

# 國立中央大學

客家語文暨社會科學學系

客家研究碩士在職專班

碩士論文

客庄特色產業發展之  
研究——以屏東醬油產  
業為例

研究生：邱翠英

指導教授：周錦宏

中華民國一〇六年一月

**本論文獲客家委員會 106 年  
客家研究優良博碩士論文獎助**



# 國立中央大學圖書館 碩博士論文電子檔授權書

(104 年 5 月最新修正版)

本授權書授權本人撰寫之碩/博士學位論文全文電子檔(不包含紙本、詳備註 1 說明)，在「國立中央大學圖書館博碩士論文系統」。(以下請擇一勾選)

( )同意 (立即開放)

()同意 (請於西元 2018 年 1 月 1 日開放)

( )不同意，原因是：\_\_\_\_\_

在國家圖書館「臺灣博碩士論文知識加值系統」

( )同意 (立即開放)

()同意 (請於西元 2018 年 1 月 1 日開放)

( )不同意，原因是：\_\_\_\_\_

以非專屬、無償授權國立中央大學、台灣聯合大學系統圖書館與國家圖書館，基於推動「資源共享、互惠合作」之理念，於回饋社會與學術研究之目的，得不限地域、時間與次數，以紙本、微縮、光碟及其它各種方法將上列論文收錄、重製、與利用，並得將數位化之上列論文與論文電子檔以上載網路方式，提供讀者基於個人非營利性質之線上檢索、閱覽、下載或列印。

研究生簽名：邱翠英 學號：103757014

論文名稱：客庄特色產業發展之研究—以屏東醬油產業為例

指導教授姓名：周錦宏 博士

系所：客家語文暨社會科學學系客家研究碩士在職專班所 博士班 碩士班

填單日期：105 年 12 月 25 日

備註：

1. 本授權書之授權範圍僅限**電子檔**，紙本論文部分依著作權法第 15 條第 3 款之規定，採推定原則即預設同意圖書館得公開上架閱覽，如您有申請專利或投稿等考量，不同意紙本上架陳列，須另行加填申請書，詳細說明與紙本申請書下載請至本館數位博碩論文網頁。
2. 本授權書請填寫並**親筆**簽名後，裝訂於各紙本論文封面後之次頁（全文電子檔內之授權書簽名，可用電腦打字代替）。
3. 讀者基於個人非營利性質之線上檢索、閱覽、下載或列印上列論文，應遵守著作權法規定。

國立中央大學碩士班研究生  
論文指導教授推薦書

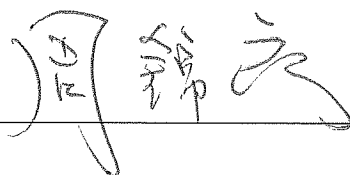
客家語文暨社會科學學系客家研究碩士在職專班邱

翠英研究生所提之論文客庄特色產業發展之研究—以屏

東醬油產業為例

係由本人指導撰述，同意提付審查。

指導教授



(簽章)

105年10月4日

國立中央大學碩士班研究生  
論文口試委員審定書

客家語文暨社會科學學系客家研究碩士在職  
專班邱翠英研究生所提之論文客庄特色產業發  
展之研究-以屏東醬油產業為例  
經本委員會審議，認定符合碩士資格標準。

學位考試委員會召集人  
委 員

俞龍道  
俞龍道  
陳足銘  
周翰為

中華民國 105年 11月 2日

## 摘要

本研究旨在了解臺灣客家文化之客家產業發展，客庄特色產業的推動，除了經濟產值目標的追尋，亦追求特色產業的發展，尋找客家族群與產業發展的聯結，建構出屬於客庄的地方產業，然而，醬油在臺灣是以食品加工為主軸的產業，其主要生產區為雲林縣與屏東縣等地，其中，醬油產業在屏東縣至今已有百年以上的歷史，然而，卻鮮少文章著墨於客家族群對醬油產業層面的影響。

有鑑於此，本研究以屏東縣客庄醬油產業為例，其研究目的有三項：一、探究屏東客庄醬油產業過去與現在之族群意象；二、探討屏東客家人從事醬油產業之興起與歷程；三、了解屏東客庄醬油產業發展現況及其面臨的困境，擴大客家醬油產業之商機，並給予醬油產業永續發展的可行建議。本研究透過文獻資料及深度訪談當地醬油產業之相關人士，梳理出醬油產業的發展脈絡，及探討發展醬油產業對當地帶來哪些族群文化價值。

首先，屏東客庄醬油產業的發展脈絡可分為四個階段來探討，且每個時期皆有重要的關鍵行動者，以促成今日屏東醬油產業的發展。但每個階段價值呈現的程度不盡相同，此外，各階段產業發展層面亦會相互增強或削弱。最後，本研究歸納出屏東客庄醬油產業發展的脈絡、目前所面臨的問題及提出未來轉型的方向，希望屏東客庄醬油產業能夠繼續發揚光大，為當地創造更多的文化與經濟的價值，在全球經濟轉型過程中，能夠延續醬油產業的發展，再建立另一新的趨向與永續。

**關鍵詞：**客家特色產業、飲食文化、屏東醬油產業

## ABSTRACT

This essay is to help understand the development of Hakka culture industry and to introduce Hakka village unique industry into the society. Besides pursuing the goal of economic value, also pursuing the development of these industries. We try to find the connection between Hakka community and industry development in order to build a local industry based on Hakka community. In Taiwan, soy sauce is mainly a food processing industry, mass production areas in Taiwan are Yunlin and Pingtung county. Between these two areas, Pingtung has have over hundred years of history on producing soy sauce. However, there are barely any articles or studies indicating how Hakka community affects the soy sauce industry.

For above reasons, this study will be based on the soy sauce industry of Pingtung county. This essay will be featuring on three purposes. First, understanding the meaning of soy sauce for Hakka community both in the past and present. Second, understanding the history and the rising of soy sauce for the Hakkinese in Pingtung county. Third, understanding the development and the difficulty they are facing nowadays in order to expand their business and give suggestions on how to help this industry to have sustainable development. The resource for this study is from different references and also by interviewing local important people related to this industry. Sorting out the history of the industry development and discovering the cultural value that this industry brings.

The development history can be divided into four stages, each stage has their own key factor that helps what soy sauce industry becomes today, however the value in different stages are totally different. Also, each stage might slightly have effects on other stages, such as reinforcement or weaken. Last but not the least, this research helps sort out the context of Pingtung soy sauce development, the difficulties they face today, and the next step they are able to take in the future. Hoping that Pingtung Hakka soy sauce industry can continue to grow bigger, create more culture and economic value for the local people. In the global economic transition, this industry can continue to be developed or even create a new trend in the future..

Keywords : Hakka cultural industry, Dietary culture, Pingtung soy sauce Industry

# 謝誌

一個來自屏東鄉下的村姑，本著一股不服輸的精神踏上了中大校門，只為了一圓心中難以達成的夢……客家碩士。二年半研究所的日子裡，既充實又忙碌。自認笨拙的我，從開始的不安到接受，甚至挑燈夜戰，陪伴我的是浩瀚的學術專書和期刊論文，有好多時候是自己與書海在做無聲的對話，雖然辛苦，但既將畫上休止符，此時心中的喜悅是難以言語形容的。

每每走在綠木扶疏，春意盎然的校園裡，讓我心靈喜樂又充滿著挑戰。學習過程中，有歡笑、有挫折、有鼓勵，感謝開啟學術之門優秀堅強的教授群、可敬可愛的同門夥伴及熱忱協助的學院成員，讓我在充滿客家的學術殿堂，享受滿盈客家味的情境下順利完成論文，我何其有幸參與了。

感恩時刻來臨，感謝授課教授群：客家學院院長孫煒教授、羅肇錦前院長、鍾國允所長、陳秀琪主任、陳定銘教授、王俐蓉教授、江貞吟教授、石慧瑩教授、徐貴榮教授等，在教授們指導與溫馨叮嚀關懷中，讓我在無邊的學海中穩定成長並吸取精華。

如今碩士夢實現，最要感謝的是我的指導教授周錦宏教授，從題目選定、章節安排到結論，嚴謹不失輕鬆的治學態度，亦師亦友，循



序漸進熱忱親切的為我指點迷津，論文指導期間讓原本枯燥乏味的論文獲得充分的協助與支持，順利完成，心中充滿無限感恩。同時也要感謝口試委員俞龍通教授與陳定銘教授，感恩二位教授在口試期間，費心審閱及精闢的建議，使論文內容更臻完整。

感謝研究所的同學，慧君、盛莉、力肇、詩茹、善美、榮澄、雅芬、仁昭、永鵬、玉貞、桂英、金珠、詡禎、世凱、馨儀、幸妃、英嬌與慈諭，跟大家相處非常愉快，您們的貼心與關心是我碩班在學生涯的強心針，由於您們的積極進取和優異表現，堆動了我這慢郎中，感謝您們讓我在學習路上不寂寞，現在我要大聲說：我登岸了！

研究所二年半，說長不長，說短不短，除了教書、讀書，也經歷了一些生命的波折，改變了自己原有的個性與價值觀，我選擇樂觀以對，選擇去感謝對的人，也謝謝那些負面的聲音，它讓我成長，勇敢去承擔。一路走來要感謝的人真的好多好多，感謝前新北市政府客家事務局彭惠圓局長、許正昌科長、蔡瑞宏組長的鼓勵進修、園區同仁美珍無時無刻的身體健康叮嚀。學長中敬適時的提供文獻和電腦資訊的處理，您是一大功臣，二年前沒有您的積極催促報考，就沒有今日甜美的果實，再次與您說聲：承蒙您恁仔細！感謝新北市政府客家事務局的志工大哥大姐們，謝謝您們的關心與體貼，使我安心把時間用於寫作上。謝謝內柵國小黃進成主任、劉榮輝主任、吳明憲主任及潘佩瑜組長的協助與包容。美和科大曾喜城教授傾囊相授，六堆文化學

會曾彩金老師的熱心與協助，鄉長蔡志和，親朋好友、同學耀彥、世勇、君如、燕慧、子環、國輝……。感謝客研所學妹們，與你們一起上課獲益良多，碧如、雪美您們的幫忙，不管是平日或重要時刻您們總是出現在我身邊真的太感謝了。還有在研究過程中，接受訪談的耆老、業者及文史工作者，感謝您們的配合與協助，論文得以順利完成。

最後要感謝的是我的家人，父母、弟弟、弟媳、妹妹及妹婿的全力支持，外子雖對論文無任何貢獻，但感謝他放我自由發展，女兒淳郁、筠嬪，感謝妳們為媽咪所做的一切，每當我有壓力，想放棄學業與繁瑣的事，不開心或泣不成聲的時候，總會適時的給我鼓勵與安慰，親愛的家人，謝謝您們的陪伴，給我動力，讓我完成人生中一個又一個任性的夢想。

**翠英 謹誌**

**中大客家學院**

**2016.12.25**

# 目錄

第一章 緒論.....	1
第一節 研究背景與動機.....	2
第二節 研究目的.....	5
第三節 研究方法.....	6
第四節 研究範圍與限制.....	11
第二章 文獻探討.....	13
第一節 地方特色產業.....	13
第二節 客家族群飲食文化.....	24
第三節 臺灣醬油產業概述.....	35
第三章 屏東客庄與產業 .....	43
第一節 屏東環境概述.....	43
第二節 屏東客庄歷史與人口 .....	48
第三節 屏東客家聚落產業.....	58
第四章 屏東醬油產業之發展與轉型 .....	69
第一節 家庭轉變家庭式工廠 .....	71
第二節 小規模工廠聚集.....	83
第三節 引進工業化生產.....	90
第四節 轉型發展.....	99

第五章 結論與建議.....	113
第一節 結論.....	114
第二節 建議.....	126
參考文獻.....	133

# 表目錄

表 1-1	深度訪談一覽表 .....	9
表 3-1	2015 年 11 月份屏東縣各鄉鎮市村里鄰戶數及人口數 .....	46
表 3-2	屏東平原行政區域的改變 .....	50
表 3-3	日治時期屏東平原漢人鄉貫分布 .....	54
表 3-4	屏東縣各鄉（鎮、市）依客家人口比例排行表 .....	55
表 3-5	1926 年臺灣各州（廳）漢人籍貫統計表 .....	56
表 3-6	1915 年下淡水流域六堆地區客庄人口就業結構一覽表 .....	59
表 3-7	60 年~80 年屏東縣商業登記家數 .....	61
表 3-8	屏東縣重要產業特色指標 .....	62
表 3-9	2013 年屏東縣產業現況分析 .....	63
表 3-10	六堆醞生活產業 .....	66
表 3-11	六堆地區客家青年創業輔導 .....	68
表 4-1	1976 年屏東縣醬油工廠數 .....	73
表 4-2	潮州郡主要農產物量及收穫量 .....	75
表 4-3	臺灣省屏東縣農作物大豆收穫面積前五名鄉鎮 .....	77
表 4-4	1972~1979 屏東縣大豆產量分析 .....	78
表 4-5	1983 年屏東縣醬油工廠數 .....	84
表 4-6	1988 年屏東縣醬油工廠數 .....	84
表 4-7	1991 年屏東縣醬油工廠數 .....	91
表 4-8	1996 年屏東縣醬油工廠數 .....	91
表 4-9	屏東地區大豆種植面積及產量 .....	93
表 4-10	1972~1983 年屏東縣農作物大豆收穫面積前五名鄉鎮 .....	94
表 4-11	1980~1987 屏東縣大豆產量分析 .....	95

表 4-12	2006 年屏東縣醬油廠家數 .....	100
表 4-13	2011 年屏東縣醬油廠家數 .....	100
表 5-1	研究成果之彙整 .....	114
表 5-2	屏東四大醬油工廠醬油經營型態分析 .....	120
表 5-3	屏東小型醬油工廠醬油經營型態分析 .....	121
表 5-4	研究成果之建議 .....	127

# 圖目錄

圖 1-1 屏東六堆地區圖 .....	11
圖 3-1 屏東縣地理位置圖 .....	43
圖 3-2 屏東地區傳統產業比重圖 .....	61
圖 3-3 屏東地區現代產業分布圖 .....	64
圖 3-4 屏東地區釀生活產業圖 .....	67

# 第一章 緒論

族群認同是文化建構，也是文化認同。族群認同是文化認同的展現與再確認（謝繼昌，2003：140）。因此，飲食不僅具有個人的營養、成長及健康的生理意義，且具有廣泛深刻的社會文化意義（許木柱、簡美玲，1994：66）。所以，飲食文化就如同其他文化資產一樣，可成為建構族群認同的載體。然而在客家飲食裡，為因應遷徙而醃製醬油的生活習性，成為文化的一部分，沿襲至今，鹹、油、香的飲食習慣也成為族群的記憶、族群的認同。醬油一直在客家飲食裡扮演著舉重若輕，不可或缺的角色，因為需求量很大，在屏東縣有數家專門生產醬油的傳統工廠，歷史最悠久的已傳承三代了，在今日進入文明消費的年代，飲食文化創意產業是否能永續經營發展，再創產品的附加價值，實繫乎行銷策略運用得當之與否。本人一一造訪這些醬油工廠，想要了解醬油產業的發展，並想要了解為何這項產業主要由客家人經營？如何讓醬油產業得以傳承？醬油是否能成為客家特色產業的重要元素？本論文是以這樣的思維作為研究之主軸。本章首先闡述研究背景與動機，接著依據研究動機說明研究的目的，再根據研究內容說明研究方法、範圍與限制。



# 第一節 研究背景與動機

## 壹、研究背景

根據行政院農業委員會（2013）之《2013 年台灣食品消費調查統計年鑑》的調味料調查指出，醬油在 2013 年高達 90.2%的食用率，不但是食用率最高的調味料，顯示醬油對於台灣人飲食的重要性和習慣。

客家人世代以農為生，延續自給自足的農耕經濟，在歷史上面臨多次的族群大遷移，因長期的遷徙、不斷的漂泊，生活不安逸也不平靜，物質資源經常匱乏，為了彌補生活物資之不足，就地取材、極盡所能的研發食物保存的方式，其中醃漬的食品是形成客家飲食的主要元素，也是探討這個族群文化最重要的媒介之一，而醬油更可視為典型的特色食物，其特殊的日曬香味必須經由生產、製作、烹飪等日常實踐的生活形式，所以醬油製作之應用，成為建構族群認同的基本飲食元素。食物乃是生活的一部分，從日常飲食的種類可以反映出一個民族的文化特色，並可做為理解該族群的社會生活，甚至成為建構族群的認同元素（林淑蓉，2007：152）。

屏東醬油鼎盛時期，醬油的產值牽動了當地客家族群相關產業的發展，創造輝煌的歷史及外銷實績，屏東地區客家人在此扮演著極為重要的角色。其中位於內埔的「萬家香醬油」、竹田的「豆油伯－六堆釀興業有限公司」等在醬油產業歷史上，於國內外建立良好的商譽與產值，普受好評，可說是南部屏東客庄醬油產業的代表性；此外，屏東縣政府 2010 年徵選六堆十大伴手禮，以「客庄手工釀造醬油」打響名號的「豆油伯」獲選，足見屏東客庄醬油產業是深值探究在地產業。

有關屏東醬油產業的發展等相關論述及探討甚為闕如，僅有曾喜城、鄧宗聖著（萬家香醬油的文化傳播）有較專門與深入之探研，餘皆散置於部分醬油書之一小部分敘述。爰本研究擬依據有限的文獻資料，就醬油產業對屏東地區與當地

社會、經濟發展的關係，以及產業發展史的建構、轉型與未來的發展等進行分析研究與討論。

## 貳、研究動機

研究者自幼生長在客家庄裡，對於客家社會文化之改變感觸尤深。如早期研究者所住的屏東縣麟洛鄉，聽父母轉述，於 1967 年入冬時，地處屏東平原中部的農村，例如：麟洛、內埔、竹田等地區，遍野成熟的大豆，家家戶戶在收冬時搶收大豆，豐收的大豆除了製作豆腐、豆豉食品外，為了儲藏盛產的大豆，便研發出醬油的釀製方法，在村莊裡常看到人們，將大豆清洗、浸漬蒸煮、晾曬、發酵、醃漬、曝曬等製成醬油；鄰居長輩們在充滿醬油香的環境中長大，母親常說：「這附近好多人做醬油，在 1961 年代忙碌的父母無暇顧及三餐，總是用豬油加醬油淋在熱騰騰的白飯上，所以只要是客家人都有吃過醬油拌飯，也因為貧窮，便當一打開都是醬油和蕃薯飯。」所以醬油在廚房裡是必備的食材，在當年物資缺乏、生活困頓的環境下，廚房裡不起眼的醬油可用來佐餐，讓客家人學習在逆境中也可隨遇而安的生活哲學。還記得小時候母親做飯時，經常燙蕃薯葉拌醬油給我們吃，所以醬油的製作蘊含著的是客家人勤儉樸實的生活態度，以及認命守份的客家精神，探討醬油在客家族群飲食習慣裡鑲嵌的飲食意象，為本研究的動機之一。

位於屏東六堆客家庄，過去因為日照強烈、水質極佳，極盛時期聚集了數十家醬油工廠。從小在客庄長大，看見營運超過半個世紀的屏東醬油工廠有萬家香、豆油伯等大型知名的醬油廠，讓我回味起客家風味的梅干菜增添層次感，醬油滷汁與新鮮冬瓜一起滷的醬油飄逸滷香。在中大就讀客家研究所時，赫然發現，原來家鄉屏東的醬油幾乎都是由客家人所經營的，似乎又代表著與客庄傳統有著某種無法切割的關聯，有著技術、觀念，甚或是某種深藏於內在方面的文化脈絡。目前客家飲食研究多在客家菜的「肥、濃、香」特色中著墨，還有米食、粿類多

為年節食品、種類繁多等特點，針對客庄醬油及意涵則鮮少有學者深入研究。因此在本研究中採擷多位醬油業者之個體記憶內容，透過研究者與被研究者間的對話，梳理出醬油產業的在屏東客庄的發展脈絡，這也是本次研究亟欲探究動機之二。

近年來因國人客家意識的提升，屏東醬油產業已成為客庄特色產業，意識到客庄產業如果沒有好好傳承下來，即將日漸式微，甚至失傳，因此身為客家子弟，希望藉由文字的紀錄，讓富含「客庄味」的醬油能流傳下去，喚起客家族群的共同記憶，更希望透過醬油產業的風華再現讓更多人體驗客家文化的內涵，如何讓醬油發展成為屏東客家特色產業的重要元素，行銷客家美食，創造屏東客庄特色產業的多元價值，也讓後代子孫能深刻體認醬油是客家飲食文化中重要的一部分，為本研究的動機之三。

此外，臺灣近期黑心食用油連環爆，短短一年內 3 次嚴重食安事件，不僅讓民眾陷入恐慌，從政府機關到業者也都身陷油品風暴中，屏東客庄醬油如何把關釀製品質，獲得消費者的肯定，為本研究的動機之四。

## 第二節 研究目的

屏東客庄的產業變遷，象徵著在地居民生活形態的轉變，如何保存、活化與再造屏東醬油產業，也象徵著屏東客家文化與歷史記憶的呈現與建構，研究者擬以屏東醬油為焦點，希望從飲食文化、客家族群遷移的歷史、客家地方文化產業及客家文化相關的期刊發表、論文、專書著作，探究客家飲食文化的內涵，並從中建構客家飲食意象的構面；再者，本研究希望經由相關文獻分析，且藉深度訪談的結果，探索屏東客庄醬油產業發展之過程與轉型；最後本研究希望以特色產業為主軸，探討客庄醬油產業的發展。本研究目的如下：

- 一、探究屏東客庄醬油產業過去與現在之族群意象。
- 二、探討屏東客家人從事醬油產業之興起與歷程。
- 三、了解屏東客庄醬油產業發展現況及其面臨的困境，擴大客家醬油產業之商機，並給予醬油產業永續發展的可行建議。

## 第三節 研究方法

本研究主要是對屏東地區醬油產業變遷與轉型之議題，以文獻分析法蒐集、閱讀、整理出相關議題之研究成果。此外，為補足文獻紀錄上的不足以及為求對研究現象更熟悉的因素下，透過深度訪談法，以醬油產業者、地方文史工作者、鄉級公部門及非營利組織等五類訪談對象，擬定訪談大綱作為訪談的依據，透過目的性取樣、設計提綱及實地訪談，對受訪者以半結構式、非正式的訪談方式進行研究，期能獲得有價值的理論及實務經驗，以瞭解與分析產業現況，有助於研究目的之達成。

### 壹、研究架構

本研究以時間脈絡為橫軸，將屏東客庄醬油產業之變遷歷程，將屏東醬油發展階段分為家庭轉變家庭式工廠、工業化生產、企業化經營、轉型發展等四個期程，並試圖尋找各階段醬油產業變遷的諸多干擾因素，再依據相關人士訪談之第一手資料，得知系統的「歷史發展」、析探研究出不同階段醬油產業在屏東各鄉鎮的「空間分佈」、從空間分佈的擴散或縮小或演變，是何種區位在影響著的「區位分析」。因此在本研究第四章節即會以這三大方向去個別討論每個時期的歷史發展、空間分佈、區位分析。據以分析屏東客庄醬油產業之變遷與轉化，並將本研究的發現及結論，作出研究建議以提供主政機關與相關單位以及後續研究之參考。

## 貳、研究分析

### 一、文獻分析法

「文獻分析法」又稱為「文件分析法」(Document method)，主要是經由廣泛的蒐集、閱讀、以整理出相關議題之研究成果，是一種傳統的探索性研究法(李美華、孔祥明、林嘉娟、王婷玉譯，1998：517-520)。因此，文獻分析法是根據一定的研究目的或是課題，透過蒐集有關市場資訊、調查報告、產業動態等文獻資料，從而全面地、正確地掌握所要研究問題的一種方法，蒐集內容儘量要求豐富及廣博；再將四處收集來的資料，經過分析後歸納統整，再分析事件淵源、原因、背景、影響及其意義等。其具有以下之功能：

- (一) 證明研究者已掌握該研究領域之重點，且了解此研究領域之發展及趨勢。
- (二) 可以指出研究者在該研究領域之創新與改善。

本研究依據前述動機與目的，擬透過文獻檢閱、蒐集與醬油產業相關的文獻之出版品，作為本研究擬採用的文獻基礎，有包括地方誌書、史料、期刊、博碩士論文、網站等資料。例如：李漢昌《百年醬門：丸莊百年的故事》、陳慧靜譯(原著)《醞釀味的秘方:龜甲萬 300 年的堅持與創新》、張維安等著《臺灣客家族群史—產經篇》等。此外，藉由統計資料佐證上述文獻資料，呈現的完整性及一致性。例如透過政府工商普查蒐集歷年的大量數據資料，就本次研究主題構成一個論述的系絡，進而對屏東醬油產業有深度的瞭解。

### 二、深度訪談法

深度訪談法(In-depth Interview)是指由受訪者與施測者就工作所需知能、工作職責、工作條件等進行面對面溝通討論的一種方法，以廣泛蒐集所需要的資料。通常使用此法時，施測者僅可能使用最少的提示與引導問題，並鼓勵受訪者在一個沒有限制的空間裡，就主題自由的談論自己的見解，因此深度訪談法除了可以增加資料蒐集的多元性外，更能藉此瞭解受訪者對問題的想法與態度。因此，此研究方法為訪談者與受訪者雙方面對面的社會互動過程，訪問資料正式社會互

動的產物（畢恆達，1996；袁方，2002）。

經由研究者觀察、錄製、訪談三種方式取得。每一種方式亦非固定的程式，研究者仍有相當程度的選擇。在對話過程中，研究者與受訪者是一種夥伴關係，透過語言與非語言的溝通與情感的交流，達到對話的目的（Miller & Crabtree，1992；轉引自胡幼慧、姚美華，1996：150）。訪談是研究者尋訪、訪問被研究者並且與其進行交談和詢問的一種活動，是一種研究性的交談，由研究者透過口頭談話方式，從被研究者處搜集第一手資料的研究方法（陳向明，2002：221）。在創造一種情境，讓受訪者在平等並受尊重中與之互動，研究者透過口語溝通，針對特定對象收集有關資料，以便對研究的現象或行動有全面的瞭解（潘淑滿，2003：135）。

訪談研究的性質、目的或對象的不同，而有各種方式，一般可區分為結構式訪談（structured interview）、非結構式訪談（unstructured interview）以及半結構式訪談（semi-structured interview）（潘淑滿，2003）。

結構性訪談又稱標準化訪問，它是一種對訪談過程高度控制的訪問，包括提出的問題、提問次序和方式，以及記錄方式等都完全統一。這多用在問卷訪問，或由一組特定的訪員依照特定的訪問規則去進行訪問；謂非結構訪談方式，即指沒有提出問題的標準程序，只給一個題目，由訪談者和受訪者依題目自由交談，提出問題的方式或次序都不統一，非常有彈性，訪談者與受訪者可以自由隨意地談出自己的意見與感受（袁方，2002）。Bainbridge（1989）認為在深度訪談中，採非結構性的談法較合宜，即訪談中沒有固定的句型指引、表格。採開放式的問句可以依個案不同的情況，調整訪談的技巧，因此訪談的內容必須具相當的彈性，並隨各個受訪者其談話內容而有所不同，探討個案所提及之想法，澄清並追問遺漏的觀點（Phillips,1971；轉引自范麗娟，1995）。

非結構訪談方式，又有無控制與半控制的不同，無控制類型指的即是所謂非正式的訪談（Informal Interview），沒有特定談話焦點，訪談內容也沒有組織，一切自然發生（袁方編，2002）。

但本研究希望找尋的是醬油產業的形成與發展？受到客庄當地產業發展的情境類型有哪些？以及醬油產業受到客家文化的影響？因此必須環繞著特定主題訪問，所以非結構的類型將為本研究所採用，鍾倫納（1993）指出其特點為：一、有一定主題，提問問題的結構雖然鬆散，但仍有重點和焦點，不是漫無邊際的；二、訪問前擬定訪談大綱或訪談要點，但所提問題可以在訪問過程中隨時邊談邊形成，提問的方式和順序也可依受訪者的回答隨時提出，有相當彈性；三、訪談者不需使用特定文字或語意進行訪問，但訪問過程以受訪者的回答為主（鍾倫納，1993）

本研究著重於受訪者在客庄醬油產業推展上的經驗與心得的探究，採用半結構性的對話方式訪談，根據研究的問題及目的，設計相關的訪談大綱，提出較為廣泛的問題，但以現場狀況決定提問之先後順序，保持彈性的討論氣氛與空間，以便使受訪者在預定的範圍與目標內，將闡述的觸角伸及所有可能的範圍，將有助於了解受訪者的經歷與感想，追朔屏東客家醬油產業的發展歷程，並深入探討屏東客庄醬油興盛與衰微之因素，透過醬油業者的深度訪談，建構客庄與醬油產業相互依存之共同記憶。

### （一）訪談對象

表 1-1 深度訪談一覽表

受訪類別	受訪單位	位階	編碼	訪談日期
醬油業者	豆○伯醬油廠	第一代經營者	A1	2015/12/08
醬油業者	豆○伯醬油廠	第二代經營者	A2	2015/12/08
醬油業者	萬○香醬油廠	廠長	A3	2015/12/08
專家學者	美○科技大學	教授	A4	2015/06/02
醬油業者	萬○醬油廠	第一代經營者	A5	2016/08/22
醬油業者	萬○醬油廠	第二代經營者	A6	2016/08/22
專家學者	社團法人屏東縣○ ○文化研究學會	總幹事	A7	2016/09/03
醬油業者	麒○牌醬油	第二代經營者之妻	A8	2016/09/03

資料來源：本研究整理

### （二）訪談大綱

本研究之訪談構面為建構屏東客庄醬油產業之文化脈絡，析論客庄醬油與在



地特色產業的重構，了解屏東客庄醬油的產業化過程中，與客家元素的關係，發展歷程中與屏東當地客庄關係的建構、支援、配合，及如何傳承及發揚客家醬油產業，展現客庄文化產業生活，帶動客家地區產業經濟，具體構面如下所述：

- 1、過去屏東地區醬油產業的發展如何開始？其對地方的發展有何影響？
- 2、醬油對屏東地區的經濟發展有很大的貢獻，什麼時候興起及其興起的原因？
- 3、屏東地區醬油產業何以衰退？及其衰退的原因？
- 4、屏東地區醬油產業為什麼要轉型？應如何轉型？又有那些轉型的方式？
- 5、醬油與客家的關係深遠，醬油宜否認定為客庄產業？及醬油與客家人的關係？
- 6、目前屏東地區醬油產業的情況如何？其所面臨的問題與困境何在？政府或其他部門是否提供輔導與協助？
- 7、屏東地區醬油產業能否帶動地方發展？如何帶動？
- 8、屏東地區醬油產業未來應如何發展？有何創新的作法與思維？才能永續經營？

## 第四節 研究範圍與限制

### 壹、研究範圍

在研究的時間上，本文主要以國民政府來台至今，作為討論的主要時間範圍，以期梳理出客庄醬油的歷史脈絡與變化；此外，本文究其空間的場域，及其時間脈絡的變化，因所建構的範圍僅侷限於屏東六堆地區，亦僅屬部分、單一的區域研究。



圖1-1 屏東六堆地區圖

資料來源：六堆探索之旅網站(2015)[http://www1.mlc.gov.tw/food/02\\_01a.php](http://www1.mlc.gov.tw/food/02_01a.php)

## 貳、研究限制

為了解屏東地區醬油產業的變遷與轉化，在尋求第一手的訪談資料中，部分受訪之醬油產業者，或因年事已高，或以年代久遠，未能提供就本研究所需較完整的資料或解說；亦或屬內部較為機密之相關資訊者，而有某種程度的保留；而相關政府部門及執行單位，或為新接任者，亦或未有文書留存與記錄者，造成文獻資料與取樣之不足，致本研究所蒐集之資料有限，論述自未臻完備，恐難窺其全貌，均有待進一步的了解，是本研究在進行屏東地區醬油產業研究面臨的困境。

## 第二章 文獻探討

### 第一節 地方特色產業

關於臺灣客家的學術研究，隨著時代的演化，從客家源流的探討至 1987 年解嚴後的語言與族群運動，近年來更轉向文化產業、文化創意產業等新興議題的研究與討論，不管議題如何更新與轉換，皆是在訴求與思索文化延續性的課題。張維安與謝世忠（2004）則認為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，其二是與客家文化有關者，才是具有客家特色的產業經濟（周錦宏，2015）。因此，本人先為地方特色產業之概念論述之。

#### 壹、 相關概念論述

##### 一、地方特色產業定義

地方特色產業源自於日本，起源自 1973 年日本經歷石油危機所研發設想的「一村一品」OVOP（One Village One Product）理念，用以帶動地方發展，解決經濟問題。希望藉由地方特有的特色、知識、技術、經驗、獨特性之下，由政府輔助技術與提供建議，鼓勵地方生產特殊產品，使得生產更有效率，提升品質。周錦宏（2015）指出「一村一品」運動用意在每個鄉鎮結合地方特色，發展具有區隔性手工藝或食品特產的產業。而臺灣於 1989 年經濟部中小企業處推動「地方特色暨社區小企業輔導計畫」，所導引出的 OTOP（One Town One Product）一鄉一特產的概念，成功塑造地方產業，建立臺灣各縣市獨特的風格及品牌特色（周錦宏，2015）。至今已經輔導 111 處地方特色產業，並進行垂直與水平的整合或串聯全國 319 鄉鎮的地方特色產業，以最貼近日常生活的節奏，喚起人們對臺灣一鄉鎮一特色產品 OTOP（One Town One Product）的認同與嚮往，帶動了地方特色產業的發展（楊勝欽，2015）。

經濟部中小企業處（2005）將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等，分述如下：

#### （一） 自然景觀

臺灣的地表形貌因為各種特殊的地形作用，而顯得豐富多變，也為臺灣帶來特殊的自然景觀，並形成商業活動，發展為一個產業，成為地方特色。例如泛舟、溯溪、溫泉、冷泉、海水浴場、森林遊樂區等，又如北投溫泉產業、烏來溫泉產業、秀姑巒溪泛舟產業等。

#### （二） 農產品及其加工產品

臺灣早期以農業為主，由於氣候或土質的優勢，逐漸發展出適合生長的農產品；或是利用當地農畜產品加工之後形成特產。例如大甲芋頭產業、白河蓮花產業、屏東椰子產業、田尾花卉產業等。

#### （三） 工藝產品

工藝產品以利用當地的原材料，在當地氣候、風土民情之下，所孕育產生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，在產品製造過程中融入特有的歷史文化涵養，具有地方文化特質，述說文明與技藝演進歷程，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，但有保存或儲藏價值。例如鶯歌陶瓷產業、三義木雕產業、白米木屐產業及美濃紙傘產業等。

#### （四） 文化藝品及節慶活動

利用原有或新開發的文化或藝術活動或產品作為基礎和誘因，促成以文化藝術活動來進行社區營造和重建，進一步將文化昇華成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。例如大甲媽祖進香遶境活動，已由宗教文化帶動擴大為振興當地文化藝術、經濟發展的基礎（2005 中小企業白皮書，2005）。

地方特色產業具備條件為：第一、一定具有唯一性也就是獨特性；第二、都是傳統產業再進行包裝與再造的；第三、由一群人凝聚出來的共識，所創造出的想法；第四、具有地形與歷史上的特殊性。地方特色產業不僅是帶動地方經濟的

主要要素，更重要的是地方特色產業根基於一個地方的歷史，所以，地方特色產業的推廣帶動保存地方文化與發揚地方歷史的可能性（黃詩瑜，2011）。

此外，工業技術研究院（2003）綜合產官學界的意見，將地方特色產業意涵的定義，可分為產業發展要素、產業發展過程及產業特性三個屬性說明如下

產業發展要素部分，指出地方特色產業是運用當地的自然資源產生，而且該項產業或是產品相當早就在該地發展、發跡，並採用當地農產加工製造出來的，並且該地方是這個產品的發源地，偏向在具備傳統、文化特色，或能結合地方自然資源、特產及群聚現象等內涵。

產業發展過程部分方面，地方特色由地方人文風土所蘊育出來，它可以累積與應用。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，在生活環境、意識、文化上展現出不同的現象。

產業特性方面，地方獨有的，或是將傳統產業經過再包裝。產業特徵如下：獨特性：獨有的，或是少數地方才具有的；最優質：產出較有特色、最優質；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，是基於擁有文化且有群聚現象的產業，而且產值要高，對於地方經濟要有幫助。地方特色，並且該項產品在當地販賣

本人認為由日本的 OMOP 概念，有效地讓在地資源活用於地方特色產業。先尊重地方的資源特色，加上自由的創意發揮，因此，地方特色產業從文化與地方的角色，一方面保存既有的產業經營內涵，另一方面，亦可透過政府、民間、學校，將地方特有的人文與經濟結合，使得地方群聚帶來特色產業的動能。

## 二、地方產業

Frenke（2000）提出產業發展能夠引導地方經濟的概念，清楚道出地方產業與地方經濟間存在著密不可分的關係，即地方經濟會表現於當地產業發展狀況，產業發展進步與其規模的擴大將引導地方經濟成長。而Blair（1995）認為經濟發展涵蓋範圍包括經濟穩定、經濟成長、經濟公平與經濟自由等，而地方經濟發展

(local economic development)結合「地方發展」與「經濟發展」，透過經濟的發展使地方不致於衰退沒落。因此，近年來地方經濟發展的目標，已由過去對經濟成長的強調，轉變為結合實質建設開發、企業發展與產業多樣化、人力資源的教育、培育，以及地方團體組織的教育等面向的努力，以達到地方經濟成長、就業機會的創造與失業問題的解決、生活品質的提升等目標（Blakely, 1991, 1994；Houghton & While, 1999；Malecki, 2002；Wade & Pulver, 1991；轉引自洪于佩）。

Porter（1985）將產業定義為「產業乃是一群生產相同或是類似的產品，而且具有高度替代性產品，來銷售給顧客的廠商」。William G. Shepherd（1979）認為「產業就是市場，即供給和需求雙方在從事買賣交易某種產品行為的團體，市場內的產品具有一致性的特質，或可互相替換」。蔡敦浩、吳思華（1987）認為「產業和行業的意義類似，但通常專指製造之行業，範圍較小，而所謂行業，則是指經濟活動部門的種類，以場所單位作為行業分類的基礎，使足以觀測一國經濟之結構」（馬榮武，2011）。余朝權（1979）認為產業是「正在從事類似經營活動的一群企業」。因此，產業係指生產相同或是類似的產品，雙方基於供給和需求，從事買賣交易類型的經營活動。

一般來說，地方產業常被認為是地方既有的傳統產業，像是農村就以農特產品做為地方產業經濟的發展項目，有些地方則以既有的生活文化或地方景致做為發展基礎，再搭配地方民俗活動（如節慶活動、民俗技藝等）發展出所謂的觀光產業。而對於地方產業的定義相當繁多，以下就相關學者對於地方產業的定義說明如下：

經濟部中小企業處（2009）「地方產業發展基金補助要點」第 2 點所稱地方特色產業，是指以鄉、鎮（市）或社區（部落、聚落）等為單位，發揮當地特有的歷史、文化、特性或創意，並運用當地素材、自然資源、傳統技藝、勞動力等，從事生產及提供服務，進而形成地方群聚之產業（周錦宏，2015）。

所謂地方產業，是指地方生活、文化、歷史的結晶，也是地方產業經濟的重要支柱（翁徐得，1995），可透過「內發性」的發展策略發展地方產業，而「內

發性」即是以地方本身為思考的出發點，以地方特色、地方的條件、地方的人才，甚至是地方的福祉為優先考慮，來發展地方產業（陳其南，2002）。地方產業中的「地方」涵蓋的範疇則是以鄉、鎮、市為主體所發展出的產業，雖然在性質上很可能與它者有相當相似性，但是受地方之歷史、文化、風土有所不同，因而成就其獨特性、唯一性，於是更進一步有所謂「地方特色產業」的說法產生。

翁徐得（1993）指出所謂地方產業是「地方生活、文化、歷史的結晶，也是地方產業經濟的重要支柱。」換言之，地方產業即是社區居民賴以為生的產業，是地方經濟的依賴，也是社會的穩定力；在自給自足的農業社會中，地方產業形成了很重要的經濟活動，它直接從事生產，創造了就業機會，充裕地方的財富，形成了社會安定的力量（翁徐得，1993）。

另外，依據日本訂定的「地方產業綜合振興對策」，將地方產業界定為「他們群聚在特定範圍內的中小型企業，利用地區內既有的資源或是原物料，來作為主要發展資源，並以勞力密集的生產方式，產品銷售不僅提供地區內的需求，也提供地方以外消費族群的需求」（黃星滿，2004）。

因此，根據上述得知所謂「地方產業」，地方產品開發可以擴大範圍至地方特色產業產品開發的範疇，亦即運用地方特色產業的元素，包括自然或人文景觀、文化資產等融入產品開發，讓特色產業具有地方的文化性及故事性，結合舊有文化而蛻變轉型或出現新興產業的可能性，透過產業群聚的加強地方產業的競爭優勢，帶動地區經濟發展的能力。

本研究中，醬油與客庄居民有著密不可分之關係，在產業經濟變遷後，醬油已普及於社會各種層面之中，但以飲食調味為主的「醬油」卻成揭示的一個象徵符號，運用地方特色產業的元素，讓醬油具有屏東客家的文化性及故事性，提昇醬油的地域特性俾與其他未具地方特性的醬油區隔。



## 貳、客家特色產業與族群經濟

客家特色產業發展，在客家族群意識的覺醒、客庄聚落發展的需求、文化經濟政策的導引、符號消費社會的潮流等內外因素驅動下，標幟以「客家」的特色產業商品、如雨後春筍般的出現在各類的客家文化活動、創意商展、客家聚落的特色商店，乃至都會地區的百貨公司、精品名店等，讓客家具有代表性的特色產業，從傳統且幾乎被邊緣化的農特產品，走向饒富客家意象且精緻時尚的創意生活商品（周錦宏，2015）。謝登旺（2005）認為「客家文化係基於當地人文、地理、風俗習慣等環境不同，長期累積而形塑了當地的客家文化，透過「食衣住行」在客家文化的產業區別出獨特性，消費的過程認同客家文化價值」（謝登旺，2005）。

為表達客家特色產業象徵的「客家」元素，使客家文化融入產業經營，彰顯客家文化的符號與特色，使消費者在體驗的過程中感受到客家文化的本質，使能認識客家，達到客家特色產業推動的目的，邱勇誌（2011）認為「文化商品是國家、地方或族群的象徵符號，不僅能強化共享符號的認同意識，亦具備行銷功能，透過特色的文化商品意象，吸引消費者前來從事文化觀光等活動，擴大商品的附加價值」（邱勇誌，2011）。周錦宏（2015）認為客家特色產業與客家文化是一種互為鑲嵌關係，其具備以下的特性：

### 一、客家性

客家性是指用以建立識別和維持邊界的客家文化符號，包括「原生特性」、「與生俱來」的文化本質，以及與異質文化交流、相互滲透下，所出現賦予新意涵的客家文化；當客家文化變成地方產業資源時，是一種更整體與宏觀的重建或建構，體現出對客家的認同與共同體參與的新概念。

### 二、地方性

人們對地方所產生的依附、關懷、認同與歸屬感，即是對地方特有的人、事、物形成地方感，當客庄擁有與其他地區區辨的特色時，客庄的地方性就

會出現。

### 三、商品化

Lash 與 Urry 指出「文化與經濟間存在相互影響作用及互惠關係，文化變得更商品化，商品則更加美化，更具文化性」(Lash & Urry, 1994:64)。因而，商品化分成「產品」與「服務」。前者是將客家文化的內涵蘊於實質產品之中，進而投射所客家意象；後者將無形的服務化為文化的體驗，以身歷其境的方式傳達客家文化的核心價值。

### 四、群聚的

特色產業的獨特地緣空間分佈，與地方社會脈絡形成一種網路關係，產生群聚的現象 (Pratt, 2004)。可從三方面來探討：

#### (一) 生產網絡的群聚

一項產品在生產的過程中會歷經很多個環節，上中下游會因資源取得的便利逐漸聚集在一起，形成垂直整合的產業，作為消費用的文化商品，它必須經過一個生產的過程，形成網的模式。

#### (二) 文化消費的群聚

相似的廠商會因政策、產業相吸引等各種原因聚集在一起，形成所謂產業特區，帶來規模經濟的利益，使消費者不必費時過多時間成本、移動成本，享受便利性的優勢，例如「創意市集」、「文創園區」等型態出現。

#### (三) 文化氛圍的群聚

不同的一群人生活在一起，會因個人背景、在地資源、國家政策等各項原因而創造出獨有的文化氛圍，用無形的文化資產交織成屬於在地的故事。像是北埔、內灣等知名的客庄因濃厚的客家文化氛圍而著名。厚實的文化資本的地緣空間，具備文化的多樣性、包容性、差異性，才能吸引人才、產業、消費群聚。

## 五、體驗的

現今的消費型態將文化當作商品的一種，透過體驗的方式除了得到娛樂性的滿足外，而能深度了解文化背後所富含的意義，文化持有者盡到保存與延續的責任，文化體驗者透過身歷其境的教育方式認知到文化多元並存的重要性；客家飲食也在這股體驗消費文化的氛圍下，轉變為觀光旅遊的凝視（gaze）對象，成了遊客所認知和理解的客家意象。

為了解經濟社會脈絡下產業經濟行為的動態過程及產業中角色功能形成的關係與特色，本文以鑲嵌理論為基礎說明族群產業的發展歷程與變遷。「鑲嵌」（embeddedness）一詞，最早是由人類學家 Polanyi（1957）提出，指的是個體在本質上、深度上、廣度上與環境的連結，透過此一連結機制個體可以掌握網路結構間更多資訊與知識的流通（Granovetter, 1992）。此外，Granovetter 進一步地將嵌入的概念細分為「關係性(relational)嵌入」與「結構性(structural)嵌入」前者用以指稱經濟行為人個人的關係，後者則用來描述此關係網絡的全面性結構（洪馨蘭，1999：16），以下 Granovetter 的關係性鑲嵌與結構性鑲嵌概念析論之：

### 一、關係性鑲嵌

Granovetter（1992）提出的鑲嵌分析指出，經濟行為都是鑲嵌在人際關係網絡中，而交易行為呈現是在社會互動中，通常行動者並非是孤立的組織或個人，所以經濟活動應該包含著人際互動和信任問題。而關係性鑲嵌乃指掌握雙方經濟交換的品質，即交換對象的行為、交換對象體察對方目標與需求的程度，強調的是交易成員間的信任關係，故信任關係乃是關係性鑲嵌的核心議題（王俊閔，2002）。

### 二、結構性鑲嵌

結構性鑲嵌意指網絡整體的建構，在此結構下交換雙方可進行有效率的訊息交流，強調的是群體關係與機制如何影響交易關係，是以凝聚團體的互動過程為焦點。乃指企業、產業、組織、群體等會與多少其他網絡成員進行交易、未來可能會有多少交易在企業網絡中產生，由於人員與工作上的經常

流動，各類相關的訊息、規章和共識也會在產業網絡間廣泛的穿梭（Granovetter,1992；引自王俊閔，2002）。

從族群經濟的網絡基礎來看族群關係、族群資源有益於經濟的結盟與效益，藉著社會網絡的整合，族群成員之間的連帶，有助於重要企業資源的運用。例如，企業相關資訊的分享，包括商業與交易的祕密。社會網絡也鼓勵相互幫忙，例如優先給予買賣的機會（張維安，2007）。Bonacich 和 Modell（1980）<sup>5</sup>指出族群經濟是相同族群或移民團體的自雇、雇主、員工和未付薪資的家族員工在某一行業工作，而在族群經濟中可以區分在一般勞動市場所得到工作的受雇移民者和族群少數，Light 和 Gold（2000）認為族群所有權經濟提供同族群勞動機會比一般市場要多，為了生計，同族群的人會在族群所有權經濟中被雇用。張維安與謝世忠（2004）則認為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，另一是與客家文化有關者，才是具有客家特色的產業經濟。

根據上述理論，本文探討油醬油產業鑲嵌在經濟社會結構脈絡的族群發展，在勞動力、原料、技術、產銷等面向，作較為廣度與深度的探討醬油產業的鑲嵌運作，並深入談論醬油產業嵌於經濟社會脈絡中與客家族群的關係，且探討除了「經濟利益關係」之外，「社會人際關係」對於醬油產業在整體運作上形成一個緊密關聯的社會系統鑲嵌結構亦值得深入探究。

綜上所述，客家特色產業透過文化保存與產業生產的結合，不僅是一種文化傳承，藉由客家特色創造觀光休閒經濟及帶動地方建設發展，及提昇地方居民的認同感與凝聚力，更是體驗客家傳統與族群文化的型態，也為客家文化帶來一個契機，依 Granovetter 鑲嵌觀點在探究特色產業發展與變遷時，必須將產業的經濟行為放在整個社會脈絡中來探討，透過了解產業間人際互動的模式及網絡結構的建立下，深入去分析特色產業角色功能形成的關係與特色。位於的屏東地區的客庄醬油產業，具有歷史文化背景，在屏東地區醬油產業發展過程中，可為當地產生客家族群意象的認同。

## 參、小結

本文整理地方特色產業的概念，1989年時政府即深入地方，推動地方特色產業，成為臺灣文化產業的開始，從日本人帶來新的觀念之後，文化產業的地方成份更為強烈。綜合上述地方文化產業的定義、功能與分類，地方文化產業是源於當地特有的資源而發展的，具有其他地方無法複製的獨特性，是以地方本身做為思考的出發點，與其他地域產生差異性；建構保存地方產業發展的歷史軌跡與記憶，其目標為塑造地方聚落文化創意產業再造，及提昇地方居民的認同感與凝聚力，並具有服務業的性質，也是一種學習性的產業。且地方文化產業含蓋的範圍極為廣泛，舉凡地方上的特產、文化遺跡、自然景觀、文化活動及硬體之文化設施皆可以納入地方文化產業的範疇。周錦宏（2015）指出「客家特色產業應包含地方文化產業與文化創意產業，兩者所依附和累積的資本都是客家文化，彼此間相互依存。地方文化產業的發展，有逐步借用、學習產業型態的經營模式，運用科技、傳播工具；而文化創意產業亦廣泛地方元素來創造故事，透過符號消費的認同帶動地方的發展」。因此，文化儼然已成為帶動地方發展不可或缺的元素，也就是利用在地的文化資源，藉由在地人自發性的協力合作，以振興地方發展（周錦宏，2015）。

依據客委會「90年至100年度臺灣客家特色產業輔導計畫」，強調「將臺灣客家豐富的文化意象應用於客家特色商品之包裝設計，提升創意商品附加價值，促進產業發展。」，也就是把具有特色客家文化意象置入在客家特色商品，來提升客家優良商品整體質感，帶動地方客家產業與市場競爭力，即為客家特色產業（周錦宏，2015）。發展客家特色產業所產生的功能，成為在地人民生活共同記憶、歷史文化傳承的場所，具有延續地方傳統文化與凝聚社群共識、領域感、認同感等功能。

本人認為，客家特色產業可以從地方特色產業的角度來討論，將客家特色產業定義為客家庄所從事之產業活動，包括以地利之便而發展出來之產業，不管是農產品或工藝品皆屬之，譬如屏東醬油、關西仙草、新埔柿餅等農產品，及公館

陶、三義木雕等工藝產業。而客家族群資源與客家產經特質，象徵客家族群的資源，在經濟活動的重要性，也是作為一種文化價值，從族群成員所承襲的傳統、文化理念，使客家特色產業經濟發展之用意，而有更多面向的效益。

## 第二節 客家族群飲食文化

人類之所以有飲食文化，乃導因於人類是「食」的動物，並且能自行生產所需的食物，進一步烹煮食物並發明食具來進行飲食的行為，並將飲食提升至情境的境界，創造出用餐的環境與時間，從而產生飲食的規則與文化（張玉欣、楊秀萍，2004）。

中國學者萬建中（1995）教授在其著作《飲食與中國文化》一書對「飲食文化」作了論述。飲食文化的形成乃是人類為了種族生存的延續及溫飽的生理需求，當種族的繁衍不再受到威脅時，就會進而追求飲食的提升。因此，一個族群飲食文化的形成，與其時代、地域、環境等背景因素息息相關；「飲食」可說是一個族群文化最大的展現，更是該族群最鮮明的文化資產（萬建中，1995）。故本論文由客家飲食，一窺臺灣客家飲食文化的發展面貌與內涵。

### 壹、意象概念

Rapoport（1977）認為意象是一種凌駕知識之上的抽象概念，包括過去的經驗及現在的刺激。意象來自於個體直接或間接的經驗，是真實存在於心靈當中，針對所知的外部實際情況所形成的精神表現（representation），其中包含許多分離的元素並依據特定方式整合而成，亦即意象是人類對周遭環境、事物象徵意義之認定，其為主觀的理解經驗，其經驗的累積是由個體對其本身及外界的經驗累積與組織而成（鄭美緣，2005）。

Embacher&Buttle（1989）認為「意象包括：（一）人為模擬一個主體外表構造或相似外觀，和設計的思想(idea)或觀念(conception)。（二）思想或觀念，保有個別的或共同的目的。（三）意象同時由認知(cognitive)和評價(evaluative)兩者構成（Embacher & Buttle, 1989）。

Kotler(1985)提出「意象為對某標的物(object)，產生一組認知( perception)、信念(belief)與想法(ideas)而主觀的意象認知並不能真實反應事物的內容」（翁振

益、賴子敬、楊詩敏、李文驊、李淑如，2013)。

國內學者亦針對意象的概念亦提出相關定義。「意象」是一種存在我們心中的一幅圖像、而圖像的形成心理認知過程，藉由我們對外界訊息的吸收，自己價值觀的選取，而建構一個「相信為真」的認知架構（張維安、王雯君，2004）。此外，在客家意象的描述方面，張維安（2005）認為「客家意象的塑造是當代客家文化建構的方式之一，舉凡與客家人生活有關的事物、現象，都可能被拿來當做論述客家特色的基礎，例如敬字亭、客家菜、油桐花、擂茶、花布等。」（張維安，2005）中國學者胡希張、莫日芬、董勵、張維耿（1997）認為「在歷史上，客家人每遷徙一地，便要與當地土著和外面族群爭鬥，養成了極強烈的族群自我保護意識，排斥外人的狹隘心理從中滋生，因此形成保守的性格」（胡希張、莫日芬、董勵、張維耿，1997）。

此外，近年國內碩博士論文探討「意象」概念，古佳惠（2010）指出「意象是主體對於特定客體主觀印象形成的過程與結果。主體的想像行為是一種透過媒介接收資訊的認知過程，其所接收到的資訊會在腦海中形成與現實世界情景相類比的心理圖像。」（古佳惠，2010），林信丞（2008）認為「形象具備了幫助認知、影響態度、指導行為與團結鞏固團體等功能；也就是說，既定的形象或刻版印象的形成能更助於人們加速辨認另一個人或其他團體，進而區分出自我與他者的不同」。刻版印象之形成，則是人們為了能夠用比較容易的方式辨識一個社會中團體和團體、族群和族群之間的差異，就將某個團體或族群中比較鮮明的特點挑選出來，突出它的特性，這就是所謂的「類目化」（林信丞，2008）。

因此，本研究認為「意象」係指感受的個體將其心中向來對於主體（人或事或物）的認知或評價，藉由語言、文字或圖像予以描述或呈現。而個體心中的認知或評價，將可能隨著主體自身的轉變，使其心中的知覺因持續的經驗、累積與重塑，而在不同的時期予以不同的認知與評價。



## 貳、客家文化的飲食意象

客家族群在歷史、政治意識型態及空間遷移等發展過程中，對於食材的取得、食具、食材加工技藝、烹煮料理的方法運用上所造就的飲食文化內涵，著實具有其相當豐富的獨特性。

### 一、族群遷移與客家飲食

客家菜傳統口味的形成，與其客家先民早年的生活環境和物資缺乏有很大關係。先民傳下的烹調口味，更有代代相傳客家菜餚風味。客家先民是古代中原為躲避戰亂、自然災害而大規模往南方遷移的漢人。他們歷盡艱難險阻，群體有組織的遷徙，整村整族而徙，閩粵贛三省交界地區，成了他們最主要的落腳處。

羅香林（1950）考證客家在歷代共經過五次大規模的遷徙，因避居他鄉，以客鄉為移居地，因此稱「客」。多次的遷徙促使客家人為了適應環境形成刻苦耐勞的習性，在物質上追求實用而非表象（羅香林，1950）。莊英章（2003）將飲食文化中蘊含了實用的意義如下所述：

#### （一） 醃製文化

醃製食品的實用性在食物的保存與方便攜帶，此外，由於客家人勞動力大，流汗耗損鹽分，因此客家菜在口味上較一般菜鹹，在醃製食品上，亦出現許多以鹽醃製的食品，如：福菜、醃肉、酸菜、蘿蔔乾...等。

#### （二） 米食文化

漢民族以米食為主食，客家為漢民族其中一支系，亦以米食為主食，但獨特之處在於客家多以糯米食品為主，例如米齊粿、客家鹹湯圓、客家菜包...等，以糯米為主食在於食材本身的實用性，糯米富含澱粉，黏性強，消化不易，較具飽足感，正符合客家人刻苦勤儉的習性，而客家粿中的餡料多以香酥紅蔥、三層肉、蘿蔔乾為主，外型大，口味「油、香、鹹」，蘊含「大、粗、即飽足」的實用性。

#### （三） 菜餚文化

「物盡其用」的實用性觀點是客家菜食材選用、料理的一大特點。客家人食

用的菜餚多為當季新鮮時蔬，且大都取自於自家菜園，烹調方式多半為煮、炒、煎、燜（炆），若食材有多餘，便醃漬以保存，以達食物最大效用。客家經典菜餚「四炆四炒」更將食材的妙用發揮到極致，豬肚酸菜湯、客家爌肉、排骨炆菜湯、肥湯炆筍干；客家炒肉、薑絲炒大腸、豬肚炒韭菜，豬肺鳳梨炒木耳，一頭豬從裡到外，從骨肉到內臟，全成了桌上佳餚，又如豬肉加醬油成了爌肉，爌肉後的肉汁拿來封蔬菜，對食材絲毫不浪費的作法，顯示客家飲食文化中「物盡其用」的實用性。

莊英章（2003）在〈客家社會文化與飲食特性〉一文中，試圖探討客家菜所蘊含的族群習性與文化性，指出客家菜有三大特色，包含「用料簡單」、「醃漬物」、「受移居地影響」，茲分說如下：

#### （一） 用料簡單

客家人多數居山，為了生存多以勞力為生，因此飲食方面多半就地取材，以求溫飽為原則，並不追求食物的多變與珍貴，因此用料簡單，口味相對也較鹹，藉此以適應高度勞動下補充體力和鹽分的生活型態。

#### （二） 醃漬物

醃漬物為客家飲食另一項特色，常見的醃漬物如福菜、蘿蔔乾、醬油等……。醃漬實為長時間保存食物的方法之一，究其原因，可能與客家人歷經多次遷移的過程有關，在路途中，為了方便食物的保存與攜帶，因此發展出各式的醃漬物，此外，醃漬技術也可視為客家人節儉的表現，顯示客家先民對食物的珍惜與善用。

#### （三） 受移居地影響

在歷次的遷徙中，客家人受移居地的環境所影響，形成各地客家菜有地區性的不同。例如在臺灣，因氣候差異，客家菜亦呈現南北差異，如龍葵葉的烏肚子粥、長在水邊的蔴菜...等，都是南部客家庄才有的特產。至於北部客常吃的粄條，到了美濃就成了「麵帕粄」。

客家菜隱含客家人的族群特性，包含世代居山、刻苦簡約、遷徙流離，表徵

一個族群的內在精神，由內而外地忠實表現在飲食習慣上，中國學者王增能(1997)出版《客家飲食文化》一書，從客家飲食原料和飲食結構、客家飲食文化、客家宴文化四大部分做為探討。藉由紀錄客家特色之飲食，如：黃酒、擂茶、米粄、風味小吃、待客風情及飲食禁忌...等，探討客家人因遷移所造成的生活條件、敬祖的精神等等人文氣息文化，其實都是和飲食有著密切關係(王增能，1997)。

客家人過去因為生活區域的不安定感，隨時有被迫遷徙的狀況發生，並為了「有食當思無食之苦」，或謂客家人好客，當客人到來，因山區臨時採購食物不易，於是以「曬乾」與「醃漬」方式，發展出能長期保存食物的技巧。如曬蘿蔔乾、蘿蔔絲、蘿蔔錢、福菜、梅乾菜、筍乾、瓠仔乾、豇豆乾、芋梗乾、蕃薯籤乾等曬乾後收藏，以備不時之需的農產品。而「醃漬」更是客家人的一項絕活，如醃鹹菜、醃福菜、醃筍、醃甕瓜(菴瓜、越瓜)、醃醬瓜片、醬豆腐餡(豆腐乳)、醬冬瓜、醬黃蘿蔔、漬大頭菜、漬嫩薑、漬黃瓜、漬蘆筍、紫蘇梅、醃溪魚、醃溪蝦、醃山豬肉、醃羌鹿肉等，尤其是風味獨具，最有北部客家沾醬特色的桔醬，還有苗栗特有的紫蘇醬，凡是能曬乾保存或醃製保存的任何食物，均能發展出一套特殊的技巧(苗栗縣文化局，2015)。

此外，由於客家米食豐富且多樣。米飯是客家人的主食，除了供應日常三餐之外，還可以釀酒、磨成粉漿，製成各種米粉或粄類。糯米製作的「粄」也是著名的客家食品，這些粄中包括了糍粑、湯圓、菜包、粄條及水粄等等，每一項風味各異，或以香濃取勝、或以軟韌誘人、或以甜嫩著稱，這些點心類的食品，在客家地區特別豐富，顯然因其較一般的米食耐久存，上山耕作的人們正可帶出門，隨時可以充飢(劉還月，1999：33)。

林麗樺(2009)指出今日臺灣客家人口約有四百六十萬人，佔臺灣總人口數的五分之一，他們遍佈全省各地，北部的桃竹苗三縣市，以及高屏地區的六堆，是臺灣客家族群的主要聚落區，其中又相對以苗栗縣的客家人口的比例最重。臺灣客家人經過三百多年的遷徙、融合，給人簡樸、奮發，努力打拼的印象，這項特質也反應在客家飲食上，雖然對於吃不十分講究，但在其飲食中卻反映了客家

人生活的智慧、勤勞刻苦與節儉堅毅的特質（林麗樺，2009）。

## 二、客家飲食特色

蔡孟汝（2003）認為「客家菜的特色及精髓，取決於它的材料及做法。客家菜以單味（甜、鹹、酸、苦）為主，也沒有太多美麗的修飾，較屬於家常菜，這些飲食的習慣其實是有淵源的。」客家美食不講究誇張的手法，每一道菜色都具有一定的功用與意義，與客家人所在的地域、文化、飲食習慣息息相關，且每一道菜色都透露出客家人特有的風俗民情（蔡孟汝，2003）。張玉欣、楊秀萍（2004）指出傳統客家飲食文化的特性如下：

### （一）廣泛性的食材選擇：

過去，客家人因為艱困及流離的遷徙，養成其就地取材的特性，不論是山野林間的野菜時蔬或是珍惜善用動物的內臟烹調，都塑造出客家「粗、野、雜食」的獨特性。

### （二）強烈的主、副食觀：

客家人向來以務農為主，因為需要補充大量體力及流失的水分，故客家菜的口味極重，利於下飯，以「鹹、香、肥」著稱。由於儉樸的天性再加上早期的經濟尚不富裕，故常常以米飯為主食，配一、兩樣菜；飯多菜少，只求溫飽。

### （三）豐富多元的飲食習俗：

飲食習俗亦稱「食俗」。客家族群對於年節信仰是很敬重的，因此，傳統的客家食俗涵蓋在生活中各個層面，從一個人的出生到死亡，從一年的年頭到年尾，都有飲食習俗。客家飲食習俗更是客家人濃厚傳統文化觀念和中原古民遺風的具體體現。

由於早期客家族群的生活並不富裕，只有在大年大節才會特別在飲食上下功夫，因此，客家食俗中又屬年節習俗最為特別。客家人勤儉刻苦、省吃儉用，只有在年節、初一、十五祭拜神明時才會宰雞宰豬，但卻又善盡食材，捨不得有一絲浪費。例如「四炆四炒」的菜餚便展現了這個特點，不僅色香味俱全，且不鋪張浪費；而以「炆」、「炒」烹調出來的食物可多次食用、利於保存，發揮了客家

人節儉的美德。

客家人的粄仔也因應歲時節令而有不同的吃粄文化；例如嫁娶喜宴時吃湯圓、粿粿，慶典祭祀時吃紅粄、龜粄，家中天小壯丁時打新丁粄，春節時吃年糕、鹹甜粄、紅豆粄、菜頭粄、發粄，清明節吃菜包、艾草包，端午節及中元節吃米粽、粿粽以及鹹粽，以及日常吃的粄條、九層粄；皆顯示了客家人對於年節、習俗、信仰的重視。

（四）因應地域文化差異衍生的地方風味性：

由於客家人遷移來台迄今，集中於桃園、新竹、苗栗、高雄美濃、屏東六堆及花東部分山區。客家人善用自然資源的天性，因應地域性氣候及農作物、特產的差異，而在臺灣各地區發展出不同風味的客家飲食特色。

### 三、小結

客家文化是客家人在遷移和居住過程中所創造的物質和精神財富的總和；是移民文化、中原文化和山地文化相融合的地域文化（陳義彬，2008）。常民生活飲食的文化，反映其民族風格，飲食可為重要的代表。國內學者歸納臺灣餐館菜譜約有八大菜系，分別代表不同常民飲食文化，包括北方菜（魯菜）、湖南菜（湘菜）、江漸菜（蘇菜）、港式粵菜（粵菜）、四川菜（川菜）、福佬口味臺菜之一、客家與潮州臺菜以及素菜（林明德，1996）。臺灣客家人第一時期的開墾在南臺灣的屏東平原，大武山孕育了終年不止的高屏溪、隘寮溪、東港溪、林邊溪等等，加上年平均溫攝氏二十六度的高溫，很適合水稻的生長，屏東平原的稻米生產富足再搭配客家文化醞釀出南部六堆地區的客家常民飲食文化（曾喜城，2008）。

綜上所述，由於客家人遷移來台迄今，除集中於桃、竹、苗三區之外，高雄美濃、屏東六堆及花東部分山區也有其足跡。且客家人善用自然資源的天性，也因應了地域性氣候及農作物、特產的差異，而在臺灣各地區發展出不同風味的客家飲食特色。

## 參、客家飲食文化相關研究

飲食為生活最基本、最底層的需求，它與身體、嘴巴的交切最為緊密，它是每天我們的生命燃料，提供我們能源，但實質上它在生活中的其他面向上亦是受到關注的（鄧景衡，2002）。一般大眾皆都瞭解飲食在人的一生中扮演極為重要的角色，但隨著社會意識之變遷，讓飲食有著不同的扮演角色。客家飲食涵蓋了各式不同文化之意涵，從早期王增能（1997）、楊彥杰（2000）、莊英章（2003）、林淑蓉（2007）等學者到現今許多的碩博士論文都提出探討飲食之研究已不再侷限「烹飪」、「美食」等，突顯客家飲食文化研究之論著作的研究能量。

莊英章（2003）由漢人飲食文化的理念基礎、客家源流與族群的建構、客家社會與文化及客家飲食行為的特色四部分做為探討。首先就學者從中國菜如：川菜、江浙菜、粵菜、潮州菜、客家菜、福州菜、閩南菜與臺灣菜，說明不同族群都保有超越飲食層次及深層觀念，再從有關客家移民史、族群認同及生活習慣（純樸風氣及儉約的表現）去探討客家飲食之行為（莊英章，2003）。

鄭富元與林受銓（2004）從醫學角度去探討客家飲食文化的學者，道出客家族群歷經遷徙過程而自然發展出一些易於攜帶如醃漬菜、方便儲存的客家食品，易造成三高代謝疾病，故建議將客家飲食優質精緻及營養化，並擬列改良客家菜菜單以做為參考（鄭富元、林受銓，2004）。

林淑蓉（2006）從身體的日常實踐，以嗅覺、視覺與味覺經驗作為建構記憶的主體，再藉由食物的烹調過程（cooking）體現的學習過程（an embodied apprenticeship），透過學習、內化成自我與社群的一個「飲食習慣」（eating habit），而讓飲食成為族群的符號、標籤之族群認同的重要象徵物。並藉由深度訪談不同世代的客家人對飲食之記憶，讓更多人瞭解客家族群的生活與性格（林淑蓉，2006）。

賴守誠（2006）從文化中介者」及「慢食」兩種觀念導出飲食與文化息息相關，且在烹煮的過程潛隱著社會、政治與美學的特質。文中所提之文化中介者則是提供主要的象徵產出與品味形塑的主要「資源」；而慢食則是強調品味教育，

故慢食運動則致力於地方食物與傳統烹調的保存。認為「飲食是文化的儀式展演 (performance)，不同的社會以不同的飲食方式來確認該社會的文化意義。而購買、烹飪與享用食物，是每日生活的基本特徵，整個的食物活動再製了身體與認同。這些視之理所當然的實踐，幫助我們理解我們的族群與我們自己」(賴守誠，2006)。

鄧之卿 (2009) 由文獻蒐集與深度訪談方式從新竹客家的歷史發展、地理環境、以及過去對於客家飲食研究的視野，瞭解飲食文化的形成不僅代表人類族群共同的生活方式、還包含過去與現在的文化傳承、物質層面與精神層面的結合等。認為「客家飲食文化的形成乃是由於地形氣候、生活條件、社會文化、風土人情等因素，長時間的影響與交融，最後形成特殊的客家飲食風格。而客家菜的特色是因應客家人的文化特質而來的，它表現在客家人的日常生活、風土民情、以及節日場合當中」(鄧之卿，2009)。

曾逸昌 (2002) 表示「由於客家人過去大多居處於交通不便、物質短缺、生鮮食物匱乏的環境，故常把食物曬乾貯藏或用鹽醃、用甕貯存，以備不時之需。因此客家話的「脯」、「乾」食物特別多，諸如魚脯、菜乾、蘿蔔乾、鹹菜乾、豆腐乾、筍乾等。原料以禽畜、河鮮、山珍蔬果為主，烹製技法眾多，精妙而獨特。」(曾逸昌，2002)

黎章春 (2004) 指出「客家菜起源於贛、閩、粵三省交界區域，明清時期自成體系、獨樹一幟，成為中國飲食文化百花園中的一朵奇葩，其味型以鹹、辣、醇厚見長，清淡、味重兼具。然而客家人也有傳統禁忌的食物，例如寒性、燥熱食材及牛肉較少食用」(黎章春，2004)。

陳玫如與李寧遠 (2010) 指出「美濃地區的客家族群年齡愈高，對於客家飲食文化認知愈多或愈正確」。故作者則建議政府可從學校、媒體做宣傳及推廣，結合老年世代的客家族群對於客家族群認知的記憶，建構出新的集體記憶，讓客家族群能更認識自己的飲食文化。(陳玫如、李寧遠，2010)

鄧宗聖 (2014) 對地方特色飲食的了解需回到自然地理與歷史脈絡中理解。

對於特色美食的期待不僅是美味，還包括人文與歷史的吸引力，藉此做為區域的認同標識。地方特色飲食最常用的概念包括「地方產物、人文賦予、市場生產」作為闡述屏東飲食文化的形成。在屏東，因在政治經濟性的發展社會下，許多美食認同來自於多樣的特殊場合如節日、慶典、宗教儀式等等，背後則是政府與中介機構的一項複雜系統，以行銷地方品牌意識，包括東港黑鮪魚、萬巒豬腳、屏東夜市等。在地理與人文歷史的基礎下，有兩種文化族群：一個是客家，一個是原住民，其飲食展現出其在節慶儀式中人與人及人與神間的關係。屏東飲食文化特徵反映出其環繞文化，由自然環境、歷史文化型塑的生活風格、認同(鄧宗聖，2014)。

截至2015年國內碩博士論文之客家飲食研究方向，徐秀枝(2007)從文獻分析法、參與觀察法及深度訪談法研究地方產業與客家美食。研究發現受訪者普遍對鳳林鎮發展客家美食與竹炭產業，抱持正面態度，並認為若能配合近年政府不斷推動結合觀光、美食及特產的旅遊活動，以及當地結合客家美食、竹炭產業、農業、地理與生態資源發展成新的地方特色，相信應能吸引遊客參訪及採購，對於地方發展、休閒遊憩、餐飲都能有一定程度的助益，但在當地仍屬新興行業，產品質、量或行銷與設計人才，都需進一步開發與培育。

于佩玉(2007)從傳統文獻史料、方志、日治時期研究及現代專著之文獻資料，探討客家節令中的習俗帶出客家飲食意涵。研究發現客家節令與「食」文化有著密切關聯，如冬至時補冬，以糯米煮飯加上黑棗、龍眼乾、枸杞等；到了夏天，會喝菊花茶，吃五黃以避惡。由此可知客家人會依循時令，配合當地的地理環境，選擇適當的食材運用，達到「致中和」的目的。藉由許多關於「食」的禁忌，也因為民以食為天，人們重視「食」的生活行為，所以在食的方面衍生出許多的禁忌文化，故透過重新受重視的節令、節慶活動及其食俗文化更生動地傳達族群意識予後輩，如：義民爺信仰與供飯習俗(于佩玉，2007)。

羅永正(2008)以創意的角度去探討飲食文化，因飲食是講究色、香、味俱全，猶如藝術的表現要靠創意的發揮。作者將新、舊客家美食與材料歸類整理與



客家三大類保存食物創作技巧，並嵌入「簡易創造思考技法」，即創意數（速）學—加、減、乘、除之狹義與廣義概念，將客家文化資產中找尋先人在生產製備飲食方面的智慧結晶及萃取有關創意思考元素，作為未來發展相關客家文化創意產業精髓之參考依據（羅永正，2008）。

林麗樺（2009）運用問卷調查與深度訪談方法，去探究民眾心中認知的客家飲食意象、消費行為影響因素、消費資訊接收的管道，期望將客家飲食與現今臺灣兼容並蓄的美食文化市場區隔，以期提升客家菜價值、強化臺灣客家菜的品牌定位，開創客家飲食文化的附加價值、促進客家飲食文化產業的經濟發展（林麗樺，2009）。

張美鳳（2010）是從生活新觀點「樂活」為主軸，藉由深度訪談法去探討客家餐廳營運模式。作者希冀藉由此研究，客家飲食能及早積極以樂活來改造、提升，創造新的文化品味與價值。如此，必能具備國際化的潛力，落實永續經營與保有客家飲食文化的理想（張美鳳，2010）。

由上述之整理，發現飲食文化涵蓋範圍極廣，不管是在色、香、味或是創新經營行銷皆代表著不同文化之背景。客家人對於食物的認知，是傳遞著個人對於族群的認同感，所以在飲食習性與味覺記憶的相互影響下，與有形的文化資產，結合當地飲食文化包裝成最有族群特色的物質形式，發展地方文化特色的理念，成為最具代表性的客家文化意象的表徵，彰顯客家族群特色的文化資產，同時也可以經由飲食文化提升族群對自己認識。

### 第三節 臺灣醬油產業概述

所謂「醬油」是以植物蛋白質為原料，經發酵、熟成後，添加食鹽、糖類、酒精、調味料及防腐劑等的調味品。醬油是中國人的發明，歷史可追溯至三千年前，於唐朝時輾轉流傳至日本，由日本人發揚光大，首開企業化經營之先，像日本的龜甲萬，就存在超過三個世紀。臺灣的醬油產業始於1661年鄭成功遷台之時，當時的醬油是以黑豆做為原料，自1895年日本人統治臺灣後，才開始以黃豆釀製醬油（關根一男，1995；轉引自廖瑞秋、王蕙晴，2008）。

醬油對東方人來說極為重要，尤其是中華料理，各種烹調方式都用得上，其風味層次多，絕非任何一種調味品，甚至多種混和可以取代的。醬油能改變菜餚的口味和色澤，其任務是生色、著色、增鹹，美化平庸的食材（焦桐，2009），提及每天人體必須攝取的三餐，其由許多的料理所集成，無論是中式或西式料理皆使用不同的調味品達到入味、入色、提味及提色等作用（曾敬淳，2003）。

醬油除了烹調料理食物之外，還可直接用作沾醬或澆醬使用，凡以台菜為主的家庭中，廚房內或是冰箱裡都免不了準備著數瓶的醬油。若是在外飲食，餐館內、盒餐業者、團膳等都為醬油產品的大宗消費者，餐桌上放置著一瓶瓶的醬料供客人自行取用，或以小便利包的形式作為外帶菜餚的附屬品。近幾年來更可見，幾家外商投資的大型連鎖速食店矗立而生，裡面販賣的是各式簡便的西式飲食，舉凡漢堡、薯條、炸雞、可樂，或是強調符合國人飲食習慣的米食漢堡等，都成為現代人外餐飲食的另一種選擇，在店內你應該有這樣的經驗，聽到這樣的聲音，「小姐！不好意思，可以多給我幾包調味包嗎？」，這不是因客人貪小便宜的心態，而是調味料對於食物美味的加成效果；雖然店內的便利包不完全是醬油，但在臺灣，醬油是食品烹調過程中不可缺少的調味醬。醬油雖然在過去是屬於亞洲族裔的食品，但隨著亞洲民族的遷徙，世界貿易往來、交通發達等因素，醬油更被推廣使用於其他美式餐飲中的牛排、燒烤、豆子甚至是爆玉米花上，速

食麵中也添加了醬油作為其麵條或醬包的原料之一，甚至有一些零嘴餅乾等也都有添加醬油來調味。超市的調味醬料架上，林林總總的醬料：蒜味油膏、辣味醬、水餃醬汁、烤肉醬…等，這類產品以醬油作為主要材料，為因應各種不同需求而研發出的各類產品，在日本稱之為「醬油週邊調味料」（張伊倫，1997）。

隨著歷史演變，現今我們所食用的醬油，以製作原料而言，一般有黑有黃，因此，醬油風味層次多，能與食材搭配相得益彰，由於醬油隨著工業化時代的來臨，其製作方式亦有所改變及改造，因此，醬油類別又可分「純釀造」與「非釀造」，為使醬油能夠依其製作方式了解其成分，本研究首先介紹相關學者論述之醬油分類，並將臺灣醬油產業興起脈絡依次論述之。

## 壹、醬油分類

### 一、醬油製造分類

在還沒有化學產物發明之前、化學工業未達發達之時，醬油的製作都是經過釀製的方式生產而成，只是當時並不是利用麴菌發酵的方式，然皆屬釀造式醬油。醬油的釀造方式類似酒，係微生物在食鹽的存在下分解蛋白質成為胺基酸，至於深褐的顏色則來自長時間的貯存期間，成分中糖類與胺基酸產生梅納反應。並且為了防止腐敗，部分產品中還添加適量的對羥苯甲酸鈉或酒精（張伊倫、李素菁、華傑，1996）。

隨著歷史演變，現今我們所食用的醬油，以製作原料而言，一般有黑豆與黃豆之分。黑豆製作，因其傳統特殊蔭釀方式而稱為「蔭油」，或因古法陶缸釀造又稱「壺底油」，為臺灣特產醬油；黃豆製作通稱為「醬油」。以製成的方式來說，可分為純釀造醬油、化學醬油及混合式醬油（金門縣農業試驗所，2013）。

在醬油類別上，大致可分「純釀造」（天然發酵）與「非釀造」。純釀造又分為三種，（1）中國淡色醬油（純大豆發酵）、（2）中國深色醬油與（純大豆發酵+糖蜜）（3）日本醬油（純大豆發酵+添加小麥），三者互為表親（Yates,1994；

陳慧靜，1999）。1954年3月26日，經濟部中央標準局第一次公佈了醬油中國國家標準（CNS），總號為423號，類號為N5006號，將醬油產品以製造方式分為釀造產品、速釀產品以及混合產品三類。而目前市售醬油以傳統的以黑豆為原料所釀成之黑豆醬油及以黃豆為主原料所製成之黃豆醬油，前者佔總產量的10%，而後者佔總產量的90%，後者可再分為（1）傳統釀造醬油，約佔黃豆醬油產量之25%；（2）化學速釀醬油，約佔黃豆醬油產量之5%；（3）混合式醬油，約佔黃豆醬油產量之70%（黃國榮，1988）。

根據曾敬淳（2003）針對釀造產品、速釀產品以及混合產品三類醬油之分析如下：

### （一）釀造法

以大豆、脫脂大豆、黑豆及小麥、米等穀類，經蒸煮或以其他方法處理並經培養麴菌製成之「醬油麴」，並在此加入蒸熟米或蒸熟米以麴菌糖化，並注入食鹽水，或加生醬油、醬油醪使其發酵，及熟成所得者。（CNS 423N5006）醬油主要係利用微生物發酵原理釀造而成，因其主要成分除食鹽外為各種胺基酸。豆類經過蒸煮等方式，再接受種麴培養製成，或在此時加入蒸熟米以麴菌糖化，再混合適量的食鹽水，使其接受熱度促進發酵，熟成經壓榨所得者。用此方法取得之醬油歷時時間久、利用率低、成本高、費人工，但具有獨特的風味。

### （二）速釀法（一般俗稱的化學醬油）

植物性蛋白質以酸分解處理所得之胺基酸液或添加醬油醪、生醬油，經發酵熟成所得者。（CNS 423 N5006）即利用酸液將植物性蛋白質加以分解，所得之氨基酸液，再經加工所成。此製造方式大大縮短原釀製醬油所需耗費數個月的發酵期，但唯有香氣不足之缺點。

### （三）混合法

混合式醬油省略了釀造法入缸後需花費數個月以上的日曝發酵期，將化學醬油容易產生香氣不足的部份，以釀造式的生成方式製造。為何化學醬油無法製造出與釀造醬油相同或者類似的香氣？而日本研究醬油學者及臺灣醬油研究者，至

目前為止，已分離鑑定出醬油之化合物將近三百種之多。

## 貳、臺灣醬油產業興起

於追溯醬油的起源，不論是日本或臺灣，醬油產製方式最早都可溯源於中國，然臺灣醬油的生產有其變革歷程，而日治臺灣以後，臺灣的醬油生產亦不同於往昔，日本人來臺之後始出現醬油工場，臺灣醬油進入工業的階段，受到日本醬油釀製技術的導引，於技術的革新上一日千里，隨著生產量化、交易益走向大量化及「現代化」，以下將之分為明鄭時期、日治時期發展、二次世界大戰期間及醬油產業興盛期析論之。

### 一、明鄭時期

永曆15年時，鄭成功據守臺灣，隨之搬遷來台的軍人及百姓帶來的文化衝擊，也帶來醬油釀造的技術。由於醬油是中華美食中不可或缺的調味，因而在家自釀自用或以製售醬油為業的情況相當普遍，這使得醬油的釀造技術廣為流傳，也代代相傳（楊心豪，2010）。臺灣地區的人民在飲食生活中不斷注入屬於中國飲食的元素，談論臺灣飲食文化課題的學者，曾將臺灣飲食的轉變分為五大時期，分別是物產開發期（1624~1662）、閩菜移入期（1661~1895）、日本飲食滲入期（1895~1945）、外省菜移入與繁榮期（1945~1975）、新臺灣飲食期（1975~迄今）（張玉欣、楊秀萍，2004）。

### 二、日治時期發展

傳聞臺灣的醬油生產是大約始於1661年鄭成功遷移來臺之時，當時醬油是以黑豆做為蛋白質原料，而現今的黃豆釀製醬油則是日本人在1895年統治臺灣以後才引進的（張伊倫，1996）。因此，臺灣醬油的源起及早先的生產狀況大多已不可考，文獻也甚少記錄，目前只可依循日本人治臺初期的紀錄與研究成果，所做的一連串舊慣與習俗之調查，足供參考。

臺灣最早出現以營業為目的的醬油工廠，是在1901（明治34）年一月，日本

人鈴木壽作氏在新竹市東門首先創設鈴木醬油釀造所，仿製日本名古屋地方之淡色溜醬油，專供渡海來台之日本人消費。其後漸由淡色醬油改製濃色醬油，較具規模者為1920（大正九）年四月，在台北市下奎府町設立之大正醬油株式會社。臺灣本島式之醬油販售始於1906（明治39）年6月，在台中彰化創立的林馥美醬油工廠。1914（大正3年）年5月，合勝醬油製造工廠亦在台中彰化成立，於是中國式醬油之販賣逐漸興盛，得以與島內販售之日本式醬油相互匹敵（魏岳壽、茅秀生，1952）。

### 三、二次世界大戰期間：

臺灣在二次大戰期間，日人將一切食糧工業配合軍事所需，均採取嚴格統制管理的方式，醬油這民生食品調味料亦不例外，本島醬油無論在島內販售或輸出，販售的對象、數量、種類及價格等都受到統制機關的指示及控管。當時臺灣醬油產量不足以供應全台所需，所以還需從日本方面進口醬油（主要供應來台之日人所需）（江辛美，2008）。

醬油製造技術改進、製品之檢查監督及原料的配給和控制，是由1944（昭和19）年3月7日創設臺灣醬油工業統制組合開始的，同年7月20日依照商工組合法18改組，加強組織，訂定了本島醬油之生產計劃及統一品質規格。在醬油工業統制組合下，包括臺北州醬油工業株式會社、新竹州醬油工業組合、臺中州醬油工業株式會社、臺南州醬油工業組合、高雄州醬油工業組合、花蓮港廳醬油工業組合及臺東廳醬油釀造合同組合等七組合員。其統制辦法，即醬油工業組合之組合員將每月所需之原料及預備生產之醬油量報告總督府，而醬油配給組合員將當地的需要量及預定販售量報告總督府，組督府依據前兩者之報告而決定增產量或是由日本輸入量，統籌購買原料配給給生產者，待醬油製成品後由政府統制轉交醬油配給組合，嚴格配給各大戶或小戶需要者，禁止任何人自由販賣。（魏岳壽、茅秀生，1952：175）。

1950年代醬油廠商同業間組織各縣市醬油同業公會，由臺灣省商會聯合會內之醬油小組負責召集開會，以便討論同業間有關事宜。由農復會協助的省醬類公

會聯合會附設種麴供應中心成立，並由聯合會舉辦醬油技術講習班，此組織並非統制機構，係一種聯誼會性質之組織，彼此商討成品產銷、原料申請及收購等問題。（陳勝和，1975）

#### 四、醬油產業興盛期：

在1950年左右，醬油產業正開始興始的時期，全台醬油共有411家，因為日治時期的限制解除了，此時期的臺灣產業也正處於發展的階段，醬油技術講習班的開辦、市場的需求持續增加、光復後大陸遷台之醬油廠甚多（魏岳壽、茅秀生，1952：181）、以及1960年初期臺灣開始使用外國設備製造醬油（陳勝和，1975：3）等因素，為臺灣醬油製造業的興始時期。1950年至1970年，此時受到前述的幾項因素影響，開設醬油工廠的業者呈現逐年增加的現象，最鼎盛的時期為1966年至1970年左右，當時五年之內就創立了42家的醬油工廠，而至1985年左右，才呈現逐漸下滑的趨勢，但平均每年還是有6到3家創設醬油工廠，1986之後，當醬油市場逐漸地飽和，每年開設醬油工廠就少之又少，而趨近於零（曾敬淳，2003）。

### 參、臺灣醬油產業現況

臺灣醬油市場在日治時期的基礎下，醬油工廠在工業化後逐漸增加，根據金門縣農業試驗所（2013）之（金門豆麥醬油製作研發期末報告）指出，在2009年食品所研究報告指出臺灣調味品市場年均成長率3%，調味品產值約164億元，各項調味品產值佔比依序為其他調味品39.1%、味精28.1%、醬油26.2%、食用鹽6.6%。另，根據2008年食品所進行臺灣地區食品消費與通路調查年鑑的資料顯示，消費者喜好的調味品種類中，醬油偏好的人數比重增加了53%之多（金門縣農業試驗所，2013）。

此外，食品工業研究所（2012）報告指出國內整體調味品產值達175.5億元，產品以內銷為主（83.3%）。各類調味品之佔比依序為是；其他調味品41.4%、醬油29.1%、味精21.8%、食用鹽7.7%，其中醬油比重微幅增加1.4%。2009~2010年臺灣醬油產量與產值等比例成長，成長率皆大於5%，產值規模突破50億，其市

場重心為國內，內銷比重約九成。近年來醬油觀光工廠(或博物館)的設立蔚為趨勢，包括金蘭、丸莊及大同等廠商，將觀光工廠結合文化、現場操作及休閒等元素，傳達品牌價值與發展理念（食品工業研究所，2012）。

## 肆、小結

由上述之整理，亦可發現醬油產業涵蓋範圍極廣，不管是在種類、製程或是經營概況皆代表著醬油產業轉型與進步，各家廠商開始設立醬油觀光工廠（或博物館），包萬家香、金蘭、丸莊和大同醬油，這些廠商透過觀光工廠介紹其品牌、歷史，和醬油製造的過程，並讓消費者體驗製造醬油的過程，開始與消費者溝通醬油的特色和文化。位於屏東的客庄醬油，在面對來自其它品牌醬油的競爭時，是否能為自己的產品找到定位，進一步帶動屏東客庄醬油的發展與轉型是值得我們探究。





# 第三章屏東客庄與產業

## 第一節屏東環境概述

### 壹、屏東人文社經背景

#### 一、屏東縣地理位置

屏東縣位於臺灣最南端東經120度、北緯22度，面積2775.6003平方公里是臺灣西部最狹長的縣，由於是平埔族阿猴社的所在地因此舊稱阿猴。

屏東縣行政區域劃分為屏東市、潮州鎮、東港鎮、恆春鎮、萬丹鄉、內埔鄉、佳冬鄉、來義鄉、長治鄉、竹田鄉、春日鄉、琉球鄉、麟洛鄉、新碑鄉、車城鄉、獅子鄉、牡丹鄉、三地門鄉、九如鄉、枋寮鄉、枋山鄉、滿州鄉、里港鄉、新園鄉、鹽埔鄉、崁頂鄉、霧台鄉、高樹鄉、林邊鄉、瑪家鄉、萬巒鄉、泰武鄉、南州鄉等鄉鎮。屏東縣花為南美紫茉莉，縣樹是椰子樹。



圖3-1 屏東縣地理位置圖

資料來源：屏東縣政府網站<http://www.pthg.gov.tw/>

## 二、屏東縣地理特色及人口

### (一) 地理

屏東平原形成前為一陷落之海灣低地，後經其周邊大小溪流自山地挾帶土不斷堆積而成，也因此沖積過程中逐漸形成不同之地理區塊，依水源豐沛與否、排水和適耕程度等方面，分為四種地帶，即沖積扇帶、扇端湧泉帶、沖積平原帶和低濕沼澤帶（施添福，2001）。

如以地形及地質劃分，屏東平原東側為潮州斷層，西側以旗山丘陵及鳳山丘陵為界，略成南北延長的矩形，長約60公里、寬約20公里。本區域為臺灣地下水分區中最南端的一個，平原面主要由旗山溪、荖濃溪、隘寮溪、高屏溪（下淡水溪）、東港溪及林邊溪等網狀河川聯合沖積而成（蔡承恩，2003）。

潮州斷層於中央山脈山腳下形成許多新舊沖積扇，堆積的土石逼使荖濃溪河道西移，而與旗山溪合併成為高屏溪，也因沖積扇堆積物向西生長，再使高屏溪日漸西移，逐步侵蝕旗山南方的丘陵山麓而拓寬平原面，同時荖濃溪、旗山溪、濁口溪、卡烏溪、隘寮溪、瓦魯斯溪、來社溪、力里溪所搬入的大量岩屑均堆積於平原面。所以，可知屏東平原生成的主要因素，乃在於河川的沖積作用。河川出山之後，因地勢瞬間開展與坡度變緩等因素下，水流所挾帶的土石因流水速度減緩成扇狀堆積於山谷出口，此等河川在平原上多成網流，有廣大的氾濫平原。因此沖積扇為屏東平原的重要地形面，較大的沖積扇自北而南有荖濃溪扇、隘寮溪扇、林邊溪扇、力里溪扇等（林朝棨，1957）。

本地下水域地下水資源豐富，荖濃溪和旗山溪二大支流匯集於里港之北，隘寮沖積扇的扇端地下水流出區也延伸到達里港，因此天然補助條件甚佳。致使乾季雖然長達半年以上，土壤水不足也有半年，卻因地下水資源豐富，而無缺水之憂（楊萬全，1993）。

然而，也正因上述之地理因素，平原上各條河川沖積扇仍處於發育期，每逢夏季因熱對流而降雨頻繁，或因熱帶氣旋攜帶大量雨雲，經過迎風面時，而迫使大量水氣降於河川上游山麓地帶，往往易引起山洪爆發，大量地表逕流水沿河川

自上游傾洩而下。楊萬全於其研究報告中指出：「年平均降水量多在3,000公釐以上，嶺脊附近可達3,500公釐以上，北大武山附近更高達4,500公釐以上」(楊萬全，1997)。待出山後河川舊有河道因平日堆積作用旺盛，河道短淺，無法容納瞬間暴漲之水流，則大水往往偏離河道往左右氾濫，河川出谷口後，河道分歧且流路搖擺不定，自山地門以降，內埔、萬巒、長治、鹽埔、高樹等鄉鎮一帶，均在高屏溪流域氾濫之影響範圍內。至今上述地方仍留有許多關於大水氾濫之口述記載，且名稱各有不同，位處上游沖積扇帶之聚落如內埔、鹽埔往往稱山洪爆發為「作大水」，下游沖積平原帶之聚落如萬丹則稱「崩溪」，《鳳山縣采訪冊》對此一景象描述為「溪流浩大，氾濫無常，夏秋霖雨滂沱，積潦驟漲，野水縱橫」(施添福，2001)。

盧德嘉(1957)指出地勢相對其他區域而言極不穩定，連帶影響其上之聚落分佈範圍，位處此一地形帶之聚落居民普遍仍留有大水毀庄之集體記憶，此一地帶被稱為「沖積扇帶」，地形往往遍佈巨石或礫石，春冬枯水期時河水常向下滲漏成為伏流，形成斷頭河之現象，地表景觀芒草叢生巨石遍佈，地形多變且河道變化無常，整體說來並不適宜發展農作(盧德嘉，1957)。六堆先民以「鳳山八社」及河川中游地段定居，但此地段洪患頻傳，不易在此建立聚落，先民最後建昌基堤防改變水道，永久解決水患問題，所以才能在屏東平原建立家園(鍾王壽，1999)。

## (二) 人口

目前，屏東縣人口至2015年11月止達840,000人，其中，全縣人口數最多的鄉鎮為屏東市，達到202,633人，次高的內埔鄉亦有55,674人，如表3-1。

從整體時間序列上的人口變動趨勢來看，屏東縣人口佔南部地區的比例也逐年降低，從14.83%降至14.39%。在屏東縣內，人口於空間上之分佈情形則主要集中於屏東市，約佔總人口23.72%，其次為內埔鄉(約佔7%)、潮州鎮(約佔6.3%)、萬丹鄉(約佔6%)與東港鎮(約佔5.4%)等，此五個鄉鎮市約佔全部屏東縣之50%，顯示屏東縣人口分布即為不均。

表 3-1 2015 年 11 月份屏東縣各鄉鎮市村里鄰戶數及人口數

鄉鎮別	村里數	鄰數	戶數	男性人口	女性人口	總人口數
屏東市	79	1,481	73,702	100,575	102,058	202,633
潮州鎮	23	547	18,491	28,840	26,834	55,674
東港鎮	21	376	19,158	27,412	27,318	54,730
恆春鎮	30	387	14,797	26,762	24,947	51,709
萬丹鄉	23	414	16,370	24,334	23,752	48,086
長治鄉	15	292	11,766	18,749	17,499	36,248
麟洛鄉	17	268	11,336	15,838	15,049	30,887
九如鄉	16	264	10,016	15,803	14,500	30,303
里港鄉	14	194	8,142	13,731	13,248	26,979
鹽埔鄉	12	238	7,833	13,715	12,662	26,377
高樹鄉	19	295	9,375	13,399	11,784	25,183
萬巒鄉	15	332	8,531	13,183	11,957	25,140
內埔鄉	11	159	6,832	11,445	10,645	22,090
竹田鄉	14	247	6,470	10,890	9,870	20,760
新埤鄉	12	212	6,981	10,361	9,568	19,929
枋寮鄉	10	170	6,941	9,710	9,208	18,918
新園鄉	15	171	5,649	9,314	8,262	17,576
崁頂鄉	8	120	4,459	8,214	7,946	16,160
林邊鄉	8	108	4,335	6,889	5,641	12,530
南州鄉	7	112	3,753	5,838	5,407	11,245
佳冬鄉	10	119	3,680	5,564	5,303	10,867
琉球鄉	7	127	3,430	5,372	4,693	10,065
車城鄉	11	131	3,485	4,823	4,114	8,937
滿州鄉	8	117	3,009	4,385	3,632	8,017
枋山鄉	10	81	2,291	3,886	3,818	7,704
三地門鄉	7	89	2,236	3,846	3,721	7,567
霧台鄉	6	62	2,019	3,458	3,315	6,773
瑪家鄉	4	63	2,137	3,015	2,645	5,660
泰武鄉	6	47	1,317	2,745	2,472	5,217
來義鄉	8	58	1,528	2,491	2,327	4,818
春日鄉	6	65	1,354	2,456	2,341	4,797
獅子鄉	6	56	1,860	2,450	2,313	4,763
牡丹鄉	6	32	1,055	1,704	1,623	3,327
總計	464	7,434	284,338	431,197	410,472	841,669

資料來源：屏東縣政府民政處（2015）

## 貳、氣候條件

屏東縣境西、北，以高屏溪與現今的高雄市為界，東倚大武山，東港溪流穿的屏東平原往西直到臺灣海峽，與中國遙相兩望，恆春半島坐鎮屏東縣境南疆，坐望巴士海峽，屏東縣境滿州鄉則東臨太平洋（屏東縣政府，2015）。

屏東縣素有「熱帶之都」稱呼。屏東的夏天雖然特別長，但並不意味著高溫酷熱，憑著臺灣海峽、巴士海峽與太平洋的圍繞，加上海洋性熱帶季風不停地吹拂，調節了令人灸悶的熱氣，最熱的七月平均氣溫反較臺灣其它地區低（屏東縣政府網站，2015）。就氣候而言，屏東平原全區域位處北迴歸線以南，屬熱帶氣候，終年氣候宜人，雨季約每年五月中旬至十月上旬，其餘則為乾季，不論冬夏雨量變化均大，尤以冬期為甚，常連續兩三個月無任何降雨（陳正祥，1993），故冬季少雨多晴日，若無大陸冷高壓來襲則一襲短衫可安然度過寒冬。《重修鳳山縣志》對此氣候型態描述為：「鐘鼎之家，狐貉無所用；細民無衣無褐，亦可卒歲。花卉則不時常開，木葉則歷年未落。瓜匏蔬菜之屬，雖窮冬亦華秀」（王瑛曾，1964）。然本區域主要缺點在於冬夏雨量分配不均，故施添福認為，「春冬頻旱，夏秋頻潦」是屏東平原地帶氣候的代表，因此旱時能否得水灌溉，以及潦時能否宣洩積水，乃成為清代屏東平原農業土地利用型態的主要因素（施添福，2001）。

大武山山脈與中央山脈的屏障，阻隔了冷冽的東北季風，加上緯度偏低，日照充足，使得屏東的冬天並不明顯，除了幾天寒流來襲的日子外，南國溫煦的陽光仍然提供這塊土地一個如暮春陽的冬天，一年當中最冷的一月平均氣溫才約為19.5度。恆春半島因緊臨巴士海峽，更是臺灣受颱風吹襲頻率最高的地區。颱風所造成的豪雨是本區最大的降雨類型，豪雨造成氾濫常使農漁業者損失不貲。落山風是恆春半島上一種獨特的天氣現象，嚴格來說，它是東北季風的一種變化。每年九月以後，東北季風增強，本區屬於丘陵台地區，山勢不高，東北季風由東岸順山勢爬升，至山頂後直貫而下，形成強勁的落山風，威力之大，猶如颱風，直到冬至後風勢漸緩，翌年四月後才告平息（屏東縣政府，2015）。

## 第二節 屏東客庄歷史與人口

### 壹、屏東歷史與地名沿革

#### 一、屏東拓墾沿革

屏東平原從地形圖來看，是一個範圍方整的地理區，四至東起中央山脈南段西坡的潮州斷層，北至大津（荖濃溪和濁口溪匯流處）大龜山（玉山山脈南端）、美濃、旗山，西止於高屏溪和旗山溪，南迄於臺灣海峽，面積約1,160平方公里。

「屏東」作為一個地名的出現，最先是出現在日治時期，日本治台機關臺灣總督府將全臺灣12個廳，整併為5州2廳。當時的「屏東」二字，首度在歷史與行政文書上以「高雄州屏東郡」的姿態出現。當時下轄的行政範圍約略與現今的屏北地區相當，包括現在的屏東市，以及屏北地區的長治鄉、鹽埔鄉、九如鄉、里港鄉、高樹鄉，當然也涵蓋2個原住民鄉—三地門鄉與霧台鄉；若以現在的屏東縣行政範圍回溯，當時在高雄州下轄的屏東4郡，就是現在的整個屏東縣全境，4個郡分別是轄管屏東北部的屏東郡、屏東中部的東港郡與潮州郡，以及轄管屏東南部的恆春郡。國民政府遷台後的隔年，亦即1950年屏東設縣，就是現在的屏東縣。（屏東縣政府，2015）。

在漢人入墾以前，高屏溪以東，即今屏東縣全部及高雄縣美濃、杉林、六龜等鄉鎮，為傀儡番及平埔番游耕游獵地區。傀儡番（今稱原住民）即布農、魯凱、排灣等族，分布於荖濃溪以北的高雄縣山地，及屏東平原東側山地，素以凶悍著稱。平埔番，為搭樓系的平埔族，主要有塔樓社（今里港鄉塔樓村）、武洛（里港鄉茄苳村武洛莊為據點）、阿猴（屏東市中心）、上淡水（以萬丹鄉社皮村為據點）、下淡水（以萬丹鄉番社村為據點）、力力（以崁頂鄉力社村為據點）、放索（林邊鄉水利村田墘厝放索為據點）、茄藤（以林邊鄉車路墘為據點）等八社，號稱「鳳山八社」（石萬壽，1986：6）。

荷蘭於明朝天啟4年（1624）佔領臺灣，主要是以臺灣作為遠東大陸貿易的

轉運站，因此在荷蘭人開墾臺灣之時，就有漁夫、小販和其他冒險家由福建來到臺灣。起初冒險家只留住臺灣一段短暫的時間，在1630年代荷蘭人鼓勵生產米、糖以後，開始有農業聚落的形成。明永曆15年(1661)鄭成功率領軍隊登陸臺灣，與荷蘭展開海陸大戰，最後荷蘭同意有條件投降，鄭軍終於在明永曆16年(1662)將荷蘭人逐出臺灣。鄭成功帶領來臺的軍隊士官兵和他的家人有三萬名之多，明鄭要開發臺灣需解決糧食問題，為增加生產所以設立軍屯，因此軍屯四周開始有漢人聚落的形成。明永曆15年(1661)鄭成功率領軍隊登陸臺灣，與荷蘭展開海陸大戰，最後荷蘭同意有條件投降，鄭軍終於在明永曆16年(1662)將荷蘭人逐出臺灣。鄭成功帶領來臺的軍隊士官兵和他的家人有三萬名之多，明鄭要開發臺灣需解決糧食問題，為增加生產所以設立軍屯，因此軍屯四周開始有漢人聚落的形成（陳紹馨，1992）。

向屬平埔熟番中鳳山八社的生活空間，在文明的腳步尚未進入下淡水溪左岸以前，是八社番人們的樂土，他們過著與世無爭的生活，平原上植被茂密，野生動物繁生，僅需施作簡單的刀耕火種即可獲致農作，兼且平原草埔梅花鹿繁生，可提供豐富的動物性蛋白質，社番的食物來源便不虞匱乏，以致他們雖有金錢，但並未發展出以金錢貿易的模式，而仍停留在以物易物的階段。直到十七世紀，荷蘭人於1635年聖誕節之役後，南部鳳山八社向荷屬東印度公司表達臣服之意，荷方要求臣屬的番社需每年朝貢一定數額的米穀與鹿皮，鳳山八社才逐漸捨棄傳統的狩獵與游耕方式，轉變為清代文獻記載中「不捕禽獸，專以耕種為務」的族群（陳泉甫，2004）。

鄭氏時期結束後，漢人逐漸入墾屏東平原，鳳山八社不斷的往屏東平原東部的斷層帶東移，此地的行政設置在清初改為鳳山縣。因為位處下淡水流域，所以被稱為下淡水，在康熙五十八年（1719），下淡水地區以東港溪為界分為港東里及港西里；光緒十四年（1888），港東里再分為港東上里、港東中里、港東下里；港西里亦分為港西上里、港西中里、港西下里；日治時期（1895~）起則先後隸屬臺南縣鳳山支廳、臺南民政支部鳳山出張所、鳳山縣、阿猴廳、高雄州，戰後則改隸高雄縣，民國三十九年（1950）九月起則隸屬屏東及高雄兩縣管轄（白雅蘋，2007），詳如表3-2。



表 3-2 屏東平原行政區域的改變

年代	隸屬的行政層級	備註
鄭氏時期 (1661-1683)	承天府萬年縣(州)	未有行政設置，以其地少有漢人墾拓，屬鳳山八社的活動範圍
清康熙二十三年 (1684)	臺灣府鳳山縣	設縣之初，仍為鳳山八社的活動範圍，少有漢墾聚落，在東港設「下淡水巡檢司署」
清康熙五十八年 (1719)	臺灣府鳳山縣	以東港溪為界分為港東里和港西里
清光緒十三年 (1887)	臺灣省臺南府鳳山縣	港東里分為港東上里、港東中里、港東下里；港西里亦分為港西上里、港西中里、港西下里
明治二十八年 (1895)	臺南縣鳳山支廳	
明治二十八年 (1895)	臺南縣鳳山出張所	
明治二十九年 (1896)	臺南縣鳳山支廳	
明治三十年 (1897)	臺灣省鳳山縣內埔、林邊、萬丹、阿猴、阿里港等辨務署	
明治三十一 (1898)	臺南縣阿猴、潮州、東港等辨務署	
明治三十四年 (1901)	阿猴廳東港、阿里港支廳	
明治四十二年 (1909)	阿猴廳潮州、阿里港支廳、內埔、萬丹、阿猴、公館、麟洛、老埤區	
大正八年 (1919)	高雄州屏東郡、潮州郡、東港郡、恆春郡	
昭和八年 (1933)	高雄州屏東郡、潮州郡、東港郡、恆春郡、屏東市	
民國三十四年 (1945)	臺灣省屏東市、高雄縣屏東區、潮州區、東港區、恆春區	
民國三十九年 (1950)	臺灣省屏東縣	

資料來源：重修臺灣省通志卷三住民志宗教篇（425-427頁），瞿海源，2002，南投：國史館臺灣文獻館。

屏東平原在十八世紀初期，即在臺南府城有力之家的佔墾下，大規模化為水

田蔗園，促使抽象的地理空間變成土地商品。國家也運用這些不在地業主招攬墾佃，建置草寮，結成村庄，乃至形成納稅單元。至於墾佃先是候鳥式來臺拓墾，「春來秋去」；稍後，在永佃權的誘因下，利用投資工本闢土成田的形式，換取獨立典賣的田園經營權利，轉而形成田主。在許多粵籍佃丁集中的聚落，則採取推派佃首充當「管事」的辦法，負責包攬村庄的稅務，從而避免衙役藉口清查漏報田業，隨意進村勒索。在墾戶和管事的中介下，屏東平原的草場在康熙39年至59年代（1700-1720）快速墾闢成水田蔗園，形成臺南府城最為重要的糧食生產基地（陳秋坤，2009）。

屏東平原為臺灣第二大平原，是由高屏溪、東港溪、林邊溪諸河流及其支流攜帶來之沖積物沖積而成，是六堆客家移民建立家園的地方。六堆行政區分屬屏東縣與高雄市，分屬美濃、杉林、六龜、高樹、麟洛、長治、竹田、內埔、萬巒、佳冬、新埤十一個鄉鎮（林竹貞，2010）。

何謂「六堆」？鄭春發（2014）指出文獻記載最早出現「六堆」一詞，是在乾隆51年（1786）林爽文事件時，當時共分為前、中、後、左、右及先鋒等六堆。然而，不論「營」或「堆」制，皆非完全與目前所認知的聚落位置結合，直至清光緒六年（1880）宋九雲編纂之《臺南東粵義民誌》，方將堆屬與個別聚落間的關係載明。此外，日治時期明治31年（1898）灣裡辨務署長瀨戶晉先生編纂之《臺南縣誌》、昭和10年（1935）內埔公學校松崎仁三郎校長撰寫的《嗚呼忠義亭》，以及民國62年（1973）鍾王壽所著之《六堆客家鄉土誌》等著作，皆有堆屬與個別聚落間的關係載明。雖有部分名稱不同，但不影響相關各堆之所屬。戰後再因行政區劃改變，方形成現在堆屬與鄉鎮對應之關係（鄭春發，2014）。

今日的「六堆」，涵蓋臺灣南部屏東、高雄縣境內的十餘個鄉鎮，分為前、後、左、右、中及先鋒堆。這一地區開發很早，客家人移民的歷史可以追溯到康熙後期，並且絕大部分來自講客家話的廣東梅縣、蕉嶺一帶，這與北部桃竹苗地區也有不少並非全部講客家話的潮州、惠州移民不同（陳麗華，2010）。羅香林（1981）認為客家民族在晉朝開始由中原漢族遷出，總共經歷五期大遷徙（羅香林，1981），宋末第三期遷徙到達中國南方的閩西南、粵東北、贛南三角地帶，

此地帶成為客家的大本營。六堆客家先民大都是在清治時期大部分來自廣東嘉應州（溫仲和，1961）以及少數福建西部的客家移民至屏東平原拓墾，所以此處成為六堆客家的原鄉。房學嘉（1996）認為客家族群是南遷漢人和古代南方的土著民族---古越族通婚的後代。以上研究學者對客家族群起源看法雖為不同，卻共同指出客家族群自古即是經歷多方波折、屢次遷徙的流浪族群，且與當地族群通婚，因而多種血源混合。且每次遷徙都因著不同原因、背景的影響，所以客家族群隨遇而安、冒險患難的態度也漸漸成為其特有的族群性（林竹貞，2009）。

## 二、屏東地名由來

至於「屏東」這個地名的緣起，一般認為是來自清代嘉慶年間的「屏東書院」，書院當時的門聯便是分別以「屏」、「東」這兩個字起首（陳其南，2014）。

今之屏東在明、清之際又稱為「阿猴社」、「阿猴林」、「鴉緞林」、「阿猴林社」等。明鄭治台時期下淡水溪沿岸一帶的平野，只是少數駐軍的屯墾點而已，一般民間的墾殖尚屬少數。關於「阿猴社」之名，1694（清康熙33）年高拱乾修《臺灣府志》引〈陳少崖外記〉云：「海寇林道乾戰敗，艤舟打豉山下，恐復來攻，掠山下土蕃殺之，取其血和灰固舟，乃航于海，餘蕃走『阿猴林社』。」林道乾事件發生在1563（明嘉靖42）年，據此推估「阿猴林社」的存在至少有430餘年的歷史。《屏東市采風錄》以為此說較早於《荷蘭時代的臺灣番社戶口表》的記載，本書是以1647年以後荷蘭人據台進行人口調查時，才有「阿猴社」的名稱出現（劉還月，2002：1）。

## 貳、人口變遷與客家移民

### 一、人口變遷

區域是一種演化的過程，並不是固定的地域劃分，而是在一系列特定的歷史和地理條件下，所形成的變化中社會建構（葉冰譯，1999）。簡言之，即個人與群體和群體與群體間，在地表上透過其家庭、政府、社會、經濟、文化等關係不斷地進行交互作用，並將長期多變的交互作用結果投射至地表的過程。因此，透

過歷史過程，探究人群在地域上長期而多變的互動關係，可彰顯其獨特性。(施添福，2001)。

關於屏東地區於清朝時期之人口移民論述方面，施添福(2001)指出閩粵二省的漢移民，包括福佬、客家，約自康熙三十年代之後，陸續進墾屏東平原。至康熙末年，福佬系占墾的地區，主要分布於下淡水溪沿岸和沿海一帶，即北自阿里港，南到東港，並沿海岸平原南下直達枋寮，皆成福佬村落的散布地帶；而客家系則自萬丹沿麟洛溪(隘寮溪的舊河道)和東港溪向上游及兩岸發展，而形成福佬和客家各據屏東平原東西兩側的族群分布特徵。

此外，由臺灣總督官房調查課於昭和元年所做的臺灣在籍漢民鄉貫調查中可知，屏東平原中福建省移民除屬客語區的汀州府系外，計占45.4%，其中以漳、泉二府占多數。廣東省移民中，潮州府占2.4%、嘉應州占20.77%、惠州府占0.35%，如表3-3(林正慧，2005)。

表 3-3 日治時期屏東平原漢人鄉貫分布

		福建省							廣東省			其他	總計
		泉州	漳州	汀州	龍巖	福州	興化	永春	潮州	嘉應	惠州		
旗山郡	旗山	102	10	5	4	1	1	3	5	5	2	4	
	美濃	0	2	--	--	--	--	--	--	171	--	1	
	杉林	2	1	--	--	--	--	--	--	17	--	3	
	甲仙	1	1	--	--	--	1	--	--	1	1	14	
	內門	24	24	--	2	--	--	19	--	--	--	21	
	田寮	37	54	--	--	--	--	--	--	--	--	--	
屏東郡	屏東	185	22	6	5	--	--	--	4	8	3	5	
	長興	0	24	--	--	--	--	--	--	96	--	1	
	鹽埔	19	20	--	9	8	3	5	15	4	2	--	
	高樹	14	7	--	--	--	18	3	7	37	--	9	
	六龜	18	8	4	--	--	--	--	7	6	4	--	
	里港	32	27	--	--	6	3	5	2	2	--	--	
	九塊	26	28	--	--	--	--	--	2	1	--	--	
潮州郡	潮州	22	24	--	--	--	--	--	22	6	--	--	
	萬巒	11	6	--	--	--	--	--	11	66	--	--	
	內埔	6	30	--	--	--	--	--	--	144	--	--	
	竹田	16		--	--	--	--	--	--	59	--	--	
	新埤	0		--	--	--	--	--	5	35	--	--	
	枋寮	16	63	--	--	--	--	--	--	1	--	--	
	枋山	14	10	--	--	--	--	--	--	--	--	--	
東港郡	東港	96	47	--	--	--	--	--	--	--	--	--	
	新園	86	78	--	--	--	--	--	--	--	--	1	
	萬丹	135	9	--	--	--	--	15	--	--	--	1	
	林邊	69	33	--	--	--	--	--	--	--	--	1	
	佳冬	30	2	--	--	--	--	--	3	58	--	1	
小計		961	530	15	20	15	26	50	83	717	12	62	3,452
百分		27.84	15.35	0.43	0.58	0.43	0.75	1.45	2.40	20.77	0.35	1.80	100

資料來源：臺灣總督官房調查課臺灣在籍漢民族鄉貫別調查（24-27頁），1928，臺北：臺灣時報發行所。

近來臺灣客家族群人口研究方面，根據《全國客家人口基礎資料調查研究》（2010），屏東縣客家總人口數是20萬人，以高達6.4萬客家人住在屏東市最多（表 3-4），就客家人口數而言，是高居屏東縣各鄉鎮之冠。

表 3-4 屏東縣各鄉（鎮、市）依客家人口比例排行表

序號	鄉鎮市名稱	總人口數	客家人口數	客家人口數佔總人口數比例
1	麟洛鄉	1.1	1.0	87.2%
2	竹田鄉	1.8	1.5	81.0%
3	內埔鄉	5.8	3.5	57.0%
4	高樹鄉	2.6	1.6	55.8%
5	佳冬鄉	2.1	1.2	53.2%
6	新埤鄉	1.0	0.6	52.9%
7	長治鄉	3.0	1.6	51.8%
8	萬巒鄉	2.2	0.9	38.3%
9	屏東市	21.1	6.4	29.3%
10	潮州鎮	5.5	1.6	28.5%
11	滿州鄉	0.8	0.2	28.4%
12	車城鄉	0.9	0.3	27.4%

資料來源：99 年至 100 年全國客家人口基礎資料調查研究，2011，臺北：行政院客委會。

## 二、客家族群移民

在清代遷入臺灣的客家人中，其遷出地域的分布是不平衡的。在閩粵二省中，以粵省遷出者為多。而在粵省中，又以清代嘉應州所屬各縣最為集中。日據時期，日本人對於臺灣曾舉行過好幾次的「國勢調查」，1926年對當時臺灣各州（廳）漢人籍貫所作的統計如表3-5，清楚的看到在大約三百萬（2,929,860）移民中，來自泉州和漳州等地的福海系居民占絕大多數（2,302,060），而來自汀州府、潮州府、嘉應州、惠州府客家系居民則約略有六十三萬人（627,800），相對而言，自屬少數。而這些居民中，其原籍最多的則是清代的嘉應州，其次是惠州，再次分別是汀州和潮州。來台後的客家移民大部分居住在北部的新竹州（353,850人），其次是台中州（116,000人），再其次是高雄州（94,700人）（吳餘鎬，2002）。

表 3-5 1926 年臺灣各州（廳）漢人籍貫統計表

原籍 居住區	泉州府	漳州府	汀州府	龍岩州	福州府	興化府	永春府	潮州府	嘉應州	惠州府
台北市	398,000	284,600	17,400	2,600	6,700	500	5,300	1,800	1,900	600
新竹州	99,200	10,650	550	1,900	1,500	1,700	800	51,800	168,300	133,200
台中州	99,200	36,200	8,300	6,100	12,100	500	6,300	54,700	38,300	14,700
台南州	341,800	423,800	7,600	2,500	3,500	3,200	1,300	11,300	71	2,100
高雄州	238,800	129,300	3,600	2,700	2,700	3,300	6,700	12,800	76,000	2,300
台東廳	2,300	1,000			200	100	100	200	900	10
花蓮港廳	4,700	4,600	100	200	300			2,100	3,500	1,600
澎湖廳	58,200	8,600			200					
合計	1,242,200	986,860	42,500	16,000	27,200	9,300	20,500	134,700	296,000	154,600

資料來源：臺灣客家李文古故事研究，吳餘鎬，2002，嘉義：國立中正大學中國文學研究所碩士論文。

客家人移民臺灣的過程中，大致而言，它經歷了一個以台南為中心，繼續向南開發，然後再向北發展的先南後北的過程（陳運棟，1988）。早期客家移民在南部的開墾，主要是圍繞著兩個中心展開的。第一個中心位於今天的屏東縣萬丹鄉。由於來自嘉應州屬各縣的早期客家移民到達南部時，十年前遷來的漳泉人已經將台南府城周圍的平原地帶開墾得差不多了。於是，南下到達今屏東縣萬丹鄉，墾荒種植，將這裡取名為濫濫莊。

根據鍾王壽（1973）《六堆客家鄉土誌》乙書提及，西元1661年鄭成功驅荷克臺之後，雖有閩西客家及廣東潮州府客家人隨軍隊來臺，其數甚少。而六堆客家先民來臺乃於西元1682年大清施琅將軍平臺後，且居民大多數來自廣東嘉應州（現今梅縣、蕉嶺、五華、平遠及興寧等地）。至康熙末年下淡水流域（今高屏流域）已經擁有13大庄、64小庄的客家聚落（邱彥貴、吳中杰，2001）。

在康熙四十年左右，客家人分幾路向高屏低洼平原地帶進發，建立起新的居民點，名糶糶村，是一個糧食交換的集散地。其稻米一般經東港外運。早期客家移民聚落從濫濫莊到糶糶村的轉變，說明他們已經將臺灣南部的荒山野嶺開墾成糧食種植的重要地區。此外，第二個中心是長治，位於今屏東縣東部山腳下。康

熙三十五年，由嘉應州屬蕉嶺遷來的邱永鎬發現這塊平地後，即著手開墾。三年後，邱氏從原籍招徠移民，以擴大墾殖範圍。因這裡氣候乾燥缺水，他們便開山鑿圳，引水灌田（曾喜城，2001）。

陳運棟（1988）統計，至康熙六十年（1721），朱一貴事變發生，客家人在南部地區一共建立了13個大莊、64個小莊，「其能執戈從事戰鬥的鄉勇，竟然能糾合一萬二千餘人，而事後其被視為『義民』者，至少有十五姓之多，由此可以窺見，當時移墾這一帶地區的客家人口數，至少有數萬人之多。」其後歷經雍正、乾隆、嘉慶各朝代，一直到同治一朝，仍然繼續不斷有客家人入墾的情形，因此，移民人數總共約有10餘萬人之多。現今南部地區，高雄的美濃以及屏東的六堆都很大的客家聚落，保有許多客家生活的形態（吳餘鎬，2002）。

劉正一（1994）從六堆客家團練組織的創立概估六堆開成村落順序，初期約自康熙37年始至康熙60年（1698-1721）止，此時主要的村莊有：竹田鄉、萬巒鄉、內埔鄉、長治鄉、麟洛鄉、新埤鄉、佳冬鄉、美濃鎮、高樹鄉、杉林鄉、六龜鄉等（劉正一，1994）。當族群身處異地，在適應或調適的長久歷程中，因為迥異的地理條件與人文基礎，而逐漸形塑出獨特的族群特性與文化。下淡水流域這樣天然的場域，正是客家族群上演著努力不懈、晴耕雨讀、重視環境等等舞臺（鄭春發，2014）。

### 三、小結

綜上所述，屏東六堆客家先民來臺乃於西元1682年大清施琅將軍平臺後，且居民大多數來自廣東嘉應州，在歷經日治時代、臺灣光復、戒嚴前後與本土文化的復興前，其客庄社會經濟發展，產業以農、林、牧業為主，客家人被稱作「山的族群」，不包括從事漁業，中心市街為美濃、內埔與萬巒等三庄。當時的工業發展機能，大部分是生產一些村民們所需要的農具、家具、日用雜貨以及食品，後歷史的進程中，黃建德（2004）指出六堆地區客家人開發模式主要利用嘗會來介入土地買賣與開發。民國38年（1949）至42年（1953）間國民政府進行土地改革，實施三七五減租、公地放領、耕者有其田，減輕了農民負擔，並刺激生產意願。六堆地區各嘗會一如萬巒地區嘗會，造就了許多擁有土地的小農，發展出「均富」的社會面貌（黃建德，2004）。



## 第三節 屏東客家聚落產業

屏東縣全境位於北回歸線以南，六堆屬「高密度」客家人口集居鄉鎮，而綜觀其歷史發展脈絡、聚落與整體產業發展演變，均建構出充滿客家精神的客家農村聚落與客家生活文化典型。屏東縣自清代漢人入墾開拓以來，歷來產業發展多以農業為主。產業發展與居民生活息息相關，客家聚落伴隨著產業發展，產業發展亦成為屏東客家生活文化的重要一環。

現在六堆客家聚落大都位在屏東平原上，屏東平原形似倒立的梯形沖積平原，東邊為南北走向的潮州斷層，西邊是高屏溪，南斜邊即為高屏溪出海口到枋寮的海岸線，北斜邊為荖濃溪及隘寮溪，整個平原南北長大約60公里，東西寬大約為20公里，總面積約為1,140平方公里。屏東平原東邊的大武山系，為平原河流的集水區，西麓依序為沖積扇、扇尖湧泉帶、沖積平原及瀉湖地區，故此地土壤肥沃，適合農業發展（洪瑞福，2007）。

屏東縣客家地區以農業為主，客家聚落因自然環境特殊，富含優美的景觀特色的產業、濃郁的文化，及維護良好的生態環境。從二十世紀末開始，這些景觀、產業及自然生態資源，是發展體驗經濟（Experience Economy）最珍貴的自然資本（Nature capital），客家地區適合發展的觀光休閒產業可歸納為：休閒農業、鄉村旅遊、傳統餐飲產業、鄉村民宿、鄉村節慶觀光、創意文化產業、歷史文化古蹟體驗等（段兆麟，2007）。此外，屏東現有產業除了農業仍為主要產業外，還包含了特色的古老的稻米與碾米業、燒炭業、製糖業、桂竹手工竹編產業，以及新興的休閒產業與文創產業。

### 壹、傳統產業發展

關於六堆客庄產業發展歷史脈絡方面，鄭春發（2014）由表3-6在（由1915年日治國勢調查檢視六堆地區客家族群分布與社經特性）一文指出，臺灣日治時期島內客家族群陸續的二次移民（日本政府因經濟上的需要，有計畫性將客家移

民遷往臺灣南部與東部)，今日北客移民地區已被客委會納入「六堆地區」的「右堆」，與傳統六堆地區區分，故特別以「北右堆」一詞區別。六堆地區客庄產業結構主要以農、林、牧業為主，傳統六堆地區聚落多未鄰海岸，如左堆的六根庄（今佳冬）為六堆最鄰近臺灣海峽，並無傳統漁港聚落或港口，客家人被稱作「山的族群」，不僅六堆地區，桃竹苗地區的客家族群，從事漁撈捕漁業者比例亦相當少（鄭春發，2014）。六堆分布區域有山、有水，後來因水系完整，故農業耕種生產量大量提高，屏東平原地理環境所帶來的自然生態種類很多，尤以靠山面水的客家村落，仍保持農村聚落模式，所以生態隨地可觀，其中以東港溪流域最為豐富（洪瑞福，2007）。

**表 3-6 1915 年下淡水流域六堆地區客庄人口就業結構一覽表**

區別	就業總人口	農林漁牧	工業	商業交通業	公務及自由業	其他有業
先鋒堆	3338	86.94%	3.83%	4.13%	0.84%	4.25%
右堆	15025	88.41%	4.29%	2.82%	0.92%	3.56%
前堆	5514	93.00%	1.74%	2.77%	0.71%	1.78%
中堆	5791	92.57%	1.66%	2.66%	0.60%	2.50%
後堆	5337	87.00%	3.34%	4.31%	0.64%	4.72%
左堆	5315	94.83%	1.98%	2.37%	0.56%	0.26%
北右堆	1884	67.46%	21.07%	4.19%	6.53%	0.74%
其他客庄（滿州鄉、車城鄉一帶客庄）	3381	90.48%	1.48%	2.43%	1.95%	3.67%
非客庄地區	182826	80.99%	5.15%	8.02%	1.58%	4.26%
總計	228411	82.64%	4.86%	7.03%	1.48%	3.99%

資料來源：鄭春發（2014）。由 1915 年日治國勢調查檢視六堆地區客家族群分布與社經特性。臺北市立大學學報，45 卷 2 期，37-68。

此外，日治時期六堆第二級產業工業發展部分，王和安（2007）指出以「北右堆」即今阿里關庄（甲仙）、六龜地區較高，日本政府因經濟上的需要，而有計畫性的將新竹州（今桃竹苗地區）的客家人移入於此地區，移民擁有開採樟腦的專業及資本，而日本殖民當局的殖民政策，從有關臺灣山區的開發政策包括「移民、衛生、理蕃、樟腦」等要項著手，加上阿里關庄（甲仙）、六龜地區含有豐

富的樟腦產量，三者之間相互連結的主要關鍵，成就了右堆早年的「樟腦業」（王和安，2007）。

第二級產業商業及交通業發展方面，則以各地區中心市、街地區為主，六堆以「右堆美濃、後堆內埔、前堆麟洛、中堆竹田、先鋒堆的萬巒庄」等為主要商業聚落。公務人員業（即現行政機關）以聚落的政治、經濟機能強的地區中心市、街為主，如打狗、鳳山街、旗山街、阿猴街等公務人口比較多（鄭春發，2014）。

富田芳郎（1955）研究，日治時期六堆的工業發展機能，大部分是生產一些村民們所需要的農具、家具、日用雜貨以及食品（如花生油、醬油、豆油、麵類）等等的手工業，原料與出品都依存於附近的鄉村，因此其生產的規模也小。僅祇製糖業一項不同，其所生產的砂糖供應島上及島外的需要，可稱為「鄉村依存工業」，富田芳郎稱之為「半鄉村的工業」（富田芳郎，1955）。

根據鄭春發（2014）在〈由1915年日治國勢調查檢視六堆地區客家族群分布與社經特性〉一文指出1915年日治時期下淡水流域發展，在都市計畫尚未發布、鐵道尚未鋪設至南屏東地區，以及南進政策前工業化時代來臨前，主要的聚落發展仍在沿海鄉鎮，內陸以河運港口（如鳳山、阿里港、瀾濃等）、製糖鄉村工業的城鎮（小港、橋仔頭、旗山、阿猴），為人口集中、周圍農村之中心市街，而當時的中心市郊周圍依附著不少的共生村落。六堆地區在歷經日治時代、臺灣光復、戒嚴前後與本土文化的復興前，其客庄社會經濟發展的概況如下：「產業則以農、林、牧業為主，但不包括從事漁業，六堆客庄中，中心市街為瀾濃、內埔與萬巒等三庄」。

國民黨政府遷移來台後，隨著工商業發展，屏東地區產業有逐漸邁向轉型及多樣化的發展。根據屏東縣政府主計處（1999）〈屏東縣統計概要民國39~88年〉分析指出，民國41年屏東縣商業登記家數3,164家，至民國88年底商業登記家數19,159家，其中以商業14,192家占74.07%最多，公共行政、社會服務及個人服務業2,017家占10.53%次之，營造業1,078家占5.63%居第三位。此外，工廠登記家數方面，41年底共計576家，至88年底工廠登記家數1,033家，其中以食品製造業245

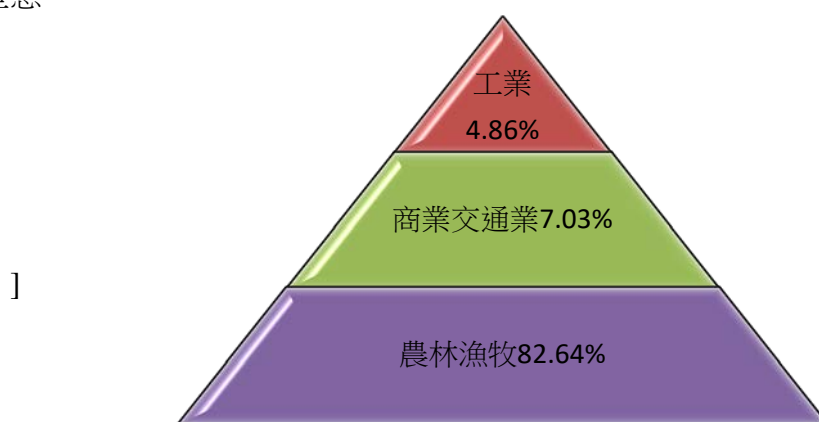
家23.72%最多，金屬製造業101家占9.78次之，運輸工具製造修配業78家占7.55%居第三位（屏東縣政府主計處，1999）。

**表 3-7 60年~80年屏東縣商業登記家數**

	60年	70年	80年
農林漁牧業	102	129	131
礦業及土石採取業	10	16	18
製造業	1,803	2,225	1,878
水電燃氣業	-	-	1
營造業	241	261	379
商業	8,276	14,465	17,066
運輸、倉儲及通信	222	325	595
金融保險不動產	174	209	675
公共行政社福	2,633	3,892	3,706

資料來源：屏東縣統計概要民國39~88年，屏東縣政府主計處，1999，屏東縣：屏東縣政府。

由以上資料可以發現，六堆地區客庄產業結構主要以農、林、牧業為主，如圖3-2所示，六堆區域有山、有水且水系完整，故農業耕種生產量大量提高，屏東平原地理環境所帶來的自然生態種類很多，使之農、林、牧業占82.64%，二級產業方面，以聚落的政治、經濟機能強的地區之市、街地區為主，發展出商業及交通業占7.03%，六工業發展由日治時期，主要是生產村民們所需要的農具、家具、日用雜貨以及食品等的工業占4.86%，因此，屏東縣具有相當豐富的傳統產業型態。



**圖3-2 屏東地區傳統產業比重圖**

資料來源：本研究自行整理

## 貳、現代產業概況

根據財團法人金屬工業研究發展中心（2008）之〈南部傳統產業科技關懷計畫—南部整體產業發展策略研究〉指出（表3-8），分析重要產業2000～2007年的表現發現，在屏東縣擁有較佳技術、勞動力或資本設備，可為地區經濟發展創造較高附加價值、工資及投資報酬，進而帶動相關產業發展。區域優勢方面，汽車、發輸配電、石材、合板、飼料業營收及員工成長幅度分別高於全國三成及一成以上，為屏東縣優勢產業。重要產業生產成長率與全國比較，以汽車、調味品表現最佳；重要產業中以汽車、調味品及石材業的整體表現最佳（財團法人金屬工業研究發展中心，2008）。

表 3-8 屏東縣重要產業特色指標

產業名稱	生產力	區域優勢		生產成長率	規模成長力	
	勞動生產力比	員工移轉份額	營收移轉份額	生產力成長率比較	產出成長率	員工成長率
冷凍冷藏水產	0.98	0	-0.12	-0.08	-0.13	0.12
動物飼料配製業	0.8	0.7	0.76	-0.24	0.14	0.29
調味品	1.36	0.08	2.07	1.91	2.23	0.14
調理食品	1.09	-0.27	-0.65	-0.28	-0.26	0
合板及組合木材	0.88	0.4	0.87	0.31	0.39	0.11
預拌混凝土	0.77	0.26	0.14	-0.22	0.42	0.15
石材製品	1.3	0.49	0.51	-0.1	0.53	0.42
發電、輸電、配電機械	0.98	0.35	1.04	0.68	0.85	0.06
汽車業	1.45	1.23	7.36	2.97	7.46	1.03
金屬家具業	1	-0.13	-0.19	-0.04	-0.26	-0.18

資料來源：南部整體產業發展策略研究，財團法人金屬工業研究發展中心，2005，高雄：財團法人金屬工業研究發展中心。

屏東地區主要產業可分為第一、二及三級，近年來該縣在屏南（枋寮鄉）、屏東（屏東市）及內埔（內埔鄉）等3個工業區相繼開發完成下，促其工業生產顯著成長，以食品製造、汽車及其零件以及金屬製品製造業為其製造業發展重心。

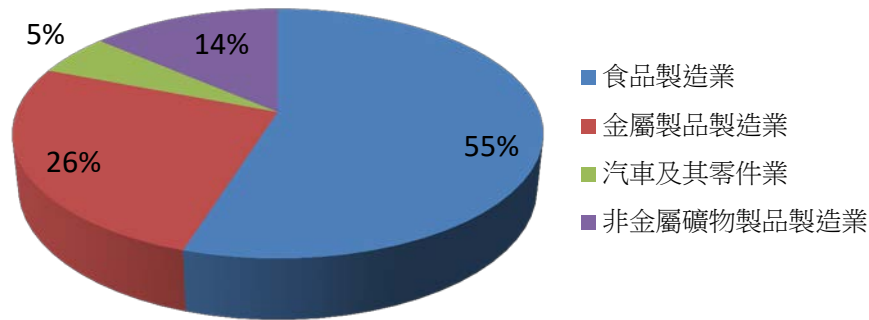
另該縣豐富的農漁業資源及良好的氣候環境，促該縣政府積極朝生技、環保為主軸的農業生物科技園區開發，希冀透過生技產業引領其產業升級。其中，食品製造業合計213家，主要集中在屏東市，產值約291.9億元，占全國比重約6.62%（臺灣各縣市產業現況分析，2013）。由表3-9得知，屏東地區之核心產業，食品製造業合計213家，占全國比重約6.62%。其次為汽車及其零件業，占全國比重約4.01%，非金屬礦物製品製造業占全國比重約1.94%，最後是金屬製品製造業占全國比重約1.54%，由此得知，由於屏東工商業發展較受到侷限，但正因其擁有豐富的天然資源，因此對於其轉型發展，有不同於其他縣市的思考模式。配合屏東縣豐富的農漁產業及良好的氣候環境，帶動地方產業升級。

**表 3-9 2013 年屏東縣產業現況分析**

屏東縣核心產業	說明
食品製造業	合計213家，主要集中在屏東市，產值約291.9億元，占全國比重約6.62%
金屬製品製造業	合計 101 家，主要集中在屏東市，產值約 156.6 億元，占全國比重約 1.54%
汽車及其零件業	合計約 21 家，主要集中在屏東市，產值約 162.1 億元，占全國比重約 4.01%
非金屬礦物製品製造業	合計約53家，主要集中在枋寮鄉，產值約49.9億元，占全國比重約1.94%

資料來源：臺灣各縣市產業現況分析，第一銀行，2013，台北第一銀行徵信處。

由圖3-3屏東地區現代產業分布圖分析發現，產業型態以非金屬礦物製品製造業14%、汽車及其零件業5%、金屬製品製造業26%，此外，該縣豐富的農漁業資源及良好的氣候環境，促使在地積極以農業生物科技為主軸之食品製造業占55%，顯示屏東縣的產業型態，除了工業為主體的汽車、非金屬及金屬產業外，透過縣有之豐富農作生產引入食品加工產業，帶動地方產業發展。



**圖3-3 屏東地區現代產業分布圖**

資料來源：本研究自行整理。

屏東產業變遷，象徵著屏東居民生活形態的轉變，產業的歷史軌跡，亦訴說著屏東客家聚落生活文化發展的歷史記憶。在許多古老產業已然式微或消失的當下，如何保存、活化與再造屏東現存產業，也象徵著屏東歷史記憶的呈現與建構，亦是呈現屏東過去、現在與未來客家生活文化的重要表徵。

### 參、屏東客庄現有特色產業

近年來，各國政府開始注重「全球化」與「本土化」的問題，並努力倡導「社區總體營造」、「社區參與」及「本土尋根」運動，使得臺灣本土文化及特有產業蔚為一股流行新風潮，而「地方文化產業」亦成為各社區地方經濟發展的主要動力。由於地方文化產業具有多元意涵，不僅是極具開發潛力的經濟與文化資源，且為地方發展無可取代的觀光遊憩資源，亦具有人民生活共同記憶、文化傳承、凝聚社群、認同感等功能（吳密察，2003）。

地方文化產業亦具有市民榮耀感及認同感(civic pride and identification)、地理依存性(geography dependency)及地域特殊性(local uniqueness)等特質，在全球化資本主義強大侵略機制下，成為地方經濟再生與文化素質提昇的主要策略（楊敏芝，2002）。2002年臺灣「挑戰2008：國家發展重點計畫」，首次將「文化創意產業」列為重要項目後，更加明確指引未來經濟型態發展的重要走向，也為客家文化發展帶來一個契機。而當「文化」成為國家重要「資本」時，「在地化」成為文化創意產業發展很重要的特質，其強調保存傳統和地方的魅力，發掘地方的

創意與特色。因此，如何建構一個具有永續經營特質，以創意與知識經濟尋求地方產業與文化特色，並建立產業發展平台為地方再發展的另一條出路（孫華和，2003；郭麗敏，2003；陳永森，2003；陳碧琳，2004）。鑒於本文僅探討醬油產業，茲以食品業最多的內埔鄉、竹田鄉兩鄉之特色產業說明如下：

#### 一、內埔（後堆）：

地方文化景點有懷（褒）忠門、昌黎祠、天后宮、內埔老街、和興村曾氏圍龍屋、延平郡王祠、新北勢敬字亭等。重要的農產品有檳榔、芒果、蓮霧、鳳梨、木瓜，其中檳榔為本鄉最重要經濟作物。其他內埔客家生活產業有手工藝品、豆腐乳、半天筍、花生豆腐、撥殼椰子、水果醋、封肉、昌黎糕、紅麴醬油、蔭豉、蔭油、鳳梨醬、染布、客家服飾等（陳和賢，2007）。

#### 二、竹田（中堆）：

陳和賢（2007）文化景點有竹田驛站、德興碾米廠、忠義祠、屏東縣客家文物館、德修禪寺、西勢文筆亭、張萬三祖堂及二崙敬聖亭等。產業以竹田文心蘭及檳榔、火鶴花（內銷為主）較具地方特色。其他地方客家生活產業有蔭豉、蔭油、油膏、豆瓣醬、烏醋、金桔、桔餅、檸檬、紅豆及蓮霧等。此外，本人曾親訪竹田鄉之地方產業，發現屏東縣政府將竹田驛站整建為竹田驛園，並以地方特色產業「釀造業」作主題，將驛園內的舊倉庫改造成為「釀造物產館」，展出竹田鄉的釀造特產，醬油、豆腐乳以及水果醋（陳和賢，2007）。

### 肆、屏東產業文化廊道

屏東縣具有相當豐富的客家文化資源，在多元文化背景的特色下，逐步建立屏東文創產業聚落帶。葉晉嘉（2013）歸納以地理空間，劃分屏北、屏中和屏南三個不同的特色場域進行發展，說明如下：

首先是屏北工藝創意產業帶，主要位置在三地門、水門與瑪家鄉沿山公路一帶。空間特性是以原民工藝類的產業為主導，文創聚落發展已經具有雛形，文化特徵意涵明顯，具有足夠的文化自明性，易於後續推動和行銷。

其次為屏中地區，未來將規劃為文化產業育成帶，主要涵蓋的位置在屏東菸



廠與日式建築群一帶。其特性為強調市民生活的、米倉創意生活園區，促進文化消費群繁、引導相關的創意人才集中發展，未來主要資源應投入於此處。

第三為屏南戲曲音樂產業帶，空間位置在潮州戲曲與恆春民謠，未來發展的優勢在於戲曲元素的文化特性明顯，缺點則由於較為偏遠，不易形成文創產業聚落，對於公部門推動此處的經費負擔相對沉重，應爭取中央資源的把注。綜上各項所述，屏東各空間具有不同的產業發展利基，然而文化聚落的發展並非一蹴可幾，資源應重點使用才能發揮創意群聚的效應。

此外，依據客家委員會於2015年之「地方產業發展--形塑客庄文化產經廊道」報告中，將全國69個「客家文化重點發展區」，依地理位置及產業特色，區分為台3線、海線、中部、六堆及東部等5大客庄區域，運用「文化產業化」及「產業文化化」雙軸策略，以「客家文化重點發展區」為範疇，致力客家文化生活環境營造與基礎建設（客家委員會，2015）。基此，本文依據上述報告之屏東產業文化廊道建置分析有釀生活產業及產業資源，如下依次分述：

## 一、釀生活產業

六堆地區忠守著客家精神，傳承著客家文化，秉持著特有『耕讀傳家』的客家文化底蘊，經年累月醞釀出六堆地區客家獨特的風味，詳如表3-10。

**表 3-10 六堆釀生活產業**

客家工藝產業	傳統工藝（製傘、陶藝、藍染、石雕、葫蘆雕、木雕）
	文創產業（檳榔扇、其他文創品）
客家美食產業	觀光美食（豬腳、粄條、客家菜、大鍋菜、薑絲炒大腸）
	地方小吃（客家粢粑、客家粽、客家板）
農特產品產業	茶（擂茶、金萱茶）
	醃製品（芒果乾、脆梅、筍乾/絲、福菜、瓶仔菜、鳳梨、黑棗）
	發酵釀造品（醋、酒、酵素、豆瓣醬、酒釀、醬油、蔭油、豆腐乳、麻油）
觀光休閒產業	生活休閒（民宿、休閒農場、文物館、民俗藝術村、文化園區、主題樂園）
	觀光旅遊（老街、綠色隧道、紀念公園、單車國道）

資料來源“地方產業發展報告”，客家委員會，2015，形塑客庄文化產經廊道計畫。

客委會依區域特性將六堆定位為「客家文化廊道」，以「釀生活產業」為產業發展主軸，帶動六堆產業的提升與轉型，在如圖3-4，有客家工藝產業、客家美食產業、農特產品產業以及觀光休閒產業，且為傳遞六堆「簡樸」生活主張，致力客家文化生活環境營造與基礎建設，培育客家產業人才、打造客庄亮點、完備客家產業設施、行銷推廣產業及活絡六堆地區產業平臺。



圖3-4 屏東地區釀生活產業圖

資料來源：臺灣各縣市產業現況分析，第一銀行，2013，台北第一銀行徵信處。

## 二、產業資源建置

輔導獎勵客庄青年創業，培育產業人才，截至目前共培育產業人才632人及餐廳業者16家次；協助客家青年創業共14人(創新育成7人、青年返鄉2人、新創事業5人)，六堆地區客家青年創業輔導業者如下表3-11。

**表 3-11 六堆地區客家青年創業輔導**

區域	轉導業者
右堆	杉林葫蘆藝術文化創意有限公司 廣德興紙傘店 美綠生態園 保證責任屏東縣高樹鄉大埔 農產品生產合作社 鴻旗有機休閒農場 川永生技休閒農場
中堆	六堆釀興業有限公司
前堆	天使農業科技股份有限公司 勤德農產食品有限公司
先鋒堆	大人物餐廳 林家豬腳 東寶黑豬肉棧
左堆	大風草園 沉香王農業開發有限公司

資料來源：“地方產業發展報告”，客家委員會，2015，形塑客庄文化產經廊道計畫自行整理。

因此，屏東客家文化產業發展須永續進行，除公部門及地方人士積極推動下，也可藉助學校專業人力輔導協助，以產學合作模式，加強地方客家特色產業發展、提升經濟產值。產業開創宜採在地紮根觀點，農特產品朝有機化，商品設計朝獨特性、精緻化，以凸顯文化產業之特色及拓展地方產業生機。在追求客家特色產業發展的同時，也希望客家產業能孕育出客家文化。藉由地方經濟產值提升之遠景，吸引眾多客家年輕一代的投入參與，以延續及開創客家文化。

## 第四章 屏東醬油產業之發展與轉型

「醬油」是由豆醬(現今豆瓣醬)發展而來。漢朝以大豆做醬，運用在各種醬的基礎上，才產生了醬油。在北魏中華農聖—賈思勰的《齊民要術》中，就有專章記述豆醬的製作技法，他的製造過程與現代醬油的製造方法雖然有相似的地方，但由於味道不同，還無法確定醬油在當時已經出現。醬油發明於何時，由何人所創，史書上仍無以考查，僅在傳說中提及醬油是由僧侶們所釀出，純粹是一個偶然的發現。《論語》鄉黨篇中，孔子也曾表示：「不得其醬，不食。」（金門縣農業試驗所，2013）。「醬油」一詞最早出現在南宋兩本著作中：《山家清供》記載用醬油、芝麻油炒春筍、魚、蝦；《吳氏中饋錄》記載用酒、醬油、芝麻油清蒸螃蟹。此後，醬油一詞還出現在1360年《雲林堂飲食制度集》，元《易牙遺意》，1591年《飲饌服食箋》，1680年《食憲鴻秘》，1698年《養小錄》，1750年《醒園錄》，1790年《隨園食單》，清《調鼎集》卷三、卷七（李約瑟，1990）。

臺灣醬油的詳細沿革，實際上已難以尋溯根源，或許可以說是島內人民的生活經驗，也是中國文化的流傳（臺灣總督府殖產局商工課，昭和10年）。明朝以來即不斷有中國移民入臺，使得臺灣地區的人民在飲食生活中不斷注入屬於中國飲食的元素，談論臺灣飲食文化課題的學者，曾將臺灣飲食的轉變分為五大時期，分別是物產開發期（1624~1662）、閩菜移入期（1661~1895）、日本飲食滲入期（1895~1945）、外省菜移入與繁榮期（1945~1975）、新臺灣飲食期（1975~迄今）（張玉欣、楊秀萍，2004）。從荷蘭領臺開始討論有關臺灣的飲食，這段時期荷蘭對臺灣並沒有實質的統管，只將臺灣作為一貿易據點，也並沒有什麼文化上的交流，在明鄭到清代這個時期，大陸福建漳泉地區的移民湧入，乃將閩菜與當地飲食習慣帶入臺灣，至於1895年後日本人接手統治臺灣，統籌的管理與實質的開發，確實都將日本的飲食內容、用語、烹調法、食材等文化傳入臺灣，影響

日後臺灣人民的生活（江辛美，2008）。

關根一男（1995）指出臺灣的醬油產業始於1661年鄭成功遷台之時，當時的醬油是以黑豆做為原料，自1895年日本人統治臺灣後，才開始以黃豆釀製醬油。隨著CNS標準和管理等各方面的不斷精進，臺灣醬油製造業的生產技術水準，已與日本業者並駕齊驅。

因此，本研究根據上述資料之研究分析後，可以將屏東醬油發展階段分為家庭轉變家庭式工廠、工業化生產、企業化經營、轉型發展，以下分節論述之。

# 第一節 家庭轉變家庭式工廠

## 壹、歷史發展：二戰結束後期~1980 年

國內知名屏東醬油品牌「萬家香」，其創辦人吳文華先生，1916 年出生於屏東縣竹田鄉，當時臺灣由日本政府統治，1923 年入學竹田公學校，也就是現今的國民小學，進行六年的基礎教育，1931 年入州立高雄中學。在日治時期，這是非常困難的，錄取一百名中，日本人會有八十位，臺灣人只能有二十位，但也因這樣的關係，認識了中學老師增村繁治郎，促使吳文華先生在雄中畢業後，能順利進入到日本「萬字」醬油會社工作，在龜甲萬公司開發國際市場的期間加入，當時在台北龜甲萬醬油販賣會社，擔任助理會計事務員（張秀姝，1995：18,26,30-31）。誠如受訪者 A3 所言：

「我們董事長是在二戰的初期，那時候是在台北龜甲萬的公司上班，上星期在台北文創協會也有報導這個黃鐵，當年他是行銷部經理，老闆是業務」受訪者（A3）

日軍投降，坊間的日制體系結束，吳文華先生所待的醬油統制會社也解散，當時吳文華先生經歷許多困難，試著在臺灣創業，由於資本有限，所以於 1945 成立的新華醬園，在備妥生產器具與原料後，本金就用完了，而剛開始則生產烏豆製成的豆豉品，而後在生意好轉情形下，才開始提議股東增資設廠，而那時股東們討論，需要一個響亮且能懂易記的字號，並且於 1946 年定使用「萬家香」做為新名號，並且開始生產銷售萬家香醬油（曾喜城、鄧宗聖，2012）。誠如受訪者 A3 所言：

「戰敗之後日本人整個撤退，撤退以後，創辦人就認為他離鄉背景從屏東竹田到台北工作，那時候他只會製造醬油，就留在台北，開始做醬油，所以那時也不是叫萬家香而是叫做新華醬油。」受訪者（A3）

雖然他想到日本學習事業的經營，當一個實業家，但由於吳文華先生是家中

獨子，不捨離母親而遠去日本，而增村先生同時考慮到這點，因此推薦他到台北的龜甲萬醬油販賣會社工作。吳文華先生，因為歷史背景的關係，與日本發展的醬油文化有所接觸，而龜甲萬是在日本，是發展醬油工業的翹楚之一（曾喜城、鄧宗聖，2012）。

吳文華（1995：110）認為「萬家香」名號響亮，產品本身合用於市場需求，於是銷售越來越好，但中間經投資烏豆蔭瓜生產，在技術不熟、缺乏生產與營運經驗、資金週轉不靈，一度面臨公司解散命運，但他仍然克服困難，思考物資缺乏時期，如何降低成本。他對日本製作醬油的技術相當敬佩，於是邀請曾任龜甲萬醬油會社研究所所長—梅田勇雄博士，傳授新式二號醬油的生產方式，將原料小麥改以其他替代品而不遜原味，使醬油業在物資缺乏時代能夠有豐碩成果（張秀姝，1995）。誠如受訪者 A3 所言：

「商請龜甲萬的研究所所長，叫做梅田勇雄先生的指導，因為他也在龜甲萬公司上班，所以他就透過龜甲萬的中央研究所所長到臺灣來指導他做醬油。」受訪者（A3）

二戰結束，因為物質匱乏，所以龜甲萬輸出「新式 2 号醬油製造法」，開始製造胺基酸醬油，這時醬油就快速的低價普及化，甚至取代很多古老調味料。誠如受訪者所言：

「日本人說新式醬油，就是新式二號胺基酸醬油」（A1）

誠如受訪者 A3 所言：

「新北勢豐田那邊適合做豆豉，大部分都做豆豉比較多，所以做醬油的比較少，那些人主要是賣萬家香醬油的，後來知道醬油怎麼製造的，他們有做紀錄就開始做醬油了」（A3）

## 貳、空間分佈：「屏東市」、「內埔鄉」為工廠主要分布地區

「工廠數量」：從表 4-1 的工商業普查總報告中，可看出屏東市為屏東縣醬油工廠數量最多；「內埔鄉」明顯有 2 家的醬油工廠，其它如「潮州鎮」、「長治鄉」、「九如鄉」、「佳冬鄉」、「車城鄉」，顯見屏東縣醬油產業逐步發展中。誠如

受訪者 A7 所言：

「屏東市以前就有許多醬油工廠，例如：大同醬油，它很早以前就有，現在已經沒有做了，以歷史來說比萬家香早，還記得以前家裡開雜貨店時，店裡賣的就是大同醬油，所以這個我知道，據我所知這家醬油名氣還蠻大的」(A7)

誠如受訪者 A8 所言：

「我們開始做醬油時萬家香醬油廠還在台北，麟洛只有我們這家算小有名氣的，純手工製作，每日生產 60 打 720 瓶的醬油，另外還有一家庭式(老闆叫做李福郎)的也在做」(A8)

表 4-1 1976 年屏東縣醬油工廠數

地區	屏東市	潮州鎮	東港鎮	恆春鎮	萬丹鄉	長治鄉	麟洛鄉	九如鄉	里港鄉	鹽埔鄉	高樹鄉	萬巒鄉
量數	4	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0
地區	內埔鄉	竹田鄉	新埤鄉	枋寮鄉	新園鄉	崁頂鄉	林邊鄉	南州鄉	佳冬鄉	琉球鄉	車城鄉	滿州鄉
量數	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0

資料來源：本研究自行整理

## 參、區位分析：日治後期開啟工業化的區位條件

由於屏東在地理環境上具有豐富的水資源，因而在此地積極發展醬油業。屏東成為醬油產業重要地區，引進資金和技術，奠定了屏東醬油業發展的基礎，也形成屏東地區醬油和臺灣其他地區很明顯的不同特色。以下為此時期的區位分析：

### 一、水源充沛

本地下水域地下水資源豐富，荖濃溪和旗山溪二大支流匯集於里港之北，隘寮沖積扇的扇端地下水流出區也延伸到達里港，因此天然補助條件甚佳。致使乾季雖然長達半年以上，土壤水不足也有半年，卻因地下水資源豐富，而無缺水之憂（楊萬全，1993）。本鄉西南邊地勢平緩為沖積扇平原，多為砂質壤土，土地肥沃，水源穩定充足，極適合發展農業，北半部山區地勢屬於丘陵台地，土壤多



砂礫。經1953年（民國42年）實施都市計劃後，而邁向都市化，原有鄉村面貌漸失去（曾彩金，2001：38）。誠如受訪者A3所言：

「我想醬油在屏東會比較「蓬勃發展」，地理環境是因素，最主要是水資源非常的豐富，所以在臺灣所有的農業裡面，只有早期農業社會的時候，我是經歷過啦！」受訪者（A3）

李明芳（2010）指出「屏東慢慢的現在很多人會做是因為，屏東本身的水質很好，我們這邊的水質是喝大武山的水脈，那所以像現在的青島啤酒，還有台灣啤酒，做啤酒的這部分，主要都是在屏東內埔這邊的廠，製造出去的，像製醬油、釀造這些東西，水質很重要，這邊的水質是非常好的」（謝佳凌，2010）。來自大武山的水，順著溪流注入屏東平原，有的成了地下泉，經過一層一層過濾，所以竹田鄉的地下水質非常優良，不僅釀造出需要大量用水的優質醬油，也發展出其它高品質的大豆加工產品（施婉慧，2008）。

## 二、農業發展

本縣位於省治處最南端，屬亞熱帶氣候，土地肥沃，並兼有廣大的平原，適合發展農業，農產品昔日以米、原料、大豆、紅豆、甘藷、香蕉等為大宗，耕地面積方面，本縣耕地面積若以鄉鎮市來觀察，以高樹鄉最廣 7,506 公頃，內埔鄉 5,390 公頃次之（屏東縣政府主計處，1999）。內埔鄉位於屏東縣中間內陸近臨太武山下，民情風俗純樸，風景迤邐，以農業為主，本鄉位於隘寮溪上游之東，東港溪上游支流西岸，先民從潮州鎮開墾而形成的村莊，本鄉是屏東縣第一大鄉，目前共有 23 村，內埔、內田、興南、義亭、美和、和興、東寧、豐田、振豐、竹圍、東勢、東片、上樹、老埤、中林、龍泉、龍潭、大新、建興、黎明、隘寮、水門等村，本鄉西南邊地勢平緩為沖積扇平原，多為砂質壤土，土地肥沃，水源穩定充足，極適合發展農業，北半部山區地勢屬於丘陵台地，土壤多砂礫。經 1953 年（民國 42 年）實施都市計劃後，而邁向都市化，原有鄉村面貌漸失去（曾彩金，2001：38）。

鍾彬政（2001）指出「沖積扇的土壤地質主要為粘板岩沖積土和砂礫沉積土，

各村土壤排水優劣不盡相同，這些因素與作物栽培有密切的關係」。潘士釗(1980: 530)認為「有關栽培大豆適宜的土壤性質，並不嚴格選擇，但要大豆產量好、品質佳以砂土及砂質壤土最佳，土壤肥沃度差，對大豆的影響，不像其他的作物那麼大，一般的地就可以種大豆，但以砂質壤土栽種的大豆，分枝多，結實多，子實大而整齊，故內埔鄉豐田村及振豐村適宜種植大豆，成為當年農家最重要的現金作物」。誠如受訪者 A3 所言：

「屏東特殊的地理環境跟水資源來講，它具有得天獨厚，因此多了一收。那時候黃豆的種植，我曾經歷過，種植的方式是用插苗的方式，所以它發芽最怕下雨，一下雨就會爛掉，那時候像我家來講，我們也是用黃豆的種子。」受訪者(A3)

志賀格(1924)指出「豆類有大豆、綠豆、米豆、碗豆及落花生，可作為豆腐、醬油、製油、製粉的原料，又可作為綠肥廣被使用。豆類中大豆的產額最多，是四千八百七十九石，一石假定為十六元，總額為六萬六千八百六十四元。其次是花生的二千九十九石，而其他豆類合計五百八十五石，此外胡麻產量只有三百五十九石」(鍾孝上譯，1924)。

表 4-2 潮州郡主要農產物量及收穫量

作物別	作付面積 (甲)	收穫量 (斤)	一甲當收穫量	價格	單價
甘藷	177358	18,223,094	10,275	140,843	每 100 斤 0.77
大豆	101302	41,790	4,125	68,472	每石 16.38
大豆以外	185.47	585	3,150	9,576	每石 16.37
落花生	196.87	2,099	10,662	13,536	每石 6.45
胡麻	100.74	359	3,567	6,658	每石 18.52
苧麻	2.20	1,320	600	528	每 100 斤 40.00
黃麻	7.70	18,650	2,420	2,423	每 100 斤 12.99

資料來源：潮州郡勢要覽，鍾孝上譯，1924，潮州:潮州郡。

竹田醬油業者謝寶全(2010)指出「屏東整個縣目前還是屬於毛豆的故鄉，它種很多毛豆，那毛豆如果你假設，今天讓它在成熟以後就變成黃豆，所以屏東也出產了很多黃豆，那因為黃豆是我們做醬油基本原料，所以那基本原料所以它

變成說運輸比較方便，所以早期，只有在屏東本地生產這一個醬油」。有大量黃豆原料，加上又有優良水源，竹田和內埔許多醬油工廠，一生產就是幾十年，而且味道都能維持和從前一樣，像這種把黃豆放在大太陽底下，利用天然熱氣風乾發酵的方式，在台灣實在少之又少，但這也是古法醬油好吃的必要條件(謝佳凌，2010)。

內埔鄉的大豆栽培採冬季裡作栽培法，在第二期水稻收穫後到第一期稻作插秧前，之間有一段休閒的時間，本省中南部農民，在水利設施良好的水田地帶，可以利用這個時期種植大豆，在第一期水稻插秧前，以不整地禾根豆栽培法，收穫一作大豆，在臺灣早已普遍推廣，高雄區農業改良場近來在屏東地區推廣這種方法，省工，省時，同時縮短生育日數，以減低成本，大豆產量又比一般栽培為高，臺灣地區 80%用此法，因此很受農民歡迎(潘士釗，1987：551-552)。湯文通(1990：358)指出，自 1965-1974 年(民國 54-63 年)臺灣大豆之栽培面積及產量，以屏東縣栽培最多，(如表 4-3) 每年大豆生產面積 3.299.90 公頃，生產量 3.4387.023 公噸，為所有農作物之冠。誠如受訪者 A3 所言：

「農產品一年有三收，水稻是兩收、冬季的時候是黃豆，只有屏東縣才有，因為水資源太豐富了，在冬季大概在 10 月份的時候，我們南部就開始種黃豆，夏季七、八月就收成，春季就春耕、收成，水稻是兩次收成，第三個就是還有兩個月，就是種黃豆和黑豆，所以說就是利用黃豆來製作一個產品。」(A3)

誠如受訪者 A4 所言：

「地理環境是最大因素，畢竟台灣是亞熱帶氣候，而南部是平原，水資源豐富、日照充足，所以稻米產量才有辦法比別縣市大呀。」(A4)

誠如受訪者 A8 所言：

「只要稻穀收割之後整個麟洛都種黃豆，其他的都沒種，就只有種黃豆，在十月以前就要種了，過年的時候非常忙碌(拔豆子)，忙採收，黃豆產量非常多，所以當年做醬油的黃豆都來自當地(麟洛)的黃豆。」(A8)

**表 4-3 臺灣省屏東縣農作物大豆收穫面積前五名鄉鎮**

排名年	一	二	三	四	五
1968	內埔鄉 3110.62公頃	高樹鄉 2598.00公頃	萬巒鄉 2268.20公頃	鹽埔鄉 2248.60公頃	枋寮鄉 2112.00公頃
1969	內埔鄉 3197.13公頃	高樹鄉 2598.00公頃	枋寮鄉 2151.00公頃	萬巒鄉 2140.40公頃	鹽埔鄉 2208.60公頃
1970	內埔鄉 3265.30公頃	高樹鄉 2589.00公頃	萬巒鄉 2243.50公頃	枋寮鄉 2187.50公頃	鹽埔鄉 2144.00公頃
1972	內埔鄉 3223.96公頃	枋寮鄉 2150.00公頃	萬巒鄉 2140.49公頃	鹽埔鄉 2084.00公頃	潮州鎮 1843.80公頃
1973	內埔鄉 3267.92公頃	萬巒鄉 2236.40公頃	枋寮鄉 2065.00公頃	鹽埔鄉 1935.50公頃	潮州鎮 1732.00公頃
1974	內埔鄉 3352.74公頃	萬巒鄉 2414.00公頃	枋寮鄉 2243.00公頃	鹽埔鄉 2130.30公頃	里港鄉 1922.00公頃

資料來源：臺灣省糧食局（1968-1983）

大豆營養豐富，用途甚廣，為我國重要糧食及飼料之一，歷年消費量急遽增加，臺灣需要的大豆來源有自產及進口，自產供給量不大，自 1967 年（民國 56 年）開放大豆進口，至 1975 年（民國 64 年），佔總稅給量 97%，臺灣大豆幾乎仰賴進口其主要原因：一、自產大豆成本高，品質較劣，水份大，雜質多，榨油率低。二、省產大豆價格收益低，產量低，但價格穩定，風險小，需要普遍及其性質不易腐爛，吸引農民種植。三、大豆對製作豆油、飼料、榨油、保健食品等，供需長期內有相當影響。內埔鄉醬油廠商，也以進口的大豆為主要來源。誠如受訪者 A3 所言：

「萬家香的黃豆是從美國、印度進口的」受訪者（A3）

本省大豆栽培面積自 1952-1973 年屏東縣以冬季裡作種植大豆，面積最廣，產量最多，總計 1970 年面積佔全省 67.5%，收穫量則佔 72.4%（潘士釗，1980：391、429）。因此，留在屏東地區之居民，由於該時期正值豆類產量最多的時期，利用大豆製作醬油。

醬油業者李明芳（2015）指出「種豆子的都知道，毛豆以前都銷日本，那其實毛豆，就等於年青的黃豆，毛豆再經過兩個月以後，其實就變黃豆了，以前為什麼農民不想種黃豆？因為，我種到毛豆就可以賣了，我幹嘛種到黃豆」（鍾雄

秀，2015）。誠如受訪者 A3 所言：

「因為後來工業慢慢轉型，外銷有了，黃豆有人種了，但是不會讓它成長到（指大豆）成為真正的黃豆，在綠色的時候（毛豆）就採收，然後去加工外銷，其實成熟後就是黃豆，在它（指黃豆）年輕的時候就給他砍掉，就賣掉。那時後日本流行外銷這個，那農民當然節省時間做這個，因為我要到收成黃豆還要多加一、二個月的時間，那我長成綠色要變成熟，還沒要轉下一個階段黃色的時候，他就收成了。」（A3）

根據屏東縣政府（1999）之（屏東縣統計概要）指出「屏東縣農作物之栽培有很大的變化，曾經綠野遍佈的作物，如今風光不在，如大豆、甘藷、瓊麻、落花生，其中，大豆產量最高峰在1974年達到47,630公噸，從此以後逐年遞減」，如下表4-4。

**表 4-4 1972~1979 屏東縣大豆產量分析**

年份	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
產量(公噸)	45,734	44,417	47,630	46,449	41,245	38,448	26,173	19,681

資料來源：屏東縣統計概要民國 39~88 年，屏東縣政府主計處，1999，屏東縣：屏東縣政府。

### 三、接觸日本醬油技術人才眾多

日本領臺初期，日人居住於臺灣島上者，維持著日本人原本的飲食習慣，與臺灣人一樣，使用醬油於料理之上的比例均高。日人不自家釀造，購買本島式醬油又口味不符，甚至覺得臺灣醬油的製成品過於粗劣、且不衛生，只好由日本進口，以供應其所需，此時無論於數量及價格上都受到總督府輸出入嚴格的管制。其後，日人陸續在台創設醬油釀造所，並開始販售（曾敬淳，2002）。

屏東地區醬油產業技術起源於日治時期，日本人在臺灣設置許多醬油廠，在臺灣的日本醬油業者為了民生發展需要，也從日本地區聘請醬油師傅來此工作。從日本與在地人的技術與資金交流，生產以臺灣使用的醬油。吳文華（1995）指出「當時到台北龜甲萬醬油販賣會社擔任助理會計事務員，並且習得公司經營的管理方法，以及各種實務經驗，並於二次世界大戰結束後，選擇投入醬類生產事

業，並向各方募集資金後，於台北成立新華醬園」(張秀姝，1995)。誠如受訪者A3所言：

「我們創辦人是在日系的工廠上班，所以他接觸的也都是日系的，當時雖然他是做業務的，多少也會了解一些醬油的製造，所以戰後他自己成立醬油工廠。」

(A3)

竹田醬油業者曾錫瑛(2010)指出「光復後很多人做醬油，據我所知，我知道的像屏東縣說有兩、三百間(醬油廠)，光復的時候，大家因為日本人走了，他們有技術，反正就是說，有一個鍋子、有這樣簡單的麴房，也不用像我們這樣的麴房，他們都用簡單的用兩支木棒，一個什麼，我們說是簸箕，就一個一個這樣疊一疊，用布袋蓋起來這樣子就讓它發酵」(謝佳凌，2010)。

#### 四、罐頭與醬油工廠角色更換

臺灣早期的食品工業發展是以農產加工罐頭的出口起家。台灣自日治時期開始發展罐頭工業。二次戰後，國民政府在台接收日人的機器設備與生產技術的基礎上，積極協助民間企業發展鳳梨罐頭的外銷，因其能為國家賺取大量的外匯，因此促使罐頭工業發展為重要的製造業。1970年代，是台灣鳳梨罐頭外銷的高峰期，為世界第二大產銷國；1958年開始出口的洋菇罐頭，則在1977年創下世界第一的產銷量；1962年開始外銷的蘆筍罐頭，其產銷量也在1978年成為世界第一(食品所，1987)。誠如受訪者A3所言：

「早期臺灣罐頭非常發達，是罐頭工廠專門做外銷的罐頭工廠，那些產品裡面有蘆筍、竹筍那類的，他是需要調味的他需要用到醬油，那些醬油都跟我們買，那這些經營罐頭生產的那幾個股東本身不是學食品的，在南部來講會有在賣那些米穀的朋友合資起來做這些醬油的」(A3)

誠如受訪者A8所言：

「因為醬油利潤不好，所以在民國50年之後麒麟牌醬油就收了，改做水果罐頭、豆腐、豆腐乳、麵筋、醬瓜、酸菜……等，由南銷售到北，那時候工廠請很多工人，生意非常好，也因此提供了當地工作機會。」(A8)

屏東地區蘆筍種植面積在1971年種植面積達到高峰後，即極速銳減至1981年僅946公頃；顯然平原上早期蔬菜作物的種植主要是以外銷為主，深受國外市場需求變動影響。1982年後，以冷凍或生鮮蔬菜方式供應市場需求的毛豆興起，成為近來農民冬季裡作選擇種植作物之一，1991年迄今成為屏東地區重要蔬菜（黃瓊慧，2001）。

1970年代為台灣罐頭工業的黃金時代，此後隨著生產成本上升與國際市場競爭激烈等因素影響下，台灣農產品罐頭的國際競爭力逐漸下滑，外銷量與產值呈現逐年衰退的情況（食品所，1987）。早期蘆筍生產主要以加工外銷為主，民國67年外銷量多達430多萬箱，出口金額有11700餘萬美元；民國60年代末期，隨著蘆筍罐頭加工成本及蘆筍原料收購價格的提高，台灣蘆筍罐頭產量及外銷量快速衰退，民國72年外銷金額僅民國67年的40%（吳奕萃，1986：103）誠如受訪者A3所言：

「罐頭工廠後來因為最後在利潤上、營收上不是很理想就結束了營業。結束之後，第一個就想賣給萬家香，因為他們的調味料都是萬家香提供的，所以想看萬家香有沒有需求。」（A3）

誠如受訪者A3所言：

「像萬家香以前也有做醬菜的，可是他現在罐頭廠取消掉了，主要還是以醬油類，成品、半成品為主。」（A3）

1980年後，由於醬油產業在北部發展快速，也使得醬油工廠積極擴廠。吳文華（1995）指出當萬家香公司新式二號醬油加入生產後，原有新華工廠須擴充原有生產線，因此，設立南華醬園廠，使得萬家香醬油得以開始拓展，除了配合萬家香產量的補充以外，也保持家庭、原味等副產品牌營運（張秀姝，1995）。誠如受訪者A3所言：

「我是73年下來的，設這個廠的，75年落成，在過程中是民國65年時候，就買下這個廠，這個廠不是這樣的一個醬油工廠，是一個罐頭工廠。」受訪者（A3）

## 五、醬類製作實務經驗累積

都市化的結果，城市成為許多人夢寐以求的發展地區，因為經濟快速發展，提供大量就業機會，促使許多鄉村過剩的勞力推入都市從事工商業謀生，同時造成都市人口的急速膨脹，原有內埔、竹田等地的居民，只好把豆子煮好曬好醃製起來，製作醬油。誠如受訪者所言（A4）：

「我們客家的農村在民國四十年或五十年那個時候情勢有所改變，城市起來了，許多農村的人都到都市去發展，所以到了第三收(豆子)，留在內埔、竹田的村民，只好把豆子煮好曬好醃製起來，製作醬油。」受訪者（A4）

早期當地除了當地人以自我研發的方式外，日本傳授的技術更是釀製產業發展的根基，從大豆的種植、釀製技術升級到發酵升級，慢慢的累積技術與經驗，雖然花費較長的時間，但是奠定往後釀製的技術。如受訪者A3所言：

「早期是用大豆去製成，所以我們祖父母輩的也許在南部都有很多，北部也一樣全部自己做，因為做醬油要有菌種，那時候家裡在做時候沒那個技術去分離菌種，我所知道聽老人家說的」（A3）

由於早期屏東地區，幾乎家家戶戶都會做醬油，就像是屏東客家人沿襲下來的在地性的客家農傳，加上當時台灣經濟狀況不佳，許多家庭都會自行釀製醬油，甚至，透過自己耕種的大豆，作為釀製醬油的原料。誠如受訪者 A3 所言：

「因為這個沒有很特殊，老祖宗都會做了，你們也會做，有看資料都會做。只是做得好壞而已，從這個過程慢慢摸索，所以這些，可能跟萬家香的淵源是這樣。」（A3）

如受訪者A4所言：

「好比飲食一日三餐，三餐都會用到醬油一樣，甚至請客，每家都會用到醬油，那要用到醬油，當年我們的經濟不好，只好自己做。就跟釀酒一樣，有些家裡是自己釀的。但是，因為醬油家家戶戶都會用到，當年我家耕種一甲二分田，當然囉我家就有做醬油了。」（A4）

吳文華（1995）指出萬家香前期的新華醬園，過去一般製作醬油的原料有小



麥、大豆及食鹽，當時受創業環境、技術及資金影響，僅能出產烏豆製成的豆豉（張秀姝，1995）。吳懿張（1995）指出「當時工廠的產品主要是萬家香的豆豉及醬油，設備方面，豆麥發酵室一間，發酵用大木桶四只、水泥磚造浸槽一座、舊式煮醬油的大鍋一座，承搬醬油使用得是笨重而無提把很難使用的木桶」（張秀姝，1995）。如受訪者A3所言：

「製作菌種是用茄子葉去覆蓋，因為茄子葉所含的菌比較多，不知道那個時代的老祖宗是怎麼實驗知道的，我們也不曉得，就從那個時候就開始用茄子葉覆蓋後，就發酵了。」（A3）

萬家香醬油在事業上的成就，除了吳文華積極創辦各項事業及創設廠房外，釀製專業研習及技術傳承，更是關鍵因素。吳文華（1995）指出「吳仁春自屏東農專農化科畢業後，隻身前往日本東京農業大學釀造科深造，期間到日本仙台味增醬油會社，實地了解並學習日本醬類製作的先進流程。學成歸國後，能順利的將所學，與當時南華廠經營及規劃二重廠的實務經驗，並融入新舊觀念發揚光大，更是吳文華事業上的倚重傳人」（張秀姝，1995）。早期的經驗也有部份是由當時屏東農專食品科的，跟學術教育有關的，誠如受訪者A3所言：

「我們的總廠長也是我的學長，我們現在的董事長也是我的校友啊」（A3）

早期醬油技術透過日本時期所奠定的基礎中，引入機器生產的黃豆釀製醬油技術，為台灣醬油產業帶來革命性的影響，當地的農業、人才與技術，更是後來形成世界知名醬油公司「萬家香」的基礎。誠如受訪者A4所言：

「以萬家香來說，它也是由小廠變大廠，經由日本人的技術轉移、科學(比例)指導，才有今日的規模。」（A4）

屏東縣從日治時期一直到二戰後，皆是臺灣重要的傳統醬油產業分佈地，當地技術工人眾多，且熟悉醬油業，對於發展醬油產業，有一定程度地助力。誠如受訪者 A1 所言：

「他們那些十幾歲二十幾歲到萬家香台北工廠去上班，有的去賣醬油，賣到三十幾歲的時候，因為那邊不好混，家鄉有土地，最後回屏東了（A1）。

## 第二節 小規模工廠聚集

### 壹、歷史發展：西元1980~1990年

台灣農業經常受政府政治目的及經濟利益而左右（劉進慶等，1995：59），尤其是在1981年前的工業化前期，因應國家初期「以農養工」的經濟發展政策，鼓勵稻米雜糧等作物生產，充裕國內糧食需求；進一步將農產品及農產加工品外銷賺取外匯，由國外購買工業發展所需原料，促進國內工業的生產。1981年後，隨著政府實施「稻田轉作政策」，減少水稻種植面積，作物種植結構隨之產生改變。誠如受訪者A3所言：

「後來農業社會慢慢轉型，1971年開始轉型工業，幾乎越往北的工業化的程度越大，腳步越快，越往南部越差。」（A3）

### 貳、空間分佈：1980年與1990年醬油產業所在地「屏東市」、「竹田鄉」與「內埔鄉」最為集中

「工廠數量」：從表 4-5 及 4-6 的工商業普查總報告中，可分析屏東市為屏東縣醬油工廠數；此外，「豆油伯一六堆釀興業有限公司」與「萬家香一萬家鄉醬園股份有限公司」的所在地「竹田鄉」與「內埔鄉」，明顯有 2 家以上的醬油工廠，內埔鄉在 1988 年已有 7 家的醬油工廠，顯示這兩地的醬油產業聚集，應與成立發展醬油產業的工廠有密切關係。

表 4-5 1983 年屏東縣醬油工廠數

地區	屏東市	潮州鎮	東港鎮	恆春鎮	萬丹鄉	長治鄉	麟洛鄉	九如鄉	里港鄉	鹽埔鄉	高樹鄉	萬巒鄉
數量	14	1	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0
地區	內埔鄉	竹田鄉	新埤鄉	枋寮鄉	新園鄉	崁頂鄉	林邊鄉	南州鄉	佳冬鄉	琉球鄉	車城鄉	滿州鄉
數量	3	2	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0

資料來源：本研究自行整理

表 4-6 1988 年屏東縣醬油工廠數

地區	屏東市	潮州鎮	東港鎮	恆春鎮	萬丹鄉	長治鄉	麟洛鄉	九如鄉	里港鄉	鹽埔鄉	高樹鄉	萬巒鄉
數量	13	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0
地區	內埔鄉	竹田鄉	新埤鄉	枋寮鄉	新園鄉	崁頂鄉	林邊鄉	南州鄉	佳冬鄉	琉球鄉	車城鄉	滿州鄉
數量	7	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0

資料來源：本研究自行整理

工廠數量到了 1988 年時，表 4-6 統計資料顯示，「屏東市」、「內埔鄉」，二大區域的醬油廠已然形成，周邊地區如：長治鄉、麟洛鄉、九如鄉等總計醬油產業的工廠數皆超過二十家以上；因此，屏東市、內埔鄉的醬油產業工廠開始連成一大區域。誠如受訪者 A3 所言：

「大概知道的就只有這 5、6 家，在內埔或竹田這附近，我知道有一些家庭式工廠、閩南莊哪些地方我就不太清楚了」(A3)

工廠增減方面，「內埔鄉」增加狀況最明顯，增加了 7 家，與 1976 年相比較，成長了 25%，「屏東市」由 1976 年的 4 家至 1988 年繼續成長到 13 家；其餘各鄉鎮的醬油產業工廠皆在屏東縣內蓬勃發展，與民國 65 年相比有顯著增加，「林邊鄉」、「南州鄉」、及「佳冬鄉」更是從無到有。誠如受訪者 A 所言

「以前就是家庭式的才有辦法做 11 家，那是因為還有很多家庭在做，後來經濟比較好了就開始發展了，在 1979 年十大建設工業開始發展。」(A4)

## 參、區位分析：小規模聚集經濟、同行之間的「生產連鎖」 關係、勞力密集下的「中小型食品加工廠」

經濟的發展與人民生存習習相關，六堆地區居民在1950年代開始，北部地區逐漸農業轉工業發展，吸引竹田、內埔當地居民上北部工作誠如受訪者A3所言：

「因為臺灣的消費市場越往北走消費力越強，不管什麼產業都一樣，因為那個地方，人口集中、政治、文化、商業都集中在台北」(A3)

### 一、技術經由同鄉網絡傳播

醬油廠到屏東設廠初期，獲利逐年增加，地方爭相跟進，醬油工廠有如雨後春筍般成立，奠定了屏東醬油產業的基礎。此外，帶回家鄉的資金、技術、觀念帶動當地農村經濟的發展，在原材料、勞動力需求上，通常以仰賴當地供給為原則；在生產模式上，主要仍以傳統技術或勞力密集為主。

如受訪者 A3 所言：

「戰後我們老闆，就成立醬油工廠，他有召集故鄉的好友，到台北工作，過程中有人離開，就回來竹田故鄉做醬油，所以那些人可能比萬家香更早在屏東做醬油，先從家庭工廠，所以現在有一個叫田家香，負責人早期也是在萬家香，好像也是我們的合夥人之一。」(A3)

如受訪者 A1 所言：

「這個由來，萬家香以前在我們這個地區，他是屬於一個比較大的企業，他就在台北，那個時候，就邀請我們南部一些低學歷的，去那邊做工，有時候就帶動我們地方的人，也是賣醬油，順便有的去賣醬油，有的就在工廠裡面」(A1)

誠如受訪者 A5 所言：

「剛開始是從家庭開始做，兄弟大家一起做，當年量做的非常少，然後才開始賣，以前沒什麼技術，全憑經驗」(A5)。

誠如受訪者 A6 所言：

「因為這些醬油廠商幾乎都有親戚關係或同村庄的人，尤其是內埔，10家

有 8 家都有親戚關係，所以習得技術之後各自成立醬油廠。」(A6)

## 二、人際網絡形成小家庭工業化生產

由於屏東地區醬油工廠技術源自於日本人在台北設置的醬油工廠，其中，由萬家鄉醬園股份有限公司的吳文華先生，透過親友的人際網絡關係下，使得醬油技術的實務經驗加以學習及傳授，並帶回家鄉屏東，誠如受訪者 A6 所言：

「我父親的兄長就回來大家一起做，有規模的做，一開始是打品牌，之後就各自分開設廠。」(A6)

誠如受訪者 A3 所言：

「豆油伯也是因為有在萬家香服務過，知道.....再去做，在屏東縣的豐田有很多做豆豉的，很多那些負責人，以前都是賣萬家香醬油的。」(A3)

誠如受訪者 A2 所言：

「我全家人一起做醬油比去外面上班還要好，我爸以前還有很多這種朋友，我們有很多這種客戶或是做醬菜的那一種，你去外面上班不如留在家裡幫忙，我們其實很幸運啦！」(A2)

屏東竹田鄉因日照烈、水質佳，早年聚集數十家的醬油廠，是屏東的釀造之鄉，「豆油伯」創始人李安田屏東農業學校食品科畢業後，到醬油廠當業務，曾經在屏東當地最大醬油廠工作，誠如受訪者 A2 所言：

「我爸工作就是醬油，因為他是讀本科系的，以前是農業學校的食品科系，就到醬油廠工作」(A2)

誠如受訪者 A1 所言：

「早期在萬家香工作.....，因為我在萬家香是做品管，後來我就想跑一下市場，就是跟其他公司賣萬家香的醬油，其實台北開的時間，屏東人也有參加，我做了三年。」(A1)

誠如受訪者 A3 所言

「李安田就是早期農校畢業以後，就到萬家香工作了，其實他也不是做內部技術的，他後來有離職，回到南部來做醬油，自己有在買半成品做加工，他沒有

自己去釀造，半成品完全由萬家香提供。」(A3)

二崙村的「醬油伯」李安田，如同投入製醬業的其他竹田人般，在此時空背景下開始製醬產業，因本身是萬家香醬油產業的親戚，因緣際會之下，李安田很早就投入釀造業的工作，一開始，李安田從事萬家香醬油的經銷工作，由於瞭解製醬技術，在參加公部門相關單位舉辦的「醬油製造技術講習班」後，開始醬油製作代工(藍色東港溪保育協會，2007)，並在家裡開設小型醬油坊「李家醬坊」。誠如受訪者 A1 所言

「目前臺灣有釀造醬油技術執照的，現在臺灣可能只剩下不到十個，以前我們在受訓好像有二十幾個人，我 21 歲的時候那時候那些都是老闆啊，現在都不到 10 個了，真正有這個技術牌子的。」(A1)

但是，需要向萬家鄉醬園股份有限公司購買半成品的醬油，研發成為自己的品牌醬油，誠如受訪者 A3 所言：

「那時候我們在台北工廠，就跟我們買半成品，然後再跟其他化學工廠買的醬油來調配，一方面是賣我們萬家香的產品，一方面他也調配自己的產品，叫做萬味王。」(A3)

在家數方面，由於內部的人才外流，造成家庭式的醬油工廠發展快速，誠如受訪者 A3 所言：

「竹田這邊現在就是有李安田和田家香……比較大(大間)一點的，規模比較大的」(A3)

由於當地形成許多家庭式工廠，許多需要使用醬油的食物商，為了節省經營成本，在醬油調味料中，滲了許多不同品牌的醬油，如受訪者 A2 所言：

「有一些是自己就想說是麵攤、你看這裡附近最大需求量的萬巒豬腳他搞不好一間店，他也用了三、四間的醬料，就是有一些是很長期的關係，有些是你是我的誰所以就介紹進去，所以有一些搞不好，醬油是兩個混合在一起的，這樣一方面就是刪掉一些經營的風險」(A2)

### 三、親友網絡密集，人脈資源豐沛

萬家香公司在北上創業時，透過家鄉的資金與人力，投入創廠所需之資源。

誠如受訪者 A3 所言：

「大概是有八成左右都是在地人，我這邊的員工都是內埔、竹田、萬巒，麟洛都是在地客家人，因為我們萬家香的創辦人到台北去創這個工廠的時候他就把家鄉的一些親戚朋友帶上去，帶上去之後慢慢發展。」（A3）

誠如受訪者 A6 所言：

「老闆吳文華是在地人，帶動了家鄉的村民一起到台北打拼，當年我的父親、台田醬油、田家香醬油……的老闆，年輕時都隨著萬家香在台北的三重埔做業務。」（A6）

吳文華（1995）指出萬家香公司北上創業時，受到家鄉親人的支持，並且共同投入資金，邀請親友認股加入（張秀姝，1995）。誠如受訪者 A3 所言：

「我們從來沒有在外面招募員工，他們就是從親戚朋友那招募員工，就是這樣子請來一直到延續這個地方，大部分都是在這附近，也沒有說都是經過我面談過的。」（A3）

誠如受訪者 A2 所言：

「其實，我們村莊二崙村，在萬家香上班的就有好幾個，有年輕的，而且在萬家香體系的搞不好，他從管理階層到現場都有，所以有些東西，像譬如說我跟萬家香沒有關係，可是我是做這個行業的，我有問題的時候我會去找那些萬家香朋友問。」（A2）

誠如受訪者 A4 所言：

「因為客家人的工廠當然對自己的親朋好友有利益，客家人對客家人是有感情的，他的員工幾乎都是自己人，他之所以會成功，可見他的領導能力是非常好的」（A4）

在認股方面，當時的萬家香公司募集資金，親友認股的方式，使的經營上籌足經營的資本。誠如受訪者 A1 所言：

「台田最早期的老闆也是萬家香的大股東之一」(A1)

當萬家香醬油工廠到台北創設工廠，將屏東家鄉的親友一起到台北工作，當習得經驗及技術之後，回到家鄉自行創設家庭式的醬油工廠，吳文華（1995）指出萬家香再台北設立第二廠的配合下，希望在家鄉能出產特產烏豆蔭瓜，因此，決定在屏東竹田火車站前的一塊地開設第三廠，並於 1981 年在屏東縣內埔鄉龍泉村，增設屏東新廠（張秀姝，1995）。誠如受訪者 A4 所言：

「那吳仁春(吳文華之子)會在龍泉(內埔)設立醬油廠，是因為農村的資本、人力沒有這麼大，本身員工幾乎都是在地人，而且清一色幾乎都是客家人，就是有所謂的族群繫帶關係啦！」(A4)

誠如受訪者 A3 所言：

「豆油伯李安田自己出來以後(離開萬家香之後)開家庭式工廠，從自己的家庭開始做，現在還是有在做」(A3)

誠如受訪者 A2 所言：

「家庭式的有些也就要看，有些事情就譬如說有夫妻關係的，然後我企業成長了，人不夠了怎麼辦，他就拉自己的弟弟進來做，做一做假如有擴大了，可能理念不合了又分開來，有些可能是兄弟啊或父親分下來的有做就有市場」(A2)



## 第三節 引進工業化生產

### 壹、歷史發展：西元 1990~2000 年

臺灣經濟發展史與其他先進國家的經濟發展過程大致相同，初級經濟時期以農業為主，隨著國民所得的提高，工商、服務比重亦逐漸增加，產業結構因此而改變。在經濟計畫實施前，臺灣農業占產業結構的比重為 32.28%，工業僅 21.33%。1953 年開始，政府實施第一期的四年經建計畫，對發展臺灣工業進行有系統的建設，包括對民生工業進口替代階段，運用關稅、外匯與利率等工具，培植民生工業；出口擴張獎勵投資條例的擬訂，以及扶植民營紡織工業成為未來外銷的主力。在臺灣進行經建計畫之後，快速帶動了產業結構的轉變（中國文化大學工學院，2013）。

經濟發展的同時，臺灣地區的產業結構、社會結構也同步進行革命，不但由原本以初級產業為主的生產方式，變遷到以製造業、服務業為主的工商社會，而社會結構也由於農村勞動力大量移入都市，傳統的聚落因為人口流失而逐漸瓦解，初級產業面臨衰退與沒落。家庭代工經濟在經營環境的變遷下，生存空間受到壓擠，加以資金欠缺、人才不足、技術研發能力低落、產品銷售通路受阻，家庭代工經因經營不易，漸趨萎縮。而地方特色產業也因為不同的發展趨勢而有截然不同的演變，例如有些因製程改變或標準化，反而擴大企業經營規模，但有些則因全球化的資源流動，使得產業與原有的地域關係漸漸消除，或因創意不足而日趨沒落。

### 貳、空間分佈：

工廠數量從 1990 年至 2000 年期間（見表 4-7 及 4-8），境內工廠從 22 家減少至 18 家。「屏東市」、「內埔鄉」勉強維持在 5 家以上；「長治鄉」、「萬丹鄉」也只剩下 3 家；而「竹田鄉」、「新埤鄉」、「枋寮鄉」、「萬巒鄉」一樣只剩 1 家。誠如受訪者 A4 所言：

「到 1991 年後，很自然的有賺到錢的人，就非常發達了，所以醬油工廠大廠越做越大，小廠就收廠了。」(A4)

表 4-7 1991 年屏東縣醬油工廠數

地區	屏東市	潮州鎮	東港鎮	恆春鎮	萬丹鄉	長治鄉	麟洛鄉	九如鄉	里港鄉	鹽埔鄉	高樹鄉	萬巒鄉
數量	6	1	0	0	3	3	0	0	0	0	0	1
地區	內埔鄉	竹田鄉	新埤鄉	枋寮鄉	新園鄉	崁頂鄉	林邊鄉	南州鄉	佳冬鄉	琉球鄉	車城鄉	滿州鄉
數量	5	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0

資料來源：本研究自行整理

表 4-8 1996 年屏東縣醬油工廠數

地區	屏東市	潮州鎮	東港鎮	恆春鎮	萬丹鄉	長治鄉	麟洛鄉	九如鄉	里港鄉	鹽埔鄉	高樹鄉	萬巒鄉
數量	8	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0
地區	內埔鄉	竹田鄉	新埤鄉	枋寮鄉	新園鄉	崁頂鄉	林邊鄉	南州鄉	佳冬鄉	琉球鄉	車城鄉	滿州鄉
數量	3	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

資料來源：本研究自行整理

## 參、區位分析：「經濟政策改變」與「經濟作物」的出現

### 一、經濟政策改變，大豆產量銳減

屏東地區由於冬季降雨少、氣候溫和，得天時地利之便，農民皆於第二期稻作收成後，種植大豆作為冬季裡作作物，一可增加收益，二可因大豆根瘤菌增加土壤沃度。在五十年代儘管大豆是屏東平原的冬季裡作一季短期作物，但其種植面積卻佔當時全台大豆面積50% 以上，產量更佔全台60%，是全省大豆重要產區。

民國五十年代末期，由於經濟政策的轉變，大豆進口政策由管制改為開放進口，再加上降低進口關稅的影響，本土大豆市場競爭力下降，大豆生產乃受到抑制(黃登忠，1996：401)。

1970年代中期，由於國民飲食習慣改變、稻米外銷市場萎縮等因素，導致稻米生產供過於求，政府庫存大量增加，造成政府財政負擔，再加上如玉米、黃豆、小麥等大宗穀物及各類進口水果的輸入，替代國內如稻米、甘藷、大豆等相同類型農產品之生產，影響國內農業生產，降低土地利用程度。故為減少稻米生產過剩壓力，自民國六十七年陸續試辦多次稻田轉作計劃(彭作奎，1983：3-12)。

平原上大豆種植面積從民國四十年8,611公頃，至民國五十年增為21,410公頃，十年間增加約2.5倍，佔作物栽培面積4.2%，取代甘藷成為平原主要作物的第二位；民國七十年大豆種植面積驟降，較民國六十年減少23,000公頃，僅佔作物栽培面積3.1%，民國八十年後大豆已不在平原主要作物內。民國四十至八十年大豆種植面積及排名產生劇烈變化，細究其原因：民國初期由於大豆是農家攝取蛋白質的主要來源，用途甚廣可供榨油、飼料、豆腐、醬油等加工食品，隨著人口增加對大豆需求殷切，全台栽培面積逐年增加(蔡文福等，1994b：944)。

屏東地區大豆種植面積也因此逐年下滑；民國七十年後，冬季裡作中紅豆等作物的興起，使得大豆多了競爭對手，不再一枝獨秀，屏東地區大豆生產隨呈現銳減情形(表4-9)。

表 4-9 屏東地區大豆種植面積及產量

			全台			屏東縣			
			面積	年成	產量	面積	佔全	產量	佔全
			(公頃)	率%	(公噸)	(公頃)	台%	(公噸)	台%
民國	41	年	24315.04	-	14627.15	10974.62	45.1	5743.71	39.3
民國	45	年	37505.41	12.4	26442.39	14715.68	39.2	10001.99	37.8
民國	49	年	59665.01	12.3	52653.04	21866.00	36.6	18510.54	35.2
民國	53	年	50970.00	-3.7	57616.00	25741.00	50.5	32159.19	55.8
民國	57	年	49461.00	-1.8	72995.00	30031.12	60.7	50056.94	68.6
民國	61	年	36123.00	-7.7	60221.00	24657.55	68.3	45733.68	75.9
民國	71	年	7782.00	-7.8	12043.00	4476.28	57.5	7604.52	63.1
民國	81	年	4195.00	-4.6	8562.00	23.00	0.5	43.00	0.5

資料來源：台灣農業年報

## 二、大豆來源來自產及進口

鍾王壽（1973：43）指出大豆在內埔鄉農業經濟裡是重要的作物之一，特別在內埔鄉 1972 年農作物生產估計表所示；尤其還有在《內埔鄉誌》的 1973 年之農業作物生產估計表，除稻子以外，大豆是佔內埔鄉最大生產面積與最大生產區域的作物，如表 4-10（鍾來金，2012）。

表 4-10 1972~1983 年屏東縣農作物大豆收穫面積前五名鄉鎮

臺灣省屏東縣農作物大豆收穫面積前五名鄉鎮（鄉／生產面積）單位：公頃					
排名年	一	二	三	四	五
1972	內埔鄉 3223.96	枋寮鄉 2150.00	萬巒鄉 2140.49	鹽埔鄉 2084.00	潮州鎮 1843.80
1973	內埔鄉 3267.92	萬巒鄉 2236.40	枋寮鄉 2065.00	鹽埔鄉 1935.50	潮州鎮 1732.00
1974	內埔鄉 3352.74	萬巒鄉 2414.00	枋寮鄉 2243.00	鹽埔鄉 2130.30	里港鄉 1922.00
1975	內埔鄉 3337.94	里港鄉 2336.00	萬巒鄉 2299.50	枋寮鄉 1920.00	竹田鄉 1904.00
1976	內埔鄉 3256.08	萬巒鄉 2274.72	里港鄉 2129.00	高樹鄉 2033.00	鹽埔鄉 1706.55
1977	內埔鄉 3131.81	萬巒鄉 1961.50	里港鄉 1565.00	長治鄉 1534.94	竹田鄉 1300.00
1978	內埔鄉 2575.80	長治鄉 1295.60	枋寮鄉 1281.68	里港鄉 1274.00	高樹鄉 981.00
1979	內埔鄉 2352.80	枋寮鄉 1128.53	長治鄉 1030.80	高樹鄉 810.00	竹田鄉 780.00
1980	內埔鄉 2310.90	枋寮鄉 1030.77	長治鄉 964.62	佳冬鄉 563.10	南州鄉 403.82
1981	內埔鄉 1193.80	長治鄉 490.99	南州鄉 404.25	佳冬鄉 273.40	車城鄉 245.13
1982	內埔鄉 576.80	南州鄉 400.00	麟洛鄉 262.50	恆春鎮 168.00	車城鄉 166.96
1983	內埔鄉 372	南州鄉 400	枋寮鄉 168	長治鄉 108	瑪家鄉 85

資料來源：客家傳統豆豉產業的發展與未來：以屏東縣內埔鄉為例，國立屏東科技大學客家文化產業研究所碩士論文，2012，屏東縣

然而，大豆產量隨著時間的增加，大豆產量逐漸下滑。曾國旗（2012）指出從 1981 年代起，受到廉價進口大豆衝擊，國產大豆栽培面積就逐漸減少。台灣大豆屬於小農式的小規模種植，單位面積生產成本過高，完全無法與大規模種植的進口大豆競爭，農民只好放棄（宋宇娥，2010）。如下表 4-11，誠如受訪者 A1 所言：

「臺灣的醬油在某個階段，除了中部以外，都是用進口原料、跟原料完全沒有關係跟我們竹田這裡有沒有種黃豆完全沒有關係，早期都是用進口原料，比較便宜，都跟進口商買」（A1）

表 4-11 1980~1987 屏東縣大豆產量分析

年份	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987
產量(公噸)	15,783	7,605	4,587	3,180	3,582	4,297	5,957	4,902

資料來源：屏東縣統計概要民國 39~88 年，屏東縣政府主計處，1999，屏東縣：屏東縣政府。

### 三、經濟作物改變，產業型態轉變

1981年稻米仍是大部分鄉鎮最主要作物，但佔鄉鎮百分比快速下降，僅少數鄉鎮如：萬丹、竹田、東港等鄉鎮稻作面積所佔百分比維持50以上，其餘皆降至40以下，顯示各鄉鎮稻作生產重要性逐漸降低，但可以發現平原上主要作物中果樹種類增加，其中蓮霧在部分鄉鎮漸顯重要，稻米已不再是各鄉鎮的最主要作物，蔬菜、果樹中的蓮霧及檳榔在部分鄉鎮取代稻米成為最主要的作物，平原上各鄉鎮的主要作物、作物組合類型逐漸產生地區差異。(黃瓊慧，2001)。誠如A4所言：

「1980年至1981年，大部分的人改種檳榔，改種檳榔的原因依我個人的看法有三點：第一、當時的稻穀產量過剩，穀價過低傷農。第二、種水稻的過程非常的繁瑣，比較沒有人要種了，又正好碰上經濟起飛，許多計程車業、旅遊業、檳榔攤……等，檳榔的需求量大，所以種水稻就越來越少了。第三、改種檳榔之後，豆子就沒有人要種了，在沒有人種豆子的情況下，作醬油就沒有原料了，之後就只好開始進口了。」(A4)

檳榔的需求量大，在沒有人種豆子的情況下，作醬油就沒有原料了，也改作其它具高經濟價值的作物，因此，傳統家庭式醬油工廠快速萎縮，而利用大豆製作醬油的大型醬油工廠，就只好開始進口大豆，使大型醬油工廠走向企業化經營。

由於手工釀製醬油製作的技術繁多，因此，因一個步驟花費相當大的時間及人力，才能提煉出符合標準的醬油，誠如受訪者A3所言：

「所以我們現在可以看到有發酵一百八十天，這個原因就是說，過去技術科學不發達，你沒有辦法分離純粹的菌種，所以勢必要花很多時間去製作，讓這個

菌長出來。」(A3)

家庭式醬油工廠之負責人也希望子女能夠從事其它行業，而原來從事醬油製作的家庭式醬油工廠，因80年代開始諸如檳榔等其它高經濟價值作物的收入較高，誠如受訪者A4所言：

「原有留在內埔、竹田的村民，只好把豆子煮好曬好醃製起來，製作醬油。因為經濟的需求有些人謀生能力較強就沒做醬油」(A4)

誠如受訪者A6所言：

「到了1991年之後有減少的現象，也許是接班人的問題，也許是申請登記的問題，因為申請一年比一年嚴格，那有些是捨不得讓孩子做這種工作，那有些是規模小乾脆就不做了，還有些是競爭的問題。」(A6)

#### 四、農業社會轉型工商社會

從 1949 年開始實施「三七五減租」、「公地放領」、「耕者有其田」等一系列土地改革政策，止於 1972 年；第 2 階段則始於 1972 年 9 月，國民政府頒布「加速農村建設九大措施」以至今日。在農業政策的引導之下，戰後的臺灣第 1 次從農業社會轉化成為工商社會，創造了許多人所謂的「經濟奇蹟」(廖正宏、黃俊傑、蕭新煌，1986)。誠如受訪者A3所言：

「李登輝當省主席的時候，將屏東縣列入第二個農業縣，沒有工業，最後屏東工業最不發達，交通最不發達，所以沒有工業的話，人潮不會進來。」(A3)

此外，由於「小規模工廠聚集」階段，正值豆類產量最多的時期，利用大豆製作醬油，醬油廠到屏東設廠初期，獲利逐年增加，地方爭相跟進，家庭式醬油工廠有如雨後春筍般成立，奠定了屏東醬油產業的基楚。此外，工業化生產醬油的釀製技術、觀念對帶動當地農村經濟的發展，在原材料、勞動力需求上，仰賴當地供給為原則；在生產模式上，主要仍以傳統技術或勞力密集為主，大型醬園工廠有原料就賣給小型家庭代工廠調配。誠如受訪者A4所言：

「以竹田鄉來說，人口較少不到一萬人，內埔鄉五萬多人，他人口少，連一個銀行都開不起，所以連帶產業無法興起，我是認為大環境對台灣都不利啦！這

是一個因素。」(A4)

在進入1990年代，小型家庭代工廠在無法與大型醬油工廠競爭，農業經濟作物的改變及產業型態轉變，相較之下家庭式醬油工廠就收起來了，大間一點的反而更壯大。誠如受訪者A4所言：

「小廠有它的背景，由雜貨店開始慘淡經營，現在也還有，只是不敵大廠，所以小廠一年一年的關閉，在這樣的一個產業競爭的過程當中，資本不足經營很困難，產品也一定無法達到一定的標準，因為小廠資本額較高較難量產，大廠可以量產，行銷強。」(A4)

誠如受訪者A7所言：

「六堆客家庄做醬油的應該很多，分布在各個客家庄，當然啦!要做到像萬家香的企業並不容易啦!因為它的規模較大。」(A7)

誠如受訪者A8所言：

「我們家早已沒製作醬油，但後面還是有很多客家人在繼續做，就像屏東科技大學生產的薄鹽醬油、萬家香已經是國際級的企業啦!。」(A8)

誠如受訪者 A4 所言：

「屏東以前當地農村家庭開始做醬油，有本錢就投資研發更好的行業，就越做越好的工作，所以有些人就不做了乾脆用買的。那醬油工廠如果技術不好就會消退啦，那比較好的就興盛起來啦!就像豆油伯」(A4)。

## 五、市場封閉性：設備投資成本高，生醬汁製作不易

由於技術大都來自於萬家香，因此，較有組織性、技術性的製醬流程，技術不易外流。誠如受訪者A3所言：

「現在我們這個規模太大了，你要拿我們這一套出去，你沒有辦法這樣子做，我們早期從零到有，以前的東西有辦法這樣子做？我們現在分得太細了！」(A3)。

誠如受訪者A2所言：

「因為萬家香裡面有很多都是屏科大的學生，然後其他的廠也都有，就是很



多食品廠的技術部門的人，都是這一些農業學校的人才，因為市場很小，所以他們也只能去食品廠。」(A2)

由於釀製醬汁的設備投資額大，而且需要耗費相當大的勞動力釀製，許多家庭式醬油工廠向大廠購買生醬汁，再自行調配，誠如受訪者A1所言：

「初期的投資的成本很大，最起碼都要上億的」(A1)

誠如受訪者A2所言：

「因為那個投資額真的太大了，大廠去生產很好規格的東西給你，你不用去投資這樣的東西，而且還做的那麼累，因為一方面他也要把這些東西消耗，要不然他們賣不掉也很麻煩」(A2)

誠如受訪者A3所言：

「也許他有觀念，跟他的親戚朋友也許想做他可以去幫他一些忙有可能，但如果說是自己從原料我是說買半成品，自己加工變成一個成品，並不是那麼簡單，除非你很早就有接觸到或者是中途插進去的，有幾個有可能。」(A3)

大廠的原料會賣給小廠，因為人脈資源連結密切，大型醬園工廠有原料就賣給小型家庭代工廠調配。誠如受訪者A2所言：

「大廠的產量很大，可是醬油是一個食品，會有保存的問題，假如生產出來，可能要在半年消耗掉，要不然他的東西其實會產生另外一種品質上的問題」(A2)

## 六、醬油工廠的傳承問題

家族流傳下來對傳統釀製醬油的堅持，老人家一定有他獨到的經驗及製作技術法則的道理，堅持手工釀製並不代表上一代不懂變通，而是希望後代者能通過一定步驟後，從中了解製作的細節與要求，耆老純粹的將前人留給他的技術，如實的交傳給下一代，同樣的也是對醬油產業的交托的態度。誠如受訪者A2所言：

「屏東市有一間算是比較有規模，那時候是大同，那是因為他的本身有價值，然後可能第二代沒有接就沒有做，就是說會停止的，因為大部分都是家族，沒有接手，會有員工或跟他有關係的，或一些業務往來的人去接」(A2)

## 第四節 轉型發展

### 壹、歷史發展：2000 年迄今

臺灣過去數十年的發展成就，部份要歸功於政府對經濟計畫的籌劃與執行。這些經濟計畫的策略可歸納為：(一) 經濟成長與穩定並重；(二) 以市場機能為導向，但政府作必要與合理的干預；(三) 先穩定農業，再以農業發展工業；(四) 工業循序發展：先為進口替代，後為出口擴張；(五) 鼓勵儲蓄以增資金，到 1970 年代已突破 30%；(六) 重視基本建設（高希均、李誠，1993）。

臺灣由於盛產醬油的原料黃豆，早在日本時期就引進醬油製作的技術，奠定醬油工業的基礎。屏東的醬油產業從家庭代工的醬油到企業式的大量生產製造，為屏東帶來就業機會和財富，並創造一段輝煌燦爛的歲月，而成為屏東最具特色的地方產業。誠如受訪者 A2 所言：

「我們的規模算小的，但我們在屏東算是一條龍的工廠，就是我們有辦法自取純釀造的流程，應該萬家香下來之後，鼎新也有能力製作純釀造醬油。」(A2)

臺灣屏東監獄創立了「鼎新」這個醬油品牌，嘗試讓受刑人釀製成功，就一直流傳了下來，逐漸成為屏東監獄自營作業的重要特色，為產量自用還有剩，就逐步推展到全國各矯正單位，歷屆的作業科愈做愈有心得，產量愈來愈多，加上法務部的支持，開始在全國矯正單位的福利社販售，沒想到大受歡迎，逢年過節、送禮、烹煮用量大時，時常供不應求（法務部矯正署屏東監獄網站，2015）。誠如受訪者 A2 所言：

「鼎新是屏東監獄的，然後像是一些老廠也有在做，如福松那些醬園，可是他們有做醬油之外，他們醬菜為主，福松都算老廠。」(A2)

除了萬家香以外，屏東的第二大醬油廠，來自高雄的里港，開始以代工為主，也是幫人家做代工做了幾十年才有今日的規模，誠如受訪者 A2 所言：

「因為它有能力幫人家做代工，金蘭會進他的原料或半成品，可是他覺得經

營品牌是一個負擔，所以他就經營原料、代工，幫人家做。」(A2)

但是近年來大型企業的競爭壓力，加上品牌競爭以及重視食品安全步，使得具有百年歷史的地方產業，也必需面臨轉型問題。

## 貳、空間分佈：僅「竹田鄉」「內埔鄉」有較多醬油工廠

在轉型發展時，以醬油傳統重鎮的「屏東市」與「內埔鄉」扮演重要角色，2006 年資料分析發現如表 4-12，仍然在屏東縣各鄉鎮中，「屏東市」以擁有 7 家醬油製品的製造工廠數量遙遙領先於其他鄉鎮。而「竹田鄉」與「麟洛鄉」數量僅次於「屏東市」與「內埔鄉」，仍可看出醬油在企業化經營後，仍對當地的轉型，扮演影響的力量。而其餘鄉鎮的醬油產業家數皆低於 1 家，呈現零星且數量稀少的現象。誠如受訪者 A3 所言：

「萬家香它的規模已經是企業化，因為他在美國也有廠房，大陸汕頭也有廠房，所以就是極大化或是極小化。」(A3)

表 4-12 2006 年屏東縣醬油廠家數

地區	屏東市	潮州鎮	東港鎮	恆春鎮	萬丹鄉	長治鄉	麟洛鄉	九如鄉	里港鄉	鹽埔鄉	高樹鄉	萬巒鄉
家數	7	1	0	1	1	0	2	0	1	2	0	0
地區	內埔鄉	竹田鄉	新埤鄉	枋寮鄉	新園鄉	崁頂鄉	林邊鄉	南州鄉	佳冬鄉	琉球鄉	車城鄉	滿州鄉
家數	7	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

資料來源：本研究自行整理

表 4-13 2011 年屏東縣醬油廠家數

地區	屏東市	潮州鎮	東港鎮	恆春鎮	萬丹鄉	長治鄉	麟洛鄉	九如鄉	里港鄉	鹽埔鄉	高樹鄉	萬巒鄉
家數	5	1	0	1	2	1	1	0	1	1	1	0
地區	內埔鄉	竹田鄉	新埤鄉	枋寮鄉	新園鄉	崁頂鄉	林邊鄉	南州鄉	佳冬鄉	琉球鄉	車城鄉	滿州鄉
家數	9	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

資料來源：本研究自行整理

在表 4-13 之 2011 年資料中我們可以觀察到共計以擁有 28 家醬油製造工廠數量遙遙領先於其他鄉鎮，由 2006 年到 2011 年之醬油家數成長率達到 12%。而「屏東市」、「竹田鄉」數量僅次於「內埔鄉」扮演影響的力量。誠如受訪者 A4 所言：

「第一、在地性的提供了做醬油的原料與材料，第二、客家人有經驗的傳承，第三、人力，第四、有需求有發展。」(A4)

誠如受訪者 A6 所言：

「尤其是內埔，10 家有 6 家都是小規模的經營，就是自己找商家或麵店自行銷售，做區域性的販售，所以這就是群聚性的效應問題，醬油廠會群聚在竹田或內埔就是這個原因，目前以屏東縣來說內埔醬油廠是最多的。」(A6)

竹田鄉由於水資源豐沛，水質佳，非溫泉區且未發展工業，污染少，加上客家人本就會自製豆豉食用，並受到竹南吳家醬產業發達的鼓舞，釀造業發達（藍色東港溪保育協會，2007）。

## 參、區位分析：「轉型」、「多元」發展

### 一、投入文創宣傳、延續高品質的非基因釀製醬油

近年來隨著地方文化及觀光的重視與風行，具有地方特色的產品也因此打出銷路，加上網路購物盛行，更有利小型廠商的特色產品行銷。因此如何維持或提升品質，又可以彰顯地方特色，成為廠商的生存途徑。誠如受訪者 A4 所言：

「到了 95 年之後，在北部謀生不容易呀，回農呀(回到農村發展)！也是有這個可能啊！我的感覺是因為經濟不好了，年輕人回農繼續做醬油，自己當起老闆，家長認為找工作不易，乾脆自己創業自己當老闆，這也是有可能的。」(A4)

遵循古法釀製的醬油有著營養豐富、風味佳、越燉越香等優點，但它釀造的成本較高，與化學醬油併列在架上時，極易被低價的行銷策略給擊敗。然而，若增加行銷、增加廣告，又會提高醬油的售價，與消費者的期待漸行漸遠，遲早會

被市場給淘汰的(楊心豪, 2010)。此外, 醬油產業也面臨了對手廠商廣設通路, 並以大量廣告搶占市場的激烈競爭, 市場激烈的競爭。誠如受訪者 A3 所言:

「二戰結束以後味全也慢慢跟進了, 我們說一家烤肉萬家香, 他就用廣告, 一家烤肉三家香, 結果他沒辦法形成氣候, 然後他的廣告就消失掉了! 味王出來以後又跟進了, 最後就是統一, 現在臺灣就是 5 大廠商, 可以 100% 自製。」(A3)

醬油同質性高, 許多百年老店, 但仍需找出差異化、特色化, 才能在競爭激烈的市場中大獲全勝, 即使是在健康意識抬頭、消費者對食安問題關注度高, 在少鹽訴求下, 仍需不斷突破創新產品, 才能突破現狀, 萬家香吳文華董事長知道, 儘管萬家香的老字號招牌依舊矗立, 實際上這個百年品牌已面臨重重的難題, 如: 品牌弱化使產品打不進大賣場、品牌疲乏使消費者熱情不再、品牌老化使年輕族群不知萬家香的存在, 這許許多多的問題, 造成公司營業額跌至近十年的最低點。吳文華深知, 若不能儘快將萬家香的品牌活化, 公司將只有關門一途, 誠如受訪者 A3 所言:

「就如同我剛剛講的網路世界太發達了, 他就知道這個東西行銷, 我不要賣給一般的家庭主婦, 上個禮拜你有沒有看報紙自由時報登得很大, 挑噠(這是地名)的我第一次聽到的, 我第一次看到的, 做新山食品也是買我這裡(指萬家香)的產品, 他標榜的紅龍醬油一瓶也要 300 塊, 他就認為有市場。」(A3)

由於技術轉變及進步, 製醬不用以往那樣曠日廢時, 醬油工廠可以提早生產, 技術的進步, 使廠商甚至可量產, 竹田醬油業者劉福松(2010)指出「目前我們屏東的工廠, 可以處理的原料, 黃豆就有十五噸, 麥子也是十五噸, 所以一日就(要)有將近三十噸原料的處理能力, 使用的人力也不多, 十幾位, 十二位就夠了, 因為我們全部機械化這樣的操作, 那機器最主要是可以大量的生產, 衛生條件各方面都比, 用人工化來說, 就效率會增加很多, 原料的利用率也會提高很多這樣」(謝佳凌, 2010)。誠如受訪者 A3 所言:

「現在科技幾乎進步到我現在可以純釀造我可以純化, 所以我自己三天或兩天 48 小時就可以製作出來了啦, 那現在因為標榜手工製造, 一種古老的, 以目

前來說已經沒有 180 天了。」(A3)

此外，非基改純釀造醬油不含果糖酸及單氯丙二醇，對人體沒有危害，基因改造食品的對人體造成傷害。誠如受訪者 A1 所言：

「就胺基酸液、化學醬油的原料，然後化學醬油的原料是供應給罐頭廠的比較多，因為做醬菜用胺基酸液才會脆，用醬汁做的就是會比較嫩，因為有酵素，化學醬油有鹽酸，就是調一調就釀製變成品了」(A1)

誠如受訪者 A3 所言：

「那比較大的接近家庭式工廠的那一些……就很難說了，也許是部分是純釀的，部分是化學的，大型工廠每一家都有，這個並不違法。」(A3)

李誠忠(2015)指出「基因改造的那個原料，它其實原料就是豆片(脫脂黃豆片)嘛，然後它的蒸煮方式，和我們，就是非基因改造的，整顆的黃豆的蒸煮方式，它其實有很大的不同。我們是產地嘛，產地的東西比較新鮮，然後就是豆子蒸煮出來，它的豆香味，會比你已經經過多次加工的那個黃豆的原料，它味道，比較純，就是比較少那種雜味」(鍾雄秀，2015)。為了檢驗大豆之非基因改造，比起一般化學醬油只須三、四天就可以出廠，非基改純釀造醬油的競爭力瞬間下降，純手工釀造醬油的生產量確實不足以提供越來越多喜愛醬油的消費者。誠如受訪者 A1 所言：

「因為你中間那個過程，其實要花時間，然後又要花成本」(A1)。

為了減少製成時間與成本，採高濃度鹽酸水解黃豆蛋白的方式製造，只要數天就能製成的速釀醬油，原料大多以脫脂大豆為主。誠如受訪者 A2 所言：

「速釀法，其實也有細分，因為也有人把胺基酸當成原料做第二階段的發酵」(A2)

為延續原豆釀造的工法，以現代化精緻的機器，穩定培養麴菌、同樣入缸發酵 120 天到 180 天、使用臺灣契作非基因改造黃豆、黑豆、小麥，萬家香醬園從傳統產業轉型過程中，醬料在非基改的框架中是比較容易被忽略的，但他們堅持走對的路，也希望民眾能趕快意識到非基改的重要性，將臺灣醬料品質提升，共

同維護國人的健康。誠如受訪者 A3 所言：

「屏東的醬油有沒有非基因改造誰知道，誰去驗？沒有人去驗，但我的是從美國、印度進口的，而且我又買了一台可檢測基因的機器，我半個小時就測出來了，有沒有被污染到的非基因改造，馬上測出來，因為我是做非基因改造，所以原料一進廠我就要檢驗了。」(A3)

屏東縣竹田鄉的豆油伯—六堆釀興業有限公司，使用自己培養的菌種，堅持純手工釀造，希望在傳統與延續的路途中，走向精緻的健康路線，誠如受訪者 A1 所言：

「自己培養的菌種發酵出來的發效率比較高，因為菌種也有存活率，你如果是外面買的，因為他在這個時間裡面他做好之後，不知道要多少時間，所以他這個菌種的活動力就不會這麼好，所以自己培養就是新的，因為他一直一直培養，他出來都是新的」(A1)

## 二、發展生醬汁：內埔鄉萬家香醬油工廠

醬油可分成化學合成和手工釀造，前者主要是用鹽酸水解黃豆，只要 3 天就能產出醬油；手工釀造則是天然發酵，混合麴菌和炒熟後的黃豆、小麥或黑豆，製成「醬油麴」，再加食鹽水放入發酵槽，經長時間發酵、熟成，形成粘稠的醬油膠，壓榨後即得出生醬汁，最後再加熱殺菌、調配口味就可販售。許多業者標榜古法釀造、180 天熟成，便是指製作生醬汁的過程（林慧貞、潘子祁，2015）。

生醬汁就是黃豆、黑豆或小麥經過長時間發酵得出的產物，過程需等待數個月甚至一年，「是釀醬油中最辛苦的時候」，小廠向大廠買生醬汁不是秘密。誠如受訪者 A3 所言：

「其實醬油這種東西就是，他是調味品大小的問題，醬油的規模，假如我現在只是要賣醬油喔，我要做醬油很容易，我去買一個加熱容器，買一個快速爐我就可以賣醬油了，我買半成品回來調味裝桶子，我買回來調和要多少，我就會變成我的風味 我就可以自己去賣了」(A3)

黃豆市場就供不應求，確實有大廠生產生醬汁出售，部分同業想省生產程序

和成本，直接買生醬汁加工，短時間就能出售。誠如受訪者 A2 所言：

「其實臺灣醬油的生態鏈，就是關係一個原料，叫做生醬汁」(A2)

生醬汁是釀製醬油最重要的生產元素，為了突破市場的競爭，除了品牌行銷之外，掌握醬油生醬汁是產業最核心的價值，萬家香公司透過純熟的釀製技術，生產生醬汁，一方面提供自己產品使用，一方面賣給市場之家庭式工廠。誠如受訪者 A3 所言：

「生產原料都有啦他們自己都有做，譬如說他做 20%也是自己做 40%也是自己做，那他的銷售量又那麼大，從哪裡來呢?那你自己想想看，第一個就是外購，第二個就是代工。」(A3)

### 三、發展在地文創醬油產業

六堆釀興業有限公司－豆油伯的李安田後來到越南投資做生意，女兒李明芳傳承「李家醬坊」。與家人一起經營的傳統經營模式讓李明芳「逃出去」投資保養品，失敗後，才想發展自家生意，於是與合夥人王政傑合作，以「豆油伯」為品牌，以手工釀造醬油為訴求，走高價位路線，利用網路及宅配打出通路，李明芳並化名 Lulu 老師親上美食節目示範料理，打響品牌知名度，為「豆油伯」成功聚焦更多主婦客群的目光，也獲得部落客推薦，並在竹田驛站旁興建醬油廠，成立「六堆興釀公司」，走品牌文創路線（郭芷瑄，2015），誠如受訪者 A2 所言：

「譬如說我要開發一個新的商品，包裝說不定包材就要700萬左右，他會不會成功又是另外一回事，所以也是有股東的，因為醬油廠的資本真的很大」(A2)

每一個傳統產業都有自己的一套生產方式，每一家家庭式工廠都有一套運作方式及流程，因此，如果將其他工廠的生產模式及流程套用在這些小型工廠，不僅不合乎原有的古早醬料製作核心價值，連帶經營都產生問題。誠如受訪者 A3 所言：

「因為你不能用我的標準來要求人家，這情形一樣嘛，小型工廠都可以做了，那小型工廠他們會比我還更慘，我至少還有工廠登記也說不定喔！他們沒有耶，



他們只是一個小小的農場，他們什麼都種，他種完收成以後我就做一點醋、做一些醬油，你到我的農場來民宿，這個伴手禮就帶回去啦，就說我自釀的，這樣也可以啊，也沒有人說不行，除非說出問題了。」(A3)

#### 四、結合休閒、健康之醬油產業

屏東縣是南臺灣醬油發展的重鎮，其中，非基因改造的醬油更盛極一時，因此在萬家香內特別設置釀製流程，保存最原有的醬油文化，並現場示範提煉過程，吸引到訪的遊客駐足，身歷其中感受香氣瀰漫的情景。誠如受訪者 A3 所言：

「我們明年要蓋的新廠它是有參觀步道的，整個設備是全新的，跟現在的設備也不太一樣，是更新的比較更先進的機械化，這都是整體規劃的，所以我們整個動線是比較流暢的。」(A3)

健康與飲食也成為人們很關心的一環，並成為現代人飲食最注重的課題，現在市售醬油為了大量生產，即使號稱純釀，仍然必須稀釋，稀釋後香味、鹹味、顏色都淡了，只好用化學調味、增色，再加人工甘味劑增加甘味，但早就失去醬油本來的味道了，市面上販售的「非純釀造」醬油，也就是一般俗稱的化學醬油，而這種醬油會產生「單氯丙二醇」的化學物質，對人體有害。

林秀玲（2011）指出「除了核心技術的精進，萬家香新產品的開發更不在話下，海山醬、甜辣醬、特級烏醋、珍釀白醋、烤肉醬、味醂及鰹魚露等，都是逐年逐步開發的好醬料。最值得一提的是 2008 年，萬家香完成 100% 純釀造化，此為臺灣大型釀造產業首位達成，『純釀之家』聲名遠播。研發團隊隨即以最高品質、最佳口味、不含防腐劑為基本訴求，進行『大吟釀系列』的開發，就是要給消費者最安全、最安心的調味品」（林秀玲，2011）。在誠如受訪者 A3 所言：

「我們標榜的就是純釀造，所以我們幾十年來都是做純釀的，完全沒有加化學，臺灣的醬油就只有萬家香是純釀的，那小農的這一些可能就不會有了，因為他自己釀的量比較少，像屏東監獄的也是一樣，他比較不會有化學。」(A3)

臺灣的醬油市場每年有超過 40 億的規模，知名以萬家香、統一、龜甲萬、金蘭、味全等 5 大廠，市占率高達 8 成，曾敬淳（2003）目前臺灣的醬油產業仍

以五大廠商：統萬（統一和龜甲萬）、萬家香、味全、金蘭、味王為主，佔臺灣醬油市場銷售量 80% 以上。其他 2 成則由標榜手工純釀的小品牌瓜分，北部有黑豆桑，中部以丸莊跟瑞春聞名，而南部則有豆油伯。誠如受訪者 A3 所言：

「臺灣現在有百分之七十到八十是化學醬油的，市場真正純釀大概只有百分之二十左右，那我的產品是百分之百的，別人的工廠有他的方式。」(A3)

隨著生活水準提高，對食物的要求也越來越嚴格了，這種嚴格不僅存在於食材的選擇，還在於食物的口味。很多人吃重口味，覺得這樣才夠味，殊不知重口味對健康非常不利，吃得味道重的食物含鹽量都高，鹽是氯化鈉，是一種防腐物質，具有一定的毒性，過多的鈉會增加腎臟負擔，讓身體水腫，造成體內組織脫水。誠如受訪者 A3 所言：

「現在因為大家生活水平提高，健康的要求也越來越提升，鈉的含量對身體來說是一種負擔，所以都會一直慢慢降到百分之十四左右，降了三個百分點，所以我們教消費者把它稀釋掉，那另外一個做法就是比較精準一點的，用鈉離子交換的，把鈉吸出來，他是一個特殊的族群，因為需要的消費者太多了，我們也有做。」(A3)

## 五、食安教育，強化醬油品質

### (一) 強化食安：吃的安心

屏東縣的醬油製造業是屏東特色傳統產業，在屏東市、內埔鄉、竹田鄉鎮更高達 23 家，形成在地醬油特色圈。根據屏東縣政府衛生局 104 年下半年「在地醬油產業再升級輔導計畫」，與屏東科技大學食安中心合作，全面深入輔導，共 28 家，不僅改善產製環境衛生，更願意投入資源改善硬體設備；另有效提升醬油製造業的產製管理，從原料、食品添加物紀錄制度落實到重視產品的自主送驗，強力把關自家產品的衛生與安全，持續推動在地醬油產業，兼具傳統、好味與安全（屏東縣政府衛生局網站，2015）。誠如受訪者 A3 所言：

「最近屏東縣政府，我們都講說跟你們一樣要做屏東縣醬油產業的，好像一個組織啦，要把屏東縣的醬油擴大，三個禮拜前到我們工廠來做，他委託屏科大

農經系來做這種統合這樣子，每個鄉鎮不是都有衛生所嗎？他就培養兩個組織稽核員去輔導每個鄉鎮，小家庭式的醬油工廠，所以說有多少間？不得了的。」(A3)

輔導過程中也見到縣內仍有多家釀造廠依照傳統醬油釀造方式，使用非基改黃豆，自家自釀發酵的方式來釀造傳統醬油，保有傳統與安心美味（屏東縣政府衛生局網站，2015）。誠如受訪者 A3 所言：

「屏東縣衛生局主管單位希望說由我們來輔導這些小型工廠怎麼做，問題是每家工廠他們都是祖先輩留下來的這種模式」(A3)

但是，每一家庭式醬油工廠在面對食安問題，仍有工廠在食安那個時間，無法順利轉型。誠如受訪者 A2 所言：

「會有很多沒有辦法轉型的，像我們一直以來，食安都有辦法順利去面對，因為我們都知道未來的趨勢要怎樣去面對無法轉型的問題」(A2)

從二年前的單氯丙二醇的化製醬油流竄夜市，至近日外購醬汁疑慮、引起消費者觀感不佳之品牌經營問題，都掀起大眾的關心與重視。食安風暴襲捲全台，當食品工業完全操控我們的味覺，市面充斥真假難辨、面貌模糊、無法信任的加工品，你的餐桌、你的每一次消費，都暗藏著未知的危機和風險！面對每日三餐的危機，一場更全面、更深刻的飲食覺醒，已刻不容緩。誠如受訪者 A3 所言：

「因為現在無論食安問題也好，都會有機構來查，一定來萬家鄉，因為屏東沒有一家可以讓他們去做一些記錄或報告的工廠，所以我們這邊被稽核的次數就多，當然我們也不是怕他，我們也希望我們的廢水啊、環保啊、絕對不能影響到隔壁鄰居。」(A3)

中央政府為確保食安問題可以從源頭把關，食藥署公告「食品安全衛生檢舉案件處理及獎勵辦法」，提高重大食安檢舉案件獎金核發比率為至少 50%，如重大食安事件是由公司內部員工「窩裡反」舉發，檢舉獎勵辦法內增訂「良心員工」條款，提高檢舉獎金核發比率。誠如受訪者 A3 所言：

「你沒有辦法去把關食安的問題，竟然你訂一個窩裡反條款，這是什麼意思？他就是鼓勵員工檢舉啊！（哈哈……）因為有獎金啊！所以會造成現在勞資有

些時候對立就是這種情況，所以現在有很多問題都是員工去檢舉的。」(A3)

小型家庭式工廠在面對政府的輔導措施，因為沒有健全的輔導機制，反而造成輔導的過程當中，未符合食安法規，政府頻頻對之罰，另有工廠，與專家學者合作，達到食安品質水準，誠如受訪者 A6 所言：

「幾乎看不到輔導啦！根本不理會我們，有些小型的工廠就是因為被開罰多次之後乾脆關廠不做了，那我們工廠就會去請教專家，向屏科大的教授請教，在不加防腐劑的情況之下，如何提高醬油鹹度？改善？達到政府規定的適用範圍以內，使產品品質更好。」(A6)

## (二) 發展純釀造醬油產業：無防腐劑食品、打破特色產業迷思

食品防腐劑是防止食品因微生物及黴菌而腐敗變質，延長保存期的添加劑，不當的食用對人體會造成極大的傷害。誠如受訪者 A2 所言：

「我有跟我的孩子說我們要做能夠讓人家吃的進肚子的東西，凡是化學的東西，我們都不要用，絕對不用所以你們要去注意這一點，所以當你們在做研發的都可以，你就要研發一種現在有機的也好、不加防腐劑的也好，但是這個是需要技術」(A2)

傳統釀造醬油製程至少得半年，成本高、產量少。」不少業者卻會選擇以榨過油的「脫脂黃豆」當醬油原料，以鹽酸分解出胺基酸、蛋白質調製而成，成本低、產量高，「但在這過程中，容易產生單氯丙二醇（3-MCPD），會增加肝、腎臟負擔，使男性不孕，甚至致癌。誠如受訪者 A2 所言：

「還要包括那個酸鹼度，因為兩半酸度，可以抑制腐敗，但是你要酸多少就要有技術問題，你又怎麼算你用醋酸、加工用的醋酸可以吃最好，但是口感不好而且那不是好東西，美工研醋，那個也不好，我用你們吃成本高天然的酸，我們的東西裡面有很多技術。」(A2)

萬家香醬園 40 年前領先業界做出第一瓶無添加防腐劑的醬油，吳文華(1995)指出萬家香公司研究部門，一直正視防腐劑的問題，因此，當時透過日本醬油研究所所長梅田勇雄及中村清，研究出替代防腐劑的技術，此一新技術的成功，為

當時的日本引起重大影響，並斥資引進技術，生產國內唯一不含防腐劑的醬油(張秀姝，1995)。

由於創辦人吳文華先生在特殊的歷史背景下，技術上革新成為過去時代的代表，用技術革新來製造無防腐劑的醬油，而現今企業負責人吳仁春，繼承過去大眾對於萬家香存留的技術創新與健康印象，而以「純釀之家」做為新時代的品牌訊息。以整合行銷傳播的觀點來看，這是相當一致性的品牌訊息，將所有的釀製產品，做了關於產製過程最清楚的訊息(曾喜城、鄧宗聖，2012)。誠如受訪者A3所言：

「假如經過手工這樣子做，慢工出細活好不容易釀出一瓶醬油出來才是特色的話，那萬家香就很難，因為我們是機械化的我們大量製造的，我的是一般大眾化的價位，那這樣子叫不叫特色呢？假如一般消費者界定的認知上，特色就是要經過這個過程用手慢慢的，我今天蒸多少純手工，灑菌種，弄完了放在盤子裡面一盤，堆積起來放在那邊，然後第二天就會產生熱，它發酵的原理就會往上升，所以底下的溫度就會比較低，所以他又要顛倒翻，我說我這樣子要怎麼翻啊，那這樣子又不叫特色，這是一個迷思。」(A3)

### (三) 永續經營：打破特色產業迷思

品牌是企業維繫顧客忠誠度、創造企業競爭利基的最核心資產；企業則透過正確的策略建立經營優勢、確保永續經營能力；設計則是連結品牌與企業策略之間最重要的基礎因素(Borja de Mozota, 2004)。醬油是屏東地區維繫客家文化、特色產業的最核心資產，醬油業者透過必須發展正確的策略建立文化產業優勢，否則整體產業的品牌容易因民眾的疑慮，降低特色產業持續發展。誠如受訪者A6所言：

「如果是永續經營的話，必須提高附加價值……，就是生產高單位的產品，就像萬家香、豆油伯，但是豆油伯目前價格下降七成左右，因為金蘭醬油代工事件，以致產量受影響。」(A6)

自從「特色產業」的名詞被提出來之後，凡事加上「特色產業」四個字，就

變成了一種政治正確的主流操作，地方人士搶著以文化來包裝活動，除了產業低劣之外，把焦點聚集在產品本身，而無法釐清該產品真正的產業關聯，來發掘該產品的文化特性，以進行整體的產業加值。誠如受訪者 A3 所言：

「他們現在當地的醬油炒熱後，就一直再做一些的廣告行銷，那我全部的機器在加，而且肉眼都看不到，我都在密閉空間作業，那這種情況之下他就會認為說你這個沒有什麼特色，因為只是機器在幫你作業。」(A3)

除了文化之外，更不可忽略隱藏在生活中對於醬油記憶，醬油是食物的調味品，為使醬油的需求符合屏東當地人的飲食需求，亦有業者希望透過小吃、食物連結的方式，讓醬油真正透過在地食材的搭配，彰顯在地醬油的特性，將產業的轉型充分與在地情感連結。誠如受訪者 A6 所言：

「客人除了吃麵之外，會點其他的小菜，例如：豬頭皮、豬耳朵、滷蛋、海帶、青菜、粽子……等，那這些食物加上醬料，將使食物更美味，醬料的製作方式也大同小異，大眾的需求，所以就一起生產啦，也算是一種轉型的方式吧！」(A6)

誠如受訪者 A7 所言：

「醬油從以前就用到現在啦，產品會不斷地研發新口味嘛！甚至會有特殊對象的口味，例如：吃素者、或健康主義者又或者有些人吃比較淡，頂多鼓勵不使用醬油者來使用醬油。」(A7)

面對現代化機械取代人力，豆油伯堅持手工釀造醬油外，為了讓更多人看見地方產業的優點，從釀造缸、瓶裝玻璃都是選用臺灣在地製造。近期也開始著手在擁有百年歷史的「竹田車站」旁興建醬油釀造廠，提供就業機會給在地居民，「留住年輕人」共同回饋故鄉。此外，結合當地政府，製作竹田鄉旅遊地圖，在櫃位或隨產品贈送，讓消費者透過醬油體認客家文化外，更加深認識屏東在地文化，更帶動屏東各地客家族群透過特色產業連結起來。誠如受訪者 A4 所言：

「因為你做的是醬油產業，跟我們客家族群的發展，我們要好好把客家文化產業做起來，因為有了客家文化產業之後，不管你做醬油或是其他產業，它所附帶的地方族群的連結就會有發展。」(A4)



## 第五章 結論與建議

本研究透過歷史資料的整理，整理並分析出屏東客庄醬油在各時期的區位條件。研究方法先採用「文獻分析」與「深度訪談」，盡可能完整詮釋屏東客庄醬油產業發展的脈絡。

深入訪談部分，5位屏東縣醬油業者及2位專家學者，除了探討醬油如何被應用在客家文化中，本章結論的部分歸納出研究發現，並在醬油的轉型、行銷層面、特色文化之資源維護上給予相關建議。

戰後首先在屏東地區成立最早的企業化經營醬油廠是萬家香，由於醬油生產過程複雜，聘有日本技師長期駐廠指導。1986年起，開始尋求技術人員配合在屏東成立新工廠，同時期也大量招募當地民眾，培訓許多醬油製造的人才，小型家庭工廠如雨後春筍般地成立。國人的技術水準逐漸提昇之後，醬油原料大豆已能自給自足或進口。由於市場的多樣化，產品的種類更是琳琅滿目，產品具獨特風格，發展出與其他地區不同型態的醬油，成為屏東地區獨特的釀造醬油。



# 第一節 結論

醬油拌飯可以了解客家人尚儉崇實的飲食內涵「有當思毋時之苦」。在屏東從事醬油產業的業者，並且在不同世代之間，傳揚產業的發揚印記，將醬油釀製的記憶經由再現與想像的過程來拼貼，代表著客庄文化產業的過去、現在及未來，在相互重疊下漸進地變化醬油不同的風味。

本研究發現，屏東醬油產業並不是憑空而起的一項產業，而是因為日治時期開始，屏東醬油產業的蓬勃發展，發展出許多釀製技術以及人才等背景，讓屏東醬油產業能順勢發展起來的一個重要奠基因素。本研究依據研究結果之現況，歸納整理如表5-1

**表 5-1 研究歸納整理**

研究問題	歸納整理
屏東客家族群與醬油產業之意象	<ul style="list-style-type: none"> <li>一、傳統的醬油是屏東客家人的記憶</li> <li>二、大豆的種植分佈以客家庄居多</li> <li>三、客家族群之族群勞動力網絡</li> <li>四、客家族群的群聚發展，帶動客庄產業發展</li> </ul>
屏東醬油產業興起與變遷	<ul style="list-style-type: none"> <li>一、屏東客庄醬油產業的發展階段、區域分佈</li> <li>二、屏東客庄醬油產業的形成，與早期「萬家香醬園」的影響最相關</li> <li>三、醬油產業之社會資本培育釀製醬油人才</li> <li>四、聚集經濟是構成屏東醬油產業蓬勃發展的重要因素</li> <li>五、政策與經濟環境的改變，影響產業轉型</li> </ul>
屏東醬油產業之發展現況	<ul style="list-style-type: none"> <li>一、發展在地特色醬油產業</li> <li>二、創造品牌及行銷通路</li> <li>三、大型醬油工廠企業化經營</li> <li>四、強調結合休閒、健康之醬油特色產業</li> <li>五、食安教育，強化醬油品質</li> </ul>
屏東醬油產業之發展困境	<ul style="list-style-type: none"> <li>一、經濟環境的改變，也是決定產業沒落的關鍵</li> <li>二、欠缺資金支持與政策輔導醬油工廠升級</li> <li>三、屏東客庄醬油之推廣與傳承</li> <li>四、屏東客庄醬油產業協力發展</li> <li>五、傳統產業面臨新型態行銷趨勢</li> </ul>

資料來源：本研究自行整理

## 壹、屏東的醬油產業代表客家族群產業之一

醬油產業在家庭代工與製作端的發展，分別從飲食習慣、區位關係、原料等面向，論述以屏東縣自然地理條件適合大豆生長、豆類栽植地區皆為屏東縣客家族群居住之主要地區、釀製醬油端區位與供應端連帶關係，以及原料栽種的實施對於醬油產業在客家族群經濟社會結構鑲嵌下的關聯。

### 一、傳統的醬油是屏東客家人的記憶

吳文華先生本身是竹田人，到臺北之後才開始做醬油的工作，並延續在家鄉—竹田做醬油，當時在屏東客家庄，有許多工廠，因為六堆客家庄屏東平原一年有三收(兩次是水稻，一次是種豆子)，種完豆子之後，當然就要把豆子去煮、去曬、然後醃製，經過發酵做成醬油，幾乎家戶戶都會做醬油，是客家人沿襲下來的屏東在地性的客家農傳，好比飲食一日三餐，三餐都會用到醬油一樣，甚至請客，每家都會用到醬油，從阿婆開始做，自己在家裡使用，或是是嫁出去的女兒、阿姨、隔壁鄰居等等。

### 二、大豆的種植端分佈以客家庄居多

#### (一) 氣候與土壤等自然地理條件

屏東縣位於台灣最南端，屬亞熱帶氣候，土地肥沃，並兼有廣大的平原，適合發展農業，六堆分布區域有山、有水，後來因水系完整，故農業耕種生產量大量提高，屏東平原地理環境所帶來的自然生態種類很多，而沖積扇平原，多為砂質壤土，土地肥沃，水源穩定充足，極適合發展農業，尤以靠山面水的客家村落，仍保持農村聚落模式，所以生態隨地可觀，其中以東港河流域最為豐富，這些氣候、土壤、溪流等自然環境建構出大豆的生育發展條件。

#### (二) 大豆栽植地區皆為屏東縣客家族群居住之主要鄉市

「大豆」是製作醬油的主要原料，它笨重且使用量大，在當時交通不方達，運輸成本昂貴的狀況下，工廠使用在地原料。二戰後，臺灣醬油業成長迅速，區位開始有集中的趨勢，以屏東市較為突出。1970年代主要分佈於屏東市、內埔鄉、

萬巒鄉、高樹鄉、鹽埔鄉、枋寮鄉、竹田鄉、潮州鎮、長治鄉及麟洛鄉，其中，除了潮州鎮、萬巒鄉客家人口比例為28.5%與38.3%外，其餘八個鄉市皆為客家人口比例50%以上的鄉市鎮，可見大豆栽植地區皆以客家庄為主。

### （三）醬油工廠與大豆種植地區呈現臨近與重疊現象

從種植區位分析，屏東醬油工廠經營者都是在地的客家人為多，加大豆原料種植又以鄰近醬油工廠，且供應者大豆亦多屬客家人的比率偏高，由此可知，從事醬油產業者主要為客家族群，因此可將醬油視為屏東客家族群經濟。

## 三、客家族群之族群勞動力網絡

本研究發現屏東客庄客家居民的情感匯聚成為宗族之間社會關係結合在一起，社會網絡不但成為客家人日常生活的關係網絡，也是客家人的社會支持與社會資本，屏東客庄醬油產業勞動主力以家族成員為主，勞動支援由家族或親朋好友受雇於家庭式工廠，因此，勞動力網絡成員以客家族群居多，並且透過技術學習的過程中，產生技術的移轉，此外，在特定政治、經濟與社會條件機會與限制下，利用各種資源和族群關係來建立產業網絡，大型醬油工廠與小家庭醬油工廠，展現獨特交易特色，小家庭工廠製作端依生醬汁品質向大型醬油廠收購，展現合作關係，長期交易締造信賴關係，帶動地方醬油產業發展。

## 四、客家族群的群聚發展，帶動客庄產業發展

客家人的群聚性，由做醬油中可看出家族情感的聯繫是非常緊密的，也就是說，不完全是醬油的關係，有些是產業的關係，家族有發展，產業就會有發展。就好像客家祖先移民，兄弟一起移民，誰比較有本錢就擁有更多的田產。

醬油製品的在地形塑，是一種長期深耕的動態過程，涵蓋層面相當廣泛，在地居民藉由經濟農作物「大豆」、環境氣候、水資源豐富、日照充足的融合，將食物的調味品「醬油」，並且在客庄族群網絡的情感聯繫基礎下，透過家庭工廠體系之分工、水平合作及共生整合，醬油才有機會從調味品發展在地的特色產品，進一步成為屏東客家的特色產業。

## 貳、屏東醬油產業興起與變遷

綜合第四章的研究內容，本研究將屏東客庄醬油產業的興起變遷做統整性的說明。

### 一、屏東客庄醬油產業的發展階段、區域分佈

本研究發現，二戰後至1980年稱為「家庭轉變家庭式工廠」，此時期從民國65年的屏東市醬油家數最多；1980年~1990年稱為「小規模工廠聚集」，此階段為屏東客庄醬油產業成長最高峰、區域涵蓋範圍最大值的時期，總計工廠數達26家，此時期從1983年的主要區域屏東，1988年除了屏東市，更擴大到萬丹鄉、長治鄉、林邊鄉、南州鄉、佳冬鄉、內埔鄉、竹田鄉等；1990年至2000年稱為「引進工業化生產」，此階段為屏東各區域工廠數急速減少的階段，又回到傳統的屏東市、內埔鄉、竹田鄉三鄉鎮區域，其餘鄉鎮皆看不到成長；2000年以後稱為「轉型發展」階段，內埔鄉、竹田鄉的醬油廠數量持續增加，至2000年工廠數量總計達28家。

### 二、屏東客庄醬油產業的形成，與早期「萬家香醬園」的影響最相關

屏東醬油產業在剛開始發展時，萬家香依賴日本顧問技術指導，之後，其創辦人創業初期於臺北設廠，於1984年於屏東內埔擴廠，其他知名品牌包括屏科大薄鹽醬油、屏東監獄一鼎新醬油、豆油伯一六堆釀興業等知名廠商，這三家大廠分別位於內埔鄉、竹田鄉，2000年後我們也看到以這二鄉鎮為主；屏東醬油在發展之初，需仰靠內埔鄉的萬家香及其發展的醬汁技術，其後的擴散，主要以內埔鄉、竹田鄉、麟洛鄉地帶為核心去發展，各自的蓬勃與興衰。本研究發現，這三家業者除了屏東監獄一鼎新醬油外，都是內埔鄉與竹田鄉的「客家人」，皆為「客商」，工廠所需的資金也主要為客家人提供。除了負責人與資金提供為客家人之外，醬油工廠所需要的勞動力，因醬油為勞力密集產業，又需要熟稔的技術傳承，因此也是就近招募，尋找鄰近地區的勞力，而內埔鄉、竹田鄉當地的主要族群即為「客家人」。

### 三、醬油產業之社會資本培育釀製醬油人才

本研究發現，屏東市、內埔鄉、竹田鄉，皆為客家人所廣泛分佈的區域，當地主要族群即是客家人，而當醬油產業在此線發展起來時，必定從當地尋找勞力，透過萬家香創業者吳文華先生，北上創業初期，號召村內親朋好友，有八成左右都是在地人，有內埔、竹田、萬巒，麟洛都是在地客家人，因為萬家香的創辦人到臺北去創立這個工廠的時候他就把家鄉的一些親戚朋友帶上去，帶上去之後慢慢發展。可見得「醬油」產業與「客家族群」間有密切的關係，甚至可以說是當時客家族群的特色產業。

### 四、聚集經濟是構成屏東醬油產業蓬勃發展的重要因素

從家庭式工廠年代的原料、燃料、勞力、市場等基本區位，到工業化生產年代的傳統、原料、小聚集經濟，甚至到轉型期的大聚集經濟。本研究發現，除了原料條件一直存在外，醬油廠在屏東設廠初期，獲利逐年增加，地方爭相跟進，醬油工廠有如雨後春筍般成立，奠定了屏東醬油產業的基楚。此外，回流家鄉的資金、技術、觀念對帶動當地農村經濟的發展，在原材料、勞動力需求上，通常以仰賴當地供給為原則；在生產模式上，主要仍以傳統技術或勞力密集為主。

屏東醬油產業乃大部分屬於小規模企業，對小規模工廠而言，它無法經由自身的運作而達到規模經濟，換句話說，它必須透過同行間的聚集而取得外部經濟。聚集成為一區位條件，它創造了良好的投資環境，使同行之間經由各種聯鎖關係而獲得成本利益。隨著歲月的流逝、環境的變遷，初期的區位條件的重要性也隨之湮滅，代之而起的是由於同行之間的生產聯鎖關係及熟練技術累積所形成的聚集經濟。

經由技術之累積而培養出熟練之技術工，所謂「熟練」含有兩層意義，一是擁有專業之技術，另一是指心理上熟悉且願意投身於如此的工作環境。屏東醬油業有將近百年的歷史，故有雄厚之技術基礎，而技術累積與區位聚集經濟，兩者形成良性之循環。

屏東醬油基本上仍是一項地方特色產業活動，區位的選擇以經濟利益、地方發展為出發點，亦即盡量降低生產成本使設廠成為有利可圖。然而，隨著交通及科技的發展，自然環境（如作物、水源）對產業區位的影響已不如往昔，產業活動傾向於企業化經營，以及強調純釀醬油為名之家庭工廠，經由大廠生醬汁原料提供在地醬油廠商，發展出各自的醬油品牌，顯示累積而提供了聚集的環境。

## 五、政策與經濟環境改變，影響產業轉型

早期臺灣的經濟政策主要以計畫性經濟為發展原則，政府依照不同的產業發展時期制訂策略，導引各級產業發展之程序，影響醬油產業的興起與沒落。從醬油產業中我們可以發現，1990前後，醬油工廠數停滯發展，從20家降到18家左右，所有受訪者認為，當時的醬油原料「大豆」透過國外進口，比較沒有人要種了，又正好碰上經濟起飛，改種其他作物之後，醬油產業面臨與其它農作特產競爭的困境，此外，由於醬油釀製過程非常辛苦，許多上一代的經營者不希望家中子女承接如此辛苦的產業，也導致產業人才及發展的斷層。

## 參、屏東醬油產業之發展現況

### 一、發展在地特色醬油產業

屏東醬油本身具有相當濃厚的文化性、歷史性，與生活性，而屏東醬油更兼具在地性與記憶的情感聯繫，此種地方特色及文化背景發展出各區之特色醬油，並經由各種釀製技術將各區特色醬油之風味及特有香氣充分展現，如知名屏大缸釀薄鹽醬油、豆油伯純釀醬油、屏東監獄鼎新醬油，深受消費者青睞，也將品牌的獨特性和醬油的文化性融入，秉持堅持、傳統、延續的精神，創造相當高的品牌價值，民眾除了品嚐美味的醬油，更能藉參觀工廠了解食品產出的過程，此外，工廠內部軟硬體都必須要呈現更多觀光價值的元素，讓遊客留下深刻的印象，無形中提升企業形象。

## 二、創造品牌及行銷通路

在行銷層面，以銷售醬油商品為主要收入的醬油業者則極力推廣與擴大經營，透過市場區隔、知識宣導等宣傳手法以及結合 E 化銷售管道，價格公開且透明，藉由不斷研發新產品來提升醬油的附加價值，更積極將商品推向國際市場，也在國際市場需求下，透過建構找到市場定位與發展，以下透過表5-2分析萬家香醬園、鼎新醬油、六堆興釀（豆油博）及屏大醬油等四種品牌，理解目前其品牌、企業化、行銷方式及發展主軸之方向。此外，5-3亦提供屏東地區小型醬油工廠有萬津醬園、台田醬園、玉泰醬園及福松醬園，逐一比較經營型態。

表 5-2 屏東四大醬油工廠醬油經營型態分析

名稱	品牌形象	企業化程度	行銷通路	發展主軸
萬○○ 醬園	將「家」的文化，用新的方式來表現，如繪畫比賽與獎學金，而且使人對「萬○○」的老品牌，有另一層面的認同，即飲食文化上的積極與創新。	目前萬○○台灣屏東廠、山東煙台廠生產，於1989年美國廠擴建成為美國大型醬油廠之一。	主要經銷的通路，像是全聯、愛買、松青、家樂福、大潤發及美廉社等，	基於追求高品質產品與愛護環境，在2004年推動全產品純釀造化，臺灣屏東廠、大陸煙台廠以及美國紐約廠，三座工廠同步完成全產品純釀造
六○○ 釀	將「豆○○」品牌精緻化，推出以客家五花為主視覺意象的包裝，提升客家文化的價值；以陶藝家燒製而成的精美食器，呈現○○伯醬油優質的獨特風味。	目前由李家姊弟，分工合作，大姊負責行銷，弟弟釀造醬油，現拓展店鋪，進軍百貨公司，讓古早味醬油產業注入新活力。	目前除了自己直營的店面外，實體通路部分還有新光三越、大遠百、SOGO、誠品松菸店，以及city'super等，還有全台HOLA特力和樂代銷；網路銷售部分，包含Yahoo購物中心、Yahoo超級商城、PChome	標榜使用天然素材手工釀造，不添加人工防腐劑、人工色素，並遵守《齊民要術》記載的古法釀製醬油，不使用基因改造的黃豆，也沒有焦糖色素、人工甘味劑等，是少數堅持使用非基改造黃豆的傳統釀

			商店街，以及HappyGo 快樂購物網等知名網購平台。	造廠
公部門醬油	屏東公部門的釀製技術指導，以純古法釀造，而非以化學合成製作醬油，在屏東地區的超市到處能看到宣傳海報寫這裡有賣「大哥ㄟ豆油」。	屏東公部門醬油，隸屬政府機關，目前醬油業務主要基於讓受刑人學習技能機會，屬於傳統	目前在矯正機關自營展售網站提供行銷通路。	使用幾千年來相同的發酵古法釀製醬油，頂多改良蒸煮、裝瓶的方式，希望釀造的醬油，都能代表受刑人重新打造自己、釀製自己。
屏○○油	屏○○物科技有限公司技轉了○○科技大學名聞遐爾的屏○薄鹽醬油。	以在地中小企業的方式經營，並引進產品流程中設立完備的監測點	目前除了自己直營的店面外，實體通路分布於台中及高雄，亦可上網訂購，因不打廣告、不宣傳、通路不多	使用古法缸釀，釀造過程採用人工攪拌釀製以及非基因改造黃豆原料。

資料來源：本研究自行整理

表 5-3 屏東小型醬油工廠醬油經營型態分析

名稱	品牌特色	行銷通路	發展主軸
萬○醬園	推出不含防腐劑、焦糖色素及味精的純釀造醬油	目前在日月潭展售中心有直營的店面	使用鍋爐蒸熟豆麥。
台○醬園	始於萬○○公司，添加養生紅麴，讓消費者能吃的更健康。	目前在台○網站網站提供訂購服務通路，網路銷售部分，PChome商店街等知名網站。	秉持著傳統風味及天然食材的製作方向，釀製出既有風味又吃出健康的產品
玉○醬園	光復後，於民國四十五年開設了玉○醬油廠，並且釀造「白醬油」為名。	目前在玉○網站網站提供訂購服務通路。	日式釀造法，要求高品質、不添加任何的化學物及防腐劑，堅持四百天手工釀造。



福○釀家	以經營醬油、味噌及醬漬產品為主	目前在福○網站網站提供訂購服務通路。	除了既有的醬油及味噌等產品，更將農產品加工為高級醬菜等罐頭食品。
------	-----------------	--------------------	----------------------------------

資料來源：本研究自行整理

### 三、大型醬油工廠企業化經營

不同於傳統家庭式工廠偏重在地區性製造與行銷，大型醬油公司則偏重在國際貿易的觀念，醬油產業在海外市場的發展上，萬家香公司的銷售端呈現企業化經營的狀態，在銷售端藉著有非基因產品與國際食品展主動出擊向外擴展，張嘉伶（2016）指出這幾年日本料理在美國市場愈來愈風行，高級壽司料理餐廳打入美國上流社會，壽司必蘸的醬油，也讓外國人感到十分新奇，白人對於亞洲風味料理接受度相當高，提早布局美國市場的萬家香，甚至接到了麥當勞餐廳以及雀巢的大訂單，使用在雞塊蘸醬或者是即食沖泡湯品的調味，帶動萬家香在美國市場的營運愈來愈上軌道。由此可見，在透過國際企業化經營的萬家香公司為媒介，將來自台灣屏東客家人的醬油推廣到國際間，人際網絡對於醬油的國際市場展現更多元，也更具競爭力。

### 四、強調結合休閒、健康之醬油特色產業

屏東醬油產業屬於產品生命週期非常成熟的產業，對醬油需求市場規模沒有太大的變化，又競爭情勢十分激烈的情況下，為了保持醬油市場的領導地位，紛紛新產品開發、海外市場拓展等策略來提昇產業競爭力。

為了順應消費者對健康的追求，各萬家香、豆油伯、屏科大薄鹽醬油在開發高附加價值醬油產品的同時，或是以醬油為部份原料的專用調味品之各式醬料等，非基因改造黃豆、黑豆、小麥」純釀造而成，其中，非基因改造的醬油更盛極一時，因此，在萬家香公司特別設置釀製流程，保存最原有的醬油文化，並現場示範提煉過程，吸引到訪的遊客駐足，身歷其中感受香氣瀰漫的情景。

## 五、食安教育，強化醬油品質

屏東縣的醬油製造業是屏東特色傳統產業，在屏東市、內埔鄉、竹田鄉鎮更高達23家，形成在地醬油特色圈。根據屏東縣政府衛生局104年下半年「在地醬油產業再升級輔導計畫」，與屏東科技大學食安中心合作，全面深入輔導，共28家，不僅改善產製環境衛生，更願意投入資源改善硬體設備；另有效提升醬油製造業的產製管理，從原料、食品添加物紀錄制度落實到重視產品的自主送驗，強力把關自家產品的衛生與安全，持續推動在地醬油產業，兼具傳統、好味與安全。

## 肆、屏東醬油產業之發展困境

### 一、產業環境結構，影響產業發展

在舊有經濟時代的競爭環境中，既有家庭式工廠既得優勢地位通常比較容易得到永續維持，隨著時代的變遷、社會經濟的發展，勞動人口呈現減少趨勢，勞動人口呈現減少趨勢，技術人才外移，容易使傳統產業衰退及沒落，尤其產業外移，易導致專業或技術人力斷層嚴重。此外，因產業環境改變，產業水平不斷提高，導致外銷競爭力萎縮，無法大幅度擴大的情況下，不可能再繼續快速擴張下去。屏東醬油發展過程中，產業之間缺乏與品牌間的聯結，目前各自品牌雖然呈現多元發展趨勢，唯有集中大部分優勢品牌資源，以屏東客庄為基礎的醬油產業群的理念，突破醬油品牌與產業之間缺乏有效聯結機制瓶頸。

### 二、欠缺資金支持與政策輔導醬油工廠升級

產業的轉型是促使產業重生的唯一方法，有許多的傳統產業隨著時代沒落而消失。近年來台灣的本土文化意識興起，政府制定了許多發展計畫來推廣傳統產業文化，許多的傳統產業在轉型後成功再度興起，導引各級產業發展之程序，各級地方政府亦分別制訂地方經濟發展方針與相關優惠方案的配套，而這些政策，亦會影響產業的興起與沒落。

從客庄醬油產業中我們可以發現，1990年前後，醬油工廠數急速下降，從二十多家降到十幾家左右，所有受訪者都提到產業政策原因，透過推動特色產業發展，以促進地方農業經濟發展，從2011年到2013年資料顯示，醬油工廠呈現逐年增加的情況。在政府政策的介入下牽動醬油市場經濟，醬油正式受到地方政府重視從產銷班輔導、補助到行銷推廣，對於屏東地區醬油產業整體發展有具體影響。

屏東客庄醬油產業，因外地市場需求，而創造成地方獨特的產業，自1980年~1990年時，醬油市場需求大，利潤高，而今因材料價格飛漲，新式設備費用高昂，加上同行削價競爭，利潤變差；此外，高溫及高濕之工作環境使得從事醬油業的下一代意願低落、市場競爭的情況下，家庭式醬油且無全程機械自動化或因設備費用高昂無法轉型自動化，造成產業規模正逐漸縮小，因醬油產業實在太辛苦，故不希望下一代承接。

### 三、屏東客庄醬油之推廣與傳承

特色商品之推廣與行銷，更確立地方文化存在之價值與意義。醬油雖然並不是屏東才有的，但卻可以成為屏東客庄具地方特色的一個文化，因此，將醬油推廣成特色商品，讓屏東的客家人得以了解自己的飲食文化，醬油就一直存在客家人的生活周遭當中，生活就是文化的一種累積。這種生活經驗與智慧是要靠維護與傳承的，找出真正有地方特色的商品，才能讓當地住民有共識的傳承下去，而觀光工廠將產業轉化並加入創新經營元素，能讓傳統文化產業在企盼轉型時，提供另一種變身的方法，在微利且充滿競爭的時代中能覓得再創事業高峰的新藍海，讓曾經帶動地方經濟的特色產業，將其動人風華再次席捲屏東各個角落。

### 四、屏東客庄醬油產業協力發展

屏東縣政府衛生局於104年舉行醬油產業輔導，醬油製造業是屏東特色傳統產業，於屏東市、內埔鄉、竹田鄉鎮更高達23家，形成在地醬油特色圈。屏東縣政府衛生局與屏東科技大學食安中心合作，透過全面深入輔導，不僅改善產製環

境衛生，更願意投入資源改善硬體設備，但受訪業者表示如何提升小型或家庭式工廠釀製技術是一大考驗，由於近年來食安問題受到政府及民眾的重視，標榜純釀的業者，是否達到百分之百純釀亦是各家廠商不能說的秘密，有沒有時混合其它化學製品，且賣出來的釀製醬油是否百分之百是自己釀的，所以，政府及廠商如何在廣大的市場中，確保各廠商所獲得的醬油釀製原料與技術是需要各方通力合作。

## **五、傳統產業面臨新型態行銷趨勢**

由於正值網際網路的時代，許許多多的資訊透過網路平台，讓民眾可以即時掌握各種商品資訊，而目前網路消費的趨勢日漸增高，起因於網路可以透過圖片及文字敘述的方式，讓民眾了解所購買的產業，也使得愈來愈多消費者不用出門，而透過網路下訂單的方式，配合物流業者及分佈密集的便利商店合作，所以，目前屏東醬油產業除了企業化經營如萬家香醬園的醬油業者，在品牌及知名度高如六堆釀興業有限公司-豆油伯，結合網路購物平台業務，擴大行銷通路，因此，這個市場很大，所以有很多業務看到現在很好賺，這種工廠會越來越多，也使得許多家庭式工廠也必須面對產業激烈競爭。

## 第二節 建議

地方特色產業對地方文化傳承來說是相當重要的課題，隨著產業變化快速、競爭加劇，文化意象與維護重要性已不可輕率。在整個屏東客庄特色產業的建構策略當中，實在難找到還有任何比文化價值更重要、更難經營的任務。文化價值可能是無形的、沒有實體的一個名稱，也可以說是一種符號，它用來識別不同族群的內涵，進而和其它特色產業有所區別，讓在地文化透過產業的方式讓民眾認識，更促進在地經濟的發展。

萬家香醬油創立於西元1971年，為台灣歷史悠久的老字號醬油品牌。就產業面來看，台灣醬油市場發展已非常成熟，生產廠商約有百餘家，市場飽和，品牌齊鳴，而其中較具知名度與規模經濟的廠家約近10家；但即便是知名品牌，也礙於產品同質性過高而導致品牌形象並不突出。在競爭逐漸白熱化的市場威脅影響下，許多業者不得不砸下重金大打廣告藉以提高品牌知名度，或是大打折扣削價競爭，以提高商品能見度。

### 壹、研究建議

本次研究中結合「文化」，根植於醬油業者的地方記憶，以及以文化為基礎，兼具傳承與創新之產業經營，藉由文化與產業兩點，檢視並省思客家族群的醬油記憶，依研究困境臚列之建議如表5-4，茲提出下列建議：

表 5-4 研究成果之建議

建議事項	大綱
設立六堆釀產業專區	未來可以朝有機醬油及產業專區的方向推動，推展非基因醬油可提高醬油的售價，產生群聚效應打造屏東六堆釀品牌策略。
多元資金挹注、推動產業升級	推動醬油產業發展的政策方向，並以多元資金挹注、產業研發及輔導、市場流通及拓展、人才培育及媒合、產業集聚效應，與跨界整合及加值應用等策略。
推展客庄醬油產業吸引年輕人回流	企業化經營的方向推動，生產集中帶來成本的降低，醬油產業也能夠轉變為有規模，並廣納各界的人才投入醬油產業，為產業注入活水與生機。
醬油產業連結客家特色產業互助合作、強化食安管理	政府應該擔任地方特色產業的推手，建議地方政府可以與醬油廠商結合
出自家好品牌、強化行銷在地好味道	實地輔導過程，瞭解業者產品製程及改善，並讓各家推出特色產品，發展「觀光醬園」感受醬油魅力。

資料來源：本研究自行整理

## 一、設立六堆釀產業專區

屏東縣主要仍以傳統中小型工廠佔多數，聚落多集中於內埔、竹田及屏東市等鄉鎮(市)，近28家醬油釀造業，現有家庭式工廠，未來可以朝有機醬油及產業專區的方向推動，推展非基因醬油可提高醬油的售價，而企業化之後，產生群聚效應帶來成本的降低，群聚不單是產業集中具有地理鄰近性，還有產業發展與社會網絡緊密的整體關係，產業鏈上廠商間既競爭又合作，不同產業彼此呈現橫向擴展或縱向延伸的專業化分工格局，而群聚的發展打造屏東六堆品牌策略，塑造居民對屏東醬油的認同，帶來家庭或個人間的經驗移轉交流帶來經濟效益。

## 二、多元資金挹注、推動產業升級

推動醬油產業發展的政策方向，並以多元資金挹注、產業研發及輔導、市場流通及拓展、人才培育及媒合、產業集聚效應，與跨界整合及加值應用等六大推動策略，廣續辦理環境整備工作，達到屏東釀製產業的永續發展，達到客家文化價值的維護與建立、文化創意產業競爭力的提升，深植於在地居民生活中的醬油

產業和服務，使民眾對於產業發展更為有感；而產業與設備的結合，亦會讓小型工廠對自動化生產有所想像及期待。

### 三、推展客庄醬油產業吸引年輕人回流

醬油產業缺乏傳承及相關人才之因應，建議進行醬油產業意願調查，並給予有意願經營者高度關注與積極輔導和培育，以達到留住醬油產業人才及吸引人才目的，成為發展臺灣醬油業的活力泉源與新動力。現今農村面臨的問題之一即是世代的斷層，即農村年齡層老化的現象，年輕人不願意回流，屏東醬油業亦面臨到此問題，而在前章的分析中也得知，年輕人或長輩不希望下一代經營，要如何解決此問題，需思考如何融合並傳承既有客家文化時，也能創造醬油經濟價值，提供年輕人回鄉打拼的誘因。

此外，產業企業化亦可提高年輕族群回鄉就業之可能性，因此，本研究認為，醬油產業未來可以朝純釀醬油及企業化經營的方向推動，生產集中帶來成本的降低，醬油產業也能夠轉變為有規模、有制度的公司，經濟價值的顯現和制度化的公司，實乃吸引不僅是年輕人，也能廣納各界的人才投入醬油產業，為產業注入活水與生機；醬油產業集中起來統一管理，由於在同一個區塊裡，農業灌溉也來自同一水源，有機農業亦需要整個區塊來去推動，以保持水源的無污染及安全範圍之農藥殘留，所以企業化專區的推行正好可支持純釀醬油的發展，因此，本研究認為未來屏東醬油產業可以朝純釀醬油及企業化專區並行的方向推動，以增加醬油產值並吸引更多年輕人回鄉投資與發展。

### 四、醬油產業連結客家特色產業互助、強化食安管理

Putnam（1993；轉引自王中天，2003）指出網絡關係乃一種社會資本，亦即能透過網絡的互動而得到更好的產業發展契機，因此，大家彼此之間相互合作是一地、一個社會重要的資產，如能妥善利用，勢必能為醬油產業注入強心針，穩固甚至擴大醬油產業發展的可能性。

醬汁的釀造製程、後續的加工、調味，是醬油產業的專業領域，也是決定醬

油風味相當關鍵的環節。然依據歷年衛生機關後市場監測及市售產品抽驗調查顯示，調味料常見防腐劑苯甲酸、甜味劑等違法超量使用情形，造成食品衛生安全問題。傳統產業食品加工業對於食品安全衛生管理法規較缺乏認知且未落實自主管理，常因環境不佳或違規添加食品添加物或未完整標示，而違反規定。

醬油製程中的風險、衛生安全及原料貯存、蛋白質水解及時間等不同製程選擇，產出不同種類的醬油(純釀造醬油、速釀醬油等)。先前媒體報導的化學製醬油單氯丙二醇事件，更顯示在釀造過程，業者為縮短釀造過程而以高濃度鹽酸來分解黃豆，會產生影響人體健康的風險物質。

屏東縣食品業者規模差異甚大，相對在投入食品安全管理之經費、技術及能量上有明顯之落差，導致部分業者未能有效落實食品安全的源頭管理，因此，在以品質安全為第一考量前提下，從業者的原料的驗收、貯存、釀造製程環境及風險管控、殺菌充填後成品品質等面向介入輔導，才是控制整體醬油產業重要管制點。

輔導產品標示需符合法令規範(食品成分標示、營養標示等)，尤其注意食品添加物的標示符合性及基因改造原料使用之應標示事項，同時避免違規詞語，以免觸法，並提供消費者透明資訊，以供選擇。

此外，在互助合作方面，本研究發現政府應該擔任地方特色產業的推手，建議地方政府可以與醬油廠商結合，如此將更有機會接觸，更能深入了解醬油產業的特性，如此一來，政府才能從自己的象牙塔走出來，也期望政府機關能與社區合作，共同來打造完善的產業空間。期待醬油產業能為屏東帶來更多的社會互動，共同創造更多社會價值，進而提升真實的醬油經濟價值。

## **五、推出自家好品牌、強化行銷在地好味道**

透過實地輔導過程，瞭解業者產品製程及改善，並讓各家推出特色產品，在品質、衛生、安全都獲得評定後，透過公益頻道或成果發表會，讓更多消費者認識屏東好味道。同時運用不同管道(例如學生營隊、婆婆媽媽教室、媒體文宣)增加消費者對醬油製程的了解、從產業的限制與市場消費需要的平衡中，讓食品知



識可以推廣到食品常識，讓消費者知道如何選擇一瓶適合的好醬油。

以觀光行銷的角度來檢視屏東醬油產業，可以發現屏東醬油產業在文化的深度上還仍有很大的進步空間。為了行銷觀光旅遊之文化的深度，本研究建議醬油的包裝能與就近的屏東琉璃搭配，此亦是美學價值的展現，而屏東琉璃除了可用來與醬油結合，許多在地的手工藝文化資產，也都是很好的包裝材料。本研究亦認為在地文化在觀光產業佔了極重要的地位，且只要擁有傳承不滅、有特色的文化底韻，就算位於大眾所認為之偏遠的地區，也不愁沒有來自各地旅人的造訪。相信當地仍有許多地方擁有令人讚嘆的文化韻味，共同來打造與宣傳醬油觀光產業中文化的內含所在。

此外，擇定適當醬油專業區發展為「觀光醬園」休閒活動場所，設置醬油教室使消費者從接觸中了解醬油，並能體認醬油的健康養生概念，提高其消費意願，振興醬油產業。在節慶中以醬油搭配藝術家表演、詩人作詩歌頌，加深國際對臺灣頂級醬油的印象，也帶動銷售，創造臺灣醬油風潮。平時則在醬油設置醬油園，先導覽觀光客「醬油園之旅」，繼而體驗釀油及技巧，感受醬油魅力。

## 貳、未來研究建議

根據本研究之動機與目的，討論屏東客庄醬油產業對當地帶來的影響及價值，本研究認為在地民眾是整個產業互動中的要角，但本研究實著墨不多，無法呈現民眾對當地的想法與態度，及遊客帶來之經濟效益。因此，建議未來研究方向可以輔以問卷調查的方式，了解遊客對醬油品牌意象的看法，以期能以遊客的想法來輔助修正醬油觀光產業的推動並提供發展醬油觀光休閒產業的建言。此外，醬油產業與客家飲食產業鏈的分析、醬油產業之整體社會網絡關係分析等，都是可以進一步探討屏東地區客家特色產業的發展脈絡議題。以下臚列三個方向可再做延伸發展討論，並提供客家特色產業整合之參考：

## 一、屏東醬油品牌經營

屏東客庄面對的是國際化與自由化的競爭，消費者對於產品各方面更是要求，此時正是品牌行銷時代的到來。因此，屏東各地方鄉鎮農會推出地方釀製農產品，完整的品牌設計與行銷規劃，能有效與市場商品作區隔，建立優良的品牌形象，提高品牌的信賴度，使消費者的權利受到最大的保障，提升地方經濟對外展現地方文化特色與帶動地方觀光產業等獲益。由於現在仍有許多客庄農特產品以舊有的形象做經營，品牌建構的結果會因各地方文化背景與農特產品不同有所差異，因此，仍可針對屏東客庄之農特產品為個案，進行客庄農特產品之品牌建構與農特產品意象研究。

## 二、屏東醬油產業與客家飲食產業鏈

客家人因保守習俗與聚落環境，塑造出六堆客家特有之民俗音樂、夥房建築、飲食文化、藍衫服飾、菸草種植及農產品等文化產業。如果能夠對客家族群的整個生活背景有深入的瞭解，能夠體會為何他們的飲食習慣會呈現這樣、為何要吃這些東西，因為客家人他們其實很喜歡釀製、曬乾的食物，因此，仍可針對屏東客庄之醬油產品為個案，進行飲食文化與醬油產業建構的研究。

## 三、屏東醬油產業之社會網絡關係分析

在屏東地區，從1900年代的農業社會背景之下，這裡的客家農民藉著農事閒期，勤奮開創新局，依順環境由農耕轉而加工業及至發展休閒觀光業。因此，可針對產業轉型的社會網絡變遷過程；例如轉型動機、生活連結、關係網絡、資源如何建構、影響變遷？在各階層間流動的過程中，產生哪些互動、網絡關係，分析醬油工廠所連結的關係網絡、客家族群特性，小型醬油工廠如何與政府、大型醬油工廠協力互動關係，為屏東客家特色產業建構最佳的策略關係以創新再造新機。



# 參考文獻

## 壹、中文部分

于佩玉（2007）。**臺灣客家節令及其食俗文化研究**。淡江大學漢語文化暨文獻資源研究所碩士論文，未出版，新北市。

工業技術研究院（2003）。**傳承地方特色、蛻變地方產業**。經濟部工業局委託研究，未出版，臺北市。

中國文化大學工學院（2013）。**科技發展與人物**。臺北市：中國文化大學華岡出版部。

六堆探索之旅（2016）。六堆墾拓，2016年2月14日，取自 [http://www1.mlc.gov.tw/food/02\\_01a.php](http://www1.mlc.gov.tw/food/02_01a.php)

王中天（2003）。社會資本：概念、源起及現況。**問題與研究**，42（5），139-163。

王和安（2007）。日治時期南臺灣的山區開發與人口結構：以甲仙六龜為例。國立中央大學歷史研究所碩士論文，未出版，中壢市。

王俊閔（2002）。**產業網絡中社會鑲嵌與組織績效關係之探討**。國立中興大學企業管理研究所碩士論文，未出版，臺中市。

王素梅、李河水、陳國隆、鄭佩真、張育喬、黃珮雯、孫曉（2013）。**2013年臺灣食品消費調查統計年鑑**。臺北市：行政院農業委員會。

王瑛曾（1964）。**重修鳳山縣志**，文叢第146種。臺北：臺灣銀行經濟研究室。

王增能（1997）。**客家飲食文化**。福建：福建教育出版社。

古佳惠（2008）。**媒體框架與客家意象之研究—以電影「一八九五」為例**。國立中央大學客家政治經濟研究所碩士論文，未出版，中壢市。

白雅蘋（2007）。**內埔鄉客家地區媽祖信仰之研究**。國立高雄師範大學客家文化研究所碩士論文，未出版，高雄市。

石萬壽（1986）。乾隆以前臺灣南部客家人之墾殖。**臺灣文獻**，37（4）：69-90。

- 全國意向顧問股份有限公司（2011）。**99 年至 100 年全國客家人口基礎資料調查研究**。行政院客家委員會委託研究報告，未出版，臺北市。
- 江辛美(2008)。日治時期臺灣醬油產業研究。國立彰化師範大學歷史學研究所，未出版，彰化縣。
- 余朝權（1979）。**競爭性行銷**。臺北市：長程出版社。
- 吳密察（2003）。**文化創意產業之規劃與推動**。研考雙月刊，**27（4）**，60-61。
- 吳餘鎬（2002）。**臺灣客家李文古故事研究**。國立中正大學中國文學研究所碩士論文，未出版，嘉義。
- 宋宇娥（2012）。自己種大豆，2012年10月11日，擷取自 <http://blog.roodo.com/hakkaweekly/archives/21099056.html>
- 李俊宏（1997）。**東港溪流域水文特性之研究**。國立臺灣師範大學地理學系碩士論文，未出版，臺北市。
- 李約瑟（1990）。**李約瑟中國科學技術史**。中國：科學出版社。
- 李美華、孔祥明、林嘉娟、王婷玉（譯）(1998)。社會科學研究方法（Eral Babbie 原著）。臺北市：時英出版社。
- 李漢昌(2011)。百年醬門：丸莊百年的故事。臺北市：商訊文化。
- 周錦宏（2015）。**客家特色產業之政治經濟分析**。臺北市：智勝文化。
- 房學嘉（1996）。**客家源流探奧**。臺北市：武陵出版公司。
- 林正慧(2005)。閩粵？福客？清代臺灣漢人族群關係新探－以屏東平原為起點。**國史館學術集刊**，6期，1-60。
- 林竹貞（2009）。六堆忠義祠與六堆客家社會文化發展之研究。國立屏東教育大學客家文化研究所碩士論，未出版，屏東縣。
- 林秀玲（2011）。開一甲子信譽品牌專注發揚傳統醬業精華「萬家香」創造健康安全的美食文化。臺北市：財團法人中華民國商品條碼策進會。
- 林明德(1996)。臺灣的飲食文化。載於張炎憲(編)，**歷史文化與臺灣**(頁 223-243)。臺北市：臺灣風物。

- 林信丞（2008）。**從客家雜誌分析臺灣客家形象之變遷**。國立交通大學傳播研究所碩士論文，未出版，新竹市。
- 林淑蓉（2006）。**食物、記憶與社會生活：再探客家文化遺產**。行政院客家委員會獎助客家學術研究計劃，未出版。
- 林淑蓉（2007）。飲食文化篇。載於徐正光（編），**臺灣客家研究概論**（152-178頁）。臺北市：行政院客家委員會、臺灣客家研究學會。
- 林朝棨(1957)：**臺灣地形，臺灣省通志稿卷一(土地志、地理篇)**。臺北市：臺灣省文獻會編輯組。
- 林慧貞、潘子祁（2015）。醬油界公開的秘密-外購關鍵原料再調配，一次看懂「豆油伯」爭議，2016年1月23日，擷取自 <http://www.businessweekly.com.tw/>
- 林麗樺（2009）。**客家飲食意象之整合行銷傳播策略**。國立臺北大學公共行政暨政策學系碩士在職專班碩士論文，未出版，新北市。
- 法務部矯正署屏東監獄網站（2015）。鼎新醬油專區。2016年1月18日，擷取自 <http://www.ptp.moj.gov.tw/>
- 邱勇誌（2011）。文化創意產業的發展與政策概觀。載於李天鐸（編），**文化創意產業讀本：創意管理與文化經濟**（31-56頁）。臺北市：遠流。
- 邱彥貴、吳中杰（2001）。**臺灣客家地圖**。臺北市：果實。
- 金門縣農業試驗所（2013）。**金門豆麥醬油製作研發期末報告**。金門縣農業試驗所102年度離島基金金門縣特色產業發展計畫，未出版。
- 客家委員會（2015）。**地方產業發展**。形塑客庄文化產經廊道計畫，未出版。
- 屏東縣政府（2015）。根尋屏東-氣候條件，2015年12月1日，擷取自 <http://www.pthg.gov.tw/cp.aspx?n=F15824EB283C7918>
- 屏東縣政府（2015）。國境之南大武山之西，2015年12月1日，擷取自 <http://www.pthg.gov.tw/cp.aspx?n=F15824EB283C7918>
- 屏東縣政府主計處（1999）。**屏東縣統計概要民國 39~88 年**。屏東縣：屏東縣政府
- 屏東縣政府民政處（2015）。屏東縣人口統計，2015年12月1日，擷取自

<http://http://www.pthg.gov.tw/>

屏東縣政府衛生局網站(2015)。2015年12月10日，擷取自：<http://www.ptshb.gov.tw/>

施婉慧(2008)。竹田寶地。臺北市：行政院客家委員會

施添福(2001)。國家地域與社會—以清代臺灣屏東平原為例。平埔族群與臺灣歷史文化研討會。臺北市：中央研究院臺灣史研究所籌備處。

施添福(2001)。臺灣地名辭書。南投縣：臺灣省文獻委員會。

段兆麟(2007)。屏東六堆地區客家產業與社區發展之研究計畫—以內埔地區為例。臺北市：行政院客家委員會。

洪于佩(2003)。我國各縣市地方經濟競爭力評比之研究。國立政治大學地政學系所碩士論文，未出版，臺北市。

洪瑞福(2007)。屏東平原客家族群開發史研究。屏東縣：客家文化協會。

洪馨蘭(1999)。菸草美濃：美濃地區客家文化與菸作經濟。臺北市：唐山

胡幼慧、姚美華(1996)。一些質性方法上的思考。載於胡幼慧(編)，質性研究：理論、方法與本土女性研究實例(頁141-158)。臺北市：巨流。

胡希張、莫日芬、董勵、張維耿(1997)。客家風華。廣州：廣東人民出版社。

苗栗縣文化局(2015)。客家美食文化，2015年9月14日，擷取自  
[http://www1.mlc.gov.tw/food/02\\_01a.php](http://www1.mlc.gov.tw/food/02_01a.php)

范麗娟(1995)。深度訪談簡介。戶外遊憩研究，7(2)，25-35。

食品工業研究所(2012)。2011年食品產業年鑑。新竹市：食品工業發展研究所。

食品工業發展研究所(1987)。食品工業發展研究所二十年。新竹：食品所。

孫華和(2003)。從文化創意產業展望傳統藝術的未來。傳統藝術，27，43。

徐秀枝(2007)。鳳林鎮地方特色產業發展策略之研究--以客家美食與竹炭產業為例。屏東科技大學農企業管理研究所，未出版，屏東縣。

翁徐得(1995)。地方產業與地域振興。臺灣手工業，55，10-15。

翁振益、賴子敬、楊詩敏、李文驊、李淑如(2013)。亞洲觀光夜市目的地意象探討。餐旅暨觀光，第十卷第二期。

- 袁方 (2002)。社會研究方法。臺北市：五南。
- 財團法人金屬工業研究發展中心(2008)。南部整體產業發展策略研究。南部傳統產業科技關懷計畫，未出版。
- 馬榮武 (2011)。地方特色產業行銷策略之研究-以屏東縣三地門為例。國立臺北大學公共行政暨政策學系碩士在職專班碩士論文，未出版，新北市。
- 高希均、李誠 (1993)。臺灣經濟四十年 (1949~1989)。臺北市：天下文化。
- 張玉欣、楊秀萍 (2004)。飲食文化概論。臺北市：揚智文化。
- 張伊倫 (1996)。醬油產業現況及發展趨勢分析。新竹市：食品所。
- 張伊倫 (1997)。古老的發酵食品。食品工業月刊，29。
- 張伊倫、李素菁、華傑 (1996)。我國醬油產業現況。生物產業期刊，第4期，頁251-257。
- 張秀姝 (1995)。醬園生一甲子—吳文華自撰回憶錄。臺北：萬家香有限公司。
- 張美鳳 (2010)。臺灣客家餐廳營運模式與樂活風格初探：以臺北市、臺北縣、臺中市為例。國立中央大學客家研究碩士在職專班碩士論文，未出版，桃園縣。
- 張嘉伶 (2016)。萬家香醬油三代傳承連美國人都埋單挨家挨戶推銷到麥當勞、雀巢都成客戶。財訊雙週刊，502。
- 張維安 (2001)。臺灣客家族群史產經篇。南投市：臺灣省文獻委員會
- 張維安 (2005)。導論：客家意象、客家研究、客家學，新客家研究專輯。思與言第43卷第2期，1-10。
- 張維安、王雯君 (2004)。客家意象：解構嫁夫莫嫁客家郎。傳統與現代的客家兩岸學術研討會，桃園：國立中央大學。
- 張維安、黃毅志 (1997)。台灣客家族群的社會與經濟分析。載於徐正光 (編)，歷史與社會經濟：第四屆國際客家學研討會論文集。臺北市：中研院民族所出版。
- 張維安、謝世忠 (2004)。經濟轉化與傳統再造：竹苗台三線客家鄉鎮文化產業。



- 南投：台灣文獻館。
- 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**。臺北市：行政院客家委員會。
- 畢恆達（1996）。**詮釋學與質性研究**。臺北市：巨流。
- 第一銀行（2013）。**臺灣各縣市產業現況分析**。臺北市：第一銀行徵信處。
- 莊英章（2003）。客家社會文化與飲食特性。載於楊昭景（編），**客家飲食文化輯：戀戀鄉土味・濃濃客家情**（頁 10 -16），臺北市：行政院客家委員會。
- 莊英章（2003）。客家社會文化與飲食特性。載於楊昭景（編），**客家飲食文化輯：戀戀鄉土味・濃濃客家情**（頁 34 -37），臺北市：行政院客家委員會。
- 許木柱、簡美玲（1994）。**飲食與文化：人類學觀點的回顧與展望**。載於林慶弧（編），**第四屆中國飲食文化學術研討會**（頁 65-82）。臺北市：中華飲食文化基金會。
- 郭芷瑄（2015）。客家庄手工釀醬油 豆油伯打響名號，2016年1月20日，擷取自 <http://www.capital.com.tw/Etrade/News/detial.asp?uni=%7B8EF04C83-C6B9-4331-981D-952B1461DA53%7D&xkind=J&pp=6&next1=0>
- 郭麗敏（2003）。傳統藝術的國際視野。**傳統藝術**，**27**，39。
- 陳正祥（1993）。**臺灣地誌：中冊**。臺北市：南天書局。
- 陳永森（2003）。知識經濟與文化創意產業之未來。**南主角**，**27**，14-15。
- 陳向明（2002）。**社會科學質的研究**。臺北市：五南。
- 陳其南（2014）。**重修屏東縣志，地方知識建構史**。屏東市：屏東縣政府。
- 陳和賢（2007）。**屏東六堆文化產業現況與發展探討**。客家文化與產業發展研究國際學術研討會，屏東縣。
- 陳玫如、李寧遠（2010）。美濃地區不同世代的客家族群對客家飲食文化的認知及飲食行為之相關研究。**教育與多元文化研究**，**3（3）**，139-183。
- 陳泉甫（2004）。**清代屏東平原番漢關係之研究**。國立政治大學民族研究所碩士論文，未出版，臺北市。

- 陳秋坤（2009）。帝國邊區的客庄聚落：以清代屏東平原為中心(1700-1890)。臺灣史研究 16卷1期，1-28。
- 陳紹馨（1992）。臺灣的人口變遷與社會變遷。臺北市：聯經出版社。
- 陳勝和（1975）。醬油。臺北市：天然出版社。
- 陳義彬（2008）。梅州客家文化的旅遊開發。經濟地理，6，1073-1076。
- 陳運棟（1988）。客家人。臺北市：東門(聯亞)。
- 陳碧琳（2004）。文化創意產業在地方。典藏今藝術，10，57。
- 陳慧靜（譯）（1999）。醍醐味の秘方：龜甲萬 300 年的堅持與創新（Ronald E. Yates 原著）。臺北市：麥格。
- 陳麗華（2010）。客家人的宗族建構與歷史記憶塑造：以臺灣六堆地區為例。臺灣史研究，17卷4期，1-31
- 富田芳郎（1955）。臺灣鄉鎮之研究。臺灣銀行季刊，7(3)，85-109。
- 彭作奎（1998）。檳榔之產銷、消費及產業未來走向分析。農業金融論叢，43，111-145
- 曾彩金（2001）。六堆客家社會文化發展與變遷之研究-經濟篇。屏東市：六堆文教基金會。
- 曾喜城（2001）。以客家為方法：屏東客家民間文學——「李文古」故事研究。2001 海峽兩岸民間文學學術研討會，花蓮。
- 曾喜城（2008）。臺灣及東南亞客家移民飲食文化初探。第十屆中華飲食文化學術研討會，臺北市：中華飲食文化基金會。
- 曾喜城、鄧宗聖（2012）。萬家香醬油的文化傳播。社會服務與休閒產業研究期刊，第 1 期，72-89。
- 曾逸昌（2002）。客家概論－蛻變中的客家人。臺北市：曾逸昌。
- 曾敬淳（2003）。創造傳統-以西螺醬油為例。國立雲林科技大學文化資產維護研究所碩士論文，未出版，雲林縣。
- 曾熾芬（1997）。族群資源做為與社會資本：洛杉磯華人創業過程的研究。台灣

社會學研究，1， 69-205.

焦桐（2009）。**臺灣味道**。臺北市：二魚文化。

黃建德（2004）。**萬巒鄉客家聚落嘗會研究**。臺南師院鄉土文化研究所碩士論文，未出版，臺南。

黃星滿（2004）。日本地方產業發展措施之研究。**經濟研究**，5，263-288。

黃國榮（1988）。**中國傳統發酵食品-豆瓣醬釀造之研究**。國立臺灣大學食品科技研究所博士論文，未出版，臺北市。

黃登忠（1957）。**海使槎錄，台灣文獻叢刊第一二四種**。臺北市：臺灣銀行經濟研究室

黃詩瑜（2011）。**客家特色產業與地方發展：以銅鑼杭菊為例**。國立中央大學客家社會文化研究所碩士論文，未出版，中壢市。

黃瓊慧（2001）。**屏東平原農業土地利用的轉變：1950-1990年代以蓮霧檳榔為例**。國立臺灣師範大學地理學系碩士論文，未出版，臺北市。

楊心豪（2010）。甘醇醞醐味—手工釀造醬油。**YUAN Magazine**，79，60-67。

楊彥杰（2000）。客家菜與客家飲食文化。載於張玉欣（編），**第四屆中國飲食文化學術研討會論文集**（363-380頁）。臺北市：中國飲食文化基金會。

楊敏芝（2002）。**地方文化產業與地域活化互動模式研究**。國立臺北大學都市計劃研究所博士論文，未出版，臺北市。

楊勝欽（2015）。臺灣文化創意產業之地方特色產業管理—以玉荷包村為例。**東亞論壇**，487，11-20。

楊萬全（1993）。**水文學**。臺北市：臺灣師範大學地理系所。

楊萬全（1997）。高屏河流域和屏東平原的水資源。**地理研究報告**，27，85。

溫仲和（1961）。**光緒嘉應州志**。臺北市：梅縣同鄉會影印本。

經濟部中小企業處（2005）。**2005 中小企業白皮書**。臺北市：中小企業處

經濟部中小企業處（2009）。地方產業發展基金補助要點，2015年9月10日，

擷取自：[www.moeasmea.gov.tw/ct.asp?xItem=8111&ctNode=672&mp=1](http://www.moeasmea.gov.tw/ct.asp?xItem=8111&ctNode=672&mp=1)

- 萬建中（1995）。**飲食與中國文化**（1版1刷）。南昌：江西高校出版社。
- 葉冰（譯）（1999）。**地理學與地理學家**（Johnston, R. J原著）。北京：商務印書館。
- 葉晉嘉（2013）。**文化生活**，73期，16-19。
- 廖正宏、黃俊傑、蕭新煌（1986）。**光復後臺灣農業政策的演變：歷史與社會的分析**。臺北市：中央研究院民族學研究所。
- 廖瑞秋、王慧晴（2008）。**臺灣本土品牌個案-百年企業如何再造品牌**。國科會與經濟部國際貿易局專題研究計畫，未出版。
- 劉正一（1994）。**臺灣南部六堆客家發展史**。載於行政院文建會（編），**客家文化研討會論文集**（437-469頁）。臺北市：行政院文建會。
- 劉進慶（1995）。**台灣戰後經濟分析**。臺北市：人間出版社。
- 劉還月（1999）。**臺灣客家風土誌**。臺北市：常民文化事業。
- 劉還月（2001）。**臺灣客家族群史（移墾篇）**。南投：臺灣省文獻會。
- 潘士釗（1980）。**食用作物（下冊）**。臺北市：之宜出版社。
- 潘淑滿（2003）。**質性研究—理論與應用**。臺北市：心理出版社。
- 蔡文福（1995）。**台灣之經濟—典型NIES之成就與問題**。臺北市：人間出版社。
- 蔡孟汝（2003）。**客家飲食**。臺北縣：薪傳。
- 蔡承恩（2003）。**屏東平原自升水系—分佈區域調查與出水量潛能分析**。國立屏東科技大學土木工程系碩士論文，未出版，屏東縣。
- 蔡敦浩、吳思華（1978）。我國推動新興產業與傳統產業之政策工具比較研究：策略與組織的分析角度。**國立中山大學學報**，4，53-70。
- 鄧之卿（2009）。**山居歲月：新竹客家飲食文化及體現**。**餐旅暨家政學刊**，6（4），353-377。
- 鄧宗聖（2014）。屏東地方特色飲食文化探究。**美和學報**，33卷1期，149~162。
- 鄧景衡（2002）。**符號·意象·奇觀：臺灣飲食文化系譜（上）**。臺北市：田園城市。
- 鄭春發（2014）。由1915年日治國勢調查檢視六堆地區客家族群分布與社經特性。

臺北市立大學學報，45卷2期，37-68。

鄭美緣（2005）。高雄市城市意象行銷之研究-以愛河為例。國立中山大學管理學院高階經營碩士學程碩士在職專班碩士論文，未出版，高雄市。

鄭富元、林受銓（2004）。客家飲食文化研究。行政院客家委員會獎助客家學術研究計劃，未出版。

黎章春（2004）。客家菜的形成及其特色。贛南師範學院學報，5，41-43。

盧德嘉（1995）。鳳山縣采訪冊。臺北：臺灣銀行經濟研究室編印。

賴守誠（2006）。現代消費文化動力下族群飲食文化的重構：以臺灣「客家菜」當代的休閒消費轉型為例。國家與社會，1，167-212。

賴杉桂（2007）。在地全球化-地方特色產業發展。研考雙月刊，31（5），39-50。

謝佳凌（2010）。老味道·再出發，2010年7月2日，擷取自  
<http://blog.roodo.com/hakkaweekly/archives/12850509.html>

謝登旺（2005）。客家文化產業活化芻議。開南管理學院通識研究集刊，8，1-16。

謝繼昌（2003）。文化、族群與認同。載於族群意識與文化認同：平埔族群與臺灣社會大型研討會，臺北市：中央研究院民族學研究所。

鍾王壽（1973）。六堆客家鄉土誌。屏東縣：長青出版社。

鍾王壽（1999）。六堆客家鄉土誌。屏東：長青出版社。

鍾孝上（譯）（1924）。潮州郡勢要覽（志賀格原著）。潮州：潮州郡。

鍾來金（2012）。客家傳統豆豉產業的發展與未來：以屏東縣內埔鄉為例。國立屏東科技大學客家文化產業研究所碩士論文，未出版，屏東縣。

鍾倫納（1993）。應用社會科學研究法。臺北：臺灣商務。

鍾彬政（2001）。地理位置和山川地形。載於曾彩金（編），六堆客家社會文化發展與變遷之研究：自然環境篇（401-418頁）。屏東：六堆文化教育基金會。

鍾雄秀（2015）。大豆復興，2015年8月20日，取自  
<http://blog.roodo.com/hakkaweekly/archives/47098185.html>

瞿海源（1992）。重修臺灣省通志卷三住民志宗教篇第二冊。南投：省文獻會。

藍色東港溪保育協會著（2007）。發現竹田水鄉的滄桑與契機。臺北市：行政院客家委員會。。

顏宗海（2013）。餐桌上的化學課別讓肚子堆滿致癌物質，2016年1月23日，  
擷取自

<http://news.pchome.com.tw/magazine/print/po/new7/10061/138366720027048001001.htm>

魏岳壽、茅秀生（1952）。臺灣之醬油發酵工業-臺灣研究叢刊第十五種－臺灣之發酵工業。臺北市：臺灣銀行發行。

羅永正（2008）。從臺灣客家飲食文化資產初探簡易創造思考技法之研究。長庚大學企業管理研究所碩士論文，未出版，桃園縣。

羅香林（1950）。客家源流考，北京：中國華僑出版社。

羅香林（1981）。客家研究導讀。臺北市：南天書局。

關根一男（1995）。臺灣における醬油の現況。日本釀造協會雜誌，90(5)：350  
～355。

## 貳、西文部分

Bainbridge, W.S. (1989). *Survey Research: A Computer Assistant Introduction*.

Belmont, CA: Wadsworth.

Blair, M. M. (1995). *Ownership and control: rethinking corporate governance for the twenty-first century*. Washington, D. C: The Brookings Institution.

Blakely, E. J. (1991). *The argument for taking local economic development initiative. In planning local economic development*. CA: SAGE.

Bonacich, E. & J. Modell. (1980). *The Economic Basis of Ethnic Solidarity in the Japanese American Society*. Berkeley: University of California Press.

Borja De Mozota, Brigitte (2004) . *Design Management: Using Design to Build Brand Value and Corporate Innovation*. Allworth Press.

Embacher, J., & F. Buttle (1989). A Repertory Grid Analysis of Austria's Image as a Summer Vacation Destination. *Journal of Travel Research*, 27, 3.

Frenke, A. (2000). Can regional policy affect firms, innovation potential in lagging regions. *Regional Science*, 34, 315-341.

Granovetter MS (1992). *Problems of explanation in economic sociology. In Networks and Organizations, Nohria N, Eccles RG (eds)*. Harvard Business School Press: Boston, MA; 25-56.

Haughton, G., & While, A. (1999). From corporate city to citizens city? *Urban affairs Review*, 35 (1), 3-24.

Kotler, P. (1985). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*. Englewood Cliffs : Prentice-Hall Inc.

Lash, S & Urry, J. (1994). *Economics of signs and space: after organized capitalism*. London: Ssage.

Light, Ivan, & Steven J. Gold. (2000). *Ethnic Economies*. New York: Academic Press.

- Malecki, E. J. (2002). Hard and soft networks for urban competitiveness. *Urban Studies*, **39** (5-6), 929-945.
- Miller, W. L. & Crabtree, B. F. (1992). *Doing qualitative research*. (1<sup>st</sup> ed.). London: Sage.
- Phillips, Bernard. S. (1971). *Social Research: Strategy and Tactics*. New York : Macmillan.
- Porter, M. E. (1985). *The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. NY: Free Press.
- Pratt A C, (2004). Creative Clusters: Towards the governance of the creative industries production system? *Media International Australia*, **112**, 50-66
- Rapoport, A. (1977). *Human Aspects of Urban Form*. Textbook, Great Britain.
- Ronald E. Yates. (1994). *The Kikkoman chronicles : a global company with a Japanese soul*. McGraw-Hill Companies
- Shepherd, William G (1979). *The economics of industrial organization*. Englewood Cliffs. N.J.: Prentice-Hall.
- Wade, J. L., & Pulver, G. C. (1991). Sharpening the focus on community and economic development. *Economic Development Review*, **9** (3), 23-26.