

## 電信服務創新——簡單實用，貼近客戶 Innovation in Telecom Services

在《賈伯斯在想什麼》(Inside Steve's Brain)一書裡，蘋果電腦創辦人史蒂夫·賈伯斯提及的兩個創新關鍵字是「借用與連結」。有趣的是，在遠傳一次又一次的創新服務裡，也看到同樣的精神。

1998年遠傳開台，便推出預付卡服務，震撼了電信市場，也改變消費者申請手機門號的習慣。從此，遠傳跨出持續創新的步伐，成為第一家推出3G（影像）手機、第一家推出行動上網、行動電子商務的電信服務業者，連如今看來再自然不過的來電答鈴，也是由遠傳率先推出。2006年更以手機保險服務榮獲Asian Mobile News Awards 最具創意的電信服務獎。

遠傳創新的關鍵，並不在於技術研發，而是從已知的技術或服務出發，透過創新的應用概念，連結不同廠商，共同將其商品化，將原本看似普通的服務，或者艱深難懂的技術，以一種簡單實用的全新面貌，提供給消費者。

以手機保險服務為例，遠傳借用保險理賠的概念，並找來專業的保險代理人公司共同合作，甚至提供相同或功能相近的全新手機給用戶應急。遠傳將簡單的理賠概念作了前所未有的應用，貼心的服務深受客戶歡迎。

然而善用「借用與連結」的前提是，得先知道別人研發什麼技術，市場上出現哪些未被滿足的需求。長久以來，遠傳努力維持開放的企業文化，不停地往外看，關注市場動態，關注新事物與新技術。同時組織內部也接納各種新點子的發想，並且勇於嘗試執行。

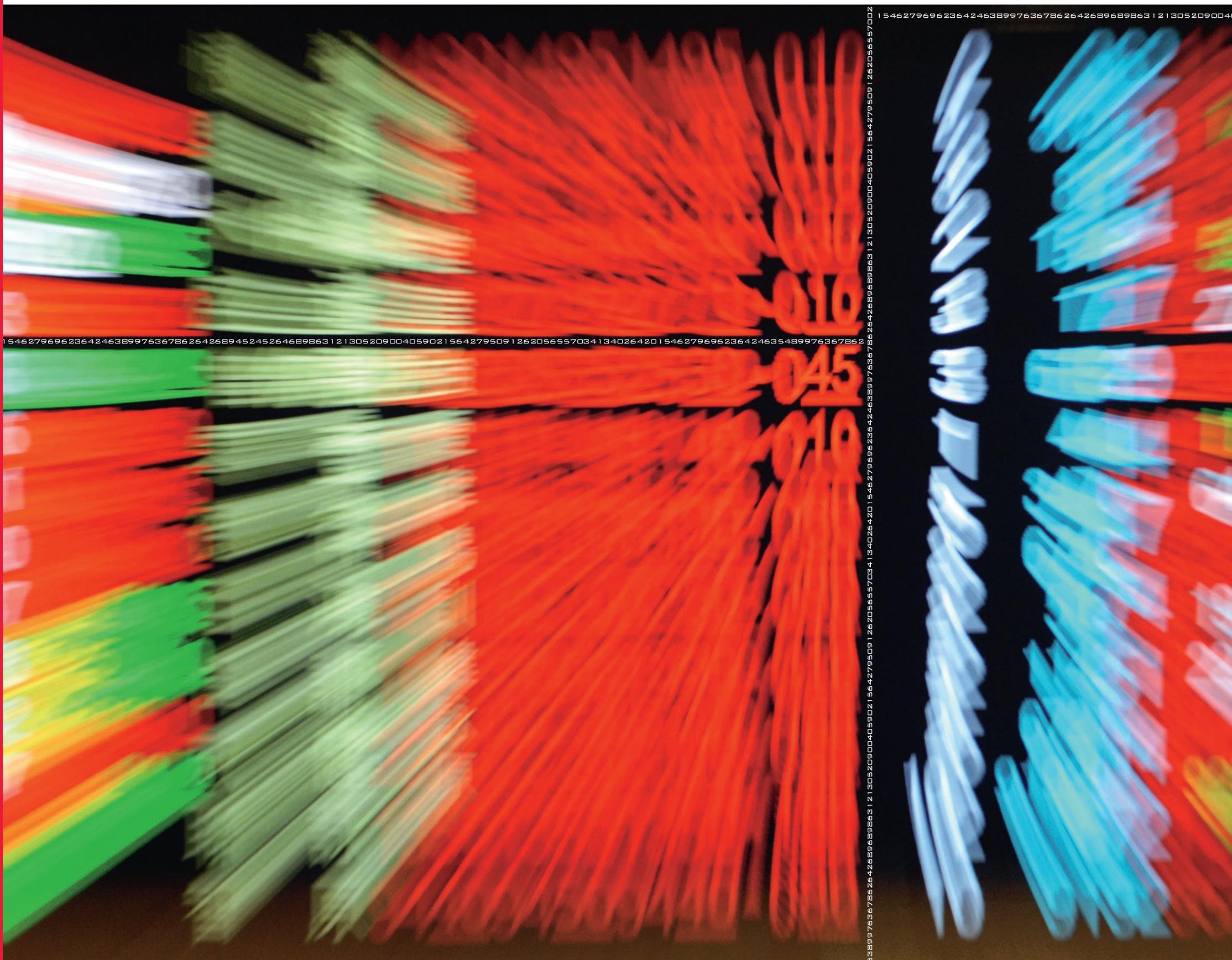
「我們做的決定和選擇不可能永遠都是正確的，也不是每次創新都能成功，」遠傳電信副董事長楊麟昇認為，即使最後失敗了，只要能從失敗中學習，遠傳都非常樂於給與機會。

遠傳從創立開始，就以創新為企業精神與特色，自許要成為市場的領導者。如今遠傳創新的形象早已深植人心，成為無可取代的創新品牌。



► 遠傳的創新服務貼近客戶需求







## 財務創新，穩健輕快的金融協奏曲 Innovation in Financial Management



1990年，遠東紡織發行可轉換公司債(CB)，這是當時新興的金融商品，也是國內第一家發行可轉換公司債的企業。發行日當天，申購民眾大排長龍，人潮將寶慶路遠東紡織總部圍了兩大圈，不僅蔚為奇觀，也讓遠紡財務處的同仁又驚又喜。接下來遠東集團還有更多讓人驚喜的財務創新。例如1991年遠紡首次發行5,000萬美元的海外可轉換公

司債(ECB)，這是當時國內企業發行同型債券中，期限最久、長達十五年的金融產品，一上市立即被海外投資機構認購一空；1992年領先臺灣民營企業，發行亞泥海外存託憑證(GDR)；1994年發行國內第一支多空債券，開創國內浮動利率債券的先河；1996年發行國內可交換公司債(EB)，首創可連結遠百與裕民航運普通股股票兩種標的之可交換公司債，也寫下國內企業募資的新里程碑；1998年遠紡發行的公司債，也首創結合固定與浮動利率的二合一混合利率公司債。

二十年來，遠東集團進行無數次的財務創新，不只成功募得低成本的資金，更帶動國內金融市場的創新，開拓企業籌資管道，將臺灣企業推向世界舞台，吸引國際資金的挹注。法國詩人梵樂希(Paul Valery)曾說：「商人，是舞蹈家與計算師的混血。」遠東集團的財務創新，就是結合縝密的理性計算與開放的創新觀念，編奏出一首首結構嚴謹、節奏輕快的協奏曲。以財務操作靈活聞名的遠東集團，財務理念在於追求低廉資金成本。遠東集團財務長李冠軍指出，在大環境影響下，集團前30年的資金來源有限，只能跟銀行借貸，後30年的金融市場走向國際化與自由化，讓遠東集團能夠充分發揮企業優勢，找到更多的募資管道。遠東的企業優勢，在於集團穩健經營累積的信譽。遠東長期累積正派經營的企業形象，加上集團事業以民生工業為主，擁有製造業、服務業等多種組合，不同於高科技業會發生大起大落的狀況，已成為金融業信賴的合作夥伴。

遠東財務創新的動力，更在於積極進取。扮演集團母公司角色的遠東紡織，財務處規模相對龐大，往來及交易對象的國內外金融機構包括銀行、票券、證券承銷、投資銀行，以及各種專業投資機構，二十年前就購置Bloomberg財經資訊系統，很早就與國外金融資訊同步。由於財務處同仁樂於接受新觀念、吸收新金融知識，因而外資投資機構願意協同財務處同仁一起研議創新方案，例如新的金融觀念與商品。遠紡財務處也針對新商品的發展性，想辦法突破法律與稅務的限制，共同推動財務創新。例如遠紡在1990年第一次發行可轉換公司債，就與當時的證管會溝通了一年，讓主管機關了解金融新商品內容與觀念。財務創新讓遠東集團創造更多的金融優勢，也帶動國內金融的進步。

財務創新並非無止境的追求低成本，而是更重視風險控管。二十年來遠東的各種金融資產創新，就是讓遠東所擁有豐富多元的資產發揮更大的投資效益，獲得較低廉的資金成本，更能降低風險，讓創新之路更穩健。「財務創新要能提供企業成長的穩定基礎，才能相輔相成，」遠紡財務處副總經理王健誠強調。

面對2008年全球金融風暴的衝擊，一向穩健經營、透過多角化經營事業分散風險的遠東集團，成為銀行更依賴的長期夥伴，願用更低廉資金及條件與遠東合作。「對遠東來說，處於氣定神閒的狀態，」遠東集團財務長李冠軍形容，遠東始終維持穩健的步伐，不受金融風暴的影響。

財務創新，讓遠東的經營走得更穩更遠，在金融國際化的趨勢下，遠東揮灑的舞台更寬廣，下一首創新之曲，且拭目以待。

左圖：遠東集團的財務創新譜出穩健輕快的金融協奏曲

右圖：遠東新世紀（原遠紡）第一次發行歐洲公司債記者招待會

## 小小快樂購，大大創意GO HAPPY GO Card

有位小姐走進金石堂書店買書，結帳時，店員問她要不要使用HAPPY CO卡兌點，她說好，拿出HAPPY CO卡來。店員刷卡後，對她說：「小姐，兌換好了，今天妳買的這本書，免費。」

「免費？」那小姐愣了一下，充滿驚喜地抱著書走出書店。

這一秒，就是遠東集團透過跨平台整合創新的 HAPPY GO卡，用最簡單的方式，創造出給消費者的實質回饋。創新想法來自集團內部的整合需求。遠東集團董事長徐旭東說：

「我們每天開門做生意，這麼多的客人使用遠傳門號打電話，到遠東商銀開戶，或者到百貨公司購物。如何讓他們覺得我們提供的回饋都是一致的，這一點，最重要。」

從集團的制高點來看，透過集團的整合綜效，才能讓消費者的每一筆消費，都能在同一平台累積。2004年集團成立「遠東集團策略整合中心」，提出「One Customer View」概念，歷經複雜的協調與執行，說服各企業放棄原已使用多年的會員卡，全面調整設備資源。2005年，正式整合集團企業體的客戶資源，推出快樂購「HAPPY GO」聯合集點卡。這是全台唯一跨產業的集點平台，快樂購卡推展一年後，發揮內外極大效應，除了快速累積100萬個會員，2009年9月更突破600萬張，同時也與外部知名品牌串連合作，引進超過800個知名品牌，6,000個店點加入平台。

從全家超商的50元1點，威秀影城、金石堂書店的100元1點開始，每年經手1,500億的銷售金額，平均每個月回饋上億點數。紅利兌點，使用率平均在80%。

快樂購卡的成功，就在於簡單。簡單的你消費，我回饋，透過大樹法則的累積，就能創造消費者的集體力量。「創新，根基於消費者的需求與方便性，一定要簡單，」鼎鼎聯合行銷營運長梁錦琳說。消費者不只在遠東集團相關企業買東西能累積點數，去台塑加油，到百事特買小朋友的衣服，都有點數回饋。不需要單獨為某個品牌、企業而刻意辦卡、刻意消費，就從消費者食衣住行的基本需求開始累積。

這個創新也打破傳統信用卡需要翻閱兌換手冊，只能兌換特定商品的作法。卡友可以在任何合作商家，兌換任何商品。而且過去臺灣70%消費市場以現金付費，這些消費並沒有任何累積和回饋，但只要持有快樂購卡，不管是現金、折扣、信用卡，只要消費，就能積點。快樂購卡不是一家獨大的概念，不只是把消費者集中，因為消費者數量的優勢，也將服務好的店家整合在一起。「有不斷正面的影響，形成網絡，形成正向循環，」梁錦琳強調。

2006年開始，遠東更將回饋對象延伸至公益團體，推出愛心捐點活動，鼓勵卡友將點數捐贈給「兒福聯盟」；2007年與「伊甸基金會」、「臺灣世界展望會」合作，深耕助學教育，讓點數的回饋，更具意義。

一張小小的卡片，用「簡單」兩字做為支點，串連包含集團八大產業以及全家超商，威秀影城、台塑石油、金石堂書店等合作廠家，支撐起全台的消費市場，回饋社福團體、協助教育推展，影響到數百萬人的消費習慣，也影響店家的服務品質。



上圖：2008年10月HAPPY GO卡突破五百萬張

右圖：遠東集團透過跨平台整合創新的HAPPY GO卡

# HAPPY GO





## 遠通ETC——便捷交通，優質生活 Electronic Toll Collection Service

21世紀講求效率，速度就是優勢。遠通電收創新思維，研發暢行無阻的智慧型高速公路電子收費系統ETC(Electronic Toll Collection)，用e化科技取代人工收費機制，引領臺灣公路建設升級，邁入電子收費新紀元。

響應政府發展智慧交通政策，遠通電收於2004年由遠傳電信、東元電機、精誠資訊和神通電腦集資成立，是遠東集團跨入BOT公共服務的開路先鋒。2006年2月推行ETC上路，2007年8月與國道高速公路局正式簽約，接下長達18年的營運重任。

看似小小的盒子，卻整合IC智慧卡與OBU車上機，只要將e通卡置入e通機中即可暢行到底，大幅提高行車效率。「ETC是交通史上重要的創新服務！」遠通電收總經理李浩正指出，人工收費耗時耗力，車輛通過收費站須停車繳費再起步，也易造成交通阻塞。「ETC不須停車繳交現金或回數券，瞬間完成扣款。」李浩正笑著說，從北到南可節省45分鐘車程，「經過收費站不會塞車的感覺，很棒！」至2009年擁有近90萬用戶，總通行次數超過4億輛車次的ETC，也創下節能減碳的環保效益。因為快速通行免停留，大幅降低汽車二氧化碳排放量，省下1,700萬公升燃油、4萬公噸二氧化碳，節省的回數票可疊成90棟101大樓，節能成績還不斷累積中。「每通過一次ETC車道，便創造出5元的社會價值，」李浩正說。

能夠迅速分析交通數據是ETC另一項特色。

結合ITS智慧型交通運輸系統最新感測技術，可立即進行車型偵測、車牌辨識，隨時提供高公局最詳盡與最即時的路況資料。李浩正補充，以前是每20年做一次車輛通行調查，現在只需5分鐘就可產生數據報表，效率大幅提升。

自推行ETC以來，遠通電收不斷精進服務品質，為強化民眾信心，即使颱風下雨，也一天24小時、一年365天機動待命，隨時進行系統維護；更秉持誠信原則，正確收取過路費。「我們與用戶的關係建立在信任之上，多收必退費，少則補，」顧及每個環節的做法，讓李浩正自信地說，ETC從沒失誤過，還跟許多客戶變成好朋友。

ETC也是一個充滿創造力的平台。企圖心旺盛的遠通電收，積極擴展通路，與中華汽車、和泰汽車、裕隆、BMW、7-ELEVEN、燦坤、遠傳及全虹等企業成為策略聯盟夥伴，提供e通機申購、過戶、異動及預儲卡申購加值等服務，致力讓每位車主隨時享受行車便利。

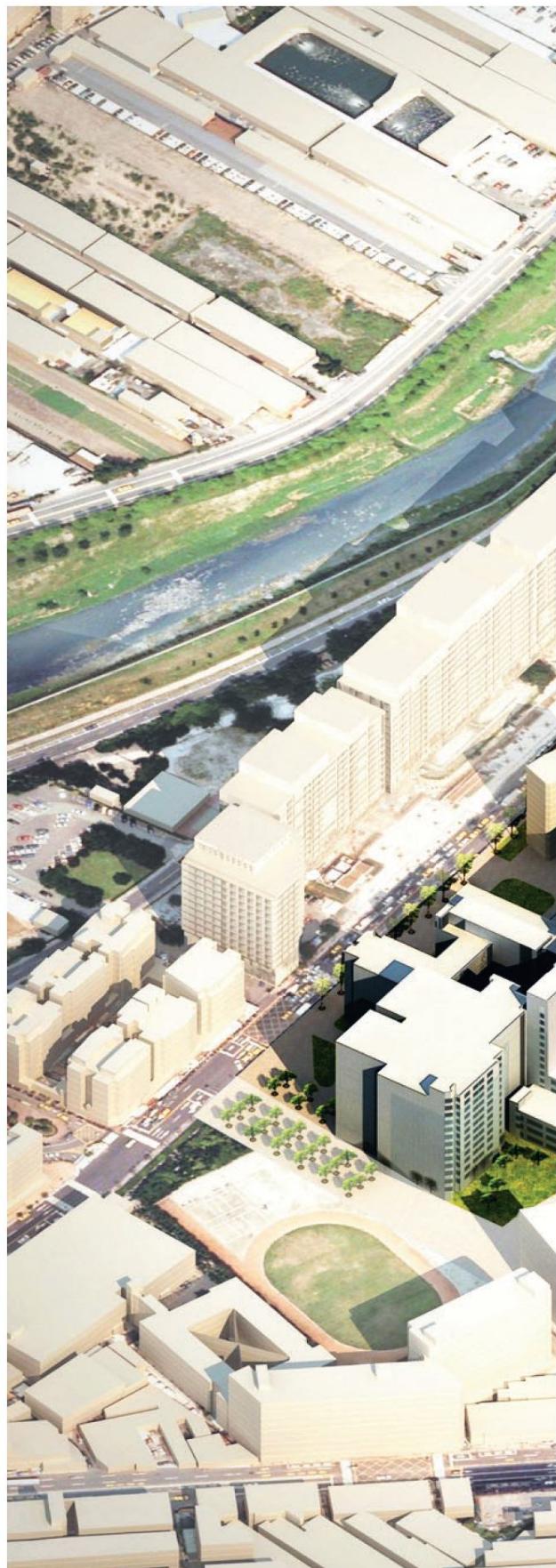
「ETC擁有無限的延展力，」李浩正說，未來將結合製造、光電、資訊、電信，甚至金融業，開創行車導航、旅行資訊、道路資訊、行動商務、多媒體娛樂服務等全方位行車服務，邁向遠通企業標語所說的「Enable Travel Convenience」，提升旅遊行車效率的新ETC時代。

年輕的遠通電收，正帶領民眾大步通往優質交通之路。



左圖：暢行無阻的智慧型高速公路電子收費系統ETC

右圖：遠通電收的e通機



## 台北遠東通訊數位園區，無限延伸未來空間 Taipei Far Eastern Telecom Park

60年前的10月20日，遠東紡織在板橋成立。兩個月之後，洋房牌內衣在台問世。

當時板橋每坪土地才新臺幣9塊錢，板橋跟臺北之間只有一座光復吊橋相連，通往遠紡工廠的石子路，車輛經過常壓出兩道平坦痕跡，員工都是騎著腳踏車，順著車痕一路騎去，避免石子路的顛簸。就這樣，遠東從一路顛簸、千迴百折，到一路成長、攀升高峯，成為臺灣最具影響力的企業集團之一。這塊打造遠東的夢想基地，如今又成為另一個夢想基地，準備承載新的夢想起飛，飛向一個寬廣的60年。

2005年，遠東集團和經濟部簽約，在遠東板橋紡織廠投資上百億，開發24公頃的台北遠東通訊數位園區，成為遠東集團的電信事業新基地。由於遠東的電信事業群有遠傳與速博，擁有電信基礎網路，可以提供開放式測試平台，發展寬頻服務、研發電信軟體與數位內容，創造具未來性的通訊設備，讓這個園區能匯聚數位內容、寬頻網路電信業、手機製造商等上中下游電信業者進駐，形成北部電信產業聚落。

這個計畫不只創造數百億的產值，以及大量的就業機會，更創造一個無限延伸的空間。台北遠東通訊數位園區成為遠東集團飛進未來的最大創新。這塊土地記錄了遠東人的汗水與淚水，也寫下遠東人的夢想。60年前，創辦人徐有庠可能沒想到，當初耕耘的土地，會在60年後，成為連結全世界的無限空間。

從一根紗線開始，從有線到無限，遠東的夢想，未來的創新，台北遠東通訊數位園區，正蓄勢待發。

上圖、右圖：台北遠東通訊數位園區模擬圖

