

TAISUGAR

# 台糖通訊

WWW.TAISUGAR.COM.TW

06  
Jun.2022

Vol.2124



9 771607 238004 0 0045

## 咖啡二三事

NT.45

ISSN 1607-2383

GPN : 2003600005

150卷6期





# 金牌出擊 免疫調節



鄭怡靜



桌球國手鄭怡靜 推薦

多醣體飲品 台糖活力養生飲



通過免疫調節認證，根據動物試驗結果顯示，具有下列功效：

1. 有助於促進吞噬細胞活性
2. 有助於促進樹狀細胞活性
3. 有助於促進自然殺手細胞活性



吞噬細胞

游走於身體各組織器官間，可以吞食細菌、病毒死亡或受傷的體細胞，被譽為「人體健康的衛士」。



樹狀細胞

是免疫系統的最前哨，負責偵查並把入侵者特徵告訴其他免疫細胞，指導免疫系統如何因應。



自然殺手細胞

屬非專一性屏障，只要不屬於體內的組成就會進行摧毀攻擊。



momo 購物網 PChome 線上購物!

7-ELEVEN FamilyMart 線上購物中心 全+1 商城

廣告

# 「黑金」咖啡在臺灣

文 / 編輯部

從 1998 年臺灣引進星巴克開始，咖啡開始受到上班族的青睞，之後的 24 年，臺灣的上班族幾乎人手一杯研磨現沖咖啡的現狀，應該是便利超商推波助瀾的結果。據統計，臺灣兩大便利商店「7-11」與「全家」的自家現煮咖啡品牌在 2019 年度一整年的銷售表現上，「7-11」的「CITY CAFÉ」就交出了 140 億元，而「全家」的「Let's Café」也突破了 50 億元的成績，兩家合計的營業額破 190 億元、強壓過全臺咖啡館加總起來的 182 億元，相當驚人！由此可見，臺灣的咖啡市場十分龐大！

由於兩大超商推廣的結果，現在的上班族也能說一口咖啡經，甚至有些對熱愛咖啡的年輕人會選擇老宅開具有特色的咖啡店，當作一生的志業；地方政府方面，則扶植咖啡產業，發展地方創生，如雲林古坑咖啡、臺南東山咖啡、屏東霧台咖啡等。因此，咖啡成為臺灣 20 至 60 歲跨世代極具魅力的飲品。

對於咖啡市場的經營，台糖公司從未放棄過。早年台糖公司自新加坡引進三合一即溶咖啡，其口味及香氣深獲好評；2017 年，台糖公司以「深耕臺灣，關心友邦小農生計」的理念，引進了宏都拉斯高地小農咖啡，也打出市場好口碑。除此之外，台糖公司在引進宏都拉斯咖啡的同時，更支持該國高地小農與興建學校計畫，幫助宏國年輕學子發展更美好的未來；在推廣上，2019 年，台糖公司推出「胖卡咖啡車」，以環島的方式，在各地舉辦試飲體驗活動，頗受好評。

本期封面故事「關於咖啡二三事」對於台糖公司如何發展咖啡市場有詳細的描述，此外，我們也整理了全球咖啡發展三階段的簡史，讓讀者可以更加瞭解咖啡如何影響你我的生活；另外，我們也請同仁分享他們所喜愛的咖啡館、書籍、體驗以及他們與咖啡的私人美好時光。

此外，本期「打卡時事」單元是介紹若自己輕症確診後，勞工如何善用自己的權利，請領勞保傷病給付 ( P.49 )。希望親愛的讀者用不到，但若親友不幸染疫，請分享本訊內容予對方，也算是一點幫助。

值此疫情高峰之際，祝福每位讀者百疫不侵，健康平安，待疫情過後，可與親友相聚，共享美好的咖啡時光！

---

1. 〈台灣能有如今的咖啡「黑金」商機，得跟便利商店說聲謝謝〉  
<https://www.foodnext.net/news/industry/paper/5616647664>

# CONTENTS

06

Jun.2022

Vol.2124

## Editorial Report 編輯室報告

01 「黑金」咖啡在臺灣

## Cover Story 封面故事

04 關於咖啡二三事

### 臺糖咖啡有故事

05 飛越半個地球，台糖的尋豆之旅

### 不聊是非，聊咖啡歷史章回

09 「黑金」的故事，您都知道？

### 咖啡的知易行難

14 懂得品咖啡，也要長知識

### 賣咖啡更賣附加氛圍

19 我愛喝咖啡，更愛棲息它的巢——京都 %Arabica

22 喝完這杯咖啡，我們都是與世無爭的人

24 以「咖啡」入歌，唱出內心裡的人生百味

26 那些書籍教我的咖啡事

28 我愛星巴克商品，更勝咖啡！

31 優雅的喝咖啡，悠閒的過生活

32 今天，我想來點精品咖啡配地瓜！

### 業務特寫 Close Up

33 台糖長榮 O' Fun 獲獎，用「三感體驗」征服您的味蕾！

46 暑假到尖山埤，戶外活動毋免驚！

47 台糖安心豚煙燻豬肝，  
野餐、佐酒、聊天的最佳良伴

48 台糖安心豚讓飯糰更加分——桃園「好飯糰」超夯！



## 糖情 Outlook Sugar Outlook

- 34 鄭怡靜×活力養生飲  
認真以對 堅持最好的給您

## 資訊補給站 Information Supply

- 36 「行動自然人憑證」讓您無卡也通  
39 人事異動

## 專欄 Column

- 40 公共論糖：小編忙什麼？—淺談台糖社群行銷

## 專題報導 Feature Story

- 42 以環工角度看新式豬場改建  
44 「翻轉鄰避」從環教開始  
走進豬場鮮體驗  
52 用當代藝術轉譯日治臺灣歷史：  
陳飛豪的創作世界

## 繽紛生活 Colorful Life

- 49 輕症確診居家照護可領勞保傷病給付  
勞工憑數位健康證明、PCR 截圖  
五年內都可申請！  
54 意外「錯彎」讓旅途驚喜美好  
56 安斯佳起司菲力牛排  
尖山埤頂級登場！  
56 台糖長榮桂冠烘焙坊，點亮「蔗裡有點芒」！

發行人 王國禱  
社務顧問 陳立人 黃進良 蕭基淵 蔡東霖  
社務委員 徐繼聖 陳啟祥 吳昭宏 孫鈴明  
陳品靜 傅仰明 黃中文 蕭俊傑  
呂正欣 張榮吉 王家彥 方淑慧  
胡聰年 許世忠 陳德為 侯良仁  
蔡振村 曾見占 葉鴻銘 黃進添  
郭月娟 洪天財 楊長昇 黃怡仁  
吳耀煌 林明峯 陳威東 孫振益

社長 蕭光宏  
總編輯 謝昆霖  
副總編輯 張木榮  
編輯部 林景豐 陳建龍 陳福吉 李源森  
甘智任 葉怡汝 王國全 張軒豪  
薛舒尹 陳盈潔 黃潔汶 陳俐真  
楊富凱

發行者 台灣糖業股份有限公司  
社址 臺南市生產路 68 號  
電話 06-3378549  
傳真 06-3378500  
網址 <https://www.taisugar.com.tw>  
E-mail [editor@taisugar.com.tw](mailto:editor@taisugar.com.tw) (本刊)  
設計 聚流設計有限公司  
GPN 2003600005  
ISSN 1607-2383  
定價 新臺幣 45 元  
展售門市 國家書店松江門市  
臺北市松江路 209 號 1 樓  
TEL : 02-25180207  
五南文化廣場  
臺中市中山路 6 號  
TEL : 04-22260330  
網路書店 [www.govbooks.com.tw](http://www.govbooks.com.tw)

中華民國 36 年 5 月 1 日創刊  
中華民國 111 年 6 月 10 日出版  
本刊圖文未經同意不得轉載



廣告





## 關於咖啡二三事

您知道台糖也有咖啡故事嗎？從早期進口的三合一咖啡，到支持高地小農計畫，還有一台「胖卡」全臺走透透的活動。本期封面故事除分享台糖尋豆之歷程，也淺談咖啡歷史，並介紹品種、風味、精品和商業豆之不同，還有公平貿易對咖啡改革的影響，許多人到咖啡店不只為了喝咖啡，它附加的空間、氛圍、周邊商品，也創造出品牌的附加價值，讓人擁有專屬自己的咖啡時光。



宏都拉斯獨特自然大地的滋養，孕育優質好咖啡

台糖咖啡有故事

## 飛越半個地球，台糖的尋豆之旅

文、圖 / 商品行銷事業部 蕭文喬

您知道您喝的咖啡來源嗎？是否混雜商業劣質豆？每顆咖啡豆、每口啜飲的咖啡背後有什麼故事呢？台糖公司早期曾自新加坡進口三合一即溶咖啡，其口味及香氣深獲好評；隨著咖啡風行浪潮推移，第三波咖啡革命強調咖啡品質、產地直送及永續發展等議題；而台糖高地小農咖啡跟隨此波創革，掌握源頭品質，請職人監製烘焙，以親民價格提供高評價精品咖啡，更是幫助友邦偏鄉小農做善事的咖啡。

### 深耕臺灣，關心友邦小農生計

2017年初我國政府出訪中美洲友邦宏都拉斯，該國咖啡產業佔國內生產總值38%，超過35萬個家庭投入咖啡產業並以此為生計，但其整體發展卻不及其他國家，因此該國政府希望臺灣能幫助推廣宏國咖啡，台糖公司致力於永續經營，以「深耕臺灣，關心友邦小農生

計」的理念，肩負起引進宏都拉斯高地小農咖啡的任務。

2017年8月底，台糖公司派員與國內咖啡達人飛越半個地球，探訪中美洲友邦宏都拉斯，穿梭於層疊起伏、嚴峻地形的高海拔亞熱帶山巒，深入當地多個高海拔咖啡產區，拜訪當地咖啡小農，實地了解咖啡種植環境及現況。



台糖高地小農咖啡

宏都拉斯當地肥沃的土壤、微型氣候和雨量淬鍊出得天獨厚，適合高品質咖啡生長的环境，當地小農天性開朗樂觀，堅持以不砍樹、不使用化學肥料與殺蟲劑，並以咖啡殘渣製成肥料，力行友善環境循環、維持生物多樣性，咖啡樹葉上脫殼出土的幼蟬，正是綻放開花的咖啡樹最美麗而原始的生命見證。在獨特自然大地的滋養，以及咖啡小農悉心的照顧下，孕育出的宏都拉斯咖啡獨特的香氣、回甘醇厚的口感外兼具果香及楓糖香氣，不論熱著喝、冷著喝，喝起來均有細膩的酸與甜交錯口感，其香醇餘韻讓人無法忘懷。

### 支持高地小農與興建學校計畫

透過實地尋豆，咖啡達人實際杯測後，挑選優質咖啡生豆，2017 年年底台糖公司進口第一批咖啡生豆後，更在 2018 年 3 月於宏國設立宏都拉斯辦事處，派駐專人提供小農必要的協助與農業技術交流，有助於台糖了解從咖啡種植、生產等源頭之管理與掌

控，以確保台糖公司的咖啡原料供應品質優良穩定且安全無虞。

中國古代經典《老子》有一段話：「授人以魚，不如授人以漁」，台糖公司以合理價格直接向宏國咖啡小農採購咖啡豆，讓當地咖啡小農獲得合理且穩定的利潤，實質改善生活品質外，也透過咖啡行銷公司與 NGO 團體合作，將銷售咖啡商品的部分收入回饋至宏國偏鄉小農，在偏遠、交通不便、教育資源短少的社區興建中學，讓社區學童國小畢業後不失學，自 2018 至 2021 年，台糖公司分別於弗朗西斯科莫拉桑省的 Los Izotes 社區及 Las Delicias 社區、埃爾帕拉伊索省的 Chaguite 社區各建立 1 所學校，提供這 3 所學校師資、教材教具及學生所需的書籍、文具等，亦規劃針對宏都拉斯農村學生量身訂製「社區領導青年發展計畫」課程，培養在地青年領導力與生活技能發展，讓這些孩童儲備更多、更深的知識與能力，翻轉他們的未來。



台糖於宏都拉斯設立辦事處



Las Delicias 社區學校開幕



將咖啡商品部分收入回饋偏鄉小農，讓社區學童不失學

## 用台糖小農咖啡啟動您美好的一天

台糖宏都拉斯高地小農咖啡使用 100% 阿拉比卡豆，且取自高海拔 1,300 公尺以上，阿拉比卡豆的咖啡因含量較羅布斯塔豆少一半，讓您提神卻不會造成心悸不適感；高海拔環境種植的咖啡豆，因溫差大，咖啡豆生長速度緩慢，累積更多養分，使得咖啡豆堅硬、密實，咖啡的酸質及香氣表現更好更優秀。

優質的咖啡生豆搭配中度烘焙，適度的烘焙保留咖啡豆豆香與果酸，提升柑橘香、堅果及巧克力香氣，撲鼻的果香，順口的香醇與入喉的回甘，值得您用一杯台糖高地小農咖啡開啟您美好的一天。

高地小農咖啡自 2018 年銷售至今，上市後其風味及乾淨度，獲得一致好評，為讓喜愛宏都拉斯小農咖啡的客群有更多樣化選擇，將於 2022 年上半年推出以宏國咖啡豆為基底，搭配哥斯大黎加音樂家系列精品咖啡豆，其特有葡萄乾蜜處理法，提升本公司咖啡豆層級，讓咖啡具甘甜、莓果及酒香味，喜愛台糖宏都拉斯咖啡的愛好者，敬請期待哦！

## 胖卡咖啡車，環島飄香走透透

2019 年盛夏啟動「台糖宏都拉斯行動咖啡車全臺走透透」活動，由一台可愛討喜的台糖胖卡車，帶著香醇的宏國咖啡走訪全臺灣，舉辦



試飲體驗活動，連結宏國高地小農的咖啡香與臺灣在地特色，傳遞台糖宏都拉斯高地小農咖啡品牌故事，讓更多國人認識台糖宏都拉斯高地小農咖啡與眾不同的咖啡滋味和這杯咖啡背後的溫暖故事。

台糖胖卡以一個行動咖啡師 (walk barista) 之姿，在任何地方煮出有故事的咖啡，不只展現專業熟練的沖煮咖啡技巧，咖啡師遞出的每一杯咖啡，都向當地人、遊客傳遞熱情與活力，聊天交流的過程裡，分享這杯咖啡從哪裡來、這杯咖啡背後的故事及夢想，將台糖的理念、友邦的咖啡香與臺灣的在地溫情串聯一起。台糖胖卡行動咖啡車已完成全臺 160 場次，在各大活動與巷弄老街穿梭，一步一腳印，持續分享咖啡的故事。



台糖胖卡參加桃園貨櫃市集



胖卡邀您喝咖啡、做公益



胖卡與民眾相見歡



### 邀各大公司以咖啡行動加入 CSR

考量台糖宏國咖啡產品定位，我們挑選特殊形態通路鋪銷以符合專業及高品質形象，2018 年 4 月召開記者會，宣布與台灣高鐵公司合作，每月 1-7 日於高鐵商務及一般車廂提供宏都拉斯高地小農咖啡（2022 年 5 月及 6 月延長至 1-10 日提供），讓旅客在快速、舒適的高鐵上也可以便利地品嚐優質的宏都拉斯小農咖啡；台灣高鐵進銷宏都拉斯咖啡記者會同步於宏國新聞報導，榮登宏國 2018 年第 12 名經濟大事，顯見台糖公司的努力，增進宏國人民對臺灣的友善及好感度。



台灣高鐵提供台糖小農咖啡服務

台糖公司進口小農咖啡，為讓更多企業共襄盛舉，加入台糖公司一起實質幫助宏國小農及興建學校計畫，結合企業 CSR 精神裝設咖啡機，推出「咖啡豆辦公室專案」，免費安裝咖啡機，每月只要購買 3 袋 1 公斤咖啡豆，即可在辦公室享受優質平價的精品咖啡，該專案自 2018 年推出後至 2022 年 4 月，已有 158 家公司共襄盛舉，其客戶不乏各大企業日商公司、荷蘭貿易暨投資辦事處、物流國際儲運業者、各 OEM 廠商及台糖其他單位加入，其中台糖油品事業部也於部分加油站設立咖啡站點，加入推廣小農咖啡行列，推廣來站加油的客戶享用。相信這杯熱情與愛心的咖啡，可讓您精神奕奕，品嚐的同時，也能感受咖啡溫暖的故事。

今（2022）年度知名咖啡商更向台糖公司採購 6 櫃宏都拉斯咖啡生豆，計畫供貨予全家 Let's Cafe 現沖咖啡系列，屆時將透過全家便利商店各店廣宣推廣，提升宏都拉斯咖啡知名度，讓更多消費者更容易品嚐、認識宏都拉斯高地小農咖啡的獨特及品質。

### 「一杯咖啡、一份祝福、一個希望」

台糖公司以發展、推廣宏都拉斯咖啡豆為使命，將宏國咖啡的生長背景、人文故事及優良品質廣為宣傳，讓更多社會大眾能夠認識，台糖在高地小農咖啡注入了企業社會責任（CSR），讓您在品嚐咖啡的香醇時，也能感受台糖對遠邦宏國的溫暖傳遞。您喝的每一杯咖啡，都與台糖一起做公益，讓這小小舉動，點亮了宏國小農及學童們美好的未來。

## 「黑金」的故事，您都知道？

文 / 露西



你知道臺灣人一年喝掉 28 億杯的咖啡嗎？平均每人約喝掉 200 杯。到底被稱為「黑金」的咖啡有甚麼吸引力，讓國人從 1990 年每人均喝 36 杯的數量，在 30 年間成長為 200 多杯？而現在幾乎人手一杯的咖啡飲品，以及隨處可見的咖啡店又有何魅力？

咖啡的起源有許多不同的版本，最有名的是「牧羊人與跳舞山羊」的傳說：年輕的牧羊人卡爾迪在非洲衣索比亞的高原放牧羊群，有一天突然發現他的羊群蹦蹦跳跳的異常興奮，即使入夜了還是不睡覺，他到附近修道院求救，經過修道院幾天的調查，發現山羊是因為吃了矮樹叢上的紅色果實才顯得特別亢奮。修道士將果實摘回去煮成湯汁飲用，喝了後果然精神

亢奮，一夜無法入眠。於是修道院長便吩咐將這種湯拿給做晚禮拜會打瞌睡的僧侶喝，效果極佳，因此「紅果實湯」在當時便被當作提神藥流傳開來。

咖啡在 12、13 世紀的時候被阿拉伯人大量有計畫種植，16 世紀中東的大馬士革（1530 年）誕生了世界上第一家咖啡館，不過當時的煮法跟現在不同。

1615 年，威尼斯商人帶著第一袋的咖啡豆回到家鄉，咖啡的香味及興奮作用快速地成為西歐最受歡迎的飲料，咖啡館也因此如雨後春筍般冒出。1683 年，有位波蘭商人利用土耳其人在被迫離開維也納時留下的 500 包咖啡豆，在維也納開起第一家咖啡館。17 世紀末，



咖啡的普及使得咖啡樹的種植大量成長。1714年，荷蘭阿姆斯特丹市長將一棵咖啡樹作為禮物，獻給當時的法國國王路易十四，這一株植物後來被移植到中南美洲，被認為是咖啡樹的始祖。而隨著咖啡文化在歐洲興起，荷蘭、英國、法國、葡萄牙等國家便開始在其殖民地大量種植咖啡樹，咖啡也在此時被引入亞洲、美洲等地。

18世紀，美國波士頓爆發「茶葉事件」，當地人由喝茶轉向喝咖啡，於是咖啡成為日常普及的飲料。20世紀咖啡事業發展快速，美國知名的食品大廠研發出即溶咖啡，利用大量廣告及行銷手法使得咖啡產業蒸蒸日上，至此，咖啡已經成為大部分歐美生活中不可或缺的飲品了。



### 從第一波到第三波的咖啡風潮

幾年前常在網路上看到大家討論「第三波咖啡風潮」（或說咖啡革命），但到底甚麼是第三波？第一波、第二波代表的又是什麼？嚴格說來，要定義第三波咖啡並不容易，因為各家說法不盡相同。先簡單說明不同時期的咖啡風潮，也就是三波咖啡革命。

**第一波（1940~1960）：**咖啡速食化。二次大戰前後，是美國食品大廠創造出即溶咖啡的盛行時期，當時使用品質不佳的羅布斯塔豆（Robusta），成功帶動咖啡銷量，而為了壓低成本更大量使用風味低劣的咖啡豆（也就是一般的商業豆），造成有量無質的咖啡速食文化。因此，第一波咖啡也可說是咖啡消費的普及化。

**第二波（1966~2000）：**咖啡精品化。1966年後，美國的畢茲咖啡推廣重烘焙與現磨現泡的咖啡，並捨棄品質不好的羅布斯塔豆，全面改用阿拉比卡豆（Arabica）提升風味。而美國的星巴克（Starbucks）則引進了義大利卡布奇諾與拿鐵，將其包裝成時尚飲品，並開始設立連鎖咖啡館，也就是「第二波咖啡風潮」。烘焙咖啡的推廣和連鎖咖啡品牌的興起，是第二波咖啡的象徵。

第三波 ( 2003 ~ 迄今 ) : 咖啡美學化。許多人對於「第三波咖啡」的看法不一，但大致認為關鍵在於個人對咖啡的五感體驗，以及人與咖啡間的各種互動。於此同時，咖啡廳也開始改變外觀設計，店家投注更多精神在提升咖啡品質上，開始注重咖啡產地和沖泡方式。所以「第三波咖啡」可以說是咖啡產地和精品咖啡的崛起，造成全球一股咖啡改革的旋風。

不同以往只把咖啡當成工業化生產的原物料，在第三波咖啡中，喝咖啡成為一種五感體驗的學習，人們試圖瞭解更多咖啡製作的起源與過程，比如咖啡豆的種植環境、生豆處理過程、保存及運送方式、烘焙度和沖煮手法等，每一個環節都是重要的工序，也都像是一門新學問。而此時國際咖啡組織開始倡導溯源履歷並講究咖啡品種、產地風土、處理手法、烘焙程度等，進而建立一套咖啡品評標準，讓咖啡世界充滿了熱情與魔力，年輕人也相繼投入第三波咖啡，各種獨特風格的咖啡店開始出現在大街小巷中。這些經營者通常是自己烘焙咖啡，採用來自與世界各地咖啡小農合作、產地直接貿易且友善環境的精品咖啡豆，透過專業



的烘焙及沖煮過程，讓消費者獲得嶄新的咖啡體驗，從中瞭解不同咖啡豆的調性與風味。

雖然現在仍處於大家所說的第三波咖啡風潮中，但咖啡世界每天都在變化，除了追求咖啡豆越來越多樣性的產製技術外，沖煮咖啡的器具及技巧也在一直革新，或許這會成為下一波咖啡風潮的定義與崛起的原因，甚至可說我們正處於第四波咖啡風潮的浪頭上。

值得一提的是，受第三波咖啡風潮影響的精品咖啡崛起後，開始出現國際咖啡比賽的盛事。例如 2013 年開始舉辦的世界咖啡烘豆大賽 ( The World Roasting Championship ) 是





每年咖啡界最重大的活動之一。2013 年北歐盃咖啡烘豆大賽的雙料冠軍獎盃落在臺灣，2014 年出現了第一位、也是華人第一位的世界咖啡烘豆大賽冠軍；而其他像是世界咖啡師大賽、世界咖啡沖煮大賽等等也都有冠軍產生，臺灣的精品咖啡實力短短幾年間已經讓全球咖啡界刮目相看。



### 公平貿易助農更改變了咖啡市場

公平貿易（或說公平交易）是一個全球性的運動，主要目的是為了在買賣過程中讓生產者和勞動者直接獲得公平的酬勞，減少被中盤商剝削並且脫離貧困。

過去許多咖啡生產國及咖啡莊園都曾是帝國主義下、白人經營者的血汗咖啡工廠，雖然往事已矣，但時至今日仍然有許多的咖啡農民處於貧窮線之下，生活沒有改善甚至持續債務循環。公平貿易咖啡就是基於人道主義及永續發展之下所產生的保護貧窮豆農的機制。

公平貿易咖啡的生產需要在國際公平貿易標準認可下進行，概念上來說，必須遵守三個基本原則：友善小農、友善環境、友善消費者。

所謂「友善小農」是承諾提供一個能維持生計與永續經營的「保證收購價格」，讓咖啡農民免於擔憂收入不足，並能夠改善當地社區水電、醫療、教育等基礎設施，提升農民生活；友善環境則是鼓勵使用永續的生產

方式、尊重自然環境；而友善消費者則是以透明的管理方式與商業模式，讓消費者可以清楚追溯產品的來源。

以目前仍在進行中的非洲「紅櫻桃計畫」(Operation Cherry Red Project) 為例，這項計畫是 2007 年，由荷蘭 Trabocca 公司與衣索比亞咖啡農民所共同合作的，主要是激勵咖啡農能生產最高品質咖啡，並將每年的銷售利潤全部回饋給合作的小農。

紅櫻桃計畫一開始由荷蘭公司負責提供財務、生豆處理設備及技術等資源，除了教導並鼓勵咖啡小農採摘 100% 紅櫻桃(這代表著每顆咖啡種子皆是成熟、富含養分的狀態，也是紅櫻桃計畫命名的由來)，並向農民承諾只要實際產出的品質合乎高規格的標準，就會以優渥的價格收購。而消費者所購買紅櫻桃計畫咖啡豆的利潤，都會回到農民的手中。因此，紅櫻桃計畫除了是符合公平貿易規約、達到友善小農的商業活動，也可以說是提升生產優質咖啡並符合友善環境的生產活動，更是同步能清楚追溯產品來源、友善消費者的產業結構改革活動。



雖然公平貿易對精品咖啡的影響相對少些，因為那些有名的咖啡莊園其生豆價格早已超過公平貿易所保障的最低收購價，但也許有某些精品咖啡莊園在品質尚未改善、還沒聲名大噪之前，曾受惠於公平貿易的扶植計畫也說不定。

### 喝咖啡滿足味蕾更能做公益

國內近年喝咖啡的人口增加快速，許多跟咖啡產品結合的公益活動也順勢推出，讓消費者在品嚐咖啡香之餘，也能參與公益付出。例如台糖公司的「宏都拉斯高地小農咖啡計畫」，藉由貿易合作與推廣咖啡小農的產品，幫助興建當地學校提升基礎教育發展；還有臺灣有位 30 年來一直默默種樹、人稱「樹王」的「賴桑」，其子女成立了「雲道咖啡」，喊出「你喝咖啡我種樹」，將咖啡收入盈餘用來支持父親的夢想，持續綠化地球；而許多非營利組織以及連鎖咖啡店，也時常舉辦結合咖啡的公益活動，讓喝咖啡不只是單純的消費而是更有意義的行為。





咖啡的知易行難

## 懂得品咖啡，也要長知識

文 / 露西

隨著咖啡連鎖店的崛起及大力行銷，咖啡幾乎已成為人們的日常飲品。辦公室裡隨處可見每人桌上一杯咖啡，走在路上，人手一杯咖啡的景象也變得習以為常，但「咖啡」學問其實頗大，一杯所謂的精品咖啡跟一般咖啡差別又是在哪？要了解咖啡，我們得先從咖啡品種及風味談起。

常看到咖啡包裝上寫著「100% 阿拉比卡豆」，甚麼是阿拉比卡？其實「阿拉比卡」是咖啡「樹種」的名稱。

咖啡樹品種繁多且複雜，大致區分為三種原生種：阿拉比卡、羅布斯塔跟賴比瑞亞。目前市面上主要銷售以「阿拉比卡 (Arabica)」及「羅布斯塔 (Robusta)」

為主。而阿拉比卡因為品質最佳，全球販售總量就超過四分之三。

以樹種來說，阿拉比卡只能種植於高海拔，受風土環境影響大，對抗病蟲害能力較差，需要細心照顧，但因為咖啡豆品質極高，帶有更多細膩風味，因此自然成為接受度最高的咖啡豆；羅布斯塔通常種植於較低海拔，品種略低於阿拉比卡，但樹種強健易於栽種，對抗疾病力較好，相對生產率較高，但其風味較苦澀，所含咖啡因也高於阿拉比卡（幾乎兩倍），因此常被用來當作成本較低的商業豆使用，也經常搭配阿拉比卡製成「義式咖啡」。



第三波咖啡風潮興盛後，精品咖啡店陸續出現許多新的咖啡品種名稱。目前常見的有鐵比卡 (Tipica)、波旁 (Bourbon)、卡杜艾 (Catuai)、藝妓 (Geisha) 等等，這些品種有些是古老原生種，有些是阿拉比卡的基因突變種，有些則是不同品種混合配種而生。而近年聲名大噪且價格不菲的「藝妓 (或稱瑰夏)」則是在衣索比亞藝妓山 (Geisha Mountain) 新發現的原生品種。

咖啡樹是熱帶植物，必須栽種在以赤道為中心，南、北緯二十五度之間稱為「咖啡帶」的

地區。目前全世界主要咖啡產區分為中南美洲、非洲及亞洲地區。咖啡味道通常受到土壤、溫度、海拔、氣候等生長條件的影響，不同產區的自然環境及人工處理，都會產生不同的咖啡風味。

例如中南美洲因為其優良的生長環境及微型氣候所致，咖啡具有清爽的酸度、乾淨度明亮，並帶有堅果類的溫潤調性，常見產區有巴西、瓜地馬拉、哥倫比亞、巴拿馬、宏都拉斯等；非洲產區的風味最多樣性，除了獨特的花果香、柑橘調性香味，還有獨特迷人的莓果味及異國香料味，最受大眾歡迎，常見產區為衣索比亞、肯亞、盧安達等；而亞洲地區咖啡種植區域橫跨各種氣候及地形，孕育出世界上最獨特的風味，以草本調性及溫和的香料風味為特性，醇厚的尾韻非常耐人尋味，常見地區有印尼蘇門答臘、越南等。

近年來臺灣所生產的咖啡豆，由於種植及產製技術突飛猛進，優良品質漸漸受到國際重視。2011年，南投魚池鄉生產的咖啡豆獲得世界虹吸式咖啡大賽亞軍，隔年2012年，高年91歲的「國際精品咖啡教母」娥娜·努森女士便專程從美國舊金山搭飛機，千里迢迢前來臺灣造訪，並盛讚其咖啡品質媲美牙買加頂級藍山咖啡。



咖啡快閃店，整體設計一點也不馬虎



咖啡豆小但學問頗大



現代人品咖啡也講究空間的舒適度



### 何謂「精品咖啡」？

「精品咖啡 ( Specialty Coffee ) 」一詞是 1974 年由娥娜·努森 ( Erna Knutsen ) 所創，將其定義為「特殊地理條件及微氣候生產具獨特風味的咖啡豆」，目的是為了跟商業咖啡市場做區隔，倡導高品質咖啡，強調咖啡在不同的產地有獨特的風味。而 1982 年成立的美國精品咖啡協會 ( SCAA ) 則建立了一套精品咖啡評鑑標準，包括咖啡烘焙後的乾香 ( Fragrance )、濕香 ( Aroma )、酸味 ( Acidity )、醇厚度 ( Body )、餘韻 ( Aftertaste )、滋味 ( Flavor )、平衡 ( Balance ) 等 7 項，以評分的機制了解每一批次咖啡豆的特色與品質，也衍伸為區分精品豆與商業豆等級的重要依據。

依現行 SCAA 的評分標準規定，杯測分數總分 80 分以上為「精品」，不滿 80 分者為「商業」咖啡，而總分在 85 分或以上便屬於競賽級的豆子，是目前國際咖啡界公認最高水平的種類。

### 影響咖啡風味的因素：

一般來說，影響咖啡的風味，大致可分為下列幾點：

**1. 生豆本身條件：**不同國家產區的豆子有其獨特風味，比如帶有花香、水果、堅果類等調性的風味特質。

**2. 生豆處理法：**咖啡果實採收之後，為了取得種子 ( 即我們喝的咖啡豆 ) 所做的處理方法。一般常見處理法有日曬、水洗跟蜜處理，但隨著觀念與技術的進步，目前也出現一些新的手法，比如厭氧發酵處理、橡木桶浸漬等，藉此讓咖啡生豆產生新的風味。

**3. 咖啡烘焙度：**咖啡生豆必須經過烘焙，才能將生豆內含的物質轉化成咖啡風味，而不同的咖啡烘焙度更是影響風味及口感關鍵因素。「淺度烘焙」較容易帶有花果及草本等酵素香味；「中度烘焙」容易帶出巧克力、堅果及奶香味；重度烘焙味道厚重，容易喝到焦苦味。通常精品咖啡店多為淺度及中度烘焙咖啡為主，「重度烘焙」的咖啡豆則用來搭配牛奶做成義式咖啡。

**4. 咖啡豆在剛烘完後，**因豆內仍有大量的二氧化碳，會影響沖煮時的萃取，進而影響風味，因此需要一些時間讓它釋放，也稱為「養豆期」。

### 簡單沖煮一杯好咖啡，您也可以

咖啡好喝與否實屬個人主觀評斷。不同的咖啡器具及沖煮法會帶來不同的風味及口感，而咖啡豆烘焙度、研磨度、水溫、粉水比、萃取率甚至水質都是影響好不好喝的因素。

想要在家輕鬆沖煮一杯咖啡，有兩種簡單又方便的器具。

**1. 聰明濾杯 ( Mr.Clever )** — 臺灣人發明、業界稱咖啡「防呆」界的冠軍，任何人隨便都能沖煮出好風味。

**方法：**將磨好的咖啡粉適量放入濾杯中 ( 記得要先放濾紙 )，第一次先加 1/3 水量，待 2 分鐘後，再注水加到八分滿，蓋上蓋子悶蒸 2 分鐘，然後放到咖啡壺或杯讓咖啡萃取完畢即完成。

**2. 法式壓 ( French Press )** — 是最簡單的沖煮方式，跟常見的泡茶濾壓壺原理一樣。主要留意「粉、水」比例跟時間的調整。

**方法：**咖啡粉放入器具中，先注入少許 85°C 至 92°C 的水浸濕咖啡粉，稍加攪拌後等個十秒鐘，再將熱水加到適當的水位，等待 2-3 分鐘後將濾網壓下，就能萃取出好喝的咖啡了。

現在精品咖啡店內常見的手沖咖啡，看似簡單實則操作「眉角」頗多，重點在於水量跟速度的拿捏，需要相當的經驗才能沖出真正好喝的咖啡。不過「熟能生巧」是任何器具沖煮出好咖啡的真理，多加練習並修正問題，就能沖煮出自己風味的咖啡。



咖啡搭甜點讓味覺更加分

聰明濾杯 ( Mr.Clever )

濾掛式咖啡簡單方便，隨時可以來一杯

## 咖啡知識 Q&A

**Q：為什麼喝黑咖啡會睡不著？**

**A：**有這種經驗的人不少。但其實，好的黑咖啡不會讓你睡不著。一般人喝咖啡容易睡不著，多半是喝到品質不好、咖啡因含量高的豆子。基本上，精品咖啡豆不太會有這種問題。正常狀況下，咖啡因 6 個小時便能排出體外，不會影響到睡眠，不過咖啡加糖後，因為糖會轉化能量刺激中樞神經，容易造成失眠，所以喝咖啡，建議還是喝品質好的黑咖啡。

**Q：什麼是精品豆、莊園豆和商業豆？**

**A：**精品豆必須通過國際杯測評鑑總分 80 以上、瑕疵率需低於 3%，具有產區證明可辨識明顯風味者，品質與風味皆為優等以上。莊園豆會標示產地或是產區莊園，可以追溯到產品履歷，由所具名的莊園代表其品質，但國際知名的得獎莊園跟未參賽的莊園評價可能會有落差。

商業豆屬於大宗期貨的等級，瑕疵率高低不一且難以辨識產地。而且一般商業豆並未挑除瑕疵豆，而是採重烘焙的方式，加入牛奶及糖等調味，掩飾其不佳的風味及品質。通常莊園級以上的咖啡會有一道挑出瑕疵豆的重要工序，以確保風味及品質，這也就是一杯 45 元跟一杯 150 元的咖啡差異原因。

**Q：常在咖啡店看到單品咖啡、精品咖啡跟義式咖啡，有甚麼不同？**

**A：單品咖啡：**指咖啡豆來自單一產區、單一生產者或是單一莊園，沒有混雜品質不一的咖啡豆，咖啡豆的品質及風味穩定。

**精品咖啡：**簡單說，就是高品質咖啡的

保證。雖然單品咖啡可以確保來源及品質穩定，但無法保證其品質優良。

**義式咖啡：**利用半自動咖啡機製成的濃縮咖啡。加入不同比例的牛奶及奶泡即成為拿鐵或是卡布奇諾。

**Q：浸泡式咖啡跟耳掛式咖啡有什麼不同？**

**A：**浸泡式又稱作「茶包式」，像茶包一樣，只要用熱水並注意時間就可以浸泡出一杯好喝的黑咖啡。若是用冷水放在冰箱冷藏 8 個小時成為冷萃咖啡，簡單又方便。「耳掛式」咖啡則是先注入少許熱水，再慢慢注水到適當的水量萃取咖啡，浸泡式咖啡跟耳掛式咖啡方便即能享用，是目前忙碌上班族的聰明選擇。

**Q：如何沖泡浸泡式跟耳掛式咖啡？**

**A：**沖泡咖啡的粉水比為 1:15-18 之間，可依個人喜好決定比例。

**浸泡式咖啡：**注入熱水至適當水量後靜置約 4-6 分鐘，適度攪拌後拿起咖啡濾包即可。

**耳掛式咖啡：**撕開咖啡包掛在杯緣上，先注入約 30-40ml 熱水均勻的淋濕咖啡，悶蒸約 30 秒，再以繞圈並穩定的水流注入熱水，讓咖啡粉充分釋出風味，注滿耳掛濾袋後等待滴漏至適當的水量即可。

**Q：咖啡豆要如何保存？**

**A：**選購有單向氣閥包裝的咖啡豆，買回來後放在乾燥通風處，不曬到太陽即可。開封後盡快喝完，避免造成快速氧化，風味流失。不建議放在冰箱冷藏，因為溫度的差異會加速風味變化，若真的需要冷藏存放，建議分成小包裝，每次只取出要喝的量，放置常溫後再研磨。



%Arabica 京都嵐山店 · 將最美的風景留給工作人員

賣咖啡更賣附加氛圍

## 我愛喝咖啡，更愛棲息它的巢 —京都 %Arabica

文、圖 / 豆單

有一種咖啡廳，賣的咖啡夠水準，但它的空間更是迷人，「%Arabica」這個品牌的建築設計，給我的視覺意象遠勝過它的咖啡香。

有些人不認識 %Arabica 的咖啡豆，但它出現在網紅 IG 頻率高得驚人。「%Arabica」創始者是日本人，從小周遊列國，成人後在夏威夷買了咖啡莊園，開始做起經銷豆子的工作。%Arabica 第一間咖啡店開在香港，但真正爆紅卻在京都的分店，也是我每次去京都的必訪之地。現在它已擴展到世界各地，泰國、中國、中東都有它的足跡，而近期也將來臺展店，爾後國人就能享受它獨特白淨無瑕的咖啡空間。

%Arabica 咖啡廳一般走精緻小店路線規劃，店內只販售咖啡豆、簡單糕點，還有四款現沖咖啡（Americano、Espresso、Macchiato、Latte），為了服務不喝咖啡的族群，店內販售的抹茶還有氣泡飲，也是不錯的選擇。

極簡的 Logo 以「%」為設計藍圖，既簡單又大方，我將它解讀成是挑豆子的兩個眼睛、戴眼鏡的咖啡師，或是一根勺子攪拌濃濃的咖啡味，看似簡單卻給人一種大方、俐落的時尚感。許多網紅喜歡在 %Arabica 咖啡廳拍照，也因此引發不少人關注，而我也成為它的追逐者，只要到京都一遊，一定到店裡朝聖，手裡捧著咖啡感受它在古都散發的時髦魅力。



藏身京都巷弄的 %Arabica 東山店

首先跟大家分享我最喜愛的兩間京都分店，一間是位於「八坂塔」旁的東山店，另一間則位於嵐山「望月橋」的嵐山店。從京都車站搭公車往清水寺方向，於東山安井站下車，沿著往八坂塔方向步行約 5 分鐘就可以抵達東山店。這條小路也是我造訪京都最喜歡的一條街道，緩緩的上坡，兩側商家並不多，所以較少旅客在此逗留，小路的盡頭



開放式的咖啡烘豆區

就可看到八坂塔聳立在路尾，讓人有種時光倒流的錯覺，而 %Arabica 東山店就誕生於此，老街道搭配設計感的店舖，既時髦又不違和。

%Arabica 東山店面積並不大，店前就是一片窗明几淨的落地玻璃，從外部就能看到咖啡師沖泡咖啡的畫面，入內後即可看到吧檯上擺置的咖啡機，流線型的造型搭配專屬 %Arabica 的 LOGO，猶如一件藝術品。然而這台機器也大有來頭，堪稱是目前世界最好的咖啡機之一。除了賞心悅目的咖啡機，店內商品陳列也井然有序，保有該品牌對極簡風格的堅持，店後烘豆區搭配咖啡麻袋的組合，讓冰冷的白色基調添了一份暖意，而掛在咖啡機上方以銅片製作的世界地圖，仿金色調的調性意喻「咖啡即黃金」的意涵，也傳達了 %Arabica 透過咖啡去看世界 ( See the world through coffee ) 的經營理念。坐在東山店看著吧台咖啡師忙進忙出，搭配窗外的京都老宅，古老的街道呈現



藝術品般的咖啡機，猶如鎮店之寶

新舊交錯的美感，這也是我追逐京都 %Arabica 的原因，不喝咖啡也能感受文化與咖啡的融合。

另外一間 %Arabica 分店則是位於京都嵐山的望月橋旁，老實說如不是要造訪這間店，常來嵐山玩的我幾乎不會往這個方向走。嵐山店一開幕就造成轟動，小小約 2 至 3 坪的空間，擠滿了忙碌的咖啡師，而店外永遠都是等待咖啡的客人。本店以外帶為主，店內唯一座位並沒有對外開放。從店內可以看到山景與渡月橋，可說是嵐山最佳的視野，但 %Arabica 將這片美麗的風景留給店內咖啡師，讓造訪客人好不羨慕。擁有四季分明的京都，春天的花季、夏季的綠葉，秋天的

楓紅、冬天的雪景，上班時看著窗外四季的景致，得天獨厚的特權真讓人感到幸福。

來這邊喝咖啡的客人只能倚坐在店外，雖然不會十分舒適，但吹著微風欣賞望月橋的風景，其實也是十分享受，尤其日落西下時，握著一杯咖啡，看著日落的風景，讓咖啡的香味更加提升了。我喜歡追隨 %Arabica 的建築蹤影，欣賞它的空間表現勝過它的咖啡香，目前 %Arabica 也即將登臺，期待它對店舖又有新的詮釋，「我愛喝咖啡，更愛追逐咖啡建築」。



%Arabica 嵐山店只做咖啡外帶服務



小巧精緻的嵐山店，天天門庭若市

賣咖啡更賣附加氛圍

## 喝完這杯咖啡 我們都是與世無爭的人

文、圖 / 畜殖溫昇豪



如果要細數咖啡的演變，可以從 1970 年代，即溶咖啡與奶精的出現，那時候在茶坊內才有咖啡這個品項，進而開始越來越興盛；1980 年代則變成研磨咖啡的主流，而在 1990 年時期西方咖啡廳興起，進而演變至今。

許多咖啡店都會有其招牌的獨有風味，例如陶鍋炒焙、直火烘焙及電腦烘豆等，帶來的風味都會帶有其代表性。在疫情前於各地旅遊時，自己習慣走訪當地所謂的在地咖啡店，通常都會鑽進巷弄內，尋找接地氣的感覺，點一杯店主親手烹煮的咖啡，品嚐時試圖融入在地的生活氛圍，是我旅途中必備工作，若打開自己的咖啡地圖，畫著滿滿的芳香記號。

其中最特別感觸是在韓國旅行時，喝著黑咖啡居然是配著泡菜飯捲還有冰淇淋甜點，辣辣的口感加上芝麻，提升了那中深焙咖啡風味，得到莫名其妙的和諧味道。在許多韓國的咖啡廳都有其代表性的搭配吃法，例如甜點都有華麗的裝飾，或是咖啡上放著一朵



打開我的咖啡地圖，屬於自我的芳香回憶

棉花糖（還用乾冰冒著煙），真是極大的視覺享受，我想這也是民族性的生活習慣不同，曾經在書上看到，韓國人一天平均大概會喝9杯咖啡，這大大震驚了我之前的認知。

而在日本旅行時，我習慣走入喫茶店，內部的咖啡都幾乎都是中深烘焙，所使用的萃煮方式是塞風壺，讓人感覺非常具有職人風範，加上咖啡的焙度，呈現恰如其分的口感，搭配咖啡上的鮮奶油脂，微苦的芳香將整個口腔充滿著咖啡香氣，讓人獲得整體滿足。

然而在臺灣咖啡店的型態就比較多元，從日治時期開始，就有許多隱藏社區數十幾年家庭式的臺味咖啡，現在還存在的商店也漸漸凋零。而我覺得屬於自己臺味的咖啡味，就是那種巷口間搭配濃厚人情味的早餐店吧！老闆娘叫著「帥哥，你的套餐好了」，點了奶酥厚片混合著彩色巧克力米的調味，再來杯機煮煙焦味的美式咖啡，搭配廣播 Kiss Radio 有時候出國旅遊時，也會刻意選擇較高檔的咖啡來喚醒自己，不同店家在咖啡師精心烹煮之下，不同國家、豆種、不一樣的預處理法及溫度，看著咖啡師經驗豐富的注水方式，附

加體面優雅的裝潢，讓我在旅途中充滿幸福的正能量。

長年累月我品嚐過的咖啡廳也超過一百多家，不小心養成很挑嘴的壞習慣，一進門我會先看店家的義式咖啡機的品牌，如果是 La Marzocco 的品牌，我會投以「發亮」的眼神跟老闆聊天，不然至少也要有 Lelit Bianca 的品牌，然後再看磨豆機，是不是 Mahlkonig 或者 Fiorenzato 等級的義式營業用品牌，才會激起心中想要消費品嚐的慾望（沒辦法！理工男是有所謂的固執），當一切參數都契合後，才是成就一杯好咖啡的關鍵，再來才是價錢，最後才是豆子。

在我的咖啡地圖手冊中，有全都使用最頂級的咖啡器具，但卻是隱藏在不起眼巷弄的店家，一杯咖啡才賣臺幣 40 元，每次我都笑著調侃老闆說：「老闆財富自由囉，最近身體應該不錯，比較常營業。」老闆回說：「在家無聊就加減弄弄，因為也要照顧長久的熟客！」這成為我與店家老闆一種交流的默契，那種常客以上卻「熟客未滿」的程度，恰如咖啡淺酌後的微妙味覺，有種與世無爭的幸福味。



溫暖懷舊的咖啡空間



以一杯咖啡，喚醒有活力的早晨



韓國獨特吃法，喝咖啡配泡菜飯捲



賣咖啡更賣附加氛圍

## 以「咖啡」入歌 唱出內心裡的人生百味

文 / 佩蒂小姐

喝咖啡聽音樂是我最喜愛的休閒時光。假日裡，總是在睡到自然醒吃過早餐後，挑選喜歡的咖啡豆，然後手沖一杯熱騰騰的咖啡窩在客廳的沙發上，再從手機播放軟體拉出自己的咖啡歌單，用藍芽接上揚聲器播放，頓時，整個空間充滿著咖啡香與喜歡的旋律，這個充滿了「儀式感」的過程，讓我完全紓解了上班一週來的辛苦與壓力。

相信很多人喝咖啡時也會跟我一樣搭配喜歡的音樂，而且現在只要打開任何的網路音樂頻道隨便搜尋「咖啡」，馬上就會出現一堆像是「咖啡廳音樂」、「房間一秒變星巴克的音樂」、「咖啡 Jazz」、「放鬆的咖啡音樂」...等各種不同類型的歌單，真的是琳琅滿目。但奇怪的是，有些時候我的腦海

裡還是會在聞到咖啡香時，突然閃過一些跟咖啡有關的歌曲。比如小時候常常聽到大人唱的「美酒加咖啡，我只要喝一杯」，當時年紀小不懂歌詞意涵，只覺得大人的世界真痛苦；還有那首 80 年代紅極一時的歐香咖啡廣告歌，時不時就會響起葉瓊菱渾厚的歌聲：「漫步在巴黎的街道，和風輕輕的攬著我的腰」，最後一句鏗鏘有力的「歐香」，直到現在都還是令人印象深刻。

其實音樂人用咖啡寫歌的例子不勝枚舉，算起來國內外跟咖啡有關的歌曲不下千首！除了一些偶像歌手的抒情歌、描寫風花雪月的言情字句外，我很喜歡的創作歌手陳珊妮在《四季末的唱遊》這張專輯裡就有兩首咖啡歌，以她獨特的寫詞風格表達不同情

境。比如《咖啡》一開始直接唱出「咖啡黑黑可悲苦味/咖啡大杯傷胃很貴」接著副歌重複唱著「你的咖啡殺了我的胃/多情壞了一些好咖啡」，很適合用在被不喜歡的對象糾纏者的心情；而另一首《咖啡因》的開頭歌詞「在一個十坪大的咖啡廳裡/最重要的是椅子/咖啡和煙」讓我每次進到咖啡廳時總會不經意地哼起。范曉萱專輯《Darling》同樣有一首《咖啡》，第一段歌詞寫道「選擇這杯選那一杯都嫌不對/熱的冰的甜的苦的都不對味/只想找個能留住你的咖啡/終於找到咖啡偏偏找不到杯」，看似對找不到適合的咖啡杯感到無奈，但後來的歌詞「只想找個能夠適合我的品味/終於找到一個偏偏不喝咖啡」原來是用喝咖啡比喻感情生活中合適的對象難求。

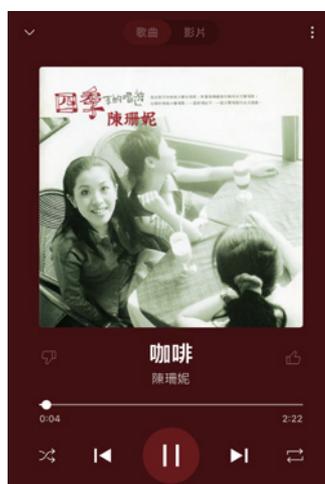
愛爾蘭搖滾樂團小紅莓發行過一張專輯《Wake Up And Smell The Coffee》，臺

灣翻成《醒來聞到咖啡香》，乍聽之下很浪漫，其實這句英文諺語的意思是「醒醒吧！認清現實，別做夢了！」主唱 Dolores 用個性的嗓音奮力唱著「Wake up,wake up,wake up/Shut up,shut up,shut up/This time,smell the coffee」歌聲與歌詞聽來都令人心頭一震，國外搖滾樂團寫詞可沒在客氣的，直接又犀利。

咖啡、茶跟酒大概是最常被拿來入歌的飲品了。以前「到咖啡廳喝咖啡」給人一種風雅時尚的感覺，但當年的咖啡多為重度烘焙，味道單一旦帶有濃重苦味，所以總是被創作者拿來當成苦悶生活的寫照：鬱悶的時候來一杯苦苦的咖啡，既是抒發心情，也是靈感來源。但現在的咖啡產業已不同以往，烘焙出的咖啡有著不同的花果香調性及酸甜苦味，風味層次鮮明，我想，將來音樂人再將咖啡寫進歌裡的話，應該可以用比較快樂的詞彙了吧！



范曉萱咖啡——  
截自 YT Music 播放軟體



陳珊妮咖啡——  
截自 YT Music 播放軟體



喝咖啡、聽音樂，享受一個人的美好時光

## 那些書籍教我的咖啡事

文、圖 / 貓尾先生



《尋豆師》系列書籍裡面不乏精彩的故事，也有國際評審的專業文章

十幾年前一次偶然的機緣下，喝了生平第一支來自嘉義阿里山的精品有機咖啡。印象中的咖啡總是又黑又苦，就算加了牛奶和糖，也是一股濃濃的焦香甜味，雖然喜歡，但並沒有上癮，而且喝多了晚上還不好睡。所以即使朋友說「這支豆子不一樣，淺焙風味帶有甘蔗甜，是美國精品咖啡協會評鑑很高的豆子。」當時不懂甚麼是精品咖啡，只覺得「精品」聽起來應該很貴。但咖啡會有甘蔗的甜味？可能嗎？於是半信半疑的我喝下了那杯咖啡。結果，朋友看到我張大眼睛的表情，他得意的笑了。

天啊！原來咖啡竟可以這麼令人驚艷？不但顏色看起來晶瑩剔透，喝下去之後真的是甘蔗甜香與莓果酸甜在口中綻放開來，真是

太不可思議了！於是，從此激發出我對精品咖啡的興趣。

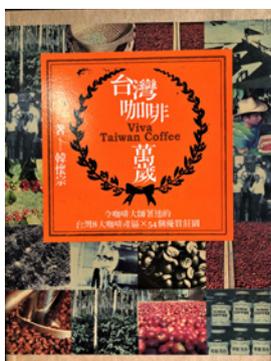
在那之後，只要一有空就在網路上爬文跟咖啡有關的文章，或是到書店尋找咖啡書。剛好那時候（2013年）臺灣颯起了「第三波咖啡革命」的熱潮，不但精品咖啡店紛紛冒出，有關精品咖啡的書籍也越來越多。

如果想要了解咖啡產業整個來龍去脈，可以閱讀臺灣咖啡前輩韓懷宗所寫、咖啡業界奉為聖經的《新版咖啡學：秘史、精品豆、北歐技法與烘焙概論》。前面篇章講述咖啡史及精品咖啡的部分很有意思，但後面的烘焙理論就有點難以下嚥（除非是對烘豆子有興趣的人）。另一本韓懷宗翻譯的《咖啡萬歲：小咖啡如何改變大世界》，本書雖然年

代較舊(2000年翻成中文在臺灣出版)，但作者 Mark Pendergrast 文筆流暢風趣，鉅細靡遺地描述咖啡歷史及人文軼事，在韓老師細心斟酌修改與補充之下，現在看來還是對全盤認識咖啡產業大有幫助。

另一本也是韓懷宗所寫的《台灣咖啡萬歲：令咖啡大師著迷的台灣 8 大產區和 54 個優質莊園》。越來越厲害的臺灣精品咖啡，其實不是只有阿里山跟南投產區喔！想要了解臺灣咖啡產區及莊園，看完本書一定會收穫滿滿。

咖啡界除了咖啡師、烘豆師和杯測師，還有一個鮮少人知的尋豆師 (Green Coffee Buyer)，可說是影響精品咖啡的大功臣。國內咖啡界資深前輩許寶霖不但是華人區第一位國際競賽評審，也是一名資深的尋豆師。他所撰寫的《尋豆師：國際評審的中南美洲精品咖啡莊園報告書》、《尋豆師 2：國際咖啡評審的非洲獵奇》，是他十幾年來到中南美洲和非洲尋找咖啡豆的過程記錄，裡面不乏精彩的故事也有國際評審的專業文章。



《台灣咖啡萬歲：令咖啡大師著迷的臺灣 8 大產區和 54 個優質莊園》翻轉本土咖啡種植印象



《咖啡迷的風格器物學》介紹琳琅滿目又具特色的咖啡器具，咖啡迷必備

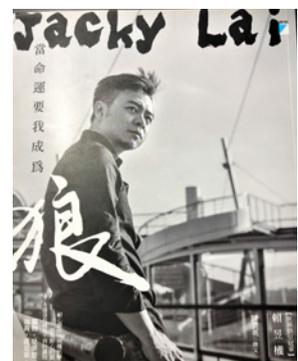
喜歡咖啡沖煮器具的朋友，推薦《咖啡迷的風格器物學》。這本書找來不同的咖啡玩家，介紹各種咖啡相關器物。從烘豆、磨豆、各種萃取用具(如手沖壺、手沖濾杯、虹吸壺、摩卡壺、義式咖啡機等等)，琳琅滿目又別具特色的器具，看完都很想馬上入手來用用看。

因為被簡潔美麗的封面吸引而買的《空少的咖啡之旅：東京》，雖然書中有一大半是用他所拍攝的照片做成明信片，但咖啡空少就是因為在臉書發表攝影而紅的啊！而且跟隨著他用心編排的東京咖啡店路線、認識日本咖啡文化，旅行時或是邊喝咖啡邊閱讀這本書，很到味！

最後介紹臺灣第一位獲得「WCE 世界盃咖啡大賽」烘豆冠軍賴昱權的自傳《當命運要我成為狼》。年紀輕輕的他，因為大學時接觸到咖啡，從此將咖啡視為畢生志業。書中可看到他如何磨練自己、不屈不撓的獲得世界冠軍之後，繼續在咖啡路上打拼的心路歷程。即使不喜歡咖啡，賴昱權的人生觀及奮鬥精神，都很值得借鏡。



《空少的咖啡之旅：東京》一本適合悠閒喝咖啡邊閱讀的書



《當命運要我成為狼》一窺世界烘豆冠軍的賴昱權的咖啡故事及奮鬥精神



搶眼醒目的東京目黑區星巴克旗艦店

賣咖啡更賣附加氛圍

## 我愛星巴克商品，更勝咖啡！

文、圖 / 巴比倫

「我喜歡追逐星巴克的腳步，收藏它的周邊商品更勝它的咖啡香！」

我對咖啡沒有太多研究，但自從學生時期接觸星巴克後，除了喜歡它讓人放鬆的空間外，還有讓我愛不釋手的周邊商品。也因此每到一個地方旅遊，也都刻意保留一些時間造訪當地星巴克，望著這些亮眼的周邊商品，成了我心中另一片美麗的咖啡風景。

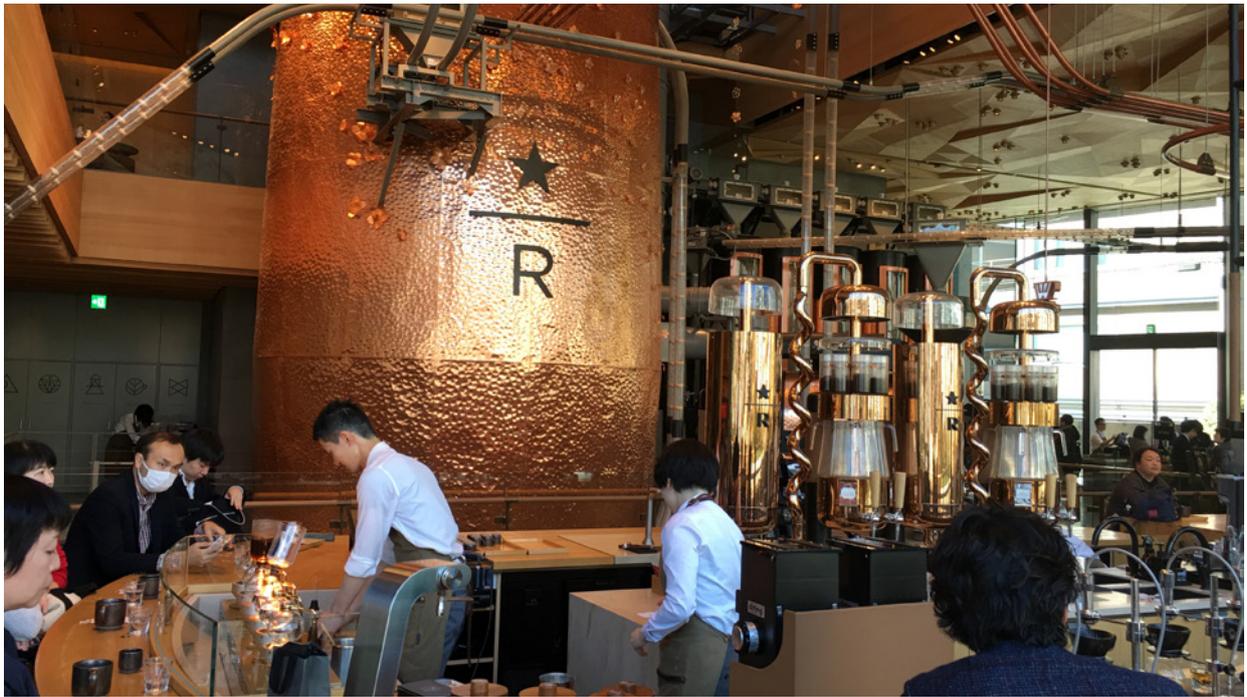
多年前星巴克開始將「城市印象」的視覺納入馬克杯的設計，所以在臺灣各地旅遊，都有專屬的城市的馬克杯。所以不論在國內外旅遊，我總會帶些商品回來紀念，不論是杯子、餐具、文具、提袋等，都能喚起當下旅遊的美好。

今天要與大家分享我走訪東京「目黑區」的星巴克體驗，它的經營模式非常不同，目前堪稱全球最大的星巴克旗艦店。建築由日

本鼎鼎有名的建築師—隈研吾所操刀，其複合式空間經營方式，也讓許多星迷津津樂道。

許多咖啡迷在網路分享，由於這家店太受歡迎，須抽「號碼牌」來管控進場人數。所以當日我一早就來報到，果真還沒開店門口就現排隊人潮，所幸早到順利抽到號碼牌。入內後隔著玻璃望外，可看到兩旁種滿了櫻花樹的小河，我想如果賞櫻季節來訪，一定一位難求。我曾造訪不同國家的星巴克，但這間旗艦店帶給我的視覺震撼很大，一入內就被聳立的銅製咖啡桶所震攝，看到旁邊烘豆師搭配工業風的空間設計，就算尚未品嚐咖啡也能滿足視覺享受。

1樓販賣的周邊商品區位於大門側邊，與臺灣店家規畫很不同，整個商品區為獨



高大的銅製咖啡桶，一進門即吸引來客目光

立作業，雖採開放式，但結帳、服務都有專屬人員（連工作服都有分別）。我才瀏覽商品不到 10 分鐘，商品區即現結帳人潮，可見很多人都與我相同，專為這些商品而來，因為這裡的商品是別家買不到的。

本店周邊商品大都以本建築物為視覺發想，還有地標、地圖也納入其圖像元素，這種設計別於其他城市意象，沒有色彩繽紛的搭配，以「白、黑、灰色」來呈現高級感，低調又時尚。搭配店內工業風的空間，反而

將商品襯托出高級的設計感。我本身就偏好簡單線條處理畫面的設計，例如以自由線條的建築圖手稿為基底，搭配適當留白讓畫面多了一份生命。本店販賣的商品也很多元，如服裝、文具、提袋、布偶、錢包等，還有漂亮的腳踏車，看了真讓人心動，這是其它店鋪找不到的特色。

除了購買商品外，1 樓 U 形吧台座位也讓人激賞，除可以欣賞琳琅滿目的限定甜點外，也能欣賞咖啡師泡咖啡的景致，就算一



極簡設計讓商品更具質感



旗艦店限定禮品組合



讓人愛不釋手的商品區



旗艦店獨家販售的腳踏車



座無虛席的咖啡吧檯區



於店內消費即送旗艦店精緻店卡

個人前來光顧，也不會有寂寞感。點餐後服務人員送我一張紙製店卡，卡片設計相當巧思，燙金、打凸讓紙卡呈現許多層次（多種版本隨機發送），讓人不會任意丟棄。在 1 樓往 2 樓的樓梯間角落，可看到以這些紙卡布置的視覺牆，牆上貼滿開幕時粉絲在卡片寫下對星巴克的祝福語，經過排列形成強烈的牆面，看到卡上的留言，可讓人感受品牌的溫度，軟性又不做作。1 樓後方還有設置專賣麵包、糕點的區域，乾淨無瑕的透明玻璃讓人看到忙進忙出的麵包師，熟練的技巧、整齊一致的 SOP，讓人對販售的餐點大大加分。

享受美味咖啡點心後，走上 2 樓可發現，除了咖啡之外還有特闢的品茶區，有專業的服務員介紹茶類，不過與 1 樓人潮相比，來此購買茶的顧客並不多，幾年前星巴克積極進攻日本茶市場，紛紛在百貨廣設專櫃，可惜並沒有引起太大回響，不過茶葉包裝還是非常講究，看了真是賞心悅目。

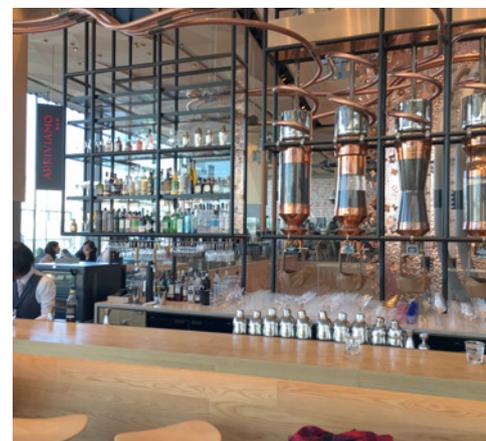
此外 3 樓還有一區也是亮點，星巴克特別規劃專賣酒類，還有咖啡與調酒調和的商品。本區的空間設計調性別於 1 樓的工業風，奢華沉穩的調性，讓人彷彿置身 PUB。目黑的星巴克除了照顧喜愛咖啡的族群，也滿足不同味蕾，以茶、酒讓大家多了不一樣的選擇，也讓人處處充滿驚喜。我想等疫情結束後，一定得再次朝聖，雖然這裡的消費有些偏高，讓我今日荷包大失血，但能一次在嗅、觸、味、視覺得到滿足，相信花再多錢也很值得，因為這裡是如此獨一無二。



麵包糕點販賣區



2F 寧靜的品茶區



3F 咖啡調酒吧檯

賣咖啡更賣附加氛圍

## 優雅的喝咖啡，悠閒的過生活

文、圖 / Hanako



用咖啡撰寫人生的幸福劇本



要來杯咖啡嗎？—截自官網海報

咖啡有一種魔力，總能讓人在心情低落時，從中得到慰藉。

前不久剛看完一部日劇《要來杯咖啡嗎？》描述手沖咖啡療癒人心的故事。劇中不同故事人物因為面臨的困境所帶來的失意與低潮，在品嚐了男主角所煮的咖啡後，經由跟自己對話以及跟男主角的對話，最終獲得內心的救贖。整部劇情節奏不疾不徐，讓人能夠靜心品味其中想傳達的人生觀，也有許多令人回味的情節。

印象最深刻的一段是，位於市郊區的一家咖啡店，由於老闆曾經是咖啡冠軍，透過雜誌的介紹帶來了許多慕名來學咖啡的人，但同時也帶來困擾，她發現來上課的學生幾乎只是為了拍照上傳到網路，跟朋友吹噓自己跟咖啡冠軍學習，並不是真的喜歡咖啡。因此她用了一個小詭計，在每位學生面前擺上高級咖啡杯，宣稱裡面是非常珍貴的麝香貓咖啡，

請她們品嚐看看跟平常喝的咖啡有何不同？當那幾位打扮時髦的女學生，用誇張的語調跟表情說著這咖啡有多麼好喝跟不同的時候，只有一位學生怯懦地說：「這不是我們平常喝的咖啡嗎？」此時，老師才跟大家坦承，那些的確是平常的咖啡，她只是不希望學生把咖啡當成是時髦的裝飾品，用蜻蜓點水的方式增添生活色彩，只注意表面而忽視了真正的內涵。她希望學生能好好品嚐咖啡，感受它「挑動鼻腔、通過喉嚨再流到胃裡」的這段歷程。

是啊，為了在網路上獲得高點閱率，大家只顧著盲目跟風製造話題，然而在追求跟上這些熱門話題的過程中，到底為自己的生活帶來甚麼樣的意義呢？還好對咖啡的喜愛是真正發自內心，在沖煮咖啡以及品嚐的時候，都有放慢步調，好好的享受每一口咖啡所帶來的溫暖與喜悅。

## 今天，我想來點精品咖啡配地瓜！

文、圖 / 霏霏

常聽到「喝咖啡吃甜點，讓你的胃食道又逆流了」，但喝咖啡就是要配甜點啊！不管是濃郁苦甜的巧克力蛋糕、厚重口味的起司蛋糕，或是各種口味的糕點，在吞下一口甜蜜滋味後，再來一口咖啡，頓時口腔充滿苦甜交錯的美妙感受，舌尖的愉悅傳達到大腦，心情大好嘴角上揚，彷彿雨過天青般，陰霾一掃而空。難怪有那麼多人甘願冒著傷胃的風險，也要邊吃甜點邊喝咖啡。

有些咖啡店的甜點、糕點名氣更勝咖啡，吸引了許多粉絲前來朝聖，雖說咖啡搭甜點是大家習以為常的吃法，不過我有一次卻意外發現其他吃法。某一天蒸了地瓜當早餐，覺得吃地瓜易感到口渴，於是沖了一杯香氣十足的精品咖啡順著喝，沒想到這一吃一喝，發現竟異常的搭配！除了地瓜本身的甜味仍在之外，我沖泡的衣索比亞古吉淺焙咖啡，居然有了不同以往的風味層次，原有的芳香柑橘調性成為溫和的核桃果甜。後來閱讀書籍才發現，精品咖啡豆的某些風味會藉

由不同的食物引發出來，就像是喚醒了隱藏的味道般，所以搭配不同食物便能夠在口腔中感受新的味覺體驗。網路上也有很多人分享把富含纖維的地瓜搭黑咖啡當成減重食譜，我想這也是另一種妙用吧！

自從有了地瓜的經驗之後，喝咖啡就像是一場有趣的冒險，（當然搭配的食物還是要選擇，比較不會踩雷。）那天與朋友餐敘，我也實驗拿雞胸沙拉搭配黑咖啡喝，其風味口感也很不錯。閒聊時同行的友人送我一盒台糖宏都拉斯高地小農咖啡，並與我分享台糖的咖啡故事。回家後拿起隨行包再次沖泡，在包裝盒上發現一張小卡，上面說明台糖在宏都拉斯興建希望中學的小故事，將販售咖啡所得的部分收入，用來改善當地的教育環境，我真心喜歡這樣的公益活動，讓消費者能喝到小農用心栽種的好咖啡外，也能直接回饋實際的善意，讓「喝咖啡」不再只是生活瑣事，今日，咖啡香變得更加美好、更具意義。



某些咖啡店的糕點名氣更勝店內咖啡



點心搭配得宜也是門學問



咖啡配地瓜，真是絕配！



## 台糖長榮 O' Fun 獲獎 用「三感體驗」征服您的味蕾！

文、圖 / 台糖長榮酒店

台糖長榮酒店 O' Fun 原創料理美學餐廳於 2022 年臺南米其林占星嘉年華榮獲星級餐廳獎，活動中推出融合日式料理與在地國際化精湛食材的「蕈菇雞肉澄清湯」熬的是歲月功夫，煉的是真心款待，提供溫暖簡單純淨口感；以臺南虱目魚食材，採法式魚漿製作呈現自然清新味蕾的「思慕奶香魚沙拉」；鐵板檯上的金黃魚肉汁豐味鮮，巧妙搭配普羅旺斯燉菜 Ratatouille 點綴的「香煎鮮魚佐普羅旺斯燉菜」；「海老真丈」嚴選明蝦製成真丈（丸子狀），口感新鮮嫩滑富彈性；「繁花鱈舞季」以北海道極品鱈場蟹膏與茶碗蒸完美契合，彷彿雪中櫻花盛舞美麗令人屏息，入口瞬間舌尖收納北海道豐饒大海，真心邀請您到訪享用，感受職人的細膩用心與精緻珍味。

O' Fun 原創料理美學餐廳為臺南首創革命性餐飲新組合，強調無國界美食料理，結合互動式鐵板燒、日式涮涮鍋及法式飲品區，打造精品店中店經營模式，以個人化站式服務及料理說書方式呈現，提供視覺（擺盤）、聽覺（說

故事）、及味覺（美食），三感新體驗的五星美學饗宴。餐廳命名保留前身「歐風坊」名稱相近的諧音，增加顧客的記憶點，並結合「O」與「Fun」兩個英文字，分別意

涵為「O」等同於圓，分別代表「原」表示對料理的原則，「圓」表示對美食無國界的圓融，「緣」創造各歡聚時光的緣滿，「Fun」傳達一種對待美食，充滿樂趣、放鬆心神，享受愉悅的態度。誠摯期待當您走入餐廳，就是美食與味蕾相遇的同時，更是記憶料理藝術的開始。訂位專線：06-3373862。



台糖長榮獲臺南米其林嘉年華星級餐廳殊榮



代言人：

鄭怡靜

## 金牌出擊 全新代言

# 鄭怡靜 X 活力養生飲 認真以對 堅持最好的給您

文、圖 / 生物科技事業部

台糖活力養生飲運用台糖百年醱酵技術與先進的設備，從冬蟲夏草菌絲體醱酵液中將多醣體萃取出來，有助於調節免疫細胞活性，通過安全性及功效性等試驗，並取得免疫調節的國家健康食品認證。而鄭怡靜從國小二年級開始打桌球，並以 14 歲之齡成為臺灣歷史上最年輕的女子成人國手，2021 年出戰世界最高等級的國際體育賽事 - 東京奧運，與林昀儒搭檔參加混合雙打項目，在 7 月 26 日的賽事中贏得銅牌。

### 百年醱酵技術 萃取不凡

多醣體是一個總稱，是由許多單醣所聚合而成的物質。多醣體獨特的構形，可以調節生理機能，增強體力。而台糖活力養生飲是免疫調節醱酵類飲品中多醣體含量第 1，每瓶含量達 1,240,000 $\mu$ g，通過 ISO 17025

實驗室認證，97 年取得免疫調節保健功效國家健康食品認證 ( 衛署健食字第 A00137 號 )，根據動物試驗結果顯示有助於促進吞噬細胞、樹狀細胞及自然殺手細胞活性。上市多年來，秉持嚴謹製程，透過完備的科學驗證和品質控管，為產品做層層把關，成為企業兼顧品牌與品質雙高標準之實現與堅持的象徵。



台糖生技園區



不論面對訓練或比賽，每一球都認真以對

### 做最好的自己 就是最好的準備

奧運，是所有運動員的夢想，對臺灣桌球一姐鄭怡靜也不例外。「看著球跳來跳去，覺得滿好玩的，不知不覺越來越喜歡，就一路堅持到了現在。」鄭怡靜是這麼回想著與桌球的不解之緣。COVID-19 疫情已蔓延全球 2 年，打亂了人們的生活節奏，甚至影響了賽事的進行及訓練的準備。但是這可沒讓臺灣桌球天后停下腳步，跟林昀儒在 2022 年 3 月 24 日 WTT 挑戰賽杜哈站混雙決賽，以直落三輕取世界排名第 7 的印度組合，拿下今年首座冠軍，也是兩人 2019 年合拍以來第 6 冠。問起鄭怡靜在疫情的干擾下如何保有水準的演出，「做最好的自己，就是最好的準備」，她在 Instagram 是這樣子回答的。除了堅持常規的訓練外，身體的調養也很重要，當自己的狀態最好時，同時也能在比賽將最好的一面表現出來。「台糖活力養生飲，具有調解免疫功效，可使身體迅速恢復元氣，而且不含西藥成分，讓我可以放心飲用，而我現在也成為它的代言人。」

### 台糖堅持 成就好品質

「放棄其實很容易，堅持才不簡單。」這是鄭怡靜一直以來最深刻的體會，不論面對訓練或比賽，每一球都認真以對。台糖公司是國內第一家取得健康食品認證的國營事業，有 10 項產品取得 12 項認證，這些健康食品都是在大林生物科技工廠產製的，除了取得 ISO 9001、ISO 22000、HACCP、TQF 等食品安全與品質的認證外，更注重環境與職業安全衛生管理，也獲得 ISO 14001、ISO 45001/TOSHMS 認證。台糖公司認真的生產每一項產品，堅持最好的給你，就像台糖活力養生飲，每一瓶都萃取不凡。



每瓶多醣體含量達 1,240,000µg 調節生理機能，有活力



# 「行動自然人憑證」讓您無卡也通

文、/ 資訊處 黃天佑

## 行動憑證讓工作更便利

曾幾何時，自然人憑證已經深入你我公務員的日常生活；簽核電子公文少不了它，登入公務機關 e 化服務有了它更便利。但是，如果輕裝出差，還要隨身攜帶自然人憑證 IC 卡及讀卡機，您是否覺得不便和困擾？如果形影不離的手機或平板也能具備自然人憑證的功能，豈不更完美？是的！內政部繼 2004 年推出自然人憑證近 20 年後，於 2022 年 2 月 16 日，因應行動辦公及無卡無密碼的風潮，再次推出行

動自然人憑證（圖 1）。

為了推出行動自然人憑證，內政部在法規面及系統面做了努力，使行動自然人憑證具備電子簽章法法律效力，也使用 RSA 2048 位元金鑰加密，並符合 ISO 29115 LoA 3 信賴等級（與自然人憑證 IC 卡相同等級）。據內政部資訊中心透露，已經有不少應用系統申請介接行動自然人憑證認證測試。



自然人憑證 IC 卡



行動裝置 Fido 識別



行動自然人憑證  
TW Fido

圖 1、行動自然人憑證



圖 2、行動自然人憑證使用流程 ( 圖片來源：內政部官網 )

### 行動自然人憑證使用步驟

過往，我們使用自然人憑證 IC 卡進行身分認證或數位簽章，都是輸入 PIN 碼。那麼，使用行動自然人憑證又是怎樣進行身分認證或數位簽章？( 圖 2 ) 使用過程為：( 1 ) 應用系統向行動自然人憑證驗證系統請求驗證、( 2 ) 行動自然人憑證驗證系統啟動您綁定的手機或平板上 App、( 3 ) 進行臉部掃描或按下指紋、( 4 ) 驗證成功後准許登入。

過程中，你不再需要插入自然人憑證 IC 卡，也不需要輸入 PIN 碼。你的行動自然人憑證綁定在你的行動裝置上，你的 PIN 碼就是你的臉部或指紋，宛如你在使用數位信用卡或行動支付。

### 官網註冊憑證並綁定行動裝置

如果想嘗試使用無卡無密碼的行動自然人憑證，請移駕行動自然人憑證官網，完成註冊憑證並綁定自己的行動裝置。整體概念就是「以卡辦證」及「卡證雙軌制」。先以自然人憑證 IC 卡認證身分，取得行動自然人憑證。再將行動自然人憑證「綁定」到最多 2 個行動裝置。行動憑證綁定後效期 1 年，屆期前 60 日內可以線上辦理展期，只要展期時，自然人憑證 IC 卡仍然有效，行動憑證可再展期 1 年。展期後，即使自然人憑證 IC 到期或廢止，行動憑證 1 年效期到期前依然有效，不受影響。

行動自然人憑證官網網址為 <https://fido.moi.gov.tw/>。註冊前，請先準備好下列 4 項物品：(1) 桌機或筆電 (運行 Windows 或 Mac 作業系統)、(2) 手機或平板 (支援指紋或臉部辨識，Android 7 或 iOS 14 以上作業系統)、(3) 自然人憑證 IC 卡與 IC 卡讀卡機。其註冊、綁定及取消綁定過程請參考官網的「功能教學」(圖 3)，此不贅述。

### 數位簽章的重要性

或許您會覺得，目前的身分認證方式繁多，例如綜合所得稅申報就提供多達 6 種身分認證方式。行動電話認證以簡訊傳送短時效的一次性密碼 (OTP, one time password) 到手機

上，是更方便的無卡認證方式，但為何還要推廣行動自然人憑證？它的更大價值在於「數位簽章」。許多公務或商業文件需要簽名或蓋章始具法律效力。現代，電子文件逐漸取代紙本文件，而「電子簽章法」第 2 條定義「電子簽章」及「數位簽章」以確認電子文件簽署人的身分及內容真偽。目前發展最成熟也最常使用的方式是「數位簽章」，亦即「將電子文件以數學演算法或其他方式運算為一定長度之數位資料，以簽署人之私密金鑰對其加密，形成電子簽章，並得以公開金鑰加以驗證者。」

我們每天簽署公文使用的自然人憑證 IC 卡，裡面就藏了一雙專屬於自己的配對私密金鑰及公開金鑰，啟動金鑰的關鍵是 PIN 碼，而



圖 3、行動自然人憑證官網功能教學

行動自然人憑證的配對金鑰藏在你的行動裝置裡，啟動金鑰的關鍵是您的生物特徵 - 人臉或指紋。

如果遇到未帶自然人憑證 IC 卡或是讀卡機故障，可以先用公文系統核發的臨時憑證簽署公文，但是，公文歸檔前，必須以自然人憑證 IC 卡進行補簽，始具法律效力。未來，如果公文系統支援介接行動自然人憑證，就可以直接以行動自然人憑證簽署公文，不必再行補簽。

### 未來之展望

目前的行動自然人憑證註冊過程不算友善，必須先在電腦上使用讀卡機讀取自然人憑證 IC 卡，線上完成註冊並綁定手機。所以

內政部規劃分階段改善註冊流程；希望在 2022 年底，直接以手機 NFC 功能讀取自然人憑證 IC 卡，省去註冊時需要電腦和讀卡機的不便；也希望 2023 年底，開放攜帶手機去戶政機關直接申請行動自然人憑證，節省自然人憑證 IC 卡的費用（目前為 250 元）。

電動車目前已經蔚為風潮，然而在它推廣初期，充電站並不普及，讓車主覺得使用上並不方便。行動自然人憑證目前僅正式上線 3 個月左右，介接行動自然人憑證的應用系統數量尚少，讓我們期待在 2022 年底，金融服務及電信系統能共襄盛舉，大量加入行動實名認證及數位簽章的行列，讓大家可以越用越順手，執行順暢有效率。

---

## <人事異動>

- 一、為應業務需要，人力資源處處長蕭基淵及砂糖事業部執行長蔡東霖調升本公司副總經理。
- 二、環境保護處處長侯良仁調任砂糖事業部執行長。
- 三、砂糖事業部副執行長陳威東調升環境保護處處長，並同時兼任環保事業營運中心主任及岡山垃圾焚化廠經理。
- 四、人力資源處副處長孫振益調升該處處長，同時兼任人力資源處訓練中心主任。
- 五、自 111 年 6 月 1 日生效。



## 小編忙什麼？—淺談台糖社群行銷

文、圖 / 企劃處

由於經營社群逐漸變成了顯學，基本上，不管是個人或是團體，甚至大大小小的公司行號，就連賣雞排的也都希望能藉由社群經營打造出口碑效應，但其實，經營社群看似簡單，要真正成為代表性的自媒體並不容易。

度與潛在商機皆大幅增加。為能依不同之社群平台特性觸及新目標族群，本公司亦陸續成立 YT、IG、Line@ 等相關台糖官方頻道自營。

### 台糖社群有哪些

在這股行銷趨勢下，台糖公司在 105 年間，首由企劃處於 Facebook (以下簡稱 FB) 成立「台糖粉絲團」粉絲專頁，並由企劃處同仁擔任粉絲頁管理員，公司開始有了第 1 位自媒體社群小編——「糖小編」，後續台糖公司各單位亦開始成立相關 FB 粉絲專頁，例如「台糖加油站」、「台糖健康御守」、「花蓮觀光糖廠」等粉絲團。其中，除商銷事業部之「台糖健康御守」委外營運外，其餘皆由各單位小編自行轄管經營，故台糖公司粉絲團專頁曾多達 43 個，已於 110 年整合為 20 個。

台糖社群經營，媒體平台雖以 FB 粉絲團為主，惟目前網路時代已提供了更多元的管道與消費者互動。因此，在社群媒體不斷推陳出新下，Line@、YouTube (以下簡稱 YT) 及 Instagram (以下簡稱 IG) 等社群平台相繼成為熱門群聚媒體，討論

單位	粉絲頁名稱
企劃處	台糖粉絲團
	台糖企業社會責任
	2022 台糖公益路跑
休閒遊憩事業部	台北 taipei 台糖台北會館
	台糖池上牧野渡假村
	台糖長榮酒店(台南)
	尖山埤江南渡假村粉絲團
油品事業部	台糖加油站
生物科技事業部	台糖詩丹雅蘭
精緻農業事業部	台糖蘭花 fashion
商品行銷事業部	台糖健康御守
	台糖健康易購網
中彰區處	溪湖糖廠
	月眉觀光糖廠
雲嘉區處	台糖南靖休閒廣場
台南區處	新營鐵道文化園區
	烏樹林休閒廣場
高雄區處	橋頭糖廠吃喝玩樂趣
	高雄花卉農園中心
花東區處	花蓮觀光糖廠

### 台糖社群平台現行運作機制

台糖公司各社群平台由各單位自行轄管，目前主要之 FB 粉絲團各單位均指派專人兼任小編，以發布活動訊息貼文及答覆粉絲提問為平日維運工作。企劃處為加強台糖 FB 官方粉絲專頁「台糖粉絲團」之經營成效，除請各業務單位指派人員加入「台糖粉絲團」共同維運，並以協作方式每月定期提供業務宣傳貼文供企劃處審稿後發布外，亦於 Line 群組成

立「台糖粉絲團工作交流站」，邀請各單位小編加入，以加強各單位社群平台資訊交流與橫向聯繫，並機動及時因應突發性貼文之訊息發布。

### 台糖社群平台經營成效

FB 專頁追蹤人數目前超過萬人以上有「台糖健康御守 (103,392)」、「尖山埤江南渡假村 (29,261)」、「台糖粉絲團 (19,867)」、「台糖健康易購網 (18,798)」、「台糖長榮酒店 (15,750)」及「花蓮觀光糖廠 (11,555)」，另貼文平均觸及率以「台糖加油站 (26.7%)」、「台糖粉絲團 (6.9%)」及「花蓮觀光糖廠 (5.3%)」為佳。

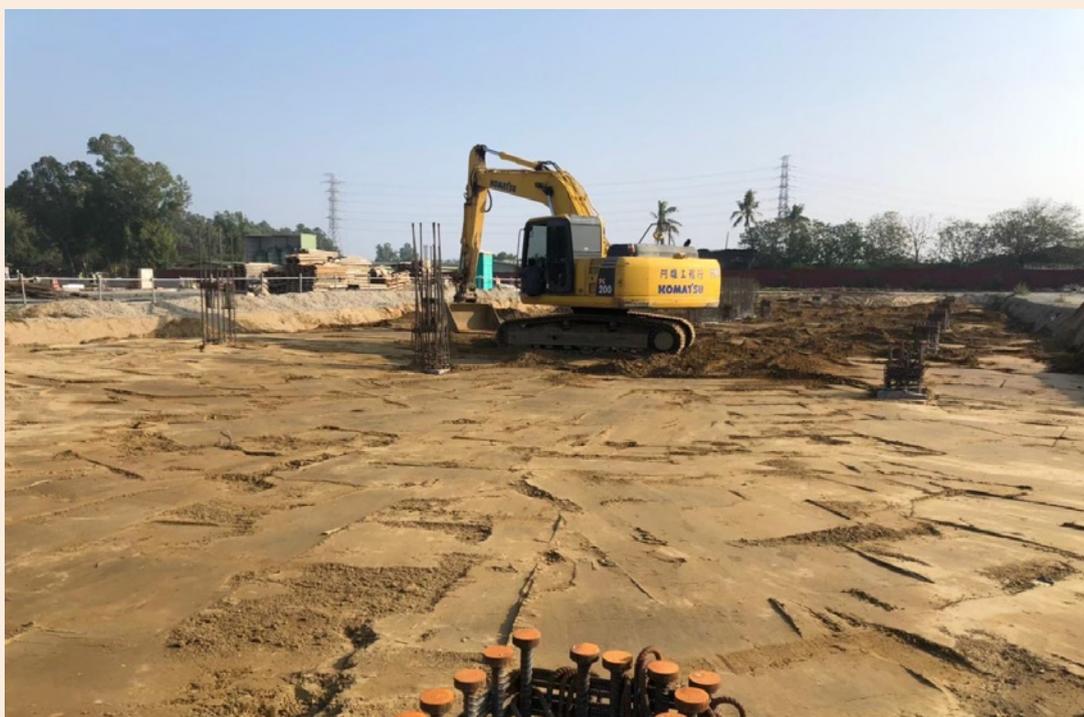
### 台糖社群行銷強化方向

經濟部 110 年 10 月 22 日召開所屬各單位網路平台強化會議，就台糖公司社群平台之經營提供以下數點建議：

- 1、以內容為核心，強化網友互動（留言、按讚）及圖文、影片影響力。
- 2、提升平台追蹤人數。
- 3、確認受眾及標的團體，掌握分眾溝通。
- 4、國營事業現經營規模較小者（台水公司、台糖公司），因與民眾生活息息相關，建請提升經營成效，增加民眾接觸資訊機會。

### 台糖公司社群行銷未來發展

台糖公司新媒體經營尚處學習及累積經驗階段，以現有資源及人力營運累積粉絲追蹤人數成效有限。觀察政府機關目前之輿情回應作法，逐步朝社群經營之新媒體發展，本公司可參考其他公部門作法（如經濟部、台電、台水等皆有新媒體團隊），逐步評估及強化未來新媒體經營之人力及團隊。



## 以環工角度看新式豬場改建

文、圖 / 羅賀馨

台糖公司為國內開創企業化養豬之先驅，自 41 年開辦畜牧養殖事業以來，迄今已有 70 餘年之久，為國內建立了現代化企業經營模式，但因舊有畜舍以傳統磚造為主，用牆群及圍欄做區隔為開放式畜舍，雖然通風良好，但確有易使養豬異味飄散之慮。

在行政院農委會、經濟部支持及透過行政院會決議，台糖全面加速推動畜殖場現代化，成為民間業者推動循環型養豬場的典範，以帶動民間養豬產業蛻變轉型，並透過相關積極作為，改善長期投資環境，以提高民間投資意願，並擴大國營企業及泛公營事業的投資等，期帶動整體經濟發展。

### 台糖養豬產業國家代表隊

隨著臺灣社會對環境保護及生活品質水準價值之提升，以及現今國際社會上推動之循環經濟產業模式，繼東海豐農業循環園區，台糖公司畜殖事業部為促進養豬產業升級及優化，將舊有畜殖場改建成為兼顧生產及環境永續的綠能豬場。



## 傾聽民意、持續協調、努力向前

目前台糖養豬所遭遇的困難點，舊式豬場異味使豬場成為鄰避設施，為民眾抗議的對象，改建前舊式的開放式養豬環境，對於豬糞尿以傳統方式處理，對鄰近居民生活產生不良的視覺、聽覺、嗅覺，從而影響生活上的味覺和觸覺感知，陳抗事件及衛生局裁罰不斷，也就可以理解；改建後新式豬場朝畜產 3.0 的目標努力，以密閉式負壓水濺畜舍及涉臭全密閉管線，透過環境控制、除臭系統、自動餵飼系統等智慧化系統及設備，來建置堅固的生物防疫機制，搭建具備通風、保溫、保濕、除臭系統的高產能智慧化畜舍，給予周遭居民視野清新、公園綠化、空氣無味、降低居民生活與心理層面不滿的新五感體驗，未來若有機會開放豬舍外圍綠帶供居民使用，從而與居民達到真正的和諧共融。

前述的美好需要我們進一步的努力，且將豬場內之豬糞尿收集後分為三個路徑處理：

第一、經由發酵產生沼氣用於發電，增加發電收入（綠能電資源）。

第二、經過固液分離後將沼渣翻堆腐熟後做成堆肥，友善鄰里並增加肥料收入。

第三、經污水處理後之沼液部份回收場內再利用（水資源），將異味控制至容許範圍

內，可以被接受且符合法令規範，兼顧豬場配置及產能、生物防疫、妥善處理污水及臭味，並翻轉民眾舊有刻板觀念，能逐漸認同畜殖循環綠能產業。

## 不同產業、攜手合作

台糖公司豬場改建案「農業循環豬場改建投資計畫統包工程案」第一期由崇越科技與山林水、華豐營造共組統包團隊，並邀集列名全球 500 強的農畜企業 - 美商愛科集團（NYSE:AGCO）及其在臺合作夥伴振偉開發合作得標，而山林水公司延續東海豐農業循環園區的工程施工經驗，第二期由大同股份有限公司得標，搭配崑鼎農業科技公司，與聯聖工程公司之污水技術相輔相成，豬糞尿廢水一直都是環工廢水領域的最佳污泥植源之一，因富含豐富的生化需氧量、化學需氧量及氨氮等有機質成份，所以豬糞尿廢水一直具有高再利用價值性。如何將豬糞尿廢水妥適的處理達到最大化的經濟效益，此為改建後最需面臨之課題。

此象徵台糖的畜產及循環經濟目標又邁進一大步，也期待未來畜殖場改建後為臺灣畜殖產業帶來轉型契機。



## 「翻轉鄰避」從環教開始 走進豬場鮮體驗

文、圖 / 大志



園區介紹，小朋友聽得津津有味

在台糖公司環境教育場域裡，您可能去過「尖山埤環境學習中心」、「橋頭糖廠文化園區」或者「溪湖糖廠」，可以從中瞭解糖業文化在臺灣歷史、經濟上扮演的角色與發揮的影響力。台糖事業經營型態從最早的種蔗製糖至今的多角化經營，還有一個事業也深深地影響臺灣的農業經濟型態，就是畜牧業——養豬。41年，台糖首開專業化養豬之先河；55年，建立一貫作業養豬場，有系統地自仔豬生產一直飼養至肉豬上市，奠定了企業化大規模養豬之基礎。85年是國內養豬居農業單項產值首家達最高峰的一年，且供應外銷創造外匯新臺幣562億元，同時也帶動國內養豬規模迅

速擴張，為農村經濟發展及農民帶來甚大助益。

但是「禍兮福之所倚，福兮禍之所伏」，隨著風光後養豬規模的迅速擴張，當產生的廢棄物豬糞尿未經妥善處理，勢必帶來環境污染浩劫。近幾年臺灣養豬大縣如雲林、屏東等皆積極推動重要河川污染整治工作，其污染主要即來自於畜牧業，而除了水污染，另一項普遍被社會大眾所詬病的，就是養豬臭味的問題，這不僅存在於民間的畜牧場，畜殖事業部也同樣必須面對，由於是國營事業的身分，更被外界以更高標準檢視。

前面提到台糖與臺灣養豬的關係，因為在養豬技術未成熟與普及之前，台糖曾經

是國內學習「如何養豬」的最高學府。位屏東縣網路正面聲量最高、按讚最多，在農委會及環保署也是模範生的養豬場——中央畜牧場，其畜牧場管理人蘇鵬先生，以前就是在台糖豬場學習養豬，後來自己創業，至今蘇鵬先生對於昔日在台糖學習的光景仍記憶猶新、如數家珍。而如今，養豬最高學府的稱號已不復存在，但台糖仍是國內單一養豬戶最大的養豬公司，我們還是有能量可以讓社會大眾認識養豬這個產業，至於要在哪裡比較恰當，首選當然是「台糖東海豐農業循環園區」。

東海豐畜殖場改建為農業循環園區的規劃過程中即有將「環境教育」納入，從豬的品種、生理結構、習性、動物福祉飼養方式到後端加工與全豬利用介紹，以及養豬過程臭味的削減、產出的豬糞尿無害化與資源化等，皆編列於課程教學教材之中。而在環境教育之前，我們有項業務是「接待參訪」，其中包含政府單位、學校、研究機關、公司團體以及同業的參訪與交流，也有異業團體如宜家家居 IKEA、東和鋼鐵、家樂福、日商伊藤忠和唐吉軻德，國際性的則有經濟部國際合作處、越南經濟文化辦事處、以色列駐



現代化豬舍讓園區無異味



體驗傳統豬舍

臺辦事處等，多數到訪貴賓在瞭解「養豬與環境是得以共處」後，皆表示驚奇與肯定。

然而我們要做的不僅「參訪」而已，目前正積極申請設立成為臺灣第一座以「綠能養豬」為背景的環境教育場址，進度已完成邀請鄰近學校的學生至東海豐農業循環園區辦理試教，真實引導學生認識養豬這個與人類生活息息相關的產業，並聘請專家學者觀課，協助課程調整與教學建議，相關環境教育文件將備妥提出申請。而為使環境教育業務可以順利推動，園區向地方政府申請設立農業志願服務隊（俗稱農業志工），也對公司內、外發布東海豐農業志工招募消息，未來完成專業訓練後，就可以正式成為園區環境教育志工夥伴。

我們都知道企業需要永續經營，但養豬場這個所謂的「鄰避設施」要如何永續？「循環經濟」曾提示過一個解方，當產業於地方形成需要或者變成互相依存的關係，使產業之間可以共存共榮，這個產業在地方就有其存在的必要性。無論是東海豐綠能養豬、沼氣中心協助處理農業廢棄物、辦理環境教育，或者未來園區開放作為鄰近社區遊憩場所等，這些都是我們正在努力「翻轉鄰避」的功課。

## 暑假到尖山埤，戶外活動毋免驚！

文、圖 / 尖山埤江南渡假村 陳奇聖

暑假是學生們最期待的假期，除了家庭作業及安排才藝學習外，家長陪伴孩子參加戶外活動更是兼顧學習、休閒與增進親子關係的最佳時機。台糖尖山埤江南渡假村擁有「幸福百甲山水」及豐富的淺山生態，為提供親子最好的戶外學習環境，特別於 11 年 7 月 1 日至 8 月 31 日舉辦「江南戶外探險趣」暑期活動，規劃「尖山旅蛙大冒險」戶外體驗行程，並推出「12 歲以下免費入園」（團體不適用）、「江南樹谷 2 日遊」、「夜間觀察」及「蘭花盆栽 DIY」等活動，暑假滿滿的戶外體驗行程，歡迎親子家庭及大專院校師生報名體驗。

「尖山旅蛙大冒險」結合環境教育、生態體驗、獨木舟、漆彈、烤肉及遊園車等園內休閒設施，推出「小蛙偵探淺山冒險」、「漆彈窯烤披薩嚐鮮」及「水庫划水烤肉體驗」共 3 種戶外行程供遊客選擇，涵蓋園區生態、水上及陸域活動，不同年齡層都可以找到自己喜歡的戶外活動，享受放暑假的快樂。

若想要體驗不同的戶外活動，江南渡假村特別結合樹谷生活科學園區內的農場、科博館、攀岩及繩索等活動，於暑假期間每週五、六、日推出「江南樹谷 2 日遊」住宿專案，提供木屋四人房含早餐只要 4,599 元，每房再贈送 400 元餐飲抵用券，超值行程不容錯過！

夜晚的江南渡假村同樣精彩，暑假期間免費提供房客「夜間導覽」或「蘭花盆栽 DIY」夜間活動，聘請導覽老師免費帶領房客觀察夜間生態及分享人文故事，感受與白天截然不同的江南之美；或是由專業講師帶領房客分享蘭花苗移盆及種植知識，每場限額 30 名，開放房客免費預約報名。今年暑假江南渡假村的戶外活動超豐富，只要遵守防疫相關規定，做好個人防護，就能遠離疫情威脅、開開心心 FUN 暑假。活動詳情請洽服務專線 06-6233888，或上渡假村官網查詢 <http://www.chiensan.com.tw>。



體驗戶外活動兼具學習與休閒的樂趣



親子同來尖山埤，開心過暑假



## 台糖安心豚煙燻豬肝 野餐、佐酒、聊天的最佳良伴

文、圖 / 商品行銷事業部

國人將豬內臟料理為盤中美食，多數店家為降低食材成本，據往年資料顯示，估計每年進口豬內臟約 7,886 公噸。政府自 110 年 1 月 1 日起開放進口含萊劑（萊克多巴胺）美豬後，民眾對進口豬內臟更憂心了，想要享受豬內臟等美食，總是不安心。

豬肝料理，很多人喜歡吃，無論是炒著吃、下湯吃、下粉吃，味道佳，富含維生素 C、微量元素硒、蛋白質、卵磷脂。因為臺灣開放進口含有萊劑美豬後，消費者選購豬肝時更加小心，會選擇品牌、注意源頭、生產、銷售、衛生情況等，吃來比較放心。

台糖養豬逾 67 年，無動物用藥物殘留紀錄，使用「台糖安心豚」豬隻的豬肝原料，加工成調理食品，不僅可提供消費者味蕾口感上的愉悅享受，也可讓消費者吃得安心和健康。這樣發想點，於年初推出新產品「台糖安心豚煙燻豬肝」，讓廣大消費者能享用安全可靠的美食。

「台糖安心豚煙燻豬肝」嚴選新鮮、健康的「台糖安心豚」豬隻的豬肝原料，無瘦肉精等藥物殘留，以天然香料醃漬入味，經過多道加工程序，煙燻香氣濃郁，口感細緻綿密，台糖獨家風味，無可取代，切片食用即是一道配菜或小酌最佳美食，也是拌炒菜餡和麵食加料的最佳選擇。更是擔心不會料理即食小菜的，在享受美食時的第一選項，解凍後切片即可食用，家人喝茶聊天、朋友聚會喝啤酒的絕配。

您品嚐過「台糖安心豚煙燻豬肝」了嗎？台糖健康易購網、台糖蜜鄰店、各營業所、福利社都可以買得到。喜歡食用豬內臟的您，歡迎嚐鮮。



台糖商品讓人真安心

# 台糖安心豚讓飯糰更加分— 桃園「好飯糰」超夯！

文、圖 / 糖安心



圖片來源：好飯糰 DAILY NICE BALL FB 粉絲專頁

現代人們時常因為忙碌、趕時間上班或減重，早餐總是隨便應付甚至忽略。然而，經過一整晚無進食的睡眠後，適當的攝取熱量是很重要的。「一年之計在於春，一日之計在於晨。」，美好的一天就應該從美味健康的早餐開始，好好的吃一頓早餐，儲備整天的活力來源，迎接接下來各種挑戰與驚喜。

各位讀者們早餐都吃什麼呢？筆者非常喜歡飯糰，白米飯包覆著豐富的內餡，既提供身體所需的營養，也滿足口腹之慾。向大家推薦桃園民權路文昌廟對面的「好飯糰」，是在地人極力推薦的真材實料手作本丸。菜單上飯糰的命名很有趣，有「好限量」（溏心蛋）、「好傳統」（沒有蛋）、「好雞蛋」（荷包蛋）、「好蔥蛋」、「好素食」、「好神祕」等口味，其中「好神祕」有爌肉及打拋豬肉可以選擇，也是大家強力推薦必吃的品項。

好飯糰的糯米飯香 Q、份量適中，與各種餡料份量比例搭配得天衣無縫。不僅如此，還拌入富含膳食纖維、具極高營養價值的紅藜，為

純潔雪白的糯米飯增加視覺效果。內餡的爌肉是使用「台糖安心豚」附皮五花肉（三層肉），一塊爌肉同時含有膠質滿滿的豬皮、適量的肥肉與瘦肉，滿足我貪婪的味覺。他們的爌肉肥瘦恰當、滷得極為入味不死鹹，搭配酸菜更是提升整個飯糰的清爽感。而打拋豬是使用台糖安心豚豬絞肉，剛剛好的顆粒口徑，好入口又不失口感，以塔香微辣異國風味拌炒是時下年輕人的最愛，吃一口就令人食慾全開。

此外，當然也少不了飯糰裡的靈魂人物 - 油條，香脆傳統的好滋味是每次吃飯糰時最期待的環節，再搭配肉鬆跟菜脯簡直是絕配。也能另外加點蔥蛋、荷包蛋、溏心蛋或皮蛋，溏心蛋金黃色澤蛋液微流動的樣貌令人一見傾心。這樣一顆豐盛飽滿熱騰騰的飯糰，握在手中溫暖而踏實，彷彿一天的煩惱都能迎刃而解。如此用心挑選食材、使用健康豬肉來源，在早餐店俯拾即是的情況下，不畏懼劣幣驅逐良幣，堅持真材實料的店家彌足珍貴，盼消費者都能重視所食之物，支持用心製做的店家。



## 輕症確診居家照護可領勞保傷病給付 勞工憑數位健康證明、PCR 截圖 五年內都可申請！

文 / 徐元直

因應這波 Omicron 本土疫情急速升溫，確診人數不斷創高，勞動部已宣布，勞工確診居家照護期間，如不能工作，以致未能取得原有薪資者，自不能工作之第四日起，可依《勞工保險條例》規定請領勞保傷病給付；此舉將使逾 200 萬確診勞工受惠。

為避免大量確診者擁入醫院申請診斷書致癱瘓醫療量能，壽險公會日前與金管會協商，同意以「數位健康證明」取代「診斷書」。勞保局也將跟進，勞保局並表示，勞工確診可憑「隔離治療通知書」、「健康數位證明」或「健保快易通 PCR 截圖」申請傷病給付，五年內可以提出申請。

依照勞保條例規定，勞工因受傷或生病住院診療，不能工作，以致未能取得原有薪資，

正在治療中者，自不能工作之第四日起，發給普通傷病補助。這次勞動部放寬認定的是，勞工確診雖未實際住院，但居家照護係配合指揮中心防疫政策，避免醫療量能崩潰，因此決定從寬處理。

勞動部長許銘春 4 月底在立法院社福委員會詢答表示，輕症確診者居家照護是基於政府確保醫療量能，確診者居家照護與在集中檢疫所或防疫旅館情況類似，都是在醫療人員協助，或進行遠端診療，或送藥，因此不應例外。

許銘春並說，確診者居家照護是不是符合原本勞保傷病給付的要件，過去沒有先例，但這次勞動部認為應朝放寬解釋來處理。她並強調，這次放寬勞保傷病給付認定，亦即免住

院、在家照護亦可請領，將僅限於 COVID-19 疫情，畢竟遭逢這樣世紀疫情，該給勞工一些薪資補貼。

勞動部勞動保險司長陳美女強調，勞工確診不論是收治在醫院、加強版集中檢疫所、防疫旅館或進行居家照護期間，如不能工作，以致未能取得原有薪資者，自不能工作之第四日起，皆可依規定請領傷病給付。普通傷病給付最長可領一年。

依規定，一般勞工居家照護要請領傷病給付有三條件。一是必須確診；二是必須不能工作；三是雇主未給全薪。不過，若勞工是因公確診，雇主則仍要給勞工全薪，該職災勞工亦可同時申請職災傷病給付。

簡單地說，以目前七天居家照護政策，勞工萬一確診居家照護，除了請病假領半薪外，另自不能工作第四天起可請領傷病給付，亦即可請領四天勞保傷病給付。如此應可讓勞工安心度過居家照護，不必擔心沒有收入。

中央流行疫情指揮中心曾推估，這波疫情總確診人數全臺應會有 350 萬到 500 萬人染疫。由於勞保約涵蓋我國人口 50%，由此估計，放寬輕症居家照護期間可請領勞保傷病給付，可使逾 175 萬至 250 萬名勞工受惠。



勞保傷病給付公式是按被保險人前六個月平均投保薪資，除以 30 日，得出日薪後，給付平均投保薪資之 50%，屬於薪資補償的概念。因此，前六個月平均投保薪資較高者，領到傷病給付較高，若以最高投保薪資 45,800 計算，確診勞工居家照護可請領 3,053 元傷病給付。

若是因公確診的職災傷病給付，根據自今年 5 月 1 日才實施《勞工職業災害保險及保護法》，最高投保薪資拉高至 72,800 元，且職災勞工傷病給付前二個月係按前六個月平均投保薪資 100% 給付。

但《勞工職業災害保險及保護法》才上路不到月餘，舉例來說，某高薪勞工 5 月因公確診，5 月職災保險投保薪資為 72,800 元，但 5 月之前職災保險係附屬於勞保之下，因此該勞工前五個月平均投保薪資為 45,800 元，算下來，該勞工前六個月平均投保薪資為 50,300 元，七天居家照護最高可領 6,707 元職災傷病給付。

勞保局官員表示，勞保傷病給付有五年請求權，確診勞工不必急著申請，可俟疫情趨緩些再提出申請，勞保局現規劃線上申請，讓勞工更方便申請。

然而，勞保統計顯示，近二年勞保傷病給付件數及金額，並未因疫情爆發而攀升。件數由 2019 年 17.3 萬件還下降至 2021 年 15.6 萬件，傷病給付金額亦約維持在疫情前 31 億水位。官員表示，這是因為絕大多數確診勞工至今都沒有提出申請。

過去二年我國確診本土案例有 7.2 萬例，但勞保局官員透露，自 2020 年 1 月至 2022 年 5 月 2 日，因 COVID-19 而申請勞保傷病給付僅

952 件，不到千例，代表著仍有好幾萬符合資格之確診勞工，至今尚未申請；勞保局提醒，因勞保傷病給付有五年請求權，過去二年確診勞工，仍可以補申請。

勞工確診居家照護之請假，勞動部亦從寬處理。勞動部 5 月 5 日發布解釋令，勞工如確診，並經衛生主管機關通知居家照護、收治於指定處所或醫院，隔離治療期間需請病假者，請假之日數併入「住院傷病假」計算，雇主應給假，且不得因此扣發全勤獎金，並追溯自今（2022）年 4 月 8 日生效。

勞動部勞動條件及就業平等司長黃維琛表示，這項解釋令只針對 COVID-19 確診勞工，且配合指揮中心今年 4 月 8 日公布「COVID-19 確診個案居家照護管理指引」；因此追溯至今年 4 月 8 日適用。他表示，4 月確診勞工因請病假以致影響到全勤獎金，勞動部責成雇主盡快補發全勤獎金。

勞動部進一步表示，由於勞工請假規則規定，普通傷病假分為「未住院傷病假」（1 年內不得超過 30 日）及「住院傷病假」（2 年內合計不得超過 1 年），採居家照護、指定處所收治之確診勞工，未於醫療院所住院，如依上述規定，僅能請「未住院」之病假，一居家照護就是七天，部分勞工未住院病假天數恐不敷使用。

因此，勞動部考量此情況是為配合防疫要求，特別發布解釋令，凡是確診勞工經衛生主管機關通知居家照護、收治於指定處所或醫院，於隔離治療期間請病假者，請假的日數併入住院傷病假計算，雇主應依法給假，且不得

因此扣發全勤獎金，讓勞資雙方共同配合防疫措施。

勞動部進一步表示，勞工若確診，隔離治療期間得請普通傷病假、特別休假或事假。惟要注意的是，勞工確診請普通傷病假可領半薪，請特休假則領全薪；若是請事假，則不支薪。

勞動部表示，其中，勞工若是請普通傷病假或事假，依「勞工請假規則」第 10 條規定，需向雇主提出請假理由及日數，健保快易通 APP 的 PCR 陽性檢測結果亦可作為請假證明。

勞動部說明，請病假或事假因需提出相關證明文件，勞工如未能即時收到確診個案隔離治療通知書，健保快易通 APP 的 PCR 陽性檢測結果亦可作為請假證明，勞工可上該 APP 查詢檢測結果，透過截圖或輸出之資訊，向雇主請假。

勞動部指出，勞工因故未能於請假時提供相關證明文件，得於事後補提。此外，勞工若於假日得知確診，得委託他人代辦請假手續。

勞動部指出，疫情指揮中心表示自今（2022）年 5 月 8 日起，居家隔離單開立僅就確診個案同住家人及大學生同住室友進行開立，惟有特殊需要者可另外申請。勞工被衛生主管機關要求居家隔離，而想請防疫隔離假，電子居家隔離通知書或同住家人的健保快易通 APP 的 PCR 陽性檢測結果均可作為請假證明文件。

勞動部強調，中央流行疫情指揮中心所發布的各項防疫措施，有其緊急性和急迫性，勞動部呼籲，基於關懷勞工的立場，盼雇主多加擔待。勞雇雙方如因請假事項有所爭議，可洽請地方勞工主管機關協處。

# 用當代藝術轉譯日治臺灣歷史： 陳飛豪的創作世界

文、圖 / 王振愷



展覽主視覺

近期在台北當代藝術館的 MOCA STUDIO 展區有一檔「帝國南方無理心中」展覽，這是當代藝術家陳飛豪的全新個展。過去陳飛豪的作品擅長使用文字寫作並運用觀念式的攝影、動態影像去詮釋歷史、文化、社會變遷所衍生出的各種議題，並透過各式方法將影像與多元媒介如裝置、錄像與文學作品等結合，探討不同藝術形態的可能。

## 後外地文學與當代藝術的對話

本次全新個展延續這樣的藝術手法，藝術家透過各種文本如表演藝術、劇本、文學與新聞進行轉釋重構，再結合基隆、高雄與澎湖的真實地景，創造出個人意念建構下的日治臺灣想像。這樣的思考也與近年小說家瀟湘神倡議的「後外地文學」有著相關援引與對話，後外地的意思是身在當代的臺灣，找尋過去曾發生在此的陌生或帶有異地色彩的故事，當中三個關鍵元

素分別是：時間上的「異國情調」、空間上的「實際地景」、感知狀態上的「鄉愁」。在他創作的《殖民地之旅》（2020）小說中，就是以重新走訪一百年前日本文學家佐藤春夫來到臺灣的路徑，進行虛構與現實之間的奇幻之旅。

後外地的思考其實呼應著臺灣自身的歷史，過去我們夾雜在西方與中國的大歷史之中，總是不熟悉自身的文化，而成為在



瀟湘神·《殖民地之旅》

故鄉的異鄉人，這幾年透過不同的出版與藝文活動，讓我們得以了解自己的過去，如去年文化部大力推動的「百年追求：紀念文協百年」系列活動，就是在當代臺灣創造出對於日治臺灣的想像。

### 從三部影像作品串連起的展覽

從展名進行拆分，「帝國南方」意指日殖民體制下地理與政權的處在南邊的臺灣，「無理心中」在日文中泛指情殺後同歸於盡，或要求無死意的人共赴黃泉。本次展覽由三個圍繞這兩個主題的影像作品串起：第一部《解語花心中：基隆港朝鮮妓生殉情事件》中配合藝術家自撰的小說描述日治時期在臺朝鮮人的奇聞軼事，並在唸歌團的改編下成具前現代想像的臺語唸歌，經過了三層的文化與語言上的轉譯。

《奧賽羅》中透過日本劇場人川上音二郎將莎士比亞的同名經典進行改編，當中將故事背景轉換成剛入帝國版圖的臺灣和澎湖，以此為文本基礎邀請當代臺灣劇場人舉行讀劇會，進一步反思其時代意義；《夜霧的港口》，當中也選用近期過世的台語歌王文夏的同名歌曲，劇本基礎以兩件分別發生在日治時期高雄以及當代高雄的同性情殺報導為基底，去重新思考日治到戰後中華民國轉換間，殖民政權與人民關係的歷史轉換，呼應著《夜霧的港口》這首原為日本曲調、重新編上台語歌詞流行歌曲的命運。

### 當代影像中的日治臺灣與殉情 / 情殺

近年來回望日治臺灣的影像作品不少，在2016年獲得金馬獎最佳紀錄片的《日曜日式散步者》可說是集合1930年代臺灣、日本



藝術家陳飛豪的相關作品

到西方的近代藝術歷史，帶出當時的文藝氛圍，黃邦銓、林君昵兩位導演也在北師美術館的兩個重要美術史展中，透過當代影像重新雕刻黃土水前輩的作品思想，合拍《少女》(2020)與《甘露水》(2021)，並開啟「昭和宇宙」創作觀。

對於殉情 / 情殺更是跨文化的共通語言，多部經典文本都以此為基礎，最著名的就是西方悲劇傳統中莎士比亞的《羅密歐與茱麗葉》、中國民間傳說《山伯英台》被改編成歌仔戲、台語片、黃梅調電影等。在日本則有真實故事《曾根崎心中》，曾改編為人偶淨琉璃、歌舞伎、電影，陳飛豪也以《心中雪解車》(2017)作品回應這個異色經典。藉由藝術家當代觀點的詮釋與再構，進行歷史檔案的補充、翻案，勾畫出對於主流敘事外的變體，得以讓我們對於臺灣有著重新的想像和認識。



早期來京都的海外旅人並不多，走在路上特別悠閒

## 意外「錯彎」讓旅途驚喜美好

文、圖 / 小糖

「有一種旅遊的體驗，因小小錯彎，讓人體驗不一樣的美好。」

有計劃的旅行來得比較周全，也能在短暫時間讓行程更完美，但偶爾沒有計劃的旅行，甚至來點意外的錯誤插曲，也能增添不少樂趣。現代人想出國旅遊非難事，想到鄰近的日本自助旅行，手機一滑資訊就來，旅遊達人的推薦、當地特色小吃、電車時刻、訂房、必買好物等，全可一指搞定！



昔日優雅的古都光影

30年前，我開啟了人生第一次的日本自助之行，在網路與手機未普及的年代，想來日本自駕旅遊非常不易。那時只能靠旅遊書獲得資訊，有時內容無法更新，常讓人白跑一場，如果能有當地朋友同行，過程定可更加圓滿。

帶著期待又不安的心出發，幾個小時後順利與東京友人會合，由於時間有限，我們立馬直奔目的地—京都。從小我就對這個城市特別有好感，當時閱讀了旅遊文章介紹當地文化財—「船岡溫泉」（公共澡堂），心中就決定要拜訪它。所謂「文化財」就是日本為了保護文化、自然遺產所建立的標準（其中包括具考古價值的歷史、學術、動、植物、景觀等）。京都建築常常動輒就數百年，想像能在文化遺產裡「寬衣解帶」，實在是個鮮體驗。

抵達船岡溫泉時，光看到建築的氣派外觀，就讓我們雀躍不已。船岡溫泉建於1923年，整體構造以木頭建造，原本它是名為「船岡樓」的旅館，數十年後旅館歇業，但繼續保留內部的浴場作為公共澡堂。還好有日本友人的帶領，否則很難體驗這種當地文化。船岡溫泉本身就是一座藝術宮殿，澡堂內的櫃台、更衣室讓人

有種置身昭和年代的錯覺，更衣室上方完整保留獨特的木雕裝飾，以華麗的圖騰敘述日本神話故事，澡堂內的資料也顯示，這些木雕出自曾在皇宮的藝術家所雕製，長達 10 年才完工，可惜澡堂內屬隱私之地，我們無法拍下太多照片。

體驗日本傳統澡堂後，我們開車往另一個目的地走，由於當時無 GPS 導航，對京都地形也不熟悉，結果轉個錯彎來到了陌生的「百萬遍」地區，也因此開啟第一次接觸京都「知恩寺」市集。從那次開始，日後有機會再訪京都，我總會刻意重遊市集，除了可以品嚐當地小吃，還有讓人讚嘆的手創商品，在那個市集尚未成熟的年代，有吃喝還能挖寶，我覺得相當有意思，它讓有才華的人多了一個展現的舞台。

本次美麗的錯誤讓行程更加分，讓我意外接觸了在地的市集文化，所以往後旅遊我刻意不將行程功課做滿，一切順其自然，期待錯誤能留下的驚喜。可惜近十多年來京都變得熱門非凡，更榮登外國人訪日首選，現在走在有京都地標之稱的「清水寺」，往日悠靜的禪意早已不復見，取而代之是吵雜擁擠的觀光客人潮，尤其我最愛逛寺前的商店街，不論哪個季節來訪，猶如進入爆棚的夜市，商業化的模式早掩蓋了古早濃郁的文化氣息，昔日遊走在京都巷弄的悠閒時光，現在只能成為追不回的懷念記憶。



船岡溫泉氣派的正門入口



溫泉內的華麗木雕個個都是藝術品



京都市集好逛又能挖寶



清水寺周遭的商店街相當受歡迎



熱門時段讓京都湧現觀光人潮

## 安斯佳起司菲力牛排 尖山埤頂級登場！

文、圖 / 尖山埤江南渡假村 陳奇聖



外出度假當然要好好享受美食，來份美味又夠份量的頂級牛排套餐正是時候，尖山埤江南渡假村盧卡西餐廳主廚推出超值美味的「安斯佳起司菲力牛排」風味套餐，嚴選紐

西蘭菲力牛排(約8盎司)，搭配「安佳起司條」、香草及蒜末等調味烘烤，出爐後起司香氣濃郁、牛肉口感鮮嫩，非常適合喜好頂級牛排的貴賓品嚐。

春夏風味套餐的開胃前菜也十分講究，主廚精心準備「碳烤松阪肉」使用台糖松阪豬肉加上特調味噌醃製2天，碳烤後散發味噌香氣，松阪肉Q嫩爽口，主廚還貼心準備蜂蜜黃芥末醬作為佐料，鮮香滋味令人難忘。江南春夏風味套餐除了這道安斯佳起司菲力牛排主食外，另有「史達夫杏仁石斑魚佐洛神花醬汁」風味套餐可供選擇，饕客們千萬別錯過。盧卡西餐廳現場提供咖啡飲品無限暢飲，春夏風味套餐每客760元(另收10%服務費)，想品嚐江南渡假村主廚特製的春夏風味料理，請撥預約專線：06-6233888轉分機3100。

## 台糖長榮桂冠烘焙坊 點亮「蔗裡有點芒」！

文、圖 / 台糖長榮酒店

夏日季節，總少不了芒果的酸甜滋味，台糖長榮酒店桂冠烘焙坊搭上芒果盛產時期，在甜點中大量使用在地新鮮芒果，其中以帶有紅酒、檸檬風味的外層麵皮，包裹著新鮮

芒果調製內餡，製作在地南部特色的「西西里義式捲餅」，作為今年「蔗裡有點芒」芒果季系列的新亮點；融合南洋風味甜點「摩摩喳喳」的創意，將芒果椰果與白巧克力、椰子果泥、柚子茶醬等融合特製的「夏日風情蛋糕」口味更是別出心裁！另外「香芒鮮果盒」更是荔枝與芒果慕斯千層的完美搭配，撒上藍莓點綴，宛如黑白珍珠撒落在珠寶盒上，光芒四射絢爛光彩奪目。今年芒果系列甜點還有包含起士蛋糕、菠蘿泡芙、生乳捲、芒果塔、戚風蛋糕及奶露麵包等品項，每個都值得您前來細細品嚐！

除了甜點外，當然也少不了芒果特調飲品，推出大人限定調酒「芒芒人海」及「芒果莫希多」兩款，也有老少咸宜消暑冰飲「芒個利特」。在夏日溫柔日光，品嚐清爽芒果甜點，輕啜特調芒果飲品，享受專屬於夏季的甜蜜滋味！洽詢專線：06-3373863。





# 台糖安心豚

# 煙燻豬肝

幸福  
小棧



- 採用安心豚豬肝
- 無瘦肉精無藥物殘留
- 煙燻香氣濃郁  
  口感細緻綿密
- 解凍後切片即可食用  
  啤酒絕配
- 內附塑膠小刀，方便登山、野食用
- 售價：110元/包

哪裡買



台糖健康易購網  
[www.ego888.com.tw](http://www.ego888.com.tw)



# 臺南

台南米其林占星嘉年華

## 米其林占星嘉年華

~在地國際化美食~雋永細緻，珍味典藏~

鐵板燒·日式吧  
原·創·科·理·美·學



香煎鮮魚佐普羅旺斯燉菜  
恬靜美饌、經典氛蘊

熱前菜(單點價280元+10%)



思慕奶香魚沙拉  
慕光舞影畫香舫 思月伊瑤映雪梅

前菜(單點價180元+10%)



繁花鱈舞季

遙望冬雪~掬捧蟹黃珍饈

前菜(單點價180元+10%)



海老真丈

冬季嚴選 精緻旬味

湯品(單點價180元+10%)



茸菇雞肉澄清湯

熬的是歲月功夫 煉的是真心款待

湯品(單點價180元+10%)



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

701臺南市東區中華東路三段336巷1號  
No. 1, Lane 336, Chunghua E. Rd., Sec. 3, Tainan  
TEL: +886-6-289-9988 FAX: +886-6-289-6699



酒店官網



LINE



Facebook



Instagram