

遠東國際商業銀行——優勢小而美，深耕大中華 Far Eastern International Bank

Small but Efficient, Explore Greater China

| 遠東商銀 董事長 侯金英

在激烈的銀行競爭中，遠東商銀透過組織與商品創新，始終維持小而美的優質格局。在兩岸的金融變革下，遠銀有機會發揮遠東集團的綜效實力，開創先機。

17年前，政府開放設立新銀行，群雄崛起；17年來，一直風雨不斷。在過度競爭、亞洲金融風暴、雙卡風暴、次貸風暴、金融海嘯等連串事件衝擊下，銀行重新洗牌，不是遭購併，就是改組加入金控，當時成立的16家新銀行中，僅遠東商銀屹立不搖，維持創立時的本質原貌。

遠東商銀能夠持續保持優質中型銀行的背後，在於有著兼具本土銀行與國際銀行歷練的雙文化領導團隊，所有事業群主管及總行負責風險控管、資訊與作業等高階主管，無一例外皆受過國際級大型金融機構洗禮；總經理洪信德曾被花旗銀行派駐海外，執行副總經理周添財在美國大陸銀行、荷蘭銀行等不同外商工作過22年，期間曾派駐亞洲區域管理中心。董事長侯金英更是國內知名金融學者，過去長期擔任政治大學銀行系教授與主任，是前任臺灣金融研訓院董事長，在金融圈素孚聲望，深具影響力，能提昇遠東商銀的前瞻視野。

除了優異的領導團隊外，遠銀也特別重視員工能力的培養，2008年榮獲行政院勞委會職訓局評等為「金級」企業單位，是連續五年獲得職訓局補助肯定的唯一一家金融機構。

「我們希望引進國際級企業高績效、專業化的制度，但又兼具中國式人性化的管理風格，」洪信德說，「要求資訊無時差，與國際同步同軌。」

商品與組織創新

面對嚴峻的銀行競爭，遠東商銀很早就開始進行商品創新，推出利基業務。1997年領先同業，推出外匯保證金交易、可轉換公司債資產交換(CB ASSET SWAP)以及後來的分期付款業務，市占率都是第一。其中外匯保證金交易業務配合全球外匯市場運作，開放全年無休24小時服務，更是業界少見。「創新很重要，模仿就是往競爭裡鑽，利潤只會走低，」侯金英說。

因為預見服務專業化與商品多元化的趨勢，遠東商銀在1999年進行組織再造，逐步發展成法人金融、金融市場、消金及信用卡與個人金融（財富管理）等四大事業群專業分工，落實利潤中心制度，致力在每一個市場找出利基點。為了確保風險控管，又將風險



| 遠東商銀 總經理 洪信德

管理部門位階提升，獨立而超然運作，2008年則成立作業與資訊服務中心，藉由這個平台提昇資訊服務品質與作業效率。

持續的商品創新與組織再造，讓遠東商銀穩健走過風暴接踵衝擊的動盪年代。以成熟化的信用卡市場為例，遠東商銀採取深耕分眾市場的策略，2006年推出內建HAPPY CO卡的New Century卡與加油優惠的遠東台塑聯名卡，這個優勢使得遠東商銀在雙卡危機發生時，發卡量逆勢成長11.6%。而2009年買下AIG友邦國際信用卡業務，可望讓信用卡業務擠進銀行領先群。

開拓大中華市場

面對兩岸關係發展的變革契機，侯金英強調，第一要持續創新利基業務商品，提昇營運效率；第二要強化風險管理跟資產負債管理，降低風險，在穩健中追求獲利；第三是調整營收結構，均衡穩健的收益來源；最後則是持續降低成本，提昇組織效能。「唯有把握機會(chance)、勇於接受挑戰(challenge)、並且不斷改變(change)，才能在全球化競爭中永續生存與發展，」她說。

為積極掌握大中華市場崛起的躍升機會，洪信德表示，遠東商銀一直密切觀察大陸市場並針對可能的策略聯盟夥伴進行評估，在兩岸簽訂金融監理備忘錄(MOU)及完成相關市場准入機制協商後，有機會與大陸的銀行以各種可能的模式合作。由於遠東集團在大陸已經有完善的百貨、紡織與水泥等產業布局，也可望藉由集團橫跨兩岸的龐大客戶基礎切入，串連集團綜效，在具雙文化特質的經營團隊運籌之下，發揮具成功推動多項利基業務之中型銀行的靈活優勢，快速布建大中華區業務平台。

「能掌握這波關鍵的銀行，有可能大幅提昇版圖與業務，」侯金英強調，「失去先機的銀行則可能消失，或是被購併。」

大環境的機會、挑戰與改變，一直鼓舞遠東商銀大步向前。



遠傳電信——只有未來，沒有距離
Far EasTone
Telecommunications Co., Ltd.
Far EasTone-no distance to future

| 遠傳電信 副董事長 楊麟昇



對於未來，遠傳電信副董事長楊麟昇說的坦白，沒有人能預測變化快速的電信產業，遠傳只能秉持一個重要信念，用開放的心胸去擁抱未來的改變，並且堅持遠傳的價值：品質、可靠與創新，引領臺灣電信產業往前邁進，為所有臺灣人民創造一個更美好的社會。

2009年4月，遠傳電信宣布與中國移動有限公司達成策略聯盟及股份認購協定。雙方將在聯合採購、漫遊、資料及加值服務、網路與技術交流等多方面展開合作。這個合作關係為臺灣電信產業開啟了一個新局面，也是遠傳結盟策略的最佳展現。

開放創新的夥伴關係

從1998年遠傳創立之初，與美國電信巨人AT&T合作開始，遠傳持續不變的經營策略之一，便是締結堅實的夥伴關係。

比如2000年與臺灣易利信、華智通信及20大證券商合作，推出「遠傳行動證券WAP手機下單服務」，聯合21家業者推出行動電子優惠券，跨出行動電子商務的第一步；2002年與IBM聯手推出全世界第一個CSM/CPRS開放式服務平台，推廣企業M化，與亞東紀念醫院、亞東技術學院成功研發國內第一套GPRS行動緊急醫療救援系統；2006年更與6家亞洲主要領導行動通訊業者組成「亞太地區行動通訊聯盟」，致力推展更優質的國際漫遊與企業客戶服務。結盟策略為遠傳帶來企業經營的優勢，也是遠傳得以持續推出創新電信服務的關鍵。「當有些企業仍以傳統模式經營，認為企業本身可以包辦所有事情時，遠傳已意識到結盟的重要性，」楊麟昇一針見血地指出遠傳和其他企業的最大差異。

遠傳所專注的不在於產品技術的開發，而是專注在創新概念的形成，以及整合多方資源的能力。「我們清楚了解，遠傳不是甚麼都懂，甚麼都能做到最好，」楊麟昇認為，與其勉強自己交出差強人意的成績單，不如專注在自己擅長的領域，並與其他產業的領導者組成團隊，一起合作發展，創造雙贏的局面，才是未來的趨勢。

只有創新，才能超越競爭。以夥伴關係輔助創新的風險，在於競爭者能以極快速度複製同樣的合作模式。談到這層風險，楊麟昇卻毫不在意。他清楚知道，遠傳的目標是領導市場推出創新服務，不在阻止競爭者跟隨。事實上，競爭者的採用更能共同擴大新服務的市場，讓消費者更快接受，新產品能迅速普及，如此也才能達到獲利的經濟規模。

2009年7月，遠傳宣布將與誠品書店及三立電視一同探索臺灣「數位文化整合」的營運平台機制。結盟是遠傳未來的主要發展策略之一，也將會看到愈來愈多結盟發展的創新服務與產品。

國際化的創造力

國際化的合作讓遠傳的創新更宏觀多元。身為國內第一家上市公司任用外籍總經理的企業，遠傳甚至擁有非常國際化的董事會，成員包含了新加坡電信和日本NTT DoCoMo代表，以及易利信前執行長賀斯壯(Kurt Roland Hellstrom)和香港中文大學校長劉遵義(Lawrence Juen-Yee LAU)兩位獨立董事。這些國外董事為遠傳注入國際視野，以更宏觀的姿態來面對臺灣電信市場。

遠傳的國際化色彩，在國內電信產業看似特立獨行，卻來自遠東集團一脈相承的文化。「遠東從不自外於世界的發展，」楊麟昇解釋，遠東集團領導人徐旭東以身作則，向來對外界事物很感興趣，集團內許多新事業新公司，也都是從合資企業開始。隨時掌握世界動態，早已內化成每個遠東人的認知。

遠傳目前為亞洲國際行動通訊聯盟的成員之一，與包含日本NTT DoCoMo、新加坡StarHub、韓國KT Freetel、香港暨澳門Hutchison Telecom、菲律賓SMART、印尼PT

Indosat Tbk、印度Bharat Sanchar Nigam Ltd 及Mahanagar Telephone Nigam Ltd、泰國TrueMove等主要領導行動通訊業者，致力推展更優質國際漫遊與企業客戶服務。除了提升服務品質，楊麟昇更相信，遠傳能因此了解不同國家不同市場的運作狀況，針對遭遇的困難以及創新服務的發展，彼此分享經驗。

用開放之心擁抱未來

身為遠東集團旗下的一員，讓遠傳有跨產業的敏感度，可以充分了解社會其他領域的發展與現況，看見其他產業遇到的問題與趨勢，及早應變。

「徐董事長給了我們一個很有安全感的未來，」這一刻，楊麟昇為遠傳感到幸運，但談起未來，他還是不免憂心。在全球電信產業服務超過30年，他從來未能預測產業的發展與走向。「別說要看下個10年，我們通常最多只做3年後的規畫，」楊麟昇認為電信產業裡的技術變化實在太快，不可能預見明確的未來。

此外，臺灣電信市場有限，已日趨飽和，激烈競爭的結果是各家廠商下殺費率，幾乎已無利潤可言。「長期來看，低價並非好事，」楊麟昇解釋，企業為了持續獲利，會逐步降低創新研發的經費以節省成本。長期下來市場上缺乏創新服務與產品，臺灣電信產業將面臨停滯甚至倒退的情形。

遠傳能做的，是持續秉持一個重要信念，用開放的心胸去擁抱未來的改變，抓住新機會。當同業紛紛陷入低價策略的泥淖，遠傳希望提供給消費者的價值，是品質與可靠，而非絕對低價。遠傳也絕不會放棄持續創新服務的企圖心，因為那是引領臺灣電信產業往前邁進，為所有臺灣人民創造一個更美好社會的動力。

太平洋SOGO百貨——航向New Life新藍海

Pacific SOGO Corporation

Sailing toward New Life Blue Ocean

| 太平洋SOGO 董事長 黃晴雯



加入遠東集團7年、成立22年的太平洋SOGO百貨，不但讓遠東集團的百貨零售版圖更為壯大完整，成為兩岸百貨第一品牌，更提出NEW LIFE的創新力，創造百貨藍海。

太平洋SOGO百貨為集團60週年慶，獻上兩份賀禮。

第一份賀禮是2009年太平洋SOGO百貨兩岸合併營收，預計超越新台幣600億，這也是SOGO送給自己的成年禮。

22年來，太平洋SOGO百貨不斷創造標竿，在兩岸寫下許多第一的里程碑，見證臺灣與中國大陸的經濟繁榮。在臺灣，SOGO是第一個引進外國服務觀念的百貨、開創百貨週年慶行銷活動的推手；SOGO也是第一個和捷運聯通的百貨，甚至是第一家前進大陸、開疆闢土的臺灣百貨公司。

不只在臺灣穩居百貨業龍頭，SOGO在大陸也創造兩岸的第一品牌。於1993年進入中國市場的太平洋百貨，是第一家到大陸發展的臺灣百貨品牌，扎根最深，成為上海與成都這兩大都會的時尚商圈領頭羊。尤其是2005年中國開放獨資經營百貨業以來，太平洋SOGO在對岸的布局更展現豐碩的成果。

目前遠東集團旗下的零售體系在北京、上海、成都、重慶、天津、大連等地共有9家中國太平洋百貨、2家遠東百貨，總共11家店。在《2009年大陸台商1000大》的「服務業50強」排行榜中，太平洋百貨體系就有8家上榜，顯示SOGO深耕大陸市場的影響力。

展望未來，SOGO在兩岸展店的腳步不會停止。除了加強投資力度、積極開發西南地區、鎖定爆發力十足的二線城市外，未來更計畫一年開一家新店。「我們都是走在趨勢之前，開發時間跟規模都要領先同業，」太平洋SOGO百貨董事長黃晴雯指出。

至於重要趨勢則是如何結合兩岸品牌，提供更優質的服務。目前已經規劃兩岸百貨的退換貨機制與商品交流，以及積點與宅配服務，讓兩岸交流頻繁的消費者共享旅遊便利。

不標榜折扣價格戰，而是與廠商、消費者共創價值的太平洋SOGO，品牌力就在於22年來累積的服務力與商品力。

然而，要在競爭激烈的百貨紅海中找到屬於自己的藍海，邁向下一個22年、甚至是60年，需要更多創新服務與企業社會責任，才能創造永續經營的文化價值。「22年來太平洋SOGO百貨以商品力與服務力為主，未來要透過創新力與企業社會責任，提供消費者更好的商品、地點、品質、理念與價值的平台，」黃晴雯說。

| 太平洋SOGO 副董事長 井上哲



創造感性時代的NEW LIFE

在樂活時代，太平洋SOGO提出「NEW LIFE」的全新思維，這也是獻給集團60年的第二份賀禮。這是將消費跟企業社會責任結合的理念，創造永續經營的基石，包括：1.關懷分享：企業社會責任，2.永續家園：友善環保，3.優質生活：商品有時尚感、實用與健康，4.文化創新：每家百貨公司都讓人期待，每家店都深入社區，和時代潮流結合。

2009年新開幕的SOGO百貨天母店，就是一幢符合環保趨勢與企業社會責任的綠建築，例如屋頂的太陽能追日集光板供電設備，供應各樓層客用洗手間及挑空區的LED照明、雨水回收系統供應清潔與澆花用水、戶外2,500坪的大型公園，讓消費者享受自然綠意。另外2006年底開幕的復興館，擁有臺灣第一個百貨公司內的大型庭園，在講求「坪效」的百貨業，SOGO不惜挪出逾千坪營業面積，讓消費者能享受挑高3層樓、佔地300坪的空中花園。

NEW LIFE不只是打造有形空間，更開啟無限的心靈空間，落實社區化，和消費者攜手串連與未來接軌。例如天母店初期規劃30個單車停車位，假日結合廠商免費幫車友維修單車；開放式廚房鼓勵親子一同學習料理，是製造家人共同回憶的夢工廠。此外，SOGO NEW LIFE的具體展現就是將百貨公司社區化，例如以環保為主題，舉辦兒童繪畫比賽，2008年共吸引臺灣2,000人、大陸3,000人參與，2009年則是在天母店舉辦環保花車嘉年華，鼓勵孩子將平凡的單車變得更有創意與環保價值。

創造生活態度的驚喜

SOGO更鼓勵消費者身體力行愛地球。例如每週三SOGO環保日，為響應節能，當天減少電梯使用量；為鼓勵消費者自備購物袋與環保筷，各家店不定期推出具環保概念的優惠活動與商品。另外是選擇公益滿額禮，當消費到達一定金額，消費者可以選擇將滿額禮轉換成現金捐給公益團體，與SOGO共同經營企業社會責任。

以全台第一家NEW LIFE概念大店自許的SOGO天母店，2009年通過台北市環保局認證，成為國內首家「百貨綠色商店」；天母店榮獲中華民國百貨零售企業協會「年度最佳創新零售企業楷模」，於2009年10月代表臺灣，在韓國首爾舉行的「亞太零售商協會聯盟商展大會」中接受表揚。「百貨不再只是販售商品的賣場，整個服務流程要有更多文化意義與價值，成為感性與體驗式行銷的場所，」黃晴雯強調，「SOGO不是要複製一個又一個成功的經營典範，而是一次又一次領先趨勢，創造生活態度的驚喜。」SOGO已架設好馳向未來的軌道，NEW LIFE列車，已經滿載夢想出發！

公益事業——飛進未來的成長引擎

Philanthropic Organizations

Growth Engine to Launch into Future

| 公益事業 執行長 王孝一



1. 元智大學，2. 亞東紀念醫院



21世紀是企業公民的世紀，也是企業省思如何將經營與公益結合的新時代。遠東集團默默耕耘關懷社會、救災、重建等長達45年，未來更將以人文、教育、醫療與科技，做為善盡企業公民責任的四大主軸。

當

21世紀企業都在省思企業社會責任的重要性時，遠東集團早已默默耕耘公益事業近45年。

1965年，遠東成立臺灣第一支由企業支持的女子籃球隊—亞東女籃，開始提倡全民體育、體育外交，從生活中傳達企業參與社會公益的願景。「社會責任就是企業核心事業策略的一部分，」管理大師麥可•波特強調，將社會責任與經營策略結合，將是企業未來新競爭力的來源。

遠東各關係企業長久經營的公益事業，也開始整合，成為集團發展的核心事業之一。

跟遠東集團水平分工與垂直整合的經營策略非常類似，公益事業各有所長，彼此相輔相成。比方創辦人徐有庠為了紀念父親而成立的「徐元智先生紀念基金會」，就以文化、救災、教育、環保與建築為主，「徐元智先生醫藥基金會」，則以醫療為主，元智大學及亞東技術學院以大學教研發展為主軸，現任集團董事長徐旭東為了紀念父親所成立的「徐有庠先生紀念基金會」，則以科技研發創新做為主軸。

與社會共存共榮

做為集團核心之一的公益事業，本身就是一個具有影響力的企業體，資金高達400億。主要來源除了集團每年盈餘挹注，還有創辦遠東的徐氏家族固定捐獻，以及基金會本身股票孳息。有豐沛資源，才有實現理想的力量。

「他們父子兩代都認為，企業經營不只是要賺錢，要和社會共存共榮，盡到企業社會責任，沒有社會支持，企業無法永續經營」遠東集團公益事業執行長王孝一說。

對於與國民日常生活最貼近的遠東集團來說，不只是事業貼近人民生活，連企業社會責任都需要回應民眾的需求。「創辦人認為，企業的利害關係人，除了股東、員工、供應商、消費者，還有無數的社會大眾，」王孝一說，「要關懷社會，讓遠東成為大眾生活的一部分。」

公益事業也是一種創新。例如「徐元智先生紀念基金會」長期推動建築

美學，包括遠東建築獎、九二一遠東建築獎、數位建築獎，鼓勵優秀建築作品與新觀念，改造臺灣空間美學。專注科技研發的「徐有庠先生紀念基金會」，本身也是一個創新，因為一般基金會都是向內政部或教育部登記，但是「徐有庠先生紀念基金會」則跟國科會登記，成為國科會第一個民間基金會，才能發揮實質力量，推動前瞻且基礎的科學研發。基金會為了獎勵青年學生基礎科學研究，還和師大合作，舉辦高中生物理英語辯論比賽，希望全台高中學生組隊參加辯論競賽，藉此引起青年學生研究基礎科學的興趣。

積極願景，創造未來

人文、教育、醫療與科技，串起遠東集團公益事業的四大主軸，也是為臺灣投入企業社會責任永續經營的承諾。王孝一強調，公益事業不只是消極的慈善事業，而是需要有積極的願景、策略與經營，帶動前瞻觀念，創造未來趨勢。

「做為企業公民，不只是做善事，更應發揮影響力，提升社會價值。企業有錢、有人才、有專業，影響力日增，還有官僚體系沒有的執行力，在關鍵的議題上尤其重要，」波特認為。

要引領社會向上提昇、創造影響力，關鍵在於基金會的董事會。遠東各公益基金會都有健全的董事會，董事成員都是各領域具有影響力的菁英，能夠監督與提昇基金會的經營發展。

例如「徐元智先生紀念基金會」的董事成員包括前台大校長孫震、前行政院秘書長王昭明、前台北市長黃大洲、前行政院副院長邱正雄、中研院院士劉炯朗與前教育部長黃榮村。以科技研發為主的「徐有庠先生紀念基金會」，董事會成員則有：孫震、台積電董事長張忠謀、理律事務所資深顧問李光耀與亞東醫院院長朱樹勤、元智大學校長彭宗平等人。

「企業經營與企業公民看來是兩個角色，蘊含的卻同樣是企業創新的精神。而且是相輔相成的雙贏，」波特說。

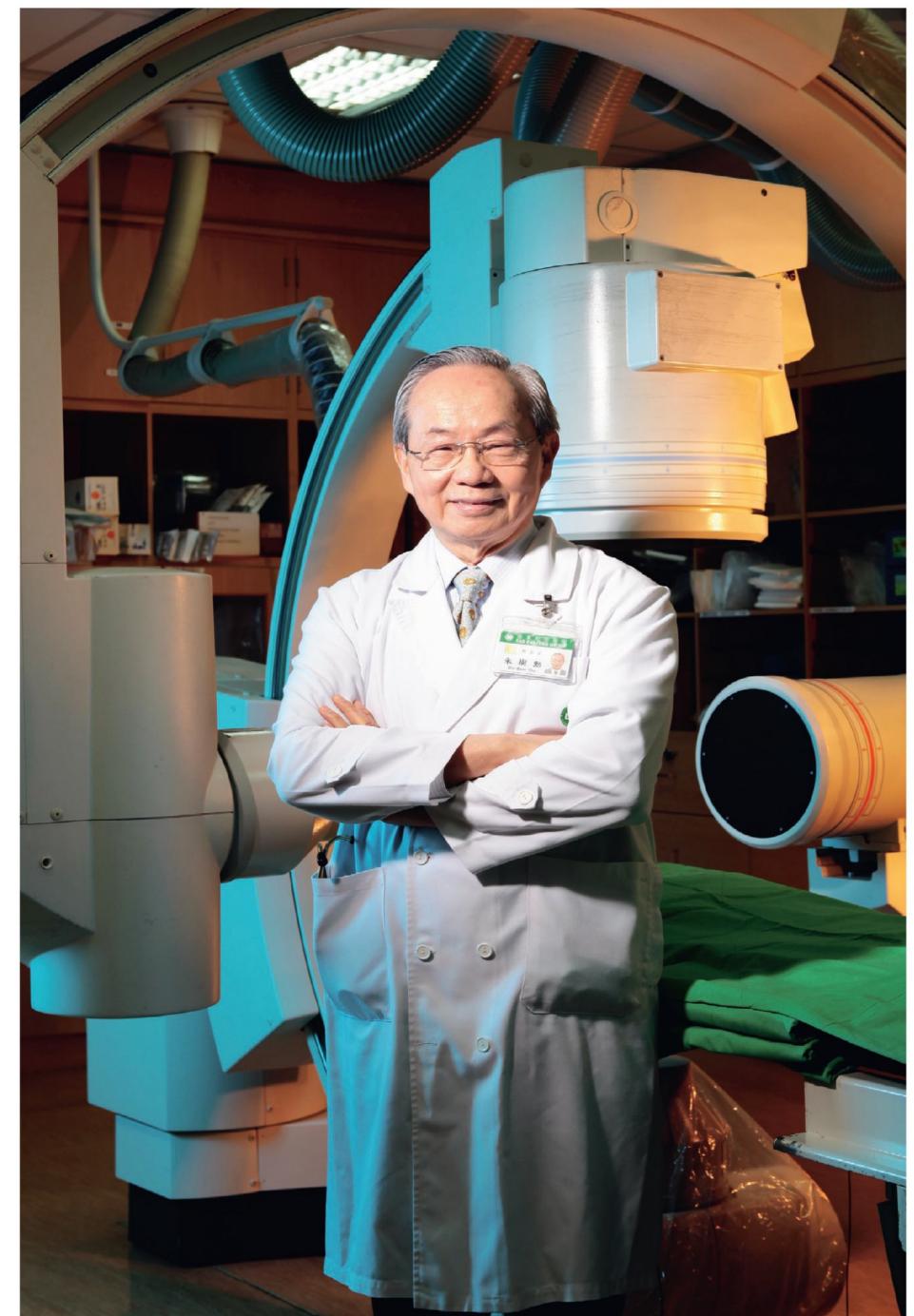
企業經營與企業公民，也是遠東飛躍下一個60年的成長引擎。

亞東紀念醫院——最熱情的醫心 最創新的醫術

Far Eastern Memorial Hospital

Most Enthusiastic Medical Care; Most Innovative Medical Skill

| 亞東醫院 院長 朱樹勳



亞東紀念醫院展現無比企圖心，不斷創新醫療技術，引領國內各項器官移植和微創手術風潮，未來更期許成為東南亞最好的醫學研究中心，攀登醫療服務金字塔的高峰。

1970年代，一流醫療資源集中在臺北市，一水之隔、工廠林立、人口密集的板橋，卻缺乏現代化醫院。遠東集團創辦人徐有庠不忍受傷的勞工延誤就醫時機，或讓急重症病患疲於往返，決定成立「徐元智先生醫藥基金會」籌備建院事宜，1981年，亞東紀念醫院在板橋落地生根，是臺北縣第一家大型區域醫院。

遠東集團將醫院當成社會福利機構，即使貧病勞工繳不出醫藥費，仍以救人為先。除了挹注更多資金添購設備，提供最好的醫療服務，只要病人有一線希望，絕不放棄救治。

培育醫學新血，創造年輕人的舞台

但是讓亞東醫院從區域醫院，躍升為醫學中心的關鍵，是年逾七旬、現任院長的心臟外科權威朱樹勳。一頭銀髮，外表像慈祥的肯德基爺爺，他內心卻鬥志昂然。從1999年接掌亞東醫院，用年輕化、創新技術、差異化服務、先進醫療設備與效率管理，讓亞東僅花6年4個月就脫胎換骨，升格為醫學中心，還獲得國家品質獎。

他重視年輕新血的活力跟熱情，培育人才是永續經營的基石。他廣納台大醫院年青優秀的主治醫師人才，栽培子弟兵出國進修，鼓勵參與國際醫學年會吸取新知，凡在國際場合發表論文者，旅費一律全額補助，每週也定期召開經營管理讀書會，帶領全體員工充實自己。現今院內有54%是30歲世代年輕醫生，主任級醫師都是青壯的40歲，渾身充滿前進的動力。「這裡提供一個讓年輕人盡展所才的平台，」他說。

創造差異化服務是亞東醫院成功轉型的關鍵。朱樹勳聚焦在心臟血管醫學、癌症、重症醫療、器官移植、創傷醫學、微創手術與腎臟醫學等七個領域，創新醫療技術，讓亞東醫院有更清楚的定位。

朱樹勳率領亞東團隊陸續完成世界首例「三心人」、亞洲首例心臟停止跳動後移植成功，又積極發展腎臟、肝臟、小腸移植等專長。「我希望病人發生心臟病、癌症、器官衰竭需進行移植手術時，亞東是第一個選擇，」他說。

亞東除了醫療技術奠定臺灣外科史上的重要里程碑，也擁有最新設備，如臺灣第一部雙射源64切電腦斷層掃描儀器(DSCT)、最新放射治療癌症利器導航螺旋刀(Tomotherapy)，2009年年底還將引進達文西機械手臂運用在微創手術領域，讓病人術後的合併症變少、傷口更小、並縮短住院天數，朝沒有傷口的醫療趨勢邁進。

重視效率的遠東集團，也讓亞東醫院提昇服務效率。亞東醫院統計心肌梗塞病患，從急診室門口到氣球撐開心導管的時間，2005年是161分鐘，到2008年平均是87.5分鐘，最快紀錄則是2009年5月創下的42分鐘，這項手術的每個關卡都會記錄時間，隨時檢討流程，進行標準作業流程控管，以降低死亡率。

朱樹勳更重視醫學人文教育，他認為不能只注重醫療疾病，要治療整個人，而非疾病，因此，非常重視顧客對亞東醫院的建言，把提供建言的病友當作醫院顧問。他每週召開一次讀書會，帶頭念第一章節，只要是員工覺得值得分享的管理書籍都可提出。

成立醫學院，成為東南亞最好的醫學中心

亞東醫院的未來，在追求永無止境的進步。第一是積極推動預防醫學社區化，亞東醫院持續針對板橋民眾推廣預防醫學的健檢概念，並與兩百餘家地區醫院、安養院、醫療診所策略聯盟，發展出院後續護理照護，全力營造健康社區。「疾病的照護是持續的，到院治療只是其中的一環，」朱樹勳說。

第二是成立醫學院，這是讓亞東永續經營的基礎。朱樹勳規劃5到10年內成立醫學院，有護理系、醫管系、老人照護學系、醫工研究所，研究最新治療法、臨床服務、幹細胞研究，才能培育最專業的醫事人員，彼此教學相長，留住好人才。

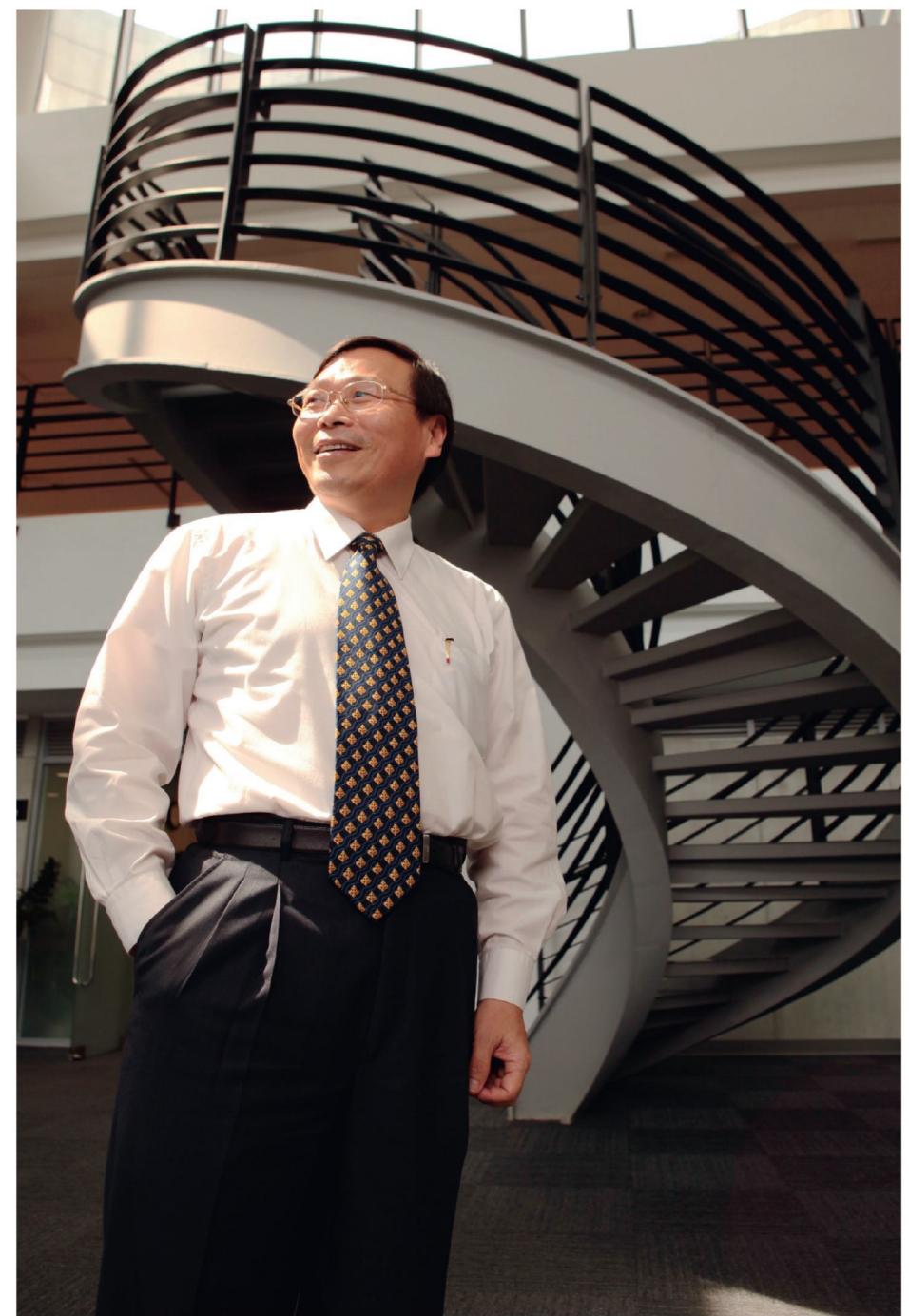
「進步是永無止境的，好還要更好，」朱樹勳說，「目標是亞東醫院躍升為年輕醫師的第一志願，並成為東南亞最好的醫學中心。」

在他堅毅的眼神中，亞東醫院已預見更寬廣的未來。

元智大學——樹立教育典範 耕耘知識夢土

Yuan Ze University

Setting Role Model for Higher Education; Cultivate Fertile Land of Knowledge



20歲的元智一直追求第一，也不斷創造第一。元智的優異成績，證明企業興學也能樹立教育典範。

管理大師彼得·杜拉克(Peter F. Drucker)在《真實預言，不連續的時代》一書中提到：「大企業現在紛紛做出決定，認為教育是擴展企業最有前景的領域。包括IBM、奇異電器、時代公司、西屋公司等，都加入這個行列。」

20年前，遠東集團從興辦亞東工專跨足大學教育，成立元智工學院，不是趕企業辦大學的熱潮，而是想樹立一個典範，以一流的師資與環境，教育出世界一流的人才，提昇臺灣社會品質。

20年前，元智大學首任校長王國明，穿著西裝，雙手提著文宣資料，滿頭大汗行走在塵土飛揚的碎石路，到花蓮女中與花蓮中學宣傳，希望能吸引好的學生到元智就讀。20年後，元智在私立大學中評比第一，甚至超越大部分公立大學。

效率、品質與創新

年輕的元智，短短20年間，快速、大幅的成長，靠的是什麼？

遠東以效率、品質及創新聞名，遠東創辦的元智，也以效率、品質與創新，創造出臺灣高等教育界的傳奇。

效率展現在制度的彈性上。元智認為該做的，就去做，沒有太多的能與不能。幾個具體的例子，現今公立大學的教師退休年齡，方從65歲延長到70歲，元智大學則從2006年起研訂辦法，延攬退休但仍具學術貢獻的資深正教授到校服務，可延長到75歲；大學生入學後發現志趣不合想要轉系，往往困難重重，元智也營造自由學風，以學生為主體，讓學生自由轉系，甚至文科也可以轉理工科系。

專精品質管理的首任校長王國明，為元智的辦學導入全面品質管理的理念，從校務行政到教學與輔導，都以顧客導向、重視過程、強調預防、全員參與及持續改善的精神，設計各項制度與各個環節。第二任校長詹世弘接續推動，元智成為第一所獲得國家品質獎的大學。詹世弘並持續強化元智在燃料電池與通訊科技特色領域的研發，2006年元智以17歲之齡，獲教育部「五年五百億」計畫補助，躋身全國12所頂尖大學之林。

元智跳脫傳統學校擁擠格局的設計，寧願多花成本，爭取建築的開放空間，營造恣意伸展的無形氣氛，提高學生參與活動的意願。學校，只是提供一畝沃土而已。讓學生喜歡在這個大而開放的空間做夢、談天，發揮想像力，而不只是窩在宿舍打電動。「熱忱、愛心、理念與責任」是元智大學校長彭宗平對教育的理念，元智提供他落實理念的平台。

元智不只創造年輕人的夢想學習空間，更成為遠東集團內部專業能力再提升的知識殿堂。元智的管理學院及管理才能發展與研究中心，協助提供高階人員訓練，甚至也有老師成為遠東集團專案顧問或諮詢對象。

創新，是元智能在私校中名列前茅的關鍵。為了拓展國際視野，元智是臺灣第一個選派學生到大陸實習的學校，也積極與國際知名大學進行交換學生，合作交流。元智也是全台第一個設立EMBA的大學，讓企業高階主管可以在寒暑假及週末來學校進修。元智設有教師的Mentor制度，新進教師都有資深老師帶領，在良師益友的教學相長下，快速成長。

第一流環境匯聚第一流人才

過去20年，遠東集團傾各方資源，全力支持學校，而今元智的辦學績效，讓它成為企業興學的典範。

進步永無止境。「讓一流的學者與一流人才願意來工作、唸書、服務，這裡就是一流大學。」校長彭宗平說，這是元智未來20年的願景。

面對下一個20年，彭宗平提出四大發展主軸：一、培養學生成為社會與產業菁英人才；二、建構元智大學成為具國際聲望的雙語大學；三、致力於應用導向研究，引領產業提升與社會進步；四、建構創新、多元、和諧、永續的優質校園環境。

20年來，教育薪火不斷傳承，經過第一任校長王國明在校務行政管理的扎根，第二任校長詹世弘將元智提升為研究型的大學，第三任校長彭宗平更深耕人文素養，元智將不斷蛻變與創新。

元智將以蓄積20年的興學能量，滿懷信心走向未來。