

OCT. 2021  
NO.018

# 喜水人

秋 | 分 | 季 | 刊

## 轉 換

「各部門要保持各方面的慣性，  
嘗試學會擁抱改變，  
隨道口的那道光研究會照亮我們。」——劉連弟



執行長的話  
做夢容易成真難  
營運思維  
因為改變，所以更好

# 擁抱變革

股神華倫·巴菲特在 1994 年股東大會上說過一句話：「當浪潮退去時，我們才知道誰在裸泳」

意思是指當景氣好的時候，許多公司在多頭市場的推瀾下，看起來都是表現良好的績優股，但在景氣退潮時，我們才會看得看見，誰才是被泡沫化的裸泳者。

今年的疫情持續延燒，餐飲業正面臨著嚴峻的考驗，在三級警戒的防疫規範之下，讓曾經習以為常的〔到店體驗〕與〔現金交易〕，逐漸被激增的零接觸外帶以及外送服務所取代，在此同時，防疫便當也因應而生，甚至已經進入百家爭鳴的狀態。

為了迎接消費者習慣的改變，營運端調整了系統，讓線上點餐迅速上線服務，進而有效改善了顧客反應電話訂餐的不便；而在教育端，也開啟了線上教學的單元，只是考量現場傳授與線上互動技巧性的不同，希望講師們也要加強調整學習，千萬不要陷入以「不變應萬變」的泥沼。

或許對學員而言，線上點餐與教學是一種新鮮的體驗，但是在疫情的催化下，雲端規劃或許將成為下一個時代的專業。再加上在人與人零接觸的限制之下，許多會議

也改為使用線上視訊進行，如果能在事前做好資料交換與議題規劃，不但可以減少舟車上的勞頓，甚至還能提高磨合的效率。有位人資界的朋友玩笑道：「多年來許多企業無法推動的 E 化突然大幅前進了！」很無奈的是，疫情的瘋狗浪才是背後的最大推手。

在集團品牌後勤合併的第一年，就遇上這樣巨大的考驗，期許各部門要保持各方面的彈性，嘗試學會擁抱改變，因為只要能「活著」，隧道口的那道光終究會照亮我們。而合併後的新規定、新系統……等，就像是疫苗的副作用，難免會讓人有不舒服的症狀，但是只要等到免疫作用產生，就能夠讓許多問題迎刃而解。

也許期間有人會感到無所適從，內心有很多個為什麼……，請相信我們也正在努力思考，如何在不确定中找到更好的做法，然後再依照政府的規範進行滾動式調整，在此，也十分感謝夥伴們能夠共體時艱，互相理解與配合。

最後，期待我們擁有更健康的體質來面對不同的挑戰，持續在文化餐飲的大海中暢游！

行政管理處 協理 | 劉彥伶

劉彥伶



## 做夢容易成真難

夢與願景，最大的不同，一個是夜晚的產物，一個是白晝的思路。做夢容易成真難，今日之成功卻往往源於昨日的願景。

我從小愛做夢，喜歡拿動物做實驗，是家人眼中的麻煩精。看到鳥會說話，直覺牠一定也會用雙腿走路，秀過頭就把父親珍貴的八哥給放生了。小二時，看見蚊子在帳中，不用手拍，用煙薰，不料卻把蚊帳整片燒。小四偷看武俠小說，滿腦皆是飛簷走壁的高人，心生離家學道妄想。小六迷上漫畫，整天想當漫畫家。初中開始看古典文學，第一次接觸是《老殘遊記》，山東濟南竟是多年來的懸念與最愛。總之，接觸什麼迷上什麼，學了吉他便放下了書法，煮菜修改衣服樣樣皆通，與人聊天數小時不嫌累，迷上釣魚後，一直到學會喝茶才被取代。

父親是鄉下醫生，原來指望我繼承衣鉢，克紹箕裘，眼看不成器的我「樣樣通、樣樣鬆」，忍不住說：「看來吃蒼蠅要自己抓。」沒考上大學，當兵回來，有天他送了一把朱泥小茶壺給我，要我乾脆沒事多泡茶。考上公務員後，便在職念書求學歷。過了四年，我棄公從商，父親很生氣地告訴我母親，這個孩子適合吃茶看報紙賺錢。不想一語成讖，注定最後一次的夢想竟充滿茶香。

還好我的夢都有煞車，而且也都在晚上做，跌跌撞撞尋求自我，終於發現自我。狠心捐出功名、掛冠經商的同時，心中已有願景，是一片綠意盎然的人間樂土，依自性打造的塵世天堂。



離開公賣局的單調生活，我去做了兩年的汽車銷售員，每天跑業務賣汽車。雖然成績很好，總覺老是我去找別人，為何不讓別人來找我？有沒有讓人來找的行業？不久，有出版社老闆用五倍的高薪問我願不願意當他們的業務經理，任職不到一年，老闆又不知何故突然宣布倒閉。編輯部經理看我素來對茶有極高熱情，於是問「何不自力更生編寫一本書」。為此，兩年下來跑遍許多地區，也花光了當業務員的積蓄，最後只剩一小部分的版稅和全部茶的專業。

事實上，在公務員時期，我就已經寫過茶的文章。專心編輯查書的兩年中，日本大阪之行讓我印象深刻，看到朋友可以在八月天喝一杯虹吸壺煮出來立即調成的冷咖啡，當下便毫不猶豫地買了一個調飲器回台灣。我想，可以調咖啡，一定可以調茶，於是把調飲器當玩具，來調泡我的烏龍茶。賦閒寫作兩年多時間，我還跟著兩位老師學泡茶，獨家的技法讓我成為一方之師，得以靠著技法著書立論。

一九八三年三月，我說服夥伴一起創業。五月開幕那一刻只是願景實現的第一步，之後，對顧客、對夥伴、對朋友，不論吃飯、喝茶、對話，

始終圍繞著願景在打轉。隨著不斷加深的架構，清晰的細節，新的願景又陸續出現，有了實現後的現實在支撐，願景的可能性更高，時間表更短，感覺像雨後的春筍，長得那麼自然、那麼迅速。真要追研究生長的核心，應當是人，是與自己想法、做法一致的人。而自己的心，則是一切的原動力。

我只是資質平庸、外表普通的中才，一察覺到自己可塑的地方，便積極掌握內化完成的時機點，保持柔軟而有彈性，不讓其僵化死板。熱情一直在燃燒，心靈隨著放空，隨時吸收，隨時觀察，隨時充電，通了「事要安排，物要管理，人要領導」的道理，便一路帶領自己與夥伴走向願景。

唐人司空曙寫自己的人生境界，有一首很迷人：「釣罷歸來不繫船，江村月落正好眠，縱然一夜風吹去，只在蘆花淺水邊。」努力過了，有一點收穫，能放心休息，是再放心不過的事了。而明天的願景，是藏在心中永不止息的熱情。

春水興業集團 執行長

劉謙介

## 人際關係與信任溝通

直營事業處 經理 | 楊富嘉

最近在網路上看到一個案例，內容談到他的主管說話時的冷漠和無情，主管跟他說：「我當然知道你媽媽生病住院，你的心情會受到影響，但是你也要把該做到的工作完成啊。其實每個人都有自己的問題，如果大家都像你一樣，那整個公司不就垮了?!」。

這員工描述這段過程時，語氣中充滿了憤慨與不滿，他說：「媽媽住院我已經非常擔心難過，主管難道不能先了解一下我媽媽生的是什麼病？不能先關心、安慰我一下嗎？我媽媽是因為癌症末期才開刀住院，他知道我們家人是多麼痛苦、多麼傷心無助嗎？為什麼要這樣子說話？為什麼這麼沒有人性呢？所以我才決定要辭職，在那種地方上班，一點動力也沒有。」。

如果你是這位主管，當你面臨到下屬有相同的問題時，你會怎麼做？

我相信大多數主管並沒有惡意，只是這樣缺乏同理心的表達方式，不僅會讓彼此關係破裂，也無法增加部屬對於這份工作的動力。如果因為這樣造成優秀員工的離職，不但讓公司損失了人才，也會讓其他員工對公司產生負面印象。

做為一個主管，在溝通與輔導過程中，必須要做到兩件事，一個是「問題的解決」，一個是「愉快的感覺」。請你思考一下，在溝通開始的那一瞬間，哪一個會是比较重要的考量？

顯而易見的答案是「愉快的感覺」，因為溝通一開始的感覺若不愉快，後面的問題就更難以解決，遑論完成績效及達成任務。因此，良好的溝通是：感覺愉快在前，問題解決於後。



在現場有時候主管找部屬談事情，可能因為工作上的壓力及時間上的急迫性，一個不注意，說話的語氣和口吻就會過度急躁或強硬，往往談沒幾句話，就讓彼此間氣氛變得非常不好。因此，如何在溝通的過程中，讓部屬有愉快而沒有彼此對立的感覺，是解決問題進而達成互相理解的關鍵！

如何在溝通中建立愉快的感覺

在溝通中建立愉快的感覺，  
必須做好兩大部分：

### 第一，關係的建立

關係的建立指的是溝通過程中彼此關係的連結，更重要的是，在開始溝通前，主管就應該與部屬維持良好的關係。如果一位主管平常跟部屬就沒什麼互動，少有交談，沒有關心對方工作的狀況及心態，也沒有花時間了解對方的生活方式和家庭背景，那麼要建立彼此的良好關係，是很困難的。

良好的人際關係絕對有助於衝突的化解與問題解決。一個平時人際關係不佳，四處得罪人的人，要在衝突中尋求別人的協助，難度是高的。所以人脈建立及維持良好的互動是建立關係中不容忽視的要素，要會做事，更要會做人，這些都有賴於平時的努力累積。

### 第二，安全與信賴

有些主管平常說話就是心直口快，不留情面。就算主管很有誠意找下屬談話，想幫助他解決問題，提升工作績效，但可能在當下部屬心中想的卻是：「等等一定沒什麼好事，主管又要找我麻煩了…」。

在溝通時，部屬若是已經先預設立場，就很容易採取防衛抵擋的態度，關閉自己的心房，拒絕說出真正的問題，即使你有心協助對方，也難以達到成功溝通的目的。所以良好的關係，是建立在安全及彼此信任的基礎上。

隨著公司業務不斷地成長，許多工作早已無法靠單一部門來完成，今年實施的組織整併，基本概念也是在整合協調不同部門的功能，以發揮組織綜效。分工越細，相對跨部門的溝通協調問題就多，如何在部門的本位主義下，以團隊為重，以公司整體利益考量，找出大家滿意的解決方式呢？溝通成為大家的必修課程，建立關係後透過維持良好人際互動，提升彼此間的安全與信賴，消除彼此的對立情緒，營造溝通中的愉悅感覺，相信問題也能迎刃而解！



## 因為改變。所以更好

直營事業處 專員 | 林志揮

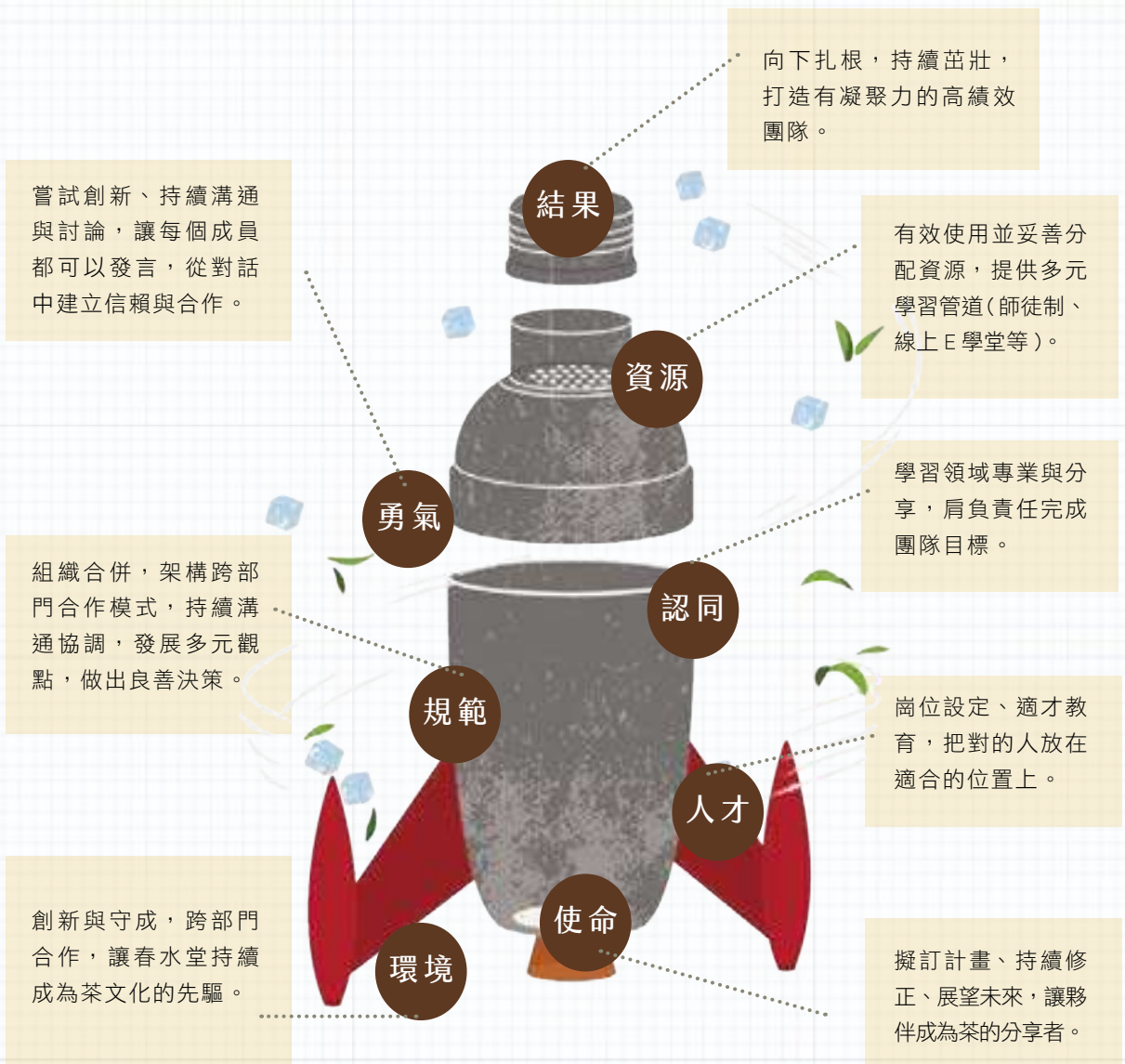
夥伴們，大家都好嗎？隨著去年初新冠病毒的突起、進入緩和階段，直到今年的爆發警戒，全球持續處於不安的狀態，每個人都在期盼疫情可以好轉，在疫情當下，餐飲服務業首當其衝，面臨到前所未有的窘迫及經營困境，春水堂也身在這波困境之中。

面對不可抗拒的疫情，公司因應大環境修改調整前進的腳步及方向，擬定相關危機應變 SOP、嘗試推出新銷售方案、提供多元的溝通學習管道、仰賴各區主管給予夥伴更多關心與鼓勵，即使開店等於賠錢，仍堅持營運透過更多嘗試，讓夥伴在現下的困境中，也可以擁有一個穩定的工作。

面對不安與改變，除了轉換心態，我們更應將危機視為轉機，趁現在緩下腳步，好好檢視我們缺少了什麼，要把握現在凝聚彼此的心，用堅定的信心及平常心面對疫情。凝聚向心力最重要的是要營造一個讓夥伴有歸屬感及認同感的環境，以下跟大家分享一個用於經營團隊向心力或規劃專案時可以有效達成績效的「火箭模式」，內含的 8 個核心元素代表不同的面相，彼此影響與催化。

「火箭模式」由 8 個核心元素構成，分別為：

1. 環境：團隊成員對於周遭狀態、目標與未來有一致性且認同的想法。
2. 使命：以共識為基礎規劃相對應的計畫，分工合作為目標共同努力。
3. 人才：適才教育，把對的人擺在合適的位置上，每個人都有發言的權利。
4. 規範：討論、激盪、再重塑，架構組織工作規範，保持溝通持續調整。
5. 認同：以整體團隊利益為優先，成員需做好各自的工作。
6. 資源：提供足夠的資源，滿足團隊成員的需求。
7. 勇氣：解決衝突、持續溝通，理解團隊中成員的想法。
8. 結果：理解現況、設定目標、投入其中、遵守規範、掌握資源、持續溝通，完成團隊共同目標。



不斷練習與嘗試，建立起屬於你的做事脈絡，認同公司的理念和你的團隊，成為彼此不可或缺的夥伴，面對不可預測的轉變時，你就會知道明天一定會過得比今天更好、更精采。執行長曾說「茶的文化不是歷史，茶的新文化才要到來」，組織合併是第一步，在未來也將持續調整腳步，提供更好的環境給予夥伴，也期許每位夥伴都可以凝聚於「茶」，互助合作、發揮所長，讓我們一起變得更好。





## 倫理之道，知道？

春水堂 新時代店 組長 | 王尹利

記得小時候在學校時，講台上總寫著大大的幾個字：禮、義、廉、恥。

是啊！這是我們做人的準則，但是是否深入我心？成為我們一生遵循的原則？還是隨著歲月流逝，已成為記憶裡的一塊碎片呢？

步入春水堂，倫理月刊對我們來說，就像當年講台上寫的禮義廉恥，每天利用短暫的幾分鐘，與夥伴坐下來，好好細細品味書中千秋，短短一篇，找到引導自己人生的燈塔。

幾年前，還是初入職場的新鮮人，藉著每次開倫理會議，了解屬於春水人的文化，而會議的開頭「創新飲茶文化，調和五感美學」，也深耕於我們春水靈魂。

幾年後，現在換成自己為夥伴帶來觀念與分享，一剛開始參與會議時，非常緊張，也不知道從何開始分享自己的心得，害怕自己講得文不對題，講得不好…。而隨著夥伴們的引導與鼓勵，到後來每次發言的內容都能夠越來越豐沛，更因為參與這樣的會議，讓我們更加了解彼此。不管是工作上的困擾、生活上的壓力，人生中的各種酸甜苦辣，都可以在會議中訴說彼此的故事，這也成為我們情感交流的一座橋樑。

而對於自己，這也無非是一場堅持不斷的學習。過去在學校教育中，我們努力成為一個很會考試的人，但步入職場，會說話也成為每個人必備的軟實力，坊間也相當多這類的書籍，但「會說話」還是需要不斷地練習與修正；倫理月刊的會議無非提供我們一個良好的學習環境，簡單好入手，而參與會議的人也是平時一起打拼的夥伴，因此發表演論時，我們可以隨心但不隨便的發言。

一路上，這是所有人的努力，也是春水文化傳承下去的一個過程，我們不是速食企業文化，而是像平凡的生活，一如我們的三餐飲食，簡單卻也不簡單，細水長流地走下去。



## 倫理月刊為我帶來的改變及影響

春水堂 台中遠百店 組長 | 洪曉瑄

很開心可以進入春水堂這個溫暖的大家庭工作，也是因為在這邊我才有機會接觸到「倫理月刊」，透過每天的三至五分鐘，大家一起靜下心來共同閱讀一篇文章、互相交流個人經歷以及想法，除了增進文化知識也能彼此熟悉。小小的一本月刊，短短的一則故事，充實著大家的心靈，也串起夥伴們的連結！

還記得剛進入春水堂的我，只是個 20 歲的小毛孩，不懂世事、莽莽撞撞，大咧咧的樣子，那時候對「閱讀」並不感興趣，整天只想著放假可以去哪裡玩，下班吃什麼，諸如此類的問題，但自從開始閱讀倫理月刊後，久了儼然已成為一種好習慣，夥伴們也會彼此互相提醒，今天是否執行倫理月刊了呀！

北宋文學家黃庭堅曾說：「一日不讀書，塵生其中；兩日不讀書，言語乏味；三日不讀書，

面目可憎。」因為在春水堂養成每日閱讀倫理月刊的習慣，讓我深刻地感受到自己在文學造詣上的改變，培養的內涵流露在行為舉止間，與他人的言語交流上也不會詞語匱乏，是身為春水人的氣質涵養！

曾經在倫理月刊中閱讀過一篇文章，法國流行品牌「香奈兒」的創始人可可·香奈兒說：「20 歲的時候，你擁有的是自然生長的容顏；30 歲的時候，你的容顏展現了你的人生經歷；50 歲的時候及那之後，你臉上所展現的是你人生的功績。」看到這段話讓我有些震撼，在人生的旅程中，你該害怕的不是年齡的增長，而是自我停滯。如同可可·香奈兒所說的，容貌會因思考或長久的習慣而漸漸改變，如今的我因為閱讀倫理月刊的習慣變得成熟穩重許多，做事不再那麼毛躁只求快就好，而是能耐著性子、按步就班地去完成每件事；以往和夥伴溝通我總是以自身的角度去檢視對錯，話語間常常缺少了同理心，在倫理月刊的影響下，說話時少了針鋒相對，多了和諧共處，更富有同理心，也能設身處地的站在夥伴的立場不再堅持己見，更因此收穫了許多好人緣呢！

謝謝倫理月刊改變了我，也謝謝春水堂使我成長，新的一年我會持續努力使得春水精神川流不息，也會運用自身好的行動力去感染夥伴，一起做個快樂善良的春水人吧！





## ■ 幸福茶 × 微笑國度

加盟與海外事業處 經理  
趙俊翰

「薩瓦迪卡」一句簡單明瞭的問候同時拉近人與人之間的距離，在泡茶的時候，世界變簡單了，透過一杯茶拉近你我的距離，像極了愛情。

時間拉回到 2020 年 12 月 5 日，茶湯會在泰國曼谷的 Central World Department Store（中央世界百貨）首家店開幕，又是一個新哩程的開始。自泰國變成旅遊聖地以來，曼谷這個地方對很多人來說並不陌生，以旅遊的角度來看，曼谷是旅遊的中心城市也是一個娛樂的城市，有著宏偉的大皇宮、各種廟宇以及古老的水上市場生活，不管是生活型態、宗教、建築、文化、古城、海灘，你能想到的，在曼谷都不難看見，最重要的是，泰國是個佛教國家，雙手合十是佛教禮儀，在人與人之間的互動中，微笑及雙手合十便是最常看見的表情及動作，到當地的我亦是如此，所以當你來到這裡，就會明白為什麼這裡是「微笑的國度」，只要一踏入泰國這個神奇的土地，用熱情在外的待客之道，人的心情都會自然而然的放鬆起來，而微笑的力量就是具有這麼大的影響力。

在整個東南亞地區中，曼谷算是國際化與購買力名列前茅的城市；再者，人口基數夠大，消費者很願意花錢也敢嚐鮮，加上觀光和商

務的國際訪客量居於世界前三，西方人形容曼谷是「來了就不想走的東方城市」，每年近一千四百萬觀光客中，歐美旅客就佔據三分之一，就以旅遊及經濟發展的角度來分析，這就是為什麼茶湯會非來泰國曼谷不可的原因所在。



泰國曼谷是一個競爭激烈的地方，當然，想要在全曼谷最熱鬧的商圈立足，想必不容易，其中很重要的條件就是我們選擇的代理商在當地的高度人脈關係以及團隊能力。高人流能夠帶來商機，若沒有良好的人脈關係想進駐到好的位置是極度困難的，且在一級戰區的租金非常高，方圓幾百公尺內的飲料店林立，消費者選擇多，團隊能力若不足，沒有具體想法或做法，無法規劃出完善的展店行程，就會做不出品牌的特色及差異化，那就很難被消費者看見；相對地，也更容易被其他新進駐的品牌取代。

萬事起頭難，首家店位置座落於 Central World Department Store 內，當然這裡也是泰國曼谷節慶活動的主要場地，聖誕節、跨年倒數、潑水節等，皆是當地百貨的指標性活動。所以從店觀的設計我們就跟代理商討論溝通很久，即使到最後一個版本我們仍是有些許存疑，但代理商很堅定地跟我們說明其原意是：

1. 藥櫃設計是聯想到中國 / 歷史悠久 / 茶 = 藥草的一種 / 高品質。
2. 抽屜用色是參考春水集團春水堂門店招牌用色。
3. 整體用更現代的設計來呈現以符合茶湯會新穎的品牌形象。



綜合以上，這個設計是代表傳統原創，但也以高質感的現代設計風格做呈現。

然而店觀確認後接著第二個問題又浮出，話說這組代理商的想法真的非常之多，再提出杯子外觀是否可以自行設計，這又展開了雙方的撕殺，不過考量代理商對於當地消費習性的了解，也期待茶湯會能開展的順利，最後仍同意由代理商自行設計更能接地氣的外觀，然而設計出來的杯款，又再次讓我們深呼吸了一下，可以說是非常非常的日本風，



經了解溝通後知道了一些因素，二戰時期的泰國跟日本有過一段合作的淵源，再加上泰國當地人非常喜好日本文化，也因為這樣的原因，代理商才會以融合泰國當地特色及日本給予人的高質感方向呈現，雖然說真的真的很日本風，但這樣日本風格的杯子在泰國當地使用卻另有一種吸睛的反差感，頗有一番風味。

2020年12月5日在滿心期待下曼谷店隆重開幕了，銷售營業額及杯數比原預估的還要好，日平均達900杯，成功的在曼谷市場打下好的基礎。消費者大排長龍，在網路社群上都有很好的反饋及口碑，打鐵趁熱，代理商緊接著規劃二店及三店的開店排程，並於2021上半年接續開出兩家分店。二店位置位在 Liberty Plaza 的辦公商圈，是以外送為主的點位；三店位在 Central Plaza Ladprao 商場裡；接續2021後半年預計排程再開三家門店，當大家閱讀到這一篇文章時，四店應該是順利地 OPEN 了。

在泰國仍會有很多飲料品牌紛紛進駐，更別說泰國自己的本土店家，仿效極快。各式茶類飲品不斷地在分食這塊商機，面對這紅海的競爭之下，茶湯會仍會秉持著初衷，以品質、環境、服務及效率為基礎、以創新為發想，因應市場，進而滿足口味越來越挑剔的顧客，再加上代理商在當地行銷企劃的操作，藉此創造話題性與討論度，並使消費者能夠更清楚地區分茶湯會與其他不同品牌之差異性。



未來，在這微笑的國度裡有著『幸福之茶、人情之味的茶湯會』。



# TAIWAN

## 春水堂 台灣據點

NEW LOCATION

開發部 組員  
江昱希

## ■ 廣三 SOGO 店

### 分店特色

整點報時，小小世界音樂鐘聲響起，西元 2021 年 5 月 7 日，春水堂編號第 83 號，中區第 21 間分店，廣三 SOGO 店盛大開幕。

首次攜手在台中市有著 26 年經營資歷的廣三崇光百貨公司合作，坐落在百貨一樓角店，設計明亮顯目的全白石牆，印上品牌 CI 蓮花 LOGO，具高度辨識及廣告露出，引領慕名的顧客及茶友前往。

走進室內，淺色調木皮與大理石風格牆面，搭配部分鐵件元素，開放式的寬敞座位區及整排的對外窗引入自然採光，更讓繁華地城市街景映入眼簾。別於鄰近分店，有著極大轉換，為百貨店賦予新特色，更為年輕的設計風格。

與館內眾家知名品牌，如：海底撈、藏壽司、漢來海港 / 蔬食、瓦城、星巴克、段純貞等林立一起，再加上即將改裝登場的新影城，為精華西區更添娛樂及餐飲需求。

### 周邊環境

位於台中廣三 SOGO 百貨一樓，台灣大道及美村路交叉路口。鄰近草悟道廣場、勤美誠品綠園道、金典酒店及國立自然科學博物館，往南一點則有審計新村、國立臺灣美術館，以及未

來的勤美之森及洲際酒店，不僅是台中人生活休閒熱區，更為外縣市年近六百萬人慕名而來的觀光地區。小小西區有著數間春水堂分店及眾多餐飲品牌、文創小店爭相進駐，證明此區市場的消費力不容小覷。

### 據點資訊

可搭乘台中快捷 BRT 藍線 300 號至科博館站，出站即能看見金典綠園道及廣三 SOGO 百貨，步行 1 分鐘跨過台灣大道即可抵達。

安排一趟台中文青半日遊，來一杯滿足味蕾及溫暖人心的好茶，在喧囂繁華的都市緩下腳步，品嚐人文茶館的寧與靜，感受強烈對比的憧憬，享受片刻人間樂土。



#### 春水堂—廣三 SOGO 店

分店地址 | 台中市西區台灣大道二段 459 號 1F

營業時間 | 週一至週五 11:00-22:00 | 週六至週日 10:30-22:00

聯絡電話 | 04-23280079



# TAIWAN

## 茶湯會 台灣據點

NEW LOCATION

直營事業處 副理  
李成聰

## ■ 茶湯會一公益店

TEA PARTY。因為茶，我們在這裡停留

雖然編號是前頭的第二號店，但卻是風格形象最新穎的店。成立於 2006 年，經營了十三年後做出了大幅度的調整，於 2019 年 6 月 22 日完成茶湯會 2.0 版裝修，以嶄新型態帶給茶湯會茶友視覺和品味上新的感受。

手搖店給人的印象就是買了就走，但在茶湯會公益店，以清水泥及原木色調的純粹簡潔，設置了舒適的空間，大片落地窗前多了些座位，

留出空間是為了讓旅人可以把急躁放下，坐下來休息，喝杯茶，享受片刻悠閒。

茶湯會公益店除了幸福茶湯，更提供門店限定茶點心 TP 餅。TP-TEA 是 Taiwan Professional Tea，我們以茶服務人群，我們的茶一定是專業。認真將產品做到專業是茶湯會習慣且堅持的事，對於 TP 餅也是相同的要求。金黃上色的餅皮再烙上精緻 LOGO 的外型，外皮軟嫩 Q 彈，口味有芋頭、紅豆、珍珠卡士達、爆漿花生、培根玉米，有甜有鹹，滿滿餡料、滿滿幸福味。

一口沁涼茶湯，一口美味茶餅，午後的窗邊，閒適的心情，塵世中溫馨的飲茶空間彷彿幸福的寫照。

「謝謝您，有空再來喝茶」

令人熟悉的微笑以及招呼聲，祝福您有愉快的一天，也期待能再為您奉上一杯好茶。

### 據點及周邊資訊

公益店位置在美村路以及公益路的交叉點，往東鄰近勤美商圈，漫步可至草悟道，一家人野餐放風箏，休憩散心。往西邊及是美食一級戰區，多國料理，大坪數用餐環境，獨具風格裝潢設計的餐廳們，是與好友相約用餐的不二選擇。北面鄰近台灣大道廣三 SOGO 商圈，除了有最豐富的購物機能，春水堂近期進駐後，購物、美食一次滿足。



#### 茶湯會—公益店

分店地址 | 台中市西區公益路 122 號 1 樓

營業時間 | 週一至週日 10:00-22:30

聯絡電話 | 04-23268548







# 38<sup>th</sup>

## 春水生日慶



春水堂  
Chun Shui Tang

## 成就經典，創新調和

品牌行銷部 組員 | 洪美琇

春水堂人文茶館邁向第 38 年，在規劃生日慶活動時，我不斷思考著「春水堂最想帶給大家什麼？」從傳統的小壺泡出發，發揮創新思維將熱茶轉變成許多人喜愛的冰涼甜茶，更加入「粉圓」調和出讓全世界驚豔的招牌珍珠奶茶。

時光淬鍊的茶香，回頭看是成就經典，往前看是創新調和，站在 38 年的我們就像搭乘時光旅行機，春水堂堅持打造宋朝品茶氛圍，插花、掛畫、聞樂，遞上一杯用心調泡的好茶，將客人視為老朋友般款待。

「文人募集令」活動是以執行長對出林語堂老師的「塵世是唯一天堂」下一句－「鼎湯初沸有朋來」做為發想，邀請執行長出題，於是誕生「春水煮茶湯」，結合筷套設計成募集創意五字對句，不僅強化春水堂「人文茶館」的品牌印象，更打造仿古代吟詩對句的氛圍。短短一個月內，收到 2 千則創意投稿，吸引 4 萬 8 千次投票，看見許多茶友在等待茶飲、餐點之餘，拿著筷套跟同桌親朋好友熱烈討論對句，真的非常感動。



▲文人募集令前三名(左至右)「夏雨沁花香」、「精華在湯中」、「玉露釀珍珠」

### 您好，今天想喝什麼茶呢？

親切、面帶微笑地問候，是春水堂再簡單不過的日常小事，卻讓每一位茶友深刻感受到溫暖的人情味。春水堂陪伴茶友經歷人生不同階段，我們不斷推出創意茶飲挑戰無限可能，茶友們最想喝的又是什麼呢？於是「春水許願池」活動應運而生，吸引近2千人留言許願，最終統計，招牌珍珠奶茶仍是大家的心頭好奪下第一名，其次是觀音珍珠奶茶和位居第三的翡翠檸檬綠茶，酸甜滋味搭配清爽翡翠綠茶作為基底，擄獲茶友們的心。此外，資深茶友許願這三款復刻飲品－「冰葡萄柚綠茶」、「冰迴想茶」、「熱巧克力珍珠鮮奶茶」，聲聲呼喚期盼能重新販售。



▲春水許願池茶友呼喚最想回歸經典茶飲（左至右）「冰葡萄柚綠茶」、「冰迴想茶」、「熱巧克力珍珠鮮奶茶」

### 行動響應循環經濟

春水堂與春池玻璃合作由無氏製作設計推出「春水堂 × W 春池計畫 永續循環設計珍珠杯」，邀請民眾一起以行動響應「循環經濟」，以「永續經營價值」概念出發，為台灣社會盡一份心力，期許跨界合作能夠拋磚引玉，透過「永續循環設計珍珠杯」讓更多民眾了解循環經濟的重要性。



有別於西方引進的玻璃器皿，重新以比例調和、飲用角度作為思考，無氏製作經過多次設計調整，採用寬杯口能釋放出茶湯多層次香氣，透過杯體向上抬升，曲線的切分讓杯壁完美貼合手部，方便手持更延續傳統「奉茶」手勢，別具意義。

### 春水堂生日快樂

感謝春水堂的主管、夥伴們全力支持 38 周年生日慶活動，雖然活動後期受到疫情影響禁止內用，仍在最艱難的時期接到茶友溫暖的來電，詢問是否能在外送包裝內放入投稿筷套，讓茶友在家也能參與活動；這些點點滴滴感恩在心，那些支持鼓勵和建議都將化為春水堂走得更遠、更好的動力，謝謝大家。



# 幸福之茶 人情之味

品牌行銷部  
組員——利虹儀

自 2020 年起，疫情改變了生活習慣，雖然人與人間多了 1.5m 的距離，但我們之間的情誼不應該因此疏遠，其實更加需要拉近彼此關懷的心！

以茶串起人情味，是茶湯會 2021 年努力的方向…  
從農曆辛丑年的年初，展開春節活動，延續到夏換季推出的新品宣傳中。

## 春節活動 - 籤首犇幸福

「求好籤，喜迎春」在喜迎新春之時，抽籤詩求個好兆頭，是每年迎接新開始的傳統！茶湯會於今年春節檔期，推出現場消費滿額抽籤詩活動；讓茶友品茶之餘，也能感受到濃厚的年節氣氛，抽吉籤享優惠。

籤筒依照往年春節紅色熱飲杯形象打造，籤詩券上除優惠外，以調茶五訣『選、鮮、調、測、奉』作為五款籤詩文主題，於其中融入健康、事業、姻緣為主題撰寫成吉籤，讓茶友求得好兆頭！並在『籤詩解曰』中強化與飲品連結。「求好籤，飲好運」置入五大茶特性推廣，讓消費者在解籤同時更加了解茶湯的本質。





### 夏季新品上市活動 - 濃就給力 甘芭茶

透過活動標語「濃就給力」讓品牌產飲品特色「茶濃」與新品主角「芭樂」連結，活動主標寓意為：濃茶能夠帶來力量，為你的每一天加油「甘芭茶」，傳遞茶湯會『幸福之茶 人情之味』的品牌訴求，為茶友們打氣！

此檔活動中將亦將消費者普遍認知的「芭樂」好處，融入活動周邊贈品打氣書籤內，其中含優惠截角，背面還有留白處可讓茶友可自行提筆一同響應 # 為生活甘芭茶！

並運用社群平台在人與人之間的串聯便利性；在社群 Instagram，舉辦「# 為生活甘芭茶」的活動，鼓勵茶友購買芭樂新品拍照上傳，為自己、家人、朋友，加油打氣；除了增進茶友間的互動外，還能藉消費者之力宣傳新品，增進品牌能見度。

### 幸福之茶 人情之味

16 年來，茶湯會堅持好茶不須濃妝豔抹的本質，除堅守品質提供幸福好茶之外；「以茶會友」更視為品牌最重要的價值觀；我們會繼續秉持初衷，純粹的從茶與茶，茶與人，人與人之間；續傳遞「幸福之茶，人情之味」的價值。





● 春水興業集團

執行長 劉漢介先生 攝影作品 | 凡鳥