

遠東人

徐有庠
題

共同開創「誠勤樸慎・創新」的健康人生

COVER STORY

一戰成名 遠傳BPO服務立新標竿
日本第一 遠東石塚稱霸回收聚酯市場

OFFICE TALK

擁抱變局 創新零售軟實力

LIFE GUIDE

保健網
體雕與減重的迷思
財經網
財富傳承 善用存股

掌握契機 贏得商機

Seize Opportunities Reach Milestone



Scan QR Code
看更多即時訊息
還可下載電子雜誌





➡ 遠東新世紀以創新技術獲 2022 年國際創新獎 (IIA) 兩項「產品創新」獎，徐旭東董事長（右一）親自出席領獎。



➡ 遠東百貨發表春節年菜特輯，徐雪芳總經理（中）偕主管們以應景裝扮共同推薦精選年禮。



➡ 亞洲水泥榮獲行政院頒發「國家永續發展獎」，由李坤炎總經理代表領獎。



➡ 遠東商銀周添財總經理（左二）率領團隊出席記者會，宣佈推出全臺首家新型跨境匯款服務「全速匯」。



➡ 元智大學成立「元智大學校友總會」，廖慶榮校長（左）將印信交付予首任理事長魏崑楠先生。

2023 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 NTD 500，其餘文字稿臺灣地區每字 NTD 0.5、海外地區每字 NTD 0.8。

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」三月話題：通膨來了怎麼辦？

面對通膨來襲，相信不少人都感受到萬物飆漲、生活壓力節節上升。您如何精打細算分配支出？如何開源節流，持續保有生活餘裕？歡迎集團裡的理財專家、省錢達人來信分享您的作戰計劃，文長 300 字以內，遠東人月刊就會提供您一筆「快樂基金」哦！（截稿日期：2 月 15 日前）



FEB 2023

NO. 390

01 EDITOR 編輯手記

2023 遠東人月刊徵稿列車啟動／李佳珍

04 LEADER'S REMARKS 領航者的話

徐旭東董事長年終餐敘致詞／編輯室採訪整理

06 COVER STORY 封面故事

一戰成名 遠傳BPO服務立新標竿／編輯室採訪整理

日本第一 遠東石塚稱霸回收聚酯市場／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：擁抱變局 創新零售軟實力／集團綜效暨零售規劃總部

經營管理新知：搶攻消費「心」商機 GO SURVEY：打造訂閱制的5個成功關鍵／數位時代

上班族必修學分：凝聚共識 向前邁進／EIE美語



26 LIFE GUIDE 生活情報

- 財經網** 2023 年投資停看聽 / 高亦勳
- 財經網** 財富傳承 善用存股 / 陳睿誼
- 資訊網** 從韓劇看「魚叉式釣魚攻擊」 / 簡筠茹
- 法律網** 省時又省力 網路申辦育嬰留停津貼一次搞定 / 王詩涵
- 保健網** 體雕與減重的迷思 / 阮廷倫
- 藝文網** 好書推薦：恆久卓越的修煉 / 徐旭東
- 流行網** 情人愛升溫 送保暖單品就對了 / 鄭嘉蕙

40 HOT TOPIC 遠東話題

遠東人開講：通膨來了怎麼辦 / 編輯室輯

43 STORY 心動時刻

記杭州之行 / 楊寶軍

燃情上馬 -- 上海馬拉松參賽記 / 唐湧

48 QUIZ 有獎徵答

389 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	王思方	尤淨纓	余欲弟
李佩頻	李美蓮	汪更新	呂學龍
何思緯	林俊佑	吳信儀	吳佳穎
吳昇鑫	吳梅華	卓采慧	胡興賢
徐雅慧	徐宛韻	梁雅雯	黃靜
黃莉淇	游慧琳	游淑如	曾育鍾
程慧文	郭文慧	郭曜豪	陳聰明
陳金新	陳雪萍	陳虹瑾	陳睿誼
陳相吟	葉金璋	張丹	楊韻琪
曾淑苹	馮輝棋	廖婉甄	蔡敏雄
劉貞佑	簡嘉琪	油谷初美	

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

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)



徐旭東董事長年終餐敘致詞

編輯室採訪整理

值此歲末年終，徐旭東董事長除了感謝同仁過去一年的努力，也再次提醒大家，不僅要專注於眼前的工作、完善短期的規劃，更要放眼三、五年後的未來，擬訂目標與願景，與時俱進，戰勝變局。

當前大環境充滿了變動，去年爆發的烏俄戰爭破壞全球穩定，東南亞、臺海兩岸、南北韓等區域也存在地緣政治風險；此外，通膨、升息、中國疫情等因素，亦造成經濟發展的挑戰；另一方面，氣候變遷、科技創新是兩大長期性趨勢，而供應鏈重組、中美競爭等全球化議題更是值得關注，以上都是遠東關係企業要面對的新變局。

展望 2023 年，全球 86% 的 CEO 均預測將出現經濟衰退，其中七成認為會對公司的收益造成一成的影響。面對即將到來的經濟衝擊，多數企業已經採取預防措施，各位也應有所警覺，及時檢討組織架構、生產流程、產品行銷是否需要調整，避免陷入危機。

頂尖企業的經營重點首先是「創新」，企業隨著市場動態變化，必須設想未來的情境，跳脫傳統模式，持續創新。其次是「永續」，要重視企業存在的目的，擬定之願景應顧及所有利益關係人，並且著重 ESG 相關議題。「創新」及「永續」正是遠東各關係企業應持續推動的工作。

與此同時，各位也要積極掌握契機，推動企業從優秀邁向卓越。除了要思考願景，以及未來三年至五年的目標，對於人才培養更應有完整的規劃，遠東集團旗下有三家教育機構，企業可加強與學校合作，提升人才戰力。管理上亦應重視紀律，有紀律的員工、有紀律的思考、有紀律的行動，才能打造卓越的企業。

遠東集團未來的重要方向，是打造「數位」和「永續」兩大競爭力。在「數位」方面，美國零售業運用科技蒐集消費者足跡，舉凡在店內停留的時間、消費與否、消費型態等，皆鉅細靡遺，以確實掌握消費者輪廓。集團各公司在數位化也有許多成功的案例：遠傳電信近年致力推動數位服務，新經濟營收穩定成長；裕民航運透過數位化管理，提升船隊效率；遠東商銀發展數位金融，找到新的成長動能。而在「永續」方面，遠東集團擴大投入綠色能源，加速低碳轉型；遠東新世紀持續研發創新，綠色產品領先全球；亞洲水泥利用廢棄物作為替代原燃料，創造企業與社會雙贏。

亞馬遜創辦人傑夫·貝佐斯（Jeff Bezos）曾說：「我們必須做的永遠是面向未來；當你周遭的世界改變，而且當改變對你不利時，你需要深入思考，並且找出因應的方法。

（What we need to do is always lean into the future; when the world changes around you and when it changes against you . . . you have to lean into that and figure out what to do.）」遠東要藉助各位的智慧與努力，認清自我定位、找到前進的方向，才能走得更遠。2023 年將充滿挑戰，請大家做好準備，共同迎戰全球新變局。





一戰成名 遠傳BPO服務立新標竿

編輯室採訪整理

遠傳以民營企業之姿，首度跨足商業流程委外（BPO）市場，即以獨創「3A陣容」、「3大創新」，擊敗多家競爭者與原業者，贏得內政部「1996內政服務熱線」專案。本期「封面故事」為您揭曉遠傳如何做到在一個半月內上線1996、創下民眾滿意度98%的優異表現。

BPO 商機夯 群雄競逐

「身分證不見了怎麼辦？」遺失身分證是民眾常見的困擾之一，不少人會撥打「1996內政服務熱線」尋求協助，其實不只是證件掛失，舉凡與生活息息相關的人口、土地、人民團體、宗教、殯葬、地方制度…等疑難雜症，也都屬於1996的諮詢範圍，重要程度不亞於1999市民專線、1922防疫專線，也因此內政部素有「天下第一大部」之稱。因應如此龐雜的業務，商業流程委外（Business Process Outsourcing, BPO）的需求應運而生。

事實上，早在20年前，國外調查研究機構IDC、Gartner即看好此市場發展趨勢，近年BPO在臺灣總體市場的商機更高達NTD185億，成為兵家必爭之地。將服務熱線透過

商業流程委外的方式，不但可加速政府資訊化，亦能提升便民服務的績效，對遠傳來說，更是開拓事業版圖的重要一步。

目前全臺政府機關有 15 個以上民眾常撥打的「19×× 系列」便民熱線，遠傳成立至今，雖未承攬過相關服務，專案團隊仍憑藉卓越的資訊整合能力以及超過 25 年的深厚專業，主動出擊，爭取與內政部合作的機會。

3A 陣容 結合人、科技與流程

初次參與 BPO 專案投標，從系統規劃、移交到營運，都是全新的挑戰。遠傳先針對「1996 內政服務熱線」進行全面健檢，發現原系統老舊、效能差，且人事及維護成本過高，為根除弊端，遠傳整合企業暨國際事業群、數位轉型暨技術事業群、通路暨客服管理群等三大團隊，提出「A 級解決方案」，打造承載於 FET Cloud 上的 SIP PBX、Cloud CTI、客制開發工單系統，整合出全新的 1996 內政服務雲端系統。

接著，遠傳採用「A 級安全架構」，設計 1996 與實體客服環境混合成為安全抗疫框架，並支援類案多租戶架構，打造出多個辦公據點，此架構也支援 WFH 遠端值機、高安全性的客戶服務體系，成為內政部客戶服務抗疫最佳解方；此外，專案團隊更融合多年的「A 級客服經驗」，以先建後拆的手法，創新流程與系統，大幅降低 50% 內政部服務人力需求。藉由雲端、電信、委外人力鐵三角的整合，逐步落實 1996 翻新大業。

3 大創新 打造全方位解決方案

專案團隊發揮遠東集團「誠、勤、樸、慎、創新」的立業精神，積極與機關長官溝通交流，真誠應對與殷勤訪查，建立良好的合作關係，並秉持「關懷、誠信、敏捷、創新、協作」的核心價值，在「人員品管」、「專案建構模式」與「客戶服務一條龍」三大面向持續創新。

其中，在「人員品管」面向，專案團隊利用大數據分析，從過往的話務量得出洞察，並經由教育訓練與績效管理，將原先 15 席客服縮減至 10 席，且接聽率高達 93% 以上，超出內政部要求的 85% 接聽率指標。最難得的是，人力成本降低，服務品



質更升級，不僅客戶滿意度維持在 98% 以上，還有民眾特地致信內政部戶政司長，嘉許客服人員親切專業的表現。

此外，有別於一般資通訊科技與委外人力專案動輒需要三個月至一年的建構時間，遠傳不斷挑戰自我，以「平行管理手法」、「先服務再系統」的「專案建構模式」，在短短 1 個半月內讓新版服務順利上線，高超的效率令內政部讚譽有加，也大幅提升遠傳與遠東集團的企業形象。

身處瞬息萬變的資通訊產業，求新與變通是企業生存的不二法門。專案團隊不單運用全新的解決方案為熱線服務注入新活水，更以此為契機，將電信、雲端系統、AI、服務人力創建為「客戶服務一條龍」的企業客戶新產品，推出自有（Home Grown）的解決方案，服務更多政府機關與企業客戶，厚植長期競爭優勢。

績效卓越 各級政府單位爭相邀約

遠傳開展「3A 陣容」、「3 大創新」兩支箭，克服原系統的限制，發揮頂尖的客服營運經驗、技術專業與專案管理能力，初試啼聲便擊敗強敵，贏得合作機會，並以人力優、服務好、品質高之特色深獲好評，內政部長官更破例推薦遠傳參賽「2022 CSEA 卓越客服大獎－最佳現場管理之星」，同時讓各科室邀請遠傳協助執行「內政績效考核」專案。優質的 BPO 服務也令遠傳在公部門機關嶄露頭角，相繼獲得中華郵政、原民會 1994 等單位合作邀約，其中，中華郵政顧客服務中心於 2022 年 9 月決標由遠傳承接，並自當年 11 月起，由遠傳團隊正式值機服務。成功開啟 BPO 市場大門的遠傳，2023 年必定精彩可期！





日本第一 遠東石塚稱霸回收聚酯市場

編輯室採訪整理

對於PET回收行業來說，首要在於原料的取得，尤其從日本家戶回收而來的高品質PET瓶磚，更是兵家必爭的重點。遠東石塚Green PET株式會社以縝密的策略，一舉奪得日本史上單一廠商最大實際得標量，在市場投下震撼彈。本期「封面故事」帶您透析它如何克服層層關卡，在成軍十年之際奠下新里程碑！

R-PET創新商模 啟動綠色經濟

自聯合國發佈 2030 永續發展目標（SDGs），愈來愈多企業加入淨零碳排的行列，並訂定具體的永續目標與時程。Nike、Adidas 等各大國際知名品牌先後宣布改用 R-PET 作為旗下產品包裝材料，可口可樂亦提出「World Without Waste」之願景，身為聚酯材料龍頭的遠東新世紀，更是早在 2012 年即看準全球永續發展趨勢，與日本包裝生產商石塚硝子有限公司共同創立遠東石塚 Green PET 株式會社（FIGP），佈局循環經濟。

遠東石塚不僅是日本最大的 PET 瓶回收公司，更能以回收 PET 為原料，經過分離、清洗、高溫熔融與除汙等一系列程序，製造出乾淨的再生酯粒（R-PET）。2015 年第一座



工廠在關東茨城縣商轉，如今每年可處理 12 萬噸 PET 瓶磚、R-PET 酯粒年產量達 8.5 萬噸，供應飲料廠商及非飲料廠商，作為食品級包材和纖維用途。因應國際品牌客戶的需求，2020 年再於關西兵庫縣新建姬路工廠，預計 2023 年運營，屆時每年處理之 PET 瓶磚可增加 15 萬噸、新增 10 萬噸 R-PET 酯粒產量。

高品質瓶磚爭霸戰 險阻重重

要在行業中站穩腳步，除了產能達到一定的規模，原料的品質與成本亦是關鍵。日本每年約有 60 萬噸 PET 回收瓶磚，除了由店家或自動販賣機回收的寶特瓶之外，另一大宗來自一般家戶的回收。由於日本家庭習慣將瓶罐沖洗乾淨、移除標籤和瓶蓋再回收，因此排出的 PET 瓶磚品質優良，也是各大 R-PET 業者的首選。然而，這些高品質的瓶磚必須經由日本容器及包材再生協會（Japan Container and Packaging Recycling Association, JCPRA）投標取得，也因此每年的得標量成為回收廠商的生存之戰。

JCPRA 評估投標量時，主要依據「原料保管能力」、「產品銷售能力」與「生產能力」等三大項目，然而，瓶磚體積龐大，十分占空間，且計算方式必須依照 JCPRA 的規定，因此廠商想在「原料保管能力」上取得 JCPRA 認可的理想數據相當困難。另一方面，遠東石塚身為日本最大規模的 R-PET 業者，也被要求提供比一般小廠更多的審核文件，可說是難上加難。

兩大策略並進 釋疑慮

遠東石塚一方面盡力提供完整資料，以符合 JCPRA 的要求，另方面也決定從源頭著手，設法推動修訂「原料保管能力」申請規定，以突破限制。

事實上，自 2020 年動工興建姬路二廠後，遠東石塚即積極向 JCPRA 提案，希望爭取同縣市的鄰近地符合當地各項法規者，也能列入瓶磚保管能力計算。但 JCPRA 考量管理、地方法規、消防法規等問題，對於修改規定態度消極。遠東石塚於是制定兩大策略主動出

擊，逐一化解疑慮。

1. 提升外部保管倉庫管理與設備：

遠東石塚以將近兩年的時間籌設外部保管倉庫，從場地選擇、廠地鋪設到制定管理辦法…等，逐一縝密規劃，所有瓶磚擺設完全依照 JCPRA 的規定，並設置符合當地消防法規的防火通路與滅火器，經過 JCPRA 現場審查後，成功得到認可。

2. 因時制宜推進地方法規：

根據茨城縣規定，非鄰接地不得申請一般廢棄設施範圍。遠東石塚提出「PET 瓶磚已非廢棄物，而是有價產品」的創新觀點，與茨城縣府及境町市役所密切溝通，最終取得首肯，進而釋除 JCPRA 的顧慮，同意著手修改投標規定。

超前部署 刷新得標紀錄

經過遠東石塚鍥而不捨地努力，JCPRA 終於在 2021 年 6 月，於申請規定中納入「同縣市的鄰近地符合當地各項法規也能列入瓶磚保管能力計算」。當各家廠商還未領會新增規定的用意，遠東石塚已率先同業，準備好外部保管倉庫的相關資料及符合法規的證明，快速提交申請登錄。

半年後，遠東石塚如願取得 11 萬噸的投標資格，相當於 JCPRA 所有磚量的一半，以及關東地區全部的磚量。面對第一步的勝利，遠東石塚沉著以對，並且更加嚴格管制投標資料，避免對手心生警戒，以高價搶標。最終順利在投標中脫穎而出，取得日本史上單一廠商最大實際得標量 46,483 噸（半年），相當於關東地區 9 成的家庭回收量，以及日本全國家庭回收量的一半。此項結果震撼業界，陣腳大亂的同業祭出高價在各地搶磚，遠東石塚則以高額的價差拉開與對手的差距，奠定在 R-PET 產業的長期競爭優勢。



銷售與營收亮眼 未來精彩可期

歷時兩年的多方布局，遠東石塚成功締造日本史上單一廠商最大實際得標量的傲人成果。高品質的瓶磚不僅帶動瓶片產出率、降低設備故障率，更在母公司遠東新世紀的產銷綜效加持下，銷售量與營收同步成長，獲利表現亮眼。未來，遠東石塚將以更多令人耳目一新的商業模式，迎戰下一個十年！

集團簡訊

掃描 QR Code 看更多集團訊息 →



01 裕民航運實現永續願景 海岬型散裝貨輪新船「裕信輪」入列

裕民航運子公司 -- 裕民航運（新加坡）公司委託上海外高橋造船有限公司建造的 190,000 載重噸 LNG 雙燃料 NOx Tier III 海岬型散裝貨輪「裕信輪」（M.V. “Ubuntu Integrity”），2023 年 1 月 9 日舉行「雲命名」儀式，由徐旭東董事長主持，邀請台灣電力公司王振勇副總經理之夫人林美慧女士為新船命名，並透過視訊連線與上海的賓客分享喜悅。（裕民航運／黃一珍）



02 元智大學接軌世界 研發、設計樣樣通

元智大學 2022 年 12 月 19 日由廖慶榮校長率梁韵嘉國際長、林智揚書院長，接待馬來西亞教育文化協會馬秋南會長與 30 餘位校長；更成立「元智大學校友總會」，團結校友能量。此外，校方也鼓勵學術研究，講究實務應用，電機系林承鴻教授提出「適用於可信度傳遞極化碼之層停止運算停止技術」，可應用於 5G 中的極化解碼演算法與其晶片架構；學生表現亦靈活多元，藝設系大二設計創作課程成果展「寄居共生」，即日起至 2023 年 2 月 12 日在桃園市馬村實驗藝廊展出。（元智大學／饒浩文）

03 亞東科技大學積極交流 策略聯盟育才

亞東科技大學與海內外教育機構互動熱絡，除了聯手僑委會開設海外青年技術訓練班，並於 2022 年 12 月 12 日接待「馬來西亞中學校長及督學赴臺教育文化參訪團」；12 月 14 日再接待「海外青年臺灣觀摩團（馬來西亞梯次）」；同時，臺灣地區的交流也緊鑼密鼓進行，12 月 20 日與臺北市私立育達高中簽訂合作意向書，兩校將共同規劃銜接課程、教材開發、師資支援等合作方案；12 月 26 日再由黃茂全校長率行政主管，並邀請新北高工校長及主管共同參訪聚紡股份有限公司，增進產學關係。（亞東科技大學／張瀚、陳姿穎、李玉燕）



04 遠東商銀邀請會員共享時尚、感官饗宴

遠東商銀追求卓越，不斷提供客戶優質服務。因應高齡化社會，攜手知名服裝設計師吳日云推出「壯世代時尚穿搭術」影片，傳授熟齡穿搭秘訣；此外也舉辦「Las Vegas Night」主題晚宴，邀請專屬財富管理貴賓於歲末同歡。（遠東商銀／朱佳琳）



05 遠傳一把罩 跨界合作不間斷

遠傳電信經營有成，應用實績在全臺遍地開花，主導設計之「花蓮同禮部落行動通信基地臺」於2022年12月15日舉行啟用典禮，為全臺首創結合風力和太陽能發電；另以5G專網結合浮空投影與特效技術，與霹靂、艾創合作舉辦「5G跨時空異地互動劇場與遊戲互動會」，打造虛實交錯的異地共演；除了智慧娛樂，遠傳亦跨足公共服務，與愛立信、高雄市警察局共同打造「5G智慧巡邏車」，成為全臺第一個5G SA（獨立組網）結合網路切片的商用案例。此外，遠傳的永續實力堅強，也吸引各界合作，井琪總經理12月15日獲邀出席「2022風傳媒高峰論壇」，並以「智慧經營－實踐與推廣」為題發表演說；12月23日再受邀出席臺灣中油舉行的「三研究所成果發表會」，展示由遠傳開發建置、全臺唯一且首度亮相的電動機車充電、換電雙模式整合管理系統。（遠傳電信／林孟璇、張為竣、文懿婕）



06 遠揚營造承攬「台61線曾文溪大橋新建工程」

遠揚營造承攬「台61線曾文溪大橋新建工程」於2022年12月20日動工，預計2028年通車，未來將銜接2-7台江大道，並串接台17線、國道8號等快速公路，打通大臺南地區路網。（遠揚營造／梁雅雯）

07 江西亞東綠色礦山建設有成 助力應對疫情

江西省瑞昌市2022年11月21日爆發嚴重新冠疫情，在交通不便、物資補給困難之際，公司及時安排30餘位同仁入住綠色礦山展廳和生態農業園值班房，不僅維持產線正常運作，生態農業園更提供新鮮蔬菜，保障同仁吃得安心。（江西亞東水泥／曹仁中）

公益專區

08 遠東SOGO新竹店、遠傳電信、高雄大遠百舉辦親子活動 樂當孩子王

遠東 SOGO 新竹店 ThanQ Club 兒童育樂天地新開幕，邀請新竹聖教會孩童們闖關，所有道具均利用廢棄品製作，讓小朋友們從遊戲中學習永續理念；另一方面，遠傳贊助的全臺首齣寶寶劇場《寶寶音浪》回響熱烈，2022 年 12 月 24 日加開員工專場，並舉辦「耶誕親子參觀日」，井琪總經理親自充當導覽員，與孩子們打成一片；而為加強民眾的動物保育概念，高雄大遠百攜手高雄市動物保護處、高雄市流浪動物保育協會，於 2022 年 12 月 24 日舉辦「雄愛毛孩認養公益嘉年華暨小小獸醫師體驗營」，吸引近百組親子參與。（編輯室輯）



09 遠東百貨、遠東巨城購物中心為兒童圓夢送愛

遠東百貨重視公益，串聯資源傳遞愛。桃園遠東百貨與衛福部北區兒童之家合作「聖誕特企 成真聖誕心願」，於 2022 年 11 月 16 日至 12 月 16 日號召大眾實現 99 名孩子的聖誕願望；新竹大遠百也聯手新竹市政府及其他企業舉辦弱勢家庭孩童心願認養活動，總共完成 666 位孩子的心願，另發起「蘋蘋安安齊送愛」活動，於 2022 年 12 月 29 日將募得的 300 顆蘋果贈予新竹市政府社會處及新竹家扶中心，更攜手 Yeah Right Food Truck 美式漢堡餐車，送上手作漢堡給新竹仁愛兒童之家的師生。無獨有偶，Big City 遠東巨城購物中心也連續第七年參與「新竹市感恩季 -- 聖誕心願認養」活動，幫助近 1,000 個弱勢孩童的聖誕心願成真。（編輯室輯）



10 遠東百貨挺弱勢兒少 展現企業影響力

遠東百貨將營運據點轉化為在地公益平臺，臺南大遠百攜手社會局與「木火柴燒牛排 WOODFIRE」，邀請 50 名弱勢兒少家庭享用牛排料理，徐雪芳總經理也到場共進午餐；遠東百貨竹北店亦於 2022 年 12 月 17 日舉行「青森蘋果祭」開幕式，徐雪芳總經理、青森縣蘋果對策協議會分別捐贈背包、蘋果予新竹縣新湖區與新補區兩大社會福利服務中心，力挺公益。（遠東百貨／王詠嬋、劉兆寶）

11 新竹大遠百舞動藝文 打造生活美學

新竹大遠百跨界啟動多場藝文盛宴，不僅邀請「青少年藝術育成基地 Future House」帶來音樂演出，也與玄奘大學時尚設計學系合作「聖誕物語 -- 時尚工藝創作特展」，展出紡織品雕塑、舊衣改造等作品，並協辦「創市集 -- 2022年北臺灣社區營造博覽會」，展現世代共創成果。
(新竹大遠百／李芝瑄)

12 遠東巨城購物中心為青年、長輩與馨生人送暖

Big City 遠東巨城購物中心發揮企業社會責任，為莘莘學子貢獻心力，2022年12月16日接待中壢高商近150位師生，介紹遠東集團事業體與巨城營運特色；同日起，也在迴廊展出「新竹市七校聯合美展 -- 藝七向前走」，吸引大批逛街民眾駐足欣賞。除了學生，高齡長輩也是關懷重點，12月17日攜手國際社會福利協會中華民國總會舉辦第四屆「老派時尚日 -- 青春不要留白」成果發表，超過150位長輩與家眷參與；另與犯罪被害人保護協會合作，連續8年舉辦「全國馨生人公益市集」，邀請6個縣市、20個攤位共襄盛舉。(Big City 遠東巨城購物中心／葉哲倫)

13 遠東巨城購物中心、遠東百貨號召公益捐血 愛的串連

天冷民眾出門意願低，捐血中心存量不足，Big City 遠東巨城購物中心主動聯手遠東商銀、新竹物流…等18家協力廠商，於2022年12月24日舉辦「Big 捐熱血 共度寒冬」活動，募集1,450袋熱血，突破大新竹區單日單點捐血紀錄；桃園遠東百貨同樣推廣熱血公益，於2023年1月2日與新竹捐血中心及山峰國際同濟會舉辦捐血活動，募得34,750c.c.熱血。(編輯室輯)

14 元智大學學生走出校園 偏鄉服務學習更充實

元智大學打破課堂的藩籬，在課外組帶領下，機器人研究社學生運用自行設計的桌遊程式，與海星計畫的孩子們共度學習之旅；藝設系則攜手徐元智先生紀念基金會、亞洲水泥，在太魯閣族文創產業園區舉辦首場「2022 山·市集」活動，結合在地攤商、音樂、展覽與導覽，讓遊客感受美好的山水與部落生活。(編輯室輯)



人事異動

15 遠東新世紀高階主管人事異動

姓名：呂堯欽

原任：警衛大隊副經理

新任：警衛大隊權任經理

學歷：國立臺北科技大學化學工程系學士畢



姓名：李宗哲

原任：採購處副經理

新任：採購處權任經理

學歷：國立交通大學運輸管理所碩士畢

績優榮譽榜

16 遠揚營造獲「第22屆公共工程金質獎」

行政院公共工程委員會於2022年12月22日舉行「第22屆公共工程金質獎」頒獎典禮，遠揚營造分別以國道4號臺中環線豐原潭子段第C714標潭子交流道工程、第C711標豐勢交流道工程，榮獲「公共工程品質優良獎--土木類」特優與優等兩座獎項。（遠揚營造／梁雅雯）

17 臺南大遠百獲2022節能標竿、績優健康職場活力躍動兩項大獎

經濟部舉辦2022年「節能標竿獎」選拔，臺南大遠百以建立節能專責組織、導入節電相關規範…等事蹟脫穎而出，奪得銀獎；除了落實節能，該店也積極推動職場健康促進活動，榮獲國健署2022年「績優健康職場活力躍動獎」。（臺南大遠百／王詠嬋）

18 異業合作獲肯定 遠東商銀勇奪多元信託創新獎

因應臺灣社會高齡化及少子化趨勢，遠東商銀積極推出「遠銀樂齡安養信託」，日前更以結合機器人理財顧問的創新信託服務，榮獲第二屆《Trust Award》多元信託創新獎「異業合作推薦獎」，展現亮眼績效。（遠東商銀／朱佳琳）

19 元智大學尤淨纓教授、張世明副教授獲多項殊榮

元智大學師長創意思維表現亮眼，管理學院尤淨纓教授以「策略布局與商業模式新創實作」課程，榮獲「2022 永續教學實踐與成果競賽」優勝獎；由資訊傳播學系張世明副教授構想與執導的兩部品牌形象影片《Lifestyle》與《Evolution》，則榮獲「2022 美國謬思創意獎」三項金獎與三項銀獎。（元智大學／饒浩文）

20 2022 高雄國際發明暨設計展 亞東科技大學抱回 15 項大獎

2022 第 9 屆高雄國際發明暨設計展於 12 月 2 日至 3 日在高雄國際會議中心舉行，亞東科技大學獲得 1 項大會特別獎，以及 8 金、4 銀、2 銅獎項。（亞東科技大學／張雅淳、黃珮嘉）



21 遠東巨城購物中心推動客語文化獲肯定

Big City 遠東巨城購物中心 2022 年 12 月 13 日受邀出席行政院客委會與天下雜誌共同舉辦的「DEI 多元・共融・競爭力」沙龍，分享客語文化推動經驗，12 月 28 日再獲客委會頒發第一屆「多元文化企業社會責任客語友善企業獎」。（Big City 遠東巨城購物中心／葉哲倫）



22 遠東新世紀榮獲生策中心 2022 年度國家新創精進獎

遠東新世紀研發之「紡織品資源再生與升級回收再利用之循環技術」，將廢舊織物以化學法回收其中的 PET 成分，製成機能性聚酯紡織品，在國際合作、商業運轉及智財專利等面向具有創新精進與具體成果，2022 年 12 月 23 日獲頒 2022 年度國家新創精進獎。（遠東新世紀／黃依蘋）

23 遠東新世紀、遠東巨城購物中心雙獲國際創新獎

2022 年國際創新獎於 12 月 16 日舉行，遠東新世紀與 Big City 遠東巨城購物中心聯手抱回所有類別大獎。其中，遠東新世紀以創新技術獲頒兩項「產品創新」獎，由徐旭東董事長親自出席領獎。無獨有偶，遠東巨城購物中心首次參賽即勇奪「服務與解決方案類」與「企業與文化類」獎，成為全臺首家獲此殊榮的百貨零售業者。（編輯室輯）

24 遠傳連續5年入選「臺灣永續指數」成分股

「臺灣永續指數」成分股審核結果於 2022 年 12 月 9 日公布，遠東集團推動 ESG 績效卓越，不僅遠東新世紀、亞洲水泥、裕民航運與遠東商銀均再度入選，遠傳更是連續 5 年獲列，並獲頒成分股專屬標章。（遠傳電信／張為竣）

25 亞東石化獲綠色採購績優單位獎

亞東石化於 2022 年 12 月榮獲「桃園市民間企業及團體綠色採購績優單位」表揚，由張宗林總廠長代表受獎，肯定公司為推動綠色環保、實踐永續生產的努力。（亞東石化／彭惠芳）

26 亞洲水泥、遠東SOGO百貨獲國家永續發展獎 淨零減碳持續落地

遠東集團積極貫徹永續策略，亞洲水泥、遠東 SOGO 百貨於 2022 年 12 月 14 日榮獲行政院頒發「國家永續發展獎」，分別由李坤炎總經理與黃晴雯董事長代表領獎。亞洲水泥不但獲獎，更是歷來唯一獲此獎項的水泥公司；而遠東 SOGO 百貨則是睽違五年，再度獲得第二座獎盃，也是本屆唯一獲獎的百貨業。（編輯室輯）



好康報報

27 遠東商銀與萬事達卡合作推出全臺首家新型跨境匯款服務「全速匯」

根據萬事達卡《2022 跨境支付報告》，63% 民眾有跨境匯款需求，其中 40% 民眾曾因無法即時匯款感到不便。為解決跨境匯款現存的痛點，遠東商銀與萬事達卡合作推出全臺首家 24H 跨境全額迅速到匯 -- 「遠東商銀全速匯」。歡慶服務上市，3 月 31 日前，手續費限時最低 NTD188，交易成功還可抽機票。（遠東商銀／朱佳琳）

28 臺北遠東香格里拉飯店推新春限定下午茶、節慶蛋糕

馬可波羅酒廊即日起至 2023 年 2 月 28 日，推出期間限定「玉兔迎春下午茶」，每套 NTD1,380（另加 10% 服務費），內含 12 道特製款甜點、鹹點與氣泡酒一杯，訂位專線：（02）7711-2080；The Cake Room 也推出三款期間限定造型蛋糕，每個 NTD1,880 起，預訂專線：（02）7700-3155。（溫馨提醒：飲酒過量，有礙健康）（臺北遠東香格里拉飯店／龍君權）



擁抱變局 創新零售軟實力

集團綜效暨零售規劃總部提供

疫情蔓延全球，新常態經濟孕育而生，「轉型」成為所有企業必須面對的課題。清華大學科技管理學研究所舉辦系列演講，邀集各產業探討疫後之創新發展趨勢。集團綜效暨零售規劃總部李靜芳執行長受邀，以「有溫度賣場之服務創新」為主題，分享後疫情下之零售趨勢與突圍策略，期藉由產學交流與分享，共創商業新常態價值。

疫情衝擊零售 虛實整合突圍

2020 年開始新冠疫情襲捲，衝擊各大產業，尤其身處海嘯 1.5 排的零售業，更遭受極大的打擊，近三年來反覆的疫情使百貨、娛樂人流、金流面臨衰退。2022 年隨著全球疫情逐漸趨緩，也迎來了各國市場解封，零售亦逐漸嶄露復甦景象，今年前 3 季，臺灣實體零售業規模年增幅達 8.68%，高於同期電商產業 7.54% 的成長表現。然而，全球經濟展望並不樂觀，政治衝突、通膨高漲、升息劇烈…等，讓經濟成長蒙上陰霾，也讓民生消費趨向保守，零售產業前景仍具相當多變數。

集團綜效暨零售規劃總部李靜芳執行長分析，綜觀 2020、2021 年臺灣兩波疫情升溫期間，實體業皆大幅衰退，而電子商務呈跳躍式成長。2021 年 6 月疫情嚴峻時，電子購物及郵購業 YoY 33.7%，成長率創歷年新高；且自 2020 年疫情開始迄今，臺灣電子商務皆仍維持正成長趨勢。漫長





的疫情也改變了消費者行為，減少停留商場時間、養成外送網購等生活習慣。疫情加速了零售轉型速度，虛實整合全通路雖是舊調重彈，但已從過去單向的 O2O（Online to Offline / Offline to Online），轉為雙向的 OMO（Online Merge Offline），在疫情的推波助瀾下，驅使實體通路需在線上、線下體驗做出更多努力。

掌握趨勢 創造有溫度的差異

李靜芳執行長指出，新冠疫情改變了消費者的價值觀，消費者認為未來生活仍充滿不確定性，因而影響其消費價值。安永在「未來消費者指數」中提出，後疫情時代的 5 大消費者族群，包括：1. 價格優先（30%），量入為出與重視 CP 值，避免不必要的購物行為；2. 健康優先（26%），在意健康、避免風險；3. 環境優先（17%），注重環保，購買永續性產品；4. 社會優先（16%），關注社會議題，傾向與本土誠信品牌往來；5. 顧客體驗優先（11%），活在當下，勇於嘗鮮、體驗。顯見經濟能力、健康問題已是現今消費者最重要的消費考量，同時疫情也讓消費者也開始反思消費行為對環境、社會之影響。

國際未來學家 Doug Stephen 的《疫後零售大趨勢》一書中，提出在大型平臺掠食下，零售品牌應從產品、文化、娛樂體驗及專業性思考定位與價值。李靜芳執行長指出，疫後銷售渠道更為多元，實體零售應該重新定位自身價值，不能僅以銷售商品的通路自處，而是能創造更多互動、體驗與回憶的場域，關鍵因素在於能否提供有溫度的差異體驗，透過強調質感體驗、增加溫度連結、溝通風格態度，將其作為與顧客溝通利基、品牌定位、獨特差異性的最佳接觸點場域，重塑場域價值，吸引人潮重回賣場。

李靜芳執行長也提醒，除了賣場內的服務與情感交流，也應從社會企業責任角度思考賣場價值，包括顧客、員工、品牌供應商三個層面，從心出發實踐互助利他精神，打造有溫度的賣場，展現企業暖實力。每個人、每家企業都是一個點，以此為圓心，向外擴散，讓愛與關懷的正能量，從賣場延伸到社區、城市的各個角落，充分發揮正向的社會影響力。

數據驅動 客製體驗

疫情加速了企業數位轉型的腳步，研究調查機構 IDC 表示，此趨勢為全球產業帶來一個「數位優先」（Digital First）的世界。若要達到顧客體驗極致化的零售未來，李靜芳執行長直言：「需由數據驅動，構築有溫度的差異。」透過數據具象的分析，拼湊無形的顧客樣貌與探索需求，方能創造差異、洞悉顧客、打造客製化體驗，將數據提煉成更有價值的變現方式。這場新零售體驗的翻轉將以科技數據為軸承、顧客做核心，再透過執行者的手加溫，促成富含溫度的差異化零售體驗。

擁抱改變 迎向新常態

國際發卡 VISA 發布 2030 未來商務報告，關鍵趨勢包括：數據是成長催化劑、虛擬貨幣化、高度個人化消費、無所不在的行銷、永續優先的購買旅程、重新定義金錢價值，以及無國界的商務。未來消費市場仍呈現詭譎多變的不確定性，但也可能是創造全新未來的絕佳起點。李靜芳執行長提醒，越是在「VUCA」（Volatility、Uncertainty、Complexity、Ambiguity）複雜而難以捉摸的時代，越應該重新盤點自己的優劣勢，越瞭解自己，越能更快適應愈來愈不可測的世界變動。

實體零售再定義、全通路思維、策略結盟形成生態圈將是零售產業必須面對的新常態，



科技進化與市場瞬息萬變，在後疫情時代，線上、線下通路的整合已是必然趨勢，而隨著元宇宙虛擬世界的盛行，打破虛實界線，創造新的生活、購物體驗將是可預見的未來。「一個人走得快，一群人走得遠」，未來跨界生態系整合速度將更加快，市場的不確定性、複雜性會持續增加，零售產業仍處於摸石子過河狀態，面對變化莫測的市場，更應抱持警覺、彈性並做出迅速反應，才能在逆境中脫殼求變，蛻化成長。

搶攻消費「心」商機 GO SURVEY：打造訂閱制的5個成功關鍵

本文轉載自《數位時代》

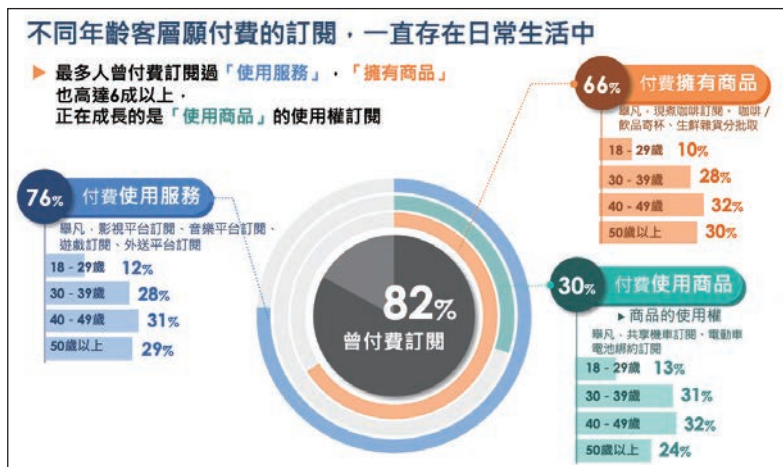
迎向訂閱經濟新型態，企業如何用訂閱制搶攻商機？GO SURVEY：專屬優惠、便利、穩定及彈性，是轉型訂閱新商模的四大標配。

隨著通貨膨脹對民生環境的影響加劇，如何做到聰明消費，成為民眾更關注的議題，也因此各類訂閱服務加速發展中，GO SURVEY 於日前公佈《2022 年度消費趨勢白皮書》，深度剖析最新消費趨勢「訂閱經濟」，協助企業了解訂閱服務的消費者行為，跨出成功發展商品或服務訂閱制的第一步。

GO SURVEY：訂閱商機大爆發，消費者使用需求大不同

「相比於傳統一次買斷的商業模式，訂閱制具有可延伸顧客價值的優勢，」HAPPY GO 鼎鼎聯合行銷總經理梁錦琳說，但不是每一種商品或服務推出訂閱制後，就能夠成功吸引消費者買單，關鍵在於企業是否考量到目標客群的需求，有沒有設計足夠吸引消費者的誘因。

梁錦琳引述《2022 年度消費趨勢白皮書》內容，說明消費者的需求差異，82% 受訪者有付費訂閱的經驗，這意謂台灣消費者普遍能接受訂閱制商業模式，但消費者接受訂閱制的原因皆不相同，如 40～49 歲的消費者較重視方便、快速及省時，18～



29 歲消費者則更在意價格和 CP 值，可見消費者採用訂閱制的原因非常多元，企業唯有釐清目標客群的需求，才能推出足以吸引消費者持續買單的訂閱制商業模式。

為深入瞭解台灣訂閱制的發展，《2022 年度消費趨勢白皮書》將訂閱制分成三種類型：付費使用服務、付費擁有商品及付費使用商品，其中，付費使用服務的訂閱模式，是目前使用比例最高的類型。

「這三種類型的訂閱內容差異頗大，將目標客群購買力轉換成商機的方式也不同，」GO SURVEY 顧客洞察協理黃玉琴說，就第一種付費使用服務來看，企業若能提供多元選擇、快速更新服務內容或結合不同品牌發展服務，可以讓消費者更有感。再就第二種付費擁有商品來談，企業需做到穩定供貨、提供選擇彈性或新品優先試用機會，讓訂閱戶不會遇到缺貨狀況，也不會有囤貨負擔。至於第三種付費使用商品，企業要注意的是，如何在訂閱價格和商品利潤間找到最佳平衡點，既能讓顧客覺得具有 CP 值，又能維持企業獲利，如此才能吸引消費者使用。



訂閱制正夯，5 個思考點打造顧客最愛的新商模

GO SURVEY 顧客洞察副總監呂宛蓁進一步從 GO SURVEY 質化訪談中，歸納出企業發展訂閱制前的 5 個思考點。

思考 1：每個人對便利和優惠的定義不同，無論企業是否要推行訂閱制，都應該緊扣消費者所需要的便利和優惠，去規劃商品和服務內容。

思考 2：消費者希望擁有自由選擇的彈性，如：訂閱哪些商品、每次配送的產品數量、配送時間…等，藉此將消費控制權交還到消費者手中，營造出為消費者量身打造訂閱服務的感覺。

思考 3：無論消費者訂閱的是服務、商品或商品使用權，穩定地提供服務，是消費者非常在意的關鍵。呂宛蓁分享 GO SURVEY 進行質化訪談時，某個受訪者就表示曾經遇過商品因為大型檔期而延遲一週才送達的狀況，令他感到很不滿，且影響未來持續訂閱的意願。

思考 4：企業在推出訂閱制前，應先評估適合採用哪一種管道。高單價或功能型商品，如：保養品、保健食品…等，消費者期待明確的商品來源與售後服務管道，適合透過品牌官網提供訂閱服務。但若是常常需要跨品牌／品類的補貨型商品，如：生鮮、食品雜貨、日用品…等，就適合放在通路或平台上訂閱，可一站滿足多項需求。

思考 5：訂閱制與買斷制最大差異在於，單一消費者訂閱的數量越多，企業獲利不一定越高，所以企業在規劃訂閱制前，務必要做好財務精算，找到最具成本效益的訂價。

從會員到訂閱戶，規模經濟打造優化服務的正循環

foodpanda Taiwan 行銷協理彭冠瑋表示，foodpanda 當初推行訂閱制時，主要目的有二個，一是爭取消費者認同，藉由客戶口碑推薦，快速擴大使用者數量，二是維持訂單頻率，確保每個地區都有足夠的訂單量，並以此穩定餐廳和外送員的合作關係，藉由規模經濟創造穩定服務，讓顧客有好的享受。

為了達到這兩個目標，彭冠瑋以經營婚姻的思維，維繫與訂閱戶間的關係。透過提供專屬訂閱戶的優惠、三不五時創造驚喜、重視承諾三個關鍵，讓訂閱戶感到方便和實惠。

「從有機訂單數量持續成長的趨勢可以看出，訂閱戶不單是為了優惠折扣而下單，還有很大的原因是真心喜歡也需要使用 foodpanda 平台的服務。」彭冠瑋說。

掌握 3 大關鍵，推出人人都愛用的訂閱制

財團法人商業發展研究院人工智慧服務綜合研究所所長范慧宜認為，2019 年底爆發的 COVID-19 疫情，是催化台灣訂閱制市場發展的關鍵，根據商研院調查，過去 3 年間，不只年輕族群熱衷於使用訂閱制，連原本不熟悉數位科技的中高齡消費者，也加入訂閱制的行列，顯見訂閱制未來發展潛力驚人。

企業若要搶占訂閱制商機，除了上述所提 5 個思考點，更要把握以下 3 個成功關鍵，第一是以承諾取代優惠，重視對訂閱戶的承諾，不要一味將優惠做為推行訂閱制的動力；第二是設計創新點，為顧客帶來驚喜感受，第三點是善用 AI 演算法分析消費者需求，持續優化訂閱服務。

訂閱制已是現在進行式，企業應及早做好準備，從商品特性與目標客群需求出發，緊守專屬優惠、便利、穩定、具選擇彈性四個訂閱制標配，就能打造正向的消費循環，讓路人變成會員，再從會員變成粉絲，搶占顧客「心」商機。

凝聚共識 向前邁進

EIE 美語

一場完美的簡報，除了仰賴主講者的表達能力，團隊的支援也功不可沒。本期「英文小教室」告訴您，如何透過會後的Small Talk，躍身職場人氣王！

Vocabulary (詞彙)

- ① Informative (內容豐富／具教育性的／有益的)
- ② Productive (有成效的／有收穫的)
- ③ on the same page (有共識的)
- ④ move on to... (繼續往前／進到下一個階段)

Sample Dialogue (情境範例)

Mark : The meeting just now was quite informative and productive. (剛剛的會議內容豐富，很有成效。)

Sandra : Indeed. We are all on the same page now. (的確是，現在大家都有共識了。)

Mark : All set! The team is ready to move on to the next stage. (對啊！團隊已準備好進入下一個階段。)

Sandra : Exactly. In order to build team spirit, do you think it would be a good idea to invite the entire team to dinner tonight ? (真的，為了提升團隊精神，我們邀請大家今晚一起去聚餐，你覺得好嗎？)

Mark : That would be great! (好主意！)



EIE 線上英語
課程報名

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)

2023年投資停看聽

遠東商銀／高亦勳

迎接新的一年，大家都期望全球經濟及金融市場可以擺脫頹勢，但在政策偏向緊縮的情況下，經濟成長動能勢必受到影響。本期「財經網」綜觀今年經濟走勢，提供資產配置建議，協助您在金融市場做出最佳決策。

1. 金融資產價值具吸引力，但仍受外界波動影響

統計 1992 年至 2021 年，金融市場出現股票和債券同時下跌的單一年度只有 4 次，此外，債券下跌的幅度（包括債券配息）都在個位數，展現債券在投資組合中的抗跌功能。然而，2022 年不僅股債同步下跌，債券下跌的幅度更達 20%，顛覆大家對債券的印象。

正因為資產價格明顯下修，使各類資產的價值出現了一定程度的吸引力。以公司債為例，2022 年 10 月 20 日，彭博美國公司債指數（平均信評為 A-，代表指數成分債券屬於投資等級債）到期殖利率（yield to maturity）為 6.10%，創過去十年來新高，顯示投資等級債、公司債目前的價值相對便宜；股票也有類似的情況，例如 S&P 500 指數，2022 年 10 月 20 日預估本益比為 16.82 倍，雖然不是近十年最低水準，但遠低於高點 27.42 倍（2020 年 9 月）及十年平均 18.31 倍，顯示股票市場已經歷相當程度的修正，股票價值也相對偏低。

1992~2022 年 10 月 20 日，
美國 S&P 500 和美國公司債單年度表現

年度	彭博美國 公司債指數	S&P 500 指數
1992	8.69%	4.46%
1993	12.16%	7.06%
1994	-3.93%	-1.54%
1995	22.25%	34.11%
1996	3.28%	20.26%
1997	10.23%	31.01%
1998	8.57%	26.67%
1999	-1.96%	19.53%
2000	9.08%	-10.14%
2001	10.31%	-13.04%
2002	10.12%	-23.37%
2003	8.24%	26.38%
2004	5.39%	8.99%
2005	1.68%	3.00%
2006	4.30%	13.62%
2007	4.56%	3.53%
2008	-4.94%	-38.49%
2009	18.68%	23.45%
2010	9.00%	12.78%
2011	8.15%	0.00%
2012	9.82%	13.40%
2013	-1.53%	29.60%
2014	7.46%	11.39%
2015	-0.68%	-0.73%
2016	6.11%	9.54%
2017	6.42%	19.42%
2018	-2.51%	-6.24%
2019	14.54%	28.88%
2020	9.89%	16.26%
2021	-1.04%	26.89%
2022	-20.89%	-21.26%

（資料來源：Bloomberg, 2022 年 10 月）

無獨有偶，受到央行升息和多重利空因素影響，2022 年各類資產波動率都明顯上升，特別是債券。觀察股票、債券及外匯三類資產近五年各年度平均波動，VIX 指數大致維持在 15 ~ 20，但 2020 年由於新冠疫情爆發，VIX 指數跳升至 29.25，即便到 2022 年，指數也在 26.20 的水準；從另一項指標來看，MOVE 指數在 2022 年為 118.01，更是較 2021 年的 61.83 上揚 90.86%。2023 年預期各波動指數再度大幅上揚的可能性並不高，一方面是市場最擔心的通膨可望減緩，央行升息腳步將會逐步放慢，另一方面，資產價格已經開始反應經濟衰退的利空因素，即使經濟不振，資產價格也不容易出現長時間且大幅度下滑的情況。只是，市場風險情緒仍相當保守，金融資產價格容易隨外界變化而動盪，2023 年金融資產波動將維持在較高的狀態。

2. 資產配置策略：攻守兼備，更別忘了定期定額

預見 2023 年全球經濟下滑，加上金融市場持續震盪，多數人會採取「低持股、高現金比」的保守策略，但金融市場充滿「意外」，短時間即可能改變市場風險偏好程度，投資人若只依循 2022 年的「習慣」策略，很可能 2023 年在資產價格上漲一段時間後，認為是空頭反彈，而沒有適時調整，畢竟資產價格總是表現在經濟或企業基本面之前。

因此，建議投資人採取攻守兼備的策略，核心配置以債券資產為主（例如：投資等級債基金或海外公司債），低波動或高品質低價值的股票為輔（例如：全球型高股息或是優化波動的基金）；衛星資產配置則可考慮具有中長期題材的投資標的（例如：電動車或東協市場等），比例依據個人風險屬性做調整（例如：積極型的核心及衛星佔比為 50%：50%，穩健型的核心及衛星佔比為 60%：40%）。

面對當前的經濟環境，除了做好資產配置，定期檢視、再平衡（re-balance）配置組合也非常重要，以確認資產比例有無偏離原先規畫，或投資標的之績效和同類型標的是否有落差，同時也別忘了檢驗當時市場環境與原先狀況是否一致。更重要的是，要持續定期定額。對於想降低投資波動或不希望持股過於集中的投資人，全球股票基金是很好的標的，不僅可以趁資產價格偏低時，買進更多單位數，亦能避免受到心理因素影響，出現人為失誤（例如：猜測股市底部），更可讓已經虧損的投資部位降低成本，早日由虧轉盈。

財富傳承 善用存股

亞東證券／陳睿誼

2022年因為烏俄戰爭、通膨、鷹派升息等問題，台股加權指數就像坐雲霄飛車一樣，對於存股族來說，可以趁股市回檔之際，在股價低點慢慢買進。許多父母會替孩子做投資，協助累積財力；而口袋較深的父母，亦可善用贈與稅免稅額，將財富逐年移轉至下一代。

猶太人之所以富有，是因為從小父母就送股票、灌輸投資理財觀念，教導子女何謂資產與負債，也就是在親子教育的過程中，靠著代代相傳的智慧，以及長期的規劃，累積驚人的財富與賺錢的能力。



其實不只猶太人，許多父母擔心小孩長大後，面對萬物皆漲的世界，賺到的錢難以對抗通膨，因此未雨綢繆，提早為孩子制定了存股計畫。事實上，存股和存錢的概念相同，只是把錢轉換成股票的形式，以獲得比銀行定存更高的股息或股利，而存股的方式，除了購買整張股票（1,000 股）外，也可以用零股、定期定額的方式購入股票。

幫小孩存股之優點

1. 從小建立金錢觀

透過親子共同理財，能為孩子奠定投資理財的觀念，幫助其及早了解複利的威力，也可以讓他們體驗資產增加或縮水的過程，從中培養正確的金錢觀、珍惜財富。舉例來說，若是每月從薪水撥出 NTD3,000 幫孩子買股，並將每年 5% 的年目標報酬率再滾入複利，20 年後，就能滾出 NTD123 萬。

2. 提高申購股票中籤率

申購股票即所謂抽籤，每次手續費 NTD20，中籤再付 NTD50（含中籤通知郵資），就能以申購價格取得股票。為小孩申購股票，等於多一個帳戶，多一次抽籤機會！「亞東證券 e 指賺」可協助計算溢價金額，俾利評估是否值得參加抽籤，十分方便。



3. 及早展開長期投資

從孩子出生到成年，有整整 20 年的時間，若能將其每年的壓歲錢做長期投資，只進不出，利用時間的力量，就能將小錢累積為大錢、靠好股票領取股利，創造被動收入。



4. 提早贈與

每位贈與人可享有每年 NTD244 萬的免稅額，換言之，不論您有幾名子女、匯入幾個帳戶，只要父母每人每年匯給所有子女的總金額不超過 NTD244 萬，就不需要繳納贈與稅。逐年將資產移轉至下一代，除了能節省稅負，也可做好資產分配。

未成年人開立證券戶必備文件

存股的起手式就是開戶，若想幫孩子開戶買股票，需攜帶下列資料，至各券商分公司臨櫃辦理。

1. 法定代理人的身份證、第二輔助證件、印鑑（若父母皆為法定代理人，雙方皆須到場）
2. 小孩的身份證（或戶口名簿）、第二輔助證件、印鑑
3. 若孩子未滿七歲，可由法定代理人代為簽名；若已滿七歲，則須本人親自簽署

存股不會讓財富快速翻倍，它存的是時間，時間等於報酬，可以不受市場因素干擾，累積越久，成本就會逐漸降低，即使股價下跌也無須太過擔心，惟仍建議定期檢視投資標的的營運狀況，以及領到的股利是否符合預期，以降低發生憾事的機率。讓我們為自己及下一代制訂一個存股計畫吧！

從韓劇看「魚叉式釣魚攻擊」

遠東新世紀／簡筠茹

2022年韓劇「非常律師禹英禑」深受廣大觀眾喜愛，究其原因，除了男女主角高顏值且細膩的演技，加上生活化又扣人心弦的故事，使觀眾產生共鳴之外，也連結了不少重要議題，十分發人省思。尤其在大結局時，主角禹英禑承辦了一樁了重大資安事件--魚叉式釣魚攻擊，可見資安議題的重要性與日俱增，已成為熱門韓劇題材。

在「非常律師禹英禑」劇中，羅溫電商公司是韓國數一數二的大型電商公司，前景無限，卻遭到駭客利用魚叉式網路釣魚，被盜取近 4,095 萬筆用戶個資及信用資料（將近南韓 80% 的總人口數）。駭客入侵該公司資料庫負責人和他弟弟往來的電子郵件，清楚掌握兩人平時的對話內容，甚至模仿弟弟的口吻寄發電子郵件。由於郵件本身是為了攻擊特定對象而特別製作的惡意程式碼，防毒軟體無法偵測到，羅溫公司因為沒有妥善保護用戶個資，被廣播通信委員會處以 KRW3,000 億罰鍰（約 NTD70 億），若再加上遭 4,000 多萬名用戶集體訴訟索賠，電商巨擘很可能一夕之間瀕臨破產。



魚叉式釣魚攻擊（Spear phishing）係指針對特定目標，以電子郵件的方式，假冒該公司或組織的名義寄發難以辨識真偽之檔案，誘使郵件使用者進一步登錄其帳號密碼，攻擊者則藉此安裝特洛伊木馬或其他間諜軟體，竊取機密；有些駭客也會在員工時常瀏覽的網頁中置入病毒自動下載器，並持續更新受感染系統內之變種病毒，讓使用者窮於應付。

在該劇中，羅溫電商公司的資料庫負責人點擊了駭客假冒其弟弟寄發的私人履歷，因而將駭客藏在 WORD 檔中的惡意程式碼散播在電腦中，進而中了魚叉式釣魚攻擊。身為公司資料庫負責人，雖已熟悉各種網路釣魚方式，但仍失去戒心，掉入惡意的釣魚電子郵件陷阱，更別提一般對網路不甚熟稔的使用者了。

面對變化多端的網路釣魚詐騙手法，一般使用者該如何預防呢？建議熟記「一換、二查、三防毒」的口訣。

一換：一般駭客詐騙目標主要是用戶的帳號密碼，所以安全嚴謹的密碼是第一道防線，定期更換密碼且避免使用易被猜測的簡易密碼，可降低被駭客破解的機率。

二查證：近期網路釣魚詐騙透過各種連結或簡訊，包裝成發生在用戶生活中的日常事件（如防疫保單申請連結、超商取貨包裹連結…等），因此，切勿輕易點擊任何連結，應先確認網址來源並進行相關查證，避免落入詐騙陷阱。

三防毒：可使用專業的工具（例如防毒軟體）辨識、阻擋病毒，強化網路安全。

現代人的食衣住行育樂都脫離不了網絡和資訊設備，但網路釣魚詐騙手法多元且千變萬化，不僅韓國藉由韓劇宣傳資安的重要性，美國聯邦政府亦自 2004 年起，每年 10 月舉辦資安宣導活動，並將其訂為「全國資安意識月（National Cybersecurity Awareness Month, NCSAM）」，希望提升企業與民眾對於資安之重視，2022 年的資安主題訂為「在網路中認識自我（See Yourself in Cyber）」，主辦單位說明，網路安全看似複雜，惟終究與人有密切關聯，使用者應多關心資安議題，避免落入詐騙陷阱，進而威脅到自身權益及隱私安全。世界各大國皆在引領資安意識的提升，你，跟上了嗎？



掃描 QR Code
看更多網路釣魚方式

備註：

現有網路釣魚類型：

1. 網路釣魚 (Phishing) -- 通常是透過電子郵件。
2. 魚叉式網路釣魚 (Spear phishing) -- 精確鎖定特定對象的電子郵件。
3. 網路捕鯨 (Whaling) -- 專門鎖定高階主管的網路釣魚郵件。
4. 內部網路釣魚 -- 源自企業機構內部的網路釣魚攻擊。
5. 網路釣魚電話 (Vishing) -- 透過電話的網路釣魚。
6. 網路釣魚簡訊 (Smishing) -- 透過手機簡訊的網路釣魚。
7. 社群媒體網路釣魚 -- 利用 Facebook 或其他社群媒體貼文的網路釣魚。
8. 網址嫁接攻擊 (Pharming) -- 入侵 DNS 快取的攻擊。

省時又省力 網路申辦育嬰留停津貼一次搞定

遠東新世紀／王詩涵

上班族想申請留職停薪，在家照顧剛出生的小寶貝，卻擔心影響經濟收入？其實只要就業保險年資合計滿1年以上，在幼兒滿3歲之前，可向勞保局請領育嬰留職停薪津貼，取得平均月投保薪資80%的補助。本期「法律網」教您如何利用網路申辦，輕鬆又省時。

考慮到家有幼兒的爸媽們每天忙著照顧小孩，沒有時間出門申辦育嬰留停津貼，勞保局特別提供更便利多元的申請管道，利用自然人憑證，在家就能上網作業，不僅如此，透過網路申辦還有三大好處，一起來了解一下吧！

好處一：加速入帳

相較於使用紙本申請，網路系統可直接受理與產生申請文件，立即送至相關單位審查，省去郵務寄送、等待收件、申請書受理後再送相關單位審查…等流程，總計約可提早 3 至 5 個工作天入帳。

好處二：24 小時服務

不用受限於地區及郵局、勞保局的服務時段，任何時間都能登入勞保局網站進行申辦作業，還可節省往返的交通時間及費用，省時省力又安全！

好處三：申辦 So Easy

只要簡單 3 個步驟即可完成申請：



1. 備妥投保單位出具之「育嬰留職停薪證明」電子檔（限 PDF 格式）。

2. 使用自然人憑證，登入勞保局全球資訊網之「個人網路申報及查詢作業」。

3. 選擇「申辦作業」→「就保育嬰留職停薪津貼申辦」，即可進入申辦程序。



尚未持有自然人憑證或

因其他原因無法自行線上申辦的爸媽也別擔心，只要所屬投保單位已向勞保局註冊 e 化服務系統，即可填寫「同意書」，由投保單位代為申辦育嬰留職停薪津貼；另外，也可以將自然人憑證設定虛擬勞保憑證綁定於行動電話，未來即使沒有電腦與讀卡機，也能利用行動電話登入「個人網路申報及查詢作業」，申辦津貼或使用其他功能。

勞保局受理申請後，會按月在每期的期初開始審核（以 1 個月為 1 期，第 1 期於育嬰留職停薪日起開始審核，除非送件時間已逾育嬰留職停薪日起，則於收件後審核），確認符合請領資格，將於 10 個工作日內核付，並於核付後約 3 至 5 個工作日匯入申請人所指定臺灣地區金融機構之本人名義帳戶（約 15 個工作日內）。

最後要提醒大家，傳統紙本與網路申請只需擇一辦理即可，如果重複送件必須併案審查，反而增加核付時間，得不償失。另外，申辦時若出現網站無法登入、申請資料無法鍵入成功，或是操作上的任何問題，均可聯繫承辦單位，請專人協助處理。

◆承辦單位：勞動部勞工保險局／普通事故給付組／生育給付科

◆電話：(02) 2396-1266

◆地址：臺北市中正區羅斯福路 1 段 4 號

（參考來源：勞動部勞工保險局、工商時報）



勞保局全球
資訊網

體雕與減重的迷思

亞東醫院形體美容醫學中心減重體雕整合醫療團隊／阮廷倫醫師

春節期間，滿桌美饌象徵富貴好兆頭，酒足飯飽之際，身材也不知不覺變成「好福相」，總在年後誓言發憤運動，甚至不惜透過整形，希望打造結實又曼妙的身材。本期「保健網」介紹影響身形變化的關鍵，以及常見的美容手術，帶您破解迷思，瘦得更健康。



人都希望將體態維持在最佳狀態，男性嚮往身材結實，有強壯的臂膀、寬厚的胸背與腹肌，女性則追求玲瓏曲線、前凸後翹和馬甲線。為了達成這些目標，許多人會借助整形美容手術。

民眾諮詢整形美容外科醫師時，有時會說：「我的肚子很大、大腿很粗，想要抽脂減肥」。事實上，這句話只說對一半，抽脂是一種體型雕塑，可以幫忙解決小腹很大或大腿很粗的問題，但無法讓體重下降。換句話說，減重搭配飲食調整，可減少全身的體脂肪，讓身形苗條；而抽脂體雕，則能讓局部身材線條更好看。

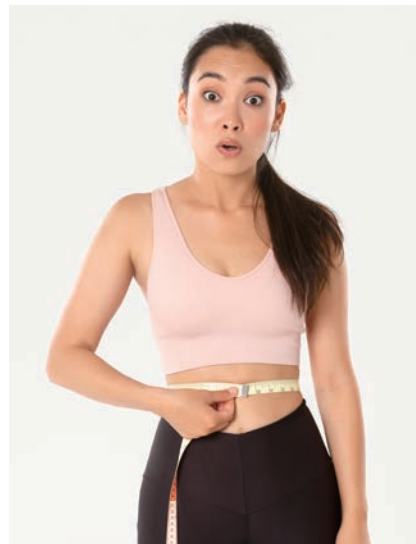
體脂肪的比例是決定一個人身形結實與否或身材是否好看的關鍵因素，體脂肪比例高，身形顯得臃腫；體脂肪低，則皮膚較薄，底下的肌肉線條也較容易浮現，身形就顯得結實。不過，兩性也有一些差異，男性的體脂肪是內臟脂肪比例較高，女性則是皮下脂肪比例較多。當體脂肪過高時，男性容易出現啤酒肚，女性大多表現在臀部、腰際及大腿粗大。

因此，想讓身材變得苗條、結實，首先要減重與減少體脂比例，藉由飲食控制或搭配藥物協助，再加上運動，可讓體重與體脂率下降，並且鍛鍊肌肉線條、增加身體代謝率，全身性的減少內臟脂肪與皮下脂肪。

「體雕」手術

體脂降低後，如果還有局部的脂肪堆積或皮膚鬆弛，「體雕」手術就可以派上用場。其

中，最常見「抽脂手術」，移除皮下多餘的脂肪，以減少皮膚厚度，達到局部雕塑的效果，但若內臟脂肪太厚，造成腹部突出，抽脂效果就會大打折扣。以往大多將抽出的脂肪直接丟棄，但其實可以移植到身體其他地方，例如：填補臉上的法令紋、淚溝、臉頰、夫妻宮，或移植到胸部（隆乳）、臀部（豐臀），甚至有男性患者希望移植到胸肌、背肌、手臂等部位，增加肌肉線條的美感。



「拉皮」手術

大幅減重或大量抽脂後，皮下脂肪明顯減少，皮膚會跟著鬆弛，若速度過快，皮膚彈性來不及恢復緊實，就會出現另一種體型問題 -- 皮膚鬆垮。症狀輕微者，可藉由光電雷射或注射玻尿酸等方式治療；嚴重者，則需要運用拉皮手術，將皮下肌膜層拉緊，並切除多餘的皮膚，才有辦法改善。臉部拉皮、腹部拉皮、手臂（蝴蝶袖）拉皮、臀部拉提（提臀）…等，都是常見的拉皮手術。

「電漿」技術

這兩年，出現另一種緊實皮膚的利器：在「氦氣」的保護下，藉由「電漿」瞬間加熱，讓皮下組織的膠原蛋白收縮，若是搭配抽脂手術，更可以同時達到雕塑身形與緊緻皮膚的效果。

不過要提醒大家，「抽脂」只是體型雕塑的工具，無法減肥，如果要讓啤酒肚變小，必須減重、減脂；但如果想瘦腰部、小腹、手臂與大腿，則可以考慮局部的體雕或抽脂手術。詳細的手術方式、效益、風險、可能的併發症及術後照顧，都應仔細向醫師諮詢、討論，才能安全又健康的瘦身和塑身。

亞東醫院體雕減重團隊集合整形外科、家庭醫學科、腸胃內外科等多專科醫師，提供不同需求的服務，並透過個管師專人評估，提供客製化的方案，目前更推出「線上營養師」服務，陪伴您正確、健康的減重，重拾曼妙身形與健康體態。另外，亞東形美中心也針對公司同仁需求，提供到場衛教講座與集團方案，意者請洽（02）7728-1766 李組長，或至官網、加入 Line@ 諮詢。



掃描 QR Code
加入形美中心
line 好友

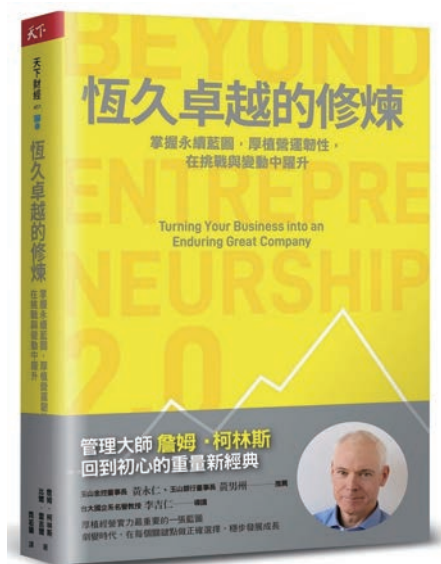
好書推薦：恆久卓越的修煉

遠東集團董事長／徐旭東

前兩年的 COVID-19 疫情風暴已令全球政府、企業措手不及，然而，2022 年詭譎難測的政經局勢卻更是難解：俄烏戰爭持續、通膨時代來臨、能源物料飆漲、經濟景氣衰退、氣候變遷衝擊，在諸多混亂下，企業經營面臨更加嚴峻的挑戰，產業淘汰賽正加速進行中。

回顧過去全球企業發展歷史，儘管在不確定、甚至混亂中，有些公司依然欣欣向榮；出現無法預測、難以掌控的變動或巨大衝擊時，部分公司也仍表現超群，此現象啟發了本書作者對「卓越」企業的研究，也是各位領導人值此風雲莫測之際，需要學習與探究的課題。

本書就人才、領導、願景、策略、創新到執行，一步步梳理出成就卓越的「修煉清單」，此外，作者更將多年研究濃縮為一張「卓越藍圖」，以四大階段、12 項原則勾勒出通往卓越企業的路徑。其中，「紀律」是貫穿四大階段的重要元素，依序為：有紀律的員工、有紀律的思考、有紀律的行動和基業長青。在各個階段中，另須實踐不同的基本原則，例如：在階段 1，需要具備「謙沖為懷的個性」與「專業堅持的意志」兩種矛盾特質的「第五級



作者：Jim Collins, Bill Lazier

出版社：天下雜誌

出版日期：2022 年 3 月 2 日

領導人」，方可引領對的人上車。在階段 2，組織人才也必須擁有兼容並蓄的思維、懂得面對殘酷的現實，並運用「刺蝟原則」，以專一的理念，找出企業的核心競爭力。



進入階段 3 後，思考必須轉為行動，有如轉動巨大的飛輪，累積動能，且為了達成重大突破，必須以「每日行軍 20 哩」的紀律，持之以恆地執行目標，此項基本原則在當前動盪不安的環境下更顯重要，唯有在混亂中注入紀律、在不確定中保持一致，方能在失序中建立秩序。此外，為了擴大既有成績，應秉持先射子彈，再射砲彈的方式，使企業持續創新與發展。



至於最終的第 4 階段，重點在於為公司奠定長青基業，為避免企業走向衰敗，領導人須時時保持警覺、控制風險；另以「造鐘」取代「報時」，塑造長久的企業文化與接班梯隊，並且在保存核心價值之餘，勇於建立下一個大膽目標，以刺激公司持續進步。最後，若能把握機會，提高運氣報酬率，將可帶來十倍勝的加乘效果，加速企業邁向卓越。

身處在危機時代，未來不容樂觀，卻也不能失去信心。誠如本書作者 Jim Collins 所言：卓越是動態的過程，不是努力的終點，恆久卓越的公司必須經過無數次的轉折點，方能永保不墜，這將是一條永無止盡的道路；優秀的領導者除了帶領組織在變局中致勝，更要能對未來的新局提出展望與想像，期許各位皆能懷抱「捨我其誰」的責任感，心懷藍圖、持續前進，引領遠東邁向卓越、長青，「迎戰新變局，打造永續競爭力（Building Sustainable Competitiveness in a Turbulent World）」！

情人愛升溫 送保暖單品就對了

遠東百貨／鄭嘉蕙

2月14日情人節，該送什麼給親愛的呢？送鮮花怕凋謝、送巧克力擔心發胖、送珠寶太傷荷包，不如送對方保暖單品，包準感情秒升溫！不過，哪個品項最討好？哪些款式今年最in？本期「流行網」教您送禮大絕招，讓對方暖到心坎裡。

近幾年，極端氣候席捲全球，尤其冬季氣溫驟降，都會區下雪或空曠地區超低溫，都讓人冷得皮皮挫，此時圍巾、禦寒鞋款、毛帽、手套…等保暖單品便能發揮功效，帶來溫暖的呵護。

■**保暖鞋款超夯**：腳一暖，全身就會熱呼呼，今年超長靴、毛毛款最流行。從前愛侶之間忌諱送鞋（害怕情人跑掉），現在年輕人可沒有這樣的顧忌，越潮越閃！

■**圍巾百搭好用**：無論保暖或是搭配造型，圍巾堪稱百搭好用。

本季流行素色但造型誇張的款式，掛在脖子上，就像另一半持續供暖，必要時還可以雙人共圍，甜蜜指數破表。

■**毛帽、手套實用**：經典款今年很難受到青睞，設計當道的年代，造型變化、巧思設計吸睛又實用，特別是毛帽，可變化為甜美風、中性調，絕對能贏得對方歡心。



▲中性款式毛圈棉帽，是個性首選，也能搭出情侶 Look／遠百信義 A13 BLVCK 提供

單品暖在心



④ Polo 嵌花針織毛衣

永不過時的棉質毛衣，加上別出心裁的 Polo Bear 圖案，堪稱點睛之筆，建議售價 NTD15,680。遠百信義 A13 2 樓 POLO，(02) 7750-0888。



④ Champion 經典 logo 帽T

以舒適材質製成，兼具時尚與機能性，任何時刻都能穿出個人風格，建議售價 NTD2,880。遠百竹北 6 樓，0980-882007。

潮帽很有型



➡ **愛迪達潮流豹紋漁夫帽**

毛絨細緻柔軟、有質感的漁夫帽，搭配豹紋圖案，展現冬日熱情，正面金屬感 Logo，凸顯品牌價值，寬版帽簷設計，可修飾臉型，讓您更優雅有型，建議售價 NTD1,490。遠百寶慶店 8 樓，(02) 2382-6577。



➡ **Zola 法式蝴蝶圓帽**

以法式禮帽為設計靈感，打造優雅氛圍，毛呢針織材質兼具保暖功能，再以俏皮蝴蝶毛球增添可愛感，搭配經典紅色，為寒冬帶來暖意。建議售價 NTD2,580，**遠東人獨家優惠價 NTD1,280**。新竹大遠百 4 樓，(03) 522-4787。

➡ **VIVIANN 可愛繽紛毛帽**

可愛毛球躍上質感極佳的針織面料，既保暖又百搭，讓您呈現迷人魅力。建議售價 NTD1,580，**遠東人獨家優惠價 NTD1,200**。遠百桃園 4 樓，(03) 334-3977、高雄大遠百 4 樓，(07) 972-8888。



保暖鞋超愛

➡ **Jeffrey Campbell 簡約羊皮襪靴**

襪靴採厚底設計，可增加高度，展現亮眼自信；鞋面則以米白羊皮製成，菱格紋路搭配黑色襪套，秀出秋冬暖實力。建議售價 NTD3,980，**遠東人獨家優惠價 NTD2,580**。遠百竹北 2 樓，(03) 527-8765。



➡ **Ea 品牌飾釦圓頭綁帶雪靴**

不容忽視的飾釦與不退流行的毛絨絨靴款，輔以絨布材質，細緻呵護您的雙足。特別選用柔和淺色系，讓您怎麼搭都好看。建議售價 NTD6,380，**遠東人獨家優惠價 NTD3,980**。遠百嘉義 2 樓，(05) 283-0860。

➡ **MAGY 羊皮素面粗中跟靴**

以柔軟羊皮打造鞋面，搭配方形鑽飾後跟拉鍊，更方便使用者穿脫，並利用造型粗跟設計，完美拉長比例。建議售價 NTD4,980，**遠東人獨家優惠價 NTD2,980**。臺南大遠百 1 樓，(06) 234-8321。



圍巾款呼呼

➡ **LONDEE 龍笛鬱金香緹花圍巾**

粉嫩的圍巾，點綴綻放的鬱金香，低調不失大方，好搭又保暖，是情人節禮物絕佳選擇！建議售價 NTD3,680，**遠東人獨家優惠價 NTD1,180**。遠百嘉義 2 樓，(05) 284-1781。



➡ **VIVIANN 百搭保暖圍巾**

天冷必備羊絨百搭圍巾，飾以英倫風流蘇，簡約又時尚，怎麼搭都有型。建議售價 NTD2,580，**遠東人獨家優惠價 NTD1,960**。遠百桃園 4 樓，(03) 334-3977、高雄大遠百 4 樓，(07) 972-8888。

➡ **V.FRAAS 經典格紋綿羊毛圍巾**

羊毛手感細膩，柔軟親膚不扎手，搭配經典格紋圖案，讓您一出場就成為吸睛焦點，建議售價 NTD2,680。遠百寶慶店 3 樓，0800-231-022。



掃描 QR Code
看更多遠東人
專屬優惠

備註：「優惠價」需出示集團員工識別證，期限至 2023 年 2 月 28 日止。

「遠東人開講」：通膨來了怎麼辦

編輯室輯

相信最近不少人都感受到萬物飆漲、生活壓力節節上升，如何開源節流，持續保有生活餘裕呢？快來看看集團裡的理財專家、省錢達人怎麼說？

【一】

面對通膨巨獸，我透過「開源」與「節流」兩個面向，重新檢視家庭的資金運用。在「開源」部分，評估原先長期定期定額購買的存股標的，配息率是否穩定或是有所成長，藉此機會檢視績效並做適當投資轉換。「節流」方面，首先調整購買物品的心態，「想要」但不「需要」的商品盡量暫緩購入，至於生活必需品與食材則可透過團購的方式，採買到物美價廉的商品，可見即使在通膨高漲的時代，只要找到好方法，還是能保有良好的生活品質喔！（遠東新世紀／王筱嬋）

【二】

今年努力對抗疫情，沒想到口袋也深受迫害，經常光顧的雞腿便當從 NTD80 漲到 NTD90，手搖飲也默默漲了 NTD5，身為外食族的我，每日的伙食費因此突破 NTD300！於是我發揮小資族的韌性，利用休假時間在 Youtube 學習簡單料理，降低外食的頻率，竟意外連體脂也降低不少。原來吃太多加工食材，不僅增加身體負擔，也很傷荷包，自從減少喝手搖飲料後，體重悄悄掉了 2 公斤，我這才發現，從前的飲食習慣不光浪費錢，也賠上了健康。提醒大家努力對抗通膨之餘，千萬不能忽略自身健康唷！（臺南成功大遠百／余佳蓉）

【三】

通膨已成為全球現象，面對這樣的處境，小資族更得精打細算，但有時為了省下費用，反而花費更多寶貴的時間，所以調整生活方式也是一種因應之道。

每個人的時間都一樣多，不妨嘗試用減法過生活，若能減少無謂的交際支出，就能增

加生活的餘裕，善用多出來的時間，至少能賺進健康財。另外，也可減少無謂的開銷，因為用不著的東西，放再久也無法增值，不妨轉贈他人或網拍處理；至於家務雜事則可試試DIY，若能與家人攜手完成，更是無價。當然，投資自己所帶來的成長，也能力抗通膨，建議培養更多專長，提升競爭優勢。（遠東商銀／周姣陵）

【四】

面對通膨，除了學習理財，「省錢」技能也很重要，我會盡量減少不必要的開支，順便戒掉不健康的生活習慣，例如少抽一包菸、少喝一杯手搖飲料，在省錢的過程中，也能賺到健康。另外，不常使用的付費訂閱或會員資格，可關閉「自動續訂」功能，或考慮與家人共享，均攤費用；最重要的是，控制購買的慾望，不為一時的快感而購買不需要的物品，以免徒增家中的雜物。（遠東新世紀／王玉萱）

【五】

人有兩隻腳，錢卻有四隻腳，儘管東西越來越貴，生活還是得過下去。我的做法如下：

1. 趁著團購、周年慶、會員日撿便宜、拿贈品，若有 NG 商品或即期食品的選購更不能錯過，把錢一分一厘的省下來。

2. 能刷卡就刷卡，能零利率分期就分期，絕不輕易付現，把錢養大，讓錢活起來。

3. 能騎車、走路，絕不開車，不僅運動又可省錢，還能保持健康身體，畢竟健康就是財富。

4. 參與公司的提案改善活動，既可改善制程、環境，又能賺取獎金；另外也可投稿遠東人月刊以賺取稿費，或是參考月刊「財經網」的介紹嘗試投資。總之，只要懂得精打細算、開源節流，在通膨年代一樣可以過上好日子。（亞東工業蘇州／陳六）



【六】

面臨萬物齊漲的時代，提供本人的節流方法讓各位參考。

1. 斟酌需求、理性消費：減少物慾，能省則省，購買非必要的物品時，應反覆斟酌是否急需購買，以減少每月花費。

2. 提前還款：領到薪水時，先結清信用卡帳單款項，一來可以提高信用點數，二來能預先控制當月開支。

3. 記帳習慣：以月為單位，仔細紀錄花費並分類，以了解每個月的金錢流向，俾利規畫未來節流的方向。（東聯化學／林秀慈）

【七】

通貨膨脹時代，「開源節流」已不是口號，而是決定資產走向的分水嶺。「開源」最有效的就屬投資，將價值變薄的貨幣轉換成金融商品，減低通膨造成的損失，以投資新手來說，定期定額購入指數型股票是最輕鬆且分散風險的做法；「節流」部分則是趁著特價期間（如：雙 11、黑五購物節等），一次購足全年度的生活備品。平時若有想買的東西，建議先加入購物車，考慮幾天後，就可篩選出是否需要，或只是一時的物慾而已。不過，「節流」固然重要，偶爾也要適當的犒賞自己，畢竟身心健康才是最大的財富！（亞洲水泥／冰蹦）

【八】

隨著國際情勢與疫情影響，物價節節高升，為了節省荷包，一定要懂得聰明消費。建議多利用網路購物促銷活動（例如：母親節、雙 11、雙 12 檔期），不僅免運，店家還會推出折扣優惠、滿額加碼或是會員獨享折價卷，有時比實體店鋪更優惠，還能省下交通往返的時間與費用，讓荷包更有餘裕。（遠東新世紀／曾淑雲）

【九】

通膨危機越演越烈，除了金融避險手段（例如：不要滿手現金、選擇金融商品及房地產投資），也有人將黃金、數位貨幣視為對抗通膨的商品，但因後者短期漲跌風險過大、新興貨幣又缺乏長期走勢的數據，似乎都難以令人放心。

個人認為，從採買日常飲食著手，不失為開源節流的好選擇。臺灣因民生條件便利，幾乎成為亞洲最浪費食物的地區，平均每人每週丟棄 1.8 公斤食物，換算成家庭，約每年丟棄價值 NTD3 萬的食物，應調整為吃多少買多少、購買當季食材、定時清理冰箱、分類清點保存食物，每減少一份浪費，就等於多了一些可用收入，也是對抗通膨的有效手段。（遠東新世紀／李宇駿）

記杭州之行

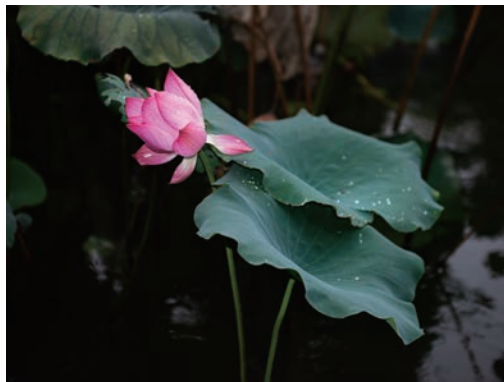
遠紡工業（上海）／楊寶軍

回想起來，大約已將近四年未曾到杭州了，上一次去還是在2019年的元旦。此次難得閒暇，終於能夠再訪杭州。

出發時上海天朗氣清，抵達杭州之際卻細雨綿綿。放置好行李後，第一件事就是來到西湖。即使是雨天，湖邊依然遊人如簇，人們站在湖邊拍照打卡留念；集賢亭前，大片的蓮葉在雨中舞動伸展，荷花倒是不多，想是已經過了時節；湖水隨風蕩漾，雨水落下，點起一圈圈漣漪，偶爾有一條條魚兒蹦出水面；湖中一艘艘遊船來回往返，船上、岸上的人成了彼此的風景；遠處青山呈一片青黛色，高低綿延，在雨中若隱若現，雨中水氣彙聚成了雲霧，飄蕩在群山之間，似一幅青綠山水畫卷……四年了，雨天的西湖還是記憶中的樣子，未曾改變。



我舉著傘，沿著西湖，走走停停，遇見絕佳的美景，便拿起相機拍幾張照片。岸邊有一群人圍在樹下，靠近一看，原來是在餵松鼠，三五隻松鼠倒也不怕人，想來已經習慣了人們的投餵，牠們身上毛絨絨的，眼睛滴溜溜的轉，雙手捧著堅果啃食的樣子，甚是可愛。此時雨勢漸大，雨點隨風飄進傘下，落在相機上，我也顧不上心疼，只管拍攝。



晚飯過後，再至湖邊，天色已經黑了，我沿著湖邊返回，此時的湖面呈深黑色，看了不禁讓人頭暈目眩；遠處的群山已不可視，只能隱約看見前方的寶石山，以及山上的寶石塔。湖邊的路燈下，不時有遊人拍照，雨忽而急驟、忽而淅瀝，在燈光的映照下，像是一顆顆寶珠落下。走進集賢亭，有人在亭裡躲雨，聽著風聲，凝望湖面，風夾著雨吹進亭裡，灑在我的胳膊上，此情此景，讓我不由得回憶起四年前，也是一個雨夜，也是在西湖邊，也是在這集賢亭下，不同的是當時亭內一群年輕人高歌陣陣，而今三兩行人寂寂無言聽雨聲……一切恍如昨日。

翌日飯後，往九溪煙樹去。天氣轉晴，太陽終於露臉，天地變得明亮，我自九溪村起，沿著步行道一路往裡，經過林海亭，天氣轉陰，樹木流水呈一片深綠色。路邊不時有一片片茶園，一層層的茶樹整齊排列，偶見一對新人在茶園裡拍結婚照，雪白婚紗與青綠茶樹的撞色，卻也十分和諧。到達九溪煙樹石碑後，往龍井村處去，此時路面已全是石頭鋪成，走在上面，腳底別有一番感受。一泓清溪自上而下流淌，曲折蜿蜒，山路便在溪流邊，由於溪水時不時從路上橫流而過，我只能從一旁的石墩上走過去。溪水極為清澈，水底的岩石被溪水浸潤久了，表面呈現青綠色、琥珀色，像一塊塊珍寶；伸手入水，指尖清涼，心頭微漾，恍若整個夏天的炎熱與煩躁盡在此刻消去，甚是舒坦。

經過九泓亭，又開始下起小雨，我撐傘繼續前行。路上不時遇見遊人下行，雖是雨天，大家臉上卻盡是舒緩愉悅，應是對這一路的美景甚為滿意。跨過一條攔路溪水後，突然看見前方地面上有一條小蛇蜿蜒爬行，速度極快，轉眼便爬進路邊草叢裡。隨著雨勢漸大，水氣匯成水霧，兩旁山頭漸漸隱去，雨水打在周圍的樹葉上，漫山遍野盡是沙沙聲，山上

的茶園、樹木，在雨中已是一片濃厚的青黛色，像是畫卷裡那些蘸飽濃墨的筆觸，一一顯影在這鬱鬱蔥蔥的九溪群山裡，在如煙如霧的細雨中，在娑娑沙沙的大樹底下，在彎彎曲曲高低不平的小石徑上……我駐足靜靜欣賞。

直至雨勢稍緩，我繼續起程，來到一片停車場。這裡已是瀝青路面，想是已經到了龍井村，村頭有幾位當地人，兩人賣蓮蓬、無花果，另一名婦人在拉攏遊人喝茶，恰好一路走來，略感腿乏口渴，便找一茶館，登上二樓，沏一壺龍井茶。望著路上一行行遊人經過，看著遠處山上一團團雲霧飄渺，抿一口茶水入喉，頓覺疲憊消退，神清氣爽。不一會兒，雨勢急驟，屋簷流下道道雨柱，雨點打在瓦片上，濺起一片片水珠，敲出噠噠的聲音，雨水濺入廊下，將身旁的桌椅打濕，水氣浸在我的身上，風吹來，略感陣陣涼意，只能喝茶等雨歇。

雨終於停了，一身的疲憊也消卻了。我按著路牌指示，轉上十裡琅璫。原以為一路的溪澗樹木已是極為精彩，卻不想這裡的景色才是此次旅行的重頭戲。登上山頭，滿目青翠，整座山上盡是大片茶園，一排排茶樹就在身旁，似一股股綠色的波浪。轉身回頭，對面青山嫵媚，高低綿延；霧靄氤氳，一座座山頭隱在其中；煙雨朦朧，一間間房舍坐落山下。山間不時傳來鷓鴣聲，為這雨天更添一份幻杳。登上半山腰，環顧四周，一株枯樹長在山腰上，杵在茶樹中間，枝條張揚凌亂；再往上去，路邊草木漸豐，歪歪斜斜躺在路上，葉子表面溢滿水珠，走沒幾步便已浸濕褲腳。複行數百步，樹木蔥郁，風夾著水霧吹來，掠過樹梢，颯颯作響，吹在身上，頓感一身涼意，恰天色漸晚，滿山的草木已是一片深色，我便原路返回。

下至龍井村，路上仍有行人車輛往來，我打車返回，車子穿梭在群山之間，經曲院風荷，再來到西湖邊，一路曲曲折折，天又下起小雨，車繞西湖行時，天色已黑，卻仍能看到斷橋上行人上上下下，遠處燈火闌珊，好不熱鬧。



無感似有感，文字以記。

燃情上馬 -- 上海馬拉松參賽記

上海遠化物流／唐湧

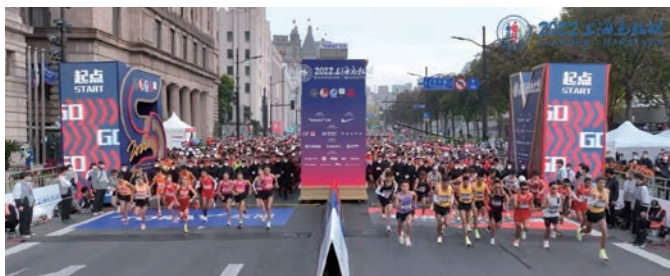
記錄上馬（上海馬拉松）的參賽歷程，不僅僅是寫給已經抵達終點的一群人夢回賽道，更是寫給心懷希望，篤定啟程的跑者。

稱「上馬」為國內頂級天花板賽事，不僅因為它是大陸首項國際田聯白金標賽事，更使這座城市散發激情活力，魅力無限。

想參加上馬，須透過特邀、直通、慈善、贊助商和抽籤等方式，一般大眾跑者向來只能碰運氣。受到疫情影響，去年停辦的上馬，忽而有一天在沉寂多時的跑團群內發出報名通知，彷彿隨著上海這座城市一起復甦，大家熱情高漲，積極備賽。

本次僅保留全馬，賽事規模 18,000 人，開放上海常駐人士報名。2022 年 11 月 7 日，抽籤結果公佈，在一聲聲未中籤的哀歎聲中，幸而中籤的我，看著月跑量僅 50Km 左右的資料，雖內心忐忑，還是毅然決定參賽。除了不想辜錦鯉體質的好運氣，更承載著未能參賽兄弟的心願。畢竟大家都是跑步的愛好者，我能理解他們因為疫情而不能跑，好不容易疫情的陰霾開始消散，卻只能看著別人參賽時，心裡的焦躁與惆悵。

要在疫情期間組織大型賽事活動，並實現「零感染」、安全「零事故」的辦賽目標，一方面考驗著主辦方的能力，另方面也仰賴所有參賽選手和工作人員的積極配合，以及社會各界的大力支持。參賽人員必須在領取參賽裝備前 7 日內未離滬，同時符合「賽



前3天3檢」，工作人員則須遵守「賽前5天5檢」等防疫保障措施，為上馬保駕護航。

「全城以待 申愛依燃」，2022上馬如期而至，從華燈初上，準備至晨曦微露。11月27日，我們踏著晨曦的第一縷陽光，抵達起點--金牛廣場。

7:00整，伴隨著發令槍響，A區的大神們如離弦之箭出發了。本屆依然採取分槍起跑，每槍間隔5分鐘，D區的我屬於第3槍。

能力不足裝備湊，我在賽前準備了能量膠和鹽丸，給自己定的目標是安全完賽、不追求成績，按照計畫，賽前15分鐘吃第一支能量膠，之後每10km補充。

如今我已經無法將這次的經歷從頭到尾回憶起來，彷彿喝醉酒之後的斷片一樣，腦海中只剩零零碎碎，卻讓人感慨萬千的畫面：比如在賽道邊不斷為選手們加油的觀眾，有人肆意揮舞著雙手，有人陶醉地操弄著樂器，有人在人行道上跟著一起奔跑，他們的聲音從高昂一直喊到嘶啞；比如在賽道上各自堅持的跑者，有人推著嬰兒車加入衝刺的行列，有人已屆耄耋之年，依然奮力在跑…上馬是懂跑者的，每隔2.5Km都設有綿延無盡的補給點，還有志願者們專業的遞冰袋、遞水，同時送上加油鼓勵的祝福。

跑馬就像人生，有低谷也有高潮，奔跑時乘風破浪，有時也需要逆風飛揚，偶爾還會遇到突發的意外，必須沉著冷靜，坦然應對，當越過終點的那一刻，一切的堅持與付出都是值得的。

歷經這3年的疫情，「有一場比賽可以跑」已經成為很奢侈的想法，「零」感染的背後，是公司默默守護和付出，以及每一位積極配合防疫工作的同仁們共同努力堅持的成果。疫情終會過去，回歸正常是每個人心中的期盼，感謝工會在保障安全的前提下，組織關愛員工身心健康的活動。

昨天已成過去，未來還沒有到來，我們唯一能把握的就是現在。請別再後悔過去、擔心未來、又浪費當下了，大膽地嘗試，勇敢地出發，積極行動才有可能收穫想要的生活！

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！

本期題目

1. 關於遠傳承攬「1996 內政服務熱線」專案的敘述，下列何者正確？【封面故事】
 - A. 臺灣所有的「19×× 系列」便民熱線都由遠傳經營
 - B. 獨創「3A 陣容」、「3 大創新」策略，擊敗強敵，贏得專案
 - C. 系統上線後，民眾滿意度降為 60%
 - D. 客服人力需求從 15 席增加至 20 席
2. 關於遠東石塚之敘述，下列何者正確？【封面故事】
 - A. 是日本最大的 PET 瓶回收公司
 - B. 目前正興建姬路二廠，預計 2023 年運營
 - C. 成功締造日本回收瓶磚史上單一廠商最大實際得標量
 - D. 以上皆是
3. 身處通貨膨脹的時代，如何為子女累積財富？【財經網】
 - A. 每年的壓歲錢全部讓小孩自由花用
 - B. 等子女有工作再了解投資理財即可
 - C. 提早為小孩制定存股計畫，並培養金錢觀
 - D. 用定期定額存股太慢，等小孩長大後一次贈與最有效率
4. 駭客試圖誘騙用戶提供敏感資訊，目的是要騙取用戶的登入帳號密，稱為什麼攻擊？【資訊網】
 - A. 釣魚攻擊
 - B. 釣蝦攻擊
 - C. 鯨魚攻擊
 - D. 以上皆非

參加辦法

請於2月15日前掃描右方QR Code，登入會員資料後，填寫答案。只要答案正確即可參加抽獎，本期獎品為面額NTD300之遠東集團四合一禮券（25份）。編輯室將於次月月刊公佈得獎名單。



389 期有獎徵答得獎名單揭曉

單位	姓名	單位	姓名	單位	姓名	單位	姓名	單位	姓名
遠通電收	孫○勵	遠傳電信	黃○洋	遠東新世紀	徐○鴻	東聯化學	葉○志	遠東百貨	陳○翰
遠傳電信	陳○銘	遠傳電信	劉○玟	遠東新世紀	王○偉	東聯化學	洪○在	遠東聯合診所	施○州
遠傳電信	郭○坤	亞東醫院	沈○蓉	遠東新世紀	徐○誼	鼎鼎企管	黃○萱	遠東新新埔廠	許○芝
遠傳電信	柯○豐	亞東證券	游○文	亞泥花蓮廠	邱○杰	鼎鼎企管	游○慧	遠東SOGO百貨	龐○誠
遠傳電信	許○宜	亞東證券	張○真	高雄大遠百	胡○芸	遠東百貨	蔡○倫	亞東科技大學	謝○玲

恭喜上列幸運兒分別得到面額 NTD300 的遠東集團四合一禮券！



⬆️「2022 年馬來西亞中學校長及督學赴臺教育文化參訪團」拜訪亞東科技大學，黃茂全校長（右五）親自率員接待，助力臺、馬教育文化交流。



⬆️遠揚營造於「第 22 屆公共工程金質獎」頒獎典禮中，榮獲「公共工程品質優良獎 -- 土木類」特優與優等兩座獎項，鄭燦鋒董事長（左三）率團隊合影留念。



⬆️遠東商銀以結合機器人理財顧問的創新信託服務，榮獲第二屆《Trust Award》多元信託創新獎「異業合作推薦獎」，由張小倩副總經理（右）代表領獎。



⬆️新竹大遠百、遠東巨城購物中心聯手新竹市政府及其他企業舉辦弱勢家庭孩童心願認養活動，總共完成 666 位孩子的心願，於新竹市感恩季活動頒發感謝狀。



⬆️遠東 SOGO 中壢店員工餐廳以環保綠色餐飲文化，獲桃園市政府頒發「綠色餐廳」獎。

美好生活的堅定依託

E

- 低碳水泥全國唯一
- 科學減碳目標連年達標
- 循環經濟獲國家級肯定
- 自主打造全國最大全岸電

S

- 資助偏鄉教育培養人才
- 部落83%力挺成諮商典範
- 環教影響力逾百萬人次

G

- 連五年獲利破百億
- 獲國家永續發展獎
- 亞洲最佳企業雇主
- 連五年零災零事故

