

TAISUGAR

154卷3期
MARCH 2024

台糖通訊

03

VOL.2145



NT.45

ISSN 1607-2383

GPN : 2003600005

第四波咖啡 · 正夯

WWW.TAISUGAR.COM.TW





柳營尖山埤渡假村 「臺南400」活動優惠

優惠
期間

依臺南400及周邊景點各項活動時間為主

憑臺南400系列活動 (如臺灣燈會、月津港燈節、國際蘭展...等)

或周邊景點 (如六甲落羽松季、鹽水蜂炮、柳營牛奶節及德元埤風車節...等)

現場拍攝之照片，可享下列優惠：

優惠
1.

住宿享平日4折、假日7折，大廳商品櫃9折優惠(每日限量5間，春節及團體不適用)。

優惠
2.

餐飲免收服務費。

優惠
3.

憑證享入園門票100元。

* 優惠團體不適用。



柳營尖山埤渡假村
LIUYING JIANSHANPI RESORT

97年起連續榮獲交通部觀光局「觀光遊樂業督導考核特優等獎」
736006 臺南市柳營區旭山里60號 / TEL:06-6233-888 FAX:06-6233-666

EDITORIAL REPORT

歷經高強度的檢驗， 還不買爆台糖肉品？

文 / 蕭光宏

上月初，台糖豬肉被指有瘦肉精（即西布特羅），震撼臺灣食品界，約莫 20 日（含農曆年假）後，台糖送出的豬肉檢體（主動 + 被動）已逼近千件合格，最終還是只有臺中市食品藥物安全處公布的那一件天選之肉含有西布特羅，台糖估算這樣以一概全的不白之冤，損失高達五千萬餘元。

然耐人尋味的是，比數儘管是近千比一，頗有公道自在人心之慨，且行政院食安辦公室於 3 月 8 日公布的調查報告，也證明台糖豬肉無受汙染，但台糖從上到下沒有如釋重負、沉冤得雪之快，反而憶起過年期間那樣的不堪，到底為何而忙？史載六月之雪，對比三月臺灣之春，該暖還寒，不免吟起「春天哪ㄟ這呢寒」！

另一方面，台糖積極想重返榮耀，似有千言萬語想一股腦給消費者，又擔心會不會淪為老王賣瓜，只好藉此一隅明示消費者若有高敏感度，此刻應該買爆台糖豬肉產品，因為每一次的送檢，就等同出征台糖一次，不論地方政府或第三公信力單位主動、被動檢測台糖，不也都在炎上台糖，但不管出征或炎上，台糖不僅坦然無懼，還大大方方表示歡迎再測，近期的台糖豬肉可說是被千錘百鍊，全數過關，難道不該買爆台糖肉品嗎？還有什麼時機點比現在吃台糖豬肉更有保障？

殷實的台糖等著雲開月明，而台糖通訊也期待著讀者翻閱點評。本期封面故事大聊「第四波咖啡」，或許每天沉浸香醇咖啡的您，尚不知咖啡在臺已掀浪潮一波波，而不嗜咖啡飲者，不妨也敞開心扉看看這一顆顆魔豆，怎麼有本事翻攪飲料圈的風雲，詳細的咖啡介紹還有台糖如何採購好豆、幫小農興建學校，讓喝咖啡不僅喝風雅、喝氣氛，也非常有具有國際公益、四海一家。其他值得分享的還有，農曆年間台糖首長的拜訪春天、慰勞值班同仁；柳營尖山埤渡假村歡慶「鍍金」獲獎、台糖蝴蝶蘭再度豔冠群芳，2024 年一舉奪得八獎項，以及花蓮旅館通過 ISO 國際標章認證，最不可思議的是台糖優質商品，本想志在參加先打打知名度，沒想到竟在國際「食品米其林」競賽中大放異彩，台糖「獎」不完，不如就由本訊「講」分明。

CONTENTS

03

Mar.2024

Vol.2145

Editorial Report 編輯室報告

01 歷經高強度的檢驗，還不買爆台糖肉品？

Cover Story 封面故事

04 第四波咖啡·正夯

第四波蔓延豆更香

05 探索「第四波咖啡」的文化革命

咖啡達人飄滿臺味香

09 國際咖啡賽事：世界咖啡精英的交流平台

咖啡渣好好用

13 咖啡渣妙用小撇步！

咖啡飄香、公益擴散在海的那一端

14 深耕臺灣、關心友邦

台糖引進小農咖啡滿足饕客味蕾

我與咖啡相遇的空間

18 漢藥、咖啡融合出懷舊時光—保生堂漢方咖啡館

20 在山與海的那端、用咖啡與「皇后」相遇

21 市場裡，我與鴨母「聊」咖啡

22 酒家華麗轉身為咖啡廳「多那之」重現寶美樓之美

23 Blue Bottle Coffee 1、2、3 京都老屋再進化

業務特寫 Close Up

26 台糖據點新春不打烊 首長慰勉同仁，激勵士氣！



- 28 首長視察虎糖不馬虎 重溫蔗田回憶好甜蜜
- 29 視察斗六繁殖場改建工程 首長給予施工品質表嘉揚
- 30 婆娑之蘭·舞動世界 台糖蝴蝶蘭豔冠蘭展
- 32 台糖向人才招手！總經理巡視考場·對公平性極重視
- 33 停駛 45 年「糖鐵學甲線」再啟航！
首長至新營重溫兒時記憶
- 34 首長至東部視察 以「溫度」凝聚糖人向心力
- 35 元宵泡泡狂歡趴 龍年勝利一路發
- 36 柳營尖山埤渡假村「鍍金」
獲獎分享喜悅「刮刮樂」通通有獎！
- 38 百貨商場招商甘苦談—
從被拒絕的挫折中·邁向資產活化之路！
- 40 台糖以生物防治成果與日本沖繩研究中心同交流
- 41 以無人機施放寄生蜂成果觀摩
台糖生物防治吸引媒體報導
- 47 台糖長榮 2024 甜蜜蜜
情到龍時·成就最完美婚禮！
- 48 台糖花蓮旅館服務優良
成為首家通過 ISO 國際標章認證的台糖旅館
- 49 再度擄獲國際味蕾
台糖商品參賽「食品米其林」全獲獎！
- 53 《無辜者的試煉》真相還台糖及臺灣豬清白

專欄 Column

- 44 公共論糖：帶上「台糖文旅護照」
展開「環台·糖旅行」！

資訊補給站 Information Supply

- 42 眼見不能為憑！認識深偽技術

繽紛生活 Colorful Life

- 50 《最低工資法》1 月上路
接續基本工資保障基層勞工
- 54 用「腳」與藝術互動
teamLab 再創驚豔的數位展演
- 56 主廚推薦百年佳餚「青蔬鳳梨蝦」上桌！
- 56 台糖長榮大推 極品紅寶石 B 腱牛肉麵

發行人 陳立人
社務顧問 黃進良 蕭基淵 蔡東霖
社務委員 吳昭宏 孫鈴明 陳品靜 傅仰明
 劉錫原 呂正欣 張榮吉 王家彥
 胡聰年 許世忠 陳德為 侯良仁
 曾見占 李俊樓 黃進添 劉錦桂
 洪天財 黃怡仁 吳耀煌 蘇建元
 張兆民 陳威東 孫振益 方淑慧
 宗安平 柯勝宗 楊至甫 陳建志

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

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 (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

中華民國 36 年 5 月 1 日創刊
 中華民國 113 年 03 月 10 日出版
 本刊圖文未經同意不得轉載



本刊印刷採用環保黃豆油墨

廣告





COVER STORY

第四波咖啡 · 正夯

您知道嗎？「第四波咖啡」已在全世界形成一股浪潮，然而它與前三波有什麼區別？提倡何種咖啡定義？讓咖啡衍生出何種新的發展性，本期封面故事就帶讀者一同分享它的概念。另外也來談談臺灣有哪些團體、單位、展覽提供咖啡職人大展身手，藉由參賽進而代表臺灣出國爭光。此外更介紹台糖公司用咖啡聚集愛的故事，如何向小農採購豆子，透過非營利組織在當地興建學校，堆砌出當地小朋友們的未來，讓喝咖啡也能別具意義。

第四波蔓延豆更香

探索「第四波咖啡」的文化革命

文、圖 / 露西



(圖：123RF)

咖啡成為人們的日常飲品之後，常會聽到市場上討論「咖啡文化革命」或是「咖啡浪潮」，而 2000 年開始的第三波咖啡文化革命至今，咖啡界又逐漸興起第四波咖啡浪潮。儘管目前在業界，「第四波咖啡」仍只是一個概念，沒有清楚的定義，但許多專家們一致認為：逐漸興起的第四波咖啡浪潮正在試著打破精品咖啡的小眾市場，並且利用各種方式，比如生豆的品質及處理法、烘焙方式、沖煮器具的演進及最終的品嚐體驗，都是為了替大眾帶來更高品質的咖啡，開拓更多優質咖啡的商業

可能性，讓精品咖啡能越來越普及。

本篇文章將探索第四波咖啡文化革命，在此之前，讓我們先來簡單複習一下前三波咖啡浪潮的主要特點。

前三波咖啡浪潮的特點

1、第一波咖啡浪潮（大約在二戰期間）：
咖啡商業普及化，強調飲用的方便性。

特點：咖啡被視為一種日常商品，不太強調品質和風味，以罐裝咖啡和即溶咖啡為主流。

二次大戰期間，美軍大量採購即溶咖啡粉供

COVER STORY

應美國大兵飲用，作為快速提神的飲品，戰爭後，軍人也將即溶咖啡帶回家鄉而蔚為風行。此時期的咖啡以大量生產、低價格為主，目標是提供便利且經濟實惠的咖啡，以快速乾燥製程後的咖啡粉不但造成咖啡風味流失，還帶有一點炭燒焦苦風味，但卻也引起一股風潮。當時具代表性的咖啡公司如美國的麥斯威爾、雀巢咖啡以及日本的 UCC 都有推出相關產品。

2、第二波咖啡 (約 1960 年至 2000 年)：
義式咖啡流行，咖啡店連鎖化。

特點：1960 年代開始出現義式咖啡，但此時流行即溶咖啡，咖啡商為了賺更多錢而大量生產，因此出現咖啡品質低劣、粗製濫造的情形。當時美國幾個年輕人認為，咖啡應該有更高品質的風味，於是在柏克萊大學城旁開了一間以義式深烘焙為主的咖啡自烘店，並引進時尚的義式咖啡店文化，風靡當地民眾。現在大家隨處可見的星巴克便是於此時創立。剛開始星巴克 (1971 年) 只是專賣咖啡豆的零售商，後來轉型為咖啡廳，並將成功的經營模式快速複製到世界各地，成為大規模的國際咖啡連鎖品牌。而受到星巴克的影響，花式咖啡 (義式濃縮加上牛奶和奶泡) 也掀起了流行，蔚為風潮。



第四波咖啡浪潮讓人對咖啡品質要求越來越高



3、第三波咖啡 (從 2000 年開始至今)：
咖啡精品化和特定風味。

特點：強調咖啡豆的產地、品種和處理方式。專注於追求極致的品質和風味，注重咖啡的原味。

為了獲得品質更好的咖啡，許多烘豆師願意花更多時間去與咖啡農民交流，到產區協助咖啡小農進行杯測或是育種改良。此時咖啡被視為農產品，強調應該品嚐咖啡豆本身的豐富香氣與果酸味，因此認為淺焙的咖啡才能彰顯本身良好的品質，同時也有人稱這是屬於咖啡的「精緻化」。而在沖煮方面，手沖、濾杯、氣壓萃取等手法成為重要的製作方式。另外，小型獨立咖啡店崛起，強調咖啡豆產地可追溯性、永續性和對生產者的公平交易。



追求更獨特的咖啡風味已成為一種浪潮



(圖：123RF)

這三波咖啡革命代表了咖啡文化的演進，每一波都在前一波的基礎上追求更高的品質和更深的文化體驗，每一波咖啡都在其時代內影響了人們對咖啡的認知和期望，塑造出不同的咖啡消費文化。

第四波咖啡浪潮逐漸來襲，你感受到了嗎？

雖然「第四波咖啡」還只是一個概念，但已經在業界慢慢形成討論的氛圍，成為一個新的趨勢。然而第四波咖啡有哪些特點與趨勢呢？

1、咖啡後製新技法：延續第三波追求生豆的精緻處理法，咖啡產區各莊園和處理廠不斷追求及實驗新法，期望產出差異化為咖啡市場增添新的風味，而目前來說，厭氧發酵處理法即是成功的範例。

2018年世界咖啡大師競賽(WBC)，前三名的咖啡師都使用厭氧發酵處理的豆子，使得這種源於葡萄酒釀法的厭氧處理方式大放異彩，於是各咖啡豆產國也順勢推出厭氧水洗、厭氧日曬、厭氧蜜處理等各種發酵處理法，因此若說第四波咖啡的後製技法，是在創造如同釀酒或食物醃製的發酵技法也不為過。

2、科技應用與整合：第四波咖啡可能會更加注重科技的應用，包括智能咖啡機、數據分析優化沖煮過程等。目前已經有廠商研發咖啡

機結合世界咖啡大師的沖煮數據，標榜在家也能喝到世界冠軍所沖煮的咖啡，運用科技的整合提供更一致且精準的咖啡體驗。

3、創性和多元風味：第四波咖啡可能更注重咖啡的獨特性和多元風味。無論是獨立或是連鎖咖啡店，可能透過更創新的製作方法、風格設計和獨特的飲品組合來吸引顧客，多元的風味搭配嘗試一條新的咖啡經營之道。

咖啡還可以如何被萃取？如何被體驗？如何被轉化？雖然業界還沒有明確的提出第四波浪潮是否已經來臨，或是未來咖啡會被推往哪個方向，但可以非常確定：咖啡浪潮會像蝴蝶效應般的影響在咖啡產業裡的每個人。

第四波咖啡浪潮的消費趨勢以及對市場轉變的影響

第四波咖啡浪潮的具體消費趨勢仍在進行式，人們對於咖啡產業的各種轉變也在日常中慢慢的被潛移默化。消費者對於第四波咖啡浪潮雖然還未真正感受到，但有幾點已經可見端倪，例如對咖啡品質的要求更高、追求更獨特風味的咖啡需求也可能推動第四波咖啡的發展；消費者更加渴望根據個人口味喜好，提供客製化的烘焙程度及沖煮方法的咖啡；而隨著科技的不斷發展，消費者也期望在咖啡體驗中

COVER STORY

看到更多的科技整合，例如智能咖啡機、沖煮特製咖啡的應用程式等。

面對第四波咖啡浪潮來襲，咖啡市場的轉變也已慢慢受到影響，綜觀來看，主要有以下幾個方面：

1、品質和創新驅動消費者需求：第四波咖啡浪潮更加追求突出品質、新穎性和個性化，推動了消費者對於咖啡體驗的更高追求，在關注咖啡的種類、產地、後製方式、烘焙手法等因素之下，對咖啡師的技巧和創意也有更高期待。這促使咖啡產業不斷創新，推出各種新風味、獨特的烘焙手法和特色飲品，以滿足消費者的需求。

2、咖啡文化多樣化：第四波咖啡浪潮推動了咖啡文化的多樣化發展。除了傳統的濃縮咖啡、拿鐵和卡布奇諾外，越來越多的獨立咖啡店和咖啡師推出創新的咖啡品項和飲品，這些新的咖啡體驗增加了消費者的選擇性。

3、消費者教育：第四波咖啡浪潮可能需要提供消費者了解新的咖啡文化概念、厭氧發酵後製、烘焙方法和新的沖煮技術。咖啡品牌和

咖啡店可能需要投資於提供相關的咖啡知識和培訓，以吸引和維持顧客。

4、新的商機：第四波咖啡的興起可能帶來新的商業機會。例如，科技公司可能開始開發智能咖啡機、應用程式或其他與第四波咖啡相關的技術。同時，新型態的咖啡店可能出現，提供符合第四波概念的獨特體驗。

5、更高價位：如果第四波咖啡強調高品質、特殊風味和新型飲品，咖啡價格就會反映這些價值，而消費者也會願意支付更高價格以享受更高水準的咖啡體驗。

6、市場競爭和整合：隨著新概念的崛起，市場競爭可能會加劇。一些傳統的咖啡品牌若感受到競爭壓力與新品牌的崛起，可能會導致咖啡產業內的連鎖品牌與獨立品牌整合或合併。

總之，第四波咖啡浪潮對市場轉變的影響是全方位的，它推動了咖啡產業的創新和發展，除了讓消費者有更多的選擇，也促進咖啡產業的持續發展和文化交流，而隨著消費者及咖啡業者對咖啡品質和體驗的不斷追求，第四波咖啡浪潮將繼續發展，引領咖啡市場的發展方向。



咖啡新浪潮讓消費者更關注豆子的產地、後製、烘焙等要求



咖啡文化多樣化，讓許多獨立咖啡店推出創新飲品吸引顧客

咖啡達人飄滿臺味香

國際咖啡賽事： 世界咖啡精英的交流平台

文、圖 / 露西



咖啡師通過比賽，一展自我的技術與才華

(圖：123RF)

隨着千禧年之後第三波咖啡浪潮的興起，人們對咖啡品質和製作方式的關注不斷增加，加上全球化使得信息傳播更加方便迅速，咖啡師們能夠輕鬆地獲得來自世界各地的新技術、新理念和新趨勢，同時咖啡師們渴望通過專業的比賽來展示他們的技能，因此國際咖啡賽事的興起，為世界各地的咖啡專業人士提供了一個交流與合作的平台。

由國際咖啡組織 World Coffee Events (WCE) 在世界各地輪流舉行的各項世界咖啡冠軍賽事，不僅是專業好手競技的舞台，也受到全球

咖啡愛好者的熱烈關注。這些賽事包括世界盃咖啡師大賽 (World Barista Championship, WBC)、世界盃沖煮大賽 (World Brewers Cup Championship, WBrC)、世界盃烘豆大賽 (World Coffee Roasting Championship, WCRC) 等。在這些賽事中，參賽者必須展現他們的咖啡烘製技能、鑒賞能力和品味，以及對咖啡文化的理解等相關專業知識，而每一場世界盃咖啡大賽，不只是一場技藝的比拼，也是咖啡行業發展的指標。

COVER STORY

國際咖啡賽事知多少？簡單了解各大知名咖啡賽事

國際咖啡賽事有一套制定的標準和規則，旨在推動咖啡行業的標準化和專業化，進而提升咖啡產業的內涵及高度。這些比賽不僅鼓勵咖啡師提高自身技能，嘗試新的咖啡品種、烘焙技術、沖煮方法等，比賽的創新精神也影響了整個咖啡行業，推動更多樣的實驗和發現。以下介紹幾項知名的咖啡賽事。

1、世界盃咖啡師大賽 (World Barista Championship, WBC)

WBC 可說是咖啡大賽中複雜度最高的賽事，除了要精湛地展示咖啡的品質，還要運用口說展演介紹咖啡的特點。在這場比賽中，各國的代表選手必須在規定時間內 (15 分鐘)，製作出三種咖啡飲品各四杯：濃縮咖啡 espresso、不拘形式的牛奶飲品 (按照慣例是卡布奇諾 cappuccino)、以義式濃縮為基底且不含酒精的個人創新特色飲品 (或說是創意咖啡)，而評審重點則分為技術與感官兩個部

分作為評比參考，就個人比賽工作區域的整潔度、咖啡製作技巧、口感風味以及展演一致等項目進行評分。

WBC 被形容是咖啡師的最高殿堂，世界盃咖啡師大賽冠軍會被冠上全球最頂尖咖啡師之一的頭銜，贏得冠軍不僅可以提高咖啡師在國際上的聲望，同時也為他們的咖啡店和國家帶來了榮耀，例如 2016 年臺灣選手吳則霖在世界盃咖啡師大賽拿下冠軍後，不僅在國際咖啡界聲名大噪，他所創立的咖啡店更成為國際遊客票選最值得造訪的世界咖啡名店之一。

2、世界盃杯測師大賽 (World Cup Tasters Championship, WCTC)

由國際咖啡協會 (World Coffee Events, WCE) 所主辦的另一項咖啡賽事。該比賽聚焦於咖啡品嚐技能，旨在評估參賽者在短時間內，能夠準確辨別不同咖啡的品質和差異的能力。

在比賽中，各國代表選手必須在 8 分鐘內，從相似的咖啡中迅速找出異同。比賽的難度在於咖啡之間可能存在微妙的風味差異，參賽者



若能在比賽獲得名次，店家名聲也會跟著水漲船高



國內許多不定期的展售會，讓好豆有發表的舞台



(圖：123RF)

需要憑藉敏銳的嗅覺和味覺進行區分，判斷出咖啡的種類和特徵，除了精準度，更是速度的比賽。

3、世界盃烘豆大賽 (World Coffee Roasting Championship, WCRC)

被臺灣咖啡界戲稱為「最難報名的咖啡代表資格賽事」的 WCRC，因為僧多粥少，因此每一屆報名前夕，各家苦練多時的烘豆師無不摩拳擦掌等待報名的結果出爐，看看自己是否取得比賽資格。這個比賽聚焦於烘豆師的專業技能，挑戰在有限時間內調整和優化烘出來的咖啡豆風味。

在 WCRC 中，參賽者透過對咖啡豆進行烘焙、冷卻和品嚐，展現他們在操作機器、控制熱能、發展咖啡風味和創造獨特配方等各方面的技能，評審會對烘好的咖啡豆香氣、風味、口感等方面進行綜合評估。

4、世界盃沖煮大賽 (World Brewers Cup Championship, WBrC)

此項比賽著重於展現咖啡師在手沖沖煮咖啡的獨特技能和創意。參賽者需要呈現特定

的咖啡風味、調整研磨度和沖泡時間等元素，展現其對咖啡豆的深刻理解和沖煮技巧。

比賽分為指定沖煮跟自選沖煮。指定沖煮為初賽階段，每位選手運用自己熟練的手法沖煮大會指定的咖啡豆；而進入決賽後，則為自選沖煮。能在世界賽場中一較高下，意味著每個選手的沖煮技術都非常精湛，因此，咖啡豆的選擇成為能否勝出的關鍵，有些選手甚至親自到產區製作專屬的咖啡豆比賽批次，若能在比賽中獲得好名次，這些批次的咖啡豆將來市場價格也會跟著水漲船高。

參賽者選擇咖啡豆、制定沖煮方案，然後在規定時間內向評審展示其獨特的手沖沖煮技能，評審則根據沖煮出的咖啡風味標準進行評分。評分項目除了沖煮技術，還包括顧客服務與展演，評審品飲到的風味與選手描述的風味越接近、精準度越高，分數也會越高。

5、世界盃拉花藝術大賽 (World Latte Art Championship, WLAC)

咖啡拉花藝術大賽可說是世界咖啡賽事中，最像表演及觀眾最喜愛的賽事之一。此項比

COVER STORY

賽中，每位國家代表選手用牛奶在濃縮咖啡表面創造出複雜而精緻的拉花圖案，展示高度創意、手藝和咖啡沖煮的技能。比賽必須在十分鐘內製作出 6 杯成品（2 杯相同的咖啡瑪其朵、2 杯相同拉花圖樣的拿鐵咖啡，以及 2 杯相同拉花圖樣的創作咖啡）。評分項目包括參賽者工作區域的整潔、咖啡本身的風味，以及選手展演，而評審則根據圖案的對稱性、清晰度、複雜度以及咖啡的味道進行評分。

除了上述咖啡賽事，每年的重要咖啡大賽還有世界盃咖啡調酒大賽以及世界盃虹吸壺大賽... 等，不僅為全球咖啡產業注入新的活力與動力，也讓專業咖啡師有了展現實力及熱情的舞台。

國際咖啡賽事的世界冠軍，引領咖啡風潮的臺灣之光

第三波咖啡浪潮開始後，臺灣的精品咖啡發展速度之快，各種咖啡技巧與研究創新不斷在國際咖啡界刮起一陣旋風，而在各種國際咖啡賽事中產生的世界冠軍，更讓臺灣引領全球咖啡風潮。

將國際賽制引進國內的臺灣咖啡協會，是進軍世界咖啡大賽的一個重要平台，選手透過參加協會舉辦的選拔賽，在烘豆、杯測、沖煮、拉花、咖啡大師等各項賽事中贏得勝利，才能代表臺灣出國參加比賽。近年來臺灣在世界咖啡比賽奪冠的選手皆以精湛的技藝令人驚豔，例如下列三位世界冠軍，除了技壓群雄，奪冠之後的咖啡事業版圖也令人讚賞。

● 2013 年，當時擁有 14 年烘豆經驗的陳志煌以不屈不撓的精神，以精準控制火候、氣流的功力，烘焙出藏在頂級咖啡生豆裡的茉莉花香、柑橘香等風味，在號稱全球難度最高的烘豆比賽 — 北歐咖啡烘焙大賽中，打敗了蟬聯 7 屆冠軍的挪威隊，獲得冠軍。這項榮耀也讓臺灣精品咖啡能力在國際間的關注更上一層樓。奪冠後的陳志煌創立「Fika Fika Cafe」，以極淺焙咖啡呈現北歐咖啡風情風靡無數咖啡迷。

● 2014 年臺灣代表選手賴昱權前往義大利參世界盃烘豆大賽，此次賽事由於選手與選手間的差距微乎其微，本來一度以為已經敗北，未料最後成績翻轉竟榮獲世界盃烘豆大賽冠軍，不但是臺灣第一位「世界烘豆冠軍」，也是華人第一人。同樣的，奪冠後的賴昱權也創立了自己的咖啡事業版圖，除了「Café 自然醒」及「握咖啡 Oh!Café」兩個精品咖啡品牌外，全世界第一個可以 OTA 的智能咖啡機 iDrip 也找他合作，推出專屬的冠軍咖啡包。

● 2016 年世界盃咖啡師大賽拿下冠軍的吳則霖，以獨特創新的手法讓義式濃縮咖啡在最適飲的溫度入口，保留更多細緻的花果香氣以及溫醇質感，不僅當年技壓群雄奪冠，在國際咖啡界聲名大噪，他所創立的興波咖啡 (Simple Kaffa) 更成為臺灣精品咖啡代表之一。

國際咖啡賽事，不僅是世界咖啡精英展現專業技能的比賽舞台，更是促進全球咖啡文化和專業交流的關鍵平臺。期待未來舉辦的更多精彩的國際咖啡賽事，為咖啡愛好者帶來更多的驚喜和啟發，同時推動咖啡產業的不斷發展和創新。

咖啡渣妙用小撇步！

文、圖 / 露西



咖啡渣能吸附異味，放置冰箱能達到消臭的功能



咖啡渣含有營養素及有機物質，能提供植物養分

煮完咖啡先別急著把咖啡渣丟掉喔！咖啡渣因其本身的弱酸性及豐富的礦物質，沖煮過後適當的乾燥就能在生活中發揮妙用，創造再利用的機會。以下介紹幾種咖啡渣的功用。

1、天然除濕、去除異味

咖啡渣含有碳元素，不僅能有效吸收環境中的水份、濕氣，還能吸附異味。將乾燥過的咖啡渣放進小盒子，再放置於容易產生異味的地方，例如冰箱、廁所、鞋櫃、廚餘桶等，就能達到除溼吸臭的效果，並且還有芳香劑的功用呢！

2、有效去除油垢

咖啡渣中含有活性碳及咖啡因，可以幫助去除油垢和污垢。將咖啡渣混合肥皂或是加入洗碗精、清潔劑使用，便能很容易將油垢污垢清洗掉。用咖啡渣替代化學洗潔劑，不僅友善環境，也較不傷皮膚。

3、驅逐蚊蟲

臺灣氣候潮濕多蚊蟲，如果不想使用化學殺蟲劑，可將咖啡渣收集起來，放置在窗台、門邊，因為蚊蟲不喜歡咖啡散發的氣味，這樣便可以防止蚊蟲進入屋裡。或是將咖啡渣曬乾後放在小容器中點燃，產生的煙霧也能驅逐蚊蟲。

4、環保又營養的植物肥料

咖啡渣含有豐富的氮營養素及有機物質，能提供植物必要的養分，使植物生長得更好；咖啡渣與土壤混合後，均勻地鋪撒在植物土壤下層，也可以改善土壤的結構，不僅有利於植物根部生長，也能減少植物的病蟲害發生。

香醇可口的咖啡喝了提神，沖煮後的咖啡渣則是生活中的清潔好物，以後喝完咖啡，不妨將咖啡渣留下來試試清潔妙用的方法，讓生活中充滿咖啡香。

COVER STORY

咖啡飄香、公益擴散在海的那一端

深耕臺灣、關心友邦 台糖引進小農咖啡滿足饕客味蕾

文、圖 / 商品行銷事業部 蕭文喬



瓜地馬拉安提瓜產區

2017 年初我國政府出訪中南美洲友邦，台糖公司配合政府敦睦邦交，以「深耕臺灣，關心友邦小農生計」CSR 的理念，肩負起引進中南美洲高地小農咖啡的任務，自 2017 年起向中南美洲邦交國採購咖啡生豆，2023 年配合國家政策，轉向友邦瓜地馬拉購買 18 公噸咖啡生豆，瓜地馬拉種植咖啡歷史悠久，該國種植環境火山地質及政府大力推廣下，其咖啡豆品質與風味一直是咖啡界搶購對象，2023 年年底台糖高地小農咖啡商品，推出「瓜地馬拉

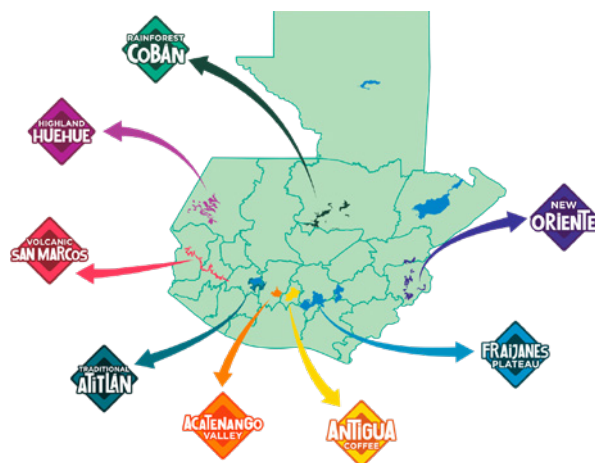
安提瓜」咖啡，未來持續評估採購瓜地馬拉其他產區咖啡豆可行性，推廣不同產區咖啡風味咖啡予臺灣民眾品嚐。

瓜地馬拉孕育精品咖啡的專家

瓜地馬拉地形豐富，從雨林、高地到火山群均有咖啡植栽；瓜國境內有 300 種以上的微型氣候，多樣的氣候與地理型態，使得瓜國各地具有極適合種植咖啡的自然環境條件，各產區海拔 1,300~2,000 公尺不等，純淨無汙染，非

常適合栽植咖啡樹，高海拔的咖啡豆因日夜溫差大，生長速度緩慢，保留較多糖分，又因低溫關係，酵素分子產生，風味展現更有層次與甜感，故海拔越高的咖啡豆，等級越高。

瓜國當地瓜地馬拉咖啡協會 (Anacafé)，成立於 1960 年，自 1990 初期，Anacafé 即領導了一項前瞻性計畫，依據咖啡風味、氣候、土壤及海拔等條件，系統性地區分瓜地馬拉 8 大咖啡豆產區，各產區擁有各自獨特風味，台糖將評估不同產區咖啡豆，讓國人品嚐到瓜國多樣化的咖啡風味。



瓜地馬拉 8 大產區

台糖單品安提瓜咖啡

台糖特別挑選瓜地馬拉最著名且深具中南美洲風味的「安提瓜」產區咖啡豆，為 100% 阿

拉比卡豆、高海拔 1,500 公尺以上 (SHP EP 極硬豆)，且咖啡生豆具有雨林認證，確保咖啡生豆來自於永續發展的標準農地，進口至臺灣

瓜地馬拉產區	海拔	風味描述
阿卡特南果 (Acatenango)	1,300-2,000 公尺	酸度明顯，香氣芬芳，口感醇厚均衡，餘韻乾淨持久。
安提瓜 (Antigua)	1,300-2,000 公尺	優雅以及平衡的口感，香氣濃郁，口感香甜。
阿蒂特蘭 (Atitlán)	1,500-1,700 公尺	明亮的柑橘酸質，以及帶有飽滿的醇厚度。
科班雨林 (Rainforest Cobán)	1,300-1,500 公尺	新鮮水果調性，精緻平衡的口感，香氣怡人
法漢尼斯 (Fraijanes)	1,400-1,800 公尺	明亮持久的酸度，芳香且帶有明顯的醇厚度。
薇薇特南果 (Huehuetenango)	1,500-2,000 公尺	強烈的酸度、濃郁的醇厚度。
新東方 (New Oriente)	1,300-1,700 公尺	口感均衡、飽滿的醇厚度以及帶有巧克力味。
聖馬可仕火山 (Volcanic San Marcos)	1,300-1,800 公尺	精緻花香的口感和香氣，明顯的酸度，優秀的醇度。

COVER STORY

由專業烘焙師製成符合國人口味的精品咖啡，散發濃郁甜美的果香及奶油堅果香氣，高地小農咖啡（安提瓜）系列商品，濾掛咖啡、半磅豆及1磅咖啡豆，已於2023年12月陸續上市，含台糖自營通路、量販通路（家樂福、大潤發及愛買）及楓康超市，且自2024年1月1日起，高鐵公司每月1日至7日，車廂熱飲全面更換為台糖公司瓜地馬拉高地小農咖啡，讓更多消費者品嚐到台糖高地小農咖啡的香氣與愛心。

台糖咖啡既是精品咖啡也是公益咖啡

台糖高地小農咖啡以「公益咖啡」為訴求，採購咖啡生豆以「高地」及「小農」為主，首批向瓜國高地偏鄉小農採購的咖啡生豆，總計幫助61位安提瓜偏鄉高地小農，且台糖公司2018年起，將咖啡商品部分收益回饋予生豆進口國，於當地偏鄉興建3所學校，為延續公益咖啡精神：「一杯咖啡、一份祝福、一個希望」，現正接洽瓜地馬拉當地非營利組織團體，尋找瓜國偏鄉興建學校需求，評估捐助興建學校之可行性。

台糖高地小農咖啡飄香全臺計畫

2024年1月10日，台糖公司於台糖台北會



台糖高地小農安提瓜咖啡亮眼上市

館舉辦「台糖高地小農（安提瓜）咖啡新品上市記者會」，由台糖董事長楊明州主持，瓜地馬拉大使巴迪亞（Ambassador Oscar Padilla Lam）、經濟部政務次長曾文生以及外交部常務次長陳立國等貴賓一同出席，一同大力推薦台糖高地小農安提瓜咖啡，並肯定台糖幫助當地小農及興建學校的善舉。

預計2024年第2季開始，陸續舉行「台糖安提瓜咖啡品評會」以及「行動咖啡車全台走透透活動」，品評會由專業咖啡師與愛好咖啡的民眾互動，藉由直接面對面沖煮、講解台糖



高鐵車廂提供台糖小農咖啡



當地咖啡小農手摘熟豆

高地小農咖啡特色，完美呈現咖啡風味與提升體驗經驗，讓民眾更能夠了解台糖咖啡的用心與品質。行動咖啡車全臺走透透活動，也將在今年第2季起跑，由一台可愛討喜、行動力極強的台糖行動咖啡車，載著香醇的安提瓜咖啡走訪全臺灣，舉辦試飲體驗活動，連結瓜國高地小農咖啡香與臺灣在地特色，傳遞台糖高地小農咖啡品牌故事，讓更多國人認識台糖高地小農(安提瓜)咖啡與眾不同的咖啡滋味和這杯咖啡背後的溫暖故事。



台糖行動咖啡車走透透

「一杯咖啡、一份祝福、一個希望」

台糖公司在台糖高地小農咖啡商品中注入企業社會責任(CSR)，除將瓜地馬拉咖啡的生長背景、人文故事及優良品質廣為宣傳讓更多消費者認識外，也讓每日喝咖啡的日常更具意義，消費者品嚐的不只是咖啡的香醇，還有台糖公司對友邦瓜地馬拉的溫暖傳遞。您喝的每一杯咖啡，都與台糖一起做一件有意義的事——傳遞臺灣對瓜國的祝福與溫暖。



專業杯測



台糖董事長楊明州(左3)強調引進優質好豆給消費者外，更該讓喝咖啡更具意義，邀請大家一起喝咖啡做公益

COVER STORY

我與咖啡相遇的空間

漢藥、咖啡 融合出懷舊時光— 保生堂漢方咖啡館

文、圖 /YOYO

說起老房子往往就讓我聯想到迷人的咖啡館，我常常尋覓它的蹤跡，深怕錯過與他的不期而遇。

如果您有機會到北港朝天宮一遊，有間漢方咖啡館可不能錯過。它是日治時期留下來的百年老屋，前身還是當地知名的老中藥行，這間咖啡廳叫「保生堂漢方咖啡館」，原汁原味的建築風貌，還有許多特色飲品、餐點，都能滿足喜歡在老宅品咖啡的人。

來北港朝天宮的人一定有印象，廟前長長的商店街，販賣讓人回味無窮的庶民美食，有臺式大餅、花生糖、涼糕等，還有許多古早味的飯食，搭配老街懷舊氛圍，彷彿時光倒流回到農業時期，而這家咖啡館就「隱藏」在這些老鋪之中，如沒人引路往往容易錯過它的身影。

第一次來訪是午後近黃昏的時刻，一到門口即讓人感受百年老店的氣勢，騎樓下掛著兩只大大的紙燈籠，替代了俗不可耐的傳統招牌，燈籠上寫著「手沖茶」和「義式咖啡」的毛筆字，新舊融合完全沒有違和感，反而讓店裡多了一份文青味。

門口以中藥行的藥櫃作為櫃台，全店採自助式點餐，拿到放在門口的 Menu 即自行入座。



保生堂漢方咖啡館有百年老店的氣勢



藥桶老舊又斑剝，排開後創造出另一種視覺美感



保生堂沿用舊藥櫃作為吧台區

我與友人想找一個座位考慮許久，因為每個角落皆具獨特風格，讓我們頓時選擇障礙。

這裡擺放著以前中藥行留下來的老物件，我個人獨鍾入口整齊排放的生鏽鐵桶，它們原是放藥材的容器，外表雖然老舊又斑剝，但是排開後反而創造出視覺美感，不凌亂也很有秩序感。店內許多老道具讓訪客都很好奇，如藥櫃、燒瓶、水壺與容器，只是簡單擺設就能襯托出懷舊氛圍，它們雖靜靜地排列在角落中，卻也能讓老屋大大加分，散發出另一種風味。

保生堂漢方咖啡館除了前身為中藥行外，更是北港「武德宮」的發源地，雖然遊客都知道北港朝天宮，但武德宮也是香火鼎盛的財

神廟，它還是全臺五路財神的開基祖廟。而保生堂漢方咖啡館原本就是武德宮的舊址，後來蓋了新廟遷移才變為中藥行。館內特別有區域以玻璃區隔，就是當初供奉神明的位置，也成為店內獨特的風景。

如果有空來北港一遊，記得來這裡朝聖一下，點杯特色的漢方咖啡，例如人蔘咖啡、枸杞咖啡或是名字有趣的「甘檸涼」調和飲，都是相當有特色的飲品。保生堂咖啡館營業時間並不長，大約晚上7點就會打烊，我喜歡選擇黃昏時刻拜訪此地，點一杯咖啡看著窗外昏暗的暮色與燈籠的微光，讓人感到寧靜又優雅。



店內販售的人蔘、枸杞咖啡，頗具特色



保生堂咖啡館的木製菜單，非常有創意



館內的玻璃隔間，就是當初供奉神明的位置



活化老宅讓咖啡廳有了不同的味道

COVER STORY

我與咖啡相遇的空間

在山與海的那端、用咖啡與「皇后」相遇

文、圖 /Guan-Jing



在部落皇后咖啡品嚐飲品，猶如一場藝術與大自然的對話

在中央山脈與海岸山脈之間，有一處彷彿融合了藝術、自然和咖啡的寧靜角落，它就是位於 193 縣道上的「部落皇后咖啡」，這裡不僅僅是為了品嚐咖啡與甜點，更像是一場藝術之旅，一段與大自然對話的奇妙體驗。

一踏進咖啡店，彷彿進入了藝術畫廊，牆上懸掛著藝術家優席夫的畫作，用鮮豔的色彩和獨特的筆觸豐富了整個空間，畫作中透過阿美族文化的元素，定格了作者每一段的時光，述說著這片土地的故事，讓人沉浸在藝術的氛圍中。

這片土地上，咖啡店成為了此處的制高點，在夏季，上到咖啡店三樓的吧檯，一片開闊且綠意盎然的舞鶴台地景致迎面而來，

微風吹拂，稻浪起伏，伴隨著悠揚的風鈴聲，俯瞰牛車小徑和稻穗在陽光下交織成一幅寧靜的畫面，這裡位於花蓮後山的極緻之處，與大自然融為一體，使得整個空間彷彿融入了大自然的懷抱。

部落皇后咖啡是花東縱谷上一個不容錯過的咖啡店，這裡不僅可以品嚐到美味的咖啡與甜點，更是一座打開通往藝術和大自然之門的奇妙之地，藝術愛好者、咖啡品味家，以及追求寧靜的自然愛好者，都能在這片土地上找到屬於自己的寧靜時光，這裡如同一首吟唱著藝術、自然和咖啡的詩歌，為遊客帶來一場美好且難忘的邂逅。

市場裡，我與鴨母「聊」咖啡

文、圖 / 木笛



小而美的空間，處處可見店家的溫馨布置

穿梭在府城巷弄間走過傳統市場「鴨母寮」的擁擠人潮，迎面撲來咖啡香，循香味望去，在長北路上一間淡藍色的「鴨母聊·亞捷咖啡」，在老臺南陽光中燦爛的揮灑下，顯得格外顯眼。

這間咖啡廳的店長特別喜歡鴨子，店內特別蒐集了許多鴨子的擺設，店內空間不大且座位很有限，除了一個大桌6人座、吧檯3人座位，剛剛只能容納9位客人而已。這樣小而美的咖啡廳，反倒看到店家的許多巧思，如牆上的簡潔文字敘述，窗台的小小仙人掌，

一群陌生人圍坐在一起享用咖啡的情景，營造出一種親密和諧的氛圍，如同跟家人相聚般的溫暖。女老闆 Jane 笑著說：「鴨母聊的『聊』，就是希望讓客人來這裡談心、輕鬆的邊喝咖啡邊聊天。」

確實，鴨母聊·亞捷咖啡的氛圍散發出極為溫馨的氛圍，讓我感到無比的放鬆和舒適。這裡有滿屋濃郁的咖啡香，而我特別喜歡果香味的咖啡，點了CC里檸檬冰咖啡，心情愉悅地拿起筆來作畫；此時聞到水果香，原來是店長正在烹煮水果風味咖啡，店長免費端上一杯讓我品嚐，果香與咖啡香氣交融的絕妙搭配，讓人有被療癒的幸福，難怪為本店特色飲品。

鴨母聊·亞捷咖啡是鬧中取靜的好去處，這種溫馨氣息使人感到舒適，讓人可以盡情享受不同風味的咖啡療癒法，短暫放鬆身心遠離煩躁的生活。無論是獨自一人或與朋友相聚，這裡都是絕佳的去處，有空來鴨母「聊」咖啡吧！讓香氣療癒我們的生活，找回片刻幸福感。



鴨母聊·亞捷咖啡是鬧中取靜的好去處

COVER STORY

我與咖啡相遇的空間

酒家華麗轉身為咖啡廳 「多那之」重現寶美樓之美

文、圖 / 木笛



「寶美樓大酒家」搖身一變成為時髦咖啡廳

於府城民族路與西門路西門圓環邊上的「多那之咖啡館」，是我最喜歡喝咖啡、畫圖的地方。店外是車水馬龍、熱鬧喧嘩的中西區，走進店裡卻是寧靜、優雅與世隔絕的平行時空，時光彷彿停滯在這裡。不管是來喝杯咖啡、看書、聊天或發呆，都可以很享受。很多府城遊客逛累了也走進這裡休憩，上班族、學生也喜歡聚集在此，很開心府城多了一個如此文青的咖啡廳。

多那之咖啡館在日治時期可是家喻戶曉的「寶美樓大酒家」。許多文人雅士和地方士紳都會選擇在這兒聚會，異國人士也會到此交流。戰後時期寶美樓所流傳關於「金小姐」的異國戀曲，還被作詞家—陳達儒寫成「安平追想曲」的歌詞。可惜這棟美麗建築並未被重視，整體外觀被婚紗廣告遮蔽非常多年，直到「多那之咖啡館」進駐，寶美樓才得以重見天日展現風華。

走上2樓座位區猶如穿越時空，讓人感受日治時期的寶美樓氛圍。您可以目睹被保留



下來的建築結構、斑剝牆面、樑柱及復古燈具，華麗的水晶串燈具從2樓落下，如身置在戰後時光的老府城。此刻點杯咖啡來感受一下金小姐為情所苦的景象，再點一份檸檬蛋糕，酸中帶甜解除心中的苦。

藉著畫筆畫下眼前的景象，寶美樓依舊卻人事全非，現在這裡全是不識戰後愁滋味的女孩客人，大家邊喝咖啡、聊天及做功課，我想來此念書也算是種苦中作樂的好方式吧？女孩們好奇我畫些甚麼？跟她們分享之後，她們大方與我合影，大家沒有留下聯絡方式，單純只是開心的、默默的祝福彼此，期待下一次在寶美樓相會！



南禪寺 1 號店以古色古香的百年「京町家」所改建

我與咖啡相遇的空間

Blue Bottle Coffee 1、2、3 京都老屋再進化

文、圖 / 喵喵

如果你是個咖啡迷，「Blue Bottle」應該讓您不會感到陌生。

這間發跡於美國矽谷，在很短的時間就風靡世界的咖啡迷，現且不論它的咖啡評價好壞，每次 Blue Bottle 的出現，總能擠上建築雜誌版面，引起無數迷哥、網紅的吹捧與追隨。

乾淨的白底加上「歪歪」的藍瓶圖案，這就是 Blue Bottle 的視覺標誌，許多網友將 Blue Bottle 視為第三波咖啡浪潮的代表作，因為它將咖啡文化提升到新的境界，嶄新的空間規劃與普遍性的星巴克完全區隔開來，來 Blue Bottle 點上一杯咖啡，就是一種時尚、一種潮流！

在亞洲，Blue Bottle 特別喜歡到日本開店，自從 2015 年第 1 家店進軍於東京清澄白河之後，在亞洲的人氣更加爆棚。之後在青山、三軒茶屋、六本木紛紛設立新店，短短時間便迅速擁有 7 間分店。然而 Blue Bottle 的空間設計可從來不馬虎，許多品牌總以「複製貼上」來規劃空間，久而久之讓消費者失去興致，因為一成不變的空間讓人感到乏味，在這個求新求變的世界，連便利商店都導入不同元素來開

店，更何況是咖啡廳呢？

以設計規劃新店的專業而言，Blue Bottle 就顯得相當高明，將自身的風格融入當地文化元素，讓品牌新舊混搭也不違和。其中，在日本 Blue Bottle 就以京都這 3 家店舖最有文化風格，更深受筆者的喜愛，本次就與大家分享這 3 間位於京都的 Blue Bottle，瞧瞧它有什麼樣的魅力存在。

2018 年 3 月位於京都南禪寺的 1 號店開幕了。京都一直給人文化古都的印象，更是產茶聖地，不過您知道嗎？京都的咖啡市場可是屬一級戰區，其消費量在日本可是數一數二，難怪 Blue Bottle 如此重視京都這塊市場，一點



在老屋喝咖啡別有一番風味

COVER STORY



也不敢怠慢。南禪寺 1 號店就位於臨濟宗大本山（創建於 1291 年）的南禪寺旁，這棟獨立的古色古香的建築物可是超過上百年的「京町家」。所謂京町家就是京都一種傳統舊式木造民宅，它是屬於店面、住家共用而設計的格局。一般多為 2 至 3 三層樓的設計，整體形狀寬度較窄，長度較為深長，以根據京都市府文化局的定義，在 1950 年以前，能夠按照傳統木造構法修建的木屋，才可稱為京町家。

難怪南禪寺 1 號店有超過百年歷史，Blue Bottle 善用了一貫開闊性的空間來呈現，沒有多餘的裝飾物件，純粹保留了江戶時代京町家的特性，讓大家來此享用咖啡時，也可欣賞老屋之美，既優雅也不讓人深感乏味。可惜 1 號店這小區為古蹟較多，除南禪寺較有觀光客外，附近一般居民較少，所以營業時間只到晚上 6 點。

再來就要帶大家聊聊 2 號店，2019 年 Blue Bottle 特別選在烏丸御池站旁「東洞院六角」開店，讓擁有百年歷史的「辻森自行車商會」轉變為咖啡廳。如果讀者有機會到 2 號店一遊，別懷疑！旁邊的自行車商會仍在營業中，這也是 2 號店的設計宗旨，刻意保留百年自行車行的經營，就是希望與在地商家共生。原本 2 號店只想以「快閃店」的形式呈現，在空間與內部規劃並沒有進行太大裝修，只想原汁原味老車行的味道。



2 號店旁的自行車商會仍在營業中

空間設計一邊維持自行車行的風格，另一邊以玻璃帷幕隔開成為咖啡店，1 樓為點餐區與周邊商品販賣區，2 樓就是能眺望街景的座位區，其中以各個年代混搭的木桌椅，雖然造型不一致，但大面暖色調的木質風格，卻讓整體氣氛顯得協調。還有建築體刻意裸露大樑柱，並用不平且斑駁的水泥牆讓老屋風情更加有味道。雖然 2 號店原只想以快閃店呈現，不過可能太過受歡迎，因此也一直保留至今，讓喜愛 Blue Bottle 的粉絲可以繼續前往朝聖。



Blue Bottle 周邊商品深受粉絲們的喜愛



以快閃店呈現的 2 號店，因受歡迎而營業至今



3 號店內裝以現代、明亮的色系為呈現

2020 年 8 月 3 號店開幕了！此次 Blue Bottle 選擇了位於高瀨川沿岸木屋町的「立誠 Garden Hulic」，而這裡前身為 1869 年所創立的立誠小學，當時此校在京都也頗具盛名，由於敵不過少子化因素最終廢校，後經日本老屋再生計畫，將原本舊校舍的建築完整保留下來，成為一個複合式空間，其中有高級飯店、餐廳、麵包店、藝廊的進駐，後來 Blue Bottle 加入此區，3 號店就這麼誕生了。

3 號店的規劃設計與 1、2 號店較為不同，由於立誠小學非以木構建材為主，因此融合較多現代素材設計。在空間規劃時也以校園的「綠色」和「學習」為主要 2 個概念，例如教室內的黑板、鉛筆的綠色、還有學校改建前使用的綠色鐵柱，都融合在 3 號店。

筆者個人非常喜歡 3 號店的設計，以淡綠色的色彩為基底，搭配高挑空間的設計，尤其在陽光灑落的窗邊喝上一口香醇咖啡，這是讓人



立誠小學的大門口就是 3 號店的入口



3 號店以複合式空間為規劃，內有飯店、餐廳、藝廊等進駐

感到頓時放鬆，而且開闊的咖啡沖泡台，能讓每位消費者欣賞店員專注泡咖啡的樣子，這樣的景象猶如校園般具有陽光朝氣的氛圍，因此我也愛上這裡，只要有時間拜訪京都，一定會來此休息片刻。Blue Bottle 絕非浪得虛名，雖然許多咖啡老饕對連鎖店不感興趣，但撇開專業的味覺而言，它所創造的空間視覺，一定能滿足迷哥迷姐的視覺享受，因此 Blue Bottle 不斷創新的改變，讓我百去不厭始終支持。

台糖據點新春不打烊 首長慰勉同仁，激勵士氣！

文、圖 / 油品事業部、休閒遊憩事業部



董事長楊明州 (右 3) 前往台糖加油站慰勉值班同仁

為了讓民眾安心過好年，過年期間台糖加油站與各休憩景點服務不打烊，讓民眾可以歡欣安排走春行程，台糖長官們深感同仁不辭辛勞服務全國民眾，每年春節期間更犧牲與家人團圓的時光，只為讓服務做得更好。

今 (113) 年台糖加油站更有百餘名工作人員持續於過年期間提供服務，因此於春節連假第一天各位長官即陸陸續續前往加油站現場慰問現場辛苦的同仁及發送春節紅包，並對站上同仁在工作崗位上的兢兢業業及辛勞付出表達感謝之意，並特別嘉許台糖加油站於去 (112) 年下半年度在營業據點積極拓



總經理陳立人 (左 4) 嘉勉同仁並提醒注意個人保暖

展民生用品銷售業務，對公司自有商品的銷售金額成長幅度表達肯定，也期待未來業績能更成長茁壯。

董事長楊明州特別強調，台糖身為國營事業，滿足國人需求是台糖公司天職所在，春節期間加油等基本服務不打折，讓國人返鄉出遊不用顧慮用油需求，並提醒留守同仁過年期間天氣寒冷，要時刻注意身體保暖且上下班要注意安全，也感謝同仁對社會及公司的付出。

休憩喜迎首長春節紅包 讓值班同仁備感溫馨與感動

龍耀新春，生意興隆，台糖休閒遊憩事業部旅宿及運動休閒據點熱情服務不間斷，陪伴大家度過龍年新春每一天，歡慶春節之際，台糖公司副總經理們心繫現場服務同仁，於113年2月8日至11日特別親臨柳營尖山埤渡假村、台糖長榮酒店(臺南)、虎山高爾夫球練習場及斗六綠揚高爾夫球練習場，向春節期間堅守崗位、辛勤工作的同仁們致以誠摯的肯定，並送上新春祝福紅包，在一年最重要的春節時刻增添出濃厚的喜氣氛圍。

在副總經理們與同仁慰勉互動過程中，除對於同仁過去一年中的辛勞表達感謝外，同時也提到，新的一年帶來了新的挑戰和希望，期望大家能繼續攜手合作，共同努力，共創更加亮眼的成績。此次慰勉行程不僅帶給同仁們溫暖感動，更凝聚了全體同仁向心力，為台糖公司的新一年描繪了美好的開端。



楊董事長發放紅包讓同仁倍感溫馨



副總經理黃進良(左5)感謝休憩同仁辛勞值班並給予祝福與鼓勵



副總經理蔡東霖(右)至虎山高爾夫球練習場給予值班同仁加油打氣

首長視察虎糖不馬虎 重溫蔗田回憶好甜蜜

文、圖 / 虎尾糖廠



董事長楊明州（右2）於農場視察時，憶起兒時家中種植甘蔗的甜蜜時光

為瞭解 112/113 年期虎尾糖廠開工製糖情形，台糖董事長楊明州於今（113）年 2 月 1 日率秘書室同仁到廠視察，一行人在蘇廠長陪同下於上午 10 點抵達虎尾原料課龍岩農場，隨即步入蔗園感受甘蔗生長環境與田園自然景象，楊明州回憶小時候家中也曾種植甘蔗，啃甘蔗的時光讓人覺得特別甜蜜。

原料甘蔗種植期分為秋植、春植及宿根，秋蔗種植至採收約 15 個月，是三個植別中最長的，另依甘蔗性狀不同又分早、中、晚熟等品種，董事長非常仔細觀察蔗園甘蔗生長狀況，一一詢問目前的甘蔗品種與今年甘蔗生長表現，就甘蔗品質、產量與農場主任進行深入探討，同時觀察甘蔗採收、轉裝卸蔗與鐵道裝載運輸等運作流程，並對在場農場工作人員的辛勤表示肯定與感謝，鼓勵農場團隊在技術與管理上持續進步，為糖廠的生產提供更好的原料保障。



董事長聽取同仁對生產過程的解說，並同時強調工作安全的重要性

緊接著，楊明州與隨行團隊於上午 11 點抵達製糖工場，視察製糖的各項環節，深入了解甘蔗原料經過壓榨、清淨、蒸發、結晶與分蜜等製程後產出的本土砂糖，視察過程中楊明州會停下腳步，聽取技術人員對生產過程的介紹與解說，同時關心同仁工作情形與勉勵持續提高製糖品質，並再三叮嚀、強調工作安全的重要性，請各主管務必落實執行職安、環保、品檢等工作。

楊明州於工廠視察後特別再前往公差宿舍群，垂詢整體規劃與目前整修進度，楊明州表示台糖有百年的歷史，具有雄厚的文化底蘊與豐富的故事背景，這是我們的優勢，應好好的創新運用，不僅要提高優良產品、懂得行銷，更重要是提高形象，讓「台糖」品牌成為高價值的保證。

視察斗六繁殖場改建工程 首長給予施工品質表嘉揚

文、圖 / 畜殖事業部

台糖董事長楊明州於 113 年 2 月 1 日下午，在副總經理蕭基淵、畜殖事業部執行長吳昭宏及副執行長溫元文的陪同下，至台糖斗六繁殖場視察豬場一期改建工程進度。楊董事長視察現場時，詳細了解改建工程各項環節，提點須注意的細節，對於施工品質及設計巧思表示嘉許，也給予該場邱場長、石股長及工作人員的努力表示肯定。

台糖所生產的豬肉皆來自於台糖自營的 17 個養豬場，用心畜養豬隻外，也陸續將豬舍改

建，以提升豬隻生長環境。台糖斗六繁殖場為第一期改建的豬場之一，身為台糖二品系母豬種仔豬場，是台糖豬種來源場域。將畜舍改建為現代化負壓水簾式高床畜舍，導入動物福利、統進統出、週批管理、智能管理及二階段式異地飼養模式，提供母豬孕育仔豬與員工飼養作業之優良環境，兼顧環境保護並降低異味，提升公司豬隻飼養業務品質。楊明州的視察不僅彰顯公司對於豬隻養殖業務的重視，更是對豬場改建團隊辛勤努力的肯定。



董事長楊明州（左 2）至斗六繁殖場巡視改建進度



工作人員向董事長進行工作進度簡報



戰情室工作人員分享豬隻養殖情形



董事長（左 2）、副總經理蕭基淵（右 1）於豬舍勘查工程狀況

婆娑之蘭·舞動世界 台糖蝴蝶蘭豔冠蘭展

文、圖 / 精農事業部



董事長楊明州 (左 2) 觀賞台糖蘭嶼獨木舟



總經理陳立人 (右) 蒞臨展售攤位指導

首長蒞臨，倍感溫馨

2024 年「第 20 屆臺灣國際蘭展」暨蘭花界奧林匹克之稱的「第 23 屆世界蘭展」，自 113 年 2 月 24 日至 3 月 10 日在農業部農業科技園區管理中心蘭花園區及大臺南會展中心「雙展雙場域」的盛大展出。

今年蘭展以「婆娑之蘭·舞動世界」為主題，適逢臺南建城屆滿 400 年，結合古都文化，以 7 大主題景觀：劍獅之門、眾神之都、將家之魂、鳳凰之城、花燈之美、廟口之埕、鏡花之緣

等文化意象呼應「在地性」的「蘭花產業」。會場內人潮絡繹不絕，台糖董事長楊明州、總經理陳立人、副總蔡東霖均蒞臨指導，十分重視這一年一度的蘭界盛宴，並給予同仁無比的關懷與鼓勵，是我們這群蘭園農夫奮鬥的堅強後盾。

銜命出征，不負所望

蘭展中最緊張的時刻，便是競爭激烈的比賽花榜單，本屆超過 1600 株蘭花角逐「個體花競賽」獎項，由 233 名國內外評審精心檢視，台糖一共有 10 款蝴蝶蘭脫穎而出，勇奪 2 個第一獎、1 個第二獎及 5 個第三獎；有米其林評鑑級的個體花審查獎，獲頒 1 面銀牌獎、1 面銅牌獎，表現相當搶眼！

本次蝴蝶蘭大花類組只選出 6 個第一獎，「台糖小熊貓 P. Taisuco Hearty × P. Taisuco Green Apple」與「台糖璀璨 P. Taisuco Glitter」兩款蝴蝶蘭同時豪奪第一獎寶座，彰顯台糖育種的絕佳實力。備受矚目的「台糖小



副總經理蔡東霖 (右 2) 與同仁開心合照



「台糖璀璨 P.Taisuco Glitter」獲得今年蘭展第一獎，以白底花朵裝飾著艷紅的唇色，風姿絕美又洋溢著喜氣，相當適合作為祝賀之禮

「台糖小熊貓」初次亮相即勇奪今年蘭展個體花競賽大花類第一獎寶座

「P. amabilis × P. Taisuco Doll」橫掃個體審查銀牌及銅牌獎

「熊貓」，是以 2022 蘭展冠軍花「台糖綠蘋果」為親本，進而孕育出的新品種，其具備強烈的絨紅噴點，以及綠蘋果獨樹一幟的光亮花色及綠白唇，花瓣紋路神似熊貓的臉孔，極度有特色；「台糖璀璨」則是以熱銷日本市場的商業品種為基底，再進一步改良優化，白底花朵裝飾著艷紅的唇色，宛如大雪過後冬日暖陽般的粉嫩，風姿絕美又洋溢著喜氣，相當適合作為祝賀之禮。

獲得第二獎的「P.Taisuco Newness」雙梗率極高，第三獎的「P. Taisuco Deiform」、 「台糖掌聲 P. Taisuco Ovation」、 「P.Taisuco Hearty」、 「P.Charmer × P. Hornglin Angela」及「P. Pink Yukidian」，花朵質地淡麗、清雅，散發出獨特魅力，讓人愛不釋手戀戀不忘。

「P. amabilis × P. Taisuco Doll」則狂掃個體花審查獎的銀牌及銅牌獎，其以臺灣阿嬤為親本所育成的優良後代，花瓣質感純淨、花序排列整齊，彷彿成群飛舞於山林田野間的白色蝴蝶，令人心曠神怡。

繼往開來，翱翔世界

除此之外，展場尚有一大亮點位於「市集館」裡台糖所展示的「蘭嶼獨木舟」，以拼板舟搭載展出台糖歷年獲獎暢銷的蝴蝶蘭品種，包含「台糖綠蘋果」、「台糖安娜」及「台糖

阿嬤」等，傳達融合蝴蝶蘭原生地及各族群，共同開啟臺灣蘭花翱翔世界舞台的意象。事業部秉持承先啟後、繼往開來的精神，攜手臺灣蘭花業者，亮眼世界、行銷全球。

另一方面，今年度首次全面推出「手提禮品蘭花」於展售攤位販售，輕巧精緻的提袋，將那遙不可及的獲獎珍貴蘭花品種盡收懷中，引領潮流走在居家生活與時尚流行的尖端。



蘭展「劍獅之門」恭迎大家蒞臨



神秘的蘭花殿堂，讓民眾感到驚艷



總經理陳立人(右3)巡視臺南高商考場，並與校長(右2)、南調組廉政官(左2)及同仁合影

台糖向人才招手！ 總經理巡視考場，對公平性極重視

文、圖 / 人力資源處

台糖公司112年度新進工員甄試業於113年1月27日下午分別於臺南高商、南英工商2個考場進行第一試(筆試)，將於3月23日舉辦第二試(口試及體能測試)，預計錄取177名(含產學合作)，並於5月13日報到。

本次甄試涵蓋15個類別，包含業務、會計、外勤銷售、地政、儲備加油站長、化工、一般農業、機械、鍋爐、農業機械、儀電、電機、土木及畜牧；另為鼓勵身心障礙人士勇於投入就業、發揮所長，單獨設置甄試類別供身心障礙者報考。

為維護甄試公平性，台糖協請法務部廉政署南部地區調查組廉政官於1月27日筆試當日不定期巡場，並請國家通訊傳播委員會(NCC)支援及行動監測車進行異常電波監測，試務受託辦理單位也派員持隱形耳機偵測器與金屬探測器於各堂測驗時間進行偵測，並



總經理巡視南英商工考場

首次使用電子訊號遮蔽布隔絕考生手機訊號，嚴防電子舞弊。

是日，總經理陳立人在廉政官、孫處長與政風人員陪同下巡視2個考場61個試場，展現公司對新進人員甄試的重視與關心，在公平競爭原則下，廣招青年才俊加入台糖甜蜜家族。本次甄試報名人數達2,155人，遠高於111年1,590人，筆試當日未發現舞弊及特殊狀況發生，過程順利於當日下午5時40分結束。

停駛 45 年「糖鐵學甲線」再啟航！ 首長至新營重溫兒時記憶

文、圖 / 新營鐵道文化園區 楊孟婷



勝利號通車當天上午 9 時發出首班車，從中興站至火燒店站

今 (113) 年 2 月 3 日新營鐵道文化園區讓「勝利號」復駛！已停近 45 年的糖鐵學甲線 (中興站至火燒店站路段) 再度啟航！

本條糖鐵線路原於 68 年 9 月停止客運服務後，勝利號也同時卸下任務。然而，新營鐵道文化園區近年來積極活化工作，讓勝利號復駛學甲線成為奇蹟，象徵台糖致力復興糖鐵文化的決心與行動力。

為了呈現 4、50 年代糖鐵營業線的完整風貌，特別由「勝利號 538 汽油車」擔任營運主力。最初它於 38 年進口時為無動力車，43 年首次裝上 GMC270 汽油引擎，因此稱為汽油車。如今，勝利號又新裝上了柴油引擎，為民眾提供中興站至柳營「火燒店站」的載客服務，讓許多鐵道迷驚呼連連。

勝利號自新營糖廠中興站出發，沿途緩慢上坡，經過糖鐵南北平行預備線上，唯一仍



董事長楊明州 (右 2) 親臨園區搭乘勝利號，了解整體發展及營運

使用中的跨河急水溪橋，途中遠眺關子嶺，可欣賞到控管糖鐵重要設施 - 果毅後旗站，這裡不僅是列車交會車站，更是全台糖五分車僅有的一個交會車站。抵達終點站火燒店站可步行約 5 分鐘，至吳晉准音樂紀念館逛逛，留下一段豐富的糖鐵之旅。勝利號首發當日，班班客滿，更有民眾利用「You-Bike」全程追蹤火車，打造出獨特的「追星」景致。

台糖董事長楊明州於 2 月 17 日親至蒞臨園區搭乘勝利號，並了解區內整體發展及營運實況，建議區內陸橋美化工作可鼓勵周邊學生參與，提供獎品作為獎勵，期望能為當地帶來更多的活力與創意。他期盼透過各方共同努力，使新營鐵道文化園區成為地方經濟的亮點，吸引更多遊客蒞臨，分享這片美好的糖鐵文化與風景。

CLOSE UP



董事長楊明州（右4）親臨台東廠區慰勞現場同仁

首長至東部視察 以「溫度」凝聚糖人向心力

文、圖 / 花東區處 楊博修

113年2月29日 - 在這個四年一次、閏年才有的特別日子，台糖董事長楊明州前往臺東各個營業據點視察，慰勞台東地區的同仁。台糖公司花東區處台東廠區、商銷事業部台東營業所、精農事業部台東蘭場、油品事業部中興一站和中興二站的同仁們非常開心歡迎董事長蒞臨臺東。

楊董事長本次訪視，大力表達對臺東地區同仁們高度關懷及認可，他勉勵同仁們在工作崗位上，盡己所能展現專業與奉獻的精神，讓臺東分部成為公司不可或缺的一部分。他也相信在台糖全體同仁的努力下，一定可以開創佳績，為台糖的發展創造更美好的明天。

本次董事長的來訪，讓臺東地區同仁們感受到了溫暖和支持，同仁們也繼續為台糖努力奮鬥，不負首長所望。本次與首長的面對面是台糖大家庭的凝聚共識、激勵士氣的溫暖時光，相信未來東部地區同仁更能投入工作，實現光明的發展與目標。



董事長前往台糖中興二加油站致贈同仁咖啡禮盒



台東營業所同仁歡欣迎接首長的到來



董事長前往臺東蘭場視察現場工作狀況



民眾排隊搭乘人氣列車「勝利號」



新營五分車園區於元宵節舉辦泡泡派對活動，吸引許多民眾參與

元宵泡泡狂歡趴 龍年勝利一路發

文、圖 / 新營鐵道文化園區 楊孟婷

新營五分車園區於今 (2024) 年 2 月 24 日元宵節舉辦泡泡派對活動，吸引許多民眾共同感受這場濃厚的節慶氛圍。

本次泡泡派對活動豐富多元，首先受到大家喜愛的是「泡泡劇場」，它不僅是泡泡藝術表演，隨著故事情節發展出不同大小的泡泡，也有把人套住的巨型泡泡，以及以「泡泡暴風雪」來代表冒險旅程的完美結束。其中跌宕起伏的劇情讓現場觀眾投入其中，泡泡劇場因獨特的呈現方式，受到現場觀眾的熱烈回響。另外現場更提供體驗泡泡活動，發送體驗兌換券瞬間秒殺，甚至有民眾提前 3 小時排隊，可見相當受歡迎。

除了泡泡秀外，「氣球特技秀」、「川劇變臉魔術」更是帶動整場派對的高潮，不僅吸引現場大小朋友的目光，還有幸運觀眾上台與魔術師互動，協助進行變臉表演，現場驚呼聲此起彼落、熱鬧非凡。

新營五分車園區期待為小小客人帶來視覺、聽覺、觸覺上的全方位感官體驗，然而，

五分車不僅是大人童年的回憶，現在更成為小朋友創造歡樂的美好園地。整個活動現場的歡笑聲、童真笑容頓時成為新營最美的風景。新營五分車全體同仁不斷持續努力，以安全為基礎，就是期望能提供旅客更舒適、安全的搭乘體驗，讓遊客能一來再來。

目前園區除了人氣列車「勝利號」每小時一班次開往「火燒店」，近期老朋友「德馬列車」也同步旋風回歸，由中興車站開往新營車站，期待大家再次光臨哦！



川劇變臉魔術帶動派對高潮，吸引現場大小朋友的目光

票價時刻表及相關活動請鎖定官方臉書粉絲專頁

(<https://www.facebook.com/profile.php?id=100088385215337>)

柳營尖山埤渡假村「鍍金」 獲獎分享喜悅「刮刮樂」通通有獎！

文、圖 / 休閒遊憩事業部 陳奇聖



柳營尖山埤渡假村榮獲第一屆台灣觀光金獎殊榮，由渡假村總經理陳永成（右）代表台糖受獎



入住湖上 Villa，飽覽尖山埤水庫秀麗的湖光山色

係金ㄟ！台糖柳營尖山埤渡假村在象徵全國觀光產業最高榮譽的殿堂裡，榮獲首屆「台灣觀光金獎」的殊榮。為與民眾分享獲獎喜悅，柳營尖山埤渡假村將於今（113）年3、4月舉辦「金獎刮刮樂」活動，凡消費滿500元即可獲刮刮樂1張，且張張有獎，獎項總金額高達百萬元，最大獎將可免費入住湖上 Villa，飽覽尖山埤水庫秀麗的湖光山色。

「台灣觀光金獎」是交通部觀光署為提升觀光服務品質，並表彰對觀光產業有傑出表現及貢獻者而創設。台糖柳營尖山埤渡假村憑藉著積極發展健康的生態旅遊、推廣無痕會議及生態教育，進而取得環境教育設施場所及環保旅館認證等努力，榮獲第一屆台灣觀光金獎殊榮，且是唯一獲得表揚的觀光遊樂業團體，於今年2月22日由柳營尖山埤渡假村總經理陳永成代表出席觀光節慶祝大會，並接受頒獎表揚與肯定。

活動時間 113.3.1-4.30

金獎 刮刮樂 通通都有獎

慶祝尖山埤渡假村榮獲
第一屆「台灣觀光金獎」殊榮
觀光遊樂業團體

~優惠內容~
活動期間於國內住宿、用餐、購票入園
或大廳商品櫃消費憑發票

- ◆ 單筆消費滿500元送 **刮刮卡1張**
- ◆ 單筆消費滿1,000元 **刮刮卡2張**

~依此類推~

柳營尖山埤渡假村
LIYING JIANSHAN LAKE RESORT
97年經建備簡獲交通部觀光局「觀光遊樂業經營考核特優等獎」
736006 臺南市柳營區埤山里60號 / TEL:06-6233-888 FAX:06-6233-666

凡消費滿500元即可獲刮刮樂1張，且張張有獎

柳營尖山埤渡假村是南部熱門賞花景點之一，每年3月下旬至4月底園內百餘株桃紅陣雨樹（植栽名為花旗木）正值開花期，粉嫩花朵掛滿整樹，總是吸引大批喜愛拍照的民眾入園欣賞。今年柳營尖山埤渡假村獲頒交通部觀光署第一屆「台灣觀光金獎」殊榮，為了與全國民眾分享得獎喜悅並迎接桃紅陣雨樹花季，自即日起至113年4月30日止舉辦「金獎刮刮樂」活動，活動期間於園內住宿、用餐、購票入園或大廳商品櫃「單筆消費滿500元」者，憑發票即可獲得刮刮卡1張，單筆消費滿1,000元送2張，依此類推。本次活動通通有獎，有機會獲得醉月小樓湖上Villa平日住宿券、會館豪華家庭房平日住宿券、會館豪華套房平日住宿券及各項超值優惠等，歡迎民眾把握良機、踴躍參加拚好運。

柳營尖山埤渡假村於花季活動期間（3月23日至4月21日）舉辦多項精彩活動，「春滿尖山埤-IG攝影比賽」分為人像組、景觀組及

寵物組，優秀作品有機會獲得尖山埤住宿券及千元消費抵用券。同時舉辦「春滿尖山埤-兒童寫生比賽」分為國小高年級組、低年級組及幼兒園組，參加小朋友自備畫具即可享免費入園，陪同家屬享門票100元優惠，各組優選及佳作皆可獲得獎狀與園區消費抵用券。活動期間另推出「毛小孩入園優惠」，民眾帶毛小孩入園可享門票半價75元優惠（每隻毛小孩限優惠1名），另外於售票處還提供免費日式和服租借，邀請民眾一起賞花拍照當網紅。

桃紅陣雨樹花季期間適逢兒童節連假，尖山埤渡假村於連假期間（4月4日至4月7日）推出「國小（含）以下兒童免門票」優惠，同時舉辦「動物圖案烤畫DIY」、水庫實境解謎包及行動車小小店長職人體驗等親子活動，還有旭山小市集及街頭藝人表演等，讓家長陪伴孩子共度豐富又充實的假日時光。活動詳情請上柳營尖山埤渡假村官網查詢<http://www.chiensan.com.tw/>



柳營尖山埤渡假村內有百株桃紅陣雨樹，吸引大批民眾入園欣賞

CLOSE UP



本案百貨商場位於臺南市文化中心旁，環境優美商業潛力無限

百貨商場招商甘苦談—— 從被拒絕的挫折中，邁向資產活化之路！

文、圖 / 台南區處 蔡燈耀

台糖公司台南區處轄管的「臺南市中華東路百貨商場大樓」為一棟地下 5 樓至地上 15 樓，總樓地板面積 56,170.64 平方公尺之建築，自 92 年興建至今屋齡已屆 21 年，期間於 95 年至 110 年出租予德先公司作為 (德安) 百貨使用，於 110 年 8 月 29 日契約屆滿並於 11 月 25 日完成點交，至今整棟大樓閒置約一年多的時間，從大樓維護管理到招商作業，直至 113 年 1 月方由「天籟資本股份有限公司」得標，並完成簽約及公證程序。

所有的小事，都是「最小的大事」

本棟大樓由於年份較久且量體較大，大樓內除了一般所認知的電梯、手扶梯外，還有

許多的機電設備維持著整座大樓的運作，如消防機電設備、吊掛式通風機、高低壓配電設備、污水處理設施、中控系統、水電系統及緊急發電系統等總計約 800 項的固定資產設備，這些眾多設備每一項都需要專人的定期保養維護。

自 110 年收回大樓後，就開始由台南區處負責整棟大樓的管理維護及招商活化。在維護上小至大樓外草皮樹木疏於修剪就被周邊民眾檢舉，大至機電設備損壞需要連夜搶修的情形；因為大樓部分資產設備已超過使用年限，以及部分位於水下的機電設施 (如沉水馬達) 其損壞率較高，為了防止機電設備停機過久而損壞，在每次的例行保養期間均

會請保養技師協助開啟運轉，以確保大樓在閒置的狀態下，機電設備尚能正常運行，也形成維護大樓的隱形成本；另這段期間區處亦派駐警衛保全人員，以確保大樓的安全。前述所衍伸的管理維護成本已成為區處不小的開銷。

從被拒絕的挫折中學習經驗

在大樓閒置一年多的時光裡，由台南區處處長劉錦桂率領綜合經營課同仁們，致力於本大樓的招租招商作業，期間歷經多次標租流標，另外訪談至少 10 家以上的潛在廠商，包含大成鋼、光寶科技、誠品書局、三井集團等知名企業，惟大部份的潛在廠商多以出

租量體過大、建築年分較久等理由婉謝；此外亦有潛在廠商針對台糖公司制式房地租賃契約提出建議，如應考量建築量體大小酌予延長免計租金期的時間、調降履約保證金、15 年租期屆滿時應予以續租等寶貴的建議。

為了使本大樓能順利出租，劉處長多次率領同仁邀請廠商召開研商會議，於是 112 年 12 月台南區處將本案重新上網公開標租，已順利有廠商得標，租期為 15 年，本標租案也於 113 年 1 月 23 日完成房地租賃契約書簽約及公證事宜。本次同仁的努力為公司帶來經濟收益外，更為周邊地區創造出商業聚落空間，讓台糖公司成為促進地方發展不可或缺的推手。



為使大樓順利出租，多次邀請廠商召開研商會議

台糖以生物防治成果 與日本沖繩研究中心同交流

文、圖 / 砂糖事業部 陳立祥



台糖展示寄生蜂的生產流程

繼 2018 年日本甘蔗研究單位來臺參加甘蔗育種因應氣候變遷之管理策略論壇後，期間實體交流活動曾一度受 COVID-19 疫情之影響而中斷。今 (2024) 年 1 月 25、26 日，沖繩農業研究中心病蟲管理技術開發班資深研究員 Atsushi Nagayama 等 4 人來臺，再度重啟甘蔗研究交流活動。

此次交流，由台糖公司砂糖事業部副執行長鄭作林帶領甘蔗育種場人員及糖研所生物組同仁一同接待日方研究員。首日上午先於研究所廊道上展示本公司赤眼卵寄生蜂生產流程、蔗作螟蟲防治及猛禽生物防治降鼠害成果海報，讓日方了解本公司在生物防治上的作為，隨後雙方於會議室內就研發成果進行簡報分享與熱烈討論，得知日方甘蔗研究團隊已著手透過建立 3D 模型來分析甘蔗表現型預測病蟲害發生程度，並建立初期篩選甘蔗優良性狀之相關指標，未來更將導入無人機 (UAVs) 進行分析以提升育種選拔效率。會議中並就甘蔗椰叩頭蟲 (金針蟲) 之防治



貴賓於萬丹甘蔗育種場與台糖同仁交流

法、性費洛蒙誘引劑及誘捕容器之利用進行意見交換，有助本公司未來應用於蔗園使用，降低其害蟲族群及危害，以提升宿根蔗比例，減少翻耕種蔗以降低碳排放。

當日下午亦安排至糖研所參觀金線蓮、杭菊及木鱉果等作物栽培技術及簡短交流討論後，隨即轉往萬丹甘蔗育種場參訪交流，並為日方說明因應淨零碳排，台糖當前之育種目標除選育高糖、豐產、抗病蟲等特性外，近年更以選育具耐逆境、強宿根性及低氮肥需求之品種為育種新方向。

翌日帶領沖繩甘蔗研究團隊至虎尾糖廠馬光農場參觀甘蔗採收、蔗箱車運蔗、五分車轉運，日方對台糖農場企業化經營管理模式讚許有嘉，希望未來能有更多的機會來臺交流學習，最後雙方人員於廣大的蔗園前合影，為本次行程畫下完美的句點，並開啟臺、日雙方在甘蔗育種、病蟲害整合防治及精準管理上提供合作的新思路及契機。



總經理陳立人(右2)與青農討論生物防治的重要性



農業部花蓮區農業改良場研究員講解無人機投放寄生蜂球之效率

以無人機施放寄生蜂成果觀摩 台糖生物防治吸引媒體報導

文、圖 / 砂糖事業部 陳立祥

台糖於今(2024)年1月22日上午11時，於嘉義縣岸內原料課太保農場舉辦蔗園生物防治成果觀摩會，由台糖總經理陳立人、秘書處處長蕭光宏及砂糖事業部副執行長鄭作林等代表出席，吸引自由時報、中國時報、太報、中央社及工商時報等主要媒體的參與及報導。

現場除提供豐富的生物防治成果資料外，並展示寄生蜂、猛禽棲架等實體展覽，並開啟首次以無人機施放寄生蜂於蔗田的防治研究，同時拓展猛禽生物防治降低鼠害之試驗，逐步協助實踐化學農藥10年減半之農業政策，讓與會媒體更加了解台糖公司對發展永續農業之決心，本次活動更吸引許多民眾的好奇心，特地前來觀摩並了解台糖在生物防治上之作為，並爭相與成果資料合影，讓現場氣氛顯得熱鬧無比，也讓台糖公司成功展現出維護蔗園生態永續之決心，並落實企業社會之責任。



活動吸引許多民眾前來觀摩



小朋友開心參加活動並與文宣品合影



INFORMATION SUPPLY

資訊補給站

眼見不能為憑！認識深偽技術

文、圖 / 資訊處 蔡明翰

一、前言

近兩年來，生成式 AI 崛起席卷各個領域，使得相關技術應用如雨後春筍般興起，像是文案撰寫、藝術圖片生成、音樂製作、客服機器人等都能透過 AI 達成，隨著 AI 越來越人性化，現實與虛構的界限逐漸變得模糊。美國權威字典《韋伯字典》(Merriam-Webster) 公布 2023 年的年度代表字「Authentic」(真實)，該詞在過去一年間搜尋次數居高不下，凸顯了在 AI 的衝擊下，我們不能再輕易相信自己的所見所聞，對事物的真實性應更加珍視。

二、什麼是深偽技術？

深偽技術 (Deepfake) 一詞是由英文的深度學習 (Deep learning) 和偽造 (Fake) 組合而成，意指運用人工智慧的技術來合成圖片、影像或聲音，創造逼真的虛構內容。目前最常見的應用場景之一，是將影片中一個人的臉

龐置換成為另一個人，製造出與原始影片中人物相符的動作，若再搭配聲音合成技術，影片的真实性的真實性將變得更加難以辨別。

三、深偽技術的商機

深偽技術的崛起創造了眾多商機，以下是一些應用案例：

1. 廣告和行銷

廣告商取得名人授權後，透過深偽技術可以將名人的影像嵌入廣告，節省實際請本尊到現場拍攝廣告的時間與費用，廣告內容也可以更彈性地調整。

2. 影視娛樂產業

電影中的特效和動作場面往往需要高度危險的動作和特技，這可能對演員的生命安全構成威脅，透過深偽技術，製片公司能更加安全地創造逼真的特效場景。而已故影星也可以藉由深偽技術，重新復活出現在大螢幕上。

3. 虛擬主持人和虛擬藝人

公司可以透過深偽技術打造自家品牌的虛擬主持人和虛擬藝人，這些虛擬人物能夠為公司提供資訊、進行宣傳，並且不受時間限制，幫助公司擴大品牌影響力並提升競爭力。

四、深偽技術的黑暗面

隨著深偽技術日趨成熟，相關軟體取得成本及使用門檻也越來越低，伴隨而來的是更多不法的應用，對社會構成重大威脅，以下是常見的深偽技術濫用案例：

1. 假新聞

不法分子借助深度偽造技術，於社群平台上散布虛假影片，如製作某選舉候選人對某事評論的深偽影片，對民眾產生混淆和誤導，意圖影響選舉結果，嚴重的話可能會激化社會矛盾，煽動暴力和引發恐怖行動，影響社會穩定性。

2. 侵害人格權或著作權

未經允許使用某人的臉龐和聲音創造虛偽影片，可能會對個人的人格權（名譽、隱私、肖像權）造成損害，例如前陣子網路上出現運用深偽技術，製造出用孫燕姿的聲音翻唱周杰倫的歌曲，在未取得歌手本人同意下使用其聲音，會觸發人格權的問題，而未經詞曲著作權人授權下散布音檔於網路，也已經踩到著作權的重製及公開傳輸權的法律紅線。

3. 詐騙和勒索

詐騙集團模擬名人或親朋好友的聲音，假冒為本人致電給受害者，藉以請求匯款或索取機密資訊，有時詐騙集團甚至更進一步，搭

配換臉技術於視訊中使用，合成名人或親朋好友的語音和表情，使詐術更加真實。而個人在網路上的公開照片也可能遭詐騙集團拿來合成不雅照片，並將照片寄信給受害者威脅索取封口費，不僅對受害者的名譽造成傷害，還可能對其心理造成極大打擊。

五、如何辨識深偽影片？

日前調查局提供了6招辨識方法，可以使用肉眼初步辨識影片真偽，若有符合以下特徵，就要對影片的真实性保持高度存疑：

1. 影片中人物的眨眼頻率異常或眼球有不自然的移動。
2. 視線方向與轉頭方向相反。
3. 手或物品在眼前移動時出現遮擋偽影。
4. 臉部邊緣模糊、面容不對稱或出現皮膚色差。
5. 飾品異常（眼鏡、項鍊、耳環等）。
6. 生理特徵異常（頭髮、牙齒、胎記、痣、刺青語言、聲線等）。

六、結論

隨著深偽技術的普及，我們需要培養媒體識讀的能力，面對網路上來路不明的影片，我們應該先查證後再決定是否轉傳，避免成為假訊息的推手。即使目前有企業陸續開發深偽影片檢測軟體，但這畢竟只是個輔助判斷工具，深偽技術的開發者也會不斷地研發新的方法來繞過檢測特徵，使得真偽更難辨，所以唯有自身提高警覺，才能在這場 AI 浪潮下，避免未蒙其利而先受其害。

參考資料：

1. 《韋伯字典》2023 年度代表字出爐！「Authentic」打敗 X、EGOT <https://news.ttv.com.tw/news/11211280001600W>
2. 國立教育廣播電臺【新聞真假辨】AI 孫燕姿違法嗎？「可信任的人工智慧」歐盟如何立法？五秒鐘原則的工作最容易被取代？（逐字稿大公開） <https://tfc-taiwan.org.tw/articles/9406>
3. 臺北市政府警察局「換臉變聲 AI 科技詐騙手法」宣導圖文 https://www.gov.taipei/News_Content.aspx?n=D0042A87C2F0270A&sms=78D644F2755ACCAA&s=782EB5140F2B36A7
4. 在地協力者恐深偽影片擾大選 調查局加強偵辦、教 6 點辨識 <https://news.ltn.com.tw/news/society/breakingnews/4441756>

帶上「台糖文旅護照」 展開「環台·糖旅行」！

文、圖 / 土地開發處



台糖官網



台糖文旅護照
活動官網

台糖公司致力保存及推廣糖業文化資產，並以糖業文化為內涵發展文旅事業，為了引領遊客探索台糖的旅遊版圖，這次串聯旗下全臺各地 13 處的旅遊據點：月眉觀光糖廠、溪湖糖業鐵道文化園區、蒜頭蔗埕文化園區、南靖休閒廣場、新營鐵道文化園區、烏樹林休閒園區、橋頭糖業博物館、高雄花卉農園中心、花蓮觀光糖廠、台糖台北會館、台糖長榮酒店（臺南）、柳營尖山埤渡假村及池上牧野渡假村，於 112 年 10 月發行「台糖文旅護照」，邀請遊客展開「環台·糖旅行」！

台糖元素融入護照設計 營造天馬行空的童趣旅程

文旅護照共收錄 13 處糖業旅遊據點的簡介，並規劃「小學糖」及「小食糖」專區，分享「糖」知識，更以「環遊·蔗糖世界」為主題呈現製糖流程，冀望能導引遊客踏上糖業文化旅程，並增添豐富糖業知識涵養。

台糖公司首次發行文旅護照，特別邀請到 2020 國慶主視覺設計師「一件設計」為護照作視覺統籌設計，並由知名插畫家 Croter 繪製插圖，以五分車、冰品等台糖元素為色系發想，採用紅、黃、藍三種顏色，營造出旅途輕快的氛圍，再輔以天馬行空的童趣插圖，描繪出據點特色及糖業小知識，翻開文旅護



新改裝的台糖尋蜜號以「復古、安全、舒適」三大主軸為設計



別出心裁的設計巧思，讓台糖文旅護照更具質感

照，宛如收藏了糖業之美，護照許多細節處也都有別出心裁的設計巧思，像是燙霧銀的封面及車縫線裝訂手法，都更凸顯文旅護照整體質感。

文旅護照也藉由融入插畫角色，拉近與遊客的距離，以製糖成品糖晶體創造角色「覓糖啾啾 Sugar PoPo」，陪伴遊客勇闖台糖旅途！而插畫家 Croter 標誌性的插畫角色「貓董」，常曝光在知名品牌像是誠品、新光三越的活動視覺，廣受大眾喜愛，這次也客座露出在文旅護照，與「覓糖啾啾」一起出發「環台·糖旅行」！

文旅護照推出集章送好禮、合作店家優惠活動

台糖也精心策劃文旅護照系列活動，帶給遊客額外的樂趣，主軸活動為集章送好禮，遊客持文旅護照至 13 處旅遊據點達成消費條件，可以收集據點的特色紀念章，並累積點數兌換限量好禮：5 點獎品「糖袋文創帆布包」，係由台糖與臺南老店「合成帆布行」合作開發的文創商品，以台糖早期出產細粒特砂的包裝袋圖樣作為袋面，手工車線縝密，布料硬挺耐用，具有濃濃復古時尚風；10 點獎品為「台糖旅遊據點折價券 999 元」；15 點獎品為「台糖聯合住宿券」，自活動開跑以來廣受迴響，已有許多糖粉集章兌獎，活動將於 113 年 6 月 30 日結束，歡迎持有文旅護照的遊客，把握良機完成集章任務！

文旅護照亦與活動據點所在地的店家合作，提供持有文旅護照的遊客專屬消費回饋，期待能以文旅護照作為引子，吸引遊客走進台糖旅遊據點並觸及週邊店家，形塑具有地方特色的旅程，共創文旅商機。

糖粉熱情響應是台糖持續發展糖業文旅的動力

台糖文旅護照限量發行 5,000 本，凡至 13 處據點任一處達成消費任務即可獲得 1 本護照，截至 3 月初全數據點皆已發送完畢，更在活動開辦 1 個月左右，已有數名民眾集滿 15 點申請兌換最大獎「台糖聯合住宿券」，非常感謝大家的熱烈響應，台糖也聯繫到其中 3 名得主（小古、張先生、郭先生）瞭解集章歷程分享給大家：

為何想參加集章活動？

小古是想得到住宿券；張先生擔心再不展開糖廠之旅，鐵道都會變成遺址；郭先生則是在朋友邀約下參加活動。

活動難易度？

3 名得主都認為這次的集章任務是困難的，小古就有提到「跨縣市集章不易，一般家庭旅遊僅會安排 1 至 2 個糖廠。」因此，能在短



台糖元素融入護照設計，營造出天馬行空的童趣視覺



護照紀念章



溪湖糖廠五分車深受鐵道迷喜愛

時間達成任務真的非常值得嘉許紀念！

最喜歡文旅護照的哪一個特色？

大家都各有喜好，小古喜歡「印章設計」；張先生是「插畫設計」；郭先生最喜歡「據點簡介、小學糖及小食糖介紹」。

集章據點中最喜歡哪一個據點呢？

小古表示「沒有特別喜歡或不喜歡，但希望能多保留工場並開放參觀，一定會有許多網紅踩點外拍的！」；張先生：「最喜歡蒜頭蔗埕文化園區，目前活化轉型最好，可惜當日到訪時（假日）製糖工場未開放，也無明確參觀資訊或導覽。」；郭先生：「最喜歡橋頭糖廠，大眾交通方便，園區規劃完整，工場及古蹟都保存完善，期許各糖廠都能盡量比照辦理。」。

收集到哪些據點的紀念章？

小古：月眉、溪湖、蒜頭、南靖、新營、烏樹林、尖山埤渡假村、台糖長榮酒店、橋頭

張先生：月眉、溪湖、蒜頭、南靖、新營、烏樹林、台糖長榮酒店、橋頭、花卉

郭先生：月眉、溪湖、蒜頭、南靖、新營、烏樹林、台糖長榮酒店、橋頭、花卉

喜歡哪些據點的印章設計？

小古是「月眉、溪湖、蒜頭、烏樹林」；張先生是「溪湖」；郭先生喜歡「橋頭」。

第一次發行文旅護照並籌辦集章活動，能夠收到眾多的支持與回饋，台糖公司備感榮幸！這些都將化作台糖持續發展糖業文旅的動力，誠摯感謝大家的參與及建議！台糖公司目前也陸續推動各場域參觀標誌優化的工作，以利遊客一目瞭然參觀資訊，未來，也將持續傾聽各界的回饋，逐步完善轄下旅遊據點的軟硬體建設，提升台糖文旅的服務品質。

台糖文旅護照初試啼聲的嚐試，整合共 13 處旅遊據點的簡介，導入在地店家合作機制，並藉由集章活動串聯出台糖文化路徑的雛型，護照設計亦有顯著突破，特別與專業的設計工作者合作，以簡約排版、手繪插圖及大膽用色，展現出台糖文旅獨有的魅力，不只跳脫以往傳統呆版的國營事業形象，也更貼近時下的美學趨勢，期待未來能持續藉由整體性活動，厚實台糖文旅的品牌價值，促進糖業文化永續發展。



台糖長榮打造「完美婚禮」專案，讓您完成終身大事

(圖：123RF)

台糖長榮 2024 甜蜜蜜 情到龍時，成就最完美婚禮！

文、圖 / 台糖長榮酒店

每當提到婚禮，最期待的莫過於新郎牽著新娘交換著誓言與婚戒，約定彼此相知相守的那個甜蜜時刻！如此唯美幸福的畫面，就讓台糖長榮酒店來陪您與心愛的另一半一同完成吧！

台糖長榮酒店 2024 年打造「完美婚禮」專案，不僅有製造驚喜的甜蜜婚房布置，更有星級主廚率領的廚藝團隊精心規劃宴席菜單，由專業掌廚提供多款美饌佳餚，專案貼心服務更少不了為溫馨典雅會場布置、迎賓接待區、婚禮主題相片區、喜宴海報與桌卡菜單設計，另外亦推出「完美婚宴滿額贈」及「幸福加價購」等優惠服務方案，包含文定儀式、婚禮住房等相關婚禮服務，協助新人們婚禮籌備規劃，省去費心費時的諸多不便！讓每對來到台糖長榮酒店的新婚佳人，擁有一場永難忘懷的婚宴！

然而台糖長榮酒店更貼心地為每對準新人安排完美婚禮小管家，期望陪伴著新娘新郎走完紅毯，步入人生重要階段！立馬預約專屬婚禮小管家，請洽訂席中心 06-3373855。



挑高華麗的宴會空間，讓新人幸福滿滿

CLOSE UP



台糖花蓮旅館深受民眾喜愛，假日常常一房難求

台糖花蓮旅館服務優良 成為首家通過 ISO 國際標章認證的 台糖旅館

文、圖 / 編輯部

歷經一整年的積極籌備，台糖花蓮旅館通過 ISO 9001:2015 品質管理國際認證，成為台糖休閒飯店體系中第一家取得認證的旅館。台糖邀請全民前來花蓮觀光糖廠遊玩，並入住日式木屋，親身體驗品質有保證的優良服務，全心享受花蓮的好山、好水、好住宿！

台糖花蓮旅館為提升品質管理水準，於去年啟動 ISO 9001:2015 這項強調精進品質與管理的國際認證作業。亞瑞仕國際驗證有限公司董事長陳勁宇於今（2024）年2月23日親赴台糖花蓮旅館，並將證書頒贈給花東區處處長張兆民，恭賀台糖花蓮旅館順利通過認證，順利成為旅宿業中的指標型旅館。

台糖花蓮旅館一向致力於提升旅客入住體驗與服務品質，2021年花蓮縣府友善旅宿認證計畫評鑑給予台糖花蓮旅館高度肯定。而在歷經疫情挑戰後，台糖花蓮旅館更積極翻新大廳及日式木屋修繕工程，以確保旅客能在舒適的環境中享受愉悅的時光，各項積極作為也讓台糖花蓮旅館榮獲「ISQM 國際服



亞瑞仕國際驗證公司董事長陳勁宇（左）親赴台糖花蓮旅館，將證書頒贈給花東區處處長張兆民（右），恭賀花蓮旅館通過認證

務品質認證」、「FTH 友善運動賽事旅宿認證」，以及「KLS 親善 Long Stay 旅宿認證」等多項殊榮。

此外，台糖花蓮旅館也致力於推廣環境永續理念，例如全區使用節能照明設備，在貴賓室設置永續閱讀書架，推廣與生態、環境永續相關之書籍，並鼓勵旅人自備購物袋及環保杯等友善環境作為。張兆民強調，台糖花蓮旅館會以 ISO 9001:2015 認證為基石，不斷改進管理體系，持續推動永續經營，以提供全民值得信賴及安心的旅遊選擇。

再度擄獲國際味蕾 台糖參賽「食品米其林」全獲獎！

文、圖 / 商品行銷事業部 林孟君



台糖食品再度揚名海外、擄獲國際味蕾！繼沖調飲品獲日本「優秀賞」後，台糖今再獲素有「食品界米其林」稱號的比利時國際風味評鑑所（ITI·International Taste Institute）頒布的風味絕佳獎，包含「本土甘蔗糖」（2星）、「蕃茄汁鯖魚」（2星）、「黑蒜頭紅燒鰻」（1星）及「黑五寶」（1星）等4支熱銷品，共計摘下6顆星之殊榮。台糖首次參加即獲佳績，除感謝海外專家的肯定外，也會持續產製優質食品，讓台糖的好味道，深耕臺灣、放眼世界。

台糖今年以新秀之姿參加ITI舉辦的2024年風味絕佳獎評鑑，4項產品跨海參加評比後，全數獲頒星級認證，一舉摘下6顆星之肯定。該獎項由來自全球各地專業廚師及飲品

專家組成評審團，評鑑結果廣受食品及飲品業界認可，此次獲獎證明台糖食品的品質及風味成功征服專家味蕾，對台糖而言是很大的鼓舞，同時提升MIT食品的國際能見度。

本次獲獎品項都是台糖熱門商品，同時也是個人及家庭的常備食品。無論是充滿濃郁蔗蜜香的本土甘蔗糖、清爽不膩的蕃茄汁鯖魚、採在地新鮮黑蒜製成的紅燒鰻，以及精選黑米、黑芝麻、黑豆、黑棗、黑木耳等5種穀物調配，入口香濃滑順的黑五寶等，都充滿臺灣傳統風味、料好實在，品質有保障，歡迎至台糖蜜鄰超市、台糖健康易購網及各大連鎖通路選購，也別忘呷好道相報，邀請親友一同品嚐獲星級認證、高貴不貴的國際級美味。

國際風味評鑑所（ITI）成立於2005年，總部設在比利時布魯塞爾，每年聘用200位全球知名主廚及飲品專家，評鑑上千件產品，以第一印象、視覺、嗅覺、味覺，以及質地/餘韻等五個角度進行盲測評鑑，並授予廠商優良產品「風味絕佳獎章認證」，最高榮譽為3星（表現卓越產品評分90%以上），而2星及1星分別為表現優良產品評分在80~90%之間、表現良好產品評分在70~80%之間。



(圖：123RF)

《最低工資法》1 月上路 接續基本工資保障基層勞工

文 / 徐元直

蔡英文總統勞動政見之一的《最低工資法》立法拖了七年半，搶在任期最後一年，立法院終於在 2023 年 12 月 12 日三讀通過，《最低工資法》條文總計 19 條，經總統於 2023 年 12 月 27 日公布，行政院並已核定自 2024 年 1 月 1 日施行，將取代原基本工資審議制度，我國正式邁入最低工資審議機制的新紀元。

勞動部日前發布，基本工資自 2024 年 1 月 1 日起，月薪由新台幣 26,400 元調整至 27,470 元，時薪由 176 元調整至 183 元。在此同時，《最低工資法》亦同步自 2024 年 1 月 1 日起實施，換言之，今年是實施基本工資最後一年，取而代之的是最低工資制度。

勞動部表示，最低工資的立法，將最低工資

所需參考的社會經濟指標明確入法，並確立最低工資審議會的議事規則及最低工資的核定程序，以穩定明確的調整最低工資。同時，建立行政院不核定最低工資時，最低工資審議會應再召開會議審議之重審機制，消除外界對調整最低工資的不確定感。此外，設置跨領域研究小組之先行評估機制，評估最低工資調整後的影響，並依審議指標作成研究報告及調整建議，供最低工資審議會審議參考，使最低工資審議制度更為完善周延。勞動部表示，《最低工資法》法案共計 19 條，重點如下：

第一、組成最低工資審議會，定期審議。勞動部應設置由勞、資、政、學四方委員代表

組成之最低工資審議會，每年於第3季召開會議，透過社會對話機制，擬定具有共識的最低工資調整方案。審議會成員：勞方代表7人、資方代表7人、政府代表2人（國發會及經濟部）、學者專家4人，勞動部長為當然召集人。

該法明訂最低工資之審議以共識決為原則，如無法達成共識，再以多數決作成決議。審議會決議的最低工資，其實施日期，除審議會認有另定實施日期必要，並經行政院核定者外，自次年1月1日實施。

第二、明確審議參採指標。定明「消費者物價指數年增率」為應參採指標，以維持勞工必需購買力；並明定10項得參採指標，包括，勞動生產力指數年增率、勞工平均薪資年增率、國家經濟發展狀況、國民所得及平均每人所得、國內生產毛額及成本構成的分配比率、民生物價及生產者物價變動狀況、各業產業發展情形及就業狀況、各業勞工工資、家庭收支狀況、最低生活費。審議會可就整體經濟社會情勢綜合考量，讓審議機制兼具穩定與彈性。

第三、審議會將設置研究小組作為幕僚單位，研究最低工資審議事宜。三讀條文規定，研究小組之組成包括，專家學者六人，其中四人由審議會之專家學者擔任，其餘由中央主管機關遴聘；勞動部、國發會、經濟部、財政部及行政院主計總處各指派一人，共11人；研究小組每年4月向審議會提出最低工資實施對經濟及就業狀況的影響報告，並於審議會召開會議30日前，就審議參採資料提出研究報告及調整建議。

和現行基本工資審議制度，最低工資法審議機制最大特色是將新設11人的研究小組，其組成排除勞資雙方，而是學者和跨部會組成，以維持專業性及客觀性。

該研究小組任務是分析當前經濟情勢，並將對最低工資調幅提出具體建議。換言之，此研究小組在未來最低工資調幅決策過程中，將扮有關鍵角色。勞動部官員表示，該研究小組屆時一年必須提出兩份報告，一份為每年4月提出當年度1至3月最低工資調升後對經濟及就業狀況影響報告，另一份是審議大會前30日必須提出研究報告及調整建議，以利審議會議討論。

官員透露，對於最低工資調幅，研究小組將提出「調幅區間」之建議，但究竟要調多少，還是由勞資政學四方組成的審議委員會討論、斟酌，做最後的決定。也就是說，在該研究小組提出調幅區間建議後，勞資雙方喊價就會縮小在此區間內。

第四、完備核備程序及行政院退回之重審機制。勞動部應於最低工資審議會通過之次日起10日內，報請行政院核定後公告實施；行政院若不予核定，勞動部應於收到不予核定函之日起30日內，再召開審議會進行審議，並將審議結果報請行政院予以核定。

惟立法院三讀通過的「最低工資法」，對於行政院退回審議結果僅限一次，勞動部再報第二次審議結果，行政院一定要核准。

第五、明確罰則。定明勞雇雙方議定之工資不得低於最低工資，倘有違者，處新臺幣



2萬元至100萬元罰鍰，地方主管機關並得依事業規模、違反人數或違反情節，加重其罰鍰至150萬元，且公布姓名及限期令其改善，未改善者應按次處罰。

勞動部強調，最低工資將接續基本工資，作為政府保障基層勞工維持生活水準的重要政策，藉由專法的制定，完善審議機制的建構，達成政府穩定明確調整最低工資，撐住勞工及其家庭經濟生活的承諾。勞動部也將儘速籌備審議會及研究小組等各項建置工作，讓最低工資法順利上路施行。

勞動部表示，首次訂定之最低工資不得低於原基本工資。另，其他法規有關基本工資規定未及修正者，適用本法最低工資之規定。換言之，自今年起首度適用最低工資法，在審議2025年最低工資，將不得低於2024年基本工資，亦即2025年最低工資一定會調升。

以目前社會各界最大共識，以及《最低工資法》定明「消費者物價指數(CPI)年增率」為應參採指標，簡言之，CPI成長率一定會反映在最低工資調幅上。根據主計總處於2023年11月28日發布2024年CPI年增率預測值為1.64%，2025年最低工資調幅至少會有1.64%以上。此外，最低工資調幅還會反映2024年經濟成長率，依主計總處預測，2024年經濟成長率為3.35%，但反映多少，須視研究小組建議。

我國用以保障勞工基本生活所需的基本工資制度，有其歷史淵源與背景。1930年我國政府批准國際勞工組織「設釐定最低工資機構公約」。1936年12月23日國民政府公布

最低工資法，法規定成年工資以維持其本身足以供給無工作能力親屬二人之必要生活為準。惜因歷經抗戰、勦匪、致未施行。遷台後，因該法所定標準稍高，工業正起步，故未施行。該法已於1986年12月3日總統令廢止。

1955年11月中國國民黨會議，總裁指示每月所得不足300元者，應予改善。1956年初訂基本工資為每月300元。1964年年調整基本工資為每月450元。1968年3月16日發布「基本工資暫行辦法」，並調整基本工資為每月600元，每日20元。1985年3月21日發布「基本工資審議辦法」，基本工資審議制度實施至今。

近年勞權意識高漲，勞團力主應確保基本工資應年年調升，因而訴求以「最低工資」取代「基本工資」，並將調升考量因子入法；惟工商團體對調升考量因子亦有不同看法，雙方僵持不下，一度使得最低工資法之立法延宕。而勞動部從長年基本工資議經驗中認為，調升因子不宜訂死，不明定反而多一些審時度勢的協商空間，並增設「研究小組」避免勞資雙方漫無邊際喊價，最後在執政黨優勢之下獲得通過。基本工資走入歷史，《最低工資法》時代來臨，勞工最低生活保障亦提升到法律位階。

在這次總統大選中，各黨都支持調升基本工資或最低工資，甚至喊出要調升至3.3萬元目標。在勞權意識高漲、拯救低薪的社會訴求之下，可預期未來最低工資將會年年調升。

《無辜者的試煉》 真相還台糖及臺灣豬清白

文、圖 / 畜殖事業部 楊富凱

回想今(2024)年過年前爆發「台糖安心豚梅花肉片驗出西布特羅瘦肉精」，頓時全體同仁不可置信的錯愕，隨著事件愈演愈烈，每位同仁均神經繃緊準備各種資料及會議，LINE 群組叮咚聲響四起，以迎接即將到來的風暴及應對。

家樂福等通路預防性下架梅花肉片及其他肉品，營業部門、物流端回收機制動員，消費端退貨退款作業啟動，原本備受寵愛的梅花肉片，瞬間被打入冷宮，倉庫堆滿含冤待雪的肉片，看著這些用心呵護生產的優質肉品，同仁們心中有無限的不捨。

豬是經濟性動物，整批分欄共同飼養在畜舍中，所有豬都是吃台糖飼料工廠生產的飼料，也就是不會有「單一」個案發生在豬場。西布特羅不僅價格昂貴，且是美國、加拿大等全球禁用的藥品，台糖根本沒有管道、也不可能採購。倘一豬場有餵飼瘦肉精，只需抽驗任一頭豬的毛、血液或肉即可檢驗，完全沒必要百分百檢驗，即使豬身上同一部位肉被驗出，其驗出值也應是趨向穩定，數值不會差異數倍，這科學邏輯不難理解。

對於已被大量檢驗過，都是零檢出的台糖安心豚，等於是收集到了中央政府、各地方政府及民間公正檢驗機關的安全認證，成為最安全的國產豬肉。而台糖員工更對自家產品深信不疑，不斷敲碗要買爆台糖梅花肉片，來證明對台糖的信任。

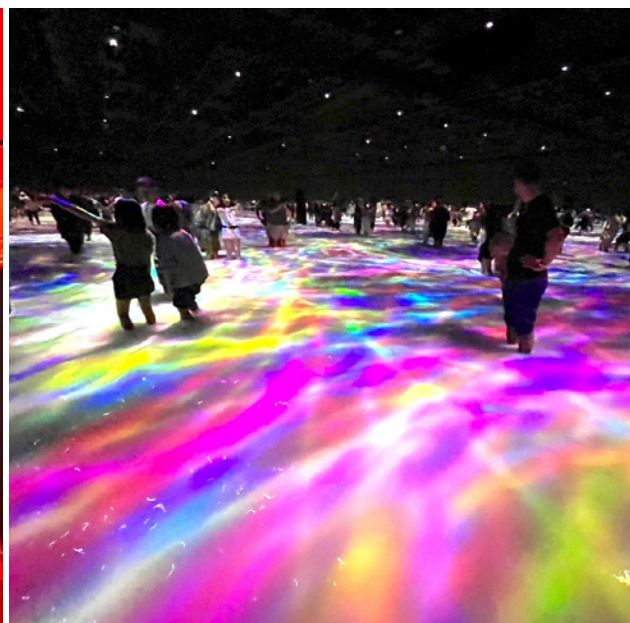
3月8日行政院食安辦就西布特羅實驗室用藥案，說明專家會議討論內容，已排除西布特

羅流入農業豬隻畜養、屠宰分切及販賣階段的風險。台糖早在民國42年開啓養豬事業，辦理研討會與國際養豬產業技術交流，開辦養豬專班，已成為養豬產業發展的要角，多年來更是國內養豬業的標竿，也從未使用瘦肉精飼養豬隻，更不可能使用實驗室用藥「西布特羅」。如今，感謝中央及地方政府的食安檢驗人員的辛勞，以具體檢驗成果協助釐清，確認除臺中市那一包肉外，包括台糖飼料、畜殖場、肉品在內的豬肉，均是最安全的產品。

在此，深深感謝本期營業部門及蜜鄰等第一線同仁的辛勞，在忙碌之餘還得遭受質疑的冷眼及言語。也深感台糖畜殖事業部在備受打擊時，同仁散發的溫暖和凝聚力，以具體行動捍衛台糖招牌，用決心、毅力支持台糖安心豚。



台糖安心豚真金不怕火煉，是值得信賴的國產肉品



COLORFUL LIFE

東京豐洲「teamLab Planets TOKYO」展覽館，讓觀眾踏入水中與數位藝術產生互動

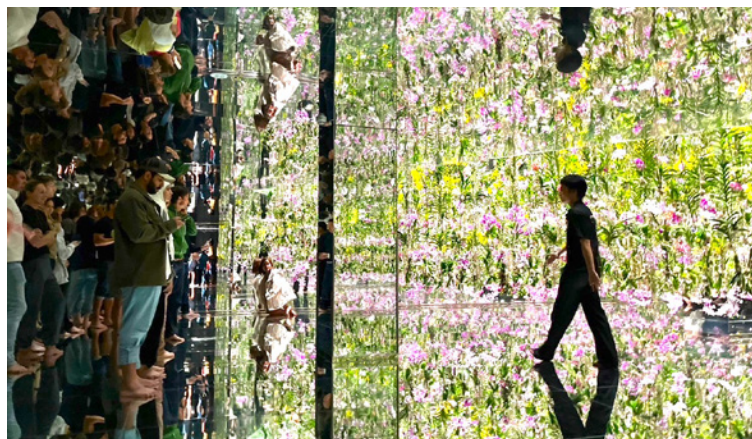
用「腳」與藝術互動 teamLab 再創驚豔的數位展演

文、圖 / JACKY

想必大家都聽過享譽國際盛名的「teamLab」團隊，位於東京台場的旗艦展覽館每年吸引大批粉絲，不過隨著該區都市開發案的推展，2022年8月這間造價上億的展覽館暫停營業，讓不少粉絲相當失落。還好離這裡不遠的豐洲區，還有另一個展覽館——「teamLab Planets TOKYO」，以全新的沉浸式體驗，讓觀眾用「赤腳」泡在水中體驗科技帶來的震撼，原本展期只到2023年底，因太受歡迎延至2027年，可見teamLab的魅力無限，總能創造出驚喜。

東京豐洲的「teamLab Planets TOKYO」一樣由teamLab團隊來執行，其高達數千萬的設備加上專業的工程人才，讓觀眾都有置身夢境的體驗。本次豐洲展覽館以「光之瀑布、水晶宇宙、落花世界、漂浮花園」等主題展演，共

分兩大主展區。第一展區「Water Area」主打透過「水、音樂、燈光、反射」與藝術共存。每位觀眾進場即踏入水中體驗藝術。另一個展區「Garden Area」以成千上萬的「花朵」來設計，讓人置身如夢幻般的花叢。



成千上萬的花朵，讓觀眾置身於花叢

首先，介紹第一展區「Water Area」，一入場觀眾得用赤腳爬上斜坡上的「光之瀑布」，一開始會經過昏暗的長廊，雙腳不斷被水沖刷，然後爬上高處看到光與水融合的瀑布裝置。離開本區工作人員遞上毛巾讓觀眾擦乾雙腳，接著進入另一個龐大的漆黑空間。此時，大家瞬間掉入猶如柔軟般的「黑洞」，這裡可以讓人躺平休息，真是有趣的體驗。再來由暗轉明進入光亮的「水晶宇宙」，這是以垂降的光點搭配鏡面打造的空間，彷彿置身於浩瀚般的宇宙。

離開水晶宇宙後，進入重頭戲「無限」區域，入內即踏入水深至膝的水裡，水面上有「錦鯉」悠游，隨著觀眾攪動水面，原本優雅的錦鯉瞬間變成花瓣散去，真是前所未有的視覺衝擊。離開水中工作人員引導大家進入另一個空間，從天而降的巨大花瓣散落，讓人以為自己是自然界的小昆蟲，站在花朵中欣賞這美麗的世界。離開後來到隔壁的「具球」



巨大花瓣從天而降，猶如以昆蟲視野來看世界

區，一顆顆巨大漂浮在空中漂浮的球體，透過觸摸、拍打，呈現出不同的色彩變化，讓大、小朋友都樂瘋了。

最後來到戶外區的「庭園小宇宙」，建議必須晚上來參觀，否則無法看到這些如「異形卵」的裝置產生的變化。隨後，離開戶外區就是展場最後的重頭戲—「漂浮花園」，以成千上萬絢麗的花朵倒吊空中，伴隨音樂緩慢移動，猶如置身幻境般的花海，讓人久久不想離開，觀賞本區即完成整個展場行程。

近期，「teamLab Planets TOKYO」獲得「世界旅遊獎」，更被評選為「亞洲最具代表性景點」，果然是名副其實。反觀國內許多異想天開的廠商，找個空間隨意東施笑顰，除達不到百分之一的效果，更讓觀眾罵聲連連。筆者認為 teamLab 團隊背後的專業技術與龐大資金，絕對超乎我們的想像，何以輕易就能被複製，否則全世界怎會只有一個 teamLab 呢？



戶外區的「異形卵」創作，其造型相當吸睛

主廚推薦百年佳餚 「青蔬鳳梨蝦」上桌！

文、圖 / 柳營尖山埤渡假村 陳奇聖



夏日漸漸來臨，趁著假日至台糖柳營尖山埤渡假村賞花遊湖，不但可以欣賞美麗的各式花卉及湖景，還可以體驗各種戶外設施及美味佳餚。柳營尖山埤渡假村主廚特別推薦四季皆宜的百年老菜「青蔬鳳梨蝦」邀請饕客們品嚐。

首先精選大規格的白蝦去殼、去腸泥及開背後備用，將雞蛋、太白粉與蝦仁混合，醃製後用高溫將蝦球炸至表面呈金黃色即可瀝油上桌，搭配生菜、鳳梨及美乃滋一口咬下，蝦球肉質Q彈，唇齒間融合鳳梨香氣，口感軟糯滑順，香甜爽口，是老少都愛的美味佳餚之一。

為了滿足賓客的需求，柳營尖山埤渡假村主廚特別將「青蔬鳳梨蝦」選入單點菜單內，單點每份480元即可享用，歡迎來電洽詢，預約專線：06-6233888 轉分機 3100 或 3200。

台糖長榮大推 極品紅寶石 B 腩牛肉麵

文、圖 / 台糖長榮酒店

把米其林牛肉麵端到桌上款待您，省去您千里迢迢去臺北朝聖！台糖長榮酒店與米其林必比登推薦臺北天下三絕牛肉麵店合作，推出全新飯店版牛肉麵套餐！餐廳主廚本著獻給至親的美味，研發出連5年獲米其林必比登推介美食，其一絕是以優質品管維持食材新鮮天然的決心；二絕是堅持用心、愛心、專心來款待賓客的職人三心；三絕則是表示職人使用最純粹的廚藝精粹誠意的製作每一碗牛肉麵。牛肉麵是以特選2大塊頂級厚切腩子心牛肉，搭配富含多種蔬果清燉的蕃茄牛肉湯，精心費8小時熬煮湯頭是以洋蔥、四種蕃茄、牛大骨熬製，能喝到清甜回甘的尾韻，鮮美滋味回味無窮，輔以Q彈家常寬麵，讓整體美味再升級！深受老饕歡迎的極品紅寶石 B 腩

牛肉麵，當然要奢華搭配長園中餐廳的美味港點和絕品小菜，推出頂級極品紅寶石 B 腩牛肉麵套餐，每份630元，尊榮極品紅寶石 B 腩牛肉麵套餐，每份900元，歡迎撥打06-3373861 大廳酒吧預訂極品美味。





Sugar 廳 · 聽什麼？

3/6 移民政策與糖業獎勵下成立的糖廠 — 台東糖廠(EP.36)

說起臺東地區的糖業發展或者說整體的開發，跟日治時期的臺灣總督府移民政策與糖業獎勵規則有很大的關係，而其中「臺東製糖株式會社」扮演著重要的角色，究竟有多重要？本集將為您說分明。

3/13 台糖碼頭紀錄片－父親的身影(EP.37)

在賣糖賺進大把銀兩的民國60年糖金時代，台糖曾拍攝一部紀錄片，作為當時碼頭新進員工實習教育之用；然而，這臺放映機及膠卷因時代變遷，塵封在倉庫間將近50年，直到某天兩位台糖碼頭作業的員工親手修復了它...

3/20 糖人凱哥的單車故事(EP.38)

已過半百的糖人凱哥，用他驚人的毅力，重拾單車騎遍全臺，除了參加大小的國內賽事，也順遊台糖許多迷人的景點，本集小糖先生就與大家分享關於他的單車故事。

3/27 專訪精農事業部執行長傅仰明(EP.39)

台糖蝴蝶蘭在2024台灣國際蘭展中大放異彩，一舉囊括8項殊榮！本集廳長邀來傅執行長，來教我們如何種植蘭花，讓蝴蝶蘭妝點居家及辦公環境。



邀你一起

甜蜜入座

Apple Podcast、Spotify、Firstory、Google Podcast等各大平台均有上架



Smooth
台糖詩夢絲



好沖洗不殘留 親膚不傷手



4000g 瓶裝



1800g 補充包

高生物
分解度
95%

- 去汙
- 去汗
- 去漬
- 除臭去味
- 環保配方



天然香茅精油 環保洗衣精

台糖香茅精油

- 天然除臭去味劑
- 去除各種異味/汗味/霉味
- 還給衣物自然清香好味道



百里香酚

- 溫和天然抗菌劑
- 經SGS檢驗實證有效抑制六大病菌
- 抑菌率高達

99%



高洗淨力

- 植物性天然成分
- 好沖洗、不殘留
- 寶寶及貼身衣物安心使用



洗滌前

洗滌後

使用方法

1瓶蓋 = 90g 以瓶蓋倒取適量洗衣精使用

洗衣方式	直立式洗衣機				手洗
類型	大型 (9KG以上)		中小型 (9KG以下)		臉盆
洗衣機水位	高水位	中低水位	高水位	中低水位	
建議用量	1.5瓶蓋	1瓶蓋	1瓶蓋	0.8瓶蓋	0.3瓶蓋

■ 滾筒式洗衣機為直立式洗衣機用量的三分之一



台糖公司生物科技事業部 622 嘉義縣大林鎮大糖里大湖農場60號

健康易購網 <http://www.ego888.com.tw> 消費者服務信箱 tsc01@taisugar.com.tw 消費者服務專線 0800-026-168

廣告