# 葉怡蘭

把感官經驗做成可以持續生活的知識

研究截至：2026 年 10 月 12 日（台北時間）。

葉怡蘭是台灣飲食旅行作家，也是長期從事選品、商品開發與生活實踐的編輯者。她的職業很容易被幾個可辨識的場景遮住：旅館窗前的光、餐桌上的奶茶、排列整齊的食品雜貨，以及一位能把日常過得有滋有味的作者。可是，這些場景的形成，需要採訪、閱讀、試吃、攝影、採購、配方測試、編輯、網站維護與團隊分工。她的實踐較值得追問的地方，正是如何把一次性的「我喜歡」，轉成能被描述、比較、傳授、購買，最後在家中反覆使用的東西。

這也使她的生涯不能只寫成成功創立 PEKOE 的故事。她在 2002 年創辦這家食品雜貨品牌，卻已在 2023 年 8 月退出決策，2024 年起停止參與營運、開發、品管與諮詢，並於同年 7 月放棄所有股份。這是她本人與目前官方簡介明確公開的時間線。截至本文查核日，她的工作應以寫作、Yilan 網站、怡然生活內容企劃製作團隊，以及新的選品開發顧問合作描述；不能繼續稱她為 PEKOE 現任主理人。[1, 2]

本文的核心判斷是：葉怡蘭長期建立的，是一套往返於個人感受與可交付成果之間的工作方法。公司、出版品、零售店與居家空間曾經彼此支援，也可能分離。2023 至 2024 年的斷裂，恰好使這些原本容易被看成同一件事的部分，顯出各自的條件。

[External image / 外部圖片] 葉怡蘭穿淺藍色上衣站在食品與器皿貨架前，身後可見果醬罐與茶具。VERSE 於 2022 年 PEKOE 二十周年專題刊登的葉怡蘭肖像。這是她退出品牌經營之前的影像，不代表目前職務或店址。攝影：楊雅淳／VERSE。著作權屬原權利人，來源未標示開放授權。原始報導與完整圖說。

## 一、台南、中文系與自學：感官不是天生就會說話

葉怡蘭出生於台南，後來定居台北，畢業於中央大學中國文學系。她在國立公共資訊圖書館的訪談中說，家裡並非典型書香門第，但父母願意支持她買書；靠近書店街的成長環境、到南一書局買書，以及有限零用錢所造成的反覆閱讀，構成比「從小愛美食」更具體的形成條件。中學以後的古典文學閱讀，逐漸通往對園林、空間、器物與生活的興趣。[3, 4]

這條線索重要，因為她日後所寫的美食，常不止於香味形容。文本會把一種食材放回品種、製法、產區和使用情境中，或把一間旅館拆解成光線、尺度與動線。她自述《紅樓夢》閱讀與中文系訓練的作用，也提到松山猛《華滋華斯的庭園》讓她看到：享用一件事之前，可以先把它研究得更深。這不是可以由學位直接推導出的能力，而是一種持續閱讀、比較、再親身驗證的習慣。她以乳酪為例，描述先讀書、試不同種類，再到產地觀看製程的學習次序。[5, 6]

台南的意義則包含身體記憶與後來的距離。她的母親是職業婦女；她在《日日三餐》序中沒有把自己寫成自小跟著母親掌廚的人。真正開始做菜，是北上念書之後，因想念熟悉的味道，在有限器材下摸索。這種起點與日後的主張相通：料理可以從現有食材、少量技法與吃得舒服開始，並不以成為職業

廚師為目標。[7]

因此，對她的形成，較準確的描述是三種資源的交會：地方飲食經驗提供味覺參照，文學與閱讀提供感受的組織方式，離家生活則迫使她把偏好變成操作能力。這些資源不能保證一個人會成為飲食作者；它們是在後來的媒體工作與旅行中，被逐步接上職業用途的。

## 二、從設計雜誌到飲食版面：一種跨領域的編輯學徒制

她早年的履歷穿過《雅砌》《室內》《Vogue》，之後也任職《明日報》與《壹週刊》。其中，室內設計媒體並非與飲食無關的前史：採訪房子、設計師與材料，需要把抽象理念翻譯成可以觀看與使用的細節。轉入時尚媒體的生活領域後，這套描述方法便延伸到餐廳、食材、旅行與旅館。她在《極致之味》序中將約 1996 年的工作轉換，視為開始密集接觸飲食題材的重要節點。[8, 9]

2011 年 BIOS 訪談提供另一個不太符合「一路升遷」的版本：她回看最初十年的幾次轉職，說薪資與職稱未必上升，吸引她的是可以學習的新題材。同一訪談也說，她最初買單眼相機，與照片稿費的實際誘因有關，之後才逐漸投入攝影。這提醒我們，所謂文字與影像兼擅，不宜只寫成天賦；它也來自媒體計酬方式與自由工作者需要擴張交付能力的現實。[10]

《玩味》的序則留下更細的編輯現場。2000 年《明日報》的飲食版，讓她思考如何把吃寫成可以玩、可以探索的題目，而不限於實用店家資訊。這種版面工作的問題意識，後來轉成書與個人網站：以一個明確、持續出現的作者視角，將零散題材串成生活觀。[11]

這種跨領域編輯的強項，是知道要問什麼、去哪裡比較、如何向非專業讀者說明。農法、製茶和料理的知識，則在接觸生產者與專業制度時不斷被補足。媒體工作因此提供的不只是一組發表管道，也是一種進入陌生世界的方式。

## 三、1999 年的網站：先擁有編輯位置，再承擔它的成本

《Yilan 美食生活玩家》創立於 1999 年。2006 年《遠見》的採訪將正式成立日記為 10 月 14 日，並指出網站最初承接她對個人生活媒體的想像。重要的不只是比社群平台更早上網，而是她為自己保留了一個編輯位置：題材可以依個人興趣選擇，長篇文章也不必完全服從原任職媒體的版面配置。[12]

網站並不因此脫離經濟條件。《遠見》記錄，早期免費內容需要她以寫作與教學收入支持；至 2004 年，多線工作已造成明顯負擔，2005 年開始公司化並增加分工。報導提到網站技術建置、廣告收入、丈夫參與管理，以及她從事務中抽身處理方向與品質的安排。[13]

2005 年一份改版進度報告，讓這個平台的技術與社群底層更清楚：團隊規劃將作品集、分類討論看板與 PEKOE 放在同一網站，並處理從 MSN 社群遷移留言及會員資料的問題。公告同時區分先上線的功能與仍待完成的部分。[14] 這是一個作者、討論者與商店共處的網路空間；維護它所需的工作，遠多於把新文章貼上首頁。

這裡出現她後來反覆面對的結構問題：讀者想要一個真實、親自體驗的作者，但穩定更新所需的編輯、技術與行政工作，會消耗這位作者體驗和寫作的時間。網站能長期存在，意味著「個人」必須有某種組織作為支架。從創站者的角度看，商業化既可能引入限制，也可能提供繼續出版的條件。

到 2024 年，她仍以電子報第 1356 期紀念網站二十五年，同時調整手機與桌面閱讀格式及寄送機制。

電子報把自有網站的更新帶進讀者信箱，也需要隨閱讀裝置與寄送技術變化而維護。[15]

官方網站對「享樂」的說明也值得按它本來的意思理解：不是消費愈多就愈會生活，而是調動感官，同時累積必要知識。[16] 本文據此理解網站的作用：它將容易消失的體驗，變成可回看、可交叉比較的公共檔案；商店、出版與課程，則是這套檔案曾經長出的不同出口。

## 四、她實際怎麼工作：記錄是經驗的第二次加工

葉怡蘭在 2023 年的〈我的，記錄人生〉回顧了經驗、查找、書寫與記憶之間的循環：出去看、吃、住，留下資料，回來補讀與核實，整理觀點，再把理解帶回生活。記錄並非體驗之後附帶完成的宣傳，而是使下一次體驗更有辨識能力的工序。[17]

這項工序有大量不在照片中的時間。2025 年談相簿時，她說網站自 2001 年起累積三百多本相簿；篩選、排序、修整、命名、上傳與發布，都要投入工夫，並有團隊協助。她也坦言相簿沒有點閱計數，因此不知道實際有多少人看。這個細節比抽象的「影響力很大」更有解釋力：至少有一部分工作，是在無法精準驗證回報的情況下持續做的。[18]

家常菜的形成過程提供另一種小尺度的例子。《日日三餐》序記述，工作訊息與晚餐準備交錯時，她會查看冰箱、想菜色，先寫在便條上；飯後再轉錄筆記，有時補上成功的調味比例。原本用來防止忘記菜單的工具，逐漸變成可查的生活資料，也為公開的餐桌記錄與書籍累積素材。[19]

這幾種媒介各有功能：照片保存形貌與光線，便條處理當下的操作，筆記留下可重用的比例，文章則建立因果與價值判斷。若把她的日常簡化成每天幾點起床、喝幾杯茶、寫幾小時，反而會掩蓋工作隨旅行、截稿、試作、團隊協調而改變的性質。

## 五、書並不是同一本生活哲學的十八次重複

截至查核日，官方簡介列出十八種著作。這個總數有辨識作用，但比數量更重要的是，不同書回答不同的工作問題。[20, 21]

2000 年的《Yilan’s 幸福雜貨鋪》，在她 2019 年的回顧中，是以物件攜帶旅行記憶的早期作品；《玩味》則承接新聞與生活版面的飲食探索。2003 年《台灣生活滋味》的出版介紹，把目光移回島內日常，顯示「世界」與「台灣」並不是她到了中年才突然二選一的兩個階段。她很早就在兩者之間移動。[22, 23, 24]

2008 年同時出版的《極致之味》與《果然好吃》，則可以看成兩種不同的研究尺度。前者從食材和飲品的分類、製程與品鑑入手，呈現跨地域的知識整理；後者以台灣水果、月份和產地為骨架，把研究服從於一整年的生產季節。一本由品類組織，一本由時序與地方組織，不能只用「美食書」概括。[25, 26]

2011 年《終於嚐到真滋味》處理旅行中的餐桌，書序尤其強調出發前的飲食背景研究、菜名詞彙、用餐計畫與預約，也保留計畫失效後意外遇見好味道的可能。2013 年《食．本味》則較鮮明地轉向評論：出版資料把它分成飲食觀點、世界經驗與回望台灣，討論名店、評價、料理趨勢與本地飲食的定位。[27, 28]

另一條線是旅館、家與日常用品：《享樂．旅館》《隱居．在旅館》《好日好旅行》《旅人之窗》，

最後通往《家的模樣》《日日三餐，早．午．晚》與《日日物事》。這不是宣布旅行已經結束，而是觀察單位逐漸縮小：從可特地前往的地方，轉向每天必須使用、清洗、收納和維持的空間與物件。

必須交代本文的閱讀邊界：以上及下文對書籍的分析，以可讀的作者序、書摘、正式出版資料與相關訪談為主，並非宣稱逐冊通讀全部原書。這些材料足以重建企劃目的、研究程序與部分論點；對整本書的文學成就、讀者效果與銷售成績，則不作超出證據的判定。

## 六、紅茶：把長期嗜好做成會更新的知識體系

紅茶是她最能展示研究縱深的題目。她在回顧中把台南家中的茶、學生時代的水果茶、畢業後與同事到清香齋比較茶款，連成一條學習路徑。當現有書籍出現互相矛盾的說法，單靠讀書不足以解決問題；約從 2001 年開始，為成書而進行的研究加入大量比較品飲、產地探訪與課程。[29]

2005 年《尋味．紅茶》完成，2017 年《紅茶經》則保留基本架構而重新撰寫。她列出的新增或重整內容，包含大吉嶺、錫金、斯里蘭卡、武夷的探訪，沖煮與品鑑方法，以及份量明顯增加的台灣紅茶。[30] 這種重寫的重要性在於：產區、產品與作者的理解都會改變，專業不能只靠一本早年成功之作永久兌現。

《紅茶經》也讓合作關係具體可見。楊啟巽負責裝幀設計，作者說這已是兩人的第九次合作；寫樂文化邀請 Ivy Chen 到她家拍攝沖茶、試茶與飲茶的照片，並以人物照片作為封面主視覺。[31] 一份知識如何成為一本可以被購買、辨識與信任的書，需要出版社、設計師與攝影者共同建立形式，並非作者獨自完成所有環節。

同一知識又可以換成不同交付方式。2017 年的紅茶課分成理論、示範與實作；在魚池紅茶評鑑現場，她則必須依評審制度，先辨識製作瑕疵，再在合格茶中比較品質。她記下當次兩天半、三位評審面對七百四十件茶樣的密集工作，也分辨競賽要求與平常欣賞一款茶之個性的差異。[32, 33]

這些材料顯示，個人品味若要進入制度，必須調整語言與判準。寫文章可以細述一款茶如何打動自己；教學要讓別人重做；評鑑則要在共同規則下作出可比較的決定。把這三者混成一個「懂茶」的身分，會錯過她工作中真正的轉換能力。

## 七、走進水果產地：誰使「台灣味」成為可以說明的對象

《果然好吃》的田野有明確制度背景。依作者自述，2007 年 5 月至 2008 年 4 月，她受農委會輔導的台灣農業產學聯盟相關精品水果推廣計畫邀請，在吳啟慎、王憲一等人的規劃執行下，按月探訪一種水果。採訪路線從七股香瓜、大樹荔枝、玉井芒果、三星梨，到麻豆文旦、大湖草莓、關廟鳳梨等地。[34]

這不只是一位作者「發現」原本沒有人注意的農村。地方生產者、計畫組織與公共資源，使她能按季節接近產區；她的工作則是把技術和味覺的關係，轉譯給較遠離生產現場的讀者。研究者若省略委託背景，便會把集體搭建的採訪條件，誤寫成個人意志可以單獨完成的旅程。

書序下篇把注意力放在栽培技術、品種與氣候條件如何共同塑造滋味，也反對只以大小和外觀決定水果價值。[35] 此處最有用的轉向，是使「好吃」不再像一種無因的地方天賦：風味背後有人工作，也有對季節和環境的適應。她從歐洲飲食世界接觸到的產地觀念，在這裡被拿來重新閱讀台灣，而不是照

抄一份外國評級表。

不過，書中的欣賞與推廣目的，也限定了我們能從中知道什麼。讚揚果農技術，不等於已分析農工待遇、通路分潤、土地成本或每個產區的生態代價。她讓消費者更願意問產地與品種，與她是否完整揭露農業政治經濟，是兩個不同問題。本文肯定前一種中介工作，同時保留後一種資料缺口。

《食．本味》序把海外經驗與回到台灣的關係寫得更明白：越走得遠，越需要重新辨認自己的立足處。[36] 若把它理解成品味的校準過程，比把她稱為某種固定、純粹台灣味的守門人，更符合水果、紅茶與家常菜中不斷出現的跨地域混合。

## 八、PEKOE 的形成：從替人找貨，到維持一套可以買回家的生活

PEKOE 的起點與讀者需求相連。葉怡蘭旅行、寫作與介紹食材之後，人們也想買到那些東西。她在十周年回顧中給出清楚階段：2002 年先在朋友餐廳設櫃，2003 年成立網路店，2008 年才有自己的實體空間。這比把「創辦」「網購開站」「門市開幕」混成同一年，更能看出由小規模試作到固定營運的過程。[37, 38]

2008 年的開店文字，留下較少被品牌故事保留的操作條件。找店面歷時一年多；最後選中的老屋位於仁愛圓環附近，必須兼顧交通、社區環境、展示與坐下來飲食的可能。丈夫 Jeffrey 承擔經營工作；她邀請早年媒體工作中已認識的陸希傑設計空間。咖啡館端，則有具實務經驗的 Nico 與團隊反覆測試材料用量、水量、火候及沖煮方式。[39]

這幾種勞動互相依賴。選品者找到值得推薦的茶，不等於門市已能穩定端出同樣好喝的一杯；空間漂亮，也不等於存貨管理、出貨與顧客說明自然成立。實體店把書面推薦轉成了可試喝、可問問題、可示範的現場，但也增加了租賃、設備、人力及日常維持的負擔。

農業知識入口網轉載的《鄉間小路》報導，透過當時品牌人員石傑方的說明，呈現門市另一項工作：讓顧客理解陌生產品為何值得選。報導也記錄品項從早期以進口為多，逐漸增加台灣商品。[40] 這裡的零售不只是把貨放上架；產地資訊、試用方式、調理建議與人員解說，共同決定一件產品是否能真正進入顧客的生活。

[External image / 外部圖片] PEKOE 店內以木質層架與中央展示台陳列瓶裝調味料、食品罐與盒裝商品，空間保持開放的行走動線。
2022 年報導中的 PEKOE 店內陳列。貨架將選品轉為顧客可以比較、詢問與帶走的物件；照片僅作歷史空間參照，不表示門市今天仍以相同狀態營業。攝影：楊雅淳／VERSE。著作權屬原權利人，未見開放授權。原始報導。

## 九、從選品到開發：口味必須變成可反覆交付的規格

對葉怡蘭而言，選品與自行開發的差別，在於市場上既有產品是否已經能滿足某種使用需求。2022 年 VERSE 的周年報導記錄，她與法國果醬製作者 Christine Ferber 合作，以台灣茶作為果醬風味題材；同篇也列出與 Fika Fika、堂本等不同專業者的合作。[41] 這些不是一人包辦的「原創食品」，而是味覺構想與製作者技術相接的產物。

鍋煮早餐咖啡便是一個具體例子。她的餐桌記錄說明，與 Fika Fika 的 James 合作時，目標包含讓咖

啡適合以牛奶鍋煮，取得日常早餐想要的口感。[42] 發想從喝什麼、怎麼喝開始，再回頭要求原料與配方配合。商品因此不只是產地履歷優秀的物件，也要在某個實際情境裡工作。

調配茶把這項工序揭露得更細。她 2022 年的文章記述，前一年起以台灣、印度、斯里蘭卡的茶，嘗試早餐與午後的不同需求；由家中隨手混茶走到上市，要重新測試比例、葉型、製法，以及清飲、加奶和鍋煮的表現。之後再挑戰全台灣原料，處理本地茶常見的清亮風格與奶茶所需厚度之間的差距。[43]

此處的專業，不在於宣布哪一種茶永遠比較高級，而是能將「濃但不沉重」「香而能與奶共存」之類感官目標，拆成可以測試的材料與方法。從個人喜好走到可販售的產品，正是在這些看似細碎的變數之間，找到能反覆交付的組合。

[External image / 外部圖片] 展示台上並列 PEKOE 調味料瓶、麵條禮盒、紅蓋果醬罐和其他包裝食品，呈現多種製作者與品類組成的商品群。
2022 年的產品組合照片，將調味料、麵、果醬與其他食品並列，顯示當時的實踐跨越選品與合作開發。圖中品牌及包裝屬當時狀態，不應拿來替代葉怡蘭 2024 年離開後的品質或參與聲明。攝影：楊雅淳／VERSE；各包裝及品牌權利另屬其權利人。來源未見開放授權。原始報導。

## 十、台灣與世界：地方性是比較出來、也混合出來的

她的跨國活動並不適合只畫成旅行城市的清單。不同地點提供不同工作條件：台南是早期味覺、家庭與地方飲食的參照；台北是媒體工作、居家寫作與零售組織的基地；台灣產地使她接觸栽培與製作；日本提供飲食、旅宿和器物使用的比較；南亞茶區與歐洲食物產地，則讓她看見不同分類、製程和銷售制度。[44, 45, 46, 47]

在她的家常菜自述裡，台灣底味可以與日本、地中海、泰國、印度、韓國的做法同桌，並不需要先把每一道菜認證成單一文化的正統。[48] 同樣地，調配茶以台灣原料重組早餐奶茶的形式，既不能說只是西方生活的複製，也不能說完全切斷跨國茶史。她較有辨識度的做法，是把在別處學到的使用方式，拿來重新設計本地可得的材料。

但增加台灣商品，不代表她支持排除進口。2017 年評論台灣紅茶市場時，她一方面欣見本地紅茶成長，另一方面擔心進口品項萎縮使品飲世界變窄，並從業者角度談到成本與制度負擔。[49] 這項當時的業者觀察，使「更在地」與「保留選擇」之間的張力浮現。

這種雙向立場值得保留：她的地方認同，與依靠跨國比較形成的鑑賞能力同時存在。若把她改寫成單純擁抱舶來精品，會忽略水果田野、台灣紅茶和家常料理；若反過來只寫成在地守護者，也會抹去她需要外來材料與異文化知識的部分。

## 十一、旅館書寫：看似放空的照片，背後是一種空間測試

《享樂．旅館》的序直接回答了昂貴旅行如何可能。她在 2006 年說明，當時一方靠寫作、演講和編輯工作，一方是上班族；兩人將預算集中於特別想體驗的旅館、餐廳與交通，並在其他消費上節省。[50] 她沒有將昂貴體驗說成無須取捨的日常，而是明說它來自預算的集中。

旅館對她的吸引力，並不止於級別和價格。到 2010 年《隱居．在旅館》，她回顧自己從每晚換一家、急於比較的節奏，轉向願意連住、觀察不同時段，細看房間如何讓人休息與活動。[51] 若只在入住後匆

匆拍照，設計仍是一組視覺符號；住久一些，燈光、開關、坐姿、浴室、書與杯子的位置，才會暴露對身體是否合用。

然而，這種從容也不能被誤認為沒有工作。《好日好旅行》序記下一趟緊湊歐洲葡萄酒行程：真正留在當地的時間有限，回房後還要拍攝、充電、回覆訊息和閱讀資料。[52] 旅館同時是題材、休息場所與臨時工作站。對自由作者而言，工作與度假未必有明確邊界；能把忙亂寫成平靜，正是編輯成果，而非日程本來沒有壓力。

2014 年《旅人之窗》更把觀看位置縮小到窗。序文談拍攝時如何等待畫面、處理室內外光差，以及人物進出造成的選擇。[53] 由此可以提出一項閱讀提醒：照片裡的無人、寧靜與自足，是取景和時刻選擇的結果。它讓讀者進入一種感受，也可能使服務人員、維護勞動和其他住客退到畫面之外。這是影像方法的限制，並不等於指控作者否認那些人的存在。

## 十二、把旅館的經驗帶回家：住宅成為工作的基礎設施

2015 年《家的模樣》所處理的，是她與丈夫的二十九坪住宅，改造過程從 2012 年延續到 2013 年。書序把童年造訪美國親戚家的記憶、早期設計媒體經驗，以及長年旅行中的居住觀察放在一起。[54] 但成屋不能署名為她一人「設計」；居家媒體 Courcasa 小院的報導，清楚列出設計者李靜敏與僕人建築空間整合。[55]

空間配置最能說明她如何工作。另一篇 Courcasa 專訪記錄，原本餐桌旁的工作位置無法妥善區隔需求，改造後利用原廚房區域設置書房，再以書架等安排形成關係；她也整理、數位化採訪資料並減少藏書。[56] 這些看似收納的決定，實際涉及如何調用多年累積的知識、如何從工作切到煮飯，以及兩人如何共用有限面積。

住宅因此不只是可以被攝影的作品。它也像一座小型編輯室、試飲場、攝影場景與配方實驗室。家務與職業在這裡相互穿透：做飯產生素材，拍攝需要光線，資料要能找得到，器具還必須真的好用。這個判斷是本文對前述空間與工作資料的綜合，不表示屋內每個角落都出於單一商業目的。

器物的標準也在此變得具體。2015 年 MOT TIMES 訪談中，她談柳宗理鍋具時，重點包含拿握與使用的細節，並把柳宗悅的器物觀與現代主義功能思考連到自己的選擇。[57] 這屬於思想與設計作品的影響，不是她曾與兩位日本設計思想家直接合作的證據。

有必要保留這套生活方法的資源門檻。能重整住宅、保有工作空間、存放多種原料與器物，與住在分租套房、長工時通勤或承擔不同照護責任的人，條件並不相同。她的家可以提供值得借用的問題與方法，卻不能直接當成每個人都可照抄的生活規範。

## 十三、《日日三餐》與《日日物事》：把精細要求藏進省力的方法

《日日三餐，早．午．晚》沒有以繁複廚藝作為家常菜的最高標準。從作者序可見，她早年也曾追求異國食譜與多樣手法，後來更重視快速處理、食材本身與可以每天持續的做法。[58] 「簡單」在這裡有一項前提：做的人已經累積足夠的辨味、採購與烹調經驗，知道哪些步驟可以省，哪些不能。

2025 年〈年年日日，兩菜一湯〉進一步描述她與丈夫的飲食安排：在相對穩定的菜數下，透過食材、技法、調味與搭配變化，並利用多個爐口安排次序。她也提到土井善晴的「一汁一菜」觀念，但採取

的是適合自己家庭的變體。[59] 這使她的方法與規定每餐照表操課的食譜有所不同：它提供組合邏輯，讓使用者回應今天冰箱裡真正有什麼。

2019 年《日日物事》則把問題推向更長的時間尺度。回看第一本雜貨書時，她區分了早年因旅行與新鮮感而蒐集，和後來在反覆使用中確認哪些物件值得留下；生活與改造也迫使她重新處理過多物品。[60] 一件器物的意義因此不只來自購買地點或設計師名聲，還包括它是否經得起拿、洗、放和每天重複的需要。

這一轉向並未消除她與消費世界的關係。提供更少、更好的物件建議，仍可能促成消費；把日常器具選到恰好合用，也可能需要多次購買與比較。較公平的分析，是承認她試圖將判準由展示性轉向使用性，同時不把這種選擇自動等同於節約、環境友善或所有家庭都負擔得起。

## 十四、作者背後的公司：編輯、客戶與不可見的收入組合

理解葉怡蘭的職業，必須把怡然生活與 PEKOE 分開。2024 年的說明中，她表示離開主流媒體後仍持續編輯工作，團隊承接企業出版、數位內容、影像及飲食行銷等專案；她也說已取回怡然生活的所有股份，與原有夥伴繼續工作。[61]

截至查核日，怡然生活官網作品集列有冠德玉山教育基金會《居心誌》、渣打貴賓理財專刊《Priority》、新光人壽《New Life》，以及麥卡倫、蘇格登的飲食主題專案。這些案例橫跨建築生活、金融客群與酒類品牌，也包含紙本、網站、社群和活動等不同交付形式。[62]

出版品本身也有不受作者單方控制的生命週期。2026 年 7 月，她在簡體新版《紅茶經》推出時說，近日為活動購書，才得知正體紙本「應已不會再印行」，電子書則仍流通。[63] 這是她對當時印行情況的公開說明，並非本文宣告所有通路都已售罄。對一部長期代表作而言，持續被閱讀還取決於版本、印製成本與不同市場，不能只由內容是否重要決定。

這種組合有它的職業邏輯。一般讀者看到的是署名文章與書；企業則可能需要選題、採訪、文字、設計及持續更新的整體服務。個人累積的知識、採訪判斷與審美，在不同市場裡可以被拆成不同產品。編輯公司因此可能提供比單篇稿費更廣的承接面，也把作者帶入客戶需求、時程、團隊協作與商業訊息的限制。

這裡不能跳過利益關係的問題。飲食評論、商品顧問、品牌內容與代言，對讀者而言是不同性質的資訊；一個人兼有多種角色，要求讀者在閱讀具體文章時辨識它的委託背景、合作揭露與論述目的。現有材料足以確認她身兼這些角色，不足以證明每篇評論受商業干預，也不足以替所有內容作出完全獨立的保證。

她的生涯由此與「只靠寫書的作家」有明顯差異。自由寫作者的自主性在此不是沒有客戶，而是如何分配自有平台、出版、企業案、教學與商品開發之間的時間和責任。

## 十五、品味如何成為公共權威，又如何被限制

葉怡蘭的判斷不只停留在私人推薦。農業主管機關的 2014 年資料，能確認她當時已連續多年參與產銷履歷推廣；她目前的官方簡介將這項代言期間列為 2011 至 2018 年。[64, 65] 這是作者的辨識度與可信度，被公共制度用來向消費者說明農產品的例子。

另一方面，媒體評選把個人口味變成可被傳播的名單。她參與「500 盤」及「500 碗」，2024 年相關訪談可見她對台菜表現與個人偏好的具體說明；到 2026 年自己的十碗小吃文章，她又解釋盡量不與往年重複的選擇方式。[66, 67] 因而一份年度名單同時受到味覺、近年造訪、編輯題型與既有名單的限制，並非覆蓋全台所有店家的客觀排序。

她也是飲食評鑑制度的評論者。2026 年對米其林的文章，一方面肯定部分變化，一方面延續對菜系與地域偏重的關切。[68] 這裡應把她的判斷當成具名評論：她有比較經驗，也有自己的價值順序；

她的立場也不宜壓縮成反對所有精緻化或西式呈現。2024 年的選菜說明裡，她可以欣賞細緻改作與單人份的台菜，只要味道及料理的理由成立。[69] 真正的問題不是有沒有變化，而是變化後剩下什麼、失去什麼，及評價制度是否允許多種食物形式被認真看待。

相關學術背景可提供一個外部框架。賴建綸 2022 年以官方與文化中介者論述為核心，研究「台灣味」如何被表述與建構。[70] 這個視角提示我們：地方味道並非等著評論家替它命名的中性對象；何者被挑出、如何解釋、透過哪一種平台傳播，都參與了公共品味的形成。

## 十六、2023 至 2024 年：品牌的延續，不等於創辦人實踐的延續

PEKOE 的變化必須按時間說清楚。依葉怡蘭 2024 年 9 月公開說明，品牌在 2023 年引入外部資金與經營者；她與丈夫在同年 8 月退出決策，2024 年起不參與營運相關工作，7 月放棄股份，原團隊也撤出。她沒有公開足以重建完整交易與協商的資料。[71]

TVBS 當時的報導也記錄了離開消息，以及敦化店在 2023 年底租約到期後歇業的背景。[72] 但新聞對退出原因的主要資訊仍來自她的公開文字，不是取得雙方合約、董事會紀錄或另一方完整說明後的獨立調查。因此，不能自行補寫成經營失敗、被迫離職、股東衝突或某一方違約。

這次分離改變了閱讀舊資料的方法。2022 年的店面照片、她曾經開發的產品、早期品牌採訪，都可以說明歷史，卻不能用來替退出後的商品品質與經營方式背書。若某個包裝、品牌故事或舊媒體頁面仍讓人聯想到她，也不表示她今天仍在選料、品管或回答諮詢。

從生涯角度看，事件凸顯了兩種不同的持續性：商標、公司與通路可以由新的經營者延續；人的知識、方法、搭檔及讀者關係，則可能移往別處。她離開後仍需重新安排自己家中原本仰賴店鋪的食品供應，也說明品牌與生活曾經結合得多深。[73] 但接下來能否重新工作，取決於她保有的能力與關係，而不是仍握有原來的名字。

## 十七、林好與新的顧問工作：把方法移走，不把舊店換個名字

離開 PEKOE 後的新工作，已有可核實成果。2025 年她介紹台南林好商店的合作：這是林百貨團隊另設的商店，她以顧問身分，與夥伴參與選品與商品研發。這項合作應標為顧問與開發關係，不能稱作她另創一家自己擁有的店。[74]

怡然生活的產品顧問服務頁，目前也展示常日茶、雙豆雙釀醬油等成果，並將選品、風味調整、定位與相關開發列為工作範圍。[75] 由此可見，原本在自有零售組織裡整合的能力，可以改以服務提供給另一個通路；所有權、顧問權責與實際製造，仍是三件必須分開的事。

2025 年常日茶系列的介紹，把茶款與四季、清飲或加奶的用途連在一起，延續她多年以生活情境定義

風味的做法。[76] 同年底的新調味料文字，又回顧醬油、麻油、醋的組合如何從論壇交流、既有選品，走到重新調整的產品；文章交代這輪開發耗時近一年，包含兩種醬油及其他調味料。[77]

這些成果支持「方法移轉」的判斷：日常需求、比較品味、反覆試作與內容解說，可以在新的制度配置下重新接合。這段工作既帶著過去的經驗，也有新的合作對象、通路與開發條件，不宜只理解成舊商品改名。

同時，網站與寫作並未停止。2025 年的相簿說明、2026 年的米其林評論與小吃記錄，顯示她持續在旅行、記錄與飲食判斷之間工作。[78, 79, 80] 生涯的近況因而不是單純「告別創業、回歸生活」；原有工作被拆開，一部分終止，一部分延續，另一些改以顧問合作重新組成。

## 十八、課程、讀者與同業：她把什麼交到別人手上

葉怡蘭的讀者不只來自買書的人。網站、電子報、店內顧客、課程學員與企業內容受眾，可以接觸到同一知識的不同片段。書要求持續閱讀，門市允許當面詢問，課程則可以把文字無法充分交代的操作展開。[81, 82]

2022 年正式推出的線上生活美學課，提供一個媒介轉換案例。作者公告說課程有三十二堂、約十二小時，並在家中拍攝，將飲食、居家與生活觀轉成視覺教學。[83] 這使書中只能描述的手部動作、空間安排和材料狀態，得以被觀看；也需要製作單位把原本連續的日常，整理成可銷售、可逐堂學習的節目。

同業關係同樣不能只列成知名人物名單。楊啟巽與 Ivy Chen 的作用，是讓書的形貌與作者形象成立；陸希傑與李靜敏分別回應店鋪和住宅的空間問題；Nico 與店內同仁把選品落實成穩定服務；Christine Ferber、Fika Fika 等製作者提供她不獨自擁有的製作能力。[84, 85, 86, 87] 這些關係之所以重要，在於每一段合作解決了什麼問題，而不在於名字能增加多少聲望。

2023 年回顧記錄人生時，她也提到編輯韓嵩齡對持續記錄與學習的看法。[88] 這讓出版社與編輯從「書出版後才出現的機構」回到形成過程之中：長期作者的題目與節奏，往往也在編輯對話裡得到辨識。

## 十九、這份生涯真正留下的問題

葉怡蘭的實踐有幾個彼此牽制的面向。第一是精細與省力：她推崇家常生活可以簡單，但這種簡單往往建立在累積的知識、可靠原料與好用工具上。第二是自主與商業：自有網站使她能保留聲音，維持它卻需要收入、團隊與技術；選品能使觀點落地，也使觀點與銷售產生關係。第三是地方與世界：她重視台灣，但辨識台灣的語言與方法，又常在跨國比較中形成。[89, 90, 91, 92]

第四是個人與組織。她的名字讓讀者相信一種口味與工作方式，但品牌的每日交付從來需要很多人。PEKOE 的分離使這點無法再被浪漫化：作者不是公司，公司也不能永久代表作者；一個人生涯的重要成果，可能同時是她必須離開的組織。這個判斷不評斷未公開的爭議，只確認所有權、責任與聲譽不能混為一談。[93]

這些張力不需要被結成一份完美生活宣言。更有用的總結是：葉怡蘭把感官愉悅變成持續工作的能力，靠的是願意反覆查、試、記錄、組織與修正，也靠出版、產地、家庭、同業與企業提供的條件。她最可辨識的專業，不是替所有人宣布什麼最好，而是示範一種偏好如何找到理由、形成方法，再接

受日常使用的檢驗。

同時，這種方法不能代替所有專業判斷。「天然」「原味」「舒服」在她的文章中多半是飲食與生活價值，本文不將它們推成健康、食品安全或環境效益的科學結論。也沒有足夠資料替她建立收入曲線、客群規模、對產業的量化影響或固定日課。保留這些界線，才能讓已經有證據的成就更清楚，而不必靠無法查核的傳奇增加重量。

## 主要節點

- 1990 年代：中央大學中文系之後，經歷設計與生活媒體工作；設計、文字與採訪方法逐步接上飲食與旅行。[94], [95], [96]
- 1999 年：創立《Yilan 美食生活玩家》。[97]
- 2000 至 2003 年：早期物件、飲食與台灣生活書寫出版；2002 年 PEKOE 設櫃，2003 年開設網路店。[98], [99], [100], [101]
- 2005 年：《尋味．紅茶》出版；網站與多線工作逐漸組織化。[102], [103]
- 2007 至 2008 年：一年水果產地採訪；《果然好吃》《極致之味》出版，PEKOE 實體店開幕。[104], [105], [106]
- 2010 至 2014 年：旅館、旅行餐桌、飲食評論及窗景等不同尺度的書籍陸續出版。[107], [108], [109], [110], [111], [112]
- 2012 至 2015 年：住宅改造，經驗整理成《家的模樣》。[113], [114]
- 2017 至 2019 年：《紅茶經》《日日三餐，早．午．晚》《日日物事》出版。[115]
- 2021 至 2022 年：調配茶開發；2022 年線上生活美學課推出，PEKOE 二十周年。[116], [117], [118]
- 2023 年 8 月至 2024 年 7 月：退出 PEKOE 決策、停止營運參與，最後放棄股份；怡然生活及自有媒體繼續。[119]
- 2025 年：公開介紹林好商店顧問合作、常日茶與新調味料開發。[120], [121], [122], [123]
- 2026 年：持續發表飲食評論與地方小吃記錄；本文以可見作品與現行簡介核對近況。[124], [125], [126]

## 資料方法與仍待核實之處

本文交叉使用作者的同時期記錄、回顧文字、官方作品及服務頁、出版社資料、政府與大學紀錄，以及媒體訪談。第一人稱材料最適合說明她如何理解自己的選擇與方法；財務、合約、交易原因與影響力則需要不同種類的證據，不能由自述代替。

需要特別保留的五個界線是：PEKOE 退出的權責時間線以她的公開聲明為依據，交易條件未公開；書籍研究以序、書摘與出版資料為主，未宣稱全部全文通讀；2006 年網站與 2010 年代門市數字均為歷史材料，不外推到現在；現行作品集不等於全部客戶仍在合作；產品敘述不等於公開配方、完整供應鏈或獨立品質驗證。

三張照片均出自 2022 年 VERSE 專題，呈現葉怡蘭退出 PEKOE 前的形象、空間與商品；攝影署名與來源保留於圖旁。它們用來說明歷史，不替代現況查核。

## 註釋與註解書目

下列註釋同時提供可回查的來源與使用限制。除另外說明外，查核日期均為 2026 年 10 月 12 日（台北時間）；網站後來更新的導覽、推薦文章或廣告，不作為原文發表當時已存在的證據。

---

1. 葉怡蘭，〈關於 葉怡蘭Yilan〉，官方現行簡介。核對出生地、教育、工作身分、著作清單與 PEKOE 退出後定位。此為本人履歷，不等同第三方逐項認證；獎項與歷任職務也不能自動視為現職。↩
2. 葉怡蘭，〈告別 PEKOE。然後，繼續邁進〉，2024-09-09。退出決策、停止營運參與、放棄股份及怡然生活延續的關鍵第一人稱說明。本文按其所述標示時間，不推測未揭露的原因、交易金額或法律責任。↩
3. 陳怡如，〈葉怡蘭：閱讀建構了我整個人生！〉，國立公共資訊圖書館。訪談涵蓋童年購書、古典文學、《華滋華斯的庭園》及閱讀與旅行的關係；採用具體自述，不把閱讀清單擴大為普遍成長公式。↩
4. 國立中央大學，〈傑出校友：葉怡蘭〉。核對中文系背景及校友身分。不同校方頁面對畢業年級／西元年的表記不盡一致，本文不強行採定精確畢業年份。↩
5. 陳怡如，〈葉怡蘭：閱讀建構了我整個人生！〉，國立公共資訊圖書館。訪談涵蓋童年購書、古典文學、《華滋華斯的庭園》及閱讀與旅行的關係；採用具體自述，不把閱讀清單擴大為普遍成長公式。↩
6. 葉怡蘭，〈我的，記錄人生（上）〉，2023-09-07。記錄理念與編輯韓嵩齡相關回憶。只在文字明示的範圍內描述編輯關係。↩
7. 葉怡蘭，〈在家裡吃，舒服多了！（上）— 新作《日日三餐，早 · 午 · 晚》序〉，2018-11-09。母親工作、離家後學做菜與烹調取向的第一人稱材料。所述快速做飯時間屬當時自述，未用來建立現行固定工時。↩
8. 葉怡蘭，〈關於 葉怡蘭Yilan〉，官方現行簡介。核對出生地、教育、工作身分、著作清單與 PEKOE 退出後定位。此為本人履歷，不等同第三方逐項認證；獎項與歷任職務也不能自動視為現職。↩
9. 葉怡蘭，〈追尋，極致之味（上） — Yilan新書《極致之味》序〉，2008。說明轉入飲食媒體題材及對食材知識的追索。本文據序文討論企劃與研究方向，未宣稱通讀全書。↩
10. BIOS monthly，〈專職享樂的「傻瓜」——專訪葉怡蘭〉，2011-08-13。提供早期媒體轉職、攝影起點及飲食觀。是回顧訪談而非完整聘僱紀錄；文中當時的經營與價值判斷不直接外推至今天。↩
11. 葉怡蘭，〈新書《玩味》自序：乘著味蕾自在飛 （2001.10.18）〉，網站刊登 2001-12-18。保留《明日報》飲食版命名與書寫取向的背景；頁內與頁首日期表記有差異，本文僅使用年份與可核對的工作脈絡。↩
12. 王念綺，〈葉怡蘭 品牌 世界以美食為中心〉，《遠見》，2006-04-01。重建網站創辦、早期收支壓力與公司化分工。流量、訂閱及獲利敘述均為當年報導，不能當成目前的經營數據。↩
13. 王念綺，〈葉怡蘭 品牌 世界以美食為中心〉，《遠見》，2006-04-01。重建網站創辦、早期收支壓力與公司化分工。流量、訂閱及獲利敘述均為當年報導，不能當成目前的經營數據。↩
14. 《Yilan 美食生活玩家》，〈No.379：紅茶與酒的繾綣交歡〉，2005-01-25，內含「新站進度報告（六）」。以同時期公告核對改版規劃、MSN 社群與資料遷移；預定日期與功能不寫成已

逐項驗證的完成紀錄。↩

15. 葉怡蘭，〈關於，《Yilan 美食生活玩家》電子報〉，2024-08-26。第 1356 期、版式與寄送系統調整。期數可證出版持續，無法證明實際閱讀人數。↩

16. 葉怡蘭，〈關於本站〉。網站對享樂、感官與知識的自我定位。作為理念材料使用，不據此判斷全部文章都實現了相同標準。↩

17. 葉怡蘭，〈我的，記錄人生（下）〉，2023-09-11。重建體驗、補讀查核、組織文字、記憶與日常實踐的循環，是作者的方法自述。↩

18. 葉怡蘭，〈相簿之樂，與意義〉，2025-06-11。相簿累積、整理工序、團隊投入與缺乏點閱計數的直接說明。未以相簿本數代替實際受眾或影響力。↩

19. 葉怡蘭，〈在家裡吃，舒服多了！（下）— 新作《日日三餐，早 · 午 · 晚》序〉，2018-11-19。家常菜的混合來源、便條轉錄筆記、材料與方法的累積。公開自述可重建操作，但不據以驗證所有料理的營養或健康效益。↩

20. 葉怡蘭，〈關於 葉怡蘭Yilan〉，官方現行簡介。核對出生地、教育、工作身分、著作清單與 PEKOE 退出後定位。此為本人履歷，不等同第三方逐項認證；獎項與歷任職務也不能自動視為現職。↩

21. 葉怡蘭，〈個人著作正體版〉。官方書目，交叉核對書名、出版社與出版年；同一本書的網站上架日、公告日與出版社出版日可能有一日之差，年表不作不必要的日期精確化。↩

22. 葉怡蘭，〈見物重又是物 — 新作《日日物事》序〉，2019-11-11。回看第一本雜貨書及收藏、使用、捨物的變化。涉及《家的模樣》的年份，以正式出版資料校正為 2015 年。↩

23. 葉怡蘭，〈新書《玩味》自序：乘著味蕾自在飛 （2001.10.18）〉，網站刊登 2001-12-18。保留《明日報》飲食版命名與書寫取向的背景；頁內與頁首日期表記有差異，本文僅使用年份與可核對的工作脈絡。↩

24. 玉山社／讀冊生活，〈《Yilan 的台灣生活滋味》出版資料〉，2003。用於核對早期台灣生活題材的成書；介紹屬出版宣傳資料，不當成獨立書評。↩

25. 葉怡蘭，〈追尋，極致之味（上） — Yilan新書《極致之味》序〉，2008。說明轉入飲食媒體題材及對食材知識的追索。本文據序文討論企劃與研究方向，未宣稱通讀全書。↩

26. 葉怡蘭，〈就是要吃，台灣水果（上） — Yilan新書《果然好吃》序〉，2008-09-17。逐月田野、計畫背景、協調者與產地的重要來源，避免將有制度支持的採訪寫成單人自發壯遊。↩

27. 葉怡蘭，〈在旅行的餐桌上 — Yilan新書《終於嚐到真滋味》序〉，2011-10-04。行前飲食研究、詞彙準備、預約與意外發現的工作方法；不以序文代替整本作品的全面評價。↩

28. 天下文化，〈《食 · 本味》出版資料〉，2013。正式書目與章節介紹，用於區分評論型企劃與其他書的旅行、食材或居家取向。↩

29. 葉怡蘭，〈我的，二十年紅茶路（上）—新作《紅茶經》自序〉，2017-07-17。茶飲經驗、比較品飲及研究起點的回顧。相關人物與場景是作者記憶，未延伸成未有資料的師承關係。↩

30. 葉怡蘭，〈我的，二十年紅茶路（下）—新作《紅茶經》自序〉，2017-07-24。從 2005 年《尋味 · 紅茶》至 2017 年重寫的研究進程及產地探訪。↩

31. 葉怡蘭，〈新作《紅茶經》正式推出！〉，2017-07-11。章節架構、楊啟巽裝幀及 Ivy Chen 封

面攝影的直接出處；書的影響力與銷售形容屬宣傳，本文未採為實證。↩

32. 葉怡蘭，〈好茶的條件—「2017日月潭紅茶評鑑賽」評審後記〉，2017-12-04。具體評鑑工序、茶樣數與不同品評目的。當次數字不代表每年規模或她平常的每日飲茶量。↩

33. 葉怡蘭，〈2017.12.20 & 12.27 PEKOE講堂—怡蘭的紅茶經〉，2018-01-04，記錄 2017 年 12 月課程。課程分為知識講解與示範實作，說明茶知識如何轉成教學服務；不據此推算實際報名人數或收益。↩

34. 葉怡蘭，〈就是要吃，台灣水果（上） — Yilan新書《果然好吃》序〉，2008-09-17。逐月田野、計畫背景、協調者與產地的重要來源，避免將有制度支持的採訪寫成單人自發壯遊。↩

35. 葉怡蘭，〈就是要吃，台灣水果（下） — Yilan新書《果然好吃》序〉，2008-09-24。產地、技術、季節與消費判準的觀察。農業技術敘述在本文用於分析她如何轉譯，不充作今天的農藝指引。↩

36. 葉怡蘭，〈從美味，到本味 — Yilan新作《食 · 本味》序〉，2013-10-29。世界經驗與回望台灣之間的自我解釋；本文將其當成作者立場，不當成台灣飲食史的中性總結。↩

37. 葉怡蘭，〈寫於，PEKOE十週歲 〉，2012-09-10。2002 設櫃、2003 網路店、2008 實體店的階段。頁面後加的退出聲明另屬 2024 年之後的補充，不混入原文時間。↩

38. Taipei Times，〈TIDBITS（PEKOE 店鋪報導）〉，2009-11-27。當時英文媒體對網路店與實體店階段的紀錄，供作者周年回顧的外部對照；店家營業資訊已屬歷史。↩

39. 葉怡蘭，〈寫在，PEKOE實體鋪誕生時分… 〉，2008-09-10。找店、Jeffrey、陸希傑、Nico及沖煮測試等工作細節的直接來源。地址與照片均按歷史使用，不當成現址資訊。↩

40. 黃沛云／《鄉間小路》，〈返樸歸真的滋味與心意— PEKOE〉，農業知識入口網刊載 2018-11-20。提供門市人員視角與商品結構。轉載日期與原刊期別不宜混同；台灣商品比例為該篇歷史報導，不外推目前。↩

41. 陳湘瑾，攝影楊雅淳，〈PEKOE食品雜貨鋪二十年，創辦人葉怡蘭：給台灣人一個愛台味的理由〉，VERSE，2022-11-21。合作商品與品牌階段的採訪，亦為本文三張外連照片的來源。未見開放影像授權，著作權與攝影署名保留；創辦人當年觀點不代表今日經營。↩

42. 葉怡蘭，〈2015.07.13 ~ 07.19 醒脾有勁！鍋煮早餐咖啡〉，2015 年 7 月餐桌記錄。說明合作產品的使用情境及作者與 James 的試作方向；本文不轉載完整食譜。↩

43. 葉怡蘭，〈且享，台灣調配茶〉，2022。配方開發中的茶種、葉型、用途與反覆試飲。使用她的實作說明，不將文中的茶史推測當作已另行驗證的通史。↩

44. 陳怡如，〈葉怡蘭：閱讀建構了我整個人生！〉，國立公共資訊圖書館。訪談涵蓋童年購書、古典文學、《華滋華斯的庭園》及閱讀與旅行的關係；採用具體自述，不把閱讀清單擴大為普遍成長公式。↩

45. 葉怡蘭，〈我的，二十年紅茶路（下）—新作《紅茶經》自序〉，2017-07-24。從 2005 年《尋味 · 紅茶》至 2017 年重寫的研究進程及產地探訪。↩

46. 葉怡蘭，〈就是要吃，台灣水果（上） — Yilan新書《果然好吃》序〉，2008-09-17。逐月田野、計畫背景、協調者與產地的重要來源，避免將有制度支持的採訪寫成單人自發壯遊。↩

47. 葉怡蘭，〈寫在，PEKOE實體鋪誕生時分… 〉，2008-09-10。找店、Jeffrey、陸希傑、Nico及沖煮測試等工作細節的直接來源。地址與照片均按歷史使用，不當成現址資訊。↩

48. 葉怡蘭，〈在家裡吃，舒服多了！（下）— 新作《日日三餐，早 · 午 · 晚》序〉，2018-11-19。家常菜的混合來源、便條轉錄筆記、材料與方法的累積。公開自述可重建操作，但不據以驗證所有料理的營養或健康效益。↩

49. 葉怡蘭，〈進口與在地，紅茶勢力之消長〉，2017-09-04。呈現對本地成長及進口多樣性消退的雙向關切。涉及成本與制度的因果分析為作者觀點，非本文驗證的現行法規結論。↩

50. 葉怡蘭，〈我的，奢華享樂之旅（上）— Yilan新書《享樂 · 旅館》序〉，2006-12-06。作者公開說明當時的旅行預算取捨；不足以判定全生涯的贊助、自費比例或家庭財富。↩

51. 葉怡蘭，〈小隱，在旅館 — Yilan新書《隱居 · 在旅館》序〉，2010-12-07。由快速比較到延長停留的觀看方法。書中理想不等於每次行程皆同樣從容。↩

52. 葉怡蘭，〈日日是好日 — Yilan新作《好日好旅行》序〉，2012-09-04。以一次緊湊葡萄酒行程說明工作與休息的交錯，是具體案例而非固定日程。↩

53. 葉怡蘭，〈旅行，在一扇又一扇的窗畔 — 新作《旅人之窗》序〉，2014-10-03。窗景、拍攝選擇與室內外觀看。本文對勞動退到畫面外的分析，是由影像方法提出的閱讀限制。↩

54. 葉怡蘭，〈家的模樣，生活的模樣—新作《家的模樣》序〉，2015-03-30。住宅改造、早期空間記憶與居住條件的直接來源。未公開完整工程合約與費用，本文不估價。↩

55. 大米，〈台北怡蘭家，廚房為核心區〉，Courcasa。核對二十九坪、家庭使用與設計者李靜敏／僕人建築空間整合，避免把業主觀點誤作全部設計著作權。↩

56. 大米，〈台北怡蘭家，起居傍河景而生〉，Courcasa，頁面更新 2016-02-24。書房位置、書架、採訪資料數位化等空間與知識管理細節；不把公開住宅報導擴大為現行地址或私人動線指南。↩

57. MOT TIMES，〈〖向大師致敬〗用過柳宗理才知道什麼是好設計，飲食生活作家葉怡蘭專訪〉，2015-07-15。器物使用、柳宗悅與功能思考的訪談。概念影響與直接人際合作明確區分。↩

58. 葉怡蘭，〈在家裡吃，舒服多了！（上）— 新作《日日三餐，早 · 午 · 晚》序〉，2018-11-09。母親工作、離家後學做菜與烹調取向的第一人稱材料。所述快速做飯時間屬當時自述，未用來建立現行固定工時。↩

59. 葉怡蘭，〈年年日日，兩菜一湯〉，2025-06-16。兩人飲食的菜數、組合邏輯與土井善晴觀念的個人調整。屬家庭案例，非普遍飲食處方。↩

60. 葉怡蘭，〈見物重又是物 — 新作《日日物事》序〉，2019-11-11。回看第一本雜貨書及收藏、使用、捨物的變化。涉及《家的模樣》的年份，以正式出版資料校正為 2015 年。↩

61. 葉怡蘭，〈告別 PEKOE。然後，繼續邁進〉，2024-09-09。退出決策、停止營運參與、放棄股份及怡然生活延續的關鍵第一人稱說明。本文按其所述標示時間，不推測未揭露的原因、交易金額或法律責任。↩

62. 《怡然生活創意出版》 - 代編刊物、數位內容、專案企劃，官方服務與作品集。用於辨識企業出版、數位內容、影像及品牌專案等工作類型。頁面沒有證明所有案例均為現行合約，也未提供收入結構。↩

63. 葉怡蘭，〈簡體新版。《紅茶經》〉，2026-07-25。新版出版與正體紙本後續印行的本人說明，電子書續流通。未向出版社取得印量或庫存資料，故保留其「應已不會再印行」的語氣，不等同全球絕版宣告。↩

64. 農業主管機關，〈每天供應超過10萬件安心農產品 產銷履歷　安心首選　103年度產銷履歷成果發表會(農業部全球資訊網)〉，2014-12-10。第三方公部門紀錄，可核實當時代言參與；今日主管機關網站名稱與當年機關名稱分別看待。↩

65. 葉怡蘭，〈關於 葉怡蘭Yilan〉，官方現行簡介。核對出生地、教育、工作身分、著作清單與 PEKOE 退出後定位。此為本人履歷，不等同第三方逐項認證；獎項與歷任職務也不能自動視為現職。↩

66. 500 輯，〈第四屆500盤評審專訪／飲食旅遊作家葉怡蘭：選盤，也在反映這一年台灣餐飲的趨勢變化〉，2024。具體選菜與台菜變化的看法，有助於避免將其立場概括成全面反對創新或個人份量。↩

67. 葉怡蘭，〈2026在台灣，留戀的十碗小吃〉，2026-08-31。當年度選擇、地域與不重複往年等編輯條件；名單非全台餐飲母體的抽樣排名。↩

68. 葉怡蘭，〈回應期待？關於，《台灣米其林指南 2026》〉，2026-07-21。確認她仍持續發表制度評論，並辨識其批評與肯定的條件；不把作者意見變成客觀偏差量測。↩

69. 500 輯，〈第四屆500盤評審專訪／飲食旅遊作家葉怡蘭：選盤，也在反映這一年台灣餐飲的趨勢變化〉，2024。具體選菜與台菜變化的看法，有助於避免將其立場概括成全面反對創新或個人份量。↩

70. 賴建綸，《當代飲食「台灣味」：以官方與文化中介者論述為核心》，國立臺灣師範大學碩士論文，2022，指導教授陳玉箴，DOI：10.6345/NTNU202201111。本文使用公開摘要與書目作為外部問題框架，未宣稱閱讀論文全文或以其替葉怡蘭背書。↩

71. 葉怡蘭，〈告別 PEKOE。然後，繼續邁進〉，2024-09-09。退出決策、停止營運參與、放棄股份及怡然生活延續的關鍵第一人稱說明。本文按其所述標示時間，不推測未揭露的原因、交易金額或法律責任。↩

72. 許稚佳，〈食品雜貨鋪PEKOE成立20年！創辦人葉怡蘭自爆退出營運　團隊全換〉，TVBS，2024-09-07。核對新聞公開時點與門市背景；關於退出主要轉述本人說明，不視為獨立查得全部交易事實。↩

73. 葉怡蘭，〈告別 PEKOE。然後，繼續邁進〉，2024-09-09。退出決策、停止營運參與、放棄股份及怡然生活延續的關鍵第一人稱說明。本文按其所述標示時間，不推測未揭露的原因、交易金額或法律責任。↩

74. 葉怡蘭，〈林好商店，以及更多其他〉，2025-08-18。林百貨團隊、林好商店及選品研發合作的第一手說明，作為離開 PEKOE 後工作重組的證據。↩

75. 怡然生活，〈商品開發〉，現行服務頁。核對林好常日茶、雙豆雙釀醬油等案例與顧問範圍，不推定商店所有權或獨家合作。↩

76. 葉怡蘭，〈新作：常日茶，以及台南新味醬油〉，2025-10-13。四季茶款、清飲與加奶的用途設計；本文不使用未公開的比例或宣稱獨立品質檢驗。↩

77. 葉怡蘭，〈新．無敵三元素，正式報到＆常日茶、台灣果花蜂蜜禮盒、台南本產黑芝麻系列新上架！〉，2025-12-15。從早年調味組合到新商品的開發回顧。供應者與完整配方未全數披露，不因與舊產品同類就推定原料及合作關係相同。↩

78. 葉怡蘭，〈相簿之樂，與意義〉，2025-06-11。相簿累積、整理工序、團隊投入與缺乏點閱計數的直接說明。未以相簿本數代替實際受眾或影響力。↩

79. 葉怡蘭，〈回應期待？關於，《台灣米其林指南 2026》〉，2026-07-21。確認她仍持續發表制度評論，並辨識其批評與肯定的條件；不把作者意見變成客觀偏差量測。↩

80. 葉怡蘭，〈2026在台灣，留戀的十碗小吃〉，2026-08-31。當年度選擇、地域與不重複往年等編輯條件；名單非全台餐飲母體的抽樣排名。↩

81. 黃沛云／《鄉間小路》，〈返樸歸真的滋味與心意— PEKOE〉，農業知識入口網刊載 2018-11-20。提供門市人員視角與商品結構。轉載日期與原刊期別不宜混同；台灣商品比例為該篇歷史報導，不外推目前。↩

82. 葉怡蘭，〈關於，《Yilan 美食生活玩家》電子報〉，2024-08-26。第 1356 期、版式與寄送系統調整。期數可證出版持續，無法證明實際閱讀人數。↩

83. 葉怡蘭，〈新作品。《葉怡蘭的生活美學課》〉，2022-01-24。課程堂數、時數、場景與主題的公告。未取得學員研究、完成率或學習成效資料。↩

84. 葉怡蘭，〈新作《紅茶經》正式推出！〉，2017-07-11。章節架構、楊啟巽裝幀及 Ivy Chen 封面攝影的直接出處；書的影響力與銷售形容屬宣傳，本文未採為實證。↩

85. 葉怡蘭，〈寫在，PEKOE實體鋪誕生時分…　〉，2008-09-10。找店、Jeffrey、陸希傑、Nico 及沖煮測試等工作細節的直接來源。地址與照片均按歷史使用，不當成現址資訊。↩

86. 陳湘瑾，攝影楊雅淳，〈PEKOE食品雜貨鋪二十年，創辦人葉怡蘭：給台灣人一個愛台味的理由〉，VERSE，2022-11-21。合作商品與品牌階段的採訪，亦為本文三張外連照片的來源。未見開放影像授權，著作權與攝影署名保留；創辦人當年觀點不代表今日經營。↩

87. 大米，〈台北怡蘭家，廚房為核心區〉，Courcasa。核對二十九坪、家庭使用與設計者李靜敏／僕人建築空間整合，避免把業主觀點誤作全部設計著作權。↩

88. 葉怡蘭，〈我的，記錄人生（上）〉，2023-09-07。記錄理念與編輯韓嵩齡相關回憶。只在文字明示的範圍內描述編輯關係。↩

89. 王念綺，〈葉怡蘭 品牌 世界以美食為中心〉，《遠見》，2006-04-01。重建網站創辦、早期收支壓力與公司化分工。流量、訂閱及獲利敘述均為當年報導，不能當成目前的經營數據。↩

90. 葉怡蘭，〈就是要吃，台灣水果（下） — Yilan新書《果然好吃》序〉，2008-09-24。產地、技術、季節與消費判準的觀察。農業技術敘述在本文用於分析她如何轉譯，不充作今天的農藝指引。↩

91. 葉怡蘭，〈且享，台灣調配茶〉，2022。配方開發中的茶種、葉型、用途與反覆試飲。使用她的實作說明，不將文中的茶史推測當作已另行驗證的通史。↩

92. 葉怡蘭，〈在家裡吃，舒服多了！（下）— 新作《日日三餐，早 · 午 · 晚》序〉，2018-11-19。家常菜的混合來源、便條轉錄筆記、材料與方法的累積。公開自述可重建操作，但不據以驗證所有料理的營養或健康效益。↩

93. 葉怡蘭，〈告別 PEKOE。然後，繼續邁進〉，2024-09-09。退出決策、停止營運參與、放棄股份及怡然生活延續的關鍵第一人稱說明。本文按其所述標示時間，不推測未揭露的原因、交易金額或法律責任。↩

94. BIOS monthly，〈專職享樂的「傻瓜」——專訪葉怡蘭〉，2011-08-13。提供早期媒體轉職、攝影起點及飲食觀。是回顧訪談而非完整聘僱紀錄；文中當時的經營與價值判斷不直接外推至今天。↩

95. 國立中央大學，〈傑出校友：葉怡蘭〉。核對中文系背景及校友身分。不同校方頁面對畢業年級／西元年的表記不盡一致，本文不強行採定精確畢業年份。↩

96. 葉怡蘭，〈追尋，極致之味（上） — Yilan新書《極致之味》序〉，2008。說明轉入飲食媒體題材及對食材知識的追索。本文據序文討論企劃與研究方向，未宣稱通讀全書。↩

97. 王念綺，〈葉怡蘭 品牌 世界以美食為中心〉，《遠見》，2006-04-01。重建網站創辦、早期收支壓力與公司化分工。流量、訂閱及獲利敘述均為當年報導，不能當成目前的經營數據。↩

98. 葉怡蘭，〈見物重又是物 — 新作《日日物事》序〉，2019-11-11。回看第一本雜貨書及收藏、使用、捨物的變化。涉及《家的模樣》的年份，以正式出版資料校正為 2015 年。↩

99. 葉怡蘭，〈新書《玩味》自序：乘著味蕾自在飛 （2001.10.18）〉，網站刊登 2001-12-18。保留《明日報》飲食版命名與書寫取向的背景；頁內與頁首日期表記有差異，本文僅使用年份與可核對的工作脈絡。↩

100. 玉山社／讀冊生活，〈《Yilan 的台灣生活滋味》出版資料〉，2003。用於核對早期台灣生活題材的成書；介紹屬出版宣傳資料，不當成獨立書評。↩

101. 葉怡蘭，〈寫於，PEKOE十週歲 〉，2012-09-10。2002 設櫃、2003 網路店、2008 實體店的階段。頁面後加的退出聲明另屬 2024 年之後的補充，不混入原文時間。↩

102. 王念綺，〈葉怡蘭 品牌 世界以美食為中心〉，《遠見》，2006-04-01。重建網站創辦、早期收支壓力與公司化分工。流量、訂閱及獲利敘述均為當年報導，不能當成目前的經營數據。↩

103. 葉怡蘭，〈我的，二十年紅茶路（下）—新作《紅茶經》自序〉，2017-07-24。從 2005 年《尋味．紅茶》至 2017 年重寫的研究進程及產地探訪。↩

104. 葉怡蘭，〈個人著作正體版〉。官方書目，交叉核對書名、出版社與出版年；同一本書的網站上架日、公告日與出版社出版日可能有一日之差，年表不作不必要的日期精確化。↩

105. 葉怡蘭，〈就是要吃，台灣水果（上） — Yilan新書《果然好吃》序〉，2008-09-17。逐月田野、計畫背景、協調者與產地的重要來源，避免將有制度支持的採訪寫成單人自發壯遊。↩

106. 葉怡蘭，〈寫在，PEKOE實體鋪誕生時分… 〉，2008-09-10。找店、Jeffrey、陸希傑、Nico及沖煮測試等工作細節的直接來源。地址與照片均按歷史使用，不當成現址資訊。↩

107. 葉怡蘭，〈個人著作正體版〉。官方書目，交叉核對書名、出版社與出版年；同一本書的網站上架日、公告日與出版社出版日可能有一日之差，年表不作不必要的日期精確化。↩

108. 天下文化，〈《食．本味》出版資料〉，2013。正式書目與章節介紹，用於區分評論型企劃與其他書的旅行、食材或居家取向。↩

109. 葉怡蘭，〈小隱，在旅館 — Yilan新書《隱居 · 在旅館》序〉，2010-12-07。由快速比較到延長停留的觀看方法。書中理想不等於每次行程皆同樣從容。↩

110. 葉怡蘭，〈日日是好日 — Yilan新作《好日好旅行》序〉，2012-09-04。以一次緊湊葡萄酒行程說明工作與休息的交錯，是具體案例而非固定日程。↩

111. 葉怡蘭，〈旅行，在一扇又一扇的窗畔 — 新作《旅人之窗》序〉，2014-10-03。窗景、拍攝選擇與室內外觀看。本文對勞動退到畫面外的分析，是由影像方法提出的閱讀限制。↩

112. 葉怡蘭，〈在旅行的餐桌上 — Yilan新書《終於嚐到真滋味》序〉，2011-10-04。行前飲食研究、詞彙準備、預約與意外發現的工作方法；不以序文代替整本作品的全面評價。↩

113. 葉怡蘭，〈家的模樣，生活的模樣—新作《家的模樣》序〉，2015-03-30。住宅改造、早期空間記憶與居住條件的直接來源。未公開完整工程合約與費用，本文不估價。↩

114. 大米，〈台北怡蘭家，廚房為核心區〉，Courcasa。核對二十九坪、家庭使用與設計者李靜敏／僕人建築空間整合，避免把業主觀點誤作全部設計著作權。↩

115. 葉怡蘭，〈個人著作正體版〉。官方書目，交叉核對書名、出版社與出版年；同一本書的網站上架日、公告日與出版社出版日可能有一日之差，年表不作不必要的日期精確化。↩

116. 陳湘瑾，攝影楊雅淳，〈PEKOE食品雜貨鋪二十年，創辦人葉怡蘭：給台灣人一個愛台味的理由〉，VERSE，2022-11-21。合作商品與品牌階段的採訪，亦為本文三張外連照片的來源。未見開放影像授權，著作權與攝影署名保留；創辦人當年觀點不代表今日經營。↩

117. 葉怡蘭，〈且享，台灣調配茶〉，2022。配方開發中的茶種、葉型、用途與反覆試飲。使用她的實作說明，不將文中的茶史推測當作已另行驗證的通史。↩

118. 葉怡蘭，〈新作品。《葉怡蘭的生活美學課》〉，2022-01-24。課程堂數、時數、場景與主題的公告。未取得學員研究、完成率或學習成效資料。↩

119. 葉怡蘭，〈告別 PEKOE。然後，繼續邁進〉，2024-09-09。退出決策、停止營運參與、放棄股份及怡然生活延續的關鍵第一人稱說明。本文按其所述標示時間，不推測未揭露的原因、交易金額或法律責任。↩

120. 怡然生活，〈商品開發〉，現行服務頁。核對林好常日茶、雙豆雙釀醬油等案例與顧問範圍，不推定商店所有權或獨家合作。↩

121. 葉怡蘭，〈林好商店，以及更多其他〉，2025-08-18。林百貨團隊、林好商店及選品研發合作的第一手說明，作為離開 PEKOE 後工作重組的證據。↩

122. 葉怡蘭，〈新作：常日茶，以及台南新味醬油〉，2025-10-13。四季茶款、清飲與加奶的用途設計；本文不使用未公開的比例或宣稱獨立品質檢驗。↩

123. 葉怡蘭，〈新．無敵三元素，正式報到＆常日茶、台灣果花蜂蜜禮盒、台南本產黑芝麻系列新上架！〉，2025-12-15。從早年調味組合到新商品的開發回顧。供應者與完整配方未全數披露，不因與舊產品同類就推定原料及合作關係相同。↩

124. 葉怡蘭，〈關於 葉怡蘭Yilan〉，官方現行簡介。核對出生地、教育、工作身分、著作清單與 PEKOE 退出後定位。此為本人履歷，不等同第三方逐項認證；獎項與歷任職務也不能自動視為現職。↩

125. 葉怡蘭，〈回應期待？關於，《台灣米其林指南 2026》〉，2026-07-21。確認她仍持續發表制度評論，並辨識其批評與肯定的條件；不把作者意見變成客觀偏差量測。↩

126. 葉怡蘭，〈2026在台灣，留戀的十碗小吃〉，2026-08-31。當年度選擇、地域與不重複往年等編輯條件；名單非全台餐飲母體的抽樣排名。↩