



台糖通訊

<http://www.taisugar.com.tw/Monthly/index.aspx>

@taisugar



循環經濟大未來
黃董事長建構新台幣



台糖台北會館榮獲經濟部節能績效卓著獎
台糖美白新利器 詩丹雅蘭極效美白淡斑精華
Sugar Walker—溪湖元氣五分車 搭回明天滿滿的力氣



秋意濃

鮮蟹

鮮味

來報到

| 鮮 | 蟹 | 季 |

2016/10/15~11/30

單點料理

紅蟳每隻NT\$700 (每隻重約 350g)

大沙公(沙母)每隻NT\$1,450 (每隻重約 14-16 兩)

精選料理方式

台式清蒸、新加坡風味焗(附蔥燒餅)、避風塘、桂花炒、麻油麵線、金沙焗、港式生抽炒、川式香辣焗、魚香粉絲煲、沙茶粉絲煲、薑蔥焗、泰汁檸檬焗、蒜香、黑椒白醬奶焗共14種精選風味

火鍋儼選

紅蟳鍋 每鍋NT\$1,000 (每隻重約 350g)

大沙公、大沙母鍋 每鍋NT\$1,800

精選料理方式

白菜什錦海鮮、特製海皇麻辣、什錦鍋巴海鮮、醃菜白肉、鮮茄松豬、5款湯濃好滋味

訂位專線 長園中餐廳

+886-6-337 3863

※本酒店保留本案內容變更權利。
 ※每日限量活蟹，售完為止，歡迎提早來電預約。
 ※以上價錢需加一成服務費。



台糖長榮酒店(台南)
 EVERGREEN PLAZA HOTEL
 (TAINAN)



幸福的溫度

上(10)月底一次公務陪同受訪的緣故，在高鐵台北車站候車，場景幾乎可以想像得出來，即人手一機的候車低頭族滿滿皆是，但已不足為奇；最離譜莫過巧見一位父親任由他約三歲的小女孩，整個趴在地板上蠕動，這位父親可能因左手抱著一個更小的孩子，右手看著他的手機，致使他無法制止女孩趴在地板上，惟難以理解的是公共區域的地板，每日遭踐踏不計其數，骯髒程度可想而知，這位父親即使手忙怎麼連口頭警告勸阻都沒有，恣意讓未懂事的女孩置於病菌傳染危險中撒野。

編者因職業性質常常冷眼旁觀，故而未上前協助該名父親勸阻並扶起小女孩，反而思考著若此刻拿起手機拍攝，再將影片上傳至知名爆料社群網站，討拍或許多贏些個讚，留言內容也可能大致跟編者一樣充滿問號，盯手機有比看小孩重要嗎？但這一則影片最終也不過是該社群網站每日百件中的一則，仔細想想不知其意義何在？遂停止了當「狗仔」的念頭，結果也不再理會，Let it be 後就快步走入手扶梯往下一層搭高鐵返南。

翌日清晨臥病床的母親突然感到腹痛，驚醒中來不及梳洗，即火速前往探母；因為當天還是勞工專屬的7天假之一，醫院除了急診外沒有開門營運，連要請復康巴士也有難度，在確認母親微微絞痛中可以忍受後，給了她止痛藥，並安撫她平靜吐納、闔眼入眠，才半小時光景，她即均勻呼吸睡了，此時我與母親仍右手相互緊握，左手不自主想找尋手機看有無訊息，才知道剛才的匆忙，竟忘了帶手機在身，一時間有點不知該做些什麼。

入秋後的清晨微涼，但陽光從窗戶射進後開始轉暖，沒有手機的編者與母親處在安靜的臥室，就是拜沒有手機之賜，編者方能仔細看著老媽因病而衰老與消瘦的容顏，湧上腦海全是過往與母親一起的畫面，非常有洋蔥；這是難能可貴的親情交流，即使沒有言語，室內安靜到掉針都可以聽得到落地聲。編者頓悟，天涼可以靠暖陽，人際可以靠手機，但怎麼也比不上肢體的接觸或眼神的凝視，如果時間能就此停住，幸福的滋味、體感的溫度，不就是眼前的這一刻。

現代人沒有手機，似乎會活得有點無聊，尤其編者的工作、生活、交際全靠手機在維繫，想不到沒有手機可滑，反而是真情流露的時候，對照本期通訊的封面故事「LINE不停」，還真是一個非常好的反思機會，當便捷取代一切，不知讀者是否也如編者一般，先前覺得手機離身不自在，之後接觸感動才知愛，英文說的Touch完全切中其寓意，或許將iPhone先擱一旁，才有真的愛給親友。

本期的特色還有雙演講的內容紀實，一是永續經營與企業社會責任，另一是循環經濟的理念，雖然先前沒有刻意掛勾，但現在看起來台糖的永續概念，似乎路是越來越清楚。還有今年九月、十月的南台灣，是多風災的季節，讓台糖蒙受不少損失，一般民眾也同感蔬菜、水果的天價不可攀，氣象專家說，急遽天候已經開始反噬人類的濫墾，秋冬越晚到來，寒顫的機會越大，我們整理家園與災損的同時，也別忘正視潛在的危機，當然請讀者要注意保暖，因為冷冽將至，珍惜舉家團聚才稱得上有幸福的溫度。🌻

CONTENTS

Taiwan Sugar Monthly

中華民國105年11月出版(月刊)
2057號 第139卷5期



Cover Story
封面故事
P4~21



LINE不停！

問卷及分析篇 |

台糖人用LINE大調查 愛聊天卻不愛周邊應用軟體

《編輯部》 5

台糖萌貼圖篇 |

台糖休憩LINE貼圖與吉祥物的誕生

《黃耀南》 10

Hi~ 大家好！我是糖安心

《畜殖事業部》 12

大家好！我是台糖餃餃

《商品行銷事業部》 13

跟台糖LINE在一起篇 |

如何用LINE與消費者搏感情？

《量販事業部》 14

台糖台北會館LINE@ 即時客務訊息互動·與您更靠近

《吳政穎》 16

加入江南Line@ 優惠資訊不漏接

《江南渡假村行銷企劃部》 16

歡迎加入烏樹林休閒園區LINE@

《王小萍》 17

台糖長榮台南LINE@邀您一指成好友

《黃美雯》 17

台糖行銷新利器 LINE@Taisugar

《企劃處》 18

便利的LINE讓休憩聯繫更緊密

《張世正》 19

新媒體·新勢力篇 |

台糖社群媒體的經營與挑戰

《企劃處》 20

編輯室報告

幸福的溫度

《蕭光宏》 01

業務特寫

烏樹林原味小火車 開往幸福做公益	《羅麗霞》	24
台糖台北會館榮獲經濟部節能績效卓越獎	《吳政穎》	25
台糖美白新利器 詩丹雅蘭極效美白淡斑精華	《生物科技事業部》	26
建立職場安全文化 台糖舉辦職安健康宣導活動	《侯明宏、曾映綱》	30

專題報導

循環經濟大未來 - 黃董事長建構新台糖	《企劃處》	22
偉哉台糖 永續再起 - 簡又新給台糖新期許	《企劃處》	28
颱風災情報導 - 莫蘭蒂、梅姬雙颱連發 台糖各畜殖場、 有機園區災情不斷	《黃啟榮、農業經營處、秘書處》	32
颱風災情報導 - 台糖高雄碼頭倉庫風災受創及復原記事	《顏世郎》	34
105年度蔗糖技術學會年會紀要	《王選雄、孫世欽》	48

專欄

公共論糖 - 身在江湖的大地主	《甜不辣》	37
勞動教室 - 勞基法「例假」新釋	《蕭俊傑》	38
人事異動、勘誤啟事	《編輯部》	41
糖訊69·文采久久 - 感恩台糖公司疼惜我輩！	《黃文信》	50
主編精選 - 宜蘭冬山河鐵馬逍遙遊	《張世正》	54

繽紛生活

探索生態·尊重自然 畜殖事業部舉辦環境教育訓練	《黃啟榮、林永鴻》	40
Sugar Walker - 溪湖元氣五分車 搭回明天滿滿的力氣	《林瑞彬》	44
油品環教之旅 探尋原鄉人文與部落生態	《詹弘毅》	42
錢途在現 - 年改會最大共識：年金請領年齡延至65歲	《徐元直》	46
食在美味 - 菊黃蟹肥秋意濃 長園中餐廳鮮蟹季新鮮報到	《黃美雯》	56
食在美味 - 非嚐不可的經典美味 江南渡假村南洋椰奶青蟹煲	《薛炳宏》	56

發行人：管道一

社務顧問：王國禎 楊旭麟

社務委員：蕭基淵 洪火文 余聰仁
林世榮 黃進良 曹金英
陳啓祥 陳秀姬 彭明鑑
侯勁行 顧孝柔 蔡耀榮
左希軍 盧興華 鍾文木
方金國 張用華 袁寶珠

社長：賴才棧

總編輯：蕭光宏

副總編輯：劉宗憲

編輯部：林景豐 陳建龍 陳德輝
李源森 張世正 黃啟榮
蔡純菁 葉怡汝 蘇明章
黃旭世 張軒豪 薛舒尹
桂家悌

發行者：台灣糖業股份有限公司

社址：台南市生產路68號

電話：(06)337-8549

傳真：(06)337-8500

網址：<http://www.taisugar.com.tw>

E-mail：editor@taisugar.com.tw(本刊)

印刷所：崎多視覺整合有限公司

地址：高雄市三民區覺民路256號12樓

GPN：2003600005 ISSN：1607-2383

定價：新台幣45元

中華民國36年5月1日創刊

中華民國105年11月10日出版

本刊圖文未經同意不得轉載

展售門市：

國家書店松江門市 /

台北市松江路209號1樓

TEL：02-2518-0207

FAX：02-2518-0778

五南文化廣場 / 台中市中山路6號

TEL：04-2226-0330

FAX：04-2225-8234

網路書店：

<http://www.govbooks.com.tw>

@taisugar



LINE!
不停!



在台灣，LINE已經成了大家習以為常的生活型態。您是不是也和74%多數台灣人一樣，如果沒有三不五時點一下LINE，就會深怕自己錯過了什麼？本期將帶您瞭解台糖人的依LINE程度，也誠摯邀請您，快加入台糖LINE@，讓台糖與您生活同在。



台糖人用LINE大調查

愛聊天卻不愛周邊應用軟體

◎編輯部

在科學知識與資訊技術日新月異下，行動裝置與無線網路的便利普及深深影響我們的生活，新社群媒體如臉書、WeChat、Juiker...等的盛行，也大大改變了我們的溝通方式。尤其是LINE，在台灣不論是擁有超過1700萬人次的註冊用戶群，或是每人平均一天使用近72分鐘（註）的黏著度，幾乎是國內普及率最高、國人最通用的社交通訊軟體。叮咚聲此起彼落出現在您我周遭，透過LINE進行溝通、打屁、聊天，甚至於是討論、開會等社交活動，已經成了大家習以為常的生活型態。

為瞭解台糖員工對於LINE的使用行為，以及其於日常生活中依LINE程度的高低，本訊遂以「LINE不停！」主題，針對台糖內部進行問卷調查，調查時間為105年9月1日至9月19日，問卷回收數量總計388份，有效問卷324份，無效問卷64份。

依LINE程度，與時代同步

調查結果顯示，87.04%的台糖人表示目前有使用行動通訊APP的習慣，當中更有93.31%高占比的台糖人，在眾多通訊軟體選單中，以LINE使用到的頻率最為密集，由此兩數據相乘計算可得出，平均每10個台糖人之中，便有8個人偏愛用LINE，略高於LINE在台灣所擁有約74%（以人口比例計算）的普及率。若以此做為一項反映企業活力的參考指標，或可顯見，常被外界誤以為作風保守、思維傳統的台糖人，即使是平均年齡偏高，但心態上與行為上其實仍然維持相當程度的年輕和活力，樂於使用時下最夯的通訊軟體。

台糖人跟得上時代腳步的觀點，可以從他們使用LINE的頻度與時間調查中再次得到印證。就LINE使用頻率而言，有56.89%的台糖人表示常常打開使用，自認使用頻率不高、有想到才用者有37.10%，僅6.01%的人認為很少使用；而另一方面，在平均每天使用LINE的時間總和上，近一成（9.89%）的台糖人認為自己是使用超過3小時以上的重度依LINE者，使用2-3小時的人占了10.60%，使用約1-2小時者也有32.16%，僅管有47.35%糖人表示不超過1小時，但整體推估下來，台糖人平均依LINE的黏度和台灣全體LINE註冊用戶的使用情況相當趨近。

善用LINE群組，是交友工具，也是公務助力

或許因為和好友聊天、聯絡情感，正是通訊軟體LINE最基本的功能，也是最核心價值的所在，所以當問及最常用LINE進行何種行為或活動時，多數的75.27%台糖人表示最常用於「親友聯繫」，其次是「公務聯繫」，占比不到兩成（18.02%）。其他像是「追蹤動態消息」、「閱讀新聞資訊」的比例均不超過3%，會常進行「消費購物」和「行動支付」的可能性更低，只有0.35%及0%，間接也可以從不到一成（9.54%）台糖人使用過LINE Pay的結果嗅到端倪。

問卷及分析篇

而群組功能，是一對一聊天室的升級版，能夠一次邀請很多好友加入，一起聊天、一起討論，有助於訊息擴散得更廣、更快速。在LINE群組聊天的使用行為調查上，台糖人最多邀請共組群組的對象是「朋友」，占40.28%，其次依序為同事21.91%、家人20.49%、同學9.89%、社團6.01%，以及工作對象1.41%；另外也有近七成的台糖人表示目前有因公務需求而加入的群組，分別為持有公務群組數量1-3個的占55.48%，4-6個的9.54%，7個以上的4.59%。由此可見，台糖人不但樂於人際關係的打理，也善用LINE群組多方聊天功能，轉換成公務溝通的助力，進而提升工作效率。

雖然行動通訊的即時傳訊功能為生活和工作帶來許多便利，但相對也造成不少隱憂，譬如造成職場上「上班時間」與「下班時間」之間的界線愈來愈難以劃分清楚，即是衍生問題其中之一，目前也已引發社會各界諸多討論。而台糖人於下班後接到公務LINE訊息的反應會是如何？也頗令人玩味，調查結果顯示，有22.26%的人會選擇「不讀」或「已讀不回」，拒絕下班後的私人時間被打擾，或是不想私領域被公務滲透；而33.22%較多台糖人則選擇暫先應答，等上班後再說；更有44.52%的人表示會立即處理，台糖人「認分」與「盡責」的本質於此也表露無遺。

貼圖以卡通人物最夯，免錢 a 更是王道

除了打字聊天，誇張逗趣、表情生動的LINE貼圖，絕對是LINE在台灣人氣一直居高不下的關鍵。有時候一張貼圖，勝過千言萬語，更能貼切表達傳訊者當下的感覺或情緒，更何況LINE貼圖的選項之多，免費的除了完成指定任務即可取得的熊大、兔兔、饅頭人和詹姆士等LINE明星角色外，許多品牌企業也推出加入好友即可下載的免費貼圖；若想與眾不同，藉由貼圖能展現出個人品味或個性的人，也可從LINE貼圖小舖中依自己喜好購得。

本次問卷也針對台糖人使用LINE貼圖的偏好進行一番調查，發現多數台糖人選用貼圖的喜好關鍵取決在「價格」，除了有7.77%台糖人沒使用貼圖之外，目前81.27%的台糖人是以使用免費下載的貼圖居多，會付費購買貼圖來用的比例僅8.83%。近半數47.35%的台糖人還坦誠，會加入某些企業官方帳號或店家帳號的最大目的就是為了取得免費貼圖，而且44.88%台糖人會於取得企業貼圖後「馬上進行封鎖」。

另外，既然有意購買貼圖的台糖人不多，對LINE Points的收集自然也興致缺缺，或許也可能是覺得LINE Points的取得條件太麻煩，因此有在收集LINE Points的台糖人僅12.72%。若是不考慮價格的話，台糖人最愛的貼圖類別是「卡通人物貼圖」的40.28%，「熱門原創貼圖」和「LINE明星貼圖」各占27.92%及21.55%，企業官方帳號貼圖為6.01%，藝人或名人貼圖則是1.41%。

「台糖LINE@」衝好友加把勁，推優惠、給貼圖最夠力

LINE擁有如此龐大的用戶群及高使用率，蘊含無窮的商機在裏面，自然會被眾家業者視為品牌或商品行銷宣傳的一大利器。其實，台糖與旗下事業單位也不例外，目前已建置有「台糖

公司」、「台糖台北會館」、「台糖樂活網」、「台糖長榮台南」、「尖山埤江南渡假村」、「烏樹林休閒園區」、「台糖健康易購網」等多個LINE@生活圈官方帳號在經營，無不希望發揮網路社群的力量，幫助企業品牌的能見度及廣告宣傳的曝光率。

只可惜就本次調查結果來看，居然有62.90%的台糖自家人不知道有「台糖公司」LINE@官方帳號的存在，也有22.26%的人知道卻未加入。或許公司方面需要釋出更多的誘因，提供更的優質的服務，才好壯大各個台糖LINE@官方帳號的好友數。

至於台糖人最希望「台糖公司」LINE官方帳號提供何種服務？40.28%的台糖人希望能推出「優惠/好康活動」，25.80%希望有「免費貼圖」，16.96%希望看到「商品/服務宣傳」，其他如「生活常識分享」、「線上客服」、「調查/票選活動」的期望比例分別為9.54%、3.89%、1.77%。

另問到LINE官方帳號的發文頻率何者為宜？30.39%台糖人認為「間隔2-3天1則」，也有差不多的29.68%比例認為要「間隔1週

以上」，認為「每週至少1則」有24.73%，「每天1則以上」15.19%，調查結果則是出現意見分歧。

綜觀上述推斷，大部分台糖人都只是使用LINE基本的聊天、貼圖等功能，但對於LINE周邊所開發出的軟體或應用，如LINE Pay、LINE Game、LINE Points等利用需求度相對較低。但就LINE整體使用滿意度來說，九成以上的台糖人表示肯定，LINE或多或少是有助於讓工作、生活或交友更加便利。



註：商業週刊〈完全解讀 動時代行銷心法〉

http://bw.businessweekly.com.tw/event/2015/Line_forum/images/content_c.pdf

LINE不停 問卷調查統計結果

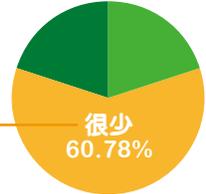


1、請問，目前您有使用智慧型手機上的通訊APP嗎？

有 87.04%
沒有 12.96%

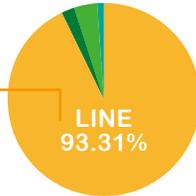
6、收到LINE訊息後，您是經常主動轉傳者嗎？

是 19.79%
很少 60.78%
只收看·不轉傳 19.43%



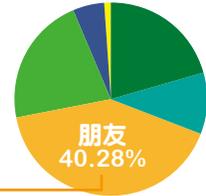
2、目前您手機上的通訊APP使用最頻繁的是？

LINE 93.31%
WeChat 1.76%
Juiker 0.00%
Messenger 4.23%
其他 0.70%



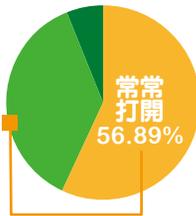
7、在您目前的LINE群組名單之中，占最多數量的好友對象是？

家人 20.49%
同學 9.89%
朋友 40.28%
同事 21.91%
社團 6.01%
工作對象 1.41%
其他 0.00%



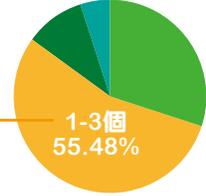
3、據報導，台灣人最常用的通訊APP是LINE，您一天使用的頻率為？

常常打開使用 56.89%
想用時才用·頻率不高 37.10%
很少使用 6.01%



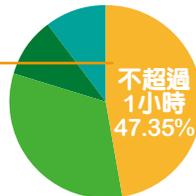
8、您有因公務聯繫需要而加入的群組數有幾個？

未曾加入 30.39%
1-3個 55.48%
4-6個 9.54%
7個以上 4.59%



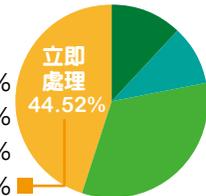
4、您一天使用LINE加總的時間約有多少？

不超過1小時 47.35%
約有1-2小時 32.16%
約有2-3小時 10.60%
3小時以上 9.89%



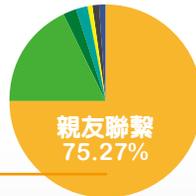
9、下班之後，接到公務上的LINE訊息，您通常會？

不讀 12.01%
已讀不回 10.25%
暫先應答·等上班後再說 33.22%
立即處理 44.52%



5、您最常使用LINE進行何種行為？

親友聯繫 75.27%
公務聯繫 18.02%
追蹤動態消息 2.83%
閱讀新聞資訊 2.47%
消費購物 0.35%
行動支付 0.00%
其他 1.06%



10、目前您覺得收到的LINE群組訊息有氾濫之象嗎？

不覺得·每則都看 11.31%
挑誰傳的來看 24.03%
挑內容來看 52.30%
太多了幾乎不看 12.37%

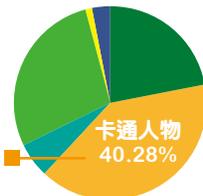


11、您目前使用的LINE貼圖情況為何？

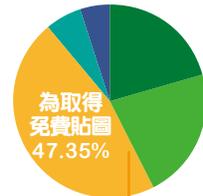
都是免費下載	81.27%
會付費購買	8.83%
有好友贈送	2.12%
沒有使用貼圖	7.77%


12、不考慮價格的話，您最喜歡的LINE貼圖類別會是？

LINE明星貼圖	21.55%
卡通人物貼圖	40.28%
企業官方帳號貼圖	6.01%
熱門原創貼圖	27.92%
藝人/名人貼圖	1.41%
其他	2.83%


13、會讓您將LINE企業官方帳號或店家帳號加為好友的最大動機是？

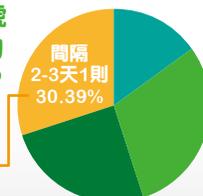
為掌握即時商品/服務資訊	19.43%
為取得優惠/好康消息	21.91%
為取得免費貼圖	47.35%
出自於對該品牌的認同及好感	6.36%
其他	4.95%


14、當您加入好友取得免費貼圖後，通常您會如何管理該帳號？

持續當好友	28.27%
過幾天會封鎖	26.86%
馬上封鎖	44.88%


15、對於LINE企業官方帳號或店家帳號發布訊息的頻率，您認為何者得宜？

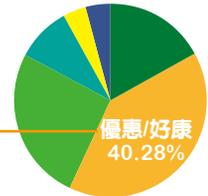
每天1則以上	15.19%
間隔2-3天1則	30.39%
每週至少1則	24.73%
間隔1週以上	29.68%


16、您知道台糖公司已有推出LINE官方帳號嗎？

知道，已加入	14.84%
知道，但未加入	22.26%
不知道	62.90%


17、您最希望「台糖公司」LINE官方帳號提供出何種服務？

商品/服務宣傳	16.96%
優惠/好康活動	40.28%
免費貼圖	25.80%
生活常識分享	9.54%
線上客服	3.89%
調查/票選活動	1.77%
其他	1.77%


18、目前，您有在使用LINE Pay進行付款嗎？

有	9.54%
沒有	90.46%


19、您有在玩LINE Game嗎？

有	17.67%
沒有	82.33%


20、您有在收集LINE Points嗎？

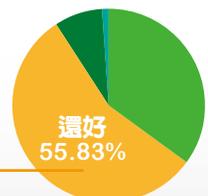
有	12.72%
沒有	87.28%


21、您有在LINE上遇到訛詐的經驗嗎？

有	18.02%
沒有	81.98%


22、整體來說，LINE有幫到您工作、生活或交友等便利性嗎？

有，助益很大	35.34%
還好	55.83%
沒有，還好煩	7.77%
不知道	1.06%





台糖休憩 LINE貼圖與 吉祥物的誕生

◎休閒遊憩事業部 黃耀南

關於台糖休憩LINE貼圖的開始，其實是為了籌備二年，配合在台糖70週年推出的限量SL-370模型火車周邊，所設計出的卡通貼圖。主要角色除了「SL-370蒸汽火車」跟「勝利號五分車」外，也加入了的烏樹林吉祥物「阿甘寶寶」和月眉糖廠的「糖囃伯」，希望能用這四個可愛角色增加話題性，豐富休憩貼圖角色外，同時也能讓大家認識這幾款的吉祥物。

設計這幾個角色原是為了限量模型火車發行所作之外，主要也是希望讓台糖休憩部的據點，能藉此將屬於園區代表的形象吉祥物介紹給大家，採用療癒式擬人化角色，也是考量到較容易拉近與消費者之間的距離，現在台灣很多企業，也都以這樣的吉祥物角色帶來話題性，也為企業形象加分。因此，「企業專用吉祥物」已成為一種趨勢。像是現在觀看各類比賽、或是活動時，布偶裝在場上活躍已成不可或缺的橋段，場上那些生動活潑的互動，都是博得小朋友芳心的可愛吉祥物們。

利用可愛的企業吉祥物魅力，吸引消費者產生認同與好感，以不同的樣貌結合宣傳物或LINE貼圖，以藉此短時間內達到推廣目的。

台糖休憩部所屬尖山埤江南渡假村的吉祥物，就是以最廣為人知的歷史人物江南四才子作為參考，將唐伯虎、祝枝山、文徵明、徐禎卿作為形象來設計，渡假村每每只要舉辦活動時江南四才子人偶一出席，必定讓園區遊客瘋狂搶拍合照，可以顯見療癒系吉祥物為園區所帶來的

潛力無限，當然對江南渡假村業績提升也會有所助益。由此可見，「吉祥物」不但成為視覺識別設計中重要的一環，更因討喜的造形而廣為大

眾所喜愛。大大小小的代言寶寶，也幾乎橫跨各行各業，甚至連選舉的政治人物，都脫離不了企業吉祥物風潮，不但讓我們生活周遭增添了許多「新朋友」，也讓消費市場充滿了無窮趣味。





吉祥物造型背後的设计理念

月眉糖廠「糖囡伯」最初誕生的契機，其實是源自月眉的獨有特色「百年囡底隧道」。在1947（36）年8月時修復，卻因環境變遷於1999年3月停止壓榨，轉型為觀光糖廠。龐大的機組、全國唯一的囡底隧道成為了月眉的最大特色。因此提出將百年囡底隧道與煙囪這兩個特色結合，便有了「糖囡伯」這個角色的想法。上半身煙囪的造型下半身則是囡底隧道磚紋花色，正因為是百年糖廠，所以角色也以長者的形象為主。

阿甘寶寶的誕生，緣由是光復後的四、五十年代，糖業是台灣外匯的重要來源，而烏樹林車站則是負責白河、東山及新營間的甘蔗運輸，往來於富庶的嘉南平原。民國90年台灣糖業將運蔗車廂改為田園列車，憶想當年火車載蔗的童年記趣，將甘蔗作為烏樹林的代表角色，相信沒有人會反對。



SL-370蒸汽火車與勝利號，設計這兩款角色則是為了運用在LINE貼圖所特別繪製的五分車，誇張逗趣的表情，將硬梆梆的五分車轉化成Q版的概念登場，透過具象、可愛、平易近人的擬人五分車，以達到吸引視覺的目的。

台糖萌貼圖篇



Hi~大家好 我是糖安心



©畜殖事業部

我來自台糖！每隻台糖安心豚一出生，就在台糖所提供的優質環境中成長，也因為台糖安心豚都是吃台糖寡醣乳酸菌和台糖天然糖蜜長大的，所以都是健健康康、頭好壯壯，所產出的食品，當然也是甘甜潤嘴喔！

糖安心是台糖公司畜殖事業部全心全力、不惜重金栽培，台糖安心豚最新、最佳的代言人，相信未來亦將是永遠的代言人。您知道為什麼「安心，最珍貴」嗎？因為食品要做到「安心」的程度，除了企業要有「良心」、研發要「精心」、生產流程更要「用心」！因此，「安心，真的彌足珍貴」。

經過多年來的催生，糖安心總算誕生了！台糖安心豚是最符合有吉祥物公仔的品牌，也可以藉由吉祥物公仔好好行銷台糖安心豚肉品。於是，台糖畜殖事業部與廣告公司討論，吉祥物設計以豬為原型，以「萌」為創意點，搭配廚師造型的核心創意概念，接續設計出一系列Q版公仔Line圖形，未來運用在網路行銷方面，希望打造更多元的糖安心未來世界。現在的我（糖安心Line圖），是不是有比較萌了。



來點
掌聲



大家好！ 我是台糖餃餃

©商品行銷事業部



105年初，台糖手工水餃

除了由烹飪專家程安琪老師代言推薦外，
還多了一個Q版代言人「台糖餃餃」的加入！

「台糖餃餃」，是水餃界中的佼佼者，
稱霸冷凍水餃市場。

他有著討喜、萌翻的外表，
頭頂著圓潤的純手工貼花，
臉兒透著紅潤，

穿著蘋果綠的吊帶褲，
褲擺點綴著芥茉黃，增添些許活潑，
有著像小太陽溫暖的心。

優質的內涵（台糖豬肉、優質蔬菜、
低溫生產、不添加防腐劑），

只要你冷了、餓了，

隨時隨地都能帶來滿滿的飽足與美味喔！

而且台糖餃餃也會與你一起放聲大笑，

一起甘謝美好，

度過心情起伏的點點滴滴，

也在情人節與你一起談情說愛！

在中秋節和你一起努力變圓！

在颱風季節，提醒你趕緊去買台糖水餃作準備！

不管，在平日或是特別節日，

台糖餃餃總是貼心地陪伴你，

如同台糖手工水餃陪伴你，

體驗幸福的美好味道！

跟台糖LINE在一起篇

如何用LINE與消費者搏感情？

◎量販事業部



嗶！結帳時收銀員正親切的提醒民眾：「現在加入LINE好友可以馬上現折100元哦！請問是否加入呢？」。近期以LINE作為行銷宣傳管道的業主不在少數，過去企業主關注的是收視率，搶破頭的要將自家廣告擠進八點檔黃金時段播送，投注相對龐大行銷媒體費用，就是希望民眾能看到那5秒曇花一現的廣告資訊，使自家品牌在民眾心中佔有一席之地，但前提是民眾還要有閒坐在電

視機前，且不保證廣告時段民眾不會轉台。傳統宣傳媒體效益逐年遞減，取而代之的是行動數位媒體時代的來臨，當人手一支智慧型手機，民眾上網是隨時隨處，「點擊率」儼然成為業主新關注的焦點，行銷媒體不再是被動的等待，而是主動出擊。

根據資策會調查，透過LINE、Facebook進行社交活動已成為一般人生活常態，而台灣人平均每天使用LINE的時間為71.8分鐘，遠高於使用Facebook的60.5分鐘，且至今年3月，LINE於全球擁有超過10億人註冊使用，在台灣使用人數更已突破1700萬人，其中20~49歲佔62.2%，此年齡層正是主要消費族群，企業早已敏銳地嗅到經營LINE，將帶來更大的消費商機。

LINE不只是冰冰冷的電子通訊媒體，它還很人性化。LINE執行董事舛田淳也是催生LINE誕生的幕後推手，就常苦口婆心地對員工說：「LINE內部最重要的文化，就是對人的觀察與理解。」它縮短了企業與民眾間溝通的距離，而業主只要抓對民眾的胃口，將民眾所關心的訊息內容更即時、直接的提供，就有機會讓粉絲成為企業的顧客。透過簡單的活動設計輕鬆讓民眾想加入企業LINE好友，例如：「加LINE好友免費貼圖送給您」、「LINE@好友大募集，只要掃QR CODE就能參加好禮抽獎活動」，後續透過手機就能輕鬆做行銷，這背後是1700萬人的商機。行動數位媒體已是當前主流，更是未來普遍行銷趨勢。

當企業主順利吸引大批民眾加入為好友的同時，又應端出什麼樣的菜色來經營LINE粉絲，才能真正有效的創造銷售業績？身邊一位友人分享，他加企業LINE都是為了想要獲得貼圖，一旦取得貼圖後就立馬封鎖此企業LINE帳號；相信這絕非企業主所樂見的，如何讓民眾不會封鎖業主辛苦所建立的LINE呢？除非清楚知道顧客需要什麼，才能提供真正有用的資訊，進而讓粉絲成為企業的忠實鐵粉。想要讓LINE成為企業點石成金的行銷利器，首先必須搞清楚自己的定位，才不會將行銷費用投入大海。



LINE其實又分為「LINE官方帳號」及「LINE@生活圈」，官方帳號是針對全國性企業、品牌所設立，如果是地區型產業，只經營在地客群，就可選擇經營LINE@生活圈。就拿全台連鎖的威秀影城為例，並非每部電影都會在各家分店同步上映，這時便以LINE@生活圈來經營在地客群，對電影有興趣的民眾而言，只要加入離住家最近的威秀影城LINE@，就能獲得第一手電影資訊，還有不定期舉辦的抽免費電影兌換券活動，提高民眾對企業LINE的黏著度。

另一分享案例是目前全台有87家的連鎖量販通路家樂福，則是以LINE官方帳號經營全台粉絲，為避免過多商業性促銷訊息逼退粉絲（被封鎖），內容多以全台通用的軟性生活題材為主，包括：婆婆媽媽最愛且實用的料理食譜；提醒民眾兌統一發票並貼心提供兌獎服務，直接將線上粉絲導引至實體通路；防颱準備措施，告訴消費者颱風來時應採買哪些商品；超級Q的免費貼圖，誘使民眾加為好友；定期給LINE粉絲嘗甜頭，推出專屬LINE好友獨享的Coupon優惠商品；商品資訊促銷宣傳，透過商品價格力吸引消費者上門。

看完這些案例，您是否躍躍欲試了呢？先別急，在投入LINE經營前，還是要好好評估自家口袋的深度，不妨看看同業如何經營，先做足功課才不會傷了荷包，行銷效益卻沒提升唷！LINE對於民眾來說是免費的通訊軟體，但對企業主可不見得了，在選擇申請「LINE官方帳號」跟「LINE@生活圈」費用上是有很大的差距，如附表。

LINE官方帳號		LINE@生活圈			
方案等級		免費版	入門版	進階版	專業版
費用	半年25萬/一年免設定費	0元	798元/月	1888元/月	5888元/月
有效好友人數	30萬人 30萬-60萬人 60萬-100萬人 100萬人以上	無上限	20,000人	50,000人	80,000人
發送訊息則數	視發送則數與不同好友人數計價 (例：30萬人發送7則，約16萬元)	1000則	無上限	無上限	無上限
申請管道	直接向LINE官方申請	1、直接向LINE@官方網站申請 2、委託LINE@官方合作單位進行申請 (需支付各方案費用20%不等的月費，視合作廠商報價為準)			
可申請貼圖	可	無			
貼圖費用	約200萬起 視貼圖組數及有效使用天數不同計價				

1、LINE官方帳號費用資料來源：參考LINE 2016 LINE官方帳號&企業贊助貼圖簡報，實際費用需依LINE官方報價為準。
2、LINE@生活圈費用資料來源：LINE官方網站<http://at.line.me/tw/plan>。

LINE官方帳號一年可能就得花上百萬，如是中小企業主則較不合適，相較起來LINE@生活圈親民得多，功能上也不相上下，雖無法用貼圖快速吸引民眾加入，但只要在宣傳上花點創意巧思，照樣能夠吸引大批民眾加入好友。像是台北的路易莎咖啡江子翠店，就以咖啡豆在店內牆上拼出巨大的LINE@生活圈QR CODE圖樣，供入店民眾方便加入，如此創意十足的宣傳手法，就是要吸引民眾目光。

健康一起go，第一手優惠情報，都在台糖健康易購網LINE@

台糖量販事業部目前健康易購網已有開立LINE@，粉絲數達1000名左右，評估未來5家量販分店亦能申請LINE@生活圈，就是要與在地民眾博感情，突破傳統宣傳模式，創造量販新契機。

跟台糖LINE在一起篇

台糖台北會館LINE@ 即時客務訊息互動 與您更靠近

◎吳政穎

台糖台北會館位在台北市熱鬧繁華的西門町，住客來自四面八方，幾乎有六成以上的顧客來自國外，尤其以香港客人為大宗，因此顧客訂房時的雙向溝通、需求房間型態及需求內容的正確確認，為確保住宿行程的順遂，溝通工具就很重要。

溝通的工具藉由傳統的傳真、越洋電話不僅所費不貲外，在效率上亦較為緩慢，台糖台北會館隨著資訊科技的發達，導入LINE@生活圈的工具，進行業務推廣、客服問題及訂房諮詢等的運用，並將館內各種訊息傳送給顧客及粉絲。LINE@是最佳幫手，透過輕鬆建立一個專屬帳號，可以在1對1聊天室內輕鬆即時回覆遠在海外顧客的問題，也可以透過群發訊息一次發送資訊給所有會館的粉絲。透過即時的LINE@生活圈訊息互動，在推廣活動時更加靈活，使得台糖台北會館及粉絲更靠近，讓粉絲們感受到台糖台北會館訂房諮詢的效率及客務的服務熱誠。



◎透過即時訊息互動，讓台糖台北會館與粉絲更靠近

加入江南Line@ 優惠資訊不漏接

◎江南渡假村行銷企劃部



尖山埤江南渡假村自LINE@生活圈上市以來，即積極成為認證店家，持續發佈動態消息如：暑假優惠活動、中秋節優惠活動、住宿優惠專案及情人節賀卡……等，提供渡假村最即時的優惠活動資訊給追蹤者，並且即時回覆顧客問題，只希望帶給顧客快速又滿意的線上服務。

想要加入尖山埤江南渡假村LINE@生活圈非常容易，只要用Line搜尋「尖山埤江南渡假村」即可加入，或是親臨江南渡假村並於售票處及江南會館大廳櫃檯皆可掃描LINE@生活圈QR Code加入，讓顧客可以隨時掌握最新動態及優惠訊息，歡迎喜愛江南渡假村的朋友們一同加入，讓各式優惠資訊不漏接。

歡迎加入烏樹林休閒園區LINE@

◎王小萍



烏樹林休閒園區「LINE@生活圈」會員現正熱情招募中，為吸引更多好友加入，烏樹林休閒園區主要行銷規劃除了在LINE、FB上發送邀請好友加入之外，也會製作烏樹林園區「LINE@生活圈」QR Code海報張貼在園區每個角落，利用推廣園區促銷優惠（如購票優惠、冰品折價優惠...等）吸引遊客加入，抑或是在五分車站售票口宣傳推廣，加入好友即可享乘車票價優惠等訊息。

此外，烏樹林休閒園區推出的所有專案活動，也都會透過「LINE@生活圈」加以行銷宣傳，歷來曾舉辦過的活動，包括：週年慶活動廣告海報、SL370蒸汽火車模型車行銷活動、烤肉區促銷活動、春節活動、原味762小火車之旅活動、寶可夢抓寶優惠活動...等，皆獲得很大的迴響。

台糖長榮台南LINE@邀您一指成好友

◎黃美雯

為與消費者更即時的互動和3C世代更加貼近，台糖長榮酒店於2014年底開立「台糖長榮台南LINE@」帳號，至今好友數已達千名，好友們可透過手機行動官網快速明白酒店相關資訊，包括房型介紹、餐廳特色、交通方式、地理位置等，讓民眾能夠掌握酒店的軟、硬體設施與旅遊交通資訊，降低搜尋網站與開啟新視窗等待時間；此外，加入酒店LINE好友，便可不定時接獲酒店大型活動和好康訊息，讓民眾擁有身為好友應該獨享的資訊與福利。



「台糖長榮台南Line@」運用此平台與消費者做互動式溝通，除了給予好友優惠好康訊息放送外，也曾在520當日舉辦過「總統小英做、總套我來住」LINE平台抽獎活動，雖然大家夢想當千萬選票總統達成不易，卻可以輕輕鬆鬆利用一指為自己贏得五星級酒店最華麗、尊榮及寬敞，人人稱羨的總統套房入住機會（價值8萬8仟元），此活動就在5月20日當天抽出，成為慶祝總統就職典禮外最具話題的火紅行銷活動。近期酒店舉辦「2016客家暨原住民族美食節」活動，為讓LINE好友能夠享受到客家與原住民族併呈的創意美食，特規劃以LINE平台抽出「札哈木好客套餐」乙客並於活動期間內兌換，和所有參與客原美食節的朋友一同品嚐星級主廚全新客家及原住民料理，以及分享吃美食的暢快與喜悅。

歡迎大家踴躍加入台糖長榮酒店LINE@生活圈，一同和我們住得安心、玩得盡興、吃得滿意！

跟台糖LINE在一起篇

台糖行銷新利器 LINE@Taisugar

◎企劃處

台糖公司企劃處於2016年7月成功申請「LINE@Taisugar」認證帳號。其與「LINE@生活圈」一般帳號不同的是，認證帳號每月須繳交1千餘元，但每月可群發的訊息數沒有限制，因此，對本公司的各項行銷運用將可更為靈活。截至9月底，「LINE@Taisugar」的有效好友人數已有1,250位。

目前台糖「LINE@Taisugar」生活圈的平日管理工作由企劃處同仁負責，平時除PO文介紹產品、促銷活動等相關資訊之推播外，對於粉絲們的各種提問，亦可於第一時間回覆說明。另藉由系統所提供的抽獎功能，「LINE@Taisugar」已陸續辦理「加入台糖LINE@好友抽加油抵用券」、「台糖手工水餃猜全聯促銷價抽加油抵用券」、「台糖加油站中秋情懷甜蜜捐點贈送加油抵用券」等3次行銷活動，經統計，3次活動所增加的好友人數約1,000位，且有效增加台糖手工水餃及台糖加油站的宣傳效果。

「LINE@Taisugar」生活圈雖剛成立起步，但從與粉絲們的熱烈互動中發現，多數粉絲是願意對台糖產品/服務，甚至是台糖公司提供建議與期待的。因此，未來台糖「LINE@Taisugar」生活圈的商機與挑戰，企劃處將以整合的面向，朝豐富化與多元化加強台糖LINE@、Facebook等社群媒體的內容行銷與粉絲黏著度。更豐富的台糖促銷活動盡在「LINE@Taisugar」生活圈，歡迎各位的加入與推薦。



台糖 x LINE@ 快掃QR Code加入，台糖與您生活同在



台糖公司



台糖台北會館



台糖長榮台南



台糖健康易購網



台糖樂活網



尖山埤江南渡假村



烏樹林休閒園區



便利的LINE 讓休憩聯繫更緊密

◎休閒遊憩事業部 張世正

可能有許多上班族現在每天與LINE的黏著程度遠遠超乎過去人們的想像，甚至已經到了沒有點一下LINE就覺得自己會錯失掉什麼重要訊息的地步。LINE在台灣為什麼會如此的普及和受大家的歡迎呢？筆者覺得它在溝通聯繫上的「方便性」絕對是其中



一項非常重要的關鍵因素。在過去此類通訊軟體還沒有問世之前，往往要打許多通電話聯絡溝通才能解決的事情，現在只要輕輕鬆鬆的LINE一下，就能夠通通全部都搞定！

為了因應這個通訊時代的新浪潮，台糖公司休閒遊憩事業部採取多管齊下方式，包括線上訂房平台「台糖樂活網」，以及台糖長榮酒店（台南）、尖山埤江南渡假村、台糖台北會館、烏樹林休閒園區等據點，也都紛紛建置了「LINE@生活圈」的官方帳號，以方便用來作為和消費者訊息傳遞之行銷利器。此外，休閒遊憩事業部內部也成立許多群組以利同仁們訊息即時溝通傳遞，比方像是今年（105）年2月台南發生大地震時，台糖休憩同仁在LINE群組上自凌晨4點就已經開始互相傳遞訊息，而大家所關心各據點的災損狀況，各地值班同仁們也都透過LINE很快陸續回報現場情形，由此可見LINE的方便性讓休閒遊憩事業部同仁們在溝通聯繫上，對其仰賴的程度是不言可喻。

LINE似乎擁有將人們都連結在一起的無形力量，而「LINE@生活圈」這個新形態的信息平台，更讓使用者可以方便從中取得各式各樣即時資訊，當然許多商家及公司行號也早就發現此一商機，紛紛透過LINE@與潛在消費者們訊息互動，期望藉此溝通管道來行銷宣傳以增加顧客上門消費。休閒遊憩事業部所屬台糖樂活網LINE@生活圈客服系統，就是線上訂房其中一項方便消費者的服務項目，透過這個溝通平台，服務人員可以即時與潛在消費者們訊息互動，除了能夠主動提供好康優惠消息之外，也能立即回復顧客各式提問，如此一來便能輕而易舉的降低溝通障礙，並且能夠達到服務與顧客零距離互動之目的。

在現今生活中，LINE早已融入許多人日常作息的一部分，今後如何善用這項有用工具就成為重要的課題。LINE除了讓人們方便溝通之外，也可以作為行銷的利器，如何將網路上的粉絲們變成上門消費的顧客並帶來實際業績，這部分更是需要長期經營。相信在不間斷的持續努力之下，未來將會有豐碩的成績。

台糖社群媒體的經營與挑戰

◎企劃處

現代人的生活，社群媒體佔了很重要一部分，原因在於人際關係的疏離，並非社會行為的常態，而社群媒體的主要媒介因為是人，因此，快速即時的互動特性，成了彼此談笑往來的選擇工具。

社群媒體百百種，包括Facebook、Twitter、Google+、Line、Instagram、Youtube等都是。在台灣，常用的Facebook、Line、Youtube也是本公司目前主要運用的社群媒體行銷工具，本公司為什麼要開始經營社群媒體，不外乎消費者的訊息接收行為改變、顧客關係管理、品牌溝通、與顧客直接對話等因素。

圖片更勝千言萬語的 Facebook

Facebook是集客行銷的大幫手。本公司各單位多有應業務需要成立粉絲團，例如總管理處的台糖粉絲團、休閒遊憩事業部長榮酒店粉絲團、量販事業部健康易購網粉絲團、商品行銷事業部健康御守



◎透過台糖粉絲團的社群經營，提升台糖品牌親和力

粉絲團、台南區處新營鐵道文化園區粉絲團等。平時利用照片或圖片張貼業務內容以進行宣傳，是各單位管理者（小編）的例行公事，目的就是要多爭取按讚數和留言數，提升台糖品牌的親和力。

與消費者零距離溝通的Line@

Line@是精準行銷的大幫手。由於Line@起步較晚，因此，目前本公司僅有台糖公司、台糖健康易購網、台糖長榮台南、台糖樂活網、台糖台北會館、尖山埤江南渡假村、烏樹林休閒園區等粉絲群組。而平時運用Line@所提供的訊息群發、促銷抽獎、問卷調查等功能進行的廣告宣傳，經由「溝通」，更有助於台糖與忠誠客群的品牌關係維繫。

台糖應該要有什麼樣的社群媒體

社群媒體的經營與行銷並非只是貼圖或PO文就好了。殊不知在資訊爆炸的年代裏，想要精準洞悉人們的需求與掌握消費行為是一件難度甚高且困難的事情。從本公司過往投入在社群媒體的經營來看，粉絲數、留言和行銷活動等效益，未來成長空間應仍可期。不諱言，經營官方社群不似個人社群般可隨心所欲的風花雪月，台糖各社群媒體都有其不同任務使命，單位小編們除絞盡腦汁思索該如何創造獨特和有趣的內容外，整體執行面也常遇到：

一、社群行銷戰略：社群行銷是公司整體行銷的一環，因此，目前除總管理處代表申設的官方帳號外，各單位應業務需求亦多有申設，例如Facebook粉絲團公司約莫就有30團，在無整體規劃下，同質性或類似名稱的粉絲團、Line@、Youtube不斷增加，有可能讓粉絲感到無所適從。相同困擾，政府近來就因公部門推出太多APP軟體，故擬訂相關評量標準去蕪存菁，同樣作法可為本公司在經營社群媒體上參考。

二、社群粉絲回應：「即時互動」是社群媒體的經營特性，自本公司申設官方社群帳號後，粉絲互動頻率大幅增加，除基本產品資訊提問外，鼓勵的、謾罵的等五花八門問題不少，困擾的是，粉絲所提問題如非所轄業務或處理範圍，則小編跨單位、跨部門尋找解答是一途徑，一來一往，相對侷限了媒體工具可發揮功能，更甚者則流失忠誠粉絲。

三、社群組織整合：本公司這麼多的社群中，負責成員是誰？應該做些什麼？誰負責內容創建和發布？是否有行銷或美工設計人員參與？共享的內容如何傳遞？種種問題，似乎總覺得缺少一股凝聚力量。

隨著台糖各社群粉絲人數的增加及面對各種五花八門的留言提問，現階段台糖各社群媒體的管理、推播、內容規劃與訊息凝聚等問題，如何解決？該許台糖各社群媒體一個怎樣的面向與功能？或許以任務編組方式，集結各單位行銷、業務、美工、公關等人員，定期集會討論，整合各單位業務訊息以凝聚主題之執行作法，值得台糖社群經營參考。



◎藉由LINE@拉近和忠誠客群之間的距離，有助於台糖品牌關係維繫



◎YouTube台糖公司官方頻道，運用社群媒體工具作為行銷宣傳



◎黃董事長以丹麥禽畜糞型沼氣開發模式與台糖同仁分享

循環經濟大未來 黃董事長建構新台糖

◎企劃處

「永續」一詞，相信讀者應不陌生，從企業永續、環境永續到地球永續，何以談永續？因為眾所皆知，任何資源的利用，終有枯竭的一天。而「循環經濟」一詞，相信讀者應該很陌生，因為提的人少，且容易將其與單純的資源回收畫上等號，以為只要使用回收材質、做好綠色包裝，進而減少汙染即是。

10月3日於總管理處，新任黃董事長專題演講「循環經濟——新世

紀的企業核心價值」，未開始前，同仁疑惑這跟台糖公司有何關係，為何是企業的核心價值。



◎循環經濟是一個好主意，也是一門好生意

破題：「這是一個好主意 也是一門好生意」

作生意對台糖公司的經營很重要，而作對的生意對台糖公司的永續發展更是重要。讀者是否有印象，「循環經濟」一詞會引起注意，是在新任總統就職演說中談到：「我們也不能再像過去，無止盡地揮霍自然資源及國民健康。所以，.....更要讓台灣走向循環經濟的時代，把廢棄物轉換為再生資源」，如此的經濟活動，何以為政府推行方向。董事長演講中談到，過去到現在的商業模式，是屬於一種線性經濟的模式，就是「生產→使用→丟棄」，不斷的生產，並且不斷的採擷資源、不斷的丟棄，最終造成整個社會、環境、資源、生態的失衡，也演變成整個世代的揮霍習慣，這就是持續高消耗的後果。



◎黃董事長專題演講「循環經濟——新世紀的企業核心價值」，現場座無虛席

而「循環經濟」模式，「生產→使用→轉置→使用」，也就是增加生產者對產品的擁有權時間或再生利用，進而減少生產所使用的資源、減少報廢，以達到良性循環的結果。董事長舉荷蘭的案例說明，荷蘭是推動循環經濟商業模式相當成功的國家，其中，像是國際大廠飛利浦公司，他們將「不賣燈泡，而賣照明服務」的新商業模式運用在該國的史基浦機場，將消費行為從擁有產品轉為使用服務；飛利浦公司逐漸減少製造高污染、難回收再利用的燈泡，進而轉向研究如何延長燈泡的使用壽命，賣「光」給史基浦機場。整個新商業模式背後隱含的意義是，「循環經濟」不再只是成本與負擔，而是可以創造經濟效益的，可以作生意的，而且是一門對的生意。

擘劃台糖下一個10年願景

台糖公司肩負政策配合與企業經營效益使命，長遠永續的規劃是必然、也是必須的。董事長談到，現階段台糖公司的經營很好、很穩定，而他接任台糖公司董事長一職，最重要的任務與使命，應該是為台糖公司的未來10年，甚至是20年作好長遠的永續規劃。因此，除配合國家重大政策外，利用本公司目前的豬隻養殖事業，建構最先進的沼氣發電，讓豬糞尿從廢棄物成為有效的再生能源與有機資源，並且提出「沼氣能源產業鏈模式」的發展願景，讓台糖公司成為循環經濟世代典範轉移的長遠發展計畫。

的確，台糖公司從過去的傳統製糖產業已轉型為服務、休閒、流通等多角化經營型態，不斷的持續改變，為的就是台糖永續發展。而董事長演講中一再提到，目前線性經濟的發展模式，已經遇到瓶頸，所以，台糖公司的下一個10年，藉由董事長的演講內容，值得我們省思目前的觀念與思惟。🌱



烏樹林原味小火車 開往幸福做公益

◎烏樹林休閒園區 羅麗霞

台糖公司烏樹林園區本著善盡企業社會責任，關懷社會弱勢族群，舉辦「原味小火車之旅」公益活動，於105年9月23日星期五幸福啟航。

懷著期待心情，邀請的公益團體華山基金會、蓮心園啟智中心及社區獨居長輩等陸續抵達園區，看到長輩及啟智院生開心、笑容滿面的接受服務人員引導，依序進入會場，那藏不住雀躍心情在臉上表露無遺，頓時心中滿是欣慰，也讚揚志工們愛心不落人後的精神。

接續展開園區搭乘原味小火車及參觀鐵道故事館、地震體驗館等活動，透過安排體驗行程及導覽解說方式，增進與社會互動機會，並感受社會處處有溫暖，鼓勵弱勢族群對自我肯定，提升自信心，面對考驗勇敢不氣餒，同時也關心在地老年長輩，表達我們對社區的回饋與感恩之心，期望藉此喚起社會大眾對弱勢族群之關注，持續為社會傳遞幸福。

隨著午餐時刻來臨，一上午的活動行程沒有喊累聲，體驗安排也努力認真完成，精神可嘉，大家滿足享用著園區準備的精緻便當，還有串場魔術、氣球精彩表演互動，除了喝采歡笑聲，還有心中滿滿感激，長輩們言談之中體貼我們辛苦了，並訴說著能出來走走看看是最幸福的時光，看著他們心中滿滿溫暖，正是我們希望所在，就在互道再見聲中，活動圓滿結束。

台糖公司藉由關懷活動拋磚引玉，和大家一起傳遞幸福，讓社會走向溫馨、和諧的美好時代。🌸



◎導覽參觀鐵道故事館



◎用餐同時，園區還特意安排串場魔術表演，精心營造幸福用餐時光

台糖台北會館榮獲 經濟部節能績效卓著獎

◎台糖台北會館 吳政穎

近年來由於地球暖化、氣候異常變遷及能源迅速耗用短缺，導致能源使用成本不斷攀高，政府大聲疾呼推動節能行動。台糖台北會館秉持節約能源愛地球的公益目標，敦行節能策略，響應節能減碳，於102~104年度參加經濟部能源局舉辦「醫院、旅館企業自願性節約能源宣誓大會」，以3年節省1億度電為目標，共同響應節電，透過宣誓以實際的行動響應節能措施，一起加入節能減碳行列。



◎台糖台北會館榮獲「績效卓著獎」表揚，由台糖副總經理楊旭麟代表領獎

台糖台北會館經過3年的實際參與自願性節約能源行動，進行「地下停車場更換節能燈具」、「增設空調監控系統」、「更換高效能空調主機」等節約能源措施，經濟部能源局委託財團法人台灣綠色生產力基金會實地認定台糖台北會館節能成效卓越，於105年9月12日假台大國際會議中心由經濟部部長李世光親自主持頒獎儀式，台糖台北會館榮獲「績效卓著獎」，由台糖公司副總經理楊旭麟代表領獎及接受公開表揚。

台糖台北會館在台糖公司鼎力支持下，仍將持續以實際行動提升用電效率的目標，響應政府節能減碳政策，以及展現產業節電決心，節省能源費用支出，提升產業競爭力來努力。



◎經濟部「集團企業總部自願性節約能源宣誓大會」中，公開表揚節能績效卓著之42家醫院及旅館企業

新產品櫥窗

台糖美白新利器 詩丹雅蘭極效美白 淡斑精萃

◎生物科技事業部

對於東方女性多數蠟黃的肌膚而言，若能擁有一張淨白明亮的肌膚，是多數女性們追求的梦想。台糖最新研發一瓶全效美白配方——台糖詩丹雅蘭極效美白淡斑精萃，它是一瓶含有全球公認的美白聖品，其中包括維他命C磷酸鎂鹽、傳明酸、α-熊果素等全方位精純美白成分，並結合酵母萃取、維他命E、甘草萃取、雛菊花萃取、葡萄籽萃取、玻尿酸，以及台糖獨有的龍膽萃取等各種元素特性，建構一個全方位的美白系統，以溫和迅速的方式，有效淡化斑點，阻斷並代謝黑色素，改善膚色蠟黃不均勻與暗沉問題，使肌膚回復亮白光彩，呈現肌膚白裡透紅的好氣色。

台糖詩丹雅蘭極效美白淡斑精萃主成分功能介紹

一、玻尿酸 Hyaluronic Acid

乾燥的皮膚失去水分，會產生皺紋以及各種老化現象，玻尿酸具有極佳的鎖水保濕能力，有助恢復肌膚彈性，對抗衰老，能使肌膚維持在濕潤的良好狀態中，防止乾燥。

二、維他命C磷酸鎂鹽

Magnesium L-Ascorbyl 2-Phosphate

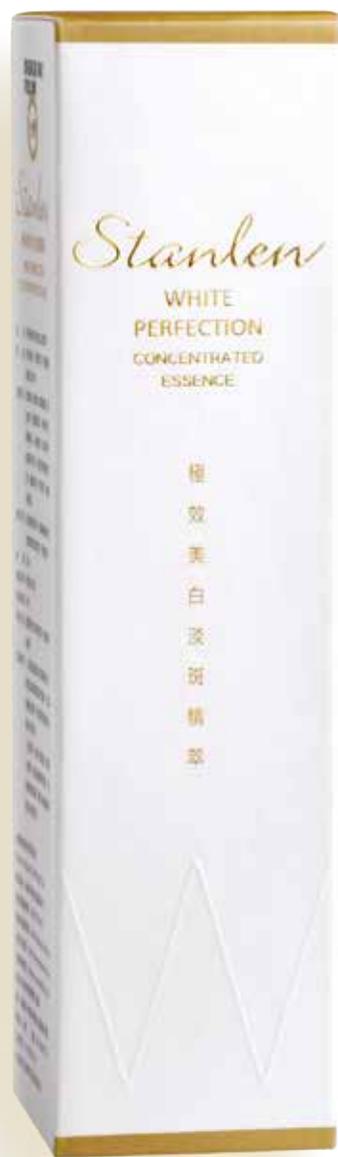
滲透力佳，確保維他命C深入肌膚底層，且具美白功效。

三、維他命E Tocopheryl Acetate

抗氧化，有效保濕，改善皮膚彈性與光滑度。

四、龍膽萃取 Gentiana Scabra Extract

採自原生於高海拔的龍膽草植株，經由高科技的組織培養技術於平地馴化育苗，並在無污染的溫室環境中精心栽培而後採收，再以非溶劑的天然萃取製程濃縮而得，調製成珍貴的龍膽草萃取精華液，使肌膚回復亮白光彩。



五、酵母萃取 Hydrolyzed Yeast

是由啤酒酵母高度精製而成的天然萃取物。可抑制麥拉寧產生美白作用，肌膚新陳代謝促進作用，可達到抑制角質肥厚、保持肌膚透明度及肌膚暗沉的抑制效果。

六、傳明酸 Tranexamic Acid

傳明酸的美白機制是同時且迅速的抑制酪胺酸 (Tyrosinase) 和黑色素細胞的活性，並且防止黑色素聚集的情況，能阻斷消弭因為紫外線照射而形成黑色素惡化的行進路徑。當傳明酸用來作用在經皮吸收時，其功效會轉變成抑制黑色素形成，具有淡化斑點及雀斑效果。

七、α-熊果素 Alpha-Arbutin

是一專利的活性因子，抑制酪氨酸酶與多巴的酵素氧化，用來鎖住表皮黑色素的生成，提升肌膚的亮白且讓各類型的肌膚能色澤均勻。

八、甘草萃取

Glycyrrhiza Glabra (Licorice) Root Extract

由天然甘草所萃取出之多酚精華，藉由抑制酪胺酸酶的活性以減少黑色素的形成，且能清除因UV-B造成之黑色素沉澱，達到阻斷、清除、亮白效果。

九、雛菊花萃取

Bellis Perennis (Daisy) Flower Extract

具有改善膚色不均的作用，藉由影響生化路徑，減少麥拉寧及酪氨酸酶活性的合成，來達到美白肌膚的效果。

十、葡萄籽萃取 Grape Seed Extract

含有高濃度的原花青素，能透過抑制酪氨酸酶活性及抑制黑色素的再生，達到美白效果。



定價：2800元。 容量：25g/瓶。

主成分：玻尿酸、維他命C磷酸鎂鹽、維他命E、龍膽萃取、酵母萃取
傳明酸、α-熊果素、甘草萃取、雛菊花萃取、葡萄籽萃取。

使用方法：洗臉後或化妝水之後使用。



偉哉台糖 永續再起

簡又新給台糖新期許

◎企劃處

◎簡又新博士以「偉哉台糖·永續再起」為題·就台糖推動永續發展提出建言

近年來台糖公司在建構永續發展方面，積極與國際趨勢接軌，為提升永續發展之素養、層次，並透過外部專家學者的角度，檢視公司推動永續發展的成果，特邀請與台糖淵源深厚的台灣永續能源研究基金會董事長簡又新博士擔任講座，以「偉哉台糖·永續再起」為題，分享他對台糖公司推動永續發展的建言，專題演講當日（105年9月21日）於總公司活動中心3樓演講廳進行，會場座無虛席。

簡又新博士曾任總統府副秘書長、外交部長等重要公職，曾就讀南光中學初中部，父親簡建勳先生任職新營總廠副總廠長退休，年少時期，見證台糖輝煌年代，身為台糖子弟，充滿對台糖的感激與期待。回顧台糖發展歷史，戰後成立時為國內最大企業，生產與銷售砂糖佔出口最大宗，外匯第一名，今年開心迎接70週年慶。

追求企業永續

FORTUNE報告1965年世界500大企業經過40年大約只剩1/3尚在營運，根據天下雜誌調查，台灣100大製造業30年後約剩18家；100大服務業剩12家，存活率不到2成。企業應常利用3面鏡子檢視企業體質，3面鏡子分別為：年報（企業的財務報告——自我評價）、媒體與口碑（他人眼光中的企業——社會公評）、企業永續報告（國際標準的企業評比——比較真實企業面貌）。

探討企業永續的效果，可以瞭解並提升企業價值

美國哈佛大學報告20年觀察發現企業社會責任做得較好的企業，其EPS較其他企業高。過去一家企業以有形資產持有多寡做為好壞評價，一項統計發現，1970年代至2010年代最大差異在於以無形資產做為企業評價（品牌、形象、信譽、智財權、利害關係人信任、創新力、員工忠誠度等）之佔比從20%增加至80%，企業有形資產在財務報表揭露，而無形資產要依靠企

業永續報告書來揭露。簡又新博士發現，多數誤解捐錢即等於善盡企業社會責任，事實上，捐錢是經濟條件之一，但不是企業社會責任之目的，企業本身要持續成長才能談永續經營。

企業永續所面對之挑戰

全世界所面臨的挑戰，如氣候變遷、能源與燃料、原物料資源不足、財富成長與分配、水資源不足、糧食安全、生態系統退化等，其中最嚴重的為氣候變遷，第二次工業革命後，使用石化燃料產生的二氧化碳，導致溫室效應，造成生態、農業、氣候及水資源劇烈變化，已是各國最大的挑戰。除氣候劇變，地表上的各種原物料遲早用盡，企業應以城市礦山思維創造循環經濟，如回收棄置不用之手機電腦及平板，重複利用製程產生之二氧化碳排放量也較開發少。近年來，消費者特別在意產品從生產到眼前整個旅程所製造的污染量，如食品或衣服標籤加上碳足跡標示等。糧食安全有二個議題；自給自足率及食品安全。據農委會2014年發布「糧食供需年報」，國內糧食自給率為33%，農委會宣誓2020年糧食自給率要提升到40%，這是台糖農業的機會點。

企業核心能力與企業社會責任結合

企業社會責任發展應結合企業核心能力，並訂定「永續藍海」策略，創造產品價值與競爭力。簡又新博士舉了2個例子；玉山銀行信用卡之黃金種子計畫，相對捐贈消費者刷卡金額之3%金額做為建構100所偏遠小學圖書館之用，成為高階收入者最常使用的信用卡之一，而所建構之國小圖書館數量仍在持續成長中。泰國是全世界最大的米倉，如遇天災，農民心血全部泡湯，為農田投保是最好的方式，但對產物保險公司而言，得一塊塊農田計算理賠，耗時費力，因此沒有公司願意承保，此時，一家日本產物保險公司，與泰國氣象局合作，承保所有農田保險，但無足夠人力去計算個別農田損失，便以氣象局訂定的洪水標準為依據，只要宣布為災區即全額賠償，解決了天災農損的問題，並在短短2年之內承接了泰國9個省的農地保險。

各國永續發展牽動國際企業供應鏈管理

聯合國主推永續發展工作之契機始於全球化，為了營利，世界知名大企業到落後國家挖礦、大設工廠，造成當地環境破壞等影響，於是聯合國提出10條關於人權、勞工、環境、反腐敗的盟約（Global Compact），全世界自此開始推行。特定產品生命週期的每一個階段都會影響到社會和環境，因此，綠色和平組織及其他環保組織緊盯世界知名大企業，要求下游供應鏈符合環保、友善勞工工作環境等標準，尤其知名企業股東國籍國際化。

台灣永續企業的未來

台灣企業永續獎已邁入第9年，報名參加評比之企業年年增加，現已達到173家。永續報告書是認識企業的最佳寶典，所溝通對象是員工、客戶、消費大眾及社會投資人，除了傳達企業經營者的理念，也是培養企業內部向心力的來源之一。簡又新博士建議，台糖公司參考國際同業永續報告書，梳理出世界未來發展趨勢，利於掌握發展方向。台糖如何再起，絕對不是靠糖業，如何利用台糖所擁有的優勢（資本、人力、土地、生物科技等核心能力）再起，是簡又新博士對台糖每位員工的期望。🌱



◎樂活健康大會操

建立職場安全文化 台糖舉辦職安健康宣導活動

◎文 / 工安環保處 侯明宏 圖 / 曾映綱

配合勞動部「105年全國職場安全健康週宣導活動」計畫，台糖公司於105年8月22日上午9時，假高雄區處辦理「台糖公司105年全國職場安全健康宣導大會」，藉此活動推展職場安全、健康促進及強化自主管理，以降低職業災害發生率，進而增進產業競爭優勢，達成永續發展之長遠目標。

大會由陳昭義前董事長親臨主持，邀請與會貴賓包括：高雄市勞工局勞動檢查處處長周登春、勞動部職業安全衛生署南區職業安全衛生中心簡任技正呂振文、國營會第1組組長李少儀、科長游步弘及高雄市橋頭區公所區長陳振坤、橋南里里長林伯振、高雄市消防局橋頭分隊小隊長何文貴等人參與盛會。與會台糖員工包括3位勞工董事及各單位所組成14支隊伍，約計250人參與本次活動。

本次大會司儀由高雄區處李海麟先生及陳姿璇小姐擔任，在唱引各隊陸續分列式進場後，隨即由陳前董事長致詞，陳前董事長首先感謝各位長官及來賓於百忙中之參與，也藉此恭喜本公司砂糖事業部小港廠獲選高雄市「推行職業安全衛生優良單位及優良人員」；另今年度砂糖事業部虎尾糖廠等8個單位亦榮獲勞動部所舉辦「無災害工時紀錄績優單位」，顯示同仁的用心、主管的重視，同時也提升台糖公司之企業形象。

陳前董事長於致詞中亦表示，建立職場安全文化是企業主要的任務之一，台糖公司工作場所之作業雖然危害因子不多，但不應因而忽視安全的重要性，各單位應從深化員工安全意識著手，輔以各項安全制度的建立與落實執行，安全文化才能真正深植於整個公司。董事長亦鼓勵同仁們除了遵守公司所訂之安全規定外，更進一步要當安全防護雞婆，對少數於工作場所中忽略安全規定的同仁即時提出糾正及提醒，除了保障自身之安全外，也要無時無刻對同處作業場所之同仁相互照護，協同防止任何職災發生。

活動之進行，除由陳前董事長帶領全體與會人員工安健康宣誓外，另分別由興糖國民小學嘎斯彼木偶劇團及高雄市燕巢區地方社團帶來布袋戲與民俗技藝表演，兩項精彩表演皆展現出地方延續傳統藝術之精髓，也獲得在場與會人員之大力讚賞；依往例，本次活動亦安排公司社團排舞社參與表演活動，演出象徵公司樂活職場之舞蹈；隨後，進行工安有獎徵答，在主持人生動活潑引導下，同仁們爭先恐後搶答，完全達到寓教於樂的目的；最後壓軸，在畜殖事業部顏明福老師帶領全體人員進行樂活健康操後，劃下本次宣導活動完美句點。🌸



◎楊副總經理頒發工安有獎徵答獎



◎興糖國民小學布袋戲表演



◎燕巢區地方社團民俗技藝表演

◎公司排舞社樂活舞蹈





◎幸有一旁的好哥們搭救，參天樟樹才不致於被強風吹倒



◎肉豬舍屋頂掀開損壞



◎雲林有機園區溫室葉菜浸水腐爛



莫蘭蒂、梅姬雙颱連發 台糖各畜殖場、有機園區災情不斷

◎畜殖事業部 黃啓榮、農業經營處、秘書處

莫蘭蒂颱風於105年9月14日夜登陸，台灣南部地區平均出現13級以上的強陣風，9月14日經過莫蘭蒂颱風瘋狂的肆虐摧殘，高雄、屏東地區造成嚴重災情；9月27日梅姬颱風接踵直撲而來，挾帶強風豪雨釀禍，全台各地災情頻傳。台糖公司有不少據點深受本次莫蘭蒂、梅姬雙颱接連侵襲影響，像是高雄分公司碼頭倉庫、畜殖事業部轄下多處養豬場與飼料工場、農業經營處經管多座有機園區、總管理處景觀植樹等均遭受嚴重破壞，不但造成公司巨額的財務損失，滿目瘡痍的災害場景，更是令人怵目驚心。

小豬嚎 畜殖場豬舍屋頂被吹跑

台糖畜殖事業部轄下多處養豬場與飼料工場即遭受本次莫蘭蒂和梅姬兩個颱風連續侵襲重創，各場區內道路盡是滿目瘡痍，路樹傾倒、豬舍屋頂毀壞及場內設施（飼料桶、污水馬達、辦公室、場內電器、鐵皮屋頂等）毀壞情況極為慘烈，嚴重影響畜殖場場務運作。尤其是六塊厝畜殖場、大響二畜殖場、東海豐畜殖場、四林畜殖場、四林繁殖場、大響一畜殖場、南沙崙畜殖場、海埔畜殖場、岸內畜殖場、鹿草畜殖場、萬興畜殖場、月眉一畜殖場及月眉二畜殖場及小港飼料工場等較為嚴重，造成災害損失總計近4,580萬元。幸有畜殖同仁不辭辛勞投入救災付出，及進行災後環境的整理工作，預計至106年4月將全部畜殖場災損修復完成。



◎場內樹木通道清理



◎畜殖場辦公室嚴重受損

狂風襲 參天大樹連根被拔起

在台糖總管理處內，則有十餘棵大樹連根被拔起，傾斜的中小型樹更不計其數，甚有部分辦公房舍屋瓦被吹落，園區受創嚴重。有賴秘書處事務組同仁在颱風風勢暫歇間隙即動員出勤，迅速清理復舊，給予同仁安全的上班環境。



◎總管理處園區西北隅的玉蘭樹亦無倖免，倒塌壓及鄰近的辦公房舍

溫室倒 有機菜潛水泡湯致產量少

同樣受颱風影響災情慘重的營業據點還有分別位處於雲林、台南及高雄等地的多座台糖有機園區，有機農作物災損共計1,144千元，主要為有機葉菜類泡水、倒伏、腐爛，目前正陸續復耕中；而設施類災損復舊費用計9,980千元，溫網室約有15棟結構嚴重損毀倒塌，其餘多是溫網室塑膠膜損壞、紗網毀損等，另有多數溫室因固定紗網壓條槽板受風災侵襲已不堪用，須待發包維修汰換新料。風災過後，每一座台糖有機園區均已進行緊急搶修並投入復耕，至於設施結構、塑膠布及紗網毀金額較高者，亦將儘速於106年初完成所有修復工程。



◎小港飼料工場房隔音牆及排風管被吹倒



◎台南有機園區作物受損情形



◎莫蘭蒂侵襲碼頭散糖倉庫受損狀況

台糖高雄碼頭倉庫 風災受創及復原記事

◎高雄分公司碼頭作業課 顏世郎

挑戰的開始

9月14日強烈颱風莫蘭蒂凌晨以偏西北路徑，正面侵襲南台灣和花東地區，高雄近午起風雨明顯增強。此次颱風重創南台灣也吹出高雄港史上最慘災情，媒體陸續傳出船隻斷纜事件及貨櫃吹翻掉落的意外。

台糖公司向高雄港務分公司所租用位處中島商港區46-47碼頭，隸屬於高雄分公司負責大宗穀物及散裝原料糖進口的倉庫建築及附屬設施，從民國63年興建完成營運以來，已堅強挺過大小颱風考驗，矗立40幾年，卻不幸地禁不起莫蘭蒂強風肆虐造成嚴重災損，高約28米散糖倉庫屋頂被掀毀近1/3面積，強風伴隨豪雨將原料糖溶為糖膏溢流至倉外地面，現場鐵皮翻落雜亂滿目瘡痍，倉庫建物及裝卸設備損壞總計高達34項之多。

同心協力 原物料緊急搶運

隔日一早風雨稍歇，高雄分公司及砂糖事業部、小港廠等各級主管抱著忐忑不安的心，不顧市區路樹招牌倒塌及千瘡百孔的道路冒險趕到現場勘災，風災發生後估計倉內原料糖水濕毀損約7,000公噸，其中約1,000公噸已化為糖膏溢流出碼頭地面，經跨單位主管於現場研議及相互協調聯絡所屬，立即啟動緊急措施，指示出動大型挖掘機具及聯繫調派大型車輛支援，先行

緊急移運至小港廠作後續處理。碼頭上另3座穀倉，唯有玉米散穀倉部分屋頂及南邊立面被吹損，原有庫存4,500公噸因得避免造成水濕毀損，同樣儘速聯絡畜殖事業部緊急派車提運。在曾經理親身參與指揮及各級主管調度下克服萬難，讓搶運作業在風雨無阻且有計畫的原則下順利進行，避免公司財產損失持續擴大。

碼頭作業課大部分同仁在得知災情後，即刻放棄休假投入第一線救災復原工作，9月18日在曾經理指示下更是全員到齊；但災損情況不僅如此，立於岸邊的卸船機架設備同樣無可倖免，因47碼頭正值卸船期間，卸船期程訂有合約限制，因此部分同仁須分配至47碼頭分頭進行卸船設備修復及試車工作，祈能於上班日順利繼續卸船任務，同舟共濟的團隊精神實在令人敬佩。

港務分公司災復啟動

高雄港大房東港務分公司所屬散裝貨物碼頭就屬台糖碼頭災損最為嚴重，9月19日風災後的第一個上班日責成相關工程部門主動列為第一勘災地點，同日下午台糖、港務分公司雙方於碼頭作業課召開協調會議及現場會勘討論，在本公司強烈的要求下達成共識，全權負責將2座倉庫屋頂等8項較迫切災損列為第一優先緊急搶修項目，以確保下雨不再造成更大損失，也讓10月6日散裝糖船到港時有倉儲空間順利完成卸船。

在高雄分公司積極催促下，港務分公司啟動內部緊急作業程序，9月23日即與承包廠商簽訂合約，隨即進行備料先製工作，9月27日機具材料進場，準備開始進行屋頂修繕工程。



◎黃董事長、楊副總和各處室
主管專程來碼頭視察

◎倉庫內散糖受損狀況



風雨接踵而來 再次造成傷害

正當莫蘭蒂所造成的傷害還在復原當中，無奈中颱梅姬又進逼台灣，曾經理在氣象局發布海陸警報之前，即指示碼頭作業課成立緊急應變小組，責成同仁全力做好防颱整備，以防災情持續擴大。

為了減少損失，9月27日颱風登陸前還在進行散糖卡車的搶運，直至中午才暫停作業，隨即由課長率領同仁進行大型帆布覆蓋工作，大家同心協力的在破損的屋頂下將庫存原料糖盡可能以帆布覆蓋因應，以防止再襲的風災造成更大的損失。是日下午風雨明顯增大，同仁心繫碼頭是否可挺得過再次的風雨摧殘，著實令人徹夜難眠。

經過風雨交加的一夜，9月28日一早曾經理趕至現場瞭解災害及移運的情形，46碼頭散糖倉庫屋頂毀損更加嚴重，面積擴大約1/2破損，散穀倉屋頂亦毀損增大，本次新增災損有13項，除馬上通報高雄港務分公司外，緊急聯絡各事業部商議搶災，馬上於風雨中進行移運至小港廠及畜殖事業部，再次跟時間賽跑讓災損降至最低。

首長的鼓勵與肯定

風災期間管總經理、楊副總、王副總及左執行長等主管也輕裝簡從到碼頭勘災視察，指示救災重點，請相關事業部相互協調合作，因應後續倉儲問題，並表示公司相關處室均可提供必要後續協助，同時勉勵員工災後復原的辛勞。

甫上任的黃董事長，9月29日率楊副總及各處室主管專程來碼頭視察，經曾經理現場帶領解說下，董事長肯定此風災高雄分公司員工付出的辛勞及努力，座談中指示可藉由此次風災重建的契機將環境規劃整齊，並注意各項作業安全維護，勉勵同仁同心協力共同擦亮「台糖」這個金字招牌。

記錄歷史

在經歷無情風雨過後的原物料移運及災後復原工作，絲毫不因短暫好天氣而有所懈怠，分公司從經理、副理到各課主管及現場同仁，從上到下莫不竭力合作協助災復工作，相關事業部襄助規劃移運及高雄港務分公司也能儘速按雙方協調項目依序分工進行各項修繕工程，因此讓這40多年來第一次所遭遇的劇變，得以如火如荼順利進行復原。

此次風災所造成的傷害，相信是台糖專用碼頭成立營運以來空前的慘痛歷史，復原的工作雖還沒完成，但相信會是最完美的結束。



◎梅姬入侵再次造成傷害

◎梅姬颱風來前蓋帆布以降低原料糖損失

◎梅姬來襲前原料糖搶運

身在江湖的大地主

◎甜不辣

舉凡外界講到台糖公司，以前確實是蔗園、砂糖與五分車，後來台糖轉型開始養豬、種蝴蝶蘭以及生產一些副產品，這些事業也因技術獨步與大舉投資，更讓台糖名號響叮噠，然而近十餘年台糖事業體的發展開始與民間短兵相接，競爭日趨白熱化，種蔗製糖又不敵直接進口等因素，讓台糖被關注的點，已由糖、豬、蘭花、副產等事業本身，逐漸轉移至因種甘蔗而擁有的龐大土地，加上台灣的工商業成長快速，島國缺乏土地資源，台糖仍屢屢被提及，還是希冀地主同意釋地，供國家建設或地方發展。

也就是因為台糖事業體的投資遇到整體環境的制肘，普遍繳不出讓人眼睛一亮的成績，而外界土地需求又是殷殷盼盼、巴不得台糖農地趕快被徵收或出售，兩相對比的反差效應，讓外界對台糖有敗家的誤解，然而實際查詢台糖土地的使用，真正讓台糖帳下土地減少的肇因，絕非台糖賣地求財，明顯舉例南科用地、嘉義與台南高鐵站區、路科園區、台中糖廠二次徵收，還有台糖總管理處附近的台南副都心與都會公園等，要是台糖強悍也像文林苑都更、大埔張藥房那樣動員反制，就不知該稱台糖是「擁地自重」還是「守土有責」了？

其實本單元「公共論糖」鮮少論及台糖土地的運用，因為台糖70年來帳下土地面積從11萬多公頃變成5萬多公頃是不爭的事實，單憑數字的短少來看，真的會讓人驚恐，這也是許多媒體一直想邀訪台糖，探究土地消長的主因，不過都被公司公關部門技巧性地婉覆，筆者也曾試圖說服長官，何不借用公

器或傳播工具，讓台糖承受的敗家罵名，有講清楚與說明白的機會，然而以台灣現階段的民粹風氣，網路世界的理盲與濫情牽著輿論團團轉，台糖即使交代完整，也會在懶人包的簡化下，難以擺脫未盡善良管理地大物博之印象。

本文感慨主要來自(10)上月中旬，台南賴市長在其臉書公告台南將建立一個國際性的影城，而且獲得大導演李安的認同與行政院的支持，消息傳出後，各界幾乎都是持欣喜的角度看待此事，反而比較悶的是台糖本身，因為該筆土地如媒體引述產權單純，取得容易；就有不少員工私下反應，不反對蓋影城，但影城欲使用的土地，有先跟地主打過招呼嗎？彷彿台糖只是個帳戶名稱，土地可以隨人予取予求。台糖新任黃董事長似乎也感受到這樣氛圍，才會在接受媒體訪問時說出：「土地的溫度感應該來自於土地上面要做什麼事，但台灣社會比較少關心與討論，希望藉此機會，多討論土地上面要做的事情，而不是直接跳入土地的需求。」

上述這個例子十足可以說明台糖管理土地的苦衷，套句網路名言，真是「寶寶有苦說不出」。台糖以農立業，當然希望農地農用，良田回歸農作，然政府有其他用途，創造更大效益、照顧更多民生與經濟，台糖是國營事業，必然會配合政府，開發多贏，所以沒有誰打臉誰的問題，而應該是怎麼討論共存與共榮。台糖的黃董事長長期致力於循環經濟領域，現在加碼鼓吹循環園區，與共存、共榮意寓相似，翻翻本單元過去的疾呼，更能體悟維持江湖大地主真不易啊！

勞基法「例假」新釋

◎蕭俊傑

一、前言

「7休1」議題邇來正夯，勞動部為落實勞動基準法（下稱勞基法）例假規定之立法意旨，避免勞工連續勞動，致生過勞情事，日前公告廢止前內政部於75年5月函釋勞工每7日中至少應有1日休息作為例假之處理原則，原定自105年8月1日生效，然卻軒然引發爭議。爰快速於9月10日發布勞基法第36條新釋令，規定自105年10月1日起，例假之安排以每7日為1週期，每1週期內至少應有1日例假，原則勞工不得連續工作逾6日；然基於務實考量公眾利益等因素，難以避免勞工有連續工作逾6日之必要，並特別允許雇主事前徵得勞工同意後，三類特殊情形得為例外。職是藉此，就勞基法第36條之規定，揭示中央勞工主管機關新舊核釋內容，並簡析如次。

二、新舊核釋內容

（一）內政部75年5月17日臺內勞字第398001號函釋：

1、勞基法第36條規定：「勞工每7日中至少應有1日之休息，作為例假。」，所謂「1日」係指連續24小時而言。

2、前開例假日得依下列原則作適當調整：
（1）安排例假日以每7日為1週期，每1週期內應有1日例假，原則上前後兩個例假日應間隔6個工作日；如遇有必要，於徵得工會或勞工同意後，於各該週期內酌情更動。

（2）例假日經更動後，如連續工作逾7日以上時，對於從事具有危險性

工作之勞工，雇主須考慮其體能之適應及安全。

（以上，參見勞動部105年6月29日勞動條3字第1050131443號令）

（二）勞動部105年9月10日勞動條3字第1050132134號令：

核釋勞基法第36條規定：「勞工每7日中至少應有1日之休息，作為例假。」該例假之安排，以每7日為一週期，每一週期內至少應有1日例假，原則上勞工不得連續工作逾6日。

雇主有下列情形之一者，經事前徵得勞工同意後，限於二週期內適當調整原定之例假，其間隔至多12日：

- 1、年節、紀念日、勞動節日及其他由中央主管機關規定應放假之日，屠宰業或承載旅客之運輸業，為因應公眾之生活便利，致有使勞工連續工作逾6日之必要。
- 2、因勞工從事工作之地點具特殊性（如海上、高山或偏遠地區等），其交通相當耗時，致有連續工作逾6日之必要。
- 3、因勞工於國外、船艦、航空器、闖場或電廠歲修執行職務，致有連續工作逾6日之必要。

勞工之例假經調整後，連續工作逾6日者，雇主應考量其健康及安全。調整例假之原因結束後，勞工不得連續工作逾6日。

本解釋令自中華民國105年10月1日生效。

三、簡析

例假日依勞基法第36條規定，勞工每7日中至少應有1日之休息，作為例假。按社會通念，一般視星期日為例假日，惟就法而言，祇要勞動契約關係存在7日，即至少應有1日之休息為例假，然例假未必一定為星期日，只是實務上大多數事業單位將星期日作為例假日罷了。此由前勞工委員會82.7.24臺(82)勞動二字第39805號函示「查勞基法第36條規定，勞工每7日中至少應有1日之休息，作為例假。並未限定工作場所全體勞工皆應於同一日休息。故雇主可採輪流安排勞工例假之方式以維持業務正常運作。」可資參証。

按勞動部認定上，該日如係勞基法第36條規定之例假，事業單位如非因同法第40條所列天災、事變或突發事件等法定原因，縱使勞工同意，亦不得使勞工於該假日工作。事業單位違反上開法令規定，除應依法處理並督責改進外，如勞工已有於例假日出勤之事實，其當日出勤之工資，仍應加倍發給。今勞動部已發布核釋勞基法第36條每7日應有1日例假之規定，遇三種例外情形，經事前徵得勞工書面同意者，可於二週期內適當移動例假日，間隔最多12日。由該解釋令可知絕大部分不適用三種例外情形之行業工作者，自105年10月1日起必須遵守每7日應有1日例假之規定。於此情形下，除符合上開解釋令之行業及工作者得排除勞基法第36條限制外，適用同法第30-1條4週變形工時之行業（如加油站業、一般旅館業、餐飲業、農會及漁會）、第84-1條工作者及第40條第1項規定之天災事變或突發事件，仍得排除勞基法第36條之限制。

依法行政原則乃支配法治國家立法與行政權關係之基本原則，亦為一切行政行為遵守之首要原則。依中央法規標準法第5條第2款規定，關於人民之權利、義務者，應以法律定之。同法第6條規定，應以法律規定之事

項，不得以命令定之。此乃「法律保留原則」。另依行政程序法第158條第1項第1款規定，法規命令牴觸憲法、法律或上級機關之命令者，無效。此乃「法律優位原則」。吾人認為現行勞基法第36條立法既明確規定7日應有1日例假，其事涉勞工之權利，同時亦涉雇主之義務，依法應以法律規範。前述函釋或令釋之性質係屬職權命令或授權命令，依中央法規標準法第7條規定，自應即送立法院。惟勞基法並未明確授權主管機關以命令訂定，則行政機關之行政行為自應恪遵上開原則，如圖便宜行事，僅以行政函或令釋規範，實有可議之處。根本之途，應修正勞基法第36條之規定。

四、結語

熱炒之際，勞基法第36條之修正草案，到底「1例1休」或「週休2例」孰佳？姑且不論。按現時勞基法第36條規定，除符合勞動部新核釋令所述三種例外之行業及工作者、實施4週變形工時行業、勞基法第84-1條工作者及勞基法第40條所定特殊情形外，雇主應每7日給予1日例假。若連續工作7日，依勞基法第79條規定，將視違反情節處以新台幣2萬元至30萬元罰鍰。

為達到全面週休2日，如何配套規範始能使勞資雙方接受？究各勞工之工作屬性不一，或有冀望加班費增加收入，或有冀望週休2日休息者；就雇主或事業言，固然將提高經營成本，但相對於未有加班彈性之「2例」選項，1例1休對事業生產計畫應影響較小。目前立法院一讀會已通過勞基法第36條修正之「1例1休」新版，係以增加勞工加班費方式，致雇主不輕易使勞工加班；同時亦使加班之勞工可增加收入，此修正版似較能兼顧勞資雙方平衡。惟若能配合該條修正之同時，具體明確例外情形得授權中央主管機關命令訂定，則更臻法治周全。🍀

探索生態，尊重自然

畜殖事業部舉辦環境教育訓練

◎文 / 黃啓榮 圖 / 林永鴻

台中東勢林場面積廣達225公頃，海拔介於500至700公尺間，目前由彰化縣農會經營管理，林場秉持著「親切、自然」的經營理念，為集賞花、賞鳥、賞螢、自然森林浴與全國最大體能山訓場於一身的好去處。

畜殖事業部為推動環境教育，於105年9月20日假東勢林場辦理環境教育訓練活動。畜殖所屬部門單位分布於台中至屏東之間，1部車由屏東潮州發車，另2部車由事業本部出發車，至目的地沿途皆有同仁上車，約莫11點左右到達東勢林場，午餐後稍做休息全體同仁拍照合影留念。

參訪活動經由導覽員分組做專業自然、生態解說，小動物生態導覽有蝴蝶、甲蟲、螢火蟲（是水質和環境指標的昆蟲），每年3-5月（高峰期為4月）為東勢林場的「賞螢季」，能讓遊客感受到螢飛蝶舞趣意盎然，進而瞭解生態環境保育對地球的重要性。林場內也種植各季節盛開之樹種，有山櫻花、梅花、油桐花、楓樹、藥草園區、茄冬樹、相思樹、台灣檉、樟樹、台灣欒樹、楓香等，經解說員詳盡又詼諧、活潑、幽默的介紹，加深不少對林場草本、木本植物自然環境之印象，瞭解森林具有保護水土的功能及戶外實地觀察水土保持的重要性。導覽結束後在民俗公園內享受繽紛午茶樂趣，閒話家常暢談生活趣事，於下午3點30分離開東勢林場。

隨後轉往苗栗三義鯉魚潭水庫風景區參訪，鯉魚潭水庫兼具當地飲用水源及灌溉、防洪、發電的功能外，其建體特殊，具有全台唯一的鋸齒狀堰溢洪道，也是一處沒有閘門的水庫，此處除可讓人體會到地球水資源的珍貴，有水當思無水之苦，對於日常民生用水要更加珍惜。

◎畜殖事業部環境教育訓練大合照於台中東勢林場



藉由本次環境教育訓練對環境的探索，讓同仁知道更加尊重自然生態，進而保護它，讓它世代得於永存，極富教育意義。同仁對此次活動皆感滿意，從早上到下午回程滿意的心情全寫在臉上，更要感謝各階長官體恤同仁平日辛勞舉辦環境教育訓練參訪活動，從參訪活動中讓同仁體會到愛護環境是每一個人的責任，進而珍惜生態資源，保護生態環境，更讓同仁辛勞得以紓解，促進身心靈的健康，環境教育訓練於下午6點畫下完美句點，賦歸可愛的家。🌱



◎鯉魚潭水庫鋸齒狀堰溢洪道



◎東勢林場環境教育導覽解說

人事異動

◎編輯部

為應業務需要，本公司調整部分主管職務如下，並自105年11月1日生效。

- 一、高雄區處經理陳立人調任總經理室特別助理。
- 二、台南區處經理黃秋存調任高雄區處經理。
- 三、花東區處經理高太輔調任台南區處經理，並兼任砂糖事業部善化糖廠廠長。
- 四、花東區處副經理林祥禎調升花東區處經理。
- 五、雲嘉區處經理洪天財調任專案經理。
- 六、雲嘉區處副經理賴坤發兼任代理雲嘉區處經理，並兼任砂糖事業部虎尾糖廠廠長。

勘誤啓事

◎編輯部

本刊105年10月號第27頁〈美麗人生再啓 溫馨茶會惜別陳董事長〉一文中照片將「休閒遊憩事業部執行長黃進良」誤植為「生技執行長黃進良」，特此更正。



◎導覽人員解說「不動草原」和「哭泣湖」的自然環境與命名由來

油品環教之旅 探尋原鄉人文與部落生態

◎油品事業部 詹弘毅

同仁佳評如潮、引頸期盼的年度油品環境教育，今年首站參訪位於屏東瑪家鄉與三地門交界之隘寮溪兩岸的「台灣原住民族文化園區」，臨近台灣最長的吊床式吊橋「山川琉璃吊橋」，猶如白色巨龍跨越隘寮溪，串連三地門、瑪家部落。橋身兩側鑲嵌代表排灣族及魯凱族故事的琉璃藝術。此地區聚落以排灣族為首，石板屋依山勢而建，與對面山頭的射鹿、高燕與好茶部落隔著隘寮南溪，遙望雲深之處便是排灣族的聖山「大武山」。近年有心人士陸續回歸，完全採用傳統的工法，親力親為原地重建起石板屋。鄰近霧台鄉聚落則以為魯凱族為主，其居地被稱為雲豹的故鄉，美麗傳說雲豹與老鷹引導族人從中央山脈南端的肯杜爾山，移居到現有的舊好茶部落，魯凱族民也禁獵雲豹與老鷹，霧台基督長老教會，以魯凱族的團結精神為中心思想設計，由大塊石磚堆砌建造而成，磅礴氣勢與神聖教堂形成強烈對比，是難能可貴的石板屋教堂。此外，北隘寮溪上游的德文部落是世界級咖啡原鄉，日治時期，德文部落的氣候、土壤非常適合種植咖啡，日本人在此種植「阿拉比卡」品種咖啡樹，是進貢日本天皇的極品，更是德文咖啡的代表。近年部落致力於發展部落生態旅遊，以生態保育及傳承文化為宗旨，透過部落族人的努力，相互回饋，推行地方發展。德文、達來、大武以及禮納里部落，皆為排灣、魯凱族族人居住地，各部落保留原住民文化，透過深度體驗的方式，讓同仁感受原鄉生態之美，同時在欣賞原民歌舞展演之餘，不忘細細咀嚼展演投射文字，「女性族人的雙手紀錄小米的成長史，山中的泥葉佈滿男子的身上，見證追尋生活的印記」，所含蘊豐富的原民人文生態。

午後驅車轉往墾丁賞鳥聖地，國內第一座專為鳥類觀賞與研究所設計的展示館，台灣最大的天然淡水湖——龍鑾潭自然中心，更是台灣留鳥、候鳥的重要棲息地，傍晚接近日落時，可是欣賞鳥兒們最佳的時光，每年的秋冬季，到這裡過冬的候鳥會達到最大量。從入口走到賞鳥展示館，沿途原生植物林立，展示館內不僅有高倍數望遠鏡，且可透過全透明的玻璃建築的隔離窗好好觀賞鳥類，不會打擾到鳥類們生態棲息，同仁觀察到台灣避冬的候鳥如蒼鷺、高蹺鴉及亞成鳥等，在這裡棲息過冬。在享受賞鳥樂趣過程中，重拾對大自然議題的重視參與，進而體悟對自然萬物的尊重。夜間移往屏東車城當地用餐住宿並舉辦當月壽星慶生，同仁熱情參與氣氛融洽。

次日參訪位於屏東牡丹鄉國家重要濕地保育計畫——東源濕地，濕地中的水社柳，評估保育等級為瀕臨絕滅，是全台灣最大的野生水社柳族群所在，漫步東源環湖步道就可以看見它的金黃花穗美麗身影，也是全球水社柳林面積最大的區域之一。美麗傳說的哭泣湖，每逢春夏，整個部落就洋溢在白色蝴蝶般盛開的野薑花香裡；位在哭泣湖南側的水上草原早期是水稻田，後續因牡丹水庫興建時，位在牡丹水庫的集水區而廢耕，逐漸演替成水上草原。當地的排灣族人稱之為「不動草原」，亦即這是一片「不准動、不准開墾、不准破壞」的自然濕地草原，導覽人員解說，祖先們將這處蓄水用的人工湖命名為Kuci，正好和中文的「哭泣」讀音相近，意思是「水匯聚之處」，另一層意義代表祖靈們當年喜極而泣匯集的淚水，見證他們的辛勞，同仁透過感受台灣的美麗與哀愁，認識珍貴的生態環境、進而參與環境保育等行動。

活動最後抵達環境教育認證場所，由六堆客家文化園區人員導覽「移墾耕讀」公共裝置藝術，體現客家文化歷史脈絡及內化崇天敬地態度，觸發同仁跟隨原民篳路藍縷以啟山林的精神，認識我們的歷史、土地，也認識我們不同族群的文化。在這塊土地上，有豐富的文化智慧，代代相傳，腳踏的土地，以及古老的傳統，有著無可取代的價值。藉由本次環境教育活動，提供同仁與眷屬更多的省思空間，人類同等享有安全、健康及永續性環境的權利，落實環境正義，尊重原民人文生態的價值。



◎環境教育暨員工自強旅遊活動合影留念



溪湖元氣五分車 搭回明天滿滿的力氣

◎土地開發處 林瑞彬

◎以鐵道文化為名的溪湖廠區，輕易可見蒸汽五分車放置其間

你的日常工作是不是像紡織機一樣不停轉動讓人喘不過氣？你的日常生活是不是讓你毫無動力，一點都提不起勁，甚至會想關在家裡、躺在床上，什麼事都不想做呢？這時候不妨稍為停下腳步，讓自己緩緩喘口氣，嚐試跳上駛入五分車月台的列車，讓微風徐徐吹拂著，把膠著的煩惱情緒帶走，恣意漫遊只屬於你的風景，享受在地原汁原味小點心，在此為您「私心推薦」位於溪湖、蒜頭、新營、橋頭的鐵道旅行，每一條鐵道都有自己的故事、自己的風味，值得一去品嚐。

這一回，先來去「溪湖線」充充電，補補元氣。

◎景色怡人的鐵道地景步道



纖塵不染的藍天，大片綠蔥蔥的草原，總能給人心曠神怡的明快感覺，人雖位在溪湖鎮內卻彷彿置身鄉野間，可以貪婪地大口地呼吸新鮮空氣，搭上蒸汽鳴笛嗚嗚作響的346號蒸汽火車，沿途車廂隨著鐵道嘎支嘎支作響、上下起伏左右輕擺，輕柔的搖晃著兩旁田野風光，春耕時節沿著鐵道兩畔油菜花開得正好，隨意潑灑著大片大片的金黃，夏季搖曳著白色韭菜花如同九月雪，秋冬則有一顆顆寶石般的花椰菜點綴其間，列車行經田間可看見帶斗笠的農夫捲起褲腳踩泥濘，手裡忙著農事低頭不語，但只要你輕輕揮手招呼，總會看見農夫黧黑臉龐下掛著質樸笑容，微笑著回應這一車車闖進田間的旅客，這一路雖然只有短短3.6公里，往返約40分鐘，但沿途上的人事物堪稱好景，可成為源源不絕的能量來源，迅速恢復你滿格電力。

下車之後往南漫步15分鐘可至生態池，碧藍天空與池畔樹木倒映池中，池水清澈中泛綠，游魚三三兩兩悠遊，池旁設有3座手壓抽水幫浦，不少好奇的小朋友見到都市裡罕見的抽水老骨董，都會爭相把玩按壓兩下，清涼的地下水一股股湧出，這時不妨脫下鞋襪將腳丫放入水中，炎熱的暑氣馬上退散，全身如同吃冰一般有透心涼的舒暢，生態池四周是綿延一片綠意盎然的大草原，讓人一眼就心曠神怡，如同編織地毯般柔軟的草原，非常適合野放小孩無拘自在的奔跑。

從月台往北行走10分鐘可至歷史建築五分車站，沿途在櫻花樹相伴下，觀賞蜿蜒曲折的鐵道，鐵道末端即是五分車站，它在城市風貌不斷改變下，仍保有不變的風情，車站旁有兩株茄苳老樹，如同初戀情侶隔牆眺望，兩樹雖伸長枝桠想要輕擁，卻苦於高牆相隔，只能偷眉目傳情。

逛完園區之後你可開始尋覓當地點心，距離溪湖糖廠東北側約2公里的員鹿路南北兩側街道內群聚著羊肉名店，如「阿枝」、「阿秀」、「阿明」、「楊仔頭」，店內舉凡羊肉、羊心、羊肚、羊肝、羊腦、羊鞭、羊腰子等一應俱全，最好一鼓作氣全部品嚐，讓你全身在羊肉湯汁的浸潤下，緩緩的補充元氣，就這樣，明天又有開始前進的動力。



◎溪湖糖廠植有櫻花林，每年歲末春初之際，是賞櫻的最佳時機



◎生態池水清澈泛綠，群魚悠游



年改會最大共識： 年金請領年齡延至65歲

◎徐元直

新政府上台後啟動年金改革列車，由利益團體代表、學者專家及政府部會代表組成國家年金改委員會運作，亦將接近尾聲；國家年金改革委員會至今已召開17次會議，每次會議上，委員們爭吵不休，但取得最大共識是，年金請領年齡將延至65歲。

根據行政院年金辦公室彙整資料，勞保法定退休年齡已由60歲延至65歲，自2018年起開始調高1歲，估計2026年所有勞工皆須等到65歲才能請領年金。勞工目前平均請領年金年齡為61.1歲。相較之下，軍公教退休及請領年金年齡則明顯偏早；其中，軍人平均為42.9歲，教育人員為53.9歲，公務人員則為55.8歲。

事實上，世界主要國家，包括德國、日本、英國、美國等都早已將請領年金年齡訂為65歲，甚至未來延至67歲。

依據行政院年金改革辦公室彙整資料顯示，韓國目前標準給付年齡雖為61歲，但是早在1998年修法，將請領年齡於2033年提高至65歲。德國在2012年將請領年齡延至65歲，更將在2029年分兩階段延後至67歲。瑞典現請領年齡亦為65歲，國內亦有延到67歲之聲浪。日本則在2000年將請領年齡調高至65歲。英國則將於2028年將請領年齡調高至67歲。美國目前請領年齡訂為66歲，並將於2027年提高至67歲。

若觀察OECD國家20歲受僱者未來請領

年金年齡，包括澳洲、捷克、丹麥、德國、冰島、愛爾蘭、以色列、挪威、波蘭、美國、英國等國的年輕人，都要到67歲或68歲才能請領年金。

年改會一路討論下來，多數委員認為各職業退休制度在請領資格、給付水準、財務處理等，都應有一致邏輯；其中軍人因有強制退役及員額精簡問題，退休年齡恐須特別考量，至於公教則已有委員建議，比照勞保，延至65歲請領。

對請領年齡延至65歲，「幾乎沒有人反對」，政務委員林萬億說，這是年改會開會以來，最有共識的一次。

全國公務人員協會理事長李來希也支持請領年齡延後至65歲，但對於警消、護理人員應有人性化考量，並且要改善勞動環境，友善中高齡就業。他強調，請領年齡要延後，只要有完整制度規劃，沒人會反對；而且各界都預期，未來軍公教給付將大幅刪減，提早退休誘因就會自動消失。

請領年齡延至65歲，唯一有雜音的是教師團體。全國教育產業總工會副理事長劉亞平表示，現在隔代教養已是社會現象，教師若延退至65歲，在學校就變成隔代教學，「要『老老師』在操場上追趕跑跳碰很不適合」。他表示，國中小教師（高中以下及公立幼兒園老師）退休年齡不宜延後至65歲。

台灣少年權益與福利促進聯盟秘書長葉

大華則表示，對於教師團體宣稱「老老師」不適合現場教學，是年齡歧視。事實上教師的退休年齡及請領年齡應脫勾思考，若請領年齡是65歲，老師若要提早領，可領減額年金。

隨著年金請領年齡延至65歲，以勞保為例，通常會搭配5年減額年金及5年增額年金。除此之外，OECD國家對於特殊職業可認定為「危勞」，准許提早退休、提早請領年金。舉例來說，警消因職務特殊，體力和精神的耗損極大，無法如一般職業長年工作，因而有提早退休問題。

林萬億解釋，OECD國家會依職業屬性，認定為不適合太長久工作，請領年齡會較標準請領年齡來得早，例如運動員、運動教練、芭蕾舞、飛機機師等；德國亦對警消給予特殊考量，准提早3年、即62歲請領年金。他表示，未來各職業退休制度將會個別考量「危勞」職業，但全世界還沒有將老師列為危勞職業的例子。他強調，危勞職業的認定標準和請領年齡都應嚴格且一致，否則每個人都會認為自己職業很「危勞」。

考試委員黃錦堂表示，公務員請領年齡延至65歲，可有效紓解財務壓力，並可搭配2年減額年金，即自63歲可以提早領，但打折領；至於警消人員，雖可給予特殊考量，但也要有衡平性，德國警消則是62歲開始請領；「老老師」問題，則可有其他配套措施，例如安排資深老師帶高年級或是轉任行政職。

簡言之，目前警消可望會列為「危勞」職業，至於國中小教師是否列「危勞」職業仍有爭議。林萬億更直言，這恐涉及到「職業歧視」問題。

因應年金請領年齡延至65歲，涉及到年資保留及不同退休制度之間的銜接。黃錦堂指出，未來將會有很多公務員、老師由公部門轉往私部門，因轉換跑道「年資併計，分帳處理」，以利職業轉換。此外，未來工作

時間會很長，應建立友善職場。

林萬億也指出，勞保和國保年資現已可併計，未來將擴大到各職業別年資併計。他表示，以前職業變動少，大多數的人決定從事軍公教，幾乎一待就是一輩子，但隨著人口結構改變，職業轉換將頻繁，因此不同工作年資的保留、併計，年金權可攜，以成就請領資格。

林萬億進一步解釋，目前軍公教為了日後可以取得合法退休金，必須在那個職務上申請退休，所以即便已不喜歡軍公教的工作，也必須熬到退休那一天。未來若年資可以保留，軍公教就可以離開職務到私部門工作，等到退休時，依然可以領軍公教年資的那一份退休金，且公私部門的年資是可接續。

此外，為鼓勵生育，也有多位委員建議，婦女請育嬰假期間雖不給薪，但應計入年金年資；甚至，婦女請假照顧老人期間，年金年資都應計入。

林萬億回應，OECD國家多數都有將婦女育嬰留職停薪期間計入年金年資。至於要計入多少則可討論。他進一步表示，我國規定婦女育嬰假為2年，其中有6個月可領取投保薪資六成薪，並由就保基金負擔財務；至於剩下的一年半則是沒有薪資，因此這一年半期間保費的分擔，政府可能要扮演較多角色。

台綜院副院長李安妮表示，婦女生兒育女、照顧年長者等，這本來是國家責任，照顧期間年資的認列將衍生出保費分擔問題。因婦女請照顧假期間，實際上並未在職場上，也沒有收入，請假期間保費要雇主分擔亦有不妥，建議要由政府及被保險人共同分擔。

在世界各國，年金改革是項艱難任務。台灣各利益團體在歷經多次討論，終於累積出一些些共識，台灣年金改革總算可以邁出第一步。●

105年度蔗糖技術學會 年會紀要

◎文 / 蔗糖技術學會 王選雄、圖 / 孫世欽



◎理事長與會員們合照

臺灣最美麗的風景是：人。臺灣人之善心從不落人後，而且處處有善舉，包括我們蔗糖技術學會（本會）舉辦年會也邀會員默默做善事，大家共同積陰德。本會秘書長簡銘宏為邀會員共同行善，經由本會會員、幹部強力推薦與理事長首肯，以「會積陰德」（非基因的）大豆作為105年年會紀念品

，不只可照顧會員及其家屬健康，還可讓會員積陰德，可謂是一舉數得，難怪會員領到紀念品後都非常開心。

因此，105年度的蔗糖技術學會年會就在大家開開心心的情況下由司儀宣布開始。理事長楊錦榮在向大家問候之後，更是勉勵大家要在自己工作崗位上戮力以赴，為公司效力，如此，公司才能更進步，在變化的環境中才能永續不墜。理事長尤其鼓勵年輕人要有承擔公司未來營運的肩膀與能力。以台糖公司為例，近幾年為退休潮風起雲湧之際，如理事長幾個月前就在台糖以總經理身份退休了。所以，年輕人平時多學習，瞭解公司業務，找到為公司著力方向，機會到來時就可順理成章接下任務，為公司貢獻更大的心力，也讓自己更能有所發揮。理事長也告訴大家一個好消息，即是106年度的預算已編入糖業協會的補助，下一年度起，學會的運作經費將可充裕一些，不會像過去幾年都顯得有點拮据。明年起，學會將可為會員做更多更好的服務。

貴賓致詞時間，理事長邀請葉鴻展理事（台糖前總經理）致詞，葉理事秉持簡約風格，與去（104）年一樣，只講兩句話。但其「身體健康，萬事如意。」八個字已代表了所有祝福；常務理事魏巍（台糖前總經理）則對會員多所鼓勵，尤其讚許目前任職於台糖公司的會員能在陳董事長、楊前總經理、管代總經理的領導下，持續創造出優良業績，讓他相當感佩且與有榮焉。

年會專題演講敦聘樹德科技大學休閒與觀光管理系助理教授林宥君主講「臺灣糖果的過去與未來」，論文發表會也請到台糖休憩事業部管理師謝雅婷主講「台糖產業故事化及觀光發展之可行性初探」，主要希望對台糖公司之糖（果）博物館建置案有所幫助。其他發表論文包括：劉韋君博士主講「稀有糖（Rare Sugar）的應用」、吳柏志研究員主講「二砂產地鑑別技術」、李岱冀博士主講「多源基因體學於農林產業之應用」及高雄分公司賴潮聰管理師與曾見占



◎研究與技術獎得獎者與楊理事長合照



◎專題講座林助理教授宥君致贈書籍給學會



◎蔗糖技術學會105年度會員大會暨論文發表會盛況

經理主講「台糖公司經營停車場現況與未來之探討」，內容相當精采，尤其在糖研究副所長劉嘉哲與鄭作林主任兩位主持人的穿針引線下，都博得與會聽眾熱烈迴響。

今年「研究與技術獎」當選技術計有：1.甘蔗抗黑穗病檢定平台之建置（技術員陳立祥）、2.豬血的利用（研究員張哲誠）、3.蜜環菌菌絲體製備技術及其功效（研究員鄭文玲、鄭琨清）等3件得獎主題。不同於以往者乃今年1個主題之得獎者不限於1人，於評審當時獲得在場委員同意，並由技術委員會於第17屆第3次理事會提出修改辦法，獲理事會同意，確定往後每案「研究與技術獎」得獎者至多可達3人，以期於此合作的時代，得免有遺珠之憾。

本次論文集廣告贊助共獲得116,000元，對學會財務有相當程度的幫助，理事長於會員大會上對簡秘書長的努力讚譽有加。另對上、下午論文發表的講者之用心給予很多讚賞與鼓勵，也提供以下一些建議供大家參考：

- 一、演講內容應指出對目前或將來業務之幫助，如此將更有實質之意義。
- 二、產品應有市場導向的概念，如「稀有糖」應考慮生產成本與臺灣消費者的接受性，將來才可能成為成功的產品。
- 三、關於技術之演講，最好也能介紹相關的用途，「效益」會更明確。

四、技術委員會評選論文時，應給予作者一些建議，以讓發表論文之內容更臻完善。

五、糖廠人力相對老化，將來要管理約8000公頃的土地可能日益困難。若台糖公司成立「資產管理公司」，所需人力相對減少，會員要有所體認與自覺。

六、呼應上午勉勵的話，會員應該「居安思危」，縱使公司經營狀況有所改善，但不能以此自滿，要能注意到經營之危機與風險，永遠保持兢兢業業、如臨深淵、如履薄冰之態度為公司效力，公司方能歷久彌新，永遠屹立不搖。

七、經營事業需與時俱進，尤其畜殖事業更需注意環保意識抬頭可能帶來之衝擊，或可考慮引進現代化畜養觀念，並結合循環經濟模式，作為臺灣畜殖產業的楷模。

由以上諸多建議可知，理事長觀察入微，用心之處鉅細靡遺——人要成功就必須如此。☘

糖訊69 文采及



感恩台糖公司 疼惜我聶！

◎黃文信

◎新營糖廠構內鐵路網

人一生之中，要感恩的人、事、物，說真的不勝枚舉。

我的一生之中，壯年就業時段，就是民國47年到民國90年之間，我生活在台糖公司溫暖的懷抱裡。感恩台糖！

人之一生可回憶之事應不在鮮少。有地位、有名氣的人士就著作回憶錄出書，以享後人。我只是一個平凡的人，明年是台糖退休16週年，是80杖朝之年，承蒙台糖公司的疼惜安然過日子已慶幸矣！豈敢作回憶錄為書乎？

民國46年，參加考試院考選部特種考試《技術人員土木組》考試及格，成績優異經錄取排列台灣全省第九名。

民國47年，分發台糖公司任用，在潭子員工訓練所職前訓練。報到時，巧逢創世基金會董事長——曹慶先生，時任訓練所輔導員，他是我南投中學初中部導師。結業時如我所願，派到交通便利的新營總廠鐵道督導處，任土木工程師。是好的開始，奠定我順遂的一生。

民國47年到民國48年在新營總廠期間，參與新營總廠鐵道課的「南部線鐵路新建工程」規劃、測量、設計、施工等一貫作業，參與烏樹林糖廠運輸石灰石幹線「仙草埔線改線工程」測量規劃作業。

民國48年8月，服兵役停薪留職三年，民國51年8月退伍復職。

民國51年8月到民國54年10月期間，參與台糖第一座預力橋梁工程的南靖糖廠「厚生橋改建P.C梁工程」監造；蒜頭糖廠「製糖工場R.C煙囪改建工程」應力核算監造、「道路運輸系統規劃工程」；新營總廠「道路運輸系統規劃工程」、「製糖工場壓榨機基礎改建工程」及「尖山埤水庫排砂井倒伏防護工程」等規劃設計施工。



◎與孩子們合影於旗山糖廠宿舍區



◎台糖公司「連續服務40年」久任表彰狀

民國52年9月，經總公司甄拔參加成功大學工學院進修一年，選修土木系大三、大四材料力學等十二科目專業課程，共修49學分，總成績85.50分，強化我的土木工程學識能力，有助於工作的深度。

感恩我的長官與前輩們，在新營總廠期間，賜予我寶貴的機會，教導養成我土木工程學識能力與實務作業經驗，惠我受用良多。

民國54年10月，我28歲，時值壯歲之年，承蒙新營總廠鐵道督導處長官的保薦，榮獲總公司業務督導協理、鐵道處經、副理提拔，遴派旗山糖廠擔任鐵道課養路股長，是個基層歷任最年輕的主管。

當時有感銜命任重道遠，要帶領大我十幾二十歲的養路道班工；其業務跟一般糖廠不同的是非製糖期，除了正常的維修工程外，還要肩負旗山地區外銷香蕉的運輸任務；外銷香蕉務必準時輸送到高雄港碼頭，一旦耽誤船期要付出巨額賠款。運輸里程約百公里，運輸期間又是颱風汛期，地處山區的鐵路，崩山災害頻仍，凌晨三點前後必須巡道搶修，保持鐵路暢通

輸送，同仁們天天是戰戰兢兢，承受莫大的心理壓力，任務無比艱巨，頓時心生惶恐，導致胃病纏身。

惟任職伊始，一來為報答長官的疼惜，二來願業務順遂的推展，急急仿倣先賢名人立下座右銘，與同事縱橫之間廣結善緣，內部單位派遣工作合作和諧，外部單位僱用臨時人工、購料、領料、放行如願順利，業務推展皆能順遂，6年期間圓滿達成任務。

我的座右銘是，為人：痛定思痛、居安思危；安分守己、創業守成；雙思雙守、那怕坎坷。處事：光宗耀祖、飲水思源；道德傳家、廣結善緣；正勤正念、福業綿綿。

感恩我的公司、長官、同仁，賜予我寶貴為人處事的時空歷練，數十年來對我的座右銘意境時時嚴守分際，處處行為未敢些微違逆。有意無意之間，時時處處勉勵家眷要成為正直守法的人。

民國55年10月，遴派參加台糖公司第三階層主管人員訓練班受訓，結業總成績87.75分（學科51.60/60%、討論18.15/20%、實務18.00/20%），總共84位學員之中排列第3名。沒有辜負長官期待。受訓心得是要做一個「積極領導者、成功好主管」。

民國60年6月，有鑒於孩子們的教育環境，不得不棄官還鄉，平調老單位新營總廠鐵道督導處，任分類職位9等土木工程師，負責新營總廠區鐵道業務與戰地政務相關工作。新營總廠區各廠配合高速公路糖鐵遷建工程業務綜理、運輸業務規劃和專案研擬。

民國71年2月，奉調台北市台糖總公司任職運輸處線路工程組分類職位11等土木主辦工程師，在運輸處經、副理以及組長的督導之下，負責鐵道線路、橋梁新建改善工程技術與行政規劃業務，兼任國防戰備器材管理調度與台灣鐵路民防參謀作業和實兵演練工作。



◎民國77年代表台糖公司參加臺灣十大建設巡禮 ◎糖鐵旗山站

民國77年，遴派代表台糖公司參加經濟部臺灣十大建設巡禮。參觀民國49年到民國59年之間，政府在台灣省境內所進行的一系列國家級基礎建設工程。參觀項目內容足夠深度，頗為充實珍貴，是件畢生難得難忘的好機會。感恩台糖！項目內容如後：

1、南北高速公路（中山高速公路）：北起基隆，南至高雄小港，全長373公里。1971年8月14日開工，1978年10月31日中沙大橋啟用，高速公路全線正式通車。

2、鐵路電氣化：為提升台灣省對外貿易效率，施行西部縱貫線全線幹線電氣化工程，1979年7月1日全部完工。

3、北迴鐵路：為使東部鐵路幹線與西部鐵路接軌連成一貫。1979年12月完工，1980年2月1日全線通車。

4、中正國際機場（今台灣桃園國際機場）：因應台北松山機場運量飽和，另於今桃園市大園區新建占地1,223公頃的新國際機場。1979年2月26日啟用之際訂名中正國際機場。迄今仍在擴建之中。

5、台中港擴建：延續日治時期的新高港計畫，成立台灣省中部國際港口，1983年6月完成初期工程。

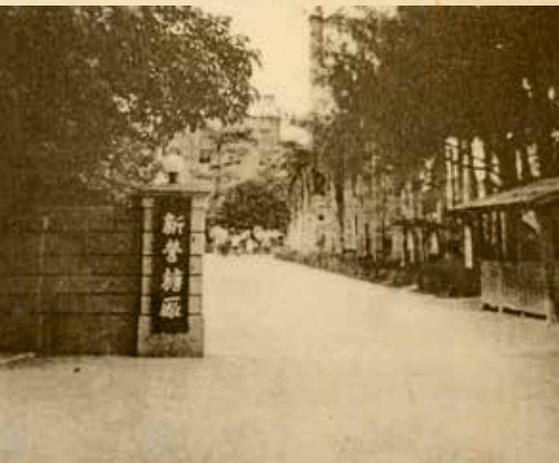
6、蘇澳港擴建：原為小型港口，為具備國際港口功能而擴建，1983年6月完工。

7、大造船廠（中國造船公司高雄總廠）：座落於高雄市小港區的臨海工業區內，肩負支持航運、貿易、國防及發展關聯工業多目標基本任務。是十大建設中第一個完成的重要建設。

8、大煉鋼廠（中國鋼鐵公司）：座落於高雄市小港區臨海第四工業區，興建一貫作業煉鋼廠，解除因鋼源參差不一，影響產品精度的缺點，並且節省自遠洋輸入原料的運費與轉運成本。

9、石油化學工業（中國石油公司高雄煉油總廠）：開發「仁大、林園」兩處石化工業區，提升國內工業原料自產能量，減少對外進口之依存性，同時，可增加下游加工產品在外銷上的競爭力。

10、核能發電廠（第一核能發電廠）：第一核能發電廠列入十大建設計畫優先興工，兩部機組分別於1977年與1978年完工；第二、第三核能發電廠列入十二大建設計畫，分別於1981年與1984年完工。



◎新營糖廠中興路大門



◎目前居住處位在台北市區

民國79年3月，升任分類職位12等普運管理監，代表運務處出任法規會和品管會成員。

民國85年，負責編撰《台糖五十年》專刊鐵道篇主筆工作重任。

民國85年前後，在公司任職期間曾經奉派參加各項「在職訓練」，受訓成績都能夠名列前茅。民國86年4月奉派參加經濟部專業人員「公安查核工作研究班」訓練，主要對象是「公安環保在職人員」，結果，45位學員之中，我受訓總成績名列第1名（3人同分並列）。

民國87年2月，在台糖公司「連續服務40年」獲頒久任表彰狀。

民國87年11月，榮升分類職位12等線路工程組組長。

民國89年5月，公司組織再造，精簡業務型態，運輸業務歸併糖業處，原來編制的運輸規劃、運務、機務、線路四個組，縮編成為「運輸業務組」，編制設置組長1人，分類職位5人，延續運輸業務。

民國90年5月31日，12等13級運輸業務組組長滿級分優惠退休。

台糖公司各單位工作處所大致都分佈在中南部地區城市或鄉間，惟獨，總公司設置在台北市。台北市是繁華大都市，是虛榮的大染缸。好在台糖公司的同仁，是生性靦腆、職業個性保守的一群。我來到這個嚴謹淳樸的大環境，過著朝九晚五的規律生活20年，是拜台糖公司正派的工作環境以及全體共事同仁的和諧合作所賜，工作順遂，圓滿退休。

我任職台糖公司近半個世紀，恪遵「勤奮、信實、誠懇」的信念，四十三年如一日。自從民國47年到台糖公司「快樂出帆」上班，一直到民國90年「大船入港」退休，能事事順遂、一帆風順！感恩同事！感恩台糖！

我的一生在台糖公司溫暖的懷抱裡，結婚生子、養兒育女、慎終送老，如今安養天年，印證了「好的開始是成功的一半」；更印證了「天助自助者、自助人恆助之」的真理。

總而言之，台糖公司培育我大半生！台糖公司贍養我全家人！感恩台糖公司疼惜我轟！🍀



宜蘭冬山河 鐵馬逍遙遊

◎張世正

◎寬闊筆直的河道適合獨木舟活動

今（105）年暑假趁著舍妹在宜蘭縣冬山鄉的新居落成，於是我們全家大小就啟程前往宜蘭冬山祝賀其喬遷之喜，當然也藉此機會就近至其住家附近的冬山河自行車道騎乘腳踏車。「冬山河」不僅在宜蘭是鼎鼎有名的觀光景點，在臺灣也應該算是家喻戶曉、人盡皆知的河流了。發源於臺灣中央山脈的冬山河早期容易氾濫成災，後來經過整治不但解決了水患問題，河岸優美的景觀更是讓人驚豔不已。

這次為了希望能夠將冬山河線自行車道從頭騎到尾，所以我們一行人就先騎到冬山火車站集合後再出發。冬山河自行車道就位在河堤之上，河濱兩旁所種植的樹木自然形成綠色隧道，車道上的樹蔭讓騎士們減少烈日曝曬的辛苦，騎起來也就更為舒適暢快。自行車道非常平坦少有起伏或坑洞情況，兩旁的草木均修剪相當整齊，在樹幹上還有發現到好大一隻鋤形蟲，可以想見這裡平時日常維護保養的用心。

傍晚時分，夕日餘輝灑落在河面上顯得波光粼粼，大家邊騎著車邊陶醉在這美景之中。可惜突然天空中飄來許多烏雲，天氣開始轉陰，之後雨滴就漸漸的落了下來。過沒多久雨勢轉強，一行人只好先到國道5號高架橋下躲雨。在橋下等雨停的經驗對我而言頗為難得，只見河面被落下的雨滴濺出無數個同心圓，彼此縱橫交錯形成一種富涵詩意卻又獨特的紋路，隨著雨勢越來越急，河面的波紋也變得更為密集並隱約泛起一層薄薄的霧氣，而雨聲大小也和眼前的景象變換應和，時而舒緩時而激盪，彷彿是正在演奏一首大地自然的交響樂章，等到雨勢稍歇天色已晚，我們只好悻悻然的打道回府。

隔天起了個大早，想到昨日尚未完成的行程自己覺得頗為可惜，於是就和內人相約一起再



©騎車沿途可見農田裡飽滿成熟的金黃稻穗



©清晨時分格外寧靜舒適



©驚喜發現樹幹上的鍬形蟲

度出發。早晨時刻在鄉間小路騎腳踏車是一件很享受的事情，呼吸著清新涼爽的空氣，舉目所及道路兩旁農田都是飽滿低垂的稻穗，在日出晨曦照耀下閃爍黃澄澄的金色光芒，呈現出非常漂亮美麗的鄉村風景。沒過多久我們就騎到了冬山線自行車道，此時發現清晨冬山河的景緻特別活潑秀麗，原來和昨天下午日落時分相比更是別有一番不同的韻味風貌。

我們腳步輕快的騎著自行車，對向而來的車友們雖然彼此並不認識，但絕大多數的人都會相互親切打招呼，讓我們可以深深感受到這裡的人情味。騎到接近冬山河親水公園時突然眼睛為之一亮，發現河面上有許多人在划獨木舟，有單人划也有雙人划的獨木舟，原來冬山河流經此區域時水流穩定、河道既寬且直，這一段大約3公里多距離的環境就非常適合進行獨木舟這類型的水上活動。只見其中有划獨木舟經驗老道的高手，挺起胸膛身體微微後仰，雙手握槳向後一扳，獨木舟就如箭離弦般的向前衝出，看起來輕鬆愜意且似乎毫不費力的樣子。我們禁不住停下腳踏車於路邊駐足欣賞，只見河面上一艘艘的獨木舟來回往返穿梭著，與對岸正在舉辦宜蘭童玩節的親水公園相互襯托輝映，形成一種充滿活力朝氣蓬勃的景象。

再往前行騎到五結的防潮大閘門後，冬山河線自行車道就至此結束了，但是因為想看看河流的出海口，所以我們就繼續再向前行，騎沒多久道路就布滿了海沙，然後腳踏車車輪開始陷入沙中，此時已無法騎的動，只好下車用牽的了。步行好一陣子終於來到出海口，海面上朝陽初昇，前方的龜山島彷彿近在咫尺，朵朵浪花拍打在沙灘上，真是令人覺得心曠神怡，要不是為了趕回去和家人們一起吃早餐，真想一整個上午都待在這兒呢！在騎車返回的路上，心中默默感謝有這一段美好的旅程，並期待下次再來宜蘭冬山河騎腳踏車。🚲



食在美味

Delicious Cuisine

繽紛生活 Colorful Life

菊黃蟹肥 秋意濃

長園中餐廳鮮蟹季新鮮報到

◎台糖長榮酒店
黃美雯



時序邁入了秋季，菊黃蟹肥正是品嚐螃蟹最肥美、鮮甜的絕佳時機，台糖長榮酒店長園中餐廳每年10、11月固定推出饕客們垂涎三尺的秋蟹料理，搭配主廚獨特的14種烹調手法及5種鍋物口味供民眾選擇，為今年秋天帶來一場肉豐味美的鮮蟹饗宴。

秋蟹季節來臨，長園中餐廳精選紅蟳、沙公、沙母料理，其中避風塘炒蟹是香港有名的菜式，避風塘主食的精髓除了是膏黃飽滿蟹蟳外，不能少的就是以辣椒、蒜酥、豆豉用大火拌炒出來的獨特風味，蒜蓉香氣濃烈，非常幫助開胃，喜歡重口味的朋友一定不能錯過，而單點類還包括台式清蒸、新

加坡風味焗、桂花炒、麻油麵線、金沙焗、港式生抽炒、川式香辣焗、魚香粉絲煲、沙茶粉絲煲、薑蔥焗、泰汁檸檬焗、蒜香、黑椒白醬奶焗共14種料理手法供選擇，每道NT\$1,450元（另加一成）。鍋物類則推出白菜什錦海鮮、特製海皇麻辣、什錦鍋巴海鮮、酸菜白肉、鮮茄松豬，每鍋只要NT\$1,800元（另加一成），餐廳另提供喜歡紅蟳料理的朋友，單點紅蟳NT\$700元（另加一成），鍋物NT\$1,000元（另加一成），2016年10月秋意正濃，台糖長榮酒店要讓民眾在今年秋天吃到不同口味的鮮蟹！即日起至11/30止，每日限量推出，歡迎來電預約06-3373863長園中餐廳。☎

江南渡假村南洋椰奶青蟹煲

非嚐不可的經典美味

◎尖山埤江南渡假村 薛炳宏

時序入秋，正是老饕品嚐蟹類的最好時節，台糖江南渡假村精挑時鮮青蟹，選定當季新鮮食材，推出美味「南洋椰奶青蟹煲」料理。螃蟹性寒，考量秋季嚐蟹怕過量引起胃寒，江南渡假村主廚精選「南洋椰奶青蟹煲」料理，走南洋料理椰奶風，以檸檬草、香茅、洋蔥、奶油、紅青咖喱等烹調手法，煲出秋蟹肉質口感綿密，襯托爽口香氣的滑腴，讓美食饕客齒頰留香，體驗不可不嚐的南洋經典。

預訂專線：06-6233888轉分機3200。☎





官方網站



臉書粉絲團

樂遊江南

活動日期：即日起~106/1/26止

木屋2人成行 每房 3000元

專案內容

- 豪華木屋2人房 兩天一夜住宿
- 西式珍饈套餐或中式套餐/每人
- 中西式自助早餐/每人
- 江南渡假村入園門票/每人
- 每房贈迎賓餅乾及小型車停車券
- 游泳池、健身房及撞球室免費使用，泳池冬季關閉
- 新營火車站定時定點免費接送，需事先預約



使用說明

- 假日加價1000元
- 換住會館精緻房型加收500元
- 以上價格需加收一成服務費；線上訂房另有優惠
- 每日限量5間，不與其他專案合併使用



榮獲交通部觀光局「觀光遊樂業督導考核特優獎」
The High-class Award in 2008-2015 · Tourism Bureau

TEL:06-6233 888 · FAX:06-6233 666
73658 台南市柳營區旭山里60號
旅館登記證編號：臺南市旅營185

2016 池上秋收稻穗 & 馬拉松之旅



www.mongo.com.tw

10/15
至11/30

秋高氣爽，走訪池上的開道與自然，欣賞一大片黃金海稻子，感受初秋拂過面容的微風。

套裝行程

兩人成行

平日兩天一夜 NT1,799 起

三天兩夜 NT3,499 起

三天兩夜再加贈 NT400 元折價券

四人成行

平日兩天一夜 NT3,399 起

三天兩夜 NT6,699 起

三天兩夜再加贈 NT800 元折價券



注意事項：

- ◎本專案不接受加床。
- ◎本專案訂房須於3日前預訂，以利排房之前置作業。
- ◎本專案恕不得與其他優惠及折扣併用，且不提供旅遊同業訂房。
- ◎本專案活動期間，本渡假村有權力調整優惠期間。
- ◎素食者請於特別需求備註說明或於住宿2日前來電告知。
- ◎本專案連續假日不適用。



台東縣池上鄉新興村110號 池上牧野渡假村 | 電話：(089)863-105 | 客服專線：0800-026-168



本刊印刷採用環保黃豆油墨



GPN：2003600005 定價：新台幣45元