

# V. 生活美學 Life

影響臺灣民生產業最鉅的遠東，不只創造生活品質、品味，更改變社會氣質。這是遠東的棉花精神。遠東集團創辦人徐有庠曾說：

「棉花，性質純樸，沒有濃郁香味，沒有豔麗色彩與外型，卻提供人類最多溫暖。」

建築大師萊特(Frank Lloyd Wright)說：「每個偉大的建築師，必然是偉大的詩人，他必須是在世代、年代與時代偉大的原創詮釋者。」60年來，遠東創造與詮釋這個時代的美學精神。

Far Eastern Group has an enormous impact on industries relating to daily life in Taiwan. Through our influence, we have enhanced the quality of life and helped evolve society's perception of beauty.

This is the "Cotton Spirit," the essence of Far Eastern Group. Founder, Yu-Ziang Hsu, once said: "It is simple in nature, with no strong fragrance, no dazzling colors or appearances, yet it provided people with the most warmth."

Frank Lloyd Wright wrote: "Every great architect is – necessarily – a great poet. He must be a great original interpreter of his time, his day, his age."

For sixty years, Far Eastern Group has been creating and interpreting the aesthetic spirit of each generation.

► 獲得2004年「亞洲最具影響力設計大獎」的高雄大遠百誠品旗艦店





## 遠東百貨——幸福空間的推手

### Exquisite Shopping Space within Far Eastern Department Stores

**遠**東百貨一直致力於創造臺灣社會愉悅的生活空間。

42年來，順著這縱橫纏繞的美學絲線，遠東百貨從北到南，從東到西，繫繫著社會脈動，帶給消費者無限的幸福銘印。1972年開幕的寶慶店，是臺灣窺見國際的精品櫥窗，開啟消費者的眼界，也為民風初開的臺灣，提供能擁有高檔舶來品及購買到國外民生用品的稀有幸福。進入21世紀的遠百，也不斷創造新的幸福空間。FE21' (Far Eastern 21 Century) 的誕生，就讓遠百再度擁有青春活力。在原有空間改裝後，遠百在商品、陳列、設櫃，皆納入對新時代、新生活的期待氛圍，從早期純購物空間，提升為標記社會脈動中，最令人愉悅的生活場景。所到之處，所見之物，都繽紛明亮，洋溢著充滿美好事物的喜悅。

FE21'MegA的出現，滿足消費者「One-day Shopping & One-stop Shopping！」的購物需求。民眾能夠在當中感受潮流，享受生活，獲得新知，體驗社會脈動，觀賞藝文活動，關於都會生活所有可能的片斷，在這裡都可以得到滿足。這是新時代的休閒樂趣，新型態的生活場景。2001年開幕的高雄大遠百，開拓南臺灣寬廣的生活空間。這裡擁有多功能大廳及2,000坪的追夢廣場，可舉辦服裝秀、藝文展覽、音樂表演及舉辦電影節等大型活動。13至15樓擁有16廳的威秀影城，及頂級 GOLD CLASS影廳，滿足最高檔的視聽享受。位在17樓、挑高10米的大遠百誠品旗艦店，更獲得2004年「亞洲最具影響力設計大獎」的肯定，除了是誠品第一次得到國際設計大獎，也是對遠百創造新生活空間的支持。這個由知名建築師陳瑞憲設計的書店，以寬闊的視野，簡單的設計，塑造出大眾知識殿堂的氛圍。這裡是南臺灣最雄偉的知識港，抬頭就能望見開闊的高雄港，兩座大階梯讓人得以輕鬆席地閱讀，甚至成為講座與音樂會的空間。「此一空間氛圍令人感動，成為標記臺灣社會最令人愉悅的生活場景，」這是「亞洲最具影響力設計大獎」評審團的評語。

除了塑造高雄的生活空間，2002年，遠百也看準新竹科學園區的購買力，與民眾對休閒生活的需求，在新竹開設新竹大遠百。從日本特別引進小朋友最愛的兒童愛樂園，讓小孩能開心玩耍，家長安心購物。各樓面規劃環境優美的顧客休息室，則讓民眾得以輕鬆休息，8樓VIP LOUNGE，提供雜誌、網路等完善設施，貼心設計，帶來頂級飯店般的細緻感動。

遠東百貨不斷創造幸福空間，展現遠東集團對於趨勢的精準眼光，緊貼社會脈動的敏銳覺察。



左圖：高雄大遠百  
右圖：遠百創造幸福的購物空間









## 太平洋SOGO百貨——Happy New Life ! New Life Inspired by SOGO

一年多前，臺北市忠誠路和中山北路交叉口旁，拆掉了老舊房子，開始蓋起新建築。施工快完成時，後頭的公園，不時有路人引領張望。表情中，有期待，有好奇。

2009年5月，8層樓高的太平洋SOGO百貨天母店，正式開幕。玻璃大樓透著光，閃閃發亮，像一股光源，吸引了許多人們，或遠或近，前來一探究竟。太平洋SOGO百貨天母店，是New Life的新概念店，也是遠東集團掌握潮流脈動下的另一傑作。以「關懷分享、永續家園、優質生活、文化創新」四大精神為主軸，反映新的生活型態，也代表了SOGO對新生活的態度。概念店從建構到落實，一如從平地築起的天母館，以親子與居家為訴求，貼近在地生活，讓前來的人們，感到溫暖與親切。

太平洋SOGO百貨董事長黃晴雯說：「SOGO的每一家分店，不只是成功經驗的複製，每一個店都符合趨勢、時代意義與社區特性。」天母店以New Life為概念，打造的水幕、翠竹，綠生活，正好反映了台北市北區居民較重視休閒居家的特性。

天母店首創百貨唯一的廚藝教學「Kitchen Studio」，提供小班制的烹飪課程，讓全家人得以一起開心學做菜。每周五、六，騎單車來，還提供免費單車檢修的服務。小朋友的遊戲區，以小碎花與木紋牆面圈起的溫馨育嬰室，典雅的仕女修容室，每一個原來被視為附屬設施的空間，都被認真看待，妥善規劃，成為貼心服務的一部分。將美食街從地下樓層移到8樓，可直接遠眺陽明山的青蔥翠綠，和天母的開闊景致，讓客人用美食街的價格，買到頂級餐廳的視野。

為符合現代人居家動手做的潮流，更邀請日系淳久堂書店進駐，陳列超過10萬冊的日文書，其中以工具書居多，是全台最大的工具書店。陳列上，在商品擺設時融入了布置感，讓消費者得以實際想像商品擺放在家裡的感覺。在寸土寸金的販售空間裡，這種作法，少了陳列更多商品的機會，卻多了與客人交流分享的可能。

環保綠能，打造永續家園，也是New Life的重要精神。地下室設有雨水回收系統，供應館內澆花及清潔用。頂樓架設8組太陽能追日集光板，將太陽能轉換為電力，用在客用洗手間的照明上。一樓中庭2,000坪公園，打造廣闊的綠空間。在消費者看不見的8樓樓頂，鋪設數百坪的草坪，可以隔熱也可以美化。看不見，仍然要做，因為New Life已經深入品牌精神價值裡。

現在，太平洋SOGO百貨天母店是社區居民的大客廳、餐廳、書房和親子活動場。來到這裡，人們不再引領眺望，而是自在熟悉地走入，像是回家一樣。

◀New Life新概念店——太平洋SOGO百貨天母店

## 遠東飯店——城市裡的香格里拉 Shangri-La's Far Eastern Plaza Hotel, Taipei

**走**進大廳，立刻傳來悅耳音樂，隔絕了外界的紛擾喧嘩，安撫了焦躁匆忙的心。櫃台人員微笑歡迎，用超越國界的身體語言，拉近了千里外的身影。

1994年開幕的香格里拉台北遠東國際大飯店，屹立在臺北敦化南路精華地段，環擁東區商圈與信義都會區，是臺灣最具國際化視野的頂級飯店。秉持著「香格里拉待客情」的服務理念和「Go an extra mile！」的熱忱，讓遠東飯店得以提供超越標準的服務品質，聲譽卓著。

遠東飯店的服務，不只是一種標準，更是超越標準，在未開口前，就看出你的需要。遠東飯店總經理、副總經理、餐飲部協理、行政主廚、各國料理主廚，都是來自全球的專業人士，帶來深入全球的視野，融入臺灣特色，創造創意火花。

「全球化時代，科技更形進步，服務更難做，遠東飯店的房客，經常是往來世界各地的商務人士，見識高，其實更難取悅，」台北遠東飯店總經理溥睿名(Ulf Bremer)說，「要求比預期做更多，要求讓客人喜出望外。」

更難得的是，台北遠東飯店將臺灣帶進世界舞台。成立15年來，台北遠東飯店以卓越服務連年獲國際媒體大獎。在《Travel + Leisure》雜誌2009年，全球100大飯店名列第89，票選「全球廿大商務旅館」第2名，亞洲25大飯店排名第11，皆為臺灣唯一獲獎飯店，同時獲亞太商旅雜誌評選為「北市最佳商務飯店」。2006年SmartTravelAsia.Com網站評選為「亞洲25大商務飯店」暨「亞洲25大會議飯店」，也是全台唯一獲獎飯店。

無論媒體如何肯定，最重要的還是客人肯定。每一位新進人員，第一天的工作，就是完全以房客的身份，在飯店試住一晚，體會被服務的感受，這樣，才能深刻感受客人的需求與期待。

感同身受的人員訓練，讓台北遠東飯店展現體貼入微的服務品質。國際名導吳宇森來台宣傳電影，必定下榻遠東，原因是那次他喉嚨不適，為他服務的管家立刻拿有舒緩作用的藥片給他，這位服務人員，因此連續5年都收到導演寄來的聖誕卡。

遠東飯店，看待每一位客人，像家人一樣。連餐飲，遠東飯店都有一套自訂的食品衛生標準，從採購、食材保存到烹調，每個環節都層層把關，提供超越期待的服務品質。不定時消防與安全演習，讓服務人員，在危急時能冷靜應變，成為房客信賴的肩膀。服務到心坎裡去，讓台北遠東飯店，成了許多國際名流、巨星來台的下榻首選。包括前美國總統柯林頓、導演李安、電影明星麥特戴蒙、湯姆克魯斯及各國元首、高階官員等，讓遠東飯店，總是星光閃耀。「讓他們感到賓至如歸，讓他們像在家一樣，輕鬆自在，」溥睿名說。

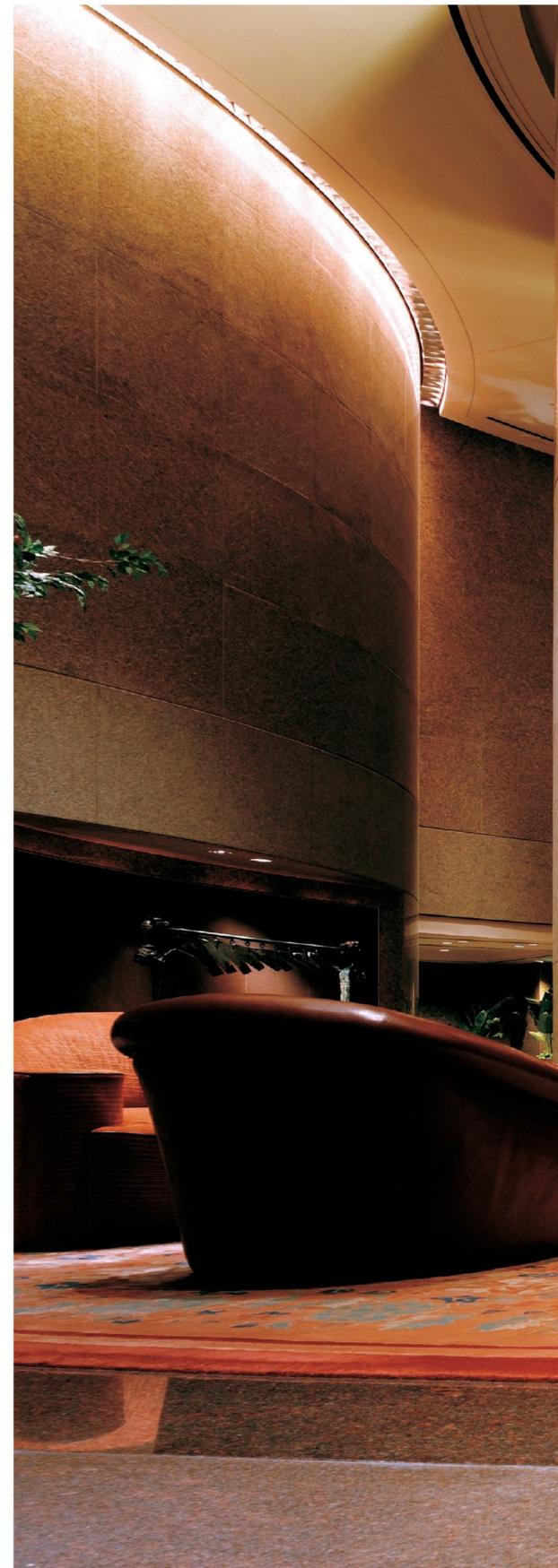
從第一線服務員，到後勤行政人員，他們的努力，讓小小的感動天天在飯店上演。「每一位客人抵達和離開飯店時，都帶著微笑，就是我們最好的故事，」溥睿名語帶感性。「Service is to be a Host！」遠東飯店，讓旅人像回家一樣。



▲榮獲第29屆 2009 Gold Key Award  
「最佳大廳設計獎」的台南遠東國際大飯店



▲►臺灣最具國際化視野的頂級飯店——  
台北遠東飯店





## 時尚，從THE MALL開始 Fashion Inspired by The Mall

**開**車行經敦化南北路，陽光從林蔭大道的樹蔭穿出，氣氛悠閒，某種關於美、精緻的氛圍，自然形成。敦北沿線，是金融重鎮，也是國際門戶。行經仁愛路圓環，精品名店明亮聚集。敦南沿線，高級住宅隱身巷道裡，恬靜優雅。這是全台第一家精品購物中心—遠企購物中心(THE MALL)，它的起始，彷若一首詩的開頭，夢幻而美麗。

這棟地下2層、地上5樓的超大型購物中心，改變臺灣購物空間的想像，創造美好生活意象。建築空間由香港知名P&T公司與建築大師李祖原負責，以陽光、綠樹、流水三自然元素交融互陳，將大自然與外界開闊的能量引至室內，中央手扶梯帶動整體立體建築，公共空間設計細緻高雅，特別挑高，走道寬，門面大，呈現垂直環狀的主動線之美，產生足夠距離，細細觀察商品陳列。

對1994年的臺灣而言，剛成立的THE MALL像女神維納斯一般，集精品時尚的光環於一身，吸引無數人前來仰望、崇拜。

最美的購物環境，讓THE MALL聲名遠播，同時帶動市場變化，包括商品陳列，空間設計，以消費者為主的空間感，都成為跟隨者仿效的對象。塑造THE MALL經典地位的，還有進駐的國際頂尖名品。

「當國民所得愈高，消費者逛街不再只是買東西，遠企購物中心有它的獨特個性和客層。」首任遠企購物中心總經理劉麗珠解釋，在亞洲大部分先進地區，傳統的百貨公司逐漸被購物中心取代，當時，臺灣經濟剛從滿足基本需求，跨入追求精緻品質的階段，對「時尚」二字還感到陌生，許多歐美日精品首次進駐臺灣，就選在遠企購物中心，而旗艦店的概念，也由此時開始。

YOHJI YAMAMOTO、ISSEY MIYAKE、MAX MARA、POLO SPORT、AVEDA，連當時香港時尚集團最大的複合品牌店JOYCE，也有占地近1,000坪的店面空間。安靜，悠閒，寬敞的購物環境，頂級的國際品牌，讓遠企購物中心成了國際知名人士和巨星來台

時，休閒購物的時尚地標。曾有一場YOHJI YAMAMOTO（山本耀司）、ISSEY MIYAKE（三宅一生）二大品牌的時尚大秀，還邀請到十大名男人如洪偉明、蔡康永、吳若權等人共同走秀。

「購物，就是生活的體驗，享受高品質的商品，」遠企購物中心羅中秀店長說。遠企購物中心，正好為臺灣接起一條從購物到生活的橋樑，不僅帶入國際精品，也將國外生活方式帶入臺灣。

每年聖誕節，點亮聖誕樹儀式是THE MALL一年一度的大事；週末假日還有馬車繞行林蔭大道，享受異國情調；遠企購物中心廣場前的跨年倒數活動，則是臺灣的首創。

不只創造歡樂熱鬧空間，THE MALL創造的是更遼闊的美學心靈空間。透過空間、各種品牌的設計，從生活中引導消費者慢慢去體驗更有品質、更有風格的生活方式，去選擇自己覺得最喜愛、舒服的生活可能性。

THE MALL帶動時尚，更詮釋美好生活。

►全台第一家精品購物中心—遠企購物中心(THE MALL)





## 消費有風格，生活更SUPER Delights at city'super

「首度登場的『大吟釀入門』裡，我們淺談了清酒原料，也學會了辨別酒標裡隱藏的資訊，這次就來試飲，比較看看四種不同清酒的百變風情吧！」、「如果你是歐式料理的頭號粉絲，那麼就不能錯過Deli & Cheese！」、「七月份的Super Wednesday，特別請到香港Culture Club的行政主廚，運用當令食材，示範多道來自香港的道地美味！」

這是city'super每日、每月，驚喜不斷的生活提案，激發更多人創造生活想像，實現對品味與質感的渴望。

city'super的特色，來自遠東集團不斷創造臺灣生活風格的理念。1972年，臺灣第一家結合超市與百貨的遠東百貨在寶慶路開幕，首創生鮮處理中心，將魚肉與蔬果分裝與保鮮，並販售熟食，獲得消費者的肯定。

1990年，遠東集團創辦愛買量販店景美店，改變過去彷若在大型工廠購物的氣氛與模式，強調小包裝，方便消費者購買與攜帶，也滿足小家庭的生活型態。一開幕，就受到民眾的熱烈歡迎，因為愛買提供臺灣在地最新鮮的蔬果，提倡在地生活，讓購物能夠滿足環保、新鮮的零負擔需求。

2004年，遠東集團看準頂級市場的消費力，以舒適的購物環境，多樣獨特的商品種類，推出頂級超市品牌city'super，打造新生活體驗空間，親切的顧客服務，豐富又頂級的食材，滿足消費者對購物的全面渴望。

這也是臺灣第一家充滿時尚風格的頂級超市。賣場空間挑高4米以上，強調歡樂的環境與氣氛，多層次堆疊陳列，創造豐富的視覺感受。食材進口比例高，商品類別完整，選擇多元又多樣。擁有全台最大最多的起士專櫃，陳列超過700種起士，香濃味，無處躲藏。擁有獨立酒窖，加上99%與日本同步的獨家頂級酒品，怎麼喝，都有品味。隨著city'super的出現，消費者更懂得如何輕鬆開懷地享受生活，分享樂趣。

不只購物，還有生活體驗。city'super從香港引進Culture Club賞味廚藝班，由飯店名廚領軍，教大家烹飪的藝術，以最頂級的食材，醬料，料理出最“澎湃”的美味。另一方面，開設紅酒、清酒及起司等專門課程，分享商品知識與文化，讓品味生活，躍然紙上。「消費者，除了懂得買好食材，也要懂得如何料理好食材，」city'super營運長劉朝雄說。city'super的商品跟服務，都是在創造具有文化內涵的消費體驗。「臺灣已正式邁入體驗式購物環境，現在，消費者到賣場，不單純只是購物而已，還包括感受商家對於各類生活風格的提案、商品知識的了解到提升吃的品級與感受文化內涵，」劉朝雄說。

從愛買的精巧購物，到city'super的品味生活，遠東集團總是早消費者一步，誘發消費者對生活的想像，然後與消費者一起分享精采有趣的生活。



◀city'super舒適的購物環境



1 litre

