

臺南產經

幸 福 。 活 力 。 大 臺 南

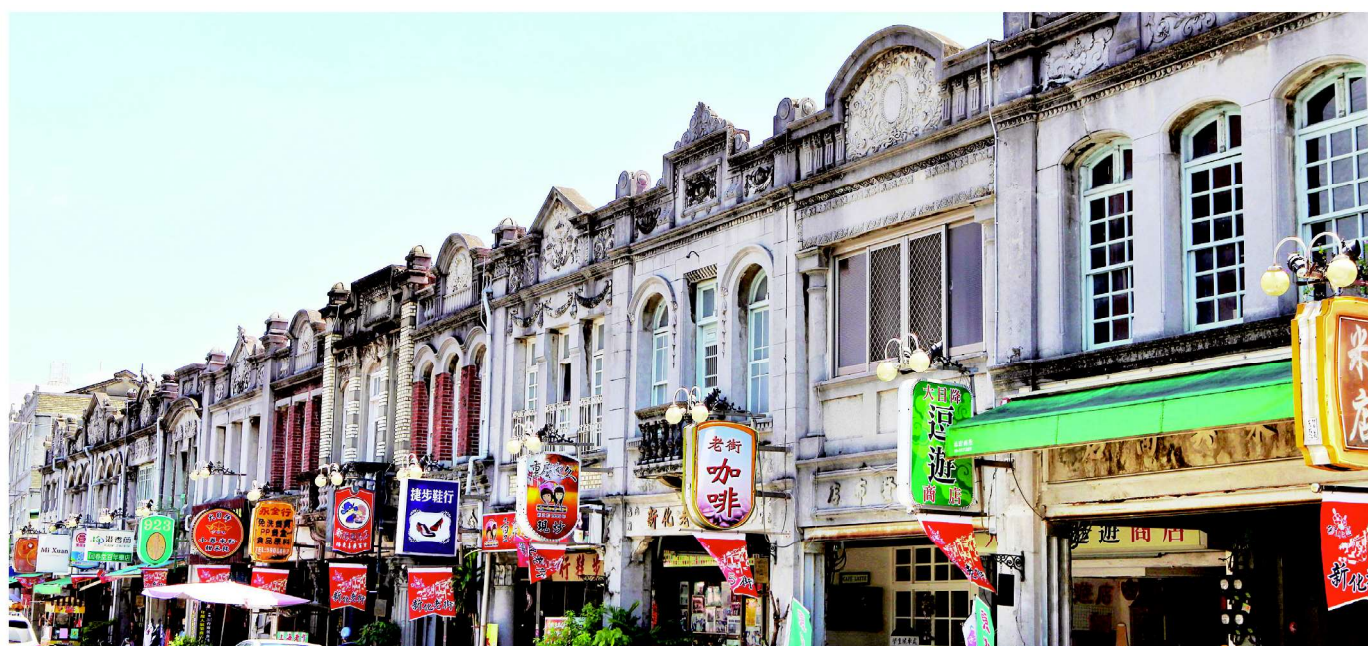
- 12 京都跨年
文化是門好生意
- 15 企業做得更多，
環境將更不一樣
- 32 蘭色新勢力
國際飄香

新特色舊風情盡在優質年貨！

臺南商家齊賀歲



老街市場詠新春



臺南市政府經發局



臺南產經電子書

〈產業脈動〉
節日購物 話題創造商機

2018. 01 ~ 02

VOL. 84

臺南，創意的實踐之地

網路無遠弗屆使得全球化的競爭鋪天蓋地而來，在此劇烈情勢下，知識的創造與運用必須更普及化、多元化、科技化及國際化，而在此知識經濟時代維持國家或城市的競爭力，人才始終是關鍵。

當今，世界各國莫不將高技能人才的培育與延攬視為必要手段，然世界的人才流動愈來愈迅速，根據聯合國統計，現在全世界有三％人口在其出生國以外的國家工作，為此世界各國無不傾全力吸納人才。美國是單一廣大市場，又有世界共通語言的方便性，加上一流大學雲集及產學聯結密切等，全世界高級人才均為其所網羅。此外，歐洲國家也亟思制定有效對策，歐盟二〇〇〇年的里斯本大會結論聲明：須致力於提供最好的就業前景給最好的頭腦，為歐洲吸引並留住最好的研究人才。歐盟各國均紛紛祭出稅制移民法改革及大學改革等政策，試圖造就吸引人才的強力磁石。

從國家逐步聚焦至城市，人才依舊是關鍵。臺南市政府深諳城市的進步不只在發展成熟之企業，更需藉由人才創意為產業導入創新思維。歷史與現今政府的努力，造就出臺南諸多完整的科技產業聚落，而今，臺南更是政府「五加二」產業創新計畫中綠能科技的重鎮；



更甚者，悠久的文化底蘊與親切的民風人情，以及文化創意政策、交通網絡的完善、教育體系的健全與國家級研究機構的設立等，都讓臺南具足了宜居、樂活且易於就業的城市條件，也為臺南的創意能量爆發預留伏筆。

人才對城市創新能量的積累與經濟成長之影響非常可觀，未來，市府更將拉高視野，考量整體環境發展、基礎建設與稅制等配套措施，期建構更優質的創意實踐與國際化生活居住環境，吸納來自全臺乃至全球的高級人才，以提升先進研發能量，協助產業界提升創新研發能力，進一步提升城市的經濟活力與生活高度。

臺南市代理市長 李孟諤

Tainan, a Place for Putting Creativity into Action

The boundless reach of the internet is causing the competition of globalization to become overwhelming. Under this acute situation, the creation and application of knowledge need to be more universalized, more diversified, more technologized, and more internationalized. And in this era of the knowledge economy, it is talent that, from beginning to end, is key to maintaining the competitiveness of a country or a city.

In today's world, every country without exception has to view the cultivation and retention of high-proficiency talent as an essential matter. However, global talent mobility is continuing to accelerate. According to UN statistics, 3% of the world's population are working outside their country of birth. Hence, every country needs to put full effort into attracting talent. The USA is a single vast market that, with the convenience of its universal language plus its large number of top-tier universities and close linkages between academia and industry, is able to net a large part of the world's best talent. In Europe, too, countries have put urgent thought into drafting effective policies to address talent needs. The EU's Lisbon Strategy 2000 declared the need for striving to offer attractive job prospects to its best brains, in order for Europe to attract and retain the best research talent. EU members all followed this by coming up with policies for tax and immigration law revisions and university reform, in a bid to create greater magnetism for attracting talent.

Narrowing the focus from country to city, talent is still key. Tainan City Government deeply understands that the city's advancement depends not only on the development of mature enterprises, but even more on the creativity of talent for bringing innovative thinking into industry. Through past and present efforts, the government has helped to create many complete high-tech industry clusters in our city, and Tainan now stands tall as the main stronghold of Taiwan's green energy industry in the central government's 5+2 Industrial Innovation Plan. Furthermore, with its rich cultural heritage and the warm friendliness of its people, along with its supportive cultural and creative policies, excellent transportation network, sound and complete education system, and establishment of national-grade research institutions, Tainan fully meets all criteria for being a city where people can live comfortably and happily while easily obtaining fulfilling employment. It also means that Tainan can look forward to much upwelling of creative power still to come.

The influence of talent on a city's accumulation of creative power and economic growth is very considerable. In the future, the city government will set its sights yet higher, and giving due consideration to overall environmental development with supporting measures in respect of infrastructure, taxation, and so on will aim to build an even higher quality environment for putting creativity into practice, and more internationalized living conditions, to attract high-quality talent from all over Taiwan and all over the world. Thus will we raise our capacity for advanced R&D, help industries uplift their capabilities in innovative R&D, and further enhance Tainan's economic vitality and standard of living.

Acting Mayor

Li Men-yen

創新創意 迸發產業能量

全球局勢與經濟結構變動飛快，各國無不加速產業轉型，以求躋身未來競爭力座艙；而轉型之關鍵門票，即在於具商業價值的創新能量。臺南在產業環境塑造與政策推動雙管齊下，讓創意在臺南扎根，進而為產業注入嶄新能量。

臺南擁有綠色能源、生技醫藥、紡織等多元產業聚落。站在深厚的基礎上，如何讓傳統產業成功轉型，進而朝品牌化、國際化前進，將是臺南的重要課題。為發掘創新思維、培植優秀人才，市府團隊辦理「臺南市創新創意推動計畫」，協助潛力團隊導入資源，將創意實體化為商品，不僅讓青年夢想得以實現，更為產業發展增添活力。

市府團隊以商品化可行性發展為目標，協助創新團隊尋求各種「策略投資」、「資本投資」或「商機合作」的途徑。在市府實質且精實的輔導下，一〇六年的受輔導團隊皆有

高水準的創意展現，不僅完成小量商品測試市場接受度，更進一步成立公司行號。

透過「創新創意推動計畫」提供創新團隊技術、資金、產業媒合等面向鼎力協助，扎穩公司基礎；而針對已經設立的公司，後續將轉介臺南中小企業服務團輔導並申請政府補助計畫。種種政策，均是創新能量在臺南成長的最佳後盾，終將迸發出獨樹一格的產業動能。



經濟發展局局長 殷世熙

6

Features

深度報導

新 特 色 舊 風 情 盡 在 優 質 年 貨 ！

臺南商家齊賀歲 老街市場詠新春



2

發行人語

臺南，
創意的實踐之地

4

總編輯時間

創新創意

迸發產業能量

12

國際觀點

京都跨年

文化是門好生意

13

企業最前線

康那香

「織」出科技戰袍

15

企業做得更多，
環境將更不一樣

19

臺南好店

精巧義式料理

映現日本職人精神

20

在地「心」服務
擦亮臺南好印象

21

府城茶飲

沐浴森林的自然滋味

22

時尚輕珠寶

白銅也能柔美

23

產業脈動

解讀節慶裡的商業密碼

節日購物

話題創造商機

27

經發櫥窗

到觀光工廠迎新春

28

古早味世代傳承
厚工擱暖胃

30

精彩臺南

聯盟同心

做大汽機車產業金餅

32

蘭色新勢力
國際飄香

33

老闆娘學院開訓
企業女力再創新局

34

創業築夢
用創意迎戰未來

35

數字臺南

15



23



新特色舊風情盡在優質年貨！

臺南商家齊賀歲

老街市場詠新春



文、圖／楊為仁

歲末迎春，又到了採辦年貨的時候。臺南深厚的歷史與文化，孕育出多樣的地方特色，為各地年貨增添風采。已邁入第七年的新化年貨大街，將以嶄新年貨妝點年節新氣息；承載了文化風韻的傳統市場，也堅持古早工法與食材，傳遞世代共享的過年味道。





臺

北有迪化街、高雄有三鳳中街，臺南則有新化

老街。來到新化，巴洛克式建築帶領我們穿越時空，回到一九二〇年代的臺灣街道。從日治時期開始，

新化區就呈現人文薈萃的風貌，不只在建築設計風格，文化更是深植人心。現今，新化區逐漸朝向融合人文、自然生態、觀光等綜合發展，配合觀光理念，讓質樸小鎮蛻變成人文之鎮。

從一〇一年起，「新化年貨大街」就成為臺南人的年度盛會，也是臺灣最具代表性的嘉年華會。今年活動自二月九日登場，一連六天，整條新化老街規劃有美食小吃、年節百貨、南北貨、伴手禮等五花八門的攤位。不同於坊間年貨大街，新化年貨大街的攤位，必須經由市府及店家代表聯合審查後才能設攤，就是要確保年貨大街的品質，提供優質安全食材的商品。來一趟年貨大街，即可將過年應景商品一次蒐羅，人氣與買氣也一年比一年高。



老街穿新衣！ 新興年貨在新化

以咖啡會遊子 共譜新化歷史

邁入第七年的新化年貨大街，參與攤商

不斷推陳出新，除了傳統年貨，近年來更積極引入新興店家，為過年增添新氣息，也呈現出臺南在地產業的多元面貌。座落在中正路上的新化老街咖啡，是老闆施進發從出版業退休後所開設；這裡不只有香濃咖啡，還散發出臺南人特有的在地人情味。

「開咖啡館，除了本身愛喝咖啡外，也成為我生活紓壓的一部分。」施進發說，他過去在出版社上班，為了提神而喝咖啡，進而喝出興趣。於是他開始涉獵研磨咖啡，下班回家就一頭栽進咖啡的世界裡，更上網到咖啡論壇向網友請益，習得選豆、烘豆、沖泡咖啡等相關知識。

在施進發「玩」咖啡的過程中，他發現咖啡不僅只是味覺享受，還可以探索隱藏在這杯咖啡背後的歷史、人文與產地。於是他向出版社老闆提出離職要求，開啟他下半輩子的咖啡人生。身為文化人，施進發希望

將咖啡與文史工作結合，

「我是新化人，但過去在出版社工作時，新化對我而言只是睡覺的地方，



圖1：施進發鑽研咖啡多年，希望外地遊子可以在過年時返鄉，與他共譜新化歷史。

圖2：咖啡館外觀保持巴洛克古韻。

圖3：施進發希望將咖啡與文史工作結合，店內可見諸多相關擺設

其實我對家鄉的認識並不多。」他先在新化老街找到店面，並結識不少與文史工作相關的朋友，新化老街咖啡就在他的構思下，一點一滴塑造出現在的面貌。

咖啡館位在新化老街上，外觀保留中西合璧的巴洛克風，門口綠意盎然的植栽是老闆娘的心血，樹叢裡還豎立一根寫著「學生候車處」的客運車站牌。走進屋裡，牆上全是與新化相關的老照片或文獻資料，書櫃裡還有不少與文史相關的書籍，「我開咖啡館並不是為了賺錢，只要能維持日常開銷即足矣。」施進發說，可以在老街開店，就像上天故意為新化留下一處文史據點，他很珍惜這個機會，要為新化記錄更多在地故事。

「因為我的咖啡館位在新化老街上，自然是新化年貨大街的活動店家。」施進發表示，每逢過年，就是新化外地遊子返鄉的時候，期待這些熟面孔在逛年貨大街的同時，不吝走進咖啡館，讓他善盡地主之誼，喝咖啡、聊文史，共同為新化寫歷史。



新化老街咖啡

地址：臺南市新化區
中正路421號

電話：06-590-9800

臺南在地特產 蛻變義式披薩

除了文史氣息濃厚的咖啡，新化年貨大街上還能看到一間相當道地的義式披薩店。從事食品業的蔡政勳，在外地打拚多年，兩年多前回到新化故鄉做披薩，因為用心，讓「Pa Pa Yummy 義式披薩專賣店」成為新化人氣名店。

「有一天我兒子帶著我做的披薩，到學校請同學吃，大家吃過後都說好吃極了，所以我把店名取為papa（爸爸）yummy（美味）。」蔡政勳開店前做過烘焙師傅，也曾在食品公司上班。雖然工作順遂，但倦鳥也有歸巢時，他於四年前回新化過年，發現新化年貨大街活動吸引人潮，加上市府已著手規劃大目降文化園區，屆時將可帶動周邊觀光發展，因此決定返鄉開店。

Pa Pa Yummy 義式披薩專門店位於大目降文化園區旁，開店前蔡政勳還遠赴義大利學藝，造就店裡傳統道地的義式披薩。他的披薩分厚、薄二種，厚的口感Q軟，披薩外緣麵皮酥脆；薄披薩則有如餅乾般的脆度，兩種披薩的麵皮都是手工擀製，選用比普通麵粉貴三倍的義大利進口披薩專用麵粉及冷壓初榨橄欖油，用自己培養的老麵種，長時間低溫發酵的工法，不加糖、也不加奶油，如此費工就是為了要呈現給饕客最道地的義大利披薩風味。

柴燒窯烤是Pa Pa Yummy的一大特色，「石窯爐是自製的，內層耐火磚、外層



圖4：Pa Pa Yummy的豪華雙拼披薩，使用羅勒海鮮加紅醬鴨胸，是熱門品項。

圖5：店面裝潢簡約但別緻，營造舒服用餐氛圍。

圖6：柴燒窯烤是Pa Pa Yummy的特點，在窯爐內高溫烘烤能鎖住食材的鮮美。

是大理石黃木紋亂片，材質與東山炭焙桂圓用的窯相似，燒的是龍眼木或荔枝木。」蔡政勳說，他們的披薩在窯爐內高溫烘烤，能瞬間鎖住食材的鮮美，烤出來的披薩不但新化人讚不絕口，就連老外吃了也大呼美味。店裡除了十七款不同口味的披薩，德國豬腳、義式半雞、安格斯牛排也是以窯烤方式料理，更有多款健康無添加的手作麵包。

在食材選擇上，蔡政勳偏好選用地農特產，「臺南農產多元富饒，關廟鳳梨、東山桂圓、西港黑芝麻都是我的創作題材。」他說，坊間販賣的夏威夷披薩大多使用鳳梨罐頭方便快速出餐，但他堅持選用新化與關廟的新鮮鳳梨，切片、灑糖、烘烤後製成鳳梨乾備用；而店裡的養生桂圓堅果麵包用的桂圓，也跟吳寶春冠軍麵包選用同一款來自東山的煙燻桂圓。

蔡政勳去年參加新化年貨大街活動，今年依舊不缺席。他認為，這是新化年度盛事，外出工作的遊子都將返鄉過年，加上大批外來觀光客，異國風情的Pa Pa Yummy 勢必帶動老街的熱鬧氣氛，增添不少新興年味。

Pa Pa Yummy 義式披薩專賣店

地址：臺南市新化區
中正路301-3號
電話：06-590-3595



市場傳統年貨 跨世代的年節滋味

古法肉酥飄香 伴手禮首選

若說新化年貨大街為過年穿上潮流新衣，那臺南各地傳統市場即是年節文化的根基所在，肉乾、魚鬆、香腸等的香甜滋味，是跨世代過年的共通回憶。保安市場二樓二八二號攤位的「滿佳香」販售肉鬆、肉乾、肉脯等傳統豬肉加工製品，用料實在、價格親民，並且提供客製化的禮盒與精緻的手提袋，無疑是臺南市民過年饋贈親友的最佳伴手禮。

滿佳香在地經營已逾二十年，使用溫體豬肉、不摻粉、純手工製作是其一貫堅持。早期在保安市場設攤時，肉鬆都是現場炒製，後來因市場改建為全密閉式，並裝設空調系統，才把現場炒製的工作移到工廠。但水仙宮市場的攤位目前仍有一部分後端加工在現場進行，為的就是要保有肉鬆最新鮮的優質口感。

滿佳香主要販售商品有海苔肉酥、肉酥、肉鬆、肉乾、辣肉片和辣肉絲，豬肉全都來自安南肉品市場的現宰溫體豬肉，並挑選瘦肉部位，遵循古法製作，豬肉切塊燉煮、煮好搗碎撕開、下鍋滷煮調味、滷完再下乾



圖7：滿佳香老闆粘秀惠特別提供紙製禮盒，年節送禮應景又大方。

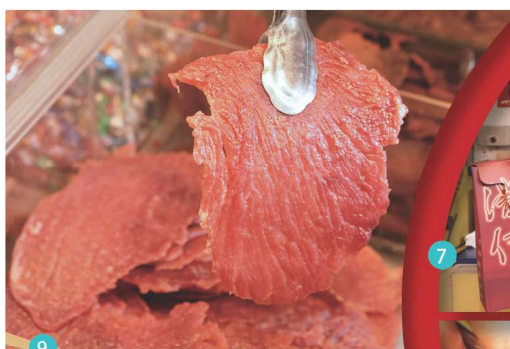


圖8、9：肉酥、肉乾等皆是大眾過年必吃懷念滋味。

圖10：滿佳香在地經營已逾20年，是許多民眾必買的市場名攤。



海苔肉酥是肉鬆的進階版，顧名思義就是加了海苔的肉酥，吃起來別有一番風味；值得一提的是，海苔呈片狀，比起坊間的細絲海苔，更為大器。肉鬆則是俗稱的肉脯，口感比肉酥紮實，且肉味更重。其他還有肉乾、辣肉片、辣肉絲等，都是店裡的人氣商品。

老闆粘秀惠說，臺南人過年送禮仍舊偏好香腸、肉乾、肉鬆等傳統禮品，所以每逢過年前一個月便開始忙碌。為了方便客人購買饋贈親友，滿佳香特別提供紙製禮盒，不用塑膠袋即可直接提著走，體面大方，又符合環保概念。

鍋炒乾。滿佳香的肉酥略帶有肉絲條狀，和一般完全粉酥的肉酥不太一樣，吃起來多了一份嚼勁，頗有阿嬤的古早味，些許的甜味也很符合臺南人飲食偏甜的習慣。



滿佳香

地址：臺南市中西區
郡西路35號
(保安公有市場)
電話：0921-566-347

全手工自製 豬肉加工品熱銷

再往北走，新營第一公有零售市場內的碧雲商號，老闆范二任不但身兼市場自治會會長與臺南市直轄市家畜肉類商業同業公會理事長，豬肉品質也獲得在地鄉親肯定，店家自製的香腸更是新營人年貨採買的首選。

新營第一公有零售市場是臺南市少數已有百年歷史的傳統市場，草創於日治時代，民國七十五年重新改建後才有今日規模。現有攤商三百三十攤，是新營區第一大市場，各類新鮮食材、蔬果、魚肉樣樣齊全，還有日常生活所需的各式雜貨、服飾與百貨，提供消費者多樣選擇。

碧雲商號擺攤六十餘年，是新營第一公有零售市場的老字號豬肉攤，「碧雲」取自老闆范二任的母親名字，攤位上的豬肉來自善化肉品市場；清晨天還沒亮，范二任就親自到肉品市場挑選優質毛豬，現宰新鮮溫體豬肉直送市場，並分解處理部位，好讓消費者選購。

常逛新營第一公有零售市場的婆婆媽媽，買豬肉都喜歡到碧雲商號，原因在於攤位上的豬肉不但新鮮，而且外觀漂亮、肉質均勻、又略帶彈性，加上老闆切割處理豬肉的功夫熟練到位，每天都生意興隆，早早



圖11：碧雲商號是新營第一公有零售市場的老字號，攤位生意興隆。

圖12、13：攤位的豬肉新鮮，老闆切割處理豬肉的功夫也相當到位。

圖14：碧雲商號的香腸肉質飽滿，禮盒常常一上架就銷售一空。

就銷售一空。

香腸是碧雲商號的熱賣豬肉加工商品，完全由店家手工自製，挑選上等豬後腿肉，肥瘦比例約三比七，不摻粉、不摻色素，以傳統中藥包醃漬，並添加少許高粱酒提香。灌製的香腸肉質飽滿，汁香味美、口感十足，為年節採買年貨、饋贈親友的不二之選。過年期間也會特別加量製作香腸禮盒，一上架幾乎立即秒殺，想品嚐碧雲商號香腸美味者，可要把握時機。

從新化年貨大街的新興料理，到傳統市場的經典滋味，背後均是臺南在地商家的創意與堅持；細觀百花齊放的臺南年貨，可見關廟鳳梨、東山桂圓，以及在地市場的現宰溫肉品等地方特產隱藏其中。逛一趟年貨大街，走一回在地市場，不僅添足年貨，更一次遊賞臺南在地特產的多元面貌。



碧雲商號

地址：臺南市新營區復興路1號
（新營第一公有零售市場）
電話：0913-411-791

下期預告

蘭花香 5年催出100億



京都跨年 文化是門好生意



文／張以潔 圖／達志影像

文化是門好生意，這句話在諸多大城市跨年商機不斷湧現中可見端倪。二〇一

七年的最後一天，絢爛煙火交織LED燈網，將臺灣的傳統、現代與願景，映現在一〇一大樓上；美國時報廣場以「寧靜」為主題，水晶球上刻畫蝴蝶飛越原野的意象，以求更平和、美好的新年。各國各異的跨年文化，不僅是國內外旅客爭相前往的聖地，更是當地文化底蘊及產業實力的展現。

善用傳統 在地特色成觀光焦點

臺南的跨年也十分吸睛，利用其獨特地理環境，連結北門鹽田夕陽、站前跨年晚會與二寮曙光，打造跨年三部曲，觀光人次逐年遞增。然而在美景之外，若能融在地傳統文化於慶典，勢必能為跨年商機更添助力。日本京都便善用傳統文化，創造出別於一般時尚、現代的跨年風潮，每年均吸引不少外國觀光客。

十二月三十一日在日本稱作「大晦日」，當天晚上則是「除夜」，寺廟會敲響一〇八次梵鐘，象徵一〇八個塵世煩惱將煙消雲散。

日本諸多寺院均有敲響除夜之鐘的儀式，其中以京都知恩院最富盛名，日本電視台（NHK）會在紅白歌唱大戰播畢後現場直播，可見其重要性。知恩院內的大梵鐘有一「日本三大梵鐘」之稱，儀式約在十點四十分開始，由一名僧侶拉著主要的粗繩，其餘十六名僧侶在旁牽著細繩，一齊呼喊口號敲鐘，在零時敲響第一〇八次梵鐘。

除了除夜之鐘，歷史悠久的京都亦在各地衍生出不同的跨年文化。八坂神社以「白朮祭」最為著名，白朮即中草藥的一種，相傳將白朮編成的火繩在神社內的「白朮火授與所」點燃，回家放置爐灶，就能保佑新年健康；以學問之神聞名的北野天滿宮則舉辦「鑽火祭」，民眾可以將中庭燒起的齋火引回家，燒煮新年的第一頓飯。

日本京都保留並善用傳統，用文化底蘊創造無窮商機，證明在地化即是國際化的最佳利器，對素有臺灣京都之稱的臺南來說，或許是一面鏡子；可喜的是，臺南近幾年也開始積極活用地文化特色，未來發展可期。





康那香

「織」出科技戰袍

已有五十多年歷史的康那香企業股份有限公司，以不織布起家，也以不織布發跡，一本初心並不斷精進，要以一塊不織布立足國際。

濱海的將軍區，臺十七線上的雲嘉南濱海風景地帶，只見一幢如蚵殼的扇形白色建築矗立其間，這是奇美博物館設計師蔡宜璋的新作，也是「康那香不織布創意王國」觀光工廠二館。成立於民國五十八年的康那香，是臺灣最早投入婦女及嬰兒用品的製造商；一〇一年於將軍區成立「康那香不織布創意王國」觀光工廠，結合傳統製造業與服務業，打造全國第一座不織布觀光工廠，二館則於一〇六年十二月二十九日盛大開幕。

開幕當天，冬日陽光暖洋洋的氣息和康那香給人的貼心形象極為

貼切；臺南市代理市長李孟諺、臺南市政府經濟發展局局長殷世熙、臺南區不織布工業同業公會理事長陳弘坤等人均共襄盛舉。康那香董事長戴榮吉表示，「康那香已滿五十年，能夠在此生存，表示公司的品質保持很好。」旗下品牌康乃馨衛生棉、蘭韻化妝棉均耳熟能詳，更名列全球不織布廠商前四十強。

口罩一體成型 一分鐘產六百個

其屹立不搖的關鍵，是與時俱進的研發能量。因應近期空氣懸浮微粒議題逐漸高漲，康那香推出「PM2.5 Z摺口罩」，已通過中國大陸GB/T 32610-2016過濾效率及防護效果C級檢測。Z摺口罩以彈性不織布為耳帶，可長時間配戴而不會造成耳朵疼



康那香二館開幕，推出口罩、面膜、衛生棉等新品，吸引眾多民眾前來購買。

文／張以潔 圖／李復盛

痛，且其壓合於口罩正面，讓密合度優於一般平面口罩。

不同於一般口罩耳帶和罩面分離，Z摺口罩採一體成型，一分鐘能量產六百個，遠超過平均六十至一百個產能，其技術

現已申請專利。「在高速生產下，最大的挑戰為在機台上直接一道生產。」康那香研發處處長蘇建仲說，有別於一般生產平面口罩先做本體再貼合耳帶的兩段式生產，Z摺口罩的設備須有高度精密及穩定性。技術的發想源自SARS期間口罩短缺的問題，因康那香本就有生產衛生棉和尿布的設備，便善用其高速、對位精準的特性生產口罩。

除了Z摺口罩，康那香也推出香黛兒衛生棉，在蕾絲邊的柔美設計下，使用鍍銀技術將銀鍍於不織布內層，去除分泌物帶來的菌；蘭韻植萃面膜則選用日本冰羽靈為基布，連續長纖的布料特性，使水分吸收度比一般面膜高出十倍。而二館也將面膜生產線流程置於館內展示，可讓民眾直接了解生產流程，並把貨櫃設計成DIY活動教室，讓民眾體驗手作不織布相關產品的樂趣。

從代工到品牌 從傳統到高科技

對於將軍子弟戴榮吉來說，二館的成



康那香董事長戴榮吉不斷突破創新。



康那香新館由建築師蔡宜璋設計，因將軍區靠海，故以白色蚵殼為意象。



康那香董事長戴榮吉（右）為臺南市政府經濟發展局局長殷世熙（左）講解Z摺口罩。

立，不僅是衣錦還鄉，更要回饋鄉里。臺南市代理市長李孟諤肯定康那香不斷創新的企圖心，對於戴榮吉多年對教育、社福奉獻亦表示感謝，「賴院長也在最後一次的市政會議，頒發卓越市民獎給戴董事長。」

中國崛起後，臺灣製造業不僅要朝向精緻、功能整合，更需要顛覆舊有思維，和世界接軌。從代工到自創品牌、從傳統走向高科技，現今講工業四·〇，康那香的不織布也朝向自動化生產。戴榮吉更在開幕儀式上拋出震撼，未來將結合運用不織布發展固態電池，乍看毫無交集的技術引人發想。在時代洪流中站得精準、看得宏遠，康那香將持續織出更具競爭力的未來。



企業做得更多

環境將更不一樣



文／李嘉祥 圖／李嘉祥、璨揚企業官網

利 他就是利己，才能永續——這樣弘遠的精神理想，竟在臺南一所車燈工廠中具體實現。

位於臺南安南科技工業區的璨揚企業股份有限公司創立於一九八一年，產品涵蓋LED燈、燈泡款、反射片、鎖附零件及替換燈殼；在行銷策略上定位於「深耕臺灣、布局全球、打造自我品牌」，以貼近客戶角度研創新產品。

深知不斷開發新產品及具備完整產品齊全度才能掌握市場競爭優勢，璨揚不斷創新研發，至二〇六年七月止在美國、歐盟、日本、德國、大陸及奧地利等國獲得一百二十四件專利，並通過TPS臺灣智慧財產管理規範，產品行銷至美洲、歐洲、澳洲和日本等國家。

產品製程上與工研院合作引入智

慧製造、產品客製化及高毛利產品，開發LED車燈自動化組裝生產線，以超音波熔合機搭配半自動化設備與人工下料及組裝，提升二十%產能。每年更持續導入自動化設備，減少不良品資源浪費，並使用SAP ERP管理，彈性接單生產出貨，以少量多樣的生產模式讓客戶有更多選擇。

在市場上則以雙品牌行銷，定期參展，並設立海外子公司，以求貼近並快速回應國外客戶需求，與供應商同步成長。突破性的創新商業模式不僅增進國際競爭力，更成為臺灣最大的卡車拖車車燈製造廠。

嚴格專業下的暖心管理

在一絲不苟的高品質專業生產下，璨揚其實很人性化。從六至十人的小工廠起家，一步步走向跨國



經營，成立美國、澳洲及歐洲子公司，坐擁全球約六百多名員工，璨揚靠的不是精準獲利計算，而是同理心，從員工角度設身處地思考企業應該完成的任務。

誠信、創新、合作、關懷，是璨揚的四大經營理念，在董事長黃文獻眼裡即是：守法、求變、溝通與尊重——以最高道德標準自我要求，了解唯一不變者就是改變，溝通維繫穩定長久伙伴關係，珍惜資源並善盡社會責任。這四項理念，其實就是利他與永續的總和。

對黃文獻而言，員工不僅是重要資產，更如同家人般珍貴。二廠興建時在地下室設計八百個停車位讓員工免費停車，廠內設備齊全的健身房及游泳池天天開放；每月有兩次視障按摩，去年體驗人數近四百人；更有每年國內及三年一次國外旅遊，以及戒菸班等多個運動社團，充實員工下班後生活。週年慶不吃喝，帶員工騎腳踏車尋根，了解公司發跡歷史，幹部也帶領員工攀登玉山，單車環全島及半島，在全臺留下璨揚足跡。

除了健康照護，璨揚也扶助員工成家立業，以成家方案實際鼓勵年輕員工組織家庭及勇敢生育。目前璨揚內部有二十對夫妻，公司不僅提供無息購屋貸款，每生一胎還可領五萬至十五萬元的生育津貼，每月補助五千元托嬰津貼至三足歲，減輕年輕人生育負擔。



圖1、2：璨揚車燈生產製程井然有序。

圖3：廠區空間大量綠美化，養樹養花養魚，連停車場也綠意盎然。



2



1



3



璨揚董事長黃文猷（左2）向臺南市代理市長李孟諺（左1）說明自動化手臂操作流程。

璨揚並非臺南市最大、最賺錢的企業，卻以其對員工的暖心照顧、對產品的嚴格要求，以及對環境的最高善意與敬意，奠定業界遠遠不及的競爭優勢。



看見每一個人的 工作價值



璨揚目前約有一百二十一位中高齡員工，相對於部分資方對資深員工的不友善，璨揚對老員工格外敬重。五十七歲以上的員工不指定打卡位置，每年有四次的優先視障按摩及健檢補助；接待大廳更有英雄榜，服務滿十年，名字即刻在大廳的YEAR CLUB上，讓員工備感榮譽與尊重。

在保障本國勞工權益上，璨揚做到的遠遠超過一般公司，是唯一未僱用外籍勞工及在大陸設廠的企業。將員工當作家人，以同理心不計成本打造高滿意度的幸福職場，造就員工的高度穩定性及向心力，讓公司有更多盈餘可回饋在員工身上，以人性化的經營成就善的循環。

受限於傳統觀念，部分企業主對僱用身心障礙者多有疑

慮，但黃文猷在他們身上看到珍貴的勞動特質，廠內超額進用身心障礙勞工，一〇五年進用人數十人，遠超過法律規定的四人。他也年年參與臺南市政府勞工局身心障礙就業博覽會，三年來共超額進用二十一位身心障礙者，還為聽障員工開設獨立的「聽障生產線」，讓身心障礙者不再是就業弱勢，而能在企業發揮所長。璨揚也連續兩年放棄請領政府獎勵金，將基金資源嘉惠更多身心障礙朋友。

黃文猷說，身心障礙者雖為弱勢但並非能力不足，聘用身障或中高齡員工，初期可能需花費較多心力，但熟悉作業模式後將成為公司最穩定的人力。幫助一名身障者，最後受益的還是公司。幾年下來事實證明，身心障礙員工表現不輸一般員工，離職率遠低於其他員工，璨揚也因此榮獲經濟部卓越中堅企業獎、勞動部金展獎。



利他精神 輝映永續「璨揚」



出身佳里偏鄉，六十歲的黃文獻從九歲起幫忙父親擺路邊攤、幫母親做家庭手工。雖然清苦，但父母親仁心對人的身教，成為他一生的座右銘。二十四歲創業，黃文獻深知窮人苦，希望讓公司成為員工的最強後盾。曾有兩名員工受高利貸所苦，黃文獻問清原因後白掏腰包協助一次還清，讓員工能正常工作，無息攤還。他告訴員工不用謝他，只要有能力時幫助其他有需要的人，就是對他最好的回饋。

深知獲利來自社會，璨揚於一〇二年設立慈揚基金會，以長者及兒少為主要關懷對象。農產品滯銷時，基金會與民間單位合作購買紅龍果、鳳梨及紅豆等農作物，發送給員工也幫助小農。一〇四年及一〇六年捐贈消防局兩部救護車，並購置老人沐浴車並安排長期協助人力，讓弱勢老人享受免費沐浴服務。

黃文獻堅持，只要是對的事，做下去就會看到成果。不同於其他公司尾牙大辦宴席犒賞員工，璨揚連續十二年尾牙不喝酒，將錢省下來做公益，部門主管年年帶領員工投入志工服務，長期下

來內化成企業文化，員工家屬也自發參與。迄今贊助過的偏鄉小學已超過二十所，讓公益與愛心種子在偏鄉持續萌芽茁壯。

除了人，璨揚也重視環境。友愛地球在璨揚並非只是口號，而是從自身做起。兩座廠房均達綠建築規格，其中一座更取得綠建築認證。響應市府推動太陽光電，頂樓設置兩百五十五座成本較高的追日型太陽能發電裝置，年發電量約八十三萬六千五百度。廠房底部設置約一千四百四十八立方米的廢雨水貯存池及雨水回收管，雨水從屋頂收集後流入作為清潔用水，廢水則回收為灌溉用水，九十五%以上的水可循環再利用，降低環境能源使用也為公司節流。

即使做了很多，但黃文獻總覺得還不夠，常詢問員工還有什麼能做的，「如果企業能做得更多，環境可以更不一樣。」他舉例，彰化以南日照時間長，如果全臺企業新設廠房都能設置追日型太陽能發電裝置，就能為臺灣減少更多污染。

璨揚並非臺南市最大、最賺錢的企業，卻以其對員工的暖心照顧、對產品的嚴格要求，以及對環境的最高善意與敬意，奠定業界遠遠不及的競爭優勢。

圖1：慈揚基金會足跡遍及全臺，農產品滯銷時與民間單位合作購買發送給員工也幫助小農，還有文學獎鼓勵員工投稿。

圖2：璨揚補助員工購置電動車購車金，並提供有專屬停車場，提高汰換老舊機車意願。

圖3、4：璨揚兩座廠房均達到綠建築標準，其中一棟更取得鑽石級綠建築標章。





Isabati餐廳布置如置身異國。

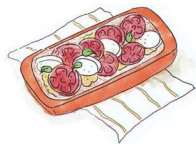


Isabati靈魂人物（右起）執行總經理長Itabashi與董事長林宜蓉伉儷、行政主廚謝竹軒。

精巧義式料理

映現日本職人精神

文、圖／黃湘



定期舉辦餐酒會或米其林主廚豪華饗宴，讓顧客不用出國也能沉醉地中海盛宴。

金讚好店的頭銜絕非偶然，店裡各項料理毫不馬虎，以無骨牛小排為例，必須先去筋膜並將油脂取下熬成醬汁或高湯；每樣食材都是團隊分工而來，菜單也隨時節更迭。每客套餐均價值不斐，但經典料理、精緻工序、優質服務加上真材實料，是他對消費者的承諾與自信，也是他希望顧客看到廚師價值的堅持。

義薩芭蒂義式料理

電話：06-302-3199

地址：臺南市永康區

東橋一路26號2樓

臺南地中海盛宴 體現廚師價值

結 合義、法料理與日本職人精神，締造跨越國界的獨特味蕾饗宴，「義薩芭蒂義式料理」創辦者日籍執行總經理長板橋凱映，多年來致力於引進新的義大利飲食文化，希望翻轉臺南人對義式料理的既有觀念。

說者一口流利中文並穿插道地臺語，原來板橋凱映的母親是臺南人，兒時成長於大家庭，外婆常常像總舖師般，指揮叔嬸伯母等三十多人輪番下廚。耳濡目染之下，他在小學四年級就會炒飯並愛上做菜。他笑著引用外婆常說的話語，「不愛讀書就選一把刀學功夫。」他在返回日本讀中學後，從十六歲鑽研廚藝至今，習得精湛廚藝也吃足苦頭，更體現了日本職人的敬業與忠誠。

板橋凱映十八、九歲時日本盛行義大利餐飲，初嚐義大利麵就為之驚豔，於是下足功夫學習。二〇〇四年他回到臺灣開業，原位於東區的店面在二〇一四年移至永康區現址，有近百個座位、一百七十坪空間可供商務、宴會、包廂、西式婚宴使用，同時備有專業酒窖，不



行政主廚以開心果和甜菜根雞肉膠凍，拿下2017第一屆國際廚藝美食藝術大獎金牌。



飯店餐廳寬敞整潔，菜色豐美。



劍橋飯店總經理余瀨（右）、副總經理許維倫（左），對經營飯店十分嚴謹。



在地「心」服務

擦亮臺南好印象

文／陳采萱 圖／陳采萱、劍橋飯店臺南館

位 在熙來攘往的市中心，周圍環繞著赤崁樓、吳園等古蹟建築，劍橋飯店臺南館具備商業、交通、觀光上的便利及優勢，更是臺灣第一家設立網際網路的商務飯店。但劍橋飯店真正為人稱道的，是它「從不對客人說不」的服務理念，以及從上到下對此服務精神的落實。

不對客人說不 由上至下落實服務

劍橋飯店總經理余瀨，有著一張和善親切的臉龐，但對經營飯店卻十分擇善固執。從對合作夥伴如洗滌廠商的嚴謹選擇，到為了降低碳足跡，選用當地、當季食材，甚至是對於員工的「上二層樓、下三層樓」的步行要求，他眉眼間的堅定顯露出一切。

「我們絕對不能對客人說『不』。」余瀨說，站在客人的角度思考客人需求，是他們嚴以律己的要求。曾有位外國旅客路過飯店，詢問飯店人員某個地點在哪裡，僅僅一個問題就從櫃檯服務人員、主管、總經理一路問到董事長，最後董事長親自致電

臺南市政府文化局詢問，終於確認位置，並由飯店同仁引領該名旅客前往該地。這正是劍橋服務精神的最佳實證。

除了服務精神，劍橋飯店也十分重視安全衛生，不僅獲得各類評鑑最佳指標和ISO 9001、ISO 9002的國際品保認證，也榮獲一〇六年度臺南百家好店。余瀨指著掛在一樓櫃台後方的百家好店認證，笑著說：「我們是臺南的飯店，能獲得政府認證的百家好店，對我們同仁是種肯定，對顧客來說也是可信賴的保證。」未來劍橋飯店仍將持續精進服務，全力推展臺南觀光，希冀讓每一位來到府城的人都能享受到美好、舒適的飯店生活。



上：飯店人員待客親切，落實服務精神。

下：飯店房間整潔舒適，可見服務人員之用心。



劍橋飯店臺南館

電話：06-221-9966

地址：臺南中西區
民族路二段269號



百香果、莓果等抹醬特別適合淋在原味優格上。



橡實堤岸創辦人夫婦堅持手工與天然。



府城茶飲 沐浴森林的自然滋味

文、圖／黃湘

退

伍後的一趟中橫之旅，在林沛洋內心建構了臺灣森林的絕美印象，也點燃了他想打造府城別具特色茶飲的靈感。他以「橡實堤岸」之名創立品牌，堅持「從心出發，追求自然呈現美好的味道」，結合森林意象於茶飲中，純手工製作的果醬茶與抹醬，要讓消費者感受如沐浴森林般的愉悅。

純天然純手工 品項跟緊潮流

林沛洋當兵時待過廚房，練就出好刀工及火候掌握度。他常常思考，韓國柚子茶不僅行銷國際，更紓解了國內產銷失衡的問題；臺南以美食聞名，是否也能有深具代表的茶飲？他於十年前研發第一支果醬鮮桔醬，受到青睞，進而搭配臺灣本土水果與進口高級水果、莓果開發更多品項，其中的綜合水果茶便是全年銷售第一的招牌產品。

橡實堤岸堅持純天然食材、純手工製作，講究切工與熬煮時間，像是桂花蜜柚便是鳳梨等多種水果熬製，沖泡後呈現水果自然色澤並凝住濃郁果香，還可加上現切水果，增添視覺享受。此外，店內也特別提供整桶特調果醬茶，服

務擴及宴會，並供應知名茶飲連鎖店水果冰釀等原物料。

目睹露營風盛行，林沛洋也跟緊趨勢，研發便於戶外活動攜帶的水果冰磚，更設計真空小包裝讓異鄉遊子帶著走，而其不同口味的鮮奶酪及原味優格也都是熱門品項。春節即將來臨，只見林沛洋夫婦和助手忙著切水果、熬果醬，因為客戶訂單一來就是上千瓶桂花蜜柚。獲選百家好店讓他們更具信心，繼安平店開張之後，未來將致力擴展更多有特色的分店，發揚府城專屬的風味茶飲。



水果冰釀是頗受歡迎的品項，果丁切得細緻誘人。

橡實堤岸

電話：06-251-1676

地址：臺南市北區

中華北路二段142號



英記精品德白鋼飾品主打女性柔美風格，更擁有多項專利。



品牌經理林志昇（左）、行銷經理余昀（右）致力將白鋼飾品打造成能展現於世界舞台的品牌。

時尚輕珠寶



白鋼也能柔美

文／陳采萱 圖／陳采萱、英記精品有限公司

說 起白鋼飾品，一般人多半會想到剛硬設計，但在臺南的英記精品有限公司，不僅打造出女性專屬的溫柔曲線，其獨特技術獲得超過二十項專利，更是臺灣唯一擁有設計、研發、製造及售後服務的時尚首飾品牌。

巧用白鋼特性 在地設計走出國際

英記精品一九六二年於香港創立，一九七七年成立臺南分公司，初期以生產手錶配件、打火機和成錶為主，扎下深厚的精密技術基礎。二〇〇〇年開始英記精品重新思考定位及客群，品牌經理林志昇表示，白鋼因其材料比金、銀等金屬硬，熔點高達一千三百度以上，須透過專業機器及經驗老道的師傅才做出飾品的精細之處。在技術背景的優勢條件下，英記精品善用白鋼穩定、不易引起過敏的特性，成功打開女性「輕珠寶」飾品市場。

除此之外，英記精品兼顧在地化與國際化的設計，也是廣受消費者歡迎的原因之一。「跟飾品最相關的就是穿搭方式，臺灣有專屬的

文化發展脈絡，所以飾品也不能一味模仿國外風潮。」行銷經理余昀指著展示櫃中的飾品說，歐洲偏好大而突出的裝飾，美國喜歡粗獷率性，日韓則走小而精巧的風格，甚至連臺灣人的喜好也有南北差異。

不只走入國際，英記精品也與成功大學、臺南應用大學多次合作產學研發和交流座談，讓新興的種子往下扎根。「獲得臺南市政府認證的百貨好店，對我們在地廠商來說就是一種肯定。」林志昇說，從在地發展到國際，如同創立BENITY品牌的初衷——「Be eternity，成為永恆」，無論是白鋼精工技術還是產品本身，都是足以在世界舞台上驕傲展現的府城品牌。



上、下：英記精品店面位在focus百貨內，櫃位擺設別緻。

BENITY時尚精品

電話：0971-218-128

地址：臺南市中西區

中山路166號2樓

解讀節慶裡的商業密碼

節日購物 話題創造商機

過節就該購物，這樣的關聯是人類本性還是商業操作？從美國「黑色星期五」、中國「雙十二」，甚至是臺灣中秋節「一家烤肉萬家香」的醬油廣告，這些購物風潮都和節慶脫不了關係。業者如何善用節日意義與氛圍，搭配創意的行銷手法，創造更勝平日的商機？節日購物又將對傳統商業帶來什麼影響？

文／葉思諾 圖／達志影像



臺灣

灣人喜歡過節，無論是傳統新年、西洋情人節、七夕情人節，或是父親節、母親節、聖誕節，幾乎無役不與。節日除了替民眾帶來好心情，對商家來說更隱含無限商機。根據Go Survey市調網的調查，超過五成民眾會在農曆新年期間產生購物念頭；提到「週年慶」三個字，高達六成七的民眾會觸動購物慾望。

黑色星期五

感恩節後聖誕節前

節慶行銷充滿激情，美國知名的「黑色星期五」購物節就是經典

案例。美國的年終購物旺季，從十一月第四個星期四的感恩節開始，在十二月二十五日的聖誕節前夕達到高峰。而替購物旺季揭開序幕的，便是每年感恩節的隔日，也就是星期五；美國大型百貨、量販業者如梅西百貨（Macy's）、百思買（Best Buy），不約而同祭出限量超值商品，吸引大批民眾搶購。

這一天是年終購物季最繁忙的一天，許多零售商都大賺一筆，帳簿上的虧損紅色標記終於得以塗銷，改用代表盈餘的黑色標記，因此有了「黑色購物節」（Black Friday）的節日名稱。黑色購物節



美國「黑色星期五」購物節從11月第4個星期四的感恩節開始，在聖誕節前夕達到高峰。



自一九六〇年代從美國興起，逐漸流傳至加拿大、英國等基督教信仰國家；直到今日，只要講到黑色購物節，就代表了年底時刻的瘋狂購物。

根據全美零售協會（NRF）

統計，超過六成的美國人（約一・一五億人）計畫在黑色購物節這一天血拼購物。二〇一七年十一月和十二月全美零售銷售額約六千八百億美元，較去年同期成長近四％。

購物旺季也帶動各項財經指標水漲船高，二〇一七年黑色購物節前夕，不僅標準普爾、那斯達克指數雙創新高，就連網購巨

掌亞馬遜的股價也飆漲五％，其創辦人貝佐斯更在去年黑色購物節前夕身價飆破一千億美元。

貝佐斯身價飆漲說明了一件大事：黑色購物節從最初以實體店面為主，轉以網購通路為大宗。

根據Adobe Digital Insights資料顯示，過去五年來，美國實際造訪店面的採購人數，逐漸從一・四七億遞減到一億人左右；另一方面，以電商為主的「網購星期一」（Cyber Monday）近兩年的銷售金額屢創新高，顯示美國消費者在重大消費節日時，已逐漸偏向網路購物。

雙十一 單身就該購物

而將節慶行銷在網購領域應用到極致的，非中國的「光棍節」莫屬。如果說「黑色星期五」是替歐美聖誕購物季跳開場舞，那每年十一月十一日上演的「光棍節」，則是完全憑空拔地而起的商業話題。

光棍節源自中國的校園，取四個「一」的象形意義，表示形單影隻者脫離單身的願望。二



中國雙十一購物節創造「光棍節就該購物」的話題力量，其結合電商引起的消費效應，已是國際購物盛事。



〇〇九年十一月十一日，中國電子商務公司阿里巴巴旗下電子商城「天貓」，共計二十七家品牌以此發起打折促銷，鼓勵小資族群享受單身樂趣，並藉由購物犒賞自己。

這項行銷活動獲得空前的成功，不但創造了「光棍節就該購物」的話題力量，更結合網購平台上的品牌，提早宣傳限時促銷的訊息，讓許多小資族群早就把特價商品加入購物車，十一月十一日鬧鐘一響就起床結帳，大掀熱銷風潮。二〇〇九年第一屆光棍節成交金額五千萬元人民幣，第二年就逼近十億，二〇一

七年再下一城，創下天文數字般的一千億。

現在的光棍節不再僅是單日的節日促銷，已經發展成循序漸進、有完整配套措施、多元行銷管道的長天數活動。在雙十一當天，阿里巴巴舉辦媲美春晚等級的表演活動，並利用雙十一大牌促銷的聲勢餘波，在十二月十二日繼續舉辦針對個人小商家的「雙十二購物狂歡節」促銷活動，讓中國網購買氣從十月國慶一路延燒至年底。

質變造成量變，單一節日效應被拉長的現象同樣見於歐美。玩具反斗城營銷長Richard Barry就曾於媒體採訪中指出，現在的黑色星期五已經不是購物「日」，而是長達兩週的購物馬拉松。資誠會計師事務所全球消費市場負責人Steven Barr則認為，市場行為正逐漸改變，消費者特地在當日消費的意願已經漸漸減弱。

在黑色星期五搶下超過一半



不論是農曆過年、情人節、聖誕節、母親節等，大街小巷或網路上都可見相應的行銷策略。



搶奪節慶話語權 傳遞品牌形象

哉哉地上網選購、等著貨品送到家。

放眼現今，品牌業者不再把創造業績作為節日行銷的唯一指標，取而代之的，是趁著節慶話題，利用無遠弗屆的網路力量，傳遞正面的品牌形象。美國科技公司 American Greetings，就利用二〇一四年母親節，打響了品牌識別度與業績。該公司在網路上刊登求才廣告，該職缺每週工時爆表、沒有休假、節慶期間工作量不減反

業績的亞馬遜，已將購物季節拉長至一個月，每日輪番促銷不同商品，讓消費者有足夠時間沉浸在亞馬遜替他們打造的洗腦環境。小而美的購物平台，適合搭著大

品牌的節慶促銷登場，每年業績均有五千萬以上的臺南購物節，也搭上單身購物的話題，於十一月十一日開辦；去年不但在實體通路整合超過一千六百家商店，更在遠傳電信、台灣大哥大、Momo購物網、17Life等電子商務平台推出網購服務，讓消費者不必急著在特定日子造訪臺南，而能悠悠

增，而且沒有薪水，這項工作正是「母親」。這支網路廣告成功引起消費者的共鳴，創下超過兩千萬次的瀏覽。

當然，節日行銷也可以反其道而行，重新定義特殊節日的意義。這種行銷策略如果操作得當，可以在清一色趨勢中，迅速突顯自己的主張。全球最大的戶外用品連鎖零售組織REI，從二〇一五年開始鼓勵消費者不要在黑色星期五瘋狂購物，應該多與家人相聚、到戶外踏青。他們成立#OptOutside網站，提供戶外活動的資源，並與相同理念的品牌合作，在社群媒體廣為宣傳；二〇一六年，就已經有超過四百家非營利機構、一百六十萬人以上網連署支持這項主張。

無獨有偶，臺灣量販業者全聯也在農曆七月中元節推出「存好心、備好料、做好事」的廣告，彰顯中元普渡的真實意義：一方面傳達該品牌的核心理念（便宜、實在），一方面也因為創意幽默，在網路造成瘋傳。

近年臺灣量販業者無不加入中元節品牌行銷戰場，就是為了在節慶話題搶先奪得話語權；今日提到中秋節，許多消費者仍然立刻聯想到五十年前的醬油廣告「一家烤肉萬家香」。種種例證，說明了節日行銷做得好，絕非只能締造單一年度的銷售佳績，只要創造歷久不衰的話題，甚至還能享有相當豐厚的長尾效應。





到觀光工廠迎新春

過

年期間親子同樂何處去？臺南市境內的觀光工廠大推薦！臺南市不只產業多元、歷史悠久，還有通過經濟部認證的二十三家觀光工廠，從吃的、用的，到美妝、醫療，形形色色、多采多姿。

四大類別八條路線 各領風騷

臺南市觀光工廠型態各具特色，有趣味十足的五感互動、有創意不斷的DIY體驗、也有主訴求多元化在地特色產品，更少不了文化技藝知識分享。為了讓遊客從眾多獨特性主題中，找尋出自己屬意的觀光工廠旅遊行程，臺南市政府經濟發展局不但將二十三家觀光工廠分為「快意嚐美食」、「樂活愛保健」、「玩味賞創意」、「家居品時尚」等四大類型，並結合觀光工廠及周邊特色商圈、市場、文創園區、古蹟及景點，規劃「食在好味悠活走逛」等八條旅遊建議路線。

「快意嚐美食」類觀光工廠共有九家，其中一〇一年設立的黑橋牌香腸博物館，除記載黑橋牌深耕臺灣的香腸歷程，並打造



台灣金屬創意館被列為國際亮點觀光工廠，是春節親子同遊的好去處。

觀光工廠
好好玩！

相關活動內容與最新資訊請
至各家觀光工廠網站或臺南市
觀光工廠主題入口網查詢



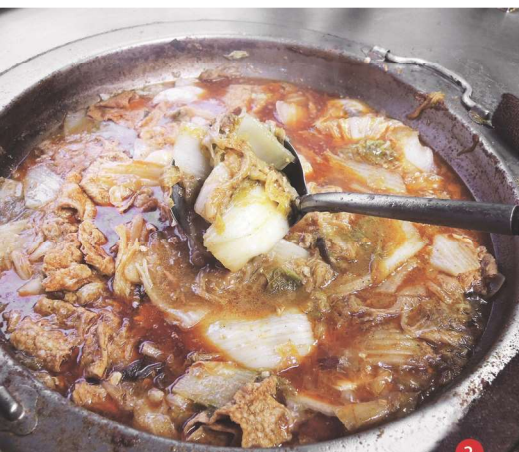
原景重現展覽內容，逼真寫實，彷彿時光倒流；「家居時尚」類觀光工廠則有五家，被列為優良觀光工廠的TICOS台鉅美妝觀光工廠，以主題樂園模式創造童話故事裡的「美麗王國」，並由超萌的童話人物引領遊客闖關；「樂活愛保健」類觀光工廠亦有五家；而「玩味賞創意」類的五家觀光工廠中，除了有美雅家具觀光工廠和虹泰水凝膠世界兩家優良觀光工廠外，被列為國際亮點的台灣金屬創意館更不容錯過，業者將鍍金加工專業技術，結合臺南特色文化創意，規劃互動設施和金屬典藏，年節也推出「免費體驗金屬拓印紅包DIY」活動，讓遊客一窺金屬的無限創意與延伸。

文／楊為仁 圖／臺南市政府



古早味世代傳承

厚工擱暖胃



3



1



4



2

圖1：老闆阿富就著老竹籠爐忙著剪豬腸。

圖2：黃俊欽的推車攤位是文華市場一景。

圖3：這一大沙鍋與大鍋菜美味讓人無法擋。

圖4：佳里米苔目已傳承逾一甲子。

南區文華市場屬黃昏市場，攤位不多，卻藏著不少人氣美食。「蔡家阿珍阿富」每天早上十點營業到入夜，常常見老闆蔡振富坐在竹籠爐前不停剪著豬大腸與小腸。蔡振富的父親自七十六年開始挑著竹籠在街頭做生意，妹妹接手後以推車擺攤，自己則留在文華市場，堅持豬大骨加白蘿蔔熬煮湯底，並每天就近採購溫體豬。招牌除了豬血湯，加了豬腸、肝連肉的綜合湯也備受歡迎，配上炒米粉，俗擱大碗，暖呼呼的滋味特別享受。

一旁，黃昏開賣的古早味豆花，夏天主打冰豆花、仙草干茶與薏仁粥，冬天則賣熱豆花與大麥粥。老闆黃俊欽的伯父自四十年前挑著扁擔沿街叫賣到轉為推車，因後繼無人，

細工料理 熬出暖心滋味

立春時節，春寒料峭，隱身傳統市場之中，世代傳承的平價古早味，正以在地食材與厚工，牢牢抓住老饕的胃和他們的心。



豬血豬腸肝連肉
綜合湯很滿足。

文、圖／黃湘

暖胃小吃在市場



蔡家阿珍阿富豬血湯
(文華公有零售市場)

地址：
臺南市南區建南路154號
營業時間：
AM10:00~PM08:00



古早味豆花
(文華公有零售市場)

地址：
臺南市南區建南路154號
營業時間：
PM07:00~AM12:00



阿專沙鍋魚頭
(新營第三公有零售市場)

地址：
臺南市新營區三民路36之4號
營業時間：
AM11:00~PM08:00



佳里米苔目、碗粿
(中山公有零售市場)

地址：
臺南市佳里區中山路300號
營業時間：
AM06:30~PM01:00

**真材實料
把最好的給客人**

新營第三市場阿專沙鍋魚頭三十二年來維持銅板價，除了招牌沙鍋、大鍋菜和火雞肉飯，蒸爐裡還熱著不同湯品——瓜仔雞、筍

由他接棒也已約二十年。大麥粥的材料簡單但厚工，他不藏私地分享料理祕訣，先將東山桂圓在熱水中悶到膨脹，再用濾渣後的桂圓糖水熬煮大麥片，並把萬丹紅豆與桂圓肉拌入大麥粥，少量砂糖加上完美食材融合出的香甜喉韻，令人難忘。

周增專每天早上六、七點就上工，一直營業到晚上八點，通常要處理兩隻火雞和三大鍋沙鍋。在攤位上長大的女兒周詩婷掌大杓毫不馬虎，她說，湯頭的鮮美在於火雞骨高湯及沙茶香氣，搭配大量的大白菜、豆腐、豆皮和木耳，還有炸得酥脆的草魚和大頭鰱。沙鍋魚頭大鍋菜是老饕的最愛，或來碗沙鍋

絲排骨、金針排骨等「筒仔湯」，還有罕見的香菇豬腦湯。老闆周增專、莊紋紋夫婦笑說，再累都要提供顧客多元選擇，尤其寒冬配上一碗三、四十元的火雞肉飯或雞滷飯，就是大大滿足。



魚肚米苔目令人滿足。

實料，俗擱美味。

而在中山市場裡，傳承近七十年的佳里米苔目從清晨便門庭若市，許多客人一家兩代或三代都是老主顧。湯頭是每天新鮮熬煮的虱目魚高湯，琥珀色湯汁的祕密在老闆娘黃素華自製的醬色——二砂糖熬的焦糖，還有甘草和醬油製成的醬汁。招牌魚肚米苔目加入牡蠣、肉絲及一大塊滷虱目魚肚，北門海濱風味讓人吃了精神飽滿。黃素華強調，湯頭只有微量味素提味，「我把最好的給客人！」

黃素華說特別的是，「純在地在來米做的米苔目很少見了，碗粿也是純米製成，絕不添加別的粉。」她還推出小包裝米苔目供消費者回家煮湯、烹羹或焗烤。老主顧林小姐相當肯定店家的料理令人安心；另一位年輕媽媽也經常以米苔目和碗粿當中餐，直說：「這湯頭就是讚！」



臺灣汽機車研發暨策略聯盟由璨揚企業董事長黃文獻（右）當選新任理事長，新進工業董事長洪永清（左）卸任交棒；臺南市政府經濟發展局局長殷世熙（中）也到場見證。

聯盟同心



做大汽機車產業金餅

臺

灣汽機車研發暨策略聯盟一〇六年十二月十九日在台糖長榮酒店舉行

第四屆第三次會員大會及第五屆理事選舉，為聯盟奠定穩固基礎的新進工業董事長洪永清卸任交棒，由璨揚企業董事長黃文獻當選新任理事長。新年度工作計畫將結合產業菁英意見讓聯盟朝多元化發展，其中最具企圖心的是將邀約主力企業研討成立汽機車產業專科學院的可行性，培育產業所需之專才。

共同行銷 拓展國際市場

臺南汽機車車輛製造及零組件廠商眾多，有鑑於業者單打獨鬥，研發及行銷能力有限，臺南市政府經濟發展局及工研院輔導成立臺灣汽機車研發暨策略聯盟。聯盟成員技術與經驗相互支援，並導入官學研發資源，透過群聚力量整合行銷，彌補中小企業研發資源不足之限制。



文、圖／李嘉祥

新進工業董事長洪永清於一〇二年接任聯盟理事長，打出「共同行銷、各自接單」的口號，帶領成員到國外參展，透過組織力量把市場餅做大。不僅打破同行相忌的傳統印象，更吸引中北部貿易商加入，擴大服務範圍及確定聯盟定位，目前有近七十家團體會員。

深具行動力的洪永清在臺南車燈零組件產業頗負眾望，不斷研發新品及縮短創新時間，是新進工業在業界多年屹立不搖的主因。五年來領頭向前衝，盡心盡力協助聯盟會員解決困難，讓會員感受在心，特聯合製作感謝微電影作為卸任禮物。臺南市政府經濟發展局長殷世熙及勞動力發展署雲嘉南分署長柯呈枋也出席，肯定洪永清對聯盟的付出，奠定穩固基石。

臺灣汽機車零件業者競爭多來自對岸，面對大陸低價銷售及模仿，洪永清認為臺灣業者更需團結並提升研發能



量，新進工業去年研發經費即提高三%。他也鼓勵廠商不要埋頭苦幹，應多到國外參展，讓國外買主知道臺灣優秀產品，提高能見度也吸收國際業者經驗，研發更符合市場需求的產品。而面對低碳趨勢帶來的電動車潮流，洪永清並不感到悲觀，他說，臺南人肯拚又實在，也是汽機車產業大本營，擁有眾多研發人才，可藉聯盟協助與成員間資源互補合作，協助產業轉型，闖出另一片新天空。

多元發展 人才培育向下扎根

接下理事長重任，璨揚企業董事長黃文獻對未來聯盟運作方向已有初步藍圖，將廣納各產業讓聯盟更多元化，並舉辦異業交流及技術研討會，促進同業交流，開拓產業視野及技術共享，促成產業鏈上下游廠商密切合作。

今（一〇七）年一月的聯盟企業參訪即安排到璨揚參觀與工研院合作研發的智能化生產線，黃文獻不藏私地與成員分享經營理念，藉

由相互觀摩提昇技術，吸引八十多名國內車燈大廠代表報名。另一方面，學用落差是現今產業界用人的最大問題，黃文獻有意結合聯盟力量成立汽機車產業專科學院，培育產業所需人才，並推廣企業運動風氣及推動公益環保，善盡企業社會責任。

當聯盟帶領成員在市場上衝殺，臺南市政府經濟發展局及工研院則是其堅強後盾。國內汽機車業者多以外銷為主，聯盟秘書長陳宗賢居中引入官學資源，爭取國貿局補助參加杜拜國際汽配、法蘭克福汽配展等國際展，透過設置形象館計畫、補助業者開發國際市場計畫爭取訂單，協力把市場做大。

搭上智慧科技趨勢，工研院研發人員也為聯盟成員導入技術建立智能化生產線，輔導業者技術研發及轉型；媒合政府資源引入中小企業處群聚計畫執行虛實整合計畫，為三十多家公司將產品資訊雲端化，國外行銷更具競爭力，為臺灣汽機車零組件業者打開全新拓銷格局及創造更大產業效益。



臺南市政府經濟發展局局長殷世熙到場致詞，表達他對汽機車產業發展之期許。



一年一度的臺灣國際蘭展已是國際盛事，將臺南地方產業帶上更大的舞台。



蘭色新勢力國際飄香

TIOS
臺灣國際蘭展
TAIWAN INTERNATIONAL
ORCHID SHOW 2018

長

期以來，臺灣擁有「蘭花王國」之美譽，多年來的蘭花產業發展，創造出六十二億的年產值，以及外銷世界八十六國的佳績；而位於臺南後壁區的臺灣蘭花生物科技園區，便是王國中的一座重鎮。

自民國九十四年起，一年一度的臺灣國際蘭展盛事，秉持著「透過蘭花，提升臺灣的國際軟實力，並整合行銷，發展一套品牌與經濟」理念持續展開，如今，已然成為世界三大國際蘭展之一。

從蘭花知性 到蘭花經濟

即將於三月揭開序幕的第十三屆臺灣國際蘭展，引用東晉書法家王羲之《蘭亭集序》的名句，以「蘭亭薈萃，以蘭會友」為主題，承襲著歷年「吸引二十萬名國內外旅客參觀，共計二十萬株布置，上千蘭花品種展出」的實力，再創「連結在地、連結國際、連結未來」的新定位。今年蘭展將以蘭花產業六級化和青年投入，加深展覽和在地的連結；並廣邀三十餘個國家、蘭花協會貴賓，強化與國際的交流；更藉由臺灣蘭花品種商業服務中心的啟動連結未來，厚植蘭花

產業發展潛能。

在行政院農業委員會農糧署的經費補助下，臺南市政府於後壁區的蘭花生物科技園區內設立「臺灣蘭花品種商業服務中心」，統合蘭花品種之管理、保存、試種、展示、行銷、智財布局、侵權處理及資訊平台等服務，為臺灣蘭花產業再創新局。規劃中的蘭花核心品種及種原資料庫、品種分子檢測系統、品種花三百六十度線上展示、品種權申請等功能，協助產業站穩品種多樣性之核心價值，有計畫地引領品種流行趨勢、形塑臺灣蘭花國家品牌，讓臺灣成為全球蘭花品種研發與種苗供應中心。

放眼全球，一年一度的臺灣國際蘭展不但讓越來越多人認識到蘭花的大千世界，也讓蘭花的經濟價值更加發光發亮。一股「蘭」色新勢力，再次以臺南為起點，向世界出發。



最新消息，都在
蘭展官方網站！



文／鄭成宏 圖／臺南市政府



老闆娘學院開訓

企業女力再創新局

文／臺南市工商發展投資策進會 圖／達志影像

由臺南市工商發展投資策進會主辦、南臺科技大學商管學院承辦的「老闆娘學院」一〇七年度春季班即將於三月二十日熱鬧開訓！老闆娘學院主要針對臺南市企業女性負責人及其配偶，或管理階級以上的女性人員開設企業相關研習課程，是企業婦女想要追求新知、提升視野、拓展人際的絕佳機會。

提供女性企業家 全方位協助

臺南市工商發展投資策進會王建民總幹事表示，臺灣經濟主體是由中小企業所構成，根據一〇六年「經濟部中小企業白皮書」統計，女性企業家數總計有五十一萬兩千兩百七十四家，約占總家數三十六・三七%，較一〇四年增加一・四八%。從企業家數、內銷值及外銷值等相關統計中，亦可得知臺灣女性企業家在臺灣地區經濟或產業中，占有極重要地位。因此，臺南市工商策進會委託南臺科技大學辦理老闆娘學院，期厚植產業的知識基礎，讓「老闆娘」學員獲得知識、技能、人際等



全方面的提升。

本屆「老闆娘學院」，課程內容涵蓋「大數據介紹與商務應用」、「行動商務操作」、「物聯網介紹」、「新南向政策與商機」、「市政建設及政府資源分享」、「租稅規劃—財產繼承與贈與」、「社交禮儀技巧與造型設計」、「勞保法規結合人力資源管理實務」、「創新思維—健康管理與促進」、「自信魅力養成」、「人際關係與溝通技巧」、「職業婦女之情緒管理」、「現代婦女醫學保健常識」、「商業法律知識與風險規避技巧」、「職場危害鑑別與風險管理實務」等十多項實用主題。

107年度 春季班熱鬧開訓！

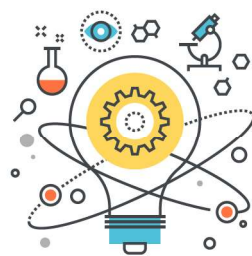
更多活動資訊請見臺南市工商發展投資策進會官方網站。





經濟部南臺灣創新園區推動「STIR創華園」，提供有志創業者服務及輔導。

創業築夢



用創意迎戰未來

文、圖／臺南市工商發展投資策進會

為支持南部地區有創業動力者實現夢想，「經濟部南臺灣創新園區」推動「STIR創華園」，以南

新園區為加速創育平台結合臺南市工商發展投資策進會等南部產、官、學、研各單位，提供創業者創業整合式服務、駐點專家顧問群輔導及免費創育空間等加值服務。自開辦以來，每年透過為期六個月的密集培訓、輔導，成功促成多家新創公司設立，成效斐然。

創業種子 臺南灣遍地開花

經濟部南臺灣創新園區戴友煉代理主任表示，南臺灣創新園區成立十三年來，累計吸引近三百家廠商進駐，促進南部業界投資超過一百五十億元，研提政府研發計畫七百餘案，總投入研發經費超過五十億元，促進產業產值超過兩百億元，培育不少成功產業和企業，是臺南科技工業區

新日光、日商大吳、日商日本電產等國際知名公司的孵化站；催生光晟生技、豐華生技及立錡科技新事業部等新公司；培植出土峰科技、宇川精密等多家新創公司，規模逐步擴大，移至臺南科技工業區及南科園區設置廠房生產量產，已經是南臺灣最重要也最活絡的產業創新與創業的基地。

臺南市工商策進會王建民總幹事指出，產業發展面臨與過去完全不同的挑戰，成長關鍵由技術密集走向創意導向，因此啟動大臺南「STIR創華園」。南臺灣創新園區於一〇六年六月規劃打造「創華園InnoSpace」，前臺南市市長賴清德（現任行政院院長）及南部各界貴賓蒞臨會場支持；同年十一月二十二日舉辦「創業種子畢業成果發表茶會」，南創啟航「萃創飛躍」，同時展示創新產品、研發技術之實體成果。去年已成功促成新創公司三家，有效帶動南部地區創業風氣。

創業種子徵選開跑！

「2018年STIR創華園～創業種子徵選」活動，報名時間自即日起至4月18日止。並於107年3月29日經濟部南創園區服務館二室舉辦「STIR創華園～創業種子徵選說明會」，邀請知名創投專家TMI Holding Corp 何明彥投資長及2017創業種子REBIKE 藍志明創辦人分享創業經驗。更多詳細活動資訊，敬請詳見創華園官網，或洽詢創華園06-3847202 許智超專案經理/臺南市工商策進會06-2953281葉奕菁專員。



1

第 套

綠色運具智慧進擊

智慧新城再下一城！臺南市政府於106年12月正式公開智慧化公共自行車Smart T-Bike系統，經歷長達一年的研發，結合在地產官學研力量，由內政部建築研究所補助。該系統為全臺首創，預計於今（107）年初啟用，勢必增加公共自行車的應用範圍和使用便利性。

432.6

百萬瓦

太陽光電 深入民間

綠能要擴大推動，市民參與扮演極大關鍵。臺南市政府推行陽光電城計畫多年，積極輔導民間或企業設置太陽光電系統；經市府同仁輔導，同意備案件數達4,483件，總容量逾432.6百萬瓦。除原有五大屋頂型項目外，也納入鹽業用地、水域空間、不利農業經營農地及垃圾掩埋場設置太陽光電系統，更配合中央推動綠能屋頂全民參與方案與沙崙綠能科學城設置，向永續大臺南邁進。



資料來源／臺南市政府 圖／達志影像



320

萬

府城觀光日益成長

臺南深厚的文化底蘊，是眾多旅人的觀光首選。臺南在縣市合併前，一年的飯店住宿人口約有250萬人次；105年底已成長至310萬人次，106年可上看320萬人次。日益成長的住宿人口，不僅帶動觀光，更能驅動臺南產業的發展。



2018 臺灣國際蘭展

Taiwan International Orchid Show

地點：臺灣蘭花生物科技園區
展期：3.3 SAT. — 3.12 MON.



TIOS 臺灣國際蘭展
TAIWAN INTERNATIONAL ORCHID SHOW 2018

蘭亭薈萃
Sparkle Taiwan! In Orchid We Love.
以蘭會友

臺南市中小企業服務團

專案辦公室
服務專線：
06-3847188

服務臺南7大重點產業



推動8大輔導重點



臺南市中小企業信用保證專案貸款

相關申請要點及文件可至臺南市政府經濟發展局網站首頁
<http://www.tainan.gov.tw/economic/> 右方(臺南信用保證專案貸款)查詢
洽詢電話：經濟發展局 產業發展科 **06-6377225**

在地企業關懷服務計畫

臺南市工商發展投資策進會 / 臺南市中小企業服務中心

70801臺南市安平區永華路二段6號(市政大樓15F) Tel: 06-2953281 Fax: 06-2982384
73001臺南市新營區民治路39號(世紀大樓9F) Tel: 06-6331269 Fax: 06-6325629

藉由電話訪查、實地訪談與政策說明會等方式服務在地中小企業；並整合中央與地方網絡資源，提供中小企業行銷、勞工、經營管理、法規政策、財務融通與技術輔導方面的協助，以增進中小企業的競爭力。



臺南市工商發展投資策進會

<http://idipc.tainan.gov.tw/>

永華市政中心 TEL: 06-2953281 FAX: 06-2982384



臺南市中小企業服務中心

<http://idipc.tainan.gov.tw/>

民治市政中心 TEL: 06-6331269 FAX: 06-6325629

發行所：臺南市政府

發行人：李孟諺

總編輯：殷世熙

編輯委員：蕭富仁、王俊博、吳建德

編輯小組：顏惠結、徐國清、陳建棠、林詮力、林世榮

郭坤助、陳文和、吳素媛、林蔚毓、郭律呈

孫允昌、余麗娜、李芳儀、詹淑華、林郁庭

王小凌、黃志偉、趙新如、劉晉嘉、莊振芳

創刊年月：100年1月

出刊年月：107年2月

刊期頻率：月刊

主辦單位：臺南市政府經濟發展局

地址：臺南市新營區民治路36號

電話：06-6376953 6377225

廉政專線：06-6337121

執行單位：財藝文化創意股份有限公司

執行總編輯：李幸紋

地址：臺北市104中山區南京東路一段52號9樓

電話：02-25512561 # 318、338



國內
郵資已付
新營郵局許可證
新營字第 002 號

ISSN 2221-1675



9 771819 606004

GPN: 2009205649

工本費：36元整