

目次

第一章 緒論	
第一節 研究緣起	1-6
第二節 台灣茶業發展與桃竹客家產業	7-8
第三節 研究目的	8
第二章 文獻回顧	
第一節 鄉村發展	9-11
第二節 調節理論	12
第三節 商品化	13
第四節 網絡與行動者空間	14-20
第五節 二重的關係空間	21-23
第三章 研究方法	
第一節 研究問題與對策	24-25
第二節 質性研究與個案研究:優點與現制	26
第四章 峨眉的地方發展	
第一節 峨嵋簡介	27-29
第二節 台灣北部茶業的發展與生產的調節過程	30-32
第三節 台灣茶葉生產的區域變遷	33-34
第四節 峨眉茶產業的發展	35-41
第五節 東方美人茶生產區與連結的條件:品質與傳統	42-43
第六節 東方美人茶的關係空間與傳統	44-46
第五章 討論	
第一節 關係空間	47-48
第二節 關係空間的形成與空間再結構	49-50
第三節 關係空間與傳統	50-51
第四節 品質與地方	52
第六章 結論	53
引用文獻	54-56
附錄	57

表次

表 1-1 95 年峨眉鄉與北埔鄉茶產量比較表	6
表 4-1 峨眉鄉農業資源一覽表	28

圖次

圖 1-1 東方美人樣貌圖	2
圖 1-2 小綠葉蟬型態圖	2
圖 1-3 峨眉鄉位置圖	3
圖 1-4 92 年峨眉鄉其他作物比例圖	4
圖 4-1 峨眉地形圖	27
圖 4-2 峨眉歷年茶葉業值與收穫面積圖	28
圖 4-3 峨眉農業人口變遷圖	29

第一章 緒論

第一節 研究緣起

台灣經濟邁向全球化特別是正式加入 WTO 之後，農業市場的開放使得農業必須提高農產品競爭能力，也因此影響台灣傳統農業的運行模式，但政府並沒有適切的對應政策。農民為了因應市場衝擊，除了提升產品競爭力，更需加強行銷策略。在此脈絡下，新竹縣峨眉鄉的茶農結合地方資源，進行內部組織的改變，透過原有社會網絡與其他地區農民合作，將農業中所需投入的資源分散，形成一個值得觀察的模式。茶農將生產中的原料、製成、行銷透過分工合作的方式，以利增強市場佔有率。

峨眉茶農所生產之東方美人茶¹如圖 1-1 為紅茶系列中的最頂級，茶改場文獻也記錄其為「台灣烏龍茶之高級品俗稱東方美人茶，為台茶外銷早期之主力」。現今東方美人茶之主要產地以新竹縣的北埔、峨眉為主。北埔茶農仍習慣把這種高級烏龍茶稱作「膨風茶²」或「槿風茶」，峨眉茶農則統一用「東方美人茶」為名。峨眉鄉的居民主要以客籍為主，地處丘陵地所以早期發展以茶葉為主，早期峨眉生產的東方美人茶運往北埔地區販售。東方美人茶為重發酵茶發酵程度約為 60~80%，有別於現今台灣盛行的高山茶產季，只限於夏季生產。成品以葉尖帶有白毫越多則越高級，故又名白毫烏龍，其最特別之處是有一特殊蜜香味，造成

¹據茶農傳聞，早期傳言呈獻英國女皇品嚐，為其絕妙風味，嬌豔外貌讚賞不已，探知產於東方「福爾摩沙」寶島台灣，故賜名為東方美人茶。

²槿風茶是台灣真正唯一的本土特產茶，亦是真正台灣先民的智慧結晶和驕傲，據傳在日據時期(有的文獻記載 1922 年，有的則記載 1932 年)新竹北埔瑞昌茶廠有一位茶農名姜瑞昌(當時任村長)，因捨不得小綠葉蟬危害的茶菁丟棄，乃將之採收試製重發酵烏龍茶，隨之送予台北參加台北博覽會品鑑，不料竟得總督府驚歎為絕世好茶，乃以當時日幣 200 元天價全數買下該批 2 斤茶，(按當時之鎮長(郡守)月薪不過 30 元，換言之，每斤茶相當於 3 個多月之鎮長月薪價格，實為天價)此消息傳回北埔，鄉民不信，概以「吹牛」「膨風」譏之，次日報載屬實，此後「膨風茶」之名即沿用至今。這個版本傳說最大關鍵在於時間點為 1920 年左右，若此版本為正確之膨風茶創製起源，則膨風茶之創製至今絕不超出 85 年。(蔡永生、吳聲舜(2005))。

此原因是在夏季悶熱環境下，小綠葉蟬³較多如圖 1-2，在咬噬後葉尖造成化學變化形成獨特香味，小綠葉蟬必須在無農業的有機環境下才能存活，所以東方美人茶與現今社會提倡之有機概念相符合。



圖1-1 東方美人茶茶樣貌圖



圖1-2 小綠葉蟬型態圖

資料來源：本研究拍攝

近幾年峨眉鄉與鄰近的北埔鄉因週休二日觀光業的興盛，促使地方政府與其鄉鎮特色結合，推出具地方特色的東方美人節。民國 94 年峨眉鄉與新竹縣文化局結合辦理東方美人節，並連帶周邊景點推出觀光路線趁機宣傳地方資源。本地區藉著原有產業結合地方資源並與其他茶產區結合，進而改變舊有生產模式與地理景觀。以下可以歸納幾點現象：

一、茶農的土地使用與合作關係改變

峨眉鄉位於新竹縣之南邊，東邊與北埔鄉相接，北與寶山鄉相鄰，共有六個村如圖 1-3，在民國 95 年耕地面積為 1,964.79 公頃，佔新竹縣總耕地面積 6.6%，旱田（1365.38 公頃）佔全鄉耕地面積的 69.4%。

³小綠葉蟬俗稱浮塵子，民間茶農有時稱他為煙仔、趙煙、跳仔或青仔，福佬話和客家話的說法都差不多，前兩者是形容被小綠葉蟬侵害過的茶園，看起來就想是被野火焚過或煙薰過一般的焦黃。（邱再發 1990，轉引自薛雲峰，2003，p.165）。

圖 1-3 峨眉鄉位置圖

資料來源：新竹縣政府全球資訊網<http://www1.hch.gov.tw/xx/township/township.asp>

至民國 93 年底農牧人口在本鄉佔總人口數之 42.5%，顯示農牧業在本鄉仍為重要之產業活動。為因應茶葉發展，地方上除了每年舉辦東方美人製茶技藝競賽，更定期舉行東方美人節促銷茶葉與地方景觀，除了茶葉外，峨眉其他農作物大宗：水稻、柿子與柑橘(如圖 1-4)都逐漸透過東方美人節進行促銷。

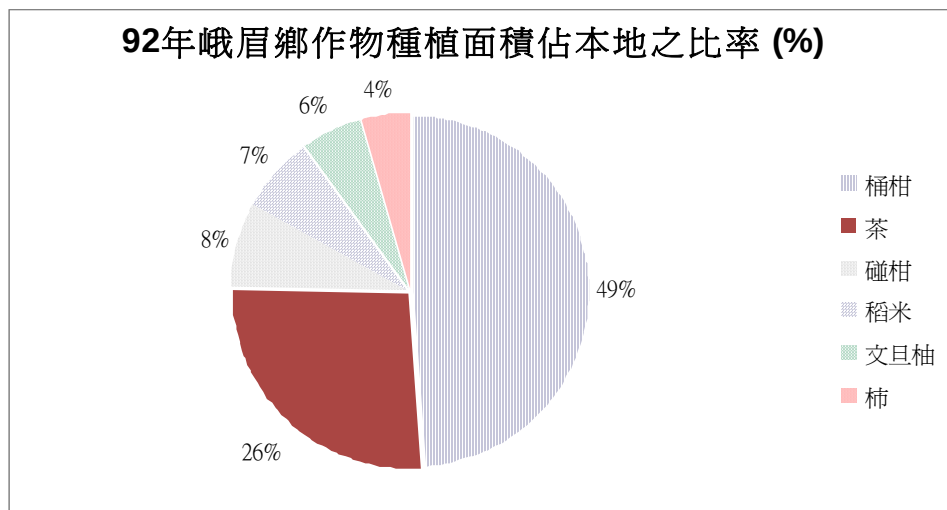


圖 1-4 92 年峨眉鄉其他作物比例圖

資料來源：農情查報資料，行政院農業委員會農糧署

峨眉地區鄉村型式為散村，鄉內現有四個茶葉產銷班，因為峨眉茶農分散鄉內四處，為讓各鄰里茶農資源有效應用，有別於其他地區茶農，峨眉地區富興地段的茶農，共同建立起茶葉展售中心。展售中心除了是東方美人節的舉辦場所，更是遊客購買東方美人茶、教育茶農或舉辦茶藝比賽等的製茶中心。此處茶葉展

售中心，不但連結峨眉地區的其他茶農，更讓外地遊客認識此產業的獨特性，這與其他地區的茶農在組織間的合作關係上有很大的不同。

近年來峨眉地區種植茶葉人口年齡老化，形成茶園荒廢情況日益嚴重。為求產值的提升，遂向鄰近地區收購茶菁⁴原料，或是直接進行茶園採收形成「冒茶」⁵的現象(即是「包茶」)。所謂的「包茶」是在春茶結束後夏茶採收前，向茶園的地主包下一季為期三個月的茶園產量。欲包茶的茶農約在年初時就開始尋找適合的茶園，但常受到自然氣候條件的限制，茶園在夏季時小綠葉蟬叮咬情況好壞，不見得會令包茶茶農滿意，因小綠葉蟬叮咬的好壞將影響東方美人茶產量及品質的高低。對包茶者來說其風險包含：擁有茶園者的田間管理是否為有機栽培，以及對於自然條件的無法控制性。在相同之理念、以及合作情形良好下，包茶者將與茶園管理者產生互相信任關係，進而形成長期合作模式。摘採東方美人茶需要手採，需要大量人工，但採茶需要有經驗者所以其他地區會向峨眉鄉調度採茶工人。由以上現象可以了解，這樣的合作關係以及土地使用方式，跟地區的社會組織、人力調配、及地區特性有直接的關係。以上情形基本呈現出現今茶農因生產所產生的合作與信任關係，也間接反映出我們茶農現今所面臨的困境：土地面積分散及人力外移情況嚴重。

二、品質的轉變與地區發展

農產品不似其他工業產品，能夠單一標準化。茶葉製造雖有一標準程序，可是對東方美人茶來說，在製茶過程中仍然有許多的隱微知識 (tacit knowledge) 是無法用文字記述與傳遞的，例如：對於茶葉生產中的攪拌過程時間長短，輕重的拿捏是無法用文字作標準的記述而傳遞與推廣的。東方美人茶因屬輕發酵茶中的重萎凋，故製作時間的拿捏上，在部份步驟上需要有較長時間。在攪拌和揉捻方面觸及到製茶師傅手感的輕重緩急，每個人的拿捏各不相同，所以雖然有一定的製茶標準步驟，但是每個人在製作上有不同的觸感及技巧，即使是相同的製作過

⁴茶葉直接從茶樹摘採下來之葉片稱為茶菁，經乾燥後稱為茶乾。

⁵包茶，也稱為「冒茶」台語，指一地茶農向另一地茶農買下一個季節的茶園，並在特定時間內採收茶菁。

程中，也會形成口感上面的差異。每家茶廠的製茶師傅都有獨特的心得，也因此各茶廠的風味或多或少皆有差異，雖說茶葉是看天吃飯，但在製程上仍可分辨每位製茶師在風味上的不同。民國六十年初期新竹舉辦第一屆的製茶比賽，由茶改廠派專人評茶列等，使得東方美人茶在品質上開始改善。比賽與評鑑使得茶農在行銷上更得到認可，對於得獎的茶農來說，不啻是技術的肯定以及品質的保證。

比賽茶量稀少，多數茶農在販賣過程中自行評斷好壞，加以分類再賣給大眾，買茶與賣茶者心中對於茶葉的好壞，心中拿捏的尺度在於多年的熟悉度與情感，因此買茶者幾乎都是以熟客為主。對於茶農來說早期製茶者幾乎都是十項全能：要會製茶、包裝、行銷。傳統行銷上，首先面臨品質的分類。民國 94 年在峨眉地區標出當季特等獎 101 萬的天價，但並非每年產出品質皆相同，因此峨眉茶農自行建立評茶機制，將原本由茶農自訂價錢的舊習，演變成具公信力的評鑑制度，依照品質的高低，訂定價格的多寡。此一制度不但導正由比賽茶決定價格的與口味的走向，演變成茶農們決定其品質，更造成品質的轉向：由評審轉變為製茶者，使得茶區所出產的茶更具公信力。

在客源的開發上，因東方美人茶需手工摘採一心二葉，耗費大量人工且採摘茶菁數量稀少，故在價格上較其他茶種為高。對於初次喝茶的民眾來說接受度不高。峨眉鄉不似北埔觀光客眾多，有眾多古蹟與景點，峨眉鄉主要以湖光山色為觀光重點，近年配合東方美人節並拓展地方產業，故結合地方發展與觀光休閒，使得更多人認識峨眉以及東方美人茶。

峨眉社會的基本組織以農民為基本單位。隨著時代的變遷，區域內部的網絡結構重新組合，就政府機關來說，峨眉鄉屬於農業鄉，政府機關為因應進入 WTO 以後，農業生產失去市場競爭力，故鄉政機關積極朝休閒農業轉型發展，大力促銷水果、茶葉等農產品外，也配合定期舉行的東方美人節慶，推廣已經設置觀光休閒點位：湖光休閒農業區、十二寮步道規劃，帶動本鄉觀光事業的發展。

在過去有關東方美人茶的研究中，通常較著重於北埔鄉的茶葉發展，但在產值上則以峨眉鄉為最，由表 1-1 中可發現兩鄉茶葉收量明顯差距，而峨眉鄉更高於北埔鄉收量六倍之多，近年峨眉鄉觀注於產業發展，由茶農徐耀良先生所產出之特等比賽茶標出高達 101 萬的天價，且因產量的不足峨眉鄉與其他區域的合作關係更為密切，例如與竹東勞力的分工、與龍潭地區的包茶情形較北埔鄉更成熟，相較北埔來說峨眉鄉的茶葉發展更具其研究價值，足以深究客家鄉民對於其產業與其鄰近客家聚落等互動情況。

表 1-1 95 年峨眉鄉與北埔鄉茶產量比較

縣市鄉鎮名稱	種植面積 公頃	收穫面積 公頃	每公頃收量 公斤	收量 公斤
新竹縣北埔鄉	43.53	43.53	1,000	43,530
新竹縣峨眉鄉	201	201	1,200	241,200
合 計	244.53	244.53	2200	298260

資料來源：農情報告資源網 http://agr.afa.gov.tw/afa/afa_frame.jsp

第二節 台灣茶業發展與桃竹客家產業

臺灣的茶產業生產可以追溯至 19 世紀，早期一直以外銷為主，生產烏龍茶、紅茶、綠茶等茶葉外銷至歐洲、美國、南洋與中東各地。北部地區由 19 世紀到 1970 年代，一直都是臺灣茶葉生產的重心。目前臺灣消費者所喜好的烏龍茶與高山茶是近期臺灣的茶產業由外銷轉向內銷之後才出現的偏好。中南部的茶產業在發展之初，刻意的與北部的行銷茶區做區隔，在茶種、口味與地方的交互作用之下，慢慢變成臺灣主要的茶葉生產地區，也造就出臺灣目前最主要的烏龍茶與高山茶等主流商品。

相對的，臺灣北部的外銷茶區則因為政府的政策造成路徑依賴，形成福特主義式的生產模式，由小農種植茶樹採收茶菁，大型工廠則專門製茶。這個方式在臺灣工業發展後，因工資上漲與外銷市場競爭者出現，遭受到嚴重的打擊，形成轉型的壓力。茶葉是一種主觀的飲品，它的口味一旦為市場決定之後，就不易再做調整，因此當北部丘陵的茶區在外銷市場失利，轉向到內銷市場時，所面對的是不易調整的消費者偏好。在這些偏好、品質的差異背後的是樹種、地形、氣候等生長環境，與地方形成的生產知識，以及茶文化中的「高山氣」與「山頭氣」等論述，使北部茶區在轉向與再生產時不易超越中、南部的茶葉商品。

本文的主旨即在紀錄與討論北部茶區是如何面對轉型的壓力，生產不同的商品，與面對地方的發展課題。茶農生產新的商品，但新的商品生產不可能切斷過去生產歷史所產生的傳統。轉型並不是一個斷裂的過程，而是一個建築在既有的基礎上的再發展過程。峨眉早年是臺灣外銷茶的主要產區。民國 48 年新竹縣茶園面積高達 12853 公頃，占全省茶面積的四分之一強，直到 1960 年新竹茶區仍然是臺灣的第二大產區。東方美人茶的生產有地方的獨特性，在樹種、文化等特色都有利於轉型的發生，它與臺灣目前主流的茶葉有明顯區隔，而其價格更是臺灣茶種中平均單價最高者，與高山茶相較起不遑多讓。本文以 Marsden (1998) 的鄉村發展理論，說明鄉村發展發生的過程是一個商品轉換與再生產的過程，在此過程中，地方的治理與調節機制扮演重要的機制。地方轉變商品的生產，商品也轉換地方與地方間的關係，使得鄉村的發展形成空間關係的改變與再連結。

客家鄉民對土地具有深刻的情感，其產業根植於土地。現今有關客家研究對象多以客家遷徙、語言變遷為主軸，鮮少探討已深根於台灣土地之產業活動，在現今社會脈絡、經濟轉型下之客家農民如何面對強大外力競爭做出具特殊性的產業，以及與其他地區的合作而形成地理空間中的連結，這樣的合作關係是否與客家認同有關？

第三節 研究目的

本研究將探究有關客家聚落如何塑造新產業的生命，及如何應用地方資源與地方發展做結合，這樣所產生的新模式又是墊基在何種基礎之上？研究目的如下：

- 一、 探討峨眉東方美人茶的發展歷程，並討論在東方美人茶發展過程中自然與社會、文化傳統中的可能影響因素與效能。
- 二、 探討茶產業中，農民如何透過社會網絡、社會資本、信任等社會因素，影響農業發展。
- 三、 峨眉地區的東方美人茶的地方競爭優勢，與其他地區茶葉的比較，更進而提出台灣茶葉面對國際茶葉競爭的因應之道。
- 四、 以本土的農產品發展經驗與行動者網絡理論對話，並重塑峨眉客家聚落特色。

第二章 文獻回顧

第一節 鄉村發展

鄉村地區的發展除了農業生產之外，也包含了其他的要素。鄉村再結構的過程中，鄉村地區的轉變是由四項需求所促成的：一、高品質的食物生產；二、美好寧適的公共空間；三、居住的土地與；四、環境保護 (Marsden, 1998)。這四項需求透過市場與國家政策，影響了鄉村的發展與再結構：有些鄉村形成了農業發展的專區，生產人們所需的各項農產品；有的鄉村地區則成為提供都市居民休閒娛樂的場所。

這四項需求，一方面與內部的居民或產業互動，重新結構鄉村內部的文化，經濟或社會等各項秩序；另一方面，則與都市或區域形成連結、互動，造成再結構與區域化的現象。這種再結構或區域化的現象，使不同的地方因為形成共同的生產關係而造成更密切的互動，提供地方間一個動態的「關係」。但這不代表再區域化形成均質化的生產關係。人類對鄉村的主要需求是一個動態變化的過程，但這不意味一個單向、線性的因果關係。鄉村地區提供這些功能予都市或其他的地方，形成產業連結關係。鄉村與都市互動，形成可能的連結，一旦這樣的連結形成，相鄰或不相鄰的兩個地方便形成了共生與互動的區域，這種地方間形成連結的概念，挑戰傳統地理學的区域觀點，由地理鄰近性 (geographical proximity) 到關係鄰近性 (relational proximity)。

傳統的全球/國家/地方的尺度關係形成的地理與權力概念，可能被一種新的區域尺度所挑戰。Murdoch (2006) 就指出 Latour 的概念來支持這種說法，「Latour 問道，鐵路是地方或是全球？」Murdoch (2006) 解釋說地方或是全球這樣的概念，是一個網絡的概念，他們在本質上既非地方或全球，他們指涉的是一個「長度」與「相連」的概念，地理學者應當關心地方與地方是如何維繫在一個關係網絡之

上。Harvey (1996) 也指出類似的概念，他認為我們應當看待不連續或不相鄰的空間或地方，是一個「相對不變下的動態再形構」(dynamic configuration of relative permanence)。這些地方或空間由於不同的原因產生了互動，而連繫於一個關係網絡，它們可能與周圍的地方逐漸減少互動，而與其他地方形成有密切互動的區域；而在同一關係網絡上的另外的地方的政、經發展，卻可能對此一地方產生更密切的影響。鄉村地區的發展在關係網絡的概念下，可能會形成不同的發展類形，而造成地方的不均等發展，Marsden (1998) 因此提出四種鄉村發展的理念型(ideal types)。

這四項理念型的發展型是根據英國的發展經驗歸納其特性而產生。這四個類型反映出英國的鄉村在二戰後，由農業生產為主的鄉村，轉型為不同發展模式的鄉村。在二戰之前，糧食供應是鄉村發展的主要功能，但隨著二戰的結束與全球化導致的農業開放，英國的鄉村逐漸放棄了糧食安全的國家需求，反而是其他的需求，形構成英國村的分殊化。Marsden (1998) 的四種類型如下：

一、保存的鄉村 (preserved countryside)

鄉村保存的呼聲主要是由地方上的保護主義者與反發展的支持者所主導，而他們多以中產階級為主，向地方的規劃部門與開發商施壓以達到保存的目的。這些人對鄉村發展的態度，是希望鄉村地區僅提供休閒產業以及住宅的開發。在這種發展模式下，發展常引起成地方政治的衝突：地方中產階級的保存主張與經濟成長與發展主張的衝突。這種保護的訴求主要在英格蘭南方與一些風景宜人與交通便利的北方。

二、競爭的鄉村 (contested countryside)

競爭的鄉村的發展衝突主要來自鄉村地區的新舊居民。它的地理位置主要在大都市外圍的通勤區，但通勤者所居住的聚落並無前者保存的鄉村所具有的良好

環境條件。主張發展的人士為農民與開發商，他們希望聚落周圍可以做農業以及工業發展，但開發計畫則造成在都市工作的居民反對。

三、世襲的領地 (paternalistic countryside)

世襲領地是指大片的私人土地與農莊。私人擁有的大片土地與農莊的農業收入逐漸下降，而地主尋求轉型以提高土地所得，通常以租、售土地或建築來構成提高土地所得。這種開發轉型較前兩種模式引發的爭議與衝突較少。

四、依附的鄉村 (clientelist countryside)

依附的鄉村為發展遲緩地區 (less favoured areas) 或其他缺乏開發條件之偏遠鄉村地區。依附的鄉村的農業發展需要政府的補貼才可以維繫。依附式的鄉村經營農業需政府的補貼。由於位處偏遠、交通不便以及缺乏勞動力的特性，此型鄉村的依賴性格可能隨著資源提供者的要求，而轉變依附形態與發展方向。依附型的鄉村可能成為企業棄置或處理廢棄物的掩埋場或工廠，或依賴於國家公園提供的工作機會來做國土的保育與發展。在英國新自由主義的潮流下，許多公共設施被私有化，而依附型的鄉村就成為發電廠、工廠、掩埋場之類的設施的設置地。

這四種英國鄉村分化的理念型來自實證的觀察，而以社會學家韋伯的認識論與方法論建構出四種英國鄉村轉型與分化的理念型。這四個類型建構的目的主要在瞭解在後生產的鄉村 (post-productivist countryside) 轉型與分殊化的過程 (Marsden, 1998) 或是鄉村的區域化現象 (regionalising the rural), Murdoch et al. , 2003)。這四種鄉村轉化的理念型，除了具有描述性的認知作用外，它們由一個生產性的鄉村轉化到後生產性的鄉村發展，背後也代表者一套分析性的觀點，解釋其何以發生。

Marsden (1998) 指出英國的鄉村在後生產的時代，轉化成上述四種發展模式包含了三項重要的觀點：一、鄉村的不均等發展的類型背後，包含著市場、利益與網絡關係（地方與地方）的重新組合，二、不同的鄉村發展模式，代表不同的資源組合與配置，同時也包含不同的商品化過程，三、不同的經濟關係的重組是鑲嵌在不同地方的社會、政治等條件之下。因此這四種的發展類型背後即是不同的地方制度、商品化與網絡關係的重組，而形成再區域化重組地方間的關係網絡。在這區域化的概念之下，區域化不再是一個地理鄰近性的概念，由國家經過區域再到地方進行控制與分工的過程。區域化的討論應由調節（deregulation and regulation）、商品化（Arenas of commoditization）與網絡與行動者空間（Networks and actor spaces）三方面進行討論（Marsden, 1998）。

第二節 調節理論

當地方再區域化或分化時，鄉村的地方治理開始轉變，國家的介入，法律或政策對地方的影響開始影響私部門，而有去調節與再調節的發生。國家可能藉由政策去解除對鄉村土地的使用管制與糧食生產，或其他農產品生產的管制。全球化後的農產品自由貿易與流通，不論國家任何的保護政策，都使得鄉村地區的土地使用與生產形成新的調節或治理。這種鄉村調節與地方治理的變化對鄉村地區的影響使得鄉村發展分化至四個主要方向：（一）大宗糧食生產，（二）高品質食品生產，（三）農業相關的發展，與（四）鄉村非農業的發展再結構（Little, 2001）。這種轉向導致出鄉村的新權力關係（power geometries）（Little, 2001）。

因此鄉村再結構的過程中包含國家或地方規劃的轉變，形成新的調節過程。國家在調節過程中的角色，由過去強勢的角色退卻至輔助的資源提供者，或是地方治理中的協調者或管理人的角色。國家的資源減少使得它提供的資源不再能夠影響市場的方向，它僅能提供地方的基礎設施，或是做為一個信任的基礎，協調、

動員地方治理。在英國的例子中，如英格蘭的西部，國家的權力減少，但農民上並未因此增加他們的影響力，反而是中產階級或非農業的部門影響鄉村發展的方向，而形成了保存鄉村或競爭的鄉村。後生產的鄉村也就成爲一個充滿競爭的場域 (a contested social milieu) (Marsden, 1998)。瞭解鄉村發展必需要瞭解鄉村發展的新調節機制與它背後的治理關係。鄉村的調節是由不同的部門共同參與而形成的，不同的鄉村發展，背後都代表不同的部門的治理。Marsden (1998) 的調節概念並未忽視地方的差異，否則即不能解釋鄉村發展的差異而形成前述四種發展的理念型。Marsden 認爲地方必須形成自己的調節與制度架構，處理地方發展的優勢與劣勢。因此 Marsden 的鄉村發展理論中指出地方應有因地制宜的調節差異，由調節所涉及的行動者，互動關係與治理機制去認識地方發展的差異。

第三節 商品化

Marsden (1998) 認爲商品化不僅是討論鄉村的生產，而且也包括生產農業或非農業產品對地方所產生的社會與政治影響。在後生產的鄉村發展模式下，不論生產大宗糧食或是強調地方特色的高品質食品，或甚至是公共空間等商品，鄉村地區都必須轉型以配合商品化的過程。鄉村發展商品化的過程中有兩項重點值得我們思考：(一) 商品生產與其相關的價值如何改變鄉村地區的社會實踐？(二) 在鄉村生產該項商品時，生產-消費關係重新組合時，商品生產所需的生產關係與價值觀是如何被介紹到地方？地方係接受或反抗？商品化的過程不僅討論鄉村轉型的過程中由原有的生產（例如糧食作物）到其他的生產（如良好的環境或高品質的食品）有哪些必要的自然或社會要素？同時商品化的過程也關心原有

的鄉村是否發生社會、政治的反抗？那些原來在生產系統內，但之後被排除在外的社會要素有哪些反抗？例如臺灣常見的地方觀光導致非商家居民的反對，或是蘇花高興建所引起的地方再結構引發的地方反彈，都是相關的例子。商品化的概念與 Gereffi (1994) 的全球商品鍊概念非常類似，不過 Marsden 的商品化概念著重在商品帶動之地方上治理的改變，以及地方的反抗所引發的文化、政治、社會因素的改變。同時他關心的尺度也不必然是全球化後，跨國公司與地方如何納入全球性的商品分工的地理尺度。地方商品的轉型與地方分化的過程與全球商品鍊概念差異的地方在於，地方轉型不必然是全球尺度的現象，例如臺灣許多鄉村轉向做休閒農業的發展，可以是地方商品化的發展轉型，但它與全球化的關係，其實並不直接或不顯著。地方轉向生產休閒空間時，地方生產的商品並不一定是全球性的單一商品。商品化的生產轉型更關心在地的社會，政治對轉型的影響。Marsden (1998) 認為商品化的過程關注轉型區內的社會抗拒的工具與策略，鄉村發展的轉型與發生是地方再商品化與地方抗拒的平衡。鄉村在商品化的過程，會造成地景的轉變，除外它也造成了多地方的轉變，例如價值觀、土地所有權與財產關係或地方社會組織等 (Marsden, 1998)。因此，鄉村轉型中可以巨觀地觀察鄉村地區如何重新生產商品，及微觀地方如何轉變抵抗與調和以配合此種轉變。

第四節 網絡與行動者空間

鄉村發展轉型的第三個要素是鄉村發展形成商品化，同時鄉村地區與其他的地區形成網絡的關係。不同的地方因為地方轉型而形成網絡關係時，鄉村發展可能對不同地方形成不同的作用，此一觀點超越傳統外生與內生發展 (exogenous and endogenous) 的二元觀點 (Murdoch and Marsden, 1995)。Marsden (1998) 稱此為行動過程的空間化 (the spatialization of action processes)，意即不同的地方形成集體行動，集體行動乃透過知識、資源、物質、技術的共享而成。在不同地方形成協

同的集體行動的過程中，個別的地方會因為種種關係的形成、網絡的連結而產生改變。網絡關係說明了第一項概念：再調節的發生，地方形成新的調節與治理關係以維持網絡空間的運作。Marsden (1998) 認為鄉村再結構即是新的網絡關係與網絡空間形成。在 Marsden (1998) 的論述中，義大利或是英國的例子，都是以網絡空間的概念來解釋鄉村發展與轉型。然而，這樣的觀點限制之處在於其選擇性的介紹，容易誤導人認為，成功的轉型必須要地方重新商品化，與其他的地方形成網絡空間。Marsden (1998) 並未以適當的篇幅與案例介紹地方逐漸喪失競爭力的過程，是否也是一個轉型的過程。地方的轉型發展，如果是一個重新形成網絡空間或集體行動的空間過程，那地方的沒落是否可以是一個網絡的轉型與再結構的過程。換句話說，鄉村的轉型未必是一個正向的發展，鄉村發展的沒落也應當以一些負面的範例去充實網絡空間的形成與製作為發展轉型的應用。

鄉村的商品化形成網絡的空間並且引起鄉村內部調節與治理的變化是 Marsden 的鄉村發展理論的三個核心概念。在這個理論下，英國的鄉村形成了此種概念上的典型：保存的鄉村；競爭的鄉村、世襲領地與依賴的鄉村。這種類型學與發展理論是否可以應用解釋其他鄉村地區發展，值得更多的關注與需要多元的個案去補充。在理論的層面上，依然有相關的理論可以對此進行補充。

一、行動者網絡理論

行動者網絡理論主要由 Bruno Latour, John Law 與 Michel Collon 等人所提出，起源於科學與技術社會學 (sociology of science and technology)。他們反對過去社會學科以人類為中心的論述。傳統社會學中將自然與社會、人類與非人類畫一為二，但是這樣的劃分並不適宜思考我們複雜的社會關係，因為在這世界中我們含有更多的非人類(non-humans)可以影響其間的變化。行動者網絡分析強調超越二元觀點的一元論述，即是探討物質本質性，由層層網絡關係將人與非人的物質建構在社會上，並強調網絡的物質性異質(materially heterogeneity)基礎才是關鍵。ANT 探索其內部如何被模式化，所產生如結構、組織、不平等與權力的結果。而網絡的形成可以解構權力關係(Murdoch, 2000)，因為網絡中可以是多重的連結

關係，而其可以是異質的。例如在農業的生產網絡中，新組成的網絡並不再只有農會生產網絡，而可能是將茶改廠網絡引入，或是其他地區的知識網絡引進，而達成異質的連結，解構原先網絡的權力關係，並在新網絡中再建立。

行動者必須透過轉譯的過程，才能將網絡中的行動者達成集體行動，並成功的達成網絡的形成。而此處的轉譯是指當科技進入人類社會後，形成不同團體對於新科技的重新定義。轉譯對不同團體來說會是對於事物重新界定，以東方美人茶為例，當東方美人茶進入後，對於龍潭的茶農來說此為一新產品的引入，而對於峨眉茶農來說，東方美人茶是藝術的象徵，同樣的產品對於不同網絡，有其不同定義，但此轉譯的過程，主要在於背景相同的行動者間形成，是一種達成共識的轉換，進而形成結盟，所以 ANT 又稱轉譯的社會學。在不同地方不同的組成份子下，產生不同產業間不同的轉譯。

ANT 強調網絡與網絡上的社會或生產關係，成員得以行動都藉由轉譯的成功，使得不同的行動者可以認識事物或行動的意義。透過轉譯可以將不同網絡特徵，透過一個中介的介面得以調適形成集體的共識。在不同的社會關係中權力關係並不是單一與穩定的，只要新的網絡形成，新的權力關係即可能出現，地方與地方間可以維持一個各別的權力關係，而行動者網絡重視的是網絡如何被模式化產生，如結構、組織、不平等與權力的結果，而非特定行動者擁有什麼的權力。必須指出的是，ANT 關注的並非權力的來源，而是為何需要服從支配的他者的行動解釋，若權力成為一個概括集體行動結果的便利工具，它無法解釋什麼使集體行動適時適地發生。因異質網絡的結合，形成權力的再結構，但此處表示的權力即是對新網絡的影響力，以東方美人茶來說具有影響網絡間行動者的行動分配，建構新的茶產業發展，進而影響其茶葉的品質控制，也影響茶農採茶時的標準，影響產量多寡。

ANT 的這種非單一與不穩定的網絡關係，提供地方與產業發展的動態解釋 (William-Jones and Graham,2003)。ANT 藉由轉譯的過程形成意義與集體行動的網絡，處理的不僅是一個傳統人際網絡的理論，例如社會資本(Social Capital)中的解

釋：網絡中包含規範與信任它進一步解釋不同網絡如何連結而形成一個行動者網絡。ANT 認為行動者網絡的形成有 4 個階段(Davies,2002)：

- (1) 界定問題 (problematization)：由行動者去界定議題，形成事物的共同意義，而這個過程中，異質的事物主題中需要有強制通行點 (obligatory passage point) (Callon,1986)。此即為所有行動者須透過共同目標的門檻，強制通行點使得網絡出現缺口而形成有意義進入，發生轉譯的入口，在強制通行點中交易(transactions)，再現(representations) 與認識 (understandings)可以產生，達成溝通的可能。
- (2) 結盟(interessement)⁶：不同的行動者形成網絡達成協同聯盟(alliances)形成共識。
- (3) 徵召(enrolment)：網絡的鞏固與不同關係鑲嵌在行動者網絡之上。此時主要的行動者指派與安排角色以達成夥伴關係上的行動。
- (4) 動員(mobilization)：是一個不斷演化產生行動者同盟與協調的過程。當網絡漸趨成形，主要行動者賦予其他行動者任務，而動員則是被賦予任務的行動者能接收並達成此任務。

ANT 形成網路的過程最特別的地方是行動者可以是人或非人。Callon(指出在人際間轉譯的作用是妥協與形成共識，而在人與非人的行動者間(例如政策或科技)，行動者網絡會協商出一套腳本(script)或是一套指令，形成行為或價值的運作依據。因此行動者網絡可以指出科技、物質中的行動者網絡關係如何在引進一項技術或政策時，產生新的制約與集體行動，而形成新的社會關係，因此行動者網絡理論可以處理發展或變遷的議題。

⁶ 在現有中文的少數文獻中，學者多將 interessement 翻譯成「利益賦予」，此或為對 interest 的誤讀，本文認為結盟更符合 ANT 理論中不同行動者，形成同盟產生集體行動的意義。

在分析行動者網絡前，必須先界定什麼是行動者？行動者強調非二元對立，自然與人爲的一切均有可能影響其網絡的改變。ANT 認爲不應有預設的立場，不論是人或非人的物質，而行動者必須透過網路與其他的行動者連結互動，才可以被定義進而行動，行動者有其企圖的利益，並影響其他的行動者達成一致共有的利益，當過程有所效應，達成行動者網絡。

ANT 觀點對地理學的影響在於它透過轉譯形成網絡，而網絡展現出空間或地方。網絡形態已非傳統中須在特定空間中形成實體的連結，而可以透過經濟網絡刻劃出異質的生產空間連結關係，形成不相鄰的空間在同一網絡之上。所以不同的空間可以藉由網絡的連結產生集體行動與分工關係。

國內現階段利用行動者網絡理論分析爲主軸的論述，並不多見，洪文彥（2004）用行動者網絡的概念提出對於澎湖地區地方發展的研究。他利用 ANT 爲分析策略，建構網絡形成過程，但此處並沒有說明網絡如何穩固，網絡的穩定並非單純完成任務，而應是長期的互動與信任關係的建立。施諭靜（2004）利用行動者網絡理論，建構出在西螺地區的詔安客家文化知識的建構，利用開嘴師做爲一行動者，塑造客家的文化圖像，但僅止於分析其客家文化如何建構，並無探討其內部的網絡組成的信任、規範，所以其行動者理論並無法解釋其網絡中到底改變什麼。李承嘉（2005），以行動者網絡分析鄉村發展之研究，引出鄉村發展的第三條路線，即結合內生與外生想法，並以九份聚落 1895-1945 年發展爲例子，其中僅對於行動者理論概略說明，並未對地理學提出空間上的觀點，例如空間上聚落的變遷與網絡如何相關。此外就非人行動者的範例而言，Jarmo(1999)曾拿流域作爲行動者，分析因時間與事件脈絡的不同，河流被賦予的意義與焦點會產生不同的意義，使河流的行動者網絡在不同時期引入不同的行動者加入，賦予河流不同的意義與形成不同的網絡。鄭慈瑩（2005）利用冷凍鮭魚商品鏈的動態發展，利用台灣冷凍鮭魚產業行動者網絡的秩序模式（mode of ordering），探討地方行動者如何參與建構商品鏈，並利用行動者網絡理論做爲分析的方法。此論文以一個較大框架形構全球冷凍鮭魚市場的 GCC 網絡，但並沒有成功論述其 ANT 如何將台灣冷凍鮭魚市場，整合至全球內部網絡組成。

二、傳統理論

不同的空間進行互動，形成網絡空間，同時也影響了地方的調節與治理。在這個地方間重組社會關係與生產關係的過程，是否只有土地、資本、技術等條件決定那些節點可以連上空間網絡？而這些地方、節點形成網絡時，它們對網絡上的運作有沒有影響？地方形成網絡時，地方是否消失了？Marsden 認為地方形成新的調節與治理時，地方並不是均質，也並未消失，所以地方才必須轉變以配合網絡空間的形成與流動。但隨之而起的疑問是，地方的什麼因素或社會條件影響網絡與地方的鑲嵌過程？Murdoch et al., (2000) 指出網絡空間形成的過程中，地方並不是沒有反抗，網絡空間的形成是一個不斷地去鑲嵌與再鑲嵌的過程 (a continuous process of dis-embedding and re-embedding)，傳統理論在這方面可以適切地回應如何鑲嵌的問題。

黃仁宇 (2004) 曾以他的經驗指出「我們下部隊以前，總以為我們軍校畢業生以新時代的思想與技術，可以在行伍之中發生領導的力量…我們以前的希望可以算做一種理想。其現實則是我們要和士兵看齊，受他們的群眾心裡支配，維持部隊紀律的不是紀律與責任感，到是有面子和無面子的傳統觀念與價值…其癥結則是社會的力量大，個人的影響小，…而實際上往往是他們遷就下級；即是基層的力量大。」。黃仁宇的經驗中，現代軍事教育下的價值與規範，在進入到部隊這個領域中，不起作用。統治士卒這個網絡的基本價值仍然是一些傳統社會的價值。如果要使這個網絡能夠產生集體行動的話，決策與行動必須透過行動者網絡理論所稱的轉譯 (translation) 過程，鑲嵌在傳統的網絡上。黃仁宇認為是底層的傳統觀念與價值在統治軍隊這個網絡的運作。

在地方與地方形成的集體行動的網絡中，地方內有一套屬於這個地方特有的約定俗成的規範，Storper and Salais (1997) 形容為「傳統就像由相互瞭解與達成共同目的的人們所形成對事物運作的『假設』。當互動不斷地在類似情況下被重覆以及某些行動持續地有效，這些傳統就成為習慣，而我們則不再注意到這些假

設要件。」。Storper and Salais (1997) 認為傳統理論成立的前提是任何社會、經濟、政治行動可以在不同參與者之間得以協同進行，他們對這些行動有共識，而這些共識乃源於行動者對結構或社會脈絡有相同的認知。因此，在 Storper and Salais 的概念下，地方的行動者對在地的社會、政治或文化背景或結構有一致的認知，而這些共同的認知決定他們對事物的瞭解與期待，也因此行動者被整合於此習慣之中 (incorporated in routines) (Storper and Salais, 1997)。Storper (1997) 認為地方傳統包含習以為常的默識知識 (tacit knowledge)，它是長久形成的地方知識，引導行動者在面對不確定性時做出最安全的選擇。地方的傳統規範影響人們的行動，在此規範下人們形成一策略性的行動，人們可以依據地方傳統去判斷自己行動的投入與產出，並且藉此期待其他行動者預期行為。因此 Murdoch et al., (2003) 主張傳統造成社會實體上的結構化行動 (an arena of structured action)。

在形成網絡空間，地方與地方互動時，傳統理論可以處理鑲嵌的問題。Marsden 的鄉村發展的理論擴充到不同的地方與空間結合，形成集體行動時，它比較著重在地方內部如何轉化（形成新商品生產，形成新的調節與治理）然而 Marsden 的鄉村發展理論卻未能處理不同的地方或空間為何可以形成連結？它們在形成連結時如何在政治、社會或文化等面向上互動配合。Murdoch and Miele (1999) 認為傳統理論可以解釋網絡上不同的組織如何整合其不同的行為規範而形成地方上的一致的習慣。在形成地方間或網絡間具一致性的傳統時，有兩種理論上的可能：其一是某方的傳統凌駕包容一方的傳統，比如說它們之間有著文化或社會的一致性；另一種可能是透過行動者網絡理論所稱的轉譯 (translation) 而發生，此時不同的地方仍舊保有其固有的傳統。

傳統理論反對經濟人 (homo economics) 的理性選擇假說，Lewis et al., (2002) 認為個人在社會中參與集體行動的原則不是「利益極大化」而是尊從社會的制度。特別是當人遇上不確定性時，人會傾向順服既有的傳統。人不可能自外於社會，做出利益極大化的選擇，這不會是他的理性選擇。相反的，人會循著社會既有的規範與傳統，再做出利益極大化的選擇。當商品化發生、空間形成連接時，地方是否接受創新，決定於創新的商品與技術是否能與地方原有的傳統結合。

Thevenot et al. (2000, 引於 Murdoch et al., 2003) 歸納出 7 種的傳統類別：市場價值，效率，公德，地方價值觀，創意，知名度及環境價值做為鑲嵌之所以發生的原因。這七種傳統代表著行為規範、準則的不同類型，而這七種傳統分別提供七種類型的相關行為或評價去處理人們的日常生活依據。Raikes et al. (2000, 引自 Lewis et al., 2002) 也提出四種影響鑲嵌的傳統：市場，人際，企業，公民傳統。市場傳統指物品價值是否符合其價格，而以價格影響人的行為；人際傳統指人際之相互協調以達成集體行動信任是決定協調與否之依據；在企業運作的場域中，事物循標準程序運作，其行動以固定的準則規範行為；最後，公民的領域內，公民依其對集體的了解與一般原則行動，而依照公共利益與國家的力量運作。此外也有其他的學者認為影響社會行動的傳統有品質、生態與國家制度等 (Lewis et al., 2002)。Murdoch et al., (2003) 解釋這些傳統可視為行動的戲目，提供行動者行動的依據，同時也成為行動者聯結的一套關係。在空間網絡形成時，這些傳統會成為一種具有位階關係的關係網絡，而達成網絡上行動的依據。當不同的地方、組織達成集體行動時，地方與行動者不僅根據商品化的需求形成關係網絡，並且它們之間的傳統也結合成一套「行動環境」(environment of action)(Murdoch et al., 2003)，不同的環境會因為傳統的階層而形成不同的行為規範，引導行動者的作為。傳統理論解釋地方間或網絡間形成連結時的作用，它解釋社會或地方如何的微調行動者在跨地方或跨網絡行動時改變行動或價值，以順利的接和兩個差異的地方或網絡。傳統理論視每個地方都有不同的行動環境，而這些行動環境是地方上不同的傳統所組成，因此當兩個地方形成關係空間或網絡空間時，除了彼此間的調節或治理過程必須協同之外，地方的傳統也會產生互動而影響地方間形成網絡空間的可能。例如兩個農業產地形成關係網絡時，不同的傳統若對於產品的製程的效率傳統或是品質傳統有不同的行動環境，那協同過程中的遠地行動 (action at a distance) 就很可能不會發生，而必須再形成妥協或放棄。

第五節 二重的關係空間

Marsden 的鄉村發展理論除了傳統理論補足其結合與鑲嵌的不足之外，後結構地理學的關係概念也是一個有待整合之處。在 Marsden 的理論中，也有關係空間的概念，不過 Marsden 的關係指涉的是建立在新商品化過程中的地方與地方的關係。後結構的關係空間的概念對關係有更廣闊的解釋，使得商品與地方的關係一併納入解釋的範疇，形成一個二重的關係空間：一是建立在地方與地方的生產協同關係；另一是建立商品與地方的產品地方關係。

Murdoch (2006) 認為空間是建立在關係網絡之上，因此欲瞭解特定的空間，就必須透過網絡的關係去瞭解空間的意義。然而 Murdoch 也沒有指出這種關係究竟指涉的是勞動力的生產關係、是區域內的地方的分工關係？亦或是傳統理論中行動者與行為習慣的關係或是鄉村中的人與自然的關係？顯然的在任何鄉村發展的過程裡，不會只呈現單一的關係。因此 Marsden 的鄉村發展理論中的空間網絡中的關係必須要進一步討論。Marsden 的空間關係指的是地方間形成關係網絡再區域化的過程時，空間的組合不是隨機發生，也不僅是依地理鄰近性的緣故，此時的關係著重在不同地方形成關係網絡時，地方間的分工關係。這時，Marsden 的理論忽略了商品與地方的產品地方關係。Marsden 理論中的商品化的概念強調地方改變生產，並且與其他地方接軌形成再區域化。同時，商品化的過程，地方的鑲嵌與反抗會因地方重新商品化所造成，而對地方的治理過程形成轉變。然而，商品化形成地方連結時，地方並未消失。相反地，地方的特色會融入在商品

的過程中形成一項重要的商品意涵：「品質」與地方的關係。而品質這項意涵則牽涉出許多農產品在鄉村中的關係。

商品的品質牽涉的面向很廣泛，它不必然指涉商品與地方的關係，例如 Henson (2000) 就指出區分產品品質的面向有三種：產品本身的品質，生產過程的品質與使用者（例如消費者對品牌的主觀評價）方面的品質。這三個面向包含福特主義標準化生產的大宗產品或是非福特主義方式生產的少量地方產品。就農作物生產而言，Henson 的觀點主要在由商品鍊概念下由生產至消費的分工觀點，但農作物的品質通常會指涉到農作物與地方的關係，因此 Parrott et al. (2002) 認為 Henson 的觀點沒有與地方的概念結合。討論鄉村發展中的商品化時，農作物的品質應該由其與自然環境、栽培方式以及地方文化、傳統的關係來討論。消費者在消費與欣賞農產品的品質時，品質與產地的關係是不可分割的。Murdoch (2000) 也指出品質可區分為生產、生態、品牌與消費者認知等面向，Murdoch 強調在英國發生狂牛病之後，消費者對產地的地方性與生態的敏感度增加，因此在分析食品的生產過程中應該更注意農業地區的社會－自然條件 (social-natural conditions)，這是農產品有別於其他商品的最主要特色。Goodman et al. (1987) 指出在全球化的時代中，為便利資本累積遂有標準化大量生產的生產過程，然而農產品的標準化生產卻造成了兩種的社會自然 (society-nature) 互動：侵奪與取代 (appropriation and substitutionism)。「侵奪」的過程是工業資本生產方式侵奪了自然生產的過程；而「取代」發生於工業化的農業生產取代了市場上不具價格優勢的傳統農產品。標準化生產使農產品在外型、品質上達到一致的標準，看來大小、口味一致（例如基因改造黃豆）。但基本上農產品的生產是有地方性的，地區生長條件的差異，使得同一農產品形成明顯的地方差異。現代農業生產中的侵奪與取代使得傳統農產品在市場中消失，而伴隨著傳統農產品的消失，地方的社會－自然關係也消失了。所以全球化下的標準化大量生產方式，使得侵奪與取代的過程在取代地方產品之後也取代了地方。Parrott et al. (2002) 因此稱這種景象為 placeless foodscape。

西方社會興起於 1980 年中期的慢食運動 (Slow food movement) 是一個品質與地方的關係空間的例子。慢食運動興起於 80 年代中期的羅馬，係針對速食業巨人麥當勞入侵義大利，當地人擔心傳統的義大利食物可能遭受威脅而消失所發起的消費者運動 (Murdoch, 2006)。麥當勞所形成的速食文化有以下的特性：速度與效率的新傳統；簡單而標準化的生產程序；傳統與地方的飲食文化為大宗糧食與標準化飲食所取代，以及高度規範性的遠距行動 (action at a distance) 控制了速食空間中的員工與消費者。相反的，為保護地方與其傳統飲食之文化與生產，慢食運動者主張應該保護飲食與食材的文化，農業生產與環境的保護，生產者與消費者的保障，與保護以及促進飲食的樂趣 (Murdoch, 2006)。就食物的品質而言，它所包含的關係網絡可以是麥當勞式的大量生產與標準化的食品，或者是具有地方特色的食物。然而在地方商品化的過程中，商品的品質特色是一個重要的連接介面，連接地方與外地以及地方與地方傳統、環境等要素的介面。研究慢食的學者就指出義大利慢食運動的食物概念牽涉了歷史記憶、地理特性 (環境、氣候)，以及食物的品質以及調理的技术或文化等 (Murdoch, 2006)。由慢食運動的例子得知，鄉村發展過程中的再商品化現象造成了侵奪與取代的關係，不只是生產關係的侵奪與產品的取代，另外也包含了產品地方關係的取代。

Marsden 的鄉村發展理論主張鄉村發展的過程包含了三個要素：商品化，調節與網絡與行動者空間。Marsden 以此解釋英國鄉村在戰後進入後生產農業之後的四種發展類型。在商品轉型的過程中，鄉村轉型過程所形成的網絡空間，除了地方間因空間再結構形成之分工網絡外，另有產品與地方之關係。Marsden 忽略了地方農產品與地方是互相關聯的。當商品生產轉換時，也帶動了商品與地方的品質網絡改變，同時商品的生產也包含了特定的地方傳統。這些屬於地方的傳統，除了意涵商品與地方的關係外，也對地方是否可以形成關係空間，產生過濾的作用。地方再結構必須鑲嵌於地方原有的傳統之上。

以下本文將以峨眉地區的茶產業變遷說明地方商品轉換與再結構的過程。本文的研究方法以次級資料的搜集與紀錄，說明峨眉地區早期的茶葉生產的商品化過程受到國家調節，而形成峨眉與海外市場的關係空間。1970 年代後，調節的

力量加入海外生產者的競爭，而使得峨眉地區產生再商品化，而與其他地方形成空間的再結構。這樣的再結構過程受到地方傳統與商品的品質關係所影響。此外，傳統理論僅為一思惟的框架或理想，不同的學者曾提出不同的傳統，例如 Thevenot *et al.* (2000) 歸納出 7 種的傳統類別；Raikes *et al.* (2000) 也提出四種影響鑲嵌的傳統；Storper and Salais (1997) 也提出 4 種傳統；而 Freidberg (2003) 則使用一較簡化的分類：制度傳統與交易傳統。本文藉由傳統理論的概念來處理茶農在決定生產東方美人茶與否時，是否有利益極大化之外的考量。這樣的傳統可能是族群因素，可能是社會階級等等。本文並未採納特定之定義，而著重在藉由此理論尋找對地方發展的影響因素。本研究於 2006 年 12 月至 2007 年 4 月，對峨眉地區的地方茶農與茶葉研究單位與地方農業機構進行訪談，以半結構式之訪談紀錄提出對地方發展的觀察與解釋。

第三章 研究方法

第一節 研究問題與對策

本研究的研究目的共有下列四項：

- 一、探討峨眉東方美人茶的發展歷程，並討論在東方美人茶發展過程中自然與社會、文化傳統中的可能影響因素與效能。
- 二、探討茶產業中，農民如何透過社會網絡、社會資本、信任等社會因素，影響農業發展。
- 三、峨眉地區的東方美人茶的地方競爭優勢，與其他地區茶葉的比較，更進而提出台灣茶葉面對國際茶葉競爭的因應之道。
- 四、以本土的農產品發展經驗與行動者網絡理論對話，並重塑峨眉客家聚落特色。

從上述的四個研究問題分別來看，研究方法的設計將做以下的安排：

- 一、以次及資料的收集文獻回顧與訪談，參與觀察等方法回答第一項研究問題。就次級資料與文獻回顧的部份而言，本研究將收集目前峨眉地區的各项產業、人口資料等統計數據。這部分的資料除了新竹縣政府與峨眉鄉公所的統計數據外，也將包含實際的訪查數據。在理論與文獻回顧的部份，將參考現有的論文、期刊文章等資料，以多方面的資料來源、參考資料交叉比對並輔以「滾雪球」法(snowballing)回溯至其他相關文獻。
- 二、第二項問題主要在探討農民如何透過社會網絡、社會資本、信任等社會因素，影響農業發展。主要的資料收集方法是半結構的深入訪談。訪談對象將包含：地方政府的相關官員、民間組織負責人、地方商家、居民、茶農及意見領袖。
- 三、本研究將以個案研究的方式，佐以深入訪談、參與觀察與問卷調查的方式搜集相關的資訊回答有關於社會資本的問題。本研究將訪談地方組織的成

員，探討其人際網絡的型態與功能。此外，本研究亦將訪談地方節慶的辦理者與農會、公所的承辦人員，以釐清社會資本在個案中的應用情形。本研究採用質性研究的方式。採用質性研究的方式以及可能面對的通則化（generalization）與個案選擇的問題將於接下的研究設計的部份再做解釋。

四、以關係網絡的概念解釋峨眉的地方發展是一項研究假設，它可能面對的挑戰是理論在個案中建構效度（construct validity）的問題。然而本研究的第一個研究問題也在嘗試探討地方發展對客家文化與其他的自然與社會因素是否有負面的影響？本研究希望研究成果可以對關係網絡概念提出一個新的應用與討論。

第二節 質性研究與個案研究：優點與限制

本研究採用、深入訪談、參與觀察以及文獻分析做為研究方法。採用多元的方式或是「三角測量法」(triangulation)的優點是刻意避免研究偏差以及多障礙資料的正確(Taylor and Bogdan, 1984),因為它可以檢定資料來源的一致性以及不過分依賴單一方法而造成研究的意外中斷(Denscombe, 1998)。然而這樣的方式對研究人力的需求是巨大的。尤其是該訪談與參與觀察可能會在過程中充滿不確定性導致觀察與操作訪談中人力與器材的較大需求。

質性研究的基本信念是研究對象與其背景與脈絡是不可分割的。質性研究不提出普遍以及獨立於脈絡的議題。它必須處理較多的素材以建構一個附著於脈絡上的詮釋。然而,如同三角測量法一般,質性研究需要長期與大量的資料,它對人力的要求是平均的、多量的分佈在研究過程中。質性研究比較無法如同標準化問卷的統計方式可以在短期內僱用較多的人力,而施以短暫的訪員訓練即可完成量化研究的主要工作:統計問卷調查。質性研究需要較高素質的協同研究人員以及工作夥伴已達成它的要求。

個案研究通常是質性研究的主要研究策略,在本研究中亦然。它可以提供一個確定的對象以及範圍以探索研究問題。個案研究不在於提供一個普遍性的陳述,它的目的在找出某些特殊的個案,從中提出某種社會關係是可能的以提出理論(Yin, 1994)。他是藉由研究發現而指向理論:某種條件的可能。而量化研究的(假設—驗證)過程則是藉由樣本對母體上的相似而做出數量上的通則化(Statistical Generalization):一種由少數推廣到多數(前提是少數(樣本)相似於多數(母體))。因為本研究認為地方發展是多元的,沒有任一個地方發展可以代表台灣的社區(樣本之於母體)所以本研究只在提出理論的可能性,但沒有能力指出一種全稱命題的發展模式。

第四章 峨眉的地方發展

第一節 峨眉簡介

峨眉位處於新竹縣南部，緊鄰北埔鄉。面積約有 46.80 平方公里，東西長 10.50 公里，南北長 11.80 公里。其地形分屬於竹東丘陵南段及獅頭山山地的丘陵地（如圖 4-1），鄉民多利用此一特點從事茶葉種植，大體而言本區地力貧瘠而缺水，故在十二寮地興建水庫。民國 95 年茶葉產值可達到 309 公噸，近幾年峨眉致力推廣東方美人茶，民國 92 年茶葉產值約佔全國第 17 名。

圖 4-1 峨眉鄉地形圖

資料來源：新竹縣綜合發展計畫(1999)

全鄉耕地面積在民國 95 年時佔總土地的 42%，至 2006 年 7 月底止，全鄉總人口數為 6149 人（峨眉縣戶政事務所，2006）。農牧人口約佔本鄉總人口數之 42%，顯示峨眉鄉仍為一農業社會。製造業人口佔本鄉總人口數 23.5%(溫振隆，2000)，但農業仍為主要產業，近年農業土地與就業人口逐年下降。但農業人口佔總人口比例仍占五成以上。詳細的數字如表 4-1。

表 4-1 峨眉鄉農業資源一覽表

	85 年	86 年	87 年	88 年	89 年	90 年	91 年	92 年	93 年	94 年	95 年	96.07
土地面積 (公頃)	4680	4680	4680	4680	4680	4680	4680	4213	4680	4680	4680	4680
總人口數 (人)	6651	6673	6569	6511	6392	6406	6363	6344	6233	6260	6187	6151
農戶人口 數(人)	N.A.	3991	3395	2945	3913	3327	4048	3628	3411	無	無	
農戶人口 佔總人口 比例(%)	N.A.	59.8	51.7	45.2	61.2	51.9	63.6	57.2	54.7	無	無	
耕地面積 (公頃)	1938	1938	1950	1950	1950	1959	1951	1975	1960	1956	1964	

資料來源：新竹縣統計要覽 (1996-2007.07)。

峨眉鄉在民國 95 年耕地面積為 1,964.79 公頃，佔新竹縣總耕地面積 6.6%，旱田（1365.38 公頃）佔全鄉耕地面積的 69.4%，茶園面積在由民國 86 年的 486 公頃到民國 94 年為 229 公頃，產量佔全新竹縣三成，有逐年下降的趨勢(如圖 4-1)。

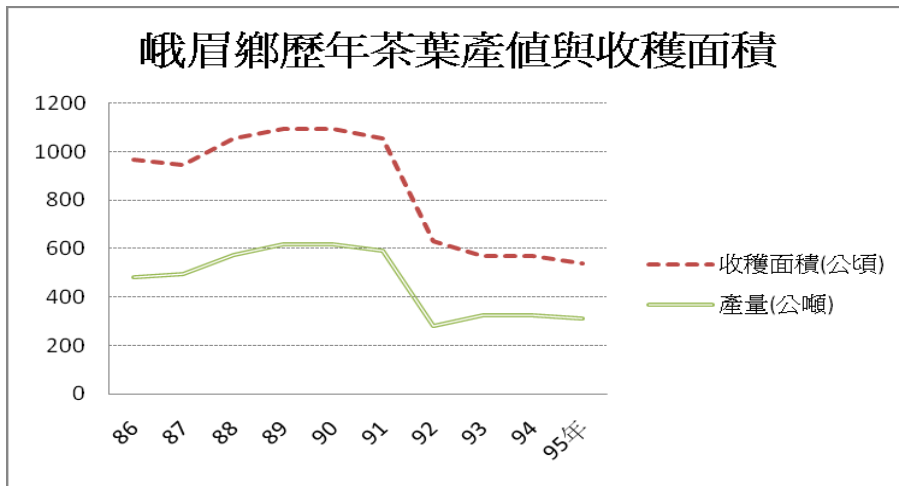


圖 4-2 峨眉鄉歷年茶葉產值與收穫面積圖

資料來源：農情報告資源網 http://agr.afa.gov.tw/afa/afa_frame.jsp

峨眉鄉的人口呈現平衡的趨勢，但農業人口近幾年有逐年上升趨勢（如圖 4-2）。鄉內的就業人口仍以一級產業最多，根據新竹縣政府的統計（新竹縣統計要覽，2005），峨眉鄉登記的工廠在民國 94 年有 8 家，佔第一位的以食品及飲料製造業者為主，共有 3 家；其次為非金屬製造業，有 3 家；製造業有 1 家；機械設備製造修配業有 1 家等。其中較為人注意的為飲料製造業依據峨眉鄉公所訪談，可知多為製茶工廠為主，更有由清末即以製茶為主的復興茶工廠，專製作東方美人茶為主。

圖 4-3 峨眉農業人口變遷圖

資料來源：新竹縣統計要覽（1996-2006）。

第二節 台灣北部茶業的發展與生產的調節過程

新竹縣在 1960 年曾為臺灣主要的茶葉產區，而其生產之紅茶、綠茶供外銷為主。新竹縣的茶產業與桃源仙非常類似，日人在桃竹苗地區推廣茶葉生產，提倡機械化生產，因此這些地方的茶種均為清新大有。

早期日本在臺灣的茶葉是以外銷為主。滿清統治時期，臺灣只有生產烏龍茶與包種茶（范德光，2004），但日人據臺時期為避免本國的茶葉外銷美國市場的競爭力受到臺灣輸出之烏龍茶的排擠，因此鼓勵新茶區生產紅茶與包種茶（邱念渠，2005）。根據龍潭地區的茶農指出，龍潭早期以生產紅茶為主，主要外銷歐洲。邱念渠（2005）指出，日治時期紅茶外銷的高峰出現在 1937 年至 1940 年間，紅茶的輸出量在 500 萬公斤左右，在 1915 年時桃園廳為全臺最大的茶葉產區，計有 1,9058.58 甲，而當時的南投不過 442.04 甲（邱念渠，2005）。二戰後，大陸

的炒菁綠茶引進臺灣，開始有炒菁綠茶外銷北非，隨後又有日本的蒸菁綠茶生產方式引進臺灣。台灣北部當時兼有紅茶、綠茶的生產。臺灣茶業的外銷在 1973 達到歷史的最高峰，計有 23,500 公噸之多，其中外銷日本的煎茶有 2,000 公噸；銷非洲炒菁綠茶 5,000 公噸；烏龍茶與包種茶外銷 3,000 公噸，紅茶則有 1,900 公噸（范德光，2004）。臺灣茶葉外銷在 1970 年初達到高峰，接著外銷數量銳減，由外銷轉向內銷市場，主要因為國際間其他國家投入茶葉市場，以及國內的工資上漲，導致商品缺乏競爭力。另外，日人的口味轉變，也導致銷日煎茶的數量銳減（范德光，2004）。在 70 年代臺灣茶葉外銷的黃金時期之前，臺灣每年外銷茶葉數量都在一萬五千到兩萬三千公噸之間，茶葉外銷賺取的外匯有三千一百萬美元之多（謝明妃，2002）。這樣的數據也與龍潭地區的茶葉發展高峰相符，說明了台灣北部地區的茶業發展主要是受到外銷市場所影響，當臺灣茶葉外銷達到頂峰轉趨下滑，台灣北部地區的茶葉產地面積與產量也在此時隨之轉變。

1864 年英商 John Dodd 在淡水創設寶順洋行。1866 年他以借貸予農民的方式鼓勵現今臺北文山與桃園大溪等地的農民大量種植茶葉外銷（林木連等，2003）。1869 年，臺灣所產之烏龍茶外銷紐約，外商來臺收購茶葉，茶價暴漲，許多的土地開始轉作茶業。在 1865 年至 1972 年的 7 年間，茶葉的生產由 8,222 公斤增加至 1,170,811 公斤，當時的出口主要為洋商所壟斷。至 1892 年，華商在生產技術與規模上已與洋商不相上下，本地資本與大陸的資本，聯手地改變了產業的行銷結構（林木連等，2003）。當時（1889）已出現類似現在同業公會的茶郊組織約束與規範茶商的商業行為，建構或維繫市場與生產的秩序。林木連等（2003）指出當時茶郊規約的內容有：(1) 控制商譽，禁止與制裁茶葉混摻的情形；(2) 解決茶事糾紛；(3) 收取規費，對於茶工與茶葉收購者提供救濟措施。茶郊與傳統的郊組織比較上特殊之處在於它不僅有協調、仲裁與保證等功能外，它形成一個地方性的商業團體，為品質提出把關與保證，提供制度性的信任關係。當時郊商的主要做法是透過罰金、沒入、調理與送官法辦等方式來約束成員。從茶郊的規約中得知清末臺灣的茶葉生產，政府並未扮演重要的角色，而是市場的力量在影響茶葉的生產。除了郊商的調節作用之外，清末茶葉的生產過程中也出現了一個特殊的角色：買辦資本或媽振館（Merchant 之譯音，邱念渠，2005）。根據邱念渠（2005）的研究，媽振館同時接受本地茶行與洋商的委託，促進交易的發生。一方

面，它接受茶行的委託代銷茶葉給洋行，「收貨後付款八成，然後將產品運方廈門總館暫存，待茶價高時賣給洋行…」；另一方面，它也接受洋行的委託代購茶葉，將洋行預付的資金轉貸給生產者。這種制度的出現使市場的不確定性降低，同時提供資金的信用保證。

到了日本殖民時代，茶葉的生產邁向企業化的經營，日本政府成立茶樹的研究單位分別在臺北文山、桃園草湳坡庄等地成立「茶樹栽培試驗廠」。在龍潭成立「栽培試驗廠」，「…以配合機械製茶的發展，這是臺灣有專業茶葉研發機構與臺茶全面走向機械化生產的濫觴」(林木連等，2003)。成立茶葉的研發單位之後，日本政府更以免費推廣茶苗的方式更新茶園並以資金借貸的方式推動茶葉生產的機械化(林木連等，2003)。在日本政府的銳意經營下，1917年臺茶的年產量已達17,160,000公斤，較1895年的10,200,000公斤成長了71.6%(邱念渠，2005)。日本政府提倡的機械化製茶與臺茶的外銷為主的生產模式，使得生產結構也發生轉型。大型製茶廠成立，小規模的茶場與農戶因價格與品質不具競爭力，使得一般的茶農轉向生產茶菁，販售予大型茶廠。因此生產與製造在此時形成了專業的分工，而北台灣的桃園廳，在當時有19,058.58甲的生產面積，佔全臺之冠。

國民政府接收臺灣時，臺灣的茶園多數因戰爭導致荒蕪，總產量僅剩1,430公噸，不及1917年的十分之一。國家強力介入茶葉的生產，首先於1950年訂定「臺灣省製茶業管理規則」，業者必須向主管單位申請設廠許可，申請合格核發「製茶工廠許可證」方得營業。根據1951-1952年的統計，當時全臺有300家合格茶廠，其分佈為臺北市50家；臺北縣60家；桃園縣60家；新竹縣100家；苗栗縣25家；其他縣市共5家左右(謝明妃，2002)。管制的結果使茶菁市場的交易受到限制，茶農必須將採得的茶菁交予合格的製造廠製造。製茶廠申請許可證，再加入製茶工業同業公會，接受工會的督導。政府對茶葉的管制還包括了行政院「外匯貿易審議委員會」對外銷茶類訂定出口底價，這一連串措施使得小農生產，茶廠製造的生產秩序形成一道嚴密的網絡。1973年，經濟部增訂了「製茶工廠最低設場規則」將茶葉納入食品加工的管理規範，更提高了製茶業的門檻，保護現有的茶廠免於受到新加入者的挑戰(邱念渠，2005)。

第三節 臺灣茶葉生產的區域變遷

臺灣的茶葉生產在 1980 年代之前均集中在北部丘陵區，主要以外銷為主（林滿紅，1999）。一方面有政府對製茶廠的管制，提高進入的門檻；另一方面則是農業政策中的「三七五減租」、「公地放領」以及「耕者有其田」等政策使得農民取得土地生產茶葉。小農增加，販售茶菁與製茶廠生產再投入國外市場是當時北部茶區的主要生產模式。1982 年，政府廢除「製茶管理規則」。1987 年廢止「製茶工廠最低設廠規則」，此後茶農無須加入公會，也不需要執照即可買賣茶菁與生產茶葉（謝明妃，2002）。農民覺得自己投入茶葉的生產與販售茶葉可以獲得更高的利潤，於是投入茶葉的生產，使得大型的茶廠不易收到茶菁，難以維持。

另一方面，臺茶在外銷市場的銷售量在 1973 年達到高峰之後開始下滑，而這也使臺灣北部以外銷為主的茶葉生產有了結構性的轉變。依據林木連等（2003）指出，1974 至 1984 年間，是臺灣茶葉由外銷轉為內銷的關鍵期。首先是政府在

1964 年取消茶葉外銷底價制度，偽劣的的臺茶開始出現在國際市場，使得茶葉的信譽開始下跌 (邱念渠，2005)；其次是臺灣的生產成本增高，降低了茶葉在國際市場的競爭力 (林木連等，2003)，特別是茶葉生產過程中勞動力的成本佔有相當高的比例，因此工資的上漲會大量地反映在茶葉的價格之上；第三，臺灣的內銷市場在 1980 年代之後開始興盛，迅速的襲奪了外銷的市場 (徐起欽，1997；林滿紅，1997；林木連等，2003)。依據陳宇翔 (2005) 的研究，在 1979 年時凍頂烏龍茶每臺斤 1,000 元，折合美金 44 美元/公斤；文山包種茶 600 元，折合每公斤 37 美元；印度，錫蘭，肯亞的高級紅茶在國際市場為每公斤 3.2 美元，而當時國內普遍的內銷茶價為每臺斤 320 元，折合為 12 美元/公斤³。價格差異使得國內的茶葉由外銷轉向至內銷市場。茶葉在外銷轉向內銷後，原本北部丘陵地生產的紅茶、綠茶產地開始沒落。1980 年開始，臺灣進口的茶葉量開始超越出口量。而 1995 年起國內的製茶廠拒絕收購國產茶菁，1997 年政府首次動用「農產品受進口損害救助基金」輔導茶農轉作及生產補貼 (林木連等，2003)，其原因為桃竹苗等地生產的外銷及飲料加工原料茶不斷累積使茶廠庫存量大增所致。臺灣北部丘陵地區的茶葉隨著外銷的沒落，而中南部烏龍茶與高山茶則適時而起，生產出適合本地口味的茶葉。

臺灣茶葉的生產在 1900 年至 1980 年代，主要在北部，而中部僅南投種植阿薩姆紅茶 (陳宇翔，2005)。在臺茶外銷沒落轉向內銷後，呈現出兩個趨勢：北盛中衰與海拔上升 (陳宇翔，2005)。桃園縣與新竹縣的茶葉生產面積均由 60 年代的 9,945 與 12,811 公頃下降至 2003 年的 1,184 與 1,199 公頃，僅剩餘最高時期的一成 (陳宇翔，2005)。

茶區的消長原因在於外銷市場的沒落與市場口味的轉變，但這兩個地區：北部與中南部的茶區之間，並沒有轉換的關係 (由海外市場轉向國內市場) (陳宇翔，2005)。這兩個茶區為不同的區域概念，它們的市場、生產策略與產品儘管均為茶葉，但卻有本質的差異。過去以外銷為主的北部茶區以生產紅茶、綠茶為主，以大規模的福特主義方式取得價格優勢以利出口，而其產業分工則以小農生產茶菁，販售與製茶廠的生產結構為主；而臺灣在 80 年代以後，中南部興起的烏龍茶則是以生產烏龍茶、高山茶為主，它們的生產則是由小型的生產、製作二

元化的小廠，生產出符合本地口味，具差異性的茶葉為主，甚至臺灣發展出特有的「高山氣」與「山頭氣」的論述以形塑地方性的「品質」概念（陳宇翔，2005）。

臺灣茶葉的生產在歷經由外銷轉向內銷與主要產區南移之後，政府對茶葉生產的作法也因為農業重要性降低，而由積極的管制轉向為消極的輔導。在早期 1950 年代左右，每年茶葉的外匯收入佔全國外匯的一成左右（許漢卿，1992），國家對臺茶的外銷有許多的管制措施，從生產到製造到外銷的報價等都有強力的管制，但隨著 1987 年廢除「製茶工廠」最低設廠規則，解除了對茶葉生產的管制，政府對茶葉的生產已沒有積極性的介入與管制，因此北部茶區有許多已轉為高爾夫球場或工業區。此外政府對於進入 WTO 之後的市場開放，導致的中低價使茶葉所面對的市場劣勢與高山茶園造成的社會成本也都未能有效因應⁴。

第四節 峨眉鄉茶產葉的發展

峨眉鄉的早期茶產業發展過程為大量生產紅茶、綠茶或包種茶的原料，供作大型加工廠加工之用。例如一位受訪者就提到(F5，峨眉，2007.1)：「我們大家本身就種很多茶葉....都賣給工廠、大工廠。以前沒有家庭式的工廠，都是大型的製茶廠...茶園當時有兩、三甲，自己的，都是自己的...採茶的時候，我覺得長期就差不多要五個長工採，每天採的歐巴桑差不多每天要五個以上。我們這邊賣茶葉就是賣給大茶廠。」

當時峨眉鄉的茶農主要就是如 F5 所言的生產茶菁給工廠加工：「因為家裡很多茶園，茶園在當時我的祖父在老家的時候，他們的想法是，既然大工廠要收購茶菁來製作這個紅茶、綠茶向國外推銷，而復興有一個老茶廠就由當時我祖父的弟弟在那裏開，我們家就充分的管理茶園，把茶菁供應他們來製作....專業種茶

菁...當時我們賣茶菁的完全靠大工廠，要看大工廠的臉色，那個價位得由他們決定」(F3，峨眉，2007.6)。而農民種茶的價錢往往是由茶廠或行商決定，F3 茶農提到「我們的茶菁，他(茶工廠)根據幾斤、重量、價位要明天才知道。」(F3，峨眉，2007.6)。「每天價錢不一樣，天天變化.....不行你也得給他，民國 60 年代後期，有一段時間價位非常不穩定，不合我們的採收成本，那我祖父也在自己家，用簡單的粗製茶的家庭式的機器，請四個工人來做包種。然後自己做，因為價位不好嘛！他把粗製茶做好以後，再請北埔那邊的那個貿易中間商來看你多少可以買。」(F3，峨眉，2007.6)。

當時峨嵋主要的茶農以生產茶菁為主，賣至峨眉復興的「聯合製茶廠」或是由收茶菁的中盤商，收購後統一賣至大茶廠加以加工生產。然而東方美人茶是否與這樣的生產型態有關呢？東方美人茶早在 1931 年即出現在日人阿部宗平的文獻記載之中(楊宗儒，2007)，日人在其文獻中清楚的指出新竹縣所生產的茶葉在六月時，青心大有生產的烏龍茶因受到夏季浮塵子的咬噬而形成最優的茶品。日人阿部宗平對東方美人茶的要項描述與今日熟知的東方美人茶特色幾乎一致：新竹縣，夏天生產，青心大有品種，以及浮塵子的咬噬。所以東方美人茶最少早在 1930 年代起就已被定型為特有的產品，而與特定的地方與文化因素相關。

東方美人茶早在 1930 年代就為日本人所稱道，但在日治時期至現今，東方美人茶的發展似乎是一直未見大量生產與製作。儘管東方美人茶傳奇的特色為人津津樂道，但東方美人茶的發展大約是 1980 年代開始的。受訪者 O1 提到當時的行政院長在民國 72 年間到峨眉訪問時就將峨眉的槿風茶命名為「東方美人茶」以利地方的農產品推廣(O1，峨眉，2007.06)。同時間，當時的新竹縣長也介入協調北埔的槿風茶與峨眉的東方美人茶的名稱之爭，顯見在 80 年代末期，新竹縣兩地的槿風茶與東方美人茶已發展至一定的程度。但是北埔與峨眉的茶名之爭卻至今仍未統一。在日治時期至 80 年代東方美人茶已發展成熟之間。東方美人茶一直存在在新竹當地，但當地的茶葉生產一直不是以東方美人茶為主。茶農 F3 回憶起當時地方茶產業指出：「我們做中盤的人都要找大工廠，才有辦法消化我們的數量....大型工廠做槿風茶很少，夏茶不一定通通都採槿風茶，那是要撿不齊的才做槿風茶，當時夏茶都是撿出來做包種茶。」(F3，峨眉，2007.6)。

所以當時峨眉主要的茶農是生產茶菁，供大型加工廠製作紅茶、煎茶外銷，甚至在 80 年代之前，都不太興盛製作東方美人茶「那時槿風茶不是很盛行，大家茶不喜歡給它，這樣採不齊。都是機器剪阿，像我自己的茶樹當時還很旺的時候，都沒有採東方美人茶阿。」（F3，峨眉，2007.6）。

東方美人茶的生產方式主要特色即在人工採茶，挑選被浮塵子咬噬後的茶菁才可以做出帶有蜜香味的東方美人茶，因此它的生產方式基本上是與峨眉原有的機器摘採的方式衝突，因此當峨眉的茶產業停留在生產茶菁，供外地的大茶廠製作紅茶、綠茶或包種茶時，東方美人茶是不太可能成為主要的農產品的。比較可能的推論是勤儉的客家人在機採之後，仍舊摘採收成後才發出的新芽，而此時新芽適為浮塵子所咬噬，因此生產出東方美人茶，但當時的生產量應該非常少量。

東方美人茶的生產方式必須為手工揀採、生產。而它與當時峨眉的機械化大量生產方式是衝突的。峨眉鄉現今的茶產業生產方式是春、冬茶生產綠茶、包種茶特色茶葉，而夏季以生產東方美人茶為主。這種生產方式似乎可以取得東方美人茶與其他茶種生產的平衡。但這種的平衡方式：春、冬茶機採生產綠茶、包種茶，夏季生產東方美人茶是現今才變遷轉化而成的。80 年代之前峨眉鄉茶產業的生產方式則是以綠茶、紅茶、包種茶茶菁的生產為主，佐以夏季少量的東方美人茶生產。

當時東方美人茶生產不顯著的主要原因是因為台茶產業在當時的區域分工是北部茶區主要是福特主義的生產方式：標準化、大量生產。而北部桃、竹、苗茶區的區域分工就在茶農大量生產茶菁，而以少數大型加工廠加工生產外銷茶。促成東方美人茶在桃、竹、苗地區轉型成為真正的有經濟價值的地方產業，在於台灣外銷茶產業的沒落導致桃、竹、苗茶產業的原料生產區的區域功能轉變所致。茶農 F3 的轉型可以視為一個這種大環境轉型的例子：「茶樹還很旺的時候，都沒有採東方美人....我們自己本身茶園很多、茶菁很多，不用給人在中間剝削。」他提到他與茶廠的關係：「我有中盤，我的茶菁才可以固定每天來多少斤茶葉，你如果光靠茶農，你不知道茶農到底誰要賣給我....所以我這家工廠有 10 個中盤，我每天固定有一萬斤茶葉，他自己就可以算得到他的生產量」（F3，峨眉，

2007.6)。而做中盤做久了才可以順勢地學習到整個茶葉生產的流程，從上游原料的掌握到下游通路的掌握。在適當的時候，例如台茶外銷失利時，轉型至整個茶葉製作的生產者。F3 茶農說「每天我們都是要到茶工廠阿，耳濡目染，看久了大概知道茶葉就是這樣，它的過程是怎麼做。」因為接觸到上游的茶農與下游的茶廠，得知茶葉的利潤，所以 F3 茶農在 1980 年轉型做茶工廠，而他也指出約在同一時間出現了許多家庭式的小工廠。當時應運而生的是「頭份一家叫明光機械廠！它就做那種家庭式小機器，....有炒鍋、揉捻機、乾燥機阿，其實做茶只要這三種就夠了...那時候我記得有一套機器只要 10 幾萬而已」，「除了收茶時感到自己做利潤較好之外，我收茶菁時就感覺到趨勢已走到家庭式的製茶廠了」但當時是否已有槴風茶了呢？F3 茶農指出：「有，自古以來就有，但那時候較好喝，那時候喔，土裡沒有噴除草劑，那個土都是用鋤頭翻的，那個東方美人茶蜜香很香，非常香，那時候叫槴風茶但是價錢不好。東方美人茶也有賣但賣的很少、不多。知名度沒有打開。可是東方美人茶利潤低，因為數量不多，跟包種茶來比，做包種茶利潤好阿。」當時他的店面也有在賣東方美人茶：「有在零售，可是賣的很少....主要是在賣包種茶，夏天也有賣包種茶，因為我們這邊是產地阿，那時後早期很多那個山上阿，老人家他做好的東方美人茶，像十斤、八斤、三、五斤他就會坐巴士來賣給我。東方美人茶我不用挑枝，我們就這樣三、五斤一袋給客人選阿，你喜歡這一包你就買這一包。那時候沒有那麼有制度，就是山上茶農拿來賣我們這個茶，比如說我一斤五百塊跟他收的，我們利潤賺個兩成到三成之間，我們就賣給消費者了」(F3，峨眉，2007.6)。

峨眉的茶葉早期的茶業都是以生產茶菁為主，也得到其他茶農的證實：「當時真正做茶的不多，當時茶葉以外銷為主，一般都做大工廠的綠茶與紅茶，所有的茶葉趨向供應給大工廠，東方美人茶只有在夏季的時候在茶園著甦的時候才會做，否則就採下來給大工廠，當時槴風茶沒有引起大家的注意。」(F5，峨眉，2007.1)。可是當時銷量有限，F5 指出：「除了自己使用，親戚朋友還有知道這個茶葉的醫生會來買，剩下的北埔來買。」F1 茶農也說「我們差三代做茶，那時景氣不錯，民國六十九年，我們做茶賣給飲料公司做上游....我在復興家裡面都賣給茶行，一季茶做幾千斤，我茶葉賣掉，扣掉茶菁錢、工扣掉，所有費用扣到剩三、四萬，只做工錢，後來轉型加工做綠茶粉，你知道天仁綠茶，我跟他腳步

走，批價到全台灣都有轉作綠茶粉，南投、台北老茶行我也有賣」(F1，峨眉，2006.10)。

當茶農由生產茶原料到自己做茶之後，東方美人茶開始為社會大眾關注而受到歡迎時，大約是 80 年代，地方農會推廣「一鄉一特色」的政策，農會舉辦地方的比賽，「就靠比賽拉起來」(F5，峨眉，2007.1)。「當時的陳縣長在外賓來時就送東方美人茶，東方美人茶可以說是由他開使用的，我們早期大家都說槿風茶嘛，陳進興他就用東方美人茶，他默默耕耘喔，耕耘了兩屆下來，七、八年下來東方美人茶才開始小有名氣....他就一直說我們新竹的名產，東方美人茶好了，很漂亮、很好喝，這不是隨便地方都有....東方美人茶這幾年才打出知名度」(F3，峨眉，2007.6)。

東方美人茶在近年來才開始轉成峨眉茶產業的主力商品，每年的茶葉比賽已成為地方的盛事，平均頭等獎約有三萬餘元一斤的行情。每年參加比賽的點數光峨眉地區即有一千貳百點左右，換言之即有一萬兩千台斤的參賽數量，然而峨眉近年的茶葉耕地呈現減少的趨勢。事實上，峨眉這些年東方美人茶產量的增加是來自峨眉向外地收購茶菁所致。F3 茶農就指出「像現在很多做東方美人茶的都跑到外地去買茶菁，有很多跑到龍潭買，其實龍潭的數量不少耶，頭份、頭屋也都有去買」(F3，峨眉，2007.6)。同時峨眉也出現專門製茶的茶行師傅，峨眉地區由過去的專門生產原料的茶菁生產區，轉變為製作茶葉與地方特色茶的製茶中心，例如 F4 茶農就說到：「我們目前沒有種，像東方美人茶就是買茶菁，不然就是去包茶園，....因為我們以前是茶廠，後來沒有時間去管理，所以就沒有去耕種」(F4，峨眉，2007.8)。F4 茶農指出，他們在夏茶生產時會回來生產美人茶，其他春、冬茶生產的時候會到南投、阿里山等地去做茶。

當峨眉地區的東方美人茶開始興盛。峨眉轉而向外地形成連結成為一個東方美人茶生產中心，與外地形成一個關係網絡。包茶的網絡大致上是向桃、竹、苗地區種植清新大有的茶園去收購夏季的茶菁，而其中的大宗為桃園縣的龍潭，因為他們的茶種相同，同為客家人以及龍潭地區仍維持傳統的福特式大量生產的生產方式。包茶的價錢大約為一甲地兩萬元到四、五萬元，視其品質而定。而包茶

的結果是使得龍潭當地夏茶的收益提高「五年前大約是一萬多元，現在因為競爭非常厲害，租茶園的價格越來越高」（F4，峨眉，2007.8）而這樣的合約關係因為茶菁需求競爭都是「一做完就跟茶農談一下明年是否再租給我們，原主可能仍舊做烏龍或做綠茶，我們只做夏茶」（F4，峨眉，2007.8）。

但是在東方每人茶的價錢日漸看好，而峨眉產量又不足的情況下，包茶成為一個短期增加收益的必然現象。傳統的峨眉製茶方式產生一個微妙的變化。東方美人茶的品質有大部分來自茶葉被浮塵子咬噬的比例，因此比賽成績的優劣來自茶菁原料的好壞，包茶制的產生使得購買到好的茶菁是非常重要的，「就是你要買好的原料，大家都想要買好的原料嘛，所以在一個競爭的角度下去看，這是很正常的現象，只是手段要光明正大一點…我們有默契，就是我去講好的價錢，你不可以去抬價…現在變成是我去講好的那塊地，你又去搶那塊地。」「我們客家人就是會有那種知福惜福的感覺在，但是我覺得去搶那個沒意思啦。」「有些人不管交情啊，他不管怎樣，看到著涎就一直砸錢…就是價錢出不過你，可能還要被搶一頓就是了。」（F2，峨眉，2007.9）。茶農說所的包茶的競爭反映出市場競爭的激烈，但這樣的市場競爭似乎已經使得傳統的均衡受到挑戰。著涎程度高的茶園的價格不斷地上漲，主要的原因是「東方美人茶沒有什麼本事，主要是原料」（F3，峨眉，2007.6），而有了好的原料才可以在比賽中脫穎而出，這也凸顯了地方上對製茶觀念的改變。F3 茶農指出：「我有發覺以前人比較不重匾額」，過去消費者「來到就說你這家的茶賣的實在啦，你賣的茶不錯，人家就比較跟你買了。阿現在資訊發達，一下就說某一家得頭等獎就一窩蜂覺得很會做茶…可是我們同行之間就覺得，那你買的就不準，要靠我自己做的，我才是真正會做茶。」，在過去自產自銷的時代，比賽與銷售均代表個人的實力，可是在包茶制盛行之後，購買茶菁引發了生產秩序與社會秩序的改變，同時也指出了部分消費者以得獎的匾額做為一個重要的品質指標。

茶農到外地去包茶對當地的茶農（如龍潭）而言是這些年才有的現象。這幾年包茶的價格由一萬增加至四萬元一甲，「因為那季茶他本來就不要，夏天茶葉會苦，單寧重，所以產量不是很大，他賣給工廠的價格不會很高…包茶之後管理上事前要做溝通，照我們的方式來。」至於會不會著涎，「老天爺的風險要自己

担」(F6, 峨眉, 2007.2)。目前包茶呈現是賣方市場的情形, F6 茶農指出「包的人太多, 所以不用殺價。」包茶之後, 茶農還必須定時去看, 「有時候當然要去看啊, 有時候也要叮嚀那個園主不要噴藥, 連除草的都不要噴」(F4, 峨眉, 2007.8), 原因是因為包茶多是要參賽而比賽都有嚴格的藥檢之外, 也因為噴藥會影響浮塵子著涎的程度。

峨眉的東方美人茶的發展對地方的土地使用並無太大的影響, 公所的官員 O2 指出「東方美人茶有名, 但都是買茶菁回來加工」(O2, 峨眉, 2007.10)。同時根據官方的統計資料顯示, 地方政府補助茶園復耕, 但 2006 一年申請復耕補助僅有 3、4 公頃。東方美人茶的產量逐年增加, 但多數是到外地方去包茶的結果, 形成峨眉與外地的生產連結。

東方美人茶的口味在近年來也因為比賽的關係而有了轉變。茶農 F2 指出過去的東方美人茶較偏紅水, 而現在則較偏綠水。他歸因這樣子的轉變是市場受到做茶人的影響, 而做茶人的改變又是因為比賽中評審口感的改變所造成。

這種的改變也指出消費者的年齡有年輕化與外地化的現象「現在大概 4、50 歲以上的人, 以前他的認知是紅水的東方美人, 為什麼他會今天比賽出來, 那些頭等的、特等的水會這麼清, 已經失去傳統東方美人的顏色, 它們會抗拒…以前是我們講的熟果香、蜜香比較濃郁, 現在多一點這個芬芳的感覺」(F2, 峨眉, 2007.9)。茶農 F2 進一步指出何謂芬芳的感覺: 「以前喝的是凍頂式的烏龍…現在換高山式的烏龍, 就是我們一般說高海拔的茶葉, 發酵程度較低…喝東方美人的人也可能有這樣的轉變…不知不覺大家就一直轉變要喝綠水了, 而年輕人比較喜歡清水的茶比較香」(F2, 峨眉, 2007.9)。茶葉改走綠水的原因對於喝茶的人而言: 「就是那個回甘, 感受到茶葉的回甘比較強烈」(F2, 峨眉, 2007.9)。

除製茶者的收益提高外, 峨眉地區的東方美人茶對地方的影響在於提高地方的收益, 主要表現在提供地方人士的就業機會, 特別是年長者的就業機會, 這與東方美人茶的製造方式有密切的關係。一般而言茶園管理的行情、除草、施肥、

採茶約為一天一千兩百元，而施藥則為此的兩倍。東方美人茶必須以人工摘採的方式採茶菁，這主要是桃園與新竹茶區的問題。F6 茶農就指出「龍潭東方美人茶不是他們的產業，他沒辦法做，因為當地沒有工…他做好玩的沒有量出來…他都是這邊買回去比…他是都市型的農村，工都凋零了，他工廠多就業機會多，沒必要採茶…都是我們做好再賣回去給他們」(F6，峨眉，2007.2)。J 所以東方美人茶發展的瓶頸就是在採茶工的不足，大多的綠茶工人都是地方上的高齡人口。這些高齡人工僅勉強支撐採茶所需的人力，有些茶農甚至必須到鄰近鄉鎮去尋找採茶工。

為因應目前茶產業發展的困境，峨眉鄉的策略是以東方美人茶為核心產業，帶動春、冬茶的製造蜜香系列製作方式。在春茶方面，氣候的暖化使得浮塵子意外的在春茶上也產生著澁現象。F5 茶農說：「那為什麼，因為氣候漸暖了，它開始在那邊著澁…我們做茶葉，綠茶是蜜香喔，更高級賣的價位更高…一般綠茶 800 元一斤，蜜香綠茶高級的可以到一斤一千六…而秋天採的茶也可以有蜜香味」(F5，峨眉，2007.1)。在冬茶的部分，北埔與峨眉兩鄉原本計畫在 2007 年合作推廣冬茶比賽，但今年兩鄉合辦的比賽因故作罷，使得兩鄉合作的計畫破局，不過東方美人茶由原本夏茶向春、冬延伸是兩鄉的共同目標。

第五節 東方美人茶生產區與連結的條件:品質與傳統

目前龍潭地區的茶園大多生產包種茶，而包種茶一年的淨收益約為一甲地不到十萬元，許多尚在維持的茶園已轉作東方美人茶。東方美人茶有別於臺灣盛行的高山茶與烏龍茶，為重發酵茶，其發酵過程為 60-80%，僅次於紅茶的 80%。但它的茶種有別於紅茶的印度阿薩姆種，東方美人茶樹種為青心大有。東方美人茶主要產於夏季，它的生產特色是端午之前，小葉綠蟬咬噬茶樹的葉片，受蟲咬噬的茶樹，在手採製做後，葉尖帶有白毫，故又名白毫烏龍。東方美人茶飲用富含天然之甜味、蜜香與果香，為目前臺灣之高價茶種，以北埔地區的平均單價最高，一斤約有 2,000 元的行情，遠較烏龍茶的平均 1,500-1,800 元為高。龍潭地區的東方美人茶較低於新竹縣的行情。東方美人茶的生產有以下的特色：生產於夏季，因為夏季有小葉綠蟬的咬噬，但夏季卻是一般茶葉品質較差的時候，臺灣各

地的茶區均不在夏季生產茶葉；其次，東方美人茶之所以有特殊的香味主要因為它遭受到蟲子的咬噬，因此東方美人茶的生產不可噴藥，必須以人工摘取挑選受小葉綠蟬咬噬的茶葉，無法機械化大量生產；第三，因為茶種以及地形、氣候與技術的關係，目前臺灣僅桃竹苗地區生產東方美人茶。

龍潭地區由原有的茶種轉作東方美人茶約發生於 1995 年前後的期間，但這樣的時間並無定論。有的茶農認為東方美人茶是一種生產方式，過去只要把原本不採收的蟲子咬噬過的茶葉加工生產即有東方美人茶。然而東方美人茶的生產與傳統茶業的生產有本質上的差別，第一，相較於其他茶，東方美人茶必須有小葉綠蟬的叮咬，因此在茶區管理時不可噴藥；此外，茶園的蟲隻生長因素是自然條件，無法納入福特式的生產管理操作；第三、東方美人茶的生產必須以受蟲咬噬的茶菁為原料，因此它無法以機器採菁，而必須以富經驗的採茶工，手工摘取茶樹芽心處之一心二葉，有蟲叮咬之茶葉做為原料；第四、東方美人茶生產的技術以及消費者對其口味的偏好與龍潭茶過去的茶葉不同；第五、東方美人茶量少價高，茶農生產東方美人茶之後，無法像以往生產茶葉大量的賣予茶廠，或是茶行、盤商等，新竹縣的茶農販售東方美人茶的管道均為直接循人際網絡售予熟客。

龍潭地區轉作東方美人茶的契機主要是因為外銷市場的消失而起。茶葉改良場的人員指出因為外銷不景氣，看到北埔槿風茶這樣好賣，農會辦講習，改良場去教作茶。本來龍潭茶是做包種，夏茶苦澀沒有收入，轉槿風茶就比較好，一斤上千。本來不生產，要找勞工採就增加就業機會，自己作或賣兩者都有收入。北埔峨眉的來包，本來幾千塊，漲到三萬或五漲，龍潭地區五百公頃乘三萬，完全包出去就可以增加龍潭地區一千五百萬的產值，自己生產收入更高。這說明了龍潭茶的再商品化過程有經濟上的因素導致東方美人茶的出現。而茶改場官員所提到的數據指出，若以目前近 1,000 公頃耕地乘以茶菁的最高行情五萬元計算，則可以有近五千萬的收益。龍潭地區若是轉型自己生產，則可以有更高的收益。但茶改場官員說自產自賣只有 40%，其他茶園 60%都是北埔、峨眉來買。主要原因是因為第一、採茶工的來源比較缺乏；第二、北埔、峨眉它的銷路好，我自己龍潭來做賣不起來，比如說：我自己做自己賣可以賣十萬，但是我賣不出去啊！賺不到十萬，給你採賺三、五萬就好了。

東方美人茶的生產要件之一是被蟲咬噬過的茶葉，這個因素使得它無法用機械化去大量生產而必須由人工採集。龍潭人工不足，使得龍潭發展出獨特的由再商品化形成的區域連結包茶制度。龍潭地區習慣以機採的方式收割茶菁，導致茶農多是種茶不做茶。另外，種茶，做茶也是一種生活方式或傳統，機械化的收割使得龍潭並沒有人工採茶的傳統，使得採茶成爲一項純粹經濟力驅動而非文化或傳統使命驅動的地方活動。例如臺灣的水稻生產，其實並不符經濟效益，農民的收益低落，但另有生活傳統與文化因素去支持水稻的生產。採茶工的工資平均一天要一千元，工時約八小時，含一餐飯與一頓點心。可是採茶工必須在褥暑下，全身包裹以防蟲咬的工作情形下工作。龍潭的東方美人茶生產因此在生產結構與傳統的兩個條件下，產生了東方美人茶缺工的現象，使得龍潭地區產生了與其他方合作的包茶制。

第六節 東方美人茶的關係空間與傳統

包茶制度是由再商品化東方美人茶所形成的地方合作，共同生產東方美人茶的一套制度。包茶制度是購買者在採收之前向其他地區的茶農預先購買產季生產的茶菁（余欣芳，2006）。包茶制下購買者要自備採摘的勞動力，園主僅負擔茶園生長管理的責任。就東方美人茶的生產而言，天候的因素，小葉綠蟬的因素是影響茶菁品質的風險，其風險由購買者承擔。茶園主收取約一公頃 2 至 5 萬元的收益，僅負茶園生產管理的責任。但由於茶園的春、冬茶仍有生產，因此茶園主的春、冬茶生產仍可能對夏茶的生產造成影響。若春茶施藥，則造成小葉綠蟬不咬噬而影響東方美人茶的品質，因此此一交易制度，仍是鑲嵌在一社會信任的制度上。

包茶制的發生主要是由於東方美人茶的特性使然。東方美人茶是夏茶，而臺灣只有東方美人茶是夏季出產的茶葉。當然，東方美人茶生長的品種與品質也很重要。包茶制度的運作必須透過熟悉的人去引介，而這個引介的人除了是社會資本理論中所言的結構洞 (structural hole) 之外，他也必須擁有足夠的地方上的社會資本以降低茶園風險。但是北埔、峨眉、龍潭等地的社會資本更是鑲嵌在一些族群與文化等因素之上。共同的族群、文化、以及語言使得包茶制度得以在網絡上發生，而使得產業與地方的再發展得以發生。龍潭地區與北埔、峨眉等地的包茶制度並未以文字或契約界定權利義務關係，僅以口頭約定規範。這樣的規範效力，事實上另有機制達成。首先，茶菁的交易單純，雙方都是資深的茶農，而包茶區的產量與品質也是一個長期與成熟的條件，對於天候與蟲咬的風險，在認知上是一個公平的分攤。交易本身並沒有違反茶園主的一般生產方式，例如特別的施肥或管理，而較具市場風險的工資或茶價部份，由買方負擔，使茶農認為此為淨收入，例如之前的茶農訪談提到這部份的收益是淨賺的。第二、包茶的機制有族群或文化因素的影響，使得網絡上的信任、社會資本形成一個長期的市場秩序，例如前述的茶農在仲介包茶時，不僅是熟識雙方網絡的結構洞，而且他的親人可以視作為一秩序與信任的擔保象徵，維繫信任。這也代表社會資本可以加諸於個人，形成一個可賦予或轉讓的資本。不管是否相識，只要提出一個有效力的符號，社會資本在轉介與讓渡後仍有效果。最後包茶制度的價格與每年東方美人茶的價格相關，例如前述訪談資料就指出包茶的茶園生產出的茶葉得獎，使得包茶的價格上漲。這點說明了社會資本只是生產傳統的一部份。市場機制也是影響包茶行情以及歸屬的另一因素。社會傳統與市場傳統同時影響著交易的進行。

新竹與桃園東方美人茶的區域化過程，出現了區域學習的學習網絡。學習的管道有兩種，第一是地方辦理製茶比賽，藉公用競賽現場觀摩帶動知識的傳遞；第二是私人的交流，有的茶農說是因為都是客家人，加上過去買賣茶菁形成的長期合作關係，即是以請教的態度去，所以教學者願意講，也有茶農說朋友關係所以願意講。然而這種默識知識的傳遞即使沒有技術的困難，是否會有競爭的關係而有藏私的可能？龍潭的茶農並不認為有藏私，因為第一，北埔已建立出品牌，所以不在乎；第二是沒有利害衝突；第三點是東方美人茶因為產量少，每個產區

幾乎都會在當季售清，且龍潭缺工，產量有限，因此與外地的東方美人茶較無競爭關係。

龍潭與北埔、峨眉等地因生產東方美人茶而形成一學習網絡，農民除了利用公開與私人的網絡去學得製茶的知識外，另外一個重要的學習是去瞭解消費者的口味，茶葉是一項特別的商品，它的好壞、優劣除了廉價的飲料茶會以內容成分標明健康或減肥的功效外，多數的消費者是以主觀的口感而非客觀的內容成分去決定對它的喜好，因此客觀來說東方美人茶的蜜味、果香等特色並無一定的標準，而是藉由每年的比賽去界定香味分佈的比例。因此，當龍潭許多茶農指出北埔、峨眉等地的東方美人茶品牌已經建立了，其含意在指出東方美人茶的口味、湯色等評鑑要項已被先行者制訂出規範，好喝的東方美人茶即應該如此。有龍潭的茶農就指出，他以峨眉朋友的地址，用自己的茶葉參加新竹縣的比賽，其用意在於瞭解比賽以及市場的口味偏好與自己製做的差距。

販售東方美人茶的方式係循人際網絡販售茶葉、賣予熟客，而不若峨眉過去是大量的賣予盤商。茶農販售方式的改變，除了是因為其量少、價高，過去往往是幾千斤、上萬斤的賣給茶商而一斤不過數百元。東方美人茶約只有每個人上百斤的產量，二千至上萬元的單價。同時，農民也必須培養顧客的口味。這種人際網絡的銷售關係也培養另一層生產者與消費者之間的關係空間，而傳遞交流品茶的默識知識。這種的交流是直接傳遞生產與生態間的知識。

東方美人茶的生產形成的網絡除了地方與地方間，茶農與消費者間，另有不可忽視的是人與自然的網絡關係。因為東方美人茶的生產必須手採被蟲叮咬過的茶葉，而小葉綠蟬的叮咬則決定於一定的自然、地理條件以及不可施藥的生產過程。東方美人茶獨特的香味來自小葉綠蟬叮咬所造成茶葉的變化，因此東方美人茶的獨特價值來自廣義的人與環境的關係。因為東方美人茶的生產過程中的必要條件為小葉綠蟬的叮咬，而健康的、無藥害的自然環境才可以有小葉綠蟬的生長，所以東方美人茶的生長環境也就必須是健康的自然環境。所以消費東方美人茶間接地產生了規範茶園自然環境，與調節產業的生產過程。這也使東方美人茶的論述與符號價值較其他茶葉多了一項生態的意義。因此，當東方美人茶的消費

帶動地方的再商品化的過程，這過程會調節、規範茶園中茶農對茶樹以及自然環境的互動，而形成因商品化造成的人與自然、自然與人的雙向互動，這項過程係來自商品化中商品與地方的特性。這樣的特性也造成了商品獨特的商品-地域連結關係，與商品生產過程中無法標準化的地方價值與地方化過程，使得東方美人茶與臺灣茶葉在面對大陸茶與越南茶的競爭時出現了品質的差異形成區隔。茶農指出大陸茶比較沒有蜜香，所以大陸製的東方美人茶看起來很漂亮，聞起來就不好喝。東方美人茶中的果香來自發酵的技術，但蜜香則必須要有小葉綠蟬的叮咬。此外，地區學習網絡中的默識知識，如何掌握原料、及對環境的敏感度與生產的知識是不易學習的。除了地方知識，茶葉比賽也扮演一個把關的角色。茶葉比賽是另一個應用地方知識的過程。比賽決定茶的口感，香氣的分佈做為名次、價格的標準訂定者。對北台灣的茶農而言，因為外銷茶的沒落與臺灣喝茶的口味移轉，農民轉型生產東方美人茶，生產東方美人茶使帶動了龍潭與新竹縣形成一個跨區的連結互動。龍潭與北埔、峨眉形成跨區的學習網絡。這種關係網絡包含地方產業的分工關係與產品特性的產品-自然關係，後者形成一個不易被取代的地方化的過程。

第五章 討 論

第一節 關係空間

Marsden 提出四種英國鄉村的理念型，而如果僅是提出這四種理念型，則僅有描述的作用，並無分析與解釋的效用。同時，它也僅限於對英國的鄉村發展提出分類的參考。但 Marsden 在提出分類的觀點之後，提出一個相互作用的三個概念：調節、商品化與空間網絡。Marsden 的鄉村發展類型在這三種概念的處理下有了分析與解釋的功效。所以根據 Marsden 的鄉村發展理論，每種類型的鄉村都有不同的調節作用，商品化過程與空間再結構與網絡關係的生成。這三種關係是相互影響，環環相扣的。當一個鄉村地由生產某種農產品到另一種農產品，或是非農產品的休閒空間或是住宅所需的土地，或者是完全由生產農產品到去生產之後且無空間生產的沒落的鄉村（如依賴的鄉村），這都代表著一種空間與生產關

係變化引發的關係網絡的改變，而這項改變對應的就是影響它的調節或去調節的作用。所以 Marsden 的鄉村發展理論是以地方商品變化的商品化過程切入來解釋鄉村發展。在過去，鄉村與都市形成共生的關係，鄉村所生產的所有農產品與其他產物（如勞動力與土地）都銷往鄰近的城市，鄉村由國家的政策形成對商品、土地與勞力的調節，而其主要的商品與生產關係則形成傳統認知下的網絡：區域。但在全球化之後，許多的鄉村地區可能生產出遠方或國家之外所需要的商品，此時它的生產會遭受新生成的調節力量所影響，成為行動者網絡理論（ANT）所指出的遠距行動（action at a distance），而它們之間也形成一個緊密的空間網絡。反過來說，在全球化的時代，鄉村面對全球的競爭，其商品欲在市場上有競爭力，必須配合市場需求而受到一個全球化下的調節力量所控制，而重新商品化。Marsden 企圖以這三種概念的動態競合關係來說明鄉村發展與轉型的過程，在英國的例子，Marsden 發現有四種的發展類型，這個鄉村發展的理論超越了鄉村發展外生理論與內生理論的爭議，因為任何地方內、外的連結都不是內生、外生理論單方面所能處理。同時這個理論也改變我們對傳統區域與尺度的觀點。當兩地之間形成一個生產的關係空間時，它們不必然具有地理鄰近性，反而是生產關係的關係鄰近性影響它們的相互依賴與互動，而它們所在的地方治理會因為它們形成一個新的關係空間，必須相互調適，否則無以穩定它們之間的關係。例如遠洋漁業中的漁場主權國家，漁船的擁有國與消費市場所在的國家在消費某種魚類所形成的治理若無法協調，則這種關係網絡勢將無法維持。Marsden 的鄉村發展理論結合空間與發展的概念，提出商品化帶動關係空間的觀點。在地方發展的回顧下，這樣的觀點可能過於簡化，因為地方的生產與商品可能是動態的過程與多元的商品，而這樣的過程似乎無法以單一商品來說明。因此在應用 Marsden 的理論時，對主要商品的討論可以釐清地方發展的變遷，但事實上，應當謹慎看待地方發展與商品化的複雜的互動，與不同的商品如何競爭土地、勞動力、與資本等資源的治理過程。

而在地方發展變化與轉型的過程中，地方將如何因應呢？不同的地方在形成關係空間時地方如何回應網絡的鑲嵌過程呢？傳統理論可以在此回應上述的疑問。地方有其歷史、文化與社會的條件所形成的傳統，關係網絡並未直接結合地方，它是鑲嵌在地方的傳統之上。Marsden 另外未能處理的概念是商品，因為在

一般的農產品中，商品蘊含了一定的農產品的地理關係，這種關係可能包含了農產品與自然環境、氣候、地理等條件，另外也包含了某些農產品的人文、社會關係。因此當地方間的關係網絡建構形成時，它除了有 Marsden 的三項概念處理的商品化、調節與關係空間外還必須思考網絡空間是如何鑲嵌於地方之上，而且商品本身的品質是如何連結地方與生態、歷史、社會。

第二節 關係空間的形成與空間再結構

峨眉的茶產業發展一直是它的主要產業，然而在發展東方美人茶之後他由一個依賴性的原料產地轉變為東方美人茶的生產中心。在過去，特別是日據時代至 1970 年初，茶產業一直是臺灣賺取外匯的一個重要的根據地。基本上，當地人不消費他們所生產的商品，所有的生產都供外銷之用。消費者需要什麼茶葉，峨眉就生產什麼茶葉，峨眉生產的紅茶、綠茶等都是服務外銷，而外銷的國家也有大陸、美國、中東等地，彼此間形成關係空間。為了配合這種生產的目的，從殖民政府到 70 年代，政府對茶葉的調節都在強調量的提升，鼓勵大茶廠的設立與小農種茶的生產方式，在這種簡單的分工下，製茶技術並未有質的突破，一直是茶廠向小農收購茶菁，經過加工，出口賺取外匯。當時法令限制設廠最低標準，以調節生產與空間秩序，形成福特式的生產模式，以致一般農民擁有的茶園面積

小而且不黯製茶技術。當時茶農的機械化過程是先有 1898 年屬於大茶廠的機械化，再有 1960 年屬於小茶農的採茶機械化（余欣芳，2006），這不但反映出研發機械化的政府配置資源的順序與調節的目的，也反映出 60 年代以農業扶植工業政策對鄉村人力的安排。

峨眉的茶產業與桃園縣形成區域合作的過程是一個再商品化，生產東方美人茶的過程。對桃園而言，它被轉型成為兩種生產商品的方式，在春、秋、冬三季仍維持包種茶、綠茶的生產，但是這個過程不斷有茶農離開茶產業，另一個過程則是生產東方美人茶。茶農生產東方美人茶並未有極大的轉型成本，因為生產的茶種相同而生產的方式也沒有太大的差異，但是兩種的生產方式則代表著地方對創新的兩種回應方式，包茶的茶農較習慣於傳統福特主義的生產方式而依舊維持在原有的生產傳統上。他們機械化採茶與製茶，然後將茶葉售予盤商，賺取東方美人茶中的勞動與土地效益；相對地另一批桃園龍潭的約 20 來人的茶農選擇投入東方美人茶的生產，這些人必須組織人力摘採茶菁製作東方美人茶，同時在人際網絡上銷售東方美人茶，賺取勞動與知識的效益。這些東方美人茶農多數是在政府廢除茶廠最低設廠規則之後出現的小茶廠。

而在峨眉的部分除了與桃園地區的茶農發展出分工的情形，在峨眉當地也發展出東方美人茶全年化的現象。在春茶與冬茶的部分，都以東方美人的生產方式來生產茶葉。欲達到這點目的，除了季節氣候的暖化之外，也是茶農欲將東方美人茶的生產常態化的實現。東方美人茶的生產主要瓶頸在人工的部分，農民為有將春茶、冬茶都轉型生產蜜香茶，才可以發展出穩定的摘採人工，以利日後的發展。

第三節 關係空間與傳統

生產東方美人茶這項商品使得龍潭與北埔、峨眉形成一個東方美人茶的生產網絡，主要鑲嵌在族群與茶葉生產兩項傳統之上。目前這些地方與本土的消費者形成有別於過去的關係空間，龍潭與新竹的產地亦未有明顯競爭關係。龍潭茶產業的生產傳統差異使得其網絡關係出現兩種差異：第一種是包茶制，第二種是自行生產。包茶制是鑲嵌在族群的傳統上，而維繫包茶制度的機制則為市場的價

值，由茶菁的茶葉品質、價格決定包茶與否。包茶制可視為一種季節性的契約耕作，受承包者春茶的茶園管理會干擾到夏季東方美人茶的品質，風險由彼此的社會資本予以調控。

自行生產的東方美人茶農須具備兩項條件：勞工與技術。東方美人茶的特性使得這部分的茶農有較複雜的生產與地方的關係。因為東方美人茶本身的特色，使得他們有較高的環境價值，他們必須更關心小葉綠蟬的生長環境，以降低生產風險。有別於包茶茶農預先賣斷茶園的茶菁，將環境風險轉嫁給包茶的買主，自行生產的茶農必須承擔茶園小葉綠蟬叮咬與否的風險。同時，他們必須去建構出自己的消費網絡，教育消費者，所以對於學習、創意以及知名度等，都較包茶者多。

過去政府的調節與龍潭與出口國間形成的關係空間，解釋龍潭採茶的勞動力不足的一個原因：多數的勞工早在 60 年代起就不需要從事辛苦的採茶工作，而可以在其他部門賺得較多的工資，因此未能形成手工採茶的生活傳統。相較於龍潭，峨眉因交通不便與工業較不發達，使當地茶農從事手工採茶。龍潭與峨眉均屬於客家聚落，客家族群與文化傳統向來是刻苦與節儉。研究中發現，客家生活方式促成區域間的互動，新竹縣的茶農願意維持手採茶的生產方式。多數由峨眉到龍潭採茶的茶工是 60 歲以上的老年人，他們願意來採茶的原因是手採習慣了。在一般的客家文化傳統之上，另有一個生產的傳統影響這群採茶工，使得包茶制得以發生，同時也維繫峨眉的東方美人茶產業。

此外，峨眉的東方美人茶生產，出現一個市場價值衝擊地方秩序與社會位階傳統的現象。峨眉在傳統東方美人生產的生產秩序中，一直是種茶與製茶並行的方式，因此受人敬重的製茶師傅，通常也擁有自己的茶園。地理條件，茶園管理技術與製茶技術一直是不可分割的。然而在包茶制盛行後，普通人皆可以用高價取得良好的著涎茶菁，而這樣的原料對比賽的名次大有助益，因而使的社會的傳統與市場的傳統相互衝突。

第四節 品質與地方

東方美人茶農的學習過程主要分成技術的學習與市場口味的學習。技術的學習是各別的茶農在人際網絡上與北埔、峨眉的茶農學習。默識知識是他們主要的學習目標，而默識知識主要有三個部分：第一是原料的知識，第二是對製做環境的敏感度，第三是製做的知識。有了這三項默識知識的掌握能力才可以製做出優良的東方美人茶。東方美人茶農有較高的環境價值，也因為如此，在商品化引起的地方關係網絡的建構中，地方農產品因為茶樹生長與茶葉生產的關係會將前述的生產網絡透過地方與商品的特性延伸到產品品質的地方—自然網絡。東方美人茶的特色使得消費東方美人茶也消費地方的生態。

此外東方美人茶的品質-地方關係也扮演調節的作用。早期的茶產業生產過程中，政府的政策與國際市場的需求是主要的調節力量，規範大、小茶農的生產規

模與分工方式。但在臺茶喪失外銷競爭力後，政府對茶產業的影響力越來越小，同時地方的茶園面積也逐漸減少。在茶農改生產東方美人茶之後，東方美人茶的生產特性與市場競爭力使得茶農的生產方式在茶園管理（不噴藥）、技術學習與生產銷售關係網絡的建構上，逐漸改變的方茶產葉的人文生態。

此外，東方美人茶的行銷也有歷史與地方文化的因素，會因此增加消費中的人文意涵。具備生產的默識知識，茶農會參加比賽，此時參加比賽的意義不再是學得生產與製做的知識，也不僅是得獎的能力肯定，而且是藉此瞭解整個的市場價值與市場的口味偏好，藉由比賽瞭解何種的湯色、香氣可以得獎以做為生產的參考。

第六章 結 論

本文以峨眉地區的茶葉生產為案例，說明鄉村地區發展轉型與空間再結構之關係。峨眉地區早期的地方發展係以傳統紅茶、綠茶與烏龍茶為主，在福特主義的生產方式下，形成與海外市場的關係空間。這項的關係空間是國家介入以政策調節所造成的結果。然而在國家產業轉型，與海外競爭者的加入後，形成新的調節關係，使得地方轉型與再發展。峨眉現有的茶葉生產同時有傳統的福特式生產與新形態的，注重地方與品質的生產。峨眉在發展東方美人茶之後，由一個依賴性的原料產地轉變為東方美人茶的生產中心。

地方發展是動態的，如果原有商品繼續維持優勢，地方沒有動機轉變其商品生產，而地方發展也將維持原貌。地方發展的轉型來自於其商品生產的競爭力變化，在商品轉換後將造成地方與其關係空間的轉換。在 70 年代到 90 年中期生產

東方美人前，地方茶葉失去競爭力，茶園面積縮減，產量減少，勞動力轉移到其他部門。生產東方美人茶後，形成商品轉換與空間的再結構。

本文驗證 Marsden 的鄉村發展理論。地方與地方形成關係空間時，除了商品生產-消費的協同作用外，地方原有的傳統扮演過濾與連結的作用，決定關係空間是否形成。同時本文也指出關係空間同時包含地方與地方之生產關係，與地方與商品的品質關係。特別是農產品的生產與地方有不可分割的關係，農產品的品質關係以東方美人茶為例，包含地理、氣候、文化與歷史等，這些因素也會影響關係空間的形成，而形成一雙重的關係空間。

引用文獻

余欣芳 (2006) 龍潭地區茶產業的行動者網絡分析，國立臺灣師範大學地理系碩士論文。

楊宗儒 (2007) 東方美人茶的生產與峨眉、北埔鄉在地文化經濟研究，國立高雄師範大學地理系碩士論文。

林木連等 (2003) 臺灣的茶葉，臺北：遠足文化事業有限公司。

林滿紅 (1997) 茶、糖、樟腦業與臺灣之社會經濟變遷，1860-1895，臺北：聯經。

林滿紅 (1999) 臺灣商業經營的中國傳承與蛻變－以近四十年臺灣相關研究為基礎之省察。見黃富三、翁家茵主編，臺灣商業傳統論文集，臺北：中央研究院臺灣史研究所籌備處，1-44。

邱念渠 (2005) 臺灣茶葉產業的演進過程與發展困境，國立清華大學[工業工程與工程管理學系](#)碩士論文。

- 范德光編 (2004) 臺灣製茶工業五十年來的發展，臺北：臺灣區製茶工業同業公會。
- 徐起欽 (1997) 臺灣茶業史概要，臺北：臺灣區製茶工業同業公會出版。
- 莊素玉 (2006) 破碎山河 傷心國土，天下，2006，五月：152-164。
- 新竹縣統計要覽 (1997-2005) 新竹：新竹縣政府。
- 盛清沂 (1980) 新竹、桃園、苗栗三縣地區開闢史 (上)，臺灣文獻，30 (4): 154-176。
- 許漢卿 (1992) 臺灣茶葉交易制度之研究，國立中興大學農產運銷學系碩士論文。
- 陳宇翔 (2005) 工業資本主義社會的農業變遷—臺灣茶葉的社會經濟分析，國立臺北大學社會學系碩士論文。
- 陳板 (編) (1993) 新個龍潭人：第二屆臺灣區客家人民俗文化大展特刊，桃園：龍潭鄉公所。
- 湯元吉 (1954) 臺灣省桃園縣土壤調查報告書，臺灣肥料公司叢刊第 21 種，臺北：臺灣肥料股份有限公司。
- 黃仁宇 (2004) 大歷史不會萎縮，臺北：聯經。
- 劉湘櫻 (2005) 落地生拓—桃園龍潭鍾家的定根與生拓，國立臺灣師範大學地理系碩士論文。
- 謝明妃 (2002) 從臺灣茶葉外銷起落探討茶業之發展與未來，國立清華大學工業工程與工程管理學系碩士論文。
- 農情報告資源網 http://agr.afa.gov.tw/afa/afa_frame.jsp
- Denscombe, Martin (1998) *The Good Research Guide: for small scale social research projects*. Buckingham: Open University Press.
- Freidberg, S. E. (2003) Cultures, conventions and colonial constructs of rurality in south-north horticultural trades. *Journal of Rural Studies*, 19: 97-109.
- Gereffi, G. (1994) Capitalism, development and global commodity chain. In: Sklair, L. (ed.) *Capital and Development*, London: Routledge, pp. 211-31.
- Goodman, D., Sorj, B. and Wilkinson, J. (1987) *From Farming to Biotechnology*, Oxford: Blackwell.
- Harvey, D. (1996) *Justice, Nature and the Geography of Difference*, Oxford: Blackwell.

- Henson, S. (2000) The process of food quality belief formation from a consumer perspective. In: Becker, T. (ed.) *Quality Policy and Consumer Behaviour in the European Union*. Kiel: University of Kiel, pp.45-62.
- Little, J. (2001) New rural governance? *Progress in Human Geography*, 25 (1): 97-102. London: Routledge.
- Lewis, N., Moran, W., Perrier-Cornet, P. and Barker, J. (2002) Territoriality, enterprise and regulation in industrial governance, *Progress in Human Geography*, 26: 433-62.
- Marsden, T. (1998) Economic perspectives. In: Ilbery, B. (ed.) *The Geography of Rural Change*, Longman: London, pp. 13-30.
- Murdoch, J. (2000) Networks – a new paradigm of rural development ? *Journal of Rural Studies*, 16: 407-419.
- Murdoch, J. (2006) *Post-structuralist Geography*, Sage: London.
- Murdoch, J. and Marsden, T. (1995) The spatialization of politics: local and national actor-space in environmental conflict, *Transactions of the Institute of British Geographers*, 20 (3): 368-380.
- Murdoch, J. and Miele, M. (1999) Back to nature: changing worlds of production in the food sector, *Sociologia Ruralis*, 39 (4): 465-483.
- Murdoch, J., Abram, S. and Marsden, T. (2000) Technical expertise and public participation in planning for housing: ‘playing the numbers game’ . In: Stoker, G. (ed.) *Power and Participation: the New Politics of Local Governance*, Macmillan, London, pp.108-34.
- Murdoch, J., Lowe, P., Ward, N., and Marsden, T. (2003) *The differentiated Countryside*, London: Routledge.
- Parrott, N., Wilson, N. and Murdoch, J. (2002) Spatializing quality: regional protection and the alternative geography of food, *European Urban and Regional Studies*, 9 (3): 241-261.
- Raikes, P., Jenson, M. F. and Ponte, S. (2000) Global commodity chain analysis and the French filiere approach: comparison and critique, *Economy and Society*, 29: 390-417.
- Storper, M. (1997) *The Regional World: Territorial Development in a Global Economy*, London: The Guilford Press.

Storper, M. and Salais, R. (1997) *Worlds of Production*, Cambridge, MA: Harvard University Press.

Taylor, Steven J. and Bogdan Robert (1984) *Introduction to Qualitative Research Methods: the search for meanings*. New York: Wiley.

Thevenot, L., Moody, M. and Lafaye, C. (2000) Forms of valuing nature: arguments and modes of justification in French and American environmental disputes. In: Lamont, M. and Thevenot, L. (eds.) *Rethinking Comparative Cultural Sociology: Repertoires of Evaluation in France and the United states*, Cambridge: Cambridge University Press, pp.298-326.

Yin Robert K. (1994) *Case Study Research: design and methods*. Thousand Oaks: Sage.

附錄:訪談名冊

編號	職業	性別	地點	日期
F1	製茶師	男	峨眉	2006,10
F2	製茶師	男	峨眉	2007,9
F3	茶販 盤商	女	峨眉	2007,6
F4	製茶師	男	峨眉	2007,8
F5	製茶師	男	峨眉	2007,1
F6	製茶師	男	峨眉	2007,2
O1	農會人員	女	峨眉	2007,6
O2	公所人員	男	峨眉	2007,10