

子計畫七：客家族群產業經濟研究：以鳳山溪為例

計畫類別： 個別型計畫 整合型計畫

計畫編號：99-0399-06-05-03-07

執行期間：99年01月01日至98年12月31日

計畫主持人：張翰璧副教授

計畫參與人員：

林育建 台灣大學人類所博士班研究生

張婷婷 研究學群助理

成果報告類型(依經費核定清單規定繳交)：完整報告

本成果報告包括以下應繳交之附件：

- 赴國外出差或研習心得報告一份
- 赴大陸地區出差或研習心得報告一份
- 出席國際學術會議心得報告及發表之論文各一份
- 國際合作研究計畫國外研究報告書一份

處理方式：除產學合作研究計畫、提升產業技術及人才培育研究計畫、列管計畫及下列情形者外，得立即公開查詢

涉及專利或其他智慧財產權， 一年 二年後可公開查詢

執行單位：國立交通大學

中華民國九十九年十二月十日

桂花釀作為「地區產業」或「客家產業」

張翰璧*

摘要

因為自然環境的影響，南庄鄉過去的重要產業多與「山」、「丘陵地」有關。自日治時期始開採煤礦，戰後持續經營，民國 40、50 年是煤產的高峰期，此時有大量煤礦工進入，直至民國 71 年共有 35 個礦坑開採，南庄市街再度繁榮，各種服務、娛樂事業興盛。到了民國 80 年代末期，南庄鄉休閒產業逐漸興盛，各式休閒農場、民宿、咖啡廳林立，為苗栗縣休閒產業最發達的鄉鎮。(施添福 2006：578)「桂花巷」的社造歷史，也在 90 年代展開，成功創造「桂花釀」的產品，吸引遊客品嚐與購買。然而，南庄鄉生產的農產品中，並沒有桂花釀，為何「桂花釀」會成為「當地」(「客家」?) 的特色產品？產業的分工又如何？是本文探討的重點。

關鍵字：南庄、桂花釀、地區產業、客家產業

* 中央大學客家社會文化研究所

壹、前言

南庄鄉位置為苗栗縣東北方，面積 165.4938 平方公里，位於中港溪上游，其地形為由南向北流，北流至獅頭山轉向西流向三灣鄉，為對外的主要出入口。四周圍山脈環繞，地形封閉，對外聯繫不易，唯倚賴沿中港溪修築的縣道 124 甲。其大部分為山地與丘陵，林地佔 132.75 平方公里，佔總面積的 80%。僅中港溪沿岸地勢較低，尤其大南埔、員林沿岸一帶較為開闊，為南庄主要的平原，農耕地約有 17.63 平方公里。(施添福 2006)

日治時期以來，南庄人口就不多，大約維持在一萬人左右(參見表三)，其中的族群分佈又以「粵」人居多(表四)，佔 88.45%。如果「粵人」等同於客家人，如果客家人佔多數的區域稱為客家鄉區域，南庄可以稱之為客家區域。

表三、日治時期南庄人口數

	年代	戶數	人口數
南庄	1930	1,702	9,948
	1935	1,666	10,237
	1939	1,825	10,382
	1939	--	11,613

資料來源：大正十四年國勢調查結果表(1925年)、昭和五年國勢調查中間報(1930年)、昭和十年國勢調查結果概報(1935年)、昭和十四年臨時國勢調查表(1939年)

表四、日治時期(1925-1935)南庄的族群人口組合

族群	福建(A)			廣東(B)			平埔族 熟蕃(a)			高砂族 生蕃(b)			蕃人(C)=(a)+(b)			總計=(A)+(B)+(C)		
	1925	1930	1935	1925	1930	1935	1925	1930	1935	1925	1930	1935	1925	1930	1935	1925	1930	1935
員林	19	9	9	1,135	1,159	1,202	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,154	1,168	1,211
大南埔	5	8	9	641	775	814	0	0	0	0	0	0	0	0	0	646	783	823
四灣	23	21	15	1,166	1,231	1,155	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,189	1,252	1,170
田尾	71	120	57	1,559	1,837	2,007	16	19	19	1	0	2	17	19	21	1,647	1,976	2,085
南庄	157	114	116	1,312	1,377	1,346	27	38	19	8	2	25	35	40	44	1,504	1,531	1,506
北獅里興	39	44	41	3,252	2,931	2,968	53	42	24	464	387	437	517	429	461	3,808	3,404	3,470
南庄	314	316	247	9,065	9,310	9,492	96	99	62	473	389	464	569	488	526	9,948	10,114	10,265
南獅里興社	1	0		96	129		0	10		0	180		0	190		97	319	
大東河社	0	0		0	9		0	0		0	105		0	105		0	114	
鹿場社	3	7		50	215		0	0		0	118		0	118		53	340	
ペアガサソ社			0			106			0				78		78			184

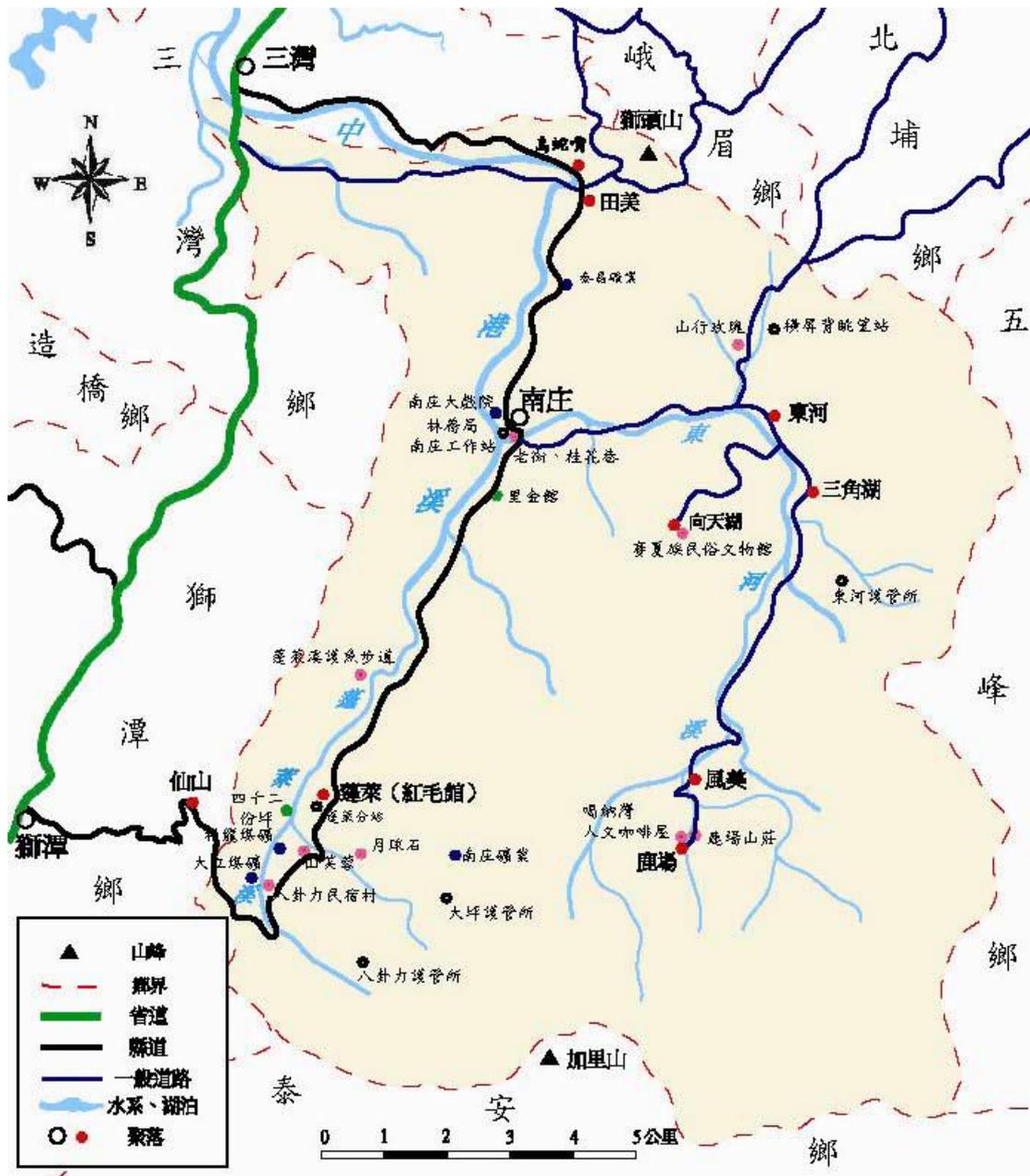
アミシ社			0			15			0			144			144			159
ガラワン社			13			45			0			122			122			180
ワロ社			0			13			0			0			0			13
チュウブス社			1			101			0			145			145			247
蕃地	4	7	14	146	353	280	0	10	0	0	403	489	0	413	489	150	773	783

資料來源：大正十四年國勢調查結果表（1925年）、昭和五年國勢調查中間報（1930年）、昭和十年國勢調查結果概報（1935年）。說明：蕃地今亦為南庄鄉行政的一部份。

表五、日治時期（1925-1935）南庄地區族群與人口數（百分比）

年代	福 建		廣 東		蕃人 (包括熟番與生番)		總 計	
	人數	%	人數	%	人數	%	人數	%
1925	318	3.15%	9,211	91.22%	569	5.63%	10,098	100%
1930	323	2.97%	9,663	88.76%	901	8.28%	10,887	100%
1935	261	2.36%	9,772	88.45%	1,015	9.19%	11,048	100%

資料來源：大正十四年國勢調查結果表（1925年）、昭和五年國勢調查中間報（1930年）、昭和十年國勢調查結果概報（1935年）。



圖一 當代南庄地圖

資料來源：王秋原、張峻嘉、趙建雄，2007〈地史取向研究方法在地方與區域研究初探-苗栗南庄地區的個案分析〉，華岡地理學報，20:1-16，P7。

以人口而言，2008年南庄鄉人口數總計有11,301人³⁹。並根據《97年度全國客家人口基礎資料調查研究》，南庄鄉族群人口分布的比例，各自為客家人佔71.9%，福佬人5.6%，外省人6%，原住民14.5%，其他2%。當中客家人人數為最多，超過七千人。

因為自然環境的影響，南庄鄉過去的重要產業多與「山」、「丘陵地」有關。南

³⁹ 2008年《苗栗縣統計要覽》。

庄鄉蘊含豐富的煤礦，自日治時期始開採煤礦，戰後持續經營，民國 40、50 年是煤產的高峰期，此時有大量煤礦工進入，直至民國 71 年共有 35 個礦坑開採，南庄市街再度繁榮，各種服務、娛樂事業興盛。(周錦宏 2001：130) 興盛的礦業使南庄街上林立的茶室，有句客家俗諺形容「南庄的風流水，飛不過烏蛇嘴」正是形容有「小北投」之稱的南庄街上的夜生活。(黃鼎松 2001：130) 七〇年代以後，隨著煤礦業的沒落，南庄人口逐漸減少。

此外，南庄位於中港溪上游，山地、丘陵雖限制農業的發展，但也造就木材、樟腦、木炭、竹筍等等林產。自日治時代開始即進行伐木製材的事業，伐木工人以簡單的傳統斧鋸伐木後，再以「木馬」自高峻的山地運出販賣或加工。光復後製材廠大增，以下游地區竹南最多，上游的南庄則作為提供木材的供應地。此外，清代以來本區即開始發展製腦業，光復後因樟腦油的用途為其他化學製品取代而不復從前的盛況。木炭是早期台灣社會最主要的原料，以相思木為最要的原料，南庄亦佔有相當大的比例。其他農產品如香菇、桂竹筍亦為重要的農產品。(黃鼎松 2001：124-128)

貳、研究目的

到了民國 80 年代末期起，隨著社區營造運動在南庄鄉的逐漸發芽、茁壯⁴⁰，南庄鄉休閒產業逐漸興盛，其後交通部在 2001 年將南庄所屬之獅頭山風景區納入參山國家風景區範圍中，更進一步擴大了南庄鄉休閒觀光產業的發展，各式休閒農場、民宿、咖啡廳林立，為苗栗縣休閒產業最發達的鄉鎮。在社造歷史中誕生的「桂花巷」，與當地原有的「桂花釀」產品易作連結，在相輔相成的效應之下，成為商家吸引遊客品嚐與購買的賣點，也帶出了之後南庄老街與桂花巷的商家幾乎每店必賣桂花釀的熱潮。

表一、苗栗縣各鄉鎮休閒農場數量統計

鄉 鎮	數 量
南庄鄉	23
卓蘭鎮	15
大湖鄉	10

⁴⁰ 南庄鄉中正路老街旁的「桂花巷」乃是來自於南庄鄉愛鄉協進會，在 2000 年執行文建會桂花巷社區營造案時所取之名。

通霄鎮	7
二義鄉	7
銅鑼鄉	3
獅潭鄉	3
竹南鎮	2
頭份鎮	2
造橋鄉	2
西湖鄉	2
苑裡鄉	2
泰安鄉	2
三灣鄉	2
頭屋鄉	1
公館鄉	1
後龍鎮、苗栗市	0
合計	84

資料來源：施添福 2006：579（2005年4月統計）

然而，南庄鄉生產的農產品中，並沒有桂花（詳見表二），為何「桂花釀」會成為「當地」（「客家」？）的特色產品？產業的分工又如何？是本文探討的重點。

表二、南庄鄉生產之農產品

蔬菜類	番茄、高麗菜、辣椒、敏豆、木瓜、百香果、草莓、蘿蔔、時令蔬菜、香菇等
果樹類	桃、李、柑桔、田柿、柚子、高接梨等
花卉類	苗木、盆栽、一葉蘭、金花石荷

資料來源：南庄鄉農會推廣部，<http://www.823155.org.tw/department-promote.php>（查詢日期 2010/11/16）

參、研究成果與發現

「在地特色」產業或「客家」產業

自週休二日以來，台三線的客家鄉鎮，近山的自然風景區，加上原有的農業生產基礎，逐漸將自然與文化資產轉化，建立「在地」的觀光產業，文化資產的經濟轉化，指的就是桃、竹、苗的客家族群以活化在地的歷史文化，創造觀光產業的利基，運用的在地的生產、生態和生活的文化（張翰璧、張維安 2006）。張維安、謝世忠（2004：280-282）認為：「竹苗地區茶產業成功轉型所衍伸出來的商品與新興產業，都讓人看到了竹苗地區潛力的發揮，而竹苗十五鄉鎮共同的新興事業，則是對竹苗地區未來的經濟發展，有著重要的影響力，如關西仙草、大湖草莓等等」。資源轉化的契機指的是國家政策，使得島內休閒旅遊人口的增加，另外就是自然環境的保存，吸引旅客走入台三線的鄉鎮。換言之，當代台灣北部地區特定客家族群地區的文化變遷和社會經濟最重要的影響因素，則是客家新產業的興起與具有持續性

的發展（張維安、謝世忠 2004：279-280）。

如果國家政策與環境因素架構起南庄鎮資源轉化的契機，社區總體營造就扮演轉化機制的角色，建構南庄的特色產業。1994年10月，文建會副主委陳其南開始推動「社區總體營造」計畫，主張社區居民自主經營社區生活，解決社區問題。社區總體營造的概念在強調以文化建設的角度切入，進行社區文史維護與規劃，目的在打造社區成為具有草根文化與在地活力的生活空間（王柏昌，2008）。許多地區觀光的发展，也逐漸朝向發展在地地方感，將在地文化有形與無形資產應用於觀光產業，試圖將地方的人、事、物，包裝為具有文化意涵與經濟價值的觀光符號(tourism signs)，成為「好生意」（馮久玲，2002）的文化經濟。文化所帶來的經濟效益與商機是值得重視，南庄以在地自然環境與文化體驗作為觀光旅遊活動的主體，結合「社區總體營造」及「文化產業化、產業文化化」，再配合參山國家風景區的發展，企圖提昇地區的區辨標記，振興地方產業，做為文化經濟的來源。並在觀光的脈絡下，讓遊客消費、體驗與收集在地的所有經驗，包括「族群」的要素。

然而，這種「在地特色」的農特產品，是否就是「客家」產業？客家產業又該如何分析呢？「關於客家族群的產業經濟，可以從兩方面來討論：其一，凡是客家族群賴以為生的經濟活動，都可以做為分析的對象。其二，與客家文化有關者，才是具有客家特色的產業經濟」（張維安、謝世忠 2004：277）。

三、生活世界的飲食 V.S. 文化產業的消費

桂花釀原本是在地人日常生活中爾偶會出現的飲品，因為觀光客的喜歡，卻意外促使桂花釀成為能夠被販賣消費的商品。

B：我當初是把南庄這樣推出去，向外去推，推出去來啊，我奶奶啊就有開始傳那什麼你知道嗎？之前人在做那個釀桂花釀那些有沒有，之前人的家前，前面都一定會有，你知道嗎，種一個梅樹，後面桂花早生貴子，這是人家三合院的都一定會有的。他們天天啊，都會在家前面在剪嘛，剪了空空的(閒閒的)啊，撿起來他就拿來泡了，一開始在做是這樣子啦，後來我有喝過，有朋友來他就拿來泡，你買茶葉需要錢啊，可是這花不用錢啊，是不是這樣子，他就有客人來他就拿來泡啊。泡一泡來喝啊，喝了就覺得很棒，但是很好喝啊，後來慢慢到這邊開始做起來之後，那條巷子起來的時候就開始…（受訪者1）

國內休閒旅遊風興起之後，因為客人的親睽，日常生活的飲品便逐走進入消費市場成為「商品」，從成本、包裝、到產品量產的計算，慢慢架構起「桂花釀產業」。

B：然後我剛剛是說到夏天做完，就第一年到冬天前面一兩個月，我

就覺得冰的話就是變得比較少，就是一定量會比較少，但是南庄人還是吃冰，但是畢竟吃冰的人會少很多，然後我就想說那還是要，但是你又不能不賣冰，不能冰就整個停掉，因為還是會有人要來找冰，那就想說那就把我們就是小時候吃的那個桂花釀拿出來賣，但是我那時候沒有想到要賣一罐，我就是泡那個熱水，就一杯一杯賣熱飲…就是做好，家裡都有一大瓶一大瓶，我們其實就是做好平常就在喝的，那我覺得還不錯啊，你冬天既然冰賣不好，那我們就賣一些熱的飲料啊。就是賣那個熱飲…然後冰品也是不能停，就是這樣子混著賣，那開始其實我們開始賣桂花釀的時候，沒有什麼人知道，很多人都會問你這個到底是什麼，你要慢慢去跟他介紹說這是什麼東西，其實我們那時候是大豆冰最有名，桂花釀沒有什麼知名度，大家只知道說這家店有什麼飲料很好喝，那我們那時候其實是沒有商品化的。

B：然後就是到後來就是ㄟ，我記得好像是民國九十還是九十一年，那時候好像南庄開始邁入就是比較多遊客，有那個叁山國家風景區，然後觀光局開始有介入，會去做一些行銷包裝讓觀光客比較多，就有客人來就說，ㄟ你在泡的那個東西，他會覺得很好奇…他就說你幫我你做你需要多少時間你幫我做好，然後我跟你買…然後那時候做就完全沒有標籤，然後那些客人還蠻可愛，就自己買小卡片然後就掛在上面送朋友，那朋友就慢慢，我就覺得那個不對勁，因為你每一個人拿來的罐子啊，那時候自己沒有準備罐子，都是他們自己準備罐子來我幫他做，那有大有小，我真的有時候你這一瓶算八十，那一瓶算一百又好像說不過去，對，後來才想說那不然的話就是我自己去買罐子，就是統一一個 size，那我就是固定賣這樣子的一個價錢。

A：在這個時候開始是你可能看到商機了對不對？

B：對，那其實我那時候開始做，我想說那些人都是固定大概每隔一兩個禮拜，他們就會過來買，然後就想說好吧，第一個禮拜我就準備二十瓶，我想說你沒有來買沒關係，我還是可以拿來泡飲料啊，我還是可以拿來做甜湯啊，我無所謂，結果沒有想到那二十瓶我也沒有擺在上面，就是光是泡飲料人家問，然後就是說你這個有沒有單賣可以回去泡的，結果我沒有想到一個多小時就把二十瓶賣完了，然後我先生就覺得很不可思議，他覺得很不可思議，原來這種東西有人買，因為其實剛開始要賣這個泡熱飲的時候我先生很反對，因為他覺得做那個很多工，就是你要挑花，他幫我挑桂花，你看他挑回來之後我還要去做烘焙，然後我還挑出一大堆的雜質，他沒有挑乾淨的，還要再做第二次的檢查，可是之前我們剛開始做的時候沒有請人挑，全都是自己挑，所以我都是挑到三更半夜，而且你挑完之後還要再熬，你熬又不能走，就是要一直顧著一直顧著，幾乎就是小孩子又還很小，你要照顧他，就幾乎沒有什麼睡覺的時間，只是我先生剛開始很反對，就說你只是弄那個，泡熱飲就算了，你可以譬如我這星期我就是做這麼多，那我賣完了我就說我沒有熱的飲料就算了，但是當有人訂的時候你的壓力就來了，你有答應人家你就要把他做到好，就是變成經常在熬夜，就經常在做那些工，剛開始我先生就還蠻反對的，然後就開始慢慢不知不覺越來越多人知道，然後越來越多人知道之後，我們才想

到要去做標籤，要去做包裝。

A：有比較專業的那個標籤啊什麼什麼的，大概什麼時候？

B：大概過幾個月吧，因為馬上就會有人跟你講說，啊你這個沒有成分標示，你這個沒有什麼的，就會開始有人跟你講你這個沒有成分標示啊，然後既然你已經做了，人家問你要賣給人家，他不像之前是人家私下跟你訂的，你什麼都不用沒關係，那他們自己跟你訂的話，他就知道你這個是什麼做的，就不會要求那麼多，但是當人家是你放在這邊你有在賣的時候，人家就問你這個成分是什麼，然後可以保存多久什麼的，那越來越多人問，因為問個一兩次，你心裡就會覺得說應該把這些成分就是什麼東西通通都標上去，讓人家說會吃得很安心，包括說使用方法什麼的，對，其實就是很快就一定要做，因為我們以前也是上班的，也知道說你什麼都沒有標你就一個罐子啊，你裡面裝一些我也不敢吃啊，雖然你這樣跟我講，我在這邊喝，真的還不錯，但是你都沒有標示我就不能拿去送朋友，對，就會變成有這樣子的問題，那我們一開始其實也沒有什麼包裝，就是到隔一年就開始有公司就是要跟我們訂我們的商品去送給客戶，但是他要求說你必須要有一個比較像樣的包裝，不然我送人很失禮，我又不可能自己去找包裝盒找到剛剛好一樣大小的，因為很貴，可是你又想，這一百瓶到底是要賺那個錢還是不要賺，因為如果不做包裝人家又不要跟你買，所以就開始自己硬著頭皮去畫那個設計稿，然後去設計那個紙盒，自己又動腦筋想了很久。（受訪者 2）

有了市場後，要解決的就是原料的來源。桂花的來源有分國內外，有的桂花釀業者使用台灣生產的桂花亦有商家使用國外進口的桂花，台灣本地生產地分佈在南港、石碇和民間等，一般而言，來自南庄在地的桂花並不多。

B：因為我們是用台灣桂花。

A：你們不是進口國外的？

B：對，所以花有時候很髒有時候很乾淨，所以這樣他們都可以理解，就是有時候他們會跟你反映，這個星期的花很不好挑，很髒很小，然後有時候好挑，所以我都跟他們說忍耐一下 他們都可以理解。

A：台灣哪裡有產？

B：有啊，台北南港，南港好像六月底還是七月有在辦桂花節吧，台北市的南港，南港區，對，對，對，那邊都有，他們每一年都會辦一次桂花節。因為我們是問農委會，剛開始我們需要這麼多的桂花，你要量產一定要有桂花，可是我們因為可能自己從小吃到大，都是用自己家裡，親戚的桂花，你去外面買乾燥的，第一批我有想過要用乾燥桂花，可是我就說我很龜毛，因為你去外面買的那個桂花又大陸來的，你做出來那個味道就跟你在家裡真的是不一樣，對，你就覺得這個東西跟你泡給客人喝，他覺得好喝的那個味道是不一樣，他可能買回家之後會很失望，會覺得說你是在騙我這樣，你給我喝的就這麼好喝，然後我買回家的品質就那麼不好，那所以會有這樣的問題，我們就去問，看哪裡有人在種桂花，然後我們可以跟他買這樣，就是從這樣子開始的。（受訪者 2）

- A：蜂蜜的部分，你們用什麼蜜啊？
 B：用龍眼蜜，比較香。
 A：是在地的嗎？還是說還是別的地方批發的？
 B：不是，龍眼蜜是在高雄批發的。當地的喔！在山上收起來的你划不來，太貴了，一瓶要一千多塊，成本比較高。他那個是養蜂。
 A：高雄比較遠算下來不會比較高嗎？
 B：我們以前有跟他買過，以前我們做仙草的時候有跟他買過，他的東西很好，成分啊那些，香味，都很好，合作過的，就跟他買那個蜂蜜。
 A：那你桂花的部分是批來的還是說？
 B：批來的。
 A：主要的貨源是？
 B：南投，民間。
 A：那有沒有可能國外的也有進口，台灣的產量有這麼多嗎？
 B：有，還有石碇鄉也那麼多喔。(受訪者3)

原料買來之後，多為在地「加工生產」，根據受訪者對此部份的回應，此中環節的差異在於親自加工製作手續過程的多與寡與手法不同，從親身熬煮桂花與蜜（或麥芽）再進行罐裝，或者直接將桶裝麥芽自行分裝成罐上頭加入桂花，貼上商家標籤，到透過 OEM 形式委託其他地區工廠代工的成品，貼上自己的標籤，桂花釀的產出有各自不同的形式，但是呈現在消費端的觀光客眼前一罐罐的桂花釀是與南庄桂花巷意象結合的南庄伴手禮，則是相同的。

- A：那可以說一下就是你的產品來源嗎？是向誰批？
 B：你是說桂花釀是不是？也是請人家做，對 請人家做，代工啦。
 A：他地點是在哪裡？
 B：我們都是在外縣市，是在外縣市，在中南部啊。我們的桂花釀從南部做來的。
 A：那他是等於是說他把桂花釀整個完整做完成之後，然後送上來？
 B：那可以說一下就是你的產品來源嗎？是向誰批？A 者：你是說桂花釀是不是？也是請人家做，對 請人家做，代工啦。
 A：地點是在哪裡？
 B：我們都是在外縣市，是在外縣市，在中南部啊。我們的桂花釀從南部做來的。
 A：那他是等於是說他把桂花釀整個完整做完成之後，然後送上來？
 B：對 就交給我。貼我的標籤這樣就好了，就做好了啊，OEM 代工就好了啊。他們那種桂花釀（指老街上店家）製作很簡單啊，非常簡單。就把一大瓶裝下去就好了啊，大桶來倒小瓶這樣子啊，上面再把刮杓蓋起來就好了啊。
 B：我們以前我們自己也會煮啊，桂花釀。只是我不想煮。我就說桂

花蜜啦，我從頭到尾還是叫桂花蜜啦。我們叫桂花蜜，我這是百分之百純蜜做的。我的東西有到香港去賣過啦，自己做喔，太累了，太累了。賺沒有多少錢，人力全部耗在那邊，沒有必要，把那些心思去賺別的錢，那一瓶賺多少錢，沒有多少錢。我們之前都自己煮啊。現在我都請人家煮，我的桂花蜜也是請人家煮。對，我直接都請人家煮，我叫桂花蜜，我的桂花蜜也賣的很好，不輸桂花釀。我看就是說，很多幾乎成分都是就是有添加一些東西，我們是純蜜加釀造啦。(受訪者4)

在地生產的桂花釀，多數會運用家庭內的勞動，尤其是熬煮成品的過程。

A：你們人手夠嗎？如果不夠的時候要怎麼解決啊？

B：人手夠啊。我們有兄弟呀。有大伯、小叔啊，跟我一起做啊。

A：嗯，那像那種打包或是什麼的，要怎麼算那個工資。

B：計小時。....，就是說，比如說原料多少錢嘛，然後做出來我們大家賣啊，原料扣掉、工錢扣掉，然後就是利潤這樣。沒有什麼工錢啦，幾乎~

A：統籌工資是你發薪水嗎？

B：媽媽啊，像我們小嬸他們就是在農會上班嘛，那回來幫忙一天，就假日的時候啊，就是給他一千塊、一千五這樣，是董娘的事啦，那個就有自己的行業啊，自己的有工作啦，他有農會上班啊。比如說煮好這一鍋價值多少錢，那成本多少錢，並不是算什麼月薪啊，這鍋說成本多少錢，所有材料由媽媽買來嘛，然後再把那個成本給他，就是合作啦，誰有空誰煮這樣子，我現在沒有煮啦，我都負責賣了。

A：你有哪些人力，這樣講好了。

B：家裡的爸爸媽媽啊，大伯、小叔、姪子、姪女，全家應該加加起來有十個人吧，固定的話，就是我們夫妻啊，還有爸爸媽媽啊，還有小叔，小朋友都要上課啊，課餘時間啊。

A：像小嬸小叔他們是自己有其它的工作，還是？

B：小嬸有上班，也是課餘時間幫忙。小叔就是也是跟我們一樣專職的哦，專門做這個的啊，高中有兩個，有一個姪子是高二，三個蠻大的很會幫忙，還有他們的同學啊，假日的時候都抓來。

A：主要需要大量人力的地方？

B：主要是在挑桂花還有煮的過程啦，還有包裝，其實這個很多層次啊，先處理桂花，第二就是要去煮，煮好那個，花釀煮好以後，要等它冷卻，第三是裝瓶嘛，包裝嘛，第四最重要的一關就是推銷啊。

A：那你在熬煮的時候..

B：會有熬煮時間哦，我們家已經每個人都有時間哦，之前有一段時間，我大伯他有事不在家，幾乎都是我在煮，現在都是小叔在煮比較多了，以前都大伯在煮，煮那個很累的。

A：哦，那你們找到這些（挑桂花）人工的管道是？

B：你只要消息放出去，說我缺，需要人挑桂花，就有人主動上門啊。

A：怎麼放那個消息？

B：用口傳啊。(受訪者5)

生產成品的人力多屬家庭勞動力，在生產成品之前的「挑桂花」階段，則出現族群分工的現象，多為新移民、然後是原住民。新移民是挑桂花兼顧家，原住民則是挑桂花兼上山工作，例如砍柴。

A：你可能請了很多那個挑桂花的員工嘛，你剛剛說第一代都是外籍配偶，那到目前為止，你現在固定合作的大概有幾位？

B：大概有十幾位。

A：這麼多喔，那大概都合作了多久了？

B：跟我們配合喔，只要有合作大概都不會換人，因為他們挑習慣了，除非他挑得非常不好，不然的話我不會換人。

A：那你裡面大概佔了多少外配，應該這樣講好了，族群，可能原住民，漢人然後外籍配偶。

B：漢人沒有，外籍跟原住民。

A：那個比例大概多少？

B：嗯，還是外籍新娘比較多。大概有八成都是外籍新娘，因為他們沒有工作機會。

A：分布的地區大概有？

B：分布的地區大概還是一樣，蓬萊的啊，就是在南庄這附近。

A：那像我問到的那位張太太，像他一樣是原住民身分的，還有嗎？

B：有，但是他們就是變成不固定，因為他們有時候有挑花，他們還會上山砍柴，他們就是不會像他沒有其他工作，就是專心，所以他挑的量會比較多，就比較固定，可能挑桂花的量就比較多，那其他的原住民就是我可能今天有人找我去砍柴，一天有多少錢，他先去，然後回來之後，他再跟你拿，有時間的時候再幫你挑，就是變成挑桂花不是他的...因為每樣工作都不是他的主業，有人找他去做什麼他就去做什麼，原住民基本上也是蠻懶的一個族群，隨性，很隨性的一個族群，那外籍新娘是一般嫁來這邊他都是待在家裡帶小孩沒有工作。

A：那他的國籍主要是有哪些國家？

B：越南，都是越南的。

訪談者：那是跟他們自己的網絡有關嗎？

受訪者：他們都會啊，譬如說，我最近比較忙啊，像我剛剛講的嘛，我不要挑我就會介紹他來挑，然後他沒有空他就介紹另外一個人來挑，因為怎樣都肥水不落外人田。(受訪者2)

一台斤的工資界於三百至三百五十元間，而且挑桂花的人力會形成網絡，早先中國籍與東南亞籍的新移民均在挑桂花的人力一環中，目前則幾乎是由東南亞新移民以及外籍看護壟斷挑花的工作，新移民往往在家中有年邁的長者須照看，因此不需外出便可賺取零花錢的挑桂花供作對於她們來說是有相當吸引力的。早先當假日觀光客增加，又有點資本後，中國新移民會開小店做生意，將挑桂花的工作介紹給和自己一樣的新移民。

B：他們好像沒有，就是自己喊啊，像我們挑一斤大概三百五，他們

好像就是給他們挑一斤才兩百塊，那他要求沒有我們這麼高啦，所以挑我們的他都會就是說，薪水很好啊。就是挑習慣的話其實速度還蠻快的 他就很怕說萬一他跟我講沒有空好挑 那我就去問別人，然後就說你有沒有認識的可以幫忙挑，他就再去拉其他人，那他就沒機會啦，他下次說老闆娘還有沒有桂花好挑，我就跟他講說現在沒有，因為我的人，我當然一個禮拜已經固定，對，我的人，我大概一個星期就是這麼多桂花可以挑，妳不可能來十個，多來十個，我十個通通都收，我不可能，就是固定這樣子，每一個人可以挑的量都固定，都是平均的，那我大概就是固定啊，不可能說，我旺季的時候也是這幾個人來挑，他們就是辛苦一點，挑多一點，然後我淡季的時候也是這幾個來挑，但是就會像那個張太太講的，我們淡季的時候你還是挑這麼多，但是我可能就是，譬如說過兩個禮拜我要出去玩，那你就一個禮拜讓你休息，然後他們大概就夏天，暑假的這一兩個禮拜，他們大概就是可以休一個星期到兩個星期，可以不用挑花，他也可以安排假期出去玩，對，但到過年，中秋節，冬天的時候，他就很忙，他挑的量是很多。

A：所以他們等於跟妳們是有點默契合作是不是？

B：對，那他們也習慣了，對，其實夏天像颱風天，颱風過後，都會讓他們休一到兩個禮拜，因為那一段時間桂花的品質不好，他們也挑得辛苦。

A：所以差不多等於在八年前開始對不對？

B：差不多啦，那個差不多八年有，大概有八年前第一批我是找住我們附近的外籍新娘，有一些他已經就是慢慢自己作生意啦，像我們隔壁隔壁有個越南新娘在賣一些什麼高麗菜啊、什麼梅干菜啊、那個越南新娘，還有一些越南新娘就是隔壁隔壁那個賣麵的，就做麵條的那些外籍新娘，第一批都是他們在幫我挑。那時候其實南庄就是沒有人做生意，就是幾乎像他們都是空空的，就是在家裡的家庭主婦，他就幫我挑桂花，然後挑挑挑挑，開始他們想要做生意，因為就是人潮就說來越多了。他們就想說要自己擺攤做生意，他們就不能幫我挑啦，可是他們就跟我說不能幫我挑很不好意思，那我再幫你介紹我的朋友，或者是我認識在家裡沒有工作的人幫我挑，然後像你說蓬萊那個張太太，我已經忘記他幫我挑幾年了，他好像他也是人家就是介紹介紹介紹這樣子，然後就是他來幫我挑，對，所以幫我們挑桂花，基本上假如挑得 OK 的話應該都可以持續，因為他就可以在家照顧孩子又可以家裡顧得到又可以就是自己空閒的時間挑花。（受訪者 2）

產品行銷的部份，業者多強調產品的「貨真價實」是最重要的原則，再進一步詢問時，行銷理念會提及「在地故事」的重要性。讓觀光客不只吃到食物，還能在情感上進入南庄。

B：其實喔，我們講說做生意喔，我們說其實他是怎麼樣，就是你百分之九十九的一種態度啊，只有百分之一的技巧，你知道嗎。這個有什麼專業？沒有耶，只是我們願意，我先生願意在這邊講一些南庄的歷史故事啊，也跟來南庄這裡玩的人介紹一些好玩的地方，其實這種故事我們都重複，那客人心情就比較爽啊，你介紹他去哪裡玩，你

不用多說他就自然跟你買冰，跟你買糖、買花釀、買糖葫蘆是這樣的一個，我們經營的方式是這樣子。那你不能說你百分之九十九的桂花釀有多好，湯圓有多好吃。所以有些你看同樣的7-11為什麼這家店生意特別好，它多了熱情，多了親切。有沒有？多了跟客人的互動嘛。

（受訪者6）

基本上，南庄桂花釀產業的經營者多為客家族群，或是嫁給客家族群的閩南（一位），外省（一位）與中國籍新移民（二位）。在原料的運用上多不是在地生產的桂花與蜂蜜，成品生產所投入的勞動力多是家庭內部的成員，只有在挑桂花的部份多是新移民，可以看到族群分工的現象。經營策略上，並未強調「族群」（客家）的色彩，比較是以「地區」、「懷舊」、「親切」的氛圍包裝產品。

肆、結論與建議

國際烹飪飲食協會（International Culinary Tourism Association, ICTA）認為飲食觀光是人們在旅遊過程中追求特殊的（unique）與可回憶的（memorable）飲食經驗。地點（place）結合飲食（food），創造旅程的美好回憶與目的地吸引力。Plummer 等人（2005）認為飲食觀光可以展示當地產物與刺激觀光需求，觀光客為尋求真實或獨特體驗，而品嚐當地飲食，使其更貼近瞭解當地文化。當地文化指涉的不僅次是地理的界限，更體現地方的集體認同，許木柱（2000：9）認為，要讓地方產業有發展的新契機，就要將傳統產業形塑出地方認同的象徵，那麼就會增加地方居民的支持，而在所有的認同指標中，大家最常用的是語言、具象的物質文化等等，而具象的物質文化則是具有群體認同的指標意義。在南庄，桂花釀作為一種觀光飲食，似乎正扮演上述的象徵性角色，有濃厚的地方色彩，族群意象少了一點。

伍、附錄（含參考文獻）

參考文獻

報紙

以南庄桂花+日期>=19800101+日期<=20101116+報別=聯合報|經濟日報|聯合晚報|Upaper 共搜尋到 14 筆資料

王秋原、張峻嘉、趙建雄，2007，〈地史取向研究方法在地方與區域研究初探-苗栗南庄地區的個案分析〉，華岡地理學報，20:1-16。

日・臺灣總督官房臨時國勢調查部，1927（昭和 02 年），《大正十四年 國勢調查結果表》。臺北：臺灣總督官房臨時國勢調查部。

日・臺灣總督官房臨時國勢調查部，1932（昭和 7 年），《昭和五年 國勢調查結果中間報》。臺北：臺灣總督官房臨時國勢調查部。

日・臺灣總督官房臨時國勢調查部，1937（昭和 12 年），《昭和十年 國勢調查結果概報》。臺北：臺灣總督官房臨時國勢調查部。

日・臺灣總督官房臨時國勢調查部，1941（昭和 16 年），《臨時國勢調查結果表 第一卷 州廳編 新竹州の部（昭和十四年）》。臺北：臺灣總督官房臨時國勢調查部。

周錦宏，2001，《泰雅族北勢群傳統工藝變遷之研究》。臺北：國立台灣師範大學工業教育研究所博士論文。

苗栗縣政府，2008，《97 年苗栗縣統計要覽》。

施添福等編，2006，《台灣地名辭書·卷 13·苗栗縣（上）》。南投：國史館臺灣文獻館。

紀駿傑，1998，〈從觀光原住民到原住民自主的觀光〉，收錄於中華民國戶外遊憩學會編，《原住民文化與觀光休閒發展研討會論文集》，頁 21-36。台北：中華民國戶外遊憩學會。

許木柱，2000，〈產業經濟與地方認同〉。《大地地理雜誌》143：9。

張維安、謝世忠，2004，《經濟轉化與傳統再造：竹苗台三縣客家鄉鎮文化產業》。台北：行政院客家委員會／國史館台灣文獻館。

張翰璧、張維安，2006，〈文化資產的經濟轉化：以桃竹苗茶產業為例〉。《客家研究輯刊》28：87-95。

黃鼎松，2001，《農工並盛的中港溪》。苗栗市：苗栗縣文化局。

賴守誠，2005，〈食物、品味塑造與社會群體的建構：以大眾文化產品推薦介紹「客家菜」為例〉。會議論文發表於「2005 年臺灣社會學年會學術研討會」，臺灣社會學主辦，2005 年 11 月 19 日。

——，2006，〈「客家菜」在台灣消費文化中的崛起與發展(1980-2004)：以大眾文化產品的報導與推薦為中心的探索〉。行政院客家委員會。擷取日期 2009 年 5 月 6 日，網址

<http://www.hakka.gov.tw/public/Attachment/841610533271.pdf>

——，2008a，〈食品特產、文化經濟與地方發展：以美濃板條與新埔柿餅為例〉。

會議論文發表於「2008 台灣社會學會年會」。擷取日期2009 年10 月6 日，網址
<http://www.ios.sinica.edu.tw/tsa2008/download.php>

——，2008b，〈現代食物運動的浪潮下中享用傳統飲食：義大利慢食運動及台灣
客家飲食運動的文化經濟〉，《文化研究月報》86 期。擷取日期2009 年10月6 日，
網址<http://hermes.hrc.ntu.edu.tw/csa/journal/86/park03.htm>

附錄一 苗栗縣女性外籍配偶與大陸配偶人數

外籍配偶	歸化(取得)國籍	外僑居留		合計
		3,354	1,337	
大陸配偶	入出境許可證(探親、團聚)	居留證	定居證	合計
		2,045	2,331	2,478

資料來源：內政部入出國及移民署與戶政司。<http://www.ris.gov.tw/ch4/static/m0sb09910.xls>，查詢日期：2010/12/2。

說明：

- 1.本表大陸、港澳地區配偶人數係指向本部入出國及移民署申請證件之人數，而非核准人數。
- 2.本表外籍配偶外僑居留係指持有效外僑居留證及永久居留證人數。
- 3.本表外籍配偶歸化(取得)國籍係指核准人數，並自 78 年 7 月起統計。
- 4.本表外籍配偶歸化(取得)國籍者在尚未申請取得臺灣地區居留證前與外僑居留會有重複列計情形。

附錄二 南庄鄉大陸及東南亞外籍配偶統計表

統計日期：92年06月-99年10月

村里別	中國	港澳	東南亞合計	印尼	馬來西亞	新加坡	菲律賓	泰國	緬甸	越南	柬埔寨	寮國	其他國家合計
南富村	8	1	7	1	0	0	2	0	0	4	0	0	2
南江村	10	0	12	3	0	0	0	2	0	6	1	0	2
員林村	4	0	13	5	0	0	1	0	0	7	0	0	1
東 村	9	0	18	6	0	0	0	1	0	11	0	0	0
東河村	8	0	9	0	0	0	0	7	0	2	0	0	0
獅山村	2	1	7	2	0	0	1	0	0	4	0	0	0
田美村	0	0	7	1	0	0	0	0	0	6	0	0	0
蓬萊村	3	0	7	4	0	0	0	1	0	2	0	0	0
西 村	4	0	3	1	0	0	0	0	0	2	0	0	0
總 計	48	2	83	23	0	0	4	11	0	44	1	0	5

資料來源：南庄鄉戶政事務所，<http://mlhr.miaoli.gov.tw/tables4.php?unit=36>。查詢日期：2010/12/2。

註 1.此表之數據為利用每月結婚對數減離婚對數統計之結果，不含依親居留及外僑居留之人口。

註 2. 92年5月以前之大陸及外籍配偶結婚及離婚資料不在此表統計內。

附錄三：受訪者基本資料

編號	性別	族群認同 /原居地	店鋪位置	有無分店	販賣桂花釀緣 由及開業時間	桂花釀 材料來 源及製 作方式	經營模式 以及策略	員工管理	對桂花釀市 場的看法	對南庄發 展的看法
1	M	客家族群/南庄 鄉	南庄鄉南江 村	無	桂花巷炒熱之 後。於餐飲店 內販售自行研 發之桂花釀。	蜂蜜與 桂花熬 煮	休閒農場 餐廳住 宿。桂花 釀重質不 重量。將 桂花釀原 宿加入研 發新菜色	受訪者家 人以及工 讀生數名	桂花釀市場 終究會萎 縮。不樂見 商家一窩蜂 販賣桂花釀 的現象。應 開發多元的 產品	曾參與社 造。不樂 見南庄越 來越商業 化。觀光 品質下 降。
2	F	閩南族群/雲林 縣。先生南庄客 家認同	南庄鄉東 村。老街	無	初期大豆冰與 桂花釀熱飲。 後游客漸增。 91年開始商 品化歷程。	蜂蜜與 桂花熬 煮	專營桂花 釀以及大 豆冰販 售。宅配	夫妻倆人 以及數名 挑桂花女 工。幾為越 南配偶或 看護	與其對南庄 的想法有 關。認為南 庄應停擺一 陣。淘汰品 質不良或惡 性競爭的產 品。	不樂見南 庄越來越 商業化。 觀光品質 下降。
3	F	客家族群/新竹 縣橫山。先生南 庄客家認同	南庄鄉西 村。老街	無	桂花巷炒熱之 後。服飾店轉 型賣桂花釀	麥芽蜂 蜜與桂 花熬煮	專營桂花 釀及農特 產品販 售。宅配	夫妻以及 晚輩數名。	樂觀看待至 少再五年的 榮景。兼販 售新產品	

4	M	南庄客家認同	南庄鄉南江村	無	桂花釀非其主要產品。	南部工廠代工	休閒會館餐飲	家族事業，父親及兄弟五人均投入。	桂花巷與老街的桂花釀有惡性競爭的狀況。	
5	F	大陸配偶/福建，先生南庄客家認同	南庄鄉東村，老街桂花巷	老街、桂花巷各一間	原作服飾店員，桂花巷炒紅之後投入桂花釀。	麥芽蜂蜜與桂花熬煮	專營桂花釀及農特產品販售，宅配	夫妻，親戚，幾位挑桂花外籍女工	研發新產品，惡性競爭免不了，要顧及成本	桂花釀再五年沒有問題，能賺幾年是幾年。
6	F	戰後移民第二代/先生南庄客家認同	南庄鄉東村，桂花巷	台中逢甲，台北三峽	原賣湯圓，桂花巷內第一家桂花釀業者，社造命名桂花巷後帶起熱潮。	桂花與蜂蜜層層堆疊釀法，現在三峽有自營工廠。	專營冷熱湯圓，花蜜及桂花釀販售，宅配	店面夫妻倆人以及正式員工一名、工讀生數名。	希望其他業者可以讓產品多樣化，擔心其他業者會把花釀的名氣打壞。	業者強調南庄的歷史文化，與導覽結合。
7	M	大陸配偶/海南，先生南庄客家認同	南庄鄉東村/老街桂花巷	老街、桂花巷各一間	桂花巷炒紅之後投入桂花釀，原挑桂花，後自行開業。	不透露	專營桂花釀及農特產品販售，宅配	夫妻兩人。	無	無