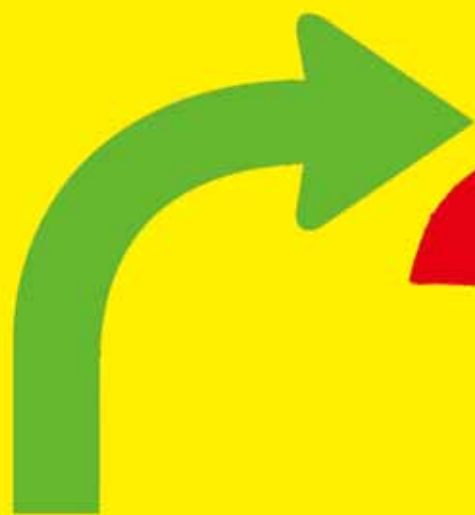


台糖通訊

中華民國96年3月 1941號120卷3期



列等總量管制大檢驗



- 台糖開春見喜
東京蘭展再放異彩
- Office 2007無可取代的優勢
- 淺談台灣糖業文化資產保存



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

Fruit Feast



2007/03/01~2007/04/15

品嚐有如初戀般的酸甜滋味，共享早春清新、健康的美好氣息，長園推出富有豐富纖維質且口感清爽、不甜膩的美味套餐，邀您一同品嚐水果饗宴。

- ◆ 桌席每桌NT\$10,000元起（每桌十位），每桌贈送新鮮果汁二壺。
- ◆ 水果套餐每位NT\$1,580元起。
- ◆ 新鮮果汁特價每壺NT\$350元起。
- ◆ 消費滿NT\$3,000元贈送NT\$200元折價券（限下次消費使用）。
- ※ 上述價格需另加一成服務費

The Evergarden presents delicious fruit-based cuisine that will tantalize your taste buds.

The Chinese table banquet starts at NT\$10,000 per table for 10 persons and includes 2 bottles of fruit juice, while the fruit set menu starts at NT\$1,580 per person.

Fresh fruit juice starts at NT\$350 per bottle.

※ All priced are subject to a 10% service charge.

訂位專線 Reservations

長園 (06)602-3863

水果饗宴





以雄心壯志較量職場付出

在還不算是真正台糖成員之前，與台糖人坐下來閒聊時，總會聽到他們對個人前途的不滿，雖然當時不明白他們的語言內容，然言行舉止已經清楚透露出台糖人的思量。

或許這是一個施與受的觀念，若思考邏輯都是如何從職務中取得到什麼，或是公司應該給我什麼，鮮少欽佩誰在工作上付出比較多，或感動誰又替公司竭盡所能，就只好讓公司在險惡的企業競爭中跟著踱步，因為前進的動力不是較量職場付出，而是私心作祟，當然公司一但靜止不前，個人職位也只好跟著徘徊。這不是教訓個人不該進取，或不能有雄心企圖，而是台糖人該振興的恢弘氣度，願公

司與個人共存共榮。

緣於這樣的觀念，本期通訊特別規劃「生於憂患，死於安樂」與「列等總量管制大檢驗」兩項議題。前者述說的

是如何振衰起蔽、永續經營，後者則要突顯多數心聲，終獲迴響。

在憂患專題部分，公司本業績效不佳是事實，但我們不能坐以待斃，特別是又到了立法院審查營業預算的當頭，外界批評聲從未間斷，只是炮火的大小與否。且請細看會計處給予的數字報表以及各事業部所撰擬的最新營運策略，當然還有下一期企劃處提供的競爭力分析，讓我們一同較量為公司的付出，也打拚自己的事業前途！

在檢驗管制部份，從高的問卷回填率，即可看出這是眾所矚目的話題，本訊試圖從管制政策的誕生、問卷結果報導、主管看法、工會意見、評論分析到新政前瞻，讓整體面向有所呈現，遺憾的是終缺一隅，新政的樣貌依舊是「猶抱琵琶半遮面」。

其他議題如鐵道系列，在連續五篇的行走後，已瀕臨盡頭，接棒的是糖業文化資產的保存，這些先民前輩的奮鬥遺跡，是我們晚生後輩當予緬懷追憶的。軟性議題如啖美食、賞醇酒、論新知等也一應俱全。本訊現在有那麼點稿擠的煩惱，然奇文還是該共賞，做出版發行的，可不願見到作家們的敝帚自珍與孤芳自賞。



中華民國96年3月15日出版
第120卷 3期

發行人：林重宏

社長：洪火文

總編輯：蕭光宏

編輯部：陳建志 洪曉聰 許世忠

胡聰年 陳俊榮 巫信瑩

蔡宏昇 黃惠君 葉怡汝

陳淑慧 彭鳳珠 黃旭世

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)337-8583

傳真：(06)337-8500

網址：http://www.taisugar.com.tw

E-mail：editor@taisugar.com.tw (本刊)

印刷所：裕華彩藝股份有限公司

地址：台北縣新店市寶中路95號之8

行政院新聞局出版事業登記證局版北市誌
第593號

中華郵政北台字第6707號執照登記為雜誌交寄

中華民國36年5月1日創刊

中華民國96年3月15日出版

GPN 2003600005

ISSN 1607-2383

本通訊每本工本費約30元

目錄

● 編輯室報告

蕭光宏

● 董事長的經營理念

4 加速活化資產、造林綠化台灣、本業轉虧為盈、推動民營化

● 焦點新聞

6 董事長率公司主管視察仁德廠

6 台糖有機米評鑑及新春開運年菜品嚐會

7 台糖開春見喜 東京蘭展再放異彩

8 黃副總經理春節視察屏東量販店

8 江副總經理春節視察新營鐵道文化園區

● 活動花絮

9 各區處舉辦96年退休同仁春節聯誼會

● 封面故事—列等總量管制大檢驗

12 實施總量管制之沿革

編輯部

13 問卷分析篇

編輯部

14 主管開講篇

編輯部

16 糖聯會期盼篇

編輯部

17 評論總量管制篇

編輯部

● 新產品櫥窗

22 幸福的道釘—一釘江山，鐵定成功

休憩事業部

23 台糖料理甘蔗

糖業實驗室

● 專論

38 數位學習成就您終身學習

人事處

● 專題報導

- 18 糖業鐵道系列報導 V – 糖鐵運輸之點滴 陳震明
- 24 糖業文化資產系列報導 I – 淺談台灣糖業文化資產保存 洪曉聰
- 27 「生於憂患，死於安樂」專題系列一 – 台糖公司近年來營運消長 會計處
- 30 「生於憂患，死於安樂」專題系列一 – 各事業部96年營運策略及目標（上） 各事業部

● 專欄

- 32 經營績效專欄 盧東興
- 34 企業與法令 江銘宏
- 48 2月份大事誌 編輯部

● 科技新知

- 42 Office 2007無可取代的優勢 楊士慶

● 業務特寫

- 46 他山之石—仁德廠土地活化新氣象 羅昌通

● 繽紛生活

- 49 台糖藝苑
- 50 葡萄酒與人生（上）
- 54 健康美食DIY

穎
陳俊榮



加速活化資產 · 造林綠化台灣 ·

2月份八大事業部業績已出爐，油品、精農、休憩呈現盈餘，其中砂糖事業部又虧損1億6仟7百萬元，實在令人驚訝，一月份已經虧損1億7仟2百萬元，今年光是兩個月就已經累計虧損達3億4仟萬元，同時，安環也出現虧損84萬元，這是一項警訊，希望公司各有關幹部必須密切地檢討、認真面對問題、勇於突破、尋求解決對策！

一、推動民營化，強化員工權益

民營化是政府既定政策，也可藉此挽救台糖事業部、提升事業經營與民間的競爭力，2月份開春以後，油品、量販、精農、生技等四個事業部的規劃方案，便獲得董事會通過，希望在此規劃方案的基礎上，四個事業部民營化推動工作，從今年開始，按部就班、循序漸進。

在民營化推動的工作上，公司一定要參考其他公營事業的民營化過程，以照顧員工權益為基礎，一同與勞方攜手，共創對員工權益更好的照顧方案，我也已經要求企劃處、人事處要妥善規劃，並製作簡單易懂的民營化Q&A，不僅可以讓員工清楚、迅速地瞭解，當面對立院、外界的詢問時，也能

在短時間講清楚、說明白！

另外有關畜殖、商銷、休憩的民營化規劃工作，企劃處也正積極展開，依照企劃處的規劃，預定今年8月間，顧問公司便可提出規劃報告，屆時，七個事業部民營化的推動，便可按照專業顧問公司建議，逐步改善體質、同時進行民營化的世紀工程！

二、衝刺業績，提高盈餘

今年春節全員行銷，銷售金額高達2億9仟萬元，在此也感謝所有一同打拼的全體同仁，未來，持續推出的豬肉全員行銷，也希望同仁能共體時艱、一同努力。自家的產品，若得不到自家員工認同、協助行銷推廣，又怎能期待產品會在市場上會大賣、暢銷呢？

但是，看到2月份出爐的營運業績，砂糖事業部又虧損1億6仟7百萬元，實在令人驚訝，一月份已虧損1億7仟2百萬元，累計前兩個月虧損已達3億4仟萬元，我已經要求請魏高級顧問、事業部必須深入檢討，不能以虧損是政策所允許，便對鉅額虧損認為是理所當然！公司所有主管，不能存有「砂糖虧損是應該、是可被容忍」的觀念，任何一

本業轉虧為盈·推動民營化

個事業經營不賺錢，對股東都是不道德的，台糖股東是全體台灣人民，事業若不賺錢，便對不起納稅人，所以，我們一定要全力思考如何降低虧損，早日轉虧為盈！

值得注意的是，安環2月份業績已經呈現虧損，初步瞭解是2座焚化廠於2月份都發生破管情形，我也要求陳副總密切督導安環，不能讓代為操作焚化爐的業務，成為日後台糖營運的錢坑，該面對的問題，不能存有鸵鳥心態，必須勇於面對、及早因應！

三、加強整合、提升應變

在今年春節長達9天的假期中，所幸各單位的事前萬全準備下，都平安度過這個春節，雖然北港老舊廢棄宿舍被燒毀18間、台東池上林地的火災、以及楠梓花卉中心兒童的小意外，都能在第一時間就完成通報，遵照標準作業程序處理，可見在全公司同仁努力下，通報、及應變機制已經比過去有非常大的進步！

日前，我也要求總經理及所有督導副總，必須加強各單位橫向聯繫、與整合，才能發揮分工必勝的效果，台糖公司各單位據點散佈全國，在指揮、聯絡、整合功能過去

一向太過薄弱，2年前，我來公司任職後，發現公司這項問題，所以便要求資訊處架設視訊會議、要求組長以上同仁手機24小時必須開機、希望督導副總落實走動管理、同時，完成總公司南遷，以落實廠辦合一、親近基層的觀念！

如今，在這次春節9天假期，以及先前恆春大地震事件，公司的指揮聯絡應變體系，已經有明顯的進步和成長，在此，也非常感謝所有高階主管的努力，以及基層同仁的配合，不過，我還是強調「沒有最好，只有更好」，健全指揮聯絡體系、強化整合應變機制，我們就能迎接任何挑戰，就能達到「恃敵不來，有以待之」的境界！

四、結語

來公司任職已經滿2年，公司去年執行「捍衛土地、活化資產、提高盈餘、加速民營化」的四大工作重點，都有不錯的成效，今年希望在此基礎之上，持續以「加速活化資產、造林綠化台灣、本業轉虧為盈、推動民營化」為今年工作重點，為「再造台糖」奠定更厚實的基礎，讓台糖能永續經營，不斷提升競爭力，迎接任何挑戰和變局！

✿ 董事長率公司主管視察仁德廠 ✿

【仁德訊】公司營運管理會議與會主管一行30餘人由余董事長領隊，2月6日下午蒞臨仁德糖廠視察台南區處與十鼓有限公司合作，利用仁德糖廠閒置土地及資產活化開發十鼓文化村情形。對十鼓公司充分利用糖廠既有閒置的資源設施，因地制宜開發為濃厚藝文氣息與深刻鄉土情懷的文化展演園區留下良好印象。

一行人於十鼓蔬苑（餐飲館）聽取謝十團長簡介十鼓文化村選擇仁德糖廠籌建經過、園區各項設施與舉辦台灣國際鼓樂節在台南的表演節目。



隨後參觀文化村內設施並觀賞來自韓國國家級知名樂團-平澤農樂團的精彩表演，最後在由原蔗渣打包室改建的十鼓祈福館，由余董事長領頭後各與會主管一一上陣奮力擊鼓三下，祈祝公司業務蒸蒸日上。（羅昌通）

✿ 台糖有機米評鑑及新春開運年菜品嚐會 ✿



有獎問答獲獎同仁獲董事長致贈公司有機米

【台南訊】為更進一步推廣有機農產品的優點，由總管理處婦女會、天然資源小組及商品行銷事業部聯合辦理『台糖有機米評鑑及新春開運年菜品嚐會』於2月8日下午2時假總管理處餐廳舉行，藉由活動宣導讓與會同仁更瞭解有機農業及公司有機業務發展現況，活動現場特準備雲林、高雄、屏東、花蓮、台東等區處近百份有機米食，除此之外台南、雲林區處及商品行銷事業部亦把握此行銷機會，分別提供

有機蔬菜、年菜及烏骨雞，讓同仁嚐鮮，整個活動也因此增色許多，吸引許多總管理處同仁參加。

除讓同仁體驗各區處有機米自然無污染的風味外，亦希望藉由每個人挑剔的口感，選出公司適口性最佳的有機米品種，並徵求同仁寶貴之意見作為公司有機業務發展方向參考，經現場參與評鑑同仁個個細心品嚐，熱烈討論，最後由董事長宣布評鑑結果由雲林區處脫穎而出，花蓮區處則屈居第二，其他區處也都獲得好評，同仁

對有機農業發展之認同等同是給用心投入之區處實質之鼓勵。

活動還穿插有機農業相關問答，並提供區處生產之有機米作為獎品，由於大部分區處有機米尚未推出，該獎品可謂有錢也買不到，只見現場搶答者踴躍，個個勢在必得，可惜獎品有限，無法滿足與會同仁對有機產品的熱愛，整個活動在有機蔬菜、年菜陸續推出試吃品嚐後圓滿結束。（林楠正）

✿ 台糖開春見喜 東京蘭展再放異彩 ✿ 「台糖榮耀」叫她第一名 「紅珍珠」也獲銅牌

【精農訊】台糖公司豬年開春大吉，精緻農業事業部以「台糖榮耀」（Taisuco Glory）的黃色蝶蘭，參加2007東京國際蘭展，

驚艷各方，被大會評選為「其他花色類組」的第一名，另小紅蝶蘭的「紅珍珠」（Taisuco Stellar）則獲頒銅牌獎。董事長余政憲聞訊後，除讚許台糖育蘭的國際水準再受國際肯定外，更立

即頒發20萬元激勵獎金，希望新年後開工能興旺台糖一整年。

台糖精緻農業事業部執行長袁寶珠則以收到過年紅包大禮的興奮心情表示，每年東京國際蘭展是蘭花界的盛事，參賽隊伍為

爭奪聲譽與商機，無不精銳盡出，去年台糖以史塔基蝴蝶蘭（*P. stuartiana* Taisuco）艷冠群芳，榮獲蝴蝶蘭組的首獎及個體審核株B.M.獎（銅牌獎）等兩項殊榮，今年再以「台糖榮耀」與「紅珍珠」獲得大賞，讓蜚聲國際的Taisuco（台糖）招牌，再度擦亮台灣蝴蝶蘭王國的美譽。

袁寶珠強調，不論白花、紅花還是黃



台糖榮耀



紅珍珠

花，台糖蘭花已是國際公認的上等品種，台糖已經連續兩年在東京國際蘭展得獎，未來營運重心，除仍致力於穩定的美、加

市場外，對於外銷日本也將會有很大助益，今年將會是台糖在日本衝刺蘭花市場的關鍵年。（蕭光宏）

✿ 黃副總經理春節視察屏東量販店 ✿



黃副總（左三）慰問值班同仁並致贈紅包一個

【屏東訊】2月21日〈大年初四〉上午黃副總經理哲宏由顧專案經理孝柔、量販事業部余執行長聰仁、林副執行長義鎮等

人陪同，視察屏東量販店業務並慰勞值班同仁，每人發給大紅包一個。

黃副總巡視賣場經營狀況，巧遇同仁小孩，副總除慰問該同仁之辛勞並屈身抱起小孩殷殷垂詢家中過節情形，顧專案經理亦貼心地購買蛋糕贈送該小孩，台糖主管關懷同仁的情深，讓現場值班的同仁衷心感動。

黃副總勉勵同仁們再接再勵，在新的一年里能夠創造更好的業績，部分同仁更主動向黃副總拜年，台糖一家的精神讓同仁們倍感溫馨。（何焜滄）

✿ 江副總經理春節視察新營鐵道文化園區 ✿

【善化訊】江副總經理銘宏於2月17日除夕視察台南區處新營鐵道文化園區，感謝並慰勉基層同仁為公司業務推展於春節假期仍堅守崗位勤奮工作之辛勞，同時發放紅包向當值同仁賀喜新年祝福諸事順遂如意。

行程中視察鐵道園區各項設備與安全設施、五分車每日發車班次與遊客搭載情形，並聽取鐵道文化園區趙經理簡報園區經營成本、目前經營現況與未來營運改善計劃。

隨後江副總經理轉往中興農特產展售中心視察春節營運情況，一一向鐵道園區

同仁賀年及發放紅包，並在中興車站與同仁合影留念。（羅昌通）



江副總經理（前排左四）與值班同仁合影留念

✿ 各區處舉辦96年退休同仁春節聯誼會 ✿

【善化訊】台南區處96年退休人員春節聯誼會於2月5日、7日、9日3天上午9時至11時分別在仁德、善化、新營等廠舉辦3場次。總數約1,300餘位退休員工參加，鍾經理文木偕同林副理守仁、鍾專案經理辛勤等率區處各部門主管及產業工會吳常務理事進興等人與會。休閒遊憩事業部彭執行長明鑑、量販事業部余執行長聰仁與油品事業部羅執行長基聰等亦分別參加仁德廠與新營廠場次。暖暖冬陽中與退休人員閒話家常、敘舊述往，同享精緻可口點心茶飲，提前歡渡熱鬧又溫馨的冬日晌午。

8時許即有退休同仁陸續前來會場報到，有年歲已高甚至行動不便搭電動車前來參加，氣氛感人、對退休聯誼活動支持與捧場的精神令人佩服。工作人員忙於接應及發放實物禮品，不久人數漸增，會場顯現出人聲鼎沸的熱絡氣氛，經久未見本於關切與喜悅之情、噓寒問暖與相互提早賀年聲彼此起落不絕於耳。9時未到已人潮蜂擁座無虛席，大家心懷喜悅之情參加退休人員的年度盛會。

鍾經理首先致詞說明本公司八大事業部與八座區處的業務概況及南區處組織人事與經管業務暨目前經營現況。鍾經理並希望退休同仁本於熱愛台糖的初衷，對公司未來發展前景不吝提供寶貴建言。人事課楊課長水音報告退休人員照護情形，請退休同仁與人事課保持聯繫，提供最新的通訊與帳戶資料以維護本身權益，有任何疑惑困難聯繫人事課將設法解決。



台南區處仁德場次聯誼會

台南區處所照護區域相當遼闊，有善化糖廠及原玉井、烏樹林、新營、岸內、永康、仁德、麻豆、佳里、生技處、新營副產加工處、糖研所訓練中心等12個廠區之退休員工，超過2,800人，為台糖公司所有照護退休員工最多的一個單位。來參加退休聯誼活動，與糖廠老同事見面相當愉悅開心，大家交換平常養生保健的經驗與心得，會場更頻添溫馨感人氣氛。(羅昌通)

【雲林訊】雲林區處96年退休人員春節聯誼會，在許經理用心領導下，業分於元月30日及2月1日上午10時假原北港糖廠中山堂及雲林區處舉辦2場次，是日雖寒流來襲，但未阻卻退休前輩的腳步，老友相見歡笑、熱絡之氛圍，自不在話下。

聯誼會由許經理兼廠長金太偕同黃副理文玉、賴副理坤發、李副廠長榮鈞等率雲林區處及虎尾糖廠各部門主管與會，會中許經理兼廠長金太熱情歡迎退休先進，一一介紹各部門主管，並向退休同仁拜早年祝福大家身體健康、萬事如意，接著邀



雲林區處虎尾場次聯誼會

請退休長官及同仁代表致詞，北港場次有原北港糖廠王前廠長東士、戴副廠長錦堂及幾位課級主管發言，王前廠長東士讚譽現任各部門主管『英雄出少年』、講述製糖經驗；另雲林區處場次有吳前總廠長慶豐、高前總廠長文吉、劉前顧問兼廠長兼經理禮恭、朱前處長幸男及國立虎尾科技大學張主任麗娟等均應邀致詞，期勉退休先進照顧身體、確保健康，是大家共同的心願。

聯誼會最終在人事課報告有關退休照護事項及意見交換後，圓滿結束。（文：



雲林區處北港場次聯誼會

黃梅蘭 照片：蔡周宜)

【花蓮訊】一年一度退休人員春節聯誼會，正值歲末寒冬卻沒有寒風刺骨，而是陽光普照，一股來自花蓮區處經理及全體同仁的關懷與祝福的窩心與貼心的暖流所籠罩，今年的退休人員春節聯誼會更為特別，增加花糖文物館揭幕活動，它是花蓮糖廠糖業歷史軌跡，代表著台糖的永續與傳承；蘭花館的重新成立，讓活動花團錦簇，增添喜氣洋洋氛圍；觀光果園全新開張，結合採果與賽車休閒樂趣，讓糖廠觀光更具意義與可看性，這一系列精心安排的活動在劉經理錦桂高度重視，人事、總務事先準備安排，工會從旁協助贊助，及各有關部門充分支持配合下，終於拉開欣喜美好的序幕。

本(96)年度退休人員春節聯誼暨花糖文物館揭幕活動，於2月7日10時假花蓮區處餐廳舉辦。是日風和日麗，到場退休人員約有130餘人，首先劉經理錦桂致詞歡迎各位花糖前輩先進與會，並敬祝大家新春快樂、身體健康。接著介紹花蓮區處業務現況與未來展望等動態和願景，並在業務現況方面特別提到花蓮區處文化資產的推動，及花糖文物館成立始末，它代表著花糖前輩、先進為花蓮糖廠永續經營的奮鬥史，以及辛勤努力的歷史軌跡，它更意味著花蓮糖廠美好的過去、現在和未來。

10時30分舉行花糖文物管典禮，邀請縱管處鍾秘書守恆、文化局姜秘書家珍、前花蓮糖廠黃廠長育鐘、南區服務中心主任張堯舜、縣議員楊德金、鄉長黃榮成，代表會主席鍾玉清等貴賓一同與會，公司



林總經理特參加花蓮區處文物館揭幕典禮

林總經理特關心親臨參與，讓花糖文物館揭幕增色不少，活動進行中穿插有原住民舞蹈，及草繩編織機、石臼、風鼓機等多種設備供民眾操作，更為活動增添樂趣。劉經理錦桂致詞提及花蓮糖廠沿革、計劃緣起、清查成果與建館、問題及努力方向，亦提及透過文物館，可以讓花蓮區處的員工記取過去先進的血和淚，用心保存維護，也讓下一代能緬懷過去祖先的生活，更進一步也讓遊客透過文物館了解東部糖業文化的發展史，同時不忘贊揚及感謝林總經理對花糖文物館的催生功不可沒。

本次花蓮區處退休人員春節聯誼暨花糖文物館揭幕活動，正如經理所言，對花糖文物發展及文化扎根之一小步，卻是花糖明日成長與發展之一大步，對退休人員而言，雖然每年參加的時間、地點內容有所不同，整體的人、事、物及經營環境有重大改變，退休人員參加春節聯誼會的心態與感受或有不同，但對台糖一家、愛廠愛家的感受與心境卻是一樣的，在此祝福花糖更團結和諧，公司營運未來愈來愈

好，永續經營的願景充滿光明。（戴光寅）

【屏東訊】屏東區處96年春節退休人員聯誼會於2月8日假中山堂舉行，參加人員約500多人，許多退休同仁一大早就到達屏東區處，欣賞花海遍佈的廠區，或到各部門看看老同事及尋找往日記憶，上午9:00退休同仁陸續抵達，先領取公司致贈之春節禮品後進入會場，久別重逢，閒話家常，問候聲不斷，此起彼落不絕於耳，場面熱鬧洋溢著春節的氣氛。

聯誼會於9:30開始，由梁經理溫慶主持，首先介紹與會長官、各部門主管，以及退休老長官的蒞臨，使得大會增色不少。隨後報告屏東區處目前經營現況及未來的願景等，最後並祝福各位退休同仁，身體健康，萬事如意。

緊接著由各退休長官相繼致詞，勉勵退休同仁好好照顧身體，多從事有益身心的活動，做個快樂的銀髮族。聯誼會最後在人事課吳課長報告有關退休人員照護事項及意見交換後，在相互祝福聲中，圓滿結束，期待明年再相會。（陳長春）



屏東區處退休人員春節聯誼會



實施總量管制之沿革

人事處：改變僵化制度 降低成本、提高競爭力

每一個員工都有一個職等，因為攸關個人薪資高低與公司營運問題，所以如何列等，讓主管人事的單位很傷腦筋。儘管如此，本公司還是在兩年前實施了一項重要人事政策，即所謂的「職位列等標準」，或為外界稱呼的「總量管制」。簡易說就是一個單位幾職等該有幾個，會依百分比設定好，一個單位額滿後，即使個人年資已到，也必須耐心靜候單位之內有離、有退，或是想辦法調離原單位，佔到欠缺高職等的單位，才有機會獲得升等。

這種打破原職位分級列等標準，純以工作加以分析其價量，再予以評級後設定各個職位之等位，算是很重要的管制，不過根據人事處的說法，會這樣執行，是有其背景因素，絕非霸道式地箝制。

人事處表示，本公司因工作環境安定，人員鮮少離退，一佔到缺即升等，致使用人費用節節上升，加上公司也沒進用太多新人，人力成本高於外界的平均薪資，大大降低公司在市場上的競爭能力。同時，原分級標準較為僵化，不符現行公司的業態環境，特別是事業部採責任中心制，首重者在於降低成本，倘仍依前揭職位分類制度實施，恐難達成其營運目標。

人事處強調，94年起改以「職位列等標準」後，預期可落實事業部設立之精神，以總量人數與等位控管來進行升等比例，並充分授與事業部人事權，由事業部及各單位衡酌產業特性、用人費用之負擔能力、績效表現能力與裝況，予以人員擇優升等。

此外，在激勵措施方面，「職位列等標準」也配有較高比例的獎金制度設計，以利員工於事業部打拚時，因績優而有相對的報償。人事處認為，這項政策實為較具彈性，且又兼顧用人費用之控管，自實施迄今各職等分布比例及用人費率未再惡化，但他們也坦承，仍需有人力大量新陳代謝及擴大經營規模等因素，方能創造升遷空間。

現行公司辦理人員升等係採每季首月各辦理一次，人事處表示，其優點可基於人員績效及其表現，以三個月為考評期，革除過去每年一次的考核，或根本未經考核即佔缺升等，致使用人成本逐次升高，當然也改變了績效表現優秀者無法得到立即激勵的遺憾。人事處重申，若人員表現優秀，即可於所屬單位配有之列等比例中，待相對應職等有空缺時，由單位主管擇優辦理升等或發放季考核獎金予以激勵。當然，公司各單位主管及非主管所需負擔之權責不同，故各級主管、非主管、事業部、總管理處，以及評價人員列等比例亦應各有不同，以示公平。但不管怎樣，既然公司已決定修正實施兩年的「職位列等標準」，現在如何把修正案做好，才是當務之急！

問卷分析篇

76%表達趕快修正，只有4%願意維持現狀

本公司每一位員工都有一個職等，其高低與工作內容關聯不大，但卻與每月薪資多寡與未來工作前景，息息相關，所以公司自前年開始實施列等總量管制後，幾乎已成為公司同仁交誼時必談的話題，有些人得天獨厚，仕途順遂，也有些人則遭受箝制，咒怨不斷，然實際情形究竟是如何，且看本訊調查結果。

本次問卷有效回收數量共計327份，其中知道有列等總量管制政策的有304份，佔比達到九成三。在這304份中，認為這項政策弊多於利的有七成，利多於弊的只有8%，符合同仁普遍認知的結果。當被問及升遷的影響時，超過半數同仁回答升遷完全受到影響，若加上部分受影響的32%，其百分比高達83%，超出升遷不受影響的12%甚多，也因而回答不認同這項政策符合公平正義的人有82%。

比較出乎意料之外是，回答同仁關心這項政策的有六成九，還好的有兩成一，與外界預測會很關心的指數，顯有差距。不過也極為弔詭的是，超過八成不認同政策的公平正義性，卻有六成八的同仁沒有

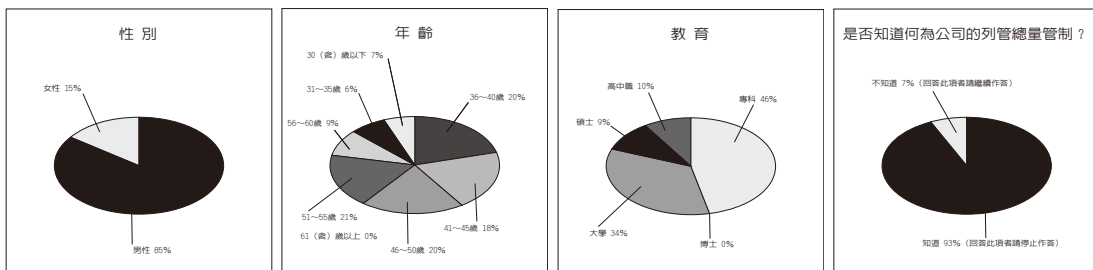
為此項政策，公開倡言反對，唯一能解釋的大概是同仁們普遍的善良。

至於誰比較能協助同仁對新修正政策的發聲，有四成九期待工會，自己的主管有二成一，複選的有一成一，竟然也有一成不知道誰可以幫忙。

倒是人事處在公司營運會議中指出，列等總量管制實施兩年多來，已有效控制人事成本與職等的膨脹，然經本訊問卷調查結果，卻分別只有18%與21%認同該二項的控制，不認同的比例分別高達66%與55%。

另針對即將被修正的列等政策方面，高達八成二的人希望趕快公布新政為何，卻只有半數認同至少新政會突破現狀，而有33%不會期待這項新的政策，顯示人事制度的公信力還有待提升。

最後為測試本訊的議題設定是否有助於事件的發聲，結果有57%認同本訊有助於心聲表達，也有四分之一認為沒有，惟從讀者回填問卷的份數，足足比一月份MSN的議題多了82份（尚不包括年後延遲交卷者），即可顯示，本訊在創造議題上，的確有獲的一定的迴響。





主管開講篇

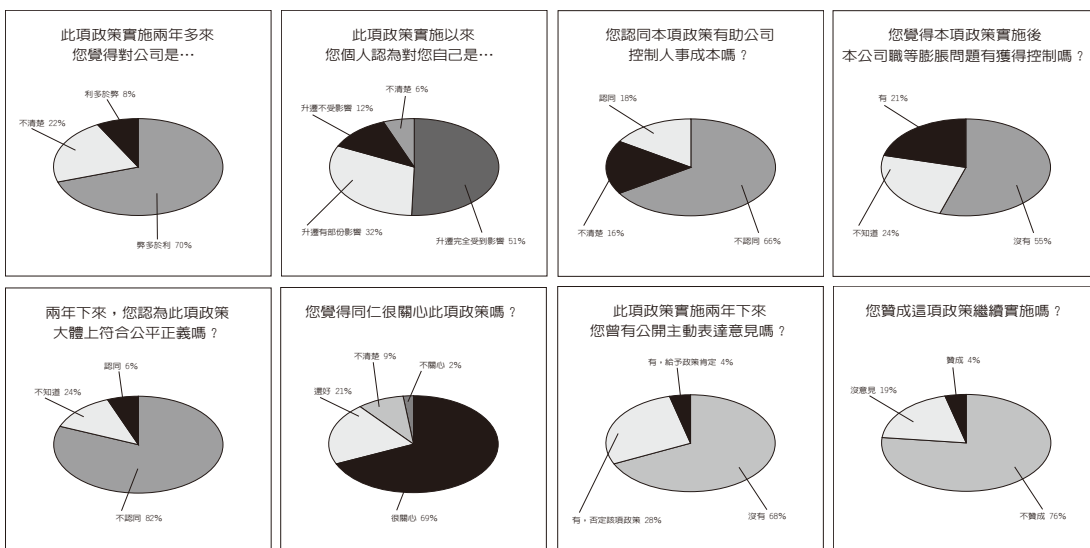
總量管制像制服，非所有人都合適這個SIZE

根據本訊的調查，有21%的員工期盼所屬單位主管能協助他們，在職位列等有所助益與發聲，由於問卷複選的關係，其潛在的期盼數可能達到三成，因此主管們也成為員工寄望的對象；至於主管們是否都能按員工的期盼，有所發聲，為民喉舌，或者考量所在位置的實際需與衡酌業務，而做出有智慧的定見，亦或透過人事處在決策行為前有徵詢意見，都是本訊在問題探討上，想要著墨的廣度與深度。

油品事業部的執行長羅基聰即明白表示，不管舊制、新制，現行的人事列等制度都不是他理想中想要的制度，尤其一套在60年前就制定好的國營事業人事制度，是否還堪用於現狀，實在值得大大檢討。

羅基聰認為，以事業部的角度來看，公家機關職等只升不降，嚴重違反市場競爭，他贊成即獎即懲，事業部建功，就該大大獎賞，給予職位的拔擢，一有過失，則就該予以懲治，完全要擺脫等位觀念。不過他也很清楚，現行制度不可能如他所願，即使每人從薪資先扣除5%，當作績效獎金分配，也是緣木求魚，他就只能期望長官明明白白他的心，儘量達成賞罰分明。

而曾經在商品行銷事業部任職過，現任休閒遊憩事業部的執行長彭明鑑則表示，他剛到休憩事業部，還不清楚休憩人事上的問題，而且休憩此刻正進行業務與人員的切割及析離，他不宜貿然在不清楚狀態下，表達休憩的意見，倒是他個人很



清楚總量管制的制度內涵，他原則會以休憩現行需求為依歸，他認為所屬員工要的是什麼，他就會去爭取。

至於在區處方面，過去區處被視為二級單位，職等普遍偏低，所以在訪問的過程中，抱屈已成為必然的現象。人事背景出身的台中區處經理賴才棧表示，總量管制或許對事業部影響較小，可是對區處而言，問題可就大了。賴才棧說，自從總量管制實施以來，他還沒見過誰在台中區處升等過，因為高職等的人事被指派也好，或被析離也罷，完完全全佔據了區處原該有的升遷機會，讓有志在區處認真打拚的員工很失志，在沒有更好的修正案前，他還比較能接受過去舊有的職等制。

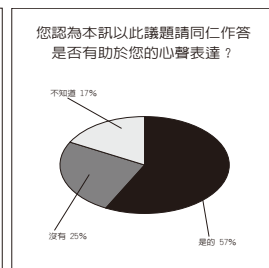
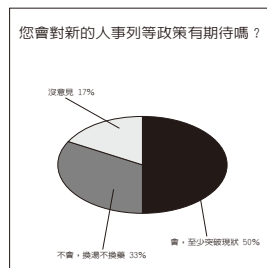
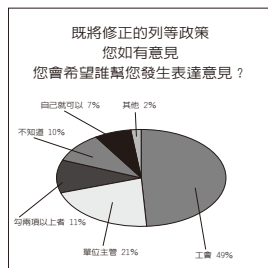
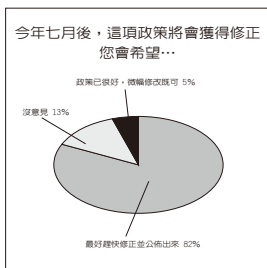
同樣的問題發生在高雄區處，經理陳秀姬指出，區處的職等普遍被低估，然工作壓力卻不亞於事業部或總管理處，可是現階段都是原來在區處低職等的員工在工作，他們的升遷受到高等析離人力所壓制，前途渺茫，身為主管很難用升遷機會留住好人才。陳秀姬說，她不管制度要不要改變，人事處站在全公司立場，或有其考量點，應予尊重，惟如能讓正常有職缺工作同仁與析離人力做切割，而不是雞兔同籠，列等一起被設限，她就覺得萬幸，因為基層聲音該反映的，都已經反映了。

在總管理處方面，土開處處長邱有進

表示，他旗下的組長都表現的很好，沒有誰不夠認真，可是因為總量管制的關係，活生生只有80%的組長可以升任12職等，另20%被迫停留在11等，他就覺得很不公平，他也認為，在沒有更完善的修正制度下，他贊成恢復舊有的列等機制。

一向思路清楚的企劃處處長管道一則強調，不管新制或舊制，都是一種管制，現行是直接以百分比控管，舊制則是一個蘿蔔一個坑，缺被佔據了，高職等不動，低職等的一樣動彈不得。他嚴肅認為，即將產生的新制，可能會把大家期望的舊制，進行評價總整理，變成所有的等位往下拉，屆時恐非工會或者是期盼打破僵局的人可接受，背後歸根究底的因素仍在於，公司要控制的還是人事成本問題。管道一誠盼人事處該好好邀集事業部與區處主管，以及工會幹部一起會商，採多數共識決，比較能服眾。

由於本公司各單位業務屬性不一，主管們站在自己立場，思考邏輯也並不一致，倒是口徑還頗為一同地認為，人事處從來沒有主動找他們談過類似話題，或許單純找過該單位的人事主管，然掌握全局的真正大主管，未能有機會表達意見，可想不管哪一種列等制度，不要說基層員工不滿，恐怕連主管們也很難支持。





糖聯會期盼篇

勞資多協商、多溝通，政策才會成功



本公司實施列等總量管制，因攸關員工權益甚鉅，致使工會角色突顯重要。在一項針對列等總量管制的問卷調查中，問到如有意見時，會希望誰能幫助發聲表達意見？結果高達49%的填卷者希望工會能為其發聲，若加上同時勾選工會與單位主管等兩種選項以上的11%，則會有60%的人認同工會的力量。就此民心所向，糖聯會理事長林港明表示，謝謝大家的肯定，不過他自己認為比例應該還可以再高一點，因為工會的確在這項政策上，反應過無數次，眼見終於有了修正契機，工會還是會繼續努力下去。

理事長林港明氣憤指出，公司以縮減人事費用，提高事業部經營彈性為由，自前年一月起，實施該項政策，然執行之前，並未與工會協商，讓工會非常錯愕，更嚴重的是，自實施之後，基層同仁怨聲載道，罵聲連連，抱怨人事升遷宛如進入黑箱作業。

林港明認為，人事政策攸關員工福祉，其議題與內涵，應以員工角度與公司整體利益為出發考量，方能創造雙贏，雖然總量管制有其背景因素，但卻有違員工的期待。他以同樣是人事政策的95年專案優惠離退為例，工會希望每年加發三個基數，雖然很高，但卻獲得採納，而且也因

此讓680名同仁離退，每年替公司節省近10億元的人事費用，不管在職或離職的同仁，均能認同，反觀列等總量管制實施兩年以來，每年為公司節省不到1000萬，卻引發同仁士氣低落，幹譙不斷，可謂得不償失。

林港明強調，工會的立場有三，一是致力協助公司提升經營績效，二是維護公司永續經營，三則確保工會會員的工作權益。總算歷經勞資雙方二年來的拔河與不斷協商、溝通，終於在今年1月2日會議中達成了共識，廢除總量管制，恢復原職位分類列等標準，且將自7月1日起實施，而且準備修正政策在發布實施前，還需與工會先行協商溝通，充分聽取員工心聲，工會可不願再見到另一新的總量管制，取代舊的管制。

藉由本案的延伸，林港明表示，工會因長期的努力，才会有高百分比的同仁認同，他率領的工會仍將會秉持上開三項立場，持續為公司與員工打拚，當然也期盼資方不要忽視勞工力量，未來公司在做任何攸關員工權益之重大變革前，多能勞資協商、充分溝通，並獲取員工認同，方能順利推展，齊心打拚。

評論總量管制篇

無法人人滿意，但求公評後為多數可接受

就如同董事長在3月26日決策會議所述，「一項政策走到哪裡，被罵到哪裡，這項政策確實是該檢討了！」只不過列等總量管制執行了兩年多，才驚覺這項政策為多數員工所不認同，而且罵聲不斷，箇中問題還不是普通的單純。

首先，列等一遭管制，本來年資已到，按理可以升等的同仁，就因為一道禁令，活生生就被卡住，於是11等的卡住10等，10等的又卡住9等，以此類推，幾乎是「戶樞已蠹、死水亦腐」，難怪罵聲會不斷。某幕僚處室的組長就忿忿不平地表示，他的8等組員要升任9等，依現狀排輩論資推算，要等到民國104年，那時都已「視茫茫，髮蒼蒼，齒牙動搖」了，年輕人還會認為前途光明一片嗎？

儘管這位組長點出多位同仁心聲，然問題還不止這些，公司某幕僚處室因為這幾年優退比較多人，高職等的懸缺相對也多，繼續留下打拚的同仁就宛如搭上電梯，兩年多升兩等，看在其他昔日同輩卻還在走樓梯的同袍眼裡，更不是滋味，於是「不患寡，而患不均」的埋怨聲，更是此起彼落。

負責推動這項政策的人事處也是啞巴吃黃蓮，有苦難言。其一，他們不是決策者，只是執行者，其二，他們出發點似乎只想控制人事職等的膨脹與消弭部分人事經費負擔，卻忽略了「水往低處流，人往高處爬」的人性本質，何況本公司員工平均年齡逾46歲，高齡情形比起民間一般公司嚴重，而高

齡等同高年資，高年資又可爭取高職等，所以太多年資已達符合標準，卻遲遲未能升等的員工，集體咒怨下，這項政策勢必難行。

此外，幕僚處室有幕僚處室的困境，事業部也有事業部的難言之隱，尤其在「留住人才，給予機會」的原則下，事業部更需要一套有彈性的人事列等制度，才能止血人才流失，甚至網羅更多精英。至於如何釐定一體適用的人事列等標準，才是問題的關鍵所在，而這有賴人事處與各單位多方協商，採多數共識決，才可能制定出比較為人信服的制度出來。

由於公司已經決定限期修正這項為人詬病的政策，本訊試圖請人事處提供一個大略方向，讓資訊可以公開，或為探測風向球，然人事處的回應態度甚為消極，其苦楚可能陷入「父子騎驢」的窘境，以致不願多言。惟限期將至，若無腹案，如何短期之間推陳出新，著實讓人擔心；倘有腹案，卻因顧忌，不願公開，則新政想要為眾信服，恐也不易。成事在於眾志合一，開誠佈公，有機會討論，反倒會給予新政更多支持力量。

本訊礙於截稿作業，或許出刊之時，新的職務列等政策已出爐，然問題已不在解決眾怒而已，那些自認被耽誤許久的員工，如何一一獲得紓解，其解決過程是否出現檯面上、下的角力之爭，恐怕將會是新問題的衍生，不可不防。

糖業鐵道系列報導 V

糖鐵運輸之點滴

陳震明

糖鐵初創至今，已有百年餘年之歷史。日據時代，鐵道分屬四個不同製糖會社，彼此之間缺乏連貫，直到光復後，由台糖接收統一經營，才使得鐵道整合銜接，形成一個完整的鐵道網。主要任務原是運輸原料甘蔗及相關產副品，但由於二次大戰過後，各地道路千瘡百孔，道路之改善遲緩，全台交通甚為不便，糖鐵便自然肩負起城鄉間之交通運輸的任務，舉凡商旅之往來，郵件之傳遞，生產原料及民生用品之運送，學生、上班族之載運，都有賴糖鐵完成。對於國計民生，社會安定，經濟復建，扮演了先鋒的角色。

糖鐵客運之興衰

由於，糖業發展迅速，收益增加，有餘力對鐵道設備做大量投資，設備日臻充實，運量逐年遞增，至43年時，糖鐵營業線擴充至41線，營業里程675公里，較光復初期527.9公里，增加147.1公里，每日定期班車增至600餘次，也較光復初期190次，增加3倍餘，全年客運量1000萬人次。其後年年遞增，至47年時，年客運量達2300萬人次。各線中，以北港廠嘉義線最為興盛，運量驚人，原因是該線同時有2座以信仰媽祖而聞名的「朝天宮」及「奉天宮」，香火鼎盛，經年累月，香客絡繹不

絕，每年農曆1~3月進香期，進香團由各地湧入，源源不斷，每日約1~3團，每團4~5百人不等，搭乘台鐵專車至嘉義站後，轉搭糖鐵班車或專開列車至新港、北港。有時為配合台鐵聯運時刻，還必須於夜晚或凌晨行車。年運量可達30萬人次以上。

北港、新港及沿線村落民眾，到嘉義上班、上學、經商、購物、就醫及轉搭台鐵的人眾多，每日單是中上學校之通學生，即高達8~9百人，小學生約80多人。斯時，公路客運不售學生月票，學生全由糖鐵載送，再加上一般旅客，每到清晨及黃昏時段，便須開出3列車，其一為旅客列車，牽掛定員60名，客車8節；其二為混合列車，牽掛客車及貨車；其三為汽油車附掛客車二節，後者常因學生未能按照分配車次搭乘，出現爆滿，學生擠不進車廂內，站務員及車長推進學生入車廂內之舉，和車長及學生立於踏板，雙手握住門把，身傾後懸掛於門外之景象，並列為該線之兩大『奇觀』。後採不售男生汽油車月票之措施，才告舒緩。其他白天列車，也經常客滿，全盛時期，日開38班次，日運量達5700人次有餘。

1971年之後，加速緊縮營業線，只剩17條，里程470公里，並大量裁減班次，旅客極感不便，急速流向公路客運，惟嘉

義線仍一枝獨秀，至1976年，仍維持日開16班次，其中通學生列車占6班次，直至1981年嘉義縣公車加入嘉義-北港黃金路線營運，經交通部出面協調，獲兩家客運業者首肯，得以解決大量學生通勤問題，於隔年7月17日交通部核准該線停閉，8月17日結束營運。

自1905年5月20日糖鐵第1條客運線(新營—鹽水)開始，至嘉義線落幕，為時78年之糖鐵客運從此走進歷史。

糖鐵貨運專用線

貨物運輸方面，因火車運輸具有大量運輸及成本隨距離增加而遞減的特性，為照顧民生，民生必需品如米、油、鹽、肥料…等運輸，均依交通部規定，給予優惠費率。為便利大宗貨物廠商，鋪有專用側線直達其倉庫，專開列車運行時刻，也都以廠商之要求為依歸，俾及時到達目的地，以發揮運輸所產生的地域及時間效用，提高貨物價值，因而運量逐年遞增，內部產副品及自用品運量也隨著糖業發

展，快速成長。

多年來，糖鐵配合工業界需求，服務廠商，最具規模的例子有三：其一為台糖供售紙業界之蔗渣，糖鐵運送至其儲存地，年達60萬公噸餘；其二為承運環球水泥公司生產原料之原石，年達70萬公噸餘；其三為運送台鹽之食鹽及工業鹽，年亦有30萬公噸餘。後者，頗值一述，自布袋鹽場經新營廠布袋線運至東太子宮站轉運台上，糖鐵散鹽車直接傾卸於台鐵車皮，再由糖鐵機車循三線軌道運至台鐵新營站運出，快速便捷；各糖廠鋪設三線式

嘉義線營業最後一天，公司及廠方各級主管也都蒞嘉義站，以牲禮敬拜土地公，感謝過去多年保佑行車平安



- ▶最後列車駛離新港站，甫下車旅客，駐足站內，依依不捨
- ▼營業線嘉義線最後列車之各式車票





最後列車抵北港站時，成群旅客在機車頭上或機車頭前合影拍照

軌道，自台中而南，有溪湖、虎尾、南靖、新營、岸內、善化、永康、仁德、橋頭、屏東、南州及新副等12廠，由此可見台鐵與糖鐵之關係密切。另外，中山高速公路中南部路段施工所需龐大土方之運輸，糖鐵亦參與配合。

但鐵道運輸固定成本高，運量未達經濟規模，即失去經濟性；再者，鐵道運輸缺乏彈性，無法如公路運輸做到門及門的運輸便利，鐵道運費的經濟性，在人工昂貴之下，被偏高之轉裝卸費所沖銷，而公路貨運業蓬勃發展，競爭激烈，運費往往低於部定費率，鐵道抵不過其優勢，自然被取而代之。目前，除虎尾廠馬公線仍由糖鐵運蔗外，其他廠線已全部功成身退。

台灣第二條縱貫線-南北平行預備線

糖鐵曾為應台灣地區戰備需求，奉命修築南北平行預備線，於1953年完成，一旦台鐵縱貫線遭受破壞，可立即取代其功能，因與台鐵縱貫線相平行，有台灣第二條縱貫線之稱。初以台鐵台中站為起點，至高雄籬子內站為終點，全長262.5公里；

後因1959年八七水災台中段烏溪橋受重創，放棄重建；1974年為配合台鐵電氣化，二水線之跟線橋拆除，線廠中斷；1979年西螺大橋段被認為有礙橋面公路交通安全且已乏經濟性，予以拆除，改自斗南站為起點，全長剩172.5公里；1984年主、客觀環境變遷，及展望今後外銷糖將趨縮減，將終點由籬子內站改至鳳山站，又縮為161.8公里，南接屏東而至南州。

南北線之行車管理單位，初稱「南北線調度所」，直屬公司，另於虎尾設分所，後因業務需要遷於高雄營運處，但因電訊設備陳舊，對於新營、虎尾區行車之掌控，鞭長莫及，調度功能不佳，於1986年又遷至新營，改隸屬生技處，異名為「南北線調度中心」。因南北線具國坐戰備任務，故糖鐵奉命納入台鐵防護團，於其下設置糖鐵總隊，總隊長由運務處長兼任，承台鐵防護團長（台鐵局長）之命，總理總隊之一切業務。各總、糖廠分設大、中隊，大、中隊長分由運輸組長、課長兼任，隨著南北線功能衰退，奉准出台鐵防護團。

南北平行預備線對糖業產副品運輸、原料調撥，廠際間生產調節平衡，功能非凡。糖鐵也曾應國家之需要，組成「反共抗俄宣傳列車」，深入中南部城鎮鄉村，協助政府宣導反共抗俄政策。此也為台灣第一列彩繪列車，展示文宣包括海報、壁報、照片、圖片，並伴有演藝人員演出。行車鼎盛時期，製糖期間，每日有70~80列車左右，非製糖期間，則在20列上下，說該線全年無休並不為過。1990年6月24日高屏大橋被洪水沖毀，往屏東中斷，

1994年西港大橋拓寬，線路放拆除，最南只至佳里，直到1998年，新副糖蜜運輸全部公路化，南北線終結。

結語

綜上林林總總，可看出民生改善、社會繁榮、交通增便、人才培育、國防政治，都與糖鐵息息相關，糖鐵可堪稱為早期台灣經濟起飛的幕後功臣。糖鐵走過百餘年的歷史，光復後，由復甦、起飛、繁

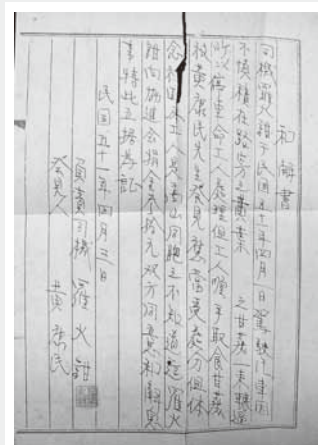
榮、衰退而凋謝；由產業鐵道，成為風光一時的大眾運輸，再回歸為產業鐵道而功成身退。想起往日的風華歲月，想到糖鐵的甜蜜，十足的本土風味，再目睹眼前躺在各地被叢草掩蓋的鐵軌，各糖廠構內被風吹雨淋，銹腐斑斑或解體的車皮，身為糖鐵人36年的退休老兵，觸景生情，感傷不已。但願交建會、各地方文化工作團體，及台糖公司能再為其覓得一線生機。
(參考文獻：台糖40年·楊彥騏著：百年糖紀·
照片提供：陳震明、林英敏)

偷吃甘蔗…關禁閉

冬天是甘蔗採收期，紅甘蔗又長、又嫩、易嚼、又清甜，頗受歡迎；而白甘蔗雖堅硬難嚼，但是卻比紅甘蔗更香、還甜，是很多人小時候甜美的回憶。原料甘蔗自各地鄉村蔗田採收後，須利用牛車托運至集蔗場，轉由五分車載運至各糖廠製成砂糖。古早，因甘蔗可煉成酒精，屬於國防原料，所以是嚴禁任何人偷甘蔗的，但在運送過程中，還是會不時發生村民偷抽甘蔗及官兵捉村民的情況，如果被抓到，偷一節大概要罰100塊左右，不然就是被關到禁閉室裡。(資料來源：台灣糖業博物館、台糖公司花蓮區處提供)



禁閉室外觀



竊吃甘蔗罰款(和解書)

台 | 糖 | 新 | 產 | 品



幸福的道釘——一釘江山，鐵定成功

休閒遊憩事業部

台糖鐵道一個即將被遺忘的「糖業鐵道」品牌，為讓這個品牌重新被市場接受，休閒遊憩事業部導入創新與設計研發，排除僅著重單一消費需求取向，而朝向個性化、特色化與意象化消費特徵，建立文化商品，傳達「糖業鐵道」所應傳達的訊息。

就消費者觀點，商品除了本身原物料、品質、設計及功能所產生的價值外，冠上品牌名稱後，使商品在消費者心中所增加額外價值，即形成品牌權益。台鐵及高鐵運用品牌權益開發各項紀念商品，冠

上Logo即可賣到好的售價。休閒遊憩事業部從消費者角度來看品牌權益，視消費者為創造品牌權益的合夥人，品牌權益就是品牌與消費者互動所形成的效果，這種互動過程也就是「糖業鐵道」品牌關係的建立。

休閒遊憩事業部尖山埤江南渡假村配合南靖糖廠動態博物館啓動，規劃「台糖甜蜜假期百年動態博物館—蔗糖產業深度之旅」，利用「故事」呈現，建立文化商品，傳達「糖業鐵道」所應傳達的訊息，開發道釘系列商品，第一款『一釘江山，鐵定成功』道釘禮盒，於農曆年前正式推出，道釘禮盒原價250元，新品上市優惠價199元，農曆年期間於尖山埤江南渡假村及烏樹林休閒廣場銷售，吸引廣大的鐵道迷、工商企業老闆及考生前來購買，獲得廣大顧客青睞與熱烈迴響，第一批數量已銷售一空，目前正趕製第二批，近日還規劃推出第二款『逗陣』（道釘），希望也能廣受好評。在新的一年里如果您想要「一釘江山，鐵定成功」，馬上拿起電話撥打預購專線（06）3662658轉653訂購數量有限，機會難得，搶購行動要快喔！



..... 台 | 糖 | 新 | 產 | 品

台糖料理甘蔗

糖業實驗室

前一陣子，北縣板橋一家火鍋業者推出以養生為主的火鍋新吃法，特別採用白甘蔗頭當作火鍋湯頭鍋底，所熬煮出來的湯頭清淡甘甜，很適合現代人的養生觀念，同時並冠上「台糖白甘蔗涮涮鍋」的名號，憑藉著超級會招財的「台糖」兩個字，全台24家火鍋店，一年創造8億營業額。

雖然這並非真的是台糖公司所授權經營，但也讓台糖公司砂糖事業部研發人員注意到此塊市場的商機，著手開發可以讓消費者自行帶回家便利調理的「台糖料理甘蔗包」。

由於白甘蔗（甘蔗莖皮呈現出青白或乳褐色，非一般食用甘蔗）的纖維比較粗硬，水份少、糖度高，一般都是拿來製糖。雖然白甘蔗的纖維粗，皮厚，但適合



用來熬煮湯頭，可以自然的感受到湯頭鮮美與甜味。味道不是添加大量味精的甜味，對養生健康有益。因此「台糖料理甘蔗」特地從現有甘蔗品種中選出最適合理用途之甘蔗，進行開發。

試製程序：甘蔗從萬丹育種場運到台南糖業實驗室中間工廠，先去除雜物、清洗。甘蔗晾乾後再將甘蔗切斷成適當長度，以高壓蒸氣殺菌、真空包裝、冷藏儲存。

試賣地點：目前僅在仁德、楠梓及屏東量販店進行試賣活動，地址、電話如下：

台 糖 量 販	地 址	電 話
仁 德 店	台南縣仁德鄉仁愛村仁愛 1211 號	(06)289-1888
屏 東 店	屏東市台糖街 3 號	(08)751-5899
楠 梓 店	高雄市楠梓區土庫一路 60 號	(07)353-7853

糖業文化資產保存系列報導 I

淺談台灣糖業文化資產保存

土地開發處 洪曉聰

糖業發展所遺留下來的工業遺址，至為珍貴，這幾年隨者對文化資產的重視，在文建會及雲林科技大學輔導團隊幫忙下，保存工作已有不錯的成果，但因糖業文化資產涵蓋範圍甚廣且數量極多，在隨著開發、加以人員不足與專業知識欠缺及觀念認知上等等問題，文化資產保存工作實有待再加強努力，以避免具有保存價值的文化資產陸續消失。本文為督導停閉廠業務長期觀察心得，是以較廣泛與人的思維角度，偏重在建築、景觀、設施等較有保存衝突之糖業文化資產做探討，並以故鄉金門戰地遺址保存經驗與大家分享。

從金門戰地遺址的保存經驗談起

去年民視異言堂節目曾針對故鄉烈嶼(小金門)黃厝村戰地遺址—鐵漢堡、勇士堡的保存過程做了詳細的報導，這些片段影像一直在我腦裡迴盪，其中有一段訪問一位住鐵漢堡附近的70多歲婦人，她說當她聽到怪手即將進行開挖的那一刻，趕緊前往阻擋，並呼喚本村村民前來，得以暫免被拆除，后經結合村民的力量，與軍方多次協調交涉，才得以保存鐵漢堡(L-049據點)。其解說內容提到：「鐵漢堡為1971年所構築，佔地面積約4500平方公尺，為金烈水道重要防禦據點，堡內軍事設施分為地上與地下兩部份，有綿延115公

尺之地下交通壕，1997年駐軍撤離，烈嶼鄉公所及黃厝社區居民極力爭取保存，並積極推動文化旅遊與解說，2001年移撥鄉公所，2003年進行整修保存，供遊客憑弔昔日戰地歷史場景」。而另一民國60至61年構築的勇士堡(48高地)，因有先前的經驗，亦得以順利整修保存，該兩堡目前為烈嶼島北邊兩個著名觀光景點。

這件事給我很大感動與迴響，這些未曾接受文化資產保存訓練的本村長老們，甚至有些還不大識字，但他們怎麼會有如此遠見，除了認為蓋一座碉堡要耗費很大的人力物力，毀之可惜外，我認為主要因素為對自己鄉土的熱愛，村民世代生於斯長於斯，有共同姓氏(洪)與宗教信仰(關帝廟)，早與土地相結合。當我們前往觀光時，不只看到戰地遺跡，也能深切感受到居民深厚的文化歷史情感。

糖業文化資產所面臨的課題：

(一) 須有更多人的關心與參與

目前與文化資產有關著為管理、資產、文化資產、土開等部門，需要公司更多從業人員、對文資有興趣與熱誠者，甚至是外部專業人員共同參與，普遍建立對糖業文化資產保存的認知，才能收事半功倍之效。然目前文資人員無法長期專職參與，或所涉部門投入或觀念上或專業知識

之不足，都是急待解決的問題。

(二) 開發與保存並重

停閉廠區基於土地利用與地價稅賦的負擔，有必要積極活化資產，但如何兼顧開發與保存是重要原則目標，尤其目前世界各國潮流所趨，國內外對於文化資產保存再利用都有成功的案例，而不是一味的剷除新建的。而且在開發與保存的論述上，開發實應涵蓋保存的精神，也就是為保存再利用而開發，而非一味凍結保存而影響開發。在都市計劃或土地變更階段，即應導入保存與都市設計的概念，以降低開發與保存的衝突，並能將原來的衝突化為開發上的特色。此在公部門所分工負責的都發局(或城鄉局)與文化局兩不同單位，及我們在規劃上都應注意此整合之問題。

(三) 更超越的眼光看待文化資產

對於文化資產的判定處理，應以更宏觀的角度看待，是推到往後五年、十年甚至更長久去看，為未來的發展保留一個機

會，不然一旦拆除，機會也隨之消失，就如同我們看待已拆廠區建物設施，以目前觀點來看實為可惜，但過去因較無文資保存概念，對此亦不重視，是整個時代環境背景的問題，只能以此作為借鏡，目前我們所作的是否會重蹈覆轍造成無法彌補的遺憾這才是我們要把握的重點。例如目前以停閉廠區設立園區的佳里糖廠蕭壟文化園區、麻豆糖廠總爺藝文中心、新營總廠鐵道文化園區、烏樹林糖廠的小火車等，若廠區製糖工場能保存，則對園區整體景觀及建築再利用必定有很大的幫助。另一例仁德糖廠，因台南都會公園的設立，所保留的製糖工場將來應有不錯的發展契機。甚至對於目前少數仍製糖中的糖廠及其製糖的相關技術等，都應以較宏觀的文化資產角度看待。

(四) 爭取更多公部門經費資源投入

公司為營利事業單位無法以太多經費資源投入，因此爭取公部門經費作文化資產維護與再利用，是比較可行的方式，目前各區處已有不錯成果，尤以台東區處將整廠區劃入歷史建築，並爭取經費進行規劃及再利用工程，最為積極；台中區處亦針對溪湖糖廠再利用與小火車修護爭取經費投入，值得鼓勵。除與公部門保持良好互動，本身應積極展現對維護文化資



居民極力爭取得以保存的戰地遺址-鐵漢堡

產企圖心，才能獲得公部門的認同。

(五) 對「似(泛)文化資產」之認定與重視

已納入文化資產者，有較好的管控機制，對於「似文化資產」尚須認定者，其報廢過程則須積極探討，先經過初部篩選是否具保存價值，或能作其他保存再利用，再判定是否拆除，這一方面是目前最須落實，且須各部門整合建立一套管控機制者，有些更須藉助學者專業的評估，以避免拆後造成輿論反彈，及可能列入文化資產者平白消失。此牽涉到資產報廢與文資認定兩系統是否落實整合之問題，因拆除工程預算金額都不太大，而往往忽略其可能為文化資產之重要性。在申請核定預算過程中，對報廢資產是否充份落實廣泛討論，或請教相關學者專家，才作判定。目前雖已逐步建立共識，惟仍應加強落實，建立更完整的機制。

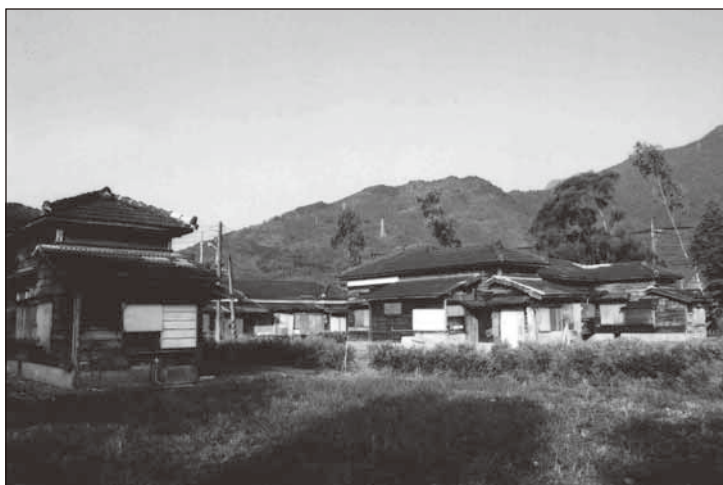
(六) 木構造的珍貴與幾種現象

談起糖業文化資產不得不先提及日式木構造建築，因其建築型式及珍貴檜木材

料更顯出其價值，但也因其屬木構造在維護上需較大成本。目前所保留木構日式建築應屬花蓮、虎尾、橋頭等糖廠較多，北港、岸內等廠亦有。花蓮糖廠為目前保留最多最完整，應有其整體保存再利用之價值，花蓮區處更為廠區日式建築避免繼續損害，文資與管理部門人員先以簡單方式或投入小經費DIY自行維護是很令人感動，如為防颱風門窗先以夾板封住日後再爭取經費修護處理；虎尾糖廠日式住宅宿舍區，地方政府與文史工作者極力保存；橋頭糖廠區因指定為古蹟區及含蓋範圍及糖業博物館設立，而以原貌保存；麻豆糖廠地方政府對指定古蹟之日式木造建築作緊急搶修，並租賃廠區土地設立總爺藝文中心，從這裡可看出木構造的風華魅力及在看待態度上的差異。

結論

糖業文化資產是一長河，有其生命力與歷史內涵，涵蓋上述有形的，尚有無形的，如退休人員及其口述歷史等等，都在逐漸無形消失中，我們都在消失與保留兩端作抉擇，上述案例經驗告訴我們看待態度不同會有不同的結果，這也考驗著我們的智慧。糖業文化資產保存惟有從業人員本身自己關心參與做起，才能獲得社會大眾的認同與尊敬，及提昇企業形象，我們應更積極順應世界潮流，為後代保留更多糖業文化資產。



▲花蓮糖廠所保留完整日式木構造建築群為珍貴糖業文化資產

生於憂患，死於安樂

在瞭解有關個人職位列等的議題後，身為台糖的一份子，
須更明白公司的營運現況為何，正所謂沒有公司的永續經營，
何來談保障員工的工作權益呢？

為使公司同仁都能更加瞭解公司之經營方向，本期特商請公司會計處，
就公司近年來營運消長情形做分析報導，

並請八大事業部說明各自今（96）年度之經營策略及目標，

下一期還將繼續推出企劃處針對公司整體營運狀況之精闢剖析，敬請各位拭目以待！

台糖公司近年來營運消長

會計處

壹、前言

由於經營環境產生變遷，復以我國加入WTO貿易自由化後，傳統農畜產業面臨更嚴峻之考驗，對本公司營運產生重大衝擊，主要產品砂糖產銷乃配合行政院核定之「糖業經營策略及未來砂糖進口制度」方案，逐步停閉不具效益之製糖工場，為轉化製糖工場停閉多餘人力，公司除積極拓展新興事業外，亦持續辦理專案離退，以減輕用人負擔，提升經營績效。

貳、台糖公司90年至95年營運結果：

單位：億元

年度(註1) 項目	90	91	92	93	94	95
營業收入	324.01	303.49	300.52	325.79	334.72	344.65
營業利益	2.15	-19.69	-25.36	-6.12	-0.02	3.72
稅前盈餘	-19.29	21.90	0.06	65.63	0.58	72.14
減：出售土地盈餘	33.75	49.06	45.17	75.73	87.16	102.25
加：增提退休金(註2)	5.30	4.57	6.76	8.23	7.18	47.93
加：資產減損(利益-)	-	-	-	-	77.65	-1.00
調整後稅前盈餘	-47.74	-22.59	-38.35	-1.87	-1.75	16.82

參、營業消長情形：

一、91年砂糖開放自由進口，公司內銷量由90年度55萬公噸，降至95年度之33萬

公噸，內銷價格由依國際糖價浮動訂價取代牌價，平均售價由23,627元/公噸，降至最低13,224元/公噸，致砂糖營業額大幅下降，且肇致營業產生巨額損失，內銷量、價、值之變動詳如下表：

銷量單位：公噸
內銷單價：元/公噸
內銷收入：億元

年度 項目	90	91	92	93	94	95
內銷數量	553,868	498,920	491,555	414,833	443,979	337,749
內銷單價	23,627	14,872	13,348	13,767	13,224	17,723
內銷收入	130.86	74.20	65.61	57.11	58.71	59.86

二、砂糖以外主要營業項目，營業額變動情形如下：

單位：億元

年度 項目	90	91	92	93	94	95
營建	31.40	42.63	41.56	50.67	45.46	45.03
豬隻	17.30	17.32	20.00	25.37	25.04	23.54
加油站(註3)	24.53	25.29	31.62	38.74	52.22	67.67
量販店(註3)	16.61	27.82	44.02	56.80	59.87	56.40
蜜鄰(註3)	4.06	8.16	5.68	2.96	1.25	1.06
其他	99.25	108.07	92.03	94.14	92.17	91.09

說明：

1. 91年起房地產市場景氣熱絡，年營業額均超過40億元，自建存屋由90年底之2,385戶(成本74.30億元)，降至95年底之130戶(成本4.18億元)。

2. 86年間國內爆發口蹄疫，外銷受阻，87及88年度內銷平均價格每公噸僅26,278元及27,551元，該期間成本均超過50,000元，迭至90年度，內銷平均價格每公噸回升至35,324元，94年度售價更回升至每公噸49,032元，95年度因肉品進口量大增，價格跌至每公噸45,252元，事業部成立後，不再分攤廠務費用，每公噸生產成本降至94年度之48,114元及95年度之44,993元，目前澎湖地區已脫離疫區，台灣本島尚未從疫區除名。

3. 加油(氣)站90-91年底分別為58站及67站，自92年度起70站(2座加氣站於95年7月出租)，油品事業營運初期發油量並不理想，94及95年度日平均發油量增加至為10.14公秉及11.69公秉，且拜國際原油價格大漲之賜，營業額大幅增加，惟日平均發油量距可行性研究報告之15公秉以上，仍有相當大努力空間。

年度 項目	90	91	92	93	94	95
平均每站日發油量(公秉)	7.71	7.77	7.54	8.23	10.14	11.69
營業額(億元)	31.40	25.29	31.62	38.74	52.22	67.67

4. 88年4月與大買家合作，委託經營金銀島購物中心，89年10月1日成立「量販事業部」，90年12月22日楠梓店開幕，91年12月20日北港店開幕，92年5月7日屏東店開幕，92年12月18日仁德店開幕，台中西屯店預定96年4月21日開幕，上表量販事業營業額不含嘉年華購物中心。

5. 92年度因公司政策變更，將全省43家蜜鄰超市租予全家便利商店及自行停閉營運不佳店面，迄95年12月止，42家租予全家便利商店，自行出租43家，尚有20家門市自行經營，蜜鄰超市由91年之124家，減少至95年12月之20家，致營業額大幅下降。

6. 其他業務包括飼料、生技產品、精農、黃豆油粉、進口商品、休憩事業及營業資產出租…等等，黃豆油粉、進口商品業績不如以往，生技產品、部分休憩事業之通路及營業額尚待努力突破，才能擺脫虧損。

肆、結語

本公司90年底實有人力6,964人，經賡續辦理專案離退，95年12月31日底，員額僅剩4,213人，由於加速人員離退，縮減損益列入退休金成本增加，且本公司自85年度開始適用財務會計準則第18號公報，84年度以前提撥不足退休金，迄今每年尚需攤提6.06億元，故用人費用負擔沉重，這段期間扣除出售土地盈餘、增提退休金及資產減損等3因素，由90年度虧損47.74億元，降為94年度之虧損1.75億元，95年度已有16.82億元盈餘，故除藉由待運用人力及退休金負擔之減少，減輕用人費用負擔外，各業務仍宜積極拓展通過，以增加銷售量、值，進而提高設備利用率，降低固定費用之負擔，使經營績效更為提升。

台糖公司 90 年至 95 年員額與用人費用

單位：億元

項目 \ 年度	90	91	92	93	94	95
員工人數(人)	6,964	5,539	5,561	5,274	4,944	4,213
用人費用(全部)	96.95	81.79	70.71	76.36	73.02	108.28
退休金、卹償金、資遣費	18.22	14.92	13.71	16.15	15.05	55.08
用人費用(不含退休金、資遣費及卹償金)	78.73	66.87	57.00	60.21	57.97	53.20
用人費率%	24.30	22.03	18.97	18.48	17.32	15.44

註1：90~94年度為審定決算數，95年度為自編決算數。

註2：本公司依財務會計準則第18號公報規定，精算各年度退休金，並悉數撥付退休金專戶，惟所得稅法規定：「每年度得在不超過當年度已付薪資總額15%限度內，提撥勞工退休準備金，並以費用列支。」，為利表達，增提退休金係實際撥付與所得稅法規定間之差額。

註3：加油站、量販店及蜜鄰超市營業額均不含銷售本公司產副品。

各事業部96年營運策略及目標（上）

◆ 砂糖事業部 ◆

自94年2月7日起，政府開放砂糖自由進口，台糖公司砂糖事業部之營運，已面臨民間進口業者之市場競爭；但在台糖公司仍為國營企業制度下，又需配合政府政策，穩定供應市場所需及平衡國內糖價。95年由於國際糖價大幅波動，台糖基於政策因素考量，砂糖事業部之營運並不順利，基於上述因素，96年營運策略目標如下：

- 一、增加砂糖全年總銷售量達40.2萬公噸以上(95年32.2萬公噸)，提升市場佔有率達67%以上(95年65%)。
- 二、增加全年總營收達68億元以上(95年55.3億元)。
- 三、提升農場單位面積產蔗量、精煉糖煉製率、持續減少用人，以降低生產成本。
- 四、積極開發二次加工糖產品，增加砂糖附加價值。
- 五、積極研發、爭取生殖能源開發機會及時機。

◆ 油品事業部 ◆

油品事業部近年來不斷創造輝煌業績並轉虧為盈，95年度營業額達68億元，盈餘4仟8百萬元，深獲公司讚譽有加；為期再創佳績，達成晉升全國油品產業前五大之領導品牌之宏願。以勾勒未來3個五年規劃願景：1.「百站百億、盈餘上億、連通全島網絡」；2.致力「能源多元化、服務多角化、發揮台糖立地優勢」；3.以「立足台灣、胸懷國際、打造油品王國」為永續發展之目標。

96年之經營策略，將持續擴大營運規模，佈建全台加油服務網，朝五年百站百億目標邁進；洗車服務、廣告看板出租、PHS通訊基地台位置出租…等多角化經營，讓服務更多元化；加強教育訓練，籌設「新進大學」，自行培育油品經營人才，強化企業經營能力；改善服務品質鞏固客源，以零客訴為終極目標。

綜觀油品事業發展過程，由草創初期以致今日業務蒸蒸日上，堅強之經營團隊及前進之觀念是為關鍵；在堅強有為之領導配以希望之願景鼓舞下，油品事業部全體員工士氣高昂，各項策略目標如願以達，充滿無比信心與樂觀。

◆ 畜殖事業部 ◆

畜殖事業部以「美食、美麗、美滿」為宗旨，垂直整合畜殖產業價值鏈，從飼料產

銷、動物養殖、肉品加工至通路推廣，一貫化嚴謹的品質管制，提供「健康、活力、安全、衛生」的「美食—台糖肉品」，堅持無受體素、抗生素或磺胺劑等藥物殘留之飼養方式；以「台糖」品牌的信賴感，結合「活研中心」的專業形象及研發能力，打造保養品專業性、有效性、優質性的「美麗品牌」價值，滿足國人對「美滿」生活品質的需求。

96年畜殖事業部將持續降低生產成本、推出創新產品、強化行銷活動、開發銷售通路、提升品牌價值，以達成各項責任目標：毛豬生產43萬7千頭；營業收入34.55億元；稅前損益目標盈餘3千萬元。

◆ 生物科技事業部 ◆

生技事業部將有限的資源聚焦在核心技術能力且附加價值最高的領域，期能扮演市場領導角色。包括微生物醱酵、萃取及生物轉化等核心技術，並陸續導入水產類保健食品及美容保養品研發技術為本事業部主要核心價值。建立動植物及醱酵保健食品優勢品牌地位，成為國內保健食品產業第一大公司為願景。

生技事業部為實踐對於增進國人健康、客戶滿意的承諾。在研發方面，專業團隊不斷強化生技研發技術，累積智慧財產，並藉助政府與學術單位合作技術移轉，加速產品研發；在生產方面，以大林生技廠先進設備為基礎，輔以醱酵、萃取及生物轉化等核心技術，生產安全、高品質之保健產品；在行銷方面，以自有品牌搭配專業代工策略同步進行，並積極爭取與生技產業、國內知名大廠商的策略聯盟，以加速企業發展與市場獲利。

綜上，生技事業部期以速度及創新形成差異化，並以信賴的品質，滿足消費者的深層需求。

◆ 商品行銷事業部 ◆

商品行銷事業部從事食品類銷售業務超過20年，除經營自有通路（蜜鄰店）、電子商務(台糖易購網 www.ego888.com)外，在連鎖通路的經營上更累積厚實的舖銷能力與經驗，全部銷售據點超過5,500家，搭配全省8個營業單位，配合各地經銷商，銷售通路採直營及經銷並行，形成一個完整綿密的通路網，並且透過經銷商銷售到美國、加拿大、紐西蘭、香港、大陸、日本等地。

96年商品行銷事業部除廣續經銷本公司各事業部產品外，並持續加強通路開拓及店頭陳列管理，亦積極以市場為導向開發引進進口暨OEM產品，著力於品牌行銷，透過品牌建立來提升附加價值，另提高閒置資產有效運用，以達成稅前損益目標盈餘3千4百萬餘元。（編按：因本期稿擠，量販、休憩及精農事業部之經營策略目標，擬於下期刊登。）

台糖公司八大事業部96年度營收及稅前純益一覽表

企劃處 盧東興

單位：新台幣千元

事業部別 \ 項目	96.1 月份	96.1-2 月份	96.2 月份	96.1 月份	96.1-2 月份	96.2 月份
	營業收入	營業收入	營業收入	稅前純益	稅前純益	稅前純益
休閒遊憩	65,176	157,114	91,938	-6,022	1,641	7,663
油 品	549,485	1,015,227	465,741	2,693	6,004	3,310
精緻農業	55,419	131,682	76,263	-1,831	-1,249	582
商品行銷	264,082	487,070	222,988	12,751	8,879	-3,872
生物科技	19,952	43,333	23,381	-3,946	-11,477	-7,531
量 販	499,503	1,172,252	672,749	-21,065	-32,792	-11,726
畜 殖	287,936	556,188	268,251	-10,447	-42,910	-32,464
砂 糖	515,404	836,713	321,309	-172,460	-340,294	-167,834

今年2月共有4個星期六、日，連同農曆春節及228紀念日共有13個休假日，故直接影響休閒及春節應景產業，但因本月僅有28日，相對的各產業當月營收數字亦有所影響。在稅前純益部分，2月較1月增加一個事業部有盈餘，其中又以油品事業部盈餘以22.91%成長且持續二個月最佳，對於國際原油持續上漲及競爭激烈的油品市場中能有如此成績誠屬難能可貴。

春節假期帶動商機正面影響的除油品事業部外，休閒遊憩事業應為最大受惠者：尖山碑江南渡假春配合精農事業部蘭花展、台糖長榮酒店推出年菜及池上牧野渡假村、月眉觀光糖廠、烏樹林休閒廣場及七座高爾夫球練習場等，提供春節假期民眾休閒好去處，讓休閒遊憩事業部2月較1月營業收入成長41.06%、稅前純益成長227.25%，並為八大事業部之首。另外，春節期間公司行號及家庭、宗教場所習慣以鮮花擺飾以增加其喜氣，故對於精農事業部而言，2月屬於旺季之一，2月除較1月營業額成長37.61%、稅前純益成長131.79%外，該事業部2月參加2007年東京國際蘭展亦獲得大會評選為「其他花色類組」的第一名，另小紅蝴蝶蘭的「紅珍珠」(Taisuco Stellar)則獲頒銅牌獎，此舉除為公司爭取最高榮譽外，並讓台糖產品在國際舞台上更往前推進了一大步。量販事業部2月較1月之營業額雖成長34.68%惟仍為虧損，但較1月減少虧損，主要為連鎖家數規模不若家樂福或大潤發量販店，直接影響商品議價成本，未來5月台中西屯店開幕後對於現況將會有所助益。

2月初國內再度爆發弊死豬事件，較以往不同的是本月畜殖事業部業績不升反降，主要是近年來國人養生保健觀念漸受到重視，消費者在面臨類似事件時直接拒用肉類食品或以其他肉類替代，加上國際大宗穀物持續上漲因素間接增加飼養成本，對於豬肉收入占總營業額約八成的畜殖事業部而言，2月營業額較1月衰退6.83%虧損加劇。該事業部已著手進行試用果寡糖及冬蟲夏草飼養豬隻，未來除符合國人養生觀念外，更能差異化豬肉品市場以擺脫類似弊死豬事件所帶來之連鎖反應。

現今眾多保健食品市場中，蠔蜆類可為目前最熱門商品之一；受春節因素影響較少之生技事業部為提升競爭力不斷推出各項高品質之生技保健品，本公司蠔蜆精在市場熱賣後，再推出蠔蜆錠克服了腥味之缺點，2月業績除較1月呈現倍數成長外，銷售營業額更為眾多商品之首；另外詩丹雅蘭迴齡逆時系列化妝保養品自推出以來廣受女性喜愛，本(3)月將新推出詩丹雅蘭水漾系列及白之元素系列，相信對於未來該事業部業績將會有所助益。

綜觀2月為多數事業部旺季之時，但總業績2,142,620千元較1月2,256,957千元尚衰退5.07%誠屬不甚理想。傳統民生消費市場所謂「三窮四絕」道出了民眾在過完年後對於商品採購意願將大幅降低，此現象將直至五月母親節才能改善，在面臨淡季之時全體同仁應共體時艱，以口碑之力量推動全員行銷，讓民眾在面臨眾多品牌選擇時將台糖產品如同台糖蘭花般列為最優質之首選。

企業與法令



江銘宏

一、甲向乙買受土地一筆，雙方約定：「土地買賣總價款 1600 萬元，土地增值稅由甲負擔，土地移轉時間由甲決定。」嗣在甲請求辦理土地所有權移轉登記之前，乙突死亡，而由其繼承人丙依法繼承該土地，致甲得減免支出土地增值稅額 1043 萬元，問丙得否依民法第 227 條之 2 第 1 項「情事變更原則」之規定，以甲受有減免支出土地增值稅之利益，訴請增加土地價金之給付及得為同時履行移轉登記之抗弁？

答：按「契約成立後，情事變更，非當時所得預料，而依其原有效果顯失公平者，當事人得聲請法院增、減其給付或變更其他原有之效果。」固為民法第 227 條之 2 第 1 項所明定；惟所謂情事變更，非當時所得預料，依原有效果顯失公平者，係指情事劇變，非契約成立當時所得預料，依一般觀念，認為如依其原有效果顯然有失公平者而言。本件系爭買賣締約時既已約明乙方係「賣清」，土地增值稅由甲方負擔，則買賣雙方嗣後辦理所有權移轉登記時，所繳納之土地增值稅較原應納之數額增加或減少，僅生該稅款差額應由甲方負擔或承受之問題，非屬上揚法條所稱之情事變更，自無該條

規定之適用。又雙方約定，甲有支出稅款之私法上義務，公法上之納稅義務人仍為該土地原所有權人乙，但其稅額則應由甲於辦理土地所有權移轉登記時以乙之名義代為繳付，要不影響乙依約所負土地所有權移轉登記之義務，故因乙死亡，丙依法繼承該土地，致甲得減免支出土地增值稅額 1043 萬元受有利益，尚難據此認係客觀上情事之劇變，依一般觀念顯失公平，而丙自不得訴請甲增加給付及為同時履行之抗弁（最高法院 95 年度台上字第 1408 號民事判決參照）。

二、刑事訴訟之第一審法院，依上訴人甲之聲請，傳訊證人乙到處作證，但乙多次未到庭，僅於第一審審理之當日，撥長途電話至法庭，由審判長接聽，並在電話中回答法官之訊問，問法院得否據此認定已依法踐行人證之調查程序，而採該筆錄內所載電話通話之內容，認係乙在第一審之證述，而為甲不利認定之基礎？

答：按「證人不能到場或有其他必要情形，得於聽取當事人及辯護人之意見後，就其所在或於其所在地法院訊問之。」前項情形，證人所在與法院間有聲音及影像相互傳送之科技設備而

得直接訊問，經法院認為適當者，得以該設備訊問之。刑事訴訟法第117條第1、2項規定甚明。本件事實審理時，曾多次傳喚證人乙到場作證，乙均未到場，而事實審法院未究明乙有何不能到場或有其他必要情形，既未就乙所在或於其所在地法院訊問，亦未依前開規定，利用影音相互傳送之科技設備直接訊問乙，則第一審法院雖然依甲之聲請傳訊乙，但乙未到庭，僅於第一審審理時，撥長途電話至法庭，由審判長接聽，雖在電話中回答法官之訊問，但既未到庭作證，法官亦非利用前述影音設備直接訊問調查，並為交互詰問，難謂已依法踐行人證之調查程序，如採該筆錄內所載電話通話之內容，認係證人乙在第一審之證述，而為上訴人甲不利認定之基礎，難謂適法（最高法院95年度台上字第4665號刑事判決參照）。

三、甲乙雙方於契約中明定，如有爭議，得以仲裁或訴訟方式解決。嗣因契約發生爭議，甲即先向仲裁機構提付仲裁，而在乙未收受仲裁之通知前，乙則向法院提出訴訟，問究應以何種方式解決契約之爭議？

答：當事人於契約中約定以仲裁或訴訟解決爭議，即係賦予當事人程序選擇權，於一方行使程序選擇權而繫屬後，他方即應受其拘束。倘當事人雙方各採取仲裁程序及訴訟程序時，則應以其繫屬先後為準。若仲裁程序繫屬在先，當有仲裁法第4條之適用，

即一方有不遵守仲裁決議所提之訴訟，法院應依他方聲請裁定停止訴訟程序等處理。又現行仲裁法第18條第2項固規定：「爭議事件之仲裁程序，除當事人另有約定外，自相對人收受提付仲裁之通知時開始。」旨在明定提付仲裁中斷時效之時點，以釐清民法第129條所稱與起訴有同一效力之提付仲裁中斷時效之時點，而杜爭議。則就仲裁中斷時效之時點與判斷訴訟或仲裁程序繫屬先後之時點，應為不同之觀察。準此，當事人提起訴訟，既係以當事人向法院起訴，為其訴訟繫屬時點，則當事人向仲裁機構提付仲裁，亦應以當事人向仲裁機構提付仲裁為其仲裁繫屬時點，方符公平。本件甲既在契約發生爭議時，先向仲裁機構提付仲裁，縱乙在未收受提付仲裁之通知時提出訴訟，揆諸仲裁程序繫屬較訴訟程序為先，自應以仲裁程序解決契約之爭議（最高法院95年度台抗字390號民事裁定參照）。

四、二則報載事實與法律問題

(一)「公平會罰中油台塑，被撤銷。」(經濟日報95.12.2 A 7版)

1. 事實：行政院公平交易委員會於93.10.14裁定，台塑石化與中油兩公司，以事先、公開方式傳遞調價資訊，同步、同幅調漲油價達20次，已屬聯合行為中的「默示性一致行為」，足以影響國內油品市場的價格及供需機能，違反公平交易法聯合行為的禁制規定，命兩公司停止違法行為，並依同法第41條第1項規

定，各處以新台幣650萬元罰鍰。台塑石化與中油公司皆不服，提起訴願與行政訴訟。嗣於95年11月下旬，台北高等行政法院判決，撤銷公平會對台塑石化與中油公司裁處650萬元罰鍰處分，由公平會另為適當的處分。

2. 法律：查「事業不得為聯合行為。但有左列情形之一，而有益於整體經濟與公共利益，經申請中央主管機關許可者，不在此限……。」為公平交易法第14條所明定。公平交易委員會於93年認定，中油與台塑石化公司多達20次「同時調漲，同幅調漲」，屬於「默示性一致行為」，符合同法第7條「其他方式之合意」之聯合行為，而依同法第41條規定裁處罰鍰。惟查第41條規定：「公平交易委員會對於違反本法規定之事業，得限期命其停止、改正其行為或採取必要更正措施，並得處新台幣5萬元以上2500萬元以下罰鍰；逾期仍不停止、改正其行為或未採取必要更正措施者，得繼續限期命其停止、改正其行為或採取必要更正措施，並按次連續處新台幣10萬元以上5000萬元以下罰鍰，至停止、改正其行為或採取必要更正措施為止。」以事業違反「禁止聯合行為」之規定言之，如經中央主管機關依本條規定限期命其停止等行為或更正措施而逾期未為者，法院得依同法第35條規定處以刑罰，此乃貫徹「先行政後司法」之處理原則，以符合先警告後行政處分再科刑罰之比例性原則。本件公平交易委員會原認定台塑石化、中油公司違法，是首次援引

「促進行為」見解，而台北高等行政法院認為此一見解，在外國相關案例，未有任何法院確定判決予以支持，且公平會判斷違法所依據的事證，均為間接證據，在執法經驗亟待累積建立之際，應依照比例原則，一併注意當事人的有利及不利情形。另公平會未先以行政指導、行業導正或警示等方式，警告兩公司「預告調價訊息」的促進行為，已違反公平法聯合行為禁制規定，即直接處分兩公司罰鍰，已有濫用行政裁量權之違法，因而判決撤銷公平會對二公司裁罰650萬元罰鍰的原處分。惟按犯罪事實固應依證據認定之，但所謂證據，並不以直接證據為限，間接證據亦包括在內。而所謂間接證據，雖無法直接證明犯罪事實，然足以證明他項事實，而由此他項事實，本於推理作用，認定為犯罪之事實基礎，如該間接證據無違一般經驗法則，並非法所不許。次按公平會為有效規制事業之限制競爭（卡特爾）行為，對於事業間之暗默勾結行為或一致性行為，認係事實上可導致共同行為之意思聯絡，亦合致公平法第7條及同法施行細則第2條第2項所稱「其他方式之合意」之要件。有關一致性行為之證明，則包括（1）證明「外在行為的一致性」，並取得被檢舉人間「意思聯絡的事實」；（2）證明「外在行為的一致性」之餘，雖無法取得被檢舉人「意思聯絡的事實」的證據，亦得透過被檢舉人之參與動機、誘因、經濟利益、類似的漲價時間或數量、不同行為的替代

可能性、發生次數、持續時間、行為集中度及其他一致性之市場競爭行為等間接證據，解釋被檢舉人間若無事前之意思聯絡，即無法合理解釋其市場行為，從而推論其間有「意思聯絡的事實」等方法（行政院公平會88年（88）公處字124號處分書參照）。雖查台北高等行政法院91.5.9，90年度訴字第4423號等判決，並不同意公平會以間接證據認定事業有意思聯絡之見解；然參考近年歐盟及德國等對一致行為的法制，已傾向可以用間接證據認定事業是否有意思聯絡。鑑於違法聯合行為的法律效果已改為先行政後刑罰，確實有必要在證據法則上允許以間接證據認定意思聯絡。本件在經驗法則上，對於聯合行為之採證，是否包括直接證據與間接證據在內，以及對於促進行為未予警告即直接裁罰之行政處分，是否濫用行政裁量，均有待乎最高行政法院判決之認定。

（二）夜點費「經常給與」算工資（聯合報 95.10.4 A 10版）

1. 事實：109名中油加油站員工，從民國5、60年進入中油任職，88年到92年間陸續退休，而從事三班制輪班的員工，從77年起，除每月工資外，還可按月依夜班的次數領取夜點費，而中油對這些陸續退休的員工，拒絕將夜點費納入工資計算退休金，經員工訴請給付補發退休金，一、二審均判中油敗訴，95年10月初，最高法院判決中油敗訴確定，中油因而必須補發給109名員工，共1732萬餘元退休金。

2. 法律：按「工資：謂勞工因工作而獲得之報酬，包括工資、薪金及按計時、計日、計月、計件以現金或實物等方式給付之獎金、津貼及其他任何名義經常性給與均屬之。」為勞動基準法第2條第3款所明定。所稱「其他任何名義之經常性給與」，勞動基準法施行細則第10條第9款，在行政院勞工委員會94.6.14修正發布前，原係規定：「本法第2條第3款所稱之其他任何名義之經常性給與，係指左列各款以外之給與。……九、差旅費、差旅津貼、交際費、夜點費及誤餐費……。」鑒於事業單位迭有將「輪班津貼」或「夜勤津貼」等具有工資性質之給付，以「夜點費」或「誤餐費」之名義發放，以減輕雇主日後平均工資之給付，實有欠妥，勞委會爰修正刪除上開第9款「夜點費」及「誤餐費」之規定，故雇主如係為體恤夜間輪班工作之勞工，給與購買點心之費用，尚非屬勞基法所稱之工資，惟如輪班或夜勤應發給之津貼代以夜點費或誤餐費名義發給，宜依個案認定為具有工資性質之給付。本件是相關修正後首件三審定讞的判決，最高法院認為不管雇主發錢的名目為何，只要是勞工因工作所獲得的勞務對價之報酬，且是「經常性」的給與，即屬工資，應納入計算退休金的平均工資中，而中油的夜點費，確具有勞務對價及經常性給與之性質，況且夜間工作對勞工的生活及健康較為不利，給夜間工作勞工較高的待遇，合理且未違反薪資平等原則。

數位學習成就您終身學習

人事處

壹、前言

網際網路的興起，在全球 e 化熱潮下，教育方式、資訊、知識的傳遞方式也隨之改變，尤其資訊科技與網路，能覆載的資訊量暴增、傳遞的速度加速、方式呈現多媒體、互動多元等優點輔助下，過去坐在教室、被動學習的型態已經面臨變革。而數位學習(e-learning)具備隨時隨地的高取得特性，尤其符合現代社會快速變遷的模式，擺脫傳統教學空間、時間的限制，可營造一個自主的、個人的學習空間。

數位學習可以是正式學習，包含線上教育(Online Education)、線上訓練(Online Training)、結合傳統教室與書面教材的混成學習。數位學習的相關領域涵蓋了數位學習工具(輔具及載具)使用、數位學習網路環境建置、數位教材內容開發以及數位學習活動設計...等。因此，數位學習將是未來網路時代的重要趨勢，並讓全民教育、終身教育的目標，有機會更加具體落實。

貳、數位學習

一、「數位學習」的定義

數位學習的起源，其實可以回歸到早期的「遠距教學」。數位學習由遠距教學的發展而來有其脈絡可尋，「函授遠距課程」

在早期是以文字為媒介，隨著媒體的發展，也出現了以聲音和視聽科技為媒介的廣播教學、電視教學；發展到目前以電腦、網路作為教育傳播媒介。利用電腦輔助教學活動，可溯及九〇年代初期的「電腦輔助教學(Computer-Based Training, CBT or Computer Assist Instruction, CAI)」，此階段電腦扮演著輔助性的角色，且將傳統平面化、循序式的教材改為數位化、超連結式的資料規格。

Jay Cross(1999)最先提出「e-Learning」這個名詞，掀起了企業界和學校對 e-Learning 的熱情。美國教育訓練發展協會(ASTD, American Society of Training and Education)對 e-Learning 所做之詮釋：「電子化學習是學習者應用數位媒介學習的過程，數位媒介包括網際網路、企業網路、電腦、衛星廣播、錄音帶、錄影帶、互動式電視及光碟等。應用的範圍包括網路化學習、電腦化學習、虛擬教室及數位合作。」強調電子化設備學習，著重在學習者學習時所使用的「數位工具」，但並未特別說明學習的方式和學習的內容，缺乏對應用情境的深入說明；美國高科技網路公司思科(Cisco)則對數位學習的定義：「數位學習是透過網際網路，即時傳遞各種資訊及知識給所需要的人，包含有正式的訓

練及課程，也包括資訊的傳遞及網路上的互動，知識管理及績效管理亦在其範圍之中。」

財團法人資訊工業策進會亦有不同見解，「數位學習為以數位工具，透過有線或無線網路，取得數位教材，進行線上或離線之學習活動。因此涵括數位學習工具（輔具及載具）使用、數位學習網路環境建置、數位教材內容開發以及數位學習活動設計…等。」

綜上，「數位學習」可定義為：「以數位工具透過有線或無線網路，取得數位教材，進行線上或離線之學習活動；是以數位學習產業涵蓋的範疇即包含數位學習工具（載具及輔具）的研發、數位學習網路環境之建置、數位教材內容開發，以及數位學習活動的設計等。」故數位學習可說是運用網路所促成的教學活動，從學習內容的製作、傳遞、擷取，到學習經驗的管理與學習社群間的交流等，都借助於網路和電腦獨有的特性。

二、「數位學習」演進

1960年起，人類就把電腦科技應用在教育訓練上，1995年網際網路盛行後，大家更覺得透過網路進行教育訓練很可行，因此學校和企業都紛紛提倡網路化學習，也獲得很好的成效，現在大家所提的「數位學習」，基本上包含了學習科技演進過程中的諸多名詞與方法，茲分述如下：

（一）電腦輔助學習(CAL ,Computer Aided Learning)

主要是學習者與電腦互動，課程內容

置於光碟或磁片內，學生透過電腦來學習課程。基本上沒有老師指導，學生自己安排學習進度，沒有學習同伴，也無需網路連結。

（二）線上學習（online learning）

網路出現後，提供的互動和線上資源對學習者有很大的幫助，也可稱為網路化學習。課程包含學習內容、互動活動、學習資源三大項。還有學習管理平台（LMS）具備教務管理功能，進行學生學習行為、成績紀錄等自動化處理工作。

（三）電子化學習（E-Learning）

也稱為數位學習，包含前二者外，還增加虛擬教室和數位合作功能，強調參與者間同步即時討論或合作的能力，使用的技術和工具比線上學習更為複雜和先進。

（四）分散式學習（Distributed Learning）

包含前三者，並加上利用手機、PDA、可穿戴式的電腦和無線網路的學習、函授學習、傳真機進行的教學活動。

三、「數位學習」應用的領域

數位學習的主要應用領域分為產業界和教育界。在產業界的應用方面，主要是在利用數位學習協助企業進行員工教育訓練，以提稱企業整體的競爭力。此外，數位學習在降低企業員工教育訓練上的成本，也同樣有正面的功效。

應用在教育方面，使得網路教學逐漸成為教學的配備與潮流，它不僅輔佐傳統教室現場教學，也能獨立建構為虛擬教室，學生有多元的選擇學習機會，過程須具備「學生自我控制」與「學習進程互動」

的特色，除可提供較多的多元化進修管道外，亦可提升教學品質，達到學術交流、資源共享的目的。

參、數位學習現況分析

一、數位學習與傳統教學之差異

曾守正、鄭菲菲（1999）指出傳統教學（Conventional Education）的方式著重於「教學導向」，也就是由上課的課程內容傳授、練習到考試評估學習效果，是一種線性及單向的教學方式，主要是用來強化學習者的記憶能力。而這種教學方式，容易造成教學內容呆板，往往導致無法提高學習者的學習意願，因而導致學習成效不彰，網路化的學習方式應能改善傳統教學方式所造成的缺失，但是卻缺乏約束學生

受時間地點限制進行學習動作，傳統學習需到學校與講師做面對面的學習。

而數位學習和電腦化（Computer Based）教學最大的差異在於，數位學習是透過網路為主要的資訊傳遞媒介，因此在教學資訊的更新和可調適性上，較以往的電腦化教學有更大的彈性。而與遠距教學（Distance Learning）的不同在於，數位學習是一種強調互動性的學習方式，不同於遠距教學由授課者單方面的提供教學資訊，因此會有較佳的學習效果。

二、「數位學習」的優勢與劣勢

相較於傳統教學方式，數位學習更強調網路的利用、多種媒體與多種傳播管道、運用新的溝通傳播方式，以及無時空之限制。這樣的教學模式具備了幾項特

質，包括個別化的學習環境與自我導向式的學習，不但能提供一對一的指導方式，也讓學習者享有彈性、自主的學習歷程；利用網路討論群組的功能，學習者亦得以透過同儕間的互動達成合作學習的目標，利用團隊方式以增進學習效能；此

外，數位學習減少了教師與學習者間面對面的壓力而能暢所欲言，或將有助於彼此間的互動，並減少來自同儕的壓力；有別於傳統的教學模式，數位學習無疑是教育典範的轉移（傅能枝,2003）。以下就其數

表一 傳統教學與網路教學之比較

	傳統教學	網路教學
時間	需要同步進行。	可以同步進行，也可以非同步進行。
空間	需要在同一地點。	任何地點都可進行學習活動。
學習態度	學習者習於被動的授予知識	以學習者為主動角色的學習。
合作學習	以同時同地的方式進行。	可不同時不同地進行，學生的回饋可以與其他學習者交流。
學習路徑	為單一路徑。	有多種的學習路徑可供學習者選擇。
認知迷失	為單一路徑，學習不容易迷失。	因超鏈結的交互參考，易造成學習者的認知迷失與認知負擔。
認知負擔	為單一路徑，認知負擔較低。	學習者需要經常決定選擇或放棄哪一個節點，對於學習過程會造成延遲。
學習範圍	侷限於知識的傳授。	範圍廣泛，學習者可接觸到較為實務層面的學習。

資料來源：巫靜宜（2000）

主動上課學習的機制。

其次進入數位學習中心，系統即可紀錄所有學習者的學習狀態，而傳統學習，老師不易分辨學生學習狀況，容易造成評估結果不公之成績。而且，數位學習可不

位學習優缺點作一整理：

(一) 數位學習優點

1. 學習者可不限時間與地點皆可達到學習效果。
2. 非線性的學習（學習者不需循序漸進的學習，可依自己程度選擇課程）。
3. 易於追蹤以及評量學生的學習成果。
4. 互動式與合作式的學習。
5. 教材便於更新、即時且一致性。
6. 全球通用的傳送媒介，用戶端的使用門檻低。
7. 多元學習管道、並可及時學習。
8. 降低成本企業訓練成本、增加訓練機會（省去紙本印製、寄送等；以企業來說，差旅費、員工不在辦公室時間等都降低）。

(二) 數位學習缺點

1. 教材枯燥，互動不足。
2. 學生易感覺孤獨無助。
3. 太輕易得到的東西，不會珍惜，太方便卻變成「no time, no where」。
4. 學生盲目追求資訊，常消化不良。
5. 好老師因材施教的能力會比自動化教材好。
6. 手藝性、技術性、運動教學還是老師親自教適合。
7. 面對面教學有助於人際交流，並能啓發社會角色扮演、管理方面的學習。
8. 一面勝過千言萬語。

料儲存和快速的處理能力，因此數位學習應設法發揮這些特點，以提升其在教學上的效益。在學習自主性的趨勢下，數位學習的教學方式確實較容易能達到所謂的適性學習（Adaptive Learning），但取決於部分的基礎建設是否完善，例如學習物件（Learning Object）的建立、學習歷程（Profolio）的分析等，否則只是單純的將教材數位化將容易流於為數位化而數位化的迷思中。

線上的學習潛力在於「線上自我學習」的部分，透過主動探索的自發學習，引起動機在學習情境中自發活動，擺脫過去學習中僵化的知識灌輸，由於學習出於自身意願，帶出更豐富與有價值的求知學習慾念，此種俯拾即是資訊導向自我探索，也正是線上教學其價值、發展的特色所在。

在知識經濟蓬勃發展日漸受人重視的今天，展望你我未來落實職涯發展，e學習則提供了一個跨越時間區隔與空間距離、沒有人數限制的學習途徑，透過網際網路、以多媒體的影音互動方式來進行知識的創造、交流與分享，實現終身學習理念，同仁除了在工作上可以繳出亮麗的成績單之外，也能照顧好自己的心靈健康喔！e-learning是輔助訓練最快速而有效的方式之一，提供同仁anytime、anywhere汲取新知的管道，如搭配實體課程訓練，相信可達事半功倍之學習綜效。

是的，只要您會上網，您就適合採用e學習！（如需參考文獻，請洽本編輯部）

肆、結語

資訊科技的特點在於其具有強大的資

Office 2007 無可取代的優勢

資訊處 楊士慶



Office 2007系統需求

因為微軟同時推出了 Windows Vista與 Office 2007，有許多人誤解Office 2007一定得在Windows Vista上運行。其實，目前所見到的Office 2007是32位元版本（64位元版本稍後推出），可安裝在Windows XP SP2、Windows Server 2003 SP1或以上版本與Windows Vista作業系統。處理器建議500 MHz以上與256MB記憶體，

解析度1024 x 768以上的螢幕，硬碟空間則依Office 2007版本而不同，約需要1.5 GB~3.0 GB。

圖解Office 2007全新介面



四年前的11月，微軟推出了Office 2003（代號Office 11），並首度取名為Microsoft Office System，讓Office不僅侷限於前端文書作業系統，更是全面性、整合性系統，提供了前後端多套應用軟體，透過相互間的高度整合性，能提昇個人/企業/組織的工作效率，是事半功倍的最佳利器。這次改版的目的是在於讓使用者更容易找到功能、避免不必要的設計和中斷、讓使用者更容易發掘所需的功能並支援建立外觀吸引人的文件，所以Office 2007最大的變化就是在於功能表與工具列的大進化，重新配置各種功能命令並使用即時預覽的方式，讓以前本來不喜歡用的功能，也會因為這個版本變的常常使用。

雖然 Office 2007 的需求看似不大，但若開啓 Office 2007 中的部分功能，則需要 512MB 甚至 1 GB 以上的記憶體。例如 Outlook 立即搜尋功能建議使用 512MB 以上記憶體；要有 1 GB 記憶體，才能開啓 Word 文法和內容拼字檢查。OneNote 音訊搜尋功能則建議使用 2 GHz 以上處理器與 1 GB 以上記憶體。若是不包含在 Office 2007 七大版本的伺服器級產品，系統需求更高。

■節省 30% 操作時間

2007 Microsoft Office System 採用了結果導向的全新使用介面，加入不少圖像化的功能鍵並強化預覽功能，可比 Office 2003 節省 30% 操作時間。以製作一份專業的簡報為例，過去需要 17 個步驟才能完成，現在只要點選視窗上面功能鍵的六個步驟，即可輕鬆快速的完成。

Office 2007 的全新使用介面，讓學習、操作都比先前版本容易。根據微軟內部針對 Office 2007 的學習與操作調查，發現有 83% 的人相信只需 2~3 天即可學會的軟體，透過影片教學只要 2 小時即可學會。比起過去版本，Office 2007 可減少 60% 滑鼠點擊次數，減少 65% 滑鼠移動次數。

■節省 40% 檔案儲存空間

雖然 Office 2003 已經採用 XML 核心架構，文書檔案皆符合標準 XML 格式，可讓不同應用程式可透過 XML 互相溝通。但 Office 2007 更進一步，Word 2007、Excel 2007、PowerPoint 2007 採用了 Microsoft Office Open XML Formats 新檔案格式為預設的檔案格式，屬分段、壓縮的二進位檔案格式，除了檔案變小外，即使文件的任

一部分損毀也能進行修復，不會造成整份文件資料的流失。相同的內容，若以 Word 2007 的新檔案格式儲存，XML 格式讓檔案可以壓縮 40%，節省儲存空間，而且可以有更多元的儲存格式，以往 Word 文件要好多步驟才能存成 PDF，在 Office 2007 更簡單。

■Office 文件檔案相容性

在 Microsoft Office Word 2007、Excel 2007 和 PowerPoint 2007 中加入了新的檔案格式，以縮小檔案的大小、提升安全性和可靠性，並強化與外部來源的整合，而新的副檔名較舊副檔名多了一個字母 "x"。除了使用新檔名之外，新版的 Office 也同時啓用 Open XML 格式，開創 Word、Excel 和 PowerPoint 的開放性與透明度的新紀元。

Office 2007 除了 100% 相容舊有 Office 文件外，更能把現有所有 Office 文件轉換成新的檔案格式，更能讓舊有文件透過 Office Open XML 格式在 Office 2000、XP、2003 間轉換。Office 2007 向下相容所有 Office 文件，因此使用 Office 2007 來開啓、編輯舊 Office 文件都不成問題，也能將檔案另存成 Office 97-2003 相同的檔案格式。

不過，我們在使用舊版本的 Office，遇到 Office 2007 文件該怎麼辦？當 Word 2003 遇到 Word 2007 所建立的文件檔，開啓後出現對話視窗，詢問「是否下載相容套件來開啓該檔案」後，自動連線到微軟官方網站下載、安裝好 Office 2007 相容性套件 - File Format Converters。Office 2000、XP、2003 就能自動開啓 Office 2007 的各式檔案。甚至能在 Office 2003 中也能

圖 /Office 2003 (左) 與Office 2007 (右) 的圖示差異



原創與安全性。除了內文外，傳送Office檔案的同時，其實已經把註解、作者、製作日期等隱藏資訊洩漏出去，透過新的文件檢查

將文件另存新檔成Office 2007的檔案格式喔！但舊版的Office若沒安裝Office 2007相容性套件，仍無法開啓Office 2007文件。

如果您使用Word 2003、Excel 2003、PowerPoint 2003所製作的文件，希望在Office 2007中開啓，但是在Office 2007中卻頻頻顯示「無法使用、無法讀取」的錯誤訊息，根本無法開啓檔案，要如何處理呢？此時您只要將防毒軟體的Office掃毒功能關閉後，就能順利在Office 2007開啓Office 2003所製作的文件了。

器，能在Word、Excel、PowerPoint檔案送出前，檢查並刪除不希望洩漏的資訊，讓各式隱藏資訊不外流。

此外，不需要安裝額外的程式，就可直接將Word、Excel、PowerPoint文件轉換成PDF檔與XML規格的XPS檔案，製作電子文件檔案不再需要安裝專業的PDF軟體。

Word2007

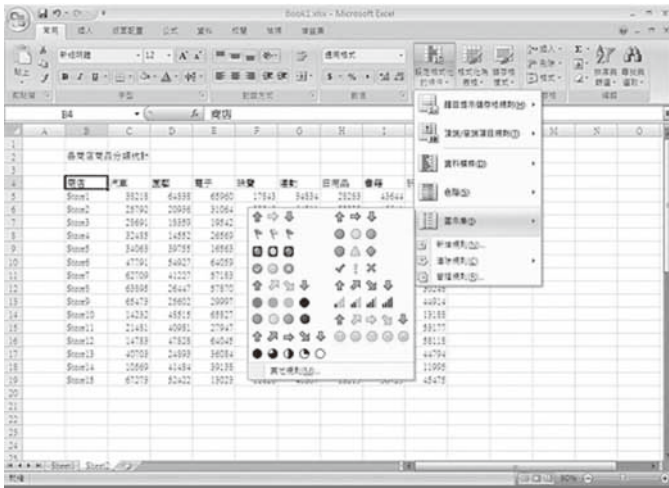
透過Word 2007，每個人都能簡單且迅速地製作出圖文並茂的精美文件。在選擇文字的字型、顏色、大小，或建立表格時，都能快速預覽文章的各式格式變化。Word 2007中，只要在工具列拖曳表格大小，內文就可即時預覽表格大小格數。表格建立完成後，上方工具列自動更換成美化表格的相關版型，一點就自動更換表格風格、顏色，Word中的表格不再呆板。

Word 2007提供了文件數位簽章功能，若內文經更動，數位簽章即消失，可保證此文件在傳送過程未經修改，確保文件的

Excel2007

Excel試算表容量加大，分析功能變強了，Excel除了便於數據儲存、統計、圖形化分析外，強化的樞紐分析表(PivotTable)檢視、公式撰寫，與全新的視覺化配置，讓數據不僅便於分析、排序、篩選，圖形化功能也更豐富，藉由多顏色階層與燈號指示器圖示能快速分析資料狀態。

Excel 2007提供了16,384欄位與104萬列的超大工作表，再多的資料也不怕裝不下。同時，Excel 2007支援了雙處理器與多執行序晶片組，透過最新硬體能快速執行、運算資料龐大、公式密集的大試算表。且Excel 2007數據所製作出圖表，亦能直接在Word 2007、PowerPoint 2007引用，具有一致性的高互動性。



Excel 2007 / 數據能透過圖示化顯示來分析

PowerPoint2007

你還在羨慕別人的投影片都很漂亮，自己卻做不出來嗎？使用了PowerPoint 2007，你也是簡報專家。PowerPoint 2007 提供了強大的智慧圖形介面，讓投影片跳脫平面，呈現出3D立體或活潑生動感。且這些文字內容可以很方便地增刪，或迅速轉換成完全不同的呈現方式，不需透過繪圖軟體花時間精緻編修，也能做出精美專業的投影片。

若想引用先前製作的投影片內容，你會怎麼辦？再開啓一個投影片檔，然後複製、貼上嗎？其實不用！只要透過PowerPoint 2007的「重複使用投影片」功能，就能在PowerPoint 2007視窗右側開啓投影片庫或投影片檔案，直接把所需頁面拉到新投影片中，十分省事。

Outlook2007

這次微軟特別強調的一點，就是各個軟體之間的整合度。比如說在Outlook中直接預覽Word、Excel、PowerPoint和圖檔，PDF檔部份目前沒有支援，但據微軟

表示未來或許會有第三方套件可支援。而如果是Vista的話，還可以支援預覽MP3和WMV檔。另外Outlook可以整合OneNote直接當作會議記錄，而OneNote中紀錄下來的工作事項，或是行事曆都可以直接丟進到Outlook中，更符合一般人對於「行事曆」和「筆記本」的使用情境。

結語

軟體最大的用途是幫助使用者完成工作，理論上應該要能夠用最簡單的步驟完成工作。所以最棒的是使用者不需要太多學習，就可以快速學會這個軟體，並完成想做的事情。而MS Office 2007的確很有這個感覺，我相信大部分對於電腦並不熟的使用者應該會很容易喜歡上這個版本的Office。

看了以上新功能介紹，是否心動了呢？本公司電腦汰換年限為4~6年，如您的電腦確已不堪使用，請依規定申請採購新電腦，未來新購電腦都將搭配最新Office版本，讓您在操作上更得心應手，提高工作效率。



PowerPoint2007 介面

他山之石 - 仁德廠土地活化新氣象

台南區處 羅昌通

為落實公司「活化土地」政策，突破因部分糖廠停閉及組織變革造成土地資產閒置荒廢之現況，以期活化利用停閉廠土地，在注入新生命的同時賦予新的價值。緣此台南區處提供出租仁德糖廠部份廠區土地及倉庫房舍與十鼓有限公司，在該公司負責人-藝術家謝十團長精心規劃與努力經營下，由其創立組成以十鼓擊樂團為核心的「十鼓文化村」園區於1月27日至2月25日舉辦「2007台灣國際鼓節~在台南」活動亮麗登場，見證台糖土城活化成功典範並再現糖廠廠區往日光輝榮景。

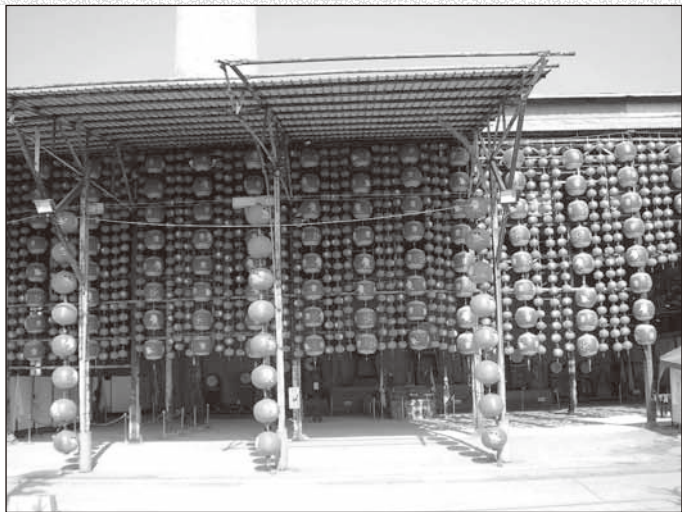
本區處仁德廠租賃予十鼓有限公司合約一期5年至民國100年元月的標的物包括：分別座落於仁德鄉虎山段約3公頃工場閒置土地及仁德鄉虎山路399號原砂糖倉庫、飼料肥料倉庫之房屋2556.94平方公

尺與雨棚734平方公尺等。

十鼓有限公司現依都市計畫土地使用分區管制及建築法相關規定使用，將糖廠原來砂糖倉庫、飼料肥料倉庫、蔗渣打包室、石灰室、廢水處理循環水池、冷卻水塔等設施。進行整理、規劃、開發、整建成為十鼓蔬苑（餐飲館）、室內小型劇場、鼓擊館、藝文展示館、紀念品館、十鼓祈福館、水槽劇場等設施。原本廢棄閒置的資產設備，經巧思創意且豐富想像的縝密規劃建設為十鼓文化村，讓糖廠注入新生命同時賦予新的價值，完全脫胎換骨令人耳目一新的全新感覺。

十鼓文化園區諸多設備其實都是利用糖廠原有設施為基礎，發揮極大的想像空間，就地取材予以巧思整理。如十鼓蔬苑係以五分車廂、樟樹、砂糖倉庫及大自然





十鼓祈福館

元素組合而成的養生餐廳，五分車廂懷舊浪漫氣氛與砂糖倉庫寬廣明朗空間令人流連，在這座閒置倉庫把五分車箱安置進來，成了特有的五分車包廂，餐廳內豎立兩株大樟樹將空氣瀰漫成香氣四溢的休閒養生品味。

而早期的水槽劇場原是一座將工場熱水冷卻排放的大型冷卻水槽，現保留中間的磚牆為導引水的牆垣，槽池上方的粗大水管是排水的重要導管。經十鼓公司巧思後把這座因停止製糖開工而廢棄的水槽改建為水槽劇場，頂座上四座冷卻水塔搖身變成四座獨立戶外小劇場，排水管則變成

孩童的傳聲筒。

還有，親子草原原為一座廢水處理池，十鼓公司創意設計，把舊水池外牆全部移除，水池基座平坦填土加以綠化，栽植扁柏、桃花心木、七里香等，設有戶外遊戲場一座供親子及兒童遊戲使用。藝文展示館則是利用砂糖倉庫寬闊高大但卻昏暗的空間，加強照明設備再充實擺設圖書法等藝品，就是很好的展覽館。

位於廠區邊陲的森呼吸步道小公園原是因應糖廠污水處理的綠化而栽植的林



水槽劇場

十鼓蔬苑

地，園區內有黑板樹、七里香、樟樹、南洋杉、紅茄苳、南洋椰子、桃花心木、大紅仙丹、婆羅蜜、芒果樹、柳樹等多樣樹種。十鼓公司以植草磚貫通園區林道，開闢成為散步步道及腳踏車步道，糖廠五分車車廂及小木屋座落園內，形成別具一格的氛圍。

另，室內小型劇場是由肥料倉庫



森林呼吸步道



煙囪舞台

整理改建而成，可容納250人，以不規則形狀的觀眾席平台，讓觀眾能自在隨興地觀賞完全屬於台灣風格的傳創鼓曲。位於原製糖工場大煙囪下的煙囪劇場表演舞台也選擇以小火車鐵道枕木為材質，充份再利用任何可使用的糖廠廢棄或閒置資產及材料。

十鼓有限公司謝十團長表示：該公司所屬十鼓擊樂團創立於2000年，多次獲選為國家扶植藝文團隊，並多次應邀參加國際展演，2005年12月選擇在台南縣仁德鄉棲身。

與台糖公司合作希望以仁德糖廠為基地，把台灣的鼓樂藝術推展於國際，而定

名為十鼓文化村。十代表兩支鼓棒的交疊也象徵十方力量的匯集，十鼓以傳創本土擊樂、廣納世界文化為永續志業，它代表台南子地對藝文的一份執著。

十鼓文化村園區結合仁德糖廠臨近觀光景點，包括以永保安康馳名全台的台南縣定古蹟-保安車站；清康熙年間興建、主祀保生大帝的-保安宮；位於仁德糖廠西南側目前正大興土木興建中，計劃以西洋繪畫雕塑、樂器、古兵器、自然史、古文物等為主體，館藏內容豐富多樣的-奇美博物館等。讓雖已停閉沉寂多年的仁德糖廠經活化改造再利用，處處顯現恢宏蓬勃新氣象，往日風華榮景指日可期。



2月份大事誌

編輯部

- 6日 △召開「96年第2次營運管理會議」。
- 8日 △召開「砂糖事業部與資產營運處之農場人事整合會議」。
- 12日 △召開「96年第3次人事評判委員會會議（核議獎懲事項）」。
- 27日 △召開「第27屆第9次董事會議」。



■ 蔡茂盛



■ 許秀明



■ 蔡武藤

葡萄酒與人生（上）

職工福利委員會 穎

葡萄酒美酒夜光杯，欲飲琵琶馬上催～～

飲酒已成為現今社會宴席、餐飲中不可或缺的一環，然相對於大口暢飲啤酒的乾杯文化，選用葡萄酒的品嚐方式顯得優雅許多；而要如何喝得又健康、又有品味，想必有其獨特的方式，本訊茲就其如何品嚐、購買及貯放、挑選搭配食材、其與健康的關係為何等面向做一概述介紹，最後並提供幾種防止宿醉的小撇步，供大家參考～

葡萄酒之品嚐



老饕夢寐已求之穆當（Mouton法）VS.鹿躍（美 Stag Leap-Cask23）

欲進入葡萄酒領域，必須先瞭解葡萄種類、特性與釀造以及地理環境之影響關係，但這些學術性的知識，較難為一般大眾所願深入探究。而一般與生活及社交相關的知識，卻是現代社會所必需。首先，我們應懂得如何品嚐葡萄酒；一般言之，葡萄酒品嚐分幾個部分：即觀其色、聞其香、嚐其味、聽其聲、論其總，可用幾個S開頭之英文字來表達，即觀色—See（stare），靜態（still）及動態搖動（swirl）持杯以加速酒與空氣混合，散發酒香，聞香—Sniff（smell）、啜飲—Sip（swallow

or spit如不勝酒力，則可以酒輕漱口後吐出）。

基本上，在品酒前必須掌握到人、事、時、地、物之先決條件：

1. 品酒應與三五好友共品，分享樂趣。
2. 應選定一個主題，先以葡萄種類作簡介嚐試，以增廣知識，漸進以單一葡萄不同產區，或同一產區相同葡萄作較深入瞭解。
3. 時間以早晨至中午時段人們嗅覺最敏銳時為佳，但現在人們多利用晚餐時間亦無不可。
4. 地方的選擇宜以優雅舒適，採光良好，避免有異味或過熱之環境。
5. 飲酒之溫度，一般言之，白酒（尤其是甜酒及汽泡酒宜冰鎮）宜在6～



各式酒杯



各式開酒器



8°C、甘白及粉紅酒8~10°C、薄酒萊及淡紅酒10~13°C、一般紅酒、甘紅14~16°C，而好的李根地及波爾多則以16~18°C為佳，但以不超過22°C為原則，若溫度太高，易喪失其風味。

6. 宜配置切合主題酒之葡萄酒杯，一般以常用之鬱金香形長莖杯為主，以聚集香氣，並可手持柄莖以免手溫影響杯身酒味及杯體留下指紋影響透明度。一般白葡萄酒杯較小，約6盎司；香檳杯為細長型或傳統半圓形，以便觀看細緻悠綿之汽泡；紅酒杯則因酒不同而有不同的杯，通用型是鬱金香型杯；波爾多杯身較長，均便收集酒香；李根地杯則為短杯身寬肚之大杯。除酒杯外，挑選實用之開酒器也是很重要的，尤其是陳年老酒，因瓶塞（Cork）已相當脆弱易受損，應注意使用適當之開瓶器，以免開瓶不當徒留木屑，或瓶塞斷裂，而使品酒會掃興；常見開瓶器有蝶型、瓶口著力型、長短夾片型、夾瓶口起重型、注氣壓縮型等，搭配其它配件如切口刀、瓶口長溝防漏嘴也可加增品酒之樂趣。

開瓶後需檢視瓶塞，觀察是否清淨（Clean），有無乾扁滲漏透氣現象，輕輕擠壓，嗅聞酒與瓶塞之合香，並初步檢視色澤。開酒後紅酒宜在瓶中呼吸約廿分鐘，而越陳之酒所需時間越長，以除去酒在瓶中長期貯存所產生之不好

味道，並使酒與空氣結合後散發酒香，使酒體更柔順。陳年佳釀應換瓶（decanting），以除去沈澱物，加速與空氣之接觸，發散香氣。酒注三分滿後，即可依其步驟品嚐：

一、**觀其色（See or Stare）**：紅白葡萄酒因品種不同，會彰顯出不同之色澤，宜透過日光或一般光線觀賞（避免螢光燈），才可看出真實的顏色；以白葡萄而言，年輕的酒呈現近無色之白色及淡青色，酒齡越長則轉

成黃色；甜酒多成金色及蜂蜜色；紅酒則相反，年輕之酒成桃紅色或淺紅色，隨熟成時間轉換成寶石紅、磚紅、深紅等。觀察色澤是否混濁？有無雜質？為確定酒已否變質之重要依據，惟久陳之酒多少會有沉澱物，可用換瓶過濾來解決這個問題。


二、聞其香 (smell or sniff)：酒的總體香包括酒香及花果香，我們可由靜止 (Still) 狀態下先聞其香，再以打圈式搖動酒杯 (swirl) 一即將酒杯置於桌面，以兩指夾住杯莖，輕輕轉動形成漩渦，加速杯中酒與空氣結合，以彰顯酒香 (Nose或Aroma，陳酒香稱Bouquet—如花束般百香雜陳)。酒中之香味可略區分下列各種：**1. 果香**：如黑果類之黑莓、桑椹、櫻桃、藍莓、李子等及紅果類之草莓、覆盆子及杏、桃、梨、荔枝、蘋果、檸檬、葡萄柚、鳳梨、百香果等；**2. 花香**：紫羅蘭、玫瑰；**3. 蔬菜香**：青椒、甜菜、草菇、洋蔥、大蒜；**4. 脂香**：松脂、香草、羊脂；**5. 動物香**：麝香；**6. 木香**：杉木、橡木；**7. 礦石香**：土香、皮革；**8. 辛香**：胡椒、茴香。年輕之酒呈現出較單純之香味，越陳之酒則百香雜陳，需細細體會。



香檳杯及葡萄酒杯

三、嚐其味 (Sip)：在初淺辨識其香味後，可啜一口在口內輕嗽，讓酒遍佈舌頭，以辨酒之甜、酸、苦及酒精等，基本上，舌尖辨甜、舌中辨鹹、兩側辨酸、舌根辨苦，藉由舌頭分辨出酒之結構 (Structure)、口味 (Flavor)、質地 (Texture & Substance) 及平衡 (Balance)；葡萄酒中之單寧決定了酒之結構、口味及質地，與酒酸、酒精構成了酒，酒是否平衡 (Balance) 則取決於三者間之相互關係；紅酒富單寧，其入口之感覺如喝茶後於口中之收斂澀感，初飲之人也許不習慣，但喜好此種感覺者，若飲無單寧之酒，會有乏味之感 (hollow)；單寧重則稱為厚重 (full-bodied)，單寧輕則酒體輕薄，新紅酒單寧重，入口較苦澀 (dry or astringent)，陳酒經桶瓶貯存，已適度氧化軟化單寧，入口平順，但好的陳酒應是酒體飽滿卻又不失柔順，白葡萄酒因多未帶皮發酵，且多未經橡木桶成熟，是故較少單寧，甚而沒有單寧，無法支撐其生命故宜於近期飲用；酸度過高之酒，難以入口，表示酒齡淺，酸度低卻又予人平淡之感，甜度過高又失之於膩，沒有甜度又不易彰顯果味 (Fruity)，好酒應是酒體飽滿、香氣濃郁、酒質優雅、口感複雜、入口平順、總體平衡的。

正式之品酒會，在體會出酒香及餘味後即吐出 (spit) 並嗽口，重新再



評比，以免影響味覺，但一般品酒會，人們應該是捨不得吐掉好酒以免造成浪費，吞嚥（swallow）可使酒由唇齒而舌喉以至腸胃，使人整體享受，並有舒適的感覺，此時典雅細緻的好酒會有較長的回口或餘味（after taste, length, finish），使人們可再次享受酒的香味，餘味時間越長則表示酒越好，超過廿秒鐘的更是經典之釀。品酒過後杯中仍有酒，此時應敬酒乞爾思或撒鹿（cheers-salud-西班牙文）一番，讓未能享受酒之色香味的耳朵，也能沈醉於悅耳之碰杯及致敬聲中！此時二度品比，比較不同時刻給予的不同感受，再與大家共同分享心得，說出主觀之感受，也聽聽別人的說法，相互映證加深印象，最好是能記錄酒名及感受，做為他日之考。

葡萄酒與健康

經實驗分析，葡萄酒中有超過五百多種對人體有用之維生物、氨基酸及礦物質，對人們健康有很大的助益；自古以來即有佐證人類已用葡萄酒治病，例如：古埃及用酒作藥引，希臘、羅馬人用以淨水、去瘴、退熱、防黑死病等等，近代醫學更證明葡萄酒可殺菌、利尿、治療胃病、消化不良、腹瀉、預防多項與心血管有關之疾病，茲分述如下：

一、葡萄酒如同果蔬般是屬於鹼性食物，有助於平衡人體內因食用肉類而產生之酸質，使血液保持弱鹼性，再加上促進血液循環，活化微血管，讓人們皮膚光滑柔嫩且富彈性，有美容及預防老化作用；同時紅酒中的白藜蘆醇有助於更年期婦女補充女性荷爾蒙，預防骨質疏鬆症。

二、用餐時佐以葡萄酒可減緩用餐速度，促進腸胃消化吸收，除怡情外，因對中樞神經產生作用，還可對因焦慮引起之神經官能症有安定情緒之效。

三、葡萄酒經長期發酵，糖份已轉換成酒精，餘糖比例甚低，不但不致產生發胖及導致糖尿病，近經美科學院證實有減肥之效。

四、葡萄酒含單寧（尤其是紅酒），有利於蛋白質的同化，增加腸道平滑肌之收縮，對腸炎有療效；此外紅酒還含有多酚質及原花色素，除可提昇高密度（好）膽固醇外，將血液中的膽固醇送入肝中，透過膽酸轉化，從而降低低密度（壞）膽固醇外，又可防止血液凝結，預防動脈硬化、高血壓、中風、心臟病及老人痴呆症；近年醫學研究發現紅酒有抗氧化之效果，使致癌物在人體內不易形成，更有助人體不良氧化物質之分解排出。多項醫學研究指出每天適飲1至2杯葡萄酒的人罹患感冒率，比不喝的人少一半；死亡率與每天超過5杯或完全不喝之人相比，也是最低的；所謂的「法國矛盾」即指食大量乳酪及肉類等高脂肪之法國人，其患心臟血管疾病及死亡率反低於食用較少高脂肪之美國人，其因即在於法國人有以葡萄酒佐餐之習慣，事實上葡萄酒不分貴廉，均有相同的效果，所差的只是口感風味不同。

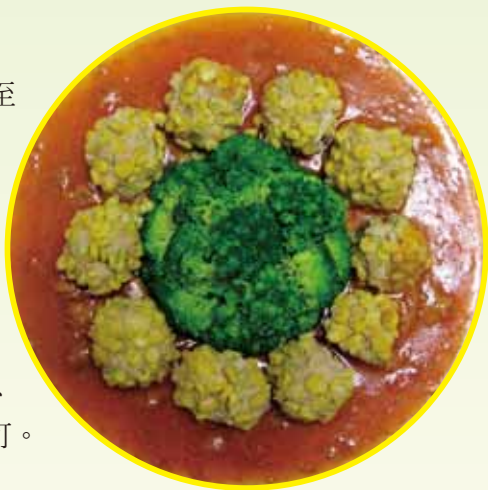
干貝玉米蝦球

材料：雞肉漿、大白菜、芹菜、荸薺、杏鮑菇、玉米粒、青花菜、干貝絲

佐料：蕃茄醬、冰糖、鹽、高鮮味素、香油

做法：

- 一、於鍋中放入少許葵花油加入薑末爆香，加入高湯煮至滾放入將青花菜川燙備用。
- 二、取雞肉漿及大白菜、芹菜、荸薺、杏鮑菇切末混合備用。
- 三、取調和之素雞肉漿製作成丸子狀，取盤子放入玉米粒，將丸子狀雞肉漿放入讓玉米粒沾粘在上面，取蒸籠放入蒸籠大火蒸10分鐘備用。
- 四、取青花菜搭配玉米繡球盤飾，起鍋加入佐料蕃茄醬、冰糖、鹽、高鮮味素、用太白粉水勾芡加入香油即可。



窈窕翡翠卷

材料：素肉漿、蘆筍、素烏魚子、海苔

佐料：素沙茶醬、陳年豆瓣醬、醬油、冰糖、香油

做法：

- 一、於鍋中放入少許葵花油加入薑末爆香，加入高湯煮至滾放入將蘆筍川燙備用。
- 二、起鍋加入薑末爆香加入佐料素沙茶醬、陳年豆瓣醬、醬油、冰糖用太白粉水勾芡加入香油即成烤肉醬備用。
- 三、取素烏魚子，乾淨熱油燒至160℃中溫，放入素烏魚子，大火炸至膨脹至於盤中備用。
- 四、取素肉漿拍平放入平底鍋煎熟備用。
- 五、取煎熟素肉片放入蘆筍、素烏魚子捲起用海苔包起再用牙籤串起盤飾淋上烤肉醬即可。



泰式酸辣粉卷

材料：泰式粉皮、素火腿、生香菇、豆芽、香菜

佐料：泰式醬汁（檸檬汁2t、果糖4t、白醋少許、水4t、紅辣椒5根、薑末與辣椒同等份，所有材料攪拌均勻即可）

做法：

- 一、取泰式粉皮4張泡開水在用開水起淨備用。
- 二、取火腿切絲及生香菇切絲，於鍋中放入少許葵花油分別炒熟火腿絲、生香菇絲及豆芽備用。
- 三、製作泰式醬汁將材料檸檬汁2t、果糖4t、白醋少許、水4t、紅辣椒5根、薑末與辣椒同等份，所有材料攪拌均勻即可備用。
- 四、取泰式粉皮舖平放入火腿絲、生香菇絲及豆芽加入香菜捲起即可，製作2~4條每條先去頭尾再切分成4等份盤飾淋上泰式醬汁即可。



蘿蔓干線蝦餅

材料：雞肉漿、大白菜、芹菜、荸薺、杏鮑菇、蘿蔓生菜葉、起士麵線

佐料：金桔醬

做法：

- 一、取雞肉漿及大白菜、芹菜、荸薺、杏鮑菇切末混合備用。
- 二、取調和之素雞肉漿製作成丸子狀，取起士麵線捲成螺旋型，將丸子狀雞肉漿放入沾粘在上面，乾淨熱油燒至160°C中溫，放入千絲蝦餅，中火炸至金黃色呈酥脆至於盤中備用。
- 三、食用時加上蘿蔓生菜葉，可沾上金桔醬享用。



玫瑰奶酪

材料：鮮奶1000cc、吉利丁片5片、冰糖少許、杯子

佐料：玫瑰醬或金桔醬

做法：

- 一、取2個容器一大一小，大容器注入水，放入爐上加熱，小容器注入鮮奶，放在大容器上隔水加熱，加入少許冰糖（依個人口味），放入吉利丁片攪拌至溶解倒入杯子中放置凝固備用。
- 二、於食用時淋上玫瑰醬即可。



幸福的道釘

一釘江山 ● 鐵定成功

民國四十年，任職台糖公司的阿民娶親，同股的領班送了一只「道釘」給他，祝他早日添丁。不久後便有了喜，全家人於是將「道釘」視為招福的象徵，從此「道釘」的意義被廣為流傳開來。至今，許多人以道釘用來祝福應考的學子或致贈朋友新居落成的貼心小禮，不僅是因「釘」字的諧音可比喻為一「定」成功或穩「定」的涵意外，「道釘」本身代表了台灣早期的樸實精神，更是勉勵後進的最佳賀禮。

優惠價
NT\$ 199



台糖公司休閒遊憩事業部
消費者服務專線 0800 026 168
網址 www.tscleisure.com.tw



江南戀香桂花假期

2007/02/15~2007/06/30

二人成行 每人**1499元**+10%

含◎豪華木屋雙人房二天一夜住宿 ◎中西式自助早餐

◎遠翠樓春戀牛奶火鍋晚餐/每人

◎遠翠樓戀香桂花茶1壺/每房

◎遊湖畫舫船票/每人



- 加人每人加收860元+10%(含以上內容1份)
- 旺日(星期五、7.8月份星期一到四)加收800元/每房
假日(星期六、7.8月份星期五、日)加收1600元/每房
- 關仔嶺統茂溫泉券原價300元/人,加價購"250元/人"(假日使用需加100元)。



~住宿、會議、餐飲、休閒、露營最新選擇~



尖山埤江南渡假村 JIANSHPAN BAYUNAN RESORT

736 台南縣柳營鄉旭山村60號 Tel:06-6233888 Fax:06-6233666

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



健康滿滿滿 自信久久久

台灣

生蠔
精

台糖蠔蜆精 真正 厲害

精

台灣
生蠔



零脂肪、零膽固醇、低鈉

生蠔+黃金蜆的完美結合
萃取自新鮮蜆肉，添加進口高級蠔提煉液，
增進體力、滋補強身的最佳營養保健極品。

整天有活力 隨時有體力

不含膽固醇、零脂肪、
含有人體極易吸收蛋白質及微量元素鋅，
隨時來一罐，讓你活力再現！

台灣糖業股份有限公司
TAIWAN SUGAR CORPORATION

地址：70176台南市生產路68號
消費者服務電話：0800-026168
消費者服務信箱：tsc01@taisugar.com.tw
網路購物：www.ego888.com
全球資訊網：www.taisugar.com.tw
台糖公司商品行銷事業部總經理 電話：02-23065229-763