



向德國合作社取經

引路者

消費合作社百年運動的養成

老字號新活法！

彈性 多元 嘗試的合作之道

SuperCoop 合作超市

實踐公道透明的共好生活

2022合作找幸福 合作社的 民主治理

DATE
2022 10.22 六

TIME 9:20~17:00

地點/ 台中市北屯區文心路四段936號
3樓之1(306會議室)

報名方式/ 掃QRCode填寫線上報名表



報名資訊

指導單位/ 內政部

主辦單位/ 主婦聯盟合作社

向德國合作社取經



SuperCoop 的街邊
招募社員廣告 (陳郁玲 / 攝)

編輯的話

難得一趟出國到歐洲結果不是去玩，而是花二個月時間，採訪逾 30 個合作社與相關機構！每每想到這點，我就非常感謝台南分社社員陳怡樺與台南分社海安站主委陳郁玲，她們這回帶來的專題報導：向德國合作社取經，真的非常精彩！

警告，以下有雷，請斟酌閱讀。柏林中央消費合作社成立於 1949 年，在不同政權的轉移下至今仍然活躍。其主要財源是咖啡公司與刷具公司，甚至還有二個旅館、一個商業租賃空間，經營面向多元，持續與時俱進。萊比錫消費合作社有 137 年歷史，在 1923 年已經每天提供七萬五千個家庭的日常生活所需，如今有 61 個門市，是當地市佔率最高的零售通路，銷售額達 1.7 億歐元。今年三月新大樓成立，一樓是門市，二樓有護理機構進駐，其他樓層將提供無障礙住宅服務。他們覺得滿足社員的需求，才是營運根本。

主婦聯盟消費合作社雖然還不到百年歷史，但有一位百歲人瑞班員趙奶奶，目前牙口以軟食為主的她，最常食用的是什錦粥品與合作社的麵線。趙奶奶純樸堅毅，跟合作社的本質很像。東西文化雖然不同，但合作社的本質無二，在向西方取經的同時，我們不忘初心，持續邁步前進。(文/陳建竹)

版權

2022 年 10 月 / 222 期

中華郵政台北誌字第 246 號執照登記為雜誌交寄

ISSN : 2521-4535 Printed in Taiwan

發行人 | 彭桂枝

編輯委員 | 于有慧、巫佩純、許淑惠、林其菱、張惠娟、莊雅真、
陳玲珠、謝文綺、高慧蓓

副總編輯 | 陳建竹

主編 | 黃榆晴

特約編輯 | 李婉婷

文字校對 | 高靖敏

美術設計 | 何柏毅、鍾佳妤

封面攝影 | 陳郁玲

製版印刷 | 鉅誠印刷實業有限公司

台灣主婦聯盟生活消費合作社總社

地址 | 241 新北市三重區重新路五段 408 巷 18 號

電話 | 02-2999-6122

專題報導

04 向德國合作社取經 文/陳怡樺

05 引路者：消費合作社百年運動的養成 文/陳怡樺

09 老字號新活法！彈性、多元、嘗試的合作之道 文/陳怡樺

12 SuperCoop 合作超市 實踐公道透明的共好生活 文/陳怡樺

產品平台

14 益生菌維持消化道機能 讓生活擁有好品質 文/莊佩珊

生產者 talk

16 三日苗超級食物再升級 將鮮活的營養吃下肚 文/曾怡陵

合作脈動

18 邁向共同目標：中長期計畫的形構 文/溫昆庭

合作知識 +

20 用教育點燃熱情 合作社讓世界更美好 文/林玉珮

永續生活

22 《HOMING 找家：回到人與萬物共存的希望星球》
對的選擇萬物共榮 文/于有慧

主婦食堂

24 海陸三鬆巧食 美味的助攻手「香鬆」
食譜設計/蘇以寧 文/莊佩珊

站所の散步

28 走訪員林 漫步古鎮感受歷史的美
佇站夥伴：莊惠如 文/陳建竹

31 社員來信特別版：探訪百歲班員趙奶奶 文/胡育慈



官方網站



加入 Line 好友



Facebook 專頁

向德國合作社取經



德國工會聯合會北區分部 (DGB-BEZIRK Nord) 工會大樓外觀。

引路者

消費合作社 百年運動的養成

文／陳怡樺 (The German-Asian Fellow, IJP) 攝影／陳郁玲·台南分社海安站主委

百多年以來，德國政體從君主立憲轉變為民主共和，經歷一戰、二戰、冷戰時期四國分治等巨變。對照歷史變革的同一時期，封建制度解體、工業革命開展，在兩位精神領袖舒爾茨·德里奇 (Franz Hermann Schulze-Delitzsch, 1808-1883) 和海菲森 (Friedrich Wilhelm Raiffeisen, 1818-1888) 的開創下，為合作社運動奠定深厚根基，面對政體轉變，合作社發展仍跌宕興衰，位居其中的消費合作社運動更是一頁盤根錯節的篇章。

今年夏天，在德國 International Journalists' Programmes 的贊助下，台南分社社員陳怡樺、台南分社海安站主委陳郁玲以「合作經濟」為題，為期兩個月，完成逾 30 個合作社與機構的採訪，從聯邦層級、區域層級到個別層級，時間跨度從起源於 19 世紀中期，到近五年成立的新興合作社，類型跨媒體、社會服務、空間利用、消費、農業、紀年服務等不同業別的合作社，完成這次大型的專題報導，內容非常精彩，有許多值得國內合作社學習之處。

文／陳怡樺 (The German-Asian Fellow, IJP) 攝影／陳郁玲·台南分社海安站主委



博物館入口處立有 Adolf-von-Elm-Denkmal 雕像。煙草工人出身的他，是工會成員、社會民主黨黨員，也是 PRO 創始人之一。

源自羅虛戴爾、德國勞工運動催生消費合作社

漢堡合作社博物館（Hamburger Genossenschafts-Museum）裡，以「Produktion」為主題的展區，細細地訴說了一段曲折的歷史。故事從 1896 年 11 月 21 日那天開始，德國漢堡碼頭工人發動罷工運動，逾一萬七千人參與，提高工資、執行八小時的工作制是主要訴求。過程中，當局以武力鎮壓，對碼頭實施戒嚴，超過 500 名罷工者遭到逮捕。罷工仍持續到隔年二月六日，最後資方讓步，長達 11 週的罷工行動告終。

這場罷工行動結束後，工人的團結意識高漲，也體認到一旦缺乏資金，任何行動都將無以為繼。為了持續組織行動，歷時兩年的籌備，工會、社會民主黨與合作社運動三股力量的串聯下，1899 年二月三日，集消費、住宅、儲蓄互助三項業務於一身的消費合作社「生產」（Konsum-, Bau- und Sparvereins "Produktion", 簡稱 PRO）完成註冊。創立之初，PRO 設了一筆緊急金，專用於因罷工產生的費用。直到 1930 年，PRO 已擁有將近 15 萬名社員，超過 100 個門市、1,500 名員工，以及烘焙工廠、屠宰場等 15 個自營工廠，年營業額達 2,000 萬馬克。

PRO 的起始源自英國羅虛戴爾公平先驅社（Rochdale Principles），貧窮的勞動者想改善生活條件，自救自助自立，亦創造工作機會；提供給社員平價實惠的產品，以穩定勞動者的日常所需，是消費合作社的理念。

合作社運動與勞動者同行

2002 年起，德國消費者合作社中央協會（Zentralverband deutscher Konsumgenossenschaften e.V., 簡稱 ZdK）董事會發言人馬帝亞斯·費德勒（Mathias Fiedler）成為 ZdK 與歐洲合作社聯盟（Euro Coop）董事會成員，2019 年接任 Euro Coop 主席。對德國消費合作社的古往今來，知之甚詳，由他帶領我們走逛漢堡合作社博物館，彷彿走進時光隧道。



德國消費者合作社中央協會董事會發言人馬帝亞斯·費德勒。

19 世紀初的漢堡是德國勞工運動的重鎮。「我們身處的建築物屬於工會，德國消費合作社運動與工會運動開始於相似的背景，關係密切由此可知。」費德勒談到，德國消費合作社運動盛行於 19 世紀末、20 世紀初期，當時也是工會運動和社會民主黨（SPD）發展的重要時期，三者緊密互動、腳步一致。歷經重建、搬遷，ZdK 總部和漢堡合作社博物館始終設在德國工會聯合會北區分部（DGB-BEZIRK Nord）的大樓裡，從 11 樓朝下俯視，有如站在歷史的接點。

1903 年成立的 ZdK 是全國性組織，也是國際合作聯盟（ICA）的會員，1922 年前後，德國消費合作社運動的發展達到鼎盛，擁有超過 1,300 個會員合作社，營業總額達 12.4 億德國馬克。因此，當時合作社運動被稱為勞工運動的第三支柱。

ZdK 主要任務是為成員向政府、議會進行協調工作並爭取權益，也為成員提供法律建議。採訪過程中，費德勒正在等司法部長的電話，「受到疫情影響，德國政府以臨時辦法，讓合作社能以視訊等方式召開會議，有效期只到八月底。」他說，各合作社希望藉此機會修法，未來仍可以線上形式召開相關會議，以便利社員與會，增加參與率。



早期消費合作社常見的收銀機。

消費合作社運動的黑暗期

1933 年，納粹執政，同年五月，ZdK 漢堡總部僱員被捕，遭納粹佔領後解散，直到二戰後才恢復運作。消費合作社運動發展經歷一連串的打擊，潰不成軍。

「當時的政府利用修法等各種方式，針對性地摧毀消費合作社運動。」以 1934 年以一月一日生效的《折扣法》為例，現金支付的折扣不得超過商品價格的 3%，此法表面上是政府介入市場競爭的經濟政策，實際上是破壞消費合作社運作的手段，讓消費合作社失去競爭優勢。費德勒說，許多合作社給予社員的折扣多達 10%，此項限制對消費合作社的經營無疑是一大重擊。



肥皂是許多消費合作社創社初期最常見的產品之一。

「當時，消費合作社多設有儲蓄功能，合作社以社員的存款作為資金自建門市，或興建供社員使用的公寓。」費德勒提到，納粹政府禁止消費合作社提供儲蓄服務，且要求將存款返還社員，導致流動資金不足，許多合作社瀕臨破產，同時，納粹也透過其他方式將合作社的資產轉為「國有」，實則轉賣給他人，使眾多合作社資產易主成為私有。

二戰結束後，各地的消費合作社聯合起來，試圖重建網絡。然而事與願違，多數消費合作社倒閉。費德勒說，僅有東德少數消費合作社與新的批發供應夥伴合作，仍正常營運，如萊比錫消費合作社（下篇文章介紹）、德勒斯登消費合作社等。

1960年代以後，市場型態改變，折扣型超市大舉攻佔零售市場，仍以傳統型態營運的消費合作社，難以招架。1970年代，消費合作社間針對「是否轉型（改變法律形式）」進行長時間的討論。費德勒談到，遺憾的是，當時主流意見認為股份公司（Aktiengesellschaft, AG）是比合作社更好的商業模式。1974年10月，PRO召開臨時代表大會，同意改制為股份公司。隔年，近八萬名社員出售股份，社員數減少約五成。

當時的西德，95%的消費合作社已然改制為股份公司。隨後，這些公司合併為Coop AG，PRO也在



除了捐贈品，館內也有從其它平台收集的小物件。

其中。1980年末，Coop AG董事會成員爆發偽造財務報告、欺詐、掏空等醜聞後解散，這也是戰後德國最大的經濟醜聞之一。費德勒說，「結果證明改變商業形式並非治本之道，反而加速了併購行動的進程，讓消費合作社的核心價值跌入深淵，甚至難以翻身。」

新型態消費合作社方興未艾

在德國，許多不足千人民居的鄉村地區，大型超市無利可圖不願設點。因應需求，全德國有超過400個以市民為主體的社區商店成立，部分註冊為合作社。「小村子的居民不只是為了買東西而成立商店，而是希望村子更活絡。」費德勒談到，聚會點通常是社區商店的重要功能之一，結合咖啡店是社區商店常見的經營型態，有時也舉辦活動、課程。「賺取更多利潤不是最重要的事，而是提供更多元的服務給社員。」他指著一張1956年西德的消費合作社文宣說，這是最喜歡的海報，充分展現消費合作社讓人們聚在一起的核心價值。

此外，由消費者和農友共同組成的社區支持型農業合作社正在興起，目前約有近300個組織，多數以合作社為營運模式，「不論是市民商店、或是社區支持型農業，成立初衷正是共同需求。」費德勒說，新型態的消費合作社運動正在展開，非常值得期待。

時至今日，不論是新消費浪潮下的合作社，或是為數不多但仍屹立不搖的消費合作社，都持續奉行著漢堡合作社博物館創辦人伯查德·博舍（Burchard Bösche）的信念：「公司只是一堆錢的組合，這些錢的存在意義是累積更多財富。合作社則是由一群想讓一切變得更好的人組合而成。」



漢堡合作社博物館
Hamburger Genossenschafts-Museum

位於漢堡的合作社博物館於2014年五月成立，創立人暨第一任館長為伯查德·博舍（Burchard Bösche），以德國合作社運動發展歷史為策展主軸，其中又以消費合作社的展品最為豐富，囊括東德與西德時期，展品多由合作社捐贈，最古老的文件書籍為1855年的歷史文件。

Coop



萊比錫消費合作社德里奇（Delitzsch）門市。

老字號新活法！

彈性多元嘗試的合作之道

文／陳怡禛（The German-Asian Fellow, IJP）攝影／陳郁玲·台南分社海安站主委



中央消費合作社對外關係暨社員服務部門負責人卡侯拉·袍莉（Carola Pauly）。

德國中央消費合作社與萊比錫消費合作社，兩者一百多年來的變革與進步，有許多值得學習的地方。

特殊的歷史產物

位在柏林的中央消費合作社（Zentralkonsum Eg）成立於1949年，是歷史的產物，具有特別定位。前身是蘇聯佔領區成立的「德國消費者合作社協會」（Verbandes Deutscher Konsumgenossenschaften, VDK），當時重建超過30個消費合作社，約50萬名社員，所屬成員合作社皆以「Konsum」為名運作，是東德消費者合作社的核心組織，1972年更名為「東德消費者合作社」（Konsumgenossenschaften der DDR），2008年更名為「中央消費合作社」（Zentral

Konsum eG，下稱中央消費社）。從組織名稱的改變，可完整看到歷史更迭、政權移轉。

納粹執政期間，消費者合作社被迫清算、面臨破產倒閉，最終遭沒收。此外，多次修立《合作社法》，加強嚴格對合作社的管理及控制。進入東德階段，以註冊形式而論，「德國消費者合作社協會」屬私營單位，理應與社會主義經濟體系不相容，「當時需要消費促進經濟發展，合作經濟以模糊地帶的方式納入國家計畫。」中央消費社對外關係暨社員服務部門負責人卡侯拉·袍莉（Carola Pauly）談到，為社員所共同擁有的合作社，卻受到國家法規的嚴格約束。

1990年代，兩德統一後，從計劃經濟轉向市場經濟，東德人的消費習慣改變，個別消費合作社採取不同的策略因應危機。有些選擇合併、有些選擇縮編、有些則與其他批發合作社成為夥伴。時至今日，僅剩原東德地區留有12個消費合作社持續運作著。

獨一無二的合作社組織

中央消費社屬二級合作社，區域內有31個直接社員，形式從合作社到公司皆有；以舊東德為服務區域，主要任務以區域層級的位階從事政策遊說，提供區域內組織相關諮詢及教育服務等工作。「因應疫情衝擊，聯邦政府提出為期六個月的增值稅調降方案，這類稅務應變諮詢，即由中央消費社提供服務。」袍莉也談到，他們會協助區域類的消費合作社工作人員做培訓等課程。

由中央消費社百分之百持股的Röstfein咖啡公司與Brushesmann刷具公司是主要財源。1908年創立的Röstfein咖啡公司（原稱「Kathreiner」），1945年遭東德政府徵用後，法律地位不明確，三年後，轉移至德國消費者合作社協會，而後更名

Röstfein；Brushesmann刷具公司則是1925年成立，1952年併入德國消費者合作社協會。另，「東德時期，大部分的企業設有員工旅館，供員工休假使用。」袍莉說，中央消費社持有兩個旅館、一個商業租賃空間。

歷史長河漫漫，回望德國消費合作社的曲折發展，有趣的是，中央消費社的多元樣貌，讓德國人有機會更認識合作社。

早期德國最大的消費者組織

2022年國際合作節正值「舒爾茨·德里奇博物館」（Schulze-Delitzsch-Haus）成立30週年，館方與萊比錫消費合作社（Konsum Leipzig eG，下稱萊比錫消費社）聯合舉辦慶祝活動。這天，遇見了萊比錫消費社市場部主管西比勒·魯樂（Sybille Rühle），站在博物館外的攤位上，有機會認識這個已有137年歷史的老品牌消費合作社。

1870年代的萊比錫深受工業革命影響，工廠如雨後春筍般興立，勞工湧入，人口增加。「提供社員平價實惠的產品是消費合作社的理念。」在德

國，許多消費合作社由工會成員成立。1884年四月，在萊比錫郊區，由勞動者、工會成員與社會民主黨共同成立萊比錫-普拉格維茨消費合作社（Konsumverein Leipzig-Plagwitz gründeten），是當時德國最大的消費者組織。同年八月第一家商店開幕，1890年成立麵包店，10年後興建烘焙工廠，此時社員已突破三萬人；1923年，每天提供七萬五千個家庭的日常所需。

社員需求是營運根本

走過納粹執政、零售業遭逢巨變的黑暗期。如今，萊比錫消費社已設有61個門市，是當地市佔率最高的零售通路，銷售額達1.7億歐元，擁有超過1,000名職員、兩萬八千名社員，更是全德國營運最成功且穩定的消費合作社；亦是中央消費社的社員之一。

兩德統一後，原東德的消費合作社缺乏通路，陸續和西德的供應商建立合作關係，1990年起，萊比錫消費社也開始與Edeka（德國第一大零售商採購合作社）合作。根據其2021年年報統計，該年度每天平均有四萬八千名社員進店採買；單次平均



1



2

1 Röstfein 咖啡公司的各式咖啡產品在一般超市皆有販售。
2 萊比錫消費合作社和 Edeka 長期合作。

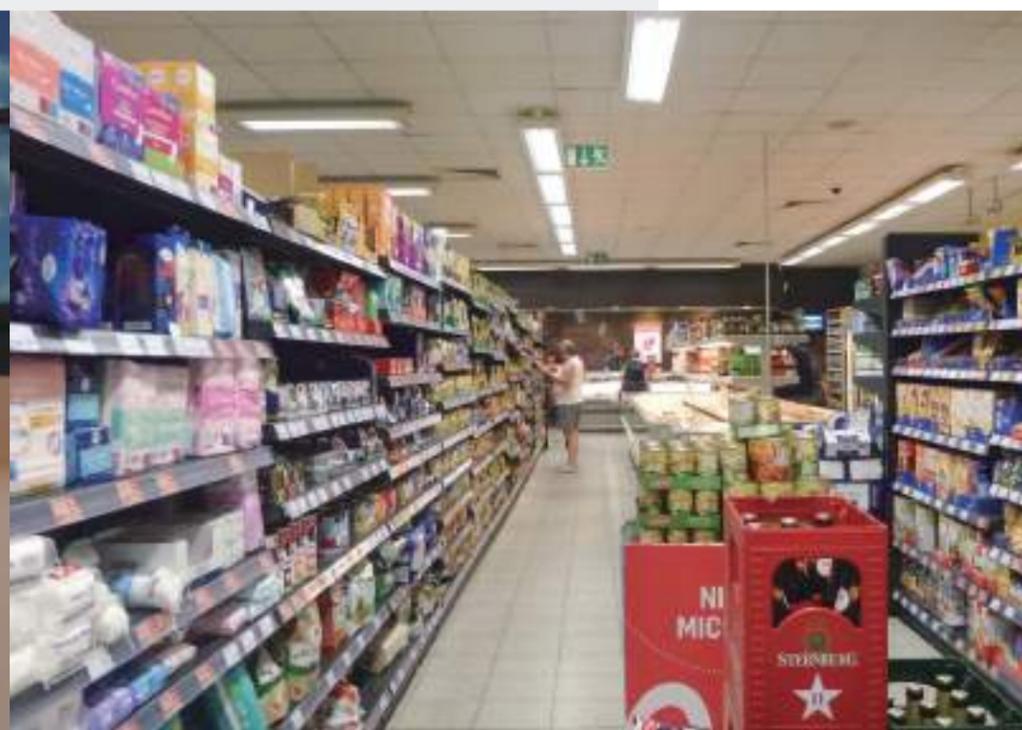
消費金額11.7歐元。魯樂談到，社內提供超過一萬種商品，將近九成的產品來自Edeka，門市沒有設置倉儲，也沒有物流，每週約三至五次由Edeka進貨，補充生鮮類產品。

萊比錫消費社的營運策略是門市規模因地制宜，供應品項視客群需求彈性調整。每次開闢新門市前，營運團隊會進行「選址小旅行」，如鄰近地區有沒有學校、屬於什麼類型的區域、有沒有停車場都是評估重點。「依照門市所在區域的特性及門市大小，供應適合的產品。」魯樂說，小規模門市面積約75坪，大規模門市面積從150坪到360坪不等，若門市在大學附近會供應較多種類的冷凍食品；若門市位在銀髮族較多的住宅，則以生鮮蔬果為主；若門市在小家庭型態為主的區域，則會設置麵包區等日用品；位在商業區的門市則提供較多種類的即食品。

今年三月，萊比錫消費社位在城南的自建大樓落成，結合零售、長照等綜合型業務。一樓是門市及烘焙坊，二樓預計由日托護理機構進駐，其他樓層未來將提供混齡的無障礙住宅服務。這是全新的嘗試，消費合作社的根本是社員需求，踩穩每一步，才能緩緩向前。🌱



萊比錫消費合作社市場部主管西比勒·魯樂（Sybille Rühle）（左）。



萊比錫消費合作社門市內部。

SuperCoop合作超市

實踐公道透明的 共好生活

文／陳怡樺 (The German-Asian Fellow, IJP)
攝影／陳郁玲·台南分社海安站主委

△ 作超市 SuperCoop Berlin eG (下稱 SuperCoop) 於 2020 年十月七日成立，屬於新型態的超市，主要供應有機、永續及在地的食物和日用品。成立初期，僅有近 40 位社員加入，以每週在線上訂貨系統下單，再到取貨點領取的小規模實驗性營運。2021 年五月，從柏林南邊的諾易肯恩 (Neukölln) 搬到北邊的威丁 (Wedding) 後，位在兩個地鐵站間，門前是輕軌站，交通方便，如今，社員數已成長至 933 名，小而美的 SuperCoop，社員們卻擁有高度的自主性。

「超級」「好」的合作社

此行，一共去了 SuperCoop 三趟，第一次是大門沒開，從後院誤闖，第二次是每月最後一個週六的非社員開放日，第三次是為了採訪，每次收穫都不同。今年五月之前，原本的 SuperCoop 只有 75 坪大，倉儲空間不夠，誤闖 SuperCoop 那次，遇上社員正在整理隔壁的 200 坪空間，再次拜訪時，新辦公室、兒童遊戲區、倉儲區、冷藏室和食物處理室皆正式上工，加入為社員服務的行列。

SuperCoop 取了英文的「超級」和德文的「好」兩種意思。「一開始透過募資，累積籌辦資金。」SuperCoop 社員斯范·哈斯 (Sven Haas) 說，最早期的社員透過不同活動，讓大家知道 SuperCoop 正在籌備。

「任何人都可以成為社員。」他接著說，入社時需一次繳交 100 歐元股金和 10 歐元的手續費，並參與入社說明會，完整了解 SuperCoop 的運作，以及



SuperCoop 的街邊招募社員廣告。

社員的權利義務。目前 SuperCoop 提供德語和英語的入社解說，紙本文宣則譯有土耳其語、阿拉伯語、波蘭語、保加利亞語、法語等版本。

打破超市陋習 產銷彼此共好

「SuperCoop 不太和生產者議價。」哈斯說明，小品牌或區域型的產品議價空間有限，進入超市的成本也高，銷售過程中，生產者容易被剝削，同時消費者也花更多的錢，居間的超市反而因此獲利；甚至，有些超市為了降價競爭，壓低進價，讓消費者感受到在這裡買東西很便宜，實際上犧牲的是生產者的利益。

「SuperCoop 希望做到定價透明公道，生產者的成本加 23% 的管銷費等於售價。」哈斯談到，第一次走進 SuperCoop，可能會感覺這裡不那麼便宜，但認真和其他通路比較蔬果和無包裝區的用品，會發現 SuperCoop 的價格合理公道。買賣價格之間的價差用來支付門市的營運費用，以及五位專、兼職員工薪資，但全職員工的薪水還是較其他公司同職位者相對低。

1973 年，在紐約布魯克林區開業的 Park slope Food Coop (註) 是 SuperCoop 的榜樣。「所有的社員每個月必須在合作社擔任志工三小時，從開門打烊、清潔打掃、上架理貨、結帳收銀到網路工作。」哈斯說，合作社由社員運作是核心原則，因此人事成本較低，也是產品價格合理的原因。

社員民主討論 共同承擔結果

作為一個社員共有、民主治理的合作社，面對爭議，如何處理呢？在德國，棕櫚油的使用一直備受爭議；有人認為棕櫚油便宜，可減少成本，也有人認為，砍伐熱帶雨林，破壞環境。「有社員認為，SuperCoop 是守護環境、支持永續的超市，不應該使用棕櫚油。」哈斯說，以「SuperCoop 需要使用棕櫚油的产品嗎？」為題，舉辦過很多次線上會議，表決結果是 65% 的社員認為維持使用棕櫚油的产品，但來源必須永續且有機。

此外，今年三月，因應疫情，德國政府僅維持在大眾運輸需配戴口罩的硬性規定，進入室內則不需

要配戴口罩。SuperCoop 也針對此議題進行討論，並舉辦線上投票，表決結果是，為了保護全職工作人員和志工健康，只要任何一位夥伴生病，合作社的工作就得被迫中斷，因此維持進入門市需戴口罩之規則。當然也有意見一致的時候，SuperCoop 社員決議，不支持過度使用能源的产品。哈斯說，「我們接受種在溫室裡的蔬果，但不接受開暖氣的溫室，所以我們經常要面對『為什麼冬天沒有番茄』的詢問。」

德國消費者合作社中央協會 (Zentralverband deutscher Konsumgenossenschaften e.V., ZdK) 董事會發言人馬帝亞斯·費德勒 (Mathias Fiedler) 認為，德國消費合作社運動的第三波浪潮正在興起，擁有共同需求的市民共組商店並扮演重要角色。然而，位在柏林市區的 SuperCoop，除了共同需求外，想改變產業現況的衝勁，正是那顆點亮黑夜的星星。^④

註：屬消費合作社，以價格合理、提供在地產品為主，社員每月需貢獻 165 分鐘志願服務時間。



1 SuperCoop 的大門入口。
2 SuperCoop 社員斯范·哈斯 (Sven Haas) 協助對外推廣工作。
3 清潔用品的無包裝區。
4 SuperCoop 的人力貨車，供社員外借使用，也作為每週到合作的烘焙坊載運麵包之用。



益生菌 維持消化道機能 讓生活擁有好品質

文／莊佩珊·北南分社社員 照片提供／惠生研生物科技

現代生活樣態改變，各式壓力與忙碌的時程導致作息不正常，外食比例高、蔬果攝取不足，各種身體不適隨之而來。近來，另一個受重視的概念則是聚焦腸道，藉由平衡腸道菌叢來調整體質，也就是「益生菌」的使用。主婦聯盟合作社（下稱合作社）與時俱進，與台灣益生菌專研製作公司惠生研生物科技（下稱惠生研）合作，開發符合產品開發原則的益生菌，於九月正式上架。

現代生活型態改變的新需求

合作社過往的營養補給類品項，如蜂膠、蜂王乳、鹽膚木花粉或食補中藥材，頗受社員支持，益生菌則是另一生力軍。產品部開發課課長葉立翔表示，食物與食品樣態的需求，會隨著年齡、生活形態而有不同，像是上班族較常購買方便的冷凍調理

品、年輕族群則對於速食店的環境氛圍與產品較有偏好。合作社也觀察到，近年營養補充劑的需求逐漸增加，其中又以益生菌為大宗，顯見現代生活型態下，以營養補充劑來調節生理機能的想漸受重視，已然成爲一種趨勢。

惠生研創辦人暨陽明交大產學講座教授蔡英傑指出，目前「菌」與身體健康的相關性研究越來越清楚；而腸道菌研究論文的增加，也讓學界與大眾更了解腸內菌關係到身體機能，不止腸胃、還有免疫代謝、精神等，大量的研究佐證也推動近十年產業的成長。

人體身上有上百兆的菌，95%集中在腸道。蔡英傑表示，過去把細菌與疾病連在一起，如今我們了解到，菌是身體的一部分，可以「共生」稱之，菌分



依照食品微生物檢驗法規，研究人員進行無菌操作，以防雜菌影響實驗。

別有好菌、中性菌和壞菌，至於，能稱爲「益生菌」者，他援引聯合國農糧組織和世界衛生組織益生菌工作小組提出的四要件：活的微生物、經科學研究佐證、且菌種菌株清楚並安全無虞。

嚴格品管、成分單純 集環保與食安的益生菌

新品益生菌複合三款益菌，得益於生產者的研究團隊，菌株鑑定與特性可從源頭掌控，包括菌株的基因定序、基因毒性試驗和 28 天動物安全性試驗等等，皆有具體的實驗數據佐證，而每一個菌株從實驗到開發成品，更耗時超過五年。在有效菌數設計、支持益生菌在腸道存活的「益生元」使用上亦有嚴格控管；出廠前抽驗活菌數，且委託第三方單位檢驗防腐劑、重金屬、塑化劑等成分，並根據合作社「成分單純」的要求，產品不添加甜味劑等食品添加物，僅以香瓜萃取物來調和適口性，待產品合格方能上架。

在包裝上，合作社努力於環保與食品安全中尋求平衡，僅印製必要資訊，內包裝爲無任何印刷的裸袋，減少包材印刷用色；外盒使用再生紙製作，並移除塑膠封膜，改以圓貼紙封口。惠生研產品經理謝惠雯也說，因貼紙非完全密封，若存放環境不當可能有外物，如小蟲進入，但內包裝以密封設計，不會有食品安全之虞。

影響腸道菌相的因素除飲食外，還包含年紀、環境、壓力、情緒等，現代人的社會壓力以及都市化環境，對比 2、30 年前大不相同，補充益生菌外，還得搭配正確的飲食與生活型態才是維持消化道機能的關鍵。綠

益生菌小知識

Q：益生菌何時吃？ 🕒

A：每日定時定量吃，飯前或飯後都可，且持續規律的補充至少三個月。

Q：益生菌要怎麼吃？ 📄

A：活菌產品宜搭配 40°C 以下飲用水。如沖泡於水中，建議馬上喝掉。

Q：益生菌如何存放？ 📄

A：冷藏、冷凍，或置於室溫 25°C 以下陰涼處。冷藏或冷凍時，切忌整盒拿進拿出，每次僅取食用包劑量即可。

Q：嬰兒及孕婦什麼時候能開始吃？

A：嬰兒建議滿四到六個月，吃副食品後才開始使用益生菌。如從未使用過益生菌的孕婦，孕期三個月並穩定之後再使用。

⚠️ 有什麼特殊狀況需注意？

免疫疾病急性發作、免疫低下者、或急、重症患者不宜使用，建議諮詢醫師。使用抗生素，或蜂王乳、蜂膠等產品，建議錯開一個小時吃。



益生菌之所有製程皆於無塵作業區進行。



三日苗

超級食物再升級

將鮮活的營養吃下肚

文／曾怡陵·北南分社社員
照片提供／綠藤 插畫／Hui

攝取 50 克三日苗所獲取的蘿蔔硫素，等於吃進一公斤的青花椰成菜。

芽苗不需要土壤、農藥，只需光照、空氣和水，就可以長大。生產者綠藤從芽苗出發，為生活提供更永續的選擇，在純淨的環境栽培，並將芽苗以持續成長的鮮活型態送到消費者手上，經過五年努力，甚至取得日本生鮮領導品牌「村上農園」（下稱村上）的技術與種子獨家授權，於主婦聯盟合作社上架推出「三日苗—超級青花椰苗」。三日苗跟過去的青花椰苗有什麼不同？我們一起來認識！

主 = 主婦聯盟合作社

綠 = 綠藤共同創辦人暨一寸鮮育苗人許偉哲

主 「三日苗」有什麼特殊之處？為何要以「活的」的型態供應？

綠 超級食物青花椰苗的營養成分中含蘿蔔硫素，可以幫助人體啟動抗氧化機制，而且長達72小時，一般維生素C的抗氧化能力大約只能維持四小時。1982年，美國知名醫學大學約翰霍普金斯大學一份研究報告指出，青花椰苗所擁有的蘿蔔硫素是成菜20倍

以上，而蘿蔔硫素最濃時間點，是在發芽三天的時候。村上在20年前就跟約翰霍普金斯大學發布報告的研究室合作，現在已經發展出成熟的育種和栽培技術。

過去綠藤供應的青花椰苗生長期大約是六、七天，還不是蘿蔔硫素最濃的發芽三日階段。2021年向村上取得三日苗特許種子和生產技術，可以確保穩定、高濃度的蘿蔔硫素，每一盒至少含有214mg的蘿蔔硫素。

因為製程關係，三日苗不像以前是站著的芽苗，但仍是擁有生命能量的活芽苗，保留芽苗最完整的酵素與營養。因為持續生長，帶回家冷藏幾天，有些還會長出根毛；那不是發霉，而是活著的象徵。

主 開發「三日苗」過程中，有遇到什麼挑戰嗎？

綠 跟村上的合作其實是一場長達五年的面試。2016年，我們邀請對方到綠藤訪問，當時社長很驚訝，

在台灣竟然有一群年輕人這麼喜歡芽苗。此後彼此持續密集互動，日本人的習慣是長期觀察，確定是不是真的有心合作，還是想賺快錢，直到2020年，我們才鼓起勇氣提出合作想法，隔年正式開始。

為引進村上的設備和種子，原廠房一半空間重建，也從頭學習生產技術。疫情嚴重時以視訊、Email方式討論實驗結果；等疫情趨緩，我就到日本靜岡、富士山等生產現場學習。過去以為生產三日苗會有「黃金參數」，但其實村上在日本的10個生產基地，生產參數都不一樣。

在台灣，也要依據每批種子的狀況設定參數，從芽苗長度等數據，或氣味、色澤等非數據性的觀察來調整光照時間、水量、風量等，這是很挑戰的地方。而且我們會定期取樣送日本實驗室檢驗蘿蔔硫素，一旦檢驗不過，就得停止供應。



1、2 許偉哲在日本村上的生產基地學習栽培技術。

3 三日苗的芽苗未經裁切，包裝後仍會持續生長。（攝影／曾怡陵）

主 為什麼綠藤寧可犧牲 30% 的產量，也不依循日本作法使用營養液？

綠 一開始學習的是村上使用營養液的製程，但我們也思考：有沒有可能不用營養液來栽培三日苗？林碧霞博士（註）認為，芽苗是最可以純淨栽培的階段；營養液本身沒有不好，只是我們希望貫徹純淨栽培的堅持，當時同步了解合作社的想法，得到的答覆讓我們更堅定，也讓這個理念更有力，後來村上很快就答應了。

我們花了一段時間調整作法並送去村上檢驗，確認蘿蔔硫素的濃度沒有問題，以確保三日苗的品質。雖然會犧牲產量，但為了純淨栽培，決定捨棄營養液自然生產。**綠**

註：林碧霞博士為綠藤共同創辦人鄭涵睿之母親暨主婦聯盟共同購買發起人。

三日苗清洗妙招



攝取「蘿蔔硫素」的秘訣

1. 建議生食：建議生食或低溫烹調，也可在熟食中添加三日苗。忌直接高溫烹調，以免影響活性。
2. 充分咀嚼：咀嚼時，蘿蔔硫素的前導物會跟唾液結合，幫助吸收。
3. 每週至少食用一盒（50g）：蘿蔔硫素的作用可以持續三天，因此每隔二至三天可食用一次，若天天食用也沒問題。



八月 12 日中長期計畫北南分社討論會上，理事主席彭桂枝說明計畫脈絡。(攝影／陳建竹)

邁向共同目標： 中長期計畫的形構

文／溫昆庭 · 主婦聯盟合作社總經理 攝影／陳建竹、張惠娟 插畫素材／freepik.com

在職場 20 多年，上級交辦的工作總在順利完成後覺得失去挑戰。但是到主婦聯盟合作社(下稱合作社)工作，我第一次感覺這裡確實是一個非常有趣的組織體。在不偏離理念價值的前提下，實務方法可以視需要而決定，而且還常常有各種意想不到的情況發生，和一般企業大不相同。2022 年初剛到任的時候，透過祕書取得合作社今年度的關鍵績效指標(KPI)，但都是數字和指標，比較缺乏長期針對這些目標的描述，剛好理事會正在推動「中長期計畫」，希望讓合作社長期的願景更加完整清晰，我認為這個計畫非常具有挑戰性與意義。

由下而上收集意見 做出民主治理典範

我與理事主席彭桂枝溝通本案時，得知合作社曾經做

過數次這類大型的中長期計畫，但是由於社員人數龐大，若要從下而上的蒐集資料，進而取得共識，在大家發散式的暢所欲言之後，收斂所有社員的意見將是一個複雜的過程，因此，中長期計畫目前從未落實到執行的階段。我很好奇地詢問桂枝，「合作社是否可以透過理事會來擬定中長期計畫的具體目標，再交給社員代表大會來通過，應該相對容易。」

不過桂枝主席認為，合作社應該做出民主治理下應有的典範，不應由少數人決定合作社的未來，因此還是決定展開為期將近一年的「中長期計畫」專案，來取得大多數人的建議，並將其凝聚為合作社未來三到五年的前進方向。當理事會和營運團隊都具有共識之後，我告訴自己一定要堅定、勇敢地推動這個專案。除了建立具體可行的中長期目標之外，最重要的是將



- 1 北南分社社員於討論會發表意見。(攝影／陳建竹)
- 2 54 區社員於問卷填答的意見彙集成冊，作為分社討論會的參考文件。(攝影／張惠娟)
- 3 北南分社中長期討論會與會者合影。(攝影／張惠娟)

滿足不同世代需求 邁向共同目標

在規模逐漸擴大及世代交替的趨勢下，合作社也需要轉型。透過社員意見的表達，我們發現忠誠與資深社員的意見，與年輕社員對合作社的期望有些差異。忠誠社員在意的是價值理念的維護；而年輕社員更關注的是產品安全和生產標準。如何在充分瞭解社員需求後，利用有限資源，提供最大的滿足感，是理事會和營運團隊努力追求的目標。

雖然在民主機制下，大家常有不同的想法和意見，期望在彼此充分溝通後，合作社能夠朝著共同目標「共同購買，改變世界」的方向大步向前邁進。⁰³

主婦聯盟合作社 總經理／溫昆庭



大學聯考時我意外考上會計科系，索性一路念到底，也在東吳會計系畢業前順利考上會計師，後來又取得政大企管碩士，現在正在攻讀中正大學法律碩士班。朋友都說我喜歡念書，其實我只是喜歡充實自我，拓展自己的生活領域，最好能夠應用在工作中。職涯將近 26 年都從事零售業，遇到的困難挑戰非常多，也成就了我解決問題的能力。很珍惜來合作社工作的緣分，與大家共勉。



了解更多關於合作社的中長期計畫：

本次發展中長期計畫的過程詳細地記錄下來，作為未來再執行這類計畫的重要參考依據。

排定優先次序 彙總四大概念

本案積極地透過問卷收集、54 分區討論、五場分社以及一場線上溝通討論，再經過理事會和營運團隊針對大家討論的初步決議，根據人力及預算的多寡，排定執行計畫的優先順序，共同擘劃合作社未來三到五年的工作藍圖。社員選任幹部及聘任人員，甚至合作社老中青三代人，也共同進行了一次中長期計畫的意見收集。

經過總經理室職員整理問卷填答內容，主要討論發言意見共有 1,190 條，最後彙總成四大概念，包含：一、永續的產品和服務；二、對應未來社會情勢；三、人才育成；四、落實合作社七大原則。這些概念彼此之間其實都具有一定的關連性，無法單獨存在，例如面對未來氣候的變遷，合作社應該如何因應極端氣候影響農產品生產？合作社的農業政策為何？如何強化公共溝通策略？這些都要透過相關專業人才的養成，並符合合作社的原則才能做到。另外，因應未來社會人口老化的問題，針對站所通用化設計，合作社是否應該扶植新的福祉事業業務合作社，讓老有所依，這也是許多資深社員十分關注的議題。

用教育點燃熱情

合作社讓世界更美好

文、圖／林玉珮·第八屆理事、總社教育委員會主委



各組種子講師發揮創意，於「我們的故事」公版教案設計互動遊戲。



合作社對於教育十分看重。圖為北南綠繪本小組對外推廣動物福利權。(攝影／北南綠繪本小組)



合作教育種子講師正進行教學展演。(攝影／人資部)

△ 灣合作事業發展基金會董事于耀門日前於《合作經濟》發文，特以主婦聯盟合作社(下稱本社)做為呼應及詮釋今年「國際合作社節」100周年主題「合作社讓世界更美好」的案例之一。合作社以人為本，需要透過不斷教育深化識別(Identity)與強大發展，本社除年度預算編列教育訓練費用，並透過社員年費的專款專用，每年投入教育經費高達上千萬元。今年八月，總社教育委員會更完成兩套公版核心基礎課程教案(下稱公版教案)，以期傳承核心理念與合作價值。

穩固根基從頭開始

從總社到分社的教育範疇廣泛，包含合作、環

保、產品、編採、福祉、綠食育、綠繪本、通用設計等等，雖琳瑯滿目，卻缺乏結構性及系統性設計，尤其是維繫合作社命脈的合作教育。為落實第五原則「教育、訓練和宣導」，期使社員、選任人員、經理和職員為本社的永續發展做出有效貢獻，自2020年開始規劃培育內部講師、開發課程教案，並整合選聘任人員的教育訓練，今年進一步完成二套公版教案、合作教育種子講師的培力以及試教推廣，並將合作學院之建置納入本社中長期計畫做系統性設計。

二套公版教案互為經緯，促進更深度的理解與思考，期能做好傳承，並實踐於日常；其一主題「我們的故事／共同購買改變世界」，以共同購買

運動為主軸，說明本社的過去與現在，使命與理念願景、產品開發

利用、社員權利義務、以及如何參與組織。其二主題「認識合作社／主婦聯盟合作社的實踐」則以世界合作社運動為要，說清楚「合作社」是什麼，而對七大原則的具體實踐，便是與日韓姊妹社共同承諾的第八原則建立替代性社會，並能以合作人為榮。

教育不是注滿一桶水 而是點燃一把火

愛爾蘭詩人葉慈說：「教育不是注滿一桶水，而是點燃一把火。」教案的編訂，是一個有挑戰、富意義、觸動人心的合作教育過程。公版教案以先前參與內部講師培訓的理事蕭婉君、理事主席彭桂枝以及台南分社教委會副主委陳郁玲共同產出的教案為底，將內容分切成單元學習活動，形成八個優化任務，交由25位合作教育種子講師分組認領，並敦聘業界名師廖孟彥傳授課程結構設計、多元教學的要領及技巧。培訓最後一日，各組進行單元教學演示，活動創意大爆發，種子講師的熱力驚豔，就連協助培訓的人資部同仁沈庭宇都深受感動，「各個夥伴在台上散發著對合作社認同的態度及神情，很真誠的分享著自己與合作社的種種連結及生活。」

其中，「認識合作社」資料來源多是國際合作社文獻，如何貼切的中譯及詮釋是最大難處。例如合作



理事蕭婉君以公版教案進行教學演示，圖為課程最後統計答題積分。



合作教育種子講師培訓，透過自我介紹學習暖場活動的帶領。

合作經濟歷史久遠，領域多樣，透過教育，能激起更多人認識合作社的興趣

【 EDUCATION 】

同，又適逢內政部正在建置合作教育的數位課程教材，也在編修相關中譯，讓人讀愈多資料愈燒腦，像是本社使用多年的第六原則「社間合作」，原想改譯為「合作社之間的合作」，最後仍決定沿用，但借用種子講師孫瑞鴻的創意，設計連連看活動，以瞭解本社如何透過產品開發及勞務承攬來實踐第六原則，同時彰顯合作社之間的合作意涵。

「優化後的教案很豐富，增加了許多互動與提問。」陳郁玲也提醒，合作經濟歷史久遠，領域多樣，教案教材並非一成不變，透過教育，希望能激起更多人認識合作社的興趣，共學與成長。因此，關於教案後續的運用，包括營運端，直接列為新人訓練的必修課程，社務端則於議題小組新訓或回訓時置入推廣員之課程，亦考慮列為選任人員的必修，並透過合作種子講師來推廣；同時評估課程數位化的可行性，提供社員自主學習。另外，彙整講師及學習者的回饋，與時俱進的滾動式優化教案也是必要。

合作社因人誕生、因人存在、因人發展。期待每一位曾參與編訂、培訓及共學的夥伴，成為點亮更多人看見本社價值的那把火，加入推動合作社讓世界更美好。🌱

社共通的七大原則，國內從官方、學者專家到民間機構的譯文不盡相



對的選擇 萬物共榮

《HOMEING 找家：回到人與萬物共存的希望星球》

文／于有慧·第八屆理事
照片提供／國立臺灣科學教育館

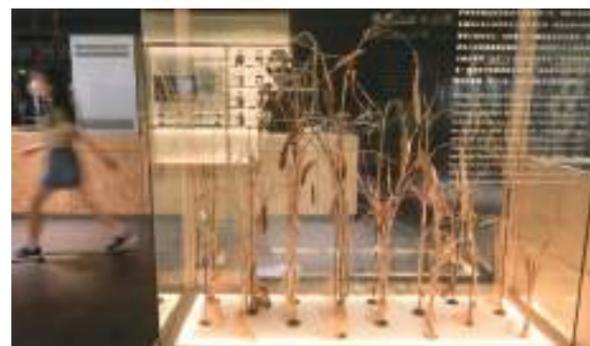
此次展覽主題與聯合國生物多樣性公約 2022 年「建造萬物共享的未來」相互呼應。

不當開發、過度消費嚴重衝擊生物棲地與生存，研究指出有100萬種動植物正面臨滅絕，氣候變遷和人為破壞導致生物多樣性消退，也反撲著人類的生活。今年七月起，國立臺灣科學教育館推出常態新展《HOMEING 找家：回到人與萬物共存的希望星球》，主張結合科學與民間力量保育生物多樣性，力倡責任消費與生產的主婦聯盟合作社(下稱合作社)亦獲邀參展，突顯公民行動，為生態保護貢獻力量。

從「家」的想望出發，在展區「療癒的居所」裡，古典家具陳列著精美的定色植物標本、各式苔蘚、木材……，這些經常出現在都市家庭中的物件，說明人類喜好收集美的事物；收集，反映人類的唯我獨尊，在演化歷史中，我們是較晚出現的物種，卻喧賓奪主，對於美學的偏好不僅影響都市形貌，也改變了大自然演化路徑。

希望星球 人類與萬物共同的家

步入暗調的展場，多樣生物組成的主視覺 LOGO 不斷變形，象徵人與自然共有的家園，因物種消失而劇烈變化。蛙叫蟲鳴迴盪，彷彿置身鄉間，殊不知這是由藝術家設計模仿大自然聲音之作，「若這些聲音在大自然中消失，你會有什麼感覺？會不會有點寂寞？」策展人林怡萱說，她希望觀眾透過感受，思考我們與生物多樣性的關係，「因為感動，才會有行動」。



作品展示在實驗室控制環境下，種植不同品系小米，以應對氣候變遷選種育種的基礎。(攝影／于有慧)



合作社以站所為佈置，陳列許多經典產品，另面牆上播放影片，讓觀眾了解共同購買的意義。(攝影／于有慧)



展區大量運用五感設計帶來不同體驗，觀者正嗅聞不同食物的味道。(攝影／劉德祥)



潛水愛好者為軟絲建造人工產房，成功守護瀕危海洋生物。(攝影／劉德祥)

然而，人類對於自然物種的認識其實極其有限，「藍星俱樂部」展區便希望顛覆觀展者的刻板印象；達爾文從達爾文雀的不同外觀，推測物種演化與食物及棲地相關，從一朵巨大花朵，聯想到必定存在一種長喙生物幫大花授粉，達爾文的推論，直到 100 多年後，因生物學家親眼觀測一種天蛾為此植物授粉才被證實。揭開大自然的奇妙作為，其實可以透過想像與推測，並向科學家學習，思考人類集體選擇的力量。

糧食、物種、文化
重新思考「選擇」的意義

保存味道，即保護物種，物種存續離不開食物，現代大量生產、單一化種植，加上農藥、化肥，看似效率的糧食生產，實則犧牲了生態平衡與食物多樣性，現代科學的技術，選擇如何運用，帶來的結果則完全不同；日本科學家為復育因棲地消失而瀕危的短尾信天翁，運用其必須群聚才

能繁衍後代的特性，以信天翁標本吸引真鳥，我們對環境可以破壞，也可以建造。

而食物與文化又密不可分，以台灣原住民部落為例，當人們選擇白米，小米便可能消失，失去小米，同時也丟失了傳統的好味道，如同建造家園，也在個人選擇；最後展區「建造家園的風景」中，介紹台灣許多公民科學家、團體、及個人故事，各自以具體實踐表達對環境的關心，包括關心軟絲的潛水教練、關心動物路上權的路殺社、自然步道協會、甚至連動物園也從提供娛樂開始投入動物保育。

選擇有意識的消費與生產，也是合作社獲邀參展的原因，因為改變是從每一個「我」開始。從 1993 年共同購買時期最單純的「好好吃」開始，支持友善耕作農友、支持非基改、保種、本土農糧、永續海洋，希望能為後代子孫留下一片淨土，也期待藉由這次展覽讓更多人在日常生活中開始生物多樣性的保護行動。📌

非去不可 LET'S GO

《HOMEING 找家：回到人與萬物共存的希望星球》

歷時五年籌畫、四大展區、收集 1,700 件標本與展品。展場內大量運用五感體驗，誘發觀眾好奇探索，歡迎前來觀展，一起建構與想像理想永續家園的樣貌。



展覽日期：2022.07.01 起～
展覽地點：國立臺灣科學教育館 4 樓生物多樣性展區
合作社加碼看展抽好禮：詳細資訊請掃描 QR CODE (活動至 10 月 17 日止)

海陸三鬆巧食

美味的助攻手香鬆

食譜設計／蘇以寧·新莊站站長 文／莊佩珊 攝影／阿春

◀ 惜食鮭魚鬆飯糰×2



烹調時間
20分鐘

蘇以寧料理時，稱讚這款阿拉斯加鮭魚鬆香味清爽，沒有魚腥味。其實，這是由合作社產品——優質野生銀鮭輪切後，剩餘的魚尾邊角料製成，並指定使用非基改芥花油，兼顧健康與實踐全食物利用，這顆飯糰也將照顧家人與惜食精神一次通通一起來。

材料

米 1/2 杯、鮭魚鬆適量、溏心蛋 1 顆、蝦仁 2 隻、冷凍青花椰 2 朵、白芝麻粒（可直接使用或稍微炒焙過）少許

作法

- 1 煮熟的白飯放涼；冷凍蝦仁、冷凍青花椰不需退冰，水煮至熟後撈起；溏心蛋先做好備用。
- 2 乾鍋加熱後熄火，放入白芝麻粒稍微焙炒，起鍋與鮭魚鬆拌勻，再與白飯混勻。
- 3 取碗八分滿鮭魚鬆飯平鋪於保鮮膜上；白飯上放入溏心蛋、蝦仁、青花椰。
- 4 以鮭魚鬆飯將食材包覆，捏塑成橢圓形，壓實後即完成。

Tips

溏心蛋作法

1. 以中火煮水，滾後放入雞蛋煮六分鐘，撈起泡冷水後剝殼；或電鍋直接倒 1/5 杯水、放雞蛋，開關跳起後取蛋泡冷水剝殼。
2. 取空鍋倒入 2 杯醬油、1 杯水、冰糖（多寡依個人喜好），小火煮滾醬汁。
3. 待醬汁冷卻，放入熟蛋浸泡 30 分鐘即可。



1



2



3



你 我廚房裡都有的香鬆是各樣輕食的好幫手，拌入飯中、鋪在麵包上、藏在食材裡，調味有了、營養也加分了。不論是新上架以邊角料製作的鮭魚鬆，或是採用 100% 在地新鮮魚肉的虱目魚鬆，以及經典台灣味的豬肉酥，合作社的海、陸香鬆原料成分單純、少添加，吃起來美味又安心。



食譜設計 蘇以寧

新莊站站長，加入合作社服務時間長達 10 年。認為食物的原味就是最好的滋味，追求少添加物的古早味，又因喜歡客家傳統米食文化，故致力推廣古早味米食，時常於站所內教作葷素客家粽、蘿蔔糕、小湯圓、油飯、年糕、碗粿等台灣經典的米食料理。

◀ 台味虱目魚鬆潛艇堡

這款潛艇堡的亮點是虱目魚鬆，來自台南的在地虱目魚風味，碰上麥香濃郁且加入本土蓬萊米穀粉的潛艇堡，搭配多樣蛋白質與蔬菜，這一艘潛艇載著美味營養的食材，航向家人肚子裡，活力滿滿。蘇以寧特別提醒，做好後趁熱吃，麵包鬆軟的口感最好。



烹調時間

15分鐘

材料

虱目魚鬆適量、迷你潛艇堡1個、白煮蛋1顆、德式香腸1條、苜蓿芽（芽菜）／小黃瓜片／紅蘿蔔丁／金桔番茄沙拉醬各少許

作法

- 1 潛艇堡不解凍直接入電鍋蒸熱；德式香腸退冰後煎熟或烤熟。
- 2 小黃瓜片可用原味或先醃漬，紅蘿蔔丁汆燙，白煮蛋切片。
- 3 將蒸好的潛艇堡打開，依序放入苜蓿芽、蛋、德式香腸、小黃瓜片、紅蘿蔔丁。
- 4 淋上沙拉醬，灑上虱目魚鬆即完成。



Tips

1. 以電鍋加熱潛艇堡口感最佳，軟Q依舊；外鍋放約1/5量米杯水蒸至開關跳起。
2. 小黃瓜片抓少許鹽醃10分鐘後瀝水，拌入1:1的糖醋水再醃漬60分鐘即可。



▶ 媽媽小心機肉酥蛋捲

小朋友不喜歡吃蔬菜，尤其是生味較重的芽菜、紅蘿蔔，讓很多小孩卻步。媽咪們，別傷腦筋！結合孩子最愛的蛋捲和肉鬆，就是一道富含巧思的營養餐點，而色彩鮮豔好吸睛，孩子肯定吃光光。蘇以寧分享到，生產者信功的豬肉酥接近條狀，包入蛋捲內切開後並不易散開，拿著吃也很方便。

作法

- 1 小黃瓜、紅蘿蔔切條狀，汆燙至熟；蛋液打散備用。
- 2 乾鍋熱鍋後熄火，加入柴魚片、白芝麻粒輕輕翻動，有酥脆感即可起鍋備用。
- 3 番薯粉加水溶解，倒入打好的蛋液，加鹽拌勻。
- 4 平底鍋開小火，均勻倒入作法3，蛋皮煎熟後平鋪於捲簾上依序放上小黃瓜條、紅蘿蔔條、苜蓿芽、肉酥，捲好切段，灑上作法2即可。

材料

雞蛋3顆、肉酥適量、小黃瓜1條、紅蘿蔔1/2條、苜蓿芽（芽菜）／柴魚片／白芝麻粒／鹽／水各少許、番薯粉（或蓮藕粉）1/4茶匙



烹調時間

15分鐘

Tips

蛋液中加入番薯粉水或蓮藕粉水，煎蛋皮時較不易破裂。



走訪員林 漫步古鎮感受歷史的美



文、攝影／陳建竹·線主張月刊副總編輯 繪圖／WANQIAN

若從建立的 1728 年開始算，員林已有 294 年的歷史，至今仍保有許多古蹟與歷史況味。

說來有點巧，2021 年 10 月我們拜訪了彰化站所，今年（2022 年）10 月再度來到彰化，拜訪即將遷移至新站的員林站。員林跟彰化一樣，都是有歷史的城市，但講到「歷史古都」，多數人想到的是台南，事實上員林保留至今的古蹟與文化也不少。

比如位於員林公園內的興賢書院，前身是嘉慶年間的文昌帝君廟，光緒七年改建成書院，當時授業學生已有一、二百人，對於員林當地文教的深耕有很大的影響，事實上興賢書院也是彰化現存三大書院中，年代最久的。位於中山路二段的福寧宮主祀媽祖，有 260 年的歷史，是員林重要的信仰中心之一，福寧宮近 20 年來，每年支出約 1,300 萬從事

地方關懷、照顧弱勢，讓媽祖的愛落在人間，還會因此連續二年獲得內政部頒贈的宗教公益獎。去年到訪彰化市，我們完全折服於肉圓的美味；這次來到員林市，我們則是拜倒在當地經營 30 年的小吃拉仔麵的碗下。拉仔麵的麵條彈牙有勁，拌上辣椒醬與蒜泥，辛香開胃，非常可口。據當地朋友表示，除了辣椒醬與蒜泥，淋上員林在地流行的振利辣椒醬，也非常過癮。

逛完古蹟、嚐過小吃後，記得到大仁南街 138 號的員林新站逛一逛，新站所有汽、機車停車位及無障礙坡道，還有許多新穎的設計與服務，歡迎大家到新站一探究竟，為站所增加人氣！**綠**

興賢書院

彰化縣員林市三民街 1 號
04-8342571

RECOMMEND

國家三級古蹟

興賢書院原本是文昌祠，「興賢」二字取自「興文教、育賢才」之意，創建於清嘉慶 12 年（西元 1807 年），距今有 215 年的歷史。興賢書院是彰化縣境內現存的三大書院之一（另兩個是和美道東書院、鹿港文開書院），而且創建年代最早，可見員林地區早年文風非常鼎盛。整個書院的腹地不大，乾乾淨淨，走進來有一種神清氣爽的感覺，相當舒服。

書院裡面主祀文昌帝君，每逢農曆二月三日文昌帝君的聖誕，都會遵循道教禮俗進行隆重祭典，跟台北捷運雙連站附近的文昌宮一樣，很熱鬧且隆重。書院旁的靜修室可以在那看書，由於採訪當天已過中秋，因此靜修室即便只是開電扇，仍不覺得燥熱，我想在文昌帝君加持下，在這準備考試會考得更順利。



■看過來：興賢書院就在員林公園內、員林市公所對面。

福寧宮

彰化縣員林市中山路二段 26 號
04-8355163

RECOMMEND

距今 260 年以上



福寧宮俗稱媽祖宮，供奉的天上聖母肇基於清雍正四年廣寧廟，後來因為閩粵先民的生活習慣、祭典儀式不同，因此決定分宮，原本的廣寧宮主祀三山國王，福寧宮則主祀天上聖母。福寧宮有個特別的看點是，一般有歷史的百年宮廟，常見的是清朝至今的文物，福寧宮除了有清朝的文物，還有二張匾額從日據時期保留至今，就掛在聖母神像上方的屋樑，一是日本昭和元年（1926 年）落款的「桑邦永戴」，二是昭和七年（1932 年）落款的「海國慈航」，這張匾上有八仙過海的浮雕，造型生動，頗有藝術價值。

■看過來：門口旁的素食麵早上五點就開始營業，是當地知名早餐。

員林鐵路穀倉

彰化縣員林市靜修路 52 巷

RECOMMEND

是台灣歷史建築

民國 60 年代，因台灣糧食進口需求增加，當時糧食以船運為主，為了疏解港口的倉儲空間因此興建員林鐵路穀倉，後來公路貨運的便捷，使得員林鐵路穀倉營運七年後，於民國 72 年結束營業。它的歷史不是很久遠，然其建築形式為混凝土造、10 座八層樓高的建築物，就建築形態與空間而言，仍屬特殊，因此登錄為台灣歷史建築，是全台僅存二座台鐵穀倉之一（另一座在雲林斗南）。目前正在積極招商，未來將打造成類似高雄駁二的特區，未來應該會成為超夯的旅遊景點。

■看過來：鐵路未高架化之前，火車會緊鄰員林鐵路穀倉而過，若能重現將是熱門打卡地點。

傳統美食、精緻西點，在員林都吃得到！

阿發拉仔麵

510 彰化縣員林市光明街 148 號

小時候我是吃切仔麵長大的，第一次看到「拉仔麵」還不太懂意思。拜谷歌大神幫忙，這才曉得正確寫法應該是「擲仔麵」，「擲」指的是拉扯的動作，麵條煮好後用電扇吹涼，預拌上花生油防止麵條糾結，當客人點餐後用手一抓一扔，便能上桌。因為「擲」這個字很少用，唸起來跟台語的「六」接近，寫成國語時再拿發音接近的「拉」來用，因此變成「拉仔麵」。我吃的是乾麵，麵條口感Q彈，澆上店家自製的辣椒與蒜泥，辛香味俱足後吃起來非常涮嘴，是員林當地常吃的早餐。



有片森林「植一座咖啡館」

510 彰化縣員林市光明街 148 號

這間咖啡廳很漂亮，純白色的外觀、加上裡裡外外的植栽，整個環境感覺既時髦又舒服。但它不是只有迷人的外表，咖啡與甜點皆有水準。店家的咖啡豆是親自採購、挑豆與烘焙，有自己獨到的香氣與風味。大受歡迎的甜點也不容小覷，選用新鮮土雞蛋、法國發酵奶油、日本熊本麵粉，加上可愛的外型，讓人愛不釋手。像我點的抹茶紅豆毛巾捲，外型真的非常像毛巾，太可愛惹！外面那層是口感彈牙的法式薄餅，包入調製好的法國動物鮮奶油與紅豆，實在好吃。不過抹茶味不明顯，奶香味則是很濃厚。



佇站夥伴

員林站長

莊惠如

何時接任站長：2019年六月

綠 = 綠主張月刊 莊 = 莊惠如

綠 站長好，請問妳是何時到合作社服務的？

莊 我是2018年一月到職，一年半後，當時的員林站站長調去彰化站，員林站便由我接下站長一職。

綠 那當初是什麼樣的機會，來到合作社服務？

莊 我來之前曾在苗栗南庄學習怎麼做友善耕作，後來發現當農夫要滿有錢的，如果家裡沒有地，要買一塊地來種可不是那麼容易。後來聽朋友說，合作社是農友跟消費者間的合作平台，對農友很友善，在這工作等於幫助到農友與環境，於是便來合作社上班。

綠 (哈哈) 很有道理，當農夫也是有條件的。可否簡單介紹一下員林站社員的特色。

莊 員林站主要的社員大概是45-65歲，45歲的社員家裡都有小孩，會需要煮晚餐。年紀再大一點的大多已經

退休，這些大哥大姊們常利用我們的食材，製作成餐點帶去野餐，也常常爬完山，戴著帽子、圍巾走進站所採買。我們雖然在員林，但也有不少從南投、竹山過來採買的社員。

綠 員林站有辦過哪些讓你印象深刻的活動？

莊 剛當站長時，我們曾經去參加在彰化田中舉辦的市集，一起去的淑雅是中社編委會也是食育士的培訓人員，她把課程學到的推廣方式運用在市集。我則是用薑黃跟甜菜根，做成有顏色的飯糰，讓大家認識合作社的食材，迴響很不錯。

綠 當站長覺得最有成就感的事情是什麼？

莊 應該是社員對我們的信任。社員願意來問我們食材的相關建議，買回去吃也覺得好吃，這是讓我們最開心的地方。

綠 你自己跟家人，最喜歡的合作社產品是什麼？

莊 我媽媽最喜歡四方鮮乳的乳清，我自己則是喜歡有機棉，有機棉襪子穿起來很舒服。員林站的社員也喜歡有機棉寢具，許多家長會幫在外地工作的小孩準備有機棉寢具。

綠 最喜歡合作社的理念是哪一點？

莊 我最喜歡全食物利用這個想法，這在外面的通路比較少講。就我的角度來看，我們是拿走了一個生命，所以要好好利用，才是相對的尊重。

社員來信特別版

採訪 趙奶奶 百歲班員

文/胡育慈 · 台中分社社員 攝影/薛穎琦

趙奶奶今年已101歲，是合作社珍貴的樂齡社員，歷經物資極端匱乏且動盪不安的二戰時期。彼時年方二十初卻已身為長媳的趙奶奶，甫從溪邊洗完十幾口人的衣服，繼續馬不停蹄張羅大家族的餐食，眾口完食後往往餐點已所剩無幾，此時爐灶上的一碗空心菜湯就是她療胃的知己。

挺過艱困歲月，趙奶奶育養了六名子女，個個貼心孝順，這份特質也體現在趙家人對環境的關懷。四位居住相鄰的子女，以女兒趙素釵夫婦所經營的幼稚園為名，組成「海大肚永欣欣班」，每週固定於幼稚園據點分配菜蔬什物，素釵表示，相較於早年合作社專車宅配，如今與物流公司合作的個配箱子等耗材使用較多，雖然他們會再行回收，仍對資源的耗費感到可惜。素釵的先生憶及兒時曾目睹農民噴灑農藥時，路過的狗兒瞬間倒下斃命的畫面，對於農藥之毒感受甚深，也懷念生態健全時夜晚的蛙鳴與蟲鳴齊聲歌唱，那是大地最動聽的交響樂。



去年剛慶祝百歲壽誕的趙奶奶。



趙家廚房長年使用合作社的油品。

目前與小兒子趙邦宏同住的趙奶奶，不免讓我們好奇其養生之道，除了曾經每日晨運打下的基礎，以及來源純粹的食材，目前牙口以軟食為主的她，最常食用的是什錦粥品與合作社的麵線，「對了，我媽媽很善良。」素釵與邦宏不約而同地異口同聲道，趙奶奶不爭不求、刻苦耐勞的本質，或許跟合作社初衷一樣，純然的心，是造就她福壽綿延的重點。

出生於日據時代的趙奶奶，日語近乎母語，至今仍喜歡唱上幾首兒時熟悉的日語歌，回味往日時光。採訪這天兒女們拿出麥克風邀她高歌一曲，原本略顯疲憊的她，在鼓勵中啟口開唱，旋即雙眼炯炯地唱出一首首字正腔圓的日語歌，音韻飄盪在打理乾淨整齊的空間中，耳裡聽著日語歌，腦海卻暖暖地揚起「我的家庭真可愛，整潔美滿又安康」的經典兒歌。

趙奶奶早年的空心菜湯與晚年常吃的麵線彷彿在時光中相疊，共同的象徵是綿柔而堅韌，猶如她的縮影。

趙家人溫馨合影。



來信請寄



台灣主婦聯盟生活消費合作社
24160 新北市三重區重新路五段 408 巷 18 號 綠主張月刊收
或 E-mail 至: editor@hucc-coop.tw

新氣象 新形象



主婦聯盟合作社



意涵

四色同心圓，造型象徵社員、合作社、生產者同心相互連結，四色對應著合作社倫理價值-社會責任(綠)、開放(黃)、關懷他人(藍)、誠實(粉)。

理念

以CO-OP設計出來的小樹造型，象徵一種傳承，秉持著「共同購買改變世界」的理念，並與國際接軌，展現合作社倫理價值。

創新

結合原有標準字和經典綠，加入淺綠和深灰搭配四色圓，在原有的精神上延展出新氣象。

主婦聯盟合作社展現合作社倫理價值，落實共同購買、綠色消費、友善環境，以新形象、新氣象，延續及展望傳遞精神及理念。

吉祥物登場

以合作社最初共同購買「米」為發想，搭配社內蔬菜、水產、畜產肉類、蛋品做造型，並與合作社精神呼應賦予人設。

豆米寶



誠實正直

蝦米寶



熱情活力

雞米寶



積極勇敢

蛋米寶



感激

菜米寶



友善