



董事長新春談話
深波圖書館30週年
第三屆味丹杯全國書法暨篆刻比賽

味丹生技

日本製

低分子コラーゲン 5000mg配合



新発売!

無味!
美味しい

高濃度
Vit.C!
無香料・低糖質

立即掃描
了解更多






文化是資本

文 / 編輯室

深波圖書館去年辦理三十週年慶，眾多圖書館的好朋友一起歡聚。小時候在圖書館參加小小音樂家演奏會的小朋友，如今回到海線，成為培育音樂家的老師。參加閱讀起跑線的父母，難忘共讀時光，培養小朋友喜歡聽故事和閱讀的樂趣。味丹書法杯比賽辦理第三屆，可以看到國小同學需要父母叮嚀，年邁長輩由親人扶著入場，但手上毛筆一拿，振筆揮毫，如「棋靈王」中的古代棋士藤原佐為的附身，氣定神閒，氣質行為優雅。

「胸藏文墨懷若谷，腹有詩書氣自華」，當然文化不只是讀書、寫字，更包括生活的各個層面，形成主張、風格和一種生活態度及方式，這些是「文化資本」。法國的時裝、美酒、餐飲……行銷全球，就是深厚文化藝術底蘊，創造生活形式與風格廣受大眾喜愛，成為最受歡迎的國家品牌，法國不用行銷，就是高雅的代表。

本期味丹人介紹深波圖書館三十年有成，報導味丹杯書法比賽，可以看到在全球疫情緊張的情況下，我們仍可以用嚴謹的態度，辦理各式活動，是大劫之下的幸運，也是大家共同防疫的成果。董事長在尾牙的信件，《感恩與祝福》中說到「發揮味丹人的堅持與韌性」，韌性有二個層面，「對抗衝擊」是指有能力以更好的方式對抗或承受最初的衝擊，實際作為是降低成本及精實體質；接著是「復原能力」，這是指有能力更快從衝擊中振作，可以快速做出調整，以回復到先前的營運水準，重點在聚焦成長業務領域。

而這復原能力的核心就是文化資本的發揮，創造具備文化、美感滲透到產品的各個層面上，當疫情流轉、萬物不安之際，我們仍能提供安定身、心的產品，疫情過後，讓人們可以享受生活，這是味丹最好的貢獻。 

V ELOAN

味丹人 2021 no.84

- 01 編者的話
文化是資本 文/編輯室
- 04 味丹廣角鏡
董事長新春談話
一〇九年年資績優獎報導 文/編輯室
榮耀時刻－2020績優貢獻獎 文/總經理室
第三屆味丹杯全國書法暨篆刻比賽 文/味丹文教基金會
《深波30》紀錄片放映會 文/深波圖書館 李佩穎主任
深波30 大事紀 文/深波圖書館
情牽深波三十寒暑 文/深波圖書館 陳錫冬前主任
【頭料859】跟著山一起呼吸的享食美學
- 22 聚焦觀點
打造行銷業務導向的組織、帶動轉型變革開創新局 文/黃鐘鋒董事
味丹公司基本政策 文/總經理室
- 28 鮮味即時通
食物增加鮮味對老年人健康有益 台灣胺基酸工業同業公會/張瑞惠
- 30 味丹脈動
味丹企業榮獲 總統頒發【2020防疫國家隊】徽章 文/防疫小組
火災住宅警報器安裝員工推廣服務 文/生物材料事業部醱酵廠 歐明鑫
員工體適能競賽活動報導 文/職工福利委員會
疫情防控最前線 廈門廠總務管理 文/味丹廈門公司 總務課 徐子良
味丹中國區2020年工作回顧 文/味丹廈門公司 陳國明
味丹越南為同奈省隆城縣125所學校進行全面消毒 文/味丹越南公司公關室
味丹越南與同奈省勸學會頒贈獎學金 文/味丹越南公司公關室
味丹越南獲“2020年越南前10大著名品牌”之認證
文/味丹越南公司公關室
味丹越南連續第五次獲得越南農業黃金商標 文/味丹越南公司公關室
味丹越南參加2020年同奈省旅遊美食文化週 文/味丹越南公關室

43 消費情報

剛好的微鹼最好 網紅限動必備的超狂IG濾鏡初登場 包裝水行銷處/楊珮甄
全民的陳高戰酒黑金龍特窖陳高 親民價重磅出擊 文/酒品行銷部

吃一包益生菌就拉，合理嗎？ 味丹生技/潘立庭

抗老保養只有保濕不夠力！5大關鍵，你跟上了嗎？ 味丹生技/陳盈君
急速躍升爆紅人氣金門伴手禮！速食食品行銷處/林羿萱

沒事多喝水 讓好事發生 包裝水行銷處/顏嘉儀

【多喝水MORE氣泡水】搶進耶誕城 包裝水行銷處/賴姿君
多喝水鹼性竹炭水 活動版包裝上市 包裝水行銷處/洪子甯

54 味丹充電站

生活常識in法律觀點 合約簽不簽？ 文/法務室

58 品味生活

蘭草小鎮常回味一苑裡「聞香下馬」 文/玉人與熊

家有喜事 / 味丹寶貝

62 心情調色盤

感恩有你，一路同行 入職味丹20年有感 文/味丹廈門公司 皮皮

感謝您～品冠 G T 處資深同仁榮退 文/品冠行銷 G T 處



董事長 楊頭雄

發行人 陳鴻謨

指導委員 楊坤洲·黃景榮·楊辰文·楊世安·蕭長元·王金樹·楊世慶

編審 黃金澤

主編 張雄輝

編輯 陳麗雯

採編組長 張榮宗·蔡桂芬·鄭秋吟·洪雅榛·曾芬然·林蓮均·林素月·林子勝·李孟庭·林麗菁

校稿 鄭秀蘭

發行所 味丹企業股份有限公司 台中市沙鹿區興安路65號

<http://www.vedan.com.tw> TEL:04-26622111

美術編輯 蔡宛蓉

董事長新春談話

各位主管、各位同仁 大家新年恭喜！
由於全球新冠肺炎疫情仍相當嚴峻，台灣年前又爆發醫院感染，公司基於防疫安全的考量，暫停辦理今年的新春團拜，本人謹代表董事會向各位幹部及同仁拜年，祝福大家牛轉乾坤，闔家健康平安、吉祥如意！

2020年大家共同經歷一個非常動盪的年度，疫情肆虐、中美貿易戰、匯率大幅波動及國際原物料行情持續走高……等等，除了對全球經濟及產業造成衝擊外，也改變了許多行業的經營模式與社會消費形態，但如同專家提到「危機過後，機會將降臨」，世界正以驚人的速度改變，我們務必要盡全力搭上這波變革的浪潮，2021年我們將持續秉持著公司中長期營運方針「價值創造 健康經營」的策略主軸邁進，創造組織最大的價值。而健康經營，首先要有健康的體質，在銷售、生產、財務、人力資源及研發各方面制度落實，並營造健康和諧的組織環境且致力於消費食品健康化、健康食品消費化的『大健康』趨勢理念運行。

而為了蓄積與啟動公司下一個成長動能，我們將以「數位行銷 智慧製造」、「創新事業 擴大領域」及「培育經營人才」三個發展主軸，持續建構以消費者為核心、守護食安，並傳承健康、營養和美味價值的經營態度，運用數位轉型，創造更靈活更彈性的業務型組織。

佈達 2021年營運方針的發展主軸及目標如下：

一、數位行銷 智慧製造：

(一) 數位化行銷能力建置。



- (二) 製造智慧化與工業 4.0。
- (三) 發展少子 / 老齡化消費型態的產品與服務。
- (四) 食品事業體持續成長。

二、創新事業 擴大領域：

- (一) 新事業發展能力加強。
- (二) 轉型為「業務型組織」佈局。
- (三) 整合台、中、越資源，發揮競爭優勢。
- (四) 中美貿易戰及地緣政治風險規避。
- (五) 研發功能再造。

三、培育經營人才：


- (一) 集團經營及四大事業體經營人才培育。
- (二) 集團人才庫建立。

諸位是公司主管階層重要的幹部，肩負著部門目標成敗的關鍵，應協調團隊合作，激發部屬的工作熱情，讓工作目標的執行不斷優化，以創造團隊佳績。「價值創造 健康經營」的思維，是需要所有主管及同仁共同努力，而主管則更要自我成長與修練，具有「將將之才」，群策群力才能開展藍海大道。新春之際與同仁共勉。

最後，感謝大家，去年在疫情及諸多影響衝擊下，我們仍創造出不錯的成績，這一切都要歸功於我們全體同仁及合作夥伴。期許新的一年，大家攜手同心，發揮『味丹人』無懼挑戰的精神，勇往直前，完成 2021 年大家所訂定的目標，讓公司的經營再創高峰。

再次祝福大家 新春愉快、牛年行大運！

董事長 **楊頭雄** 敬啟

110 年 02 月 17 日 

一〇九年年資績優獎報導

文 / 編輯室

由於 109 年底新冠肺炎疫情嚴峻，考量防疫及同仁健康著想，公司決定停辦尾牙活動，故該年度年資績優人員無法如往年上台領獎，得到眾人的讚賞及喝采。味丹人編輯室特地專訪本年度獲獎的品冠行銷公司陳美津總經理及資訊部陳清貴資訊長，以分享他們的得獎喜悅及瞭解他們在味丹打拚 35 年及 40 年的工作心得點滴。

資訊部的大家長～陳清貴資訊長

現在是大數據的 E 化時代，電腦網路系統作業對於公司的經營運作是非常重要的，所以資訊部門具有舉足輕重的任務及功能。資訊部的大家長陳清貴資訊長於公司任職 40 年，歷經多次電腦資訊的時代變革洪流，陳清貴資訊長表示，當初來味丹應徵時，是由董事長親自面試，前後待過業務部、總務部、企劃室、運務處以及人事部門，最後進入資訊部門的因緣，是因有一次陪同楊正常董到松山機場參加包裝機械展，獲贈一本名為：第三波的電腦雜誌，因內容實用有趣，便買了一台小教授 2 號來嘗試使用。



以前計算薪資都是人工作業耗時耗力，便著手撰寫程式，來幫同仁簡化流程。常董看到他在撰寫電腦程式，也頗感興趣，就花了 30 萬買了第一台電腦來做物料管理，讓味丹正式跨入電腦化的第一步。

1985 年味丹進入電腦化時代，那時公司業務起飛，逐步壯大，電腦的設備及應用系統也跟著越多越複雜。2009 年開始導入 ERP 系統，讓台灣、中國、越南三地的業務全面電腦化，使用共同的平台將資訊



串聯在一起，提供主管及同仁們正確迅速的資訊服務。公司的系統已走向雲端化、行動化，今年在工業 4.0 號召下，我們完成了群岳廠智慧工廠第一階段的建置，今後資訊部將會再推動新版的 ERP：S4/HANA，帶著大家走向更方便、更有效率的 E 化世界。

資訊長在工作繁忙之餘，平日休閒喜愛慢跑及園藝，靠著這些來紓解工作壓力及培養日常生活的情趣。有句話說：「投入才會深入、付出才會傑出」，學有所用的資訊長在工作崗位上一直兢兢業業，相信公司的資訊系統工作在資訊長和他帶領的團隊的努力下，必能為公司更強化管理決策並提升組織效能。

品冠行銷公司掌舵者～陳美津總經理


品冠行銷公司（以下簡稱品冠）陳美津總經理在集團服務已滿 35 年，藉此機會一窺她的職涯歷程。要扮演好一家公司高階管理者的角色，必須要有清晰的思維及宏觀的視野，凡事須從大處著眼，小處著手。在台灣的食品業，品冠的營業規模，已屬中、大型企業，面對品冠直接或間接銷售客戶超過 2 萬家的規模下，以「日理萬機」來形容她的工作量，一點也不為過。

美津總經理回憶加入味丹集團之初，是剛從彰化高商畢業踏入職



場，在總公司負責各地營業所的會計帳務工作。工作的輪調，對她‘來說是家常便飯，從會計帳務、業務管理、行銷規劃至海外業務拓展，讓她經歷不同的工作屬性，養成「難行能行」的工作毅力。在如此高壓及快節奏的工作環境下，為了調適身心以面對種種壓力及挑戰，她每日誦經、禮佛、靜坐及練氣功，這也是她保持身心、靈平衡的秘訣。

由基層員工一路獲得主管提攜重用至集團經營階層主管，除了感謝集團經營層給予機會外，她以幾乎沒有假日的學習歷程，逐步取得專科、大學及研究所碩士文憑，並不斷地參與各類管顧課程，來累積最新的公司治理能力。近年品冠行銷在她的領導及同仁努力不懈下，營收及獲利屢創佳績。

美津總經理表示，在集團服務已滿 35 年，內心充滿感恩，對一位沒有家世背景的平凡人，感謝集團給予機會、資源、舞台和肯定。最後，她與我們分享一平日練好基本功，機會是留給準備好的人。 



一〇九年年資績優受獎人員名單

一、年資滿四十年人員名單：共 4 人

溫發壽·王偉鴻·王朝華·陳清貴

二、年資滿三十五年人員名單：共 15 人

劉韻淑·黃麗美·陳福良·蔡鴻榮·許啟明·卓秀香·陳秀珠·
陳美津·王燕召·謝文慶·王翠鸞·陳伸長·顏碧霞·曾吉村·
林瑤禎

三、年資滿三十年人員名單：共 20 人

李志明·李明順·鄭榮源·黃月秀·陳麗雯·張玉涵·陳培墩·
陳金水·石之屏·陳美玲·薛慶隆·谷文健·黃慶宏·趙瑩瑩·
童朝國·吳惠鈴·白鐘塗·蔡奇展·蔡碧琴·陳維浦

四、年資滿二十五年人員名單：共 34 人


陳國樑·王麗雲·吳明發·蔡慧如·張韋廉·方雅菁·彭措扎西·
陳火炎·江貴美·紀金福·葉丁德俐·蘇惠蘭·陳琪美·紀谷宜·
李國華·蔡宜芬·彭進誠·吳育青·陳杏茹·何惠芬·陳明貴·
林秀慧·陳瑞鴻·蔡玲吟·陳淑惠·陳美娟·謝璧霞·范姜群立·
陳秀娟·許慧貞·張文田·林弘毅·黃宏榮·劉耀仁

五、年資滿二十年人員名單：共 25 人

吳銘興·陳巧妮·謝奇峰·杜鴻昌·蔡有詮·吳青松·連唯翔·
賴昀輝·蔡慶安·黃景誌·許銀修·吳玟錦·林錦民·鐘筠棻·
陳貴芳·柯懷先·陳春發·莊信賢·王志瑞·何純賢·王長瑞·
黃碧珠·張榮宗·李翺廷·楊世熙

榮耀時刻 - 2020 績優貢獻獎

文 / 總經理室

2020 年是一動盪的年度，雖然在疫情及諸多環境影響衝擊下，公司仍創造出佳績，這一切都要歸功於我們全體同仁。尤其要恭賀 2020 年績優貢獻的獲獎單位及同仁，感謝他們辛苦的付出與努力，才能創造出組織最大價值，這份榮耀屬於他們。 

2020 績優貢獻獎得獎部門：

項次	獎項類別	單位	績效說明
1	經營績優獎	品冠行銷公司	營收利潤成長績優 經營績效卓越
2		消費品中心 酒品事業部	營收利潤成長績優 經營績效卓越
3	產品創新獎	酒品事業部	戰酒黑金龍 金箔酒 營收開發績優
4		速食食品行銷處	速食麵營收利潤成長績優
5		飲料營運服務課	OEM 代工 -D 營收利潤成長績優
6	績優特別獎	品冠 GT 處	輔導 11 間行銷公司成效卓越
7		品冠連超處	營收利潤成長績優
8		砂糖事業部	營收利潤成長績優
9		味丹生技 國際業務處	保健保養品 營收利潤成長績優
10		味丹生技 國際業務處	GA 品項 營收利潤成長績優
11		專案績優獎	品冠 costco 處
12	品冠 CVS 處		鹼性竹炭水 2000ml 銷售績優

千人同書精彩絕倫一 第三屆味丹杯全國書法暨篆刻比賽

文 / 味丹文教基金會



比賽現場坐無虛席

味丹文教基金會於 109 年 11 月 21 日（六）在弘光科技大學舉辦味丹杯全國書法暨篆刻比賽，今年是第三屆，參賽選手十分踴躍，有 2169 名好手報名參賽，現場千人同時書寫及篆刻，熱鬧異常，更勝往年，是中部最大的書法活動盛事。

今年上半年度，大型活動均停止辦理，11 月 21 日（六）味丹辦理的第三屆全國書法暨篆刻比賽，報到人數更勝往年，超出預期人數。

楊頭雄董事長表示，主辦單位十分重視防疫，不論是參賽者或陪



同人員，全部量測體溫及戴口罩方能入場，防疫措施十分到位，讓比賽者可以安全安心的參加活動。

全面防疫的報到現場



92 歲馬占魁先生和 73 歲女婿



陳鈺方、陳鈺心雙胞胎姐妹

本次書法比賽有全國各地前來參賽的學子，有高齡 92 歲馬占魁先生和 73 歲女婿，二人都學習書法數十年，共同進入複賽，也有國小五年級的陳鈺方、陳鈺心雙胞胎姐妹花剛學習書法一年就一起參加複賽，成為現場佳話。

篆刻比賽參與人員更勝往年，佳作眾多，評審委員希望可以增列第四名及第五名並頒發獎金，主辦單位從善如流，讓與賽高手可以共享佳績。



聚精會神的篆刻參賽人員

本次高中大學組第一名是林玟妤，社會組第一名由柯潮政奪冠，長青組則是陳秉廉贏得冠軍，篆刻組吳昌緯第一名，湛凱婷是國中組第一名，范耘誠、蕭鼎秝、沈妍庭、蔡宗諺分別是國小六、五、四、三年級第一名。

味丹企業將經營成果長期回饋社會公益，捐建沙鹿深波圖書館至今三十年，在大肚山下耕耘書香，持續不斷的贊助維護圖書館各項軟硬體設施。味丹杯全國書法暨篆刻比賽，是「味丹文教基金會」，致力於文化教育，推廣藝文相關文化美學的重要活動，希望生活中充滿書香墨香。




楊頭雄董事長頒發長青組第一名合照



楊頭雄董事長和社會組第一名合照



周良敦老師和高中大學組第一名合照

第三屆味丹杯全國書法暨篆刻比賽，特別延請台灣書法篆刻名家擔任評審委員，並由味丹集團董事長楊頭雄、書法大師周良敦老師及書法老師共同頒發獎項，期待透過比賽推動書法美學，讓書法成為日常活動，讓藝術走入生活，生活就是藝術。 



味丹杯書法與會貴賓及評審老師合影

光影書香·心之所向—— 《深波 30》紀錄片放映會

文 / 深波圖書館 李佩穎主任

沙鹿深波圖書館 30 週年了！從 1990 年 2 月 20 日正式啟用，深波圖書館陪伴大家走過 30 年的光陰。這 30 年間，感謝沙鹿區公所、味丹文教基金會及地方各界的支持愛護，錫冬主任及所有館員和志工們的共同努力，沙鹿深波分館雖然是一個地方的小小圖書館，但真正成就了很多創舉：包括 2001 年舉辦「小小音樂家試演會」持續至今，2003 年辦理創全國風氣之先的「Bookstart」活動，2004 年沙鹿電影藝術館正式掛牌營運，可說光影書香、人文風情俱足。

在 2020 年 11 月 8 日，深波分館特別舉辦《深波 30》紀錄片放映會，邀請各界舊雨新知蒞臨，出席現場的貴賓包括顏莉敏副議長、味丹文教基金會楊正董事長、味丹企業人資處張雄輝處長、沙鹿區廖財崇區長、臺中市立圖書館許振華秘書、陪伴大家 23 年多的陳錫冬前主任，以及著名的書法家、也是深波書藝讀書會的老師——王淵源老師，15 年來無私奉獻的 Bookstart 親子共讀讀書會翁秀如老師，還有許多陪伴深波成長的大小讀者，大家齊聚一堂，欣賞由深波分館「塵市音像」電影志工團隊親手拍攝的紀錄片，一同回味暖暖記憶、共度溫馨時光。





深波 30 大事紀

- 1990年，沙鹿鎮立深波圖書館正式啟用。為表彰企業回饋鄉里之赤忱，以味丹企業創辦人楊深波先生之名，命名為沙鹿鎮立深波圖書館。
- 1998年，舉辦「電影油罐車」研習營，講師有林正盛、謝嘉鋁、藍祖蔚、聞天祥等著名電影人。
- 1999年，因應921地震成立「藝術治療讀書會」。
- 2000年，每週一次「書法的實踐與理論」課程，後轉型為「書藝讀書會」，由王淵源老師主講，持續迄今。
- 2001年，每月舉行「小小音樂家試演會」，持續迄今。
11月辦理「沙鹿文史田野踏查活動」。
12月出版《沙鹿鎮戲院娛樂滄桑史話》，由李榮鈞老師主筆。
- 2003年，率全國風氣之先推動「Bookstart 閱讀起步走」零歲閱讀運動，持續迄今，2009年教育部將此一閱讀活動形成全國性政策。
- 2004年，成立「Bookstart 親子讀書會」，由學有專精的志工老師帶領家長及孩子進行親子共讀，持續迄今。
- 2004年12月獲文化部補助成立「沙鹿電影藝術館」，2005年正式營運，定期播放世界各國電影、舉辦電影賞析講座、數位攝影剪輯研習及紀錄片創作讀書會。
- 2010年，由靜宜大學陳明媚老師帶領學生成立「沙鹿電影藝術館志工講師團隊」，進行電影賞析，延續迄今。
- 2011年文昌分館正式啟用。
- 2016年臺中市政府文化局成立臺中市立圖書館，深波圖書館改隸為臺中市立圖書館沙鹿深波分館、文昌分館。

情牽深波三十寒暑

文 / 深波圖書館 陳錫冬前主任

民國七十六年在『鄉鄉有圖書館』的政策下，時任鎮長陳明地先生親訪味丹企業創辦人楊深波先生，促成在地企業回饋社會的典範，民國七十八年底一棟庭園式建築風格的圖書館於焉誕生，並於翌年二月二十日正式開館啟用。

民國七十九年當時任職於台中縣立文化中心，我負責採購一批視聽設備要給鄉鎮圖書館，沙鹿鎮也在其中，這是我跟深波圖書館的第一次接觸，離開深波時我望著這棟剛落成的美麗建築及其綠意盎然的景觀，心裡想著有一天若能回到自己的家鄉圖書館服務，那該有多好啊！也就在這一年我參加了公務人員基層特考丙等圖書管理科的考試，我報的是台中縣分區，職缺在清水鎮立圖書館，只有一個名額，當年是台灣錢淹腳目的年代，公務員薪資低，故少人問津，幸運的讓一個非科班的我考上了，而原本報缺的清水卻變成沙鹿，就這樣，在民國八十年一月三十一日我從豐原待了一年半的縣立文化中心分發到深波圖書館任職，成為第一位幹事。當時還用傳統的打字機繕打圖書分類標籤，讀者借書要自己手寫借書單，那時候視窗電腦還沒被發明出來，當時的館藏只有 24,207 冊，借閱人次 13,352，借閱冊次 26,597。然則我的幹事生涯只待了半年就奉調公所民政課，直到民國八十五年五月十五日重回圖書館並接掌綜理館業務。



民國九十五年有位長者來訪，他是味丹文教基金會執行長陳篤弘先生，他捎來味丹企業 50 週年慶，表達基金會董事長希望回饋社會的美意，看看圖書館有沒有需要協助的地方，於是圖書館周邊景觀美化工程成為第一筆民間挹注，也搭起了味丹文教基金會與深波圖書館往後緊密的合作關係，成為圖書館最重要的支持後盾。舉凡廁所改善工程、屋瓦更新改善工程、增添書架、文昌分館地板及門窗改善工程



，充實電影視聽資料及電影館無障礙空間改善及座椅更新等不一而足，都在行政資源短缺的窘況下獲得味丹經費奧援。這些都要歸功於深波先生當年埋下的善根，味丹企業秉承深波愛鄉愛民的精神不輟，年年如湧泉般的活水灌注圖書館漸漸成長壯大，讓深波得以電影特色的經營聞名全國，首開全國風氣之先推動 Bookstart 嬰幼兒閱讀推廣（這項活動從基層開始推動，終由教育部形成政策推行全國），每個月舉辦不設門檻的音樂會，讓小朋友勇於在台上展現自己，隔週的親子讀書會，讓少子化的孩子有一同學習的閱讀同伴，新手父母也能互通教養資源，每週的書法研習讓各行各業的長者都能以筆安頓身心。

從青絲到白髮，我在深波悠悠 30 年，黃金歲月都在這裡與沙鹿鄉親俯仰聲息與共，德不孤必有鄰，這些年月總有很多志同道合的朋友襄贊，像投入親子共讀的志工夥伴翁秀如老師、蕭秀朗校長；書法教學的王淵源老師，投入影像紀錄的志工群等，都陪我在深波披荆斬棘為深波的成長一起耕耘努力，去年提前退休！可堪告慰與期待的是，相信未來接手的主任，在味丹文教基金會後續的滋養挹注下，定能為下一個 30 年，再創深波新猷！

味丹

【頭料859 Touke 859】

跟著山一起呼吸的享食美學

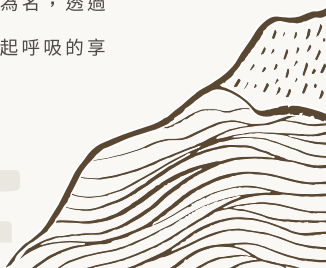


BREATHE
WITH
MOUNTAINS.



以頭料山高度為名 打造一座綠色禾食林中書院

「頭料859」於1/26起正式迎接遠道而訪的山友們，我們以頭料山高度為名，透過山+三森活意念主題以及運用豐富山中生態，期望打造一座「跟著山一起呼吸的享食美學」的綠色禾食林中書院。





延伸以晏山林 所呈現的山人共鳴



“

山+三 森活意念計畫

是在一次機緣下閱讀了晏山林林間計畫後
深深被一句話吸引「山的回歸/人的進駐/涵養自然」
進而將之引入計畫..

”



Human

山+人的連結

藉由四季不同形態課程，體驗山中輕漫氣息。



Food

山+食的分享

運用在地農物變化成餐中藝術，親嚐山與食的美好。



Forest

山+環境的共好

在富繞林間的日安市集，感受鳥語香林間，遠離城囂的雜沓。

我們期許「頭寮859」不僅僅是一家餐廳，
更是希望透過結合多元活動，讓每一次造訪的山友們都能感受如山中四季變化，豐富且自然。





林間探險松露野菇早餐

山山來食
Feast in the mountains

城市急促的步伐，日夜瞬動需要喘息的空間
在山裡細細品嚐，四季更迭帶來的大地好食
邀請每位城市人，感受「山山來食」步調



山中呼吸香料烤雞早餐

南瓜野菇時蔬燉飯



松香松阪豬燉飯



海鮮家族蕃茄義大利麵





日安補氣股子牛早午餐



香料烤雞清炒蔬香辣麵



TOUKE會員卡

Membership of TOUKE 859

以頭料生活圈生生不息之概念，期盼山友們能在山日風景裡款待自己，當日消費滿859元即可成為會員，享有餐點回饋以及每月甄選課程費用折抵等優惠。



◎ 立即掃描預約用餐
台中市北屯區北坑巷109號
平日11:00-18:00 假日10:00-18:00 週四休

打造行銷業務導向的組織、帶動 轉型變革開創新局

文 / 黃鐘鋒董事

壹. 為何需要行銷業務導向組織

「張忠謀於「總經理的學習」的課堂上說：輕視 Sales 和 Marketing，公司根本活不了！」

「張忠謀又說：自己在德州儀器 (TI) 時期，從管理 20 人的工程師、升遷至管理 3000 人的總經理，領悟到：總經理最重要的是學習業務與市場行銷。」

張忠謀先生在職場打滾了數十年，怎麼樣的歷練使得他有獨到的眼光創辦了定位為晶圓代工的護國神山台積電，扼住了 3C 產業與各個會運用到 IC 的產業的咽喉，成為全球地緣政治中大家搶奪的戰略物資，甚至於攸關一個國家的國安。

大家都說：台積電定位於專業的晶圓代工，不是直接面對終端顧客的品牌商，是相對單純的生意，但張忠謀先生每天還是要面對許多的問題，需做許多的決策。諸如：市場有多大？競爭者 (Intel & Samsung) 的動態？市場需求的趨勢？不同尺寸的晶圓產能的占比配置？大中小企業與新創企業顧客的接單比重配置？那一類的新創企業列為策略性接單 (培養 baby customer)？每個顧客的需求及敵我的接單占比？敵我的優劣勢分析？需要提供那些服務以加速顧客的產品開發？新技術研發的決策與時程？是否向前整合發展晶圓封裝業務？…

這麼多的問題與決策，都有賴掌舵者是否有足夠的行銷業務的素養，是否有宏觀的視野、敏銳的洞察力與決斷力，更需要行銷業務單位提供決策者相關的情報與方案的規畫評估。

貳. 企業的生命週期～永續與衰敗

任何一家企業都有其生命週期，生命週期就如同一雙看不見的手，左右著企業的發展軌跡，一般都會經歷以下 4 個階段 (圖 1)：

- 誕生
- 成長
- 茁壯
- 衰敗

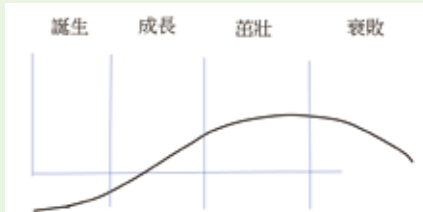


圖 1 企業的生命週期

面對詭譎多變的市場，通路的快速演變，技術的快速創新，消費者喜好的變化，競爭者的不斷湧現與競爭，企業無法以不變應萬變。

若依循慣性經營企業，不思創新與變革，

若以為技術佳產品好企業就能百世其昌永續經營，

必然會掉入企業生命週期的宿命走向衰敗。

回顧 30 ~ 40 年前的一些家電電機業，想當年，都是年輕人夢寐

以求的成功企業呢！但是近 20 多年來原有的核心業務每況愈下，新產業與新商機開發拓展也乏善可陳，而至喪失經營權呢。

若要避免步入衰敗的命運，企業一定要持續不斷有源頭活水的注入 (圖 3)。譬如：新產品新市場新事業新商業模式……。如此才能持續不斷推升企業的成長與永續的發展 (圖 2 與 圖 3)。味丹於 30 年前前進越南屬於 C 型的擴張策略；之後的跨入

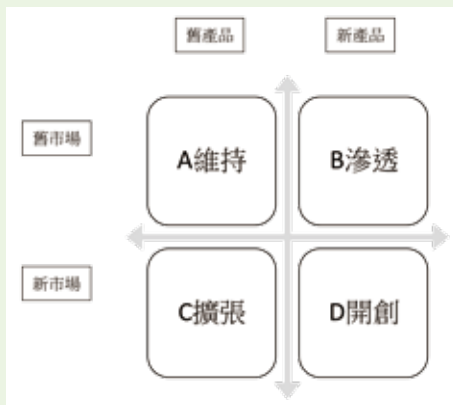


圖 2 產品市場策略矩陣

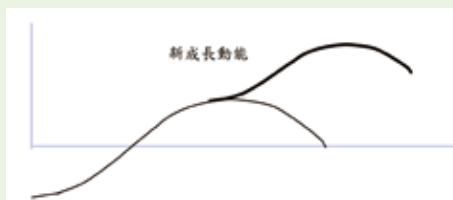


圖 3 新成長策略推動成長動能

是 B 型的滲透策略，也是有轉型變革的成功經驗。

因此，企業要有能不斷自我檢視的機制，檢視自我的產品組合所處的生命之期，檢視自我的市場組合的所處的生命週期，檢視自我的組織所處的生命週期，檢視敵我間的優劣勢，檢視機會與威脅，才能在對的時間做出對的決策。

叁 . 企業要有大戰略

所謂大戰略：就是重大決策之制定，此類決策會對企業的中長期發展帶來深遠的影響，能帶動企業的轉型變革，能源源不絕產生推升企業發展的成長引擎。譬如：

- 是否分拆品牌與 ODM 代工？
- 是否跨入新領域發展新事業？
- 是否分拆消費者事業部門？
- 生技新事業的願景與發展策略？
- 品牌的定位？品牌事業的成長目標與策略？
- ODM 代工事業的成長目標與策略？
- 產品策略的制定與通路策略的制定？
- 如何運用越南海外的成功經驗，複製到其他國家？前進海外市場的策略與路徑圖？
- 是否跨入封閉型的通路事業？

若要避免走向衰敗，推動企業的創新轉型變革，有持續推升企業成長的引擎，則需在對的時間做對的決策且貫徹執行之。欲如此，組織需具備以下的能力：

- 知己知彼：孫子兵法曰：「知己知彼，百戰不殆」，商場上講的是情報戰，要知道敵我的相對優劣勢。
- 洞燭機先：能見微知著，能洞察機會之所在，在事情僅露出一絲絲的端倪，即能準確預知事態之發展，而超前部署，以便搶得先機或未雨綢繆。
- 與時俱進：能掌握大環境的脈動，能不斷的自我創新轉型，強化自己的核心競爭力。因為，機會是給準備好的人。

- 趨吉避凶：培養審視大環境，能發掘機會與威脅之所在，且有足夠的能力與資源抓住機會避開風險。
- 高瞻遠矚：格局大視野遠，具備短中長期的規劃能力，能擘劃未來勾勒遠景，匯集資源，集中火力，實現遠景。

肆 . 打造行銷業務導向的組織

為有利於制定推動大戰略，有利於持續推動企業的創新轉型與變革，不斷有推升企業永續發展的成長引擎（圖 4），得強化組織的行銷業務能力，包括：



圖 4 新成長引擎的推手～興銷業務

● 掌舵者的職責

- 應具備行銷業務的能力
- 塑造市場與顧客導向的文化
- 強化行銷單位運籌帷幄的定位、能力與職責
- 強化業務單位業務推廣與情報回饋的能力與職責
- 制定新產品與新市場開發之績效指標

● 行銷功能的職責

- 建立完整的行銷資訊系統與大數據分析
- 洞察競爭者及大環境的脈動與演進，掌握機會迴避威脅
- 行銷策略規劃～選擇對的市場，正確的品牌定位，開發對的產品，發展對的通路，訂定對的價格，搭配對的行銷促銷方案，完備的前進市場的策略與方法
- 制定及推動產品上市之拉 (pull) 與推 (push) 的計畫
- 扮演運籌帷幄的角色，協助企業負責人發展企業宏觀且影響深遠的大戰略與大計畫

● 業務功能的職責

- 做好通路與客戶關係，有利於產品銷售
- 是企業的末梢神經，蒐集分析回饋重要的市場情報
- 執行相關的行銷策略與計畫，結合通路夥伴，達成目標
- 是戰術與戰技層次的角色與定位 味丹

味丹公司基本政策

文 / 總經理室



為使味丹企業所屬事業全體員工，均能對企業經營理念與企業文化有所認識，並作為企業經營活動之依循、準繩，凝聚彼此之向心力，以保護及加強味丹企業係一守法、正派經營企業體，遂制定公司基本政策。

「公司基本政策」為民國90年制訂，期間略有繕訂，110年再行檢視，以符合公司文化、策略及全球化的行為準則。

新版的公司基本政策，內容包含：人力資源政策、組織發展政策、業務政策、行銷廣告與媒體政策、會計與財務政策、資訊管理政策、生產政策、品質 / 食安政策、研究發展政策、採購政策、環保職安政策、法規遵循與風險管理等多項政策。涵蓋公司營運的重要功能。

政策的制訂是為形成一致的價值，在共同的價值觀下，可以共同實踐公司的願景，修訂的同時，也希望能與時俱進的符合時代的需求，並且符合國際世界潮流和法遵。

在公司基本政策的前言說指出，所有味丹人都應該 1. 遵守其業務有關之當地政府各項法令，並以基本政策為藍本，制定符合當地法令之各項法規。2. 防範違反基本政策或當地法律之行為。3. 要求所屬都有保護與維持味丹企業名譽之責任。請味丹人務必恪遵公司基本政策。

味丹

註：公司基本政策公佈於「文管系統」，請至文管系統查詢參閱。

基本政策的內涵，就是要達成公司願景的策略方針

以核心生物技術
開創健康新生活

味丹政策

集團致力於企業、社會、環境的
健康和價值創造

功能

發揮公司各個功能單位的職權

共同

在統一的政策下推動公司日常
營運工作

價值

塑造味丹人共同價值觀

遵循

讓味丹人在推動各項營運工作時
有所遵循

藍圖

以合規的法遵為藍圖

文化

建立合乎時代需求的味丹文化

基本政策的核心概念圖



食物增加鮮味 對老年人健康有益

台灣胺基酸工業同業公會 / 張瑞惠



味覺退化是老年人常見的一種現象，引起味覺退化的原因有很多。首先，老年人的舌乳頭萎縮，味蕾因而受損容易出現味覺障礙，甚至導致味覺逐漸喪失。其次，老年人一般都存有口腔疾病，如口腔黏膜病、齲齒、牙周病、牙齒缺損等，這些疾病往往會造成咀嚼困難，影響唾液的分泌，時間久了就會引起味覺減退甚至喪失。此外，很多老年人都患有慢性疾病，如糖尿病、帕金森病、心血管疾病、消化道功能紊亂及老年痴呆症等，這些也會影響人的味覺和嗅覺功能。

增加品嚐食物中鮮味的能力對總體健康有益，特別是對老年人而言

在 2020 年 8 月份在《世界先進研究與評論雜誌》中刊登一篇“老年人的基本味覺與年齡、性別和營養狀況之間是否有關聯性”之研究報導。這項研究的目的是審查老年人基本味覺（甜，鹹，酸，苦，鮮）的臨界值與年齡、性別和營養狀況之間的相關性，針對 280 名年齡介於 60 至 97 歲之間的老年人進行研究，檢測發現所有基本味覺的臨界值會隨著年齡的增長而降低；與性別和營養狀況之間並未發現相關性。根據觀察，味精的檢測臨界值最保守，其次是鹹味。因此，建議將味精作為提高老年人食物適口性的可能解決方案，同時也可幫助減少鈉和糖的攝取量。

另外貝爾法斯特女王大學的研究人員曾針對老年人營養的進行了研究，該研究是在老年人的膳食中使用許多調味料和醬汁，這些都含有味精或富含麩胺酸的成分，例如乾蕃茄或蘑菇，並添加到雞肉，蔬

菜和土豆泥中，結果顯示，添加調味料和醬汁有益於增加老年人的食物攝取量，並促進老年人營養的全面改善。這與美國杜克大學 Susan Schiffman 教授先前的研究一致，該研究是在住院患者的飯菜中使用味精 (MSG)，與未加味精的飯菜相比，卡路里消耗增加了 10%。


所以增加品嚐食物中鮮味的能力對總體健康是有益處的，特別是對老年人而言。

味精可能在改善癡呆症患者的認知功能中發揮作用

人們認為患有阿茲海默症 (ADD) 的患者會有味覺障礙，但是對此主題的研究並不廣泛。在 2020 年 3 月的 BMC Neurology 上發表一項新的研究，日本鳥取大學醫學院醫學部生物調節系的附屬研究人員調查了阿茲海默症或輕度認知障礙與味覺功能之間的關聯，結果證實與味覺功能下降有關。這些味覺功能下降與唾液分泌、血清鋅水平或處方藥無關。但最令人感興趣的是，許多患有阿茲海默症甚至輕度認知障礙的研究對象是無法識別鮮味，這與他們對飲食的興趣降低有直接關係。

在 2019 年 2 月的《歐洲臨床營養學雜誌》(EJCN) 上，發現食物中的味精 (MSG) 可能對癡呆症患者的認知功能產生積極影響。研究中，日本鳥取大學健康科學學院的研究人員針對居住在醫院或療養院中 159 名癡呆症患者進行研究，根據參與者是否食用味精將他們分為兩組。這是一項單盲安慰劑對照試驗。

研究人員發現，每天食用味精的研究對象的記憶力有輕微改善。例如，他們能夠在測試中記起更多的單詞。研究人員指出“我們的結果表明，持續攝取味精會影響認知功能”，並指出味精組的受試者在干預期後的四周在隨訪中表現出認知功能有改善。

其實不用限制老人家的飲食一定要清淡，因為老人家味覺、嗅覺會退化，食物的味道清淡反而會降低老人家的食慾，減少營養的攝取。因此除非是因應相關的疾病外。一般正常沒有疾病的老人家飲食反而可以增加味道，加上一點點酸甜苦辣，還可以促進食慾呢。 

味丹企業榮獲

總統頒發【2020 防疫國家隊】徽章

文 / 防疫小組

2020 年上半年新冠肺炎疫情嚴峻之時，公司一接獲行政院經濟部
的政策，隨即調整生產模式，以 24 小時不間斷的生產，持續供應
速食麵產品，為國家防疫略盡綿薄。之後公司於 2020 年 10 月榮獲
蔡總統英文頒發【2020 防疫國家隊】徽章，實屬全體同仁的共同榮耀。

新冠肺炎防疫期間，公司各階層同仁堅守崗位，莫不投注心力，
為守護家園的每一個人提供安定，為焦躁浮動的民心供應穩定物資。
艱困疫情浪潮中，最彌足珍貴的是安定力量，不被焦慮牽引，無畏負
面擔憂，實踐初心堅守崗位，為社會公益全力付出，展現優質企業的
素養。


臺灣優異防疫，贏得國際社會肯定；公司專注生產，則安定民心
之所欲。縱然敵人是看不見的病毒，運用透明資訊並匯集同舟群力，
總能為疫情提供最適解藥，穩健邁向未來。期許公司面對多變的疫情，
上下一心團結合作，徹底發揮味丹人韌性，展現味丹一直以來對社會
國家公益付
出的真誠心
意。 



火災住宅警報器安裝員工推廣服務

文 / 生物材料事業部醱酵廠 歐明鑫

109年初社會火災事件頻傳，據內政部消防署統計發現住宅火災死亡人數為最多，主要因素為火勢成長後，初期反應不及，造成避難時機太晚，導致人命傷亡之悲劇發生。有研究顯示，當人們進入睡眠狀態後，各種感官以聽覺最敏銳，觸覺次之，視覺再次之，嗅覺則是沒有反應的。因此，若能於住宅中裝設火災警報器，利用其能探測煙或熱後產生警報的特性，及時提醒，除可抑制火災擴大，亦可減少人命傷亡。

公司基於企業的社會責任，也響應政府的防災政策，捐贈了1,000只火災警報器，並透過台中市消防局沙鹿分隊回饋給沙鹿區有需求的居民（詳情見文末相關連結QR code）。而生物材料事業部王金樹副總得知此事後，深覺住宅中裝設火災警報器的重要性，可以主動為提供同仁相關服務，因此特別指示所屬的消防管理員規劃關於居家消防的資訊與設備，透過職福會公告，提供給同仁瞭解選購，並於109年11月時完成相關的發放。 



內政部消防署 - 住警器 Q&A 網站



味丹企業回饋地方新聞

員工體適能競賽活動報導

文 / 職工福利委員會

每年職工福利委員會為提升員工對健康維護的重視，會定期舉辦健康講座及社團活動，2020 年因新冠肺炎疫情來襲，更特別再辦理『體適能競賽』，以激發同仁運動動機及興趣，並希望透過運動來強化體適能，以增進自身抵抗力與免疫力。

體適能測驗分別於十月及十一月各進行一次，以兩次測驗成績加總計算。此次報名人數共計 47 人，跨越不同單位與年齡層，其中有 7 位同仁更達到滿分成績，在測驗的過程中很多同仁說沒有想像中的難，測驗項目坐姿體前彎、一分鐘仰臥起坐、三分鐘登階（男性加鐵綁腿），測驗結果 68% 同仁都通過而獲得獎品。

體適能競賽參加心得

文 / 丹聯生技 潘昱婷

看到公司舉辦體適能競賽，覺得獎品都很棒，抱著好奇心和同事的陪同就參加了，競賽項目有坐姿體前彎、仰臥起坐、登階，覺得仰



臥起坐跟登階是最累的，登階聽起來很簡單，但實際做起來也是會累人的，在這個競賽當中看大家都很努力的想要突破，覺得自己也必須該要好好加油。最終的比賽結果有在合格範圍內，獲得了競賽獎小米手環 5，收到獎品的時候很開心，覺得是個很實用的獎品。

第一次在職場參加這種比賽，覺得很有趣，人事同仁們人都很好，在我覺得快不行的時候，都會幫我加油打氣，覺得受到了滿滿的鼓勵。

隨著年紀增長，運動真的是必須要做的事情，平常習慣在辦公室辦公的人更需要時不時的動一下，保持身心靈的健康，希望公司能多多舉辦這種活動。

體適能競賽參加心得


文 / 丹聯生技 郭祐甄

也不知道哪裡來的勇氣，讓我沒有思考太久，就決定報名參加，抱著著動一下也好的心態，去完成每一個項目，起初以為想要的獎品：小米手環，應該是可遠觀而不可褻玩焉，隨著一次又一次的在家中練習，信心增加不少……。

測試當天，坐姿體前彎，看著同事們努力的想把雙手不斷的往前延伸，各種表情扭曲，旁觀者們在一旁說道：加油！再撐一下，聽著聽著似乎意志力激發不少，柔軟度瞬間有了突破！

仰臥起坐大概是我其中最拿手的項目，不料，竟然是傾斜的，小看他了，不過沒事，逆來順受，挑戰困難的才能有所長進，只能轉念想像自己有腹肌，負擔減輕不少哈！

階梯負重，這個大概從沒接觸過，第一次體驗挺新鮮，才知道大小腿必須有肌肉，才能好好保護我們的膝蓋，不受外力而耗損，搭配著呼吸，找出其中的平衡。

參加公司舉辦的運動項目，不但健康，且能體會箇中樂趣，找出運動的理由，也是不賴，希望大家在忙碌的生活中，也不忘抽空運動伸展一下。 



疫情防控最前線 廈門廠總務管理

文 / 味丹廈門公司 總務課 徐子良

一家企業的良好運作，離不開總務後勤部門的默契配合，高效、完善、有力的總務管理是企業順利開展各項經營活動的基本保證。



廈門味丹食品有限公司總務管理的工作包括食堂管理、宿舍管理、廠區綠化與環境保護管理、治安管理等工作。特別值得關注的是過去一年應對新型冠狀病毒肺炎疫情的防控工作帶來前所未有的挑戰，總務基層有力落實廠區消毒防疫、員工體溫檢測、外來車輛及外來人員的資訊登記等防控措施，守護好公司每一位員工的生命



安全和身體健康。

總務管理的工作內容主要包括以下幾方面：

1、食堂管理

“民以食為天”，食堂管理是總務管理員日常工作的重心，其工作內容既要合理調動食堂工作人員，做好協調工作，保障員工按時就餐，還需集中員工對伙食的意見，增加菜餚的菜色種類，合理安排制定每周菜單，不斷改善和調劑伙食，盡最大限度解決“眾口難調”的食堂管理工作短板，督導食堂飲食衛生和環境衛生，確保飲食安全。有效控管公司規定的伙食餐標費用，及時完成本部門主管臨時交付的任務等。

2、宿舍管理

宿舍是員工起居休息的場所，為了給員工創造一個良好的生活休憩環境，總務管理員的工作內容如下：

- (1) 登記宿舍員工的入住情況。
- (2) 檢查與維護宿舍內的電器用品及公共設施。
- (3) 檢查宿舍環境衛生及督導清潔工作。
- (4) 解決員工在宿舍中遇到的問題等。

3、廠區綠化環境保護及清潔工作管理


良好的環境及清潔的區域是提高員工工作效率的主要保證，總務管理員對綠化與環境清潔衛生管理工作的主要內容有：

- (1) 公司各區域的綠化管理。
- (2) 廠區污染設施的處理。
- (3) 廠區公共區域的清潔管理等。

4、治安管理

治安管理的目的是維護企業生產與生活正常有序。總務管理員治安管理的工作內容包括：

- (1) 消防設施的配備與管理。
- (2) 消防安全檢查與火險的預防。
- (3) 火災演練的協調。

總務管理工作雖然繁瑣，但在公司主管們的正確指導和大力支持及公司同仁們的積極配合下，更需掌握工作方法與技巧，提高自己的工作能力與管理水平，爭取成為一個優秀的總務管理員，具企業奮鬥的目標添磚加瓦。 



味丹中國區 2020 年工作回顧

文 / 味丹廈門公司 陳國明

2020 年是極不平凡的一年，也是十分艱難的一年……

這一年，疫情爆發，全民抗疫，全球防控，大多數行業按下“暫停鍵”；

這一年，中美貿易摩擦，企業進出口受阻，困難重重；

這一年，全球經濟發展放緩，匯率波動大，舉步艱難；

在從未有過的艱難時局和巨大壓力下，公司在味丹中國區楊辰文董事長、楊統副董事長、莊奎星總經理的帶領下，齊心協力，共同抗疫，瞄準時機復工復產，克服重重困難，取得了抗疫與發展的雙勝利，體現了“味丹人”精誠團結、敢闖敢拼的精神風貌。

（一）全力以赴，打好疫情防控保衛戰。

己亥歲末，庚子年初，新冠肺炎疫情爆發，來勢洶洶，疫情就是命令，防控就是責任。公司高層快速回應，成立疫情防控小組，動員組織全體幹部，上下一心，齊心協力，嚴格依照政府防控要求與管理規定建立防控預案，制定防控 SOP，以員工的安全為己任，做好廠區每日消毒、防疫物資調配保障、防控知識宣傳、入廠人員的管控、保障每位同仁每天發放 1 個口罩、合理安排用餐餐位，並密切關注疫情期間員工的身體健康和市外員工返程安全，復工人員管控等，共築疫情防控防線。

在防控的同時，公司高層心繫疫情防控第一線，不忘肩負社會責任，在全國上下抗擊新冠疫情的關鍵時期，向同安區紅十字會捐贈三十萬現金用於疫情防控，彰顯味丹企業的責任與擔當！




（二）迎難而上，推動企業發展邁上新臺階。

一手抓疫情防控，一手抓復工復產。公司在政府相關部門的指導下井然有序開展復工復產。公司高層及時調整經營策略，通過提升組織能力，進行品類擴張，產品去蕪存菁，向年初制訂的既定目標不斷的發起總攻，交出營業額與利潤雙成長的漂亮成績單。

值得我們每一位味丹人自豪的是，在這樣嚴峻的外部環境下，我們全體味丹人通過努力：廈門味丹保持高增長的態勢，保持廈門“三高”企業榮譽，並獲同安區企業增產增效獎勵補貼；取得第二件“味丹”全國馳名商標的榮譽；建成集品保、研發為一體的全新品保研發室；建成可存放 700 噸冷凍產品的冷庫；通過工業化與資訊化相融合的“兩化融合”管理體系認證；上海廠咖啡事業部在楊統副董事長、梁純滿特助敦促下通過焙炒咖啡“HACCP”認證並且取得出口資格；全新的味精生產車間改造正緊鑼密鼓的進行中，這些都是每位味丹人的辛勤努力。

我們始終堅信“沒有一個冬天不可逾越”、“沒有一個春天不會來臨”，以自信自強勇攀高峰的工作態度，以八大會議為綱，以 SAP 系統維運，達成銷售、成本、費用、利潤預算硬指標；踐行企業文化 - 落實舉辦讀書會、頒發子女獎學金、開心農場、運動天地、瑜珈教室、團康活動的建設，彰顯對員工的人文關懷與企業文化的提升。

歲末年初，辭舊迎新，我們送走坎坷多難的鼠年，即將迎來充滿希望的牛年，相信我們“味丹人”精誠團結、眾志成城，在新的一年里裡，一定能夠牛勁十足，牛氣沖天，揚威奮蹄，再創佳績！



味丹越南與同奈省勸學會頒贈獎學金

文 / 味丹越南公司公關室

值 越南勸學日 12 週年紀念日 (02/10/2008-02/10/2020)，同奈省勸學會與同奈省廣播電視台以及省各機關一同配合頒贈 2020-2021 學年第九次“捐助力殘疾學生”與第三次“技校大學生”獎學金之活動。這是味丹越南連續第 7 年與同奈省勸學會配合為當地培訓與發展年輕人力資源的工作。

在 2020-2021 學年，來自各單位、個人贊助之下，已有 215 名殘疾學生與 68 名家境貧困的技校大學生獲得獎學金，總經費為 1,379,000,000 盾。許多典範度過困難的殘疾大學生及學生的榜樣值得



阮秋水女士（味丹越南公司公關處處長）頒贈獎學金給予同奈省殘疾學生度過困難上學



200 多名受獎學生參與典禮

表揚，在 COVID-19 疫情複雜演變的情況下，味丹越南公司仍將一部分的經費捐助金額為 150,000,000 盾給勸學基金。憑著“取自於社會、回饋於社會”之目標，味丹公司一直注重培訓與發展人才之工作，希望繼續為越南特別是同奈省的高品質人才的培訓工作作出貢獻。味丹

味丹越南獲“2020年越南前10大著名品牌”之認證

文 / 味丹越南公司公關室


於 2020年09月26日，味丹越南股份有限公司味精與調味料的兩種產品榮耀獲得“2020年越南前10大著名品牌”的認證，這是連續第五次味丹越南獲得本崇高的獎狀。



在越南歌舞劇院姬姬藝術中心味丹越南股份有限公司代表領獎

這獎狀是在“著名品牌 - 競爭品牌”的活動，由越南智慧財產權協會（VIPA）舉辦以記載與表揚各企業有市場信任的商標、產品品牌。獎狀依據運營歷史、持續發展性、維持增長趨勢、市場覆蓋率、獲得行業專家與客戶認可品牌的聲譽以及營業的標誌與社會活動的成績來評估各品牌。

長期以來，味丹越南的調味產品已成為廚房中不可缺少的“秘訣”，有助於烹飪美味難忘的菜餚。憑藉“紮根越南 · 永續經營”之目標，公司的產品都依據國際嚴格的規準、滿足品質的所有標準、成分及產品的安全度來生產。同時，為了生產高品質的調味產品，味丹越南在研發、原料挑選、先進的生產技術等方面不斷地投入資源。

邁向味丹越南成立30週年（1991-2021年）之紀念日，已連續第五次獲得本獎狀，這是味丹越南地不斷努力、奮鬥以提高產品品質，朝向完善與永續經營之最佳明證。 

味丹越南連續第五次獲得越南農業黃金商標

文 / 味丹越南公司公關室

味丹越南公司的 Vedagro 有機固體肥料和 Vedafeed 固體飼料添加物產品在 2020 年是連續第五次保持“越南農業黃金商標”的名號。越南農業黃金商標獎由農業和農村發展總會舉辦，旨在表彰為農村與農業的發展做出貢獻的企業與商人。獎項由主辦單位的各政府機關如農業和農村發展署、工商署、農民會、領先專家等機關通過考察 - 選擇 - 評估過程中的信譽與公正性而得到高度的肯定。



味丹越南公司代表領取 Vedagro 有機固體肥料越南農業黃金商標之認證



味丹越南公司代表領取 Vedafeed 固體飼料添加物越南農業黃金商標之認證


Vedagro 與 Vedafeed 都是高品質的產品，均採用先進的技術來生產，並得到了許多嚴格標準的認證如：ISO 9001、ISO/IEC 17025、GMP+B2、ISO 14001、ISO 45001 等認證。這兩種產品在種植植物與動物的方面已證明了具有確實的效果，從而為農民帶來了經濟的效益，為環境保護作出了貢獻。味丹

味丹越南參加 2020 年同奈省旅遊美食文化週

文 / 味丹越南公司公關室

2020 年同奈省旅遊美食文化週的主題是：“體驗文化、旅遊和美食空間”，該活動於 12 月 2 日至 12 月 6 日在省會議和活動中心舉行，來自該省內外的單位，企業，旅遊景點的近 80 個展位。同時舉行許多活動，例如：同奈和當地的美食、文化交流；陳列和出售各區域特產；南部音樂交流；交流和討論飲食文化；書法，民間遊戲，街頭音樂表演；美麗的攝影展…等。

公司參加 2020 年同奈省旅遊美食文化週與

多項特色的活動，除了向消費者提供熟悉的產品如味精，風味調味料，高鮮味精等，味丹公司還向客戶介紹了最新的各產品如味丹佐料調味料，味丹辣椒醬，味丹蕃茄醬，味丹火鍋調味料，味丹炒飯調味料，味丹煎餅粉…等，可以幫助消費者輕鬆準備美味多樣的飯菜，透過這次活動讓公司的優良新產品，達到強力宣導的成果。 



美食展味丹攤位



體驗及試吃活動

味丹越南為同奈省隆城縣125所學校進行全面消毒

文 / 味丹越南公司公關室



隆城縣紅十字會，味丹公司和隆城縣預防醫學中心各代表

隨著手足口病和登革熱病的情況不斷加劇，且 Covid-19 疫情的風險仍然無法預測。從 2020 年 10/24 至 11/15 連續四週的週六與週日，味丹越南

公司與隆城縣紅十字會配合，在當地 125 所學校舉辦全面消毒活動以防控疫情病毒。

在天氣異常演變的年底期間，學校空間的消毒是為減少病源體傳播的重要措施。所以在隆城縣地區的 125 所幼兒園、小學與中學學校進行了噴消毒劑，除了教室外，學校花園、下水道、倉庫等區域也進行消毒。另外也捐助公司生產的 600 公升專用漂白劑及再捐助經費，希望為當地學生們攜手保護環境與防止疫情的工作。 (味丹)



預防醫學中心團隊進行消毒



幼兒園消毒作業



戶外環境進行消毒

剛好的微鹼最好 網紅限動必備的超狂 IG 濾鏡初登場

包裝水行銷處 / 楊珮甄

多喝水品牌的年輕基因，讓微鹼水緊跟時事，過年也換上語錄版新裝啦“留得青山在，不怕沒口罩”、“話不投機 親戚多”，不僅幫消費者訴說心聲，還可以擺脫心累的長輩問候，更有配合情人節“好人沒人抱”、“近水樓台 被忽略”，讓甜蜜蜜的節日中，添加一絲趣味，也獲得社群上許多消費者的自發分享。

配合這四款人氣瓶標，在 2/1~3/1 於 IG 與 FB 有限時動態濾鏡，不過 IG 裡的濾鏡超多，想拍出趣味十足又特別的限時動態，你需要來點剛好應景的「微鹼水濾鏡」，老是被長輩抱怨手機滑不停，一想到爸媽會碎唸就覺得心累了嗎？今年不用再擔心這個問題，拿出手機



大方告訴他們你就是在滑 IG 跟自拍，因為只要玩 4 種「微鹼水濾鏡」並且發限時動態，就有可能抽到 3C 跟現金禮券等好禮。打開手機，關注多喝水 IG、FB 官方帳號，剛好的微鹼，一起陪你發限動、抽大獎。

味丹

全民的陳高 戰酒黑金龍特窖陳高 親民價重磅出擊

文 / 酒品行銷部

金酒公司創立超過一甲子 第一支千元以下陳高

你真的沒看錯！有鑑於目前市面上的陳高一瓶動輒就要上千元以上，金酒公司與味丹企業聯手重磅出擊，由首席調酒師與首席品酒師合力打造，以選用金門高粱酒之王 - 黑金剛陳高生產基地金城廠（老廠）中窖藏三年以上的酒基為主體，再調和坑道中窖藏 5-10 年酒齡的黑金剛來完美平衡酒體，不論香氣、口感與風味，都不同於一般玻璃瓶中陳化的酒款，不少試飲過的愛酒老饕回饋有 81 年白金龍以及老黑金剛風味的高度評價，入口醇順又不失勁道。



更重要的是，價格還跳脫陳高高貴印象，以親民價之姿登場，「陳香天成」讓消費者不用等待千日、不用花上千元，就能輕鬆入手、喝好酒，一瓶再一瓶！



禁止酒駕  未滿十八歲禁止飲酒



左起味丹協理林忠勝、味丹執行顧問許慶珍、味丹執行董事楊坤洲、金酒總經理楊駕人、金酒首席品酒師呂宜儒、金酒業務經理李增鑫

醇順又有高酒精度的飽滿厚實 打造陳高新世界

金門具有特殊花崗岩坑道，又有自然純淨的海島氣候，孕育出獨特的釀酒與陳酒環境，酒體成份在長年自然融和醇化後，賦予陳年金門高粱酒細膩優雅的醬香、烏梅香等陳年風味。除了有奔放的花果香以及陳高的醇順外，更兼具高酒精度飽滿、厚實的口感，入口即可感受多層次的陳高風味，尾韻綿長，回味無窮。

金酒公司總經理楊駕人表示，陳高的好一定要讓大家都知道，才會推出這款超高 CP 值的產品。而首席品酒師呂宜儒也興奮的表示，經過繁複測試與感官鑑定後，發現 49.9 度是最能體現陳高的厚度和香氣，最適入喉的酒度，「是好酒 喝久久」絕對讓人一杯接一杯。

● 品名：戰酒黑金龍特窖陳高

● 酒精度：49.9 度

色澤：晶亮透徹、潔淨無瑕

香氣：優雅的醬陳香、烏梅、花果香

口感：綿甜柔順，卻有高酒精度的勁道，飽滿豐富、回味悠

● 容量：750ml(盒裝)

【金門高粱酒陳高小學堂】

根據台灣酒類標示法規，熟成儲放時間達三年以上者，方可標示「陳年」，且陳年係指陳放在酒廠，還沒裝瓶前的時間。 (味丹)

吃一包益生菌就拉，合理嗎？

味丹生技 / 潘立庭

好多人會問益生菌吃 1 包有效嗎？正常來說益生菌應該至少要吃 1 週以上比較有感！



立即有感的成分，可能不是益生菌而是它們……

1. 糖醇類

糖醇是一種代糖（甜味劑），適量吃可減少熱量攝取又嚐到甜味！但是若攝取過多，容易導致腹瀉、脹氣等問題，原因是它們不被身體吸收、分解，造成刺激反應。

2. 氧化鎂


氧化鎂是一般食品添加物同時也是藥物，若有便秘困擾的朋友，是軟便劑（瀉劑）常見的成分。通常日常補充氧化鎂主要是補充鎂，但大量攝取同樣也會有「拉」的情形

3. 番瀉葉、番瀉甘

早期很多減肥瘦身產品都會添加這個成分，因為快速又有感，後來許多人都反映身體不適，連政府都跳出來聲明此成分可能導致腹瀉！兒童、孕婦都不宜使用，由此就知道多不適合天天吃了。

「成分單純的益生菌」才是日常保養、從體質開始調整的優先選擇！如果你已經好久沒有排便，偶爾食用短效刺激的成分真的可以解決當下的困擾！但是若長期依賴這類成分，過度依賴反而會導致失去原本該有的機能。所以專業醫護人員都會建議刺激成分只適合短期必要食用，絕對不要長期依賴。

長久之計還是需要益生菌去調整菌相、改善體質，單純的益生菌挑選符合以下條件，長期食用起來才能更安心放心。

- 有特色的益生菌
- 無刺激性成分
- 搭配益生質
- 無香料、果汁粉
- 適合全家人長期吃 



立即掃描 / 了解更多

抗老保養只有保濕不夠力！5大關鍵，你跟上了嗎？

味丹生技 / 陳盈君

你知道嗎？季節的轉變，對肌膚的老化也會有影響。肌膚的抗老計畫，需要針對不同季節採用不同戰術，掌握日常作息 5 個重點，讓你的皮膚抗老計畫更週全！

【1·喝水是基本】喝水是保養身體的基本功，多喝水有利於氧氣供給，促進細胞新陳代謝，保持肌膚濕潤及彈性。以自己體重（公斤）為基準乘以 30，便是一個人每天建議的喝水量，例如編編 50 公斤， $50 \times 30 = 1500$ (c.c.) 便是我每天必須補充的基本水分。

【2·晨間運動助眠】固定讓身體筋骨保持活動力，晨間運動可幫助晚上較好入眠，好的睡眠亦是最好的抗老方式之一。

【3·深度保養才夠力】季節變換期間，肌膚承受較大的溫差，變得較脆弱敏感，宜選擇不含酒精、酸性刺激的保養產品。

選擇成分單純兼具保濕跟修護的面膜，一星期敷 1 ~ 2 次進行深度保養，利用膜的密封效果，加速精華液的吸收力，提升保濕與修護力，僅需要 10-15 分鐘即可有效率的補給養分；面膜拿下後記得將臉上精華液輕拍至吸收完整，最後再擦上乳液或乳霜鎖住水分，保養作業才算完整。

【4·防曬不可少】換季期間容易鬆懈了防曬警備，皮膚科醫生表示，基本防曬還是非常重要的，光老化會讓肌膚缺水而乾枯，甚至生成細紋、色素沉澱，出門前防曬這個步驟絕對不能少～ 味丹



急速躍升爆紅人氣金門伴手禮！ 網友瘋搶的豪奢泡麵！

速食食品行銷處 / 林羿萱

味丹與金門超人氣名店高坑聯名合作，將金門必吃的高坑牛肉麵研發成朕一品泡麵，也是高坑首次與廠商聯名開發泡麵商品。網友瘋傳只有金門才買得到，又不用大排長龍就能吃到名店，因此上市短短幾天，就躍升為金門必買人氣伴手禮，昇恆昌和當地伴手禮店一天狂銷上百箱，造成金門一碗難求的缺貨現象。挾金門超夯人氣，12/2 開始台灣本島四大超商開賣，引發網友瘋搶，再度在網路上掀起討論。

朕一品金門高坑牛肉麵與台灣紅燒、清燉牛肉麵不同，燉煮至琥珀色的大骨高湯，口感厚實濃郁，搭配 Q 彈有勁的麵體，再加上滷的入味的鹹香牛肉塊，撒上大片小白菜，豐富有層次的口感，完美還原名店口味。其中還附上一包高坑牛肉店必吃的酸菜辣椒醬，富有辣油香氣及酸菜顆粒，是高坑牛肉麵的靈魂伴侶，更提升湯頭的層次。也可嘗試先喝原湯、再加酸菜辣椒醬，秘製雙重吃法，雙重口感滿足挑剔的味蕾。



金門瘋搶的朕一品，12/2 在台灣四大超商上市了！

問起在金門當兵的朋友有什麼共同回憶，「高坑牛肉麵」絕對是津津樂道的話題。飄香 50 多年、傳承到第三代的「高坑牛肉店」，即便位置偏遠仍是生意特好。但近期高坑牛肉店進行整修，許多特地登門造訪的人敗興而歸，因此，味丹加碼在金門



配合觀光局老兵召集令活動，味丹大方贊助 2,000 碗泡麵，吸引記者採訪。




還原高坑餐廳及戰地風情的佈置，吸引民眾拍照打卡。

縣政府舉辦的「老兵召集令」活動中加碼送出 2,000 碗給參加老兵，讓大家能一同享受回憶中的牛肉香，引起返金的老兵熱烈討論，外帶一碗記憶中的好味道，也吸引當地記者媒體爭相採訪。配合觀光局老兵召集令活動，味丹大方贊助 2,000 碗泡麵，吸引記者採訪。

此外，在金門昇恆昌 1F 大廳也擺放大型情境拍照打卡點，來金門旅遊的民眾看到還原高坑餐廳及戰地風情的情境，也忍不住多停留下來拍照打卡。

好消息！朕一品系列推出制霸全賣場帝王級袋麵了！！

最牛聯名的好味道不只是全台便利商店及金門獨有的福利了！1 月底在家樂福獨家上市朕一品系列袋麵，無論是五屆牛肉麵節冠軍的家傳紅燒牛肉麵，或是金門超夯名店高坑牛肉麵，一次兩種口味，不用排隊也能在大賣場買得到了！質感的鋁箔包裝襯托出豪奢泡麵的氣息，在架上絕對是最閃耀的新星！來逛家樂福補貨的同時，把朕一品袋麵也一起帶走吧！絕對是新春牛年最應景的選擇！



沒事多喝水 讓好事發生

包裝水行銷處 / 顏嘉儀



2020年，新冠肺炎疫情的蔓延，對全球人們都帶來極大的影響。在全球疫情未見明朗之際，人們身處在這負面消息氛圍裡，造成日常生活步調的重大變化，活在不安及恐懼的陰影中。

在疫情壟罩的變動社會下，往往會引起人心慌亂，大家都在等什麼時候才會變好？這時，互相的關懷與打氣正是給予社會大眾最好的良方，唯有互相協助與關心，才能共度難關，讓每個人都期待有好事發生。

回顧過往，2007年【多喝水】連結「每個人內心都有想做好事的慾望」，散播「你也可以讓世界變得更好！」的價值到日行一善、號召眾人「多喝水沒事，沒事多喝水」的慈善偶像歌手「水超人」（Waterman）為多喝水重要資產。直到現在，也一直有人希望 Waterman 能再度回歸。



現今儘管 Waterman 已功成身退，但當「愛很大，有你、有我、有他，愛很大，我們一起大聲唱」的旋律響起，相信很多人仍能自然地接下去唱。2021 年【多喝水】與年輕人一起走過 25 年，將邀請名人進行《愛很大》歌曲改編。要告訴大家人人都是可以改變世界的 waterman，如果我們什麼都不做，世界不會自己變好。

冀望在疫情變化的社會變動中，等待好事發生同時，也要人人都是 waterman，主動讓好事發生，用音樂拯救世界，透過音樂帶出正面能量及建立溫暖人心、更多力量、更多療癒及更多的愛，必定可以平安渡過此新冠肺炎疫情的衝擊，而能日日平安、好事發生。 (味丹)



2020 絕美聖誕 Live for MORE 【多喝水 MORE 氣泡水】搶進耶誕城

包裝水行銷處 / 賴姿君




多 喝水沒事沒事多
喝水 讓喝水更
有趣！MORE 氣泡水給
你多更多～近年來氣
泡水消費市場大增，許
多民眾越來越喜愛飲

用氣泡水。【多喝水 MORE 氣泡水】廣受消費者喜愛！除了無糖的風味氣泡水外，還有更健康添加果汁及維他命 c、維他命 B6、B3 的氣泡水：百香果風味及奇異果風味，本次來到耶誕城現場，除了飲用好喝的氣泡水外，還有與民眾近距離互動的小遊戲可以兌換好禮 4 選 1！

歡樂時節聖誕美食佳餚搭配氣泡水最絕配！

歡樂時節特別是享用耶誕大餐或者美味甜點時最適合搭配氣泡水，讓不輕易滿足的饕客味蕾，透過更多刺激口感的 MORE 氣泡水豐富美食及氛圍。MORE 檸檬氣泡水更首次與新北市政府新北耶誕城合作推出聯名包裝，設計概念係以拼貼繽紛彩虹色塊及麋鹿雪橇與桑塔熊提升整體耶誕氛圍感，是本次活動的一大亮點！

新北耶誕城活動現場除了投放 LED 大螢幕廣告外，還有以及特別設置 2 台自動販賣機販售味丹相關飲品，讓民眾看得到 + 喝得到 + 買得到！




加了洋蔥的水，竟然不會流淚反而很紓壓？ 多喝水鹼性竹炭水 活動版包裝上市

包裝水行銷處 / 洪子甯

「多喝水鹼性竹炭水」去年度和知名圖文畫家「Onion Man」合作推出聯名限定包裝，一系列的過濾負能量語錄在社群媒體平台上引起轟動，消費者熱烈回響。今年竹炭水針對人生、愛情、學業、事業推出全新 8 款語錄包裝，語錄更貼近人心，圖畫更風趣幽默。身心俱疲、心情不好時就來瓶竹炭水，過濾負能量，紓壓一下吧！



「多喝水鹼性竹炭水」取自合歡山脈最純淨的水源，透過孟宗竹炭過濾雜質，水質甘甜純淨，喝起來不只順口還很順心。俗話說：「弱水三千，一天要喝六千」，每天喝 6000c.c. 的竹炭水不僅能讓自己更上層樓，還能過濾滿滿的負能量。

「多喝水鹼性竹炭水」即日起於全台各大便利超商與全聯福利中心限量販售中，共有 2 個規格 (700ml、6200ml)，趕緊手刀去買起來，挑選自己的人生語錄瓶吧！

生活常識 in 法律觀點

合約簽不簽？

文 / 法務室

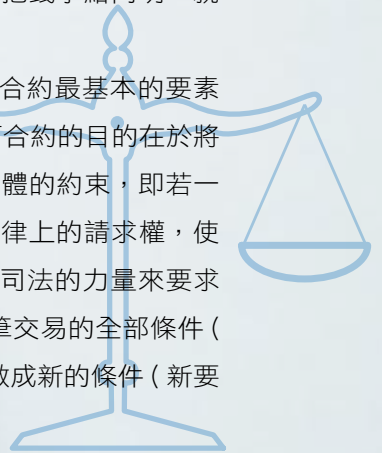
孔諒在公司尾牙抽中汽車一輛，故與車商經理仲噠簽約將其舊車寄賣。鄰居周漁見其舊車久無停於門口，故隨口閒聊了幾句，孔諒向周漁抱怨自己費心照顧的舊車，在估價時被仲噠刻意壓低價格，心裡很不悅。周漁一問價格後怦然心動，便提出願意依據仲噠所估價購買該車；因為是老鄰居了，故孔諒一口答應並收了周漁之訂金，次日便通知仲噠解除合約並將該車取回過戶給周漁。幾日後車商老闆曹董問罪於仲噠，並要求其向孔諒索討仲介費，仲噠費心取得證據後，確定孔諒與周漁間的買賣合約應該是成立於委賣期間，故具函要求孔諒支付賣價 4% 之服務酬金。而孔諒回信譏其不識合約，主張是合約先解除才自行出售，且其與周漁之間並無所指稱的「買賣合約」書面，而不願支付該仲介費，究竟是仲噠的主張合理？還是孔諒的說法正確呢？

「合約簽不簽？」對於一般市井小民而言確實不太重要，因為身為消費者，除了消費者保障法外，還有各式的權益保障機構可以提供非常多的保障措施及制度，包括租屋、買屋、買二手車及修繕工程等定型化合約等，可以快速、平等且完整的完成交易行為，甚至不需要簽訂合約也可以完成大部分的日常交易行為。但對於企業組織而言，則是要自行理清所有的法律限制與規定，並將所提供的服務內容與相對應的法規整合並轉化

成合約，以避免交易誤觸法律禁止或無效之規定，而導致辛苦投入的心血無法取得應當的報酬，甚至要建立相當繁雜的審核機制來避免所屬業務職員於簽合約時，不因誤解合約條款內容而產生爭議或賠償的風險。而站在從業人員的角度來看，瞭解怎麼樣確認與協商合約條款內容也是執行業務中相當重要的課題。故本文試著從合約之定義及怎麼理解的幾個方向試著概略分享如下：

什麼是合約？依民法第 153 條規定：「當事人互相表示意思一致者，無論其為明示或默示，契約即為成立。」因此，所謂合約即是指經過兩方（簽約者）互相意思表示一致，經過雙方充份瞭解而願意接受此意思表示之拘束，即為合約成立。故合約並不一定要書面，而沒有書面簽訂的合約，其成立之時間點應該是「意思合致時」。而所謂的「默示」，依最高法院 96 年度台上字第 1479 號民事判決：「係指依表意人之舉動或其他情事，足以間接推知其效果意思者而言，若單純之沉默，則除有特別情事，依社會觀念可認為一定意思表示者外，不得謂為默示之意思表示。」舉例而言，如果阿明開口向阿華借錢，阿華低頭不語時，是單純的沉默。若是阿華回答：「好啊，要借多少？」則是明示。若是阿華甚麼也沒說就默默地從口袋把錢拿給阿明，就是默示表示的一種。

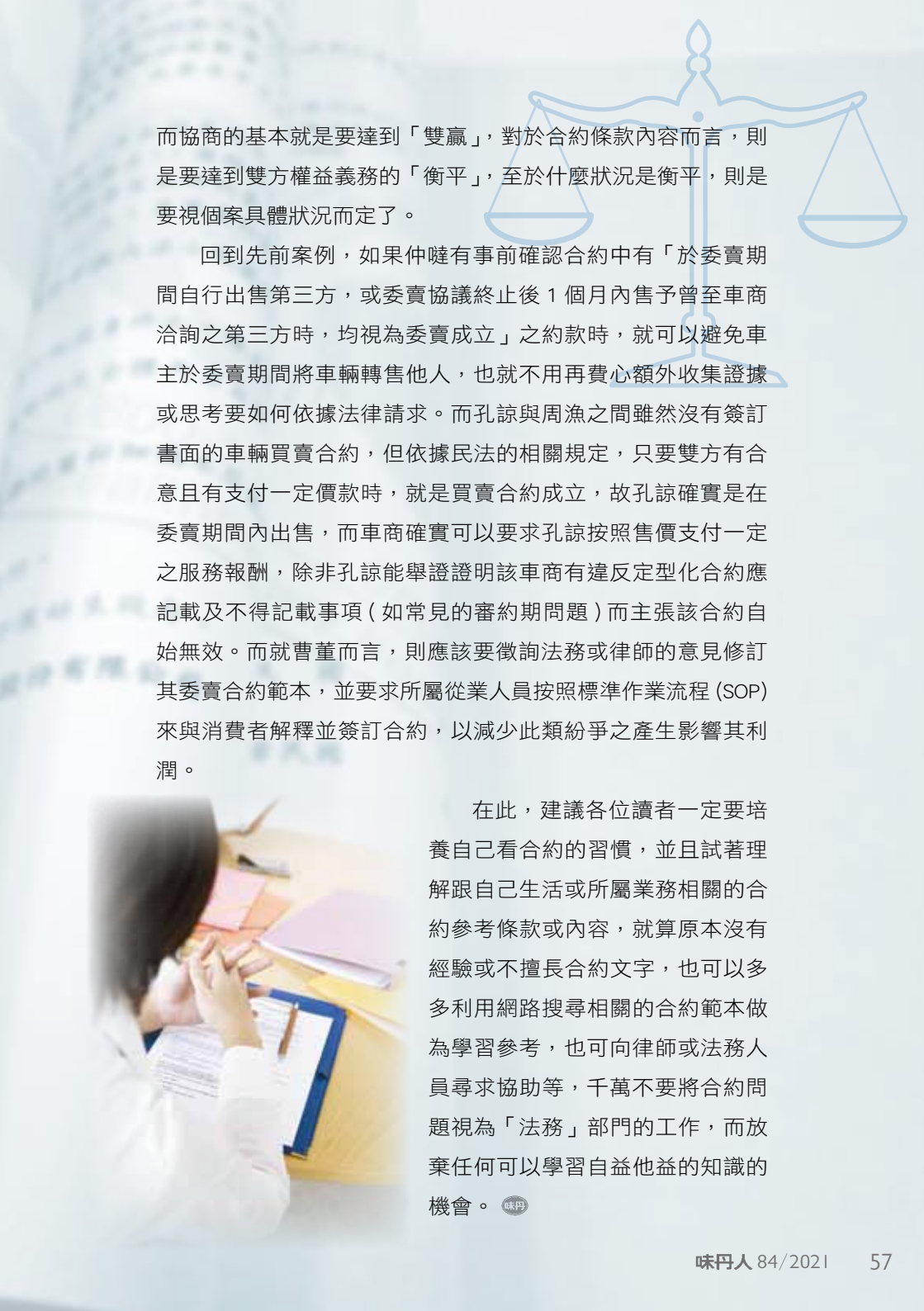
合約該怎麼看？要先理解合約的架構，合約最基本的要素是由「要約」（條件）或「承諾」所組成，而合約的目的在於將雙方權利義務內容文字化並轉化成對彼此具體的約束，即若一方不履行或違反合約義務時，合約可產生法律上的請求權，使其可向他方要求應有的權利（或透過國家或司法的力量來要求履行）。故合約條件的磋商，就是一方將該筆交易的全部條件（要約內容）提供給對方，而對方據以修改並做成新的條件（新要



約)，幾番往返後達成共識（承諾）並進行書面合約的簽署。故合約作為承載雙方的權利義務關係之載體，基本上會有(1)簽約的基礎事實記載（約因）、(2)主要權利（義務）、(3)附隨權利（義務）、(4)有效期間與(5)違約之罰責等主要內容。以仲介合約為例，約因就是仲介交易服務之提供（約因），而怎麼提供服務及傭金的收取等就是主要權利（義務），包括怎麼支付價金等，而為了預防仲介買賣瑕疵物、一物二賣或販售他人之物等問題，就會增加瑕疵擔保約定或是排除相關法律條件之約定（附隨義務），然後就是有效期間及不執行或無法執行時要怎麼處理等內容。

再來就是要理解合約用語。因為商業活動有其複雜性與多變性，要將商業活動的內容藉由文字呈現，本身就不是一件簡單的事。有幸的是合約經過數千年發展，故許多需要複雜文字來說明的法律行為均有專用的法律用詞，所以只要能理解該法律用詞，就可以減少大量的描述用語。例如在買賣二手車合約中，如果買方要確保賣方所出售之物品不會有任何第三方於將來對買方主張標的車輛之所有權或抵押權利，且該車輛可以供買方在將來的使用上能符合買受人與一般人所認知的車輛的基本功能及宣稱的特別功能（無使用瑕疵），這樣繁雜的描述性用語在合約中就會用「賣方應承擔瑕疵擔保責任」這樣簡單的語法表達。故只要多問或經常性閱讀且累積專有名詞知識，就能正確的看懂合約所要表達之意思。

最後就是將事實狀況與合約文字內容進行比對。當客戶提供一份合約給你，或是將提供給他的合約修改成他要的內容後回覆給你時，你必須要判斷該合約或修改部分是否符合雙方目前的認知。通常的狀況是主權利義務不太會被修改，但是雙方對於附隨義務或是違約責任認知會一定程度的落差。這時候就要評估風險或是繼續協商，也就是接受或是堅持立場的問題了，



而協商的基本就是要達到「雙贏」，對於合約條款內容而言，則是要達到雙方權益義務的「衡平」，至於什麼狀況是衡平，則是要視個案具體狀況而定了。

回到先前案例，如果仲噠有事先確認合約中有「於委賣期間自行出售第三方，或委賣協議終止後 1 個月內售予曾至車商洽詢之第三方時，均視為委賣成立」之約款時，就可以避免車主於委賣期間將車輛轉售他人，也就不再用再費心額外收集證據或思考要如何依據法律請求。而孔諒與周漁之間雖然沒有簽訂書面的車輛買賣合約，但依據民法的相關規定，只要雙方有合意且有支付一定價款時，就是買賣合約成立，故孔諒確實是在委賣期間內出售，而車商確實可以要求孔諒按照售價支付一定之服務報酬，除非孔諒能舉證證明該車商有違反定型化合約應記載及不得記載事項（如常見的審約期問題）而主張該合約自始無效。而就曹董而言，則應該要徵詢法務或律師的意見修訂其委賣合約範本，並要求所屬從業人員按照標準作業流程 (SOP) 來與消費者解釋並簽訂合約，以減少此類紛爭之產生影響其利潤。

在此，建議各位讀者一定要培養自己看合約的習慣，並且試著理解跟自己生活或所屬業務相關的合約參考條款或內容，就算原本沒有經驗或不擅長合約文字，也可以多多利用網路搜尋相關的合約範本做為學習參考，也可向律師或法務人員尋求協助等，千萬不要將合約問題視為「法務」部門的工作，而放棄任何可以學習自益他益的知識的機會。

味丹



聞香下馬街景一隅

圖：玉人

藺草小鎮常回味－苑裡「聞香下馬」

文 / 玉人與熊

如果你喜歡地方美食，經過苑裡一定要下馬吃「聞香下馬」。但，不是你到「聞香下馬」就吃得到，它目前只開週四至週日，週休三天，而且只做午餐。11 點營業，很快就客滿，沒預訂就要靠運氣。

聞香下馬就在苑裡老街上，老街過著日常的生活，不似鹿港之類的名勝觀光老街人滿為患，路上沒有人潮。苑裡的地方名產除了海風外，應該是藺草製品，現在有成立協會和據點，有興趣還可以去學習試作。

在聞香下馬店家對面有賣藺草帽子老店，不是重新裝潢文青店，這家老店是真的老店，架上陳列著蔣中正和宋美齡的合照，宋美齡頭上的帽子，和陳列架上一頂帽子一模一樣，也許當年宋美齡是來這兒買的，店內陳設不是復古，是停在數十年前的時尚。帽子都是新作民藝，男人紳士、女士淑女、兒童可愛。喜歡柳宗悅觀點的「地方的、鄉土的、民間的事物，是自然而然地湧現出來的無作為的製品，其中蘊含著真正的美的法則」這就是實用之美。

隔壁是中藥行，如有看過「俗女養成日記」如同女主角家中的中藥行，實木拉門，深色桌子和櫃子，櫃子上書寫著褪色的藥材名稱，屋內是太師椅，好似復古劇中場景，但卻是真實現實生活，活生生的時空。

聞香下馬比之大餐館，菜色簡單，大菜就是雞湯，這是我必點的菜，就算二人也一定要點，隔桌看我們二人上了這道菜，必然心生羨慕及疑問，二人如何吃一大鍋。

這道菜 4 人以上老闆會推薦，並且說明飲食方法，雞湯一上，只有雞和薑片、雞湯，無其他中藥材或增鮮食材，雞湯清爽，帶嫩薑清香，這道菜就是吃雞的原味和雞湯，老闆會建議，「先吃一些雞肉，但湯務必保留一些，待享用一半時，提醒我」，他會加入高麗菜、菇類再加熱，再送回來，此時可再食用加入蔬菜後不同風味雞湯。

我們二人一定吃不完一整隻雞，但，可以外帶。回家後如法泡製，不勝清鮮美味。

小菜，也是聞香下馬特色，魯燉香魚、冷筍、肉丸子都好吃，櫃台前的小菜，即看即盛，喜歡吃什麼，就點。熱炒菜色不多，絲瓜油條玉人視為極佳美味，熱炒一開始點菜，即要全部都點，若出菜後，要追加老闆常面有難色，切記切記。

老街的春聯透露著在地的文人氣息，若注意看，一戶老宅門前貼著較日常購買春聯 1.5 倍寬的手寫春聯「豐林不少彈冠客 泰世應多列席人」，道出當地藺草的主要成品是帽子和草席。窗上貼「陶朱遺業」想來當年苑裡曾是商業重鎮，此戶是做過大生意人家。

買一頂新帽，喝一碗雞湯，做個對聯留念，「彈冠振衣藺草香，聞香下馬雞湯美」，海風小鎮常回味。



老闆的經典小菜魯燉香魚

Wedding



速食食品廠 林樽志
運務處 熊依璇 結婚

HAPPY WEDDING FOR OUR HAPPY LIFE!!



國際業務事業中心
佘高宇 朱祐璉 結婚



速食食品廠品保課
蔡昌翰 喬遷誌喜

" 歡迎來喝咖啡坐坐 "

House



速食食品經營管理課
陳宜汶之子 莊有瑄

送子烏偷偷又送給我一個大驚喜
登愣!! 我的小天使——有瑄
是個愛笑又愛撒嬌的小男生



事業發展室
黃信又之女 黃梓軒

可以吃冰淇淋了!



陳欣壕之女 陳甯晞

只給爸比媽咪抱抱
其他人我會哇哇叫



調理課
熊偉光之女 熊希紘

我叫小紘! 記得大家要眾說紛紜喔!

感恩有你，一路同行

入職味丹 20 年有感

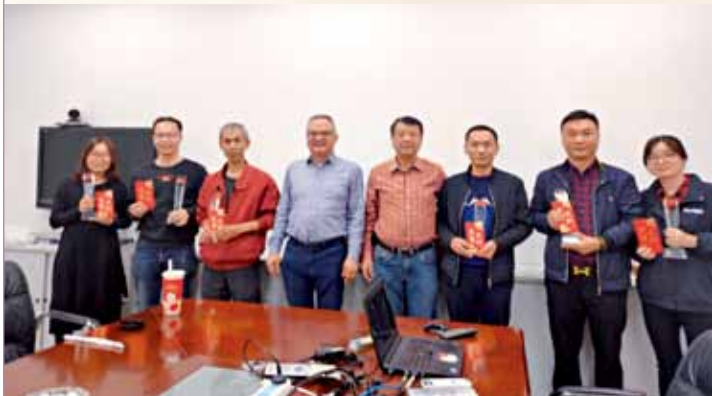
文 / 味丹廈門公司 皮皮

2000.3.8，是我來味丹面試通過的日子，也開始了我在味丹的工作生涯。光陰似瞬間劃過，回想這 20 年以來，經歷人生的酸甜苦辣鹹，讓我學會了承擔，更懂得了感恩。

首先，我想感恩 20 年來一路同行的同事們，他們大多也都在味丹工作近 20 年，每天朝夕相處，在工作中難免會吵吵鬧鬧，但都能包容彼此。每天重複著同樣的工作，偶爾也會感到枯燥疲憊，但同事們總是能創造點樂趣，碰到難題，大家也能互相幫忙解決。我想，這就是那種不似親人却勝似親人的感覺吧。


再次，我想感恩這段時間帶領我的領導，領導的嚴格要求，讓我在不斷地反省中進步，一步步提高自己的職業技能和競爭力。雖然我取得的成績沒有那麼耀眼，但是我能夠在自己的工作上勤勤懇懇，始終保持著對工作的熱情，最大的原由來於領導對我工作的認可。對於未來的日子，我會繼續帶著這一份努力與熱情前行。

最後，我想對和我一起在意味丹工作 20 年之久的愛人說聲：謝謝你！你對我的好，對家庭的付出，我都記在心裏呢。我們結婚 20 年來在共同努力下，有了可愛的兩個兒子



作者為右一者

，有了溫馨的小家，雖偶有不合但經過溝通感情也越來越好，也更懂得珍惜彼此。對於你的病情，自 2019 年 11 月確診後經過幾個月的治療，到現在慢慢的恢復，我知道這是我無法感同身受的事情，但我一直都在你身邊。三個月一次的複查，我都知道你很緊張很擔心，但我們不能太過擔心，個人的情緒、環境、社會等因素都會對身體產生很大影響。生老病死，我們現在只經歷前面三個“生老病”，對於死亡我們都不願意去討論，但隨著年齡的增長將會面對得越多。我們都不能確定我們究竟能活多久，只需認真過好每一天，並且相信明天會更好。前段時間有幸得總經理借閱《活著》和《雲邊有個小賣部》，活著，既為別人活著，也要為自己活著。生活是屬於每個人自己的感受，不屬於任何別人的看法。不管以後會如何，我都和你一起面對，不畏將來，不忘初心。

再次感恩公司董事長、總經理及副總在凱歌生病治療期間對他的關心以及對他工作上的關照，感恩所有同事的關心，感恩所有遇見，感恩一路同行！希望味丹公司越來越好，更上一層樓。 

感謝您～ 品冠G T處資深同仁榮退

文 / 品冠行銷G T處



服務屆滿 26 年同仁潘襄理 亞明（前排左三）光榮退休

1 10年1月13日，於總公司B1會議室舉辦品冠G T處全區會議，跟以往不同的是，為了感謝資深同仁的付出，特別在會後安排一場簡單且溫馨的典禮，由品冠公司陳總經理美津頒發獎牌及陳協理首全頒發禮卷，並由品冠公司陳總經理致詞感謝資深同仁潘襄理亞明，為公司奉獻人生中的黃金歲月，最後與同仁合影留念。📷



戰酒黑金龍

牛勢長鴻

金門高粱酒

2021金牛年 限量發行



- ✦ 氣勢如虹黃金牛，讓你好運長鴻一整年
- ✦ 三年窖藏老酒調和，蟬聯三年國際烈酒競賽金牌
- ✦ 2021辛丑牛年，送禮收藏首選

建議售價：2,380元/盒(單入裝)

酒精濃度：46度 容量：2公升

購買通路：尊爵藍-全家便利商店 / 開運紅-指定菸酒專賣店




尊爵藍



開運紅

(圖片僅供參考，請以實物為準)

禁止酒駕  未滿十八歲禁止飲酒



味味一品

朕一品



× 高坑



金門高坑牛肉麵

濃郁湯頭 · 秘製酸菜辣椒醬



調理參考

金門伴手禮首選