



中華民國 106 年 03 月 31 日 人事室編製

交通部民用航空局人事服務簡訊

Civil Aeronautics Administration
Ministry of Transportation and Communications



➤ 人員異動

內容涉及個資，不公開資訊。

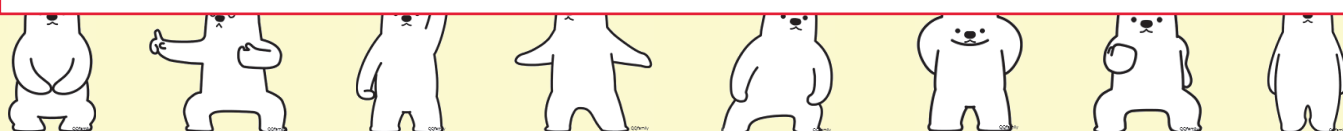


內容涉及個資，不公開資訊。

➤ **活動報導**

為紓解同仁工作壓力及強健體魄，106 年 3 月 16 日(星期四)於本局國際會議廳及 B1 大廳舉辦員工協助方案-「健康講座-八段錦」，邀請本局尹前局長承蓬擔任講座，共計 114 人參訓。

內容涉及個資，不公開資訊。



➤ 法規權益宣導



- 一、有關各機關應業務需要，於預算員額內依聘用人員聘用條例、約僱人員僱用辦法以年度契約定期聘僱用之人員，於因**安胎事由**請假及**請流產假期間**所遺業務，如機關現職人員確實無法代理，同意放寬得再進用聘僱人員代理其職務。

(銓敘部 106 年 3 月 3 日部銓五字第 1064198975 號函、行政院人事行政總處 106 年 3 月 20 日總處組字第 1060040732 號函)

- 二、行政院人事行政總處 106 年 3 月 10 日函以，為尊重地方自治權責，請各機關於訂定相關計畫或措施涉及地方政府辦理特定業務之機關及人力配置時，確實依「**行政院所屬各主管機關訂定相關計畫或措施涉及地方機關員額配置事宜處理原則**」辦理，避免直接要求地方政府增置組織或增加員額配置。

(行政院人事行政總處 106 年 3 月 10 日總處組字第 10600399652 號函)

- 三、重申有關**出國報告電子檔上傳「公務出國報告資訊網」**(以下簡稱資訊網)及出國報告(含審核表)**函報交通部**之期限：

(一)依「行政院及所屬各機關出國報告綜合處理要點」第 2 點及第 6 點規定，除屬機密性質外，出國人員應於返國之日起 3 個月內將審核完成並奉核定之出國報告電子檔傳送至資訊網，並登錄出國報告相關資料。

(二)上開要點所稱之出國報告於返國日起 3 個月內需完成審核並傳送資訊網，係包含交通部點收及審核作業期

間在內。為預留部作業期間，請局屬各機關及航空警察局奉派出國人員務必於返國日起 2 個月內，依規定將出國報告函報本局核轉交通部；至本局各組室(包括負責簽辦上述局屬機關所報出國報告者)務請於返國日起 2 個半月內，將完成審核之出國報告上傳資訊網並函報交通部。



(本局 106 年 3 月 20 日人字第 1065006160 號函)

- 四、有關本局各組室及所屬各機關**加強風紀管理及公務員服務法**相關宣導：

公務員服務法第 5 條規定：「公務員應誠實清廉，謹慎勤勉，不得有驕恣貪惰，奢侈放蕩，及冶遊賭博，吸食煙毒等，足以損失名譽之行為。」邇來新聞媒體報導軍中發現毒品，請各機關(單位)依上述規定加強風紀管理及相關宣導，以免損害政府機關形象及人民對政府之信賴。

(本局 106 年 3 月 2 日人字第 1065004626 號函)

- 五、公務人員於上下班途中發生**交通事故**，無公務人員撫卹法施行細則第 12 條所定交通違規情事，得由服務機關覈實核給公假。



(銓敘部 106 年 2 月 24 日部法二字第 10641978311 號令)

六、公務人員假日奉派出差之交通路程得否補休：

(一)各機關奉派於假日出差之人員，其實際執行職務及為執行職務所必要之交通路程時間，得由各機關覈實准予補休。

(二)至奉派於週一至週五出差執行公務，於該段期間前後以假日為必要之交通路程(假日為單純行程)，或出(回)國路程中以假日為必要之交通路程(假日為單純行程)者，尚非所稱假日奉派出差實際執行職務及為執行職務所必要之交通路程時間，無法適用假日行程核予補休。

(行政院人事行政總處 106 年 3 月 7 日總處培字第 1060039252 號書函)



七、行政院與所屬中央及地方各機關公務人員休假改進措施相關規定：

(一)國民旅遊卡補助金額自 106 年 1 月 1 日起分為自行運用額度及觀光旅遊額度，觀光旅遊額度於 106 年 2 月 28 日前僅有旅行業得予核發補助。自 3 月 1 日起除旅行業外，旅宿業、觀光遊樂業或交通運輸業亦得列入觀光旅遊額度。

(二)行政院人事行政總處 106 年 3 月修訂「國民旅遊卡相關事項 Q&A」1 份，已上載於該總處網站最新消息項下，歡迎同仁自行閱讀。

(行政院 106 年 2 月 22 日院授人培字第 1060037099 號函)

八、106 年至 108 年「闔家安康」全國公教員工團體意外保險案，經公開徵選由中國人壽保險股份有限公司獲選承作，請同仁參考運用。

(行政院人事行政總處 106 年 3 月 9 日總處給字第 10600397542 函)

➤ 性別主流化

【性別與空間：還我們一個性別平權的都市環境】(上)

空間從來都離不開各種權力關係，性別權力關係當然也不例外。性別關係中存在的各種權力不對等，也多會透過空間的佈局、設置呈顯在日常生活中。譬如，中國舊禮教社會不允許女性隨便外出露臉，不少園林宅第的空間佈局，都特意設置閣樓，要求未婚女性於外人來訪時待在閣樓上，不得隨意下樓。此外，即便進入現代社會，不少公共空間也仍然會設置一些不成文的規定，阻止女性自由進出。最典型者即是修築隧道工程不許女性參與，或是透過各種道德規範約束女性的夜間活動範圍。



面對那些舊社會殘存至今的兩性差別處境，以西方為首的女權主義者們百年來陸續提出了各類要求改變女性從屬地位的呼籲。以美國為例，自十九世紀起，就曾有不少女性主義者先驅，為了改善女性長期被繁重家務壓得喘不過氣來的情況，提出了各類實驗性的集合住宅方案。譬如，美國家政學之母，凱薩琳·畢切(Catharine Beecher)，曾提出一個理想的社區生活模型，其中十到十二戶住家共用一

個大洗衣房及烘烤室，以便能減輕當時家庭婦女沉重的家務負擔。(Dolores Hayden, 1981:58-63) 這個理想，影響了後繼者梅露西娜·菲·皮爾斯(Melusina Fay Peirce)，



提出了家務合作式集合住宅的構想，其中包括有三十六戶無廚房的住宅，以及一幢合作式的家務管理中心，讓家庭主婦們在此共同分擔各類家務工作。這樣的想法很快地被當時的建築師們學習，於西元1873、1874年分別在波士頓及紐約都紛紛興建了這類擁有共同廚房、洗衣房及烘烤房的公寓式集合住宅。(Hayden, 1984)

像這樣關注受到家務角色綑綁的女性，並期待透過實質環境的改造為女性提供必要的日常喘息，一直是女性主義建築師及規劃師們的任務。但是這樣的性別平等倡議，很難與二次戰後歐美各國重新要求女性回到家庭，以及地產開發商推動核心家庭獨戶住宅的主導權(hegemony)相抗衡。

所幸，世界組織並未停下性別平權的改造行動。歐盟亦於1996年開始強調性別創新的議題，並且一口氣資助了60個相關聯的計劃方案，以便拓展都市規劃領域的性別分析及性別平權方案。(Horelli et al., 2000; Roberts, 2013) 目前，一個由歐盟及史丹佛大學共同支持成立的性別化創新(Gendered Innovation)網站，很清楚地透過女性主義學者們的角度向我們



說明：「都市規劃者、建築師，以及來自各個領域的研究者，都已經告訴我們不同的性別角色與勞動分工，對於建成環境有著不同的需要。這些差異，在各類尺度上呈現：在個別建築、社區鄰里、城市，以及區域等空間尺度；同時，這些差異也存在於各種建築類型，譬如，集合住宅、公共設施、交通設施、街道及開放空間、工作及零售空間等等。」(Sánchez de Madariaga, 2004)，同時，「空間的性別分析已經指明，都市環境時常會強化既有的性別規範，無法平等地服務女性與男性。而普遍未認知到建築與規劃中的性別假設，也造成都市空間中存在各種不對等的可及性。」(Spain, 2002; Hayden, 2005)

(下期續)

(摘自行政院性別平等會 <http://www.gec.ey.gov.tw/> 作者：劉欣蓉/淡江大學建築系助理教授)

➤ 營養新知-牛奶愛上茶！抹茶拿鐵、紅茶拿鐵，最適合你的是？

厭倦了白開水，想買杯「茶拿鐵」來喝喝，但菜單上有紅茶拿鐵、烏龍拿鐵、抹茶拿鐵等多種品項，從店家精美的海報看起來好像每一種都很好喝，讓人難以抉擇。如果您也有相同的煩惱，不妨先想想哪一種基底茶比較適合自己吧！

你愛的≠適合你！中醫喝茶先看體質

「拿鐵」(Latte)在義大利文的意思是牛奶，因此國人將鮮奶與茶的調味飲品稱

為「茶拿鐵」或「鮮奶茶」，並依據選用茶葉的種類不同，再發展出各具風味的飲品，包括：紅茶拿鐵、抹茶拿鐵、烏龍拿鐵、觀音拿鐵、普洱鮮奶茶等，每一種口味都擁有各自的粉絲，喜愛的口味卻未必適合自己。



按照中醫的觀點，綠茶和抹茶的屬性偏寒，有降火之效，體質偏寒、胃虛、容易貧血的人應減少飲用；紅茶性味偏溫，有暖胃的作用，適合絕大多數虛寒體質女性和老年人飲用；烏龍茶和鐵觀音都屬於青茶，性平，適合一般人飲用；普洱茶則屬於黑茶，性溫，與紅茶一樣適合虛寒體質者飲用。

營養師來看茶！兒茶素和茶黃素成關鍵

另從現代營養學的角度，不同茶種的營養成分也有所不同。大千綜合醫院營養師林怡君表示，茶菁（鮮葉）在製作成茶葉成品的過程會經歷不同的發酵，讓茶菁中的兒茶素（Catechins）氧化，轉化為胺基酸、醣苷類和其他香氣物質。一般來說，發酵程度較低的茶，茶湯顏色較輕，滋味較為鮮爽，例如綠茶；發酵程度較高的茶，茶湯滋味偏深，滋味較為濃郁，例如烏龍茶和紅茶。



至於抹茶，雖是由綠茶製作而成，但與一般綠茶不同的是利用「蒸菁製法」製造，不加揉搓，直接烘乾，再用茶臼碾成微細粉末的茶粉，可以保留茶葉原有的營養素及清爽茶香味。

近年醫學研究報告指出，兒茶素對於人體有益，具抗氧化、防止老化的功效，還可抑制脂褐素形成，有助體內毒素的排出，維護健康，而茶葉之中以綠茶含有的兒茶素最高。

另在紅茶部分，發酵過程以重發酵或全發酵的方式製作，茶葉中大多數的兒茶素會轉化為茶黃素、茶紅素與其他芳香物質。最近國際期刊《The Journal of Antibiotic》刊載的一篇日本研究提到，在動物試驗中，從紅茶萃取物純化的茶黃素具有對抗諾羅病毒的效果，但醫界認為，目前預防諾羅病毒還是以注意衛生最為重要。

喝茶養生！每天不超過 600 毫升

雖然兒茶素、茶黃素和其他茶葉多酚物質對人體有保健效果，但林怡君營養師提醒，可別把茶當水喝，一般建議每日喝茶量為 300 至 600ml，如果喝茶會有心悸、手抖、睡不著等情況，就該份量減半或減少頻率。



空腹喝茶也會使胃酸分泌異常，進而造成消化道粘膜過度收縮

而引起胃痛。茶葉中的鞣酸會影響人體對鐵的吸收，咖啡因和植酸會減少人體對於鈣質的吸收，建議飯後間隔 1 小時後再喝茶。慢性腎衰竭的病人必須限制鉀離子和水分的攝取，已有腎臟病的人應該和醫師討論，在許可的範圍內喝茶。

飲用茶拿鐵！小心抹茶口味添加糖多多

至於常常讓人陷入選擇障礙的「茶拿鐵」，林怡君營養師表示，從營養學的角度來看，茶類拿鐵並沒有特定的適合對象，只是需注意攝取量，以免其中添加的糖、奶精或咖啡因過量，反而造成體重上升。



尤其是抹茶粉，本身因栽培、加工方式與一般茶葉不同，熱量相對較高，且市售抹茶粉為了增加溶解能力和增添口感（原味抹茶粉較苦），可能會額外添加糊精和糖，讓熱量再提高一些。因此，下次選擇抹茶拿鐵或抹茶牛奶等產品時，可別忘了控制飲用量，以免喝下太多的熱量和人工添加物。

根據日本食品標準成分表 2015 年版（七訂）資料，每 10 公克「抹茶粉」的熱量約 32.14 大卡，而一杯熱抹茶通常會用上 3 至 6 公克抹茶粉，大約相當於 9.6 至 19 大卡，但一杯 100 毫升紅茶的熱量僅有 1 大卡，差異頗大，更遑論抹茶拿鐵額外添加的糖量常比紅茶拿鐵更多，必須更謹慎控制飲用量。

鮮奶+茶→腎結石？營養師：錯誤觀念！

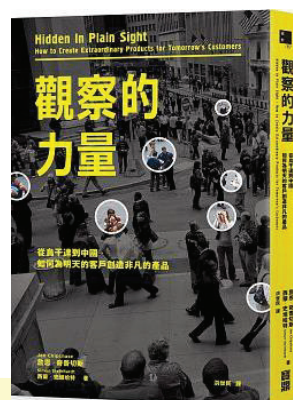
許多人常問：鮮奶茶會形成腎結石嗎？林怡君營養師表示，這是錯誤的觀念。茶中的草酸雖然會和鮮奶中的鈣質結合形成草酸鈣，但草酸鈣的分子很大，人體根本無法吸收，而排出體外，因此並不會在體內形成結石。

（摘自華人健康網：<https://www.toplhealth.com/> 記者：駱慧雯）

➤ 每月一書-觀察的力量：從烏干達到中國，如何為明天的客戶創造非凡的產品

內容簡介：

企業都在問，下一個商機在哪裡？誰又是你下一批顧客？現在，「高速企業」網站（Fast Company）評選為「全球 100 大最富創意人才」、財富雜誌譽為「全球科技業最聰明的 50 人」——前 Nokia 首席研究員、青蛙設計執行創意總監帶著最新鮮的眼光，幫助你重新看世界，提出更聰明的問題，協助你在明日的商業市場，抓住消費者的心！



★★商業周刊 1420 期人物專訪★★

最會觀察、傾聽、發掘人類行為真相的世界級創新專家詹恩·奇普切斯，專精於從跨文化角度，深入人們看似平凡的生活細節，抽絲剝繭，同時根據來自於 30 億人口的

範本（含非洲、印度、中國、巴西），研究人們的使用行為與習慣，並針對「消費者如何思考」及「如何研發影響消費者日常生活的商品與服務」，提出嶄新的見解。

在《觀察的力量》，作者帶領你跟著他環遊世界，從平淡無奇的小事著眼，一路鑽進當地人的口袋、皮夾、房子裡，以全新的眼光重新認識我們常視為平凡的事，你將發現在不同的文化價值下，竟會導致各種不同的消費決策；你也可以從中獲取洞察力或靈感來破解社會規則，甚至以此發展事業。

了解決定背後真正的「為什麼」

◎首先，分析人們如何在心中劃分做與不做之間的界線。

- 你打扮是為了自己或他人？
- 你知道在中國、印尼、馬來西亞的人，攜帶皮夾的策略是什麼嗎？
- 為什麼人們喜歡在網路一次訂閱服務勝於小額付款機制？就算有足夠的現金，也想刷卡付餐聽的帳？

→這些問題想不通，你就很難了解你的準顧客。

◎你了解日常生活中的物品，和身分地位的連結度嗎？

- 在曼谷，為什麼會有人花錢去買假的牙套？而不是去穿冒牌的古馳T恤？
- 在英國，放在洗手間裡的讀物真的是主人自己要讀的嗎？
- 為什麼有人就算買不起法拉利也要買法拉利的鑰匙圈？



- 即便是使用最廉價的手機，但是也要為它配上 Apple 的白色耳塞式耳機，這是什麼心理？

→歡迎來到范伯倫效應的世界，感受印象管理的力量。

◎左右顧客買不買單的信任的力量

- 在北京市街，一個滿臉滄桑、穿著一條骯髒圍裙的婦人所販賣的餃子，你敢買來吃嗎？
- 在阿富汗，喀布爾的冒牌肯德基店，如何利用一張小雞的圖片爭取顧客的信任，願意上門光顧？
- 在中國，淘寶網如何利用專門聊天平台、信託付款帳戶等服務，殺得 eBay 鎩羽而歸？



→只要消除消費者疑慮，建立高信任，顧客就願意上門買單。

本書以豐富的案例，翻轉思維的角度，以有趣的故事與例證，說明不一樣的消費者行為調查。

作者提醒，每一個日常生活習慣及行為，背後所隱藏的訊息可不簡單，每一個購買行為背後，都牽動著複雜的心理思考與行為動機，即便只是平凡如上廁所，以全新的眼

光觀察，都能發現常人未能體察的社會規則在運作。

只要願意理解是什麼驅使著消費者做出他們的選擇，精準解讀隱藏於平凡中的不凡，就能運用隱藏在日常生活的習慣創造明天的商機。

本書特色

1. 本書解釋是什麼驅使著消費者做出他們的選擇，並說明如何以全新的眼光看待平凡的人類活動，讓你也可以為獲取洞察力或靈感來破解社會規則，運用隱藏在日常生活的習慣創造明天的商機。
2. 本書像一本偉大的小說，它既是世界文化指南，又是設計研究的入門書，讀來饒富趣味，又深具洞察力。
3. 想研究市場趨勢者、尋求洞見、創新思維者必讀。



作者簡介：

詹恩·奇普切斯 (Jan Chipchase)

環球洞察公司青蛙設計 (Global Insights at frog) 的執行創意總監，負責管理全球研究暨洞察實務。他擁有超過二十五項專利申請，且其研究成果屢獲國際媒體龍頭刊載，包括《紐約時報》(New York Times)、BBC、《經濟學人》(Economist)、《國家地理雜誌》(National Geographic) 及《連線》(Wired) 等等，他的部落格「完美未來」(Future Perfect) 閱眾遍布世界一百九十一個國家。二〇一一年「高速企業」(Fast Company) 將他列為企業界百大最富創意人士。他以舊金山為基地，行腳遍及全球。

西蒙·史坦哈特 (Simon Steinhardt)

數位經紀公司 JESS3 編輯創意副總監。他曾任《詐騙》(Swindle) 雜誌編輯主任，撰寫、編輯過數本探討全球街頭文化和藝術的書籍，包括《聽從：供應與需求——薛帕德·費瑞的藝術》(OBEY: Supply and Demand—The Art of Shepard Fairey)、《美國塗鴉史》(The History of American Graffiti) 及《歐巴馬的藝術》(Art for Obama)。

譯者簡介：

洪世民

台灣大學外國語文學系畢，曾任職棒球團翻譯、主編雙語教學雜誌，目前為專職譯者兼家庭主夫，譯作涵蓋各領域，包括《一件T恤的全球經濟之旅》、《做個有梗的人：10步驟讓你的人生更有趣》、《為什麼他能看到你沒看到的？洞察的藝術》、《告別施捨——世界經濟簡史》、《靈魂的代價》、《管最少的老闆生意做最大》等。

(摘自博客來網路書店 <http://www.books.com.tw>)

本室 e-mail : elnard@mail.caa.gov.tw

PS：各位夥伴如有任何簡訊要與大家分享，請告知我們將竭誠為您服務

(圖片來源均取自網路，如有侵權煩請告知，謝謝。)