

單元名稱			第 6 章 漠南非洲的產業與經濟發展	授課日期	6/13
教材來源			翰林版	教師	李幸美
月	日	節	教 學 重 點		
			一、漠南非洲的自然資源與產業		
			二、漠南非洲經濟發展的優勢與挑戰		
教學準備			教師準備： 備課資料、教具 學生準備： 1. 預習教材內容。 2. 咖啡食物準備。		
教學資源 (參考網站、書目)			網站材料： 1. <u>錢還是保育？記者看「動物觀光」帶來的影響</u> https://dq.yam.com/post/3633 2. <u>精品咖啡是什麼？它和單品咖啡有何不同？</u> https://www.riverbird.com.tw/blog/posts/%E7%B2%BE%E5%93%81%E5%92%96%E5%95%A1%E6%98%AF%E4%BB%80%E9%BA%BC%EF%BC%9F%E5%AE%83%E5%92%8C%E5%96%AE%E5%93%81%E5%92%96%E5%95%A1%E6%9C%89%E4%BD%95%E4%B8%8D%E5%90%8C%EF%BC%9F 3. <u>《尋味咖啡》：什麼是「精品」，什麼又是「單品」？</u> https://www.thenewslens.com/article/123181 4. <u>糧食危機加劇 非洲聯盟主席籲蒲亭考量非洲苦難</u> https://www.cna.com.tw/news/aopl/202206040196.aspx 5. <u>比爾蓋茲失算了？注資綠色革命消除飢貧，卻與永續漸行漸遠？</u> https://npost.tw/archives/66991 6. <u>巧克力名列生產里程最高的食物之一！一張圖帶你看懂巧克力產業</u> https://www.foodnext.net/science/scsource/paper/5111558615 7. <u>可可農場童工困境受疫情影響更險峻！象牙海岸童工比例增加 3%！</u> https://newtalk.tw/news/view/2020-08-12/443872		
核心素養與議題融入			學習表現	學習內容	
核心素養項目 A2 系統思考與解決問題 A3 規劃執行與創新應變 B1 符號運用與溝通表達 社-J-A2 覺察人類生活相關議題，進而分析判斷及反思，並嘗試改善或解決問題。 社-J-A3 主動學習與探究人類生活相關議題，善用資源並規劃相對應的行動方案及創新突破的可能性。 議題融入			社 1a-IV-1 發覺生活經驗或社會現象與社會領域內容知識的關係。 地 1a-IV-1 說明重要地理現象分布特性的成因。 地 1a-IV-2 說明重要環境、經濟與文化議題間的相互關係。 地 1c-IV-2 反思各種地理環境與議題的內涵，並提出相關意見。 社 2a-IV-3 關心不同的社會文化及其發展，並展現開闊的世界觀。 社 3b-IV-3 使用文字、照片、圖表、數據、地圖、年表、言語等多種方式，呈現並解釋探究結果。	地 Bg-IV-3 現代經濟的發展與挑戰。 地 Bg-IV-4 問題探究：漠南非洲的公平貿易議題。	

<p>【環境教育】</p> <p>環 J2 了解人與周遭動物的互動關係，認識動物需求，並關切動物福利。</p> <p>環 J6 了解世界人口數量增加、糧食供給與營養的永續議題。</p>		
學 習 目 標		
<ol style="list-style-type: none"> 1. 能說出漠南非洲的自然資源特色 2. 能說明殖民地式經濟的特徵 3. 能說出漠南非洲觀光業與自然資源的關聯性 4. 能說明漠南非洲的經濟發展的優勢 5. 能說出漠南非洲的經濟發展挑戰 6. 能瞭解漠南非洲的糧食問題 		
教學指導要點（活動流程）	教學時間	評量方式
<p>前一節預告今天將有咖啡相關課程，請同學準備咖啡相關食物：飲料、餅乾、糖果，下一節課一邊上課、一邊品嚐，慶祝期末，小小放鬆一下。（課堂前先準備好）</p>		<ol style="list-style-type: none"> 1. 口頭測驗 2. 紙筆測驗
<p>一、引起活動</p> <p>詢問同學喝咖啡、品嚐咖啡食物的感覺，並簡要說明單品咖啡、莊園咖啡、商業咖啡、精品咖啡的概念，再帶到各州的咖啡受到氣候影響，各有其特色，如西非較常見的是抗病蟲害的「羅布斯塔種」以商業咖啡為主，東非則因海拔較高受病蟲害問題侵擾較輕微，而有較多元品種及風味複雜度。</p> <p>參考：</p> <p>精品咖啡是什麼？它和單品咖啡有何不同？ https://www.riverbird.com.tw/blog/posts/%E7%B2%BE%E5%93%81%E5%92%96%E5%95%A1%E6%98%AF%E4%BB%80%E9%BA%BC%EF%BC%9F%E5%AE%83%E5%92%8C%E5%96%AE%E5%93%81%E5%92%96%E5%95%A1%E6%9C%89%E4%BD%95%E4%B8%8D%E5%90%8C%EF%BC%9F 《尋味咖啡》：什麼是「精品」，什麼又是「單品」？ https://www.thenewslens.com/article/123181</p>	5	
<p>(1) 教學活動</p> <p>(一) 漠南非洲的自然資源與產業</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 農牧業 <ol style="list-style-type: none"> (1) 自給式農業 <ol style="list-style-type: none"> A. 傳統的生活方式以粗放農業為主，包含：漁獵、採集、游耕、游牧 B. 游耕示意圖（圖 1-6-1）：焚林、耕種、休耕、遷移 2. 熱帶栽培業 <ol style="list-style-type: none"> (1) 殖民地式經濟 <ol style="list-style-type: none"> A. 殖民者掠奪殖民地農、礦業資源的經濟模式 B. 種植經濟作物以外銷為主，主要獲利者為跨國公司，實際耕種的農民收入微薄 	5	

<p>C. 種植單一作物的集約農業，大面積種植經濟作物，如：可可（象牙海岸）、咖啡（衣索比亞）</p> <p>(2) 影響：</p> <p>A. 水、土地資源有限，排擠南非洲糧食作物生產，使部分國家糧食需仰賴進口</p> <p>B. 價格亦受國際市場影響</p> <p>3. 礦業</p> <p>(2) 古老陸塊，擁有豐富礦產</p> <p>(3) 外銷為主要經濟來源，如石油（奈及利亞）、黃金（南非）、鑽石（南非）</p> <p>(4) 隱憂：過度依賴原料出口，容易受國際市場價格波動影響</p> <p>4. 觀光業</p> <p>(5) 熱帶雨林物種多樣性豐富及熱帶莽原上的動物景觀，適合發展生態旅遊</p> <p>(6) 動物大遷徙：因雨季時間不同，動物為了尋找水草，會在肯亞馬賽馬拉國家公園與坦尚尼亞塞倫蓋提國家公園間移動</p> <p>(7) 肯亞：國家經濟來源以觀光業為主，2019 年觀光人次突破 200 萬</p> <p>(8) 補充：錢還是保育？記者看「動物觀光」帶來的影響 https://dq.yam.com/post/3633</p> <p>(9) 補充：大象數目回升，卻出現「人、象之爭」 https://www.thenewslens.com/article/172761</p> <p>5. 公平貿易學習單討論</p>	5	
<p>請同學閱讀學習單，並小組討論 10 分鐘，接著請人上台發表。</p>	20	

為何要公平貿易—甜在你嘴，苦在農民

社會人道議題受關注，NGO 團體開始行動

根據 2015 年《Cocoa Barometer》的統計，一塊巧克力最後的利潤，零售商拿走了 44.2%、製造商拿走了 35.2%，而農民只剩下 6.6%。若再進一步對比 1980 年代，農民可獲得 16% 的巧克力利潤來看，可以見得儘管全球巧克力市場不斷提升，但農民所能分到的利潤配額反而卻是下降的，顯示整個產業鏈的不公平仍未被解決，微薄的收入讓農民難以維持生計，也連帶造成奴隸、童工等現象！

而國際公平貿易組織、雨林聯盟 (Rainforest Alliance) 等 NGO 團體的行動，除了促使消費者關注產業鏈的所面臨的人道、環境議題，也使得許多品牌如，瑪氏 (Mars)、雀巢 (Nestlé)、好時 (Hershey) 等巧克力大廠紛紛宣示將停止採用童工種植、採收的可可作為原料。



後續在 2005 年，於荷蘭創立的巧克力品牌「Tony' s Chokolonely」更憑藉著「100%無奴隸巧克力 (100% slave-free)」以產品的社會人道訴求，企圖改變產業、讓全世界正視巧克力產業的童工奴隸問題。荷蘭市佔第一的東尼巧克力，是為了打破非洲可可產業中存在的童工奴隸現象而成立。巧克力刻意做成不規則形狀，以此傳達可可產業中的不平等現象。

巧克力大賞也能收買人心，通路溫情攻勢也能塑造話題

除了品牌方響應社會議題做出改變外，許多通路商在行銷策略上，也開始大打「走心」的溫情攻勢！2019 年，家樂福推出的巧克力大賞便跳脫以往思維，選擇與長期關注童工議題的荷蘭巧克力品牌 Tony's Chokolonely 及台灣在地品牌如福灣巧克力、曾志元巧克力、JL Chocolate 等合作，以企業社會責任、輔導在地小農作為主題，短短 2 週時間便達到 60 萬銷售額。由此也應證了現今的消費者在追求口感、口味外，產品的理念、價值觀也確實牽引著消費者的選擇！

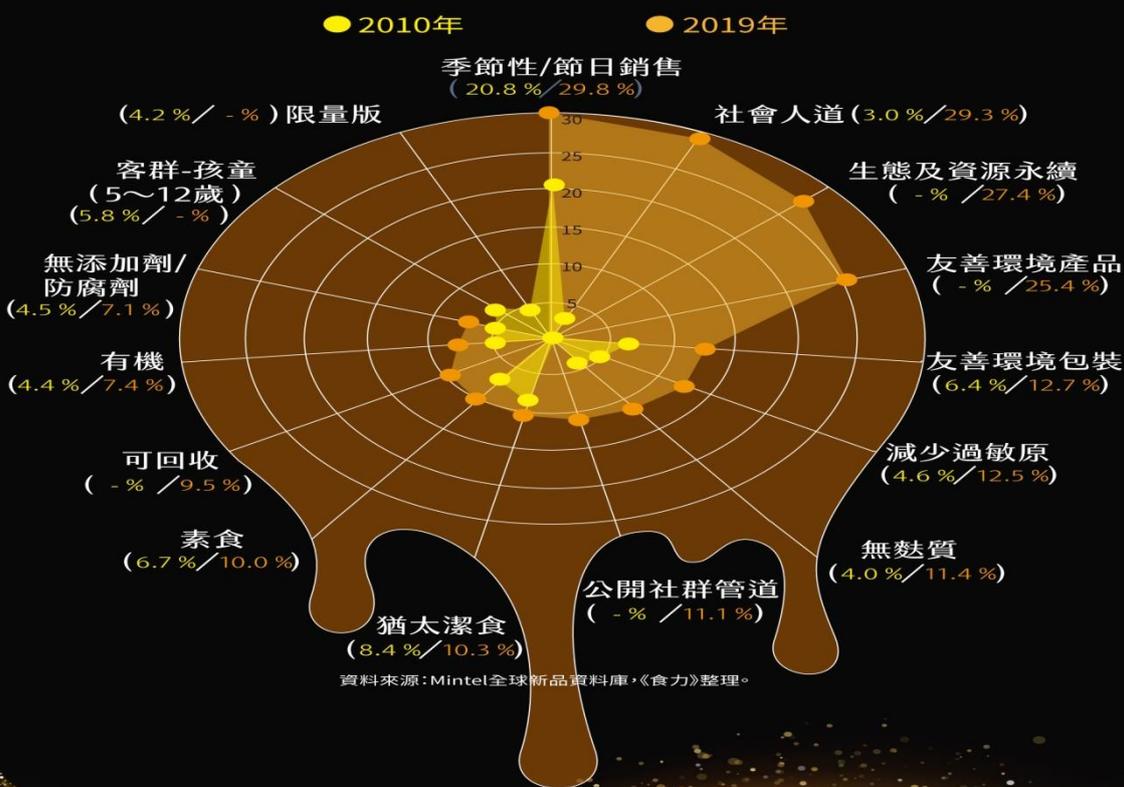
而隨著巧克力市場捲起這股「走心」的浪潮，各品牌要擄獲消費者除了更在意產品本身的功能性外，如何讓品牌與消費者的價值觀達到共鳴，並從中創造市場機會，也成為各品牌、通路未來避不開的挑戰！

1. 透過下列圖片，請同學討論：謂何要講求公平貿易？ (3 分鐘後小組派人發表)
2. 根據文章，農民栽種可可，可以分得多少利潤？小組討論：你覺得應該調整到多少比較公平？
3. 除了巧克力，非洲農民在哪些熱帶栽培業上，也需要尋求公平貿易？
4. 你有最常吃的巧克力品牌嗎？加入公平貿易意識，對於巧克力選擇，你有哪些考量？

巧克力不只要甜嘴，還得走心！ 人道、友善環境新品訴求崛起！

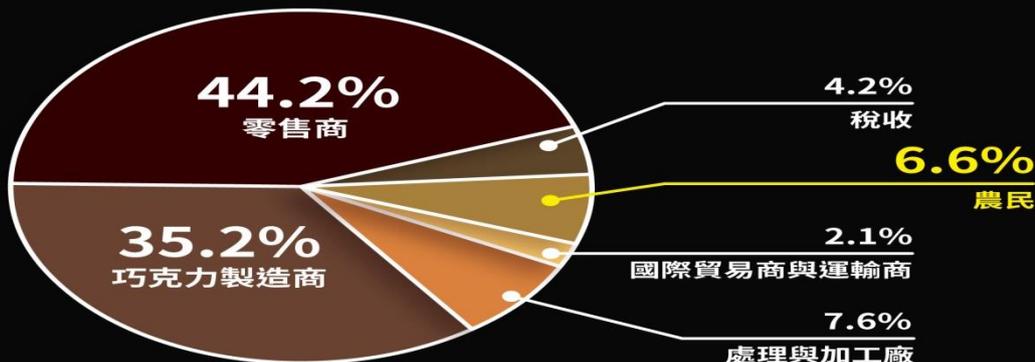
節日銷售仍當道！
人道、生態議題成為巧克力新訴求！

2019與2010年全球巧克力新品訴求變化



甜你嘴，苦農民？ 巧克力利潤後端瓜分，可可農民只得6.6%

巧克力利潤占比



資料來源：Cocoa Barometer 2015·《食力》整理。