



台糖通訊

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



百年虎糖迎賓客
蔡總統許台糖有新象



易網打進

taisugar.com.tw



台糖長榮酒店 粽橫天下
成就他人 協助他人
台灣農業困境與台糖農業應對

活動日期 106.2.1~107.2.14

客房優惠住宿專案

一泊二食 2人成行平日住宿含早晚餐、小火車和遊湖畫舫船券

豪華木屋 NT\$3,850

精緻雙人房 NT\$4,350 醉月小樓 NT\$7,600

專案內容

1. 中西自助早餐
2. 盧卡西餐廳珍饈套餐
3. 小火車來回券
4. 遊湖畫舫船券
5. 迎賓餅乾
6. 小型車停車券
7. 江南渡假村入園門票
8. 游泳池、健身房、撞球室免費使用(冬季泳池關閉)
9. 新營火車站定時定點免費接送，需事先預約

使用說明

1. 木屋、會館假日加收800元、醉月小樓假日加收1,000元，春節期間不適用。
2. 加人加收1,000元，含專案內容。續住每房再優惠500元。
3. 會館湖景房加收500元，醉月小樓家庭房每日限量兩間。



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
民宿登記證編號：臺南市籍館195

看夯劇，心誠則靈

這些年亞洲地區播映的電視夯劇，不是來自對岸的中國大陸，不然就是出自南韓歐巴，好不容易最近出現一部完全台製的「通靈少女」，不僅在台創下高收視，連海外等地也一致好評，網路討論更是熱烈，觀眾無不期待續集的開拍。

該劇是描述一位16歲高中少女具有超能力，可通到亡靈，所以白天她在校上課，晚上就到宮廟當靈媒，甚至最後一集時還有起乩橋段，不過「仙姑」固然是劇情吸引的元素之一，看透生死、為善助人才是整部戲的深度，這也就是為什麼該劇可以竄紅，廣受歡迎的主因。

編者並不是個追劇者，認識這齣戲也不是網路熱烈討論後才跟風，而是編者打開電視後的首選是電視新聞，其次就是電影台，恰巧轉到HBO時為之一愣，怎麼一向說英文的頻道突然出現講國語及台語交雜的戲劇，基於好奇心之下才跟著看，本以為就是一部電影，最多兩小時就The End，結果看到第1集結束之後才知道是一部連續劇，上網查也才知曉一共有6集，是HBO跟台灣團隊首次合作，而HBO也不是第一次跨國合作，之前也跟新加坡、菲律賓等國合拍，只是收視都沒有這部戲來的好。

「通靈少女」能造成轟動，編者認為除了作品本身有質感外，有看過的網友極力推廣也是主因，效力非常驚人，好像沒看等於沒朋友，周邊的人大聊劇情，自己插不上話，只好跟著補進度，此等論調類同本公司的黃董事長說過，「只要15%的魚決定轉彎

的時候，其他85%的魚也會跟著轉向」，也證實意見領袖透過人際傳播，比起不斷重複的廣告模式，更具影響力。

既然網路傳播無遠弗屆，站在台糖公司立場，官網就變得非常重要，既是門面也是橋樑，認識台糖最直接了當就是上官網，而品牌故事生動有趣，對台糖的好感度自然增色不少，使用如果更友善且便利、簡潔，猶是大大的加分，所以多年未改版的台糖官網，透過本訊這一期的問卷調查與封面故事報導，將朝此方向大躍進，敬請期待；而官網的大改變，其實也在暗示本訊應該要調整，這會是編輯室成員下一個實踐目標。

本期最大報導亮點應該是國家元首蔡總統親臨虎尾糖廠，搭乘五分車，並期許台糖有新的未來，雖然蔡總統不是第一個到虎尾糖廠的元首（按：李登輝前總統才是第一位，而且有夜宿過），然搭乘虎糖五分車、花時間聆聽台糖簡報，她可是第一位，給了台糖十足面子。另外，公司黃董事長來台糖已經有8個月餘，許多人知道他是循環經濟的大師，但治理公司的理念未必皆曉，尤其是基層、不在總管理處的員工，所以本期透過公司會議的召開，摘錄了黃董事長談話重點，相信對於他的想法、經營之道，會有更深層的了解。

最後端午節將至，本想以「粽情粽義」為題，符合節日氣氛，然夯劇「通靈少女」實在太強大了，才臨時改題，不過祝福讀者佳節愉快倒是沒忘記，也請讀者期待本訊的即將蛻變。🐼

CONTENTS

Taiwan Sugar Monthly

中華民國106年5月出版(月刊)
2063號 第140卷5期



Cover Story

封面故事 P4~19

易網打進 taisugar.com.tw

- | | | |
|-------------------------------------|-------|----|
| < Investigation > 使用滿意度調查 台糖官網獲中上評價 | 《編輯部》 | 05 |
| < Investigation > 台糖官網滿意度問卷調查結果 | 《編輯部》 | 08 |
| < Review > 台糖官網改版之設計二三事 | 《薛舒尹》 | 10 |
| < Reference > 認識網頁無障礙標章2.0 | 《楊明賢》 | 13 |
| < Reference > 淺談RWD響應式網頁設計 | 《林國仲》 | 17 |

編輯室報告

- | | | |
|----------|-------|----|
| 看夯劇 心誠則靈 | 《蕭光宏》 | 01 |
|----------|-------|----|

業務特寫

- | | | |
|-----------------------------|---------|----|
| 陽光小農 齊聚一堂 · 13週年公益講座 | 《黃美雯》 | 34 |
| 感恩五月天 尖山埤推慈暉套餐 | 《許立穎》 | 35 |
| 台糖長榮酒店 粽橫天下慶端午 | 《黃美雯》 | 42 |
| 蔗糖技術學會106年度研究與技術獎徵選及論文發表會投稿 | 《台糖研究所》 | 43 |
| 養生精華 四季皆宜 · 台糖漢方藥膳排骨湯應市 | 《畜殖事業部》 | 50 |

資訊補給站

- | | | |
|--------------------|-------|----|
| 高效率團隊作業平台軟體JANDI簡介 | 《張光欣》 | 36 |
|--------------------|-------|----|

發行人：管道一

社務顧問：王國禎 楊旭麟 洪火文
陳秀姬

社務委員：蕭基淵 徐繼聖 黃民生
鍾得華 黃進良 曹金英
陳啓祥 陳德為 彭明鑑
侯勁行 顧孝柔 李世明
黃和忍 蔡東霖 劉嘉哲
左希軍 盧興華 鍾文木
蘇建元 呂正欣

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 黃啓榮
蔡純菁 葉怡汝 蘇明章
黃旭世 張軒豪 薛舒尹
桂家悌 許翰分 陳盈潔

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106年5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>

專欄

公共論糖—台灣農業困境與台糖農業應對

《農業經營處》 32

勞動教室—「談借調」

《蕭俊傑》 54

專題報導

百年虎糖迎賓客 蔡總統許台糖有新象

《黃瑞銘》 20

小英總統加持 台糖未來PLUS

《編輯部》 22

談百年糖業資源的合作與運用

《黃育徵》 26

感就他人·協助他人

《黃育徵》 28

繽紛生活

Sugar Walker—韓國釜山自由行

《Isa》 39

台糖歷久彌新 以您為榮—一位退休同仁的心路告白

《楊國顯》 44

錢途在現—企業為適應一例一休 紛紛爭取適用彈性工時及責任制

《徐元直》 52

食在美味—俏媽咪High翻天 繽紛母親節

《陳俊宏》 56

食在美味—北歐夏日黑森林 母親節蛋糕多健康

《陳奇聖》 56



易網 打進



taisugar.com.tw



進入網路時代以來，官網成為每家企業必備的門面與對外溝通的橋樑，台糖也不例外；台糖官網已近8年未改版，面對時代潮流與趨勢，台糖全球資訊網已進入改版階段，本期帶您先了解同仁對台糖官網的滿意度與未來期盼。



台糖官網滿意度調查

網站設計與內容質量 達中上評價

◎編輯部

進入網路時代以來，官網，成為每家企業必備的門面與對外溝通的橋樑，台糖也不例外，尤其近年來台糖營運邁向多角化，舉凡綠色、健康、食品、通路、休閒、文化等構面，經營業態與社會大眾、民生消費息息相關，網站的設計和內容，該如何更親和性地以使用者為中心，提供切合使用者需要的資訊或服務，不僅攸關台糖品牌形象，也影響著各項業務的推展實效。

有鑒於現行台糖官網自98年上線至今已使用近8年之久，確有必要瞭解網站使用上的滿意度，作為未來網站改善參考，因此本訊規劃了「易網打進taisugar.com.tw」問卷，針對台糖員工進行調查，問卷內容主要又分為「目前台糖官網的使用滿意度」及「對於台糖官網改版的建議」兩部分，調查期間自106年3月24日起至4月5日止，問卷回收份數一共304份。

► 台糖官網表現，半數人認為普通

根據台糖通訊調查結果，在每10名台糖員工當中約有7.4名日常中會利用到台糖官網，46.28%的人「每個月使用1-3次」，16.89%的人「每週使用1-3次」，「幾乎每天使用」的人則占10.47%。由於並非每位員工於處理公務上都會接觸到電腦，因此結果看來台糖人使用自家網站的頻度還算是不錯，且近8成填卷者已具有一定的使用經驗，足夠提供本調查意見回饋。

在「目前台糖官網的使用滿意度」部分，台糖官網的整體表現在員工眼中已達到中上等評價（非常滿意4.05%、滿意36.49%、普通51.35%），不論是屬於視覺面的首頁呈現與美工設計，或是與資訊面有關的內容豐富度及資料分類等調查上，認為「滿意」的台糖人占比都普遍落在3成至4成之間，認為有超乎預期達到「非常滿意」的程度則是5%左右，兩者的總和明顯高出選擇「不滿意」與「非常不滿意」的比例許多，多少意味著目前官網使用已獲得員工相當程度的肯定。

不過應該注意的是，更多數5成以上台糖人的滿意度僅是「普通」而已，或許實際上代表現階段台糖官網只是符合基本的使用水平，仍有相當機會及可能有待完善，未來該如何提升網站內容與服務，讓使用者認同度更為擴散，將是改版路上的一大挑戰。



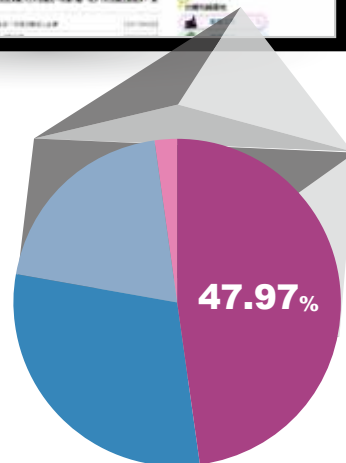
► 未來首頁設計 · 建議簡潔為宜

在「對於台糖官網改版的建議」的部分，當問及未來新建置的台糖官網首頁意象該如何呈現時，47.97%的台糖員工建議「簡單清爽為宜，呈現重點業務資訊即可」；30.41%的人表示「沒意見，只要資訊導覽清楚即可」；認為應「詳盡分類，涵蓋所有業務資訊」的占19.93%。8成台糖員工對於首頁呈現方式的看法，與時下企業網站設計的主流趨勢一致。

其實過去讓各筆網頁資料的路徑較為醒目突顯，將大量選單或資訊塞滿首頁的設計手法已不再流行，綜觀目前各家知名大型企業的官方首頁，大都只是擺放幾項企業重要的業務或服務資訊，其餘內容則以系統性歸類收納在功能選單中，好處無非是讓使用者可以更容易且快速地聚焦在企業最主要想傳達的訊息上，視覺自然也趨向清爽簡單。

至於首頁上的哪一功能區塊使用較低，改版規劃時或許可以簡略或調整？

指名度最高的是位在目前官網中左側的「各事業部及各區處網頁連結區」，占比10.14%，其他像是「相關連結區」、「資產/合建公告及可供釋出土地查詢區」、「產品或活動宣傳廣告輪播區」等，也分別有6.08%、6.08%及5.07%的填卷者點名。這樣的結果也不難理解，想像一下在首頁上看到「XX事業部」或「XX區處」的連結方式，對使用者而言（尤其是第一次造訪者）要直覺認知內容確實是有難度的。

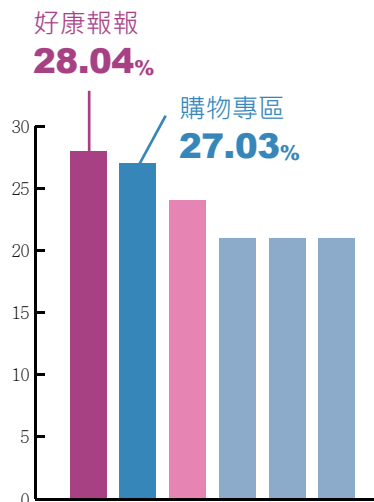


◎未來首頁設計簡潔為宜



► 「動態」、「購物」目前最夯 · 「旅遊」、「文化」更添魅力

另外在關於網站內容資料管理的問題探討，有61.49%的填卷者認為改版時有必要就現有官網上過時或重疊的資料予以刪除、更新或整併；另也有半數的台糖員工建議，改版時網站資料應作分門別類規劃後收合在各相關主題選單中，而不該依各單位權責歸屬進行資料分類。



本次調查也發現，台糖人最常使用的功能區塊或選單排名與占比依序是，「好康報報」28.04%、「購物專區」27.03%、「新聞資訊」23.65%、「台糖公告」21.28%、「台糖通訊」21.28%、「全台服務據點」20.95%及「台糖商品哪裏買？」16.55%等，顯示「動態訊息」及「購物資訊」的資料類別，是目前使用者比較關心的議題。

而建議未來改版時提供哪些主題區塊，可提升台糖官網的吸睛度？57.77%的填卷者最推薦「景點旅遊」，其次是「糖業文化」與「購物資訊」，也分別有42.91%及42.57%的支持率。或許未來官網改版規劃時，「旅遊」、「文化」、「購物」這三面向在可作為官網上的主要亮點元素，較能符合使用者的需求與點擊興趣。

▶ 增加行動版，符合網站設計流行趨勢

為求網站改版設計更加完善，本次調查最後也以開放填寫方式，蒐集到許多台糖員工的寶貴意見。

在版型部分，多是希望首頁能簡潔、大方、活潑，資料分類有層次，而非所有連結都擠在首頁上，不少同仁建議參考其它公司網站製作，為國際化台糖也可參考國外網站範例。

內容部分，主要也是希望能以顧客需求作考量，提供具吸引力的內容，有人建議糖業文化為台糖獨有，應另闢專區介紹；有人認為要年輕化，可提供糖廠旅遊資料；也有人覺得該呈現台糖人文，提昇認同度。

近年來，因行動通訊技術成熟與行動裝置愈來愈普及，更有不少人指出台糖官網應增加手機瀏覽版本，才能趕上網站設計潮流趨勢，符合民眾行動上網的習慣。

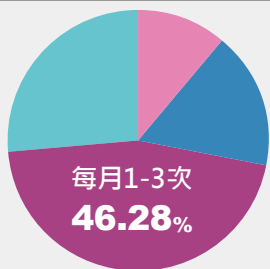


台糖官網滿意度 問卷調查結果

針對目前台糖官網的滿意度

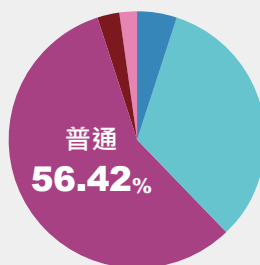
請問，目前您使用台糖
官網的頻率為何？

幾乎每天	10.47%
每週1-3次	16.89%
每月1-3次	46.28%
幾乎沒使用	26.35%



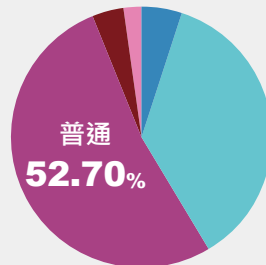
台糖官網的首頁呈現，
您覺得滿意嗎？

非常滿意	5.07%
滿意	32.77%
普通	56.42%
不滿意	3.72%
非常不滿意	2.03%



台糖官網的美工設計，
您覺得滿意嗎？

非常滿意	4.73%
滿意	36.15%
普通	52.70%
不滿意	4.39%
非常不滿意	2.03%



對於台糖官網改版的建議

新建置台糖官網的首頁意象，
您認為該如何呈現？

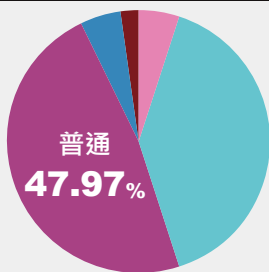
簡單清爽，呈現重點業務資訊即可	47.97%
詳盡分類，涵蓋所有業務資訊	19.93%
沒意見，資訊導覽清楚即可	30.41%
不知道	1.69%

您認為提供哪些功能區塊可提升
台糖官網的吸睛度？

景點旅遊	57.77%	人文公益	18.58%
糖業文化	42.91%	新聞資訊	15.20%
購物資訊	42.57%	社群連結	13.85%
重大政策	19.93%	其他	0.68%
人力招募	19.59%	沒意見	7.77%
社會責任	18.92%	不知道	2.03%

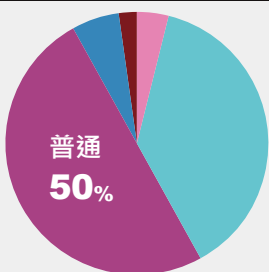
台糖官網的內容豐富度，您覺得滿意嗎？

非常滿意	5.41%
滿意	39.86%
普通	47.97%
不滿意	5.41%
非常不滿意	1.35%



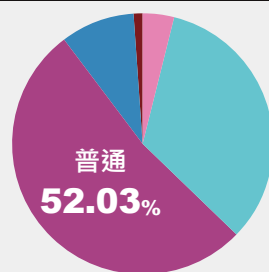
台糖官網的資料分類，您覺得滿意嗎？

非常滿意	4.05%
滿意	38.18%
普通	50.00%
不滿意	6.76%
非常不滿意	1.01%



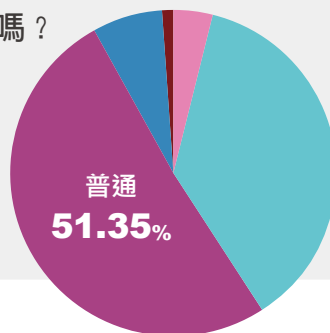
台糖官網的易用性，您覺得滿意嗎？

非常滿意	4.05%
滿意	33.78%
普通	52.03%
不滿意	8.78%
非常不滿意	1.35%



整體而言，您對台糖官網滿意嗎？

非常滿意	4.05%
滿意	36.49%
普通	51.35%
不滿意	7.43%
非常不滿意	0.68%



您認為目前台糖官網首頁的哪一功能區塊使用較低，改版時需要調整？

各事業部各區處網頁連結	10.14%
相關連結區	6.08%
資產 / 合建公告及可供釋出土地查詢區	6.08%
產品或活動宣傳廣告輪播區	5.07%
最新產品推薦連結	4.73%
台糖粉絲團即時動態連結	4.39%
台糖知識園地	4.39%
熱門服務列表	3.04%
新聞資訊及好康訊息區	2.36%
沒意見	46.96%
不知道	6.76%

您認為新建置台糖官網的資料分類原則應該是？

依各單位權責歸屬進行分類，有助於各單位資料對外公開之完整性	16.22%
依不同主題設定分類選單，將資料分門別類規劃並收合在各相關主題選單中	50.00%
沒意見，選單清楚找到資料就好	32.77%
不知道	1.01%

台糖官網改版之 設計二三事

◎秘書處 薛舒尹

關於網頁設計的流行趨勢，您也許不知不覺，然它其實潛藏在您我的使用習慣中。也許您現在正看著手機且順暢地滑滑滑，但您是否還記得90年代曾經流行過那閃爍不停的GIF檔動畫嗎？或者每次逛到新網站時，必須得強迫欣賞一下首頁FLASH動畫

的15秒片刻嗎？這些瀏覽經驗想來也許覺得好笑又懷舊，但試想網頁設計這三十年的飛躍，已從純文字網頁的「資訊連結功能」時代，轉變為提升使用者的「心流經驗」(Flow Experience)延伸而出的使用者經驗設計(User Experience)，著重使用功能的意義與價值，美學符號與網站規劃密不可分。

目前台糖全球資訊網從98年開站至今已邁入第8年，隨著使用者行動瀏覽之習慣改變，許多功能面已經不敷使用，其手機或平版載具無法順暢點閱，促使改版為必然之路 - RWD響應式網頁非做不可。在此架構前提下，如何簡化目前官網內的龐雜資訊，如何選擇最吸睛、最必要呈現的資訊內容，創造一個直覺、流暢的使用者經驗，是網站規劃起跑之初不斷思考及討論的議題。

▶ 首頁百家爭鳴，版塊大挪移

台糖屬於國營企業，網站的定位界於政府機關及企業之間，究竟要以使用者搜尋資訊類別為導向，亦或以提升企業品牌形象為主要內容，如何取其平衡點，是此改版最大的挑戰。因此瞭解使用者瀏覽台糖網站的目的，顯得非常重要。舉例來說，對於過往網頁設計的迷思，在於首頁需呈現台糖組織架構，認為使用者最能方便找到相關資訊，然而，在使用者經驗的統計結果卻發現，各區處各事業部的首頁連結區塊，反倒成



◎圖1：網站版面編排區塊與設計以功能導向為出發點



◎圖2：現階段之台糖全球資訊網版型

為使用率較低的區域。且目前三欄式的網頁（左欄、中欄、右欄）資訊比重皆均等，所造成的視覺焦點分散，也是版型設計上需改進的問題。

▶ 給我選單，不要菜單！

據統計，目前官網首頁最上方的選單共有18個，左側的選單共有13個，右側區塊的連結共有15個，因此不包含動態輪播與新聞等最新消息的連結，總共有46個居多。使用者透過行動裝置，其行為模式已改變為快速、片段及流動，如何透過導覽系統快速地讓使用者找到內容，為響應式選單的目標，因此如何將網站內容分門別類，同時也能讓使用者直覺點閱找到內容，是一個很大的考驗。

▶ 黃金店面大無限

首頁的黃金店面就屬頁首了（Header），RWD的趨勢就是首頁呈現一大片的橫幅主視覺，所謂一張圖勝過千言萬語，視覺化故事的呈現直覺易懂。台糖官網的確需花心力投入設計，無論政策宣導、文化資產、品牌行銷、企業形象、社會公益等，有別



◎圖3：交通部觀光局所採用的頁首設計，其色彩與圖片之間的搭配相當搶眼

於一般政府機關網頁將此黃金地段公告活動，民間企業展示自家商品，台糖官網未來改版後此區塊的運用與規劃是重要的。

▶ 值得關注的設計趨勢

近年來，網頁設計的趨勢大多反映了行動用戶的使用行為。筆者整理一些近期的設計趨勢提供未來改版參考：

1. 滑動優先於點擊：

移動設備的螢幕相對較小，不易點擊，因此使用者希望能運用指尖滑動間，快速搜尋到想要的訊息，垂直滾動的網頁流行可以歸因於行動裝置用戶的增長，無限循環的滑動文章，更好的



◎圖4：美國猶他州政府官網以單欄式網頁做設計，選單則收合在頁頭及頁尾，並於視覺中心點強化網站搜尋功能

介面滑動顯示及手勢方便操作非常重要。單欄式網頁（One-page website）便以一頁式網頁為主要特點，讓使用者專注於類似PPT簡報的畫面，不被左右欄的資訊干擾。

2.扁平化設計 (Flat Design) :

簡單來說，扁平化設計就是捨棄圖案的陰影、具有斜角度的浮雕等3D立體感設計，讓圖型設計以平面化的呈現，具有簡潔的特性。近年來使用者瀏覽網頁上的經驗已增加，某些符號在使用者的心目中已代表了獨特的意義，因此設計者需注意設計出的按鈕、連結等，必須要讓使用者一目瞭然。



◎圖5-1：IOS 5 (左) 曾經流行一時的擬真化設計，至 IOS 7 (右) 時，其介面也趨於扁平化趨勢



◎圖6：簡單的用色也能營造高質感設計

3.色彩、色塊與色系：

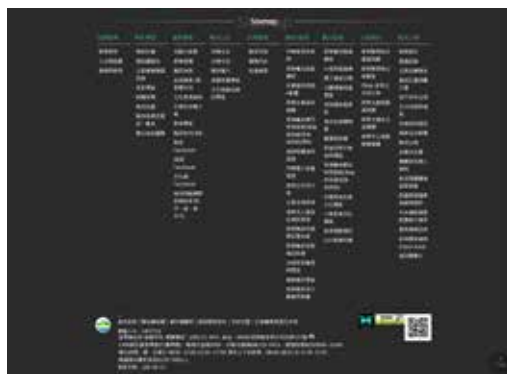
由於UI (User Interface) 扁平化設計的趨勢，凸顯了配色的重要性，豐富活潑的色系成了重要的趨勢。所謂的豐富並非要很多顏色放在一起，而是利用色彩表現「訊息的層次」，例如主選單與次選單之間底色塊與文字色彩的搭配，還有ICON選單與主視覺色系的搭配等，在簡潔單純化的設計中，色系的運用可營造愉悅和高質感的氛圍。



◎圖7：台北旅遊網的選單設計結合扁平化設計風格，別有用心

4.網站地圖式頁尾 (Sitemap Footer) :

以頁尾做為版權宣告及資訊連結的重要區域，取代以往網站地圖的架構圖呈現，胖頁尾是使用者快速檢索的主要區塊，更能優化網頁。



◎圖8：屏東縣政府官網的胖頁尾設計，搜尋資訊一目了然

參考資料：

1. 交通部觀光局：<http://taiwan.net.tw/>
2. 屏東縣政府全球資訊網：<http://www.pthg.gov.tw>
3. 11 Resources to Help You Create a Flat Design Responsive Site:
<https://www.crazyegg.com/blog/flat-design-responsive-site/>
4. 美國猶他州政府官網：<https://www.utah.gov/>
5. CSS Menu Maker: <https://app.cssmenumaker.com/>
6. 台北旅遊網：<https://www.travel.taipei/>

認識網頁無障礙標章 2.0

◎資訊處 楊明賢

▶ 前言

近日為辦理公司全球資訊網改版工作，特別深入瞭解無障礙網路空間的相關規範及實作範例，以期新版的全球資訊網能順利取得「無障礙標章2.0」認證。在此針對「網站無障礙規範2.0」的內容及如何取得「無障礙標章2.0」認證為目的，將收集的資料整理後，向大家作一簡單的介紹。



▶ 認識無障礙網路空間

近年來因網路環境與技術的演進，各種網路服務不斷的延伸中，網路為資訊流通創造了無遠弗屆的可能。然而網頁設計時可能在設計者不知不覺的情況下，使用了讓身心障礙者不方便獲取資訊內容的呈現方式，以下概約列出各種能力虧損導致不方便使用的情況：

- 視覺障礙：圖像或視頻無替代文字、以顏色代表資訊內容、無法以鍵盤操作
- 聽覺障礙：音頻無字幕、未提供音量控制
- 認知障礙：艱深難懂的文字、太長的段落、沒有圖像、移動閃爍的內容
- 肢體障礙：沒有足夠的時間應對或完成任務、複雜不一致的導覽功能

因此，無障礙網路空間正是以方便行善的概念為設計基礎，降低網路應用的困難與挫折，增加生活資訊流通與應用的機會，讓所有人不因其所處環境之軟體環境、硬體設備及本身能力之虧損都能夠成功進入網站並獲取完整資訊，享受網路帶來便利的新生活。

▶ 「網站無障礙規範2.0」的演進

行政院研究發展考核委員會針對網站管理者以及設計者的需要，於91年6月「無障礙網頁開發標準暨標章核發作業」委外案，參考W3C協會的WAI組織的無障礙網頁內容標準相關規範，並參照各國在制訂無障礙網頁相關政策和推廣策略，與國內近年來在身心障礙者保護政策等相關措施，訂定我國的「無障礙網頁開發規範」，以建立具體的無障礙網路推廣目標與策略。

近年來，網頁科技不斷進步，為使相關規範與現今及未來的網頁科技能互蒙其利，同時顧及與世界趨勢接軌，以及國人上網族群組成、上網設備之演變等考量，將「無障礙網頁開發規範」修正為「網站無障礙規範2.0」（以下簡稱為本規範），修正時除參考國內外相關經驗，並盡力延續規範策略的一貫性，以期規範能向前及向後相容。

本規範內容包括網站無障礙可及性設計4原則、3檢測等級及12指引。自105年8月15日起開始實施本規範，並停止舊版的無障礙標章申請，108年8月15日起全面使用無障礙標章2.0版。

▶ 4項原則

本規範係圍繞著以下4項原則架構而成，這4項原則鋪陳著任何使用者想要取用網頁內容所必要的基礎。任何人若想使用網頁，則網頁的內容一定要是：

- 一、**可感知**——資訊及使用者介面元件一定要以使用者能夠察覺的方式來呈現。
- 二、**可操作**——使用者介面元件和導覽功能一定要可操作。
- 三、**可理解**——資訊及使用者介面的操作一定要可理解。
- 四、**穩健的**——內容一定要能夠被各種不同的使用者代理及輔助科技來可靠地加以闡釋。

▶ 檢測等級

為了讓網站開發人員和網頁使用者能夠對網頁的可及性設計有明確的評估方式和一致的認定準則，特參考 WAI 組織在相關網站無障礙標準的設計，以3檢測等級來區分網站無障礙的可及性設計。此3檢測等級會直接反映到本規範訂定的12指引、66成功準則、標準檢測碼、檢測認證標章。3檢測等級的定義如次：

一、檢測等級 A

滿足這個等級的檢測碼，對一些團體來說，是一種基本的需求。



二、檢測等級 AA

滿足這個等級的檢測碼，將可移除網站內容的顯著障礙。



三、檢測等級 AAA

滿足這個等級的檢測碼，可進一步改善網站內容的可及性。



▶ 12條規範

為了讓網頁開發者能夠對網頁開發在可及性設計的考慮上有明確的規範條文，特參考WAI組織在相關無障礙網頁標準的設計，以12條規範來引導網頁開發者設計可以讓所有人士都可以使用的無障礙網頁。

規範一 替代文字：為任何非文字的內容提供相等意義的替代文字，使這些內容能依人們的需求，轉變成大字版、點字、語音、符號或簡化過的語言等不同型態。

規範二 時序媒體：針對時序媒體提供替代內容。

規範三 可調式：建立簡化版面的呈現模式，而仍不會喪失資訊或結構的內容。

規範四 可辨識：讓使用者能更容易地看見及聽到內容、區分前景和背景。

規範五 鍵盤可操作：讓所有的功能都能透過鍵盤使用。

規範六 充足時間：提供使用者充足的時間來閱讀及使用內容。

規範七 防痙攣：不要用任何已知會引發痙攣的方式來設計內容。

規範八 可導覽：提供協助使用者導覽、尋找內容及判斷所在的方法。

規範九 可讀性：讓文字內容可讀並可理解。

規範十 可預期性：讓網頁以可預期的方式來呈現及運作。

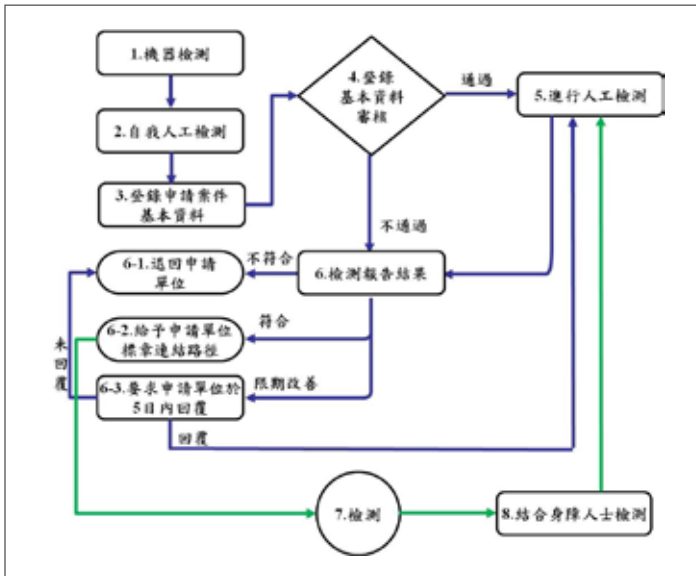
規範十一 輸入協助：幫助使用者避開及更正錯誤。

規範十二 相容性：針對目前及未來的使用者代理與輔助科技，最大化其相容性。

▶ 網站無障礙設計程序

網站開發人員如何在網站開發過程中融入本規範所規定的各種網站無障礙考量，使開發完成的網站資訊具有無障礙設計，以方便所有人士使用網站資訊。無障礙網頁設計流程如右圖所示。

▶ 無障礙檢測及認證標章核發作業流程



◎無障礙檢測及核發認證



◎無障礙網頁設計流程圖 (繪圖 / 編輯部)

步驟1：機器檢測

以單機版檢測工具 (Freego) 檢測通過全網站檢測。

步驟2：人工檢視

依「無障礙網頁開發規範」之「人工檢測碼」，自行檢視確認。

步驟3：加入會員

填寫承辦人相關基本資料，登錄成為會員。

(1)若為政府機關，應以「我的E政府會員之公務帳號」提出申請。

(2)若為民間團體可以「E政府會員」或「本站會員」提出申請。

步驟4：標章登錄單一窗口

登錄無障礙網路空間服務網之「會員專區」，點選「申請標章」，填寫標章申請表格資料如標章機關代碼、網站名稱、網址、標章等級及檢測報告（通過之機器檢測報告）。

步驟5：進行人工檢測作業

申請單位於登錄後，原則上於7個工作天內進行「軟體 / 人工」抽檢。

步驟6：檢測結果，原則如下：

6-1 檢測不符合：

- 以電子郵件通知退回原申請者修正。
- 於本會或本會委託其他政府機關之檢測網站系統將會自動移除未符名單。

6-2 抽檢符合：

- 以電子郵件通知原申請者，並寄送「標章連結路徑」。
- 記錄於本會或本會委託其他政府機關之檢測網站之「檢測紀錄」。
- 標章自核發後三年有效。
- 標章符合超過半年以上則進行抽測。

6-3 限期改善：

- 以電子郵件通知原申請者於5個工作日內修正，若未回覆則刪除標章。
- 以會員身分登錄，回覆檢測報告則再次安排人工檢測作業進行，重覆步驟5至步驟7，並記錄於「檢測紀錄」。

步驟7：抽測

對於標章符合已滿半年之網站安排抽測。

步驟8：結合身障人士檢測

安排身障人士進行抽測，重新步驟5至步驟7，並記錄於「檢測紀錄」。

▶ 小結

以上為整理後的無障礙規範內容摘要，若大家想更進一步瞭解詳細內容，可逕至國家通訊傳播委員會的〔無障礙網路空間服務網 > 關於無障礙〕（<https://www.handicap-free.nat.gov.tw/Accessible>）

作更深入的閱讀。除了無障礙規範外，全球資訊網還須依國家發展委員會所頒布〔網站版型與內容管理規範〕、〔網站建置及營運作業參考指引〕、〔政府網站改善計畫〕、〔政府網站Web2.0營運作業參考指引〕、〔最新版政府網站營運績效檢核計畫之網站營運績效檢核指標〕、〔最新版政府服務獎評獎作業之評核指標〕進行網站規劃及建置。由於要遵循的項目頗多，以後再逐一向大家介紹各項目的內容。

淺談RWD 響應式網頁設計

◎資訊處 林國仲

► RWD起源

早期網頁的排版是以一般家用電腦或筆記型電腦的螢幕解析度設計，所以在製作網頁時會以此規格為預設頁面的大小。然而隨著手持智慧型裝置日益盛行，越來越多使用者使用手機或平板上網瀏覽，行動上網的比例越來越高，占網際網路流量的一半以上。傳統的網頁設計方式已無法滿足不同的網頁瀏覽裝置，使用手機或平板這一類小尺寸螢幕觀看傳統式網頁時，將會因為網頁頁面寬度過寬，畫面自動隨螢幕等比例縮小，整個手機或平板畫面只會看到一堆密密麻麻的文字和圖片，需自行放大和捲動才能看得清楚，造成使用者瀏覽不便。因此為了滿足小尺寸螢幕瀏覽者的需求，一般在進行網站製作時通常會再另外製作「行動版」的網站，然而行動版網站雖然可以解決大多數手機瀏覽網頁的不便，但對企業來說會額外增加一個網站建置維護的成本。為了解決這一類的困擾，RWD設計技術便因應而起。

RWD (Responsive web design) 中文翻譯為響應式網頁設計，也可稱為自適應網頁設計、回應式網頁設計、對應式網頁設計。是一種新興的網頁設計做法，該設計可使網站在不同的裝置瀏覽時對應不同解析度，自動以適當的排版呈現，減少使用者進行縮放、平移和捲動等操作行為。對於網站平面設計師和前端工程師來說，有別於過去需要針對各種裝置進行不同的設計，使用此種設計方式將更易於維護網頁。

RWD網站就像是水在不同容器內的狀態，是流動性的排版 (Fluid Layout)，如下圖文所示，將電腦、手機等裝置螢幕視為容器，網頁內容視為水。水可以裝在各種容器裡，水也能自行去適應容器的大小尺寸，此即為RWD效果最佳的比喻。



◎原圖文出處：<https://blog.stephaniewalter.fr/illustration-content-is-like-water-et-traduction-responsive-webdesign-present-et-futur-de-ladaptation-mobile/>

響應式網頁設計主要是透過HTML5 + CSS3網頁技術，讓手機、平板和電腦使用同一個網站的圖文內容，在不同尺寸或解析度的設備或螢幕上，以符合版面大小的樣式來顯示網頁內容。更簡單地說，RWD技術可以讓企業只需花費建置一個網站的成本，就能讓電腦、手機、平板正常瀏覽同一個網站，不需用手指在面板上放大、縮小。



◎原圖出處：<http://rwd.gtut.com.tw/html/rwd-2.html>

RWD網站是如何自動改變排版的呢？簡單來說，主要是依據螢幕解析度寬度來判斷。當使用者用電腦瀏覽網頁時，螢幕解析度寬度是在1024像素以上的畫面，可以呈現網站完整資訊。若使用的是平板裝置，螢幕解析度在768像素以下，banner會自動縮排，橫式導覽列改成下拉式選單。如果用的是手機，則原本橫向編排的版型會變成直條狀，符合手機向下捲動閱讀的操作習慣。同一個網站會有各種不同的版面呈現，顯示的字級大小也不同，讓使用者易於瀏覽，同時也減少在行動裝置上閱讀時的縮放、移動動作。

► RWD網站的優點

與一般傳統的網頁設計來比較，它具有以下優點：

- 1. 支援任何裝置：**這是RWD最大的優點，也是它最重要目的。RWD網站使用流動性排版 (Fluid Layout)，讓網站內容可以自動符合裝置螢幕的尺寸來進行延展、伸縮、變形、移動，原本在桌上型電腦的寬螢幕上，版面圖片是橫向水平排列，遇到較小的手機螢幕時，版面圖片會變成縱向垂直排列。不只是圖片，包含網站LOGO、主選單、文字內容、字型大小、網頁標尾等，全部都會自動重新排列或縮放，以最合適的方式呈現。
- 2. 方便網頁閱讀：**不論網站是透過寬螢幕桌上型電腦來觀看，或者是用智慧型手機、平板電腦來瀏覽，RWD已經把所有的網站內容自動編排過，所以使用者不會再看到密密麻麻的圖文，更不需要用手指來把畫面放大，就能輕鬆順暢地瀏覽網站內容。透過RWD的智慧型編排技術，還可隱藏不需要在手機上呈現的內容，只把最重要的資訊呈現給使用者。

- 3.降低開發成本：**以往為了製作行動版網頁，還必須另外開發一個專用的網站版本，加上判讀程式，如果使用者是來自手機，就把使用者引導到行動版網站。例如網址原本是 <http://www.xxx.com/>，若用手機瀏覽該網站，系統會自動引導到 <http://m.xxx.com>，一個網站有兩個版本，自然就會增加開發費用與維護成本。
- 4.提升搜尋排名：**如果行動版網站是獨立版本，具有不同的網址，那麼就很有可能會分散網站在搜尋排名上的競爭力，因為同樣的內容卻存在著兩個網址，那麼搜尋排名計分也就被分攤掉了。除此之外，Google開始提高行動裝置友好的網站評級，如果搜尋是從一個行動裝置發起，所搜尋的網頁有符合RWD規範的話，將使你的網站排名出現在搜尋結果的前面，進而取得高流量。

► RWD網站的缺點

- 1.不適合太複雜的網頁內容：**由於在設計RWD網站時，必須要同時考慮網頁元素在桌上型電腦和手機上的呈現效果，因此不適合處理內容太過複雜的網頁，例如複雜的巢狀表格。
- 2.開發時程較長：**與傳統式網頁設計相比，RWD設計的開發過程較長。因為頁面規劃和製作要多方考慮不同螢幕尺寸之間的排版，反覆檢視、調整和測試，才能確認版面設計正常。
- 3.不支援太老舊的瀏覽器：**由於RWD是採用最新的HTML5 + CSS3網頁技術來處理，因此版本太舊的瀏覽器並不支援。使用過時版本的瀏覽器來觀看RWD網站，可能會產生版面錯亂的情形。
- 4.需針對手機使用者習慣調整：**手機使用者與電腦使用者的網頁瀏覽習慣是完全不同的，要能符合兩邊的使用習慣，必須下很大的功夫規劃瀏覽動線。

► 結論

手持智慧型裝置的崛起改變了現代人的生活，也改變了網頁設計的界線。如何因應多種不同螢幕尺寸的需求是網頁程式設計師持續努力的方向，RWD已是目前主流的網頁設計趨勢，正是因為它能滿足大多數企業網站的需求。

看完本篇介紹，日後若用手機瀏覽網頁時，發現它跟你在桌上型電腦或筆電看到的排版不一樣，而且不需放大縮小就有合適的版面呈現時，你就知道這個網站應該是用RWD設計的喔！👏

參考資料：

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%93%8D%E5%BA%94%E5%BC%8F%E7%BD%91%E9%A1%B5%E8%AE%BE%E8%AE%A1>
https://www.eztrust.com.tw/html/faq/qa_show.aspx?id=146
<https://www.ibest.com.tw/service/html5.php>
<http://rwd.gtut.com.tw/html/rwd-2.html>
<https://www.pkthink.com/knowledge-info.asp?id=26>



◎左希軍執行長向蔡總統說明虎尾糖廠的產業及歷史概況

百年虎糖迎貴客 蔡總統許台糖有新象

◎虎尾糖廠 黃瑞銘

在雲林虎尾，急速高鐵與慢速糖鐵（五分車）交會點，一直是鐵道迷必訪熱點，台糖身為全台唯一尚在載蔗五分車的運輸者，自感一份殊榮，然更難得的是蔡總統於今春親臨現場，同鐵道迷一般，喜看雙軌快慢交錯的曼妙，並乘坐起台糖備妥的五分車，一路微笑隨車緩緩駛進已有111年歷史的虎尾糖廠。



◎蔡總統於雲嘉區處三樓簡報室致詞

4月14日這一天是虎尾糖廠喜迎貴客的大日，因為蔡總統隨五分車的蒞臨，從東道主台糖公司黃育徵董事長、管道一總經理，到中央、地方官員包括張景森政務委員、經濟部沈榮津次長、交通部祁文中次長、蘇治芬立委、劉建國立委、雲林縣李進勇縣長等一起陪同，霎時讓虎糖平日只有機械運蔗製糖的轟隆聲外，多了一分人氣破表的氛圍，當然透過雲嘉區處經理兼虎尾糖廠廠長賴坤發的簡報，與虎尾原料課陳飛龍股長的導覽，更讓所有在場人員更確認虎糖111年來的叱吒及重責。

這條全台唯一尚存載運原料甘蔗的虎糖五分車路線叫馬光厝線，全長16.1公里，因為行走已逾百年，車與軌早已與在地生活、作息緊密結合，遂在當前政府力推重大建設的「前瞻計畫」中，預計分兩階段恢復其榮

景。第一階段的復駛是與馬光厝線平行的西螺線（虎尾站→廉使站→北溪厝站→墾地里站），以及沿高鐵橋下新建由廉使站到高鐵雲林站的五分車鐵道，而第二階段復駛則由廉使站到褒忠鄉龍岩站，未來由高鐵銜接糖鐵可以讓各地遊客同時體驗時速300公里的高鐵與時速約16公里的糖鐵，在最快與最慢軌道的運轉魅力下，有著極速與漫遊的風情差異。

懷舊五分車固然是虎糖的亮點之一，但虎糖深藏的糖業文化底蘊也不容小覷，台糖黃育徵董事長才會以「百年歷史，百年足跡」為題，向總統及在場人士提出台糖對虎糖的改造計畫，朝創新的觀光糖廠而進，配合雲林縣是國之糧倉所在地，台糖亦將幫襯政策中的「新農業」。隨後台糖管道一總經理也補充未來10年台糖的蛻變改造，氣氛充滿鬥志與勇氣，深獲蔡總的肯定與期許。

砂糖事業部左希軍執行長表示，總統日理萬機，但願意親訪虎尾糖廠，除體驗懷舊五分車那種先民樸實的日常，也宣示政府推動建設、重視在地、發展綠能與新農業的決心及魄力，加上台糖樂以投資百年虎糖的點點足跡，將糖業文化歷史深入淺出於觀光用途，台糖將不再製糖於孤芳自賞，而是串聯合作於外，將糖的甜蜜四溢，芬芳滿寶島。🌿



◎總經理管道一（左）向蔡總統及與會貴賓們簡報台糖公司未來願景



小英總統加持 台糖未來 PLUS

◎編輯部採訪整理

106年4月14日蔡英文總統親訪百年虎尾糖廠，為台糖的蓬勃發展更注入強而堅定的能量。由於多數同仁們未能躬逢其盛，所以本期特別報導當日實況，並隨機訪問了幾位主管與同仁的感想。總括來說，國家元首日理萬機，願意親訪虎糖，體驗五分車，並重視台糖的未來發展，同仁們除了備感雀躍與無限光采之外，能獲得總統的支持、鼓勵與期許，無疑也讓台糖同仁更有勇氣和信心迎向新未來。

「這是虎尾糖廠建廠百年以來，第一次國家元首親自體驗慢活糖鐵之旅，今後虎糖五分車可以大聲稱作『總統級』五分車了」，當日負責為總統做五分車歷史解說與沿線導覽的虎尾糖廠陳飛龍興奮地表示。砂糖事業部執行長左希軍指出，有總統親臨現場，參訪並體驗，除了對台糖員工有莫大的支持及鼓勵外，亦有提振員工的士氣，讓員工同仁感受台糖未來的方向仍有目標可依循。



◎賴坤發經理兼廠長向蔡總統簡報觀光列車復駛計畫

目前政府推動的「5+2政策」如循環經濟、新農業等，雲嘉區處劉坤霖課長表示，台糖是個深耕地方的產業，無論是土地資源、耕作人力、製糖短期人力，都與地方民眾密不可分，座談會中總統亦表示要有更多資源投入城鄉，均衡區域發展，支持台灣農業，對台糖投入循環經濟亦表肯定，總統也鼓勵台糖與縣府更緊密合作。土地開發處桂家悌認為這是台糖非常好的機會，可藉此契機尋求外界的協助，培育專業人才，加上雄厚的土地資源及有機農作物的成果，達到台糖與國家發展「共生共榮」的目標。循環經濟小組趙金龍也認為是一個利人利己的機會，因為順應政策而為，定能利益大眾，若能同時兼顧公司營運目標，對大家來說都是好事。

趙金龍進一步指出，雖然會涉及許多新科技與新事業領域，但本質上仍在於「做自己專長的事」，例如，「沼氣發電」係從畜殖專業延伸；「全農業」則以全蔗、全豬利用為思考起點；「藝文共創平台」須與糖廠百年足跡相接；「有溫度的社會關懷」其實就是洪火文副總在油品事業部籌辦捐血活動、鄭進



昌理事長在嘉義工會發起捐款濟助弱勢的台糖愛心擴大。從我們原有的專業與熱誠做延伸，就是一起達成使命的最好使力點。不斷地做自己專業的事情，且透過「資源盤點」，清楚掌握自己的專長和資源所在，再有方向地跟國外新的經驗、新的技術接軌，自然而然就可以在新的事業領域中發揮新價值，與政府推動的新政策做呼應。



◎台灣糖業巔峰時期的42座製糖所

而對於「前瞻計畫」中有關結合地方與產業，打造觀光糖廠、有懷舊糖鐵的復駛以及糖業文化復興的問題時，劉坤霖表示，虎尾糖廠觀光五分車復駛計畫的推動，對促進虎尾地區的觀光發展有絕對正面的意義，五分車相關資源，包括土地、鐵路、設備、技術、人力等均掌握在台糖手中，如成功復駛，對於推動中的虎尾觀光糖廠及宿舍區朝日式觀光旅館模式整修計畫的營運，必有相當大的助益。陳飛龍也認為，總統能親自到訪糖廠並搭乘糖鐵，足代表對台糖的高度重視，不論是打造成觀光糖廠，或是糖鐵五分車復駛計畫的逐步實現，都期待公司內部做好萬全準備，並與外界（如地方政府或觀光資源）攜手合作，尤其虎尾糖鐵最大的賣點就是全台僅存的載運原料甘蔗的行駛畫面，希望能在維持製糖正常運轉的前提下，將觀光用途或原料運輸做最適切的規劃，糖業文化與地方觀光必能相得益彰。「早些年，糖鐵本來就不是只有載蔗，還包含運輸載客的功能，因此，在當地人的心中，其實回憶很多。現在糖鐵復駛、觀光糖廠的打造，讓台糖重回地方發展的重要角色蠻好的。」桂家悌補充地說。



◎「中部糖業鐵道樞紐」的虎尾驛



◎小火車運蔗入虎尾廠





◎虎尾糖廠分蜜機



◎糖金時代的轉輪印記 - 糖鐵標誌

面對台糖啟動新契機的憧憬，桂家悌期待台糖人重建自身榮耀感，尤其現在董事長黃育徵有心要帶公司起飛，盼台糖能重回台灣發展重要的角色，有朝一日民眾不是只有在買糖的時候才想到台糖，而是不論吃喝玩樂的時候，都可以想到台糖。左希軍希望，台糖不僅發揮國營事業的功能，為國家、為社會有所貢獻；另一方面能提昇台糖的企業格局，超越過去糖金年代的成就！這有賴中央政府、地方政府與台糖相互真誠合作，營建福國利民的局面，創造四贏的境界。劉坤霖則強調，台糖站在「國營」的高度，除追求營收外，亦應配合國家政策，與地方政府密切合作，進行土地最有效利用的整合規劃，但前提是不能損害公司利益，如黃董事長說的，要確保後代使用土地基本權利，與土地跨世代價值。☘

- ◆砂糖事業部執行長 **左希軍**：「總統親臨現場並體驗，對台糖員工有莫大的支持及鼓勵外，亦有提振員工的士氣！」
- ◆循環經濟小組 **趙金龍**：「順應政策而為，定能利益大眾，若能同時兼顧公司營運目標，对大家來說都是好事」
- ◆雲嘉區處土開一課課長 **劉坤霖**：「台糖是個深耕地方的產業，與地方民眾密不可分，座談會中總統亦鼓勵台糖與縣府更緊密合作。」
- ◆土地開發處 **桂家悌**：「藉由糖鐵復駛、觀光糖廠的打造，讓台糖重回地方發展的重要角色蠻好的。」
- ◆雲嘉區處原料課約耕股股長 **陳飛龍**：「今後虎尾糖廠五分車可以叫作「總統級」五分車了。」



談百年糖業資源的合作與運用

◎董事長 黃育徵

台灣糖業走過百年歷史，虎尾糖廠是台灣目前「唯一的」以本土甘蔗製糖的糖廠，另一個存續中的糖業活歷史是善化糖廠。回顧1906年日治時期，「大日本製糖株式會社」成立虎尾製糖所；及至1912年虎尾糖廠第一工場與第二工場先後設立，製糖總產量已是全台之冠，年產量近5千公噸。

一路走來，虎尾糖廠已經過111年的歷史！台糖公司非常珍惜這個社會共同擁有的歷史足跡，因為其中所蘊涵的，不僅是台灣糖業的生產歷程，更充滿社會生活的共同記憶。我們相信，台灣糖業不應只是珍貴的歷史資產，更可以是台灣的前瞻機會，其中的轉化關鍵在於發展理念與合作機會。因此對於這個糖廠的未來，台糖結合多方資源，進行「更新投資計畫」，以及「觀光糖業場域」等投資規劃，在合作互動之中與夥伴們一起找機會。在尋找機會與永續的原則中，我們看到台糖發展理念與想像。

首先，虎尾糖廠和「糖鐵」是台糖公司、雲林地方，甚至是台灣重要的共同「歷史記憶」。這些歷史記憶可以是台灣社會生活中很有價值的神經串聯，我們稱之為「百年歷史 百年足跡」。台糖期許自我能將多元豐富的歷史和足跡回復，要將糖業歷史記憶一步一腳印的帶回到台灣的社會生活當中，更要努力發揮台糖資源的運用，為台糖的下一個百年而努力。

其次，我們目標發展「新農業」，要激發活化台糖「農業DNA」的本質，帶動社會合作文化。台糖公司需要農業大縣雲林的協助與合作，把「循環經濟」精神融入關鍵的發展計畫。台糖將與雲林合作推動再生能源、大糧倉、有機農業、畜殖循環園區以及協助青農發展等計畫，以達成在地就業、經濟動能、生態平衡及友善環境等目標，使生產循環各層面都有機會得到創意發揮。



第三，在「土地資源」的使用上，台糖將本著以「只租不賣」的精神，持續和公部門進行土地合作規劃，實踐世代責任，以維護確保後世代都能享有「土地使用」的基本權利。我們將與各級政府合作追求永續發展，在公部門的協助下，進行「整體性」和「長遠性」的土地整合運用規劃，以共同維護土地資源的完整，妥善維護地方經濟永續活絡的關鍵要素。

以上這些工作的推動需要綿密的溝通，除了時間和耐心以外，我們更需要一起攜手合作，一起打造良性的合作文化。台糖以國營事業的角色，可以成為台灣轉化成長的引領者，透過與社會各界集思廣益及共同合作，提升地方上的生活品質及環境效益。

希臘哲人蘇格拉底曾說：「改變的秘訣是不與過去的問題奮戰搏鬥，而是如何與未來一起成長」。我們心懷歷史足跡，但不拘囿在過去的格局；台糖同仁同心齊力往前看，就會發現處處有機會，事事能永續。我們相信，只要台糖持續引領社會合作與創意，台灣美好機會一定無限。（本文摘錄虎尾糖廠參訪行程 - 董事長談話）



◎虎尾製糖所



成就他人 協助他人

◎董事長 黃育徵

百年歷史·百年足跡

台糖及前身擁有值得驕傲的百年歷史，也曾經留下遍佈台灣各個角落的百年足跡，多元豐富的歷史和足跡牢牢地烙印在台灣人的集體記憶中。歷史不曾終止，我們要秉持著「對的事情快快開始」的信念，共同努力發揮台糖的優勢，再次撰寫新的台糖史，繼續為下一個百年而努力。對每一個台糖人而言，這是一個自我成就，也是難能可貴的機會。

成就他人·協助他人

常有人問我想為台糖做什麼？答案其實很單純，我想和大家一起帶動和創造一個「成就他人、協助他人」的價值和生活文化。我期待每位同仁都能以成就他人為己職，我們要關心身邊的友人、周遭的同仁，還有所有跟我們互動緊密的合作夥伴們，包括相關的公部門，社會團體和產業友人（如豬農、花農...等）。只要同仁時刻心懷「成就他人、協助他人」的理念，就有助台糖踏出正向的改變。

美國前第一夫人歐巴馬夫人曾說：“Success isn't about how much money you make; it's about the difference you make in people's lives”。此言直指成功無關金錢多寡，而取決於能否帶給周遭人們不一樣的影響及未來。

改變不難·創新不難

其實改變並不困難，以魚群為例，牠們行動一致而且敏捷。研究發現一個有趣的現象，只要15%的魚決定轉彎的時候，其他85%的魚也會跟著轉向。依此試算，15%台糖人約是500人，今日與會的主管，如能融入創新改革的理念並積極宣揚，導引同仁的思維改變，相信不到一個禮拜，就會有15%的台糖人跟著改變，然後就如骨牌般的連動，變革就會快速地在公司內發酵，成為一股風潮。

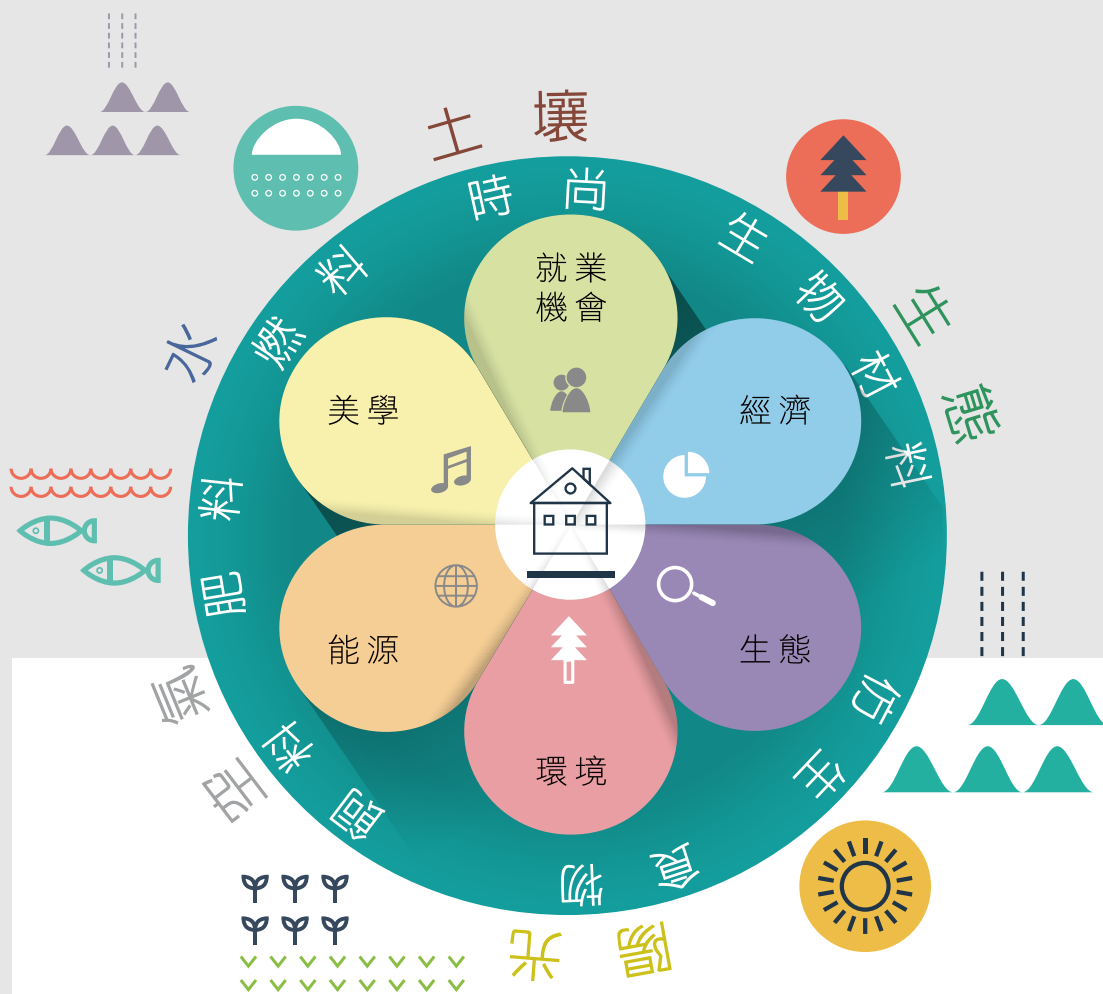
改變不難，創新也不難，創新的環境是可以被營造的。經驗告訴我們，資源充沛的企業往往最缺乏創意；相反的，當企業資源匱乏時，反而會觸動每個人的創意本能。換句話說，當企業在資源不足的境況中，創新能量往往是最旺盛的時候，企業內部會因此激起逆中求勝的能量。我們不能視台糖的資源為理所當然，要不時挑戰自我，不時想像台糖面臨資源匱乏時，要如何創造佳績？如何做到創意絕境逢生，跳脫既有的僵固思維。

創新也可以來自「跨領域的結合」，例如東非某商場，興建過程邀請昆蟲學家參與設計，觀察沙漠中的蟻窩常年恆溫的結構，發展出免人工空調的沙漠特色建築。以此為例，我們可以理解，同質群聚其實比較難有創意；當我們跨出部門、公司與外界接觸，傾聽、欣賞並鼓勵不同領域同仁的想法和作法時，創新可能倍增，工作靈感會更加豐富。

只要坦然接納來自不同部門的經驗和想法，改變不難，創新不難。

商場如球場·團隊合作

台糖需要提升營運績效。績效的經營不是靠檢討已成事實的業績數字，而是要看如何提升營運效率的「因子」。以球賽為例，贏得球賽的「因子」是什麼？球場上的決勝關鍵不是看著記分板，而是靠精練的「球技」和球員聚精會神在「球」的動向。在商場上，精練的「球技」反映在個人的努力和同仁之間的合作默契，緊盯「球」的動向就是要隨時掌握客戶的喜好，確保優質的產品、友善的服務等。營運中，我們也要凝神關注市場和同業的變化，持續找出自我利基，發揮台糖的品牌影響力。



資源循環・做對的事

我們要做對的事。台糖資源必需確保水、空氣、土壤、日照潔淨充足、生態平衡，以提供新農業最佳的發展條件，並充分珍惜大自然的資源，達到「零廢棄、零污染」的願景目標。推動循環型的新農業能優化內需，重建國內食物、飼料、肥料、再生能源等產業能量，帶動生質材料及仿生的研發投資，達成在地就業，經濟動能、生態平衡、能源自主、友善環境，甚至優質美學都能得到創意發揮。

循環型新農業能帶給台灣多重整合性效益，絕對是台糖優先要去做「對的事」。

面對未來，每一位主管，都需要以正向樂觀的態度，來引導和鼓舞周遭的每一位同事；要正視問題，不該把長年累積的問題留給他人和未來的台糖人。我們需要凝聚共同的智慧，釐清出「對的事」，然後引領同仁團結一致，把對的事情用對的方式去完成。相信，只要同仁凝聚共識持續努力，一步一腳印，我們可以一起成就很多美好的未來。



公司一體·責任一起

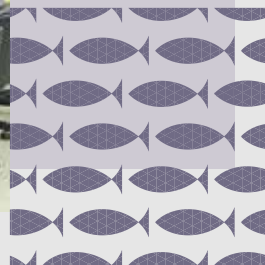
台糖各個部門都需要突破長久以來的本位思維，讓「公司一體、責任一起」(One Company, One Responsibility) 成為台糖的理念共識。我們期待每一位同仁無論在哪裡，大家都是一個團隊，也能以一家人為榮。台糖人要認知身為國營事業的社會責任，攜手貢獻台灣的未來，這是我們的福氣，也是我們的共同榮耀。

期盼不一樣的未來，就要從做不一樣的事開始。過去我們台糖跟外部的互動多半處於被動，我們需要跳脫傳統思維，化被動為主動，和相關的公部門分享我們的理想和願景，討論我們的行動規劃和願景目標：協助豬農、推動循環農業園區、發展生質材料、規劃觀光糖廠、服務社區、承擔土地只租不賣的世代責任等，讓社會大眾充分認識台糖的行動綱領，經過互動理解與責任認同，邀請各界和我們一起來成就「對的事」。

結語

這次會後，我期待同仁能細心研讀，每個同事提出的報告，看看哪些理念和規劃影響了你，感動了你，進而改變了你。主動安排聚會討論和交換意見，讓計畫得以發揮最大綜效。在吸收與討論的過程中，和同仁分享不同的見解，讓思考更為深刻與豐富，讓理念能融會貫通與分解內化，這都是我們「成就他人、協助他人」的一部分。

最後再次期待同仁能本著助人成就的信念，化被動為主動，攜手帶動台糖的改變。我們相信，「成就他人、協助他人」的文化，可以打造出不一樣的台糖，今天且以此語做為公司會議的期勉，共勉之。(文摘錄自2017公司會議董事長結論) 🍁



臺灣農業困境與 台糖農業應對

◎農業經營處

農業是人類文明基石，也是立國基礎，昔日臺灣農業引領整體經濟發展，所累積的技術、資本與知識投入發展工業，因而帶動了臺灣工業蓬勃成長，創造了臺灣經濟奇蹟。然而，隨著經濟快速發展，產業結構轉型及自由貿易的衝擊，現今農業在總體經濟之地位快速下降，面臨了極嚴峻的困境，分述如下：

- **糧食自給率不足**：國際貿易因素加上工業化影響，帶動資酬上漲，相對農業自產糧食因生產成本增加，農業所得偏低，耕作產量減少，臺灣多依賴進口供給，致臺灣糧食自給率下降，2015年僅為31.37%。
- **農地分散，不利規模生產**：農地耕地規模趨於狹小，每筆耕地平均面積為0.24公頃，加上傳統均分繼承，使農地所有權再細分，不利提高經營效率與創造規模效益。
- **農民老化，田間人力不足**：農民平均年齡約62歲，農業就業人口人數從1970年為168萬人急遽下降，目前僅餘55.6萬人。
- **農產品價格波動過劇**：生鮮農產品市場需求固定，保存期限短，為典型的淺盤市場，在缺乏計劃生產整合機制下，價格波動甚劇，影響民生。
- **農產品安全仍受威脅**：農產品藥物殘留或重金屬汙染，威脅國人的健康。
- **小農行銷能力薄弱**：臺灣農業以家庭農場

經營形態為主，不具行銷能力，長期依賴

- 盤商收購作物，議價能力低、收入偏低。
- **環境汙染**：工業化造成農地文化失衡，生活、生態及生產環境遭受破壞。
- **資源浪費**：線性經濟模式快速發展，浩劫式的開發造成資源耗竭。

為突破臺灣農業發展困境，農業經營需改變舊有的思維與作法，政府在農業發展的角色與功能上，因應不同時代而作調整，過去係以農業支持工業發展為主軸，現代農業則扮演著糧食安全、生態環境、文化景觀等多功能角色。

現今政府為推動新世代農業發展，提出「新農業創新推動方案」，透過「建立農業新典範」、「建構農業安全體系」及「提升農業行銷能力」等3大主軸、10項重點政策，提高農業附加價值，並兼顧資源循環利用及生態環境永續。

台糖公司為國營事業，擁有豐富的土地資源，在國家農業政策推動上扮演重要的角色，農業經營處配合新農業創新推動方案，協助政府發揮農業「多功能價值」，建立健康、安全農業新典範，並肩負起推動農業廢棄物資源化之重責大任。台糖農業經營將全力配合政府政策之推動，以下依新農業方案3大主軸分別說明：

一、建立農業新典範

有關新農業「建立農業新典範」包含「推動對地綠色給付」、「穩定農民收益」、「提升畜禽產業競爭力」、「推廣友善環境耕作」、「農業資源永續利用」及「科技創新強勢出擊」等6大政策，公司農地招租以有機種植為優先，以擴大國內有機耕作面積，共同營造臺灣生產、生活、生態之永續農業，響應「推廣友善環境耕作」政策。而「農業資源永續利用」政策上，包含「進行農業及農地資源盤查」及「改善農業缺工及培育新農民」等兩項策略，農業經營處進行公司農地資源盤查，保留公司優良農地作農業使用，透過有效率的農業經營，讓優良農地利用成為新農業發展的基礎。另公司為培育新世代專業農場經營人才，鼓勵青年朋友回鄉投入農業生產，建立有機專業生產技術之機會，本公司雲嘉、臺南及高雄等三處有機園區已著手加入行政院農業委員會農民學院農場見習計畫，提供有志有機青年見習的良好場域，鼓勵投入有機農業，同時提供本公司現有之有機園區與青農合作生產、台糖銷售，及設立有機專區協助青年取得適合之有機耕地等合作方案，協助改善農業缺工問題，並培育新一代有機農業經營人才，開創臺灣有機農業新契機。

有關科技創新強勢出擊策略方面，台糖發展循環農業，透過跨部門如畜殖事業部、沼氣利用小組等之合作，將畜產廢棄物再利用，生產能源之後端產物（沼渣、沼液），製成沼渣堆肥產品，創造加值化農產品。另

設立雜糧專區，發展生物材料經濟，配合堆肥回歸農田，用於種植飼料玉米或生質植物，建立農業循環鏈，並以自產飼料玉米替代部分進口，以提高糧食自給率，及縮短碳足跡。

二、建構農業安全體系

建構農業安全體系有提升糧食安全、確保農產品安全等2項政策，公司配合雲林大糧倉計畫，採4年4期釋出197公頃的農地，協助推動「國產雜糧產業發展方案」，提高糧食自主率、降低對進口糧食之依賴、減少糧食安全。

公司將與上下游協力廠商及友善耕作團體合作，建置產銷履歷、溯源管理，落實安全農業政策。另台糖自105年起與臺南市5間國小合作，推動「食育小學堂計畫」，以「誠食找回新食力」活動，讓學生由實際農作體驗與飲食教育，深耕學校午餐與團膳通路，以需求帶動供給，並善盡企業社會責任。

三、提升農業行銷能力

公司協助國家隊「臺灣國際農業開發公司」成立外銷專區，共同合作產銷臺灣本島優質水果，推銷至國外市場。另將建置大型冷藏、保鮮及冷鍊物流中心，加強行銷，貼近消費者，營造溫馨可信任之品牌形象

台糖公司在政府新農業政策扮演極重要的角色，對臺灣這塊土地更有責任，未來將朝向土地永續發展的方向邁進，引領循環農業風潮，以符合政府及國人對台糖的期待。🌱

台糖長榮酒店

陽光小農 齊聚一堂

13週年公益講座

◎台糖長榮酒店 黃美雯

台糖長榮酒店歡慶13週年，於106年4月4日兒童節舉行今年度第一場公益講座，講座當日請來經營有成的業者展示各式有機農產品，並邀請慈心有機農業發展基金會蘇鳳珠和友善大地有機聯盟楊從貴、原苺莊菇場陳雅娟、水菱有機農場李鎮賓等農友現身說法，和百位民眾分享如何運用有機栽種讓飲食更健康，並達成與環境共存的目標，突破種種天然與人為困境實踐有機堅持，為民眾提供更健康的綠循環概念。



台糖長榮酒店立志回饋社會、不以商業為目的之週年慶生方式深受大眾喜愛，今年仍舊以開創性方式安排五場精彩、激勵人心的身心靈講座與民眾共享學習。台糖長榮酒店總經理鄭東波表示，今年的講座主旨「用點心，幸福更靠近」意旨，凡事下點心思，不管在食、衣、住、行上皆追求品質，更要從中找到平衡點，讓生理、心理到達無壓力狀態，同時重視環境的永續經營。

第一場「陽光小農，健康飲食Ⅰ」公益講座與慈心有機農業發展基金會合作，邀請在有機領域不斷精進努力的小農們前來分享。「友善大地聯盟」營運長楊從貴於102年成立聯盟，以「推廣有機生活」、「推動生態保育」、「扶持弱勢生命」為核心，將熱愛自然與生態的有心人士凝聚在一起，為環境永續盡心力，並與「水菱有機農場」負責人李鎮賓一起為官田的有機菱角養殖努力，以非農藥的方式、追求生態平衡法，讓優美稀有的水雉與可口的菱角能自然共生共存。「原苺莊菇場」總經理陳雅娟，因母親罹患急性肝炎，當初誤信偏方讓肝炎轉為肝硬化時，便積極投入自然工法仿效野生菇環境栽種，開始研究起免疫療法，多年來已研發出利用雜草、落葉培植出各種有機菌菇，朝向環保、健康、環境共存的目標。

第二場「陽光小農，健康飲食Ⅱ」公益講座，將與勞動部勞動力發展署—雲嘉南分署合作，邀請臺南市佳里區延平社區發展協會、臺南市將軍區發展協會、臺南市社區觀光關懷協會、臺南市後壁區仕安社區合作社等，於台糖長榮酒店戶外舉行假日小農市集，同時館內也以臺南後壁區「仕安無毒米」栽種為主題，探討如何將自產的仕安米銷售之盈餘，轉而挹注於社區公益和建設與大眾共享。🌱

感恩五月天 尖山埤推慈暉套餐

◎尖山埤江南渡假村 許立穎

每年的這時候，總是被媒體提醒著母親節就要到了，其實，感謝母親的心意是存在於每一天、每一刻的。試著回想從有記憶開始，母親無微不至的照顧，一直到長大成人，生命過程的點點滴滴，母親的存在，如同歌詞中「有媽的孩子是個寶」



一般，無論年紀有多大、或事業多麼有成就，永遠是媽媽最珍貴的孩子。

長輩的健康就是孩子最大的幸福，藉由母親節的機會，放下手邊的忙碌，帶媽媽外出散心，享用健康美味的餐點，全家人齊聚一堂分享生活樂趣，氣氛和樂融融，這是媽媽心裡最高興的時刻。

為此，尖山埤江南渡假村特別於5月母親節前的六、日，精心準備「慈暉饗宴」及「慈暉套餐」，即日起提供預訂，訂餐額外贈送遊湖船券（每桌贈送10張、套餐贈送1張）及康乃馨，讓作為孩子透過好環境、好料理來表達對母親的無盡感謝，也藉機聯繫一家人的心。除了提供健康美食之外，江南渡假村於5月13日至14日舉辦「媽媽免門票入園」活動（每位媽媽需1位陪同者購票入園，團體不適用），當日入園前100名再贈送康乃馨1朵，機會難得，感謝媽媽趁現在！訂餐專線：06-6233888轉3100或3200。🌸

勘誤啓示

◎編輯部

本訊106年4月號「GreenForever」第1頁「編輯室報告—地球發燒，我們能做什麼？」第4段第8行：「公共論糖」本「期」誤刊為本「奇」。第38到39頁所刊載之「台糖產糖量量減 極端氣候是主因」對於105/106年期製糖之「商品產糖率」、「計畫日壓量」及「平均日壓量」內容刊載有誤，正確內容應為：商品產糖率7.93%（原7.92%）；計畫日壓量2,950噸（原3,050噸）；平均日壓量2,903噸（原3,130噸），特此更正。🌸

高效率團隊作業平台軟體 JANDI簡介

◎商品行銷事業部 張光欣

前言

JANDI 在 2014 年創業初期，就獲得日本軟銀、美國高通和台灣心元資本的高額投資，正是因為看好企業生產力還有進化的空間。今天，將引用知名部落客電腦玩物一文：JANDI 高效率團隊通訊平台完整教學，比 Slack 更適合中文用戶（註1），解析 JANDI 為什麼不只是即時通訊，更是管理工具。

從2014年誕生，2015年進入台灣市場到現在2017年，JANDI這個雲端團隊溝通平台也不斷進化，發展出屬於自己的特色，除了相較 Slack 有更完美的中文支援外，JANDI 在介面更符合東方的鮮明色彩風格，對台灣用戶更親切，有線上中文客服，免費版的功能又硬是要比 Slack 多一點點。

LINE 之外，為什麼還需要一個高效率團隊溝通平台？

相較我們現在常用（但有時效率很低）的工作通訊合作工具，例如 LINE 或 Email，號稱可以讓工作溝通更有效率的 JANDI，則是更適合「團隊內部大量討論」、「專案訊息分流與指派」的平台，具備下面這些優點：

- 1.你可以為每個團隊各自建立不同團隊討論平台，團隊成員無上限。
- 2.在團隊內可以開不同議題頻道，讓公私對話分流，讓不同專案討論分流。
- 3.討論時有星號、公告、指名、問卷等功能，可以做為任務的派任與提示。
- 4.訊息中可以插入檔案共享，單一團隊平台免費容量 5GB。
- 5.具備強大且支援中文的訊息搜尋、過濾，免費版可搜尋最近15,000則訊息。
- 6.和 Google Drive、Dropbox、Google 日曆與 Trello 等雲端工具整合，可在溝通平台上協同合作。
- 7.有網頁版、電腦軟體、手機 App，可跨平台使用。

你可以在 JANDI 建立或加入多個團隊平台

你可能需要一個辦公室團隊溝通平台，還有一個A專案的團隊常常討論事情，為了辦一個活動臨時又需要另一個新的團隊討論區，這時候都可以在JANDI很方便地開設新團隊，或是加入其他人開設的不同團隊。每一個「團隊」都可以擁有獨立專屬的溝通平台，而你可以同時管理與加入多個團隊。

在 JANDI 建立不同的議題頻道，讓討論分流

這類服務最大的好處就是，在同一個團隊群組中，還可以建立多個討論頻道，讓討論可以分流，才不會不同專案的問題擠在同一個群組討論，也不會公告、聊天、任務分派都混在一起。

在JANDI中這些討論頻道稱為「議題」，如圖所示，可以建立多個中文名稱的議題，根據不同專案來分類，或是把相同議題收納在一個資料夾中。

當新增一個議題（討論頻道）時，可以選擇：

公開議題：所有團隊成員可自行加入。

私人議題：僅開放管理者邀請的成員。

這樣又可以在一個團隊平台中，更嚴謹地區分出公開討論、私密討論，讓專案小組可以用「私人議題」說悄悄話。

如果你剛加入這個團隊，可以到議題清單上方的「更多議題」按鈕，看看有沒有你尚未加入的公開議題（私人議題你是看不到也無法加入的，只能被邀請）。

如果加入一個公開議題後，發現討論內容和自己無關，也可以隨時在討論區右上方選擇「離開議題」。或是覺得某個議題太多閒話，也可以隨時「關閉這個單獨頻道的通知」。

透過議題分流討論，區分公開私密，讓JANDI這樣的服務可以比 LINE 更有效率地管理團隊裡的溝通。



◎圖1：在JANDI中新增議題

訊息可以發布為公告！

在不同議題頻道討論時，你還有很多功能可以好好利用，幫討論做出更有效的管理。

首先你可以在某則訊息旁邊點擊 [...] 按鈕，選擇 [發布公告]。這時候這則訊息會變成整個討論串最上方的一張「公告卡片」，所有進入討論頻道的人都能立即看到。我很喜歡JANDI這個功能，更直接幫助進入討論串的人不會錯失最重要訊息。

幫自己的重要訊息打星號

如果是單純我自己認為的重要訊息，我可以在某則訊息「打上星號」，這樣以後可以從右上方的過濾功能裡，直接過濾出整個團隊平台上所有的星號訊息。這個「打上星號」的動作其他團隊成員不會看到，為用戶個人訊息標註用途，讓自己不要漏掉一些重要訊息。

找到他人指派給我的訊息任務

你可以把JANDI上的訊息看做任務，當你要把某個訊息任務指派給他人執行、提醒他人專注時，可以利用「@對方名稱」的方式完成。而我可以利用右上方的 [@] 過濾功能，過濾出整個團隊中所有指名給我的訊息，這樣我就不會漏掉跟我有關的重要任務。

在訊息中插入檔案或雲端檔案

JANDI也可以當作協同合作平台來使用，我們可以在討論串中插入檔案來共享，針對檔案進行討論，或是插入來自 Google Drive 與 Dropbox 的雲端硬碟檔案。

在討論串中進行問卷調查

我們在團隊討論時常常要進行一些投票表決，在JANDI裡可以直接使用內建的「問卷調查」功能來滿足這個需求。直接在訊息中建立一個簡單的問卷，然後讓所有團隊成員進行投票，當所有成員都完成投票後，還會自動統計並通知大家結果。



◎圖2：JANDI的過濾與搜尋功能

過濾與搜尋，找出你需要的訊息

當你的團隊平台溝通愈來愈多時，你已經不太可能從翻找討論串來找出重要訊息了，這時候如果要查看某些討論內容時，可以使用右方強大的搜尋與過濾功能。

在JANDI中可以過濾出所有插入訊息的檔案、過濾出提到你的訊息、過濾出你標註的星號、過濾出問卷調查，或是直接用關鍵字在不同議題頻道中搜尋，對中文內容也有很好的搜尋結果。

除了議題頻道，也可以私訊

另外當有些私密的事情不想在議題頻道裡講，你也能利用JANDI內建的私訊功能，直接跟特定對象傳訊息，就像即時通一樣展開私密對話，其他團隊成員都不會看到。

跨平台使用 JANDI

JANDI同時具備電腦版軟體、網頁版、App 版，所以基本上隨時隨地都能使用。

如果你需要一個高效率的團隊通訊平台，想改進不同專案的溝通流程，讓公私分明，讓訊息更容易找到，重要訊息不漏失，並且還能一邊溝通一邊協同合作，那麼像是 JANDI 這樣的工作平台是值得考慮的選擇。

而中文版的JANDI，加上有趣親切的介面，也有日漸完整的功能，或許是對台灣用戶來說是更適合的團隊溝通服務喔！👉



◎圖3：利用 JANDI Connect 連結第三方服務

< 註1 > 部落客電腦玩物：「JANDI高效率團隊通訊平台完整教學，比Slack更適合中文用戶」
(<http://www.playcesor.com/2016/08/jandi-slack.html>)



韓國釜山 Easy Go 自由行

©Isa

提到韓國釜山，就會聯想到「海雲台」、「釜山行（即屍速列車）」等熱門大片，在韓國影星的加持下，釜山是繼首爾與濟州島後，下一個絕對熱門的韓國觀光地點。對於想出國自由行，但又怕麻煩，總是遲遲無法搞定食衣住行的朋友，韓國釜山絕對是一個很好入門的地點。基本上只要請旅行社代訂好機票與旅館或是自行上網購買，在釜山走動光靠捷運與公車就相當的便利，即使非不得以得搭計程車也很便宜，景點與景點間的距離不會太遠，很適合找個連假，安排五天四夜的自由行。比起首爾，釜山這個韓國第二大城與最大港口城市，少了大都市的匆忙與擁擠，卻多了一份悠閒與自在。首爾之於釜山就好比台北之於高雄，生活依然相當便捷但就是多了那麼點人情味。

前往釜山有多家廉價航空可以選擇，建議提早安排行程，來回有時2千元就有找。住宿方面可以選擇靠近海雲台的飯店，晚上海邊沙灘的活動相當多，夜景也非常迷人，

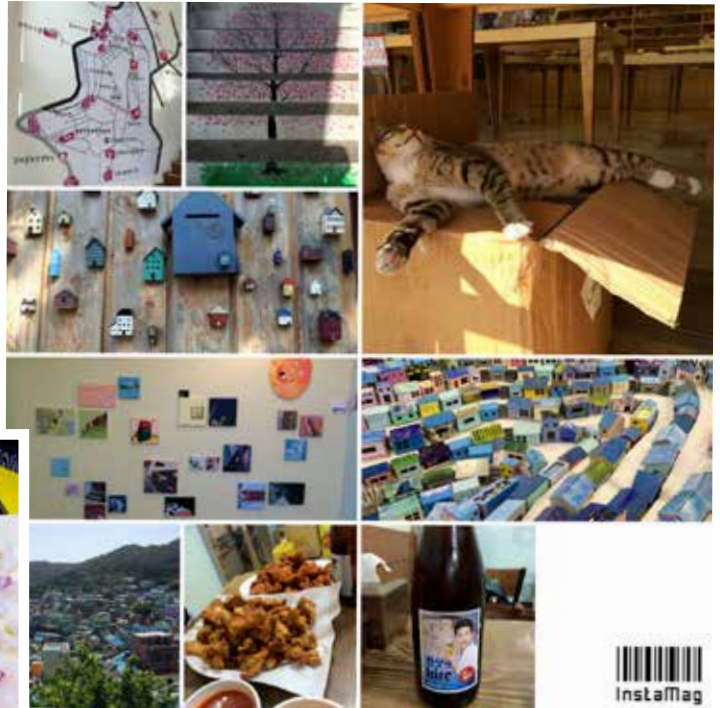


◎札嘎其海鮮市場，為釜山十大風景名勝之一，許多遊客前來參觀和購物

通常會有小夜市可以吃吃逛逛，順便欣賞露天表演，沿著環海步道，可以優閒地散步到「冬柏公園」。冬柏公園內的世峰樓是2005年APEC的會議地點，夜晚在彩色的燈光照耀下佐以廣安大橋為背景互相呼應，好不美麗！此條道路有著城市與海緊鄰共存的特殊景色與風情，一路綿延至廣安里，由於車輛管制進出，也是一條夜跑的好路線。



◎鮮魚沙西米



InstaMag

來到釜山就一定得品嚐最新鮮的海鮮，由於靠海，所以漁獲種類相當的豐富多元，重點是非常便宜。要吃海鮮就要到南浦洞的「札嘎其海鮮市場」，有點像東港跟富基漁港的感覺，走進市場也是一攤又一攤的小販把新鮮漁獲擺在水族箱裡，任君挑選，想要吃哪一條，直接點了老闆就到旁邊現殺好送到位置上。建議可以多點幾種巴掌大的鮮魚，做成沙西米，沾上當地特有的醋醬與辣椒醬一起吃，味道相當鮮甜，讓人驚艷！絕對勝於台灣一般常見的旗魚或鮪魚生魚片，讓我這個對生魚片一向敬謝不敏的人也忍不住默默嗑了快半盤。

午餐後，可以搭乘巴士到附近有韓版聖托里尼之稱的「甘村文化村」參觀，聽說這裡本來是貧民窟，但經過藝術家與當地居民努力改造後，原本陰暗的街道變得繽紛多彩，許多藝術家也在此駐紮並成立個人工作室與手創店，吸引不少觀光人潮。由於此文化村座落在一個高低起伏的小山坡中，可以找個至高點，在接近夕陽時分，看陽光灑落在彩色的樓房牆壁上，真的會有種來到義大利小鄉鎮的錯覺！

大部分來到韓國的人一定想到要去吃銅盤烤肉，但是在釜山有家風景優美，面海背山的餐廳在五六島上。「五六島嘉苑」這家餐廳賣的除了絕美的景色外，還有就是「烤鴨」！不過不是中式的餅皮包烤鴨，這家是把烤過的鴨切片後再放到鐵盤上烤，包上店家自行醃漬的紫蘇葉或是桑葚葉，配上一點泡菜，再來杯啤酒，人生至此夫復何求啊！如果可以吃牛肉的人，也強



力推薦可以點一盤韓牛來烤，雖然不如日本和牛軟嫩，但是牛肉的香氣十足，非常適合包上清爽的美生菜一起下肚。

酒足飯飽後，可以回到「The Bay 101」看夜景，性質有點像誠品，裡頭有許多文創小物還有多家複合式餐飲店。若不趕時間，可以考慮到頂樓選家餐廳，點杯咖啡或是啤酒，遙望廣安里的海景，一棟棟高樓林立，配上天空的星光點點，心中有種退休後不如到釜山養老的想法！

這次繼首爾之後第二次赴韓國旅行，雖然當初從首爾回國後就曾發誓再也不踏進這個國家了！不過釜山讓我對韓國印象有了好的扭轉，不知道是不是當地生

活步調比較優閒的關係，居民都非常親切，走在路上如果一副很迷惘的樣子，馬上會有親切的路人過來詢問是否需要幫忙並且熱心提供私房景點或是餐廳。這次約6月的時候前往，剛好適逢台灣盛夏，所以感覺當地天氣特別宜人舒適，不太建議於冬季造訪釜山，海風聽說會凍到讓人受不了！如果有機會，下次希望能夠於3、4月的時候再訪一次釜山，聽說當地的櫻花盛開時，一點也不輸日本，值得再來一次！

最後提供兩樣一定要嘗試的食物，那就是「葵花籽黑糖餅」與「烤盲鰻」，前者很容易在路邊小吃攤或是市場內發現，如果發現一小坨一小坨麵糰在淺油盤上滾動，那八九不離十就是超好吃的黑糖餅了！務必要嘗試！至於盲鰻的料理也是隨處可見，走在釜山的市場看到在水族箱裡游動著像泥鰍的超長生物，那店裡就一定有烤盲鰻的料理，這道就見仁見智了！如果事先不要讓我看到盲鰻處理的過程，閉著眼睛像烤肉一樣把盲鰻夾在生菜與泡菜堆中，我覺得這是一道蠻美味的料理，箇中滋味就讓各位自己有空親自到釜山品嚐吧！🍴



粽橫天下 慶端午

台糖長榮酒店

◎台糖長榮酒店 黃美雯

端午飄香，每年到了端午佳節已有許多婦人開始包起傳家粽，不過喜好吃粽子卻不會包粽的朋友別擔心，台糖長榮酒店今年依大眾需求推出三款不同內餡端午粽，包括葷食「樂活百寶粽」、素食「養生素米粽」、以及大小朋友都喜愛的「抹茶紅豆冰粽」。「樂活百寶粽」與「養生素米粽」是長園中餐廳經典款，重達330克的內餡既豐盛又飽滿，不論葷、素食的朋友皆愛不釋手；桂冠烘焙坊今年夏季配合佳節也順勢推出消暑盛品「抹茶紅豆冰粽」

，40克的滿滿紅豆內餡，混合著來自靜岡抹茶香氣，軟Q又順口，即日起至5月30日止開放訂購，您可單顆訂購，也可採禮盒包裝，送禮自用都適宜。

今年新推出的「抹茶紅豆冰粽」是由蓮藕粉與地瓜粉混和而製，外皮呈現晶亮Q彈，點心師傅特別選用日本道地「靜岡抹茶粉」，讓Q彈外皮增加了撲鼻的抹茶香氣，增強誘人口感；此外內餡挑選也不含糊，來自屏東萬丹紅豆，經熬煮後粒粒飽滿且柔軟的特性，外Q內鬆軟，加上冰涼滑順口感，絕對是今年夏天最滿足的點心冰粽，單粒售價NT\$40，6粒盒裝NT\$240，烘焙坊訂購專線：06-337-3861。

長園中餐廳經典「養生素米粽」、「樂活百寶粽」，特殊的長、圓糯米搭配以及豐富餡料，讓每粒粽子重達330克，擁有充分飽足感。「養生素米粽」強調健康，以長、圓及黑糯米相互調配，內容包含有小米、綠豆仁、北菇、蓮子、薏仁、杏鮑菇、腰果等，其中小米添加更讓整個糯米比重份量降低，加上小米本身纖維質地溫和易消化適合茹素者；「樂活百寶粽」同樣採用長糯米與圓糯米混合，調配成黃金比例後炒香，有別於傳統純圓糯米包粽般黏密，內餡則挑選上等梅花肉滷上一個小時，擺脫傳統五花肉油膩感，內餡加入虎掌、原粒干貝、鮑角、北菇、蝦米、栗子和南部粽獨有的鹹蛋黃和熟花生等，充滿港式風格卻有著道地台灣南部口味香氣十足。單粒售價NT\$199，禮盒包裝6粒盒裝可自由搭配，一次滿足葷、素者喜好與需求，即日訂購至5月底止可享禮盒優惠88折（原價NT\$1194），另可加購XO醬每罐優惠價NT\$280、辣椒醬每罐優惠價NT\$120。訂購專線：06-337-3863（長園中餐廳）

蔗糖技術學會106年度 研究與技術獎 徵選

② 論文發表會 投稿

主旨：敬請踴躍參與中華民國蔗糖技術學會106年度「研究與技術獎」徵選與「論文發表會」論文投稿。

說明：

- 一、中華民國蔗糖技術學會「研究與技術獎」徵選為每年5月31日截止，每項得獎技術可獲得獎狀乙只及獎金新臺幣3千元（得獎者應於論文發表會報告得獎主題之內容），請有意參加徵選之會員於期限前將推薦表與相關資料寄達本案聯絡人（請見說明六）。推薦表內推薦人不能同時推薦兩項技術。
- 二、106年度蔗糖技術學會論文發表會預訂於今年8月假台灣糖業股份有限公司活動中心3樓與會員大會同時舉行（確定日期另外公告）。
- 三、發表會當天除了專題演講與「研究與技術獎」得獎人報告之外，將擴大增稿，增加論文發表人數與論文集篇數，稿酬從優。敬邀各位會員踴躍投稿，也請各位會員、先進、專家屆時踴躍參與及指導。
- 四、論文議題與台糖公司業務相關者皆可，如：循環經濟、食品安全、綠能產業、砂糖產業、有機產業、生質材料與生技產業、農畜產業、農企業、行銷、休憩、土地發展、網路行銷或企業管理等，皆可作為本學會發表論文議題。
- 五、論文徵稿期程如下：
 - （一）論文摘要截稿日：106年5月31日。摘要內容請不要超過A4紙1張（字型：標楷體；大小：14；行距：單行間距）。
 - （二）論文全文截稿日：經技術委員會討論，獲選參加論文發表者（另案通知），論文全文截稿日為106年7月22日。論文可為一般論文格式之文字檔或簡報檔。
 - （三）以上資料請在期限前寄至本案聯絡人（請見說明六）。
- 六、本案聯絡人資料如下：

姓名：王選雄
電話：06-2671911-425
電子郵件：a01889@taisugar.com.tw
地址：701臺南市東區生產路54號（台灣糖業股份有限公司研究所 蔗糖技術學會技術委員會）

台糖歷久彌新， 以您為榮。

一位退休同仁的心路告白

◎楊國顯



時光飛逝，自從九十年退休之後，匆匆已過十五個年頭，即使闊別已經這麼多年，也投入了另外一個實現夢想的不同職場與懷抱，午夜夢迴，此身還在，時時刻刻，年年日日，永遠縈繫心中懷念的，仍然還是這塊歷久彌新的台糖老招牌。

去年台糖已過了七十歲的生日，算是已經進入了古稀之年，依稀還記得民國七十五年與八十八

五年，當時公司兩度過生日，為了給歷史留下記錄，分別籌劃編纂出版了「台糖四十年」與「台糖五十年」兩本巨著，在籌備編輯的過程中，個人因工作上的關係，有機會實際參與當時「高雄廠」的史料蒐集，埋首案牘，付出了棉薄的力量，把負責撰述「高雄糖廠」沿革歷史的任務，順利完成，留下雪泥鴻爪，與點滴千秋的筆痕墨跡。

話轉一個彎，談到《台糖通訊》這個刊物，雖然其誕生比公司稍為慢了一年，不過從創刊至今也有七十餘年的時光，這期間在刊期上，有過三個階段的蛻變，從早期密集的旬刊原貌，過渡到半月刊的時代，最後演變成目前的月刊型態，一路相傳，歷經滄桑，而個人也以服務台糖長達三十五年的歲月，有幸參與寫稿，充當園丁，耕耘時間多達三十年之久，一路相陪，與《台糖通訊》所維繫的情感關係，幾乎可以用「不可思議，非比尋常」這八個字來形容。因此，去年當公司歡慶七十大壽之際，「糖訊」捷足先登，規劃「糖訊69·文采久久」的專案，公開發出徵稿啟事之當時，個人早就文心大動，手癢難耐，可惜因為平時還有工作纏身，實在沒有辦法騰出多餘的時間，就這樣「一拖再拖，一晃再晃」，活生生的就被耽擱下來。

時序運轉，春去秋來，一時一刻也不止息。近來，把幾年前高雄區處「糖博館課」謝管理師登尊兄專訪之退休員工「口述歷史」的檔案，通通找出來，重新檢視；同時，亦把當年當選



母校梓官國小「傑出校友」，接受表揚時，為該校出版的「慶祝百年校慶專刊」，所撰述的一篇名為「詮釋與見證不一樣的『傑出』」之紀念文章，翻閱一遍，這二篇文章檔案，鉅細靡遺，洋洋灑灑，讓我又開啟了時空記憶的窗口，幫助我再度提起筆來，很容易就為過去一段漫長，且不為人知的塵封歷史，完成了這篇類似「小傳記」的工程。

追溯個人進入台糖服務的時間，是在民國五十五年三月，而退休的日期則是在民國九十年上半年，前前後後服務長達三十五年又三個月，由於天生的興趣使然，從小就喜歡舞文弄墨，未進台糖之前，也從事一段時間的筆耕工作，所以一進台糖，不過短短幾年，就與《台糖通訊》這個平台牽上了線，記憶所及，差不多是在民國六十年間，剛從公司舉辦的「第一屆農藝技術人員訓練班」，進修結訓回來，就開始嘗試為《台糖通訊》寫稿，記得當年為《台糖通訊》所發出的第一篇文稿，題目是：「爭取負責任的自由」，內容闡釋五十五年初進台糖，參加為期三個月的職前訓練時，前公司協理劉淦芝先生為學員上課所講席的一段話，大致是說：「自由是人人享有的權利，但負責任的自由得靠個人努力去爭取，有膽識才能有擔當，有才能才會有作為，要有真才實學，才可以不怕水溺火燒，逆境衝擊，否則，即使有朝一日，天賦重任，萬一你不能獨當艱鉅，也只有坐失良機，徒喚奈何！」。現在想起來，深深體會，當年劉協理（即現稱的副總經理）的這番話，真可謂苦口婆心，語重心長。

至於在《台糖通訊》發表的最後一篇報導，則更記憶猶新，是在民國九十年退休前夕，所撰寫的特稿，主題背景是個人當選中華民國「全國模範勞工」時接受表揚，前進總統府晉見總統的過程告白，題名是：「凡走過的必留下痕跡！」記述個人一生服務台糖三十五年，奉獻青春，任勞任怨，無怨無悔，退休前夕幸獲當選「全國模範勞工」的最高榮譽，接受總統的親自接見，深感榮幸。

有三件小事，雖然微不足道，但卻非得附帶在此一提不可，其一是：在「農藝技術人員訓練班」受訓期間，考取了外交部海外合作的援外農耕隊，準備獲派遠赴非洲友邦國家工作，因為臨時接到時任公司總經理郝英彪先生的一封信，而毫無猶豫地放棄。其二是：服務公司期間，曾經一度有機會被公司管理處所網羅，屬意交付的工作，正是接手「台糖通訊」的編務，最後因為命運弄人，終究沒有成行，陰錯陽差，事與願違，但畢竟這也可以算是人生當中，一段值得回憶，永遠難忘的小插曲；其三是：個人退休之後，原先所參與的「糖業博物館」志工行列，這麼多年來在百忙之中，我也一直沒有放棄，證明「台糖這個大家庭」，對我個人來說，絕對是血濃於水，更何況，么兒崇麟承接衣鉢，目前仍在大家庭裡打拚，繼續接受栽培與眷顧，兩代深情，感恩載德，說什麼也永遠無法割捨。



個人因為只有高農畢業程度，當初是以農務技工的身份進公司服務，既然沒有傲人的學歷，也沒有比較異於常人的特殊專長，自慚形穢之餘，深知必須刻苦以自勵，而唯一可以彌補學識不足的訣竅就是：「勤能補拙，敬業樂業」，站

在不同的崗位，擔任不同的職務，從事不同的工作，都要能夠「心無二驚，盡責盡職」，瞭解與善用自已的天賦，毫無保留的全力去發揮，努力尋求突破，嚴格自我要求，力求盡善盡美，則事無不成，如此一來，萬萬也沒有想到，一步一腳印，一路走過來，竟然應了一句古話：「有心插花花不發，無心插柳柳成蔭」，為個人的一生，多多少少留下一丁點，稍稍可堪告慰的歷史性紀錄。

顛覆傳統創新生產技術

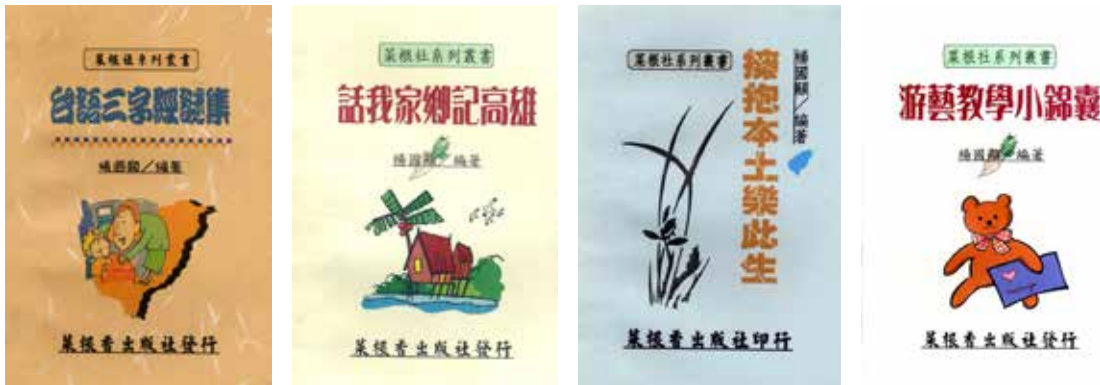
民國五十五年，初進台糖公司服務，工作非常生疏，歷練亦完全缺如，而投入的工作，卻偏重於農藝技術與農場管理的外圍領域，在將近二十年的工作時間裡，經過一步一步的摸索與琢磨，慢慢地領悟到一些現場工作的心得，窮機應變，進而翻轉創新，產生了一些管理與技術上的突破，完全顛覆傳統的思維，百分之百，都是屬於個人的思維與創舉，超越了專責研究單位長年的研究成果，被公司多方認定，確實可用，全面大規模的推廣，諸如：

- (一) 改善農場「宿根蔗園」的管理技術，巧妙地解決嚴重的地下害蟲（即蔗龜）之為害，大幅提昇甘蔗單位面積的產量，也相對地達成降低生產成本的目標。
- (二) 簡化貧瘠「沙土地農場」的作業流程，顛覆傳統的農場經營模式，節省生產成本。
- (三) 研究創製「寄生蜂繁殖」器具，擴大蔗園病蟲害的生物防治規模，提昇植物保護之水準。
- (四) 發明滅鼠腊味毒餌，有效防治蔗園野鼠，降低植物保護之成本，減少因鼠害所造成的損失。

上列各項創意管理，以及突破之技術，都在個人的手中完成，不但證之可行，而且績效卓著，成果豐碩，獲得了「品管圈活動」的首獎，也多次承辦公司舉辦的「技術觀摩」活動，擴大影響力，有目共睹，歷史紀錄，斑斑可考。

圓融員工關係頻創佳績

民國七十七年跳脫農務單位，從外勤的農場主任，被拔擢跨足了行政部門，擔任員工關係股長，兼任工會秘書，負責執行員工關係相關業務，包括勞工組織的運作、勞資關係的協調、



勞工教育的規劃，勞工福利的加強、勞工刊物的發行等，從活動的策劃與執行，都是份內的職掌，十三年下來績效卓著，光鮮亮麗，就高雄縣全縣而言，年年業務評鑑排名第一，所向披靡，獨佔鰲頭，而在中央主管機關勞委會來說，也是取得全方位「特優」的最高評價，頻頻得獎，掌聲連連，十三年來幾乎從未有過例外，經高雄縣政府提報行政院勞委會，當選「全國產、職業工會優秀會務人員」，榮獲表揚，接受媒體訪問，聯合報記者在其「特寫」報導中，下了斗大的標題，譽之為「勞資雙方的魯仲連」，實至名歸。

主編刊物小兵立下大功

長達三十年主政廠方出版的刊物《高糖月刊》，拓展文宣，扮演對內與對外的橋樑角色，幾經努力，完成法定的出版登記，取得行政院新聞局「局版台省誌字第肆柒號」的出版登記證，尤其是處心積慮，精心策劃，刻意經營，革新版面，充實內容，溝通勞資關係，十足發揮了勞工教育的輔助功能，發行之情況，超越了經濟部國營事業「公司級」出版刊物的水準，歷年以來，業務績效，過關斬將，得獎無數，指不勝屈，先後獲得了中央社會工作會、中央文化工作會、生產事業黨部、經濟部、中華民國全國總工會、行政院勞委會，台灣省政府勞工處、高雄縣政府等有關單位之頒獎與肯定，領先群倫，台灣新聞報就在其新聞「特寫」報導中，大字標題，譽之為「小兵立下大功」。

研謎成果榮獲全球大獎

長期憑恃個人之喜好，以及對藝術文化的執著，業餘潛心研究謎學，發揚中華國粹，四十年有成，倖獲第六屆全球中華文化藝術薪傳獎（國內組文藝類），為國內謎學界人士榮登國家四大文藝獎章的第一人，到目前為止，不但是空前，也可謂是絕後，當時同時獲獎的劉其偉、廖瓊枝、王海玲、李彩娥等，幾乎都是國內頭角崢嶸的知名藝文人士，而在得獎四年之後，又更上一層樓，再度榮獲全球重要文化藝術薪傳的「金牌獎」，花開並蒂。



主政《高糖月刊》三十年的編務，績效卓著，榮獲行政院勞委會評列為「特優」勞工刊物，個人也取得了第一屆中華民國全國傑出工商期刊的主編金筆獎；強力輔佐，圓融領導工會的組織運作，更獲得

了全國產、職業工會的優秀會務人員獎；主持公司藝文社團活動，表現優異，獲得了全國勞工休閒社團最佳主持人獎；服務職場一生，堅守工作崗位，敬業唯勤，研究創新，榮獲中華民國全國模範勞工獎，這些所得的榮譽，都是屬於全國性的大獎，因此，在聯合報的「新聞報導」中，也下了大標題，譽之為「最會得獎的人」。

正因為上述得獎的關係，因緣際會，倖有機會獲得了李前總統登輝、陳前總統水扁、呂前副總統秀蓮、行政院蕭前院長萬長、中央研究院李前院長遠哲、文建會陳前主委郝秀等之接見，也有機會親自接受了前文建會吳中立副主委、前交通部葉菊蘭部長、前文復會黃石城秘書長、前中央社工會蕭天讚主任、前中央文工會祝基滢主任、前勞委會趙守博主委、謝深山主委、陳菊主委、詹火生主委，台灣省政府勞工處黃葵楠處長等等之親自頒獎。

退而不休推展本土語言

民國九十年六月離開台糖之後，退而不休，生涯規劃進入了另外一個新境界，在母校梓官國小校長易進財先生任內的推薦之下，順利通過了教育部全國鄉土語言（閩南語）的能力認證，同時在台灣師範大學的培訓下，取得了國中、小學鄉土語言支援教師的教學資格，成功轉型，無縫接軌，專心傾力投入國中、小學、以及幼稚園的正規母語教學，十五年來，持續受聘擔任超過二十所以上的國中、國小、幼稚園，以及社區大學、樂齡中心的閩南語教師，教授台語，紮根推廣本土文化，支援時間至今算起來，已有十五年的歲月，所謂教學相長，九十九年榮獲教育部表揚推展本土語言的傑出貢獻獎，一〇一年再獲高雄市政府推廣社會教育有功人員獎，並被高雄市政府教育局國教輔導團正式推荐列管為「閩南語領域」的優良教師。

埋首著書薪傳民族文化

由於自小就熱愛文學，二十一歲學校畢業，即受聘擔任南部大報《台灣新聞報》的駐區記者，二十四歲申請獲內政部核准登記發行《學生俱樂部》月刊雜誌（內政部出版事業登記證：

內版台證字二〇九三號)，擔任發行人，也因為喜歡塗鴉，十五年前成立了「蒲公英文字工作室」，研究本土與燈謎文化，同時進一步創辦非營業性的「菜根香出版社」，著書立說，致力於本土文化的推展，與固有國粹的發揚，每年平均出版台語、謎語相關著作，至少十冊



，目前累計出書，經國際標準書號中心登錄有案的，已有一百冊以上，代表性作品如：台語彙音謎典、台語多譯典、台語版伊索寓言、台語寓言極短篇、台語生活句典、台語歌謎典、台華語無共款、台廈語弟子規、唐詩台廈語、台字讎千字文、台語快易通、打虎話台語、台俗諺謎世界、論語讎語台語等，在國家圖書館的官方網站，都可找到，這些出版書籍依法送存，復經國家圖書館評列為「績優單位」，接受表揚，2016年大陸河南安陽舉辦「華山國際謎會」期間，由中華燈謎圖書館特別推荐，在會中設櫃，推出「臺灣謎家楊國顯捐贈謎書展」，贏得不少的口碑。

後語

台灣俗語說：「見講講過去，隨講隨袂記」，這樣的形容，對一個年逾古稀的高齡老人來說，簡直是再貼切不過，身為台糖退休的老員工之一，一生付出，奉獻心力，無怨無悔，如今回首憶當年，應是天經地義，無可厚非，希望這不是俗話所說「反尻川予人看」(ping2 kha1 tshng1 hoo7 lang5 khuann3) 的家醜外揚，而是人生記憶機裡的倒聲帶。



基本上這些過往的紀錄，與權與錢沒有牽連，當然壓根兒也不涉及勢與祿的關係，說穿了，只是一切付出，開花結果的終結寫照罷了。

所謂「三五功名塵與土，是非得失轉眼間」，人生如影如煙，如夢如幻，吾人何妨冷眼就作如是觀！ 🍀

草撰本文，起心動念，是在農曆丁酉年春節假期，發給「台糖通訊」，按照時程，如果沒有意外，估計應在兩個月之後，可望刊出，這個時間與去年台糖歡度70大壽生日，相距剛好又滿一年，換句話說，也就是在時光巨輪的推動之下，台糖無形之中，平白又添了一歲，因此，在這裡我必須要再狗尾續貂，贅言一筆，謹以：「過去幾許輝煌，未來依舊燦爛，經營卓越轉型，招牌亮麗如新」，這短短的二十四個字，獻上個人對老東家台糖最誠摯的祝福與敬意。

養生精華、四季皆宜

台糖漢方藥膳排骨湯應市

◎畜殖事業部

一般人總認為藥膳補湯是屬於冬天的食品，因為冬天氣溫較低，為了祛除寒意，增加氣血循環，在低溫特報襲台時，吃個藥膳補湯，的確令人暖胃暖心，通體舒暢。那麼夏天呢？夏天吃了熱熱的補湯，就會全身發熱發汗，這樣對身體到底是好還是不好？

根據104年6月20日中時電子報刊載一篇名為「運動排汗，研究結果令人震驚」的報導，其中引述德國運動醫學專家艾倫斯特博士所發表的「以排汗的方式，徹底去除體內的累積物，可預防癌症」之研究報告，說明一項重點，那就是艾倫斯特博士發現，「汗具有排泄體內疲勞物質或對人體有害之重金屬、毒素的重要作用」，因此，夏天大量排汗，非但不是壞事，反而是對人體代謝有益的好活動；而此點倒與傳說中韓國人夏天一定會吃人蔘雞補身的邏輯有異曲同工之妙，因為為韓國人認為，夏天流汗與吃太多冰品，容易造成身體內臟器疲弱，因此是最需養身的時機，而「以熱治熱」(이열치열)這四個字就是韓國人夏天吃人蔘雞的原理呢！所以「炎炎夏日上三竿，暑意冷氣迫體感，虛暖實寒引不適，且啖補湯發發汗」，在此呼籲大家不必害怕或討厭夏天進補排汗。

另外，台灣癌症基金會南部分會張心怡營養師也曾提過，「炎熱溽暑，容易大量出汗與排尿，寢不安穩，飲食無欲」。中醫常說「暑必夾濕」，「濕」使人在夏季容易疲憊昏沉。內外濕邪過多，容易引起脾胃不適。過去許多人認為夏季不宜進補，但其實這個觀念是錯的，夏季體液流失多，且睡眠時間比較短，體力的消耗是四季中最多的，



◎漢方藥膳排骨湯

所以為了要增強體力、提高身體的免疫力，夏令進補其實是必須的。中醫師也建議，夏日吃補以益氣、生津、健脾、補陰為原則。

台糖畜殖事業部基於國人對保健意識的抬頭，更加重視健康養生的食醫概念，開發具市場潛力的藥膳排骨湯系列產品。首發系列口味為「漢方藥膳」，於106年5月限量上市。藥膳排骨湯系列選用溫和特質的漢方藥膳素材，強調「養生精華、四季皆宜」。

漢方藥膳排骨湯精選多種珍貴中藥材，例如補血養陰的熟地、明眸顧身的枸杞、溫潤健脾的紅棗和黑棗、活血行氣的川芎等素材進行熬煮。遵循古法融合現代設備及調理技術，並用台糖安心豚排骨精心熬煮，湯頭香氣濃郁、肉質鮮嫩美味、調整體質與滋補強身。更重要的是，產品通過SGS檢驗機構依照國家「動物產品中農藥殘留容許量標準」141項農藥殘留檢驗，安全無虞，符合消費者對健康養生飲食的需求。

藥膳排骨湯系列產品採用鋁箔材質軟袋內包裝，每盒淨重1800公克（固形量400公克），分成2包各900公克，可因應家庭人口需求，取適量加熱食用；冷凍-18°C以下保存可達12個月。解凍後拆開內包裝袋加熱即可食用，無須加水稀釋；另可加入蕈菇類、青菜等食材烹調食用，是居家聚餐優良的藥膳湯品。建議售價每盒400元，為讓台糖員工嚐鮮，106年7月底前優惠員工購買每盒320元；同一地址8盒以上團購宅配免運費，再加碼優惠每盒280元。🍄

訂購專線：06-622-5502、622-5508
傳真：06-622-5570
E-mail：t66883002@taisugar.com.tw
欲購從速！

企業為適應一例一休 紛紛爭取適用彈性工時及責任制

◎徐元直

一直以來，勞動部對於彈性工時和責任制的立場是趨於緊縮，但最近為協助企業適應一例一休，勞動部已陸續預告瓦斯批發零售業將適用四周彈性工時，汽車物流業適用八周彈性工時，以及檢察署警備車、勘驗車及偵防車駕駛適用責任制。不過，勞動部立場鬆動，被外界批評將引發「滑坡效應」。

企業申請適用彈性工時和責任制，是為了增加工時和排班彈性，皆須經勞動部同意才可適用。若能適用八周彈性工時，勞工休息日可在8周內挪移，但仍須七休一，在八周彈性工時下，勞工可長達六周，每周連續上六天班；若能適用四周彈性工時，享有彈性更大，可不受七休一規範，在正常情況下，勞工可連續工作12天。

而適用勞基法第84-1條，即俗稱「責任制」，可享有最大彈性，勞資雙方可自行約定工作時間、例假、休假，可不受勞基法工時的相關規範，也可以不用七休一，但勞動契約須送交各縣市勞工局核備。

依勞基法84-1條規定，有三類人員經中央主管機關核定公告，便可適用責任制，其工作時間可由勞雇雙方約定，不受勞基法工時規範。包括：一、監督、管理人員或責任制專業人員；二、監視性或間歇性之工作；三、其他性質特殊之工作人員。勞動部近年陸續緊縮責任職類，從122項工作者逐漸減少至目前僅剩67項工作者適用，包含保全等。

而不論是採用八周、四周彈性工時或是責任制，皆須經工會或勞資會議同意，及個別勞工同意才行。

近來檢察署警備車、勘驗車及偵防車駕駛適用責任制成為外界關切焦點。勞動部長林美珠日前在立法院社福委員會簽詢時坦言，法務部係為因應一例一休新制，「因偵察不公開、工作特殊」為由，要求納入適用責任制。國民黨籍立委蔣萬安批評，過去20幾年法務部都沒有申請要納入責任制，如今為因應一例一休納入，「實在很諷刺」，這已違悖小英總統不再濫用責任制的競選承諾，而此門一開，未來民間是否可要求比照納入責任制？

「司機與偵察不公開有何相干？」連民進黨籍立委林淑芬都痛批。她說，勞動部在2011年宣示將限縮責任制，並將逐一檢討、縮減適用行業，而今勞動部卻預告檢察署警備車、勘驗車及偵防車駕駛納入責任制，此舉無異是宣告政策轉彎，這是「破口」。她並說，法務部應增加人力因應，「司機月薪有多高？司機既非高薪的經理，每天工時長達14小時，納入責任制工時還會更長，這不是傷害勞工身心健康？」

她表示，因應一例一休新制，政府要民間企業多用人，但現在政府帶頭鬆綁責任制，「只許州官放火，不許百姓點燈」，那麼，民間業者也可以主張，因工作特殊，比照納

入責任制，更將導致「滑坡效應」。她批評，以此放寬責任制來作為一例一休的配套，根本是「本末倒置」。勞動部則強調，行業、工作者凡申請變形工時或責任制，都會召開勞動基準諮詢會，邀請勞方、資方，還有專家學者共同討論後才能決定。林美珠表示，絕對沒有濫用責任制及彈性工時，勞動部有非常嚴謹的審議過程。以檢察署警備車、勘驗車及偵防車駕駛適用責任制為例，不僅資方出席，勞方代表也同意，顯示市場的確有此需求。她強調，責任制以不濫用為原則，但若有實際需求，也會尊重勞動基準諮詢會的決定。不論林美珠如何澄清，「滑坡效應」正在發生。現已有不少行業排隊申請適用彈性工時或是責任制。

勞動部4月13日再度召開勞動基準諮詢會，討論運輸物流及貨櫃司機納入責任制。據轉述，資方主張，每趟出車交通實況難以掌握，經常碰上塞車等狀況，又或者貨車到達目的地，因對方尚未準備好貨運，駕駛必須在一旁等待，工作性質屬於間歇性，因此希望申請責任制。但多數委員並不認同此說法，一旦運輸物流及貨櫃司機適用責任制，不僅恐有過勞疑慮，且發生事故影響公共安全，因此決定否決該案。

此外，當天勞動基準諮詢會亦討論護理之家照顧服務員納入責任制、以及社會團體納入四周變形工時等兩案。資方主張，類似行業都已納入，例如安養院人員都已納入責任制中，護理之家工作型態亦雷同，應該適用責任；社會團體則以人民團體如基金會都可適用四周彈性工時，工作性質雷同，亦應比照適用。不過，在勞動基準諮詢會上，部分代表出席的勞工認為，工時將因此而延長、

並且可能拉低工資，因此反對適用責任制，委員們認為還有討論空間，需收集更多相關意見，兩案保留。

至於適用責任制的薪資門檻應如何訂定？國際通商資深合夥律師馬靜如建議，以該行業從業人員平均薪資的六倍，作為適用責任制門檻。舉例來說，若某行業從業人員平均年所得為50萬元，六倍約是年薪約300萬元，可以此做為該行業適用責任制門檻。她進一步表示，藍領勞工以及事務性白領勞工，因從事固定性質工作，尚須勞基法工時規範來保護其權益，但領有高薪的專業人士、主管，係以績效表現向老闆負責，並不會計較工時，因此希望勞動部能適度放寬高階主管及專業人士適用責任制。

一例一休新制上路，仍有不少窒礙難行之處，為協助勞資雙方適應一例一休新制，勞動部在勞基法施行細則的訂定、函釋解釋，以及放寬彈性工時、責任制適用上疲於奔命，並遭到很大阻力。因施行細則及函釋仍須按母法架構下進行解釋，若母法已明訂，要釋出彈性的空間不大；例如，業界關切的每月加班工時46小時上限能否提高、休息日工時能否以實際工時計等（而非「做一進四」計）、休息日加班費計算方式，因勞基法母法皆有明訂，很難用函釋放寬解釋。

至於放寬彈性工時的適用，則易遭外界質疑是為一例一休「開後門」，准了這個行業進入，就很難拒絕更多行業納入，變成「開大門」，勞動部到時將難以自圓其說。

執政黨和勞動部是否重啟勞基法修法？窒礙難行的一例一休新制，如何解套？戲還沒落幕，且讓全國人民一起看下去。🍀

談「借調」

◎蕭俊傑

一、前言

由於經濟之發展，大型企業經營日益趨向集團化、多元化，企業為求人、物力資源能達最有效之運用，常就勞動成本面向作調整，致使職場上屢見勞工於不同公司或關係企業間之調動情形。此經營組織之變遷與僱用型態多元化結果，於勞資關係上卻演化雇主概念之擴張及分離，並牽動被調動勞工之工作年資認定等權益問題，對於勞工實屬不容忽視且為重要課題。藉此，扼述「同一雇主」概念及雇主概念分離型態之「借調」，如次。

二、同一雇主

按勞動基準法第57條規定，勞工工作年資以服務同一事業者為限，但受同一雇主調動之工作年資，及依第20條規定應由雇主繼續予以承認之年資，應予併計。此謂同一事業，係指同一事業單位。即勞工於同一公司之總公司與分公司間、或不同分公司間、或不同廠場間調動，均視為同一事業。再者，事業單位如發生改組、轉讓或併購情形者，該被商定留用之勞工如同意留用者，其於原雇主之工作年資，應由新雇主繼續予以承認。又如事業單位之性質屬行號者，而其負責人亦為同一人，則勞工於不同行號間之工作年資，亦應予併計，蓋乃屬受同一雇主之調動。

就母公司與子公司間、多數雇主間、關係企業與企業集團間之僱用型態，其勞動關係皆屬雇主概念之擴張，係跨越法人格之藩籬，非徒以法人於形式上各具獨立人格為由，

遽論非屬同一雇主。為保障勞工之基本勞動權，加強勞雇關係，促進社會與經濟發展，防止雇主以法人之法律上型態，規避不當解僱行為之法規範，杜絕雇主解僱權濫用之流弊，自可將與「原雇主」法人有「實體同一性」之他法人併予考慮在內。即「原雇主」法人與另成立之他法人，縱在法律上之型態，名義上之主體形式未盡相同，但該他法人之財務管理、資金運用、營運方針、人事管理暨薪資給付等項，如為「原雇主」法人所操控，該他法人之人格已「形骸化」而無自主權，二法人間之構成關係顯具有「實體同一性」者，均應包括在內（參見最高法院98台上字652號民事判決），此係同一雇主之概念。

三、借調

勞動契約中，僱用勞動者與行使勞務指揮權且實際使用勞動者之人通常為一致，但實務上亦有原與勞工締結勞動契約之相對人與勞務指揮監督權限者分離，雇主權被切割成三方間之勞務供給關係，有如「借調」及「勞動派遣」之類形，其勞動關係即屬雇主概念之分離。此僅就借調型態，扼述其學理與司法實務見解於下：

（一）借調之學理

企業外調職大抵分為二種型態：1、勞工先終止與原（舊）雇主間之勞動契約，再與新雇主締結勞動契約，此型態日本法上稱「轉籍」。2、勞工暫時中止與原（舊）雇主間之勞動契約，同時於新雇主處所從事勞務並接受新雇主指揮命令，此型態日本法上稱「

出向」，我國則稱「借調」。

關於借調之法律關係，學說上有「二重契約說」及「單一契約說」二種見解。「二重契約說」係認勞工於新舊雇主間成立雙重勞動契約，即先由新舊雇主間就借調達成合意後，再由勞工與舊雇主合意變更勞動契約內容，免除勞工為舊雇主服勞務，同時勞工與新雇主成立新勞動契約而對之負給付勞務義務。「單一契約說」係認舊雇主之借調命令解釋為變更勞動契約之要約，於勞工同意後，舊雇主將原屬之勞務指揮權移轉予新雇主，但舊雇主與勞工間之勞動契約關係仍然存在。

(二) 借調之司法實務見解

- 1、建構在日本關係企業底下之企業外人事異動之理論，即所謂「出向理論」，對法人人格之區別採取較寬鬆之看法，尚不宜全盤移植於我國，勞工與異動前後之企業間之法律關係，基本上仍宜遵循我國實務上一貫嚴格區別法人格之立場，認為勞工分別與異動前後之企業成立僱傭契約，始能符合民法第484條所定僱用人非經受僱人同意，不得將其勞務指揮權讓與第三人，亦即雇主經得勞工同意後，將勞工調往雇主以外之其他企業，其前後雇主得分別於其僱用期間，依各自勞動契約對勞工行使勞務指揮權。（參見臺北地院82勞訴字70號民事判決）
- 2、借調期間兩造之僱傭契約既未終止，而係因欠缺對勞工之勞務指揮權而處於中止之狀態，則當原告（勞工）與借調公司之契約終止，借調公司不再享有對員工之勞務指揮權，則其勞務指揮權自當回歸於原雇主之被告，原告與被告間之僱傭契約亦即因此而回復，若謂勞工與借調公司之契約

終止後，勞工與原雇主之契約並不當然回復，而仍處於中止之狀態，則將使勞雇雙方之關係處於不確定不穩定之狀態，有礙勞雇雙方關於權利義務之行使及勞工工作與求職。故為保護於處於就業市場上弱勢之勞工及使勞雇關係明確，應認勞工與借調公司之契約，不問何原因而終止，勞工與原雇主間之僱傭關係即當然回復。（參見臺北地院90勞訴字85號民事判決）

四、結語

按勞工行政主管機關對借調之釋解，認原事業單位與關係企業如為個別之法人，以其為個別之權利主體，勞工若基於借調，由原事業單位調往關係企業工作，其勞雇關係存在於原事業單位與勞工之間。若非基於借調關係，而係經勞工之同意，則屬另一勞動契約之履行，與原事業單位之勞雇關係亦因合意而終止，年資自應重新起算。

觀司法實務上對於借調之法律關係見解亦現分歧，然不論採「單一契約說」或「二重契約說」，借調期間，勞工與舊雇主間之勞動契約關係依然存在。但因借調勞工改向新雇主提供勞務並受指揮監督，與新舊雇主間之權利義務關係為何？現行並無法律規範。若勞工同意與原事業單位合意終止勞雇關係而轉調他企業者，除原事業單位或新事業單位容許併計年資之規定外，勞工年資應重新起算。然雇主調動所屬勞工至關係企業或其他企業工作，係雇主之內部作業，當雇主轉調措施未經勞工同意，且以損害勞工權利為目的者，勞工之年資可能被認定應予併計。是以，有關借調之法律關係，宜尊重新舊雇主與勞工三方當事人間之約定並訂明，避免勞資爭議。❁

俏媽咪High翻天 繽紛母親節

◎台糖長榮酒店 陳俊宏

柔情五月，微風吹拂，隨著康乃馨綻放，飄來陣陣花香，康乃馨隨風搖曳的姿態，彷彿母親溫柔的雙手，台糖長榮酒店在溫馨的五月天裡，為偉大的媽咪們準備了色彩繽紛又甜蜜可口的「欣馨笑容俏媽咪」母親節蛋糕，8吋蛋糕共有三層不同內餡組成，每模歡慶價NT\$800，選個溫馨小禮，讓俏皮媽咪歡喜在心裡。

「欣馨笑容俏媽咪」緊捉住「俏媽咪」特色，利用粉色視覺系撞上層次豐富的口感，製作出視覺與味覺兼具的母親節賀禮。外層以草莓淋醬帶出俏媽咪的少女心，內層則以三層不同內餡強調出豐富多變口感，第一層以主廚特製大黃根醬及覆盆子，調配瑞可達起司帶出酸甜好滋味的幸福感，第二層採用當季新鮮蘋果炒製而成，第三層鋪上香草慕斯拌核桃仁，增添多層次口感，佐上完美比例的鮮果組合，新鮮滿點。獨特的創意造型，讓俏媽咪HIGH翻整個五月天。

桂冠烘焙坊訂購專線：06-337-3861



北歐夏日黑森林

母親節蛋糕多健康

◎尖山埤江南渡假村 陳奇聖



母親節將至，尖山埤江南渡假村推出手工特製「6吋母親節蛋糕」系列，以「少糖、低脂」的健康路線，製作口感扎實、香氣濃郁的母親節蛋糕。今年主廚特製三種款式可供選擇，「北歐抹茶巧克力慕斯」原價NT\$620元，優惠價只要NT\$420元；「黑森林蛋糕」及「夏日蘋果萊姆蛋糕」原價NT\$580元，優惠價只要NT\$380元，在感恩的日子，獻上精緻美味的母親節蛋糕，是孝順媽媽、體貼老婆的最佳選擇。

訂購時間自即日起至5/14止，洽詢專線：06-623-3888
分機3100/3200，傳真：06-623-4658

感恩 HAPPY MOTHER'S DAY 母親節



活動辦法：

為感恩母親節台糖專櫃
舉辦台糖好康購，活動期
間凡購買園區內台糖產品
一律85折優惠(油、糖、水
、冰品除外)。

www.tsclisure.com.tw



月眉觀光糖廠
與您一起慶祝
母親節!



2017
5.01 >
> 5.31
MAY
SUNDAY





欣馨 笑容
俏媽咪

Laurel
Gourmet Shop

桂冠烘焙坊

母親節蛋糕
7吋 原價NT\$ 800

凡購買母親節蛋糕
(活動期間)

享

假日早午餐或下午茶 8折之優惠價



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



酒店官網

訂購專線:06-3373861

701台南市東區中華東路三段336巷1號(文化中心·巴克禮公園旁) No. 1, Lane 336, Sec. 3, Chung-Hua East Road, Tainan, 701, Taiwan, R.O.C.
TEL: 886 6 289 9988 FAX: 886 6 289 6699 E-mail: customer@tscevergreen.com.tw http://www.evergreen-hotels.com



本刊印刷採用環保黃豆油墨



GPN: 2003600005 定價: 新台幣45元