

季	刊
秋	分

喜水人

NO.016 SEP. 2020 秋分

數位學習
，
與時俱進

執行長的話
談談數位化學習

侃侃而談
熟香型茶葉介紹 全方位二式-熟香型泡茶法

數位化學習

我喜歡傳統，很不喜歡改變，四十年前把熱茶冷飲化，明知應該可能很受歡迎，卻仍堅持不肯放棄烏龍茶熱飲，幾十年下來，冷飲茶賺錢，烏龍茶賠錢，卻仍堅守這一塊理想不放，因為它代表幾百年的傳統。在我的個性裡，這是矛盾的，因為我喜歡創新，對於舊文化，我總有新觀點，不願捨棄它的過去，卻又改造它的未來，在我的本業中，有很多人看到了我的矛盾，我總會自我辟嘲說，空間總要留白，前進中不能忘記歷史。

這年代中，能用軟筆寫字的人實在太少，能創作視覺藝術的更不多。我寫毛筆樂在其中，雖然產量不多，但也頗能勉強應付。隨著悠閒時間變少，需求變多時，我用數位相機處理書法作品時，卻發現，數位可以大量複製而不失真，頗有效能，從此，在很多分店的牆上，偶而會出現相同的書法作品，可以放大而不失真，節省了我甚多時間。數位書法作品，保留了我的創作年表，在藝術分享上，達到了均衡的效果，可大可小的佈置效果，更是令人滿意。

學習攝影近四十年，用影像來表達我的想法與情緒，是我喜歡它的原因，獨特的觀察力被讚賞也是我的動力，我用相片來替代畫，除了美化牆面，也可增加話題，拉近與客人的距離。成品的底片可以複製多次，印成相紙接近圖畫，可是底片不能更改，要製成一張成功膠片非常不容易，在拍攝的過程中，往往失敗的成份居多。幾十年的旅遊拍攝，可用的材料實在甚少，但至少比水墨、國畫容易，從 1988 至 2000 年，是用照片代替水墨畫的年代。公元 2000 年後，數位相機開始流行，許多照像器材大廠，紛紛投入製造。使用數位相機，必需熟悉複雜的使用功能，之後要移入電腦，後製時要學 PS(Photoshop) 製作流程，可以改變顏色形狀及內容，這樣的便利，讓很多攝影者，紛紛棄底片而改數位，作品之精美確實令人驚豔，改變之大也令人讚嘆，但我卻足足抗拒了 5 年而不使用數位影相，是迷戀舊時代的美好，還是感情面的不想抽離？嚴格說來，是不想改變已經順手的操作而重新學習不熟悉的領域，眼看著趨勢的不可違及實際的效益，終在 2005 年，結束了底片時代，而投入了數位學習，初階段的卡關到後階段的得心應手，讓心裡不由感慨，網際網路改變了這個世界，若不能順應學習，融入數位，很快的，時代將把你給淘汰而排除在外，科技文明，改變了人類生活，改變了



社會，改變了工作形態，任何人都無法不去接受。在你的生活中，一定已習慣了數位手機，通話、傳訊、查看資料、編輯文件、整理照片，儼然已是身體器官一部份，沒有它，可能會恐慌，可能會活不下去，更有甚者，許多人用它來處理財務，手機已取代信用卡及現金，這是社會趨勢，活在傳統，不願接受的，只能活在石器時代，等著淡出社會。

在工作系統中，E化的狀況逐漸增多，因公司形成較久，從算盤、計算機，到電腦與雲端，跨越的幅度甚大，許多資深主管在處理業務，碰到的問題，與我當初不接受數位相機一樣，不能重新學習，不能接受，等於準備接受淘汰與退休。

人生的態度要很有彈性，因為我們都會面臨考驗與挫折，面對考驗，勇敢接受，面對挫折，重新站立，每一個坎都在考驗你的智慧，沒有無災難與考驗的人生，只有面對學習、站立、成長，而繼續向前的人生。

與碰到障礙、遲疑、困惑，暫時裹足不前的同事伙伴們共勉之。

春水興業集團 執行長

劉漢奇



春水興業集團 執行長 劉漢奇



茶湯會 X 一件襯衫



掃描觀看影片

“ 什麼是初衷？

不要因為走了太久，而忘了當初為什麼出發。”

扎實的一步步往前走、努力奮鬥的夥伴們，
偶爾也會有迷惘與猶豫的時候嗎？

也許透過這個故事～可以幫忙擦亮你的冒險召喚。 — 茶湯會 劉彥邦總經理

我搖的不只是飲料，更是一份夢想

茶湯會 | 行銷部

現今社會的價值裡，多數人推崇的職業，若不是可以賺大錢、具有夢想，就可能會是個被否定的工作，對於許多人來說，比起遙不可及的「夢想」，生活踏實才是他們想追求的，難道這樣的志向就不值得被尊敬嗎？

在職場的迷惘階段，總有好多聲音左右著選擇，但為了想要實踐自己的價值，懷著熱情的火苗也不害怕失敗。

到了最後，卻容易被外界各種質疑澆熄；才發現這一切好難。

踏實生活 逐步找到自己的價值

面對親朋好友、甚至是對自己的疑問，我們用行動證明，即使大眾不理解，也可以過得很有意義。

身為城市中的小人物，應對這個社會的喜怒哀樂時，每個細節都不馬虎；真心誠意地遞上一杯茶，成就茶友一天的幸福。

從找尋自我、探索所有可能；或在與客人及夥伴的互動中，發現人與人之間最純粹的情感；又或者從有錢賺就好，晉升為文化的傳遞者，進而成為別人的導師，帶給後輩希望。對夥伴們而言，這裡不單單只是一間店，更像是一個家。

努力生活其實更值得尊敬

在這裡，我們搖的不只是一杯飲料，更是一份夢想。在夢想淪為空想之前，挽起袖口、堅定著「努力生活」的人，其實更值得尊敬。

這次和一件襯衫共同創作的影音，敘說三名夥伴的人生縮影，讓我們從不同的角度，聽到了更多聲音，期許我們將十五年頭來的日常，化為城市中的風景，提供一處可以停駐的所在，為大家奉上每一杯用心調泡的茶。

「踏實地過好每個簡單的日子，本來就是件不簡單的事；這個世界上沒有最好的工作，只要熱愛你所做的事，那就再好不過了。」



我想走我自己的路



因為有你們才有現在的茶湯會

Hong Kong

春水堂 海外據點

NEW LOCATION

營運部 專員
朱苑亭

沙田新城市店

NEW TOWN PLAZA



分店特色

新城市廣場歷史悠久，可說是沙田的地標，由於交通便利，毗連港鐵沙田站，為港鐵東鐵線最大型的一站式購物中心，館內設有電影院、各類餐廳、精品商店齊全，集餐飲、購物及休閒機能為一體，除了沙田當地居民外，更受許多外來遊客的青睞，所以不管是平日或周末都有絡繹不絕的人潮。

春水堂坐落於新城市廣場 3 期 3 樓，擁有舒適寬敞的獨立用餐空間，同時也提供外賣服務，增加消費的便利性。絡繹不絕的人潮帶來商機，因此沙田分店一開幕，就有亮眼的表現。為了慶祝開幕，特別推出了期間限定獨家販售的飲品『觀音那那珍珠奶茶』，這支飲品使用香蕉結合人氣商品－鐵觀音珍珠奶茶精心調製而成，不僅外型吸睛，獨特且濃郁的風味更是大受好評，甫一推出即成為店內人氣商品之一！

周邊環境

新城市廣場除了是個美食薈萃、購物機能強大的 Shopping mall 外，更有沙田最大的電影城「MOVIE TOWN」，鄰近地區有 Snoopy's world 史努比開心世界、香港文化博物館及多家酒店及飯店，食衣住行育樂功能一應俱全，讓您流連忘返。

據點資訊

新城市廣場座落於沙田站，位處新界中心點，交通四通八達，搭乘地鐵（東鐵線）在沙田站下車，亦或是搭乘巴士於沙田市中心總站下車，皆可抵達春水堂。



香港沙田新城市店

分店地址 | 香港沙田區沙田市中心
沙田正街 2-8 號新城市
廣場 3 期 3 樓 A332 及
A363A 號舖

營業時間 | 11:30 - 21:30



香港太古城店 CITYPLAZA

營運部 專員 | 吳秋羣

位於香港太古城中心，第七家春水堂—太古城店正式開幕。

太古城中心為港島區最大型購物中心，匯聚超過 170 間優質店舖，網羅國際著名時裝品牌、時尚餐飲、五星級影院，還有配套齊全的溜冰場，提供最佳購物、飲食和娛樂享受，感受節奏、盡享歡樂、跳出生活的色彩，掌握生活脈搏，從躍動的城市生活開始。

分店特色

太古城周邊除了百貨公司，還有商辦大樓跟住宅，從太茂路金殿臺一樓入口進來，左手邊即是春水堂太古城店，地點顯眼好找。店內以中式圓拱門做為入口處，牆面掛上執行長的作品，讓人彷彿穿越進到一座古庭院，而為因應新冠肺炎的防疫措施，分店在設計座位時特別加裝活動式透明隔板，讓顧客能夠安心用餐。

寬敞明亮的空間、舒適的內用區環境，提供來往人們一個好好喝杯茶的空間，與三兩好友一同用餐話家常，品嚐茗茶點，讓茶文化融入日常生活中。

據點資訊

太古一區的土地幾乎都是太古地產有限公司所持有，從社區、辦公大廈、百貨商場到公園都是當時一起規畫建設，整體井然有序，是舒適兼具良好機能的區域。雖然這邊離港島市中心稍遠，但太古城中心位居交通網絡樞紐，不但連通港鐵，更可乘搭巴士、小巴、電車或的士直達，交通十分便利；搭乘港鐵至太古站下車，走 D1 出口往太茂路，約步行 10 分鐘即可抵達太古城中心的金殿臺入口。



香港太古城店

分店地址 | 香港太古城太古城道 18
號太古城中心 1 樓 102
號舖

營業時間 | 11:30 - 21:30

Hong Kong

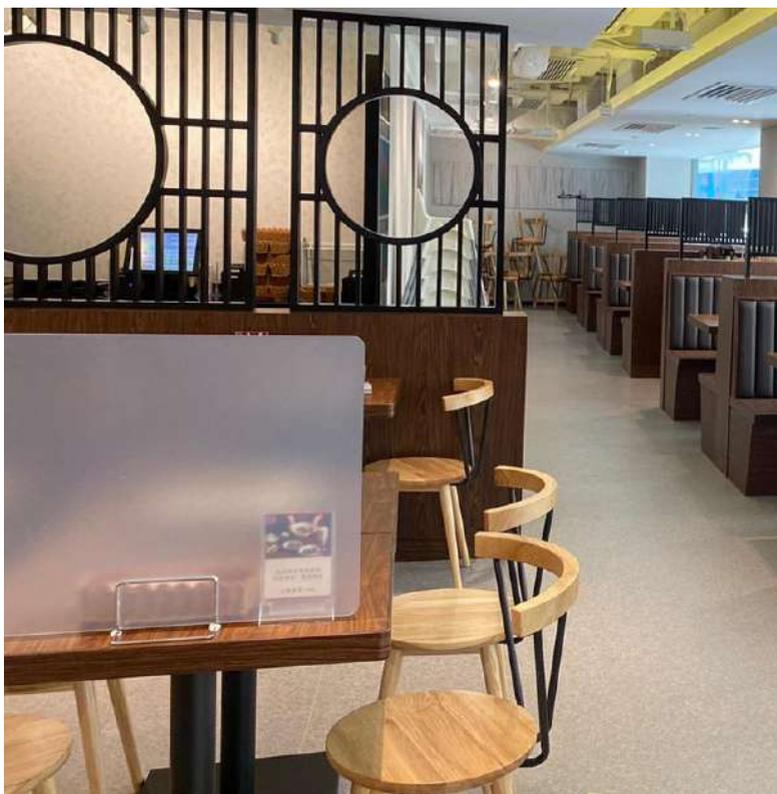
春水堂 海外據點

NEW LOCATION

營運部 專員
朱苑亭

雅蘭中心店

GRAND PLAZA



商場特色

雅蘭中心匯聚眾多國際鐘錶、珠寶及精品店，更有多間時尚服飾與運動品牌，位於2樓的【潮食點】收集20多間各國人氣特色餐廳，讓顧客能同時享受多國美饌！

分店特色

春水堂2020年進駐熱鬧的旺角區，於7月11日正式隆重開幕雅蘭中心店，店內設有105個座位提供顧客寬敞舒適的空間，防疫期間更備有透明座位隔板，而為答謝香港春水堂茶友們長期的支持，開幕期間更推出限量特色禮品【原創珍珠奶茶 - 口罩收納套】，凡於分店消費即可獲贈1個，願與茶友們共同建立起飲食安全的環境。

雅蘭中心店更先行推出限量獨賣特色飲品【烏金狀元】及【烏金狀元珍奶】，清涼消暑，適合茶友們在炎炎夏日一解清涼。

據點資訊

雅蘭中心坐落繁華的彌敦道，鄰近港鐵旺角站，於E1出口步行約1分鐘即可抵達，極為便利。



香港沙田新城市店

分店地址 | 九龍旺角雅蘭中心1樓
101-102 號舖

營業時間 | 週一到週四

12:00 - 21:00

週五到週日

11:30 - 21:30



JAPAN

春水堂 海外據點

NEW LOCATION

海外事業部 課長
林琬萍



日本第 16 號店 － 橫濱 Bayside 店 (橫濱 BS)

三井 OUTLET PARK

MITSUI OUTLET PARK 橫濱港灣的前身是 1998 年開業的「Yokohama Bayside Marina Shops & Restaurants」，是日本第一間正式的 Outlet。在經營將近 20 個年頭後面臨契約到期，於 2017 年正式決定轉售給三井不動產。在歷經 2 年左右全面休館改裝後原定於 2020 年 4 月開幕，受新冠疫情影響延後至 2020 年 6 月才正式重新開幕。改裝後的 MITSUI OUTLET PARK 共約有 170 多間店舖，是改裝前的 2 倍。

橫濱 Bayside 店是日本春水堂時隔 4 年在橫濱開設的第 2 間分店，也是自 2013 年進駐日本以來第 1 間開設於 Outlet 內的分店。

橫濱身為東日本最具代表性的國際貿易港，其瀾漫著異國情調的港都風情，與 MITSUI OUTLET PARK 商場內及外圍空間所呈現的開闊感相得益彰，同時更彰顯出日本春水堂店內結合中式儒雅與西式洗鍊風格的與眾不同。

今年全球各主要大國普遍受新冠肺炎嚴重波及，日本政府更由於初期的判斷失準形成防疫破口，一度狀況瀕臨失控而針對日本全國頒布了緊急事態宣言，從 4 月上旬一直到 5 月下旬強力呼籲日本國民減少外出，各大百貨商場也配合日本政府的政策縮短營業時間甚至暫停營業。日本春水堂幾乎所有分店也因此跟著暫停營業了 1 個多月，影響甚鉅。

5 月底緊急事態宣言宣布效力解除，春水堂各店也終於在 6 月初陸續恢復營業。橫濱 Bayside 店就是在這樣的時勢下開幕的新春水堂分店。當多數的既有分店仍困擾於新冠疫情所帶來的業績衝擊之際，橫濱 Bayside 店開局就祭出不錯的業績成績並持續穩定，可謂是給日本經營團隊打了一劑強心針。歸納其中關鍵，在於橫濱身為首都圈的大型衛星城市不分平假日人流一向不少，但區域空間相對寬闊許多，即便人流多人群密集度也不會像市中心那麼高，因此在緊急事態宣言解除後，有更多民眾願意前往橫濱購物消費，進而帶動區域內餐飲消費氛圍，橫濱 Bayside 店也因此受惠。

橫濱 Bayside 店的店內席位有 36 席，面向東京灣的露天席位有 10 席（一共 46 席）。白日暑氣逐漸消散的夏日傍晚，在露天席位一邊享受夕陽餘暉下的徐徐海風，一邊品嚐春水堂的冰涼茶品和嚐鮮日本分店限定的餐食點心，愜意又別具一番風情。歡迎大家在疫情緩解後找機會到橫濱 Bayside 店體驗作客樂趣！



日本第 16 號店 - 橫濱 Bayside 店
分店地址 | 神奈川縣橫濱市金澤
區白帆 5-2 C 區 1F

營業時間 | 10:00 - 21:00

聯絡電話 | 045-353-9350



■ 日本第 17 號店 — 澀谷 Mark City 店 MARK CITY

海外事業部 課長

林琬萍

繼日本春水堂 16 號店 - 橫濱 Bayside 店於 2020 年 6 月初開幕並取得不錯成績之後，日本春水堂今年最具里程碑意義的新分店 - 澀谷 Mark City 店也於 6 月 19 號正式開幕。

日本春水堂自 2013 年進駐東京代官山開設第 1 間分店後，到今年澀谷 Mark City 店開幕前，已計開設了 16 間分店。雖然自 2017 年夏天開始許多台灣的知名茶吧品牌大舉跟進，前往日本開設海外分店形成百家爭鳴的局面後，多數品牌選擇短線操作，致力於短期內大量複製並增加加盟店數擴大經營版圖，但日本分店傳承了春水堂一貫的核心價值觀—先求質再求量，7 年來一步步穩扎穩打，不貪快只求好，希望在各方各面更有能力做到趨近於發源地台灣分店的服務及品質後，再往更大更廣的舞台邁進。

歷經了 4 年多致力於推廣中國 / 台灣茶飲文化的默默耕耘期，讓華語圈的珍奶文化在日

本逐漸獲得關注，甚至讓多年來由咖啡獨佔日本嗜好性飲料市場逐步產生質的變化，才使得眾多知名台灣茶吧品牌繼起仿效，於 2017 年陸續進駐日本後旋即獲得日本媒體的高度關注進而爭相採訪報導，促使所謂的「第 3 波珍奶風潮」正式成形。而於此之前長期耕耘、醞釀，將真正有質感的「珍珠奶茶」帶進日本民眾視線的春水堂，也在這波風潮中再次確立了「台灣經典茶飲元祖」的穩固地位。2013 年到 2017 年的耕耘及沉潛，2017 年到 2019 年隨「第 3 波珍奶風潮」進入更多日本民眾的視野，並逐漸深入他們的飲食生活中，歷經了大鳴大放後，2020 年 6 月開幕的澀谷 Mark City 店正式揭開了日本春水堂下一個階段的舞台序幕。

春水堂澀谷 Mark City 店位於東京最繁華的地區之一澀谷，多條民營電車路線交匯於此，交通十分便捷，加上澀谷一帶一直是日本年輕人的流行朝聖地之一，例如在台灣也有不

少人曾經耳聞的 109 辣妹，當年她們視為「聖地」的澀谷 109 百貨也位於各澀谷車站的徒步範圍內，但這其實只涵蓋了澀谷地區一半的客群，還有另一半的客群是重視時尚品味且消費能力高的都會男女，重視質量講究用餐氣氛的他們多半喜歡選擇較高檔的餐廳或咖啡廳、酒館，願意用更高價的消費換取用餐品質及氛圍的保障。他們的身影經常出現在各線澀谷車站周遭高級百貨商場內的餐館、咖啡廳或是居酒屋，例如 HIKARIE、Mark City。這樣的客群特徵正好與日本春水堂下一發展階段所需的主要客源吻合—重品質及質感、具高消費力。

為了讓澀谷 Mark City 店的供應品項能契合上述客群的需求，日本春水堂的經營團隊與台灣春水堂的海外事業團隊耗費半年以上的時間合力開發了全新的茶酒系列，其中包含了 5 款以調味紅茶、茉香或鐵觀音為基底的酒精飲品，以及 2 款以茉香、鐵觀音為基底的無酒精飲品（僅於晚間時段供應）。



並且由於本店是日本春水堂成立以來，第 1 間可使用瓦斯爐等傳統用火烹飪設備的分店

（過去以電磁爐等電器加熱為主），配合鎖定客群的調整也精心開發並推出了多款日本分店初次上架的餐點。包括向台灣春水堂經典致意的蘿蔔糕、雙拼燒賣、黃金香酥雞、奶酥吐司等；還有重現日本知名的台灣美食如魯肉飯、雞肉飯、蛋餅等；以及日本開發團隊自行研發的新感覺餐點如麻辣豆花、辣醬油拌香菇雞等新品。

至此澀谷 Mark City 店的店鋪限定點單匯集了原有的茶類商品加上茶酒系列共約 70 款飲品；並在原有的食類商品基礎上新增許多新品項，將食類點單擴充至約 60 種商品，總計有 130 項商品可供客人選擇。這比以往更向台灣春水堂的供應形式靠攏，提供真正豐富且多樣化的點單選擇，讓客人從早到晚 1 日 3 餐外加下午茶，都能在春水堂喝到、吃到令人心滿意足的飲品或餐點。

除了在點單上下足了功夫，也投入比以往分店更多的心力於重現台灣春水堂的內部店觀。從入口處的圓形拱門到廊道對應端景，從整體擺設到氣氛營造，都能看到其中包含了更多台灣春水堂的元素。

澀谷 Mark City 店在日本春水堂的品牌發展上具有承先啟後的重大意義，透過點單結構及硬體的大幅升級帶動供應型態的改變，為目標客群的逐步轉移奠定最初的基石。未來他們也會繼續肩負身為日本春水人的責任，讓更多日本顧客享受、體驗到春水堂獨有的特色飲茶文化。



日本第 17 號店 - 澀谷 Mark City 店 (澀谷 SMC 店)

分店地址 | 東京都澀谷區道玄坂 1-12-3 澀谷 Mark City4F

營業時間 | 11:00 - 21:00

聯絡電話 | 03-6416-3050



全方位飲茶觀及 淺談金湯 1 號茶品



受訪者 | 商品處 總監 林秀慧
撰稿者 | 人資部 組員 陳秭萱

在春水堂的前身【陽羨茶行】，劉執行長將西式調茶吧檯和小壺泡茶區集於一身，將傳統壺泡茶文化與創新結合，除了開創“調飲時代”的來臨，並將小壺泡精髓於集團內建立起茶飲核心文化。

全方位飲茶觀

1980~1990 年的台灣是個飲茶生活多采多姿、豐富有趣的時代，原因是傳統式的地方性泡茶法被知識份子參與介入，改頭換面後變得精緻可喜、有流有派。另一原因是，國際性的紅茶被茶館業者本土化成功，而蔚成冷飲茶大旋風，流行於全台的大城小鎮，讓生活在本年代的台灣人，得以充分自在地擇其所愛。

茶葉從低價到高價，從不發酵到全發酵，茶飲從熱飲到冷飲，成就人類飲茶發展歷史。在台灣茶藝文化中，半發酵茶佔有極重要地位，以壺泡為主的半發酵茶，流行於家庭或個人聚會中，它配合中國人好客的習慣，以主人為主角，流行成全國或國際性茶藝文化，大多數的飲茶人士，以他們自由自在的方式，方便於自己的習慣，以最快樂的方法飲茶。

全方位飲茶觀的理念，出自於台灣人順應潮流與方便愉悅的飲茶方式，在茶具的選用上，以合理組合為前提；在茶葉的選用上，突破單項飲茶觀，而提倡飲多種、多類茶；在需求的看法上，更提倡大杯、清涼與加料的綜合飲料方式，讓飲茶變得有模式及方法，簡

單方便且合乎需求，而不單一或深奧難懂，因此整理出五種飲茶法，任何人皆可選用這五種方式，自由搭配及運用，進而轉變成個人飲茶模式，也可因人、因時、因茶、因地而制宜。那麼，這五種方式是什麼呢？

在春水堂多年經驗下，已針對茶的外型、特性、香氣和製作方式等，劃分出五大特色泡茶法：雙杯式 - 台灣高山茶清香型泡茶法、單杯式 - 焙火茶熟香型泡茶法、文人清飲泡茶法、普洱煮茶法及冷飲調茶法，並於 1990 年開始將五種泡茶法做系統性教學，透過內部教育將各式泡茶法做傳承，期盼各位調茶師學會【看茶泡茶】，讓茶湯能發揮最佳表現！

其中在單杯式 - 焙火茶（全方位二式）熟香型泡茶法中，原使用較為低海拔的茶葉或平價茶品，或使用揉捻較不緊實的茶型，於沖泡時需要較大量的茶葉，採用快沖快泡方式，以表現焙火茶的韻味；但在 2011 年後因交通便利而拉近產區和消費者的距離，使得眾多品茗者開始對茶的需求提高，茶品也都喜愛高山或精品的焙火茶品，因此 2019 年公司特別推出【金湯 1 號】茶品，並於集團內教育推廣適合金湯 1 號的泡茶法。

關於金湯 1 號

金湯 1 號：特選位於阿里山 1,200 公尺以上的手工採摘青心烏龍茶菁，並精工製成半球型烏龍茶，再經專業焙茶師使用電焙籠烘焙茶葉，採少量多次精製焙火而成，茶感不焦、不燥且耐喝，入喉回甘轉甜耐人尋味！

針對金湯 1 號特別量身訂做【全方位二式熟香型泡茶法：金湯 1 號】，著重於沖泡時使用較少量茶葉，以朱泥小壺和 11 只工夫品茗小杯，全程 20 分鐘乾式泡法，將三道茶湯的色、香、韻呈現，符合品茗愛好者的茶質需求與泡茶師講究手法又好學習的目的，使每一泡都傳遞出金湯醇厚香味的獨特滋味。

| 未完待續 |





營運部 組員 | 林志擇
 品牌行銷部 組員 | 紀姿安

努力，傳承品質，穩定堅持
 分享，與茶為友，傳遞幸福

走過 37 個年頭，春水堂始終如一

穩定品質、提供最美味的商品一直是春水堂持續努力的目標，為了提供優質的原物料，春水堂耗資上億打造專屬的蔗糖加工廠，自製茶飲不可或缺「黃金蔗糖」；並堅持嚴選製作物料，透過層層把關，打造出以純樹薯粉製作、冷藏配送的「好命珍珠」。



「鼎湯初沸有朋來」，春水堂將茶友當作家人親友般招待，以一杯茶傳遞屬於家人的溫暖，今年生日慶特別結合原物料升級，舉辦系列活動與茶友同慶：

「隨堂考」，考考茶友們對於春水堂的了解，共有 1,928 位茶友參與隨堂考，透過簡單的測驗，讓茶友了解春水堂對於原物料的用心堅持；活動結束後，共抽出 37 位答題滿分的茶友，並且贈出共 370 杯珍珠奶茶 (S)。



為了喜愛喝茶的茶友，春水堂不斷挑戰自我、精心嚴選頂級原物料，也因此研發出新烏瓦紅茶與翡翠綠茶系列凍飲。不滿足於創造世界第一杯冷飲茶「招牌紅茶」，透過敏銳的味蕾與多次嚐試，加入享有世界三大紅茶美譽的「烏瓦紅茶」，更加突顯茶葉的滋味與香氣；多年來廣受好評的「茉莉花茶」，原料再升級，職人以多次手工薰香製成的「翡翠綠茶」做為底韻，展現出更濃郁清新的香氣。



「Happy Together 集點活動」活動期間內，單筆消費滿 370 元，即可獲得一點，集滿六點即可兌換指定商品五選二，包含經典飲品

與夏季新品。透過集點兌換活動，讓夥伴除了增加與顧客的互動，也藉以宣傳夏季新品；活動結束，總共兌換 10,425 份商品。



除了與茶友們的互動，每一位夥伴們都是春水堂最重要的家人，因為彼此在各崗位上的付出，才能造就如今的春水世代，為了感謝夥伴們的努力，延續今年尾牙的購物袋「袋走」，此次也特別製作夥伴們專屬的生日慶徽章，夥伴們可以將徽章別在「袋走」上，為滿滿的回憶增添一道祝福的喝采，並且帶著這份愉快，在接下來的每一天，同樣以茶待友，跟著春水堂的脚步，持續用心堅持，成就經典，透過「茶」帶給茶友屬於春水堂的世界觀，創造更多屬於「茶」的無限可能。



此次特別與來自日本超高人氣半熟起司塔《PABLO》，聯名推出極品甜點「珍珠奶茶起司塔」，將經典原味起司塔與春水堂店舖使用的「好命珍珠」結合，珍珠甜度來源選用「黃金蔗糖」，讓珍珠顯出自然的甘甜而不過於甜膩，完美契合今年原物料升級的主軸，一個月就銷售破 4,000 顆、單日最高 230 顆！



春水堂 37 周年生日慶，感謝有你的共同參與，因為有你，讓春水堂更加美好。

春水興業集團

執行長 劉漢介先生 攝影作品 | 仙鶴

