

溫暖全家福——歷久彌「馨」 Popular Brand Name

每一個成功品牌，都有屬於自己風格的DNA，背後，也都有一連串精彩的故事。遠東紡織從紡紗最基本的一根根棉線開始，逐漸織出一條品牌大路。

遠紡是臺灣最早開始生產及行銷針織內衣的廠商，也是最早的品牌公司。1949年即以自有品牌「洋房牌」內衣享譽全國，1968年率先引進紐約名牌B.V.D內衣與MANHATTAN美好挺襯襪，展開品牌代理之路。還記得男模特兒穿著貼身、潔白、羅紋三角內衣褲的情景嗎？因一反平口內褲的傳統，B.V.D一炮而紅，成為內衣褲的代名詞。

隨著品牌代理權轉移，遠紡在1989年自創F.E.T，以純棉、舒適及實用的品牌定位，打下20年的內衣江山，產品線從男性內衣擴展到全家人都能使用的產品，並研發出具健康功能的奈米竹炭、防霉抗菌等系列新品。

經營品牌非一朝一夕可以速成。遠紡在1976年成立全家福股份有限公司，初期以經銷活動為主，1999年轉型為專業品牌設計行銷公司，2001年正式與遠紡內貿部門合併，開啟品牌轉型之路。「一切從塑造優質的形象開始，」全家福副總經理陳美楓說。找回與人的深刻連結，才能打造品牌的永續價值。

設計師出身的陳美楓，以天生的美學敏銳度，重新定位品牌形象，改變型錄拍攝與門市陳列風格。她說，透過情境可活化品牌溝通，注入美學可呈現精緻品味，進而提昇品牌質感。於是美好挺襯衫轉化為內斂沉穩，型塑都會男性菁英的專業形象，1979年代理的歐風西服象徵穩重地位；1999年引進百年西服品牌Hart Schaffner Marx(H.S.M)，則詮釋美式休閒的時尚風格，深受美國現任總統歐巴馬喜愛。

服飾經營有成後，全家福將觸角延伸到生活的家飾領域，自創Tonia Nicole、La mode、Charisma三個各具風情的品牌。「如果每天都能在床上享用早餐，是一天中最美好的時刻，」董事長徐旭東一個充滿浪漫的想法，造就了堅持幸福美學的東妮寢飾。

「懂得擁抱，就是幸福」是東妮寢飾(Tonia Nicole)1986年成立時的品牌精神，以貼近女性消費者內心渴望溫暖、感動的心情設計商品，將寢居空間昇華成幸福生活的必要條件，是最受歡迎的本土寢飾品牌。

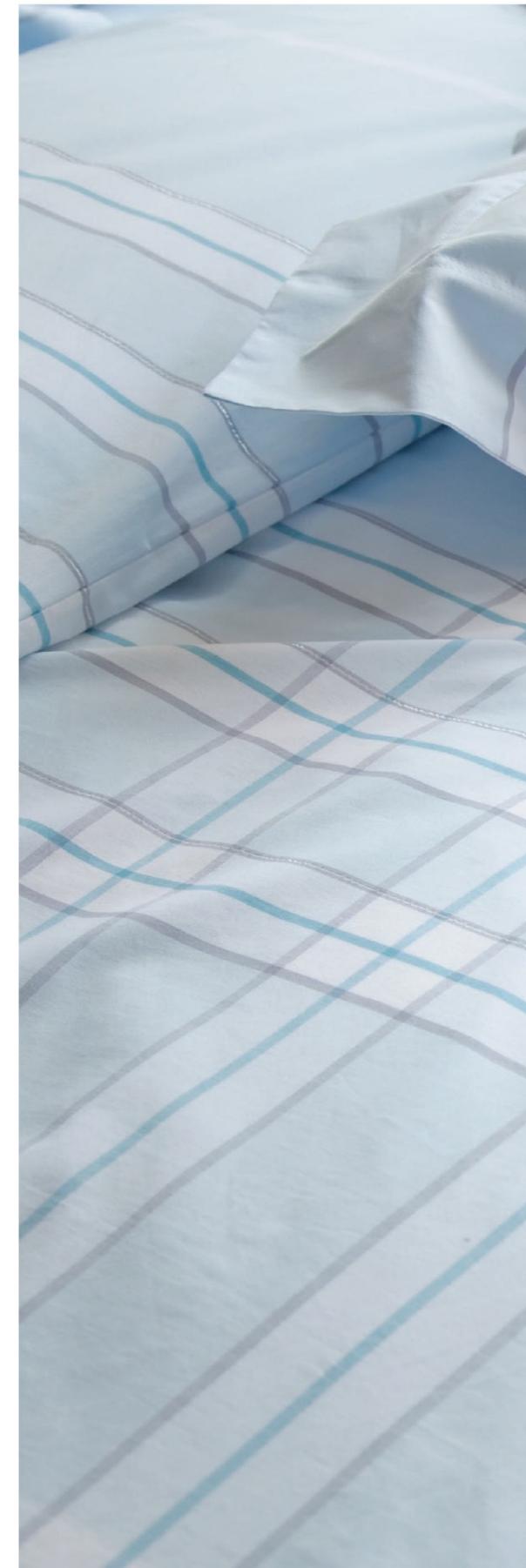
2002年推出的La mode，有法文「流行」之意，相較於Tonia Nicole的柔美，用色大膽鮮艷的La mode顯得年輕、多變，融入Mix & Match的混搭風，改變寢飾原本成套概念，開創一番新局。隔年推出的Charisma，源自希臘文kharisma，其意為領袖的非凡氣勢，Always Luxury的材質與產品設計，成就高貴奢華的頂級風格。

經營品牌除了專注，更要專業。品牌經營靠的是時間淬煉，是一種概念的傳承，每一天都在創造品牌的歷史，了解市場需求，才能產生歷久彌新的影響力，所以應格外重視消費者的體驗回饋。

全家福未來預計投入傢俱和收納市場，持續開發自有品牌，塑造「Brand in Taiwan」的優質形象，打造NO.1的本土品牌。



上圖：全家福引進的百年西服品牌Hart Schaffner Marx(H.S.M.)
右圖：全家福創造堅持幸福美學的寢飾





亞泥生態園區，東方蝴蝶祕境 Butterfly Garden

沿著台九線，繞過山，行經海，穿過夾道的鳳凰林，再轉進路旁，就是亞泥花蓮廠的蝴蝶園區。園區裡蝴蝶飛舞，色彩繽紛的黃裳鳳蝶，和周遭環境融為一體的枯葉蝶輕盈佇立，停掛在枝芽上的是透明略帶金黃的美麗蟲蛹，遠望過去，或高或低的蜜源植物與樹木，是吸引蝴蝶前來棲身的大功臣。有時蝴蝶就悠然地停在人的背上，肩上。人與自然，竟可以如此曼妙共處。

這裡，是許多蝴蝶迷的東方祕境，是體現生命教育的最佳場域。讓大家看見，先天條件再不好，只要用心維護，悉心照顧，都可能經營出一園生機，讓大地回春。這是亞泥對臺灣最珍貴的影響力之一。

早在30年前，才剛擔任亞泥花蓮廠廠長的張才雄，就深具遠見地提出：「工業發展與環境保護，可以並行不悖。」致力讓工廠公園化。在那個經濟發展至上的年代，成了業界的先驅，帶領新一波綠色革命，不僅打造出全台最美麗的水泥工廠，也成就最動人的蝴蝶傳奇。廠區綠化，落實得很澈底。亞泥花蓮廠裡，幾棟混凝土建築的灰白外牆，處處爬滿爬牆虎，讓廠區顯得綠意盎然。1983年開始，大門口外認養種植三百五十多棵的鳳凰林木。夏天一到，在青蔥翠綠中一點紅花綻開，相互映襯，十分美麗。讓工廠隨著四季一樣春暖花開，擁有不同的花園景致。

「如果想知道園區有沒有污染，看看路樹就知道。有污染，看過去都是一層灰，但你看

看我們這裡，每一棵樹都很綠，一點灰塵也沒有，」負責園區綠化與維護的股長張振發臉上，滿是自信。2004年開始，亞泥花蓮廠利用現有的綠意美化環境，打造蝴蝶生態園區。為了營造優質的「蝴蝶牧場」，園內及廠區廣植140種以上的誘蝶植物，包括60種蜜源植物及80種食草植物，同時設置苗木栽培區。許多擁有美麗身影的蝴蝶，已成為園區的常客，並在此定居、繁衍世代。蝴蝶園區因此成為花蓮生態教育的重點地區，同時也成為新城鄉觀光帶上的主力景點。

「蝴蝶，其實是很脆弱的，大家應該好好愛護，好好珍惜，」從張振發眼神中，看得出他對纖弱的蝴蝶，充滿疼惜。「懂得尊重生命，了解生命的價值，就是最重要的生命教育。當一個人懂得尊重生命，那麼對環境，對大自然，對生活的土地，就會愛惜。」不只張振發，許多亞泥人也紛紛加入生態解說員及培育蝴蝶的工作，讓與太魯閣國家公園比鄰而居的亞泥花蓮廠，盡顯綠意。

現在的蝴蝶園區，每年吸引5,000人前來參觀，體會生態教育，一年又一年，影響更多人重新認識生命以及如何與大自然相處的方式。這不僅僅是生活教育，更是深入底層的生命教育。

這股蝴蝶效應，向臺灣四處擴散，重現臺灣蝴蝶王國的蹤跡，也喚起生活在這土地上的人們，懂得愛護自然生態，學會珍惜美好家園。



上圖：亞泥花蓮廠的蝴蝶園區

右圖：亞泥花蓮廠蝴蝶園區的蝴蝶蛹





遠揚建設——創造城市美學，開拓城市夢想 Architecture Conveys a Sense of Beauty

成立31年的遠揚建設，見證臺灣城市美學的發展，更創造城市美學的未來。

1978年中美斷交，接著1979年發生石油危機，臺灣頓時陷入風雨飄搖。已有生產水泥經驗的創辦人徐有庠認為，房地產是經濟火車頭，決定成立遠揚建設，興建住宅、創造就業與帶動經濟成長，以實際行動支持政府，穩定人心。

遠揚建設不只創造穩健安全的居住與公共空間，更傳達對創造城市美學的使命感。除了興建各種廠房、住宅、辦公大樓，臺南市聯絡國道八號與市區的鹽水溪橋，則是遠揚第一個公共工程，甚至以建築美學聞名的元智大學，其中的三館、五館、六館也是遠揚的傑作。跨入21世紀，遠揚更與高雄市攜手創造新興城市建築風格。

高雄捷運中央公園站(R9)就是最好的作品。這是設計法國龐畢度中心、西班牙馬德理Barajas機場的Richard Rogers的傑作，用巨型圓弧鋼骨造型的屋頂，呈現飛揚的意涵，象徵高雄市起飛、茁壯的願景。更吸引人的地方，則是突破地下車站的空間封閉感，運用車站縱深綿長的手扶梯，手扶梯兩旁氣勢驚人、如瀑布的流水水幕，將公園盎然綠意、陽光與地面活動引入車站，讓捷運站不只是車站，更是休閒、娛樂及商業空間的多元結合。

這位充滿想像力的建築師，為高雄與世界創造深刻且不朽的立體空間，也為人們的心靈開拓更宏遠的空間。但如果沒有扎實的營建團隊，執行設計師揮灑的城市夢想，就無法展現建築大器與細節的風采，設計圖永遠只是一個無法實現的夢。

負責興建高雄捷運R7、R8、R9三座站體及連接隧道的遠揚，就以中央公園站拿下無數大獎，包括2008年建築園治獎的公共景觀獎、2008年國家卓越建設獎的優良環境文化類金質獎，更贏得高雄市都市發展局舉辦的「都市設計景觀評選大獎」，以及2009年全球卓越建設獎的環境類金質獎。遠揚之所以能夠獲得眾多建築大獎的肯定，在於遠揚的執行力與創造力，因為許多設計圖看不到的細部執行、不同工程界面的整合、勞工安全與施工品質的維護、甚至是長遠公共安全的考量，在在都需要執行力與創造力。

遠揚堅持的正是長遠之路。921大地震時，遠揚在臺中縣石岡鄉幫助50戶災民興建的「遠東新村」，雖然是組合屋，仍然打地基，經歷10年依然沒有毀壞，仍有居民居住。即使是搶時間趕工的組合屋，遠揚仍重視安全品質，毫不妥協。

遠揚創造了高雄市中央公園的城市地標，也正改寫板橋地標。遠揚在新板特區打造的「板信雙子星花園廣場」，藉由宏偉建築，讓板橋站上世界建築舞台，展現新城市美學，也開拓新城市夢想。



左圖：遠揚建設興建的高雄捷運中央公園站

上圖：遠揚建設興建的高雄捷運中央公園站

中圖：遠揚建設興建的臺南鹽水溪橋

下圖：遠揚建設興建的台北新莊棒球場

環保時尚新美學——遠東環生方舟，樂活出航 Far Eastern EcoARK

環保是發揮集體改革力量的社會運動，環保也可以很時尚，讓生活充滿驚喜樂趣，遠東集團不僅兩者都做到，還創造環保美學的新空間。

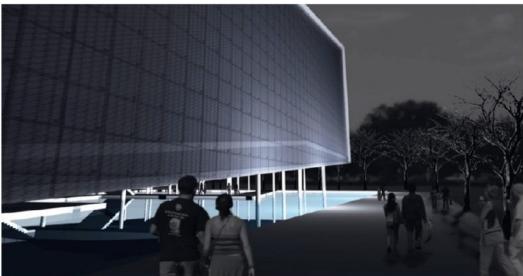
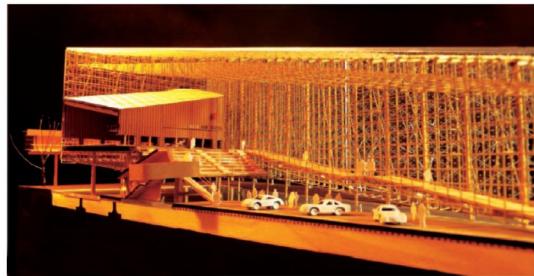
為了響應臺北市在2010年11月首度舉辦由國際認證的花卉博覽會，遠東集團結合一群綠研發設計團隊，包括「小智研發」與遠紡化纖總廠、遠揚營造工程及遠東建築經理公司等遠東關係企業技術及資源，研發一套以「再製寶特瓶磚」組成的外牆系統，打造一個投資超過2億元的花博會流行館—「遠東環生方舟 Far Eastern EcoARK」。這是個化腐朽為神奇的力量。遠東環生方舟是佔地一千多坪，樓高30米、寬80米，擁有專利設計的外牆建材，使用的是回收的寶特瓶，這座由60萬顆大小相同、高硬度、7公升容量寶特瓶相互鑲嵌而成的特製外衣，如同一片華麗的水晶牆，在白天與夜晚透出璀璨光芒。

不起眼的小小寶特瓶，卻展現企業與民眾結合的巨大力量。2008年遠東集團透過遠百、SOGO、愛買、遠傳、遠銀等企業，結合「HAPPY GO」卡集點資源，號召民眾響應環保，一年內回收了100萬支、約50噸重的寶特瓶，將用於興建花博會流行館—「遠東環生方舟 Far Eastern EcoARK」。

「這是遠東集團共同參與，送給臺灣社會的禮物，期待這個展館能成為節能減碳綠建築的示範，同時也為臺灣的環保工作開啟另一個視野，」遠東集團董事長徐旭東說。環生方舟開啟創新的環保美學視野，呈現東方美學意境，更兼具環保經濟效益。除了澈底顛覆傳統建築做法，外牆裝設太陽能及風力能源設備，提供加裝在寶特瓶內約5萬盞LED燈的電力需求，更以孟宗竹取代鋼鐵為結構體，減少二氧化碳排放量。其他如入口處設計瀑布，地面設置水池調節室內溫度等，「穿越瀑布走進流行館，就像是進入一艘綠意盎然的方舟，」負責技術開發的小智研發總設計師黃謙智說，「Recycle + Reduce = Fashion。」

方舟也發揮環保的專業技術。為了安全考量，小智研發團隊不斷進行工程測試，外牆參考蜂窩結構的概念，才能平均分散力量，回收的寶特瓶也不斷重製尺寸，強化其最大載重承受度，連風向、震度等元素都考量在內。遠東環生方舟具防風、防水、防火、防震的功能，而且造價低、碳排放量不及傳統建材的十分之一，省錢又環保。值得一提的是，目前臺灣的PET回收再製品，絕大部分用做纖維相關用途，再製成衣服、毛毯、填充物或假髮等。遠東環生方舟的創新價值，在於將回收PET寶特瓶做為建材，為全球的PET回收提出新的用途，將成為全臺灣，甚至全世界第一棟最輕盈透明、建造耗碳量最低的大規模建築物。

方舟更有綿長的生命力。相較於一般新建工程，外牆建材的回收寶特瓶磚牆，特有的卡接式、模組化設計，讓這棟臨時性展館在展期結束拆除後，具有可異地重組的特性，即使不再重組，所有的外牆元件還能進入塑膠回收的循環，再度被製造使用。2010年11月，獨一無二的遠東環生方舟，將載著臺灣實踐綠色科技的創意與能力出航，也將樂活永續的臺北市推向世界舞台。





▲遠東集團將興建的花博會流行館—「遠東環生方舟 Far Eastern EcoARK」模擬圖

遠東建築獎——城市之光 Far Eastern Architectural Design Award

站在遠企大樓38樓，從360度環繞的窗外看去，眼前一片遼闊，可以一覽臺北的城市天空與市容，然而，好建築並不多，看不到臺北的城市建築風格，缺乏讓人抬頭仰望的天際線。

「我們要為這個城市的天空留下什麼？」從留學美國就愛上建築美學的董事長徐旭東，經常站在窗前思索。從1999年開始，「徐元智先生紀念基金會」設立遠東建築獎，借鏡有建築諾貝爾獎雅號的美國普立茲克獎(Pritzker Prize)，以「突破與創新」(Innovation)為主題，鼓勵建築師突破傳統，追尋創新的建築理念，並帶動臺灣建築走向國際化。徐旭東期盼能夠藉由建築獎的激勵，美化都市景觀，改善生活與美學品味，讓臺灣向上提昇。對於臺灣來說，遠東建築獎也是一個創新。這是臺灣首度由民間基金會主辦，而且獎金高達100萬元，加上評審制度的多元，從建築學界初選，到以國家文藝獎得主為主的非建築界藝文人士複選，最後再由國際級建築大師決選，投注大量的時間、人力與物力，就是希望鼓勵能夠影響人心的建築人文美學，而非孤芳自賞的象牙塔作品。「城市，像夢一樣，一切可以想像的城市，都可以入夢。」卡爾維諾(Italo Calvino)在「看不見的城市」一書強調。遠東建築獎就為城市寫下看得見的未來之夢。建築獎舉辦10年以來，讓不少建築大師作品被世界看見，比方建築大師姚仁喜、簡學義以新竹高鐵、鶯歌陶瓷博物館得獎，讓公共空間充滿藝術氣息，如光之寶盒，影響人心。

遠東建築獎也幫年輕建築家圓夢。來自宜蘭的黃聲遠入選首屆遠東建築獎，他的作品是設計傳統風格的宜蘭厝，不是高聳炫人的作品，而是呈現質樸沈靜的美學，在日本建築大師黑川紀章大力支持下，獲得首屆佳作。黃聲遠在領獎時，很感激遠東建築獎獎金的及時雨，因為員工未來兩個月的薪水終於有著落。

遠東建築獎本身也追求突破與創新。2007年第六屆遠東建築獎首度跨越臺灣海峽，將大陸建築設計納入獎勵範圍，讓遠東建築獎成為兩岸建築設計的交流對話平台。初步先以上海地區為主，再逐步擴大範圍，希望透過獎勵臺灣與大陸優秀的建築師，達到兩岸菁英「共築方圓」的交流合作，共創華人之光。

建築大師貝聿銘說：「我不設計建築，讓光來設計。」遠東集團也不設計建築，但卻是那道讓華人城市發亮的光。



▲2000年榮獲「遠東建築獎」佳作獎的台北縣立鶯歌陶瓷博物館



▲2007年榮獲「遠東建築獎」佳作獎的台灣高鐵新竹站





▲2007年榮獲「遠東建築獎」傑出獎的上海「青浦新城建設管理中心」