琳执行长指出，企业必须从消费者需求、社会需求，以及环境需求的连结中，思考自己在产业价值链的角色。举例而言，零售通路聚集各式各样的品牌与商品，是消费者接触、



挑选、购买商品的地方，也是品牌和消费者沟通理念、创造体验、推展服务的地方，给予零售通路成为永续价值倡议者的能力。台湾家乐福推广「非笼饲鸡蛋」，就是运用自身的力量，鼓励鸡农改变养鸡的方式、善待经济动物、防止人畜共通疾病、提供消费者安全永续的食物。

企业如何开始？

那么，企业应该如何开始运用循环设计和行为设计，推动永续商业模式？曾元琦教授与陈惠琳执行长提出 3 点建议：

1. 建立对话空间：让企业与产业价值链中的不同利害关系人展开对话，讨论彼此的需求、凝聚共同的价值，并且激发创新的方式。

2. 从 10% 着手：不需要一口气改变所有人，先从 10% 的人开始改变。不需要一下子转变整个商业模式，先从 10% 的商品或服务开始转型。当 10% 的人和业务产生改变，雪球效应就会慢慢发生。

3. 即时展现成效：在每一个小小的改变发生时，即时给予正面回馈，让参与者与观望者看到改变的成效。当行为的价值立即被大家看到，就会强化参与者持续的意愿，也有助于激励观望者行动，逐渐扩展永续转型的成果。

呵护未来

讲座中，陈惠琳执行长分享了北美原住民的一句话：「地球不是我们向祖先继承来的，而是我们向孩子借来的」。创造价值循环的商业模式是我们对下一代的责任，陈惠琳执行长和曾元琦教授共同呼吁大家，从小处着手、从自己做起、从现在开始，做出改变。

投资「断舍离」

远东商银／连启超

在投资这条路上，普罗大众总是追求如何赚钱，从基本面分析到各式各样的技术分析工具，再从财经媒体中寻找灵感，甚至加入投顾会员，以寻求明牌或是稳赚不赔的秘诀，但在现实生活中，真正能够长期投资获利的人却寥寥可数，探究其原因，或许正是因为我们做得太多了。

日本知名作家山下英子以《断舍离》一书风靡全球，主张透过「断绝不需要的东西；舍弃多余的事物；脱离对物品的执着」，以达成对人生的重新整理；这个理念其实也可以运用在投资。接下来，让我们一起进行投资的重新整理术吧！

1. 别盲目追求低买高卖

华尔街有句俗谚：「市场永远是对的」。然而，一般投资人往往过于自信，误以为自己能打败市场，更有甚者，以投资专家自居，如同电视上的投顾老师，永远买在最低点、卖在最高点，其实在投资的领域里，只有赢家，没有专家，能长期打败市场的投资人可谓沧海一粟。

「买低卖高」或是「高档卖出、低档回补」的策略，统称为「择时交易」。乍听之下很完美，但现实总是残酷，根据研究数据显示，在过去 20 年间（2000 年 1 月 3 日至 2019 年 12 月 31 日），如果投资 USD 10,000 到 S&P500 指数，不论发生什么事都持续持有的投资者，年化报酬是 6.06%，但只要错过单日涨幅前 10 大的日子，报酬马上降到只剩 2.44%，若是错过单日涨幅前 30 大的时机，年化报酬就变成 -1.95%。看到这个研究数据，您还觉得「买低卖高」真的很容易吗？

2. 别尝试预测市场走势

投资人往往喜欢预测市场走势，不过由于影响股价走势的因素相当复杂，加上还有人性层面影响，想要准确预测股市几乎是不可能的任务。根据彭博研究数据统计指出，1999 年

初分析师预测 S&P500 指数会上涨 8.8%，当年实际上涨了 19.5%；2018 年初分析师预测 S&P500 指数将上涨 10.3%，最后却下跌了 6.2%...总结过去 20 年来，分析师所做的预测中，竟然高达 13 年都是错的。连专业的股市分析师都难以精准预测股价走势，身为一般大众的我们倘若曾有预测成功的经验，通常是因为机率或运气使然，着实不应高估自己的预测能力。

3. 别过于频繁检视投资绩效

全球知名的成功投资人士，往往都是长期投资策略的奉行者。大家最耳熟能详的股神 -- 华伦 · 巴菲特，可说是最知名的长期投资大师，旗下波克夏海瑟威（Berkshire Hathaway）公司的股价，从 1994 年 10 月 3 日上市时每股 USD 19,000，到 2022 年 3 月 29 日盘中创下每股 USD 544,389 的历史高价。将近 28 年的时间，股价成长 28.65 倍，平均 1 年上涨超过 100%。即便该公司股价长期有如此亮丽的表现，然而，当大环境不佳时，波克夏海瑟威公司财报依旧会产生帐上未实现亏损，只是不会因此影响其长期的投资绩效与股价表现。关键就在于巴菲特并不在意股价的短期波动，他所留意的企业若是基本面不变，股价下跌反而是布局的良机。

当然，不是人人都能成为巴菲特，要享受长期投资带来的甜美果实，关键在于能够承受短期的投资帐面波动，以及不要过于频繁的检视帐户的投资损益，因为查看越频繁，心情越容易受影响，进而因为冲动做出错误的决策。以行情大幅波动的 2022 年来说，如果投资人



每季检视一次绩效，只会看到三次亏损；但若每月检视一次，就会看到十次亏损，假设每天检视一次，则会看到将近 300 次亏损。由于人性对于金钱损失是极度趋避的，频繁感受到亏损时，一定会想做些什么来降低心理的焦虑感，此时便容易因冲动而在相对低点出售股票，由于股市长期趋势向上，如此一来，反而形成不必要的亏损；反之，若是在 2020 年 3 月新冠疫情爆发时的低点，到 2021 年底这段股市大多头期间，频繁检视投资绩效的话，则非常可能因为按耐不住想落袋为安的冲动，反而只获利 10 ~ 20% 便出场，因此错失整个波段涨幅翻倍的大行情。

4. 别跟投资标的日久生情

在投资的世界里，操作熟悉标的是合理的，然而，实务上投资人绝不能与投资标的产生感情。何谓产生感情呢？简单来说，很多人容易因为在特定标的上投资顺利，产生「这档股票跟我很合」、「这档基金很适合我」这类情感上的错觉，殊不知企业的经营随时变化，产业的前景也不会永远亮眼，一旦趋势丕变，股价可能因此一蹶不振，甚至下市变成壁纸，如果坚持与投资标的至死不渝的话，损失惨重的可是自己啊！

举个早期台湾股市的例子，民国 78 年国泰人寿曾创下一股 NTD 1,975 的天价，以当时的物价水准来说，买一张国寿股票足够买下一栋房子；然而现阶段国泰金股价每股不到 NTD 40，约当时的 1/50。再以成立已超过百年的美国道琼工业指数为例，经历过大萧条、两次世界大战、石油危机及几度金融海啸之后，当年成立的 12 家公司，即使是屹立最久的通用电器（或称奇异，General Electric），也于 2018 年 6 月遭到替换，换言之，现今的道琼工业指数 30 大成分股已较 1896 年成立时全数汰换一轮，再次证明死守投资标的具有相当大的风险。

上述建议投资人应当舍弃的四个习惯并非绝对，因为市场上一定存在着「择时交易」的高手、擅长「买低卖高」的波段操作大师，以及精于短线的交易圣手，但这样的赢家毕竟是凤毛麟角。身为一般投资人，最重要与优先的课题就是了解自己的投资性格，找出适合的投资风格与方式。您准备进行投资的「断舍离」了吗？



2023年新政策 劳保、健保双调整

远东新世纪／杨立莉

新的一年即将来临，许多攸关民生的新规定也即将在元旦上路。本期「法律网」特别为大家介绍，影响范畴最广的劳保、健保费率分别有哪些变动。

一、劳保费率调涨

为维持劳工保险的财务平衡及永续发展，依《劳工保险条例》第13条第2项规定，劳工保险（普通事故）保险费率自2009年起，采「自动调整机制」，每2年调涨一次，每次调高0.5个百分点，由7.5%逐步微调至上限13%。因此，2023年1月1日起，保险费率将由现行的11.5%，调整为12%，经扣除内含之就业保险费率1%，将以11%计收保费。

以一般单位被保险人之平均投保薪资NTD 35,071估算，雇主每月负担个别被保险人之保险费增加NTD 122，劳工每月负担保险费增加NTD 36，政府补助保费每月增加NTD 18；若以职业工会平均投保薪资29,125元估算，工会被保险人每月负担保险费增加NTD 87，政府补助保险费每月增加NTD 59。

想进一步了解个人劳保费增加情况，可至劳保局网站，利用便民服务中的「劳保、就保、职保个人保险费试算表」进行简易试算。

二、健保投保单位平均负担眷口数下降

依《全民健康保险法》施行细则规定，自2023年1月1日起，第1类第1目至第3目被保险人所属的投保单位或政府应负担的眷属数，将从现行0.58人，调降为0.57人。换言之，不论员工有无眷属随同加保，雇主都要为每位员工负担 $(1 + 0.57)$ 的健保费。

举例来说，公、民营事业、机构，以及有一定雇主的受雇者投保单位，若投保金额为NTD 50,600，原本每月应负担NTD 2,480保险费（投保金额 $\times 5.17\% \times 60\% \times 1.58$ ），新制上路后，应缴保险费则降为NTD 2,464（投保金额 $\times 5.17\% \times 60\% \times 1.57$ ），可少缴NTD 16。（资料来源：劳动部劳工保险局、卫生福利部中央健康保险署）

轻奢饰品打造吸睛 Look

远东百货／郑嘉蕙

12月是耶诞派对的季节，还在烦恼该如何装扮自己吗？从发饰到配件，只要善加运用闪亮的轻奢饰品，就能让日常Look秒变高级。快来欣赏今年有哪些时兴饰品，可为整体造型画龙点睛！

轻奢饰品怎么挑？

■**低调的奢华**：这年头，夸张高调的奢华让人退避三舍，而且会留下深刻的印象，只要配戴过一次，很难重出江湖，因此低调的轻奢饰品更受欢迎。不妨试试雾面金属感，或是异材质混搭，璀璨不张扬，就是造型大成功的关键。

■**设计感当道**：想要彰显个人魅力，配件的设计感十分重要。建议运用超乎想像的材质、刚与柔的碰撞激荡，搭配出多样化风格，将设计权掌握在自己手中。

■**经典最耐看**：轻奢的宗旨是戴出年轻感、日常也好亮相，能够流传多年的经典款式向来稳妥，从中延伸出新生命的款式更是值得购入。



▲ Pandora 以夜空蓝色当主题，点缀标志性的闪耀水晶。镀 14K 玫瑰金手链推荐价 NTD 6,880、串饰推荐价 NTD 1,580／新竹大远百提供

发际求表现



➡ VIVI-ANN 造型自动夹

能快速打造甜美造型，是优雅气质首选。建议售价 NTD 3,980 ~ 5,980，推荐价每只 NTD 1,500。高雄大远百 4 楼，(07)972-8888。

➡ 藏妮饰品手工水晶花发夹

枝叶的嫩芽孕育著绽放的花，香槟色的花瓣带来温暖的希望。建议售价 NTD 650，台南大远百 1 楼，(06) 209-8999。



备注：全文「优惠价」需出示集团员工识别证，期限至 2022 年 12 月 31 日。

耳边抢风采



GEORG JENSEN 18K 黄金环状葡萄耳环

MOONLIGHT GRAPES 月光葡萄系列借由错落置放的大小圆球，将百年葡萄图腾融入设计，以古典与当代美学的碰撞张力，呈现出珠宝的别致非凡。推荐价 NTD 51,000，新竹大远百 1 楼，(03) 522-6889。

Lucy's 精致方钻小垂坠耳环

精巧切工、垂坠式设计，让您散发钻石般耀眼光芒。建议售价 NTD 290。远百竹北店 6 楼，(03) 550-8618。



眼镜市场 iromi 气质粉玳瑁纹金属复合框

文青质感，当一般近视眼镜或是搭配造型，都能衬托出众气质。irm-T106 PK 镜框含镜片配到好优惠价 NTD 4,490，远百信义 A13 店 B2 楼，(02) 8786-2620。



LORYA Ray-Ban® 雷朋双杠金属框墨镜

金属框墨镜酷炫有型，传达不凡品味，是时尚必备单品。建议售价 6,350 元，**集团同仁独家优惠价 NTD 5,080**，限量 5 支。台中大远百 4 楼，(04) 2254-6029。



轻奢受瞩目

欧莉宝天然钻石造型线戒

以日式极简风格搭配风情万种的浓烈色彩氛围，展现雍容内敛的新现代艺术，在简单和精致间找到平衡。建议售价 NTD 15,000，**集团同仁独家优惠价 NTD 9,800**。远百桃园店 3 楼，(03) 337-8173。



SWAROVSKI MILLENIA 手环

简约大方的手环，是高级珠宝首饰入门款。透明的八角形切割宝石，周边密镶闪亮的水晶，嵌在镀铑的链环上，为造型增添风采。建议售价 NTD 5,450，远百宝庆店 2 楼，(02) 2361-0889。



S 钻石屋玫瑰 K 金镶钻项炼

14K 玫瑰金镶嵌洁白无瑕的白钻，加上设计工艺巧思，典雅中带点甜美，整体搭配瞬间提升一个层次。建议售价 NTD 9,980，远百板桥中山店 2 楼，(02) 2963-8388、远百嘉义店 2 楼，(05) 283-1066。



Simple Joy 悸动花卉胸针

从绽放的花卉美态找到灵感，再利用粉白撞色层次增添设计感，典雅浪漫，自用送礼两相宜。建议售价 NTD 1,980，**集团同仁独家优惠价 NTD 1,580**。远百桃园店 4 楼，(03) 335-9811 转 Simple Joy 专柜。



靓包超吸睛

CHARLES & KEITH Gabine 水桶包

高调亮眼的紫罗兰既浪漫又梦幻，带著一点亮白的浅色皮革更添高雅公主风，即使搭配低调随兴的丹宁裤装，也能散发青春时髦氛围。建议售价 NTD 1,690，板桥大远百 2 楼，(02) 2964-2822。



STEVE MADDEN BRUNE 立体金饰金炼风琴包

风靡全球的时尚帅气款式，以实用的收纳空间尺寸，搭配细腻金链设计，让您一出场就成为焦点。建议售价 NTD 1,980，**集团同仁独家优惠价 NTD 1,683**。台中大远百 B1 楼，(04) 2254-4272。

百变地瓜点心

豫章工商／陈文静

地瓜在日常生活中，不仅是菜肴，也能制成点心或零食，且取得容易、价格亲民，尤其营养价值高，富含膳食纤维与多种维生素，堪称超级食物。本期将示范如何运用地瓜，制作出「粉蒸排骨」、「拔丝地瓜」、「地瓜球」、「地瓜圆」等四款不同口味的点心、菜肴，也欢迎大家依照自己的喜好，发挥创意巧思，为餐桌增添色彩。



粉蒸排骨

材料

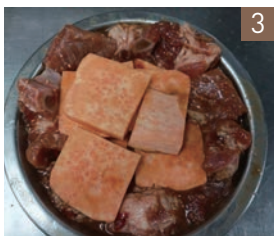
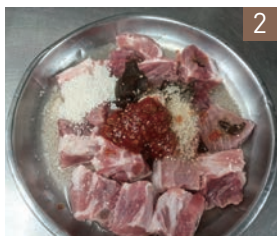
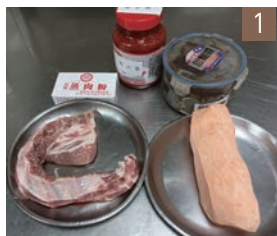
小排骨 400 克、地瓜半颗（约 250 克）、姜 5 克、蒜头 5 克

调味料

豆瓣酱 1 大匙、米酒 1 大匙、甜面酱 1 小匙、蒸肉粉 1 大匙、糖 2 小匙、水 3 大匙

作法

1. 小排骨切成每块 3*3 公分大小、地瓜去皮切成片状、蒜头和姜去皮切末备用。
2. 在排骨中洒上姜末、蒜末，再依序放入豆瓣酱、甜面酱、米酒、糖、蒸肉粉，最后倒入 3 大匙水，拌匀备用。
3. 取一扣碗，将地瓜依序排列后，放入腌好的排骨，尽量压紧实，放入蒸笼锅，蒸 40～50 分钟。
4. 起锅后，将成品倒扣在盘上，即可享用好吃的粉蒸排骨。



备注

1. 蒸肉粉的主要成份为在来米、圆糯米等食材，使用时一定要加水拌匀，并拉长蒸制时间，否则不易蒸熟。
2. 豆瓣酱、甜面酱本身就有咸味，因此不须另外加盐巴，若喜欢辛辣口感，可改用辣豆瓣酱。

拔丝地瓜

材料

地瓜 1 颗（约 500 克）、炸油 2/3 锅

调味料

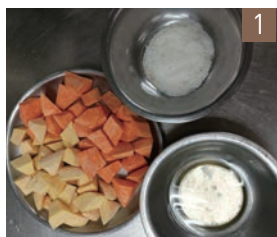
油 100 毫升、糖 65 克

作法

1. 将地瓜削皮后，用滚刀法切成小块，备用。
2. 起一油锅，以 $170 \sim 180^{\circ}\text{C}$ 将地瓜炸熟。
3. 炸地瓜的同时，另起一炒锅，先将油倒入锅中，再加入白糖，慢慢煮至糖浆浓稠、出现泡泡，当大泡泡转成小泡泡时，即可关火，此时糖温约 $160 \sim 170^{\circ}\text{C}$ 。
4. 将刚炸好的地瓜块拌入糖浆中，让每块地瓜均匀沾裹糖浆，并趁热拉出糖丝。此时亦可趁机撒上炒熟后的白芝麻，以增添香气。

备注

1. 煮好糖浆时，应马上放入刚炸好的地瓜，否则一旦糖浆冷却凝固，地瓜就不容易拌开。
2. 除了地瓜，亦可使用山药、芋头等食材做拔丝，但须蒸熟后再炸，以免稀释掉糖浆的浓度。
3. 若改为使用苹果或香蕉等软性食材，由于含水量高，油炸时容易出水，需要裹上面糊才能成功。



地瓜球

材料

地瓜 2 颗（蒸熟后约 480 克）

调味料

二砂糖约 100 克、地瓜粉 160 克、白芝麻 2 大匙

作法

1. 将地瓜削皮后，切成片状，蒸熟。
2. 趁热拌入二砂糖，再依序加入地瓜粉和炒香的白芝麻，揉成光滑的面团。
3. 将面团搓成长条状，切成适口大小，搓圆后备用。
4. 起一油锅，倒入地瓜面团，以 140°C 的中小火边炸边搅拌，待面团全数浮起，再用漏勺挤压，转成中大火，炸到上色，沥干油脂后，即可享受好吃的地瓜球。



地瓜圆

材料

地瓜 1 颗（蒸熟后约 180 克）

调味料

细砂糖 40 克、地瓜粉 100 克、太白粉 25 克、水 50cc

作法

1. 地瓜削皮，切成片状，蒸熟后趁热压成泥，拌入细砂糖，并依序加入地瓜粉和太白粉，揉成光滑的面团（不黏手即可）。

2. 将面团搓成长条状，切成适口大小，备用。
3. 起一水锅，水滚后放入地瓜面团，煮至浮起即成为 Q 软好吃的地瓜圆。
4. 自制地瓜圆的材料不但容易购得，作法也很简单，最主要是吃得安心，还可自行搭配豆花、红豆汤等。



关于地瓜

1. 有别于马铃薯发芽会产生茄灵毒素，导致中毒，地瓜发芽后仍可以放心食用，只是营养价值会下降，因此建议大家尽量趁食材新鲜时，尽快食用。
2. 地瓜为低 GI 食物，可以稳定血糖，且热量低（约为米饭的 33%），又有高饱足感，很适合当作主食，取代部分米饭摄取，再搭配运动，有利于减肥瘦身。
3. 平常蒸地瓜建议连皮一起吃，但若用烤的方式，容易导致癌症，建议先剥除外皮。另外，虽然地瓜营养价值高，但吃太多还是容易肥胖，切勿过量。
4. 地瓜和白米一起食用，可以减少胀气或胃酸过多等不舒服的症状。
5. 挑选地瓜时，应选择体型较饱满、表皮光滑、没有黑色斑点或凹洞情形，同时注意果肉是否有损伤或腐烂，尽量少须根、无发芽，才是新鲜好吃的地瓜。
6. 若要将地瓜切成块状，可以先蒸熟，待冷却后再切，较不容易松散；若要压成泥，则要趁热处理。
7. 台湾常见的地瓜可分为以下三类，建议依需要的口感来选择：
 - ① 黄皮黄肉的台农 57 号是全台产量最多的品种，秋季为其盛产期；煮好后口感绵密、松软，香气浓郁。
 - ② 红皮红肉的台农 66 号胡萝卜素含量高，春夏为其盛产期；煮好后口感较紧实、细软，吃起来甜度较高。
 - ③ 台农 73 号又称芋仔番薯，因富含花青素和膳食纤维，大多用来作为加工染色用之食材，也是名符其实的抗氧化高手。

「偏头痛」需要做脑波检查吗？

亚东医院神经医学部／赖资贤医师

许多人都曾经有过偏头痛的经验，不少人也会到门诊征询医师是否需要深入检查。然而，偏头痛的病因、症状牵涉十分广泛，本文将从「特定的头痛」和「特定的检查」切入，带领大家了解难缠的「偏头痛」。



何谓偏头痛？

偏头痛是一种已知的特定疾病，疼痛部位不一定在头的侧边，可能是中间或两边，甚至在脸上。国际头痛医学会将偏头痛分类为「原发性头痛」与「继发性头痛」，「原发性」的概念比较不容易解释，但可从相对的「继发性」来着手。「继发性头痛」是指病人因罹患某种疾病（例如脑瘤）而造成头痛，换言之，「原发性头痛」则是头痛本身就是一种疾病。

偏头痛的成因

偏头痛的成因目前尚不清楚，但很可能是大脑出现「扩散性抑制」（spreading depression）造成。这是正常大脑都存在的现象，只是每个人敏感度不同；一般人要在很大的刺激下（例如：车祸、中风）才会出现，但偏头痛患者只要轻微的刺激（例如：睡眠不足、月经）就会产生，有些甚至小到病人感觉不到（例如：排卵时的荷尔蒙变化）。所以，偏头痛的病人有时会觉得头痛是在某些情况下发生，有时却又无缘无故、毫无征兆。

大脑对于「扩散性抑制」的敏感度不同，可能是先天（基因遗传）和后天因素共同作用导致。而这种基因遗传，很可能是「多基因遗传」，很难确定父母会遗传哪一部份的基因给孩子。其实多基因、先天和后天交互作用的情形很常见，举身高为例，父母的身高和小孩的身高绝对有关系（父母高，小孩通常比较高），但又不是绝对的（有些很高的父母会生出很矮的小孩，反之亦然），它会受到睡眠、运动、营养等因素影响。不过，从统计学来分析，可以很清楚发现偏头痛的遗传性是存在的。

如何诊断偏头痛？

根据国际头痛学会发布的国际头痛诊断分类第三版，偏头痛的诊断标准如下：

A. 至少有 5 次发作符合基准 B ~ D

B. 头痛发作持续 4 ~ 72 小时

C. 头痛至少具备下列 4 项特征的其中 2 项：单侧、搏动性、疼痛程度中或重度、日常活动会使头痛加剧或避免此类活动（例如：走路或爬楼梯）

D. 头痛发作时，至少有下列 1 项：恶心及（或）呕吐、畏光及怕吵

E. 没有其他更合适的 ICHD-3 诊断

偏头痛应做什么检查？

如果确定是偏头痛，理论上不需要做任何检查，因为检查也不会发现任何异常。问题是，即便病人的头痛特征都符合上述诊断要件，还是不能百分之百认定为偏头痛。如果有必要，医师可能安排电脑断层或磁振造影等检查，至于脑电波检查主要是针对癫痫，或狂牛症、肝性脑病变等特殊疾病，但对于头痛，要检查出脑瘤或中风等问题，准确性实在太低。



偏头痛的治疗

止痛药可分为一般止痛药和偏头痛专用止痛药（例如：翠普登类药物）。除非不得已，不建议使用鸦片类或巴比妥类药物来止痛，因为这些药物的成瘾性比较高，若过于频繁使用止痛药，可能造成头痛进一步恶化。

偏头痛的预防

• 生活中预防

首先要找出诱发因子，从而预防之。比较常见的原因包括：月经、压力、睡眠、生病、天气变化…等，也有些食物容易引发偏头痛，例如：巧克力、起司、柑橘类水果等，但单一食物引发的比例比较低（<10%），且每个人的引发因子不同，不需要一视同仁地避免。以上述各项因子来说，有些能避免，有些不太可能调整；此外，有时尽管没有明显引发因子，还是会发生偏头痛，所以需要利用药物来预防。

• 用药预防

预防药物有很多种，但一般都要持续服药一阵子才会有效果，所以通常是频繁发作或对止痛药效果不佳的病人才会使用。如果真的需要预防，但不喜欢每天吃药，也可以选择注射药剂（肉毒杆菌素和 CGRP 拮抗剂），可以每月或三个月一次，但这些注射药剂的健保给付条件很严格，有些甚至没有纳入健保给付。

结论

由此可知，偏头痛的患者不需要做脑波检查，因为检查也看不出异常。美国神经医学学会的建议是：无须对单纯性的头痛，进行常规性的脑波检查。但问题是，病人很难判断自己的头痛是否单纯，所以，头痛还是应该就医。如果医师判断为单纯性的头痛，就不需要检查；过多的检查不但无法促进健康，甚至可能有害，也会增加健保的负担、浪费病人的时间和金钱。但如果医师认为头痛可能不单纯，通常会安排电脑断层或磁共振造影检查（实际项目依临床状况而定），以排除脑部病变的可能性。



「远东人开讲」：通膨来了怎么办

编辑室辑

相信最近不少人都感受到万物飙涨、生活压力节节上升，如何开源节流，持续保有生活余裕呢？快来看看集团里的理财专家、省钱达人怎么说？

【一】

面对万物齐涨，消费者只能靠自己精打细算，买菜前不妨先想好要煮什么，或是思考如何搭配。例如前几天，我做了鲭鱼风味的义式炊饭，只要将番茄鲭鱼罐头、彩椒等食材切一切，加上简单的调味料，最后再倒入洗好的米，放入电锅或电子锅蒸煮，饭煮好后，再拌入煮熟的毛豆。不仅食材简单，且既快速又省电，更兼顾营养和省钱，吃起来也安心。另外，偶尔提笔写写短文投稿，能赚点小加菜金，也不无小补呢！（远鼎公司／何淑芳）

【二】

对于每天靠上班挣工资的我们来说，要开源多挣钱并不容易，想稳住家里的积蓄，就得省着花。除了小孩上学、补习、家里水电气…等必要开销，其它花销能省则省，反正疫情当前，出门游玩的风险大，不如省下旅游基金；另外，也可以适当买一些低风险的理财产品（例如基金），虽然获利不多，仍比银行的利息高，而且不至于血本无归。（四川亚东水泥／周兵）

【三】

远东商银 Bankee 社群银行教你 4 招：

【秘技 1：生活费也要领利息】找推荐码加入 Bankee 数位帐户，享 NTD 5 万活存 2.6% 优利，存入生活费后，将帐户连结街口支付（可享 1% 回馈）、LINE PAY、ETC、信用卡自扣…等生活支出用途，趁未扣款前，将利息放到最大。

【秘技 2：能刷就刷，零元分期双头赚】消费时，尽量找高回馈的信用卡，大额支出则善用零元分期，将钱先存入 Bankee 帐户，享受晚付赚高利。

【秘技 3：投资金准备好，随时上场】投资准备金先存入 Bankee 数位帐户，可享 1.06% 基础活存利率，且无门槛、额度无上限，待时机到了，随时进场。

【秘技 4：资产配置外币抗通膨】Bankee 外币帐户亦有高利，例如：美元活存利率高达 2.7%，寻找适合的进场点，让您保值抗通膨。（远东商银／周昕好）

龙宫洞遊记

江西亚东水泥／罗丽芳

疫情阻断了远行的脚步，却挡不住出游的心。趁著国庆假期，约上朋友，带著孩子到周边转转。我们选择了「秀在庐山，景在龙宫」的龙宫洞，这是九江彭泽的一座山底溶洞，因酷似《西游记》中描绘的东海龙宫而得名。

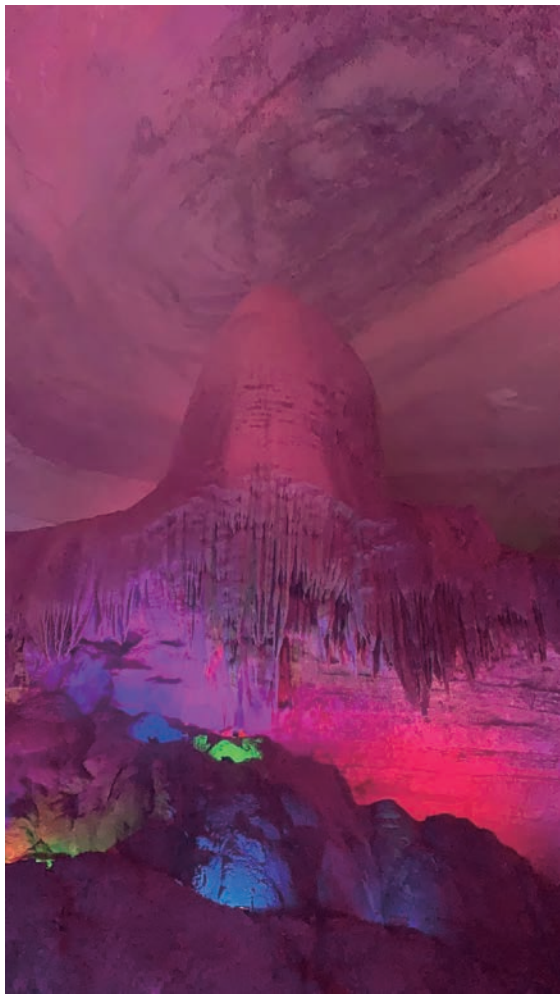
经过两个多小时的车程，我们一行人抵达了目的地。走进龙宫洞景区，左侧一面书写着「陶令遗胜」的巨大影壁墙瞬间吸引了大家的目光。众所周知，东晋诗人陶渊明曾担任过彭泽县令，只不过他仅任职 80 多天便弃职而去，从此归隐田园，寄情于山水。

走进洞口，一股凉风迎面扑来，与洞外的冬日骄阳形成鲜明的对比。洞内景色十分壮观，充满各种石笋、石柱、石钟乳…等。这些钟乳石有的倒悬着、有的长达洞顶，有的形状像大象、有的像狮子、有的则像大钟，千姿百态，形态逼真，让人目不暇接。



来到前厅，三根并列着的石笋，犹如三位胡子白花花的老寿星站在一起，就像在欢迎访客的到来。轻抚了一下石笋，滑溜溜、冰凉凉的触感，很有趣。沿途有各种造型的景观，例如：「定海神针」、「龙宫编钟」、「金钟宝塔」、「仙菇山」、「百步桥」、「葡萄园」、「紫光阁」、「种玉良田」…等，各个维妙维肖，令人叹为观止！正陶醉其中，突然听到有人喊：「蝙蝠，蝙蝠！」抬头一看，果然成千上万只蝙蝠挂在洞顶上，黑压压一片。虽然知道它们没有攻击性，但面对庞大的队伍，依然有点毛骨悚然，于是催促着大家快速离开。遇到这种阵仗，最好还是结伴而行比较安全。

接着来到第二个洞口 -- 玉壶洞，此洞因山形似茶壶，入口小，中间大，且装满水而得名。在洞内走了一小段路后，看见一艘艘小船漂浮在水面上。坐上小船，顺着潺潺流水，轻舟荡漾，很有情调。沿途悠闲欣赏着两壁的景色，包括：「倒挂灵芝」、「龙虾戏水」、「龙宫小三峡」、「群像戏水」…等，在霓虹光的照射下绚丽多彩，彷彿进入一个奇妙的世界。



下船后，再往前走就是玉仙洞了。除了欣赏溶洞景观外，这里更像是恐龙科学教育基地。洞内陈列着各式各样的恐龙模型，还会间歇性地发出低吼嘶叫声，并摇摆身体和尾巴，非常适合带孩子来。玉仙洞门口的玉壶大厅，洞顶是圆拱形，占地 5,600 平方米，曾多次举办过全国性的篮球赛，创上海大世界基尼斯记录。

山、水、洞相连的龙宫洞内，有趣的景观远不止这些，引得遊人们的惊呼感叹在洞内此起彼伏。这次龙宫洞之旅，让人忍不住赞叹大自然的鬼斧神工。如果您有时间，一定要来一睹它的神奇风采！

有奖徵答

编辑室

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！

本期题目

1. 关于远东 SOGO 百货的永续作为，下列何者正确？【封面故事】
 - A. 持续推广低碳环保的餐饮观念
 - B. 卖场提供的购物袋、卫生纸和擦手纸，均通过森林管理委员会认证
 - C. 针对不同客层设计「永续消费」方案
 - D. 以上皆是
2. 香格里拉远东饭店如何在疫情下抢攻国旅商机？【封面故事】
 - A. 台北远东香格里拉饭店推出各种「接地气」的主题式住房专案
 - B. 台南远东香格里拉饭店提供多元感官体验与创新商品
 - C. 两家饭店除致力经营社群平台，亦积极投入 ESG 领域
 - D. 以上皆是
3. 关于偏头痛的叙述，下列何者错误？【保健网】
 - A. 发生偏头痛的部位，一定在头的侧边
 - B. 偏头痛的发生很可能与基因遗传有关
 - C. 过于频繁使用止痛药，可能造成头痛进一步恶化
 - D. 偏头痛的患者不需要做脑波检查
4. 面对变化莫测的市场走势，何者是正确的投资观念？【财经网】
 - A. 只要做足研究，一定能实现低买高卖
 - B. 只有分析师能准确预测股市
 - C. 每天频繁检视投资绩效，反而容易因为冲动做出错误决策
 - D. 曾经在特定股票上投资顺利，表示很适合继续投资同一档股票

参加办法

请于12月15日前扫描下方二维码QR Code，登入会员资料后，填写答案。只要答案正确即可参加抽奖，**本期奖品为面额NTD300之远东集团四合一礼券（15份）**。编辑室将于次月月刊公布得奖名单。



387期有奖征答得奖名单揭晓

单位	姓名	单位	姓名	单位	姓名
远东新世纪	洪*烟	亚东科技大学	陈*君	亚东医院	谢*涓
远东新世纪	徐*谊	远东巨城购物中心	宣*浚	远创智慧	黄*河
远通电收	何*慧	四川亚东水泥	赖*	亚东石化	吴*佑
嘉惠电力	陈*	亚泥花莲厂	陈*颖	远智证券	蔡*育
远传电信	黄*杰	高雄大远百	胡*芸	远传电信	陈*宏

恭喜上列幸运儿分别得到面额 NTD300 的远东集团四合一礼券！



⬆️ HAPPY GO 旗下市调顾问品牌 GO SURVEY 举行消费趋势论坛，梁锦琳总经理（左三）邀请各大通路、品牌及商业夥伴参与，共同探讨订阅经济商机。



⬆️ 远东商银 Bankee 社群银行获《工商时报》「数位创新奖 - 金质奖」，由戴松志副总经理（右）代表受奖。



⬆️ Big City 远东巨城购物中心举办第 5 届「街头艺术节」，罗仕清总经理（后排左四）、游欣宜副总（后排左五）与决赛参赛者合影。



⬆️ 远东 SOGO 百货新竹店志工社同仁前往新竹幸福沙湾净滩，为守护海洋尽心力。



⬆️ 高雄大远百推出「太阳宝宝出任务 - 社区环境打扫服务」，号召同仁担任志工，协助整理新光绿园道公园，落实环境关怀。



Charisma

by Tonia Nicole




NARUMI
JAPAN

日本NO.1精品骨瓷

NARUMI CORPORATION®



百貨&官網 同步搶購中

Shop Now >>>

FET.COM.TW

