

遠東人

徐有庠
題

遠東集團
FAR EASTERN GROUP
70
Since 1949
Together For a Promising Future
共創美好未來 你我攜手同行

共同開創「誠勤樸慎・創新」的健康人生

DEC 2019
NO. 352
12月號

COVER STORY

智慧進化
遠東百貨重塑零售新經濟
點數串接 消費現形
HAPPY GO創造商家與顧客雙贏

LIFE GUIDE

保健網
防護升級！公費流感疫苗11月開打
美食網
糕餅與歲時節慶——創意發糕DIY



虛實搶客 誰是贏家？！

Online VS. Offline, Who is the Winner?

Scan QR code for more information
or download the app





遠傳和遠東 SOGO 百貨雙獲第一屆「國家企業環保獎」，頒獎典禮後，陳建仁副總統（中）接見獲獎企業代表，徐旭東董事長親自出席。



徐旭東董事長應邀參與遠東 SOGO 百貨 32 周年慶造勢大會，與黃晴雯董事長（右四）共同帶領團隊高呼口號，展現業績再創新高的決心。



第 11 屆「遠東新世紀經典馬拉松賽」在新埔化纖廠隆重登場，徐旭平副董事長（右四）、徐國安創新長（右二）、鄭澄宇總經理（右一）、曾裕賢總經理（右五）等主管均熱情參與。



遠東百貨徐雪芳總經理（中）出席行動綠方舟於高雄大遠百的啟動儀式，推廣環保回收的理念。



遠傳運用大人物技術協助打擊詐騙，成效顯著，獲警政署刑事警察局黃明昭局長（右）頒獎表揚，由井琪總經理（左）代表領獎。

2020 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，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、有趣的童言童語……等，都希望有您一起來堆砌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、海外地區每字 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，若有其他相關問題，歡迎來電洽詢：(02) 2733-8000 分機 8549、8553

「遠東人開講」一月份話題：我的綠色生活

隨著極端氣候發生的頻率越來越高，綠色思維也逐漸抬頭，歡迎來信分享您的綠色消費型態，無論是力行綠色生活、採買友善環境的食材、環保材質的服裝，或是綠色節能商品…都是愛地球的最佳體現。文長 300 字以內，遠東人月刊就會提供您一筆「愛地球獎金」！（截稿日期：12 月 15 日前）



DEC 2019

NO. 352

01 EDITOR 編輯手記

2020 遠東人月刊徵稿列車啟動 / 李佳珍

04 LEADER'S REMARKS 領航者的話

Retail, Reimagined——徐旭東董事長於遠百廠商聯誼會談話 / 楊雅森

08 COVER STORY 封面故事

智慧進化 遠東百貨重塑零售新經濟 / 編輯室採訪整理

點數串接 消費現形 HAPPY GO 創造商家與顧客雙贏 / 編輯室採訪整理

16 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・好康報報 / 編輯室輯

遠東 70 周年活動系列報導 / 編輯室輯

24 LIFE GUIDE 生活情報

保健網 正確吃補 隆冬不吃苦 / 林巧梅

流行網 花格格 突破傳統走出創意 / 鄭嘉蕙

美食網 糕餅與歲時節慶——創意發糕 DIY / 王淑儀

法律網 互聯網電子資料證據舉證指引（下） / 唐思雨

財經網 2020 年歐美經濟投資展望 / 詹定成

保健網 防護升級！公費流感疫苗 11 月開打 / 楊惠倫



38 OFFICE TALK 樂活職人

經營管理新知：行銷市場大金礦，挖掘世代的「點數」心理學

／天下創新學院

40 STORY 心動時刻

2019「遠東集團聯誼會暨遠東新世紀經典馬拉松」活動紀實

／范富珍

7,000 魔咒／鄭嘉蕙

緬懷／楊志強

我的減重日記／黃順忠

聽人與聽障／李宇駿

47 HOT TOPIC 遠東話題

遠東人開講：我的綠色生活／編輯室輯

48 QUIZ 有獎徵答

351 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	汪更新	呂學龍
林俊佑	周俊傑	吳信儀	吳佳穎
吳敏如	范明珠	徐峻菁	徐雅慧
馬玉蘭	梁雅雯	黃怡禎	莊琇雯
游慧琳	游淑如	郭曜豪	郭文慧
陳文山	陳雪萍	陳聰明	陳玲華
陳虹瑾	葉金璋	張景芳	張丹
賴建偉	曾淑辛	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



Retail, Reimagined —— 徐旭東董事長於遠百廠商聯誼會談話

遠東新世紀／楊雅森

每年到了這個時節，就代表熱力四射的周年慶即將展開。我想特別藉此機會，感謝各位廠商貴賓過去一年來的努力與協助，讓遠百業績能夠持續成長。今天的報告將就全球的經濟環境、臺灣的零售市場做一個簡單的回顧，最後則以新消費時代的未來為主題，帶領大家從十年來的零售產業發展軌跡，重新想像零售業的未來。

一、全球經濟展望

觀察 IHS Markit 預測，2019 年全球經濟成長率約 2.77%，較 2018 年的 3.19% 衰退，各經濟體的成長都趨緩；其中，已開發國家與新興市場國家之經濟成長率衰退較多。特別是受到美國總統川普主導影響，貿易壁壘已成為各國對外貿易的政策方向；根據 OECD 統計，各國

的限制性貿易措施，導致世界貿易成長出現停滯；貿易衝突正在加深不確定性，預期將對整體投資造成長期損害，並進一步影響全球的經濟成長。

盱衡全球經營環境，地緣政治風險是國家與企業首要面對的最大黑天鵝。例如：英國退出歐盟歹戲拖棚，英國預算責任局（OBR）也估計，這項舉動將直接

影響包括：英國的出口量下降、歐盟國家的出口對各國與英國的貿易依賴程度、英鎊的貶值對出口的影響，以及更多不利因素，進而使英國經濟衰退。另，香港對中國抗爭已從「反送中」，擴大成爭取民主運動，若抗爭持續，香港可能失去全球金融中心地位；還有英國與伊朗互相扣押油輪的事件，伊朗一度揚言全面關閉海峽，此舉將切斷全球三分之一的石油運輸，並擴大軍事衝突，進而影響全球經濟。

除此之外，日本於 7 月公布強化出口南韓管制措施後，由於雙邊產業關係密不可分，令許多日本企業十分憂心；然，歷史問題難解，日本政府在親北韓的南韓總統文在寅上任後，不信任度明顯提升，雙方關係愈加惡化，加上川普將中國列為匯率操縱國，並施壓美聯儲降低利率，使美元貶值刺激出口，貨幣戰爭升級可能削弱投資市場的信心。

綜觀整體經營環境具有高度不確定性，投資者無法管控風險，未來對於工業製造與投資的決定恐怕只會更加保守。依據 IHS 預測，2020 年全球經濟成長率約 2.67%，較 2019 年略減，主要成長動能來自開發中國家與新興國家的經濟成長。

二、臺灣經濟與零售產業發展

2019 年臺灣經濟成長預測值為 2.06%，上半年走勢較為平緩，下半年

的成長幅度則可望維持在 2% 以上。民間消費成長率則為 1.79%，相較 2018 年之 1.99%，略減 0.2%，對經濟成長貢獻 0.98%，仍是主要經濟成長的支撐力道。此外，2019 年國內投資成長率 6.36%，維持上揚；對經濟成長貢獻 1.21%，其中民間投資成長率 5.6%、政府投資成長 10.15%，公營事業投資則年增 7.50%。除經濟成長動能穩定之外，消費者物價指數亦尚稱平穩。

就前八個月的發展來觀察，臺灣整體零售業表現較去年同期略減。根據統計，整體綜合商品零售業成長 4.56%；其中，百貨業較去年同期成長 5.67%、無商店零售業成長 5.3%，餐飲業成長 5.4%。顯見線上線下的零售服務都有一定的發展動能，再加上生鮮餐飲外送的推波助瀾，餐飲業的整體成長也具有相當水準。

三、新消費時代的未來

看完臺灣的經濟概況與零售業的整體發展，接著來談談零售業的發展軌跡。觀察 2019 年幾個與零售相關的重要統計數據及標題，當中的關鍵字，例如：實體店面、個人化、社群媒體、物流配送通路、網路搜尋瀏覽等等，都為十年來的零售業發展下了重要的註解。

接下來我們將分析零售產業的幾個重要發展趨勢。近十年來，零售業有了截

然不同的樣貌。從 2012 年開始，是以生存為主導的消費型態，消費者強調方便快捷；一直到 2014 年以享受型的消費為發展主體，強調的是生活品質；近期則以個性化消費為主體，消費者追逐具個人特色的商品與服務。

然而，對於商品與服務的個性化，推波助瀾最大的力量，來自於創新科技。例如運用網路的智慧製造，推動少量、多批次的製造模式；銷售、服務、物流及支付更推出層出不窮的新商業模式。不僅服務，連製造業也受到很大的衝擊，例如：過去生產端只是一個環節，上下游之間的合作都是以固定且簡單的單一協調為主。智慧製造令傳統的生產業邊際越來越模糊，生產環節關注的重點不再是過程本身，而是用戶的個性化需求、產品設計方法、資源整合管道，以及網路協同生產等。

在個性化服務的帶動下，新消費時代的服務涵蓋面越來越廣，例如：從兒童、家庭主婦、社區居民、老人、年輕家庭、大學生、單身女性、特殊消費群體（養寵物的家庭、特殊嗜好的當地人士）等，都是各類經營專案關注的對象。其中，擁有穩定收入的核心購買力人群，喜歡社交、享受消費的過程，重視購買產品（服務）所涵蓋的配套內容，同時也深受各種互聯網工具的影響，在消費意識形態的個性化、潮流化方面，都有自己的追求。

不同的消費世代，關注的消費重點大不相同。從構成內容來看，吃、住、出行等方面，仍然是當前消費支出的核心。但是，千禧世代在提高生活品質的消費投入明顯增加。

除了科技演進的推動之外，整體社會結構的改變，以及零售商在營運策略的因應，都是零售業產生轉變的因素。就人口結構來看，未來中老年市場在整體消費支出的佔比將越來越大，不過，青壯年人口仍是消費市場的主力。另外，可支配所得是整體經濟發展的一項重要指標，也是衡量經濟增長品質的重要指標。臺灣的可支配所得一直保持穩定成長，說明整體經濟環境發展的趨勢較穩，有利於新消費時代各種創新項目的發展。此外，消費支出也在同步保持增長，民眾消費能力增強，為經濟發展帶來正向的拉動效應。

前文提及，個性化消費的需求殷切，業者如能提供最適合目標客群的商品，不僅可大幅提升會員的消費體驗，也讓會員有更多誘因成為忠實客戶，換言之，盡可能精準地掌握會員輪廓是零售商重要的工作。

能夠精準描繪顧客樣貌，提供滿足客戶的產品或服務，一直是各產業努力的目標。在新消費時代，各品牌競爭的是，誰經營會員最成功、誰掌握會員的輪廓最精準、誰與會員的溝通最切中要點，掌握



了這些內容，就是業績與品牌成長茁壯的核心。新消費時代的零售業，必須積極推動並擴大會員卡的累積和使用範圍，增加積分累積力度和兌換價值，並運用商業聯盟的形式，建立企業之間的協同與合作關係，使多方獲利。同時，增加客戶黏性和忠誠度。集團的 HAPPY GO 就是扮演這樣的角色，整合集團內消費相關的服務，透過累、兌點及電子支付等服務，讓消費者跟集團靠得更近。

考量以上消費型態的演進與趨勢，我們必須想辦法連接一切消費場景，唯有透過 360 度產業鏈資訊連結，經由數據分析，找出消費者的不同面向，才能更精準描繪出顧客，進而確切掌握消費者的個人化需求。因此，零售業必須積極投入資訊系統的基礎建設，努力提升自身的系統架構，並掌握上下游企業、消費客戶資訊，讓產銷供應鏈一起向上提升，才是勝出的關鍵。

當然，除了掌握趨勢之外，企業經

營仍有許多必須做好的基本功，才能永續長青，包括：

1. Good Products / Services：好的商品或服務

2. A Fantastic Team：夢幻的管理團隊

3. Best in your Class (Technology)：同業中表現最好的或技術最佳的

4. Large Market with Paying Customer：擁有大量願意支付的客戶群

5. Sustainable Business Model, Good in Execution, Process & Financial Discipline：永續的商業模型，強大的執行力、完善的營運流程及財務紀律

6. Ability to Move Quickly, Adapt to Change：能快速反應，適應改變

7. Understand : Big Data, AI/Analytics, Clouds, IoT, Security：了解大數據、人工智能、雲端應用、物聯網及資安

8. Environmentally Friendly：友善環境

最後，以法國的諾貝爾文學獎得主 Andre Gide 這段話與大家共勉——One does not discover new lands without consenting to lose sight of the shore for a very long time. 如果想開創新商機，必須離開已知的海岸，即使不知道未來會發生什麼狀況，也必須準備好向前行。祝福大家在新消費時代都能有精彩的業績表現！



近年百貨零售業除了面對同業競爭之外，還要迎戰跨業競爭、商圈競爭、電商競爭，以及人力物料成本高漲、各式支付工具興起等眾多挑戰，獲利與成長愈發困難。本期「封面故事」將由徐雪芳總經理與大家分享，遠東百貨如何乘著科技的翅膀，積極調整轉型，以更即時性、便利性及整合性的服務，走出不一樣的路！

智慧進化 遠東百貨重塑零售新經濟

編輯室採訪整理

新商業模式 啟動轉型

面對科技進步帶來的消費行為轉變，以及網購電商快速成長、愈來愈多影城商場、Outlet 等新興零售型態進入市場，徐雪芳總經理不諱言，從競爭的角度來看，百貨業的經營環境愈形複雜，「整體百貨業績雖然連續九年成長，但成長力道趨緩，尤其近年呈現『大店持平、小店衰退』和『新店成長、老店衰退』的狀況，顯示百貨公司的商品供應及商業模式必須再進化，以尋求新的生存空間。」

身為臺灣零售業的領頭羊，遠東百貨

除了積極開發供應鏈，與優質廠商攜手帶給顧客更多新商品與新體驗，也在多重業態的激烈競爭下，歸納出百貨業的新商業模式，包括：

- 1、體驗行銷：**提供能讓顧客觀賞、感受、娛樂的五感體驗，寓消費於享受。
- 2、科技裝置的行銷建議：**運用大數據作預測、進行數位推播，讓精準行銷更容易。
- 3、多元支付工具：**增加支付工具（例如：Happy Go Pay）及點數贈送，以吸引消費者。

4、社群參與：利用網紅、直播、FB、IG等媒體，拉近顧客與商品的距離。

因應這股新消費潮流與經營趨勢，遠東百貨也積極進行轉型規劃，從「人、貨、場」不同角度切入，增加競爭優勢。

在「人」的部分，因應傳播生態改變與科技創新，遠百特別加強數位媒體與社群平臺的運用，以活潑有趣的方式，吸引消費大眾目光。同時，也持續強化遠百APP與官方網站，整合虛實管道，讓顧客快速享受各項便利服務。此外，遠百也將藉助大數據資料分析與資源運用，規劃更彈性多元的促銷方案，並搭配數位科技的輔助，明確掌握消費趨勢與動向，以提高顧客黏著度，讓消費者更喜歡到遠百購物。

根據徐總經理觀察，「未來臺灣百貨市場依舊呈現『大者恆大』的現象，新商場必須具備更強大的商品力，才能在蜜月期過後仍能永續經營。」因此，遠百對「貨」的競爭力也不敢掉以輕心，除了持續導入話題品牌與人氣商品，更以「快閃店」營造新鮮感，進一步塑造「商場引領流行潮流」的形象。

至於「場」的再造，徐總經理將重點放在增加商場的互動性與豐富性，「近年我們順應文創潮流，規劃許多文創體驗、文創市集活動，或是與政府、民間單位合作各項公益活動，營造地區公益平臺的店鋪形象；或是針對地方需求，推廣特色物

產；甚至在不同的節慶時令，設計應景的布置與活動。」多元的嘗試就是希望以更具互動性和體驗感的賣場氛圍，提高集客力與經營力，將各店打造為地區商圈日常生活的中心。

新數位科技 整合虛實

有鑒於數位科技的進步與智慧型手機的普及，已大幅改變消費者的購物行為，由過去被動接受廠商通路的訊息，轉變為更主動活躍於品牌和通路之間。因此，徐總經理對於「虛實整合」格外重視，「百貨通路必須更積極整合線上與線下，建構一個讓顧客更便利消費的全通路環境，並提供一致性的消費體驗。」

為了滿足年輕世代的需求與新型態的購物習慣，遠東百貨從傳統招商策略，轉向以消費者需求為中心，強化體驗與尋找差異，除了透過數位科技更加了解消費者之外，也藉由智慧科技緊密連結產品、服務與顧客，串連線上線下的消費場域，提供消費者專屬且獨特的個人化服務，以及



符合臺灣消費者行為特性的購物新體驗。

「我們近年在數位科技的資本支出逐年成長，就是希望藉由科技力，打造智慧型商場，以數位蛻變的遠百，迎戰新零售，並透過創新的購物體驗，帶領顧客迎向智慧零售的美好生活。」徐總經理指出。

針對智慧型商場的三大核心系統——POS、APP、CRM（顧客關係管理），遠百已著手提升 POS 機功能、設計新版 APP，並導入 CRM 系統，希望在消費者購物旅程中，蒐集相關數據，經過 AI 運算分析後，了解每位顧客的消費喜好與習性，再利用自動化推播系統，結合 Happy Go Pay 等集團資源，進行虛實整合與互導，以「店商＋電商」的全通路購物模式，讓消費者獲得線上／線下便利且一致的購物體驗。徐總經理強調，「智慧科技串連了線上與線下的顧客足跡，讓我們能更快且精準地觸及客戶需求，加強服務的即時性與效率，進一步重塑消費者體驗與品牌認知度。」

不僅如此，聚焦個人化行銷亦是遠百在實體百貨經營上的創舉，希望透過消費旅程數位化，加強與客戶間的連結及信任，進而培養忠誠度。徐總經理說明，「個人化行銷可以用 4 個『R』表達，分別為：Right Time、Right Way、Right Person、Right Service。我們希望針對每個消費者，在適當的時間，透過他們偏好的管



道，例如：Line、Facebook、APP 等，提供他們想要的資訊、服務與商品優惠。讓大家來到遠東百貨時，能體驗『購物』以外的專屬貼心服務。」

新智慧管理 植入創新

善用數位工具進行大數據整合分析與經營數位會員，已經成為新零售時代的必備技能，不但有助於達成「最佳化顧客體驗」，更是徐總經理擬定商業策略與營運模式的重要依據，「未來遠百將以大數據為基礎，掌握不同平臺及通路的消費數據，進行有效的資訊整合及消費行為分析，抽絲剝繭找出 Customer Insight，並將消費者購物的需求與意圖納入考量，掌握消費者與各接觸點的互動行為與感受，以進行全盤策略思考，進一步發展或改善供應鏈，提供差異化的商品與服務。」

伴隨著智慧科技而來的除了商機，當然也有對資訊安全的疑慮，徐總經理堅持，「遠百將客戶資料保護、隱私權與資料安全處理視為經營數位會員的第一要務，所有資訊皆比照歐美規範處理，務必讓顧客安心體驗各項新服務。」

打破傳統絕非易事，然而，要在新零

售時代中持續屹立，唯有不斷創新才能做到，「對於不熟悉的事物，人們通常會感到抗拒與恐懼，儘管每一家公司都贊成創新，但一不小心仍會扼殺創新，因此，如何打造系統化的創新能力，並在預算內把創新推向市場，便是成功轉型的關鍵。」為了在組織內建立有效的創新機制，徐總經理特別為員工設計了「同理心」的訓練，「希望員工從心開始，為每一天做的事賦予意義，進而思考希望公司應如何發展？如何改善人們的生活？從一件件小事，培養『在乎』與『用心』的態度，慢慢深入為生活的一部份，也成為公司文化的一部份，日積月累，自然能產生創新的點子。」

新型態商場 融合科技與人文

對於徐總經理而言，遠百下一項最偉大的創新，不是來自科技，而是來自「觀看世界」的方式，如何以全新的模式與民眾互動、如何將實體空間與體驗概念呈現給追求新鮮的大眾，都需要更多同理心與縝密的計畫來實現。而在經營上，設定明

確的目標、注意市場競爭落差、挑戰慣性思考框架、迎合產業科技演變、重新架構商業策略、為突破式創新採取具體行動，也將是遠百下一階段的轉型重點。

蓄積多年的智慧轉型與創新能量，在即將開幕的遠百第五代店完美體現。遠百信義 A13 商場的主建築體由姚仁喜建築團隊領軍打造，別出心裁的「天空一條街」，讓建築內的人們既是演員，也是觀眾，開啟了人與城市對話；而世界知名 Foster+Partners 與 Gensler 建築設計團隊的加入，為寸土寸金的信義區創造了唯一具臺灣景色元素的水景廣場，以及商場內富有在地歷史特色的美學創作，搭載獨特的話題商品、代表臺灣飲食文化的世界級美食，以及不斷更新的數位互動體驗娛樂等，既前衛又懷舊，豐富了顧客的消費體驗，也拉近了消費者、居民、觀光客與實體百貨場域的關係，讓遠百以智慧化、數位化、線上／線下一體化的「新零售」業態，向前大步邁進。

「臺灣百貨業的未來絕對更有可看性！」徐總經理信心滿滿的預告，「未來除了不斷進化、更新商品之外，更將推出創新的活動、新奇的快閃店、特色的創意商品、短期的商品秀等，只要能吸引顧客，我們就會不斷發想、不斷提出、不斷規劃，讓消費者永遠愛遠百！」





「集點卡」是許多臺灣民眾共同的記憶，舉凡餐廳、飲料店，或是超商換購，總是喜歡以「集點」吸引顧客上門和回購，甚至銀行也祭出紅利積點兌換贈品，提升卡友黏著度。隨著科技演進，點數已不再只是吸客招數，其背後產生的龐大資訊也成為另一項寶藏。鼎鼎聯合行銷旗下的HAPPY GO，以臺灣點數龍頭之姿走過15個年頭，本次特別邀請梁錦琳總經理分享HAPPY GO如何持續突圍，在服務千萬卡友之際，同時成為商家最可靠的合作夥伴。

點數串接 消費現形 HAPPY GO創造商家與顧客雙贏

編輯室採訪整理

服務相連 創造集點新模式

鼎鼎聯合行銷旗下的HAPPY GO在2005年1月7日首創跨產業、跨品牌的會員和點數經營服務，至今全臺每2個人即有1人是HAPPY GO會員，近年更跨足大陸、日本，成為臺灣唯一跨產業、跨通路、跨境的全方位點數會員平臺，可於全球超過1,200個品牌、80萬個實體與虛擬通路使用。回想15年前的起心動念，

梁錦琳總經理直言，「早期許多業者經營點數，只是單純為了鞏固客群，希望維持商家與顧客之間良好的關係，培養忠實客戶，讓顧客不斷回購，以穩定收益。」但漸漸地，消費者對於兌換鍋碗杯盤等日用品愈來愈失去新鮮感，甚至因為兌換門檻過高，只能放棄零星的點數，因此，梁總經理堅信，「唯有降低兌換門檻，讓消費者可以自由運用點數，才能真正體驗到點

數的魅力。」

HAPPY GO 在成立之初，主要目的是為了串起遠東集團的會員服務，「集團擁有百貨零售、電信、飯店、量販、銀行等多元產業，都是與消費者息息相關的領域，我們希望建構起跨產業的消費點數兌換服務，不限制在哪個通路使用，也不限制兌換品項，還可將點數轉為現金，讓消費者有更多的運用空間。」梁總經理以簡單又有誠意的遊戲規則，為點數兌換開創新的格局，也獲得消費者正向的回應，「HAPPY GO 發展 15 年，會員已有 5 倍成長！」

對商家而言，與 HAPPY GO 合作能進一步引流不同產業的顧客，擴大市場；HAPPY GO 也能從中獲得許多有價值的資訊，「例如消費者在哪裡累點、又去哪裡兌點，每一次的足跡都在點數裡，讓我們對消費者的瞭解從『點』，擴大到『面』，再把訊息回饋給商家，創造三贏。」尤其在電商崛起之後，多元的購物管道徹底翻轉消費模式，梁總經理認為，解碼消費行為已是勢在必行的功課，「哪些商品是顧客希望實際前往賣場觸摸、挑選；哪些商品又是從網路上購買並直送到家更方便，都是在新零售時代中，商家迫切需要掌握的資訊。」因此，HAPPY GO 持續透過點數，洞悉顧客喜好，在虛實整合之間，扮演媒介的角色，為商家引路，「以衛生

紙為例，一直都是相當占賣場空間的品項之一，透過大數據的分析，我們發現愈來愈多消費者習慣在線上購買，實體賣場自然就可以減少相關商品的陳列面積，讓坪效獲得更好的發揮；至於線上通路也能透過購買頻率的分析，適時提醒消費者回購衛生紙，再加上優惠促銷，就能在對的時機，提供對的商品。又如百貨業，餐飲的比例愈來愈重，這也是透過數據分析發現，大部分顧客在用餐之後，仍會在賣場購買其他商品，達到帶客的效果。」

梁總經理強調，「從了解會員及合作夥伴的想法與需求出發，不斷為會員創造點數累兌的各種生活情境，並為合作夥伴帶來優質的顧客，是我們最重要的任務與價值」。鼎鼎聯合行銷分別在 2012、2014 年推出了「GO SURVEY 市場研究顧問」及「iCONNECT MEDIA 智慧媒體」兩大事業體，即是希望藉由了解、分析消費者行為與趨勢，持續提供消費者需要的服務，成為品牌最佳的行銷顧問，「HAPPY GO 針對合作夥伴，例如集團內的零售關係企業，每年皆提供年度報告以協助各公司了解自己的顧客輪廓，並與整體 HAPPY GO 會員比較，藉此掌握自身的優勢與不足。另外也經由 GO SURVEY 發表消費行為白皮書，分享市場趨勢，或是進行商圈分析，提供合作夥伴參考。」梁總經理進一步補充。



支付加乘 迎向點金新經濟

鼎鼎聯合行銷從純點數經營，成功走向複合式的顧客洞察與行銷科技服務業，現在再一次啟動轉型，從實體卡片發展手機 APP，並且加入行動支付服務。梁總經理解釋，「過去一張卡就能行遍天下，串連食衣住行，滿足會員累兌點的期待，不過，隨著數位化浪潮的推進，我們也必須配合消費者的使用習慣，推出更加便利的 APP。」今年 6 月推出全新改版的 APP，讓 HAPPY GO 卡友能更便利的接收特約商優惠及各式最新消息，同時享有手機購物折扣或兌點優惠，而 HAPPY GO 也攜手日本 DOCOMO，提供全臺第一個以手機 APP 跨境累兌點及轉點的服務，梁總經理親身試用後讚不絕口，「APP 詳細的累兌點紀錄，讓集點更有感；另外，『點點出任務』的會員互動，也加深彼此的連結。」

不僅如此，梁總經理觀察到，「臺灣這幾年在支付型態上有很大的轉變，從市場面來看，手機廠商、錢包業者為了推廣支付工具，紛紛跨足點數的經營，以吸引消費者使用，讓『點』和『金』的界線更趨模糊，身為點數龍頭，我們當然不能落後。而從會員服務的角度出發，行動支付的便利性也督促我們順應趨勢，將支付的功能帶進來。」因此，HAPPY GO 在今年第三季推出全新的點金合一服務平臺——HAPPY GO Pay。

進軍行動支付，其實並非想從支付業務本身獲利，真正的動機仍是為了帶進更多會員，以及加速集團綜效。因此，HAPPY GO Pay 平臺上，金流系統和錢包的架構仍是遠東商銀的主場，HAPPY GO 則善用對顧客的了解和緊密的夥伴關係等優勢，負責行銷推廣，以及提供支付、累點一次到位的服務。梁總經理指出，「我們將持續強化點金服務與支付功能，並從遠東集團的零售百貨通路為中心出發，藉由在點數、支付、場域的優勢與經驗，逐步拓展到集團以外的通路，未來的應用場景，將從實體場域、O2O（On-line to Off-line），甚至跨境都能進行累點或兌點服務，讓 HAPPY GO 的點數運用範疇更無遠弗界，更廣泛地串連起顧客的生活情境，讓點數與消費支付更能無縫接軌，打造與消費者、商家共榮的點金生態圈。」

HAPPY GO Pay 是唯一從會員卡友服務升級的概念出發，也是唯一可以串接各通路 APP 的支付平臺，卡友只要下載 HAPPY GO APP，開啟 HAPPY GO Pay 並綁定信用卡，手機出示支付條碼後，即可完成付款和點數折抵和累點。雖然在行動支付上，HAPPY GO Pay 屬於晚發者，但截至 10 月底，已經創下約 15 萬次使用量、總消費額約 2 億元的成績，配合年底百貨週年慶促銷，提供最高 19% 回饋，使用率可望再衝新高。梁總經理預告，

「我們正在建置分期付款的功能，未來更將強化『熱門兌換』的豐富度，並陸續規劃小型官方帳號或是整合停車等服務，進一步提高便利性，打造服務體驗再升級的會員經濟，迎接點金新經濟時代。」

點點愛心 為公益添加樂趣

「拚經濟」之餘，鼎鼎聯合行銷多年來也致力運用自身的力量，為社會帶來溫暖。自 2007 年首創全臺唯一的愛心捐點平臺，十年多來攜手多家公益團體，累計已捐出破億點數，尤其今年不只是鼎鼎聯合行銷成立 15 週年，更是集團 70 週年的重要里程碑，HAPPY GO 也傾全力推廣「70 有愛·遠東 HAPPY GO」日走 7,000 步的公益活動。「這是鼓勵民眾透過『HAPPY GO App』記錄每日步數，只要達到 7,000 步，就可獲得點數回饋並參加抽獎。」活動為期一個月，在集團同仁和眾多卡友的熱情相挺下，提早達到募集 50 億步數的目標，實際累積步數共 66.5 億步，約 5.7 萬人（56,974 人）參與，可兌換超過 700 萬點 HAPPY GO 點數，捐贈給兒童教育公益單位。公益活動結束後，App 仍持續推出「走路多一點」的活動，希望藉此鼓勵卡友養成天天走路的健康的好習慣。梁總經理樂觀預估，「乘著上一波活動的氣勢，第二波活動可望將總步數持續推升新高！」

此外，鼎鼎聯合行銷也延續「快樂多一點」的品牌理念，推出 15 週年「點點承諾·點點愛」公益計畫，其中，「點點承諾公益影片」是與唐氏症基金會攜手合作的公益影片，邀請百萬網民看影片、做公益，12 月 31 日前，只要影片點閱率突破 100 萬次，HAPPY GO 就捐出 100 萬點予唐氏症基金會，做為唐寶寶們學習計畫及圓夢的經費；另一項活動為推廣「點點愛公益貼圖」，販售貼圖所得將全數贈予 HAPPY GO「陪你一起走」愛心捐點平臺長期合作的八大公益團體，讓小金額也能發揮大愛心。

每年歲末年終之際，總有不少卡友手邊仍有即將到期卻用不完的點數，梁總經理也藉機邀請卡友捐點做公益，幫助弱勢孩童們在成長與學習的路上更快樂踏實，「愛心捐點平臺每年都可收到來自卡友們近 3,000 萬點的愛心，今年也呼籲大家捐點傳愛，在歲末為公益團體注入暖流。」

HAPPY GO 是公益平臺，是紅利點數平臺，更是串連遠東集團各項服務的平臺，此平臺最大的關鍵就在於「開放」的姿態，才能使 HAPPY GO 做到跨產業、跨品牌、跨通路，甚至是跨國境的全方位服務，成為最了解消費者的品牌。另一方面，再藉由服務所得到的資訊，轉而「服務」合作夥伴，當卡友與商家的橋樑，創造全贏局面！

集團簡訊

掃描 QR Code 看更多集團訊息 →



01 遠傳再度聯手路易莎咖啡 數位複合店進駐新竹生活圈

遠傳繼中壢實踐複合體驗門市後，10月17日再次聯手路易莎咖啡連鎖店，宣佈新竹站前複合體驗門市開幕，結合咖啡文化與數位生活，提供消費者不一樣的消費體驗。（遠傳電信／何思緯）

02 遠東商銀復興分行開幕 打造有故事的新型態分行

遠東商銀復興分行10月24日開幕，首創故事分行，以「十樂活動互動牆」連結遠銀產品與客戶人生。此外，客戶專屬的樂活空間將不定期舉辦主題講座，並提供各項數位金融服務，與客戶共同打造富足人生。（遠東商銀／蕭珮儀）



03 遠銀 Bankee 結盟「AI 金融科技聯盟」打造跨界創新教育

遠銀 Bankee 社群銀行攜手臺灣大學、政治大學、臺北商業大學、臺北大學、高雄科技大學、東吳大學及普匯金融科技、四家金融機構、金管會、金融總會等，共創臺灣首發最大產學結盟，培育數位金融科技人才。（遠東商銀／蕭珮儀）

04 遠傳參與「臺灣國際人工智慧暨物聯網展」

第二屆「臺灣國際人工智慧暨物聯網展」10月16日～18日登場，遠傳攜手臺灣雲端物聯網產業協會，展出豐富的「5G IoT」創新應用，包含：電動車充電、智慧停車、AI 智慧檢驗等應用，呈現領先技術與跨領域整合實力。（遠傳電信／何思緯）

05 遠傳 5G 強強聯手 結盟全家與聯發科技

遠傳10月22日率先攜手全家便利商店，於「科技概念2號店」設置遠傳5G測試實驗站臺，開放消費者體驗5G的FamiWifi。10月30日另結盟聯發科技，於晶片封裝檢測產線建置5G通訊測試設備與環境，制定封裝測試標準化流程，加速5G晶片快速導入全球市場。（遠傳電信／何思緯）

06 生鮮超市首家！city'super 攜手 Uber Eats 進攻生鮮配送

看好外送商機，city'super 天母店與美食外送平臺 Uber Eats 獨家合作，提供近200個品項外送服務，包含：生鮮、乾貨，甚至法國勃根地田螺、西班牙 Nico 塞拉諾生火腿切片等頂級食材，未來每兩週將按照後臺數據變化進行組合，提供消費者更多選擇。（遠東都會／李佩璇）



07 優質農特產盡在遠百、巨城

為支持在地優質農產品，臺南大遠百 10 月 25 日與市府合作，由黃偉哲市長親自行銷臺南好米；黃偉哲市長並於 10 月 26 日～27 日、11 月 2 日～3 日前進臺北遠百寶慶店，促銷臺南虱目魚。高雄大遠百則於 11 月 15 日～12 月 3 日週年慶期間，推出「農情蜜意來店禮」，以實際行動支持在地農業。遠東巨城購物中心也於 11 月 2 日～3 日協辦臺東農產品展售會，打造農產銷售最佳平臺。（編輯室輯）

08 亞東技術學院「前瞻多媒體科技實驗室」揭牌

亞東技術學院於 10 月 23 日舉行「前瞻多媒體科技實驗室」揭牌儀式，此實驗室將結合 AI 影像辨識、AR/VR、5G 等多媒體應用課程，幫助學生掌握未來科技趨勢。（亞東技術學院／李玉燕）

09 「預拌廠職安衛管理及防災研討觀摩會」圓滿召開

由勞動部職安署、水泥公會、亞東預拌土城廠聯合舉辦之「預拌廠防災研討與示範觀摩會」9 月底登場，亞東預拌現場示範職業安全衛生管理與設施安全執行成果，會中並解析「新修正法規與職災案例」、交換職安管理經驗，期能提升預拌業的職安管理能力。（亞東預拌／洪淑華）



10 亞東技術學院 51 周年校慶 與國立馬來西亞玻璃市大學簽署 MOU

亞東技術學院 10 月 19 日舉行 51 周年校慶活動，馬來西亞玻璃市大學（Universiti Malaysia Perlis）由製造工程學院院長 Dr. Mohd Shukry Abdul Majid 率隊共襄盛舉，雙方並簽署學術合作備忘錄（MOU），期許未來有更多元的學術交流。（亞東技術學院／李玉燕）



11 亞東證券暨亞東投顧搬新家

12 月 16 日起，亞東證券總公司暨亞東投顧將搬遷至遠東集團百揚大樓 13、14 樓（新北市板橋區新站路 16 號），歡迎舊雨新知不吝愛護支持。亞東證券總機：02-7753-1899、股務代理部：02-7753-1699、亞東投顧總機：02-7753-1689。（亞東證券／吳菊元）

12 亞洲水泥辦理「職業安全衛生管理業務聯席會」

亞洲水泥 10 月 25 日假花蓮製造廠辦理「亞泥及轉投資子公司職業安全衛生管理業務聯席會」，以「工作場所巡查實務」為主題，召集亞泥各製造廠、儲運站及子公司等職業安全衛生管理人員與會，強化各單位自主管理能力。（亞洲水泥／周清臺）

13 亞東技術學院辦理暑期服務分享會 與暑期海外志工成果分享會

亞東技術學院分別於9月25日和10月2日，辦理暑期服務分享會及暑期海外志工成果分享會。今年暑期服務隊以「志愛」為主題，將人工智慧內容融入營隊課程。國際志工社則分享第4次至泰北清萊進行華語文教學、補充教育、環境整理等心得，希望吸引更多同學參與。（亞東技術學院／李玉燕）

績優榮譽榜

14 網友好評 遠東百貨獲「服務好感度大獎」

遠東百貨致力於科技創新和貼心服務，獲得網友一致好評，在《壹週刊》第16屆服務第壹大獎中，於「百貨公司／購物中心」類別，勇奪「服務好感度大獎」，10月25日由行銷企劃洪源宏經理代表領獎。（遠東百貨／鄭嘉蕙）

15 遠東新世紀、亞洲水泥 獲選「2019 幸福企業」

1111人力銀行於11月11日舉辦「2019 幸福企業製造業暨營建代銷業大賞」頒獎典禮，共計180家企業獲獎，遠東新世紀與亞洲水泥長期用心經營企業同仁幸福，分別榮登「民生消費」與「金屬與非金屬」類別前20強。（編輯室輯）



16 遠通電收榮獲中技社頒發「技術貢獻獎」

中技社科學暨技術貢獻獎10月4日舉行頒獎典禮，表彰在前瞻科技領域或對產業界具有重大突破貢獻者，遠通電收ETC團隊成功達成臺灣國道電子計程收費任務，因而獲頒「技術貢獻獎」，由前副總統蕭萬長頒獎。（遠通電收／李俊璋）



17 遠東商銀榮獲《The Asset 財資》 「最佳創新獎」

遠東商銀運用智能科技與創新思維，整合遠東集團資源，匯集而成金融生態圈體驗，獲國際知名財經專業雜誌《The Asset 財資》頒發「SmartU 智慧理財創新獎」，為臺灣唯一獲此殊榮的銀行。（遠東商銀／蕭珮儀）

18 亞泥花蓮廠楊明欽副廠長榮獲「優秀原住民專門人才」

為鼓勵原住民在專業領域上追求卓越，行政院原住民族委員會10月19日辦理「原住民專門人才獎勵計畫」頒獎典禮，亞泥花蓮廠楊明欽副廠長以「深造教育」項目獲獎，由原民會主委夷將·拔路兒親自頒獎。（亞洲水泥／陳聰明）

19 2019 CSEA 卓越客服大獎 遠傳為電信業獲獎最多企業

「2019 CSEA 卓越客服大獎」評選結果出爐，遠傳為電信業中唯一獲「最佳客戶服務企業」及「最佳客服創新系統應用」獎項的業者；團體類項目中，則取得「最佳客戶服務團隊」、「最佳客服技術支援團隊」及「最佳訓練團隊」；另有 5 位同仁獲得個人獎項肯定，是電信業獲獎數最多的企業。（遠傳電信／何思緯）

20 香格里拉臺北遠東飯店連續三年蟬聯「臺北最佳商務飯店」

香格里拉臺北遠東飯店連續第三年榮獲商務人士旅行雜誌（Business Traveller Asia-Pacific）頒發「臺北最佳商務飯店」殊榮，9 月 12 日由區域總經理暨香格里拉臺北遠東飯店總經理祖睿德（Randy Zupanski）親自領獎。（香格里拉臺北遠東飯店／吳佳穎）



21 亞東技術學院通過經濟部「社會創新組織」登錄審核

亞東技術學院致力深化社會創新發展，特別申請登錄為「社會創新組織」，成功獲經濟部審核通過，未來將繼續關切臺灣社會議題，並努力達成聯合國永續發展目標（SDGs）。（亞東技術學院／李玉燕）

22 經濟部商品影像辨識競賽 元智資工師生囊括三獎項

元智大學資工系「視覺系統實驗室」團隊的研究生王琮雄、陳彥丰、梁澤洲與唐士閎等人，在葉奕成教授帶領下，參加「IDEAS SHOW x AI 商品影像 AI 辨識競賽」，獲得「第二名」、「技術應用獎」、「AWS 應用獎」三個獎項，是獲獎數最多的團隊。（元智大學／饒浩文）



23 元智大學 EMBA 四度連霸私校第一

《Cheers》雜誌 2020 年 3 千大企業經理人 EMBA 就讀意願調查最新出爐，元智大學是唯一進入 TOP10 榜單的私立 EMBA，更在綜合排名中，連續 4 年成為經理人就讀私校 EMBA 之首選。（元智大學／饒浩文）

24 亞東技術學院電子工程系師生作品 獲獎連連

亞東技術學院電子工程系林照峰老師指導學生參加 10 月 9 日舉行的「萬潤 2019 創新創意競賽」，以作品「幼童用智慧型牙刷」榮獲佳作；另王清松老師指導學生參加 10 月 19 日舉行之「2019 醫學工程創意競賽」，也以「應用於醫療院所之智慧型復建整合系統輔導裝置」榮獲佳作。（亞東技術學院／李玉燕）

25 豫章工商參加「時膳小當家」獲佳績

新北市政府教育局舉辦之「時膳小當家」創意料理競賽，推廣「吃當季、食當地」的低碳健康飲食，9月21日進行決賽，豫章工商餐飲科黃靜雅老師帶領學生楊雅婷、王羽婕、何雨柔參賽，榮獲第三名。（豫章工商／程玉蘭）

26 亞東醫院連獲「臺灣醫療貢獻獎」、「醫療公益獎」、「器捐勸募」三大獎

亞東醫院 11 月獲獎連連，致力「微創心臟手術」的邱冠明醫師，11 月 9 日榮獲醫師公會全國聯合會頒發「臺灣醫療貢獻獎」。鄭國祥、陳芸兩位副院長等七位醫療人員，則於 11 月 10 日舉行之新北市「第 8 屆醫療公益獎」中獲得表揚。而亞東醫院長期投入器官捐贈勸募與移植手術，也在「第 12 屆優秀器官勸募人員暨醫療機構及相關團體頒獎典禮」上大放異彩。（亞東醫院／謝淑惠）

27 遠傳、SOGO 百貨獲第一屆國家企業環保獎

遠傳關懷環境與落實永續，以創新的能源資節用技術和全面的管理制度深獲好評；遠東 SOGO 百貨也因能資源管理、綠色行銷工具等事蹟，雙雙於 11 月 8 日榮獲行政院環保署頒發第一屆「國家企業環保獎」銀級獎，分別由徐旭東董事長、黃晴雯董事長前往總統府接受陳建仁副總統和環保署張子敬署長表揚。（編輯室輯）



人事異動

28 遠東新世紀公司高階主管人事異動



姓名：彭鴻鈞

原任：研究所管理處智財組
副經理

新任：研究所管理處智財組
權任經理

學歷：國立中興大學食品科
學所碩士

公益專區

29 遠東SOGO分享百貨業CSR模範生心法

遠東 SOGO 獲臺灣公益團體自律聯盟邀請，參加 11 月 8 日舉辦之社會創新研討會，除說明 CSR 成果外，更分享與社會創新企業合作公益活動的心得。（SOGO 百貨／吳敏如）

30 元智麵包節、國際美食節溫馨登場

元智大學麵包節於 10 月 23 日登場，每賣一個麵包就捐款 5 元予臺灣世界展望會「資助兒童計畫」。10 月 30 日另舉行國際美食節系列活動，由國際生與臺灣本地生精心準備家鄉特色美食，並與真善美福利基金會合作義賣，傳遞愛與希望。（元智大學／饒浩文）

31 遠傳「寶衛地球 讓愛遠傳」環境季系列活動開跑

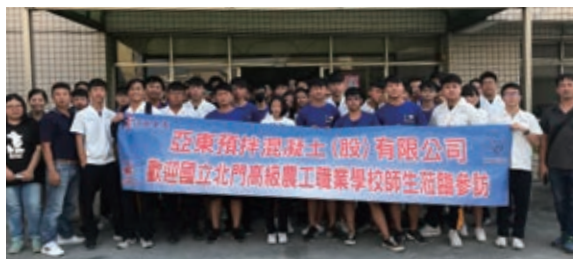
遠傳 10 月 15 日展開「寶衛地球 讓愛遠傳」環境季系列活動，今年與臺灣環境資訊協會及遠傳 friDay 影音合作「與野共生」線上影展，並推出環境動畫短片，希望喚起消費者對自然環境議題的重視。遠傳對內也號召同仁淨灘，並推動環保節能活動和環境講座，將綠色行動帶入工作環境。（遠傳電信／何思緯）



「如果昆蟲消失了」短片

32 亞東預拌積極推動產學交流

亞東預拌為培育下一代菁英，積極配合學校參訪活動，並贊助學術研究，10 月份陸續提供中央大學、朝陽大學等水泥實驗材料免費贊助，並進行北門農工學生義務教學，產學交流足跡遍布全臺。（亞東預拌／洪淑華）



好康報報

33 愛買賣場餐廳首度進駐大臺北地區

瞄準千萬外食商機，愛買打造臺灣首家「量販餐廳」，繼桃園、臺中復興店後，板橋南雅店也跟進提供代客料理、鐵板定食和義式料理，並歡迎外帶享用，自帶餐盒還可省下 10～30 元包材費。（愛買／黃莉淇）

34 eTag 代扣路邊停車費 臺北市搶頭香

遠通電收 10 月 17 日宣布，eTag 聯名銀行信用卡可支付臺北市路邊停車費，透過 ETC APP 或遠通網站完成申辦，即可享 eTag 通行費自動儲值、代扣路外停車及路邊停車費服務，且三項服務皆可隨信用卡出帳。（遠通電收／李俊璋）

35 賞玩新北耶誕城「Mega50 餐飲及宴會」同步推應景美食

配合「2019 新北歡樂耶誕城」活動，鄰近的「50 樓 Café」自助餐廳同步於 11 月 15 日至 2020 年 1 月 1 日推出



「海陸雙拼吃到飽」，賓客可盡享北海岸現流魚獲和美國極黑和牛壽喜燒，餐廳訂位專線：(02)7705-9723。49 樓的「Asia 49 亞洲料理及酒廊」亦於同檔期推出五款「魔幻時刻」應景特調，訂位專線：(02)7705-9717。（Mega50 餐飲及宴會／閻惠瑗）

36 香格里拉遠東飯店和 Mega 50 餐飲及宴會 國際旅展創佳績

11 月 8 日～11 日登場的「2019 臺北國際旅展」圓滿落幕，香格里拉臺北、臺南遠東飯店與館外餐廳「Mega 50 餐飲及宴會」共同締造千萬佳績。香格里拉臺南遠東飯店更延續氣勢，再度參與 11 月 22 日～25 日的「大臺南國際旅展」；12 月 7 日～22 日另於每週六日規劃「飯店大廳現場購活動」，提供與旅展相同的優惠餐券。詳情請洽：(06) 702 8856。（編輯室輯）

遠東環境教育列車 Moving On 多管齊發向下紮根

遠東集團今年邁入70週年，自7月起，關係企業針對不同面向，在全臺各地舉辦系列公益活動，除「遠東兒童故事」、「70有愛 遠東HAPPY GO」、「遠傳數位教育營」圓滿落幕，以及「亞泥生態園區竹節蟲巡迴列車」正開往各據點外，還吹起海洋教育的號角，並端出前衛酷炫的「行動綠方舟」，為塑料垃圾找到新出路。

裕民致贈《海洋危機》桌遊 傳承環保意識

裕民航運近年積極汰舊換新、建置環保船隊，為節能減排和綠色海洋努力。適逢集團 70 周年，特別挑選《海洋危機》桌遊，於 10 月 15 日贈予關渡國小，象徵海洋教育的向下紮根。

《海洋危機》桌遊是全球第一款探討海洋環境議題的「合作型遊戲」，玩家將體驗前所未有的「海洋廢棄物」大災難，並透過回收、淨灘、環保用品、綠色科技研發等方式，找尋解決之道。處理海洋廢棄物的主線任務之外，該遊戲還提供近 10 種獨特的支線任務與劇本，包含：海豚救難、棲息地復育、油輪擱淺等情境，讓參與者了解海洋生態正在遭遇的種種問題，希望藉此讓孩子們建立環保意識，進而擴大影響層面，為守護海洋盡一份力。



公益傳愛 邀偏鄉孩童認識海洋

隨著環保意識抬頭，各項海洋保育行動紛紛興起，從海域水質監測保護、海洋生物多樣性的維持，以及海洋廢棄物管理等，都是相當重要的議題。國際海事組織（IMO）提倡的低硫油公約，將於 2020 年實施，也宣告保育海洋的行動刻不容緩。

裕民航運專營船舶運送業，與海洋有著密不可分的關係，對於海洋保育更是責無旁貸，10 月 19 日特別邀請偏鄉團體參訪海科館，希望孩子們透過導覽，對於海洋文化、海洋科學、海洋環境、海洋工程，以及船舶有更深入的了解，同時建立海洋保育與環保意識，一同守護孕育豐富生命的海洋。



環保回收再進化 臺灣首見行動綠方舟進駐高雄大遠百

遠東集團與小智研發公司攜手，將傳統動輒占地千畝的回收處理廠，濃縮成貨櫃大小的行動綠方舟——mini Trashpresso，今年 10 月引進臺灣，結束遠東巨城購物中心的巡迴後，南下駛進高雄大遠百。

10 月 31 日的啟動儀式中，邀請高雄市政府觀光局高美蘭主祕、環保局郭景聖專委、民政局林清益專委及遠東百貨徐雪芳總經理共同出席。主辦單位之一遠東集團徐元智先生紀念基金會黃茂德執行長說明，遠東集團 60 週年時，曾募集 152 萬支回收保特瓶，興建遠東環生方舟（臺北花博流行館）。如今歡慶 70 週年，再將環保行動落實為行動綠方舟 mini TRASHPRESSO，把環保教育列車開到高雄，希望提供港都朋友更多落實環保行動的機會。

只要 5 分鐘，「mini TRASHPRESSO 行動綠方舟」就能進行收集、破碎、加熱和塑形，1 小時即可將 50 公斤的廢棄寶特瓶，轉為有價值的產品，例如小巧精緻的花器，藉此延長塑料的使用期限。

活動展出至 12 月 20 日為止，消費滿 1,000 元即可免費獲得一個環保再生花器，歡迎民眾前來體驗。



遠百愛的串連 偏鄉學童體驗最先進的環保再生科技



為了讓缺乏資源的偏鄉學童有機會參與最先進的環保再生體驗，高雄大遠百特別邀請桃源國小師生參與行動綠方舟高雄啟動儀式，遠東百貨徐雪芳總經理並送上文具組合，鼓勵學童。

徐雪芳總經理表示，高雄市桃源區桃源國小地處南橫公路的要站，自從莫拉克風災肆虐之後，環境之創害甚鉅，人口外移及少子化現象嚴重，教師流動率高，也間接影響到學童的受教權；

今年適逢遠東集團 70 周年，特別邀請桃源國小學童參加「傳愛偏鄉・讓孩子更好」校外教學活動，由高雄大遠百免費接送，擴展學童視野，並推廣環保回收的理念，讓環保再生教育從小紮根，並縮短城鄉環保觀念的落差。

正確吃補 隆冬不吃苦

亞東醫院傳統醫學科／林巧梅醫師

到了立冬，許多家庭仍保有「補冬」的習慣，希望為冬天儲備好能量。然而，有些民眾進補之後，反而容易冒痘痘、血壓上升、口乾舌燥、喉嚨痛、便秘，甚至痔瘡出血。令人不禁懷疑，難道冬令進補錯了嗎？



進補源起於早期農業社會，當時人們普遍營養不足，在辛苦一整年後好好補補身子，確實對身體有益！然而，現代人不缺營養，為了避免補過頭，必須先了解自己的體質，若有氣虛、血虛時，可以補氣補血；若陰不足則可以養陰；至於火氣大的實熱性體質，最好不要亂補。

各種體質的進補方式

- **氣虛體質**：經常反覆感冒，講話有氣無力，四肢乏力，容易流汗，腹部有下墜感的人，可以服用補氣中藥，例如：黃耆、黨參、西洋參、四君子湯、六君子湯、補中益氣湯等。
- **血虛體質**：面色蒼白或萎黃，容易頭暈心悸、皮膚乾燥、月經量少的人，可以服用當歸生薑羊肉湯或四物湯來補血、養血。
- **氣血兩虛體質**：兼有氣虛及血虛症狀時，可以服用八珍湯、十全大補湯，市面上常見的藥燉排骨，就是以十全大補湯為基底。
- **陽虛體質**：屬於虛寒、冷底體質的人，比較怕冷，不妨吃些熱補的麻油雞，或是添加肉桂、八角、茴香等溫熱藥材的羊肉爐。
- **痰濕體質**：容易感到疲倦、身體困重、解便黏膩的人，可以服用四神湯來健脾胃、祛濕氣。
- **陰虛體質**：容易口乾，手心腳心熱感，皮膚乾燥的人，最好不要吃烤、炸、辣的食物，同時要避免熬夜，建議吃些養陰食材或藥材，例如：白木耳、百合、麥門冬、生地黃。
- **實熱體質**：容易上火、冒痘痘、便秘痔瘡出血者，不適合溫補熱補，也不要吃烤、炸、辣食物，避免熬夜，建議適量服用清熱解毒的藥材或食材，例如：綠豆、冬瓜、愛玉等。
- **瘀血體質**：循環不好，有痠痛問題者，

應避免涼性食材或藥材，推薦服用燒酒雞，因為燒酒雞裡的酒、當歸、川芎都具有活血效果。

常見的進補藥材

- **人參**：大補氣血，容易上火者，可以改用西洋參或黨參，但黨參補氣的力道較弱些。
- **黃耆**：可補氣固胃表，氣虛容易感冒、容易自汗出者，可以吃黃耆。
- **當歸**：可補血活血，其中，歸身補血多，歸尾活血多。
- **川芎**：可理氣活血，藥性溫和。
- **甘草**：有生甘草、炙甘草之分，前者清熱解毒，後者能補脾胃、調和藥性。
- **地黃**：可分為生地黃和熟地黃，生地黃養陰涼血，熟地黃益精補腎。
- **紅棗**：味甘，可益氣補血。
- **茯苓**：可健脾胃、祛濕氣。
- **枸杞**：能明目、養肝腎。
- **桂枝**：可溫通經脈，手腳冰冷者適用。

提升免疫力的方法

- **早睡早起**：中醫很重視睡眠，晚上 11 點至凌晨 3 點是肝膽經運行的時段，必須讓五臟六腑好好休息，細胞有修復的時間，才能擁有好的免疫力。
- **適度運動**：運動可以讓人氣血通暢，中醫說「通則不痛、痛則不通」，氣血不

通暢容易產生各種病症。

- **保持心情愉悅**：情緒也是中醫特別重視的部分，暴怒時，血壓可能上升，鬱悶時，氣血不通，容易胸悶或影響腸胃氣機（氣的運動）。
- **均衡飲食**：食物的成分是經過消化後，透過循環，影響五臟六腑，因此長期吃燥熱飲食，體質會變得燥熱；長期吃冰冷飲食，體質將變得虛寒、循環不好。唯有均衡攝取各種營養，才能讓身體運作好，擁有好的免疫力。

吃補的禁忌與注意事項？

以下情況者，不宜自行進補，需經醫師診斷，依從醫令指示服用。

- **感冒、發炎、發燒、感染，或是高血壓、肝腎臟病**：可能使病情更加嚴重。
- **懷孕、月經期間及手術前後**：不當進補可能引起出血過多。
- **青春期前小孩**：過早進補，可能造成青春期長不高。
- **服用抗凝血藥物者**：可能引起出血。
- **燥熱體質者**：需要平補或溫補，不然會火上加油。

正確吃補可以調理身體，減少在嚴冬手腳冰冷的情形，但有些熱性體質的人，進補後反而容易上火，必須多加注意，以免吃補過頭，就要吃「苦」了！

花格格 突破傳統走出創意

遠東百貨／鄭嘉蕙

翻開時尚雜誌不難發現，今年秋冬出現不少格紋的蹤影，除了Burberry、Aquascutum之外，時尚圈Dior、CELINE、LOEWE、Givenchy、COACH……都不約而同愛上格紋元素。不過，今年秋冬的格紋突破經典，以戲劇化誇張裝扮、局部性重點，搭出全新視覺震撼，快來看看經典「花格格」如何走出創意？

搭配技巧

- **去重就輕**：格紋雖然經典，卻總是給人一種沉重的視覺壓力，因此 2019 年秋冬格紋在搭配上，特別加進素色腰帶、襯衫翻領、亮色內搭，以降低大格小格橫陳的沉重。
 - **粗細混搭**：流行沒有對錯，粗格紋搭配細格紋、大格紋佐小格紋，裡外、上下、左右，你能想到的排列組合都請嘗試。勇於挑戰舊瓶裝新酒的全新思維，就能找到搭配新亮點！
 - **要寬勿窄**：過去格紋單品多以修身剪裁示人，但因為秋冬時尚 Oversize 風潮依舊，今年冬天就別管格紋放大線條的效果了，放下顧慮，別再為難曲線。
 - **風格多樣**：新一季格紋風潮除了穿搭出典雅經典 Look 之外，也可試試上寬下窄、外格內亮，或是搭配透明紗感、飄逸飛揚、誇張剪裁的單品，就會有意想不到的時髦感。
- 想要採購當季正 in 實用單品，遠東百貨為大家推薦：

跳 Tone 新品

「sandwich」編織格洋裝

輕薄有型的材質、簡單高雅的剪裁，更能襯托女性的美好體態，開會洽公時，建議搭配皮襯衫，更能顯出都會女性的個性美感。建議售價 5,190 元，**集團同仁獨家優惠價 4,152 元，限量 10 件**。洽詢專線：高雄大遠百 5 樓，(07)976-9191。

跳 Tone 新品

「maru.a」拼接撞色上衣

活潑亮眼的藍黑格紋加上異材質的單色拼接，更能彰顯設計感，而船型領口加上立領的不對稱造型，也使整體 Look 更有特色。建議售價 2,180 元，洽詢專線：新竹大遠百 4 樓，(03)522-6728。



經典必 Buy

「Master Max」針織小格紋外套

擁有精品感的亮麗毛呢材質設計，能帶出女性柔美線條，任何身型都可輕易駕馭，不論是正式場合或休閒穿搭，都能穿出時尚感。建議售價 5,680 元，**集團同仁獨家優惠價 4,550 元**。洽詢專線：遠百桃園 5 樓，(03)336-8375。

經典必 Buy

「PS'COMPANY」經典格紋西裝外套

原本單調無奇的西裝外套，有了經典蘇格蘭格紋交錯的線條配置，便多了一股精緻與質感，不管搭配褲裝、裙裝，都能散發出都會女性的成熟韻味。建議售價 4,980 元，**集團同仁獨家優惠價 3,400 元，限量 10 件**。洽詢專線：遠百中山 4 樓，(02)2964-9683。



青春正 Young

「Kinloch Anderson 金安德森」白色彩點俏皮格紋洋裝

俏皮格紋洋裝最適合下班後還有約會的妳，改造較為拘謹的白色襯衫，加上繽紛且不規則的彩色點點，就像生活的調味品，偶爾穿上短洋裝，為日常帶來些許變化，而荷葉邊的設計特別氣質出眾，簡單的背包與平底鞋配件，就是穿搭的好夥伴。建議售價 4,580 元，洽詢電話：遠百寶慶店 4 樓，(02)2389-2025、遠百嘉義 3 樓，(05)283-3419。



青春正 Young

「Sixty 8ight」維多利亞風格紋襯衫

經典宮廷維多利亞風襯衫，以秋冬必備的紅黑格紋圖樣呈現，在聖誕節登場相當應景。搭配肩膀荷葉邊層次，優雅中又不失俏皮，即使是基本格紋也能有多元樣貌。建議售價 798 元，洽詢專線：板橋大遠百 4 樓，(02)2964-8287。



備註：全文「優惠價」需要出示集團員工識別證，期限至 2019 年 12 月 31 日止。掃描 QR Code 看更多遠東人專屬優惠





糕餅與歲時節慶——創意發糕DIY

豫章工商／王淑儀

糕餅雖不是日常飲食的主角，卻是平時茶點的常客，在生活中佔有一席之地。尤其糕餅文化與年節、禮俗、宗教信仰緊密相連，是各種節慶、祭典常出現的必需品。本期「美食網」將為您示範改良版的創意發糕，大家不妨一起動手做，讓今年農曆春節的供桌上多一些變化！

不同種類的糕餅具有不同的祈福寓意，例如：農曆春節祭品年糕象徵「步步高升」；蘿蔔糕則代表「好彩頭」；而發糕帶有「發財」、「開運」、「大發利市」的寓意。傳統發糕在製作時，最忌諱講不吉利的話，小孩也不可旁嬉笑打鬧，以免發糕發不起來，影響新年度的運勢。

一般市面上販售的發糕用碗盛裝，通常以白糖為原料製成白色發糕，或以黑糖、二砂糖為原料製成黃褐色發糕，讓表面隆起開裂如花朵盛開。此次嘗試將古早味發糕加入各式天然色粉，賦予獨特的新滋味與視覺上的新享受。

【材料】

配方一：低筋麵粉210公克、在來米粉90公克、發粉10公克、水270cc、白糖（黑糖或二砂糖）210公克

配方二：蓬萊米粉180公克、低筋麵粉130公克、發粉5公克、小蘇打粉2.5公克、熱水120公克、冷水240公克、白糖（黑糖或二砂糖）120公克、各式天然色粉（可可粉、抹茶粉、紫薯粉、草莓粉、南瓜粉、薑黃粉適量）

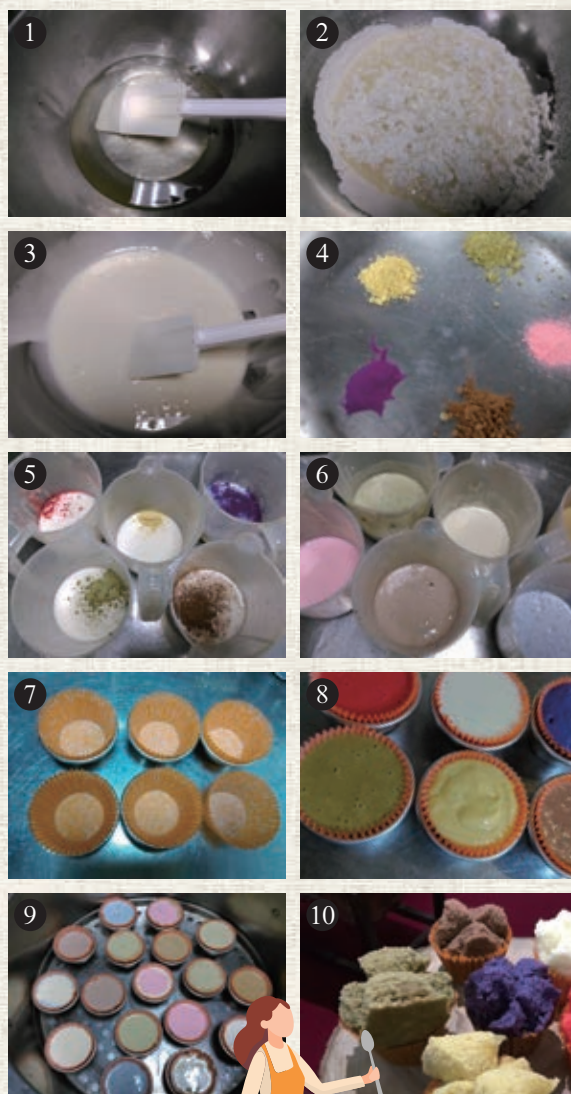
【做法】：

- ① 將熱水倒入糖中攪拌，直至糖融化，再加入冷水拌勻。
- ② 將低筋麵粉、蓬萊米粉（或在來米粉）及發粉、小蘇打粉一起過篩。
- ③ 將作法1拌融的糖水加入粉中拌勻，放置幾分鐘後，倒入紙模，每杯約九分滿。

- ④ 若希望改變發糕的顏色，則須將配方中的黑糖改成細砂糖，並加入各種顏色的色粉拌勻，倒入紙模中，每杯約九分滿（因紙模不耐水蒸，外面需另套上一個耐熱的硬容器，才不會軟塌）。
- ⑤ 蒸籠鍋預熱後，放入發糕米糊，以大火蒸約 20 分鐘，直至麵糊不沾黏即可。

【備註】

- ① 配方一的低筋麵粉量多，製作出的發糕較容易膨發，且放置幾天依然口感鬆軟；配方二改添加蓬萊米粉，成品較有黏性、口感 Q 彈，但隔天吃會變硬，需要再蒸熱，兩種配方皆可添加天然色粉。
- ② 除了添加天然色粉，呈現不同的味覺、視覺效果之外，亦可加入蜜紅豆、果乾、龍眼乾、葡萄乾及堅果類等，讓口感吃起來更豐富、更有層次。
- ③ 蒸發糕一定要用大火，且過程中不可開蓋，另外，蒸籠應事先預熱，發糕的裂口才會又大又漂亮。
- ④ 發粉即是泡打粉，是發糕膨大的來源，購買時，建議選擇無鋁的泡打粉較健康；亦可使用酵母做膨發劑，但發酵時間較長。
- ⑤ 蒸發糕的容器可以選用瓷碗、陶碗，導熱效果更好。
- ⑥ 發糕亦可用兩種顏色的米糊做分層變化，下層放七～八分滿，上層則輕輕以畫圓方式倒入（以免混色）至九分滿，可呈現不同的色彩效果。



完成

互聯網電子資料證據舉證指引（下）

遠東新世紀（中國）法制室／唐思雨

隨著科技進步，人們的生活與網路已經和電子商品愈來愈密不可分，電子證據的使用也愈來愈頻繁。上期「法律網」介紹手機短信、傳真件、電子郵件、網頁證據、電子聊天記錄等五項常見的電子證據，本期另針對民眾常使用的錄音、微信以及電子照片，說明舉證時應注意的事項。

一、錄音

1、錄音證據有效的認定

❶ 錄音物件必須是本人，撥打的電話最好是被錄音者在電信或移動等公司登記的號碼。若有人不承認被錄音者是本人，應及時申請司法鑒定，鑒定費用承擔問題由法院判決（一般由敗訴方承擔）。

❷ 錄音內容必須完整反映債權債務或其他民事權利義務內容，愈具體越好，愈準確越好。

❸ 錄音應未被剪接、剪輯或偽造，前後連接緊密，內容未被篡改，具有客觀真實性和連貫性。

❹ 錄音取得方式應當合法，以侵害他人權益或違法取得的證據，不能作為證據。

❺ 錄音內容必須反映被錄音者的真實意思，任何通過非法限制人身自由、威

脅等手段取得的證據都無效，因此錄音時，態度、語氣一定要和善。

❻ 錄音應留下原始載體，通過錄音筆或手機錄音後，應拷貝到電腦，存在錄音筆或手機中的錄音資料不要刪除。如果對方有異議，法院或鑒定機構會要求出示原始錄音材料，另外，錄音完畢後，要整理成書面材料，並刻製成光碟，提供法院參考。

❼ 在公證員面前撥打電話並錄音，公證處會出具《證據保全公證書》。經過公證的證據證明力高於一般的證據，能被法院認定沒有經過剪接，且公證費用並不高。

2、如何收集與提交錄音證據？

❶ 錄音應在安靜和不受干擾的地方，以獲得較好的錄音效果。

② 錄音器材盡量選擇體積小、易隱藏、錄音時間長、音質高的設備，採訪機、錄音筆或帶錄音功能的 MP3 皆可，最好能夠進行複製。

③ 準備好取證的事項和希望對方承認的事實，及早對談話內容作準備，包括事先考慮好的問題和對方可能的態度，以及如何誘導對方表態等。

④ 談話方式應注意以下幾點：

a. 過程中，交代時間、地點，明確各方談話者的身份，並且在交談時盡量稱呼全名，以增強錄音的關聯性和可信度。

b. 最好能與其它證據相互印證。

c. 談話內容不要涉及與案情無關的個人隱私或商業秘密。

d. 著眼於事實的敘述、承認或否認，不要糾纏於法律責任的爭論。

e. 控制談話時間，說到重點即可。

二、微信證據

1、微信記錄

① 文字微信記錄可通過手機截屏、拍照、匯出等方式提取與保存。

② 圖片微信記錄表達的意思通常需要整個聊天記錄、文章來幫助理解，辦理保全公證時，一定要將圖片與其他記錄整體進行公證，不建議單獨對圖片進行保全公證。

③ 微信語音通話屬於證據中的電

子資料，資訊保存在 SD 卡的 /Tencent/MicroMsg/**/voice2（“**”為最長的目錄名）的目錄下，可通過分辨、鑒定語音中的聲音來確定使用者身份。不過，微信語音通話必須滿足 4 個條件才可定案，包括：來源必須合法、必須能夠確定通話雙方為本案當事人、通話時間確實在涉案事實的時間段內、通話的內容具有相對完整性，能反映當事人想要證明的事實。

④ 視頻微信記錄具有直觀反映事實的作用，通常使用者自行拍攝的視頻更有證明力，轉載或製作的視頻因為不知道原始出處，通常證明力不如自行拍攝的，辦理保全公證時，要注意對視頻形成方式的審查。

2、微信證據滿足的要求

微信記錄以電子資料形式存在，具有形式虛擬性、載體依賴性等特點，必須滿足證據「真實性」、「合法性」與「關聯性」的要求。首先，真實性方面，當事人除提交聊天記錄列印件外，還必須出示手機原件，或是對微信記錄進行公證，以證明其客觀真實性。而在合法性方面，電子證據必須具有實體法規定的特定形式，按照法定程式提供、收集、調查和審查核實。如果涉案證據很關鍵，當事人又無法提供，可以申請法官進行調查取證。至於關聯性方面，包括主體關聯性及內容關

聯性，前者指電子證據的資訊載體同當事人或其他訴訟參與人之間的關聯性，後者指電子證據的資訊內容同案件事實之間的關聯性。

3、微信證據的保全建議

微信記錄形成時，必須立即通過拍攝視頻的方式進行證據保全，拍攝時應盡

可能在微信記錄形成的同時拍攝，且注重連貫性與完整性，始於待證事實關聯的首條記錄，止於該段聊天結束，過程切勿中斷。

① 注意己方證據的形成：

a. 通過誘使對方發送語音，便能鎖定對方主體資格，將現實的身份與虛擬的微信帳戶關聯。語音訊息無須限於所保全的



微信記錄，只要在該帳戶中存在任意語音訊息，就能鎖定帳戶持有人的具體身份。

b. 由於現在手機實行實名制，因此，通過微信選擇「添加朋友」功能，輸入手機號搜索，便可將手機機主與微信帳戶持有人關聯。建議保全微信證據的同時，將搜索手機號的過程一併拍攝視頻保全，防止日後對方解綁手機與帳戶，導致無法關聯。

c. 鑒於微信紅包無法顯示轉帳金額，因此，轉帳時應直接使用微信轉帳功能，並註明轉帳用途。

② 注重保存已形成的證據：使用手機助手類軟體時，切勿清理微信檔、視頻、圖片或語音訊息，慎用「一鍵瘦身」、「垃圾清理」等自動清理功能。同步雲端的微信記錄由原始記錄複製而來，屬於「傳來證據」（經他人轉述或傳抄等間接途徑的第二手材料），不能單獨作為定案依據。

4、關於微信記錄的舉證

微信記錄應全部截屏並列印，同時將保全記錄的視頻刻成光碟一併提交。此外，聊天所用的手機是微信記錄形成的原始載體，拍攝使用的設備是保全視頻形成的原始載體，因此，在庭審舉證時，必須同時出示這兩項原始證據，開庭前，應檢查移動設備的信號情況，以免庭審中因網

路信號不佳，無法展示證據。

對於微信中的聊天記錄，當事人應提供的證據要素包括：一是使用終端設備登錄本方微信帳戶的過程演示，用以證明其持有微信聊天記錄的合法性和本人身份的真實性。二是聊天雙方的個人資訊介面，借助微信號不可更改的特點，並結合個人資訊介面中顯示的手機號碼、頭像等資訊，確認雙方當事人的真實身份。三是完整的聊天記錄，根據聊天記錄在使用終端中只能刪除不能添加的特點，雙方各自微信用戶端中完整聊天資訊進行對比，以驗證資訊的完整性和真實性。

三、電子照片

搜集和保存數碼照片時應留意影像的品質，儘量保證畫面的清晰度、高圖元，且拍攝時應由遠而近、環環相扣，「遠」景照片可反應整體現場環境，「近」景照片則反應局部的現場。此外，不要輕易更改原始的影像格式和內容，採用協力廠商電子證據保全機構的軟體、硬體產品進行證據保全時，最好能在拍攝後同步將拍照人員、相關在場人員、日期等資訊記錄後，第一時間進行保全。數碼照片最好能與其他證據形成證據鏈，通過相互印證，強化證明力。

2020 年歐美經濟投資展望

遠智證券／詹定成

歲末年終，又到了展望來年的時刻，別忘了投資理財也需要好好擬定新計畫。本期「財經網」針對美國和歐洲提出經濟分析與投資展望，提供投資人新年理財配置參考。

2020 年歐美投資聚焦在美國預防性降息與低利率寬鬆的資金環境、有利配置指數股票型基金（ETF）及高收益債券；歐洲擴大負利率並實施新一輪量化寬鬆，資產配置重點轉向高股息股票及類收益型證券，以下是 2020 年歐美經濟投資展望：

一、美國經濟投資展望

依據現有總體經濟數據及聯邦基金期貨資料，市場預估聯準會今年底將會再次降息，今年底利率區間在 1.50% ～ 1.25%，明年預估基準利率在 1.25% 低檔不變。以下是幾項重點觀察：

1. 經濟持續成長：美國經濟成長邁

入第 11 年，為美國 1854 年以後經濟擴張最長周期，迄今仍未出現經濟擴張後期現象，例如：因高通膨、高利率及勞動力緊俏造成薪資大漲等跡象；國內經濟為貢獻 GDP 增長最大部門，個人消費貢獻 1.8%，政府支出貢獻 0.4%，海外固定投資貢獻 0.4%，出口部門貢獻則為 -0.4%。

2. 庫存調整及企業獲利：因 2018 年下半年庫存累積過多，影響 2019 年上半年製造業生產及聘雇計畫，雖然目前庫存銷售比率仍低於 2016 年的高峰，但近期經濟成長放緩拖累庫存去化，下半年庫存仍將持續調整。企業獲利驅動私部門聘僱

實際 / 預測（註 1）	Q119	Q219	Q319	Q419	2018	2019	2020
實質 GDP（年比 %）	3.1	2.1	1.8	1.7	3.0	2.2	2.1
失業率（%）	3.9	3.6	3.6	3.4	3.8	3.4	3.4
Core CPI（年比 %）	2.1	2.1	2.2	2.3	2.2	2.3	2.2
Fed 利率上限（%）	2.5	2.5	2.0	1.5	2.5	1.5	1.5

及投資，預期明年經濟增長趨勢不變，私部門明年仍將持續增加聘僱人力及進行商業投資。

3. 潛在成長風險：美國個人所得成長增速減緩，下半年臨時聘僱增加及就業人口增長放緩，成為 2020 年經濟成長的主要風險，加上美中貿易衝突降低製造業廠商聘僱意願，雖然下半年個人所得成長幅度仍大於通貨膨脹，可以持續維持個人消費支出，推動經濟增長，但成長力道明顯減弱。

4. 基準利率預測：聯準會基於全球經濟放緩及貿易逆風拖累成長，今年 7 月及 9 月採取預防性措施各降息一碼，彭博經濟研究團隊預期聯準會年底前將再次降息，今年底基準利率預期將來到 1.50%～1.25%，若 10 年期公債殖利率年底前跌破九月低點 1.45%，則明年上半年聯準會可能再次實施預防性降息。

5. 投資展望：鑒於美國標普 500 大企業股息殖利率仍高於美元 10 年期公債利率（註 2），市場預期積極型投資人資產配置偏重 ETF，參與企業長期成長紅利及資本利得；而聯準會預防性降息及寬鬆

資金的連續作為，有利債券發行人借新還舊，降低債券違約機率，穩健型投資人除配置 ETF 外，亦配置高收益債券；保守型投資人除配置美國公債外，亦配置投資級債券。

二、歐元區經濟投資展望

依據現有總體經濟數據及歐元交換利率資料，市場預估歐洲中央銀行（ECB）今年底將維持存款利率在 -0.5% 不變，改以量化寬鬆政策及分級利率制度，繼續支持歐元區經濟。以下是幾項重點觀察：

1. 經濟零成長：歐元區經濟成長受到德國經濟衰退及義大利零成長所影響，GDP 成長率減半為 0.2%，若經濟衰退持續擴大或擴散至周邊國家，整體歐元區將面臨經濟零成長。目前以區域邊緣國家，如：西班牙、愛爾蘭及希臘等國，經濟表現較佳。

2. 經濟成長三大風險：英國無協議脫歐、中國經濟硬著陸及歐美關稅衝突為明年歐元區經濟成長三大挑戰，後二項因素已於今年第二季開始嚴重影響德國

實際 / 預測（註 1）	Q119	Q219	Q319	Q419	2018	2019	2020
實質 GDP（年比 %）	0.4	0.2	0.2	0.3	1.9	1.1	1.2
失業率（%）	7.8	7.6	7.6	7.6	8.2	7.7	7.4
Core CPI（年比 %）	1.0	1.0	1.0	1.1	1.0	1.0	1.1
Fed 利率上限（%）	-0.4	-0.4	-0.5	-0.5	-0.4	-0.5	-0.5

出口，德國工業生產出現雙位數百分比下滑，製造業減少聘僱及資本支出，德國政府可能被迫推出財政刺激政策，以避免明年陷入經濟衰退。

3. 通膨及利率預測：依據目前已公布資料顯示，今年歐元區核心通膨率（Core CPI）1.0%，已經長期偏離ECB目標2%，而ECB首席經濟學家亦表示，歐元區需要長期高度寬鬆貨幣政策，因此市場預期2022年前，ECB不可能調升存款利率，而ECB高度寬鬆貨幣政策改以「債券購買計畫」及「分級利率制度」取代，前者壓低長期融資利率，降低國家及優質企業融資成本；後者透過ECB減收銀行提存準備金的費用，緩和歐元區銀行因負利率政策造成的獲利損失。

4. 投資展望：鑒於道瓊歐盟50指數企業股息殖利率遠高於德國10年期歐元公債利率（註3），市場預期積極型投資人資產配置專注ETF，參與企業長期現金紅利及資本利得；穩健型投資人則偏重配

置定期收益性、安全派息的股票、ETF或混合證券，而ECB長期高度寬鬆貨幣政策及債券購買計畫，有利企業以零利率或極低利率借新還舊，債券違約機率低，保守型投資人專注投資正利率歐元公司債，以消除負利率貨幣政策對投資本金的影響。

三、結論

歐美ETF做為投資人資產配置的重要類別，雖然明年全球經濟放緩，但處於低利率或負利率的貨幣政策環境下，不代表投資人的股權投資必然退場或降低投資比重，2020年美國經濟在國內消費帶動下，市場預期美國ETF或高收益債券報酬率將優於公債利率的績效表現；而歐元區在ECB負利率及長期高度寬鬆貨幣政策下，預期定期收益性、安全派息的股票、ETF或混合證券報酬率將優於公債利率的績效表現。

註釋：

- *註1：上述總體經濟資料來源彭博資訊，2018年～2019年Q2資料為歷史資料，2019年Q3～2020年美國資料為美國聯準會的經濟預測，2019年Q3～2020年歐元區資料為彭博資訊彙整各家研究機構的經濟預測。
- *註2：彭博資訊2019年九月份資料顯示美國標普500大企業股息殖利率高於美國10年期公債殖利率。
- *註3：彭博資訊2019年九月份資料顯示道瓊歐盟50大企業股息殖利率遠高於德國10年期公債殖利率。

※免責聲明：本公司當盡力提供正確之資訊，所載資料均來自或本諸我們相信可靠之來源，但對其完整性、即時性和正確性不做任何擔保。本報告不存有招攬或要約購買或出售證券及／或參與任何投資活動的意圖，投資人如參考本報告進行相關投資，應自行承擔所有損益，本公司不負任何法律責任。本報告僅供參考，非經本公司同意，不得將本報告內容之部分或全部加以複製、轉載或散布。

防護升級！公費流感疫苗 11 月開打

遠東新世紀／楊惠倫

世界衛生組織今年流感疫苗選株公告時間延後一個月，導致全球流感疫苗供應與臺灣公費流感疫苗開打時間雙雙延後。本期「法律網」特別提供不同族群疫苗施打的時程，高危險群的民眾記得早日完成接種，提升保護力！

今年世衛組織為了提升預測精準度，遲至 3 月底才公布北半球流感疫苗選株結果，使全球流感疫苗製造生產及供應時程延後，並連帶影響臺灣公費流感疫苗開打期程。目前夏季流感持續，推估將導致冬季流感疫情較往年延後開始，符合公費接種條件之民眾，只要按接種時程儘速完成，即可於農曆春節前後之流感高峰期前獲得足夠保護力，不致於影響冬季流感防疫；同時也鼓勵未具公費接種資格之民眾，可自費接種一劑流感疫苗，除了保護自己與家人，亦能提升群體保護力。

今年四價公費流感疫苗將採分批接種，11 月 15 日起，為國小至高中學生及醫事人員施打；12 月 8 日起，開放 65 歲以上長者及學齡前幼兒施打；2020 年 1 月 1 日起，為其他公費對象施打。

不少民眾不解，為何不是重症、死亡風險較高的 65 歲以上長者優先接種，衛福部表示，在疫苗供應無法滿足全部對象



同時開打的狀況下，應考量如何阻斷社區大流行，進而降低高危險族群感染風險，減少其併發重症或死亡。由於學生在學校集體活動，相互傳染，帶著病毒回家，將流感傳染給家人，家人在社區活動又將流感帶進社區，造成 65 歲以上長者及學齡前幼兒等高風險對象中鏢。因此從學生和醫事人員等高傳播族群開始阻斷，才能有效保護重症高風險族群。

另外，衛福部強調，接種疫苗不是防治流感唯一的辦法，全民的危機意識及防疫觀念更重要，呼籲醫護人員面對疑似流感患者，應積極治療、隔離，學校也應落實停班、停課，民眾更要注意手部衛生及咳嗽禮節，才能有效降低感染的風險。

（資料來源：聯合新聞網、衛生福利部）

行銷市場大金礦 挖掘世代的「點數」心理學

天下創新學院提供

HAPPY GO 15歲了！HAPPY GO推出至今，贏得消費者紅利點數平臺市占率近7成！為此，GO SURVEY本次深入挖掘現今大眾對於點數在各種生活使用情境，透過行為的觀察，得以瞭解消費者在點數運用的最新趨勢及對未來點數服務的建議。

近9成國人愛集點，獲得省錢小確幸

根據 GO SURVEY 調查，高達 87% 的國人曾使用點數平臺服務。除點數平臺外，民眾也會使用超市量販（83%）、信用卡刷卡（80%）、超商（79%）的點數服務。其中，18～39 歲較常使用藥妝、手搖杯飲料和速食店點數服務；40 歲以上則較常使用超市量販和信用卡點數服務。

點數服務可結合實體藥妝、手搖店、速食店商品回饋，創造省錢消費小確幸，增加 18～39 歲客群對點數的愛用，進而增進品牌的黏著度。刺激 40 歲以上客群消費，則可利用超市量販和信用卡點數活動，創造點數使用時機。

如何開始集點？觸發點也有世代差異

主要引發民眾開始使用點數服務的原因是「經常在這個店消費所以就申辦

了」（63%），「為了要獲得現金回饋」（62%），「購物的商店剛好有活動就加入」（55%），「申辦的信用卡剛好有點數服務功能」（55%）。

18～39 歲客群較常因現金回饋、下載店家 APP、要購買商品、親友推薦、跟家人一起用而使用；40 歲以上則較常因信用卡優惠而使用。民眾常消費的商店結合點數服務平臺，運用點數折抵現金回饋活動或信用卡申辦活動，更可为商店招募新客，觸發新客群的點數運用，並擴大目標客群的人數。

累兌點時機，逛街和購物為大宗

以民眾累積點數或兌換點數場域來說，在實體或線上逛街／購物、量販／超市購物、去餐廳吃飯時，是主要的累兌點時機。18～39 歲客群較常在線上購物時累兌點；40 歲以上則較常在量販超市購

物時累兌點。點數服務可結合民眾較常累兌點的場景，活絡消費點數的運用，創造額外消費商機。

民眾兌換都換什麼？世代需求大不同

調查結果顯示，18～39 歲較喜歡用點數兌換新的 LINE 貼圖或手機主題，以及果汁飲料、日式零嘴類，還有旅遊相關商品；而中式零嘴類、生活小家電、咖啡和茶包，以及家庭清潔用品，則比較能促動 40 歲以上客群來兌點。當民眾用點數可兌換的品項更加多元、種類越多、CP 值越高，其點數價值就變得越大，更能觸動點數運用的普及化。

哪種點數促銷優惠最能吸引客群？

什麼樣的點數促銷優惠活動會吸引民眾呢？調查發現，點數折抵現金（84%）、點數加倍送（72%）、信用卡刷卡贈點（68%）是最有吸引力的點數優惠活動。另外，18～39 歲愛的是各平臺相互轉點活動；40 歲以上則比較喜歡信用卡刷卡贈點或紅利金活動。針對不同客群提供合適的點數促銷優惠活

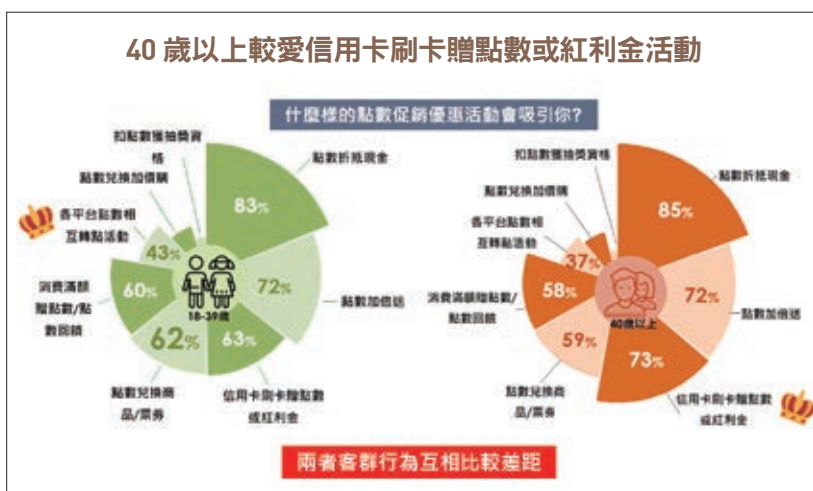
動，能夠讓行銷活動更有效益。

點數經濟之所以可以持續活絡，與民眾消費生活的完美結合是一大關鍵。若點數服務能結合消費者偏好，在不同生活場景下的日常所需或延伸服務，將更能刺激消費，例如善用日常必須品（如瓶裝水與衛生紙），以及實用工具（如手機與通訊相關周邊商品），或是茶飲、咖啡、冷藏食品、烘培西點與零嘴等食品，都可以吸引兌點，並連結現金折抵、商品兌換、刷卡贈點等點數活動來刺激消費。

未來點數服務可走向「點數生態系」，加深目標客群點數經營，活躍點數運用，包含日常食、衣、住、行等層面，都能累積和花用點數，讓消費者在一個跨通路、跨平臺的通用性點數中，對品牌及商店的黏度更高。



詳細圖表請見
《遠東人》官網



※ 調查說明：「點數使用行為調查」為 GO SURVEY 市場研究顧問於 2019/2/6～2019/3/5 期間，在 GO SURVEY 平臺上執行線上網路調查。總共回收了 2,865 份樣本，受訪者條件為 18 歲以上且過去曾經使用過點數平臺的 HAPPY GO 卡友。

2019「遠東集團聯誼會暨遠東新世紀經典馬拉松」活動紀實

遠東新世紀／范富珍

本屆「遠東集團聯誼會暨遠東新世紀經典馬拉松活動」10月26日再度在新埔化纖廠隆重登場，今年適逢集團70周年慶，遠東新世紀公司特別在活動現場設置「70有愛 遠東HAPPY GO」的攤位，號召跑友下載「HAPPY GO App」，每天只要走完7,000步，就能達成公益挑戰，將HAPPY GO點數捐予兒童教育等公益單位，吸引不少跑友到攤位下載App，為臺灣教育貢獻心力！

為促進關係企業同仁的友誼，每年舉辦遠東新世紀經典馬拉松活動的同時，也會舉辦遠東集團聯誼會。今年除了例行的「力拔山河」拔河賽之外，去年大受好評的關係企業「籃球友誼賽」也同步登場。值得一提的是，徐旭平副董事長、徐國安創新長亦在百忙之中前來參與，為活動增添許多風采。

今年的馬拉松賽事在路線規劃上，除了考量減少交通衝擊及降低用路人的不便之外，也希望藉此機會向跑友推廣新埔的田園風光、在地文化及客家美食，讓跑者對新埔留下深刻的印象。跑者在路途中，不僅能縱橫田園阡陌聞稻香，也可路過新埔客家居民的信仰中心「義民廟」，來趟心靈的洗禮，更可到箭竹窩路段的在地人私房景點，享受道地的客家人文及農產美

食。而為了讓跑友跑得更舒適，每一屆賽事都提供優質的機能路跑衣，今年的跑衣外層為環保布料回收隔熱抗UV紗，可反射陽光熱源，達到隔熱降溫的效果，並且具抗UV功能；內層為環保布料回收疏水快乾紗，可快速將汗水排至表層，保持肌膚乾爽，不但能跑出健康，也可為海洋環保與地球生態盡一份心力。

活動中同時舉辦園遊會，邀請社區及社會大眾擺設攤位，販售在地農特產、客家美食，藉此推廣本地特色商品。

今年邁向第十一屆的《遠東新世紀經典馬拉松》，其深度、厚度及廣度是企業與跑友共同成就的。過往雖已締造了不少佳績，未來我們仍將再接再厲，努力打造同仁與跑友健康幸福的殿堂！

恭賀遠東集團七十週年

7,000 魔咒

遠東百貨／鄭嘉蕙

「你昨天7,000了嗎？」早上同事相遇，道的不是早安，而是詢問是否成功「領取獎勵」。這是十月份參與「70有愛 遠東HAPPY GO」活動的心情，從個人到公司、從遠百到集團，大家HAPPY「GO」起來的不僅是步伐，還有一串串健康喜悅的心。

—— 年前因為摔斷腳踝，連兩年動刀，
—— 右腳踝老是鬧彊扭。天氣變化疼、沒變化也疼；走多了疼、走少了也疼，不想靠止痛藥過日子，於是想，如果把腿部肌肉練強壯，會不會比較不鬧騰？

就這樣，從 2018 年底，我開始安步當車。早上，先陪孩子到學校，再走到萬華，搭公車前往板橋上班。這趟路約莫 5 公里，我還時常換路走，想看看不同的風景。中午，肚子仍不餓，休息時間乾脆繞著新板特區二樓空橋走，一路走到板橋第一運動場，在專業級的跑道上走走跑跑，一小時可以走上 8 公里。

就這樣早上一趟、中午一回，再加上來回捷運站的距離，一天差不多走了 20 公里。

今年 9 月份，得知集團為慶祝 70 週年，將推出「走路做公益」的活動，只要一天走滿 7,000 步，即可獲得抽獎機會，累積的

步數還可捐點做公益。這簡直是為我量身打造的活動，為了得獎、為了幫忙公益團體，當然得開開心心走起來！

既然一天有兩萬多步的實力，我滿心期待十月到來，好好在「70 有愛 遠東HAPPY GO」活動中大展身「腳」。誰知道，某天，補班補課的日子，孩子上學、先生上班，只有和大家補班日不一樣的我在家。不用忙乎家人，連飯都懶得做。沒想到傍晚打開 HAPPY GO App 時，才發現竟然只走了 333 步！這……簡直太誇張了！我趕緊換上鞋襪，積極開走，先去娘家串個門子、再到操場走上幾圈。還好成功在晚餐前達標，總算沒漏氣！

有同事笑說，7,000 是魔咒，我倒視為是目標。而集團競賽固然是榮耀，卻也是一種健康督促，深藏著期待每一位遠東人都能越來越健康的用心。



緬懷

遠東新世紀／楊志強

「天下無不散的宴席」這句聽起來稀鬆平常的諺語，如今對我而言，卻是如此沉重！

如往常，每天下班後回家陪母親吃完晚餐，再趕赴醫院探望臥病在床的父親。看著父親斑白的頭髮，輕輕握著他的手：「爸，我來了，今天好點了嗎？」父親從一開始略有生氣的回應，到最後僅能用無法聚焦的眼神望著我，我們的眼淚擦了又濕、濕了又擦。

護理師匆忙的在病床前來來回回，身上貼滿各種儀器偵測線的父親，只能藉由一臺小小的螢幕，解讀他的生命指數。心跳、血氧、血壓及呼吸頻率這四個指數，成為全家近兩個月的生活重心，操縱了我們的喜怒哀樂。

母親常說，父親年輕時是帥氣挺拔的大男孩，溫柔又體貼，典型雙魚座的男生，浪漫多情又顧家；小時候，我對父親的印象總是威嚴又慈祥，每天晚上，大家都引領企盼門鈴聲響起，一窩蜂衝去門口，與其說是迎接父親下班回家，不如說是期待他手裡拎著的水煎包、豆花等點心，看著我們五個小蘿蔔頭吃得開心，父

親也笑得開心，大家嘖嘖喳喳圍著父親撒嬌、說話、告狀，母親則在廚房裡如火如荼與鐵鍋、炒菜鍋及飯鍋奮戰。

父親是個不多話的人，一生之中，總是不與人爭鋒、不忤不求，生活平凡而單純，靠著自己雙手，養育五個孩子長大成人。記憶中，我們之間沒有太多煽情的對話，或許覺得不自在，連擁抱也幾乎不曾有過。不過，他一直採取「愛的教育」，從不苛責課業成績，即使大學聯考挫敗，父親也沒有嚴厲斥責我，只是靜靜看著我，要我思考接下來該怎麼走。猶記得當年，父親在酷熱的大太陽下陪考，他拿著板凳，扇著幾張皺皺的報紙，坐在老樹底下，揮汗如雨，看見我沮喪的表情，仍一臉淡然的笑著，不忍給我壓力，就像朱自清在「背影」中的描述，父親的愛總是默默的、內斂的，放在內心深處。

父親年幼即歷經喪母和痛失手足，生活過得並不輕鬆，兒時的他，總是天未亮就拿起鋤頭，跟祖父一起採挖竹筍和高



及曲調，只能在記憶中探索了。

人走了，風輕了、雲淡了，窗外樹梢的那幾片黃葉落下了。耳邊迴盪的佛音，彷彿提醒著父親已遠去，我們的思念只能寄託在縷縷清香上，父親的一言一笑、那些曾經走過的地方、曾經

用過的東西……都深深烙印在我們心中。

感謝父親的養育之恩，我們將您託付給陽明山的山林，希望好山好水陪伴您，無聊時可以散散步，看看那片翠綠的山林，欣賞風聲、水聲、蟲鳴及鳥叫聲帶來的交響樂，伴隨著樹梢偶爾傳出的樹葉聲，享受大自然的靜謐及安詳。

最後，謹以黃思婷的一曲〈溫暖的雙手〉，敬獻給偉大的父親：「記得大手牽小手，教我一步一步慢慢地走，現在讓我牽你的手，請你放心的走。記得你慈祥的笑容，慢慢溫暖在我心中，感謝你養育我，讓我變得成熟。不怕黑夜等候，現在換菩薩牽你的手，請你放心跟他走，放下所有牽掛，帶著我的祝福。你永遠在我心中，現在換菩薩牽你的手，請你放心的跟他走，放下所有牽掛，帶著我的祝福。我愛你，你永遠在我心中」。

麗菜，再扛著滿滿的作物前往市集叫賣。如此經歷，也讓父親生活上更獨立自主，不僅肩負起照顧妹妹們的責任，也扛起家中長子的重責；尤其當年憑著自學，考上中華郵政，可是一件光耀門楣的大事。時光飛逝，父親在郵政機構一待 30 年，退休時，還獲得中華郵政頒發一座大大的銀盤，上面刻著「功在郵政」，父親常引以為傲，我們也以父親為榮。

個性內向的父親，晚年並未與朋友有太多互動，生活重心圍繞在母親及我們身上。不過，無師自通的他，常常信手彈出一首好聽的歌曲，或是大家耳熟能詳的民謠小調，令我們讚嘆不已。家中那組升級版的「點將家」卡拉 OK，也是父親茶餘飯後唯一的樂趣，受過日本教育的他，不僅可以唱出道地且令人回味的日文歌，還能說出歌詞中的意境，如今，這些歌聲

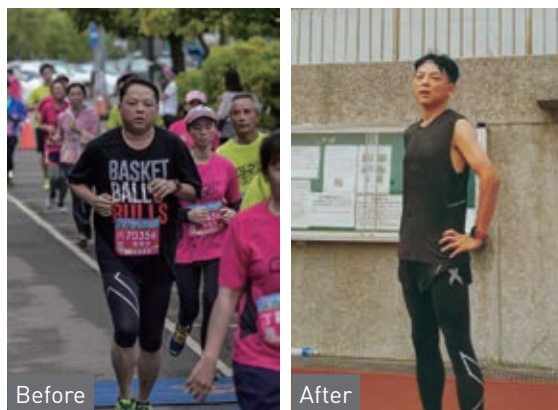
我的減重日記

遠東新世紀／黃順忠

以前總是對於健康檢查的異常數據不以為意，一日，從工廠的健康管理網頁，查看自己連續三次的健檢資料變化，才發現大事不妙。不僅數據越來越差，甚至有血壓高、腳痛……等毛病。想起有位同事，去年參加工廠舉辦的減重班，總共減少13公斤，而且體態至今一直維持良好，成效實在令人羨慕，於是我也展開了減重計畫。

說起減重，最重要的兩件事，第一是改善飲食，攝取足夠的蛋白質，並降低油脂食物、澱粉類食物攝取，甚至飲料、宵夜都不吃，第二件事是每週規律運動4～5天。

就這樣持續至今日，期間也參加工廠內的減重活動，從中學到不少正確的減重觀念，如今終於瘦身有成，從2018年6月的95公斤，到2018年12月的86公斤，再到2019年8月的67.7公斤，14個月共減少27.3公斤，除了身體輕盈很多，血壓也恢復正常了。更重要的是，還修正了不良的飲食行為，並且養成持續運動的好習慣。當然，減重期間我也曾遇到停滯期，體重遲遲無法下降，最後是藉由調整飲食和運動，才能順利減重。總括來說，減重的要點為：



1. 戒掉含糖飲料

除了戒掉含糖飲料，每天還要補充2000ml左右的水量。通常我會在起床後，先喝一大杯水，促進腸胃蠕動，平常則持續補充水份，增加飽足感。

2. 利用「減重321餐盤」控制澱粉攝取

「減重321餐盤」是一種飲食邏輯，不僅能幫助飲食均衡，也可有效控制澱粉

的攝取量，甚至控制熱量。實行方式是以圓形餐盤盛裝食物（用其他容器也行），照著 3：2：1 蔬菜：蛋白質：澱粉的比例進食，其中，蛋白質食物包括肉類、蛋、魚、海鮮、豆製品等，澱粉類食物則包括全穀根莖類，也就是米飯、麵食等。

餐食應掌握少油、少鹽的原則，儘量選擇較低熱量的食物，並採取較低熱量的烹調方式，同時，避免攝取精製醣類、選擇不含化學合成添加物的食材原形。

3. 擬定運動規劃

規律的運動習慣可說是減重第二個必備要素，不只能消耗熱量，更可提高基礎代謝率，防止三高、心腦血管疾病，最重要的是，還可以增強心肺功能，讓心臟更有力，而且只要方式正確，運動幾乎沒有副作用。

身體運動時，能量的主要來源是由醣類和脂肪共同負責，依據個人體能、喜好、可執行性，我選擇以慢跑（有氧運動）的方式，並且使用健康手錶、手機 APP，進行運動中及運動後的管理控制。慢跑時，我都以「長時間、中低強度」為基準（運動超過 30 分鐘，心跳率維持 140 下／分鐘左右）；無氧運動的部分，則以仰臥起坐、啞鈴為輔。

4. 意志力很重要

減重的天敵就是無止盡的食慾，若是放任自己的食慾進食，卡路里很容易爆表，但若過度克制食慾，也會給自己帶來壓力，一旦壓力爆發，減重也宣告失敗。因此，除了適當控制食慾之外，獲得周遭親朋好友或是公司團體的鼓勵與支持、透過參與活動建立信心，都是很重要的事，如此才能順利戰勝食物的誘惑。



聽人與聽障

新埔化纖廠／李宇駿

前天大半夜去麥當勞，看到一群聽障朋友在麥當勞用手語溝通，唯一的聲音是一位婦人手上孩子哭泣的聲音，我猜想，如果不是因為半夜人靜，他們的聚會必會引來異樣的眼光。

回到家，跟家人提起這件事，也提起我收藏的一套漫畫——心言手語三部曲，內容講述聽障父母擔心健康的孩子跟自己一樣。家人因為從事特殊教育領域，與聽障學童頻繁接觸，她反而推薦我看另一部電影「走出寂靜」，刻劃著聽障父母害怕健康孩子離開身邊的心情。

所有被定義為「障礙」的族群裡，「聽障」是一個很特別、獨立的族群，無論行動、活動能力都跟一般人無異，唯一不同的是，他們的溝通方式為自然手語、讀唇、表情。有別於一般人需要花一輩子時間去學習第二種語言，不同國家的聽障者三天之內就能融入其他國家的手語，甚至能一面騎車，一面用眼神及唇語、表情溝通，就算用文字、手機溝通，他們書寫、輸入的速度也是我們遠不能及。

由於肢障、視障、智障等障礙，都需要社會的協助生活，容易在心理上產生

「自我弱勢」的心情，而「聽障」族群雖然可以獨立生活，卻覺得自己跟社會格格不入，所以他們也把非聽障族群稱之為「聽人」，在心理上視為另一個族群。

「聽人」與「聽障」之間的氛圍其實不難想像，一般人進入一個不屬於自己母語的地區，也會感到無法溝通，事實上，當時初到遠東化纖總廠時，我也有同樣的感受，雖然都是臺灣人，但因為這裡屬於客家族群密集的地方，完全聽不懂客語的我，總感覺自己與大家是不同族群。大家不妨試著回想，生活中，我們是否也用異樣的眼光看待跟自己不同

習慣的族群呢？其實只要願意用心了解對方，大家並沒有那麼不同。



「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，快來看看海內外的遠東人如何力行綠色生活，展開守護地球的行動！

【一】

看到動物因為人類隨意丟棄垃圾而慘死的影片，讓我意識到減塑與環保的重要性。平時除了盡量不使用免洗餐具之外，去年出國時，嘗試自行攜帶購物袋，發現整趟旅程下來，少用了好多塑膠袋。減塑不僅是保護動物愛地球，同時也可以避免身體因為環境賀爾蒙造成疾病，何樂而不為？（元智大學／林雯靖）

【二】

我的綠色生活實踐方式，就是將日常消費獲得的發票，使用載具儲存在雲端，無論存入集團大力推廣的 HappyCash 卡，或是手機條碼，都非常方便。而且電子發票為了達到防水、防油、防熱、防塑等效果，紙上會多加一層防水層，以及至少 4 種化學材質，無法進行資源回收，一點都不環保。

此外，財政部為了推廣電子發票存入載具，針對 108 年 9 月之後開出的雲

端發票，增加了 40 萬組 500 元的專屬獎，中獎率提昇很多，而且設定好匯款資訊後，系統會主動發送中獎通知，並將獎金自動匯入指定帳戶，不會再發生超過兌獎期限或是紙本發票遺失，與財神爺擦身而過的窘境。（遠通電收／謝曙霞）

【三】

綠色消費是藉由適度節制的消費，減少對環境的破壞，因此在日常生活中，應盡量避免使用不可降解的塑膠袋，改以可降解塑膠袋或可多次使用的布袋，不但能節約費用，還能減少對環境的污染。此外，也應節省水、電、氣等公共資源，還可以有效減少碳排放和對大氣的污染。至於一次性筷子、杯子等用品更應該少用，以減少垃圾量。飯店點菜時，吃多少、點多少，真的吃不下了，建議打包回家。日常出行時，能坐公車儘量不開汽車，能騎自行車儘量不坐公車，能步行更應儘量步行，以減少碳排放。（江西亞東水泥／王丹）

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，只要以手機掃描右方的QR Code，即可輕鬆填答抽大獎！



本期題目

- 關於遠東百貨智慧進化之敘述，下列何者為是？【封面故事】
 - 因應傳播模式改變，特別加強數位媒體與社群平臺的運用
 - 提升 POS 機功能、設計新版 APP，並導入 CRM 系統，加強了解顧客
 - 遠百信義 A13 將成為遠百第五代店，融合科技與人文
 - 以上皆是
- 關於 HAPPY GO 點數串接之敘述，下列何者為是？【封面故事】
 - HAPPY GO 是臺灣唯一跨產業、跨通路、跨境的全方位點數會員平臺
 - 攜手日本 DOCOMO，提供全臺首創以手機 APP 跨境累兌點及轉點服務
 - HAPPY GO Pay 提供支付、累點一次到位的服務
 - 以上皆是
- 關於秋冬進補之敘述，下列何者為非？【生活情報・保健網】
 - 容易上火、冒痘痘、便秘痔瘡出血者，不適合溫補或熱補
 - 感冒期間不當進補可能使病情加重
 - 青春前期的小孩可以提早進補，幫助生長發育
 - 循環不好、有痠痛問題的瘀血體質者，應避免涼性食材或藥材
- 關於遠東集團 70 周年慶祝活動之敘述，下列何者為是？【封面故事、集團簡訊、心動時刻】
 - 第 11 屆「遠東新世紀經典馬拉松賽」結合「70 有愛・遠東 HAPPY GO」活動，號召跑友一起為臺灣教育貢獻心力
 - 「70 有愛・遠東 HAPPY GO」實際累積步數達 66.5 億步，可兌換超過 700 萬點 HAPPY GO 點數，捐贈給兒童教育公益單位
 - 裕民航運致贈《海洋危機》桌遊予國小學童，為海洋環境教育盡一份心力
 - 以上皆是

參加辦法

請剪下 352 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（15 份）。編輯室將於次月月刊中公佈得獎名單。

遠東人月刊 352 期有獎徵答

姓名：
單位：
聯絡地址：

答案：1. () 2. ()
3. () 4. ()

351 期有獎徵答得獎名單揭曉

A 組

單位	姓名	單位	姓名	單位	姓名
全家福	賴*宏	遠東SOGO百貨	陳*瑩	亞東證券	詹*凱
遠東百貨	李*淮	遠東百貨	吳*樺	亞東石化	吳*斌
遠傳電信	顏*琳	亞泥中國	陳*瑄	遠通電收	林*彬
遠東商銀	蔡*興	遠東服裝蘇州	梁*	遠東新世紀	周*宏
亞東醫院	高*雲	元智大學	黃*瑤	遠東新世紀	宋*憲

B 組

單位	姓名
遠鼎公司	陳*羽
遠東先進纖維	陳*菱
亞洲水泥	詹*昀
亞東技術學院	陳*萍
裕民航運	卓*秋

恭喜 A 組幸運兒分別得到面額 300 元的遠東集團四合一禮券！

恭喜 B 組幸運兒分別得到遠東 SOGO 百貨提供的「都會經典提袋組」！



➡ 吳志揚校長（左五）親臨主持元智大學創新創業中心開幕儀式，未來將致力培育 Robot-Proof 的下一代，並協助新創團隊在 AI 及機器人的研發應用。



➡ 亞東技術學院在黃茂全校長（左三）主持下，隆重舉行「前瞻多媒體科技實驗室」揭牌儀式，未來將結合 AI 影像辨識、AR/VR、5G 等多媒體應用課程，幫助學生掌握科技趨勢。



➡ 遠通電收的高速公路電子收費 ETC 系統為臺灣寫下無數領先全球的驕傲，也成為智慧城市、智慧國家的推手，名列「臺灣智慧運輸建設郵票」，張永昌總經理（右三）獲邀參加發行典禮。



➡ 亞東醫院於新北市「第八屆醫療公益獎」勇奪 7 項大獎，其中，陳芸副院長（右）致力於小腸移植手術，獲得「醫療特殊奉獻獎」，並且代表所有得獎人上臺致詞。



➡ 遠東百貨榮獲《壹週刊》第十六屆服務第壹大獎「百貨公司／購物中心」類別「服務好感度大獎」，由行銷企劃洪源宏經理（左三）代表領獎。

Tonia Nicole

東妮寢飾

暖かい

!日本の人気!

全台獨家限定

日本專利科技水洗被



可機洗
超輕鬆



日本
專利絨球



防塵蟎
抗過敏



超保暖
高速乾



獨特
V型車縫

Tonia Nicole
東妮寢飾

高い保温力を実現

期間限定

原價11,960元

4,980元

歡迎親臨全台百貨專櫃體驗



客服專線：0809-081-790 · 02-7738-0016