

國立交通大學
客家文化學院客家社會與文化學程
碩士論文

客庄女性創業歷程探究：

以新竹北埔哈客愛、竹東阿金姐、新埔柿染坊為例

Female Entrepreneurs in the Hakka Villages Hsinchu Taiwan.



指導教授：林崇偉博士

研究生：彭竹筠

中華民國一百零一年七月

客庄女性創業歷程探究：

以新竹北埔哈客愛、竹東阿金姐、新埔柿染坊為例

Female Entrepreneurs in the Hakka Villages Hsinchu Taiwan.

研究生：彭竹筠

Student：Chu-Yun Peng

指導教授：林崇偉

Advisor：Chong-Wey Lin

國立交通大學

客家文化學院客家社會與文化學程



Submitted to Degree Program of Hakka Society and Culture

College of Hakka Studies

National Chiao Tung University

in partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of

Master

in

Degree Program of Hakka Society and Culture

July 2012

Hsinchu, Taiwan, Republic of China

中華民國一百零一年七月

客庄女性創業歷程探究：

以新竹北埔哈客愛、竹東阿金姐、新埔柿染坊為例

研究生：彭竹筠

指導教授：林崇偉博士

國立交通大學客家文化學院客家社會與文化學程

摘要

今日客庄女性創業家成功故事背後的故事是什麼？運用「文獻分析法」、「參與觀察法」和「深度訪談法」，我從「地方與產業」、「家族與人格」和「傳承與創新」三個構面來探究新竹三個地方的客庄女性創業家。

這三個案例分別是北埔的哈客愛客家庄茶坊、竹東的阿金姐工作坊和新埔的新埔柿染坊，她們都有自己有趣的故事。首先，這三個案例全都不是土生土長的客家女性，而是三個客家媳婦。此外，第一個案例是夫妻，第二個案例是母女，第三個案例是一群女性好友，這三個案例跟以往大多以血統來看的客家女性創業家就大不相同；同時，這三個案例從事三個不同的產業，第一個是播茶，第二個是醃製物，第三個是柿染，它們都是屬於食品加工的產品，利用鹽、糖或醋去保存原始的食材。這三個成功的故事都展現了如何運用傳統的客家技藝在企業創新的基因中，我認為這正是客庄女性創業家的核心競爭力。

根據我的研究，我發現北埔的哈客愛客家庄茶坊展現了和地方產業的緊密結合，因為地方政府大力推廣播茶及自身懂得善用地方政府資源學習播茶技藝，播茶產業為地方帶來大量觀光人潮，活絡地方經濟發展，幫助新一代女性創業家；同時，竹東的阿金姐工作坊展現出家族與人格是客庄女性創業家最重要的創新因素，因為是家族企業，且技藝習得來自家中長輩，正是家族的愛凝聚了家族和社區；最後，新埔柿染坊展現出企業的創新與地方產業的文化資產結合最重要，也就是從柿子到柿餅到柿染工藝，它凝聚了在地人與開啟了一個新的農業經濟轉型的典範。

關鍵字：客家、客庄女性、創新、創業

Female Entrepreneurs in the Hakka Villages Hsinchu Taiwan.

Student : Chu-Yun Peng

Advisor : Chong-Wey Lin PhD

College of Hakka Studies Degree Program of Hakka Society and Culture

National Chiao Tung University

ABSTRACT

What are the story behind the successful stories of today's female entrepreneurs in the Hakka villages Taiwan? Applying documentary analysis, participative observation, and in-depth interviews, I analyzed three local female entrepreneurs in Hsinchu from three dimensions: locality and industry, family and character, and tradition and creativity.

The studied three examples, Hakka-Love Tea Workshop in Beipu, A-Jin's Workshop in Chutung and Persimmon Dyeing House in Xinpu, all have their own interesting stories. First, they are not the local Hakka women but the Hakka daughters-in-law. Besides, the first case is a couple, the second case is a mother and a daughter, the third one is a group of female friends. The three cases are different from the traditional Hakka entrepreneur studies, which are based on the blood and family. Also, the three cases are totally different business. The first is Lei-cha Hakka tea, the second is pickled food and the third is persimmon dyeing skill. They are all food processing products that are added salt, sugar, or vinegar to preserve the raw materials. All the three successful stories are about how to apply the traditional Hakka crafting skill into the gene of innovation of new business. In my thoughts, this is exactly the core competence of Hakka female entrepreneurs.

According to my research, I found that the case of Beipu Hakka-Love demonstrates the close relation of local industry. Thanks to the local vigorous promotion, Leicha industry successfully brought a large number of tourists. It advances Beipu local economic development and helps the new generation female entrepreneurs. On the other hand, Jhudong A-jin's workshop shows that "family and personality" is one of the most important innovative factors of female entrepreneurs in the Hakka village. Because of family business and the skills learned from the elder generation, it is family's love that connects the ownership and the community. In the end, the Xinpu Persimmon Dying House shows that business innovation is really close related with the local industrial cultural heritage. It bonds the connection of local people and starts a new perspective of the paradigm shift of agricultural economy.

Keywords : Hakka, Hakka women, innovation, entrepreneurship

誌謝

還記得兩年前的暑假，我懷著緊張期待的心情到交大客院上第一堂課，上了一堂台灣族群關係的課，我就知道未來在職求學的生涯充滿了無數的挑戰，老師是如此認真教學，我要更認真、更努力，否則這條路會走得很艱辛。

一轉眼，兩年就要過去了，慶幸在這路上遇到亦師亦友的指導教授崇偉老師，在您身上我看見了認真與執著、樂觀與自信、感恩與關懷，相信堅持做對的事，沒有什麼事是做不到的。在我還在霧裡看花不知論文未來的走向時，感謝您適時的給予指引和鼓勵，讓我今天才能順利走出霧的迷宮。也真誠感謝輔仁大學李青松教授及世新大學陳墀吉教授在百忙中，不辭辛勞審閱論文，並給予建議和指正，您的寶貴意見，將使論文更臻完善，讓我獲益良多。

感謝北埔的哈客愛夫妻（碧芳、瑞霖），在你們熱情的分享下，讓我深刻體會到創業維艱，在努力打拼往前衝的同時，要注意自己身體的健康，只因留得青山在不怕沒柴燒。感謝竹東的阿金姐母女（阿金姐、巧嫻），在你們無私的分享下，讓我有種回家的感覺，是那麼的熟悉與親切，那種濃厚的家族愛早已擴散蔓延，溫暖週遭無數人的心田，更讓我了解愛是沒有邊界的，應適時把愛散發出去。感謝新埔柿染坊的一群朋友（夢娟、玲慧、春景、春蘭），在你們細心的分享下，讓我對柿染從一個門外漢，到有初步的認識，在體驗過柿染DIY活動後，更讓我喜歡上它古樸、沉穩的特質，它的美百看不厭更勝於藍染。你們是論文的靈魂人物，再次感謝你們的鼎力相助，論文因你們的故事而精彩。

感謝職場上的同事、主任和校長，不時給予關心與鼓勵；感謝同門學長姐的經驗傳承和學妹們的鼓勵；感謝學校的同學，家綺、意竹、淑靜、潔君、美玲、艾鈴、永恩、秋緯在這條路上一起加油打氣，彼此心情交流，紓解寫作壓力，彼此經驗分享，提升寫作技巧。感謝你們的支持與鼓勵，我才能堅持勇敢的走下去。

最感謝的是全心全意支持我的家人。感謝爸爸三不五時的噓寒問暖；感謝媽媽白天幫我照顧小孩，還常常準備美味的佳餚給我帶回家；感謝公公把家裡打理好，讓我下班後不用再為晚餐傷腦筋；感謝老公對於家庭和小孩的照顧與包容，且時時激勵我；感謝一對寶貝兒女的體諒和貼心；感謝妹妹的大力支援。感謝你們的協助與支持，我才能順利完成學業。最後，感謝自己的堅持，讓那遙不可及的夢想成真。

目錄

摘要.....	I
ABSTRACT.....	II
誌謝.....	III
表目錄.....	VI
圖目錄.....	VIII
第一章 緒論.....	1
第一節 研究背景與動機.....	1
第二節 研究目的.....	3
第二章 文獻探討.....	4
第一節 文化創意產業.....	4
一、文化創意產業的定義.....	4
二、文化創意產業的類別.....	5
第二節 女性創業家.....	8
一、女性創業家的定義.....	8
二、女性創業家的特質.....	10
三、女性創業家的創業動機.....	13
四、女性創業家的創業困境.....	15
五、女性創業家的創業歷程.....	17
第三節 地方特色產業.....	18
一、地方特色產業的定義.....	19
二、地方特色產業的類別.....	21
三、地方特色產業的轉型.....	22
第四節 創新.....	24
一、創新的定義.....	24
二、創新的類別.....	26
第三章 研究方法.....	27
第一節 研究方法.....	27
一、文獻分析法.....	27
二、參與觀察法.....	27
三、深度訪談法.....	28
第二節 研究場域.....	29
第三節 研究對象.....	31
第四節 研究架構.....	42
一、地方與產業.....	43
二、家族與人格.....	43
三、傳承與創新.....	44

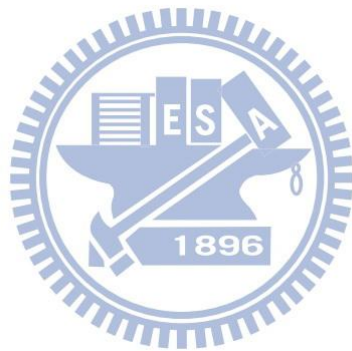
第四章 研究結果.....	46
第一節 哈客愛客家庄茶坊－夫妻同心	46
一、地方與產業.....	48
二、家族與人格.....	55
三、傳承與創新.....	61
第二節 阿金姐工作坊－母女連心	69
一、家族與人格.....	71
二、傳承與創新.....	78
三、地方與產業.....	91
第三節 新埔柿染坊－朋友齊心	98
一、傳承與創新.....	100
二、地方與產業.....	112
三、家族與人格.....	118
第五章 結論與建議.....	124
第一節 研究結論.....	124
一、「地方與產業」	124
二、「家族與人格」	127
三、「傳承與創新」	132
第二節 研究限制.....	138
第三節 對後續研究者的建議.....	138
參考書目.....	140
附錄.....	147
一、訪談大綱.....	147
二、訪談資料.....	148



表目錄

表 1- 1：女性企業家分布比率表	1
表 2- 1：文化創意產業內容及範圍	5
表 2- 2：女性創業家的定義	9
表 2- 3：國外女性創業家的特質	11
表 2- 4：國內女性創業家的特質	11
表 2- 5：國外女性創業家的創業動機	14
表 2- 6：國內女性創業家的創業動機	14
表 2- 7：國外女性創業家的創業困境	16
表 2- 8：國內女性創業家的創業困境	16
表 2- 9：國內外女性創業家的創業歷程	17
表 2- 10：地方特色產業的定義	19
表 2- 11：地方特色產業的類別	21
表 2- 12：企業轉型的種類	23
表 2- 13：企業轉型的方法	24
表 2- 14：創新的定義	25
表 2- 15：組織創新的種類	26
表 3- 1：哈客愛客家庄茶坊簡介	33
表 3- 2：哈客愛客家庄茶坊榮譽榜	35
表 3- 3：阿金姐工作坊簡介	36
表 3- 4：阿金姐工作坊榮譽榜	37
表 3- 5：新埔柿染坊簡介	38
表 3- 6：柿染資源連結計畫表	40
表 3- 7：受訪人物代號對應表	40
表 4- 1：客家擂茶的形式及變化	54
表 4- 2：哈客愛客家庄茶坊產品	62
表 4- 3：哈客愛客家庄茶坊新產品	63
表 4- 4：阿金姐工作坊產品	79
表 4- 5：阿金姐工作坊新產品	80
表 4- 6：客家醃製物的分類	94
表 4- 7：新埔柿染坊產品	101
表 4- 8：新埔柿染與三峽藍染比較表	104
表 4- 9：新埔柿染坊的發展史	115
表 5- 1：「地方與產業」和三案例的關係表	124
表 5- 2：「家族與人格」和三案例的關係表	128

表 5- 3：客庄女性創業家人格特質表129
表 5- 4：「傳承與創新」和三案例的關係表133



圖目錄

圖 2- 1：創意生活產業定義	7
圖 2- 2：傳統產業的轉型與升級	23
圖 2- 3：創新的種類	26
圖 3- 1：全國客家人口分布圖	29
圖 3- 2：新竹縣行政區域圖	30
圖 3- 3：案例經營型態與經營產業關係圖	31
圖 3- 4：案例店面分布圖	32
圖 3- 5：哈客愛客家庄茶坊地圖	33
圖 3- 6：哈客愛客家庄茶坊發展史	34
圖 3- 7：阿金姐工作坊地圖	35
圖 3- 8：阿金姐工作坊發展史	37
圖 3- 9：新埔柿染坊地圖	38
圖 3- 10：新埔柿染坊發展史	39
圖 4- 1：哈客愛客家庄茶坊門市	46
圖 4- 2：哈客愛客家庄茶坊夫妻圖	48
圖 4- 3：阿金姐工作坊門市	69
圖 4- 4：阿金姐工作坊母女圖	70
圖 4- 5：阿金姐工作坊脆梅製程圖	87
圖 4- 6：阿金姐工作坊紫蘇梅製程圖	88
圖 4- 7：阿金姐工作坊桔醬製程圖	89
圖 4- 8：阿金姐工作坊香桔汁製程圖	90
圖 4- 9：衛味佳柿餅加工廠曬柿餅場景	99
圖 4- 10：新埔柿染坊門市	99
圖 4- 11：新埔柿染坊朋友圖	100
圖 4- 12：新埔柿染坊工藝發展史	101
圖 4- 13：新埔柿染坊煮染流程圖	109
圖 4- 14：新埔柿染坊刷染流程圖	110

第一章 緒論

第一節 研究背景與動機

管理大師彼得·杜拉克（Peter F. Drucker）在 1985 年《創新與創業精神》（Innovation and Entrepreneurship）書中曾說，美國從「管理型」經濟體系徹底轉為「創業型」經濟體系，其中工作機會的增加絕大部分來自中小企業（蕭富峰、李田樹，2005），因此可知，中小企業在經濟體系中的重要性不可小覷。現在是一個經濟全球化的時代，我國的經濟體系也正慢慢的朝美日先進國家管理型的經濟體系發展，正因如此，台灣會產生許多新的產業與舊的產業互相競爭，而創造了無數的創業機會。

提到「創業」二字，過去，絕大多數是男性從事創業活動，而現在，隨著經濟體系的轉型、女性教育程度的提高，加上女性意識的抬頭，使得女性的社會地位大幅提高，也使得女性的角色不再受到強烈的限制，因此，有很多女性為了實現自己的理想紛紛離開職場選擇自行創業，而產生了無數的女性創業家。

依據經濟部中小企業處 2011 年中小企業白皮書統計資料顯示，2010 年女性企業家數占全部企業家數 35.82%，而 2009 年、2008 年女性企業家數占全部企業家數分別為 35.61% 及 35.43%，從長期趨勢來看，女性創業家有逐年增加的現象。若以企業規模來看，女性中小企業家數占女性企業總家數比率高達 98.87%，由此顯示出女性創業家以中小企業為主，而中小企業又是社會經濟成長的主要命脈，因此，女性創業家在經濟活動中所扮演的角色日趨重要。

表 1-1：女性企業家分布比率表

單位：家；%

年 別	規模別	中小企業	大企業	企業合計	女性中小企業家
					/女性企業家
2008 年	家數合計	1,228,285	27,334	1,255,619	
	女性企業家	439,852	4,953	444,805	98.83%
	比 率	35.81%	18.12%	35.43%	
2009 年	家數合計	1,224,987	24,562	1,249,549	
	女性企業家	440,515	4,391	444,906	99.01%
	比 率	35.96%	17.88%	35.61%	
2010 年	家數合計	1,240,672	27,749	1,268,421	
	女性企業家	449,156	5,152	454,308	98.87%
	比 率	36.20%	18.57%	35.82%	

資料來源：整理自經濟部中小企業處 2011 年、2010 年、2009 年中小企業白皮書

隨著經濟體系的轉型，女性成為創業家的比率逐漸提高，女性創業已成為一股新經濟力量，未來將會有更多女性開創屬於自己的事業。李靜采（2008）認為在知識經濟的時代中，造成女性創業風氣盛行有三個主要因素：（1）產業結構的改變：因為服務業的發展，提供了女性可以充分發揮的創業環境；（2）網路創業的風行：因工作時間、地點富有彈性，吸引女性紛紛投入；（3）政府鼓勵女性創業：近年來，政府相關部門陸續推出多項輔導女性創業政策。例如：行政院青輔會辦理的「飛雁專案」與勞委會「創業鳳凰計畫」。

現今世界各國無不努力於文化創意產業，都已認知到文化創意產業在帶動產業升級轉型、創造國家經濟成長的巨大能量，以及文化創意產業在提升國家形象、帶動關聯產業及創造就業的高附加價值（盛治仁，2011）。我國從 2002 年將文化創意產業列為國家重點發展項目，相關政策隨之展開；2009 年我國又提出六大新興產業計畫，而文化創意產業則為六大新興產業項目之一（行政院文建會，2010）。政府積極致力於文化創意產業的發展，是希望透過文化創意的產業化，帶動經濟、創造就業、提升生活品質。由於文化創意產業的興起，對於具有創意及能展現個人特色的產品，越來越受到消費者的喜愛，這也促使女性創業時會朝這方向來思考。

我從小在客家鄉鎮長大，處處可見街坊鄰居隨著歲時節令的轉變在竹竿或圍牆上曬製酸菜、福菜、梅干菜、蘿蔔乾、蘿蔔絲、蘿蔔錢、菜豆乾...等，這些食品的制作顯現出客家人克勤克儉的性格，將盛產的食材曬乾以利保存，或進一步入菜，變成一道道佳餚，又或製作成粽子、菜包、大湯圓等應景食品，一起建構了客家美食的印象，這種烙印深植心中，從小到大品嚐無數滿溢幸福滋味的客家美食，每每在現實生活的場景中再次嚐到母親般的好手藝，總會重新勾起回憶，這才恍然大悟，原來客家美食早已成為我不可抹煞的鄉愁。

因選修「客家與傳播科技：數位典藏技術與實作」的課程，讓我有機會近距離親身體驗客家小鎮—「新埔鎮」的美，尤其是一個個黃澄澄的柿餅，靜靜的待在竹架上，在九降風的吹拂及陽光的洗禮下顯得特別可愛動人，生平第一次看見柿餅如此壯觀的美景，心中真是為之一震，不禁讓我想起小時候和母親一起在屋前竹竿上曬菜豆的情景，也促使我開始去思考，在現今的社會，客家美食這個產業除了味美之外，要如何在文化上做傳承？要如何讓更多不分族群的社會大眾喜歡上它？想當然，地方特色產業勢必要做轉型，也就是朝具有文化特色及創意內涵的文化創意產業去發展，才能永續經營下去。

第二節 研究目的

女性創業家的比率逐漸提高，且文化創意產業在國家的經濟上占有舉足輕重的地位，當客庄女性創業家遇見客家文化創意產業會觸碰出怎樣的火花？客庄文化創意產業的女性創業家又有什麼獨特性？我想知道客庄文化創意產業的女性創業家的故事及創業歷程，是什麼樣的經過，讓她成為現在的她。

如果量化的研究，讓我看到了森林的全貌，現在，我將走入森林裏，試圖去認識這棵樹，並嘗試去知道這棵樹之所以有現在容貌的原因及歷程，因此我採取質化研究法，去探究三個客庄文化創意產業的女性創業家的生命故事。透過深度訪談法去了解她們創業的人格特質、創業動機、創業困境、創業歷程、經營理念等。也就是說，我試圖用第三者的角度，去詮釋三個客庄文化創意產業的女性創業家的創業歷程，她們是如何踏上這條創業之路以及在創業路上的遭遇為何？是如何突破困境？所經營的地方特色產業是如何轉型走到現在？未來又將如何永續經營？

我選擇了三個各具特色的案例，首先，這三個案例全都不是土生土長的客家女性，而是三個客家媳婦。此外，第一個案例是夫妻，第二個案例是母女，第三個案例是一群女性好友，這三個案例跟大多以血統來看的客家女性創業家就大不相同；其次，雖然這三個案例從事三個不同的產業，第一個是擂茶，第二個是醃製物，第三個是柿染，但是這三個產業有一個共通性，都是加工品，也就是說在原生的東西上加工，去創造它新的價值。譬如說擂茶，從擂茶的儀式到擂茶粉，到擂茶的包裝，到伴手禮；譬如說醃製物，從只是醃製到口味的創新，到創意料理的食譜，到客家意象的融入；譬如說柿染，從柿子到柿餅、到柿染、到多重的柿染工藝，所以我還是寫三個特殊的文化創意產業；然後，這三個案例是三種不同的經營型態，也是三個不同的地方的地方特色產業，每個案例都深具獨特性，因此，我覺得「她們」是值得研究的案例。

第二章 文獻探討

第一節 文化創意產業

一、文化創意產業的定義

聯合國教科文組織（UNESCO）將「文化產業」（Cultural Industries）定義為「結合創作、生產與商業的內容，同時內容的本質具有文化資產與文化概念的特性，並獲得智慧財產權的保護，而以產品或服務的形式呈現；從內容上來看，文化產業可以被視為是創意產業，包含書報雜誌、音樂、影片、多媒體、觀光，及其他靠創意生產的產業。」（袁鶴齡、鄭志成，2011）。

我國對文化創意產業（Culture Creative Industries）的定義是參考各國對文化產業或創意產業的定義，以及考量台灣產業發展的獨特性，早在「2003 年文化創意產業發展年報」中則指出文化創意產業是指「源自創意或文化累積，透過智慧財產的形成與運用，具有創造財富與就業機會潛力，並促進整體生活環境提升之產業」（行政院文建會，2004）；而在 2010 年立法院通過頒布實施的「文化創意產業發展法」中第一章第三條明文定義文化創意產業是指「源自創意或文化累積，透過智慧財產之形成與運用，具有創造財富與就業機會之潛力，並促進全民美學素養，使國民生活環境提升之產業」（行政院文建會，2010；賴秋如，2011）。就文建會於 2004 年與 2010 年對文化創意產業的定義做比較，其前後的差異不大，唯一不同的在於 2010 年立法所通過的「文化創意產業發展法」中，增加了「並促進全民美學素質」，由此可見，我國政府有意藉由文化創意產業的發展，促進全民美學素質的提升，讓文創與美學融入人們的生活當中，讓生活中處處可見它的蹤跡。

綜觀國內外兩者針對文化創意產業所提出的定義，我發現聯合國教科文組織在文化創意產業的定義中，並沒有提到促進全民美學素養及創造財富與就業機會，相對於聯合國教科文組織的定義，我國特別強調這兩點，說明了我國對於創造財富與就業機會的重視，也因此啟發我探討所謂的女性創業家，尤其是客庄文化創意產業中的女性創業家，她們的創業不就正好創造了財富，也同時帶動就業機會的增加。

二、文化創意產業的類別

文建會在2004年公布台灣文化創意產業有13個類別，而在2010年的「文化創意產業發展法」中明定文化創意產業包含：視覺藝術產業、音樂與表演藝術產業、文化資產應用及展演設施產業、工藝產業、電影產業、廣播電視產業、出版產業、廣告產業、產品設計產業、視覺傳達設計產業、設計品牌時尚產業、建築設計產業、數位內容產業、創意生活產業、流行音樂及文化內容產業、其他經中央主管機關指定之產業，共16項的產業，如表2-1（行政院文建會，2010）。

表 2-1：文化創意產業內容及範圍

編號	產業名稱	主管機關	內容及範圍
1.	視覺藝術產業	行政院文化建設委員會	指從事繪畫、雕塑、其他藝術品創作、藝術品拍賣零售、畫廊、藝術品展覽、藝術經紀代理、藝術品公證鑑價、藝術品修復等行業。
2.	音樂與表演藝術產業	行政院文化建設委員會	指從事戲劇、舞蹈相關業務（創作、訓練、表演等）、音樂劇或歌劇相關業務（樂曲創作、演奏訓練、表演等）、音樂現場表演或作詞作曲、表演服裝設計或製作、表演造型設計、表演舞台燈光設計、表演藝術經紀代理、表演藝術硬體服務（道具製作與管理、舞臺搭設、燈光設備、音響工程等）、藝術節經營等行業。
3.	文化資產應用及展演設施產業	行政院文化建設委員會	指從事文化資產利用、展演設施經營管理，如劇院、音樂廳、露天廣場、美術館、博物館、藝術館（村）、演藝廳等行業。
4.	工藝產業	行政院文化建設委員會	指從事工藝創作、工藝設計、模具製作、材料製作、工藝品生產、工藝品展售流通、工藝品鑑定等行業。
5.	電影產業	行政院新聞局	指從事電影片創作、發行、映演、電影周邊產製服務等行業。
6.	廣播電視產業	行政院新聞局	指利用無線、有線、衛星或其他載具從事節目播送、製作、發行等行業。
7.	出版產業	行政院新聞局	指從事新聞、雜誌（期刊）或書籍等紙本創作、企劃編輯、發行流通等行業。

表2-1 (續)

8.	廣告產業	經濟部	指從事各種媒體宣傳物之設計、繪製、攝影、模型、製作及裝置、獨立經營分送廣告、招攬廣告等行業。
9.	產品設計產業	經濟部	指從事產品設計企劃、產品外觀設計、機構設計、原型與模型製作等行業。
10.	視覺傳達設計產業	經濟部	指從事 CIS 企業識別系統設計、品牌形象設計、平面視覺設計、網頁多媒體設計等行業。
11.	設計品牌時尚產業	經濟部	指從事以設計師為品牌或由其協助成立品牌之設計、顧問、製造、流通等行業。
12.	建築設計產業	內政部	指從事建築物設計、室內裝修設計等行業。
13.	數位內容產業	經濟部	指從事提供將圖像、文字、影像或語音等資料，運用資訊科技加以數位化，並整合運用之產品或服務之行業，如數位遊戲、電腦動畫、數位學習、數位影音應用、數位出版典藏等行業。
14.	創意生活產業	經濟部	指從事以創意整合生活產業之核心知識，提供具有深度體驗及高質美感之行業，如飲食文化體驗、生活教育體驗、自然生態體驗、流行時尚體驗、特定文物體驗、工藝文化體驗等行業。
15.	流行音樂及文化內容產業	行政院新聞局	指從事傳統或藝術音樂、文化內容以外，具有大眾普遍接受特色之創作、展演、經紀、仲介、流通等行業。
16.	其他經中央主管機關指定之產業	中央主管機關指定文化創意產業時，得考量下列指標：文化創意產業提供之商品或服務具表達性價值及功用性價值。文化創意產業具成長潛力，如營業收入、就業人口數、出口值或產值等指標。	

資料來源：〈文化創意產業內容及範圍〉，行政院文建會，2010.08.30，取自 <http://www.cca.gov.tw/law.do?method=find&id=264>

《遠見雜誌》在2009年，針對600多位文創業者，進行台灣第一份「文化創意產業調查」，這份調查指標包含16項產業，從文創業者角度調查顯示，最有潛力壯大並走向世界的是創意生活產業，接著是表演藝術產業、設計產業、工藝產業、數位內容產業等（范榮靖，2009），由此可知，創意生活產業在文化創意產業中占有舉足輕重的地位。

創意生活產業是指「從事以創意整合生活產業之核心知識，提供具有深度體驗及高質美感之行業，如飲食文化體驗、生活教育體驗、自然生態體驗、流行時尚體驗、特定文物體驗、工藝文化體驗等行業。」（行政院文建會，2010）。也就是說透過創意整合生活中食、衣、住、行、育、樂等各個產業，賣的不只是商品，還包含一種經驗、一種體驗、一種感動，由此可見，創意生活產業的涵蓋範圍很廣，可以增加產品的附加價值，成長潛力十分驚人。

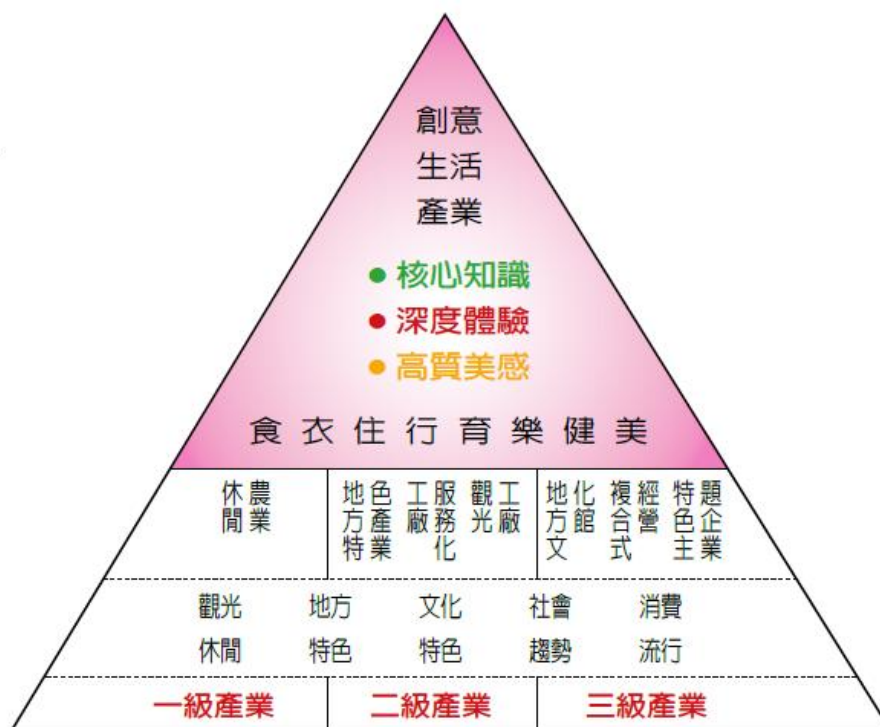


圖 2-1：創意生活產業定義

資料來源：〈創意生活產業的設計觀〉，張維華，2010，《科學發展》，453：21

我要探討的客庄女性創業家，就是聚焦於從事客家傳統食品販售或是延伸性產品販售的女性創業家，客家傳統食品經過特殊的包裝及客家文化的融入，販售的就不再只是食品本身，還販售的是濃濃的客家文化體驗，也就是說此消費行為不只是滿足消費者口中的味蕾，更讓消費者享受一趟知性的文化饗宴，因此我欲探討的女性創業家，正是屬於客家文化創意產業中創意生活產業的創業家。

第二節 女性創業家

一、女性創業家的定義

因應時代的轉變，現今的創業模式已經和傳統的創業模式大不相同，一般提到的「創業家」多指男性，對創業家的研究也是多以男性的觀點出發，對於女性特有的人格特質、思考模式、價值觀等，都少有列入考慮，而且女性創業家大量的出現也是近幾十年的事，所以對「女性創業家」的定義和相關研究也就不多。

「新女性主義」在 1972 年首次被提出，成為台灣第一個自發性的民間婦女運動，因女權運動的抬頭，女性不再只是傳統眼光中的賢妻良母，女性已開始大量走出家庭投入職場，且在職場上發揮長才並擔任要職。現今社會上，女性自我意識增強，有不少的女性為了實現自我的夢想或擁有經濟的支配權而選擇自行創業，且女性創業家占總創業家的比例已超過 35%（經濟部中小企業處，2011），由此可見，女性創業家已為數不少，且成功的女性創業家也不勝枚舉。

Lavoie (1985)對女性創業家的定義為：「一位女性開創一項新事業、承受伴隨而來的風險及財務、行政、社會的責任，並且有效的處理每天的管理工作」。Moore(1986)對女性創業家的定義為：「女性創業家為一個在企業決策與風險承擔中採取主動角色的人，而且她擁有該企業的大部分所有權」。Moore& Buttner (1997)將女性創業家界定為：「一位創始企業的女性，積極地涉入各項管理活動，佔公司至少50%的所有權，且營運達一年或一年以上」。

蔡璧如(1999)認為女性創業家經常是獨自或與他人共同創立事業，擁有企業領導人的職銜與工作，並實際參與及決定企業的業務或行政事務者。蔡娟娟(2000)認為女性創業家應為企業之創始者，並為目前主要的經營者之一，且在企業發展過程中，能展現自我創業精神，幫助企業解決或突破難關促成企業成長者。鄭美玲(2001)定義女性創業家，凡女性對事業開創有正面積極之推動，並於企業內握有實際經營管理權力者，不因其所在職位而有所限制。張曉楨（2003）認為女性創業家是創立及擁有一家企業並加以組織、管理和營運之女性，在做企業決策時採取主動角色，且具備創業家精神、能承擔風險及擁有該企業的大部分所有權。陳文萍（2010）認為女性創業家是凡女性創新事業，擁有創業動機、具備創新能力、能承擔風險面對挑戰、創新革新改造價值、不斷學習開發新意，能結合各種資源與生產方式進行管理，以及能負起社會責任，賺取有形與無形的利潤，與維護公司信譽與社會形象，並能展現女性特質與創業精神的人。各學者對於女性創業家的定義，整理如表 2-2。

表 2- 2：女性創業家的定義

學者	女性創業家的定義
Lavoie (1985)	一位女性開創一項新事業，承受伴隨而來的風險與財務、行政、社會的責任，並有效地處理每天的管理工作。
Moore(1986)	一個在企業決策與風險承擔中採取主動角色的人，而且他／她擁有該企業的大部分所有權。
Moore and Buttner (1997)	一位創始企業的女性，積極地涉入各項管理活動，佔公司至少50%的所有權，且營運達一年或一年以上。
蔡璧如 (1999)	獨自或與他人（包括丈夫）共同創立事業、擁有企業領導人（如董事長或總經理）的職銜與工作，並實際參與及決定企業的業務或行政事務者。
蔡娟娟 (2000)	該企業的創始者，並為目前主要的經營者；在該企業發展過程中，能展現創業精神幫助企業解決或突破難關促成企業成長者。
趙亦珍 (2001)	具備創新精神、能承擔風險且能成功開創事業，並從中獲取利潤之人。
鄭美玲 (2001)	凡女性對事業開創有正面積極之推動，並於企業內握有實際經營管理權力者。
蔡淑梨 (2003)	女性創業家為獨自或與他人共同創業的女性，並包括自身有直接參與企業活動的頭家娘。
張曉楨 (2003)	創立及擁有一家企業並加以組織、管理和營運之女性，在做企業決策時採取主動角色，且具備創業家精神、能承擔風險及擁有該企業的大部分所有權。
李玲梅 (2005)	擁有實際經營管理權力，並能幫助企業成長與創造利潤之女性。
王怡婷 (2005)	女性創業家為在企業決策與風險承擔中，握有實際經營管理權力者且能幫助企業成長及獲取利潤的人。
葉千禎 (2007)	獨自或與他人共同開創事業及參與事業開創之過程，並握有實際經營管理權力者。
褚家雯 (2008)	凡女性對事業開創有正面積極之推動，並於企業內握有實際經營管理權力者。
陳文萍 (2010)	凡女性創新事業，擁有創業動機、具備創新能力、能承擔風險面對挑戰、創新革新改造價值、不斷學習開發新意，能結合各種資源（資本、物質、人員）與生產方式進行管理，以及能負起社會責任，賺取有形與無形的利潤，與維護公司信譽與社會形象，並能展現女性特質（細心、關心、愛心、毅力）與創業精神的人。

資料來源：葉千禎 (2007)、褚家雯 (2008)、陳文萍 (2010)

由表 2-2 中可以發現，各學者對「女性創業家」的定義，其實和男性創業家的定義相去不遠，一方面可能男女創業家都具有高度的創業家精神，另一方面也可能是以前的女性創業家不多，因此針對她們的研究也相對的較少，所以便沿用對男性創業家的定義。

但是我認為，女性創業家基於女性天性上不同於男性的人格特質，如：細心、耐心、愛心等，讓女性創業家在創業過程中，仍然會展現出與男性創業家不一樣的風貌。因此我將女性創業家的定義為：凡女性開創一項新事業，能具備創業家精神，能勇於承擔風險面對挑戰，能肩負起社會責任，能展現女性特質，且實際參與促進企業成長和創造利潤的經營者。

二、女性創業家的特質

女性在傳統的農業社會裡，大多數是照顧家庭並協助農務的家庭主婦；到了工商業社會，女性多數已走出家庭投入職場，成為了職業婦女；現在是高科技的社會，女性意識抬頭，有不少的女性為了實現自我而選擇自行創業，在過去創業家主要以男性為主，但隨著 20 世紀科技的發達和服務業的興起，正好提供了女性創業的機會，因此國內外學者針對女性創業家的研究漸漸增加，在研究中發展出各項女性創業家的特質。

國內外對於女性創業家特質的相關研究中發現，「女性創業家特質」包含：內在控制、獨立性高、高成就需求、積極主動學習 (Bennett & Dann, 2000; Priscilla, 2000; 趙亦珍, 2001; 張曉楨, 2004; 張育美, 2006)、認真盡責有規畫、勇於面對挑戰持續解決問題 (張庭庭, 2001; 鄭美玲, 2001; 李玲梅 2005; 陳文萍 2010)、願承擔適度風險 (Bennett & Dann, 2000; 張庭庭, 2001; 鄭美玲, 2001; 張曉楨, 2004; 張育美, 2006)、有目標、有遠見、企圖心強 (Priscilla, 2000; Morrison Breen & Ali, 2003; Collins, 2007; Sinisalo & Komulainen, 2008; 張庭庭, 2001; 鄭美玲, 2001; 張育美, 2006) 自信心高、耐力高、柔韌度 (Priscilla, 2000; Sinisalo & Komulainen, 2008; 張庭庭, 2001; 李玲梅 2005; 張育美, 2006) 有感恩心、有同理心、善用回饋機制、(張庭庭, 2001; 張育美, 2006)，因此，女性創業家能善用女性創業家特質，因應社會經濟趨勢及結合個人理想開創新的事業，成為一個企業的經營者，在面對挫折時，不輕易放棄，有高度的柔韌度及奮戰的耐力，在獲利的同時，能有同理心讓消費者有愉悅經驗，也能有社會責任讓社會更祥和。各學者對於女性創業家的特質，整理如表 2-3 和表 2-4。

表 2- 3：國外女性創業家的特質

學者	研究方法	研究對象	創業家特質
Stanford Oates & Flores (1994)	開放式深度訪談及半結構式訪談－個案研究	十位女性創業家及二位女性高階主管	會把和員工之間關係奠定在承諾及尊重之基礎上
Bennett & Dann (2000)	創業需求調查問卷	創業女性或對女性創業議提有強烈興趣之女性一共為 535 位	高度內在控型、獨立、成就需求、承擔風險
Priscilla (2000)	半結構式訪談及動機量表	20 位女性及 20 位男性創業家	充滿活力、獨立、好愛競爭、愛好社交、理想化、有自信、完美主義者、有著的無窮渴望、具有相當的柔韌度、目標導向、通才
Morrison Breen & Ali (2003)	創業需求調查問卷	3570 位企業家	女性創業家具有遠見、幹勁、及較為機會主義導向
Collins (2007)	問卷及結構式訪談	110 位創業已超過五年的女性創業家	企圖心強、善於分析、工作導向
Sinisalo & Komulainen (2008)	半結構式訪談法（敘說式研究個案研究）	一位芬蘭郊區女性創業家	能吃苦、有企圖心、對所選事業不挑剔、具有領導小企業之能力及才智

資料來源：蕭雅娟（2008）

表 2- 4：國內女性創業家的特質

學者	研究方法	研究對象	創業家特質
趙亦珍 (2001)	半結構式訪談	青輔會提供（創業說明會會員與友人）	精力旺盛、獨立性、說服力、持續力、高度的成就感需求、自主需求、控制需求、兼具剛性與柔性的人格特質
張庭庭 (2001)	創業需求調查問卷	青輔會九十年 度婦女創業活動學員（含全國北中南東各區）	自信心、自制力、耐心、驅策力、目標設定、善用回饋機制、活用資源、不畏艱難、勇於對自己負責、持續

表 2-4 (續)

			解決問題、願冒適度風險、長期奮戰的耐力、積極主動學習、樂觀進取、向自我設定標準挑戰、時時存有感恩之心
鄭美玲 (2001)	開放式深度訪談	滾雪球方式與陌生拜訪方式取得	承擔風險、能因應趨勢而開創新局、能結合個人理想與組織目標創立企業、能因企業的成長與價值創造而獲取報償
張曉楨 (2004)	結構式問卷與開放式訪談法	中小企業之女性創業家	內控型人格取向者、A 型人格取向者、高風險態度者、高成就動機人格者
李玲梅 (2005)	德爾菲法專家問卷訪談、「BPI 基本人格量表」測量	中小企業之女性創業家	群體特質：溝通能力、自信心、樂在工作、自我負責等 個人特質：開朗、自在、健康、自尊、外向、人際和諧
張育美 (2006)	深度訪談一個案研究	張育美女士個案	對不確定性的容忍度，承擔風險，內控性格，成就動機，自我效能，正面心理，逆向思考，客戶同理心，偏執狂，不滿足於現況，強烈自信，目標遠大，以及戰略心智

資料來源：蕭雅娟 (2008)

由表 2-3 和表 2-4 中可發現，在選取研究對象上，國內外學者大都傾向具備相當創業年資或較為資深之女性創業家，卻較少探討特定產業的女性創業家所具備的創業特質。

在研究方法上，國外學者大都以問卷調查的方式探討女性創業家特質，樣本數相較於國內相關研究多很多，傾向以較多的數據資料，深入分析女性創業家某向度的人格特質，試圖建立女性創業家特質的群像；國內學者則大都以質化與量化並存的研究方法，近年來女性創業家的相關研究，有漸漸走向質化的研究方法，試圖從受訪的女性創業家口述的創業歷程中，了解更多向度的女性創業家特質。

早期有關女性創業家特質的研究中，大致探討不分產業類別且較為資深的女性創業家的特質，然而，隨著經濟趨勢的轉變，本研究針對客庄文化創意產業的女性創業家進行深入訪談，試圖從中明瞭屬於客庄文化創意產業的女性創業家的特質與優勢，並且從中發現她們與過往所研究的女性創業家特質的異同，以及探究這些創業特質對於事業經營是否存在正向的影響力。

三、女性創業家的創業動機

每個創業家都有不同的創業動機驅使他創業，郭玉霜（2003）指出女性創業家的創業動機大多是為了家庭，而男性創業家的創業動機大多是為了要提升社會地位。這和傳統社會賦予男女不同的價值觀有密切的關係，女性從小就被灌輸要以婚姻家庭為重心，所以她們相當重視家庭與工作之間的平衡；而男性創業家從小就被寄予負起家庭經濟、男人當家的觀念，所以他們會以職業為重。換句話說，也就是男性創業家的創業動機是以生涯導向為依歸，而女性創業家的創業動機是以家庭導向為主，且在創業歷程中，大多將「兼顧家庭與工作」納入創業考量（蕭雅娟，2008）。

國內外對於女性創業家的創業動機相關研究中發現，「女性創業家的創業動機」包含：經濟因素（Bennett & Dann，2000；Tuzin Baycan Levent, Enno Masurel, & Nijkamp，2003；Sinisalo & Komulainen，2008；蔡壁如，1999；張庭庭，2001；鄭美玲，2001；楊淑美，2001；張祐綾，2005）、家庭因素（Priscilla，2000；Bennett & Dann，2000；Browne, Moylan, & Scaife，2004；Sinisalo & Komulainen，2008；楊敏玲，1993；鄭美玲，2001；趙亦珍，2001）、對原工作不滿、想當自己的老闆（Chaganti，1986；Bennett & Dann，2000；Katherine，2001；Tuzin Baycan Levent, Enno Masurel, & Nijkamp，2003；Browne, Moylan, & Scaife，2004；楊敏玲，1993；趙亦珍，2001；鄭美玲，2001；張祐綾，2005）、實現自我理想、興趣（Priscilla，2000；Bennett & Dann，2000；Muriel，2001；Tuzin Baycan Levent, Enno Masurel, & Nijkamp，2003；Browne, Moylan, & Scaife，2004；楊敏玲，1993；蔡壁如，1999；趙亦珍，2001；張庭庭，2001；鄭美玲，2001；楊淑美，2001；劉美蓉，2006）。而 Dubini（1989）則認為創業是一件有意義的事，是為了出生地的福祉，促進團體福祉而創業。

隨著經濟體系的轉型，女性創業已蔚風潮，女性創業家的創業動機已經不再是傳統思維下只受限於家庭因素、經濟因素，而進一步提升到擁有自主權想當自己的老闆及實現自我理想等更高的層面，因此，國內外對於女性創業家的創業動機相關研究也越來越受重視，各學者對於女性創業家的創業動機，整理如表 2-5 和表 2-6。

表 2- 5：國外女性創業家的創業動機

學者	創業動機
Chaganti (1986)	避免社會及工作組織的限制、對原有的工作感到挫折、想成為自己的老闆、賺更多的錢、升遷不易、有新的點子出現
Dubini (1989)	促進團體福祉、具有創新的意圖、為了出生地的福祉、創業是一件有意義的事
Priscilla (2000)	家庭因素、創業為生存之道、在事業與丈夫一起打拼、家人要求、個人成就、大環境因素
Bennett & Dann (2000)	增加收入、夢想、獨立、創業機會辨識、不滿現職、幫助丈夫、家庭危機、生活品質、家族企業
Katherine (2001)	被解聘、不愉快的工作經驗、被剝削及和雇主有紛爭
Muriel (2001)	獨立、自我實現、提供就業機會、賺錢、想分得經濟成長的大餅、權能、社會地位
Tuzin Baycan Levent, Enno Masurel, & Nijkamp (2003)	獨立、想當老板、額外收入、工作經驗、不滿前職、彈性、給自己工作、興趣、意識型態、領導長才、不想當家庭主婦
Browne, Moylan, & Scaife (2004)	不為他人工作、時間彈性具挑戰、豐厚利潤、被解雇、自我發展、用自己方式做事、一展長才、獨立、家庭與工作兼顧、自由、取得工作和生活之間的平衡點
Sinisalo & Komulainen (2008)	繼承家業、經濟因素

資料來源：蕭雅娟 (2008)、陳文萍 (2010)

表 2- 6：國內女性創業家的創業動機

學者	創業動機
楊敏玲 (1993)	機會自主、工作時間自由彈性、興趣、成就感、賺更多錢、家庭與理想兼顧、原工作沒有得到合理報酬、想當自己的老闆
蔡壁如 (1999)	減輕原生家庭的負擔、實現自我的抱負
趙亦珍 (2001)	對原工作不滿、兼顧家庭與事業、個人興趣、證明自我能力、為了維持或改善生活水準、遇到機會、追求自我實現
張庭庭 (2001)	滿足企圖心與成就感、掌握商機致富發財、賺點外快貼補家用、純為興趣、結交人脈、想二度就業卻找不到工作、打發時間

表 2-6 (續)

鄭美玲 (2001)	追求理想與自我的發展、經濟壓力、受雇生涯受挫、閒不住、家族因素、時間自由、朋友邀約
楊淑美 (2001)	因緣際會、對原有工作心生倦怠、先生工作環境改變、追求自我挑戰、成就感、獨立自主與工作滿足、既定生涯規劃或圓夢、新的創業點子、工作彈性、時間自主並兼顧家庭、經濟與財富需求、避免先前夫妻共業的摩擦、利用母職外的空閒與脫離原先家庭環境
張祐綾 (2005)	原生家庭社會化的影響、近期受雇中失業和貧窮的不利
劉美蓉 (2006)	追求個人的價值觀

資料來源：蕭雅娟 (2008)、陳文萍 (2010)

由表2-5和表2-6中可發現，女性創業家的創業動機不外乎在追求兩項價值，第一是有形的價值（金錢），來改善家中經濟或擁有經濟的自主權，第二是無形的價值（自我實現、成就感、社會責任），來實現自己的理想，從中得到成就感和快樂，並進一步肩負起社會責任，回饋社會去幫助需要幫助的弱勢團體，以提升社會上每個人的生活品質。這兩項價值得獲得，受到個人因素（想當自己的老闆、興趣）、家庭因素（繼承家業、經濟需求）、社會因素（經濟趨勢、社會環境）的影響，進而產生創業的動機，但女性創業仍受傳統價值觀的影響，照顧家庭仍是女性重要的責任，所以在創業的同時，會在工作與家庭找到一個適當的平衡點。

四、女性創業家的創業困境

天下沒有十全十美的事，遭遇到困難在所難免，創業也是如此，隨著時代的改變，創業家所面臨的困境也會有所改變，因兩性創業家特質的差異，男性跟女性創業家所面臨的困境也會有所不同。

國內外對於女性創業家的創業困境相關研究中發現，女性創業家的創業困境包含：家庭責任的羈絆 (Aldrich, Reese, &Dubini, 1989; Katherine, 2001; Tuzin Baycan Levent, Enno Masurel, &Nijkamp, 2003; 蔡壁如, 1999; 張庭庭, 2001; 楊淑美, 2001; 張祐綾, 2005)、性別刻板印象 (Aldrich, Reese, &Dubini, 1989; Carter & Rosa, 1998; Tuzin Baycan Levent, Enno Masurel, &Nijkamp, 2003; 蔡壁如, 1999; 張庭庭, 2001; 楊淑美, 2001; 張祐綾, 2005)、資金的不足、缺乏財務概念 (Tuzin Baycan Levent, Enno Masurel, &Nijkamp, 2003; 楊敏玲, 1993; 張庭庭, 2001; 鄭美玲, 2001; 張祐綾, 2005)、專業知識不足 (Tuzin Baycan Levent, Enno Masurel, &Nijkamp, 2003; 楊敏玲, 1993; 張庭庭, 2001; 楊淑美, 2001)、缺乏人際網絡 (Aldrich, Reese, &Dubini, 1989; Tuzin Baycan Levent, Enno Masurel,

&Nijkamp，2003；張庭庭，2001；楊淑美，2001）。各學者對於女性創業家的創業困境，整理如表 2-7 和表 2-8。

表 2-7：國外女性創業家的創業困境

學者	創業困境
Aldrich, Reese, &Dubini (1989)	一般女性的社會文化地位容易與家務相談並論，並降低婦女目標之可行性；人脈、資訊、及他人協助，通常是資料搜集的主要來源，但是經常會因性別而有性別排斥的現象。
Carter & Rosa (1998)	信貸保證、投資資本、銀行家的態度會有差別待遇。
Katherine (2001)	需為自己的企業投入相當時間及鋪路，但同時也要和他人之維繫情感關係，如陪家人小孩。
Buttner (2001)	向員工表達關心之意，他們卻很冷漠；員工對「權利下放」意見分歧；聘雇到工作效率很低的員工。
Tuzin Baycan Levent, Enno Masurel, &Nijkamp (2003)	管理和經營上的障礙、難取得相關行政法規資訊、缺乏經驗、資金取得、缺乏資本和信用、缺乏金融和管理知識、因性別差異所造成之問題、文化和社會價值、思想過度開放、家庭責任、缺乏管理技能、小額個人資本、人脈網絡、在商場上「受到男性人脈網絡」的排擠。

資料來源：蕭雅娟（2008）

表 2-8：國內女性創業家的創業困境

學者	創業困境
楊敏玲 (1993)	資金、業務、人事、專業知識與市場因素
蔡壁如 (1999)	男性的商場文化、婚育責任的牽絆、男性下屬的不信服
張庭庭 (2001)	家人支持問題、家務操持羈絆、自信與專業不足、人脈與錢脈缺乏
鄭美玲 (2001)	缺乏財務概念、人事問題、缺乏經驗、被騷擾
楊淑美 (2001)	親友的態度、對女性創業者的信心與態度、資金、專業知識與技術問題、家庭與事業之平衡、合夥人問題、員工管理問題、學習模仿對象方面、人際網絡問題、應酬文化、傳統觀念限制問題、法令限制、不景氣、客人無理要求、同業打擊、心理障礙與經營上的衝突
張祐綾 (2005)	創業籌備期：心理層面拉扯、創業服務的負向互動經驗、創業貸款、主流價值對經濟弱勢女性的污名化與偏見。創業開展期：事業經營的挑戰、家庭責任的羈絆

資料來源：蕭雅娟（2008）

由表 2-7 和表 2-8 中可發現，女性創業家在傳統社會觀念下，創業的過程非常艱辛，創業遭遇的困境主要為家庭責任的羈絆、性別刻板印象、資金的不足、缺乏財務概念、專業知識不足、缺乏人際網絡等，女性創業家在創業過程遇到如此多的困境，她們是如何衝破難關苦盡甘來的？是什麼力量支持著她們繼續走下去？是值得我去深思探討的。

五、女性創業家的創業歷程

創業歷程是有階段性的，Runka &Young (1987) 認為一個新創事業的發展可分五個階段，分別為種子階段、初始階段、第二階段、第三階段、轉型階段。而 Holt (1992) 從企業的以生命週期來區分創業歷程，共分為四個階段，包括創業前階段、創業階段、早期成長階段、晚期成長階段。

劉常勇 (1997) 以企業生命週期的角度，將創業歷程分為五個階段，分別為種子階段、創建階段、成長階段、擴充階段、成熟階段。他結合 Runka &Young 的五個階段和 Holt 的企業生命週期，將創業歷程分成五個更貼切的階段。

劉美蓉 (2006) 將創業歷程歸納為三個階段，第一階段為創業初期，包括創業動機、動機醞釀、勇敢的推力、初期目標管理、完成目標管理...等。第二階段為創業中的階段，包括有創業中遇到的困難、解決困難的方法、壓力管理、領導風格與影響、創業過程支持系統...等。第三階段則為未來願景，包括未來的目標與實現、社會責任使命感、成功因素...等。

胡瑜珊 (2008) 則將創業歷程簡單化，分為創業前期、創業中、未來願景三個階段。各學者對於女性創業家的創業歷程，整理如表 2-9。

表 2-9：國內外女性創業家的創業歷程

學者	創業歷程
Runka &Young (1987)	一個新創事業的發展可分五個階段，分別為種子階段、初始階段、第二階段、第三階段、轉型階段。
Holt (1992)	創業歷程從企業的生命週期來區分，共分為四個階段，包括 (1) 創業前階段 (2) 創業階段 (3) 早期成長階段 (4) 晚期成長階段。
劉常勇 (1997)	以企業生命週期的角度，將創業歷程分為五個階段，分別為種子階段、創建階段、成長階段、擴充階段、成熟階段。
黃暉超 (2003)	創業歷程包含：創業的際遇、經營理念與領導風格及重要他人的影響。
劉美蓉 (2006)	將創業歷程歸納為三個階段，第一階段為創業初期，包括創

表 2-9 (續)

	業動機、動機醞釀、勇敢的推力、初期目標管理、完成目標管理...等。第二階段為創業中的階段，包括有創業中遇到的困難、解決困難的方法、壓力管理、領導風格與影響、創業過程支持系統...等。第三階段則為未來願景，包括未來的目標與實現、社會責任使命感、成功因素等。
胡瑜珊 (2008)	將創業歷程簡單化，以創業前期、創業中、未來願景等三個階段進行探討。

資料來源：陳文萍 (2010)、賴秋如 (2010)。

由表 2-9 中可以知道，創業是一種歷程，基本上創業歷程可分為創業前期、創業中、未來願景三個階段，因為創業的歷程中充滿無數的變數，且每個階段都存在著艱辛的挑戰，女性創業家要如何去面對、要如何去克服？我所關注的正是女性創業家在創業歷程中，如何運用方法去解決每個階段所面臨的困境，進而讓地方特色產業順利轉型，而能永續經營下去。

我所書寫三個客庄文化創意產業的女性創業家的生命故事，將以重要事件發生的時間脈絡依序來書寫創業歷程，並將創業歷程分為創業前期、創業中、未來願景三個階段，期望能從中看出女性創業家是採取何種策略，來解決每個階段所面臨的困境，進而成為其它有意創業女性的學習典範。

第三節 地方特色產業

為推動地方特色產業發展，政府自 1989 年起積極推動「一鄉一產品」(OTOP, One Town One Product) 政策，鼓勵各鄉、鎮、市或社區結合當地具有歷史性、文化性、獨特性之手工藝或食品之特色產業，以協助地方保存在地文化特色，擴展在地產業及活絡地方經濟，至今已經輔導 120 處地方特色產業，並成功塑造許多地方特色產品，例如新竹玻璃、鶯歌陶瓷、三義木雕、大溪豆乾、新埔柿餅、三峽藍染、西螺醬油、三民梅醋等商品。(行政院經建會，2010)。

日本是最早發展地方特色產業的國家，是在 1979 年由日本大分縣平松守彥博士所提出的「OVOP」(One Village, One Product)一村一品運動。由於經濟成效良好，創造出高產值的特色產品，引起眾多國家紛紛學習，台灣也取其概念，制訂出 OTOP，是指「One Town One Product」一鄉鎮一特產，也就是每個鄉鎮結合當地特色，發展出具有區隔性手工藝或食品特產的產業。(OTOP 台灣地方特色網，2012)。

一、地方特色產業的定義

地方特色產業的「地方」，是指以鄉、鎮、市為主要範疇。「特色產業」是指依據當地氣候、地理資源、歷史故事、傳統技藝、種族風俗所發展的經濟活動，具有獨特、唯一、歷史、文化的特性。地方特色產業的形成，主要源於當地特有的人文條件或自然資源，吸引產業群聚並具有特色者；也有經政府單位推廣，成為地方產業結構中具特殊風格的一環者；至於集中在同一區位如鄉、鎮、市、區、村、里，甚或社區，多以運用當地的原材料及勞動力為原則，也多屬傳統產業或勞力密集產業；有些則具有悠久的文化傳統或歷史典故，產品以消費性為主。從政府單位的角度來看，地方特色產業的形成亦有部分為公部門所間接促成的，多屬於富有歷史的傳統產業。（經濟部中小企業處，2005）。

聯合國教科文組織對地方特色產業定義為：「包含了生產有形或無形的藝術與創意性產品之產業，而這些有形或無形的產出，需藉由文化資產及知識為主的產出或服務，並具有創造財富及收入衍生的潛力」（黃慧文，2007）。聯合國教科文組織的定義較我國為廣泛，而且指出無論有形或無形的藝術與創意性產品都屬於地方特色產業，還可以從服務中去獲得利潤。

王本壯（2000）認為地方特色產業是地方生活、文化發展及歷史涵蓋的結果，也是區域與地方經濟的支柱，必須符合下列三項條件：具有歷史性或獨特性、對地方經濟及社區發展有貢獻、屬消費性且可發展為鄉、鎮、區特色的產業。

曾旭正（2008）認為地方特色產業是以地方文化的獨特性為基礎，創造出新的產業內容，並能有效地切入市場，實現一定的利潤，對區域性經濟發揮振興效果，同時也對區域文化的發展有積極的貢獻。

林嫻如（2009）認為地方特色產業是在地性的混合著地方歷史、文化、地理以及產業等有形特色，並融入在地人的情感、人情與技術等無形價值。各學者對於地方特色產業的定義，整理如表 2-10。

表 2-10：地方特色產業的定義

學者	地方特色產業的定義
王本壯（2000）	地方特色產業是地方生活、文化發展及歷史涵蓋的結果，亦是區域與地方經濟的支柱，必須符合下列三項條件：具有歷史性或獨特性、對地方經濟及社區發展有貢獻、屬消費性且可發展為鄉、鎮、區特色之產業。
朱子豪（2003）	1.獨特性:獨有的，或是少數地方才具有的

表 2-10 (續)

	<p>2.最優質:產出較有特色、最優質</p> <p>3.大規模:產品之生產量顯著較其他地方大或分化品種較多元</p>
李根永 (2003)	地方特色產業的形成經由地方特色發展，技術改善、精緻化後搭配不同的地理環境衍生為地方特色產業或產品
林澤田 (2003)	地方特色產業則是將這些文化、價值觀的差異，轉換為應用層面，漸漸形成產業的型態
陳墀吉 (2003)	<p>地方特色而發展出的產業，也就是「地方特色產業」。舉例說明上述整體的概念:</p> <p>1.南方由於地形平坦，因此適合栽種甘蔗，而發展出「甘蔗文化」</p> <p>2.北方由於多丘陵地形，因此盛產茶葉，而發展出「茶的文化」</p> <p>這就是由於自然環境導致地方的差異，因此形成地方的特色，而有不同的地方特色產業出現。</p>
蔡渭水 (2005)	<p>1.歷史性與文化性:通常發展了一段不短的時間，而且隨著時間發展出專屬於當地文化的獨特性。</p> <p>2.地緣性:通常有很強的地緣性，尤其是以農產品為核心的地方產業，這些產業之發展通常與當地自然條件有極高的依賴性，其產生的商業價值具有不可移動的特性。</p> <p>3.規模微小性:一般而言，地方特色產業規模以小型為主。</p>
曾旭正 (2008)	以地方文化的獨特性為基底，創造出新的產業內容，並能有效地切入市場，實現一定的利潤，對區域性經濟發揮振興效果，同時也對區域文化的發展有積極的貢獻。
林嫻如 (2009)	地方特色產業為在地性的混合著地方歷史、文化、地理以及產業等有形特色，並融入在地人的情感、人情與技術等無形價值。

資料來源：周碧芳 (2006)、許智曉 (2011)

由表 2-10 中可以知道，地方特色產業是有區域性的，區域範圍可大可小，運用當地的天然資源具備生產優勢，融合了當地的歷史文化因素而具有獨特性和唯一性，而在這些地方資源及人文條件下所產生與人民日常生活息息相關的經濟活動。產業從地方中獲取所需的資源，地方從產業中獲取經濟效益，地方和產業互為表裡關係密切，也就是說地方和產業有彼此相互依賴的關係存在。

我所探討的地方特色產業就是以行政院經濟部中小企業處 (2005) 所定義的地方特色產業為主，而我書寫的三個客庄文化創意產業的女性創業家，她們所從事的客家擂茶、客家醃製物、客家柿染等產業，正是彰顯客庄特色、保有客家精神且與我們生活息息相關的地方特色產業。

二、地方特色產業的類別

根據 2005 年中小企業白皮書，認為地方特色產業所涵蓋的範圍廣泛，包括食、衣、住、行、育、樂，但若廣義的地方特色產業可依標的大致區分為自然景觀、農產品及其加工品、工藝產品、文化藝品及節慶活動四類，整理如表 2-11。

表 2-11：地方特色產業的類別

類別	意涵	例子
自然景觀	因特殊的地形作用，而顯得豐富多變，形成商業活動，發展為一個產業，成為地方特色。	泛舟、溯溪、溫泉、冷泉、海水浴場、森林遊樂區等，如北投、烏來溫泉產業、秀姑巒溪泛舟產業等。
農產品及其加工品	由於氣候或土質的優勢，逐漸發展出適合生長的農產品，也有利用當地農畜產品加工之後形成特產。	大甲芋頭、白河蓮花、屏東椰子、新竹貢丸、金門貢糖、員林蜜餞等產業。
工藝產品	利用當地的原材料，所產生、孕育而出的傳統性工藝品及其產業，也有為生活與工作的需要而傳承下來的產物，融入特有的歷史文化涵養，具有地方文化特質，因此是文化與藝術的結合體。這類產業多屬勞力密集兼具特殊藝能型態，無法大量製造，但具保存或儲藏價值。	鶯歌陶瓷產業、三義木雕產業、白米木屐產業及美濃紙傘產業等。
文化藝品及節慶活動	利用原有或新開發的文化和藝術活動或產品作為基礎，促成以文化藝術活動來進行社區營造和重建，進一步將文化昇華為產業開發和地方發展的資產，藉由文化活動及其相關產品的銷售，用以振興地方的各種相關經濟活動，不但保存該文化資產，也使該文化成為國家發展目標的重要環節，具體落實文化產業化。	大甲媽祖進香遶境活動。

資料來源：整理自經濟部中小企業處 2005 年中小企業白皮書

由表2-11中可以知道，地方特色產業可分為自然景觀、農產品及其加工品、工藝產品、文化藝品及節慶活動四類，本研究所探訪的三個客庄文化創意產業的

女性創業家，前兩個案例所從事的客家擂茶及客家醃製物，屬於地方特色產業分類中的農產品及其加工品，而第三個案例所從事的客家柿染，則屬於地方特色產業分類中的工藝產品，所以她們所從事的產業都是屬於地方特色產業。

三、地方特色產業的轉型

2002 年台灣加入 WTO 後，面臨關稅調降、貿易自由化、人力成本及產品成本變高等相關問題，之後，開放大陸商品進口，更對我國相關產業之成長及就業人口數產生負面影響，尤以食品加工業產品、飲類、菸草業產品、礦業、能源產品這些產業以及高勞動密集、低資本密集與低技術人力密集等競爭力較低之製造業影響最為明顯（經建會，2002）。

在全球化競爭壓力下，李文龍(2001)認為地方特色產業遭逢空前的挑戰，面對經營危機，產業本身急需調整，進而轉變為更具彈性的型態，轉型乃成為產業存活唯一的途徑，可見產業轉型的重要性。

地方特色產業的轉型是一種歷程，也必定有受到內在條件與外在環境的影響，為使企業能生存發展而不得做出的改變，改變其組織整體型態或部分之經營結構，突破經營困境，以提升競爭力，達到永續經營的目的。在面對大環境的改變，只有突破舊有的思考模式，體認大勢所趨，才能使組織運作安然渡過難關。地方特色產業的轉型，更受限於領導者心態、資金充足等內部資源的因素，轉型更為艱鉅。

台灣自從加入 WTO 後，地方特色產業面臨轉型壓力與挑戰，地方特色產業從一級產業的農林漁牧傳統產品，轉型為傳統產業的附屬性食品加工再製的二級產業，再轉型為傳統產業的衍生性服務及導覽觀光與休閒的三級服務產業，最後轉型為傳統產業的文化心靈體驗及特色工藝的四級文化產業(如圖 2-2)；在產業轉型與升級的過程中，透過有效的產業行銷策略，將會吸引更多的觀光客前來體驗或旅遊，可以振興地方產業及活絡地方經濟發展，增加在地人的工作機會，獲得高度的產業附加價值(吳樹南，2006)，這也正說明了地方特色產業正悄悄的轉型為文化創意產業中最具潛力的生活創意產業。

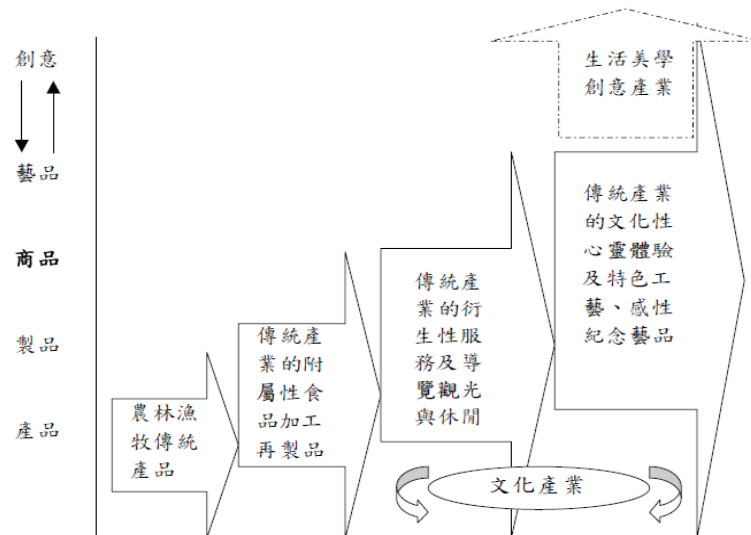


圖 2- 2：傳統產業的轉型與升級

資料來源：《地方文化產業永續發展之研究--以白河蓮花產業為例》(頁 22)，吳樹南，2006。

每一家企業因其所處的產業競爭環境不同轉型的方式也會有所不同。日本學者森口八郎在《開拓中小企業的活路—企業轉型成功實例》一書中，將企業轉型分成五類，並提出企業轉型的三種方法(涂師孔譯，2000)，如表 2-12 和表 2-13。

表 2- 12：企業轉型的種類

企業轉型的種類	內容
產業型態轉型	1. 產業間轉型。 2. 業態之轉換。 3. 其他多角化經營縮小之事業範圍。
經營型態轉型	1. 垂直及水平方式整合。 2. 與其他事業整合、合作開發、策略聯盟。 3. 與其他公司合併或合併其他公司。 4. 獨立加盟店的改變。
產品轉型	1. 產品線結構的調整。 2. 產品品質的提升。 3. 提高產品的附加價值。 4. 新產品開發。
市場轉型	品牌、通路、目標市場、目標顧客、銷售方法等行銷方面的改變。
經營體質轉型	1. 除行銷功能外，企業功能的改善與調整。 2. 生產技術、設備、程序的改善與調整。 3. 研究發展、人事、財務功能之加強與改善。

資料來源：周意婕 (2010)

表 2-13：企業轉型的方法

企業轉型的方法	內容
全面轉型	由某一事業或產品全面轉變為另一事業或產品。
部份轉型	舊事業或產品仍保留一部份，但大幅轉變成新事業或產品。
多角化經營	持續舊事業或產品的經營，另外增加新事業或新產品。

資料來源：周意婕（2010）

由表 2-12、表 2-13 中可以知道，企業轉型的策略眾多，該如何做選擇才是最適合企業本身，則考驗著每位創業家的智慧。我正是探討三個客庄文化創意產業的女性創業家，在強大的競爭壓力籠罩下，她們是採取何種轉型的策略與方法，讓她們所從事的地方特色產業能突破難關而永續經營下去。

第四節 創新

一、創新的定義

Drucker（1985）認為創新是一個過程，是一項有組織、有系統的且富有理性的工作，任何改變現存資源、財富創造潛力的方式，可稱之為創新。Holt（1988）認為創新是一個過程，其過程包含以創造和採用新的、有用的事物之知識或相關資訊。根據此定義，他將創新分為下列五種：技術性的創新、管理的創新、社會或組織的創新、金融創新、行銷創新。

Betz（1987）認為創新是必須要將新產品、程序或服務帶到市場上，並進而產生利益。Afuah（1998）指出創新為使用新技術與市場知識來提供顧客想要的新產品或服務，並將創新以創新產品（新產品、新服務、低成本、差異化）、創新資源（競爭力及稟賦）及創新才能（創新知識、新科技知識、新市場知識）三種層面產出。

胡政源（2005）指出創新（innovation）與發明（invention）常被混淆，後者係指前未有的發現或是創造，強調「絕對」的新；前者則強調「相對」的新。例如：晶片是發明，但將晶片用於電腦則是創新。賴忠孝（2005）認為「創新」最早的觀念是由古典學派經濟學者熊彼得（Schumpeter）提出，他認為創新是利用有效的資源，以創新的生產方式來滿足消費者的需求及市場的需要，是經濟成長的原動力，簡單定義「創新」就是一種可讓企業資源增添新附加價值的活動。各學者對於創新的定義，整理如表2-14。

表 2- 14：創新的定義

學者	創新的定義
Drucker (1985)	創新是一個過程，是一項有組織、有系統的且富有理性的工作。任何改變現存資源、財富創造潛力的方式，可稱之。
Holt (1988)	<p>創新是一個過程，其過程包含以創造和採用新的、有用的事物之知識或相關資訊。根據此定義，將創新分為下列五種：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 技術性的創新 (Technological Innovation)：透過知識的使用，創造和執行新的技術，其結果可以為「產品創新」，亦可為「製程創新」。 2. 管理的創新 (Administrative Innovation)：使用新的管理方法和系統。 3. 社會或組織的創新 (Social or Organization Innovation)：用新的人際互動型態。 4. 金融創新 (Financial Innovation)：保障和運用資金的新方法。 5. 行銷創新 (Marketing Innovation)：產品及服務的新行銷方法。所以創新涉及新思想、新發明的產生、產品設計、試製、生產、行銷和市場化等活動。
Betz (1987)	創新是必須要將新產品、程序或服務帶到市場上，並進而產生利益。
Afuah (1998)	創新為「使用新技術與市場知識來提供顧客想要的新產品或服務」，並將創新以創新產品（新產品、新服務、低成本、差異化）、創新資源（競爭力及稟賦）及創新才能（創新知識、新科技知識、新市場知識）三種層面產出。
吳凱琳 (2000)	產品創新是資源的顯性表現，資源創新是一體兩面，只有獲得足夠資金、人員與管理階層注意的新產品開發計畫才可能成功，故缺乏資源的計畫則會失敗。
胡政源 (2005)	創新 (innovation) 與發明 (invention) 常被混淆，後者係指前未有的發現或是創造，強調「絕對」的新；前者則強調「相對」的新。例如：晶片是發明，但將晶片用於電腦則是創新。
賴忠孝 (2005)	「創新」最早的觀念是由古典學派經濟學者熊彼得 (Schumpeter) 提出，他認為創新是利用有效的資源，以創新的生產方式來滿足消費者的需求及市場的需要，是經濟成長之原動力，我們即可簡單定義「創新」是一種可讓企業資源增添新附加價值之活動。

資料來源：周意婕 (2010)

由表 2-14 中可以發現，各學者對「創新」的定義，認為是一種可以使企業資產再增添新價值的活動，可以將新的概念透過新產品、新製程、以及新的服務方式實現到市場中，進而創造新的價值的一種過程。而我將「創新」定義為：企業利用資源創造或改變產品、製程或服務，並能接受執行以滿足市場與顧客的需要。

二、創新的類別

Betz(1987)認為，發明是新產品或新製程所形成的概念，而創新是將產品、程序或服務介紹到市場上，進而產生利益。因此他將創新分為三類：

- 1.產品創新：將新的產品技術導入公司或市場。
- 2.程序創新：將新的程序或技術導入公司或市場。
- 3.服務創新：將新的技術為基礎的服務導入市場。

Schumann（1994）等人提出創新矩陣的方法中，認為組織中的創新活動可依創新種類來區分成三種，如表 2-15。

表 2- 15：組織創新的種類

類 型	內 容
產品創新	提供給顧客完整且具體功能的產品或服務，例如：生產機械、顧客能使用的產品等。
製程創新	提供一套產品發展、製造的方法或程序，例如：產品的製造流程、運銷系統等。
方法創新	為一套將產品或製程，整合融入組織運作的方法，例如：行銷技巧、行政管理訓練等。

資料來源：周意婕（2010）

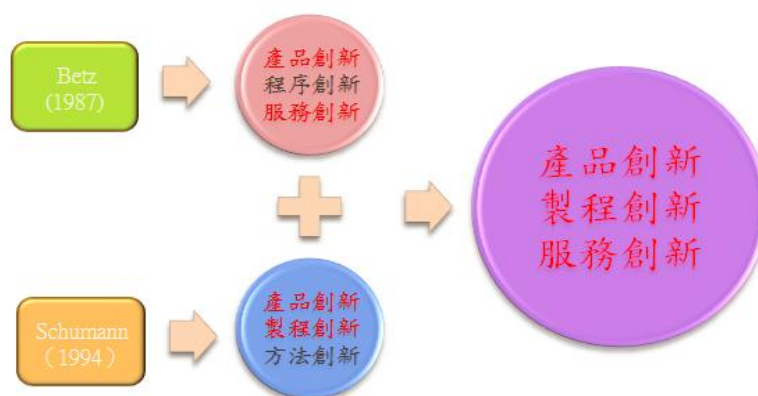


圖 2- 3：創新的種類

資料來源：自行繪製整理

綜合Betz(1987)和Schumann（1994）的看法，我在分析客庄文化創意產業的女性創業家創新的構面時，將創新分為產品創新、製程創新、服務創新三類。

第三章 研究方法

第一節 研究方法

一個人要成為創業家往往是經過一段演進的過程、面臨、評估，而後是反應，是一連串經驗、情況與事件的組合，而女性創業是一種高度個人、主觀的過程，因此，唯有採用深度談法，才能使影響創業的所有變項都充分展現（蔡璧如，1999）。因為在量化研究中，女性創業家的資料只是眾多樣本中的一個，數字只能幫助我們推測全景，我想知道的是她的故事，她的創業歷程，是什麼樣的經過，讓她成為現在的她。換句話說，如果量化的研究，讓我看到了森林的全貌，現在，我將走入森林裏，試圖去認識這棵樹，並嘗試去知道這棵樹之所以有現在容貌的原因及歷程，因此我採取質化研究法，去探究三個客庄文化創意產業的女性創業家的創業故事。

一、文獻分析法

文獻分析法是指「蒐集與某項問題有關的期刊、文章、書籍、論文、專書、研究報告、政府出版品及報章雜誌的相關報導等資料，進行靜態性與比較性的分析研究，以瞭解問題發生的可能原因，解決過程及可能產生的結果」（吳定，2003），希望能透過文獻的分析，期望能較迅速了解相關的概念及目前研究的狀況。

我的資料取得主要是透過「交通大學圖書館資訊網」蒐集有關書籍、期刊、論文並透過「國家圖書館全球資訊網」中的「台灣博碩士論文知識加值系統」、「台灣期刊論文索引系統」及「交通大學圖書館資料庫」中的「華藝數位資料庫」來搜尋與主題相關的資料。

我的主題在探討客庄文化創意產業的女性創業家，在文獻分析的過程中，不但讓我對相關主題目前的研究成果有更深入的了解，也可以藉著現有的研究成果為基礎，去充實我的論述。

二、參與觀察法

Lofland & Lofland（1984）認為「參與觀察是一種實地觀察或是直接觀察，研究者為了對一個團體有所謂的科學瞭解，而與該團體建立和維持多面向和長期

性關係。」參與觀察的密集式訪談不是所謂的結構性訪談，而是一種引導式訪談。目的是為了從受訪者豐富的資料獲取可以分析的素材，試圖去了解受訪者對特定事件的想法或是觀點，同時也尊重受訪者的經驗反映。（任凱、王佳煌譯，2005）

Raymond Gold(1969)認為參與觀察法，可分為下列四種類型。完全參與者是指在實地參與觀察時，作者的身分和其它人是一樣的，被觀察的人並不知道觀察者真實的身分，所以彼此可以自然的互動；參與者一如觀察者是作者可以完全參與整個研究場域或活動過程，不過須要表明身分，表明身分可能使原貌失真；觀察者一如參與者是作者不但表明身分，同時和被研究對象可以不斷的互動，而不需要有任何藉口；完全觀察者是作者完全站在旁觀者的角度和立場，不參與整個研究場域的活動過程，從旁觀察被研究的對象。（潘淑滿，2003）

我的主題在探討客庄文化創意產業的女性創業家，在觀察的過程中，既不是完全參與者，也不是完全觀察者，而是屬於參與者一如觀察者或觀察者一如參與者，期望透過部分的參與和觀察，能夠更進一步去洞悉客庄文化創意產業的女性創業家的創業歷程。

三、深度訪談法

深度訪談是一種有目的的對話，問題是採用開放式的，此類訪談法往往沒有預設問題的答案。深度訪談又可區分為結構式、半結構式和非結構式的訪談，結構式訪談是一種封閉式的訪談，完全依照問題順序來訪談；半結構式訪談的研究者會訂出訪談大綱，談話的內容沒有嚴格限制，大多根據談話的進度，適時的追問和修正問題；非結構式訪談則是完全去除訪談問題的順序，沒有標準化程序，是一種日常生活對話的訪談。

王仕圖、吳慧敏（2003）認為深度訪談中，研究者必須清楚自己的研究問題和深度訪談的目的，從訪談中探求深度的訊息和深度的理解，並認為所謂深度理解的意思如下：（1）訪談者必須有同理心，保有和受訪者有相同層次的理解；（2）必須超越一般的感受，探索在表象下所隱含的深層意義；（3）深度理解部份出自對一般的假設，部份出自訪談者的理解；（4）可以領悟受訪者對某些活動、文化及事物所表達的多重看法。

我的主題在探討客庄文化創意產業的女性創業家，在深度訪談的過程中，採用半結構式訪談，在進行訪談前必須根據研究目的與問題，設計訪談大綱作為訪談的依據，但是訪談時不見得依照大綱順序來進行，可依實際狀況作彈性的調整。期望透過半結構式的深度訪談，可以讓研究者在訪談的過程中，更有邏輯性、系統性的引導受訪者與研究者共同找到所關心問題的焦點答案。

第二節 研究場域

台灣客家人主要分佈在桃竹苗、高高屏、花東等三大區域，並由這些地區呈漸進式的向外擴散，其中又以新竹縣(71.6%)為全台客家人口比例最高的縣市，其次是苗栗縣(64.6%)、桃園縣(39.2%)，由此可知新竹縣是客家人聚集最密集的地方，身為客家人且因婚姻的聯繫，新竹縣成為我生命中第二個故鄉，對於新竹縣有種近鄉情怯的情感，心中那股濃濃的使命感，促使我選擇了新竹縣成為我的研究場域。

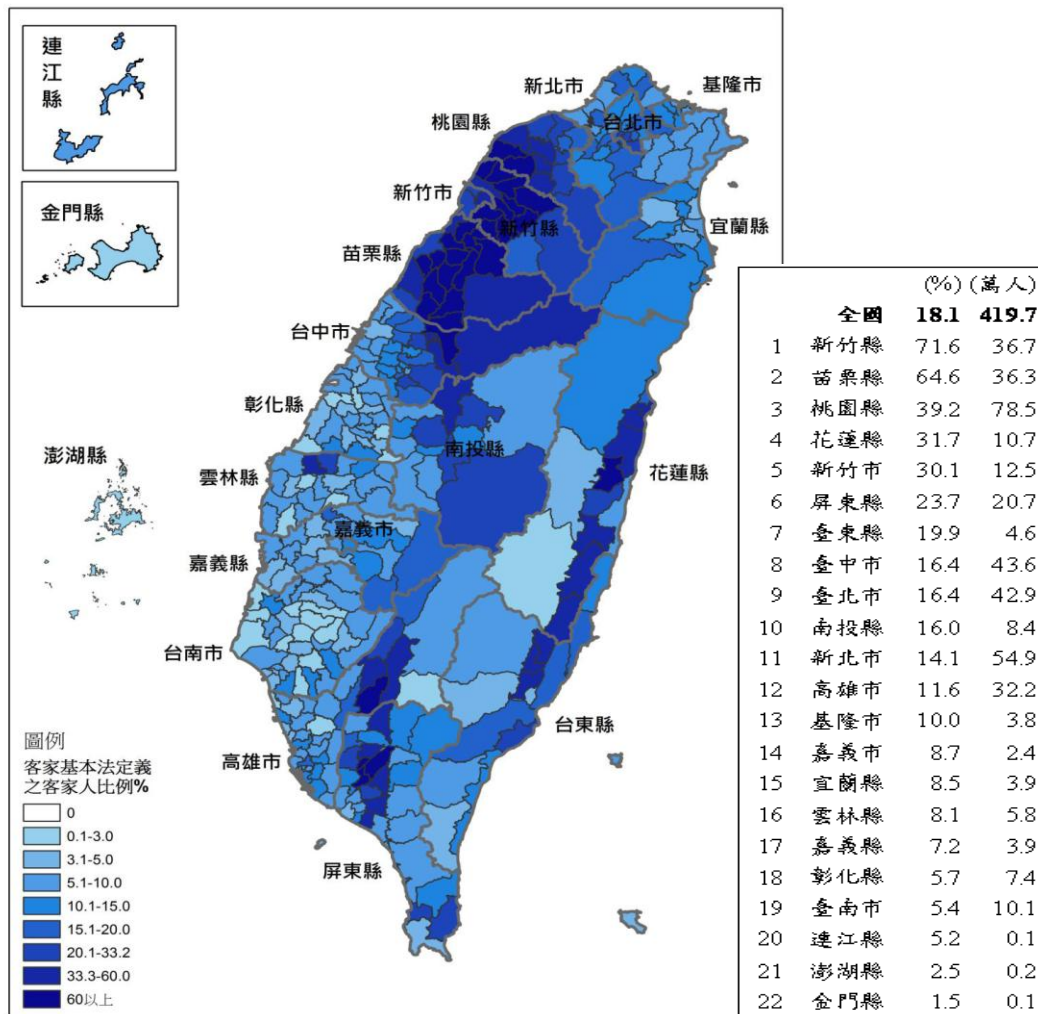


圖 3-1：全國客家人口分布圖

資料來源：《99 年至 100 年全國客家人口基礎資料調查研究》(頁 34)，張維安，2011，台北：行政院客家委員會

在漢人還沒來台前，新竹縣原本是泰雅族、賽夏族、道卡斯平埔族三族所居住，但是自明清之後，開始有大陸沿海地區的漢人前來開墾，直到十九世紀中葉

後，族群分佈的結構大致底定，西部沿海平原多為閩南籍移民聚居，泰雅及賽夏族原住民則逐漸退居尖石、五峰山區，而主要的客家族群則以兩者之間的河谷平原與丘陵地帶為安身立命之地。

新竹縣有 13 個鄉鎮市，除了五峰鄉和尖石鄉兩鄉以原住民為主外，其餘 11 個鄉鎮市依據 2010 年公布實施的《客家基本法》中的規範，鄉鎮市有超過 1/3 以上為客家人口，因此皆列為「客家文化重點發展區」，將加強推動客家語言、文化的傳承及發揚，也因此我將從 11 個客家文化重點發展區中，選擇三個鄉鎮（北埔鄉、竹東鎮、新埔鎮）做為我研究的場域。

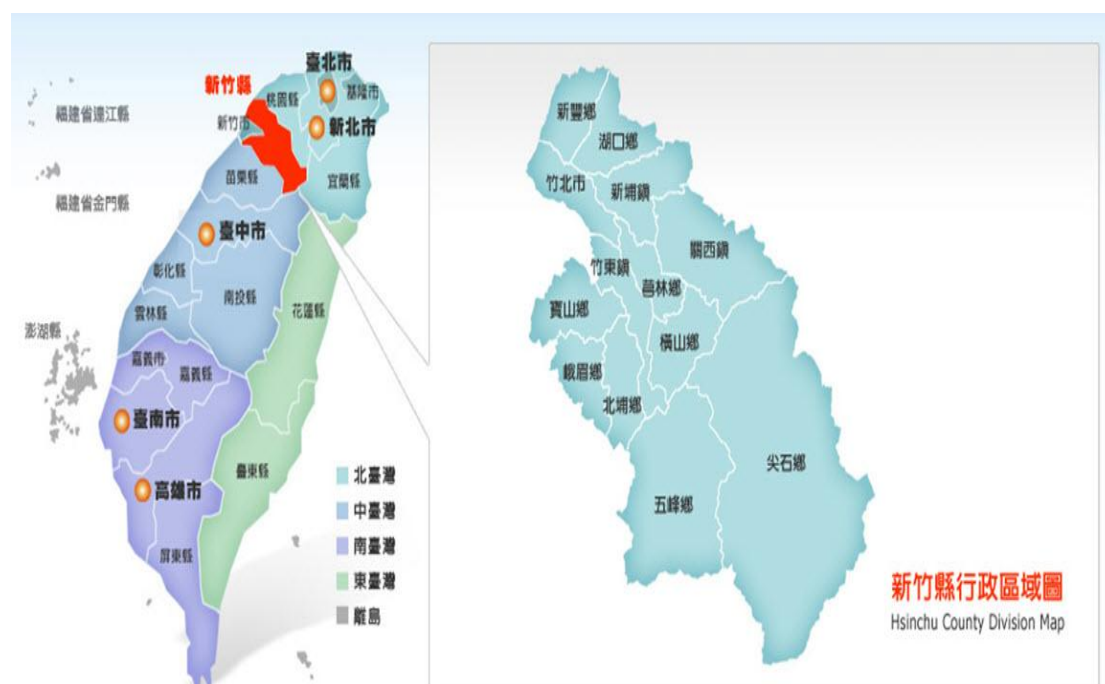


圖 3- 2：新竹縣行政區域圖

資料來源：城市競爭力知識網－新竹縣

，取自 <http://glocalgov.nat.gov.tw/NCity/HsinchuCounty/>

第三節 研究對象

我的研究對象是新竹縣的客庄文化創意產業的女性創業家，因此我透過行政院客家委員會全球資訊網中的客家特色商品，找尋位於新竹縣的客家特色商品（客家美食產業），再從中找出經營者為女性者。我選擇了三個各具特色的客庄文化創意產業的女性創業家的案例，分別為北埔的哈客愛客家庄茶坊、竹東的阿金姐工作坊和新埔的新埔柿染坊。

為什麼選擇這三個案例？首先，這三個案例全都不是土生土長的客家女性，而是三個客家媳婦。此外，第一個案例是夫妻，第二個案例是母女，第三個案例是一群女性好友，這三個案例跟大多以血統來看的客家女性創業家就大不相同；其次，雖然這三個案例從事三個不同的產業，第一個是播茶，第二個是醃製物，第三個是柿染，但是這三個產業有一個共通性，都是加工品，也就是說在原生的東西上加工，去創造它新的價值。譬如說播茶，從播茶的儀式到播茶粉，到播茶的包裝，到伴手禮；譬如說醃製物，從只是醃製到口味的創新，到創意料理的食譜，到客家意象的融入；譬如說柿染，從柿子到柿餅，到柿染，到多重的柿染工藝，所以我還是寫三個特殊的文化創意產業；然後，這三個案例是三種不同的經營型態（夫妻、母女、朋友），也是三個不同的地方的地方特色產業（播茶、醃製物、柿染），每個案例都深具獨特性，因此，我選擇「她們」做為我研究的對象。

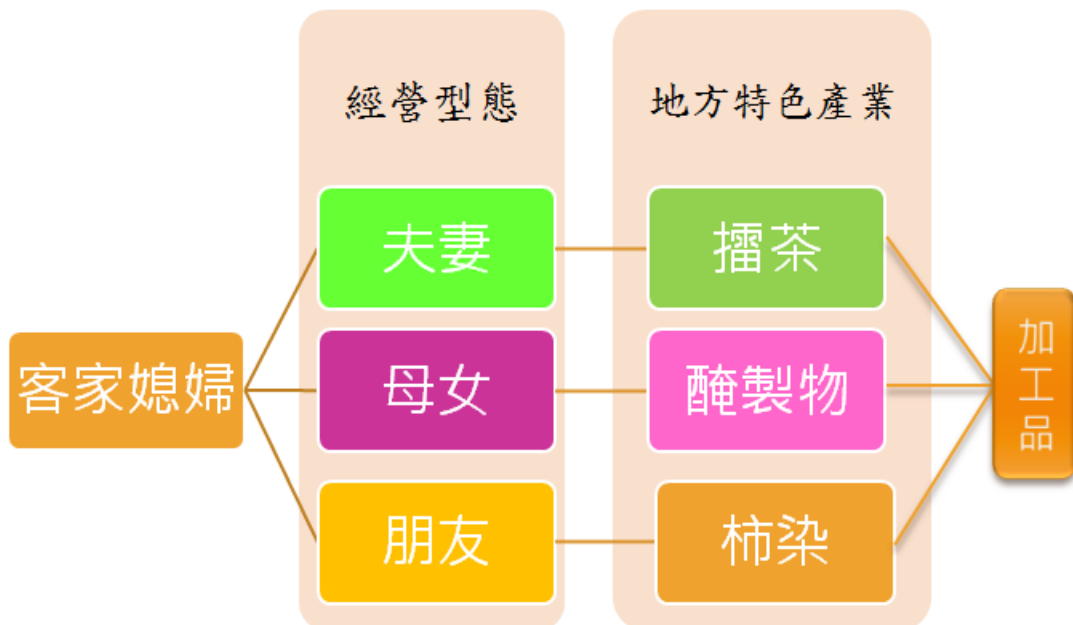


圖 3- 3：案例經營型態與經營產業關係圖

資料來源：自行繪製

三位客庄文化創意產業的女性創業家登場的順序，則是依照我情感的依附程度，從自己的家鄉為圓心向外延伸，首先是北埔的哈客愛客家庄茶坊，接著是竹東的阿金姐工作坊，最後則是新埔的新埔柿染坊。



圖 3-4：案例店面分布圖
資料來源：自行繪製整理

(一) 哈客愛客家庄茶坊

地方特色產業：客家擂茶

經營型態：夫妻

經營者：莊碧芳小姐和姜瑞霖先生

地址：新竹縣北埔鄉埔尾村中豐路 167 號（公司）

新竹縣北埔鄉北埔村中豐路 30 號（門市）

北埔慈天宮旁廟前街（假日展售處）

特色商品：養生高纖擂茶、玫瑰拿鐵擂茶

經營理念：堅持品質、以量制價的行銷策略



圖 3-5：哈客愛客家庄茶坊地圖

資料來源：哈客愛客家庄茶坊

哈客愛客家庄茶坊位於北埔鄉的外環省道上，要進入北埔熱鬧老街的街角，販售的是客家擂茶，本來是由客家媳婦莊碧芳小姐在廟口擺攤做起，現在則和先生姜瑞霖先生夫妻倆同心經營，女主人對外處理產品的行銷推廣與創新研發，男主人則對內處理產品的品質控管，兩人相輔相成同心經營養生高纖擂茶，堅持品質第一，要讓消費著吃得健康、吃得安心。

表 3-1：哈客愛客家庄茶坊簡介

	
<p>*哈客愛客家庄茶坊的女主人 莊碧芳小姐是金門閩南人，擂茶從經濟包、隨身包到創意泡法，展現了無窮創意。</p>	<p>*哈客愛客家庄茶坊門市 坐落於要進入熱鬧的北埔老街的街角，有個非常搶眼的粉紅色花朵狀招牌，熱情的歡迎你到店裡來喝杯擂茶。</p>

表 3-1 (續)

	
<p>*哈客愛客家庄茶坊的夫妻檔 姜瑞霖先生是北埔在地人，從小在茶廠打工練就了分辨茶葉品質的工夫，夫妻同心在客家播茶打出了一片天。</p>	<p>*養生播茶典藏禮盒 高纖養生播茶及環保的典藏木製禮盒，榮獲 100 年新竹縣十大伴手禮。</p>

資料來源：自行拍攝整理

從圖 3-6 顯而易見，經營客家播茶已經十來年，從廟前老街的攤位販售，到成立品牌的食品公司，一直到現在門市的成立，見證了北埔客家播茶的發展；從表 3-2 可以得知，近兩年來哈客愛客家庄茶坊獲獎無數，他們經營的養生高纖播茶已漸漸嶄露頭角，已走出在地，已廣為國人所喜愛。一個來自金門的非客家女性，卻能在客家庄販售客家播茶，把北埔的地方特色產業「播茶」經營得有聲有色，她白手起家的創業故事深深吸引著我。



圖 3-6：哈客愛客家庄茶坊發展史

資料來源：自行繪製整理

表 3- 2：哈客愛客家庄茶坊榮譽榜

年份	殊榮	舉辦單位
2010 年	台灣優良品質卓越獎	中華民國優良商品協進會
2010 年	國家優良商品金牌獎	中華民國消費者協會
2011 年	台灣第一品牌	中華民國外貿協會
2011 年	台灣百大企業品牌	中華民國外貿協會
2011 年	商界楷模獎	台灣省商業會
2011 年	商界之光	新竹縣商業會
2011 年	商品標章精品獎	行政院
2011 年	台灣百大伴手禮	台灣省商業會（2011 年開始舉辦）
2011 年	新竹縣十大伴手禮	新竹縣縣政府（2011 年開始舉辦）
2012 年	台灣消費頂級商品金鑽獎	中華工商經貿科技發展協會

資料來源：自行整理。

（二）阿金姐工作坊

地方特色產業：客家醃製物

經營型態：母女

經營者：康阿金小姐和彭巧嫻小姐

地址：新竹縣竹東鎮仁愛路 382 號（門市）

新竹縣竹東鎮中豐路三段 246 巷 50 號（加工室）

特色商品：客家桔醬、紫蘇梅、香桔汁

經營理念：堅持健康，絕不添加防腐劑、甘味劑與色素等人工添加物。

研發食譜，讓客家醃製物有更多展現的舞台。



圖 3- 7：阿金姐工作坊地圖

資料來源：阿金姐工作坊

阿金姐工作坊位於竹東鎮既傳統又熱鬧的中央市場旁，販售的是客家醃製物，現在由客家媳婦康阿金小姐和彭巧嫻小姐母女倆連心經營，阿金姐對內處理產品的品質控管，及產品的研發創新，女兒則對外處理產品的行銷推廣，兩人相輔相成的共同經營客家醃製物，堅持健康第一，絕不添加防腐劑、甘味劑與色素等人工添加物，要讓消費著吃得健康、吃得放心。

表 3-3：阿金姐工作坊簡介

	
<p>* 阿金姐工作坊的主人翁 康阿金小姐是桃園閩南人，從脆梅、桔醬到香桔汁，樣樣都用心。</p>	<p>* 阿金姐工作坊門市 坐落於要進入熱鬧的傳統的中央市場旁，簡單的招牌，誠摯的歡迎你到店裡來吃吃梅子和喝杯香桔汁。</p>
	
<p>* 阿金姐工作坊的母女檔 彭巧嫻小姐學的是室內設計，為產品的包裝加分不少，母女連心在客家醃製物走出一片天。</p>	<p>* 桐花禮盒組 獨特的口感及簡單環保的紙盒包裝，榮獲 100 年新竹縣十大伴手禮。</p>

資料來源：自行拍攝整理

從圖 3-8 顯而易見，經營客家醃製物已經二十來年，從在龍豐商店加減賣梅子，到以賣梅子為主軸的容園梅鋪，到以賣竹東的酸桔為主軸的阿金姐工作坊，一路走到現在，見證了竹東客家醃製物的發展；從表 3-4 可以得知，近十多年來，阿金姐工作坊屢屢獲獎，她們經營的客家醃製物已有亮眼的成績單，已走出自己

的一片天。一個來自桃園的非客家女性，卻能在客家庄販售起客家醃製物，把竹東的地方特色產業「酸桔」經營到家喻戶曉，她承襲婆婆手藝和店面的創業故事感動著我。

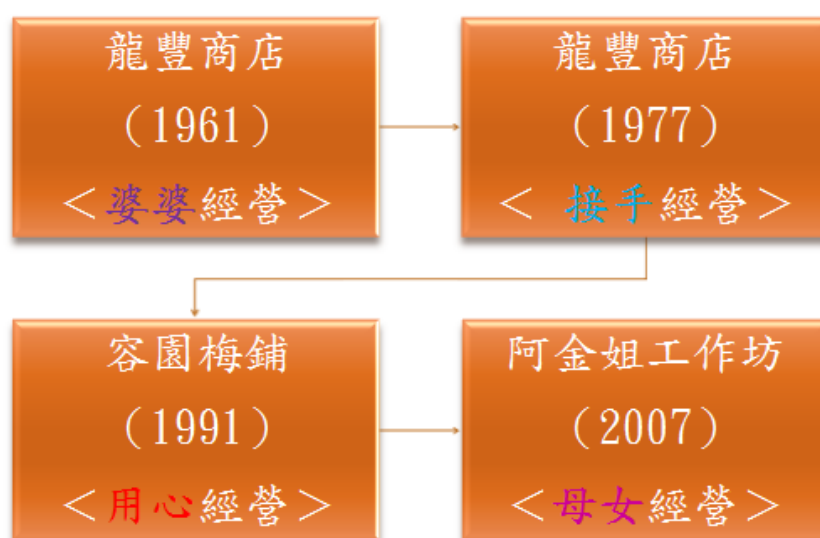


圖 3-8：阿金姐工作坊發展史

資料來源：自行繪製整理

表 3-4：阿金姐工作坊榮譽榜

年份	殊榮	舉辦單位
2002 年	金梅獎	行政院農委會 (2002 年開始舉辦)
2002 年	中華民國消費者協會精品獎	中華民國消費者協會
2003 年	台灣好伴手	行政院農委會 (2003 年開始舉辦)
2005 年	台灣好伴手	行政院農委會
2007 年	馬總統第一次 long stady	馬英九競選部後援會
2007 年	台灣農漁會百大精品	行政院農委會 (2006 年開始舉辦)
2008 年	台灣農漁會百大精品	行政院農委會
2009 年	馬總統第二次 long stady	總統府
2009 年	台灣農漁會百大精品	行政院農委會
2010 年	台灣農漁會百大精品	行政院農委會
2010 年	台灣 100 大觀光特產	台灣觀光特產協會 (2008 年開始舉辦)
2010 年	桔香雞腿堡	摩斯漢堡
2011 年	台灣百大伴手禮	台灣省商業會 (2011 年開始舉辦)
2011 年	新竹縣十大伴手禮	新竹縣縣政府 (2011 年開始舉辦)
2011 年	紫蘇梅雞腿堡	摩斯漢堡

資料來源：自行整理

(三) 新埔柿染坊

地方特色產業：客家柿染

經營型態：朋友

經營者：鍾夢娟小姐、蔡玲慧小姐和徐春景小姐

地址：新竹縣新埔鎮早坑里 4 鄰忠孝路 120 號

特色商品：柿染 DIY、柿染作品販售、柿染教學

經營理念：環保概念、提升藝術文化的附加價值



圖 3-9：新埔柿染坊地圖

資料來源：新埔柿染坊

新埔柿染坊位於新埔鎮柿餅之鄉早坑里，販售的是客家柿染，現在由客家媳婦鍾夢娟小姐、蔡玲慧小姐和徐春景小姐三位朋友齊心經營，每個人所長不同，各司其職，在工作之餘利用假日或晚上，進行柿染技藝的提升或實際去體驗染布，三人齊心協力共同經營客家柿染，堅持健康第一，不添加對人體不好的東西，要讓消費著穿得健康、用得放心。

表 3-5：新埔柿染坊簡介

A photograph of Zhong Mengjuan, the general manager of the Xintpu Persimmon Dyeing Workshop. She is standing in front of the shop's entrance, which has a sign that reads '新埔柿染坊' (Xintpu Persimmon Dyeing Workshop) and '縣柿染文化協會' (County Persimmon Culture Association). The entrance is decorated with large red and white paper flowers.	A photograph showing the exterior of the Xintpu Persimmon Dyeing Workshop. The shop has a sign above the entrance that reads '新埔柿染坊' (Xintpu Persimmon Dyeing Workshop). The entrance is decorated with large red and white paper flowers, and there are potted plants on either side.
<p>*新竹縣柿染文化協會總幹事 鍾夢娟小姐是在地客家人，目前從事代書工作，投入柿染終不悔。</p>	<p>*新埔柿染坊的門市 坐落於柿餅之鄉早坑里，桐花點綴的招牌，期待你到柿染坊來走走。</p>

表 3-5 (續)

	
<p>*新埔柿染坊的三位朋友檔 徐春景小姐是客家媳婦，目前在新埔柿染坊上班；蔡玲慧小姐是在地客家人，目前在鄉公所上班。從接觸柿染到對柿染愛不釋手。</p>	<p>*新埔柿染坊的展示間一隅 牆上掛滿各式各樣的布包，素樸沉穩中更顯出客家人純樸篤實的精神。</p>

資料來源：自行拍攝整理

從圖 3-10 顯而易見，經營客家新興的地方特色產業柿染已將近八年，從柿染班學習染布，到成立柿染協會組織，到柿染坊的成立製作商品販售，一路走到現在，見證了新埔客家柿染的發展。從表 3-6 可以得知，近八年來，新埔柿染坊屢屢獲政府計畫案或公所的補助，可見她們經營的客家柿染深受政府及地方的重視，從柿染技藝的培訓、在地資源的調查、柿染坊的成立、暑期工讀及多元就業人力的進駐，到現在柿染商品可以量產出售，一個典雅又時尚的客家手工藝，已經漸漸為大家所熟悉。三個來自新竹縣的客庄女性，能在客家庄販售起客家柿染，充分發揮了新埔的地方特色產業「柿餅」它最大的藝術文化價值，她們公餘盡心投入熱忱的創業故事撼動著我。



圖 3-10：新埔柿染坊發展史

資料來源：自行繪製整理

表 3-6：柿染資源連結計畫表

年 份	計 畫	單 位
2005 年	新竹縣新埔鎮柿餅產業文化季志工培訓計畫	經濟部中小企業處（鎮公所）
2005 年	新竹縣新埔鎮柿餅產業文化加值計畫	行政院客委會（鎮公所）
2007 年	新竹縣新埔鎮柿染文化產業輔導計畫	行政院文建會
2008 年	新竹縣新埔鎮柿染文化深度探討計畫	行政院文建會
2009 年	青年暑期社區工讀計畫	行政院青輔會
2009 年	染藝新柿界－新埔柿染產品設計計畫	台灣工藝發展中心
2010 年	染藝新柿界－新埔柿染產品設計計畫	台灣工藝發展中心
2010-2011 年	新竹縣新埔鎮柿子特色產業輔導計畫	經濟部地產基金（鎮公所）
2011 年	青年暑期社區工讀計畫	行政院青輔會
2011-2012 年	多元就業開發方案「新埔柿染工藝」推廣計畫	行政院勞委會職訓局

資料來源：自行整理

我訪談的三位新竹縣客庄文化創意產業的女性創業家，其中有兩個案例榮獲 2011 年新竹縣舉辦的「新滿意竹 好客（Hakka）禮新竹縣第一屆十大伴手禮」，另一個案例則獲得政府多項計畫案的補助，她們能在眾多競爭對手中脫穎而出，除了產品的口感必定滿足消費者的味蕾並兼具健康概念，產品的包裝講求環保並呈現出客家鄉土的濃厚情感與文化外，她們默默地為地方產業付出與投入背後的故事更值得讓我去探索。

表 3-7：受訪人物代號對應表

店 名	姓 名	代 號
哈客愛客家庄茶坊	莊碧芳小姐	A
	姜瑞霖先生	B
阿金姐工作坊	康阿金小姐	C
	彭巧嫻小姐	D
新埔柿染坊	鍾夢娟小姐	E
	蔡玲慧小姐	F
	徐春景小姐	G
	田春蘭小姐	H

資料來源：自行整理

在地化與全球化互為表裡，在地物產因長期根植於地方，內化出濃厚的文化底蘊，變成最具競爭實力的產品，越是地方性的物產，在現代反而躍升成為最具世界性競爭力的特產（戴卓玫，2011）。基於這個觀點，越是具有地方特色的產品，越是有其推廣的重要性。

因此，我期望透過探索三位新竹縣客庄文化創意產業的女性創業家創業的動人故事，讓更多人了解客家美食除了味美、客家手工藝除了實用外，其背後蘊涵更具價值的客家精神與文化傳承，透過客家美食和客家手工藝體驗客家值得珍視的文化風情，進而了解客家、喜愛客家。



第四節 研究架構

根據我的研究動機和文獻回顧，提出研究架構。研究架構包括「地方與產業」、「家族與人格」和「傳承與創新」三部份，研究架構如圖 3-3。

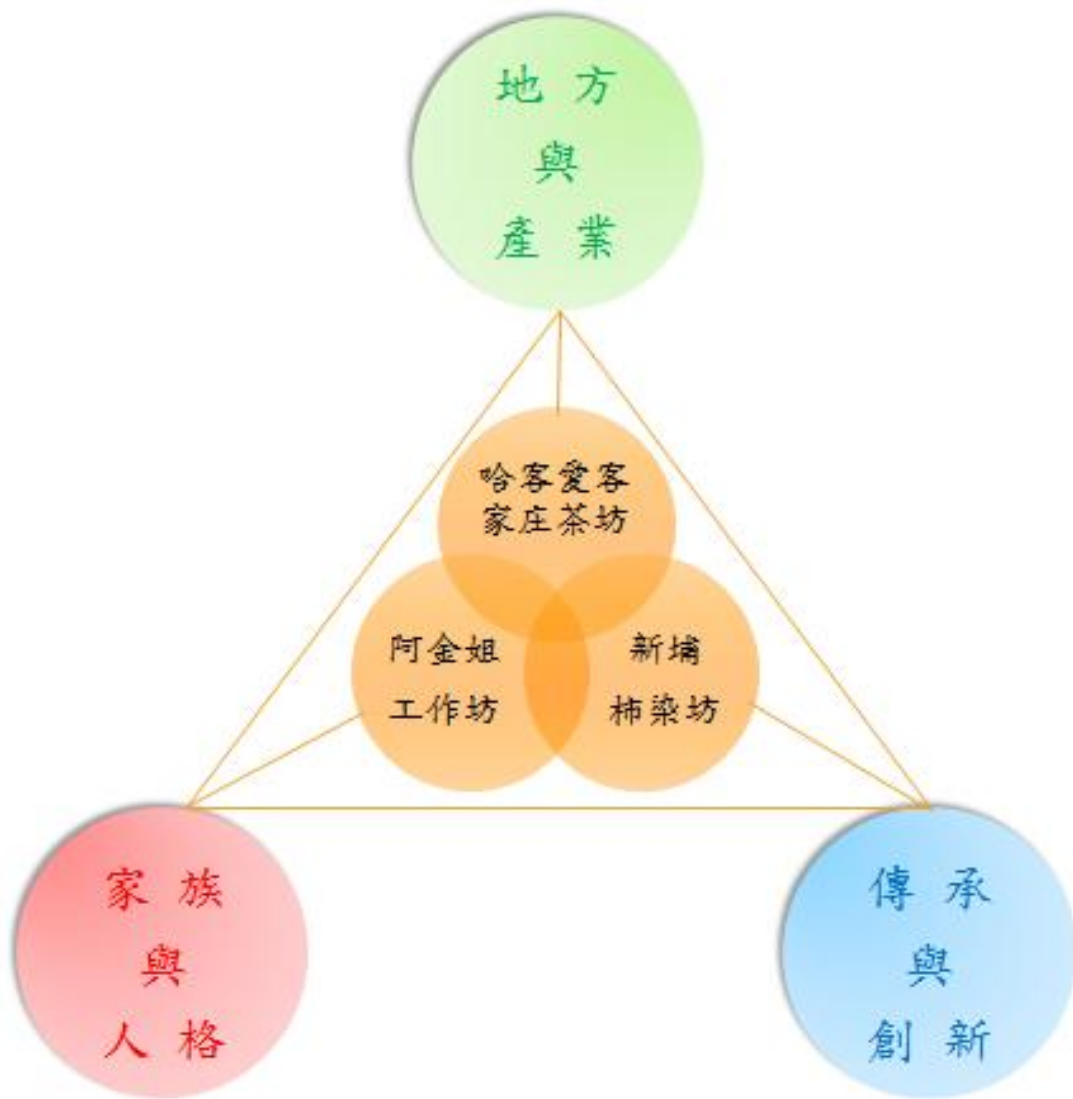


圖 3-3：研究架構圖

資料來源：自行繪製整理

文獻做歸納後，我發現以前談女性創業家，大多是談她所從事的「產業」或談她的「人格」抑或是談她的「創新」，可是現在我補上了她的「地方感」，我補上了她的「家」，我補上了她的「傳承」，我將從「地方與產業」、「家族與人格」和「傳承與創新」三個不同的角度，來探究三位新竹縣客庄文化創意產業的女性創業家創業的動人故事，相信透過更多元的視角，將會更完整的洞悉女性創業家不為人知的一面。

一、地方與產業

談到「產業」，在過去的研究當中，翁徐得（1995）認為地方產業是地方經濟發展的重要支柱，從地方所孕育出的傳統性工藝品及其產業，是地方文化發展的精華，可做為地方建設發展的核心。陳泰松（2000）指出地方產業是地方生活、文化和歷史的呈現，且是地方經濟發展的重要支柱。這說明了地方產業發展會活絡地方經濟繁榮、增加就業機會，因此，地方產業興衰與地方經濟發展有著密切的關係。

談到「地方」，是指集中在同一區位如鄉、鎮、市、區、村、里或社區，多以運用當地的原物料及勞動力為主，所形成的產業。（經濟部中小企業處，2005）地方產業為了能永續經營，就必須有鮮明的地方特色，且須獲得地方的認同，也就是說此產業必須有濃厚的地方感且保有它的獨特性。

在過去的研究當中，談到女性創業，多偏重在她所從事的產業，及這個產業對地方帶來的影響，較少談到地方對這個產業帶來的影響，我認為產業不能脫離地方而生存，地方不能脫離產業而發展，「地方與產業」相依相存，因此我探究的客庄女性創業家經營的都是地方特色產業。因此，我找了一個案例：北埔鄉的哈客愛這對夫妻。

二、家族與人格

談到「人格」，在過去的研究當中，談到女性創業的人格特質時，有多位國內外學者認為（Priscilla，2000；Sinisalo & Komulainen，2008；張庭庭，2001；李玲梅 2005；張育美，2006），一位成功的女性創業家，在面對挫折時，不輕易放棄，有高度的柔韌度及奮戰的耐力，女性創業家擁有耐力和柔韌度的人格特質，是創業成功的重要因素；有學者認為（張庭庭，2001；張育美，2006），一位成功的女性創業家，擁有感恩的心，在獲利的同時，能有同理心讓消費者有愉悅經驗，也能肩負起社會責任去回饋社會，女性創業家擁有感恩心、同理心、回饋心的人格特質，是企業能永續經營不可或缺的因素；另外還有多位國內外學者認為（Tuzin Baycan Levent, Enno Masurel, & Nijkamp，2003；楊敏玲，1993；趙

亦珍，2001；張庭庭，2001），談到女性創業的動機時，有些女性創業家會考慮到個人興趣的因素，因此這些女性創業家在創業的過程中獲得的快樂及成就感，相對的也比較多。

談到「家族」，在過去的研究當中，談到女性創業的動機時，有多位國內外學者認為是對原工作不滿、想當自己的老闆（Chaganti，1986；Bennett & Dann，2000；Katherine，2001；Tuzin Baycan Levent, Enno Masurel, & Nijkamp，2003；Browne, Moylan, & Scaife，2004；楊敏玲，1993；趙亦珍，2001；鄭美玲，2001；張祐綾，2005）；有多位國內外學者則認為是為了實現自我理想及興趣才創業（Priscilla，2000；Bennett & Dann，2000；Muriel，2001；Tuzin Baycan Levent, Enno Masurel, & Nijkamp，2003；Browne, Moylan, & Scaife，2004；楊敏玲，1993；蔡壁如，1999；趙亦珍，2001；張庭庭，2001；鄭美玲，2001；楊淑美，2001；劉美蓉，2006）；而有不少國內外學者則特別強調家庭和家人的重要，其中有些學者認為是為了增加家庭經濟收入而創業（Bennett & Dann，2000；Sinisalo Komulainen，2008；蔡壁如，1999；張庭庭，2001；鄭美玲，2001；楊淑美，2001；張祐綾，2005），而有些學者認為是為了幫助丈夫或繼承家業而創業（Priscilla，2000；Bennett & Dann，2000；Sinisalo & Komulainen，2008；鄭美玲，2001；張祐綾，2005），還有些學者認為是為了兼顧家庭與工作而創業（Browne, Moylan, & Scaife，2004；楊敏玲，1993；趙亦珍，2001；楊淑美，2001），不管為何而創業，在在說明了，家庭和家人在女性創業歷程中占重要的地位。

在過去的研究當中，談到女性創業家，不外乎談她們的人格特質、創業動機、創業困境、創業歷程及創業成功的關鍵因素，卻很少把家庭和家人單獨提出來探討的，而家是人們的避風港，每個人都是在家的庇佑下日益成長茁壯，家族的重要性是不容忽視的，我深深覺得「家族與人格」兩者都很重要，所以我把家族與人格放在一起，因此，我又找了一個案例：竹東鎮的阿金姐這對母女。

三、傳承與創新

談到「傳承」，是指傳接繼承，除了傳承實質的產業，更要傳承產業背後所蘊含的文化意義和象徵，由此可知，一個地方特色產業永續經營的最終目的，不在於獲得物質層面的高額利潤，而是在於感動精神層面的文化洗滌。

談到「創新」，Schumpeter（1934）就提出「創新」一詞，他認為創新是經濟成長的原動力，培養具有創新能力的人才，才是突破經濟困境的最佳方式；Drucker（1985）認為創新是一個過程，是一項有組織、有系統的且富有理性的工作，是任何改變現存資源、財富創造潛力的方式；Betz（1993）認為創新是必須要將新產品、新程序或新服務帶到市場上，並進而產生利益；而 Afuah（1998）

認為創新是使用新技術與市場知識來提供顧客想要的新產品或服務，並將創新以創新產品、創新資源及創新才能三種層面產出。所以說創新是利用有效的資源，以創新的生產方式來滿足消費者及市場的需求，是經濟成長的原動力。

在過去的研究當中，談到企業的永續經營，就必須不斷的創新，創新需要人脈，創新需要資源，創新是企業生存的不二法門，創新是經濟成長的原動力，但卻鮮少談到傳承這部分，一個地方特色產業為了能永續經營，就不能忽視有形的技藝傳承，更不能忽視無形的文化傳承，且傳承這件事是客家的一個重要議題，「傳承與創新」兩者缺一不可，從柿子到柿餅到柿染，我再找了一個案例:新埔鎮的柿染三女性。

綜合以上，我提出一個觀點，我將運用「文獻分析法」、「參與觀察法」及「深度訪談法」，在「地方與產業」、「家族與人格」和「傳承與創新」三個構面的研究架構下，去探索三位客庄文化創意產業的女性創業家的創業故事，她們是遭遇怎樣的困難，為什麼讓過去的她成為現在的她？這三個女性其實全都不是傳統的客家人，她們代表著三種不同的地方特色產業，而且是三種不同的經營型態。第一個案例是北埔的「哈客愛」，處理的是熱鬧的北埔老街、擂茶、夫妻；第二個案例是竹東的「阿金姐」，處理的是醃製物、母女；第三個案例是新埔的「柿染坊」，處理的是柿染、朋友（一群女性），每個案例都有她的獨特性，所以我的研究要看見的是客庄文創女性創業家的創業歷程，而我用下面三個故事來書寫與探究。

第四章 研究結果

馬克思說，商品本身並無意義，人才能創造意義。產品所產生的意義感與價值感，是源自對背後的創造者與其出身的社會的認同與肯定（王盈勛，2012）。我探究的靈魂人物，三位客庄文化創意產業的女性創業家正是價值與意義的創造者，她們用心的體驗客家庄的人文風情，結合自己的生活經驗，不斷創新（創造獨一無二的產品），不斷追求進步（將蘊含客家精神的產品透過參展行銷國際），她們背後的生命故事值得我細細去品味。

第一節 哈客愛客家庄茶坊－夫妻同心

第一個故事是北埔的「哈客愛」，當你走到北埔熱鬧的老街最明顯的地方的一个街角，有個非常搶眼的粉紅色花朵狀招牌靜靜佇立在那兒，彷彿暖暖的春陽在向你打招呼，你的目光瞬間被吸引住，不由得多停留些許時光駐足欣賞，定神一看，你會發現招牌上有個播鉢、有枝播棒、有顆愛心還有「哈客愛」(Hakka Love)三個字，獨特的招牌似乎暗藏著讓人無法抵擋的魔力，有股衝動想馬上品嚐用愛心研磨出來的香醇播茶。



圖 4-1：哈客愛客家庄茶坊門市

資料來源：自行拍攝

走近一看，可以看到寬敞明亮的店面，潔淨整齊的櫥窗，櫥窗裡上方擺著歷經風雨所獲得的殊榮和相片，下方擺著綠茶、紅棗、杏仁三種口味的高纖養生播茶和榮獲新竹縣十大伴手禮的典藏禮盒，中間則擺著小巧可愛的迷你版播鉢和播棒，令人想大展身手的慾望油然而生。

走到門口，首先映入眼簾的是一對頭戴瓢蟲三角帽，身上背著 Welcome 書包，臉上帶著笑容的男女人偶，靜靜的站在門口歡迎客人的到來。踏入店裡，一眼望見粉紅偏紫色系的窗簾和桌巾，牆上裝飾著古樸的雕刻作品，桌上擺放著綠意盎然的黃金葛，旁邊還有個現代化的吧檯，在柔和的燈光下，有種回到家的溫馨感受，好想坐下來細細品嚐一杯擂茶。

這時，老闆娘正殷勤的招呼客人，把擂茶的物品一一拿到桌上，今天到店裡的客人是一群來自台北中山女中的學生，她們正在桌前忙著準備把一堆豆子磨成粉，老闆娘在一旁開始解釋，擂是研磨的意思，茶指的是綠茶，「擂茶」就是用陶製的擂鉢和芭樂樹幹或油茶樹幹製的擂棒，將綠茶、芝麻、花生等三種基本原料研磨成粉，加入熱開水沖泡調勻後，放入少許的米仔，一起飲用的客家飲品，不但可以充飢解渴，也可以保健養生，是客家人招待貴賓的一種茶點。

接著老闆娘親自示範如何擂，她要一人將擂鉢緊握，另一人一手放在擂棒頂端做固定，一手握著擂棒中間順時針畫圈圈，要把擂鉢裡的材料磨成粉狀才大功告成，要喝到一碗自己擂的擂茶，這可要花上不少的時間，你們每個人都要來體驗看看，享受一下擂茶的樂趣，這樣到北埔來才不虛此行。

在她們一邊開心的聊天，一邊賣力的研磨時，老闆娘從吧檯端出了客家麻糬給他們吃，並淘淘不絕的說起擂茶的故事，據古書記載，擂茶又叫做「三生湯」，相傳三國時代的張飛帶領官兵打仗時，官兵們大都感染瘟疫無力作戰，當時有位醫生便拿出祖傳的秘方，以生茶、生薑、生米共同磨成糊漿後煮熟來喝，沒想到喝了之後，病就痊癒了，因此擂茶就是這樣留傳下來。也有人認為擂茶的主要原料茶葉和米仔等材料輕巧容易攜帶，就這樣擂茶就成為客家人逃難中發展出來的特殊飲食。

不久，走進了一對情侶，說要買伴手禮，經老闆娘細心的解說，擂茶有綠茶、紅棗、杏仁三種口味，每種口味綜合 20 多種養生食材，而且還分經濟包和隨身包，在購買伴手禮之前，他們倆決定坐下來歇歇腳，並品嚐看看客家擂茶獨特的風味，因為沒有很多時間自己慢慢擂，經老闆娘的推薦，他們點了兩杯「玫瑰拿鐵擂茶」，一會兒工夫，送來兩杯暖呼呼的玫瑰拿鐵擂茶，心形的奶泡上面點綴著玫瑰花瓣，令人食指大動，他們倆相視而笑，一下子就喝個精光，第一次看見傳統擂茶和時尚咖啡交融的創意泡法，我猜想會是種視覺及味覺的雙重享受，從他們倆臉上洋溢著幸福的笑容，我想這杯暖呼呼的玫瑰拿鐵擂茶，不僅溫暖了他們的身，更溫暖了他們的心，在離去時，他們倆還提著兩大袋伴手禮，手牽著手滿足的踏上歸途。

轉過頭老闆娘走到後頭，她和先生正在忙著裝貨，她就看著她先生說：「明

天的貨到底準備好了沒有？那為什麼……………」老闆娘是從金門嫁到北埔的客家媳婦，本來是假日自己在老街慈天宮廟口擺攤在賣擂茶，後來先生也加入，一直到现在成立店面，這個故事的意義是我們可以看到一個地方與產業、一個女性與地方的創業。

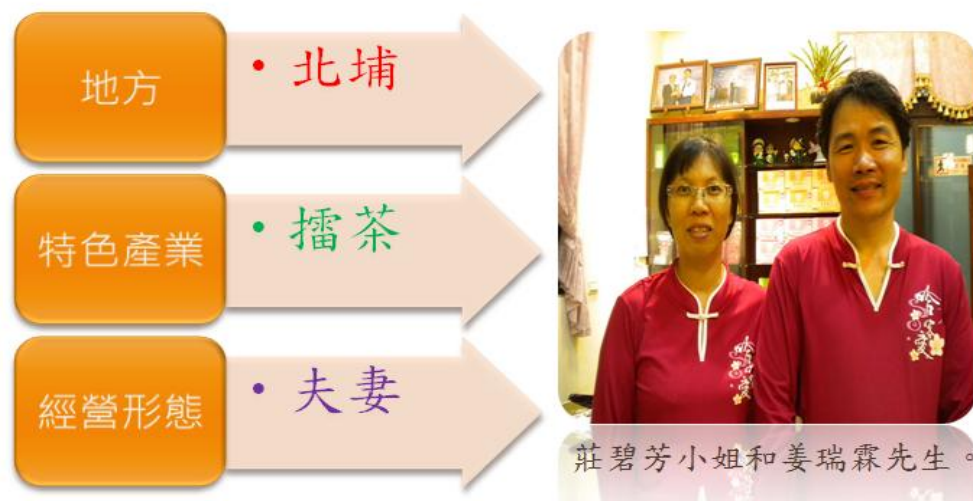


圖 4-2：哈客愛客家庄茶坊夫妻圖

資料來源：自行拍攝整理

一、地方與產業

1.地方－北埔鄉

北埔鄉位於新竹縣東南方，對外聯絡道路以台三線為主，由於地處偏遠、交通不便，所以開發也相對較少，使得今天仍保有相當完整的客家傳統文化地景。早期由於社會轉型、經濟結構的變化及傳統產業的沒落，人口外流很嚴重，造成許多偏遠村落農田與農舍的廢棄，一直到新竹科學園區設立，為新竹地區提供大量的就業機會，在 1989 年後才開始有人口回流的現象，但人口結構卻有「高齡化」的趨勢，目前人口有九千九百零八人（北埔鄉戶政所，2012.06），主要的在地居民為客家人，占總人口的 93.52%，是全國客家人口聚集密度最高的鄉鎮，可說是以客家族群為主體的單一族群社會型態，是最具有代表性的「客家庄」（張維安等，2011）。因客家人口數高達九成，形成了北埔鄉是個擁有指標性的客家庄的鄉鎮。

北埔是一個很純樸的客家庄，而且有很古老的客家觀念。（訪談資料 A2-03）我是金門人，早期我對客家文化並沒有那麼深入，其實我在金門沒有聽過北埔這個地區，嫁過來之後，突然覺得這裡是山上、是一個很鄉下的地方，而且我出去買早餐，竟然聽到的全是客家話，看到的都

是老人和小孩，那時我只是想買個「碗粿」，老闆就問我「碗粿」是什麼？我想完了，詢問之下沒有人知道「碗粿」是什麼？那時突然嚇到，以為自己嫁到國外去了。嫁到北埔語言不通大概有五年，因為在金門是講閩南語，客家話一直困擾著我。（訪談資料 A1-01）

北埔的發展很保守，眼光比較近，都是看近利，別人有好賣的東西我們就跟著，就是沒什麼創新，都是模仿複製，所以未來發展創造力不夠，因為客家人行為觀念都很保守，不敢往前衝，所以有時會錯失良機，很多有發展的地方都是閩南庄，發展比較快，我們會退往山區靠也是因為太保守，人家進來我們就往後退，這就是客家庄的特色，我希望新一代能開發新的東西，多創新、多推廣客家文化，把它發揚光大，儘量往外推。（訪談資料 B1-12）

北埔鄉的地形以山地和丘陵為主，受溪流深度切割形成北埔、南埔為中心的二大盆地，雖然沒有寬廣的沖積平原，但是由於土地屬於質地肥沃、灌溉水源豐沛的沈積帶，而且地勢平坦，早在隘墾時期就已經被開發成梯田，成為北埔鄉的「穀倉」，而後以北埔為中心再向週邊輻射開拓發展。道光年間由閩、客、官方三者共同出資以武裝隘墾方式驅趕原住民（賽夏族）而設立隘城，募股組設「金廣福」墾號，以設民隘的方式，逐漸向竹塹東南山區開拓發展形成大隘三鄉（北埔、寶山、峨眉），其中北埔始終維持大隘地區的經濟、政治及信仰上主要墾拓聚落的地位（張維安等，2004）。因早期的武裝拓墾，賦予了北埔鄉是個擁有重要地位的墾拓聚落的鄉鎮。

北埔鄉中心盆地的周圍地帶屬丘陵地形，此地帶為僅次於中心盆地（穀倉）的主要墾區，先民依據「地力」的不同而做不同的土地利用，所以丘陵區包括了茶園、果園、稻田等多種種植型態。因山地和丘陵地形的屏障，未受都會區溫室效應的影響，因此氣溫適中宜人，年平均溫為攝氏 22 度，降雨量為 1700mm 以上。由於北埔地形成樹枝狀結構發展的溪谷系統為主，造成風廊效應（風向不定及風速加大等狀況），因此於秋季期間產生由大坪溪谷向外吹之陸風（俗名九降風）（北埔鄉公所，2012.04）。乾燥的九降風為北埔鄉孕育出深具地方特色的農產品：膨風茶和柿餅，膨風茶的茶葉必須透過小葉綠蟬的咬食，才可以產出富有特殊蜂蜜果香的膨風茶，柿餅以石柿為主，經過九降風不斷的吹拂，才可以產出特有風味的柿餅。因地形和氣候先天的優勢，造就了北埔鄉是個擁有濃厚地方特色的農產品的鄉鎮。

2. 產業－客家擂茶

北埔鄉早期的產業以農業和礦業為主，1946 年到 1971 年間是礦業全盛時

期，因五指山、大小南坑、番婆坑等地蘊藏豐富礦苗（煤礦），所以吸引了眾多外地人口前來採礦謀生，一直到 1981 年以後，由於大量開採，礦源逐漸枯竭，再加上政府鼓勵礦工轉業，礦業才劃下句點。大多數的鄉民從事農業，1968 年時，農業人口佔總人口數的 68.2%，但是由於山坡地多(以種植茶樹為主)，可耕作的水田有限(以種植水稻為主)，後來更由於社會轉型及人口外流，勞力密集的传统農業就逐漸式微，到 1989 年時，農業人口所佔比例降為 22%，農民紛紛廢耕或改種其他作物如柑橘、檳榔等，但收益有限，近年來，鄉公所及農會為提高農民收益，鼓勵種植柿子製作柿餅頗具成效。(北埔鄉公所，2012.04)

早期北埔以農業為主，各個都是農家，幾乎家家戶戶都是種田的，家裡面都有種菜，北埔沒有幾戶商家，現在賣早餐的（北埔國小邊），以前也是賣早餐，旁邊則有一家古老的雜貨店，商店很少，農業社會幾乎都是人口外流。我民國八十年嫁過來，科學園區才剛起步，那時我去科學園區應徵行政助理的時候，看到我是嘉義農專，而且不會電腦，對我而言已經有滿大的落差了，後來我就直接去大聖遊樂世界上班做出納，也是人家一點一滴的教起，因為有交通車對我比較方便，那時北埔只有華元電機和膳品兩家工廠，沒有看到其他工廠，聽說後期還有一家望遠鏡工廠，大部分的人就在這兩家工廠上班，其他的產業都沒有。人口外移很嚴重，白天都看不到年輕人，都是老人家和小孩子，小孩子和我講客家話，我傻眼完全語言不通，白天看到的清一色都是老人家最多，接著是背在身上的小孩，然後你看不到其他的人，沒什麼人也沒什麼車。(訪談資料 A2-04)

現今北埔鄉的產業以農業為主，農產品以水稻、茶葉為大宗，其中以膨風茶（東方美人茶）最富盛名，水果則以柿子產量豐富有五種，其中以石柿做出來的柿餅口感最好，每到農曆九月吹起乾燥的「九降風」，所製造的柿餅風味特殊，可說是北埔之寶。除此之外，其他如桶柑、海梨柑、蕃薯餅、芋頭餅等農特產品也相當豐富（潘朝陽等，2004）。而且在長期的大隘墾拓歷程中，已經累積豐厚的歷史文化資產，有國定古蹟金廣福公館及姜家故居天水堂，有縣定古蹟慈天宮、姜氏家廟、姜阿新故宅，有歷史建築忠恕堂、鄧南光故居，每個點的距離不遠，約一百公尺左右，徒步就可以抵達，且北埔是全台灣唯一的古蹟區，有如此豐厚的歷史文化資產，理應好好善用，不單只是發展觀光，更應讓人們認識北埔的歷史和文化。

早期北埔鄉對外交通不是很便利，是屬於較封閉式的聚落，直到 1993 年台三線截彎取直拓寬工程的完工及北二高竹林交流道的通車，對外交通便利性大為提升許多，因此觀光休閒產業漸漸興起，相對的傳統的地方特色產業也面臨了轉型的挑戰。

那時台三線正在拓寬都是石子路，有些要拉直還沒拉直，對外交通不是很方便，本來我們都走寶山路，那時候路還很小不能會車，九彎十八拐常常到了新竹我已經暈車了，我跟我先生說，我已經暈車了，怎麼找工作，後來我在新竹市的會計事務所上班，都是走台三線到新竹。(訪談資料 A2-05)

譚鴻仁(2008)認為北埔鄉產業轉型有三個主要因素：第一是實施「週休二日」，2001年開始施行週休二日，讓工作數日的勞工，有連續放假兩天的時間，可以從事休閒活動放鬆身心，大多數的人會選擇走出戶外，到處去走走；第二是發生「九二一大地震」，1999年九二一大地震發生後，嚴重的衝擊了台灣中部的觀光產業，因觀光資源減少，人們就往北或往南尋求其他的觀光資源；第三是舉辦「地方節慶」，例如1998年農會首次辦理「北埔膨風茶節」與「迎接九降風—北埔柿季」，目的是為了要推廣北埔鄉最有名的兩項特產—「膨風茶」與「柿餅」，藉由這兩項產業文化除了達到推廣特產的目的，也促進了觀光休閒產業。其中在北埔柿季活動中有客家播茶的推廣活動，竟意外地引起轟動，播茶店因此如雨後春筍般紛紛成立，使得客家播茶已經成為北埔特產的另一個代表。(北埔鄉農會，2012.04)

後來因為經濟比較拮据，我就趕快想一些東西來賣，剛好當時在輔導播茶，大概九二一附近，我那時就開始在做，不過那時候北埔的人潮是有限的，我們剛開始擺的時候，北埔的人潮並沒有現在這麼多，那時農會會舉辦一些活動(柿餅節、膨風節)，我們就會跟著參加。(訪談資料 A1-02)

英國史家霍布斯邦(Eric Hobsbawm)及多位學者在2002年《被發明的傳統》(The Invention of Tradition)一書中認為，許多我們以為有古老淵源的傳統，往往只是晚近才被發明出來，事實上並不合於過去幾世紀的長久習慣(陳思仁，2004)。例如像蘇格蘭的花格子呢短裙，不但以象徵蘇格蘭被大眾認同，甚至是風行全球成為極受歡迎的流行圖騰，常常是被聯想成具有悠久文化和民族性的民族文物，但是，若放在歷史的脈絡下討論，竟然才發明不過短短幾百年，不像想像中具有深厚的文化意涵或具有莊重的貴族色彩，反而是英格蘭人為了方便蘇格蘭高地工人做事而改良出來的衣物。這打破了以往人們對傳統的制式的想像，也慢慢接受傳統是被建構、被創造出來的說法。

「播茶」正是屬於被發明的傳統，播茶並非傳統認知中的客家文化，但播茶在北埔已經有十幾年的歷史，也成為一個新興的客家產業，形成北埔人的集體記憶以及外地人對北埔的第一印象，以至於現在提到播茶便聯想到北埔。范明煥

(2007)認為在 1998 年以前，北埔當地居民知道擂茶是屬於廣東客家茶品的寥寥無幾，到了 1999 年第一家擂茶店開張，因為當時的口味是鹹的，並未因新鮮而引起風潮，直到後來口味改成甜的，才慢慢被社會大眾接受，到了 2007 年時北埔街上到處都是在賣擂茶，已經有 60 餘家擂茶店，擂茶商品眾多，例如：擂茶餅、擂茶冰沙、沖泡式擂茶...等，只要是在客家庄都可以品嚐到新的客家傳統一擂茶，這對增加在地的就業機會和增進地方的經濟繁榮有正向的助益。

在廟口擺攤的日子很辛苦，剛開始只是一張木板上面放著幾個小籃子、一個擂鉢、幾包擂茶粉，還有自己搓的湯圓，但是到了中午就酸掉了。現在的擂茶粉口味都是自己研發，剛開始做的都是最傳統的擂茶粉，後來我們就改良成甜的，因為我覺得鹹的真的滿難喝的，而且傳統材料只有茶葉、花生、芝麻三種，我感覺味道上還是不夠，花生和芝麻擂起來是滿香的，可是如果要這樣泡飯吃是很難入口的，所以就慢慢的增加很多材料進去，現在有二十多種食材，工商業時代幾乎都是沖泡式的，所以就研發沖泡式的對消費者會比較快速方便。(訪談資料 A1-03)

當擂茶隨著地方節慶被大肆推廣後，這新興的客家產業也悄悄的點燃了商機。譚鴻仁(2005)認為透過膨風節與柿餅節為北埔在地的農產品與觀光做結合時，除了推銷自我的農產外，也帶動了客家擂茶的出現，這使地方的發展呈現出一種短暫的地方化和去地方化現象，因為客家擂茶在標準化的生產技術下，且多數由外地生產代工與消費，因此客家擂茶逐漸有去地方化現象。譚鴻仁(2008)又指出以地方節慶的方式促銷與販售地方，會形成較大規模的地方發展轉型，在轉型的過程中，販售的商品由農產品的水稻與茶葉轉為地方或地方聚落所營造的客家聚落意象，這個意象配合多數遊客的短暫停留，成為遊客能接受的想像：在客家地區消費客家食物，例如擂茶、柿餅以及聚落空間。正因推廣擂茶與客家文化結合的節慶活動之後，北埔才漸漸成為有知名度的觀光景點。

黃智絹(2011)指出在大陸不管是客家地區或非客家地區，甚至是少數民族也都有擂茶的習俗，傳統的擂茶在大陸是以區域來稱呼擂茶，例如：湖南的安化擂茶、福建的將樂擂茶...等，相較之下，擂茶流傳到臺灣後，則稱之為「客家擂茶」，客家擂茶是指從廣東省陸豐縣移民到臺灣的客家人食用的擂茶，有明顯的族群飲食特徵，但都是把擂茶當作一種招待賓客的飲食。

莊碧芳小姐對於擂鉢的第一個印象是，早期婆婆每次用擂鉢把米磨到爛煮粥給小孩子吃。林麗娟(2009)認為早期臺灣的擂鉢是生活上磨製食物的器具，主要是用來磨米麩，把它磨細之後，代替牛奶餵食小孩，因當時進口奶粉未普及且國人經濟能力有限，很多家庭就是靠米麩加米湯養活孩子。研磨的擂棍只要是無毒的、可以吃的，都可以作為擂棍的樹材，其中以常見的芭樂樹是最好的樹材。

我第一次看到擂鉢我很驚訝，早期我婆婆每次把米磨到爛煮粥給小孩子吃，或有時蒸水粿，她不用機器少少一點，就是這樣子磨，因為我從來沒有看過，在金門我們是用石臼來搗的，我就沒有看過這種東西，後來常常在家裡看見婆婆在磨，我就想說：「這個磨的是什麼東西呀？」她就說：「那個不可以打破，是以前人留下來的。」我只知道是婆婆拿來煮粥用的，因為我兒子是第一個孫子，從小孩出生我就沒有什麼母乳，而且我又要上班，沒有辦法一直餵母乳，餵母乳只餵兩個禮拜，就結束沒有了，婆婆看不下去，就每天磨米煮粥給小孩子吃。(訪談資料 A1-14)

擂茶透過移民的過程流傳到臺灣，傳統擂茶的風貌因而轉變。客家擂茶主要盛行於客家庄，保有傳統擂茶的主要材料茶葉、花生、芝麻，並加入了創新、養生、便利的取向，因此有擂茶粉的誕生，搭配的食物從配菜變成小點心，口味從鹹的變成甜的，更由傳統的「吃」擂茶，變成現在的「喝」客家擂茶（黃智絹，2011）。傳統擂茶與現今的客家擂茶已經擁有截然不同的風貌。

北埔這個客家庄是如何與客家擂茶這個產業聯結的？依據黃智絹（2011）的研究中指出，北埔鄉前農會總幹事陳重光先生在 1998 年把擂茶放在北埔柿季的地方節慶中做推廣，是因為剛好去客家族群朋友家中做客，品嚐到特殊的傳統擂茶，同樣是茶產業，想透過擂茶振興當地茶產業，再加上想要用客家文化來包裝柿餅，並且增加茶農的收益，於是在復興客家文化、活絡地方經濟之下，農會是一個背後重要的推手，把個人家中的飲食，結合地方文化資源，透過舉辦地方節慶活動，在北埔建立客家擂茶的地位，北埔的客家擂茶因此誕生了。

之後，客家擂茶逐漸在臺灣各地的客家庄發展，只要和擂茶相關的產業，就舉辦擂茶活動，期望使產業加值。各地的客家擂茶也會使用該地的特色產品，從中可以看見客家擂茶在地化的發展，像北埔的客家擂茶為了帶動地方的茶產業，就會使用北埔的春茶來製作客家擂茶，展現擂茶在地化的發展，並顯現各地客家擂茶的獨特性。

我們的擂茶粉是使用本地的茶葉，因為本地的茶葉安全性較高，品質也不輸外地的茶葉，且本地的茶葉外觀和茶水的口感都比外地好，北埔的茶園夏季都供應東方美人茶，春季的茶葉就採收起來做生茶（綠茶），一般來說春茶的茶水比較甘甜，做生茶最適合，夏茶就不適合，夏茶會有點苦澀，我都要了解每個東西的特性，才能判斷東西的好壞，才能在調配時發揮每個東西的特性。(訪談資料 B1-04)

表 4-1：客家擂茶的形式及變化

擂茶的發展模式	新竹北埔：地方產業 桃園新屋：文化推廣 花蓮光復：社區營造
器具的變化	大陸擂鉢 →臺灣磨米麩的擂鉢 →仿磨米麩的擂鉢 →DIY 消費模式的擂鉢
擂茶的形式變化	家庭式的鹹擂茶 →DIY 體驗式的甜擂茶 →擂茶粉、外帶杯擂茶、擂茶冰沙

資料來源：黃智絹（2011）

目前客家擂茶在北埔的發展已經慢慢走下坡，興盛時曾是老街望去到處都是擂茶店，存續的擂茶店開始不斷設法改變經營，轉型為複合式餐飲經營為最大發展方向，儼然變成北埔擂茶店改革的趨勢與潮流（魏文彬，2010）。如今大都轉型成客家餐飲店，只剩四家以擂茶為主，且較具規模在經營。

目前比較大宗的擂茶店只剩四家，比較有產量、比較有規模的，以擂茶為主的店家，只有四家，最盛的時候，大約三十來家，現在都轉型成小吃店。（訪談資料 B1-02）

莊碧芳小姐對客家擂茶的期待，是從一個客家產物把它轉移到變成一般人的早點（訪談資料 A2-07），甚至是下午茶或點心，並研發更多新產品，不單是擂茶還包括五穀類和客家餐，希望是個養生或深具客家特色的餐點。

從一個客家產物把它轉移到變成一般人的早點，去攻打早餐市場，甚至攻打下午點心市場，下午茶或小朋友回家後可以當點心，我去把它做個轉型，所以我會做一個沖泡包，也是讓客人更加便利，這是那時候的想法，以後也不會把自己的格局限制在擂茶裡面，開始慢慢會有不同的商品衍伸出來。我們也會看一些食品的資訊，我們有發現隨身包的趨勢是每年在成長，我們可以從這邊發展出怎樣的產品，可以讓現在的消費者飲用更放心，行銷得更廣泛，所以不會只限制在擂茶這個部份，所以哈客愛食品有限公司就是要往外發展出去，除了擂茶以外的東西，一樣是五穀類的東西，但是走的層次不會局限於客家的產品裡面，所以後來這裡會加上養生軒，我們希望除了客家擂茶以外，以後還會出一些客家餐，希望我們的東西配合一些餐飲文化出來。（訪談資料 A2-07）

丈夫姜瑞霖先生對客家擂茶的期待，是變成民生必需品，就是把擂茶變成代餐，讓消費者能當早餐吃（訪談資料 B1-10），接著是希望產品能對身體健康更有幫助。

希望它是大家都能接受的產品，更進一步變成民生必需品，就是把擂茶變成代餐，讓消費者能當早餐吃，直接沖泡就可以吃，現在有滿多客戶每天都已經習慣要沖泡一杯擂茶來喝，如果一天沒喝就覺得渾身不對勁，我的目標第一個是接受度擴大變成民生必需品，第二個是在健康養生方面更精緻、更進步，對身體更有幫助的產品（訪談資料 B1-10）。

北埔鄉是客家擂茶的代言人，客家擂茶帶來了觀光的人潮，活絡了地方的經濟，雖然擂茶店的盛況不復往昔，但假日遊客仍絡繹不絕，哈客愛客家庄茶坊能在北埔屹立不搖，必有它獨特之處。哈客愛客家庄茶坊的客家擂茶，堅持完全不加人工添加物，綜合二十多種天然食材，調配成高纖、低糖、低熱量的擂茶粉，喝完後有飽足感，適合當早餐或點心，是個健康又營養的客家飲品，非常符合健康養生的概念。

二、家族與人格

哈客愛客家庄茶坊的女主人莊碧芳小姐今年四十四歲，是金門的閩南人，在二十三歲時，和同為嘉義農專畢業的同班同學姜瑞霖先生結為夫妻，就嫁到北埔成為客家媳婦，育有兩男一女，從小在金門長大，在家中排行老三，有一兄、一姊和一妹，家裡是賣貢糖的，但只是打包幫手，並沒有參與販賣，爸爸是個警察，所以常因爸爸的工作而搬家。男主人姜瑞霖先生今年四十三歲，是在地的北埔客家人，在家中排行老三，有兩個哥哥、一個妹妹，家中務農，所以常常跟著父親種田賣菜，也常到茶場幫忙採茶製茶，賺取生活費貼補家用。

客家擂茶這個地方特色產業本來是莊碧芳小姐為了增加收入，利用假日在廟口擺攤在賣，之後生意越來越好，就辭去會計工作專心投入客家擂茶，先生一直擔任從旁協助的角色，直到幾年前，才辭去工作全心投入，現在夫妻同心共同經營客家擂茶。

莊碧芳小姐本來是從事會計工作，後來因為小孩接續出生，家中經濟比較拮据，正好當時農會又在輔導擂茶，於是為了賺外快假日就在廟口擺攤賣起擂茶。正如學者認為是為了增加家庭經濟收入而創業（Bennett & Dann, 2000；Tuzin Baycan Levent, Enno Masurel, & Nijkamp, 2003；Sinisalo & Komulainen, 2008；蔡壁如, 1999；張庭庭, 2001；鄭美玲, 2001；楊淑美, 2001；張祐綾, 2005）。

因為經濟比較拮据，我就趕快想一些東西來賣，剛好當時在輔導播茶，大概九二一附近，那時就開始在賣播茶，不過那時北埔的人潮是有限的。(訪談資料 A1-02) 自己也沒想到慢慢做可以做到客人要排隊，可以做到宅配量越來越高，開始覺得自己身體受不了兩邊，會計工作也做了六年，想說晚上我回來太晚了，先生要照顧孩子，還要兼顧我播茶的工作，我們兩個人是三份工作，不清楚的人還以為我們一下就有這樣的局面，白手起家是很辛苦的，我們是在家裡完全沒有任何支援的情況下做起來的，感謝先生就這樣伴我走過辛苦的十幾年。(訪談資料 A1-06)

姜瑞霖先生來是從事保養品外殼製作的工作，後來因為老婆經營的播茶生意越來越好，相對的工作負擔越來越大，於是為了分攤老婆的工作量及兼顧家庭，而放棄原來的工作，全心投入具發展潛力的客家播茶。正如學者認為為了兼顧家庭與工作 (Priscilla, 2000; Browne, Moylan, & Scaife, 2004; 楊敏玲, 1993; 趙亦珍, 2001; 楊淑美, 2001) 及幫助另一半 (Priscilla, 2000; Bennett & Dann, 2000) 而投入客家播茶。

這是一個抉擇，畢竟北埔是自己的家鄉，就近工作就不用舟車勞頓，也比較顧得到自己的家庭和分擔些老婆沉重的工作，在加上大環境的改變，本來從事化妝品外殼的行業，有很多工廠外移，相對的播茶產業正蓬勃發展，因此衡量之後選擇未來較具發展潛力播茶產業。(訪談資料 C1-01)

莊碧芳小姐從小在金門長大，家裡是賣貢糖的，在耳濡目染之下，且常常幫忙顧店及打包商品，自然而然也學會了些做生意的方法，懂得善加利用宅配來銷售播茶粉。

早期一開始我就做宅配，因為小時候我住金門，家裡是賣貢糖的，所以有一個特色，金門酒、金門貢糖都是打包好就寄出去，所以我並不認為跟別人有什麼特別不一樣，客人只要說好喝，我就跟她說可以訂購，我設了一個郵政劃撥帳號，把帳號貼在標籤上面，慢慢的就有客源了。(訪談資料 A1-07)

莊碧芳小姐的爸爸是個警察，所以常因爸爸的工作而搬家，這也促使她非常渴望安定的家的感覺。因廟口整修被迫移出，移出後攤位也多次變動，在搬遷找不到位置的時候，會有那種恐懼感在心裡，萬一位置沒有了，生意就不見了，經濟來源就短缺了，「攤位的不穩定性」是她創業歷程中面臨的首要困境，也是她後來成立店面的重要因素。

小時候爸爸是警察，我們就跟著搬來搬去，爸爸算是孤兒也是白手起家，我們家就是到處租房子，當時有保密防諜，大家都怕警察，所以都不願意把房子租給警察，我們家就很難租到房子，因為我們家一直搬遷，所以我不喜歡遊牧民族。只要政策一改變，你擺攤子的心血可能一夕之間就沒有了，所以我至少找個地方穩定下，而且擺攤子只有假日的商機，現在有店面之後，不分平時或假日，隨時都可以照顧到我們的客人，後來我發現有一些老顧客陸陸續續都有到我們的店面來。我們也是再三考量，剛好這間房子要賣，我先生說租不如買，二十年後房子還是自己的，你現在付很多租金出去，將來當你成績做出來的時候，很可能要面臨搬遷的問題，所以我們就直接買下來，有比較穩定的感覺，客人來也有地方坐，不再只是假日的路邊攤，平日每天也有固定的客源，再去發展我自己想做的東西。(訪談資料 A1-09)

同業的惡性競爭是莊碧芳小姐創業歷程中面臨的次要困境，正如楊淑美(2001)所指出同業打擊是創業歷程中常常面臨到的困境之一。同行的嫉妒心是很恐怖的，因此，讓她被罰了不少，也損失了不少，但她選擇勇敢面對，更要堅定、更要穩定下來堅持到底不輕言放棄，凡事就是要合法，根據法律來走。正如學者(Priscilla, 2000; Sinisalo & Komulainen, 2008; 張庭庭, 2001; 李玲梅 2005; 張育美, 2006)認為女性創業家擁有高度的柔韌度及奮戰的耐力的人格特質，是創業成功的重要因素，女性的堅韌在這時候會發生關鍵性的作用，要不是堅持或堅韌，她的創業是不可能的。

當初我們只知道趕工、趕工，所有東西都是看得過去就好，例如後面的標示看起來不是很重要，我只要產品好就好了，所以我們在趕印盒子時，再檢查時就不會很仔細，從那次之後，我才發現原來同行很留意我們，我們要仔細再做檢查。比如說我們不能因為數字太小，想說沒有關係，自己都看不到，別人也不會去注意，也不會有人刻意去看那個東西，然後就把它跳過，沒有去換算它數字下得對不對，有的八變成三，有的一變成七，這差距就很大，那時沒想這麼多，認為有數字就好了，後來發現同行會去抓我們疏忽的地方。因為我們只著重在產品，後來我們才知道原來包裝也很重要，後來為了杜絕同行的一些動作，我就乾脆直接全部用印的，這也讓我們一直一步步在成長。(訪談資料 A1-10)

同行做了很多惡劣的行動，我們是不會去做反擊，我們總是默默的承受下來，因為我覺得說今天我所做的，有量就有福，我所做的東西，也是給孩子看，做一個典範。因為我知道如果我們去做反擊，以後的生意將大受影響，同時也會影響到別人做生意，所以我們儘量忍著不去開攻，

但他們會一直做攻擊，那我們會一直往外擴展，所以才會參加十大伴手禮，也還好我們有拿到十大伴手禮，我覺得「天公疼憨人」。(訪談資料 A2-01)

莊碧芳小姐是個態度積極和喜歡追求進步的人，她不會自滿於現狀，而會不斷的要求自己如何做會更好，因此去年起積極主動的去參加國內外的多項展覽和比賽，期望把客家擂茶帶出北埔，讓大家發現原來天然的東西也可以這麼好喝(訪談資料 A1-13)。正如學者(Priscilla, 2000; Morrison Breen & Ali, 2003; Collins, 2007; Sinisalo & Komulainen, 2008; 張庭庭, 2001; 鄭美玲, 2001; 張育美, 2006)指出，有目標、有遠見、有企圖心和不滿足於現況的人格特質，是企業成長及邁向成功的重要因素。

我們一直在追求進步，除了在外面打天下外，去年一整年度下來，我就發現說外面有很多東西是我們需要再增加、再努力的地方，比如我們得到商業楷模、台灣百大伴手禮、新竹縣十大伴手禮，一直以來我們都是積極的態度，贏得大家對我們的注意，積極的態度不是去巴結、去拍馬屁，而是用我們的產品和我們的努力去爭取(訪談資料 A1-16)。

莊碧芳小姐是個真誠實在不擅於表面功夫的人，相信用心經營最重要(訪談資料 A1-18)，就像哈客愛招牌上的那顆心，就是我們用我們的心去做這個產品，我們用我們的心去維護這個品牌(訪談資料 A1-19)，口耳相傳之下，客人自然而然源源而來。

我會比較實在的在聊天，而不是很商業化、很表面的對話，我本身也不是會做表面功夫的人，表面功夫做出來就會四不像，所以我就是把真實呈現出來，讓客人覺得我就是很真實，客人就這樣子來了，其實沒有別的訣竅，你把你的成績拿出來，用心經營最重要。(訪談資料 A1-18)

「哈客愛」的愛字就是我們的愛心、我們的用心，那個心代表我們的心，我們用我們的心去做這個產品，我們用我們的心去維護這個品牌，所以我們一路走到這裡還算滿平穩的(訪談資料 A1-19)。

莊碧芳小姐從假日廟口擺攤賣擂茶的莊碧芳茶行、碧芳茶行、廟前擂茶小棧、哈客愛客家庄茶坊，到成立哈客愛食品有限公司，一直走到現在的店面哈客愛客家庄茶坊，十幾年的歲月，一直走來她感謝顧客的愛護，更感謝家人的支持與協助。正如學者(張庭庭, 2001)認為女性創業家擁有感恩心的人格特質，是企業能永續經營不可或缺的因素。

先生要照顧孩子，還要兼顧我搗茶的工作，我們兩個人是三份工作在一起，不清楚的人還以為我們一下就有這樣的局面，白手起家是很辛苦的，我們是在家裡完全沒有任何支援的情況下做起來的，感謝先生就這樣伴我走過辛苦的十幾年。(訪談資料 A1-06)

本來我只注重品質，後來明白品質和包裝都很注重，因為我們用的食材都很好，就是在設計上面很落，因為設計費都很貴，我們同行大部分是學這一行的，所以她們只要走行銷就可以，我們學的是做產品的，所以對設計是完全不懂的，這些包裝都是妹妹幫我設計的，連招牌也是她設計的，還好我有一個中醫妹妹，還有小阿姨和我姊姊，全部陣容加進來才有今天。(訪談資料 A1-12)

我們是採薄利多銷，如果再降下去就沒有空間了，我衷心謝謝大家對我們的支持和愛護，因為一路上有很多客人都變成老朋友、姐妹、或像是自己的媽媽，我做生意的感覺其實我不是把客人當做客人，而是把客人當做自己的家人在照顧、在接觸。(訪談資料 A1-17)

姜瑞霖先生是個穩定度和忠誠度很高的人，不喜歡太大的變動衝擊到生活，因此他很捨不得離開做了十七年的工作。

有時候忙起來兩三天都沒有睡，所以有時我會撐不住趴在攤位後休息，尤其是在報稅期，一天新竹、北埔跑個三四趟，後來我叫我先生把工作停掉，因為大家都累壞了，身體也搞壞了，但是他捨不得放，因為是他退伍後的第一份工作，因為他穩定度很高、忠誠度很高。(訪談資料 A1-20)

姜瑞霖先生也是個喜歡追求進步的人，他認為你不進步人家趕上你，你就被淘汰掉(訪談資料 B1-11)。因此在產品的品質上，除了做把關的工作，還期望精益求精。正如學者(Priscilla, 2000; Morrison Breen & Ali, 2003; Collins, 2007; Sinisalo & Komulainen, 2008; 張庭庭, 2001; 鄭美玲, 2001; 張育美, 2006)指出，有目標、有遠見、有企圖心和不滿足於現況的人格特質，是企業成長及邁向成功的重要因素。

產品到一個水準之後，就要越往上越走越好，因為消費者越吃也會越挑，口感會越要求，所以我們要跟著消費者的腳步越進步，你不進步人家趕上你，你就被淘汰掉(訪談資料 B1-11)。

哈客愛客家庄茶坊兩夫妻同心經營搗茶產業，但卻有截然不同的個性，老闆

娘能言善道、不拘小節，是對外行銷推廣的人才，正如學者認為（趙亦珍，2001；李玲梅 2005）良好的溝通能力和說服力是成功的女性創業家必備的人格特質；老闆忠厚沉穩、要求完美，是對內品質控管的人才，他認為既然要做就要把品質做到最好，要不然就不要做（訪談資料 B1-06），正如 Priscilla（2000）指出完美主義是成功的創業家重要的人格特質之一，兩人互補的性格，造就了今日哈客愛客家庄茶坊亮眼的銷售成績。

老婆是屬於大辣辣、神經比較大條、不拘小節的人，所以對外顧行銷推廣；我是處女座，比較龜毛，對產品的品質我會比較堅持，會比較挑剔，所以對內顧產品品質的把關，我認為既然要做就要把品質做到最好，要不然就不要做。（訪談資料 B1-06）

莊碧芳小姐早期經營客家擂茶只知道在北埔在地埋頭苦幹，生意越做越好時，引起同行的惡意競爭，明的當街言語攻擊，暗的背後檢舉，早期她會忍不住還以顏色，但先生卻告訴她，你為什麼要做這個動作？冤冤相報何時了？你來弄他，他再來弄你，你永遠弄不完，所以我們就弄好自己的產品就好（訪談資料 A1-11），當時總覺得同行欺人太甚，可是到最後發現堅韌是沒有用的，自己生意將大受影響，同時也會影響到別的商家做生意，轉個念夫妻倆好好的溝通取得共識跟諒解，決定向外擴，決定夫妻同心經營客家擂茶產業。這跟過去的研究大不相同，過去學者（Priscilla，2000；Sinisalo & Komulainen，2008；張庭庭，2001；李玲梅 2005；張育美，2006）都過份強調堅持，她卻指出堅韌此時是沒有用的，只有夫妻倆好好的溝通取得共識跟諒解，才能同心經營客家擂茶，讓客家擂茶永續經營下去。

我們也是再三考量，剛好這間房子要賣，我先生說租不如買，二十年後房子還是自己的，你現在付很多租金出去，將來當你成績做出來的時候，很可能要面臨搬遷的問題，所以我們就直接買下來，有比較穩定的感覺，客人來也有地方坐，不再只是假日的路邊攤，平日每天也有固定的客源，再去發展我自己想做的東西。（訪談資料 A1-09）

早期，我們被修理的時候，有想說以牙還牙，但我先生和妹妹跟我說，你為什麼要做這個動作？冤冤相報何時了？你來弄他，他再來弄你，你永遠弄不完，所以我們就弄好自己的產品就好。（訪談資料 A1-11）

哈客愛夫妻倆雖然個性天壤之別，妻子積極主動、不拘小節、能言善道、富想像力，丈夫沉穩踏實、要求完美、深思熟慮，卻都是為了讓家庭更美好而投入客家擂茶，妻子是為了增加家庭的經濟收入，丈夫則為了分擔妻子的工作重擔並兼顧家庭，當意見相牴觸時，彼此放下堅持好好的溝通不忘初衷，夫妻倆同心打

拼讓哈客愛客家庄茶坊能在北埔永續經營下去。

三、傳承與創新

綜合Betz (1987) 和Schumann (1994) 的看法，我在分析客庄文化創意產業的女性創業家創新的構面時，將創新分為產品創新、製程創新、服務創新三類。

在產品創新方面，夫妻倆運用他們的專業下去做，要做就要做得比人家更好，而且市面上充斥的都是香精、香料的飲品，所以他們希望做出來的播茶粉，可以讓大家發現到原來天然的東西也可以這麼好喝(訪談資料A1-13)。哈客愛養生高纖播茶依消費者的需要分為居家使用的經濟包、攜帶方便的隨身包、送禮體面的金鑽禮盒及榮獲新竹縣十大伴手禮的典藏禮盒。來到店裡除了可以體驗傳統的播茶DIY之外，還可以品嚐到為了滿足年輕族群的味蕾，用傳統播茶和時尚咖啡交融泡出的「玫瑰拿鐵播茶」，是一種視覺及味覺的雙重享受，近期剛研發出甜而不膩的播茶小點心－「播茶牛軋糖」別有一番風味。

我從一個客家產物把它轉移到變成一般人的早點，去攻打早餐市場，甚至攻打下點心市場，下午茶或小朋友回家後可以當點心，我去把它做個轉型，所以我會做一個沖泡包，也是讓客人更加便利，這是那時候的想法，以後也不會把自己的格局限制在播茶裡面，開始慢慢會有不同的商品衍伸出來。我們也會看一些食品的資訊，我們有發現隨身包的趨勢是每年在成長，我們可以從這邊發展出怎樣的產品，可以讓現在的消費者飲用更放心，行銷得更廣泛，所以不會只限制在播茶這個部份，所以哈客愛食品有限公司就是要往外發展出去。除了播茶以外的東西，一樣是五穀類的東西，但是走的層次不會局限於客家的產品裡面，所以後來這裡會加上養生軒，我們希望除了客家播茶以外，以後還會出一些客家餐，希望我們的東西配合一些餐飲文化出來。(訪談資料 A2-07)

「玫瑰拿鐵播茶」，我們想說結合西式化，也就是融入西方的文化，讓客人尤其是年輕一代的學子更容易接受，接受度更高，因為年輕人喜歡拿鐵、咖啡之類的東西，我們就想說讓它變得更養生一點，希望現在年輕人少喝一些加色素、加香料的飲料，於是我們把西方的文化帶進來，改良傳統喝播茶的方式。(訪談資料 A1-04)

我們還是有傳統 DIY 播茶現播現喝，只是我們比較不喜歡做傳統 DIY 播茶，因為老街上處處都是，我們就是要想做出和別人不一樣的東西。我在農專修了五年課，希望也能發揮所學把我們的專業呈現在產品上(對食品的敏銳度)，所以我們覺得某些東西結合起來味道不錯，我們就會把它配出來，上面也可以灑一些可可粉很好喝。之後我們還會找一

些材料，研發可可焦糖播茶，未來有計畫與朋友合作開發播茶的點心，比如現在我們有出「播茶牛軋糖」，以後慢慢的會有一些客家的播茶糕點出來，就是播茶粉還可以做什麼？（訪談資料 A1-05）

表 4-2：哈客愛客家庄茶坊產品

	
<p>*養生播茶經濟包 傳統的播茶粉是一大包的經濟包，方便居家使用且較實惠。</p>	<p>*養生播茶隨身包 因應個人需求，而有攜帶方便、即沖即喝的隨身包。</p>
	
<p>*養生播茶金鑽禮盒 跟播茶的茶藝結合在一起，所以有金鑽禮盒和典藏禮盒。</p>	<p>*養生播茶典藏禮盒 養生播茶典藏禮盒，榮獲 100 年新竹縣十大伴手禮。</p>

資料來源：自行拍攝整理

表 4-3：哈客愛客家庄茶坊新產品

	
<p>*玫瑰拿鐵播茶 是一種食物上的創新，用傳統播茶和時尚咖啡交融泡製，是一種食物上的創新，也是一種視覺及味覺的雙重享受。</p>	<p>*播茶牛軋糖 結合跨食物的領域，跟牛軋糖結合在一起，是甜而不膩的播茶小點心，也可以當伴手禮。</p>
	
<p>*播茶鬆餅 像朵綠色小花的播茶鬆餅，是 DIY 最新的點心，加上小番茄和葡萄乾的點綴，看得出主人的用心。</p>	<p>*冰咖啡播茶 炎炎夏日，喝杯冰咖啡播茶，唇齒間交織著咖啡香和播茶香，真是人間一大享受。</p>

資料來源：自行拍攝整理

炎炎夏日將要來臨，最近又推出播茶 DIY 最新的點心「播茶鬆餅」，吃起來口感清爽不甜膩，再搭配一杯即將推出的「冰咖啡播茶」，唇齒間交織著咖啡香和播茶香，真是人間一大享受。

我們的產品是一項一項創新，播茶鬆餅是播茶 DIY 最新的點心，也可以單點，夏天到了，我們也要推出冰咖啡播茶，我們還想慢慢的研究播茶冰淇淋要怎麼做，要怎麼做比較好吃，先用手工不用機台，看看接受度如何。(訪談資料 A2-12)

客家擂茶一開始是地方特色與飲食文化的傳承，但在消費的過程中，客家擂茶已經從擂茶 DIY 的體驗形式，發展出便利的擂茶粉形式，除了本身具有的文化、符號、養生、便利性之外，更賦予一種禮物的形式，自用送禮兩相宜，從飽食、止飢、養生、便利到送禮，承載著客家擂茶意義的轉變（黃智絹，2011）。

在製程創新方面，姜瑞霖先生認為堅持完全是天然的食材，不加任何添加物，就是任何對身體有害的東西我們都不會考慮（訪談資料 B1-07），為了讓產品的品質達到最好的水準，每種原料進貨時，他都親自到現場去看、去了解、去做品質把關的工作，站在消費者的立場，期望每個人都能喝得放心、喝得健康。

我堅持完全是天然的食材，不加任何添加物，就是任何對身體有害的東西我們都不會考慮，（訪談資料 B1-07）就是站在一個消費者的立場，品質是第一個優先考量，也就是說不好的東西我們絕對不會進貨，一般原料進來時，我都先會篩選，因為這是我自己的本行，以前有學過，東西的好壞進貨時一定要去試（驗貨），去看看這一季的產品 o 不 ok、不可以用、品質到哪個水準，我都親自去看、去了解、去做把關的工作。（訪談資料 B1-03）

每一季東西的品質不會百分之百一樣，天候好的時候，品質會較好，天候不好的時候，品質會較差，農產品的東西就是靠天吃飯，你要一模一樣不可能，除非是靠香料才有辦法維持一樣，天然的東西就有點困難度，但是我們儘量要求達到最好的品質，因為農產品有等級之分，有好的、有次級的、有差的，所以我們會篩選比較上等的原料，因為原料多，只要有一種原料不夠好，勢必影響整個產品的品質。（訪談資料 B1-05）

我要堅持自己品質，要不斷求新、求進步，我不能一直維持在這個地方，後來我從這個同學的茶葉換到另一個同學的茶葉，把等級再拉高，因為我覺得茶這種東西喝起來的感覺不一樣，客人的接受度會更高，想把品質再打更穩。（訪談資料 A2-06）

為了讓每種原料發揮它的最大特色，姜瑞霖先生對每種原料的特色都要瞭若指掌，可以從外觀和口感來判斷原料的品質，才能調配出適合一般大眾溫和的、營養價值高的擂茶粉。

像茶葉的話，就要泡出來看，第一個看有沒有添加其他的東西，看它的顏色可不可以，第二個試喝看它的口感可不可以，而且是使用本地的茶葉，因為本地的茶葉安全性較高，品質也不輸外地的茶葉，且本地的茶葉外觀和茶水的口感都比外地好。北埔的茶園夏季都供應東方美人茶，

春季的茶葉就採收起來做生茶(綠茶)，一般來說春茶的茶水比較甘甜，做生茶最適合，夏茶就不適合，夏茶會有點苦澀，我都要了解每個東西的特性，才能判斷東西的好壞，才能在調配時發揮每個東西的特性，知道怎樣口感是最好的，還有它的營養價值要如何搭配是最好的。有些會上火的東西要斟酌，不然客人喝了會上火喝，我們要調配一種溫和的、不燥熱的，所有年齡層都可以接受的，所以東西的量有一個比例，因為只要其中一種東西改變之後，整個口感就會不一樣，農產品的東西你要百分之百是不可能的，還是會有誤差。(訪談資料 B1-04)

在服務創新方面，去年跟著新竹縣政府到大陸的天津和南京去參展，今年陸續還是會到大陸參展，希望藉此開拓視野，學習他人的經驗，並打響客家擂茶的知名度行銷到國際。莊碧芳小姐認為展出的效果還滿不錯(訪談資料 A2-08)，發現擂茶粉的銷售量有越來越多的趨勢，因此願意繼續去大陸參展。

去年去了天津、南京，今年四月底五月初準備去南寧，我們參展是先去學習，今年我又報名了上海台灣精品展，還有福州和南寧，南寧是跟著縣府去，上海和福州是自己報名，因為這次是大展，是代理商批我們的產品過去那邊賣，以我們公司的名字出去做展出，去打知名度，我也想說看看他們怎麼打市場，我也想看看別人怎麼做，也現場看看別人把我的東西怎麼賣，他們推銷最強的點在哪裡。很多東西要親自去才可以學到的，像我去國際世貿旅展，如果我沒有去，我真的不知道原來市場是這樣子跑，我從這裡的展出可以獲得這麼大的收穫，剛開始參展時，覺得整年度好像沒有什麼收穫，可是今年過年大家在送禮的這段期間，我就發現這個量衝起來了，有些是世貿旅展、台灣茶葉展的回頭客，我就發現越來越多，展出的效果還滿不錯。(訪談資料 A2-08)

有效運用政府資源的連結對商家的助益很大，哈客愛客家庄茶坊門市成立後，就是倚賴商圈輔導老師的協助，省下了設計費，門市今天才能滿溢溫馨的家的感覺。正如學者(張庭庭 2001；陳文萍 2010)都認為能結合各種資源、活用資源的人格特質，對創業是有正向的助益。

北峨寶這個商圈輔導老師會輔導店家做一些商品設計，包裝的設計，輔導幾個店家，有幾個名額是免費幫忙設計的，我們就是受輔導店家，他幫我們設計布置店面，東西他們幫忙採購，我們付費，省了設計費，這計畫不是沒有作用，這是要看店家的積極度，像我們就是追著老師跑，老師花兩天的工夫，一、二樓都布置好，這是目前唯一的政府資源連結。(訪談資料 A2-09)

目前播茶粉主要的銷售方式是到店面或假日在老街上直接購買，抑或直接與店家訂購，再透過宅配送到消費者手中，最近則和黑貓探險隊合作，可以在 7-11 的商品目錄及高鐵椅背上黑貓探險隊的雜誌裡，都有哈客愛客家養生播茶粉的介紹，透過黑貓探險隊跟店家下標購買，這是一個新的行銷方式，讓更多的人更容易認識客家播茶，進而喜愛上客家播茶。

最近在 7-11 商品目錄（物販 DM）中有我們的產品，這是雙方互相配合，黑貓宅急便配合每年年節的伴手禮，針對每個地區去行銷、去推廣，這也是他們從全國各地地方特色產品中去甄選，一年有三節，這次是配合端午節，內部先做篩選，接著請我們去解說，再進工廠去看看，做最後的審核，能夠獲得青睞真的是不容易（23 家），也是幫我們做行銷，這樣子推出去是全台灣的行銷。目前在高鐵椅背的黑貓探險隊雜誌中有各地特色的伴手禮，我們的產品也在其中，就像飛機椅背的雜誌中的商品目錄，就是透過黑貓系統下單轉單給我們，不像平常我們則是一對一直接對客戶，這是一種新的突破。（訪談資料 B1-08）

長期與北埔農會合作，幫農會代工客家播茶粉，透過農會體系的行銷，不但推廣了北埔的地方特色商品「客家播茶粉」，也間接打開了「哈客愛食品有限公司」的知名度。

我們是幫農會代工，也就是打農會的品牌，但製造商是寫哈客愛，目前代工了兩個口味，等我們沒有這麼忙的時候，陸續會再出一個口味，產品和農會是沒有區隔，當時就有要求東西要是一樣的，只是品牌不同，比如我們自己在產品做改良的時候，我也會比照把農會的產品做改良。（訪談資料 A1-15）

除了幫農會代工客家播茶粉外，因應廠商的需要，也為廠商提供特製的客家播茶粉，也就是做原物料的供給，讓廠商透過對播茶粉的加工，形塑另一項新的商品，創造了播茶粉新的價值。

老爺大酒店去年中秋節賣的播茶糕，就是用我們為它特調的播茶粉，有一家乳酪蛋糕店，他們要無糖無奶粉的播茶粉，因乳酪蛋糕裡面已經有奶，所以我們要為它特調播茶粉，就是看客人的需求，來調配播茶粉。（訪談資料 A2-13）

店面除了賣播茶相關產品外，還有一項貼心的服務，就是在門口有免費茶水的提供，讓旅客或單車客可以補給開水解解渴，也歡迎到店裡面歇歇腳休息片刻，因此哈客愛客家庄茶坊成為單車客經過北埔必定造訪的能量補給站。

在門口提供免費茶水，讓客人喝、讓騎鐵馬的補給開水或經過的過客喝，我本來要放冰仙草茶，但騎鐵馬的人認為運動後不適合喝涼的東西，他們覺得開水最好，而且他們的水瓶不容易塞住。(訪談資料 A2-10)

在技藝傳承方面，透過訓練一批批種子兵，慢慢擴出去做分店，把客家擂茶的技藝傳承下去，讓後代子孫仍能品嚐到客家擂茶香醇的滋味。

我希望能訓練一批往外擴的種子兵，我們就是把他當作自己的小孩在訓練，就像我們覺得自己的孩子訓練不錯。我的兒子一個小四、另一個小二，都是在老街長大的，所以有很多客人是她們的粉絲，都買很多年了，我也訓練孩子要有氣度，甚至同業做言語攻擊，我問我兒子他們罵什麼？他說我也不知道，就隨便他罵，我做我的，那時我就對我的兒子很自豪，我兒子可以不為所動也不會哭，我們不去做反擊，今天書你沒興趣讀，但至少你會做事。(訪談資料 A2-02)

夫妻倆先把基礎打好，有穩定的客源，先讓孩子經過社會經驗的洗禮，再回來接手，他們會更懂得珍惜這份父母用心經營下來的客家擂茶產業，讓這份精神繼續傳承下去。

目前是我們先經營好基礎，等孩子長大先在外面闖一闖有社會歷練再回來，這樣才能知道外面市場的型態，如果願意再回來傳承才能比較有經驗、比較用心，也才能繼續推展出去。(訪談資料 B1-09)

擂茶 DIY 有一定的步驟，要先把茶葉放入擂鉢，接著用擂棒慢慢磨細，再放入芝麻和花生一起磨，磨得越細，沖泡熱水時，喝起來的擂茶會更香醇、更美味。

這是個經驗傳承，一定要先磨茶葉，因為如果磨不夠細，待會喝起來會刮刮的，顆粒會比較粗，我們為什麼把茶葉、芝麻、花生要分開，因為花生和芝麻含有油脂，磨久會出油，如果和茶葉一起磨，茶葉又磨得不夠細，因為有油容易沾黏，要磨細就比較困難，所以要先把茶葉磨細，越細越好，再把有油脂的東西放下去磨的時候，就比較不會有這種情形。因為茶葉磨得不夠細的時候，沖泡熱水時味道比較慢、比較出不來，喝起來會比較不習慣，所以要分開磨，全部一起磨有可能茶葉會一整片黏在上面不好磨，會跟著跑，這是經驗步驟。(訪談資料 B1-13)

擂茶粉的製作也有一定的步驟，茶葉在高溫殺菁乾燥之後，要進冷凍庫房低溫研磨，儘量維持住它的原汁原味，因為原料有二十幾種，加工的方式因原料的

特性而不同，有發爆的、有糊化的、有炒的、有烘乾的，最後依照一定比例老闆親自調配成高纖養生播茶粉。

第一個茶菁要經過高溫殺菁乾燥之後，進冷凍庫房進行低溫研磨，因為綠茶怕熱經過高溫會氧化、會變色（比較褐色），我們維持低溫就是要保色，因為天然的綠茶跟外面有加染料的綠茶是不一樣的，所以在製造過程要求不能太高溫，儘量維持它的原汁原味，其他的部分加工方式也是滿多種的，有的是發爆的（靠壓力，讓原料膨脹，像穀類、糙米），有的是糊化的（蒸熟、研磨、糊化、乾燥），有的是炒的（香味比較容易出來，但要控制好火候，像花生），有的是烘乾，因為每種原料的特色不一樣，所以加工方式也不一樣，最簡單的就是烘乾（可以生吃的，像水果類、紅棗），所有原料變成粉狀後，再依比例親自調配。（訪談資料 B1-14）

在文化傳承方面，哈客愛透過口頭、官網和 DM 的介紹，把播茶文化介紹給客人，並巧妙運用向上飛揚的客家桐花圖騰在包裝和手提袋上，展現客家人樸實沉穩的個性，及哈客愛的用心和向上進取的心。

我們是在播茶 DIY 時，直接用口頭介紹，讓客人了解播茶的由來及播茶如何製作，本來在包裝上有印播茶的由來，後來從衛生局那邊知道不可以印，我們就把它取消掉，放在官網上和 DM 上，透過這種方式告訴客人。（訪談資料 A2-14）

老家前後到處都是油桐花，油桐花有樸實的感覺就像客家人樸實的個性，我們就以油桐花做為我們門市哈客愛的代表，採用油桐花做為我們包裝及手提袋設計的圖騰，袋子上只有「哈客愛」三個字，和數朵隨風向上飛揚的油桐花，代表我們的用心和向上進取的心，袋子要挺才有精神，看起來才好看。所以我們是用客家桐花去展現哈客愛的精神，表示客家樸實、沉靜的精神。（訪談資料 A2-15）

客家播茶是早期移民到臺灣的客家人食用的播茶，因時空的遷移，客家播茶與傳統播茶的風貌已經大不相同。哈客愛夫妻同心經營客家播茶，加入不少創新的元素，讓播茶在食材上更營養、在使用上更方便、在口味上更多選擇，在品嘗一杯簡便沖泡式的香醇播茶時，不可忘了渡海來台客家先民的艱辛，更不可忘了客家播茶背後所承載的客家飲食文化的精華，有空不妨坐下來親自播茶，不但可體驗要辛勤付出才有收穫的感動，更是凝聚親友情感的催化劑。

第二節 阿金姐工作坊－母女連心

第二個故事是竹東的「阿金姐」，當你來到竹東人聲鼎沸的中央市場買菜時，或許常常經過，但可能因為匆忙，從未放下腳步靜靜的聽、悄悄的看，在市場走到底的路旁屋簷下，有個用毛筆字寫出「阿金姐工作坊」六個字的木製古樸招牌，雖然不是很搶眼，但是卻可以看出歷經歲月的洗禮，在中央市場熱鬧的氣氛圍繞下，更能顯現出它的沉穩與寧靜。



圖 4-3：阿金姐工作坊門市
資料來源：自行拍攝

走近一看，你可以看見小巧的店面兩旁擺滿了各式各樣的植栽，充滿著蓬勃的生命力，走到門口，左邊有幾盆結滿黃澄澄果實的金桔樹，右邊鳥籠中有一對畫眉鳥正開心的歡唱，彷彿在歡迎我的到來。

走進店裡，你的目光立即被中國風木製櫥櫃上，整齊擺放玲瓏滿目的商品及殊榮吸引，這時阿金姐走上前熱情的說聲：「歡迎光臨。」並開始細心的一一為你介紹櫥櫃上的商品。首先介紹的是榮獲新竹縣十大伴手禮的桐花禮盒組，裡頭放了一罐香桔汁和一罐紫蘇梅，也可以自己搭配桔醬或脆梅，每個圓柱形玻璃罐瓶蓋上面都覆蓋一張用金色繩子綁著的桐花圖案的綠色紙張，繩子上還掛著「桔」字或「梅」字吊牌，第一次看見，就喜歡上它的簡單可愛。接著阿金姐又說：「傳統的客家桔醬是一種沾肉類、沾海鮮的沾醬，但是在一次客人誤把桔醬泡茶來喝，打電話來責難這麼難喝的東西怎麼拿來賣給客人？我非常感謝這個客人，這給我一個靈感，我就試著去研發有如韓國柚子茶沖泡方式的桔醬，也就是現在架上廣受歡迎的香桔汁，它不但可以泡茶來喝，也可以當果醬塗抹土司或麵包，深受小朋友喜愛。」

架上同樣的商品卻有多樣的包裝，例如桔醬，有大罐的是圓柱形玻璃罐裝，有小罐的是六角柱形玻璃罐裝，還有迷你罐，消費者可以依照個人需求購買，為了讓消費者使用方便，改變傳統把桔醬裝在玻璃酒瓶中，不但增加了便利性，也提升了商品的質感，可以當作伴手禮。尤其架上的迷你罐深深吸引著我，阿金姐說：「這是六福飯店放在客房裡，當作迎賓禮送給住宿的客人，或是新人在婚宴結束時，當做謝禮送給參加喜宴的親朋好友，雖然迷你，但禮輕情義重。」除此之外，梅子還有經濟包，包裝上還附了一支叉子，讓消費者方便食用，只是一支叉子，卻令我窩心不已。

此時，來了一位七、八十歲農會柑桔產銷班的老伯伯，高興的拿著自家種的芋頭來給阿金姐，因為阿金姐都是用保證價錢和產銷班的柑農採購酸桔，她唯一的要求就是酸桔不可以灑農藥，雖然外觀不漂亮，沒有關係。老伯伯離去時，她還提醒老伯伯要注意身體健康，明年還要跟他買酸桔。因為她堅持健康理念與深信利益共享，才是生意長久經營之道。

不久，阿金姐的女兒從後頭把裝箱的商品送到店面準備宅配，阿金姐是從桃園嫁到竹東的客家媳婦，先生是一個公務員，她本來是自己在婆婆經營的米店擺些醃製後的梅子來賣，後來接手米店後改賣醃製物為主，她的女兒本來在室內設計公司上班，後來回家裡幫忙。創業的性格好像會遺傳，女兒跟著她做，先生卻做別的，她們母女一起到處參展與找尋合適的合作廠商，希望好東西能和大家分享，這個故事的意義是我們可以看到一個家族與人格、一個女性與家族的創業。



圖 4-4：阿金姐工作坊母女圖

資料來源：自行拍攝整理

一、家族與人格

阿金姐工作坊的女主人是康阿金小姐，今年五十九歲，是桃園的閩南人，在二十二歲時，就嫁到竹東成為客家媳婦，育有兩女一男，從小在蘆竹鄉長大，雖是個養女，卻備受父母疼愛。公公是做醬油的，婆婆是賣米的，先生是個公務員，婚後先在醬油廠幫忙，後來婆婆身體不好，則接婆婆的米店。女兒彭巧嫻小姐今年三十七歲，學校畢業後則一直在外地從事室內設計的工作。

客家醃製物這個地方特色產業本來是康阿金小姐為了滿足家人及親友的味蕾，後來擺在米店加減賣，之後生意越來越好，就去農會毛遂自薦專心投入客家醃製物，女兒假日會回來幫忙，直到幾年前，才辭去工作全心投入，現在母女連心共同經營客家醃製物。

我是桃園蘆竹鄉閩南人，住的地方是個滿鄉下的地方，其實我剛結婚來這邊一句客家話都不會講，現在可以溝通了只是有閩南口音，結婚後就在家裡帶小孩，跟大伯住在一起，我們是一個大家庭，大伯做醬油，(我公公做東陽醬油)，開醬油廠的時候，我在裡面幫忙工作。後來因為婆婆的年紀大了，米店沒人接手，我就去接米店，米店有一項特色產品，娃娃吃的米麩，到現在已經有六十年了。接米店時，我就把米麩做得更多、更大，譬如買機器，後來覺得這樣的店面只賣米和米麩太可惜了，剛好小叔開體育用品社，需要繡學號，我做自告奮勇去學繡學號，那時候就賣米、帶小孩兼繡學號。(訪談資料 C2-06)

阿金姐從小到大很得父母疼愛，每天都過得很快樂，她認為直到婚後才真正體驗我的人生，酸甜苦辣才開始(訪談資料 C2-18)，才開始學做菜、才開始學用客家話與人交談，才開始了許許多多的人生的第一次。

我從小是當人家的養女，我幼年時康家庄是一個大家族，我從小就很得長輩的疼愛，所以我的童年是很快樂，我是很快樂的長大的，但是我們是鄉下人，女孩子書就讀不多，上班時爸媽還是很疼。一直到結婚嫁到竹東來，才真正體驗我的人生，酸甜苦辣才開始，不管是當小朋友或當小姐時都很快樂，一直長大到，我的婚姻是革命出來的，我的家人不允許我嫁給客家人，中間其實滿掙扎的，最後我還是選擇嫁給客家人。(訪談資料 C2-18)

結婚以後，到了一個完全陌生的環境，語言完全不通，每天面對著婆婆很難去溝通一些話，剛結婚時我有戰戰兢兢的當過客家媳婦，我每天擔

心自己會做錯事，或講錯話。因為我先生到外地上班，我跟婆婆、大哥在一起是一個大家庭，我是從零開始學習客家話，我是從零開始學習做飯，這個過程其實滿辛苦的。慢慢的小孩出生，教育小孩，我是很有當人家媳婦的心態去接受婆婆，婆婆教你做什麼，我就很虛心的學習，完全從頭學起，當人家的媳婦、當人家的老婆、當人家的媽媽。(訪談資料 C2-19)

阿金姐是個自我要求較高且富有學習精神的人，認為一個人要不斷的學習、不斷的進步，才不會被時代淘汰，既然決定要做，就要盡力而為，也常鼓勵兒女多去學東西，阿金姐認為要從學習中去領悟和讓自己慢慢去喜歡(訪談資料 C2-23)。女兒巧嫻深受阿金姐影響，會利用空閒時間去上課、去進修，做任何事都全力以赴，盡量做到最好。正如學者(Bennett & Dann, 2000; 趙亦珍, 2001; 張庭庭, 2001; 張曉楨, 2004; 張育美, 2006; 陳文萍 2010)認為高度自我成就的追求和積極主動的學習力，是創業成功者不可或缺的人格特質。

我很認真的做我的工作，我對我的工作會要求比較嚴格，我做我的東西都會很盡心的去做，我做事情比較「龜毛」，譬如我在做包裝時，我的包裝一定要包裝的完整漂亮我才有放手，所以在包裝上，只要產品一出來，我馬上做跟別人不同的包裝做區隔，自我要求會比較高。(訪談資料 C2-20)

我很喜歡做菜，我會把我的菜煮得漂漂亮亮、很可口、很美觀這樣子端出來給客人吃或家人吃，包括家人我也會色香味配好，我從不會煮菜到後來去考烹飪執照，我也有買書自己學習。我到那個地方去吃飯，我覺得某個菜很不錯，我回家後就學做，醬料中有哪些材料，我試吃後大都知道裡面有哪些材料，我對吃的敏感度比較高，所以我很喜歡研究做菜。(訪談資料 C2-21)

對自己要求高，滿有學習的精神，什麼東西不會我就去學(國中補校)，唯一沒有去學的是開車，因為我覺得我已經夠忙了，我不能再去學開車，還有一點我留點工作給我先生做，送貨的時候他開車我休息，讓他有表現的機會。(訪談資料 C2-28)

回來接這個工作以後，我會開始就會慢慢去上一些課，做一些進修，受媽媽的影響，所以我在做任何事都全力以赴，像學生時代，雖然愛玩，玩的時候也是全力以赴，考試、交報告也是全力以赴，也就是說盡我所能去做我該去做的事。(訪談資料 D1-05)

阿金姐是個認真盡責有規畫的人，當什麼角色時，就克盡職責把那個角色的本分做好，當遇到困難時，女兒巧嫻指出媽媽只想問題要如何做突破，她會想盡辦法去突破所有的難題（訪談資料 D1-02）。正如學者（張庭庭，2001；鄭美玲，2001；李玲梅 2005；陳文萍 2010）認為一個成功的創業家必須能勇於對自己負責，並能面對挑戰持續解決問題，才能因應趨勢而開創新局。女兒巧嫻從小在阿金姐耳濡目染之下，自然而然也是個做事認真有規畫的人。

我覺得媽媽是一個比客家女人還像客家女人的閩籍客家媳婦，因為聽她說從小時候到現在，她在工作上，譬如她當職員時，她是很認真工作，她當媳婦時，她是一個全職的很認真的媳婦。哪怕是語言上有隔閡，她都是想盡辦法去突破，像她現在客家話比閩南話還溜。她當媽媽時，她是一個很盡責、很認真的媽媽，她就是全職、全心全力把我們照顧好；她當老婆時，她也是一個很盡責的太太，就是把家中所有的大小事都打理得很好，爸爸就是不用擔心其他的事情。包括教育之類，絕大部份都是媽媽在教導我們，而且她是一個很有規畫的人，她在規畫她的人生每個階段的時候，她是很清楚的，等到我們長大了，不需要接送上下學，她才全心全力投入梅子這個產業，她真的是刻苦耐勞不會去想困難在哪，她只想問題要如何做突破，她會想盡辦法去突破所有的難題。（訪談資料 D1-02）

當學生時，生活目標就是以玩為主，出來工作時，相對我們就是很認真在工作，腦中想的就是一份工作的事情，這是對我們最大的影響。（訪談資料 D1-04）

慢慢的我也學習到要去做規劃，因為以前比較沒有規畫，想到什麼就去做什麼，回來家裡之後，因為這樣的性格讓我在工作上遇到了一些挫折，在醃製物這份工作中，讓我學習去規劃，去規劃一些工作，去規劃一些目標，去規劃一些細項，所以就開始用這樣的規畫去走阿金姐工作坊的每一步。（訪談資料 D1-06）

阿金姐是個喜歡接納他人建議與追求進步的人，她不會自滿於現狀，而會不斷的要求自己如何做會更好。母女倆共同的話題都圍繞在工作（客家醃製物），不斷去思考如何讓阿金姐工作坊能做得更好，也因為客家醃製物讓母女的情感更濃密。正如學者（Priscilla，2000；Morrison Breen & Ali，2003；Collins，2007；Sinisalo & Komulainen，2008；張庭庭，2001；鄭美玲，2001；張育美，2006）指出，有目標、有遠見、有企圖心和不滿足於現況的人格特質，是企業成長及邁向成功的重要因素。

有人跟她說，你的梅子可以怎麼樣、怎麼樣，她也很欣然的接受，不會說我這樣子就可以了，我覺得這就是她在我們客家庄裡，我跟其他長輩相處，唯一的、最大不同的點。因為客家人給人感覺比較保守，通常覺得我這樣就好了，我這樣就可以賺錢了，可是她不會，她會覺得如果我可以再進步，如果我可以再.....，會有很多的如果，所以在我看來，她是一個非常認真和投入在自己的人生中的一個媽媽。(訪談資料 D1-03)

我要往上提升我的商品，有的人安於現狀，尤其我現在小孩回來幫忙，我總是要讓他們更上一層樓，畢竟他們的人生還很長，做這東西你不進步就是退步，別人一直進步，相對的你就是退步。(訪談資料 C1-18)

因為我回來了、我參與了、我投入了以後，我們開始有了共同的話題做連結，對於這共同的話題，我媽媽的態度是很開放的，她不會覺得說一定要按照我的樣子、我的方式去做，她會願意傾聽，去聽聽看我們想要表達的事情和我們的用意，她會去斟酌，最後的決定權還是大家共同協議出來，並不是媽媽一個人說的算，或是我一個人說的算。(訪談資料 D1-07)

阿金姐本來是在家裡顧米店、帶小孩兼繡學號，看見家人喜歡吃梅子，就跟婆婆學做梅子，後來為了兼顧家庭與工作就在店面賣起梅子來，而與客家醃製物結下了不解之緣。正如學者認為是為了兼顧家庭與工作而創業 (Browne, Moylan, & Scaife, 2004; 楊敏玲, 1993; 趙亦珍, 2001; 楊淑美, 2001)。

嫁過來後婆婆會做，先生愛吃，家人都愛吃，就跟著婆婆學，因為客家人很節儉，做出來的梅子很酸很鹹，比較不好吃，後來想說要做給孩子吃，不可以那麼鹹，於是要做改變。改變當中一開始做五十斤、一百斤分送親朋好友，大家覺得很好吃，就會委託我做，就有人提議乾脆拿出來賣。因為婆婆家中開米店，於是接米店在店面上就擺一些梅子，第一年就做五百斤來賣賣看，結果還不錯沒多久就賣光了，後來想想，米店生意沒落了，再來賣米真的不好賺又很辛苦，反觀賣梅子的利潤還不錯，於是就想說是不是慢慢來做個轉變。於是就在看米店同時帶小孩兼賣梅子還幫人繡學號，從這中間覺得賣梅子利潤不錯，還可以兼顧到家庭，所以就開始做來賣。(訪談資料 C1-03)

女兒彭巧嫻小姐本來是在外地從事室內設計的工作，看見父母年紀漸大，本想回家幫忙一年，但投入後卻產生了情感，感動於許多人對文化默默的付出，因此決定留下來，母女連心共同為阿金姐工作坊努力。正如學者 (Bennett & Dann, 2000; Sinisalo & Komulainen, 2008; 鄭美玲, 2001) 認為是為了繼承家業而創

業。

因為爸媽年紀有點大，姐姐出嫁，弟弟去當兵，需要一個會開車的人，又因為爸爸那時心臟不好，如果隨時有問題時，有一個人可以接送，那時候給自己的設定就是回家一年。回來之後，反而因為你的投入，開始對這個產業了解後，會投入一些情感，加上週邊的人對你的一個期許，你就會覺得好像不能這樣就放棄，就開始越做越多，越來越投入。開始認識週邊的人事物之後，你會發現其實有很多人默默的在為文化這一塊作很多很多的付出，在產業上她們不以營利為目的，反而是希望可以為社會帶來一些有意義的事情。(訪談資料 D1-01)

阿金姐從賣米的龍豐商店，到以賣梅子為主的容園梅鋪，一直走到現在以賣醃製物為主阿金姐工作坊，二十幾年的歲月，她很慶幸，每一階段都有遇到一些貴人。從一個沒有人認識的容園梅鋪的醃製物，透過園區生活雜誌的報導，讓 sogo、新光三越的開幕看見了，也把東西推到園區去，讓園區的人也看到了。阿金姐認為一路走來有很多貴人在扶持我、幫助我，在某些點我比較不懂的地方，他們都願意來幫助我，順水推了我一下，我常講我是鴨子滑水很努力，很幸運就是後面有人推了我一把，(訪談資料 C2-08) 一直走來她感謝農友、感謝長官、感謝顧客的愛護，更感謝親朋好友的支持與協助。正如學者(張庭庭，2001；張育美，2006)認為女性創業家擁有感恩心、同理心、回饋心的人格特質，是企業能永續經營不可或缺的因素。

McCullough et al. (2002) 將感恩心定義為「以正向情緒來辨別與回應人事物對自己的正向經驗和結果的貢獻與善意的心理歷程，此心理歷程包含認知、情緒、行為上的特徵」。有句俗諺也說「吃果子拜樹頭」，都是在告訴我們要知恩、感恩、報恩，阿金姐時時心存感恩心，感謝一路走來曾經幫助她的人，也不忘找機會表達出心中的感謝。

在人生規畫中沒有想過會走這條路，以前想說找個公務員或上班族結婚，之後在家做個小生意和帶小孩就很滿足了，也沒有想到會做這個生意，真的要謝謝新竹旅行社的李總，是他把我帶出去，把我的東西報給園區生活雜誌，他是很龜毛的人，先把我的東西拿到食品研究所檢驗，檢驗員告訴園區生活雜誌，檢驗結果確實沒有添加物，可以安心報導，我好高興，也很感謝園區生活雜誌的何總編。(訪談資料 C1-06)

報導時還是傳統包裝，想說園區的人已經認同我的產品，我想我也應該跨前一步，那時有一家店叫「桔仔店」，我就很大膽，我就騎著摩托車，帶著我的產品自我推薦，朱經理人不錯，試吃後他告訴我，阿金姐，你

的東西很好吃，但是我給你一個建議，要包裝，我們就給你上架，很感謝朱經理給我這個機會，讓我的產品有更多展示的舞台。(訪談資料 C1-07)

有一個客人買了桔醬，回家之後泡來喝，她說真難喝，她打電話來罵，說你們做的是什麼東西真難吃，我說你怎麼吃呢？他說我泡茶喝啊，我說你錯了，客家人的桔醬是沾醬，可是你們沒有寫上去呀，對不起是我們的疏忽，謝謝你的提醒，這通電話給我了靈感，於是那一年我們就推出新產品沖泡式的桔醬—「香桔汁」。(訪談資料 C1-09)

從農委會的活動開始，我介入了農委會的伴手計畫到百大精品，我幾乎有送出去就會入選，後來停頓了，因為太多次了想把機會讓給大家。剛好客委會的活動開始在輔導廠商，我就加入客委會，這是在百大精品時，被客委會的副主委看到，就把我們列入輔導廠商，之後在客委會的書刊上幫我們做了產品的介紹，慢慢與客委會有接觸。後來大型活動就用我的東西來送禮，因為他們認為我的客家桔醬在眾多廠商中，包裝算是較精美的，內容物也是 ok 的，甚至現在的主委，他們活動出去也喜歡帶我的東西，像我的桔祥袋他們的辦公室隨時都放著，有外賓來他就送，所以在這個過程中我一直感謝長官，他們有注意到我們的東西，在品嚐我的東西時，會從裡面看到我們的用心。(訪談資料 C2-09)

Bryant (1982) 將同理心定義為「替代感受他人情緒反應及經驗的能力」。也就是說能將心比心站在他人的立場，多為對方設想，阿金姐常保有同理心，用保證價格收購農會產銷班柑桔班的酸桔、家政班媽媽做的花布袋和在地農民的紫蘇，阿金姐認為不是什麼錢都我自己在賺，我願意和大家分享這個成果，當初只是轉個念（同理心）(訪談資料 C2-13)，卻創造了產品新的價值。

我用保證價格跟我農會產銷班的果農收購酸桔，你就要種好的品質給我，讓我賣好價錢。前幾天開班會，我遞給我的班員一個好消息，明年摩斯漢堡可能會繼續和我們合作，因為樣本已經送出去，還有一個台南里仁有機店和我們談合作，你們務必把產品顧好，不要有農藥殘留，我們會把產品做更好層面的推銷，今年合作的價格會比往年更好，我的班員就很高興，別人最高價錢是十四塊收購，而我用十六塊收購。附近的果農很多人想賣給我，賣給我的前提是不要噴農藥，產品要健康，我走的路線不是在市場擺攤，我會跟他們教育，我要怎樣的品質，可能你會覺得我要你的蔬果不要噴藥，可能皮沒有那麼漂亮沒有關係，我要的是健康。我覺得我的班員很好，我賣得好，你們的東西我高價跟你們收購，廠商賣出去的東西很有品質，所以我慢慢把我的東西推出去，因此我們

創造了三贏。(訪談資料 C1-12)

農民要的不多，這不是錢的問題，問題是他看到辛苦一年種出來的東西沒有人要，覺得那個東西掉光很可惜，所以我常說農民要的不多，要的只是他種的東西有人收購，他就很放心了(訪談資料 C1-17)。

這袋子本來是家政班媽媽在做，但是賣得不好，因為滯銷我就跟他買了一百個回來，我就把東西放進去擺一擺。第一個客人我沒賣他，我只是擺在架上裝飾，她告訴我這個有賣點，而且現在正逢過年可以考慮拿來賣，沒想到那一年賣得很好，我就馬上請家政班媽媽幫我再做，第二年我就參加農委會的百大精品，很幸運進入百大。當時提倡愛地球做環保，我的袋子剛好有環保概念，又是和農會產銷班的一種結合，它的價值在於，我跟農民的互動、我跟家政班媽媽的互動，到後來我推出單瓶的時候，我跟殘障協會團體的互動，也就是說不是什麼錢都我自己在賺，我願意和大家分享這個成果，當初只是轉個念，把自己的商品與家政班媽媽的花布袋結合，並取一個桔祥袋的名字，沒想到有意想不到的成果。(訪談資料 C2-13)

我的紫蘇就和在地的農民合作，我一樣保證價格收購，紫蘇是一個很好種的產品，客家庄的菜園都一定會有幾棵，家家戶戶都有，但是她們不知怎麼處理。有時我會透過 DIY 教學教他們怎麼處理，我就會找一兩個農民合作，你種的紫蘇都賣給我，幫我照顧好不要灑農藥，其實紫蘇不貴，但你想只有在梅子季節才有人跟你買紫蘇，梅子季節一過，紫蘇就沒有用、沒有人要，我不用，一整年不管什麼時候採給我，我都四十元跟你收，他們非常高興，種一次可以採收半年以上，何樂而不為，我跟農民就有一個很好的互動。(訪談資料 C2-27)

回饋心就是「取之於社會用之於社會」的信念，阿金姐一直秉持著取之於社會用之於社會的精神，認為現今阿金姐工作坊能有點成就，要歸功於一路走來社會上曾經幫助過她的人，她還進一步將「感恩心」轉換為「回饋心」，去認養兒童、去做公益活動、去幫助需要幫助的人，讓社會散發更多光與熱。

在這幸運當中我要感恩，社會給我們這些資源，其實在很早我們就灌輸小孩要回饋，例如：認養兒童跟家扶中心、世光教養中心等弱勢團體做互動，他們每一年的義賣活動，我們都會去參與，或是長安老人安養院我們都會不定時的去捐款。這一兩年我們有跟世光的中度殘障兒童做互動，我們在做桔醬的時候，就拿桔子給他們剝，例如我給外面的阿婆剝一籠是一百元，我給世光剝一籠是兩百元，看他們的能力可以幾籠我就

給他們幾籠，像世光的感謝狀或其他的感謝狀我非常多，都是每年去參加他們的一些活動，讓小孩去看看。甚至像我小兒子，當兵的時候是替代役，要回到自己的家鄉服務成績要好，結果成績有前三名，他問我要選縣政府還是仁愛啟智中心，我說你去仁啟，去看看那些殘障人士，後來就去仁啟當兵，他說那邊的人好可憐，我說你要有愛心去幫他，因為兒子在那邊，於是與仁啟就有互動。(訪談資料 C1-10)

阿金姐母女以愛家人的心釀造絕不添加防腐劑、甘味劑與色素等人工添加物的客家醃製物，在產品求新、求進步時，堅持「自然、健康、環保」的經營理念，以達到友善健康、友善農民、友善環境，並時時參與公益活動，回饋社會，不僅堅持做「好」的商品，也堅持做「對」的事。

二、傳承與創新

綜合 Betz(1987)和 Schumann (1994) 的看法，我在分析客庄文化創意產業的女性創業家創新的構面時，將創新分為產品創新、製程創新、服務創新三類。

在產品創新方面，阿金姐工作坊的醃製物在包裝上，依消費者的需要分為隨身包、大罐裝、小罐裝、迷你罐及各種送禮的禮盒，其中經濟包為方便消費者食用附一支叉子，是一種貼心的設計；大罐裝或小罐裝皆使用寬口的玻璃瓶取代傳統玻璃酒瓶，增加便利性並提高質感；迷你罐則是飯店或喜宴送客的小禮品，小巧可愛且攜帶方便；桐花禮盒組獨特的口感及簡單環保的紙盒包裝，曾榮獲 100 年新竹縣十大伴手禮；桔祥袋是和農會家政班合作，用客家花布製作的，喜氣洋洋更是大受歡迎；手工木製禮盒採可重覆使用的木盒，蘊含著早期農庄媽媽用木盒裝午餐提到農田給丈夫和孩子享用的心；食在客氣禮盒是最新的禮盒包裝，打開客家花布門，別有洞天。

傳統的客家桔醬是裝在玻璃酒瓶中，方便性不高，倒的時候不好倒，可能噴到滿身都是，我們就是從這一點做考量，而且玻璃酒瓶沒有質感，送禮不會做考慮，現在我們是裝在寬口的玻璃瓶中，方便性較高。(訪談資料 C1-02)

表 4- 4：阿金姐工作坊產品

	
<p>*紫蘇梅、脆梅經濟包 拉鍊式的經濟包為方便消費者食用附一支叉子，是一種貼心的設計。</p>	<p>*桔醬、香桔汁迷你罐 小巧可愛且攜帶方便的迷你罐，是飯店或喜宴送客的小禮品。</p>
	
<p>*桐花禮盒組（2人） 經客委會輔導的桐花禮盒，曾榮獲 100 年新竹縣十大伴手禮。</p>	<p>*客家桔祥袋 用客家花布製作的桔祥袋，是和農會家政班合作，喜氣洋洋很受歡迎。</p>
	
<p>*手工木製禮盒 重覆使用的木盒，蘊含早期農庄媽媽用木盒裝午餐提到農田給家人享用的心。</p>	<p>*食在客氣禮盒 是最新的禮盒包裝，打開客家花布大門，別有洞天。</p>

資料來源：自行拍攝整理

阿金姐工作坊的醃製物在口感上，一直力求健康外，也期望能滿足一般消費大眾挑剔的味蕾，因而與原住民合作，在傳統的客家桔醬中加入原住民特色食材－馬告，讓沾醬增添檸檬香茅般的香氣，而研發出「客家哇沙米」，提升了桔醬和地方特色環境的關係；且在一次美麗的錯誤下，消費者告知客家桔醬泡的茶這麼難喝，因而研發出有如韓國柚子茶般，香甜好喝的沖泡式桔醬「香桔汁」，除了可以泡茶來喝，還可以當果醬塗抹麵包，深受大家喜愛。

「客家哇沙米」是我們與原住民合作，在傳統的客家桔醬中加入原住民特色食材－馬告，就是在提升桔醬和地方特色環境的關係，一講到「哇沙米」就知道它是沾醬，沾海鮮、沾肉類，當他們知道是客家桔醬加入原住民的馬告，讓沾醬增添檸檬香茅般的香氣，還把原住民的東西提升到不同的境界，經過包裝行銷後，整個產品的感覺和價值就不一樣。(訪談資料 C1-01)

用桔醬去衍伸一個泡茶的、塗麵包的商品「香桔汁」，慢慢的它的產能超越了桔醬，因為吃桔醬的人口有限，可是當我泡茶出來給他喝的時候，並介紹這個東西不但泡茶、塗麵包很好的時候，他會買大罐的，而且買回去之後，很快就吃完了，很快就想再跟你買，所以現在變成桔醬和香桔汁是我的主打商品。但銷售最好的還是香桔汁，因為用途很廣，包括現在我跟麵包店的合作，冰淇淋店的合作，跟很多很多的烘培坊合作，都是用香桔汁這個商品去推，我很慶幸，我推這個商品推得很有自信，而且接受度越來越好。(訪談資料 C2-11)

表 4-5：阿金姐工作坊新產品

	
<p>*客家哇沙米 客家桔醬中加入原住民特色食材－馬告，提升了桔醬和地方環境的關係。</p>	<p>*人蔘蘿蔔 用梅汁去醃製，把原本要被農民當做肥料的小蘿蔔，讓它發揮最大的價值。</p>

資料來源：自行拍攝整理

阿金姐認為在產品的豐富中間你不可以背離你的產品太遠，所以我們就一直在思考要如何延伸我的商品，或是說我要怎樣和在地的農民做結合（訪談資料 C2-14）。「人蔘蘿蔔」是阿金姐目前開發的新產品，秉持著不和舊的產品背離太遠的理念，而是要具有相輔相成的功效，所以人蔘蘿蔔是用梅汁去醃製，原本要被農民當做肥料的小蘿蔔，讓小蘿蔔發揮它最大的價值，也挺受消費者喜愛。

我請農民把要當綠肥的小蘿蔔，頭尾都留下除理乾淨給我，只要不要噴農藥，我以保證價格收購，市價大蘿蔔一斤 15 元，我以一斤 20 元收購小蘿蔔，他們非常高興。我要用我的梅汁醃製小蘿蔔，她原本要廢棄的田，因為我要小蘿蔔而多賺了一萬多元，我把垃圾變黃金，我把我外型不大好看的梅子就拿來醃製本來就要廢棄的小蘿蔔，我的梅子不會浪費掉，他們的蘿蔔也不會浪費掉，他們還可以多賺一些錢，我們會不斷嘗試開發新的產品，而且新的產品不可以和舊的產品背離太遠，一定是相輔相成上去。（訪談資料 C2-15）

傳統的蘿蔔是醃醬的東西，一定要配飯否則太鹹，我就改變一個方式，我就用梅子去醃，蘿蔔會變成當零嘴吃，吃起來口感很好，形狀又很漂亮、很可愛，引起你的食慾不停吃，很多客人說，蘿蔔買回去邊看電視、邊拿來吃，你一口我一口就吃光了，倒回來買了好幾杯。（訪談資料 C2-25）

在製程創新方面，阿金姐在製作脆梅時，為了保留住梅子的「營養」，堅持泡水只要十二個鐘頭，而不是一般人認為，梅子泡越久越能將梅子裡酸澀的水流失的比較乾淨，就比較不會苦苦澀澀的，這樣的堅持我們才能品嚐到脆梅天然的、營養的元素。

做脆梅的步驟之一「泡水」，有些人會教你泡一天一夜或兩天一夜，如此酸澀的水會流失的比較乾淨，就比較不會苦苦澀澀的，可是我都堅持泡水只要十二個鐘頭，堅持儘量保留住梅子的營養，因為泡太久會沒有「梅味」，營養都流失了，最後就用糖去醃製，只是吃到梅子的肉和糖水，沒有吃到梅子本身具有的元素。雖然剛做好的梅子沒有這麼好吃，我都跟客人說剛做好的脆梅會有點苦苦的，可是我的客人她們已經習慣了，這個才是健康的，甚至我的梅子做了大概一個或兩個禮拜以後，慢慢會有杏仁的香味，我沒有放那些添加物，梅子本身就會呈現一種杏仁味，如果想吃比較順口的梅子，要放一陣子再吃。（訪談資料 C3-01）

我做出來的梅子，一個禮拜、兩個禮拜、三個禮拜、一個月、兩個月、

三個月、半年、一年，其實它呈現出來的味道都不一樣，口感不一樣，它的香氣一直在變，一直在轉換，你說我的梅子好吃嗎？我不敢說很好吃，可是我的梅子一定很健康，我堅持的就是保留它的原味，再來就是不添加任何化學的、人工的甘味劑，所以吃我的梅子的人，其實他們已經有個習慣吃梅子就是要找我的，因為他們吃得安心。（訪談資料 C3-02）

阿金姐在製作桔醬時，為了保留住酸桔的「香醇」，堅持在製作過程中不加水和一些化學的物質，不像一般坊間都會加水或一些化學物質，增加它的內容物或色澤，她的堅持消費者才能吃到百分之百桔醬的濃、稠、香。

有人說人家那麼大罐一百元，你那麼小罐一百元，我說人家那麼大罐一百元我也可以做，我加一些水下去、加一些粉下去、加一些調味下去，就變成大罐的，但是你就吃不到口齒留香的味道。（訪談資料 C1-16）

我堅持我的桔醬不加水，不加一些化學的東西，不加一些可以增加色澤的東西，所以我的桔醬是百分之一百的，純酸桔去研磨出來的，所以我的桔醬在市場上就會有一種區隔，吃過的人會覺得我的桔醬「濃、稠、香」，所以單價會比市場高，因為沒有稀釋。（訪談資料 C3-06）

阿金姐在製作客家醃製物時，不管是梅子、酸桔或紫蘇，為了保留住農產品的「新鮮度」，堅持摘採下來後，馬上做後續的第一道加工的手續，不讓時間搶走了農產品最原始的鮮美。

我買的原物料不一樣，因為我買的梅子是我哥哥山上採好的，當天晚上就送到竹東，隔天就開始做，做到晚上我要下班以前，第一個步驟全部要做好，挑挑好，泡水要泡著，它就不會繼續成熟。因為你買的梅子是在市場買的，它採下來到中盤，中盤到這邊，這邊再到你手上，或是在這賣了兩天沒有賣完你買回去做，你看起來綠綠的，其實它裡面已經黃化，前三個月是脆的後面會變軟，因為這樣所以和市場不一樣。（訪談資料 C1-15）

成熟的酸桔我要他們用拔的，一顆一顆拔下來不要有蒂頭，因為蒂頭多了會影響品質，用拔的酸桔不能保存、有傷口，所以拔好的酸桔馬上要剝皮，第二天就到工廠去進行加工。（訪談資料 C3-05）

別人是用曬乾的紫蘇，而我用的是新鮮的紫蘇，濕濕的，它的顏色和氣味比較好，當我打成泥時，摩斯漢堡說我們就是要這個味道，這個味道

才香，摩斯漢堡第一支有推出青梅醬，青梅醬酸酸的沒有香氣，我的是軟梅加上紫蘇，它有香氣、有顏色，比以前青梅的賣相更好，比他們預期的提早賣完。（訪談資料 C1-13）

阿金姐在製作客家醃製物時，不管是梅子、酸桔或紫蘇，為了追求「健康」的理念，堅持農產品不可噴灑農藥，且在製作過程中不添加防腐劑、甘味劑與色素等人工添加物，為消費者的健康把關，讓消費者吃得健康、吃得安心。

賣給我的前提是不能噴農藥，產品要健康，我走的路線不是在市場擺攤，我會跟他們教育，我要怎樣的品質，可能你會覺得我要你的蔬果不要噴藥，可能品質沒有那麼漂亮，皮沒有那麼漂亮沒有關係，我要的是健康。（訪談資料 C1-12）

東西都是健康的，從一開始我做這個東西，就不是想要賺錢，我就會一直朝著這方向去走，當我接到農會桔醬的生產時，我就有想說我要跟著梅子的腳步，這樣我的客戶群才回結合，我想說要做得好吃一點，貴一點沒關係，但是要健康。（訪談資料 C1-14）

在服務創新方面，阿金姐工作坊的客家醃製物除了在自家店面、百貨公司、有機店銷售外，會每個月定期參加竹蜻蜓綠市集在清大成功湖畔舉辦的市集活動，也會不定期參加機關團體邀約的活動，透過參展讓更多人認識阿金姐工作坊的醃製物，阿金姐認為我們自己去做量有限，外面的消費者吃到我們東西的機會有限（訪談資料 C2-16），所以現在還和多家廠商合作，做原物料的提供，像漢堡店、冰淇淋店、烘培坊等，透過和原物料的廠商合作，讓更多人更容易吃到阿金姐工作坊的產品。

現在我有這麼多點和里仁這個區塊，里仁全國有八九十家有機店，我們自己再找一些廠商，接下來要走的，我們要做原物料的提供，因為原物料的提供不需要做那麼多的包裝，因為小包裝須要很多人力成本很高，原物料一桶一桶賣，只要講求安全衛生，我們後續想往這樣的方向走。其實我們喜歡是這樣的，因為我們自己去做量有限，外面的消費者吃到我們東西的機會有限，透過原物料的廠商出去，會讓更多人看到我們的商品，你好的東西，去做不同的料理、不同的變化，呈現出來的還是好的味道。（訪談資料 C2-16）

像摩斯漢堡，第一次來的時候我們以為是詐騙集團，一來就問：我們要五、六千斤桔醬你們有嗎？離開之後，就上網查結果真有這家公司，慢慢就去磨合，他說我們的商品是創店以來最精典的商品，那個味

道、那個顏色很棒，我們就合作，五、六千斤下訂單給我，我們都有檢驗報告，很符合他們的需求，很感謝摩斯漢堡，他第一次跟我做的桔醬香桔汁推得那麼好，第二次是用紫蘇梅醬。(訪談資料 C1-11)

阿金姐工作坊的客家醃製物去年也曾多次到大陸參展，但今年則放棄參展，阿金姐認為我們小農沒辦法跑這樣的，太辛苦了又沒有利潤，而且沒有效果的(訪談資料 C3-10)；女兒巧嫻則認為產品畢竟是手工的東西，如果今天訂單的量真的很大的話，說真的我不知道該怎麼辦，我寧可把腳跟扎穩，向下扎根(訪談資料 D1-09)，因此母女倆決定把時間和精神花在台灣，腳踏實地的在自己的國家努力耕耘客家醃製物。

因為很累而且以我們的產品的利潤來講，到大陸參展是划不來的，你不要想要去賺錢，就算說只是要去推廣，我也覺得我的東西不適合我這樣去推廣，像去年我們去那麼多趟(五次)，每次光是運費就花了一萬多元，機票有時有補助，住宿自付，算一算都划不來。(訪談資料 C3-09)

到國外花了這麼多時間和精神，我情願把那些時間和精神花在台灣，我相信效果不會比大陸差，去大陸是未定數，變數很大，在台灣腳踏頭頂都是自己的國家，有什麼問題也比較好解決，我不會迷思說去大陸，我還是覺得實際一點比較實在。沒賣完也帶不回來，所以可能會賠本出售，我覺得這就是一個惡性循環，下次辦展覽他就最後再來跟你買，所以我不喜歡這種文化。(訪談資料 C3-11)

我覺得我們還是要把腳跟扎穩，讓它好好在台灣生根、落實，因為我覺得如果我們現在去想大陸這個環境的話，我們畢竟是手工的東西，如果今天訂單的量真的很大的話，說真的我不知道該怎麼辦，我寧可把腳跟扎穩，向下扎根。(訪談資料 D1-09)

阿金姐母女除了透過參展，讓更多人認識阿金姐工作坊的客家醃製物，母女倆更積極投入學校或有機商店的教學與推廣，期望更多年輕學子透過 DIY 的教學活動，能從小就認識客家醃製物，能從小就品嚐過客家醃製物的味道，進而在記憶中留下幸福的滋味。

前不久，去新竹陽光國小做梅子 DIY 教學，另外竹東幼稚園是讓小朋友去認識桔醬，也有做梅子 DIY，希望透過 DIY 教學讓小孩子從小就可以認識這樣的東西。我覺得小時候記憶中的味道是很重要的，那個味道即便你已經很大了還是不會忘記，如果他的記憶裡頭是全家人一起吃梅子或桔醬，他的記憶中就有幸福的滋味。我們希望可以推廣到這

樣子，讓更多年輕人認識傳統的客家桔醬、梅子或更多醃製物，像瓜、薑這些。(訪談資料 D1-11)

大學的學生來我們這邊參訪，他們是沒有經費的，我們就提供他們梅汁喝，讓他們去試吃梅子，我們做這些並不是說希望他們跟我們買，而是我們希望說透過這樣的行為，讓他們了解到傳統的醃製物的味道，而不是像一般在外頭吃的蜜餞的風味。(訪談資料 D1-10)

阿金姐當初到農會毛遂自薦，加入農會，除了受到農會的輔導外，之後阿金姐也加入客委會的「台灣客家特色商品輔導計畫」，成為客委會輔導廠商，採用客家意象的包裝設計，讓產品更有客家特色，也有更多元化的行銷管道。正如學者(張庭庭 2001；陳文萍 2010)認為能結合各種資源、活用資源，對企業的經營是有正向的助益。

我就自我推薦帶著東西去農會，農會也覺得我的東西不錯，就這樣和農會接上了。(訪談資料 C1-08)

從農委會的活動開始，我介入了農委會的伴手計畫到百大精品，我幾乎有送出去就會入選，後來停頓了，因為太多次了想把機會讓給大家。剛好客委會的活動開始在輔導廠商，我就加入客委會，這是在百大精品時，被客委會的副主委看到，就把我們列入輔導廠商，之後在客委會的書刊上幫我們做了產品的介紹，慢慢與客委會有接觸，後來大型活動就用我的東西來送禮。(訪談資料 C2-09)

阿金姐為了讓產品發揮最大的價值，而不是買回去久久用一次甚至沒有用，所以她研發了不少食譜，或親自教導客人如何使用她的產品，並有提供聚會中客家特色商品的餐點服務。正如莊英章(2003)指出客家醃製物是客家飲食文化中重要的特色之一，除了可以直接食用外，也可以和其他食材搭配，料理出別具風味的菜餚。

我很喜歡研究做菜，這個東西跟這個東西怎麼去配、怎麼去調，所以在我的食譜上，每一個階段都有不一樣的食譜，不一樣的創意料理，我一定會跟我的產品結合在一起，再推銷產品。第一個要讓客人知道這東西怎麼用、怎麼吃，透過親自去做出來讓客人吃到，甚至我隨時冰箱裡面都有沙拉菜，客人來買的時候，可以教他這樣調就可以做沙拉，就不會說東西買回去擺在那邊不知道要怎麼用，這是很堅持的。(訪談資料 C2-22)

我從不會煮飯、煮菜，到最後可以辦桌，今天有多少客人，我就做多少餐點，到現在我去接 buffee、去接一些特色商品的餐點，所以我們是多元的經營。(訪談資料 C2-24)

在技藝傳承方面，阿金姐做梅子和做桔醬的手藝都是傳承於婆婆，透過婆婆的傳授再加上自己去請教一些婆婆媽媽，讓手藝更精進，讓口味更廣受一般消費大眾的喜愛。

梅子跟婆婆學，桔醬也是透過婆婆，她以前有做過，但是不像梅子那麼的熟，她跟我講大概的流程怎麼做，我就去問附近和市場的阿婆，我一家一家去問，桔醬怎麼做，而且買了幾罐回來試吃，每一家的味道都不是我想要的味道，不是太鹹、太辣就是太酸的感覺。我要做一個大眾口味大家都能接受的味道，我就問婆婆，婆婆就跟我講第一道怎麼做，第二道怎麼做，她記憶中的做法，我就綜合所有這些隔壁鄰居阿婆或市場婆婆媽媽們口述給我的流程去試做。(訪談資料 C2-12)

阿金姐指出做脆梅一定要選六、七分熟比較綠的梅子，她堅持的就是現採的才保有新鮮度，且馬上加工避免梅子熟化，這是最重要的。清脆爽口的脆梅製程是如何？

選梅（選 6-7 分熟青梅）→搓鹽巴（雙手畫圓搓揉至苦汁流出）→拍破（輕拍裂開）→放置（半小時吸收鹽巴水）→泡水（清水浸泡 12 時）→瀝乾脫水（放入洗衣袋至洗衣機脫水一分半鐘）→第一次放糖（糖放兩斤，不要放多，放一點點，讓梅子吸掉一些糖水，並利用糖的脫澀、脫酸再讓它脫掉一次，就把它撈起來，重新加糖）→第二次放糖（酌量的放糖，比如十斤的糖，分三到四次來放，不要一次放足，一次放足這樣子不好吃）→第三次放糖（把梅子拿起來，第二次的糖水拿來煮滾，再把剩下的糖放進去，一起煮滾放涼，再把梅子泡進去，確保梅子不會壞掉，你的糖份一定要夠，我們有個數據，甜度在 65 度就不會發酵、就不會壞掉）(訪談資料 C3-03)。



圖 4-5：阿金姐工作坊脆梅製程圖

資料來源：自行繪製整理

阿金姐指出做紫蘇梅時會選八分熟的梅子，因為比較黃的梅子比較香，Q 度會比較好，等酸澀水跑掉以後，它的香氣和果膠會比較多。又香又紅的紫蘇梅製程如何呢？

選梅（選 8 分熟青梅）→搓鹽巴（不能拍破、泡水和脫水）→重壓（大概一個禮拜，三、五天以後，看天氣而定）→煮熱水（梅子撈起來開水洗淨）→日曬（一、兩天）→第一次放糖（大約兩斤，讓它轉換一下，讓它脫掉一些鹽巴水）→第二次放糖（大約三斤，醃三、五天）→第三次放糖（把梅子拿起來，第二次的糖水拿來煮滾，再把剩下的糖放進去，一起煮滾放涼，再把梅子泡進去，確保梅子不會壞掉，你的糖份一定要夠，我們有個數據，甜度在 65 度就不會發酵、就不會壞掉）。紫蘇是最後才放，在你梅子醃好後，整個都不會發酵時，買新鮮的紫蘇，陰乾以後，挑嫩的葉子，用鹽巴搓一搓，把紫蘇第一道比較黑的水、比較腥辣的水壓掉以後，就把做好梅子的汁加在紫蘇裡面去煮滾，為什麼要煮滾？煮滾之後，第一個殺菌，第二個把紫蘇裡的水份儘量減少，放涼後再放回梅子裡面去，梅子就會呈現紅紅很漂亮的，又香又紅的顏色，這個比較重要，我在教時會跟學員講一定要煮過（訪談資料 C3-04）。



圖 4-6：阿金姐工作坊紫蘇梅製程圖

資料來源：自行繪製整理

桔醬是客家飲食文化中不可缺少的沾醬，每年 12 月是新竹特有酸桔產期，客家先民發揮了敬天惜物的智慧，連同果皮一起製作，保留了大量纖維質，營養豐富，獨特的微酸微鹹風味與特有桔香味，除了有去油解膩的作用外，沾五花肉或是葉菜類還可以提高菜餚的鮮甜度，更加美味可口。香醇濃不加水的桔醬製程是如何？

剝皮(皮要熬煮，因為皮裡有一層白膜會有點苦苦的，要燙到用手捏有點爛，再把白膜洗掉) → 去子(用去子機把子去掉才不會苦，才好吃) → 肉和汁煮滾(再把煮好洗淨的皮放進去)一起煮 → 調味(加鹽、加辣) → 研磨(皮煮不爛，要用研磨機研磨成醬) → 測鹹度(這一鍋多大鍋，我要放多少鹽，大約 7 到 8 度) → 封蓋(用真空封蓋機一瓶瓶加蓋) → 高溫殺菌，桔醬打開一定要放冰箱，因為它不甜，它鹹也沒有那麼鹹。
(訪談資料 C3-07)



圖 4-7：阿金姐工作坊桔醬製程圖

資料來源：自行繪製整理

媲美韓國柚子茶老少咸宜的香桔汁，是傳統客家桔醬延伸出來的創新產品，卻有著青出於藍而勝於藍之姿，以迅雷不及掩耳的速度成為銷售量最好的產品。洋溢香甜滋味的香桔汁製程如何呢？

皮處理的方式和桔醬不一樣，一樣要洗過但是皮要打，我要保留它的顆粒，剝皮、煮皮（用機器把皮絞碎變成小丁塊，要先用糖炒成焦糖，再加麥芽一起炒，再把小丁塊的皮放下去一起熬麥芽，熬到甜度夠了）→去子→肉和汁煮滾（再把熬好甜度的皮放進去）一起煮→熬好就是甜的，再測甜度（要 65 度）（訪談資料 C3-08）。

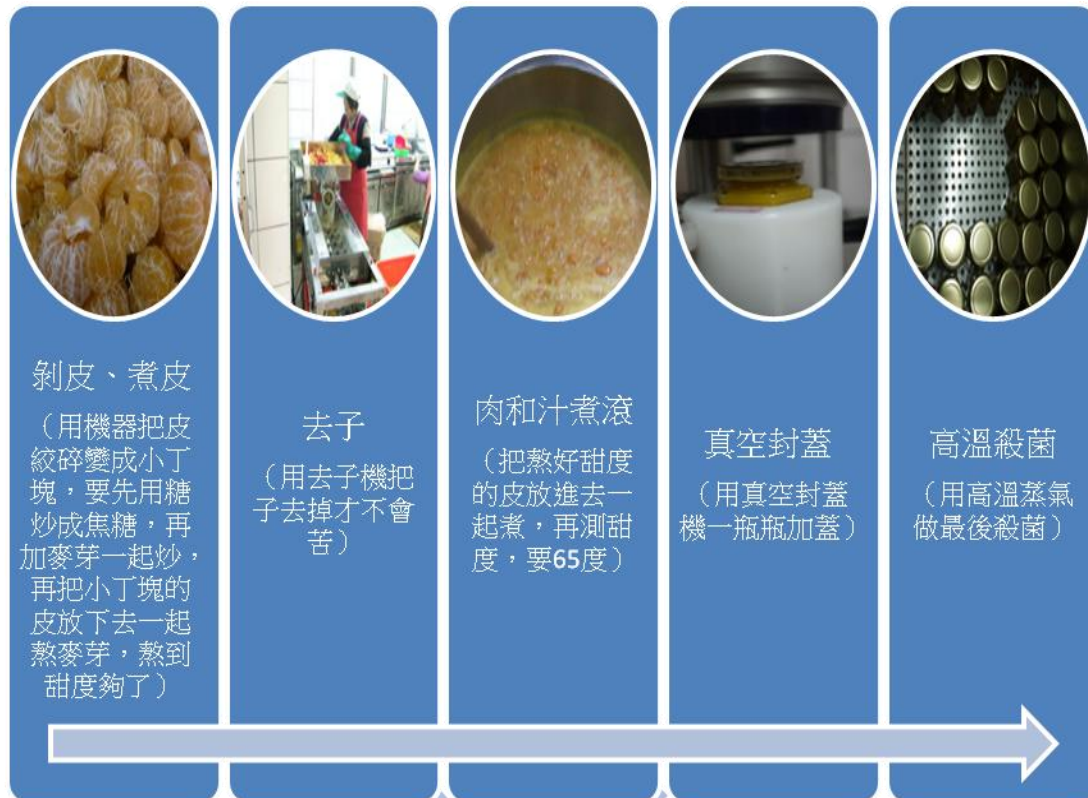


圖 4-8：阿金姐工作坊香桔汁製程圖

資料來源：自行繪製整理

在文化傳承方面，阿金姐的醃製物充分展現了客家文化中愛物惜物、就地取材的特點，在保留原汁原味下，呈現另一種新的風味。

我們的桔醬，只有在客家庄才會看到，它是客家人過年時家家戶戶必備的沾醬，沾白斬雞、三層肉，這是最典型的客家產品。再來一個紫蘇梅，也是一個很典型的客家產品，客家人會醃製東西，早期客家人醃製的紫蘇梅又酸又鹹，很省，一顆梅子可以配一餐的飯，這是來自於日據時代日本人對梅子的要求就是要很鹹。(訪談資料 C2-26)

最有客家文化的就是桔醬，因為桔醬就是道道地地的客家料理，然後紫蘇梅、紫蘇薑，紫蘇本身也是客家人最常用的香料，從這兩個地方就可以看得出來，這跟客家人生活在山區息息相關，會比較有客家的特色在裡頭。包括我們現在不會只限定在客家，所以我們會一直做突破和改變，還有一個有客家的特色的是紅糟，我去外地都沒有看過，在客家庄是很普遍的，我們反而很愛吃，不懂的人會覺得很奇怪，你們怎麼吃這麼多色素的東西。(訪談資料 D1-14)

阿金姐除了醃製物的手藝習自於婆婆，還有多項產品的創新點子也來自於婆

婆，譬如人蔘蘿蔔的產生，就是來自於婆婆常說的一句話，有錢人吃人蔘，沒錢的人吃蘿蔔就像吃人蔘一樣（訪談資料 C2-15），此種生活中的文化傳承，不知不覺中深深影響著阿金姐。

我請農民把要當綠肥的小蘿蔔，頭尾都留下除理乾淨給我，要用我的梅汁醃製小蘿蔔，我婆婆以前常說：「有錢人吃人蔘，沒錢的人吃蘿蔔就像吃人蔘一樣」，我就延續我婆婆說的那句話，拿起小蘿蔔看了看形狀，就決定叫做「人蔘蘿蔔」。（訪談資料 C2-15）。

在多次到店面訪談的過程中，阿金姐工作坊的商品瓶蓋上那一張不同色系的桐花圖騰常常吸引我的目光，表示是不同的客家醃製物，經了解才知道這些都是客委會輔導設計的桐花商品，而採用桐花花型簡單、花瓣堅挺的意象，代表客家人堅忍、不妥協的性格。除此之外，還善用客家花布在桔祥袋和食在客氣禮盒上，展現客家人熱情好客的一面。

客家醃製物是客家人飲食文化中極為重要的產物，其中除了訴說著客家人將盛產食材儲存以備日後食用的智慧，更訴說著客家人勤勞節儉、刻苦耐勞、愛物惜物的特質，充分運用在日常生活當中，就如同劉瑞琴（2009）認為客家儲存食品的方式是客家先民的生活智慧，也是客家先民在艱難刻苦的生活中留傳下來的文化精髓。既然客家醃製物除了承載著儲存食材的技藝，更承載著客家的精神文化，當你在品嚐味美的客家醃製物時，可別遺忘了它背面所深藏的客家文化底蘊。

三、地方與產業

1.地方－竹東鎮

竹東鎮位於新竹縣地理中心，全鎮皆不靠海，是一個內陸鎮，自古為漢民族與原住民商業及交通往來的重要位置，是鄰近鄉鎮的交通樞紐，也是貨物的集散地。對外聯絡道路以北二高、台三線、南清公路（122 縣道）、南寮竹東東西向快速道路為主，並有台鐵內灣支線，由於地處核心位置、交通便利，所以開發也相對較早。居民大部分居住於南清公路沿線，目前人口有九萬六千六百四十人（竹東鎮戶政所，2012.06），主要的在地居民以客家人佔絕大部分，是總人口的78.38%，是全國客家人口聚集高密度的鄉鎮（張維安等，2011），竹東近二十年來的人口一直都是正成長，雖然在1991年前有減緩的趨勢，但近年來成長率又有加速的現象。和其他鄉鎮相較，竹東的人口成長率近年來並不如沿海鄉鎮市如竹北、新豐、湖口高，但是相較於比竹東更靠山區的鄉鎮如橫山、北埔、峨眉，其人口則屬於穩定增加（張維安等，2004）。因客家人口數近八成，且交通發達，

造就了竹東鎮是個擁有集散功能的客家庄的鄉鎮。

竹東早期可以說是全台灣幾個比較大的鄉鎮之一，比如你去北埔、你去橫山、你去內灣、你去峨眉、你到五峰、尖石裡面去，都必須要經過竹東這個地方，做個轉運站，裡面的東西出來在竹東做個集散，他們要採購任何東西，也是在竹東做個採購點，才進入山裡面去，或回到峨眉、北埔。竹東早期在我公公、婆婆及先生口中得知，竹東以前其實比現在更熱鬧，竹東是個集散點，山裡的人採購任何東西一定到竹東，山裡的東西出來也一定到竹東，我公公和叔叔兄弟早期做木材，到山裡採木材也一定下到竹東，可以說早期竹東最多的是木材和竹子，才會有現在的篁城竹林和林業博物館。所以竹東早期是一個集散功能，可是一方面慢慢的竹子少了，竹子的用途慢慢被取代了，另一方面沒有木材了（林務局也撤掉了），再加上北二高一開通，現在交通實在太方便，所以竹東集散的功能有慢慢在退。（訪談資料 C2-01）

竹東鎮位於中央山地與新竹平原的交界地帶，大部分為丘陵地，平地甚少，緊鄰上坪溪與頭前溪，水源堪稱豐沛。由於自然環境的優越，境內富藏石油、瓦斯、煤、矽砂、石灰石等礦產，在 1930 年代以後，先後開發石油、煤炭、木材、水泥、玻璃等五大產業，由於工商業的蓬勃，曾躋身全台三大鎮之一。近年以來，科學園區、工業研究院相繼在新竹市、竹東鎮設立之後，成為高科技製造與研發中心，帶動竹東經濟的發展（竹東鎮公所，2012.04）。因天然礦產豐富，形成了竹東鎮是個擁有重要地位的工商業發達的鄉鎮。

竹東其實是一個很棒的地方，交通很便利，有一高、二高、快速道路、小火車、輕軌，我結婚已三十七、八年，我還是保持一個我很愛它的心態，第一個颱風來襲，竹東不會有什麼傷害，第二個竹東很少缺水，第三個大雨來時，竹東也不會淹水，我就覺得竹東是一個居住環境很好的地方，適合人居。（訪談資料 C2-05）

竹東的地方特色商品是多元的，並不像談到北埔就想到播茶，談到新埔就想到柿餅，沒有某種強烈的商品給人留下深刻的印象，阿金姐期望透過工作坊對農產品加工的醃製物和商品打出竹東名產的推廣，讓越來越多的人談到竹東就想到阿金姐的醃製物。

竹東的特色商品或吃的東西，是融合了所有客家鄉鎮有的東西，但是它不是像新埔、北埔，有強烈的某項東西，給人的印象最深刻，所以竹東現在這幾年有在推湯圓節，一直有意要把竹東塑造成湯圓城，這個部分有待加強。我一直有在想把我們客家比較有特色的東西，透過我們去做

一個後續的加工和推廣，讓大家知道其實你來到竹東，它有很多元化的東西好吃。（訪談資料 C2-03）

當北二高開通的時候，很多外縣市的人透過二高來竹東，都停在我家前面的空地，他們就會進來問我，你們竹東最有特色的名產是什麼？我就一直在想竹東真的沒有什麼名產，在我還沒打「竹東名產」以前，竹東真的沒有人打出竹東名產，我就第一個跳出來打竹東名產，用我的東西來帶動，現在我已經有一點點的收穫了，尤其這一次新竹縣舉辦的十大伴手禮，我也是用打有竹東名產的商品推出去，很榮幸被選上十大伴手禮。（訪談資料 C2-04）

竹東這個地方其實交通變得很便利以後，很多人到竹東只是一個過客，留不住客人，留不住來客，像我們的禮盒上為什麼要打竹東名產，就是希望大家知道竹東在哪裡，為什麼我們的 DM 都要畫上路線圖，就是希望大家不要忘記。（訪談資料 D1-12）

2. 產業－醃製物

竹東鎮自古林業及礦業資源富足，因此在台灣光復後林業、竹業、水泥廠、石油廠、玻璃廠成為鎮上最主要的經濟重點，竹東鎮因為經濟發展曾經是全台最繁榮的三大鎮，服務業也同時快速發展。現在熱門的旅遊鐵道竹東內灣支線就見證了過去竹東的經濟發展，但後來因為台灣經濟的轉型，導致傳統工業的衰退與沒落，直到八零年代工研院和科學園區紛紛成立，為竹東鎮民提供了另一種就業機會，因而產生了大量的通勤族。

以前有木材、竹子、水泥廠、玻璃廠，以前聽婆婆說，只要你家的女兒，有人跟你作媒時，對方男生是在玻璃廠或水泥廠上班，那你的女兒鐵定嫁給他，因為他的待遇好，很穩定。相繼的這兩種工廠也沒有了，竹東的年輕人目前可以停留在竹東的，幾乎都在園區上班，包括我的小孩也一樣，所以竹東目前來講，還不至於到很沒落，是因為有園區這個區塊，讓年輕人有工作。（訪談資料 C2-02）

客家醃製物是客家飲食文化中重要的精髓所在。客家族群的飲食習慣與南方漢人的飲食習慣相似，但口味比較重，因此客家菜餚一直保留善用鹽的烹調方式，而發展出高超的醃製技術，所以客家醃製物便成了客家菜餚中極重要且具變化的食材（楊昭景，2003）。他還將客家醃製物依照製作方式，分成曬乾類、醃漬類、醬漬類等三大類。

表 4-6：客家醃製物的分類

曬乾類	將發酵處理過的蔬菜曝曬在太陽下，使其完全乾燥以利儲存。	如蘿蔔乾、覆菜、梅乾菜、筍乾、豆子乾等。
醃漬類	用鹽在蔬菜上揉壓出汁，經自然發酵使蔬菜產生鹹味及酸味。	如鹹菜、酸高麗菜等。
醬漬類	用鹽將豆腐或蔬菜脫水處理後加入糖和豆麩或黃豆醬等添加物，經自然發酵、吸收醬汁而成。	如豆腐乳、醬蘿蔔、醬竹筍、醬嫩薑、醬蔭瓜、醬冬瓜、醬大頭菜等。

資料來源：楊昭景（2003）、自行整理。

由表 4-6 可以知道，阿金姐的客家醃製物就是用鹽將梅子脫水處理後加入糖，經自然發酵、吸收醬汁而成，是屬於分類中的第三類醬漬類。

有人認為客家醃製技術的發展主要是因為客家族群在遷徙過程中，為了方便攜帶和保存食物而研發出來的技術，也有人認為客家醃製技術的發展是因為客家族群勞動刻苦，身體耗損大量汗水鹽份，必須加鹽補充，但是，莊英章（2003）則認為客家醃製技術的發展，是客家人對生態相對不穩定的一種適應策略，以及儉約的表現。因為客家人過去多住在山區，生活環境較艱困，且生活區域隨時有被迫遷徙的情形發生，於是創造出以醃製的技術，做為長期保存食物的方法。

劉瑞琴（2009）認為客家儲存與加工食物的方式最有名的就是醃製文化。客家人為了適應遷徙時的生活，食材上多就地取材，利用隨手可得的食材加以變化以因應生活上所需的料理，且為了能將食物長期的保存，客家人使用了曝曬與醃製的技術，以達到將各類食材充分利用和長久保存的雙重目的。曝曬與醃製的時間多選擇該食材大量生產的季節，因為盛產時，價格會比較便宜，而且也會吃不完，拿來製作可以長期保存，又可以吃很久的食材是最適當的時機。

客家醃製物的特點？巧嫻小姐認為客家醃製物給人家的感覺就是很鹹，因為早期沒有冰箱，就必須透過鹽來保存食物，現代人比較重視健康，是透過儀器的檢測，讓鹹度控制在一定的地方，這樣品質更穩定，另一個給人的感覺就是很粗，很簡陋（訪談資料 D1-13），裡面卻都包含著很多客庄婦女的用心跟愛心，透過一個好的包裝，讓人可以感受到客家醃製物是很有內涵的。

客家傳統的醃製物給人家的感覺就是很鹹，因為現代人比較重視健康，早期沒有冰箱，所以最好的方法就是鹹，我們現在是透過儀器的檢測，讓鹹度控制在一定的地方，這樣品質一定是穩定的；還有一個客家給人的感覺很粗，很簡陋，像包裝很簡單，這樣弄弄就好了，其實每個客家媽媽在做這些東西的時候，裡面都包含著很多她們的用心跟愛心，東西

吃起來味道的層次雖然沒有很多，但是她的用心是有很多層次的，我們會覺得透過一個好的包裝，讓看到的人可以感受到這個東西是很有內涵的，所以我們在包裝上會跟別人傳統的方式不一樣。(訪談資料 D1-13)

客家醃製物是利用的高滲透壓與微生物發酵及蛋白質水解的作用，使產品保有色香味和脆嫩的特色，食鹽的使用不但可以抑制微生物的活動，也可以增加食物的防腐性(劉瑞琴，2009)。因此，阿金姐在製作客家醃製物時，都是用粗鹽對食物原料進行搓揉，經由搓揉的過程使鹽能夠滲透進去，以達到讓食物原料脫水及防腐的目的。

客家人儉樸惜物，在山區獲得食物不易，更懂得珍惜食物與善用食材絕不浪費，醃漬文化於是產生。加上客家人多數務農，而勞動者需要體力，為了開胃下飯，善用醃製物增加烹調效果又節省金錢。因此，許多像阿金姐勤儉持家的客庄婦女於是成為醃製物高手和料理達人。

阿金姐嫁到竹東後，由於先生愛吃，家人也都愛吃，就跟著婆婆學起做梅子，也分送親朋好友，之後延續婆婆的龍豐商店，在店裡擺一些梅子在賣，一直到家裡梅子生意越做越好的時候，阿金姐就帶著她的產品，到竹東的觀光景點—五指山，尋找合作的廠商，開始在五指山賣起梅子，但好景不常，後來梅子放久黑掉了賣相不好，當時她很挫折、很失望，就把產品帶回家。

一直到家裡越做越不錯的時候，我就有想要出去，於是我就騎著摩托車帶著我的產品，到竹東的觀光點—五指山，找廠商看看是否要賣我的產品，很多家都不要，其中有一家願意讓我放放看，我覺得賣得不錯，我就有信心了，想說可以多做一點。當我多做一點的時候，就接到電話說你的東西可能要收回去，因為你的東西不好賣，剛開始時你東西的顏色很漂亮，可是放到後面就黑掉了，賣相不好客人不喜歡，當時很挫折、很失望，就把產品帶回來。(訪談資料 C1-04)

正好新竹旅行社的朋友(李總)，到她家來吃到賣相不好的梅子，但是覺得這梅子既好吃又健康，於是就決定以後的行前會議就送她們家的梅子，還報給園區生活雜誌，當時在園區造成很大的迴響，因此園區的訂單絡繹不絕，阿金姐又重拾信心。

剛好一個新竹旅行社的朋友李總來我家，我就拿梅子給他吃，他說很好吃怎麼不賣呢？我說人家嫌我的東西賣相不好看，他說可是很健康啊，那時候消費者不會去問健康不健康，而是第一眼，李總說沒關係，以後的行前會議我就拿你的梅子來送，不再送包包。那時候二十幾年前園區

很熱鬧，老闆吃了覺得很好吃，就要求幫他買、幫他訂，行前會議就送，當時在園區造成很大的迴響，園區生活雜誌也有報導，因此園區的訂單絡繹不絕，我就開始有信心。(訪談資料 C1-05)

後來生意越來越好，就改名為以賣醃製物為主的容園梅鋪，之後參加新竹新光三越開幕活動，才知道東西賣得那麼好，但很多人卻不知道竹東在哪裡？於是阿金姐就自我推薦加入農會，與農會合作，之後農會的活動就跟著出門擺攤。

因為我去新竹 sogo、新光三越賣東西，農會去賣東西%很低，我去賣東西%很高，農會只要扣十幾塊，而我卻要扣二十幾塊，我覺得不划算，差太多，我又不懂提高價錢，照店裡賣的價錢，這一檔我賣了三十萬，卻被抽成剩下大約二十萬，(人事費用、稅金)，我一直想怎麼會這樣呢？我和別人介紹我從竹東來的，很多人卻不知道竹東在哪裡？於是我就自我推薦帶著東西去農會，農會也覺得我的東西不錯。有個股長拿了原住民的三根雪蓮薯要我做做看創意料理，我就做了六道菜，還上了他們的食譜，他嚇了一跳，他說阿金姐你怎麼會把雪蓮薯做成這樣的菜呢？我做了涼拌加梅汁，排骨熬湯的雪蓮薯會變成金黃色像地瓜，炸的肉捲、等，拿到農會請大家吃，大家驚為天人，從來沒想過雪蓮薯可以這樣做，他們就弄個食譜出來，就這樣和農會接上了，之後農會的活動就跟著出門擺攤。(訪談資料 C1-08)

加入農會之後，為了搶救柑農，為了讓在地的農產品發光，而投入製作桔醬，阿金姐從一個門外漢變成一個桔醬的專家，農會推選參加農委會的伴手計畫到百大精品都陸續入選，之後加入客委會的輔導廠商，透過客委會讓更多人看見阿金姐用心製作的產品。

從農委會的活動開始，我介入了農委會的伴手計畫到百大精品，我幾乎有送出去就會入選，後來停頓了，因為太多次了想把機會讓給大家，剛好客委會的活動，開始在輔導廠商，我就加入客委會，這是在百大精品時，被客委會的副主委看到，就把我們列入輔導廠商，之後幫我們做了產品的介紹在客委會的書刊上，慢慢與客委會有接觸。後來大型活動就用我的東西來送禮，因為他們認為我的客家桔醬在眾多廠商中包裝算是較精美的，內容物也是 ok 的，甚至現在的主委活動出去也喜歡帶我的東西，像我的桔祥袋他們的辦公室隨時都放著，有外賓來他就送，所以在這個過程中我一直感謝長官，他們有注意到我們的東西，在品嚐我的東西時，會從裡面看到我們的用心。(訪談資料 C2-09)

一直走到現在，阿金姐工作坊從本來賣「梅子」，到現在以賣在地的客家農

產品「桔醬」、「香桔汁」和「紫蘇梅」為主打商品，不僅傳遞著桔子和紫蘇的香氣，更傳遞著阿金姐的用心。

我以前是用我的梅子帶我的桔子，因為我的梅子比較有名，慢慢的我發現新竹縣沒有產梅，山地產量很少，我一定要用在地的產品，剛好我是農會產銷班又是柑桔班的班長，我一定要幫我的班員把桔子的部分發揚光大，讓我的班員沒有後顧之憂。不管他的酸桔種多少，我都會把它收購下來，讓他們覺得我努力種酸桔的時候，不用擔心滯銷，或要送到外地拜託人家收購，所以現在我會用我的桔醬做開路先鋒，我都會強調這是在地的農產品，是我班員種的，透過班員的產品我做加工，我去做推銷，我第一個推出的一定是用這種方式。(訪談資料 C2-10)

我用桔醬去延伸一個泡茶的、塗麵包的商品(香桔汁)，慢慢的它的產能超越了桔醬，因為吃桔醬的人口有限，而且還要好好跟人家開發講很多，願意買也是小小一罐試吃，可是當我泡茶出來給他喝的時候，並介紹這個東西不但泡茶、塗麵包很好的時候，他會買大罐的，而且買回去之後，很快就吃完了，很快就想再跟你買。今天我買一罐桔醬回去，有要沾肉、沾菜才會拿出來用，而且只用到一些，剩下放冰箱，下次使用不知是何時，所以現在變成桔醬和香桔汁是我的主打商品。(訪談資料 C2-11)

母親阿金姐對客家醃製物的期待，是當你想要吃桔醬時，第一個就會想到竹東的阿金姐(訪談資料 C2-17)，就如同想要吃柿餅時，就會想到新埔，想要喝擂茶時，就會想到北埔，透過阿金姐對竹東農特產的加工，為竹東農民的農產品找到出路，進而打響竹東農特產的名聲。

我希望以後我的桔醬在市面上就是讓人家很了解，其實竹東桔醬在外面普通人還是不太了解，因為我走的不是市場路線，市場路線的桔醬大部分是關西、新埔。我希望以後有人想吃桔醬第一個就會想到竹東的阿金姐桔醬才是好的，或是廠商需要原物料的時候，第一個就會想到我們的東西。我從來沒有想過我要在桔醬這個東西上賺很多錢，我只有想到我們新竹縣農民的酸桔不至於像前幾年那樣砍掉，去接過其他的桔子，而是他們願意再種新種出來，延續的種下去，讓我們這個產品一直把它發揚光大，我也希望我可以幫這些農民的東西找到很好的出路。(訪談資料 C2-17)

女兒巧嫻對客家醃製物的期待，是建立一個台灣醃製物博物館(訪談資料 D1-08)，不僅是客家醃製物，還包括閩南、外省、原住民等其他族群的醃製物，

讓醃製物有一個展現的舞台，透過醃製物的加工過程，可以保留它原本的價值，經由加工後再提升，成為另外一種商品，創造它新的價值，是一個互惠、是一種雙贏，消費者透過這個環境，可以吃到一個很安全的東西，更是一種三贏。

我一直有想要建立一個台灣醃製物博物館，客家人的文化本來就是比較勤儉持家的，比較敬天惜物的，尤其早期住在山區取得食材更是不容易，所以客家人會有很多醃製物。不只是客家人，還包括閩南人、外省人、原住民也是，每個族群都有自己特色的料理，有機會的話希望可以讓他們在共同的一個場域結合，在醃製物的這個領域裡頭做個延續，我覺得這是件很重要的事，幫農夫找到另外一個出路，另外一個天。（訪談資料 D1-08）

現今人們生活作息不規律、不當的飲食習慣和缺乏運動，人們漸漸轉為酸性體質，梅子含有豐富的枸橼酸及鈣、鈉、磷等有機物，屬於強鹼性的食物，可以平衡人體酸鹼值，促進新陳代謝，達到抑制細菌、淨化血液、增強體力、消除疲勞的效果（康立寧，2004）；酸桔本身含有豐富的維生素及礦物質，具有養生潤肺、清熱生津的作用，整顆酸桔連同果皮一起製作，保留了大量的纖維質，有助於腸胃蠕動。由此可知，梅子和酸桔是天然健康的食品，有益身體健康。

在今日養生盛行的台灣飲食文化中，竹東鎮阿金姐工作坊的客家醃製物，堅持用古法製作，其過程完全不添加防腐劑等化學添加物，是非常符合健康概念的飲食文化。但是這些醃製物的醃製技藝，大多留存在客庄老婦的身上，年輕客庄女性能傳承這種特殊技藝的寥寥可數，巧嫻小姐的投入與母親阿金姐的堅持，母女連心共同經營客家醃製物，為客家醃製文化點燃了新希望。

第三節 新埔柿染坊－朋友齊心

第三個故事是新埔的「柿染坊」，來到新埔除了品嚐美味的板條，就是一定會買些柿餅當伴手禮，與親朋好友分享，新埔柿餅的名氣眾所皆知，新埔的柿餅加工業已將近有兩百年的光景，雖然新埔不是柿子產量最多的地區，但卻是全台柿餅產量最高的地方，每年農曆九月，吹起九降風時，正是曬柿子製作柿餅的季節，每到這個季節，柿餅之鄉（旱坑里）總會吸引大批的遊客駐足，努力捕捉柿子在和煦的陽光下做日光浴的美麗畫面。

假日來到遊客如織的衛味佳柿餅加工廠，放眼望去竹架上一個個的篩子都擺滿了燦爛耀眼的金黃柿子，在藍天白雲的映襯下，更顯得嬌豔欲滴，三不五時，你還會看見柿餅婆婆在竹架間穿梭，忙著幫每顆柿子按摩，期待蛻變成柿餅的一天，走上前瞧瞧，你可以看見幾位婦女手不停歇的在削柿子皮，也可以看見一旁

的柱子沾染了柿汁，而留下一大片深褐色的手印，這就是傳說中的柿染之柱，接著來到曬柿子的二樓，從上往下俯瞰，可親眼目睹黃金柿海，別有一番風味。



圖 4-9：衛味佳柿餅加工廠曬柿餅場景

資料來源：自行拍攝

當我一回頭，我看見三個女性正熟練的帶領著小朋友在做柿染 DIY，鍾夢娟老師開始用心的教小朋友怎麼刷染，首先要將刷模固定在布上，接著把筆握緊沾淺色的染汁，用力的在模上來回刷，之後在需要渲染或加深色澤的地方，再用深色的媒染劑來回刷，刷好以後靜置一會兒，再把刷模拿下，一個經柿染妝點的筆袋就大功告成了。

走上前跟她們攀談，才明瞭這三名志同道合的女性，是在 2005 年成立新埔柿染班時，第一次接觸到柿染，到現在的愛不釋手，第一位是鍾夢娟小姐，現在是新埔鎮上一家地政事務所的代書；第二位是蔡玲慧小姐，現在是新埔鎮托兒所的所長；第三位是徐春景小姐，本來是家庭主婦在家幫忙種梨子，現在在新埔柿染坊上班；她們還成立了柿染協會，她們很熱忱的邀請我去參觀在協會運作下的新埔柿染坊。



圖 4-10：新埔柿染坊門市

資料來源：自行拍攝

開車直驅柿染坊，一到柿染坊看見用桐花及柿染布裝扮的門面開敞著，似乎在輕聲訴說著，來到新埔的遊客，記得要來參觀柿染坊，新埔不僅是柿餅之鄉，更是富有藝術文化氣息的柿染小鎮。走進協會，一樓是工作室、辦公室、展示間還有戶外晾曬場，二樓是 DIY 教室，尤其是踏入展示間時，眼前所見實在是令人驚嘆連連，我看得目不轉睛，在裡面我看到了有包包、有服飾、有檯燈、有門簾、有飾品，還有許許多多生活用品，應有盡有，她們實在太有創意了。經她們的解說，我才明白每一個產品的產出，從榨汁、染布、設計到製作，完全是她們親手一步一步完成的，每一個產品都經歷了很多人的心血付出，更重要的是每一個產品都是世上獨一無二的，因為全是手工製造，是不會有一模一樣的產品出現。

新埔推動柿染本來是為了替柿餅產業增值，提升柿子的藝術文化價值，沒想到卻因柿染讓三個不同工作場域的女性連上線，情感更為緊密，展示間內充滿創意及古樸的商品，令我印象深刻，這個故事的意義是我們可以看到一個傳承與創新、一個女性與傳承的創業。

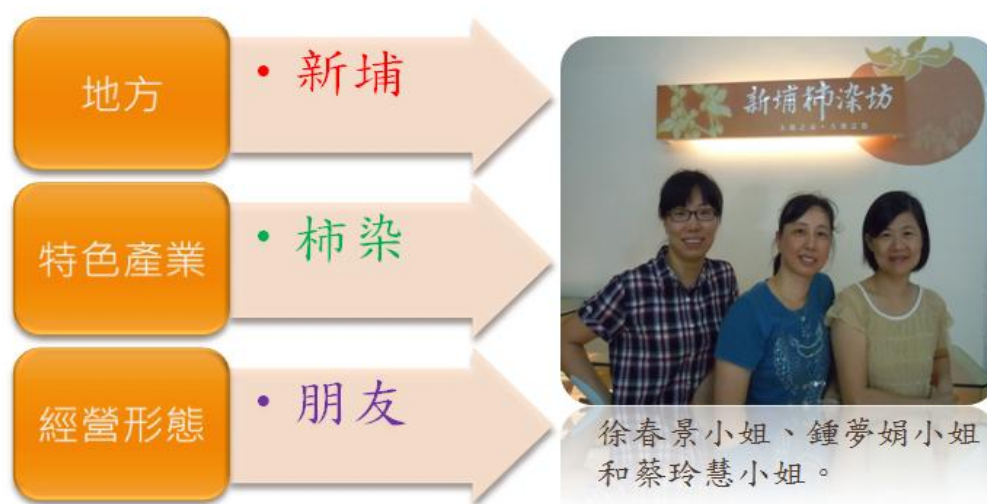


圖 4- 11：新埔柿染朋友圖

資料來源：自行拍攝整理

一、傳承與創新

綜合Betz（1987）和Schumann（1994）的看法，我在分析客庄文化創意產業的女性創業家創新的構面時，將創新分為產品創新、製程創新、服務創新三類。

在產品創新方面，新埔柿染坊從開始學習染布，接著將染布運用在桌巾、門簾、圍巾或空間的布置上，之後自發性的去上拼布課，學習製作布包的技巧，學成後運用在柿染布上，製作自己喜歡的布包，每個人喜歡的包款因人而異，因此製作出各式各樣的布包，而後又聘請老師教授服飾的製作，讓柿染布廣泛運用在

日常生活中，讓人們更容易親近柿染。



圖 4-12：新埔柿染工藝發展史

資料來源：自行繪製整理

剛開始只有學染布，沒有學製作東西，慢慢的學了幾年後就發現染了一堆布，永遠染布也沒意思，我們就幾個人約一約跑到關西的一個鄉土文化協會去學拼布，他們有請一個老師教我們用客家花布做一些包包、袋袋，從基本開始學。學了幾梯下來，花布的技巧會了，我們就試著把我們染的布做成布袋，慢慢的會想辦法去找一些圖案，自己看要怎麼打版，所以一路走來，從開始學染布，到自己想辦法學拼布，再把它做運用，不然一些布就一直躺著。(訪談資料 G1-05)

衣服是後來我們要求老師幫我們安排一個做衣服的老師進來教我們，但是課堂不多，老師說挑你喜歡的衣服款，如果有型版最好，就不用再打版，除非你真的非常喜歡那件衣服可是沒有版，老師會想辦法幫我們把版打下來，把版臨在紙上，再把紙壓在布上剪裁，老師就教我們先車這裡再車那裡，做一些組合拼起來，所以是先有布包再有衣服。布包我們會打版不成問題，但衣服就沒有，所以今年我們有幾個去學打版，這是必要的，不能永遠只是把書本的版臨下來，也許你想要有設計性的東西，所以我們自己會到外面上一些課。(訪談資料 G1-06)

表 4-7：新埔柿染坊產品

	
<p>*門簾 從學習染布到大塊布簡單的門簾做起。</p>	<p>*桌巾 到手工較精緻的桌巾。</p>

表 4-7 (續)

	
<p>*圍巾 到運用到自身精巧的圍巾。</p>	<p>*布包 學習拼布技巧製作各式創意大小布包。</p>
	
<p>*DIY 布包及杯墊 將刷染 DIY 運用在布包及桌墊</p>	<p>*服飾 到日常生活中必備的服飾。</p>
	
<p>*玩偶 把剩餘的、小塊的柿染布物盡其用，製成無數栩栩如生的小玩偶。</p>	<p>*名片夾 把剩餘的、小塊的柿染布物盡其用，發揮創意製作生活中實用的小物品。</p>

表 4-7 (續)

	
<p>*面紙套 把剩餘的、小塊的柿染布物盡其用，發揮創意製作生活中實用的小物品。</p>	<p>*小吊飾 把剩餘的、小塊的柿染布物盡其用，製成小巧可愛的小吊飾。</p>
	
<p>*杯套 運用巧思把茶具與柿染結合，形成朵朵創意的花。</p>	<p>*茶具包 把剩餘的、小塊的柿染布物盡其用，發揮創意製作生活中實用的小物品。</p>

資料來源：柿染坊網站

除此之外，柿染坊也把剩餘的、小塊的柿染布將柿染「物盡其用、垃圾變黃金」的精神發揮得淋漓盡致，製成無數栩栩如生的小玩偶、名片夾、面紙套、茶具包、杯套或小飾品，為生活增添多采多姿的色彩。

在製程創新方面，柿染只要染一次色澤就有了，不像藍染要染很多次顏色才會豐富，而且柿染適合去曬、適合久放、適合經過歲月讓它發色，它的價值才能充分的顯現出來，除此之外藍染純粹是浸染，沒有煮染，所以柿染的方式比較多，染布所呈現出來的效果也比較多樣化。

藍染要染很多次顏色才會豐富，可是我們柿染染一次色澤就有了，染太多次布會變硬，我試過把布染個五、六次，布會硬的不得了，我們反而不能像藍染可以重覆的染。我們柿染適合去曬，讓它自然去發色，前幾

年染的布顏色實在不喜歡，最近拿出來顏色變了，它需要時間的累積去改變它的顏色，讓它去氧化，一開始色是出不來的，要經過時間，顏色才會出來。(訪談資料 E1-12)

藍染第一個怕太陽曬，因為日曬顏色會退，柿染卻不一樣，它很喜歡太陽，越是曬，顏色越是顯現；第二個不耐水洗，洗久之後會退色，柿染卻不一樣，它很耐水洗、很耐磨，不容易退色；第三個藍染是用浸的，沒有煮染，純粹是用浸的，然後晾乾，藍染要重複的染，要染到這麼漂亮，這麼深，是染了很多次，分一輪幾次上下，做幾輪，所以藍染純粹是浸染，藍染也可以刷染，用型版去刷，它沒有煮的，所以柿染染的方式比較多。因柿染含有豐富的單寧和膠質，所以柿染耐洗耐曬不易退色。(訪談資料 H1-02)

表 4-8：新埔柿染與三峽藍染比較表

	新埔 柿染	三峽 藍染
原料	柿果、柿皮	馬藍（俗稱「大青」）
自然環境	丘陵地形配合乾燥少雨的氣候以及每年 9 至 12 月的九降風，自然的地理及天候條件，符合柿餅製作過程要件，因此新埔鎮是全台柿餅產量最大的鄉鎮，也是遠近馳名的柿餅之鄉。	大崙坎、三角湧、橫溪三河交匯之三角洲，加上是馬藍染料植物的主要產地，向外又可連接淡水河水運，因此製成藍染布料後，就可運布匹順流至萬華，自然成為北台灣最重要的染布業中心。
沒落	加入 WTO 中國柿餅入侵而遭受衝擊，提升柿餅品質、研發二次加工產品「柿糲」。	日治晚期西風東漸與人工染料、機器的興起，藍染工業逐漸凋零，到最後漸漸銷聲匿跡。
興起	2005 年成立「新埔柿染班」 2010 年成立「新竹縣柿染文化協會」 2011 年成立「新埔柿染坊」 新埔成了全台唯一發展柿染文化的地區	1999 年成立了「三峽傳統染織工作技術復原團隊」 2002 年第一屆三峽藍染節（每年 8 月）一直辦到現在
特色	耐洗耐晒，時間越久顯色越深，並可染製出皮革的質感	洗滌後或日曬後容易退色
顏色	土黃、黃褐、深褐到焦褐、灰黑等色彩變化	藍色
次數	染一次	染多次

表 4-8 (續)

DIY	煮染：熬煮柿皮、縫紮布料、放布料煮染、媒染定色、漂洗、晾曬 刷染：備果榨汁、型版固定、刷柿汁於鏤空處、刷媒染劑定色、拆開型版	冷染：綁型、泡冷水軟化、浸泡染汁、泡三回合每次3-5分鐘（拿出和空氣氧化青綠色變深藍色）、拆下木棒、清水洗淨、晾乾
特殊	繪染：直接沾染汁彩繪	無繪染

資料來源：自行整理

在服務創新方面，新埔柿染坊目前只在染坊的展示間有展售商品，大多透過地方舉辦活動邀約去參展（例如：柿餅節），今年已參與了新竹縣的燈會活動，目前正積極尋找適當的點，希望讓人們能更容易接觸到柿染，認識到柿染，進而把柿染的客家手工藝品帶入常民生活中。

我們有很多不同價位的產品，像一般活動市集，這些東西基本上是掛漂亮的，看的人多買的人少，所以活動市集我們只能帶一些一千元以下，中低價位的產品去，因為東西要有特色就是在於這些大包和衣服，但是單價高。我們希望未來拓一些比較高檔、高層次的點，譬如飯店裡的精品區、或是一些文藝、文創的展售區，去展售這些高單價的東西，所以目前我們生產沒問題，染布沒問題，主要就是要有點，有點才有人消費，才有產品銷售出去，有銷售相對的才會陸續有客源，就是所謂的永續經營。（訪談資料 G1-08）

新埔柿染坊去年也去了大陸南京參展，鍾夢娟小姐認為去大陸參展是件辛苦的事，南京人對柿染不太了解，接受度也不高（訪談資料 E1-08），推起來困難重重，因此決定先在台灣推行，先從新埔在地推行起。我認為在地的產業須先獲得在地人的認同與支持，推動起來才能如魚得水。

我們都是以展出為主。去年九月，我們有跟新竹縣政府到大陸南京去做展售，五天關在台灣名品的會場很累，那是全台灣的東西都去，我們自費，攤位補助一些，五天很辛苦。南京人對染還不太了解，她們的染還停留在少數民族藍染的部分，所以要和他推柿染也是很難，可是他們有些提著名牌包的，他就會很喜歡，他會覺得很特別，他就會跟我們買。他們的客源是一般階級，乍看之下以為是皮革，但走近一看發現是布，他們就會覺得沒有那個價值，她們覺得這種價錢不如去買皮的比較好，我們就會和他們推銷說柿染是最環保、最天然的，但南京人的接受度沒那麼高，我們覺得在大陸推很累，我們先在台灣推好了。（訪談資料

E1-08)

近幾年新埔鎮透過舉辦地方節慶活動來推廣柿子產業相關的一系列遊程，除了有柿子的生態介紹、柿餅的製程解說外，也包含了柿染 DIY 的體驗活動，讓遊客到新埔不再只是吃吃板條、買買柿餅，而是能透過柿染 DIY 的體驗活動，讓遊客能親身體驗柿染、體驗客庄文化，並帶回自己獨一無二的作品，從中獲得無價的成就感和樂趣，進而達到口碑行銷。

現在我們也慢慢推廣遊程來帶領柿子產業，所以這幾年的遊程我都把柿染納入，所以已經很多人來接觸到這個部份，漸漸的柿染產業會讓大家都知道。(訪談資料 F1-10)

新埔柿染坊也透過和在地業者的合作，讓柿染的手工藝品，有更多展示的舞台，消費者到在地業者的店裡消費，也可以享受到柿染的手工藝品為所處環境氛圍加分的魔力。

除了要去拓點外，我們還打算和在地的業者合作，他們店裡面的布置可以用一些我們的東西，現在我們和金谷農場和衛味佳已經有長期的合作，漸漸的和在地的業者合作會比較容易推。(訪談資料 E1-11)

新埔柿染坊透過提出政府的計畫案，申請到經費聘請老師教授柿染課程，讓大家的柿染技藝更進一步的提升。正如學者(張庭庭 2001；陳文萍 2010)都指出能結合各種資源、活用資源，對企業的成長與進步是有正向的助益。

就是想辦法跟文建會、客委會提計畫，請老師來上課，像文建會就希望你做社造，像經費裡今年規畫上課，明年又規畫上課，他不會允許，所以你要看單位。有些單位希望你技藝研習，像工藝中心的計畫，他會允許你編列教學的費用，可是文建會希望你做社造，他會覺得你上課的時數會不會編太多，所以第二年他不希望編上課，所以第二年我們就傻傻的編田野調查，光執行這個東西我們柿染就停頓了一年。後來想想這也不是辦法，因此文建會的計畫就沒再提了，我們就改提工藝中心的計畫，反而是工藝中心的計畫對我們比較實用，前年底就提多元計畫，去年一月開始執行多元計畫，今年第二年，一路就是這樣轉型轉轉轉。(訪談資料 G1-11)

我們就慢慢的做著來，以申請政府的經費為主，這幾年透過政府方面累積了一些經費，將來才好運做，不過還是要逐步脫離政府的輔導，多元計畫三年輔導期過後，還是要靠自己，自己要去接案子，之後會走比較

商業性的。(訪談資料 E1-10)

透過申請計畫獲得經費補助，可以上課學習技藝，縣長、鎮長都很支持，這方面對我們有很大的助益，前幾年我們自己努力爭取了小額的研習課程經費，地產基金也幫了很大的忙，接下來是我們自己還要努力。(訪談資料 F1-14)

在技藝傳承方面，新埔柿染坊目前在執行行政院職訓局的多元就業開發方案，就是進用新埔在地的人，培訓他們第二專長，提升新埔在地的就業機會，並傳承新埔柿染的技藝，讓技藝能永續傳承下去。

透過多元就業提升新埔在地的就業機會，他們也算是二度就業，裡面有幾個已經領過勞退了，再重回職場，這個計畫的宗旨是傳承我們柿染的技術、技藝，讓他們學得一項技能。未來如果我們的規畫不錯的話，可以繼續留用，就是在這邊有一份工作，因為多元有一些限制，不能全部人都留用，你要讓他回到職場，等於說我們是在培訓他們第二專長，這個計畫算是技術傳承，培訓他們第二專長，讓他們有第二專長，可以回到職場去就業。(訪談資料 G1-09)

協會內的會員透過參加研習課程精進技藝，多元就業進用人員則透過培訓，從榨汁、染布到製作一步步學起柿染技能，讓更多人擁有柿染的一技之長。

柿染技術我們會裡內部成員是沒問題，但是多元你必須培訓他技能，所以我們也是透過這個計畫去傳承這個技術，等於說這個計畫不單是培訓他，也是在傳承我們這個柿染的技術出去，所以除了我們會員內部會做研習學習之外，多元這個區塊我們也會教下去。除了工藝中心有教課外，應該目前會開課的只有我們，我們這邊老會員當種子講師，教基本的染應該沒有問題，我們也一直希望有經費請陳老師針對我們的進度繼續進階，就是難度再提升的教學。(訪談資料 G1-12)

台灣真的沒有人做柿染，我們是靠工藝中心請日本老師來教，讓我們真正接觸到柿染，我們一直很想到日本或韓國針對柿染去做一個訪問，可能缺少一些管道，去年我們就有計畫到日本走走，看看不一樣的染汁技法。工藝中心這兩年有開柿染的課程，應該是從我們開始，但是真正玩柿染的還是我們新埔這邊，國內的師資真的很有限，等於陳老師(藍染)跟我們一起學柿染，陳老師的染汁技法很行，他帶著我們一邊學習一邊教我們。藍染和柿染的技法是一樣的，只是後來我們發現，有一年停著沒有課，我們就會自己去研究，我們發現用晒可以晒出很漂亮的紋路。

(訪談資料 E1-07)。

除了協會會員及多元就業進用人員外，她們也積極到新竹縣各中小學去推廣，希望在地的人能從小就能認識柿染、體驗柿染，了解到柿染是在地的、客家的、特有的產業，期望長大後能投入柿染，讓新埔成為名符其實的柿染小鎮。

我們現在是有一定的手藝，像暑期工讀招一些年輕人，我們希望在地的人投入這一塊，我們會在小學、國中做一些推廣，讓他們知道柿染這個東西，從學校做起比較快。像去年我們就和新星國小、新埔國中、新埔國小合作過，之前也有辦教師的研習，也有小朋友的體驗，他們會覺得玩染布還滿有趣的，但煮染方面他們能夠參與的並不多，後面都是我們在做。像去年小朋友就玩得很開心，給小朋友綁，給小朋友丟進去，到最後給他們拆，每個人都染一小塊方巾回去，大的部分就大家(一組)一起合作。(訪談資料 E1-13)

在學校推廣這部分，我們也希望說，像現在我們要發給新竹縣各中小學訊息，關於柿染的體驗活動的宣傳資料，我們希望先從學校推廣開始做起，讓學生知道新竹有這個東西。(訪談資料 F1-09)

柿染可以分為煮染、浸染、刷染與繪染，因柿汁具有豐富的天然單寧酸與膠質，可使纖維產生極優異的色牢度，不因水洗而褪色，經過日曬，時間越久顯色越深，因此柿染最大的特色是「耐洗耐晒」。

柿染分為煮染、浸染、刷染、繪染四類。煮染比較柔軟，是用柿皮煮汁去染，和柿果的膠質就有差別，所以煮出來的布會比較柔軟。浸染比較硬挺，是用柿果的原汁(生汁)去染，因為柿子含有豐富的膠質，所以用柿果的原汁去染，布會比較硬挺。刷染是用柿果的原汁去刷，型版先設計好，刻出來用刷的方式，先刷柿汁，再刷定色劑，讓它儘快發色，我們是用很環保的東西，例如：鐵鏽水、銅，我們大部分用鐵，鐵刷出來顏色較深、較黑，銅刷出來是咖啡色。繪染是用柿果的原汁去畫，如果有美術底子，就可以直接用生汁來畫，但顏色沒辦法馬上顯現出來，因為畫出來是透明的，所以要經過日曬，經過一段時間之後才會慢慢顯色，越曬顏色會越深，越好看。(訪談資料 H1-01)

柿染它很喜歡太陽，越是曬，顏色越是顯現，它很耐水洗、很耐磨，不容易退色，因柿染含有豐富的單寧酸和膠質，所以柿染耐洗耐曬不易退色。(訪談資料 H1-02)

煮染製程如何？首先要先精練把布煮過，把化學漿退掉，再上豆漿，因為含有蛋白質比較容易著色。接著是萃取汁液熬煮柿皮三、四小時，過濾柿汁，再把綁好縫好的布放進去煮半小時，最後漂洗乾淨拿去曬太陽。

染的布要純棉、純麻、純絲，都是植物纖維，一般棉布會上漿比較挺，買回來的布要先脫漿（把布煮過，把漿退掉）（訪談資料 H1-03）

煮染的布一定要先精練（去漿）把布煮過，把漿退掉，植物染因為它是植物纖維不含蛋白質，所以我們又要上漿，上豆漿，因為含有蛋白質比較容易著色。煮染萃取汁液要三、四小時，要把柿皮煮到爛掉，讓它把色素全部釋放出來，所以煮染的時間比較長，之後還要過濾，留下濃稠的柿汁，才可以放布進去煮半小時，之後漂洗乾淨再拿去曬太陽。（訪談資料 H1-04）



圖 4-13：新埔柿染坊煮染流程圖

資料來源：柿染坊－DIY 教學

，取自 <http://www.xinpudyeing.com.tw/work-4.php>

浸染製程如何？布還是要先精練，但不用上漿，因為柿果本身膠質很重，比較容易附著上去。接著取柿果榨汁，再把綁好縫好的布放進去搓一搓半小時，最後漂洗乾淨拿去曬太陽。

浸染布還是要先精練，但不用上漿，因為本身膠質很重，比較容易附著上去，然後放入染缸，要搓一搓，讓染劑滲透進去，（縫染或綁染技法先做好）放入浸泡半小時，拿出來曬乾，如果想要不同色系，則用不同

的定色劑（石灰、鐵、銅）（訪談資料 H1-05）。

刷染製程如何？首先取柿果榨汁，再用生汁刷在刻好的型版鏤空的地方，刷好之後上環保的定色劑，讓它儘快顯色，就可以馬上欣賞到自己創作的作品，因此刷染是最受歡迎的 DIY 教學體驗活動。

刷染是用柿果的原汁去刷，型版先設計好，刻出來用刷的方式，先刷柿汁，再刷定色劑，讓它儘快發色，我們是用很環保的東西，例如：鐵鏽水、銅，我們大部分用鐵，鐵刷出來顏色較深、較黑，銅刷出來是咖啡色。（訪談資料 H1-01）



圖 4-14：新埔柿染坊刷染流程圖

資料來源：柿染坊－DIY 教學

，取自 <http://www.xinpudyeing.com.tw/work-4.php>

繪染製程如何？首先取柿果榨汁，接著就拿筆來畫，想畫什麼就隨興去畫，畫好之後就拿去日曬，讓它慢慢顯色。

繪染是用柿果的原汁去畫，如果有美術底子，就可以直接用生汁來畫，但顏色沒辦法馬上顯現出來，因為畫出來是透明的，所以要經過日曬，經過一段時間之後才會慢慢顯色，越曬顏色會越深，越好看。（訪談資料 H1-01）

在文化傳承方面，布一經柿染之後，會產生土黃、黃褐、深褐到焦褐、灰黑

等顏色變化，色彩雖不如藍染鮮艷，但卻保有樸素、沈穩、厚重、堅實的特色，且耐曬、耐洗，正好展現了客家人勤儉、篤實、純樸、硬頸、吃苦耐勞的精神。（柿染坊，2012.06）鍾夢娟小姐認為柿染就是古樸，客家人就是古樸的個性，不是很喜歡花俏（訪談資料 E1-14）；蔡玲慧小姐認為柿染需要時間，越放顏色會有變化，更深沉、更有它的厚度、更有它的深度，有更穩定的顏色，就像客家人那種勤勞、節儉、耐操、耐勞、要堅持的感覺（訪談資料 F1-02）；徐春景小姐則認為柿染的色彩沉穩、內斂，客家人都比較低調、內斂，而且柿染很耐看、耐曬、耐洗，耐磨練的特色很像客家人（訪談資料 G1-13）。三個人都異口同聲認為柿染充分展現了客家人勤儉、沉穩、古樸、硬頸、吃苦耐勞的精神。

柿染就是古樸，客家人就是古樸的個性，不是很喜歡花俏，雖然說客家花布，可是沒有人把客家花布穿在身上，只是運用在生活物品上，例如：枕頭、棉被，但是柿染可以當作衣服。我覺得柿染古樸的個性和客家人比較像，柿染染得多次布會變得硬挺，有客家人硬頸的精神，其實你和客家人相處久了，你會發現客家人比較交心，我覺得客家人還不錯。（訪談資料 E1-14）

藍染可能不需要時間，它須要的是次數，而柿染則需要時間，越放顏色會有變化。我們也發現，去年染的布，今年拿出來看顏色不一樣，更深沉、更有它的厚度、更有它的深度，有更穩定的顏色，就像客家人那種勤勞、節儉、耐操、耐勞、要堅持的感覺。（訪談資料 F1-02）

柿染的色彩沉穩、內斂，客家人都比較低調、內斂，這種感覺還不錯，而且柿染很耐看、耐曬、耐洗，吃苦耐勞耐磨練的特色很像客家人。（訪談資料 G1-13）

在多次到工坊參觀拜訪，我發現除了大門是用盛開的桐花布置外，還有燈罩上也有桐花的圖騰，展現了客家人堅忍、不妥協的性格，除此之外眾多商品都有代表地方特色的圖案，如柿子、曬柿餅、宗祠家廟等，充分展現了地方的文化，讓商品不只是商品，還乘載著文化的價值，豐富消費者的心靈。

客家柿染雖然是新興的地方特色產業，卻為柿餅產業創造出另一種奇蹟，展現了客家文化中愛物惜物、就地取材的特點，讓柿皮從垃圾變黃金，呈現出另一種新的藝術價值，生活中不再是只有藍染，現在增添了柿染，讓客家染布更多彩多姿。柿染布透過加工後，更可以廣泛的運在日常生活中，大到服飾，小到飾品，應有盡有。為了不讓柿染成為絢爛的煙火，柿染技藝的傳承是當務之急，期待新埔在地的年輕人能從小了解柿染，長大後更投入柿染，讓柿染技藝能永續傳承下去。

二、地方與產業

1.地方－新埔鎮

新埔鎮位於新竹縣東北方，對外聯絡道路以南北向的縣道 115 和東西向的縣道 118 為主，由於客家人的早期拓墾定居，及地形上的封閉性，使得新埔鎮仍然保有濃厚的客家傳統文化（張維安等，2004）。新埔鎮主要為丘陵地形，山多平原少，中間有鳳山溪貫穿而過，沖積形成狹小的平原，聚落的發展多半沿著溪谷河階地。當地人依地形群聚而居，目前人口有三萬五千一百一十八人，總人口有逐年遞減的趨勢（新埔鎮戶政所，2012.06），主要的在地居民以客家人佔絕大部分，是總人口的 91.64%，屬於全國客家人口聚集高密度的鄉鎮（張維安等，2011）。客家人口數高達九成，因此新埔鎮是屬於典型的客家庄的鄉鎮。

徐春景小姐認為新埔是一個適合慢活的鄉鎮，婚後十年來環境改變不大，沒有都市叢林裡快速變化所帶來的汙染，而保有著客家庄純樸的特質。鍾夢娟小姐和蔡玲慧小姐都認為新埔多年來除了馬路變寬了，其他改變不太大，應該是客家人喜歡穩定的性格使然。

我很喜歡新埔，它不會向別的地方突然變化很大，很符合人家說的小鄉鎮，改變步調沒有起伏很大，會覺得是個 long stay 的地方。至少你不會覺得環境改變太快，因為環境改變太快造成物價上漲，物價上漲也許是外地人帶起的，原本在地人也許是靠務農的收入，但是他的收入無法去應付物價的支出，就像內灣老街的繁榮，相對的種種物價也調升，可是我覺得新埔還算 ok，新埔不是個物價波動太快的地方，改變沒有很大，沒有被太多的變化所汙染，保有它純樸的一面。（訪談資料 G1-02）

這麼多年來，我覺得新埔的改變不太大，客家人比較不願意去做大改變，就這樣的現況他們就很滿意了，就像哪一塊種橘子，哪一塊種水梨，這麼多年來都是固定的，所以要做大的開發或變動是不太可能。街上這麼多年來，就是馬路寬了點，其他幾乎沒有什麼改變，可能是客家人的個性吧，喜歡穩定不喜歡變動，你要他太大的變動是不太可能。（訪談資料 E1-02）

我是住在街上，首先是 1991 年馬路拓寬了整個都改觀了，像我們家整個都蓋過了，所以我滿懷過去，很懷念以前的老街。中正路上拆掉的房子，以前真的是很有味道的客家小鎮，以前是單行道兩旁不能停車，

拓寬以後就變停車場，常常會懷念，如果沒有拆掉會多好，連我們自己家以前也是很有感覺的房子。以前家裡是檜木，拆掉後是鋼筋水泥，以現在來講，新埔發展真的比較慢，雖然街上馬路是拓寬了，跟其他鄉鎮來比，商業行為真的比較緩慢，緩慢也有緩慢的好處，沒有那麼多外來的人，起碼在人心、人性上比較保有客家純樸鄉鎮的感覺。(訪談資料 F1-11)

新埔的客家義勇軍曾經協助清廷平定林爽文叛變，地方仕紳為感念戰死的義勇軍保鄉衛土而建義民廟，義民廟歷經兩百多年，成為客家、新埔及鄰近地區最為重要的信仰中心(新埔鎮公所，2012.05)。清朝末年，新埔已經成為北部蔗糖、茶葉和樟腦三大經濟作物的集散地，可見新埔商業極盛，一度和竹東、竹塹並稱新竹三大地區，後來沒有趕上大量交通建設的步伐，就慢慢隱沒於時間的洪流中，正因交通的不便，新埔鎮也得以保留全台灣最多的家祠(潘朝陽等，2004)。而且在早期的墾拓歷程中，已經累積豐厚的歷史文化資產，有國定古蹟義民廟、劉氏雙堂屋、劉家祠及潘宅，有縣定古蹟張氏家廟、陳氏宗祠，有歷史建築廣和宮、朱氏家廟、天主堂、吳濁流故居，如此豐富的歷史人文風貌，值得細細品味。因義民的忠勇及早期商業的發達，促使新埔鎮是個擁有全台最多的宗祠家廟的鄉鎮。

新埔鎮得天獨厚的丘陵地形，配合乾燥少雨的氣候以及每年 9 至 12 月的九降風，自然的地理及天候條件，符合柿餅製作過程曝曬、乾燥及脫水等要件，因此新埔鎮所生產的柿餅特別香 Q 好吃，遠近馳名(新埔鎮公所，2012.05)。新埔的客家板條是完全以再來米為原料，純手工製作，加上獨特的醬料，細薄口感佳，較清爽，不同於美濃的重口味，各具特色，因而衍生出「北新埔、南美濃」的俗諺。品嚐一碗板條時，怎可錯過新埔特有的外型酷似香腸的道地小吃—「水煙腸」，因為以前生活物質缺乏，想吃肉不是件容易的事，於是就用地瓜粉拌著瘦肉製成水煙腸，QQ 的粉感和瘦肉的肉香，沾上特製醬汁，令人一吃上癮(王姿云，2011)。因客家三寶「柿餅、板條、水煙腸」，造就了新埔鎮是個擁有濃厚地方特色美食的鄉鎮。

一直存在的東西，像板條、柿餅我們就比較不會覺得有什麼特別，之後就炒熱新埔板條，因為我們一直從小吃到大，所以我不覺得有什麼特殊，有時我們去板條店，不見得要吃板條，而是吃麵或米粉，不知道是誰在推，反正街上就有很多板條店，新埔板條就很有名，外地人會喜歡到新埔吃板條或灌腸。(訪談資料 E1-03)

離開家以前不覺得，後來離開家回來以後才覺得新埔板條真好吃，反正回來一定要吃板條和煙腸，外地人可能只吃板條，不知道煙腸，我們是

從小吃煙腸長大的，所以我們以前就知道這樣子。實際上其實以前的水梨和橘子都很好吃，可是那時候我們不覺得，反正這裡就是有這個東西，現在回來才知道，原來這些都是我們的特產。(訪談資料 F1-13)

2. 產業－柿染

新埔鎮的產業主要以農業為主，目前仍有將近七成的農業人口，農產以稻米、茶葉、柑橘、柿子、水梨都是重要的作物。新埔茶葉是新竹縣全縣產量和收穫面積最大的鄉鎮，清同治年間新埔茶葉就與大湖口（湖口）、鹹菜甕（關西）的茶齊名。新埔的水果向來以柑橘、柿子和水梨生產聞名，新埔柑橘在多次的柑橘大賽中拔得頭籌，品質是無庸置疑；新埔柿子產量雖不是很多，卻有悠久的柿餅生產傳統，目前在旱坑里還有許多家頗具規模的柿餅加工廠；新埔水梨則是近年來新埔新興的水果作物，產量遙遙領先其他鄉鎮（新埔鎮公所，2012.05）。因此農業發展仍為新埔鎮最為重要的產業。

論季節來說，一年四季就是靛條，桔醬，因為新埔早期是柑桔的大宗產地，新埔是一個集散重地，所以一直到現在九芎湖的柑桔還是很有名，品質不錯，很好吃，柑桔是屬於冬天的產物。夏天則是新埔高接梨（7-9月），這也很有名，只是有很多人會以為說三星上將梨、三灣梨很有名，那是後來新埔客家人比較低調，比較不懂得去包裝行銷，所以很多遊客到新埔買過高接梨後，一樣的品種價格會比三星上將梨、三灣梨低，且品質不輸他們，所以新埔的高接梨不錯吃，價格也比有名的高接梨便宜。高接梨的季節結束之後，接著就是柿餅，一直到年底，柿餅收尾接著就是柑桔，還有那時新埔的桔醬很有名，桔醬是客家飲食的代表，新埔還有一個吃的名產叫水煙腸（灌腸），外地很難買的到，還滿有特色的，新埔的古蹟是鄉鎮密集度最高的，新埔鎮的人大多務農，種些農產品。(訪談資料 G1-01)

以農業為主，但也慢慢走下坡，整個台灣都一樣慢慢走下坡，像這幾年水梨產量減少，樹也砍了不少，像柿餅業者本來有二十幾家，現在不到二十家，各方面都是一樣，像稻田休耕的越來越多，農產政策或農產品價格下滑，農事辛苦下一代不願意做。(訪談資料 F1-12)

張維安等（2004）認為目前新埔的發展仍然以農業為主，但是農業的發展型態已經有了很大的轉變，稻米、茶、柑橘、柿子、水梨雖然仍是新埔重要的生產作物，但是隨著觀光果園、休閒農場、富麗農村等計畫，農業發展未來將結合地方文化走向生態保育與觀光發展並重的方向。其中又以柿餅加工業最為眾人週知，每每談起新埔就會聯想起柿餅，每到秋天九降風吹拂的季節，也就是曬柿餅

的季節，往往吸引如織的遊客前來捕捉它的情影，黃金柿海真是美不勝收。

柿餅產業的出現，顯現了客家人勤儉及珍惜天然資源的特質，將不易保存的新鮮柿子，利用傳統古法，做成營養、健康、美味易於保存的柿餅。新埔旱坑里因為天時、地利、人和，是全台最早、最適宜生產柿餅的地區，發展柿餅加工已有近兩百年的悠久歷史，雖非柿子產量最多的地區，卻是全台柿餅產量最多的地區，佔全台 80%，成為遠近馳名的柿餅之鄉。每年柿餅產季，柿餅製作過程中，會產生大量的廢棄柿子皮，除了有部分民眾將柿子皮食用外，柿子皮幾乎是無用武之地，後來經過專家和顧問的協助，柿子皮被賦予了新價值－「垃圾變黃金」，塑造了新埔開始發展藝術的柿染文化（柿染坊，2012.05）。

客家柿染為柿餅產業開拓更多元的商機，並結合環保概念，利用柿餅加工過程不要的柿皮，提煉出柿染的染料，開發柿染相關手工藝品，結合藝術創作發展出柿餅文化新契機，讓柿子得以提升藝術文化的附加價值，更讓新埔旱坑里成為台灣發展柿染的根據地。因此，「新埔」不僅是全台主要製作柿餅的重鎮，同時也是目前唯一發展柿染手工藝術文化的地區（新埔鎮公所，2012.05）。

表 4-9：新埔柿染坊的發展史

2005.05	社區媽媽及柿餅業者在金漢成立「新埔柿染班」，邀請陳景林老師教授柿染課程，並輔導至今（非假日上課）。隸屬於新埔產業文化發展協會。
2005.11	新埔柿染班再次教授柿染課程（非假日上課）。
2006	無安排課程
2007	新埔柿染班再次教授柿染課程（假日上課）。
2007.07	與金漢有衝突，搬離金漢來到梨村。
2008.06	梨村正逢採梨季節，搬離梨村來到衛味佳。
2010.02	在衛味佳成立「新竹縣柿染文化協會」。
2010.07	租原仁愛之家作為協會染坊基地。
2011.03	在仁愛之家成立「新埔柿染坊」，申請勞委會多元就業開發方案第一年（6人）。隸屬於新竹縣柿染文化協會。
2012	申請勞委會多元就業開發方案第二年（10人）。

資料來源：自行整理

從表 4-9 可以得知，從成立新埔柿染班社區媽媽學起染布的技藝開始，到成立新竹縣柿染文化協會，到現在成立新埔柿染坊有固定的染布、製作及展售的空間，一路走來備嘗艱辛。早期因人的問題、場地的問題，因此染坊搬遷數次，直到鎮長協助下租借仁愛之家，才有固定的染坊，才有家的感覺。展售的商品都是會員利用閒暇時間製作，於是接著面臨無量產商品可賣的窘境，因此才有多元就

業人力的進駐，解決人力的問題，現在有技藝、有場地、有商品，卻少了消費族群，如何提高客家柿染的可見度？是目前面臨最大的挑戰—「行銷」。

行銷推廣是最弱的，光有好的產品，光有一堆東西，都賣不出去，這等於零，我覺得這方面我們自己的能力還太弱。(訪談資料 F1-07)

在通路行銷上，如果行銷通路夠的話，因為我們有很多不同價位的產品，因為東西要有特色就是在於這些大包和衣服，但是單價高，我們希望未來拓一些比較高檔、高層次的點，譬如飯店裡的精品區、或是一些文藝、文創的展售區，去展售這些高單價的東西，所以目前我們生產沒問題，染布沒問題，主要就是要有點，有點才有人消費，才有產品銷售出去，有銷售相對的才會陸續有客源。(訪談資料 G1-08)

柿染可發展煮染、浸染(冷染)與繪染，柿汁因具有豐富的天然單寧酸與膠質，可使纖維產生極優異的色牢度，特色是耐洗耐晒，時間越久顯色越深，並可染製出皮革的質感，為了方便讓更多人體驗柿染，於是將染汁運用在型版的刷染上(柿染坊，2012.05)。

鍾夢娟小姐認為柿染就是一定要去晒，晒才能展現它顏色的豐富度(訪談資料 E1-06)，是一個天然環保的東西，不易褪色；蔡玲慧小姐認為柿染的成品跟氣候有關，柿染迷人的地方，就是你的東西可能是獨一無二的。(訪談資料 F1-03)；徐春景小姐則認為柿染很耐看、很耐曬，比較耐洗不會褪色(訪談資料 G1-07)，越曬顏色的飽和度就會越高，比一般化學染來的環保，比一般植物染來的持久。

我覺得柿染就是一定要去晒，晒才能展現它顏色的豐富度，顏色才會出來，柿染不會褪色，其實它是一個天然環保的東西，只要是植物染的東西對身體都不錯，所以我們用天然的東西去美染，少用化學的東西。其實講究環保，還有人說防蟲、防皺，畢竟它是一個天然環保的東西，不易褪色，只是顏色偏比較暗沉，古樸的顏色。(訪談資料 E1-06)

它的特色和跟其他植物染不一樣的地方，我們也發覺柿染的成品跟氣候有關，我們用同樣的染法，在陰天染出來的效果和晴天染出來的效果不一樣，它是還滿耐人尋味的。再來在台灣染的跟在日本染的因為氣候條件不一樣，染出來的效果絕對不一樣，所以我們也不怕說我們的東西日本也有會有一模一樣的東西，這也是柿染迷人的地方，你的東西可能是獨一無二。(訪談資料 F1-03)

我覺得柿染很耐看，我們常講它叫太陽染、日光染，就是很耐曬，越曬越漂亮，顏色如果要飽和，就是要曬，越曬顏色的飽和度就會越高。一般的植物染曬了之後顏色會褪掉，可是柿染不會，柿染是越曬越漂亮，它需要陽光。相對的本身因為有膠質跟單寧酸，染完後也比較耐洗不會褪色，所以跟一般植物染是剛好相反，一般植物染洗了幾次之後，顏色就慢慢淡了，但是柿染不太會。所以我覺得比一般化學染來的環保，比一般植物染來的持久，我們叫它柿染，換個角度來講，它就叫做太陽染、日光染，很多紋路是一般植物染染不出來的。(訪談資料 G1-07)

柿染的色彩雖不如藍染鮮豔，但柿染布古樸的色澤卻展現出客家人勤儉、沈穩、篤實、純樸、硬頸的精神。在日本，柿染布經太陽日曬後加深的自然色澤，日本俗稱「太陽之染」；在韓國濟州島，布料經未成熟的柿汁染製之後，耐髒、易洗、涼爽，是務農時最適合的工作服，俗稱「土布衣」(柿染坊，2012.05)。柿染在日本和韓國都已經有相當亮眼的成績，期待蘊含客家精神的柿染在新埔、在新竹甚至在台灣也能夠有出色的發展。

鍾夢娟小姐對客家柿染的期待是把新埔打造成柿染的小鎮(訪談資料 E1-04)，首先在新埔鎮上找一個點專門販售柿染的生活工藝品，讓在地人先了解柿染，讓在地人更有機會接觸到柿染，讓在地人認同柿染產業，進一步把新埔打造成柿染的小鎮。

推柿染本來很單純只是想幫柿餅業者加分，所以那時以推 DIY 為主，後來認為柿染是個不錯的東西，計畫先從鎮上推出去，像三峽藍染一樣，我們也想說把新埔打造成柿染的小鎮。現在我們主要還是讓在地人先了解柿染，等新埔遊客服務中心成立之後，有可以展示的地方我們會進駐，或運用到柿染布去布置的話，相信會更容易去推廣柿染。其實我們應該在新埔鎮上找一個點專門販售柿染的商品，畢竟鎮上人潮比較多，接觸的機會比較大，相信會更快讓大家了解柿染，而且販售的商品如：衣服、包包、等，都是能融入生活中的物品，人們的接受度會比較高。(訪談資料 E1-04)

蔡玲慧小姐對客家柿染的期待是新埔的柿染真的能代表客家文化(訪談資料 F1-03)，進一步新竹地區有更多人投入柿染產業，讓客家柿染不僅是新埔的地方特色產業，也是新竹縣的客家文化產業。

希望我們可以做出特色，它就真的能代表我們客家文化，如果新竹地區有更多人跟我們一起做我們也樂見其成，可是它真的不是一下子就能上手，馬上就能抓到訣竅，像我們這幾年也是一直學，一直發現他深奧的

地方。它的特色和跟其它植物染不一樣的地方，是柿染的成品跟氣候有關，我們用同樣的染法，在陰天染出來的效果和晴天染出來的效果不一樣，它是還滿耐人尋味的；再來在台灣染的跟在日本染的因為氣候條件不一樣，染出來的效果也絕對不一樣。所以我們不怕說我們的東西日本也有會有一模一樣的東西，這也是柿染迷人的地方，你的東西可能是獨一無二。（訪談資料 F1-03）

徐春景小姐對柿染的期待是希望能有個有特色的設計師投入柿染，以新埔在地推廣起，進而向外擴，讓大家知道客家柿染在新埔、在新竹縣，最後期望走上國際舞台，讓外國人知道客家柿染在台灣。

柿染先以新埔在地為主推廣起，讓大家知道柿染是新埔在地文創，再讓外縣市的人知道柿染是在新竹縣，以後如果有機會，讓外國人也知道台灣有柿染，打到外國去。那是未來的希望，要有一個有特色的設計師可以請，我覺得未來是大有機會的。（訪談資料 G1-16）

柿染是為了提升柿餅產業附加的文化藝術價值而興起的新興產業，現在已經有固定的染坊，也有多元人力的進駐，商品已經可以量產，目前極缺展示的舞台，因此社會大眾接觸到的機會不多，若能加強產品的行銷推廣，並提升產品的設計，將來勢必可能掀起一股柿染風潮。

三、家族與人格

新埔柿染坊有三個靈魂人物，第一位是鍾夢娟小姐，她是新埔鎮上一家地政事務所的代書，也是柿染協會的總幹事兼老師；第二位是蔡玲慧小姐，本來是新埔鎮公所農業課代理課長，現在則是新埔鎮立托兒所的所長；第三位是徐春景小姐，本來是家庭主婦在家幫忙農務，現在在新埔柿染坊上班，是柿染坊的專案經理人；三個不同工作場域的客庄女性因柿染連上線，情感更為緊密，成為志同道合的好友。

客家柿染這個新興的地方特色產業本來是蔡玲慧小姐為了協助地方推廣柿子產業，提升柿子的藝術文化附加價值，在一次參訪，無意中發現了，柿染之柱所留下的客庄婦女勤儉持家的印記，因而點燃了新埔發展柿染的火炬，之後成立柿染班教授染布課程，鍾夢娟小姐和徐春景小姐因此有機會接觸到柿染，現在三個朋友齊心共同經營客家柿染。

鍾夢娟小姐在父親開設的地政事務所從事代書的工作，公所蔡玲慧小姐得知她有在做拼布，喜歡布，就邀約上柿染的課程，因在非假日上課，所以無法全程

參與，本來想說學學就好，後來課程開在假日上課，才比較有全心參與，越是認識客家柿染，越是喜愛客家柿染，一直到現在對客家柿染愛不釋手。正符合學者認為是為了興趣而創業（Tuzin Baycan Levent, Enno Masurel, & Nijkamp, 2003；楊敏玲，1993；趙亦珍，2001；張庭庭，2001）。

因為我在上班，課程又是在非假日上，我沒有辦法全程上課，剛開始學只是想說學學就好，沒有想說會持續下去，我沒有辦法全部參與，倒是有很多其他人很熱心的參與。（訪談資料 E1-01）

一開始玲慧會找我，是因為早期我在做拼布，其實很多個都是做拼布的，做拼布的才會喜歡布，染布我從來沒碰過，其實以前我不大喜歡柿染的顏色，因為我們看習慣拼布花花綠綠的顏色，突然接觸到柿染的顏色，一時不太能適應。老師也開了一些色彩學的課，儘量讓我們去多吸收一點。（訪談資料 E1-09）

蔡玲慧小姐現在是新埔鎮立托兒所的所長，但身兼數職，仍然幫忙農業課處理她所專精的地方休閒與特產的工作，當初就是在協助中央經濟部一個委外的柿餅產業輔導計畫案，希望能拓展柿餅產業體驗活動，經探訪柿餅產業才發現，柿餅加工廠到處都經柿汁沾染而變得烏黑，柿餅師傅的衣服也有深色染斑，怎麼洗也洗不掉，因而開啟了新埔發展柿染的契機。從推動柿染、了解柿染到喜愛柿染，一直走到現在仍秉持著為地方產業提升附加價值，為家鄉付出的初衷。驗證了Dubini（1989）認為創業是一件有意義的事，是為了出生地的福祉，促進團體福祉而創業。

我的工作做休閒、做特產，新埔的地方特產就是柿餅，那時中央經濟部有一個柿餅產業的輔導計畫案（委外），可是需要找地方來協助，我剛到農業課，我就跟著這跟案子，一面學習一面幫忙，到底我們對地方還是比較熟悉，讓我有機會更深入去了解柿餅產業。93年我就接觸這跟案子，第一年只是產業輔導，第二年就決定聚焦在柿餅產業，輔導計畫是希望更能拓展這方面的體驗活動，那時只有金漢柿餅有做一些除了產製販售之外的體驗活動（捏柿餅）或解說。後來接觸柿餅產業才發現業者在削柿子皮時，都叫遊客不要太靠近，因為汁液噴到衣物會黑黑的洗不乾淨，所以在跟輔導團隊討論之後，我們覺得這或許是一個契機，可以做植物染。（訪談資料 F1-01）

徐春景小姐本來在家中協助先生從事高接梨的務農工作，因緣際會下從公所蔡玲慧小姐口中得知柿染的課程，雖然只聽到了最後一堂課，卻聽出了興趣，而和客家柿染結下不解之緣，之後的每一梯次課程都積極參與，一直走到現在成為

新埔柿染坊的專案經理人。也符合學者提出是為了興趣而創業（Tuzin Baycan Levent, Enno Masurel, & Nijkamp, 2003；楊敏玲，1993；趙亦珍，2001；張庭庭，2001）。

在因緣際會下，那時公所蔡玲慧小姐和中衛陳一夫先生在找新埔在地的有特色的產業，後來推柿染，就去找教柿染的老師來開課，蔡小姐通知我去聽聽看、學學看的時候，那一梯課已經是最後一堂了，那時蔡小姐就問我要不要上柿染的課程，雖然是最後一堂課，我還是抱著寶寶去上課，聽一聽覺得很有興趣，因為是新埔一個在地的特色—柿染。（訪談資料 G1-03）以前我沒有玩過植物染，染布染完以後還可以做東西，剛開始只有學染布，沒有學製作東西，製作東西是後來我們慢慢去學，剛進去覺得很有興趣，所以第二梯次課開的時候，我又帶著寶寶去上課，之後每一梯次課我就一路跟，反正我們這裡一堆開國元老就一路跟到現在。（訪談資料 G1-04）

鍾夢娟小姐是一個充滿學習力的人，為了提升自己柿染的知識與技藝，會收集或購買柿染的相關書籍來看，並放下手邊的工作，積極參與日本老師三天的課程，透過實作提升柿染的技藝。正如學者（Bennett & Dann, 2000；趙亦珍，2001；張庭庭，2001；張曉楨，2004；張育美，2006；陳文萍 2010）認為高度自我成就的追求和積極主動的學習力，是女性創業家成功不可或缺的人格特質。

我會在網路上收集有關柿染的資料，或購買一些柿染的相關書籍來看，雖然是日文，中間夾雜一些中文字，多少有一點通，看圖片也大概知道他們的做法，我們現在的染法比較趨近於韓國的染法，因為他們是用青色的柿子汁去染，在日本卻是用熟成的柿子汁去染，她們至少要三年以上的柿汁，我們現在儲存的頂多兩年，沒辦法到三年。日本老師特地撥了三天的課程，在我們這邊上課，那三天我都請假來這裡上課，一些染布的秘訣要經過我們去實作才能領悟，經過實際的操作，才會知道問題在哪，要怎樣去改進，其實我們常常在研究怎樣才能把布染好來。（訪談資料 E1-05）

我們幾個是能有空閒的時間就盡量學，我們幾個會自發性找一天來做，一起學習，有時候染布一個人玩不起來，很累，一定要大家一起合作，才會長久，所以很多染布都是大家一起染。（訪談資料 E1-15）

蔡玲慧小姐是一個興趣廣泛，喜歡接觸很多事物的人，一直保持對事物學習的熱忱，任何美的、好的都喜歡去涉獵一點，正如學者（Bennett & Dann, 2000；趙亦珍，2001；張庭庭，2001；張曉楨，2004；張育美，2006；陳文萍 2010）

認為高度自我成就的追求和積極主動的學習力，是女性創業家成功重要的人格特質。雖然在技藝這方面沒有很專精，但在產業輔導、行政方面、計畫補助、課程安排等都很擅長，能適時給予協助與建議。

我很喜歡接觸很多事物，都有興趣但廣而不精，我接觸過很多很多東西，任何美的、好的我都喜歡去涉獵一點，以我個人來講要有成就，譬如我去學這個東西，陶藝我也摸過，也不可能持久，也沒有大的成果，可能像才藝班那樣一期、兩期。(訪談資料 F1-04)

在技藝的學習方面，我就真的是比蜻蜓點水好一點，然後技巧就看他們的，其他的輔導、行政方面、補助計畫、課程我就幫助他們，也和大家一起討論未來的走向。我覺得我們班員有幾個可以專注，需要幾個人可以專注在這個產業上面，像我們的總幹事和幾個老班員，他們會一心的努力的在柿染繼續去專精技藝，他們的技巧不管是染布，甚至產品的製作，他們都非常的努力，他們的能力也很好，所以我覺得如果光靠我這個部份是不太行。(訪談資料 F1-06)

我對很多事物都滿有興趣，一直保持對事物學習的熱忱，我現在因為工作很忙，已經很少再去學習新的事物了，不然以前我會常常去接觸、去上課，碰到很多不一樣的東西，我對好玩的東西就想去接觸，比較深硬的東西我就覺得很討厭。(訪談資料 F1-08)

蔡玲慧小姐是一個做事負責盡心盡力的人，從兵役課經農業課到現在的托兒所，不管職務為何，為了產業的成功，為了地方的發展，她會繼續盡力的為地方而努力。正如學者（張庭庭，2001；鄭美玲，2001；李玲梅 2005；陳文萍 2010）認為一個成功的創業家必須能勇於對自己負責並能面對挑戰持續解決問題才能因應趨勢而開創新局。

我在做產業輔導，我希望他能成功，我會盡我的力量來協助這個產業，而且說實在我是本地人，我有在地的情感，我不可能說做一做就跑掉了，不管是柿染還是其他產業，我都願意盡心的為這個地方在努力。(訪談資料 F1-05)

徐春景小姐曾說挑戰不同行業，累積生活經驗（訪談資料 G1-10），她是一個喜愛接受挑戰的人，因此在投入柿染之前，待過園區、工研院、當過咖啡吧店長、壽險業等行業，直到有孩子後才離職，在家帶小孩兼協助先生照顧梨園，豐富多樣的工作經驗，讓她比別人更懂得如何面對生命中每一次的挑戰。

本身是資管畢業的，挑戰不同行業，累積生活經驗，以前在科學園區的時候，一直做一樣的工作，兩年了挑戰性沒有了，閉著眼睛都會做的事情，我會覺得人生就這樣嗎？就要開始耗後半生嗎？後來就到工研院，我是做行政方面的工作，但是也可以接觸到很多不同層面的人，所以在工研院也待了幾年，後來碰到人力縮編，剛好朋友告知園區有棟商業大樓咖啡店的老闆娘想拓點培訓咖啡吧店長，沒有經驗最好，反正是一個跳板就先出去看看，當初我就是抱持著去學技術的，所以我也不在乎你可以保障我長長久久。後來因為簽約問題，我就從咖啡業跳到壽險業，其實以前我很排斥壽險業，後來覺得這個行業挑戰性很大，就一直做到結婚，懷孕後我就把工作放掉，我的想法是孩子我要自己帶。（訪談資料 G1-10）

徐春景小姐是一個喜歡學習的人，不管是從事哪一種工作時，她都會善加利用時間去上些課程或考些證照，不斷地去學習，去充實自己，讓自己一直處於學習狀態，一直在進步中。正如學者（Bennett & Dann，2000；趙亦珍，2001；張庭庭，2001；張曉楨，2004；張育美，2006；陳文萍 2010）認為高度自我成就的追求和積極主動的學習力，是成功的女性創業家必須具備的人格特質。

如果我覺得一個工作是在耗時間、耗生命，我可能會去找另一個有挑戰性、有學習空間的工作，或者我會利用空檔想辦法找課程自我學習，像之前帶小孩的時候，我就想辦法考證照，不會讓自己覺得你在那段時間，是在浪費時間，所以每天都過得很充實。有時充實過頭忙死了，現在發現我時間不夠用，我現在就星期五去學打版而已，六、日就陪小孩，白天上班，晚上就做家事帶小孩，有時就陪小孩看看書，小孩睡了就看自己的書，會想辦法讓自己一直都在學習，所以帶小孩，還是去考證照，我已經有客語高級認證，去年我有想考交大客研所，這是我下一步的目標。（訪談資料 G1-14）

徐春景小姐投入柿染，一路走來遭遇的困難也滿多的，像染劑保存的問題、通路的問題和設計開發的問題，她認為遇到問題就想辦法解決，沒有解決不了的（訪談資料 G1-15）。正如張庭庭（2001）指出一個成功的女性創業家，必須具備以不畏艱難、樂觀進取的態度，勇於面對挑戰、持續解決問題的人格特質。

其實一路以來困難也滿多的，就想辦法解決，沒有解決不了的，像染劑的保存問題，剛剛的味道，是去年的柿汁發酵的味道，現在沒有柿子皮，我們沒有辦法煮染，所以柿染還是有季節性，沒有辦法做成一年四季，再來通路的問題，這是我們自己要突破，希望在年底前，可以拓幾個點。還有設計開發，我們的產品是包袋，可是東西要有一個設計感、時尚感，

我覺得設計要是一個專家，才能設計出有風格的東西，因為我們本身不是學設計的，設計出來的就是一般款，所以未來要找設計師合作。(訪談資料 G1-15)。

新埔柿染坊三個客庄女性朋友，來自不同的家庭、不同的工作的場域，卻因同樣保有一顆為家鄉、為地方產業付出的心而凝聚在一起，雖然各自工作繁忙，仍自主性的在固定時間聚會研討技藝與經驗分享，三人齊心共同為客家柿染努力，期待有朝一日可以如三峽藍染再現風華般，綻放出新埔柿染獨一無二的光芒。



第五章 結論與建議

我的研究是對國內、外相關文獻作回顧後，擬定一個研究架構，以三個新竹縣客庄文創女性創業家的成功案例為研究對象，採用質性研究的「文獻分析法」、「參與觀察法」及「深度訪談法」等相關研究方法，試著從「地方與產業」、「家族與人格」和「創新與傳承」三個構面，來探討這三個各具特色的案例：「北埔的哈客愛」、「竹東的阿金姐」和「新埔的柿染坊」創業歷程的重要發展，並歸納出三個案例間的異同，提出研究的發現與結論，除了回應先前的研究目的外，也說明我的研究所遭遇到的限制，並提出對後續研究者的建議。

第一節 研究結論

一、「地方與產業」

在過去的研究當中，談到女性創業，多偏重在她所從事的產業，及這個產業對地方帶來的影響，較少談到地方對這個產業帶來的影響，我認為產業不能脫離地方而生存，地方不能脫離產業而發展，「地方與產業」相依相存，因此我研究的客庄女性創業家經營的產業都是屬於地方特色產業。

第一個是客家擂茶，第二個是客家醃製物，第三個是客家柿染，這三個產業有一個共通性，都是加工品，也就是在原生的東西上透過加工，去創造它新的價值。雖然這三家店所從事的都是地方特色產業且都是做農產品的加工，但是從我的研究中發現，北埔哈客愛客家庄茶坊在「地方與產業」這個構面，展現了較高度的關聯性。

表 5-1：「地方與產業」和三案例的關係表

店家	哈客愛客家庄茶坊	阿金姐工作坊	新埔柿染坊
地方	北埔鄉	竹東鎮	新埔鎮
移墾	道光十四年 (1834)	乾隆三十四年 (1769)	乾隆十二年 (1747)
人口	約一萬人	約九萬七千人	約三萬五千人
產業	茶	梅子、酸桔、紫蘇	柿子
加工	客家擂茶	客家醃製物	客家柿染

表 5-1 (續)

起源	1998 年 7 月農會舉辦「第一屆膨風節」活動熱鬧成功，同年 11 月舉辦「北埔柿季」開始大力推廣播茶，之後地方所舉辦的活動都一定會出現。	因家人愛吃，婚後和婆婆學做梅子，1999 年農會建議做桔醬，搶救柑農，於是和婆婆學做桔醬。	2005 年鎮公所提出柿餅產業輔導計畫，成立「新埔柿染班」社區媽媽一起學習柿染。
方式	推廣技藝	傳承技藝	發明技藝
目的	為地方帶來大量觀光人潮，提升經濟發展	為農民的農產品找到出路	提升柿子的藝術文化價值
體驗活動	傳統播茶 DIY 可隨時到店裡當場體驗，一人也可以播茶，不受人數限制。	脆梅、紫蘇梅、桔醬 DIY 無法在店裡當場體驗，須在活動市集或教學場地才可體驗，而且有季節性。	煮染、刷染 DIY 可到工坊當場體驗，但需事先做預約且人數要在二十人以上。
衍生商品	養生高纖播茶粉、玫瑰拿鐵播茶	梅汁、梅精、香桔汁	包袋、服飾、傢飾品

資料來源：自行整理

從表 5-1 可以知道，新埔鎮和竹東鎮開發較早且人口較多，早期是貨物集散、工商業活動繁忙的重鎮，相對於北埔鄉早期是個開發較晚且人口較少的客家庄，北埔鄉因為地利開發較晚而保留了較傳統的客家風貌。

阿金姐工作坊的醃製技藝是起源於婚後家人愛吃梅子，為了滿足家人的味蕾及照顧家人的健康，於是和婆婆學習醃製梅子，後來還為了搶救柑農，在農會建議下，又和婆婆學習做桔醬。新埔柿染坊的柿染技藝是起源於鎮公所提出柿餅產業輔導計畫，為了替柿餅產業增值，而成立了「新埔柿染班」，讓社區媽媽一起學習柿染。而哈客愛客家庄茶坊的播茶技藝是起源於農會舉辦「第一屆膨風節」活動熱鬧成功，同年舉辦「北埔柿季」開始大力推廣播茶，就在此時向農會學習播茶，之後地方所舉辦的活動都一定會出現播茶的蹤跡。這三個案例都是在地方政府的協助下，懂得善用政府資源連結，學習到傳統技藝進而發揚光大。

其中播茶技藝是在 1998 年 7 月農會舉辦「第一屆膨風節」，以客家文化包裝即將沒落的傳統產業膨風茶，再以文化節慶的方式推出，活動熱鬧成功，不但振興了茶葉，凝聚地方共識，也為北埔帶來無限的觀光休閒商機（范明煥，2009）。這就是地方藉由節慶活動所獲得的效益，正如李俊鴻、陳吉仲（2007）指出舉辦節慶活動不但能為地方帶來眾多的人潮，對於塑造各地方的產業文化特色及繁榮

地方經濟有相當大的幫助。

膨風節的效益有目共睹，不但活化了客庄，凝聚了共識，提振了經濟。同年 11 月，農會為了行銷在地綠茶，舉辦「北埔柿季」開始大力推廣播茶，在享譽國內外「北埔膨風茶」的加持下，使得作為招待貴賓的客家播茶，一推出不久就大受歡迎，播茶店在老街如雨後春筍般的成立，為地方帶來大量觀光人潮，活絡了地方的經濟發展。正如學者認為地方產業是地方經濟發展的重要支柱（翁徐得 1995；陳泰松，2000），之後地方所舉辦的活動（柿餅節、桐花祭、播茶文化節...等）都必定會看見播茶的身影，哈客愛就是在地方政府推波助瀾下接觸到客家播茶，自己也主動積極的善用政府資源學習播茶技藝，而走出自己的一片天。

阿金姐工作坊的醃製技藝「傳承」，為農民的農產品找到出路，不至於滯銷；新埔柿染坊的柿染技藝「發明」，為柿餅產業加值，提升柿子的藝術文化價值，增添生活藝術氣息；而哈客愛客家庄茶坊的播茶技藝「推廣」，為地方帶來大量觀光人潮，活絡地方經濟發展。這三個案例都透過技藝的延續帶來了不同的效益，其中以地方節慶活動的方式推廣的播茶產業，對地方經濟發展有最大的助益。

阿金姐工作坊，位於竹東中央市場旁，店面不大，雖然有 DIY 的體驗活動，但是必須特別安排場地，而且農產品有季節性，無法隨時參與體驗活動；而新埔柿染坊也有 DIY 的體驗活動，但必須事先預約，要二十人以上才可成團體驗，且工坊不是位在遊客較多的新埔老街上；而北埔哈客愛客家庄茶坊傳統播茶 DIY 體驗活動則不受時間和人數限制，隨時可以體驗。雖然這三個案例都有 DIY 的體驗活動，但消費者參與體驗的機會以北埔哈客愛客家庄茶坊的便利性較高。

北埔老街上處處有傳統播茶 DIY 的體驗活動，哈客愛客家庄茶坊就位於北埔老街街角，遊客來到熱鬧的北埔老街，欣賞過歷史古蹟和人文風貌，當他們走累了想找個地方歇歇腳，這時播茶店就是他們的最佳選擇。傳統播茶 DIY 的體驗活動可以自己獨自體驗，也可以是親朋好友分工合作一同體驗，一邊賣力的輪流研磨，一邊盡興的談天說地，透過傳統播茶 DIY 的體驗活動不但品嚐到獨特的客家飲食文化，感覺它味美而產生滿足，更增添生活樂趣及凝聚親友情感。

約瑟夫·派恩（B. Joseph Pine II）和詹姆斯·吉爾摩（James H. Gilmore）在《體驗經濟時代》一書中指出，「體驗」是一種創造出令人難忘且無法取代的經驗活動，當消費過程結束後，體驗的記憶依舊永久存在（夏業良、魯煒，2008）。有多位學者在研究中發現遊憩體驗與遊憩滿意度呈顯著正相關，而遊憩滿意度與重遊意願亦呈顯著正相關（李銘權，2010；李明儒、陳雅捷，2010）。也就是說，有好的遊憩體驗就有好的遊憩滿意度，下次重遊或介紹他人來旅遊的意願會大大提高，會在記憶中留下美好的回憶，播茶就順理成章成為了北埔的代言人，從此

聲名遠播，不僅是消費者的集體記憶，也是在地人的集體記憶。正如魏文彬(2010)指出北埔客家擂茶是經過客委會和媒體的大力宣導，擂茶就成為客家族群的認同標誌，也成為一項被建構的客家文化代表的展現。

北埔哈客愛客家庄茶坊就是在地方政府大力推廣擂茶，及自己懂得善用地方政府資源去學擂茶技藝，因此北埔哈客愛客家庄茶坊創業的成功，展現在和「地方與產業」的緊密結合。

一個從金門嫁到北埔的客家媳婦－莊碧芳小姐，就是在 1998 年地方政府為了振興茶產業而舉辦節慶活動，大力推廣擂茶，擂茶產業為地方帶來了大量的人潮，也帶動了地方觀光的時間脈絡下，接觸到客家擂茶。自己也在這時善用地方政府資源，積極主動去學習擂茶技藝，本來是假日自己在熱鬧的老街廟口擺攤做擂茶生意，但擂茶技藝的門檻不高，因此在傳統的三種基本食材（綠茶、花生、芝麻）外，不斷利用所學加入多種養生食材，調配出適合大眾的養生高纖擂茶粉，講求品質和追求健康是最高原則。後來先生也加入行列，一直到現在成立店面，為了達到永續經營，他們不斷研發新的產品和新的泡法，在保留住擂茶天然的味道下做突破，一直堅持使用在地優良的春茶、聘用在地的員工及工廠留在在地。夫妻同心共同經營客家擂茶，沒有語言和文化的隔閡，只有共同為地方、為產業打拼的情感，讓承載客家飲食文化的擂茶，可以在北埔繼續發光發熱。

二、「家族與人格」

在過去的研究當中，談到女性創業家，不外乎談她們的人格特質、創業動機、創業困境、創業歷程及創業成功的關鍵因素，卻很少把家庭和家人單獨提出來探討的，而家是人們的避風港，每個人都是在家的庇佑下日益成長茁壯，家族的重要性是不容忽視的，我深深覺得「家族與人格」兩者都很重要，所以我把家族與人格放在一起。

我選的這三個案例全都不是土生土長的客家女性，而是三個客家媳婦，此外，第一個案例是夫妻，第二個案例是母女，第三個案例是一群女性的好朋友，是三種不同的經營型態（夫妻、母女、朋友）。她們都不是單一的個人史，而是夫妻一起打拼，母女一起打拼，朋友一起打拼，顯現了客家庄那種家的凝聚力、那種群體的凝聚力。從我的研究中發現，竹東阿金姐工作坊在「家族與人格」這個構面，展現了較高度的關聯性。

表 5-2：「家族與人格」和三案例的關係表

店家	哈客愛客家庄茶坊		阿金姐工作坊		新埔柿染坊		
經營型態	夫 妻		母 女		朋 友		
經營者	莊碧芳 小姐	姜瑞霖 先生	康阿金 小姐	彭巧嫻 小姐	鍾夢娟 小姐	蔡玲慧 小姐	徐春景 小姐
教育程度	嘉義農 專	嘉義農 專	竹東國 中(補校)	室內設 計	新竹高 商	水產	資管
主要工作	行銷推 廣	品質控 管	品質控 管	行銷推 廣	品質控管兼行銷推廣		
投入程度	全心投 入	全心投 入	全心投 入	全心投 入	副業 (代書)	副業 (公所人員)	正職
技藝習得	農會輔導推廣播茶		跟婆婆學習做脆 梅和桔醬		染織界陳景林老師教授柿染 技藝		
家族	經商 (貢糖)	務農 (稻米)	經商 (米店)	經商 (梅鋪)	服務業 (代書)	經商 (五金)	務農 (水梨)
創業動機	增加家 庭經濟 收入	兼顧家 庭與工 作；幫助 另一半	兼顧家 庭與工 作	繼承家 業	興趣	出生地 的福祉	興趣、 增加家 庭經濟 收入
創業困境	攤位的 不穩定 性、同 業打擊 、行銷 、設計	同業打 擊、行 銷、設 計	行銷	行銷	染坊的 不穩定 性、人 緣	行銷	行銷、 設計人 才

資料來源：自行整理

從表 5-2 可以知道，三個案例都不是個人單打獨鬥的創業，而是一群共同努力的創業，其中哈客愛客家庄茶坊是夫妻共同經營，阿金姐工作坊是母女共同經營，這兩個案例都是屬於家族的經營型態，較能全心投入所經營的產業。相對的新埔柿染坊是朋友共同經營，且因有本業而暫時無法全心投入。由此可知，三個案例對所經營產業的投入程度是有所差異的。

因為是家族的經營型態，大家彼此分工、彼此信任和有效率的協調，有一種為了家族共同努力犧牲奉獻的信念，期望事業能蒸蒸日上，商品或服務能廣受各界好評。正如同范揚松（1998）指出家族經營型態的企業，內部擁有強大的向心力，有互助合作的精神，經營成果歸全家共享，是家族創業成功的優勢。

同時這三個案例家中長輩也都曾從事商品的買賣，無形中受到家中長輩經商的影響，尤其是阿金姐工作坊祖孫三代都生活在瀟灑商業氛圍的家族中，自然而然較懂得一些經商的秘訣，而具有較強烈的家族榮譽心和使命感，期望事業在自己手中能經營的比以前更好、更茁壯。

在創業動機方面，哈客愛夫妻是為了增加家庭經濟收入、兼顧家庭與工作和幫助另一半而創業；阿金姐母女是為了兼顧家庭與工作和繼承家業而創業，這兩個案例都是因為家庭因素而創業，也都是為了讓自己的家庭更美好而創業。就如同姚慧玉（1987）認為家族企業存在著保護家人和親屬的利益，及維持產業薪火相傳的優點。

哈客愛客家庄茶坊技藝習得來自於農會輔導推廣，新埔柿染坊技藝習得來自於染織界陳景林老師教授，而阿金姐工作坊技藝習得則是跟親近的家人婆婆學習。韓玉奇（2002）認為家族企業能迅速的抓住一切可能的創新機會，以血緣關係為紐帶形成一致對外的向心力和凝聚力，是創業成功的重要因素。阿金姐工作坊婆媳間因情感的連繫和信任，在技藝的傳授上較能傾囊相授，能和家人學習技藝是一種幸福，不僅學習到有形的產業技藝，也學習到無形的客家精神與文化，更重要的是凝聚家人的情感與傳承家業的使命，讓技藝成為代代相傳的傳家寶。

在人格特質方面，透過與三個案例深度訪談之後，我發現客庄女性創業家具備以下人格特質，整理如表 5-3，接著分三個案例做說明。

表 5-3：客庄女性創業家人格特質表

高度自我成就	不滿足於現況	感恩心
積極主動學習	良好的溝通力	同理心
勇於面對挑戰（剛性）	認真盡責有規畫	回饋心
接納他人意見（柔性）	有目標有企圖心	要求完美

資料來源：自行整理

從表 5-3 可以知道，在人格特質方面，三個案例都呈現出高度自我成就、積極主動學習、認真盡責有規畫、良好的溝通力和感恩的心。而且做事皆要求完美、有目標有企圖心、不滿足於現況不斷追求進步，更有如趙亦珍（2001）認為成功的女性創業家須兼具剛性與柔性的人格特質，能勇敢面對挑戰展現剛性特質，與人好好溝通接納他人意見展現柔性特質，適時展現她們雙重的特質，並非如過去學者（Priscilla, 2000；Sinisalo & Komulainen, 2008；張庭庭, 2001；李玲梅 2005；張育美, 2006）大多認為成功的女性創業家必須要堅韌、要堅持，否則創業是遙不可及。除此之外更進一步將感恩心，昇華為對農民、對消費者設想的同理心，及取之於社會用之於社會為社會服務的回饋心。正如學者認為一個成功的女性創

業家，在企業有所成就時，應適時負起社會責任，幫助弱勢團體，參加公益活動回饋社會。(張庭庭 2001；陳文萍 2010)

在訪談哈客愛客家庄茶坊時，莊碧芳小姐「勇於面對挑戰」和姜瑞霖先生「要求完美」的人格特質讓我印象深刻。莊碧芳小姐勇於面對同業惡性競爭的挑戰，不因此退縮，反而依循法律，步伐走得更堅定、更踏實，走出在地到處去參展或參賽，而榮獲亮眼的成績；姜瑞霖先生對原物料品質要求完美，如果沒有達到標準，則請廠商重新送貨，對產品的品質亦要求完美，如果沒有達到水準之上，則重新調配製作。

同行的嫉妒心是很恐怖的，讓我們被罰了不少，也損失不少，所以我們就更堅定、更要穩定下來，凡事就是要合法，根據法律來走，一切合法的話，她們就再也整不到我了。(訪談資料 A1-10)

因為我們只著重在產品，後來我們才知道原來包裝也很重要，例如：營養標示字太小了，所以一跳過就出問題了，營養標示的數據是可以算出來的，一般營養標示都是自己算的，後來為了杜絕同行的一些動作，我就乾脆直接全部用印的，這也讓我們一直一步步在成長。(訪談資料 A1-10)

我是處女座，比較龜毛，對產品的品質我會比較堅持，會比較挑剔，所以對內顧產品品質的把關，我認為既然要做就要把品質做到最好，要不然就不要做。(訪談資料 B1-06)

像茶葉的話，就要泡出來看，第一個看有沒有添加其他的東西，看它的顏色可不可以，第二個試喝看它的口感可不可以，而且是使用本地的茶葉，因為本地的茶葉安全性較高，品質也不輸外地的茶葉，且本地的茶葉外觀和茶水的口感都比外地好。我們都要了解每個東西的特性，才能判斷東西的好壞，才能在調配時發揮每個東西的特性。(訪談資料 B1-04)

在訪談阿金姐工作坊時，阿金姐的「回饋心」和女兒巧嫻「有目標有企圖心」的人格特質讓我留下難忘的印象。阿金姐認為取之於社會，用之於社會，因此長期認養兒童、參加公益活動、不定期的捐款，產品則與農民、家政班媽媽、弱勢團體互動，和大家分享這個成果；巧嫻則期望建造一個台灣製物館，讓各族群的醃製物有共同展示的舞台，幫農夫找到另外一個出路。

社會給我們這些資源，其實在很早我就灌輸小孩要回饋，例如：認養兒

童跟家扶、世光或弱勢團體做互動，她們每一年的義賣活動我們都會去參與，或是長安老人中心我們都會不定時的去捐款，這一兩年我們有跟世光的中度殘障兒童做互動，我們在做桔醬的時候，就給他們剝桔子皮。例如我給外面的阿婆剝一籠是一百元，我給世光剝一籠是兩百元，看他們的能力可以幾籠我就給他們幾籠。(訪談資料 C1-10)

桔祥袋是我跟農民的互動、我跟家政班媽媽的互動，到後來我推出單瓶的時候，我跟殘障協會團體的互動，也就是說不是什麼錢都我自己在賺，我願意和大家分享這個成果，當初只是轉個念，把自己的商品與家政班媽媽的花布袋結合，並取一個的名字桔祥袋，沒想到有意想不到的成果。(訪談資料 C2-13)

我一直想要做一個台灣製物館，客家人的文化本來就是比較勤儉持家的，比較敬天惜物的，尤其早期住在山區取得食材更是不容易，所以客家人會有很多醃製物。不只是客家人，還包括閩南人、外省人、原住民也是，每個族群都有自己特色的料理，有機會的話希望可以讓他們在共同的一個場域結合，在醃製物的這個領域裡頭做個延續，我覺得這是件很重要的事，幫農夫找到另外一個出路，另外一個天。(訪談資料 D1-08)

在訪談新埔柿染坊時，鍾夢娟小姐「積極主動學習」，蔡玲慧小姐有「回饋心」，和徐春景小姐「不滿足於現況」的人格特質讓我印象深刻。鍾夢娟小姐為了提升自己柿染的技藝，會主動收集柿染相關的書籍和資料，並不惜請假來上柿染的課程；蔡玲慧小姐為了讓地方產業的發展有成果，願意盡心的為這個地方努力；徐春景小姐喜歡學習、喜歡挑戰，懂得善用時間自我充實，讓自己時時在學習、時時在進步，在進步中獲得無價的成就感。

我會在網路上收集有關柿染的資料，或購買一些柿染的相關書籍來看，雖然是日文，中間夾雜一些中文字，多少有一點通，看圖片也大概知道他們的做法。前年(99年)日本老師特地撥了三天的課程，在我們這邊上課，所以那三天我都請假來這裡上課，受益滿多的。(訪談資料 E1-05)

我在做產業輔導，我希望它能成功，我會盡我的力量來協助這個產業，而且說實在我是本地人，我有在地的感情，我不可能說做一做就跑掉了，不管是柿染還是其他產業，我都願意盡心的為這個地方努力。(訪談資料 F1-05)

我是喜歡學習、喜歡挑戰的一個人，如果我覺得每天在做一個工作是在

耗時間、耗生命，我可能會去找另一個有挑戰性、有學習空間的工作，或者我會利用空檔去想辦法找課程自我學習，或想辦法考證照，不會讓自己覺得是在浪費時間，所以每天都過得很充實。(訪談資料 G1-14)

阿金姐母女更進一步將家族的愛凝聚家族與社區，昇華為對農民、對消費者設想的同理心，及取之於社會用之於社會為社會服務的回饋心。正如學者認為一個成功的女性創業家，在企業有所成就時，應適時負起社會責任，幫助弱勢團體，參加公益活動回饋社會。(張庭庭 2001；陳文萍 2010)

竹東阿金姐工作坊是家族企業，且技藝習得來自家中長輩，正是用家族的愛凝聚了家族和社區，因此竹東阿金姐工作坊創業的成功，展現在和「家族與人格」的緊密結合。

一個從桃園嫁到竹東的客家媳婦—康阿金小姐，就是在滿足家人的味蕾下，和婆婆學習技藝，接觸到客家醃製物，原本在家幫忙顧米店，後來改賣醃製物為主軸，為了替在地農民的農產品找出路，不斷用心研發既健康又環保的商品。之後女兒回家幫忙，母女之間存在著微妙的聯繫，女兒從小就協助媽媽製作醃製物及在媽媽耳濡目染之下，自然而然學習到媽媽待人處世的態度。女兒感動於有無數的人像母親般默默為地方產業付出，於是決定繼承家業投入母親所從事的客家醃製物，母女把凝聚家族愛的醃製物帶出家裡，到社區、到學校、到機關團體、到有機商店去教學和推廣，讓更多人品嚐到愛的滋味。母女連心共同經營客家醃製物，沒有世代的隔閡，只有共同為家族、共同為社區打拼的情感，讓傳承自祖母的客家醃製手藝和文化，可以一代傳一代流傳千古。

三、「傳承與創新」

在過去的研究當中，談到企業的永續經營，就必須不斷的創新，創新需要人脈，創新需要資源，創新是企業生存的不二法門，創新是經濟成長的原動力，但卻鮮少談到傳承這部分，一個地方特色產業為了能永續經營，就不能忽視有形的技藝傳承，更不能忽視無形的文化傳承，且傳承這件事是客家的一個重要議題，「傳承與創新」兩者缺一不可。

這三個產業有一個共通性，都是加工品，也就是說在原生的東西上加工，去創造它新的價值。譬如說播茶，從播茶的儀式到播茶粉，到播茶的包裝，到伴手禮；譬如說醃製物，從只是醃製到口味的創新，到創意料理的食譜，到客家意象的融入；譬如說柿染，從柿子到柿餅，到柿染，到多重的柿染工藝，所以這三個案例還是三個特殊的文化創意產業。從我的研究中發現，新埔的新埔柿染坊在「傳承與創新」這個構面，展現了較高度的關聯性。

表 5-4：「傳承與創新」和三案例的關係表

店名	哈客愛客家庄茶坊		阿金姐工作坊		新埔柿染坊	
特色產業	客家擂茶		客家醃製物		客家柿染	
原產品	擂茶粉		紫蘇梅、桔醬		柿染布	
技藝傳承	農會輔導推廣。		手藝傳承於婆婆。		陳景林老師教授。	
	訓練種子兵→拓展分店		女兒回來接手		多元就業開發方案 +協會研習課程	
	茶葉磨細→芝麻+花生→沖熱水		脆梅：六、七分熟(現採馬上加工)		煮染：布要精練(去漿)，再上豆漿(柿皮熬汁)	
			紫蘇梅：八分熟(Q度、香氣、果膠)		浸染：布還是要精練，但不用上漿(柿果榨汁)	
			桔醬：連同果皮不加水(纖維質)		刷染：刷生汁於型版鏤空處+媒染劑	
			香桔汁：酸桔(焦糖+麥芽+小丁塊皮)		繪染：直接沾生汁彩繪	
	輔導已經十來年		傳承也有二十來年		學習才短短幾年	
文化傳承	拜師→自創		家傳→共享		共享→共創	
	研磨→吃苦耐勞、團結好客		醃製→勤勞節儉、刻苦耐勞、愛物惜物、就地取材、保留原汁原味		色澤→勤儉、篤實、純樸、硬頸吃苦耐勞	
	包裝→樸實沉穩、用心進取(飛揚桐花)		瓶蓋→堅忍、純潔、不妥協(桐花花型簡單、花瓣堅挺)		商品→堅忍、純潔、不妥協(桐花花型簡單、花瓣堅挺)	
			包裝→熱情好客、時尚環保(客家花布)		柿皮→黃金(新藝術價值的智慧)(愛物惜物)	
產品創新	包裝	經濟包	包裝	隨身包	新樣式	桌巾
		隨身包		大罐裝		門簾
		金鑽禮盒		小罐裝		圍巾
		典藏禮盒		迷你罐		各式布包
	口味	擂茶牛軋糖		桐花禮盒		DIY 布包
		擂茶鬆餅		桔祥袋		DIY 杯墊
		玫瑰拿鐵擂茶		手工木製禮盒		各式衣服

表 5-4 (續)

		可可焦糖播茶		食在客氣禮盒		玩偶
		冰咖啡播茶	口味	香桔汁		名片夾
				客家哇沙米		面紙套
				人蔘蘿蔔		小吊飾
						杯套
						茶具包
製程創新	天然的食材、不加任何添加物	梅子：營養→泡水只要十二個鐘頭		柿染：染一次 藍染：染多次		
	播茶粉：大眾的、溫和的、營養高	酸桔：香醇→不加水、化學物質		柿染：喜太陽曬、適合久放發色 藍染：怕太陽曬		
		新鮮度→摘採下來馬上做第一道加工		柿染：耐洗、耐磨、不易退色 藍染：不耐洗、易退色		
		健康→不可噴灑農藥、不加人工添加物		藍染：浸染，有煮染（方式多） 藍染：浸染，沒有煮染		
	用本地的茶葉	用本地的酸桔和紫蘇		用本地的柿果和柿皮		
服務創新	去年到大陸的天津和南京參展，今年陸續還會參展。	去年多次到大陸參展，今年放棄參展。		去年到大陸南京參展，今年沒參展。		
	店面、老街、宅配外，7-11 商品目錄、高鐵椅背上的雜誌。	自家店面、百貨公司、有機店，每個月定期參加綠市集。		目前只在染坊的展示間有展售商品。		
	大多透過地方舉辦活動邀約去參展。	不定期參加機關團體邀約的活動去參展。		大多透過地方舉辦活動邀約去參展。		
	為廠商提供特製的客家播茶粉，也就是做原物料的供給。	做原物料的提供，像漢堡店、冰淇淋店、烘培坊等。		目前柿染布只提供工坊製作商品。		
	店內推廣。	積極投入學校或有機商店的教學與推廣。		積極到新竹縣各中小學去推廣。		
	傳統播茶 DIY	脆梅、紫蘇梅和桔醬 DIY		煮染和刷染 DIY		

表 5-4 (續)

服務創新	北峨寶商圈輔導老師的協助，幫忙設計布置門市。(省下設計費)	加入客委會輔導計畫，成為客委會輔導廠商。(包裝、桐花商品)	通過多項計畫案，如文建會、客委會、工藝中心、勞委會。(柿染課程、場地、人力)
	門口有免費茶水的提供。	創意料理食譜研發，或親自教導客人。	旅遊遊程，包含柿染 DIY 體驗活動。
	幫農會代工客家擂茶粉。	加入農會，受到農會的輔導。	和在地業者合作，做場地布置。

資料來源：自行整理

從表 5-4 可以知道，在技藝傳承上，北埔哈客愛客家庄茶坊的客家擂茶技藝的推廣已經十來年，全台有客家庄的地方幾乎都有擂茶的蹤跡；竹東阿金姐工作坊的客家醃製物技藝的傳承也有二十來年，客家醃製文化在客家庄已經流傳百來年；唯獨新埔柿染坊的客家柿染技藝的興起才短短幾年光景，而且是全台唯一推動柿染的地方，會柿染技藝的人並不多，能夠全心投入的人更少，且柿染的色澤及耐洗、耐曬、耐磨的特色，正代表著客家人勤儉、篤實、純樸、硬頸、吃苦耐勞的精神，為了讓「柿染技藝」免於曇花一現成為「柿染記憶」，柿染技藝的傳承與推廣勢在必行。

在文化傳承上，北埔哈客愛擂茶的飲食文化是從地方政府推廣擂茶時拜師學起，到自己研發創新加入養生食材；竹東阿金姐的醃製文化是家傳，也就是從婆婆傳給媳婦再傳給女兒，到現在四處去推廣教學與社區、與地方共享；新埔柿染坊的柿染文化是從一開始社區媽媽一起學習與共享，到現在大家一起共同創作，為柿染產業做努力。從共享到共創，展現了新埔柿染坊走出家裡，因為文創產業需要多方人才的投入，大家一起共同創作，才能突破，才能真正的創新與進步。

北埔哈客愛客家庄茶坊的客家擂茶必須透過不斷研磨，分工合作，才能喝到一碗香濃的擂茶，研磨的動作展現出客家人吃苦耐勞、團結好客的精神；竹東阿金姐工作坊的客家醃製物是用當地當季盛產的食材，透過醃製技術來保存食物，醃製的方法展現出客家人勤勞節儉、刻苦耐勞、愛物惜物、就地取材的精神；新埔柿染坊的客家柿染必須透過日曬，才能顯現它獨特的色澤，古樸的色澤展現出客家人勤儉篤實、純樸硬頸、吃苦耐勞的精神。三個案例透過不同的方式，無形中都默默的傳遞著客家人吃苦耐勞的精神和文化。

北埔哈客愛客家庄茶坊以油桐花做為門市哈客愛的代表，採用油桐花做為包裝及手提袋設計的圖騰，袋子上只有「哈客愛」三個字，和數朵隨風向上飛揚的

油桐花，代表哈客愛的用心和向上進取的心，也表示客家人樸實、進取的精神；竹東阿金姐工作坊的客家醃製物瓶蓋上都是用各色彩的桐花紙張包覆，色彩鮮豔可愛很吸引人的目光，是客委會輔導設計的桐花商品，採用桐花花型簡單、花瓣堅挺的意象，代表客家人堅忍、不妥協的性格，還善用客家花布在桔祥袋和食在客氣禮盒上，展現客家人熱情好客的精神；新埔柿染坊除了大門是用盛開的桐花布置外，還有燈罩上也有桐花的圖騰，也展現了客家人堅忍、不妥協的性格，除此之外眾多商品都有代表客庄地方特色的圖案，如柿子、曬柿餅、宗祠家廟等，充分展現了地方的文化。三個案例都充分運用代表客家精神的圖騰（如：桐花、客家花布）在產品的包裝上，讓商品不只是商品，還乘載著文化的價值，豐富消費者的心靈。

在產品創新上，北埔哈客愛客家庄茶坊和竹東阿金姐工作坊大多著重在包裝上和口味上的改變，相對的新埔柿染坊商品的種類眾多，都是屬於生活上實用的連結，而且不斷在產品的種類及樣式上求新求變推陳出新，每件商品的產出都令人驚艷，大大提升生活中藝術的氣氛。

在製程創新上，三個案例都特別強調在地製作跟使用在地食材，講求健康、天然、環保，不加化學添加物，而柿染更有耐洗、耐磨，不容易退色，越曬越能顯色，適合久放經過歲月讓它發色且有能長久使用的特性，因此柿染實用性較高。

在服務創新上，三個案例都是透過地方舉辦活動邀約去參展，竹東阿金姐工作坊和新埔柿染坊都覺得到大陸參展效益不大，決定在台灣踏穩腳步，唯獨北埔哈客愛客家庄茶坊對到大陸參展充滿興趣，今年也報名參展，認為到大陸參展不但能增廣見識，亦能打開知名度。

學者（張庭庭 2001；陳文萍 2010）認為能結合各種資源、活用資源，對企業的經營是有正向的助益。北埔哈客愛客家庄茶坊門市成立後，就是倚賴商圈輔導老師的協助，省下了設計費，門市今天才能滿溢溫馨的家的感覺；竹東阿金姐工作坊加入客委會的「台灣客家特色商品輔導計畫」，成為客委會輔導廠商，採用客家意象的包裝設計，讓產品更有客家特色，也有更多元化的行銷管道；新埔柿染坊透過提出政府的計畫案，申請到經費聘請老師教授柿染課程，讓大家的柿染技藝更進一步的提升，或解決了場地和人力的問題。三個案例都懂得善用政府的資源連結，其中新埔柿染坊充分運用資源連結，年年都受到政府計畫案資源的幫助，對柿染技藝的提升與傳承有很大的助益。

除此之外，還把柿染 DIY 體驗活動納入新埔旅遊的遊程當中，增加旅遊的深度和多樣性，讓來新埔的遊客可以透過柿染 DIY 體驗活動，從了解客家柿染，進而把自己創作的客家柿染手工藝品帶入生活中，增添生活繽紛的色彩和感動，

形成手感經濟。如同吳昭怡（2006）指出「手感是一種感覺的時尚，反應出現代人內心的需求，傳遞出人味、感觸、溫度、專注與獨一無二的精神。」這正是現今人們在物質滿足外，更進一步追求心靈上的享受。

新埔的新埔柿染坊因與地方產業的文化資產結合，也就是從柿子到柿餅到柿染工藝，它凝聚了在地人與開啟了一個新的農業經濟轉型的典範，因此新埔柿染坊創業的成功，展現在和「傳承與創新」的緊密結合。

新埔柿染坊是三個生活在新埔的客庄女性，各自有自己的本業，為了提升柿餅產業的附加價值，而在傳統的從柿子到柿餅的技藝中加入創新元素發展出柿染，後來因柿染而聚集在一塊，成為志同道合的好友。為了讓有形的柿染技藝和無形的客家文化精神傳承下去，她們不斷利用公餘時間積極研發新的產品及向老師學習設計的技巧，並充分運用政府資源申請計畫做為後盾，之後多元計畫人力進駐，產品才可以進行量產及銷售。她們並積極到新竹縣各中小學去推廣，灑下一個個柿染的種子，讓孩子從小就知道柿染是新竹縣客家庄特有的產業，期待這一株株幼苗成長茁壯。三人齊心努力經營客家柿染，沒有同儕的隔閡，只有共同為技藝傳承、為文化傳承打拼的情感，讓新興的客家柿染能有藍染般的魅力永續傳承下去。

我從「地方與產業」、「家族與人格」和「傳承與創新」這三個構面去解構客庄女性的創業歷程，我發現北埔的哈客愛客家庄茶坊展現了和地方產業的緊密結合，因為地方政府大力推廣播茶及自身懂得善用地方政府資源學習播茶技藝，播茶產業為地方帶來大量觀光人潮，活絡地方經濟發展，幫助新一代女性創業家；同時，竹東的阿金姐工作坊展現出家族與人格是客庄女性創業家最重要的創新因素，因為是家族企業，且技藝習得來自家中長輩，正是家族的愛凝聚了家族和社區；最後，新埔柿染坊展現出企業的創新與地方產業的文化資產結合最重要，也就是從柿子到柿餅到柿染工藝，它凝聚了在地人與開啟了一個新的農業經濟轉型的典範。

這三個成功的故事都展現了如何運用傳統的客家技藝在企業創新的基因中，我認為這正是客庄女性創業家的核心競爭力。雖然客庄女性創業家在三個構面上各有不同的優勢，但是卻同樣有著為地方產業、為家族情感、為技藝傳承努力付出的心，秉持著她們的柔韌和她們的創新與堅持，可以讓更多有意創業的客庄女性效法她們的精神，學習她們的做法，也能走出自己的一片天。

第二節 研究限制

在我深度訪談三個客庄女性創業家的案例時，我面臨了許多的困難，我將它分成取樣範圍、研究方法和研究季節三方面做說明：

一、就取樣範圍而言：我的研究採用「深度訪談法」，只就受訪對象進行訪談資料的蒐集與整理分析，因每個案例工作繁忙，使得我深度訪談及參與觀察的時間不夠長，導致對每個案例了解不夠深入。尤其在訪談有關「家族與人格」這個構面時，由於彼此認識的時間短暫，尚無法敞開心胸沒有顧忌較詳細的述說家庭的生活或個人的人格特質。在訪談過程中，除了主要的幾位客庄女性外，我還注意到其他一起工作的相關人員，（如：哈客愛的兒子和員工、阿金姐的先生和大女兒、柿染坊的工作人員），因時間限制與他們聊得不夠多、不夠久，如果能和他們多接觸，相信我蒐集的資料將更豐富，更能深入去了解、去分析和去比較每一個案例。

二、就研究方法而言：我的研究採用質化研究法中的深度訪談法，以忠實的方式呈現，北埔哈客愛、竹東阿金姐和新埔柿染坊三個客庄女性創業歷程的故事，我覺得她們都是很成功的客庄女性創業家，但是要如何證明呢？我覺得她們都滿有創新的能力，但是消費者也是如此認為嗎？如能加上量化的數據作舉證（如：每月的營業額，可以知道每月的營收變化；每個產品的銷售量，可以知道哪個產品銷售比較好。），在質化和量化兩種研究法相輔相成下，相信我研究的發現將會更有說服力。

三、就研究季節而言：我研究的地方特色產業有些是季節性的農產品（如：梅子—三到五月；酸桔—十二月到過年前；柿子—農曆九月到年底），因此要把握住季節實際去參與梅子製作、桔醬製作或柿染染汁製作，透過實際的參與，才能清楚的了解每項農產品的特色和加工的過程，也才能深刻的體會每個案例對產品的辛勤付出和堅持。若錯過季節無法實際參與，只好再等一年或由案例口頭述說產品製作過程，將延長研究的時間或失去體驗臨場製作的真實感受。如果能掌握研究季節，實際去參與每一項農產品的加工過程，相信對我研究的進行會有意想不到的加分效果。

第三節 對後續研究者的建議

我從「地方與產業」、「家族與人格」和「創新與傳承」這三個構面去解構三個客庄成功的女性創業家的創業歷程，我相信這只是個開始，其他後續研究者對於客庄女性的現在進行式及未來式可以做其他不同角度的探討。我對後續研究者

的建議方向如下：

一、我的研究從上述三個構面去解構三個客庄女性的創業歷程，除了這三個構面，還有哪些面向可以去探討呢？消費者真的都喜歡這些產品嗎？在地人都認同這些產業嗎？家人的支持和參與度如何？投入這產業的並非全都是女性（如哈客愛的先生和兒子、阿金姐的先生），男女的分工又是如何？因此後續研究者可增加從消費者、在地人、家屬和男女性別分工的角度來探討這個議題，將可以更全面來看待客庄女性的創業故事。

二、後續研究者可以針對相同產業進行比較性研究，例如：北埔哈客愛相對於北埔其他播茶業者或其他客家莊的播茶業者，兩者的經營模式有什麼不一樣？傳統經濟包還是隨身包賣得較好？新埔柿染坊相對於其他染布業者，或者是跟閩南庄三峽藍染有什麼不一樣？跟鳳林的客家花布染又有什麼不一樣？竹東阿金姐工作坊的客家桔醬和新埔的客家桔醬有什麼不一樣？透過比較性研究探討她們的創業歷程，就可以從中比較出不同案例的經營模式與成功之道。

三、我的研究採用真實記錄的呈現方式，透過三個客庄女性創業歷程的描述，在訪談期間對於三個案例客家技藝的觀察，發現這三種客家技藝是那麼天然、健康又環保，有必要讓更多人了解它、喜歡它，甚至常常接觸它。由於我參與觀察的時間不夠久，不管是播茶技藝、醃製技藝或染布技藝了解得都不夠深入，所以建議後續研究者可以深入探討客家技藝的製作過程與技術上的突破，讓承載客家精神與文化的客家技藝，可以永續的傳承下去。

四、在我的綜合分析中，我發現三個客庄女性創業的案例，運用了許多資源的連結，從農會、鎮公所到公部門等，例如：北埔農會為什麼會在地方上推動客家播茶？哈客愛又是如何善用地方政府的資源，幫助她的創業？客委會為什麼會補助阿金姐工作坊？它的成效是什麼？阿金姐是如何在眾多競爭對手中脫穎而出？新埔柿染坊為什麼年年都能申請到政府的計畫案？她們是如何取得資源連結的？她們又是如何運用資源連結？所以建議後續研究者可以深入訪談曾經參與資源連結的各界人士，相信可以對三個客庄女性創業的歷程做更完整的記錄。

五、在做比較時，我發現三個案例產品的品質都有一定的水準，但是發展到現在都面臨到相同的困境，就是產品的行銷和設計的難題，要如何提高產品的銷售量？又要如何解決設計的問題？所以建議後續研究者可以深入探討產品的行銷策略和設計方法，如何讓客庄女性創業更成功，未來走得更平穩，企業能永續經營下去。

六、後續研究者可以針對我的研究架構中，每兩個構面交集處，或三個構面交集處，做更深入的探討與命名，將可彌補我研究不足處，並提升研究的價值與意義。

參考書目

一、中文部份

OTOP 台灣地方特色網。〈OTOP 的起源〉。上網日期：2012 年 3 月 10 日，取自 <http://www.otop.tw/about/index.html>

王仕圖、吳慧敏（2003）。《質性研究方法與資料分析：深度訪談與案例演練》。嘉義：南華大學教育社會學研究所。

王本壯（2000）。〈從社區總體營造推動地方特色產業振興的策略－以三義木雕產業為例〉，《聯合學報》，17：125~134。

王姿云（2011.08）。〈吃客家三寶 柿餅、板條、水煙腸〉，《時尚玩家》，221：80~82。

王盈勛（2012.02.03）。〈科技與人文如何整合？（三）〉。上網日期：2012 年 2 月 18 日，取自 <http://www.ithome.com.tw/itadm/article.php?c=71806>

北埔鄉戶政所便民服務網（2012.06）。〈新竹縣人口統計月報〉。上網日期：2012 年 7 月 11 日，取自

<http://w3.hsinchu.gov.tw/HouseWeb/Beipu/webpage/PeoCount/List.aspx>

任凱、王佳煌（譯）（2005）。《質性研究法-社會情境的觀察與分析》。台北：學富文化。

行政院文建會（2004）。《2003 年台灣文化創意產業發展年報》。台北：行政院文建會。

行政院文建會（2010.02.03）。〈文化創意產業發展法〉。上網日期：2011 年 10 月 20 日，取自 <http://www.cca.gov.tw/law.do?method=find&id=247>

行政院文建會（2010.08.30）。〈文化創意產業內容及範圍〉。上網日期：2011 年 10 月 20 日，取自 <http://www.cca.gov.tw/law.do?method=find&id=264>

行政院經建會（2010.03.25）。〈推動地方特色產業發展，建立 OTOP 品牌價值〉。上網日期：2012 年 3 月 10 日，取自 <http://www.cepd.gov.tw/m1.aspx?sNo=0013369>

吳定（2003）。《政策管理》。台北：聯經出版社。

吳昭怡（2006）。《手感經濟－感覺的時尚》。台北：天下文化

吳樹南（2006）。《地方文化產業永續發展之研究－以白河蓮花產業為例》。中正大學政治學研究所碩士論文。

李文龍（2001.03.15）。〈重新定位市場，轉型再創商機〉，《工商時報》，經營知識版。上網日期：2012 年 1 月 10 日，取自 http://kmw.ctgin.com/kmw_v2/main.aspx

李明儒、陳雅捷（2010）。〈島嶼遊客體驗價值、滿意度以及重遊意願之研究－以澎湖吉貝嶼、七美嶼為例〉，《休閒產業管理學刊》，3(1)：1~18。

李俊鴻、陳吉仲（2007）。〈節慶活動遊客旅遊需求及遊憩效益評估－以綠色博覽會為例〉，《農業與經濟》，39：137~166。

- 李玲梅（2005）。《女性創業家特質與風格之研究》。嶺東技術學院國際企業研究所碩士論文。
- 李銘權(2010)。《休閒農場遊憩體驗滿意度與重遊意願之研究－以獨角仙休閒農場為例》。逢甲大學土地管理學系碩士論文。
- 李靜采（2008）。《女人做的好生意》。台北：大塊文化出版股份有限公司。
- 周意婕（2010）。《紡織產業之創新經營-以興隆毛巾觀光工廠為例》。建國科技大學自動化工程系暨機電光系統研究所碩士論文。
- 周碧芳（2006）。《居民對地方特色產業遊憩資源與發展效益認知之研究－以田尾花卉產業為例》。大葉大學休閒事業管理學系碩士論文。
- 林嫻如（2009）。〈文化創意產業振興基隆地方特色產業之永續發展〉，《2009文化創意產業永續與前瞻研討會論文集》，241~264。
- 林麗娟（2009）。〈尋找記憶中的美味－手工米麩傳統食品大變身〉，《鄉間小路》，35：60~64。
- 法務部全國法規資料庫（2010.01.27）。〈客家基本法〉。上網日期：2011年11月25日，取自 http://law.moj.gov.tw/News/news_detail.aspx?id=61876
- 城市競爭力知識網（2009.03.13）。〈地方政府－新竹縣〉。上網日期：2011年11月24日，取自 <http://glocalgov.nat.gov.tw/NCity/HsinchuCounty/>
- 姚慧玉（1987）。《本省中小企業與家企業關係之研究》。台北：英美出版社。
- 柿染坊（2012.05）。〈柿說新埔〉。上網日期：2012年5月26日，取自 <http://www.xinpudyeing.com.tw/about-1.php>
- 柿染坊（2012.06）。〈柿說新埔〉。上網日期：2012年6月17日，取自 <http://www.xinpudyeing.com.tw/work-3.php>
- 胡政源（2005）。《科技創新管理》。台北：新文京開發出版股份有限公司。
- 胡瑜珊（2008）。《民宿·夢想·家：民宿業者創業歷程之研究》。靜宜大學觀光事業學系研究所碩士論文。
- 范明煥（2007）。〈新竹地區茶葉百年回顧史〉，《新竹文獻》，27：39~61。
- 范明煥（2009）。〈從膨風茶、膨風節到播茶－談「產業傳統的創新與創新的傳統」〉，《新竹文獻》，36：99~114
- 范揚松（1998）。〈家族企業的病理分析〉，《現代管理月刊》，126：18~23。
- 范榮靖（2009.08）。〈台灣文創成績 民間63.85分，政府51.32分〉，《遠見雜誌》，278：156~162。
- 夏業良、魯煒（譯）（2008）。約瑟夫·派恩、詹姆斯·吉爾摩（B. Joseph Pine II & James H. Gilmore）著。《體驗經濟時代》。台北：經濟新潮社。
- 涂師孔（譯）（2000）。森口八郎著。《開拓中小企業的活路-企業轉型成功實例》。台北：華泰文化事業公司。
- 翁徐得（1995）。〈地方產業與地域振興〉，《台灣手工業》，55：10~15。
- 袁鶴齡、鄭志成（2011）。〈台灣文創產業的發展近況及歐盟經驗的學習〉，

- 《研習論壇》，127：29~39。
- 康立寧（2004）。《梅子的功效》。台北：國家出版社。
- 張育美（2006）。《女性創業家精神研究—以天成醫療體系個案為例》。中央大學管理學院高階主管企管碩士論文。
- 張庭庭（2001）。《台灣地區婦女創業動機與需求》。台北：行政院青年輔導委員會。
- 張祐綾（2005）。《生命樂章的插曲：經濟弱勢女性之創業經驗》。臺灣大學社會科學院社會工作學研究所碩士論文。
- 張維安（2011）。《99年至100年全國客家人口基礎資料調查研究》。台北：行政院客家委員會。
- 張維安、謝世忠（2004）。《經濟轉化與傳統再造：竹苗臺三線客家鄉鎮文化產業》。台北：行政院客家委員會。
- 張維華（2010）。〈創意生活產業的設計觀〉，《科學發展》，453：21。
- 張曉楨（2003）。《女性創業家人格特質、領導才能與經營績效關係之研究》。育達商業技術學院企業管理研究所碩士論文。
- 盛治仁（2011）。〈發現臺灣經濟新藍海—文化創意產業〉，《研習論壇》，127：1~6。
- 莊英章（2003）。〈客家社會文化與飲食特性〉，《客家飲食文化輯：戀戀鄉土味·濃濃客家情》。台北：行政院客家委員會。10~16。
- 許智曉（2011）。《地方特色產業結合文化創意行銷之研究—以水林蕃薯文化節為例》。康寧大學資訊傳播學系碩士論文。
- 郭玉霜（2003）。《女性微型創業之經營研究》。中山大學企業管理研究所碩士論文。
- 陳文萍（2010）。《文創產業女性創業家創業過程的靈性展現》。高雄師範大學成人教育研究所博士論文。
- 陳思仁（譯）（2004）。霍布斯邦（Eric Hobsbawm）等著。《被發明的傳統》。台北：貓頭鷹出版社。
- 陳泰松（2000）。〈地方工藝產業振興與社區總體營造〉，《地方文化產業振興經驗交流暨人才培訓研討會》，281~286。
- 曾旭正（2008）。〈中區選擇議題—如何因應區域特色，促進地方產業發展〉，《97年分區青年政策論壇》，182~190。
- 黃智絹（2011）。《遠渡重洋的美食—臺灣客家擂茶的流變》。中央大學客家社會文化研究所碩士論文。
- 黃慧文（2007）。〈我國地方特色產業之推動與展望〉，《台灣經濟研究月刊》，10：92~97。
- 新竹縣北埔鄉公所（2012.04）。〈鄉村巡禮〉。上網日期：2012年4月21日，取自
<http://www.beipu.gov.tw/beipu/home.jsp?mserno=200801170004&serno=200801170>

[004&menudata=BeipuMenu&contlink=content/intro4.jsp](http://www.bps.org.tw/main.asp)

新竹縣北埔鄉農會（2012.04）。〈有閒來北埔聊〉。上網日期：2012年4月25日，
取自<http://www.bps.org.tw/main.asp>

新竹縣竹東鎮公所（2012.04）。〈認識竹東－地理環境〉。上網日期：2012年4
月30日，取自

<http://www.hcctt.gov.tw/zhudong/home.jsp?mserno=201108010006&serno=201108010009&contlink=content/environment.jsp&menudata=ZhudongMenu&level3=N>

新竹縣新埔鎮公所（2012.05）。〈旅遊風情〉。上網日期：2012年5月26日，
取自http://www.sp.gov.tw/ch/05tourism/tou_02_main.asp?bull_id=983

新竹縣新埔鎮公所（2012.05）。〈新埔鎮簡介〉。上網日期：2012年5月26日，
取自http://www.sp.gov.tw/ch/01sp/sp_01_list.asp

楊昭景（2003）。〈看見客家飲食文化的實用精神〉，《客家飲食文化輯：戀戀鄉土味·濃濃客家情》台北：行政院客家委員會。34~37。

楊敏玲（1993）。《青年女性創業家創業動機、創業類型之研究》。台灣大學商學研究所碩士論文。

楊淑美（2001）。《女性創業的困難與因應之道》。中正大學企業管理研究所碩士論文。

經濟部（2005）。《2005年中小企業白皮書》（序號：2008A00539）。台北：經濟部中小企業處。

經濟部（2009）。《2009年中小企業白皮書》（序號：2009A00980）。台北：經濟部中小企業處。

經濟部（2010）。《2010年中小企業白皮書》（序號：2010A01016）。台北：經濟部中小企業處。

經濟部（2011）。《2011年中小企業白皮書》（序號：2011A01070）。台北：經濟部中小企業處。

葉千禎（2007）。《影響女性創業意圖因素之研究—以社會網絡為中介變數》。高雄應用科技大學企業管理研究所碩士論文。

褚家雯（2008）。《女性創業家創業之研究—職涯資本觀點》。臺北大學企業管理研究所碩士論文。

趙亦珍（2001）。《女性創業家性別角色與創業行為之研究》。中山大學人力資源管理研究所碩士論文。

劉美蓉（2006）。《成功創業家生長背景與創業歷程之研究—以青創楷模為例》。中山大學人力資源研究所碩士論文。

劉常勇（1997）。〈如何成為相中千里駒的伯樂—創業投資評估決策程序〉，《會計研究月刊》，134：12~30。

劉瑞琴（2009）。《美濃客家菜餚文化之研究—以美濃三合院餐廳為例》。屏東教育大學客家文化研究所碩士論文。

潘淑滿（2003）。《質性研究：理論與應用》。台北：心理出版社。

潘朝陽、邱榮裕、吳進喜等 (2004)。《客家風情—移墾、產業、文化》。台北：台北市政府客家事務委員會。

蔡娟娟 (2000)。《女性創業家事業與家庭互動關係之研究》。中山大學人力資源研究所碩士論文。

蔡璧如 (1999)。《十七位女老闆的故事—對父權、商場文化及「企業家精神」的性別反思》。政治大學中山人文社會科學研究所碩士論文。

鄭美玲 (2001)。《女性創業家創業經驗與生命歷程之研究》。中正大學企業管理研究所碩士論文。

蕭富峰、李田樹 (譯) (2005)。彼得·杜拉克 (Peter F. Drucker) 著。《創新與創業精神》。台北：臉譜文化事業公司。

蕭雅娟 (2008)。《年輕女性創業家特質、創業動機、創業困境與因應之研究》。高雄師範大學成人教育研究所碩士論文。

賴忠孝 (2005)。《科技產業的創新策略管理之研究—以台灣華通電腦公司為例》。中山大學企業管理研究所碩士論文。

賴秋如 (2011)。《創業家與創業歷程之研究：以五家文創產業為例》。南華大學出版與文化事業管理研究所碩士論文。

戴卓玫 (2011.07)。〈美味感動·伴手禮〉，《新竹縣觀光季刊夏季號》，12：11~12。

韓玉奇 (2002.09.18)。〈人力資本與家族企業〉，《中華工商時報》。上網日期：2012年6月26日，取自 <http://big5.china.com.cn/chinese/OP-c/206326.htm>

魏文彬 (2010)。《北埔老街觀光發展興起與變遷-歷史人文、古蹟建築、產業經濟之分析》。交通大學人文社會學系族群與文化碩士論文。

譚鴻仁 (2005)。〈北埔槿風茶與客家擂茶：品質、網絡、與地方發展〉，《北埔姜阿新故宅學術研討會論文集》，177~190。

譚鴻仁 (2008)。《關係空間與鄉村發展:以北埔產業發展為例》台北：行政院客家委員會。

二、英文部分

Afuah, A. (1998). *Innovation Management: Strategies, Implementation, and profits*. New York: Oxford University press.

Aldrich, H., Reese, P., & Dubini, P. (1989). Women on the verge of a breakthrough: Networking among entrepreneurs in the united states and in italy. *Entrepreneurship and Regional Development*, 1(4), 339-356.

Bennett, R., & Dann, S. (2000). The changing experience of australian female entrepreneurs. *Gender, Work and Organization*, 7 (2), 75-83.

Betz, F. (1987). *Managing Technology-competing through New ventures, Innovation, and Corporate Research*. New York :Prentice-Hall.

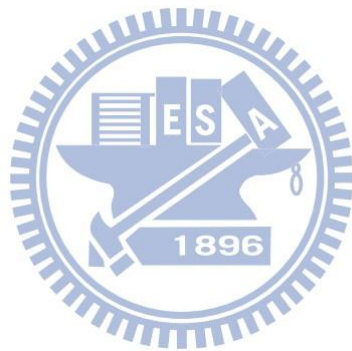
Browne, J., Moylan, T., & Scaife, A. (2004). *Female entrepreneurs-out of the frying pan, into the fire*. Paper presented at the the 27th ISBA Conference.

- Bryant, B.K. (1982) . An index of empathy for children and adolescents. *Child Development*, 53, 413-425.
- Carter, S., & Rosa, P. (1998) . The financing of male- and female-owned businesses. *Entrepreneurship and Regional Development* 10 (3) , 203-224.
- Chaganti, R. (1986), Management in Women-owned entrepreneurs in profile. *Journal of Small Business Management*, 24, 18-29.
- Collins, T. Y. (2007) . Gender differences in entrepreneurship: A study of entrepreneurship in two midwestern counties. Temple University Minneapolis, Minnesota.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*, New York: Harper & Row.
- Dubini, P. (1989). The influence of motivations and environment on business start-ups: Some hints for public policies. *Journal of Business Venturing*, 4(1), 11-26.
- Holt, D.H. (1992). *Entrepreneurship : New Venture Creation*. New Jersey : Prentice-Hall.
- Holt, K. (1988) . The Role of the User in Product Innovation. *Tech-innovation*, Vol. (12) , 53-56.
- Katherine, E. B. (2001). Female entrepreneurship in the Caribbean: A multisite, pilot investigation of gender and work. *Human Organization*, 60(4), 326.
- Lavoie, Dina (1985). A new era for female entrepreneurship in the 80's. *Journal of Small Business-Canada*. 34-43.
- McCullough, M. E., Emmons, R. A., & Tsang, J. (2002). The grateful disposition: A conceptual and empirical topography. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, 112-127.
- Moore, D. P. (1986). First and second generation female entrepreneurs-identifying in the needs and differences. In D. F. Ray (Ed.), *Southern Management Association Proceedings*, pp. 175-177. Mississippi: Mississippi State University.
- Moore, D.P. and Buttner, E.H. (1997), *Women Entrepreneurs: Moving beyond the Glass Ceiling*, Sage, London.
- Morrison, A., Breen, J., & Ali, S. (2003) . Small business growth: Intention, ability and opportunity. *Journal of Small Business Management*, 41 (4) , 417-425.
- Muriel, O. (2001). Women business owners in France: The issue of financing discrimination. *Journal of Small Business Management*, 39(1), 95.
- Priscilla, C. H. U. (2000). The characteristics of Chinese female entrepreneurs: Motivation and personality. *Journal of Enterprising Culture*, 8(1), 67-84.
- Runka, J.C. & Young, J.E. (1987). A Venture Capital Model of the Development Process for New Venture. *Journal of Business Venturing*, 167-184.
- Schumann, P.A., et al. (1994) . *Innovate: Straight Path to Quality, Customer Delight*

& Competitive Advantage. New York: McGraw-Hill.

Sinisalo, P., & Komulainen, K. (2008). The creation of coherence in the transitional career. A narrative case study of the woman entrepreneur. *International Journal for Educational and Vocational*, 8, 35-48.

Tuzin Baycan Levent, Enno Masurel, & Nijkamp, P. (2003). Diversity in entrepreneurship: Ethnic and female roles in urban economic life. *International Journal of Social Economics*, 30(11), 1131-1161.



附錄

一、訪談大綱

構面	訪談問題
地方	1. 您居住的客家庄的特色為何?
	2. 近幾年以什麼聞名?
	3. 客家庄經濟發展的情形如何?
	4. 當地多數人從事何種傳統產業?
	5. 為什麼到○○來?
	6. 客家庄的過去和現在有什麼不同?
產業	1. 您想像中的客家○○應該是怎樣的東西? (對客家○○的期許)
	2. 為何會投入客家○○?
	3. 客家○○的特點為何?
	4. 客家○○的手藝如何習得?
	5. 店名為何命為「○○○○」?
	6. 為了永續經營客家○○要如何轉型?
	7. 榮獲哪些殊榮?
家族	1. 您夫家的家中情況如何?
	2. 先生排行? 先生是做什麼?
	3. 長輩是做什麼?
	4. 有幾個孩子? 多大了?
	5. 有誰參與客家○○? 是如何協助?
人格	1. 您認為自己是怎樣的一個人?
	2. 您的排行? 長輩是做什麼?
	3. 您的教育程度? 創業前是做什麼?
	4. 創業歷程中擁有哪些資源的連結?
	5. 創業歷程中遇到了什麼困難? 如何面對與解決?
	6. 對於想創業的女性, 有什麼建議?
傳承	1. 您的孩子是否願意學習客家○○的手藝?
	2. 客家○○的手藝要如何傳承?
	3. 客家○○在何處蘊含了客家精神?
	4. 客家精神要如何傳承?
創新	1. 客家○○產品的創新?
	2. 客家○○製作過程的創新?
	3. 客家○○服務的創新?
	4. 客家○○行銷與推廣的創新?

二、訪談資料

訪談者：彭竹筠

受訪者：哈客愛客家庄茶坊 莊碧芳 (A1)

訪談地點：哈客愛客家庄茶坊

訪談日期：2012 年 1 月 17 日下午七點半到九點半

錄音方式：錄音筆

Q:請您簡單談談您創業的歷程？

早期我對客家文化並沒有那麼深入，我是金門人，我和先生是嘉義農專的同班同學，其實我在金門沒有聽過北埔這個地區，嫁過來之後，突然發現這裡好鄉下，而且我出去買早餐，竟然聽到的全是客家話，不然就是國語（小孩），都是老人和小孩，那時我只是想買個「碗粿」，他就問我「碗粿」是什麼？我想死定了，詢問之下沒有人知道「碗粿」是什麼？那時突然嚇到，以為自己嫁到國外去了。嫁到北埔語言不通大概有五年，因為在金門是講閩南語，客家話一直困擾著我。（訪談資料 A1-01）

後來因為經濟比較拮据，我就趕快想一些東西來賣，剛好當時在輔導播茶，大概九二一附近（88 年），那時就開始在做，不過那時北埔的人潮是有限的，我們剛開始擺的時候，北埔的人潮並沒有現在這麼多，那時鄉公所會舉辦一些活動（柿餅節、膨風節），我們就會跟著參加。（訪談資料 A1-02）

只是在廟口擺攤的日子很辛苦，剛開始只是一張木板上面放著幾個小籃子、一個播鉢、幾包播茶粉，還有自己搓的湯圓，但是到了中午就酸掉了。現在的播茶粉口味都是自己研發，剛開始做的都是最傳統的播茶粉，後來我們就改良成甜的，因為我覺得鹹的真的滿難喝的，而且傳統材料只有茶葉、花生、芝麻三種，我感覺味道上還是不夠，花生和芝麻播起來是滿香的，可是如果要這樣泡飯吃是很難入口的，所以就慢慢的增加很多材料進去，現在有二十多種食材，工商業時代幾乎都是沖泡式的，所以就研發沖泡式的對消費者會比較快速方便。（訪談資料 A1-03）

前年（99 年）買下這個店面，年底開始裝修，到過年（100 年）前開始試賣，其實現在我還沒有很用心在這裡真的給它開幕，就當成家人、老顧客就自己回來，我也沒有做任何行銷。

「玫瑰拿鐵播茶」，我們想說結合西式化，也就是融入西方的文化，讓客人尤其是年輕一代的學子更容易接受，接受度更高，因為年輕人喜歡拿鐵、咖啡之類的東西，我們就想說讓它變得更養生一點，希望現在年輕人少喝一些加色素、加香料的飲料，於是我們把西方的文化帶進來，改良傳統喝播茶的方式。（訪談資料 A1-04）

我們還是有傳統 DIY 播茶現播現喝，只是我們比較不喜歡做傳統 DIY 播茶，因為老街上處處都是，我們就是要想做出和別人不一樣的東西。我在農專修了五

年課，希望也能發揮所學把我們的專業呈現在產品上（對食品的敏銳度），所以我們覺得某些東西結合起來味道不錯，我們就會把它配出來，上面也可以灑一些可可粉很好喝。之後我們還會找一些材料，研發可可焦糖播茶，未來有計畫與朋友合作開發播茶的點心，比如現在我們有出播茶牛軋糖，以後慢慢的會有一些客家的播茶糕點出來，就是播茶粉還可以做什麼？（訪談資料 A1-05）

目前播茶的口味是三種，還有一種花旗蔘屬於漢方口味，這部分價位比較高，目前等商圈老師幫我們設計外包裝。是否有社會資源輔導或申請協助？沒有也，是我們態度很積極，知道有商圈輔導老師我們就主動去接觸，輔導老師看見我們很積極、很用心，他們也很樂意提供協助，像這些櫥子都是商圈老師幫我們布置的，商圈老師是標政府的一些案子，像創意美學的徐老師，就幫助我們很多，我們一直努力在產品上面，從來沒有發現原來門市的佈置也很重要，她一直問我說你要怎麼佈置？我說我們的代表色是粉紅帶紫（粉紫），我要一個溫馨的家的感覺，所以二樓完全是一個西式化很溫馨有家的感覺的餐廳（尚未營運），一樓是中西合併，二樓有家庭式的廚房，而不是快炒店的廚房，走的路線比較不一樣，希望客人來到這邊有好像回到家的感覺一樣，有風景又很安靜，而不像在台北市區很吵雜，看的都是房子和車子，在這裡窗戶打開就可以欣賞優美的景緻。

為什麼叫「哈客愛」？因為我對客語的靈敏度不是很高，妹妹又不懂客語，因為妹妹最近在這邊做調養，我就請她幫我做一些設計，因為他學醫以前在榮總，也有學中醫，有中醫執照，所以我們感冒，都是妹妹幫我們看、把脈、開藥，全部都是中醫為主，因為早期我有梅尼爾氏症自己又不知道不能熬夜，然後把體力整個耗掉，之後眩暈越來越厲害，後來我改由中醫調養身體，才停止長達十二年的眩暈，當時西醫只是止暈、止吐，一發作就處於停止工作狀態。

早期是從事會計工作，假日為賺外快賣播茶，何時決定專職賣播茶？是因為自己也沒想到慢慢做可以做到客人要排隊，可以做到宅配量越來越高，開始覺得自己身體受不了兩邊，會計工作也做了六年，想說晚上我回來太晚了，先生要照顧孩子，還要兼顧我播茶的工作，我們兩個人是三份工作拚，不清楚的人還以為我們一下就有這樣的局面，白手起家是很辛苦的，我們是在家裡完全沒有任何支援的情況下，感謝先生就這樣伴我走過辛苦的十幾年。（訪談資料 A1-06）

當時北埔的廟口大家都是占地為王沒有固定位置，所以我們必須早上五點就要上攤，就要擺好坐在那邊，早期是搬動式的，只要一辦活動，譬如有一次有製作超大芋頭餅，廟口就被占據，我們就不能擺，我們就要撤到外面去，我們又擔心晚上會不會有人移動我們的物品，所以晚上要跑幾次，去看看自己占地為王的東西有沒有被搬走，所以以前只要一辦活動，晚上幾乎沒有睡，再怎麼冷車子騎了就上來，害怕自己的家當被搬走，而且都是一些老舊的器材，那時有什麼東西就壓什麼東西，自己就站在那邊顧著。

後來廟口整修，我們全部被迫移出來，大家開始各自找位置，就一直固定在那邊，從一開始我們在廟口做的時候，生意慢慢旺起來，旺到我慢慢把工作放掉，因為做會計工作比較兼顧不到家裡，而且是在新竹，來來回回，通常回到家時，

孩子就是躺在沙發上，然後那時候覺得孩子好可憐，等到經濟漸漸穩定了，就開始慢慢放掉那邊的工作，這邊完全加工批發，假日時就慢慢建立起來。

早期一開始我就做宅配，因為小時候我住金門，家裡是賣貢糖的，所以有一個特色，金門酒、金門貢糖都是打包好就寄出去，所以我並不認為跟別人有什麼特別不一樣，客人只要說好喝，我就跟她說可以訂購，我就設了一個郵政劃撥帳號，把帳號貼在標籤上面，慢慢的就有客源了。(訪談資料 A1-07) 有時候遊覽車小姐看見有人在排隊，就整團帶進來，就造成更熱鬧，所以大家就認為我的生意很好，後來移出來的時候，是在現在後面一點的地方，我又重新開始，因為客人找不到我們了，所以有一次遇到一個客人說我一次喝到很好喝的擂茶，可是第二次再去卻找不到，因為位置改變了，但店名還是廟前擂茶小站，只是他們沒有發現，然後他又問我，會不會這次好喝的下次再來時你們又不見了，那你就認這張，上面有電話，後來那個客人就忘了一包烏梨在我們那邊，之後有打電話問是否放了一包烏梨在我們那邊，我說對呀!你送我們吃了，那你們先幫我吃掉，不然會放到壞掉，等到下次她來的時候，我就買一包還給她。我們都要留下資料，才不會擔心我們又不見了。我說對呀!你當初喝的就是我們的。後來我們又移到前面去，她到現在還是依然很照顧的在喝。所以我們的客人有的喝了十幾年，甚至有的從一開始喝到現在，還有一位伯母像自己娘家媽媽一樣照顧，她每次一來就說，妹啊!給我三千，當時的三千很多，我心想這個大戶怎麼這麼好，一開口就是三千，當時剛開始第一次吃到甜頭就趕快打包。

時間已八點多尚未吃晚餐，做生意不會三餐定時的，三餐是不正常的，從以前到現在三餐都沒有定時過，因為忙碌其實上班的話三餐算是比較正常的，休息時間到了，就是吃飯時間，真正到了假日是我們的忙碌期，客人較多，其實我們經過了三起三落，廟整修我們移過來又重新開始，那時候是放一台小發財車，一部分是桌子，一部分是在發財車上面，後來我們往前移動一格位置，小發財車就因為我們不能用發財車去擋住別人，然後我們只好放棄那個，這時又是一次重新開始，就有客人說之前我們喝的是一輛發財車的，後來我才發現原來客人的印象不是只有記人，還有記車子、記位置，再來記產品的顏色和包裝，我前前後後因為不太懂產品的包裝，一直換、一直換，所以客人會不記得。

因為不懂得怎麼做生意，所以包裝就一直換、一直換，換到最後客人實在很難找得到我們，所以包裝就固定下來，目前包裝有計畫要改版，但是我們看了看又不敢改版，因為我們想說做一點比較具有客家特色的東西，把客家的元素放進去，我現在有一個構想就是一樣是客家元素，不過還要等一位先生做配合，他是年輕人，對客家文化的熟悉度很高，本身也是做這類的，我想說運用他的知識，他有辦法幫我把它翻成國語，翻成國語我就會比較輕鬆一點，因為有些客家話比較艱深難懂的，我還是不行，嫁進來二十年了，還是有點不流利，因為先生和我還是習慣講國語，先生和自己的家人或北埔人才講客家話，其實我有學習客家話一陣子，但是一段時間沒有用又忘記了，跟婆婆都是講客家話，但是太久沒用就說不出口了，婆婆有時就會揣測我在講什麼，會變成話是用猜的，有時候會變成

講不出來，乾脆就不講了。

先在大聖遊樂世界做出納，再到會計事務所做會計，但本身不是學商的，是學農的，家中雖然是賣貢糖，但我只是從事打包幫手，實際上我並沒有參與販賣，因為我不太喜歡做生意，以前很討厭媽媽叫我顧店，又會拿我跟隔壁同學比較，隔壁同學身材好又長得比較漂亮，金門的阿兵哥多，就像一群蜜蜂全部擠到那邊去，媽媽就說我們家的女兒真沒用，一比下去之後，我就更不喜歡顧店。我們國中就會用打包機，一箱箱捆起來時用打包機幫忙打包，所以小時候就這樣才會虎背熊腰吧！酒又滿重的，然後學農的又要拿鋤頭，那時覺得自己滿壯的，跟一般小孩子不一樣。我在金門不曾生病過，嫁來這裡真的是水土不服，一方面過敏出來了，另一方面奇怪的病症也出現了，所以我覺得台灣的氣候比較多變。金門的空氣很乾淨，金門的大海和沙灘都很漂亮，到這裡才發現這裡的沙灘是黑的，以前想家的時候會到海邊走走，可是發現這邊的海邊都不行，都沒有金門海灘的漂亮，後來人家說東部風景比較漂亮，但我看到岩岸時，我反而有恐懼感，我覺得浪太澎湃了、太洶湧了，所以會怕，就沒有金門海灘那種柔美的感覺，也沒有長江後浪推前浪的感覺，從小我們就在海邊撿沙螺和一些東西，還會跑給海浪追，這些是小時候的回憶，現在這裡都看不到，只有冷泉，二十年去不到十趟，小時候比較有閒情逸致到處走，那時候就有第一代的腳踏車，有五段，為訓練自己的平衡感而放雙手，因為金門的馬路都很平，我從來沒有看過這種馬路，金門很多軍用車，再來計程車沒有幾台，大部份都是公車。

來這邊二十四年，我回去三趟，因為比較忙沒有時間回去，今年是因為爸爸腳受傷，不得已才把他帶過來，可能因為我脾氣比較硬，嫁來這邊有客家人硬脖子的精神，所以脾氣也很硬，不管爸爸講什麼，包袱收一收我也不多說，跟我走就對了，所以在做事情上面會比較強勢，我嫁來這邊公公也是大男人主義，而且我們家是很傳統的客家人，公公講什麼下面不准有任何意見，你不能舉手發言的，老一輩是務農的，他認為他是一家之主，這樣也好，先生是孝子，所以我拿公公制裁他比較快。

Q:遇到較大的困境？

在搬遷找不到位置的時候就會擔心，萬一位置沒有了，生意就不見了，經濟來源又短缺了，會有那種恐懼感在心裡面，為什麼會把店面設立下來，主要是因為當時一直搬來搬去，想求得一種安定的感覺，也希望我們能真正穩下來，因為小時候爸爸是警察，我們就跟著搬來搬去，爸爸算是孤兒也是白手起家，那我們家就是到處租房子，當時有保密防諜，大家都怕警察，所以都不願意把房子租給警察，我們家就很難租到房子，因為我們家一直搬遷，所以我不喜歡遊牧民族。

(訪談資料 A1-08)

只要政策一改變，你擺攤子的心血可能一夕之間就沒有了，所以我至少找個地方穩定下，而且擺攤子只有假日的商機，現在有店面之後，不分平時或假日，隨時都可以照顧到我們的客人，後來我發現有一些老顧客陸陸續續都有到我們的店面來，我們也是再三考量，剛好這間房子要賣，我先生說租不如買，二十年後

房子還是自己的，你現在付很多租金出去，將來當你成績做出來的時候，很可能要面臨搬遷的問題，所以我們就直接買下來，有比較穩定的感覺，客人來也有地方坐，不再只是假日的路邊攤，平日每天也有固定的客源，再去發展我自己想做的東西。(訪談資料 A1-09)

講一句坦白話，我們對面也有一家，兩邊對打很厲害，因為某些原因之後，我們才開始知道同行的嫉妒心是很恐怖的，那時候同行的陷害，讓我們被罰了不少，也損失了不少，然後我們才知道要防著同行一腳把我們踹下來，我們就更要堅定、更要穩定下來，所以凡事就是要合法，根據法律來走，一切合法的話，她們就再也整不到我了。

當初我們只知道趕工、趕工，所有東西都是看得過去就好，例如後面的標示看起來不是很重要，我只要產品好就好了，所以我們在趕印盒子時，再檢查時就不會很仔細，從那次之後，我才發現原來同行很留意我們，我們要仔細再做檢查，比如說我們不能因為數字太小，想說沒有關係，自己都看不到，別人也不會去看得到，也不會有人刻意去看那個東西，然後就把他跳過，沒有去換算她數字下得對不對，有的八變成三，有的一變成七，這差距就很大，那時沒想這麼多，認為有數字就好了，後來發現同行會去抓我們疏忽的地方，因為我們只著重在產品，後來我們才知道原來包裝也很重要，例如：營養標示字太小了，所以一跳過就出問題了，營養標示的數據是可以算出來的，一般營養標示都是自己算的，後來為了杜絕同行的一些動作，我就乾脆直接全部用印的，這也讓我們一直一步步在成長。(訪談資料 A1-10) 因為以前我沒有把食品衛生法放在眼裡，這事件後，才知道就像報稅，稅沒報好，罰則就進來了，以前在會計事務所工作時會想到罰則，沒想到食品衛生法也有罰則，我們知道有罰則，但是不懂怎麼去看解釋令，因為一般的稅法，是這條法則條配那條法則，但是卻沒有解釋令這種東西，直到遇到食品衛生法，才發現他有解釋令，所以這是一種經驗，同行告訴我們的經驗。

早期，我們被修理的時候，有想說以牙還牙，但我先生和妹妹跟我說，你為什麼要做這個動作？冤冤相報何時了？你來弄他，他再來弄你，你永遠弄不完，所以我們就弄好自己的產品就好(訪談資料 A1-11)，從很△×△、很△×△的盒子，被客委會批到半死，看客委會說那看起來就不精美、不漂亮、根本不會想去喝，盒子有這麼重要嗎？對呀！每一個美女遠遠看過去，她要很美，才會想去追她。我說你怎麼知道她的內在很美？客委會說你要去追她才會知道，當你看見一個很胖、很醜的女生，臉上長滿痘子，你還會想去碰她嗎？我當場傻眼，所以我們後來才會在包裝上慢慢做修改，就不是只注重品質，而是品質和包裝都很注重，因為我們用的食材都很好，就是在設計上面很落，因為設計費都很貴，我們同行大部分是學這一行的，所以她們只要走行銷就可以，我們學的是做產品的，所以對設計是完全不懂的，這些都是妹妹幫我做設計的，連招牌也是她設計的，還好我有一個中醫妹妹，還有小阿姨和我姊姊，全部陣容加進來才有今天。(訪談資料 A1-12)

家裡的小孩其實還滿乖的，從小二、小四開始訓練他們，在攤子上面長大，

一方面這樣才顧得到，一方面也讓他們學習知道生活就是這樣，所以大兒子曾跟我說，我讀書比較自在，妳以後不要叫我去播茶，今天早上還說，妳以後不要希望我會接播茶，這種工作我做不來。

去年去了天津、南京，今年四月底五月初準備去南寧，馬姐問我上海去不去，我還在考慮，因為我兒子和阿姨的女兒剛好要統測，我還在猶豫，是有報名參加，但是可能是代理商過去，就是慢慢走，我們是想說把 HACCP 和 ISO 兩項做起來，卡在這邊是水資源保護區，大埔水庫的集水區，所以我們一直申請到現在的困難度在這裡，因為我們希望留在家鄉發展，而且 HACCP 和 ISO22000 做起來後才能正式走外銷，才能正式走到國際路線，現在是靠小三通，但小三通不是長久之計，這部分做起來，我們外銷日本才有希望，我們目標鎖定在日本市場，我們參加天津、南京旅展是先去學習，我天津播茶一盒賣到 230 人民幣，第一次去傻傻的，人家說台灣賣多少這裡就賣多少，後來換算一下才發現到，因為我從來沒有出國過，沒有換算過匯率，換算後折合台幣一千多元我嚇壞了，我還是原原本本回到老師幫我換算的價格來販售，另一方面有人說，大陸人就是砍對半、對半再對半，所以在這裡不可以開原價出來，開原價出來你就賣不出去了，那時我很害怕，因為是第一場戰爭，那時發現原來貨出去了就回不來了，就要想辦法把它賣掉，所以在天津大概出了兩百斤。

這杯是玫瑰拿鐵播茶，茶要趁熱喝，冷了就不好喝，我先生從小在茶工廠打工，我們就想說運用我們專業下去做，要做就要做得比人家更好，而且市面上充斥的都是香精、香料的東西，所以我們希望做出來的東西，可以讓大家發現到原來天然的東西也可以這麼好喝（訪談資料 A1-13），所以我們一直再創舉。

早期婆婆問我說：「什麼是播茶？」我說：「你不知道播茶是什麼喔！」我很驚訝，然後我說：「就是你磨米的那個甕啊！」因為那時要講播鉢，我客家話講不出來，我就把甕拿出來，說：「就是這個，用這個磨。」就是這樣子磨一磨，你每次把米磨到爛煮粥給小孩子吃，或有時蒸水粿，他不用機器少少一點，就是這樣子磨，我剛開始看我很驚訝，因為我從來沒有看過，在金門我們是用石臼下來搗的，我就沒有看過這種東西，後來常常在家裡看見婆婆在磨，我就想說這個磨的是什麼東西呀？她就說：「那個不可以打破，是以前人留下來的。」我只知道是婆婆拿來煮粥用的，因為我兒子是第一個孫子，從小孩出生我就沒有什麼母乳，而且我又要上班，沒有辦法一直餵母乳，餵母乳只餵兩個禮拜，就結束了沒有了，婆婆就看不下去，就每天磨煮粥給小孩子吃。（訪談資料 A1-14）

你幾班？我五年八班，因為我們覺得一步一腳印，踏穩踏扎實會比較好，而且這麼多年我們一向沒有做任何廣告，都是靠客人口碑慢慢傳出去的，所以穩定度會比較高，我們的客人也忠實性很高，所以這十幾年來，我們經歷了兩次風暴，一次是三聚氰胺，一次是塑化劑，我們都能很安然得度過，因為客人對我們的信賴度很夠，所以打響亮的品牌，實際上裡面是虛的，你的材料什麼都是虛的、不扎實的，讓客人覺得不好喝買了一次就不會再買了，我們反而是省廣告費，在產品上打得比較扎實、比較穩，客人會口耳相傳，這些風暴對我們就不會有什麼影

響，而且客人對我們的信賴度很高，比較不容易動搖。

和農會合作？我們是幫農會代工，也就是打農會的品牌，但製造商是寫哈客愛，目前代工了兩個口味，等我們沒有這麼忙的時候，陸續會再出一個口味，產品和農會是沒有區隔，當時就有要求東西要是一樣的，只是品牌不同，比如我們自己在產品做改良的時候，我也會比照把農會的產品做改良。（訪談資料 A1-15）

與老師協調給高二的兒子住宿，因為星期一常起不來遲到，就要送孩子去忠信，又擔心孩子以後會有操性的問題，因為一直遲到也不是辦法，對於孩子我管得滿緊的，曾經在竹東看見四海幫把我嚇壞了。

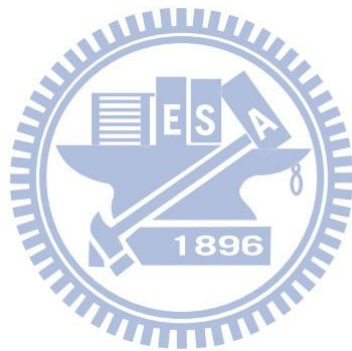
我們一直在追求進步，除了在外面打天下外，去年一整年度下來，我就發現說外面有很多東西是我們需要再增加、再努力的地方，比如我們得到商業楷模、台灣百大伴手禮、新竹縣十大伴手禮，一直以來我們都是積極的態度，贏得大家對我們的注意，積極的態度不是去巴結、去拍馬屁，而是用我們的產品和我們的努力去爭取（訪談資料 A1-16）。我們是採薄利多銷，如果再降下去就沒有空間了，我衷心謝謝大家對我們的支持和愛護，因為一路上有很多客人都變成老朋友、姐妹、或像是自己的媽媽，我做生意的感覺其實我不是把客人當做客人，而是把客人當做自己的家人在照顧、在接觸（訪談資料 A1-17）。所以我會比較實在的在聊天，而不是很商業化、很表面的對話，我本身也不是會做表面功夫的人，表面功夫做出來就會四不像，所以我就是把真實呈現出來，讓客人覺得我就是很真實，客人就這樣子來了，其實沒有別的訣竅，你把你的成績拿出來，用心經營最重要。（訪談資料 A1-18）

「哈客愛」的愛字就是我們的愛心、我們的用心，那個心代表我們的心，我們用我們的心去做這個產品，我們用我們的心去維護這個品牌，所以我們一路走到這裡還算滿平穩的（訪談資料 A1-19），唯一覺得比較挫折的是，同行的攻擊實在太兇、太猛，整條老街都知道，我們兩家的客源不同，我們的客源比較大眾化，她們的客源比較高一層，所以客源數會比較少，她們走的是高品牌、高價位的路線，而且包裝比較精美，配合一些禮盒，我們也有禮盒，一直以來我們因為場地的關係，所以沒有把我們的產品整個開發出來，有了店面後，會增加一些展示櫃，讓我們的產品更多元化，現在比較可以放手去經營我們的東西。

玫瑰拿鐵播茶就不錯喝。我們是要大家體驗一下，其實播茶雖然是原來的味道，但是可以經過不同的沖泡方式，不同的沖泡方式可以改變你的味覺、改變你的想法，我們又製造比較浪漫的布置，之後還會有一些西式化的喝法會出來，沖泡式的也會慢慢增加口味出來，另一方面希望工廠登記趕快有著落，我們可以進軍 HACCP 走到國際，目標是在日本市場。有朋友告訴我，當你在日本市場走穩了，再銷到大陸去是輕而易舉的事，這個量隨便衝都可以起來的，但是進日本的時候，這個困難度就有點高，不是因為我們品質沒有到，而是因為第一個我們要懂日文，日文要怎麼解說，怎麼翻譯，很多人說交給專業就好，可是我們也不知道他翻譯的對不對。

有時候忙起來兩三天都沒有睡，所以有時我會撐不住趴在攤位後休息，尤其

是在報稅期，一天新竹、北埔跑個三四趟，後來我叫我先生把工作停掉，因為大家都累壞了，身體也搞壞了，但是他捨不得放，因為是他退伍後的第一份工作，因為他穩定很高、忠誠度很高（18000—70000）（訪談資料 A1-20），還曾說做到累了就收起來不要做了，其實我比較想放掉外面的工作，後來我就決定放掉外面的工作，回到北埔專心從事播茶的工作。



訪談者：彭竹筠

受訪者：哈客愛客家庄茶坊 莊碧芳（A2）

訪談地點：哈客愛客家庄茶坊

訪談日期：2012年2月20日下午七點到九點

錄音方式：錄音筆

Q:老街同業競爭嚴重？

假日在老街，同業看我們家有些工讀生反應比較弱、聲音比較柔，看她好欺負，就會對她做言語攻擊，專門欺負比較弱的，她們就是要逼你請不到工讀生、請不到員工，讓你在老街待不下去，（其實走網路是比較安全的，也是比較快速讓大家知道的，大家吃東西時，會在網路上做評價，廟口的攤位只是讓遊客在老街認識你們，有些人不見得會逛網路，讓遊客到北埔遊玩，透過實際的試喝擂茶，覺得你們的東西不錯喝，就會透過產品上的訂購方式購買）其實我們的客人比較不會上網站，她們的客人比較會上網站，而且她們孩子都是大學畢業比較懂得網站，早期孩子還小，我們也不懂得網站，只知道埋頭苦幹，根本不知道尋求這些資源，我們在網站上面很弱，因此我們的客人也不上網的，再來，有個門市跟沒有門市的感覺又不一樣，有個門市的話比較容易在網路上流傳，定點比較找得到，以前我們是展示假日而已，所以曝光率很低，在這一方面弱勢很多，所以我們才會把現在的門市建立起來，再慢慢去打知名度，所以去年才會去參加新竹縣十大伴手禮的活動，還好我們有進十強，所以去年跟著縣府這樣打著下來。

（七點多尚未吃晚餐，因宅配量大，也剛忙完）

她們做了很多惡劣的行動，我們是比較不會去做反擊，我們總是默默的承受下來，因為我們覺得說今天我所做的，有量就有福，我所做的東西，也是給孩子看，做一個典範，因為我知道如果我們去做反擊，以後的生意將大受影響，同時也會影響到別人做生意，所以我們儘量忍著不去開攻，但他們會一直做反擊，那我們會一直往外擴，所以才會參加十大伴手禮，也還好我們有拿到十大伴手禮，我覺得「天公疼憨人」。（訪談資料 A2-01）每次都在接很多招，接招時要如何在「不影響心情的狀態下，就是說第一個如果你真的遇到危險時要舉手，喊阿姨救我，如果對方兩個人夾擊你時，你要喊 sos，為了孩子，今天書你沒興趣讀，但至少你會做事，如果我還有體力做下去，我希望能訓練一批往外擴的種子兵，我們就是把他當作自己的小孩在訓練，就像我們覺得自己的孩子訓練不錯。我的兒子一個小四、另一個小二，都是在老街長大的，所以有很多客人是她們的粉絲，都買很多年了，我也訓練孩子要有氣度，甚至同業做言語攻擊，我問我兒子他們罵什麼？他說我也不知道，就隨便他罵，我做我的，那時我就對我的兒子很自豪，我兒子可以不為所動也不會哭（國一），我們不去做反擊。（訪談資料 A2-02）

二十三歲結婚，今年已結婚第二十一年，北埔的特色？北埔是一個很純樸的客家庄，而且有很古老的客家觀念，（訪談資料 A2-03）我剛嫁過來的第一印象是，北埔是山上、是一個鳥不生蛋的地方，老人家的思想觀念很傳統，因為我們

家是農家，早上五點半就要起床做早餐，我當時傻眼了，年輕人吃西式，老人家吃中式，要煮飯炒菜，我怎麼可能趕得出來，我嚇傻了，當時覺得很不可思議，我剛開始以為說三明治烤一烤就可以了，我先生說不是這一回事，我們家老人家不吃三明治，不吃烤麵包，而是吃飯，所以一個早餐要兩樣，那時我只覺得我怎麼能在短暫的時間內做出這麼多東西來？後來我覺得我能夠做多少就盡量做多少，所以我覺得老人家的觀念就是很傳統，媳婦就是該怎麼做，從早做到晚，做到他們休息了你還不能休息，很可憐，他們對我的要求很高，甚至家裡做東西譬如：菜包，我也要會，要跟著學，就像長媳一樣，但我在他們家是最小的，是第一個進門的媳婦。

我娘家媽媽現在住台北（姐姐）（哥哥住新竹、爸爸住金門），她第一次到北埔就是我結婚的那一天，星期五會下來幫我的忙，星期一、二忙完了再回去，我在劉家小館後面還有一個攤位，我就請娘家媽媽幫我卡住那個攤位，因為如果這邊有所動盪的話，我後面還有一個位子，假日姐姐也會來幫忙打仗，過年前爸爸身體不舒服，我把他帶來台灣，目前住在姊姊家，由妹妹照顧。

早期北埔各個都是農家，家裡面都有種菜，那時我跟先生說我想開個超市，他說這個會倒，因為每家每戶家裡都有種菜，開超市會倒，那我做批發水果的水果商，他說你知道賣水果很難做嗎？水果要冰箱冷藏，地方要夠大，因為當時北埔的水果超貴的，你會覺得根本是吃不起的，那時我想批大量過來，便宜賣出，就是比市面更低的價錢賣出去，有點像量販店，我先生說你會虧更大，因為北埔人很節省，他說這樣倒得更快，現在北埔有一家超市，就只能一家，多了就倒了。

客家庄我感覺很純樸，以農業為主，幾乎家家戶戶都是種田的，北埔沒有幾戶商家，現在賣早餐的（北埔國小邊），以前也是賣早餐，旁邊則有一家古老的雜貨店，商店很少，這裡幾乎都是人口外流，農業社會幾乎都是人口外流，我民國八十年嫁過來，科學園區才剛起步，那時我去科學園區應徵的時候，發現會頭暈，因為每條路都長得一樣，而且高樓大廈感覺很莊嚴，好像進不去的樣子，我去應徵行政助理，看到我嘉義農專，而且不會電腦，對我而言已經有滿大的落差了，後來我就直接去大聖遊樂世界上班做出納，也是人家一點一滴的教起，因為有交通車對我比較方便，那時只有華元電機和膳品兩家工廠，沒有看到其他工廠，聽說後期還有一家望遠鏡工廠，大部分的人在這兩家工廠上班，其他的產業都沒有，人口外移很嚴重，白天都看不到年輕人，都是老人家和小孩子，小孩子和我講客家話，我傻眼完全語言不通，白天看到的清一色都是老人家最多，接著是背在身上的小孩，然後你看不到其他的人，沒什麼人也沒什麼車。（訪談資料 A2-04）

那時台三線正在拓寬都是石子路，有些要拉直還沒拉直，對外交通不是很方便，所以那時我們都走寶山路，那時路很小不能會車，九彎十八拐常常到了新竹我已經暈車了，我跟我先生說，我已經暈車了，怎麼找工作，後來我在新竹市的會計事務所上班都是騎台三線到新竹。（訪談資料 A2-05）

左右鄰居都是講客家話，我都不敢說話，所有都是阿梅，阿梅都講客家話，

而且還講得很溜，他們講什麼我都聽不懂，他們會說你們家的媳婦好酷喔，都不會打招呼，因為語言不通，你笑一下，等下人家多問你幾句怎麼辦，其實是很害怕，她們就會說我比較不會親近人群。

Q:如何接觸到客家擂茶？

早期客家擂茶有在輔導，用芝麻、花生、茶葉下去磨，在家中又有看見婆婆拿擂鉢磨米煮稀飯給小孩吃，我想說既然芝麻、花生、茶葉和米都能進去了，還有什麼不能呢？我們就開始試味道，剛開始想說不要自己弄，我們就買市面上磨好的粉來配，發現配出來的味道不是自己想要的味道，就從中慢慢去研究，其實我去學會計，也是想說如果我自己創業一定要懂得會計，懂得如何去抓成本，懂得怎麼看財務報表，這是當初學會計的動機之一，我覺得會計是最弱的部分，也是我最該挑戰的地方，因為從小我的數學就不好，上數學課讓我很痛苦，而且差一分打一下手背，我最害怕上數學課，對數學課有恐懼感，我最弱的就是數字，所以我要挑戰數字。

當時我老闆問我，你是嘉義農專畢業，怎麼會來應徵會計，我就告訴他，我曾經在大聖當出納，我什麼都不懂，就像一張白紙，老闆就是看到我勤奮向上的動力，而錄用我，且從頭教起，整整教了兩年，第三年就我自己來，別人做不到的事情我都可以做，把身段壓低一點，所以我比別人更努力，常常工作到凌晨，我入帳時間比人家長，思考速度比人家慢，我就要把工作帶回家做，第二年我已經對報表很熟悉，第三年就開始帶新人，好辛苦喔，為什麼是大學畢業生？而且是本科系的，第三年到第六年都是帶新人。

Q:何時開始一邊工作一邊賣擂茶？

大概第三年吧，那時想說也該有屬於自己的工作、自己的事業，當時剛好在輔導，北埔的觀光潮也開始越來越多，那時是鄉長和農會總幹事在輔導，大家都在想辦法讓北埔振興起來，那時大家在走客家文化，把客家的一些特色往外 po 出去，那時有自由時報做大篇幅的報導，這都是籌畫出來的，把北埔推出去，讓它成為觀光區，再舉辦一些活動，所以每次辦活動，我們就不能在廟口擺攤，要移到外面去。（九二一附近、88 年）

一開始是賣公公的農產品（柚子、桔子、香蕉、木瓜），因為婆婆不會講國語，我就要在那坐鎮，幫忙家裡做，但收入都是老人家的，我自己的也要挪出時間，說實在的我的經濟也不是那麼好，所以我就把自己的產品挪出一個地方，（麻吉、湯圓、蜜餞），發現那些東西怎麼那麼不好賣，後來北埔在轉型輔導擂茶的時候，我就想我也可以賣擂茶。輔導擂茶 DIY 是怎麼做？我想擂一杯要這麼久，且苦澀苦澀的，很多客人不一定喝得下去，乾脆賣泡的，一包包回去泡，我那時就有讓喜歡的客人帶回去泡的觀念（經濟包），也可以做宅配，我到台北去找公版袋，自己包裝進去，早期是全透明的，因為要讓客人看到裡面是什麼東西，給客人安心的感覺，所以我用透明包裝袋，現場還放了個擂鉢，鉢裡放點材料給客人擂，邊擂邊講解，且這邊擂茶不用錢，所以客人會好奇看了老半天，我剛開始賣擂茶時很挫折，因為沒有給客人試喝，客人說這什麼東西？我說擂茶，介紹了

一兩個小時還是沒有人買，後來我開始賣出了第一包我很興奮，後來陸陸續續越講越有心得，知道要如何介紹客人才會接受，就不再是土土的，我講我的，你聽你的，開始去拿捏我跟客人間的互動。後來發現我一路上晚上有時也沒有在睡覺，會想我今天跟客人間的互動哪裡有錯，就會再去做檢討。

本來是莊碧芳茶行，後來想把自己的名字放上去不太好，後來改成碧芳茶行，有人問我你有去算過名字嗎？no，那你就把名字繡上去，感覺人家就知道要來找我，知道有這個人在賣播茶，同事建議取一個比較好聽的名字，後來我就去改成廟前播茶小站，因為我在廟前，希望客人能找的到我們，後來遇到要去做商標註冊，廟前不能用，全國有多少個廟前，那時就決心要改名字，先生就堅持要客家庄，我就住在客家庄，為什麼不能用客家庄？我廟前播茶小站都不能用，你客家庄可以用，後來為什麼改成哈客愛 客家庄茶坊，因為客家庄茶坊不能用，但版費都已經花下去了，就在前面加哈客愛，那時的提袋是公版袋，我刻了個橡皮大印章，每天晚上在蓋印章（播茶和廟前播茶小站），夫妻就一起蓋印章，還要蓋得正正的，公版袋一個三元，這是最省錢的，我們播茶一斤兩百五，比現在還要貴，我們也經過戰國時代，有的賣一斤一百五，有的賣一杯三十，那時的播茶產品品質參差不齊，我們剛好接受地方電視台的報導，那時正好大排走龍，客人急著要點，先生在接受訪問，我在拼命得打，打來不及，客人就越排越長排到快到廟口，我們是廟坪第三個攤位，排到快到廟口，就有很多人抗議，因為擋住別人的生意，報導一出來時，看的都是當地人，我們嚇壞了，想說就算是免費的報導們我們也不要參加了。前面賣一斤一百五，後面賣一斤一百，都出來了，我真的嚇傻了，從來沒看過可以一窩蜂起來的。

後來我觀察北埔這個商圈，這個局勢，以前都是自己做自己的賣，賣完就ok了，後來我看到有人種火龍果，接著一邊賣火龍果，一邊賣火龍果冰沙，這禮拜生意超好的一下子就賣完了，下禮拜再出來賣時，發現好多攤人家賣火龍果冰沙，那時我才知道原來市場是這樣的生態，就像我當年的戰國時代一樣，所以那時我就決定說，我要堅持自己品質，要不斷求新、求進步，我不能一直維持在這個地方，後來我從這個同學換到另一個同學的茶葉，把等級再拉高，因為我覺得茶這種東西喝起來的感覺不一樣，客人的接受度會更高，想把品質再打更穩。

（訪談資料 A2-06）

Q:播茶在你心中的想像？

播茶是客家人招待貴賓的一個餐，我在想以前生活真的有這困苦嗎？吃得怎麼苦、怎麼澀，招待貴賓的一碗飯，需要這麼工夫嗎？因為閩南人的菜都是新鮮的炒一炒就好了，為什麼要這麼辛苦，播茶還用茶菁下去，茶菁洗一洗就下去磨，磨得苦苦的那怎麼喝，我就覺得我以後做的東西不會是這種東西，我覺得客家的精神在追求變化的時候很慢，應該說比較硬頸，不容易接受新的，這裡的風氣就是這樣堅持傳統的東西，你在求新求變的時候，他不能接受，所以那時我們改用沖泡式時，不是很好推。後來先生看我賣的不錯，就釘了一個泡茶桌，我就在那裏邊泡邊一碗一碗賣，下面煮開水，我們有買保溫茶桶，水不夠了，下面煮開水，

倒回保溫茶桶，只有買一個保溫茶桶的經費，後來夏天了，就一桶熱的，一桶冰的，一開始沒有果汁機，就買塑膠杯，杯蓋可以蓋得很緊，就一杯一杯的搖，搖到最後他說媽媽我不能寫字了，我手會發抖，所以二年級開始沒有交作業，孩子也就不喜歡寫作業，從幾時杯到一百多杯，後來果汁機上陣，後來冰塊來來回回一直載不是辦法，就買了一個冰箱，後來冰箱加輪子用軌道推（七、八年）。

Q:客家擂茶的特點？

當時很多人用綠茶在做減肥茶，那時我想說我是不是來做減肥餐，我自己也需要減肥，當時為了減肥耗盡腦汁，所以我就想擂茶如果能高纖低熱量更好，因為我懷大兒子時就有痔瘡，不管是我便秘或拉肚子他都很辛苦，乾脆就做個高纖熱量的擂茶，擂茶本身纖維質就很高了，我磨的時候不要把它磨得太細，一部分纖維質留著，這樣解宿便的效果較好。

Q:客家擂茶的手藝從何而來？

當時輔導的時候我們就在旁邊看，很多人就這樣播，朋友也帶我們去播茶，一開始並沒有想說把播茶當做事業，我對新的東西很好奇，而且播茶對我來說屬於新的東西，好奇心驅使下我就跟著朋友去播了，播一播覺得播茶不錯，還滿好玩的，就好像小時候在搗花生的感覺，後來我想說要從中找些什麼樣的東西或靈感出來，其實每天晚上我都是東想西想，我妹都說我是天馬行空，想一些不可能的事情，可是我也是從天馬行空中找一些我最後得到的東西，其實我的腦筋從來沒有停過，也會從以前在書上學到的東西，然後有時我會去逛市場，看看人家在做些什麼、玩些什麼、現在興盛的東西是什麼？去看看市場上有什麼可以好奇的東西，當初就是因為好奇，就去試看看。

我想說還是要從客人口碑開始，也是懵懵懂懂這樣做，其實很多事情是因為自己的好奇心下去做，所以現在看到自己的小女兒有好奇心的時候會很擔心，那種什麼事都想嘗試的好奇心會很辛苦，因為你會去探索、去摸索，從中我得到的樂趣跟我先生得到的樂趣是截然不同的，我先生每次都潑我冷水，你又在想一些有的沒的，可是當別人做不到的事情我做得得到，這樣我才會賺錢啊，我是透過這個想法，給他這個觀念，因為我覺得別人都做得得到的時候，你拿什麼去跟人家競爭，所以我一直灌輸他這個觀念，可是客家人就是聽不進去，他覺得說別人做不到你覺得你做得得到嗎？我就說不一定啊，搞不好我哪天做得得到，所以我一直告訴自己搞不好哪天我可以做得得到。（露天電影院—看電影、喝擂茶）我看到很多我曾經想過的東西，後來在市面上慢慢出現，（傳統建築—賣牛排）（西洋建築—賣中餐），所以我認為天馬行空沒有不好，只要我不做壞事，（擂茶火鍋），早期我想過的事情，陸陸續續可以從新聞報導看到，所以我會和先生說，你看我天馬行空的想法，現在已經有人做了。

Q:對擂茶的期許？

我從一個客家產物把它轉移到變成一般人的早點，去攻打早餐市場，甚至攻打下午點心市場，下午茶或小朋友回家後可以當點心，我去把它做個轉型，所以我會做一個沖泡包，也是讓客人更加便利，這是那時候的想法，以後也不會把自

己的格局限制在播茶裡面，開始慢慢會有不同的商品衍伸出來，我們也會看一些食品的資訊，我們有發現隨身包的趨勢是每年在成長，我們可以從這邊發展出怎樣的產品，可以讓現在的消費者飲用更放心，行銷得更廣泛，所以不會只限制在播茶這個部份，所以哈客愛食品有限公司就是要往外打出去，除了播茶以外的東西，一樣是五穀類的東西，但是走的層次不會局限於客家的產品裡面，所以後來這裡會加上養生軒，我們希望除了客家播茶以外，以後還會出一些客家餐，希望我們的東西配合一些餐飲文化出來，（訪談資料 A2-07）有一些可能是藥膳的一些飲食，有一些可能是客家傳統的一些餐，就是農家所用的一些餐，譬如曇花肉片湯，這是客家人就地取材，今天有什麼就做什麼餐點出來，我發現在我們家老人家教導我們煮的東西，跟市面上餐廳是不一樣的，所以我希望我能把這方面展現出來，我先生說等妳退休孩子可以接吧！其實現在的客人還是滿可憐，吃到的不是正宗的客家菜，吃到的是廚師變化出來的，和我們一般在吃的農家的東西是不一樣的，也許有錢人家吃的跟我們貧窮人家吃的或許不一樣。

真的很貧窮，結婚一張床，一張桌子，再一個廚子，沒有了，有一張椅子啦，其他什麼都沒有了，我媽媽眼淚掉回去耶，哭個半死，你們家的確很貧窮，真的窮到一進來是水泥地，旁邊是養豬的，進廁所之前還要經過雞舍，廁所一小間蹲下去好像快敲到門的感覺，還是紅磚疊起來的，那個門隨時都可以打得開來的感覺，就是一扇很破舊的門，這個廁所我告訴妳我還會害怕耶，尤其晚上，我都要拉先生陪我去上廁所，他說廁所不會一個人去喔，還要拉伴，我說你家有很多大公雞，他說這些公雞你怕他喔，她們都長得比你小隻，我說可是他們嘴巴很尖耶，一隻最重可達十七台斤，在學校時三到五斤就拿來殺了，牠們是觀世音菩薩生日時做比賽領金牌用的，我說你們家有神豬就算了還養神雞，看我婆婆拿飯糰餵，還要幫他按摩讓他吞下去，還要餵一下水，牠活得好辛苦喔，他衝出來時我會嚇到，我會趕快把門關起來，不敢去廁所，所以那時候沒有人願意陪我去廁所，我就憋尿憋到天亮，因為家裡也只有那一間廁所，後來我說我要買個尿壺，放在房間，他說會很臭，我說可是你家的你又不陪我下去，最後他只好忍受第二天我把它拿出去，沖到浴室裡，她們的浴室很好玩，是打一個四方形的大孔塞一個石頭，就經常有老鼠跑進來，嚇得我眼淚一直掉，還有一次蛇跑進來，我嚇壞了，我說你們家無奇不有。

我們是期望以後我們的播茶可以開出直營店，其實我們一直期望我們訓練的種子兵，目標放在那邊，但是孩子.....，我期望可以慢慢擴出去做分店，像現在有計畫做外帶吧，有點像 85°C 的那種感覺，旁邊就是我們的產品，讓客人可以現點現泡，也可以帶播茶走，所以我們會一直嘗試新的東西，不同的泡法，例如：玫瑰拿鐵播茶、薑汁播茶、花香拿鐵播茶、可可拿鐵播茶、咖啡播茶做一些不同系列的飲品，還會配一些果汁系列的東西，下去帶動，本來有想做水果口味的播茶，怎麼調味道都不對，除非你加香精、香料，我們又不願意這樣做，所以我們只好放棄，本來想進一台水果的烘乾機，後來想一想為了水果一個口味進烘乾機好像有點不對，到時候他還可以做什麼？因為我們對機台的了解度不會很強，畢

竟我們不是學機械的，有些東西會放在腦筋裡，像我想做焦糖可可播茶，可是在我還沒找到焦糖之前，我還是把它放旁邊，有時候商機就跟著跑了，我要的味道是有特殊性的，別人做不到的，這樣在模仿上面就很難抓得到我的這個東西，我自己做出來的東西是要別人跟不上來的，這樣子一方面在打市場會輕鬆一點，二方面我們在量產的時候，不希望我的東西在材料方面受到掌控，因為茶的東西，越來越深奧，當被掌控找不到第二家的時候，就很辛苦，他說漲就漲，就很累了，因為完全沒有可以取代的，所以接下來做的產品的材料是不要給別人綁死掉的，所以有些想法是天馬行空去想一些東西，其實畢業這麼久了，食品加工學還是會常常翻回來舊的，再翻回來我們最傳統的加工方式，也就是老師教導的。

有時候我會跟孩子說播茶泡一泡就好了，但是她們是做到怕、看到怕，現在看到播茶動得比較少了，像大兒子經濟拮据，問我可以帶播茶去泡嗎？我說可以，但是錢拿來，我的生活費也是你付的怎麼還要跟我拿錢，我給的生活費是正常數字，今天你為了節省早餐錢，把多餘的錢拿去做別的事，為了避免你做怪，所以還是要付錢，可是我們工作也沒有跟你拿薪水，我說這是應該的，你吃家裡、住家裡、用家裡，這是應該的，所以孩子都說我媽媽很會算，我說媽媽在會計事務所上班了六年，不會算不行耶，所以以後你們娶的老婆要懂得持家，要兩人同心協力，現在你要把自己的根基打穩，妳以後不用怕沒有老婆，你要什麼樣的條件，你可以自己去挑了，我讓你去學做生意，不是要你跟媽媽耍嘴皮子耶，可是這是你教的，你不覺得很驕傲嗎？

Q：如何行銷推廣？

去年去了天津、南京，今年四月底五月初準備去南寧，我們參展是先去學習，今年我又報名了上海台灣精品展，還有福州和南寧，南寧是跟著縣府去，上海和福州是自己報名，這次是大展，因為是代理商批我們的產品過去那邊賣，以我們公司的名字出去做展出，去打知名度，我也想說看看他們怎麼打，我也想看看別人怎麼做，也現場看看別人把我的東西怎麼賣，他們推銷最強的點在哪裡，很多東西要親自去才可以學到的，像我去了國際世貿旅展，如果我沒有去，我真的不知道原來市場是這樣子跑，我從這裡的展出可以獲得這麼大的收穫，剛開始參展時，覺得整年度好像沒有什麼收穫，可是今年過年大家在送禮的這段期間，我就發現這個量衝起來了，有些是世貿旅展、台灣茶葉展的回頭客，我就發現越來越多，展出的效果還滿不錯。（訪談資料 A2-08）去年的展出都是跟著縣政府，因為我們對外面的市場環境不是很熟，一直以來我們就是埋頭苦幹，都是想在北埔這個市場，其實最大的動力還是我們的對面，是讓我衝刺一直往外走的原因，其實如果今天她們沒有這些動作的話，我也不會往外推出去，讓我更有動力往前衝，讓我覺得你們今天這樣做就繼續原地踏步吧，所以我不會把自己的思想格局在我今天是跟你互鬥的，既然你們這麼喜歡北埔這個市場，其實北埔這個市場就這麼大而已，我們也是靠著它在支撐著所有的展出，我會慢慢去看這個展出的效果有多少，客人到了老街、到了這邊，他看到我們的產品的時候，他的想法什麼，跟客人互動的時候，可以了解客人對我們的觀感是如何。

很多客人說我們訓練的小朋友很不錯，評比都很好，我會不時提醒，要記得不可以反擊，不可以口出髒話，不要做人身攻擊，不要為這一小時多少錢而付出自己的未來，我要的是微笑、是氣質，是熱忱的去服務，孩子的心態很重要，小鼻子、小眼睛是做不了大事情，我們訓練他以後可以做大事時，或許未來還可以成為我們事業的一個支柱，不管到哪工作，都會受到老闆的稱讚和重用，剛開始會覺得我們留不住人，會很感傷，後來我調整自己的想法，現在我認為我們這裡是訓練營，其實人是互動的，我這裡需要幫忙時他還是很願意回來幫忙，我覺得帶孩子就是帶心，(有一個高三的乾女兒)，我們是這樣造就孩子的，因為我認為孩子的未來是無可限量的。就算以後不在這邊，至少不會比人家差，雖然功課不是比人家強，至少能力比人家強，可以比人家早知道他得到的是什麼，他現在比人家優勢點在哪裡，不會等到出社會才想說我現在可以做什麼，不想讓孩子承受這遺憾，所以我跟他們說現在把基礎打穩，以後缺什麼再去補。

Q：有資源連結？

北峨寶，做個茶席形成一個組織，請茶藝老師過來教學，我是沒有參加，因為晚上上課，教你茶怎麼泡，茶席要準備什麼，茶具，北峨寶這個商圈輔導老師會輔導店家做一些商品設計，包裝的設計，輔導幾個店家，有幾個名額，是免費幫忙設計的，我們就是受輔導店家，他幫我們設計布置店面，東西他們幫忙採購，我們付費，省了設計費，這計畫不是沒有作用，這是要看店家的積極度，像我們就是追著老師跑，老師花兩天的工夫，一、二樓都布置好，這是目前唯一的政府資源連結。(訪談資料 A2-09)

Q：服務創新？

在門口提供免費茶水，讓客人喝、讓騎鐵馬的補給開水或經過的過客喝，我本來要放冰仙草茶，但騎鐵馬的人認為運動後不適合喝涼的東西，他們覺得開水最好，而且他們的水瓶不容易塞住。(訪談資料 A2-10)

Q：到國中小推廣播茶？

沒有到國中小推廣播茶，因為我比較少外出，外出就是去參展，我也是從前年開始出去參展，不然以前都是靠口碑，以前都是自己很努力再打拚，一直到受不了同業的惡性競爭，決定走出北埔，去外面看看。(訪談資料 A2-11)

Q：產品創新？

我們的產品是一項一項創新，播茶鬆餅是播茶 DIY 的點心，也可以單點，夏天到了，我們也要推出冰咖啡播茶，我們還想慢慢的研究播茶冰淇淋要怎麼做，要怎麼做比較好吃，先用手工不用機台，看看接受度如何。(訪談資料 A2-12)

Q：原物料提供？

老爺大酒店去年中秋節賣的播茶糕，就是用我們為它特調的播茶粉，有一家乳酪蛋糕店，他們要無糖無奶粉的播茶粉，因乳酪蛋糕裡面已經有奶，所以我們要為它特調播茶粉，就是看客人的需求，來調配播茶粉。(訪談資料 A2-13)

Q：如何傳承客家精神或文化？

我們是在播茶 DIY 時，直接用口頭介紹，讓客人了解播茶的由來及播茶如

何製作，本來在包裝上有印播茶的由來，後來從衛生局那邊知道不可以印，我們就把它取消掉，放在官網上和 DM 上，透過這種方式告訴客人。(訪談資料 A2-14)

老家前後到處都是油桐花，油桐花有樸實的感覺就像客家人樸實的個性，我們就以油桐花做為我們門市哈客愛的代表，採用油桐花做為我們包裝及手提袋設計的圖騰，剛開始袋子不挺就像購物袋，客人用了一次就丟了很不環保，妹妹就幫我設計了手工提袋，讓客人可以一直重複使用，袋子上只有「哈客愛」三個字，和數朵隨風向上飛揚的油桐花，代表我們的用心和向上進取的心，袋子要挺才有精神，看起來才好看，我們試驗過好幾種磅數的材質，要能承載一定的重量，就是很有質感的感覺，只有「哈客愛」三個字，是想讓人猜測袋子裡裝的是什麼？因為好奇反而會吸引人的注意，而達到成功宣傳的效果，締造一個口碑出來，我們也成功的締造了北埔本地人的口碑，本地人傳的口碑可信度更高。所以我們是用客家桐花去展現哈客愛的精神，表示客家樸實、沉靜的精神（訪談資料 A2-15），而沒有去選擇花開富貴的花布。

播茶 DIY 時保留傳統的茶葉、花生、芝麻，在加上養生的食材，或變換一些花式的沖泡方式，比如冰播茶、熱的或冰的拿鐵播茶，加入一些西方的文化進去，我們是用光泉鮮奶，而不用奶精、奶球，講求食材的原味。

Q：殊榮？

年份	殊榮	舉辦單位
2010 年	台灣優良品質卓越獎	中華民國優良商品協進會
2010 年	國家優良商品金牌獎	中華民國消費者協會
2011 年	台灣第一品牌	中華民國外貿協會
2011 年	台灣百大企業品牌	中華民國外貿協會
2011 年	商界楷模獎	台灣省商業會
2011 年	商界之光	新竹縣商業會
2011 年	商品標章精品獎	行政院
2011 年	台灣百大伴手禮	台灣省商業會（2011 年開始舉辦）
2011 年	新竹縣十大伴手禮	新竹縣縣政府（2011 年開始舉辦）
2012 年	台灣消費頂級商品金鑽獎	中華工商經貿科技發展協會

訪談者：彭竹筠

受訪者：哈客愛客家庄茶坊 姜瑞霖（B1）

訪談地點：哈客愛客家庄茶坊

訪談日期：2012年5月8日下午七點到八點

錄音方式：錄音筆

Q:為何放棄正職，投入播茶？

這是一個抉擇，第一個大環境的改變，本來從事化妝品外殼的行業，有很多產業外移；第二個考量未來的發展性，一方面播茶產業正在發展，另一方面化妝品外殼產業正在走下坡；第三個畢竟北埔是自己的家鄉，就近工作就不用舟車勞頓，也比較顧得到自己的家庭和分擔些老婆沉重的工作，因此衡量之後選擇未來較具發展潛力播茶產業。（訪談資料 B1-01）

Q:播茶產業在北埔的發展？

目前比較大宗的播茶店只剩四家，比較有產量、比較有規模的，以播茶為主的，只有四家，最盛的時候，大約三十來家，現在都轉型成小吃店。（訪談資料 B1-02）

Q:播茶養生粉製程的堅持？

我堅持的是一個品質，就是站在一個消費者的立場，品質是第一個優先考量，也就是說不好的東西我們絕對不會進貨，一般原料進來時，我們都先會篩選，因我們自己是本行，以前有學過，東西的好壞進貨時一定要去試（驗貨），去看看這一季的產品 o 不 ok、可不可以用、品質到哪個水準，我們都親自去看、去了解、去做把關的工作。（訪談資料 B1-03）

Q:驗貨如何衡量原料好壞？

第一個是外觀，第二個是口感，像茶葉的話，就要泡出來看，第一個看有沒有添加其他的東西，看它的顏色可不可以，第二個試喝看它的口感可不可以，而且是使用本地的茶葉，因為本地的茶葉安全性較高，品質也不輸外地的茶葉，且本地的茶葉外觀和茶水的口感都比外地好，北埔的茶園夏季都供應東方美人茶，春季的茶葉就採收起來做生茶（綠茶），一般來說春茶的茶水比較甘甜，做生茶最適合，夏茶就不適合，夏茶會有點苦澀，我們都要了解每個東西的特性，才能判斷東西的好壞，才能在調配時發揮每個東西的特性，（訪談資料 B1-04）知道怎樣口感是最好的，還有它的營養價值要如何搭配是最好的。有些會上火的東西要斟酌，不然客人喝了會上火喝不久，我們要調配一種溫和的、不燥熱的，所有年齡層都可以接受的，所以東西的量有一個比例，因為只要其中一種東西改變之後，整個口感就會不一樣，農產品的東西你要百分之百是不可能的，還是會有誤差，因為每一季東西的品質不會百分之百一樣，天候好的時候，品質會較好，天候不好的時候，品質會較差，農產品的東西就是靠天吃飯，你要一模一樣不可能，除非是靠香料才有辦法維持一樣，天然的東西就有點困難度，但是我們儘量要求達到最好的品質，因為農產品有等級之分，有好的、有次級的、有差的，所以我

們會篩選比較上等的原料，因為原料多，只要有一種原料不夠好，勢必影響整個產品的品質。(訪談資料 B1-05)

Q:貨的來源很多？

目前來講我們還是部分有請外包代工，因為完全自己沒有辦法，有請幾家專業的代工，最後自己做整合，因為最後東西的好壞還是要靠自己去調配，不可能完全靠代工做到好，不然市面上到處都有這樣的產品，而且東西好不好，我們不能做到把關，等成品都出來了，就來不及了，所以我們會找 ISO 的廠商配合，品質才會維持在一個水準上。台灣本地的原料，如：花生、黃豆、糙米、紅棗、茶葉，台灣可以量產而且品質比較 ok 的就這幾種，其他的部分就靠進口，美國、義大利、緬甸的芝麻、都是屬於它主要的出產國，品質比較好且單價比較便宜。

Q:老婆和我的個性？

老婆是屬於大辣辣、神經比較大條、不拘小節的人，所以對外願行銷推廣；我是處女座，比較龜毛，對產品的品質我會比較堅持，會比較挑剔，所以對內願產品品質的把關，我認為既然要做就要把品質做到最好，要不然就不要做。(訪談資料 B1-06)

Q:公司多少員工？

目前加自己六位員工，生產是一直在做，但是有淡旺季，像夏天是屬於淡季，因現代人比較圖方便，喜歡泡熱的來喝，因為冰的要準備冰塊比較麻煩，就直接買飲料比較快，夏天就完全靠我們現場一杯杯沖泡。目前加工廠的量維持在一個禮拜三千三百斤，固定休禮拜二，公休算禮拜二，其他時間在門市幫忙，三天在工廠、一天休假、一天在門市，假日則都在老街，有計畫輪休，讓禮拜二的客人可以買到播茶。

Q:製程創新？

第一個就是環境要夠乾淨，東西不可受汙染，第二個就是人員進出要注意服裝和清潔，而且都按照食品規範在做，我們堅持完全是天然的食材，不加任何添加物，就是任何對身體有害的東西我們都不會考慮。(訪談資料 B1-07)

Q:服務創新？

在 7-11 商品目錄 (物販 DM) 中有我們的產品，這是雙方互相配合，黑貓宅急便配合每年年節的伴手禮，針對每個地區去行銷、去推廣，這也是他們從全國各地地方特色產品中去甄選，一年有三節，這次是配合端午節，內部先做篩選，接著請我們去解說，再進工廠去看看，做最後的審核，能夠獲得青睞真的是不容易 (23 家)，也是幫我們做行銷，這樣子推出去是全台灣行銷。目前在高鐵椅背的黑貓探險隊雜誌中有各地特色的伴手禮，我們的產品也在其中，就像飛機椅背的雜誌中的商品目錄，就是透過黑貓系統下單轉單給我們，不像平常我們則是一對一直接對客戶，這是一種新的突破。(訪談資料 B1-08)

Q:孩子傳承？

目前是我們先經營好基礎，等孩子長大先在外面闖一闖有社會歷練再回來，這樣才能知道外面市場的型態，如果願意再回來傳承才能比較有經驗、比較用

心，也才能永續經營下去。(訪談資料 B1-09)

Q:客家擂茶的期許？

希望它是大家都接受的產品，更進一步變成民生必需品，就是把擂茶變成代餐，讓消費者能當早餐吃，直接沖泡就可以吃，現在有滿多客戶每天都已經習慣要沖泡一杯擂茶來喝，如果一天沒喝就覺得渾身不對勁，我的目標第一個是接受度擴大變成民生必需品，第二個是在健康養生方面更精緻、更進步，對身體更有幫助的產品(訪談資料 B1-10)。產品到一個水準之後，就要越往上越走越好，因為消費者越吃也會越挑，口感會越要求，所以我們要跟著消費者的腳步越進步，你不進步人家趕上你，你就被淘汰掉。(訪談資料 B1-11)

Q:家中兄弟姐妹？

家中有二個哥哥、一個妹妹，大哥在老街賣擂茶，並做解說員，二哥是公務人員，大部份都是娘家在幫忙，這是很現實的情形，兄弟沒辦法合起來做，合久會有摩擦，畢竟大家都要養家，各自發展會比較好，娘家的部分他願意幫忙我們也很樂意，坦白講自己人會比較用心。

Q:北埔客家庄的發展或特色？

北埔的發展很保守，眼光比較近，都是看近利，別人有好賣的東西我們就跟進，就是沒什麼創新，都是模仿複製，所以未來發展創造力不夠，因為客家人行為觀念都很保守，不敢往前衝，所以有時會錯失良機，很多有發展的地方都是閩南庄，發展比較快，我們會退往山區靠也是因為太保守，人家進來我們就往後退，這就是客家庄的特色，我希望新一代能開發新的東西，多創新、多推廣客家文化，把它發揚光大，儘量往外推。(訪談資料 B1-12)

Q:擂茶的步驟？

我們是一個經驗一定要先磨茶葉，因為如果磨不夠細，待會喝起來會刮刮的，顆粒會比較粗，我們為什麼把茶葉、芝麻、花生要分開，因為花生和芝麻含有油脂，磨久會出油，如果和茶葉一起磨，茶葉又磨得不夠細，因為有油容易沾黏，要磨細就比較困難，所以要先把茶葉磨細，越細越好，再把有油脂的東西放下去磨的時候，就比較不會有這種情形。因為茶葉磨得不夠細的時候，沖泡熱水時味道比較慢、比較出不來，喝起來會比較不習慣，所以要分開磨，全部一起磨有可能茶葉會一整片，黏在上面不好磨，會跟著跑，這是經驗步驟。(訪談資料 B1-13)

Q:擂茶粉的步驟？

第一個茶菁要經過高溫殺菁乾燥之後，進冷凍庫房進行低溫研磨，因為綠茶怕熱經過高溫會氧化、會變色(比較褐色)，我們維持低溫就是要保色，因為天然的綠茶跟外面有加染料的綠茶是不一樣的，所以在製造過程要求不能太高溫，儘量維持它的原汁原味，其他的部分加工方式也是滿多種的，有的是發爆的(靠壓力，讓原料膨脹，像穀類、糙米)，有的是糊化的(蒸熟、研磨、糊化、乾燥)，有的是炒的(花生，香味比較容易出來，但要控制好火候)，有的是烘乾，因為每種原料的特色不一樣，所以加工方式也不一樣，最簡單的就是烘乾(可以生吃

的，像水果類、紅棗)，所有原料變成粉狀後，再依份量親自調配成擂茶粉，(訪談資料 B1-14) 有部分原料請專業代工打粉，因為他們專門在做同個產品，產品價格低且品質控管好。

Q:創業的建議？

先到外面走走，看看外面的市場，外面的趨勢，不要看人家什麼好賣就一頭栽進去，要創業地點也很重要，你要融合當地的特色，才比較好經營，除非你能力很強可以開發新的特色出來。



訪談者：彭竹筠

受訪者：阿金姐工作坊 康阿金（C1）

訪談地點：阿金姐工作坊

訪談日期：2011 年 10 月 9 日上午九點半到十一點

錄音方式：錄音筆

Q: 阿金姐請您簡單談談您創業的歷程？

「客家哇沙米」是我們與原住民合作，在傳統的客家桔醬中加入原住民特色食材—馬告，就是在提升桔醬和地方特色環境的關係，當他們知道是客家桔醬加入原住民的馬告，讓沾醬增添檸檬香茅般的香氣，還把原住民的東西提升到不同的境界，經過包裝行銷後，整個產品的感覺和價值就不一樣。（訪談資料 C1-01）傳統的客家桔醬是裝在玻璃酒瓶中，方便性不高，倒的時候不好倒，可能噴到滿身都是，我們就是從這一點做考量，而且玻璃酒瓶沒有質感，送禮不會做考慮，現在我們是裝在寬口的玻璃瓶中，方便性較高。（訪談資料 C1-02）

一開始並非做桔醬，而是做梅子，嫁過來後婆婆會做，先生愛吃，家人都愛吃，就跟著婆婆學，因為客家人很節儉，做出來的梅子很酸很鹹，比較不好吃，後來想說要做給孩子吃，不可以那麼鹹，於是要做改變，改變當中一開始做五十斤、一百斤分送親朋好友，大家覺得很好吃，就會委託我做，第二年就幫他們做，沒有講到的人，就沒有做他們的量，於是就有人提議乾脆拿出來賣，我們跟你買好了，因為婆婆家中開米店，於是接米店在店面上就擺一些梅子，第一年就做五百斤來賣賣看，結果還不錯沒多久就賣光了，後來想想，米店生意沒落了，再來賣米真的不好賺又很辛苦，反觀賣梅子的利潤還不錯，於是就想說是不是慢慢來做個轉變，於是就在看米店同時帶小孩兼賣梅子還幫人繡學號，（阿金姐工作坊的制服就是去買 polo 衫經過繡上店名及加上花布的裝飾，很有獨特性，且制服什麼顏色都有，喜歡什麼顏色就穿什麼顏色，不拘泥於一般店家一定要相同顏色的制服），從這中間覺得賣梅子利潤不錯還可以兼顧到家庭，所以就開始做來賣。（訪談資料 C1-03）

一開始只在店裡賣，沒有到外面賣，也沒有對外推銷，客人到店裡買米就請他試吃，覺得不錯就會跟你買一些，有一陣子賣的還不錯，就跟先生商量是否發展賣梅子，他沒有反對，只說了一句話：「有得有失。」小孩還小如果妳沒有把小孩照顧好，在事業上賺再多錢也沒有用，於是就衝著他說的這句話我就忍下來了，就好好當家庭主婦照顧婆婆和小孩。

後來小孩都大了，因為那時還沒有決定要跨出去還想在家裡做，一直到家裡越做越不錯的時候，我就有想要出去，於是我就騎著摩托車帶著我的產品，到竹東的觀光點—五指山，找廠商看看是否要賣我的產品，很多家都不要，其中有一家願意讓我放放看，我覺得賣得不錯，我就有信心了，想說可以多做一點，當我多做一點的時候，就接到電話說你的東西可能要收回去，因為你的東西不好賣，剛開始時你東西的顏色很漂亮，可是放到後面就黑掉了，賣相不好客人不喜歡，

當時很挫折、很失望，就把產品帶回來，（訪談資料 C1-04）剛好李總來，我就拿給他吃，他說很好吃怎麼不賣呢？我說人家嫌我的東西賣相不好看，他說可是很健康啊，那時候消費者不會去問健康不健康，而是第一眼，李總說沒關係，以後的行前會議我就拿你的梅子來送，不再送包包，那時候二十幾年前園區很熱鬧，老闆吃了覺得很好吃，就要求幫他買、幫他訂，行前會議就送，當時在園區造成很大的迴響，園區生活雜誌也有報導，因此園區的訂單絡繹不絕，我就開始有信心。（訪談資料 C1-05）

婚後跟婆婆學手藝加上賣米其實收入不多，心裡一直在想要做什麼副業，剛好小叔在竹東開體育運品社（全豐社），二十幾年前是很有名，於是我就包他的體育服繡學號，這是一個過程，我是一個不甘寂寞的人，閒不下來，後來婆婆身體不好、孩子還小又適逢綁架案件頻傳，於是學號不好繡了，我想慢慢發展另外一個事業，我就把繡學號停掉，跑到國外玩了半個月，回來後我決定要賣早餐，那時候婆婆也過世了，光靠米店真的沒有什麼生意，於是我決定要賣早餐，雖然我沒學過，但是我首先調查市場，發現現在年輕媽媽不煮早餐買現成的，知道附近住了多少人家，只要百分之多少跟我買早餐就 ok 了，利潤比米店好多了，於是我毅然決然跑去日本料理店學，這是一個機緣，剛好哥哥的朋友開日本料理店，於是我去學壽司、原物料哪裡來、怎麼配比，學好之後我就在米店附近的市場賣壽司，我三千元就創業了，因為這樣我還上了電視台，我只要擺張小圓桌，壽司擺在那邊，泡壺熱茶，就可以賣，而且每天收現金，賣早餐還真好賺，剛開始沒有請人，後來生意越來越好，就請一個人幫忙包壽司、切壽司、整理壽司，差不多九點多賣完，回家後還可以繼續開店，一個早上淨賺兩千元，十幾年前的兩千元很多了，從負債（蓋房子）到有存款，賣早餐後發現，我的錢進出週轉很快，一個月就六萬元，所以米店就不用開票子給人家，米一來就給現金，中間就有差價，我覺得賣早餐不錯，家中又加減賣梅子，我的早餐很特別，用梅醋拌飯裡面還加了梅子，所以壽司很好賣，後來因身體不好....

在人生規畫中沒有想過會走這條路，以前想說找個公務員或上班族結婚，之後在家做個小生意和帶小孩就很滿足了，也沒有想到會做這個生意，真的要謝謝李總，是他把我帶出去，把我的東西報給園區生活雜誌，他是很龜毛的人，先把我的東西拿到食品研究所檢驗，檢驗員告訴園區生活雜誌，檢驗結果確實沒有添加物，可以安心報導，我好高興，也很感謝園區生活雜誌得何總編（訪談資料 C1-06）。高興的是我們是實務在做，卻沒有理論，當他給我們訊息的時候，我們好高興就帶著產品去請教他，他就教我們，你要你的產品好、有一致性，你是用經驗，但晴天和雨天採下的梅子含水量就不同，須要有測糖器，就不用想說五斤梅子要放多少糖？於是就去買來用，對產品加分很多，開始有信心，園區生活雜誌也有報導，就順理成章的走了出來。

慢慢的媒體看到我們，孩子大了，先生也上班，我就去市場買回來做，先生不讓我做太多，我還偷偷的做，等他下班我已經蓋起來了，孩子從小做梅子的季節就要幫忙敲梅子，每一顆梅子都要敲，一直到園區生活雜誌報導後，我才真正

的有投入在做梅子這個區塊，我就開始去想做包裝，報導時還是傳統包裝，想說園區的人已經認同我的產品，我想我也應該跨前一步，那時有一家店叫「桔仔店」，我就很大膽，我就騎著摩托車、帶著我的產品自我推薦，朱經理人不錯，試吃後他告訴我，阿金姐，你的東西很好吃，但是我給你一個建議，要包裝，我們就給你上架，很感謝朱經理給我這個機會，讓我的產品有更多展示的舞台（訪談資料 C1-07）。回家後與先生商量，先生不肯，他是一個很保守的公務人員，認為這樣賣就好，不用去搞包裝，包裝很貴，我認為我和別人賣的不一樣，就是要包裝，那時我已經開始有要創業的概念了，梅子可以做米不能賣了，大賣場太多了，以前賣米要糧商執照現在則不用，大小店都可以賣，大賣場可以用很便宜的米吸引顧客去買，與它競爭不來，所以要慢慢轉業。

先生拗不過我，自己去做我要上班，幾年之後他發現我的生意不錯，我就自我推薦加入農會，與農會合作，因為我去新竹 sogo、新光三越賣東西，農會去賣東西%很低，我去賣東西%很高，農會只要扣十幾塊，而我卻要扣二十幾塊，我覺得不划算，差太多，我又不懂提高價錢，照店裡賣的價錢，這一檔我賣了三十萬，卻被抽成剩下大約二十萬，（人事費用、稅金），我一直想怎麼會這樣呢？我跟我先生講，我和別人介紹我從竹東來的，很多人卻不知道竹東在哪裡？我先生說你去找農會，跟他們認識，我就自我推薦帶著東西去農會，農會也覺得我的東西不錯，有個股長拿了原住民的三根雪蓮薯要我做做看創意料理，我就做了六道菜，還上了他們的食譜，他嚇了一跳，他說阿金姐你怎麼會把雪蓮薯做成這樣的菜呢？我做了涼拌加梅汁，排骨熬湯的雪蓮薯會變成金黃色像地瓜，炸的肉捲、、、等，拿到農會請大家吃，大家驚為天人，從來沒想過雪蓮薯可以這樣做，他們就弄個食譜出來，就這樣和農會接上了。（訪談資料 C1-08）

之後農會的活動就跟著出門擺攤了，生平第一次擺攤是在台北三峽的花卉博覽會，本來是一個攤位，後來有個家政媽媽沒去就把攤位給我，我的小叔、小姑全部叫去賣魯肉飯、炒麵，我就賣梅子，全家人很熱鬧，幫雪蓮薯締造一個很好的業績，我用藥膳去燉就變成藥膳湯，排隊排很長，我才知道到外面賣東西生意還不錯，大約十天就有幾十萬。

回來後農會就很轟動，農會那邊就問我會不會做桔醬？我不吃桔醬，也不懂怎麼做，因為農會每次辦活動要送外來的客人，就要到其他鄉鎮買桔醬，對農會的面子不太好，我回來後就問我婆婆和附近鄰居，就照我做梅子的方式來做，做好後再拿到農會請大家試吃，並帶著三層肉去，大家都說很好吃而且包裝又可愛，那時候包裝是新的包裝，第一個想法包裝絕對不走傳統的包裝，他們覺得我做的桔醬很好吃，那妳可以做桔醬來賣，我們產銷班有很多人種的桔子都沒人收，不然就是要被送到其它的地方做且被殺價殺得很低，我就試看看，我也很大膽，我就買一些桔子，用手工來做很辛苦又很麻煩，五十斤桔子兩三個人做一整天都沒做完，剛好一個時機，農事手剛好請人在研發去子機，農會叫我去看，我就和我先生去看，很巧的是做去子機的師傅是我先生的同袍，兩人一拍即合，我先生就有興趣了，我先生對機械有點概念，他覺得去子機這樣很好，就試看看，

在他去子機還沒有出售時，我第一個跟他訂購，就輕鬆多了，就不用一個個用手去挑子，只要把用手撥完皮的桔子放到去子機，一滾輪子就自動出來，肉就規肉，減少大概十個人的人力，這樣子我就開始做桔醬。

桔醬一推出造成轟動，民國八十八年左右開始做桔醬，梅子是從結婚後就開始做，我在做桔醬的時候，剛好農委會辦了伴手計畫（台灣好伴手），農會就把我的產品交給農委會去甄選，第一次送出去就被選上，選上之後就會幫我們做廣告、設計標貼廣告，就把我的桔醬推出來，馬上我接觸到的客戶群就不一樣了，我本來的客戶群就不鎖定市場擺攤，而是鎖定送禮或百貨公司的階段，剛好桔醬一推出來，符合這個階段。

我剛出來做的時候，是我的梅子比較有名，就用我的梅子帶我的桔醬，就推出香桔汁出來賣，到後來不一樣了，我主打桔醬，我抓到我的主軸了，我在地的文化、我在地的產品，我要發揚我的產品，而且這個產品是有市場可以開發的，以前桔醬是客家人吃，可是現在我要開發到閩南庄各族群，在開發的時候，發生一件有趣的事，有一個客人買了桔醬，回家之後泡來喝，她說真難喝，她打電話來罵，說你們做的是什麼東西真難吃，我說你怎麼吃呢？他說我泡茶喝啊，我說你錯了，客家人的桔醬是沾醬，可是你們沒有寫上去呀，對不起是我們的疏忽，謝謝你的提醒，這通電話給了我靈感，我就告訴我先生我們是不是就做個沖泡式的像韓國柚子茶這樣的產品，那一年農委會辦了台灣好伴手活動，我們就煮了一鍋香桔汁請大家試喝，我做任何事都會市場調查，那天很冷，我說你們喝完我泡熱的，杯子不要丟掉可以續杯，熱熱的很舒服，有百分之八十的人來續杯，我跟我先生講這個商品可以做來賣，那一年我們就推出新產品「香桔汁」（訪談資料 C1-09），再去送農委會的好伴手計畫，也一樣獲選，中間我做了個手腳，在發表的時候，我不但泡香桔汁給大家喝，還用香桔汁蒸發糕、做果凍，帶去請評審大家吃，讓大家知道香桔汁不是只有泡茶，還可以蒸發糕、做果凍，評審覺得竹東農會真厲害，桔醬本來是沾醬，你們研發出泡來喝，因此很順利又通過了，經過這兩次農委會的好伴手計畫，我們的知名度在農會的一些場合，我們的產品就有一個基本的水準，對我們或農會都是一個很好的廣告平台，因此對外行銷的時候，我就用桔醬和香桔汁這兩個商品為主軸，甚至後來我和家政班合作的吉祥袋花布包，我直接取名「桔祥袋」，可以是一罐梅子、一罐桔醬或一罐梅子、一罐香桔汁，我就這樣搭配，還參加全國百大精品，我又被選上了，內政部看到這樣的東西知道是客家的產品，客家的桔醬配上竹東農會家政班的花布包和產銷班的桔子，我用保證價格收購，而且布包有環保概念，馬上獲選全國百大精品，馬上內政部就訂購一千份，那時我就有很大的信心，這個產品真的可以做。

慢慢的就這樣我的產品曝光率就很高了，接下來客委會一直在推客家的東西，他們在外場看到我的產品包裝這麼漂亮，用桐花的概念做設計，就直接把我列入客委會的輔導廠商，在這過程中，在台北客委會辦客家博覽會，哪一年剛好是紅衫軍倒扁，我在台北火車站賣東西，兩個女兒來幫忙，回來後我女兒告訴我東西真的很好賣，沒有幾天就有二、三十萬，可是要行銷，沒有行銷的人很難，

我就問他們你們願不願意回來，他們兩姐妹商量，後來大姐先回來，因為大姐已經結婚無法常常在家幫忙，於是就叫妹妹回來，兩姐妹一起來幫忙，因為有年輕人介入以後，馬上我們的曝光率就不一樣，第一個店面重新整修，花了將近一百萬，但很值得，因為小孩回來幫忙他很有信心，有廠商接洽會約到店裡。

再來店面整修好櫃位才放好的第二天，馬總統的 long stay 團隊打電話來說想要在我們這 long stay，我嚇了一跳，我何德何能，總統級的人物要到店裡來 long stay，我去打聽，原來政治人物在參選的時候，到南部去，南部都是一些大老或是有政治利益者給綁著，說要去哪 long stay，電視報導跑不出來，北部都是年輕團隊在主導，從農委會那邊找有地方性的產品就找到我們，我說你們先來看適不適合？剛好我們的店在市場旁邊（親民）符合馬英九的個性，因為這樣的曝光，所有電視台的媒體都在幫我報導，所以那一次的曝光是全國性的，我覺得兩姐妹回來幫忙及店面整修是值得的，總統來 long stay 一個鐘頭，四十分鐘做 DIY，十分鐘拍照，十分鐘講政見，我傷透腦筋，最後我想到桔醬 DIY，因為沒辦法現煮，我就把他做的桔醬留起來，後來煮給他，我把我煮好的桔醬拿出來，教他做一道沙拉，請現場大家吃，我還泡了兩大桶的桔茶請大家喝，當馬英九活動結束離開後，我架上的桔醬和香桔汁被掃光光，我們不知道桔醬可以泡茶，還可以做成沙拉，那時我真的絞盡腦汁，四十分鐘要做一道簡單的菜請大家吃，一定不能拿鍋鏟，我就想做沙拉菜試看看，我先拿去給隔壁鄰居試吃，我有一個習慣動作，我做任何一個新產品一定會請大家試吃，讓大家來反應這個東西好不好，大家都說很好吃、很香，吃完後嘴裡還有一股桔子的香味，不像一般吃沙拉醬會膩，而且沙拉醬不健康是用沙拉油和蛋打的，於是我決定馬英九的 long stay 做這道菜。

其實那一次的曝光，讓我們增進很多，接下來就有很多的媒體來報導，會問我們有什麼東西可以報，我的東西是季節性的，要有報導性、可看性、畫面要漂亮的一定要在我的季節（梅子、桔子），要拍到漂亮的梅園我這沒有梅園要到南投拍，我這能拍到現場製作梅子的過程，桔子就可以到我班員的桔子園拍，之後製作桔醬的過程都 ok，這是一個過程，我常講我是從廚房走出來的女人，在人生規畫中我從來沒有想過要做桔醬，馬英九第一次的 long stay 以後，就很多政治人物來竹東找我 long stay，之後馬英九總統第二次的 long stay，維安就不一樣了，我真的是累壞了，我整整瘦了六公斤，從他說要來到結束，三兩天就要接待媒體或國民黨大老，他們要認識我是什麼人物，為什麼馬英九到竹東都要來找她？三不五時就有維安人員來我家，那時真的很緊繃，直到 long stay 結束，其實有加持讓我們的知名度向上提升，也沒有花很多錢，我常講我很幸運。

在這幸運當中我要感恩，社會給我們這些資源，其實在很早我們就灌輸小孩要回饋，例如：認養兒童跟家扶、世光跟弱勢團體做互動，她們每一年的義賣活動我們都會去參與，或是長安老人我們都會不定時的去捐款，這一兩年我們有跟世光的中度殘障兒童做互動，我們在做桔醬的時候，就拿桔子給他們撥，例如我給外面的阿婆撥一籠是一百元，我給世光撥一籠是兩百元，看他們的能力可以幾籠我就給他們幾籠，像世光的感謝狀或其他的感謝狀我非常多，都是每年去參加

他們的一些活動，讓小孩去看看，甚至像我小兒子，當兵的時候是替代役，要回到自己的家鄉服務成績要好，結果成績有前三名，他問我要選縣政府還是仁愛啟智中心，我說你去仁啟，去看看那些殘障人士，後來就去仁啟當兵，他說那邊的人好可憐，我說你要有愛心去幫他，因為兒子在那邊，於是與仁啟就有互動。（訪談資料 C1-10）

現在我小孩會賺錢了，我還是叫他們做認養兒童的事，我還是要他們參與社會的公益，像我們附近的世光、長安辦活動，我會問是我們免費給你們賣？還是我們批給你賣？賣到的錢你們拿起來，沒賣完也趕快還給我，我會給比市價便宜的價錢給你們義賣，這樣大家比較有一個共視，也比較細水長流，你們要義賣的時候告訴我，你需要什麼東西，我就提供，沒賣完就趕快還給我，不要有什麼壓力，我們就這樣一直的合作，回饋一點並不多，畢竟我們不是什麼大企業，我們就偶爾捐一些款項，義賣活動的時候就配合幫忙。

慢慢從這中間，也去學習、也去認識很多人，間接的把我們的東西推銷出去，讓大家看到，沒有很大的抱負，只是想現在小孩願意回來接了，只是把品牌做好一點，讓小孩可以繼續接下去，唯一的信念就是絕對不添加任何東西，塑化劑第一時間我們被衝擊，但是到後面我們卻賺到了，因為有很多廠商不敢用有塑化劑的商品，回過來用我的商品，中間也交到很多朋友，如：李總，只要有朋友來，他就會帶到我們店裡來，因為他們知道我的產品是健康的。

像摩斯漢堡，第一次來的時候我們以為是詐騙集團，一來就問：我們要五、六千斤桔醬你們有嗎？只要你給我們時間就有，就拿了張名片坐下來聊聊，離開之後，就上網查結果真有這家公司，慢慢就去磨合，他說我們的商品是創店以來最精典的商品，那個味道、那個顏色很棒，我們就合作，五、六千斤下訂單給我，她找別人，別人都沒有檢驗報告，我們都有，很符合他們的需求，他說你們很不錯，你們只是加工小農民，我要東西準備好，有機會的時候就上，有機會比別人跑得更快上去，這是我得一貫作法，我一定要把我的東西準備好，很感謝摩斯漢堡，他第一次跟我做的桔醬香桔汁推得那麼好，第二次再來用紫蘇梅醬，（訪談資料 C1-11）第一次並沒有想到賺錢，只是想藉由摩斯漢堡的形象把我做這個廣告，可是他回答：我們沒有辦法幫妳們做廣告，因為我們是小農民，她們是大巧丫，我就把這訊息報告客委會時，客委會主委非常高興，在辦活動時，主委直接下命令，要設計商幫我做一個很大的廣告貼在我的攤位旁邊，「恭賀阿金姐，接獲摩斯漢堡六千斤桔醬訂單」走過去的人都拍手叫好，因為客委會的一些做醬料的廠商，他們自己送醬料給摩斯漢堡請他們用，他們不要，他說你們怎麼連接上的？我說是他們自己來找我的，聽的人都不相信，我想這真的是機緣，還有我想老天爺還是會照顧有用心、有心存善念的人，老天爺給你一口飯吃，就這樣的聯結，把我們產銷班農民一些滯銷的產品馬上推出去，於是我就配合農會搶救柑農的一個活動，那一年外銷日本壓汁製作壽司的酸桔被檢驗含有農藥殘留，因此整個新竹縣的酸桔滯銷到不行，農會就辦搶救柑農的活動，桔醬都銷不出去，正好八月半，黑橋牌找我們合作，一銷就是幾百份的禮盒，一個中醫師找我們合作，

拿我們的香桔汁給病患泡茶來喝，心就下來了，一下子我就銷掉好多好多，我說搶救柑農幫他們解決酸桔，我們自己造成困擾，可是你看這次碰到人家來找我們，我們就銷出去了。

我用保證價格跟我的果農收購酸桔，你就要種好的品質給我，讓我賣好價錢，前幾天開班會，我遞給我的班員一個好消息，明年摩斯漢堡可能會繼續和我們合作，因為樣本已經送出去，還有一個台南里仁有機店和我們談合作，你們務必把產品顧好，不要有農藥殘留，我們會把產品做更好層面的推銷，今年合作的價格會比往年更好，我的班員就很高興，別人最高價錢是十四塊收購，而我用十六塊收購，附近的果農很多人想賣給我，賣給我的前提是不能噴農藥，產品要健康，我走的路線不是在市場擺攤，我會跟他們教育，我要怎樣的品質，可能你會覺得我要你的蔬果不要噴藥，可能品質沒有那麼漂亮，皮沒有那麼漂亮沒有關係，我要的是健康，我覺得我的班員很好，因此我們創造了三贏，（訪談資料 C1-12）我賣得好你們的東西我高價跟你們收購，廠商賣出去的東西很有品質，所以我慢慢把我的東西推出來以後，我常常去上課，就聽聽專家怎麼說。

專家說主軸，我回來就跟女兒說，我們有抓到我們的主軸，酸桔就是新竹縣的特色，說一些你的品牌，你的東西要怎樣吸引人家來買，在你的產品中你要怎樣抓你的重點，給我們一個很好的概念，這一兩年來我們發現不能用梅子來做主軸，因為一講到梅子就想到南投，根本不會想到阿金姐，我就用我的桔醬、香桔汁和紫蘇梅，所以我現在配東西大部分都用紫蘇梅來搭配，因為紫蘇是客家比較專用的東西，它是一種辛香料，客家人早期住在山區，就有種紫蘇做調味料，所以我就用紫蘇梅。

摩斯漢堡來找我的時候，我做的紫蘇梅醬給他，他說我要的就是這個味道，因為他去找別人做不出來，別人是用曬乾的紫蘇，而我用的是新鮮的紫蘇，濕濕的，它的顏色和氣味比較好，當我打成泥時，摩斯漢堡說我們就是要這個味道，這個味道才香，摩斯漢堡第一支有推出青梅醬，青梅醬酸酸的沒有香氣，我的是軟梅加上紫蘇，它有香氣、有顏色，比以前青梅的賣相更好，比他們預期的提早賣完（訪談資料 C1-13），手工做的東西就是沒有辦法無限量提供，因為這樣我有被稅捐處調去問，你們生意那麼好，跟摩斯漢堡合作都在電視上幫你打廣告，你們生意那麼好，稅金應該多繳一些，沒有，是有比較好，可是沒有想像中那麼好，因為手工做的東西只能跟它配合一、兩個月，你現在可以去看電視哪有阿金姐，只有在那一個月，那我們就追加多少稅金，繳稅我不會不肯，但不能太離譜，因為我手工做的農產品，利潤不是很好，今天一罐桔醬賣三百元，賣不出去，你要有一些附加的價值，產品品質就要好，好到什麼程度，相對的利潤、相對的營收不能背離太遠，不像賣化妝品，一瓶就是賣幾千塊錢，我們這個沒辦法，年輕人給我們一講，也覺得農產品真的比較難，後來就是寫報告，每天的來客數是多少？每個月的宅配量是多少？每個月的營收大概是多少？你們給我們，我們去核算你們的稅金，我說這個我可以接受，但是發票我沒辦法，我一年兩個月做桔子，兩個月做梅子，其他八個月我沒事做，我今年做這麼多，這麼多賣完就沒了，經

過我們的分析，稅務人員就說那發票不用，但稅金要加一些，繳稅我們一定要繳，像我先生退休領月退俸，也是領我們繳稅的錢，我們從頭到尾不會拒絕，我們還是很善良的老百姓（不好意思的笑笑）。

就因為講求健康，所以我們和很多的有機店合作，像現在和清大每個月的第一個禮拜六，在竹蜻蜓就有聚會，每個人準備一道餐點，大家一起分享，就像一個大家庭一樣，我覺得還不錯，我們竹蜻蜓辦得很好已經兩周年了，很多這種市集辦幾次就辦不下去，我們每個農民都是賣他自己種出來的東西，我算是比較另類的，我賣的大部分是加工的東西，我是收購農民的桔子和梅子加工後再來賣的，每個人的訴求不一樣，在清大成功湖旁，我們一早（9：00）自己搭棚子，收攤（14：00）後一起開會或慶生，我覺得竹蜻蜓還不錯，我們有固定的聚會，還有許多社福團體、廠商邀請我們去擺攤，例如 12 月 22 日宏達電要辦一個家庭日，力晶也邀請我們去設攤，大家有這個概念，東西都是健康的，從一開始我做這個東西，就不是想要賺錢，我就會一直朝著這方向去走，當我接到農會桔醬的生產時，我就有想說我要跟著梅子的腳步，這樣我的客戶群才回結合，我想說要做得好吃一點，貴一點沒關係，但是要健康。（訪談資料 C1-14）

我一開始賣桔醬，一瓶賣 100 元，在竹東被罵死了，你的桔醬怎麼那麼貴？可是買回去吃的人，會回來再跟我買，他不要買市場的，因為市場的產品，有時候好吃，有時候不好吃，有的水水的，有的太辣，有的太酸，有的太鹹，你的產品不會，因為我有黃金比例，多少桔子我該放多少糖、鹽、辣椒，該煮多久，我該消毒多少的時間，都有黃金比例，像這個裡面有一些防腐劑和添加物，有些添加物沒有寫進去，我內行人一看就知道，那你要買這 100 元的嗎？很便宜這麼大瓶，可是我的 100 元這麼小瓶，我說你先買小小一瓶吃完，我想要再去買，像這麼大瓶吃不完到最後丟掉，其實也是浪費，這個概念你慢慢灌輸給客戶和消費者，他們會接受，甚至不只自己吃還可以送禮，我現在最大的客戶群就是送禮。

像現在脆梅我們一整年都有提供，但是還是要脆，一年兩年我還是要當脆梅賣，只要是寫上脆梅的，到你吃的時間一定還是要脆，很多人問：脆梅很難做，你們是不是放了什麼東西讓梅子不會軟掉？我說你們買的跟我買的原物料不一樣，因為我買的梅子是我哥哥山上採好的，當天晚上就送到竹東，隔天就開始做，做到晚上我要下班以前，第一個步驟全部要做好，挑挑好，泡水要泡著，它就不會繼續成熟，因為你買的梅子是在市場買的，它採下來到中盤，中盤到這邊，這邊再到你手上，或是在這賣了兩天沒有賣完你買回去做，你看起來綠綠的，其實它裡面已經黃化，前三個月是脆的後面會變軟，因為這樣所以和市場不一樣。（訪談資料 C1-15）

我每次跟客人講，客人要吃脆梅、要做脆梅，第一手貨很重要，我拿的是第一手貨，有人說我在市場買梅子很便宜，一斤賣多少元？為什麼我的這麼貴？我說你錯了，我的梅子一定比較貴，我的梅子是未成熟的，如果這一斤梅子本來有五十顆，當它還沒成熟時叫人把它採下來可能有七十顆，它比較小顆，它還沒長大就採下來給我，而且是用手工採的，一顆一顆採，一天一個人只可以採一百多

斤，多的沒辦法，我們的價值就比較高，所以我的梅子不會像市場一、二十塊沒有，我的梅子都是五十塊以上，原物料不一樣。

說到桔醬，有人說人家那麼大罐一百元，你那麼小罐一百元，我說人家那麼大罐一百元我也可以做，我加一些水下去、加一些粉下去、加一些調味下去，就變成大罐的，但是你就吃不到口齒留香的味道，（訪談資料 C1-16）你就是跟他們教育，他們都接受，原來阿金姐的東西貴在這個地方，所以現在我們的業績，像金融風暴經濟不景氣我們業績還算不錯，我們和平穩中成長，像現在縣政府送禮，我的禮送得很多，第一個我的東西不會很貴，第二個我的東西有在地文化性，第三個我在新竹縣被選做十大伴手禮，所以他們就很願意用我的東西去送禮，而且價錢又不高，有替我們農民、提供了產銷班的桔子直接就可以銷出去，我覺得縣政府他們有賺到，他們送新竹縣的東西，我對我的農民也有交代，你們儘量種漂亮一點，後續的動作我會處理，大家都獲利，大家都很快樂，我的農民種了什麼好東西也會送來給我，就是所謂的三贏，農民要的不多，這不是錢的問題，問題是他看到辛苦一年種出來的東西沒有人要，掉光可惜那個東西，所以我常說農民要的不多，要的只是他種的東西有人收購，他就很放心了（訪談資料 C1-17）。有人就說：騙人不識貨，用這麼高價收購。但我的想法是說，我有賺錢，我的農民也要有利潤，大家互利，他們才會願意，我的小孩也很支持，他們說這一定要做的，這樣才能永續經營。

像塑化劑風暴，我有個親戚也是做桔醬，就被驗出有塑化劑，而我們沒有，這樣訂單就會轉向，我們還賣得很好，我女兒都嚇一跳，去年年底我們做很多桔醬，後來發生塑化劑風暴，第一時間我們是受到影響很大，被要求退貨，可是後面轉回來的生意不一樣，一些咖啡店和餐廳轉回來找我們，咖啡店以前是用有塑化劑的果醬，現在不敢就改用我們的香桔汁，香桔汁泡茶熱飲或冷飲都很好喝，現在南庄有個三度窯烤就是用我們的香桔汁和桔皮做麵包，超好吃，賣得很好，都是健康的堅果類，沒有乳化劑、酥油，產品完全不油，產品很棒。

慢慢的我也發現，我的產品主軸抓到了，現在我要在行銷管道的對象，我要抓住怎樣的對象，譬如說像我走的是有機店、百貨公司、健康理念的廠商（義大利手工冰淇淋－客家香桔冰淇淋），我找的是這一類的廠商，他們願意用好的東西，我們是找有共同理念的廠商，像竹東紅磨坊現在也是走健康路線，有拿我們的桔皮，像二重魔豆烘焙坊也是訴求不甜有健康概念的東西，他們也有試用我們的產品套在他們的東西上，新埔有家冰棒店我就沒辦法和他配合，他們嫌我的香桔汁太貴，我貴的是食材，貨真價實，你要我便宜給你我沒有辦法，所以傳統冰棒店用不上，冰淇淋店用得上，他的一球兩百多塊，他就願意用好的食材，因為階層不一樣，所以我們就找階層、理念相同的，我們也沒有要求說要做多少多少，像食品工廠，做一個東西要有興趣，有興趣後才有營收，才有成就感，還能持續不斷做的話。

像我現在來講，以前我還沒有這樣的想法，因為不知道我的小孩要不要接，把健康的東西做出來就好，不想這麼多，因為我先生和小孩自己會賺錢，其實我

沒有後顧之憂，現在小孩回來幫忙，我有個使命感要幫小孩把關，做更好的東西，把基礎打好，讓他們可以永續經營下去，這是我現在比較贏人家的地方，因為現在有很多中小企業或加工廠，很多年輕人不敢做，我現在小孩有做，甚至有想要擴廠，把我的生產廠房弄得更好、更乾淨、更符合現代健康趨勢，據摩斯漢堡說我們的廠房已經很不錯，一個團體總是講求進步，說不定我進步一個階段，我可能接觸到的客戶或廠商又不一樣，你不進步，像我們農會產銷班跟我同期或甚至比我早出來的，他們最後回歸市場，他們沒辦法像我一直往上走，不用花那麼多金錢、不用花那麼多包裝、不用花那麼多場地，去搞這些東西，那就是你的選擇，我選擇不一樣的路線，我要往上提升我的商品，有的人安於現狀，尤其我現在小孩回來幫忙，我總是要讓他們更上一層樓，畢竟他們的人生還很長，做這東西你不進步就是退步，別人一直進步，相對的你就是退步（訪談資料 C1-18），可是這次我的進步就是新的包裝，我跟小孩講我們暫停了，這次的包裝差不多就到了一個階段，我們繼續找的是原物料廠商，這些地方不需要這些包裝，你只要把產品弄好，食品桶裝得乾乾淨淨，像食品桶就做了改變（廠商建議），廠商會覺得你有進步，感覺就不一樣，我們也是給客人教育，客人給的建議你一定要接受，不要覺得我這樣就好了，這樣你不會進步，反而會讓客人覺得很挫折，我常跟客人講，你吃到我的東西不好吃你要馬上跟我回報，我會換給你，我的客人真的很不錯（外場事件），我們做好心，老天爺有看到，我們還很幸運大家對我們都很好，不懂的東西我們不要講，只要我們懂的東西我們一定一定儘量做到好，讓客人吃了以後、買了東西送給人都很放心，我們小孩可以很大聲的說這是我們家做的，吃得很放心、很健康，有阿伯問你會做嗎？我小孩回說這是我媽媽做的我們賣啊，自己家人做推廣是最好的，還有很多客人會幫我們做口碑。我很配合，你們經費有多少我就幫你們配，我犧牲一點沒關係，就讓你們可以成功交差，你經費 ok，我也 ok，大家都高興。

之前有個東京的日本人做台灣美食的博士論文，透過園區生活雜誌的何總編帶他來，他覺得好好吃，他常來台灣回去時一定要買，送給他的親朋好友，是他教我，我問他回去日本怎麼吃，他說沾海鮮，煮海鮮鍋（桔醬鍋），後來我去一家有機店推廣時，我就這樣煮給客人吃，那味道好香，有一個客人教我，把南瓜蒸熟後，用我的梅醬（紫蘇梅汁、紫蘇梅泥）淋在上面超好吃的。

（客院會議餐點追加）有時候做東西賺錢是其次，你要導出你自己的一個品牌、一個信譽的話，那是比較重要的，我常跟小孩講，當你接到這個東西你沒有賺錢的話，你也不要跟人家計較，當然能夠爭取你就爭取，不能爭取我們就好好做，做給他看，我們也可以這樣子做出來，但是你一定要犧牲，可是這犧牲你要讓他知道不是每一次都要這樣犧牲，像竹蜻蜓辦活動常叫我，後來我跟她說大家都有機會，整個市集裡面大家分配機會給大家做，每個人說不定都有他拿手的，每個人都有展現的機會。

訪談者：彭竹筠

受訪者：阿金姐工作坊 康阿金（C2）

訪談地點：阿金姐工作坊

訪談日期：2012年2月24日下午七點到九點

錄音方式：錄音筆

Q:竹東的特色？竹東最近幾年以什麼聞名？

竹東早期可以說是全台灣幾個比較大的鄉鎮之一，比如你去北埔、你去橫山、你去內灣、你去峨眉、你到五峰、尖石裡面去，都必須要經過竹東這個地方，做個轉運站，裡面的東西出來在竹東做個集散，她們要採購任何東西，也是在竹東做個採購點，才進入山裡面去，或回到峨眉、北埔，竹東早期在我公公、婆婆及先生口中得知，竹東以前其實比現在更熱鬧，竹東是個集散點，山裡的人採購任何東西一定到竹東，山裡的東西出來也一定到竹東，我公公和叔叔兄弟早期做木材，到山裡採木材也一定下到竹東，可以說早期竹東最多的是木材和竹子，才會有現在的篁城竹林和林業博物館，是早期林務局的宿舍（很大），聽老人家說，竹東的一般婦女，閒著沒事的，知道哪一家的木材行今天有從山裡下木材，她們就會去撥樹皮來賣，如果撥到好的像檜木，那價格就會很好，可以做檀香，一個晚上就可以賺很多錢，如果是一般的樹皮，那價格就會很便宜，貼補家用一些，所以竹東早期是一個集散功能，可是一方面慢慢的竹子少了，竹子的用途慢慢被取代了，另一方面沒有木材了（林務局也撤掉了），再加上北二高一開通，現在交通實在太方便，所以竹東集散的功能有慢慢在退。（訪談資料 C2-01）

Q:竹東的特色？

比較有名的東西，其實現在來講是沒有的，以前有木材、竹子、水泥廠、玻璃廠，以前聽婆婆說，只要你家的女兒，有人跟你作媒時，對方男生是在玻璃廠或水泥廠上班，那你的女兒鐵定嫁給他，因為他的待遇好，很穩定，相繼的這兩種工廠也沒有了，竹東的年輕人目前可以停留在竹東的，幾乎都在園區上班，包括我的小孩也一樣，所以竹東目前來講，還不至於到很沒落，是因為有園區這個區塊，讓年輕人有工作，（訪談資料 C2-02）反過來說，竹東的特色商品或吃的東西，是融合了所有客家鄉鎮有的東西，但是它不是像新埔、北埔，有強烈的某項東西，給人的印象最深刻，所以竹東現在這幾年有在推湯圓節，一直有意要把竹東塑造成湯圓城，這個部分有待加強。

我一直有在想把我們客家的東西，不一定是竹東的特色商品，把客家比較有特色的東西，透過我們去做一個後續的加工和推廣，讓大家知道其實你來到竹東，它有很多元化的東西好吃，（訪談資料 C2-03）包含我們竹東的中央市場，園區的前輩人員對竹東的評語是，竹東有一個中央百貨公司，因為中央市場包羅萬象什麼東西都有，來自各鄉鎮或山裡農民的東西，她們覺得這裡很棒，要採購什麼東西都有，包含北二高一開通時，我們家前面是一堆台北下來的客人，從永和、中和到這邊幾十分鐘就到，她們到這邊買山產，因現在交通實在太方便，所

以竹東集散的功能有慢慢在退。

真正的竹東人一直外移，反而接納的是原住民慢慢從山裡出來，你說竹東有什麼特色嗎？說真的我還真的是想不出竹東最大的特色是什麼，這也是為什麼我當初把我的商品打出竹東名產的原因，當北二高開通的時候，很多外縣市的人透過二高來竹東，都停在我家前面的空地，他們就會進來問我，你們住竹東，那你們竹東最有特色的名產是什麼？我就一直在想竹東真的沒有什麼名產，在我還沒打竹東名產以前，竹東真的沒有人打出竹東名產，我就第一個跳出來打竹東名產，用我的東西來帶動，現在我已經有一點點的收穫了，尤其這一次新竹縣舉辦的十大伴手禮，我也是用打有竹東名產的商品推出去，也被選上十大伴手禮。（訪談資料 C2-04）

竹東其實是一個很棒的地方，交通很便利，有一高、二高、快速道路、小火車、輕軌，我結婚已三十七、八年，我還是保持一個我很愛它的心態，第一個颱風來襲，竹東不會有什麼傷害，第二個竹東很少缺水，第三個大雨來時，竹東也不會淹水，我就覺得竹東是一個居住環境很好的地方，適合人居。（訪談資料 C2-05）

我是桃園蘆竹鄉閩南人，住的地方是個滿鄉下的地方，其實我剛結婚來這邊一句客家話都不會講，現在可以溝通了只是有閩南口音，結婚後就在家裡帶小孩，跟大伯住在一起，我們是一個大家庭，大伯做醬油，（我公公做東陽醬油），開醬油廠的時候，我在裡面幫忙工作，後來因為婆婆的年紀大了，米店沒人接手，我就去接米店，米店有一項特色產品，娃娃吃的米麩，到現在已經有六十年了，接米店時，我就把米麩做得更多、更大，譬如買機器，後來覺得這樣的店面只賣米和米麩太可惜了，剛好小叔開體育用品社，需要繡學號，我做自告奮勇去學繡學號，那時候就賣米、帶小孩兼繡學號，那時候梅子只是做給先生和小孩吃，（訪談資料 C2-06）一開始做五十斤、一百斤，送給親朋好友吃，她們覺得很好吃，就叫我做幾斤、幾斤賣給她們，有些人沒有做到，就告訴我，你乾脆做來賣，第一次真正有做的時候，是伍佰斤，那時就有想說在店面自己賣，沒多久就賣完了，算一算利潤還比賣米好，我就跟婆婆說我們可以兼賣梅子，其實我婆婆很認同我的一些意見，婆婆就教我怎麼做，接著就開始賣，伍佰斤賣的不錯，人的心都會越來越大，就六百斤、七百斤做到有一千斤時，我就想說不能只擺在店面，有想要走出去，（訪談資料 C2-07）我就利用先生上班、小孩上學的時間到觀光景點兜售，……，行前說明會重拾信心，園區生活雜誌報導……

隆豐米店延續婆婆的店，後來改名，先生取為容園梅鋪（沒有註冊登記商行），後來新竹新光三越開幕請我去，我才知道我的東西賣得那麼好，一天可以賣一、兩萬塊，十幾年前一天可以賣一、兩萬塊，對我來說是一個很大的鼓勵，假日由小孩幫忙賣，我就去思考這東西的包裝，那時候的包裝還是很土，我想百貨公司可以賣，我就要認真的思考這條路如何走下去，一個人的能力有限，我和先生商量是否發展，先生說有得有失，我說我從竹東來，但大家卻很陌生，我先生說你要用竹東的名字走出去就要和農會或鎮公所合作，我就自告奮勇到農會介

紹我自己，.....，雪蓮薯.....，期待我能為農會做些什麼，剛好農委會在三峽辦全國花博，農會叫我去，第一次出場，.....，一堆人排隊吃藥膳雪蓮湯，我們在那打響知名度，剛好創世基金去募款，我第一個跳出來捐三千，主辦單位就廣播竹東農會阿金姐的攤位第一個出來捐三千元，拋磚引玉的一個動作，後來聽說沒什麼人捐，也因為這次的捐款，讓我後續與長官的接觸，建立良好的關係，後來農委會推台灣好伴手，我被農會推選，也順利被選上，就這樣慢慢打開知名度。

Q:店名為何取為阿金姐工作坊？

阿金姐工作坊，是改良場在辦一個烹飪活動時，改良場的長官叫我去參加比賽，比賽我不知道要用什麼名稱？長官就說你就用阿金姐工作坊，用你的名字去做這個名稱，我覺得很好記，就用阿金姐工作坊這名稱去參加比賽，我很幸運屢次獲得佳績，我用梅子做料理、我用桔子做料理、我用番茄做料理，都有拿到獎狀，在農會體系間，大家都知道我叫阿金姐，一直到我女兒回來幫忙，說要確定名稱，以後我們去推廣一定要打出一個品牌，我就去登記，所以阿金姐工作坊這名稱其實只有短短五年左右，以前從容園梅鋪之後到阿金姐工作坊（都沒有登記），一直到我女兒確定回來接，正式需要一個品牌，我們就去登記阿金姐工作坊這個品牌。

很幸運的，這幾年政府都一直在推客家產品，像客委會都一直在輔導客家產品精緻化，一直做行銷廣告，我們很幸運的搭上順風車，剛好總統來做第一次 long staday，民國 96 年，還沒選總統前，98 年又來一次，第一次就在店面 DIY 做桔醬，第二次就在餐廳辦了十幾張國宴餐，我覺得我很幸運，每一階段都有遇到一些貴人來扶持我、幫助我，我從一個沒有人認識的容園梅鋪的東西，就是透過園區生活雜誌的報導，讓 sogo、新光三越的開幕看見了，也把我的東西推到園區去，讓園區的人看到了，所以食品研究所的人（阿版哥）看到了我的東西，介紹工研院的人來找我，去辦活動，一路走來有很多貴人來扶持我、幫助我，在某些點我比較不懂的地方，他們都願意來幫助我，順水推了我一下，我常講我是鴨子滑水很努力，很幸運就是後面有人推了我一把，（訪談資料 C2-08）就是從農委會的活動開始，我介入了農委會的伴手計畫到百大精品，我幾乎有送出去就會入選，後來停頓了，因為太多次了想把機會讓給大家，剛好客委會的活動，開始在輔導廠商，我就加入客委會，這是在百大精品時，被客委會的副主委看到，就把我們列入輔導廠商，之後幫我們做了產品的介紹在客委會的書刊上，慢慢與客委會有接觸，後來大型活動就用我的東西來送禮，因為他們認為我的客家桔醬在眾多廠商中包裝算是較精美的，內容物也是 ok 的，甚至現在的主委她們活動出去也喜歡帶我的東西，像我的桔祥袋他們的辦公室隨時都放著，有外賓來他就送，所以在這個過程中我一直感謝長官，他們有注意到我們的東西，在品嚐我的東西時，會從裡面看到我們的用心。（訪談資料 C2-09）

比如說桔醬，去年年底我們就跟里仁合作，它是一個很嚴格的廠商，合作之後里仁裡面的人來專訪我，她說：「我們以前吃的桔醬，我們都一直以為桔醬就

是這樣的味道，從來沒有想過它有其他的味道。」當年底我的桔醬進入她們的販賣部時，她買回去送他的親朋好友及自己拿來吃時才發現，原來桔醬不是她以前吃的那個味道，她現在吃的桔醬，吃了之後會有回甘的感覺很棒的醬料的味道，她打電話告訴我，她說我的親朋好友告訴我，里仁這次賣的桔醬怎麼這麼好吃？喔！原來好吃的桔醬是這樣，因為坊間老婦人做的桔醬，每個人的配方不一樣，像我們有一個黃金比例，該放多少的糖、鹽、辣椒、皮怎麼樣去調，我們都有一個黃金比例，他們可能比較沒有這樣做，都憑經驗在做，每次做出來的都不一樣，這次覺得好吃，下次再去買時，覺得味道不一樣，試了兩三次就不去買了，因為感覺不好，我又覺得很可惜，客家桔醬是一個非常健康的東西，我本來是做梅子，後來慢慢與農會合作之後，才去做桔醬。

當我踏入桔醬這個領域時，我第一個想法是我做的桔醬要和別人不一樣，不但內容要不一樣，包裝也要突破傳統那種包裝，我一定要做出拿著桔醬去送人的時候，你會感覺到送的人和接受的人都會覺得你的產品很有質感，所以第一年推出的時候包裝就很成功了，接下來我的桔醬的成長是一直在上漲的，每年我做的量就越來越多，表示有更多的人認同我的東西，我找的廠商，還有我會把我的產品歸類在哪一個階層，就像為什麼我們可以很快跟摩斯漢堡搭上線，因為我做好功課了，一般農民做小型加工的，不會想到的農藥殘留的檢驗，或是防腐劑、糖精、色素等，一些檢驗，我都先做起來，我會要求自己每一年就先做，當有機會來的時候，你一定比別人先，因為我已經準備好了，摩斯漢堡來談時.....，

Q:產品的特點？

我以前是用我的梅子帶我的桔子，因為我的梅子比較有名，一開始就是我的梅子，慢慢的我發現新竹縣沒有產梅，山地產量很少，我一定要用在地的產品，剛好我是農會產銷班又是柑桔班的班長，我一定要幫我的班員把桔子的部分發揚光大，再來一個，讓我的班員沒有後顧之憂，不管他的酸桔種多少我都會把它收購下來，讓他們覺得我努力種酸桔的時候，不用擔心滯銷，或要送到外地拜託人家收購，所以現在我會用我的桔醬做開路先鋒，我都會強調這是在地的農產品，是我班員種的，透過班員的產品我做加工，我去做推銷，我第一個推出的一定是用這種方式，（訪談資料 C2-10）再來，我們用桔醬去延伸一個泡茶的、塗麵包的商品（香桔汁），慢慢的它的產能超越了桔醬，因為吃桔醬的人口有限，而且還要好好跟人家開發講很多，願意買也是小小一罐試吃，可是當我泡茶出來給他喝的時候，並介紹這個東西不但泡茶、塗麵包很好的時候，他會買大罐的，而且買回去之後，很快就吃完了，很快就想再跟你買，不一樣，今天我買一罐回去，有要沾肉、沾菜才會拿出來用，而且只用到一些，剩下放冰箱，下次使用不知是何時，所以現在變成桔醬和香桔汁是我的主打商品，但銷售最好的還是香桔汁，因為用途很廣，包括現在我跟麵包店的合作，冰淇淋店的合作，跟很多很多的烘焙坊合作，都是用香桔汁這個商品去推，我很慶幸，我推這個商品推得很有自信，而且接受度越來越好。（訪談資料 C2-11）

Q:手藝如何習得？

梅子跟婆婆學，桔醬也是透過婆婆，她以前有做過，但是不像梅子那麼的熟，他跟我講大概的流程怎麼做，我就去問附近和市場的阿婆，我一家一家去問，桔醬怎麼做，而且買了幾罐回來試吃，每一家的味道都不是我想要的味道，不是太鹹、太辣就是太酸的感覺，我要做一個大眾口味大家都能接受的味道，我就問婆婆，婆婆就跟我講第一道怎麼做，第二道怎麼做，他記憶中的做法，我就綜合所有這些隔壁鄰居阿婆或市場婆婆媽媽們口述給我的流程去試做，（訪談資料 C2-12）第一批做了五、六斤，我不要用酒瓶來裝，我就直接用寬口的玻璃罐來裝，當我拿去農會時，主管說：你怎麼用這麼大的瓶子裝，不是酒瓶來裝？另一個推廣人員看到小罐的卻說：我喜歡這個小小罐的好可愛啊，我家人很少，我覺得小小罐的吃完再買很好，同樣的商品卻有兩種不同的聲音，主任他是老人家，覺得還是要傳統的包裝，年輕人喜歡小小罐的好可愛，第一次就用這個包裝做了兩千斤，大罐 130 元，小罐 80 元，主任說外面賣 100 元，你要賣 130 元太貴了，我說沒關係我們先賣看看，我覺得沒有 130 元我不能賣，因為我還要做批發，我要批給農會，沒有 130 元我不能付成本，一星期後主任打電話給我，要我馬上送三打過去，有客人訂三打，我還說你不是說我價錢太貴，我送去時，那個人說你的桔醬真的非常好吃，主任就很有信心了，就 130 元賣到後來改變包裝，因為太高視覺上會覺得沒有那麼穩，而且調羹沒有那麼長，沒有辦法挖到底下去，就改變包裝，他變胖了變矮了，這個包裝我又突破了，小罐圓肚子的，後來很多人用同樣的包裝，結果瓶子就缺貨了，缺貨很嚴重，我就改成現在的六角形，想說和市場做區隔，當你商品要去打品牌時，你的東西要凸顯出來跟別人不一樣，當我第一次找到這六角形的罐子時我非常高興，她說我倉庫有一兩萬個，你要全部跟我吃下去才可以，不然我要整個外銷，我就忍痛全部收下來，我想說要去打個品牌，必須做些犧牲，不然要是商品賣的正好時，沒有罐子怎麼辦？像迷你罐一次也是買一兩萬個，沒想到一推出來也是很受歡迎，精品百貨公司、五星級的飯店，所以我在想酸桔這個東西其實有很大的發揮空間，所以我會去想讓他走在很多商品的前面。

比方說人家都叫它福袋，我就不要叫福袋，我叫他桔祥袋，因為我上面掛了一個桔字，裡面放的不是桔醬就是香桔汁，一定會有一罐是這樣的東西，代表吉祥，這樣不是很好聽嗎，有時候賦予東西一個生命名稱的時候，是要跟過思考，讓它的質感跟整個氛圍和人家的接受度提升，這袋子本來是家政班媽媽在做，但是賣得不好，因為滯銷我就跟他買了一百個回來，我就把東西放進去擺一擺，第一個客人我沒賣他，我只是擺在架上裝飾，她告訴我這個有賣點，而且現在正逢過年可以考慮拿來賣，我想要賣多少？我去詢問眾人意見，有人說要賣五百元，如果賣太便宜，以後會打到自己，人家如果要和你殺價會沒有降價空間，可是那時我還是不敢賣五百元，那時我賣 399 元，我想說有時候一個好的東西價格太高會讓人卻步，尤其是一個剛要起步的人還沒有什麼知名度，商品要普遍推出去價格不能太高，這是我們保守的做法，每想到那一年賣得很好，我就馬上請家政班媽媽幫我再做，第二年我就參加農委會的百大精品，很幸運進入百大，內政部看

到我們的桔祥袋，剛好馬總統上任，所有送禮不可超過五百元，我的商品 399 元，而且提倡愛地球做環保，我的袋子剛好有環保概念，又是和農會產銷班的一種結合，內政部就跟我訂了一千份，之後我就自己去迪化街買布，回來請家政班媽媽做，可以降低一點成本，那時候賣得很好很轟動，因為我是第一個把客家花布做成這樣的包裝推出去，但是這種東西門檻不高，很快的複製品一一出現，乍看之下好像一樣，但其實手工和美感是不同的，譬如把手的部分，有些人是一條線，我們的是在布裡要放東西，讓手感提起來是有點硬的感覺，外面是花布，裡面配的一定是客家深藍色的藍布，才能呈現出客家的文化背景，裡面裝的是客家庄在地的農產品，我整個產品出來不是一種很高檔的東西，但是有它的價值，我跟農民的互動、我跟家政班媽媽的互動，到後來我推出單瓶的時候，我跟殘障協會團體的互動，也就是說不是什麼錢都我自己在賺，我願意和大家分享這個成果，當初只是轉個念，把自己的商品與家政班媽媽的花布袋結合，並取一個桔祥代的名字，沒想到有意想不到的成果。（訪談資料 C2-13）

Q: 如何永續經營？

梅子、桔醬、香桔汁三個主要商品都已經很穩定了，當你稍微有一點知名度以後，你的東西一定要越來越豐富，在這產品的豐富中間你也不可以背離你的產品太遠，所以我們就一直在思考要如何延伸我的商品，或是說我要怎樣和在地的農民做結合，（訪談資料 C2-14）我最近就有在做一個不同的做法，比方說我的香桔汁，現在已經做到給麵包店、給餐廳，我們現在要把香桔汁加在古早味的「米香」裡，我們有做出來效果不錯也很香，這是我們後續想要做的，和農會的有機米結合，還有我的小蘿蔔，去年就有試做，效果很好，但做得不多，今年想多做一些，但氣候變化太大，成長不好，我取了一個很棒的名字叫「人蔘蘿蔔」，我請農民把要當綠肥的小蘿蔔，頭尾都留下除理乾淨給我，我以保證價格收購，市價大蘿蔔一斤 15 元，我以一斤 20 元收購小蘿蔔，他們非常高興，因為小蘿蔔不好除理，我請他們多費心，我有很多的梅汁，我要用我的梅汁醃製小蘿蔔，她原本要廢棄的田，因為我要小蘿蔔而多賺了一萬多元，她笑說我明年要多種一些，我說沒問題，只要不要噴農藥，我都會和你收購小蘿蔔，我婆婆以前常說，有錢人吃人蔘，沒錢的人吃蘿蔔就像吃人蔘一樣，我就延續我婆婆說的那句話，拿起小蘿蔔看了看形狀，就決定叫做「人蔘蘿蔔」，我把垃圾變黃金，我把我外型不大好看的梅子就拿來醃製本來就要廢棄的小蘿蔔，我的梅子不會浪費掉，他們的蘿蔔也不會浪費掉，他們還可以多賺一些錢，我覺得說不要什麼錢都自己賺起來，捨不得跟別人分享，我用這種方式，農民都很高興，東西出來以後接受度很高，我們會不斷嘗試開發新的產品，而且新的產品不可以和舊的產品背離太遠，一定是相輔相成上去（訪談資料 C2-15）。今年我也做了「香腸」，把桔子皮拌在肉裡面，用桔子葉去燻，這個動作也是源自於我婆婆，我婆婆以前燻粉腸，像以前小孩有感冒、咳嗽，我婆婆就會採桔子葉回來，去市場買一些粉腸，她就把鍋子裡面鋪一層鹽巴，放一些桔子葉在上面，再把粉腸鋪在桔子葉上面，慢慢的小火烤，再把桔子葉蓋在粉腸上面，用小一直火烤，每一鍋粉腸至少烤一個鐘頭，

烤到上下的葉子跟粉腸結合，非常香，烤好就剪給小朋友吃，因為桔子葉和粉腸是保護氣管、潤喉的，所以我用這種方式融入在我的香腸裡面，為什麼會這樣想？因為出去擺攤，你永遠看見香腸的攤位都是人潮，它有一定的銷售量、有一定的客戶群在吃這個東西，不管好不好吃，大家聞到那種味道就來了，我就跟我女兒說，我的香腸要和他們不一樣，第一個我不要像她們一樣用火烤的，我要用燻的，在燻以前我要把香腸的油去掉，先把香腸燙熟再去燻桔子葉，他就保證一定會熟，裡面的桔皮味道，和外面的桔葉味道也會融合在一起，也不會那麼油，有健康的概念，我今年過年做了一些，請客人吃，他們說有沒有賣，我說還在研究階段，今年應該會有突破，也就是說我會用我們的產品去一直延伸其他的東西出來，一定要自己去試，試到可以了再去推，可能是我賣原物料給你，你去做成商品，再去販售，或是我來找合作廠商，你幫我做，但肉品的東西我比較擔心保存期限，我比較沒辦法掌控。

現在我有這麼多點和里仁這個區塊，里仁全國有八九十家有機店，我們自己再找一些廠商，接下來要走的，我們要做原物料的提供，因為原物料的提供不需要做那麼多的包裝，因為小包裝須要很多人力成本很高，原物料一桶一桶賣，只要講求安全衛生，我們後續想往這樣的方向走，我希望有認識的一些朋友在做原物料的，如果有需要的廠商不妨與我們連絡，我們會給你樣品去試，如果試的ok再合作，其實我們喜歡是這樣的，因為我們自己去做量有限，外面的消費者吃到我們東西的機會有限，透過原物料的廠商出去，會讓更多人看到我們的商品，像去年的塑化劑影響很大，包含我們都受牽連，會了塑化劑這個問題，我們花了將近九萬元的檢驗費，三千元要排隊出不來，可是廠商一直跟你要檢驗報告，你只好同樣商品再花六千元去快速檢驗，就這樣來回一個商品就要九千元，我有將近十種商品，每一種都要檢驗，所以當下我們波及很大，可是到後面因為我們不含塑化劑，反而接到一些新的廠商，所以我覺得你把好的東西做出來，不怕他怎麼去抽驗，你好的東西，去做不同的料理、不同的變化，呈現出來的還是好的味道（訪談資料 C2-16）。

Q:你想像中的客家醃製物是什麼？期許是什麼？

在農產品加工界的朋友曾說我的桔醬是桔醬界的LV，很高檔的，這句話對我來講，如果往好的方向想，我是被歸類到很棒的東西，如果往另一個方向想，好像我賣太貴了，人家嫌我貴，不管我還是堅持我的想法，我的期許是以後我的桔醬在市面上就是讓人家很了解，其實竹東桔醬在外面普通人還是不太了解，因為我走的不是市場路線，市場路線的桔醬大部分是關西、新埔，我希望以後有人想吃桔醬第一個就會想到竹東的阿金姐桔醬才是好的，或是廠商需要原物料的時候，第一個就會想到我們的東西，我從來沒有想過我要在桔醬這個東西上賺很多錢，我只有想到我們新竹縣農民的酸桔不至於像前幾年那樣砍掉，去接過其他的桔子，而是他們願意再種新種出來，延續的種下去，讓我們這個產品一直把它發揚光大。我也希望我可以幫這些農民的東西找到很好的出路，（訪談資料 C2-17）像我的班員來講，他因為配合我不噴藥，所以連他種的柳橙皮也黑黑的，我說沒

關係我會幫你賣，他說一斤賣十五元，我幫他一斤賣二十元，賣了好幾百斤，我說賣給對的人，賣給那些想要吃健康不怕外皮醜的人，你當然不能拿去市場跟其他人比，你被人家殺到十元人家還嫌你的黑黑的不要買，我雖然很黑，可是我內容很好、很香、好吃，我就問一問我的廠商和朋友，或是客人來我家，我就切給她們試吃，她們都說那麼好吃，一包十斤兩百元，便宜啦兩百元，她們就提著走了，我就這樣幫他賣，她也很高興啊，酸桔我那麼高價跟你收，甜橙醜醜的我幫你賣，她也很高興啊，其實農民她很可愛，他的酸桔顧得很漂亮，別人要跟他買他不肯，我不能賣你，我要賣給我的班長，我的班長一斤二十元跟我們收購，而且我的班長拿去做好是賣給做漢堡、做冰淇淋的，他是這樣賣，我們不像你們在市場賣，我的桔子是賣到百貨公司，他們就很有自信，就是很得意說，我的東西就是跟你們不一樣。我的東西賣給做冰淇淋的，我會買冰淇淋回來請她們吃，她們就知道原來我的東西做成這樣子，我會拿漢堡請她們吃，她們就知道原來漢堡裡面是我們的桔醬塗在裡面，原來你是這樣子跟他們合作的，所以今天我的銷路銷到這個階層，我當然有一個相當的利潤大家平分，而不是說我殺農民的價錢，我自己的荷包裝滿滿的，這種事情我是絕對不會做，我會跟廠商像摩斯漢堡一樣，我說我非常有意願要跟你合作，我開一個價錢給你，你覺得 ok 我們就會合作得很愉快，我的農民也會願意把產品顧得很好，交給我做，所以我們是三方面大家都贏，我們可以和摩斯漢堡合作真是個奇蹟，它是一家日本店，要求很多，很嚴格，我就是讓她覺得，原來你們台灣人的農產品在這樣的環境下、這樣的廠房下也能做出這樣的產品。

Q:產品都自己做？

不，我有員工，做桔醬時有四五個員工，包含剝皮的有七八個，我要分兩個部份，一個部份在家裡這裡去皮，每一顆橘子要剝皮，皮要撥起來另外處理，要洗皮要煮過，要把桔皮裡面有苦味的部分洗掉，皮很香，肉有酸味，子很酸一定要去掉，再把皮洗好一起煮，如果是香桔汁，皮就要分開處理，皮歸皮，皮洗好以後要弄成一塊一塊，不能整個研磨碎掉，這樣會沒有香氣，皮切丁塊之後還要去炒麥芽、炒焦糖，炒給它香以後，再把這個汁加進去，慢慢熬，熬到它的甜度時間到才可以裝瓶。製作過程我絕對全程在裡面，我一定要掌控每一鍋的整個製程，我的員工是季節性的，我們不要常常做的，你需要的時候叫我們來做一兩個月，結束後我們就休息，今天如果我要做你的，前一天我會跟你說我要幾百斤，採下來後我馬上請附近的婆婆媽媽拉回去剝皮，而且我有跟世光教養院合作，附近的阿婆剝一籠一百元，我給世光剝一籠兩百元，因為我看見中度的殘障兒童，其實他無所事事，就在曬太陽、無聊，所以我就跟院長講，我可不可以跟院童合作，重度的沒有辦法，我就拿桔子給中度的剝（拙茁園），讓他們有工作做，我就每天載個幾籠去，她們剝好就會送回來，每天領現金，我就把做好的桔醬，帶兩瓶去請她們吃，讓院童知道你撥出來的桔子，可以做成這樣的東西給妳吃，這個合作我覺得也很棒，讓他們很高興，做得也很快樂。我看見一個院童，他只有一隻手可以動，這小男生非常專注的剝，撥的漂漂亮亮、乾乾淨淨，我當下很感

動，你沒事給他做他就發呆，中度的可以做輕微的小手工，我有在想下次請他們穿繩子，或手把繩子的打結，算一些工錢給他們。

Q:手藝都自己做？

目前來說大部分都是我在做，我女兒回來的時候，第一個就是先進去工廠，先去知道整個製作流程，才能到外面去行銷，才有辦法跟客人解釋清楚，我這個東西是怎樣做出來的，至於配比我都有個黃金比例，只是在於我經驗比較豐富，比如我今天下雨採的桔子，含水量會比較高，我在熬煮時就要多煮一下，或是說我今天來的梅子，是下雨天採的，在放鹽巴時，就要多放一些，或是今天的梅子太成熟了，不能做脆梅，要挑開來或是怎樣，這些對我女兒來說只是略知，還沒有辦法整個很完整的掌控，畢竟他只有學一段時間，就要進來做外場的行銷，必須進入現場，做更進一步的了解，要慢慢熟悉、慢慢知道，畢竟媽媽年紀越來越大，在開發新的產品，要讓孩子慢慢參與，小孩子接了你一定要放手，一定要讓他了解知道。

Q:自己是怎樣的一個人？

我從小是當人家的養女，我幼年時康家庄是一個大家族，我從小就得很得長輩的疼愛，所以我的童年是很快樂，我是很快樂的長大的，但是我們是鄉下人，女孩子書就讀不多，上班時爸媽還是很疼，一直到結婚嫁到竹東來，才真正的我的人生，酸甜苦辣才開始，不管是當小朋友或當小姐時都很快樂，一直長大到，我的婚姻是革命出來的，我的家人不允許我嫁給客家人，中間其實滿掙扎的，最後我還是選擇嫁給客家人，（訪談資料 C2-18）我爸媽開出很多條件，你不要嫁給客家人，我有很多會子錢都是要留給你的，我說我什麼都不要，我就是嫁給他（哈哈，開懷大笑），結婚以後，到了一個完全陌生的環境，完全語言不通，每天面對著婆婆很難去溝通一些話，剛結婚時我有戰戰兢兢的當過客家媳婦，我每天擔心自己會做錯事，或講錯話，因為我先生到外地上班，我跟婆婆、大哥在一起是一個大家庭，我是從零開始學習客家話，我是從零開始學習做飯，這個過程其實滿辛苦的，慢慢的小孩出生，教育小孩，我是很有當人家媳婦的心態去接受婆婆，婆婆教你做什麼，我就很虛心的學習，完全從頭學起，當人家的媳婦、當人家的老婆、當人家的媽媽。（訪談資料 C2-19）

我很認真的做我的工作，我對我的工作會要求比較嚴格，我做我的東西都會很盡心的去做，我做事情比較「龜毛」，譬如我在做包裝時，我的包裝一定要包裝的完整漂亮我才有放手，所以在包裝上，只要產品一出來，我馬上做跟別人不同的包裝做區隔，自我要求會比較高。（訪談資料 C2-20）

我很喜歡做菜，雖然不像名師很藝術，但我會很喜歡把我的菜煮的漂漂亮亮、很可口、很美觀這樣子端出來給客人吃或家人吃，包括家人我也會色香味配好，我從不會煮菜到後來去考烹飪執照，我也有買書自己學習，我到那個地方去吃飯，我覺得某個菜很不錯，我回家後就學做，醬料中有哪些材料，我試吃後大都知道裡面有哪些材料，我對吃的敏感度比較高，所以我很喜歡研究做菜，（訪談資料 C2-21）這個東西跟這個東西怎麼去配、怎麼去調，所以在我的食譜上看

到的，每一個階段都有不一樣的食譜，不一樣的創意料理，我一定都會把我的產品結合在一起，你在推銷你的產品，第一個要讓客人知道這東西怎麼用、怎麼吃，透過你親自去做出來讓客人吃到，甚至我隨時冰箱裡面都有沙拉菜，客人來買的時候，你可以教他這樣調調就可以做沙拉，就不會說東西買回去擺在那邊不知道要怎麼用，這是很堅持的，（訪談資料 C2-22）所以我會鼓勵我女兒去學東西，從學習中去領悟和讓自己慢慢去喜歡，（訪談資料 C2-23）就這樣做，我從不會煮飯、煮菜，到最後可以辦桌，今天你給我多少客人，我就做多少餐點，到現在我去接吧非、去接一些特色商品的餐點，所以我們是很多元的，（訪談資料 C2-24）你一定要走出去。

第一年我去試了以後，覺得確實不錯，接受度很好，我的蘿蔔跟傳統的蘿蔔不一樣，傳統的蘿蔔是醃醬的東西，一定要配飯否則太鹹，我就改變一個方式，不要做醬料，醬料是要配飯吃的，我就用梅子去醃的話，會變成當零嘴吃，吃起來口感很好，形狀又很漂亮、很可愛，引起你的食欲不停吃，很多客人說，蘿蔔買回去邊看電視、邊拿來吃，你一口我一口就吃光了，倒回來買了好幾杯（訪談資料 C2-25）。我覺得做產品要不斷進步，否則就會被淘汰，因為農產品的加工門檻很低，只有鹽巴、糖、辣椒這幾種東西一直在調，沒有特殊的風味是吸引不到消費者，就是要跟別人不一樣。

Q:產品那裏包含了客家精神、客家文化？

像我們的桔醬，你在其他地方看不到，只有在客家庄才會看到，他是客家人過年時家家戶戶必備的沾醬，沾白斬雞、三層肉，這是最典型的客家產品，再來一個紫蘇梅，他也是一個很典型的客家產品，客家人會醃製東西，早期客家人醃製的紫蘇梅又酸又鹹，很省，一顆梅子可以配一餐的飯，這是來自於日本，日據時代日本人對梅子的要求就是要很鹹（訪談資料 C2-26）。換我的時候，就不要那麼鹹、那麼酸，降低一些鹽和酸度的東西，年輕人可以接受，慢慢的小朋友，也可以接受當零嘴吃，這是我一直在改變的。再來客家的東西，一般人來講就是很粗俗，很低階段，就是市場擺地攤在地攤上看到的東西，早期的客家東西就是這樣，原味、很土口丫，當我在思考做客家東西時，我第一個想法就是要突破，因為我做客家東西到現在也十幾年，那時候客家東西在客家市場普遍接受是這樣子，你一個後面才要做東西出來的人，如果延續她們的話，我是沒有市場的，我的市場已經被前輩占領掉，我要如何從市場中跑出來，第一個我的原物料一定要比別人好吃，第二個我的包裝一定要比他們搶眼，第三個，我一定要跟自己在地的農民結合在一起，才有的賣點。我就是堅持做這樣

桔子是和產銷班合作，不夠的部分，還是要和附近的農民收購，我從來不砍他們的價錢，讓他們很樂意跟我們分享。梅子在地不多，我是去南投信義鄉親戚那邊採梅回來，我的紫蘇就和在地的農民合作，我一樣保證價格收購，紫蘇是一個很好種的產品，客家庄的菜園都一定會有幾棵，家家戶戶都有，但是她們不知怎麼處理，有時我會透過DIY教學教他們怎麼處理，我就會找一兩個農民合作，你種的紫蘇都賣給我，幫我照顧好不要灑農藥，其實紫蘇他不貴，但你想只有在

梅子季節才有人跟你買紫蘇，梅子季節一過，紫蘇就沒有用、沒人要，我不用，一整年不管什麼時候採給我我都四十元跟你收，他們非常高興，種一次可以採收半年以上，何樂而不為，我跟農民就有一個很好的互動（訪談資料 C2-27），他們知道我要怎樣的東西，要剪枝時，我說桔子葉採一些給我，他們就採了一大包給我，我就是過一陣子要研發香腸用，我要去嘗試，看看一年四季是不是可以用這個東西。

客家人真的很節儉，我說你們不要的給我，他們就很高興，她們就看到錢，她們就看到不要的東西有人跟他收購，價錢又不錯，我何樂而不為呢？我一個閩南人，在這個客家庄立足以後，跟她們大家的互動很好，我建立我很多的人脈，所以只要一講到阿金姐，我認識他，我跟他怎麼樣，他的人怎麼樣，我覺得這是很好的，也是我留給小孩以後人家提到你的媽媽，你的媽媽人怎麼樣，就像現在常常有人講我公公一樣，（仁愛里里長、第一隻電話）這是我想留下來給小孩的。

我並不是要在這個區塊賺很多錢，但是農民覺得就算兩三千元他也很高興，因為他種的東西有人跟他收購，他不在乎錢的多少，酸桔是好的，它是所有柑桔類的原生種，他的病蟲害比較少，它不需要噴那麼多農藥，我希望我產銷班的班員，種這個東西不需要噴那麼多農藥，身體也健康，土地也不會有這麼多不好的東西，你們可以去問問看新竹縣有沒有人的酸桔用這麼高的價錢收購，沒有啊，我們產銷班是最幸福的，我只是付出一點點，但我要求你們要把好的品質給我，我才能跟好的廠商談，（里仁）一年幾千瓶跑不掉。

對自己要求高，滿有學習的精神，什麼東西不會我就去學（國中補校），唯一沒有去學的是開車，因為我覺得我已經夠忙了，我不能再去學開車，還有一點我留點工作給我先生做，送貨的時候他開車我休息，讓他有表現的機會。（訪談資料 C2-28）

訪談者：彭竹筠

受訪者：阿金姐工作坊 康阿金（C3）

訪談地點：阿金姐工作坊

訪談日期：2012 年 5 月 1 日下午七點到七點半

錄音方式：錄音筆

Q:在製作過程中的堅持？

做脆梅一定要選六、七分熟，比較綠的梅子，我堅持的就是現採的，保有新鮮度，比方說我明天要做一千斤，我今天早上叫他們採，到晚上十一點送過來，第二天早上員工一來馬上處理，第一個步驟一定要在一天內完成，避免梅子熟化，這是最重要的。

做脆梅的步驟之一「泡水」，有些人會教你泡一天一夜或兩天一夜，如此酸澀的水會流失的比較乾淨，就比較不會苦苦澀澀的，可是我都堅持泡水只要十二個鐘頭，堅持儘量保留住梅子的營養，因為泡太久會沒有「梅味」，營養都流失了，最後就用糖去醃製，只是吃到梅子的肉和糖水，沒有吃到梅子本身具有的元素。雖然剛做好的梅子沒有這麼好吃，我都會跟客人說剛做好的脆梅會有點苦苦的，可是我的客人她們已經習慣了，這個才是健康的，甚至我的梅子做了大概一個或兩個禮拜以後，慢慢會有杏仁的香味，我沒有放那些添加物，梅子本身就會呈現一種杏仁味，如果想吃比較順口的梅子，要放一陣子再吃。（訪談資料 C3-01）

應該這樣說，我做出來的梅子，一個禮拜、兩個禮拜、三個禮拜、一個月、兩個月、三個月、半年、一年，其實它呈現出來的味道都不一樣，口感不一樣，它的香氣一直在變，一直在轉換，你說我的梅子好吃嗎？我不敢說很好吃，可是我的梅子一定很健康，我堅持的就是保留它的原味，再來就是不添加任何化學的、人工的甘味劑，所以吃我的梅子的人，其實他們已經有個習慣吃梅子就是要找我的，因為他們吃得安心（訪談資料 C3-02）。最適合的賞味期？脆梅最好是在兩個月以後，他的苦澀味就會慢慢沒有了，他也穩定了，穩定了我們就可以裝瓶，像我們現在剛做好的脆梅我不敢裝瓶，裝在罐子裡他會發酵，因為梅子總是要有熟化、發酵的時間，所以我一定要等到一個多月、兩個月之後，我才會把它裝在瓶子裡面，沒有的話，我就是隨手包，客人要多少我就秤多少，我會跟客人說帶回去要放冰箱。

Q:脆梅製程？

選梅（選 6-7 分熟青梅）→搓鹽巴（雙手畫圓搓揉至苦汁流出）→拍破（輕拍裂開）→放置（半小時吸收鹽巴水）→泡水（清水浸泡 12 時）→瀝乾脫水（放入洗衣袋至洗衣機脫水一分半鐘）→第一次放糖（糖放兩斤，不要放多，放一點點，讓梅子吸掉一些糖水，並利用糖的脫澀、脫酸再讓它脫掉一次，就把它撈起來，重新加糖）→第二次放糖（酌量的放糖，比如十斤的糖，分三到四次來放，不要一次放足，一次放足這樣子不好吃）→第三次放糖（把梅子拿起來，第二次

的糖水拿來煮滾，再把剩下的糖放進去，一起煮滾放涼，再把梅子泡進去，確保梅子不會壞掉，你的糖份一定要夠，我們有個數據，甜度在 65 度就不會發酵、就不會壞掉) (訪談資料 C3-03)。

做紫蘇梅時會選比較黃的梅子，因為比較黃的梅子比較香，所以我們選八分熟的梅子做紫蘇梅，會比較香，Q 度會比較好，把酸澀水跑掉以後，它的香氣和果膠會比較多。

Q:紫蘇梅製程？

選梅→搓鹽巴(不能拍破、泡水和脫水)→重壓(大概一個禮拜，三、五天以後，看天氣而定)→煮熱水(梅子撈起來開水洗淨)→日曬(一、兩天)→第一次放糖(大約兩斤，讓它轉換一下，讓它脫掉一些鹽巴水)→第二次放糖(大約三斤，醃三、五天)→第三次放糖(把梅子拿起來，第二次的糖水拿來煮滾，再把剩下的糖放進去，一起煮滾放涼，再把梅子泡進去，確保梅子不會壞掉，你的糖份一定要夠，我們有個數據，甜度在 65 度就不會發酵、就不會壞掉)。紫蘇是最後才放，在你梅子醃好後，整個都不會發酵時，買新鮮的紫蘇，陰乾以後，挑嫩的葉子，用鹽巴搓一搓，把紫蘇第一道比較黑的水、比較腥辣的水壓掉以後，就把做好梅子的汁加在紫蘇裡面去煮滾，為什麼要煮滾？煮滾之後，第一個殺菌，第二個把紫蘇裡的水份儘量減少，再放回梅子裡面去，梅子就會呈現紅紅很漂亮，又香又紅的顏色，這個比較重要，我在教時會跟學員講一定要煮過(訪談資料 C3-04)。

每年年底大約十一月底一直到過年是做桔醬的日子，桔醬就是用我們新竹縣特有的酸桔，成熟的酸桔我要他們用拔的一顆一顆拔下來不要有蒂頭，因為蒂頭多了會影響品質，用拔的酸桔不能保存、有傷口，所以拔好的酸桔馬上要剝皮，第二天就到工廠去進行加工(訪談資料 C3-05)，我堅持的是一定不能有農藥殘留，一定要在安全期，農藥過了才可以採收給我，我做加工的時候，我堅持我的桔醬不加水，不加一些化學的東西，不加一些可以增加色澤的東西，所以我的桔醬是百分之百的，純酸桔去研磨出來的，所以我的桔醬在市場上就會有一種區隔，吃過的人會覺得我的桔醬「濃、稠、香」，所以單價會比市場高，因為沒有稀釋。(訪談資料 C3-06)

Q:桔醬製程？

剝皮(皮要熬煮，因為皮裡有一層白膜會有點苦苦的，要燙到用手捏有點爛，再把白膜洗掉)→去子(用去子機把子去掉才不會苦，才好吃)→肉和汁煮滾(再把煮好洗淨的皮放進去)一起煮→調味(加鹽、加辣)→研磨(皮煮不爛，要用研磨機研磨成醬)→測鹹度(這一鍋多大鍋，我要放多少鹽)桔醬打開一定要放冰箱，因為他不甜，它鹹也沒有那麼鹹(訪談資料 C3-07)，沒有一般我們在醃梅子 17、20 度的鹹度，一般鹽巴鹹度有到 20 度東西不容易壞，可是桔醬不能那麼鹹，客人沒辦法接受，所以我的桔醬鹹度可能是在 7、8 度，打開後一定要放冰箱，不然一定會發霉，但我們的梅子和香桔汁就不用放冰箱，因為它的甜度夠，我用真空機抽真空後，放在常溫下兩年他不會壞。

Q:香桔汁製程？

皮處理的方式和桔醬不一樣，一樣要洗過但是皮要打，我要保留它的顆粒，剝皮、煮皮（用機器絞碎變成小丁塊，要先用糖炒成焦糖，再加麥芽一起炒，再把小丁塊的皮放下去一起熬麥芽，熬到甜度夠了）→去子→肉和汁煮滾（再把熬好甜度的皮放進去）一起煮→熬好就是甜的，再測甜度（要 65 度）（訪談資料 C3-08）。

我比較堅持的就是原汁原味，目的在於一方面我好保存，它沒有太多添加的水氣的話，它比較好保存，我不想用防腐劑，我就花大錢買一台機器抽真空，裡面沒有空氣就比較安全，我們就一瓶一瓶封蓋，所以我們手工的產量沒辦法很大，但工卻很多，因為農產品只有一兩個月的產季，沒辦法用機械化的生產線去跑，所以一些中小企業誰要做這個農產加工，因為他們不做才輪到我們小農（小小農產加工）去做這個區塊，現在我對我的班員有一種社會責任，我必須幫她們消耗掉她們種出來的東西，其實對我來講也是一個滿大的負擔，像今年景氣不好我也很擔心我做了滿冰箱、滿倉庫的貨，如果你擔心景氣不好不敢做多，萬一有一個大訂單來了，卻沒有東西給人家，這是很可惜的。做農產品其實是靠天吃飯，你要賺大錢不容易，只能一步一腳印穩紮穩打，我今年做一萬斤、兩萬斤，我就是這些賣完就是沒有，沒有就是沒有，我今年做兩萬斤，碰到景氣不好，只能滯銷，硬著頭皮也要慢慢賣，其實做農產品真的很辛苦。

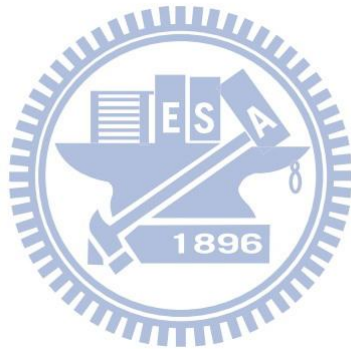
我堅持的就是一定要做好的東西，我堅持的就是一定要幫我的農民解決他們桔子生產的問題，他們一年辛苦種下來，就等收成那一季，如果你不跟他收，那等於他先前的努力都白費了，所以其實我們也很努力，很戰戰兢兢的在推廣，所以我會選很多場，譬如學校、機關團體、社區，只要時間允許我就會去推廣，教他們怎麼做，教了以後，你覺得麻煩可以用買的。

我堅持的就是一定要做好的東西，讓我的消費者信任我，買我的東西去送禮，或吃我的東西都很安心，我也希望客人收到人家送他的是阿金姐的產品，他的心裡很高興，這是好的東西。

我們很辛苦推，現在小孩回來幫忙，我們到處去推廣、去做教學，還是有限度，沒有辦法說賣得多好，我們有固定的市集，或是其他活動邀約，只要時間允許我們都會參加，像最近哈客愛到南嶺參展，他們很願意跑外面，我不願意跑，因為很累而且以我們的產品的利潤來講到大陸參展是划不來的，你不要想要去賺錢，就算說只是要去推廣，我也覺得我的東西不適合我這樣去推廣，我的東西只適合你在大陸經商的人，你回來台灣，你覺得我的東西很不錯，我可以直接批給你，你到大陸去賣，我在台灣收帳款，因為我會評估，像去年我們去那麼多趟（五次），每次光是運費就花了一萬多元，機票有時有補助，住宿自付，算一算都划不來（訪談資料 C3-09），我們小農沒辦法跑這樣的，太辛苦了又沒有利潤，而且沒有效果的（訪談資料 C3-10），我跑了五趟也沒有看到什麼大陸的客人後續來跟你買東西，因為太渺小了，根本沒辦法發揮作用，所以今年我們就沒有參展，我是選擇不去，我的東西我自己知道，我的東西不適合，所以我不會想要去，在

台灣你好好做也夠了。

像我們最近里仁進去以後，現在 HOLA，前兩年有賣我的東西，後來終止合約，跟農會終止合約以後就沒有，現在直接找到我們，正在洽談，HOLA 也是全國性的，因為之前有賣給它，銷售量還滿大的，我是沒有很有野心，因為我們的東西自己做要這樣賣很辛苦，你說到國外花了這麼多時間和精神，我情願把那些時間和精神花在台灣，我相信效果不會比大陸差，去大陸是未定數，變數很大，在台灣腳踏頭頂都是自己的國家，有什麼問題也比較好解決，我不會迷思說去大陸，我還是覺得實際一點比較實在。沒賣完也帶不回來，所以可能會賠本出售，我覺得這就是一個惡性循環，下次辦展覽他就最後再來跟你買，所以我不喜歡這種文化（訪談資料 C3-11），像我去外場賣東西，有些客人會說今天是最後一天，就便宜賣我啊，不然你的東西會壞掉，我最討厭這種人，你不要講還好，我會自動降價，你是這樣說，我會說對不起，我的東西跟時間沒有關係，我帶回家還可以賣，我很討厭這種人，擺明就是來殺價的，有人說我賣東西這麼高調，我說這不是高調，是一個原則問題，我不喜歡讓客人以為說要收攤時，才有便宜貨可以買，我說我的東西不一樣。



訪談者：彭竹筠

受訪者：阿金姐工作坊 彭巧嫻 (D1)

訪談地點：阿金姐工作坊

訪談日期：2012 年 5 月 15 日下午七點到八點半

錄音方式：錄音筆

Q：為何放棄室內設計工作回家？

因為爸媽年紀有點大，姐姐出嫁，弟弟去當兵，需要一個會開車的人，因為爸爸那時心臟不好，如果隨時有問題時，有一個人可以接送，那時候給自己的設定就是回家一年，回來之後，反而因為你的投入，開始對這個產業了解後，會投入一些情感，加上週邊的人對你的一個期許，你就會覺得好像不能這樣就放棄，就開始越做越多，越來越投入，開始認識週邊的人事物之後，你會發現其實有很多人默默的在為文化這一塊作很多很多的付出，在產業上她們不以營利為目的，反而是希望可以為社會帶來一些有意的事情。(訪談資料 D1-01)

Q：阿金姐是一個怎樣的人？

我覺得媽媽是一個比客家女人還像客家女人的閩籍客家媳婦，因為聽她說從小時候到現在，她在工作上，譬如她當職員時，她是很認真工作，她當媳婦時，她是一個全職的很認真的媳婦，哪怕是語言上有隔閡，她都是想盡辦法去突破，像她現在客家話比閩南話還溜，她當媽媽時，她是一個很盡責、很認真的媽媽，她就是全職、全心全力把我們照顧好，她當老婆時，她也是一個很盡責的太太，就是把家中所有的大小事都打理得很好，爸爸就是不用擔心其他的事情，包括教育之類，絕大部份都是媽媽在教導我們，而且她是一個很有規畫的人，她在規畫她的人生每個階段的時候，她是很清楚的，等到我們長大了，不需要接送上下學，她才全心全力投入梅子這個產業，她真的是刻苦耐勞不會去想困難在哪，她只想問題要如何做突破，她會想盡辦法去突破所有的難題，(訪談資料 D1-02) 有人跟她說，她也是很虛心的接受(批評和指教)，有人跟她說，你的梅子可以怎麼樣、怎麼樣，她也很欣然的接受，不會說我這樣子就可以了，我覺得這就是她在我們客家庄裡，我跟其他長輩相處，唯一的、最大不同的點，因為客家人給人感覺比較保守，通常覺得我這樣就好了，我這樣就可以賺錢了，可是她不會，她會覺得如果我可以再進步，如果我可以再.....，會有很多的如果，所以在我看來，她是一個非常認真和投入在自己的人生中的一個媽媽，(訪談資料 D1-03) 她對我的影響，小時候會覺得她很囉唆，因為她很重視我們的禮教，在我們家中，你功課不用很好，但你的禮貌、品性一定要做好，我們小時候的懲罰是不能去上學，這讓我們學到如何應對進退，我們又是大家庭，所以我們跟長輩或同學之間的互動，在應對上我們都還算 ok，不敢說很好。當學生時，生活目標就是以玩為主，出來工作時，相對我們就是很認真在工作，腦中想的就是一份工作的事情，這是對我們最大的影響。(訪談資料 D1-04)

Q：自己又是一個怎樣的人？

我覺得我自己是偏向比較保守的人，在很多事情的想法上會比較負面一點，但是在回來接這個工作以後，我會開始不希望自己有這麼多負面的因子，希望自己有多一點正面能量，所以就會慢慢去上一些課，做一些進修，受媽媽的影響，所以我在做任何事都全力以赴，像學生時代，雖然愛玩，玩的時候也是全力以赴，考試、交報告也是全力以赴，也就是說盡我所能去做我該去做的事（訪談資料 D1-05），慢慢的我也學習到要去做規劃，因為以前比較沒有規畫，想到什麼就去做什麼，回來家裡之後，因為這樣的性格讓我在工作上遇到了一些挫折，在醃製物這份工作中，讓我學習去規劃，去規劃一些工作，去規劃一些目標，去規劃一些細項，所以就開始用這樣的規畫去走阿金姐工作坊的每一步。（訪談資料 D1-06）

像我們母女閒聊時，我們很少會去講誰家怎麼樣，我們就是在想我們的下一步是什麼？我們還有什麼市場是我們忽略掉的？我們還有哪個廠商是我們可以去開發的？或者是我們的產品還可以怎麼做？或者是我們的產品還可以怎麼研發？或者是怎麼變成新的菜色？或者是我們的包裝可以怎麼去做調整？我們就不會像一般的母女在聊八卦，我們大概幾乎都在談這個工作、產品的包裝，可能最近月績不好，要再努力，今年什麼東西銷得不好，要再去想辦法去推，包括店裡的陳設要怎樣去修正，連出國去玩，我們也是在想你覺得這個包裝如何？如果放入我們家的產品合適嗎？我覺得這種感覺很好，因為很多親子之間是沒有共同話題的，可是因為我回來了、我參與了、我投入了以後，我們開始有了共同的話題做連結，對於這共同的話題，我媽的態度是很開放的，她不會覺得說一定要按照我的樣子、我的方式去做，她會願意傾聽，去聽聽看我們想要表達的事情和我們的用意，她會去斟酌，最後的決定權還是大家共同協議出來，並不是媽媽一個人說的算，或是我一個人說的算。（訪談資料 D1-07）

Q：你對客家醃製物的期許或想像？

我一直有想要做一個台灣製物館，客家人的文化本來就是比較勤儉持家的，比較敬天惜物的，尤其早期住在山區取得食材更是不容易，所以客家人會有很多醃製物，不只是客家人，還包括閩南人、外省人、原住民也是，每個族群都有自己特色的料理，有機會的話希望可以讓他們在共同的一個場域結合，在醃製物的這個領域裡頭做個延續，我覺得這是件很重要的事，幫農夫找到另外一個出路，另外一個天（訪談資料 D1-08），因為農夫很辛苦種了一年的水果，就等待這一季的收成，但是有可能這一次盛產，這一年就報銷了，也有可能沒有人收了，這一年的辛苦都白費了，我覺得我應該透過醃製物的加工過程，也許可以幫他保留它原本的價值，經由加工後再提升，成為另外一種商品，我覺得是一個互惠、是一種雙贏，消費者透過我們這個環境，他可以吃到一個很安全的東西，我覺得是一種三贏，很多人會問我們為什麼不去大陸？我覺得我們還是要把腳跟扎穩，讓他好好在台灣生根、落實，因為我覺得如果我們現在去想大陸這個環境的話，我們畢竟是手工的東西，如果今天訂單的量真的很大的話，說真的我不知道怎麼辦，我寧可把腳跟扎穩，向下扎根（訪談資料 D1-09），像現在我們都會去學校

(國小、國中)或前幾天中國科技大學的學生來我們這邊參訪，他們是沒有經費的，我們就提供他們梅汁喝，讓他們去試吃梅子，我們做這些並不是說希望他們跟我們買，而是我們希望說透過這樣的行為，讓他們了解到傳統的醃製物的味道，而不是像一般在外頭吃的蜜餞的風味。(訪談資料 D1-10)

前不久，去新竹陽光國小做梅子 DIY 教學，我們也是希望小朋友多去吃，很多人都以為小朋友會害怕梅子的酸味，喜歡吃甜食，可是我發現我們帶去的梅子小朋友每個都很愛吃，每個都說老師好好吃喔！老師我們家也有你們家的東西，有很多很好玩的問題，甚至還有有獎徵答，答對的送送小禮物，透過這樣跟他們互動，去加深他們的印象，另外竹東幼稚園是讓小朋友去認識桔醬，也有做梅子 DIY，讓小朋友去體驗做梅子之後，開家小小的商店，幾個小朋友一組，去想桔醬可以做什麼？有人說沾貢丸，有人說當薯條的沾醬，有人說……，小朋友想很多之後，就開始像一個商店街，來買我的貢丸、來買我的薯條……，我們很希望透過 DIY 教學讓小孩子從小就可以認識這樣的東西，像我會了解是因為第一個媽媽有在做，第二個從小有在吃，我覺得小時候記憶中的味道是很重要的，那個味道即便你已經很大了還是不會忘記，相對的如果你是長大之後才看到這個東西，妳是不太能夠接受的，可是如果我小時候就接觸過，當我長大之後看到這個東西，就已經認識它了，如果他的記憶裡頭是全家人一起吃梅子或桔醬，他的記憶中就有幸福的滋味，我們希望可以推廣到這樣子，讓更多年輕人認識傳統的客家桔醬、梅子或更多醃製物，像瓜、薑這些(訪談資料 D1-11)，有很多年輕人會說我從來不知道薑可以這樣吃，我們用梅汁醃過，他們會覺得說好神奇，他們觀念裡的薑應該像日本吉野家店裡吃到的紅紅的，我們會覺得說醃製物其實還有很大的發展空間。

Q：竹東的發展？

我覺得竹東變得很多，就像我們小時候的印象，我家前面的河是很多水的，水量是很豐富的，以前還會和媽媽去那邊洗衣服，包括我們這個市場以前是非常熱鬧的，比現在還熱鬧，因為消費型態的改變，就有點不一樣了，包括整個竹東的商圈都在慢慢轉移，所以我會像說怎樣才能夠讓竹東這個地方的知名度打出去，因為我以前念書時，同學都說竹東在哪裡？包括我去外面工作很多人都是這樣子，你們那裏是山上嗎？你回去還要打獵嗎？她們把竹東和尖石想在一起，沒有想到去內灣、去北埔都要先經過竹東，很多人卻不曉得是這個地方，認為竹東是很山上的地方，後來我有去上一些文化的課程，才知道竹東以前是台灣三大鎮之一，才知道竹東以前這麼有名，結果現在，如果不進步的時候，就很容易被人家遺忘，想一想老街，竹東也沒有什麼老街，文化的東西，好像也沒有什麼特別有文化的東西，唯一我會跟人家說的就是你可以來逛逛這邊的市集(傳統的市場)，然後來我們家吃吃梅子、買買梅子，大概就是用這種方式介紹竹東。除了吃吃喝喝好像沒有什麼文化特色可以培養一下心靈層面的東西很少，竹東這個地方其實交通變得很便利以後，很多人到竹東只是一個過客，留不住客人，留不住來客，很多人都說竹東火車站是下車休息上廁所的地方，像之前本來在那要弄個

竹東之心，後來因為法條的關係，就很可惜，像我們的禮盒上為什麼要打竹東名產，就是希望大家知道竹東在哪裡，為什麼我們的 DM 都要畫上路線圖，就是希望大家不要忘記。(訪談資料 D1-12)

Q：醃製物的特點？

客家傳統的醃製物給人家的感覺就是很鹹，我們為什麼願意嘗試去改變，媽媽為什麼會是一個很開放的態度，就是因為媽媽有很多朋友並不是存脆客家人，她們在吃的時候，會說好像太鹹，我們就開始一直去做調整，包括我們自己也是會去做一些檢討，因為現代人比較重視健康，早期沒有冰箱，所以最好的方法就是鹹，我們現在是透過儀器的檢測，讓鹹度控制在一定的地方，這樣品質一定是穩定的，再來更符合現代人的口味，我們是希望做到這樣子的方式，還有一個客家給人的感覺很粗，很簡陋，像包裝很簡單，這樣弄弄就好了，可是我們不希望讓人家有這種感覺，其實每個客家媽媽在做這些東西的時候，裡面都包含著很多她們的用心跟愛心，東西吃起來味道的層次雖然沒有很多，但是她的用心是有很多層次的，我們會覺得透過一個好的包裝，讓看到的人可以感受到這個東西是很有內涵的，所以我們在包裝上會跟別人傳統的方式不一樣。(訪談資料 D1-13)

Q：醃製物中哪裡包含了客家的精神或文化？

基本上來我們店裡就先感受到了，從我們的擺設，台灣早期的一些櫃子，包括用的布，甚至我們桌子的甕，都是我們祖先傳下來的，最有客家文化的就是桔醬，因為桔醬就是道道地地的客家料理，然後紫蘇梅、紫蘇薑，紫蘇本身也是客家人最常用的香料，從這兩個地方就可以看得出來，這跟客家人生活在山區息息相關，會比較有客家的特色在裡頭，包括我們現在不會只限定在客家，所以我們會一直做突破和改變，還有一個有客家的特色的是紅糟，我去外地都沒有看過，在客家庄是很普遍的，我們反而很愛吃，不懂的人會覺得很奇怪，你們怎麼吃這麼多色素的東西。(訪談資料 D1-14)

Q：遇到的困難？

第一個面對客戶、面對消費者種種的疑難雜症，自己的 EQ 就要非常好，才能去面對，甚至有時在心中都會偷偷暗罵，因為以前的工作是人家來拜託你的，比較尊敬你的，可是現在的工作，你為了一包一百元的梅子，你還要拜託人家是吃看看，還會說一些有的沒的，這是我一開始回來面對的心理上的調整跟困難點，後來要做一些活動（參展），開始往外面跑，以前是坐在冷氣房，夏天吹冷氣，冬天吹暖氣，每天都打扮的漂漂亮亮，做在電腦桌前，喝的是咖啡，現在出來擺攤就不一樣，夏天熱得要死，冬天冷得要死，下雨天還要擔心貨不可以擺地上會濕掉，很多層面都要考慮到，有時我都會覺得創業不是件好玩的事，除了這些之外，我要想說商品要怎樣包裝，當包裝設計出來之後，是不是真的這麼符合我們的需要，之後又要如何去做推廣，我到底要推廣到哪些地方，哪些才是適合我東西的地方，我到底要怎樣去辦試吃，我要怎樣讓客人更了解我的產品，很多層面都要去思考到，包括怎麼定價都是一門學問，以前是拚命做、拚命推銷，後來慢慢面對到問題之後才知道定價很重要，包括製作的品質如何管控，最大的困

難應該是自己的心，很多問題時會煩，會有壓力，有時會覺得為什麼這麼累，但是還是會想如何讓自己去突破、去調整回來。

Q：獲得殊榮？

2007、2008、2009、2010 台灣農漁會百大精品（行政院農委會）95 年開始舉辦

92、94 台灣好伴手（行政院農委會）92 年開始舉辦

91 金梅獎（農委會）91 年開始舉辦

2002 中華民國消費者協會精品獎

2010 台灣觀光一百大（交通部）

2011 新竹縣十大伴手禮

2011 台灣商業會百大伴手禮

2010 桔香雞腿堡

2011 紫蘇梅雞腿堡

我不會一直想要去參賽，我一直覺得消費者對我們的肯定才是最重要的。

很多美食都是私房料理，也不是什麼比賽出來的。

年份	殊榮	舉辦單位
2002 年	金梅獎	行政院農委會（2002 年開始舉辦）
2002 年	中華民國消費者協會精品獎	中華民國消費者協會
2003 年	台灣好伴手	行政院農委會（2003 年開始舉辦）
2005 年	台灣好伴手	行政院農委會
2007 年	台灣農漁會百大精品	行政院農委會（2006 年開始舉辦）
2008 年	台灣農漁會百大精品	行政院農委會
2009 年	台灣農漁會百大精品	行政院農委會
2010 年	台灣農漁會百大精品	行政院農委會
2010 年	台灣 100 大觀光特產	台灣觀光特產協會(2008 年開始舉辦)
2010 年	桔香雞腿堡	摩斯漢堡
2011 年	台灣百大伴手禮	台灣省商業會（2011 年開始舉辦）
2011 年	新竹縣十大伴手禮	新竹縣縣政府（2011 年開始舉辦）
2011 年	紫蘇梅雞腿堡	摩斯漢堡

訪談者：彭竹筠

受訪者：新埔柿染坊 鍾夢娟（E1）

訪談地點：新埔柿染坊

訪談日期：2012年2月21日上午十點半到十二點

錄音方式：錄音筆

Q：何時接觸柿染？

應該是蔡玲慧的關係，93年有一個中小企業輔導新埔柿餅產業的計畫案，本來想說推藍染或其他的植物染，後來中衛發展中心的陳先生和蔡玲慧到衛味佳之後，發現中間的柱子有一大片深褐色的手印，詢問老闆之後，才知道是柿汁沾染上去的，那時就有想說是不是可以拿來染布，蔡玲慧很熱心就到處去找資料，可是國內並沒有柿染，但很巧的卻在網路上發現了陳景林老師的文章有牽涉到柿染兩個字，所以他就打電話跟陳老師連繫上課的事宜，但經費有限只有五萬元，可是陳老師說他要再考慮、考慮，因為如果是上媽媽教室，他認為染布要長久才可以，但蔡所長就說沒關係就五萬元，能上多少堂課就上多少堂課，第一期是94年的4、5月開始在金漢上課（柿餅產銷班），那時有很多柿餅業者（金漢、衛味佳、阿源伯）和故事媽媽（我、月招）參加，2月時玲慧就打電話給我，問我有一個染布的課要不要上，我說我沒有玩過染布，我說好，開課時再跟我聯繫，因為我在上班，他的課又是在非假日上，我沒有辦法全程上課，剛開始學只是想說學學就好，沒有想說會持續下去，我沒有辦法全部參與，倒是有很多其他人很熱心的參與。（訪談資料 E1-01）

94年的年底又開了一個課程，我還是沒有辦法全程參與，像金漢的老闆娘就好認真、好認真在染布，她們染了好多、好多的布，就投入很多的心力在那邊，那時叫「新埔柿染班」，好像是那一年為了申請經費，就成立了「新埔產業發展協會」，新埔柿染班就附屬於協會之下運作。

隔年（95年）沒上課，再隔年（96年）徐春景在中衛的幫忙下在客委會寫了一個滿大的案子，將近八十幾萬的經費，就開了一系列的課，都是假日上課，也是請陳老師來幫我們上課，那時候我就比較有參與了，已經運做好幾年了，柿染班也有一定的成效，可是開始跟金漢就有一點衝突在，我們常去他那裏染布，畢竟是外面的人投入他那邊，因為是她們家，有時候要借東西都要麻煩老闆娘去找，老闆娘覺得很麻煩，為什麼借東西都要經過她，她都要放下手邊的工作幫我們去找東西，他覺得很麻煩，乾脆不要玩這個柿染，他是這樣跟我們說，那我們臨時要搬到哪裡去，大家都在傷腦筋。

那時春景說她們梨村可以，所以我們就把東西搬到梨村去，就在梨村繼續後半段的課程，7.8月過去上到年底結束，可是隔年（97年）6.7月她們梨村要採梨子，我們又要撤出，衛味佳劉理事長看我們搬來搬去很可憐，那就搬到衛味佳吧，可是他們那裏可以放東西的地方也是很少，所以我們有一部分東西分散好幾個地方，那時有想說和巨埔農場合作，一度把東西搬到巨埔農場，後來覺得那裏

畢竟人潮比較少，而且吳老師的年紀也已經大了，也沒有比較多的精力提供一個比較好的環境，我們是很想在那邊做，但是畢竟已經離開旱坑這個地方，要和柿餅產業結合比較難，所以最後我們還是決定回到衛味佳，衛味佳二樓的部份借我們使用，畢竟比較克難一點，我們也不敢去動太多東西，所以東西擺得很亂、很多，後來我們想說要搬到哪裡去，那幾年在衛味佳雙方幫助都很大，我們幫他留住一些客人，我們就付場地費給他，今天我們接團有一千元，我們就分一百元（十分之一）給他，我們就是採取這樣的方式，我們假日駐點，可是很辛苦，上課的人假日就要去幫忙做，我們再發一些工時給她們，這幾年就是這樣辛苦過來的。

到 99 年鎮長就給我們提議說你們要不要跟仁愛之家也就是縣府借這個場所，我們就進來看過，那時這裡是救難協會在使用，我想說她們在使用，我們如何使用，跟縣府打聽之下，發現這個場所沒有租人，就由鎮公所和縣府打了契約，所以我們才進來這裡。

就這樣搬來搬去，到現在是比較有一點規模，這幾年大家都很辛苦，一開始投入這個地方的人很多，中間也經過一些分裂，有一些進來的人，他們的領導性比較強，就沒有辦法跟我們在一起，現在留下來的人，我們自認是比較溫和一點、比較容易相處的，出去的有一個人（鄭麗紅），他本來就是做染汁這一塊，他非常強，聽說他在內壢買了一塊地弄這些，最近又沒有聽到他的消息了；金漢柿餅也有在弄這一塊，他會請一些經費來上課；我們等於有點各玩各的，我們還是滿希望大家一起去推動柿染，99 年柿染協會成立，100 年工坊成立。

我是後半段，搬到衛味佳之後，就比較有參與，之前的都是她們，後來我就把她接下來，帳目的東西都在我這裡，我覺得我管很多事情，連兩年 98、99 年我們是用九芎湖的名義向工藝所申請案子，那時的帳務都是我在管，所以現在總帳還是在我管，所以總幹事什麼事都要管，一開始是蔡玲慧，其他一些理事也是很久的，你常看到的月招是投入最早的，當時他是花很多心力在這邊，後期他是以導覽為主（九芎湖），如果我們這邊有事，他還是會回來幫忙，像春景、春蘭、淑真我們幾個都是比較老的，其實我們大概十個人左右，雖然協會有三十幾個人，可是真正有辦法叫的動會來做的就大概十個人，就這十個人為主。

Q：樓下的媽媽是來就業的？

她們是我們很早就想說申請多元就業方案，但是還沒有協會沒辦法申請，後來成立協會（99 年）後，玲慧就說我們來寫寫看，去年一年然後今年，本來要提社會型但是他不給我們提，要我們提經濟型，去年工作人員加春景就六個人，今年又加四個人，所以今年有十個人在這邊上班，經費有了，可是他只是負擔人事方面的經費，收入的話還是要我們自己去拼，等於我們要靠 DIY 的收入、賣產品的收入，我們現在一直在吃老本，因為收入並沒有那麼多，所以他們有固定由勞委會發的薪水，就一到五固定來上班，薪水是撥到我們帳戶，再轉發給她們，是屬於多元就業的。

Q：新埔的特色？

我是新埔客家人，這麼多年來，我覺得新埔的改變不太大，你說客家人要做

大改變，他是比較不願意去做大改變，就這樣的現況他們就很滿意了，就像哪一塊種橘子，哪一塊種水梨，這麼多年來都是固定的，所以要做大的開發或變動是不太可能。所以那個時候我們投入柿染，有些鎮上的人還不知道，因為我們沒有大的經費去推動柿染，讓鎮上的人都知道。像我弟弟們不太贊同我投入柿染，因為要花很多的時間，他們會說你是不是要過去上班了，家裡的代書工作不做了？我說沒有啊，柿染只是當做個副業，我和玲慧幾個有想說等我們退休，再全心投入，因為現在還有本身的工作，所以沒辦法全心投入，街上這麼多年來，就是馬路寬了點，其他幾乎沒有什麼改變，可能是客家人的個性吧，喜歡穩定不喜歡變動，你要他太大的變動是不太可能。(訪談資料 E1-02)

新埔的特色產業？柑桔啊，像我婆婆就有種柑橘，我小時候，我爸爸就有種過海梨柑，我爸爸不適合山上工作，所以就到街上來在合會(札打的前身)上班，後來又到地政事務所上班，所以就學了一些代書，最後就自己出來開業，所以我們才會一直做下來做代書的工作，是爸爸的事業我們接下來繼續做。一直存在的東西，像版條、柿餅我們就比較不會覺得有什麼特別，之後就炒熱新埔版條，因為我們一直從小吃到大，所以我不覺得有什麼特殊，有時我們去版條店，不見得要吃版條，而是吃麵或米粉，不知道是誰在推，反正街上就有很多版條店，新埔版條就很有名，外地人會喜歡到新埔吃版條或小吃(灌腸)。(訪談資料 E1-03)

Q：對柿染的期許？在你心中柿染是怎樣的東西？

我們本來很單純只是想說幫柿餅業者加分，去推這個柿染，所以那時以推DIY為主，後來想說柿染是個不錯的東西，計畫先從鎮上推出去，像三峽藍染一樣，我們也想說把新埔打造成柿染的小鎮，現在我們主要還是讓在地人先了解柿染，等新埔遊客服務中心成立之後，有可以展示的地方我們會進駐，或運用到柿染布去布置的話，相信會更容易去推廣柿染。其實我們應該在新埔鎮上找一個點專門販售柿染的商品，畢竟鎮上人潮比較多，接觸的機會比較大，相信會更快讓大家了解柿染，而且販售的商品如：衣服、包包、、、等，都是能融入生活中的物品，人們的接受度會比較高(訪談資料 E1-04)。像韓國她們已經很傳統在使用柿染，像日本她們的柿染也是沒有辦法推到全國，因為他製作出來的東西會比較貴，其實我們現在也面臨同樣的問題，因為柿染的商品單價會比較高。

這次 101 年在新埔的燈會，我們會製作比較小、比較便宜的東西，一般大眾還能夠接受，就是單價不能太高，超過一千元以上，行文度就很低了，可是真的喜歡的人還是會買，柿染的東西比較耐看，不會一下子就看膩了，就是因為它的顏色吧，一開始對柿染我也沒有投入很多的心力，想說染出來的顏色不是我很喜歡的，可是後來發現，染完的布丟在那邊，反而時間一久顏色慢慢的出來了，比剛染好的顏色漂亮，所以柿染是一個適合久放、適合經過歲月讓它發色的東西，所以這幾年我們就慢慢的做，東西做出來，讓它慢慢的去發色，一些布染好來，其實它經過發色，顏色會比較好。

我會在網路上收集有關柿染的資料，或購買一些柿染的相關書籍來看，雖然是日文，中間夾雜一些中文字，多少有一點通，看圖片也大概知道她們的做法，

我們現在的染法比較趨近於韓國的染法，因為他們是用青色的柿子汁去染，在日本卻是用熟成的柿子汁去染，她們至少要三年以上的柿汁，我們現在儲存的頂多兩年，沒辦法到三年，前年（99年）日本老師有來，在我們這邊上課，因為工藝中心想說只有我們有做柿染，就特地撥了三天的課程，在我們這邊上課，所以那三天我都請假來這裡上課，受益滿多的，後來我們也發現一些染布的秘訣要經過我們去實作才能領悟，經過實際的操作，才會知道問題在哪，要怎樣去改進，其實我們常常在研究怎樣才能把布染好來。（訪談資料 E1-05）

多元就業的媽媽是從頭學起，我們從頭教，從榨汁、染布技法跟其他染布差不多，可是我覺得柿染就是一定要去晒，晒才能展現它顏色的豐富度，顏色才會出來，一直到快接近夏天，那時太陽比較大，效果會最好。因為我們有用柿子削去的皮去熬汁，用柿子皮不用錢，用柿子很貴。

Q：柿染的特點？

柿染不會退色，其實它是一個天然環保的東西，只要是植物染的東西對身體都不錯，所以我們用天然的東西去美染，少用化學的東西，其實講究環保，還有人說防蟲、防皺，可是柿汁會轉點甜份，有時還是會有小蟲子，畢竟它是一個天然環保的東西，不易退色，只是顏色偏比較暗沉，古樸的顏色。（訪談資料 E1-06）

Q：手藝何來？

台灣真的沒有人做柿染，我們是靠工藝中心請日本老師來，讓我們真正接觸到柿染，我們一直很想到日本或韓國針對柿染去做一個訪問，可能缺少一些管道，去年我們就有計畫到日本走走，看看不一樣的染汁技法，工藝中心這兩年有開柿染的課程，應該是從我們開始，陳老師也有在其他地方撒一些種子推柿染，但是真正玩柿染的還是我們新埔這邊，其他地方比較少，國內的師資真的很有有限，等於陳老師（藍染）跟我們一起學柿染，陳老師的染汁技法很行，他帶著我們一邊學習一邊教我們。藍染和柿染的技法是一樣的，只是後來我們發現，有一年停著沒有課，我們就會自己去研究，我們發現用晒可以晒出很漂亮的紋路（訪談資料 E1-07）。

有些晒的方式是從日本網站上學來的，我在辦公室有時空間就會上網找一些資料，那時會很想學日文，因為很多看不懂，我都是看圖片，大概知道怎麼做，我會買一些有關柿染的日文書來看，柿染的書真的很少。

Q：新埔柿染坊的由來？

我們一直想說畢竟柿染是在新埔發展，不希望人家不知道柿染是從什麼地方來的？所以我們才會強調新埔兩個字，柿染就是希望讓人家容易了解，雖然有些人不太知道柿染，可是我們就是要強調柿染，我們真的是以柿染為主，大部分的都是玩很多植物染，沒有一個單純是玩柿染的，我們也沒有其他植物染的經驗，只有玩柿染的經驗，所以新埔是強調在地性，柿染是強調單一性，但還是很多人叫我們新埔柿染班，新埔柿染坊還是附屬於協會之下運作，只是出去我們都會強調新埔柿染，你只有來新竹縣的新埔，才有柿染好玩。柿子我們這邊都有種，只是柿農要做的柿餅量很大，所以幾乎從嘉義、東勢那邊運上來，我們這邊陸陸續

續種，畢竟比較慢，我們這邊的柿農還不少，他們都是賣給柿餅業者。

老師要出去展出時，會和我們借些產品出去展出，所以我們有些作品都會在外面做展出，(高雄新光三越)，我們都是以展出為主。去年九月，我們有跟新竹縣政府到大陸南京去做展售，五天關在台灣名品的會場很累，那是全台灣的東西都去，我們自費，她們攤位補助一些，五天很辛苦，南京人對染還不太了解，她們的染還停留在少數民族藍染的部分，所以要和他推柿染也是很難，可是他們有些提著名牌包的，他就會很喜歡，他會覺得很特別，他就會跟我們買。他們的客源是一般階級，乍看之下以為是皮革，但走近一看發現是布，她們就會覺得沒有那個價值，她們覺得這種價錢不如去買皮的比較好，我們就會和他們推銷說柿染是最環保、最天然的，但南京人的接受度沒那麼高，我們覺得在大陸推也很累，我們先在台灣推好了。(訪談資料 E1-08)

如果我們能力夠的話，我們希望在新埔先辦一些大型的活動去推柿染，可是現在只有我們一個工坊在推，農會也有在推，現在農會有一些課程，幾乎都是金漢那邊去做的，金漢老闆娘去新埔農會教，自己本身也有一些產品，我想應該都是缺少人力去製作，所以我們才會請多元的，有人力來我們才有辦法去生產，我們技術是有，但是就是缺少人力，才會申請多元的人力進來。

一般我們出去，大家的反應都還不錯，都還滿喜歡，因為我們接觸到一些老師、教授，她們都很喜歡我們的東西，我們提計畫去做簡報，大家都一片藍，我們要去報告時，評審說終於可以不要看到藍了，可以看到不一樣的顏色，他們覺得很驚訝，就會問了很多的問題，每次我們簡報的時間只有十分鐘，但是都會拖很久。

藍染的顏色畢竟還是會退，像我們老師的藍染都要反覆、反覆染色，老師染的是不會退，相對功就要很多。老師也有心想推柿染，但真的是人力不足，我們就是因為人力不足，我們才會想說要人力的進駐，這些媽媽學了一些技術，到時候三年期計畫結束，我們沒有辦法請這麼多人的話，我們也希望能夠輔導他，在自己家裡做，做小型的工廠，小型的染坊。而且他們進來，我們也會教她們包包的製作方式，一開始玲慧會找我，是因為早期我在做拼布，其實很多個都是做拼布的，做拼布的才會喜歡布，玲慧知道我做，才會來找我，染布我從來沒碰過，其實以前我不大喜歡柿染的顏色，因為我們看習慣拼布花花綠綠的顏色，突然接觸到柿染的顏色，有時不太能適應。老師也開了一些色彩學的課，儘量讓我們去多吸收一點。(訪談資料 E1-09)

Q：如何永續經營？

我們曾想過成立合作社，由好幾個人共同出資去經營，合作社就很複雜了，我們想目前還是以協會的方式運作，將來可能就幾個比較志同道合的等退休後一起來經營，以後可能轉型成自己的事業在經營，這幾年下來，會離開的都已經離開了，留下來的都是向心力比較好的，大家都比較認同這一塊的，所以我們私底下有一個共識，等以後我們可以全心投入的時候，我們就會全心投入，因為我們有企畫人才，像蔡所長就很會寫企畫案，一些帳務等我們就分工合作，行銷什麼

大家就一起做，慢慢把柿染推出去，說到企業不太可能，就是一個合作社，或是一個比較商業的經營。我們知道像藍染很多會走向分裂，我們已經提早分裂了，我們在還沒有開始運作的時候，就有一點，他認為這邊沒有辦法達成，他就出走了，留下來的就是比較認同這一塊的，我們就慢慢的，我們的步調真的很慢，94年到現在快七年了，應該要很有發展了，可是我們的步調真的很慢，我們就慢慢的做著來，以申請政府的經費為主，這幾年透過政府方面累積了一些經費，將來才好運做，不過還是要逐步脫離政府的輔導，多元計畫三年輔導期過後，還是要靠自己，自己要去接案子，之後會走比較商業性的。(訪談資料 E1-10)

雖然我會做，但是我沒有辦法八小時在這邊，今年我就把車工不錯的春蘭拉進來帶領她們，春蘭是接觸到柿染之後才走出家庭接觸社會，她的轉變很大。

我是五年三班的，柿染前的工作經驗？我新竹高商畢業之後就是做代書，是爸爸一手調教出來的，那時候爸爸有請人，我又找不到好工作（會計），爸爸說就回來做，等想念書時再去念書，我就回來做做到現在。

Q：產品是如何製作？

我們幾個會去想，我們會參考別人的，如果我們覺得什麼包款不錯，我們不可能做得一模一樣，他的尺寸大小我們會量起來，我們自己會畫、會設計，因為我們會做拼布，從小就喜歡服裝、喜歡車一些東西，所以自然而然做東西對我們就不那麼困難，其實老師來也有教產品的設計，多少的尺寸比例是最完整的，你就是把他畫成縮小的，我們幾個都會畫，會把自己中意的包款做改良，我們自己會打樣先做一個，覺得做出來的效果不錯，再交給她們去做。

可是去年有些袋子銷路不好，我們還是會去做修正，先做一些，因為我們數量太少，本來是單個單個，老師說這樣不行，一個東西至少做十件，也許哪天去做展出，不會一拿就沒有了，可使我們現在有比較精緻還是只有一個，有時候也做不出一模一樣的第二個，所以我們會跟客人說這個包款有十個，但十個的花樣不一樣，因為從染工開始就是用手工去染，所以一塊布會類似但不會有一樣的，因此有它的獨特性，現在設計還是我們在做，以後會朝向和設計師合作，因為設計師的比較接近流行，他們的敏銳度會比較高。

我們這幾年暑假，陸陸續續都有請一些工讀生，可是畢竟她們是學生，他們學習的還沒有那麼精緻，做出來的產品還沒有那麼好，去年就請了兩位就讀設計科系的學生，可是發現學生的經驗還是不夠，能力還是不足，所以他們設計的衣服會偏向自己喜歡的，但是我們還是會找一些年輕人進入我們這個區塊，因為我們的小朋友也已經大了，像我女兒今年要考大學了，他是滿喜歡畫的，等他考完，可能會請他做一些設計，當然希望自己的孩子能夠投入，我曾跟他說：媽媽如果柿染做得好的話，希望他能接著繼續做下去。我是希望慢慢把他帶進來，但我女兒比較懶，他倒是像我滿喜歡縫紉的，他現在學美術，如果你走美術或設計都可以，他想走服裝設計，我說你就去學設計這方面，將來投入柿染這一塊。我兒子比較不可能，他是念機械的。(一對兒女)

Q：如何行銷推廣？

哪裡有展出我們就去配合，去年是地產基金的關係，我們是沒有真正自己帶著產品去推銷，以後會朝這塊發展，今年人力比較多了，我們就專門請了一個小姐做解說及行銷，他的行銷能力滿強的，他來這裡接待的客人幾乎都會買一些產品，所以今年我們又把他留下來，他本來是做製作產品的，就轉做行銷，之後我們陸陸續續去啜點的時候，就會帶著他和專案經理人（春景）一起出去，去年都還沒有做到啜點，我們還打算和在地的業者合作，她們裡面的布置可以用一些我們的東西，現在我們和金谷農場和衛味佳已經有長期的合作，漸漸的和在地的業者合作會比較容易推。（訪談資料 E1-11）

Q：製作過程？

藍染要染很多次顏色才會豐富，可是我們柿染染一次色澤就有了，染太多次布會變硬，我試過把布染個五六次，布會硬的不得了，我們反而不能像藍染可以重覆的染，我們柿染適合去曬，讓它自然去發色，前幾年染的布顏色實在不喜歡，最近拿出來顏色變了，它需要時間的累積去改變他的顏色，讓他去氧化，一開始色是出不來的，要經過時間，顏色才會出來。（訪談資料 E1-12）

Q：布染完多久才會拿來製作？

我們覺得說布還是要經過時間讓它發酵，讓它去做一些改變，之前的布已經陸陸續續用完，現在頂多兩年的布，已經很了不起了，所以我們還是會趁有空閒太陽大的時候多染一些布，在不是柿子的季節或比較冷的天氣來製作，所以現在我們在製作，等到五、六月開始染、榨汁，就忙到年底，一年就這樣子過了。

Q：女兒是否有意學習？

之前缺人手時，曾帶他來幫忙，但小孩子總是有點懶洋洋，但最近我跟他提時，他卻笑笑的說也是可以，雖然染布很累，但我們累得還滿開心，我們的腰會覺得很痠，常常第二天累得腰痠背痛，可是還是覺得很開心，因為和志同道合的人一起玩，大家都很开心。

Q：柿染手藝如何傳承？

我們現在是有一定的手藝，像暑期工讀招一些年輕人，我們希望在地的人投入這一塊，我們會在小學、國中做一些推廣，讓她們知道柿染這個東西，從學校做起比較快，我們現在就在印製宣傳單，其實我們成立工坊或辦活動我們都會發一些邀請卡給學校，有些校長就會過來參與，像去年我們就和新星國小合作過一次，新埔國中之前也有做過一次，有教師的研習，也有小朋友的體驗，滿辛苦的，要整桶染汁帶到學校去，要用我們特製的鍋子，新星國小推了，新埔國小也推了，新星國小離工坊近，就請他們到工坊比較方便，場地也比較好，新埔國中是針對特殊教育的班級去做，北平國小去年有個主任來找過我們，希望今年可以跟我們做個結合，看他計畫寫得如何，照門國小也去過幫它染一些東西，春景曾在照門代過課，他也會去推一些，他們會覺得玩染布還滿有趣的，但煮染方面他們能夠參與的並不多，後面都是我們在做，像去年小朋友就玩得很開心，給小朋友綁，給小朋友丟進去，到最後給他們拆，每個人都染一小塊方巾回去，大的部分就大家（一組）一起合作（訪談資料 E1-13），像去年新星國小就染了十二

條桌巾，依照學校的需要去做規劃。

Q：柿染何處包含客家的精神或文化？

柿染就是古樸，客家人就是古樸的個性，不是很喜歡花俏，雖然說客家花布，可是沒有人把客家花布穿在身上，只是運用在生活物品上，例如：枕頭、棉被，但是柿染可以當作衣服，我覺得柿染古樸的個性和客家人比較像，柿染染得久布會變得硬挺，有客家人硬頸的精神，其實你和客家人相處久了，你會發現客家人比較交心，我覺得客家人還不錯。（訪談資料 E1-14）

我是新埔客家人，我本來住在照門，後來才搬到街上來，我和劉家悶雞老闆同年，我們都是鄉下的小孩。

我先生也是新埔客家人，他就是我 94 年投入柿染那年過世的，他原來在公所上班，是一個公務人員，也這麼多年了還好啦，婆婆還滿體諒我的，現在還跟婆婆及小叔一起住，婆婆已經八十七歲了，婆婆本來對我就很好，所以我就一直住在家裡，小孩子也滿喜歡住在鄉下的，到鎮上車程大概十分鐘左右，我跟玲慧會這麼熟，也是因為我先生以前在公所上班，玲慧以前專門在新埔國小當故事媽媽的，我們這群也是他帶出來的，他走故事媽媽這一塊走得很久，等於新埔的故事媽媽都是他帶起來的，我女兒在新星國小二年級我就開始當故事媽媽，一直講到小五，我先生過世，我就沒有再繼續講。

假日在忙柿染，生活其實也過得很快，至少有個寄託在，就不會想得太多。林老師可能都不知道，因為我很少提這件事，連衛味佳老闆理事長也不知道，她們知道我有小孩，可是從來沒有提我先生的事，只有比較熟的朋友知道，因為我覺得你去跟別人談太多這件事情，有時別人的眼光就很奇怪。我現在是單身的婦女，但是不希望太多人了解這一塊，有時別人會跟你開一些玩笑，我不太喜歡，因為我在娘家上班，也避掉許多不必要的煩惱，回娘家上班是一個滿好的保護傘，我還滿慶幸的，娘家對我的支持，且婆婆對我也不錯，嫁過去之後，婆婆對我的信任比對先生的信任還大，嫁過去沒多久，什麼東西都交給我保管，像存摺，我說誰叫你講不聽，我先生是交朋友講義氣的人，對親情這一塊投入比較少，我現在就會叮嚀我兒子，不管如何，家人要看重一點，就是擔心我兒子喜歡交朋友和他爸爸很像。

Q：成立工坊遇到的困境？

從一開始成立工坊人和的問題就很大，會離開的都已經離開，留下來的這些人，人和的問題沒這麼大，但還是會有一些意見不合，有些人的觀念會說現在工坊有賺錢了，我是不是可以拿一點錢，幾乎大部分的錢都歸在公庫，有些人會說我都來幫忙了為什麼拿不到一些錢，人家都領薪水了，有些人就會認為我到這裡來就是要獲得一些利益，如果在這裡拿不到一些好處，他就會想離開，那些人也就陸陸續續離開了，我們當時碰到人和的問題就是最大的問題。這幾年，說真的留下來的都是滿肯奉獻的人，我說哪裡需要幫忙，假日缺少人手，她們都會主動過來幫忙，這些人都不太會在意金錢的問題，雖然有些家裡經濟也不是那麼好，但是只要有時間他都會過來幫忙，我覺得還是人和的問題最嚴重，賺不賺錢倒其

次，人和才能把大家凝聚在一起，我很慶幸我們提早遇到人和的問題，這樣對我們後續的發展會比較好。

當初我們在金漢離開的時候，就有種被強迫性的推開，後面的風風雨雨很多，我們也是陸陸續續才聽到一些風聲，說我們丟掉她們、不要她們，自己想獨立，我們搬家那天玲慧並沒有去，我們還坐下來跟班長聊，說我們是不是可以繼續在這裡發展下去，可是她很斬釘截鐵的說，我不想再碰這一塊，可是之後的做法卻完全不是這樣，我們只有委屈往肚裡吞，我們也沒有特地去做反擊。

Q：自己是怎樣的一個人？會投入柿染？

因為喜歡染，本來不太能接受到很喜歡柿染，有時在家裡空閒的時候，就會去染布，我們這幾個都已經很投入，在家裡都會想去染一些布，趕快去做一些東西。就是很單純的喜歡染、喜歡製作到投入，剛開始也沒有很大的野心想要發展成怎樣，一步一步走下來，到了一個地方，就有一股力量促使你又往前跨一步，我們也沒有把目標訂的很大，想說我現在有精力、有時間我就盡量投入，我們步調已經很緩慢了，像我們找不到地方可以染布了，突然就鎮長一句話你們可以租下它，我們就借用這個地方，我們又往前一步。

Q：為什麼要成立協會？

成立協會我們才不用借用人家的名義去向政府申請一些補助，可以用我們自己的名義，剛開始成立協會只是想說有一個協會可以運作，可以申請一些計畫來繼續精進我們的技藝，只有這個單純的想法，可是走到協會成立之後，慢慢的走到有個工坊，又再往前推，之後能力更好了，我們是不是乾脆買塊地，來種些柿子，慢慢的，背後好像一直有人在推你前進，技藝我們還是自己來，可是有些人認為我們只是單純做技藝的教學，不像金漢有商品的販售，但是我們工坊成立後，也在做產品的部分，只是當時沒有人力，我們就是慢慢的往前推，可以推到什麼地步，我們也不知道，我們有想說將來是不是買塊地、種些柿子就可以榨汁，如果夢想大一點，能夠有自己的一塊地自己蓋，我們都要全心投入，就不用租借場地，我們可以規畫得更好，從有柿子、柿染到產品，可以做一個教學，大家都是有一個默契之下去做這些事情。

你為什麼要這麼累，有必要成立工坊嗎？其實工坊要成立不太簡單，就一個負責人，但其他問題接踵而來，合作社也是會有很多問題，所以我們一直在考慮這個問題，但是有人說如果妳以後要走商業的經營，就會慢慢朝向那邊，我們現在就扎扎實實的做著來。

Q：有社會資源？

跟公所，因為玲慧在公所，所以相對的會有比較多的資源放在柿染，可是有些風聲就會出來，說玲慧太照顧我們這邊，像去年、前年地產基金的問題，他是推雙柿產業，柿餅業者就不服氣，認為把過多的資源投入在我們柿染，她們看到我們的展示間，就認為好像投入過多的資源在我們這邊，我們這邊能整的地方就這樣子，你看到處斑駁，因為漏水很嚴重，沒有辦法整，所以這要花很多經費，我們也覺得不太適合，所以這幾年一直都是公家的錢進來，去年才有個展示地

方，不到一年的時間，樓上就到處斑駁，就呈現原貌，讓別人了解我們是多克難在使用這個地方，因為我們也不知道這個地方可以借多久，所以我們隨時還是要有個心理準備，還沒租借這個場地前，我們本來想要在外面租個房子，可是一個月的房租就要一萬多，一整年的房租就會把我們之前累積的經費全部消耗掉，還好是有這個地方，我們突然間遇到問題，好像就有一股力量幫你解決問題，還好鎮長很支持我們，他也希望我們把柿染推好一點，能夠代表新埔，也是因為有他們在推，我們才有辦法走下去。

我們步調很慢，你看我們行銷也還沒去做，一些文宣也還沒去做，所以我有交代專案經理人製作文宣，我們準備去廣發文宣，先從新埔做起，再到整個新竹縣，讓大家知道柿染。

後來文化中心起的案子就很討厭，就只能做田野調查，沒有辦法上課，就要染布了，我們哪有時間去做田野調查，所以被上面轟得很厲害，那時是用產業協會的名字去請的，後來我們分開後，就借用九芎湖的名義去請。

Q：創業的建議？

做自己有興趣的事情，那種創業才會有意思，就是對自己熟的，不要去參與一個完全不熟悉的，以前剛開始做拼布，有想說以後是不是就做拼布，可是發現拼布太花錢了，材料貴，你去學也貴，其實我覺得沒有必要，你學日本拼布都是非常貴的布料，你對自己有興趣的，才會做得長久，因為你要投入很多的心力，去學習、去精進技藝，才有辦法創業，我們幾個是能有空閒的時間就盡量學，我們幾個會自發性找一天來做，一起學習，有時候染布一個人玩不起來，很累，一定要大家一起合作，才會長久，所以很多染布都是大家一起染(訪談資料 E1-15)，你看單個人的染坊可能沒有，不太可能你要染又要製作，做自己喜歡的，最好又能結合一些志同道合的夥伴，那會比較好，但財務要獨力啦，就是要用什麼方式，大家要有個共識，因為合夥的東西很難長久。

像陳老師做天染工坊的合夥，最後也是拆了，其實我們是有個默契共識在，就是有一些便宜的工資，但大部分的錢還是歸組織去運作，以後還是朝這個模式去做，這麼多年累積下來，大家也沒有想說去分些東西，我們去年幾乎都是吃老本，除了進駐人力之外，其他都是，因為多元不負擔你的布料和原料採買，除非有利潤，收入才會多，去年我們的收入還是要提存，要留做隔年我們留用人員的薪資，今年我們要算明年留用兩個人的薪資，今年有一個就是協會自己付錢，明年就要負擔兩個人的薪資，將近五十萬，所以今年收入要很多很多，就會很累，其實做多元很累，就是每次為了那些帳在弄。

訪談者：彭竹筠

受訪者：新埔柿染坊 蔡玲慧（F1）

訪談地點：新埔柿染坊

訪談日期：2012年4月27日下午三點到四點半

錄音方式：錄音筆

Q：如何接觸到柿染？

我是新埔在地人，念書時到高中都在新竹地區，大學時就離開了，畢業後就在台北工作，十四、十五年前回來家鄉工作（公所），一直是公務人員，因照顧小孩中間層停頓過，但非基層的工作屬於中央機關，與社區民眾較少接觸，回來家鄉工作覺得和記憶中的家鄉變化很大，剛開始是在兵役課，93年才到農業課（歸見），我的職缺本來就是農業課，可是我本身不是學農的，不知道到農業課要做什麼？之前兵役課的工作很簡單，我還沒到基層工作以前，我的個性很喜歡接觸很多的事物，喜歡上一些社造的課，純粹是興趣，然後在台北帶小孩時曾當過義工媽媽，後來回來後，那時小孩還在國小高年級，我發現鄉下的小學沒有義工，八十幾年回來兵役課還滿空的，就參加了新竹縣市第一屆故事媽媽培訓的課程，想說女兒的班上沒有義工媽媽，自己也常常跟孩子說故事，鎮立圖書館也沒有故事媽媽，於是就在女兒的班上和鎮立圖書館說故事，因為那時時間還滿多的，輔導主任就希望我幫忙寫簡單的計畫案（閱讀計畫），還帶起來新埔國小的故事媽媽班，培訓了好幾期的故事媽媽，後來我到了農業課，就沒有時間做這樣的事情了，後來我發現農業這邊也是可以很多教育訓練的事情，這是我比較熟悉、比較專長的事情，於是我就開始作農民教育這一塊，我的工作是做休閒、做特產，我們新埔的地方特產就是柿餅，那時中央經濟部有一個柿餅產業的輔導計畫案（委外），可是需要找地方來協助，我剛到農業課，還不知道自己要哪一方面事，我時間也有，我就跟著這跟案子，一面學習一面幫忙他，畢竟一個外地人來這裡會比較執行這樣的案子，到底我們對地方還是比較熟悉，讓我更深入去了解柿餅產業，93年我就接觸這跟案子，計畫本來是三年，這是第二年，第一年沒有聚焦在柿餅產業，只是產業輔導，第二年就決定聚焦在柿餅產業，她們急著有成果，那時在地的柿餅產業業者就只有產銷班的班長金漢柿餅，他自己有做一些除了產製販售之外的體驗活動（捏柿餅）或解說，體驗活動是捏柿餅，幾乎已經是最後一道手續，捏一捏成型就可以吃到肚裡，所以很多學校來戶外教學金漢柿餅，金漢場地大可以容納比較多人，輔導計畫也是希望更能拓展這方面的體驗活動，那時我自己有想學植物染，剛好全台灣都在風行藍染，第一個想法是藍染，後來接觸柿餅產業才發現業者在削柿子皮時，都叫遊客不要太靠近，因為汁液噴到衣物會黑黑的洗不乾淨，所以在跟輔導團隊討論之後，我們覺得這或許是一個契機（訪談資料 F1-01），可以做植物染，後來我們倆還都去找資料，我們發現柿餅加工廠，他們的牆壁、他們的衣服，所有地方都是烏黑。

上網打「柿染」，卻找不大到資料，只找到兩筆，一筆是在韓國的農村農事

需要一些服裝，比較耐磨、耐洗所以就用柿汁浸布料做成衣服叫做土布衣，另一筆是在台灣的，文建會把每年的藝術論壇那一年剛好做的是染汁方面的藝術論壇，剛好有一位台灣的陳景林老師邀請了韓國的一位柿染的藝術家（金熙之）來台灣做講座，找到這篇文章我非常高興，起碼台灣有人知道這件事。（93年）

上網打「陳景林」，原來在天染工坊有任教，再打「天染工坊」，就找到了電話號碼，連絡上了陳老師，第一通電話就聊了一個多鐘頭，他要了解我的動機是什麼？存脆才藝班上上就沒了嗎？問了一堆問題，如果只是玩玩他不要，因為他很忙，不想浪費他的時間，且那時他手上正在做第二本專書，那時我手上只有五萬元，我跟老師說五萬元只是一個引子，以後我就是這個，上面看到了我們有心做，明年還會有資源的，以後我們還會繼續努力，人員我全部告訴他 ok 了，社區、學校老師、業者，大家都很有心，後來老師和我約在三峽藍染節，那時藍染節辦得非常好，現在稍微往下走，約在走秀晚會的會場，我、衛味佳、輔導團隊（中衛發展中心）陳一夫先生，我們就一起在那邊見面，那天晚上我們還滿震撼的，藍染節可以辦到這種程度，實在太可怕了。我們很驚訝，藍染才四、五年的發展，竟然可以做到這種程度，我們當然連影子都還沒有見到，可是我們希望未來……。

陳老師很忙，如果我們真的有心，等他比較有空的時候，這一等就來到隔年（94年），老師很願意幫我，鎮長也很支持，五萬元就保留下來，留到第二年做，再加上中衛那邊也有計畫款編一部份的經費，我們和經濟部的輔導案就一起做了第一次的柿染研習，是十二堂課的初階課程，大概有二十幾位的學員，包含了社區媽媽、業者，之前我在學校帶故事媽媽，有好幾位對社區事務都很有心的，她們也一起來上課，到目前為止，這幾位故事媽媽還是協會的中間份子，也就是說對社區事務有投入、有心的人，很可能不管他是什麼領域都願意再繼續下來，所以94年就是第一期的課程，十二堂課結束後，我們辦了小型的成果展，我們邀請鎮長來，鎮長看見了也很訝異，他說：「哇！你們辦到這樣應該叫一些媒體。」因為已經很有規模了，沒想到十二堂就這麼有成果了。

接下來94年年底，我們又請客委會的案子，也是由中衛來執行，裡面有一個再繼續寫生的課程，我們又辦了一個更有規模的成果展，結合其他在旱坑里做一些硬體的工程，在工程竣工典禮上辦成果展，把整個染布掛在戶外展示，這是我們第一次比較大的曝光，接下來是技巧和技藝方面的研習，剛開始我們沒有成立組織，在產業輔導案裡面，他要輔導業者成立一個組織，後來最成立新埔產業文化發展協會，理事長是金漢的老闆—劉興武先生，到現在是第二任，今年應該會改選，我也希望說柿染的成員可以協助協會的成立，所以當初我就跟這些班員說，規定她們上這些課就要加入協會，幫忙協會夠人數來組織協會，後來就變成這個班就附在協會底下，就提了幾年文建會的培訓案，又繼續做了幾次的培訓。

後來我們覺得說要更專業於柿染這部分，之後我們就申請更專業的課程，台灣工藝發展中心（以前的台灣工藝研究所），這邊有更多的專家學者，他們希望我們有固定的屬於我們自己的場域，屬於我們自己的協會，很不容易的在前年（99

年)成立了柿染協會，前幾年我們開始在做體驗活動時，幾乎是 94 年當年就開始做體驗活動，真的是趕鴨子上架，那年柿餅節我們就開始有柿染的體驗活動，之後我們就一直做，後來幾年我們還滿受歡迎的，就變成柿染 DIY 是我們主要的收入，因為商品還沒有成熟，那時候也沒有自己的協會，到組織協會後，我們也覺得要有一些商品出來，不能光靠體驗活動來賺，體驗活動一年頂多賺個十幾萬，不過說實在到現在，體驗活動還是我們最大的收入，今年我們盡量去拓展商品的行銷，成立協會後，剛開始也為地點在傷腦筋，本來是想租房子的，後來鎮長說：「仁愛之家空著啊，你為什麼不跟他借呢？」鎮長就幫忙我們借了，這個讓我覺得身在公門還是有一點優勢，所以就在公所、縣府、縣長的支持底下，我們借了現在的場域，在前年（99 年）新埔公所申請了經濟部的地方產業發展基金的一個計畫「好客新埔 黃金新柿鎮」，在這個計畫協助下，把場域的一些設施弄得比較好一點，還有一些包裝，或是這本「一起柿柿看 新埔的小旅行」手冊，這裡面我也把新埔的所有資源做了整合，當然柿染也在裡面，在這計畫協助，應該說是相輔相成，這樣做起來的。

所以當初純粹是一股.....說實在在 94 年時，我是沒有太大的敢期望說做到怎樣？可是慢慢的這些老班底，大家都有一個信念，就是盡量的走下去，如果到有一天，誠如我們每次計畫寫的，希望柿染能成為代表新埔、代表客家文化的一個產業，一個很有特色的文創產業，目前我們還要加強的是「產品設計」，因為可能形象有了，可是實質的收益面我們還要再加強，若要走長遠，這是必然的。

後來我們發現柿餅產業，目前在台灣有幾家做得還不錯，這個部分也可以協助我們柿餅產業的知名度、人潮，也是協助我們柿染產業的發展，後來我們也發現推柿染是一項還不錯的，當然我們有在地的條件資源，做柿餅的柿子、柿皮的染料取得沒有問題，然後它的特色色彩堅牢度、染色堅牢度、很有他的特色，我們是覺得我們也還滿喜歡這個東西，我們在推我們也是覺得這個特色很不錯，(像第一次向工藝中心提出計畫時，.....老師高興的說今天聽了一天的藍染，終於在一片藍中發一個不一樣的顏色)我們也希望能像藍染一樣名聲大家都知道，可是還是有很多地方不知道什麼是柿染。

其實我們在 94、95、96 年都還在技藝的加強方面，97 年之後曝光率比較高，現在網路搜尋一堆新埔柿染的報導，國立工藝發展中心因為我們的計畫案，之後他們也在他們那邊針對種子老師推了一個課程，有一些是我們的班員出去做一些簡單的課程推廣，基本上還是我們在做，因為我們發現你要做植物染，單一的以個人的獨立工坊來做的話，不是那麼容易，說要成立公司組織我們沒有那個能力，所以現在還是以協會名義大家一起來做，這兩年的多元計畫，讓我們在人員方面，比較有人在做生產，因為其他老班底大多上班的多，所以之前都在假日做，做不了什麼事情，產品也沒辦法量化，所以在多元就業計畫後，人力方面就比較沒有問題，漸漸的產品的量就比較有了，現在我們要求的是質的方面，還有設計方面，東西有了就是行銷通路方面，這一點是我們現在最需要加強的，去年曾短暫的時間在台北紅樓有小櫃子，網路販賣我們這種東西還沒有辦法，因為你說降

低成本，可是手工的不是量產的東西真的是價格不能低到怎麼樣，要了解他的人，才能知道他的價值，但是我們還是會生產些平易近人的東西，就是價位不會太貴的東西，目前我們有朝這方向努力，還有年輕族群，因為這個顏色讓人一看到就會覺得是比較成熟的，年輕人可能沒這麼喜歡，所以這方面我們還在努力。

Q：柿染與客家的連結？

以前我們也有在想他真的是屬於客家的嗎？所以就像桐花，全台都有桐花，可是在客委會吵一吵桐花就變成客家的，所以我們也是，我們知道柿餅產地在新埔，柿子產地不在新埔，在嘉義，她們也有人知道柿染，她們很高興，她們也想，曾經有人來問我們，她們也想做，可是我是覺得柿染就像老師跟我們說的一樣，就是我們必須有在他的文樣，文樣方面怎麼樣代表客家的一些圖騰？或者一些代表性的東西，就必須和在他的事物做結合，像老師帶著我們去做柿子的寫生，我們覺得畫在上面很漂亮，在我們一次次做當中，會有一次次新的發現、新的領悟，柿染這個東西你要他漂亮他需要時間，我們之前做柿汁的時候，可能今年的柿汁就拿來用，後來我們發現，其實柿染在韓國在日本都做得非常好，尤其日本的東西做得很精緻，後來我們發現，他們的柿汁都要熟成過後，放兩、三年的柿汁，可是之前我們沒有辦法，因為我們的柿汁量不夠多，還有儲存方式、儲存地點，之前我們沒有儲存空間，現在有儲存空間了，可是儲存方式我們是在做中學，藍染可能不需要時間，他須要的是次數，而柿染則需要時間，越放顏色會有變化，我們也發現，去年染的布，今年拿出來看顏色不一樣，更深沉、更有它的厚度、更有它的深度，有更穩定的顏色，就像客家人那種勤勞、節儉、耐操、耐勞、要堅持的感覺。(訪談資料 F1-02)

我們有在想說，這東西是不是很快全台灣都有呢？目前看來是沒有，我們也是希望我們可以做出特色，它就真的能代表我們客家文化，如果新竹地區有更多人跟我們一起做我們也樂見其成，可是它真的不是一下子就能上手，馬上就能抓到訣竅，像我們這幾年也是一直學，一直發現他深奧的地方，他的特色和跟其他植物染不一樣的地方，我們也發覺柿染的成品跟氣候有關，我們用同樣的染法，在陰天染出來的效果和晴天染出來的效果不一樣，它是還滿耐人尋味的，再來在台灣染的跟在日本染的因為氣候條件不一樣，染出來的效果絕對不一樣，所以我們也不怕說我們的東西日本也有會有一模一樣的東西，這也是柿染迷人的地方，你的東西可能是獨一無二。(訪談資料 F1-03)

Q：你自己是怎樣的一個人？

我的個性是很喜歡接觸很多事物，都有興趣但廣而不精，我接觸過很多很多東西，任何美的、好的我都喜歡去涉獵一點，以我個人來講要有成就，譬如我去學這個東西，陶藝我也摸過，也不可能持久，也沒有大的成果，可能像才藝班那樣一期、兩期(訪談資料 F1-04)，可是以我現在身在公門，我覺得做產業輔導，我希望看到他有成果，可是我也發現這個東西真的不是單打獨鬥有辦法的，不管像我在做休閒產業、休閒農業，我也發現社區有一群人在努力，為這個休閒產業在付出，自然而然就可以看到成果，以新埔來講，各個社區以九芎湖能做出成果

來，就是他們的堅持、他們的努力，有一群人在做，可是別的社區一樣在做，為什麼不能達到這樣的境界？我就發現人是一個最重要的因素，所以我知道我自己的個性，我在做產業輔導，我希望他能成功，我會盡我的力量來協助這個產業，而且說實在我是本地人，我有在地的的情感，我不可能說做一做就跑掉了，不管是柿染還是其他產業，我都願意盡心的為這個地方在努力（訪談資料 F1-05）。我的個性廣而不精，我也知道以我個人的力量，像我現在還在工作，所以我也沒有太大的時間去專注、去專研在技藝這方面，可是我是站在跟他們一起努力，因為我也是柿染協會的成員，所以我是自己也投入下去，不存脆是站在公部門輔導的立場，當然輔導是我絕對要做的，我也是跟他們一起走這條路，可是在技巧的方面，在技藝的學習方面，我就真的是比蜻蜓點水好一點，然後技巧就看他們的，其他的輔導、行政方面、補助計畫、課程我就幫助他們，也和大家一起討論未來的走向，我覺得我們班員有幾個她們可以專注，需要幾個人可以專注在這個產業上面，像我們的總幹事和幾個老班員，他們會一心的努力的在柿染繼續去專精技藝，他們的技巧不管是染布，甚至產品的製作，他們都非常的努力，他們的能力也很好，所以我覺得如果光靠我這個部份是不太行。（訪談資料 F1-06）

Q：產品的創新？

我們現在這裡面有幾位比較有打版、設計的能力，可是我會覺得大家在這方面要比較特殊、比較不一樣，我想大家的訓練還是需要多去看更多外面的東西，或是引進一些年輕族群的喜好，或針對年輕族群來設計產品，大家在這方面是比較弱的，或許我們還需要一些年輕的有能力的設計人才來投入，或許我們也可以外尋一些更專業的設計人員來幫助我們，或者一些老師來幫助我們，因為大家在這方面是還不夠的，因為我會比較常去看一些東西，我覺得大家的視野必須要擴大一下，去接觸更多外面的訊息，或者去看一些更好的東西，這方面大家涉獵的還不夠，我不做可是我看的多，這是針對我們的班員來講，我覺得多元的人力更需要這方面的訓練，他們接觸的面更窄，需要多看、多聽，不只是在染布，而是多方面的。

Q：目前困境？

行銷推廣是最弱的，光有好的產品，光有一堆東西，都賣不出去，這等於零，我覺得這方面我們自己的能力還太弱（訪談資料 F1-07），雖然多元計畫有個專案經理，這方面本來是專案經理必須要做的，可是可能還要再加強一些，我們沒有這些時間，能力方面還是需要專業人員，我們是盡量做，不行的話再請專業人員來做。

Q：永續經營？

剛才說的缺點都能克服的話，今午開完會，多元計畫已經是第二年，一定要有所突破，今年各方面（人員、訓練、製作）當然是有比去年好，這是絕對要有的，可是第二年在產品的生產和販售方面，沒有更大的進步的話，我覺得第三年很難了，第三年之後當然有相對補助，我們有看到其他走過三年多元計畫的人，三年之後的路也是很辛苦，之後就要靠自己了，當你公部門的補助都撤掉後，你

怎麼走下去？你一定要在這兩年打穩你的基礎，不然以後很難，還有一個人員方面，我們有看到一些人，他們跟我們分享，三年後繼續經營自己付薪水，他們還是發現人的問題很大，即使自己付薪水請來的人，他們的投入度也不夠，這部分影響很大，雖然做不到企業的規模，但人員的管理方面要向企業學習，我們幾個也有個想法，再過幾年我們都要退休了，我們希望柿染的步伐穩了，我們也可以全心投入了，我們也知道這種有點像小本經營的東西是要靠自己，如果有一天可以走到很好的發展，當然是我們很樂見的，可是在目前來講，我們覺得我們還有很多難題沒有克服，我們是不是可以走到那樣子我們不知道。

Q：歷程困境？

據點的突破，因為之前真的很辛苦，據點搬遷好幾次，本來是要租房子，但租金一直談不攏，因為全年沒賺什麼錢，就要全部投入租金，覺得不值得，所以有一個據點對我們來說，就像大家工作了一輩子終於有了一個自己的家的感覺，有歸屬了，終於可以好好做事了，我們也很擔心不知道可以使用幾年，因為這是縣產，合約是一年打一次，然後合約中有個條文，縣府要用時隨時可收回，當然可以拿回去，因為是無償借用，無償借用我們已經非常感恩了，起碼這幾年應該沒有問題，趕快站穩腳步，趕快賺夠一些錢，免得有一天我們要自付租，當然地點解決了，人員也穩定了，我們現在有八、九個人工作已經非常好了，就是能力方面再提升，產品做好、行銷做好，講很簡單執行起來還是有點困難。

Q：創業的建議？

自己的本錢一定要有，自己的能力一定要有，其實我很佩服一些創業有成的女性，可能他原來沒什麼本，可是她卻能夠打下一片天，那個才是我要學習的，我滿佩服他的，我覺得我自己是缺少那一股能力，我覺得我比較沒有做生意的能力，我們幾個在開會時，我就曾說我們這幾個都是缺乏生意腦筋的人，還有企圖心，大家企圖心不是太強，關於要去努力賺錢創業的企圖心真的還不夠，雖然我們有想要，可是我覺得大家沒有非常的強烈。

Q：幾年幾班？

四年七班，因為像我說的，我對很多事物都滿有興趣，一直保持對事物學習的熱忱，我現在因為工作很忙，已經很少再去學習新的事物了，不然以前我會常常去接觸、去上課，碰到很多不一樣的東西，我對好玩的東西就想去接觸，比較深硬的東西我就覺得很討厭（訪談資料 F1-08），跟小朋友接觸的那段時間我覺得還滿愉快的，就是做故事媽媽的時候，都在看故事書，都在跟小朋友接觸，後來就跟農民跟大人接觸比較多，我現在農業那部份還繼續在做，又接托兒所的所長，我又開始接觸小朋友的東西，我覺得還滿高興，雖然事物比較多，所以我的心境、心情上一直保有愉悅感。

Q：柿染技藝的傳承？

其實她們從第一年開始，有些人是沿用的，幾乎第一年的人都沿用下來，我覺得他們的能力應該滿強的，若留了三年以後，我們曾跟他們說，如果你們認真的學習，之後可能染布的部分沒辦法獨立作業，還是要靠大家協會的組織來做，

我覺得他們在車縫的部分已經有相當的能力之後，以後他們要自己做或我們有東西請他們代工，起碼在多元這部分我們已經訓練出一批人力，至於在學校推廣這部分，我們也希望說，像現在我們要發給新竹縣各中小學訊息，關於柿染的體驗活動的宣傳資料，我們希望先從學校推廣開始做起，讓學生知道新竹有這個東西。(訪談資料 F1-09)

我小時候也沒有看過曬柿子，雖然距離只有兩公里，因為旱坑里以前是垃圾場和公墓，我們是不會到這個地方，我是後來回來以後接觸這個產業才發現，這麼近的地方連我的家人都沒有去過，也是我帶他們去的，現在我們也慢慢推廣遊程來帶領柿子產業，所以這幾年的遊程我都把柿染納入，所以已經很多人來接觸到這個部份，漸漸的柿染產業會讓大家都知道。(訪談資料 F1-10)

Q：小孩是否學習？（一個女兒，念研究所）

我小孩有幫忙做過體驗活動，其實我們班員的小孩只要不是很大已經在外工作，都來協助過體驗活動，人手不足時都叫他們幫忙，因為都還在學，如果他學的和柿染比較沒有相關，他們自己學的專業部分還滿忙的，所以我小孩了解這個東西也會幫忙，可是她不會繼續再深入的專研，因為他自己的專業還更需要時間來學習。

Q：你的專業？

我本身不是學農的，是學水產的，但是有相關，所以我的職缺才會在農業課，可是水產不是我的興趣，本來有機會朝音樂方面發展的，後來念水產後就放掉了，國中時音樂老師叫我考音樂，美術老師叫我考美術，就是那時候接觸的事物，所以興趣很廣泛，後來就廣而不精，什麼都接觸，什麼都接觸的意思是說看到東西會講但是做不出來，會分析和鑒賞，提出一些意見。

Q：新埔的轉變？

我是住在街上，首先是民國八十年馬路拓寬了整個都改觀了，像我們家整個都蓋過了，所以我滿緬懷過去，很懷念以前的老街，中正路上拆掉的房子，以前真的是很有味道的客家小鎮，可是馬路拓寬就是兩旁停車，以前是單行道兩旁不能停車，拓寬以後就變停車場，常常會懷念如果沒有拆掉會多好，連我們自己家以前也是很有感覺的房子，以前家裡是檜木，拆掉後是鋼筋水泥，以現在來講，新埔發展真的比較慢，雖然街上馬路是拓寬了，跟其他鄉鎮來比，商業行為真的比較緩慢，緩慢也有緩慢的好處，沒有那麼多外來的人，起碼在人心、人性上比較保有客家純樸的鄉鎮的感覺。(訪談資料 F1-11)

Q：產業的發展？

以農業為主，但也慢慢走下坡，整個台灣都一樣慢慢走下坡，像這幾年水梨產量減少，樹也砍了不少，像柿餅業者本來有二十幾家，現在不到二十家，各方面都是一樣，像稻田休耕的越來越多，農產政策或農產品價格上揚，農事辛苦下一代不願意做。(訪談資料 F1-12)

Q：新埔的特色？

離開家以前不覺得，後來離開家回來以後才覺得新埔版條真好吃，反正回來

一定要吃板條和煙腸，外地人可能只吃板條，不知道煙腸，我們是從小吃煙腸長大的，所以我們以前就知道這樣子，實際上其實以前的水梨和橘子都很好吃，可是那時候我們不覺得，反正這裡就是有這個東西，現在回來才知道，原來這些都是我們的特產（訪談資料 F1-13）。現在因為有老的建物的關係，而有了古蹟，後來才發現原來新埔也算古蹟，密度、數量都維護得很好，以前我們不知道，回來才知道，以前我們常經過也不會特意去注意的建築，現在是古蹟，現在才發現原來自己擁有一些很好的東西。

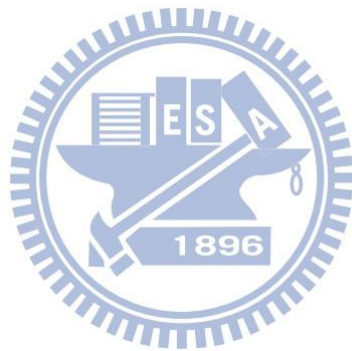
Q：資源的連結？

透過申請計畫獲得經費補助，可以上課學習技藝，縣長、鎮長都很支持，這方面對我們有很大的助益，前幾年我們自己努力爭取了小額的研習課程經費，地產基金也幫了很大的忙，接下來是我們自己還要努力（訪談資料 F1-14），以前我們提計畫時有個老師說，他觀察了很多社區，某個產業可以做下去或做出一點成果，基本上就是「人」，在地有一群人在努力，然後有一些人長期在輔導，在帶領這個團體，就是專家學者這部分，所以這部分我們要很感謝陳老師和馬老師，他們就一路陪著我們從 94 年一直走到現在，老師現在也很忙，可是我們有問題就是請教老師，前幾年老師是真的投入很多精神和時間，來帶領著我們，這樣一路走下來，這一點真的很感恩，所以我們跟老師也是有緣份。

Q：想像中的柿染？

我希望有一天柿染會變成一個高質感的東西，我們做出的作品是媒介，是讓人家愛不釋手的東西，柿染可以做的東西層面很廣泛，家飾品、包袋、玩偶等，我一直跟大家講，它的特色我們還沒有讓大家知道，因為它在日本的宣傳上面都說防腐抗菌，這部份我們還要嘗試做實驗，如果它真的在防腐抗菌方面有功效的話，還有一點，我們有一天可以打出健康環保，譬如說連小寶寶的衣服，可能每個小寶寶都必須要穿我們的衣服，我是希望它可以變成大眾化的，像健康環保方面的，譬如說襪子防臭，我是希望我們可以做到把柿染的特色發揮出來，還有一點，就是它高質感的部分，譬如說做成皮包、做成衣服，都會讓人家眼睛一亮，每一件作品，每一件出來的東西，真的是質精，款式美，我們還要再加強，之後在新埔國小旁會有一個新埔宗祠文化導覽館，它是新埔國小校長宿舍，已經有百年歷史的日式宿舍，現在已經用歷史建物把它完成了，五月份驗收，大概六月份會開幕，開幕之後我們的東西會進駐，因為它就在街上，就在車站附近，在新埔國小旁邊，而且新埔國小下操場，假日都是收費停車場，所以以後我們都會這樣子來行銷，這樣在街上就有點，之前我們也曾經在街上找點，可是租金很貴，現在有一個能讓我們的东西展示的櫥窗，會更好來做行銷，當然我們也更希望能在大都會地區有點，不過先從在地做起。還有一個我們要努力的是客委會的客家商品的部份我們還沒有進去，客委會的行銷能力是很強的，如果我們進去的話，透過客委會的行銷能力幫助會很大，我們有看到別人的成果，這一點是我們今年絕對絕對要努力的。之前是因為還沒有量產，沒有東西沒辦法銷。

我們每個月開一次會，我們都假日染布，假日有一天叫做染布日，我們染一方面也會研究一些東西，我之前是沒有想過會走到現在，雖然當初看到藍染時嚇了一大跳，可是現在藍染就分成很多個體戶。



訪談者：彭竹筠

受訪者：新埔柿染坊 徐春景（G1）

訪談地點：新埔柿染坊

訪談日期：2012 年 4 月 10 日下午三點到四點半

錄音方式：錄音筆

Q：新埔這個客家庄最大的特色？

新埔鎮的客家人比例非常高。

Q：新埔以啥聞名？

我是嫁到新埔的客家媳婦，我本身是橫山鄉客家人，結婚今年第十年。論季節來說，一年四季就是版條，桔醬，因為新埔早期是柑桔的大宗產地，新埔是一個集散重地，所以一直到現在九芎湖的柑桔還是很有名，品質不錯，很好吃，柑桔是屬於冬天的產物，夏天則是新埔高接梨（7-9 月），這也很有名，只是有很多人會以為說三星上將梨、三灣梨很有名，那是後來新埔客家人比較低調，比較不懂得去包裝行銷，所以很多遊客到新埔買過高接梨後，一樣的品種價格會比三星上將梨、三灣梨低，且品質不輸他們，所以新埔的高接梨不錯吃，價格也比有名的高接梨便宜，高接梨的季節結束之後，接著就是柿餅，一直到年底，柿餅收尾接著就是柑桔，還有新埔農會有在推香米，有在推新埔良質米，所以那時新埔的桔醬很有名，桔醬是客家飲食的代表，新埔還有一個吃的名產叫水煙腸（灌腸），外地很難買的到，還滿有特色的，新埔的古蹟是鄉鎮密集度最高的，新埔鎮的人大多務農，種些農產品。（訪談資料 G1-01）

Q：新埔過去和現在的轉變？

其實我覺得我很喜歡新埔就是說，他不會向別的地方突然變化很大，很符合人家說的小鄉鎮，改變步調沒有起伏很大，會覺得是個 long stay 的地方，至少你不會覺得說環境改變太快，因為環境改變太快造成物價上漲，物價上漲也許是外地人帶起的，原本在地人也許是靠務農的收入，但是他的收入無法去應付物價的支出，就像內彎，你看那條老街，相對的種種物價也調升，可是我覺得新埔還算 ok，新埔不是個物價波動太快的地方，改變沒有很大，沒有被太多的變化所汙染，保有它純樸的一面。（訪談資料 G1-02）

Q：對客家柿染的想像，或經營理念？

我們希望客家柿染能結合時尚，因為柿染是比較成熟、內斂的色彩，對於有些人喜歡色彩鮮豔的，可能不大喜歡柿染，可是我們柿染的顏色很耐看，你越看會覺得越有味道，所以我們希望能結合時尚，相對的我們必須在款式上面做變化、在設計上面做變化，不然有些人會覺得，這不是上了點年紀的人在用的嗎？所以我們也希望我們的一些東西，有比較年輕化的設計，跟時尚一點的設計。

Q：誰在設計？如何設計？

我們協會裡有很多本身會做拼布的成員，每個人都會貢獻一些包款，所以你現在看到的包款都是出自於不同人的手中，有一次有個遊客挑了五個包，結果都

是同一個人做的，因為風格很像，這是他喜歡的風格，還說改天要好好認識一下這個作者，因為彼此 style 很契合。其實目前來講，這些款大部份都是會員的款，一部份是後來多元就業，我們的進用人員，有一個也是會員，他也是負責設計打版，我們就會一起討論，要設計什麼款，書包要怎麼做比較好看，包款要怎麼設計比較好看，我會用我的年齡層來看，如果是我買，我會買哪種款式，然後我們去開發、研發屬於我們這個年齡層的款式，就會別於其他的款式，我們就會去討論、去打樣、去打版、去開發，多元進來以後，我們比較會去開發一些新款式，我們打樣、打版、設計好，版都出來了，我們自己做起來 ok 了，就會請進用人員去做生產。相對的我們不知道市場好不好，所以我們一次生產量不會太大，一個款產量會在十個以內，小東西大概十幾個，大包款大概五到十個，我們希望未來如果可以，我們是慢慢在尋找風格和我們契合的設計師，走比較時尚的設計師，跟我們合作，幫我們設計，也許他不會打版，我們會想辦法幫他打版，他只要負責幫我們把款設計出來，其實前兩年我們就有這樣想找一個或兩個設計師合作，至少風格就不會那麼單一款，我們未來想這樣做，因為我們本身不是學設計，可能東西就沒有那麼有設計感，只能說大概、大概做一些一般款。

Q：為何投入柿染？

因緣際會，其實那時公所蔡小姐和中衛陳一夫先生在找新埔在地的有特色的產業，後來推柿染，就去找教柿染的老師來開課，蔡小姐通知我去聽聽看、學學看的時候，那一梯課已經是最後一堂了，我們本來是接受水保局的計畫，因為我們家老公是種高接梨務農的，我們屬於年輕一代的比較有想法，所以水保局的一些計畫、一些課程就希望年輕人可以去學習，那時候我們就有參與一些課程，那時蔡小姐就問我要不要上柿染的課程，我說好呀！不過這禮拜是最後一堂課你要不要來聽聽看，雖然是最後一堂課，我還是抱著寶寶去上課，聽一聽覺得很有興趣，是新埔一個在地的特色---柿染。（訪談資料 G1-03）

以前我沒有玩過植物染，染布染完以後還可以做東西，剛開始只有學染布，沒有學製作東西，製作東西是後來我們慢慢去學，以前染了一些布不知道要做什麼？然後我們就去學，剛進去覺得很有興趣，蔡小姐就說以後我們還會再開課，再通知妳來上？我說好呀！那時候我把工作放掉，想全心帶小孩，他說反正妳沒上班，開課的時候妳來上，所以第二梯次課開的時候，我就帶著寶寶去上課，之後每一梯次課我就一路跟，反正我們這裡一堆開國元老就一路跟到現在（訪談資料 G1-04），慢慢的學了幾年後就發現染了一堆布，永遠染布也沒意思，我們就幾個人約一約跑到關西的一個鄉土文化協會去學拼布，他們有請一個老師教我們用客家花布做一些包包、袋袋，從基本開始學，學了幾梯下來，花布的技巧會了，我們就試著把我們染的布做成包袋，慢慢的會想辦法去找一些圖案，學自己看要怎麼打版，所以一路走來，從開始學染布，到自己想辦法學拼布，再把它做運用，不然一些布就一直躺著。（訪談資料 G1-05）

衣服是後來我們要求老師幫我們安排一個做衣服的老師進來教我們，但是課堂不多，老師說挑你喜歡的衣服款，如果有型版最好，就不用再打版，除非你真

的非常喜歡那件衣服可是沒有版，老師可能會想辦法幫我們把版打下來，把版臨在紙上，再把紙壓在布上剪裁，老師就教我們先車哪裡再車哪裡，做一些組合拼起來，所以是先有布包再有衣服，布包我們會打版不成問題，但衣服就沒有，所以今年我們有幾個去學打版，這是必要的，不能永遠只是把書本的版臨下來，也許你想要有設計性的東西，所以我們自己會到外面上一些課。(訪談資料 G1-06)

Q：柿染的特點？

我覺得柿染很耐看，我們常講他叫太陽染、日光染，就是很耐曬，越曬越漂亮，顏色如果要飽和，就是要曬，越曬顏色的飽和度就會越高，一般的植物染曬了之後顏色會褪掉，可是柿染不會，柿染是越曬越漂亮，它需要陽光，相對的本身因為有膠質跟單寧酸，染完後也比較耐洗不會退色，所以跟一般植物染是剛好相反，一般植物染洗了幾次之後，顏色就慢慢淡了，但是柿染不太會，所以我覺得比一般化學染來的環保，比一般植物染來的持久，我們叫他柿染，換個角度來講，他就叫做太陽染、日光染，很多紋路是一般植物染染不出來的(訪談資料 G1-07)，像這件衣服就染了好幾次，讓他的紋路有好幾個層次，你就會覺得他不會很透明，而且摸起來很舒服，每個客人都覺得他很特別，所以我們的特色，紋路很特別，也可以染出皮革的質感，像這個包遊客都會認為他是皮革做的，其實他是用一般棉布去染成的，他們會說你們可以和宗教團體合作，因為他們吃素堅持不背皮包，如果要賣他們應該很好賣，因為有皮革的質感但是他不是皮，所以我覺得還滿有特色的，這些紋路都是太陽曬的，一般植物染是染不出來的，一個成品曬的工比較多，製作的工就是設計那個區塊，打版那個區塊，一但版出來了，缺點修正過後，生產就沒有問題了，我們儘量走簡約風，製作程序不要太複雜，因為如果製作程序太複雜，你又不能賣貴，賣貴又不好銷，你要好銷工就要簡單，相對的你要特色，染的時候工會花在染上面，製作就走簡單風。

Q：如何永續經營？

在通路行銷上，如果行銷通路夠的話，因為我們有很多不同價位的產品，像一般活動市集，這些東西基本上是掛漂亮的，看的人多買的人少，所以活動市集我們只能帶一些一千元以下，中低價位的產品去，我們是希望拓一些點，因為東西要有特色就是在於這些大包和衣服，但是單價高，我們希望未來拓一些比較高檔、高層次的點，譬如飯店裡的精品區、或是一些文藝、文創的展售區，去展售這些高單價的東西，所以目前我們生產沒問題，染布沒問題，主要就是要有點，有點才有人消費，才有產品銷售出去，有銷售相對的才會陸續有客源，就是所謂的永續經營(訪談資料 G1-08)，而且我們裡面的人就一直有工作可以做。

之前在台中縣文化中心葫蘆墩有展示，還有工藝中心，更早在傳藝那邊有檔次的展覽，地方辦活動有邀約就會去參加，之前在竹北街上有家店叫做之間美學，有東西擺在那邊寄賣，後來因為店面替換率很高，店面收掉了我們的東西就拿回來，他也是賣一些很文創的東西，然後風格很相符，他也賣古典美的衣服，最近我們是想要拓點，以新埔來講的話可能是南園，我們會想要去談，未來我們會先找一個點當跳板，再慢慢往外跳出去鋪點。

Q：申請政府資源？

我們目前在執行職訓局的多元就業開發方案（100年、101年，可三年），我們會有進用新埔在地的人，我們有十個人，只有一個住竹北，其他都是新埔在地人，等於說透過多元提升新埔在地的就業機會，他們也算是二度就業，裡面有幾個已經領過勞退了，再重回職場，這個計畫的宗旨是傳承我們柿染的技術、技藝，讓他們學得一項技能，他們學得技能之後，未來如果我們的規畫不錯的話，可以繼續留用，就是在這邊有一份工作，因為多元有一些限制，不能全部都留，你要讓他回到職場，等於說我們是在培訓他們第二專長，這個計畫算是技術傳承，培訓他們第二專長，讓他們有第二專長，可以回到職場去就業（訪談資料G1-09），目前是這個算公家的計畫資助。

之前有寫過文建會的計畫，地方產業文化基金（99年、100年，共二年）她們窗口是直接對鎮公所，因為主題是跟柿餅相關的產業，柿餅是地方產業，相對的柿餅衍伸的一個產業，文創產業就是柿染，所以就叫雙柿，去年已經結案了，它是屬於公所的計畫，不是屬於我們的計畫，我們只是他計畫裡面的一小部分，這個展示間是那個計畫裡面去執行的，他們有請設計師幫我們做一些規畫、粉刷也是他們去設計的，有一些大孔輸出、層版，這些都是他們去幫我們做規畫的，計畫中就是有規畫一部分的費用幫我們做這方面硬體上面的規畫，因為多元就業開發方案裡面不能做硬體，只能做人力的培訓，所以地方產業文化基金與多元就業開發方案剛好兩個計畫不衝突，所以地方產業基金的計畫不是直接補助我們，我們只是占計畫裡的一點點，地產基金是直接面對鎮公所，所以鎮公所也滿看好我們這個在地的文創，當鎮公所有什麼長官來訪，我們也會幫忙準備小禮物，我們準備去贈送，或者鎮公所帶人來參觀，我們負責接待，後來縣府慢慢的注意到我們，當有辦活動時就會安排我們，或是從我們這邊安排一些贈品過去。

Q：投入柿染之前從是什麼工作？

我本身是資管畢業的，之前待過園區、工研院、當過咖啡吧店長，挑戰不同行業，累積生活經驗，以前在科學園區的時候，一直做一樣的工作，兩年了挑戰性沒有了，閉著眼睛都會做的事情，我會覺得人生就這樣嗎？就要開始耗後半生嗎？後來就到工研院，接觸到不同層次面，她們就是走開發，輔導業界的產業，我進去不是做開發、不是做研究，是做行政方面的工作，但是也可以接觸到很多不同層面的人，所以在工研院也待了幾年，後來因為行政算是非正職，那部門又碰到人力縮編，剛好朋友告知園區有棟商業大樓咖啡店的老闆娘想拓點培訓咖啡吧店長，沒有經驗最好，因為從零開始教最好教，反正是一個跳板就先出去看看，中午休息就去應徵，結果ok，回到辦公室跟主管講，整辦公室知道我要去煮咖啡，每個人都很期望，就開始出去自我磨練去學煮咖啡，去學當店長，煮咖啡是私人並非大公司，也許老闆娘跟公司的簽約到期，也會沒有工作，不過沒關係，當初我就是抱持著去學技術的，所以我也不在乎你可以保障我長長久久，後來因為簽約問題，我就從咖啡業跳到壽險業，其實以前我很排斥壽險業，後來覺得這個行業挑戰性很大，就一直做到結婚，懷孕後我就把工作放掉，我的想法是孩子

我要自己帶。(訪談資料 G1-10)

我老公是務農，以前老人家種水梨是靠行口，就是有大盤跟你收，等於農民很可憐，因為天災你要自行承擔，有利潤的時候大盤一掃，你沒有什麼利潤可以賺，風險是自己承擔，農民很可憐沒有什麼賺頭，我老公本身是學電子，他有甲種電匠，還有消防設備士的證照，但是因為我公公過世了，他當兵的時候我公公就過世了，退伍之後不得已繼承家業，因為老人家經營得很不錯，我公公以前是新埔水梨王，以前種粗梨很大顆，銷售量很大，我婆婆說就是靠種水梨養活這麼多小孩，我婆婆生七個，後來我老公覺得要承接起來，所以退伍之後就沒有走電子，而全心全意接水梨，我覺得農民很可憐，我本身學商的，行銷學嗎，為什麼我們不自產自銷，那時我工作還沒放掉，就已經有幫他經營顧客這部分，我是希望遊客是到我們果園來買水梨，直接到產地來買，我們不再去市場蹲，因為在市場蹲你的耗損很大，你的時間也花費很多，七早八早天還沒亮五六點你就要備貨去市場，收時完回到家也一二點，搞不好今天下雨，你的收入是不多的，你租金給一給，利潤是沒有的，那時候多多少少會走批發，然後我說要走自產自銷，我們把品質顧好一點。

然後以前很多朋友、同事，我就開著車到處去請她們吃水梨，我把水梨削好一包一包用冰桶裝好，拿一疊 A4，如果有同事要定跟我說，集中在某一天，我會送過去，慢慢去經營這些人，我也回工研院跟他們說如果有空可以到我的果園走一走，慢慢的真的有人會到果園來找我，慢慢的去經營，我慢慢的縮短去送貨的時間，剛開始幾年我就是每天去送貨，人家電話一來，就開始統計數量，有時候一箱、兩箱，也是要去跑，現在油這麼貴，就不這樣去跑，就慢慢跟他講，有機會可以找同事一起到果園走走，把遊客從我們往外跑，變成她們來，她們來的時候就去經營他嗎，有個遊客覺得不錯，慢慢的第二年就會帶他的幾個朋友來，就是一變三，三變...，然後我們就會用心經營這些人，像現在我們幾乎很少出去送貨，除非逼不得已老顧客，他沒空來買，我們會幫他跑一趟季節一到，有出去或順路的話，不然現在我們是沒有多餘的人力往外跑，就是老客戶，季節一到，客人都來買水梨，都會回籠，慢慢的我們就經營到現在，從靠行口、蹲市場，慢慢的轉型到現在，說真的農民真的可憐，你中間被人家剝削，可是有些老人家沒辦法接受這種觀念，他會認為我還是要去市場蹲，可是我們希望幫他改善他的利潤收入，他會覺得說我的年輕一代都出去外面工作，我沒有那麼多的人力可以待在果園。果園也是要經營，你不去經營他，客人來了覺得沒有什麼看頭？他也不會常常來，有些老人家覺得我沒有那麼多的人力去盯這個果園，就是環境的部分，要接待的時候，他說他家裡沒有這麼多人手就兩個老人家，所以有時候你也很難，因為年輕族群外流很嚴重，到外面去做工作，工作好好的，為什麼要放掉在家賣水梨。

我和我老公年輕人傻傻的就留在果園，一直經營到現在。那時候就懷孕、帶小孩、幫忙，水梨季節就七月到九月，就這個短時間，其他時間你沒有看到的工作很多，一整年都在工作，只有採收時是錢進來的時候，扣除一整年的支出，並

沒有像一般人想像的利潤那麼多，反正就是你當下的工作還 ok，慢慢就是有空檔時間可以玩柿染，就會幫忙寫計畫。

跟文建會、客委會提計畫，就是想辦法提計畫，請老師來上課，像文建會就希望你做社造，像經費裡今年規畫上課，明年又規畫上課，他不允許，所以你要看單位，有些單位希望你技藝研習，像工藝中心的計畫，他會允許你編列教學的費用，可是文建會希望你做社造，他會覺得你上課的時數會不會編太多，所以第二年他不希望編上課，所以第二年我們就傻傻的編田野調查，光執行這個東西我們柿染就停頓了一年，後來想想這也不是辦法，後來文建會的計畫就沒再提了，我們就改提工藝中心的計畫，反而是工藝中心的計畫對我們比較實用，前年底就提多元計畫，去年一月開始執行多元計畫，今年第二年，一路就是這樣轉型轉轉轉。(訪談資料 G1-11)

兩個女兒，一個小一，一個兩歲，本來小的也打算自己帶，後來也剛好在執行這個計畫，本來想放掉自己帶小孩，因為老大也是我自己帶到小班，我覺得滿對不起他的，就跟阿婆，因為計畫是三年，所以.....(不捨)

Q：技藝的傳承？

這種技術我們會裡內部成員是沒問題，但是多元你必須培訓他技能，所以我們也是透過這個計畫去傳承這個技術，等於說這個計畫不單是培訓他，也是在傳承我們這個柿染的技術出去，所以除了我們會員內部會做研習學習之外，多元這個區塊我們也會教下去，很多外縣市的人一直打電話來問，我們什麼時候要開課？他們想要上柿染，外面如果跟一些不錯的植物染老師上課費用很高，而且還學不到很正統的柿染課，可能只是一些基本皮毛課，跟一般植物染差不多，有些人他很精，他就知道目前全台灣只有我們柿染有成立協會，有專門在做柿染，因為指導我們的老師只針對我們開課，他希望柿染能停留在在地，他不會對外面去開柿染課，後來工藝中心覺得柿染不錯，他們也想玩柿染這一塊，前兩年就有從日本請老師到工藝中心上課，因為柿染在日本已經有一些成果，除了工藝中心有教課外，應該目前會開課的只有我們，我們這邊老會員當種子講師，教基本的染應該沒有問題，我們也一直希望有經費請陳老師針對我們的進度繼續進階，就是難度再提升的教學。(訪談資料 G1-12)

Q：柿染何處蘊含客家精神？

柿染的色彩沉穩、內斂，客家人都比較低調、內斂，這種感覺還不錯，而且柿染很耐看、耐曬、耐洗，吃苦耐勞耐磨練的特色很像客家人。(訪談資料 G1-13)

家中務農種高接梨，早期我老公是新埔專職最年輕的水梨農，當初接手時是二十幾歲。

Q：自己是怎樣的一個人？

我是喜歡學習、喜歡挑戰的一個人，如果我覺得每天在做一個工作是在耗時間、耗生命，我可能會去找另一個有挑戰性、有學習空間的工作，或者我會利用空檔去想辦法找課程自我學習，像之前帶小孩的時候，我就想辦法考證照，不會讓自己覺得說你在那段時間，是在浪費時間，所以每天都過得很充實，有時充實

過頭忙死了，現在發現我時間不夠用，我現在就星期五去學打版而已，六、日就陪小孩，白天上班，晚上就做家事帶小孩，有時就陪小孩看看書，小孩睡了就看自己的書，會想辦法讓自己一直都在學習，所以帶小孩，還是去考證照，我有客語高級認證，去年我有想考交大客研所，這是我下一步的目標（訪談資料 G1-14）。我婆婆、我老公都問我，畢業後你要做什麼？我覺得這是一個挑戰。我曾在照門國小當客語老師三年，雖沒有鄉土老師的證照，卻有客語高級認證，就這樣當了三年客語老師。後來六家國小有缺鄉土老師我也很想去，可是我現在在這上班，擔心無法兼顧，我的工作採責任制，這邊很多行政工作，因為我們是屬於執行這一端，很多文案或開會不可預期，可能會跟上課衝堂，且要交一些文件，我覺得我會無法負荷，未來還有機會。（多元是三年）

Q：創業的困難？

其實一路以來困難也滿多的，就想辦法解決，像染劑的保存問題，剛剛的味道，是去年的柿汁發酵的味道，現在沒有柿子皮，我們沒有辦法煮染，所以柿染還是有季節性，沒有辦法做成一年四季，再來通路的問題，這是我們自己要突破，希望在年底前，可以拓幾個點。還有設計開發，我們的產品是包袋，可是東西要有一個設計感、時尚感，我覺得設計要是一個專家，才能設計出有風格的東西，因為我們本身不是學設計的，設計出來的就是一般款，所以未來要找設計師合作（訪談資料 G1-15）。

Q：創業的建議？

東西做成包包講究的是手工，手路要細，做的東西要精工，所以在學染布之外，做包包的工要自我提升，工要巧，要學打版，包包跟衣服打版一定要學，做的工要細，染布你才有辦法應用，早期我們就是請老師教染布，做包包自己想辦法去學，做包包不是請染布老師，因為染布老師講師費很貴，我們請老師專直教染布，做包包我們自己晚上或假日想辦法去上，（職訓局、社區大學），想辦法要求自己的工，相對的布染完後就自然有發揮的空間，做成包包、做出來的成品遊客看到了，他會買或是一些展作品上的牌子製作者是誰，什麼單位新埔柿染，某某某，是你成就感的呈現，所以我覺得打版很重要，其他裁縫製做的工 ok 的話，染沒有問題。

柿染先以新埔在地為主推廣起，讓大家知道柿染是新埔在地文創，再讓外縣市的人知道柿染是在新竹縣，以後如果有機會，讓外國人也知道台灣有柿染，打到外國去。那是未來的希望，要有一個有特色的設計師可以請，我覺得未來是有機會的。（訪談資料 G1-16）

訪談者：彭竹筠

受訪者：新埔柿染坊 田春蘭（H1）

訪談地點：新埔柿染坊

訪談日期：2012 年 6 月 19 日下午二點到二點半

錄音方式：錄音筆

Q：柿染的分類？

柿染分為煮染、浸染、刷染、繪染四類。煮染比較柔軟，是用柿皮煮汁去染，和柿果的膠質就有差別，所以煮出來的布會比較柔軟。浸染比較硬挺，是用柿果的原汁（生汁）去染，因為柿子含有豐富的膠質，所以用柿果的原汁去染，布會比較硬挺。刷染是用柿果的原汁去刷，型版先設計好，刻出來用刷的方式，先刷柿汁，再刷定色劑，讓它儘快發色，我們是用很環保的東西，例如：鐵鏽水、銅，我們大部分用鐵，鐵刷出來顏色較深、較黑，銅刷出來是咖啡色。繪染是用柿果的原汁去畫，如果有美術底子，就可以直接用生汁來畫，但顏色沒辦法馬上顯現出來，因為畫出來是透明的，所以要經過日曬，經過一段時間之後才會慢慢顯色，越曬顏色會越深，越好看。（訪談資料 H1-01）

Q：與藍染的差異處？

藍染第一個怕太陽曬，因為日曬顏色會退，柿染卻不一樣，它很喜歡太陽，因越是曬，顏色越是顯現；第二個不耐水洗，洗久之後會退色，柿染卻不一樣，它很耐水洗、很耐磨，不容易退色；第三個藍染是用浸的，沒有煮染，純粹是用浸的，然後晾乾，藍染要重複的染，要染到這麼漂亮，這麼深，是染了很多次，分一輪幾次上下，做幾輪，所以藍染純粹是浸染，藍染也可以刷染，用型版去刷，它沒有煮的，所以柿染染的方式比較多。因柿染含有豐富的單寧和膠質，所以柿染耐洗耐曬不易退色。（訪談資料 H1-02）

Q：布的種類？

染的布要純棉、純麻、純絲，都是植物纖維，一般棉布會上漿比較挺，買回來的布要先脫漿（把布煮過，把漿退掉）（訪談資料 H1-03）

Q：柿染的製程？

煮染的布一定要先精練（去漿）把布煮過，把漿退掉，植物染因為它是植物纖維不含蛋白質，所以我們又要上漿，上豆漿，因為含有蛋白質比較容易著色。煮染萃取汁液要三、四小時，要把柿皮煮到爛掉，讓它把色素全部釋放出來，所以煮染的時間比較長，之後還要過濾，留下濃稠的柿汁，才可以放布進去煮半小時，之後漂洗乾淨再拿去曬太陽。（訪談資料 H1-04）

浸染布還是要先精練，但不用上漿，因為本身膠質很重，比較容易附著上去，然

後放入染缸，要搓一搓，讓染劑滲透進去，(縫染或綁染技法先做好)放入浸泡半小時，拿出來曬乾，如果想要不同色系，則用不同的定色劑(石灰、鐵、銅)(訪談資料 H1-05)。刷染先有刻好的型版，再用生汁刷在鏤空的地方，刷好之後上定色劑，讓它顯色。繪染必須要有美術天份，想畫什麼就隨興去畫，畫好之後就放著讓它慢慢顯色。

