

遠東人

徐有庠
題

共同開創「誠勤樸慎・創新」的健康人生

全通路時代 零售新課題

Embrace Omni-Channel New Era of Retailing

LEADER'S REMARKS

韌性零售--給零售業者的新指引

COVER STORY

遠百以客為尊 實現全通路購物旅程

遠東SOGO開創顧客數位旅程

愛買聚焦轉型、永續 創正面影響力

LIFE GUIDE

財經網

超高齡社會來臨 您準備好了嗎?

保健網

腰痠背痛 小心僵直性脊椎炎



掃描 QR Code
看更多即時訊息
還可下載電子雜誌





➡ 亞東科技大學 10 月 7 日舉行創校 55 週年慶祝典禮，徐旭東董事長（右五）、王孝一執行長（右四）、黃茂全校長（右六）與各界貴賓一同見證學校邁向新里程碑。



➡ 「裕群輪」命名接船儀式中，（左起）裕民航運王書吉總經理、徐國安副董事長、王書吉夫人陳細妹、淡江大學張家宜董事長，遠東集團徐旭東董事長、遠東新世紀徐國梅董事共同出席盛會。



➡ 亞東醫院攜手國合會啟動「代謝性慢性病防治體系強化計畫」，獲國合會贈牌以為表彰，由邱冠明院長（右）代表接受。



➡ 遠東 SOGO 百貨黃晴雯董事長（右三）率經營團隊出席 36 週年慶記者會，宣佈全臺 7 店週年慶業績目標 NTD120 億。



➡ 元智大學 10 月 21 日舉辦「2023 元智大學校友盃」，廖慶榮校長（右七）、校友總會魏崑楠理事長（右六）一同開球，為活動揭開序幕。

2024 遠東人月刊徵稿列車啟動

李佳珍

2023 年即將進入尾聲，儘管面對 AI 技術爆發性成長、ESG 監管法規漸嚴、地緣政治不穩定…等一波波變動與考驗，遠東仍以疫後重生的韌性，努力翻轉出更多的機會和樣貌。新的一年，我們將繼續朝「傳遞產業脈動，整合集團資源，提供同仁全方位資訊」的目標邁進，期待您與我們攜手徜徉活力遠東，盡展創意無限！

*** 樂活職人：**您在工作中曾面臨過什麼難忘的事或突發狀況嗎？對辦公室生存法則您有一套獨特的哲學且不吐不快嗎？本單元的「同仁工作經驗談」、「上班族必修學分」專欄，期待您來報到！

*** 生活情報：**您知道周遭有哪些值得介紹的美景勝地嗎？您有難以忘懷的家傳美食嗎？本單元「美食網」、「旅遊網」強力徵求集團內的美食達人、旅遊達人，分享豐富的生活體驗。

*** 心動時刻：**人生旅途中的每一份心情、每一個轉折，都彌足珍貴，這一方淨土，是收藏你我心情的秘密花園。不論小說、散文、旅行札記、親子教育心得……等，都希望有您一起來烘焙出屬於我們的美好記憶。

投稿注意事項：

1. 本刊歡迎投稿，惟投稿人應尊重他人之智慧財產權，勿抄襲或改寫他人著作。如引用他人著作，應註明出處，並請留意著作權法等相關法律之規定，自負文責。
2. 投稿人請註明所屬單位、姓名、聯絡方式，以利寄贈稿酬；如需以筆名刊登，亦請另外註明。稿件若經採用，編輯室保留刪修權，請投稿人自留底稿，恕不退稿。
3. 稿件刊登後，著作財產權即歸發行人本刊之遠東新世紀公司所有，且投稿人不得行使著作人格權。非經本刊書面同意，不得自行轉載或投稿。
4. 稿酬計算標準：「遠東人開講」（每月主題徵稿）每則 NTD 500，其餘文字稿臺灣地區每字 NTD 0.5、海外地區每字 NTD 0.8。

投稿請寄：臺北市敦化南路二段二〇七號三十六樓「遠東人月刊編輯室」，或傳真：（02）2736-9934 或 e-mail 至 magazine@fenc.com，若有其他相關問題，歡迎來電洽詢：（02）2733-8000 分機 8549、8556。

「遠東人開講」一月話題：我的阻詐經驗

近年在 AI 科技的推波助瀾下，無論是網路詐騙、電信詐騙、購物詐騙等，各種詐騙手法不斷推陳出新，令人防不勝防。您是否也曾面臨詐騙危機？如何明察秋毫逃離陷阱？歡迎來信分享您的阻詐經驗，文長 300 字以內，遠東人月刊就會提供您一筆「反詐獎金」哦！（截稿日期：12 月 15 日前）



DEC 2023

NO. 400

01 EDITOR 編輯手記

2024 遠東人月刊徵稿列車啟動 / 李佳珍

04 LEADER'S REMARKS 領航者的話

韌性零售 -- 給零售業者的新指引 / 楊雅森

08 COVER STORY 封面故事

遠東百貨以客為尊 實現全通路購物旅程 / 編輯室採訪整理

愛買聚焦轉型、永續 創造正面影響力 / 黃莉淇

從電子禮券到綠色電商 -- 遠東 SOGO 開創顧客數位旅程 / 遠東 SOGO 百貨永續辦公室

18 GROUP BRIEFING 集團簡訊

關係企業動態報導 · 公益專區 · 績優榮譽榜 · 好康報報 · 人事異動 / 編輯室輯

25 OFFICE TALK 樂活職人

上班族必修學分：擁抱變局 厚植跨域永續力 / 集團綜效暨零售規劃總部

經營管理新知：數位韌性與企業永續 從 ISO 22301 開始 / 簡筠茹

同仁工作經驗談：亞東預拌AI學習之旅 / 劉淑怡



32 LIFE GUIDE 生活情報

- 法律網** 婦女再就業計畫，鼓勵女性重返職場／廖至謙
- 保健網** 腰痠背痛 小心僵直性脊椎炎／張婷惠
- 流行網** 無畏雨季 擋風防水我很行／鄭嘉蕙
- 美食網** 義大利美食：卡諾里捲（Cannoli）DIY／鄭志祥
- 財經網** 超高齡社會來臨 您準備好了嗎？／連啟超
- 財經網** AI 新浪潮 劃時代科技帶來新商機／亞東投顧

45 STORY 心動時刻

「唱」享未來／陳妍

46 HOT TOPIC 遠東話題

「遠東人開講」：我的阻詐經驗／編輯室輯

48 QUIZ 有獎徵答

399 期有獎徵答得獎名單揭曉／編輯室

發行人 徐旭東 | 社長 鄭澄宇

月刊編輯委員

王明倫	王思方	余欲弟	李佩頻
李美蓮	汪更新	呂學龍	林俊佑
吳信儀	吳佳穎	吳昇鑫	吳梅華
卓采慧	胡興賢	侯雅齡	徐雅慧
梁雅雯	黃靜	黃莉淇	游慧琳
游淑如	曾育鍾	程慧文	郭文慧
陳聰明	陳金新	陳雪萍	陳虹瑾
陳昀隆	陳睿誼	陳相吟	張為竣
張丹	楊韻琪	楊奕靈	楊慧雯
馮輝棋	潘俊男	廖婉甄	蔡敏雄
劉貞佑	簡嘉琪	羅吉廷	油谷初美

發行所

遠東新世紀股份有限公司

通訊處

臺北市敦化南路二段 207 號 36 樓
(02) 2733-8000 轉 8549

E-mail

magazine@fenc.com

網址

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

電子報網址

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

登記證 局版台誌字第 8320 號

美術設計 Z&C.COM

印刷所 湯承科技印刷(股)公司



遠東人月刊
電子報



遠東人月刊
電子雜誌



遠東人月刊App
(Android)



韌性零售 -- 給零售業者的新指引

遠東集團董事長辦公室／楊雅森

2023年零售業逐步從疫情的陰霾中走出，不僅是疫情期間的電子商務爆發性成長，疫情解封之後，實體零售店更迎來前所未有的榮景。但是這樣的好光景，究竟會延續多久？許多經營環境中不確定的因素，該如何因應？本文將從整體經營環境展望出發，進一步探討零售業在變動環境下的應對策略。

一、經營環境展望

全球主要經濟體中，美國受惠於就業市場強勁支撐消費支出，加上企業投資擴增，今年第二季 GDP 由 2.0% 增加至 2.4%，核心消費者物價指數（Core CPI）與生產者物價指數（PPI）則微幅下降。歐元區今年第二季 GDP 增加率為 0.3%，仍呈現疲弱狀態，主因緊縮貨幣政策壓抑經濟動能，且全球終端需求不振，導致工業生產陷入萎縮、零售銷售持續走低，充斥保守消費氛圍，生產者物價指數年增率亦因能源等投入成本低而逐步下降。

至於日本今年第二季由於汽車外銷暢旺，帶動出口擴增，GDP 季增率較第一季明顯上揚，且連續三季正成長。但下半年起，外部需求趨緩，恐影響表現。另自今年起，生產者

物價指數年增率逐月下滑，反映能源、食品、鋼鐵等商品價格下跌；消費者物價指數年增率則持平。

觀察中國大陸各項經濟指標持續放緩，出口、消費、投資及失業率皆不如預期，輔以房地產開發商危機，引發各界對其經濟與金融風險的擔憂。生產者物價指數年增率方面，已經連續 10 個月負成長；消費者物價指數年增率也從零成長轉為負值，顯示內部需求下降，增加通貨緊縮疑慮。

2023 年臺灣經濟成長率全年預估為 1.6%，呈現外冷內溫。民間消費將成為今年臺灣經濟成長的主要支撐，唯仍有以下三點風險需要關注：

（一）地緣政治

1. 俄烏戰爭曠日持久，俄羅斯與北約衝突風險升高，恐導致雙方長期對峙，不利經濟發展。

2. 俄羅斯退出黑海穀物協議，加深全球糧食供應不確定性。此外，倘若俄羅斯停止供應歐洲天然氣，亦將造成全球能源市場波動。

（二）利率走勢

1. 全球核心通膨仍處高點，歐美央行恐維持高利率更長時間，將影響投資並削弱家庭購買力，壓抑全球終端需求。

2. 新興經濟體因美元走強，導致貨幣大幅貶值，發行龐大美元外債，恐增加主權債務違約風險。

（三）中國大陸經濟前景

1. 中國大陸消費疲弱、投資不振、失業率攀高，經濟動能持續降溫，將衝擊全球經濟成長。

2. 大型房地產企業債務違約及資產管理集團財務問題，令各界擔憂中國大陸之經濟與金融風險。

總體來說，2023 年因通膨、升息，以及金融市場風波等因素干擾，主要國家及區域的經濟成長率皆較 2022 年趨緩。展望 2024 年，多數國家皆可望上升，特別是新興市場國家與開發中國家。

二、零售業的復興

從過去五年零售業的發展來看，客戶、供應商、員工和投資者，每一位利害關係人的

行為和期望都與過去有所不同。消費者不再像以前那樣瀏覽網頁尋找商品，也放棄他們曾經喜歡的品牌，改為尋找物美價廉的其他品牌商品，且更要求商品配送速度和企業對於 ESG 的態度與對策。

自 2015 年以來，排名前 10% 的上市零售商，佔該產業經濟利潤的 70%。儘管是一個「贏家通吃（Winner Takes All）」的行業，但要成為贏家並不容易，保持勝利者的地位更加困難。當遊戲規則發生巨大變化時，零售業的生存即面臨重大挑戰。

過去五年中，零售業到底發生了哪些變化？

（一）ZERO 消費者興起

- Zero boundaries（零界限）：近一半的消費者表示，他們依靠社交媒體、名人、文章或部落格來獲取購買靈感，且能流暢地跨通路購物。

- Zero in the middle（中間價格商品消失）：過去五年，消費者花在中等價格商品和服務的金額下降了近 10%。2023 年 4 月，約 80% 的美國消費者表示，他們正在購買價格較低的產品。同時，根據最近對美國與歐洲消費者的調查，40% 的人計劃投入餐廳、旅行及服裝的高端消費。

- Zero loyalty（零品牌忠誠）：50% 的消費者表示，2022 年會更換偏好的品牌，比起 2020 年只有 30%，大幅增加。

- Zero patience（零耐心）：消費者不太願意等待，過去「免費標準送貨服務」僅由少數零售商提供，現在正迅速成為基本服務。許多消費者表示，三天送貨是他們能容忍的最慢速度。

- Net zero as a buying factor（永續商品是決定消費的因素）：麥肯錫和 NielsenIQ 分析顯示，在包裝上做出與永續發展相關的聲明的產品，在過去五年平均成長 28%。

（二）重新建構零售生態系統

以往零售業是透過供應商網路購買產品，並轉售以獲取利潤。如今開始利用全通路零售以外的新價值池（value pool），例如第三方市場和零售媒體網路（Retail Media Network）。光是過去五年，就有超過 20 家主要零售商推出了第三方市場，藉此嘗試新的行銷、類別或產品，再進行第一方銷售，或完全取代第一方銷售。此外，根據 eMarketer 最新報告預估，2023 年零售媒體的廣告支出預期將突破 USD 500 億。其中，亞馬遜無疑是整個零售媒體廣告市場的領導者；Walmart 也透過「Walmart Connect」加上自身的客戶資料庫，積極發展廣告業務；家樂福亦致力推動「Carrefour Links」，結合顧客資料庫

與累積多年的交易資料，推動媒體廣告的業務。

（三）工作內容與員工需求正在改變

麥肯錫的調查報告指出，零售業的第一線員工希望企業能夠提供具有靈活性與自由度的工作內容。報告中同時也發現，員工留任率與業績獲利成長呈正比，且因為人員流失減少，節省的资金可以提高薪資、福利及訓練。另外，每一個團隊都需要有數據分析技能的員工，才能因應數位化的營運挑戰。

（四）零售業高階管理者亟需關注的事項

作為管理階層，應優先考量的項目包括：追求並衡量消費者的「生活份額（share of life）」，而不是搶食其「錢包份額（share of pocket）」。這意味著零售商必須引入更多樣化的商品或服務，成為人們生活中不可或缺的一部分，這將有助於實體店獲得消費者更大的生活份額，並與其建立更堅實的關係。實體店不僅僅是商品陳列室和服務中心，更是快速履行（fulfillment）的中心。此外，為了贏得更多的生活份額，零售商另需透過環保、社會責任和公司治理（ESG）的視角來評估業務決策。

三、結語

今年年初，可口可樂舉辦了「Create Real Magic」競賽，廣邀群眾一起使用 GPT-4、Dall-E2 兩大系統，將可口可樂經典視覺透過 AI 進行再創作。同時，延續新品牌理念「Real Magic」的精神，可口可樂 Coca-Cola 也於日前發表了一支異想天開的創意廣告《Masterpiece》，非常叫座。劇情描述在一座虛構美術館中，館藏經典藝術品們如何攜手合作，為面帶倦意的學生遞上「靈感之水」，也就是一瓶冰涼沁爽的可口可樂。

《Masterpiece》並不是講述一段關於可樂的故事，而是「可樂就是故事本身」，它在廣告中串連了不同時代、地理位置、種類的藝術品，最後為主角帶來了活力，其中隱含的意義，正是品牌精神「Real Magic」的真諦 -- 人因為交流，而創造無數精彩瞬間。

人們常說：世間不變的定律就是變，因此，以邱吉爾這句話與大家共勉「To make improvement, you have to change; to be perfect, never stop changing.」。〈本文為徐旭東董事長於 2023 年遠百之友最佳夥伴聯誼會演講彙整〉





遠東百貨以客為尊 實現全通路購物旅程

編輯室採訪整理

網路購物的市場規模逐年成長，吸引不少百貨業者從實體店鋪延伸到數位服務。成立於1967年的遠東百貨一路創新轉型，除了提供線上消費，更放眼於建構全通路消費之旅。本期「封面故事」為您介紹遠東百貨如何靈活整合虛實功能、加乘通路優勢，帶給顧客愉快的購物體驗。

活用數位利器 吸引舊雨新知

隨著科技發展，大眾的消費軌跡已不再侷限於線上（網路購物）或線下（實體零售）之單一管道，而是在兩者之間靈活轉換。例如，先從網路上觀察流行趨勢，並搜尋相關商品資訊，再至實體零售商店體驗與消費，尤其後疫情時代，此種消費行為與發展態勢更加明顯。

為了滿足顧客在線上、線下的消費需求，同時順應趨勢，遠東百貨延伸實體百貨的觸角，跨足經營網路購物，提供消費者 24 小時都能購買商品與體驗的服務，並運用「以虛導

實」的行銷策略，將線上消費的顧客導引前往線下賣場，建構出全通路消費旅程。

另外，遠東百貨也觀察到，如今消費族群的潮流敏銳度愈來愈高、喜好變化愈來愈快、對於購物體驗的期待益發多元，因此除了持續貫徹「Retail mall」的經營策略，發揮百貨公司業種齊全、商品多樣、服務細膩與特色空間等既有的線下優勢之外，也開始在商場導入智能與數位科技應用，串聯起不同的數位資源與實體通路。

事實上，自信義A13、竹北店二家第五代店智慧商場相繼於2020年、2023年營運後，遠東百貨即開始借助App、CRM、POS等數位系統，收集顧客的消費紀錄、行為軌跡等數據加以分析，建立消費者的購物旅程，以清楚洞察其購物需求，進而發動「4R個人化行銷」，將最精準的商品資訊與服務（Right Service），在最適當的時間（Right Time），透過最正確快速的方式（Right Way），送到最需要的消費者（Right Person）眼前。

客製化的服務不但滿足闔家大小的需求，也成功帶動遠東百貨的營運績效，2022 年度營業額一舉突破 NTD570 億，足見虛實整合深獲消費者肯定。今年 5～6 月更特別規劃「會員召集令」活動，以遊戲互動連結 App 與商場，在母親節檔期結束後，持續吸引會員回店消費，有效提升線上至線下的轉換率，重塑實體零售的樣貌。

注重顧客體驗 創造市場差異化

積極發展數位行銷之餘，看準「顧客體驗」是塑造線上、線下差異化的一大利基，遠東百貨一方面在新店點設計主題式大型造景（例如：將 Mega City 板橋大遠百 9 樓、挑高 3 層樓近 300 坪的空間，打造成「威尼斯廣場」，並在信義 A13 挑高 11 米的玻璃光廊，復刻具有大稻埕特色的老街），另方面也依照節慶與時令，舉辦各項國際文化物產展覽、文創小農特產品市集、話題商品快閃，以及小朋友職人體驗…等多元的聚客活動，透過動態展演、名人代言與達人互動之方式，全面提升顧客的視覺、味覺、嗅覺、觸覺與聽覺五感體驗，充分發揮實體通路的優勢，深化實體零售與網路購物的市場區隔。

此外，VIP 主顧客群更是遠百長期深耕的對象，營運團隊藉由品牌發表會、新裝展演與新品體驗…等活動，搭配別出心裁的貴賓室，



面對面提供專屬服務，分享最新潮流趨勢與時下商品，創造主顧客群的高黏著度、高滿意度與高忠誠度，以鞏固經營基礎、強化競爭力。

加速創新求變 邁向新零售時代

身處瞬息萬變的環境，百貨零售業者不但是販售時尚產品與精緻服務的平臺，亦必須與時俱進，兼具美食、娛樂、體驗、公益…等功能。在第五代店型智慧商場開幕後，遠東百貨更加確立「因地制宜」的經營策略，逐步依照各地分店大小、競爭態勢，以及當地商圈客層的屬性，規劃相對應的業種，並導入市場話題品牌與人氣商品，透過快閃店的形式，塑造引領流行潮流的頂尖形象，更快速回應消費者之需求。

另一方面，鑒於近年「地方創生」蔚為風潮，遠東百貨也積極與海內外政府機關、民間單位合作，邀請知名達人、職人與表演團體，結合觀光旅遊、歷史淵源與潮流趨勢，以互動性十足的趣味展演，推廣各地最應景的節慶活動、特色商品與伴手禮，讓顧客輕鬆體驗最道地的異鄉風情，感受商場熱鬧、娛樂又知性的魅力。

與此同時，考量百貨商場作為地區日常生活的中心，具備號召力與指標性，遠東百貨善用優勢，攜手各單位舉辦國際活動、弱勢扶助、婦幼關懷、環境保護、在地發展…等公益活動，將各家分公司打造為當地的社會關懷平臺，成為帶動社會邁向美好未來的正面力量。

百貨零售業是第一線面對消費者的產業，因此，遠東百貨始終視顧客為重要的資產，未來將持續強化官方網站、數位媒體與社群平臺之經營，以活潑有趣的方式吸引大眾目光，並加強 App、社群媒體與實體賣場的連結，在原有的線上消費機制中，增設更多元的付款、購物方式與商品種類，期望藉由線上、線下資源結合，以及大數據分析，讓全客層的顧客都能以最便利的方式，即時接獲遠東百貨精心準備的資訊與服務，掌握最新時尚脈動。此外，亦將持續響應 ESG 理念，推廣環保循環包材，創造永續的購物體驗，讓每一家分公司都能成為最受當地民眾歡迎的商場。





愛買聚焦轉型、永續 創造正面影響力

愛買量販／黃莉淇

2023年COVID-19疫情威脅趨緩，對零售產業來說，卻面臨物價通膨、家庭人口結構改變等新的風險與挑戰。愛買量販即時整合線上及線下，做出轉變以迎合市場、滿足顧客，並致力透過永續行動，創造正面影響力，贏得更多顧客青睞。

提升數位即戰力 開發趨勢商品

疫情催化臺灣網路購物邁向全齡化，特別以年滿 45 歲至 65 歲的熟齡顧客成長最多，此族群較以往更懂得善用數位工具，購買前會先在線上比價，因此愛買與遠東集團零售規劃總部合作，透過資料分析，即時監看競爭對手的商品價格，以取得價格優勢，提高顧客的下單率，助益營收成長。

不僅如此，愛買線上購物也與臺灣各大購物平臺啟動更緊密的策略合作，同時積極與新興購物平臺發展新的商業策略聯盟，突破縣市限制，拓展線上購物的版圖，讓每個鄰里都彷彿有一家愛買，滿足民眾生活所需，將業績堆上新高點。

2025 年即將邁入超高齡社會，在每戶家庭人口創新低及少子化等因素影響下，消費者的購物需求發生很大變化，愛買線上購物展現靈活的應變力，即時調整商品結構，開發熱門品類的商品，線上線下通路同步開賣，成功拉抬 2023 年上半年業績，尤其「銀髮照護」、「寵物商品」、「個人保養彩妝」的品類業績分別較去年成長 300%、30.9% 及 40.8%。

掌握顧客回購脈絡 用 App 寵愛 VIP

愛買積極把握向每位顧客銷售的機會，善用會員消費資訊，掌握其回購頻率，適時驅動消費者回到賣場。例如：顧客 A 以往平均 3 週到賣場 1 次，若其消費頻率發生變化，將以簡訊或 App 推播方式，提醒顧客前來購物。

與此同時，愛買也持續優化 App 的介面與功能，提供顧客更優質的購物體驗，下載人數較去年成長 45%。值得一提的是，今年特別在 App 規劃 VIP 禮遇活動，於 VIP 生日當月發放專屬小禮物或購物金及館內美商街優惠券，其中，壽星贈禮結合公益理念，採買庇護工場之產品，助力身心障礙朋友就業。為了讓會員享有更好的專屬優惠及服務，愛買規劃推動會員分級新制，促動會員提升權益等級的慾望，更進一步提高對品牌的黏著度。

創新求變 贏得顧客青睞

趁著疫後消費需求回溫，愛買量販賣場及館內美商街因應消費者的購買趨勢和生活需求，積極進行櫃位調整，例如：新增寵物用品連鎖店、增設銀髮照護店中店等，吸引消費者走入實體通路，強化購物體驗，並透過舉辦老人義剪、節慶親子互動、賣場職涯探索等活動，更加深入鄰里商圈，成為社區生活中心的一份子，提升居民對品牌的喜好度與黏著度。

而鑒於網路購物發達，為了更貼近民眾的生活，愛買全門市成為 OK 超商的 B2C 電子商務物流通路，寄取包裹與民生採買都可在店裡一站完成。另一方面，看好節慶企業贈禮與餽贈員工的市場，愛買更發行電子禮券，拓展不同客源至賣場消費。此外，即時結合時





事的行銷規劃，也為愛買創造更多營收，例如：日本麝香葡萄近期產量暴增成為時事議題，愛買把握機會推出促銷活動，短短 5 日即賣出超過 NTD200 萬的佳績。

執行永續行動不間斷

全球塑膠產量和污染日益增加，除了塑膠源頭減量、重複使用外，使用減輕環境負擔的替代材料也是解方之一。愛買量販自 10 月起，開臺灣量販店先河，在 5 家分店（忠孝店、南雅店、新竹店、復興店及水湳店）的生鮮蔬果區導入生物可分解蔬果袋，並於賣場設置回收專區，定期將回收袋送至銘安科技，透過專利的機臺，分解成有機碳肥料，最終用於農田及園藝堆肥，預估一年可減少消耗 180 萬個塑膠袋。

除此之外，愛買更運用寶特瓶再製的環保布料做成品牌摺疊環保袋，作為消費滿額的贈品，另引進台塑生醫洗衣精補充站機臺，顧客自帶空瓶就可以以每公升 NTD40 的實惠價格，購入有環保標章的洗衣精，統計 2022 年共減少將近 8 千個塑膠容器，降低超過 900 公斤的碳排放量。

展望 2024 年，為了鞏固市場競爭力與加深消費者對品牌的青睞，愛買將致力擴大商品及服務差異化，不間斷的執行各層面的永續行動，並持續佈局數位轉型，創造更大的競爭優勢。



從電子禮券到綠色電商 -- 遠東SOGO 開創顧客數位旅程

遠東 SOGO 百貨永續辦公室

上個月遠東SOGO百貨舉辦周年慶，回顧36年前的11月11日SOGO開幕，是臺灣第一個國際合資百貨、引進全套日本管理系統與精緻服務，成為當時東南亞最大的購物商場，也是臺灣第一家提供一站式購足的全客層百貨，更是首家引進電梯小姐、首次舉辦大規模日本商品展售活動、第一家打響百貨週年慶名號的百貨…諸多創舉寫下臺灣零售業的新篇章。SOGO見證了臺灣消費發展史，不斷創下臺灣百貨的營收紀錄，同時也持續因應趨勢變化，提供創新優化的顧客消費體驗。

2013年～2016年：打造數位服務的基礎期

早在2013年下半年，SOGO便推出SOGO App，提供全面的整合性服務，舉凡全臺各店資訊、線上DM、餐廳導覽、最新活動訊息等，皆可一鍵得知相關資訊。

隨著使用SOGO App使用人數日漸成長及雲端技術的成熟，2015年6月再推出新版SOGO App，整合業界首創的電子禮券（SOGO即享券、電子禮券和電子抵用券），成功

搭上「行動支付元年」列車。此舉也讓 SOGO 成為臺灣首家導入雲端電子禮券服務的百貨業者，藉由數位化提升綠色競爭力，打造先行者優勢。

2017 年～ 2019 年：整合數位溝通工具的進展期

2017 年 SOGO 適逢 30 週年、商標全面改為「遠東 SOGO」，為迎接新氣象及數位轉型浪潮，以「數位整合的幸福時尚」為目標，邁入遠東 SOGO 4.0 世代。不僅於賣場提供免費無線網路，持續運用數位溝通工具與自媒體（SOGO App、LINE@ 生活圈、Facebook 粉絲團、Instagram、YouTube、電子看板）和顧客溝通，同時優化顧客旅程，擴大電子化支付、啟動智能停車，並開通線上購物通路，運用大數據與營運經驗值交叉分析，擬定營運策略。

2020 年～ 2022 年：優化數位體驗的加速期

藉由店內消費綁定快樂購卡的優勢，遠東 SOGO 長年累積完整的顧客消費資料，透過 CRM 數據分析，清楚掌握顧客的消費旅程，在活動檔期中，順利動員目標主顧客來店消費。然 2020 年突如其來的疫情，導致熟客、VIP 等主要客層不出門，催促營運團隊數位轉型的速度與力道，一方面盤點顧客消費行為模式，另一方面檢視現有銷售渠道及自媒體，第一時間發展 OMO 的因應策略。

1. 對內優化數位治理

面對疫情衝擊、消費市場購物習慣與消費模式的大幅轉變，遠東 SOGO 將危機視為數位化商機，對內「優化數位治理」，藉由數位轉型擬定未來治理方針及市場策略，建立顧客數據平臺（CDP）、供應商情報平臺，推動精準行銷，同時將資訊安全列入全員必修課，強化資安、預防駭客，取得 SOGO App 行動應用基本資安標章認證。

2. 對外深化數位體驗

為在「人人皆有行動裝置」的時代，打造愉快的數位體驗環境，優化顧客旅程，遠東 SOGO 於 2020 年全面升級 App 與 POS 機，推出整合 10 種數位服務的 App，提供發放／累計／抵扣／轉送電子禮券、兌換來店禮、滿額贈點數、行動支付、發票存載具、結合智能停車、查詢商品及 DM 等常見功能。

對遠東 SOGO 而言，數位化不僅節約人力、節省顧客排隊兌換時間，且 App 能試算贈獎資格，無形中轉換了行銷活動的思維。以 2022 年為例，App 數位贈獎活動數量年增 18.7%，全年共舉辦 3,340 次數位贈獎活動，透過大數據分析、回饋給 CRM 系統，讓一次接著一次的 OMO 策略更為精準。

3. 透過數位互動增加顧客黏著度

遠東 SOGO 以創新趣味的互動連結永續行動，增加顧客黏著度，創造獨特的綠色行銷。2022 年起，在 App 推出種樹小遊戲，每天完成虛擬簽到，就有機會領實體盆栽回家自己種。當永續當道，各家企業忙著減碳的同時，營運團隊卻能號召顧客，用更簡單有趣的方式參與永續，大幅減少發起實體活動產生的交通碳排和種樹維護費用，也透過一株株掌上樹苗，將對環境的責任交付給顧客。

去年兩檔種樹小遊戲活動吸引 1.8 萬人次參與，遠東 SOGO 還刻意向社創公司採購植栽，透過 Buying Power 展現永續影響力，讓參與者成為永續生態圈當中的一環。今年兩檔活動則結合永續農作知識，推出數位種稻、線上採茶，分別送出鴨間稻及茶葉香皂，關注在地生態，愛護環境之餘，同步涉及社會面向、支持在地小農，參與人數增加 3 倍、獲 7.6 萬人響應，顯示團隊已掌握活絡 App 會員人數的心法。而趣味兼具創新的數位互動背後的動機，來自 2 年多前，黃晴雯董事長於內部一場永續高階會議中，對資訊與販促部門下達的指示，讓相關部門很快動了起來。



2023年起：打造百貨第一綠色電商品牌

遠東 SOGO 自 2018 年起，連續 5 年舉辦全臺最大規模小農展，是臺灣同業永續消費倡議的先驅者，為小農及社企搭起進軍百貨的最後一哩路。延續永續消費及數位轉型的使命，2023 年營運團隊再推出全臺唯一以 ESG 為品牌精神的綜合型線上購物平臺「SOGOplus」，除了延伸實體百貨，提供全天候購物服務外，特別著重扶植在地良品，倡導永續消費。作為實體百貨的輔助策略，推動「線上購，線下取」的 OMO 商業模式，將線上消費者導流到實體賣場，擴大體驗優勢，放大商機。此外，線下取貨亦能減少宅配物流的碳排放，兼顧環保及擴大消費渠道的雙重優點，讓綠色電商變成一門好生意！

讓數位創新成為企業永續的推進器

遠東 SOGO 百貨在追求營運績效的同時，積極履行企業社會責任，以 ESG（環境、社會、治理）三大構面推展未來營運方針，重塑企業願景——成為「與時俱進、友善共好，為社會大眾提供全方位時尚生活體驗的零售標竿企業」。

數位化更是遠東 SOGO 推動永續的重要環節，截至 2022 年底，SOGO App 會員人數已超過 116 萬，較 2021 年成長 28.03%，讓顧客從走進賣場的第一步，就踏入一站式購足的綠色消費場域，感受節能的环境、體驗數位整合服務、購買綠色商品、參與永續行動，展開綠色永續的五感體驗！



集團簡訊

掃描 QR Code 看更多集團訊息 →



01 裕民航運節能新船「裕群輪」啟航

裕民航運子公司 -- 裕民航運（香港）有限公司與日本住商マリン株式會社簽訂，於日本大島造船所株式會社建造的 99,990 載重噸超巴拿馬極限型散裝貨輪，2023 年 10 月 31 日舉行命名接船儀式，由徐旭東董事長親自主持，並邀請淡江大學張家宜董事長為「裕群輪」（M.V. “Cemtex Unity”）命名。（裕民航運／黃一珍）

02 遠傳舉辦「第十屆國際綠色智慧交通論壇」、前進「台灣國際人工智慧暨物聯網展」

遠傳 10 月 24 日聯合電訊暨智慧運輸科技發展基金會、台灣永續能源研究基金會舉辦「第十屆國際綠色智慧交通論壇」，邀請產官學界先進共同探討如何「以科技力推動智慧運輸，打造永續城市」。10 月 25～27 日再攜手台灣雲端物聯網產業協會，參加 2023 年「台灣國際人工智慧暨物聯網展」，展出交通號誌不斷電系統、智慧路口等多項 AIoT 應用。（遠傳電信／朱正庭、張為竣）



03 落實人才培育及永續 遠傳與三所大學深度結盟

遠傳致力推動大專院校智慧轉型、邁向永續低碳校園。井琪總經理 10 月 30 日、11 月 11 日分別與靜宜大學林思伶校長、慈濟科技大學羅文瑞校長簽署「打造 AI 永續校園 產學融合新標竿」、「智慧淨零校園」合作備忘錄。11 月 4 日再攜手淡江大學、台灣微軟宣布啟動「全臺灣首座校園永續雲」，結合產學量能，協助校友企業落實淨零轉型。（遠傳電信／林孟璇、張為竣）

04 遠傳、文策院攜手 共組影視娛樂基金

遠傳 11 月 1 日攜手文策院共組影視娛樂基金，並簽署「影視產業合作備忘錄」，力拚內容產業鏈國際化；11 月 7 日宣布再度攜手韓國娛樂龍頭 CJ ENM 香港辦公室，與文策院、衛星頻道業者 TVBS 合力籌組「文化內容基金」，以跨國際、跨平臺、跨娛樂產業的戰略聯盟，提供更優質的節目。（遠傳電信／王祥齡、朱正庭）

05 黃岡亞東水泥磷石膏綜合利用項目舉行 開工儀式

黃岡亞東水泥 9 月 26 日於武穴市舉行「改性磷石膏綜合利用」專案計畫開工儀式，亞泥（中國）張振崑執行長親自出席，並介紹該案旨在創新使用磷石膏資源，推動產業升級、促進環保。（黃岡亞東水泥／冉海龍）



06 亞東工業（蘇州）「繩」采飛揚

亞東工業（蘇州）9 月 19 日舉辦「8 字跳繩比賽」，各單位共計 13 支隊伍參賽，不僅提升員工的榮譽感，也激發拚搏的動力，最終由「儲運總務處」奪冠。（亞東工業（蘇州）／周洪濤）

07 湖北亞東、四川亞東水泥舉辦員工團建活動

湖北亞東水泥 10 月 14 日舉辦「梁子湖龍灣一日遊」，同仁們欣賞梁子湖畔美景，並暢玩娛樂設施與自助燒烤，增進情誼；無獨有偶，四川亞東水泥也於 10 月 29 日舉辦「秋日拾趣」員工親子團建活動，為凝聚團隊力量打下堅實基礎。（編輯室輯）

08 遠東聯石化（揚州）與南大揚州化工研究院攜手共塑未來

遠東聯石化（揚州）和南大揚州化工研究院 10 月 9 日共同舉行「乙二醇（EG）選擇性催化氧化合成乙醇酸（GA）技術研發合作項目」簽約儀式，未來將定期召開技術研討會議、交流研究成果和心得，結合產學研之力，加速推動產業進步。（遠東聯石化（揚州）／周桃）

09 亞東預拌、亞洲水泥、臺中市不動產開發商業同業公會 共同推動低碳建築

亞東預拌 10 月 24 日攜手亞洲水泥、臺中市不動產開發商業同業公會舉辦研討會，期待凝聚不動產、營建業對於共享節能、減碳環保之共識，打造更好的居住品質。（亞東預拌混凝土／洪淑華）

10 元智大學設立學士後專班、組低碳暨智慧化輔導團隊 助企業永續發展

元智大學積極協助企業應對碳排放挑戰，不僅推出全新的「淨零碳排與永續發展學士後專班」，畢業後可獲頒學位；管理學院與研發處也組成「低碳與智慧化輔導團隊」，2023 年 9 月取得經濟部產業發展署輔導團隊資格後，已獲三家企業委託產學合作。（元智大學／尤淨纓、饒浩文）

公益專區

11 亞東醫院送愛至貝里斯

亞東醫院長期參與國際援助，今年 10 月再由腎臟內科、眼科、腫瘤科組成義診團，前往中美洲貝里斯，於 10 月 20 日完成使命。為改善當地高盛行的慢性病罹患率，10 月 31 日更攜手國合會啟動「代謝性慢性病防治體系強化計畫」，11 月 8 日獲國合會贈牌以為表彰。（亞東醫院／羅妘妤）

12 遠東百貨愛的串聯 轉動善循環

遠東百貨熱心公益不遺餘力，臺南大遠百舉辦「一日志工親睦鄰掃街去」，號召遠東百貨、臺南遠東香格里拉飯店的同仁，以及志工與里民們，前往馬雅各青年公園清掃垃圾；遠百嘉義店也邀集 53 名同仁與嘉義縣市居民，於阿里山神木區舉辦愛地球淨山活動，清理出重達 63 公斤的垃圾。10 月 21 日竹北店參與「秋季向海致敬」活動，由店長帶領同仁至新豐紅樹林淨灘，為海洋生態永續盡心力；10 月 29 日遠百桃園與厚德愛心協會一同舉辦捐血公益活動，邀請各界一起發揮愛心，為血庫挹注更多血源。（遠東百貨／王詠嬋、許雲茜、姜品薇、李韻婕、劉唯鈺）

13 遠東SOGO百貨表揚SO GOOD好小孩少年楷模

遠東 SOGO 百貨暨太平洋崇光社會福利基金會 11 月 5 日舉辦第 11 屆「SO GOOD 好小孩少年楷模」表揚，本屆以「我們都一樣——打破不平等！」為主題，獎勵 23 位積極進取的弱勢學童，讓更多人看見逆境向上的典範。（遠東 SOGO 百貨／唐守怡）



14 遠東SOGO百貨復興館「紡織循環互動展」首度亮相

遠東 SOGO 百貨 10 月份於復興館規劃「創新綠色紡織科技展」，以互動方式呈現遠東新世紀研發的「海洋回收抗爆球衣」與眾多綠色產品；並同步推出「SOGO 36 週年 36 萬瓶寶特瓶回收大募集」，邀請消費者一同為永續盡心力。（遠東 SOGO 百貨／蔣宜蓁）

15 遠東SOGO百貨支持身心障礙者 展現正能量

遠東 SOGO 百貨中壢店 10 月 8 日邀請折翼天使樂團透過樂曲傳遞正能量，10 月 28 ～ 29 日再舉辦「桃園庇護工場市集」活動，讓民眾在購物之際更認識身心障礙者。新竹店則攜手伊甸基金會提供同仁們按摩服務，建立健康的工作場所。（遠東 SOGO 百貨／王滢嵐、林佳欣）

16 亞東證券串連大遠百 捐血做公益

考量近期醫療院所用血需求增加，亞東證券 10 月 30 日攜手板橋大遠百舉辦愛心捐血活動，不但同仁踴躍參與，更獲得民眾熱烈響應，成功募得 73 袋熱血。（亞東證券提供）

17 HAPPY GO 攜九大公益夥伴 號召捐點傳愛

HAPPY GO 11 月 3 日攜手九大公益夥伴與玩具圖書館，舉辦「翻玩童趣 讓愛永續」公益家庭日，除了提高員工對於公益及永續的認同，也呼籲卡友在年底點數到期之前，將剩餘點數捐作公益，讓愛延續到各個角落。（鼎鼎聯合行銷／蔡宛臻）



18 遠東新世紀帶領學童施展「改變世界的循環魔法」

遠東新世紀從回收聚酯本業出發，推出第一套以「循環經濟」為主題的環境教育課程「改變世界的循環魔法」，甫開放報名即額滿，2024 年底前將舉辦 101 場次，預計嘉惠 6,000 位學生。（遠東新世紀／馮琪茵）



遠東新「改變世界的循環魔法」課程紀錄片

19 元智大學、亞東科技大學點燃學習之光

元智大學長期推動大學社會責任 USR 計畫，10 月 17 日舉辦 SIG 共培交流活動，攜手桃園市教育局、中小學校長…等單位，深耕偏鄉教育；另創辦「寰宇英悅展齡」銀髮族語言課程，吸引逾百位長輩參加。亞東科技大學泰北服務隊則於 7 月 25 日至 8 月 16 日執行「擁抱泰北轉動愛」專案，將華語文課程及數學融入生活教育，並拜訪「信望愛戒毒所」與當地家庭，讓學子在關懷他人的過程中學習成長。（編輯室輯）

20 關心視力健康 遠東邀學童一起刪惡視力

徐元智先生紀念基金會、亞東醫院、亞東科技大學聯手新北市政府教育局與衛生局，以及陽明交通大學舉辦「我一起刪惡視力 5173240」系列活動，以有趣的視力保健衛教方案，邀請新北市國小學童與家長共同關注視力健康。（徐元智先生紀念基金會／許菁芳）

績優榮譽榜

21 裕民王書吉總經理獲選「金商獎」優良商人

第 77 屆商人節暨金商獎頒獎典禮 11 月 1 日登場，王書吉總經理帶領裕民航運佈建綠色船隊，並在臺灣海運界創下多項紀錄，榮獲企業家最高榮譽「優良商人」獎項。（裕民航運秘書處提供）

22 遠東SOGO百貨獲獎五連霸 打造百貨第一幸福企業

遠東 SOGO 百貨關注員工身心健康，除了三度獲頒體育署運動企業認證，更獲選 HR Asia 亞洲最佳企業雇主獎、女人迷「多元共融願景獎」年度 DEI 企業銀獎，並四度蟬聯「亞洲企業社會責任獎」（AREA）人力投資獎，同時榮獲「台灣永續行動獎」（TSAA）銀獎，永續能量深獲各界肯定。（遠東 SOGO 百貨／唐守怡）

23 亞泥循環經濟創舉 風機廢片再生價值

亞洲水泥致力透過技術創新與資源最佳利用，緩解環境衝擊，不但再度獲得台灣淨零行動聯盟頒發的「淨零標章」認證，10月27日更奪下第四屆《臺灣循環經濟獎》中的 ESG 最高榮譽「年度典範獎」。（亞洲水泥／顏嘉璐）

24 「花」現幸福職場！亞泥再獲肯定

花蓮縣政府舉辦第一屆「花縣幸福，友善職場」優良事業單位表揚活動，亞洲水泥花蓮廠提供交通車接送服務、健康檢查與等員工福利，獲得特別貢獻獎之「工作與生活平衡獎」。（亞洲水泥／顏嘉璐）

25 遠東商銀喜獲玉山獎、運動企業認證、數位創新優質獎

遠東商銀財富管理秉持「遠銀十樂」品牌核心理念，致力發揮金融永續影響力，於第20屆「國家品牌玉山獎」獲得「最佳人氣品牌類」與「最佳產品類」殊榮，另因打造健康運動職場有成，二度通過教育部評選，獲頒2023年「運動企業認證」；10月23日遠東商銀 Bankee 社群銀行更以獨特的金融創新模式，再抱回2023第三屆工商時報「數位創新優質獎」。（遠東商銀／朱佳琳）



26 臺中大遠百減碳有成摘殊榮

臺中大遠百秉持「綠色營運，友善環境」的精神，不僅設置電動車充電樁與雨水回收系統、全面性控管能源，並於官網規畫 ESG 永續專區，榮獲臺中市「陽光 A+ 競賽淨零貢獻獎」。（臺中大遠百／許雲茜）

27 臺灣ETC新南向建功 奪智慧運輸國際大獎

第29屆智慧運輸世界大會（ITS World Congress）10月16日登場，遠通電收張永昌執行董事兼總經理力促臺灣智慧運輸建設發展，並成功帶領 ETC 產業鏈輸出海外，獲頒「ITS 世界大會 -- 名人堂終身成就獎」獎座。（遠通電收／賴建偉）

28 亞東證券打造無障礙金融服務

亞東證券積極提供金融友善服務，全新版官網操作便捷，方便身障人士使用，並規劃反詐騙專區，取得數位發展部「無障礙網頁 A 標章」認證。（亞東證券提供）

29 元智大學節能、研發成果斐然

元智大學節電、能源管理績效卓越，榮獲「2023 年經濟部節能標竿獎」教育業組「金獎」殊榮，另於「2023 年台灣創新技術博覽會」勇奪 2 件企業特別獎、1 面金牌與 3 面銅牌，表現亮眼。（元智大學／饒浩文）

30 亞東科技大學創新發明大放異彩

第 19 屆韓國首爾國際發明展（SIIF）11 月 1 日登場，亞東科技大學榮獲 1 項沙烏地阿拉伯特別獎、1 項馬來西亞大會特別獎，以及 4 金、2 銀、8 銅的佳績，展現優異的研究與創新實力。（亞東科技大學／閻嬰紅）

好康報報

31 HAPPY GO 點數巨樂部 月月抽海外豪奢雙人遊

HAPPY GO 打造全新「HAPPY GO 點數巨樂部」，即日起至 12 月 31 日，下載 HAPPY GO App 並加入點數巨樂部會員，即可獲得豪華雙人旅行抽獎資格，另規劃多重優惠活動放大點數價值，逾 10 項大獎讓您輕鬆兌換。（鼎鼎聯合行銷／蔡宛臻）

32 遠東 FET 親肌棉智暖發熱衣新登場 官網年底最強檔優惠實施中

秋冬氣候多變，看準民眾不想穿著厚衣出門，遠東 FET 獨家選用遠東新世紀最新研發的「吸濕發熱纖維（FENC[®]EM2 Spun Yarn）」，結合親膚的莫代爾纖維，推出輕薄保暖的「HEATSENSE 親肌棉智暖發熱衣」，於全臺遠東 FET 專櫃、Fet.com 官網同步熱賣中。（全家福／侯雅齡）

33 臺北遠東香格里拉飯店跨年煙火派對 火熱預訂中

迎接 2024，臺北遠東香格里拉飯店精心設計四大活動，其中，「璀璨 101 跨年住房專案」每晚 NTD23,500+15.5% 起；「香格里拉新年假期專案」除了雙人早餐與迷你吧，再贈頂樓泳池跨年派對雙人入場券，每晚 NTD18,250+15.5% 起；頂樓池畔「跨年煙火派對」，邀您盡享美食、美酒與音樂，每位 NTD3,600+10%；馬可波羅酒廊「經典電影《教父》主題跨年派對」，前兩排座位區每桌價格 NTD9,888+10% 起。（臺北遠東香格里拉飯店／吳威廷）



臺北遠東香格里拉飯店 2024 跨年懶人包

人事異動

34 遠東新世紀高階主管人事異動

姓名：許瓊華

原任：紡織總部資深經理專職遠東紡織（越南）協理

新任：紡織總部協理專職遠東紡織（越南）協理

學歷：美國金門大學資訊工程碩士畢



35 亞東醫院高階主管人事異動

姓名：廖立人

原任：醫療儀器室主任

新任：耳鼻喉部主任

學歷：臺灣大學流行病學與預防醫學研究所博士畢



姓名：王秉槐

原任：胸腔內科主治醫師

新任：門診部主任

學歷：臺灣大學醫學系學士畢

姓名：楊素真

原任：護理部代主任

新任：護理部主任

學歷：陽明大學護理研究所碩士畢



姓名：鄭博文

原任：耳鼻喉科暨頭頸外科主任

新任：教學部主任

學歷：臺灣大學毒理學研究所博士畢

擁抱變局 厚植跨域永續力

集團綜效暨零售規劃總部提供

疫後缺工問題持續惡化，除少子化因素外，新世代工作價值觀改變亦是關鍵。為協助年輕世代未來順利接軌職場，中正大學「勤誠講座」邀請業界領導人分享職涯經驗。集團綜效暨零售規劃總部李靜芳執行長受邀以「職場能跨才會夯」為題，勉勵年輕世代勇敢「跨」出框架，不斷學習，創造出不一樣的未來！

104 人力銀行公佈 2023 年新鮮人職缺已較疫情谷底增加 94%，疫後大缺工加上少子化效應，未來新鮮人就業不難，難的是如何找到喜歡的工作。根據遠見與 Dcard 發表的「青年職場三觀大調查」，有餘裕挑選工作的年輕世代講究「工作與生活的平衡」，認為工作很重要，但並非生命的唯一重心；維繫工作以外的人際關係，擁有興趣與生活，是值得驕傲的個人特色。因此，他們積極追求自己想過的日子，從「大我」回到「小我」，更自在、更自然地選擇在非組織型工作（30.1%）；選擇為了興趣而另外兼職（24.5%），也更勇於表態，「快樂」是他們想要成為的職人樣貌。此外，多采多姿的



網路新興產業也給年輕世代更多選擇，而消失的年輕世代則讓諸多產業人力進入惡性循環。

信念 決定未來

以往不再，未來沒來，或許會讓年輕學子感到徬徨、無助。李靜芳執行長分享自身在美國求學時，為維繫家計在沙漠經營餐館的故事，也談到回臺後，從會計事務所、電信產業，再轉戰零售領域的心路歷程。她勉勵同學，生命中難免有挫折與挑戰，用心做好每件事，將每一個轉點都當成學習的起點，秉持信念，不斷學習，才能跨越障礙，跨出框架。如同蘋果創辦人 Steve Jobs 曾說「生命會給你迎頭痛擊，但不要失去信念。」（Sometimes life's going to hit you in the head with a brick. Don't lose faith.）



李靜芳執行長也提醒同學，不需要為了未知的事情而阻礙自己探索，應勇敢向前邁進；每個人都會有徬徨憂慮的時候，但是不要失去對自己的信仰，不要失去對團隊的信仰，也不要失去對整個產業、社會的信仰。「目標」就是一個重要的信念，是團隊給彼此的承諾，也是彼此的共同語言，帶領著大家朝同一個方向邁進。信念，會讓正能量源源不斷，越努力不懈，運勢就會越強大。

培植跨域力 蓄勢待發

創新、跨域整合是未來人才重要的關鍵能力。受到新冠疫情與科技發展衝擊，產業不斷加速轉型，依據 Coursera《2022 工作技能》報告，2025 年預估有高達 40% 的工作核心技能將改變，而跨領域人才通常更願意踏出舒適圈，靈活地學習、帶領組織創新。

李靜芳執行長鼓勵年輕學子，在學時期就應該培養以下五種軟實力：

- 跨域力：跨越並整合不同領域之專業技能與態度。

- 學習力：對新科技保持好奇、強烈學習慾望，精益求精。
- 敏銳力：對時事、市場敏銳，洞悉消費趨勢，並能分析及運用數據。
- 協同力：具溝通與調適力、換位思考，你贏，我才會贏。
- 執行力：以堅韌的信念，用心踏實地做好每件事。

其中，「跨域」不只是一種能力，更是一種態度，儘管科技進化飛速、市場瞬息萬變，然而成功成事的基本原則並未改變。一個具備戰力的跨域者，必須有能力根據不同的組織任務、問題情境，調整解決問題的工具。對企業而言，跨領域人才最關鍵的是定義問題、敏捷創新能力。

善用數位優勢 創新價值

近幾年從NFT、Metaverse到ChatGPT、AI，科技進化快速迭代。現今美國已有逾半數企業使用ChatGPT編寫程式、創建文案圖片、服務客戶、彙整會議資料等。數位原生世代擅長使用行動載具、透過社群和影音平臺接收新知、熟稔線上購物渠道，應在職場上積極發揮數位優勢、創新價值，以形成競爭壁壘。

面對人工智慧的浪潮，美國史丹佛大學 AI 研究中心李飛飛主任認為，了解 AI 技術是基礎，為了「增強」人類，而非取代人類，在 AI 時代，最重要的還是做人。李靜芳執行長亦指出，科技仍是以人為本，創新應回歸人性，洞察人的需求與痛點，培養解決問題的能力，未來能打敗你的不是 AI，而是善用 AI 的人！

求新求變、充滿活力的年輕世代即將投入職場，儘管全球經濟仍詭譎多變，卻也可能是創造全新未來的絕佳起點。李靜芳執行長勉勵莘莘學子，越是在「VUCA」複雜而難以捉摸的時代，越應該盤點自身優弱勢，不斷嘗試與累積，用心做好每件事，堅定信念，勇於接受與克服困境，跨出屬於自己的一片天。

臺灣職場也面臨「高齡、少子化」帶來的世代斷層問題，企業經營者應建構互相尊重、互相信任支持的職場環境，善用不同世代的優勢，營造「跨世代共同協作」的企業文化，以創建世代共融共好的永續競爭力。

數位韌性與企業永續 從 ISO 22301 開始

遠東新世紀／簡筠茹

近年來，企業面臨傳染疾病、地區衝突、網路攻擊、極端氣候和全球化挑戰…等各種自然和人為災害，必須及早強化風險預防和危機應對能力，建立數位韌性，當遭遇重大災害時，方能快速恢復，確保永續經營。

什麼是數位韌性？

「數位韌性」是指一家企業面對數位攻擊、故障或災害等不利狀況時，能夠應用數位工具迅速復原，甚至從中學習並增強自身，保持運營的持久性和穩定性。

為了因應各種風險挑戰，各界都在積極研究如何提升企業的數位韌性，包括不斷監控和調整業務流程，以有效保護資產、確保關鍵系統持續運作，而 ISO 22301 正是重要的參考依據。

ISO 22301—建立數位韌性的關鍵工具

ISO 22301 是一個專注於管理業務持續性（Business Continuity Management System，BCMS）的國際標準，提供一個結構化方法，其中包括多個關鍵元素，有助於建立強大的業務持續性計劃，以應對災害、故障和威脅，確保企業能夠應對各種突發事件。

該標準要求企業針對駭客攻擊、數位病毒、機敏資料外洩等可能的風險進行評估，因此需要深入了解企業的數位環境和運營流程，以確定潛在的威脅和弱點，並預測其對業務的影響。此外，ISO 22301 強調需要建立一個不斷監控、評估和根據學習經驗進行改進的循環概念，確保數位韌性不僅是一個靜態文件，且能持續進行的過程。如此一來，企業面對災難威脅才能鎮定應對，而不至於陷入混亂。

建立數位韌性 增進營運量能

為了建立數位韌性，提升持續營運的能力，企業需要採取以下措施：

1. 風險評估和威脅識別：深入瞭解可能的數位風險、來源，以及影響，將有助於確認

潛在的威脅和弱點。

2. 擬訂業務持續性計劃（BCP）：基於風險評估的結果，制定詳細的業務持續性計劃，以確保發生無法預期的事故時，能夠快速恢復系統操作、做好數據保護與人員調度。

3. 建立和實施完整的數位安全政策：完善的訪問控制、數據加密、漏洞管理等，可保護企業免受數位攻擊的危害。

4. 培訓數位安全意識：幫助員工提升數位安全意識，讓大家瞭解如何應對風險，有助於減少人為失誤和社交工程攻擊的風險。

5. 定期進行測試和模擬演練：可藉此檢驗企業在災難中能否有效應對，以及相關安全措施是否有效。

6. 定期監督業務持續性的管理系統和改進：定期監督，並根據經驗和教訓不斷修訂業務持續性計畫、更新安全政策和加強培訓計劃，改進數位韌性。

數位韌性與企業永續

數位韌性不僅有助於企業應對數位風險，同時也 and 企業永續存在緊密的關聯，能帶來許多正面影響，包括 --

1. 提升業務彈性：能協助企業更靈活地應對各種挑戰，保護業務運營和商譽，確保在長期競爭中保持優勢。

2. 增進客戶信任度：近年客戶越來越關注個人數據和隱私安全，且更傾向與能有效保護其數據和利益的企業合作。數位韌性可提高客戶對企業的信任，同時增加產品和服務的價值。

3. 降低法律風險：許多法令／法規對企業的數據保護和隱私提出了嚴格的要求，並可能導致高額罰款。建立良好的數位韌性，能減少違反法規的風險。

4. 滿足股東期望：擁有數位韌性的企業，因為具有可持續成長的潛力，能吸引更多投資人。

借助 ISO 22301 實現企業永續競爭力

數位韌性是提升企業競爭力的關鍵因素，遵循 ISO 22301 的指引，可建立強大的業務持續性計劃，從而保護企業的數據和運營。企業應持續監控並不斷改進其計畫，同時投資於數位安全和員工培訓，確保在不斷演變的數位環境中保持韌性，實現永續。

亞東預拌 AI 學習之旅

亞東預拌／劉淑怡

近來全球掀起 AI 浪潮，這項技術不僅具有強大的創新性，更在各領域帶來重大變革，擁有人工智慧知識和科技，成為企業提升競爭力的必要手段。亞東預拌為此特別參與台灣人工智慧學校「連續性製造經理人班」之 AI 訓練課程，期能提升各級主管的 AI 技能，進而增強公司的競爭優勢。

此次 AI 訓練課程由亞東預拌總公司各部門、各區營業處及廠區主管參與，展現公司強化團隊 AI 智能的決心。

課程自今年 2 月開始，為期 14 週，每週四假中央研究院國家生物技術研究園區舉辦，邀請來自頂尖大學、研究機構、民間企業等各領域的專家和學者授課。考慮學員遍及全臺各地，主辦單位特別貼心安排了實體和遠距視訊兩種方式。每位受訓的主管們都努力克服繁忙的工作，總經理更是每堂必到、認真聽講，激勵了整個團隊。

訓練課程內容極為豐富，涵蓋以下四個主要構面：

- 1. 基礎知識：**介紹人工智慧的基礎概念和原理，幫助學員理解機器學習、深度學習、神經網路…等相關技術。
- 2. 理論架構：**學習 AI 的理論框架與運作方式，包含資料分析、模型建立、演算法…等。
- 3. 應用領域：**探討 AI 在自然語言處理、影像辨識、機器視覺各領域中的實際應用，有助於參與者規劃未來如何應用 AI 技術。
- 4. AI 產業化創新競賽：**以創新競賽的模式，將學員分為 7 個組，各組根據公司內部產、運、銷等各項領域的實際問題或痛點，提出 AI 解決方案，展示學習成果。例如：在製程中管控水對於混凝土的影響，預測混凝土的強度及坍度；精準出貨預估與最經濟之原料儲量數位化；預拌車智慧調度排程；預拌廠運輸交貨的 AI 資訊整合；預拌混凝土廠人工智慧系

統砂石進料系統…等。

在此之前，亞東預拌已經導入 ISO 27001 資訊安全管理系統，以 Power BI 進行 EIS 營運資訊管理系統，使用 Power Automate 推動 RPA 方案，建置品質管理 App，以 Smart Rock 監控混凝土溫度及強度，運用 Google Doc 進行 CRM 管理及職安管理，並以 SEM 進行關鍵字行銷。本次課程對於參與者來說，不僅獲得基本的 AI 知識，在未來推動各項數位轉型專案的過程中，也能與 AI 數位工程師有共同的語言、討論彼此的需求，加速專案的實施；對於公司而言，亦可藉由 AI 技術，逐步優化各項作業程序流程，提高效率，取得競爭利基。

亞東預拌更進一步擬訂未來三年、九大數位轉型計劃，除建置「資訊系統管理功能平臺」，運用 IOT 自動蒐集監測數據，並透過人工智慧數據演算法以及人工智慧影像辨識，提高營運績效，開啟預拌業由傳統產業走向 AI 科技管理的新時代。



婦女再就業計畫 鼓勵女性重返職場

遠東新世紀／廖至謙

行政院於2023年9月結合勞動部、經濟部、衛福部與教育部之資源，訂定為期3年之「婦女再就業計畫」，旨在協助精進工作職能、深化就業服務、打造友善職場，並分別對應至計畫中的3項獎勵措施，期能排除婦女就業障礙，增加就業意願。

依行政院主計總處統計，臺灣女性勞動參與率（以下稱「勞參率」）在2012年首度突破50%，雖逐年成長至2022年的51.6%，但仍低於OECD國家的52.4%。為鼓勵因結婚生育或照顧家庭而退出勞動市場的婦女重回工作崗位，行政院於2023年9月1日啟動「婦女再就業計畫」，預計3年後增加14萬名女性勞動力，希望將女性整體勞參率提升至53.5%。

臺灣女性勞參率自30歲後逐步下降，50歲後更是低於日、韓等鄰近地區，復職時間亦隨年齡增長而逐漸延長。鑒於少子化與高齡化現象持續加劇，國發會推估，未來10年勞動人口（15至64歲）將減少145萬人，加上零工經濟或自行創業等多元就業型態發展，各行業之人力缺口將越趨嚴重。因此，配合Covid-19疫情後經濟復甦亟需勞動力，政府透過各項就業促進措施鼓勵婦女重返職場，除能實現個人價值與自我成就，更有助於紓緩臺灣產業缺工問題。

發展署表示，許多女性因家務第一次退離職場時，仍具備一定專業；想重返職場時，卻擔心自身能力跟不上企業更新速度。若能透過計畫申請相應獎勵補助，精進原有的技能，即可重拾信心，順利就業。本次推出的「婦女再就業計畫」，鼓勵女性自行規劃課程內容，若提案計畫經審核通過，完成訓練並辦理求職登記、重回職場者，政府將發給「自主訓練獎勵」（最高NTD30,000）；若就業後連續受雇於同一位雇主達90日，則另發給「再就業獎勵」（最高NTD30,000）。

此外，為提高業界配合意願，雇主如針對有家庭照顧需求之婦女，提供調整工時之職缺，政府將每月發給每一職缺NTD3,000，最長12個月，最多可享NTD36,000之「工時

調整獎勵」。

近年來，婦女二度就業逐漸成為臺灣勞動力供給的重要來源，政府每年約協助 1.8 萬名婦女回到業界。隨著國際 ESG 浪潮的發展，女性同仁占比、職場友善制度、職務再設計等項目，已成為標竿企業



之基礎作為。面對人力短缺的緊急情勢，婦女重返職場的完整配套措施，將是穩固臺灣生產力的關鍵之一。「婦女再就業計畫」相關細節如下：

適用對象

1. 勞工：因家庭因素退出勞動市場 180 日以上之婦女。
2. 雇主：向公立就業服務機構辦理求才登記之企業、團體或學校。

獎勵項目及標準

1. 自主訓練獎勵：為鼓勵婦女規劃自主訓練，以精進原有職能，完成訓練並辦理求職登記者，發給 NTD20,000；完成訓練 180 日內經推介就業或自行就業者，再發給 NTD10,000，最高發給 NTD30,000。
2. 再就業獎勵：為鼓勵女性重返職場並穩定就業，凡婦女向公立就業服務機構辦理求職登記，經推介順利就業，連續受僱同一雇主 90 日且按月計酬全時工作者，發給 NTD30,000；部分工時受僱期間滿 90 日，且每月薪資達月基本工資二分之一以上者，發給 NTD15,000。
3. 雇主工時調整獎勵：雇主向公立就業服務機構辦理求才登記，並僱用經推介之婦女，且為其提供工時調整工作或部分工時工作，僱用滿 30 日，每月發給每一職缺 NTD3,000 獎勵，最長 12 個月。（資料來源：勞動部勞動力發展署官方網站、「婦女再就業計畫」專區）

腰痠背痛 小心僵直性脊椎炎

亞東醫院過敏免疫風濕科／張婷惠醫師

腰酸背痛的經驗幾乎人人都有，若是熬夜加班久坐、搬重物、彎腰做事、姿勢不良…等行為日積月累，更容易發生痠痛問題。不過，有些背痛的症狀其實潛藏著嚴重疾病的風險，提醒大家務必留意。



背痛伴隨以下狀況需儘早就醫

一般而言，八成以上的腰酸背痛問題找不到特殊病因，通常經過一段時間會慢慢好轉，或是使用止痛藥後能在1～2週內改善。此類情況大部分是因為工作特性造成姿勢不良，導致肌肉痠痛，可至復健科接受電療、熱敷等物理性治療，以及基於功能訓練的職能治療。然而，少數的背痛症狀卻可能是脊椎骨折、神經壓迫、骨髓炎、癌症骨轉移、僵直性脊椎炎…等疾病引起，如伴隨以下狀況，應儘早就醫。

1. 疼痛感發生在遭受嚴重外傷或跌倒撞擊後，可能與外傷造成的骨骼病變有關，建議至骨科或神經外科就醫。
2. 出現下肢無力、麻痺、大小便失禁或無法排尿…等未曾有過的神經學症狀，可能涉及神經受損，適合到神經內科、神經外科就診。
3. 若在半夜或清晨最感到疼痛，通常與發炎有關，建議求診過敏免疫風濕科。
4. 出現體重減輕、發燒等症狀，可考慮至感染科或血液腫瘤科接受評估。

在各種背痛的情況中，「僵直性脊椎炎」雖然不是最緊急的疾病，卻是需要長期治療追蹤的慢性病。患者往往從年輕甚至青少年時期即出現症狀，若能及早發現並接受治療，較能有效改善預後情況與生活品質。然而，因為症狀時好時壞，人們常誤以為是一般的痠痛，有些病人即使有家族病史仍未積極就醫，以致錯過早期治療的黃金時間，相當可惜。

僵直性脊椎炎的症狀

超過三個月以上反覆下背痛，且愈睡愈痛、愈僵，特別是半夜或清晨最不舒服，起床後需活動筋骨半小時以上才會消退；有時疼痛感發生在肩頸上背或肩胛骨中間，尤其女性患者常以不典型症狀表現。除了背痛，部份患者會出現肩關節、髖關節（大腿根部）、膝蓋、腳踝、腳跟、腳底、胸口兩側肋骨或骨盆邊緣等部位疼痛甚至腫脹，逾1～2個月以上都不見好轉。

另外，有些患者對於慢性疼痛習以為常，未特別就醫，直到發現單眼視力模糊畏光、急性紅眼疼痛的急性虹彩炎，經眼科醫師建議轉診至風濕免疫科檢查，才發現患有僵直性脊椎炎；有些人則是併發皮膚或指甲的乾癬病變（界限明顯的表皮增厚，嚴重時有白色鱗屑，故也稱銀屑病，又名牛皮癬），或出現發炎性大腸炎，常反覆拉肚子、解血便等。若因為以上症狀懷疑是僵直性脊椎炎，可透過X光檢查是否薦腸關節發炎，加上抽血檢驗HLA-B27，排除其他疾病、確定診斷方向後，即可開始治療。

僵直性脊椎炎的治療

僵直性脊椎炎嚴重時，可能脊椎沾黏如竹竿，活動受限，且無法正常地彎腰、轉頭，有時還伴隨周邊性下肢寡關節炎。因此，治療的目的除了改善疼痛之外，最重要的是希望減少脊椎沾黏的併發症。

治療方式分為藥物、非藥物兩種。在藥物治療方面，以非類固醇消炎止痛藥為第一線選擇，多數患者在發炎疼痛的階段使用皆可獲得良好改善；有時周邊關節疼痛發炎也會加上免疫調節藥（如：斯樂腸溶錠治療）。由於此類慢性病需要較長的時間治療，建議配合醫師回診，以監測副作用及療效。對於消炎止痛藥反應不佳或有副作用的患者，亦可選擇注射式的生物製劑，或口服的標靶小分子藥物。至於非藥物方面，主要包括：建立運動習慣、物理治療、戒菸等，其中，運動對於減少病人的疼痛感與維持活動範圍具有積極意義。

結論

醫療發展日新月異，生物製劑的針劑治療及標靶藥物的口服治療發展，為第一線治療不佳的病患開啟一扇新的門，期望對疾病的控制更加完善。

※張婷惠醫師的專長包括：痛風、類風濕關節炎、僵直性脊椎炎、乾癬性關節炎、紅斑性狼瘡、乾燥症、血管炎…等自體免疫性疾病。

無畏雨季 擋風防水我很行

遠東百貨／鄭嘉蕙

濕冷的12月，出門需要決心，尤其北部雨多、南部風大，無論上班族、學生，或是熱愛戶外運動的人士，外出都需要一件能擋風遮雨的服飾。本期「流行網」精選可抵禦濕冷氣候的機能服飾，在雨季與您同行。

機能服飾各有功能，輕機能單品一年四季都很實用，若是溫度下降或風雨增強，中、重機能單品就能派上用場。雖然「機能服飾」通常不便宜，但其實只要了解其中的關鍵技術，並針對使用需求挑選，就能找到最適合自己且價格合理的產品。以下說明選購秘訣：

- **防潑水 ≠ 雨衣**：挑選防水單品的重點在於擋水的力度，一般可分為「防潑水（Water repellent）」、「抗水（Water resistant）」、「防水（Water proof）」三種，分別能做到撥水珠即彈離、產生屏障，以及 100% 阻隔之效果。紡織工法則有塗層（Coating）或貼合（Lamination）兩種，後者雖然單價較高，但相對耐用。
- **透氣度是關鍵**：100% 防水的雨鞋、雨衣，儘管防水效果極佳，卻不透氣；若想兼具防水與舒適，有賴於科技機能材質。此類產品大多會提供防水係數與透氣度數值，方便消費者挑選。
- **洋蔥式組合**：不少人到寒冷的國家旅遊之前，總會添購長褲、鞋款、外套等單品，為了延續服飾的使用周期，務必選擇多功能的組合式設計。內裡防寒、外層防水，加上透氣效果的材質，即使在雪地也能保暖。惟需留意的是，外套款一定要確認內層接縫處有防水貼條，否則雨雪交加時容易滲水。



🔗 Timberland 防水外套在關鍵接縫處以二級防水技術密封，除了防風防雨，還能保持乾爽／遠東百貨桃園店提供



掃描 QR Code 看更多遠東人專屬優惠

防潑水外套



➡ **The North Face** 防潑水舒適保暖連帽羽絨外套

可依需求調整帽子與下擺的鬆緊度，讓衣服更貼合身型；拉鍊外設計一層擋風片，有效阻擋冷風入侵，再以 RDS 聯盟認證的高品質鵝絨填充，保暖、不厚重。建議售價 NTD19,800。洽詢電話：板橋大遠百 8 樓，(02) 2964-3279；遠東百貨竹北店 4 樓，(03) 610-6712。



➡ **TRAVELER** 旅行者輕量防水外套

防風防水又透氣，搭配雙向拉鍊設計，能避免風雨滲漏。機車族騎車時，可調整外套袖口的魔鬼氈鬆緊度，防止寒風襲來。建議售價 NTD12,800、推薦價 NTD10,240。洽詢專線：遠東百貨嘉義店 6 樓，(05) 284-1994。



➡ **AIGLE** 聯名防潑外套

使用 100% 回收聚醯胺纖維，表布具防潑水功能，輔以雙向拉鍊式前開襟及防風擋片，以及可拆、可調式兜帽。而且每生產一件外套，AIGLE 就會種下一棵樹木，為地球添綠意。建議售價 NTD8,800。洽詢專線：新竹大遠百 7 樓，(03) 523-7192。



時尚風衣

➡ **Kinloch Anderson** 金安德森經典防風外套

採用立領與雙排扣設計，內裡飾以品牌格紋，營造優雅的時尚風潮。建議售價 NTD9,880、遠東人獨家優惠價 NTD7,904。洽詢專線：臺南大遠百 2 樓，(06) 235-9612。

➡ **HUNTER** 上方開扣 Pioneer 迷你尼龍後背包

以 100% 再生纖維製成，外層使用 100% 再生尼龍，內層設計筆電夾層，裡外都是防潑水的材質，是適合各種氣候的萬用包款。建議售價 NTD4,380、遠東人獨家優惠價 NTD2,680。洽詢專線：遠東百貨信義 A13 B2 樓，(02) 2729-0676。

包 款



➡ **NEW ERA GORE-TEX** 防水探險帽

潮流品牌 New Era 推出全新系列，搭載 GORE-TEX®、CORDURA® 等機能性面料，打造防水、透濕、吸水速乾等高機能特性，並以簡約的外型搭配濃濃山系風格。建議售價 NTD3,880。洽詢專線：臺中大遠百 7 樓北棟，(04) 3609-5319。



鞋 款



➡ **FitFlop** 全皮革厚底中筒靴

以防滑橡膠鞋底、全新 Microwobbleboard 三密度微搖版中底製成，搭配側邊易穿脫的彈性設計，是雨天出遊首選。建議售價 NTD8,150、遠東人獨家優惠價 NTD7,743。洽詢專線：遠東百貨花蓮店 1 樓，(03) 835-5588 分機 8827。

➡ **Timberland** 深黑色 GORE-TEX 防水健行鞋

Timberland 鞋款以舒適、耐穿、耐用與防水等絕佳機能著稱，搭配經 LWG 認證鞣革廠製的皮革，不但有效提升抓地力，同時提供足踝完善的支撐。建議售價 NTD6,200。洽詢專線：遠東百貨桃園店 7 樓，(03) 339-4561；高雄大遠百 7 樓，(07) 338-5935。



備註：「優惠價」需出示集團員工識別證，期限至 2023 年 12 月 31 日。

義大利美食：卡諾里捲（Cannoli）DIY

豫章工商／鄭志祥

卡諾里捲又名「西西里奶油甜餡煎餅捲」，是西西里飲食中的一款經典點心，堪稱義大利甜點的代表之一。電影《教父》裡有句台詞：「Leave the gun, take the cannoli（槍留下，卡諾里捲帶走）」，足見它在義大利人心中的重要性。跟著本期「美食網」自製精巧的知名甜點，在家就能享受異國美味。

來自西西里島的「卡諾里捲」，外筒由麵皮製成，捲入打發鮮奶油與乳酪結合的甜餡料。傳統餡料常以「里考塔起司」（Ricotta Cheese）與糖為主要成分，經過油炸後，外筒會變脆，但內餡含水量高，必須及時食用，否則餡料的水分会漸漸軟化筒皮，影響整體味道與口感。

為了保存更長時間，有些糕點店師傅會在麵皮內側塗抹一層融化的巧克力，減少表皮受到水分影響；本次製作的配方則以白巧克力加入鮮奶油，讓口味更香甜，冷藏後餡料味道再提升。

—— 材 料 ——

1. 外筒：中筋麵粉 250g、紅酒 70g、鹽 2g、砂糖 14g、蜂蜜 7g、紅酒醋 5g
2. 內餡：白巧克力 100g、打發鮮奶油 300g

—— 作 法 ——

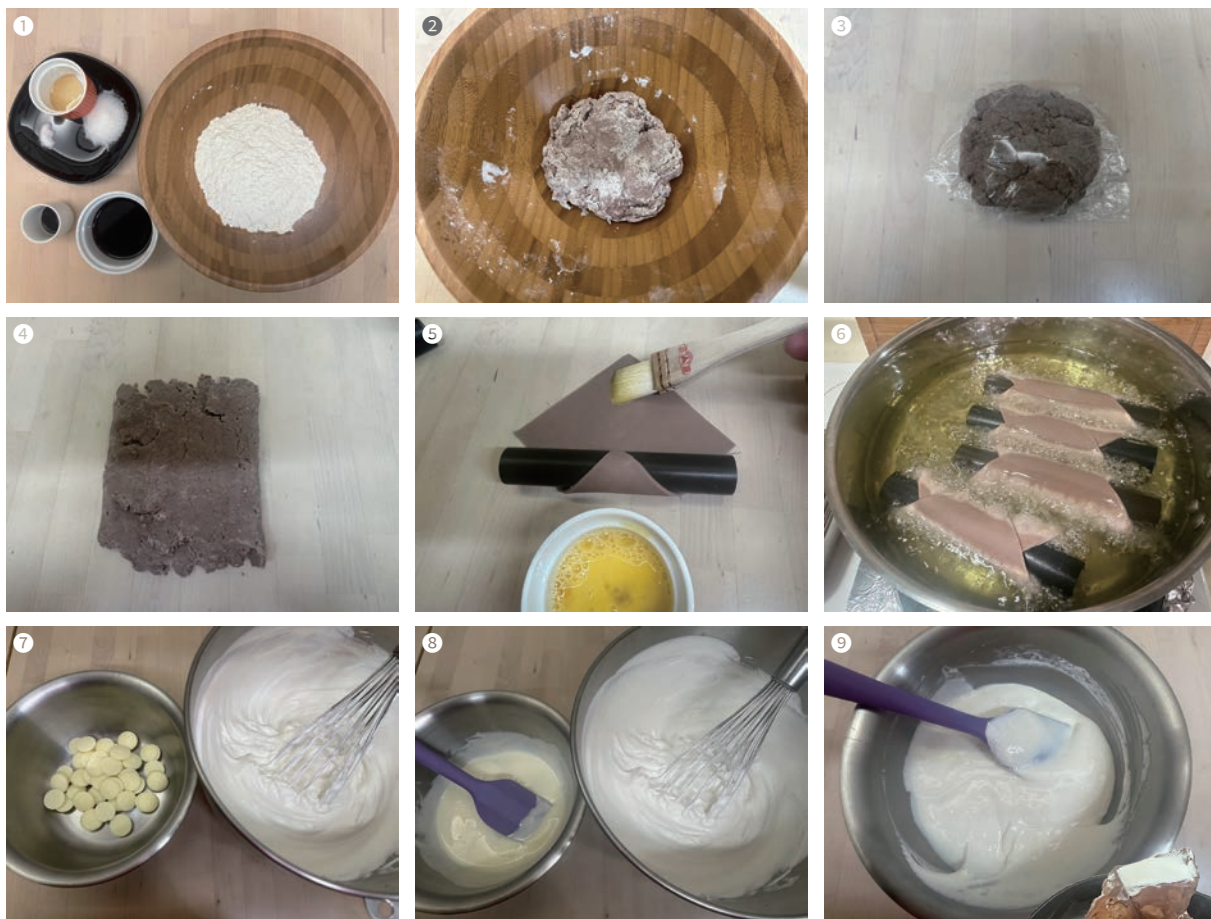
●外筒

1. 將麵粉、砂糖、鹽攪拌混勻，再加入紅酒、紅酒醋與蜂蜜一起揉製均勻。
2. 揉成麵糰後，以保鮮膜包好，待其鬆弛 60 分鐘。
3. 將鬆弛好的麵糰壓扁，再利用手搖壓麵機，把麵皮擀壓成片狀。

4. 擀好的麵皮折成三折後壓扁，再送入壓麵機壓製。
5. 反覆上述動作，直至麵糰表皮呈現光滑。
6. 將麵糰裁切為每份 10*10 公分的正方形，捲在管子上，並於接口處刷上蛋液，加強黏著力。
7. 捲好的麵皮放入中溫油炸 5 分鐘，至全熟且表皮酥脆即可。

●內餡

1. 白巧克力隔水加熱，使其融化。
2. 將白巧克力與鮮奶油混合均勻後，填入炸好的捲餅中，即大功告成。



完成



超高齡社會來臨 您準備好了嗎？

遠東商銀／連啟超

臺灣正邁向超高齡社會，多數人可望比想像中長壽，但伴隨而來的生活費用也形成另一股壓力。跟著本期「財經網」，了解如何及早準備退休金，讓未來過得舒適無虞。

根 據國發會研究顯示，臺灣已於 1993 年進入高齡化社會，2018 年轉為高齡社會，推估 2025 年將成為超高齡社會；隨著老年人口占總人口的比率持續提高，預估 2039 年可能突破 30%，至 2070 年達到 43.6%。

雖然 2022 年臺灣高齡人口佔總人口數 17.6% 仍屬健康，不過生育率續降為 0.87 人，在亞洲主要地區中，僅優於韓國與香港，在此趨勢下，高齡人口佔總人口的比率快速上升，預估至 2050 年，臺灣的占比將高於日本、義大利、美國…等國，僅略低於韓國，並於 2057 年突破 40%。

綜合前述各項數據所示，臺灣社會朝超高齡化發展的趨勢難以逆轉，意即 2057 年周遭將有 40% 的人超過 65 歲，每個人都將面臨「長壽風險」（因為壽命變長面臨的財務風險，且會隨著時間而增加）。俗話說：「人生最遺憾的是走的時候，錢花不完；人生最悲慘的是錢花完了，人還沒走！」完整詮釋出長壽背後的困境。因此，及早準備退休金以降低風險是當務之急。

一般受薪階級累積退休金的來源不外乎三種：政府的退休制度（勞保年金／勞退年金／國民年金）、薪資儲蓄，以及投資理財。其中，退休年金制度的金額有限且固定，甚至有破產風險，而薪資增長幅度往往跟不上通膨，唯一有機會累積退休金的方法僅能藉由投資，惟投資獲利不易，必須找出有效率且能相對降低風險的方式。

多數人都知道，「定期定額投資基金」最適合上班族準備退休金，其優勢在於，從薪資帳戶自動扣款可強迫儲蓄投資，若能維持紀律，隨著時間累積定能享受豐碩的果實。

然而，根據統計，即便是定期定額投資，人們還是很容易陷入追高殺低的循環。回顧 2007 年 2 月至 11 月，台股從 7 千點挑戰萬點，帶動定期定額人數衝上 32 萬人歷史高點，不料遇上金融海嘯，崩跌逾 5 成；而在 2009 年 1 月，定期定額人數回到 20 萬人低點後，台股卻隨著國際股市築底後大漲超過 110%，人數重回 29 萬。其後面對歐債危機衝擊，台股再重挫，定期定額扣款人數在之後十年持續減少。

近年在全球低利率環境下，台股一路突破萬點，寫下史上萬點時間最久的多頭行情，同時也推升定期定額人數重回 30 萬；2022 年則因美國暴力升息下跌三成，定期定額湧現停扣潮，跌至 22 萬人，未料 2023 年台股卻上漲至 7 月 31 日盤中的最高點 17,463。

上述歷史相信讓許多讀者心有戚戚焉，因此，遠東商銀提出一個顛覆性的定期定額投資概念 -- 「選擇波動較小，但長期績效穩健增長之全球型標的」。過往無論是媒體、財經專家或教科書，總推薦波動較大且長期趨勢向上之標的，作為定期定額投資的選擇，才能發揮「平均成本」的優勢（漲時少扣、跌時多扣）。儘管觀念正確，卻違反人性，因為人們往往為了趨避風險，而在下跌期間最應該加碼續扣之際，決定嘎然而止，在市場行情看好時才開始投資。由此可知，

「低波動、高累積」的標的可幫助投資人克服人性的弱點，更容易維持紀律扣款，在未來享受甜美的果實。

大家不妨重新審視自己的定期定額投資經驗，以及目前的投資標的，考慮調整為相對低波動、高累積的基金，說不定能改善投資習性，及早存夠退休金！



AI新浪潮 劃時代科技帶來新商機

亞東投顧提供

2022年OpenAI（開放人工智慧研究中心）推出聊天機器人ChatGPT後，在全球掀起一股新的生成式AI（AI Generated Content, AIGC）熱潮，創下2週內達到100萬使用者、2個月累積逾1億名活躍用戶的紀錄，成為有史以來成長最快速的消費者應用服務。備受關注的AIGC如何應用至商業活動？又能產生多大的經濟效益？本期「財經網」帶您一探究竟。

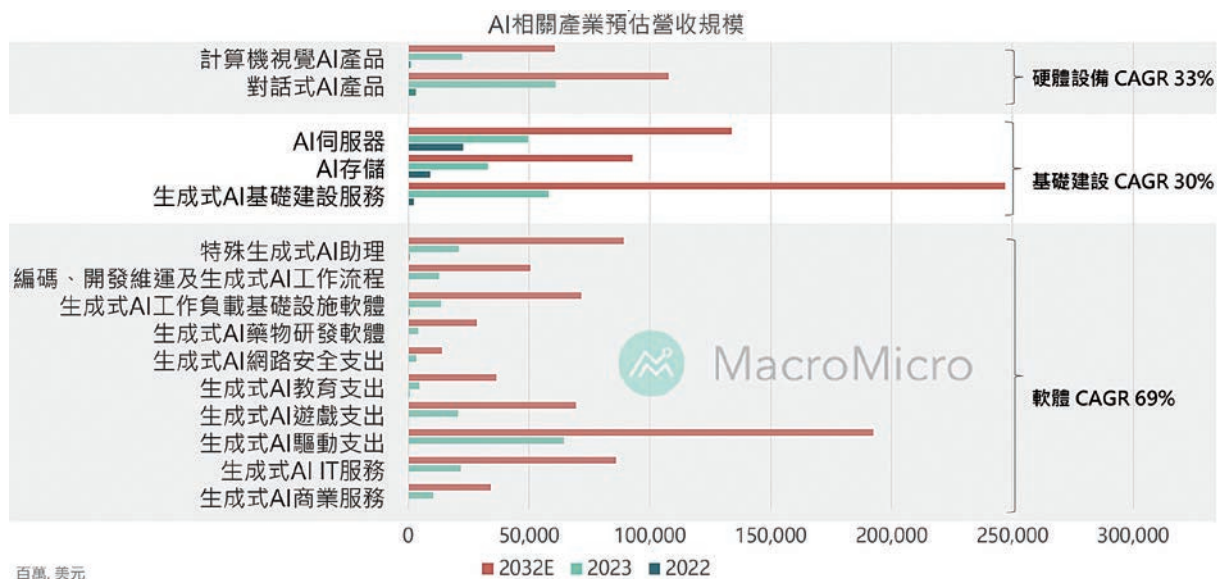
AIGC：顛覆您想像的 AI 新商業模式

AIGC 是 AI 的應用領域之一，使用者以 AI 技術建立文字、圖片、音樂、影片等各種形式的全新原創內容。

AIGC 才剛開始？

根據研調機構的資料顯示，全球生成式 AI 的市場規模 2022 年為 USD101 億，預估 2030 年將成長至 USD1,090 億，年複合成長率（CAGR）高達 35%，帶動 AI 伺服器需求增加，研調機構 Digitimes Research 統計，「高階 AI 伺服器」2022 年出貨量為 2.38 萬臺（年增率 YoY19.2%），預估 2023 年、2024 年出貨量將分別達到 16.72 萬臺（YoY

主題	說明
創新產業	使用 AIGC 自動生成創意內容將是未來主要的應用來源，例如：音樂、影片字幕、影像標記、自動化翻譯、智慧客服等。
教育學習	借助 AIGC 產生訂製化的內容，提高學生的參與度與學習成效。例如：自動化教學與評估、自動生成練習題、檢查答案。
醫療領域	利用 AIGC 幫助醫生診斷疾病、制定治療計劃、自動化翻譯病歷，以及生成專業的醫學報告。
商業活動	透過 AIGC 技術，企業與個人皆能自動化地生成各種行銷內容。例如：網頁文章、設計、廣告等，不僅貼近消費者，也可降低成本。



(資料來源：財經M平方)

602.5%)、33.72 萬臺 (YoY 101.7%)，呈現迅速上升趨勢。

TrendForce也預估，「AI伺服器」2023年出貨量近120萬臺 (YoY 38.4%)，占整體伺服器出貨量近9%，至2026年將增加至15%，並同步上修AI伺服器出貨量2022~2026年複合成長率至22%。綜合分析，預計AI伺服器市場將持續高速增長，2026年全球市場規模可望達USD346.6億，五年複合增長率 17.3%。

科技巨頭持續擴張 新創 AI 陸續出場

美國科技大廠瞄準 AI 市場大餅，其財報不僅顯示 AI 需求旺盛，且獲利與展望皆優於預期。根據 IDC 的數據顯示，2026 年 AI 總投資規模預估將超過 USD3,000 億，目前美國

NVIDIA	AI GPU 市場以 NVIDIA H100、A100 及 V100 為主，其中，A100/H100 晶片全數由台積電獨家代工。最新財報顯示，輝達 Q2 營收為 USD135.1 億 (YoY 101%)，含 AI 芯片的數據中心營收創紀錄達 USD103.2 億；預估 Q3 營收將增長至 USD160 億，連續兩個季度翻倍增長。
Google	將運用 AI 優化 Google Search 的廣告推薦，提供 AI 生成的答案作為搜尋結果，以加強使用者體驗。
Amazon	利用 AI 與機器學習技術改善庫存管理與倉儲，縮短送貨時間。此外，公司也計畫於未來兩年將當日送貨據點的數量增加一倍。
Meta	透過 AI 改善 Facebook、Instagram 的推薦功能，以及優化廣告投放精準度。今年 Q2 廣告業務營收 YoY11.9%，每月與每日活躍用戶數 YoY 分別為 6.3%、6.6%，絕對數值均創下新高。

的 OpenAI、Google、Facebook，日本的 Preferred Networks，以及中國的阿里巴巴、百度等公司，都在研究生成式 AI 及其應用。

AI 新世界 臺灣舉足輕重

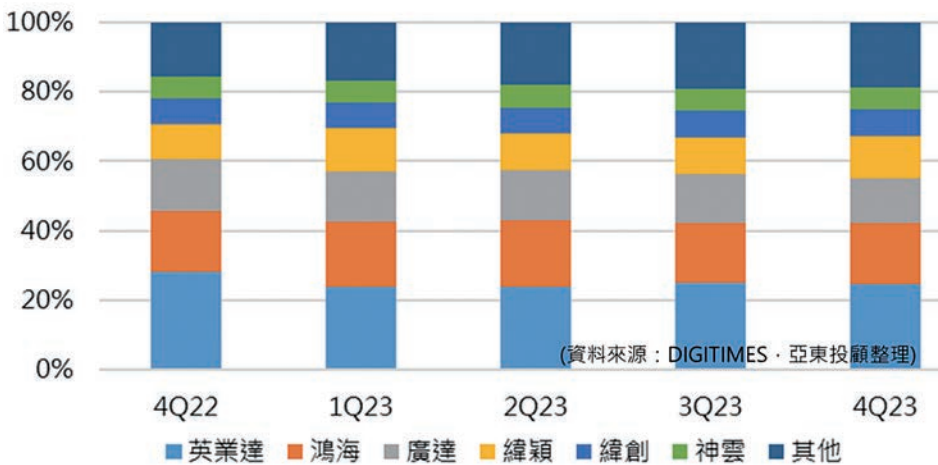
上游的 CPU、GPU 等核心晶片主要掌握在超微、輝達、英特爾…等美商公司，而臺灣企業則在半導體、電子零組件、散熱、機殼、電源供應器、PCB、伺服器代工等相對有競爭力，為產品主要的供應鏈。

下一波工業革命：未來10年AI無所不在

臺灣具備完整的 AI 產業供應鏈，從上游半導體到下游組裝廠皆扮演關鍵角色，未來可望大幅受惠於蓬勃發展的 AI 產業。微軟 CEO Satya Nadella 表示，人工智慧彷彿使電腦從自行車進入蒸汽機時代，一個新時代的產生往往帶來龐大的投資機會，2024 年不僅將成為 AI 應用元年，也可預見各方投資風起雲湧。

◆ 上游供應鏈：組成伺服器的晶片、關鍵周邊。 ◆ 為處理複雜的人工智慧訓練及推論所設計之先進運算系統，其 AI 伺服器搭載專用硬體，能高效處理海量數據並執行運算，通常配備高效能的中央處理器（CPU）與圖形處理器（GPU），另外可能裝有 AI 加速器，以提高負載力。		
晶片代工：台積電	ASIC：世芯、創意	PCB/CCL：欣興、金像電、台光電
機殼：勤誠、營邦	散熱：奇鋐、健策	電源供應器：台達電、光寶科
◆ 中游供應鏈：伺服器的組裝廠、品牌廠。		

台廠佔全球伺服器出貨量比重變化與預測



「唱」享未來

亞東工業（蘇州）／陳妍

酷愛唱歌的我，一直有個夢想，希望能站上舞臺唱歌給大家聽，因此，一聽聞公司舉辦「亞東好聲音」卡拉OK比賽，內心既激動又開心，原來，亞東工業（蘇州）不只是我工作、學習的地方，也是能讓我實現夢想的所在。

迫不及待完成歌唱報名手續之後，我夜以繼日的練習，隨著唱歌水準不斷進步，心中也越來越自信。

轉眼來到比賽當天，團隊的小夥伴忙著幫我梳妝打扮。沒想到，換上準備好的小禮服，坐在等待區，原本鬆弛的心竟然突然緊張起來，大腦一片空白，就連主持人的開場白和前幾位選手的深情演唱我都恍若未聞。

好不容易輪到我上場，心臟幾乎提到嗓子眼兒，走到舞臺中央，心裡更緊張了，直到看見熟悉的團隊小夥伴和來自各部門穿著遠東工作服的同事們，大家都熱情地為我加油打氣，突然感到安心不少，也重新點燃信心。

隨著音樂響起，我在夢想的舞臺上載歌載舞，獲得了許多掌聲和鮮花，最終奪得二等獎的好成績。對我來說，這無疑是莫大的鼓勵和認可。

感謝公司提供機會，讓我們展示自己的才華和團隊合作精神，更感謝親如家人的同事們，謝謝大家！



「遠東人開講」：我的阻詐經驗

編輯室輯

隨著各種詐騙手法不斷推陳出新，「阻詐技能」成為現代人不可或缺的防身標配。快來看看海內外的遠東人如何與詐騙集團鬥智鬥勇，安渡詐騙危機！

【一】

物價飆漲的年代，上網比價已是日常。9月份曾在某直播粉絲頁訂購護膝，當時賣家出貨很快，但收到的商品卻與照片不符，發信詢問賣家也音訊全無，這才意識到我被詐騙了。還好透過貨運客服的協助，順利取得退款。這次教訓讓我更加警惕，雖然線上購物很方便，但單從照片難以辨識品質，建議大家付款前先撥打官網電話詢問或 google 查詢過往是否有商品爭議事件，才不會傷神又浪費時間。（臺南遠百成功店／余佳蓉）

【二】

前陣子收到一封簡訊，內容是「eTag 未繳費通知」，除了顯示未繳費金額與逾期罰款之外，更附上「遠通電收 ETC」的繳費網址，點入後隨即進入信用卡刷卡頁面。當下我馬上暫停作業，查詢社群上是否有被詐騙的案例，發現果然是藉此誘騙民眾輸入個資後，擷取信用卡資料，有人甚至因此被盜刷數萬元。線上繳扣款固然方便，但初次設定交易時，應謹慎與金融人員確認，且不使用非官方的第三方繳費，才是阻絕詐騙的根本之道。（遠東新新埔化纖廠／李宇駿）

【三】

一天晚上接到一通自稱是金石堂客服人員的電話，詢問我是否已收到書籍，並聲稱我使用貨到付款的方式取件，但店員卻將付款方式誤設為分期付款，要求我提供資訊以進行修改，否則將持續扣款。由於我經常在金石堂的官網購買書籍，所以一開始心中不免半信半疑，冷靜思考後想起，我是使用到店取件的方式，而非郵寄到府。後來又發現網路上有

很多類似案例，於是聯繫該店客服，確認訂單狀況，並說明這起事件，要求他們提醒其他顧客。相信只有透過大家共同努力，不輕信來路不明的訊息、保護好個資、及時舉報任何可疑的詐騙行為，才能建立起更加安全的社會。（亞東證券／陳靜慈）

【四】

某次因為孩子在課業努力有成，想購買熱門遊戲卡片作為獎勵，因此加入 FB 相關群組。恰巧群組中有位欲出售遊戲卡片的賣家，經查過往也曾有出售紀錄，由於金額不大，雙方談妥費用後，我立刻轉帳，豈料賣家一再延遲出貨，最後我到警局備案，警方查詢匯款帳號及紀錄後，將賣家的帳戶列為警示帳戶，此時對方才表示願意全數退款，然因詐欺屬於刑事案件，無法任意撤銷，且被凍結的帳戶需要判決書或不起訴處分書方能解除，即使在不處理的狀況下，也需兩年後才能申請解除，期間全部交易功能都會被暫停，相信這一事件能夠給賣家一個警惕。（遠揚營造／王志豪）

【五】

身處數位化社會，享受電子設備的同時，也面臨各式詐騙的威脅。為了防範被詐，首先應保持警惕，不輕信不明來源的郵件、短信或電話。其次，避免在多個平臺使用相同的帳號和密碼，以防止對方破解一個平臺之後，順利入侵其他平臺。此外，更要定期更新軟體和作業系統，確保設備和資料安全。總之，唯有提高安全意識，做好防範措施，才能避免財產損失。（遠紡工業（上海）／王念峰）

【六】

我接過一通來自某電商平臺的客服電話，聲稱工作人員操作錯誤，將訂單設為分期付款，造成重複扣款，要求我前往 ATM 提款機解除分期設定，並且一再強調，若不在 24 小時內回覆，將重複寄送同樣的商品給我。當下只覺得工作人員也太不小心了，怎麼會犯這樣的錯，但仔細想想，卻發現不太對勁，於是回覆他，「沒關係，全部寄給我吧，多餘的商品可以分享給朋友。」

很慶幸自己沒有上當，掛上電話後，我也趕緊提醒親友們不要被騙。尤其面對突發事件時，更要保持冷靜和理性，先撥打 165 反詐騙諮詢專線查證，才能避免成為待宰羔羊。（鼎鼎企管／Vanessa）

有獎徵答

編輯室

看完這一期的月刊，相信大家對於集團的動態與大環境的變化又有了更深一層的了解。咱們「有獎徵答」單元就要考考大家對於月刊內容的記憶力嘍！什麼？你已經忘記答案是什麼了？沒關係，每道題目後面都有小小的提示，聰明的您一定很快就能找到答案！

本期題目

1. 遠東百貨如何打造全通路消費旅程？【封面故事】

- A. 跨足經營網路購物
- B. 將顧客導引至賣場消費
- C. 在商場導入數位系統
- D. 以上皆是

2. 下列何者非遠東 SOGO 百貨規劃的數位創新服務？【封面故事】

- A. 設計 App 提供整合資訊
- B. 以互動遊戲增加客戶黏著度
- C. 減少內部治理的數位化程度
- D. 推出綠色電商倡導永續消費

3. 愛買量販如何因應外部變化展開新的行動，吸引消費者光顧？【封面故事】

- A. 規劃VIP禮遇活動
- B. 開發新的熱門商品
- C. 在分店提供可分解蔬果袋
- D. 以上皆是

4. 關於僵直性脊椎炎的症狀，下列何者為非？【保健網】

- A. 血壓超過正常值
- B. 下背反覆疼痛達三個月以上
- C. 半夜或清晨最不舒服
- D. 部份患者會出現特定部位疼痛

參加辦法

請於12月15日前掃描右方QR Code，登入會員資料後，填寫答案。只要答案正確即可參加抽獎，本期獎品為面額NTD300之遠東集團四合一禮券（25份）。編輯室將於次月月刊公佈得獎名單。



399 期有獎徵答得獎名單揭曉

單位	姓名	單位	姓名	單位	姓名	單位	姓名	單位	姓名
亞東預拌	羅○藝	鼎鼎企管	何○俞	遠東巨城	蔡○齡	遠東商銀	陳○融	遠東新世紀	邱○蓁
亞東投顧	蔡○如	新竹遠百	吳○蓁	亞東證券	洪○婷	遠東商銀	陳○玲	遠東新世紀	王○文
遠傳電信	陳○儒	新竹遠百	陳○方	四川亞東	李○娟	亞東石化	陳○裕	遠東新世紀	曾○林
遠傳電信	羅○汝	遠東百貨	林○鈞	亞東醫院	范○慈	亞東石化	簡○哲	亞東證券	陳○娟
遠傳電信	顏○琳	桃園遠百	呂○惠	遠揚營造	游○奇	亞東石化	李○歡	遠龍不銹鋼	陳○吉

恭喜上列幸運兒分別得到面額NTD300的遠東集團四合一禮券！



➡ 亞東預拌攜手亞洲水泥、臺中市不動產開發商業同業公會舉辦研討會，期待凝聚減碳環保之共識，打造更好的居住品質。



➡ 亞東證券攜手板橋大遠百舉辦愛心捐血活動，成功募得 73 袋熱血。



➡ 遠東聯石化（揚州）和南大揚州化工研究院舉行簽約儀式，未來將結合產學研之力，加速推動產業進步。



➡ 四川亞東水泥舉辦「秋日拾趣」員工親子團建活動，為凝聚團隊力量打下堅實基礎。



➡ 愛買量販同仁 11 月 10 日前往林口頂寮海灘淨灘，清出廢棄物逾 156 公斤，為永續海洋生態盡心力。

SOGO 全台第一綠色百貨 天母店

SOGO APP
贈獎兌換
免排隊

會員招募中
QR Code

聖誕週年慶

11.29 WED - 12.10 SUN



線上DM 請掃QR Code



週年慶消費禮

各活動期間親持快樂購卡
及當日單筆達**指定金額**(詳見
內頁)，憑同卡號電子發票
及銷貨明細，過卡不扣點，
即可兌換指定贈品壹份

11/29 三 - 11/30 四 當日單筆滿1,000元



LINE FRIENDS
多口袋肩背
托特包
(附卡夾)壹組

限量15,000組

©LY Corp.

12/5 一 - 12/6 二 當日單筆滿1,000元



LINE FRIENDS
隨行附杯
保溫瓶壹個

限量14,000個

©LY Corp.

全館服飾 **6**折起 / 化妝品 **9**折起 + 滿額贈 (部份商品除外) / 生活超市 **city'super** **9**折 菸、酒、免稅品、特價商品及部分商品除外

週年慶特別營業時間：百貨11:00~22:00/超市09:00~22:00

以上詳細活動內容請見官網公告

全台唯一可申報綠色採購的百貨，就在SOGO天母店！

永續先行！企業推行綠色採購，符合政府標案評選！

即日起~2026年，

到SOGO天母店採購任何商品、商品券/禮券、聚餐...等，
皆能以總金額之30%申報綠色採購！

歡迎關係企業多多利用！

