

# 東京都



題字人：書法家 趙其雄 先生  
 出刊日期：102年02月20日  
 地址：台北市忠孝東路一段55號3樓  
 電話：02-2393-3766  
 傳真：02-2393-3778  
 客服專線：0800-231965  
 網站：www.tokyonet.com.tw  
 社區生活服務網：www.search888.com.tw  
 好社區住宅情報網：www.housearch.com.tw

發行人：吉田裕幸  
 發行人員：林錫勳、胡添賜、張棟華、鄭碧華、曲聰德、鄒永樹、林櫻玲、卓世鐘、顏世禮、魏雅蘭、吳恩恕、蔡嘉芳、薛樂正、賀鴻鳴、彭建忠、龔孝賢、鄭文章、朱原華、杜勇清、陳彥宗、陳昌志、李榮晟、林柏榮、吳漢琦、蘇坤宏  
 執行編輯：孫琬雅

Your Life First

# 78

## 吉田董事長的話

### -2013年經營方針-

### 熱意と創造

## 熱忱與創造

NIHON HOUSING 創業至今歷經54個年頭，以住宅社區專業管理公司形象立下根基，秉持兢兢業業、克盡己職的服務精神，獲得眾多客戶信任，管理戶數成長至38萬戶，為日本管理社區戶數第一名的物業管理公司。而東京都物業管理機構19年來深耕台灣，經管實績逾8萬戶，居台灣集合式住宅管理戶數之冠。

本公司秉持專業、用心的精神提供客戶服務，但同業競爭日趨白熱化，若維持現況、故步自封，將使客戶的信賴感迅速喪失。考量到往後的成長方向，每位員工不能一直以一成不變的方式作業，我們要有革新的意念，更重要的是對於新事物要有想法並抱持著柔軟的創造能力。從新的想法中產生「獨一無二」(only one)的服務，藉以擴大競爭市場的差異化，並以業界NO.1為目標。為了達到這個目標，創造 only one的循環更顯重要。

為了讓員工日常作業更加效率化並強化經營基礎，公司多年來陸續開發相關平台及作業系統，為精益求精，今年度也將進行系統改版，請每位員工多加使用公司系統及平台，以提高使用熟悉度，這是我們現階段必須持續進行的重要課題。

物業業界主要存在之問題，諸如建築物日漸老舊、居住者高齡化及生活型態的改變，隨之而來的是客戶需求日趨多樣化。為了回應客戶提出的需求，不單只是在知識與專業技巧上提供協助，而是要求自己能夠做到傾耳恭聽、理解客戶的意見，更重要的是面對客戶時都能秉持著「Housing Passion」而行動。客戶之所以會給予意見是因為對我們有所期待，所以我們對客戶更要付出自己的熱忱。

年度計畫的訂定是為了讓公司能持續成長並向前躍進，所以擬定計畫時必須穩紮穩打。因此，2013年的經營方針即是：「每位員工都應以『熱忱』的心服務客戶，從日常的工作中『創造』新事物。」希望每位員工能夠抱持這種想法，為長遠的將來鞏固基礎。



吉田裕幸

## 102年度人事晉升及組織調整

■人力資源部

102年度進行人事晉升及組織調整如下，自1月1日起生效。

### 【人事晉升】

#### ◆部門主管晉升：

1. 營運本部副本部長張棟華副總經理，晉升營運本部副本部長
2. 台中事業部主管黃志昌協理，晉升資深協理，調任營運本部副本部長
3. 人力資源部主管陳守慧襄理，晉升副理，調任營運本部行政部主管
4. 事業一部主管吳恩恕副理，晉升經理
5. 事業二部主管蔡嘉芳副理，晉升經理
6. 事業三部主管薛樂正襄理，晉升副理
7. 北淡營業處主管鄭文章科長，晉升襄理
8. 桃園事業部主管朱原華副理，晉升經理
9. 台中事業部副主管陳志昌襄理，晉升台中事業二部主管
10. 台南事業部主管李榮晟副理，晉升經理
11. 台南事業部副主管李冠霖科長，晉升襄理
12. 高雄事業部主管林柏榮襄理，晉升副理
13. 經營企劃部主管顏世禮經理，晉升協理
14. 財務部主管林櫻玲副理，晉升經理
15. 資訊部主管卓世鐘襄理，晉升副理

#### ◆部門主管異動：

1. 營業推進部陳彥宗經理，調任台中事業一部主管
2. 原營業推進部杜勇清高專，調任新竹事業部主管
3. 總經理室鄒永樹特別助理，晉升襄理，調任人力資源部主管
4. 總經理室蘇信源特別助理，晉升襄理，調任經營企劃部分析處主管

### 【組織調整】

1. 增設法務室
2. 營運本部增設行政部
3. 業務監查室原編制：法務處、稽核處、管制中心；調整：稽核處、管制中心



晉升人員合照



## 102年度東京都全省尾牙活動-迎新送舊納百福

北區(大台北地區)  
 日期：1月23日  
 地點：庭園會館

■經營企劃部 孫琬雅

102年度北區員工尾牙活動於1/23順利舉辦完成，為感謝辛苦的事業部及現場人員們，本次尾牙活動，NIHON HOUSING 小佐野社長、谷淵董事及東京都物業管理機構吉田董事長，也特別從日本前來與會。

北區同仁共聚一堂，席開46桌，由事業二部王正中科長及研發部葉雅娟副科長主持，以精采熱鬧的電音三太子開場，博得好采頭，而漢光人聲創意樂團美妙的歌聲以及舞團動感熱舞表演也帶動現場的歡樂氣氛，加上大家期待的獎項一一開出，現場歡呼聲不斷。

藉由本次尾牙活動，同時也頒發獎項予管理績優人員、現場績優人員以及生活服務績優人員，感謝同仁們一年來的辛苦！



▲林錫勳總經理(中)率領各位副總感謝同仁一年來的辛苦！(左二劉人峰資深副總、右二胡添賜副總、左一張棟華副總、右一賀鴻鳴副總)向大家拜年！



桃園  
 日期：1月29日  
 地點：大宅院餐廳



▲吉田董事長抽出尾牙獎項  
 ▲小佐野社長(右)代表NIHON HOUSING致贈東京都物業管理機構紅包，由林錫勳總經理(左)代表接受。



新竹  
 日期：1月24日  
 地點：全家福客家菜館



台中  
 日期：2月1日  
 地點：崇德新天地



嘉南  
 日期：1月25日  
 地點：台南大飯店



高雄  
 日期：1月18日  
 地點：西子灣餐廳



誠摯關懷 · 優質服務 · Your Life First



### 特別報導

# 中高階主管教育訓練- 從「心」出發 創造有感體驗行銷!

■經營企劃部 孫琬雅



「中高階主管教育訓練」課程於1/30舉辦「創新體驗行銷」座談，由謝文雀顧問主持、蔡瑞駿老師主講。蔡老師開宗明義的點出，我們身處於瞬息萬變的世界裡，接收到的廣告訊息多樣化，體驗行銷更是近期最熱門的行銷方式之一，那麼我們要如何創造出「有感的行銷體驗」，而不是做出一堆花錢功夫卻是賠了夫人又折兵的「無感體驗」？本次課程讓我們知道何謂體驗行銷？並透過生動的影片及創新體驗行銷成功案例說明如何發想創新行銷的點子。

蔡瑞駿老師主講「創新體驗行銷」

▼表2：體驗矩陣

項目	體驗媒介						
	溝通	視覺口語 識別	產品呈現	共同建立 品牌	空間環境	網站電子 媒體	人
策略 體驗 模組	感官						
	情感						
	思考						
	行動						
	關聯						

資料來源：蔡瑞駿

透過一個人的消費品項，可以看得出這個人的生活型態；每個消費品項背後多少都反映了一些客戶認可的價值、情感或經歷，他們用「購買」來標榜品味，滿足個人心理需求，因此對他們而言，每一次的消費都是一次經驗（體驗）之旅，美好的經驗或不愉快的經驗，都會影響後續的消費行為。

**策略體驗模組**主要是透過**感官**創造知覺體驗的感覺，增加產品附加價值、**情感**促使消費者對公司品牌產生感情、**思考**創意的方式使消費者創造認知與解決問題的體驗、**用行動**影響身體的有形體驗與生活形態與互動，並建立強有力的品牌關係、社群等**關聯**。

### ◆如何創新？

企業必須透過不斷的創新提升競爭力，創新的種類有三種：

**突破性創新**：打破陳規，改變傳統和大步躍進。

**漸進式創新**：採取下一邏輯步驟，讓事物越來越美好。

**再運用式創新**：採取橫向思維，以全新的方式應用原有事物。

透過不斷創新的過程，讓自己的產品變成紫牛，並持續改良，不斷創造新的「紫牛」，才不會被市場淘汰。

既然體驗行銷可以滿足消費者感性面的需求，我們要如何規劃產品的體驗行銷方式呢？蔡瑞駿老師建議運用「策略體驗模組」與「體驗媒介」建構出「體驗矩陣」（表2），針對不同體驗調整強度、廣度、深度與連結，從而創造不同的體驗行銷活動。

**體驗媒介**則是一種戰術執行組合，透過**溝通、口語與視覺識別、產品呈現、共同建立品牌、空間環境、網站與電子媒體與人員**（包括銷售人員、公司代表、客服人員以及任何可以與公司或是品牌連結的人，如代言人等），做為體驗的工具。

體驗矩陣的設計，需依照產品、事件進行調整，體驗適度即可，也不一定要安排許多媒介，因為過度或太廣泛的體驗，反而會讓消費者無法感受到我們預設達到的效果。除了強化跟充實既有體驗外，也應適時加入新型的體驗，透過有計畫性的刺激才能達到相輔相成的效果。

### ◆體驗行銷的成功關鍵

在這些行銷經驗裡，我們相信消費經驗是可以被塑造與影響的，同時也要盡量避免陷入價格的惡性競爭，若能跳脫產品特性的窠臼，跳脫品牌功能的競爭魔咒，並善用體驗矩陣，就能為產品找出最適合的創新體驗行銷策略。綜觀近年來的行銷方式，紛紛採用感性訴求，直攻客戶的心理層面，影響消費行為甚鉅，當客戶認同產品的行銷訴求並購買產品時，進而會產生情感認同，如此周而復始的循環，長期交互影響下便強化了產品競爭力。

### ◆投入熱忱的創新行銷才能感動人心

從蔡老師豐富的輔導經驗中，他很明白的告訴我們：「員工如果認同一件事情，創造出來的價值是非常高的。」因此在創新行銷的過程，員工對產品投入的熱忱，規劃出的行銷策略，相當程度決定產品在市場上的競爭力。「永遠不要嫌自己賣的產品貴，只有不好的業務員和不對的行銷辦法，沒有賣不出去的產品。」蔡老師用這句話來勉勵大家。



在體驗行銷中，並非只有行銷人員才能從事行銷行為，舉凡與人接觸、有連結的部分，這些人員通通可以成為體驗行銷的重要一環。「全員業務」並不是口號，也不是負責業績的人員才是公司業務，對客戶而言，企業體內所有人員呈現的服務態度與其展現的精神，都會影響客戶對企業及其產品的評價進而左右消費行為。要策劃出感動人心的體驗行銷策略，就先從投入熱忱開始吧！

### ◆認識體驗行銷

目前常見的體驗行銷活動，如試吃、試聽、試用，以及最近很流行的觀光工廠，透過商品體驗，先與客戶建立初步關係，再逐步發展或擴展。然而，體驗行銷的重點，除了商品本身體驗，更重要的是來自於商品本身的附加價值，也就是在服務過程的心靈、情感層面感受。（體驗行銷與傳統行銷的差異可參考表1。）

銷售過程的態度與消費空間，彼此之間具有相當程度的彈性，因此越來越多的行銷方式已跳脫商品本身的訴求，與時事、流行事物結合，加上聲光影音娛樂等動態呈現方式，透過「玩」的過程讓消費者認同企業、認同品牌。雖然是以輕鬆的方式進行，但體驗行銷並非忽視理性的品質與機能訴求，而是站在品質基礎上，加強感性及官能訴求，讓客戶感動、感受，進而掏錢消費。

▼表1：體驗行銷與傳統行銷的差異

項目	傳統行銷	體驗行銷
行銷重點	專注於功能上的性能與效能	焦點在顧客體驗上
對顧客的認知	視顧客為理性決策者	顧客是理性與情感的動物
對產品的定義與分類	定義狹隘的產品分類與競爭	檢驗消費情境
分析方法	方法與工具是分析的、定量的、口語的	方法與工作有多種來源

資料來源：蔡瑞駿



## NIHON HOUSING與日勝生集團合作成立「京陽公寓大廈管理維護股份有限公司」

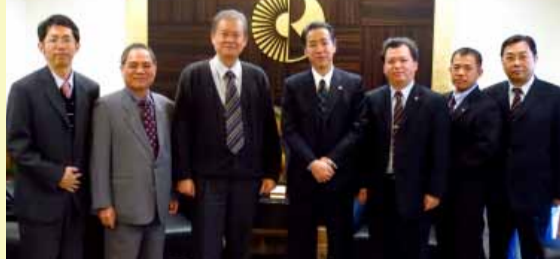
■經營企劃部 孫琬雅

東京都母公司 NIHON HOUSING 與台灣日勝生集團，於12月13日簽訂合資協議書，合資成立「京陽公寓大廈管理維護股份有限公司」。

京陽公寓大廈管理維護股份有限公司由日勝生集團黃森義副執行長出任董事長、東京都物業管理機構劉人峰資深副總經理擔任總經理，期望能透過中、日合資成立的京陽公寓大廈管理維護(股)公司，對於雙方企業都能產生正面效益。

### 京陽公寓大廈管理維護(股)公司服務項目：

- 物業前期規劃-住宅、辦公、商場、複合型建物等
- 建設公司新建案銷售、交屋期物業管理
- 集合式建物綜合性物業管理
- 智慧建築設施管理規劃
- 社區總體營造
- 停車場規劃、營運管理
- 會館規劃、營運
- 公設點交
- 建物修繕



簽訂合資協議書  
 中右：東京都物業管理機構 吉田裕幸董事長  
 右三：東京都物業管理機構 林錫勳總經理  
 右二：東京都物業管理機構 沢井重伸室長  
 右一：京陽公寓大廈(股)公司 劉人峰總經理  
 中左：日勝生集團 林榮顯董事長  
 左二：京陽公寓大廈(股)公司 黃森義董事長  
 左一：日勝生活科技經營企劃處 黃世哲協理

### ◆經營理念◆

提供安全舒適的生活空間·善盡企業責任，共享經營成果





社區達人

社區養生達人

「江陵禮擎天特區」宋文柄老師  
開辦社區太極拳、書法課程  
活到老學到老的快樂銀髮族

■事業四部 陳卉蕓



家有一老，如有一寶，在「江陵禮擎天特區」裡就有如此一位珍寶。因為社區環境優美、機能佳，加上住戶間感情好，在這兒的每一位住戶都是「資深住戶」，一但住進「擎天特區」就不會想要搬離開這個可愛的社區。

在這當中，有一位總是帶給人活力的「銀髮」族，他就是宋文柄老師，高齡91歲，身體健康、頭腦清晰，對生活充滿熱情，每天都過得非常充實，凡與他接觸過的人都能感染到他的活力及好學的精神。

◆發揮所長，積極投入社區活動

對書法頗有研究的宋老師，擁有一身好手藝，在社區內開班授課，每週三的書法班課程，對每個學員都非常有耐心的給予指導，目前書法班學員將近10人，社區裡有許多住戶都曾經是宋老師的學生。除了每星期定期開辦書法班，宋老師也開辦太極拳班，讓住戶在動靜間都可以取得平衡。每天早上總是會有30幾位住戶在頂樓平台練習太極拳，雖然因為老師年事漸高，目前已停止招收學生，由其他學員接手管理社團事務，但老師每天還是會參與太極拳活動，帶領大家一起打太極。



宋文柄老師作品

請教宋老師他如何才能讓自己的身心維持健康的狀態？老師說，除了靠持之以恆的運動，同時也要保持活力、好學的心境，充實自己的生活，這樣才能培養健康的身心！



2012年社區春酒活動，宋文柄老師位於前排右起第四位。

◆歡喜分享、樂趣無窮

社區內有許多和宋老師一樣熱心的志工，從老到少，都不吝嗇將自己的專長及興趣跟住戶們一起分享，除了不定期分享健康資訊，有時更開辦健康講座的課程，讓住戶可以自我保健，遠離疾病、擁抱健康。

下午茶時間，還有住戶會親手製作點心及餅乾，與大家一同分享，一起度過愜意的午後時光；遇有節慶活動時，志工媽媽更是自告奮勇提供會場餐點，使活動更加分；另外社區每年均會舉辦跳蚤市場，讓住戶用不到的東西得以重生，所得均捐贈公益團體，使活動變得更有意義。

◆有效使用社區公設 凝聚社區住戶向心力

在「江陵禮擎天」裡，因為有像宋老師這樣的長者提供自己的經驗與專業與住戶共同分享，帶動住戶們參與社區事務，並善用既有公共設施發展出各類型的活動，在每一位住戶的共同努力及參與下，充分利用社區內的每個公共設施，不至於淪為閒置資產，更可以拉近住戶間的距離，營造最友善的居住環境。

內政部推動管理組織報備系統  
線上作業及明訂應報備管理事項

■經營企劃部 顏世禮協理

內政部營建署為推動公寓大廈管理組織報備系統線上作業，加強報備行政效率，爰研修正[公寓大廈管理組織申請報備處理原則]。

草案增修內容除規範管理組織線上報備系統申報程序，報備須檢備線上報備系統申報電子檔或委由公寓大廈管理服務人代辦線上申報規定外；更明訂公寓大廈相關的管理報備事項包括管理組織、公設點交(條例 § 18、§ 57)及共用部分相關設置或變更管理限制(條例 § 8)的規定，前述三項管理報備事項均涉及地方主管機關的行政管理，因分屬不同性質及規定，應依各項報備規範分別辦理。

法令名稱配合報備事項適用範疇，擬修改為[公寓大廈管理報備事項處理原則]。未來修正草案將由內政部營建署審議通過後頒布施行。



(上)2011年新春團拜  
(右上)2010年跳蚤市場愛心義賣活動  
(右下)宋文柄老師(中後)太極拳、書法班

◆宋文柄老師小檔案

年齡	91歲
個性	熱情、熱心公益、平易近人
擔任社區職務	一般住戶
居住社區年限	14年
家庭狀況	與妻子同住
管理的金玉良言	活到老學到老

社區管理專欄

社區防火  
安全宣導



■經營企劃部 孫琬雅

因冬季寒冷，多有電器使用不慎造成火災悲劇，使用暖爐、電熱器，應注意室內勿過於乾燥，勿放置易燃物於暖爐或電熱器旁，多一分小心，少一分意外。

如何預防社區火災發生？建議住戶們可參考以下防火要點：

- 1.避免在家中堆放易燃性物品（如油類、爆竹）
- 2.家庭應自備滅火器，並熟悉使用方法以備不時之需。廚房內應設置具多種效能之乾粉滅火器。
- 3.裝潢宜使用不燃性材料或經防火處理之耐燃材料。窗戶裝置防盜鐵窗或廣告招牌易妨礙逃生，應於鐵窗或柵欄開設一活動門並確保可正常開啟。
- 4.不可亂丟菸蒂，家中火柴、打火機等須放置安全處，嚴禁兒童玩火，也不可單獨將小孩留置、反鎖家中。
- 5.避免電線短路，須定期維護，並注意延長線是否有異味或過熱情形（不要為了收納細網電線，以免過熱），同時避免過多電器使用同一插座或同一迴路。
- 6.睡前與外出須檢查瓦斯、電氣是否關閉。
- 7.住宅四周巷道及違章建築或違規攤販會影響消防救災，應向相關單位檢舉取締。

依本公司ISO9001作業規範「防火作業要點」，社區管理人員應依下述防火要點於社區加強宣導，若不慎發生火警，也可依循以下原則即時處理：

一、火場逃生避難要領

- 1.初發現火警時，判斷火勢來源，再決定逃生方向。
- 2.火場逃生避難，成敗於分秒之間，萬萬不可猶豫。
- 3.冷靜為逃生不二法門，切忌慌亂驚叫，應力求鎮定，才能找到安全出口逃生。
- 4.絕不可朝衣櫥或床底躲藏。

二、火警發生後

- 1.開門逃離室內，應先觸摸門板及把手，如感覺門板相當熱，切勿開門，以防門外火焰竄入，並迅速找尋另一條安全出口逃生。
- 2.如火勢已逼近，無法逃生，先把房門關上，但別上鎖，以預留退路；不要使用電梯。
- 3.如被困電梯，應按緊急報警按鈕，使控制中心知道有人被困而派員搶救。
- 4.如需通過火焰區，應迅速將衣服用水浸濕或以濕棉被、毛毯裹住身體衝出。

三、大火中如何阻遭濃煙侵襲

- 1.如門旁有塑膠袋，應立即將其充氣，套住頭部逃生。
- 2.如被濃煙所阻，應以濕毛巾掩住口鼻，取低姿勢沿牆角逃生。
- 3.濃煙上升速度比人之上樓速度快，故火警時應儘可能向地面逃生。
- 4.濃煙滿佈時，離地20公分處及樓梯梯角間，有殘存空氣，應儘量將身體壓低，採取低姿勢爬行。
- 5.如向下通路已為火勢阻斷，應立即設法向屋頂平台逃生，靜待消防人員搶救，切勿冒險自高樓跳下。

四、滅火器材使用方法

- 1.消防栓滅火：火警時消防栓上的警報示燈會不停地閃滅，藉此可迅速找到其位置（此紅燈平常是保持亮著）  
(1)打開箱蓋。

- (2)取出水帶。
- (3)打開箱內之出水閥並按下消防泵浦啟動開關（若該設備無啟動開關則只需打開水閥）即可開始滅火。（消防箱內不可堆放雜物）
- 2.加壓滅火器。（附有小鋼瓶者）  
(1)先用手壓下小鋼瓶上之壓板（注意臉部勿正對鋼瓶頂蓋上端）  
(2)一手提起滅火器，一手握噴嘴。  
(3)壓下噴嘴上之把手朝火焰底部滅火。
- 3.蓄壓式滅火器。（有壓力表者）。  
(1)拉開保險插梢。  
(2)一手提起滅火器，一手握噴嘴。  
(3)壓下把手。  
(4)朝火焰底部滅火。

五、緩降機使用要領

- 1.自盒中取出緩降機，並懸掛在牢固之處。
- 2.將布環套，套在腋下並將扣環住胸口束緊。
- 3.攀出窗外，面向牆壁，雙手平舉，緩緩下降。

六、報案須知

- 1.口齒清晰報住地。
- 2.說明現場訴狀況。
- 3.留下電話等救助。
- 4.佔線不通請重撥。

社區除可定期安排防火演習，同時也應加強防火宣導，以灌輸住戶正確防火觀念。透過定期演習及宣導，可加強一般民眾遇到緊急狀況之應變能力，減少財物及人員傷亡。

◆資料來源：

- 東京都物業管理機構ISO9001作業規範 · 台北市消防局
- 內政部消防署 · 警察局「犯罪預防寶典」



◆ 行動方針 ◆

用心傾聽 · 充分溝通 · 誠摯關懷 · 優質服務 · 專業學習 · 持續改善





### 白天鵝花園廣場 連續三年榮獲基隆市 「節能「基」優社區」第一名！

■經營企劃部 孫琬雅

101年度基隆市環保局舉辦「第三屆社區節能「基」優評比活動」，經產官學界委員現場查核評比後，白天鵝花園廣場再度蟬聯第一名！本次活動舉辦三屆以來，白天鵝花園廣場均勇奪第一，足見委員、住戶及管理公司對於推動社區節能減碳不遺餘力。

白天鵝花園於95年起持續推動節能減碳，多次榮獲優良公寓大廈獎項，管委會以身作則，於社區大力推廣低碳生活，舉凡社區活動，都盡量以節能、低碳的方式舉辦。例如，中元節提倡金紙集中燃燒、以功(捐款)代金，中秋節以星光電影院及提供在地食材餐點取代傳統中秋烤肉活動等。除此之外，社區今年度也結合本公司推動之防救災宣導，落實社區防災行動。

依循政府法規、整合社區與管理公司資源，全體住戶攜手共創安全、美好、健康的家園，這也是白天鵝花園能多次蟬聯冠軍寶座的不二法門。



梁有發主委上台領獎

#### 白天鵝花園得獎實績

- 基隆市90年度優良公寓大廈管理維護評選活動-中小型社區第二名
- 基隆市91年度優良公寓大廈管理維護評選活動-中小型社區第二名
- 基隆市94年度優良公寓大廈管理維護評選活動-中小型社區第二名
- 基隆市95年度優良公寓大廈管理維護評選活動-中小型社區第一名及建築物外觀維護獎
- 基隆市97年度優良公寓大廈管理維護評選活動-中小型社區第一名
- 基隆市99年度優良公寓大廈管理維護評選活動-中小型社區第一名
- 99年度社區節能「基」優獎評比第1名
- 99年度節能減碳CO2行動標準認證績優社區單位
- 100年度社區節能「基」優獎評比第1名



白天鵝花園中秋節活動，社區全體動員

### 社區活動剪影



國美之星B館·廠商嘉年華  
■事業六部 涂佳伶

國美隱秀·跨年聯誼茶會  
■事業二部 林曉涵

辛亥環遊市·聖誕聯歡活動  
■事業四部 陳卉蕓

巴黎莫內·廠商嘉年華  
■事業六部 涂佳伶

國家首悅廳·跨年活動  
■事業二部 林曉涵

### 東京都愛社區APP快報

#### 東京都企業吉祥物 「安藤棕熊」人物特寫

■研發部 聶韻文

大家最近有沒有注意到在東京都的各刊物、訊息中，常常看到這隻圓滾滾、倍具親和力的棕熊的身影出現？仔細一瞧更發現這隻可愛的棕熊，竟然身穿著東京都綠色制服。他究竟是何許人物呢？他就是名為「安藤棕熊」的東京都智慧熊管家，同時也是我們東京都的吉祥物！



facebook 東京都愛社區

#### 藉由塑造「管家熊」吉祥物，增添行銷趣味與故事性

吉祥物之形塑不但可強化品牌辨識度、增加消費者與品牌之情感連結，更有助企業發展故事性之創意行銷活動。為提高東京都愛社區APP行銷活動之故事性，因應東京都企業文化，設計穩重、親民之管家熊吉祥物-「安藤棕熊」。

#### 東京都「安藤棕熊」吉祥物設計之意涵

##### 專業管家熊

以東京都現場總幹事制式之綠色制服、手持著東京都的工商日誌之設計，描述總幹事每日嚴謹守護社區安全、提供社區專業服務之意象。

##### 福態棕色熊

棕色在色彩學裡表達安定、沉靜、平和、親切之意象；而以福態棕熊則傳遞總幹事擅長溝通、處理社區人際事務、致力維持社區人和之意象。

##### 以「安藤棕熊」命名

以安藤棕熊命名，取自日本知名建築大師-安藤忠雄之諧音。此建築大師之建築理念為「人、建築與環境共生」，因此建築師在冰冷水泥建築設計中常加入人文素材與環保訴求喚起人們心中暖流。東京都經營理念亦以人文、環保為永續經營之理念與建築大師堅持之信念相符。

未來「安藤棕熊」將廣泛應用在公司相關的廣告文宣中，並製作一系列周邊商品，作為東京都在社區生活服務上品牌識別標記。

### 優良公寓大廈系列報導

#### 101年度台中優良公寓大廈評選- 「鄉林夏都」榮獲大型組管理品質提升特色獎

■台中事業一部 張雅清



### 世新觀光系參訪水世紀社區

■經營企劃部 孫琬雅

1/11(五)上午9:30-11:30，簡博秀助理教授率領世新大學觀光系碩士生12人，參訪位於淡水竹圍的「水世紀社區」。本次參訪目的主要為了解社區休閒設施管理，因此在管委會同意下，安排參訪公設齊全的「水世紀社區」，讓學生透過實際參觀社區的多元化休閒活動設施，從而了解實務的運作模式。

本次參訪由社區現場主管-陳德坤主任介紹社區環境及各項公共設施使用與管理現況。北淡營業處汪以建科長及經營企劃部顏世禮協理也陪同參與本次參訪活動，在簡報與實地場勘過程，學生們也陸續提出社區管理相關問題。

世新觀光系簡博秀助理教授表示：「對學生來說，此次透過東京都物業管理機構安排參訪社區，是一個重要的經驗，讓學生們將課堂中學習到的知識套用至實際狀況，同時也開始為自己跨入社會的第一步審慎籌劃，因為他們本次看到的不僅僅是物業管理服務人員所應具備法令常識以及建築與管理的專業技能而已，而是面對社區管理時，應如何滿足社區住戶需求並於工作中適度轉換自我心境。這也是他們未來踏入社會應該學習的重要一環。」



右起：  
東京都經企部 顏世禮協理  
水世紀社區 陳德坤主任  
世新觀光系 簡博秀助理教授  
及世新觀光系碩士班同學們