

季	刊
小	暑

喜水人

NO.011 JUL 2018 小暑



執行長的話
飲領風潮，開創無限

侃侃而談
品質建立

齊聚盛典
2018基礎型冷飲品質鑑定競賽



春水人

- | | | | | |
|----|-------|--|-------------------|--|
| 03 | 執行長的話 | | 飲領風潮，開創無限 | 劉漢介 |
| 05 | 侃侃而談 | | 品質建立 | 江宜樺 |
| 07 | 品牌新訊 | | 春水堂-日本新據點 | 林琬萍 |
| | | | 春水堂-台灣新據點 | 賴建君 |
| 13 | 春芽綻放 | | 教育訓練-讀書會 | 林正龍 李奕志 邱裴雯 陳昱璇
洪子涵 王欣韻 王佐呈 |
| 19 | 春芽綻放 | | 茶文化-日本飲茶史 | 林佩琪 |
| 24 | 齊聚盛典 | | 2018 基礎型冷飲品質鑑定競賽 | 孟垂瑄 李柔 |
| 34 | 春水獎堂 | | 職人榜 | 陳潔 |
| 35 | 春水關注 | | Talk To Me 員工諮商信箱 | 莊蔚筠 |

春水人季刊 | 二零一八小冊

出版發行 春水興業集團
總編輯 劉彥伶
執行主編 孟垂瑄
編輯委員 吳勝清 | 曾鈞雅 | 李柔
設計編輯 葉雅玲
出刊日期 2018年7月

春水興業有限公司 謹啟
© 2018 Spring Water Group. All rights reserved.

未曾停下的腳步 邁向更好的境界

總管理處協理—劉彥伶

春水人的四大特質：熱情、分享、專業、教養。這四個特質帶著所有人不斷進步提升。這一次我們來談談兩個重要的特質：專業與教養。

品鑑會剛結束不久，每一年藉由這樣的盛會，提醒著我們時時要在調茶的精準度上更加精進，比例只是基本組合，更重要的是節奏，台上的三分鐘，是台下持續練習的精華濃縮，考驗著應變、經驗、熟悉度，在每一次的刻意練習中，觀察自己與標準的差異，進而不斷修正，養成專業，得了名次是肯定，未得名者，若認真準備，收穫到的是更進步的自己。

除了專業教養的培訓，春水堂定義為「人文茶館」，因為期許這裡不只是一個單純的舒適飲茶空間，亦具備專業與人文素養的春水人，不論男女，舉止有禮、文質彬彬，因著人的關係，塑造出人間樂土的茶館氛圍。

蘇東坡言：「腹有詩書氣自華」，自三十年前起，我們就不間斷地舉辦讀書會，參與人員從最高主管含括到店內工作人員，每月安排約一到三小時的共學分享。讀書會是一個型態的概稱，閱讀的媒介可以從書籍延伸到電影，主題也囊括社會趨勢議題、科技、經濟、藝術、心理、教育等，我們的茶友來自四面八方的行業，透過經常的閱讀、學習發表意見，半強迫地增加自己的所見所學、更加自我精進，也提升與茶友對談的信心。

表面上看來，讀書會是個沒有經濟效益的安排，但對我們來說卻是最有價值的長期投資，透過經年累月的積累，夥伴們的談吐與氣質因而潛移默化提升了，無形間也更加增加自我的魅力、獲得茶友們的喜愛與支持。這幾年開始，店長與區主管們也都嘗試學習著用更活潑、參與式的方式設計讀書會。期待從日常工作教育，蘊育更多不一樣的春水人。

飲領風潮，開創無限



借鏡觀形

身在餐飲服務業中的冷飲料業，對於產業間的動態需要有所了解。今年春水堂邁入第三十五年，在一九八七年，春水堂共有三間分店，當年美國有一個品牌「星巴克」也在此時開立四間分店，就從星巴克開始探討飲料業的發展動態。

談起咖啡的起源有諸多傳說，但從十五世紀初開始即有文獻記載咖啡的使用方式，當時在窮困落後的衣索比亞，咖啡是民間的日常飲品，直到十六、十七世紀輾轉傳入歐洲，很快的形成一種產業鏈，甚至有「黑金」的稱號，緊接著的大航海時代藉由海運傳播至全世界。

一九七一年，第一家星巴克位於美國華盛頓州西雅圖市中心，當時僅出售咖啡豆和咖啡器材；一九八七年，現任董事長霍華·蕭茲（Howard Schultz）籌資買下星巴克，此後，更將星巴克打造成美國版的義大利咖啡屋。

星巴克向人們提供創新多元的飲料服務，有別於過往較無溫度、冷冰冰的服務態度，至今儼然就是咖啡的代名詞，因為星巴克將咖啡多元化、冷熱飲化、加料化、服務化；從西雅圖第一間店舖開設至今已三十多個年頭，此一蛻變成長聽起來像極了在說我們自己。

體驗行銷，互動成癮

二零一七年，星巴克於中國上海這個競爭激烈的一級戰區，開闢「星巴克臻選®上海烘焙工坊」，希望將此地作為更具規模的的旗艦店。將烘焙工廠搬進店內，讓工廠體驗、透明化，顧客能一覽咖啡豆的烘製需經歷哪些工序進而產出，還能自由挑選、品飲七種咖啡沖泡飲用方式；順應東方人飲茶習性，引進 TEAVANA 茶瓦納提供手搖茶、各式花果茶飲，來此不僅有咖啡的選擇，也能滿足愛茶的顧客；另設有一區體驗吧檯，將咖啡與啤酒放在一起，教學咖啡與啤酒以什麼樣的口味、比例作搭配適宜且順口；此外，更納入高級麵包店，提供豐富西式麵點，店內人潮滾滾、交易不斷。藉由星巴克的例子，可以從「體驗」這件事情，發覺一個商品的產出、製程，以及其多元面貌。

茶與咖啡以多元的飲用方式與型態在世界各地發燒成長，整體來看，雖然咖啡界已趨飽和，其中已做到獨大的星巴克為求持續成長，開闢更多元的體驗

門市讓咖啡產業得以在各地存活成長。相較之下，整體茶飲料界仍在活躍成長，許多國家以台灣為效仿目標，但卻未在飲料的基礎上多作著墨，僅是單純的依樣畫葫蘆，複製台灣冷飲茶表象的外觀、調茶模式，鮮少看到像春水堂顧及了環境、服務、品質及講究製茶工序的模式。

承襲精髓，飲領風潮

約莫五年前，有人認同春水堂對於品質的講究，認為這才是正確的發展趨勢，因此發展以品質為導向，半發酵茶為大宗，引進四季春、金萱來做冷飲料茶，捨棄台灣當紅的珍珠奶茶，選用奶油及鮮奶來作奶蓋茶，將水果切片加進茶湯，以透明杯盛裝飲品，同時也販售麵包，在中國大陸形成一個新穎的時尚飲茶風潮，並在競爭激烈的上海開設門市，由南流傳至北，至今此一品牌及追隨在後的其他品牌持續拓點，許多人看好他們的未來發展。

對的事，堅持做

以上是中國市場的發展近況，回過頭來談茶與我們品牌，自三十五年前春水堂帶出冷飲茶模式，起先是被質疑、批評，接著逐漸被接納、欣賞、接受，進而放大流通全國、世界，許多品牌跟進操作冷飲茶，直至今日它仍是熱潮，並被欽點珍珠奶茶的出現為地區經濟發展的關鍵指標性。春水堂不間斷地在台灣深耕經營，以最初設定有服務、有餐食的多元飲茶供應方式，在百家爭鳴的台灣飲料界屹立不搖、持續傳承，之所以如此，只因我們做對了方向，不忘本，更不停歇的精進。

野心勃勃，挑戰超凡

今年對春水堂來說是一個機遇年，也是挑戰年。持續開拓新店顯示我們的品牌在台灣尚未飽和，仍穩定成長，因此需要更多的心血加入，幹部們仍有許多成長空間，任何的可能是無限的，只要不畫地自限，心中抱有野心，皆有可能突破。我們堅信這個產業及品牌，所以不擔心人滿為患，人人永遠有自己發揮的一席之地，只要有心，在春水堂這個園地皆能向上成長，期待夥伴同春水堂持續向更高的層次邁進。

春水興業集團執行長



品質建立

營運部經理 | 江宜樺

每次為不同層級的夥伴開課，都得重新編排課程大綱，讓學習有所收穫；近一年的授課對象，多為儲備幹部與副店長，技能更重於觀念，異常如何管理因而益顯重要。

興趣，是成才的第一步

任何學習都由喜歡開始，興趣會引燃鑽研的熱情，下足工夫，技能自然有所突破！口感是結果的呈現，要拉近彼此對標準的建立，得加強感官學習、增進品味的鑑賞力。課程從 NG 商品中品味香氣、口感、濃淡與冰涼度的差異化，並學習如何加以修正，進而獲得異常管理概念，落實日常的品質管理工作。

共同成長！領導的關鍵思維

掌握差異化，是幹部的責任，幹部必須具備發掘錯誤與調整能力，並以教育訓練的方式，陪伴夥伴們成長，建立信服度、安全感及歸屬感，確保每位夥伴在操作時，皆能手法到位。

找到正確問題，才能解決問題

為了讓重視品質的觀念化為實際操作，從有意義的執行一張品管日報表加強起，使課程所學的操作手法與口感訓練，皆能有感的在現場發揮。一張沒有缺失的漂亮報表，是管理的盲點



與無法進步的原因之一，就主管角度，將看不見品質異常問題，而失去執行報表的意義；讓輔助管理的工具能發揮其最大效益，才能敏感的發現問題產生、找到解決方法，進而調整工作流程、建立團隊共識，將異常率降至最低。

期許從異常管理中，不斷累積豐富的管理經驗，讓自我成長、持續進步，人人都將是品質的成就者。





春水堂 - 日本新據點

海外事業部 專員 | 林琬萍

VENUS FORT 台場店

東京台場四大購物商城之一的「VENUS FORT 維納斯城堡」為因應二零二零年東京奧運即將迎來更多海外賓客的需求，大規模將許多既有櫃位重新翻修，並於二零一八年三月十七日這一天，讓翻修後的各家櫃位重新開幕。日本春水堂第十二號店「VENUS FORT 台場店」也於同一天正式開幕。

說到台場，就會讓人聯想到美麗的東京灣景、洋溢西洋風情與氣氛悠閒的各式餐廳，而氣勢恢宏、建築風格獨樹一幟的富士電視台總部，更是知名地標。

相信喜歡日劇的人，對台場這個地名不會太過陌生，調色板城大摩天輪、台場海濱公園和彩虹橋都曾是日劇的經典場景之一；自由女神像、彩虹橋及東京灣景，更是東京都內首屈一指的夜景聖地。

唯美浪漫商城

「VENUS FORT 維納斯城堡」與 DIVER CITY TOKYO PLAZA 台場購物廣場、AQUA CITY ODAIBA、DECKS TOKYO BEACH，為台場的四大購物商城。

VENUS FORT 維納斯城堡主以女性客層為主，商城內隨處可見仿歐式風格的設計裝潢，讓人有在歐洲街道上漫步的錯覺。日本春水堂第十二號店「VENUS FORT 台場店」就坐落在商城主動線上最熱鬧的區域 - 二樓噴水廣場旁，而華語圈及世界各地的觀光客更是絡繹不絕。



結合臺灣春水堂人文風格及亞洲現代感的店觀。



夥伴們以滿滿的熱情與活力迎接來客。



專為小孩設計的「兒童餐組合」。



融入自然素材的店內裝潢。

豪邁經典再獻

店內裝潢加入了木頭、石材等自然素材，且和其他日本春水堂分店一樣，將執行長的墨寶空運到日本，為室內空間畫龍點睛。

本次「VENUS FORT 台場店」開幕也推出了同關西地區「GRAND FRONT 大阪店」限定販售，以大容量的生啤酒杯盛裝，比一般尺寸大了將近兩倍的「大杯珍珠奶茶」（註）。



兒童餐組合初登場

開幕的同一天，日本春水堂各分店也同步開始販售「兒童餐組合」（LUMINE EST 新宿店除外），餐點內含台式人氣麵點與台灣傳統甜品，相當受歡迎。

註：大杯珍珠奶茶同台灣春水堂中杯珍珠奶茶。

悠遊享好茶

內用區設有四十二個座位，顧客能在店內充分享受美好的悠閒時光；同時也於門口設有外帶專用櫃台，讓顧客在購物途中，也能方便的享用到春水堂的美味。

下次來到日本，購物玩樂之餘不妨來台場眺望東京灣和大摩天輪相互輝映的美麗景緻，並到店內坐坐、打卡留念！



地址：東京都江東區青海 1 丁目 3 番 15
台場維納斯購物廣場 2F
(Palette Town West Mall)

營業時間：11:00 ~ 22:00

公休日：同商場

電話：03-6426-0096

外帶：可（有外帶專用櫃檯）

交通資訊：轉乘臨海線到東京電訊車站
「東京テレポート駅」下車。

周圍地標：台場海濱公園、彩虹橋、調色板城大摩天輪、自由女神像、富士電視台



春水堂 - 台灣新據點

營運部策略開發專員 | 賴建君



新竹浦雅店

二零一八年五月十一日，是春水堂人文茶館在台灣第四十六間分店的開幕日，新竹地區目前第四間門市，也是與大魯閣商場雙方策略合作的第三件作品。

新竹浦雅店坐落於大魯閣新竹浦雅廣場一樓，室內格局方正，設計明亮、簡潔、典雅，融入木皮與鐵件元素，並輔以四時花顏及掛畫妝點，呈現春水堂的經典風貌。

商場定位為運動休閒的體驗型購物中心，將運動特色結合科技應用，來客以小家庭及竹科上班族為主。此外，正對大潤發浦雅店，擁有多項地利優勢：來客穩定、住宅群聚（方圓三公里內超過二十萬人口）、交通便捷（鄰近六十八號快速道路，串聯新竹南北向）、停車便利（附設五百格的停車位）。



新竹浦雅店

地 址：新竹市北區浦雅街 91-2 號
（大魯閣浦雅廣場 1F）

營業時間：11:00 - 22:00 週一、週五
10:30 - 22:00 週六、日、例假日

電 話：03-532-7369





商圈特色

新竹有著「高學歷、高出生率、高所得及低年齡」的城市特色，造就高居全國第二的高消費力（僅次於台北市），且人口密度排名第三名（僅次於台北市、嘉義市），是成熟深具未來潛力的消費市場。

臨近的竹科為台灣第一個創立的科學園區，主要以半導體、電腦通訊、光電等產業，如台積電、聯發科、友達光電等知名上市公司，有「台灣矽谷」之稱。科技產業的發展，也連帶創造出此地的高消費力市場。



周邊環境

城市推動發展下，整體資源躍昇注入，醫療方面，台大醫院新竹滄雅分院擴建、中國醫藥大學竹北園區興建；教育產業，竹北亞太美國學校、台灣科技大學新竹竹北分校；零售市場，大遠百竹北預定地、高鐵站旁營造商轉投資的暉順商場，加上科學園區既有的產業發展，使新竹整體發展力不斷攀升中。



旅遊指南

新竹市，兼具文化與科技的悠久城市，有形的文化像是資產古蹟、歷史建築，知名的如孔廟、城隍廟、新竹州廳等，無形文化資產如民間信仰文化的寒單爺、湄洲媽祖繞境活動等。

深耕新竹

市場型態的轉變，體驗型購物中心提供更多元的消費選擇，概括娛樂、生活、飲食等，是近年的走向及未來趨勢，春水堂進駐於新竹滄雅廣場，在生活體驗中，以人文茶館的精神與理念，將茶文化持續推廣、實行，期望能深植於新竹人心中。



New Arrival

夏季限定

旺來泡泡
\$170

桂花泡泡
\$170

阿基米德礦茶

選用來自法國的天然氣泡水Badoit®
搭配茶與果香融入細緻氣泡中，沁涼
又層次豐富的口感，滿足視覺與味覺
的雙重享受。

Noctail
博可麗

新北市中和區中山路三段122號1F (02)2221-7037



品鑑會

2018 春水堂基礎型冷飲品質鑑定競賽

品牌行銷部 組員 | 孟垂瑄、李柔

一九八三年，當冰塊與茶湯在雪克器內激烈的撞擊，第一杯手搖「泡沫紅茶」應運而生，引領劃時代的茶文化革命，一時之間造成轟動，並成功開創冷飲茶的新潮流。

至今，無論時代如何變遷，春水堂始終不忘本，將最重要的創新精神與專業技術，奠定為卓越進步的基石，期許藉由品鑑會競賽，強化夥伴專業能力，評選出卓越的調茶師，並給予公開鼓勵，盼夥伴同春水堂持續精進、承先啟後，共創下一個精彩時刻。





茶 狀 元

獎

CHUNSHUITANG

GOLD AWARD

環球屏東店 顏慧文

二零一八年品鑑會是我自春水堂服務約六年來第一次參賽，心情緊張也帶點害怕。執起手搖茶的時間其實不算短，像評審們說的「從學習的那一刻起，就產生對品質的標準與堅持」，一直以來都在為這樣的堅持不斷學習，也特別重視初次的參賽，為了追求一杯好喝的手搖茶也曾經走遍北中南的店鋪找尋心中最棒的手搖茶滋味。

令我印象最深刻的是志文經理在我們店搖的那杯招牌紅茶，一端出大夥皆搶著喝，不到一分鐘時間就在店內被秒殺，並獲得一致好評；

也從品飲的那一刻起，這一杯即成為我記憶中的美好滋味及努力目標。

隨著吧檯鑑定、茶文化課程到這次的基本型冷飲品質鑑定競賽，一眨眼六年過去了，透過這樣的聚會評鑑被肯定，並從評審們的講評中吸取更多的新知，除了獲獎當下的感動，更多的喜悅是來自一直以來的努力，接下來將把這份獲獎心情轉為迎接準備下一次的挑戰。



SILVER AWARD

大墩店 段芷庭

很幸運的我在今年冷飲品質鑑定競賽得到第二名的殊榮！或許運氣佔了一部分，但少不了的是平時的勤加練習。永遠也不會忘記從三月一日那天開始，整整兩個月的時間每天一定到店裡報到練習，即便身旁的大家都覺得辛苦，但我卻樂在其中，因為清楚這是自己想要的，也是讓自己能夠更進步的唯一方法，堅持，才能更接近並達成心中的目標，日積月累的努力與經驗，正展露在這次的競賽表現及成果上。

我要謝謝這一路幫助我一天比一天更進步的大家，謝謝店長不厭其煩的教導正確搖茶姿勢與力道、判斷茶湯溫度、調整副料適當份量與比例，以及如何調泡一杯恰到好處的好茶；還有夥伴們不離不棄的陪伴與指教，其中更要感謝每天一起練習、成長的最佳戰友 - 維德，

能夠一起相互提醒一起成長，沒有你們就無法成就今日的我，真的非常謝謝身旁的大家。

回顧這一路，其實最重要且獲得最多的莫過於過程，而非結果，但這個結果卻也是對自我努力的肯定。唯有透過不間斷的演練才能建立敏銳口感和覺察細節如何影響一杯好茶，都是需要經驗累積和調整的。

「人越努力，就會越幸運。」當我們願意付諸努力，連上天都願意幫助你，機會是留給準備好的人，不需要太多抱怨和雜音，只管專心眼前在做的事，眼到、口到、心到、手到，好好的熟悉精練，進而成為自己的專業，誰也搶不走。



茶探花

獎

CHUNSHUANG

BRONZE AWARD

崇德店 吳秋羣

又到了一年一度的冷飲品質鑑定競賽，這次是第四次參加，每一年的競賽主題、規則都不盡相同。其中令我印象深刻的一屆是規定店長及副店長以「目測」的方式來測量茶湯、冰塊，以及搖糖；還有三年一度的創意茶競賽，由各店夥伴腦力激盪、自由發揮創意飲品，獲獎的創意飲品更有機會登上公司的點單，不僅是對參賽夥伴的肯定，更能和茶友一起分享這份榮耀與喜悅。

今年主要考驗我們的基本功，雖然現在有焦糖機、量杯、二寶等輔助工具，或許讓冰、糖、副料完美調合在一起不太需要特別的個人技巧，但平時假以時日的練習仍是不可或缺的，特別是要調泡一杯符合標準的好茶。

平時的練習，店內夥伴們就成為最佳的實驗對象，不論調泡的好或不好，他們都需要喝完，真的是辛苦他們了！也因為此活動，大家更積極的演練，並且特別留意平常不會注意到的小細節，像是姿勢、力道、速度等，進而改善。

雖然每次的競賽都會讓參賽的夥伴倍感壓力，但我覺得能夠有機會參加是很難得的經驗，不僅能建立自己穩健的台風、流利的談吐、穩定的品質，更能將公司文化綿延地傳承下去。

茶秀才

HONOURABLE MENTION



天母店 呂靜芳

勤美誠品店 林沛錡

台南店 曾婉婷

站前店 辛怡潔



桃二航店 黃佳妮

夢時代店 莊雅雯

市政店 江雅宣







春水興業集團

執行長 劉漢介先生 攝影作品 | 捕魚