

# 遠東人

徐有庠  
題

共同開創「誠勤樸慎・創新」的健康人生

## COVER STORY

智能煉金術-亞洲水泥點石成金  
化繁為簡新商機-遠鑫多元支付整合

## LIFE GUIDE

保健網  
你真的需要過敏原檢測嗎?

## OFFICE TALK

咖啡商機最新解析

## 數位 智商 解碼升級方程式

Use digital intelligence  
to create new businesses



恭賀  
新春

掃描 QR Code  
看更多即時訊息  
還可下載電子雜誌







裕民航運徐旭東董事長（左三）透過視訊連線為「裕智輪」主持命名交船儀式，並邀請裕民航運獨立董事劉崇堅之夫人莊懿妃女士（左二）擔任命名夫人。



香格里拉臺北遠東飯店全新改裝之遠東 Café 自助餐廳盛大開幕，徐旭東董事長（右四）與祖睿德總經理（Randy Zupanski，右三）率餐飲團隊舉杯慶祝。



遠東百貨徐雪芳總經理（右三）親自領軍，嚴選近 500 款優質年菜年禮，邀請消費者一起品嚐年節好滋味。



遠東 SOGO 百貨黃晴雯董事長（後排立者）宣布推出百貨業第一套結合防疫與環保的遊戲圖卡，深耕環境教育。



「元智智慧氫能」團隊於「2020 綠能無人機創新大獎賽」表現優異，獲桃園市鄭文燦市長（右五）親至學校表揚。

# 2021 遠東人月刊徵稿列車啟動

李佳珍

下列單元長期徵稿，歡迎參與遠東人月刊，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、親子教育心得……等，都希望有您一起來烘焙出屬於我們的美好記憶。

---

## 投稿注意事項：

1. 本刊歡迎投稿，惟投稿人應尊重他人之智慧財產權，勿抄襲或改寫他人著作。如引用他人著作，應註明出處，並請留意著作權法等相關法律之規定，自負文責。
2. 投稿人請註明所屬單位、姓名、聯絡方式，以利寄贈稿酬；如需以筆名刊登，亦請另外註明。稿件若經採用，編輯室保留刪修權，請投稿人自留底稿，恕不退稿。
3. 稿件刊登後，著作財產權即歸發行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](mailto:magazine@fenc.com)，若有其他相關問題，歡迎來電洽詢：(02) 2733-8000 分機 8549、8556

### 「遠東人開講」三月份話題：防疫輕旅行提案

新冠肺炎之下，玩心壓抑許久。雖然現階段仍無法盡情暢遊世界各地，卻是重新賞玩國內景點的好時機。無論是人跡罕至的私房行程，或是別具特色的文青景點，都歡迎來信分享，文長 300 字以內，遠東人月刊就會提供您一筆「安心旅遊基金」喔！（截稿日期：2 月 15 日前）



FEB 2021

NO. 366

## 01 EDITOR 編輯手記

2021 遠東人月刊徵稿列車啟動 / 李佳珍

## 04 LEADER'S REMARKS 領航者的話

定義未來的願景 -- 通過品牌進行交流 / 徐國安

## 06 COVER STORY 封面故事

智能煉金術 -- 亞洲水泥點石成金 / 編輯室採訪整理

化繁為簡的新商機 -- 遠鑫多元支付整合 / 編輯室採訪整理

## 12 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

## 19 OFFICE TALK 樂活職人

經營管理新知：咖啡商機最新解析 / 天下創新學院

上班族必修學分：訓練你的英文腦 / EIE 美語

同仁工作經驗談：「慎」的智慧 / 張鵬

同仁工作經驗談：實現一網統管 打造智慧亞東 / 王曉菲





## 29 LIFE GUIDE 生活情報

- 藝文網** 好書推薦 -- 敏捷、動盪 / 徐旭東
- 法律網** 鄰地花木入侵 如何保障權益? / 李昀蓁
- 法律網** 津貼補助福利多 爸媽育兒要把握 / 鍾倬宜
- 美食網** 味蕾偽出國 Go To 東南亞 / 鄭嘉蕙
- 財經網** 快樂退休生活，提早準備 Let's GO! / 楊麗瑾
- 保健網** 過敏病人如何聰明就醫 --  
你真的需要過敏原檢測嗎? / 吳建陞

## 44 HOT TOPIC 遠東話題

遠東人開講：防疫輕旅行提案 / 編輯室輯

## 46 STORY 心動時刻

尋找另一片天地 / 郭延山

## 48 QUIZ 有獎徵答

365 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	吳信儀	吳佳穎	吳敏如
吳昇鑫	卓采慧	范明珠	徐竣菁
徐雅慧	梁雅雯	黃呂鈞	黃裔貽
游慧琳	游淑如	郭曜豪	郭文慧
陳文山	陳聰明	陳玲華	陳雪萍
陳虹瑾	陳睿誼	陳金星	陳相吟
葉金璋	張 丹	楊韻琪	曾淑苹
馮輝棋	蔡敏雄	蔡瓊瓊	蔡欣渝
鄭翊淳	劉貞佑		

### 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、8556

### E-mail

magazine@fenc.com

### 網址

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

### 電子報網址

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

登記證 局版台誌字第 8320 號

美術設計 Z&C.COM

印刷所 湯承科技印刷(股)公司



遠東人月刊  
電子報



遠東人月刊  
電子雜誌



遠東人月刊App  
(Android)



## 定義未來的願景 -- 通過品牌進行交流

遠東集團／徐國安創新長

「品牌」是企業的識別，包含企業歷程與價值、企業承諾、企業風格，以及企業的視覺系統；「願景」定義未來，為團隊指引方向，幫助每位成員了解企業為何存在、企業的走向，以及如何到達目的。

「**品**牌」與「願景」並行，是公司的靈魂與未來的方向。沒有清楚的「願景」，即使「品牌」再完美、策略再縝密，也是徒然。

值得注意的是，品牌應維持一致性，不能為了改變而改變，只有當企業出現以下六種情形時，品牌才需要重新定位：

一、外在環境的變化造成企業目標市場的改變，必須重新調整品牌。

- 二、企業的目標、產品、服務、競爭力出現變化，需要重新定位。
- 三、品牌的關聯性減弱，例如目標客戶改變，造成過時、不相關的形象。
- 四、企業的承諾沒有兌現，或者品牌形象與別人混淆，造成品牌混亂。
- 五、收購或合併新的公司時，最好重新創造品牌，以獲取信任。
- 六、品牌識別缺乏連結，例如員工無法與品牌連結，或是品牌不適合公司的業務。



各公司所處的產業環境不同，必須先了解世界的變化，找到適合的發展目標，才能建立有力的願景，並透過積極轉型，達成品牌再造，不能在沒有清晰的願景之前改變品牌。以歷史悠久的玩具製造商——樂高（Lego）為例，自創業以來一直深受歡迎，直到 1998 年第一次面臨危機，當時他們積極開發更多產品、調整品牌，希望挽救業績，卻不見成效，2003 年甚至考慮出售公司。其實樂高的品牌問題不大，而是企業已失去願景。經由曾任職麥肯錫顧問公司（McKinsey）的納斯托普（Jorgen Vig Knudstorp）重新為其設定願景，簡化了產品架構，重新聚焦積木本身，並加強數位和實體的整合，幫助樂高由谷底翻身。由此可見，重塑願景對整個公司的營運、獲利以及品牌價值都有極為重大的影響。

集團裡的裕民航運也自三、四年前開始重新定義願景及相關視覺識別系統。裕民不僅是船運公司，更是全球海上物流公司，必須注重環保與安全，建立整合的團隊，以及數位化的溝通與營運平台。雖然目前願景重建工程仍在進行，但已有不錯的成效，不僅意外發生率降低，也獲得國際上的認可。

最後，與各位分享合適的願景宣言必須具備五項重點，包括：

1. 能指引公司的方向，讓同仁理解公司存在的理由，以及未來的方向。
2. 恆久且永續（至少持續五～六年）。
3. 簡潔好記，不超過一頁。
4. 能勾勒未來的藍圖。
5. 能激發同仁的熱情。





## 智能煉金術 -- 亞洲水泥點石成金

編輯室採訪整理

早在4萬多年前，人類已經懂得採掘礦物並運用於生活中。然而各地礦物原料品質不一，加上環保意識抬頭，大面積的隨地開採不僅違背永續精神，同時也有損企業形象。本期將為您介紹亞洲水泥如何在諸多限制下，打造出全新的智慧化生產模式。

**緊**鄰亞洲水泥花蓮廠的新城山礦場，由於石灰石夾層多且開採面積受限，加上近年來大量矽質、鋁質及鎂質石灰石陸續揭露，使得生產水泥最需要的高鈣石灰石（CaO）嚴重缺乏。不僅如此，花蓮縣政府於民國 105 年修改地方礦石稅後，花蓮廠每開採 1 噸石灰石即需繳納高額稅金，不只增加了生產成本，更連帶影響整體獲利。

面對環境與財務上的壓力，花蓮廠專案團隊力求在生產製程面找尋突破點，希

望藉由智慧化生產模式，克服天然礦場之劣勢，確保石灰石生產品質，創造更高獲利。

### 均化措施 1：創新開採佈局

俗話說：「知己知彼，百戰百勝。」專案團隊的首要之務是完成礦場全面鑽探作業，以掌握整體礦層走向，了解各類品質礦石之蘊含量及分佈。根據鑽探結果顯示，礦場中的石灰石成分分佈極度不均，



且處於高鈣石灰石（CaO）缺乏情況。

為了持續提供符合生產品質之石灰石原料，專案團隊以智慧化模式，建立礦場資源分佈資訊，將人員、機械與礦場資源緊密連結，採特殊模式開採，不但有效掌握石灰石的開採品質，另方面也將礦場石灰石氧化鈣含量最高最低差異從 40% 之變動，改善至僅有 10%。其中非高鈣之低品位石灰石，則透過智慧化調度，直接供應廠內作為生產之副原料使用，大幅降低副原料外購成本。

### 均化措施2：即時分析及品質監控

除了在開採方法上進行調整，專案團隊積極自法國引進我國水泥業第一套專門分析石灰石的「中子在線分析儀」，每 2 分鐘可提供一筆分析數據，相較於過往人工取樣分析需耗費 60 分鐘，時效性提升 30 倍，且經工程人員測試、改善後，準確度亦有不錯之表現。此外，所有分析數據均透過整合性資訊平臺呈現，使開採單位與品管單位均能即時獲知資訊，並立即進行石灰石品質調度及管控。

此外，團隊也與原廠設備技師共同開發「石灰石下料智慧品質監控系統」，可彈性設定石灰

石之品質目標與管制條件，當成分偏離時會自動警報，並預知及因應後續品質調整，不只減少原料的浪費，也提高了石灰石使用效率，使品質可符合生產所用，同時讓進廠石灰石氧化鈣變動由 10%，再降至 4%。

### 均化措施3：智慧石灰石堆料模式

根據過往經驗，當礦山石灰石進廠時，由於石灰石顆粒均勻度不同，受到下料堆疊方式影響，料堆兩側容易出現料崩及析離現象，導致堆疊形狀無法匹配刮料機角





## 均化措施4：自動化配料及精準品質調控

原料配比計算與調整是水泥生料製程中一大關鍵，任何失誤都可能導致品質嚴重失控。為了維持穩定生產，花蓮廠採用自動配料系統進行原料調配。首先，利用實驗室內的半自動研磨製樣系統以及X-ray 分析設備，在數分鐘內準確分析樣品的化學成分。配料系統再依據生料品質目標，完成配料計算，並同步透過PLC 程式傳遞至現場設備，自動進行秤量機配比調控，以取代過往人工計算並透過聯繫進行配比調整之方式，大幅降低人為誤差，並有效提高生產效率。石灰石氧化鈣的變動也由2%，再降至1%。

度，屢屢造成高達16小時以上成分驟變問題，影響後端製程運作。

專案團隊蒐集石灰石堆料機走輪與懸臂高度等資訊，藉由PLC 程式進行優化改寫，並重新設計臺車細部設備，打造智慧堆料模式，使料堆堆疊形狀與刮料設備一致，有效提升刮料成分的穩定性，一舉將石灰石氧化鈣變動再優化至2%；同時也解決自開廠以來，料頭料尾石灰石品質差異造成之燒成問題。

亞洲水泥成立六十多年來，無論在研發、品管、工安、環保等面向，始終是我國水泥產業的模範生，本次在專案團隊集思廣益下，推出一系列均化措施，不僅生料品質更加穩定，也降低廠區對於外購原料的依賴，大幅節省營運成本。另一方面，透過智慧化的採礦並配合多樣的植生工法，更加速了礦山景觀回復與水土保持，真正實現永續綠色家園的承諾，堪稱水泥業智慧製造之典範！





## 化繁為簡的新商機——遠鑫多元支付整合

編輯室採訪整理

不可逆的後疫情時代，舊有消費模式被迫打散重組，在這波動盪中開闢出一條新道路，是各家金融業者的首要之務。本期「封面故事」為您介紹遠鑫電子票證如何整合多元支付，創造點金新經濟商機。

### 查痛點 發現整合契機

隨著政府推動「無現金社會」，銀行、百貨，甚至通訊軟體都陸續推出各自的電子支付，商家每導入一種支付工具，除了需要多佈建一部刷卡設備，增加營運成本外，銷售人員也必須熟記不同的支付系統配對哪部機器，不僅需花更多時間進行在職教育，結帳櫃檯的擁擠度也逐漸攀升，導致顧客消費體驗不佳。

正當市場爭相搶攻電子支付市佔率的

大餅，遠鑫電子票證反其道而行，重新調整業務藍圖，仔細研討零售通路可能面臨哪些不同的技術議題，找到發展「多元支付整合服務」的契機。

### 新思維 拆解整合門檻

「多元支付整合服務」發展初期，遠鑫電子票證捨棄大型通路市場，轉攻數位化尚未普及的街坊小吃，從零開始推廣多元支付概念。一方面協助架設無線網路設



備，讓原本採用傳統支付的中小型業者進行數位轉型，另一方面則從中了解各業種對於多元支付的需求，進而調整公司的整合服務方案，以提供更符合市場所需的設備商品。技術上不但要衡量各支付業者的系統特性，以及硬體設備完整性與功能的相容性，在法規上也必須遵守國際發卡組織、金融服務相關資訊安控法規等嚴謹規範。即使面對種種限制與挑戰，專案團隊仍逐一突破，並且依據客戶需求進行客製化佈建。

傳統單筆電子支付交易會經過收單機構、清算機構、發卡機構、信用卡國際組織等層層關卡，每個機構的營運成本也會反應在交易手續費、設定費上，墊高零售

通路的成本，甚至成為推廣電子支付的阻礙。遠鑫電子票證推出的「多元支付整合服務」則能突破傳統信用卡收單結構，降低銀行業者的收單成本，進而以較低的手續費率，有效拓展銀行客戶範圍，並且滿足消費者多元支付種類的需求，同時以一部整合型機臺，協助商家節省下不必要的營運支出。

一言以蔽之，整體計畫核心在於「化繁為簡」。看似容易，但技術層面卻因為面臨「整合門檻」問題，具有其挑戰性。一般收單銀行或電子支付的整合專案，大多僅止於整合單一支付業者或通路系統，遠鑫電子票證深入探討「支付」的範疇，認為支付行為應延伸至會員服務、累兌點



數與轉帳等功能，讓消費者在支付的同時，也能更便利地享受會員服務，甚至支援好友拆單結帳等多項功能。

不只整合信用卡、會員服務，有鑒於「禮券」也是零售支付重要的一環，遠鑫電子票證進一步研究如何協助禮券發行商降低發行與管理的成本，甚至連結企業福委會平臺，串聯 B2C、B2B 與 B2B2C 服務方式，提供禮券發行者與客戶更多元的禮券應用與彈性，真正把「金」、「點」、「券」合而為一。



## 積經驗 淬煉整合能量

「多元支付整合方案」在傳統老街、觀光夜市獲得熱烈回響後，遠鑫電子票證將目標拉回大型零售通路。幸運的是，遠東集團零售體系發展成熟，專案團隊於 2019 年 9 月起，配合經濟部「前瞻基礎建設計畫」，分別在全臺各地的遠東百貨、新竹地區的遠東巨城購物中心等場域執行行動支付整合計畫。不僅如此，2019 年 10 月再從眾多競爭對手中脫穎而出，獲得臺灣連鎖超市業者 -- 全聯福利中心的青

睽，協助全聯於單一設備上建置多元化支付服務，以及相關帳務整合服務。不僅整合信用卡、金融卡等超過 8 種以上支付工具，更因此榮獲「中華民國傑出企業金峰獎——十大傑出商品獎」，加上 2020 年受到疫情影響，防疫觀念促使零接觸商機快速崛起，以及政府大力推展行動支付普及政策，消費者使用現金交易的意願下滑許多，專案團隊於是把握時機，加速推廣，於 2020 年 7 月將多元支付整合方案導入集團旗下量販通路 -- 愛買全臺分店，成功改變愛買的營運結構，未來也將持續推廣至其他百貨通路，擴大集團綜效。

「隨金融」的時代來臨，不少金融相關產業都搶著分食數位支付的大餅，「多元支付整合方案」之所以能在市場中站穩一席之地，除了有賴於專案團隊創新的整合技術，也歸功團隊努力累積現場經驗、用心傾聽使用者的回饋，以最有效率的方式解決問題，並且不斷自我升級。透過一點一滴的累積，最終順利爭取商家轉用多元支付整合平臺，為集團在行動支付的戰場再下一城。



## 集團簡訊

掃描 QR Code 看更多集團訊息 →



### 01 遠傳、台達、微軟 跨界打造全臺第一座 5G 智慧工廠

遠傳電信於 2020 年 12 月 25 日宣布，與台達電子、臺灣微軟合作，於台達桃園龜山廠區生產線實際導入 5G 專網、AMR 自主移動機器人、AOI 瑕疵檢測數據分析、微軟雲計算、混合實境等先進應用，並預計於 2021 年 2 月公開展示 5G 智慧商用生產線，三強整合優勢，展現跨界綜效，帶動產業進入 5G 新紀元。（遠傳電信／張為竣）

### 02 遠傳 5G 助攻 2021 跨年盛典 締造近 200 萬收視人次

遠傳電信連續兩年支持臺北跨年晚會，2021 跨年以 5G 核心技術，打破以往單一視角的轉播限制，提供多視角的轉播，為跨年晚會轉播的質量奠定全新里程碑。從跨年夜至 2021 年 1 月 1 日凌晨 1 時，總計收視人次將近 200 萬，締造 5G 多視角轉播最高收視！（遠傳電信／陳信升）



### 03 遠傳啟用雲端運算中心 助企業迅速布局

遠傳電信耗資數十億元打造的「TPKC 遠傳雲端運算中心」坐落於板橋臺北遠東通訊園區（Tpark），是遠傳第一座獲國際權威 Uptime Institute 認證為 Uptime Tier III 的雲端資料中心（IDC）機房，於 2021 年 1 月 7 日正式啟用，由遠傳雲端團隊提供不間斷的維運服務，協助國內外企業、金融證券、電子商務、網路、OTT 服務等業者拓展業務布局，加速數位轉型的腳步。（遠傳電信／張為竣）



### 04 遠傳參與淡海新市鎮 5G 智慧交通計畫

遠傳電信於 2020 年 12 月 17 日出席交通部「5G 領航智慧城邦」記者會，宣佈將參與「淡海新市鎮智慧交通場域試驗研究計畫」，提供路側／感測設備、智慧號誌控制、交通資訊運算等系統架構所需的 5G 環境，攜手打造 5G 智慧交通實驗場域。（遠傳電信／張為竣）



## 05 裕民再添生力軍 325,000 載重噸超大型礦砂節能新船「裕智輪」交船

裕民航運委託青島北海船舶重工建造的第二艘載重噸 325,000 公噸超大型礦砂船（VLOC）散裝貨輪「裕智輪」，於 2020 年 12 月 14 日在青島北海造船廠舉行「雲接船」命名交船儀式，由遠東集團徐旭東董事長透過視訊連線主持，並邀請裕民航運獨立董事劉崇堅之夫人暨銘傳大學企業管理學系教授兼系主任莊懿妃女士擔任命名夫人。（裕民航運／黃一珍）



## 06 遠銀 Bankee 社群銀行與鼎恒數位科技推出全臺首創 HR Fintech 生態圈

遠東商銀 Bankee 社群銀行與 MAYO 鼎恒數位科技攜手推出全臺首創 HR FinTech 生態圈，透過串接金流服務，解決員工報到開戶耗時、計薪撥款耗工、企業員工之間帳務處理麻煩等三大痛點。除了優化人資及員工辦公金融場景應用流程，更讓中小企業有機會終生免費使用雲端人資系統、員工福利整合平臺，啟動數位轉型。（遠東商銀／陳羿茹）



### 公益專區

## 07 元智大學與宜蘭高中大手牽小手 提升學生創意

為提升高中學生對科技領域的素養，元智大學工業工程與管理學系和國立宜蘭高級中學合作辦理一學期科技先修研習營活動，導入元智大學「三創課程」之「設計思考」課程，激發學生的創意。（元智大學／饒浩文）

## 08 元智艾姐世代共學 打造長輩專屬的科學體驗營

元智大學「艾姐資訊培力」USR 計畫今年首度與社區大學合作，於臺中國立自然科學博物館舉辦「世代共學科學體驗營」。透過世代共學課程，帶領長者們探索科學以及體驗 VR 沉浸式實作等，激發長輩們的學習動機，以及提升資訊素養，打開科學新視野。（元智大學／饒浩文）

## 09 豫章工商舉辦饑餓「午」時歲末祈福活動

豫章工商於2020歲末年終之際，舉辦「饑餓午時」祈福感恩活動，由馬玉蘭校長率領全體師生一起「體驗饑餓」，希望學生感受尊重生命的同理心，並發揮愛心，將午餐費捐給弱勢團體，為校園注入溫馨的暖流。（豫章工商／謝淑珍）



## 10 臺東嘉年華 遠傳5G遠距診療義診相隨

遠傳電信2020年12月26日參與臺東縣「幸福家園與您同行嘉年華」活動，於臺東縣藝文中心廣場提供眼科5G遠距診療義診服務，連線高雄醫學大學附設中和紀念醫院、花蓮慈濟醫院眼科醫師進行遠距判讀與即時回饋，讓民眾體驗遠距診療科技的實際應用。（遠傳電信／張為竣）

## 11 遠東巨城打造公益空間 匯集愛心與溫暖

遠東巨城購物中心於2020年12月與新竹市政府合作舉辦新竹市感恩季，邀請顧客與員工一同參與邁入第五年的「聖誕心願卡募集」活動，從衣物、球鞋到文具等，五年來共完成超過500位弱勢孩童們的心願。同時，遠東巨城也攜手國際社會福利協會中華民國總會，打造高齡友善的公益空間「Baby Boomers Club--BBC三合院」，幫助高齡者接觸更多新議題，發展出更多元的生活模式。（遠東巨城購物中心／姜紫儀）



## 12 百貨首發！遠東SOGO出版防疫X環境教育遊戲圖卡

遠東SOGO百貨發布最新出版的防疫X環境教育遊戲圖卡--「跟著ThanQ逛綠色百貨」，藉由有趣的圖卡，教導兒童注重個人衛生、飲食、節能、環保等10項觀念，不僅達到寓教於樂的效果，更是響應全民防疫政策的積極作為。遊戲圖卡數位內容除了免費提供下載，也將與社福團體合作，贈送實體圖卡給弱勢兒童，成為最棒的新年禮物。（遠東SOGO百貨／廖珮妤）



## 13 遠東百貨攜手慈善機構 共同守護孩子

遠東百貨桃園店與台灣世界展望會合作舉辦「夢想百分百 成真孩子們的一百個聖誕願望」活動，號召社會大眾完成 100 名孩子的聖誕願望，獲得熱烈響應，2020 年 12 月 21 日由桃園店同仁親手將聖誕禮物交至孩子們手中。嘉義店也於 2020 年 12 月 23 日舉辦「暖心聖誕，好禮相送」公益活動，攜手合作夥伴，為育幼院的孩童送上全新聖誕禮物，並點亮聖誕樹彩燈，期許聖誕樹的光輝成為孩童成長路上的希望之光。臺中大遠百則號召員工送愛到南台中家扶中心，並協助關懷弱勢家庭，希望讓愛深入每個家庭，開心迎接新年的到來。（編輯室輯）



### 好康報報

## 14 過好年 遠東百貨年菜年禮攞攞好

「牛」轉錢坤新年到，徐雪芳總經理親自領軍，嚴選近 500 款年菜年禮，品質第一、CP 值超高，優質首選推薦都在遠百春節禮品專刊。（遠東百貨／鄭嘉蕙）



遠東百貨春節禮品專刊

## 15 香格里拉台南遠東飯店年菜外帶與年節禮盒開放預購

香格里拉台南遠東飯店「醉月樓」中餐廳推出除夕當日《牛轉乾坤團圓外帶年菜》，除了單點選擇外，套餐再贈精美保溫保冷袋。而針對年節送禮，飯店一次推出十二款年節禮盒與禮籃，每組價格 399 元至 3,880 元，訂購請洽 (06) 702-8856。（香格里拉台南遠東飯店／卜怡筠）



## 16 香格里拉臺北遠東飯店推出限量聯名「新氣下午茶」及新春禮籃

香格里拉臺北遠東飯店與王俠軍領軍的瓷器品牌「八方新氣」合作，即日起至 2 月 28 日前，於一樓「茶軒」推出充滿節慶祝福的「新氣下午茶」，並於一樓的 The Cake Room 同步推出「金牛報喜極致禮籃」，加入八方新氣「迎新」存錢筒，最能彰顯送禮品味。（香格里拉臺北遠東飯店／王靖芃）

## 17 八千萬鉅資改裝 香格里拉臺北遠東Café盛大開幕

香格里拉臺北遠東飯店斥資新臺幣 8 仟萬元、歷時三個多月改裝遠東 Café 自助餐廳，於 2020 年 12 月 16 日盛大開幕。強調用餐趣與五感體驗，並攜手名店鼎泰豐，以 12 大美食主題區呈現「一餐檯即一名店」的概念，再加上主廚特色佳餚「秘密武器」，讓饕客吃飽、吃巧，還要吃到寶。訂位專線：(02) 7711-2080。(香格里拉臺北遠東飯店／王靖芃)



## 18 官網訂房搭配臺北加碼 GO 補助 享香格里拉臺北遠東飯店超值優惠

響應「臺北加碼 GO」旅遊補助方案，香格里拉臺北遠東飯店推出「加碼再加碼，食宿樂加倍」住房優惠活動！2020 年 12 月 24 日～2021 年 3 月 7 日申請「臺北加碼 GO 補助」，並預訂香格里拉臺北遠東飯店官網任一住房專案，每房除了可折抵旅遊補助 1,000 元住宿費，再享餐飲抵用金 1,000 元，還可獲得價值 3,000 元的飯店餐飲及住宿禮券！訂房專線：(02) 2376-3266。(香格里拉臺北遠東飯店／徐珮榕)

## 19 《50樓Café》新年鉅獻「和牛愛美莓」隆重登場

全國最高的自助餐廳「50樓Café」，即日起至3月12日推出「和牛愛美莓」主題式餐點，包括日本頂級 A5 和牛握壽司在內的「牛肉三重奏」、大湖草莓甜點，通通無限吃到飽，再加上各種補湯，以及琳瑯滿目的美食，絕對是聚餐的最佳選擇！訂位專線：(02) 7705-9723。(Mega 50 餐飲及宴會／閻惠瑗)

## 20 遠銀 Bankee 數存帳戶邀您一起放大年終獎金

全球景氣低迷，遠東商銀 Bankee 社群銀行即日起推出「活存 2.6%，加 1 人通通有」活動，只要將推薦碼分享給 1 位親友，就能同享新臺幣 5 萬元額度 2.6% 利率，為一般活存的 16 倍，幫助民眾守緊荷包，放大年終獎金。(遠東商銀／陳羿茹)

## 21 遠銀帳戶連結 LINE Pay Money 樂享最高 25% 回饋

為了提供客戶更便利的金融服務，遠東商銀祭出帳戶連結 LINE Pay Money 服務，使用 LINE Pay Money 消費樂享最高 25% 回饋。此外，遠銀 Bankee 社群銀行也將開戶服務串接至電子支付平臺，一鍵就能完成數位帳戶開戶及 LINE Pay Money 帳戶連結，省去跑銀行開戶的流程。(遠東商銀／陳羿茹)



## 人事異動

## 22 遠東新世紀公司高階主管人事異動

姓名：吳謨吉

學歷：逢甲大學紡織工程系學士

原任：紡織總部工業纖維群副總經理

新任：紡織總部工業纖維群暨紡紗事業群營運長



## 績優榮譽榜

## 23 鼎鼎聯合行銷喜獲雙獎

鼎鼎聯合行銷（HAPPY GO）喜事頻傳，不僅以「導師請益計畫」，獲朝邦文教基金會頒予「對話影響力獎」，旗下 iCONNECT 智慧媒體亦以「正官庄 -- 用對數據找對人」案例，勇奪臺灣數位媒體應用暨行銷協會（DMA）「2020 DSA 數位奇點獎 -- 最佳數據洞察創新獎」。（鼎鼎聯合行銷／黃韻如）

## 24 遠東SOGO百貨獲「Buying Power」雙獎殊榮

經濟部中小企業處舉辦第四屆「Buying Power 社會創新產品及服務採購獎勵機制」頒獎典禮，遠東SOGO百貨攜手社會創新組織 -- Give543 贈物網打造的公益服務「愛箱送」計畫，拿下「特別獎」及「採購獎貳獎」殊榮，為唯一獲獎的百貨業者。（遠東SOGO百貨／吳敏如）



## 25 遠傳奪Opensignal臺灣5G用戶體驗報告雙冠王

國際行動網路調查權威 Opensignal 於 2020 年 12 月 21 日公布「臺灣 5G 用戶體驗報告」，遠傳在最受矚目的「5G 下載速度」與「5G 用戶整體下載速度體驗」奪下雙冠王寶座，顯見遠傳 5G 網網實力驚人！（遠傳電信／林孟璇）

## 26 遠傳電信獲「智慧城市創新應用獎」

遠傳電信與臺北市政府都發局攜手，於南港機廠社會住宅導入 AIoT 人工智慧物聯網平臺，整合人工智慧、機器學習與雲端技術，打造創新居住營運模式，獲得 2021「智慧城市創新應用獎」肯定。（遠傳電信／張為竣）

## 27 元智大學團隊成功挑戰龜山島 獲科技部無人機創新大獎

元智大學「元智智慧氫能」團隊與工研院合作製造的飛機，於「2020 綠能無人機創新大獎賽」表現優異，並寫下「氫能無人機來回龜山島」的創舉，12 月 14 日獲桃園市鄭文燦市長親至學校表揚。（元智大學／饒浩文）

## 28 亞東技術學院參加2020高雄 KIDE 國際發明暨設計展 勇奪 19 獎

亞東技術學院 2020 年 12 月 10 日參加高雄 KIDE 國際發明暨設計展，於 408 件參賽作品中脫穎而出，奪得 9 金牌、8 銀牌、2 銅牌。由於比賽全程必須以英語向外籍評審解說作品，校方在賽前特別培訓英語解說技巧，果然大獲成功。（亞東技術學院／李玉燕）



## 29 遠東新世紀獲選環保署「109 年循環經濟績優企業」

遠東新世紀的化學回收技術（TopGreen® ChemCycle），除了陸續取得臺、美、澳等多國專利，更因跨領域整合建立共享經濟之新商業服務模式，於 2020 年 12 月 14 日榮獲行政院環境保護署最高等級「109 年循環經濟績優企業——績優二星級」獎項。（遠東新世紀／黃依蘋）



## 30 江西亞東水泥所屬兩座礦山入選 2020 年度「全國綠色礦山」

江西亞東水泥公司所屬的「新屋田灰岩礦」和「下張水泥用灰岩礦」兩座礦山，由於在開發過程注重生態建設和環境保護，實施科學有序開採，成果備受肯定，於 2020 年 12 月 29 日獲自然資源部評選為年度「綠色礦山」。（江西亞東水泥／羅麗芳）



恭賀  
新春

# 咖啡商機最新解析

天下創新學院提供

每天早上一定要喝杯咖啡才能上工？你知道臺灣人有多愛喝咖啡嗎？一杯咖啡背後隱藏的商機與角力，絕對超乎你的想像！

攤開財政部進出口統計資料及農委會資料，近年來咖啡豆進口規模快速增加，無論進口量或進口金額皆同步成長，於此同時，國內咖啡豆產量也有增長，臺灣對於咖啡豆的消費能力及種植能力，展現了龐大的動能與經濟力道。這股「黑金」浪潮不僅來勢洶洶，前景還持續看漲！

2019 年媒體公布，臺灣外帶咖啡杯數高達 6 億杯，可疊成 13 萬座臺北 101 大樓；另根據國際咖啡組織（ICO）公布的調查，臺灣一年喝掉 28.5 億杯咖啡，市場規模超過 700 億元；2020 年初，最新媒體報導統計，臺灣自家烘焙咖啡館密度已是全球第一，超商每秒就能賣出 13 杯外帶咖啡！

當「咖啡」商戰正在市場舞臺精彩上演之際，天下創新學院與 GO SURVEY 攜手合作，為你揭開咖啡消費浪潮下的消費者樣貌！

## 40 後世代最愛喝咖啡

想要看懂咖啡經濟，就要先了解消費

者是誰。根據調查，除了水之外，國人平日最常選擇的飲品就是「咖啡」（65%），相當於每 3 人中就有 2 人平常會喝咖啡；其後則依序是「茶飲」（61%）、「鮮奶」（49%）。

比較各世代客群平日最常選擇的飲品，雖然 20、30 世代除了喝水之外，偏愛茶飲（分別佔 64%、67%），但選擇咖啡的人數也分別有近五成、六成；而咖啡的最大客群（逾七成）則是 40 世代後。

## 超過半數民眾天天喝咖啡，每月去咖啡館高達 7 次

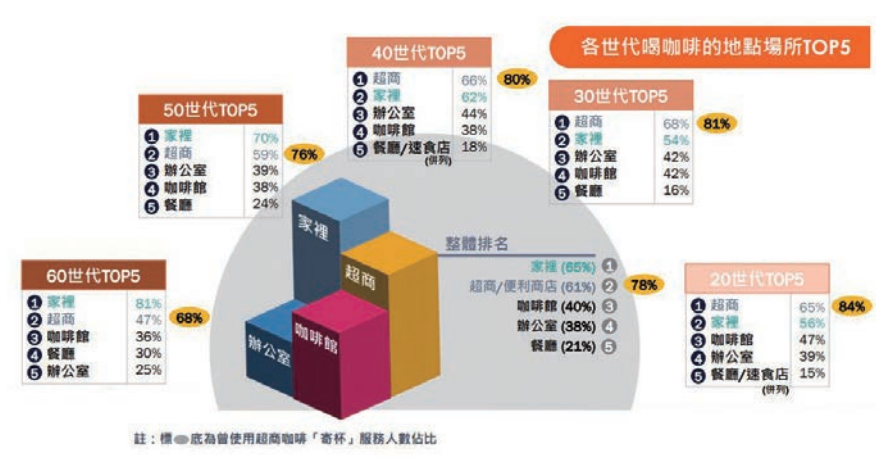
臺灣人到底多常喝咖啡？又會花多少錢在喝咖啡上？整體而言，55% 民眾會天天喝咖啡，平均一週花費 209 元，相當於每個月花費 896 元，而且平均每月去咖啡館的次數高達 7 次。

特別是最愛喝咖啡的 40 後世代，不但喝咖啡的頻率更高（月喝咖啡達 27 次以上）、花費也最高（每週 210 元以上）；

## ① 咖啡族平均一週花費在咖啡上達\$209元，每月上達約\$895元。



## ② 近八成咖啡客群曾用過超商咖啡寄杯服務



喝咖啡 (65%)，其後才是「超商/便利商店、咖啡館、辦公室」(分別佔 61%、40%、38%)。觀察各世代的差異，20 世代選擇去咖啡館的比例 (47%) 居冠，顯示咖啡館最受 20 世代青睞，而 30、40 世代的首選是超商、辦公室，至於 50、60 世代則偏好在家喝咖啡，應與所屬年齡和工作階段有關。(圖表②)

相較之下，20、30 世代雖然喝咖啡的頻度及花費較低，但每個月也至少喝 22 次，大約每週會喝 5.5 次！再細看飲用的頻繁度，即便是頻度最低的 20 世代，天天喝咖啡的人數也有 41%，30 世代約有 50%，更遑論 40 世代後客群，天天喝的人數約有 60%！可見咖啡消費族群強大的消費實力。(圖表①)

### 最常在「家裡」喝咖啡

若你認為這些咖啡族多半在超商、咖啡館或辦公室喝咖啡，可就大錯特錯了！從調查數據來看，大家最常在「家裡」

### 八成有「寄杯」經驗，九成願意回購

進一步觀察消費者對於超商咖啡「寄杯」的購買意願，近八成的人曾使用過，其中又以 20 世代使用率最高 (84%)；而購買此服務的消費者當中，也有 93% 的人願意再回購，足見寄杯預售的商業模式普遍被接受，這也呼應了四大超商相繼推出預售寄杯服務，期待能以「分批取、跨店取、可轉贈」黏住消費者。

另外，從「去超商」和「去咖啡館」兩大客群的差異性可發現：超商咖啡消費客群大約 30～49 歲 (46%)，其咖啡花費較低 (39% 每星期花費少於 100 元)，

恭賀  
新春

認為單杯咖啡合理價格為 52 元（整體咖啡族中，62% 認為單杯合理價低於 50 元），且在家或辦公室喝咖啡時，選擇即溶咖啡的比例較高（41%），較精打細算、追求方便及高 CP 值的咖啡飲品。

咖啡館的消費客群則多為 60 歲以上（28%），且較多是重度（34%）或單品（20%）咖啡飲用者，認為單杯咖啡合理價格為 87 元（整體消費者中，超過八成認為單杯合理價高於 50 元），且在家或辦公室喝咖啡時，也會喝自己手沖（48%）和咖啡館現煮咖啡（47%），追求的是高品質的咖啡飲用體驗。由此可見，消費者會隨著不同的需求，選擇在不同通路消費咖啡。

### 手沖咖啡、濾掛式咖啡：在家或辦公室首選

至於在家或辦公室時，咖啡族怎麼喝咖啡呢？前 5 名分別是「手沖咖啡」（41%）、「濾掛式咖啡」（39%）、「即溶咖啡」（35%）、「自家或辦公室咖啡機」（34%）、「咖啡館現煮咖啡」（29%）。

顯示咖啡族在家或辦公室，更講究沖泡細節，更享受高品質且符合自己口味的手工精品咖啡。

尤其 50 後世代族群，最愛「手沖咖啡」，其中 60 世代消

費人數比例更高達五成；比較不同的是，20 世代在家或辦公室買「咖啡館現煮咖啡」的比例高於其他世代。

### 拿鐵、美式穩坐寶座，單品咖啡拿下第四

大家通常喝什麼口味的咖啡呢？調查顯示，拿鐵（58%）和美式（42%）咖啡是民眾最喜歡的口味，而風靡咖啡迷的單品咖啡則拿下第四名。

進一步觀察各世代的口味，20、30 世代偏愛「花式喝法」，加入不同風味、元素的混合咖啡，最吸引追求新鮮感的年輕世代；而 50 世代後族群則擁抱單一純粹的口味，偏好美式咖啡、單品咖啡、濃縮咖啡。（圖表③）

### 星巴克遙遙領先，路易莎、85 度 C 大幅在前

星巴克不意外的成為各世代的熱門首選（86%），和路易莎咖啡（55%）、85 度 C（40%）是消費者最常去的前三名連鎖咖啡館，同時也是各世代造訪的前三名；

③ 20、30 世代對「花式咖啡」興趣較濃厚

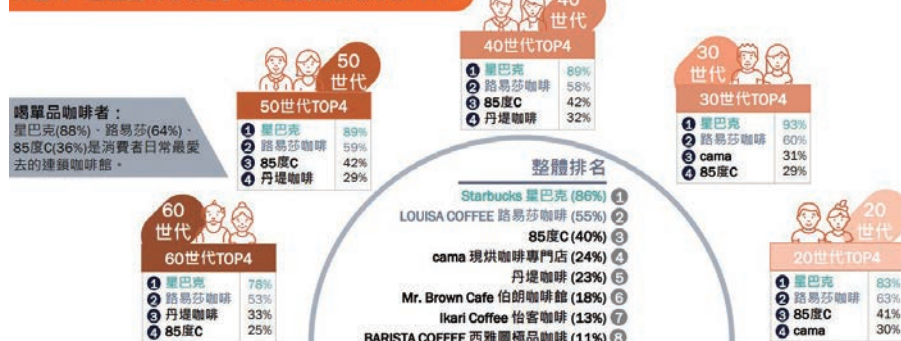
50 世代後族群則較風迷美式咖啡、單品咖啡、濃縮咖啡。



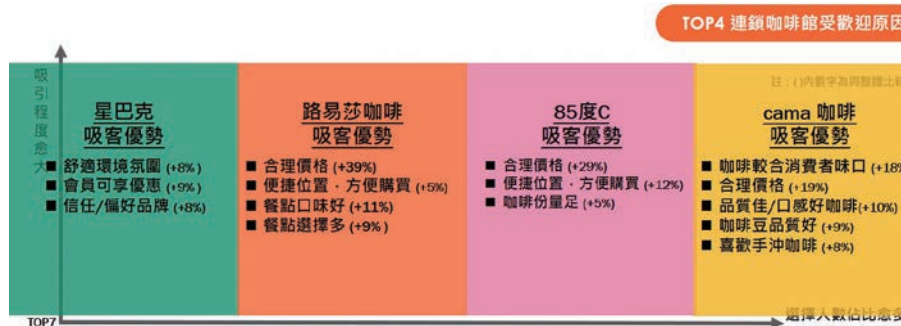


#### ④ 選擇去路易莎咖啡消費者當中，以 20 世代比例高於其他族群

各世代『重度愛喝咖啡者』通常造訪連鎖咖啡館TOP4



#### ⑤ 星巴克的族群青睞其舒適氛圍、會員優惠及品牌力



就有 1 位是重度愛喝咖啡者（每天喝且單周花費超過 200 元），觀察其喝咖啡的頻率及花費，不但天天喝，而且每月喝 38 次，平均一週花費 460 元喝咖啡，消費力道高於整體咖啡族群 2 倍；其中，40 世代後的比列依然最高，而 20 世代中，每 6 位也有一位是重度愛喝咖啡者。

數據顯示，

在這三名當中，20 世代選擇路易莎咖啡的比例較高。（圖表④）

價格顯然不是星巴克的訴求點，選擇星巴克的族群青睞其舒適氛圍、會員優惠及品牌力；路易莎咖啡及 85 度 C 則是具價格和地點優勢，其中路易莎咖啡也以餐點口味好、選擇更多等因素，受到消費者喜愛；至於在 20、30 世代最常造訪排名第四的 cama 則有自己的咖啡迷，喜歡其咖啡 / 咖啡豆風味、手沖的比例較高。（圖表⑤）

七成的重度愛喝咖啡族至少每星期跑一次咖啡館。喝咖啡的去處和整體相比，雖然差異不大，但以選擇去咖啡館較整體突出（+11% vs. TTL）；當中以「服務和會員優惠」較吸引其前往連鎖咖啡館消費。（圖表⑥）

至於大家愛喝什麼呢？最多人選擇拿鐵；但與整體相比，喝美式（49%，+7% vs. TTL）及單品（21%，+6% vs. TTL）的比例皆較高於整體。

#### 每 4 位就有一位是重度愛喝咖啡者

從整體喝咖啡的人口來看，約每 4 位

#### 每 7 位就有一位喝單品咖啡

在眾多咖啡口味中，單品咖啡也愈

恭賀  
新春

來愈受到歡迎，約每 7 位就有 1 位喝單品咖啡（15%）；原因不外乎於「第三波咖啡風潮」的帶動，以及對於永續發展的重視，其中也包含希望更深入了解自己喝的咖啡來源、生產履歷的可追溯性。

這些單品咖啡族每月喝 30 次咖啡，平均一週花費 284 元（+75 元 vs. 整體），以 40 世代後的比例最高（72%，+5% vs.

TTL）；近七成認為單杯合理價在 51 元以上，平均為 73 元（+\$17 vs. TTL）。

在喝咖啡的地點選擇上，喝單品咖啡的族群無論是在家或咖啡館的比例，皆高於整體兩位數；他們享受在多家連鎖咖啡喝咖啡，其中以路易莎、cama、伯朗咖啡館、怡客咖啡、西雅圖極品咖啡、歐客佬咖啡農場、上島咖啡較整體高出 5% 以上；吸引這些人前往連鎖咖啡館消費的因素，以「地點方便、合理價格、享受個人時間、咖啡豆 / 餐點佳、喜歡手沖」的比例高於整體。（圖表 7）

## 6 重度愛喝咖啡者前往咖啡館的比例，較整體突出（+11% vs. TTL）

### 『重度愛喝咖啡者』消費特徵

#### 『重度愛喝咖啡者』主要消費特徵

- 49%喝美式（+7% vs. TTL）及21%單品（+6% vs. TTL）
- 最常在家裡（70%）、超商（64%）、和咖啡館（51%）喝咖啡，當中又以選擇去咖啡館較整體突出（+11% vs. TTL）
- 七成至少每週內會去咖啡館 1 次（+18% vs. TTL）
- 在早餐時段前往的比例（25%）較整體高 5%
- 『友善服務（41%）、及會員優惠（31%）』吸引重度愛喝咖啡者前往連鎖咖啡館消費（皆較整體高出 5%）

：重度愛喝咖啡定義，係指每天都喝且單週買咖啡花費逾\$200元。



## 7 單品咖啡族每月喝 30 次，平均一週花 \$284 元喝咖啡

### 『嗜單品咖啡者』特徵

#### 『嗜單品咖啡者』主要特徵

- 40 世代後的比例依然最高（72%，+5% vs. TTL）
- 68%消費者認為單杯合理價逾\$51元，平均為\$73（+\$17 vs. TTL）
- 喝單品者最常在家（79%，+14% vs. TTL），其次為超商（61%）及咖啡館（58%，+18% vs. TTL）
- 享受在多家連鎖咖啡喝咖啡，其中以路易莎、cama、伯朗咖啡館、怡客咖啡、西雅圖極品咖啡、歐客佬咖啡農場、上島咖啡較整體高出 5% 以上
- 『地點方便、合理價格、享受個人時間、咖啡豆 / 餐點佳、及喜歡手沖』吸引喝單品者前往連鎖咖啡館消費



咖啡已成為許多人日常生活的必需品，如何與咖啡品牌進行跨界合作、借力使力，是吸引不同客群、創造話題的行銷手法之一。許多品牌通路利用咖啡開展複合式、聯名或期間限定的促銷活動，或是提供不同品牌通路的咖啡免點回饋，甚至也藉由不同的支付優惠回饋，吸引不同的客群，創造話題性，達到導流新客或經營忠誠客的行銷目的。品牌經營者不妨思考，如何依照自身的品牌調性與故事，結合各咖啡業者的優勢，進行跨界跨域合作，混合出迥然不同的亮點，抓住不一樣的客群。

\* 調查說明：本次為 GO SURVEY 市場研究顧問於 2020/02/06 ~ 2020/06/01 在 GO SURVEY 平臺執行的線上網路調查，共計回收 11,267 份樣本，受訪者條件為 18 ~ 70 歲的 HAPPY GO 卡友。

# 訓練你的英語腦

EIE 美語提供

訓練自己用英文思考，多練習常用的搭配和慣用語，能夠更快學習英語，掌握更自然的發音方式。本期將為您介紹一些熟悉的單字，當它們合併在一起時，能產生不同的意思，讓你的英文聽起來更貼近職場應用。

## 會議慣用語補給站

### 1.in a nutshell（簡而言之）

In a nutshell, we want to make sure all parties are satisfied with the event. We are willing to do whatever is needed to prevent unnecessary problems from happening.（簡而言之，我們希望各部門在活動中都能滿意，只要確保活動能順利進行，我們都願意盡量配合。）

### 2.go the extra mile（付出更多的努力）

She **went the extra mile** by doing more than she has been asked to do.（她付出更多的努力，遠超出本來的期望。）

### 3.go down the drain（付諸流水）

Due to the adverse business climate his company is **going down the drain** fast.（由於商業環境不佳，他的公司很快將付諸流水）

### 4.go back to square one（從頭來過）

I hope our game plan works properly. Otherwise, we will have to **go back to square one**.（希望我們的計劃能順利進行，否則我們將從頭來過。）

### 5.the big picture（全局）

The CEO focuses on **the big picture** instead of on little details.（執行長處事總是顧全大局，不拘泥小細節。）

## Sample Dialogue（情境範例）

During a meeting, Mark is presenting his ideas to his colleagues and they are having a conversation about this marketing strategy...（公司會議進行中，Mark 正跟大家說明本季的行銷計畫）



恭賀  
新春

**Mark** : Picking up from where we left off, I'd like to walk you through real quick. In a nutshell, there're three main steps that we should work on for this recent marketing strategy. We'll begin by increasing our brand awareness. Then, we'll follow up by connecting with potential customers. Last, we'll keep extending commercial relationships via the mass media... (接續上次討論，我快速為大家回顧。簡要來說，本季度行銷策略分三大階段。首先，將主力放在提升品牌意識，然後著手聯繫潛在客戶，最後透過媒體行銷，增加曝光機會)

**Sabrina** : Thank you for the brief summary, Mark. To make it unfold smoothly, we need to go the extra mile to getting it off the ground. (謝謝 Mark 簡短的摘要，為了讓行銷策略能順利開展，我們需要付出更多努力。)

**Mark** : You're absolutely right ! Just to make sure we're on the same page. Gary has developed a proper game plan regarding time allocation. Do you mind providing the sheet to every one after the meeting, Gary? (您說得對！為了確認大家對此計畫都有一致的了解。關於時程分配，Gary 已整理出一個妥適的計畫。Gary 您介意會後把資料寄給大家嗎？)

**Gary** : I'd love to. Unfortunately, my computer crashed. I wish I'd backed up all my files, but I didn't. All files just went down the drain. I need to go back to square one. (我相當樂意。但很不幸地，我的電腦當機了，真希望我有將所有檔案都備份過，但可惜我沒有，所有心血都白費了，我需要從頭來過。)

**Sabrina** : We all learned from the experience. It's actually fine. Let's all look at the big picture. We can take this opportunity to adjust our plan. We have all these great ideas and valuable plans from the meetings we had these last couple of weeks. Why don't we send the previous meeting minutes to Gary; he'll compile the information altogether with the needed adjustment. How does it sound to everyone? (我們都是從經驗中學習。其實沒關係，我們往大方向看。我們剛好利用這次機會來調整本次計畫。過去幾週的會議中，大家的建議與想法都很寶貴也很實際，不如我們將前幾次的會議紀錄寄給 Gary，讓他幫我們再次整理，並進行必要的修改。大家覺得這樣如何？)

**Gary** : Sounds good to me! Thank you for all the great support. I'll make sure the adjusted game plan is ready before the next meeting. (聽起來不錯！謝謝大家的全力支援，我會在下次會議前將計畫修改完成。)

以上英文教學由EIE美語提供，英文課程諮詢請洽：EIE Institute Belle Yin (Tel: (02) 8773-6828 Ext. 368; Email: belle@eie.com.tw)



更多的英文  
課程資訊



免費英文  
課程體驗

# 「慎」的智慧

遠紡工業（上海）／張鵬

「慎」是集團的立業精神，也是我們的核心價值觀。準確理解「慎」的深刻內涵，對於發展公司博大精深的企業文化、學習前輩們的經驗智慧，在全球經濟低迷的大環境下創造經營的新突破，具有重要的意義。

「慎」的本義是小心，與「誠」有著密切的關係。《說文解字》注曰：「未有不誠而能謹者，故其字從真。」遠東集團將「誠」和「慎」並列為核心價值，體現了創辦人深厚的傳統文化底蘊和博大精深的經營智慧。

眾所周知，企業發展需要大膽的開拓創新，因此我們的企業精神中，特別強調了「創新」的價值觀。但是乍看之下，「慎」和「創新」互為矛盾，如何在實際執行時，妥善處理兩者之間的關係呢？其實，孔子早就給出了答案，那就是「臨事而懼，好謀而成」。

在《論語·述而篇》中，子路問孔子：「如果您有機會統帥三軍，願意找誰一起共事呢？」孔子回答是：「赤手空拳和老虎搏鬥、徒步涉水過河，死了也不會後悔的人，我是不會和他共事的。我要找的，一定是遇事小心謹慎、善於謀劃而能完成

任務的人。」（原文：「暴虎馮河，死而不悔者，吾不與也。必也臨事而懼，好謀而成者也。」）由此可見，成就大事的人，必須遇事小心謹慎、善於謀劃才能成事，這也正是「慎」的大智慧。

在公司的經營中，「慎」的智慧體現在危機思維，也是公司得以一次次勇渡急流險灘的關鍵因素。「慎」的內涵有兩方面，一是「臨時而懼」，這個懼不是害怕，而是面對事業有敬畏之心，能夠以如履薄冰的心態對危機因素做出全面的預判，二是「好謀而成」，在充分評估風險因素的前提下，做出全盤的規劃部署，換言之，懼是謀的前提，謀是懼的目的，二者的有機結合，即為「慎」的價值觀。無論回顧集團艱難創業的歷史，或是總結目前輝煌的成就，您會發現，前輩們都是對事業懷著敬畏之心的謀略家。他們臨事而懼，不是膽怯、更非懦弱，而是一種未雨綢繆的憂患意識、謹慎的態度、審慎的精神，其

恭賀  
新春

膽識謀略是在「懼」的前提下而「謀」，體現在事前審慎評估、事中精心籌謀、事後反思總結。

企業的發展壯大需要「慎」的精神，個人又何嘗不是？作為公司的一份子，當我們面對組織安排的任務，也應該秉持「臨事而懼」的態度，對工作各方面可能產生

的風險做出充分的預判，絕不能像孔子說的那樣，「暴虎馮河，死而不悔」。當充分完成風險評估之後，再擬訂出解決問題的方案，才能夠「好謀而成」。尤其在 global 經濟形勢低迷、各方面風險加劇的後疫情時代，更需要將「慎」的精神真正落實到每個人的工作中。





# 實現一網統管 打造智慧亞東

亞東工業（蘇州）／王曉菲

「一網統管」能在第一時間發現並消除隱患，防止重大事故，對公司的安全管理至關重要。

2020年11月20日上午10:00，某科室主管的手機端「巡查APP」上，彈出了一個新的推送通知，出現一張照片以及「織布車間的消火栓內物品擺放雜亂，請及時清理乾淨」的訊息。正在車間巡查的科室主管接收到異常報警後，立即安排屬地負責人員進行清理。負責人快速抵達現場，10:03完成清理，並彙報科室主管。

從發現問題到現場解決，過程僅短短3分鐘，背後的功臣正是亞東工業（蘇州）正在開展的一項全新探索：借助智慧化、全員資訊化的技術，利用亞東工業「巡查APP」，將公司內的工廠安全巡查與屬地自查、安全工作許可證結合，打造出全新的網上巡查系統，以防止重大事故的隱患。

這個「一網統管」的e化系統，經過3個多月的運

行，不僅能讓各階主管在第一時間得知巡查時發現的異常狀況，並可立即指派屬地責任人進行整改、及時掌握整改情形，有助於提升公司的安全管理，同時也淘汰了原有值日（夜）主管紙質檔的巡廠登記，以及安環紙質檔的隱患通知單，實現了無紙化辦公，達到「發現更快捷，處置更及時，運轉更高效」的目的。

不僅如此，亞東工業（蘇州）也進一步取消了原有的「特種作業許可證」，將「安全工作許可證（PTWs）」系統正式上線，並且參照「巡查APP」，開發出「屬地部門內部自查APP」，以確保完整涵蓋重點區域的巡查。

未來，這個「一網統管」的巡查系統還將加強大數據分析與決策，打造更智慧的亞東工業（蘇州）！



# 好書推薦：敏捷、動盪

遠東集團／徐旭東董事長



作者 | Leo M. Tilman, Charles Jacoby

出版社 | 本事出版社

出版日期 | 2020年6月22日

一場 Covid-19（新冠肺炎）疫情，打亂全球原有的步調，所幸疫苗已順利進入臨床試驗階段，讓疫情漸露曙光，恢復之期指日可待。而正當大家忙著應付病毒侵擾的同時，新科技與新應用的發展也沒慢下腳步，依舊不斷地改變人類的生活樣貌。另一方面，地緣政治和社會變遷的力道同樣強勁，大環境更加瞬息萬變、不可預測，企業身處在充滿危機與轉機的環境下，如何將嚴重威脅化為轉型機會，端看組織的「敏捷」力。

本書兩位作者分別擁有金融顧問和軍事指揮的背景，從風險策略與軍事戰略高

度，全面解析何謂「敏捷」（Agility）——組織依據有次第的敏捷程序，「偵測」不確定性，「評估」風險，深入解析現行商業模式，找出破口，嗅出機會，及時「回應」，有效地運用風險智慧、決斷力與靈活執行力。企業若能發展敏捷框架，便能在多變的世局快速調適、從容應對：在為與不為間，清楚立判；在風險與機會間，智慧決策！

依照書中論述，增進風險智慧的第一步是認清自身業務的本質，尤其現今許多企業透過跨足新領域或推出新產品、新服務，進行轉型和強化商業模式，此舉勢必

改變風險組合，連帶影響組織、管理和治理方式。唯有不斷評估自身的業務本質，才能幫助企業擁抱新的可能，支持企業實際推動轉型。接著是採用敏捷的手段建立組織的風險方程式，持續監控既存風險，並挖掘新興風險，創造組織的韌性。然後再透過各種管制與授權指揮，有效地溝通策略願景，整合資源配置，並以全面綜效的措施，運用包括政府、商業、風險、組織、溝通和實體等六大控制手段，建立靈活的執行力，而非一味地追求組織扁平化。在高效的組織中，高階領導者責無旁貸的任務是充分掌握科技脈動、社會發展、政經情勢，並有系統地取得所需資訊和知識，以增進風險智慧；次階領導者與其團隊則

全力推動實務進展，藉由紮實又協調地合作，打造上下一心的敏捷團隊。

面對遽變環境，多數時候組織並沒有充足的時間反應，也無法完全掌控事件，如同今年 Covid-19 疫情令各界措手不及，而人類與病毒間的戰爭更將成為新常態，是我們必須長期關注的重要課題。遭遇這類混亂局勢時，更需要時時對環境變化保持覺知。期許遠東集團成為一個敏捷的團隊，除了因應變局、看見風險，還要掌握趨勢、洞察先機。對產業發展也要精進不懈、投注心力、累積知識、儲備戰力，並進一步預見問題、超前部署、決勝新常態！



作者 | Jared Diamond  
出版社 | 時報出版  
出版日期 | 2019年12月3日

2020 年無疑是動盪的一年：Covid-19 疫情蔓延全球，從個人、企業乃至國家，皆受到巨大衝擊。不僅疫情大浪來襲，全

球政經情勢同樣波濤洶湧。美國內有種族衝突待解，外與中國關係劍拔弩張，總統大選結果更將牽動世界局勢；英國脫歐跌



宕起伏，貿易談判仍有多項歧見。還有許多危機困局正在全球各地不斷發生，嚴峻的國際情勢使全球產業面臨劇烈震盪，如何找出前進的方向，是各界領導人的課題。

本書以七個國家（芬蘭、日本、智利、印尼、德國、澳洲和美國）遭逢的三大類危局（突發的內憂、外患和漸進型隱憂）為例：小蝦米芬蘭面對大鯨魚蘇聯的入侵，在認清現實後，以更務實的方式與鄰近強國共處；智利皮諾契特總統的極權政體瓦解了民主自由，卻在經濟上造福國家；日本 19 世紀在西方船堅炮利的衝擊下，開啟明治維新的新時代，成為東亞最先進國家，但這不代表從此一帆風順，當今日本仍須面對政府債務、與中、韓的歷史傷口、高齡化社會……等挑戰；向來是世界強國的美國，將中國視為當前最大敵人，然而，政治兩極化才是美國真正的頭號隱憂。除了各國醞釀中的危機，全人類更應正視世界的危機：核武威脅、氣候變遷、資源枯竭、生活水準的不平等，都是我們必須嚴肅以對的未來。

知古鑑今，作者除分析各個國家案例的時空背景，另以 12 個化解危局成敗的關鍵因素，剖析各國的行動策略與結果，以此檢視當前的世局，希望帶來新啟發。而國家面臨的危機同樣適用於企業，要成功應付內、外壓力，領導人只有及時作出適

切的「選擇性改變」，方可走出困局。書中的例子可以協助我們面對企業經營的挑戰，包括：承認置身危機；承擔改變的責任；建立圍籬，識別需要改變之處；確定能獲得的外援；尋求類似問題的其他典範；耐心等待，不斷嘗試新的解決方案；反省組織核心價值是否合宜；以及誠實的自我評估。此外，保有彈性、力求革新也是成功轉型不可或缺的關鍵。

「動盪」已成了世界的日常，競爭敵對、國際情勢驟變將是未來的新常態。身為國際化的企業，遠東集團要立於不敗，更應常保靈活機敏的特質。頂尖的企業因危機而壯大，遠東集團成立超過 70 年，成功邁向百年企業是我們下一個目標，期許所有遠東人不論面對驟然發生的近憂，或是逐漸形成的遠慮，都能「創新突圍 決勝新常態」（Breakthrough with Action, Winning over New Norm）。



## 鄰地花木入侵 如何保障權益？

遠東新世紀／李昀蓁

臺灣地狹人稠，家戶緊密相連，左鄰右舍之間的關係是影響居住品質的重要環節。以下將透過阿榮與明嘉的故事，告訴您如何保障自己的權益。

### 案例：

阿榮與明嘉為鄰居，兩家庭院之間，有一道圍牆相隔。明嘉在自家土地上種有一株九重葛與一欖白玫瑰，由於枝葉繁盛，部分枝桠越過圍牆，進入阿榮的庭院。落葉常掉入阿榮家，阿榮認為，明嘉不修剪

花木，造成自家環境髒亂、蚊蚋孳生，兩人因此產生嫌隙。某日，阿榮在未告知明嘉的情形下，爬上圍牆，擅自用工具將伸進庭院內的九重葛及白玫瑰的枝葉鋸斷燒掉，明嘉知悉後，憤而對阿榮提出毀損告訴。



**說明：****一、阿榮逕自刈除九重葛及白玫瑰枝葉的行為，已構成刑法毀損罪。**

1. 刑法第 354 條規定，毀棄、損壞他人之物或致令不堪用，足以生損害於公眾或他人者，處二年以下有期徒刑、拘役或一萬五千元以下罰金。本條之損壞係指使物之性質、外形或其特定目的之可用性，較原來之狀態有顯著不良之改變，而失其全部或一部之效用。而致令不堪用包含以其他不損及原物形式之方法，使物之一部或全部喪失其效用者而言。

2. 阿榮雖辯稱，九重葛和白玫瑰至今仍然存活，未有毀損，但法院審理結果，認為植物本身的觀賞價值非僅止於花朵，亦涵蓋枝葉的生長型態，而花木枝葉遭剪斷後，已變更該植物的外觀與生長效用，應成立毀損罪。

**二、阿榮應先依民法請求明嘉刈除越界之植物，若明嘉不在相當期間內刈除，再自行刈除後，請求明嘉償還所生費用。**

1. 土地所有人遇鄰地植物之枝根有逾越地界者，得向植物所有人請求於相當期間內刈除之。植物所有人不於前項期間內刈除者，土地所有人得刈取越界之枝根，並得請求償還因此所生之費用。越界植物



之枝根，如於土地之利用無妨害者，不適用前二項之規定，此為民法第 797 條所明文規定。

2. 是以，阿榮對於明嘉的九重葛、白玫瑰枝根逾越地界，造成環境髒亂、蚊蚋孳生等，妨害其土地利用之情形，可以先請求植物所有人明嘉在一定期間內刈除。明嘉如果不在阿榮通知的期間內刈除，阿榮即有合法權源，可以自行刈除踰越地界部分的九重葛、白玫瑰，也可以雇請工人來處理，再向明嘉請求償還因清除所生之費用。

3. 另應注意的是，阿榮可刈除的範圍僅限越界植物，至於長在明嘉庭院內的植株枝葉，阿榮仍無合法權源處理。而越界植物的枝根，如無妨害土地的利用，例如花木枝極侵入所在，正好是阿榮家的池塘，樹枝高懸在水面上，應不妨礙阿榮使用自家土地，就不得根據前述民法規定要求刈除。



# 津貼補助福利多 爸媽育兒要把握

遠東新世紀／鍾倖宜

依據行政院公布「我國少子女化對策計畫（107年～111年）」，中央及地方政府均提出托育補助相關制度，以營造友善的育兒環境。另外，也提到其他生育、育兒及就學等補助規定。本文彙整五大類補助，其中2類為幼兒出生時申請，另外3類則依照年齡有不同的適用期間，幫助爸媽們掌握資訊，領好領滿！

## 一、生育給付

國保、勞保、農保、公保等社會保險都有生育給付，要特別留意的是，勞、農、公保有 280 天的等待期，但國保只要在參加期間生產，就可以申請。

25 歲至 64 歲未參加其他社會保險者，都可能是國保的納保對象，在參加國保期間生產的媽媽們，可領到 2 個月的國保生育給付共 36,564 元（104 年 12 月 17 日前生產者，生育給付是 1 個月），雙生以上則按胎數增給，換言之，雙胞胎可領 73,128 元，三胞胎可領 109,692 元，依此類推。

在國外生產的媽媽，只要在參加國保期間生產，一樣有請領資格，但申請時必須準備媽媽本人的護照影本和經駐外單位驗證之國外開具的嬰兒出生證明書及中譯本；如果已經在國內辦理出生登記，可免附上述文件。

另外，國保、勞保、農保生育給付，

按法令規定只能擇一請領，建議考量個人狀況做出最佳選擇。

## 二、生育津貼／補助／獎勵金

各縣市針對請領生育津貼的設籍條件與年限規定不同，補助金額也有所不同，部分鄉鎮另有加碼補助。此外，許多縣市申請期限為新生兒出生後 6 個月內，但也有部分縣市或鄉鎮規定須在 60 天或 3 個月內申請，申請前須多加留意。

## 三、育兒津貼

中央的育兒津貼新制已於 2019 年上路，依綜合所得稅稅率、低或中低收入戶等身分差異，補助金額有所不同，惟須符合未經政府公費安置收容、未領取因照顧該名兒童之育嬰留職停薪津貼、未接受托育公共或準公共化服務等條件。

部分縣市政府額外加碼發放育兒津貼，或發給奶粉尿布補助等，其中亦有少

數可與育嬰留職停薪津貼併同請領，相關規定可至各縣市政府網站查詢。

#### 四、托育補助

中央的托育補助新制於 2018 年 8 月上路，並於 2020 年 1 月將補助年限從 0～2 歲延長至 0～3 歲，綜合所得稅率未達 20% 之家長，送托子女至「公辦托嬰中心」和「公共托育家園」可依家庭經濟條件，補助每人每月 3,000 元至 7,000 元不等的托育費用；「準公共化私立托嬰中心」和「準公共化保母」則補助每月 6,000 元至 1 萬元不等；第 3 名以上子女，每人再加發 1,000 元；若托嬰中心和保母未加入準公共化，則不提供補助。

部分縣市政府另有額外加碼的托育補

助，雲林縣更設有全國唯一的「祖孫托育補助」（詳情可至雲林縣政府社會處網站查詢）。須注意的是，托育補助和中央的育兒津貼及育嬰留停津貼僅能三擇一，不可重複領取。

#### 五、幼兒園就學補助

2～5 歲就讀公立幼兒園、非營利幼兒園、準公共化幼兒園可領取就學補助；5 足歲以上則是就讀公私幼皆有補助，其中，公幼學費全免，僅須繳交其餘月費、雜費等，至於非營利幼兒園、準公共化幼兒園和私立幼兒園則是每學期補助 15,000 元。部分縣市另提供額外的就學補助，爸媽們可多加留意。（資料來源：勞動部勞工保險局、衛生福利部、教育部、各縣市政府）



# 味蕾偽出國 Go To 東南亞

遠東百貨／鄭嘉蕙

歷經寒冬，想必大家都十分想念南國的暖陽，雖然疫情尚未消失，邊境管制也依然存在，但還是可以透過味蕾，來趟東南亞偽旅行。本期「美食網」向您推薦隱藏在遠東百貨中各式各樣的東南亞美食，趕快跟著我們一起出發吧！

## 東南亞料理大觀園

東南亞範圍包括我們熟知的泰國、越南、新加坡、馬來西亞、柬埔寨等等，身處 17 世紀大航海時代最熱鬧的海上交通樞紐，東南亞料理融合了東西方料理，走出自己的獨特風味：

### ● 辛香料多：

從中世紀開始，東南亞就以豐富的辛香料聞名，入菜入藥應用多元，最著名的像是增加食慾的檸檬香茅，增添香氣的班蘭葉、芭蕉葉，去腥提味的檸檬羅勒、八角、大茴香等，深受民眾喜愛。

### ● 混血淵源：

東南亞地區早期食材以自給自足為主，大航海時代之後，隨著各國勢力進入，外來文化與在地食材也擦出新的火花，例如：越南出現了用在來米粉替代麵粉的軟式法式麵包；菲律賓也有充滿西班牙風情的醬醋肉、烤乳豬；中國男子在印尼、馬來西亞娶妻，延伸出象徵族群融合的「娘惹菜」文化。

### ● 重酸辣甜：

東南亞地區氣候又熱且濕，透過酸、辣與香料的刺激，讓人胃口大開，不但達到降溫效果，還能去除腥味，增添料理的滋味。



## 色彩繽紛的泰式料理

以酸、辣、鹹、甜、苦五味平衡為特色的泰式料理，在調味上，經常使用椰奶、九層塔、香茅、辣椒帶出豐富滋味。眾多泰式料理中，最著名就是有著世界三大名湯美稱的「冬蔭功 Tom Yum Gung」（泰式酸辣海鮮湯），鮮甜豐富的滋味不容錯過。



### 「饗泰多」瑪莎曼燉牛肉

推薦價380元，另加收一成服務費，詳情請洽：新竹大遠百3樓，(03) 525-6768。

### 「找稻」酸辣海鮮麵

推薦價198元，詳情請洽：遠東百貨板橋中山店12樓，(02) 8952-5678。



### 「SKYLARK 洋食·芳鄰」青木瓜牛肉木盆沙拉

推薦價230元（另加收一成服務費），集團同仁獨家優惠內用享95折，詳情請洽：遠東百貨寶慶店1樓，(02) 2375-4730。



### 「瓦城」南薑椰風海鮮煲鍋

推薦價480元，另加收一成服務費，詳情請洽：遠東百貨板橋中山店13樓，(02) 29589133；臺南大遠百3樓，(06) 2088018；高雄大遠百12樓，(07) 3381519。

### 「紅舍泰式料理」酸辣蝦湯

推薦價340元，集團同仁獨家優惠內用享9折，詳情請洽：遠東百貨桃園店9樓，(03) 334-0158。



### 「非常泰」泰北香拌松阪豬

推薦價380元，詳情請洽：臺中大遠百11樓，(04) 3609-5050。

### 「Café Grazie義式屋古拉爵」涼拌酸辣海鮮沙拉

推薦價140元（另加收一成服務費），遠東百貨嘉義店B1樓，(05) 236-0337。



### 「21 PLUS」奶茶黑糖凍飲

推薦價70元，詳情請洽：遠東百貨桃園店B1樓，(03) 331-1521。



## 多元種族融合的星馬料理

馬來西亞與新加坡因地理位置十分相近，在料理的口味上也互相影響，尤其喜歡蘸上濃郁香辣的醬料，其辣度普遍更勝泰式料理，例如：甜鹹辣湯叻沙（Laksa）、海南雞飯、肉骨茶、炒粿條、星洲炒米粉…等，都是饕客們熟悉且喜愛的佳餚。

### ➡「city'super」百勝廚海南雞飯醬料

推薦價每包79元，詳情請洽：板橋大遠百B1樓0809092700；臺中大遠百B2樓，(04)37035501。



### ➡星馬「city'super」香氏肉骨茶彩盒

推薦價每組368元，詳情請洽：板橋大遠百B1樓，0809092700；臺中大遠百B2樓，(04)37035501。

### ➡「WOOSA」酸辣海鮮義大利麵

推薦價290元（另加收一成服務費），詳情請洽：遠東百貨板橋中山店4樓，(02)2956-0149。



## 南洋料理再變化

雖然臺灣有許多東南亞料理餐廳，但絕大多數餐廳都考慮到消費者的偏好，不論菜單或口味上都有進行調整。



### ➡南洋「香草工坊」香茅酸辣沙朗牛

推薦價300元，集團同仁獨家優惠內用享9折，詳情請洽：遠東百貨桃園店9樓，(03)339-3933。



### ➡「Jasons Market Place」羅望果

推薦價119元，詳情請洽：遠東百貨寶慶店B1樓，(02)2311-2259。

### ➡「元氣咖哩」黃咖哩風味鍋

推薦價220元，詳情請洽：高雄大遠百11樓，(07)536-0316。



備註：全文「優惠價」需要出示集團員工識別證，期限至110年2月28日止。  
掃描QR Code看更多遠東人專屬優惠



# 快樂退休生活 提早準備 Let's GO !

遠東商銀／楊麗瑾

年金改革議題連帶引發勞保破產的疑慮，「自己的退休金自己存」已成為許多人的共識，尤其在低利率時代下，更應提早透過收益穩定的金融商品及簡易的投資方式，為自己打造專屬的退休小金庫。本期將為您解說退休金的準備技巧與注意事項，邀請您啟動「快樂退」計畫！

**根** 據內政部 2020 年 8 月 5 日公布的「108 年簡易生命表」，國人平均壽命 80.9 歲，高於全球平均水準，而行政院主計總處統計的家庭收支調查，國人平均每人每月消費支出約新臺幣 2.2 萬元。換言之，假設一對夫妻退休後平均餘命 25 年，約需準備 1,500 萬元退休金；若要達到此目標，每月應有多少預備金呢？

下方「每月退休金準備計畫表」是依據退休時間搭配年化平均報酬率分別計算，資金準備壓力高低立見，也顯示了長期投

資的重要性。然而，整體投資報酬率也不可忽視，如何挑選合適的金融商品與交易方式，可謂勝敗關鍵。

## 挑選「低波動高累積」的共同基金

近年來關於「退休金自提」的議題討論眾多，其中以「定期定額投資法」最為熱門，訴求用規律的時間頻率投入較低金額，且可依個人資金狀況隨時調整、交易彈性大，廣受社會新鮮人或家有老小的青壯年族群歡迎。事實上，「定期定額投資

每月退休金準備計畫表						
預計 單年報酬率	預計 幾年後退休	5 年後	10 年後	15 年後	20 年後	30 年後
3%		231,452	107,073	65,922	45,576	25,676
6%		213,922	91,075	51,322	32,303	14,858
9%		197,395	76,937	39,345	22,292	8,132



法」有平均投資成本的優點，但也容易造成一般民眾的投資迷思。大多數人因期待獲得高投資報酬率，會選擇單一國家股票型或產業型基金，但該類型基金相對具有較高價格波動風險，若出現價格明顯落差時，投資人常因信心不足或短期資金無法接續而贖回基金，反而造成資產縮水。

觀察 20、30 年來的金融市場大小事件，以投資區域廣泛（如全球、歐、美、亞洲等）、標的持有分散（如股票及債券兼備），或是具有固定收益等特點的共同基金，較能達到淨值表現相對穩定、長期績效走勢穩健向上之雙重條件。此外，也要特別注意該檔基金團隊管理的資產是否具有一定規模，避免因規模持續縮小而消滅清算，造成風險。

## 費用成本精打細算

選擇合適的共同基金後，已經往「快樂退休」邁出了第一步，接下來還要精打細算投資成本。一般來說，投資共同基金會產生以下費用：

**1. 基金銷售機構（平臺）：**申購手續費用、信託保管費、轉換手續費…等，為申請交易時支付的一次性費用。

**2. 基金公司：**基金經理（管理）費、基金保管費（或稱單一行政管理費）…等，大多包含於基金的淨值內，年化費率約 0.5%～5% 不等。

前述第 2 項費用係基金公司為了發行和維持基金運行所收取的費用，第 1 項費用則為投資人向銷售機構申請共同基金相關交易時必須支付的費用，惟各家銷售機

活動申購費率優惠類型	0% 申購手續費率	依累積定期定額扣款次數或每次扣款金額高低，提供折扣	收取一次性基金申購
優惠限制	活動期間享有免收申購手續費優惠	長期扣款後，將可獲得較低的優惠	開辦時，需一次性支付較高費用（如 5,000 元），爾後不限申請筆數，皆免收申購手續費
活動基金商品	符合活動目標之優質穩健基金商品	基金商品較無限制	基金商品較無限制
持續性扣款限制	大多必須持續性扣款（視有無保留優惠期）	不一定	無 （惟費用成本要能完全利用，仍需多次扣款）
扣款金額門檻	每次扣款金額門檻較低，或有最高申購金額的限制	有較高扣款金額或次數的門檻限制	較無扣款金額或次數限制



構多有針對退休準備目標或固定的定期定額推出優惠活動，例如：0% 申購手續費率、依累積定期定額扣款次數或每次扣款金額高低提供折扣、只收取一次性基金申購帳戶開辦費用等。其中以「0% 申購手續費率」最為吸睛，不過通常要求客戶必須長期持有，且不間斷地進行扣款，投資人應把相關交易限制一併納入考量，避免賺取了手續費的優惠，卻因某些不可預期的因素，在需要緊急贖回資金時，反而支付了更高的費用。

### 保留個人彈性操作空間

無論為了準備退休金或個人其他資金

運用需求，都必須持之以恆，方可獲得資產穩健增長的成果。建議深入瞭解各家基金銷售機構對於定期定額活動的規則，例如調整扣款頻率或可策略性地轉換不同的基金標的…等交易限制，預留個人每月可運用資金、交易頻率與彈性操作空間，確保能長期投資。

目前不少金融機構已提供線上開戶的服務，操作步驟也十分簡便，只要利用手機即可完成，免去臨櫃等待的時間。「退休」是每個世代的必修學分，趁早啟動退休金準備計畫，才能感受到美妙的複利效果。時間不等人，快來加入「快樂退」的行列吧！

# 過敏病人如何聰明就醫-- 你真的需要過敏原檢測嗎？

亞東醫院過敏免疫風濕科／吳建陞主任

過敏是一種常見的體質，臨床症狀包括：蕁麻疹、濕疹、氣喘與過敏性鼻炎等，如果病程延長且反覆發生，會造成生活上很大的困擾，坊間因此流傳許多似是而非的「醫療常識」，本文將打破這些迷思，助您成功遠離過敏人生。



所謂「聰明就醫」是一種新的觀念，讓民眾了解正確的醫療資訊且運用於就醫決策，避免不必要的檢查、藥物或是手術。

以下將針對美國過敏氣喘與免疫學對於過敏的相關建議闡述如下：

## 一、不建議在沒有特定可疑的食物過敏病史下，檢查過敏原 IgE 指標

針對原因不明的皮膚過敏，一般民眾常認為，只要抽血就能知道是什麼食物引發過敏，未來只要避免該類食物即可。然而，過敏不一定是攝入特定食物或吸入過敏原，有時睡眠不足或壓力也會導致症狀，因此臨床上常常問不出相關因素，而且一般過敏原檢驗不可能包含每一種食物。以物理性的蕁麻疹為例，主要透過問診即可，

並不需要抽血。

不只如此，過敏原檢驗的特性也不適用於篩檢，只適合用來確認可能的過敏原。一般食物或藥物過敏是在入口 30 分鐘～2 小時後，出現嘴麻、喉嚨不舒服、氣喘或起疹子的症狀，如果症狀非常明顯，就可以依病史診斷，不須檢測過敏原。

因此，過敏原檢測只適合用於提高疑似食物過敏診斷的確定性。五歲以下的幼童異位性皮膚炎，健保可給付過敏原檢測，主要因為兒科病人問診溝通相對困難，故以抽血檢驗輔助，而成人過敏原檢測的適用範圍其實不大。

## 二、不建議針對慢性蕁麻疹執行常規檢驗

慢性蕁麻疹的定義為：超過六週以上的蕁麻疹，身上的疹子就像被蚊子叮到一



樣，凸起一塊一塊，伴隨癢感。通常不會因特定食物引起，極少數是由天天吃的健康食品或藥物引起，導致診斷困難。

報章雜誌上曾報導，有病患因為皮膚癢，抽血檢查才發現肝腎功能異常，這其實是很少見的案例，只要定期健檢即可降低這類情況。免疫風濕科門診中，有時會針對慢性蕁麻疹檢查血球分類，確認與過敏相關的嗜伊紅性白血球有無異常增加，也會看看肝腎功能是否異常，好讓病人安心。至於過敏原檢測只有在高度懷疑特定過敏原的情況下，才會建議病人自費檢查。

另外，有些很特殊的情況，例如遇到心跳太快的過敏病人，就會檢查甲狀腺功能，因為少數甲狀腺亢進的病人會合併頑固性蕁麻疹，如果在治療蕁麻疹的抗組織胺藥物之外，再加上治療甲狀腺亢進的藥物，效果會更好。

有些患者擔心，慢性過敏是否代表免疫力不好？精確地說，過敏是一種造成不適且似乎沒有意義的免疫反應，但是通常

不影響對於病原菌的抵抗力，因此只要安心配合治療過敏症狀即可。雖然免疫系統很複雜，沒有單一的對應檢驗可以直接反映，但只要透過問診與基本檢驗就可以處理。

### 三、不建議開立沒有醫學根據的過敏檢驗，例如：過敏原 IgG 檢驗，或者未經詢問病史逕行開立篩檢性的過敏原 IgE 組套檢查

過敏原的 IgG 檢測常常被冠上「慢性過敏原檢測」的名稱，這是錯誤的觀念。事實上，這類檢測只會徒增困擾，因為人體血液中的食物 IgG 抗體通常與過敏無關。不僅如此，針對食物的 IgE 檢測，在沒有懷疑特定過敏原卻全面篩檢的情況下，抽血結果非但不準確，更會造成民眾飲食上的陰影。過敏原檢測的原理是條件機率，解釋上不如高血壓量血壓或糖尿病測血糖那麼直覺，判讀上必須謹慎。

綜上所述，過敏原檢測只有在可以影響醫療決策時才有意義。錯誤的觀念如果沒有澄清，再多的過敏檢查也不能帶來安心。「聰明就醫」觀念的推廣可以避免過度檢查造成不必要的花費與焦慮，而慢性過敏最重要的是請醫師調整一個長期安全的治療組合，以減少過敏的不適。雖不能保證根治，但長期治療下，都有機會獲得緩解。期待讀者建立正確的觀念，配合醫師診療，好好照顧自己。



# 「遠東人開講」：防疫輕旅行提案

編輯室輯

新冠肺炎疫情之下，「國內輕旅行」成為民眾放鬆身心、轉換心情的首選。快來看看海內外的遠東人分享了哪些輕旅行提案？

## 【一】

跟大家分享一個充滿芬多精的一日遊景點 -- 位於新竹關西的「馬武督探索森林」。許多人或許對於馬武督探索森林感到陌生，但如果提到偶像劇場景曾出現的「綠光森林」、「綠光小學」，您可能就恍然大悟。馬武督部落是臺灣唯一被歸類為平地原住民的泰雅部落，森林步道的難度不高，不但可見近 500 年樹齡的楊梅老樹，靠近瀑布時，還有水氣和涼風襲來，能充份享受山林芬多精；此外，這裡亦有大冠鷲、白耳畫眉等多種保育類鳥類，是觀察自然生態的最佳去處，非常適合全家或情侶悠閒踏青。（遠企購物中心／楊奕靈）

## 【二】

忙碌繁重的臨床工作後，我經常探訪絕美步道秘境。臺灣有許多步道彷彿仙境，例如：天母水管路古道、宜蘭見晴懷古步道、五峰旗瀑布步道、臺中知高圳步道、

大坑步道、嘉義隙頂二延平步道…等，其中我最嚮往雪霸「野馬瞰山步道」。

野馬是日語「山」的音譯，這條森林步道全程約一個半小時，不但原始古樸、幽靜隱密，而且也相當平穩。漫步在林道間，時而雲霧繚繞，時而陽光灑落，變化萬千，可以欣賞到日出、晚霞、雲海、山景、霧景、雨景和星空。尤其特別的是，這條步道並非石階或木棧道，而是柔軟的杉林落葉地毯，樹根盤屈、枝節交錯，參天的杉木散發馨香，讓您彷彿漫步在雲端！（亞東醫院／丁曼如）

## 【三】

臺北的天空已經濕冷了好幾個禮拜，催促著我們出門追尋陽光。隨興來到桃園大溪，只見一片堅韌芒草隨風搖擺，還有精神抖擻的向日葵花海，喜孜孜地朝我們招手。車子繼續駛至「李騰芳古蹟」，屋外是整理有序的大池子，通過防疫檢驗走入宅門後，一座大庭院映入眼簾。宅前左

右兩旁有大古井，古宅內部則提供頗具特色的懷舊童玩，愛創作的女兒開心製作著「埕仔標」，廚房內的大灶加上超大鐵鍋，孩子們扮家家酒玩得不亦樂乎，搭配著四周充滿時代感的陳設，讓人彷彿回到過去，推薦大家一起來體驗懷古風情。（遠傳電信／褚佳欣）

#### 【四】

一場「疫」想不到的變化，打亂了所有的出遊計畫，適逢製作登山月曆及公司登山年活動，讓我重拾起對登山的熱情。這段期間我踏足了劍潭山、烘爐地山、七星山、郡大山、合歡山等大小百岳，遠離都市的喧囂，享受與山林的對話，因疫情而備感壓抑的情緒也獲得舒展。印象最深刻是在攻上合歡東峰那幾乎不見盡頭的陡峭階梯時，我調配呼吸、維持緩慢但持續的步伐，讓新鮮的空氣循環肺部，整個人好似重生般。感恩臺灣這座寶島孕育出的美麗山林，讓我們的防疫生活有了新目標及新視野。（遠東商銀／廖宜珊）

#### 【五】

為了彌補今年無法實現的日本行遺憾，我趁著休假與姊妹規劃臺北行散心。這次選擇「PAPA WHALE」旅店，工業風格的復古環境，搭配大廳收藏的童玩，讓人彷彿走進電影場景。趁著天氣宜人，我們前往「虎山自然步道」朝聖，沿途綠意

盎然的花草樹木映入眼簾，耳邊聽著風聲、鳥叫聲，到達至高點處，還可遠眺城市中的101大樓，十分心曠神怡。爬完山後，來碗熱騰騰的「一蘭豚骨拉麵」，糖心蛋汁與麵的完美結合，瞬間滿足我的胃。日落時分，天氣漸涼，搭乘新北投線的捷運到達「水美溫泉會館」，在木造小房裡與姊妹一邊泡湯，一邊小酌、分享心事，真的好放鬆！（臺南成功大遠百／余佳蓉）



#### 【六】

受到疫情影響，這段期間無法出國，但總是窩在家也不是辦法，因此趁著交通部觀光局推出安心旅遊補助，安排了一趟農村輕旅行！雲林縣是親子遊的好去處，擁有許多高人氣的觀光工廠，不但可以了解食品的生產過程、享受好吃的下午茶，孩子們還可以玩堆砂堡，而且全部都是免費的。推薦大家到觀光工廠體驗別具特色的美景和美食。（遠通電收／吳宗倫）



# 尋找另一片天地

華煦供熱／郭延山

秋風，刮落了早開的桂花，散開了一地；秋雨，淅淅瀝瀝拍打著枝葉。落地的桂花和落地的雨水交互跳躍著，似乎忘了秋天帶來的寒意。在這樣的秋日中，我們出發去尋找另一片天地！

前一日，盤算來盤算去，大大小小的物件一一備齊，沒想到還是落下件「裝備」，心中懊悔萬分，然而，眼看著約定的時間已到，接送的客車將至，只能將就上路。

細細的小雨打在車窗上，路邊的景象越發模糊，只能隱約看見兩旁景色不斷後退，半夢半醒好似一場穿越。

安徽以山聞名，各地遊客趨之若鶩，尤其在假日，一輛輛大客車朝著山的深處駛入，山連著山，時而盤踞而上，時而穿山而過。一座座山猶如巨人般聳立在眼前，令人不禁好奇，山的那頭到底住著誰？

落日後，到達目的地。山裡的村莊一片寂靜。昏黃的燈光照著門頭，斑駁的牆面越顯滄桑，偶爾遇見一隻看門的「阿黃」，估計是嚮導帶隊的緣故，「阿黃」並沒有警惕，只是默默看著我們。

菜是農家的菜，做法也是農家的做法。然而，多半是胃欺騙了嘴巴，嘴巴又欺騙

了眼睛，餐桌上的陣勢可謂風捲殘雲，稍微慢一點，便只聽「風聲」，不見「殘雲」了。院子外，揚州的小蛋攆起來（註），阿婆順手給我們抓了點山核桃和野栗子，無奈空不開手，無法破殼，只能羨慕沒有玩牌的人有福了！

選擇在屋頂帳篷露營，只為翌日能飽覽村莊的景緻。山裡的天氣沒有想像中寒冷，只是半夜的殺豬聲讓我清醒到天亮。扯開帳簾，清新的空氣撲鼻而來，滿眼盡是老村黑白相間的屋頂、遠處的高山霧氣環繞，還有潺潺的溪水聲隱約入耳。期待已久的幽靜早晨，如同等待許久的姑娘，撩起面紗的那一刻讓人驚豔不已，卻只能靜靜凝視，深怕冒失的觸碰，惹惱了她。

上山總是艱難的，在嚮導老李的帶領下，一群人魚貫進山。山間的小路幽深，兩旁的植被茂盛，不經意拐過一個彎，大部隊就消失了一半。我盡力而為的攀爬，眼中只有灌木，松子樹、栗子樹一概視而

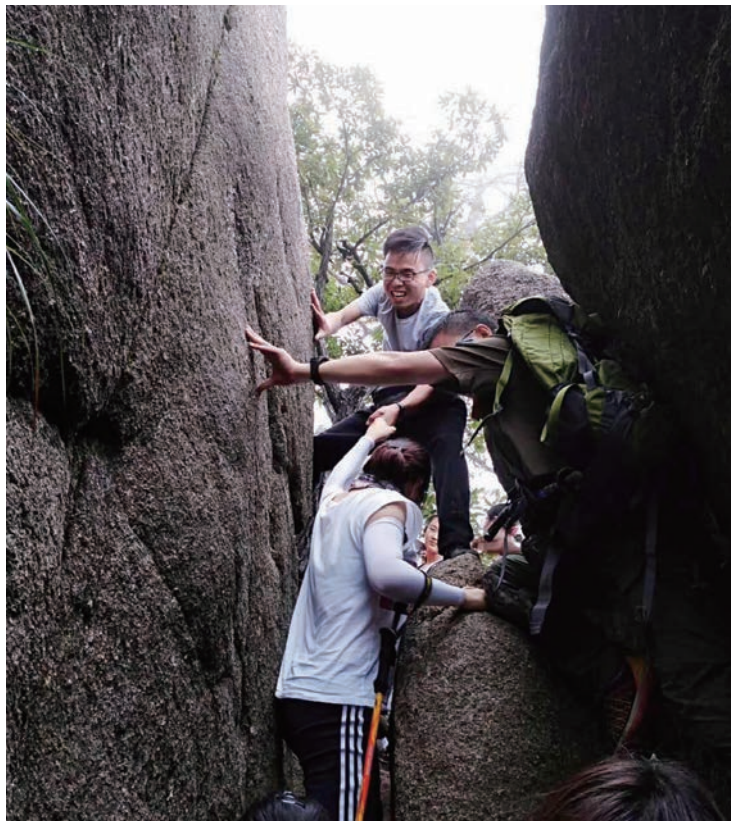
不見，希望能早點登頂。

霧氣掩蓋了整座山勢，僅能看見眼前的彎曲道路，看不見山腳與山頂。起初的泥濘山路雖有危險，但相較於垂直的山勢，簡直不足掛齒。手腳並用在登山過程中是必然的，嚮導提前準備的繩索和大家發揮協作精神，讓徒步登山充滿特殊的體驗。一個人的翻越只是個人的成功，但團隊的成功更有意義，是龍鬚山讓大家體驗協作精神的美好。栓一道繩索，伸一隻手掌，堅持不落下任何夥伴，我們在艱困中看到希望！

行走在風化的沙礫峰脊上可謂危險萬分，不足 30 公分的小道上，兩邊幾乎垂直而下的坡道，不僅得避免打滑，還要注意平衡。登山的裝備與技巧此刻發揮了作用，嚮導如履平地的行走，我們簡直無法望其項背。

下山，是到達人體極限後的一點希望。飽經折磨的小腿越發不聽使喚，屁股與山路的接觸總是不期而至。時緩時急的山路，冷不丁就提前設置好了障礙，一不小心就中了圈套，讓原本隱約兩半的屁股，徹底撕裂成兩半，皮膚也在緊靠的灌木間不經意就劃開幾道口子。我知道，這山不會輕易放過我們。

近八個小時的徒步翻越，回望身後的



龍鬚山，它依然雲霧繚繞，翠綠滿山。想來它應該不會記得我們曾經來過，但帶著疲憊與滿足的我們一定會記得它。數年後，老去的我們再看到它，它將清秀依舊。

※註：「攞蛋」是流行於江蘇及周邊地區的撲克牌遊戲。

# 有獎徵答

編輯室

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

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. 當企業出現下列何種情形，品牌才需要重新定位？【領航者的話】
  - A. 企業的目標、產品、服務、競爭力出現變化
  - B. 品牌的關聯性減弱
  - C. 企業的承諾沒有兌現，或者品牌形象與別人混淆
  - D. 以上皆是
2. 下列何者非亞洲水泥採取的均化措施？【封面故事】
  - A. 即時分析及品質監控
  - B. 手動配料及人工取樣分析
  - C. 自動化配料及精準品質調控
  - D. 創新開採佈局
3. 遠鑫電子票券的「多元支付整合服務」整合了哪些項目？【封面故事】
  - A. 會員點數
  - B. 現金
  - C. 禮券
  - D. 以上皆是
4. 下列觀念何者不正確？【保健網】
  - A. 只要抽血一定能測出過敏原
  - B. 過敏原測試不適合用於篩檢
  - C. 過敏原的 IgG 檢測不等於「慢性過敏原檢測」
  - D. 過敏是一種造成不適的免疫反應

## 參加辦法

請剪下 366 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**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 元之遠東百貨商品券（15 份）**。編輯室將於次月月刊中公佈得獎名單。

### 遠東人月刊 366 期有獎徵答

姓名：  
單位：  
員工編號：  
聯絡地址：

答案：1. (     )    2. (     )  
          3. (     )    4. (     )

### 365 期有獎徵答得獎名單揭曉

單位	姓名	單位	姓名	單位	姓名
亞東石化	官 * 大	遠東新世紀	鮑 * 楹	遠東商銀	朱 * 綺
遠傳電信	洪 * 鳳	亞東技術學院	張 * 芬	遠東新世紀	劉 * 意
亞東證券	歐 * 雯	遠東新觀音廠	李 * 琳	裕民航運	卓 * 秋
亞利通運	吳 * 瑩	遠百信義店	許 * 珊	亞東醫院	賴 * 伊
亞東醫院	吳 * 聘	遠東新新埔廠	馮 * 華	遠通電收	蘇 * 畫

恭喜上列幸運兒分別得到面額 300 元的遠東百貨商品券！







Big City 遠東巨城購物中心打造「Baby Boomers Club--BBC 三合院」公益空間，幫助高齡者發展更多元的生活模式，並於 2020 年 12 月 20 日舉辦「老派時尚之夜」成果發表會。



遠傳電信與臺北市府攜手，於南港機廠社會住宅導入 AIoT 人工智慧物聯網平臺，獲得「2021 智慧城市創新應用獎」。



元智大學「艾姐資訊培力」USR 計畫今年與社區大學合作，打造長者們專屬的科學體驗營。



亞東技術學院在黃茂全校長（前排中）主持下，於 2020 年 12 月 9 日舉辦「高等教育深耕計畫成果展」。



遠百嘉義店於 2020 年 12 月 31 日舉辦「日本弘前文化物產展」開幕記者會，並號召同仁發揮愛心，捐出 100 盒弘前市蘋果，由嘉義市政府社會處代表受贈家庭出席。



嗶

happy  
cash

有錢卡

活動日期：2021/01/01 ▶ 2021/03/31

點數狂飆  
最高

8倍送

HAPPYGO 點數

遠東集團四大百貨

(遠東百貨/遠東SOGO百貨/遠東巨城購物中心/遠企購物中心)

天天單筆消費扣款  
滿100元 點數2倍送

愛買

週一~週五單筆消費扣款  
滿100元 點數2倍送

週六~週日單筆消費扣款  
滿1,500元 點數8倍送

\*週六~週日單筆消費扣款加贈點數單筆最高限贈360點

\*以上皆含原來1倍

\*HappyCash銀行聯名卡不適用本活動



活動日期：2021/01/01 ▶ 2021/03/31

乘/停車/加油享  
3%現金回饋

★ 台北捷運 桃園捷運 臺灣鐵路

★ 高雄捷運 高雄輕軌 高雄公車

★ 台灣聯通 台灣石油 台亞加油站 雙北公車



每卡每月回饋上限100元(需靠卡)

活動日期：2021/01/01 ▶ 2021/03/31

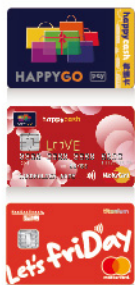
全聯最高月月贈1000福利點

全卡歡樂禮

單筆消費嗶滿300元

贈 100 福利點

\*每卡每月最高回饋上限500點



遠東快樂信用卡加碼禮

以HappyCash有錢卡功能支付  
單筆消費滿300元

贈 200 福利點

\*含「全卡歡樂禮」100點

\*每卡每月最高回饋上限1,000點



\*每福利卡每日限回饋1次

謹慎理財 信用至上 ※循環信用利率及各項費用詳情參閱各銀行官網

本公司保留活動最終修改、變更、取消之權利。活動內容詳見遠鑫官網 [www.happycashcard.com.tw](http://www.happycashcard.com.tw) 若有問題請洽本公司客服中心 (02)7727-8999