



2019 臺南食·夯在地研討會

- 一、活動內容：臺南是一個歷史悠久的文化古都，具備豐富且多元之食材、特產及文化，吸引全世界慕名好奇的遊客到臺南一遊品嚐臺南道地美食。本系特舉辦「2019 臺南食·夯在地研討會」，以在地食材與健康餐飲為主題，運用「在地、美食、健康、樂活」4大特色，結合餐飲示範講座與研討會論文成果發表之學術研討會。近年餐飲業日趨競爭，除了在校培訓學生專業廚藝課程，本次特別邀請國際旅館業總經理及米其林一星主廚蒞校專題演講與實作示範，期望能激發學員思考能力及學習動機，亦培養研發創新及宏觀視野的專業能力。為體現本系培育目標之核心理念，藉由學生實作及論文發表，結合健康餐飲設計開發及餐飲製備能力，展現學生在校學習各項領域之成果，強化學生就業競爭力與未來發展潛力。
- 二、主辦單位：中華醫事科技大學民生與科技學院
中華醫事科技大學餐旅管理系
- 三、協辦單位：臺灣穀物產業發展協會
- 四、活動日期：中華民國 108 年 12 月 25 日(三)
- 五、活動時間：08:30~16:20，詳見議程表(如附件)。
- 六、辦理地點：
2019 臺南食·夯在地研討會：中華醫事科技大學民生科技大樓 9 樓餐旅多元專業示範教室(K908)。**2019 臺南食·夯在地研討會暨壁報論文發表**：中華醫事科技大學民生科技大樓異國料理實習教室(k1007)。校址：717 臺南市仁德區文華一街 89 號。學校位置圖、交通指南如附件一所示。
- 七、參加對象：本活動參加對象包括南區區域教學資源中心各夥伴學校，含技職校院與專科學校、高中職教師及本校教師。
- 八、報名方式：請參考下列網址，兩項活動請分開報名。研討會報名表 <https://forms.gle/jXM3w9YuyckRpGeR9>，論文徵稿報名表 <https://forms.gle/ToUBZQYtNvbqZsebA>。研討會名額有限，依報名先後順序錄取，額滿為止。

2019 臺南食·夯在地研討會-報名表	壁報論文發表-報名表
	

九、注意事項：

- (一) 本活動全程參加者核發時數 8 小時(電子證書)，未全程參加或無提供 email 者將不予核發。報名後如無法出席，請在活動前三天通知承辦人。為響應環保，請自備環保杯。
- (二) 壁報論文投稿辦法請詳見附件二。
- (三) 活動當天請告知門口警衛到校參加研習活動，換取臨時停車證，並依規定區域停車。
- (四) 活動承辦人：林苑暉博士，聯絡電話：06-2674567 轉 769，E-mail：yhl0626@gmail.com

十、議程：

日期：108 年 12 月 25 日（三）			
時間	研討會內容	講師	主持人
8：30-9：10	報到		
	壁報論文海報張貼		
9：10-9：20	開幕式	劉保文 院長 林士民 主任	林苑暉 副教授
09：20-10：40	專題講座(一) 新國際潮流掀起 在地飲食再創新	台南老爺行旅 唐伯川 總經理	陳南吟 副主任
10：50-12：10	專題講座(二) 看懂美食，學會禮儀	台南大億麗緻酒店 嚴心誼 總經理	劉廣亮 助理教授
12：10-13：20	午餐及休息		
13：20-14：30	專題演講暨實作示範	台北亞都麗緻 天香樓(米其林一星) 楊光宗行政主廚	謝仁哲 老師
14：40-16：00			林淑瑗 副教授
16：00-16：20	綜合座談	台北亞都麗緻 天香樓(米其林一星) 楊光宗行政主廚	黃裕文 助理教授
16:20-	賦歸		

2019 臺南食·夯在地研討會：中華醫事科技大學民生科技大樓 9 樓餐旅多元專業示範教室(K908)。

2019 臺南食·夯在地研討會暨壁報論文發表：中華醫事科技大學民生科技大樓異國料理實習教室(k1007)。



中華醫事科技大學 交通路線圖

2011.12.07



2019 食台南·夯在地研討會-壁報論文徵稿

壁報論文投稿辦法

1. 報名與送件：

- 1.1 本次論文發表採壁報展示，主題與臺灣在地食材及健康餐飲相關之論文均歡迎。請確認該論文未在其他研討會或期刊論文正式發表過。
- 1.2 請填寫報名表單後將**論文摘要** E-mail 至(聯絡人：林苑暉老師 e-mail: yhl0626@gmail.com，聯絡電話：06-2674567 轉 769)。
- 1.3 **論文摘要**請使用 Microsoft word 格式，以中文或英文書寫。字體使用標楷體(中字)及 Times New Roman(英字)半形字體，標點符號為半形。單行間距，左右對齊，標題字體大小為 14 級、粗體，其餘為 12 級，字數約 300 字(中文)或 250 字(英文)。詳細格式可參考範例(見下頁)。
- 1.4 摘要請整合成一段，內容包括：研究目的、材料與方法、結果、結論，並獨立於段落之外，提供五個以下之關鍵詞 (key words)。詳細格式可參考範例。
- 1.5 截稿日期為 108 年 12 月 11 日。
- 1.6 報名成功與否，將於 12 月 13 日以電子郵件通知，填寫報名資料時，請確認電子郵件之正確性。

2. 壁報論文張貼說明

- 2.1 每一壁報論文使用空間以 A1 大小(直式)為限，請勿超過。
- 2.2 壁報論文請依照編號張貼於壁報板(主辦單位將於現場提供張貼用具，毋須自備)。
- 2.3 請作者於 108 年 12 月 25 日(星期三) 上午 9:10 前完成壁報論文張貼，請於中午 11:30 自行拆除壁報論文，並將場地恢復原狀。

五穀米香塔之官能品評及伴手禮設計開發

林苑暉^{1*}, 謝仁哲¹, 黃裕文¹, 孫逸民¹, 吳幸娟¹, 蔡雲康¹

¹ 中華醫事科技大學餐旅管理系

*通訊作者(yhl0626@gmail.com)

「夏威夷豆塔」是家喻戶曉眾人皆知的一項甜點，市面上普遍以低筋麵粉製作。由於台灣盛產稻米及養生意識抬頭，本研究以米穀粉取代低筋麵粉，降低麩質，加入米香及堅果類，增添成品外觀顏色及其營養價值，促進消費者健康及購買意願。本研究在塔皮配方中以 78%米穀粉取代低筋麵粉，餡料選用芋頭粉、白米香、紫米香、枸杞及南瓜子豐富香氣，研製具健康及營養價值的產品，再進行產品試製、配方討論，產品定案後，以問卷實施市場調查，本調查共發放 120 份問卷，有效問卷率為 100%，並分析統計本研究產品各項滿意度。依問卷調查結果顯示，消費者對選購產品的考量依序為(1)口感、(2)價格、(3)包裝；價格選項 50、60、70 及 80 元中，可接受價格為 60 元；試吃產品後，對於口味、口感、創新、滿意度、競爭性、購買意願、推薦親友購買意願平均值(M=4.0)，外觀平均值(M=4.2)及真材實料滿意度(M=4.4)。本研究學生善盡社會責任，建立產品完整營養標示、建構網站置入五穀米香塔原料及製備資訊，為台南後壁地區仕安社區製作伴手禮禮盒，提高社區產品經濟價值。

關鍵字：蓬萊米穀粉、米香、官能品評、後壁

The Sensory Evaluation of Grain Tarts and The development of Souvenir

Yuan-Hui LIN^{1*}, Jen-Che HSIEH¹, Yu-Wen HUANG¹, Yi-Min SUN¹,
Hsiang-Chuan WU¹, Yun-Kang TSAI¹

*¹Department of Hospitality Management, Chung Hwa University of Medical Technology,
Tainan, Taiwan*

**Corresponding Author (yhl0626@gmail.com)*

“Macadamia Nut Tart” is a famous dessert which is generally made from flour. As Taiwan is rich in rice and has a growing awareness of health, this study aims to replace flour by rice flour to reduce gluten. We also add rice cracker and nuts in the tart to add color of the product, increase their nutritional value, and promote consumer health and purchase intention. In this study, 78% rice flour was added to the tart dough instead of flour. Taro flour, rice cracker, black glutinous rice cracker, wolfberry and pumpkin seeds were also added to increase aroma. The tart is developed with both health and nutritional. After product trial-manufacture and recipe discussion, market survey is carried out by questionnaire. A total of 120 questionnaires were distributed in this survey, the effective questionnaire rate was 100%, and the satisfaction of the products was analyzed and counted. The results show that the preference of consumers for products is (1) taste, (2) price, (3) packaging. After foretaste of the tart, the average of product taste, taste, innovation, satisfaction, competitiveness, purchase intention, recommended purchase intention is 4.0 (full score 5). The appearance average is 4.2 (full score 5) and the material satisfaction average is 4.2 (full score 5). The students achieved social responsibility, made the nutrition facts label, construct a website to provide the material and preparation information. In addition, they made gift boxes for ShihAn community, which is the place of origin of rice in Houbi Dist., Tainan, so as to improve the economic value of products in the community.

Keywords: rice flour, rice cracker, sensory evaluation, Houbi district