

遠東人

共同開創「誠勤樸慎・創新」的健康人生

徐有庠
題

COVER STORY

遠東大串聯 加速零售數位轉型
東聯與亞東預拌聯手打造低碳產業鏈

LIFE GUIDE

法律網
離婚會不會影響子女的繼承權？
保健網
兒童發燒痙攣 如何聰明就醫

跨界結盟 從單贏邁向多贏
A Winning Formula for Group Synergies

35%

19%

掃描 QR Code
看更多即時訊息
還可下載電子雜誌





遠東集團 2 月 9 日在徐旭東董事長主持下，隆重舉行辭歲新春團拜。



遠傳井琪總經理（右）率隊參加國家關鍵基礎設施防護演習，應變調度能力備受肯定，獲行政院沈榮津副院長（左）頒發「最佳指揮官」殊榮。



遠東巨城購物中心李靜芳董事長（右三）率經營團隊以精彩的舞龍舞獅表演，與民眾一同迎接金牛年。



桃園鄭文燦市長至 SOGO 百貨中壢店視察防疫狀況，對於賣場防疫措施大表讚揚。



「2021 台南藝術博覽」於香格里拉臺南遠東飯店登場，周麗華總經理（右一）受邀與臺南市黃偉哲市長（左五）等嘉賓共同主持開幕儀式。

跨界結盟 從單贏邁向多贏

李佳珍

常言道，「一個人可以走得快，但一群人可以走得更遠」，面對變化莫測的大環境、日趨嚴苛的產業挑戰，與其單打獨鬥，不如整合資源，凝聚更大的力量。本期「封面故事」將為您介紹集團旗下不同專業領域之產業先驅，如何運用創新思維，跨域合作，搶攻新經濟時代商機。

關企資源的匯集，不僅能為集團創造更大的效益，也為我們開啟更多元的知識領域。本期「財經網」專欄，遠東商銀理財專家教您如何利用信用卡優惠，聰明省荷包；「保健網」專欄，亞東醫院專科醫師提醒大家，如何正確應對兒童發燒痙攣；「流行網」專欄，遠東百貨購物專家則整理出 2021 年春季男裝流行趨勢，並獻上同仁專屬優惠；「法律網」專欄中，更有專業法務人員網羅臺海兩岸實用的法律知識……各公司完美分工、各展所長，邀請您跟隨著集團的腳步持續成長，一起邁向共好共贏的未來！

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、8556

「遠東人開講」五月份話題：我的網購經

近幾年網購風潮方興未艾，無論食、衣、住、行、育、樂，通通可以在彈指之間輕鬆搞定。您也熱衷於網購嗎？最常上網買哪些東西？什麼樣的服務或功能最令您感到驚喜？歡迎來信分享網購心得，文長 300 字以內，遠東人月刊就會提供您一筆小小購物金哦！（截稿日期：4 月 15 日前）



APR 2021

NO. 368

01 EDITOR 編輯手記

跨界結盟 從單贏邁向多贏 / 李佳珍

04 LEADER'S REMARKS 領航者的話

徐旭東董事長新春團拜致詞 / 編輯室採訪整理

07 COVER STORY 封面故事

遠東大串聯 加速零售數位轉型 / 編輯室採訪整理

東聯與亞東預拌聯手 打造低碳產業鏈 / 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

18 OFFICE TALK 樂活職人

經營管理新知：2020 年末檔期消費動態解析 / 天下創新學院

同仁工作經驗談：疫情下的物流運輸 / 黃小敏

同仁工作經驗談：掌握正確步驟 成為靠譜的人 / 葉永鍵

同仁工作經驗談：淺談粉塵爆炸 / 李健

上班族必修學分：不可不知的 email 禮儀 / EIE 美語



30 LIFE GUIDE 生活情報

- 法律網** 離婚會不會影響子女的繼承權？／范佩琦
法律網 育兒津貼再加碼 0～6 歲國家一起養／楊禮瑄
法律網 虛假陳述需承擔法律責任／董琳
財經網 後疫情時代 聰明省荷包／林瑩瑩
流行網 2021 春季男裝 減壓向前行／鄭嘉蕙
保健網 兒童發燒痙攣 如何聰明就醫／高凱亮

44 HOT TOPIC 遠東話題

遠東人開講：我的網購經／編輯室輯

46 STORY 心動時刻

就地過年／王娜麗
 年味是什麼？／武清敏

48 QUIZ 有獎徵答

367 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 | 吳昇鑫 |
| 卓采慧 | 范明珠 | 徐竣菁 | 徐雅慧 |
| 梁雅雯 | 黃呂鈞 | 黃商貽 | 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 | 曾淑萍 | 馮輝棋 |
| 鄭芯萱 | 蔡敏雄 | 蔡佩瓊 | 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)



徐旭東董事長 新春團拜致詞

編輯室採訪整理

農曆年前最後一個工作日，遠東集團依循傳統舉行新春團拜，由徐旭東董事長帶領關係企業主管回顧過去一年的經營績效，並揭示未來的方向與展望。

受到 COVID-19 疫情影響，2020 年集團旗下企業整體營收、稅前淨利微幅下滑，但總資產持續增加，且財務結構健全，可確保未來成長動能。展望 2021 年，集團上市公司獲利樂觀，希望大家的努力下，有機會再創新高。

遠東正邁向第二個 70 年，然而在新常態下，我們面臨的挑戰或許將更加嚴苛，希望各位持續關注以下七項重點：

1. 科技創新（Science / Technology）：

身處數位科技時代，各公司一定要重視科技創新，運用新科技，開展新商務模

式。

2. 土地資產開發

（Real Estate Development）：

遠東擁有逾 50 萬坪的土地資產，以台北遠東通訊園區（Tpark）為例，經過十餘年的規劃，已經成為許多國際大型企業落腳臺灣的首選，Google 更在此設立新總部。不僅如此，中壢地區的開發案也正積極規劃中，除了亞東醫院第二院區，屆時也將引進更多建設，土地資產成長可期。

3. 集團組織架構

（Group Corporate Structure）：

遠東的企業治理應分為「公司」與「集團」兩種層級，隨著各公司持續成長，旗下子公司、轉投資公司的數量不斷增加，必須有健全的組織架構才能適切管理。對於集團整體來說，也必須有專責人員處理公共事務的協調溝通，以及跨行業的合作事宜，以利整合資源，創造最大效益。

4. 國際化（Internationalization）：

遠東的投資橫跨中國、越南、日本、美國等地，同仁的外語能力相對重要，尤其英文是全球共通語言，一定要具備良好的英語能力。

5. 法務部門（Legal Department）：

全球化時代，各公司的法務部門不僅

應具備臺灣地區的法務專業，同時也要熟悉國外的法規，能協助處理企業在海外投資、營運時面對的各種問題。

6. 企業發言人

（Corporate Spokesman）：

遠東向來默默耕耘，鮮少宣揚，但在資訊傳播迅速的時代，各公司應設置企業發言人，暢通對外溝通管道，並及時回應、處理問題。

7. 環境、社會、公司治理（Environmental、Social、Governance, ESG）：

ESG 概念已蔚為全球趨勢，各公司應加強重視、落實治理，才能永續經營。

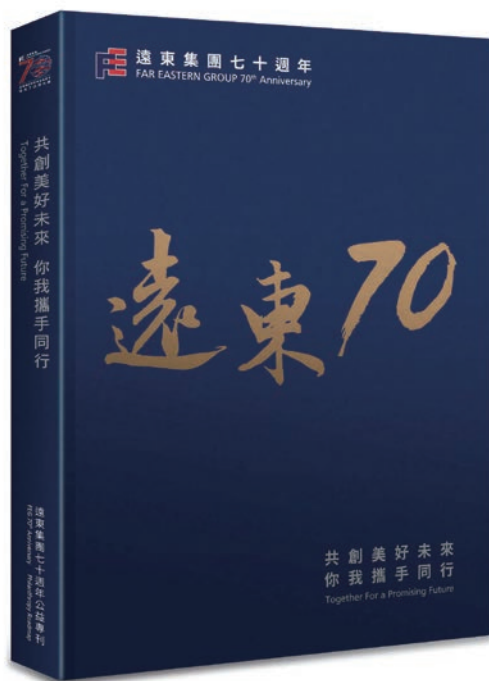
除此之外，進入 2021 年，全球仍有許多難題亟待化解，不僅要面對中美兩大強權的衝突、臺海局勢緊張、氣候變遷、貧富差距、財政赤字等威脅，後疫情時代也出現許多新常態，例如：5G 將改變未來的生活，尤其遠傳的 5G 下載速度近期榮獲國際行動網路調查權威機構肯定為全臺第一，且大幅領先其他電信業者，未來可望支援各產業發展更多的智慧服務。此外，社會安全距離等防疫措施，考驗了百貨、飯店等實體商家的應變能力，亦突顯了數位化的急迫性，各店除應確實做好人流管理、環境消毒，也必須發展零接觸商機，創造更多的數位銷售通路。另一方面，這

次疫情也曝露了供應鏈全球化的危機，迫使許多跨國企業調整思維，降低對全球化依賴的程度，否則一旦某個環節出現問題，將影響整體產線的穩定性。至於環境保護的重要性更已經成為全球共識，越來越多國家、企業轉向綠色能源，未來遠東對於綠電的需求亦將大幅增加。

我們期盼大環境能夠維持和平與開放，才能吸引更好的人才、資金、技術。然而，外在環境畢竟無法掌控，面對快速變化的情勢，企業必須莊敬自強，找到前進的方向。特別是在疫情過後，應重新設定經營思維，重新構想（Reimagine）、調整企業經營目的（Repurpose），並且重新改造企業（Reinvent）。各公司所處的產業環境不同，要找到合適的發展目標，例如：要提供最好的、還是最差異化的產品與服務？追求的是最佳獲利？還是最低成本？要在市場中成長最快？還是佔據最大的市場份額？要專注於最好的管理、最創新的技術？還是著重最永續的經營模式？擁有清楚的目標，才能建立有力的願景，進而定義企業的未來。至於人力資源的重要性更是無庸置疑，人資部門必須加速培養同仁的外語能力，同時加強 AI、IoT、Big Data 等新科技的訓練，並藉由跨部門、跨公司的輪調，拓展同仁的多元能力，以因應企業在全球拓展的腳步。希望各公司持續提升競爭力，跨越科技、本土、人才、

營利等門檻，躍上國際舞臺。

遠東集團走過 70 年，考量防疫需求，不便舉行慶祝活動，因此將 70 年來的公益足跡彙集成冊，希望藉由「共創美好未來 你我攜手同行—遠東集團 70 週年公益專刊」，讓所有遠東人和社會各界了解我們從學校、基金會、醫院，到各家企業對公益的付出。這些成果都來自大家的貢獻，沒有各位的努力，就沒有今天的遠東。當然，公益之路沒有盡頭，邁向下一個 70 年，我們將繼續投入公益，創造企業與社會的雙贏，也請大家同心戮力，積極提出新觀念、新策略，並且發揮執行力，寫下遠東下一個 70 年的精彩歷史。





遠東大串聯 加速零售數位轉型

編輯室採訪整理

因應行動支付潮流及數位化趨勢，集團綜效暨零售規劃總部整合遠東集團跨公司資源，推出跨通路的行動支付服務，本期將為您介紹各公司如何完美分工、各展所長，藉由點數與金流的無縫串接，實現「點金雙Pay，方便加倍」！

瞄準趨勢

行動支付為零售數位服務加值

馬雲在「2020 線上中國國際智能產業博覽會」表示，「數位化在過去只是讓一些企業活得更好，但該技術現在已是企業活下去的關鍵。」全聯的執行長謝健南則說：「數位轉型不只是砸錢，搞懂優勢更重要。」要做好數位轉型，必須從集團的優勢出發，從消費者角度思考，提供解決消費者痛點的技術與服務，才能吸引消費

者使用，數位轉型才會成功。

遠東集團旗下擁有零售、電信、飯店、醫院、教育、銀行證券、ETC 等多元業種，提供食、衣、住、行、育、樂各面向的商品與服務場域，並以 HAPPY GO 會員機制串接各個產業。以往每次支付時，消費者必須先拿出 HAPPY GO 卡，再掏出信用卡付款，若要同時兌點，還得多刷一次條碼；若能透過數位化的行動支付，讓櫃員一次

掃碼即可完成所有支付動作，勢必能打造更完善的消費旅程以及創新的消費體驗。瞄準此一市場趨勢與消費者需求，集團綜效暨零售規劃總部偕同 HAPPY GO、遠東商銀、零售體系、消費服務等通路，共同組成專案團隊，展開相關開發工作。

創新思維 改善消費體驗

根據資策會產業情報研究所（MIC）針對臺灣消費者進行 2020 上半年行動支付大調查發現：若商家支援所有支付工具，臺灣消費者首選行動支付的比例高達 35.3%，已首度超越實體信用／金融卡（33.9%）。與專門的支付 App 相比，更多客戶選擇使用零售通路 App 支付，且大部份是為了優惠券和會員折扣，由此可見，零售通路 App 是消費者服務整合的最終首選，而集團的零售通路 App 則是最佳的消費者接觸點。於是，由遠銀扮演線上金流系統開發角色，搭配逾 900 萬活躍會員的 HAPPY GO 品牌，合作建置 HAPPY GO

Pay，運用集團零售通路的場域優勢，建立跨產業、跨通路的點金數位服務。

HAPPY GO Pay 內建於 HAPPY GO、遠百、巨城、SOGO、愛買、遠傳 friDay 57...等多個通路的 App，消費者於 App 點選 HAPPY GO Pay，同一張信用卡只需綁定一次，線上、線下皆可支付，大幅提升使用場景。有別於以往結帳需刷讀 HAPPY GO 實體卡才能累點、兌點，HAPPY GO Pay 將實體卡片數位化，消費者僅需打開手機 App，掃碼即可完成累點、兌點、支付，甚至陸續加入停車支付、信用卡分期與租金櫃支付，大幅提高使用頻次與交易金額。未來專案團隊還計劃進一步整合零售體系點數紙本兌換券、折抵等其他需求，一次掃碼提供多項服務，解決消費者帶卡、找券等支付痛點。

不僅加速結帳流程、改善支付體驗，遠銀也重新設計風控核卡流程。過去消費



者必須等候 7 天才能收到實體卡片，如今只需上傳申請資料，新戶 2 小時、舊戶 30 分鐘即可完成審件，4 小時內立即開通、使用 HAPPY GO Pay 交易，享受回饋。

而對集團來說，遠銀以既有線上信用卡收單服務串接金流，不但降低各服務通路重新建置系統的投資成本，同時也鞏固了集團會員及遠銀卡友、強化了零售消費體系的服務優勢，並且活絡了 HAPPY GO 的點數運用，更增加了遠銀在集團零售體系的支付佔比。

分進合擊 集團綜效升級

此專案為臺灣首創多家零售通路 APP 內鍵單一行動支付系統，過程中，各公司發揮所長：遠東商銀設計系統架構、銜接線上收單，並介接 HAPPY GO 點數，提供金流服務；HAPPY GO 負責規劃行銷主軸與優化使用者體驗，同時洽談集團外合作銀行與特約商等通路拓點；集團各通路除全力安排相關 App 改版及金流介接，產品上市前，更邀請集團同仁全體動員下載使用，上線後亦多方挹注行銷資源，透過廣宣、專櫃人員強力曝光，搭配民生用品、消費折價、點數等優惠，促動消費者使用。

當然，如何協調統合集團各公司的資源分配，是專案成功與否的關鍵，集團綜效暨零售規劃總部偕領關企各公司，依照



策略訂定執行計畫，並橫向整合各公司負責項目與階段目標，凝聚共識。HAPPY GO Pay 上市後，集團綜效暨零售規劃總部不但持續舉行團隊技術週會，更邀集 HAPPY GO、遠銀、遠百、SOGO、巨城、愛買、city'super、遠企、遠傳、遠東飯店等關企行銷部門，組織集團行銷雙周會，共同討論後續的行銷規劃、優惠，並進行成效檢討、反饋使用者體驗，激勵各公司保有前進的動力。

HAPPY GO Pay 連結金融與資訊科技應用，發展數位創新服務，上市半年，即進入資策會產業情報研究所 (MIC) 行動支付大調查消費者最常使用零售通路型行動支付第五名，推升 HAPPY GO 與零售 APP 共超過 380 萬下載數，2020 全年度共刷出了超過 130 萬筆交易，28.5 億的漂亮數字，不但提供消費者更多元的支付選擇及體驗，也提升關企合作效益及集團數位轉型形象，為遠東集團建構線上線下、點金匯流打響漂亮的一役！

東聯與亞東預拌聯手 打造低碳產業鏈

編輯室採訪整理

眾所周知，東聯化學屬於「化工業」，亞東預拌隸屬「水泥建材業」，貌似不相關的兩種產業，其實背後隱藏著千絲萬縷的關聯性和可能性。且看他們如何在創新思維的激盪下，綻放出綜效的火花？又是如何跨域攜手，完成產業鏈整合？

如果說，「預拌混凝土的品質」是工程建案成敗的關鍵，那麼，「化學助劑」無疑是混凝土製程中不可或缺的要角。

亞東預拌每年生產約 500 萬 m^3 的混凝土，過程中需添加約 2 萬噸的化學藥劑。此化學藥劑主要原料為聚羧酸高分子聚合物（PCE），乃透過 HPEG 單體反應加工而成，而東聯化學正是目前臺灣唯一的 HPEG 單體生產商，只是以往銷售途徑是先售予一般大型藥劑商，經過反應加工與複配製成藥劑後，再供應下游水泥建材業。

這樣的產業鏈導致混凝土的品質容易受到藥劑商影響，同時也拉高水泥建材業的生產成本，造成許多有形與無形的損失。有鑑於此，東聯化學與亞東預拌決定共同開發化學藥劑，進行產業鏈垂直整合。

資源共享 優勢互補

由於施工現場的混凝土品質主要受到



砂石品質與化學藥劑用量之影響，因此，「標準化外加藥劑及品質」為首要之務。經過雙方團隊密切討論，以及數百次實地測試後，東聯化學重新定義藥劑中之核心

有效成分，建立精確的生產流程及科學化的配方調製技術，並透過量化指標，確保藥劑品質的穩定性；同時，亞東預拌也著手開發「量化砂石品質」之技術，以預判藥劑用量，如此一來就可根據砂石品質，精準變更藥劑用量，避免傳統仰賴經驗調整的方法造成不必要的成本浪費。

不僅如此，考量臺灣砂石品質多變，施工過程中容易產生飛灰浮出，影響混凝土外觀，東聯化學進一步以其在特用化學品原料的製程技術，結合亞東預拌在混凝土材料生產及使用的豐富經驗，陸續開發出混凝土外觀改善劑、消泡劑等功能助劑，協助亞東預拌確保混凝土均勻的外觀。

垂直整合 效益多元

在專案團隊的努力下，新設計的 G 型高性能減水緩凝劑（JSP01）與高流動化劑（JSP02）皆已通過 2020 年臺灣北、中、南三區藥劑技術評比，各項性能表現優異，其中，G 型高性能減水緩凝劑（JSP01）更自 2020 年起，成功導入亞東預拌的工地營造案，驗證跨企業應用整合之可行性。未來東聯化學更將持續蒐集各項環境因子數據、量化統計彙整砂石物料特性，再整合現場實務經驗，運用於大數據分析，協助亞東預拌快速因應各種物料狀況，生產品質優異的混凝土產品。

值得一提的是，本次合作除了提升產品價值、減少成本支出之外，東聯化學

從整合原料到終端產品的一條龍式生產，也有效降低了產品的生產週期與能耗。以生產 1,000 噸 G 型高性能減水緩凝劑（JSP01）為例，約可節省 8,000 度電、32 噸蒸汽，相當於減少 12 噸的碳排放量，若再加計包材減少以及運輸節能效益，減碳效果更為顯著。

東聯化學與亞東預拌原為不同專業領域之產業先驅，透過跨域攜手，東聯開發出能滿足終端客戶和市場需求的混凝土用化學藥劑與功能助劑，正式跨足建築化學品領域，未來可望深入經營混凝土應用市場，滿足行業設計需求。而亞東預拌則因整體混凝土產品競爭力的提升，有助於擴大在混凝土市場的市占率，強強聯手，同步增加集團整體營收獲利，為創造集團綜效寫下新的典範。



集團簡訊

掃描 QR Code 看更多集團訊息 →



01 遠傳受邀參加「飛越疫情：新領袖、新典範」論壇

遠傳電信井琪總經理 3 月 11 日以「疫情加速數位轉型、遠距商機快速成長」為題，於《風傳媒》舉辦之「飛越疫情：新領袖、新典範」論壇發表演說。井總經理表示，受疫情影響，「宅經濟」成為顯學，企業導入遠距工作的同時，更加速企業數位轉型的腳步。如何利用數位科技創造新的商業模式，成為刻不容緩的課題。（遠傳電信／陳信升）



02 遠傳 2020 年獲利財測超標

遠傳電信 2 月 25 日召開 2020 年第四季法人電話說明會，會中公布 2020 年全年獲利財測超標，數位轉型效益持續顯現。未來遠傳將持續結盟 5G 夥伴，以「消費者數位生活」與「企業智慧轉型」雙主軸並重，持續深耕 5G「大人物」，在嘉惠用戶的同時，也憑藉精準投資，使投資效益最大化。（遠傳電信／林孟璇）

03 遠傳 friDay 影音攜手公視合資開拍劇集

遠傳 friDay 影音繼春節收視開紅盤後，2 月 22 日更宣布將攜手公視，合資開拍《你的婚姻不是你的婚姻》劇集作品。結合新科技與科幻風格，呈現「半幸福」婚姻的故事，全劇分五個單元，預計 2021 年 4 月開拍，於 2022 年第二季推出。（遠傳電信／陳信升）



04 智慧城市展 遠傳秀創新應用

「2021 智慧城市展」於 3 月 23 日盛大登場，遠傳電信透過 3 大情境、20 多項應用，呈現遠傳以 5G 結合大數據、人工智慧、物聯網以及雲端和資安全方位的整合能力與多元場域應用實力。今年也是遠傳首次以「臺灣智慧城市產業聯盟」成員的身分出席 3 月 16 日的展前記者會，並由遠傳企業暨國際事業群李明憲副總經理代表致詞。（遠傳電信／張為竣）

05 新南向里程碑 元智在泰國成立拓廣中心

COVID-19 疫情橫掃全球，臺灣防疫有成，卻也升高境外生入境難度，元智大學視危機為轉機，於 2 月 18 日在泰國曼谷農業大學設立元智拓廣中心，邀請駐泰代表李應元大使、辦公室所在地農業大學國際副校長 Kampanat Pensupar、元智大學李清庭副校長等 48 位代表與會，以線上及現場互動方式舉行揭幕儀式，立下新南向里程碑。（元智大學／饒浩文）

06 亞東石化（上海）舉辦元宵節猜謎活動

亞東石化（上海）於 2 月 26 日舉辦「猜燈謎慶元宵」活動，謎題內容涵蓋生活日常、歷史文化等主題，在解題的過程中，不僅強化員工間的交流，更帮助大家學習新知，共度溫馨愉悅的元宵佳節。（亞東石化（上海）／李曉鵬）



07 上海市奉賢區區長蒞臨遠紡工業（上海）

上海市奉賢區袁泉區委書記兼代區長於 2 月 12 日帶隊蒞臨遠紡工業（上海），視察過年期間廠區的安全生產狀況。在曾竹賢總經理陪同下，袁區長參觀膠片車間的生產環境，對於員工的安全責任意識、安全培訓管理作業與員工就地過年方案，表達高度肯定。（遠紡工業（上海）／張衛華）



公益專區

08 高雄大遠百傳愛暖人心

高雄大遠百今年喜迎二十週年，特別號召同仁至半屏山淨山，不只凝聚員工向心力，也促進員工健康；此外，農曆年前，由店長黃友誠經理代表，致贈社會局長青中心長者年菜禮盒，溫暖長輩們的心；228 假期間，更攜手高雄市政府消防局、童軍會舉辦「小小童軍體驗營」，傳遞正確的防災、逃生及團隊精神認知，期勉小朋友未來發揮樂天助人的精神。（高雄大遠百／陳昱蓁）

09 遠東百貨關懷弱勢 串聯各地愛心

遠東百貨愛心不落人後，板橋大遠百2月9日與臺北捐血中心合作，舉辦「捐血有你，串不止息」活動，邀請同仁、居民及顧客一起做愛心；臺南大遠百也邀請偏鄉兒童用作文繪畫記錄愛，並頒發獎金及獎狀以茲鼓勵；嘉義店與桃園店則舉辦毛小孩公益活動，呼籲民眾以領養代替購買，落實動物關懷，讓社會充滿愛。（編輯室輯）



10 遠東SOGO百貨化身公益舞臺助弱勢

遠東SOGO百貨新竹店於春節前邀請曾獲第五屆「SO GOOD 好小孩少年楷模」、「2020總統教育獎」的16歲少女書法家周沛辰，至新竹店揮毫提春聯贈送民眾，周沛辰特別為「牛」年設計多款春聯與賀詞，每一筆都展現出精湛的書法技巧，吸引人潮紛紛圍觀欣賞。（遠東SOGO百貨／黃安蕙）

11 遠東SOGO百貨贊助偏鄉國小走讀臺北

遠東SOGO百貨長期投入兒少關懷，多次贊助嘉義義竹鄉「和順國小『走讀』計畫」。日前和順國小走讀團隊來到臺北，由SOGO百貨安排參觀臺北忠孝館，引領學童完成「一日百貨職涯體驗」，期許將公益關懷化為學童們學習的動力。（遠東SOGO百貨／黃安蕙）

好康報報

12 香格里拉臺南、臺北遠東飯店挺在地好農 攜手推出鳳梨入饌

香格里拉臺南遠東飯店以行動支持在地好農，推出「臺灣鳳梨·美味入菜」活動，即日起至5月30日，於飯店「醉月樓」、「遠東CAFÉ」與「品香坊」新鮮上市；北部饕客也可在4月30日前，於香格里拉臺北遠東飯店的「香宮」與「醉月樓」品嘗獨特的鳳梨佳餚；此外，兩間飯店熱賣手工鳳梨酥，送禮自用兩相宜。詳情請洽：臺南（06）702-8856，臺北（02）7711-2080。（香格里拉臺南遠東飯店／卜怡筠）

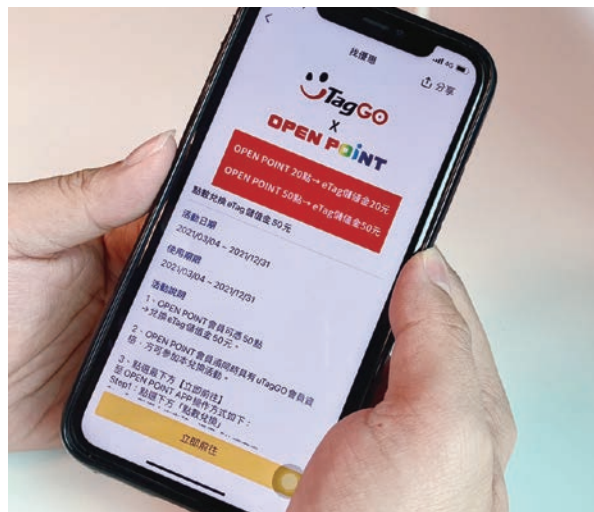


13 歡慶 uTagGO 會員突破 100 萬 強強聯手回饋廣大用路人

慶祝 uTagGO APP 突破百萬會員，同時國道計程收費也正式邁入七週年，為感謝廣大用路人的支持，遠創智慧與 OPEN POINT 熟客生態圈強強聯手，力推小額點數兌換國道 eTag 儲值金。uTagGO 會員除了可用 HAPPY GO 點數兌換國道 eTag 儲值金，也能上 OPEN POINT APP 同步兌換，1 點兌換 1 元，且兌換金額無上限，幫愛車族省荷包。(遠通電收／李俊璋)



活動網址



14 「望月樓」波士頓龍蝦套餐 55 折

即日起至 4 月 30 日，座落於新北地標百揚大樓 48 樓的「望月樓」餐廳推出「開工特惠雙響砲」，分別是平日午餐限定、55 折供應的「波士頓龍蝦套餐」，以及平日午晚適用、菜色升級的「片皮鴨桌菜」。名廚掌勺，色味雙全，是宴客自用的最佳選擇，訂位請撥專線（02）7705-9703。（Mega 50 餐飲及宴會／閻惠瑗）

15 50 樓 Café 推出「犇向牛市」 親子用餐兒童免費

50 樓 Café 自 3 月 19 日～5 月 10 日推出「犇向牛市」活動，以骰子牛為主題，再加多種自製沾醬增添風味，讓消費者討個好口彩又大飽口福！迎接即將到來的兒童節，活動期間親子同行用餐，130 公分（含）以下兒童一律免費（例假日除外），洽詢細節或訂位，請撥專線（02）7705-9723。（Mega 50 餐飲及宴會／閻惠瑗）



16 馬可波羅酒廊邀您共賞「花現·香格里拉」午茶派對

為響應臺北杜鵑花季，香格里拉臺北遠東飯店自即日起至 4 月 30 日，於飯店 38 樓的馬可波羅酒廊推出週末限定「花現·香格里拉」午茶派對，邀請知名花藝造型師李明川設計空間造景，再由飯店國際廚藝團隊將花藝元素融入餐點，打造兼具視覺與味覺美學的春日午後時光。詳情請洽（02）7711-2080。（香格里拉臺北遠東飯店／王靖芃）

17 ibuki 日本料理新任主廚獻藝 形色味美嘗春花

櫻花滿開的季節，位於香格里拉臺北遠東飯店七樓的 ibuki 日本料理新任主廚李森文，巧思設計櫻花主題的懷石料理，迎接燦爛花季！即日起至 4 月 30 日期間限定推出「春之戀櫻花宴 懷石套餐」，每位 3,280 元，內含一杯月山出雲清酒與七道式的套餐（以上價格需外加一成服務費），訂位請洽（02）7711-2080。（香格里拉臺北遠東飯店／張書涵）



績優榮譽榜

18 豫章工商橫掃板橋大遠百廚藝競賽

豫章工商餐飲科同學於寒假期間參加板橋大遠百舉辦之「牛轉乾坤」創意年菜廚藝競賽，橫掃比賽各階段前三名，成功彰顯豫章餐飲科的實力。（豫章工商／莊宜君）



19 國家關鍵基礎設施防護演習 遠傳災防應變能力備受肯定

為維護國土安全，行政院每年針對國家關鍵基礎設施進行防護演習。遠傳獲選參與訪評演習，針對模擬重大災害情境，建立完善的應變策略，完成橫向與縱向統籌、協調，有效降低損失、迅速復原，為守護全民安全善盡心力。井琪總經理應變調度能力備受肯定，2 月 23 日獲行政院沈榮津副院長親自頒發「最佳指揮官」殊榮。（遠傳電信／林孟璇）

20 遠傳電信連續兩年榮獲「永續年鑑銀級獎」

國際永續評比機構 S&P Global 近期發布 2021 年永續年鑑，全球參與評鑑的企業較前一年增加 50%，創下新高。遠傳電信推動永續發展更是不敢懈怠，在公司治理、環境永續、社會責任等績效表現傑出，因而連續兩年榮獲「銀級獎」企業殊榮，與全球永續標竿企業齊名。（遠傳電信／郎亞玲）

人事異動

21 遠東新世紀高階主管人事異動



- ① 姓名：林偉仁／學歷：國立中央大學企業管理系學士
 原任：遠東先進纖維公司 協理
 新任：化纖總部智能資訊部 協理



- ② 姓名：楊治平／學歷：逢甲大學紡織工程系學士
 原任：化纖總部纖維部短纖生產部門棉六廠 副廠長
 新任：化纖總部纖維事業部短纖事業群 權任經理



- ③ 姓名：洪金標／學歷：逢甲大學紡織工程系學士
 原任：化纖總部安衛部安環作業處 副經理
 新任：化纖總部安衛部安環作業處 權任經理



- ④ 姓名：楊敬強／學歷：清雲科技大學機械工程系學士
 原任：化纖總部固聚部維護工程中心維護二處 副經理
 新任：化纖總部固聚部維護工程中心維護二處 權任經理



- ⑤ 姓名：徐連靖堂／學歷：淡江大學化學工程系學士
 原任：化纖總部固聚部綠色材料群亞東綠材廠 副廠長
 新任：化纖總部固聚生產部門綠色材料群海外事業處 權任廠長



- ⑥ 姓名：李心雅／學歷：日本昭和女子大學英美文學系學士
 原任：遠紡織染（蘇州）有限公司 副經理
 新任：織染事業群營管部 權任經理

2020 年末檔期消費動態解析

天下創新學院提供

2020 年末，臺灣消費者在各大消費檔期的參與情況如何？何時開始關注優惠訊息？主要購物渠道是網購或線下實體店？多數消費者又是透過哪些媒體管道獲取檔期資訊？購買了哪些品項？消費金額多少、增減幅度如何？本期 GO SURVEY 將帶您瞭解消費者在 2020 年末各檔期的消費趨勢概況，讓您在未來的行銷活動中，提供更能滿足消費需求的方案！

各大百貨周年慶、雙 11、黑色星期五、雙 12 購物節…等，臺灣的重要購物檔期在年末連番登場，為了搶攻商機，商家紛紛祭出下殺優惠折扣，同時加碼行銷預算，以確保節慶檔期的銷售業績一路長紅！

觀察 2020 年末消費者在各檔期的參與狀況，整體來說，91% 的消費者在年末消費，較去年增加 4%；其中又以雙 11 參與率最高（73%），其次為雙 12（61%）和百貨周年慶（49%），至於黑五則僅有 25% 民眾參與。百貨周年慶參與率較去年微幅下滑（-2%），雙 11 和黑五則較去年增加 5% 和 4%，雙 12 提升幅度更高達 24%，推測為延續雙 11 買氣，各電商平臺強勢發動雙 12 購物大檔，促使消費者趁年底最後一波促銷結清購物車。

以 2020 年末檔期參與客群來看，百

貨周年慶以「已婚有 12 歲以下小孩」的參與率最高（58%）；雙 11 則是 20 世代的參與率最高（80%）；男性參與黑五較其他客群高（28%）；30 世代則較積極參與雙 12（67%）。

以各檔期民眾再購狀況（2019 年和 2020 年參與狀況）來看，62% 的民眾連續 2 年都有參與雙 11 檔期，百貨周年慶再購率排名第二（43%）；雙 12 在 2020 年帶進新客最多（27%），主要帶進較多女性（55%）和已婚有小孩的客群（42%）；而與前一年相比，百貨周年慶則流失近 1 成（8%）的客群。

從前述數據可以看到，年末檔期已成為消費者期待的購物盛事，參與購買意願逐年提升。因此，如何在競爭激烈的購物季中，成功帶動買氣，將成為品牌在 2021 年末重要的挑戰。（圖表①②）

1 2020年末各檔期參與率 整體年末檔期消費者91%

百貨周年慶購買率下滑！

近半數消費者會在百貨週年慶檔期消費

(49%, -2% vs. LY) · 當中以已婚有12歲以下小孩參與率最高(58%)



雙11、黑五、雙12購買率皆上升！

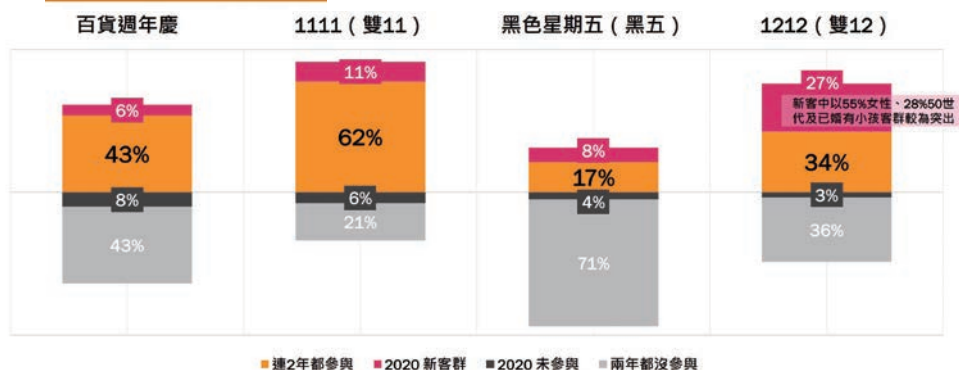
雙12購買率提升幅度最高(+24%)

73%消費者會參與雙11檔期(+5 vs. LY; 20世代中有八成會參與雙11);

25%會在黑色星期五檔期購買(+4% vs. LY, 以男性有28%會參與較其他客群突出);

61%則會參與雙12檔期(+24% vs. LY, 30世代中有67%參與); 推測為延續雙11買氣, 各電商平台強勢發動雙12購物大檔, 促使消費者趁年底最後一波促銷結清購物車。

2 年末各檔期x各客群回訪率



去年增加，活動滿意度近8成，38%認為優惠折扣較去年好；但是，消費者對於百貨周年慶優惠折扣感受與實際消費金額增加落差是最大的(-19%)，顯示其他刺激消費的服務動能（如：免排隊就能在線上購買、下載

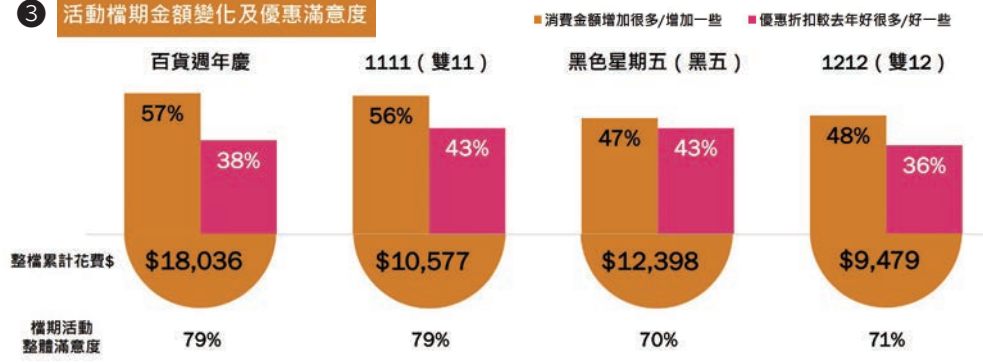
消費者在「百貨周年慶」檔期累計消費額最高

民眾在各檔期的整體活動滿意度或優惠折扣滿意度為何？消費力道及變化又是如何呢？以百貨周年慶來看，因購買品項以高客單價的專櫃美妝保養品、服飾、國際精品等為主，消費者在「百貨周年慶」檔期累計消費金額最高（\$18K），其中57%族群整體檔期消費金額較

APP就送電子折價券…等），結合優惠折扣的加乘效益尚有操作空間，是品牌創造百貨周年慶營收的另一機會點。（圖表③）

百貨周年慶可在一個月前宣傳；雙11和雙12可在1~2周前曝光

3 活動檔期金額變化及優惠滿意度



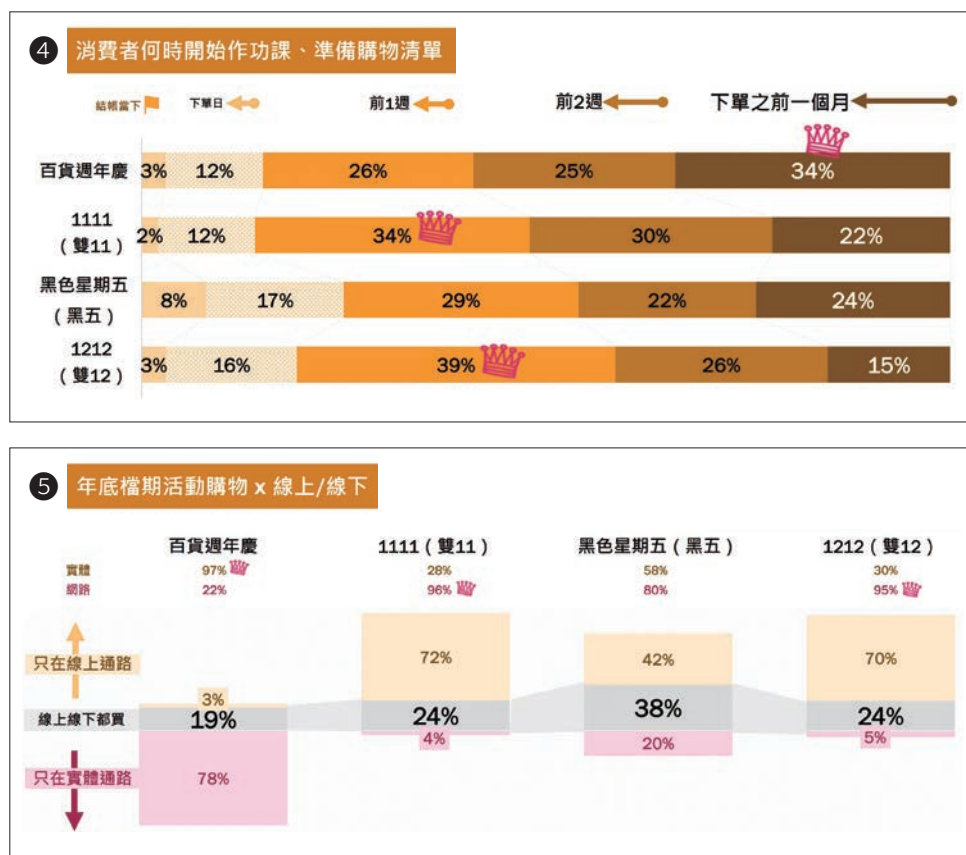
民眾通常何時開始關注各檔期的優惠活動或準備購物清單呢？GO SURVEY 調查結果顯示，不論任何檔期，消費者都會先做功課，其中，34% 民眾會在一個月前研究百貨周年慶，而超過 6 成的民眾會在 1～2 周前關注研究雙 11（64%）和雙 12（65%）的優惠活動。品牌需確保百貨周

就有機會掀起搶購熱潮。（圖表④）

百貨周年慶仍以實體購買為主；雙 11、雙 12 以網購為主

針對各檔期的購買通路調查，百貨周年慶仍以實體購買為主，僅有大約 2 成選擇網購，原因除了百貨通路本身既有的實

體行銷方式之外，消費者在百貨周慶大多購買高價的商品，相對在意現場體驗、可接觸到的參與方式，以確保能獲得精確且完整的商品；雙 11、雙 12 雖以網購為主，但也有近 3 成客群參與實體通路推出的檔期活動；黑五則 8 成在網路上、6 成在實體



年慶在一個月前開跑，而雙 11 和雙 12 檔期則在需要 1～2 周前開始宣傳活動，提供商品優惠及活動訊息，讓自家商品與服務進入消費者的購買清單。

檔期活動應提前預熱已是不爭的事實，詳細的優惠活動和必買攻略更是重要的溝通訊息。品牌商若能提前規劃溝通，

上；由此可知，購買通路的競爭已不再侷限於單一線上或單一線下通路，唯有全通路的體驗布局，才能提升消費經驗，轉換訂單。（圖表⑤）

消費者最愛在百貨周年慶買流行商品；在雙 11、雙 12 採買生活用品

民眾通常在各檔期購買哪些商品呢？調查結果顯示，百貨周年慶檔期消費者特別青睞流行類商品，尤其是高客單價的專櫃美妝保養品、男女服飾、國際精品等；在雙 11、雙 12 檔期則生活用品（如：居家生活用品、消費性電子 3C 產品、個人清潔用品）盤踞榜單前 3 名，相對累計消費金額較低於百貨周年慶（\$10K vs. \$18K）；在黑五則是生活和流行商品分佔榜單上下，此外，休閒和保健食品類也是線上檔期銷售重點，雙 11 則特別帶動餐券熱賣。

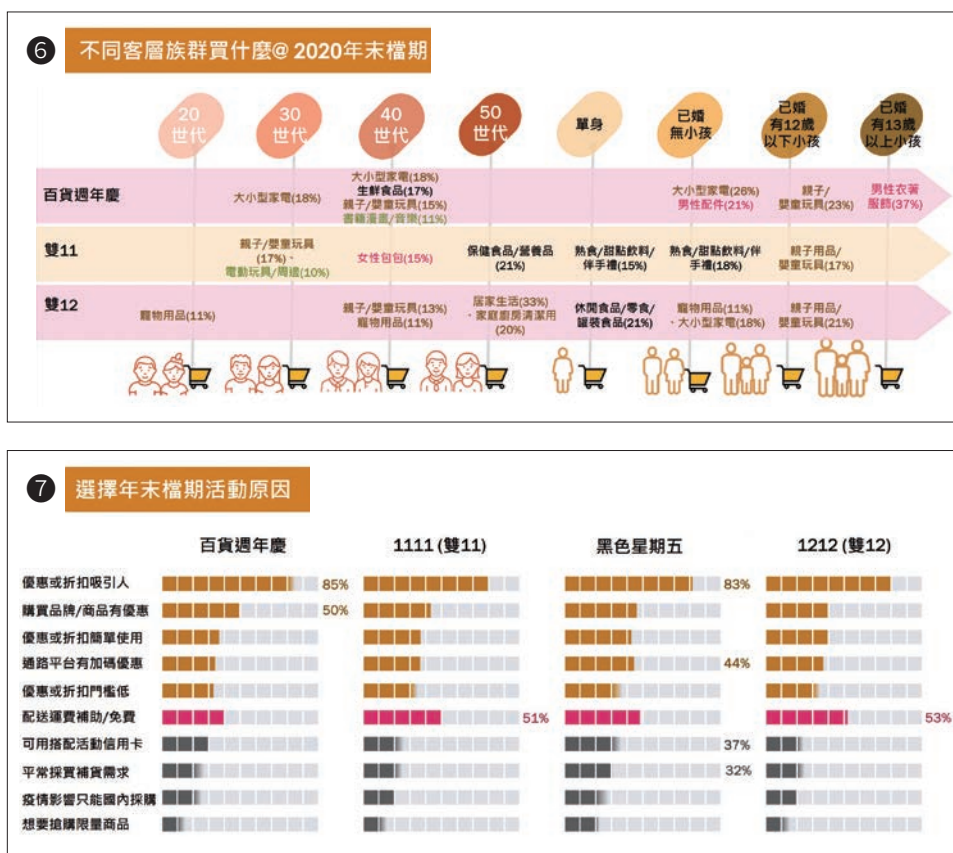
細看各族群在不同檔期的購買品項，「大小型家電」和「男性衣著服飾配件」在百貨周年慶較其他檔期突出，吸引 30 / 40 世代和已婚無小孩客群購買；而在雙 11、雙 12 檔期，「休閒食品類」吸引單身族，「保健食品」和「居家廚房清潔用品」吸引 50 世代客群；「寵物用品」在雙 12 檔期較突出，吸引 20 / 40 世代和「已婚無小孩客群」購買；不論任何檔期，「親子用品 / 嬰童玩

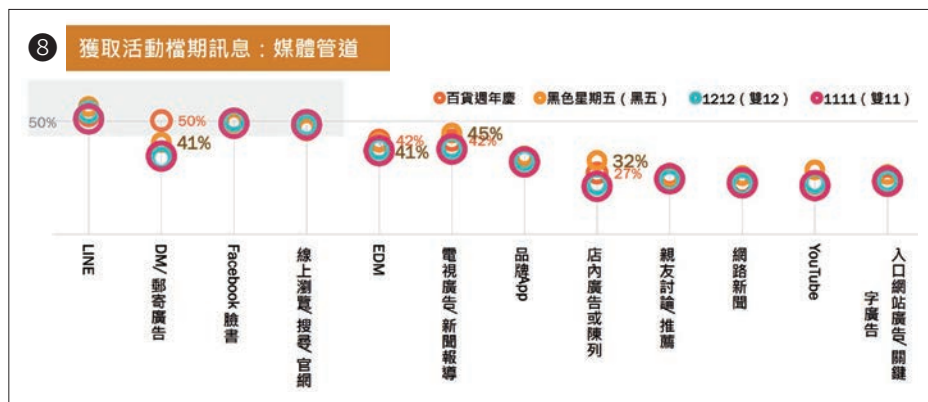
具」最吸引「有 12 歲以下小孩」的父母。

建議品牌活用話題新品、熱銷 / 熱門明星商品、高 CP 值組合的商品，結合檔期活動，傳達簡潔有力的活動資訊與主打商品優惠，在消費者必買清單上建立不可動搖的地位。（圖表 6）

優惠折扣仍是檔期消費的主要誘因

調查結果發現，優惠折扣仍是民眾選擇在活動檔期消費的主要誘因，尤其是百貨周年慶；至於雙 11、雙 12 線上檔期則依舊仰賴免運來推動消費；另外，通路加碼優惠和信用卡搭配活動，也能有效促動民眾在黑五消費。（圖表 7）





客群，偏好實體體驗、可接觸到的購買方式；品牌優惠活動可提早一個月開跑，並運用美妝保養品、服飾、精品、鞋帶動銷售，結合商品優惠折扣。

LINE、FB、線上搜尋是重大檔期必備溝通管道

數位媒體 LINE (49%)、FB (47%)、線上瀏覽／搜尋網頁／官方網站 (45%) 是消費者獲得活動檔期訊息的主要管道，其次才是電視 (37%)、DM (37%)、EDM (36%) 等傳統媒體。而針對參加百貨周年慶和黑五的客群，也可另外著重在偏傳統媒體上的操作溝通（如 DM、EDM、電視、店內陳設等）。

因應手機購物的常態，社群媒體的溝通規劃已是檔期行銷必備，「用手機購物」、「影片形式導購」、「社群、私訊導購」將會是品牌未來行銷的重要管道。

（圖表 8）

綜合前述調查，品牌應掌握各檔期的消費動態，搶攻 2021 年末商機，更可視各檔期的客群需求差異，調整不同的經營重點：

百貨周年慶：著重已婚有小孩的消費

除了 LINE、FB、線上搜尋之外，亦可善用 DM、EDM、電視、店內陳設等媒體操作溝通。

雙 11：著重 20 世代消費客群，偏好線上購買；品牌優惠活動可提早 1～2 周開跑，運用生活用品、休閒保健食品、餐券等帶動銷售，結合免運活動，同時善用 LINE、FB、線上搜尋等媒體操作溝通。

黑五：著重男性消費客群，實體／線上皆會購買；品牌優惠活動可提早 1～2 周開跑，運用生活和流行類商品促銷，結合通路加碼和信用卡活動；除 LINE、FB、線上搜尋之外，亦可善用 DM、EDM、電視、店內陳設等媒體操作溝通。

雙 12：著重 30 世代消費客群，偏好線上購買；品牌優惠活動可提早 1～2 周開跑，運用生活用品、休閒保健食品、男女性服飾帶動銷售，結合免運活動，並善用 LINE、FB、線上搜尋等媒體操作溝通。



詳細圖表請見
《遠東人》官網

* 調查說明：本次為 GO SURVEY 市場研究顧問於 2020/12/25～2020/12/31，在 GO SURVEY 平臺執行的線上網路調查。共計回收 800 份樣本，受訪者條件為 18～59 歲的 HAPPY GO 卡友。

疫情下的物流運輸

亞東石化（上海）／黃小敏

2020年是跌宕起伏的一年，一場突如其來的新冠疫情，在年初開始爆發，繼而席捲全球。不僅影響人們的生命安全，同時也對物流運輸業產生了深刻的影響。

疫情初期，中國各地為了嚴防疫情蔓延，出臺了限制人員和車輛流通的政策，實施嚴格的交通管制。當時正值新春佳節，企業同仁春節返鄉尚未返崗，車輛運輸受到嚴格限制後，工廠的物流運輸立即受到影響，庫存導致物流面臨前所未有的壓力。

所幸本廠積極應對，一是按照政府防控政策，安排符合政策要求的駕駛員送貨，並積極追蹤駕駛員行程軌跡；二是聯繫返鄉駕駛員儘快返崗，以利及早完成隔離，提高運力儲備；三是增加現貨銷售，緩解庫存壓力。通過以上應對措施，順利解決了疫情初期的物流難題。

隨著中國疫情逐步受到控制，各地政府也出臺了有利於交通物流的政策，工廠物流運輸逐步恢復正常，疫情也進入新常態化防控時期。物流從業人員為感染風險較高的族群，如何在新常態下做好管控，是企業防控疫情的重要命題。

本廠因應政府要求，落實各項管控措

施，一是針對運輸駕駛員實施體溫檢測，要求提供健康碼並追蹤行程軌跡；二是嚴格落實運輸車輛的消毒工作，配備各種防疫物資；三是對運輸駕駛員持續進行線上疫情防控培訓，提高駕駛員的疫情防控意識；四是安排駕駛員執行核酸檢測，以應對不同地區的政策要求；五是鼓勵駕駛員儘早接種疫苗，以策萬全。通過各項管控措施，以及全廠上下的共同努力，本廠順利達成新冠「零感染」。

2021年是辛丑牛年，希望疫情能早日消散，我們將繼續發揚孺子牛、拓荒牛的精神，惕勵奮發，創新突圍，不斷提升物流服務價值，為決勝新常態添磚加瓦。



掌握正確步驟 成為靠譜的人

遠東新新埔廠／葉永鍵

「靠譜」，是現代人的流行語，表示可靠、值得信賴的意思。大家都希望成為靠譜的人，但究竟怎麼做才能讓人產生信賴感呢？

你做事值得信賴嗎？

我有一個朋友 -- 小羅，在公司裡負責交通運輸業務。因車輛合約即將到期，需要簽訂新約，小羅於是將合約送交廠商處理。

一個月後，主管在會議中問起工作進度，小羅回覆：「我再去瞭解一下，這個月還沒追問進度。」主管生氣的回應：「車輛合約不是已經過去一個月了？做事應該掌握進度，並且即時將進度或結果回報上級，你能不能靠譜一點？」

到底什麼是「靠譜」？如何界定做事是否靠譜呢？最近看到大石哲之的《靠譜：頂尖諮詢師教你的工作基本功》這本書，書中從溝通、思考方式、資料製作、職業化素養等 4 方面，總結出 30 個工作技巧，以質樸的語言

和真實的案例介紹，協助大家養成專業的思維模式和工作習慣，成為靠譜的人。

思考方式決定你是否靠譜

進入職場後，首先要學習專業的思維能力，瞭解自己的思考流程，進一步釐清哪些地方不足、哪些地方可以做得更好。

誠如大石哲之在書中指出，「接到任務訊息本身沒有太大的意義，而你思考得到行動方案才有意義。」思考接受到的訊息後，擬定有效的方法，再加以執行，讓工作順利完成，如此一來，上級就能放心地交代任務，並且形成正向循環，隨著經驗累積，信賴感逐漸提升，工作能力也會與時俱增。

工作項目的完成可分前、中、後三個部份，很多人面對工作時，並沒有記錄或思考如何執



行與復盤，建議新建一個工作日誌文檔，記錄面對任務的思維與工作的方法，再選定合適的工作套路，最後記錄工作過程，進行復盤工作，重新檢視此次任務思維與工作套路的執行成果，真正做到「得到APP」的創始人羅振宇所說：「事事有回音、凡事有交代、件件有著落」。

選擇適合的工作框架

依照大石哲之《靠譜》裡的架構，接到上級指派任務時，應先思考自己的工作方法，選擇適合的框架來處理任務，並回報上級，完成一次迴路。應用在小羅的例子，當他接到簽訂新約的工作後，可以根據以下3個步驟來思考：

1. 事實：合約剩下35天到期，必須在

20日前簽好新約。

2. 分析：準備合約資料、與客戶聯繫，討論合約內容，並寫下任務時間表。

3. 行動：將合約交付對方會簽，再約定時間取回復檢，確認完成後回報歸檔。

先從思考工作方法開始，其實並不困難，難在沒有套路或框架可以參考。但事實上，工作的套路有許多種，瞭解更多的套路或框架，未來可以選擇的做法就越多，能在面對不同情況時，採用適合的套路去分析處理不同的任務。下次接到任務時，不妨試著用「事實 分析 行動」這3個步驟來展開工作，有章法與系統性的進行作業，將形成一個正向的思維迴路，讓你做事更靠譜。



淺談粉塵爆炸

遠紡工業（上海）／李健

生產必須安全、安全才能生產。近期國內企業連續發生多起爆炸燃燒事故，為紡織產業敲響了安全生產的警鐘。事實上，企業若能做好除塵防爆措施，即可避免粉塵爆炸事故。本文將為大家介紹消防安全知識--如何預防粉塵爆炸。

紡紗生產是勞力密集型產業，人員多、機器設備多，且存在粉塵和雜訊（噪音）等不良問題，加上紡紗原料易燃，較易引發火災。

一般來說，粉塵爆炸的條件大致有五個要素：

1. 一定的粉塵濃度：粉塵爆炸採用的化學計量濃度單位與氣體爆炸不同，氣體爆炸採用體積百分數表示，而粉塵濃度則以單位體積所含粉塵粒子的品質來表示，單位為 g/m^3 或 mg/L 。

2. 一定的氧含量：此為粉塵得以燃燒的基礎。

3. 足夠的點火源：粉塵爆炸所需最小的點火能量比氣體爆炸大 1～2 個數量級，大多數粉塵雲最小點火能量為 $5\text{mJ} \sim 50\text{mJ}$ 量級。

4. 粉塵處於懸浮狀態：即粉塵雲狀態，以增加氣體接觸面積，加快反應速度。

5. 粉塵雲在相對封閉的空間：如此一來，壓力和溫度才能急劇升高，繼而發生爆炸。

紡紗廠要防止發生爆炸事故，應關注以下重點：

1. 前紡車間，特別是清花、梳棉階段，必須設置除塵設備，按國家規範，除塵形式不得採用正壓方式。

2. 應採用不產生火花，可連續過濾、集塵、壓實和排除的組合式除塵設備，嚴禁採用沉降式除塵。

3. 紡紗車間的空氣含塵濃度應控制在 $3\text{mg}/\text{m}^3$ 以下。

4. 除塵室要注意通風，不能封閉。

5. 除塵室要注意清潔衛生管理，及時清除廢棉，避免堆積。

6. 除塵設備安全必須達標，配備防爆電機及安全泄壓裝置；除塵室必須使用防爆開關和防爆照明。

7. 容易發生粉塵爆炸的設備是集塵器、除塵器、風力輸送機、地溝…等，故紡紗清花、梳棉除塵盡量不要採用地溝形式，除了增加施工難度，也會造成粉塵沉積的不安全環境。

8. 經常檢查電氣開關、線路，規範安全用電制度。

9. 清棉工序、濾塵管道內、濾塵器入口處等，應配置火警探測裝置，並要求專人保養和管理。

10. 前紡、細紗、後加工等各區域之間應設置防火門或防火分隔，將原料和清棉工序放在一起並不安全。

11. 一定要保留消防通道和疏散通道，並且不能堵塞。

12. 滅火器、滑石粉桶、消防栓等器材必須保持完好，並且能正常使用。

13. 執行電焊、氣割等明火作業，必須有審批制度，設立責任人和監護人。

14. 擬定完善防火制度並嚴格執行，要有火警預案，如果可能，應成立義務消防隊並經常演練。

15. 企業管理人員（特別是企業法人）必須重視消防安全，全體員工更要有強烈的安全防範意識。

防範火警對於紡織企業來說，

是重中之重，須防患於未然，才能在平安中發展，絕不可心存僥倖而後悔莫及。



不可不知的 email 禮儀

EIE 美語提供

職場上撰寫電子郵件時，需謹慎使用問候語。本期將為大家介紹身為商務人士應了解的電子郵件禮節。

Sample Dialogue (情境範例)

上期月刊中，Gary 寫了一封 email 向大家更新工作進度，然而口吻太隨興，不夠正式，讓我們來看看 Sabrina 修正後的版本。

Subject Line: Revised Marketing Plan
To: sabrinahuang@fenc.com.tw, marklin@fenc.com.tw
Cc: petersonlee@fenc.com.tw
Attachment: Revised Marketing Plan(2021.01)

Dear Sabrina and Mark, (親愛的 Sabrina 和 Mark,)

Hope this finds you all well. (收信愉快。)

Firstly, please let me apologize for any inconvenience caused by this unanticipated delay. Attached please find the revised marketing plan as I promised. I look forward to your valuable feedback and comments. If there is any needed adjustment, I will revise it accordingly. (首先，對於之前的突發狀況造成您的不便，我很抱歉。修正版行銷計畫書請參考附件。期待您寶貴的回饋與建議，我將會依據建議內容進行調整。)

Thank you all in advance. (再次謝謝您們。)

Best regards, (誠摯的問候，)

Gary

Tips (商用英文書信補給站)

參考以下例句，並了解如何正確應用。

1.) There are a number of reasons that you should avoid using “Good morning/

afternoon/evening” in the email. It may not be morning, afternoon, or evening anymore by the time your email reaches the recipient; or if your recipient(s) is in a different time zone(s).

(商業書信往來中，應避免使用 “Good morning/afternoon/evening” 來打招呼。因為收信人開啟信件時，可能不再是早上、中午或傍晚，甚至收信者與寄信者可能在不同時區。)

✗ Good morning./afternoon./evening.

✓ Good day. ✓ I hope this email finds you well.

2.) If there are only two recipients then you should address them by name in the email instead of using the term “both”. It is a matter of respect to use them. The recipients might consider the sender to be rude or lazy if he or she isn’t willing to address them by name. (若收信者僅有兩位，應在信中寫明收信者的名字，盡量不要用 “both” 取代稱呼，以示尊重。否則收信者可能會認為發件人是粗魯或懶惰的不願意稱呼其名。)

✗ Dear Both, ✗ Dear You Two,

✓ Dear Mr. and Mrs. Jackson, ✓ Dear Leslie and Harriet,

3.) In terms of formality, longer words or sentences generally a more formal approach. You don’t always have to be formal in an email; however, using “tks” is excessively informal (more like a text message). In a business email, there are alternatives that can be used to thank the recipients. Depending on the purpose of your email, you might want to adapt accordingly. (商用英文中，較長的詞彙或句子通常會比較正式。雖然商業書信撰寫不需要一直保持很正式的口吻，但是，仍不合適使用 “tks”，這樣的語言形式較適合用於簡訊。下面介紹其他可於商業書信往來中，表達感謝的句子。你可根據信件目的來挑選應用。)

✗ Tks.

✓ Thank you. ✓ Thank you in advance.

✓ Thank you for your feedback. ✓ Thank you for this information.



更多的英文
課程資訊



免費英文
課程體驗

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)

離婚會不會影響子女的繼承權？

遠東新世紀／范佩琦

隨著觀念改變、自我意識提升，現代人的離婚率居高不下，相對也衍生出子女繼承權的問題。本期將帶您了解，離婚後，子女的繼承權將受到哪些影響？

案例：

瑞凡與真真結婚後，育有一子小明。因瑞凡外遇，夫妻間的感情破裂，雙方決定協議離婚，並約定小明由母親真真行使監護權，母子倆一起生活。嗣後，瑞凡與外遇對象組成新家庭，也育有一子，但不久，瑞凡因病過世，小明能否繼承瑞凡之遺產呢？又若真真與瑞凡離婚後改嫁大雄，並由大雄收養小明為養子，在瑞凡過世後，小明對於生父瑞凡之遺產有無繼承權呢？

說明：

一、子女之繼承權不因父母離婚而受影響：

民法第 1138 條規定：「遺產繼承人，除配偶外，依左列順序定之：一、直系血親卑親屬。二、父母。三、兄弟姊妹。四、祖父母。」由此可知，配偶與直系血親卑親屬同為第一順位之法定繼承人，所謂「直系血親卑親屬」包括：（一）自然血親：具有血緣關係之子女及孫子女；（二）法

定血親：原不具血緣關係，但經收養而在法律上擬制有血緣關係之養子女及養孫子女（註），唯直系血親卑親屬之繼承順序以親等近者為先（民法第 1139 條），即子女之繼承順位優先於孫子女。因此，於繼承開始時，與被繼承人有自然及法定血緣關係之直系血親卑親屬，即依法取得繼承權，不因被繼承人與其配偶之婚姻關係存續或消滅而受影響，換言之，被繼承人若為父母之一方，即使父母離婚，其子女之繼承權亦不因此而受影響。

二、養子女原則上不得繼承其本生父母之遺產：

民法第 1077 條第 2 項規定：「養子女與本生父母及其親屬間之權利義務，於收養關係存續中停止之。但夫妻之一方收養他方之子女時，他方與其子女之權利義務，不因收養而受影響。」故於收養關係存續期間，養子女與本生父母之權利義務

關係原則上停止，包括繼承權，即養子女與本生父母彼此皆喪失對遺產之繼承權。但若夫妻任一方收養他方之子女時，他方與其子女之關係仍為直系血親，則彼此間之權利義務關係不因收養而受影響。

結論：

本案瑞凡與真真離婚後，即使小明的監護權是由真真行使，或者瑞凡再與他人結婚生子，皆不影響小明對生父瑞凡之遺產繼承權，因此，小明與瑞凡再婚之配偶，以及瑞凡再婚所生之子，依民法第 1138 條

規定，同為瑞凡遺產之第一順位法定繼承人，在無遺囑指定應繼分之情況下，瑞凡之遺產應由上開三位繼承人平均繼承（民法第 1144 條）。

若小明的生母真真於離婚後改嫁大雄，並由大雄於瑞凡過世前收養小明為其養子，依民法第 1077 條第 2 項規定，小明與其生母真真間之權利義務關係，不因大雄收養小明而受影響，但是小明與其生父瑞凡間之權利義務關係，於大雄與小明間之收養關係存續中停止，小明因此喪失對生父瑞凡遺產之繼承權。



※註：民法第 1077 條第 1 項規定：「養子女與養父母及其親屬間之關係，除法律另有規定外，與婚生子女同。」同條第 4 項規定：「養子女於收養認可時已有直系血親卑親屬者，收養之效力僅及於其未成年且未結婚之直系血親卑親屬。但收養認可前，其已成年或已結婚之直系血親卑親屬表示同意者，不在此限。」

育兒津貼再加碼 0～6歲國家一起養

遠東新世紀／楊禮瑄

政府近年積極推動「平價教保續擴大」、「育兒津貼達加倍」及「就學費用再降低」等政策，以減輕家庭育兒負擔，期能拉高生育率，解決少子女化現象。2021年2月4日行政院更宣布加碼育兒津貼與托育補助，落實「0～6歲國家一起養」的政策，讓家長實質有感！

（一）育兒津貼加碼 2胎、3胎補助更多

政府規劃分兩階段提高育兒津貼，2021年8月起，每月發放3,500元；生第二胎加碼500元，提升為4,000元；若生第三胎及後續，再加碼1,000元。2022年8月，每月再提高至5,000元，希望減輕家長育兒負擔。

除了增加補助金額，此次亦擴大發放對象。2021年8月起，已領育嬰留停津貼或其他弱勢補助的家庭，也可以請領育兒津貼；在一般私立幼兒園讀書的5～6（未滿）歲小朋友，就學補助也比照育兒津貼額度。

（二）0～6歲就學費用再降低

針對就讀公共化及準公共托育機構的幼兒，同樣分兩階段降低費用，讓負擔減輕更有感：

❶ 0～2歲（未滿）：2021年8月起，2歲以下的幼兒送托公共化托嬰中心、社區家園，或是準公共托嬰中心和保母，每月托育補助加發1,000元，最高可達7,000元；2022年8月，再增加1,500元，另外，2胎、3胎、低收入戶及中低收入戶幼兒的補助也將再增加。

❷ 2～6歲（未滿）：2021年8月起，就讀公共化及準公共幼兒園的2～6（未滿）歲幼兒，家長每月繳費再減1,000元。至2022年8月則再減500元，每月繳費最多不超過3,000元；就讀公幼每月甚至只要繳交1,000元，低收入戶及中低收入戶幼兒免費就讀，2胎、3胎再減繳後，同樣可免費就讀。

補助申請Q & A

Q1：未滿2歲育兒津貼補助對象？

A1：實際年齡未滿2歲的我國籍兒童，且

請領當時符合下列情形者：

1. 父母雙方或監護人經稅捐稽徵機關核定，最近一年之綜合所得稅稅率未達 20%。
2. 未領取托育補助。
3. 未經政府公費安置收容。

如果您正在領取育嬰留職停薪津貼或弱勢兒少生活津貼，只要綜合所得稅率未達 20%、目前沒有領取托育補助或接受政府安置收容，2021 年 8 月起，都可申請育

兒津貼。

Q2：如何申請未滿 2 歲育兒津貼？現正領取舊制育兒津貼，需要重新申請新制育兒津貼嗎？

A2：檢具申請書及相關證明文件，「郵寄」或「親送」到兒童戶籍地的鄉（鎮、市、區）公所提出申請。如果正在領取舊制育兒津貼，自 2021 年 8 月 1 日起，政府將自動調整發放金額，不需另外提出申請。



Q3：現正領取未滿 2 歲育兒津貼者，當兒童滿 2 歲，想繼續領取教育部 2 ～ 4 歲育兒津貼，需要重新申請嗎？

A3：衛福部與教育部已經透過資訊系統介接方式，進行資料交換，若正在領取衛福部未滿 2 歲育兒津貼，且滿 2 歲後未進入幼兒園就讀者，教育部將主動延續領取資格，並依指定帳戶每月撥付育兒津貼。

Q4：對於請領補助有其他疑問，應如何諮詢？

A4：

1. 每日 8 點～ 22 點，以手機或市話撥打免費專線「1957」。
2. 0 ～ 2 歲育兒津貼：衛福部社會及家庭署（02）2653-1776、（04）2250-2850。
3. 2 ～ 4 歲育兒津貼：教育部 0800-205-105。
4. 詳細申請資訊請參考：衛生福利部社會與家庭署「育兒津貼及托育準公共專區」



育兒津貼及托育準公共專區

| 育兒津貼額度一覽表 | | | | |
|-----------|---------|---------|----------|----------|
| 育兒津貼 | 胎次 | 現行 | 2021年8月起 | 2022年8月起 |
| | 第 1 胎 | 2,500 元 | 3,500 元 | 5,000 元 |
| | 第 2 胎 | 2,500 元 | 4,000 元 | 6,000 元 |
| | 第 3 胎以上 | 3,500 元 | 4,500 元 | 7,000 元 |

備註：5 ～ 6 歲(未滿)未進入公立、非營利、準公共幼兒園者，依津貼額度發給就學補助。

| 家長每月繳費一覽表 | | | | |
|-----------|---------|---------|----------|----------|
| 幼兒園類型 | 胎次 | 現行 | 2021年8月起 | 2022年8月起 |
| 公立 | 第 1 胎 | 2,500 元 | 1,500 元 | 1,000 元 |
| | 第 2 胎 | 2,500 元 | 免費 | 免費 |
| | 第 3 胎以上 | 2,500 元 | 免費 | 免費 |
| 非營利 | 第 1 胎 | 3,500 元 | 2,500 元 | 2,000 元 |
| | 第 2 胎 | 3,500 元 | 1,500 元 | 1,000 元 |
| | 第 3 胎以上 | 2,500 元 | 免費 | 免費 |
| 準公共 | 第 1 胎 | 4,500 元 | 3,500 元 | 3,000 元 |
| | 第 2 胎 | 4,500 元 | 2,500 元 | 2,000 元 |
| | 第 3 胎以上 | 3,500 元 | 1,500 元 | 1,000 元 |

（資訊來源：行政院、教育部及衛生福利部）

虛假陳述需承擔法律責任

遠東新世紀（中國）法制室／董琳

法律是維持社會秩序的底線，面對法庭，人人都應謹慎，虛假的陳述不僅無助於解決事件，同時也將浪費社會資源，甚至可能讓自己背上法律責任。

案情簡介

某法院在審理 A 公司訴被告 B 公司買賣合同糾紛一案中，查明 B 公司委託訴訟代理人高某某在庭審中陳述，B 公司未收到 A 公司為其代開的增值稅專用發票。但經法院前往國家稅務總局 X 市 X 區稅務局查詢，發現 B 公司已於 2017 年 12 月 12 日申報 2017 年 11 月所屬期時，持該發票抵扣稅款。法院在庭審中，就被告方 B 公司是否收到該增值稅專用發票，向其代理人高某某進行詢問，高某某陳述並未收到。後經法院釋明，如作虛假陳述，須承擔法律責任，並要求被告公司代理人高某某當庭向被告公司進一步核實其是否收到案涉發票，被告公司代理人高某某堅稱，庭前已向被告 B 公司核實，未收到案涉發票，無需進一步核實。

法院決定

被告在庭審中，就案涉發票是否收到的陳述，明顯與法院查證的事實不符合，屬於虛假陳述，這種行為誤導法院，

浪費司法資源。最終，該法院決定，當事人的陳述屬於《中華人民共和國民事訴訟法》規定的證據，B 公司虛假陳述的行為符合《中華人民共和國民事訴訟法》第一百一十一條第一款規定的「偽造重要證據，妨害人民法院審理案件」的情形。法院依照《中華人民共和國民事訴訟法》第一百一十一條第一款、第一百一十五條第一款、第一百一十六條第一款、第三款規定，決定對被告 B 公司罰款 5 萬元。

案例分析

以上案例並不是個別現象，有些人認為，在法庭上說謊無關緊要，為了謀取利益，在庭審中作虛假陳述的情形屢禁不止，個別當事人為了達到非法目的，甚至採取欺詐、偽造證據等方式混淆視聽。謊言看似完美，但終究漏洞百出。作虛假陳述的一方，非但難以達到「勝訴」的目的，還可能面臨罰款、拘留等處罰，甚至遭受判刑，不可不慎。

後疫情時代 聰明省荷包

遠東商銀／林瑩瑩

新冠疫情掀起零接觸浪潮，連帶促動國人刷卡率攀升。不過信用卡再便利，若不精打細算，恐怕淪為「卡債族」。本期「財經網」將告訴您，面對不同的消費通路，如何運用信用卡幫自己省荷包？

新冠疫情大幅改變全球消費者的生活及企業營運模式，受到疫情影響，消費者無法出國旅遊，轉而在國內通路消費，各家銀行除了提高信用卡的附加價值以創造產品差異化，為搶攻信用卡簽帳商機，也針對大數據資料進行消費喜好、消費行為分析，推出不同類別的刷卡優惠：

（一）網購優惠：透過線上通路消費可避免與人群接觸，減少感染的風險，讓越來越多人養成網購習慣，就算不能出國，在家動動手指頭，也能從國外網站買到商品。各大銀行觀察到網購熱潮，紛紛提供持卡人國內、國外網購刷卡優惠回饋。例如：遠銀於 momo 購物網、PChome 線上購物等線上商城，提供

刷卡單筆分期滿額回饋刷卡金；於國外網站（包含娛樂平臺 Netflix、Apple Store、Google Play…等）累積刷卡消費滿額，亦回饋 2%～3% 不等的刷卡金。



（二）藥妝優惠：疫情改變了人們的日常，口罩、酒精、乾洗手、除菌液、洗手乳…等消毒抗菌商品已成為後疫情時代的生活必備品，銀行業者也祭出藥妝店刷卡享好康回饋，例如：在康是美、屈臣氏、寶雅、日藥本舖、松本清、Tomod's、杏一、大樹、丁丁、啄木鳥…等藥妝店或藥局刷遠銀卡，單筆消費滿 NT\$888 以上，回饋刷卡金 5%，不怕疫情衝擊您的荷包。



（三）美食外送：疫情推升了消費者使用美食外送平臺的熱潮，根據聯合信用卡中心的「疫情期間外送平臺信用卡消費大數據分析」，2020 年 3 月疫情開始升溫，外送平臺每月刷卡筆數呈現高成長，即使 5、6 月疫情趨緩後，單月仍突破 10 億元且未大幅下降，可見消費者已習慣使用外送服務。不少銀行搶攻宅商機，推出外送餐點消費刷卡回饋，例如：在 Uber Eats、foodpanda 刷遠銀卡，筆筆都享有 5% 刷卡金回饋，不需出門即可在家享受美食！

以遠銀卡綁定 HAPPY GO Pay，可享單筆滿額點數最高 7 倍送；綁定 LINE Pay、街口、悠遊付、台灣行動支付，亦可享有每筆 3% 刷卡金回饋，其中，LINE Pay 當月累積刷滿 NT\$8,000，再加碼回饋 NT\$150 刷卡金。不僅如此，新戶成功申辦遠銀信用卡電子帳單，當月刷卡滿 NT\$500，回饋 NT\$50 刷卡金，使用遠銀活存帳戶繳卡費，更免收手續費，讓大家動動手指繳卡費，e 起愛地球！

（四）電子數位服務：為了降低實體交易時的接觸機會、避免交互感染，零接觸商機蔚為趨勢。以遠東商銀信用卡為例，新戶透過網路申辦信用卡，可享首刷禮 NT\$666 刷卡金回饋，或是 1.5% 現金回饋；

雖然疫情為生活與消費帶來諸多不便，但只要好好分析自己的消費習慣，適時運用信用卡優惠，就可以輕鬆省下荷包，享受新常態生活！

2021 春季男裝 減壓向前行

遠東百貨／鄭嘉蕙

在時尚圈，男性的服飾較女性稍稍多了實用的思維，換言之，流行固然重要、時尚也絕對可貴，然而高搭配性更是首要條件。本期「流行網」特別介紹2021春季男裝流行趨勢，讓各具特色的流行單品，陪您泰然面對瞬息萬變的新常態！

2021 春季男裝流行趨勢

1. 視覺衝擊性：藉由顏色上的對比衝突、幾何線條的架構，達到畫龍點睛的效果，不過，真正吸引男人的還是科技機能材質，尤其面料機能性和多變的設計，永遠是男人談起服飾的重點。男人的時尚是充滿理性的。



▲New Balance 經典復古 574 系列用豐富飽滿的色彩，讓男士再次回味經典時光。／遠東百貨板橋中山店提供



2. 生活探險家：打破傳統經典和制式優雅，透過服飾，表現出男士冒險的天性、探索的本能，尤其帶有危險調性的動物圖騰，很能傳達個人特色，但要注意剪裁，以線條俐落的剪裁帶出動感身線，象徵精神上的奔馳。男人的時尚是充滿動感的。

3. 溫暖的力量：暖男是這個世道的罕見生物，卻是最受歡迎的物種。以粉嫩色系的單品、簡單丹寧的穿搭，挑選多口袋設計的休閒款式，營造自在、舒適的感覺，在春日裡散發煦煦正能量。男人的時尚是充滿溫暖的。

◀戶外機能時尚領導品牌AIGLE推出FAGOUE聯名防潑外套，採用符合國際再生標準的環保回收材質，具有都會時尚感與綠色概念。／臺中大遠百提供

鮮明對比的視覺衝擊

👉 **Timberland NEOVENT S** 科技旅行外套
建議售價 5,900 元，遠東百貨信義 A13 店 B2 樓，(02) 8789-0339。



👉 **THE NORTH FACE Vectiv**
特色慢跑鞋
建議售價 7,380 元，臺中大遠百 6 樓，(04) 2254-4679。



👉 **SKECHERS D' LITES 4.0** 閃電熊貓休閒鞋
建議售價 2,890 元，高雄大遠百 7 樓，(07) 537-8971。



👉 **TRAVELER GORE-TEX** 防水外套
建議售價 13,800 元，春夏新品全面 9 折，遠東百貨寶慶店 7 樓，(02) 2370-9182。



👉 **Adidas Superstar** 金標經典鞋
建議售價 3,090 元，新竹大遠百 8 樓，(03) 523-7502。



隨興翻玩的多功能設計

👉👉 **Timberland 刺繡雙面飛行夾克**
建議售價 6,900 元，集團同仁獨家優惠價 6,072 元，遠東百貨桃園店 7 樓，(03) 339-4561。



👉 **CARHARTT Elmwood Jacket** 軍綠外套
建議售價 7,680 元，臺中大遠百 6 樓，(04) 2254-5809。



狂放不羈的個性展現



➡ **ED HARDY** 滿版Logo虎頭羽絨背心
建議售價 16,380 元，板橋大遠百 2 樓，(02) 2951-8979。



➡ **EDWIN** 無敵鐵金剛聯名款Logo短袖T恤
建議售價 1,690 元，**集團同仁獨家優惠價 1,521 元**，新竹大遠百 7 樓，(03) 527-7321。



➡ **FILA** 短袖塗鴉圓領T恤
建議售價 1,680 元，**集團同仁獨家優惠價 1,512 元**，臺南大遠百 5 樓，(06) 275-6620。

經典質樸的百搭單品



➡ **NAUTICA** 經典多彩格紋短袖襯衫
建議售價 3,680 元，**集團同仁獨家優惠價 3,312 元**，遠東百貨桃園店 7 樓，(03) 337-4305。

➡ **EDWIN** 多口袋夾克外套
建議售價 3,980 元，春夏新品全面 9 折，遠東百貨寶慶店 8 樓，(02) 2389-6965。



➡ **OUTDOOR SNOOPY** 聯名款後背包
建議售價 2,680 元，**集團同仁獨家優惠價 1,380 元**，高雄大遠百 9 樓，(07) 537-5760。



➡ **PUMA NITRO** 氮氣跑鞋
建議售價 4,980 元，臺南大遠百 5 樓，(06) 275-1579。



備註：全文「優惠價」需出示集團員工識別證，期限至 110 年 4 月 30 日止。掃描 QR Code 看更多遠東人專屬優惠

兒童發燒痙攣 如何聰明就醫

亞東醫院小兒部／高凱亮醫師

每個孩子都是父母的寶貝，寧願苦了自己，也捨不得讓孩子受苦。只是孩童免疫力弱，難免生病。本文將帶領大家認識小兒神經科門診常見的「兒童熱性痙攣」，以及父母該採取哪些措施？



什麼是兒童熱性痙攣？

「熱性痙攣」是小兒神經科門診經常診治的疾病，它不一定是癲癇，卻是兒童抽搐最常見的原因。臺灣 6 歲以下的兒童發生率約 3%～4%，通常在 6 個月～6 歲之間發生，尤其以 1～2 歲最為常見，大部份孩子在 5～6 歲之後就很少出現發燒性抽搐了。

造成痙攣的發燒原因，大多源於上呼吸道感染、胃腸炎、肺炎、中耳炎、疫苗注射…等。不論引起發燒的原因為何，熱性痙攣通常會在開始發燒的 24 小時內發作，也有一些是孩子在抽搐送醫後，量測體溫才發現有發燒的情形。父母需注意的是，即使孩子發燒，也出現抽搐症狀，卻不一定是單純的熱性痙攣，也有可能是腦膜炎、腦炎或腦病變等，應立即就醫。

兒童發燒性抽搐有哪些特徵？

- 發燒至少在 38°C 以上，通常是 39°C 或 40°C。一般開始發燒後，24 小時內會出現抽搐，但也可能在抽搐送醫後，量測體溫才被發現發燒。抽搐常出現在高燒急遽上升時，也可能在退燒時出現。

- 抽搐時，通常有以下表現：突然失去知覺、沒反應、目光呆滯或眼睛往上吊、嘴唇變黑、牙關緊閉、手腳會抽動、僵直，或是突然全身癱軟無力。

- 痙攣時間從數十秒到數十分鐘都有可能，但大部分發作時間少於 10 分鐘。通常在抽搐後 1～4 小時內恢復清醒，除了可能繼續發燒外，不會留下任何神經症狀（如肢體無力等）。

由於引起嬰幼兒發燒的原因很多，臨床醫師除了儘快讓抽搐停止，更重要的是

找出孩童發燒的原因，給予適當的治療。

臨床上熱性痙攣可分成「單純型」和「複雜型」二類，「單純型熱性痙攣」需符合全身性發作、此次發燒只發作一次、發作時間小於 15 分鐘等三項條件。由於抽搐常在幾分鐘內自行停止，一般而言，並不會影響腦部的正常功能。反之，不符合上述任何一項者，則稱為「複雜型熱性痙攣」，將來發展成癲癇的機會比較高。

發燒性抽搐後需接受哪些檢查？

無論腦波檢查的結果是否正常，均不能準確預測日後發燒性抽搐的復發率或續發為癲癇的可能性，因此，發燒性抽搐不需要進一步做腦波或腦部掃描檢查，除非懷疑腦部有病變，例如：抽搐前孩童已有腦神經發育遲緩、初發作抽搐年齡小於 1 歲、局部性抽搐或抽搐後有局部肢體無力的現象等，可進一步進行腦波或腦部掃描，否則以上兩種檢查對發燒性抽搐的幫助不大。

孩童熱性痙攣發作時，該怎麼做？

① 讓孩童側臥，頭部同時側置，頭下墊軟物，並將口內的東西挖出，避免呼吸道阻塞。



- ② 移走周圍堅硬可能傷及孩童的物品。
- ③ 不要強行放任何物品於病人口中，否則造成傷害的機會可能遠大於咬傷舌頭的機會。若病人的嘴巴沒有緊閉，可以嘗試放置壓舌板，或將不會鬆脫的硬物纏上手帕，放置於上下牙齒間，以防孩童咬到舌頭。

孩童發燒性抽搐發作時，該怎麼做？

- ① 讓孩童側躺，將枕頭放在頭下，避免碰撞，同時清除周圍尖銳及可能危及小孩的物品。
- ② 鬆開過緊的衣領或是任何圍住脖子、影響呼吸的衣物。
- ③ 若孩童口中含有異物，經判斷容易取出，則可令其側躺後，試圖清出，否則千萬不可用任何東西（如湯匙或自己的手指頭）塞入病人口中，避免進一步傷害病人、並影響其呼吸道暢通。
- ④ 不要為了壓制痙攣而緊壓或束縛病人的

身體。

- ⑤ 不需施作人工呼吸，除非病人在抽搐停止後，停止呼吸。
- ⑥ 無論抽搐時或抽搐後，都不要馬上讓孩童喝東西，以免噎著呼吸道，也不要馬上讓孩童起身走動，因為病人可能還處於抽搐後的精神恍惚期。
- ⑦ 若孩童發高燒，可使用肛門栓劑幫助退燒。
- ⑧ 若抽搐超過十分鐘或連續抽搐、神智無法恢復時，應送往醫院就醫。
- ⑨ 仔細觀察並記錄孩童抽搐的情形，包括眼睛、臉、四肢的變化，醫生可能會詢問其眼睛轉動的方向、是雙側的手腳抽動或僅有單側抽動，同時也須注意抽搐的次數、時間的長短，這些資料對於醫

師的診斷和調整藥量等處理甚有助益。

- ⑩ 保持冷靜，留在孩子身邊，保護使其不受意外傷害。同時，不可移動或強加約束病人，此舉無益讓痙攣停止。
- ⑪ 抽搐停止後，讓孩童側身靜躺，使口水流出，在病人尚未完全清醒前，切勿給予任何飲料或食物。

總之，熱性痙攣被認為是良性的疾病，大多數會自行停止發作，不致造成腦部傷害，父母應保持冷靜、保護孩童安全，而且這些孩童長大後幾乎不會留下傷害與後遺症，只有少部分患者可能會發展成癲癇，但機率只微微高了一些，因此不必過度擔心。



「遠東人開講」：我的網購經

編輯室輯

近年網購熱潮方興未艾，尤其新冠疫情延燒，不但掀起新一波零接觸商機，連帶將網購推升為全民運動。您也熱衷於網購嗎？什麼樣的服務或功能最吸引您？快來看看海內外的網購達人怎麼說？

【一】

秀才不出門，能知天下事，現代人不出門，能買到天下物。網路世界的便利性，方便人們快速比價；法規的保障，讓消費者享有鑑賞期，兩者相加絕不是一加一這麼簡單。

平日習慣在家吃飯，因此我會上網買些冷凍食品，搭配氣炸鍋，隨時可以吃得好又吃得巧。此外，平臺業者經常提供優惠，例如遠傳旗下的 friDay 購物，每日簽到能領 F 幣，累積起來也是一筆金額，只要算準活動時間，再搭配 friDay 聯名卡消費，訂單成立後還會回饋 F 幣，不斷循環之下，讓人忍不住一買再買！（遠傳電信／吳晉逸）

【二】

現代人講求效率，網購是最佳途徑，再加上疫情影響，大家紛紛選擇能避開人群的安全購物方式。網購讓我在彈指間輕

鬆搞定生活上的方方面面，例如：

食 -- 即食品是現代人福音，讓我不用三餐與油煙為伍。

衣 -- 線上採購內衣，可避免現場試穿的困窘。

住 -- 在「東森房屋」輸入相關條件，不難找到「俗擱大碗」的折扣。

行 -- 舉凡客運、臺／高鐵，乃至機票，通通可以一指搞定。

育 -- 隨著實體書店陸續關店，網購成為精神食糧的進補管道。

樂 -- 國內、外行程之參考與選購，不論個人或公司福委，都能輕鬆規劃精彩旅遊。

還有最最最棒的是，網購享有 7 天鑑賞期，讓人無後顧之憂，而且不時會有小驚喜出現在信箱、簡訊中，去年網購的餐券、試用品、折價券、口袋小書、一元行程等，皆是戰利品喔！還不快快上網，購（Go）行動！（嘉惠電力／劉美智）

【三】

近年數位電商崛起，從大企業到個體戶，都能自創網購平臺銷售商品，我妹妹就是其中之一，不但要招募、篩選會員，還得找尋商品與合適的廠商，非常辛苦。

我自己也有慘痛的網購經驗，上個月在 Facebook 看到打勾的那家名牌鞋正在促銷，確認型號後下單，沒想到寄來的鞋子並不是打勾的那家，重新檢視商品內容，才發現它的打勾處多了一個圓點，並不是打勾的名牌鞋，真是晴天霹靂！提醒大家，網路購物一定要仔細確認商品內容、品項、型號、金額，確認無誤後再下單，避免發生相同憾事。（遠東商銀／王明全）

【四】

網購除了方便，還能以便宜的价格買到喜歡的東西，因此我很喜歡在網路上尋寶，經常上「momo 購物網」，瀏覽最新的眼影或口紅顏色，因為它常提供優惠折扣和限時搶購，搭配不同的節日，也會有不同的活動，同時也會有滿額贈，買滿一定的金額就會贈送不同品牌的正品，讓我有機會試用其他品牌的產品，還有拿到小禮物的驚喜感！（遠東商銀／周苡彤）

【五】

女人衣櫥裡永遠少一件服裝，我最常利用 ZARA app，不但操作簡單，而且下單後約 3～5 天就到貨。此外，我也經常網

購一般家用品，家裡的衛生紙通常由 friDay 購物下單，一次買一箱，省下運費再搭配購物券折抵，真的十分划算，還能累計 HAPPY GO 點數。其他生鮮食品我則利用家樂福訂購，只要在結帳時選擇附近的分店，還可以指定時間送達，再也不用下班後拎著大包小包趕去全聯買菜，優雅才是王道呀！

網購確實影響了每個人的購物行為，常常一逛不可收拾，荷包也瘦了，應做好計畫性購物，畢竟省時、省錢，才是聰明的網購達人。（亞東百貨／郭佳雯）

【六】

每當滑著手機，畫面上總會不經意出現商品訊息，彷彿提醒著我：家裡的衛生紙寥寥無幾、洗衣精即將見底了……簡直是「一機在手，慾望無窮」。我習慣網購日常用品，除了可免於自行搬運，而且三不五時還有滿額優惠及各式活動、各式信用卡及支付工具折扣等，不但一舉數得，有些商家甚至提供延後付款功能，等確認收到商品後，再撥款給廠商，對消費者來說是很棒的保障。（遠東百貨／吳昂樺）





就地過年

遠紡工業（上海）／王娜麗

過年是中國老百姓生活裡最隆重的時刻，也是許多中國人一年中最期待的日子。我早早地購買好了車票，就等著放假回家團團圓圓過大年！

隨著春節的日子一天天靠近，集中隔離、3天核酸檢測、隔離時限延長等訊息紛至沓來，電臺、網路上也風風火火推出「就地過年」的倡議；我心裡七上八下、各種盤算，最終只好咬牙退票，響應號召，就地過年！

決定一旦做下，心裡反倒輕鬆了，不用再考慮回東北穿啥、帶啥樣的禮物了。只是2020年的疫情反反覆覆，我已經一年沒離開過上海，思鄉念家的情緒瘋長。人到中年，工作、生活、家庭、社會…等壓力，讓緊繃的神經一刻也不能鬆懈。錯過了一些事、一些人，終究已成為故事，那些記憶早已被歲月的風吹得煙消雲散，可是關於過年的記憶卻如此清晰。

東北的春節是喜氣洋洋的，是張燈結綵、熱鬧非凡、妙趣橫生的，臘月三十一大早，人們就開始忙碌，大人們忙著採購年貨，準備年夜飯；孩子們忙著貼窗花、分鞭炮。最最熱鬧的要數「扭秧歌」，一隊隊身穿紅豔或翠綠的秧歌服，一個個打

扮得粉面桃花，隨著歡快的鼓樂，舞動著綢帶和羽扇，引得觀眾不自覺跟著舞動，或是微笑、或是高喊，那種歡快酣暢，像加了蜂蜜的水沖刷著五臟六腑，洗去了煩惱、焦躁，留下的只有甜蜜、開心！最最溫馨的要數包餃子了，一家三代圍坐在一起，媽媽擀面皮，我拌餃子餡兒，哥哥、嫂子負責包餃子，弟弟、弟妹則負責蒸，爸爸的工作是帶著孫輩們玩耍、包著各種只能看不能吃的特殊「餃子」，有時是棒棒糖餡兒，有時是錢幣餡兒，還有辣椒餡兒…等，只要孩子們能想到的，爸爸都能帶著他們包成餃子，然後就是各種蹦跳、尖叫、大笑，鬧成一團，那是一種甜到心裡的其樂融融！

「媽媽，今年過年要我準備什麼？」兒子的聲音把我拉回現實。是啊，今年就地過年，我是主角兒，得負責統籌安排了。人不能預見明天，卻可以珍惜今天，2021，歡迎你！我們大家，一起走起！



年味是什麼？

遠紡工業（上海）／武清敏

決定留在上海過年後，我們一家三口就開始計畫如何過這個小小的團圓年了。購買年貨是計畫中最令人興奮的一部分，掰著手指列出採購清單後，我們展開「近家店鋪一日遊」，從大商場到小賣部，一個不落！

商場裡的燈籠高懸、披紅掛彩自不必說，老城區一家家店裡堆著的糖果掛飾、門邊擺放的木板拼門，以及門口的大青石板路，更是讓我和老公彷彿回到兒時過年的場景。我們分享著童年回憶，逛集市、買花燈爆竹、穿新衣、搶零食，兩個七〇後說得興高采烈，女兒則在店鋪裡穿來穿去，新奇地瞅瞅這個、問問那個，還不時拿起商品和我們比劃著，最後足足跑了兩趟，才將採買的年貨全部提回家。

我想，年貨就是年味吧！

接下來，老公這個大廚就開始準備起年夜飯。看視頻學大菜、買材料試手感。我，一個無辣不歡的江西人；老公，一個海邊長大的浙江人；女兒，一個還保留著酸甜口味的半大小姑娘，經過數輪試吃，終於從一張寫滿 30 多道菜名的單子上，敲定了年夜飯桌上的心頭好，並在一通狂塞後，滿意的甩上了冰箱門。

我想，年夜飯就是年味吧！

年前的最後一個週末，我們開始了大掃除。先從櫥櫃抽屜開始，女兒邊整理邊叫嚷著：「原來這東西落這裡了、原來那裡還有那玩意！」看到相冊時，全家更是停了下來，邊看邊笑邊鬧；接著就是打掃房間，從天花板到地板，從床單到窗簾，從洗手間到廚房，勞動了大半天，終於在饑腸轆轆的下午完成了浩大的工程。女兒說，這簇新的家光芒耀眼，都是她的功勞呢！然後，在大年三十的中午，我們補上了最後的步驟 -- 貼春聯。

我想，除舊迎新就是年味吧！

此時，正是除夕夜。我們一家已吃完年夜飯，電視裡正播放著春晚，我們各自拿著手機、捧著 iPad，散坐在電視前，等待著子夜的鐘聲敲響。

我想，年味，就是幸福的味道吧！過年，就是過幸福的日子吧！



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. 面對新常態，下列何者非企業應有之作為？【領航者的話】
 - A. 企業必須莊敬自強，找到前進的方向
 - B. 調整企業經營目的，並且重新改造企業
 - C. 以靜制動，等大環境自己變好
 - D. 加強 AI、IoT、Big Data 等新科技的訓練
2. 下列哪個 App 內建功能包含 HAPPY GO Pay？【封面故事】
 - A. 遠東百貨 App
 - B. SOGO 百貨 App
 - C. 愛買 App
 - D. 以上皆有
3. 東聯與亞東預拌強強聯手，下列結果何者正確？【封面故事】
 - A. 減碳效果顯著
 - B. 東聯化學成功進軍建築化學品領域
 - C. 提升亞東預拌混凝土產品競爭力
 - D. 以上皆是
4. 下列何者不屬於本期介紹的生育獎勵政策？【臺灣地區法律網】
 - A. 生兩胎以上才可享有補助
 - B. 0～6 歲就學費用再降低
 - C. 育兒津貼加碼
 - D. 已領育嬰留停津貼的家庭，也可請領育兒津貼

參加辦法

請剪下 368 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**四月十五日**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）與遠東百貨提供的「不鏽鋼刀叉餐具組」（5 份）。編輯室將於次月月刊中公佈得獎名單。



遠東人月刊 368 期有獎徵答

姓名：
單位：
員工編號：
聯絡地址：

答案：1. () 2. ()
 3. () 4. ()

367 期有獎徵答得獎名單揭曉

| 單位 | 姓名 | 單位 | 姓名 | 單位 | 姓名 |
|------|-----|-------------|-----|--------|-----|
| 遠傳電信 | 賴○琳 | 遠東新世紀化纖廠 | 朱○萍 | 亞東醫院 | 謝○涓 |
| 遠通電收 | 劉○恒 | 遠東新世紀化纖廠 | 吳○美 | 高雄大遠百 | 胡○芸 |
| 遠傳電信 | 顏○琳 | 遠東 SOGO 中壢店 | 王○嵐 | 鼎鼎企管 | 陳○鴻 |
| 遠東建經 | 王○昌 | 遠東 SOGO 新竹店 | 葉○婷 | 亞東百貨 | 舒○樂 |
| 遠東商銀 | 黃○萱 | 亞東技術學院 | 邱○威 | 遠鑫電子票證 | 洪○憶 |

恭喜上列幸運兒分別得到面額 300 元的遠東百貨商品券！





元智大學以視訊方式為位於泰國曼谷農業大學的元智拓廣中心舉行揭幕儀式，立下新南向里程碑。



高雄大遠百黃友誠店長（左三）致贈年菜年節禮盒，表達對長輩們的關懷，由高雄市政府社會局長青中心姚昱伶主任（右三）代表接受，並轉贈社會局長青中心長者。



板橋大遠百2月9日與臺北捐血中心合作，舉辦「捐血有你，串不止息」活動，邀請同仁、居民及顧客一起做愛心，獲得熱烈響應。



臺南大遠百徐聖彬店長（中）捐贈年節禮盒予臺南市社會局關懷家庭，由社會局長陳榮枝（右二）代表接受。



遠東SOGO百貨贊助嘉義義竹鄉「和順國小『走讀』計畫」，引領學童完成「一日百貨職涯體驗」，期許將公益關懷化為學童們學習的動力。

遠東商銀快樂退 全民計畫

太神啦!!
退休有望了!!

快樂退定期定額新戶

申購手續費終身 0%

限首筆申請日起6個月內，詳情參閱活動辦法

退休對你來說，是最遙遠的距離嗎？
投資不難，難的是開始投資！

本活動揭示之基金經金管會核准或同意生效，惟不表示絕無風險。基金經理公司以往之經理績效不保證基金之最低投資收益；基金經理公司除盡善良管理人之注意義務外，不負責本基金之盈虧，亦不保證最低之收益，投資人申購前應詳閱基金公開說明書。基金的配息可能由基金的收益或本金中支付。任何涉及由本金支出的部份，可能導致原始投資金額減損。



選擇遠東商銀「快樂退全民計畫」
輕鬆打敗4大投資心魔
掃我了解更多

遠銀財富管理