

2021 國際餐旅創新研發產學應用線上研討會
International Conference on Hospitality and Culinary Innovation
Designing for the Golden Years

橘色創新

橘世代

論文集



指導單位  教育部

主辦單位  國立高雄餐旅大學 廚藝學院
國立高雄餐旅大學 飲食文化暨餐飲創新研究所
中餐廚藝系、西餐廚藝系
烘焙管理系、餐飲廚藝科
餐飲創新研發暨檢驗服務中心

協辦單位  國立高雄餐旅大學 高教深耕計畫辦公室

目錄

| 技術報告組 |

富含膳食纖維的紫米爆米香之開發研究.....	1
傅瑋倩、葉文棠、陳建龍	
橘色世代優質蛋白質臺灣特色養肌飲食開發實務研究.....	2
楊世春、林慧麗、葉建志、曾裕琇	
米糠應用於含全麥粉的土司之開發研究.....	3
楊明珠、葉文棠、陳建龍	
地方特色銀髮餐點開發之實務.....	4
呂哲維、陳永智、陳昱枷、林葦蒼	
橘色風華-黃金蟲草銀養蛋糕之研發.....	5
王瞬晴、楊之斌、陳堯鈴	
橘世代機能性點心之研發-魚與熊掌兼得.....	6
楊之斌、王瞬晴、陳堯鈴	
以芝麻醬與異麥芽寡糖製作戚風蛋糕之探討.....	7
陳樂思、葉連德	
高感官虛擬實境生物教材監控技術之研發.....	8
胡明強、謝易歆、何依芳、黃鑲	
台灣在地紫米、葡萄量產型天然酵母應用於烘焙冷凍麵糰抗凍力評估及其特色商品開發研究.....	9
葉建志、林慧麗、王國治、張浩容、陳彥霖、余立文、曾裕琇	
銀髮族臺灣味特色料理開發-以鱸魚全利用料理為例.....	10
楊錦騰、張凱智	
海木耳風味歐式麵包研究開發實務.....	11
陳宥愷、陳智鴻、陳乙霈、陳宗緯、林冠綾、何佳靜、林姿妤、邱清祥	
海木耳風味牛奶糖研究開發實務.....	12
陳宥愷、陳智鴻、陳乙霈、陳宗緯、林冠綾、何佳靜、林姿妤、邱清祥	
高雄 148 號米芽啤酒的糖化過程與其感官品評之研究.....	13
謝昇航、陳千浩	
橘起雙手，豆陣來呷.....	14
趙偉廷、藍予聆、張芷瑜、洪嫩莖、黃英如、顏佐峰	
橄欖果醬開發與實作-台南新化礁坑社區錫蘭橄欖品種.....	15

邱清祥、鄭傑夫、戴悅恬、沈欣怡、吳安琪

以異麥芽寡糖與台南一號芝麻運用於土司之研究..... 16

陳昱誠、葉連德

比較半訓練型和消費型品評員評估時序感覺支配法對紅茶熱泡茶品飲過程中
感官特性感受變化之差異..... 17

蔡閎任、黃子軒、李世傑、劉伯康

「青銀共創-志在琉鄉」海木耳商品之研究開發 18

邱湘婷、蔡振蒼、李政達、邱清祥

目錄

| 研究/應用論文組 | 橘色創新類

法式甜點對樂齡族群之魅力因素探討—以 CJSJ 法式甜點創意店為例.....	19
許勝凱、吳美宜	
樂齡消費族群對濾掛咖啡包裝魅力感受之探討	20
沈盈瑜、吳美宜	
以天然食材增稠開發符合 IDDSI 標準之質地調整食物	21
郭明修、趙憶蒙	
去老化細胞常備抹醬產品之製備與應用	22
王正方、徐軍蘭	
高齡化家庭現有餐櫃之使用評估	23
沈佩珊、黃啟梧	
新冠肺炎疫情下社區高齡長者對銀髮友善食品的體驗價值與購買意願.....	24
徐軍蘭、王正方	
以知覺食品質為中介探討環境意識與升級再造食品購買意向之關係.....	25
呂軒榕、吳美宜	
廢棄果皮循環再利用-火龍果皮天然色粉開發與應用	26
余佩璟	
高雄市銀髮族參與社區關懷據點共餐行為意圖之研究.....	27
陳飛燕、郭德賓	
疫情影響下社區老人共餐服務之餐飲服務品質探討	28
劉芷希、吳美宜	

目錄

| 研究/應用論文組 | 餐旅主題類

法語溝通在台灣廚藝學習創造力中之角色探討.....	29
李珮琦	
廚藝美學研究的回顧與分析.....	30
古宇琛、林琳	
雲林古坑樟湖社區飲食文化初探.....	31
柯依廷、黃世輝	
兩種動態品評系統評估 9 種紅茶冷泡茶品飲過程中 10 種感官特性感受變化之研究.....	32
邱思綺、黃子軒、劉伯康、趙憶蒙	
伴手禮包裝的魅力品質探討.....	33
黃于庭、陳俊智	
從計畫行為理論觀點探討產銷履歷農產品之購買意願.....	34
王皖佳、葉佳聖、柯榮貴	
傳統市場與超級市場的食品安全之研究：從消費者觀點.....	35
蔡振蒼、楊采勳、趙翊茹、黃凱倚、郭浚宏	
組合式廚餘桶之產品設計.....	36
游淑斐、鄭美珍、陳鵬宇、林昌宏	
無麩質中式點心桃酥之開發實務.....	37
羅珮綺、邱清祥	
飲食器具之食物設計創作實踐研究-以台灣豆腐乳為例.....	38
侯伯彰、曾裕琇	
推動農村體驗活動串聯合作-以高雄為例.....	39
許維哲、賴紀廷、施賢聰、莊金城、洪政義、祝瑞敏、傅桂霖	
宗教文化產業活動永續發展之探討-以西螺福興宮「炮炸年獸」為例.....	40
廖泳妍、唐志偉、楊靜怡、郭甘露	
緬甸仰光市烘焙食品促銷活動應用研究.....	41
張欽富	
新冠肺炎下國際觀光飯店餐廳顧客滿意度之研究.....	42
翁明道、郭德賓	
小琉球地區炭烤吃到飽自助餐廳顧客滿意度之研究.....	43
李宛真、郭德賓	

目錄

| 口頭發表組 |

草仔粿：從墓粿到伴手禮的消費文化研究.....	44
-------------------------	----

孫婉慈

THE ROLE OF FOOD IN THE CONSTRUCTION OF A MODERNDIASPORIC TAIWANESENESS	45
--	-----------

BRYAN CHEN 陳彥廷

佛跳牆成為正宗台灣菜的社會論述研究.....	46
------------------------	----

蔡國華

台南小吃異業合作之研究-以周氏蝦捲金門設點為例.....	47
------------------------------	----

吳英偉、楊淑燕

療癒性飲食行為之研究—以中高齡族群為例	48
---------------------------	----

陳玉瑾、劉元安

台灣橘色產業發展-國家政策與法律規範	49
--------------------------	----

孫家偉

台灣在地布運用於伴手禮設計之探討-以芒果酥為例.....	50
------------------------------	----

鄭達仁

遊客對生態旅遊願付價格之研究—以台東富山漁業資源保育區為例	51
-------------------------------------	----

邱魏源、李明聰

新冠肺炎疫情下旅行社結合地方創生經營策略之探討.....	52
------------------------------	----

高羚育、李樑堅、李文淮、江育真、陳子豪_Toc88320938

走讀台灣特色茶餐旅創新發展研究.....	53
----------------------	----

高瑞陽、徐宥宏、林漢明

APPLYING THE BALANCED SCORECARD AND STRATEGY MAP TO HOSPITALITY SCHOOL IN THAILAND DURING COVID-19 SITUATION: A CASE STUDY OF THE BEAUMONT HOSPITALITY SCHOOL AND THE KID D'ART LODGE.....	54
---	-----------

CHAKRIT SRISAKUN, SIMON DAVID LLOYD, SAMART PLANGPRAMOO, TIMOTHY JOHN BEAUMONT,
THALIA ANDREWS

富含膳食纖維的紫米爆米香之開發研究

傅瑋倩^{1*}、葉文棠²、陳建龍³

¹ 國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 研究生

² 國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 助理教授

² 國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 副教授

50919030@stu.nkuht.edu.tw

摘 要

隨著社會及經濟的變遷，國人的飲食習慣趨向於精緻化，銀髮族普遍存在膳食纖維攝取量不足的問題，易增加罹患相關慢性疾病的風險。米香為台灣的傳統米製加工食品為銀髮族長輩們兒時記憶中的好味道。紫米(黑米)富含花青素、類黃酮和總多酚等機能性成分，而果寡糖為短鏈的膳食纖維，因此，本研究利用環保電能加熱取代傳統明火的電熱式爆米香機，具有經濟部核准專利(新型第M586539號及設計第D202935號)，以紫糙米、黑秈米及黑糯米等3種不同品種的紫米經氣流膨化後，搭配果寡糖(含6g/100g成品)的添加，以開發富含膳食纖維的紫米爆米香。研究結果顯示，3種不同品種的紫米經氣流膨化後，花青素、類黃酮和總多酚等機能性成分的含量，分別介於103~201(μg CE/g DW)、165~269(μg QE/g DW)及1952~4195(μg GAE/g DW)，其中以膨化後的紫糙米所含的類黃酮及總多酚含量最高；經由91位55歲以上的銀髮族以9分法品評法，針對爆米香的外觀顏色、香氣、口感及整體接受性進行品評，結果顯示3種不同品種的紫米爆米香，在顏色、香氣、口感及整體接受性的評分皆高於6.5分以上，且彼此間無顯著差異，但整體接受性則皆顯著較以白米所製成爆米香(6.1分)為高，因此不論以紫糙米、黑秈米及黑糯米進行膨化的紫米，皆可開發高接受性、富含膳食纖維的紫米爆米香，可提供作為含機能性的米食製品，且符合現今銀髮市場的健康需求趨勢。

關鍵詞：銀髮族、紫米、膳食纖維、感官品評

橘色世代優質蛋白質臺灣特色養肌飲食開發實務研究

楊世春¹、林慧麗²、葉建志³、曾裕琇^{4*}

¹ 國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 研究生

² 國立高雄餐旅大學餐飲創新暨檢驗服務中心 計畫副研究員

³ 國立高雄餐旅大學餐飲創新暨檢驗服務中心 計畫助理研究員

⁴ 國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 教授

50919027@stu.nkuht.edu.tw

摘 要

台灣社會融合多元族群文化，飲食因生活方式展現多樣性，本研究以橘色世代為對象（泛指 50 到 65 歲健康活躍的人），此族群喜好懷舊感飲食，也勇於嚐試具有特色的異國料理，如客家、原住民、新住民、特色風味料理等，而風味餐特色常是鹹、香、油、辣，易造成身體負擔。研究中指出超過 40 歲者，人體肌肉量逐年下降，加上疾病及飲食攝取量減少，使得罹患與慢性症有關的肌少症人口增加。因此本研究以預防高齡肌少症發生為目的，融合賦有療癒感的香料與高屏在地食材，研發出身體負擔少且蛋白質優質的養肌飲食，以符合橘色世代營養需求。我們將以潔淨飲食定位，融合各族群特色香料，進行各族群經典特色風味餐改良，以保留客家菜及泰國菜的香，原住民與台菜的味，選擇了鈉與油脂偏高，但蛋白質份量不一定足夠的客家梅干扣肉、紫蘇鴨、泰國綠咖哩雞、打拋肉、原住民樹豆湯、馬告蒸魚、台菜三杯雞及塔香海瓜子等，以進行創新改良研發。本次研發的風味料理所含蛋白質皆達橘色世代一天蛋白質營養的 25~30% 需求，油則控制在 20~30%；香料的使用，讓鈉含量少於一天的 30%。因此本報告的研發，不僅適合橘色世代具療癒且健康之特色風味料理，也適合大眾食用，更可提供餐飲業者針對銀髮族群餐飲創新研發的範例。

關鍵詞：橘色世代、肌少症、優質蛋白質、客家料理、新住民料理、原住民料理、台式料理

米糠應用於含全麥粉的土司之開發研究

楊明珠^{1*}、葉文棠²、陳建龍³

¹ 國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 研究生

² 國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 專案助理教授級專技人員

³ 國立高雄餐旅大學烘焙管理系 副教授

50919026@stu.nkuht.edu.tw

摘 要

現代人因飲食精緻化，致膳食纖維量攝取不足，尤其老年族群牙齒退化，膳食纖維攝取不足之問題更加嚴重；另一般市售含全麥粉之土司口感偏硬，老年人吞嚥較困難。而米糠富含膳食纖維及維生素 E 等抗氧化成分，因此本研究先以較高烘焙百分比的水量(74.4%)製作較柔軟的含全麥粉的土司(全麥粉與一般麵粉比例為 1:1)為控制組，再以此基礎配方微調整 0.1~0.4%的水量，進行以 10%及 20%的米糠取代一般麵粉作為實驗組，研究結果顯示，雖然在麵糰的最高發酵膨脹體積與土司比體積分析中，控制組較添加 10%及 20%米糠的實驗組顯著為高($p < 0.05$)，但土司經質地分析儀(Texture Analyser TA-XT2)測出的平均硬度值約分別為 383、452 及 441 g，經統計分析後，三組間無顯著差異($p > 0.05$)；經 80 位 55 歲以上銀髮族以 9 分法進行消費型感官品評，結果顯示添加 10%及 20%米糠的土司組，在外觀色澤及香氣項目評分值顯著高於控制組($p < 0.05$)；不同組別土司的整體接受性評分值，分別為控制組 7.9 分、10%米糠組 8.4 分及 20%米糠組 8.2 分，其中添加 10%及 20%米糠組的整體接受性顯著較控制組高($p < 0.05$)，而添加 10%與 20%米糠的組別，兩者間無顯著差異，因此以 10~20%米糠添加於提高烘焙百分比水量的全麥土司配方中，可開發出對銀髮族具有高接受度含全麥粉之土司。

關鍵詞：銀髮族、米糠、膳食纖維、質地、感官品評

地方特色銀髮餐點開發之實務

呂哲維^{1*}、陳永智²、陳昱枷²、林葦蒼²

¹ 中臺科技大學食品科技系 專技副教授

² 中臺科技大學食品科技系 學生

jerwei0515@yahoo.com.tw

摘 要

本研究以彰化縣北斗鎮新生社區為研究對象，針對該地區的地方特色食材—福菜、紅糟，進行銀髮健康餐點的研發，並透過研發團隊與地方社區長者的直接互動，傳遞銀髮健康餐點的設計理念與如何結合地方特色食材進行餐點的研發與製備。新生社區是一個客家人的聚落，傳統的客家菜餚與健康飲食的觀念大不相同，因此將導入健康飲食的觀念進行餐點的開發與設計，本研究共研發六道地方特色銀髮餐點，分別是以福菜搭配豬絞肉、糯米的福菜珍珠丸子；以福菜搭配鮮奶、蛋白的福氣鮮奶；以福菜與各種時蔬搭配的客家鬆生菜包；以福菜搭配鮮魚、時蔬的鴻福魚餅鮮蔬燴；以紅糟、福菜搭配雞肉的紅糟珍菇梅菜燒雞；以紅糟搭配排骨、南瓜的紅糟粉蒸排骨。並透過實地的教學活動，除了讓社區居民具備餐點的製備能力之外，更能在教學互動之中導入健康觀念，以試圖改變銀髮族的飲食觀念與習慣。此外，透過地方特色食材融入銀髮餐點的設計，更可為社區發展特色餐飲與地方特色活動帶來新契機，作為地方餐飲創生之參考。

關鍵詞：銀髮餐點、健康料理、特色食材

橘色風華-黃金蟲草銀養蛋糕之研發

王瞬晴¹、楊之斌¹、陳堯鈴^{2*}

¹ 中華大學餐旅管理學系 學生

² 中華大學餐旅管理學系 副教授

ylchen@chu.edu.tw

摘 要

迎接高齡社會到來，近年來機能性食品大幅崛起，並深受消費者青睞。蛹蟲草之研究報告及新產品開發益受重視，目前市售之蟲草產品以膠囊或錠劑為主，其功能性在碩博士論文中被證實。蛹蟲草又名黃金蟲草，色澤橘黃鮮豔，已被證實有益於肺部功能，本研究採用中華大學無菌培育之蛹蟲草，經食品所檢驗，其蟲草素、腺苷及蟲草多醣皆較市售產品之含量為高，本研究以蛹蟲草為原料，研發低糖天使蛋糕，為銀髮族研發健康且色香味兼俱之點心。產品研發過程中，分別添加 0.5、1、1.5 及 2%之黃金蟲草子實體，成品官能特性經 8 位品評者品評，外觀部份對添加 1.5%之黃金蟲草喜愛度較高，在適口性及風味上無明顯差異。初步建立黃金蟲草之殺菁條件及最適長度分別為 20 秒及 0.5 公分。承上條件，開發黃金蟲草天使蛋糕，並以原味綜合堅果醬塗抹擀捲，除增加風味及適口性，亦提升高度不飽和脂肪酸之攝取。以李克特五點量表進行喜好性感官品評，45 位受測者中，對於產品之創新性、色、香、味、口感、購買意願及上市可能性等，得分皆在 4.1 以上，其中以外觀顏色及創新性得分最高，皆為 4.5，結果顯示，以黃金蟲草為原料，開發低糖之天使堅果蛋糕捲，兼俱機能性及適口性，可作為量化生產及上市之重要參考指標。

關鍵詞：黃金蟲草、機能性食品、堅果醬、天使蛋糕

橘世代機能性點心之研發-魚與熊掌兼得

楊之斌¹、王瞬晴¹、陳堯鈴^{2*}

¹ 中華大學餐旅管理學系 學生

² 中華大學餐旅管理學系 副教授

ylchen@chu.edu.tw

摘 要

台灣人口年齡結構快速高齡化，國家發展委員會估算 2020 年老化指數為 127.6，逐年升高並預計在 2027 年成為超高齡國家，因此健康的飲食觀念更值得重視。年長者選擇食品首重營養價值，然因生理及牙口機能衰退，咀嚼能力退化、消化與吸收能力降低，致營養素的攝取與吸收受到限制，導致骨質疏鬆、消化不良等年長者常見之隱形疾病。本研究之目的，在為年長者開發兼具營養及適口性的機能性點心。本產品以熊掌為造型，添加富含高度不飽和脂肪酸的堅果及堅果醬，並添加小魚乾及雜糧粉，適合銀髮族及健康愛好者。在口感與營養兼具的條件下，降低糖及鹽的添加量，並添加膳食纖維於產品中。本產品將堅果及小魚乾切碎處理，期使年長者更方便咀嚼並提高吸收率；在研發過程中，經不斷研發、品評及調整，確定最適比例。初步研發完成之產品經發放 100 份問卷，有效問卷為 96 份，問卷採李克特五點量表，經統計分析，受測者對於產品外觀、口味、營養價值、造型、適口性及整體喜好度的評分皆達 4.2 以上，結果顯示受測者除重視健康飲食觀念，對「魚與熊掌兼得」的機能性點心表示高度肯定和喜愛，此結果對本產品未來量產上市之可行性具正面意義，深具發展潛力，也為銀髮族成功開發兼具營養及適口性的點心食品。

關鍵詞：機能性點心、堅果、雜糧餅乾

以芝麻醬與異麥芽寡糖製作戚風蛋糕之探討

陳樂思^{1*}、葉連德²

¹ 國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 研究生

² 國立高雄餐旅大學烘焙管理系 副教授

50919004@stu.nkuht.edu.tw

摘 要

根據全球烘焙材料市場：成長，趨勢，及預測(2020 年~2025 年)，由於消費者的健康意識提高，對全穀物、低糖的健康產品需求高漲，因此加入具抗氧化的芝麻醬和甜度少、熱量低，被稱為腸道清道夫的異麥芽寡糖，期許藉由本研究製作出讓消費者吃得健康的蛋糕，也讓消費者對蛋糕是高糖、高脂、低營養的壞印象改觀。本研究加入不同添加量(烘焙百分比 110%、120%、130%、140%)的芝麻醬，和異麥芽寡糖取代配方中的蔗糖，製作戚風蛋糕，經由蛋糕高度、色澤分析及質地剖面分析之結果，找出最佳添加量，探討對戚風蛋糕品質之影響。實驗結果顯示，芝麻醬添加量 140%與 110%、120%、130%及控制組比較有顯著性差異，140%添加量因蛋糕內部沒有膨脹，導致扁塌。色澤分析則添加越多芝麻醬的蛋糕，亮度愈低，140%添加量色澤因扁塌變得黑實。在質地剖面分析結果中，隨著芝麻醬添加量的增加，硬度、黏著性、咀嚼性隨之上升，內聚性、回復性隨之下降。可見 140%添加量顯著性對產品品質產生不利影響，而 130%添加量與控制組無顯著性差異。綜合上述分析結果，在戚風蛋糕中添加 130%芝麻醬為最佳添加建議量。

關鍵詞：戚風蛋糕、芝麻醬、異麥芽寡糖

高感官虛擬實境生物教材監控技術之研發

Research and Development of High-Sensory Virtual Reality

Biology Teaching Materials Monitoring Technology

胡明強^{1*}、謝易歆²、何依芳²、黃鑲³

¹ 私立樹人醫護管理專科學校資訊管理科 助理教授

² 私立樹人醫護管理專科學校應用英語科 學生

³ 私立樹人醫護管理專科學校資訊管理科 學生

mchu@ms.szmc.edu.tw

摘 要

近年來在台灣，虛擬實境技術被推廣於協助基礎科學教育上，但學習成效有待及教材接受度並不顯著。探究其因素，最主要的成因之一，是多人實際使用時，課堂上學生若出現使用上問題時，教師無法立即得直接了解一體機頭盔使用情形，致協助同學解決問題，讓使用沉浸式高感官虛擬實境教材來引導學習成效的理念大打折扣。另依教育部 VR/AR 教學應用教材開發教材計畫，首次開放國中生物課程為準則推廣，故本研究提出以沉浸式高互動虛擬實境生物課程教材為藍本，高互動教材包括以字卡、填圖、測驗、細胞模型、課後闖關等方式呈現，讓學生不再是觀看影片學習，不再枯燥及無聊。並以二元樹為分支監控的理論基礎，結合多工螢幕分割器及 5G 信號分享器為軸心，研發出單一投影設備，變成出同時可監控 16 組異類同框技術頭盔的多工監控設計工具。達成解決市售虛擬實境頭盔管理器，僅限制在單一品牌頭盔、費用昂貴、使用設定煩雜及更新不具彈性，導致教師及學生使用意願的缺點。尤其在 COVID-19 後疫時代，虛擬實境基礎科學線上教材為必然的教學方向，本監控技術可達成使監控教材多人螢幕，使讓虛擬實境教材擴增成有趣且安全的延伸學習，循序漸進完成學習，更具有完整知識傳遞的實用價值的目的。

關鍵詞：高感官教材、二元樹、多工器、基礎科學教育

台灣在地紫米、葡萄量產型天然酵母應用於烘焙冷凍麵糰抗凍力 評估及其特色商品開發研究

葉建志¹、林慧麗²、王國治¹、張浩容³、陳彥霖⁴、余立文⁵、曾裕琇^{6*}

¹ 國立高雄餐旅大學餐飲創新暨檢驗服務中心 計畫助理研究員

² 國立高雄餐旅大學餐飲創新暨檢驗服務中心 計畫副研究員

³ 國立高雄餐旅大學餐飲創新暨檢驗服務中心 計畫助理

⁴ 財團法人食品工業發展研究所生資中心 資深研究員

⁵ 財團法人食品工業發展研究所生資中心 副研究員

⁶ 國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 教授

mush@mail.nkuht.edu.tw

摘 要

酵母菌於餐飲業及烘焙業扮演重要角色，天然酵母含複合微生物群，其所發酵之產品其風味與口感深受大眾喜愛，量產型天然酵母是產業重要發展方向，食品工業發展研究所（食工所）自台灣本土環境幾百種材料中選育天然酵母，本研究以食工所選育源自葡萄（AFY21）及紫米（AFY37）所採集培養之天然酵母進行烘焙冷凍麵糰抗凍力分析。本研究利用直接法與中種法評估其對冷凍麵糰之發酵力，並製成土司進行物性測試。研究結果顯示，兩酵母使用直接法的發酵力皆明顯比中種法的發酵力好，且紫米酵母在直接法與中種法的發酵力明顯比葡萄酵母佳。在物性分析方面，紫米及葡萄天然酵母土司不管直接法或中種法皆較市售土司具較高的彈性及較強的咀嚼性。在土司的表皮與內部色澤方面，不管是直接法或中種法，紫米天然酵母所直接法製作的土司表皮較葡萄酵母土司亮色。抗凍力試驗結果呈現，兩種酵母麵糰在冷凍後皆具活性，而其中紫米酵母在 6% 糖量生長較好，葡萄酵母在 8% 糖量生長較好。綜合以上研究結果，紫米及葡萄天然酵母適合以直接法製作烘焙產品，二種酵母製作之麵糰皆具有抗凍性，紫米酵母適合低糖量麵包製作，高糖量烘焙產品適合使用葡萄酵母，經冷凍儲存試驗，紫米酵母及葡萄酵母抗凍力皆具有良好的表現，為台灣本土可量產之優質抗凍天然酵母，本研究將台灣紫米、葡萄及其天然酵母應用於 B2B 及 B2C 商業冷鏈生產流程中並開發其特色商品，包含：饅頭、生土司、軟歐包、冷凍批薩及花捲饅頭等。

關鍵詞：天然酵母菌、抗凍麵糰、發酵力、物性測試

銀髮族臺灣味特色料理開發-以鱸魚全利用料理為例

楊錦騰^{1*}、張凱智²

¹ 國立澎湖科技大學餐旅管理系 副教授級專業技術人員

² 國立台東大學文化資源與休閒產業系 教授

boss20080@gms.npu.edu.tw

摘 要

鱸魚在台灣為高經濟價值的食用魚及養殖魚類，鱸魚的魚肉富含蛋白質、魚皮富含豐富膠質，針對銀髮族是優質蛋白質與膠質的來源，銀髮族喜好懷舊料理及記憶的味道，經典台灣菜共分成 17 種味型，味型中以本味、三杯味、糖醋味、紅燒味、麻油薑味等受到台灣人的喜愛，本研究以台灣鱸魚開發銀髮族台灣味特色料理，以全利用的方式將全魚應用，並加入澎湖特色食材仙人掌，運用廚藝技術精緻化料理。本研究以鱸魚全利用共開發出三道特色銀髮族料理，第一道主菜應用三種不同味型的烹調法製得：三杯鱸魚、仙人掌糖醋魚、五彩繽紛魚，透過澎湖在地食材仙人掌加入料理創新元素形成繽紛時髦台菜。第二道主菜五柳醋魚是以三種工序法如魚捲、魚球、魚條呈現，利用廚藝工序烹飪方式，讓消費者能夠享受視覺饗宴。第三道主菜芙蓉魚是以剩餘魚部位及魚骨熬湯融合蛋液，透過具層次感的風味高湯加入雞蛋蒸成芙蓉蛋強化視覺感，形成高蛋白營養食用的全魚料理，並符合現代創新烹調菜餚精緻化。本研究以台灣菜不同味型，以鱸魚及仙人掌等特色食材開發台灣味銀髮族懷舊又時髦台菜料理，且符合全球永續飲食浪潮，使用在地食材，並全食物利用，期作為餐飲業創新銀髮族料理及惜食料理之範例。

關鍵詞：精緻化、三杯魚、仙人掌糖醋魚、五彩繽紛魚、五柳醋魚、芙蓉魚

海木耳風味歐式麵包研究開發實務

陳宥愷¹、陳智鴻²、陳乙霈¹、陳宗緯¹、林冠綾¹、何佳靜¹、林姿妤¹、邱清祥^{2*}

¹ 南應用科技大學餐飲系 學生

² 台南應用科技大學餐飲系 專技助理教授

tm0076@mail.tut.edu.tw

摘 要

海木耳為近年來台灣農政單位極力推廣之海洋農特產品，素有「海洋紅寶」之稱。本研究透過實務製作方式，主要以「海木耳」為產品研發的對象，因海木耳營養價值極高，本身除了一般植物含有的維生素外，也具有海藻類富含的微量元素及礦物質，可幫助人體快速吸收營養，透過健康的概念與應用，目的是為了在食用的同時也能吸收營養且較養身的食材，同時也能增加市場上的多元性，而擴大市場的接受度，也因海木耳的海洋氣和口感較為特別突兀，使得大多數人較無法接受，並且為較不常見的食材，對一些年輕族群來說是較為陌生而有刻板印象，因此希望藉由本研究克服並解決這些問題，做出令大眾較能接受的烘焙商品、擴大市場，提升產品價值。本研究之產品海木耳歐式麵包可應用於伴手禮及特色農產品產品推廣。將獨特的海木耳與歐式麵包相互結合，使傳統的甜點更具健康的特色化。在創意意識中，如何在傳統中創意融入是本研究在研發過程中思考的主軸，並且能夠推廣「海洋紅寶」-「海木耳」應用之烘焙商品於世界各地。

關鍵詞：小琉球、海木耳、歐式麵包

海木耳風味牛奶糖研究開發實務

陳宥愷¹、陳智鴻²、陳乙霈¹、陳宗緯¹、林冠綾¹、何佳靜¹、林姿妤¹、邱清祥^{2*}

¹ 台南應用科技大學餐飲系 學生

² 台南應用科技大學餐飲系 專技助理教授

tm0076@mail.tut.edu.tw

摘 要

海木耳為近年來屏東縣琉球鄉及台灣農政單位極力推廣之海洋農特產品，素有「海洋紅寶」之稱，在市面上以即時飲品、乾燥片狀、粉末狀與冷凍品為主要販售商品，其加工品多數製成養生飲、餅乾等，並以即時飲品為大宗。本研究透過實務製作方式，主要以「海木耳」為產品研發的對象，透過健康的概念與應用，目的為製作出一款海木耳風味牛奶糖，因海木耳營養價值極高，可幫助人體快速吸收營養，讓海木耳融入牛奶糖使整體口感更佳，並且可以在市場上使整體滿意程度提高。本研究之產品海木耳牛奶糖可應用於伴手禮及特色農產品產品推廣，產品具體化後本研究小組也進行了問卷喜好度調查，以原比例添加 1.5%、2%、2.5% 的海木耳粉製作作為對造組，發放填寫問卷共計 100 份，各項數據也皆在中到中上部分不等，可看出一般民眾在不清楚海木耳這項食材情形下測試，卻仍然能夠接受並喜歡海木耳風味牛奶糖。將獨特的海木耳與牛奶糖相互結合，使傳統的甜點更具健康的特色化。在創意意識中，如何在傳統中創意融入是本研究在研發過程中思考的主軸，並且能夠推廣「海洋紅寶」-「海木耳」應用之商品於世界各地。

關鍵詞：小琉球、海木耳、牛奶糖

高雄 148 號米芽啤酒的糖化過程與其感官品評之研究

謝昇航^{1*}、陳千浩²

¹ 國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 研究生

² 國立高雄餐旅大學餐飲管理系 副教授

50919013@stu.nkuht.edu.tw

摘 要

2002 年台灣開放民間釀酒後，各地酒廠陸續推出標榜在地風味的精釀啤酒，甚至復育大麥及小麥；然而台灣地處亞熱帶只有極少量的大麥種植，故作為啤酒最主要原料的大麥芽大多仰賴進口；稻米是台灣最主要的糧食作物之一，在台灣啤酒的釀造歷史中，白米僅作為澱粉質的部分來源；而在歐美文獻的研究中，曾有成功製造出以 100% 米芽代替大麥芽製作啤酒之記錄。本研究以高雄 148 號米做為實驗材料，經由浸泡、催芽、乾燥等過程製造米芽，並進行糖化實驗，了解米芽的糖化能力，實驗結果發現 100% 米芽無法達到完全糖化，所以嘗試添加 10%、25%、49% 大麥芽來幫助米芽糖化，結果顯示以添加 49% 淺色大麥芽能順利完成糖化。並以此配方進行頂層發酵製作米芽啤酒；分析其糖化效率、pH 值、酒精濃度，最後與 100% 大麥芽啤酒做感官品評比較，找出米芽啤酒的風味特徵。未來嘗試以不同品種的稻米來製作米芽，比較不同米芽的糖化能力，並添加烘烤過的深色米芽增進啤酒的風味及色澤。

關鍵詞：精釀啤酒、米芽啤酒、頂層發酵、感官品評分析

Keywords: *craft beer*、*rice malt beer*、*top fermentation*、*sensory evaluation*

橘起雙手，豆陣來呷

趙偉廷^{1*}、藍予聆²、張芷瑜²、洪嫩莖²、黃英如²、顏佐峰²

¹ 國立屏東科技大學餐旅管理系 專技講師

² 國立屏東科技大學餐旅管理系 學生

willis@mail.npust.edu.tw

摘 要

橘色帶給人們熱情、幸福、溫暖的感覺。飲食上，不僅刺激食慾，在食品促銷方面也十分有效。(Digitized Life 顏色的意義，2011)根據聯合國環境署 (UN Environment Programme, UNEP) 糧食浪費指數報告，全球家庭食物浪費高達每人每年 74 公斤(環境資訊中心綜合外電，2021)。「豆渣」含有許多營養成分，能夠有效降低血液中膽固醇含量，減少糖尿病患者對胰島素的消耗。(健康 2.0，2019)因此本研究選擇豆漿、豆渣及乾燥後所製成的豆渣粉研發產品，並利用橘色的特質，加入南瓜、柑橘等橘色食材激發消費者五感，實現視覺、味覺合而為一，期望能使消費者吃得健康並達到永續循環的概念。在製作過程中利用豆漿，增加麵糰香氣及醬汁濃稠度，製作出「豆香手桿恰巴提」與「豆漿咖哩雞」；在料理「義式豆香蕈菇餃佐柑橘醬」、「陽光豆香義大利麵」、「濃香瑪德蓮」、「養生芝麻豆香餅乾」中，利用豆渣取代部分麵粉，增加產品的口感層次、使蛋糕較濕潤、餅乾較鬆軟，也能夠有效的使豆渣循環再利用。未來將把義大利麵及咖哩雞做成調理包；烤餅和餃子真空包裝，讓產品簡單加熱即可食用；餅乾及瑪德蓮做成精緻小點或禮盒，送禮自用兩相宜，目標是達到黃豆廢棄物的循環利用及高產值的商業銷售。

關鍵詞：健康、橘色、黃豆、豆渣

橄欖果醬開發與實作-台南新化礁坑社區錫蘭橄欖品種

邱清祥^{1*}、鄭傑夫²、戴悅恬³、沈欣怡³、吳安琪³

¹ 台南應用科技大學餐飲系 專技助理教授

² 台南應用科技大學餐飲系 助理教授

³ 台南應用科技大學餐飲系 學生

1tm0076@mail.tut.edu.tw

摘 要

台灣橄欖產業從日據時代為了日本士兵水土不服的情況而大量開始種植，一直到近代一般民眾對於橄欖的印象大多存留在屬於蜜食品的刻板印象。目前在各大通路橄欖的產品逐漸消失，消費者對於橄欖的距離越顯得遙遠。有鑑於此，礁坑社區近年來開始復甦錫蘭橄欖產業，開發不少以天然、健康取向的橄欖加工產品，從橄欖果實到橄欖醋等，期望以新的樣貌切入消費市場。今年度與台南應用科技大學餐飲系合作開發橄欖果醬，透過產學座談、樣板開發、風味品評、產品修正與量產等，開發第一批量產橄欖果醬。研究結果發現錫蘭橄欖果實本身附有大量的果膠膠質，製作過程可形成果膠黏稠狀，不需多餘添加增稠物質來增加濃郁風味，因此成品以無添加的概念進行。在感官品評方面，香氣呈現上類似於梅子精的香氣，口感上仍富有橄欖獨有的濃郁風味。量產結果，橄欖果醬目前社區已開始進行市集活動販售外，學術方也協助橄欖果醬結合本校 USR 活動進行推廣，一同提高產品能見度，未來也有利於上架各銷售門市通路。在成效上，第一批五百罐的橄欖果醬已銷售完畢，後續仍協助量產第二批果醬，持續為社區橄欖產業推動之。

關鍵詞：礁坑社區、錫蘭橄欖、果醬

以異麥芽寡糖與台南一號芝麻運用於土司之研究

陳昱誠¹、葉連德^{2*}

¹ 國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 研究生

² 國立高雄餐旅大學烘焙管理系 教授

yld@mail.nkuht.edu.tw

摘 要

異麥芽寡糖熱量和甜度都較砂糖低，可預防血糖快速上升，還具促進腸胃蠕動、降低血液膽固醇與預防蛀牙等功能；1992 年台南農改場育成「台南一號」芝麻，透過農會供給農民種植，2014 年芝麻被列入調整耕作制度活化農地計畫，推廣取代進口的芝麻，台南一號芝麻擁有「皮薄、仁飽、油脂含量高、香氣濃郁等優點」都是進口芝麻無法媲美的，也正因為台南一號芝麻油脂含量高，因此利用這麼好的植物性油脂取代動物性油脂的奶油。實驗設計以異麥芽寡糖完全取代土司細砂糖，並利用芝麻醬（分別為烘焙百分比：2.5%、5.0%、7.5%及 10.0%）取代土司配方中奶油。並觀察土司製作之品質指標：麵糰產氣量、發酵體積、土司成品高度、比體積、色澤、質地剖面分析及消費者感官品評。研究結果顯示：土司成品高度及比體積會隨著芝麻醬添加量增加而遞減；質地剖面分析顯示土司硬度會隨著芝麻醬添加量增加而遞增；內部色澤分析可明顯看出亮度會因芝麻醬添加量越多負值則越高，以上分析以 2.5%與 10.0%最具顯著性差異。消費者感官品評以風味、口感及整體三個面向綜合來看以 7.5%評價為較佳，再與生產成本及產品品質為考量要素下，最終建議芝麻醬添加量為 7.5%。本研究結果可供業界參考，並可延伸到其他芝麻麵包產品。

關鍵詞：異麥芽寡糖、芝麻、土司

比較半訓練型和消費型品評員評估時序感覺支配法對紅茶熱泡茶品飲過程中感官特性感受變化之差異

蔡閔任¹、黃子軒²、李世傑^{3*}、劉伯康^{4*}

¹黎明技術學院餐飲管理系 副教授

²中臺科技大學食品科技系 學生

^{3*}大葉大學食品暨應用生物科學系 教授

^{4*}中臺科技大學食品科技系 副教授

shawn.ss.huang@gmail.com

摘 要

時序感覺支配法是用來評估食物在口中不同時間最突出明顯的特徵，其結果可以應用在產品研發上或者與消費者進行不同階段食用經驗之風味變化的有效溝通。這個方法有其複雜性，傳統上是使用對評估方法與感官特性皆有共識之半訓練品評員，但使用消費者型品評員進行評估之相關研究甚少。本研究目的就是利用時序感覺支配法，比較半訓練型和消費型品評員評估台灣坪林產區 9 種紅茶熱泡茶，在品飲過程中對特定感官特性感受變化之差異。紅茶熱泡茶之茶湯配置採用 ISO 標準泡法，本研究採用 14 位半訓練型品評員，均為之前參加佳葉龍茶定量描述分析訓練之品評員；95 位消費者型品評員被招募參與此測試；整體測試需進行三重複，此兩類消費者於測試前皆對評估方法有進行說明。測試系統採用 Compusense Cloud，收集口中 30 秒品飲經驗 10 種感官特性之感覺支配。結果顯示半訓練型品評員和消費者型品評員在 9 種紅茶品飲中感覺支配的結果不同，除了鳳凰單叢和青心烏龍外，其他 7 種茶在兩類品評員感覺支配的結果差異甚大，這個差異來自於敏感性及感官感受。半訓練型認為紅茶主要的感受支配在風味特徵，如甜苦澀，但消費者認為主要感受支配為留香感及回甘感等餘韻的部分。本研究證實了半訓練型之品評員和消費者之品飲經驗有明顯的不同，如果要進行的應用與消費者的感受有關，不應該使用訓練過的品評員評估的結果進行後續衍生與溝通。

關鍵詞：感官品評、紅茶、時序感覺支配法

「青銀共創-志在琉鄉」海木耳商品之研究開發

邱湘婷¹、蔡振蒼²、李政達³、邱清祥^{4*}

¹ 台南應用科技大學餐飲系 學生

² 台南應用科技大學餐飲系 副教授

³ 台南應用科技大學商品設計系 副教授

⁴ 台南應用科技大學餐飲系 專技助理教授

tm0076@mail.tut.edu.tw

摘 要

台灣的離島小琉球曾經孕育著，有「海洋蔬菜之首」美稱的「海木耳」，因觀光旅遊所帶來的影響，致使小琉球沿岸整體產量日趨貧乏，所以在本計畫中將融入海木耳的產品開發，使小琉球居民更加深入了解海木耳的營養益處，海木耳因含有大量的膳食纖維，可以預防便秘及腸癌、降低膽固醇，甚至可以延緩血糖上升，是其他營養素沒辦法取代的。他還含有蛋白質、Omega-3 等營養成份，也有著大量的海藻酸和聚藻醣。根據 IMD 調查，在眾多國家中，台灣上班族的工作時間最長，因此在過去的 50 年來，快節奏的生活型態使加工調理食品變得更加重要。在省去食材採購和烹調時間的同時，補充到更多的營養成份是我們所追求的。除此之外，經國發會的研究顯示，預估台灣在 2025 年即進入超高齡社會，在高齡社會中，獨居老人的比例已突破總人口的 16%，在給老人帶來便利的同時，照顧到他們的健康，海木耳調理包是一個非常好的選擇。料理經過專業的殺菌後，透過不同冷卻方式將產品通過「危險溫度帶」，以確保產品的安全與品質，保留了食物的風味和營養素，生菌數相對較低，因此可以保存更久的時間也使得食品安全性更為提升。

關鍵詞：小琉球、海木耳、調理包、高齡社會

法式甜點對樂齡族群之魅力因素探討—以 CJSJ 法式甜點 創意店為例

許勝凱^{1*}、吳美宜²

¹ 國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 研究生

² 國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 副教授

50919009@stu.nkuht.edu.tw

摘 要

法式甜點複雜、華麗，強調外觀的美感，常被形容食用的藝術品。使用高品質及新鮮的在地原料並以創新方式來呈現甜點的特色，讓這種歷經數百年歷史的飲食文化歷久彌新的理由。「橘色世代」泛指介於五十到六十幾歲即將步入老年的族群，由於年齡漸長，體力漸衰，擁有較豐富人生閱歷，亦較具經濟基礎。提供結合文化、身心保健、美食、有趣與人群互動等更新潮、精緻的服務來符合橘色世代的消費需求。保健食品被視為橘色產業重要的一環，因此幫助年長者保持身心理健康的飲食可說是發展橘色產業重要的議題。對任何消費者而言，法式甜點是符合愉悅、視覺、味覺的美食，而對樂齡族群而言，選購法式甜點可能包含美食體驗、文化體驗、人際分享等，同時兼顧健康，選擇低糖、天然食材、適合的口感及風味等因素。本研究以台中 CJSJ 法式甜點創意店作為研究案例，以魅力工學之評價構造法深度訪談該店甜點消費的深度涉入者，探討樂齡族群在甜點的魅力感受與其他族群之差異，發現樂齡族群更加注重天然食材、養生、低糖的因素。本研究之結果可提供業者在未來開發創新甜點時考量樂齡族群之需求，以作為開發樂齡客群之參考。亦可提供後續樂齡餐飲相關研究利用魅力工學探討餐飲魅力因子之參考。

關鍵詞：法式甜點、魅力工學、評價構造法、CJSJ、樂齡族群、橘色產業

樂齡消費族群對濾掛咖啡包裝魅力感受之探討

沈盈瑜^{1*}、吳美宜²

¹ 國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 研究生

² 國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 副教授

50919020@stu.nkuht.edu.tw

摘 要

近年來臺灣的咖啡市場急速增長，在各世代平日最常選擇的飲品中，選擇咖啡的人居高不下，特別是在樂齡族群愛喝咖啡的人佔有七成，其中以手沖咖啡和濾掛咖啡是最多人泡咖啡的型式，而濾掛咖啡因為能夠保留手沖咖啡濃郁的香氣和樂趣，同時兼具即溶咖啡的快速與方便性，呼應了忙碌的現代人對方便快捷的需求，在市場上獲得不少的迴響，深受消費者喜愛，在網路上也崛起了許多自有品牌。在電商盛行的時代，消費者的選擇變得更廣泛、更多元，商品的包裝成為吸引消費者注意的關鍵因素，消費者依靠文字、圖像和其他視覺特徵來識別和分類產品，從而對產品產生期望引發購買意願，什麼樣的咖啡包裝會吸引消費者，是值得去探究的，本研究的目的是利用魅力工學探討不同世代對市面上濾掛式咖啡包裝所感知的魅力因素有何不同，先收集電商平台上的包裝圖片再以評價構造法訪談相關領域的高度涉入者，藉以找出不同世代受訪者感受咖啡包裝魅力之上、中、下位理由，再透過問卷分析來探討樂齡族與其他世代在咖啡包裝的魅力感受之差異。本研究結果可提供業界參考，以增進對樂齡族客群之商品包裝魅力感知的瞭解。同時可作為後續相關研究利用魅力工學探討樂齡消費族群喜好之參考。

關鍵詞：濾掛咖啡包裝、評價構造法、魅力工學、樂齡族群

以天然食材增稠開發符合 IDDSI 標準之質地調整食物

郭明修^{1*}、趙憶蒙²

¹ 國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 研究生

² 國立高雄餐旅大學中餐廚藝系 助理教授

mike10250916@gmail.com

摘 要

依據內政部統計資料，我國自 1993 年成為高齡化社會，2018 年轉為高齡社會，迄今 2021 年老年人口占比突破 16.2%，達 380.4 萬人，國家發展委員會預估 2025 年將突破 20% 成為超高齡社會。而國健署於 2017 年統計資料則顯示，我國老年人中高達 12.8% 有吞嚥困難狀況，主要因器官老化造成唾液分泌減少，難與食物在口腔中混和成食糰，易出現誤嚥情形而發生吸入性肺炎，甚至有死亡的風險。為防止誤嚥情況發生，增稠及調整食物質地，使食物在口腔中易形成食糰，為目前開發吞嚥困難食物的首要。國際吞嚥障礙飲食標準 (International Dysphagia Diet Standardisation Initiative, IDDSI) 將食物質地分成 0~7 共八級，其中之「3 級中稠度液狀」、「4 級高稠度泥狀」、「5 級細碎型」為嚴重吞嚥困難者所需之食物質地。本研究目的在以天然食材增稠開發符合 IDDSI 調理餐食，透過添加植物膠質、預糊化米穀粉、蛋豆奶食材方式，將食物處理成液、糊狀後再處理成增稠態。共計開發慕斯質地、泥質、塑型餐食套餐各兩套，每份套餐包括 1 主食、2 副菜、1 湯品、1 甜點，以國際吞嚥障礙飲食標準規範之飲食質地分類測試法測定，分別以叉子測試、湯匙測試與針筒測試，慕絲質地餐食符合第三級中稠度液狀級別；泥質餐符合第四級高稠度泥狀級別；塑型餐符合第五級細碎型級別。

關鍵詞：國際吞嚥障礙飲食標準、質地調整食物、吞嚥困難、天然食物、增稠劑。

Keywords: *International Dysphagia Diet Standardisation Initiative, Texture-modified food, Dysphagia, Natural food, Thickener*

去老化細胞常備抹醬產品之製備與應用

王正方^{1*}、徐軍蘭²

¹ 馬偕學校財團法人馬偕醫護管理專科學校餐飲管理科 副教授

² 台北海洋科技大學食品健康科技系 副教授

s319@mail.mkc.edu.tw

摘 要

蔬果中的多酚化合物，其成分如槲皮素(Quercetin)、漆黃素(Fisetin)、薑黃素(Curcumin)或二甲雙胍(Metformin)等已發現具有潛在的抗衰老藥(Senolytics) 效果。但多酚化合物多為水溶解度不佳，在攝食後其生體可用率相對受到影響。研究發現某些製藥技術或與其他化合物的配方組合，例如胡椒鹼(Piperine)或卵磷脂(Lecithin)的特殊組合可增強其溶解度，延長其在血漿中的停留時間，並且改善藥物動力學特性和生體可用率。因此，根據文獻資料，考慮其胃腸道轉化和生物可及性兩個因素，製作方便日常使用的常備抹醬產品，並提供馬偕醫學院長期照護研究所評估去老化細胞活性分子在人體的生體可用率*。本研究選擇之蔬果包括高麗菜、西蘭花、羽衣甘藍、紫洋蔥、薑黃、胡椒、甜椒、辣椒、辣根、山藥、南瓜、番茄、小黃瓜、檸檬、蘋果、鳳梨、草莓，並萃取天然酸甜辛味。利用改良的配方組成和加工方式，經前處理、均質、乳化、裝罐和加熱殺菌等步驟，共製備五種常備抹醬產品，其水活性和 pH 分別控制在 0.85 和 4.6 以下，以期容易保存且方便使用。抹醬每罐 200 g，整體喜好度均落在可接受的範圍內。後續應用常備抹醬搭配其他餐飲組合成天然抗老餐，讓不同食物成分的組合成有利於促進人體吸收利用，以期協助開發適合高齡長者的輔助食品。

關鍵詞：植化素、老化細胞、抹醬、生體可用率

Keywords: *Phytochemicals, Senescent cells, Spread sauce, Bioavailability*

*備註：常備抹醬產品提供馬偕醫學院長期照護研究所評估去老化細胞活性分子在人體的生物利用率。其中的槲皮素的總濃度透過酵素水解法進行樣本預處理，以 HPLC 分析去糖基化槲皮素和/或甲基化槲皮素濃度，定量受試者食用抹醬後尿液中槲皮素的總濃度。相關結果由馬偕醫學院長期照護研究所葉淑惠和楊崑德教授整理後再發表。

高齡化家庭現有餐櫃之使用評估

沈佩珊^{1*}、黃啟梧²

¹ 國立台北科技大學工業設計創新設計研究所 研究生

² 國立台北科技大學工業設計創新設計研究所 教授

sandrashen0218@gmail.com

摘 要

高齡化社會的發展，將重新審視居家環境與家具設備是否對高齡者友善。許多高齡者獨自在家的時候，往往擔心自己忘了關閉明火或瓦斯而發生危險，多選擇以常見的電鍋、微波爐、烤箱等一鍵式料理方式，簡單地自備三餐。進而產生依賴電器餐櫃的現象發生。針對高齡者進行餐櫃的使用探討與設計改良，使之能輕鬆自行備妥食餐，能有效輔助自我照顧，減輕照護者負擔，為此本研究透過半結構式訪談與觀察等研究方法，實際取得高齡者在家用餐的情況與慣用餐櫃資料彙整，藉此做為未來設計改良的依據與尋找未來評估的標準。訪談結果顯示高齡者習慣以電鍋或電熱快煮鍋來進行備餐，其使用頻率甚至高於廚房的瓦斯爐。而餐櫃常因廚房空間不足而放置在客廳或廊道上，為廚房收納空間不足而存在；機能的老化會大幅降低高齡者烹飪的意願，轉以外購或請家人協助準備。總括上述研究資料得知結論為：1.高齡者對餐櫃確實有其依賴性，並且與廚房的設計密不可分。2.高齡者對餐櫃的定義為「輔助廚房的收納用櫃體」，傾向簡單的使用方式與外型，並且重視收納容量。3. UD 的定義與評鑑法可以衡量高齡化餐櫃設計的達成度。盼相關資料供日後學術研究與高齡化家具設計開發參考。也能作為未來通用住宅設計規畫使用。

關鍵詞：高齡化、餐櫃、烹飪習慣、後疫情時代、在家用餐、通用設計

新冠肺炎疫情下社區高齡長者對銀髮友善食品的體驗價值與購買意願

徐軍蘭¹、王正方^{2*}

¹ 台北海洋科技大學食品健康科技系 副教授

² 馬偕學校財團法人馬偕醫護管理專科學校餐飲管理科 副教授

s319@mail.mkc.edu.tw

摘 要

由於「COVID-19 冠狀病毒」仍在全球蔓延且尚未有清除的可能，對餐飲業造成不同程度的衝擊影響。社區高齡共餐活動亦停辦或調整作業方式以避免發生社區感染，但是部分長者有餐食處理和保存問題，而送餐單位有無法送餐時的便利備用餐食需求。本研究針對市場的「銀髮友善食品」，針對三芝、淡水和北投社區的高齡者(65 歲以上)和孝親族(65 歲以下)為研究和調查對象，評估長者對套餐組合之感官接受度，探討高齡者對銀髮友善食品的體驗價值。研究採取問卷調查的方式進行研究，總計回收有效問卷 435 份，依體驗價值的四大構面：「消費者投資回報率」、「服務優越性」、「美感」和「趣味性」，並以 SPSS 統計分析軟體進行統計。研究結果發現 (1) 許多長者認為銀髮友善食品讓用餐有物超所值的感覺，線上購物和食品保存期限能讓長者可以安心選購和食用，感到心情放鬆及忘了煩惱，因此體驗價值對購買意願有顯著影響。在新冠肺炎疫情三級防疫措施下，長者及其照顧者有較高的銀髮友善食品購買意願。(2) 性別、年齡及可支配所得等人口統計變數，在影響消費者購買意願上有顯著影響。(3) 女性之購買意願比男性高，41~60 歲及每月所得為 30,001 元~60,000 元之民眾有較高的購買意願，因此「人口統計變數」對「疫情期間推出銀髮友善食品」之購買意願有顯著影響。銀髮友善食品的「服務優越性」和「趣味性」構面仍有改善的空間。

關鍵詞：社區共餐、銀髮友善食品、體驗價值、購買意願、新冠肺炎

以知覺食品質為中介探討環境意識與升級再造食品 購買意向之關係

呂軒榕^{1*}、吳美宜²

¹ 國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 研究生

² 國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 副教授

50919015@stu.nkuht.edu.tw

摘 要

食物浪費的問題全球皆然，但不同地區其浪費的程度和原因皆大不相同。在低收入國家，食物的浪費大多來自運輸和技術的限制，而在中高收入國家，常常因為消費者的購買、丟棄習慣和零售業者因美觀因素隨意丟棄食物而造成不必要的食物浪費。過去文獻指出臺灣的超市、量販店以及賣場對於剩食的後續處理，有高達七成的比例是賣給養豬戶作為動物飼料和併入生活垃圾中焚化，對於剩食處理的方法不夠多元，且丟棄的食物種類主要以蔬菜、水果和肉類的比例為高，而升級再造食品便是剩食處理的新良方。升級再造食品意指給予食物第二次生命，利用本來人類不會食用、或因外表不合規定被淘汰以及來自其他食品製造過程產生的副產品做成之食品。本研究以感知食品質量為中介因素探討台灣消費者的環境意識和升級再造食品購買意願之間的關係。透過問卷收集進行量化數據分析，釐清消費者對升級再造食品的看法和行為意圖。本研究結果可提供未來企業、政府、研究單位在剩食處理方案以及升級再造食品推廣之相關研究和選擇的參考。

關鍵詞：升級再造食品、環境意識、購買意願、感知食品質量、態度

廢棄果皮循環再利用-火龍果皮天然色粉開發與應用

余佩璟

國立高雄餐旅大學西餐廚藝系 助理教授

pyu@mail.nkuht.edu.tw

摘 要

隨着火龍果種植技術的提高，火龍果的產量逐年上升，但現今火龍果仍以鮮食為主，鮮食的市場需求遠小於火龍果產量，所以政府機關積極推動火龍果加工產業，製成火龍果加工產品。火龍果皮為加工後之廢棄物，除了作為農用堆肥使用外，加工業者尚需付費清運果皮，而開發火龍果皮循環再利用，將本來無法使用的果皮，轉化為產品再利用，將可提升經濟效能。本研究以低溫烘乾法(52°C，5 小時)乾燥火龍果皮，保存火龍果皮營養成分，將乾燥後的果皮磨製成天然色粉，以沸水浸漬提取色素製成可溶性天然色粉應用於麵包，開發火龍果皮再利用產品。經嗜好性品評結果外觀色澤、風味質地、以及整體接受性均為 6 分以上。火龍果皮天然色粉產品之開發及應用，受惠產業對象為火龍果加工業者，將可減少廢棄果皮清運費，讓果皮循環再利用，突破火龍果原料使用的季節限制性，提高加工操作方便性，擴增火龍果皮利用之多元性及附加價值。火龍果皮天然色粉產品之開發及應用，可讓參與計畫的師生培養珍惜食物的觀念，及培養減少廢棄物的態度，為果皮的循環利用及永續消費盡一份心力。

關鍵詞：火龍果皮、天然色粉

高雄市銀髮族參與社區關懷據點共餐行為意圖之研究

陳飛燕^{1*}、郭德賓²

¹ 國立高雄餐旅大學餐旅管理研究所 研究生

² 國立高雄餐旅大學餐旅管理研究所 教授

60911007@stu.nkuht.edu.tw

摘 要

我國已於 2018 年進入高齡社會，建構完善的老人長期照顧體系與服務，已成為台灣要嚴肅面對的迫切議題，政府計畫推動的老人餐飲服務--鼓勵社區關懷據點辦理共餐，更是重要的老人福利施政重點。本研究運用「計畫行為理論」，從態度、主觀規範、知覺行為控制三個層面，對銀髮族社區共餐行為意圖的影響效果。以高雄市三處社區關懷據點為研究範圍，65 歲以上高齡者為調查對象，使用問卷調查法進行問卷調查，總共發放 179 份問卷，回收 165 份。研究結果發現：(1)高雄市的銀髮族，有相當高參加社區共餐的行為意圖。(2)影響銀髮族社區共餐的主要因素，可以歸納為「態度」、「主觀規範」與「知覺行為控制」三個構面，對「行為意圖」均有顯著的正向影響。其中，以「知覺行為控制」的影響效果最大，「主觀規範」次之，「態度」最小。(3)不同「社區」的銀髮族，在「行為意圖」上並無顯著差異。(4)不同「性別」、「年齡」、「職業」、「學歷」、「所得」與「居住情形」的銀髮族，在「行為意圖」上並無顯著差異。由此可知，想要提高銀髮族社區共餐的行為意圖，首先必須增加共餐地點的便利性，其次從教育與文宣著手，讓長輩瞭解社區共餐的好處，改變長輩對社區共餐的態度，並在規劃社區共餐活動時，並不需要特別考慮社區銀髮族的差異性。

關鍵詞：銀髮族、社區共餐、計畫行為理論、行為意圖

疫情影響下社區老人共餐服務之餐飲服務品質探討

劉芷希^{1*}、吳美宜²

¹ 國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 研究生

² 國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 副教授

50919028@stu.nkuht.edu.tw

摘 要

由於人口老化問題，政府積極推動相關長照政策，而社區共餐是長照政策中重要的一環，透過社區共餐希望能達到讓年長者吃得營養健康、增進社交互動等目的，形式包含社區老人送餐、社區老人供餐、社區老人共餐、指定餐廳就餐、社區廚房等。各縣市自 2005 年起透過各社區關懷據點之耕耘已頗見績效。惟自 2019 年起受到新冠病毒的肆虐，社區老人共餐方式受到影響。本研究先透過相關文獻探討以及政府資料開放平台查詢了解台灣社區共餐服務現況、服務模式，以了解疫情下共餐困擾。同時以台灣高雄地區社區關懷據點為研究對象，使用餐飲服務品質 (DINSERV) 量表，以及 KANO-IPA 模型探討參與之年長者對研究案例據點餐飲服務品質的看法。結果可以提供研究案例據點以及相關行政部門瞭解疫情影響下，該據點所提供之餐飲服務品質之持續保持項目以及優先改善項目，以提升參與者的滿意度。另外，亦可作為後續相關研究在社區老人共餐現況及共餐餐飲服務品質評量之參考。

關鍵詞：餐飲服務品質 (DINSERV)、社區老人共餐、COVID-19、老人共餐滿意度、KANO-IPA 模型

法語溝通在台灣廚藝學習創造力中之角色探討

李珮琦

國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 研究生

50919012@stu.nkuht.edu.tw

摘 要

台灣越來越多的精緻餐飲新星藉由《米其林指南》、《世界最佳 50》...等餐飲權威評鑑躍上國際舞台。教育部統計，我國高級中等學校第二外語的推動已超過 30 年的發展；據國教署「110 學年度補助大學辦理高級中等學校學生預修大學第二外語課程」法語的五校五班僅次於最高的日語 18 校 31 班。1970 年代起的法國「新料理」（Nouvelle Cuisine）影響了當代法國廚藝在烹飪場域之地位；全球化與區域經濟興起，「人才國際化」是二十一世紀全球化下人力流動的結果，不單是台灣餐飲人才流至海外學習，同時亦吸引到海外人才流入台灣學習，促成了跨文化的餐飲學習環境。本研究以半結構式訪談廚藝學習者對法語溝通的觀點與應用，搭配參與式觀察法參與「廚藝法語建構之計畫」，藉由觀察參與計畫的學生中，探討法語溝通與技藝學習之關聯性，並結合筆者自身的法語學習和餐飲背景經驗作為分析。廚務工作本質為高勞力高工時，對於多數的廚藝學習者來說，法語學習是一條漫長的學習之路；本研究剖析高階的廚藝創作者如何藉由法語學習達到增強文化智商 (Culture intelligence) 與精進廚藝之目的，未來欲延伸做英語、日語等外語之研究，供台灣廚藝學習者思索更多發展的可能性。

關鍵詞：廚藝學習、法語溝通、跨文化、文化智商

廚藝美學研究的回顧與分析

古宇琛^{1*}、林琳²

¹ 私立義守大學廚藝學系 專題生

² 私立義守大學廚藝學系 副教授

asd1234bnm0987@gmail.com

摘 要

因應社群網站與數位行銷的發展，餐飲業在廚藝視覺展現投入更多的心思與創意以達到吸引消費者的目的，廚師透過食物多重感官的美感表現，營造豐富的飲食經驗，是餐飲業普遍重視的議題，本研究的目的為搜集並回顧過往廚藝美學相關文獻，探究廚藝美學與擺盤研究如何被探討，並且統整歸納目前的研究主題、方法論、理論依據、分析方法與研究結果，以建立未來研究的基礎，給予後續餐飲美學研究者們更客觀、量化的知識系統，並應用到實務中協助廚藝工作者提升菜餚的外觀品質及吸引力。本研究的研究方法為文獻回顧，採用 Soni 及 Kodali(2011)與 Monoharan (2017)的研究方法，此方法已被許多領域用於做文獻回顧與內容分析，根據此方法，本研究選擇文章的步驟由確認時間軸、資料庫選擇、期刊選擇、文章選擇，最後選擇了近十年的 31 篇文章進行分類與分析。研究發現，廚藝美學研究以實驗方法為主，偏重探討美學屬性 (Aesthetic Attributes) (如：數量、方向、位置等)對消費者感受的影響，因為擺盤是廚藝美學最具有代表性的形式，不只是帶來視覺上的衝擊，甚至影響人們對食物的味覺、嗅覺感知，近年研究主題發展則結合更多元與深入的議題，包括：性別、文化與哲學等。研究建議未來可針對消費者心理歷程做更詳細的分析，以及不同感官測量；並建構廚藝美學的評量工具，以建立更完整的廚藝美學知識。

Keywords: *food plating,culinary plating,food aesthetics,culinary aesthetics,food art*

雲林古坑樟湖社區飲食文化初探

柯依廷^{1*}、黃世輝²

¹ 國立雲林科技大學設計學研究所 研究生

² 國立雲林科技大學設計學研究所 特聘教授

m10830013@gmail.yuntech.edu.tw

摘 要

樟湖社區位於雲林縣古坑鄉山區，社區環境生態豐富，至今仍倚賴農產業作為主要的經濟來源，目前以竹筍、茶葉、檳榔等作農物為大宗。研究者透過活動接觸樟湖社區的飲食，看見料理當中有自己耕種的食材、親朋好友送的食材，簡單一桌菜色卻隱藏豐富的在地知識與連結。研究者發覺在地有豐富的天然資源與傳統文化，想以社區飲食作為切入點，探索樟湖社區中的飲食文化價值。好的飲食能提供適當的營養，預防疾病延緩病症，於老年生活中也是重要的議題，另外飲食中也包含了被傳承下來的文化知識與智慧，是代代傳承累積下來的珍貴資產。因此本研究以樟湖社區為研究場域，並以半結構式訪談法了解四位擅長做料理的居民日常飲食習慣、飲食文化，輔以田野觀察觀察在地的風土環境、社群連結，再以紮根理論，探討社區的日常飲食文化。受訪者為社區理事長、社區理事長太太、小吃店老闆、雜貨店奶奶等擅長料理的居民，並以無形文化資產與馬斯洛需求理論，探討飲食中的文化與內涵。研究得以下三點結論：(1)位於山區的樟湖飲食與平地略有差異，平時飲食除充飢之外還有補身體的概念，讓飲食對身體發揮正向作用；(2)依賴山下採購食材的比例各有不同，做生意需要更大的量，而奶奶自給自足的比例較高；(3)竹筍幾乎是樟湖社區的共同料理主題，且有多種變化。

關鍵詞：樟湖社區、飲食文化

兩種動態品評系統評估 9 種紅茶冷泡茶品飲過程中 10 種感官特性感受變化之研究

邱思綺¹、黃子軒²、劉伯康^{2*}、趙憶蒙^{3*}

¹ 國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所

² 中臺科技大學食品科技系

³ 國立高雄餐旅大學中餐廚藝系

eamon@mail.nkuht.edu.tw ; 106755@ctust.edu.tw

摘 要

動態感官品評有別於以往常見的靜態感官品評，可知曉品評員品評樣品時，在口中隨時間之感受變化，同一樣品在試驗進行時能蒐集到更多複雜的感官特性。現今臺灣尚無針對紅茶冷泡茶之動態感官品評研究，因此本研究利用時序感覺支配法(TDS)、時序選擇適合項目法(TCATA)，評估 9 種臺灣紅茶冷泡茶，以瞭解臺灣消費者飲用紅茶冷泡茶的感官特性及飲用後在口中之感受變化。樣品以茶葉比水 1:100 的比例，用常溫水浸泡 1 小時後，放入 5°C 冷藏 6 小時製成。時序感覺支配法 108 名品評員的研究結果顯示消費者對臺灣山茶之品飲感受與其他樣品不同，有更明顯的花香味及蜜香味。紅玉、蜜紅玉及台茶 12 號之樣品，澀感為其主要被支配的感受，為同一群。青心、蜜青心及武夷之樣品，草本味為其主要被支配的感受，為同一群。肉桂同時具有多種豐富的感官特性。鳳凰僅在後期才有明顯澀感及留香感。時序選擇適合項目法 95 名品評員的研究結果顯示消費者在 9 種紅茶中感受到的主要特性為澀感、草本味及留香感，其次則有花香味及回甘感。測試結束時幾乎所有樣品都有明顯的回甘及留香感。本研究以前述方法探討消費者對 9 種紅茶冷泡茶之感官感受及樣品在口中之感受變化，建立科學化且客觀的結果，能幫助茶文化未來的行銷及推廣。

關鍵詞：感官品評、紅茶、時序感覺支配法、時序選擇適合項目法

伴手禮包裝的魅力品質探討

黃于庭^{1*}、陳俊智²

¹ 國立高雄師範大學工業設計所 研究生

² 國立高雄師範大學工業設計所 教授

tv851229@gmail.com

摘 要

面對台灣社會文化的變遷，各地的風土文化正因時代的改變而有變遷，而隨著文化創意產業的興起，如何透過在地風土伴手禮的特色與魅力，帶動地方產業的發展及文化的提升，並透過消費者五感的記憶產生共鳴或是聯想，賦予風土價值及文化象徵的意義。根據上述目的，本研究透過評價構造法質化的探討與 SNK (Student-Newman-Keule) 多範圍 t 檢定法量化的分析，分析不同伴手禮包裝對於消費者的情感，並歸納出消費者對風土伴手禮商品的認知與情感屬性，在質性訪談中歸納出「風土認同」、「鄉土歷史」、「造型包裝」三大類，發現伴手禮包裝越具代表當地的風俗名情（族群、文化）及特色產物(作物、文物產)，越能夠提升消費者對地方之好感度，另外，越具有當地風土造型的外在表現，越能夠增進消費者對於地方之認同感。本研究利用 SNK 統計方式進行分析，有效問卷為 154 份，研究發現重於伴手禮的「美感性」、「獨創性」、「醒目性」，能符合具風土伴手禮的需求及喜好度，也能提高產品所附加的經濟效益。研究成果可以做為未來風土伴手禮設計之參考。

關鍵詞：伴手禮包裝、風土、情感、評價構造法

從計畫行為理論觀點探討產銷履歷農產品之購買意願

王皖佳¹、葉佳聖²、柯榮貴^{3*}

¹銘傳大學廣告暨策略行銷學系 助理教授

²南臺科技大學餐旅管理系 副教授

^{3*}輔仁大學食品營養博士學位學程 研究生、馬偕醫護管理專科學校餐飲管理科 副教授
級專業技術教師

rick1030803@gmail.com

摘 要

研究動機與目的：近年來食品安全衛生受到各界普遍關注，2007 年起臺灣致力推動「產銷履歷農產品追溯制度」，本研究欲探討消費者購買農產品時衍生之疑慮，是否能透過此制度提供完整的資訊以提升食品的可靠性及安全性。研究方法：本研究以計畫行為理論「態度」、「主觀規範」、「知覺行為控制」探討消費者對產銷履歷農產品的購買意願，再加入「健康認知」、「食品安全認知程度」量表一同探討。共發出 400 份問卷，收回 376 份，剔除無效及答題不完整者總計 21 份，共得到有效問卷 355 份。結果與討論：結果顯示消費者的「態度」為影響其購買意願之關鍵。多數消費者皆對產銷履歷農產品抱持正向態度。「主觀規範」為影響消費者購買行為的主因，其中女性願意購買產銷履歷農產品的比率明顯高於男性。消費者對產銷履歷農產品的購買意願符合計畫行為之理論，即消費者會受到態度、主觀規範及知覺行為控制，影響其購買意願。另外，健康認知及食品安全認知程度亦會影響購買意願，進而影響購買行為。此外，不曾購買過產銷履歷農產品的原因中，價格偏高占 65%，建議應持續推廣產銷履歷農產品使其觀念普及設計產品組合有助於提升價值感，促進消費者的購買意願。

關鍵詞：購買意願、產銷履歷農產品、計畫行為理論

傳統市場與超級市場的食品安全之研究：從消費者觀點

蔡振蒼^{1*}、楊采勳²、趙翊茹²、黃凱倚²、郭浚宏²

¹ 台南應用科技大學餐飲系 副教授

² 台南應用科技大學餐飲系 學生

simontsai0225@gmail.com

摘 要

傳統市場和超級市場是人們採購生活必需品的重要場所，而隨著生活品質提升和社會型態的改變，使得消費者在食品或食物的消費意識與行為上也愈來愈重視食品安全衛生與品質保證。有鑑於此，本研究主要目的在於探討消費者對傳統市場和超級市場的食品安全認知與實際體驗之間的差異，而食品安全認知包括對食品的感官知覺、賣場環境、口碑、工作人員的外表和行為、食品安全標章或官方檢驗證書，以及賣場形象等六個次構面。本研究採立意抽樣，針對近一周內曾至台南市區公有市場或超級市場消費三次以上的消費者進行問卷調查。本研究在傳統市場共計回收有效問卷 120 份；在超級市場共計回收有效問卷 181 份。之後，使用敘述性統計分析、皮爾森相關分析和重要一表現程度分析等統計方法進行資料分析。本研究結果發現，在傳統市場方面，繼續保持的為對食品的感官知覺，優先順序低的分別為賣場環境、工作人員的外表和行為與食品安全標章、官方檢驗證書，而供給過度為口碑與賣場形象；在超級市場，繼續保持的有對食品的感官知覺與口碑，而改善重點為賣場環境，優先順序低分別為工作人員的外表和行為、食品安全標章、官方檢驗證書與賣場形象。最後，本研究依研究結果提出對未來研究建議與實務意涵。

關鍵詞：傳統市場、超級市場、食品安全、重要一表現程度分析。

組合式廚餘桶之產品設計

游淑斐^{1*}、鄭美珍²、陳鵬宇³、林曷宏⁴

¹ 遠東科技大學創新商品設計與管理系所 助理教授

² 復興商工資料處理科 講師

³ 遠東科技大學工業設計系 專題研究生

⁴ 復興商工廣告設計科 專題研究生

wingogo55@gmail.com

摘 要

廚餘桶為一廚房常見裝置，用於收集烹飪及用餐後所產生的廢棄食材或食餘。由於廚餘之內容物大多混雜有固體與液體，使得人員在倒除清理時相當費力。此外液體湯汁也讓廚餘處於高濕度狀態，而易加速腐臭速度、散發異味。因此其仍有待改進之處。鑒於此，本研究以選定廚餘桶設計為主要範疇，按兩階段進行研究。第一階段以訪談調查法進行，訪問具有廚餘桶使用經驗之 20 位受測者。藉以瞭解其對於現行廚餘桶使用經驗，並分析出使用者對於該項裝置之期望，包括有乾濕分離、易清潔與省力等需求。並以此作為產品機能改善之設計要點。而後第二階段為設計發想與驗證，輔以 TRIZ 四十項發明評估法則，構思較為符合本研究議題廚餘桶改良設計方案。承上，接續進行相關專利檢索與分析，以驗證與評估設計成果之創新性。最終本研究，提出一種具有結構機能改善的組合式廚餘垃圾桶創新設計提案，並取得一項新型結構設計專利。

關鍵詞：萃智、產品設計、專利、新型結構設計

無麩質中式點心桃酥之開發實務

羅珮綺¹、邱清祥^{2*}

¹ 台南應用科技大學餐飲系 學生

² 台南應用科技大學餐飲系 專技助理教授

tm0076@mail.tut.edu.tw

摘 要

在中式點心裡桃酥的酥脆口感和香氣，受到許多人的喜愛，但對於麩質過敏的族群而言，傳統桃酥是難以消受的美味。目前改良成無麩質的點心以西式居多，本研究期望將中點的桃酥改良成無麩質產品，並以此為起點發展無麩質中點的系列品項。小麥為世界上重要的糧食來源之一，但是經過長久以來的改良與最初的小麥基因產生了差異，麩質(gluten)是一種蛋白質複合物為小麥的主要結構，可能會容易引起一些疾病，稱為麩質敏感(glutensensitivity, GS)，對於生活品質造成一定困擾，例如需要儲備麩質相關知識以規劃合適飲食；無麩產品不普遍導致價格昂貴以及購買管道較少；時常害怕食物遭到麩質污染不小心攝入麩質；社交方面由於特殊飲食需求可能無法與親朋好友聚餐或是需要他人遷就自己飲食習慣造成心理壓力。本研究以蓬萊米米穀粉、在來米米穀粉與杏仁粉分別為實驗組，實驗後以蓬萊米米穀粉製作的桃酥，不論是在風味上或外觀都與低筋麵粉最為相似。製作時麵團比之低筋麵粉較乾一些，滾圓後用擀麵棍壓時，力道需控制否則容易裂開，桃酥改良成無麩質產品，不僅能讓麩質過敏患者沒有負擔的享受食物，也能為中式點心開拓新市場。

關鍵詞：中式點心、桃酥、無麩飲食、米穀粉

飲食器具之食物設計創作實踐研究-以台灣豆腐乳為例

侯伯彰^{1*}、曾裕琇²

¹ 國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 研究生

² 國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 教授

50819016@stu.nkuht.edu.tw

摘 要

豆腐乳是台灣重要的大豆發酵食物，綜觀世界飲食文化，獨特食物都有發展出其一套專屬飲食器具，在發展飲食文化歷程上，飲食器具扮演重要的角色，所以思考豆腐乳是否有專屬為它設計的飲食器具可能性。飲食器具是聯繫人與自然的飲食文化起點，不但顯示了個人及其所屬文化的本質，也是文化中社會性意義的識別記號。飲食方式伴隨著文化背景更迭至今，影響著使用的器具與飲食體驗，在食物設計領域中一項以設計食物製備、盛裝及用食等產品為內容。本研究主要以豆腐乳使用食物設計手法進行其飲食器具設計創作，試圖發掘其飲食文化新價值與發展。經過台灣豆腐乳的食物背景、飲食方式及其他飲食器具設計案例等資料收集分析與訪談作為設計依據，最終透過食物設計模組發展出一套豆腐乳飲食器具，從資料分析得出在保存器皿、盛裝及取食這三方面上是最需要設計，並表達器具在功能性、美感及儀式感等是重要的設計要素，最後共設計三種器具，分別為豆腐乳發酵保存器組-造型設計取食方便及製作器具功能合一簡化、豆腐乳盛碟-呈現腐乳美學及保存、豆腐乳刀匙-可切、挖、抹、攪等功能設計，此為台灣豆腐乳文化創造新的飲食美學、體驗與食用方式，希冀促進豆腐乳在世界上的推播與發展。

關鍵詞：飲食器具、食物設計、豆腐乳、飲食體驗、飲食文化、儀式感

推動農村體驗活動串聯合作-以高雄為例

許維哲^{1*}、賴紀廷²、施賢聰³、莊金城⁴、洪政義⁵、祝瑞敏⁶、傅桂霖⁷

¹澄田整合規劃有限公司 負責人

²澄田整合規劃有限公司 執行長

³行政院農業委員會水土保持局臺南分局 副工程司

⁴行政院農業委員會水土保持局臺南分局 正工程司兼課長

⁵行政院農業委員會水土保持局臺南分局 秘書

⁶行政院農業委員會水土保持局臺南分局 副分局長

⁷行政院農業委員會水土保持局臺南分局 分局長

hf64843029@gmail.com

摘 要

民國 99 年 8 月農村再生條例頒布施行後，全國已有 2,649 個農村組織參與，從改善生產環境、維護生態及文化、提升生活品質，以達農山漁村的永續發展。各農村組織也將在地生態、環境、農漁生產及人文資源整合，發展出能滿足休閒、體驗、娛樂、學習等面向，結合農業與旅遊業需求的綜合型旅遊及活動。南臺灣農村組織成員普遍以傳統產業為主，雖透過增能培力課程協助，但在行銷推廣面仍較薄弱，且各組織間的交流也較為缺乏，因此推出的活動較無法發揮公部門投資活絡整體區域發展的效益目標。本研究透過參與觀察法，以「共同學習、相互了解、共同討論到支援合作」的培力模式，邀請高雄地區舉辦活動較有能量的農村組織，參與活動舉辦技巧的教學課程，讓參與者共同規劃活動，建立同儕情誼；再引動夥伴間交互參與活動的舉辦，促成組織間合作舉辦活動的機制。109 年高雄市 6 處農村組織在此模式下組成「Rural Games(農村奧運)」聯盟，找回傳統農村「相伴工」的互助精神，不同專長相互支援，對外也以系列活動相互露出、交叉行銷推廣，促成各地農漁特產跨行政區交流銷售，使各活動辦理效益提升。透過觀察，聯盟成員在其他面向的交流及共學也更加頻繁，互相砥礪成長；於 109 年共辦理 5 場次體驗活動並結合 7 梯次一日農夫體驗活動，吸引遊客約 3,500 人次，帶來約 200 萬元的收益。

關鍵詞：農村再生、農村體驗、農村旅遊、相伴工

宗教文化產業活動永續發展之探討—以西螺福興宮 「炮炸年獸」為例

廖泳妍^{1*}、唐志偉²、楊靜怡³、郭甘露⁴

¹陸軍專科學校通識中心 講師

²陸軍專科學校通識中心 副教授

³陸軍專科學校通識中心 助理教授

⁴陸軍專科學校通識中心 講師

yenyenliao108@gmail.com

摘 要

有著三百多年歷史西螺福興宮太平媽，弘揚媽祖慈悲聖德，是民眾信仰中心，每到農曆春節就號召民眾「逗陣與太平媽守歲團圓迎新春」，其中以「炮炸年獸」為活動主題，融合民間傳說與宗教文化產業活動，讓參與者舉火把踩街，象徵趕走年獸、全民團結驅邪納福，祈求新年平安，打造出西螺福興宮獨有的宗教文化產業活動。「炮炸年獸」活動，有著地方特殊文化傳承與創新的精神值得探討。本文研究目的在分析「炮炸年獸」保存民間傳說文化的作為，如何讓文化傳承與宗教文化產業永續發展，並予以未來走向的建議。研究方法以經濟、社會、環境三面向探討宗教文化產業活動永續發展的作法與可行之道。研究發現：1. 經濟成長：西螺福興宮藉著辦活動行銷宗教文創商品，同時也搭上無遠弗屆的網路管道，提供購物平台；結合螺陽農特產市集，對具有在地特色農特產，也起著推廣功能；西螺福興宮前方的延平老街，有著建築美引人注目的街屋，連結沿路商家在地美食及文創產品，開創具有觀光價值的旅遊帶；2. 社會進步：將「炮炸年獸」的民間傳說改造，讓傳統的春節習俗文化得以保存，凝聚更多參與的族群；3. 環境保護：「年獸」每年都以環保素材創新造型的方式展現，規劃宗教產業活動進行，應以愛鄉護里宣傳，訴求活動中共同維護環境整潔，減少垃圾量的方向規劃，發揮保存文化與環境教育的功能。結論：宗教文化產業進行活動時，既要發展自身產業文化，又要帶動地方觀光，進行方式應兼顧經濟成長、社會進步以及保護環境，如此既保存固有文化又能讓地方觀光邁向永續發展的目標。

關鍵詞：宗教文化產業活動、炮炸年獸、永續發展、西螺福興宮

緬甸仰光市烘焙食品促銷活動應用研究

張欽富

cuteangus77@gmail.com

摘 要

緬甸自 2011 年對外開放投資後，其經濟動能持續加溫、國民所得逐年攀升、先進生產技術與國際人才不斷湧入，進而開啟緬甸零售市場型態及消費者行為變化的序幕。然而，因多數烘焙零售業者資本規模較小且缺乏行銷知識而難以進行市場調查與消費者行為洞察，故本研究以烘焙零售業者觀點出發，旨在探究緬甸消費者的：(1)烘焙食品促銷訊息來源；(2)烘焙食品促銷活動及消費者行為，以期提供相關知識予烘焙零售業者作為促銷決策參考。本研究採調查研究法並以便利抽樣法搭配自我施行問卷法蒐集資料。總共回收 205 份有效問卷，其中女性樣本佔 70%、男性樣本佔 30%。研究結果顯示仰光市消費者最主要的烘焙食品促銷訊息來源為臉書(32%)、口耳傳播(23%)及商店戶外廣宣(15%)；另外，消費者最喜歡的促銷活動為買一送一(30%)、抽獎(27%)及折價促銷(24%)；然而，僅有 54%的消費者對促銷活動會產生實際購買行為、有 52%的消費者會因促銷活動而增加購買量。最後，本研究建議仰光烘焙零售業者應：(1)透過臉書及商店戶外廣宣進行促銷訊息溝通傳遞，不僅成本較為低廉且相對效益更佳；(2)設計符合消費者期望的促銷活動以提升促銷效益，例如買一送一、抽獎活動及折價促銷；(3)利用促銷活動蒐集消費者聯絡資訊並應用於未來促銷活動之訊息溝通。

關鍵詞：促銷訊息來源、促銷活動、消費者行為、烘焙食品、緬甸仰光市

新冠肺炎下國際觀光飯店餐廳顧客滿意度之研究

翁明道¹、郭德賓²

¹ 國立高雄餐旅大學餐旅管理研究所 研究生

² 國立高雄餐旅大學餐旅管理研究所 教授

60911008@stu.nkuht.edu.tw

摘 要

在新冠肺炎疫情期間，台灣的餐旅產業面臨嚴重衝擊，如何在困境中求生，就成為業者的重要課題。本研究以高雄地區某星級觀光飯店川菜餐廳之顧客作為研究對象，以立意抽樣方式選取樣本後，依據文獻探討結果設計問卷，欲探討在新冠肺炎疫情期間，影響顧客滿意度之相關因素，分析各項因素對顧客滿意度之影響效果，並且比較不同人口統計變數消費可在顧客滿意度的差異性，研究發現：(1)在疫情期間影響國際觀光飯店顧客滿意度的主要因素，可以歸納為硬體因素如「環境」、「餐食」，以及軟體因素如「服務」、「價格」等4個構面，這些因素對「顧客滿意度」均有顯著的正向影響。其中，以「價格(0.56)」的影響效果最大，「餐食(0.44)」與「服務(0.31)」次之，「環境(0.19)」最小。(2)不同「年齡」、「職業」的消費者，在「顧客滿意度」有顯著差異。其中，以「41歲以上」，職業為「家庭主婦」的顧客滿意度最高。研究發現可提供業者做疫情期間，調整餐廳經營策略之參考。

關鍵詞：新冠肺炎、國際觀光飯店、餐廳、顧客滿意度

小琉球地區炭烤吃到飽自助餐廳顧客滿意度之研究

李宛真^{1*}、郭德賓²

¹ 國立高雄餐旅大學餐旅管理研究所 研究生

² 國立高雄餐旅大學餐旅管理研究所 教授

estrella7642@gmail.com

摘 要

小琉球，一個距離台灣只有 25 分鐘船程的小島，每年卻吸引上百萬遊客湧入，成了近年台灣最夯的觀光熱點。早期離島旅行興起之時，最受歡迎的飲食選擇莫過於炭烤自助餐餐廳，主打俗又大碗的消費方式，菜色多元可任君挑選，在兩小時內無限享用燒肉海鮮等碳烤吃到飽來滿足顧客，如今這樣的經營方式已經不能使消費者感到滿足。本研究由訪員使用配額抽樣法，以小琉球地區的四家炭烤自助吃到飽餐廳，進行問卷調查發現：(1)各項顧客滿意度影響因素的平均數介於 2.8~3.2 之間，整體滿意度為 2.89，達不到「滿意(4.0)」的水準，還有相當大的改善空間。(2)影響餐廳顧客滿意度的主要因素，可以歸納為「餐食」、「氣氛」、「服務」、「促銷」、「環境」與「價格」六個構面，對「整體滿意度」均有顯著的正向影響。其中，以「餐食」的影響效果最大，「氣氛」次之，然後是「服務」、「價格」與「環境」，「促銷」最小。(3)不同人口統計變數的消費者，在「顧客滿意度」並無顯著差異。(4)不同餐廳的消費者，在「顧客滿意度」並無顯著差異。因此，建議餐廳業者應首重在食材新鮮度與美觀上面，其次加強餐廳氣氛營造，過去以優惠價格或是削價競爭的策略已不能滿足消費者。

關鍵詞：小琉球、吃到飽自助餐廳、顧客滿意度

草仔粿：從墓粿到伴手禮的消費文化研究

孫婉慈

國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 研究生

50919008@stu.nkuht.edu.tw

摘 要

草仔粿，又稱清明粿、艾粿、鼠麴粿，是中國稻米文化的一種米食加工製品。在台灣，過去閩客族群常將草仔粿當作是清明節祭拜祖先時的重要供品，用以表達對已逝親人的思念，並祈求其保佑在世後代子孫平安健康。如今它已從過去祭拜祖先的「墓粿」轉變成消費市場常見具綠色外觀、圓形及銅板價的「草仔粿」；尤有甚者，它還在伴手禮文化推動下被塑造成創意禮盒的精品。由上觀之，同樣是草仔粿，何以時代認知差異如此大呢？傳統與創新間似乎又有著相得益彰的微妙關係。而這也意味著草仔粿在各時代被賦予豐富的社會意涵。至今有關草仔粿的學術研究，多屬觀光、食品加工、生活應用科學、語文學、營養學等領域，而關注其隨時代改變而產生的消費文化改變，仍甚缺乏。因此，本研究將透過歷史文獻分析、媒體消費報導，與草仔粿販賣者與製作者的深度訪談，試圖描繪草仔粿從清末、日治時期至當代消費所象徵的意義與變化軌跡。至今部分成果顯示，光復前草仔粿主要做為祭祖供品，具有一種銜接在世與過世親屬間歷時限的文化意義。光復後，不同於過往作為墓粿，也普遍見於傳統市場。藉由風俗習慣、情感連結，象徵著俗民化的消費文化意義。至今，社會記憶中草仔粿已有商品化、精緻化跡象，如伴手禮。就此從草仔粿的傳統忌諱供品到現代創新禮品的顯著轉折，仍待後續進行中的田野資料收集，再深入分析、詮釋。期盼藉由本研究，探討傳統食物消費認知的改變，俾對傳統食品產業的傳統與創新帶來啟發。

關鍵詞：草仔粿、傳統、創新、飲食文化、伴手禮

The Role of Food in the Construction of a Modern Diasporic Taiwaneseess

Bryan Chen 陳彥廷

National Kaohsiung University of Hospitality and Tourism Graduate Institute of Food Culture
and Innovation Graduate Student

50919029@stu.nkuht.edu.tw

摘 要

Eating is becoming. The body absorbs nutrients from food and builds a biologically viable self. In the same way, the body absorbs cultural and societal designations embedded within food and creates a self within society. For members of diaspora, these constructed personal and group identities are linked with the individual's attachments/detachments to, understandings of, and nostalgia towards their homelands—both real and imagined—and their host states.

Members of the Taiwanese diaspora in America face unique struggles in constructing an identity. Critically, Taiwan's geopolitical instability and the construction of race in the US caused many not to identify as Taiwanese or Taiwanese American. By contrast, there has been a recent surge of recognition for Taiwanese cuisine in the culinary world, from the introduction of the Michelin Guide to Taiwan in 2018 to the emergence of New Taiwanese restaurants across the West. This tension raises some interesting questions: What is Taiwaneseess and who can lay claim to it?

As a Taiwanese food pop-up vendor in New York City from 2017-2019, I observed that my Asian American customers tended to seek “authenticity,” largely defined by nostalgia for foods they grew up with, occupying a distinct part of their memories and of their current identity. This caused me to wonder why my customers designated my food—an amalgam of my own personal tastes and memories—as “authentic” to them, and how this food fits into their self-narratives.

While food, memory, and identity have been widely discussed in social and anthropological studies, this topic has not yet been explored for the Taiwanese American community. Therefore, this research will employ narrative analysis to investigate the role of food memory in the construction of a second-generation Taiwanese American identity. Preliminary research will be conducted via survey through Facebook groups populated by Taiwanese Americans, followed by semi-structured interviews with selected members to discern their memories and how they have or have not influenced their understandings of Taiwaneseess.

Keywords : *Taiwaneseess, nostalgia, food memory, authenticity, diaspora*

佛跳牆成為正宗台灣菜的社會論述研究

蔡國華

國立高雄餐旅大學飲食文化暨餐飲創新研究所 研究生

50919006@stu.nkuht.edu.tw

摘 要

在台灣，佛跳牆不只在年菜，甚至結婚喜宴、入厝請客與民間各式節慶辦桌宴等，幾乎只要是臺式盛宴場合，都有它的出現。在臺灣，自 21 世紀初始，隨物流宅配年菜在超商通路的興起，佛跳牆幾已成為國人訂購年菜菜單的首選。復興空廚銷量 12 年累計 15 萬套佛跳牆；迪化街老店新冠疫情期間，一天能出貨六千份年菜佛跳牆；南僑集團以佛跳牆入饌，搶攻高價麵市場，一個月 4800 碗。如此熱銷景象，從各業者總視佛跳牆為最吸睛的代表產品，即可見一斑。其實佛跳牆本屬閩菜之列，特別在福州菜。但為何佛跳牆會在當今臺灣各種節慶宴席場合中被塑造成在地的「正宗」菜呢？且其認同被挪用的情形，更可由社會媒體標榜的「臺式佛跳牆」看出端倪。何以致此呢？社會輿論的「臺式」是否因賦予材料、製作方法或食用場合上的不同，而在地化且挪用了正宗呢？對此議題，至今仍鮮有相關學術研究；有的話，探討重點多屬歷史溯源、烹飪技術、行銷包裝與冷凍年菜保存等。為理解佛跳牆如何被社會塑造成正宗臺灣菜的過程，本文以論述、敘事分析為主要研究取徑的研究，資料來源主以聯合知識庫相關媒體報導、美食評論做為社會論述資料來源外，也將以業界知名廚師、辦桌達人、美食家與流通業者為研究對象，進行深度訪談。初步研究成果顯示，在臺佛跳牆於食材、製作方法與食用場合上已有本土化的挪用跡象，如食材上，芋頭已成靈魂要角，要選知名產區入菜，先炸後煨定形，而蔚為口感味道特色。至於社會論述如何形塑佛跳牆成為臺灣正宗菜，仍待本研究進行中的田野訪談分析後分曉。

關鍵詞：佛跳牆、年菜、台灣菜、正宗、飲食文化

台南小吃異業合作之研究-以周氏蝦捲金門設點為例

吳英偉^{1*}、楊淑燕²

¹ 國立高雄餐旅大學觀光研究所 副教授

² 國立高雄餐旅大學觀光研究所 博士研究生

yang565715 @gmail.com

摘 要

台南小吃種類繁多，如何讓小三通之遊客在金門當地可享用到道地且原汁原味之台南小吃以及如何運送食材及保持口味不變皆為非常重要的因素。周氏蝦捲擬在金門設立團體餐廳，其客層之來源與行銷方式，需佈局於觀光旅遊業、計程車行、公務機關、公司行號、會議餐敘等。餐廳團體客源主要為小三通之大陸旅遊團或自由行遊客，如何銜接整個旅遊規劃將小三通客人引領前往用餐，均是攸關業績之來源。本研究是以個案研究的方法，以台南周氏蝦捲公司為對象，探討其於金門設點推廣台南小吃宴席，做為美食觀光推廣之可能性，利用質性方法中之文獻探討及個案研究法，進行相關文獻蒐集、歸納與分析，最後分析其結果，做為經營管理策略建議。本研究經由個案的整理與分析後，發現這些成功餐飲品牌的策略核心中，「創新」及「異業合作」已成為企業追求成長的關鍵，這些也顯現在本研究個案之餐飲製作、活動企劃和行銷創新上。台灣餐飲業現正朝向國際化連鎖加盟發展，靠著在產品製作、行銷推廣及組織管理上都有所突破，企業發展創新的營運模式除可避開模仿競爭的衝擊外，亦可保有品牌長久發展的利益，建立獨步市場的關鍵優勢。從本研究個案中，不難發現企業的成功，並非只靠單一的創新元素，它必須不斷進行一連串的產品創新活動，才能建構強大的競爭優勢，達到永續經營目標。

關鍵詞：台南小吃、小吃宴席、異業合作、活動企劃

療癒性飲食行為之研究—以中高齡族群為例

陳玉瑾^{1*}、劉元安²

¹ 國立臺灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所 研究生

² 國立臺灣師範大學運動休閒與餐旅管理研究所 副教授

susanvcs711@hotmail.com.tw

摘 要

食物可以舒緩情緒，能帶給人們心靈慰藉的食物被稱為療癒性飲食(comfort food)。目前臺灣已進入高齡社會，飲食需求與行為攸關他們的健康發展，但過往飲食行為研究主要都是以其他國家年長者生理需求和疾病照護進行探討，鮮少關注他們的社會心理層面，尤其國內中老年族群的飲食心理與行為需要學術界深入進行，俾利產業界開發符合他們需求的飲食。本研究提出的目的為：(一) 探討中高齡族群的療癒性食物屬性為何、(二)探討中高齡族群使用療癒性食物時的情境與感受、(三) 探討療癒性食物對中高齡族群的意義價值。本研究應用方法目的鏈，經便利抽樣與滾雪球抽樣後，將 40 位受訪者的訪談文本，以內容分析法與主題分析法綜整後，中高齡族群療癒性飲食的屬性有點心、主食、小吃等六類；結果階層有感官享受、健康因素、生理因素等八個類別；最後發現幸福、內在酬賞、內在和諧等 6 項療癒性飲食價值。從以上研究結果指出，中高齡族群最希望從飲食中獲得的價值是幸福，其次是內在和諧與關係和諧。未來若針對中高年齡層的飲食研發，應連結此族群的生活經驗，或是將兒時意象與食物做包裝的行銷推廣，宜朝向他們內在需求的滿足和價值渴望的實現為經營策略。研究限制在於無法對性別或社經背景的差異來選擇受訪者。

關鍵詞：中高齡者、飲食選擇、方法目的鏈

台灣橘色產業發展-國家政策與法律規範

孫家偉

國立台灣師範大學科技應用與人力資源發展學系碩士班 研究生

longlang474@gmail.com

摘 要

在台灣，產業創新一直都被視為政府經濟政策的重要發展項目，長年以來，台灣就曾有過扶植特定產業帶動台灣經濟起飛。在民國 98 年更曾提出過六大新興產業，包含生物科技、綠色能源、精緻農業、觀光旅遊、醫療照護、文化創意等六大產業。雖然日後政策設置不一定帶動實際產業發展，但中間也對於產業發展有著一定層度的影響。在發展型國家理論中提到政府透過國家機器來引導和扶植特定產業發展，進而帶動國家整體經濟發展。橘色產業是個新穎的產業也是個長久被討論的議題，因橘色產業也默默地分散在不同的產業結構鏈底下，在政府影響不同產業的時候，其實也間接地影響橘色產業的發展。本文希望透過文獻回顧和整理，來探討政府有哪些產業政策影響了橘色產業的發展，並且進一步探討哪些產業發展也跟著帶動了橘色產業在台灣的趨勢與發展。希望能夠透過本文，對台灣最近十年來的對橘色產有影響的政府政策進行整理回顧，更希望能對其他人希望對橘色產業發展進行探究時，有拋磚引玉之功用。

關鍵詞：橘色產業、國家政策、產業法律、發展型國家理論

台灣在地布運用於伴手禮設計之探討-以芒果酥為例

鄭達仁

國立臺北科技大學文化事業發展研究所 研究生

dajentc@gmail.com

摘 要

根據遠見 2014 年的《銀色海嘯大商機》，前三項商機分別為醫療保健、適合老人的觀光旅遊、以及數位科技。另依國家發展委員會中華民國人口推估 2021 年，銀髮族市場將變得更大，老年人口的總人數推估更上升為三百九十六萬人。然而，消費者端的需求將有顯著的變化——「橘色經濟」的「橘色世代」崛起。行政院地方創生國家戰略計畫，已訂定宣示 2019 年為台灣地方創生元年。在此肺炎疫情時代，橘色世代也希望融入年輕的世代。因此，觀光旅遊業上，是應提供橫跨在地文化、美食、有趣與人群互動等更高端精緻優質的伴手禮。芒果是台灣水果重要代表性之一，芒果品質佳味美，受到消費者喜愛肯定。如芒果製成之芒果冰品受臺灣人喜愛，也受觀光客的歡迎，登國際媒體版面。芒果經優質加工，製成芒果酥可為整年銷售的糕點商品伴手禮。芒果酥伴手禮，因應文化創新，朝向提供循環經濟橫跨在地文化、美食、時尚、結合環保永續創新及綠色生態保育，節能減碳，傳遞一種無限循環經濟的概念。本研究欲使用文獻分析法及半結構式訪談等方法之綜合應用，來探討出適合之台灣在地布運用於芒果酥伴手禮設計中，進而分析出可能將其轉化並融入伴手禮設計中，增加現代化的科技或創意元素，以創新的風貌重新呈現，使伴手禮既能脫離傳統意象，結合芒果酥為年輕世代及擴及橘色世代所接受，但又不失其文化創新，跨領域合作，以循環經濟為核心價值達到健康及幸福，期望能為芒果酥伴手禮的轉變，能注入其他附加價值脫穎而出創造在地特色產業，更要注入其他附加新價值及擴大芒果酥伴手禮商機。

關鍵詞：地方創生、循環經濟、橘色世代、文化創新

遊客對生態旅遊願付價格之研究—以台東富山漁業資源保育區為例

邱魏源^{1*}、李明聰²

¹ 國立高雄科技大學觀光餐旅管理產業碩士專班 研究生

² 國立高雄科技大學觀光管理系副教授

lee10235@gmail.com

摘 要

依據交通部觀光局 108 年來臺旅客人次達 1,186 萬 4,105 人次，較上年度增加 7.21%，再創歷史新高；主要觀光休憩據點遊客到訪人次統計景點類型為國家公園、國家級風景特定區、森林遊樂園、休閒農場等據點，較上年度均有六成遊客人次長。台灣天然獨特的島嶼地形呈現豐富多樣的迷人風景，從城市景觀到自然景觀深深吸引旅客到訪，成為國內外遊客的熱門目的地。本研究探討至台東景點「富山漁業資源保育區」，依據遊客的感知價值、環境態度、環境行為等因素探討遊客對生態旅遊之願付價格影響；依據遊客之環境行為區分為「環保落實」、「被動參與」及「積極參與」三個集群，分別探討不同集群的遊客對生態旅遊之願付價格的差異性，藉由遊客分群比較分析後，瞭解各群遊客的特徵，以利於台東未來觀光旅遊開發並達到永續經營的目標。

關鍵詞：生態旅遊、感知價值、環境態度、環境行為、願付價格

新冠肺炎疫情下旅行社結合地方創生經營策略之探討

高羚育^{1*}、李樑堅²、李文淮³、江育真⁴、陳子豪⁵

¹新文化國際旅行社 總經理

²義守大學財務金融管理學系 教授兼行政副校長

³義守大學管理研究所博士生 李文淮

⁴義守大學休閒事業管理學系 副教授

⁵新文化國際旅行社 董事長

maggie858117455@gmail.com

摘 要

面對新冠肺炎疫情蔓延下，旅行社業務只剩下國內旅遊，而旅遊市場充滿以傳統行程進行低價競爭，以致品質有大受影響的現象。然而好的產品規劃攸關旅行社未來經營的優勢，旅行社結合地方創生的經營策略可透過地方歷史文化以及深度旅行的方式去包裝，並且針對旅遊型態可以有更深入及多元化的設計面，因此旅行社如何結合地方創生進行遊程規劃，以滿足客戶需求及刺激地方經濟是值得探討的議題。本研究綜合政府官員與專家學者訪談結果，發現對於旅行社結合地方創生未來經營方向可朝向深度體驗及深入當地地方文化、特產、歷史、文物等角度著手，讓顧客真正能了解地方實際的產業型態，並且透過精細的介紹，也能強化顧客對於地方的認知及印象，進而提升顧客喜歡當地、了解當地、留在當地的念想，也才能真正達到地方創生主要的目標。本研究透過問卷調查結果發現，業界認為有些旅行社主要客源仍以國人國內旅遊與國人出境遊為主，旅行社不會因為成本低而做出不適當的行程安排，對於遊客不會有差異化對待。在地方創生方面，年輕人雖然北漂，但對家鄉還是有認同感，顯示地方家鄉應創造就業機會；另外僅有學歷與挑戰與困境問項是具有顯著差異，主要可能因不同受訪者學歷對於經營情況之判斷及認知會有不同解讀所致。

關鍵詞：新冠肺炎疫情、地方創生、經營策略

走讀台灣特色茶餐旅創新發展研究

高瑞陽^{1*}、徐宥宏²、林漢明³

^{1*}元培醫事科技大學茶陶文創碩士學位學程 助理教授

²元培醫事科技大學茶陶文創碩士學位學程 研究生

³崑山科技大學旅遊文化發展系 教授

kaorayun@gmail.com

摘 要

本文引用價值共創(value co-creation)重現台灣特色茶(specialty tea)的價值融貫到天、地、人、會的多元面向，並藉由走讀台灣茶的餐旅創新發展研究，針對 Royal Blue Tea 與「茶宴」的標竿個案分析，逐一進行各個面向的深入探討。首先，在「天」的範疇當中，回溯 24 種官方台茶品種的適製性(processing suitability)，結果找到台灣特色品種茶樹，回應台灣天候條件的天然孕育。其次，就「地」的視域(horizon)來看，地區品牌的台灣特色茶琳瑯滿目，唯獨只有框架在地理識別與生產履歷上之海拔高度、經緯度、山場(mountain plot)、岩韻(rock flavor)與泥土況味(earthy charm)才是關鍵，這些元素全都可以歸納到地話(terroir)的觀念當中。再次，回到「人」的面向來說，台灣歷來不乏功能殊異的多元茶人角色，從茶業行銷、製茶工藝到品種改良所在都有，他們的共同交集正是 8 種台灣特色茶的製茶加工製程。最後，匯流到「會」的面向，因茶會係所有茶業價值發生的緣起，茶席、茶藝、茶道、茶旅或茶博...都只是茶會形式的延伸，而「服務」才是台灣特色茶的人情味，結合服務設計的細膩構思，將能發揮整合行銷綜效，同時突顯品牌價值的深切感動。走讀台灣茶就是為了發覺台茶特色，透過餐飲創新才能進一步深層體驗。走讀結果發現：特色品種茶樹之「天造」、茶區山場/岩韻/泥味之「地設」、特色茶加工製程之「人文」及鄉土人情味之「會心」為核心價值。

關鍵詞：走讀台灣茶、價值共創、服務設計、整合行銷、特色茶、品牌

Applying the Balanced Scorecard and Strategy Map to Hospitality School in Thailand during COVID-19 Situation: A case study of The Beaumont Hospitality School and The Kid D'Art Lodge

Chakrit Srisakun^{1*}, Simon David Lloyd¹, Samart Plangpramool², Timothy John Beaumont², Thalia Andrews²

¹ Dusit Thani College, Bangkok, Thailand

² The Beaumont Partnership Foundation, Bangkok, Thailand

* Corresponding Author's Email: chakrit.sr@dtc.ac.th

摘 要

The Beaumont Partnership, a leading design studio, led by Timothy John Beaumont, established the Beaumont Partnership Foundation to create change via schooling in Thailand. The Kid D'art Lodge via the Beaumont Hospitality School gives a pathway for college students from across the location to gain an advantage further career in hospitality through focusing on the foundational capabilities required in addition to cognizance on English communication. During COVID-19 situation is forcing college students to regulate to self-learning and distance studying, and this situation led to challenge the education sector that modified the learning and coaching styles. Hence, applying the strategic management tools to guiding principle the direction and prepare the resources to perform the teaching and learning in new normal situation is crucial issue to concern. The main purpose of this article to apply the concept of balanced scorecard (BSC) and strategic map to determine the measurement and links the fours important aspects includes (1) learning and growth perspective (this is an approach for increase, profitability, and threat from the attitude of the shareholder), (2) internal process perspective (this is an approach for growing value and differentiation from the attitude of the consumer), (3) customer perspective (the strategic priorities for numerous business strategies create consumer and shareholder satisfaction), and (4) financial perspective (the priority from this attitude is to create a climate that helps organizational change, innovation, and growth). The reason of this investigation aims to apply the balanced scorecard and strategy map because it can facilitate to clearly explain the cause and effect between objectives, measurement, and activities to support each perspective. This article employs the secondary data to review the literature and synthesize the concept of balanced scorecard (BSC) from previous scholars, especially, in the context of education, to ground the concept of balanced scorecard (BSC) and strategy map into The Beaumont Hospitality School and The Kid D'Art Lodge. By the end of this article will introduced the balanced scorecard (BSC) and strategic map to guideline the direction of four perspectives of The Beaumont Hospitality School and The Kid D'Art Lodge with the measurement which relate to the COVID-19 situation to enhance the performance of learning and teaching to reduce the boundary of learning and teaching in the new normal circumstance.

Keywords : *Balanced scorecard (BSC), Strategy map, Education sector*