

【101 年全國高職學生實務專題製作競賽暨成果展報告書】

題目：柳丁與色彩的碰撞-吸睛柳丁下午茶

指導老師：吳雪蓮老師、李玉環老師

參賽學生：王庭

江羿萱

陳雅玲

黃郁蕙

楊怡庭



學校名稱：國立員林高級農工職業學校

群 別：農業群

科 別：農場經營科

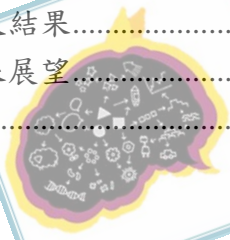
中 華 民 國 1 0 1 年 3 月 9 日



2012 101 年度
全國高職學生實務專題
製作競賽農業群複賽

目 錄

壹、前言.....	1
一、研究動機.....	1
二、研究目的.....	2
貳、農產行銷學理論與實務.....	2
一、經濟學原則.....	2
二、效用法則.....	2
三、特徵價格理論.....	2
四、感動行銷.....	3
五、官能品評.....	3
參、柳丁新產品研發過程.....	3
一、研究設備及材料.....	3
二、研究步驟與方法.....	4
肆、辦理推廣輔導及技術轉移.....	9
一、柳丁系列產品推廣說明會.....	9
二、餐飲生活美學.....	10
伍、問卷調查及結果.....	11
陸、討論及未來展望.....	12
柒、參考文獻.....	13



2012 101 年度
全國高職學生實務專題
製作競賽農業群複賽



2012 101 年度
全國高職學生實務專題
製作競賽農業群複賽

柳丁與色彩的碰撞-吸睛柳丁下午茶

摘要

每到柳丁盛產期，其不耐儲存的特性是台灣高品質柳丁價格低廉的重要原因，所以我們研發出有效延長賞味期限，讓消費者一年四季都可享用的柳丁產品。並充分利用整顆柳丁的果皮、果肉、果汁及果渣，製作出柳丁酥、果糕、全果肉柳丁冰沙。在產品設計及行銷策略的擬定過程中加入美學經濟及感動行銷的概念，用葡萄、甜菜根、胡蘿蔔、紅麴等天然色素製作彩色柳丁酥外皮，並以下午茶方式呈現，帶給消費者味覺及視覺的饗宴。讓消費者感受到生產者的用心，願意透過「愛咱的農特產」為本土的農民多盡點心力，讓果農不會因為柳丁的生產過剩和價格低廉煩惱，並且讓柳丁透過加工能有更好的附加價值。

關鍵字：柳丁、天然色素、特徵價格模型、效用法則、美學經濟

壹、前言

一、研究動機

台灣天然氣候條件很好，透過農政單位及農民不斷研發生產技術，不僅單位土地面積農產品產量增加而且品質也越來越好，所以有水果王國的美譽。當產量增加，但是每個消費者的胃納量有限時，農業經營者會面臨高品質農產品賣不出去的窘境。所以只要能增強消費者對農產品的滿意度及偏好結構，就能夠增加農產品的銷售量。

每到冬天柳丁盛產期，鮮果柳丁供過於求及不耐儲存的現象使得柳丁價格相當低廉。民國九十年政府實施週休二日政策成功地帶動休閒健康產業的發展，喝下午茶的風氣也逐漸開始流行。都會區的居民利用假日到郊區踏青、品嚐當地特色美食並與當地居民進行人文知識及情感交流，瞭解並願意協助農民的困境。我們相信只要產地的農民能夠生產出符合消費者健康及休閒需求的農特產品，就能帶動產地相關農特產品的銷售量。目前市面上最常見的柳丁產品只有柳丁汁，因此我們決定對柳丁做全果加工，運用柳丁的果皮、果肉、果汁生產一系列高附加價值、方便運輸且儲存容易的柳丁產品來增加鮮果柳丁需求量，並導入美學經濟的商品設計行銷概念，設計出高單價的柳丁副產品。希望能有助於降低冬天柳丁生產過剩的問題，增加農民收入，也能為消費者在享受柳丁多樣化的美食時營造出健康的餐飲生活美學。

二、 研究目的

- (一) 了解消費者行為模式，藉以開發出符合消費者需求及利益的產品。
- (二) 創造柳丁全果的經濟價值。將果汁店榨完柳丁汁之後所剩的果渣作為柳丁酥內餡，並將柳丁皮作為柳丁果糕原料。
- (三) 研發附加價值高且賞味期限長的產品。將柳丁做成柳丁酥的內餡、柳丁冰沙、柳丁果糕及柳丁茶，可增加柳丁的需求量，解決盛產期滯銷的問題。
- (四) 用美學經濟行銷，從吸睛到吸金，創造顧客購買慾。利用紅麴、胡蘿蔔、抹茶粉、葡萄皮、甜菜根、原味作成六種（粉紅、深黃、綠、褐色、紅、鵝黃）顏色柳丁酥。並以下午茶的方式呈現，營造休閒風格的餐飲生活美學。
- (五) 協助農民生產高品質的柳丁加工品來滿足消費者的需求，讓農民有合理的收入，而非只是等待消費者採購鮮果柳丁。
- (六) 研究柳丁系列商品後推廣給柳丁產地的農會、產銷班及休閒餐飲業者。

貳、 農產行銷學理論與實務

一、 經濟學原則

「消費者的欲望無窮但是資源有限，如何將有限的資源做合理的配置與安排以達到最大的滿足。」(蘇慧芳，1998)

設計新的農產品時必須是以顧客的需求及利益為出發點，不斷的求新求變、推陳出新才能得到消費者的青睞。

二、 效用法則

「效用是指人們在消費某一種財貨或勞務時，心中感覺的滿足程度，它是消費者主觀的感受，大小因人而異，和慾望強度成正比。」(蘇慧芳，1998)。消費者藉由消費產品或享受閒暇讓自己的需求或慾望得到一定的滿足程度時，才會進行購買決策。

「運銷既可創造物品的形式、地域、時間以及佔有等效用，而經濟學上，凡能創造或增加產品的效用者，皆為生產者，所以運銷也可以說是生產程序的一部分。」(李謀監，2001) 農產品加工可讓產品外型改變產生形式效用；亦可延長農產品的賞味期限，增加時間效用。當消費者效用提高時，消費者就會願意付出更多的錢購買商品。

三、 特徵價格理論

經濟學者 Rosen 於 1974 建立特徵價格理論，該理論認為，一種商品具有多方面的不同特徵或品質(例如外型、口感及不同的營養添加成份)，每種產品屬性

對價格有一定的貢獻度，商品價格則是所有特徵的綜合反映和表現。當商品某一方面的特徵增加或改變時，商品的價格也會隨之提高或改變。

所以我們想要將柳丁鮮果經由加工的方式作成不同形式的商品，具有不同的外型、顏色並增加不同的天然營養成分以提高產品的附加價值，藉以開發高單價的農特產品。

四、 感動行銷

感動式行銷必須融入感官、情感、故事等行銷元素，喚起消費者內心的共鳴與感動及購買慾，進而採取實際的購買行為。例如 2010 年台大學生廖泊喬成立「全民瘋柳丁橙香零距離」部落格，幫柳丁拍攝紀錄片，讓消費者了解產銷過程，自己設計箱子和明信片，幫農民賣柳丁。同一年，古坑華南國小賴奕書、李俊勳及賴鼎元三位小學生寫部落格幫柳丁農接到一萬多斤訂單。只要能夠獲得消費者情感認同，就能夠協助促銷農產品。現在各農會都配合政府推行「愛咱的農特產」的政策，就是希望消費者能夠支持本土的農產品。

五、 官能品評

消費者進行購買決策時是直接以自己的感官，包含視覺、嗅覺、味覺等，來決定是否採購，所以產品的創新研發及量產，必須要以購買決策者的官能品評來做鑑定，才能達到消費者心中的滿意程度並誘發消費者的實際購買行為。

參、 柳丁新產品研發過程

我們用鮮果柳丁製作了三種產品：

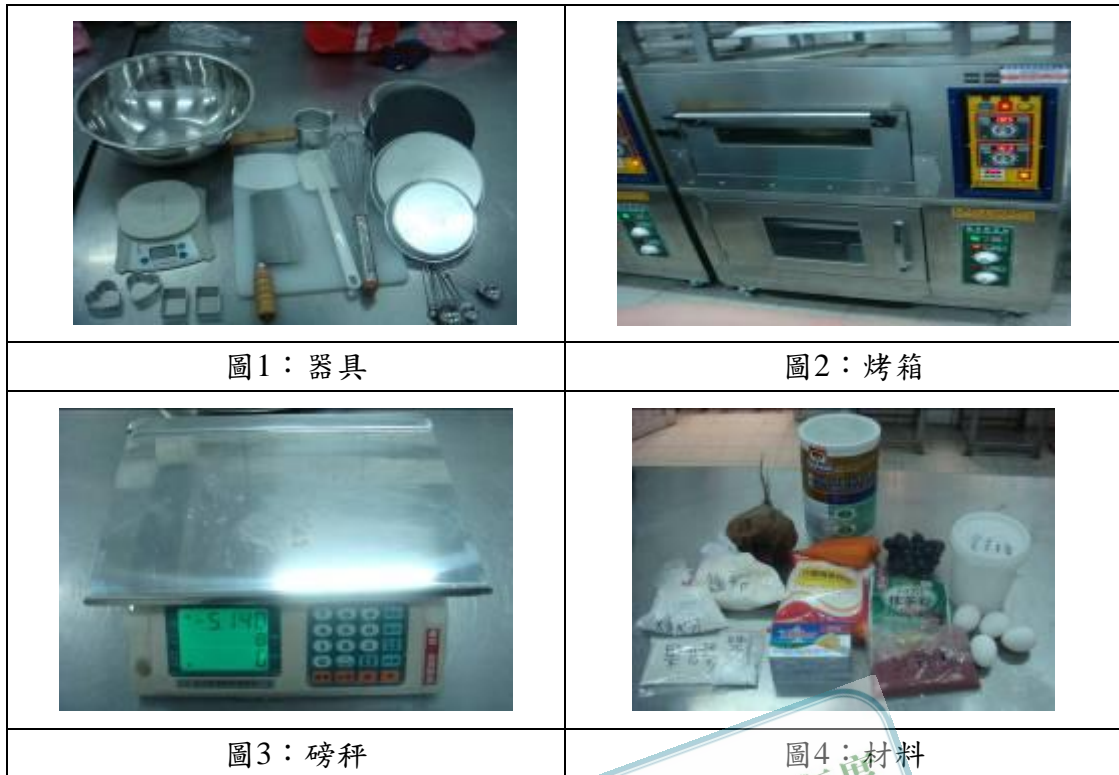
柳丁酥：我們將天然的色素加入其中，不但有美麗的顏色還具生理功能的天然保健成分。

含果皮的果糕：由果皮與果肉所製成之全果應用產品，不但可以當成果醬還可以用於沖泡柳丁茶。

柳丁冰沙：利用優格的牛奶滑潤特性加上 100% 純天然果肉，無添加任何化學添加物，天然原味是夏天絕佳冰品選擇。

一、 研究設備及材料

- (一) 設備：磅秤、量盤、量匙、刮板、砧板、鋼盆、篩網、果汁機、烤箱、瓦斯爐、攪拌器、模具（圖 1~圖 3）
- (二) 材料：柳丁餡、低筋麵粉、糖粉、麥芽糖、鹽、果膠、蛋、無鹽奶油、奶粉、天然色素食材（紅麴、胡蘿蔔、抹茶粉、葡萄皮、甜菜根）（圖 4）



二、 研究步驟與方法

(一) 改良柳丁酥製作方法探討(表 1)

表 1：傳統與改良比較表

項目	傳統鳳梨酥	改良式柳丁酥
內餡成分	冬瓜、鳳梨	新鮮柳丁
外型	長方形狀	愛心型和長方形狀
外皮顏色	單一顏色	添加天然色素共有六種顏色
包裝	禮盒	<ol style="list-style-type: none"> 1. 禮盒 2. 以下午茶的方式呈現符合餐飲生活美學概念

1、柳丁內餡製作方法

步驟一：收集店家榨汁不要的柳丁渣挖出，去籽

步驟二：將新鮮柳丁去皮、膜、籽切碎打成汁，加入柳丁渣（圖5）

步驟三：在加入麥芽糖、砂糖、果膠（果膠與砂糖須先混合，以免結塊）（圖6）

步驟四：以小火加熱攪拌至黏稠狀（圖7）

步驟五：不低落不黏手就可離火冷卻備用，即柳丁醬（圖8）

	
圖 5：果渣加入新鮮柳丁	圖 6：加入果膠跟砂糖
	
圖 7：加熱攪拌	圖 8：攪至稠狀完成

2、柳丁酥外皮製作方法

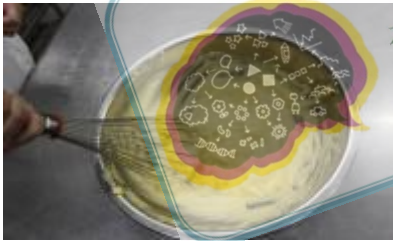



步驟一：將奶油放軟後加入糖粉以糖油拌合法打發（圖9）

步驟二：蛋液發次加入後，加入天然色素拌勻（圖10）

步驟三：將低筋麵粉過篩於桌子上築粉牆

步驟四：在加入攪勻的奶油放入粉牆中（圖11）

步驟五：以刮板以壓拌的方式，直到不會黏手之麵糰（圖12）

	
圖 9：將奶油打至發白	圖 10：加入天然色素
	
圖 11：加入攪勻的奶油放入粉牆中	圖 12：以刮板壓拌，直至不會黏手

為了能夠吸引消費者目光，所以我們選用了六種天然色素食材，來製作柳丁酥的外皮，他們都含有很多天然營養素(表 2)，可以讓消費者吃的健康又享受。

表 2：天然色素營養表

	營養成分
柳丁	醣類、膳食纖維、維生素 B 群、維生素 C、類胡蘿蔔素、鈣、磷、鉀、檸檬酸、果膠等營養素。
葡萄皮	纖維素、果膠質、植物化學成分。
紅麴	澱粉、纖維質、蛋白質。
甜菜根	天然糖、鈉、銅、鐵、鉀和鈣、維生素 A，維生素 B1，B2 和 C 等營養成分。
抹茶粉	富含維生素 B1、維生素 E、鈉、鉀。
紅蘿蔔	紅蘿蔔素、維生素 A、纖維素。

3.柳丁水果酥製作方法

步驟一：將完成的麵糰分割 28 g/個、內餡分割 15g/個（圖 13）

步驟二：酥皮包入柳丁餡

步驟三：壓模整型排放烤盤中（圖 14）

步驟四：約烘烤上火 180°C 下火 190°C 10 分鐘後翻面續烤 10 分鐘，出爐（圖 15）

步驟五：出爐脫模→冷卻→包裝→成品（圖 16）



圖 13：分割內餡及外皮



圖 14：壓模排於烤盤



圖 15：六色彩色柳丁酥出爐、脫模

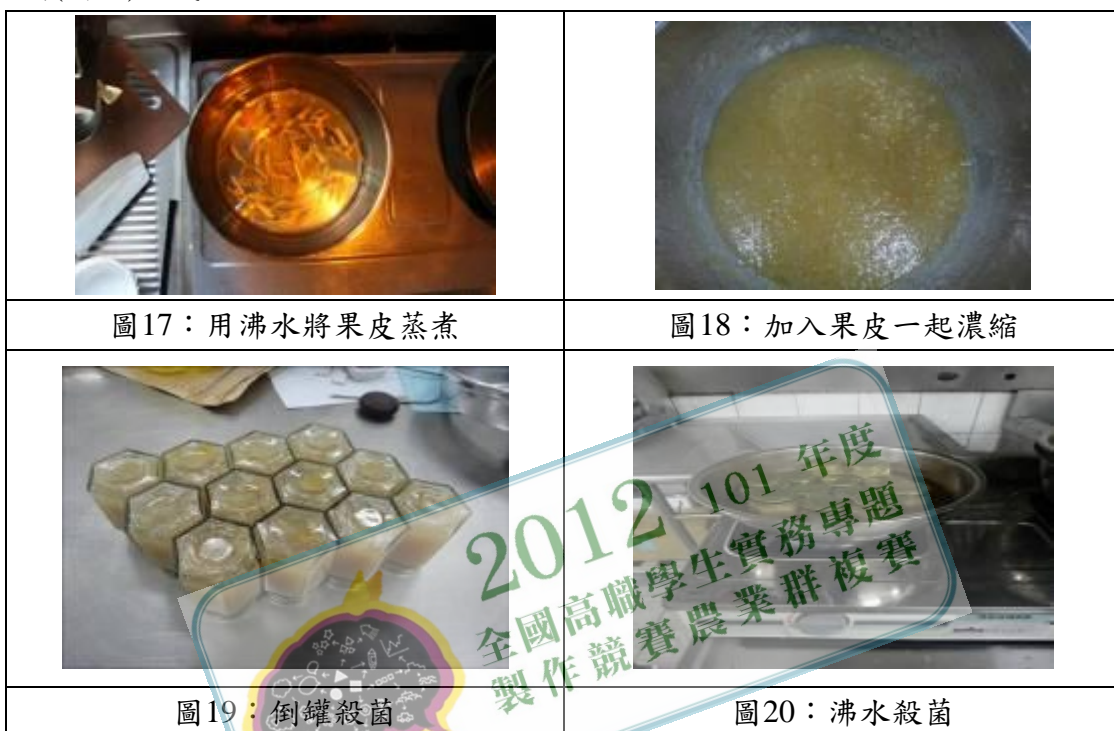


圖 16：產品禮盒包裝

(二)果糕製作溫度與RGB值

1、果糕製作過程

柳丁洗滌→剝皮→果肉→切丁打碎→熬煮 → 加熱濃縮(圖18)
 ↓
 果皮→切絲→蒸煮(圖17)→漂水→脫水 →
 →測定終點→放入玻璃罐→溫度未降下前裝入玻璃罐倒置殺菌(圖19)→滾水殺菌(圖20)→成品



2、製作溫度及RGB值(表 3)

表 3：內餡溫度與濃稠度

內餡黏稠度	果汁	果醬	果醬(低)	果醬(高)	果醬(苦味)
溫度 $^{\circ}\text{C}$	常溫	104 $^{\circ}\text{C}$	108 $^{\circ}\text{C}$	112 $^{\circ}\text{C}$	114 $^{\circ}\text{C}$
RGB值	R: 113 G: 104 B: 51	R: 128 G: 110 B: 60	R: 149 G: 121 B: 58	R: 80 G: 53 B: 24	R: 116 G: 90 B: 63

由果汁不斷攪拌，至104 $^{\circ}\text{C}$ 時內餡成果醬般(圖21)，再繼續攪拌至108 $^{\circ}\text{C}$ 時成濃稠度稍高的果糕(圖22)，攪拌至112 $^{\circ}\text{C}$ 時呈現濃稠度較高的果醬(圖23)，繼續攪拌至114 $^{\circ}\text{C}$ 時開始明顯苦味及焦味產生(圖24)，製成的果醬加入處理過後的果皮及成果糕，增加口感及水果香味及風味天然水果。



圖21：104°C



圖22：108°C



圖23：112°C



圖24：114°C

(三) 全果肉柳丁冰沙

將柳丁去皮、去膜並去籽後(圖 25)，取下的果肉用夾鏈袋密封置於冰箱冷凍(圖 26)。食用前再將結冰後的柳丁果肉加入原味優格，用果汁機直接打成冰沙(圖 27)，並用削下來的果皮做成裝飾品(圖 28)。這種以健康為訴求的冰沙，採用新鮮柳丁製做，絕不添加安定劑、乳化劑或鮮奶油。



圖 25：去膜去籽



圖 26：放至夾鏈袋密封冷凍



圖 27：加入原味優格



圖 28：柳丁冰沙成品

(四)產品製作過程中的問題及解決方式

- 1、柳丁內餡濃縮過程中，測量溫度時如因溫度過高開始冒煙，就將內餡鍋移至沸水鍋裡隔水加熱攪拌保持其溫度，避免鍋邊鍋底燒焦。
- 2、外皮製作時，若天然色素(葡萄汁與紅蘿蔔汁)屬於液態含水量高的，我們會將蛋白去除；若天然色素(紅麴與抹茶粉)屬於固態，麵團成型和分好比例後要將麵糰放在袋子內或覆蓋塑膠膜以隔絕空氣保存好，以免乾裂。
- 3、烘烤過程中，若有快爆漿的情況，表示溫度過高，應立即改變烤箱內溫度，並且迅速將柳丁酥翻面，內餡才不會爆開。
- 4、製作果糕時，果皮內有一層白色的薄膜，要將其去除，並將果皮切細，放入沸水裡川燙去除苦味，再充分漂水使苦味完全去除。

肆、 辦理推廣輔導及技術轉移

一、 柳丁系列產品推廣說明會

透過農糧署的推薦，我們知道南投縣中寮鄉是柳丁的盛產地，所以我們就帶著我們所製作的彩色柳丁酥、果糕、全果肉柳丁冰沙、柳丁茶到中寮鄉農會舉辦了一個柳丁新產品的說明會(圖 29、圖 30)。承蒙農會總幹事、供銷部、推廣部及柳丁產銷班的農民們熱情的參與並給予我們很多的鼓勵。(圖 31、圖 32)

推廣說明會時，我們特別製作了產品簡介，讓與會者了解柳丁及我們所添加的天然營養素的營養成分。



圖 29：農會總幹事及供銷部主任，手上拿著我們製作的柳丁酥禮盒



圖 30：柳丁系列產品展示



圖 31：農民試吃



圖 32：農會推廣股人員試吃

二、 餐飲生活美學

我們希望設計出來的柳丁系列商品能夠推廣給農會、產銷班及休閒餐廳，成為高附加價值的商品，所以我們透過餐飲服務技術的餐桌擺設營造美美的氛圍，希望能夠帶給消費者視覺與味覺的饗宴(圖 33)。



圖 33：柳丁下午茶

藉由示範來做溝通與推廣，讓業者知道如何做餐桌擺設，提升產品的形象及附加價值，也讓消費者知道除了到休閒餐廳喝下午茶，亦可購買單一禮盒商品，在家中悠閒地享受餐飲生活美學。

- (一) 柳丁酥：用兩層的下午茶架擺放彩色的柳丁酥，並擺放柳丁軟糖及柳丁果雕花和餅乾。(圖 34)
- (二) 柳丁冰沙：用雞尾酒杯盛裝柳丁冰沙至六分滿，擺放柳丁杯飾於杯緣上附上冰淇淋匙。(圖 35)
- (三) 果糕：用香甜酒杯盛裝果糕至八分滿，麵包盤上放麵包或餅乾並附上奶油刀以供塗抹果糕用。(圖 36、圖 37)
- (四) 柳丁茶：用茶壺沖泡柳丁茶置於餐桌上，以供顧客飲用。

	
<p>圖 34：柳丁酥</p>	<p>圖 35：柳丁冰沙</p>
	
<p>圖 36：果糕塗麵包</p>	<p>圖 37：兩人下午茶</p>

伍、問卷調查及結果

我們採用官能品評法，做柳丁系列產品的滿意度調查。邀請 60 位不同年齡層的男、女性進行試吃活動，收回 56 份有效問卷，其中男性有 24 個樣本，女性有 32 個樣本。調查研究結果如下：

- 一、受訪對象中以前吃過用柳丁做成內餡的水果酥有 0 人；吃過柳丁果糕只有 4 人；喝過柳丁茶 1 人；吃過全果肉柳丁優格冰沙 0 人。
- 二、彩色柳丁酥以顏色、口感、及整體喜好等三個項目進行品評。採用五分等第法分為「非常滿意」、「滿意」、「普通」、「不滿意」、「非常不滿意」，經由交叉分析表我們得知柳丁酥滿意度如下表(表 4)。

表 4：滿意度比較表

項目 \ 滿意度	滿意度最高的產品	滿意度最低的產品
顏色	男性：抹茶、原味、紅麴。	男性：甜菜根。
	女性：葡萄、原味、紅蘿蔔、抹茶。	女性：紅麴、甜菜根。
口感	男性：原味、抹茶、紅麴、葡萄。	男性：甜菜根、紅蘿蔔。
	女性：原味、紅蘿蔔、紅麴、抹茶、葡萄。	女性：甜菜根。
整體性	男性：紅麴、抹茶、葡萄、原味、。	男性：甜菜根。
	女性：抹茶、葡萄、紅麴。	女性：原味。

- 三、以精美的下午茶餐具來擺設柳丁酥系列商品，受訪對象的滿意度為 100%。
- 四、56 位受訪者中，有 52 位對全果肉優格柳丁冰沙感到非常滿意；46 位對果糕的滿意度調查為非常滿意。
- 五、所有的調查對象都認為柳丁酥的內餡份量都適中，而且內餡和外皮口味都不會有衝突。
- 六、當調查對象知道台灣農民努力生產優質柳丁，但卻因產量過剩價格低迷而血本無歸的時，所有的人都表示願意為台灣柳丁果農盡點小心力，農產品結合故事行銷能帶來較大的商機。

陸、 討論及未來展望

- 一、台灣經濟成長後，消費者開始追求生活的質感。美學經濟的概念應用於農產加工品的設計與研發，能引起消費者的注意力產生吸睛的效果。台灣現已走向電子商務的時代，2010 年台大學生及古坑鄉的小學生都上網幫農民賣柳丁，吸睛的商品設計對農產品網路行銷將有很大的助益。
- 二、近年來每當柳丁農民面臨高品質柳丁賣不出去的困境時，都會有熱心的人號召大家多吃柳丁，協助柳丁滯銷的問題。我們這次研發新產品推廣給農會及產銷班，是希望能夠看到柳丁果農為了回應社會大眾的善意，所以生產出符合消費者健康及休閒需求的高品質柳丁加工產品，讓消費者感受到農民為了維護自己的產品所做的努力，此時消費者會被再一次感動到，而不是僅在新聞播出時感嘆，讓感動行銷能持續發酵，帶動產地相關農特產品的銷售量。
- 三、高品質的柳丁加工產品是行銷活動最堅強的後盾。在重視休閒生活美學的現代社會，柳丁下午茶系列商品藉由美感設計及創新研發，提高消費者對產品的滿意度。運用五種天然食材（紅麴、胡蘿蔔、抹茶粉、葡萄皮、甜菜根、原味）作成六種顏色，愛心型及長方形的柳丁酥，為消費者提供多樣化的選擇。並以專業下午茶的方式做整體呈現，增添視覺上的饗宴，讓消費者在享受美食之餘還可以顧及健康，刺激消費者的購買慾。
- 四、問卷調查結果顯示，我們所製作的柳丁酥、冰沙、果糕，大部分的受訪者以前都沒有吃過，試吃後對柳丁冰沙及果糕的詢問度最高。就柳丁酥的整體滿意度而言，以抹茶、紅麴及原味的滿意度最高。
- 五、柳丁全果利用，可提升柳丁的經濟價值。我們充分利用柳丁的果皮、果肉、果汁及果渣來製作柳丁系列商品。用全果肉製成柳丁冰沙，削下的果皮作成果雕裝飾品，榨完柳丁汁後的果皮跟果肉做成果糕及柳丁酥內餡，增加柳丁產品的多樣性。
- 六、全果肉柳丁冰沙製作方法簡單，具有方便運輸及儲藏的特性而且可有效延長賞味期限。取下的柳丁果肉放冰箱冷凍，食用時由冰箱取出加上優格即可做成冰沙，再利用簡單的果雕杯飾做點綴。這項產品生產成本很低，金

黃的色澤加上溫潤的口感，有潛力成為高級的下午茶點。

七、台灣農民在國內是屬於較弱勢一群，問卷結果顯示所有的人都願意為台灣柳丁果農盡點小心力，並且認為農產品結合故事行銷能帶來較大的商機。配合政府推行「一鄉一特產」及「愛咱的農特產」的政策，柳丁是中寮鄉主要農產品之一，農會也發展出肉桂茶、咖啡等飲品，如果能夠用柳丁做成的柳丁酥搭配自產的飲品，不僅能做成禮盒，亦可推廣給當地的休閒餐飲業者。

八、到中寮鄉農會辦理柳丁新產品發表會後，當我們接到農會詢問柳丁產品配方的電話時，我們很高興得知農會已開始試做柳丁系列產品，因為我們終於有機會為台灣的柳丁農民盡點小小的心力。讓我們大家一起加油吧！用餐飲美學為臺灣的柳丁注入新的生命力。

柒、 參考文獻

1. 蘇平齡、林清和、朱瑞鵬、洪璟、黃明利、辜瑞金、林清騫、林耕年，食品加工綜合實習暨評量手冊(二年級)，台灣省高級職業學校，(80年7月)。
2. 劉原蘭、許漢源，食品加工實習 I，台灣復文興業股份有限公司，(97年8月)。
3. 蘇慧芬，經濟學導論，啟發出版公司，(87年9月)。
4. 李謀監、洪進雄、蔡進發、周淑月，農業經營與管理，復文圖書有限公司，(民90年)。
5. 何宥緯(2001)。服務品質、知覺價值與顧客滿意度、顧客忠誠度之關聯性研究-以網路購物品牌Iativ國民服飾為例。國立政治大學廣播電視學系研究所：碩士論文。
6. 曾光華(2002)。行銷學。台北；東大圖書股份有限公司。
7. Rosen , S.(1974). Hedonic Prices and Implicit Markets: Product Differentiation in Pure Competition. *The Journal of Political Economy*, Vol. 82, No. 1. (Jan. - Feb., 1974), pp. 34-55.
8. 甜菜根的營養價值 (94年05月12日)。一問就知。民101年1月30日，取自：<http://www.ew9z.com/tiancaigen-yingyangjiazhi.html>
9. 紅蘿蔔(98年12月03日)。健康資訊網。民101年1月30日，取自：<http://www.jkkusa.com/modules/news/article.php?storyid=362>
10. 營養佳果-葡萄(96年1月1日)。陳潮宗中醫診所。民101年1月30日，取自：<http://www.drchen.com.tw/9611.htm>
11. 營養新知--紅麴 (Red Yeast Rice)(民94年4月01日)。醫學新知。(Red Yeast Rice)。民101年1月30日，取自：http://stroke.tw/news_conta.php?day=2006-04-01&no=1

12. 抹茶粉 (95 年 03 月 22 日)。39 食品查詢。民 101 年 1 月 30 日，取自：
<http://spk.39.net/shipin/shucaai/sczp/e0bc0.html>
13. 天然柳丁的營養功效(99 年 2 月 7 日)。樂活營養師。民 101 年 1 月 30 日，
取自：<http://www.foodcare.com.tw/label.aspx?article=5300>

