

遠東人

共同開創「誠勤樸慎·創新」的健康人生

徐有庠
題

COVER STORY

遠傳心生活 實現一站式生活圈
遠銀Bankee社群打造數金共享生態圈
亞東證券布局數位轉型

LIFE GUIDE

保健網
3D乳房斷層攝影 提升乳癌偵測率
財經網
理財規劃做得好 生活富裕沒煩惱



一指千金 隨經濟正夯

Golden Touch to Tap
into Emerging Ubiquinomics



掃描 QR Code
看更多即時訊息
還可下載電子雜誌

一指千金 隨經濟正夯

李佳珍

行動裝置與網路的進步，推升了「隨經濟」風潮。當消費者不再受時空、支付形式與通路等限制，隨時隨地都能隨心所欲的消費，企業該如何接招？本期「封面故事」將為您介紹集團旗下的金融業與網路電信業，如何開發創新應用服務，強攻指尖商機。

除了指尖商機，自去年開始猛爆式成長的國旅商機也不容小覷。「經營管理新知」專欄中，特別為您剖析不同年齡層的消費喜好，助您提早布局未來市場。

關注消費者需求之餘，也別忘了關心親愛的家人。尤其時序進入五月，一年一度的母親節即將來臨，「集團簡訊」單元裡，貼心彙集了餐飲、住宿、百貨購物、醫美、寢飾用品等各式優惠訊息，「流行網」專欄則由遠東百貨提供酸甜開胃的花果料理，並獻上同仁專屬優惠；而在「保健網」專欄，更有亞東醫院專科醫師推薦的最新乳房斷層掃描技術，讓我們一起守護媽咪的快樂與健康！

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」六月份話題：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：5 月 15 日前）



MAY 2021
NO. 369

01 EDITOR 編輯手記

一指千金 隨經濟正夯／李佳珍

04 LEADER'S REMARKS 領航者的話

新常態下的應變與突圍／楊雅森

06 COVER STORY 封面故事

遠傳心生活 實現一站式生活圈／張惠嫻

遠銀 Bankee 社群銀行打造數金共享生態圈／編輯室採訪整理

面對後疫情新常態 亞東證券布局數位轉型／亞東證券企劃室

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

23 LIFE GUIDE 生活情報

法律網 中高齡及高齡者就業促進法上路 改寫職場風貌／蔡佳伶

法律網 遺囑我說了算？-- 遺囑處分遺產的限制／陳冠豪

法律網 員工向公司借款是否屬於借貸？／唐思雨

保健網 3D 乳房斷層攝影 提升乳癌偵測率／陳振德

美食網 味蕾新花現 果香正開味／鄭嘉蕙

財經網 理財規劃做得好 生活富裕沒煩惱／陳孟豐、梁志鵬



亞東證券
經紀部



36 OFFICE TALK 樂活職人

經營管理新知：留住國旅熱 搶先布局未來市場／天下創新學院
 上班族必修學分：商業書信實用語--打招呼篇／EIE美語
 同仁工作經驗談：守護偏鄉學童 傳愛不停歇／王詠蟬

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

兒子的轉變／楊豐華

48 QUIZ 有獎徵答

368 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
鄒芯萱	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



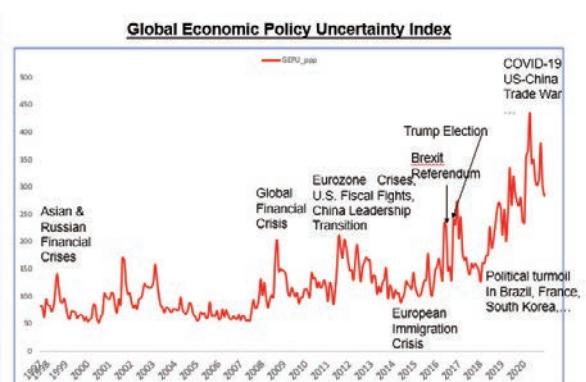
遠東人月刊App
(Android)



遠東集團董事長辦公室／楊雅森

鑑於過去一年，疫情為全球帶來嚴峻的考驗，也為企業的營運帶來前所未有的衝擊，徐旭東董事長特別提醒大家，2021年的經營環境將發生更多變化，企業必須積極因應，才能持續成長。

進入 2021 年，全世界還有許多難題需要化解。從「Global Economic Policy Uncertainty Index（全球經濟政策不穩定指數）」的趨勢圖可以發現，自 1997 年來，2020 年是政經局勢最不穩定的一段時間，特別是受到 COVID-19 疫情、美國大選後情勢，以及中美貿易戰等影響，全球來到一個極端不平衡的狀態。



再者，新冠肺炎疫情席捲全球，各國傾力抗疫，紛紛祭出史上最大規模紓困措施，債務也因此大幅增加。根據國際貨幣基金（IMF）預測，2020 年全球財政赤字與公債佔 GDP 比重將創史上新高。其中，美國是全球負債最嚴重的國家，已達 22 兆 9978 億餘千萬美元；另外，由於主要國家經濟停滯，財政收入和支出同時惡化，各級政府財政赤字佔 GDP 比率普遍大幅上升。如何穩定國家財政，防止拖累新年度的經濟，

正是各國政府的嚴酷挑戰。

除了債務之外，全球跨境供應鏈的重組，也是產業界的熱門議題。這一波疫情迫使供應鏈發生改變，讓全球供應鏈布局出現轉向和重塑，主要來自於兩股力量：一為美中貿易戰，二為中國大陸生產成本的上揚。尤其過去 20 年間，全球跨國企業都受惠於大陸廉價的生產力，過度仰賴大陸供應鏈的缺點，在 2020 年疫情爆發後畢露，各國都在重新思考，如何避免關鍵生產環節因疫情而受到影響。

此外，過去幾年，很多企業已經成為地緣政治衝突的代理戰場，例如華為和中國短影音平臺抖音的美國業務 TikTok，再加上美中競爭，讓科技在地緣政治中更顯舉足輕重。臺灣在全球科技產業鏈扮演關鍵角色，尤其英特爾晶片製造衰落，台積電相形重要，世界將更關心在東亞與臺灣發生的事。

因應外在環境快速變化，企業更要積極找到前進的方向

這場疫情已經徹底改變企業的運作模式，在消費端也造成破壞式改變。特別是 5G 將帶來全方位的轉型商機，未來將轉變為無線計算、雲端和邊緣運算的整合，透過「雲」來影響全世界，「虛擬企業」、「數位化運作」、「數位轉型」皆是不可避免的趨勢。過去，以經濟規模與大型生產基地為主要運作模式的製造業，在歷經了工

業 4.0 技術革新、消費市場客製化趨勢、中美貿易與區域關稅保護措施，以及疫情的重大影響，「近場短鏈」與「去規模化」幾乎已成定局，未來企業的競爭會更加劇烈，產業也將在這波考驗中，進行汰弱換強重組。

面對新常態的來臨，企業必須重新設定經營思維，商業模式必須結合永續經營策略，協助開創更美好的未來。首先，重新構想如何在發展商業的同時友善環境，與社會共存共榮。其次，調整企業經營目的，不僅為股東，也要為利益關係人創造最大的價值。最後是重新改造企業，研發及應用綠色環保材料，打造新的綠色供應鏈及綠色製程，提升產業差異化與競爭力。各公司所處的產業循環不同，要找到適合自己的發展目標，才能永續成長。

確立企業經營目標之後，最重要的是，執行力來自於用對人、做對事。面對 AI 時代，集團擁有龐大的數據、平臺，更應該積極找到對的人才，讓集團的事業能夠邁向新的境界。

最後勉勵各位，COVID-19 疫情過後，我們進入一個新的世界，過去的舊方法可能不再合適，必須要用新的思維來面對新的變化、新的常態；讓我們為集團的下一個七十年而努力。（本文為徐旭東董事長於 2021 年遠傳電信新春談話）



遠傳心生活 實現一站式生活圈

遠傳電信／張惠嫻

遠傳電信積極推動數位轉型，於今年年初創新推出「遠傳心生活」App，廣邀跨界夥伴共同打造一站式數位服務，優化使用者介面並升級用戶福利，透過人手一支的手機，讓「隨經濟」落地實現！

打造品牌生態系： 以電信為基礎，拓展多元服務

「遠傳心生活」App 除了納入既有的行動客服相關服務之外，並跨界募集食衣住行育樂等不同面向的夥伴，為用戶提供全方位的行動生活「心享受」，只要是遠傳用戶均能免費下載、加入，期望與大家靠得更近，為大家想得更遠，提供更適用的福利與超值的回饋，讓用戶備感尊榮，

覺得「遠傳就是想對你最好」，希望第一年推出即能吸引 200 萬活躍用戶下載使用。

升級用戶福利： 年資越久，領得越多

為了讓用戶擁有「全心」體驗，遠傳心生活在用戶福利上全面升級，只要下載登入「遠傳心生活」App，每月所繳的電信費用，或是各項 friDay 加值服務的消費，

都可獲得遠傳幣（註 1），回饋方式依照用戶年資或消費金額分為五等級，使用越久、領得越多，而且 1 遠傳幣等同於現金 1 元，可用於遠傳 friDay 購物、friDay 影音、音樂等各服務消費折抵，未來更將擴大到電信帳單折抵及線上線下合作品牌，方便用戶以遠傳幣進行折抵或兌換，讓回饋的遠傳幣真正為客戶所用！

嚴選用戶優惠：

遠傳用心酬賓、用戶獨享尊榮

除了既有電信服務回饋之外，「遠傳心生活」App 也攜手三大超商（7-ELEVEN、全家便利商店、萊爾富），推出跨超商咖啡寄杯服務（註 2），只要在「遠傳心生活」App 下單，三大超商任一店點任你領用，隨時隨地皆可享受香醇的咖啡，便利數位服務超有感！

不僅體貼咖啡愛好者，「遠傳心生活」App 更與多家知名品牌推出用戶獨享的尊榮優惠方案，例如：肯德基指定套餐 53 折起、必勝客指定套餐下殺 4 折、foodpanda 全平臺與生鮮雜貨新客享 4 折。除了餐飲方案回饋深，用戶方方面面的需求，「遠傳心生活」App 更是一網打盡，如：易遊網國內春季旅遊最高折 1,100 元、KLOOK 指定行程享 5% 遠傳幣回饋、聚餐飲酒用戶可享台灣代駕優惠 200 元折扣、True Yoga 14 天免費體驗、或以 1 遠傳幣兌換 Pubu 電子書 50 元購書金，還有遠傳 friDay 聯名

卡全通路刷卡消費，筆筆再加碼回饋 0.5% 遠傳幣。

此外，「遠傳心生活」App 更精心打造「Lucky Friday」（幸運星期五）的活動，不定期於週五推出驚喜優惠超值兌，例如：全家霜淇淋、愛料理市集 100 元購物金等，另有幸運刮刮樂活動，只要 1 遠傳幣即可天天抽好禮，獎項包括：Dyson 熱門家電等價值超過萬元以上夯品，還可於活動結束後，再享抽 Dyson 澎湃大獎的資格，玩越多次，中獎機會越高！

只要你是遠傳用戶，現在下載「遠傳心生活」App，首次登入還可獲得 10 遠傳幣，天天簽到再拿 1 遠傳幣，超多好康直送用戶手中！不想錯過「遠傳心生活」的好康，只要隨時關注「遠傳心生活」APP 即可接收第一手優惠資訊！（註 3）

推薦「有用」資訊：

善用 AI，用心懂你

作為用戶數位生活的第一站，「遠傳心生活」App 納入諸多貼心功能，例如，在快捷鍵提供停車位立即找、計程車一鍵呼叫…等便利服務，協助用戶擴大行動數位生活應用面。同時，為了了解用戶需求，和用戶們靠得更近，遠傳攜手曾任 Google Brain 團隊聯合創始人、百度首席科學家，現在是美國 Landing AI 創辦人的「AI 大神」吳恩達博士，導入 AI 技術，打造推薦引擎，向用戶推薦最適合的商品訊息及娛樂資訊，

以優化用戶的使用體驗。

除此之外，遠傳 friDay 系列服務也一直戮力優化內容、精益求精，讓用戶們黏得更緊。以遠傳 friDay 影音為例，疫情意外讓 OTT（Over-The-Top）產業成為受惠者，單純擴充片量並不足以抓住觀眾的眼球，獨家且精緻的內容才是 OTT 產業決勝的關鍵。遠傳 friDay 影音過去長期參與金馬獎、金穗獎、臺北電影節的直播與活動推廣，現在則拓展更多元的方式來支持臺灣影視，加上臺灣這幾年出現許多出色的作品，無論導演、編劇、演員、製作都有堅強的實力，因此，繼去年啟動「原創 IP 投資」策略，完成首部原創 IP 多視角真人實境秀「極島冒險溜浪玖壹壹」後，遠傳再攜手公視，合資開拍「你的婚姻不是你的婚姻」，成為 friDay 影音首部投資的戲劇類作品。

遠傳 friDay 購物與「遠傳心生活」App 的合作並非僅提供商品上架，遠傳 friDay 購物更肩負提供「遠傳心生活」App 用戶超值、優惠的商品，讓用戶們獨享尊榮。例如，「遠傳心生活」App 中，「遠傳幣兌換區」商品，以遠傳幣折抵後售價遠低於市價 4 折以上價差，即是由擅長電子商務的遠傳 friDay 購物團隊協助與供應商議價，提供給用戶們的好康。遠傳 friDay 購物近年更為了提升用戶體驗，不斷進化大小網使用速度與搜尋引擎，同時與全虹物流配合，加快物流送貨速度，並提供客

戶線下遠傳門市取貨選擇，豐富購物體驗；不只如此，遠傳 friDay 購物也加強週期購商品與在地化特色美食，希望成為用戶購買日常生活商品的最佳選擇。

為配合「遠傳心生活」的推出，遠傳官網也同步改版，迎合「行動優先」的大趨勢，讓介面設計更符合手機使用習慣，並率電信業之先，開創生活誌服務，提供消費者科技新知、時尚風格以及生活旅遊等優質資訊。

OMO 極致成效： 引領用戶全方位體驗

「遠傳心生活」的推出，除了穩固線上用戶黏著度之外，未來也計劃逐步導入遠傳實體門市與虛擬通路的服務，每月推出心生活專區，介紹心生活會員回饋計畫、展示銷售心生活商品，同步圈粉線上與線下的用戶（Online-Merge-Offline，OMO）。而身為第一線尖兵的門市與客服人員也肩負起推廣重任，希望透過心生活，讓線上線下全通路與客戶的關係更為緊密，遠傳全通路也將致力讓更多用戶體驗線上線下無縫接軌的服務與優惠，享受一站式行動生活圈的便利！

隨著 5G 世代開展，各大電信業者搶灘市場。除了競標頻譜、佈建 5G 基站之外，遠傳電信在新服務上以用戶體驗為優先考量，推出「遠傳心生活」用戶獨享計劃，以忠誠計劃為基底，一站式行動生活圈為

藍圖，積極為數位轉型打下最穩固的基礎。

心動嗎？現在就立即下載，享受「遠傳心生活」！

「遠傳心生活」會員等級說明

		VIP	四星會員	三星會員	二星會員	一星會員
會員資格	遠傳電信年資	1 年以上且	10 年以上或	5 年以上或	3 年以上或	加入會員即享
	消費積分 其他	電信帳單月均 1,450 元以上 或 小額代收 10K 以上	近 6 個月累計 1,500 計等遠傳 幣以上	近 6 個月累計 300 計等遠傳幣以 上	近 6 個月累計 100 計等遠傳 幣以上	
會員回饋	消費回饋（註 4）	1%	1%	0.7%	0.5%	0.3%
	升等禮	50 遠傳幣	30 遠傳幣	20 遠傳幣	10 遠傳幣	
	首登禮	10 遠傳幣				
	生日禮	當月消費回饋 2 倍遠傳幣（註 5）				
	VIP 專屬	電信補貼 \$5,000				

【貼心小叮嚀】

註：

* 註 1：遠傳幣為「遠傳心生活」會員於消費時獲得的紅利回饋，共分為兩種，分別是可計入會員等級的遠傳幣（簡稱「計等遠傳幣」），以及不可計入會員等級的遠傳幣。前者由「遠傳心生活」會員基本回饋中獲得，在遠傳幣交易明細中，註記以下文字「首登禮／升等禮／基本回饋／基本回饋(生日禮)」。後者則由「遠傳心生活」或合作夥伴的行銷活動中獲得，在遠傳幣交易明細中，註記為「活動回饋」等文字。

* 註 2：「跨超商咖啡寄杯」服務係由遠傳電信股份有限公司提供，僅限「遠傳心生活」用戶購買，相關使用與退貨流程，請依「遠傳心生活」APP 標示為準。

* 註 3：「遠傳心生活用戶獨享尊榮優惠方案」依「遠傳心生活」APP 標示為準。

* 註 4：電信帳單代收（或稱小額代收）消費回饋遠傳幣，不分會員等級皆為 0.1%。

* 註 5：生日當月消費回饋雙倍遠傳幣，最高可享回饋 1,000 遠傳幣，其計算方式為：該筆消費實際付款金額 X 會員等級回饋比例 X 2 倍。例如：小琪為行動生活圈三星會員，七月份為小琪生日，該月小琪於行動生活圈消費 Costco 會員禮物卡，售價為 1 遠傳幣 + 臺幣 1,200 元，則小琪該筆消費可獲得 $1,200 \times 0.7\% \times 2 = 168$ 遠傳幣回饋。

Bankee
我們的社群銀行

遠銀 Bankee 社群銀行 打造數金共享生態圈

編輯室採訪整理

智慧手機的普及，掀起空間與時間的革命，而突如其來的疫情，更加速了全球數位化的腳步，如今只要透過App，手機就能變身銀行櫃檯，彈指間輕鬆處理各項金融交易。本期將為您介紹遠東商銀在這波數位革命中，如何持續以創新應用服務，啟動數位金融新局。

COVID-19 疫情掀起企業數位革命的浪潮，也引爆了零接觸服務的需求。疫情發生之前，遠銀的離櫃率雖然已達 89.9%，主要仍集中在提款與轉帳，存款、基金、換匯等業務佔比相對較低；疫情爆發後，離櫃率一舉攻上 93.7%，不但線上存款的比例提高一成，在線上買賣基金、換匯的比例亦增加了 15%。

這些改變對於深耕數位金融多年的遠

東商銀而言，無疑是一場數位轉型的成果驗收，同時也考驗著遠銀能否趁此機會大幅拓展數位獲客率。結果證實，短短一年間，遠銀的數位獲客率從 9.1%，一口氣提升四成，尤其數位存款的獲客率更有明顯突破，每 10 位申辦存款的客戶中，就有 8 人申辦「Bankee 社群銀行」數位存款帳戶。

儘管已經締造亮眼佳績，然而，面對百家爭鳴的金融服務市場，如何多角化佈

局，持續創新服務內容，仍是數位金融事業群努力的目標。為此，戴副總經理進一步規劃「數民經濟」與「嵌入式金融生態圈」兩大戰略主軸。

瞄準數民經濟 搶攻年輕市場

遠銀的「數民經濟」戰略，是為數位原生世代開發創新金融服務，而「Bankee 社群銀行」正是最佳利器。

Bankee 社群銀行是全球第一家共享經濟銀行，邀請社群成員創建自己的線上分行，再由 Bankee 提供產品毛利的四成做為回饋。有別於其他銀行僅提供一次性回饋金，在 Bankee 社群銀行只要達成指定任務，就能月月獲得回饋，例如：2021 年 6 月底前，初次加入的會員只要透過活動連結申辦遠銀 Bankee 數存帳戶，即可在未來半年間，享有五萬元額度的 1.6% 高利活存優惠，大約是一般活存年利率的 10 倍，若再進一步透過分享推薦碼推薦親友或網友加入，推薦人與被推薦人更可升級活存利率最高至 2.6%，滿足小資族群與網路分享族群賺取高利的需求，而且圈友越多，社群圈存款越高，圈主能夠享有 2.6% 活存利率的額度越高，最高可享 500 萬元額度的高利活存。不僅存款，社群圈內成員刷卡或使用 Bankee 社群銀行提供的金融服務與產品，皆可累積為社群回饋，一方面貼近年輕世代喜歡透過社群分享的習慣，另方面也希望藉由利潤共享，與成員間建

立長久信賴的夥伴關係。

除了瞄準年輕世代，遠銀 Bankee 社群銀行也向大額存款族招手，2021 年底前，不論有沒有推薦人或被推薦人，只要申辦數位存款帳戶，即可享有無額度上限的 0.6% 活存利率，讓投資人不需為了賺取利息，辛苦將大筆定存拆單，分散於不同銀行。

擁抱新創科技 扶植中小企業

要想牢牢圈住客戶，除了祭出優惠，更必須洞察客戶的使用習慣。遠銀發現，客戶在行動銀行的金融交易量是網路銀行的 3.6 倍，尤其在凌晨至早上八點間，行動銀行的交易量甚至高於網路銀行 6 倍！由此可知，開發與優化 App 數位平臺是搶攻指尖商機的首要之務，而「嵌入式金融生態圈」則是遠銀提出的解方。

遠銀運用 Bank as a Platform (BaaP)、Bank as a Service (BaaS) 技術，積極拓展各領域多元生態圈，打造能將銀行「帶著走」的金融服務，例如：在遠傳 Mobile Financial Service 打造金融服務生態圈、與遠通 ETC 合作打造車經濟生態圈，致力放大集團綜效。

除了強強聯手集團內關係企業，遠銀 Bankee 社群銀行也攜手多家新創科技公司，開創創新商模，以行動支持中小型企業，包括：結合 BZNK 必可企業募資、join 遠寶智慧借貸平臺、PezzaLoan 網路

借貸媒合平臺，打造全臺第一個 Person to Person（P2P）生態圈，提供企業與投資人金流代收／付服務，幫助需要短期資金的中小企業順利周轉，同時也確保投資人的金流移轉安全。

而為了協助中小企業推動數位轉型，遠銀 Bankee 社群銀行亦與 MAYO 鼎桓數位科技合作，推出全臺首創的 HR FinTech 生態圈，簡化開戶、設定計薪撥款等程序，同時將日常人事管理及員工福利數位化，解決新創公司、中小型企業人資人力不足的問題，為客戶、中小企業、金融、新創夥伴創造四贏。

搶得開放銀行頭香 引領臺灣金融跨入新紀元

金管會於 2019 年敲定以三階段推動「開放銀行」，此開放資訊的理念與遠銀 Bankee 社群銀行共創、共享、共好的核心思想不謀而合，因此遠銀與遠傳電信合作，積極爭取。第一階段「公開資料查詢」已於 2019 年 9 月底前上線；第二階段「消費者資訊查詢」因涉及個資保護、爭議處理機制等，審核更為嚴謹，遠銀以 Bankee 社群銀行作為開放銀行的平臺，運用 Open API 技術串連遠傳電信 friDay 理財 + App 的客戶資料，成功獲准為全國首家上架之銀行，所有遠傳 friDay 理財 + App 之用戶，皆可查詢臺幣活存存款帳戶餘額、信用卡當期帳單等資訊。



未來，遠銀 Bankee 社群銀行也將繼續拓展開放資料的應用場景，希望成為全臺首家獲准執行開放銀行第三階段之品牌，提供臺外幣活存存款帳戶交易明細、定存存款帳戶餘額、信用卡歷史帳單、消費明細等資訊查詢，為客戶打造一站式整合服務。

為了實現 5 年前遠銀成立數金事業群時，周添財總經理的期許：「創造領先同業、最實質效益的數位金融新局」，這些年來，數金事業群在戴副總經理的帶領下，努力貫徹「務實數位金融」的發展主軸，深耕「客戶體驗優化、金融服務流程數位化、創造新商模」三大層面，不僅與集團關企攜手發展數位金融服務，更以社群金融為核心，成功形塑子品牌「Bankee 社群銀行」數位形象，創新推出許多全臺首創服務、頻獲第三方機構公正認證及獎項，同時也與新創科技公司合作，擴大數位應用、場景金融，建構金融生態圈，深獲客戶、合作夥伴的認同與信賴，在成功開發許多新客戶之餘，亦增加原有客戶的黏著度。然而，數位轉型的路才剛開始，未來遠銀數金團隊將繼續努力滿足消費者的行動金融需求，真正做到「Banking in your hand, anytime, anywhere」！



面對後疫情新常態 亞東證券布局數位轉型

亞東證券／企劃室

新冠肺炎疫情破壞生活常態，卻也帶來創新契機，去年各券商紛紛推出防疫零接觸線上服務，與此同時，臺股交投熱絡與股民年輕化亦推升了網路下單的比重。據證交所統計，2020年底整體市場（集中加櫃買）電子下單成交筆數與電子成交金額佔比均達70%以上。在券商競爭激烈的紅海中，亞東證券如何突破重圍，推廣電子下單？未來又將如何透過金融科技華麗轉型，持續吸引投資人青睞？

掌握需求 與客戶共創雙贏

證券業電子下單服務在臺灣早已推行多年，惟早期各券商尚在摸索階段，經營成果並未特別突出。隨著電腦普及、智慧型手機日趨便利，金管會為打造數位金融3.0環境，推動證券商線上金融服務，於2016年5月提出「金融科技發展策略白皮

書」，目標在2020年提升證券電子下單比率至70%。

亞東證券目前電子下單成交比重已達85%，遠遠超越金管會目標，去年更榮獲證交所頒發「109年度電子式下單競賽傑出推廣獎」。能在這片紅海中創造出藍海，歸功於以下幾個構面：

(一) 專責部門：網路崛起，電子商務蔚為趨勢，為搶攻電子交易族群，亞東證券成立「電子商務處」，用心了解客戶需求與使用問題、設計解決方案，以提升下單服務品質。

(二) 安全及穩定系統：在分秒必爭、以速度致勝的股市交易中，亞東證券無論系統主機、網路設備皆提供投資人最穩定且即時的資訊，不致因斷線而導致交易損失。此外，亦建立資通安全內部控管機制，確保客戶網路下單交易安全。

(三) 平臺介面操作友善：亞東證券目前提供 AP 版亞東金賺、亞東 e 指賺 App、網頁版等三種看盤下單平臺讓客戶選擇，各平臺皆整合臺股、期權交易與帳務等資訊，一站式滿足金融商品投資需求。其中「亞東金賺」透過後端程式的運算分析，將每日金融市場中大量、雜亂的資料視覺化，以直覺式的介面，方便投資人挑選股票並下單。

亞東證券另提供投資人 API 串接服務，程式交易者可自行開發交易策略應用模組，利用自製的介面串接下單，減少網路節點，加速數位服務效率。

(四) 行銷策略：現代人手一機，不論看盤研究或下單都可由客戶自行完成，因此亞東證券提供電子下單手續費全面 3 折的優惠回饋客戶，與客戶創造雙贏。

因勢利導 邀新世代「滑」進臺股

臺股萬五、萬六關關過，如今更攻上萬七大關，優異表現吸引投資小白也積極搶入。尤其去年首投族特別多，新增開戶人數達 67 萬人，總開戶人數成長至 1,124 萬人，占人口總數比重達 47.3%，其中 20 ~ 30 歲年輕族群甚至佔 36.1%，大幅成長至 123 萬人，顯示買股票投資不再是高資產族群的事，只要勇於投入，每位股民都有機會賺飽飽。

根據觀察，年輕人之所以加入股市，主要是社群力量加速理財知識普及，且券商紛紛推出數位帳戶，提供友善投資環境，讓年輕人願意開戶學投資。為了搶攻年輕人市場，疫情爆發之前，亞東證券不定期至關係企業學校辦理金融投資講習，並由高階主管親自授課，透過產學合作，帶領學生們認識金融商品、與師生們分享投資心法。然而，防疫期間無法近距離接觸，亞東證券乃於官網設置新制宣導專區，配合年輕化的廣宣和主管機關連結，協助投資小白建立正確的投資理財觀念。

當然，亞東證券也意識到年輕人雖然資金有限，卻是不可或缺的市場活水，故於去年 10 月開辦盤中零股交易，建議小資族透過購買零股，聚沙成塔，同時，為避免投資人賺了價差卻賠在手續費等成本上，亞證取消最低消 20 元，祭出「零股電子交易手續費最低 1 元」起，讓小資族群透過亞東 e 指賺下單，輕鬆「滑」出獲利。

此外，為了吸引股市新血，亞東證券

也預計在今年上半年開辦「定期定額」服務，精選兼具積極性與穩定性之投資標的，由公司彙總所有客戶款項，直接於市場買入，再根據實際成交價和委託申購股數比例進行分配，這種自動設定扣款的方式，非常適合無法隨時看盤或忘記下單的投資人，尤其可以讓小資族透過長期持有，降低平均成本，分散風險，以紀律投資達到穩健累積財富的目標。

多管齊下 攜關企拼數位轉型

疫情凸顯了數位轉型的必要性，且亞東證券目前僅 6 家分公司，「線上開戶」絕對是獲取新客群的關鍵。公司特別於去年成立專案團隊，進行前／中／後臺相關系統規劃建置，同時拜訪金融科技新創團隊，期許透過交流，建置出完善的平臺，讓客戶不論開戶、交易都能快速順暢，以提升客戶滿意度，再藉由口碑行銷，提升整體經紀市佔率。

另一方面，鑑於股票交易帳戶需搭配銀行交割帳戶，亞東證券特別找上經營社群銀行有成的遠東商銀 Bankee，雙方以超過半年時間，定期開會腦力激盪，不斷討論修正，解決客戶痛點，將整體流程最佳化，成功打造無斷點的線上開戶服務，加上亞東證券在後臺系統導入自動化流程機器人（Robotic Process Automation，RPA），減少開戶審核、授信與徵審等人工且高複雜性的作業流程，以提升整體效率及準確



率，預計自今年第三季推出，相信可為投資人提供友善快速的服務及順暢的使用介面，未來也計劃更進一步與 Bankee 聯手推出優惠專案，發揮集團綜效。

2021 年可說是亞東證券數位元年，雖然在金融科技的起步較晚，不過仍力拚數位轉型，除了藉由大量的使用者經驗回饋，持續優化公司電子交易平臺，滿足客戶在線上的所有需求，日後線上開戶上線後，也將陸續推出零距離的線上金融服務（如：開立信用戶、線上申辦不限用途款項借貸等）。另外，為開拓與客戶互動的管道，亞東證券積極建構客製化投資，採集客戶的數位足跡，結合其交易行為，運用 AI 智能學習力及雲端運算，提供投資人客製化的智能選股參考；並利用大數據分析，精準鎖定目標客群，有效推廣公司的商品或業務，創造更多獲利。

集團簡訊

掃描QR Code看更多集團訊息→



01 大師巨作落腳桃園 遠東國際會議中心開工動土

遠東集團邀請聞名全球的建築結構詩人 Santiago Calatrava 規劃設計，斥資近新臺幣百億元打造「遠東國際會議中心」，內含會議中心、有庠紀念館、藝術中心等三棟建築，作為學術、公益、慈善、科技等交流活動場地。4月12日在徐旭東董事長與現場嘉賓共同執鏟下，宣佈正式開工動土。（徐元智先生紀念基金會／胡湘君）



02 遠傳展示5G企業專網與智慧製造應用

遠傳電信3月18日參加臺灣加工出口區電機電子工業同業公會舉辦之「2021年5G/AIoT論壇與成果展示」，展出高彈性的5G企業專網四大解決方案以及智慧製造應用，並由遠傳企業暨國際事業群梁翔瑜資深協理以「5G理論／挑戰與應用」為題，分享如何透過5G，加速製造業轉型升級，以協助南臺灣產業掌握關鍵成功要素，取得市場先機。（遠傳電信／張為竣）

03 遠傳攜手臺東縣政府、臺東馬偕醫院首創心臟內科遠距診療

遠傳電信3月31日與臺東縣政府、臺東馬偕紀念醫院舉行「醫療再突破，離島遠距心連心」記者會，宣布於臺東縣蘭嶼、綠島衛生所導入全臺首創的心臟科遠距診療門診，以遠傳網路取代馬路，由臺東馬偕的心臟內科醫師遠距共同會診，為離島的心臟病患者去就醫的舟車勞頓，並於第一時間提供即時的專科診療服務，大幅提升離島居民就醫便利性。（遠傳電信／張為竣）



04 全臺第一座 5G 智慧工廠首度亮相

遠傳電信、台達電子、台灣微軟攜手打造的全臺第一座 5G 智慧工廠於 3 月 30 日正式公開展示，以 5G 為生產線核心，讓 AGV 無人搬運車、AMR 自主移動機器人、AI 瑕疵檢測數據分析、AI 產線平衡、AIoT 製程稽核、MR 混合實境等技術在工廠內實現，達到隨時替換各式治具、產線快速配置、遠程協同合作的效益，為臺灣 5G 智慧製造立下新里程碑。（遠傳電信／張為竣）

05 2021 智慧城市展 遠傳大人物秀實力

為期 4 天的「2021 智慧城市展」3 月 23 日於臺北南港展覽館 2 館開展，呼應大會年度主題「智慧物聯網引領智慧城市再升級（AIoT Invigorates Smart City）」，遠傳電信以「遠傳大人物 引領數位轉型 賦能 5G 新視界」為主題，展出「智慧交通」、「智慧觀光」，以及「智慧製造」解決方案等 20 多項創新應用，提供企業和民眾體驗。（遠傳電信／張為竣）



06 降低環境衝擊 江西亞東科學開採獲好評

江西亞東水泥礦山秉持適度開發的原則，進行科學開採規劃，開採平臺高度設計為 12 米高，以滿足現場安全生產需要，並採用光面爆破方式，確保最終邊坡岩層穩固，創下 1997 年至今安全生產零事故的傲人成績，獲得當地應急管理部門的表揚和讚賞。（江西亞東水泥／曹仁中）



公益專區

07 發揮在地力量 遠東集團支援物資協助太魯閣號事故救災

臺鐵太魯閣號 4 月 2 日發生重大出軌事故，造成嚴重傷亡。遠東集團於 3 日號召遠百、愛買及亞洲水泥等在地關係企業同仁，將 40 餘箱補給品送往救災現場，提供第一線救災人員補充電解質及充飢，全體同仁共同祈禱，願傷者早日康復，亡者安息。（遠東百貨花蓮店／馮茂智）

08 元智學生走出教室 拓展關懷社會視野

元智大學師生 3 月 27 日至石碇十八重溪里山，協助淡蘭百年山徑之一的十八重溪保甲路修繕、清理垃圾、鋪碎石等工作，以及螢火蟲書屋四周復育棲地整理，透過「做中學」，培養學生應用知識、回饋社區，並拓展學生關懷的視野及公民責任感。（元智大學／饒浩文）



09 遠東百貨挺農友 「愛鳳梨嘉年華」旺起來

遠東百貨關懷在地農民，3 月 18 日起，陸續在全臺遠東百貨異國美食館「FE21' World Gourmet」、「city'super」及館內超市，推出「愛鳳梨嘉年華會」，除了展售臺灣鳳梨與鳳梨周邊加工食品，更採購近萬顆鳳梨做為來店禮，透過行動力挺臺灣農友。同時，遠百也將鳳梨周邊商品致贈公益團體，讓更多人一起愛鳳梨。（板橋大遠百／呂宗懋）



10 遠東SOGO臺北店推綠色活動 邀請大家一起愛地球

遠東 SOGO 百貨復興館 4 月 24 日與台灣電力公司合作，舉辦「我愛地球媽媽～搶救冰雪皇宮大冒險」活動，邀請親子客群在寓教於樂的環境下，學習環保愛地球；敦化館也於 4 月 16 日、17 日舉辦二手捐衣活動，每人每捐出 1KG 二手衣，即可獲贈 30 點 HAPPY GO 點數，不僅可將資源再利用，更能幫助弱勢家庭。（遠東 SOGO 百貨／瀾心怡）

11 遠東SOGO志工社認領專屬淨灘區域 「手」護海洋

遠東 SOGO 百貨志工社 3 月底在社長楊政憲副總帶領下，前往認養的專屬淨灘地段 -- 新北萬里頂社沙灘，清出 105 公斤包含寶特瓶、瓶蓋、漁網、塑膠提袋等海洋廢棄物，並採取 ICC 國際淨灘行動紀錄海廢，協助公部門及環保團體、非營利組織分析海廢組成，使淨灘活動更具「持續力」與「環境力」。（遠東 SOGO 百貨／黃安蕙）

12 臺南大遠百協助臺南市推廣捐贈雲端發票

臺南大遠百自 107 年起，協助鼓勵民眾索取電子發票，並將雲端發票捐贈予社福團體活動，截至今年 3 月，載具使用率已達 45.19%（成長 43%），獲臺南市黃偉哲市長頒發感謝狀，肯定臺南大遠百對於環保及公益之支持。（臺南大遠百／王詠蟬）

人事異動

13 遠東新世紀高階主管人事異動

姓名：林益豐

原任：國際事務處 副經理

新任：國際事務處 權任經理

學歷：東海大學國際貿易系學士



績優榮譽榜

14 瞥違五年 亞東技術學院男籃隊再奪冠軍

亞東技術學院男生籃球隊自 2020 年暑假起，除了每週進行三天訓練外，亦要求隊員額外進行自主個人重量訓練以及投籃練習，並於複賽結束後，提高練習頻率，一週僅休息一天，最終不負眾望，於 3 月 31 日奪下 109 學年度全國大專籃球聯賽一般男生組冠軍。（亞東技術學院／李玉燕）

15 亞泥通過 SBTi 審查 據身世界級水泥公司

隨著全球暖化和氣候變遷問題日益嚴重，亞洲水泥致力推動綠色生產製程，降低環境衝擊，3 月 30 日宣布，已經通過國際上嚴格的科學基礎目標倡議組織（SBTi）審查，成為全球第四家完成減碳目標設定、具體回應全球氣候控制升溫 2°C 以下（well-below）的水泥公司。（亞洲水泥／顏嘉璐）

16 遠東商銀再度獲財訊財富管理三大獎項肯定

由《財訊》舉辦的 2021 年「財富管理大調查」結果於 3 月 17 日揭曉，遠東商銀去年啟動大規模組織重整，持續深化客戶服務的深度與廣度，深獲評審肯定，一舉囊括「最佳理專團隊」、「最佳財富增值」及「金融服務創新」三項大獎，由個金事業群張小倩副總經理代表領獎。（遠東商銀／陳羿茹）



17 遠東聯石化榮獲揚州雙獎

2020 年度安全生產管理評比中，遠東聯石化從揚州化學工業園區及儀征市眾多企業中脫穎而出，分別榮獲揚州化工園區「2020 年度安全生產目標管理優秀單位一等獎」與儀征市人民政府「2020 年度安全生產工作先進企業」榮譽稱號。（遠東聯石化（揚州）／李京）



18 遠傳大人物成績亮眼 獲頒「智慧臺北創新獎」

遠傳運用 5G 大人物推動的「內湖智慧園區 5G 試驗計畫」、「內湖智慧園區 AI 智慧路燈」兩項專案，雙雙榮獲臺北市政府「2020 年度智慧臺北創新獎」，3 月 19 日由臺北市柯文哲市長頒獎，遠傳企業暨國際事業群曾詩淵執行副總經理出席受獎。（遠傳電信／張為竣）

19 遠傳打造綠色價值鏈 獲選 CDP 供應商議合 A 評級

全球永續議題權威之一的碳揭露組織 CDP，最近公布 2020 年企業供應商議合評等，遠傳與供應商在氣候變遷議合之管理績效排名佔全球企業前 7%，成為首家獲得 A 評級之臺灣電信業，也是臺灣九家獲領導等級企業之一。（遠傳電信／李孟霖）

好康報報

20 HAPPY GO 首攜美食平臺 Ocard 共創點數商機

HAPPY GO 積極拓展點數生態圈，3 月 23 日宣佈攜手美食平臺 Ocard，將累點場域延伸至餐飲街邊店，即日起至 5 月 31 日，結合平臺內眾多餐廳推出「快樂吃什麼」活動，網羅超夯人氣的網美早午餐、知名鍋物、文青咖啡廳，以及茶飲店等，卡友享用美食之餘，還能獲得最高 5% 點數回饋；同時也針對大臺北地區推出「臺北吃貨節」，凡於指定通路消費累點，即有機會獲得最高 1,000 點回饋，邀請懂吃又懂消費的卡友們共同參與這場點數饗宴！（鼎鼎聯合行銷／黃韻如）



21 亞東證券電子交易憑證 讓您報稅好輕鬆

歡迎使用亞東證券電子交易憑證申報 109 年度綜合所得稅，線上輕鬆完成申報。若您尚未申辦證券戶，歡迎到亞東證券開戶，享受電子交易下單優惠。詳情請洽亞東證券客服中心：0800-088567。（亞東證券／賴芸屏）

22 歡慶香格里拉酒店集團 50 週年 臺南遠東飯店送優惠

為慶祝香格里拉酒店集團成立 50 週年，即日起至 5 月 31 日，預訂香格里拉臺南遠東飯店「遠東 Café」自助餐廳週日至週四晚間八點後用餐，可享 5 折優惠，活動詳情請洽：(06) 702-8856。（香格里拉臺北遠東國際大飯店／徐珮榕）

母親節專區

23 守護媽咪健康 亞東醫院推出母親節專案

父母健康是子女最重要的事，隨著母親節到來，亞東醫院除了菁英健康管理中心推出健康檢查優惠專案，形體美容醫學中心也提出微整注射、雷射治療、美膚保養等客製化專案，幫助媽媽常保青春，詳情請洽亞東醫院。（亞東醫院／賴建儒）



亞東醫院
網路掛號

24 母親節食尚首選 Mega 50

Mega 50 旗下三間餐廳分別推出母親節專案：望月樓於 5 月 8、9 日，特備二款桌菜提供闔府歡聚；Asia 49 亞洲料理及酒廊除了既有菜色，更設計家庭號拼盤和合家歡特調，幫媽媽加酒添菜；50 樓 Café 為使佳節大餐更顯隆重，另提供每人半隻有生產履歷的頂級香檳茸製成之雞汁香檳茸鮮蒸龍蝦，以及每桌一份特製芒果覆盆子雪酪。活動詳情請洽 Maga 50 各餐廳。（Maga 50 餐飲及宴會／閻惠瑗）



25 東妮寢飾「寵愛媽咪 獻馨意」

時序邁入溫馨五月，面對即將到來的母親節，東妮寢飾為您推薦親膚抑菌的 100% 萊賽爾天絲床組做為孝敬媽咪的首選。除了百貨首七日享單筆滿萬抵千，還有精美滿額禮等著您，歡迎親臨專櫃，為辛苦的媽媽挑選最好的禮物！（全家福／東妮寢飾）



東妮寢飾
FB 粉絲團

26 母親節逛遠百 美麗冒險在等您

遠東百貨即日起至 5 月 11 日推出「媽咪的美麗冒險」檔期，眾多限定好康包括：百貨服飾滿 5,000 送 5,000；遠百信義 A13、桃園、板橋、新竹大遠百國際名品、大家電，單筆滿 10,000 送 1,000 等高回饋，絕對是家人挑選禮物、媽媽們慰勞自己的最佳選擇。（遠東百貨／鄭嘉蕙）

27 ParkPay 與您一起寵愛媽咪

母親節將至，帶媽媽出門享用大餐、郊遊，擔心停車問題嗎？5 月 1 日至 31 日下載智慧停車支付平臺「ParkPay APP」，成為會員並綁定車號，即可享有全臺 600 多個停車場免取票卡、隨停隨付的服務。輸入邀請碼 PPFE520，更可獲得 100 點 Happy Go 點數。（鼎鼎企管／廖婉甄）



parkpay
APP

28 遠東 SOGO 百貨臺北店推出「珍愛媽咪 感恩回饋」

迎接溫馨五月，遠東 SOGO 百貨臺北店 4 月 27 日至 5 月 09 日推出「珍愛媽咪 感恩回饋」，全館商品 8 折起，活動期間下載 SOGO APP，再送 400 元折價券。不僅如此，消費滿額還可兌換超值好禮，快來遠東 SOGO 百貨，搞定媽咪全身行頭及母親節大餐。（遠東 SOGO 百貨／鐘子涵）

29 香格里拉臺北遠東飯店五星食宿全方位寵愛媽咪

香格里拉臺北遠東飯店各餐廳於 5 月 8 日至 9 日獻上美饌，預訂節慶餐點可獲得 RMK 美顏組，還有機會抽中 Spa 體驗券及餐券；宴會廳也於母親節當天推出「馨情獻禮感恩午宴」，讓您邊用餐邊欣賞經典歌曲現場演出。此外，飯店更將景觀客房打造為包廂，讓您闔家安心度佳節。另有五款母親節限定蛋糕，美味又精緻！五月底前入住母親節住房專案，前 100 組訂房可享超值好禮，想帶媽媽度假或用餐，別錯過好康優惠！訂房 (02) 2376-3266；訂位 (02) 7711-2080。（香格里拉臺北遠東飯店／徐珮榕）





中高齡及高齡者就業促進法上路 改寫職場風貌

遠東新世紀／蔡佳伶

臺灣自2018年起，65歲以上老年人口已達14%，正式達到世界衛生組織定義的「高齡社會」。因應人口老化趨勢及未來可能出現的勞動力短缺風險，勞動部於2020年12月4日施行《中高齡者及高齡者就業促進法》及相關子法，並於2021年3月陸續公布補助辦法，協助「職場高年級生」開啟新職涯！

《**中**高齡者及高齡者就業促進法》專法內容訂有年齡歧視專章，並提供多項補助、獎勵及服務措施，鼓勵雇主僱用及協助中高齡（年滿45歲～65歲）、高齡（逾65歲）朋友就業，在職場上發揮所長。相關內容介紹如下：

(一) 禁止年齡歧視

雇主不得以年齡為由差別待遇，如招募、升遷、考績、訓練、薪資或退休資遣等，以保障平等工作機會。

(二) 協助在職者穩定就業

鼓勵雇主持續聘用中高齡及高齡者，補助辦理在職訓練、職務再設計及繼續僱用，並鼓勵世代合作：

1. 鼓勵雇主指派其所僱用之中高齡者

及高齡者勞工參訓，補助金額為訓練課程費用之70%，每一雇主每年最高以新臺幣（以下同）30萬元為限。

2. 雇主為協助所僱用之中高齡者及高齡者排除工作障礙，得申請職務再設計或提供就業輔具輔導或補助。補助金額按雇主所申請人數，每人每年以10萬元為限。

3. 雇主為使所僱用之中高齡者與高齡者傳承技術及經驗，促進世代合作，得採同一工作分工合作等方式為之。中央主管機關對推動世代合作項目著有績效之雇主，得公開表揚，頒發獎座（牌）及獎金。

4. 雇主繼續僱用年滿65歲得強制退休之勞工達30%、雇用達6個月以上且繼續



雇用期間薪資不低於原有薪資，前 6 個月每月可補助 13,000 元，第 7 至 18 個月每月可補助 15,000 元。

(三) 促進失業者就業

提供失業中高齡及高齡者個別化就業服務、職前訓練、創業輔導，並發給相關津貼，協助重返職場或創業。

1. 職業訓練補助：雇主依僱用人力需求，得自行或委託辦理失業之中高齡者及高齡者職業訓練。事業單位自行辦理，補助訓練費用 70%；委託訓練單位辦理，補助訓練費用 85%。

2. 跨域就業補助：失業之中高齡者及高齡者向公立就業服務機構辦理求職登記後，經諮詢及開立介紹卡推介就業，且推介地點與日常居住處所距離 30 公里以上，得申請求職交通補助金，每人每次 500 元，每次最多 1,250 元，每人每年以 4 次為限。

3. 臨時工作津貼：失業之中高齡者及高齡者向公立就業服務機構辦理求職登記後，未能於 14 日內推介就業，或有正當理由無法接受推介工作者，得提供臨時性工作，並發給臨時工作津貼，補助金額按每小時基本工資核給，且每月最高核給津貼不得超過每月基本工資，補助期限最長 6 個月。

4. 職場學習及再適應津貼：失業之中高齡者及高齡者向公立就業服務機構辦理求職登記後，經推介至用人單位進行職場學習及再適應。其中，行政管理及輔導費之補助，以實際核發職場學習及再適應津貼之 30% 核給；職場學習及再適應津貼之補助，則按每小時基本工資核給，且每月最高核給金額為每月基本工資，補助期間為 3 ~ 6 個月。

5. 僱用獎助：雇主向公立就業服務機構辦理求才登記，僱用由公立就業服務機構推介之失業期間連續達 30 日以上的中高齡及高齡勞工，並連續僱用滿 30 日，依受僱人數每人每月發給雇主 13,000 元 ~ 15,000 元，最長 12 個月。

6. 創業輔導及貸款利息補貼：主管機關為協助中高齡者及高齡者創業或與青年共同創業，得提供創業諮詢輔導、創業研習課程及創業貸款利息補貼等措施。

(四) 支持退休者再就業

雇主得以定期契約僱用 65 歲以上勞工，增加勞雇雙方彈性，同時有助於傳承專業技術及經驗，活化人力資源。

1. 雇主為年滿 64 歲員工規劃退休後再就業之課程，並指派其參加國內訓練單位公開招訓的訓練課程，得補助訓練課程



費用之 70%，每一雇主每年最高補助 50 萬元。

2. 為鼓勵企業進用 65 歲以上勞工，每僱用一位高齡者，雇主每年最高可獲得 10 萬元補助；同一事業單位，每年最高補助 50 萬元。

(五) 推動銀髮人才服務

倡議延緩退休、友善職場與世代合作，並輔導、補助地方政府機關設置銀髮人才

服務據點，提供彈性工作機會，推動銀髮人才服務，促進在地就業。補助項目包含：開辦服務據點之設施設備費、設施設備汰換費、房屋租金、人事費、業務費。

相關資訊請至勞動部「中高齡者及高齡者就業服務」專區查詢，也可撥打免付費服務專線 0800-777-888 洽詢。（資料來源：行政院、勞動部）



勞動部「中高齡者及高齡者就業服務」專區



遺囑我說了算？-- 遺囑處分遺產的限制

遠東新世紀／陳冠豪

自古以來，爭奪遺產導致至親反目的例子不計其數，有些人為此預設遺囑，希望避免親屬之間日後撕破臉。不過，遺產分配真能完全按照遺囑內容嗎？現行法規又有哪些規範？

案例：

老王有三名子女，大兒子和大女兒負責照顧他的晚年，但是小兒子成年搬出去後，就對老父親不聞不問，即使老王生病住院也很少前來探視，見了面只會伸手要錢，老王很生氣，想找律師寫遺囑，不讓這個不肖子（小兒子）繼承他的遺產。然而，這樣做真的可以排除小兒子的繼承權嗎？

說明：

一、遺囑處分遺產不可以違反特留分規定

2020 年 3 月間，臺北地方法院宣判長榮集團創辦人張榮發之手寫遺囑有效，該手寫遺囑內容提到：「本人之存款及股票，全部由四子張國煒單獨繼承；不動產全部由四子張國煒單獨繼承 ...」。表面上看來似乎是四子大獲全勝，但實際上張榮發先生的遺產還是無法完全遵照其遺囑記載的方式處理。因為民法對於遺囑處分遺產設有限制，被繼承人在不違反關於特留分規定的範圍內，才有自由處分遺產的權利，所以，除非繼承人有民法第 1145 條所列情

事致喪失繼承權（註 1），否則仍可依法享有繼承遺產特留分之權利。

民法第 1145 條所列五種喪失繼承權情事中，司法實務上最常被主張的，是第五款的重大「虐待」或「侮辱」情事。所謂「虐待」，指造成被繼承人「身體上」或「精神上」痛苦之行為，且不以積極行為為限，亦包括消極行為在內（參照最高法院 72 年度臺上字第 4710 號判決意旨）。而所謂的消極虐待行為，司法實務上認為，包含惡意不扶養，或是父母終年臥病在床，繼承人無正當理由，至被繼承人死亡為止，始終不予探視的情形（註 2）。惟從案例所述情況，老王的小兒子只是「很少」探視，並未達到始終不予探視的程度，且對老王也未有侮辱行為，應未達到構成喪失繼承權的程度。

綜上所述，縱使老王依法書立遺囑，排除小兒子繼承他的遺產，但是小兒子對於老王遺產的特留分，還是享有繼承的權利。

二、用保險方式規劃遺產傳承

鑑於上述遺囑處分遺產的限制，也有



人利用保險來進行遺產傳承規劃，其中以指定「身故保險金」受益人的方式最常見，因為身故保險金依法不計入遺產總額（註3），被指定之受益人係依保險契約取得保險金，而非繼承遺產。但必須注意，身故保險金的立意是為分散風險，以及確保被保險人驟逝時對遺族（受益人）的生活照顧，而非作為避稅、投資、理財的工具，若投保金額超過立法意旨目的，仍可能遭國稅局依「實質課稅原則」列入遺產總額課徵遺產稅（註4）。此外，每一申報戶（註5）全年所領取的身故保險金（死亡給付），合計超過新臺幣3,330 萬元的部分，還是需要計入個人基本所得額計算綜合所得稅（註6）。

另須特別注意的是，上述不計入遺產總額的規定只適用於身故保險金，坊間許

多人壽保險類型，如果是保險滿期時給付，而不是在身故後才給付，例如：生存保險（儲蓄險）、生死合險（養老保險）等，保單要保人和受益人不同的情形，都可能遭國稅局依實質課稅原則，認定須課繳贈與稅（或遺產稅）。

另外，以上使用保險方式進行遺產規劃只能用在現金部分，針對其他資產（不動產、動產等）均無法使用此方式，且當現金部位很大時，也要即早進行規劃及注意死亡給付免稅額，否則仍有被兩頭課徵贈與稅（要保人）及所得稅最低稅負（受益人）的風險。

參考資料：[財政部稅務入口網 - 稅務資訊 - 認識稅務 - 稅務問與答 - 國稅問與答](#)



註：

- *註1：民法第1145條：「有左列各款情事之一者，喪失其繼承權：一、故意致被繼承人或應繼承人於死或雖未致死因而受刑之宣告者。二、以詐欺或脅迫使被繼承人為關於繼承之遺囑，或使其撤回或變更之者。三、以詐欺或脅迫妨害被繼承人為關於繼承之遺囑，或妨害其撤回或變更之者。四、偽造、變造、隱匿或湮滅被繼承人關於繼承之遺囑者。五、對於被繼承人有重大之虐待或侮辱情事，經被繼承人表示其不得繼承者。前項第二款至第四款之規定，如經被繼承人宥恕者，其繼承權不喪失。」
- *註2：「以身體上或精神上之痛苦加諸於被繼承人而言，凡對於被繼承人施加毆打，或對之負有扶養義務而惡意不予扶養者，固均屬之，即被繼承人（父母）終年臥病在床，繼承人無不能探視之正當理由，而至被繼承人死亡為止，始終不予探視者，衡諸我國重視孝道固有倫理，足致被繼承人感受精神上莫大痛苦之情節，亦應認有重大虐待之行為（參照最高法院74年臺上字第1870號判例意旨）。」
- *註3：保險法第112條：「保險金額約定於被保險人死亡時給付於其所指定之受益人者，其金額不得作為被保險人之遺產。」；遺產及贈與稅法第16條第9款：「左列各款不計入遺產總額：…九、約定於被繼承人死亡時，給付其所指定受益人之人壽保險金額、軍、公教人員、勞工或農民保險之保險金額及互助金。」
- *註4：財政部曾整理19個過去遭國稅局以「實質課稅原則」列入遺產課稅的案例，內容含括3大類、9項主要特徵，包含：身體狀況（重病投保、高齡投保）、投保方式（密集投保、鉅額投保、躉繳投保、舉債投保）、保險金和保費對比（保險金等於保費、保險金相當於已交保費加計利息、保險金低於已繳保費）。
- *註5：個人綜所稅課稅的基本單位是「申報戶」，單身者，申報戶可以只有自己一人，已婚者一定要跟配偶同一申報戶。另外，扶養親屬也要算進申報戶。
- *註6：1. 受益人與要保人非屬同一人之人壽保險及年金保險給付中，屬於死亡給付部分，一申報戶全年合計數在3,330 萬元以下者，免予計入基本所得額；超過3,330 萬元者，其死亡給付以扣除3,330 萬元後之餘額計入基本所得額。2. 受益人與要保人非屬同一人之人壽保險及年金保險給付中，非屬死亡給付部分，應全數計入基本所得額，不得扣除3,330 萬元之免稅額度。3. 至於健康保險給付、傷害保險給付、及受益人與要保人為同一人之人壽保險及年金保險給付，均不納入個人基本所得額，自無扣除3,330 萬元免稅額度問題。



員工向公司借款是否屬於借貸？

遠東新世紀（中國）／唐思雨

上班族在執行公務的過程中，難免需要支付相關費用。本文將透過小馬的故事邀您深入了解，如何分辨您的請款費用屬於借支還是借貸？兩者之間有何差異？

案情簡介

某醫療裝備公司與小馬簽訂勞動合同書，聘請小馬為黑龍江區經理，代理公司在黑龍江省的銷售業務。該合同為固定期限勞動合同，有效期一年。合同中，同時約定了勞動報酬、工作職責等其他事項。其後由於醫療裝備公司拓展市場銷售業務需要，小馬向公司申請借支居間服務費用，並出具借條一張，載明：「今小馬借公司現金貳拾萬元整，還款期限 6 個月內。」

醫療裝備公司於當日通過銀行轉帳的方式，將 20 萬元借支予小馬。款項到期後，小馬未還款，醫療裝備公司認為上述款項係小馬個人借款，要求其歸還，而小馬則認為該款項為借支的居間服務費，且已支付予案外人，雙方為此發生爭議，起訴至法院。

裁判結果

法院經審理認為，該案的爭議焦點為涉案 20 萬元款項的性質認定。根據原、被告雙方提交的借支條、勞動合同、績效考

核表、電話錄音等證據分析，可認定雙方之間存在勞動合同關係，小馬為醫療裝備公司黑龍江區銷售經理，從醫療裝備公司提供的銀行轉帳及財務憑證上已註明，爭議款項 20 萬元為借支，且該行為發生在小馬任職期間；小馬依據居間協議，將上述借支款項支付予案外人，但是至今沒有履行公司財務報銷沖抵手續。由此可證，前述爭議款項為借支，並非借貸，屬於小馬履行公司市場業務拓展而支付的居間服務費。綜上，法院判決駁回醫療裝備公司的全部訴訟請求。

案件評析

「民間借貸」是借款合同的一種，依據《民法典》第六百六十七條規定，借款合同是借款人向貸款人借款，到期返還借款並支付利息的合同。該法律關係最重要的構成要件有兩點：一是雙方之間借貸的合意；二是款項的實際交付。民間借貸是借款人為自己個人利益，借得款項用於個人目的的民事行為，屬於平等民事主體之



間發生的民事法律關係。

「借支」則是公司內部的財務行為，屬於工作人員向單位財務部門預支一定款項用於辦理單位事務，並在辦理完畢後據實報銷的一種行為。換言之，借支是基於單位與勞動者之間的管理與被管理、服務與被服務的關係，是為履行工作職責而做的行為，目的並非為自己的個人利益。

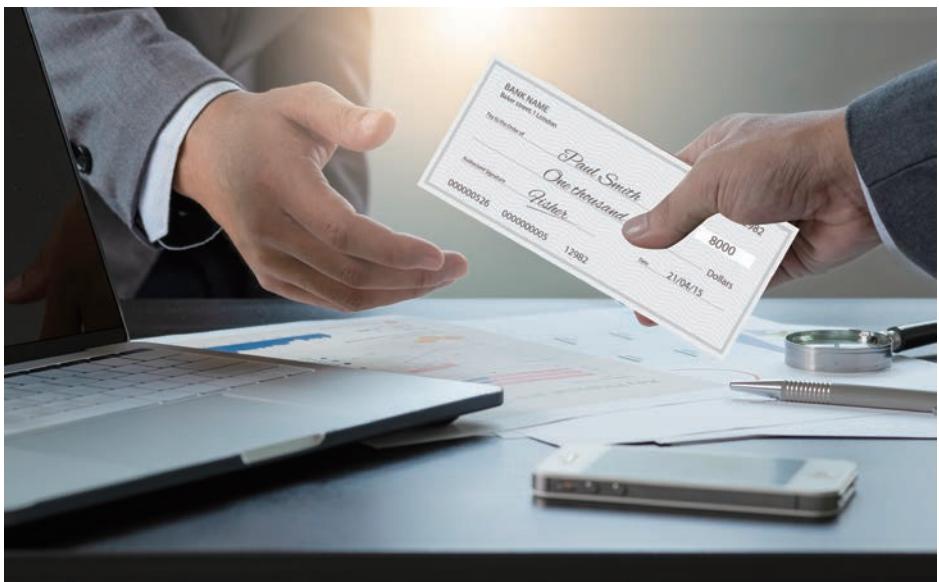
就本案而言，經法院充分核實款項取得的過程與原因，調查個人向單位申請時表明的借款用途、單位內部流程載明用途，以及款項的實際流向與實際用途，特別是款項支付予第三人時，相應的合同依據、轉帳記錄、結算方式與形式，是否已經報銷等等相應材料後，將涉案 20 萬元認定為借支款項，定性為內部借支，而非民間借貸。

區分民間借貸與借支時，應著重於以下方面，例如：雙方在借貸或借支過程中意思表示是否包括對款項特定用途的合意，雙方約定的是借款後定期歸還，還是待公務事項處理完畢後據實報銷等；款項的實際走向，包括相應款項的交接過程，如具體轉帳或現金給付或領取的情況

下寫明款項用途，款項最終支付予協力廠商的原因與目的，款項支付予協力廠商的原因與借款人或出借人的關聯性、是否已經報銷等。因此，對於員工向公司借款，公司進行財務轉帳的行為定性問題，應結合員工與公司之間的意思表示，以及錢款用途等，進行定義。

為避免員工與公司產生借支款項爭議，應嚴格執行借支程序，如：

1. 借支單應寫清借款人、部門、用途，並呈交相關領導簽批。
2. 將借支單交予出納處，領款。
3. 將現金或支票交予單位事務的相對方，並取回相應的發票或收據。
4. 填寫報銷單，寫清用途和金額，並附相關票證呈交領導簽批。
5. 將所有材料交予單位出納核銷借支，多退少補。





3D 乳房斷層攝影 提升乳癌偵測率

亞東醫院影像醫學科／陳振德醫師

根據衛生福利部資料顯示，「乳癌」高居臺灣女性癌症發生率之首位，若能及早發現，便有機會降低危害。本文介紹最新乳房斷層掃描技術，不僅可以減少受檢時的不適感，更能有效發現病徵，及早治療。



亞東醫院影像醫學科
／陳振德醫師

現代許多婦女因為生活型態、飲食習慣及環境改變，導致乳癌的罹患率逐年攀升，罹患年齡則日漸降低，高峰族群集中於四、五十歲區間，較歐美婦女年輕 10 歲，確診時的期數也較歐美更晚。

新北市一名 68 歲婦女，平時無任何乳房症狀與不適，接受每兩年一次的國民健

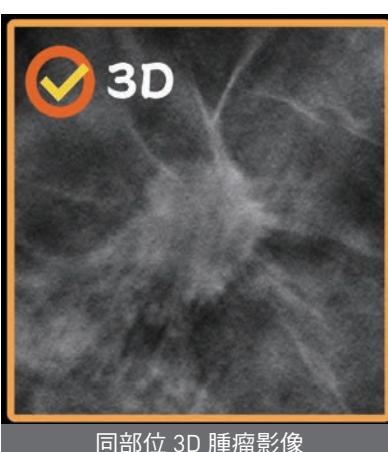
康署 2D 乳房攝影篩檢時，醫師發現其乳腺緻密且分布不均，難以從影像中明確判別結果，經建議後，進一步接受 3D 乳房斷層攝影，從細切影像中，清楚偵測到右側乳房內上方區域有一個 0.4 公分形狀不規則的小腫瘤，透過超音波的確認及導引做穿刺切片，證實為早期的侵犯性乳癌。

亞洲女性乳腺組織較緻密 傳統乳房攝影限制大

「乳房攝影篩檢」是經臨床研究證實降低婦女乳癌死亡率最有效的檢查，約可降低 20% ~ 30% 死亡率，然而，傳統的乳房攝影是 2D 影像，所有乳腺組織與病灶皆重疊在一起，不容易判別，



同部位 2D 腫瘤影像



同部位 3D 腫瘤影像



尤其亞洲婦女的乳房大多屬乳腺組織緻密類型，腫瘤更易被乳腺覆蓋而無法看見，篩檢出「偽陽性」與「偽陰性」的比例偏高（臺灣約有 10% ~ 20% 的婦女乳癌無法透過傳統 2D 乳房攝影偵測出），導致患者雖然保持定期檢查，卻仍無法早期發現癌症腫瘤。此外，2D 乳房影像也容易因不均勻的乳腺及纖維組織重疊而遭誤認為腫瘤病灶，執行不必要的複檢或切片化驗。

多角度拍攝後重組判定 提高 41% 侵犯性乳癌檢測率

所幸近年發展出的 3D 乳房斷層攝影技術，可彌補 2D 攝影的限制，從多種角度拍攝乳房得到影像，再經由電腦重新組合，以數十張 1 公厘厚度的細切橫斷影像呈現，

相較於傳統 2D 乳房攝影只有固定兩個拍攝角度，3D 乳房斷層攝影可消除重疊的組織干擾，有助區別真實病灶與重疊之不均勻乳腺組織，大幅降低「偽陰性」及「偽陽性」的錯誤判讀，減少醫療資源的浪費，提升乳癌偵測率。

據國外醫學研究指出，相較於 2D 乳房攝影，使用 3D 乳房斷層攝影平均可提升乳癌檢測率 29%；其中，侵犯性乳癌的檢測率更可提升 41%。此外，3D 乳房攝影配備的弧型壓迫板，可有效降低 40% 檢測時受壓迫的乳房疼痛感，讓婦女不再因檢查時的不適而排斥篩檢。呼籲婦女朋友們，愛別人，更要愛自己！顧及家庭、工作之餘，不要忘記定期接受乳房攝影檢查。





味蕾新花現 果香正開胃

遠東百貨／鄭嘉蕙

孟夏時分，天氣逐漸炎熱起來，此時來一道酸酸甜甜的花果料理，絕對開胃又解暑。本期「美食網」為您示範如何用創意玩轉花果，端出顛覆味蕾的迷人佳餚。

花果點點名

花果與餐食共舞不是新鮮事，無論入菜、飲品或是烘焙，主要取其繽紛色彩和草本香氣，尤其果實類的香甜更是提味，可豐富美味的層次。但是，花果入菜有什麼需要特別注意的眉角？就讓小教室說分明。

■ 新鮮吃當季：想讓花果繽紛餐桌，就取用當季鮮活花果為食材。以五月來說，是玫瑰、茉莉、桃、李、杏、芒果、百香果、火龍果、荔枝、奇異果、桑葚、櫻桃、蘆筍、番茄…等花果產期，多攝食在地當季花果，營養價值自是豐沛，不只養顏美容，更可增加抵抗力。

■ 花材重來源：食材的來源相當重要，選擇信賴的花農或是自種鮮花，才能吃得安心。此外，花材忌諱長時間烹調，建議涼拌，或是待湯滾最後加入，亦可裹粉油炸，都能嘗到清甜。



►現燒「焦糖葡萄柚」，外脆皮、內酸甜，吃得到維生素C、膳食纖維與番茄紅素。遠東百貨板橋中山店「果然匯蔬食宴」／提供



▲來杯「金色山脈果茶」，品味金黃鳳梨、酸甜百香果、完熟香蕉與清新翡翠綠茶共舞的滋味，小杯建議售價95元。臺南大遠百「春水堂人文茶館」／提供

■ 果醬巧變化：當季花果盛產時，製成果醬是保存美味的好方法。玫瑰、桂花釀可以佐甜湯，桃、李、杏、芒果、桑葚、櫻桃……則適合熬煮成醬，變成沙拉調料，或是紅燒肉類食物時，作為最後提味。當然，加入冰品、飲品中，更是沁涼又對味。

鮮果佐茶絕配

翰林茶館水果茶

斯里蘭卡紅茶中，調入麥芽熬製的水果醬，最後淋上新鮮現榨檸檬汁，呈現多重口感。內用特大杯建議售價190元，另加收一成服務費，臺中大遠百11樓，(04) 2255-7269。



1010 湘食堂百香果翠茶

新鮮百香果和清香的綠茶搭配，酸甜開胃。建議售價120元，另加收一成服務費，遠東百貨信義A13店4樓，(02) 2729-0597。



Häagen-Dazs 哈根達斯玫瑰漫舞冰淇淋蛋糕
維他命C多多的藍莓內餡搭配高雅玫瑰花造型，口感豐富還能養顏美容。建議售價2,180元，板橋大遠百2樓，(02) 2951-6088。

烘焙果香解膩

Amadeus 阿瑪迪斯起司布朗尼

使用大量乳酪及優格製成的起司蛋糕，加上葡萄、水蜜桃、奇異果，增添豐富口感。建議售價970元，板橋大遠百B1樓，(02) 2956-6734。



日本橋浜町酒食處桔醬千層豬排御膳
薄切豬肉片層層堆砌後油炸，搭配新竹特產客家桔醬為基底，加入獨門配製的沾醬，帶有濃郁桔香的微酸、微鹹且甘甜的風味。建議售價368元，另加收一成服務費，新竹大遠百9樓，(03) 522-0188。

主食不忘花果

Skylark 洋食·芳鄰泰式青木瓜牛肉木盆沙拉

清爽開胃、酸甜帶辣，拌上特調醬汁及香脆花生，建議售價230元，集團同仁獨家優惠享95折，另加收一成服務費，遠東百貨寶慶店1樓，(02) 2375-4730。



百搭淋醬最好吃

朵朵雪耳白木耳飲

嚴選新鮮有機白木耳，加入蜜香桂花、百香果、蜂蜜檸檬…等不同口味，讓您飽嘗植物性膠質蛋白。建議售價100~120元，集團同仁獨家優惠享9折，遠東百貨板橋中山店B1樓。



Café Grazie 義式屋古拉爵綜合水果佐百香優格醬

採用當季水果加上特調百香優格醬，酸甜可口。建議售價90元，另加收一成服務費，高雄大遠百12樓，(07) 536-1390。

備註：全文「優惠價」需出示集團員工識別證，期限至110年5月31日止。掃描QR Code看更多遠東人專屬優惠





理財規劃做得好 生活富裕沒煩惱

遠東商銀／陳孟豐、梁志鵬

對於小資族來說，如何有效配置與運用薪水是首要之務。除了依靠存款微薄的利息外，還有哪些投資管道可以讓小錢變大錢呢？本期「財經網」為您介紹如何透過「定期定額」基金投資，做最佳的理財規劃。

支出繁多，夢想受阻

剛踏入社會的年輕人，總是懷著滿腔熱血，希望盡快存到人生的第一桶金，但是每每領到薪水、扣掉固定開銷後，總是所剩無幾。即使想成家立業，卻礙於婚後買房、生兒育女等經濟壓力，使年輕人陷入不敢結婚的窘境。根據內政部戶政司最新統計，國人因擔憂無法支撐婚後的各種開銷，初婚的平均年齡持續上升，男生為32.6歲、女生為30.4歲。

除此之外，藉由旅行適時的放鬆身心，也是人生一大樂事，但若沒有儲蓄習慣，旅費亦是一筆不小的支出。為了追求更好的生活品質，人們不免希望透過理財來增加財富，只是大多數的人缺乏財經專業，不擅長掌握市場動向，偏偏存款利息又趕不上通貨膨脹的速度，此時，「定期定額」基金就能幫您輕鬆累積財富。

定期定額大解析，財富逐步累積

定期定額是投資基金的一種方式，由基金經理人操盤，選出各市場、各產業不錯的投資標的組合，其特色是頻率固定，優點是可以根據投資人的薪資與財務狀況個別規劃，尤其是年輕族群，即使沒有一筆很大的資金，也可以選擇每個月以較低金額參加投資，只要一點一滴的累積，待收入隨著年資增加後，再逐步調升投資金額，就能一步一步實現夢想。

投資猶如馬拉松，堅持才是贏家

定期定額是很好的投資策略，但必須堅定信心，千萬不能陷入追高殺低的迷思中。畢竟景氣本來就有週期性，當市場降至谷底時，不可停扣手頭的基金，因為此時基金淨值處於相對低點，購入的單位數較多，若能持續投資，待將來景氣復甦，就會有較大的漲幅與報酬率。就像跑馬拉松，即使中途又累又喘（市場下滑），然而，唯有堅持下去，才能抵達終點，獲得甜美



的果實。

此外，投資時應選擇合適的標的，才能避免不堪負荷市場的劇烈波動。一般來說，基金分為：股票型、債券型、平衡型，若是以長期穩健投資為方向，波動性相對較低的債券型與平衡型基金會是很好的選擇，雖然大多數人喜歡每個月看到利息進帳，但其實把賺到的利息放入本金，複利的效果會讓財富更快、更有效率的累積。

及早投資，以時間複利放大效益

俗話說的好，時間就是金錢，而年輕人最大的本錢就是時間，光是依靠時間的複利效果就能創造可觀的財富，只要每個月少喝幾杯飲料、少買幾件衣服，將省下來的錢進行定期定額投資，定能帶來意外的驚喜。

另一方面，不同收益率與年期所累積的資產也大不相同。收益率越高，累積資產的速度越快。以每個月投資 10,000 元定期定額為例，若選擇長期年化收益率 5% 的基金，需要 28 年才能累積 800 萬元；若

選擇長期年化收益率 7% 的基金，需要 24 年才能累積 800 萬元；若選擇長期年化收益 10% 的基金，則 22 年可累積到 800 萬元。

低波動、高累積，富裕好輕鬆

理財規劃是人生的優先要務，不論有無投資經驗，只要下定決心，永遠都不嫌晚。如果擔心沒有足夠的理財知識，尋找專業的理財顧問會是不錯的選擇，由理財顧問根據您的年齡、收入以及家庭狀況，量身打造最合適的投資計畫，從挑選低波動、高累積的投資標的，到觀察市場的發展與趨勢，適時調整投資組合，理財顧問都能夠一手包辦；至於投資人只要持之以恆，每月固定撥出資金，不但能夠達成儲蓄的目的，還能利用時間複利的效果，讓達成夢想之路事半功倍。

紀律投資及正確選擇標的才是養大財富的秘訣，讓我們培養良好的理財習慣，一起靠定期定額達成旅遊、成家立業和退休的目標吧！

		預期年化收益率					
		5%	6%	7%	8%	9%	10%
退休準備年期	10	1,552,823	1,638,793	1,730,848	1,829,460	1,935,143	2,048,450
	15	2,672,889	2,908,187	3,169,623	3,460,382	3,784,058	4,144,703
	20	4,110,337	4,620,409	5,209,267	5,890,204	6,678,869	7,593,688
	25	5,955,097	6,929,940	8,100,717	9,510,264	11,211,219	13,268,334
	30	8,322,586	10,045,150	12,199,710	14,903,594	18,307,435	22,604,879

資料來源：遠東商銀

單位：新臺幣元

留住國旅熱 搶先布局未來市場

天下創新學院提供

究竟何時才能恢復出國旅行？與其思考這個遙遙無期的答案，不如先聚焦在眼前的大好商機！國內旅行自2020年爆發，2021年仍呈現猛爆式成長，但是想要搶佔這波商機，必須精準掌握消費者的喜好。本期將為您剖析國旅需求，助您提早布局未來市場。

您知道民眾規劃行程時，最渴望獲得哪些方面的滿足？哪一個族群的消費含金量最高？大家最捨得花錢在什麼地方？哪些行銷管道能有效觸及潛在客戶？天下創新學院與 GO SURVEY 深度剖析國內旅遊市場，得出三大關鍵洞察：

1. 國旅消費主力，成熟年代大噴發：

40 和 50+ 世代的消費者含金量最高，敢花錢找享受，喜歡住 4 星級以上的飯店，愛好自然與療癒身心的高價值行程。

2. 重美食必打卡，年輕世代愛嘗鮮：

20 和 30 世代的年輕消費者注重線上口碑、偏好真實體驗分享，可透過新穎的美食、景點、主題活動打卡，配合高 CP 值的大眾交通工具及住宿，吸引他們造訪。

3. 國旅熱度不減，提前部署搶商機：

超過八成民眾打算在半年內規劃國內旅遊，行銷和旅遊業者必須提前布局，打造分眾服務、提供深度體驗，才能搶佔下一波的

旅遊消費商機。

布局一：想留住成熟世代 先強化住宿品質和服務

隨著臺灣邁入高齡社會，「樂齡族群的消費實力最高」獲得許多調查研究的驗證。在旅遊花費項目上，GO SURVEY 發現民眾最近一次國內旅遊平均花費（包含：交通、住宿、伙食、購物、娛樂等）5,934 元，其中 55% 花費超過 5,000 元，而成熟年代（40 世代、50+ 世代）的費用居冠（6,445～6,525 元），且花費達 10,000 元以上的占比明顯較整體高出 6% 以上。（**圖表①**）

由此可知，年齡愈長的旅客，愈看重住宿品質，在住宿選擇上，旅館（27%）和民宿（25%）是樂齡旅客的首選，其次是 4 星級飯店與酒店（20%）。延續注重住宿品質的高品味，成熟世代較受古蹟、自然觀賞及放鬆身心等行程吸引，也會在意途中的交

通時間和舒適度。有意切入樂齡市場，「優良品質」的旅遊住宿產品和服務不可或缺，在套裝行程中也不妨加入奢華、文化元素，提高旅程的價值感。（圖表②）

至於宣傳管道，雖然新興媒體、網路愈來愈盛行，在規劃旅遊行程時，成熟世代仍依賴線下、傳統媒體管道來蒐集旅遊資訊，比方電視旅遊節目、旅展及入口網站旅遊版，若想針對此族群推薦旅遊景點或包套行程，傳統管道較為有效。

布局二：新鮮度打造「觀光感」 秘境、期間限定是亮點

「在熟悉的環境裡活動是生活，在陌

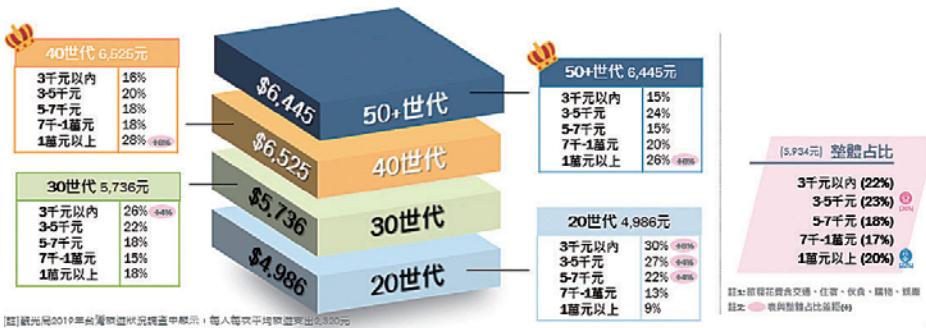
生的環境裡活動是旅遊」，國內旅遊市場經營者多數面臨這樣的難題，對旅客來說也確實如此。

根據 GO SURVEY 調查，民眾規劃國內旅遊時，對於沒去過的景點有高度興趣（58%），也會考慮美食的多寡（37%），或挑選同行者沒一起去過的地點（36%）、未曾吃過的美食（32%）。社群媒體上新穎的「秘境景點」、時令限定的自然景觀，或是返鄉創業青年用在地食材創作的異國料理等，都是國內旅遊開創局的亮點。

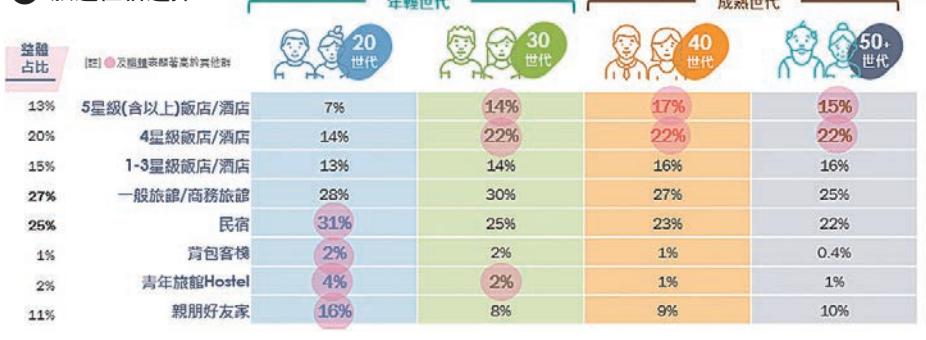
想要為平淡的生活增添話題和趣味度，一趟有記憶點的旅遊是個好選擇。民眾規劃國旅時，也很注重特別的住宿點（25%）、

希望有很多景點能打卡（20世
代 19%、30 代
15%），男性旅
客也會將具有豐
富夜生活的因素
納入考量。（圖
表③）

① 最近一次國內旅遊花費



② 旅遊住宿選擇



布局三：強化主 題包裝 深度旅 行更療癒

多變又壓抑的防疫日常，令民眾渴望透過旅遊獲得療癒，對



體力的行程。

此外，不同客群有不同的旅遊行程偏好，比如：北部民眾對於美食、人文古蹟、農場觀光有興趣，而節慶活動則對南部民眾有吸引力；女性偏愛美食及藝文活動。旅遊業者不妨強化導覽者的知識深度，也可以在介紹活動與景點時，善用故事行銷、多一



於國內旅遊更有「放鬆療癒、簡單輕便」的期待。50% 的旅客規劃國內旅遊時，會在意交通時間長短。

此外，民眾會列入考慮的行程包含：品嚐特色美食（50%）、觀賞自然（賞花／賞鯨／賞地質景觀等）（46%）、身心放鬆（溫泉、芳療、SPA、放空等）（40%），足見以上三點均屬於能夠吸客的特色行程。

即便是活力旺盛的壯年世代（30、40世代），最期待的旅遊行程仍有主題性，例如：參訪歷史古蹟（40世代 32%）、參與地方節慶或主題活動（30世代 28%），而非單車旅遊、跳島遊輪、登山健行這類較費

點話題性或典故，藉此鋪墊國內旅遊的深度。

當國內旅遊的主題性被強化，旅客對於習以為常的生活環境會有更細膩的體會，預期可進一步帶動地方農特產銷售、強化民眾的在地認同感，進一步提高深度國內旅遊的可能性。（圖表④）

布局四：讓旅客變業務 親友口碑和社群真實分享最給力

隨著社群媒體蓬勃發展，旅客出遊不僅專注於體驗，同時也樂於拍照分享住宿環境、設施、餐食…等。

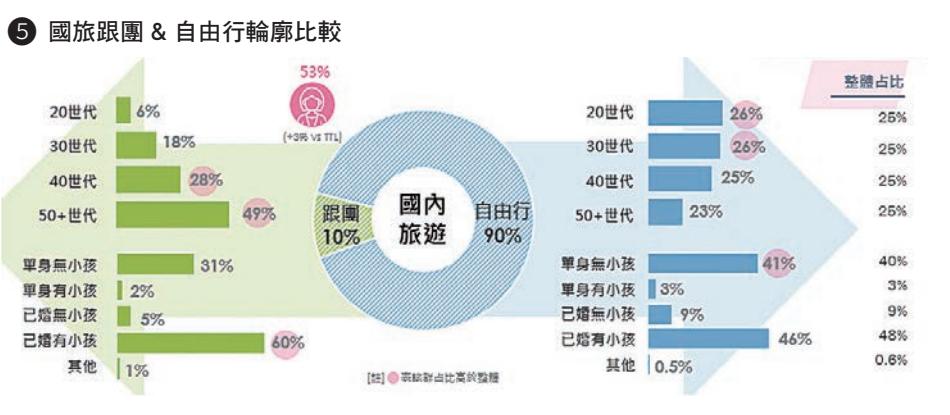
調查結果顯示，親友口碑分享及部落格為民眾主要查找旅遊資訊的來源，其次是 FB、IG 社群分享。若從性別傾向來看，男性

旅客傾向使用 YouTube、Mobile01、旅行社網站、背包客棧及旅遊書…等多元平臺蒐集資料。資訊形式上，社群圖文或影音內容成為分享旅遊資訊的熱門素材。

業者若想吸引注重線上口碑、偏好真實體驗分享的年輕世代，可與個人特色清晰的素人部落客或 KOL（註）合作，透過新穎的美食、景點、主題活動打卡，配合高 CP 值的大眾交通方式及住宿，吸引此族群造訪。

布局五：自由行最熱門 組合套票強化競爭力

不同於海外旅遊有語言文化的顧慮，在國內旅遊的便利性更大。高達九成民眾偏愛以自由行的方式進行國內旅遊，只有一成會選擇跟團。根據 GO SURVEY 調查顯示，經濟、省時、輕鬆的交通規劃是自由行成功的要素，旅遊業者可發揮異業整合能力，推



出交通、住宿、主題樂園的組合套票打入市場。

偏好自由行的旅客多為年輕世代（20 或 30 世代）、單身無小孩。交通安排方面，開車、搭火車、高鐵是主要的交通工具；其中，20 世代偏好大眾運輸工具（火車、高鐵）及機車；30 世代以上則以開車居多，通常女性自由行更偏好搭火車。（圖表⑤）

觀察消費者未來的規劃，83% 民眾半年內將再規劃國內旅遊，超過四成會考慮 3 天 2 夜行程，因此行銷和旅遊業者必須提前布局，打造分眾服務、提供深度體驗，以特色美食、新興打卡景點及身心放鬆等行程帶動觀光消費，才能跟上下一波的旅遊消費商機。



詳細圖表請見
《遠東人》官網

※ 註：KOL (Key Opinion Leader)：關鍵意見領袖。

* 調查說明：本次為 GO SURVEY 市場研究顧問於 2020/11/2 ~ 11/27，在 GO SURVEY 平臺執行的線上網路調查。此區間共計回收 3,000 份樣本，受訪者條件為 18 ~ 70 歲的 HAPPY GO 卡友。

商業書信實用語--打招呼篇

EIE 美語提供

商用英文書信中，除了用Dear起頭之外，還能寫什麼呢？本期將為您介紹商業書信常用的問候語，在電子郵件中使用它們，能讓郵件看起來更加專業喔！

Sample Dialogue (情境範例)

◆ Email greeting with no prior contact/Cold email greeting (陌生拜訪時的問候語)

It's extremely important to get the tone right if you have not yet had any contact with the recipient (s) you are emailing. In this case, the email you write should always be formal. Let's see below alternative greeting examples. (寄 email 給素未謀面的人時，使用的語氣相當重要。在這種狀況下，Email 應該用正式口吻。以下來看看幾個例句。)

- To whom it may concern,
- Dear Sir/Madam,
- Dear Mr.____/Ms.____,
- Dear Department/Position,

i.e.: Dear Hiring Manager/Dear Human Resources Department

◆ Email greetings to multiple people (與多位收信者的打招呼方式)

When sending a business email to multiple recipients, you could use one of the greetings listed below: (同時發 email 給多位收信者時，常見的打招呼方式如下。)

- Dear All,
- Hi everyone,
- Hello everyone,
- Hi Mark, Sabrina and Harriet,
- Greetings.

Business Email Dos' and Don'ts that You Should Know (你應該知道的商用 email 注意事項)

Dos'

- ✓ Clear subject line (標題清楚)
- ✓ Professional tone (語氣專業)
- ✓ Precise and concise content (內容精簡俐落)
- ✓ Double-checking the content before sending out (寄出前再確認一次內容)
- ✓ Double-checking the attachment and the file name (檢查附件檔案和檔名)
- ✓ Reply to every business email (回覆每一封商務信件)
- ✓ Email encryption (機密文件應加密)

Don'ts

- ✗ Avoid putting confidential information in the content (機密內容不應放入內文)
- ✗ Avoid dealing with multiple tasks in one email (避免在一封 email 中處理多個案件)
- ✗ Don't overuse punctuation marks (不要過度使用標點符號)
- ✗ Don't overuse different colors to highlight points (不要過度使用不同顏色來標示)
- ✗ No emoji (不要出現表情符號)
- ✗ No buzzwords (不要使用流行用語)
- ✗ Don't put all email contacts in carbon copy (不要將所有人的 email address 放在副本裡)
- ✗ Avoid vague and complex content (避免含糊不清或複雜的內容)



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@cie.com.tw)



更多的英文
課程資訊



免費英文
課程體驗

守護偏鄉學童 傳愛不停歇

臺南大遠百／王詠嬋

做公益很簡單，但要持續11年真的很不簡單，臺南大遠百「聖誕公益點燈」活動至今已邁入第12年，每每回首來時路，心中總是滿溢著溫暖與感動。

臺南大遠百「聖誕公益點燈」第一次募鞋活動從2008年開始，第一雙鞋首先贈送予南區家扶中心，其後陸續致贈北區家扶中心及各單位，至今累計送出超過2,000雙運動鞋。

印象最深刻的是，有一年致贈的對象是位於南化區的瑞峰國小，該校地處偏遠，距離市區約2小時車程，全校只有11名學生。我們除了贈送小朋友們最需要的運動鞋之外，也帶領大家參觀商場、享用餐點、學習用餐禮儀…等，過程中需顧及學童參與活動以及結束後返校的安全性，企劃流程十分複雜，不僅內外部召開多次會議，更向學校、廠商、合作單位等各方面打了數百通電話。感謝公司同仁全力幫忙，以及學校師生的配合、廠商的贊助，最後看到學童充滿期待與喜悅的臉龐，所有付出都值得了。

為了加深學童的印象，讓他們對未來更有計劃與期盼，每年活動結束後，臺南

大遠百會舉辦「作文／繪畫徵選比賽」，讓小朋友以作文或繪畫方式，分享參與公益點燈活動的心得，前三名得獎者均可獲得獎狀及獎金。

小朋友們寄來的作文及繪畫作品，充份展現了他們的用心。例如，今年獲選〈作文組〉第一名的關廟區文和實小六年級陳鈞翊同學在作文中寫到：「非常感謝各界的善心人士，常言道『施惠勿念，受恩莫忘』，今日受到您們的協助、善行，已烙印在我的心頭上，未來如有能力，必仿效您們的善行，將這一份愛傳遞到社會角落，讓有需要的人，像我一樣不用擔心。」小小年紀就知道自己曾經被幫助過，願意在長大後幫助別人，令人深感欣慰。

除了作文，小朋友們也送來活潑可愛的繪畫作品，構圖生動有趣、用色鮮艷繽紛。今年獲得〈繪畫組〉第一名的聖賢國小李明紘，將聖誕老公公的鬍子畫得十分立體，就連聖誕樹上的裝飾細節也毫不馬

虎，看得評審驚嘆連連。

很開心能在工作中投入有意義的事，也希望未來可以滿足更多孩子的需求，將社會大眾的愛心廣傳到臺灣更多的角落！

繪畫組
第一名



作文組
第一名

的嗎？劉秉而言：就是徐想東董事長和呂太璽的贊送，我們兒子，而我喜歡的顏色。背包是，很方便，最後祝你們生平有喜慶的一天。

繪畫組
第二名



「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】

求學時期需要購書時，腦中首先浮現的就是重慶南路，接著便啟程展開取經之旅：先找到一家書店，再依照書架上的分類標示，找到想要的書，最後才能開始比價。如果當天找不到想要的書，代表西遊記的故事只到火焰山而已，其餘待續。但如今網路書店分類標示都在首頁，查找十分便利，不但可以比價，各通路更經常提供折扣優惠券。如果找不到想要的書，還可以請店家協助調貨。

網路購書有快速搜尋及隔天送達的優點，讓我有更多時間做多更有價值的事。

（遠東集團聯稽總部／陳原毅）

【二】

以前逛街得跟朋友們約時間，穿一雙好走的鞋，花上一天走遍各家百貨，才可能買到中意的商品。現在有了便利的網購通路，不必出門也能逛街，尤其「遠傳

friDay 購物」更是把我「剁手」的紀錄推向高峰。蜷縮在沙發上，就能逛完SOGO、大遠百、愛買等各大商城，平日累積的集團 friDay 幣更助長了我採買的慾望。印象最深的是，因為無法親自探望生病的朋友，特別網購了進口櫻桃，空運抵臺後，快遞寄到朋友手上，新鮮的櫻桃讓朋友感動不已。

網路購物不但填補了內心的購物慾，也滿足了歐巴桑貪優惠、愛比價的念想，還能虛實整合，把遠端的關心打包，限時送達，教人如何不愛它？（遠傳電信／王珮鈞）

【三】

初踏入料理烘焙領域時，常迷戀於琳瑯滿目的機器及工具，然而，高品質的新品往往要價不菲，後來發現可以利用購物平臺或是網路社團購買二手用具，只要事先做足功課，就能以合理的價格，買到適

合的用具。

此外，有些食譜會利用特殊的辛香料，增添菜餚風味，例如：白脫牛奶富含酸性物質，可軟化雞肉、增添雞肉風味，但實體店家很少販售此類商品，於是透過網購，順利製作出「白脫牛奶烤雞」。其他舉凡伊比利僧帽肌、蜂蠟、雪莉酒醋及各式香料，皆可在網上採買，輕鬆解決食材問題。（遠東商銀／李承毅）

【四】

身為兩個孩子的媽媽，我最常網購尿布、濕紙巾、衛生紙等體積大且不易搬動的生活必需品，它同時也佔了育兒用品的最大宗開銷。因為生活忙碌，希望網購平臺能夠依照我的購買習慣，提醒我最新的優惠訊息及過去購買的價格，以省去比價的時間；如果能依據我的購買頻率，在囤貨即將用盡前提醒購買，甚至搭配購物節的優惠或是提供試用品，就再好不過了！

（遠創智慧／簡碧瑄）

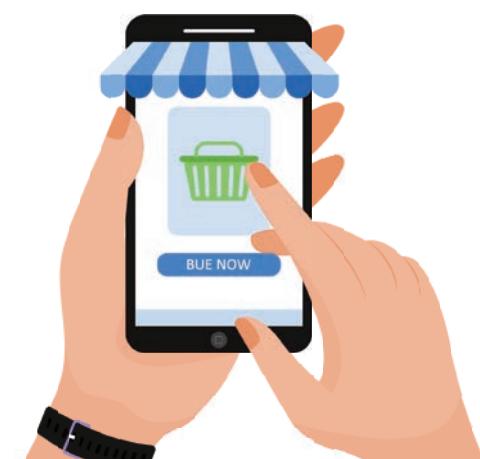
【五】

由於臨床工作經常值班，無暇逛書店，我習慣透過網路書店購買書籍和雜誌，曾在「博客來網站」購買書籍，對於它安全簡易的介面、迅捷的出貨速度、優質的客服印象深刻。尤其該網站藏書豐富、分類詳細、易於搜尋、運費低廉，還有優惠折扣、促銷活動等，更經常贈送電子禮券。

今日下單，翌日取貨，若在7-11領取，運費僅需20元。此外，「TAAZE 讀冊生活網站」出售的暢銷書、電子書及二手書亦是很好的挖寶所在，更可協助我的二手書找到新主人，或是義賣捐贈到全臺偏鄉部落。（亞東醫院／丁曼如）

【六】

近年來，臉書直播興起，舉凡食衣住行育樂，什麼都賣，不但收看時間、地點更加彈性，且附設提醒功能，就算沒跟上直播時間，還可以看重播。網友在過程中不斷的「+1」，令我也忍不住淪陷了，家中的鍋子、沐浴乳、野餐墊、水管、牙刷、花生、保養品、衣服…等日用品，均從網路上購買。此外，網購的付款方式也十分便利與安全，透過第三方支付，不怕信用卡付款後收不到貨，還可享有七天鑑賞期，讓我無後顧之憂。（遠鼎公司／張佳穎）



兒子的轉變

亞東石化（上海）／楊豐華

兒子從小是岳父母一手帶大的，3歲之前，孩子的媽媽因工作無法陪伴身邊，我則沉迷於電腦遊戲，沒能建立好他的規矩和習慣，導致他沈溺在長輩的嬌寵中，缺乏責任感。而今他13歲了，權衡再三後，決定讓兩老回鄉，享受自由自在的田園生活，也讓兒子培養獨立自律的精神。

岳 父母回家的第一天晚上，兒子的反應很激烈，洗好澡、上床後，立即裹著棉被嚎啕大哭，一邊哭、一邊喊：「想外婆！」到了第二天，不知道是適應力強，或是將思念藏在心底，他已不再哭了，看來就跟沒事人一樣。我和妻子很擔心他的心理狀態，好在沒出現什麼大問題，妻子也儘量在晚上讓他和外公外婆透過視頻聊天。

以前兒子吃飯時，每次只吃一點點，跟小貓似的，而且基本以零食為主，米飯為輔，所以他的飲食、身高、生長發育也一直是我們擔心的事。岳父母回老家後，妻子天天對著各種美食 APP 研究新的菜式，希望給兒子更好的飲食體驗，兒子也很快適應和接受了我們的心意，吃飯的習慣有巨大改變，不再需要督促，零食也很少吃，鮮榨果汁也願意喝了，看著他的進

步，讓我們感到很欣慰！

接下來的一段時間，兒子像突然長大了，在各方面不斷進步。我和妻子總是上夜班，學校離家遠，上學是一大問題。兒子提議自己騎車上學，還拉著我，大街小巷找自行車店，最後在網上買了一輛自行車。父子倆一起安裝的時候，興奮不已，只是，這輛山地自行車前面有斜杠，其實不太方便，第一天騎車上學時，儘管我已經反覆叮囑安全問題，最終還是不放心，一路悄悄跟在後面，好在有驚無險，兒子順利抵達學校。之後他每天上、下學自己騎車，風雨無阻。

不僅如此，以前兒子收拾書包總是丟三落四，現在每天出發前，手錶、紅領巾、飯碗都自己收拾得妥妥當當，再也不需要打電話讓人送東西去學校了。週末和晚上

放學回家，還會主動分擔家務，例如：洗碗、倒垃圾、拿快遞等，甚至在媽媽下夜班回來前，幫媽媽炒上一盤蛋炒飯。在學習態度上，他更是進步滿滿，有別於上學期總是七、八十分，如今英語默寫連續一周都是滿分！

岳父母的離開和兒子的轉變，讓我們不得不深思，也許老人家不在身邊，對於我和我妻子來說，亦是某種程度的「斷奶」，從此家務活全部由我們自己承擔，對兒子也必須付出更多的關注和愛；而對於兒子來說，更是成長的契機，他擁有了自己的書房和床鋪，可以集中精力學習、習慣自己獨處。

相信很多家庭都跟我家一樣，小孩就像溫室裡的花朵，爺爺奶奶、外公外婆、爸爸媽媽，六個人眾星捧月，含在嘴裡怕化了、捧在手心怕摔了，寵得他們無法自理生活、經不起一點挫折，長大後成為「巨嬰」；其實，有時候成長只是一瞬間，孩子們需要一個自我成長的機會。

古語有云：天將降大任於斯人也，必先苦其心志，勞其筋骨，餓其體膚，空乏其身，行拂亂其所為。很多事情，應該在孩子力所能及的時候一點一點地放手，給予他成長的空間和條件。所幸現在為時不晚，只要持續鍛煉，假以時日，相信他可以越來越優秀，越來越獨立、善良、體貼，成為一名有理想、有責任、有擔當的小小男子漢！



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，只要以手機掃瞄右方的QR Code，即可輕鬆填答抽大獎！



本期題目

1. 下列何者非亞東證券佈局數位轉型的方式？【封面故事】

- A. 設立專責部門
- B. 建置安全及穩定的系統
- C. 提高電子下單手續費
- D. 提供友善的操作平臺

2. 遠東商銀在這波數位革命中，提供哪些創新應用服務？【封面故事】

- A. 推出全球第一家共享經濟銀行
- B. 打造 P2P 生態圈
- C. 以 Open API 技術串連遠傳，為客戶提供「消費者資訊查詢」服務
- D. 以上皆是

3. 遠傳電信今年年初推出之「遠傳心生活」App，包含哪些功能？【封面故事】

- A. 超商咖啡寄杯服務
- B. 停車位立即找
- C. Lucky Friday 活動
- D. 以上皆是

4. 下列何者不屬於《中高齡者及高齡者就業促進法》之內容？【法律網 -- 臺灣地區】

- A. 禁止年齡歧視
- B. 培育青年人才
- C. 支持退休者再就業
- D. 促進中高齡及高齡失業者再就業

參加辦法

請剪下 369 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**五月十五日**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。

368 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
遠東百貨	彭 * 昇	亞泥花蓮廠	林 * 華	遠東新世紀	林 * 玉
東聯化學	卓 * 孟	遠東百貨信義店	許 * 珊	鼎鼎企管	林 * 玲
遠傳電信	陳 * 偉	愛買南雅店	林 * 儒	遠通電收	姚 * 寶
遠東商銀	林 * 瑩	遠東都會天母店	涂 * 雅	元智大學	林 * 芳
亞東石化	陳 * 月	遠東SOGO新竹店	龐 * 誠	亞東百貨	歐 * 綺

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 * 眇
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百貨提供的「不鏽鋼刀叉餐具組」！

遠東人月刊 369 期有獎徵答			
姓名：			
單位：			
員工編號：			
聯絡地址：			
答案：1. () 2. ()			
3. () 4. ()			



↑ 板橋大遠百舉辦「韓風春之季」韓國展，並邀請韓華國際共同捐贈韓國商品物資予基督教芥菜種會，幫助弱勢孩童。



↑ 為提供同仁更好的工作環境，湖北亞東水泥與知名大型連鎖超市 -- 中百倉儲超市合作，於公司生活區內設立小賣部，許文峯總經理（左四）4月9日應邀出席開業剪綵儀式。



↑ 豫章工商 39 位學生取得勞動部勞動力發展署全國技術士技能檢定乙級證照，馬玉蘭校長特別獎勵豐盛餐點及千元獎金，以茲鼓勵。



↑ 遠東 SOGO 百貨志工社前往新北萬里頂社沙灘，清出 105 公斤的海洋廢棄物，以行動守護海洋。



↑ 臺鐵太魯閣號發生重大事故，遠東集團於第一時間號召同仁，發揮在地力量，提供物資協助救災人員。



MANHATTAN®
美好挺

夏日新著感

針織柔感襯衫



針織面料特性

免燙 | 防皺 | 防汙 | 快乾 | 彈力 | 透氣

夏日清爽色系



百貨專櫃查詢



針織襯衫影片