

共同开创 诚勤朴慎 · 创新的 健康人生

**FE** 遠東集團  
FAR EASTERN GROUP

JUN 2016

NO. 310

06 月号

徐有庠  
題



扫描 QR Code  
看更多即时讯息  
还可下载电子杂志

# 遠東人

## COVER STORY

拥抱社群 远东百货翻转粉丝红利  
打破虚实藩篱 SOGO百货成为粉丝最贴心的朋友  
流量变销量 爱买销售模式再升级  
社群当道 搭起饭店与顾客的新桥梁

## LIFE GUIDE

财经网  
数位时代 远东商银打造贴近生活的金融科技  
保健网  
这样吃 很粽要



# 粉丝经济力量大

The Great Power of Social Media Fans





徐旭东董事长（右）获选《哈佛商业评论》2016 台湾执行长 50 强，同时也是此次唯一勇夺三项 CEO 的企业家，4 月 21 日的颁奖典礼中，由行政院长张善政（左）颁奖表扬。



徐旭东董事长（中）出席豫章工商 46 周年校庆典礼，并于会中颁奖表扬获得职校最高殿堂「金手奖」第一名的学生。



庆祝母亲节，亚东医院于 5 月 7 日举办「妈咪亲一下」关怀活动，林芳郁院长（左三）献花给两对妈咪，感谢母亲们的辛劳。



新竹大远百 4 月 29 日于一楼施华洛世奇水晶轩举办开幕活动，徐雪芳总经理（右三）应邀与现场嘉宾共同剪彩。



太平洋 SOGO 百货忠孝馆举办「台南美食文化节」，黄晴雯董事长（右三）与台南市赖清德市长（中）连袂出席，为活动揭幕。

# 粉丝经济力量大

李佳珍

Facebook、LINE 等社群平台已经成为现代人不可或缺的沟通管道，这些社群媒体的盛行，让消费型态产生哪些质变？又为身处第一线的服务业带来什么影响？本期「封面故事」将为您介绍集团旗下的百货零售业、观光旅馆业，如何运用社群平台与智慧科技，从传统的「会员经济」，大步跨入社群平台的「粉丝经济」，以更贴近生活的服务，强化顾客黏著力。

六月适逢端午佳节，诱人的粽香，总让人忍不住想多尝几口；然而，高油、高盐、高胆固醇的丰富内馅，又教人望之却步。究竟自制粽子时，应如何调整食材及作法，才能低油、低糖、低盐、高纤维？「养生五谷粽」对所有人来说，真是最健康的选择吗？本期「保健网」将由亚东医院专业营养师为您解开美味粽子的享用密码，让您享受过节气氛，健康无负担！

端午过后，时序也正式进入夏季，随著清凉的夏装纷纷登场，您是否已迫不及待想一展足下风情？2016 春夏女鞋魅力无法挡，亮眼、优雅、运动、金碧辉煌……样样吸睛，快跟著「流行网」的脚步，打造最吸睛的足下风光。

## 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. 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，亦请特别注明；来稿若经采用，编辑室保留稿件删修权，请投稿人自留底稿，恕不退稿。
3. 「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、大陆地区每字 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)，若有投稿相关问题，欢迎来电洽询：(02) 2733-8000 分机 8549、8553

## 「远东人开讲」七月份话题：炎炎暑期何处去？

天气渐渐转热，相信许多人都开始安排暑期出游行程。今年您有哪些旅游计划呢？无论是需要长途飞航的跨国旅行，或是城市近郊的短暂休憩，都欢迎来信分享您最推荐的避暑胜地，文长 300 字以内，远东人月刊就会提供您一笔渡假小基金哦！（截稿日期：6 月 15 日前）

## CONTENTS

# 01

EDITOR 编辑手记

粉丝经济力量大 / 李佳珍

# 04

LEADER'S REMARKS 领航者的话

致元智大学 104 学年度毕业生训勉词 / 徐旭东

# 06

COVER STORY 封面故事

拥抱社群 远东百货翻转粉丝红利 / 编辑室采访整理  
打破虚实藩篱 SOGO 百货成为粉丝最贴心的朋友 / 编辑室采访整理  
社群当道 搭起饭店与顾客的新桥梁 / 编辑室采访整理  
流量变销量 爱买销售模式再升级 / 颜博震

# 21

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 / 通讯员

# 28

OFFICE TALK 乐活职人

经营管理新知：GoHappy 欢庆 9 周年 「改变」迎接全通路时代 / 林雅菁

# 29

LIFE GUIDE 生活情报

法律网 打破劳保天花板，退休金变多！ / 杨惠伦  
财经网 数位时代 远东商银打造贴近生活的金融科技 / 周昕妤  
流行网 2016 春夏女鞋 个性当道 / 郑嘉蕙  
保健网 这样吃 很粽要 / 赖玉钏

36

HOT TOPIC 远东话题

远东人开讲：粉丝大声说 / 编辑室辑

38

STORY 心动时刻

纪念银行业的传奇人物 / 芮娜  
翘脚时光的大心风景 / 郑嘉蕙  
我的家乡—安徽蚌埠 / 孟令辉  
海天游踪：徒步杭州游 / 虞荣健  
永远是个秘密 / 胡士朋

48

QUIZ 有奖征答

309 期有奖征答得奖名单揭晓 / 编辑室



16

2016 年 6 月 号 | 310 期



发行人 徐旭东 | 社长 郑澄宇

月刊编辑委员

王明伦	王泰辉	余欲弟	李佩频
李宗誠	李美慧	何思纬	林俊佑
林信宏	洪诗婷	吴佳颖	俞瀛璇
庄太纬	梁雅雯	彭湘格	叶金璋
游淑如	张景芳	郭奕中	曾淑苹
陈文山	陈聪明	陈世莉	陈玲华
郭曜豪	陈皓刚	杨景如	邹芯萱
蔡敏雄	蔡佩琼	刘贞佑	郑雪玲
颜文池	谢淑惠	戴永茂	蔡佑吉

发行所

远东关系企业 裕民股份有限公司  
台北市宝庆路 27 号 10 楼

通讯处

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

E-mail

magazine@fenc.com

网址

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

电子报网址

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

登记证 局版台志字第 8320 号

美术设计 Z&C.COM

印刷所 汤承科技印刷(股)公司



远东人月刊电子报

远东人月刊电子杂志

# 致元智大学 104 学年度 毕业生训勉词

远东集团董事长／徐旭东

There is nothing permanent except  
change.

唯一不变的是，一切都在改变。  
—赫拉克利图斯（Heraclitus）  
希腊哲学家

It is not the strongest or the most  
intelligent who will survive but those  
who can best manage change.

能够生存下来的并不是那些最强壮的，  
也不是最聪明的，而是最能对变化作出  
反应的那些物种。

—达尔文 (Charles Darwin)

---

1 1965 年，Intel 共同创办人 Gordon Moore 经观察发现，积体电路上电晶体数量大约每两年便会增加一倍，意味著电脑效能持续以倍数成长。科技在这 50

年来就是以这种惊人的速度翻新，像是移动网路、物联网、机器人、云端运算、人工智能等创新科技加速兴起，颠覆世界运转的模式，为人类生活带来巨大变化。

围棋是世界上最复杂的棋类，不仅需要逻辑计算，还需要创意、观察力及策略思维，前不久电脑程式 AlphaGo 打败了世界顶尖围棋棋手，在围棋比赛上电脑能够赢过人脑，代表著电脑的思考能力已经更接近人类，也许不久之后，许多人类的工作将被电脑所取代，这是各位可能面对的世界，你们必须做好准备。

远东集团 65 年来之所以蓬勃发展，是因为远东人有很强的调适力，即使身处巨变洪流中，也能快速掌握世界脉动与尖端趋势，灵活转型，积极「竞变」，屡屡成功克服挑战。这种远东精神也深植于元智大学，相信各位同学都具备因应变局的优异特质，但除了调适力之外，我也期许你们要培养以下 3A 的能力，成为新世代的 A 级人才。

第一、Aggressive，要有上进心。不管各位在学业表现多么卓越，或是曾经得过多少奖励，都不要因此而自满，外面的世界很宽广，放开你们的心胸，扩大你们的视野，保持好奇心与热情，多方涉猎新知识，追求自我突破，尤其要警惕在心一件事：如果不持续进步，就是退步。



第二、Ambitious，要有企图心。离开学校后，各位将进入职场，很多心态都要转换，唯有企图心不能改变。将来你们可能从事各行各业，每个人的际遇也许有所不同，无论在什么环境发展，都应该为自己设定一个宏大的目标，看得比别人远，动得比别人快，走得比别人前面，成为专业领域中的领先者。

第三、Accountability，要有责任心。美国总统杜鲁门（Harry S Truman）有句格言：The buck stops here. 意思是「责任推拖，到此为止」。未来在人生道路上，各位必定会承担越来越多责任，

面对责任时，不要推托逃避，应该要当仁不让，主动承担与贡献，甚至更进一步积极思考，如何能多做点，因为每天多付出一些，实力会不断累积，变成你们独有的竞争力。

世界不会停止转变，「竞变」之路是一场马拉松比赛，你们必须不断调适自我，拥抱创新科技，保持上进心、企图心、责任心，才能无惧于任何挑战。在此期许各位，只要多一份（extra）努力，你们都能将平凡（ordinary）变成非凡（extra ordinary）！

# 拥抱社群 远东百货 翻转粉丝红利

编辑室采访整理

社群平台的风行，加速了消费新风貌的成形，当体验行销、口碑行销成为新时代的销售利器，百货业者该如何因应？本期「封面故事」特别邀请远东百货徐雪芳总经理与大家分享，远百如何运用社群平台与智慧科技，提供更完整的商品与服务，创造高强度的顾客黏著力！

## 智慧时代 颠覆行销思维

百货零售业以档期、DM 作为与消费者沟通的管道已有数十年历史，对远百而言，掌握各档期消费族群的特征与轮廓可说是得心应手，「例如，母亲节档期、周年庆档期，哪一类型的顾客会出手消费，我们都可以精准预估，并以此作为规划档期活动的重要参考。」然而，随著消费世代的推移，徐雪芳总经理也发现，

占台湾人口数近三成（约 660 万人）的 Y 世代，逐渐形成一股不容忽视的消费新势力，「他们伴随著网路兴起而成长，重度依赖网路，习惯透过社群媒体搜寻消费资讯与口碑，也喜欢透过 APP 取得优惠券与商品建议，并且乐于在社群上分享消费经验与使用心得，传统以档期、DM 为主的行销手法，势必无法符合他们的消费行为与喜好。」

为了满足新世代消费族群的需求，徐总经理认为，「百货业必须朝『资讯与服务的数位化』、『消费通路的多元化』及『行销策略的生活化』等三大方向进行转变。」

在「资讯与服务的数位化」上，远百开发专属 APP，消费者除了可以直





接透过 APP 软体，连结线上 DM、分店活动外，还能取得 Coupon 优惠券、HAPPYGO 卡友资讯、查询各店停车资讯，甚至线上购物也可以在 APP 内一键完成。不仅如此，未来远百还计划加入虚拟实境、线上餐厅订位……等新功能，希望导入更多与实体商场一样的服务，增加顾客消费的乐趣及满足感。

此外，有鉴于智慧型手机和社群媒体是行动购物趋势大幅成长的催化剂，也导致「消费通路多元化」的消费新样貌，因此，远百除了在 GoHappy 开设远百馆，更加强经营官网线上购物平台，提供自营商品及实体百货专柜的独家组合商品，希望与目前各大电商购物网做出品牌区隔，并充份利用脸书的贴文、LINE 和 LINE@ 的推播，创造导购效果。

至于「行销策略的生活化」更是徐总经理最为重视的一环，「在脸书上，我们可以用一张新品上市的照片，告诉粉丝换季了；可以在日本展时，用影片播放鲷鱼烧香喷出炉的场景；也能借由线上福袋活动，制造生活中的小惊喜，更可以偶尔来点有趣的、生动的趣味图文，让粉丝会心一笑，拉近距离。」有别于实体 DM 只能看到平面、文字性的商品促销和活动内容，远百透过社群媒体，以行动影音广告，推出更有说服力及互动性的行销活动，让消费者更容易记住



远东百货／徐雪芳总经理

商品资讯并提高购买意愿。

### 社群媒体 变身销售利器

根据统计，目前台湾消费者最常使用的社群是 LINE 及 FB，因此，远百特别锁定 Facebook、LINE 为主要社群平台，搭配官方 APP。「在行销策略上，远百的 LINE 官方帐号比较属于主题性、消费趋势性；各分店的 Facebook 粉丝团、LINE@ 生活圈则比较偏向地域性、生活娱乐性，依在地特色与客层而经营，希望成为在地顾客的生活娱乐重心。」徐总经理进一步说明。

以母亲节档期为例，DM 上呈现的是首一日、首二日商品，在 LINE 上则是符



合时下流行，如：「素颜系韩妆」或「太阳的后裔——宋慧乔热卖款」等吸引点击阅读的主题。根据徐总经理的观察，「在众多主题中，关于知名品牌特卖会、主题美妆、美食和图片可爱的来店礼，消费者点击的意愿较高。另外，我们也经常透过每月 1 次的 on-air 活动，增加互动和黏著度。」去年是远百的文创元年，也适逢 LINE 的官方帐号新启用，远百的第一波活动就是与知名插画家「山羊先生」合作，推出「太阳宝宝与山羊先生」贴图下载、On-Air 活动及粉丝团赠奖等社群行销多元宣传，甚至加码设计了两款山羊先生纸胶带，将参与社群行销活动的粉丝们，导入到实体百货店面领取赠品，成功增加不少来客数，也开发潜在消费族群，将顾客年龄层向下拓展。

精准的行销策略果然成功吸引消费者的目光，远百 LINE 官方帐号自去年 4 月启用至今，已累积 240 万的好友数，on-

air 活动更是每档平均都有十万人参与。

至于 Facebook 粉丝团经营至今也有 4 年多，目前 10 家分店的粉丝数总计超过 43 万，其中尤以「板桥大远百」和「台中大远百」两店的经营成效最佳，各拥有超过 14 万和 16 万名粉丝。另外，各分店的 LINE@ 在地商店亦自去年底陆续开通，并于今年开始加强经营力道，以忠实顾客为目标族群，至今累积近 5 万名粉丝，经常借由不定时的促购资讯与好康抽奖，以独家优惠为号召，增加粉丝黏著度。

新型态的行销模式当然有赖充满活力与新思维的坚实团队，目前远百的社群行销团队除了每个月分析社群行销数字之外，每季也会透过例会，讨论粉丝团经营方向、达成率及分享成功社群经营案例。为了激荡出更多火花，徐总经理也鼓励各分公司自己成立「小编」团队，「例如新竹大远百的行销人员和楼面管理人员即成立了一个 LINE 群组，在粉丝团正式发文前，大家必须先跳脱小编的角色，把自己当成粉丝，确定自己有兴趣看的内容，粉丝才会感兴趣，如此一来，每篇贴文才能更具吸引力。」

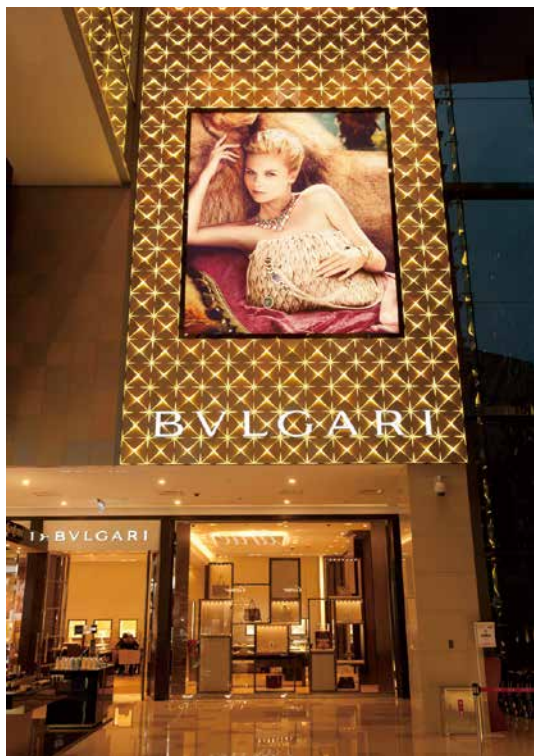
实战操练之余，徐总经理也经常留意网路行销公司、资策会或远东集团内部的训练课程，如有适合的主题课程，即选

派相关人员参加，并请受训同仁在后续例会中分享心得与内容，协助夥伴掌握产业趋势，让人才培育跟上产业转型的速度。

### 虚实整合 掌握决胜先机

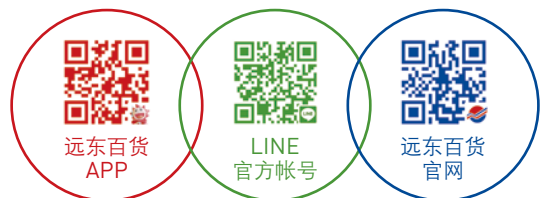
远百成立至今即将迈入 50 周年，为了庆祝这个值得纪念的里程碑，徐总经理也透露，未来将推出一系列的惊喜活动，「过去远百只有一款太阳宝宝，但去年周年庆前，我们融合各分店的特色，设计出 10 款太阳宝宝，下半年起，预计展开介绍远百吉祥物『太阳宝宝家族』的系列活动，并陆续在 LINE 官方帐号推出贴图，搭配粉丝团串连，让顾客重新认识充满在地特色的远百太阳宝宝，也希望发挥『粉丝号召粉丝』的力量，吸引更多喜欢太阳宝宝的粉丝成为远百的粉丝。」

除了致力经营社群平台，近几年，



远百也借由异业合作的方式，导入虚实整合科技，构筑出新型态百货商场的样貌，其中尤以 2013 年率先引进全球首座「3D 虚拟试衣间」，2015 年再领先全球推出 AR 扩增实境 +VR 虚拟实境的「3D 虚拟魔法试衣间」最具代表性，不但成功引起话题，也让徐总经理对于 AR 扩增实境、VR 虚拟实境及物联网相关科技产生浓厚的兴趣，「最近我们正规划推出『AR 互动实境』的体验，只要透过远百 APP，扫描当期远百 DM 的封面，就能点选特色相框玩自拍、玩刮刮乐领取赠品，甚至观看当期远百 CF 广告……等，为顾客们创造小小惊喜。」

不仅如此，徐总经理深信，「beacon 定位技术未来将是驱动物联网成长的重要关键。」因此，远百也逐步在板桥大远百和台中大远百专柜，导入更多蓝牙 Beacon 的应用，透过互动行销定位系统，即时推送品牌促销活动，提升靠柜率及提袋率，也希望借此减少传统纸本广告行销的成本。成功的虚实整合，不仅为消费者带来更多的消费新体验，而这些具话题性与应用性的服务，也将为远百在智慧零售时代的新战场打赢关键的一役。



# 打破虚实藩篱 SOGO 百货成为粉丝 最贴心的朋友

编辑室采访整理

随著科技进步与网路普及，传统百货业者纷纷加紧脚步，迈向零售4.0——虚实整合的全通路（Omni-Channel）时代。总是走在台湾百货最前端的太平洋SOGO百货，早已嗅到这股数位化浪潮，不但积极启动电子礼券、赠奖抵用券云端化、支付宝开通等相关布局，甚至在行销宣传上，也运用新科技、新媒体，拉近与顾客的距离。本期「封面故事」由太平洋SOGO百货黄晴雯董事长畅谈SOGO如何打破虚实界线，导入新兴科技，紧紧拴住粉丝的心。

## 虚实受惠 社群传播正夯

社群网站的出现，颠覆了传统的消费行为，百货业开始思考新的商务管道与沟通模式，以建立新的客户族群。黄晴雯董事长分析，「SOGO 立足百货 30 年来，以稳健的主顾客经营见长，这是我们最大的优势，却也是最需要改革的地方，因为在激烈的竞争下，新世代客源建立极为不易。」为此，SOGO 在 2014 年创立 LINE 官方帐号，挟著超萌吉祥物 ThanQ 的贴图魅力，甫登场即缔造佳绩，黄董事长满意的说，「我们是全台第一家成立 LINE 官方帐号的百货业者，当时一个月内即吸引超过 300 万粉丝下载，两年下来，成功累积 480 万名粉丝，是目前 LINE 粉丝数最多的实体百货零售业通路，各店别在 20 世代以下的顾客群也明显提升 5 ~ 10%。」

除了为企业注入新客层，社群网站也促使黄董事长进一步思考改革宣传手法，「过去不论广告或纸本 DM，都相当耗时、费力又花钱；反观社群经营成本低，传播速度更是零时差，以 Facebook 为例，一则讯息可谓零成本，运用按赞、转贴或 tag 好友活动，一天就能触及上万粉丝；至于 LINE 的讯息发布虽然必须付费，但相对好友数而言，每位的宣传成本依然不到 1 元，且传递过程更环保。」

营运本部播本升副总经理也观察到，随著时代变迁，单纯提供商品及价格资讯的 DM 已无法打动消费者，最即时、最值得分享，甚至能在朋友间炫耀的情报才是王道，「2015 年举办日本商品展时，我们首度运用社群行销，邀请多位美食部落客抢先试吃，并以图文感染更多

粉丝。2016 年再由人气美食专家将活动中贩售的北海道顶级干贝，拍摄为创意料理教学影片，吸引粉丝按赞分享约 2 ~ 3 万次，活动本身更有超过 5 万次按赞分享。」此外，SOGO 也首度尝试拍摄日本商品 Live 影片，运用多元数位管道传播，影片点击率冲破平常的 5 倍，再加上馆外大型电视墙即时连线播放，炒热日本商品展人气，创下 7,500 万的业绩高峰。「最值得开心的是，过去日本商品展主顾客群为 35 ~ 55 岁，如今透过各项数位行销及社群经营，20 ~ 35 岁年龄区间的 YOUNG 族群及年轻上班族激增，显见社群行销确实有助网罗新会员，特别是年轻客群。」未来，播本副总还计画进一步针对区域店别，创建「LINE@ 生活圈」，直接走入社区，经营在地粉丝。

社群的高效传达力，对于初登场的品牌而言，更是打开知名度的利器，例如敦化馆全新的 Coffee Lover's Planet，透过粉丝分享，成功带起精致咖啡文化，达到百货与品牌双赢；甚至不乏知名网路品牌到 SOGO 举办实体销售或粉丝见面会，邀请消费者从社群取得情报，到实体零售体验，再回到社群分享，借此开拓新的客群。

社群平台不仅嘉惠实体店铺，其强大的动员力，对电子商务也有不小的贡献，黄董事长发现，「只要以 LINE 官方



太平洋 SOGO 百货 / 黄晴雯董事长

帐号连结导引至 SOGO 电商，当天流量立即比平日增加 1.5 ~ 2 倍，同时带动实际下单交易量。」播本副总也表示，「SOGO 曾在『保温瓶 LINE 好友买一送一』的促销活动中，创下一天销售上千支的惊人佳绩。去年周年庆前，我们也曾透过 LINE 提供『i-shopping 抵用券』，成功吸引粉丝前来购物，达到数位行销与实际到店消费无缝接轨。」

除此之外，社群还是 SOGO 搜集情报的小帮手，不但能提供危机处理的应变对策，经过长期的搜集分析，还可作为创新和转型行动的参考依据。根据黄董事长的观察，「目前网路上对于 SOGO 的讯息没有太多负面情绪；但另一方面



也较缺乏娱乐性的讨论，这是我们日后需要加强的部份。」

### 多管齐下 APP 服务升级

经营社群之余，SOGO 也时时检视现有服务的不足之处。会计本部锺振扬副总经理坦言，「过去活动讯息发送都是透过官网或邮寄 DM，常有顾客反应错过档期或邮件漏失的情形；而在促销赠品的兑换现场也总是人满为患，不仅增加顾客抱怨，更降低购物品质。此外，传统纸本礼券常有毁损、污损的状况，携带也不方便，对同仁而言，撕纸券、找零、验证防伪作业，以及后台层层手续都相当繁复，且有人为疏失的疑虑。」这些不便，让 SOGO 开始思考改善的方法。有鉴于云端服务是时代潮流趋势，SOGO 乃决定发展全方位互动式的 APP，不仅讯息与官网同步更新，还贴心提供各店停车资讯，甚至运用 Beacon 定位功能，发布活动快报，让顾客掌握最优惠的购物时机。锺副总透露，「未来我们还计划导入『Beacon Analytics 系统』，顾客进入各店卖场，就会和 Wi-fi 或 Beacon 取得连结，留下逛街的足迹，让我们得知同层店铺中，哪些是顾客集中的热点，

也能透过会员资料，了解不同年龄层顾客的喜好，以及其他更多的综合分析。」

不仅如此，在 SOGO APP 上也能即时查询礼宾会赠品库存的数量，方便顾客灵活安排购物时间。而消费纪录查询的功能还可自动试算多层贩促活动，加速后续赠奖活动的统计。为了达到「一机在手，轻松购物」的目标，SOGO 百货 APP 更整合多样行动支付工具，包括：「SOGO 即享券（电子礼券）」、「云端抵用券」、「支付」、「微信支付」……等，从此消费者出门逛街再也不用携带实体货币、信用卡或礼券，就连 HappyGo 卡都一并纳入，自动累点。

截至 2016 第一季，SOGO 百货 APP 已有 5.7 万人次的下载量，不过，相较于 LINE 官方帐号的会员数，播本副总表示，「下半年起，我们将采取阶段性的导流策略，透过 LINE 好康发送 SOGO 来店礼、SOGO 抵用券等，引导 LINE 粉丝成为 APP 会员，一则可增加 APP 下载人数，二则连结快乐购卡号注册，可达会员管理之效，三则透过数位优惠，活化 APP 功能，尤其是做为行动支付工具，在 SOGO APP 消费累点，云端计算立即折抵，符合 SOGO 都会型客群『聪明消费，轻松购物』的需求，可谓一石三鸟！」

至于 APP 的功能，锺副总也提出—

系列的升级规划，包括：停车场 e 化升级，可感应车牌号码进、出场时间，搭配 APP 上会员的消费发票金额，试算停车费用后缴费，取代现行人工缴费流程。Beacon 蓝牙技术则运用在柜位优惠讯息和优惠券的即时发送、楼层专柜定位导览，或是互动游戏的设计……等，以提升顾客黏著度。「未来我们还计划结合 SOGO 自有购物平台，发展行动购物，除了提升 SOGO 成为智慧零售商，更希望带动整个区域，发展 SOGO 智慧商圈。」黄董事长对未来充满雄心壮志。

### 体验至上 启动零售 4.0

SOGO 数位化的成果有目共睹，不但官网连续三年（2011～2013）荣获《数位时代》杂志「数位服务标杆企业」百货零售业前三名，去年更以全方位升级的 APP，勇夺「远东精神奖」。迎战零售 4.0 时代，黄董事长相信，「消费者来到百货公司，就是为了优质的购物体验 and 多样化的商品，如何运用科技，延伸实体商店的服务，是未来发展最重要的课题。」为此 SOGO 积极参与经济部资策会与顾问公司联合举办的培训课程，务使各阶层都具有「全通路购物」的概念，并确保同仁能随时提供顾客最适切的数位协助。

在电商冲击下，黄董事长认为，实体商店还必须透过扎实的规划和布局，以顾客体验为中心，开发全新的技术应用，

「例如，『数位看板』不仅可省下更换展示物的时间与人力成本，还能一口气展出大量商品，并且可以依照业者需求，即时替换内容。」此外，互动式 Kiosk 或互动式机器人也是黄董事长关注的重点，「日本 PARCO 百货使用机器人 Pepper 做为『一日店长』，提供多语言导览和优惠资讯，当天平均每两分钟就有一位顾客使用，尤其深受女性和孩童的喜爱。未来我们也将评估引进类似的机器人，与民众近距离接触。」

而在深化社群经营方面，黄董事长则提出利用户外互动空间与行动商机跟年轻人当麻吉的概念，「结合家外媒体（Out-of-home, OOH）与行动装置，有效接触到消费者，并借著深度参与，改变消费者的购买意愿。」黄董事长深知，广大社群粉丝必须与客户关系管理连动，方能精准行销，否则大量资讯投注到错误的对象，不仅是资源的浪费，也将造成粉丝困扰，「因此，SOGO 未来的重要工程是将各项社群网站上的粉丝与现有快乐购会员进行交叉导流，整合管理，了解各族群喜好，提供消费者最感兴趣的话题和商品，让 SOGO 成为粉丝最贴心的朋友！」



SOGO百寶CSR報告書



SOGO百寶CSR網站



SOGO百寶LINE好友



SOGO百寶行動APP

# 社群当道 搭起饭店与顾客 的新桥梁

编辑室采访整理

## 社群特性——自由分享 即时互动

随著科技的进步，人们取得资讯的管道愈来愈多元，在 Facebook、Line 等诸多 2.0 的互动性社群网站上线之前，人们大多以 BBS、MUD 与电子公布栏（讨论板）等页面作为讯息传递的媒介；10 年前 Facebook 尚未盛行时，也有 ICQ、MSN、无名等平台成为台湾虚拟社群的启蒙。时至今日，Facebook、LINE……已是现代人不可或缺的沟通管道，香格里拉台南远东饭店凯德曼总经理（Mr. Ross Miles-Cadman）分析，「这些平台之所以吸引人，是因为提供了一个能够自由表达看法的环境，而且所有动作均可依据使用者的个人意愿来进行，换言之，自由、不被拘束的网路世界，让这些平台

Facebook 上，香格里拉台北远东饭店以母亲节蛋糕做为互动猜谜游戏，吸引粉丝们留言询问；香格里拉台南远东饭店也以古色古香的赤坎楼风情，暗示著粉丝们来一趟台南小旅行。社群网站的蓬勃发展，颠覆了传统的行销模式，也让商家开始以交朋友取代打广告，更重视分享而非推销。本期「封面故事」即由香格里拉台北远东饭店马千里总经理（Mr. Marcel Holman）和香格里拉台南远东饭店凯德曼总经理（Mr. Ross Miles-Cadman），与大家分享如何透过社群，更精准、直接又深入的与顾客交流，为行销打开另一扇窗。

成为全球的讯息『节点』，形成一小型社会组织，互相串连各个不同的国度。」

社群网站不仅改变人们的生活习惯，对品牌商家而言，也带来许多机会与挑战。香格里拉台北远东饭店马千里总经理（Mr. Marcel Holman）指出，「『You are what you share.』在社群媒体盛行的今日，这句话不仅暗示社群媒体经营形象的本质，也改变了人与人的沟通模式与各种行销的行为。」在过去，商品只是一个躺在橱窗的物件，透过间接的大众媒体广告宣传后，被动地等待客人上门挑选。而现在，企业却能透过「自媒力」——各种由企业本身经营的线上社群平台，直接面对更为广大的客户群，增加「线上对



线下」(O2O, Online to Offline)的行銷模式。马千里总经理认为,「如此一来,不仅能够即时分享饭店各類活动讯息,同时也能听取客户的评论,第一时间作出反应,升级整体服务,提供令顾客喜出望外的精致服务。」

凯德曼总经理进一步补充,「2.0的互动式平台最能创造顾客黏著力,且效果卓越,其『即时性』的特性,让饭店能快速知道顾客有什么样的反应与意见,达到即时改进的目的,同时也增加更多为客户服务与互动的可能性。」不过,高效率往往也伴随著高风险,凯德曼总经理坦言,「虽然社群媒体能够让资讯快速地被不同语言的旅人所搜寻,但这也意味著不论好坏讯息,都将被传递得更快、更远。因此,拥有好用、免费、快速的行銷平台之际,商家也要准备好接受放大镜的检视。不过,这对饭店而言是一个契机,让大家不敢松懈,努力将每件事做到最好。」

### 社群策略——分进合击 创意行銷

集结拥有相同喜好的一群人,精准提供他们共同关心的资讯,是「社群行銷」能创下高效益的原因,但凯德曼总经理认为,「社群行銷」的根本仍是产品本身,「愈是吸引人的商品,愈能达到病毒式扩散与增加触及的效果。」

以台湾而言,Facebook、Line、



香格里拉台南远东饭店凯德曼总经理  
(Mr. Ross Miles-Cadman)

Twitter, 以及 Instagram 等社群平台,都拥有高粉丝数与互动率,也因此被凯德曼总经理列为积极耕耘的管道,「我们曾推出台南市民凭身分证就可享有早餐优惠的活动,在 Facebook 上透过分享、转发、点赞、留言等互动方式,一晚触及率即超过十万人次,也让餐厅的早餐时段一整个月都呈现爆满的盛况,足见这次社群行銷的虚拟转换商业收益率相当高,互动效果绝佳。」另外,香格里拉台南远东饭店与知名部落客插画师「接接」的跨界合作也相当成功,当时推出的插画蛋糕透过社群平台联合行銷,曾在网路上掀起话题高潮。

考量社群媒体众多,不同的社群媒体平台有不同的目标群众、使用方式及



香格里拉台北远东饭店马千里总经理  
(Mr. Marcel Holman)

消费族群，香格里拉台北远东饭店特别在行销策略加以区隔。马千里总经理举台湾使用者最多的 Facebook 为例，「我们主要在粉丝页提供最新的住房、餐饮、婚宴等优惠讯息，并依时节发布节庆祝福、主厨私房菜教学、饭店职人分享、台北有趣的景点推荐，甚至举办粉丝专属的互动小游戏，让这些讯息透过使用广度极大的脸书传播出去，加深读者对于品牌的认同感，增加顾客回流的忠诚指数。」

至于近年来在年轻族群间快速流行的 Instagram，马千里总经理则倾向以较软性的内容或非官方照片的形式宣传，「例如，我们会分享曾经入住或用餐宾客的贴文，从顾客的角度与经验来推荐饭店，更能得到使用者的共鸣与青睐。」

至于 Line 官方帐号则是以发布即时优惠与最新活动讯息为主，可有效锁定国内的消费族群。「目前香格里拉台北远东饭店粉丝数近 30 万人，是台湾所有国际五星级饭店中，拥有最多粉丝数的业者。」马千里总经理开心地宣布。

尽管三种社群媒体各有不同的定位，但彼此还是能够互相连动、交叉宣传。马千里总经理以饭店近期推出的「瑰丽人生」母亲节限定蛋糕为例，「在 Line 官方频道推播之后，一天内蛋糕即预订一空。另一成功案例还有今年三月份，在 Instagram 上宣传，加入 Line 粉丝即可享『马可波罗』餐厅下午茶买一送一的限期优惠，造成粉丝轰动，转传讯息数高达十几万次，不但当天饭店预约电话全日满线，线上订位系统也持续忙碌，而『马可波罗』餐厅下午茶则天天订位客满。」

近期内，两家饭店依旧会配合季节、节庆推出各种优惠讯息及相关活动，不过，马千里总经理强调，「在网路社群媒体中，比起讯息本身，更重要的是如何以不同形式、不同玩法，推出创意十足的宣传活动，让消费者对于收到讯息不会感到负担，并且更加期待下一波活动的到来。」截至目前为止，香格里拉台北远东饭店在社群网站上已经举办过：年节每日抽红包、猜灯谜、分享影片庆祝 20 周年……等活动，消费者参与度增加的同



时，也拉近了饭店端与消费者的距离。

### 社群未来——拥抱科技 与时俱进

社群在行销宣传的地位日益重要，饭店从业人员对这项新兴沟通管道的认识与应用也必须与时俱进。根据凯德曼总经理的观察，「大部分同仁都曾使用社群网站，基本操作不成问题，只需要再提升网路用语与应对的技巧，尤其是下文的导言、摘文、标记等等，略下指导即可有很好的成效。」不仅如此，香格里拉台南远东饭店也定期开设培训课程，教导同仁实用的数位新知，并带领大家实地操作新型科技产品，培养员工相关技能。

至于香格里拉台北远东饭店的数位行销工作则是由行销公关团队负责，并设有数位行销经理统筹策略规划、内容安排、活动执行、线上客服等任务，但马千里总经理也不讳言，「数位行销的维护和发展，需要长期耕耘以及全体员

工的支持。」例如，在增加社群粉丝数上，除了举办线上活动，吸引使用者加入之外，饭店也必须借由跨年池畔派对、春节除夕围炉宴，以及近期的「马可波罗酒廊娇兰小黑裙下午茶派对」等活动，邀请参与宾客现场拍照打卡、标记饭店名称或活动名称。平时，餐厅与柜台服务人员亦需主动介绍并鼓励宾客加入粉丝团；当各餐厅举办现场打卡或上传照片分享活动时，更仰赖服务人员热情并耐心向宾客说明活动规则及参加办法，才能让活动达到预期的效果。

身处数位化时代，饭店行销策略必须时时掌握趋势并多元发展，除了继续经营现有的社群平台，未来也必须导入更多适合饭店目标群众的线上服务，例如：云端科技、虚拟实境（VR）影片、互动式游戏……等，将新科技结合现有资源，提供顾客最好的体验，才能进一步拉高顾客黏著度，为饭店带来更多商机。

# 流量变销量 爱买销售模式 再升级

爱买 / 颜博震

**根**据资策会公布「行动购物需求调查分析」，高达 62.5% 的台湾网友曾有行动购物的经验，而从社交媒体研究机构 We Are Social 2015 年的数据可得知，全球 23% 的人透过手机使用社群媒体。消费群众接收讯息的模式转变，也迫使零售业必须面对虚实相渗透的新商务时代。

## 专注行动与社群 以内容带动导购率成长

面对台湾量贩市场竞争激烈，爱买认为：现代的零售业除了必须跟上科技与营销变化，更要加强对数据变化的敏感度与分析能力，且业者本身也应致力经营自有媒体，掌握会员与动态，才能提高顾客对于品牌的认同感，进而带动

在传统行销操作中，零售业主要客群锁定在周边商圈及到店消费的民众，其影响力有区域性限制，但随著网路普及、行动载具提升与社群媒体兴起，消费型态渐趋多元化，也促使爱买致力拓展更完善的O2O虚实整合。

实体门店及线上购物的业绩成长。为了强化新旧客群对于品牌的印象，爱买在数位行销的操作策略中，主要透过以下六点来强化粉丝的黏著度：

### 一、品牌形象转型，以爱出发：

爱买在品牌的操作评估中，发现今日的家庭型态已迈向多元化，因此提出「为家，加一点爱」（A better life for every family）的品牌宗旨，借此告诉



消费者，为了您所用心呵护的家，爱买将以爱为出发点，持续提供最优质的商品，带给消费者最好的生活品质及服务体验。

## 二、内容导购策略，带动电商营收：

有别于坊间电商仅用大量广告投放来加强曝光度，爱买更关注于消费者的喜好及需求。借由官网、社群工具，导入各种丰富实用的内容，再置入「爱买线上购物」所贩售的商品资讯与促销活动，让消费者浏览感兴趣的内容，进而触及相关商品资讯，达到电商导流目的，并激发购买意愿，2016年爱买电商Q1的营收已较去年同期成长30%。

## 三、官网优化介面与内容行销导入：

除了调整官网经营模式及视觉呈现，爱买更加强行动载具的浏览体验，让网站不仅止于发布促销讯息，还能导入更实用、有趣的内容，借由社群传播，将这些资讯逐步推广，创造导购价值及品牌关联，强化新旧客群对于品牌的认同。无论是母亲节推出的「家常好菜食谱」，或是提供单身者的「严选一人料理」，这些符合节令或目标族群的内容，都能引发网友共鸣，促使转发分享，也让官方Facebook粉丝团触及数大幅提升，每月达到500万人次，成长近10倍，在网络声量更超越同业，导购流量预估将成长两倍。



## 四、寻求异业合作，深化客群：

在内容操作的部分，爱买积极寻求各种内容合作夥伴，并将各大出版社内容协助编制为爱买特有的内容。新年活动档期中，爱买更结合美食、活动平台及部落客口碑操作，尝试虚实整合的导客导流策略。活动期间，整体点阅次数共逾68万人次，超过5千名网友完成互动游戏，且导流至爱买线上购物的品项有13支商品完售，更导客到实体门店兑换赠品与消费，带动虚实业绩的成长。

## 五、整合数位资源，强化卖场服务：

爱买南雅店为全台湾第一家数位概念卖场，除了设有「ifunction」互动触



控机台，提供更多商品选择，线上购物体验区更可以让民众认识与感受爱买线上购物的e化便利性。而专属手机APP「i逛爱买」不但规划商品查询导航功能，更可使用数位推播，以获取好康讯息。

#### 六、数位操作创举，引爆热潮：

爱买领先同业，首推活动直播秀，让网友可即时感受卖场实体活动的热闹氛围。曾经邀请话题人物——蛋黄哥至卖场与民众互动，并录制影音短片网路传播，创下逾25万人次的触及数，更直播日本周档期的拉面秀与太鼓秀活动，

造成网友热烈回响。此外，爱买也进一步拍摄专属「尝鲜料理」影音教学食谱，结合导购策略与商品置入，每支影音一推出，单周平均观看数即逾1.2万人次。

#### 掌握数据引领创新 成为虚实整合实践者

数位操作需要精准掌握数据，并以数据为凭，透过深度了解每个活动档期的整体价值、投放资源和投资时间来评估成效，因此，行销过程中，必须不断借由活动浏览数据、顾客关系管理资料整合分析来了解消费者行为，才能持续优化创新。爱买的行销团队设有专门的数位行销小组，涵盖视传、社会学、资管等多元人才，负责官网维运、社群操作、导流策略与活动专案企划及执行，加上行销团队在活动、设计、公关及CRM均各司其职、互相支援，让数位操作达到最大的行销效益。

持续强化行销之余，爱买对于员工的数位技能培养同样不遗余力，不但鼓励同仁向外吸收产业新知，洞悉趋势，更强调「做中学」与「数据分析」的培训理念，借由筹办活动，不断尝试、修正检讨及改善，进而创新。未来，爱买也将触及更多社群平台的整合操作，并改善APP功能，甚至评估AR扩增实境技术在虚实之间的应用，以达到更多虚实导客导流的成效，再创零售通路新商机。

# 集团简讯

## GROUP BRIEFING



### 1 SOGO TAIPEI 4.0 揭幕 带领忠孝复兴商圈共荣发展

太平洋 SOGO 百货积极整合忠孝、复兴、敦化三馆，强调落实 CSR、发挥数位虚实整合综效，4月26日以 SOGO TAIPEI 4.0 新局登场，由远集团徐旭东董事长、SOGO 黄晴雯董事长与经营团队一同揭幕，象征带领忠孝商圈再创高峰。（太平洋 SOGO 百货／曹春辉）

### 2 太平洋 SOGO 百货敦化馆 GRAND REOPEN 璀璨登场

费时1年、斥资5亿，太平洋 SOGO 敦化馆华丽变身，于今年第二季重新登场，以「精品生活」为主轴，引进更多时尚精品生活品牌；包括：餐饮、家饰、舒压 SPA、顶级保养、设计师品牌、国际精品等，献给懂得享受优质精品生活的您。（太平洋 SOGO 百货／曹春辉）

### 3 爱买独家与全台绿芦笋最大产区契作直送

爱买量贩独家携手台南市将军区农会，成立「红将军」绿芦笋栽种专区，新鲜直送的绿芦笋4月21日起陆续开卖，让消费者以实惠价格买到安心农产品。（爱买／王佳慧）



### 4 高雄大远百举办「妈祖驾到」创意服装秀惊艳全场

高雄大远百首创百货先例，携手台南鹿耳门天后宫举办「天后驾到 女人当家」系列文创公益活动，并于4月30日与屏东科技大学合作「妈祖驾到·创意服装秀」，展出融合民俗文化与时尚元素的创意妈祖服装，让更多人了解传统的神只文化。（高雄大远百／陈昱蓁）

### 5 推动责任零售 远百引进义大利公平交易有机咖啡

5月起，远东百货自营食品专柜「异国食品馆 World Gourmet」引进义大利公平交易有机咖啡，保护咖啡小农利润，并强调无使用农药，希望秉持责任零售的精神，让消费者喝到安心好品质。（远东百货／郑嘉蕙）

6

### HappyCash「有钱卡」 推出畅销绘本限量版卡

HappyCash 结合日本人气绘本《为甚么猫都叫不来》，推出猫咪「小黑」与「小叭叭」限量版「有钱卡」，即日起于全新通路 Hi-Life 莱尔富超商独家贩售，提供猫咪们珍藏。（远鑫电子票证／李宗誠）

7

### 远传参与台南市防汛演习 实现科技智慧防灾服务

台南市政府于 4 月 14 日进行防汛演习，远传电信也同步参与，并进驻六个外点，模拟汛期可能发生的状况，透过远传 4G 高科技的穿戴式设备，以及 4G 网路快速传输影像，大幅提升防灾救援效率。（远传电信／何思纬）

8

### 元智办理福建高校师资培训班 分享磨课师课程

福建省教育厅委托元智大学与厦门理工学院共同承办「福建应用型本科高校理工领域师资闽台联合培训班」，自 4 月 11 日至 22 日，集结福建 22 所高校、共 30 位教师至元智培训，奠定两岸学术合作基础。（元智大学／饶浩文）



9

### 元智生医团队研发 肾病变预测与疗效评估系统

元智大学大数据与数位汇流创新中心组成「个人化精准医学与生物资讯」团队，结合医学中心肾脏科，研发慢性肾脏病个人化辅助诊断与预防系统，从 DNA 预测肾病变风险，再透过系统调整生活饮食，预防疾病。（元智大学／饶浩文）



10

### 元智研发高龄电玩「老摇滚」 协助长者运动复健兼娱乐

元智大学工业工程与管理系孙天龙教授带领虚拟实境／数据视觉研究团队，研发「老摇滚」电玩，并结合 Kinect 感测器，增进训练的乐趣，协助长者脑部与四肢的复健。（元智大学／饶浩文）

11

### 亚东技术学院 2016 校园征才就业 博览会登场

亚东技术学院征才就业博览会于 5 月 5 日登场，主题为「舞动青春 梦想起飞」，合计 31 家企业厂商共襄盛举，当天另安排履历健诊、职涯谘询等活动，吸引许多同学参与。（亚东技术学院／李玉燕）



**12** 豫章工商欢庆 46 周年校庆  
 豫章工商 4 月 16 日举行 46 周年校庆，集团徐旭东董事长在致词中鼓励学生适应改变，努力学习，进而实现自我价值；随后的庆祝活动包含资讯科的虚拟世界、餐饮科的异国美食体验等动、静态作品展，还有社团精彩演出，为学校献上最诚挚的祝福。（豫章工商／郑雪玲）



**13** 东莞理工学院粤台产业科技学院  
 参访亚东技术学院  
 东莞理工学院粤台产业科技学院陈伟书记、王春源院长等一行 9 人，于 4 月 8 日参访亚东技术学院，洽谈师生交流、就业辅导等合作事宜，加深彼此友好关系。（亚东技术学院／李玉燕）



**14** 远纺工业（苏州）举办  
 「绿色生活 健康生活」讲座  
 为树立员工正确健康观念，远纺工业／中比啤酒（苏州）3 月份以「绿色生活 健康生活」为主题，举办「健康知识讲座」，邀请陈茂堂医师主讲，获得同仁热烈回响。（远纺工业（苏州）／金晶）

**15** 远纺工业（苏州）举办  
 母亲节亲子活动  
 远纺工业／中比啤酒（苏州）于母亲节前夕，在美丽的大运河畔，举办温馨的亲子活动，结合公司的产品，规划一系列互动游戏，同仁带著家人踊跃参加，活动圆满成功。（远纺工业／中比啤酒（苏州）／邹莹）

**16** Mega 50 「望月楼」粤菜餐厅  
 隆重开幕  
 远东集团与香格里拉国际酒店集团合作「Mega 50 餐饮及宴会」，其中位于 48 楼的「望月楼」粤菜餐厅于 5 月 24 日率先开幕，摩登雅致的氛围加上港厨苏权晖掌厨，势将为当地五星美食开创全新里程碑！订位电话：(02)7705-9700。（Mega 50 餐饮及宴会／阎惠媛）

**17** 社群加在地化连结客户  
 远东商银推出分行 LINE@ 官方帐号  
 远东商银为贴近客户的生活圈，推出全新的分行 LINE@ 官方帐号，首波以东门分行为试办行，非远银客户也可加入好友，即时接收活动讯息和周边商家优惠快讯，8 月 31 日前，还能参加「周周抽电影双人套票」活动。（远东商银／朱佳琳）

## 18 亚东预拌开辟 混凝土源头管控新视角

亚东预拌4月13日及4月19日，分别于高雄国际会议中心和香格里拉台南远东饭店举行「混凝土采购暨品管研讨会」，呼吁应建立安全验证制度，做好源头管理，同时介绍亚东预拌研发之「炉碴AMS快筛检测法」，希望透过各项专业检验品管，确保混凝土建材品质。（亚东预拌／翁婉玲）

### 公益专区

## 19 新竹大远百打造秘密花园

新竹大远百响应市政府绿化政策，认养卖场旁长廊，并与国立新竹生活美学馆、中华大学景观建筑学系及在地企业携手打造「秘密花园」，4月21日开幕剪彩，提供民众更舒适的休憩空间。（新竹大远百／宋宜玲）



## 20 亚东医院举办 「妈咪亲一下」关怀活动

庆祝母亲节，亚东医院于5月7日举办「妈咪亲一下」关怀活动，现场赠送康乃馨和关怀卡片，祝福妈咪们平安快乐，另安排舒压、指甲彩绘及说故事时间等活动，感谢所有妈妈的辛劳。（亚东医院／卢玫伶）

## 21 远百嘉义店环保月 让爱共生振翅飞

4月22日世界地球日，远百嘉义店邀请民雄装置艺术家赖铭传，利用废弃五金创作装置艺术，并于1F广场展出，借此唤起大众保护地球环境的意识。（远百嘉义店／郭旻芳）

## 22 远百宝庆店化身爱馨夥伴 帮助受暴妇女

远百宝庆店长期与励馨基金会合作，协助受暴妇幼展开新生活，4月23日于公益记者会上宣布启用「爱馨小屋」捐款模式，邀请顾客以小额捐款、捐赠发票，为励馨妈妈们加油。（远百宝庆店／李秀钰）

## 23 远传电信X董氏基金会 公布「儿 少鼓励语词与情绪关系」大调查

远传电信关心儿少情绪教育迈入第三年，4月19日携手董氏基金会公布「儿童青少年鼓励语词与情绪关系」大调查，发现学童表达鼓励相关语词时，会有性别、年龄的差异和目的性。未来双方将持续前进校园与偏乡推广情绪教育，嘉惠超过3500位学童。（远传电信／何思纬）



绩优荣誉榜

24 远东百货入围「Brand Asia 亚洲影响力品牌」

EOL 东方线上消费者研究集团、日经 BP 顾问公司，以及《经理人月刊》首度跨海合作举办「Brand Asia 亚洲影响力品牌调查」，远东百货入围百大品牌之列。（远东百货／郑嘉蕙）

25 远东新世纪与太平洋SOGO百货双获《远见杂志》CSR企业社会责任奖

第十二届《远见杂志》CSR 企业社会责任奖颁奖典礼 5 月 3 日登场，邀请吴敦义副总统莅临颁奖，远东新世纪公司因节能环保行动勇夺「传产制造组」首奖；太平洋 SOGO 百货则在商品安全上建立通路典范，拿下「公益推动类」楷模奖，分别由徐旭东董事长与黄晴雯董事长代表领奖。（编辑室辑）



26 远纺工业（苏州）荣获「安全生产先进单位」

苏州新区 2015 年度「安全生产先进单位」共有超过 2 千家企业进行评选，远纺工业（苏州）脱颖而出，为 20 家获奖企业之一。（远纺工业（苏州）／邹莹）

27 富民（达）运输荣获企业社会责任认证金牌

富民（达）运输接受法国 Ecovadis 企业社会责任认证，于 3 月 18 日二度取得金牌荣誉，为全球 2 万多名供应商中的前 5%，同时也是全球运输业推动企业社会责任的模范。（富民运输／黄继贤）

28 元智大学再入榜全球新兴潜力大学

英国「泰晤士报高等教育专刊」日前公布全球建校不到 50 年的前 150 名大学排行榜，由瑞士洛桑联邦理工学院拔得头筹，元智大学则连续多年入榜全球新兴潜力大学之列。（元智大学／饶浩文）

29 亚东技术学院电子工程系荣获「全国电子设计创意竞赛」佳作

亚东技术学院电子系 3 月 26 日参加「第十二届全国电子设计创意竞赛」，林照峰老师指导学生李桦、朱峻贤，以及陈映圻、石玉铨、张峻玮、张咏儒，分别以作品「智慧穿戴狗项圈」和「多功能音乐盆栽」，荣获大专组「资通类」与「综合类」佳作。（亚东技术学院／李玉燕）



30

### 亚东技术学院学生 荣获大专优秀青年

亚东技术学院机械工程系黄浩玮、工商业设计系林嘉柔、电子工程系张竣维、材料与纤维系侯挺智，荣获 2016 大专优秀青年，于 3 月 29 日获马英九总统接见表扬。（亚东技术学院／李玉燕）



31

### 远传经营团队获奖连连 企业永续更上层楼

远传经营团队近日获奖连连，徐旭东董事长于《哈佛商业评论》2016 台湾执行长 50 强中，名列第 14，为电信业者之冠。同时，远传连续二年获列证交所公司治理评鉴上市公司前 5% 佳绩。另为响应「巴黎气候变化协定」，远传也导入「ISO 14064-1 温室气体盘查」，以追求企业永续发展。（远传电信／何思纬）

32

### 远传行动客服 APP 荣获 「数位时代」创新商务二大奖

远传行动客服 APP 今年获得《数位时代》「2016 Future Commerce Awards 创新商务奖」中「最佳全通路体验银奖」及「最佳客户沟通铜奖」两项殊荣，是电信业唯一获奖企业。（远传电信／何思纬）

## 人事异动

33

### 远扬营造高阶主管人事异动



姓名：陈文亮  
 原任：营建处副经理  
 新任：营建处经理  
 学历：中国文化大学建筑系学士

## 端午专区

34

### 香格里拉台南远东饭店 经典府城香粽口碑再献

香格里拉台南远东饭店以剁椒带子海鲜粽创意领航，集结历年评选佳绩的梅干烤



方裹蒸粽与香椿群菇素食粽，抢攻端午市场。另有三款香粽礼篮 880 元起，还有「粽爱礼篮」公益爱心粽，凡购买一篮，饭店即捐赠 100 元，订购专线请洽 (06)702-8854。（香格里拉台南远东饭店／刘冠吟）

35

### 爱买香粽开卖 强打健康食材

爱买端午粽热闹开卖，除了各式传统台湾粽、创意口味粽之外，看准健康趋势高涨，今年爱买特别引进 4 成五谷食材粽，包括：栗子肉粽、五谷米素粽、珍谷菇菇素粽、樱花虾山药粽等；此外，高档粽也有 3 成新品，例如：海鲜小卷粽、XO 酱干贝粽、鲔鱼干贝粽等，以特殊口味抢客。（爱买／许峻维）

36

香格里拉台北远东饭店「粽」夏飘香

迎接端午佳节，香格里拉台北远东饭店献上八款顶级美粽及三款礼袋，包括八宝和牛极品粽、牛肚菌菇伊比利猪肉粽、紫米地瓜粽，以顶级食材掳获饕客味蕾。三款礼袋内含：笋尖烧鸭粽、松子肥牛粽与紫米奶黄粽等美味组合，每款售价 NT\$888 起。订购专线 (02)2376-3278。（香格里拉台北远东饭店／颜廷芝）

37

远百端午创意出击 美丽、健康摆第一

远东百货端午礼品以「美丽、健康」为主轴，应景的粽子不仅网罗香格里拉台南远东饭店、晶华酒店等顶级名粽，还有独家的佳宜肉粽「鹤鹑芋香粽」、傻瓜肉粽「五谷米养生粽」，以及全国冠军的石碇一粒粽「樱花虾鲜芋粽」，欢迎至全台异国美食馆「FE21' World Gourmet」（嘉义店在 6 楼 FET 专柜）选购。（远东百货／郑嘉蕙）



好康报报

38

远駢思创「咖啡行者」不銹钢行动咖啡滤杯推出集团专属优惠

远龙不銹钢自有品牌「远駢思创」推出专利不銹钢行动咖啡滤杯，重量仅 227g，杯身采用食品级 304 不銹钢，上下盖则为食品级矽胶材质，不銹钢金属滤网可保留咖啡油脂，风味更佳，且无滤纸残留漂白剂与萤光剂问题，专利滴水杯更兼具量杯与模拟手冲韵味的功能。现推出集团企业专案价，详情请洽：李承学先生 (07)975-7988 Ext:112，Email: chengshiue@ylss.com.tw。（远龙不銹钢／李建兴）



39

香格里拉台北远东饭店推出远东人夏日优惠住房方案

暑期旅游旺季将至，凡远东关系企业同仁以及访客，8 月 31 日前（不分平、假日）入住香格里拉台北远东饭店豪华客房，皆可享每晚 NT\$5,800 优惠价（含 5% 政府税与 10% 服务费），另提供一客自助式早餐。预约电话：（02）2376-3266。（香格里拉台北远东饭店／林忠毅）

# GoHappy欢庆9周年 「改变」迎接 全通路时代

亚东电子商务／林雅菁

孵于实体、长于网路的「GoHappy 快乐购物网」将在6月迎来9周年的生日，9年来，身为远东零售体系电子商务的领头羊，GoHappy面对快速变化的网路世界，不断以高弹性及开放的步伐，勇于改变、接受各种球路的挑战。

「改变」看似简单，实则要有勇气尝试各种未知的可能，也要在当下做出智慧的判断。本人自2014年正式接任总经理乙职，即不断鼓励同仁们勇于改变，更在许多决策中率先进行「改变」。虽然改变的过程难免面临阵痛，如今却也慢慢品尝到丰硕、欢欣的果实。

GoHappy改变的第一步，即调整供应链管理及品牌整合。根据EZprice台湾前十大网路购物平台商品数评鉴调查，GoHappy暨2015年挤下Yahoo购物中心，2016年1月再度挤下momo购物网，跃升至全台第二名，能够有此佳绩，得力

于各部门的配合及策略上的缜密规划。另外，我们也将消费者最在意的「商品力」及「价格竞争力」两大重点，整合并促成各类特色频道，包括：提供24小时全网最低价的「无敌大好康」、以揪团争取下殺优惠的「来来来大团购」，以及最大线上outlet「品牌特卖汇」。

考量目前网路市场经营重点更重视服务及忠诚度的建立，因此，GoHappy积极经营会员的差异化服务与社群的互动，Facebook粉丝专页自2016年起，加深内容的经营，不仅穿插办公室的趣事取代以往洗脑式的商品促销，更将粉丝专页小编角色形塑为「Miss购」，并仿效电视购物播报方式，以影音推荐商品，提升粉丝的兴趣，果然在互动率、粉丝数及导购业绩上，都较去年更为亮眼。

此外，GoHappy「实体优惠通」也于5月份正式上线，我们与各类品牌合作，以限量优惠下载、帐户查询功能及网路社群散播为重点，整合消费资讯及独家优惠券，提供online的优惠曝光，并导引消费者临柜消费体验。期能借此频道，开启虚实合作的第一步，正式接轨「全通路时代」。

电子商务可说是网路经济形成的桥梁，而GoHappy更身负「协助远东集团建立生态圈，帮助零售关企虚实整合」的重要使命，未来我们将持续透过改变、创新，为集团扩大营业效益，也让消费者真正感受「好买、好逛、好优惠」的服务。

# 打破劳保天花板， 退休金变多！

远东新世纪／杨惠伦

**劳**保投保薪资是作为计算保险费及各项保险给付金额之基准，适度调高上限金额，可增进劳工请领给付之权益。然劳保投保薪资上限自 2006 年修正迄今，已逾 9 年未调整，仅管该段期间基本工资已调高多次，上限金额却多年未动；且自 2006 年至 2014 年止，消费者物价指数累计成长率已上涨 10.6%；另各业受雇员工每月平均薪资亦从 40,289 元提高为 45,884 元，增加 5,595 元，显示上限金额宜配合调整。因此，劳动部宣布，劳保投保薪资上限自 2016 年 5 月 1 日起，调高至新台币 45,800 元。

依据劳保局统计，2015 年底劳保加保人数 1,008 万人，其中投保 43,900 元等级为 250.7 万人，占总人数 24.8%。过去有「劳保天花板」之称，乃由于劳工薪资即便高于 43,900 元，也仅能以此金额投保，导致保费和给付额度偏低。预估本次修正后，将有约 213 万人受惠。

对于劳资双方保费负担部分，劳保局预估，目前申报上限 43,900 元等级者，如薪资所得确实超过该金额，未来应以 45,800 元申报，每月劳工将增加保费 38 元，雇主增加 137 元，相较于给付增加，对劳工还是有利。

劳保的给付包括：生育、伤病、失能、老年、死亡等，其中，失能、老年及死亡三种给付除了一次性给付，也可选择每月领年金，也就是「老年年金」、「失能年金」和「遗属年金」。其他如：就业保险的失业给付、育婴留职停薪津贴等，都是以月投保薪资为计算基准，若月投保薪资上调，给付的金额也将增加。以月薪 5 万元的王小姐为例，生第一胎时，月投保薪资 43,900 元，按原本的给付标准（依照前 6 个月平均月投保薪资一次给付 60 日），可请领 87,800 元的生育给付。一旦月投保薪资上调至 45,800 元，而生育给付的条件不变，未来第二胎的给付金额可提高为 91,600 元，增加 3,800 元。

至于大家最关心的劳保年金，若以旧制的「一次请领老年给付」投保年资满 30 年、最高 45 个基数推算，给付可增加 85,500 元；若选择请领老年年金，则每月可多领 883 元。由于请领年金需采计投保薪资最高的 60 个月，因此预计 5 年后才能看出影响。（资料来源：劳动部、yahoo 理财、联合新闻网）

# 数位时代 远东商银打造贴近 生活的金融科技

远东商银 / 周昕妤

金融科技 (FinTech) 来势汹汹, 「破坏式创新」挑战既有的金融与消费行为。因应数位化浪潮带来物联网、大数据运算、新兴支付、区块链……等蓬勃的金融商机, 金融业也正全面数位化, 而金融科技就是金融业升级的重要关键。面对此趋势, 远东商银亦积极加速数位转型, 于今年年初成立数位金融事业群, 以「bank in your hand, anytime, anywhere 远银服务 e 手掌握」为愿景, 提供民众生活相关的数位金融服务。

## 与生活相关, 民众才有感

金融科技正在悄悄翻转你我的生活, 远东商银于 4 月进行数位趋势市场调查, 结果显示, 五成三的民众期待「人工智慧」改变人类未来生活。Google 的 AlphaGo 战胜南韩九段棋王李世, 为人工智慧写下崭新的里程碑, 而随著智慧型手机使用年龄层不断攀升, 依赖 iPhone 的 Siri 与 android 的 OK google 功能者日渐增加, 各大企业也积极投入人工智慧的研发, 未来人工智慧将有无限的发展空间。

可惜的是, 2015 年投资超过 1,200 亿美元的「金融科技」, 只有不到三成的民众有感, 就连目前最夯的「大数据」与「区块链」议题, 因与民众连结不深, 得票率更低。幸亏还有「行动支付」受到四成二的民众认同。尤其手机已是大

部分人的生活必需品, 只要一机在手, 万事皆可 e 指搞定。

## 金融业开始重视自有媒体

金融业为了要让民众有感, 开始积极布局社群媒体管道, 以达虚实整合全通路的服务目标。远东商银从远东集团「生活 HAPPY 多一点」的概念延伸, 以「远银 Happy+」为粉丝团命名, 取意「远银粉丝团快乐无限加」, 谐音又是「远银 HAPPY 家」, 塑造远东商银提供快乐生活的形象。「远银 Happy+」内容丰富, 除了提供远银活动讯息, 亦包含: 美食、购物、旅行、时事……等粉丝关注的话题, 并透过不定期举办粉丝专页活动, 加强与粉丝互动。以三月份的白色情人节为例, 就创造破 3 万人次曝光, 获得 3 千则以上的留言及分享。



## 远东商银 2016/4 调查：哪些数位创意将大幅改变未来生活？

票选项目排名	票数	得票率
1. 人工智慧 AI	402	53%
2. 移动支付 Mobile Payment	325	43%
3. 物联网 IoT	271	35%
4. 虚拟实境 VR	234	31%
5. 云端运算 Cloud Computing	231	30%
6. 金融科技 FinTech	213	28%
7. 大数据 Big Data	183	24%
8. 穿戴装置 Wearable Devices	161	21%
9. 区块链 Block Chain	76	10%

今年 4 月，远东商银另推出「VIP 专属 LINE@ 官方帐号」，借由专属的私密空间，提供 VIP 客户最新、最即时的优惠讯息，还有不定时的互动游戏。甫推出即吸引超过 3 千位 VIP 客户加入，以 4 月推出的「美国队长 3」电影包场抽奖活动为例，客户参与度高达四成。

此外，考量各分行地域特性不同，客户行为及偏好亦有差异，远东商银特别于 4 月推出「分行 LINE@ 官方帐号」，由个别分行经营 LINE@ 帐号，以提供符合当地客户需求的服务内容，并且进一步结合在地商圈店家资源，让分行的客户可

以透过 LINE@ 即时收到商家优惠，也为商圈店家提供一个迅速有效的沟通管道，共创双赢。首波以远银东门分行作为试办，由于该行地处永康商圈，附近知名店家众多，除了分享最新优惠存款活动、投资趋势、分行理财讲座……等银行产品相关讯息，也提供周边合作商家各式优惠，只要出示手机 LINE@ 帐号中的电子优惠券，即可享受店家专属折扣或礼遇。目前已有度小月、乐面屋、杓文字、汤玛仕肉铺、王德传茶庄、诚记越南面馆、芒果皇帝冰品、小茶栽堂……等多家业者加入合作。未来远东商银其他分行之 LINE@ 帐号亦将陆续上线，以充分融入客户数位生活，并持续以内容行销的方式经营社群，整合更多自有媒体，强化与客户沟通的管道。

金融业在数位浪潮中，感受到转型的急迫压力，有鉴于金融科技议题乃近来全球性的产业发展重点，国内纷纷推出许多实验性的数位金融服务，只可惜实际上使用者并不多，且与使用者的习惯有落差。面对金融科技一日千里的发展，金融业应慎思而不迷思，未来，远东商银将落实金融科技于生活之中，以客户体验为优先，提供生活化的金融科技服务，走出属于自己的路。



- 1 扫描 QR code，加入远银 HAPPY+ 粉丝团
- 2 扫描 QR code，加入远东商银 VIP LINE@ 好友
- 3 扫描 QR code，加入东门分行 LINE@ 好友，4/18 ~ 8/31 每周抽威秀影城电影双人套票

# 2016 春夏女鞋 个性当道

远东百货 / 郑嘉蕙



女人的鞋柜里永远少一双鞋，随著春夏新季到来，女人们的双脚又蠢蠢欲动。2016 春夏女鞋魅力无法挡，亮眼、优雅、运动、金碧辉煌……样样吸睛，绝不会让你的双足沦为配角！快跟著「流行网」的脚步，一探时尚舞台上，有哪些鞋款可以展现你的独特个人风格，打造最吸睛的足下风光。

## 【闪亮霓虹】

时髦的萤光运动鞋款，展现让人为之惊艳的深刻印象，和运动装扮及透明高跟鞋巧妙结合，表现出摩登、青春、大胆、有趣的创意设计。炫丽闪亮的霓虹，任谁也没有办法将目光移开！不论是运动或性感，萤光绿黄、萤光蓝这般霓虹饱和的色彩，总能让人印象深刻。在服装搭配上，建议选择有部分同色系萤光霓虹的元素，让春夏更加活力四射、电力十足。



萤光绿、黄霓虹，带出春夏的前卫电力 / ALDO 提供

## 【法式风尚】

这一季强调的优雅与时尚，让每个女人化身饭店里的名媛贵妇或是伸展台上的模特儿。其中，粗跟鞋、蝴蝶结装饰的露趾短靴、驴蹄跟踝带凉鞋、魔鬼毡条带及穿孔设计的运动鞋、两片式的麻底帆布鞋，最能表现这股法式风尚。淡棕色、黑色、褐色、铁锈色，抑或是饱和度高的鲜彩，在皮革、麂皮和丰富的混和材质中，大展优雅与浪漫。



充满戏剧张力的蝴蝶结、洋溢青春活力色彩，展现浪漫法式风尚 / ALDO 提供

## 【跨界个性】

跨界运动元素在 2016 年依旧火红，结合了高跟鞋与运动鞋款的外观，前高后高的设计，在视觉上更具修饰功能，或是利用编织绑绳搭配镂空的设计，亦可创造俐落摩登的时尚感。

春夏喜欢强度假与自然的随兴，潮流休闲 Mix 时尚摩登，以气势十足的粗跟、夸张厚底……等元素，展现俐落简约的现代感，同时有一种随兴的自信，个性光芒尽现。

流苏在 2016 年春夏持续发烧，为整体装束增添话题。无论是单色的平底凉鞋或色彩明亮的厚底鞋，一抹流苏缀饰就能完美演绎奢华不羁的波希米亚自由率性。



跨界运动风方兴未艾，俐落摩登的个性潮流休闲鞋，建议售价 6,580 元 / Jeffrey Campbell 提供

## 【春风姿态】

春天是花的季节，自然风格的各种姿态表现在鞋履上，最适合不同主题的派对。珊瑚色、桃红色、黄绿色、白色……等粉嫩缤纷色彩尽出，雷射雕花设计与精致细节，在春暖花开时，更能绽放女性优雅浪漫的时尚气息。

新世代女性主义轮廓，以完美弧型切割比例的设计，结合蕾丝、水钻、镂空、金属质感，加入柔和灰粉和宁静粉蓝色系的色彩，搭配充满戏剧张力的蝴蝶结及饰扣，从马卡龙色调到时尚前卫的金属光泽一次掌握，呈现沉静、温柔却有力量的女性柔美。

雷射雕花是柔美气质的最佳搭档，无论是露脚背凉鞋、平底鞋或中跟高跟鞋的皮革鞋款，都可以嗅到春天的气息。



心型镂空高跟鞋温柔迷人，建议售价 4,580 元 / NINE WEST 提供

## 【璀璨耀金】

犹如女神降临，伴随著闪耀金葱的时尚单品，可以提升并展现奢华摩登魅力，从时髦的平底鞋、凉鞋，到细跟高跟鞋和厚底橡胶平底鞋，都能完美呈现亮丽抢眼的视觉感，开启魅力四射的一季。

这股穿金戴银的风潮主要以金、银色和水钻搭上黑色，辅以皮革、合成皮和闪亮材质，打破时尚和运动之间的藩篱，属于春夏闪亮亮的华丽就是这么充满魅力。



水钻在细跟高跟鞋上华丽闪烁，呈现属于春夏的闪亮魅力 / AS 提供

# 这样吃 很粽要

亚东医院营养科／赖玉钏营养师



亚东医院营养科／赖玉钏营养师

**随**著健康意识抬头，慢性病的饮食预防及控制更形重要。病人在节庆聚会时常面临两难的情况，既想要尽情享受节庆饮食，又希望兼顾疾病的控制。针对民众在端午节常见的问题，本期「保健网」详细解说如下。

## Q1：我没有任何慢性疾病，粽子及应景食品多吃没关系？

粽子不易消化，一天至多吃一～两次为宜。粽子所使用的糯米含有支淀粉，不易消化，加上粽子含油量高，容易引起肠胃不适，对于消化性溃疡、胆结石，或是消化机能较差的人来说，更应控制摄取量。

## Q2：自制粽子时，在食材及作法上应如何调整，才能低油、低糖、低盐、高纤维？

可以纤维含量较高的淀粉类取代糯米。糯米是粽子的主要原料，但本身纤维含量少，建议改用五谷米、糙米、燕麦、

薏仁、山药、紫米、红豆、地瓜、莲子等食材。另外，也可以加入香菇、牛蒡、凉薯、茼蒿、葡萄干、蔓越莓干等，增加蔬果的比例；同时，以瘦肉、清鸡肉、黑豆、黄豆及素肉块、豆干丁等豆制品，取代肥猪肉、咸蛋黄，除了能减少油脂，还可摄取黄豆制品的优质蛋白质，且不用担心胆固醇。至于花生、腰果、松子、亚麻籽等坚果类，由于富含不饱和脂肪酸及多种维生素及矿物质，酌量添加更健康。此外，馅料建议用卤的方式取代猪油炒香，搭配香菇等新鲜食材提味，减少菜脯等腌渍品，以维持丰富的口感及风味。

## Q3：糖尿病患者为何吃粽子容易造成血糖过高？如何调整才能兼顾血糖稳定？

1. 依照营养师建议的份量食用，每餐约一颗为宜。例如：将正餐可食用的主食类及豆鱼肉蛋类分开计算，以一般台式咸粽的大小为例，一颗约含 60～90 克碳水化合物（相当于 1～1 碗半饭）。糯米与白米比较，相同体积时，糯米比

白米更重，代表两者在相同淀粉含量时，糯米可摄取的份量比白米略少，建议患者找与平日正餐所食用饭量大小相似的粽子。至于五谷米、栗子、山药、莲子和薏仁等馅料虽然比较健康养生，但仍属于淀粉类，必须控制食用份量。

2. **先吃蔬菜、清汤等，以增加饱足感。**每餐务必搭配足量的蔬菜、清汤类、水果等，即可避免食用过量的粽子。

#### Q4：粽子种类繁多，选择何种粽子比较健康？食用时必须注意哪些事项？

1. **心血管疾病及糖尿病患者可选择含油量较低的咸粽或台湾南部粽**，但南部粽若有五花三层肉内馅，则含油量仍偏高，应特别小心。

2. **减少摄取过量饱和脂肪及胆固醇。**粽子中的五花肉、蛋黄等，容易使血脂升高，建议心血管疾病及糖尿病患者每星期勿摄取超过两个蛋黄，此外，肥肉也应该忌口，尽量选择瘦肉。

3. **避免多余热量及糖份。**糖尿病患者及欲控制体重者，吃硷粽时，可以代糖取代砂糖、蜂蜜，减少糖份及热量的摄取。

4. **减少盐分摄取。**咸口味的粽子通常馅料已有咸度，特别是高血压及肾脏病患者，尽量不要再沾甜辣酱、酱油膏等调味料。

#### Q5：「养生五谷粽」对所有人及慢性病患者来说，都是最健康的选择？

**肾脏病患应避免吃五谷米粽。**虽然五谷米富含多量谷类、豆类，看似比糯米粽健康，但由于「磷」的含量偏高，因此慢性肾脏病患反而不宜，且根据研究显示，早期控制饮食中的磷摄取量，可以延缓肾功能持续恶化，当血磷过高时，容易造成皮肤搔痒、骨骼病变，应多加留意。含高磷的食物包括：花生、绿豆、栗子、薏仁、莲子、蛋黄、芝麻等。此外，建议未透析的慢性肾衰竭患者另需控制蛋白质摄取量，以延缓肾脏持续恶化，含高蛋白的食物包括：猪肉、干贝、鱿鱼、蛋黄、豆腐皮、豆干、百页豆腐等。值得注意的是，五谷米中所含的蛋白质也高于一般糯米，平均一个咸粽约含半两（份）～1两（份）的豆鱼肉蛋类，须列入份量计算。

#### Q6：痛风患者需注意哪些事项？

**减少肉类、油脂以及含高尿酸食物的摄取。**根据最新研究，高油、高热量饮食及肥胖所造成的痛风之发作及高尿酸血症，比豆类产生的影响更大，因此端午节食用粽子时，须避免摄取过量肉类及油脂、暴饮暴食，甚至饮酒。另外，含高尿酸的食物，例如：虾仁（米）、香菇、鱿鱼、蚵仔、五花肉，也应尽量排除。

建议慢性病患在欢度节庆及聚会时，仍应保持平常心，控制饮食并浅尝即止，保持营养均衡，不仅可以享受过节气氛，同时让健康无负担！

# 「远东人开讲」： 粉丝大声说

编辑室辑

## 【一】

粉丝团已逐渐成为生活中不可或缺的朋友，不但能获得最新的商品资讯、特惠商品、限时优惠活动，还可 tag 好友参加抽奖，让我轻松跟上流行趋势。有时候，从其他粉丝们的回文，还可得知商品、活动的热门程度，以及是否实用，俨然成为流行趋势的看板。记得有一次，在粉丝团看到一款保养品，下方推文全是正面评价，真想立刻购买，经过一天的思考后，觉得事有蹊跷，经过网路资讯的交叉比对，赫然发现，原来推文的粉丝全是该公司员工，想当然耳，我已经退出这个粉丝团，因为它不够贴近消费者的心声。（远鼎公司／张佳颖）

## 【二】

我订阅的公众号可分为两大类，一是新闻／产业资讯类，如：南洋视界、环球时报、新浪新闻、狮城一站式、航运界、Marine Insight……等，内容丰富，更新及时，对于工作与生活颇有助益；另一类则是明星们的公众帐号，虽然称不上

社群平台的普及，为个人与企业、品牌，提供更多的交流管道。您曾订阅（关注）过哪些企业、品牌的官方粉丝团（公众帐号）？您最希望从粉丝团中获得哪些讯息？本期将由海内外的远东人与大家分享粉丝心声！

是铁粉，对于他们的生活动态仍是喜闻乐道，最希望知道他们近期是否有新节目、新电影、电视剧或者新歌上线。对于粉丝团比较失望的是，评论里经常充斥著各种不理性的发言，尽管网络世界看似自由，还是希望大家能成为有礼貌的网路公民。（裕民航运（新加坡）／Eileen）

## 【三】

我最喜欢看「烘焙」、「平价服饰」相关的粉丝团，因为前者可以得到烘焙的知识，也可以看到老师们的新作品及私人配方，遇到问题，还能请老师线上或私讯解答；而后者则常常有特价优惠活动通知且尺寸齐全，取／换货亦可在超商完成，对于忙碌的现代人来说，真是超级方便！（亚东医院／王雅丽）

## 【四】

我很喜欢喝咖啡，因此加入了星巴克粉丝页，前阵子从粉丝页得知，星巴克将举办精品咖啡设备展，除了教导粉丝如何挑选好器具，并将介绍许多来自国内外

不同设计品牌的咖啡设备，以及如何调制一杯属于自己的手冲咖啡……等。不仅如此，星巴克粉丝页也经常公告新上市的产品，让粉丝们第一时间了解产品特色，收看粉丝页的同时，我会很期待能找一个晴朗的假日午后，前去享用一场精致的咖啡响宴。（鼎鼎企管／陈立凯）

### 【五】

本人较常使用 Facebook 来订阅生活资讯、语言或专业知识等类别的粉丝团。例如，喜欢的店家（独咖啡自家烘焙坊）或民宿（小半天野菜园民宿）、航空公司的促销活动（台湾虎航）、旅游讯息分享（背包客栈）、公众人物（林杰梁）、公益团体（新竹捐血中心粉丝团），以及有助于了解时势又能加强语言能力的社群（看 BBC 学英文）……等。在众多粉丝团中，我最喜欢有专人负责经营，能即时更新及分享相关新知的粉丝团；最失望的莫过于所分享的讯息与粉丝团设立的宗旨无关。（元智大学／吕韦禧）

### 【六】

在 Facebook 粉丝团中，我喜欢「VOGUE Taiwan」，因为 VOGUE 是时尚的指标，经常带领粉丝们探索流行时尚穿搭、美容美发、瘦身健康、休闲运动，也常介绍国内外的最新资讯。另外，现代人越来越注重养生之道，我最近也加入了「良医健康网」，粉丝团每天都会分享

正确的健康观念，有助于自我照护保健。（台中大远百／童雅莉）

### 【七】

我很喜欢高雄市劳工局经营的「小劳男孩向前行」FB 粉丝团，活泼的运用虚拟人物「小劳男孩」来宣导各项劳工政策与劳工权益，增加了我对相关领域的专业知识，此外，还有以下几项特色：

1. 搭配各种时事议题，利用图片或问答方式，提高与粉丝的互动。
2. 图文并茂，提供有价值的资讯。
3. 举办好康活动，增加粉丝黏著度。
4. 对于粉丝的留言或问题都能即时且精准的答覆，让粉丝揪甘心。（远传电信／廖翊淇）

### 【八】

我在 30 年前加入中华邮政板桥集邮社，邮局每个月都会寄来新发行的小全张及首日封，近年邮局陆续推出邮政商城与网购中心，还有 LINE、邮政 APP 等，电子交易的内容，不仅包含旧有的集邮讯息和邮政博物馆，更提供日常生活百货的网购，也让我们这群老粉丝从单纯的集邮粉丝，扩大成一群全方位百货商品的粉丝，就连从大陆来台旅游的粉丝朋友，都不忘到邮局窗口消费；不克前来的大陆粉丝们，也会借由邮政网站购买新发行的邮票百货，大大造福了我们这群粉丝。（亚东石化／高梓林）

# 纪念银行业的 传奇人物—— 洪信德总经理

芮娜

老天以迅雷、震撼的方式，忽地让他结束在远东商银的服务；别人没有料到，想必他自己也是。他一生秉持著人定胜天的意志力，开疆辟土，战功不尽，但是这一次，老天要他休息，替他做了可能是总经理任上最重要的决定。

印象中，他始终在工作，会议、访客、批示公文、饭局……等，满到不能再满。经常会议结束，大家筋疲力竭，而他，却和另一批人，展开下一场会议。每次出差、巡视，行程也总是安排得密不通风，即使召集部属聚餐，谈的也都是公务，督促业绩。每位参加聚餐的主管，都得私下准备一张小抄，因为不晓得他会问哪个数字，加上他的记忆力特好，问题范围特广，问得部属即使没有食不下咽，也是坐立难安。经常聚餐结束，回到家里，根本记不得今晚吃了什么？

他年轻时，仅凭著大学毕业的文凭，却能在以硕士为主管骨干的花旗银行，获擢升至台湾华人难以企及的境界：派到花旗的海外分支机构工作，个中的原因不外是勤劳和学习。他学习新知的广度和毅力，令部属汗颜，也始终弄不懂在满档的公务行程之外，他何来充电的时间？倒是很多传奇的学习故事广为流传，例如，他把外商银行厚厚一本英文作业手册翻译成中文，再自行翻译回去成英文，相互比较差异，以求改善英文能力。此外，他教导部属「做中学」，还鼓励学院进修，取得EMBA学位。近年来，更推动以英文成绩和简报作为晋升的基本条件，因为他深信，在国际化的环境中，企业不具备「本土+国际」的双文化，终将被淘汰。即使部属建议，不是每个人都有能力和意愿晋升到总经理，他仍不改其志。担当他的部属，在被严格要求的当下，心中或有挫折，但是日后感恩者不在少数，更希望以此自勉，开枝散叶。

他批示公文钜细靡遗，总是让部属疑惑：「他怎能看那么细？」、「他怎么可以想到那么多？」然而，每次的批示当中，又能从不同的角度，读到他坚持的原则。他质疑的重点，彷彿预言，常在往后的发展中应验。即使没有指示，他也会抓出错字以及不当的用语。他的用字遣词，常令文书论述瞬时画龙点睛，高下立判。这份功力，主要来自长年阅读



的吸收、对公务细节的掌握，以及丝毫不倦怠的精神。有些部属与他之间形成特殊的「竞赛」，当重要的公文被批准，或者被挑出较少的缺失时，即是某种程度的胜利与成就。

他很坚持原则，心中定见已成，难再撼动，这是大部份高阶管理者拥有的特质。然而，他又不轻易显露他的决策逻辑，经常循著情势的变化，调整前进的步伐。除非对他有深入的了解，否则很难一窥庙堂的奥妙，好似高深的棋手，已经计算了好几手，旁人还在迷雾当中。在管理上，这种现象很容易形成周遭人际关系的紧张；但对他而言，沟通是大家意念的连结，而不是语言的妥协。这些特质的组合，必须有个高瞻远瞩的长官，才能让他挥洒自如，游刃有余。幸好集团里有位伯乐，加上他诚勤朴慎的工作习惯，以及创新的见解，天时、地利、人和，造就了台湾银行史上任期最长的总经理。

他的疾病来得出乎意料，然而事后诸葛，回想病发几个月前，他已罕见地

在会议中露出疲态，会议频率不变，会议时间却越来越短。原以为是他的精神体力不敌岁月，殊不知疾病已经悄然而至。罹病期间，他维持一贯的神秘风格，即使亲近的人亦不知详细病情，部属仍接到各种非正式的批注意见，令人以为他的病情不重，却不知他是带著鼻胃管，口齿不清的说话，手执钢笔困难地写字。有人说他生病了还抓著不放，却很难理解他在经验臻于成熟的开端，50岁上下加入远银，将他最精华的20年给了远银，好似养育一个小孩到了成年，呵护之深，期盼之重，如何割舍得下？

他称得上是银行业的传奇人物，纵使传奇人物常有两极的评价，然而，随著时间巨轮的前进，一切终将归于尘土，只剩茶余饭后，各自解读。不过，大家容易记住传奇人物如何从职场走下舞台，以及如何从人生中退位。他以充满神秘、带点戏剧化的方式，一次完成两项，倏忽而终，让喜爱他的人来不及道别，让批评他的人顿时哑然。只能说老天安排，自有深意。



# 翘脚时光的大心风景

远东百货 / 郑嘉蕙

全台「南风天」室内大反潮上电视新闻的那天早上，我在家不慎脚一滑、踝一扭，整个人跌倒，右脚踝里边骨头、三角韧带错位；外边两处骨折、断成三截。急诊时，医师先为我打上石膏、冰敷 6 天，等消肿开刀后，再上石膏，从此展开一个多月翘著石膏脚的时光。

生平第一次骨折，这才知道原来打上石膏和止痛并不划上等画，为了伺候著得时时高挂、冰敷、碰撞不得、左右一晃就痛得要命的石膏脚，我整个人就像废了似的，除了翘脚之外，啥事都难！

意外后的周一，先生上班、孩子上学，裹著石膏脚的我，睡到自然醒。起床后，看到 9 岁女儿帮我准备好的早餐，两个保温杯里分别装著咖啡和温水，连营养食品都没忘记。她在回收纸上画著这些安排，却让我一看到纸条、早餐便落泪……

谁这么大的胆子，敢上班翘脚、办公翘脚、开会翘脚，连和总经理开会也不例外？！

中午，门铃响起，我慢慢拄著椅子前去应门。原来是老妈煮了鱼汤，外加自制优格和饼干，差遣老爸来送餐。两老怕我饿著，又叮咛我要多喝鱼汤补充蛋白质和钙质，看著一锅热腾腾又鲜美的鱼汤，午餐外加下午茶，我再度红了眼眶。

骨折后第 6 天，进入开刀房，将钢板和钢钉置入右脚踝外侧固定，同时把左侧错位的骨头和三角韧带归位，术后留下一道 10 几公分的缝线伤口，深及见骨的伤口，不定时发出阵阵酸楚。连续几天，我持续依照医嘱，锻链伤肢的四头肌、伸展膝盖，或许是运动加速了血液循环，附近的神经突然苏醒，蜈蚣似的伤口传来一阵剧痛。不想依赖药物的我，咬牙忍痛，眼泪却忍不住流下来。女儿看到我流泪，默默地给我一个吻，并且递来一张纸条为我打气。纸条上写著：「想哭就要大笑，才会打从心底的快乐！」老实说，这个神经大条的女孩，平常没心眼、做事也

鲁莽，这回我一受伤，却突然觉得她一夕之间成熟几分。

出院之后，医嘱要在家换药。先生依照医师吩咐，备妥材料，准备展开「自主换药」。伤口经过碘酒洗礼，神经再度被唤醒，一阵疼痛后，眼泪又簌簌地落下。女儿说：「妈咪，你哭的时候就好像大热天在捷运上看到人家穿羽绒衣，你就会流汗一样，一定有效！」

这段打上石膏的翘脚岁月，先生全权负起照料我的责任。他很细心、很温柔、很有方法地帮忙我，打点每一顿饭、每一哩路，甚至安排每个家具的无障碍空间布局。「死生契阔，与子成说，执子之手，与子偕老。」《诗经》里的这几句话在很多婚礼上都会听到，但是这些日子当中，我看到、感受到，点滴在心头。

开刀第四天，我已经不需要医疗照护，也摆脱冰敷，决定回到工作岗位。办公室 Mega Tower 百扬大楼从门口开始就有无障碍空间设计，让我得以慢慢噜著轮椅、搭配拐杖，在办公室里也能畅行无阻。不过，因为开刀后，伤口组织液不断流出，医师叮咛必须将脚抬高，所以不管开会或办公，我都必须翘著脚，连和总经理开会也得硬著头皮把石膏脚放在小椅子上。

由衷感激主管们对我的包容，还有同事，甚至是 Mega Tower 百扬大楼不认识的上班族、物管人员们，好几次在电梯里遇到不同楼层的同事，大家都主动帮忙，先将我推进办公区，再回到自己的楼层。不管我轮椅噜到那儿，总会有人主动问我：「需要帮忙吗？」、「我帮你推出去！」、「没关系，我帮你！」……这些温暖是翘脚时光中，最「大心」的回忆。

多少次午夜梦回，总希望自己的脚能一如以往的下床踏地，展开一个又一个精彩的日子；不过，这一段翘脚时光也让我感受到诸多美好。也许，这就是上天的安排，让我学会珍惜每个不凡的体验。毕竟，人生翘脚能几回？



# 我的家乡—— 安徽蚌埠

远纺工业（上海）／孟令辉

我的老家位于安徽省蚌埠，拥有悠久的历史 and 灿烂的文化，由于地处淮河流域，史载蚌埠「古乃采珠之地」，故素有「珍珠城」的美誉。

蚌埠四季分明，气候湿润，地貌以淮河为界，分为两个部分，淮河以北为淮北平原区，淮河以南为江淮丘陵区，北部开阔平坦，南部岗丘起伏，堪称泾渭分明。蚌埠市地理位置优越，交通发达，承东启西，不但是京沪高铁和淮南铁路的交汇点，同时也是京福铁路、哈武高铁、哈沪高铁的交汇点，为全国重要的综合交通枢纽，因此有「皖北中心城市」、「淮畔明珠」之称。

作为千里淮河第一大港，蚌埠港为全国 28 个主要内河港口之一，年输送量



达上千万吨，可四季通航江苏、上海、浙江、江西等省市，还能借助已开放港口，通达海外。此外，蚌埠市也是安徽省的旅游集散地之一，区内旅游资源丰富，山水相连，自然风光秀丽多姿，名胜古迹亦十分众多。其中，坐落于蚌埠市淮河北岸小蚌埠双墩村的「双墩遗址」，是安徽省境内的一处早期新石器时代遗址，属于淮河文化的突出代表。相传在 4200 年前，大禹治水时，曾留下「三过家门而不入」的千古佳话。为了纪念他，后人



在荆山上留下一座巨型大禹雕塑，同时在山顶建造一座禹王宫。每年农历3月28日，是当地庙会的日子，人们纷纷从四面八方赶往山顶的庙宇，焚

香祈祷膜拜。沿途还有一些民俗表演，最具代表性的节目当然是被周恩来总理评价为「东方芭蕾」的花鼓灯舞蹈。这是一种流行于安徽淮河一带的汉族传统歌舞，主要以锣鼓打击乐伴奏，舞姿洒脱、豪放、热情、优美，舞蹈语汇丰富，表现力强，群舞时气氛尤为热烈，是中国汉族舞蹈艺术的主要代表之一。而在固镇县近内，还有一处楚汉相争鏖战之处——垓下古战场，留有霸王城、韩信点将台、虞姬墓……等遗迹。当年垓下古城的发现与发掘，还曾被评为2009年「中国十大考古发现」之一。

蚌埠东郊有一片湖泊，相当于四个西湖的面积。相传朱元璋孩提时期曾在这里牧牛，因此称为「龙子湖」。湖内有半岛，岛上有野生动物园，湖的南岸则有一座陵园，是明朝开国将领「汤和」之墓。

淮河风光无限美，其中，风台县峡山峡、怀远县荆山峡、五河县浮山峡为著名的淮河「三峡」。乘船由蚌埠出发，

可一览淮河风姿及两岸的风景名胜。淮河的两岸是被大禹治水分开的「荆涂二山」，山上种满了据传从唐代即开始栽植的石榴。据县志记载：「邑中以此果为最，曹州贡榴所不及也。红花红实，白花白实，玉籽榴尤佳。」可见，荆山（怀远县）石榴在很久以前已是地方特色，其艳丽的色彩、端正的果形、晶莹剔透的籽粒，以及佳美的风味，颇获好评。值得一提的是，石榴具有生津止渴、收敛固涩、止泻止血的功效，因此，如果金秋十月到此一游，不妨到山上摘些石榴尝尝。



说到吃，来到蚌埠绝不能错过烧饼夹里脊和麻辣小龙虾，特别是小龙虾，在当地俗称「蚂虾」，蛋白质含量极高，且肉质松软，易消化，麻辣小龙虾吃了保证让您回味无穷。市区的南山路和青年路的交叉口，有一整条街全是小龙虾的摊商，被誉为「蚂虾街」，欢迎各位朋友前来蚌埠做客！

# 徒步杭州游

亚东石化（上海）／虞荣健

又到了花红柳绿的季节，踏青是个不错的选择。经过技术处同仁的讨论，我们选择周六前往杭州西湖，徒步旅游寻找一份别样的情趣。

徒步不仅可以欣赏沿途的风景，身体也能得到锻炼。经过周密计画，我们决定沿著西湖边，经平湖秋月、断桥、苏小小墓、白堤、茶叶博物馆、龙井村、狮峰岭、九溪十八涧、九溪烟树，最后走到之江路公交站，结束行程回上海。

大家自备干粮和水，早晨从上海出发，经过2个多小时的颠簸，十点多就到达西湖边。一下车，全体欢声雀跃，迫不

急待欣赏起西湖的美景。难怪诗人会说，「欲把西湖比西子，浓妆淡抹总相宜」，这里的景色果然不同凡响，唯一美中不足的是，游人如织，将西湖妆点得过于热闹了。

领队提醒我们要加快步伐，因为接下来的风景更美。带著期望，我们加快脚步，经过一个多小时的行进，抵达白堤，小憩一下，从白堤看苏堤，确实很美。





挥别白堤，又走了约末半小时，到达茶叶博物馆，只见偌大的茶园，采茶工人们正在辛苦采摘茶叶，其间也没忘来张自拍，生活何尝不是如此呢？苦中作乐，苦时亦甜。

下午一点多，来到龙井村附近，大家饥疲交加，于是就近找了家农家饭店垫肚。饱食过后，2点半继续出发前进。从龙井到目的地，必须经过位于龙井南面，距西湖10余公里的九溪十八涧。此地起源于杨梅岭的杨家坞，次第汇合青湾、宏法、方家、百丈、唐家、佛石、云栖、渚头、小康等9个山坞的细流成溪，再经徐村注入钱塘江；十八涧在烟霞洞西南，起源于龙井的龙井村，穿绕林麓，次第汇合许多细流而成涧，九溪十八涧因而得名。

来到龙井村，不得不提及久负盛名的狮峰岭龙井茶，龙井路两边都是卖茶的商家，在店门口支起炒茶锅，现炒现卖。古云：「西湖之泉，以虎跑为最，两山之茶，以龙井为佳。」泡茶时，需要明前的春茶

（清明前采制的茶），加上虎跑的山泉冲泡，才好喝。明前龙井春茶闻起来有股淡淡的茶香，甜中带苦，喝上一口，何尝不是乐事，但是好茶量少，一般人喝不上，坊间标榜的明前龙井茶几乎都是假的，或是以次充好，诚信堪忧。

遇见最美的杭州，不是在西湖，而在九溪十八涧。进入九溪后的路非常惬意，满眼翠绿，中间一条平坦的石板路，溪水清澈见底，感觉十分明朗。九溪烟树是九溪十八涧当中，景色最好的地方，来到此地，令人眼前为之一亮。一汪池水呈现出深浅不一的碧绿色，还有一抹瀑布飞流直下，很有几分小九寨沟的味道。夥伴们忘了沿途的劳累，欢呼「值了，值了」，留下合影作为此次徒步游的永恒回忆。

离开了九溪烟树，半个小时后，到达之江路汽车站。大家卸下装备，闭上双眼，静下心来慢慢品味，在「人间天堂」的每一步都是那样的快乐和充实。



# 永远是个秘密

亚泥（中国）／胡士朋

连日几场大雨过后，公园的毛竹林里，窜起了高高低低十几根竹笋，高的几达一米，包在深棕色的笋壳里，子弹似地矗立。再过不久，这些笋壳就会褪去，翠绿色的毛竹将在春风中恣意招展。这个竹林很小，移栽于多年前，往年都悄无生机，直到去年才猛然苏醒，今年更是以爆发的态势，毫无保留地展示它逐渐旺盛的生机。

然而，就在毛竹林的旁边，一丛窝竹却悄悄在去年的寒冬中终结。今年春风开始吹拂的时候，窝竹的绿叶渐渐转黄，没多久，黄叶一片片地飘落；等到毛竹萌发的时候，窝竹只剩下枯槁的竹竿伸向天空，落在地上的黄叶大半已被风带走。

到达毛竹林前，有一片水杉林，碗口粗的水杉直直挺立，它总是每年春天绿了，秋天又黄。有一棵水杉死去了，只

留下一个半尺高的树桩，腐烂成了黑褐色，支离破碎。每次看见那个树桩，我总忍不住想，这棵树生前该是如何高大、如何挺拔、如何与风霜雪雨对抗，又如何阳光雨露中生发。然而，我从来没有在它生前见过它，它所有的旖旎风光，对我来说，已经永远是个秘密。

我的大外公，也是一个像树一样挺拔的男人，在当地的传说中，他年轻时就像是梁山好汉。不过，从我懂事起，他就已经弯了腰，走路时需要拄两根拐棍，尽管如此，他依然强健有力，每天像年轻小夥子一样干活和喝酒。大外公喜欢跟我们这些晚辈讲故事，特别是他如何逃过抓丁拉夫。一次，有四个人埋伏在路上，趁他路过时，突然冲出来将他按倒在地，结果他一发力，就将这四个人掀飞，他们没敢再惹他，落荒而逃。还有一次，他和一群工人被人用枪逼住，其他的人都被抓走，唯有他装作结巴得以幸免。每每他讲到这两个故事，总是哈哈大笑，得意非凡。

即使如大外公这么强悍的男人，也有离去之时。他过世之后，我去给他上坟，在一片深山密林之中，必须穿过长长的、布满苔藓的羊肠小径，才能到达他最终的栖息地。林木阴森，荒草腐败，虫鸣风啸，一抔黄土耸立，一段彪悍的人生就这样轻易地被掩埋。



死去的窝竹在去年夏天招展的身影，我已不太记得，今年春天黄叶飘飞的模样，也渐渐在记忆中模糊。不久后，它将被人砍去，也许等到下一丛窝竹在这个地方蓬勃生长的时候，我就会忘了曾经有一丛窝竹也在这里生活过，而那些与它为伴的树、花、草、昆虫和鸟，也会忘了它曾经在这里生活过。

水杉早已死去，窝竹也已死去，刚刚萌发的毛竹，有一天也会衰败，然后死去。它们留给这个世界的印记，将随著它们的腐烂，再也找不到踪影，而他们留给我们的记忆，或许也将从鲜明逐渐转为淡薄，直至消失。关于它们的一切，最终会成为秘密。

随著时光流逝，大外公的名字越来越少被人们提起，他曾讲述的那些故事，也逐渐被人遗忘；他是如何出生、如何成长、如何老去；他到过哪些地方、做过哪些事、爱过哪些人，背负过哪些责任，又卸下了哪些重担……他那些闪耀的过往，已经慢慢变成了一个秘密。

我有时想，对于大外公，我们这一辈人还会记得，或许我们会讲给孩子们听，让他们知道这个世界上曾经有过这样一个太公，但我们的孩子的孩子，或者我们的孩子的孩子的孩子呢？总有一天，大外公会从这个世界的记忆中完全消失，

就像他从来没有来过。关于大外公的一切，终将成为秘密。

春天的风吹过竹林，竹叶在风中颤动，发出沙沙的声音，竹笋在地下和风中蠢蠢欲动。我们来到这个世界上，留下痕迹，而这些痕迹逐渐被时间抹去，就如同大海抹去沙滩上旅人的足印。我们所有的荣耀与屈辱，辉煌与落寞，光彩与晦暗，曾经的奋进与挣扎，历经的哀伤、欢乐与痛苦，那些刻骨铭心的爱、恨、情、仇，以及最后的留恋不舍……这些我们奋力留在世界上的一道道痕迹，都将被时间轻轻抹去，就如同母亲抹去我们流在腮边的泪水。

竹笋终会脱去笋壳，高高地在春天的风雨中招摇。不必悲伤，所有的一切，最后都将成为秘密。



# 有奖征答 Quiz

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. 关于远东集团旗下百货业数位发展之叙述，下列何者为是？【封面故事】
  - A. 远东百货与太平洋 SOGO 百货皆有专属 APP、LINE 官方帐号与 Facebook 粉丝团
  - B. 远百各分店的 LINE@ 在地商店自去年底已陆续开通
  - C. SOGO 百货 APP 可使用：SOGO 即享券、云端抵用券、支付宝、微信等支付工具
  - D. 以上皆是
2. 关于香格里拉远东饭店之社群经营，下列叙述何者为是？【封面故事 · 社群当道 搭起饭店与顾客的新桥梁】
  - A. Facebook、Line、Twitter、Instagram 等社群平台，都是饭店经营的管道
  - B. 香格里拉台南远东饭店与部落客插画师「接接」合作推出插画蛋糕，在网路掀起话题
  - C. 香格里拉台北远东饭店在 Instagram 宣传「加入 Line 粉丝可享『马可波罗餐厅』优惠」，造成轰动
  - D. 以上皆是
3. 关于食用粽子之注意事项，下列何者为非？【生活情报 · 保健网】
  - A. 糯米不易消化，加上粽子含油量高，一天至多吃一~两次较为适当
  - B. 五谷米粽较健康，肾脏病患多吃也无妨
  - C. 蛋黄容易使血脂肪升高，心血管疾病及糖尿病患者每星期勿摄取超过两个
  - D. 痛风患者应减少肉類、油脂，以及含高尿酸食物的摄取
4. 下列关于远东商银数位发展之叙述，何者为是？【生活情报 · 财经网】
  - A. 远东商银以「远银 Happy+」为 Facebook 粉丝团命名
  - B. 远东商银今年 4 月推出「VIP 专属 LINE@ 官方帐号」
  - C. 远东商银推出「分行 LINE@ 官方帐号」，首波由东门分行试办
  - D. 以上皆是

## 参加办法

请剪下 310 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，于六月十五日前掷回「台北市敦化南路二段 207 号 36 楼」远东人月刊编辑室（每人以一张为限），只要答案正确即可参加抽奖，本期奖品为面额 300 元之远东集团四合一礼券。编辑室将于次月月刊中公布得奖名单。

### 远东人月刊 310 期有奖征答

姓名：  
单位：  
联络地址：

答案：1. ( ) 2. ( )  
3. ( ) 4. ( )

## 309 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	周*陵	亚泥新竹厂	锺*彰	爱买景美店	周*铭
亚东医院	陈*铃	远东先进纤维	黄*峰	四川亚东水泥	赖*
亚东石化	崔*正	远东新观音厂	黄*麒	裕民航运新加坡	卢*美
全家福	黄*庭	亚东工业气体	许*荣	亚东证券	蔡*钦
远传电信	郭*沛	远东联合诊所	叶*良	远东新世纪	姚*杰

恭喜上列幸运儿分别得到面额 300 元的远东集团四合一礼券！





台南大远百 4 月 28 日举办「傻瓜向钱冲」电影首映会，毛郑国店长（右三）、台南市赖清德市长（左四）均到场力挺国片。



远百宝庆店于大厅设置捐款小屋，许俊明经理（左二）特别呼吁大家以小额捐款或捐赠发票串连爱心，关怀受暴妇幼。



新竹大远百与新竹生活美学馆、中华大学及在地企业携手打造「秘密花园」，4 月 21 日举行开幕剪彩，提供民众休憩空间。



亚东预拌 4 月 19 日于香格里拉台南远东饭店举行「混凝土采购暨品管研讨会」，介绍亚东预拌研发之「炉碴 AMS 快筛检测法」。



远纺工业／中比啤酒（苏州）举办「绿色古城 健康生活——健步环古城」活动，带领员工以徒步的方式领略苏州传统文化。

遠東 **F.E.T.**  
underwear

台灣機能內衣領導品牌

快速排汗

水冷涼感

水冷雙效  
TopCool<sup>+</sup>  
吸排涼感衣

全新雙效·遠東獨家專利涼感紗  
高紗支超細莫代爾



短袖U領 / 窄肩背心 / 平口褲 M-3L

全省百貨專櫃 / 遠紡門市

台北 SOGO忠孝店 7F 02-77112648  
台北 SOGO天母店 5F 02-77367586  
台北 統一時代百貨 5F 02-77370789  
台北 遠東百貨寶慶店 7F 02-23816088#312  
板橋 大遠百 6F 02-77380889  
板橋 遠東百貨 7F 02-89525678#372  
中壢 SOGO元化店 5F 03-2721433  
桃園 遠東百貨 7F 03-3359811#412

新竹 SOGO巨城店 5F 03-6202268  
新竹 遠東百貨 7F 03-5233121#471  
台中 大遠百 6F 04-37032860  
嘉義 遠東百貨 6F 05-2365137#242  
台南 遠東百貨 5F 06-2098999#354  
高雄 遠東百貨 8F 07-3386168#847  
高雄 大統百貨 6F 07-9765505  
花蓮 遠東百貨 2F 038-355588#899

南雅門市 02-7746-1959  
文化門市 02-7729-6366  
重慶門市 02-7729-6336  
南昌門市 02-7729-6363  
北新門市 02-7729-6555  
台中門市 04-3707-6096

FE 總代理 遠東集團  
全家福股份有限公司 [www.fet.com.tw](http://www.fet.com.tw)