



幸福享樂誌

Sweeten your life

冬季號
Winter Edition 2023

65



幸福享樂誌 Contents

2 漫時光

85°C全面升級
「初.淺.厚.慢」四種新茶湯

4 菟風景

85°C挺你當老闆
開一間小坪數大效益的賺錢門市
中和圓通店
導入自烘燒麵包加麵包配送 成功提高來客率

6 窺新品

烏龍鴛鴦 x 黃金蕎麥
蠟筆小新 8/17起 帥氣上市

8 訪故事

雲林北港店加盟主 廖瓊珠
加盟85°C逾19年
大讚專業研發團隊幫加盟主省力

10 記事本

85°C逾250店推現烤酥脆點心系列
搶攻烘焙市場

85°C獨家首次聯名蠟筆小新公仔蛋糕
引搶購熱潮

12 書鋪子

行銷的多重宇宙：36個無往不利的行銷
創意

ChatGPT網路行銷：利用爆紅AI工具，
創造精準又吸睛的網路商機

14 玩生活

台北懷舊藝術展

刊物發行：美食達人（開豐）股份有限公司 Gourmet Master Co., Ltd (Cayman)

執行總監：公關行銷部副總 鍾靜如

企劃編輯：台灣編輯中心 / 林佳璧、蔡宜玲、洪子婕、黃珮瑜 | 設計編輯：文鴻皓

企業網站：www.85cafe.com

發行日期：2023年11月・創刊日期：2009年5月 | 廣告服務電話專線：(04)35039090 ext：404, 405, 406, 408 編輯中心

咖啡知識小學堂 - 低/無咖啡因的咖啡

喜歡咖啡的香醇味，
但你卻對咖啡因感到敏感？



Decaf (Decaffeinated Coffee)

在2000年後，當咖啡因的優點與缺點越來越平衡下，一些低咖啡因豆開始在市場上出現，許多美國的精品咖啡名店也開始販售。根據歐盟標準，低咖啡因咖啡的定義，是處理過後以重量計咖啡因含量不超過生豆0.1%，也只能叫低咖啡因，不能稱為去咖啡因咖啡。

整個去咖啡因的技術最早從1820年由德國開始，以下介紹四種知名的處理方式

1. 間接溶劑

在這種方式下，咖啡豆會被浸泡在接近沸騰的水中數個小時，會把咖啡因以及許多味道元素萃取至水中，接著把這個水從咖啡豆中分離，加入二氯甲烷或是乙酸乙酯，化學分子會將咖啡因分解出來，再透過加熱蒸發咖啡因，最後的液體再導入咖啡豆中，重新吸收咖啡油脂以及香氣，這種方式在歐洲相當盛行，也有歐洲法、二氯甲烷法、歐洲步驟等名稱。

2. 直接溶劑

這個方式會將咖啡豆先蒸約三十分鐘左右，讓咖啡豆的毛孔受熱打開，然後加入溶劑一起漂洗，通常是使用二氯甲烷或是乙酸乙酯，約十小時後可以移除咖啡因，然後將這些溶劑倒掉，重新蒸咖啡豆去除殘留藥劑，這種方式通常使用乙酸乙酯，也有一稱叫做自然去咖啡因方式或是乙酸乙酯式。

3. 瑞士水處理法

咖啡豆泡入溫水後，咖啡因會溶入水中，以活性碳的器具過濾咖啡因，再將其融液倒回咖啡豆中，這種方式是不使用化學溶劑，反覆的流程讓其保留大部分的風味，也使生豆達到99.9%無咖啡因。

4. 二氧化碳高壓萃取法

在這個方式中，浸泡在水的咖啡豆會放在不鏽鋼桶中，用高壓使釋放出的二氧化碳成為液體，進而萃取出咖啡因，接著這些二氧化碳液會重新回到室溫中變回氣體，這種方式成本較高，通常使用在大量的咖啡豆上。

85°C全面升級「初.淺.厚.慢」四種新茶湯

文：佳瑩

85°C全門市轉換新茶飲菜單，茶湯全面升級，四種新茶湯基底「初露綠茶」、「淺焙青茶」、「厚焙烏龍」和「慢熟紅茶」，每一種茶湯，都有各自獨特合適的水溫才能煮茶，也各有黃金秒數的煮茶時間，消費者點單出杯前再經過獨門工序，讓茶湯風味瞬間覺醒，才能維持長時間風味一致。

初

「初露綠茶」，新鮮茶葉採摘後直接炒菁，破壞茶葉內的酵素活性抑制氧化，屬於未發酵綠茶，接著茶胚再以新鮮茉莉花三窰（薰），就是將茶胚與剛採摘下來的新鮮茉莉花，每次一層茶一層花，層層堆疊靜置，鮮花吐香，茶葉吸香，中間再把茶胚和花攪拌通風繼續均勻吸香，最後揀去凋謝的花渣，再將茶胚烘乾，這樣算一窰（薰），要重覆做三次才算完成三窰（薰），作工繁複，此款初露綠茶喝起來帶有濃郁茉莉花香，又有鮮爽綠茶口感。

淺

「淺焙青茶」屬於半發酵茶，嚴選高山特有茶葉經日光萎凋，讓水份蒸發，放一段時間靜置與攪拌，再進行炒菁，以高溫抑制發酵，接著再揉捻，像揉麵一樣把茶菁的汁揉出來後，最後以淺焙方式烘焙乾燥，沖泡出來的茶，色澤黃金帶綠、清澈透亮，帶點熟火麥香味與梔子花淡雅清香風味，在口感上柔順、甘潤，清新自然的香氣會停留於口腔中。



初露綠茶

淺焙青茶

85°C全新升級紅、綠、青、烏龍等四種茶湯
茶湯色澤由淺到深，由左至右分別為綠茶、青茶、烏龍茶、紅茶。

升穩

茶之金榮耀

The Glory

新茶湯好喝的祕密在於四種茶製茶過程各有不同，以茶色由淺到深，分為綠茶、青茶、烏龍茶和紅茶，就以初、淺、厚、慢做區別。初即淺、厚即慢，四種基底配合內容物及調味，蘊釀碰撞出新茶飲菜單。



厚 - 「厚焙烏龍」也是青茶的其中一種，同樣是半發酵茶，嚴選高山特有茶葉，採用古老的烘焙手法去水保質，香氣沉穩，專注溫度上的控制，焙火過後的烏龍茶，風味醇厚轉甘，明顯的焙火香氣釋放出更潤順圓滑的口感，入口的火香氣十足，麥香耐人尋味！



厚焙烏龍

慢熟紅茶

慢 - 「慢熟紅茶」是全發酵茶，選用斯里蘭卡Ruhuna主要產區茶菁，經過萎凋後進行揉捻，再給予足夠時間發酵氧化，最後烘焙乾燥，泡出來的茶色深紅，香氣甘甜如蜂蜜和焦糖，茶味濃厚深韻。

新茶飲菜單分為六大類，有「茶農鮮摘」基底茶，還有「就是海岩」、「厚調奶茶」、「牧場直送」鮮奶系列、「職人特調」與「季節限定」，新手嚐鮮推薦喝「檸檬烏龍」，酸酸甜甜清爽順口，老饕茶癡推薦「紅茶拿鐵」，鮮奶加上慢熟紅茶的鮮奶茶，絕不踩雷推薦「就是海岩青茶」，青茶搭配一層細緻綿密的海岩奶酪，鹹甜好喝，最愛花香推薦「初露綠茶」，茶中帶著茉莉花香，入口芬芳；全新升級新茶飲，歡迎您來品茶。

85°C挺你當老闆 開一間小坪數大效益的賺錢門市

文 / 圖: Elaine

85°C 中和圓通店

地址：新北市中和區中正路226號
電話：02-22435779
營業時間：07:00 ~ 23:00



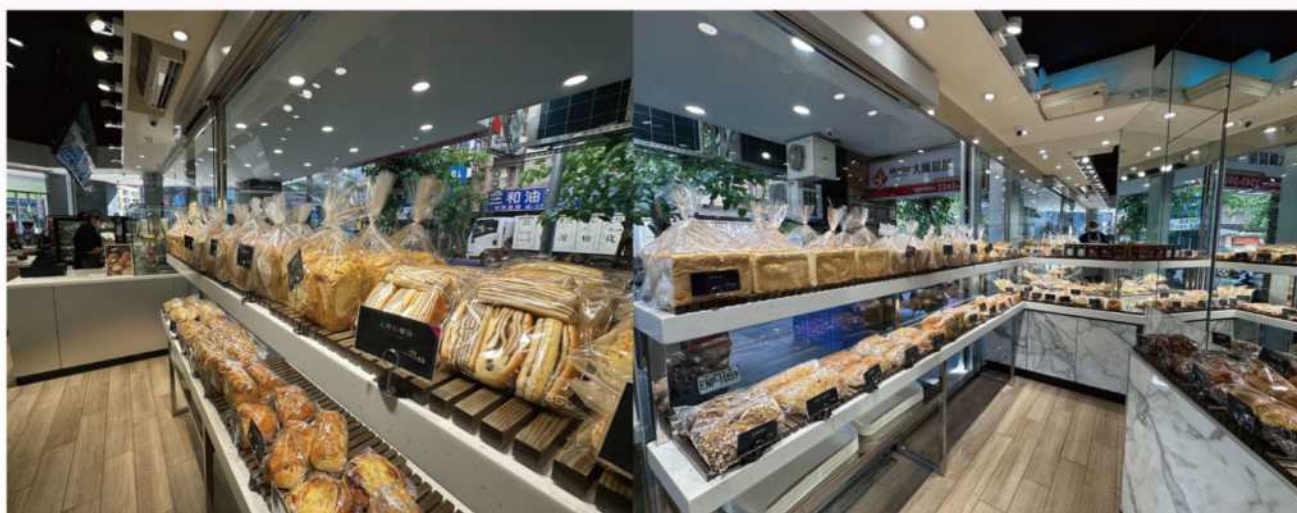
2023年五月啟動整改，七月重新開幕，位於圓通路和中正路口的85°C中和圓通店，全新現代化風格樣貌更顯得活力感。然而改變的不只有裝潢、風格，總公司以示範店模式，用精簡人力利用有效營業空間、增加銷售品項，成功打通門市任督二脈，提升來客率。

不到九坪的營業空間，完整規劃飲料操作區、麵包區、蛋糕櫃還有內外結帳區。小坪數大效益，充分利用每一寸空間，曾經堆積雜物的置物間，重新規劃成小而精巧的麵包區，每天至少有50款以上麵包在架上販售。

過去門市以販售咖啡飲料、蛋糕和少數幾款燒麵包為主，整改後，為了充實麵包區，總公司採取部分自烤和配送麵包，兩個方式雙軌並行。以營造門市的烘焙氛圍的燒麵包，由店員自烘、自烤約有20支產品，加上每天配送的麵包品項30-50款，平均麵包區每天都有50款以上麵包供消費者選擇，成功吸引民眾上門。



中和圓通店 導入自烘燒麵包加麵包配送 成功提高來客率



開幕活動期間，單日最高營業額超過新台幣12萬元，最受歡迎的飲品是大杯冰拿鐵一天賣出498杯，其次是大冰招牌咖啡291杯，再來是大杯冰美式195杯，芙蓉蛋塔218個，菠蘿酥脆泡芙212個。

區顧問表示，整改後每天來客數平均都有300以上，整體帶動飲料、蛋糕品項消費，其中業績提升最多是麵包，約成長300%。顯示這一波新世代門市的行銷模式「導入自烘燒麵包加麵包配送」，不僅讓門市有麵包烘焙氛圍，且品項多元豐富，消費者也反應，選購空間變得舒適，環境乾淨明亮，煥然一新，成功提升來客率。

窺 新品

85°C BAKERY CAFE

AUTUMN FESTIVAL

烏龍鴛鴦 × 黃金蕎麥

Oolong Tea Coffee Latte

Buckwheat Tea

厚實與清爽兼具 秋季新品上市

烏龍鴛鴦拿鐵
大冰 / 中熱
\$75



黃金蕎麥茶
大(冰 / 熱)
\$35



無咖啡因 清爽無負擔



注意事項: 1. 產品圖片僅供參考, 以現場供應為主。2. 如遇不可抗力因素, 本公司保留修改活動辦法之權利, 如有變動以官方網站公告為準。

活動期間: 2023/9/14 ~ 2023/11/11
產品價格及數量/數量以實際為準

蛋糕盒內墊高板
DIY變身為
便條紙盒、筆筒



蠟筆小新
動感拯救世界

\$580 / 造型蛋糕

奶蛋素



85°C
Daily Cafe

蠟筆小新
早安歐嗨唷

\$78 / 小蛋糕



蠟筆小新

8/17起 帥氣上市

限量售完為止

蠟筆小新
野原一家出擊

\$78 / 小蛋糕



蠟筆小新
甜點派對大冒險

\$720 / 造型蛋糕

蛋糕盒內墊高板
DIY變身為
存錢筒、筆筒



蛋糕公仔雙重功能

- ★附磁鐵可當冰箱貼
- ★附穿孔洞當可愛吊飾 (需自行找鑰匙圈或掛繩)

加盟85°C逾19年 大讚專業研發團隊幫加盟主省力

圖 / 文：佳瑩



85°C雲林北港店/嘉義站前店
加盟主 廖瓊珠
加盟資歷19年

85°C雲林北港店在2023年5月底重新整改裝潢，大大的橫招換上紅底白字新招牌，在北港鎮上顯得格外亮眼，經過大同路時很難不被新世代招牌吸引，這是廖瓊珠加盟85°C的第一家店，當年加盟時，85°C在台灣僅有30幾家店，一路走來輾轉已經19年了。

廖瓊珠回想起19年前為何會加盟85°C的原因，她說因為自己愛喝咖啡，透過朋友介紹認識了85°C，親自品嚐後覺得價位和品質CP值很高，於是決定在雲林縣北港鎮開店，剛開始有人不看好她，還笑她，說鄉下地方沒人喝咖啡，但她相信咖啡好喝，而且價位是一般人都能負荷，一定會成功。

廖瓊珠說她曾經開過加油站，但利潤不好，結束後決定再開第二間85°C嘉義站前店，加盟這19年來，有人問她，自己做利潤會比較好，為何要繼續加盟？她說很重要的原因是85°C有強大的專業研發團隊，每個月都會研發新品，像蛋糕、飲料、麵包和伴手禮一直不斷有新品推出，努力跟著時代潮流進步，這也是她認為這19年來，店還在，客人都還在的主要因素。



為何願意加盟85°C長達19年，還有一個原因是區顧問的制度滿好的，因為公司不會讓她找不到人，區顧問是她和總公司中間的橋樑，她隨時隨地可以找得到人處理事情，協助解決問題，不像其他業者，加盟後除了進貨以外，好像就跟總公司失聯。



選對加盟品牌外，廖瓊珠說一定要親力親為管理，親自回總公司上課，了解所有操作步驟，才有辦法管理員工，現在兩家店共20名員工，她說現在普遍的缺工現象，在她這裡沒有造成太大困擾，因為她的員工流動率低，很多是做7~8年的員工，能讓老員工不離不棄的原因是員工分紅制度明確，適當的分潤讓員工更願意為了自己的獎金，努力工作賺取績效，留住第一線員工，門店生意才能長久。



85°C逾250店推現烤酥脆點心系列 搶攻烘焙市場

文:Elaine

除了蛋糕，85°C今年也開發多款門市現烤點心，在全台逾250家門市限定販售，包括「菠蘿酥脆泡芙 - 原味和鹽之花巧克力」、「牛奶起酥捲」和「巧克力起酥捲」，款款酥脆，現烤現吃大受歡迎。

其中牛奶起酥捲使用酥脆起酥殼，經過師傅細心低溫烘烤後，上頭灑上比利時珍珠糖，中間擠入奶香濃郁的牛奶風味餡，使用進口動物性鮮奶油與卡士達風味餡調配，有如布丁的滑順口感。

巧克力起酥捲內餡則是再加入頂級比利時嘉麗寶巧克力與西班牙鹽之花調和，入口卡滋酥脆，甜而不膩，香濃可口！加上先前推出的菠蘿酥脆泡芙，獨創牛奶風味泡芙餡和鹽之花巧克力口味，搭配表皮酥脆的日式菠蘿泡芙，外殼酥脆內餡冰涼爽口，讓人忍不住一口接一口。



85°C獨家首次聯名蠟筆小新公仔蛋糕 引搶購熱潮

文:Elaine

2016年10月85°C在市面上，推出第一款HELLO KITTY肖像蛋糕，深受消費者熱愛。這些年不斷推陳出新，就是希望帶給消費者不同的體驗感受。

歷經一年的規劃與研發，85°C這一回獨家聯名蠟筆小新公仔蛋糕，推出兩款整模、兩款切片，蛋糕設計以色彩繽紛元素搭配多個標誌性的角色，將卡通場景生動復刻到蛋糕上，而上頭的蠟筆小新公仔，還能轉換成可愛的冰箱磁鐵或吊飾，四款蛋糕搭配各自的專屬蛋糕盒，裡面的內墊高板，可以自己動手DIY，做成超卡哇伊的便條紙盒、筆筒或存錢筒，可用來收納文具用品，兼具美感與實用環保功能，好吃好玩一次滿足。8月17日上市，引起不少粉絲搶購預定，全台數量只有八萬七千個。

行銷的多重宇宙：36個無往不利的行銷創意

作者：陳偉航
出版社：時報文化出版企業股份有限公司

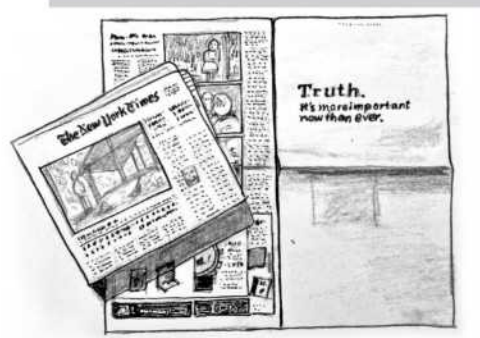


進入行銷的花花世界，你可能會迷失方向，摸不著頭緒，但在這個充滿無限可能、多重創意的浩瀚宇宙中，永遠能發掘出一條全新的路徑！

精選剖析36個經典行銷實例，刺激你我的靈感與感官，讓最大膽的創意點子從腦袋中迸發吧！

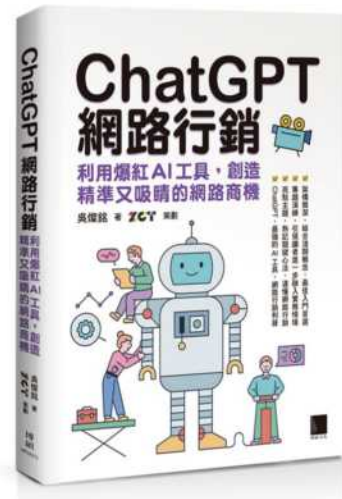
從元宇宙、NFT到AI人工智慧、ChatGPT，科技為市場與行銷帶來驚奇，運用得當將成為強大利器。

Instagram、Facebook、YouTube等社群已成為生活密不可分的一部分，當全球知名品牌：可口可樂、BMW、多芬、Nike、達美樂……都已自發性的投入了行銷轉型的創新嘗試時，其他的企業和品牌，又怎麼能夠繼續在原地踏步？！



ChatGPT網路行銷：利用爆紅AI工具，創造精準又吸睛的網路商機

作者：吳燦銘 著、ZCT 策劃
出版社：博碩文化



了解網路、選對工具，掌握關鍵影響力，創造
流量密碼活絡網路買氣

本書以輕鬆入門的方式，系統化地介紹網路行銷的重要知識與行銷工具，亮點資訊包括：網路行銷4P、網路STP策略規劃、網路廣告、Email行銷、EDM行銷、病毒式行銷、飢餓行銷、行動裝置線上服務平台、App行銷、行動支付、電商網站製作、UI/UX、社群行銷、YouTube行銷、微電影行銷、大數據行銷、全通路攻略、擴增實境 (AR) 行銷、虛擬實境 (VR) 行銷、智慧家電行銷、ChatGPT在行銷領域的應用、GPT-4撰寫行銷文、AI寫FB (或IG、Google、短影片) 文案、利用ChatGPT發想企劃案、SEO、關鍵字廣告、網紅行銷...等。



台北懷舊藝術展

文:LUNA /

圖:唱 我們的歌 流行音樂故事展 / udnFunLife聯合數位文創提供

唱 我們的歌 流行音樂故事展 MUSIC, ISLAND, STORIES: POP MUSIC IN TAIWAN

展覽時間：每週二-週日10:00-18:00

最後開放入場16:30

展覽地點：臺北流行音樂中心文化館4~6樓

但你有想過，音樂不僅是音樂，它能訴說故事、代表歷史，更能承載你我的夢想。接下來小編要介紹自己私心最喜歡的展覽，那就是「唱 我們的歌 流行音樂故事展」，快跟著小編一起進入音樂的世界吧！

一進入展場後會先看到可以說是早期臺灣流行音樂的發展見證人「臺北圓環」，轉身來到「時代電器行」，這邊放著充滿時代眼淚的電子設備，從卡式隨身聽、手提式收錄音機、黑白與彩色電視機，電視機裡還放著早期的電視節目，可以找找哪些是你身處年代使用的設備與必看的節目呢？

接著向右轉，來到「臺北戲院」，戲院還有售票口，上方寫著當年熱播的電影，又是個不小心透漏年齡的地方，還有「火車火車」，不僅場景模擬了火車車廂，連火車行進時從窗戶看出去的景色與火車進站、離站的場景都非常寫實，真的是細節滿滿！





許多展區上方都展示著對該時期有重大貢獻與活躍的音樂人的唱片，甚至還有該音樂人的手稿與使用的樂器與音樂器材，展區下方也有對該音樂人的介紹，在這些展區更能發現臺灣音樂有著豐富多元的文化外，也充滿抒情、搖滾、舞曲、嘻哈、R&B、電音等各式曲風。

來到「唱片的出生」展現了一張專輯是如何完成的，才知道原來唱片不單單只有創作與錄音，中間更有配唱、後期製作到視覺設計、行銷宣傳等，而這每一個環節都需要有專業工作者分工合作，真是一大工程呢！最後，別錯過生命的現場（演唱會體驗區），展覽團隊採用大型四面投影，並結合精心規劃的舞台燈光，讓你重新回到演唱會現場，此時此刻，你只需要沉浸在音樂裡，並好好享受音樂帶給你的震撼。

進入展場前會先拿到耳機，在展覽期間耳機也不必親自調頻，走到相應的展區就會自動導覽內容與歌曲，能讓你更好的身處在音樂的世界裡，這點真的是超級貼心，展覽是由六樓入場往下導覽一路到四樓，連樓梯牆面上也都有歌詞，小編覺得這場展覽最棒的點就是不分年齡、性別，都可以在展覽中找到屬於自己的回憶，也能從中得知臺灣音樂史的成長過程，這麼特別的展覽，快去體驗看看吧！



THE DORAEMON EXHIBITION TAIPEI 2023 THE 哆啦A夢展

12.16 — 4.7 中正紀念堂 1 展廳



「如果有哆啦A夢在就好了」今天也這麼想著。

村上隆「哆啦A夢與我」 新嘉坡亞洲藝術中心 2014 年 12 月 11 日 Takashi Murakami/Kokoro nikko, Ltd All Rights Reserved. © Fujiko-Pro

THE哆啦A夢展 台北 2023

展覽日期：2023/12/16(六)~2024/04/07(日)

展覽地點：中正紀念堂1展廳

「每個人心中都有一個哆啦A夢！」不論是大朋友還小朋友，相信這隻全世界最有名的貓型機器人一定有參與你的童年，哆啦A夢激發了不只全日本，甚至全球許多人的夢想，以此為契機，誕生了《THE哆啦A夢展》，集結村上隆、奈良美智、蜷川實花等28組日本知名藝術家，以「我心中的哆啦A夢」為主題，創作出富有想像力且獨一無二的作品。

《THE哆啦A夢展》從東京起跑，在日本巡迴10多個城市後，終於來到臺灣啦！今年 12/16(六) 於紀念堂1展廳登場，主辦單位還特地選在哆啦A夢生日當天 9/3(日) 於udn售票網搶先獨家開賣，更推出期間限定《THE哆啦A夢展 台北 2023》圖錄套票，除了能一次收藏展覽所展示的作品外，還包含藝術家的創作契機及訪談，另外還推出日本進口的村上隆資料夾套票，展覽現場有日本藝術家與哆啦A夢聯名商品，身為哆啦A夢的鐵粉們怎麼能錯過呢！



© YOSHITOMO NARA 2017 © Fujiko-Pro



衡山基金會

HENG-SHAN SOCIAL WELFARE FOUNDATION



衡山之家

衡山偕手 讓愛補漏

E-mail: hengshanhengshan@gmail.com
捐款來電: 04-22381610

衡山基金會主要服務精神障礙者，我們有兩大任務：籌建全日型精神復健機構「衡山之家」，提供精障朋友安居和復健服務；全台成立「衡山行善團」，幫助精障弱勢家庭修繕破舊的家屋設備，讓弱勢家庭有個安全的家。



衡山行善團

2023 ECO BAG 



永續小舖 新品上市

消費任一商品加價購

\$149 元手提購物袋

尺寸：寬41x側邊11x高33cm 材質：麻布

綠色生活 從袋開始▶



注意事項：1. 麻布屬天然材質，有輕微掉屑或上色不均屬天然狀況(非瑕疵品)，新品會有少許味道可放置於通風處幾日即可，印刷如有脫落或褪色為正常現象
2. 麻布袋材質布為凹凸面，印刷會呈現斑駁感，無法飽滿的狀況，屬於自然的現象 3. 本活動消費1個商品可加購1個，消費2個商品可加購2個，以此類推，數量有限 4. 如遇不可抗因素，本公司保留修改活動辦法之權利，如有變更以門市現場公告為主 5. 產品圖片僅供參考，實品以門市實際實物為準

使用日期：2023/12/15-2023/12/31
最終解释权歸本公司所有