

# 遠東人

共同開創「誠勤樸慎・創新」的健康人生

徐有庠  
遠東人

遠東集團  
FAR EASTERN GROUP

2018 SEP

NO.337

09 月號

## COVER STORY

遠通電收數位轉型  
扮演智能服務最佳推手  
智慧領軍  
富民運輸打造精實物流團隊

## LIFE GUIDE

流行網  
2018秋冬彩妝流行趨勢搶先看  
法律網  
新手爸媽享福利 教保服務再升級  
美食網  
通體舒暢 綠拿鐵系列DIY

數位管理  
智慧前行

DIGITAL TRANSFORMATION  
FOR A SMART FUTURE

掃描 QR Code 看更多即時訊息  
還可下載電子雜誌





↑ 徐旭東董事長（右二）8月10日應邀出席在Tpark舉行的「新北市-亞馬遜 AWS 聯合創新中心」開幕典禮，與新北市市長朱立倫、AWS方案架構／培訓和認證總監Rudy Valdez等現場嘉賓一同歡慶中心落成啟用。



↑ 元智大學7月23日在吳志揚校長（左三）主持下，宣佈成立人工智慧（AI）跨域創新應用中心，以培育人工智慧人才。



↑ 亞東技術學院男子籃球隊受邀參加北京第一屆海峽兩岸運動會籃球競賽，黃茂全校長（左一）和徐菊芳董事（右二）共同授旗，期許大家旗開得勝。



↑ 遠東百貨「九州文化物產」7月26日於臺中大遠百登場，遠東百貨徐雪芳總經理（左五）親自主持剪綵儀式。



↑ 遠傳電信總經理李彬（左一）獲邀出席「2018年度愛部落 i-Tribe 無線寬頻開通典禮」，見證臺灣原鄉邁向科技化的精彩時刻。



## 社群行銷 × 數位整合： 千禧世代的消費密碼

遠東 SOGO 百貨／黃晴雯

出生於網路興起、翻轉人類歷史的年代，成長於科技浪潮掀起數位革命的世代，全球超過20億人口的千禧世代，逐步主宰全球勞動與消費市場——2025年千禧世代將占全世界總勞動人口的75%，2020年全球千禧世代財富總額預估達24兆美元。尋找千禧世代的「通關密語」、解碼這群數位原住民的消費觀，成為全球零售業者的必修課題。

前臺灣赫斯特媒體（旗下擁有 ELLE、Harper's BAZAAR 及 Cosmopolitan 三個時尚品牌）與全球最大媒體投資集團群邑 Group M，針對國內精品業者策劃一場「時尚行銷趨勢論壇」，邀請我擔任演講嘉賓。面對臺下近兩百位精品決策高層（許多都是我們遠東 SOGO 百貨的合作夥伴），我以「社群行銷 X 數位整合：千禧世代的消費

密碼」為題，分享了千禧這個既熟悉又陌生族群的消費價值觀，以及零售業迎接千禧大潮的因應之道。

我將千禧世代的消費行為模式歸納成四個密碼：消費力、公民意識、社群效應、客製化。根據《Deloitte 2018 全球奢侈品力量報告》，千禧世代在全球精品市場的占比，



從 2016 年的 30%，到 2025 年預估 40%，成長幅度不容小覷。以 SOGO 百貨為例，40 歲以下年輕客層的整體消費金額與來客數，近三年來都有 5% ~ 10% 的成長。

其次，千禧世代關注社會議題，環境永續為普世價值。千禧族群對企業社會責任採取高標準，並要求企業對特定社會議題表態，因此品牌誠信與否與其代言人之社會形象，均會影響其消費決策。以 SOGO 為例，身為國內百貨 CSR 模範生，我們對於食品安全與環境永續理念堅定、作法明確：CSR 是我們與消費者「品牌溝通」的橋樑，更是 SOGO 「品牌意義」的代名詞。

千禧世代的第三個消費密碼就是「從眾心理」產生的社群效應。上網刷存在感尋求認同、在同溫層相互取暖尋求歸屬感等現象，造就社群影響力無遠弗屆，應運而生的是千禧世代追逐潮流、「深怕落伍」（Fear of Missing Out）的集體焦慮感，以及在千禧族群中最具影響力的社群媒體 Instagram 所帶動的零售業變革：Instagrammability 「值不值得上傳 Instagram」已成為千禧族群消費首選，拍照「好看」比實際好吃、好玩重要，社群行銷成為打通千禧任督二脈的不二法則。

最後則是客製化與參與感。千禧族群自

我意識高，追求獨特性、標榜與眾不同，並要求商品型塑的過程參與其中。零售業者無論通路或品牌，應以「Prosumer」（Producer & Consumer）為訴求，替千禧世代打造個人化專屬商品，並以客製化互動體驗，滿足他們對參與感的需求。

調查顯示，新科技問世時，高達 85% 的千禧世代會搶先使用。身為數位原住民，千禧族群重視的是科技帶來的購物便利，數位體驗成為千禧世代消費的關鍵字。要取得千禧世代的「通關密語」、打開他們的荷包，「品牌數位化」已是大勢所趨。因應數位整合的消費新概念，我提出兩項策略性思考。

首先，運用科技強化消費體驗，為消費旅程增添樂趣性，進而刺激購買慾。以目前零售業最積極導入的三項科技應用為例：AI 購物機器人助手可跟著逛街、協助搬運戰利品，讓消費體驗更便利；上海星巴克旗艦店透過手機 AR 技術，引領消費者來一趟咖啡樂園的奇妙旅程；瑞典 IKEA 運用 VR 技術，將廚房視覺化，讓消費者體驗親手打造客製化廚房的樂趣。

即時、互動是千禧世代消費的基本配備，另一項迎合這個族群的消費模式，就是線上線下無縫接軌的數位整合體驗。對千禧族而言，「左手滑手機比價、右手在店裡購物」已成慣例。ROBO（Research Online, Buy Offline）的消費趨勢益發明顯，比例將

近五成；另一方面，BOPIS（Buy Online, Pickup In Store）不僅打破消費時空限制，更帶動逾六成消費者到實體店面取貨時額外消費。BOPIS「網購店取」有助提升客單價並帶動業績，是值得通路與品牌參考的創新獲利模式。

演講結束後與臺下精品業者交流，大家最關切的莫過於通路與品牌如何攜手創造雙贏，我以「大連結、大平臺」的零售概念，提出兩項具體作法。首先，在通路端，百貨公司可發揮「精品群」優勢，連結各家品牌打造友善大平臺，並擴大異業結盟、創造 1+1 大於 2 的綜效。

其次，在顧客端，百貨公司長期深耕 CRM，Customer Base 雄厚，無疑是品牌行銷的最佳平臺。例如：藉由 VIP 活動鞏固既有客層，由百貨主導、品牌配合，動員雙方主顧客，再透過百貨跨業合作、資源共享。SOGO 即曾於 VIP 活動結合各大品牌，打精品群「團體戰」，並與進口車商三方連結，客數與營收雙雙開紅盤之際，更串接了三者的客戶群，強化 CRM 的廣度與深度，成功創造三贏。

解決千禧世代的痛點，創造新的消費需求——千禧世代的消費密碼，破解不是難題！



掃描 QR Code  
看英文版



2018 SEP  
NO.337

01 LEADER'S REMARKS 領航者的話

社群行銷 × 數位整合：千禧世代的消費密碼／黃晴雯

06 COVER STORY 封面故事

遠通電收數位轉型 扮演智能服務最佳推手／編輯室採訪整理

智慧領軍 富民運輸打造精實物流團隊／編輯室採訪整理

14 GROUP BRIEFING 集團簡訊

關係企業動態報導 · 公益專區 · 人事異動 · 縢優榮譽榜 · 好康報報／通訊員

21 HOT TOPIC 遠東話題

遠東人開講：我的智慧生活／編輯室輯

22 OFFICE TALK 樂活職人

上班族必修學分：未來消費趨勢與消費者樣貌／吳敏如



## 24 LIFE GUIDE 生活情報

**流行網** 2018 秋冬彩妝流行趨勢搶先看／鄭嘉蕙

**法律網** 淺談商標權侵害爭議／范佩琦

**法律網** 新手爸媽享福利 教保服務再升級／廖至謙

**法律網** 黑心貨、標示不清……「十倍賠償」何時適用？／董琳

**美食網** 通體舒暢 緑拿鐵系列 DIY／張雯茹

**保健網** 漫漫長夜 談老人失眠／侯德斌

**財經網** 從美國公債殖利率曲線 看美國經濟前景／劉益銘

## 42 STORY 心動時刻

**記憶中的端午粽香**／王桓基

**浪花淘不盡的文字——蘇東坡**／劉祖亮

**夏遊拙政園**／Linda

## 47 EDITOR 編輯手記

**數位管理 智慧前行**／李佳珍

## 48 QUIZ 有獎徵答

**336 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 王文交 余欲弟 李佩頻  
李美慧 何思緯 林俊佑 林信宏  
林大忠 林伊玖 吳佳穎 吳敏如  
范明珠 馬玉蘭 翁鈴雅 梁雅雯  
黃怡禎 游淑如 游郁安 郭曜豪  
陳文山 陳俊欽 陳聰明 陳玲華  
陳虹瑾 葉金璋 葉翼慈 張景芳  
賴建偉 曾淑萍 馮輝棋 蔡敏雄  
蔡佩瓊 劉貞佑 謝淑惠 戴永茂

### 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、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



## 遠通電收數位轉型 扮演智能服務最佳推手

編輯室採訪整理

國道計程收費今年邁向第五個年頭，ETC的使用率已達到100%，eTag用戶數也突破700萬人，用戶滿意度更高達94%，創下計程收費以來新高。但回想2010年，民眾對OBU不買單、ETC使用率無法提升，一度使遠通電收面臨被解約的窘境；幸賴張永昌總經理從思維、定位、技術、組織等方面進行大破大立的改變，帶領企業進行第一波數位轉型，才成功為臺灣ETC打開國際知名度，而在歡慶成果之餘，遠通第二波的數位轉型也緊鑼密鼓地展開。

### 從技術到服務 重新定位再出發

「遠通的第一個10年是徹底失敗的！」張永昌總經理一語道出遠通的慘痛歷史，「但也因為這段低潮，讓我們在八年前啟動全面的數位轉型。」提到數位轉型，其實國外已有不少成功的案例，張總經理分析，「以運動品牌NIKE為例，原

本只販售球鞋，現在卻利用感應、監測技術，擴大服務至健康照護領域；原本只賣咖啡的Starbucks，也運用社群網路，讓『Starbucks』成為一種生活方式；至於共享經濟的代表——uber、airbnb，更是透過數位合作，打造全新的商業模式。」

社群、行動5G、雲端運算、大數據、

AI 人工智能、物聯網等技術的蓬勃發展，為八年前的遠通帶來曙光。不過，張總經理深知，「科技並非萬靈丹，領導者才是數位轉型的關鍵。」換言之，領導者必須先發現企業自身的問題，並且訂出目標和策略，再擁抱科技，而非一味引進新科技，或是僅憑幾位科技專家來改變企業，「數位轉型真正需要的是數位領導力和數位力，兩者缺一不可，也不該本末倒置。」

張總經理直言，「遠通前 10 年的營運，都將重心放在技術，聚焦於如何達成與政府的合約，但結果顯示，國道收費不只是技術問題，更是如何為 700 萬用路人服務的問題，只要民眾不接受，再好的技術也枉然。」找出問題之後，張總經理重新定位遠通的目標，將技術思維轉為服務導向，「當時民眾對 OBU 的價格抱怨連連，因此我們首先從用路人的需求出發，讓民眾不用額外花錢。更重要的是，重新設計一套服務模式。」

## SMACIT！數位轉型的必殺技

有了明確的方向後，張總經理一步一步帶領遠通突破困境，「ETC 第一波轉型可說是集 SMACIT 數位科技的大成。其中，SMACIT 分別代表：社群媒體（Social）、行動（Mobile）、數據分析（Analytics）、雲端（Cloud），以及物聯網（Internet of Things）。」

在行動導入方面，遠通將查詢、儲值、繳費、異動、申辦等服務通通搬上手機和

APP，用戶只要利用手機，就能即時查看車輛的通行狀況、明細。數據分析的應用則包含機器學習與大數據分析，主要用來解決車牌辨識的問題，張總經理說明，「儘管遠通有來自國外強大的引擎，仍難免會有少數無法判別的情形，因此我們導入 AI 機器學習，透過車牌辨識與大數據資料，將車牌辨識正確率提升到 99.97% 的高標準。」

至於雲端運算技術，則有助於遠通處理複雜的計費方式，只要修改參數，就能隨時因應各種折扣或差別費率。另一方面，ETC 與銀行帳戶的連結也登上雲端，用戶在雲端上完成支付，更為安全、便利。

這一波轉型中，民眾最有感的當屬 OBU 轉換為 eTag 的改變，「RFID 系統的 eTag 是物聯網的應用，每張 eTag 均連結至虛擬帳戶，等於每輛車子專屬的 ID，讓車子與路測設備相連，是相當創新的嘗試。」除此之外，受益於 RFID 系統符合國際標準，基礎架構為臺灣自行研發，遠通藉由 eTag 免費申裝的措施，在短短 16 個月內，快速累積 500 萬客戶，加速實現臺灣全面多車道自由流電子計程收費政策，「現在國外幾乎都以臺灣的 RFID ETC 為標竿，證明我們的確走在潮流的尖端。」張總經理對於臺灣的 ETC 深感驕傲。

## 組織再造 創新團隊引領改變

除了數位科技，遠通完成數位轉型的另一項關鍵就是組織再造（Restructure）。張總經理深信，「沿用原來的組織絕對無

法達成新的服務目標，因此我們進行組織重整，擘建『G7』創新團隊。」所謂的G7是以「服務」為核心，透過7個創新小組（Innovation Group），以類似高峰會的概念，由副總經理從旁指導協助，集結相關部門第一線主管來進行。

第一階段成立了5個小組，其中，張總經理有感於ETC的服務擴及全臺，為了與民眾有效溝通，並使訊息具備一致性，特別整合各部門，成立CIG小組（Communication Innovation Group），制定全方位的溝通策略。此外，由於ETC的關鍵技術RFID，涉及天候、車輛玻璃、eTtag黏貼位置……等複雜的環境因素，從申辦、安裝，甚至到後續的資訊回應皆有關連，新成立的DIG小組（Detection Innovation Group），便是要確保偵查檢測工作萬無一失。至於ETC最主要的執法任務（Enforcement），更是關係到整體服務品質，因此設立EIG小組縝密規劃執行收費的各項細節，萬一用路人沒繳費，就必須合理執行催繳業務。另一個BIG小組（Business Innovation Group）的任務則是發想新業務，為遠通找出未來業務發

展的空間和機會；而每一次服務的變動都會影響到龐大的用戶群，需要靠SIG小組（Service Innovation Group）仔細琢磨流程和細節，並且不斷測試，最終才能定案。

G7的目的是創建一個平臺，讓相關人員在關鍵問題上思考、討論，最終產生共識，並擴散到整個組織，以落實「PSII」——政策（Policy）、策略（Strategy）、整合（Integration）、創新（Innovation）的管理概念，「團隊的參與和合作是服務成功的必要條件，尤其在轉型階段，更需要全員動起來才能成功。」張總經理有感而發。

## 延伸服務與業務 建構數位車經濟

儘管遠通電收在第一波數位轉型後，已締造亮眼成績，但張總經理仍馬不停蹄地展開第二波數位轉型，「我們已將物聯網的基礎建設佈建得相當完整，且擁有門架技術、APP、顧客關係管理……等know how，形成強大的核心競爭力，因此新一波數位轉型將以業務為導向，擴大國外業務與國內新創事業的發展。」為此，遠通於2017年5月成立「遠創智慧公司」，希望從ETC發展出更多智慧服務，成為「智能服務的推手（Smart Services Enabler）」。

張總經理的第一步便是深化客戶參與度，「就像新一代的銀行，依照客戶的不同階段，提供不同的理財規劃，成為客戶一輩子的理財夥伴；遠通也要擴大服務的範圍、加深客戶黏著度。」因此，舉凡：



智慧停車、智慧賣場輔助、智慧代檢廠、智慧服務區、智慧車廠和雲端判案等數位服務，都在遠通的規劃中。

以智慧停車為例，車主進入停車場後，立刻能收到簡訊，掌握入場時間、收費標準，以及 eTag 帳戶餘額等資訊；出場時，也能從手機看到完整的停車費用資訊，並直接從 eTag 帳戶扣款。百貨賣場也能做到消費自動折抵停車費的服務，顧客甚至不需要將磁卡消磁，即可直接駛離商場。另外，遠通也開始與車廠合作，從車輛進入維修中心開始，不論到哪個階段，都可以透過遠通的平臺即時確認，提供車主更貼心的服務。換言之，未來的 ETC 不僅能與縣市政府合作，完成智慧交通的願景，還可擴及其他產業，為消費者帶來全新的服務體驗。

另一方面，遠通的經驗成功吸引馬來西亞、越南、菲律賓、哈薩克等國家的關注與興趣，紛紛尋求合作機會，遠通也攜手臺灣廠商向外發展，但目前仍以顧問的模式提供設計參考為主，張總經理認為，若能進一步提供解決方案（產品），就能延伸服務，挹注更多收益，因此成立 PIG 小組（Product Innovation Group），根據 ETC 的核心技術，提出三項解決方案和一個平臺，「首先是執法的解決方案，包括：車牌辨識、連線等技術。第二是 RFID 的解決方案，可應用於停車場、高速公路等不同場域。第三是邊際運算（Edge Computing）解決方案，可加快資

料的處理與傳送速度，減少延遲。」至於遠通發展出的 DMP 平臺（Digital Mobility Platform），更是張總經理引以為傲的產品，「這是世界上獨一無二的交通數位行動平臺（DMP），能將車輛的紀錄全部整合在一起，發展 ETC 之初，若能導入 DMP 概念，未來就可快速完成各項交通管理、交通控制，並且發展其他創新服務。」

張總經理強調，「只要與車輛管理相關的事務，包括：車輛製造／銷售／服務／租賃、車輛出行、車輛貸款保險、車隊管理、政府治理等領域，都是『數位車經濟』的一環，也都是遠通未來可發展的業務。」而這些新產品的開發、設計、推動，都由 PIG 小組主導，但海外布局和後續輸出，則需要 OIG 小組（Overseas Innovation Group）來推動，「從第一波的 G5，到第二波的 G7；從遠通電收到遠創智慧，我們持續進行組織再造的工作，同時搭配 SMACIT 科技，創造數位轉型第二高峰。」

有別於國際間常見的私人企業數位轉型，遠通電收以公共服務的內容進行數位轉型，已成為世界首例，雖然過程中充滿挑戰，卻是企業永續發展的必行之路，更為臺灣智慧服務奠下良好根基，誠如張總經理所言，「臺灣的 ETC 領先國外至少五年的時間，只要持續深耕，對產業、對國家、對下一代來說，都是絕佳的機會。」期待在 ETC 的領航下，臺灣能加速擁抱科技，成為名符其實的數位智慧島。



## 智慧領軍 富昌運輸打造精實物流團隊

編輯室採訪整理

數位革命方興未艾，新觀念與新技術的導入，創造了無數的新商業模式，也讓全球產業面臨大洗牌。對於蓄積近40年技術經驗、擁有全方位專業運輸設備與完善運輸解決方案的富昌運輸來說，更是一個重塑競爭力、力拚轉型升級的全新機會！

### 引進智慧科技 強化運輸實力

#### 一、智慧系統輔助 行車安全有保障

運輸屬於勞力密集的產業，人力短缺與工安問題一直是各界關注的議題，雖然在創新科技的加持下，自動駕駛、先進駕駛輔助系統（Advanced Driver Assistance Systems；ADAS）等技術的開發，近年都有長足的進展，不過，根據許萬得總經理的觀察，「未來10～15年，大車要邁入

自動駕駛仍十分困難，因此我們計劃配合產業的發展，漸進式的朝智慧化前進。」

富昌運輸旗下擁有高壓氣體車、油罐車、貨櫃車、傾卸車、全聯結車等各式車隊，智慧輔助系統的重要任務，即是降低事故的發生率。許總經理分析，「一般事故常因為未保持安全距離，或是隨意變換車道，有鑑於此，我們特別為車輛加裝Mobileye主動式防撞預警系統，針對車距

過近或路線偏移的狀況，及時提醒駕駛。」不僅如此，富民也與廠商合作，開發全方位行車安全監控管理系統，「一旦車內警笛音響起，管理幹部即可透過手機 app 接到通知，並在螢幕上觀看發生警示前後十秒鐘的行車紀錄影片，以及車速、距離等資訊。」

除此之外，酒駕也是引發交通事故的一大主因，許總經理對此堅決零容忍，「只要有酒精反應，絕不能讓駕駛上路，而且不僅是出車，車輛返回時，也必須進行酒測，一旦發現酒駕，立即開除。」為了避免基本酒測程序流於形式，資訊科特別引進日製數位檢測系統，並將系統客製化，以符合警用檢測標準，簡林啟副理介紹，「酒測的同時，受測人的影像會連結至螢幕，一旦測出酒精反應，不但系統立即發出警報，受測人的照片及酒測值也將同步發送至車隊長、工安人員的手機。換言之，酒駕者絕對無所遁形。」

無所遁形的還有胎壓，行車過程中，胎壓不足容易引發爆胎，新式車輛已將胎壓偵測系統或自動煞車系統列為標準配備，但舊款車輛以往只能仰賴駕駛員的經驗，以木棰敲擊來檢測，難免不夠科學，「我們特別引入先進的胎壓偵測系統，」簡副理解釋，「一旦胎壓值異常，安裝於輪胎打氣孔的偵測器就會自動亮燈，提醒駕駛員。」

另一方面，大型車常因視野死角導致交通事故，為此，富民很早就主動為旗下車輛加裝輔助鏡頭，去年底，更爭取到政

府為大型車提供的視野輔助設備補助，得以再增添兩個鏡頭，並於車內安裝螢幕。林林總總的配備升級，固然所費不貲，但許總經理堅持，「只要對行車安全有幫助，一切都值得，而且萬一發生事故，也有助於釐清肇責。」

## 二、資訊系統重整 營運決策添效率

不僅重視車隊安全，後勤行政管理的效率，也是許總經理極為重視的一環，「人力應該發揮在更有價值的工作上！」雖然富民很早就運用電腦系統，但仍有資訊斷層或重工的情形，因此去年初開始，資訊部門即銜命規劃更先進的 ERP。

在同仁的努力下，新系統順利於今年 1 月 1 日正式上線，負責推動的林春香主任表示，「有別於以往系統操作彈性大，新系統只有單一路徑，從最源頭的單據到最後的資料產出全部串聯，能達到零缺失，且可與不同平臺進行資料交換，有利於後續分階段汰換個別舊系統，整合出一套完整的企業資源規劃系統。」

除了提升內部管理效率之外，由於目前許多客戶已逐漸朝資訊化發展，許總經理希望，未來能進一步和客戶的智能系統串連，「以維修來說，如果能將維修商提供的維修明細導入資料庫，管理人員就無須逐筆輸入零件名稱，只要勾稽審核，可簡化工序，同時有利於後續的分析與決策參考，例如某項零件平均僅能使用 40 萬里程數，當數據接近時，可先行汰換，避免

中途拋錨。不僅如此，如果電子發票可以直接與企業平臺串連，也能避免重工或輸入錯誤。而車輛在廠區過磅時，若將相關數據回傳至富民，更能減少後勤管理單位的作業流程。」

對此，林主任深有同感，「系統轉換的過程雖然辛苦，但能從繁瑣的文書工作中解放出來，聚焦管理和審查，才有機會找出更多問題、挖掘出更重要的數據，也才能體現企業推行 ERP 的真正價值。」

數位化的管理，同時也有助於提升客戶的黏著度，目前富民已陸續針對亞東石化、遠東新、東聯、亞東氣體等客戶，提供運輸之外的附加服務，包括每趟車的運量、液位等，協助其掌握庫存，作為調度與儲運的參考。而對富民來說，精準的數據也有利於計算運費和駕駛員的薪資。不過，許總經理心中的待辦事項還有更多，「例如：最佳排貨系統、即時車況通報系統、最佳路徑系統……等應用的規劃和串連，都是我們將積極推進的項目。」

## 發展智慧物流 迎戰新零售時代

### 一、整合集團零售通路物流 提升區域配送能力

專注本業之餘，許總經理也持續尋求產業轉型的突破點。「物流是我們未來的希望，」許總經理指出，「物流最困難的部份是運輸，而這也是一般倉儲業難以介入的領域，因此在很多國家，物流業都是由運輸業者跨足成立。」

富民擁有近 40 年的運輸經驗，且近年自動化倉儲的建置成本大幅下降，加上團隊具有自動化系統開發、整合的能力，已具備跨足物流的良好利基。另一方面，因應新零售時代，無論虛擬或實體通路，都需要強大的物流系統支援，擁有眾多零售通路的遠東集團當然也不例外，尤其百貨普遍位於都會區精華地段，許總經理建議，「透過單一的物流公司提供前進倉，不但能提升坪效，也可避免各專櫃的物流配送為繁忙的交通增添變數。顧客只要在實體通路購買商品，即可享受宅配到府的服務，不論對業者或消費者來說，便利性都大幅提升。而電商業者若能與集團內的物流公司合作，也將有助於降低配送成本，甚至在旺季時，避免受到其他同業影響，耽誤了貨運時效。」

### 二、成立北中南物流中心 串接運輸網絡

有鑑於臺中做為轉運中心極具運費與租金優勢，因此富民的物流佈局也從臺中踏出第一步。八月底開始，客戶將陸續進駐一期倉庫，主要客群包括：醫藥 GDP、食品、保稅倉、港邊轉口貿易，雖然只有 1,000 坪的空間，但由於無立柱的設計，十分方便運用。負責專案規劃的物流科蘇詩杰經理透露：「屆時將引進 AGV 搬運機器人、流力式貨架，搭配電子標籤安裝於貨架儲位上，揀貨人員只要依照電子標籤的燈號與數字，將貨品自貨架上取出，即可完成揀貨工作。」

有別於一期倉，臺中二期倉的外觀採立體式設計，約 3,000 坪的儲存空間，可納入加工區、多溫層倉儲與自動化設備，預定於 2019 年 12 月啟用，目標鎖定貨物代理、南北雙向中轉、中南統倉、製造業等客群。「一般倉儲使用堆高機上架，未來二期倉則以 ASRS（密集儲存）的倉儲模式，運用類似立體停車廠的概念，客戶從遠端下訂單之後，倉儲系統會快速完成訂單彙集蒐位和揀貨，不再需要人員重新輸入訂單或操作設備。」蘇經理滿意的說，「只有這樣才能真正做到即時化，也才是富民想提供的物流解決方案。」

至於第三期的臺北倉，預計將有 12,000 坪的空間，由於享臺北港地利之便，不但可作為臺北的倉儲腹地，亦可定位為國際轉運中心，方便前進中國和東南亞市場，因此目標客群鎖定在集團內需、國際轉運、品牌商，希望成為集團轉型新零售的強力支援。

當然，北中南地區如果沒有完整串連，絕對難以實現 B2B 或 B2C 的物流，因此臺南倉也在許總經理的規劃中，「也許將以承租倉庫的方式，作為南區的統倉，或是提供製造業小型倉儲需求。畢竟臺灣以中小企業為主，若有強力的倉儲資源共享平臺作為後盾，企業就能專注於產品的行銷，而這也是我們的機會點。」

看到這裡，或許您會好奇，專營大車運輸的富民，如何完成商品最後一哩的配送？許總經理評估，「靠單打獨鬥來組織

車隊已經緩不濟急，因此，運輸資源共享平臺的建構極為重要，除了透過超商店取的方式，遠傳的門市分店密集，也許是可以運用的資源，另外，亦可與其他宅配商或區域配送商合作，以減少投資，同時也能彈性因應尖離峰時期。」

### 三、應用最新技術 打造整體供應鏈方案

無論是倉儲資源共享平臺或運輸資源共享平臺，都需仰賴 IT 技術的串連。蘇經理深信，「最新的物流科技必將帶動零售業的革命性發展！以亞馬遜和京東為例，物流科技都走在前端，未來富民也希望與集團零售供應鏈合作，以資源共享平臺為基礎，運用雲端技術、物聯網、大數據、工業 4.0 等技術，從前臺的客戶串接，到後臺的營運管理，提供『物流 + 金流 + 資訊流』的全方位解決方案，相信不但能幫助零售業更專注於核心品牌的經營及商品銷售，未來的擴店計畫也更具彈性。」

「後進者如果沒有更創新的想法，很難與既有業者競爭。」許總經理強調，「因此，我們的目標是成為供應鏈和平臺的整合商，而非單純的物流倉儲商。」在新商業模式不斷興起的時代，行業間的界線日趨模糊，中國的京東集團從物流走向通路，美國的亞馬遜則是從通路跨足物流，而富民也正積極的從運輸邁向物流，未來是否還將趁勢前進商流，創造自己的品牌，成為通路的一環呢？且讓我們拭目以待！

## 集團簡訊

掃描 Q R Code 看更多集團訊息 →



TIMM 報告書

評估型  
SROI 報告

### 01 遠傳公布全臺首本TIMM報告書 落實SROI管理及揭露機制

遠傳 7 月 12 日發佈第一本 TIMM 報告書，成為全臺第一家完整揭露經濟面、稅務面、環境面與社會面貨幣化影響價值的服務業企業，同時公開「2017 寶衛地球讓愛遠傳評估型 SROI 報告書」，也是全臺第一家針對同一專案以 SROI 方法學進行管理並發布報告書的企業。（遠傳電信／何思緯）

### 02 遠傳 i-Tribe 縮短數位差距 協助原民會深入部落

原住民族委員會推動「原住民族部落免費戶外無線寬頻上網計畫」，今年再度由遠傳電信負責建置第五期愛部落（i-Tribe）無線寬頻網路。7 月 13 日，原民會特別舉辦「2018 年度愛部落 i-Tribe 無線寬頻開通典禮」，遠傳電信李彬總經理獲邀和原民會夷將·拔路兒主委一同出席。（遠傳電信／何思緯）



### 03 遠傳電信西寧南潮店遷址盛大開幕 歡迎一起來「潮」聖

遠傳電信西寧南旗艦門市遷址後，於 7 月 26 日重新開幕，將營業空間擴大至二個樓層，並增加許多新穎的智能 IoT 商品體驗，同時設立專屬 friDay 體驗區，讓消費者體驗 friDay 影音、friDay 音樂、friDay 錢包與 friDay 購物四大服務。（遠傳電信／何思緯）

### 04 亞東證券提供線上申辦集保 e 存摺

響應集保公司推出「集保 e 存摺」APP 取代紙本存摺，亞東證券亦提供線上申辦集保 e 存摺服務，投資人可於手機即時查詢證券庫存餘額，掌握相關服務、市場資訊，同時也能減少用紙，環保愛地球，詳情請參考亞東證券官網。（亞東證券／賴芸屏）



亞東證券

### 05 遠東商銀加入台灣行動支付行列

遠東商銀配合政府推動行動支付，於今年 7 月起，加入「台灣行動支付」，除了手機付款更便利，還可存入雲端發票，由系統自動兌獎。年底前以「台灣行動支付」APP 綁定遠東商銀信用卡，每卡不限金額任刷一筆，可回饋刷卡金 100 元，每戶最高回饋 300 元，當月帳單滿額還可累積 HAPPY GO 點數。（遠東商銀／李佩頻）

## 06 高雄大遠百、臺中大遠百 小小波麗士、小小客服體驗樂趣多

全臺瘋體驗，臺中大遠百於 7 月 18 日一連三天舉辦「小小客服員體驗營」，讓小朋友了解客服人員的辛勞。8 月 5 日，高雄大遠百也攜手高雄市政府警察局苓雅分局，共同舉辦「警察行動體驗站」，以分組闖關的遊戲，提升小朋友交通安全觀念。（編輯室輯）

## 07 首座城市沙雕樂園現身臺南大遠百

臺南「2018 一見雙雕藝術季」7 月 15 日熱鬧展開，主辦單位交通部觀光局雲嘉南濱海國家風景區管理處為了延伸活動觸角，特別與臺南大遠百合作，打造首座「城市沙雕樂園」，7 月 28 日於臺南大遠百亮相。（臺南大遠百／王詠蟬）

## 08 Big City 打造藝文、跨齡商場

Big City 遠東巨城購物中心「創藝大樓」於 6 月中重新開幕，品牌數擴增至 700 餘個，餐飲座位也增至 4,600 個，其中，1F「創藝廳」為各式藝文活動場地；3F 則打造為全臺首創的公益空間「Baby Boomers Club 三合院」，提供高齡者學習新知的新平臺。（遠東巨城購物中心／紀玉鈴）



## 09 臺中大遠百 舉辦「兒童花博時尚秀」選拔賽

臺中大遠百為響應即將到來的「2018 世界花卉博覽會」，7 月 29 日與臺中市政府共同舉辦「兒童花博時尚秀」活動，由藍卓成店長、臺中市政府新聞局卓冠廷局長代表頒獎予前三名獲獎的小朋友。（臺中大遠百／洪得瀚）



## 10 Big City 阿卡貝拉音樂環島計劃 宣傳音樂藝術節

為迎接 8 月 16 日～19 日在遠東巨城購物中心登場的「Vocal Asia Festival 阿卡貝拉國際藝術節」，巨城攜手科華基金會，於 6 月 29 日～7 月 7 日推出「A Cappella 環島趴趴 GO！」，由人聲樂團海鷗 · K 從巨城購物中心出發，環島一圈熱血開唱，並邀請李靜芳董事長擔任第一位演唱嘉賓，希望透過活動，將阿卡貝拉的美傳遞到各地。（遠東巨城購物中心／紀玉鈴）

## 11 SOGO 舉辦鮮夏綠市集與綠色小學堂 傳遞樂活新「食」尚

為提供顧客更自然、健康的飲食，SOGO 復興館於 7 月 26 日～8 月 8 日舉辦「鮮綠夏日市集」，邀集 17 家優質小農販售天然有機食材，活動期間另舉辦 4 場「綠色小學堂」，向學童傳遞低碳飲食知識。（SOGO 百貨／瀨心怡）

## 12 亞泥（中國）控股 參與第六屆武漢臺灣週活動

亞泥（中國）徐旭平副董事長 7 月 18 日參加第六屆武漢臺灣週活動，並會見湖北省王曉東省長和武漢市周先旺代理市長，同時代表黃岡亞東水泥公司與黃岡市政府簽訂《第二條水泥熟料生產線投資意向書》，預計投資金額 13 億元人民幣，展現對湖北的投資信心。（黃岡亞東水泥／許文峰）



## 13 第一屆亞東盃校際籃球邀請賽熱鬧開打

第一屆亞東盃校際籃球邀請賽 7 月 3 日、4 日邀請臺灣大學、臺北市立大學、臺灣藝術大學、交通大學、東吳大學等六校競技，藉此加強各校交流。經過兩天的激烈競賽，最終由臺灣藝術大學奪冠。（亞東技術學院／李玉燕）

## 14 亞東技術學院舉辦 106 學年度學務輔導增能講座

亞東技術學院於 7 月 3 日辦理學務輔導增能講座，邀請國立臺灣師範大學張少熙學務長蒞校演講，共 38 位同仁參與，有助推動並提升學務輔導效能。（亞東技術學院／李玉燕）

## 15 元智大學舉辦 2018 緬甸地區 海外青年臺灣學習體驗營

由僑務委員會主辦、元智大學承辦之「2018 海外青年臺灣學習體驗營（緬甸地區）」，7 月 29 日～8 月 11 日正式登場，為期兩週的營隊規劃包括：大數據相關應用、綠能環保設施、3D 列印體驗，以及參訪活動，學員們均滿載而歸。（元智大學／饒浩文）



## 16 元智艾妲計畫 帶領陳康學童體驗 AI 科技

元智大學執行「艾妲資訊培力計畫」，推動偏鄉中小學資訊教育，7 月 17 日由工管系孫天龍教授帶領七位學生，教導桃園大園區陳康國小近 30 位師生認識 AI 科技的生活運用。（元智大學／饒浩文）

## 17 元智大學成立人工智慧 跨域創新應用中心

元智大學 7 月 23 日成立人工智慧（AI）跨域創新應用中心，以培育人工智慧人才為主要功能，結合 AI 相關學程與應用，透過與遠東集團各事業體合作，建立具體的案例，未來將擴展至集團外企業，並積極尋求與國際級大廠合作。（元智大學／饒浩文）

**績優榮譽榜****18 遠東商銀榮獲卓越銀行評比兩大獎**

卓越雜誌 7 月 10 日舉行《2018 卓越銀行評比》頒獎典禮，由金管會顧立雄主委親臨頒獎，遠東商銀因突破傳統金融服務模式，榮獲「最佳品牌形象獎」、「最佳財富管理獎」，是唯一獲得兩項肯定的銀行。（遠東商銀／李佩頻）

**19 雙金閃耀 快樂有錢 遠鑫電子票證  
榮獲「金炬獎」雙金獎座**

遠鑫電子票證以「HappyCash 有錢卡」參加今年「中華民國傑出企業管理人協會——第十四屆金炬獎」徵選，團隊技術能力及卓越服務品質獲肯定，於 6 月 29 日頒獎典禮中，獲頒「年度十大績優企業獎」；蔡淑華總經理也贏得「年度十大績優經理人獎」。（遠鑫電子票證／邱暉棋）

**20 黃岡亞東水泥  
入選湖北省高技術產品目錄**

黃岡亞東水泥自主研發之「高鎂、高強熟料」和「優質 42.5 級複合矽酸鹽水泥」，7 月份經湖北省科技廳、統計局審批通過，入選湖北省高技術產品目錄，是黃岡亞東產品品質和科技創新的一大肯定。（黃岡亞東水泥／品管組）

**21 元智 WEGO 團隊智慧急難救助 APP  
獲 2018 資料創新應用競賽金獎**

元智大學大數據與數位匯流創新中心潘人豪教授帶領資工系學生吳景澤、姜承佑、李泳誼、林子恆及資傳系學生黃怡軒組成「WEGO 團隊」，開發急難救助人工智慧 APP，榮獲「2018 資料創新應用競賽」社會經濟空間資料暨戶政應用組金獎。（元智大學／饒浩文）

**22 第 64 屆航海節慶祝大會  
裕民航運獲表揚**

交通部舉辦 2017 年度績優船舶運送業選拔，並於 7 月 24 日假第 64 屆航海節慶祝大會表揚獲獎單位，裕民航運榮獲「年度營運成長績優」和「年度發展綠色航運績優」兩項殊榮，由吳巨聖特助代表領獎。另外，蔡碧双經理及魏鼎耀副理也獲頒「海運有功人員暨模範航港從業人員」。（裕民航運／游郁安）

**公益專區****23 遠通電收邀家扶小朋友國道散播愛**

遠通電收暑假期間於國道沿線服務區舉辦五場「第三屆遠通小店長」活動，不僅擴大規模，更注入公益元素，8 月 4 日迎接超過 30 位臺南家扶親子檔參與，建立孩童電子收費和交通安全常識。（遠通電收／賴建偉）

## 24 遠傳全臺門市 免費提供「BoBee 守護圈」

遠傳電信攜手徐元智先生紀念基金會，推動「BoBee 守護圈公益計劃——守護失智 讓愛遠傳」，不僅製作「BoBee 守護圈 QR Code 配件包」，提供民眾免費索取，同時開發專屬 APP，可建立聯絡資訊，再運用 24 小時尋獲通報中心，守護失智民眾。（遠傳電信／何思緯）

## 25 亞東石化淨灘行動守護海洋

亞東石化參與桃園市環境教育文創協會主辦之「環保愛地球 草漯淨灘暨節約資源回收宣導活動」，7 月 21 日率領員工和眷屬於桃園市觀音草漯沙丘淨灘，希望透過實際行動，減少對環境的破壞。（亞東石化／彭惠芳）



## 26 Big City與德蘭兒童中心 合作舉辦暑期志工體驗營

Big City 遠東巨城購物中心今年暑假持續與「天主教德蘭兒童中心」合作暑期志工體驗營，孩子們於週末體驗適合的職缺，學習服務他人，活動結束後，遠東巨城更將安排小型結業式，讓孩子們分享志工心得。（遠東巨城購物中心／葉哲倫）

## 27 遠百愛的串連 公益義賣幫助弱勢

為幫助偏鄉醫學推廣，桃園遠東百貨於 6 月 28 日～7 月 3 日年中慶檔期，與財團法人聯新文教基金會共同舉辦 5 場公益活動，並引進百果山探索樂園大型粉紅恐龍公益扭蛋機，將部分所得捐予聯新文教基金會。此外，臺中大遠百也聯手包豪氏集團，於 7 月 20 日～22 日舉辦服飾公益義賣活動，超過 23 萬元的公益所得，全數捐予「財團法人伊甸社會福利基金會」。（編輯室輯）



## 28 九州文化物產展 臺中大遠百揭開序幕

遠東百貨首度引進九州文化物產，7 月 26 日於臺中大遠百登場，遠東百貨徐雪芳總經理、株式會社山形屋代表董事岩元修士社長除了參與章魚燒實演，更捐贈公益物資予立達啟能訓練中心。（臺中大遠百／洪得瀚）

### 好康報報

## 29 《Mega 50 餐飲及宴會》 二週年回饋 滿二千送二百

座落於新北最高百揚大樓頂端的「Mega 50 餐飲及宴會」歡慶二週年，旗下餐廳於 9 月 30 日前，推出「滿二千送二百」回饋專案，消費愈多送愈多，詳情請洽 (02)7705-9723。（Mega 50 餐飲及宴會／閻惠瑗）

## 30 HAPPY GO 結盟台灣大車隊 80 點現折 20 元

為滿足 HAPPY GO 卡友乘車需求，凡於台灣大車隊 55688 生活密碼 APP 綁定 HAPPY GO 卡，即可以 80 點 HAPPY GO 點數現抵 20 元車資，不限跳錶金額皆可使用；綁定 HAPPY GO 聯名卡支付，亦可同享 1% 的累點優惠。（鼎鼎聯合行銷／翁鈴雅）



[活動說明](#)

## 31 friDay 錢包雙北支付場域超展開 消費最高享 22% 回饋

遠傳電信旗下行動支付 friDay 錢包 7 月 30 日參與「新北 e 起 Pay」整合行動支付平臺記者會，力挺政府實現無現金社會，預計明年中前，friDay 錢包支付功能將可於新北市 3,000 家街邊店使用，提供更便利的支付服務。（遠傳電信／何思緯）



[店家適用優惠方案及期間](#)



## 32 遠傳韓國原號漫遊 99 元 強勢回歸 國人對「韓流」熱度不減，遠傳電信即日起至 2019 年 4 月 30 日，推出韓國原號漫遊上網吃到飽優惠價每日 99 元，免租設備，亦無需換卡。另外，遠傳也與 Hotels.com 跨界合作，用戶於專屬活動網頁訂房，每晚贈送漫遊上網金 199 元！（遠傳電信／何思緯）



[Hotels.com  
回饋金專屬  
活動網頁](#)

## 33 SOGO X veryWed 成立 Wedding Club 入會即享專屬優惠

為幫助新人打造經濟又完美的婚禮，SOGO 百貨與婚禮網站 veryWed 合作，成立全臺百貨唯一 Wedding Club，提供最新、最實用的婚禮情報，並集結近 200 個品牌優惠，現在入會即可獲得「婚禮護照」+「婚禮喜扇」，再享 8 大專屬優惠。（SOGO 百貨／張文玲）



[SOGO x veryWed  
Wedding Club](#)

### 中秋專區

**34 遠百慶中秋 月餅、伴手禮嚴選開賣**遠東百貨推出《月圓時 團圓日》中秋禮品特輯，由徐雪芳總經理親自參與選品，提供高品質好物，包括：強調在地食材的香格里拉臺南遠東飯店「香月」月餅禮盒、包裝藝術的臺北文華東方酒店「創意巧克力月餅」，以及各式特色、經典月餅禮盒。伴手禮部分，有烤肉必備的肉品禮盒、風格獨具的烘焙甜點……等，通通收錄在本次專刊中，購買專刊商品兩件以上，可享 95 折優惠，持 HAPPY GO 卡單筆滿 1,500 元以上，再贈送「100 元美食餐飲抵用券」乙張。（遠東百貨／鄭嘉蕙）



## 35 香格里拉臺北遠東飯店「花鳥香頌」中秋月餅獻禮

香格里拉臺北遠東飯店今年中秋推出「花鳥香頌」系列精緻月餅禮盒，其中最特別的是限定版「香格里拉香氛精華」豪華月餅禮盒，雙層頂級禮盒納入獨家研製的香格里拉香氛噴霧及精油，再搭配四款廣式月餅，售價3,888元，大宗訂購優惠請洽 (02) 7711-2080。（香格里拉臺北遠東飯店／陳苺）

## 36 月圓情更遠 香格里拉臺南遠東飯店推出手繪公益月餅禮盒



中秋贈禮除了表達心意，還能傳遞愛心，香格里拉臺南遠東飯店今年獻上「香月經典月餅」與「醉月精裝月餅」兩款禮盒。其中，「香月經典月餅禮盒」特選在地食材入餡，並將捐贈300盒月餅的部分收入予伯利恆文教基金會。9月10日前，早鳥預購可享85折優惠，訂購請洽 (06)702-8854。（香格里拉臺南遠東飯店／王傳慈）

### 人事異動

## 37 遠傳電信高階主管人事異動

李琸敏女士於8月1日加入遠傳電信團隊，擔任「公關暨品牌管理群」副總經理一職。李副總曾擔任紐西蘭澳盛銀行行銷經理、新加坡電信資深行銷策略經理等職務，並於Vodafone Group任職近14年，資歷豐富，未來將協助遠傳公關暨品牌管理群在品牌策略上持續創新。（遠傳電信／何思緯）



## 38 遠東新世紀高階主管人事異動



姓名：藍志雄  
原任：化纖總部工務部汽電廠副廠長  
新任：化纖總部工務部汽電廠權任廠長  
學歷：國立中央大學土木工程系碩士



姓名：李志鴻  
原任：化纖總部固聚部固聚生產部門製瓶廠副廠長  
新任：化纖總部固聚部固聚生產部門製瓶廠權任廠長  
學歷：國立臺灣科技大學機械工程系學士



姓名：袁英哲  
原任：化纖總部纖維部短纖生產部門棉二廠副廠長  
新任：化纖總部纖維部短纖生產部門棉二廠權任廠長  
學歷：逢甲大學紡織工程系學士



姓名：林聖茹  
原任：成衣事業群台北辦公室越南業務處副經理  
新任：成衣事業群台北辦公室越南業務處經理  
學歷：輔仁大學國際貿易與金融系學士

# 「遠東人開講」：我的智慧生活

編輯室輯

數位科技不但是企業獲利的關鍵武器，更是個人身處資訊爆炸時代的最佳幫手，只要懂得利用雲端、物聯網、手機、人工智慧等工具，就能享受更高效、高品質的工作與生活。您是否也經常利用數位工具玩轉精彩人生？讓我們來聽聽海內外的遠東人怎麼說？

## 【一】

曾經有人這樣教我，出門記得「伸手要錢——伸（身分證）、手（手機）、要（鑰匙）、錢（錢包）」，自從有了手機，再也不需記得這口訣，因為身分證可以翻拍存進手機，很多智慧家庭用手機來開門，此外，手機裡下載的 friDay wallet，也讓我們免帶錢就能扣款。

幾年前開始使用 iPhone 後，智慧型手機就成為我最親密的朋友，從此不用買相機、錄影機、錄音筆，還有幾百個應用程式可供下載；以前還會買硬碟，現在手機能上傳資料到雲端，如果資料太多，每天只要一元，就可使用 iCloud 雲端 50GB，不用擔心容量不足。以前得去銀行刷存摺，現在下載應用程式，所有帳款一目瞭然。此外，各類網購程式均可設定自動存取常用的信用卡，購物付款幾乎 30 秒完成。過去總覺得等待很浪費時間，有了手機，看 FB、LINE、IG，關心朋友動態，還可以打開 TED、VoiceTube，利用零碎時間學習

英文。智慧手機讓我的生活更充實圓滿有意義。（遠傳電信／宋子喬）

## 【二】

現今的生活中，到處充滿電子產品，生活和電子產品有機的結合，才能產出  $1+1>2$  的效能。

我的智慧生活從早上起床開始，打開微信的「助理來也」打卡，記錄美好生活。接著打開「小打卡」程式，快速掃描待處理的工作。這是為了理清一天的工作內容和重點，將最重要的工作優先完成，那一天就會有美好的心情。iPhone 上的日曆和「OmniFocus」軟體則協助我記憶固定日期和彈性事件的清單，畢竟我們的腦子是 CPU，不是硬碟，將工作內容更有效率的分類和排序，才有利於工作的推展。總之，各式軟體現已成為我工作、學習的好幫手，是提高時間效率的利器。（上海遠資／王曉珏）

# 未來消費趨勢與消費者樣貌

遠東 SOGO 百貨／吳敏如

科技，讓消費市場瞬息萬變，各行各業都想知道顧客在哪裡？喜歡什麼？如何讓他們下定決心購買？未來的趨勢藍圖中，零售業又將面臨什麼樣的挑戰？SOGO「領航趨勢系列講座」第三場，邀請研究臺灣消費者生活型態30年、市場調查分析的領導品牌——東方線上，由副總監楊少夫剖析在碎片化的時代，如何抓住消費者的眼球。

消費趨勢的變化，與經濟、科技的影響密不可分。從2010年追求小確幸的「B+人生」、2011年平庸當道，品味知易行難，均起因於大環境的經濟影響；到了2013年，小確幸已經無法滿足消費者，他們轉為更戮力於工作，以追求發展並消費更遠大的夢想；而2015年跨境消費量暴增，淘寶延燒臺灣，並帶來雙十一熱潮，解構、重組了臺灣的消費市場，許多小品牌也透過口碑行銷順勢崛起，成為特定族群的心頭好。

東方線上研究2017年的消費市場，發現民眾對於生活用品消費更加理性、苛刻，瘋搶衛生紙之亂是最佳例證；而在消費的同時，消費者已習慣透過立即拍照與分享，即刻在網路上獲得評價，也影響了消費決策與品牌的忠誠度。此外，多螢生活綁架了消費者的眼球，破碎的場景讓消費者專心度不足，惟有話題性足夠的商品與活動，才能吸引他們多停留一秒，進而往消費邁進一步。

網路與社群，讓消費者變得更理性也更感性。「理性腦」宰制了大眾的日常用品消費，他們比過去更精明，願意花更多時間蒐集相關資訊，理性地評估產品的C/P值(Cost-Performance Ratio，性價比)，同時對新產品的接受時間愈來愈長；「感性腦」則讓他們對無法比擬的消費體驗更加渴望，購物不僅是買「物」，而是消費能夠帶來刺激、放鬆的生活體驗。楊少夫副總監建議，針對「理性腦」，可將重點投放於透過社群媒體詳細介紹、形塑從眾性、提供超乎期待的驚喜價格，以及產品的超高CP值上；在「感性腦」的部分，則打造一呼百應的社群回饋、傳遞獨特的lifestyle、如「旅行青蛙」般留白的行銷手法、甚至是有趣、給梗、讓消費者可以自行創梗的行銷手法，都能引發消費者的共鳴。

針對掌控家庭中消費主導權的女性，調查發現其消費特徵是理性精明，購物先會多方蒐集資料並比較價格，廠商必須通

過 C/P 值的嚴格檢驗；此外，女性偏好有品牌的商品，願意等待折扣季，獨一無二的專屬優惠讓她們感覺獨特而且被重視，不真實的折扣與優惠將嚴重影響女性顧客的忠誠度；且女性需要安全感，習慣在優惠豐厚的周年慶一次購足；但也容易被謠言或網路評論影響。這些消費特性，值得市場行銷人員深思，未來如何寵愛女性顧客。

另一方面，楊少夫副總監也以近期如雨後春筍般出現在大街小巷的夾娃娃機，分析「狼煙型」商品的快起快落。這類對現實世界麻痺的無感消費，由於時間與金錢的投入門檻低，消費過程豐富而具挑戰，加上可預期的消費結果，能夠自我安慰，同時又讓消費者有機會拍到話題十足的照片與朋友分享，因此能激發消費者嘗試的慾望；以上交叉循環，將消費效益與社群效益極大化，形成「極樂一瞬」的衝動型

消費。換言之，零售通路能否創造讓消費者衝動購物的氛圍與理由，滿足他們想拍照、打卡、分享的需求，是吸引顧客上門的重要法則。此外，Pokemon Go、旅行青蛙這類快速洗版的遊戲，也點出遊戲全齡化、人人都在虛擬世界裡找尋刺激的現象。

楊少夫副總監認為，經歷近年來的經濟拉扯、社群高度普及、資訊完全通透的臺灣消費者，有著以下的樣貌：一、精明而苛刻，但又隨意揮霍找尋快樂；二、生活無聊，亟需尋找刺激；三、跳脫購物的生活經驗，才是他們想要的新零售。因應上述消費者的新樣貌以及不可輕忽的消費行為與需求，行銷人員應深知科技對於「新品偏好」的影響，創造輕娛樂的麻痺型消費，同時掌握品牌金字塔「扁平化」趨勢，善用社群意義及消費者熱衷的社群人脈煉金術，才能掌握趨勢，打造消費者想要的新零售。



# 2018秋冬彩妝流行趨勢搶先看

遠東百貨／鄭嘉蕙

時序進入9月，年度採購旺季也正式登場，尤其周年慶更是每年採購彩妝的絕佳時機，本文特別鎖定2018秋冬彩妝流行趨勢與採購推薦提案，精打細算的小資族，不妨提前作功課，列出屬於自己的必Buy清單，準備好在周年慶大展身手！

## 2018秋冬彩妝重點

綜觀2018秋冬彩妝流行趨勢，不難發現一個現象——自然！一切都追求極致的自然裸感，從整體到細節，有妝都要看起來像沒妝。師法自然當然要捕捉自然元素，大地色系、引入光感，讓整個人不僅亮起來，還有質感。

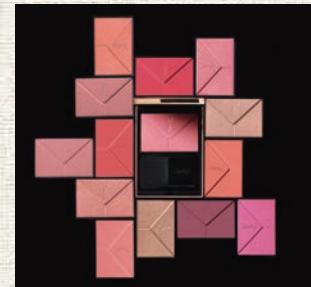
• **大地金屬光**：大地色系原屬低調裝扮，加入金屬光澤後，便增加了些許奢華感。BOBBI BROWN以街頭雅痞迷彩元素，巧妙融入精緻奢華彩妝，強調神秘中性色調、絕美飽滿色彩，打造時尚率性風格，體現個人態度，讓妳的女人味與眾不同。

• **裸色感唇彩**：裸妝的流行風也吹向雙唇，自然卻能擁有好氣色的裸唇在臺灣大受歡迎，其中，乾燥玫瑰色調是帶點茶色的裸色，適合每個女人及各種場合，可說是時尚百搭唇妝。挑選自然唇彩，重點應盡量和自己的唇色接近，同時要能顯白、展現好氣色。

• **自然臉紅暈**：體現自然風，「母胎紅暈」效果成了新一季迷人頰彩。此外，秋冬新款腮紅盤尺寸有縮小的趨勢，以YSL「時尚宣言訂製腮紅」為例，化身小型「Envelope Bag情書腮紅」精巧可愛，而腮紅刷則設計出最符合女人臉頰比例的3公分寬度。腮紅挑選重點除了顏色，還有粉質，盡量刷起來無粉感，才能自然散發紅暈效果。

## 周年慶檔期採購推薦

年度採購彩妝的絕佳時機即將來到，遠東百貨全臺分公司精銳盡出，除了推薦新品，還提供集團同仁獨享優惠喔！



## 底妝

## MAKE UP FOREVER「防曬底妝組」



秋天到了，底妝的選擇尤為重要，除了保濕，也別忘了持續防曬。法國 MAKE UP FOREVER「防曬底妝組」包含恆久親膚雙用水粉霜、高效防曬隔離霜 SPF50/PA+++ 30ml、ULTRA HD 超進化無瑕微晶蜜粉 4g，建議售價 4,100 元，  
集團同仁獨家價 3,200 元。洽詢專線：Mega City 板橋大遠百 1 樓，(02)2951-8568。

## 底妝

## GIORGIO ARMANI 亞曼尼「全新訂製雪紡亮白精華氣墊粉餅」

內含獨家保濕精華，18 小時水潤，搭配「油包水科技」，控油同時使粉底完美服貼，清爽不黏膩。首創「色澤精華」，能完美遮蓋瑕疵毛孔，讓您一整天完美無瑕。專利「亮顏精華」，使肌膚呈現半霧光澤，全天清新不泛油光，隨時綻放質感霧光。新品上市推薦價 2,500 元，洽詢專線：新竹大遠百 1 樓，(03)659-0328。

## 唇彩

## GUERLAIN 嬌蘭「KissKiss 法式之吻唇膏」

為勾勒性感俏嘟的雙唇，「KISSKISS 法式之吻唇膏」富含玻尿酸粒子，能幫助雙唇恢復豐滿和柔軟。此外，唇膏中的沒藥油脂能平滑唇面、消除唇紋，帶來豐潤的視覺感受，讓人忍不住想一親芳澤。推薦價 1,350 元，  
任購兩支加贈蜂王乳平衡油 5ml。洽詢專線：Top City 臺中大遠百 1 樓，(04)2251-4462；高雄大遠百 1 樓，(07)338-7869。



## 唇彩

## CLARINS 克蘭詩「KISS300 不留痕親親水唇彩」

超越一般染唇液，不僅是彩妝，同時兼具克蘭詩引以為傲的植萃保養功效，含 77% 以上的水狀質地，讓雙唇舒適無負擔，自然散發美麗唇色。有機覆盆子水，有效軟化雙唇，蘆薈萃取潤澤保濕，質地清爽不黏膩。霧面輕裸妝感，能變化出多種妝效，可單擦，也可做為唇部打底，讓後續唇膏色彩更加持久，甚至還可先上親親水唇彩，再搭配彈潤植萃美唇油，打造鏡面水光豐唇。建議售價 850 元，洽詢專線：Mega City 板橋大遠百 1 樓，(02)2964-6202；Top City 臺中大遠百 1 樓 (04)2254-9262。

## 眼妝

## Chanel 香奈兒新一代 4D 四色眼影

2018 年秋冬香奈兒全球彩妝創意與色彩設計師露西婭 · 皮卡，以低調、時尚的霧面系列，彰顯女性知性、自信的面貌。秋冬新色，搭配限量霧面質感



包裝，展現不凡的品味。建議售價 2,250 元，洽詢專線：板橋中山店 1 樓，(02)2962-3338；臺南大遠百 1 樓 (06)208-7619。

## 腮紅

## CLINIQUE 情碧「花漾腮紅」

全球熱賣到缺貨的花漾腮紅，鮮豔卻自然，看起來毫無粉感，配方如絲般滑順、不會變色，能為所有膚色輕鬆打造出紅潤好氣色。粉系新色與韓國同步上市，提供：#18 Pink Honey Pop 蜜糖粉、#19 Blush Pop 珊瑚粉、#21 Ballerina Pop 芭蕾粉三色可供選擇。美肌秘訣在於搭配勻淨柔光粉底液或 12H 完美偽妝粉底液，呈現天使光無瑕美肌。推薦價 880 元，洽詢專線：Top City 臺中大遠百 1 樓，(04)2252-0049；高雄大遠百 1 樓，(07)338-4502。



## 眉妝

## shu uemura 植村秀「武士刀眉筆」

秋冬流行眉妝也走自然濃眉路線，強調較為個性的英氣眉，盡量在眉峰處以微弧型創造出立體感。shu uemura 植村秀「武士刀眉筆」向來是熱銷排行榜的常客，除了質地滑順之外，能方便畫出自然毛流感，補齊眉毛較為稀疏的地方，價格也十分合理，是一款 CP 值很高的彩妝用品。建議售價 820 元，洽詢專線：Mega City 板橋大遠百 1 樓，(02)2950-6693；桃園店 1 樓，(03)334-8491；嘉義店 1 樓，(05)284-1724。



## 保養

## WHOO 后「重生秘帖天后活妍禮盒」

喜歡「WHOO 后」或是想入門的女孩兒，幾乎都會入手這瓶超級明星商品——「重生秘帖」精華，全新的「重生秘帖」添加蓮花精華，提供肌膚防護力，並採用四大皇室御用配方，持續修護細紋、乾燥，有效增加肌膚彈性，緊緻毛孔，重現光澤美肌，讓您即使不上妝都美麗。此次禮盒內含：重生秘帖 50ml、秘帖 20ml、天氣丹華炫重生水 25ml、重生乳 25ml、秘帖循環精華 15ml、天氣丹華炫重生霜 10ml，建議售價 12,596 元，**集團同仁獨家價 5,980 元**。洽詢專線：寶慶店 1 樓，(02)2388-8739；桃園店 1 樓，(03)332-4367。



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 2018 年 9 月 31 日止。掃描 QR Code 看更多遠東人專屬優惠



# 淺談商標權侵害爭議

遠東新世紀／范佩琦

商標代表著品牌，對消費者而言具有一定程度的識別作用，因此現在的企業愈來愈有品牌意識，也更加重視這類無形資產的價值，不論國內外，都有不少商標權之爭的案例。日前有一案例為使用他人著名商標中之文字，作為公司名稱，此作法是否侵害商標權？本期「法律網」將提供詳細解析。

## 案例說明

全球最大的廣告代理商「雪嫩廣告集團」，其創辦人為廣告鬼才 Shannon Ladesign，該集團曾向臺灣經濟部智慧財產局申請「雪嫩」二字商標之註冊，並指定使用於第 35 類「廣告」之服務（註 1）。小明因為非常景仰 Shannon Ladesign，也希望自己能在廣告界闖出一片天，於是成立一家市場行銷公司，並向經濟部申請公司名稱登記為「雪濃市場行銷公司」。小明的公司引起雪嫩廣告集團注意，認為「雪嫩」於臺灣屬著名商標，不容許他人以近似名稱作為公司名稱，因此委託律師發函警告雪濃市場行銷公司，要求其停止使用「雪濃」作為公司名稱。

究竟雪濃市場行銷公司是否侵害雪嫩廣告集團之商標權呢？假設小明從事餐飲業，使用「雪嫩牛排館」作為餐廳名稱，是否就不會有侵權的問題呢？

## 何謂著名商標？

根據商標法施行細則第 31 條規定，所謂著名商標，係指有客觀證據足以認定該商標已廣為相關事業或消費者普遍認知者。因著名商標具有較高之知名度，通常較易遭第三人利用或仿冒，為防止著名商標區別功能被淡化或有混淆誤認之虞，立法者對於著名商標有高於一般商標之特別保護，如商標法第 30 條第 1 項第 11 款規定：「商標有下列情形之一，不得註冊：相同或近似於他人著名商標或標章，有致相關公眾混淆誤認之虞，或有減損著名商標或標章之識別性或信譽之虞者。但得該商標或標章之所有人同意申請註冊者，不在此限。」及同法第 70 條規定：「未得商標權人同意，有下列情形之一，視為侵害商標權：一、明知為他人著名之註冊商標，而使用相同或近似之商標，有致減損該商標之識別性或信譽之虞者。二、明知為他人著名之註冊

商標，而以該著名商標中之文字作為自己公司、商號、團體、網域或其他表彰營業主體之名稱，有致相關消費者混淆誤認之虞或減損該商標之識別性或信譽之虞者。」因此，任何人未經著名商標權利人之同意，不得使用著名商標於任何商品或服務，以保護具有高品質或相當知名度之商標，不致為他人任意濫用。

有關著名商標之認定，應就具體個案情況考量下列因素進行綜合判斷（註 2）：

（一）商標識別性之強弱；（二）相關事業或消費者知悉或認識商標之程度；（三）商標使用期間、範圍及地域；（四）商標宣傳之期間、範圍及地域；（五）商標是否申請或取得註冊及其註冊、申請註冊之期間、範圍及地域；（六）商標成功執行其權利的紀錄，特別指曾經行政或司法機關認定為著名之情形；（七）商標之價值；（八）其他足以認定著名商標之因素。

### 案例解析

依前所述，商標法第 70 條第 2 款規定之「以該著名商標中之文字作為自己公司、商號、團體、網域或其他表彰營業主體之名稱」（以下統稱「公司名稱」），係指著名商標圖樣有與公司名稱之特取部分完全相同或高度近似者，而該特取部分有特別取其名稱之功能，使公司成立時，藉此與其他公司相區別，以彰顯其獨特主體地位（註 3）。所謂「有致相關消費者混淆誤認之虞」必須參酌著名商標與公司名稱是否近似，

以及著名商標指定之商品或服務與侵權商品或侵權行為人之經營業務是否類似等要件。又所謂「減損該商標之識別性或信譽之虞」，係指他人以違反社會倫理規範之方式襲用著名商標，或提供品質較差之商品或服務，影響著名商標權人真品之社會評價。因減損為事實問題，倘有減損情形，即符合減損規定，不以應達何程度或何比例為必要（註 4）。

因此，行為人若是明知他人商標為著名商標，而以該著名商標中之文字作為自己公司名稱，即便並非完全相同，然若公司名稱之特取部分與著名商標有高度近似性，且行為人從事與著名商標指定使用之商品或服務相同或關聯之業務，有致消費者混淆誤認之虞，或著名商標之區別功能被該公司名稱淡化，而有減損該商標之識別性或信譽之虞者，依法視為侵害商標權。

另外，依前所述，商標法第 70 條第 1 款係規定行為人若是明知他人商標為著名商標，卻使用相同或近似於他人著名商標，導致著名商標使用於特定商品或服務來源之聯想被弱化或分散，而有減損著名商標之識別性之可能時，即便行為人並非於同一或類似之商品或服務使用該商標，仍屬侵害著名商標權利人之商標權（註 5）。

### 結論

假設本案根據雪嫩廣告集團就「雪嫩」品牌之行銷時間、廣告量、媒體報導量、消費大眾之印象與識別性、銷售量與價值、

占有率、商標或公司名稱之註冊或登記時間及市場調查資料等，足以認定「雪嫩」為著名商標，又根據小明之學、經歷及對於廣告業界之認識，應可知悉「雪嫩」為著名商標，且「雪濃市場行銷公司」之公司名稱特取部分為「雪濃」，與「雪嫩」僅有一字之差，在整體外觀上高度近似，且其中「嫩」與「濃」均有「ㄋ」之讀音，兩者讀音即有高度近似，又兩者均可解釋係自英文「Shannon」譯名而來，音譯結果予人實質上相同之概念，因此，由外觀、讀音及觀念以衡，本案「雪濃」與著名商標「雪嫩」高度近似，且雪濃市場行銷公司亦是經營類似廣告服務之業務（註 6），故該公司以「雪濃」作為公司名稱有致消費者混淆誤認之虞或減損「雪嫩」商標之識別性或信譽之虞，依商標法第 70 條第 1 款、第 2 款之規定，應屬侵害雪嫩廣告集團之商標權。

本案小明即便將「雪嫩」商標使用於與廣告服務不類似之餐廳服務，仍有侵權疑慮。因「雪嫩」為著名商標，且商標法

第 70 條第 1 款並未規定使用相同或近似於他人著名商標須致相關服務接受者有混淆誤認之虞，僅須有減損著名商標之識別性之可能時，即適用該條文。因此，若小明明知「雪嫩」為著名商標，仍使用其作為餐廳服務（牛排館）之名稱，則有意攀附雪嫩廣告集團之商譽，依商標法第 70 條第 1 款之規定，應屬侵害雪嫩廣告集團之商標權。（案例取材自智慧財產法院 104 年民商上字第 22 號及 105 年民商上字第 7 號民事判決）



#### 註釋

1. 按商標法施行細則第 19 條第 1 項規定：「申請商標註冊，應依商品及服務分類表（詳如附表）之類別順序，指定使用之商品或服務類別，並具體列舉商品或服務名稱。」依上開條文之附表，我國商標法之商品及服務類別共有四十五類，同一商標申請註冊於不同類別視為不同之商標。
2. 參照經濟部智慧財產局訂定發布之「商標法第 30 條第 1 項第 11 款著名商標保護審查基準」。
3. 參照最高行政法院 96 年度判字第 206 號、97 年度判字第 281 號行政判決。
4. 參照智慧財產法院 104 年民商上字第 22 號民事判決。
5. 參照智慧財產法院 104 年民商上字第 22 號民事判決。
6. 按經濟部智慧財產局所公布之「商品及服務分類暨相互近似檢索參考資料」中，「廣告」與「市場行銷」同屬第 35 類之「3501 廣告」組群，互為近似服務。

# 新手爸媽享福利 教保服務再升級

遠東新世紀／廖至謙

行政院於7月25日通過「少子女化對策計畫」，針對0～5歲的嬰幼兒提供更全面性的完整照顧。在尊重家長選擇權、保障嬰幼兒獲得妥善照顧的原則下，政府整合各縣市不同之補助或津貼，與中央制度銜接，避免「福利遷徙」的現象。若部分縣市物價與托育費用較高、衛福部或教育部補助不足時，各地方政府仍可酌予另外補助。本期「法律網」特別簡介行政院提出的「少子女化對策計畫」三大政策，提供職場爸媽參考。

「少子女化對策計畫」三大政策涵蓋全部少子女化所需的解決方案，除了大家最關心的0～5歲育兒照顧問題之外，也同步納入友善家庭的就業職場對策、友善生育養育等相關配套措施，期能促進國人樂婚、願生、能養。

## 一、擴展公共化教保服務

### 1. 加速增加公共化服務量體

持續擴大公共化（公立幼兒園及非營利幼兒園）教保服務，透過「校園社區化改造計畫」及「擴大幼兒教保公共化計畫」，協助地方政府盤整學校餘裕空間，於2021年之前增設公共化幼兒園2,247班，提供多達6萬個名額，冀能讓全臺國小在未來皆有附設幼兒園。

### 2. 降低公共化教保服務之家長付費

除了擴大公共化教保服務供應量之外，

也同時降低家長自付費用，就讀公立幼兒園者免學費，就讀非營利幼兒園者，每月不超過新臺幣3,500元，第3名以上子女每月不超過2,500元。實施期程自2018年度8月起，於6都以外的縣市先行辦理，2019年8月則推動至全臺灣。

## 二、建置「準公共化」機制

所謂「準公共化」，是為了補足公共托嬰中心及公共幼兒園的不足，由政府與私立幼兒園簽約，必須符合「收費」、「教師及教保員薪資」、「基礎評鑑」、「建物公共安全」、「教保生師比」及「教保服務品質」等6項要件，例如：幼兒園評鑑全數指標結果均應為「通過」、最近一次建築物公共安全檢查結果為合格或准予備查、教保師生比符合幼兒教育照顧法的規定，並依班級經營……等，提供民眾與公共服務同樣安全、專業的托育保障。

### 三、擴大發放育兒津貼

現行衛生福利部育兒津貼發放對象並未包含2歲以上幼兒，為銜接衛福部0～2歲育兒津貼，教育部配合新制上路的時程，規劃自2019年8月1日起，對2～4歲幼兒發放育兒津貼（除外條件包含：正在領取育嬰留職停薪津貼，以及嬰幼兒正在接受公共或準公共化教保服務者），每人每月得領取2,500元，第3名以上子女每人每月得加發1,000元。

綜上所述，透過公共及準公共化二者併行相輔相成，加速擴展平價教保服務的供

應量，而公共化及準公共化幼兒園的合計招收人數，預估至2022年可佔整體招收人數的7成，讓家長有充分選擇平價教保服務的機會。對於未進入公共及準公共化體系就讀之幼兒，則擴大發放2至4歲育兒津貼。同時，教育部也建置資訊作業系統，簡化行政作業且便於揭露相關資訊。新制上路之後，除了減輕家長負擔、改善托育和教保服務人員薪資外，希望也能進一步提升整體教保服務品質，讓孩子快樂成長。

（資料來源：教育部、衛福部、聯合新聞網）



# 黑心貨、標示不清…… 「十倍賠償」何時適用？

遠東新世紀（中國）投資／董琳

近年食品安全事件層出不窮，民眾對於食品來源、安全衛生等細節愈來愈重視，中國政府為了嚴加打擊不肖黑心廠商，更祭出「消費者可要求經營者支付商品價款十倍賠償金」的制度作為懲罰性措施，但仍需由法院進行嚴格的審查。究竟何種情況下，消費者可提起「十倍賠償」要求？本期「法律網」將以實際案例說明其司法適用條件。

## 一、案情簡介

2017年10月26日，原告在被告處購買某特級初榨橄欖油，數量5瓶，金額368元。商品外包裝顯示每100克能量為1100千焦。但根據國家標準GB28050-2011《食品安全國家標準預包裝食品營養標籤通則》及原衛生部發佈的《食品安全國家標準預包裝食品營養標籤通則GB28050-2011問答》，上述橄欖油每100克能量應為3330千焦。

原告以涉案商品外包裝標明的能量值遠遠低於實際數值，違反《中華人民共和國食品安全法》（簡稱《食品安全法》）中，關於食品和食品添加劑與其標籤、說明書所載明的內容不符，不得上市銷售的相關規定，將被告訴至法院，要求被告返還購

物款368元，並支付賠償金3,680元、差旅費及列印費600元。

被告辯稱，原告從被告處購買的商品已獲得出入境檢驗檢疫衛生證書、食品流通許可證，並有品質檢驗報告，商品標籤中的「能量」數值1100千焦是產品生產者在製作標籤時出現的錯誤；被告只是銷售商，且在進行銷售時，已對生產者進行過資質審查，對商品進行出入境檢驗檢疫衛生證書、食品流通許可證的審查，不存在「銷售明知不符合安全標準的食品」之情形。因此，涉案商品在品質上沒有違反《食品安全國家標準預包裝食品營養標籤通則》和《食品安全法》的相關規定，原告主張退還貨款368元並十倍賠償3680元於法無據。另外，涉案產品沒有對原告造成任何

財產或人身上的損害，根據相關法律規定，原告無權要求被告給予退款及十倍賠償。綜上，請求依法駁回原告的訴訟請求。

## 二、法院判決

本案中，被告的行為並不符合「十倍賠償」的構成要件，原告僅以標籤標識內容錯誤為由，要求銷售者支付十倍價款賠償，依法不應予以支持。不過，被告銷售的商品標籤標識錯誤，已違反《食品安全法》中，關於「食品與其標籤、說明書所載明的內容不符的，不得上市銷售」之規定，存在過錯，原告作為消費者要求退還貨款應當予以支持。

## 三、法制室分析

消費者根據《食品安全法》的相關規定要求經營者支付商品價款十倍的賠償金，需具備主客觀兩方面的條件，缺一不可，其一是經營者在主觀上必須是「明知」，即經營者知道或應當知道其銷售不符合食品安全標準的食品。司法實踐中，對此採取舉證責任倒置，即由經營者對此承擔舉證責任。如果經營者不能證明已履行檢驗產品是否合格的義務，則可推定為「明知」並承擔不利的法律後果；如果經營者能夠舉證其已履行主動對進貨商品進行檢查驗收的義務，則不能認定經營者為「明知」。

另一項要件則是經營者銷售的產品客觀上不符合食品安全標準，經營者對此有責

任舉證其銷售的食品符合食品安全標準（即產品品質合格），否則就應當認定其銷售不符合食品安全標準的食品。

本案中，被告已履行其對進貨商品檢查驗收的義務，即被告對進貨商品的生產者進行了資質審查，對商品進行了出入境檢驗檢疫衛生證書、食品流通許可證的審查。涉案商品的標識雖然部分錯誤，卻不影響食品安全，也不會對消費者的食用造成负面影响，且庭審中，原告亦承認對商品的產品品質無異議，亦即被告出售的商品是符合國家食品安全標準的。因此，本案中，被告的行為並不符合「十倍賠償」的構成要件，原告僅以標籤標識內容錯誤為由，要求銷售者支付十倍價款賠償依法不應予以支持。



# 四季飲品——秋季篇 通體舒暢 綠拿鐵系列DIY

豫章工商／張雯茹

聽過「綠拿鐵」嗎？許多人第一次聽到這個名詞，都直覺以為是抹茶加牛奶，其實它是近年養生的新名詞，獲得不少名人加持，在臺的指標人物是因先生罹癌，進而愛上蔬果調理的陳月卿女士；美國則有養生書暢銷作家珍妮佛·史密斯（Jennifer JJ Smith）推薦。本期特別提供不同的綠拿鐵「配方」，大家不妨動手試一試，或是發揮創意，選擇自己喜好的食材，用養生飲品度過正值季節轉換的秋天。



「綠拿鐵」在美國也稱為「綠果昔」，之所以能風行臺、美兩國，主要是因為過多的精緻美食及外食文化，讓民眾不自覺累積了過多毒素，導致過敏、疲勞、便秘、消化不良、憂鬱等文明病上身。調製這樣的飲品類似傳統蔬果汁，或是俗稱的「精力湯」，比例為蔬菜：水果：粉料 5：4：1，其實，綠色葉菜：水果 3：7，或綠色葉菜：水果 7：3，均有各自的愛好者，可憑自己喜好調配。另外，粉料為養生粉、種籽及堅果。液體除了飲用水，亦可更換為優格、無糖豆漿、杏仁奶、椰子水或檸檬汁，以豐富口味的多元性。此外，亦可將烤地瓜、蒸南瓜、奇亞籽放入其中，增加飽足感，甚至肉桂、荳蔻或薑黃等香料均可加入，提升風味層次。

不同顏色的蔬果，含有不同比例的營養物質，建議多飲用不同顏色的綠拿鐵，讓營養更均衡。紅色蔬果有：番茄、火龍果、蔓越莓；黃橙色蔬果的代表為：柳丁、木瓜、芒果、哈密瓜、南瓜；白色蔬果則有：蘋果、香蕉、楊桃；綠色蔬果是：芭樂、奇異果、哈密瓜；紫色蔬果為：櫻桃、葡萄、桑椹、藍莓。

至於蔬菜的處理，不少人擔心農藥問題，其實臺灣



蔬果的農藥多為水溶性，葉菜類可先用流動水漂洗數次，根莖類刷洗後再次漂洗瀝乾，即可去除殘留農藥，再放入滾水汆燙 15～20 秒後撈起，喜歡冷飲可以用冰水冷卻降溫，想要溫飲則可直接倒入調理機，加入剩餘食材，攪拌約 40～50 秒即可飲用。

另外，現代人生活忙碌，為了能輕鬆幫自己或家人準備營養滿滿的早餐，建議不妨利用假日，將一週的食材準備好，可隨意搭配當季蔬菜、水果及菇類，只要按照清潔流程處理妥善後，裝入保鮮盒冷凍，每天早上就能輕鬆完成營養的綠拿鐵早餐，保證喝完通體舒暢，擁有好氣色。

### 喝的美容聖品

**生鮮材料：**龍鬚菜 50 克、地瓜葉 50 克、空心菜 50 克、蘋果 1/4 顆、芭樂 1/6 顆

**營養材料：**蜂王乳 1/2 匙（忌溫熱水）、黑芝麻醬 1/2 匙、飲用水 300cc



完成

### 嗯嗯好順暢

**生鮮材料：**芥藍菜 50 克、油菜 50 克、空心菜 50 克、金針菇 30 克、帶皮南瓜 2 小塊、鳳梨 2 小片

**營養材料：**米糠粉 1 匙、酵素 1 包、黑芝麻醬 1/2 匙、飲用水 300cc



完成

### 頭好壯壯飲

**生鮮材料：**菠菜 20 克、高麗菜 50 克、筍白筍 30 克、金針菇 30 克、帶皮南瓜 2 小塊、芒果 4 小塊、白火龍果 2 小塊

**營養材料：**三色藜麥亞麻籽 1 匙、杏仁堅果飲 1 匙、飲用水 300cc



完成

## 寶寶喝飽飽

**生鮮材料：**萵苣生菜 20 克、高麗菜 50 克、筍白筍 30 克、金針菇 30 克、帶皮南瓜 2 小塊、芒果 4 小塊、白火龍果 2 小塊

**營養材料：**蕎麥多穀飲 1 包、無糖豆漿 300cc



完成

## 抗氧美容飲

**生鮮材料：**菠菜 20 克、高麗菜 50 克、金針菇 30 克、蒸熟番茄 1 粒、帶皮南瓜 2 小塊、去籽櫻桃 4 小塊、紅白火龍果 5 小塊

**營養材料：**黑芝麻醬 1 匙、白芝麻 1 匙、奇亞籽 1 匙、飲用水 300cc



完成

以上 5 種食譜做法均是將蔬果先行洗淨、汆燙，或直接從冷凍庫取出已處理好的食材，將所有材料放入調理機，啟動中速開關，快轉 40 秒即可飲用。而調理機的清洗方式也很簡單，只要用清水再次啟動攪拌，快速清潔即可晾乾。

### 注意事項：

1. 為均衡飲食，建議向不同攤商購買多元菜種。
2. 加老薑片、薑黃片、生堅果可平衡蔬果寒性，並攝取優質油脂。
3. 氾燙蔬菜可殺蟲卵、除掉過半的硝酸鹽及草酸，同時避免菜的生味。
4. 建議一次準備一週食材，處理好後，放置保鮮盒，冰入冷凍庫，每天早上直接加水打，就有冰涼飲品可享用，如要溫飲則加入熱水即可常溫。
5. 飲品建議於 15 ~ 30 分鐘內品嚐完畢，並放置玻璃瓶而非保溫杯，避免酵素與營養氧化、流失。
6. 請避免牛飲，應小口喝並稍加咀嚼，讓唾液完全融合，滋潤腸胃。



# 漫漫長夜 談老人失眠

亞東醫院精神部／侯德斌醫師

在精神科門診中，睡眠問題一直佔民眾求診的大宗，也因此睡眠相關藥物的開立數量，無論在臺灣或是國外，都長期名列前茅。其中，老年人失眠更是常見的狀況，本期「保健網」將探討年長者失眠的可能原因和改善方式，希望能解決長者的困擾，也減輕照顧者的負擔。



亞東醫院精神部／  
侯德斌醫師

**根**據臨床經驗，中老年人的失眠主要有兩項特徵：夜間睡眠時間的縮短，以及上床入睡時間的提前。研究也顯示，人類從出生到老年總體睡眠時間呈逐步降低的趨勢，並且合併深度睡眠時間減少。若以自然生物學的角度來看，老年時期的睡眠狀況實在不需要強求如同青壯年時期，而應著重在睡眠的品質。

當老年人開始有睡眠問題之後，生活作息將和家人漸趨相異，經常晚餐完沒多久就有睡意，然而，由於深度睡眠變少，常常半夜上廁所或大清晨早起閒蕩，卻又可能尚未完全清醒或光線昏暗，增加跌倒的風險，同時在白天常感到睡眠不足而精神不濟，經常打瞌睡甚至賴床，活動量因此減少，更痛苦的是，白天無效的休息間

接影響自身情緒和生理時鐘。其實當家中長輩發生睡眠問題時，除了長輩自身困擾，在家負責照顧長輩或在外拚經濟的年輕一輩也備感壓力，因此門診常見家屬主動帶長輩求助的案例。

儘管如此，在處理失眠的問題上，仍不能過度將問題歸因於腦神經系統的自然老化，許多生理、心理疾病也是造成失眠的元凶，專業醫師必須先找出可能造成失眠的各種原因，方能給予適當建議或對症做出有效的處置。

## 老年人失眠的主要因素

- **腦部本身退化或疾病：**例如中樞性睡眠呼吸中止症、失智症、腦血管疾病、腦部舊有傷害，或是腦部腫瘤……等。

· **急慢性內外科生理疾病**：諸如輕微感染的感冒、嚴重的呼吸道、泌尿道、全身性感染，慢性病如糖尿病、心肝肺腎等器官衰竭、氣喘、慢性呼吸道疾病、胃食道逆流、外傷創傷、關節病變、慢性疼痛……等。

· **生理結構性問題**：阻塞型睡眠呼吸中止症、肥胖、其他鼻咽口腔的結構異常因素。

· **老年相關情緒和失落議題**：孤獨、疾病焦慮、周遭親友死亡、與家人的情感聯繫、憂鬱症。

· **長期的睡眠不利因子**：個性易緊張焦慮、生活壓力大、年輕時期就有睡眠問題、從事需調時差的工作。

· **不良生活習慣**：菸、酒、使用非處方或非法藥物、重度咖啡因飲料、飲食習慣不佳（暴飲暴食、宵夜、重口味食物）、熬夜造成日夜作息不規律。

· **環境因素**：老年人對於睡眠環境較為敏感，例如：噪音、光線、床鋪軟硬、房間氣味、溫度變化等刺激。

· **原發性睡眠問題**：老化引起的睡眠品質下降、睡眠期的肢體肌肉抽動、快速動眼期引起的多夢淺眠……等。

在臨牀上遇到老年期失眠的困擾時，首先要詢問內、外科病史，進行相關理學及生化檢查，一方面找出精神性或原發性失眠以外的原因進行治療，同時避免延誤可能惡化中疾病的治療時機，接下來則檢

視是否有失智、憂鬱、焦慮方面的身心疾患，這些患者除了失眠以外，往往還有其他生活上、情感上、人際功能上的重大困擾，因此專業醫師必須先釐清病人生理、心理和家庭社會等狀況後，方能給予全面性的建議和治療計畫。

## 改善睡眠品質的方法

當失眠原因屬於生活習慣、環境因素，或因老化造成的睡眠問題時，以下提供可以改進睡眠品質的方法：

· 減少菸酒、咖啡因飲料、宵夜、重口味油膩食物，尤其晚餐時段後，應極力避免上述飲食。

· 規律上床時間，避免熬夜或夜間工作，保持白日的作息活動。午間小憩目的是培養下午的精神，而非用來補眠，建議午休一到二小時即可。

· 改善睡眠環境，減少噪音光線刺激，並評估房間內溫度、氣味和床鋪的軟硬度是否造成不適。同時，晚上減少喝水量，以減少跑廁所的機會。

· 保持規律的運動習慣，以及睡前讓心理和身體保持放鬆狀態，別將白天的事情惦記到睡眠時間，也不要對失眠有預期性的焦慮。

· 若上床後一直難以入睡，就下床做些能放鬆的活動吧！例如：閱讀、聽音樂、寫日記、看一小段影片……等，不過，請避開會引起情緒起伏、集中思考或身體興

奮的活動，以免適得其反。等到出現睡意時，再返回被窩即可。

· 平時可補充含維他命或胺基酸的食物，如：奶類、芝麻、堅果類的食物，以安定腦神經。

### 遵醫囑用藥 避免成癮

在藥物方面，醫師會根據失眠的狀況、嚴重程度、引起失眠的原因而開立處方藥

物，許多民眾對於安眠鎮定類藥物的副作用和成癮性存在很大的恐慌，其實經過醫師的評估和診斷後，給予的藥物處方盡量以造成最小風險和成癮性為主要考量，若能配合醫師進行其他睡眠衛教及規律門診追蹤，安眠鎮定類藥物是相當安全和具有療效的。若是無法配合醫師處方自行調整藥物劑量或在外取得成藥，仍有相當高的風險發生藥物成癮的問題，應盡量避免。



# 從美國公債殖利率曲線 看美國經濟前景

遠智證券／劉益銘

相較於2017年，2018年影響美國投資市場的經濟成長、貿易和利率的變數較多，事實上，除了一般常見的經濟數據外，殖利率曲線的型態亦可用來判斷一國經濟是否處在擴張、放緩或是衰退階段。本期「財經網」特別以美國為例，介紹公債殖利率曲線和經濟前景的關係，可作為投資人調整投資組合的參考指標。

今年6月1日開始，美國對歐盟及北美自由貿易協定〈NAFTA〉成員國銷美的鋼、鋁，分別課徵25%、10%的關稅。緊接著於7月6日，美國再將矛頭指向中國，對其340億美元的產品課徵關稅，以回應中國侵害美國的智慧財產權；北京政府也不甘示弱，馬上祭出同等規模的關稅報復。自此，貿易戰由3月初各國口頭上的互相攻訐，演變成檯面上的實際行動，引發美國10年期公債殖利率自5月中下旬短暫突破3%後，隨即回落到2.79%（5月29日）。同期間，對聯準會貨幣政策較敏感的美國2年期公債殖利率，則在聯準會預期下半年將升息2碼的情況下，一路攀高，截至7月20日，美國2年、10年公債殖利率利差，最低縮窄至23.70bp（7月17日），寫下自2007年8月8日以來的新低點，也引發市場擔憂殖利率曲線倒掛的可能。

所謂殖利率曲線倒掛，即表示長天期公債殖利率低於短天期公債殖利率。根據

Bloomberg提供的歷史數據，自1980年以來，美國共經歷4次經濟衰退（連續兩季度經濟負成長），分別為1980年、1981～1982年、1990～1991年、2008～2009年，而在每一次經濟衰退之前，殖利率曲線都曾出現倒掛現象，也因此被視為經濟衰退的領先指標。

在正常情況下，投資長天期公債，因持有期間較長、承擔風險較高，所以享有較高的收益率，殖利率會高於短天期公債，此時殖利率曲線為正斜率；另一方面，由於經濟成長常常伴隨著通膨上升，往往使長天期公債殖利率較短天期公債有更大幅度的變化，以彌補因通膨上升造成實質收益率下降的損失，因此，當殖利率曲線為正斜率，表示經濟處在擴張階段、長期通膨或物價水準呈現上升趨勢。

反之，當殖利率曲線呈現負斜率或是倒掛現象，也就是短天期公債殖利率高於長天期公債殖利率，通常意味著投資人對經濟前景不安、長期通膨未見起色，導致

投資人、公司企業寧可擁抱長債、鎖住獲利，也不願發行債券、籌措資金、進行投資。另一方面，銀行原先「借短放長」的存放款業務，也將因殖利率曲線倒掛，利差收益受到侵蝕，而降低放款意願。上述情形最後將造成總體經濟需求不足、經濟放緩或衰退，這也說明為何當前漸趨平坦但尚未倒掛的美國公債殖利率曲線，已引起市場密切關注。

對於美國殖利率曲線倒掛被視為經濟衰退的一項領先指標，部分經濟學家認為，兩者之間或許存在著關聯性，但不見得有因果關係。其中一個論點指出，過去 4 次美國出現經濟衰退前，消費者物價指數年增率均曾觸及 5%，對比目前僅 2.9%，尚有一段距離。另一論點則表示，自 2009 年 3 月，聯準會推出前所未有的量化寬鬆政策 (QE)，一直到 2014 年 10 月退場，過程中透過大量購買債券釋放出資金，已造成美國債券市場扭曲，以致於當前殖利率水準無法反映出真實市場狀況，長期公債殖利率有被低估之虞。

除了上述兩個論點，另有部分經濟學家則從政治經濟學的角度出發，主張本次美國長天期公債殖利率走跌，原因在川普政府對各主要國家挑起貿易戰，引發資金避險需求推升美國公債價格、殖利率下降。而川普政府挑起貿易戰乃基於政治考量，希望透過對各國貿易採取強硬態度，以保護國內產業並吸引企業回流、

提高就業機會，藉此拉抬民意，進而在 11 月 6 日參議院、眾議院期中選舉，維持共和黨過半席次。因此，預期在期中選舉過後，川普政府將扭轉強硬的貿易政策，與各國重修舊好，長天期公債殖利率可望重回漲勢，殖利率曲線亦將漸趨陡峭。

雖說經濟學家對殖利率倒掛型態（負斜率）的看法分歧，但不可否認，對於經濟前景仍有一定的參考性。不過，美國殖利率曲線出現倒掛現象，並不表示美國經濟將立即陷入衰退。根據 Bloomberg 的資料顯示，殖利率曲線出現倒掛後，至少要再過 1 年半至 2 年的時間，才會發生經濟衰退。因此，當前美國殖利率曲線漸趨平坦化、長短天期公債利差持續縮窄，僅意味著美國經濟擴張週期可能進入尾聲，距離衰退尚有一段距離；即使殖利率出現倒掛現象，也還要經過一段時間，美國經濟才會從放緩朝向衰退。在這之前，美國股票或美國債券的投資人，仍有足夠的時間去調整手上的投資組合。

※附表：美國 2 年、10 年公債殖利率及利差走勢圖



# 記憶中的端午粽香

亞東石化（上海）／王桓基

週末接孩子放學歸來的路上，空中似乎傳來布穀鳥孤獨的鳴唱，因為在異鄉難得聽到布穀的鳴叫，我一度懷疑是不是自己聽錯了，回頭問坐在單車後架上的孩子，原來他也聽到了。回到家中，老婆正在洗糯米、煮蘆葉，孩子們見狀，興高采烈的放下書包，準備幫忙包粽子。我則走進廚房，看著綠色的蘆葉在滾水中越發翠綠，一顆顆飽滿的糯米閃著光澤，還有準備好的臘肉和蛋黃，思緒不由得飄回從前……



那天傍晚，阿媽從湖裡插秧回來，光著腳的阿爸挑著水桶，水桶裡有新打下來的兩捆蘆葉，我迎上前問：「阿媽，你們打那麼多蘆葉回來幹什麼呀？」阿媽說：「今年天氣好，麥子也顆粒歸倉，上半年收成不錯，話說端陽節就要到了，我和你爸打了蘆葉回來，明早包粽子，一家人慶祝一下難得的豐收年！」我點了點頭，心裡美滋滋的。稍晚，阿媽把洗乾淨的糯米蓋在面盆裡，睡去了。

第二天一早，我滿心期待的起床，此時阿小弟還在床上呼呼大睡。只見阿爸正在灶火間拉著風箱，灶火燒得通紅，鍋蓋冒著蒸汽；阿媽把蘆葉放在滾燙的鍋裡浸泡後，再撈出來放進冷水，經過熱水的蘆葉因此有了更好的韌性。

天真熱，阿爸在灶間熱得滿頭大汗，

背心都濕透了，他叫我把車籃子裡的布袋拿來。我快步跑去，拿起袋子，用手一摸，裡面圓圓的有點軟，打開袋口，原來是阿爸特地上早市買來包粽子的蜜棗，我急忙在交給阿媽之前，偷偷拿一顆放在嘴裡，真甜！

蘆葉一片片整齊收攏在阿媽的手裡，編成漏斗狀，再將昨晚準備好的糯米一勺勺放進蘆葉裡，隨後放入蜜棗，包妥蘆葉，再整齊的捆紮上繩子，一粒粒綠色的粽子就在阿媽手裡成型了。不一會兒，半盆的糯米包完，成品是滿滿一盆的粽子。

阿爸將這些粽子放進鍋裡，蓋上鍋蓋，一面用力來回拉著風箱，一面對我說：「把你弟弟叫起來吧！等會兒就可以吃了。」我急忙去堂屋叫醒阿小弟，他睡眼惺忪的從床上躍起，光著腳來到院子裡的泡桐樹

下，迷惑的問：「阿哥，你有沒有聞到非常好聞的味道？誰家做什麼好吃的？咋這麼香呢？」我笑說：「是好吃的粽子啊！」說話間，阿媽到菜園裡摘了兩根黃瓜，醃在盤子裡，又從老罐子撈了幾個鹹鴨蛋，切開放在飯桌上，此時院子裡的香氣越發撲鼻了。

阿爸一喊：「粽子出鍋了！」我和阿小弟便迫不及待地從盆裡取出粽子，顧不得粽葉燙手，我們吹著氣，左手換著右手，

好不容易剪斷了繩子，再一邊吹氣，一邊剝開蘆葉，著急地吃了起來，連說話都來不及，地上散落著一片片的蘆葉，院子裡滿是香氣。

「粽子香，粽子香，香廚房，艾葉草，香滿堂，桃枝插在大門上……」兒子的歌聲把我拉回現實，看著眼前忙碌的老婆，以及唱著童謠的孩子們，想著家鄉年邁的父母和各自成家的兄弟，從前那份單純的快樂，怕是再也回不去了！



# 浪花淘不盡的文字——蘇東坡

遠東集團中國事務辦公室／劉祖亮

任職遠傳電信，外派於成都的四年間，我曾先後四次造訪眉山三蘇祠（眉山在成都南方約一小時的車程），前面三次，不是碰到休館，就是遇著整修內部，總是乘興而去，敗興而歸。直到第四回造訪，方得其門而入，總算「蓬門今始為君開」。



1. 一門父子三詞客，千古文章四大家，擔當的起這幅對聯的，只此一家，別無分號。



2. 蘇東坡的石雕。3. 三蘇祠側門孤零零擺放的單車

**初**冬，眉山的天氣微冷，銀杏葉已黃。方到三蘇祠的大門，在門口就被黃葉所鋪滿的景象所震撼！四株各有百年以上樹齡的老銀杏，把前院裝飾成黃色世界，懸在枝上的葉子是亮麗的杏黃，灑落滿地的落葉則是一片枯黃，老樹、枯枝、殘葉，結合著一前一後二道古樸的大門，甫進三蘇祠就有一種「庭院深深深幾許」的幽遠。

三蘇祠興建在蘇氏舊宅「紗縠行」的原址，歷經明、清兩代多次修繕，展示的內容無非是三蘇的蠟像、詩詞選集、墨寶

拓碑……等。父子三人，一代文豪，千年來傳頌的文學作品千百，存留的實體遺跡卻僅剩古井一口，石碑四座，滄海桑田令人唏噓。想到蘇軾在《前赤壁賦》中描寫曹操：「方其破荊州，下江陵，順流而東也，舳艤千里，旌旗蔽空，釀酒臨江，橫槊賦詩，固一世之雄也，而今安在哉？」一代梟雄曹孟德而今安在，一代文豪三蘇父子何嘗不是而今安在！浪花果真淘盡英雄！

三蘇父子雖然皆留名千古，其中仍以蘇軾傳世的作品數量最多、質量最佳，且

橫跨散文、詩詞、賦、繪畫，信手拈來的著名作品就有：《留侯論》、《賈誼論》、《赤壁懷古——大江東去》、《水調歌頭——明月幾時有》、《定風波——莫聽穿林打葉聲》、《江城子——十年生死兩世茫茫》、《前赤壁賦》、《後赤壁賦》、《黃州寒食詩帖》、《枯木怪石圖卷》、《瀟湘竹石圖》等等；而且蘇東坡並非只會舞文弄墨的文青，也很有辦事能力，在杭州留下了迄今猶存的蘇堤、在湖州與徐州興水利、在惠州與儋州辦教育；不管擔任什麼職位，不論被貶抑到什麼窮鄉僻壤，蘇軾都勇於任事，也有所建樹，這樣的才華，千古以來幾人能夠？

可是如此才具，卻不斷受謗，不停遭貶；特別是在烏臺詩案中遭人陷害，幾乎置於死地，若非蘇軾名滿天下，連當時的太皇太后曹氏都為他求情，才免於一死，貶謫至黃州擔任團練副使。在黃州時期是他創作的最高峰，流傳千古的前後《赤壁賦》，就是完成於此。蘇軾生命的最後 20 餘年，更是在一貶再貶中顛沛。那「回首向來蕭瑟處，歸去，也無風雨也無晴」的千古絕唱，就是東坡先生窮居海南島（儋州）的作品。

從歷史記載來看，蘇軾的人品、EQ 應該都沒有多大的問題，之所以同時不見容於新、舊兩黨，似乎是因為他有堅持、有原則。他贊成改革，但反對王安石（新黨）的某些作法，因此被新黨排擠；而面對司馬光（舊黨），他又主張不可盡廢新法，於是，兩面不討好。無怪乎她的紅粉知己

王朝雲戲稱他「一肚皮的不入時宜」！

堅持原則從來就不是一件容易的事，付出的代價往往也很大；但正因為這些有所為、有所不為的君子，歷史才能觀照「讀聖賢書，所學何事」的真諦。

千古以降，懷才不遇或是生不逢時的知識份子不在少數，想到如韓非、賈誼、王維、蘇軾這樣的蓋世奇才，若非受盡壓抑，鬱鬱以終；便是生不逢時，有志難伸，不禁令人感慨萬千。不過妙的是，這些人最好的文學作品，往往就出現在最困蹇的歲月！或許苦難才能激發生命的元氣，挫折才能喚醒人生的覺悟。人生若非有些說不出的秘密，挽不回的遺憾，無法觸及的夢想，以及忘不了的愛，那將是多麼平淡！當這些生命的不圓滿，碰撞到明月與美酒時，往往就幻化出優美無比的文句。所以在思念弟弟蘇轍時，東坡先生能吟出「人有悲歡離合，月有陰晴圓缺，此事古難全，但願人長久，千里共嬋娟」的感慨；在弔祭前妻王弗時，會吐露「相對無言，唯有淚千行，料得年年腸斷處，明月夜，短松崗」的深情。人生的遺憾與不圓滿，反倒成為千載奇文的種苗；就好像麥子不死，無法成就整片的麥田！

此番造訪三蘇祠，是風是雨。不適合旅遊的天氣對遊客而言，是種遺憾，但也因為這樣的天氣，才得見一夜風雨後的滿堂蕭瑟與清靜無人的美景！這豈不有點像我們的人生，若沒遭逢山窮水盡的困頓，又怎能遇見柳暗花明的機緣！

# 夏遊拙政園

遠紡織染（蘇州）／Linda

「上有天堂，下有蘇杭」這個風土謠諺流傳已久，不少到江南水鄉的親友，都指名前往蘇州出名的園林一遊，居住在蘇州的我，也挑選了一個天氣較為涼爽的週末，慕名來到中國「四大名園」之一的「拙政園」，欣賞一年一度荷花盛開的美景。

**剛**進拙政園，就被玲瓏有緻的雕刻石塑、朱紅色的廊橋、奇形怪異的石頭吸引了眼球。沿著鋪滿石子的林蔭小道，我和家人迫不及待的奔向正中央的十景塘，想一睹荷苞滿池綻放的風采。

拙政園分為東、中、西和住宅四個部分，看著不遠的距離，卻因獨特的佈局，彎彎繞繞了不少路。眼前起初是一幅田園風光，建築點綴在河岸和樹叢之中，溪流在假山的腳下穿行，亭台樓榭均鄰水而建，路邊還有零星的荷花在古色古韻的水缸裡綻放。穿進一座樓閣，裡面佈滿古代的擺設，透過窗扇，可以看到園林假山上別致的風景，也稱「框景」，據說園林裡，處處是框景。

走出門外到走廊，圍住清清河水的高牆上，滿是爬山虎，一片碧綠隨風搖擺，向前攀爬一座假山後，才能遇見大片荷塘。女兒調皮的在假山下的洞穴裡鑽了幾個圈，又沿著洞穴裡的樓梯爬上爬下，要我幫忙拍照，我漸漸沉醉在古人充滿智慧的

設計裡……

翻過假山，終遇十景塘，只見滿園荷花齊綻放，粉紅色、米黃色，十分美麗。塘中荷葉片片，有些新長出的嫩芽，有些則像一把撐開的雨傘，更有的像一個碧綠的圓盤，一滴水珠撒上去，會沿著荷葉邊，慢慢向中心滑落，妥貼的吸在圓盤上，晶瑩剔透，令人不禁想起「接天蓮葉無窮碧，映日荷花別樣紅」的詩句，果然是「出淤泥而不染，濯清漣而不妖」的清新脫俗。

不知不覺一天過去了，我們依依不捨的離開拙政園，並和女兒約定好，將來再帶她遊玩其他園林，增長她的見聞。



# 數位管理 智慧前行

李佳珍

人工智慧、物聯網等數位科技的逐漸成熟，為智慧交通的突破捎來曙光，相關企業紛紛投入賽局，企圖掌握智慧交通的平臺與新商業模式，而對於早已備戰多年的遠通電收、富民運輸來說，更是開創企業新里程碑的契機。本期「封面故事」單元將精彩呈現他們如何以數位轉型，打造整體供應鏈方案，迎戰新經濟時代！

企業藉由數位轉型強化體質，個人也應隨著時序轉換，將自己調整到最佳狀態。「流行網」專欄特別帶您搶先一睹 2018 秋冬彩妝流行趨勢，以及最划算的百貨周年慶採購提案，讓您提前列出必 Buy 清單，在周年慶大展身手！「美食網」專欄則為您推薦風靡海內外的「綠拿鐵」配方，大家不妨動手一試，用養生飲品度過季節轉換的不適。此外，根據統計，睡眠相關藥物的開立數量長期名列前茅，足見不少人都曾有過睡眠的問題，其中尤以老年人最為常見。「保健網」專欄將深度剖析年長者失眠的主要因素和改善方式，希望大家都能夜夜好眠。

## 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 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](mailto:magazine@fenc.com)，若有其他相關問題，歡迎來電洽詢：（02）2733-8000 分機 8549、8553

## 「遠東人開講」十月份話題：愛在遠東 善行天下

集團 69 週年生日慶即將來到，這一年，遠東不但創下許多傲人的佳績，更完成不少令人動容的公益事蹟。慶祝生日的同時，除了送上最誠摯的祝福，也邀請大家來信分享您曾參與過的公益活動體驗，無論是和公司、同事合作，還是默默以一己之力行善，都是遠東人關愛這片土地的具體行動！文長 300 字以內，遠東人月刊就會提供您一筆「傳愛基金」哦！（截稿日期：9 月 15 日前）

# 有獎徵答

編輯室輯

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，只要以手機掃瞄右方的QR Code，即可輕鬆填答抽大獎！



## 本期題目

### 1. 關於遠通電收數位轉型之敘述，下列何者為是？【封面故事】

- A. 遠通電收善用 SMACIT 數位科技，促成第一波數位轉型
- B. 第一波數位轉型將技術思維轉為服務導向
- C. 第二波數位轉型將以業務為導向，擴大國外業務與國內新創事業的發展
- D. 以上皆是

### 2. 關於富民運輸智慧化發展之敘述，下列何者為是？【封面故事】

- A. 車隊加裝 Mobileye 主動式防撞預警系統，針對危險駕駛提出警示
- B. 後勤行政單位導入新版 ERP，以提升管理效率
- C. 新成立的臺中物流中心將引進 AGV 搬運機器人、貨架儲位電子標籤等智慧裝置
- D. 以上皆是

### 3. 下列何者可能造成老年人失眠？【生活情報・保健網】

- A. 腦部本身退化或疾病
- B. 情緒和失落問題
- C. 不良生活習慣
- D. 以上皆是

### 4. 關於「少子女化對策計畫」之敘述，下列何者為非？【生活情報・臺灣地區法律網】

- A. 2021 年之前將增設公共化幼兒園 2,247 班，擴大公共化教保服務
- B. 政府將與私立幼兒園簽約，建置「準公共化」的幼兒園，提供托育保障
- C. 未來領取育嬰留職停薪津貼者，也能領到育兒津貼
- D. 未來針對未接受公共或準公共化教保服務的 2 ~ 4 歲幼兒，每人每月補助 2,500 元津貼

## 參加辦法

請剪下 337 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**九月十五日前**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（15 份）。編輯室將於次月月刊中公佈得獎名單。

## 336 期有獎徵答得獎名單揭曉

遠東人月刊 337 期有獎徵答	
姓名：	
單位：	
聯絡地址：	
答案：1. ( )	2. ( )
3. ( )	4. ( )

單位	姓名	單位	姓名	單位	姓名
亞東醫院	丁 * 嘉	遠時數位科技	江 * 柏	亞東石化	洪 * 煒
遠東 SOGO	郭 * 鶯	遠東新世紀	柯 * 吟	亞東百貨	舒 * 樂
元智大學	黃 * 君	鼎鼎聯合行銷	葉 * 燕	亞泥花蓮	陳 * 安
遠傳電信	符 * 儒	亞東工業（蘇州）	孟 * 江	遠通電收	劉 * 恒
遠東商銀	陳 * 玲	亞東技術學院	謝 * 玲	遠東新世紀	徐 * 勒

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！



↑ 巨城攜手科華基金會推出「A Cappella 環島趴趴 GO」，由人聲樂團海鷗 · K 從巨城購物中心出發，環島一圈熱血開唱，並邀請李靜芳董事長（右四）擔任第一位演唱嘉賓。



↑ 遠鑫電子票證於「中華民國傑出企業管理人協會——第十四屆金炬獎」徵選中，獲頒「年度十大績優企業獎」，蔡淑華總經理（右）也贏得「年度十大績優經理人獎」。



↑ 遠東新世紀化纖廠張丙秋總廠長（右七）8月10日率團參訪研華公司，獲贈研華 WISE-PaaS 聯盟夥伴證書，未來雙方將共同促進 IoT 物聯網之應用發展。



↑ 遠百桃園店為明道國小募得價值三萬多元的足球裝備，由江天佐店長（前排右）代表捐贈，幫助孩子勇敢追夢。



↑ 遠通電收邀請家扶中心小朋友與家長一起參加「第三屆遠通小店長」活動，為孩童建立電子收費和交通安全常識。

# 婚宴好康・同仁獨享

- 1.新板Mega 50、台北&台南遠東飯店之豪華婚宴(非促銷專案)，  
獨家優惠集團同仁及直系親屬85折
- 2.集團同仁推薦其它親友婚宴訂席，新人享有9折，推薦人  
則可獲贈最高五千元餐飲禮券(詳洽以下各點)



## Mega 50宴會廳

- 起桌價NT\$19,800(10人)
- 訂席需12桌起
- 專線(02)7705-9746



新北市板橋區新站路16號  
百揚大樓48樓(大遠百旁)  
[www.mega50.com.tw](http://www mega50 com tw)

## 香格里拉台北遠東飯店

- 起桌價NT\$24,500(12人)
- 訂席需10桌起
- 專線(02)7700-3035



台北市敦化南路二段201號  
[www.shangri-la.com](http://www shangri-la com)

## 香格里拉台南遠東飯店

- 起桌價NT\$17,299(10人)
- 訂席需10桌起
- 專線(06)702-8833



臺南市東區大學路西段89號  
[www.shangri-la.com](http://www shangri-la com)

備註：敬請出示員工識別證；以上專案適用於一年之內；價格須外加一成服務費(恕無折扣)；額外點用酒水恕無折扣；無法再與其它優惠併用