

夏天 *High Tea* 鮮活誌

打開話題 //
相愛容易相處難？
剖析現代愛情





享受更便利的閱讀方式，歡迎下載e指通



2021 夏天・High Tea 鮮活誌

4

打開話題

相愛容易相處難？剖析現代愛情

10

值得分享

防疫保單保障一時 完整醫療保障才能守護一世
新冠肺炎防疫紓困措施

16

請享用

活力千層派 以租代買 創造資源最大效益
職場三明智 人人必修的職場道歉學
阿甘巧克力 接納身體 享受自己的獨一無二



相愛容易相處難？剖析現代愛情。

英國女王伊麗莎白二世的丈夫菲利浦親王日前以高齡99歲辭世，告別式上，結褵73年的妻子的悲傷眼神，似乎說明了兩人的結合曾是王子與公主的美好童話，但過去幾十年來，對照女王和親王相互扶持，少有婚姻危機風聲，反觀其子女們的婚姻卻殘破不堪，不同世代不同的婚姻樣貌，讓我們感受到傳統婚姻的式微，而童話故事不再，也不禁讓人思考起現代愛情的究竟本質。

全球屢創新高的離婚率。

現今社會裡，結婚絕對不再是「王子與公主從此過著美好日子」的劇本，反倒像個照妖鏡一樣，成為兩性相處挑戰的新起點。也因此名人婚姻破裂的消息一出，總能成為當日網路焦點，以近期



來說，微軟創辦人比爾蓋茲與太太梅琳達宣布離婚震驚各界，而後也爆出比爾蓋茲本人坦承曾有外遇，而今年年初時，一樁原本人人稱羨的台日桌球明星夫妻檔，爆出分居外遇的新聞，也著實成為台日兩地網友好一陣子的討論焦點。

尤其是去年新冠疫情爆發後，各國陸續都有夫妻因為被迫在同一個空間相處過久而無法忍受對方的離婚案例；中國在新冠肺炎發生後，許多省份旋即出現離婚率大增的情況，迫使中國今年初開始推行「離婚冷靜制度」，將離婚登記程序複雜化以穩固岌岌可危的婚姻制度，而日本也出現了「肺炎離婚」趨勢，由於在家工作讓相處時間變長，使得許多夫妻的衝突浮上檯面，而這些幾乎每天都能見到的離婚實例，讓人不禁想問：「現代人的婚姻究竟出了什麼問題？」

根據內政部最新統計，108年度國人離婚對數共計5萬4千多對（當年度結婚對數約13萬4千多對），其中半數離婚者婚齡未

滿9年，而結婚未滿5年者共1萬8千多對，占34.6%最多，為近10年新高，另外，婚齡30年以上離婚者占比也有逐年增加趨勢，因此不管婚齡長還是短，離婚率都節節升高，而過去常有「七年之癢」的障礙門檻之說，也因為現在人自我意識升高、與異性互動機會大增、缺乏良好的兩性教育，以及整體大環境給人的壓力等因素，七年之癢不斷縮短中，婚姻中看到的夫妻關係不外乎「貌合神離」或「貌離神離」，愈來愈難見得到神仙眷屬了。

離婚主因在雙方互動不良。

婚姻，到底有多難？

經典日劇「最完美的離婚」台詞中說到：「結婚就是三個D，打算、妥協、惰性。」、「離婚不是最可怕的結局，最可怕的是成為表面夫妻，既沒有愛情又對彼此沒有期盼，卻還要勉強生活在一起，才是最可悲的。」

曾經有過婚姻或現在還在婚姻中的人都知道，婚姻就是人際關係的延伸，只是無法閃躲的人際關係，因為兩人真實的習氣、個性、脾氣都會因婚姻而無所遁形；中華經濟研究院曾對台灣離婚狀況進行研究發現，家暴、外遇、惡意



遺棄、個性不合和婆媳關係都是離婚主因，但家暴情況在《家暴法》通過後明顯下降，歸咎起來，離婚之所以還居高不下主因就在於夫妻間的互動不良。

過去的婚姻制度之所以看起來穩固，原因在於傳統思維下，婚姻是個交換的過程，例如女性過去需得在經濟上仰賴男性、兩人共同撫育小孩以換取老年保障，正是婚姻制度不容易被挑戰的原因。然而，當前女性能在經濟上獨當一面，加上社交生活趨於複雜，人們對於婚姻的期待更高，希望兩人在有愛情之餘，還有友誼、知己甚至是靈魂伴侶的期待，所以當期待一落空，關係也就瀕臨破碎。

心理諮商師周慕姿就說：「婚姻真的是照妖鏡，進入婚姻就會有很多生活的瑣事，且因為瑣事太多，最容易被犧牲的就是感覺與感情。」但就人與人之間的良性連結來說，一個好的親密關係，真的能讓身心靈更健康，只是如何培養好的親密關係，是許多處於掙扎關係中的人正面臨的困難。

愛的各種操作手冊.

想要培養成功的兩性關係，應得先了解何謂愛的本質。耶魯大學心理系教授史登堡（Robert Sternberg）1986年提出完美的愛有三個元素，親密、激情及承諾缺一不可，意即，彼此信賴能溝通、有強烈吸引力並想接觸對方、願意犧牲奉獻經營這個契約關係，愛才會存在，而這也影響了後來研究者對愛的定義。

愛這樣的感受，其實虛幻且容易被挑戰，在兩人形成關係後，會因為家中有新成員、照顧長輩、健康或工作、搬遷或財務等因素而形成障礙，導致愛的濃度改變，於是，美國另一位心理學家哈利（Willard Harley）也提出「愛情帳戶」概念，以「存款」和

「提款」比喻親密關係中伴侶的相互作用，所謂的「存款」指的是鞏固、修復關係的事，能讓彼此開心，感覺被欣賞、被肯定、被疼愛，而「提款」則是那些使關係降溫的行為，會讓彼此感到挫折、痛苦，被批評、被傷害，因此想要有愛，就必須花心思經



營，一味地浪費或提領，關係終究走到盡頭。

不過，任何再糟的關係都還是有修補的空間，輔仁大學兒童與家庭學系助理教授潘榮吉就表示，任何關係只要親近就會有失望與傷害，但沒有衝突與傷害的關係卻不夠深刻，只是受傷了後懂得去彌補，愛就能夠昇華。

如同「愛的五種語言」（The Five Love Languages）裡概述了五種表達和感受情侶間愛的方式，包括了珍惜相處、精心禮物、服務對方、身體接觸以及肯定語言，具體化該如何表達愛的情感，也



讓人更能按照步驟操作學習。不過，也因為每個人對於愛的定義約略不同，需要透過了解自己和了解另一半的需求，才能拿捏五種愛的語言之比重，進而讓自己更願意付出、對方也更能感受到你給予的愛。

相愛的理由往往百百種，初相遇時綻放出的電光火石、相處時暖心的點點滴滴，或是對方的長相就是你的菜，這些觸發情感的剎那讓人心動卻難以持續，然而，相殺的理由卻往往都只有一個：我們彼此不合適。

而從關係的角度來看，其實世上沒有哪兩個人特別合適或特別不合適，關係要成功其實得先懂得體察自己與對方的需求，願意為這段關係多花點心思，同時也應要求自己多點知足、感激對方、善解情緒、包容缺點，才有機會體會到兩性關係中的互相扶持，也才能在當前茫茫愛的大海中，營造出涓涓長流的真愛關係。◆

防疫保單保障一時 第一金人壽表示 完整醫療保障才能守護一世

國內新冠肺炎(COVID-19)疫情升溫，防疫保單也跟著搶破頭，第一金人壽表示，防疫保單多為一年期定期險，並且不含有「保證續保」機制，保障期間過了就失去防護，民眾面對未來多種病毒發展以及自身健康管理的不確定性，不妨重新檢視醫療保障的完整度，用三大醫療保障盾牌：實支實付型醫療險、住院日額型醫療險及重大傷病險，來建立最完整的醫療保護網。

【實支實付型醫療險：搞定醫療雜費】

不限是否為新冠肺炎，只要疾病的治療過程中，都會產生各種需要自費之醫療費用，第一金人壽建議民眾透過實支實付型醫療險築起防護網。例如金先生投保給付限額3千元之實支實付型醫療險，假設金先生2千5百元之醫療費中，健保只給付5百元，由於金先生自費額度2千元在最高限額3千元內，保險公司會依據收據，給付2千元理賠金予金先生；但若金先生自付額為4千元，保險公司則會依據最高限額，理賠3千元之保險金。



總經理林元輝提醒，實支實付型醫療險需特別留意，保單條款中之給付項目應包含「超過全民健康保險給付之住院醫療費用」，才能支應健保沒有給付的醫療雜費。民眾如果手邊已持有實支實付型保險，建議先檢視現有保單之給付內容是否足夠，視需要調整可理賠額度。

【住院日額型醫療險：補貼長期醫療費】

不論因新冠肺炎或施打疫苗引起不良反應而需住院治療，或是因為治療其他疾病需要住院，都可以利用住院日額型醫療險補貼相關醫療費用。林元輝解釋，住院日額型醫療險會依據實際住院天數 × 投保之住院日額保險金進行理賠，舉例而言，小安投保住院日額3千元之第一金人壽醫定安心定期健康保險，若小安不幸確診新冠肺炎後，經歷3天的住院治療過程，只要符合理賠條件，第一金人壽會給付住院3天 × 住院日額3千元/天 = 9千元之住院日額理賠金；住院日額針對單一事件，多會有理賠天數上限，以醫定安心為例，同一保單年度的同一次住院(含入住加護病房、燒燙傷中心期間)，最高理賠天數為365天，是疾病來臨時的最佳依靠。付內容是否足夠，視需要調整可理賠額度。

【重大傷病險：補足併發症狀醫療費】

疫情是一時的，各項重大疾病如心臟病、癌症等加總起來對人生的威脅更大，重大傷病險能在人生卡關時提供最有力的經濟支援，另外，重大傷病險項目包含「因呼吸衰竭需長期使用呼吸器」，對於這波新冠肺炎，若不幸需要長期使用呼吸器時，便能減輕一些醫療費用負擔。

第一金人壽建議，民眾如欲規劃前述三項醫療保障，建議先看看既有的主約保單是否能以「附約」方式投保，保費應相對較為便宜。疫情火速蔓延之下，幾百元的防疫保單確為一時之選，但如果能將隨機式的保障規畫調整為長期性的完整防護，儘管疫情變化一波又一波，也不必為自己的醫療後盾擔心害怕。◆

新冠肺炎防疫紓困措施.



因新冠肺炎疫情持續升溫，本公司為提供最佳服務，自即日起啟動嚴重特殊傳染性肺炎(新冠肺炎)防疫紓困措施，相關措施說明如下：

保費繳交方面

- 一、經確診罹患新冠肺炎、居家隔離、居家檢疫或因疫情期間放無薪假之保戶得個別檢具證明文件向第一金人壽申請保費緩繳三個月。
- 二、疫區內之保戶不須個別申請，第一金人壽將依據政府所宣布之區域，主動給予保費緩繳。

保全作業方面

一、辦理解約、保單借款，及給付生存金/滿期金或年金等保全服務，事關保單權利之處分，在疫情期間將設置單一窗口負責受理相關業務，並通融保戶得以傳真方式提出申請。

二、保單免息借款：

- 1. 對象：經確診罹患新冠肺炎、居家隔離、居家檢疫或因疫情期間放無薪假之要保人/被保險人。
- 2. 申請期間：即日起至110/09/30。
- 3. 提供一次最高限額為保單帳戶價值30%且最多為新台幣30萬元之借款本金，享有90天免計算利息之優惠；若逾90天後仍有未償還之本金者，將自第91天起開始計算利息。

三、請保戶多利用線上查詢服務(第一金人壽保戶專區及第一金人壽e指通)，以免法定傳染病疫情擴大時，造成保戶行使保單權利的不便。

理賠作業方面

一、本公司所有保險商品均未將法定傳染病列為除外責任，被保險人如因法定傳染病就醫所產生的相關醫療費用，皆依契約條款約定負保險責任，讓保戶可享有住院醫療的保障，安心接受治療。本公司所有保險商品均未將法定傳染病列為除外責任，被保險人如因法定傳染病就醫所產生的相關醫療費用，皆依契約條款約定負保險責任，讓保戶

可享有住院醫療的保障，安心接受治療。

二、保戶若經醫生確診新冠肺炎(需PCR檢驗陽性)且評估需住院治療，但因醫院滿載無病房可供住院治療，而轉往主管機關批准之集中檢疫所(包含專責防疫旅館)中治療，第一金人壽將依據保單條款之住院理賠範圍，從寬給付保險金。但保戶如果是居家隔離或居家檢疫，則不屬於住院從寬給付之範圍。

其他保戶關懷措施

新冠肺炎保戶關懷慰問金：因應新冠肺炎疫情升，本公司關懷確診並住院治療之被保險人，提供新冠肺炎保戶關懷慰問金！

一、適用對象：

民國110年5月17日(含)以前生效之全體有效契約被保險人（不含旅行平安險）。

二、適用期間及條件：

1. 民國110年1月1日至民國110年12月31日確診並經住院治療。
2. 於111/06/30(含)前提出申請者。

三、慰問金額：

每人6,000元慰問金。

四、檢附文件：

申請書、確診新冠肺炎診斷證明書、身份證正反面影本。

五、注意事項：

1. 每位申請人以申請乙次新冠肺炎保戶關懷慰問金為限。
2. 本慰問金依相關法令規定，須列入個人所得。

六、申請方式：

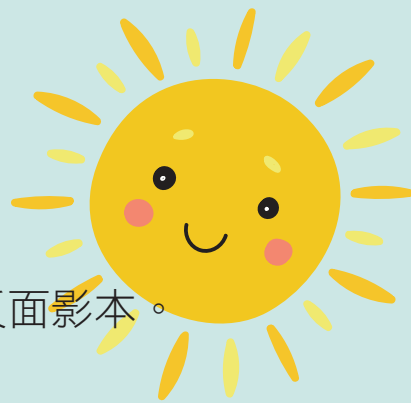
請洽本公司客服專線0800-001-110。

本防疫紓困措施第一金人壽保留調整或終止之權利。

第一金人壽客戶服務單一窗口

專線電話：0800-001-110

傳真：(02)8780-6028







1 活力千層派
以租代買 創造資源最大效益

2 職場三明智
人人必修的職場道歉學

3 阿甘巧克力
接納身體 享受自己的獨一無二



以租代買 創造資源最大效益。

從路上隨處可見的短程租賃汽機車服務、Ikea在台提供家具租賃給企業，或是飛利浦照明（Philips）為荷蘭史基浦機場供近4000個LED燈具等消息，循環經濟中的產品服務化（*product as a service*，也就是以租代買概念）已經愈來愈風行，對使用者來說，「不在乎天長地久，只在乎曾經擁有」、「不需為了喝牛奶而養一頭牛」的觀念也逐漸提升，「以租代買」可謂當前重要的消費趨勢！

踏上資源循環的全球產業。

在全球推廣循環經濟的概念中，一般倡導的4R包括了Reduction（減量）、Reuse（重複使用）、Recycling（回收）以及Regeneration（再生），希望消費者能將之實踐在生活中，另一方面，有許多大型企

業也開始踏上綠色製造服務的道路，除了依循著重複使用及回收的概念外，產業也開始在產品製造流程中，考量到Refurbishment（翻新）、Remanufacturing（再製造）概念，強調產品的環保材質與製程之餘，也藉此打造新的商業模式，「以租代買」模式於焉興起。

舉例說來，傳統家具大廠過去多採「製造—購買—使用—丟棄」的交易模式，但在循環經濟與再生使用的思維下，瑞典家具大廠Ikea去年年初就在台推出全新的家具租賃服務，首波就是提供租賃家具給101大樓第35樓的Sky Park家具服務，從前端租賃到後端回收整修一應俱全，也讓企業不需要購買家具後再得花力氣處理之後家具舊了的廢棄問題。

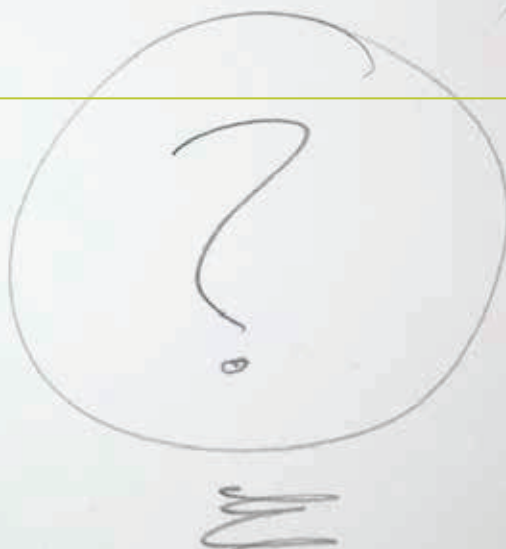
這種顛覆一次性交易的模式正是當前新興商業主流，像是荷蘭飛利浦照明與德國博世（Bosch）共同合作設計出的服務方案「pay-per-lux」（只為你使用的光付費），就是提供給商業大樓的照明服務

租賃模式，讓使用者用多少付多少，以往供應辦公室桌椅的荷蘭製造商DESKO也開始轉型提供租賃服務，新加坡空調大廠Kaer也從以往專賣空調設備給商辦、工業建築的角色，轉型成為提供空調服務者。

還有，德國高階洗衣機製造商Miele也開始與荷蘭洗衣服務提供商Bundles合作，採用按次付費的模式推廣服務，藉由Miele的硬體與Bundles物聯網（IoT）科技合作收集洗衣機運轉數據，依此透過數據與使用者制訂合理的使用費率，讓使用者可以按使用量付費，而非採買一次性的機器設備。

需要的不是機器而是服務。

對於一般消費者來說，更可以從生活中檢視自己能否改變消費習慣，促使企業發展出更多的好服務供人使用，例如，每年都要撥出大筆治裝費的女性消費者，不妨在網路上租借場合型的衣物，甚至增加光顧二手服飾店的機



會，讓服飾或回收企業有更多資源發展一次性服飾之外的商機。而向來是車輛市場重點客群的男性，不妨多考慮需要時用租車取代，像是路上愈來愈多的租賃車輛，只需使用時付費，不需負擔税金、保養等額外費用，而當租車市場愈來愈龐大時，企業更能提高每輛車的使用壽命，甚至也可能提供特別車款來滿足想換新車開的男性族群。

世界正在改變中，線性思維逐漸轉為循環思維，尤其疫情爆發讓人類省思是否過度使用環境資源，這時我們發現到：我們真正需要的不是燈泡，而是照明；我們需要的不是洗碗機，而是乾淨的碗盤；我們需要的不是冷氣機，而是涼爽的空氣，需要或喜歡一樣物品，其實不一定要擁有，當企業願意在商業模式中考量到循環經濟，企圖讓地球資源達到最佳使用時，身為使用者的我們是否也該轉身擁抱「使用取代擁有」的觀念！◆



人人必修的職場道歉學。



人與人之間當出現問題時，反省自己、承認錯誤、向對方說聲抱歉，甚至提出補償方案，是許多關係中的難題，而當這個難題發生在衝突頗多的職場上，更需要高度的智慧，懂得在不同位階採取合適作法，持續地換位思考並學習，才能讓關係不留缺憾，創造職場和諧氣氛進而圓滿完成工作任務。

職場道歉不能草草了事。

「Fanny，抱歉抱歉，一時忘記會議時間了，沒關係的吧？！」
「Eric，抱歉剛在會議上對你口出惡言，不過要不是你打斷我，我也不會講出這些話。」許多人在職場上的歉意，多半用這種輕描淡寫、轉移焦點、毫不在乎的方式表達，事實上多會讓人

感覺毫無誠意，久而久之，不懂得道歉的人，職場關係當然欠佳，部屬不願意挺你、同事不願當神隊友、老闆當然更不願意幫你升官加薪，然而自己卻仍不知道問題出在哪裡。

要在職場上說出合宜並能打中人心的道歉話語，對大多數人來說都非易事，而為了展現職場道歉的藝術，以下將從職場新鮮人、中階主管、高階主管三種位階說明，當碰到需要道歉時，職場人應以怎樣的心態及言詞，才能讓人感受誠意，也才能得到他人衷心地接受，讓工作得以圓滿完成。

職場新鮮人：

對於剛進入職場的新鮮人來說，培養能被他人認可的態度是首要之務，其中，道歉可說是新鮮人最需要學習的一課了！當無法如期完成交辦事項，向需要說明的對象以面對面的方式表達歉意，避免輕率地使用電子郵件或社群軟體，言詞中千萬不要推託卸責，並且承諾計畫完成的時間，若是工作執行上犯了錯誤，菜鳥要懂得承認錯誤，表明做錯的原因以及反省的態度，真誠且做出承諾才能得到他人的認可。

中階主管：

對於已在職場好一段時間的中階主管來說，上有老闆得聽命，下有部屬要帶領，同時還得做好部門間的溝通，在此位階的你最重要的技能，就是避免做出讓結果更嚴重的道歉行為。



身為職場三明治中的夾層，中階主管常會因複雜的人際關係出現逃避心態，例如和其他部門產生衝突，或決策錯誤時不知如何面對同事，這時可能因為拉不下臉，和其他人避而不見，另外，還有些中階主管遇事時雖會道歉，但卻一味地自責拿不出解決方案，也讓人為之氣結，更糟的是，有些中階主管即便道了歉卻逞口舌意氣，讓人無法感受到誠意，這些都是應該避免的行為，才能讓上下溝通流暢。

職場高階主管：

許多人會有疑問：都已經是老闆或高階主管了，難道還要道歉嗎？答案當然是肯定的。

很多上司沒有意識到，若可以真誠、適時、適度地表達歉意，不僅可以體現個人的修養，更可以鼓勵到下屬，因為對下屬來說，上司若願意表達歉意不推託，同時也願意認同下屬的情緒，就是個值得跟隨的上司，但若上司決策錯誤卻還堅持不道歉，不僅無法保住身為上司的威信，甚至還可能適得其反，自己的公司或是職位都將不保！

對於熱衷於道歉的日本民族來說，日劇中常有的「土下座」（跪地道歉）應是道歉的極致，也因此，日本寫作指導專家山田紫霓對於道歉提出一些表達上的建議，她提醒大家，「反省」、「道歉」、「補償」是道歉的三大必要條件，發自內心覺得對不起他人並認錯，藉著向對方道歉，然後補償對方所受到的損失，若沒有滿足這三大要件的話，都算不上是成熟、誠懇、公開的道歉方式，而不管你身處哪一個位階、哪一種職位角色，這三大要件也都應是需好好遵循的道歉準則。◆



接納身體 享受自己的獨一無二.

當自信滿滿地在社群媒體放上運動後的體態自信照，或擺出因纖瘦而能做出的各種特殊動作，甚至硬拿兒童裝試穿所拍下的照片，你可能以為這是展現自信的表達方式，殊不知，這不僅暴露了內在的自信不足，也與當前正颳起的身體接納運動（Body Positivity Movement）精神背道而馳！

大眾對身體的扭曲觀點.

日前日本服裝品牌的試衣間內出現一種新風潮，不少網紅在社群媒體上曬出在試衣間試穿童裝的照片，用小幾號的尺碼硬撐出身材裝成辣妹，被試穿過的衣服因此被撐大了，同時也沾到口紅粉底而滯銷，外界雖強烈抨擊這股風潮，但這卻是源於先前義大



利品牌Brandy Melville推出只有S碼服飾的銷售手法，讓消費者因上衣短小緊身，製造出一種少女感，帶動了全球網紅趨之若鶩，這股蔓延全球的BM風潮，讓人不禁想問：「難道不是S號就不美嗎？」

時下的審美觀漸趨扭曲奇怪，娛樂新聞處處都是嘲諷藝人胖了或老態畢露的評論，網路上也常流傳某些看似為特異功能的照片或影片，例如PO出自己反手摸肚臍、反手夾手機、鎖骨能放硬幣，還有用張椅子展現身軀的Z字漫畫腰等照片來凸顯身材的纖細，然而，閱聽大眾若受到這些評論、照片影響，內心興起「瘦就是美」、「老就不美」、「美就是要PO照給人看」的想法，其實就已經掉入了對自己身體缺乏自信的陷阱中！

人的內在其實常處於自卑或自大的兩極心理狀態，《找回愛與尊重的自尊課》作者、同時也是心理諮商師蘇絢慧表示，對身



體和外貌表示出過份忽視或在乎，其實都顯示出此人對自我的觀感是糟糕羞恥的，顯現低自尊的表現，因此，她建議每個人都應真實地接納自己的外貌與身體，接受身上所有的特徵，才能如實地將自己視為一個真正的生命，進而體認到自己的獨一無二，並喜愛自己、珍惜自己，內心也因此才能得到平靜。

重新接納自己的身體。

歐美國家其實早在1960年代就開始倡議身體接納的觀念，並陸續倡導「肥胖接納」及「脂肪接納」等觀點，而後1996年，由長期關注厭食症的社會工作者創立了「身體接納機構」（The Body Positive），希望鼓勵人們擺脫單一的審美標準，重新省思像是年輕、苗條、膚白、緊緻、無皺紋等所謂「正面」形象。

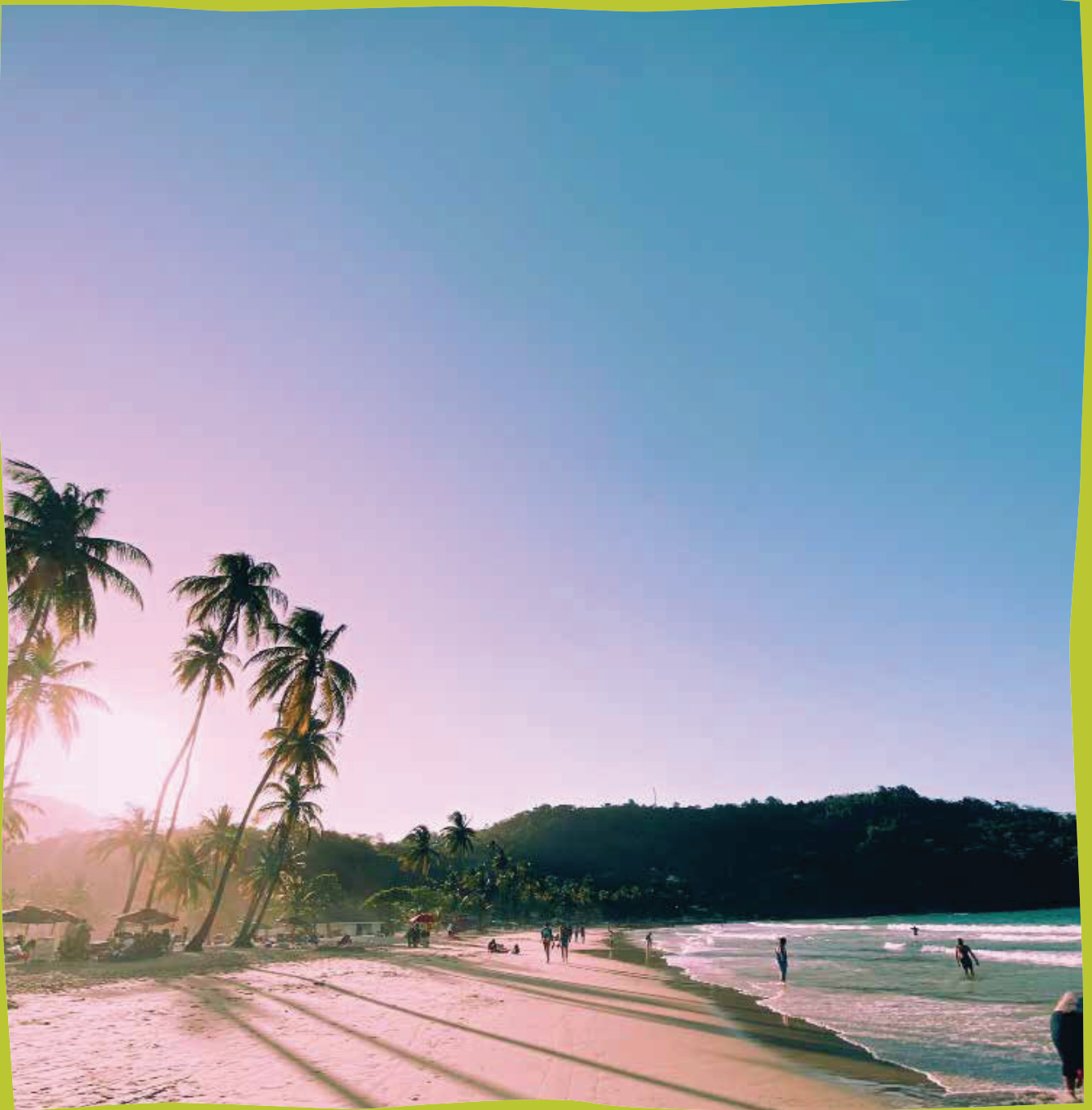
也因此，好萊塢明星如凱特溫斯蕾便要求廣告商不得過份修飾代言照片，而先前日本東奧一度想以棉花糖女星渡邊直美在活動中



扮豬的創意，也受到外界大力抨擊，這些都是社交媒體氾濫後有所覺醒的行為，也應該是大眾支持與響應的作法。

而在新冠疫情持續延燒下，一般人對於身體的美感也開始有所轉變。國外約會網站針對單身人士所喜歡的性感對象的調查多發現，有近75%的單身者開始偏好找如李奧納多迪卡皮歐這樣的中年大叔當性伴侶，因為肚子有點肉肉的大叔開始讓人覺得放鬆，也相對可以減少對自己身體的要求，因此反而逆勢成為約會市場的主流了！

其實，每個人都應該接受自己的獨一無二，也應該珍視自己的外表特徵，當然更不應以錯誤不當的審美觀批評他人，才能建立起真正的自尊與自信，也才能看到不同膚色、不同身高體重、不同年齡類別的人，其實都正綻放出屬於自己的美麗與智慧。◆



第一金人壽保險股份有限公司
First Life Insurance Co. Ltd.

11052 台北市信義路4段456號13樓

13F, No.456, Sec.4, Xin Yi Road, Taipei 11052, Taiwan

Tel // 886 2 8758 1000 Fax // 886 2 8786 7789

免費服務及申訴電話 // 0800-001-110 網址 // www.firstlife.com.tw