

共同開創 誠勤樸慎 · 創新的健康人生

FE 遠東集團
FAR EASTERN GROUP

遠東人

徐有岸
題

DEC 2016

NO. 316

12月號



掃描 QR Code
看更多即時訊息
還可下載電子雜誌

COVER STORY

大數據助攻 遠傳與您「溝通零距離」
讀懂大數據 遠東商銀翻轉競爭力
HAPPY GO善用大數據 贏得顧客心

LIFE GUIDE

美食網
走進童話甜點世界——德國點心DIY
財經網
高收益債券投資的觀察重點
保健網
網路世代的文明病——乾眼症



大數據 創造新生意

Big Data Create
New Business Opportunity



遠東集團徐旭東董事長（左二）與太平洋 SOGO 百貨黃晴雯董事長（右二）連袂出席 SOGO 週年慶造勢大會，為同仁加油打氣。



豫章工商儀隊 10 月 27 日應邀於 Mega City 週年慶開幕演出，獲得滿堂彩，遠百徐雪芳總經理（前排左四）也讚譽有佳。



遠東百貨在《壹週刊》第十三屆服務第壹大獎「百貨公司 & 購物中心」項目勇奪第二名，徐雪芳總經理（前排左二）與一級主管和獎座合影，分享得獎喜悅。



亞東醫院榮獲新北市衛生局頒發「醫療公益獎——醫療機構獎」，由林芳郁院長（右）親自受獎。



遠通電收張永昌總經理（左一）應邀出席 2016 國際綠色智慧交通論壇，與產官學菁英共同為政府推動智慧臺灣獻策。

2017 遠東人月刊徵稿列車啟動

李佳珍

荏苒時光，將案上的月曆追逐到最末一張；而集團成長的每個印記，卻已悄悄累疊在架上的遠東人月刊。再重逢，遠東人月刊將繼續朝「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？您有特別推薦的私房餐廳、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鑑賞達人、旅遊達人，與我們分享您豐富的生活體驗。

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、有趣的童言童語……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. 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，亦請特別註明；來稿若經採用，編輯室保留稿件刪修權，請投稿人自留底稿，恕不退稿。
3. 「遠東人開講」（每月主題徵稿）每則 500 元，其餘文字稿臺灣地區每字 0.5 元、大陸地區每字 0.8 元。

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，若有投稿相關問題，歡迎來電洽詢：(02) 2733-8000 分機 8549、8553

「遠東人開講」一月份話題：新年新希望

一年容易又過去，轉眼間，嶄新的年度即將到來。面對全新的 2017，您有什麼新的期許或夢想呢？歡迎來信與我們聊聊您的新年新希望，文長 300 字以內，遠東人月刊就會提供您一筆新年圓夢基金哦！（截稿日期：12 月 15 日前）

CONTENTS

1

EDITOR 編輯手記

2017 遠東人月刊徵稿列車啟動 / 李佳珍

04

LEADER'S REMARKS 領航者的話

Envisioning Tomorrow 徐旭東董事長於遠東百貨廠商聯誼會致詞 / 楊雅森

07

COVER STORY 封面故事

大數據助攻 遠傳與您「溝通零距離」 / 編輯室採訪整理

讀懂大數據 遠東商銀翻轉競爭力 / 編輯室採訪整理

HAPPY GO 善用大數據 贏得顧客心 / 編輯室採訪整理

17

GROUP BRIEFING 集團簡訊

關係企業動態報導 · 公益專區 · 人事異動 · 績優榮譽榜 · 遠東連線 好禮分享 / 通訊員

24

OFFICE TALK 樂活職人

經營管理新知：GoHappy 強攻大數據 用「算計」來賺錢 / 郭怡瑄
同仁工作經驗談：記遠東（蘇州）營運總部《工業 4.0 講座》 / 戴晶晶

27

HOT TOPIC 遠東話題

「遠東人開講」：我的綠色生活 / 編輯室輯

28

LIFE GUIDE 生活情報

- 法律網 交通事故如何適用信賴原則？／姚清欣
 法律網 失業勞工協助方案 再創事業第二春／蔡佳伶
 美食網 走進童話甜點世界——德國點心 DIY／鄭志祥
 美食網 嗆辣好食 適量延壽／鄭嘉蕙
 保健網 網路世代的文明病——乾眼症／蔡紫筠
 財經網 高收益債券投資的觀察重點／詹定成

42

STORY 心動時刻

- 海天遊蹤：夢回阿爾山／俞瀛璇
 午后街角的人與事／郭延山

48

QUIZ 有獎徵答

315 期有獎徵答得獎名單揭曉／編輯室



2016 年 12 月號 | 316 期



發行人 徐旭東 | 社長 鄭澄宇

月刊編輯委員

- | | | | |
|-----|-----|-----|-----|
| 王明倫 | 王泰輝 | 余欲弟 | 李佩頻 |
| 李宗誠 | 李美慧 | 何思緯 | 林俊佑 |
| 林信宏 | 洪詩婷 | 吳佳穎 | 俞瀛璇 |
| 莊太緯 | 梁雅雯 | 翁鈴雅 | 葉金璋 |
| 游淑如 | 張景芳 | 郭奕中 | 曾淑辛 |
| 陳文山 | 陳聰明 | 陳世莉 | 陳玲華 |
| 郭曜豪 | 陳皓剛 | 楊景如 | 鄒芯萱 |
| 蔡敏雄 | 蔡佩瓊 | 劉貞佑 | 鄭雪玲 |
| 顏文池 | 謝淑惠 | 戴永茂 | 蔡祐吉 |

發行所

遠東關係企業 裕民股份有限公司
 臺北市寶慶路 27 號 10 樓

通訊處

臺北市敦化南路二段 207 號 36 樓
 (02) 2733-8000 轉 8549、8553

E-mail

magazine@fenc.com

網址

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

電子報網址

http://www.fenc.com/magazine/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

Envisioning Tomorrow

徐旭東董事長 於遠東百貨廠商 聯誼會致詞

遠東新世紀／楊雅森

時間過得真快，彷彿不久前，我才在遠百廠商聯誼會發表過談話，此刻又站在臺上，與大家分享零售業的趨勢。今天的談話分為兩個部份，第一部份是全球經濟與零售產業的發展概況；第二部份則是我近期對於零售業的發展觀察。

首先，我們來談談整體經營環境的挑戰。觀察近期景氣走勢，IMF 與 EIU 均下修 2016 年全球經濟及貿易成長率預測，這是金融風暴以來的最低水準。就區域而言，美國與新興國家是 2016 年成長的主要動能，而歐元區與日本則持續低迷。此一下修，主因 6 月底英國公投由脫歐派獲勝，這隻黑天鵝不僅衝擊全球金融市場，也對未來景氣走勢投下新的變數；其次，甫當選美國總統的川普，由於外交上傾向保護主義，財政上採緊縮政策，將不可避免地影響全球經濟，加上他主張減稅及削減支出，很可能導致利率與通膨提高及財

政赤字擴大；另外，在保護主義及全球經濟成長減緩的壓力下，全球股市及風險性資產將備受打擊，仰賴全球貿易的新興市場可能變得更脆弱。此一重大變數，將大大影響全球經濟發展的走向。根據主要機構預測，相較於 2016 年，2017 年或許能微幅成長，特別是美國與新興國家仍有成長動能，惟仍需觀察川普的政策走向。所以，面對未來的經營環境，我們必須謹慎以對。

全球經濟雖然面臨多項風險，但零售業依然具有成長動能，尤其電子商務的比重將持續增加。目前全球零售業營收成長主要來自兩個面向：一是全球中產階級人口持續增加且亞洲國家的收入水準提升；二是網路通訊技術的發展，讓零售業可以 24 小時提供服務。但是亞洲各國零售業的發展，受到經濟前景未明、中國成長趨緩的影響，消費者對於經濟發展信心不足，連帶影響消費意願，整體零售業營收波動幅度偏大，其中尤以香港、中國、泰國、越南等地為甚。

臺灣經濟在歷經幾年低迷之後，2016 年的成長主要來自內需的支撐，特別是民間消費力。根據 Global Insight 預測，臺灣 2017 年整體發展將較 2016 年好轉，而成長的主要原因在於，除了內需之外，出口亦將明顯轉好。近三年臺灣綜合商品零售業營業額總額仍有小幅成長，凸顯市場飽和與網購無國界現象。今年因新商場（Outlet）、長假及氣候等因素，帶動臺



市場持續改變帶來的挑戰，零售商如果不跟上腳步，未來也只有走上消失這條路。特別是網路通訊科技的發展，讓零售業無所不在，根據 Forrester 研究報告指出，預計 2017 年，美國零售營收將有 60 來自網路，因此，零售商競逐的將是如何掌握消

費者的心。而要掌握顧客的心，必須做到以下各點：

費者的心。而要掌握顧客的心，必須做到以下各點：

首先，**快還要更快**。根據研究，送貨速度與方便性是優化消費者體驗的重要因素。由於買東西越來越方便，大家都希望能更快拿到自己所購買的商品，現在網購業者標榜的「一日到貨」服務，未來可能變成購物的基本門檻；最後，真正的贏家將會是能夠幫顧客省時、快速取得商品的零售商。

其次，**個人化的消費體驗日益受重視**。由於科技進步，零售業者對於消費者的購物決策行為資訊掌握度越來越高，也迫使大家競相投入物聯網及大數據技術，整合線上／線下通路各項資訊，來描繪顧客的全貌，希望掌握顧客的偏好與需求，進而提供產品或服務。

而數位服務持續成長，顧客買東西越來越方便，廠商送貨也越來越快速的情況下，**如何讓消費者付款更快、更方便**，就

歸納近期臺灣零售市場發展重點，首先是新業態——Outlet 業者持續投入市場，目前已知有七家 Outlet 將陸續投入營運；其次是軌道經濟持續發展，因應越來越完善的交通建設路網，更多商場仰賴捷運、臺鐵及高鐵站區，掌握廣大的人潮。再者，線上銷售仍舊火紅，尤其臺灣的手機普及率越來越高，行動購物已成為重要銷售通路。此外，臺灣瘋路跑運動的風潮，亦帶動各項運動時尚機能產品的銷售。至於新穎多元的餐飲服務，在百貨營收中的佔比也越來越高，成為零售賣場不可或缺的商品組合。最後則是快時尚陸續搶進，從 Uniqulo 開始，包括：ZARA、H&M、GAP……等業者紛紛布局臺灣市場。這些發展，著實帶動了臺灣整體零售市場的質變。

零售業這幾年面臨速度、技術，以及

費者的心。而要掌握顧客的心，必須做到以下各點：

首先，**快還要更快**。根據研究，送貨速度與方便性是優化消費者體驗的重要因素。由於買東西越來越方便，大家都希望能更快拿到自己所購買的商品，現在網購業者標榜的「一日到貨」服務，未來可能變成購物的基本門檻；最後，真正的贏家將會是能夠幫顧客省時、快速取得商品的零售商。

其次，**個人化的消費體驗日益受重視**。由於科技進步，零售業者對於消費者的購物決策行為資訊掌握度越來越高，也迫使大家競相投入物聯網及大數據技術，整合線上／線下通路各項資訊，來描繪顧客的全貌，希望掌握顧客的偏好與需求，進而提供產品或服務。

而數位服務持續成長，顧客買東西越來越方便，廠商送貨也越來越快速的情況下，**如何讓消費者付款更快、更方便**，就



成為零售商持續努力的目標。預期未來行動支付將呈爆炸性的成長，以遠傳電信旗下的 friDay 電子錢包為例，消費者出門只要帶著手機，就能把遠東商銀快樂信用卡與快樂有錢卡放進數位錢包，在遠東集團各零售通路盡情消費。

近年來，社群媒體蓬勃發展，人們透過網路社群討論商品、分享心得，並且根據所在地，尋找相關店家、瞭解商品實際情形，然後透過智慧型手機等行動裝置，買到合適且便宜的商品。自去年起，Facebook 與 Instagram 等大型社群網站，也在原本的**社群分享頁面，加上購物及拍賣功能，形成一種新興的銷售管道。**

全球行動通訊用戶不斷成長，預期將超過 48 億人口，在智能手機的帶動下，電子商務從傳統 PC、Notebook，快速移轉到手機螢幕；越來越多零售業也追逐著手機小螢幕的眼球關注，讓購物行為越來越不受環境及時間限制，徹底做到 **anytime, anywhere 的銷售通路。**

掌握消費客群一直是零售業行銷的核心。根據統計，千禧世代目前約有 20 億人口，其消費總額卻佔全球零售支出的一半，而且這群人線上／線下消費經驗豐富，不在意零售商是否 Omni-Channel，

只在乎個人的消費體驗是不是 Omni-Experience。因此，如何透過科技及服務設計，抓到這群人的心，是零售商的決勝關鍵。

今年阿里巴巴「11.11 全球狂歡節」甫開市一小時，交易額即突破 353 億人民幣（約新臺幣 1,648 億元），已超過 2013 年的全年交易總額 350 億。不僅如此，雙 11 在行動、跨境兩方面也有好表現，開賣 33 分鐘，支付寶交易總筆數達 1 億 4 千多萬筆，行動消費佔比高達 90%。為了落實國際化策略，阿里巴巴今年喊出「買全球、賣全球」的口號，跨境交易前五名國家依序為：美國、日本、韓國、德國、澳洲。

值得一提的是，今年正式推出服務的阿里巴巴 Buy+，運用 VR 等虛擬實境的技術，在阿里天貓「雙 11」活動中，提供全新的娛樂體驗，增加商家和消費者，以及消費者之間的互動，不僅實現「消費購物無國境」的概念，也成功展演虛擬實境、線上／線下零售商結合的服務案例。

根據 Gartner 分析指出，過去零售商強調為顧客提供個性化（personalize）、無縫購物體驗（seamless shopping experience）的能力，未來顧客的體驗將是競爭差異化的主要基礎。具有前瞻性的零售商必須創造出能回應客戶需求的購物路徑，將店內的科技、行動、雲端、大數據分析和社群媒體整合到統一的系統，以提高客戶參與度。

大數據助攻 遠傳與您 「溝通零距離」

編輯室採訪整理

身處資訊爆炸、市場瞬息萬變的時代，大數據已成為企業的關鍵資產，透過數據的採集與分析，能清楚看見顧客的全貌，掌握顧客的需求與變化，並且進一步創造出獨一無二的消費體驗。本期「封面故事」將由遠傳電信首席顧問李聖珉，為大家詳細解析遠傳如何利用數據，精準出擊，為企業取得創新的決勝點！

大環境的快速變遷，讓企業面臨前所未有的衝擊與挑戰，卻也帶來前所未有的創新機會。過去，企業仰賴經驗法則與市場觀察來擬定行銷策略，其中不免夾雜著臆測與博弈的成份。隨著近年資料量急速成長、儲存設備成本下降，以及軟體技術的成熟，現在，更多的企業懂得從消費者的行為數據中，探掘出真正的著力點。

為了掌握大數據商機，遠傳也積極成立大數據相關部門，啟動大數據平臺專案。「對於遠傳而言，大數據紀錄了用戶與我們最直接的互動，透過這些數據，可以了解用戶如何使用遠傳的產品與服務，找出用戶的需求或偏好，積極優化與創新，一步步實現成為客戶『智慧生活好夥伴』的目標。」遠傳電信首席顧問李聖珉如是說。



遠傳電信首席顧問李聖珉

瞄準四大領域 為服務增值

專精於策略與營運管理分析的李聖珉首席顧問，目前負責遠傳策略及新事業執行規畫暨發展，在他的擘劃下，遠傳的大數據應用瞄準「客戶體驗之優化」、

「客戶價值之提升」、「智能網路 (IoT) 服務之實現」、「數位服務 (內容、行動廣告、電子商務等) 之精準化」等四大領域。

在優化客戶體驗方面，李聖珉首席顧問認為，「用戶對遠傳的信任與喜愛，是經由每一次與我們的互動累積而成；不論是運用遠傳行動通訊服務與親友通話或傳 LINE、來到遠傳門市預約最新的 iPhone，或是在行動客服 APP 查詢本月應繳帳單金額，這些經驗都將影響客戶對遠傳的評價。」因此，遠傳積極蒐集處理用戶的各類互動資料，藉由數據分析，得知客戶痛點，無需客戶反映，即主動改善，優化服務品質與客戶體驗。

經營客戶關係時，企業往往面臨的難題是，如何運用有限的資源，為用戶創造最大的效益。「透過妥善的規劃，搭配嚴謹的數據蒐集與分析，我們得以量化許多行動決策對於客戶價值所產生的影響。」李聖珉首席顧問舉例，「對於負責繳費提醒／催繳的團隊而言，若能事前掌握哪類客戶經過簡訊提醒即會繳費、哪類客戶需要客服人員聯絡才會繳款，並且依此規劃每日客服人員應聯絡的客戶名單，將可提升整體團隊的生產力；而透過預測模型來辨識高流失風險的客群，也讓我們能夠提早與這些客戶溝通，主動推薦適合客戶需求的方案，以減少客戶流

失。這些都是遠傳將客戶歷史行為分析，應用於營運規劃的實例。」

除了提升客戶價值，大數據的應用也有助於實現智能網路 (Internet of Things, IoT) 服務。「邁入物聯網時代，許多智能網路 (IoT) 的創新服務，都是以連網裝置上傳的大量資料為核心，藉由分析連網裝置的各類狀況，推演出應誘發的服務內容。」李聖珉首席顧問分析，「例如，以手機移動來推估人流，並將其結合交通規劃，在人潮快速增加的特殊節慶或活動的周邊地區，進行交通應變與疏導，預防交通阻塞；此外，遠傳『全能行動管家』也是一項新型態的智能網路服務，用戶可以透過個人行動裝置，搭配網路攝影機、智慧型插座、紅外線廣角偵測器等裝置，結合成居家智慧聯網環境，遠端關懷家中小孩、長輩、寵物的狀況。」

對於提升服務的精準度，大數據也扮演舉足輕重的角色，藉由數據分析客戶過往的行為，可以了解客戶在乎、喜歡什麼，進而提供更適切、精準的服務。遠傳針對數位影音推出的個人化推薦，即是大數據分析的成果之一，「『我猜你會喜歡這些影片』是大數據服務於 friDay 影音的展現，」李聖珉首席顧問指出，「我們透過不斷的資料學習與調校運算邏輯，從大量的影片中，幫助用戶挑出『投

其所好』的選項，以簡潔使用者介面推薦給他/她，這種持續改良也是大數據服務的特性與優勢之一。」

跨界攜手 讓數據產生大價值

不僅運用分析資料，提升自身服務品質，李聖珉首席顧問認為，遠東集團事業涵跨食衣住行育樂等領域，作為遠東集團的客戶，應當享有更好的整合式服務與體驗，因此遠傳正與遠東商銀、零售相關企業討論、規劃、試行各種合作企劃，希望整合集團資源與優勢，基於數據洞察，提供消費者有別於市場的產品或服務；「若一位消費者同時是遠傳電信與遠東商銀的客戶，我們希望可以讓她/他感受到比一般客戶更好的電信或銀行服務，這是目前努力的方向。」

而在智能網路與數位服務領域，與生態系統（ecosystem）中各類業者合作，更是企業能否在商戰中，成功脫穎而出的必要條件，因此遠傳也積極尋求開拓各種合作模式。李聖珉首席顧問透露，「在運用人流分析進行交通規劃上，我們正與交通顧問及政府部門密切合作；在數位服務上，則不論數位內容取得或服務平臺的建置，遠傳都秉持開放的態度，與各領域的高手合作，期能推出最快、最好的創新服務。」

李聖珉首席顧問深知，大數據分析

與應用之能力，在快速變化的數位產業，將會是關鍵的競爭優勢，因此，遠傳未來也將針對前述四大應用領域持續耕耘，逐步累積對用戶的瞭解，提供客戶更多個人化的虛實整合互動與數位服務，「最新推出的 friDay 錢包，我們除了增加電子錢包的適用場景，也將藉由數據，了解客戶實際使用錢包的經驗，作為產品改良優化的重要依據。此外，數位廣告也將是另一個大數據應用的重要領域，透過數據來增加廣告效果，可創造廣告主、數位出版商、消費者的三贏新局。」

從「經營產品」，進化為「經營顧客」；從洞悉歷史，進化到預測未來，透過大數據的探勘與應用，遠傳將為電信服務開創全新的里程碑，讓用戶真正享受「生活有遠傳，溝通無距離，人生更豐富」的行動生活！



讀懂大數據 遠東商銀 翻轉競爭力

編輯室採訪整理

大數據被喻為「未來的新石油」，各企業無不積極搶進。然而，如何解讀數據背後的意義，將「原油」提煉成可直接使用的「汽油」，卻考驗著經營者的智慧。本期「封面故事」邀請遠東商銀戴松志副總經理，與大家分享如何運用大數據，提升客戶服務與行銷效益，進而開拓無限可能的新世界！



遠東商銀戴松志副總經理

看似極簡風格的辦公室，其實還藏著許多一物多用的巧思：走道的牆面上，隱藏著投影裝置，召開大型會議或舉辦訓練課程時，同仁們只要在座位上即能參與，無須另覓場地；個人檔案櫃則以沙發造型的滑動式儲物櫃取代，除了收納功能之外，也方便同仁們隨時坐下討論業務；會議室內，不但配備超大型白板，還有無線牆面投影，開會時可以透過行動裝置或筆電，直接傳輸

播放簡報或分享訊息。

走進遠銀數位金融事業群全新改裝的辦公室，很多人一定不敢相信，在此之前，這裡還是僅能容納 20 餘人的辦公場地，如今不但能安置 40 多個辦公座位，而且絲毫不顯侷促。戴松志副總經理開心的介紹：「我們捨棄制式的辦公隔間屏風、頂櫃與天花板夾層，一方面讓同仁的溝通毫無阻隔，另一方面也讓視野更加開闊。」

去蕪存菁，只留下有益的、更智慧的物件，這樣的理念也體現在戴副總對於數位金融的經營上，「真正的智慧應用，必須結合日常的使用習慣，單是以手機開關燈這種華而不實的設計，不是遠銀的目標。換言之，數位金融不能只是耍花槍，更需要紮實的基本功（商業基礎）。」

穩紮穩打 佈建大數據團隊

事實上，為了掌握大數據商機，遠銀早在 2007 年即深蹲馬步，以兩年時間建置完成 Database，作為大數據發展之根基。其後更進一步發展出 Data Mart（資料倉儲），方便行銷人員或一般使用者透過簡單的介面了解報表。直至今年 1 月 1 日數位金融事業部正式成立，也讓遠銀的數位金融發展邁入全新的里程碑。

戴副總分析，「我們的工作和其他事業群的不同之處在於，各事業群著重於個別範疇，我們則必須宏觀全行的業務，甚至放眼集團與整個生態圈，既要發展遠銀跨部門的資料庫應用，也要成為集團大數據資料的窗口。」為此，遠銀和遠傳、鼎鼎聯合行銷等三家擁有龐大數據庫的企業，應邀參與集團大數據實驗室（FEG Data Lab），探討如何利用大數據，發展市場分析與行銷模型。「我們擁有客戶信用卡、存／提款的交易資料，能掌握客戶的消費能力，以及客戶所有消費當中，使用遠銀信用卡的比例，這些資料有助於規劃如何進一步提升消費者的荷包佔有率。」

不過，戴副總也坦承，發展大數據的應用，人員培訓絕對是一大課題，「很多企業偏重 Database Skill 的訓練，但我認為，實際運作中，Database Skill 只佔職能比重的 30%，商業智慧（BI，

Business Intelligence）的分析能力才是企業決勝的關鍵，唯有具備商業智慧的敏銳度，懂得從商業的角度看數字，才能挖崛出數字的價值，進而找到商業發展的機會。」戴副總舉例，「遠銀日前針對經常在自動提款機因餘額不足無法領款的族群，提供信貸服務的資訊，就是具備商業智慧思維的行銷方式。」

然而，商業智慧的養成並非一蹴可及，必須持續透過模擬應用場景（Context）的訓練。「以往場景較為單純，等車、上洗手間，都只能做單一的工作，進入數位時代之後，上述場景都可能與購物產生連結，必須避免這些場景中的斷點或消費者使用的痛點，才能把握住商機。」戴副總指出，「例如電話行銷人員推薦信用卡時，好不容易找到有意願申辦的客戶，但郵寄申請函的過程中，若發生郵件遺失或客戶改變心意的情況，很容易形成行銷的斷點。」另外，有些流程本身可能具有行銷點，卻因為無法避免顧客使用上的痛點而失去先機，「例如客戶在遠銀官網瀏覽基金訊息，但遇上網速不佳或系統出現狀況，也會因此打退堂鼓。」

有鑒於此，戴副總特別成立任務小組，針對各種使用場景展開思維的訓練，「如此一來，當同仁再次面對數據資料時，會更『有感』。否則，數據只是數據，



度就能升等的客戶，針對存款、基金等不同類別加強行銷，結果達成率高達 140% ~ 150%，遠超乎預期。」

無法從數據當中挖掘出行銷機會。」

虛實並進 掌握顧客輪廓

在團隊的努力下，遠銀對於客戶屬性分析、客戶分群資料模型發展已有初步成果，不過，戴副總認為，「除了從數據的角度區分出不同族群，還必須進一步管理、連結，甚至經營這些族群。」因此遠銀依據客戶往來金額，將 VIP 客戶分為三星等至七星等，並針對不同星等，推出相對應的尊榮禮遇計劃。「我們一方面參照同業的優惠方案，另一方面則透過大數據，找出區間客戶對於單一服務的平均使用量，例如每月跨行轉帳、臨櫃指定交易的次數等，兩相權衡，提出能令客戶滿足的方案。」

可別以為 VIP 的門檻一定很高，戴副總透露，「只要遠銀信用卡卡友申請電子帳單，並利用遠銀帳戶自動扣繳，即可成為三星級 VIP 會員。」當然，等級越高，能享受的尊榮禮遇也越多，因此，行銷團隊日前也特別規劃 VIP 升等獎勵活動，「我們從資料庫中，找出只差一點點額

另一方面，透過 VIP 的禮遇計劃，也讓遠銀更能精準描繪各星等的客戶輪廓。「例如我們固定透過 LINE@ 舉辦『抽獎送電影票』的活動，通常每一檔電影總有客戶拿了票卻未出席，唯獨『賓漢』這檔電影，竟然爆場了。」戴副總笑著說，「經過深入分析，發現由於遠銀 VIP 客群的平均年齡比較高，而賓漢是當年的經典大片，因此能吸引客戶前往觀賞。這次的數據，也將做為未來電影包場活動的參考。」

深耕 VIP 族群之外，網路族群的消費行為與需求探討，也是戴副總積極著墨的領域。為了拉近與消費者的距離，遠銀嘗試藉由更生活化的形象與客戶溝通，指著手機中的 Facebook 頁面，戴副總如數家珍的介紹「遠銀 Happy」的五個代言人，「『Happy 美眉』是小資女，她的快樂泉源是美食；『三寶爹』是三個孩子的爸，很愛說教，『奈兒』是喜歡打扮的美女，『哈妹』則是愛嚐鮮，哈韓、哈日的小女生，還有熱愛運動的『大力哥』。我們透過這些職場上常見的典型人物，在 Facebook 分享各類資訊，並且蒐集客戶

的回應，描繪出網路族群的客戶輪廓。」

除了持續透過實體與虛擬通路，掌握客戶需求及銷售契機，戴副總近期也與遠傳合作，規劃跨業行銷活動，「我們針對想要的客戶族群列出條件，由遠傳推薦合適的客戶來申辦信用卡；另一方面，遠銀也推薦客戶申辦遠傳的門號，並提供這些客戶高達 1.2% 的刷卡回饋，且回饋金只限折抵遠傳通話費或在遠傳門市的消費。對企業而言，這是一個互利的方案，對消費者來說，也可以享受更多優惠。若執行成效不錯，未來計劃引入鼎鼎聯合行銷，其龐大的 HAPPYGO 卡友陣容，勢將帶動新一波行銷熱潮。」

創新企劃 打造驚喜體驗

2020 年遠銀即將成立屆滿 30 年，所謂「30 而立」，戴副總希望，屆時幾項重點業務都能達成 30% 的佔比，「以『信用卡 i 申請』為例，如果可以佔全行信用卡申請量的 30%，則數位平臺的發展就算站穩腳步了。」不過，戴副總也深知，這必須建立在科技場景的流暢應用上，「首先，申請表中，必須刪去畢業學校、婚姻狀況等無關欄位，以縮短客戶的填答時間，而證明文件則可以利用手機，拍下證件照片上傳，如此不但符合消費者的使用習慣，也能讓客戶在短短幾分鐘之內完成申請，減少不必要的斷點與使用痛點。」至於後端風險控管及發卡審核

的部份，戴副總也正積極協調優化流程，讓使用者在兩、三天內就能收到信用卡。

不僅如此，對於數位平臺，戴副總還有更大的企圖。有別於其他銀行找機器人當行員，戴副總則計劃發展「機器理專」，「先透過大數據，分析出個別客戶的投資屬性，再運用大數據，篩選出操作績效優於大盤的數檔基金，提供客戶於網路勾選下單。」一旦平臺建置完成，屆時不只基金，所有金融商品都可以「一指通」。「三、四年前，很多實體零售店都不看好網路商店的發展，如今，不少網路商店的營業額早已超越實體商店，實體店反而成為網路商店的輔助。未來，誰說『機器理專』無法戰勝『真人理專』呢？」

另外，根據戴副總的觀察，目前談商業智慧（BI）時，大多偏重可視化數據（visual data），但其實客戶在網路上的數位足跡也很值得探討，「日後我們也將嘗試連結這兩部份的資料，發展出更多可以運用的大數據，接軌線上、線下的商機。」

誠如戴副總所說，「大數據的開發應用絕對是重要趨勢，未來還有許多企劃正等著我們一一實現。」相信這些創新提案必將帶給大家更多新奇有趣的體驗，讓 Happy +，快樂更多一點！

HAPPY GO 善用大數據 贏得顧客心

編輯室採訪整理

臺灣的消費者在結帳時，除了信用卡、電子票證之外，最常掏出的想必是HAPPY GO卡。經營紅利點數12年，在臺灣平均每2人就有1位是HAPPY GO卡友。擁有廣大會員的HAPPY GO，究竟如何洞察消費者需求，持續推出創新的點數應用，並成為商家夥伴的最佳行銷助力？本期「封面故事」將由鼎鼎聯合行銷梁錦琳總經理與大家分享，HAPPY GO的會員經營以及智慧數據創新應用的成功心法。

數據為證 智慧分析

近年來大環境不景氣，影響顧客的消費意願，連帶影響零售業的成長；另一方面，虛擬通路、社群網路的興起，不僅改變消費者的購物習慣，更因資訊爆炸，消費者隨時能接收來自四面八方的行銷訊息，讓業者難以掌握顧客忠誠度，競爭環境益發複雜。大數據的出現就像一



鼎鼎聯合行銷梁錦琳總經理

盞明燈，「透過在前端累積對消費者的觀察，進一步分析、了解消費者的需求，讓消費者一整天的食衣住行等各方面需要被滿足。」梁總經理指出。

HAPPY GO 一直以來的任務，不僅是協助合作夥伴找到最好的客人，也要確保顧客得到最好的服務。隨著消費者取得訊息的習慣改變，以及社群媒體的蓬勃發展，當傳統媒體與廣告的影響力受限時，HAPPY GO 開始思考如何運用自身優勢，找到更能進一步瞭解消費者的方法，「我們運用龐大會員累積的大數據，進一步整理、分析，了解消費者外，更成立 Go survey 市調網，提供線上市調服務與資料庫行銷服務；透過『Smart Data』專業分析，確切掌握產業趨勢、市場動態及消費者行為，並進一步預測消費動態，讓合作夥伴得以提前因應，也讓顧客永遠享有最佳的消費體驗。」

GO survey 市調網所服務的夥伴包含國際知名的市調公司，如 AC Nielsen 及 Ipsos、媒體公司及知名的品牌客戶，透過調查分析，幫助合作夥伴更加掌握消費趨勢，也使 GO survey 市調網成為各產業欲了解市場的最佳合作對象，許多國際市調領導品牌在臺灣尋找合作夥伴時，第一個想到的也是 HAPPY GO；日本大型連鎖百貨也委託 HAPPY GO 了解臺日遊客的消費經驗。「從市場調查、品牌行銷到會員經營，HAPPY GO 努力幫助合作夥伴找到最好的客人，也讓顧客得到最好的服務」梁總經理解釋。

點數應用 深得人心

做為消費趨勢的觀測站，HAPPY GO 時時刻刻從消費者的角度出發，思考各種消費情境，積極拓展點數累兌範圍，「人會不斷的移動，同時享受旅遊及美食的美好，因此我們將消費者的消費場景延伸，決定往海外發展」，首站進軍大陸市場，並於 2013 年更名為「購開心」，同樣提供跨商戶累點服務，直至 2015 年，HAPPY GO 與購開心進一步完成兩岸通跨境累兌點服務，成為市場上唯一能跨兩岸使用的消費積點卡！

梁總經理進一步解釋，「根據觀光局近 3 年來的資料顯示，國人出國的目的地以日本和大陸兩國人次最高，2015 年赴大陸的民眾即超過 340 萬，前往日



本的民眾更是超過 379 萬，相當可觀」。因此，HAPPY GO 也在 2015 年領先同業，跨足日本零售通路。「許多臺灣消費者愛逛的店家，包括日本龍頭百貨：大丸百貨、松坂屋百貨、京王百貨、3C 家電暢銷門市 BIC CAMERA 等，都是 HAPPY GO 的合作商家。今年 10 月份，我們更與日本最大點數龍頭 T Point 跨國結盟，以串接雙方卡友、通路資源的全新合作模式，提出「HAPPY GO 全日通」的概念，與日本共同打造『亞洲最大點數生活圈』！」未來臺灣 HAPPY GO 卡友可直接持雙方聯名卡，在日本高達 56 萬個合作通路累點，並將點數帶回臺灣使用；同樣的，日本 T Point 會員來臺時，也可持聯名卡至全臺 HAPPY GO 合作通路累點，回日本享受點數經濟。

另一方面，根據 GO survey 市調網的調查發現，高達 78.4% 受訪者的會同時在實體及網路、電視購物等虛擬通路購物，為因應 O2O 的發展，HAPPY GO 也自今年開始，提供卡友在線上進行便利



超商會員點數轉換，並到實體門市換取現金券或商品；另外，點數也可以轉換成 HappyCash 有錢卡的儲值金，真正將點數虛實整合，放大使用上的方便性及效益。正因為一直為顧客設想使用場景，所以 HAPPY GO 不斷拓展累兌點使用範圍，不僅創造更便利的點數應用，也為消費者帶來許多驚喜。

虛實整合 創新行銷

除了利用大數據提升自身服務，HAPPY GO 也跨界協助企業客戶打造創新的行銷模式，且同樣朝虛實整合的方向發展。去年 HAPPY GO 與網樂科技合作推廣《蒼翼默示錄》手遊，透過全臺獨創「HAPPY TRY」APP 販賣機，提供創新型態的娛樂體驗。今年 9 月，更與當紅手遊《黎明曙光》結盟，推出「HAPPY TRY」APP 販賣機 2.0 版，除讓民眾透過販賣機下載遊戲，同時獲得點數和飲品外。並結合社群「智慧廣告投放」，將數據分析與臉書整合應用，以 HAPPY GO 獨有的「會員經營」模式，幫助企業客戶精準鎖定宣傳目標，創造長期深耕的

溝通模式；而使用者的體驗回饋，也讓業者更了解玩家對於 APP 的想法，創造企業客戶、使用者的最大效益。

根據 GO survey 市調網對於 2016 消費趨勢觀察指出，保健食品、行動商務、理財規劃將成為主要商機。梁總經理也進一步表示，HAPPY GO 關注的對象將會拓展到銀髮族群及其所衍生出來的下一波「橘色經濟」。除了透過數據分析瞭解該族群所帶來的橘色商機外，更重要的是為這個族群的需求找到合適的解決方案，創造新的營業模式，如穿戴式居家照顧裝置，自主健康數據等新的智能應用發展。

HAPPY GO 架構了「Smart Data」為核心的分析系統，深入了解各消費族群的消費習慣、消費力、消費頻次、消費需求，以及主要消費品項等資訊，透過大數據的分析與預測，再加上市場調查的幫助，拉近商家與消費者間的距離，努力成為最了解消費者的商業夥伴，成功創造 HAPPY GO、合作夥伴及卡友的三贏局面。目前已在集團內百貨、電信的行銷活動、VIP 顧客經營上多有合作，未來也希望能更深入的就消費品項喜好回購預估可以有更多的協助。梁總經理強調「HAPPY GO 所有的出發點與延伸的服務，始終圍繞在企業核心價值來發展，要讓所有的人都可以擁有聰明、精彩、快樂的消費生活！」

集團簡訊

GROUP BRIEFING



1

遠東百貨週年慶開紅盤

一年一度的百貨週年慶開打，遠東百貨今年由 Top City 臺中大遠百率先於 9 月 22 日起跑，其他各店也於 10 月陸續接棒，均傳出銷售捷報，徐雪芳總經理特別於活動期間，親臨臺中大遠百、寶慶遠百，以及 City Super 超市等，為同仁打氣，感謝大家週年慶期間的辛勞。（編輯室輯）

2

東京急行電鐵株式會社參訪臺南大遠百

東京急行電鐵株式會社國際事業部推進役伊藤彰執行長 10 月 26 日拜會臺南大遠百店長毛邕國經理，洽談未來跨國合作事宜，希望結合臺灣遠東集團與日本東急集團優勢，共創雙贏。（臺南大遠百／陳佩青）

3

愛買好食 支持 2016 遠東新世紀馬拉松

遠東新世紀馬拉松賽事今年邁入第八屆，愛買量販以實際行動支持體育賽事，10 月 16 日將店內優質水果、熟食、飲品、營養補給品等搬到活動現場，提供參賽民眾免費品嚐，希望讓民眾體驗愛買量販引進的好食材，並鼓勵大家走出戶外，打造健康生活。（愛買／王佳慧）

4

愛買量販「哈韓流」推千種商品暨代購名品展

愛買 11 月 2 日～ 15 日舉辦今年度最大的「哈韓流」商品展，其中最大特色為世界文化遺產聚集地「京畿道」美食直送，京畿道流通出口策略 team 長金斗植 11 月 2 日專程抵臺與愛買莊金龍營運長正式啟動這一波獨具特色的「哈韓流」美食展，讓臺灣民眾體驗原汁原味的韓國美食文化饗宴。（愛買／王佳慧）



5

ThanQ、熊本熊、高雄熊 三熊合體「酷 MA 萌友情集氣路跑」

全球首場以日本超人氣熊本熊部長為主題的「酷 MA 萌友情集氣路跑」，10 月 22 日在港都高雄活力起跑，SOGO 百貨高雄店由石鴻慧店長帶領同仁及歡樂大使 ThanQ 共襄盛舉，與熊本熊部長、高雄熊一起為跑者加油打氣！（太平洋 SOGO 百貨高雄店／吳珊瑚）

6

HAPPY GO、T Point 強強聯手 打造「亞洲最大點數生活圈」

HAPPY GO 於 10 月 19 日宣布與日本最大點數龍頭 T Point 跨國結盟，卡友赴日前，只要於臺灣申辦具累積 HAPPY GO 點數功能的 T-CARD，即可在日本輕鬆累點。此項服務預計明年初正式上線，預期將吸引雙方卡友使用，大幅推動兩地觀光動能。（鼎鼎聯合行銷／翁鈴雅）

7

遠傳完成第二暨第三期「愛部落」無線網路建置

原住民族委員會推動「建構原住民族地區無線寬頻環境計畫」，在原鄉部落建置愛部落（i-Tribe）戶外無線網路，自 2014 年起已完成 87 個原鄉部落，其中第二期暨第三期共 12 縣市、69 個部落，由遠傳電信協助建置完成，不僅提升原鄉網路頻寬及無線網路涵蓋，更有助於縮短城鄉數位差距。

（遠傳電信／何思緯）



8

遠傳為臺中國家歌劇院打造零死角的優質無線上網

由知名建築師伊東豊雄設計、歷經十年設計施工的臺中國家歌劇院，8 月 26 日展開試營運，9 月 30 日正式開幕。遠傳電信團隊此次承攬臺中歌劇院的有線及無線網路佈建工程，在複雜的曲牆建築設計且高難度施工情況下，仍以零缺陷、高品質提前完工，更透過無線 AP 配置調整及優化，為臺中歌劇院打造幾乎全區涵蓋、零死角的無線上網環境。（遠傳電信／何思緯）

9

亞東醫院搶救氣喘重症締奇蹟

亞東醫院於今年中秋節前收治一位年僅 22 歲的氣喘患者，在所有急救藥物、呼吸器都失效，甚至連葉克膜也無法改善的情況下，胸腔內科張家豪醫師與加護病房醫療團隊決定使用高頻振盪式呼吸器，讓病患恢復生命徵象，奇蹟性的搶救成功，此案例救援過程也將以正式論文發表。（亞東醫院／謝淑惠）

10

遠揚營造承建臺中火車站鐵路高架化工程正式啟用

由遠揚營造公司承建之「臺中火車站鐵路高架化工程」，於 10 月 16 日啟用，並邀請蔡英文總統參加啟航儀式。高架化的臺中火車站打通了前後站交通，讓都市發展邁向下一個重要階段。（遠揚營造／梁雅雯）



11 亞東音樂節 帶來杏林春暖杏壇芬芳

亞東醫院和亞東技術學院自 2014 年起增闢「亞東音樂節—杏林春暖杏壇芬芳」活動，由亞東技術學院社團同學至亞東醫院為病人和家屬演出。今年自 10 月～11 月，共有 6 個社團來院進行藝術服務，為醫院注入更多藝文氣息。（亞東醫院／謝淑惠）

12 元智大學與泉州師範學院簽訂合作 辦學協約

元智大學與姐妹校泉州師範學院，10 月 14 日分別由吳志揚校長與李清彪院長代表簽署合作辦學協定書，雙方就未來學生交流進行討論，開展兩校部分專業對接，促進各學科專業建設及學術互動。（元智大學／饒浩文）



13 「白晝之夜」起跑 元智藝設系師生 參與「藝術夜遊」

臺北「白晝之夜」藝術踩街活動於 10 月 1 日登場，元智大學藝術與設計系大三設計團隊受邀展出三臺昆蟲攤車之創作，指導老師黃琬雯助理教授亦帶領大二 15 位學生發展身體燈飾，參與臺北市柯文哲市長踩街夜遊活動，吸引許多民眾觀賞。（元智大學／饒浩文）

14 亞東用心、師生創新 亞東技術學院舉辦 48 週年校慶

亞東技術學院 48 週年校慶於 10 月 15 日盛大舉行，今年校慶主題為「亞東用心、師生創新」，典禮在熱鬧的鼓聲和舞蹈中揭開序幕，會中並表揚優良教師、學生共 15 個獎項，現場洋溢溫馨氛圍。（亞東技術學院／李玉燕）



15 亞東技術學院「眾夏 國際之星」 分享國際交流經驗

亞東技術學院 10 月 5 日辦理「眾夏 國際之星」成果分享會，由柬埔寨國際志工團隊分享至柬埔寨進行衛生教育、藝術創作的過程；國際交流團隊則分享 6 月前往馬來西亞與當地大學社團交流的經驗，擴大學生國際觀。（亞東技術學院／李玉燕）

16 豫章工商與學生愛的連線

為拉近與學生的距離，豫章工商黃文煜校長於十月份開始進行「與校長有約」班級座談，親自與學生面對面溝通，希望藉此讓學生更了解學校的教學措施與理念。（豫章工商／謝淑珍）

公益專區

17 遠傳X兒盟攜手十年 全通路創新服務響應公益募款

為幫助棄養兒募款，遠傳 10 月 23 日在華山文創園區舉辦「大手拉小手 — 『童』野餐趣」公益野餐 party，邀集親子歡度野餐美好時光。現場更融入 friDay 創新服務，透過體驗活動、遊戲等方式，邀請民眾隨「手」響應公益，擴大募款效益。（遠傳電信／何思緯）



18 高雄大遠百舉辦狗狗喵喵公益認養會 Happycash 有錢狗擔任形象大使

高雄大遠百 10 月 22 日邀請高雄市流浪動物保育協會、時藝多媒體及遠鑫電子票證公司，一同舉辦「尋找你的有錢狗」狗狗喵喵公益認養會，由 Happycash 有錢狗和米克斯家族成員擔任形象大使，共同宣導「寵物認養取代購買」觀念，為更多毛小孩找家。（高雄大遠百／陳昱蓁）

19 新竹 SOGO 傳愛之旅 領弱勢學童做公益

SOGO 百貨新竹店於萬聖節前夕，邀請近百名香山、竹東秘密基地輔導的弱勢學童到百貨公司一日遊，同時帶著孩子一起投入志工行動，教育孩子們學習助人的精神。（太平洋 SOGO 百貨新竹店／湯絃珍）

20 臺中大遠百愛的串連 公益放送不間斷

臺中大遠百於週年慶期間，與館內眾多知名品牌合作包款公益競標活動，競標所得全數捐予臺中市沐風關懷協會。萬聖節前夕，同仁也來到立達啟能學院，陪伴學員度過快樂時光。另陸續與多家社福機構合作，包括與世界展望會攜手舉辦吉祥物愛的見面會，為弱勢女童發聲；與弘毓基金會共同舉辦兒童劇成果發表會，為慢飛天使打氣；11 月 6 日則有幸運草偶劇團舉辦互動體驗，邀弱勢孩童一同參與，愛的串連不間斷。（臺中大遠百／洪得瀚）

21 元智麵包節 麵包送愛 資助兒童

元智大學麵包節 10 月 26 日登場，並結合「十字路口」身障學員麵糰教學，讓活動更具意義。活動中每個麵包所得將捐贈 5 元給世界展望會「資助兒童計畫」，協助兒童基本生存保障及未來教育發展，讓愛心遠播。（元智大學／饒浩文）



22 亞東預拌贊助臺北科技大學 實驗計劃

為確保校園建築安全，亞東預拌贊助臺北科技大學土木工程系黃昭勳副教授，提供「層間梁配合擴柱應用於校舍耐震補強之研究」計劃中所需的混凝土，希望早日完成所有舊校舍的耐震補強工作，保障學子們的安全。
(亞東預拌／洪淑華)

績優榮譽榜

23 百貨唯一 SOGO 獲資策會品牌服務業科技創新卓越獎

資策會 10 月 17 日舉辦「2016 品牌服務業科技創新獎」頒獎典禮，表揚年度十大卓越品牌服務業。太平洋 SOGO 百貨因整合多元行動支付工具、靈活運用數位行銷等創新服務科技，成為全臺第一家發行電子禮券的百貨業者，榮獲「卓越獎」，為百貨業第一家獲獎的業者。
(太平洋 SOGO 百貨／吳敏如)



25 遠通電收獲 2016「全球道路成就獎」智慧交通與管理類首獎

臺灣 ETC 再度獲得國際獎項肯定，榮獲國際道路協會 (IRF) 頒發「全球道路成就獎 (GRAA)」智慧交通與管理類首獎，遠東集團徐旭東董事長及遠通電收張永昌總經理親自參加 10 月 18 日在馬來西亞吉隆坡舉行之第二屆 IRF 亞洲區域會議，接受此一殊榮。
(遠通電收／賴建偉)



24 SOGO 獲產發局「優良商號」肯定

由臺北市商業會主辦、臺北市政府產業發展局及商業處指導之「商人節表揚活動」，10 月 27 日登場，SOGO 百貨因誠信經營、落實商品安全以及致力實踐企業社會責任，獲頒「優良商號」，並有 10 位同仁同時獲得「服務優良從業人員」表彰。
(太平洋 SOGO 百貨／洪慶峯)

26 《壹週刊》服務第壹大獎 遠東集團奪四獎

《壹週刊》第十三屆服務第壹大獎 11 月 2 日舉行頒獎典禮，遠東集團一舉奪得四大獎項，包括：遠傳電信勇奪電信業首獎；遠東百貨獲得「百貨公司 & 購物中心」類第二名；德誼數位也於「3C 家電賣場」類取得第二名佳績；friday 購物則是「網路購物」類第三名，成果豐碩。
(編輯室輯)

27 元智學生參加青年創新創業競賽獲亞軍

元智大學管理學院老師徐樂文指導兩支隊伍，於第二屆「桃園創新創業國際論壇」TYC X Champion 青年創新創業「社會創新」競賽中，均獲佳績，包括「農農小食」以更生人社會議題勇奪第二名；「Young，好室」也以獨居老人及青年居住議題入圍全國前六名。（元智大學／饒浩文）

28 企業經理人最想就讀EMBA 元智居私校之冠

《Cheers》雜誌日前進行 3000 大企業經理人 EMBA 就讀意願調查，元智大學因國際化的學習環境、創新教學等因素，榮登民眾最想就讀的私立大學 EMBA 第一名。（元智大學／饒浩文）

29 愛買量販榮獲 2016《遠見雜誌》五星服務獎第一名

愛買由於秉持「為家 加一點愛」的品牌精神，將每位消費者和員工當作家人，在 2016《遠見雜誌》五星服務獎評鑑調查中，榮獲「量販超市類」第一名，由莊金龍營運長代表領獎。（愛買／王佳慧）



30 亞東醫院獲頒典範獎及公益獎

亞東醫院獲獎連連，除了榮獲新北市衛生局頒發「醫療公益獎——醫療機構獎」，由林芳郁院長親自受獎；醫療副院長邱冠明醫師也獲頒「醫療貢獻獎」；放射腫瘤科田蕙茹組長與臨床病理科湯惠斐主任則拿下「醫事服務貢獻獎」；營養科劉麗娟主任亦獲得「醫事教育研究獎」。另外，教學副院長陳芸醫師也於 11 月 12 日從陳建仁副總統手中接下「臺灣醫療典範獎」殊榮。（亞東醫院／謝淑惠）



31 元智參加國際行銷企劃競賽獲佳績

由元智大學管理學院陳熾伊助理教授指導之兩隊伍，參加 2016 年全國大專校院 TOP Marketing and Sales 國際行銷企劃競賽，其中，「丹丹漢堡大澳進」勇奪特優獎；「『反』對淋濕、『折』出創意、『傘』進日本」也獲得優勝獎。（元智大學／饒浩文）

32 元智感測鞋墊「關懷步履」獲專業團體組銀獎

元智大學藝術與設計學系林楚卿副教授及其團隊：鄭家凱、陳柏諺、陳欣渝研發之感測鞋墊——關懷步履，參加「Vision 2025」時光徵件計畫，獲得專業團體組銀獎。（元智大學／饒浩文）

33

city' super 獲頒「ISO10002 客訴管理」國際驗證

city'super 繼 2016 年連續蟬聯「工商時報臺灣服務業大評鑑」金牌獎，日前正式通過 SGS 公司「ISO10002 客訴管理」國際驗證，成為亞洲地區第一家獲此驗證的超市品牌。
(遠東都會／洪雅雯)

**人事異動**

34

遠東新世紀高階主管人事異動

姓名：潘國源
原任：化纖總部纖維部長纖維群 DTY 貿易部副經理
新任：化纖總部纖維部長纖維群 DTY 貿易部權任經理
學歷：中國文化大學經濟系學士

35

東聯化學高階主管人事異動

姓名：張英世
原任：技研處協理
新任：技研處副總經理
學歷：成功大學化工碩士

好康報報

36

遠傳 VoLTE 語音服務上線

遠傳電信於 10 月下旬推出 VoLTE 語音服務，透過 4.5G 超級三頻網路進行語音通話，讓話質更清晰，同時還能縮短電話的接通時間。凡 4G 月租型用戶均可透過遠傳全省門市或客服中心申請開通；12 月 31 日前申辦，月租費 1000 元以上用戶免收 VoLTE 月租費。
(遠傳電信／何思緯)

37

香格里拉臺南遠東飯店推出尾牙春酒專案

歲末餐飲旺季到來，香格里拉臺南遠東飯店為企業打造「西式慶功派對」與「客製化中式宴席」等專案，每桌僅 8,888 元起，宴席滿額加贈餐券，醉月樓與遠東 Café 專案亦同步開跑，詳情請洽 (06) 702 8833。
(香格里拉臺南遠東飯店／劉冠吟)

38

魔幻聖誕樹+文創市集 太平洋 SOGO 陪您溫馨過聖誕

聖誕佳節將至，丹麥珠寶品牌 PANDORA 以高達 8 米的聖誕大型裝置現身 SOGO 復興館戶外廣場；自 12 月 16 日起，另有金典文創聖誕市集；12 月 23 日～新年 1 月 2 日，更推出 SOGO x Sony Play Station 樂園，邀您體驗 PS4 與 PS VR 帶來的感官刺激。忠孝館 12 月 18 日則有浪漫優雅的弦樂演奏；敦化館也於 12 月 31 日獻上爵士音樂會，以悠揚樂音陪您跨年！
(太平洋 SOGO 百貨／曹春輝)



GoHappy 強攻大數據 用「算計」來賺錢

亞東電子商務／郭怡瑄

何謂大數據 (Big data)？根據IBM公司的定義，大數據具有「巨量」、「即時性」及「多樣性」三大特徵，藉此可預測未來趨勢，進而擬訂公司決策。本期特別邀請全臺唯一通過中國大陸考試、擁有高級大數據分析師證照的亞東電子商務 (GoHappy快樂購物網) 產品暨技術部副總廖勝玄Richard，為大家解密：如何「算計人」還能賺錢。

Q1 大數據可說是現代商戰的顯學，在網路購物領域，數據分析師如何讓大數據發揮影響力？

Richard (以下簡稱 R)：大數據分析師首先要了解網路購物商業模式的「專業」，才能藉由「技術」，提供解決問題的做法。在大數據專業課程中，有一套分析流程「收／搜、存、取、析、用、看、控、推」，臺灣較多著墨於利用大數據預測未來，而我認為，除了預測未來，「控制影響」更是重要，像是影響客戶的購買行為、習慣等。

Q2 大前 GoHappy 產品暨技術部門與網購業界相比，市場競爭力如何？

R：GoHappy 在業界是特別重視大數據應用的公司，相信大數據不僅能創造新生意，更是主導未來世界趨勢的重要指標，因此近年積極招募相關人才，籌組大數據團隊，致力於相關研究及開發應用。目前網購業的大數據應用大多是根據過去經驗及數據資料預測未來行為，GoHappy 則領先業界做到「控制／影響消費者的購買行為」，例如：目前已可預測下個月的目標族群客戶與輪廓，「推」測可能購買的商品以提供優惠組合，藉此「控」影響客戶的購買行為，也讓原本客戶平均單次消費金額 1,000 元，透過活動包裝，將消費金額拉高至 2,000 元，甚至更高。

Q3 能否分享目前 GoHappy 針對大數據的實際應用與成效？

R：我們已可預測未來 15 天的流量，機動性調整行銷廣告的安排，以確保系統穩定的承接流量及業績的達成。另外，針對精準 TA (Target Audience, 目標客戶) 的 NPT (Next Purchasing Time) 應用，以簡訊轉換率也從原本 2%，大幅提升至 5%。未來將進一步實施精準目標客戶的 EDM 發送，預估可帶來轉換率的高成長。對於內部 IT 系統而言，大數據分析也提供系統運作狀態的分析，讓公司系統維運同仁準確掌握狀況。這些不僅有助於業績、網站流量、商品點擊率，

甚至會員黏著度都將有實質提升。

Q4 GoHappy 大數據團隊未來的規劃與方向？

R：為持續精準推播活動訊息，落實執行「影響消費者購買行為計畫」，GoHappy 自 2016 年 12 月起，正式啟動 DMP (數位行銷平臺)，以不斷的演算統計及應用，將行銷工作推向「智能分析，自動作業」的階段，希望能於 2017 年 6 月達標。



記遠東（蘇州） 營運總部 《工業4.0講座》

遠東（蘇州）營運總部／戴晶晶

本次《工業4.0講座》共有：遠紡工業（蘇州）、中比啤酒（蘇州）、亞東工業（蘇州）、遠紡工業（無錫）、遠紡織染（蘇州）、遠東服裝（蘇州）等6家公司，計116人次參與。不僅學員踴躍參與，領導們也全力支持，遠東（蘇州）營運總部劉鑫燦副總亦親臨現場聽課。

黃遵鉅博士從何謂「工業4.0」、工業4.0與亞東的關係、智慧工廠的概念，以及亞東在工業4.0的發展現狀……等方面進行闡述，並提供亞東規劃工業4.0的相關建議。

黃博士認為，亞東的工業4.0應包括：虛實化整合、物聯網應用、智慧設備建構、大資料應用，以及機器人應用。在工業4.0下，製造形態將發生翻天覆地的改變，達成效率的定義、手段，都將有所不同。

為推動遠東集團智慧化生產進程，加強同仁對於「工業4.0」之理解，蘇州總部特別舉辦「工業4.0」講座，邀請亞東技術學院黃遵鉅博士前來主講，獲得熱烈回響。



事實上，全球已進入空前的創新密集和產業變革時代，隨著新一輪科技和產業革命加快演進，特別是以互聯網為核心的資訊技術廣泛應用，全球競爭態勢明顯加劇，市場競爭的致勝法寶不再只是規模和價格，擁有差異化和高品質的品牌優勢，更成為企業贏得市場競爭的關鍵，因此，邁向工業4.0的行動刻不容緩。

經過此次學習，大家對於工業4.0都有更深一層的認識，接下來，就是實際展開行動的時刻了。

「遠東人開講」： 我的綠色生活

編輯室輯

隨著極端氣候發生的頻率越來越高，綠色思維也逐漸抬頭，快來看看遠東人如何展開守護地球行動！

【一】

搬到市郊的新家後，發現旁邊有塊空地，我便興起自己種菜的念頭，於是拿著小鋤頭與玩具鏟子，帶著3歲、1歲半的兩個孩子，一起整理雜草叢生的小園地，並將地瓜葉根莖剪下一部分，插進土裡種植。從那天起，每天早晨，兩個小蘿蔔頭總會興奮地拉著我的手，到小菜園澆水，看著菜苗一天天成長，我和孩子們也獲得許多成就感，這就是我們的綠色生活。（新竹大遠百／吳珊瑜）

【二】

外出用餐時，我習慣自備餐具、攜帶購物袋，若有塑膠袋則重複利用，做好資源回收和垃圾分類，並且購買在地生產的食材，減少運輸過程產生的汙染，也避免購買製造過程或成份對環境有害及過度包裝的產品。平時在家則隨手關燈、

拔除未使用的電器插頭，使用節能冰箱、燈泡，將冷氣溫度設定在26度左右，並搭配電扇使用。出行時，多利用大眾交通運輸工具或步行，目前環保署也有推出「環保集點」App，搭乘捷運或於特約通路購買環保標章商品皆可累點，點數可至指定店家折抵消費金額，不僅對環境保護有幫助，同時又能累點，一舉兩得。

（鼎鼎聯合行銷／蔡孟純）

【三】

為了愛地球，現在出門購物，我都會自行攜帶「購物袋」；在外用餐時，也會自備環保餐具；家中的廢棄物更要做好垃圾分類，以減少垃圾量；家電用品則選擇「一級環保節能標章」；夏天開冷氣也都「定溫定時」，只希望能為環境盡一份小小的心力。（亞東醫院／王雅麗）

【四】

身為外食族，我習慣隨身攜帶環保餐具、保溫杯和環保購物袋，一來比較衛生，二來有些飲料店家會提供2~5元的折抵金，省錢又環保。平常購買商品時，我也會選擇友善環境的食材和非過度包裝的商品，並且盡量選購環保可回收材質或是有環保標章的商品，至於環保補充包更是我的最愛。每月信用卡和手機電信費用我也申請E-mail電子帳單，減少紙本郵寄。讓我們一起努力減少碳足跡，共創綠色新風潮！（臺中大遠百／童雅莉）

交通事故如何適用信賴原則？

遠東新世紀／姚清欣

一、法規適用

根據民法第 184 條第 1 項前段規定：「因故意或過失，不法侵害他人之權利者，負損害賠償責任」；同法第 192 條之 2 前段規定：「汽車、機車或其他非依軌道行駛之動力車輛，在使用中加損害於他人者，駕駛人應賠償因此所生之損害。」，另道路交通安全規則第 94 條第 3 項規定：「汽車行駛時，駕駛人應注意車前狀況及兩車並行之間隔，並隨時採取必要之安全措施，不得在道路上蛇行，或以其他危險方式駕車。」

依上開規定可知，駕駛汽機車或其他非依軌道行駛之動力車輛，應注意車前狀況，並隨時採取必要之安全措施，若有違反導致不法侵害他人權利者，應負損害賠償責任。

二、信賴原則之內涵

案例說明：小英為某公司經理人，平日業務繁忙，常加班至深夜。某日工作至凌晨時分才駕車返家，途中因超速行駛，不慎撞傷正準備穿越馬路到對面森林公園運動的小花。小英主張小花穿越馬路時，未依規定行走斑馬線，因此援引信賴原則加以免責；小花則主張若非小英超速行駛，本件事故將不會發生。小英的主張是否有理？

所謂「信賴原則」，是指「遵守道路交通規則之行為人，可以信賴參與交通之他人也同樣遵守道路交通規則，除非有例外的特殊情形發生，否則對於他人之違規行為而發生交通事故時，毋庸負責。」簡而言之，若其他交通參與人不遵守道路交通規則，導致出現違反常態之不適切行為（如：突然穿越快車道），而發生交通事故造成損害時，行為人基於上述信賴，可視為已盡注意義務，無須擔負過失責任。

三、法院實務見解

最高法院 74 年臺上字第 419 號判例：「汽車駕駛人雖可以信賴其他參與交通之對方亦能遵守交通規則，同時為必要之注意，謹慎採取適當之行動，而對於不可知之對方違規行為並無預防之義務，然因對於違規行為所導致之危險，若屬已可預見，且依法律、契約、習慣、法理

及日常生活經驗等，在不超越社會相當性之範圍應有注意之義務者，自仍有以一定之行為避免結果發生之義務。因此，關於他人之違規事實已極明顯，同時有充足之時間可採取適當之措施以避免發生交通事故之結果時，即不可以信賴他方定能遵守交通規則為由，以免除自己的責任。」

最高法院 84 年度臺上字第 5360 號判例：「汽車駕駛人對於防止危險發生之相關交通法令之規定，業已遵守，並盡相當之注意義務，以防止危險之發生，始可信賴他人亦能遵守交通規則並盡同等注意義務。若因此而發生交通事故，方得以信賴原則為由，免除過失責任。」

臺灣高等法院高雄分院 105 年度上字第 171 號判決：「即被上訴人所行經之路段，當時乃垃圾車停下收集垃圾之處，而垃圾車收集垃圾時，該處例會有眾多居民走路或騎車前來傾倒垃圾，進而影響該處行車之順暢，為吾人日常生活所熟知之現象，是而被上訴人既為職業駕駛人，見前方有此狀況，理應注意車前狀況減速慢行，採取必要之安全措施，即作隨時停車之準備，以避免危險之發生。然被上訴人在平時該限速 50 公里之該路段，非但未減速慢行，採取必要之安全措施，竟以約 64 公里之時速急馳，撞及由南往北穿越翠峰路之上訴人受傷，依上

揭說明，就事故之發生自有過失之責……矧信賴原則之前提為行為人本身未違規，始有適用，若自己有違法令規定，該違規之行為為本身增加危險發生之機會，該行為人即不能藉信賴原則而免責。被上訴人在前述之情狀下，超速行駛，自身有違反道路交通安全之規定，增加用路人之危險，則縱上訴人亦違規穿越馬路，被上訴人自不能主張信賴原則免其責任。」

四、小英之主張是否有理由

本文案例事實為：小英駕車超速行駛，不慎撞傷違規穿越馬路之小花，依上開實務見解可知，小英超速駕車之行為實已增加其他用路人之危險，縱使小花違規未行走斑馬線穿越馬路，但小英仍不得主張信賴原則予以免責。



失業勞工協助方案 再創事業第二春

遠東新世紀／蔡佳伶

面對居高不下的失業人口，政府提供不少補助措施，包括實質的金錢資助、就業協助、提高競爭力的學習輔導；若能善用政府提供的協助方案，並調適心情，即使面臨人生中沒有預料到的「長假」，還是有機會順利度過，再創事業高峰，千萬別讓自己的權益從指尖溜走！

一、「就業保險給付及申請」：

就業保險是為了保障非自願離職的勞工，在無工作收入一定期間的基本生活，並提升勞工就業技能、達到促進就業效果的一種社會保險。只要勞工按照規定，由所屬雇主辦理參加就業保險，在發生保險事故時，就可以向勞保局申請保險給付：

1、失業給付：

· 請領條件（申請人須同時具備下列條件）：非自願離職、就業保險年資

依據行政院主計處統計：2016年8月，就業人數1,129萬人，失業人數48萬人，失業率4.08%。全球景氣低迷的世紀末，經濟轉型中的臺灣，因產業結構改變，就業市場惡化，失業問題日益雪上加霜。

合計滿1年、具有工作能力及繼續工作意願，且向公立就業服務機構辦理求職登記之日起14日內，仍無法推介就業或安排職業訓練者。

· 給付標準：最長6個月（一般勞工）～9個月（年滿45歲中高齡、身心障礙勞工）。

· 給付期間：按離職退保當月起前6個月平均月投保薪資60%發給（有扶養眷屬者，每1人加給10%的給付，最多計至20%）。

2、提早就業獎助津貼：

· 請領條件：符合「失業給付」請領條件，於「失業給付」請領期限屆滿前受僱工作，並參加就業保險滿3個月以上（不以同一單位為限）。

· 給付標準：按尚未請領之「失業給付」金額50%，一次發給。

3、職業訓練生活津貼：

- 請領條件：非自願離職，並向公立就業服務機構辦理求職登記，經公立就業服務機構安排參加「全日制職業訓練」（訓練期間 1 個月以上、每星期訓練 4 日以上、每日訓練日間 4 小時以上、每月總訓練時數達 100 小時以上）。

- 給付標準 & 期間：受訓期間，依申請人離職退保當月起前 6 個月平均月投保薪資 60%，按月於期末發給，最長發給 6 個月。

4、全民健康保險保險費補助

- 請領條件：請領「失業給付」或「職業訓練生活津貼」期間。

- 補助標準：按失業勞工每次領取「失業給付」或「職業訓練生活津貼」期間的給付末（迄）日的當月份，全額補助勞工本人及其眷屬，參加健保自付部分的保險費。

二、「就業服務」：

全臺有多處「就業服務據點」提供求職推介服務，如有求職服務需求，可至各地「就業服務據點」，由專人提供就業諮詢及推介服務；此外，「臺灣就業通」網站（網址 <http://www.taiwanjobs.gov.tw>）亦提供就業服務、職業訓練、技能檢定、創業協助……等服務。

三、「職業訓練」：

為協助失業者提升就業技能，以利

訓後立即就業，每年均由「勞動力發展署」所屬各分署規劃辦理多元化就業導向之職前訓練課程，並補助參訓者 80% 或 100% 之訓練費用。

四、「失業勞工子女就學補助」：

為減輕非自願離職失業勞工子女就學負擔，針對非自願失業勞工子女就讀高中職及大專校院者，提供就學補助：

1、請領條件（申請人須同時具備下列條件）：

- 非自願離職失業期間達 1 個月以上，並請領「失業給付」1 個月以上。

- 申請人及其配偶最近年度綜合所得總額 148 萬元以下。

- 未請領「老年給付」、未參加多元就業開發方案或政府機關其他同性質促進就業措施（方案）。

- 子女就讀國內高中職或大專校院，具有正式學籍。

2、補助金額：

- 公立高中職（含五專前三年）每名 4,000 元。

- 私立高中職（含五專前三年）每名 6,000 元。

- 公立大專校院（含五專後二年）每名 10,000 元。

- 私立大專校院（含五專後二年）每名 20,000 元。（資料來源：行政院主計處、勞動部、勞動力發展署）

走進童話甜點世界

德國點心DIY

豫章工商／鄭志祥

相信很多人都對德國人一絲不苟的行事作風印象深刻，對於「德國製造」的商品也有正面評價。其實德國是歐盟中人口最多的國家，也是歐洲大陸主要的經濟與政治實體之一，更是世界第四大經濟體，國民生活水平在世界各國名列前茅。

早在舊石器時代，德國的土地上就有人類活動，羅馬帝國時代也記載日耳曼人在萊茵河與多瑙河流域定居，之後陸續出現許多不同名稱：法蘭克王國、查理曼帝國、東法蘭克王國、日耳曼帝國、神聖羅馬帝國、哈布斯王朝的奧匈帝國，這些朝代的累積，也為德國紮下深厚的文化底蘊，經聯合國教科文組織認列的世界文化遺產共有38項之多，包括：雷根斯堡、班貝格、奎德林堡、威瑪……等，更有麥賽爾化石坑、瓦登海、古山毛櫸森林3項自然遺產，至於新天鵝堡、科隆大教堂、宮廷釀酒屋、海德堡城堡、茨溫格宮等旅遊景點亦是廣為人知，還有著名的觀光路線，例如：西部穿越普法

茲葡萄酒區的「葡萄酒之路」；從曼海姆經海爾布隆、紐倫堡延伸到捷克首都布拉格的「城堡之路」；南部從維爾茨堡到菲森的「浪漫之路」，豐富的景點，每年皆吸引大批遊客造訪。

另一方面，德國點心的名氣也完全不輸給這些知名景點，大家耳熟能詳的黑森林蛋糕（Schwarzwälder）、史多倫聖誕蛋糕（Stollen）、新月餅乾（Vanillekipferl）、德式布丁（Käsekuchen）、咕咕洛霍夫（Gugelhupf）、樞機卿蛋糕（Cardo）、熱紅酒（GluehWein）……等，都是聞名於世的點心，本次「美食網」將從中挑選幾款經典德國點心，請大家一起動手試試。

一、黑森林蛋糕（Schwarzwälder）

黑森林位於德國西南部巴登符騰堡內，是德國最大的森林山脈，因布穀鳥鐘、火腿、蜂蜜、豬腳，以及黑森林蛋糕而聞名。由於當地盛產黑櫻桃，因此製作蛋糕時，習慣把黑櫻桃夾在巧克力蛋糕中，並塗上奶油、灑上巧克力屑。

2003年德國的國家糕點管理辦法中特別規定，黑森林櫻桃蛋糕就是櫻桃酒奶油蛋糕，

蛋糕餡是奶油，也可以搭配櫻桃，至於加入櫻桃酒的量則必須能明顯嘗出酒味，且至少含3%可可粉，外層則以奶油包覆，並用巧克力碎屑點綴。

【巧克力海綿蛋糕材料】

全蛋 700 公克、細砂糖 350 公克、低筋麵粉 250 公克、沙拉油 100 公克、奶水 100 公克、可可粉 30 公克、蘇打粉 3 公克

【巧克力海綿蛋糕做法】

1. 將沙拉油、可可粉、蘇打粉攪拌均勻，再與牛奶拌勻，隔水加熱保溫備用。
2. 砂糖與蛋一起攪勻後，隔水加熱攪拌，讓液體溫度達 43°C。接著倒入攪拌機中，攪拌至蓬鬆，以手指畫過表面不會回復。
3. 在打發的乳沫中倒入麵粉，攪拌均勻。
4. 將一部份的乳沫倒入步驟 1 的巧克力漿中，待拌勻後，再倒回乳沫，全部拌勻。
5. 拌勻後的材料分別倒入 3 個蛋糕模中，放進烤箱，以上火 180°C，下火 180°C 烤焙 40 分鐘，出爐後倒扣放涼。

【黑森林蛋糕作法】

1. 鮮奶油打發後，倒入適量櫻桃酒，再次打發。
2. 巧克力蛋糕剖成上下兩片，取一片蛋糕，先抹上打發的鮮奶油，再塗上櫻桃餡後，蓋上另一片蛋糕。
3. 蛋糕表面抹上打發的鮮奶油，再沾滿巧克力碎屑，擠上奶油花，以櫻桃裝飾即可。



完成

二、德式布丁 (Käsekuchen)

外貌類似臺式蛋塔的德式布丁，內餡其實是乳酪，因此有些人稱之為「德式乳酪布丁塔」。德式點心在蛋糕或塔皮部分，喜好加入堅果粉末或乾燥的蛋糕粉末，以增添風味。道地的乳酪是採用 Quark cheese 白色軟質乳酪，不過在臺灣可改以容易購得的奶油乳酪 (Cream cheese) 來操作。

【塔皮材料】

中筋麵粉 430 公克、杏仁粉 60 公克、無鹽奶油 300 公克、糖粉 130 公克、蛋黃 40 公克、乳酪粉 40 公克

【塔皮做法】

1. 糖粉與無鹽奶油拌勻，攪打至微發，接著加入蛋黃拌勻，再拌入麵粉、杏仁粉與乳酪粉。
2. 靜置 10 分鐘後，將麵糰分割為每個 45 公克，共 20 個。
3. 壓扁麵團，放入塔模中，按捏均勻備用。



【內餡材料】

奶油乳酪 240 公克、砂糖 130 公克、蛋黃 65 公克、動物性鮮奶油 160 公克、全脂牛奶 270 公克

【內餡做法】

1. 奶油乳酪壓軟，與砂糖一起拌勻。
2. 加入蛋黃拌勻，再與動物性鮮奶油、全脂牛奶一起拌勻即可。
3. 將餡料倒入塔皮中，每個約 40 公克，放入烤箱，以上火 180°C，下火 180°C 烤焙 25 分鐘即可。



完成

三、新月餅乾 (Vanillekipfert)

新月餅乾是歐洲德語區很受歡迎的耶誕點心之一，因為用料與製作方法簡單，很多家庭都會做，也常在節慶中成為送禮的小物，當地人習慣加入堅果粉末來強化它的味道。

【材料】

中筋麵粉 430 公克、糖粉 130 公克、核桃粉末 40 公克、糖粉 130 公克、蛋黃 40 公克、杏仁粉 60 公克

【做法】

1. 將麵粉與糖粉分開過篩，核桃以調理機打成粉狀，帶點細小顆粒也無妨。
2. 無鹽奶油以室溫軟化後，將所有材料倒入鋼盆中，攪拌均勻，靜置 10 分鐘。
3. 所有材料分割成每個 35 公克，共 20 個，搓成梭子狀，再彎成新月狀，排入烤盤中（間隔不可太近，避免烤焙後體積膨脹），以上火 180°C，下火 150°C 烤焙 25 分鐘即可。



完成

嗆辣好食 適量延壽

遠東百貨／鄭嘉蕙

氣溫一降，就讓人忍不住想大嗆麻辣鍋；即使揮汗如雨，也要大啖泰式料理……不論臺、韓、日、泰、墨、美式料理，不分烘焙、主餐、麵食、湯品，似乎只要沾上「辣」，就格外迷人！

根據研究，不管辣椒、咖哩，還是來自其他辛香料等辣源，進入味覺系統後，就會刺激細胞，在大腦形成類似灼燒的微量刺激感，所以吃辣的過程中，不僅舌頭，連眼淚、鼻涕、汗水也會一起奔放，這就是神經感受到刺痛產生的反應。

近年來，飲食對健康的研究引起大量討論，大家都知道吃辣可以促進體內新陳代謝，而且辣椒富含的維他命 C，還具有抗氧化功效，一篇刊登在《英國醫學期刊 British Medical Journal》的研究指出，辣椒中有生物活性及營養分子，適量食用有益健康，還能降低死亡風險。

當然，過量的辣椒還是對高血壓、腸胃道太過刺激，此外，吃麻辣鍋時，也容易攝取過多熱量，因此，消費者仍要注意適量攝取，才能當個健康饕客。12月的「美食網」，就讓我們進入無辣不歡的美味世界吧！

韓風吹拂

【「Perfume Dance 跳舞香水」韓式風味棒棒腿】 顏色紅亮又入味的韓式辣味棒棒腿，是開胃菜、下酒菜的最佳選擇，用韓式辣醬簡單調味，讓雞肉軟嫩彈牙，入味又好吃！推薦價 180 元，**集團同仁獨家優惠價 100 元（需外加 10% 服務費）**。洽詢專線：「Perfume Dance 跳舞香水」，板橋中山店 4 樓（02）8978-1767。



【「金首爾」韓式炒辣椒雞】 採用新鮮嫩雞胸及上等腿肉，以特製韓式辣醬醃製 24 小時，加上韓國魚露，拌入大量乾辣椒、獨特香料，最後以原粒蒜頭和秘製韓式辣醬混合辣椒熱炒烹調，讓雞肉與辣味完美融合。建議售價 180 元，**集團同仁獨家優惠價 140 元（已含 10% 服務費）**，本優惠僅限桃園遠百店。洽詢專線：「金首爾」，桃園店 9 樓 0956-926662。

【「宮武讚岐烏龍麵」韓式味噌烏龍麵】 湯底運用宮武出汁（高湯），以白味噌搭配韓式特製醬料，再加上經過鍛鍊、熟成、發酵的麵糰所揉製的麵條，熬煮出平衡感極佳的韓式烏龍麵，是大獲好評的人氣商品。建議售價小碗 139 元、大碗 165 元，**集團同仁憑識別證可享 35 元以下炸物免費一份**。洽詢專線：「宮武讚岐烏龍麵」，寶慶店 B1 樓（02）2361-6559。



泰迷老饕

【「饗泰多」酸辣海鮮湯】 鮮蝦剝殼冰鎮後，拌入泰式風味酸檸檬汁，加點南洋辣椒爆香，再鋪上精選花枝片、海瓜子、帆立貝、美國香草，佐香醇椰奶，經陶鍋慢火熬煮，入口先感受到滑順的椰香，之後湧上酸辣口感，非常爽口。建議售價 363 元，**集團同仁獨家優惠價 314 元（已含 10% 服務費）**，本優惠僅限桃園遠百店。洽詢專線：「饗泰多」，桃園店 9 樓（03）337-1808。



【「名廚」雲南椒麻雞腿套餐】 以平實的價格、鮮美的食材、精湛的手藝，讓人吃到自然的美味，油炸的香酥雞腿搭配椒麻口味醬汁，豐富口感在舌尖上釋放，開胃又下飯。建議售價 170 元，**集團同仁獨家優惠價 160 元**。洽詢專線：「名廚」，寶慶店 B1 樓（02）2382-1293。

川湘名菜

【「開飯川食堂」翻滾吧！肥腸、剁椒魚頭】 「翻滾吧！肥腸」以深滷入味的肥腸和四川進口的二金條辣椒、朝天剁椒與大蒜等辛香料翻滾拌炒，最後倒入燒至通紅的干鍋，香氣逼人，是開飯菜單中，辣度最高的一道菜，也是川菜干鍋料理的重新詮釋。「剁椒魚頭」以青花椒、大紅袍花椒、青蔥等開飯自製菜油與剁椒共同蒸煮鱧魚頭，色澤紅亮、味道鮮濃麻辣，在辛香料的貫穿下，展現細膩肉質。「翻滾吧！肥腸」推薦價 350 元、「剁椒魚頭」推薦價 580 元，以上皆需外加 10% 服務費。洽詢專線：「開飯川食堂」，Top City 臺中大遠百 11 樓（04）2258-5776。



東瀛美味

【「北海道拉麵」辛豚骨拉麵】 使用十餘種天然素材製成的特製辣醬，加上自製濃厚豚骨湯頭、叉燒肉，搭配滑順糖心蛋，口感一流。建議售價 260 元，**集團同仁獨家優惠享 85 折**。洽詢專線：「北海道拉麵」，新竹大遠百 9 樓 (03) 5234093。



歐洲風情

【「古拉爵義式屋」辣味雞肉義大利麵、香烤吮指雞翅、蒜辣牛肉義大利麵佐柚子胡椒】
「辣味雞肉義大利麵」以濃郁的香草，搭配鮮嫩雞肉及酸甜義式小番茄，讓義大利麵多采多姿。「香烤吮指雞翅」特調香辣醬汁，讓辣味雞翅更加回味無窮。「蒜辣牛肉義大利麵佐柚子胡椒」中，蒜及辣椒充分融入橄欖油，經典美味。「古拉爵義式屋餐廳」辣味雞肉義大利麵建議售價 150 元、香烤吮指雞翅建議售價 140 元、蒜辣牛肉義大利麵佐柚子胡椒建議售價 200 元，**集團同仁獨家優惠享 95 折（需外加 10% 服務費）**。洽詢專線：「古拉爵義式屋」，新竹大遠百 4 樓 (03) 5213572、臺南大遠百 4 樓 (06) 236-1036、高雄大遠百 12 樓 (07) 536-1390。



臺式飄香

【「翰林茶館」麻辣鴨血鍋、麻辣腸旺煲】 主廚精心熬煮湯頭，放入鮮嫩多汁的鴨血，以及肉片、蟹棒、火鍋料、玉米、金針菇，花椰菜、胡蘿蔔、芋頭、青菜、火鍋料，豐富佐料搭配麻辣刺激的湯頭，散發出超強吸引力。麻辣鴨血與大腸是最受歡迎的組合，以鐵鍋盛裝，熱呼呼地吃更過癮，澎湃配料再加上主廚特製辣醬，成就最火辣的美味。「翰林茶館」麻辣鴨血鍋建議售價 495 元，**集團同仁獨家優惠價 446 元（已含 10% 服務費）**，**本優惠僅限桃園遠百店**。麻辣腸旺煲建議售價 150 元，**集團同仁獨家優惠享 9 折**。洽詢專線：「翰林茶館」，桃園店 9 樓 (03) 347-3159、新竹大遠百 8 樓 (03) 5231372。



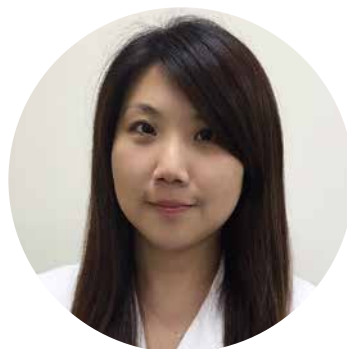
備註：欲享「遠東人獨家優惠價」，請出示集團員工識別證，期限至 12 月 31 日止。
掃描 QR Code 看更多遠東人專屬優惠



網路世代的文明病

乾眼症

亞東醫院／蔡紫筠



亞東醫院眼科部角膜科／蔡紫筠主任

眼睛是我們看花花世界的主要工具，通常可藉由淚膜的滋潤，保持眼球的舒適及影像的清晰，然而，乾眼症卻是困擾現代人的文明病，根據統計，臺灣地區 65 歲以上人口，有三分之一罹患乾眼症，加上 3C 產品使用量增加，使得乾眼症有愈來愈年輕化的趨勢。

淚膜的組成

淚液主要分為三層，由外至內分別為：油脂層、淚水層、黏液層，每一層都有其重要性，缺一不可。淚水除了提供一個光滑的光學介面，也提供角膜上皮細胞所需的營養，並能殺菌及沖洗眼表面異物，避免感染或過敏。最外層的油脂層可防止淚水蒸發，並增加淚膜的表面張力，不過，其不穩定性也是現代人罹患乾眼症最主要的原因。

乾眼症的成因

造成乾眼症的原因很多，基本上可分為兩大類。第一類是淚液分泌量不足（缺水型乾眼），常見的原因包括：修

格連症候群（Sjogren's syndrome）或類風濕性關節炎等風濕免疫疾病造成乾燥症、老化或發炎導致的淚腺萎縮，或是服用抗組織胺或安眠藥等藥物影響淚液分泌。第二類則是淚液蒸發過快（蒸發型乾眼），主要原因是瞼板腺功能異常，也就是眼瞼炎，其他如盯電腦螢幕過久、長時間配戴隱形眼鏡或甲狀腺眼疾的患者，亦都是乾眼症的高危險群。

許多人認為乾眼症只是淚水分泌不足，使用人工淚液即可緩解，但根據 2012 年美國大型流行病學研究統計，乾眼症患者中，85% 屬於蒸發型乾眼，50% 屬於缺水型乾眼（其中 35% 是混和型），這也解釋為什麼有些患者使用人工淚液後，僅得到短暫的舒緩，很快又因淚水快速蒸發而產生乾澀等不適的情況。

乾眼症的症狀

乾眼症的症狀非單一性，舉凡：眼睛刺激感、眼皮異物感、眼球灼熱感、不透明的絲狀黏液性分泌物、遠方視力模糊、眼睛搔癢、紅疹、腫脹感、眼皮沉重

睜不開、畏光、乾澀、眼角溢淚、甚至眼睛怕風吹等，皆有可能。嚴重者若發生角膜病變，甚至可能造成永久的視力損傷。

乾眼症的診斷

臨床上準確判斷出乾眼的成因，對於治療相當重要。藉由眼科裂隙燈，可觀察淚膜高度、淚膜崩解時間，以及角膜破損嚴重度，而使用淚水試紙測試（Schirmer test），可得知淚液中淚水層的多寡，藉此診斷是否為缺水型乾眼；至於過去對於眼瞼炎導致的蒸發型乾眼，僅能觀察眼皮周圍角質化或油脂分泌情形，以判斷是否為蒸發型乾眼。

亞東醫院於 2014 年獨步全臺，引進「乾眼脂液檢測儀」，可精準測量淚膜中的油脂層厚度、不完全眨眼比例，以及瞼板腺攝影，藉由瞼板腺攝影能清楚看到瞼板腺管路是否有阻塞、扭曲甚至萎縮的情形，針對阻塞的部分加強治療。

乾眼症的治療

常有病患問到，乾眼症不治療可以嗎？如此惱人的乾眼症，輕者造成生活工作上的不便，嚴重者可能造成角膜破損或感染，導致不可逆的視力損傷；而針對瞼板腺功能異常的患者，若不及早治療，也會造成管腺萎縮甚至完全消失，一旦嚴重萎縮後，再積極治療也不可逆了。

乾眼症的治療分為內科及外科治療。內科治療部分，分別有：人工淚液、淚

膠及淚膏，提供不同症狀的患者使用；若一天需使用 4 次以上的患者，建議使用不含防腐劑的單支劑型；若屬於蒸發型乾眼患者，可使用含油脂的人工淚液。抗發炎藥物中，包括了局部類固醇治療、局部或口服抗生素及眼用免疫抑制劑（Restasis），其中，眼用免疫抑制劑若符合健保給付標準，可由專科醫師申請健保補助，這是目前唯一證實可增加淚液分泌量的藥物。針對較嚴重的患者可使用人工血清，以病患本身血液經離心後，取上清液分裝成眼藥水，因血清中含有類似淚液的成份且富含生長因子，可治療嚴重的角結膜病變。

至於外科治療，對於瞼板腺異常患者，可施行擠壓、探針穿刺或眼緣上皮細胞刮除術，以疏通阻塞腺體。而缺水型乾眼，在藥物治療效果不佳時，亦可考慮淚小管塞，以減少淚液排出，增加淚水停留在眼內的時間。

另外，生活習慣的改善也很重要。建議不要長時間待在冷氣房，避免長時間用眼及配戴隱形眼鏡，並且記得眨眼，注意睡眠。此外，眼瞼清潔和熱敷可改善蒸發型乾眼患者的症狀；而在保健食品方面，建議多補充魚油，其中 Omega-3 可改善眼睛發炎的情形。

乾眼症屬於慢性疾病，建議民眾先接受專業角膜科醫師診斷，了解自己屬於哪一型，並耐心配合醫師指示治療，多數患者仍能保持良好的生活品質。

高收益債券投資的觀察重點

遠智證券／詹定成

高收益債券即非投資等級債券（註1），指信用評等 BB（含）級以下的債券（註2），其投資特點是，提供較高報酬、較大的價格波動度，以及較高的信用風險。臺灣專業投資人除了投資高收益債券基金或高收益債 ETF，也可以透過券商複委託或銀行信託管道，買賣海外市場發行的外幣計價高收益債券，以下提供幾項觀察重點，協助投資人挑選。

一、公司市值規模

公司市值規模對於高收益債券的信用狀況具有預期指標作用，市值規模高，代表投資人對公司未來營運前景評價高，願意付出較高價格買進普通股，公司即可透過發行新股，從股票市場取得資金，以償還到期債務。總債務占公司市值比例較低的企業，一般較不會發生違約（信用事件），相對的，信用風險也較低。

二、公司所處產業技術變動性高

此類公司的商品及技術，很可能隨

時失去市場價值，例如：因科技進步或突破性創新時，製造成本快速下降或市場需求快速消失，公司銷售立即停滯，庫存商品短時間失去價值，公司若帳上現金不足以支撐轉型，加上陷入營運困境，難以發行新股取得資金，則可能發生違約（信用事件），近期的例子就是美國極特先進公司（GT Advanced Technologies Inc. / GTAT US），因藍寶石材料未獲蘋果公司採用，市場需求消失而申請破產。

三、公司所處產業景氣循環波動度大

此類公司在景氣循環的低谷時，可能轉為虧損，公司現金大量流出；若財務狀況不夠健全，營運規模大，虧損反而更多，加上產業景氣低谷時，公司股價低，市值規模小，更難以在集中市場增資發行新股，取得新資金，即可能發生違約（信用事件）。典型的例子是美國太陽能大廠愛迪生公司（SunEdison, Inc. / SUNE US），因太陽能產業處於景氣循環谷底，公司帳上現金不足以支撐營運，無法度過產業寒冬而申請破產。

四、新創或未上市公司

新創公司由於產品或技術難以評估市場價值，加上營運初期大多虧損，資金持續流出狀況十分普遍，一般難以取得較好的信用評等或吸引債券投資人青睞，資金來源主要以股權 IPO、私募股權增資、發行可轉換證券為主；未上市公司

由於非集中市場交易公司，各國監理單位並未要求定期公開財務報告，通常財務透明度較差，融資來源主要以往來銀行資產抵押融資或向私募基金定向發行債券為主。投資人若有意投資此類型債券，應優先考慮即將上市掛牌的新創公司或營運規模較大的未上市公司。

五、新興市場債券

由於受到國家主權債信的影響，新興市場企業債券信用評等通常較難取得投資等級，儘管大多數國營或民間大型企業財務尚屬健全，其債券仍被歸類於高收益類別。投資此類型債券，除應思考債券收益是否合理，還需特別審視以下重點：

1. 股權架構：新興國家國有或國營公司，需考量國家持股比例、實質控制營運權，以及國家訂價政策等因素。

2. 產業狀況：新興國家一般有產業保護政策，需考量發行公司同業競爭狀況、產品定價策略，以及同業獲利狀況等因素。

3. 商品特性：若新興市場企業商品有其特殊地域性，商品只能在當地出產、開採、提煉或製造，當地企業就具有商品寡佔或獨佔的特性。

4. 營運特性：新興市場因保護政策或當地特許法令限制，外資企業拓展當地市場通路有許多困難，國際企業考量營運效率，多採取合作營運模式，使當地合作企業具有特殊地位。

六、財務指標評估

一般來說，財務穩健的企業擁有下列特點：

1. 營運現金：帳上約當現金足夠支付近 12 個月營運及資本支出和到期負債。

2. 債務期程：銀行貸款及負債應平均分佈在不同年度到期，避免銀行貸款及債券集中在同一時間到期，造成公司資金調度困難。

3. 自由現金流量：即營運現金流量支付完公司資本支出、銀行貸款及債券利息和稅金後的現金流量。此為衡量公司清償債務能力、預留現金準備以度過景氣蕭條期的重要財務指標。

4. 營收及獲利：公司營收持續成長及獲利，代表公司長期營運能持續流入足夠現金，用來衡量公司未來能否按時付息及償還債務。

七、結論

選擇海外高收益債券時，建議以新興市場大型企業或穩健產業的公司債為主，而債券發行人或保證人，也應以專業投資人熟悉的公司、產業或財務穩健企業為優先。

註釋

註 1：委託人為非專業投資人者，得投資信用評等 A- / A3(含) 以上的外國公司債或 A/A2(含) 以上的外國政府債券。

註 2：委託人為專業投資人者，得投資信用評等 BB / Ba2(含) 以上的外國公司債及外國政府債券。

夢回阿爾山

遠東聯石化（揚州）／俞瀛琬



說到蒙古，相信很多人立刻聯想到：成吉思汗、馬背上的民族、地理上的遙遠，以及「漢滿蒙回藏苗傜」裡的一員。首度探蒙，我選擇了著名的阿爾山所在城市——海拉爾為起點，自上海先飛 1000 公里抵呼和浩特，再轉機 1000 公里飛海拉爾，全程七小時，但一心向北的我，毫不覺疲累。

海拉爾東山機場正在擴建，離市區

對照「過去」與「現在」的地理版圖，現在的內蒙自西往東北，依序是過去的寧夏、綏遠、察哈爾、熱河、遼北、嫩江與興安等地，這些是我當年讀地理的記憶。儘管人事變遷，有些城市的名稱仍沿用至今。

極近，穿越勝利大道進入市區時，正是夕照時分，天空清澈、雲彩多姿，一派「滿城盡帶黃金甲」的奇幻風情。參加當地出發的旅遊行程，一般是前一天抵達，休整一夜後，隔日一早出發，所以第一天傍晚到晚上，可以安排簡單的市區漫步及一頓豐盛的羊肉大餐，作為接下來數日壯遊的揭幕式。海拉爾位於內蒙的東北邊境上，緯度近 50 度，與大陸東北的黑龍江相當，剛過中秋，秋涼已深，旅遊旺季也才剛結束，對於喜歡清靜的散客來說，正好避開人潮，獨享那一望無際的呼倫貝爾大草原。

首日：敖包（註 1）相會

越野車甩開海拉爾，在大草原的公路上，脫韁野馬似的奔赴阿爾山，途中停留巴彥胡碩，這裡的敖包是名曲「敖包相會」的出處。繞著堆子順時針繞三圈後，我拾起一塊草原石，放於包上，同時許下了願望：祈求水土不服的腸胃儘快痊



山豐富的火山地形，因有天池、地池兩個火山湖而完美，在我鏡頭的捕捉下，地池略勝一籌，美由心生，亦因心留，太多的贅述文字都是減損。三潭峽中流過的哈拉哈河，時而湍急、

癒（「全肉大餐」讓腸胃份外糾結）。

北方的天空就是給雲彩揮灑的，儘管燃煤發電的煙囪持續吐著白煙，天仍不減其藍，雲不改其白。沿路第二站停留奧倫布坎景區，這裡已是阿爾山大興安嶺的腹地，也是中國僅剩的 2% 原始森林之一，通古斯族後裔生活的這塊土地，是集火山、濕地、森林、草原、溫泉、峽谷大成的地質公園，旺季剛過，人煙遠離，整片原始林彷彿只為我們敞開，陪伴身旁的是大自然與不時在石縫間穿梭築窩的鼠兔，腳下是地理課曾讀過的大興安嶺，踏著是通古斯人的足跡，漫遊於白樺林，望著對面丘陵因秋涼而逐層泛黃的樺葉，時空的界限似乎模糊了。

第二日：夢幻阿爾山、侏羅紀大峽谷、水墨杜鵑湖

對於阿爾山的印象來自大陸中央電視「朝聞天下」晨間新聞的廣告，繼草原、敖包、森林後，今日挺進阿爾山。進山第一站是烏蘇浪子湖，對峰山嵐未退，湖面天光似乎仍留著昨晚的宿醉，浪子才離，晨客已至。998 階上山、768 階下山，是朝拜「天池」必備的腿力，阿爾

時而平靜，水量充沛，穿峽而過，兩岸已是色彩繽紛，中蒙界河當之無愧。

侏羅紀峽谷在阿爾山景點的末站，屬火山熔岩玄武石斷裂，再經千百年水流切割侵蝕而成。順木梯下至峽谷底部，兩側亂石嶙峋，姿態萬千，下穀者稀，正好獨享侏羅紀式的詭異。此處為柴河源頭，溯河上游或下游，全是處女級景觀，但越入深處越是舉步躊躇，彷彿不可知正在前方伺機狙擊。最終決定淺嘗即止，留下點懸念，作為下次造訪的火苗。

距離最後一班園車僅剩再探一個景點的 40 分鐘，我選擇名稱優雅的杜鵑湖，是時烏雲蔽日，大有即刻傾盆之勢，天賜良機的晦暗天光，將色彩全給抹去，而遠光更加深了黑白的對比。細雨一波波開始揮灑，風吹皺波光浮動、雨滴點漣漪交錯，水墨山水，渾然天成。



第三日：新巴爾虎左旗、煤城紮賚諾爾

1939年日俄在諾門罕（已近中俄邊境）打了歷史性的一戰，儘管當年戰事廣闊，如今卻已絲毫感覺不到肅殺與悲壯，留下的只是沁入土地裡，那些戰士們的鮮血。

今日註定有雨相伴，車開得再快再遠，也逃不出頭上那頂烏雲。在大雨中來到甘珠爾廟（註2），頂傘步行至正殿前100公尺，積水封路，於是另闢蹊徑，繞過大寶塔終得入殿，只見佛端坐其上，我斯行禮如儀、虔誠參拜，心中默念我佛慈悲，佛在我心，蓮花步步。

穿越新巴爾虎右旗大草原，大雨一路隨行，在北向左側的遠方，駕駛萬榮告訴我們，大慶油田在那兒挖到了石油，我想大草原的底下有煤，怎能沒油呢！漸漸地，公路周邊牛羊馬少了，出現了鐵路與卸煤的煤廊與裝置，我們翩然來到紮賚諾爾。

彎進市區，雨水硬生生被擋在市外，陽光露臉，給了一道美麗的彩虹。道路左側的人民政府大樓氣勢磅礴，具俄羅斯風，右側的博物館外觀現代，帷幕玻璃反射著金燦燦的陽光，光暈中散發著豐富的人文氣息。一樓展廳詳細介紹了紮賚諾爾的古生物——猛獁象、披毛犀及紮賚諾爾人，甚至大膽的推想，紮賚諾爾人經過西伯利亞及當時尚未形成白令海峽的陸地，來到北美，成為印第安人的始祖。地下一樓則被規劃為煤礦礦坑內的實景模型，

讓初來乍到的遊客對於紮市採煤有了大致的瞭解。

第四日：猛獁象、呼倫湖、國門、海拉爾中秋夜

猛獁象（*Mammuthus primigenius*），又名毛象（長毛象），曾是陸地上最大的哺乳動物，公母皆有象牙，生活在3700～10000年前，因冰河時期的結束而滅絕。紮賚諾爾博物館內，收藏完整的猛獁象化石，得親見已是不虛此行。象群的具體呈現就在一旁的猛獁公園內，我不禁幻想著，超過30隻的象群家族，蜿蜒遷徙於蒙古大草原上，遇上的不是想獵殺牠們的古人類，而是只求合影的現代人。

順著草原輪跡，車駛離大路，用私人定制的路線，挨到了呼倫湖畔。農曆八月十五的呼倫湖，儘管寒風挾雨，少了藍天白雲襯托的壯闊，卻多了一份灰濛的蒼茫。兩千平方公里的視野一望無際，「達賚湖」是當地人對她的稱呼，如海一般遼闊，今日我也見湖如見海。短暫邂逅，旋即西東。

滿洲里的歷史恩怨情仇無數，民初共產國際的思想流通、日據偽滿對中俄紅色交流的鉗制、當蘇聯火車的鐵軌築到家門口時，帶進了繁榮，也引狼入了室。國門的對面，是俄羅斯的西伯利亞，不及滿洲里富裕，俄商、俄民常驅車前來採購商品與日用品，市區一輛輛麵包車，頂上馱滿貨物，掛著俄文車牌的就是他



們。俄羅斯套娃在滿洲里有個觀光工廠，10件一套，與俄羅斯糖果一樣，都是必備伴手禮。

從滿洲里回海拉爾的路上，時而陽光明媚、時而狂風驟雨，遠方雲彩更是變幻莫測，左右快速飛逝的大草原，牛、羊、馬零星點綴，圓柱狀捆紮的牧草散落，縱使數量再多，散佈在廣袤無垠的大地上，也只似滄海一粟。

進城之前，前往「反法西斯戰爭海拉爾紀念園」一遊。二戰乍熄不久，蘇聯老毛想撿便宜，出兵10萬欲取海拉爾日本重裝工事，坦克大戰仰攻勝利，以犧牲5萬代價換此便宜！回顧歷史，實在滄桑，中國大好河山，眾鄰覬覦，日俄猶甚。

十五月亮十六圓，中秋月在日落前已大方的於天際露臉，我在盧布裡西餐廳，一家海拉爾推崇的俄式西餐，享受精選異國中秋風味：烏克蘭紅菜湯、皇后沙拉、俄羅斯傳統罐牛肉、盧布裡乳酪麵包，搭配一杯格瓦斯，一份甜品草莓奶渣餅，美食我進，祝福送給大家。

賦歸

一出呼倫貝爾（海拉爾）東山機場，兩位女性的巨型雕塑就矗立在正前方，駕駛萬榮如數家珍的介紹：端坐者為成吉思汗的母親訶額侖，立者為成吉思汗的大妃孛兒帖。在經年征戰的蒙古族父系社會裡，為何特別為女性立像？原來成吉思汗是也速該與搶親來的新娘——訶額侖所生，訶額侖含辛茹苦拉拔他長大，才得以成就元太祖之大位；孛兒帖則在十歲時與九歲的鐵木真訂親，其間曲折血淚、淒美婉轉，直至成嫡，地位崇高。雕像是死，歷史卻鮮活，不去刻意的發掘與閱讀，萬事皆成過眼雲煙。



註釋

- 1 敖包是蒙古語，意即「堆子」，顧名思義，為人工堆成的石頭堆、土堆或木塊堆。原是在遼闊的草原上標誌道路和地界之用，遍佈蒙古各地，後來逐漸演變成祭山神、路神和祈禱豐收、家人幸福平安的象徵。
- 2 甘珠爾廟距新巴爾虎左旗所在地阿木古郎鎮西北20公里，乾隆五十年賜廟，並親筆撰寫「壽寧寺」匾額。廟中主供釋迦牟尼、官布、紮木蘇倫等佛像，由於曾收藏過藏蒙文「甘珠爾經」，故又名甘珠爾廟，是呼倫貝爾地區最大的喇嘛廟。

午后街角的人與事

華煦供熱／郭延山

「午后街角」是一家咖啡店，坐落在揚州儀征市區的五龍街南首，讓我走進咖啡店的是一張朋友轉贈的會員卡。這家咖啡店的裝潢風格在儀征這個三線城市裡，算是很前衛的，以雅俗共賞的書籍為媒介，以閱讀為主題，以交友為可能，在文藝的氛圍裡，營造出一份寧靜。



前面說的「前衛」，是基於這個城市的閱讀習慣與人群比例，這種小眾的咖啡館，能生存下去本身就是一個艱困的課題，也讓人不禁疑惑，店主人是在什麼樣的構想下，開設了這家咖啡館？又是在怎樣的思維下，定位了這樣的咖啡館？

這家咖啡館的女主人，是一位灑脫飄逸的女性，一位喜歡咖啡的、喜歡征服山川的、喜歡交友的、喜歡讀書的女人。

憑藉著走南闖北的見識，加之個人的特色與魅力，一杯咖啡支撐了一個想法，一個想法支撐出一個夢想，糅合書本的概念，用書香讓身體和思想在此稍事休憩。正是咖啡與書的完美結合，以及性別與性格的組合，催生了這家街角咖啡館。

記得 2015 年的秋天，午后街角咖啡店開業周年，作為朋友及老客戶，我在微信朋友圈更新了這樣一條資訊：

午后，我在街角的邂逅。

那是一個天氣晴好的下午，在街角回眸中，我遇見了「她」。我佇步不前，想要仔細打量一番，不料一股咖啡清香迎面，我徹底繳械投降。而後，時常來感受有「她」在身邊的感覺，聞一聞「她」所散發的韻味醇香，已成習慣！

我喚『她』名：午后街角。



一年間，在不斷否定的過程中，她堅定的存活下來，陪著她實現夢想的還有那些愛書、愛咖啡的人。這群人一直在路上前行，並且不斷地有新成員加入。

新的一年，午后街角成立了讀書會，在網路平臺上發起書友招募令，很快便吸引了來自不同領域、年齡互異的城市男女，藉由這個環境，大家暢所欲言，一場場讀書會在此孕育與發酵。書友們分享小說、討論散文、賞析詩詞，或專題引領、或朗誦吟唱，從街邊裡望，店內燈色暖黃，一群人在與世隔絕的空間裡，孜孜不倦。

借用電臺 DJ 鄧煌的微博文字，與大家分享讀書的重要性：

「讀書越少越容易對環境不滿，讀書越多越容易對自己不滿。讀書少，看問題往往失於主觀簡單，歸咎外因，牢騷抱怨。讀書多了，人變得謙遜、沉著、明晰，更知道自己的短處在哪裡，視野提升，心胸開闊，撥雲見日，迷途知返。抱怨什麼，不如讀書。」

興味相同的人和心裡想的事，其實都是相通的。簡單的一個人成就了午后街角，簡單的一群人分享成果、營造樂趣、創造光芒。走進來，沉澱心情，卸下面具，在一個分享心跡的地方，可以倚窗放空，可以好友輕談。如果你來儀征，別錯過午后街角，我在這兒等你，再敘街角的人與事。



有獎徵答 Quiz

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！

好消息！即日起，參加「有獎徵答」更方便囉，只要以手機掃描右方的QR Code，即可輕鬆填答抽大獎！



本期題目

1. 對於遠東集團在大數據領域之應用與布局，下列敘述何者為是？【封面故事】
 - A. 遠傳瞄準「優化客戶體驗」、「提升客戶價值」、「實現智能網路服務」、「精準化數位服務」等四大領域
 - B. 遠東商銀成立數位金融事業部，探討如何利用大數據，發展市場分析與行銷模型
 - C. HAPPY GO 成立 Go survey 市調網，透過「Smart Data」分析，預測消費動態
 - D. 以上皆是
2. 下列何者是失業勞工可獲得之協助？【生活情報・臺灣地區法律網】
 - A. 非自願離職勞工可請領失業給付
 - B. 全臺有多處「就業服務據點」提供求職推介服務
 - C. 「勞動力發展署」每年規劃多項職前訓練課程，並補助訓練費用
 - D. 以上皆是
3. 下列關於高收益債券投資評估之敘述，何者為是？【生活情報・財經網】
 - A. 公司市值規模高，較不易發生違約情形
 - B. 公司所處產業技術變動性高，很可能隨時失去市場價值，使營運陷入困境
 - C. 公司所處產業景氣循環波動大，且營運規模大，風險相對較高
 - D. 以上皆是
4. 關於乾眼症之敘述，下列何者為非？【生活情報・保健網】
 - A. 淚液分泌量不足，可能引發乾眼症
 - B. 盯電腦螢幕過久、長時間配戴隱形眼鏡或甲狀腺眼疾的患者，都是乾眼症的高危險群
 - C. 治療乾眼症一定需要開刀
 - D. 建議乾眼症患者不要長時間待在冷氣房

參加辦法

請剪下 316 期第 48 頁答案欄部份（原寸影印亦可），填妥姓名、單位、聯絡地址及答案，於十二月十五日前擲回「臺北市敦化南路二段 207 號 36 樓」遠東人月刊編輯室（每人以一張為限），只要答案正確即可參加抽獎，本期獎品為面額 300 元之遠東集團四合一禮券。編輯室將於次月月刊中公佈得獎名單。

遠東人月刊 316 期有獎徵答

姓名：
單位：
聯絡地址：

答案：1. () 2. ()
3. () 4. ()

315 期有獎徵答得獎名單揭曉

單位	姓名	單位	姓名	單位	姓名
豫章工商	曾*忠	遠銀彰化分行	周*香	愛買復興店	劉*玲
元智大學	張*娟	亞東工業氣體	許*榮	遠東新世紀	林*蓁
全家福	賴*宏	泰州亞東水泥	黃*康	亞東技術學院	劉*霞
亞東石化	詹*貴	鼎鼎聯合行銷	黃*琳	遠東資源開發	范*光
遠傳電信	符*儒	太平洋 SOGO 百貨	張*璋	遠東先進纖維	李*盛

恭喜上列幸運兒分別得到面額 300 元的遠東集團四合一禮券！





遠東新世紀徐旭平副董事長（後排左二）率領遠東慢跑社同仁參加 2016 太魯閣峽谷馬拉松，同時完成個人第 40 次全程馬拉松壯舉。



亞東技術學院 10 月 5 日辦理「眾夏 國際之星」成果分享會，黃茂全校長（前排左三）也到場聆聽學生們交流的體驗。



鼎鼎聯合行銷 10 月 19 日由梁錦琳總經理（右）代表，與日本最大點數龍頭 T Point 跨國結盟，共同打造「亞洲最大點數生活圈」。



法國百年精品 Weisse 巧克力為香格里拉臺南遠東飯店打造全球獨家甜品，飯店總經理凱德曼（左三）特別出席發表會現場，力邀民眾嚐鮮。



為拉近與學生的距離，豫章工商黃文煜校長（前排中）舉辦「與校長有約」班級座談，親自與學生面對面溝通。

爆閃燈



關於爆閃燈

爆閃燈是YDT在智慧監控應用的最新產品，結合監視系統、智慧警報系統、爆閃燈及蜂鳴警報器合一的智慧監控裝置。爆閃燈可以監視特定區域並提供中控室即時畫面，在警報啟用的期間，若是有不明人物出現，即會觸發警報。警報分為兩階段，一開始有異常狀態發生時，會啟動爆閃燈及監視螢幕警報示警，若持續觸動警報30秒，將會啟動蜂鳴警報器。