

國立台灣師範大學  
地理系第三十五屆碩士論文

## 龍潭地區茶產業的行動者網絡分析

「本論文獲行政院客家委員會九十六年客家研究優良博碩士論文獎助」

指導教授：譚鴻仁

研究生：余欣芳

中華民國九十五年六月

## 國立台灣師範大學地理學研究所碩士論文摘要

論文名稱：龍潭地區茶產業的行動者網絡分析

指導教授：譚鴻仁

研究生：余欣芳

論文內容：共一冊，約七萬一千餘字，共分六章十八小節，並以三百五十字扼要說明。

### 摘 要

茶業是龍潭的主要農作，但龍潭的茶產業發展在近年已進入一個發展瓶頸。龍潭自民國七十八年引入槿風茶並於民國九十三年起舉辦槿風節活動。龍潭茶產業因此產生再發展的契機。本研究目的在從龍潭鄉茶產業的變遷過程中，探討茶產業文化跟此地區發展的關聯。

龍潭地區的茶產業歷史發展過程大致有三個階段：第一階段以紅茶、綠茶的外銷為主；第二階段以生產包種茶為主，由外銷轉向內銷；第三階段則轉向作槿風茶的生產，其生產結構以小農自產自銷為主。

本研究運用行動者網絡的觀點，以槿風茶為主要行動者，探究槿風茶引入後所連結與組成的新社會網絡關係。茶葉生產網絡透過網絡間的互動，產生信賴而造成知識及技術流動，並引起龍潭地區茶葉品質的轉向。同時在此一過程中形成龍潭與其他茶區跨區域分工的情形，進一步改變傳統社會中農村地理上的網絡權力關係。

關鍵詞：龍潭槿風茶，社會資本，行動者網絡，品質轉向。

## **Abstract**

Tea is one of the main agricultural products in Longtan. However its development has been in a bottleneck recently. As a result, the Pong-fong tea (the Formosa Oolong) was introduced to the local as a measure in 1989 and the Pong-fong festival has been held since 2004. it seems that the introduction of the Pong-fong tea revitalizes local development. The purpose of the research is to explore the relation between tea industry and local development in Longtan.

There can be three stages of tea industry development in Longtan. The first stage is the exportation of black and green tea; the second is the production of Longtan Pauchung tea and the third stage is the transition to Pongfong tea with the production structure by little farm.

With the perspective of the Actor-network theory, actions entailed by the actor: Pong-fong tea, the research tries to find out the new social networks owing to the introduction of the actor. It is found that the actor entails social restructuring and flow of knowledge based on trust on networks. It also made a quality turn in the local tea industry development. In addition, a new geographical division of labor between Longtan and other areas happened as a result, which changed the traditional power and social relations in rural areas.

# 章節目次

第一章 緒論-----	
1	
第一節 研究動機與研究目的-----	
1	
第二節 章節架構大綱-----	
8	
第二章 文獻回顧-----	
9	
第一節 茶產業與地方治理的關係-----	
9	
第二節 行動者網絡理論	
-----	12
第三節 品質轉向與知識傳遞	
-----	16
第三章 研究方法	
-----	19
第一節 研究方法選擇	
-----	19
第二節 研究區選擇	
-----	22
第三節 研究過程	
-----	24
第四章 龍潭茶產業與地方發展的關係	
-----	29

第一節 龍潭茶產業概況	29
第二節 台茶發展史與龍潭茶產業歷史變遷的產業結構變化	34
第三節 槿風茶的引進	52
第五章 龍潭茶產業的行動者網絡分析	62
第一節 龍潭社會網絡的建立	68
第二節 生產過程的社會鑲嵌	71
第三節 新的地方發展形成	80
第六章 結論	87
第一節 跨界分工的形成	87
第二節 地方發展的限制	90
第三節 行動者網絡的反省	92
第四節 後續研究與發展	93
參考文獻	94

## 圖次

圖 1-1 小綠葉禪型態	
圖 .....	2
圖 1-2 椏風茶樣貌	
圖 .....	2
圖 1-3 龍潭、北埔、峨眉區域位置圖.....	4
圖 3 - 1 研究區域範圍	
圖 .....	2 3
圖 4-1 研究區域範圍圖.....	31
圖 4-2 龍潭產業別就業人口異動圖.....	33
圖 4-3 龍潭農業人口變遷圖.....	33
圖 4-4 台灣歷年茶葉總產量、出口量、進口量變化圖.....	38
圖 4-5 龍潭茶葉產銷供需圖.....	42
圖 4-6 包種茶製造過程圖.....	45
圖 4-7 椏風茶製造過程圖.....	48
圖 4-8 包種茶及椏風茶製成差異圖.....	48
圖 4-9 茶改場人員組織圖.....	50
圖 5-1 龍潭茶葉發展網絡徵召其他行動者流程圖.....	64
圖 5-2 茶產業發展網絡關係圖.....	70

## 表次

表 3-1 受訪人員名單表.....	26
表 3-2 研究問題設計一覽表.....	27
表 4-1 龍潭鄉農業資源一覽表 .....	32
表 4-2 台茶發展與龍潭發展對照表.....	38-39
表 4-3 龍潭鄉歷年茶葉生產統計表.....	43
表 4-4 採茶效率比較表.....	41
表 4-5 台灣烏龍（椶風烏龍）與包種茶製造比較表.....	48-49
表 4 - 6 9 3 年 各 縣 市 茶 葉 面 積 比 較 表 .....	5 6

表 4-7 新竹、北埔茶產量面積表.....	57
表 5-1 2006 年槿風節活動內容、地點表.....	84



# 第一章 緒論

## 第一節 研究動機與研究目的

### 一、研究動機

近年來台灣加入WTO開放農業市場，不論稻米、茶葉、蔬果都面臨全球的競爭，使得農民生計頓時遭受嚴重打擊，以土地為生的農民更思變其轉型的可能性。龍潭地區本以生產龍泉茶為主要農產品，近年來因工商發展逐漸走向高科技產業，而衝擊原本漸趨衰退的茶葉產業。2004年在桃園縣政府辦第一屆槿風茶展售，讓原本日漸沒落的產業又活絡起來，但卻發現龍潭的龍泉茶轉變成以北埔、峨眉的槿風茶<sup>1</sup>為展場上的主力商品。是怎樣的契機促使龍潭的茶農轉作他種作物？

龍潭、北埔、峨眉三個鄉鎮皆為傳統客家聚落，槿風茶現今主要以新竹縣的北埔、峨眉地區為主要的產地。北埔茶農習慣把這種高級烏龍茶稱作「膨風茶」或「槿風茶」，峨眉茶農則統一用「東方美人茶」為名。

早先客家族群生活條件刻苦，渡海來台後多在丘陵、山坡地耕種家鄉農作。傳言槿風茶為客家節儉生活下的意外產物，使其具客家之象徵，許多茶葉學者更認為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（蔡永生與吳舜聲，2005）。文獻並記載槿風茶為紅茶系列中的最頂級，茶改場也記錄「台灣烏龍茶之高級品俗稱槿風茶，為台茶外銷早期之主力」。

---

<sup>1</sup>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))。

槪風茶代表客家精神與象徵，在客家產業中占有不可替代之重要性。槪風茶的珍貴在於栽種期間不能噴灑農藥，且需讓小綠葉蟬（浮塵子）<sup>2</sup>叮咬茶葉（見圖1-1）。小綠葉蟬為茶葉生長之害蟲，但經其叮咬過後之茶葉會使茶原素產生變化形成特殊香味，被叮咬過的葉芽呈黃綠色，看起來就像被火煙薰過一般，農民稱為「著蜒」<sup>3</sup>，製成之茶葉尖端帶白毫（如圖1-2），故又稱白毫烏龍。且為了要讓小綠葉蟬存活並進行叮咬，茶農均採「有機栽植」<sup>4</sup>方式種植茶樹，使得槪風茶兼具有養生概念。

圖1-1 小綠葉蟬型態圖

資料來源：[http://www.sinica.edu.tw/~cdp/keelung/8th/tp8/tp8\\_03\\_5.jpg](http://www.sinica.edu.tw/~cdp/keelung/8th/tp8/tp8_03_5.jpg)

圖1-2 槪風茶樣貌圖

資料來源：本研究拍攝

傳統上龍潭地區主要種植包種茶，為讓秋冬產茶，夏季通常休耕。龍潭地區因為茶樹品種與北埔、峨眉地區相同（皆為清新大有品種），而此茶樹品種是製作槪風茶風味最佳之一，因此龍潭茶農遂有機會進行夏茶的轉作，並進行後續一連串技術的學習。新竹縣政府努力經營客家產業文化活動，在短短十年間舉辦各項製茶比賽及技藝競賽，讓各縣市茶農皆可透過各項活動產生技術交流。茶農配

---

<sup>2</sup> 小綠葉蟬成蟲體約 2.4 至 2.7mm，身體呈黃綠色，利用口器插入葉芽裡以吸收養液，使茶芽發育受損，嚴重時茶芽葉緣會呈褐色。（邱再發 1990，轉引自薛雲峰，2003，p.167）。

<sup>3</sup> 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，看起來就像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）。

<sup>4</sup> 有機茶園的土壤及水質需經過嚴格的檢驗，茶農防治做法有以下數種：一、改善土壤肥力：需用有機質肥料及間作綠肥作物，二、並應用物理性防治技術及非農藥防治之資材防治茶樹病蟲害，三、加強以人工、機械除草及敷蓋植物殘體或植覆蓋綠肥作業，以控制雜草生長。

合地方農會、公所辦理各項的槿風茶節活動來推銷地方與茶葉，使得槿風茶的聲名大噪，引起龍潭、石碇、南投等區茶農紛紛仿效其製茶技術及行銷策略，讓茶區中原本荒廢的夏茶可以得到更高的經濟效應。

地理學強調各地區有其特殊之自然與人文特性，而不同區域特性演變成不同型態的產業發展型態，本研究以龍潭鄉的茶產業為研究對象，探討龍潭茶產業如何與鄰近之峨眉、北埔地區產生關連性？此三地區因為文化、產業、民族特性相同，透過槿風茶形成交織錯雜的生產網絡，並產生技術交流及改變農民日常生活作息。

槿風茶可以視為一個行動者，使龍潭茶農為了因應新產品在市場上的生存，從事各種行銷方式、產生組織的轉變，這樣的轉變不僅僅是一種社會關係的重組，也是因應槿風茶產業的興起所產生一連串新的網絡關係。新竹縣茶區與龍潭茶區因槿風茶而形成獨特之網絡關係，在此網絡關係上地方政府運用政策與地方組織，開展出屬於自我鄉鎮的特色，本研究將在特定時間及地理空間的框架上探討龍潭茶產業現今的發展概況以及影響因素。

槿風茶產生與地方、其他產區的網絡關係可以歸納幾點現象：

### （一）茶農的土地使用與合作關係

龍潭、北埔、峨眉在早期即為槿風茶的產區，由圖1-3可看出三個鄉鎮的區域位置相鄰且地形皆為丘陵地為主，三個鄉鎮目前皆栽種相同茶樹品種—清新大有為主，龍潭地區茶園面積為1150公頃，峨眉及北埔地區茶葉栽種面積約為150公頃，且龍潭、北埔、峨眉地區因種植茶葉人口年齡老化，形成茶園荒廢情況日益嚴重，也因此北埔、峨眉地區為求產值的提升，依地緣以及產業相似度，遂向龍潭地區收購茶菁<sup>5</sup>原料，使其三者間的關係緊密結合在一起。

有些北埔、峨眉地區茶農更直接向龍潭茶園進行茶園採收，形成「冒茶」<sup>6</sup>的現象即是「包茶」，而所謂的「包茶」是在春茶結束後，夏茶採收前向茶園的地主包一季為期三個月的茶園，地主僅負責茶園基本管理（不噴藥、有機栽種

---

<sup>5</sup>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。

<sup>6</sup>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。

等), 包茶者則負責尋找採茶工, 但包茶者需擔負更多風險: 第一、大自然風險: 即小綠葉蟬並非一定在夏季大量叮咬茶樹, 有可能大雨降臨後使得小蟲無法在悶熱環境下繼續生存; 而茶樹生長狀態及蟲子是否有來叮咬的風險, 將影響槪風茶產量的高低。第二、對於茶園管理者的田間管理信任, 必須是有機栽培不能噴農藥, 但龍潭與峨眉地區路程約20多公里, 非能時時監督, 這時依靠的就是人與人間的社會資本與信任。

圖1-3 龍潭、北埔、峨眉區域位置圖

資料來源：本研究繪製

新竹縣茶農皆會尋找相同理念、以及合作關係良好的茶園管理者，產生互相信任關係而形成長期合作模式。龍潭地區雖然茶園面積廣大，但卻因人力外流及人口老化現象導致缺乏採茶勞工，且摘採槿風茶需要手採故需向峨嵋地區調度採茶工人，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。以上概況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的基本困境：土地面積分散及人力外移情況嚴重。

但當龍潭也開始發展槿風茶後，造成龍潭與峨眉鄉搶購茶菁情形日益嚴重，包茶價錢也因兩鄉鎮的競爭而連年水漲船高，龍潭地區2005年（民國94年）包茶行情價以一分地約一千元計，2006年（民國95年）則漲至一分地二千五到四千元左右，通常看地的大小、茶樹大小決定租售的價錢，且因為新竹縣槿風茶銷量好，新竹縣地區茶農約在年初時就開始尋找適合的茶園包茶，合作與信任關係轉變也由早期的信任、朋友關係轉變由市場機制決定價錢與合作對象。包茶制度的轉變如何影響龍潭的土地使用與茶農間的合作關係？這都是待驗證及探討的重點。

## （二）茶葉知識的傳遞

龍潭與其他地方因槿風茶形成的合作關係，來自龍潭地區開始製作槿風茶，向新竹縣槿風茶區進行學習。1992年龍潭農會總幹事，推行槿風茶的製作且利用農會資源向外擴大學習，由茶改廠輔導茶農並邀請峨眉地區的製茶師父教導龍潭茶農槿風茶，同時龍潭的茶農也去北埔、峨嵋地區觀摩學習製茶技術。除了農會的努力之外，龍潭的茶農私底下也虛心請教北埔、峨嵋有經驗的茶農，學習新竹縣地區的製茶技術。但技術的學習並非只是符碼化知識的傳遞，（例如茶改廠製作的製茶標準手冊），更多的技術是對於製茶過程的感受，以及手感（溫度、溼度）的拿捏，這完全是憑個人經驗的累積及體驗，無法以標準化的程序教導以及用言語或文字講述。每個人製作屬於個人風味的茶，個人拿捏特點不同，形成口味上的差異。龍潭茶農向傳統產區學習槿風茶，也因為品質的掌控差異，出現地區上的差異。

不同的是此三個地區的茶農對於槿風茶的製作，在品質要求有層次上的不同。北埔地區屬於傳統槿風茶茶區，所以特別重視製茶技術上的突破，進行新產

品的推出或做出類似槪風茶口感的山茶（冬茶）。北埔地區的茶農追求的茶葉精神，是製茶技術的精益求精，產銷班或是茶農私底下會有固定的聚會及品茶，討論茶葉技術及未來發展；峨眉地區的槪風茶多為大廠型態，其產值為北埔地區的數十倍，茶農對於槪風茶的製作則要求符合大眾的口感，對於茶葉技術的提升並非是其主要關注焦點；槪風茶對於龍潭茶農為新品種的嘗試，技術的學習及經驗皆不足夠，所以現階段以學習技術為主，口味上的要求則仿效北埔、峨眉為主要對象。新竹縣地區與龍潭茶農對於同是槪風茶有不同的認知，因而影響其對槪風茶的製作態度或是行銷方式。例如北埔茶農認為應以教育民眾喝茶文化為行銷主軸，提高槪風茶形象，形成高品味、高單價的茶種；龍潭茶農則只需做到符合大眾需求，有不同等級的差異，其對槪風茶品質的掌握也因此有不同的對應。

本研究想了解茶葉知識如何將北埔、峨眉到龍潭形成網絡的連接，在知識傳遞的過程是否有製程的轉換或提升的可能。2005年龍潭鄉辦理第二屆的槪風節，除了知識的傳遞帶給龍潭新技術，更是新商品市場的爭奪，龍潭地區學習的不僅僅是製茶的技術，也是不同茶種的行銷策略。

### （三）茶產業與地方發展的關係

從槪風茶產業中發現如今對農民來說，茶園與地方政府的關係已經由原先以鄉公所、農會為主的推廣行銷策略，變成為自組產銷班或是產銷中心來營運管理其行銷策略。例如峨眉的產銷班與其他地方的營運方式即不同，其營運模式為由班員捐出土地作為行銷中心的場所，以行銷中心為主體作各項推廣活動。北埔因為沒有廣大的地方作為宣傳的中心，造成北埔地區雖有眾多遊客，產量卻沒有因為遊客的增加而讓槪風茶的銷量提升。龍潭地區因屬於新茶種試驗階段，地方上因為新茶種的進入產生動態的改變，而其改變正是此次研究的重點。

地方茶產業的發展，不可避免的要提及經費的來源與各部門間的合作關係，而主要農業單位的角色也漸漸在轉換。對茶農來說地區農會的角色已由原來的領導者變成單純申請補助的功能，多數茶農便開始向其他單位提出補助要求，形成不同行動者的進入。例如龍潭與北埔地區向水保局提出經費的補助改造茶園，龍潭地區在1997年成立水土保持戶外教室，龍潭鄉的三水村成為重點地區，園區內不但水土保持設施完善，也增設大型涼亭、步道，改變原有茶園景觀。

綜合以上的現象觀察研究發現，對於茶產業的提升，龍潭、北埔、峨眉皆有不同歷史發展條件。各個地區也都有不同的社會機制支持茶產業的發展。龍潭茶農如何在這種種社會網絡中，促使茶產業對地方發展產生新的影響，是本研究的核心議題。

## 二、研究目的

70 年代台灣社會逐漸轉型為以工商發展為主，台灣農業開始逐漸沒落，促使農業社會產生急劇的變動與轉型。新一波對農業的影響則是進入 WTO 之後，開放市場的衝擊造成茶農面臨轉型。客家鄉民對於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族群遷徙、語言變遷為主軸，鮮少探討深根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，這樣的合作關係與客家認同息息相關。

本研究目的在探究龍潭地區茶農，在深根多年下，如何在現今時代脈絡下，轉變農業產業並引進新茶種，產生與其他地區網絡的互動？這樣的社會變動所產生新網絡的連結，如何與客家文化作網路的串連？期望本研究可以對客家產業提出建議與觀察概況的紀錄。

龍潭原本種植包種茶，椶風茶如何奠基在既有網絡中形成轉作的可能？龍潭茶產業網絡間的變化如何改變？網絡間的信任、規範是如何成形的？新竹縣茶農提供製茶知識教導龍潭茶農，而龍潭茶農如何學習製程的隱微知識(tacit knowledge)？何種社會網絡關係促使地方知識傳遞？本研究的目的在對這些具體的現象提出整理。具體而言，本研究之研究目的如下：

- (一) 瞭解客家茶產業整體脈絡下，龍潭地區的茶葉發展歷史過程。
- (二) 探究客家網絡關係，各鄉鎮農民如何透過技術學習，達成龍潭茶農製茶技術（默式知識）發展的轉換，以及茶農背後的社會網絡關係(客家族群、語言關連、文化背景)。
- (三) 椶風茶進入龍潭地區之後，地方間的社會網絡如何與地方產生新的發展關係。

## 第二節 章節架構大綱

龍潭、北埔、峨眉三個地區在社會成員組成上以客家族群為主，其產業主要以茶產業為主。槿風茶為此三個地區帶來不同的地方發展，龍潭地區更因槿風茶的影響而形成農業網絡的轉變。本研究的主軸在槿風茶引入龍潭後形成網絡間的建構、變化探究期間的轉變，以下將本研究章節略述如後。

本研究共分六章，第一章撰寫研究動機、目的以及現象的觀察。第二章為理論文獻回顧，探討茶產業的地方特質，並運用行動者網絡分析，分析網絡中的行動者是如何進入、如何形成網絡？其內部的之權力分配與運作。本章中探討網絡形成後如何達成網絡的穩定性以達成更大集體行動，並討論農產品製造技術的知識如何流動。第三章整理理論概念轉換到現象觀察的過程，並從實際田野經驗中操作、調整、轉換的過程描述。第四章從歷史脈絡出發，以台茶的發展脈絡對應龍潭茶葉的發展情況，找出影響其茶產業發展的路徑，分析影響其產業發展的機制，並對槿風茶及包種茶的製茶過程進行比較，以及探討兩鄉鎮合作模式產生的信任、規範關係。第五章運用行動者網絡的概念，分析主要行動者如何建立網絡，分析槿風茶知識如何嫁接到龍潭，茶農如何去協調與協商。本文最後總結經驗研究的發現，並提出解釋觀點對應理論以及研究發現，並提出論文不足與限制，供後續研究之用。



## 第二章 文獻回顧

本研究欲探究客家茶產業中新茶種進入地方之後帶動的轉變，網絡如何重構內部運作機制？在這樣的轉變中，網絡關係究竟如何形構地方與產業發展？一直是學界關心的焦點。從早期倚靠外力資助發展的農村形態，慢慢轉變為以農村自我資源為主體的發展模式，現在鄉村發展正朝向內、外整合階段，透過地方產業整合地方資源與網絡關係，帶動整體農村產業發展。本章節探討社會資本中的信任溝通能力，並討論行動者網絡的概念，分析各個行動者如何被串連整合進入網絡中，形成一種集體共識，造成網絡間的合作並驅動網絡的重組。最後探討影響其農產品品質的要素，知識如何靠新建立的網絡傳遞。以下將以龍潭為研究主體，提出一個創新的視野，以期能釐清社會網絡關係與地方發展的關係。

### 第一節 茶產業跟地方治理的關係

在莊淑姿（2002）的鄉村分類中，龍潭屬於工業發展類型的鄉村。龍潭鄉的特性在於鄰近都會區，內部公共資源稍嫌不足，主要由都會區供應，龍潭附近有多處科學園區，例如明碁的渴望園區，並與鄰近楊梅都會區相互依存。龍潭鄉以茶樹栽種為主，目前耕地面積有 3479.16 公頃之多，佔全鄉總面積的 46%（全鄉面積為 7,523.41 公頃），全鄉大約有 1/2 的土地適合耕種，茶園主要分佈在銅鑼圈台地、店子湖台地與龍潭台地，在 1992 年茶園面積佔作物總面積 41.3%，水稻為 44.5%。龍潭地區早期以外銷紅茶與綠茶為主，政府於 1982 年提倡「還茶於農」政策，廢除「製茶管理規則」。1987 年又廢除「製茶工廠最低設廠規則」，使得小型製茶工廠大量設立，至此龍潭地區茶業經營形態則轉變為以自產自銷的小茶農為主。大部分的茶農對上透過產銷班與農會申請補助，形成傳統上由農會—產銷班—農民的社會網絡，三者所組成的運作模式，在如此的單一網絡中形構龍潭的茶產業文化。

在二次大戰後初期，農村經濟復甦的泉源主要靠強大的國家力量支持，鄉村過分依賴國家由上而下的發展策略，使得國家支出因此而增加。70 年代中期之後經濟漸趨穩定，則由市場為導向主導。依據鄉村發展的過程中，我們可以發現，早期依靠國家外力支持的發展策略中包涵發展的迷思。許寶強（1999）認為發展是一種經濟增長，也是社會進步的先決條件。當時許多度量發展狀況是以國民生產總值（GNP）作為發展的基準，但這卻忽略鄉村發展中內部的驅動力，且因外部經濟的波動影響鄉村經濟成長狀況。

1990 年代後期鄉村發展強調多元性，運用地方資源建立發展基礎，以地方為中心發展策略，並強調地方民眾的參與，建立自我地方認同，一改過去由上而下的菁英管理模式，強調由下而上的發展策略。部份發展策略運用人際互動網絡建立發展策略，但此內生發展缺乏對外連結的特性，會影響鄉村發展。以傳統為主軸的模式，容易形成鄉村內菁英者資源壟斷情況。依據鄉村發展策略中的發展模式，較少討論網絡內互動情形，以及網絡中人際的信任、規範等特質。

羅伯特·普特南（Robert Putnam）花了二十多年時間將義大利南、北兩地行政區作調查，提出社會資本與地方發展具有正面的關聯。社會資本指的是社會組織的特徵，如信任、規範、網絡，它們通過推動協調和行動來提高社會效率。主要的共識不斷增強，在社會資本中引起共同利益，形成的集體行動，強調集體行動間的規範和網絡。社會資本受到多數學者的關注，探討網絡、規範、信任等社會內部的運作機制與發展的關係，並強調社會藉由集體的行動，成為維繫社會關係中重要的價值觀點：溝通、協調、合作等特徵，以推動區域內發展與經濟繁榮。

鄉村發展進入到結合外部與內在條件發展的形態模式，結合兩者的優點形成現今鄉村發展的模式，將內部資源當成商品銷往他處，因此產生與外部的連結關係，將地方外資源修正符合鄉村現狀與價值，增加鄉村利益，更運用吸收外部知識與技術，改革舊有傳統停滯的發展，使得鄉村發展更形多樣化。

以上鄉村的發展並無法微觀鄉村的網絡運行狀況，對於其發展亦只是表象解釋，但是並不能解釋內部的信任、調節的動態轉變，以及因網絡變動而產生土地及勞動力的改變、資金的轉變應用、社會組織的變化、人力調配與生產方式，更無法瞭解其網絡間行動者與行動者間的關連性。

目前國內研究對於農業區域發展的文獻中，黃美傳（2001）運用社會資本下

的網絡關係分析兩地社會網絡所創造出來的社會資本，如何影響活動的地方文化特色之內涵及對地方的經濟發展，並運用內生性的概念解釋影響區域經濟發展出自我的特色，特別是利用社會資本所提到的內生性力量，整合特定歷史意義區域內的人、資源，建構論述社會網絡之差異對活動的影響深具關鍵性，甚而影響帶動區域發展的策略。而在農村發展的論述中，過去有許多的文獻多在探討農村的知識傳遞部分，例如顏碧吟（2003）提出由農業資材行的運作看栽培技術的發展與擴散，但她較著重於技能方面的傳遞，屬於技術之地理擴散，並無探討網絡知識傳遞背後的社會關係。謝志一（2001）由屏東蓮霧技術發展的脈絡式研究提出對農村的推廣工作發展歷程與農村社會的發展現況，探討農民所形成的知識與組織運作現況，並從中探討「技術」的創新對農民栽種的意義，但是他並沒有多加著墨農民如何選擇知識，也並未討論這樣的知識傳遞又將如何運用在地方發展上面，將造成地理上的影響。而本研究將參考相關的研究成果，引入行動者網絡分析，分析農村發展中較少碰觸的網絡間的信任、規範等議題。

## 第二節 行動者網絡理論 (Actor-network Theory ,ANT)

對於農業地理而言，學者多關注於全球以及工業化之後，地方農民如何被納入其經濟體系中，Gereffi (1994)提出的全球商品鍊(Global Commodity Chain, GCC)是一個分析的嘗試，並提供一個生產結構，領域性與地方治理統整的概念，但因GCC 尺度過於龐大，不宜提供微觀的分析說明。此外，GCC 理論也未能提出地方傳統、生產秩序或規範等是如何與地方資源作調整與整合。

行動者網絡分析對應晚近二十世紀對於農業食物系統的分析可以展現許多不同的觀點，它關注的議題移轉到農業中彈性與網絡的問題、第三世界鄉村地區工業化、鄉村地區的非農工作，著重市場的網絡與農業生產消費活動中社會鑲嵌的議題(Watts and Goodman, 1997, 轉引自 鄭慈瑩, 2005)。但在行動者網絡理論中，常忽略食品生產體系中的社會鑲嵌性如何與地方結合。ANT 重視當前保育問題。全球有機食物興起後食品品質逐漸成爲焦點，許多學者以 ANT 理論關切食物本身所引出的社會建構、商品與文化、社會與自然、地方鑲嵌等等議題。

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爲中心的論述。傳統社會學中將自然與社會、人類與非人類畫一爲二，但是這樣的劃分並不適宜思考我們複雜的社會關係，因爲在這世界中我們含有更多的非人類(non-humans)可以影響其空間的變化。行動者網絡分析強調超越一元觀點的二元論述，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，所產生結構、組織、不平等與權力的結果。網絡的形成可以解構權力關係(Murdoch, 2000)，因爲網絡中可以是多重的連結關係，會形成互相的網落關係，是被層層建構出來的。例如早期農業的生產網絡中，

僅農民與地方政府機關，行動者引入後可能組成的網絡並不再只有農民與地方政府機關，可能將茶改廠網絡、地方不同型態人員引入，或是將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，並建立以往不同的網絡成員而達成新網絡的建立。

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共識，並成功的達成網絡的行動。轉譯是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是對於事物重新界定，以槿風茶為例，當槿風茶進入後，對於龍潭的茶農來說是一新產品的引入，可讓消費者有多種選擇性。對於本來就世代生產的北埔茶農來說，槿風茶即是生活的工具，同樣的產品對應於不同網絡有其不同定義。轉譯的過程主要在於背景相同的行動者間形成，是否能達成一致的共識並付於其新的意義而達成轉換進而形成結盟，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，其中面臨到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個別的權力關係，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。特別必須指出的是，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，若權力成爲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。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。以具客家精神的槿風茶來說，其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，更重要的一點是轉譯過程中，如何形成集體的共識，在相同文化背景、生活形態下更容易被達成。

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的過程( 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)<sup>7</sup>：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。

在分析行動者網絡前，必須先界定什麼是行動者？行動者網絡理論強調非二元對立，自然與人為的一切均有可能影響其網絡的改變。ANT 認為不應有預設的立場，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，即達成行動者網絡。

---

<sup>7</sup> 台北大學地政系洪文彥碩論，將 interessement 翻譯成「利益賦予」，但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。

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為主軸的論述，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 為分析策略，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，利用開嘴師做為一行動者，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 年發展為例子，其中對於行動者理論觀點提出甚早，但可惜對於地理學上對應空間的觀點甚少論述，例如空間上聚落的變遷與網絡如何相關等議題。此外就非人行動者的範例而言，Jarmo(1999)曾拿流域作為行動者，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為分析的方法。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。

ANT 應用於地理學研究中，空間並不是沒有反抗，網絡空間的形成是一個不斷地去鑲嵌與再鑲嵌的過程(continuous process of disembedding and reembedding) (Murdoch et al.,2000)。且行動者網絡理論可以指出地理上不同空間的聯繫，可以靠主要行動者建構出對於空間的分布與形態，並從新網絡中探究其知識傳遞的過程，透過行動者網絡中形構行動者間的互動、信任、對此展開以下的農業理論回應。

### 第三節 品質轉向與知識傳遞

不論任何產品在技術移轉的過程中，品質的穩定都受到考驗，而對於農業來說更難透過一套標準的流程將農產品標準化，因此當相同的農產品透過網絡傳遞到其他地區時，可能會因地區上的自然環境以及人文特徵不同而產生地方的區域差異，這時需透過地方與地方間的信任、文化、組織使其品質達成一致。而農業地理中品質的掌握，即生產技術的拿捏則須透過網絡中的中介單位，使其達成一致性，對應龍潭檫風茶的引入，茶改廠可讓不同地域的農產品品質趨於一致性。

ANT 理論是透過行動者瞭解網絡中的形成與瓦解，但對於品質如何因地制宜卻無法細部描繪，在比較檫風茶的生產中，如何處理品質使其達成一致性的思考上：可透過不同的領域、組織、技術以及傳統所造成的差異外，接下來必需再探討信任關係，而此信任關係是否建立在文化、族群上面。社會資本的概念可以對這些問題提出一些理論上的建議。

社會資本的概念認為社會資本可以促進組織以及社區的發展。Woolcock (1998)認為人的社會關係、網路、信任以及其他的社會規範可以促進組織的生產力。Coleman(1998)則由社會資本的角度看待教育上的人力資本增加與社會網路之間的關係。Storper (2004)則在區域經濟的觀點下，提出對社會資本一個較詳盡的分析。在個體經濟的角度，社會資本可以降低交易成本、減少道德風險(moral hazards)、提高努力以及提高預期。這些優點指出，在同一個網路上的成員可以有較多的交流機會，以促進知識的傳遞與信任的培養，這樣的結果會產生相互依賴的整體感以及減少不勞而獲或其他的背叛行爲。

另外就創新的發生而言，Storper (1997)指出知識的生產過程中默示知識必需藉由網路上的連結才可以傳播。Storper (2004)指出網路之間的連接可以有兩種形式，一種是內部之間的凝聚(bonding)；另一種是組織間的連接(bridging)，為連結



不同組織間而形成的結構洞(structural hole)，由此串連兩者間的差異性，例如槎風茶從北埔到龍潭的轉換中，他們對於品質的要求，透過比賽評審判斷好壞或是透過茶改廠舉辦的教學活動，將兩者間的差異修補起來。它們兩種類屬之間的信任關係應當會有所不同，粗略的區分北埔地區的網絡連結應當較多是人際之間的信任，因此地茶農多屬親友關係，較容易將網絡串連；而龍潭地區較可能是制度上的信任關係，透過組織的串連將地方上的網絡連結在一起，而兩地的串連則透過相同客家文化、相同職業間的信任組織在一起。

Riding 與 Pennington(2000)為社會資本提出一個分析架構，社會資本包含：一、個人與組織間的網路；二、網路內人際關係的緊密程度；三、網路內人際關係的知識關係；四、網路關係內的義務與寄望；五、地方知識；六、網絡間彼此信任的程度；七、規則行為的規範；八、對於搭便車(free-riding) 制裁，並堅持不可不勞而獲的原則，在上述八點分析架構之外，Brown 與 Ashman 認為社會資本，大致上分為兩個部分：網路與關係 (Ryding and Pennington, 2000)。他們發現在地方發展的經驗裡，地方草根性組織比較容易動員資源、傳遞資訊而且較能持久，相對的由非政府組織主導的活動，比較能夠拓展關係，以及製造公私部門間跨組織的合作。

透過網絡上的組織成員可將品質達成一致性，並透過組織間的信任關係而形成跨界的知識傳遞以及地理上特殊的現象，這些即是可補充 ANT 中關於農業品質部分的傳遞解釋。

## 文獻小結

本研究主要藉由 ANT 的理論觀點探究龍潭槿風茶引入後，形成地理空間上的變化與分布狀態，並探究因槿風茶引入後連結的生產網絡、人際網絡、組織關係。以槿風茶做為一行動者進行行動者網絡分析，分析其內部的權力結構，在不同的網絡間形成一集體的共識，進而影響龍潭茶產業對地方的發展。

槿風茶此行動者除改變地方的發展，並影響農產品品質的拿捏、知識的傳遞，更加鞏固原有傳統的生產網絡，槿風茶在進入到龍潭之後，與舊有生產網絡結合，對於其茶菁的原料、學習技術的人員進行網絡鑲嵌，這與原本生產包種茶進行協調機制，例如：夏茶作槿風茶，春、冬季作包種茶，形成一協調進而改變龍潭茶農的勞力、面積產量，且向新竹縣地區學習槿風茶技術，進行交流，地方上從茶產業知識的傳遞可以發現龍潭的社會網絡與新竹縣茶農是相互關連的，他並非一個單一體，其彼此間有兩個共同之處：同為客家族群、以及擁有相同茶樹品種，使其串連更加容易、更形穩固。

本章節以行動者網絡分析龍潭茶區內部因槿風茶進入後，所產生的網絡改變，並從中了解因網絡所提出的信任與規範，藉由社會資本來解釋其影響力，並提出其網絡中影響品質轉變的因素以及如何鑲嵌在舊有社會網絡中。提出理論上的視野，以供本土經驗回應與補充新近農業地理的觀點。

## 第三章 研究方法

就如同田野調查經驗中茶農所說：「每個人都會作槿風茶，但是由於原料及技術的不同，做出來的東西就會不一樣」。研究資料選擇、研究者知識論觀點，在在都影響此篇研究的結果。本章節提出觀看事情的角度跟觀點，並解釋其理由。第一節在說明研究方法的抉擇，跟如何運用現有資料確立觀看的角度；第二節主軸在於進入田野之後對於方法論的反省與轉折；第三節在確立此研究資料的信度與效度，並在遇到研究困境時如何解決。

### 第一節 研究方法選擇

Van Maanen 認為「質的研究像一把大傘」(引自陳向明, 2002), 質性研究包含的知識論是一種跨學科、超學科、有時甚至是反學科的領域, 其中包含: 實證主義、結構主義、批判理論, 其中實證主義主張應有一套客觀的衡量標準(效度、信度、推論等), 來瞭解研究結果是否準確地再現了可被認識的「真實」(reality), 在用較為邏輯的方法驗證真實世界的複雜景象的信度、效度。質性研究是一種研究者與被研究者互為主體的研究, 研究者的角色是多元和動態的, 是一種理解的藝術, 他人是我們的一部分, 我們既是研究主體又是研究對象(陳向明, 2002)。在互為主體之下此指並沒有主從關係, 行動者彼此間互相影響, 可以用建構主義的觀點探討本研究所要討論的茶農社會關係。這樣關係的組成若僅從數據及統計分析, 將得到一個失去地方獨特性與解釋脈絡的通則, 而此通則或許是一個失去指涉意義的調查資料。要了解獨特的地方意義需要應用到質性研究的觀點解釋現況中的現象。且早期槿風茶雖為出口大宗, 但卻沒有確切的資料可供考據, 只能從口述歷史中得知其發展及數量。此外, 考慮事實的多元性, 就其歷史、空間、情境等因素的差異, 本研究擬採納質性研究的建構觀點, 選擇質性研究為主要研究方式, 以次級資料、訪談與田野的觀察作為建構龍潭地方產業發展的素材。

## 一、理論的適宜性？

以龍潭研究為例，發現較早所使用的全球商品鍊理論（GCC）並無法完全解釋農產品的社會網絡關係，例如長期合作關係的維繫等等，因為 GCC 理論尺度過於龐大，無法微觀其網絡行動者間的權力、連結狀況。

在現有理論的應用中，若不從田野出發，找尋新的起點，將被舊有的理論所綁住，紮根理論可在無研究理論下作參考的一種策略，但不意味所有的研究都要用紮根。在此目的下，尋找一適宜的研究策略是必須的，而根據 Glaser 與 Strauss（1967）所提出的紮根理論，在田野經驗中指出清楚的操作程序與技術，使研究者易於從田調經驗中抽取概念，進而有系統的分析，藉此幫助研究者進行思考、分析整理資料，發覺並建立理論。紮根理論的優點是不依賴理論進行假設-檢定而從實際田野的經驗出發，用敏銳的觀察加以歸納分析。

紮根理論並不是對於文獻完全不分析，而期望是研究者有意識、有系統的進行田野探索，以嚴謹的態度去面對研究。這是一個實用與方法並重的研究法，對於我們周遭生活的現象提出觀點，對現象做出討論而生產理論。

## 二、何謂紮根理論

紮根理論是根據 Glaser 與 Strauss 所提出的，以紮根理論作為研究的策略是因為對於一個現象無法用現有理論解釋，而需要從現實社會中取得資料，歸納出想法，而產生理論的一種歸納法的應用。紮根理論藉由一連串的比较原則，提升現象層次至抽象概念，以便讓資料得以整理、分類，尋找出秩序和整理現象間的關係（引自胡幼慧，1996）。紮根理論需要研究者去詮釋，不易產生因不同工作、職位、階層間的權力所造成的差異與疏離現象，而且他是一個歸納、演譯、假設驗證的過程，是質化研究中最科學的方法，遵循科學原則，是歸納與演譯並用的推理過程、比較原則、假設驗證與理論建立。

Glaser 和 Strauss 利用個人所有的經驗，包括理論訓練、實際的經驗和個人的背景，以產生「理論性的觸覺」。在經過驗證的程序，成為紮根理論的一部分。

紮根理論不僅反應社會結構與行動間的聯繫，也捕捉這期間的詮釋過程來瞭解社會現象（胡幼慧，1996）。紮根理論解釋主要概念性的東西，將比較出的特殊現象，解釋現今複雜的社會情況。

### 三、對於紮根理論的反省

在進入田野後對於現況的種種，哪些是該發生卻沒有發生的事情？又哪些是不該發生卻又發生的事情？在初期田野經驗中，研究者發現無法不帶既有理論進入田野，無法服膺紮根理論所謂的不帶理論進入田野的宗旨。多數研究者在進入田野時常帶著先入為主的觀念發問並尋找答案，常常對一些具研究價值的現象視而不見，因理論的拘束使得研究者掉入死胡同裡。紮根讓我們更能拋開理論的束縛，發現更多的可能性。

紮根研究若完全不帶任何觀點進入，將無法鎖定焦點深入探究，但是若完全局限於理論的束縛，則變成拿著理論的範本去田野中尋找答案，這樣並不能看見真實世界正在發生的現況。研究者在 2005 年七月正式進入田野時，也帶著理論觀看田野中的變化，並實際大膽的假設槿風茶為一個行動者，研究此品種進入龍潭後對其地方發展的影響，並透過其間槿風茶技術對於個人與個人、個人與組織、組織與組織間網絡上的變化與其互動情形探討社會網路問題。早期在進入田野時並沒有認為槿風茶是建構在舊有的網絡上，而是一種新品種的學習，對於農民來說只是改善生活的新商品推出，因此並沒有茶農認為有顯著生活變動。筆者開始掙扎到底行動者理論的運用是否適宜，心中提出一個疑問：「是否一定要有前提：槿風茶一定要有顯著成效，才能談 ANT 的作用？」開始令我對研究產生質疑，對於一個正在進行中的事件，行動者理論是否可以從中觀看到網絡因新行動者進入而產生的變化，重新思考研究方向，行動者網絡理論強調人與物之間，可以用非人行動者連結不同形式的網絡關係，如果在龍潭地區無法因槿風茶這項新行動者產生新的網絡關係，是否代表網絡在此處被排除，還是說，此項行動者是在鞏固原有的傳統網絡關係。

本研究試著從田野中找尋答案，在龍潭經驗中研究者並不想窠臼於理論的束縛中，認為行動者理論是產生新網絡的後變遷的研究，且需有顯著的成效，在網絡的形成前，龍潭地區的傳統網絡才是行動者的基礎，且行動者應是根植於此

上，在此形成研究方向的轉變，若非從田野中找出線索，找尋一個客觀事實，紮根理論的應用，才能以中立的立場，尋求現實世界中的真實情況。

## 第二節 研究區選擇

### 一、龍潭茶產業的特殊性

地理學中強調人與地間的互動關係，而與土地關係最密切的產業即為農業，茶為龍潭地區主要經濟作物。依茶改場資料(1937)得知，龍潭地區早期茶園種植面積僅次新竹縣關西鎮，位居全台第二，但近來已由全盛時期的 3600 公頃減為今日的 1100 公頃，至民國九十年茶園面積為 875.65 公頃。在民國七十一年龍潭所製成的包種茶獲得「龍泉茶」的命名。龍潭地區除了擁有為數及多的茶工廠及廣大的茶面積之外，近十年更改種具有特色之槿風茶。槿風茶屬於烏龍茶系，這與原有龍泉茶的技術、行銷都有所差別，對於這樣一個具有茶產業歷史的一個鄉鎮，茶葉發展與轉作的原因與地方整體的發展息息相關，轉作後的影響更可能影響地方發展的經濟與社會轉型。

除了產業的特色之外，更重要的是其人文條件。龍潭人口有 90% 是客家人，其產業與其他鄉鎮的互動關係也多以客家族群作連結，而產生特殊空間、關係的連結。綜合以上的說法，本研究選擇龍潭為研究案例的原因包含茶產業對於客家族群的特殊性、龍潭引入新茶種後的社會關係改變，以及龍潭個案具知識之生產價值，故本研究選擇龍潭為研究區。

### 二、研究範圍

## （一）時間尺度

本研究從龍潭地區整體茶產業發展脈絡進行探究，瞭解其製茶技術的轉變與轉做的契機，並對早期茶葉發展概況提出背景說明，以瞭解龍潭茶產業型態演變的背景。本研究資料蒐集與調查的主要時序以近十年（民國 85—95 年）槿風茶的引入過程，探討在這段時間內新茶種的引入，地方產業的轉型對於原有茶產業的衝擊及影響。

## （二）空間向度

龍潭鄉面積為 75.24平方公里，轄內31個行政區域。其地勢高亢平坦，地勢海拔約在三百至四百公尺之間，地形依地勢高低，可區分為丘陵、台地與河階等三區。全年高溫多雨，且緊臨大漢溪，其濕度與土質條件適合栽培茶樹，每日晨昏皆有薄霧籠罩田野，使得茶樹經此溼氣滋潤，品質醇厚。

龍潭區的茶園可由圖 3-1 所示，其中茶園分布多集中在高原村、三水村與三和村此所謂的「銅鑼圈」<sup>8</sup>帶，主要生產槿風茶以及龍泉包種茶。本次研究則將以此區域為範圍。

---

<sup>8</sup> 銅鑼圈：潘振墉（2001），桃園縣龍潭鄉高原社區拓展史，p. 249-250，桃園：高原社區發展協會。此指高原村、高平村，此區地屬高亢台地。

## 第三節 研究過程

### 一、如何進入田野

#### (一) 困境

茶業製程跟茶葉步驟因涉及到商業機密及製茶術語部分，其複雜程度使得茶農在受訪時會有不願說明或是認為此部份研究者不該知道，而使得研究有難以進行訪談的困境。對於這樣的情況，只能藉助相關文獻對於其步驟的了解，並多參與其正式教授製茶的活動，同時降低受訪者對訪談的戒心，例如：不錄音訪談或請人推薦等等。在受訪者信任程度建立後進行較深入訪談，以期達到預期成果。

#### (二) 和受訪者建立信任關係

與受訪者建立友誼關係，並參與其間舉行的茶葉相關活動與講習，漸漸加入他們生活方式等都是取得信任以利進行研究的方法。用誠懇的態度說明來意之後，並沒有農民拒絕受訪的要求。茶農甚至熱情邀請參加他們的慶典活動或比賽製茶過程，研究者可以在此過程中瞭解製茶過程，及茶農與茶農互動情形。其他解決田野困難的方法是經由受訪者以滾雪球的方式介紹熟識的茶農進行訪談，減少不信任感，並因有熟識朋友介紹增強訪談意願。

### 二、蒐集資料方法與過程

資料的收集不只是開始於系統的觀察或訪問，而是在日常生活中就以非正式的注意、比較、思考。



## (一) 資料蒐集方法與過程

本研究主要採用訪談法與參與式觀察法作為資料蒐集的方式。並蒐集相關雜誌、新聞、書本報導輔助補充。

### 1.深入訪談

#### (1) 方式

依據紮根理論的研究方式，初期資料的收集不只是系統的觀察或訪問，而是著重在日常生活中以非正式的注意、比較來記錄茶農的生活與態度。以此原則出發，最先是以前觀察者的角度參與龍潭檜風節的活動，並以無結構的方式進行田野調查。這與紮根理論的方式相同，在對一個社會現象有所興趣並提出問題時，並不需要是有理論的，而是漸漸將思想成形，以啟發研究問題。

本研究最初實際進行時，以半結構方式進行訪談，並對於其相關的茶區如北埔、峨眉地區作概括的瞭解與訪查，以瞭解其間社會與生產的關連性，在從田野中登錄初期所收集到的資料，並轉化成概念，對有興趣的現象做比較，而對於概念中若有不理解處，再進行第二次的深入訪談。

本研究的主要資料收集方法以下列方式進行研究：

- A. 以訪談資料及次級資料收集。在次級資料部分將蒐集政府統計公告、比較產區面積、制度及人口數量的變化，並比較相似產業對於其地方發展的影響。
- B. 對於地方政府與民間團體間的互動，以深入訪談的方式進行，對於其產業間的組織互動進行訪談。
- C. 訪談對象：訪談對象有北埔、峨眉、龍潭茶農，主要以龍潭為主。此外有產銷班班長。在政府機關與民間團體中，則有農會成員、鄉鎮公所承辦人員，主要以面訪為主。詳情參照表 3-1。

表 3-1 受訪人員名單表：

時間	背景	地點	編碼
2005/5/13	龍潭村村長	自家	L01
2005/7/20	推廣主任	茶改場	G01
2005/7/28	品茶老師	茶改場	L02
2005/10/3	推廣股股長	農會	G02
2005/10/17	製茶專員	茶改場	G03
2005/11/14	茶園負責人	茶店裡	F01
2005/12/12	茶行負責人	茶行	F02
2005/12/16	推廣部主任	改良場	G01
2006/2/16	推廣部主任	改良場	G01
2006/2/16	茶園負責人	自家茶園	F03
2006/2/24	產銷班副班長	復興產銷班	L03
2006/2/27	茶園負責人	茶行內	F04
2006/2/27	產銷班班長與茶園負責人	自家茶園	F05
2006/2/27	茶行負責人	自家茶園	F06
2006/3/6	製茶中心負責人	自家茶園	F07
2006/3/10	茶葉企業社	轉行綠竹筍	F08
2006/3/13	茶廠負責人	電訪	F09
2006/3/17	茶廠負責	茶工廠內	F10
2006/4/26	公所科員	咖啡館	G04
2005/5/5	峨嵋製茶師	峨眉茶園	F11

資料來源：本研究整理

## 2.參與式觀察

參與觀察可對農民作息做客觀的調查。因為農民有其特別的社群關係，而這樣的社群關係必須參與觀察其間互動過程，才可以瞭解他們解決與處理事情的態

度與方法。對於一些問題的提問，農民並無法完整表達清楚，而必須實際觀察其行動例如製茶、評茶的過程中，瞭解其對於茶葉的態度與評茶制度的信任。研究資料取得將實際參與龍潭、峨眉、北埔地區 94 年度的槿風節舉辦，從其間規模、舉辦單位、事後成效等等得知動員能力及成效結果。

研究問題	提問問題	資料蒐集	訪談對象
1.社會資本下的社會網絡關係是如何與其他地區連結？形塑出如何的連結與合作關係？	1-1 有何合作組織（正式與非正式）？ 1-2 與其他地區正式與非正式關係？ 1-3 活動內容與形式？	農會、鄉公所、茶改廠。	1 茶改場：推廣科 2 農會總幹事、推廣科 3.茶農：
2.從槿風茶的歷史發展脈絡，分析各地區的碎風茶產業的興起與轉型。	2-1 茶產業變化？是否有區域性的差異？	歷史資料、訪談	各地區的農會
3 文化層面的行銷是否帶來更多的效應。	3-1 是否有因為其行銷、推廣手法不同而形成地方再發展？	1.比較組織層面及大小規模。 2.產能是否增減？ 3.效益是否有增加？	1.農民、消費者。 2.政府機關：農會、鄉公所。 3.其他參與組織：水保局、文化局。
4.產業轉型帶給地方發展的契機。	4.1 大陸農產回銷因應之道？ 4-2 龍潭的槿風茶能否形成茶農的轉機？	1.農業統計 2.統計要覽	1.茶農 2.評茶師

## (二) 研究問題

本研究將研擬四個主題，詳見表 3-2。期望進入田野時能將此問題引入並觀察其對於此研究區的變化。

表 3-2 研究問題設計一覽表

資料來源：本研究整理

## 三、資料處理與分析

## (一)、資料處理

將每次蒐集的資料或是訪談內容打成逐字稿，並從其轉化成文字的過程中，將概念逐漸成形。反覆的將資料熟悉與融入其中，從中找出其重複的概念與觀點，將其編碼以形成一個主題，再參考相關文獻來刺激自我思考，經過反覆的編碼及分類，成為分析概念的來源，將其網絡關係討論的面向一一呈現。

## (二)、資料呈現

訪談資料的引用以匿名處理訪談資料，並於文後加註資料來源，例如：L01 表示 5 月 13 日龍潭村長先生的訪談逐字稿。對於參與者皆用匿名處理，並利用國語交談，所以較無語言轉譯的問題。

## (三)、驗證

對於質性研究的爭議，已被所有學者所廣泛討論，其所爭議的重點在於，質性研究的信度問題。在對於質的研究有所瞭解之後發現，質的研究在於探討本質化、意義的問題，而量化研究則是處理通則化的問題。而量和質的研究對客觀真實存在與否有不同的認知，因此不能使用同一種標準來評價研究。

在質性研究中，最受質疑的即為信度與效度問題。質性研究之效度是相對的，由研究目的與情境的關係來確認，而不是使用任何獨立於情境之外的方法或結論。效度是由許多用來排除威脅的策略所組成的，本研究在研究開始時就要使用研究所得到的證據，證明假設是錯的，建立暫時性理論，再使用策略排除效度威脅。應針對研究情境中特定的效度威脅提出清晰的說明。

信度則說明如資料收集過程等研究的操作因子，可以重複實施並得到相同的結果。故將用紮根理論的科學準則作為驗證的基準，利用相互驗證的方式進行比對。提高信度的方法有：一、加強資料的多元性，採用觀察、訪談、書面資料相互佐證，並由多個地區對照彼此的說法是否一致；二、採多重檢驗的分析方式，在論文寫作與構思期間，常與老師、同儕討論研究發現與自我觀點的分析。

## 小結

本研究方法中提到的研究策略並非在創造巨型理論的出現，而是想利用紮根理論，為其研究策略做為指引的明燈，用田野經驗找尋現實世界中的真實答案。對於研究歷程中的轉折在此作出記錄，並在真正進入研究時，利用質性研究的方法，作質化的研究，深入訪談茶農和各部會有關人員，了解龍潭地區的概況作整合分析，並蒐集各方資料二級數據等等以供後續分析。此外也預先考量進入田野後將會面臨的困境，提出應對之道，在研究方法中提到對於驗證此研究的可信度與效度方式，以供作為研究的方針。

## 第四章 龍潭茶產業與地方發展的關係

本章主要在說明龍潭地區的茶產業因為槿風茶進入後所產生的影響，並從茶產業的轉變，探討其所造成農民日常生活的轉變，當槿風茶進入後，公部門的轉變與調適。本章的內容提出對龍潭地方與產業的現況與變遷，在接下的章節將以此為背景，從 ANT 的觀點分析槿風茶引入後所帶動的社會網絡關係的互動與變化。第一節介紹龍潭地區的茶產業概況，了解其鄉內農業人口變化。第二節利用台茶歷史發展對應龍潭的茶產業結構變化，使得龍潭茶產業依循政策與時代趨勢，而形成路徑依賴形態發展，並強調此地區茶產業的在地性；第三節說明龍潭的茶產業因為槿風茶的加入，造成原本製茶技術的改變，並形成地方組織的創新，產生與其他地區的知識網絡關係與新的地方與農民的社會網絡關係。本章最後將探究網絡與地方發展間的關係。

### 第一節 龍潭茶產業的概況

#### 一、龍潭的概述

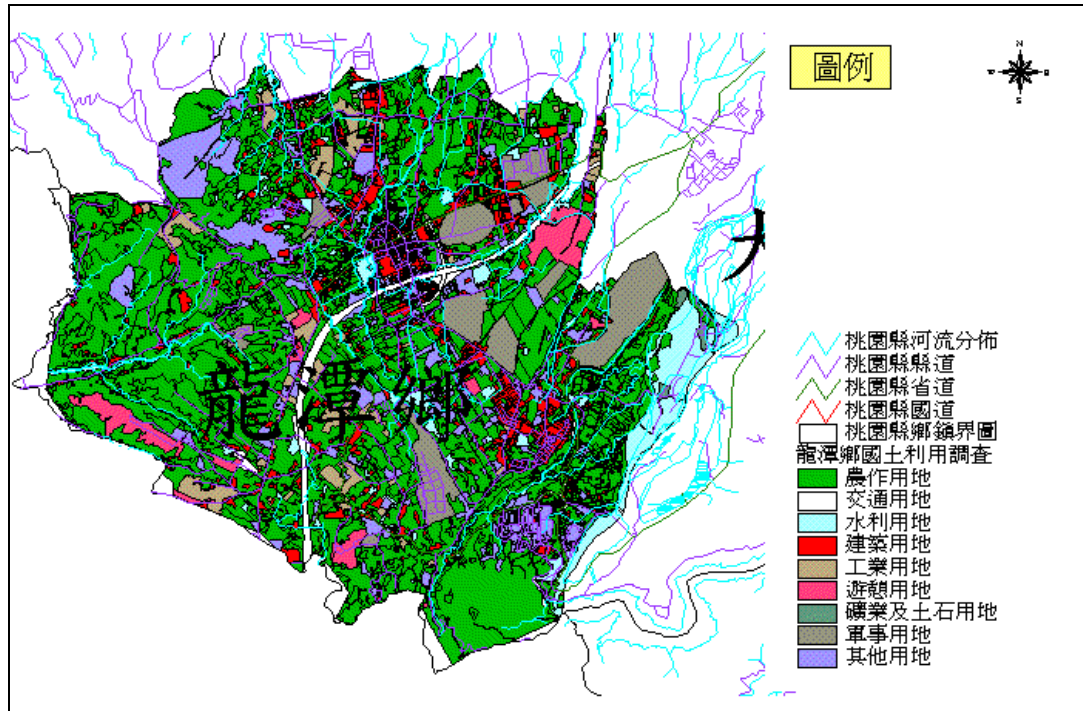


圖 4-1 研究區域範圍圖

資料來源：桃園縣政府網站 [http://www.tycg.gov.tw/cgi-bin/SM\\_theme?page=411b197e](http://www.tycg.gov.tw/cgi-bin/SM_theme?page=411b197e)

龍潭地區為桃園縣境內主要稻茶區，由圖 4-1 可看出其農業用地佔全鄉 90%，而茶葉面積 860.97 公頃則佔全縣茶葉面積約 70%，自日治時代以來，都以製作紅茶或綠茶為主，在 1980 年代初（民國 70 年初）在農委會、縣政府、龍潭農會努力下，積極更新茶園，製造包種茶及烏龍茶，深獲好評。1982 年（民國 71 年）更榮獲全省機採優良包種茶比賽冠軍，且將此茶區命名為：「龍泉包種茶」，名列全國十大名茶<sup>9</sup>之一。

## 二、人文

### （一）人口變遷：

本地區因處桃園台地，大體而言乾旱乏水，地力貧瘠，而早期人口以平埔族社群為主。在乾隆、嘉慶年間，隨著地權流失，客籍人透過拓墾、聚落的建立與家族的發展，成為龍潭地區的主體（劉湘櫻，2005）。龍潭地區的產業早期以農業為主，呈現的地景在民國 60 年初多為農地與茶園。

<sup>9</sup> 台灣茶業的歷史較短，談不上歷史名茶，現代名茶倒是不少。任中華茶文化學會創會理事長的范增平先生，曾根據台灣茶的知名度、消費者市場和學者專家的意見，選出 H1. 凍頂茶 H2. 文山包種茶 H3. 東方美人茶 H4. 松柏長青茶 H5. 木柵鐵觀音 H6. 三峽龍井 H7. 阿里山珠露 H8. 高山茶 H9. 龍泉茶 10. H 日月潭紅茶 H 為台灣十大名茶。（資料來源：<http://www.wwwart.com.tw/tea/>）。

根據龍潭鄉公所的統計資料(圖 4-2)指出，龍潭的一級產業人口在 70 年代大量轉移至二級產業。1970 年代初期台灣正值經濟起飛，政府在 1972 年開始實施經濟建設計畫，明白揭示「以農業培養工業，以工業發展農業」，農業部門長期受到擠壓，當時政府對農業部門進行農產品管制，提高稅率，使得農村建設及產值下降，在 1972 年行政院頒佈「加速農村建設重要措施」中，提出廢除肥料換穀制，放寬農貸條件等，反映出在 1972 年前農民受到不平等待遇，在 60 年代下半年起，台灣工業朝向以出口的勞動密集型加工業為主，造成多數人口流向工業部門，使得農業勞動力大量向城市移動，形成鄉村勞動力的短缺，造成一級轉形成二級部門。

而此時工商業發展快速，龍潭亦面臨到社會轉型的挑戰，台茶外銷失去競爭力，且因工商發達，國內工資提升民眾生活富裕，政府乃轉而輔導拓展內銷市場。對於龍潭茶農而言，原本製茶收入即不高，採茶期間又必須投入大量勞動力進行採摘茶菁，在民國 40 年時龍潭茶工廠一個月工資約為 60-80 元，非製茶季節時茶工須另行謀求生路，讓人多感生活不穩定。多數茶農為因應社會轉變，多尋找穩定工作環境，造成大型製茶工廠因勞動人口轉移，也因年年工資調漲，造成大型茶場生產成本大增，漸使至無人採摘茶菁而漸漸關閉。原本經營家族茶工廠無法支持開銷及人力外流，也漸漸分家自行經營。在此同時（1970 年代），因為製茶機械的改良與小型化，農家已有足夠的資金設置小型茶廠，從事茶葉製造且發展為自產自銷的狀況，形成小農林立的轉變。

#### 圖 4-2 龍潭地區就業人口異動圖

資料來源:龍潭鄉公所

現今龍潭地區已形成小農林立狀況，農業人口比例雖逐年下降，但仍維持在

13542 人，約佔全鄉比例的 15.7%。在從官方的人口統計資料圖 4-3 可看出，從民國 82 年到民國 95 年，龍潭地區人口並沒有削減的趨勢，反而有逐漸上升的情形出現，但農業人口卻年年降低。

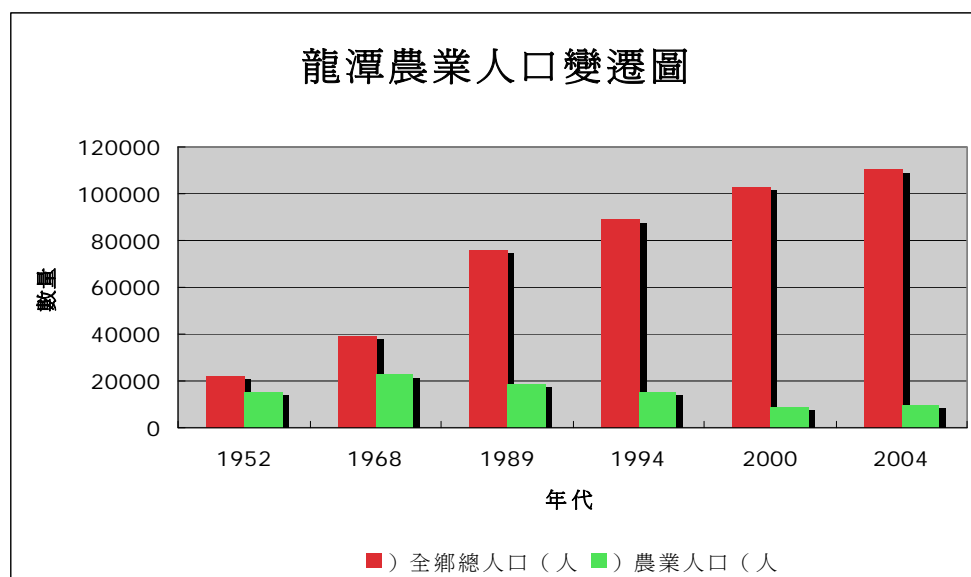


圖 4-3 龍潭農業人口變遷圖

資料來源：桃園縣統計要覽

但茶業仍為龍潭地區現今主要的一級產業，從表 4-1 中看出耕地指數仍達 45%以上，表示龍潭鄉土地利用仍以一級產業利用為主，龍潭地區的農業人口雖然面臨製茶人口老化現象，但在龍潭地區並沒有出現大量的人口外移情形。從圖 4-3 中可看出，這與農村社會發展過程中，會出現離農與離村的現象並不符合，與其他鄉村聚落亦不相同。以同為茶鄉的北埔為例，1970 年代開始人口持續外移，相較於新竹縣的平均 1.5% 人口的成長率，北埔鄉近十年的成長率為負值，呈現人口離農又離鄉；至今北埔發展仍以二級產業和為數不少的三級產業為主（譚鴻仁，2005）。龍潭鄉人口遷入及遷出的比值並沒有巨大的變化，這可能與當地工廠興建、二高通車以及觀光產業的興盛有關，使得在工業化過程下，龍潭人口仍留在當地。

表 4-1 龍潭鄉農業資源一覽表

項目	1952	1968	1989	1994	2000	2004
土地總面積 (公頃)	7523.72	7523.72	7523.41	7523.41	7523.41	7523.41
全鄉總人口 (人)	22288	39365	75851	88762	103088	110222
耕地總面積 (公頃)	5426.50	4798.15	3949.12	3699.87	3498.76	3479.16



耕地指數 (%)	72	64	52	49	47	46
農業人口 (人)	15454	22576	18732	15022	8871	9596
農業人口所佔%	69.34	57.35	24.70	16.92	8.61	8.7

資料來源：桃園縣統計要覽（1952-2004）

在龍潭地區茶產業力求轉型，由龍潭人口結構的改變可發現，目前的隱憂是：農村人口轉向至工業生產，使得青壯年不願從事一級產業，龍潭製茶茶農皆以五十歲以上為主，壯年勞動力不足情況嚴重，且採茶工人已呈現老人化趨勢，目前龍潭茶農多以老人為主，一位農會幹部即指出：

『60歲以上的八成，40歲的不到10個。(受訪者：G02)』

訪談中提及茶產業勞動力問題，茶農則認為缺工是此區的主要問題：

問題是沒有工人，北埔那邊採茶請那邊的來採，那邊的都是營營（閩南語：空閒的意思）阿，像我們這邊的人就是趕場唱歌，我們這邊誰要幫你去採那一天一千塊的，那我們這邊就是地方上的習性。(受訪者：F10)

另一位茶農也證實此說法

我們有瓶頸阿，它（極風茶）手工採，我們沒有人工，是最大的問題。(受訪者：F05)

若不正視或解決此問題，將使得茶產業因缺乏勞工，而讓發展手採茶因缺工而成爲一大隱憂。而勞動力爲何外移與作茶利潤不高且不穩定有關，曾有茶農說到：

作茶利潤太少了沒有辦法，我一個人生產，土地不算成本，要投入肥料人工，比上班的人還少那你要搞什麼。上班最少一個人一個月四萬元，十二月加年終獎金六十萬也有，一甲地一萬公斤生產來還不算，算十五萬那還是連本帶利，人工肥料都要算進去，你怎麼做。(受訪者：F03)

龍潭專業茶農不多，早期多少有到外兼差板模工或水泥工，現在仍是此情形，主因在於靠茶的收入不多，相較於製茶收支的不平衡，讓茶農更願意讓子女離農投入二、三級產業。有茶農（F03）說道，因爲茶業不穩定，下一代子女回來製茶並不合算。使得年年農業人口比例下降，桃園縣政府目前正積極發展龍潭鄉的高科技產業，其目標爲「以高科技、高附加價值之工業爲主，以輕工業、重工業爲輔」，隨著龍潭工商業的發達，人口漸趨轉向二、三級產業，北二高的通車，使得龍潭不再是一封閉的農村聚落，而漸漸都市化，但特殊的是人口卻不外移，反而仍維持在一基本水平，形成不減反增的情形。

## 第二節 台茶發展史與龍潭茶產業歷史變遷的產業結構變化

### 一、歷史脈絡

#### (一)、茶樹栽植的自然條件

要先瞭解茶農的生活概況，就得先探討影響茶樹生長的自然條件因素。茶樹主要分佈在北半球北緯 30°以南，生長在海拔 800—1200 公尺以下，喜性溫暖溼潤氣候。龍潭的農業生產一直屬於稻茶區，大部分為紅土台地，土壤屬於紅壤與黃壤，有機質含量在 3.0%上下偏低。龍潭雖地力不佳，茶樹容易衰老、產量低、茶葉品質僅為中等。根據台灣省桃園縣土壤調查報告書中的調查研究，(湯元吉，1954:16，314)指出，本區紅壤之原藏肥力不高，而理化性質亦欠理想，應非生產力甚高的土壤，且此類強酸性土壤，對一般作物之正常發育及其根系吸取養分之作用，均可能有不利之影響，並常減低肥料之效應。如果沒有施肥改良土壤，低於 Ph5 以下的適應作物，也唯有茶樹而已<sup>10</sup>。茶樹生長力強勁，在貧瘠土壤或酸性較強地區，皆可以栽種。

茶樹喜性溫暖潮溼，適宜生長在溫度 18~25°C，且溼度在 80~75%間的地區。

---

<sup>10</sup> 水稻的適種土壤酸鹼度為 Ph5.0~7.0，茶為 Ph4.5~6.0。湯元吉，1954:315。

適宜的環境有利茶樹生長且能提高茶葉品質，而龍潭鄉平均氣溫在 14~27°C，相對溼度約在 75~85%間，且桃園在夜中及晨間容易起霧，有利滋潤茶樹，使得龍潭地區的茶樹的產量及品質具競爭力。此區土壤貧瘠，但可用肥料改善，且自然氣候補足地力貧乏，使此區茶樹品質因氣候條件影響而提升。民國六十年以後，台灣茶區逐漸往中南部發展，主要在中央山脈及其支脈的南投縣、嘉義縣等地。新開發土地有機質含量高，且地質鬆軟，為台灣近三十年來蓬勃發展的茶區，產量高且品質優，為主要茶區。茶樹生長著重在栽培與管理因素，其經濟栽培年限約 30 至 50 年時間，而北部地區從日治時期至今已發展多時，從台灣茶園空間分佈上的改變，可以反映出茶區的改變在於北、中茶區的消長且北部茶區茶樹多已老化（余寶婷，1994）。龍潭地區的茶樹與茶園也面臨茶區必須更新的現況，龍潭茶區因開發久遠，地力喪失，遂造成茶園南移的現象。

## （二）、茶業發展概況

台灣地質、氣候適宜茶樹生長，台茶主要的發展從 1860 年開始，北京條約後淡水正式對外開埠，英美等國將台茶視為投資標的，在台灣北部大面積拓墾丘陵地種植茶樹。在帝國主義強大的壓力下，促使台茶的發展在一開始即以外銷為主的發展路徑。1877 年（淡水英國領事報告）記錄：「年復一年，漢人不斷向山區開發，一山佔過一山，砍下了樹木，種下了茶。」（轉載自邱念渠，2005）。台茶正式成為因應國際市場需求而生的產業。1872 年美國廢止輸入茶稅，國際茶價因此下跌。國內茶商為將滯銷茶賣出，不得已將烏龍茶薰花再製成包種茶運往福州，此為台灣製造包種茶的動機開始。此時茶商聯合組織成立，且有茶販在茶葉收成時期，到各茶區向農戶或粗製茶場收購毛茶，再轉手精緻茶廠。在 1895 年全台茶園面積已達 25000 公頃，台北、桃園、新竹、苗栗為主要茶區。

至日治時期，外銷茶葉已成為茶葉的發展路徑(邱念渠，2005)，日人在台茶政策上，認為台茶大有前途、致力推廣，設立茶樹栽培試驗所、茶葉試驗所；以外銷茶葉做為台灣的經濟命脈，但發展以不影響日本國內茶葉利益為前提。在 1920 年後，因為世界性的經濟不景氣，爪哇茶大量傾銷美國，杜絕烏龍茶的國際銷路（陳慈玉，2005）。此時，日本鼓勵茶農改製包種茶銷往東南亞市場，在 1926 年包種茶已超過烏龍茶成為台茶主力（邱念渠，2005）。同時，日人為避免日本綠茶被排擠，且日本綠茶味澀無法與台產綠茶競爭，因此提倡在殖民地製造紅茶。1933 年為控制茶價，在主要紅茶產區協議共同減產，使得台灣紅茶得以大量輸出，成為台茶主要外銷品項之一。

在日人統治階段茶葉開始機械化生產。此時規模小的製茶廠因生產出的毛茶品質不穩定，市場不願收購毛茶，導致小資本的工廠被迫關閉，而家庭代工茶農亦轉而將採收的茶菁直接賣給大型機製茶場，由於機械製茶的發達，使得台茶生

產制度發生改變，影響後續的發展形態。茶種所要求的製茶程序簡單，機械化生產過程與規模增加成爲了此時台茶的發展特色。

光復前後，因綠茶主產地日本及中國大陸，受戰火摧殘使得茶園廢耕嚴重，而讓台灣有機會發展綠茶路線。1970 年以後，綠茶更佔總外銷量 70% 以上，從 1945 年到台灣光復之初，政府機構努力配合推動振興台茶，並配合土地改革政策：包含「三七五減租」、「公地放領」、「耕者有其田」使得小農階級取得自有耕地，致使茶農戶數提高，由 1952 年農復會的調查報告指出，此時全台農戶 139180 戶，茶農佔有 19.1% 比重，年產量達 1700 萬公斤以上。

1980 年代台灣工商業發達，國內工資提升及台幣升值，台茶外銷艱辛，逐漸喪失外銷競爭力。邱念渠（2005）指出，政府此時政策轉以內銷茶爲主，在 1982 年提倡「還茶於農」政策，廢除「製茶管理規則」。1987 年又廢除「製茶工廠最低設廠規則」，使得小型製茶工廠大量設立。小型工廠設立使得大工廠因收購不到茶菁而關閉。而原本以紅茶、綠茶爲主的外銷茶種也因爲盛況不再，而以迎合內銷市場的烏龍茶、包種茶爲主。從圖 4-4 得知台灣歷年產量變化呈現下滑，而進口量反而提升，在 1986 年外銷量降爲一萬公噸，不足總產量的百分之四十二。使得現今台茶面臨國內市場競爭，和外銷市場縮減的窘境。

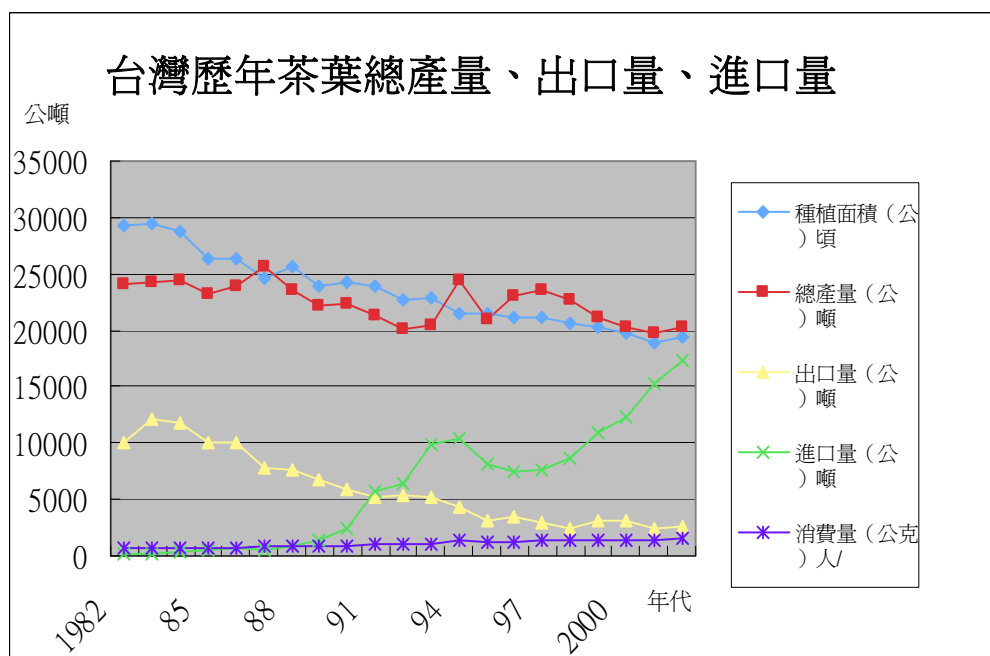


圖 4-4 台灣歷年茶葉總產量、出口量、進口量圖

資料來源:林木連等人，(台灣的茶葉)，2003，p 189

換言之，台灣茶葉已由以往的外銷，逐漸轉為內銷為主。產製外銷茶為主的大型製茶工廠已由早期的四百餘家，至今僅餘五十家，代之而起的是分散在全台各茶區的自產自製茶農，目前已超出八千家以上。而台灣包種茶及烏龍茶的產製技術也在政府有關機構不斷應用新科技、新技術輔導茶農改進產製技術，提高茶葉品質，已逐漸演變而自成一格。

在台灣茶葉發展的脈絡下，龍潭茶葉發展主要從日據時代開始。日人在龍潭地區推廣種植茶樹，提倡機械化製茶並企業化經營台茶。根據新竹州商工概鑑的統計，日本殖民時期龍潭地區茶廠已有 31 家。龍潭約在 1936 年（民國 25 年）前後，開始種植清新大有品種，且鄉公所大力推廣並以全額工資補助種植，並在民國 48 年間受到高原茶廠負責人謝吉龍先生鼓勵，以明顯差價收購茶菁，方能種植推廣成功，現清新大有種植面積佔龍潭茶園面積的 80%。地方茶農回顧當時的外銷過程指出，早期以紅茶外銷為主，專銷歐洲，約 1904 年已有綠茶生產，但日人為避免與日本本土綠茶業者產生利益衝突，故數量不多，1949 年龍潭地區以綠茶出口為主，外銷地以摩洛哥為主。至 1965 年（民國 54 年）間為因應當時國際市場需求，龍潭地區的茶葉生產以煎茶為主，且幾乎全數外銷日本，造就本區茶葉輝煌歷史。有許多的大茶廠在龍潭產生，本地茶農大多採販賣茶菁的方式經營，由茶廠收購粗製。

1970 年龍潭地區茶業的栽培面積為全國第三，達到 6917 公頃，而此時工商業發展快速，台茶外銷失去競爭力，政府乃轉而輔導拓展內銷市場。1972 年行政院頒佈「加速農村建設重要措施」中，提到廢除肥料換穀制、放寬農貸條件、取消田賦徵教育捐等。當時因台灣經濟起飛，工人工資一年數漲，在龍潭地區大型茶工廠生產成本大增，以致茶葉外銷失利。此時因產業升級民眾生活水準提高，內銷高級茗茶大受歡迎。也在同時，製茶機械的改良與小型化，農家已有足夠的資金設置小型茶廠從事茶葉製造，且已經發展為自產自銷的狀況。

此時的龍潭亦有許多農戶轉型成小型工廠，生產茶菁由大廠收購，而較少做出富地方地區的特色茶，在民國七十年前後政府大力推廣包種茶及烏龍茶，而龍潭地區早在民國 67、68 年起就開始轉作包種茶，為扶植其小型製茶廠，茶葉改良廠改良數種品質優良茶種，使得小型製茶業者多數以發酵烏龍茶為主；並配合民國 70 年代初期製茶班運作改良製茶技術，在農政單位刻意輔導下，每年舉辦數次現場製茶比賽，提升製茶水準，大幅提升茶葉品質。包種茶利潤相較早期茶菁買賣獲益更高，作乾茶葉一台斤平均售價約 250 元，在產季，以兩天時間作乾茶葉 100~200 台斤，所產包種茶一般售價每台斤 300~350 元，若參加比賽得獎，

則售價可高達 2000 元一台斤的高價，這比原先單賣茶菁<sup>11</sup>利潤高出數百倍，遂得以發展出屬於自己的特色茶。至此龍潭地區生產包種茶帶給小型製茶業者長達十餘年的黃金歲月，更在民國七十一年被命名為龍泉包種茶，成為具代表性的地方特產。民國八十五年，龍潭包種茶年產值逐年降低，茶農為力求轉型，朝向多元發展，除更新茶園轉休閒觀光為主，更引進新茶種轉型。

龍潭在民國八十年代後期引進槿風茶的生產技術，成為龍潭地區現階段的發展主軸。政府單位不只舉辦全國的製茶比賽，更進一步推動槿風節活動的舉辦，使得這個地區的地方發展因這特殊茶的引入形成轉型的可能。從龍潭的茶產業變化中發現，茶產業在龍潭的變化有歷史的脈絡及政策的影響，而其趨勢是朝向小農生產為主，以下將台茶發展與龍潭茶葉發展作一表 4-2，以其更能完整比對兩者間的發展脈絡。

表 4-2 台茶發展與龍潭發展對照表

	台灣茶葉發展	龍潭茶葉發展	製程變化
1860	台茶主要的發展開始，在帝國主義強大的壓力下，促使台茶的發展在一開始即以外銷為主的發展路徑。	1871 年前後，開拓為茶葉專業生產區，農戶手工製成粗茶或烏龍茶經外商洋行收集外銷。	1881 年取得大陸傳來製作包種茶技術。同年即有包種茶輸出。
1895 日治時期	日人在台茶政策上，以外銷茶葉做為台灣的經濟命脈，但發展以不影響日本國內茶葉	<b>龍潭茶葉發展主要從日據時代開始。</b> 日人在龍潭地區推廣種植茶樹，提	

<sup>11</sup> 民國 70 年前後，當時四台斤茶菁可以製產一台斤乾茶，春茶一台斤茶菁收購價約 二十元。

	利益為前提。日人為避免日本綠茶被排擠，因此提倡在殖民地製造紅茶。	倡機械化製茶並企業化經營台茶，專製紅茶為主。	
1898	日本在台灣開闢茶場，經營外銷，投入大量資金開拓茶園。	三井合會社在大溪設會，大規模開拓茶園。	設新式製茶機，開始機械化生產。
1901	在文山、龜山設立茶樹栽培試驗所。	1901年在銅鑼圈設立一栽培試驗場，配合機械製茶的發展。	1904年龍潭為避免跟日本綠茶業者產生利益衝突，故量極微。
1925		收購龍潭茶園122.9公頃。並興建茶廠，專製烏龍茶荷包種茶。	人工採摘為主。

資料來源：本研究整理

表 4-2 台茶發展與龍潭發展對照表（續）

	台灣茶葉發展	龍潭茶葉發展	製程變化
1948	光復前後，因綠茶主產地日本及中國大陸，受戰火摧殘使得茶園廢耕嚴重，而讓台灣有機會發展綠茶路線	茶農回憶外銷綠茶以摩洛哥為主。	1936年（民國25年）前後，開始種植清新大有品種，且鄉公所大力推廣並以全額工資補助種植。
1960	向日本進口蒸菁綠茶，農委會專款補助缺株茶園補植、綠肥推廣，以提高茶菁品質與產量為主。	以日本煎茶為主	1960(民國59年)採用單人式採茶機，開啓機械化採茶先驅。1951-1970年外銷為主。

1970	政府機構努力配合推動振興台茶，並配合土地改革政策：包含「三七五減租」、「公地放領」、「耕者有其田」使得小農階級取得自有耕地，致使茶農戶數提高。	龍潭小型茶農興盛。	1974-1984 台茶外銷轉內銷關鍵期。
1980	1980 年代台灣工商業發達，國內工資提升及台幣升值，台茶外銷艱辛，逐漸喪失外銷競爭力。1987 年又廢除「製茶工廠最低設廠規則」，使得小型製茶工廠大量設立。	在民國七十年前後政府大力推廣包種茶及烏龍茶。以特色茶命名。	內銷為主
1990	加入 WTO 面臨開放政策，以及大陸茶、越南進口茶侵銷。	朝向多元發展，除更新茶園轉型為休閒觀光為主，更引進槪風茶走高單價路線。	

資料來源：本研究整理

由以上歷史發展的介紹可以得知龍潭茶葉生產的轉變過程。龍潭茶葉生產的產銷過程可以由下圖 4-5 來闡明，虛線部份表示日治時代茶農銷售路線，龍潭以大茶廠為主，茶農主要為茶菁供應者。由民國六十年中期開始，消費需求增強，各地飲茶風氣開始盛行，促使各地茶行相繼開設，使得原本為少數茶莊所獨佔的茶葉市場轉趨多元。加上交通運輸便利，貨源取得逐漸容易，零售商可以自己尋找貨源，實線部份為現今茶農銷售路線，其也包含虛線部份只與早期相比茶農賣單賣茶菁已不多見，現今茶農主要直接賣給消費者以及茶行，約佔 80%，農會、合作社辦理分級包裝銷售約 20%，缺乏設備及勞力的農民以出售茶菁為主約佔 15%，整體來說仍以自產自銷為主，在龍潭地區這些轉變正好符合此區的發展，大廠漸漸轉變為小型工廠與小農生產，其產業結構發生重大變化。農民為求發展，開創新產品的研發，並結合地方政府力量拓展行銷，與以往分工的狀況已經不同，而茶農也從單純的生產者變成需要行銷、學習新技術的多重身分。



### 圖 4-5 龍潭茶葉產銷供需圖

資料來源：茶葉類教育訓練研討會課程講義，2005，農委會茶葉改良場。

從歷史變遷的過程中可以看出在龍潭地區茶業的發展過程，政府的政策扮演者重要的角色。有當時的政策輔導，才有現今的小農林立以及內銷轉作的過程。若非當時政策影響，將不會種植與新竹縣相同茶種的清新大冇，使得爾後有轉作引進槿風茶的契機與學習新技術的可能。

#### （三）土地面積的變遷與問題：

由表 4-3 可知龍潭歷年的土地耕作面積已逐年下滑，但相對來說農戶卻逐年增多，明顯階段為 1940-1941 年，一年間土地面積從 2261 甲增加 2788 甲，農戶數也從 482 戶增至 806 戶，對照歷史發展過程可知，此時日人統治台灣，企業化經營台茶，積極推廣種植茶樹，開發土地並機械化製茶，並以大型製茶工廠為主，當時日人禁止私人設立家庭式茶寮，農戶以製造茶菁供茶場製造紅茶為主，日人並採大量生產方式外銷歐洲。第二階段為 1952-1961 年代，光復前後政府機構努力配合推動振興台茶，並配合土地改革政策使得小農階級取得自有耕地，致使龍潭茶農戶數提高小農愈多，而每人平均可耕面積亦逐年下滑；到 1970 年代時，小型製茶工廠以製作包種茶為主其利潤為販賣茶菁數倍，故土地面積開發至 2788 甲，此時為龍潭茶葉輝煌時期，茶農戶數增加粗製茶產量提升，當時茶農回憶到：

紅茶外銷不好，從十幾年前就不好，現在外國有人在做，我們就慢慢沒落，因為台灣的工資太貴，外國工資便宜。後來就轉作包種茶，倒掉就倒掉，就轉作像我們這樣小面積的。（受訪者：F02）

這時土地開發受當時政府外銷轉內銷影響，使得小農人戶數增多，且土地開發、興建基礎建設等，使得土地面積增高。明顯土地下滑階段在 1981-1991 年，

1970 年代開始工商業發達，政府積極培養工業，多數茶農將土地變賣或是廢耕，將人力轉為二級產業為主，使得此時土地面積下降。茶農即表示：

留農人口都是五、六十歲。在十年以後茶園就會直線下降，年青的喜歡賣地，他不愛作茶。  
(受訪者：F03)

表 4-3 龍潭鄉歷年茶葉生產統計表

年代 (民國)	1940 (29)	1941 (30)	1952 (41)	1961 (50)	1971 (60)	1981 (70)	1991 (80)
茶農 戶數	482 戶	806	949	1736	1786	1720	1480
栽植 面積(甲)	2260.5	2788	3074	2120	2788	2450	1500
粗製茶產 量(公斤)	1851.1	2329.4	1177.7	1507.0	2654.3	3062.5	2000.0

資料來源：新個龍潭人，(1993)

1980 年(民國 70 年)因台茶外銷重挫，北部丘陵茶園面積縮減，外銷為主的茶區衰落使得台茶重心轉移到中南部，以生產高山茶為主。而龍潭在此時茶園面積已經下滑至 1500 甲，但是因龍潭土地已漸工業化，故仍有茶農將地留下生產，茶農指出現今龍潭茶園概況：

陸總那邊他剩下沒有幾塊，要光拉。我自己留起來，留不起來就算了，我們土地價格比較高，龍潭這邊一甲可以換他兩三甲，林口以前跟我們這邊一樣。(受訪者：F03)

即使龍潭茶產業已呈現下滑現況，但仍有茶農將地保留，其主因在於政策問題，只能在現地做農作物變更且沒有補助，而不能轉作他用，茶農說到：

茶園沒有休耕，荒掉就沒有拉，我們沒有任何的經費來源，上一代的人走掉過戶給兒子要五年政府才肯變。而且很難轉作其他使用，要費用不好轉，轉過來蓋房子很難，除非說大建商來的話，在黃泥糖蓋一間要繳很多稅，農地要蓋不簡單。(受訪者：F02)

此措施讓茶農對於土地的變動較少，不是荒廢即是繼續耕作，或是轉作其他作物，龍潭地區茶農現已有人往種植稻作發展，或是採取多元化經營例如：經營觀光茶園、或是主題餐廳，但多數茶農仍選擇繼續引進新茶種耕作。

## 二、製茶過程

台灣製茶技術源自中國大陸，經過不斷的改良及發展，現今茶葉種類繁多，但依製茶過程及技術不同而將茶葉分成六大類：綠茶類、黃茶類、白茶類、青茶類、紅茶類及黑茶類。以下就龍潭地區的龍潭包種茶及新興茶種-椶風茶，就其製茶過程說明其間的差異。

### (一)、包種茶

包種茶屬於發酵中較為輕度的一種茶種，茶葉中兒茶素類僅 8~18% 被氧化，外觀色澤墨綠。產期以春、冬兩季為主，品質較佳，初夏及秋天製成之包種茶次之。從採摘茶菁的選擇，到茶葉製作過程的變化，都需要靠經驗豐富的師父，經由手感觸摸或是鼻子嗅知菁味是否消失。一般而言，包種茶的標準製茶程序有以下幾個步驟（茶葉改良場，2002）：

1. 茶菁摘採：分為手採跟機採。不同的茶種，採摘茶菁的原則不同，包種茶主要以葉質柔軟，葉肉肥厚、葉色淡綠為佳，並要注意採摘時間以及入廠量（以免鮮葉因悶熱變成死葉）。而椶風茶摘採茶菁較多限制，需小綠葉蟬釘咬且以一心二葉為主，而茶菁好壞影響到茶葉製程的品質，故需特別留意。
2. 萎凋：剛採下的芽葉，含水量高，須經過此過程，讓芽葉水份消散，使其彈性、硬度、重量和體積降低，當細胞的水分消散時，原本被分離的物質即進入細胞內，引發複雜的化學變化，形成茶葉特有的香氣。部份發酵茶又分成日光萎凋與室內萎凋（靜置）兩種。前者藉由太陽的熱能加速生葉水分的消散，其目的使茶菁的水分消散，具有引發發酵作用的環境；而後者在室內不僅靜置使生葉水分持續緩慢消散，並配合攪拌促使其產生內部發酵作用，其目的是藉攪拌調節茶葉發酵程度，發揮茶葉的香氣與滋味。
3. 炒菁：利用直接乾熱的方式，急速破壞酵素的活性，停止發酵及其他的生化反應，使茶葉經由發酵產生的香味、滋味、水色趨於穩定。此外更可以使生葉組織軟化去除菁味，利於柔捻作業。
4. 揉捻：是應用機械的力量使茶葉轉動相互摩擦，造成芽葉部份組織細胞破裂，流出汁液黏附在芽葉表面，經乾燥凝固後便於沖泡溶出。並具有整形的作用，使茶葉捲曲成條狀，或經由團揉成球形或半球形，外形美觀，並減少茶葉成品的體積，便於包裝、運輸及儲存。
5. 乾燥：以高溫熱風處理，可破壞殘留在茶葉中的酵素，使發酵作用及其他生化反應完全停止，使品質固定在理想狀態。處理時也引其若干化學變化，改善香氣，葉身收縮緊結，便於長期儲存。

包種茶製茶過程如下圖 4-6：

#### 圖 4-6 包種茶製造過程圖

資料來源: 行政院農委會茶葉改良廠

茶葉製造有一標準程續，可對包種茶製茶過程有一初步了解，然而在標準程序之外，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。在觸及一些手感以及個人感官的了解時，茶改廠雖有一定的標準模式供人學習、參考，但在實際的茶葉製作過程中，許多學習則必須依靠現場教學，或是長時間的摸索、試驗才可習得技術。

包種茶所花費製作時間較極風茶長，根據茶改廠的製茶手冊指出（茶葉改良場，2002），在製造包種茶的過程中，茶葉摘採後經過日光萎凋與室內萎凋後，最後一次靜置與攪拌通常已至午夜時分，這時氣溫會降低，而製茶者應依當時情況給予不同時間的攪拌與數次的翻攪靜置，而這時次數拿捏的經驗則需要靠茶農自我的體會，也因為製茶時期茶葉是屬活性狀態，持續發酵。若過程中靜置萎掉時間過長，則會使茶葉過於老化，故製茶時茶師需要整晚守候，才能掌握最適宜作茶時機。當茶菁進行萎凋時，在固定時間內必須進行翻攪，藉由翻動使得茶菁能充分發酵，以引發複雜的化學變化，生成特有包種茶滋味與香氣。萎凋與翻攪的過程掌握是製茶過程中重要的隱微知識。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就有或多或少的差異。根據製茶師傅指出，日光萎凋、

室內萎凋及攪拌等過程，是決定發酵程度的重要步驟，當日光萎凋時間過久，遂造成「死葉」，而靜置時間的翻攪時間、製茶師父的攪拌手勁也會影響到茶葉的香氣及品質。

而接下來的揉捻則多採用機器，而龍潭包種茶的外觀不注重芽尖及白毫，故揉捻稍重無妨，龍潭包種茶的外觀因此呈現條狀，而半球型包種茶以南投區為主，茶葉須經過此特殊的處理，才可以獲致獨特的外觀與風味。

## (二)、槿風茶

槿風茶為台灣特有茶種，在部份發酵茶類中為發酵程度最深的一種，茶葉顏色層次多變，高級者更帶有白毫，茶湯水色呈琥珀色，味道濃厚帶有特殊蜜果香，主要適合製造時間在芒種（農曆五月中）以後，到大暑（農曆六月底）以前生產品質較好。換言之，槿風茶的產期在一年當中，只有為期約一個月的時間。根據茶農指出，槿風茶的品質主要來自茶菁品質的好壞，而主要的好壞標準在於：第一、被小綠葉蟬蟲叮咬的程度，若是蟲害太過或與不及都無法製造出優良的槿風茶；第二、茶菁的大小與位置宜選用芽心肥大的一心二葉。槿風茶是目前全世界極少數必須讓小綠葉蟬吸食過後之茶菁原料才能製成的茶，目前僅知只有大吉嶺紅茶必須用小綠葉蟬吸食的茶菁做原料（蔡永生，吳舜聲，2005）。

總和以上的製作要求與槿風茶茶菁選擇的特性，茶廠在製作槿風茶上會特別重視茶菁的品質，因此茶菁的採摘則需要經驗豐富的人力。在訪談中得知現今的採摘工人，多以平均 70 歲高齡的婦女為主，由於槿風茶的產期在夏日，採摘工因此得忍受酷暑及悶熱的工作環境，現今的年輕人已經不願從事此一工作，使得採茶工人日益凋零老化。除此之外，由於槿風茶的茶菁必須是茶尖一心二葉之處，使得茶葉生產有數量的限制。原因之一是，一心二葉使得每株茶樹生產有限；其二是茶菁必須挑選為小葉綠蟬適當咬噬之受傷茶葉，是故槿風茶的茶菁必須手採。槿風茶茶菁無法機械摘採也是造成槿風茶產量不高的原因之一。

槿風茶的生產過程與包種茶的生產過程類似，主要差別在於製作過程中，見圖 4-7 中少見的靜置回潤，很少茶類有用「炒後悶」<sup>12</sup>的手法製造，在一般青

---

<sup>12</sup> 「炒後悶」應算是製茶步驟(過程)中非常特殊的一個手法，因為除了「黃茶」系列有這種刻意的手法外，沒有一種茶類會加上這種手法。槿風茶製造過程中「炒後悶」的步驟，有些製茶學上的書籍寫「靜置回潤」，或「悶熟靜置」或簡稱「悶熟」「悶熱」或「布包濕悶」「濕悶」「悶置」…等，這個步驟的名詞如同槿風茶有太多別稱，很容易讓外界混淆，實在應及早統一名稱。槿風茶之「炒後悶」的手法其實與半球型烏龍茶之「靜置回潤」有極大差別，前者是炒菁完後(揉捻前)立即趁熱以濕布包覆悶置 20~30 分鐘，而半球型烏龍茶則是茶菁炒菁後再經初揉及初乾完後，再攤涼靜置過夜，讓初乾茶慢慢回潤。兩者有很大的差別，槿風茶是短時間趁熱趁濕之激烈

茶(烏龍茶系)製造中更忌諱以「炒後悶」的手法製造，因極可能導致成茶水色變紅和帶有悶味，產生烏龍茶香氣不清揚之結果，(蔡永生，吳舜聲，2005)。由圖 4-6 中可以知道靜置回潤的過程是在炒菁完後，且在靜置回潤時，須以溼布包悶，使茶葉回軟無乾刺手感，此特殊的作法目前知道在茶葉六大分類中，僅有黃茶是有此做法，再來即是槪風茶的加工有此手法加入。其目的主要是藉由激烈的濕熱作用導致化學成份急速自動氧化，對膨風茶之色、香、味形成具關鍵性影響，尤其是槪風茶的「蜜香」具有關鍵性的提昇，以及讓水色變紅影響。槪風茶在製作過程中應屬於發酵程度較重者，故在日光萎凋時間較包種茶長，在攪拌時不可傷及茶葉，若在此處能夠拿捏得宜，則會呈現槪風茶特有的熟果香味。在乾燥部份，槪風茶熱風溫度較包種茶低(約 70°C)，一般一次即可完成。

#### 圖 4-7 槪風茶製造過程圖

資料來源: 行政院農委會茶葉改良廠

總和上述的介紹，槪風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、時間輕重緩急等，所以即使有一定的製茶標準步驟，但是每個人在製做上拿捏各不相同，每人有不同的觸感及技巧，故在相同槪風茶的製作過程中，會形成口感上面

---

濕熱作用，而後者則為長時間緩慢降溫的回潤作用。膨風茶「炒後悶」之動作，似黃茶之「悶黃」步驟，有激烈的非酵素自動氧化作用，但前者反應又更迅速激烈，而後者則時間拖得較長，其化學變化包括如葉綠素大量減少破壞、酯型兒茶素減少、游離型兒茶素增加、滋味變更溫醇、胺基酸及單糖增加等，這些作用與形成膨風茶特有香味具有密切關係。除了藉濕熱作用增強膨風茶香味及外觀色澤黃褐變，水色變琥珀色外，「炒後悶」另外有一重要意義，即由於膨風茶原料都是小綠葉蟬吸食過的嫩葉，含水量極低，又製造方法採重萎凋、重發酵，茶菁芽尖含水量更低，再經炒菁後嫩芽尖幾乎已呈極乾枯狀況，若炒菁後立即揉捻，芽葉勢必破壞斷裂或分離，因此趁熱再加濕悶之動作，可使芽葉水分重新分佈，減少芽葉破壞斷裂，以利揉捻成形。有關膨風茶「炒後悶」產生之化學變化，目前尚未有詳盡仔細之分析，此仍有待進一步探討。資料來源：蔡永生、吳舜聲(2005)，膨風茶(東方美人茶)與蜜香茶之祕密(一)，台灣茶協會會員通訊第八期，vol.3(2): P. 3-9

的差異呈現具個人特色之茶風。

在製程定型方面：對於槤風茶製造流程何時定型甚難考究，且在加工時為何突然增加「炒後悶」之手法，後人不得，雖然「炒後悶」之手法，至今看起來甚為簡易，但製茶加工原就是一極為精細敏感的加工技術，尤其烏龍茶系之加工，每一步驟流程常是「增一分太濃，減一分太淡」，如萎凋時間之長短拿捏，多拖幾分鐘，與少幾分鐘，可能對成茶品質就相當不利，更何況增加「炒後悶」這種獨創性又激烈反應之加工手法，這樣的手法堪稱台灣人在茶葉創製的驕傲與智慧結晶。（蔡永生，吳舜聲，2005）。

### （三）槤風茶與包種茶製造比較

包種茶及槤風茶屬與台灣的特有茶種，此兩者從茶菁採摘到製作過程中的差別，造就兩種不同風味的茶種風味。以下就發酵程度上說明，包種茶及槤風茶兩種茶種都屬於部份發酵茶，但在萎凋程度上並不相同，從圖 4-7 可以知道在製程中因發酵程度上面的不同，所以在製作過程中揉捻的方式亦有些許的差異。

	條形包種茶（輕萎凋）	發酵程度 8~12%	單炒單揉 <sup>13</sup>
茶菁	槤風烏龍（重萎凋）	發酵程度 50~60%	

圖 4-8 包種茶及槤風茶製成差異圖

資料來源：行政院農委會茶葉改良廠

以下就兩者從原料到製程上的差異做比較：第一、此兩種茶的茶菁原料的標準略有不同，槤風茶須有小綠葉蟬叮咬，才能有獨特香氣，而包種茶的茶菁原料可以由機械化的摘採取得。就勞動力而言，槤風茶因對茶菁品質要求較高，需用手採摘一心二葉茶芽，且須靠大量富有經驗能力的茶工摘採，使得茶葉生產數量有限；而包種茶則可用機採使得產量大增，由表 4-4 可知兩者在平均工作八小時的效能，機採可達手採產量的 10~100 倍以上。碎風茶茶菁無法機械摘採，也是造成槤風茶產量不高的原因之一。因為兩者對於茶菁要求不同，生產槤風茶造成對地方上人力的需求增加，且在槤風茶的栽種環境須讓小綠葉蟬叮咬，茶農須施行有機栽培，花費更多時間、人力照顧，製茶成本相對來說提高，而包種茶則不須花費大量勞工，在栽培管理上也較輕鬆。

表 4-4 採茶效率比較表（民國 81 年統計概算）

<sup>13</sup> 單揉：指炒菁完後，用手翻攪 2~3 次使熱氣消散，即投入揉捻機筒內揉捻。（資料來源：茶葉技術推廣手冊——製茶技術）

採茶方式	手工採	單人式採茶 <sup>14</sup> 機	雙人式採 <sup>15</sup> 茶機
作業時間	八小時	八小時	八小時
採茶重量(公斤)	15-20	300-350	2100-2400
每公斤採茶概算 (新台幣)	20-40	3-15	2-3

料來源：高原社區拓展史

第二、萎凋程度、攪拌輕重、時間長短都不盡相同。就茶改場對於包種茶及槿風茶的比較，在日光萎凋方面，槿風茶的發酵程度較重，故須長時間萎凋至心芽呈現白色，梗部呈現皺折，相對來說，包種茶只要葉面光澤消失，即須進形下一步驟，對於茶農來說做包種茶更需要隨時待命，視茶葉的變化立即進行接下來的製作過程。而槿風茶則可以在室內攪拌，其次數及攪拌力量方面，也以槿風茶為多且重，這與槿風茶的發酵程度有關，可由表 4-5 中看出槿風茶的炒菁的時間宜低溫長炒，而包種茶則需要高溫快炒。這說明槿風茶進入龍潭之後，較容易被已有包種茶製茶技術的茶農所接受，因為對於有製茶經驗的茶農來說，只是需要了解發酵的輕重程度，以及時間的掌控，並不會造成學習上的負擔以及製茶時人力的改變，故較容易形成區域的鑲嵌。

表 4-5 台灣烏龍（槿風烏龍）與包種茶製造比較表

	台灣烏龍 (白毫烏龍；槿風茶；番庄)	包種茶 (市面上稱烏龍茶)
主要適製品種	清心大謀、台茶十七號、白毛猴	清心烏龍、台茶十二號、台茶十三號、台茶十四號。
茶菁品質要求	一、心芽肥大，一新一葉~二葉。 二、茶小葉綠蟬危害枝芽葉尤佳。	對口開面葉或第一葉開展至第二葉面積三分之二。
適製季節	夏季(芒種~大暑之間)	春、冬及秋末品質較佳。
日光萎凋	一、忌強日光直接照射。	一、忌強日光直接照射。

14 單人式採茶機---民國 59 年開始用。

15 雙人式採茶機---民國 62 年發明，65 年使用。



	二、較弱日光照射下（日光可遮蔭），長時間萎凋至心芽為顯白色光澤，梗部表皮微現皺縮現象。	二、至葉面光澤消失，葉質由膨硬轉柔軟，菁味消失而發出茶香。
室內萎凋攪拌（部份發酵過程）	一、萎凋至心芽明顯顯白（白毫顯露），葉面光澤消失，葉內捲呈湯匙狀，用手觸摸有刺手感，梗部表皮明顯皺縮。 二、萎凋過程中間斷攪拌先輕後重，發出熟果香或蜜糖香微發酵適度。	一、萎凋對口葉第一葉或第二葉（葉面三分之一部份尚有光澤）。 二、萎凋過程間斷輕攪拌，使葉緣部份發酵紅變，綠葉紅鑲邊發出清馨花香為發酵適度。
炒菁	一、炒菁溫度較低，炒時切忌送風，宜低溫長炒。 二、炒菁溫度比炒包種茶低 10~20°C。 三、炒菁後須以溼布覆蓋回潤再行揉捻。	炒菁溫度先高後低，必要時尚須開啓送風機吹出熱氣，以免燻黃，宜高溫快炒。

資料來源:行政院農委會茶葉改良廠

表 4-5 台灣烏龍（槤風烏龍）與包種茶製造比較表（續）

	台灣烏龍 （白毫烏龍；槤風茶；番庄）	包種茶 （市面上稱烏龍茶）
揉捻	一、輕壓揉捻，切忌白毫被揉斷揉碎。 二、無包布團揉 <sup>16</sup> 之過程。	一、揉捻壓力先輕後重，揉至條索緊結。 二、半球型包種茶須再包布團揉。

<sup>16</sup> 團揉:將初乾之茶葉先以圓筒炒菁機或培籠或乙種乾燥機加熱回軟，加熱至葉中溫達 60~65°C，在裝入特製之布巾或布球袋中，以布球揉捻機或手工進行團揉，可多次反復進行，通常此技術運用在半球型包種茶為主。（資料來源:茶葉技術推廣手冊—製茶技術）

乾燥	一、80~90°C 熱風乾燥。 二、一般不做陪火處理，切忌成品代火味。	一、100~120°C 熱風快速初乾。 二、初乾後堆置使其自然回潤，再以 80°C 熱風再乾。 三、可視品質需要加以陪火，使茶葉產生陪火香。
----	--	--

資料來源: 行政院農委會茶葉改良廠

在台灣茶中，多數的茶葉主要以春、冬二季和秋、初夏製成的茶葉品質較佳，只有槎風茶因需要悶熱環境生存的小綠葉蟬叮咬，而主要以夏季為佳。就此兩種製茶過程，槎風茶與包種茶製茶過程大致相同，這也是讓茶農可以進行轉型的契機，也因為除了其中的萎凋及攪拌時間長短的不同，就龍潭茶農認為這兩項茶葉技術並不會造成製造時的困擾，反而認為槎風茶的技術更容易學習，因為製作包種茶程序較為繁複、製茶時必須隨時待命，讓製茶旺季時更為勞累。

### 三、楊梅茶改場的角色

桃園茶改場成立於民國前九年（1903），原為「台灣總督府產局附屬製茶試驗場」，在民國 57 年（1968）為加強茶葉研究及輔導事宜，奉命改為「台灣省茶葉改良場」，廠址位於楊梅因此區適宜茶樹生長，為台灣茶葉主要栽培中心，目前是台灣唯一的茶葉試驗研究專業機構，其設置主要目的：一、在協助農民田間技術的改良，例如：推行茶園機採技術、改進茶樹扦插育苗技術，龍潭地區更在 1970 年（民國 59 年）由茶改場輔導引進單人式採茶機，改善早期以人工採摘之效率，並開啓機械化採茶之先驅，使得茶農產量提升增加收益。

## 圖 4-9 茶改場人員組織圖

資料來源:行政院農委會 <http://tea.coa.gov.tw/CHAP1.htm>

二、進行茶農安全用藥須知：建立茶樹生物防治技術，推行茶樹安全用藥檢測及茶樹疫情監測制度、輔導茶園有機農法耕作技術，2006（民國 95 年）龍潭茶農為提升農產品品質，因應茶改場輔導，建立有機茶園試驗、建立生產履歷制度，並向高品質邁進。三、製作研發新品種，以利茶農因應國際茶葉市場下的考驗，並設立坡地保育示範茶園，加強茶農水土保持技術及保育觀念。四、定期辦理茶業產製銷技術訓練講習，提昇台茶品質。例如：茶葉的知識管理宣導。五、辦理茶葉展示展售及茶藝文化活動，促銷茶葉，增加農民收益…等等。觀看圖 4-8 為茶改場人員組織圖，可從其組織瞭解，其主要協助茶農在於：茶園改良、製茶技術改進、新品種研發、教育訓練課程、以及行銷推廣事宜，為茶改場與茶農現階段主要互動。且茶改場除了楊梅分場外，更在中部茶區的魚池、文山設廠，協助當地茶農作物改良，且茶改場與地方農會聯繫緊密，辦理各項輔導，在政策方面更有許多田間試驗在此地實施，例如：有機茶園的更新。或是舉辦各種製茶比賽，主要評審皆由茶改場派出，主因在於較有公信力。茶改場指出：

公信力保證，他們（農會）就近找，會找我們協助，是我們過去。主要借重茶改場的公信力。（受訪者：0721-21）

另一人員亦指出：

茶改場有為茶做分級的把關，具有公信力。（受訪者：G03）

至於與其他地區是否有業務往來，茶改廠的態度是：

我們不是行政單位，你可以直接來找我們，沒有絕對怎麼樣，我們是技術研發、輔導裡面的茶業。(受訪者：G01)

楊梅茶葉改良場與龍潭地區相鄰不遠，使得其網絡主要以龍潭農民為主，其他地區則以茶葉評鑑為主。龍潭的茶農因地利之便可以獲得許多製茶資訊、輔助輔導，或是課程講習易於取得與參予，而在地理上形成關係的鄰近性，也較容易造成知識的擴散，使得地理的接近造成生產者與研發單位的網絡合作關係。例如：新技術的引進，以及學習過程，都需要透過政府單位有效執行。

### 第三節 槿風茶的引進

在進入 WTO 之後，茶葉面臨自由競爭的威脅，政府在政策上爲了提升農產品品質，推動「優質茶」及「生產履歷」的建立，讓農產品能夠朝向精緻化、國際化、品牌化的方向發展。另一方面，茶農爲面臨 WTO 的衝擊，不得不力求新茶種的製作或是進行茶園管理的轉型。在台灣茶農小規模的生產模式下，茶農除了力求產品多樣化，更要面對大陸廉價茶葉的傾銷。目前台灣茶葉除了積極推動高級茶的內、外銷，更加強茶農用藥及優質茶品牌的建立，辦理茶葉評鑑嚴格把關茶葉品質，避免大陸茶流入台灣市場。

龍潭地區的發展轉型則是積極引進新茶種以利競爭，例如：槿風茶、高級綠茶等等的推廣，改走高價位路線，以區隔原本已經走下坡的龍潭包種茶市場。龍潭引進槿風茶的過程包含了技術轉移與改變、品牌的建立 …等茲分述如下。

## 一、技術的轉移與改變

### (一) 技術的學習 (知識的傳遞)

槴風茶在製作過程具有其獨特性：第一、需要有小葉綠蟬咬噬而生產出獨特風味；二、具有獨特的採收與製造過程。槴風茶生產過程中除了自然環境限制、農民個別的製茶技術區別。對於原本以生產包種茶為主的龍潭茶區，如何轉變與改變技術製作槴風茶？對於龍潭的農民來說，即是一種透過網絡而產生的社會互動關係。事實上轉作的過程並沒有多大的難度，茶農認為包種茶屬於輕度發酵茶，而槴風茶卻要達到百分之七十的發酵，兩者的差別僅止於發酵程度與時間的不同。但當深入瞭解其製茶過程中，卻可以發現其間有顯著的差異。

以下將龍潭槴風茶的製茶技術分為兩部分探討，技術學習的知識可以分為隱微知識、與符碼知識。早期槴風茶的傳遞，除了農會請茶改廠進行基本知識的傳遞，並由農會集結農民，進行槴風茶製造流程的知識傳遞。也因為龍潭鄰近楊梅茶改場，故在製茶過程的改進以及學習上，較容易接受及接觸，近幾年為提高茶葉品質，更在茶改場的推動下，龍潭試行推動「成長履歷」的試驗區域。

而這樣初步的過程僅止於一般符碼知識 (codified knowledge) 的傳遞，無法了解其製茶過程中隱微知識 (tacit knowledge) 的轉變。龍潭茶農發現他們不只需要一般的製茶程序，並且還需要更細緻的技術竅門，所以他們請峨眉的茶師進入製茶工廠實作給龍潭農民學習，在學習的過程中卻發生一些學習上的困難，就引導成另一種隱微知識的產生與傳遞，如手感的拿捏、及發酵程度時間的掌控。所以龍潭地區茶農的學習管道分為兩種：正式與非正式。透過農會與茶改場正式比賽互動。有人則透過非正式的管道，透過親友連接龍潭與北埔或峨眉的茶農。

### (二) 品牌的建立

龍潭槴風茶的引入也是建立新品牌的過程，因為槴風茶長久以來即為北埔、峨眉所專美。市場上提到槴風茶都會先想到北埔或峨眉的槴風茶。龍潭生產槴風茶除了自然條件與生產技術相似之外，如何吸引消費者購買的動機，在消費者心目中建立品牌特色與形象也很重要。龍潭地區槴風茶產業的發展特色有以下幾點特色：

#### 1、在價格上

槴風茶價格分為特等、一等、二等、三等到優等。龍潭因為名聲未打響，在價格上較北埔、峨眉地區低廉，具有市場競爭力。就實際價格來說 2005 年(民 94 年)北埔、峨眉地區特等的價格一斤為三萬六，龍潭地區的特等一斤為一萬六、

頭等一萬到一萬二、優等則是三千<sup>17</sup>。龍潭槿風茶相較北埔來說是比較低價位的，茶農及龍潭農的策略是以較低廉的價位建立與北埔、峨眉槿風茶的區隔，吸引想喝槿風茶卻想以低價位購買者。

## 2、行銷策略

在民國 93、94 年龍潭農會、鄉公所大力推廣槿風茶，並舉行各項活動讓民眾知曉這項新產品的推出，例如：槿風節兩天一夜的活動、槿風茶的製茶技術比賽、農產品促銷活動推出新品牌---龍潭槿風茶，並與龍泉包種茶共同推銷。期望新產品能帶動龍潭的茶產業。

民國 94 年農委會開始推廣優良茶的評鑑，並在龍潭地區成立試用區域。茶改場以此方案嘗試推動品質概念中的制度品質與生態品質概念，藉此強調茶葉的健康與有機，吸引消費者購買，而槿風茶在栽種過程中，本來就不施加農藥小綠葉蟬才會叮咬，有機的概念無形中也強化消費者對於龍潭槿風茶的接受度。

### （三）評鑑制度

茶葉因為製程不同、製茶者技術不同，而形成口味上的差異。為提升茶葉品質及茶農技術，龍潭於民國 64 年（1975）第一次舉辦包種茶展示，主要目的在輔導、鼓勵生產高級包種茶以因應內銷之需要。此外，其目的亦在輔導改善茶葉運銷方式，建立公平交易制度。林獻堂（2003）指出比賽茶除了對消費形態影響頗深消費者藉比賽茶認識茶的好壞而決定購買與否、向誰購買。茶葉比賽對整個茶區的生產方向、文化導向、農家生活及經營形態發展都有重要的影響。

評鑑制度包含葉形狀、色澤、水色、香氣、滋味及葉底等六項，目前仍以人類的味覺和嗅覺的感官品評為主。評茶的重要性在於能夠為茶葉品質把關，加以分級並迎合茶葉市場的需求。評茶為求公正性，通常以農委會茶葉改良廠人員為主。評鑑出來的成績達到一定標準，將頒獎狀以資鼓勵，而這也形成另一種茶農宣傳行銷的效果，如果得到好的名次，代表茶農製茶技術優異，而比賽得獎名次愈好，則茶葉價錢也可以賣愈高。對於自產自銷的小農來說，「參加比賽是一件重要推廣茶葉的機會，相對來說也是另一種促銷的手法（受訪者：F04）。」

評鑑制度除了宣傳，更重要的是評鑑與比賽決定市場口味。有受訪者即表示為迎合評審口味，會決定製茶時製程的拿捏。對於新學習者而言，參加評鑑也有助於了解市場口味。就龍潭槿風茶而言，評鑑制度影響到龍潭槿風茶的口味。早期龍潭茶農對於槿風茶已有試驗，但是總無法讓消費者接受，原因在於製做出來

---

<sup>17</sup> 民國 94 年度，槿風茶比賽價格。資料來源：龍潭鄉農會

的香味與龍潭包種茶類似。之後龍潭生產槿風茶的茶農爲了迎合市場需求，達到所謂槿風茶特有的蜜味香氣，所以積極參加各項槿風茶的競賽，例如有的茶農除了參加桃園的槿風茶競賽之外，也參加新竹縣北埔或峨眉舉辦的競賽。參加新竹縣的所舉辦的槿風茶技藝比賽，或是評鑑比賽，主要的目的在追求產品品質接近主流市場的口味（受訪者：F04）。但除此之外，比賽也能帶來曝光率，以及透過比賽得獎，對消費者提出具公信力之品質證明。

評鑑制度是在做對內（茶農）與對外（消費者）的宣傳，對茶農來說除了是要求品質的提升，並引導茶農茶葉管理技術的改進，以穩定茶價，對消費者而言亦是達到宣傳及教導選擇好茶葉的標準。根據林獻堂（2003）的研究指出，比賽茶除了讓消費者對茶葉基本知識的認知、對比賽茶瞭解的程度、比賽茶提供消費者重要性、價值觀、認同感、消費情境及偏好程度，而這些涉入的程度攸關消費者對比賽茶的忠誠度。由此可知，茶葉比賽評鑑不單單只是口味上的主導，更會影響茶葉區域的發展，對於新興茶種的發展，更是一個學習的舞台。

#### （四）組織的改變

龍潭地區擁有四個產銷班，總班員人數約 90 人，但龍潭地區僅有二十多位農民轉作槿風茶，其原因可能爲擁有製茶技術的人並不多，鄉公所表示（受訪者：G04）：這裡多數以種植茶樹販賣茶菁的茶農爲主，擁有製茶技術的則不多。部分茶農抱怨農會對槿風茶輔導並不積極，雖有舉辦茶節，但是並沒有推動專門的槿風茶產銷班。部份的茶農希望推動槿風茶的行銷網絡，期待可以另外成立產銷班，專營槿風茶的生產，從這種現象來看可知，產銷班舊有的組織並未因槿風茶的進入而產生組織的變動與創新。

## 二、與其他地區的關係（競爭與合作）

### （一）茶園模式

龍潭地區製茶季節從清明過後的春茶開始，共有四至六期的茶作收穫期。第一期是用機採，第二期則是端午節前後半個月採 20 多天，且因爲冬天過後雨水足，生長緩慢的原因所以春茶品質好。龍潭地區爲烏龍茶區，大型工廠約有 4、5 家，其他多爲小型工廠，以自產自銷爲主，經營者約有 60~70 家。在民國 82 年時茶菁平均價格爲一公斤 9~12 元左右，年產量在 3000~4000 公斤之間，此處夏茶不製作時，通常有飲料茶廠、或製茶工廠會集體收購茶菁，2005 年一公斤的茶菁約賣三、四元。

民國 80 年間，即有少數新竹縣茶農到此買茶菁，但是產量不多（受訪者：F03），龍潭原屬包種茶區，以包種茶的特性來說主要以春、冬為主，夏茶相較來說較為苦澀，茶農則表示：

一般包種茶夏茶品質最低，本來不想做的茶就拿來作（槿風茶）。（受訪者：F03）

龍潭清新大有品種佔全鄉 80%，且最適宜製作高級槿風茶，原本龍潭地區包種茶夏茶不採收，與槿風茶形成互補，就龍潭茶農而言，夏茶給他人採收並不會影響到本身包種茶的產量，有茶農則表示：

沒有什麼大影響，茶樹的東西就像人的體力一樣，他體力多少是一定的，夏茶採這個茶，數量採少，樹的生長力氣沒有完全揮發掉，他不吃了會長的好，最起碼沒有大影響，產量沒有問題。（受訪者：F03）

而且在產量以及茶樹調節上並不成問題，有茶農指出：

夏茶採完還有二次夏茶，還有秋茶，還有一季茶可以調節（受訪者：F03）。

龍潭茶農並不擔心茶樹多採會影響到包種茶產量，反而願意讓新竹縣茶農包茶，且愈來愈多的新竹地區茶農來龍潭購買茶菁，因此茶菁被搶購形成茶菁價格提升，但間接也影響龍潭原本收購夏茶為主的飲料廠、大型茶工廠愈難購買到茶菁。

## （二）包茶制度

從表 4-6 中得知民國 93 年三個鄉鎮的茶葉面積來看，因近十年來北埔、峨眉地區為主要生產槿風茶的產區，其總面積為 292 公頃，其每公頃收量為 2350 公斤左右，但是其總產量卻多至 376,870 公斤，其產量提高在於其以外銷為主，且因北埔、峨眉地區原本為槿風茶集散中心，加上近年來槿風節的推廣，使得峨眉地區槿風茶聲名大噪，種植面積雖不夠，但是收成量卻高出於有土地的收成，而不足的茶菁則向鄰近的龍潭取得。

表 4-6 民國 93 年各縣市茶葉面積比較表

93 年度茶葉 縣市鄉鎮名稱	種植面積	收穫面積	每公頃 收量	收量
	公頃	公頃	公斤	公斤
桃園縣龍潭鄉	866.08	857.54	1,350	1,157,679
新竹縣峨眉鄉	350	350	1,180	413,000
新竹縣北埔鄉	51.25	51.25	800	41,000



資料來源：農情報告資源網[http://210.69.71.26/afa/afa\\_frame.jsp](http://210.69.71.26/afa/afa_frame.jsp)

從訪談中發現，會有這樣的結果，其一是因為原本新竹地區茶農種植面積並不大，且茶樹多已老化；其二是茶農年齡老化，而茶園也因為老年化而漸漸荒廢，故所生產的茶菁量並不多。但是因為民國 89 年間北埔、峨眉槿風節打響名聲，促使兩鄉槿風茶銷量大幅提升，現今市場需求比生產量多，茶農會透過朋友或是自己去尋找的方式，跟有同樣茶樹品種的茶農進行「包茶」。而所謂的「包茶」，即是在採收前向其他地區的茶農，將其茶園買下一個季節（最常為夏季，芒種前後）採收茶菁。而新竹縣最常向龍潭地區包茶，因為其品種相同，而且交通方便可以在非採收期間去觀察被包茶園的田間管理，來減低茶菁的不良率，更因為長期溝通互動來增加彼此間的信任，而達到長期合作的目的。但是此種制度，並不包含自然資源災害的風險，例如：若要在採收期間小綠葉禪並不去叮咬，這樣的茶菁即不可能去採收，這樣自然的不確定性，則要包茶農民用資金去作為賭注。

例如一位茶農即說出他的觀點：

他就要賭阿。以前一分地一千塊現在最高漲到四千，一季一萬左右，現在沒有辦法，現在是兩千五到四千，現在都看樹大小。（受訪者：F02）

從包茶制度可以發現幾個有趣的面向，第一、我們可以知道包茶制度中信任關係是為此一制度的重要因素，而形成信任的關鍵，在於同為客家族群，建構在同一語言、種族上。包茶與被包茶者同在茶葉生產網絡上，對於每個茶農皆可因網絡而得到彼此的訊息。茶農與土地關係緊密，並不容易搬遷，使得被包茶農感到放心，並不會因此找不到人收款；第二、因為包茶制度衍生出跨界的學習。龍潭地區的夏茶本為不採收，但因為包茶制度的開始，促使龍潭茶農開始正式學習槿風茶這樣的新技术；第三、槿風茶形成兩鄉鎮的合作與競爭關係，例如：勞動力的交換。

表 4-7 民國 93 年北埔、峨眉茶產量面積表

年度：093	期作：全年作	作物：茶	縣市：新竹縣	
縣市鄉鎮名稱	種植面積	收穫面積	每公頃收量	收量
	公頃	公頃	公斤	公斤
新竹縣北埔鄉	51.25	51.25	1,000	51,250
新竹縣峨眉鄉	241.20	241.20	1,350	325,620
合計	292	292	2350	376870

資料來源：農情報告資源網

包茶制的形成原因以及龍潭茶農與其他縣市的網絡如何建立？為何願意讓茶園包給不熟識的人？根據一位茶農的說法第一次來龍潭包茶的茶農也需要有門路介紹：

剛開始找認識的人，帶他找一找，他常來之後也是直接去找茶。(受訪者：F03)

而另一位經常被委託找尋合適茶園的龍潭茶農也說：

約有十幾個來此包茶喔。峨眉有比較多人來，包茶的都會來找我，因為我比較清楚。(受訪者：F07)

至於會不會害怕被欺騙？

茶農則說：平平都是客家人不會亂來，不像年輕人講來講去的，正式作頭路的，不會亂來的。(受訪者：F07)

而這樣的基礎即建立在皆為客家人，茶農曾說：平平都是客家人不會亂來。說明即使是不熟悉的人，也因為有共同語言及文化（人際網絡），使得新進包茶者較容易被接受。而新竹縣地區茶農間的網絡，使得來龍潭包茶者愈來愈多，茶農間會互相介紹、比較，亦有幫忙他人尋問龍潭是否還有可以包茶的茶園，這樣網絡的建立，形成跨區域的連結。龍潭茶農願意將夏茶包給他人的原因是一種互利的關係。

我們這個（茶葉）一年之中最不好就是夏茶，品質低，作茶苦澀，但是做這個茶他適合。如果他一季五萬元跟我包，我又不用採茶我省工阿，我五萬塊拿走。(受訪者：F03)

多數訪談者跟上述茶農相似，都是為了賺取原本不採收夏茶的產值，但除了單位面積價錢上的盈餘，及勞動力上面的省工，還有對於土地擁有絕對支配權力，可以決定哪幾區塊給誰，或是依茶樹大小決定價格，當然是以市場競爭為前提。若想要好一點的茶菁，可能付的價錢就會比較高，對於包茶的優先順序排列，漸漸也形成龍潭包茶制度的依據。茶農指出合作關係是：

有長期合作的對象這樣比較多，但也是要看價格，人家買六萬，你買五萬明年就換人，一樣價格就是朋友優先，但是還是價高者得優先。(受訪者：F03)

除了一些特別的約定之外，例如：不可以噴藥，其他的價格的訂定皆以口頭約定為基礎，並不用額外打契約，而且若當年茶菁沒有小綠夜蟬叮咬使得品質不好，致使無法採收，這些自然因素並不用被包茶園的茶農負責，可知此制度讓龍潭茶農擁有比較好的條件，而讓他們願意將茶園出租給人。

從民國 80 年間至今已有多年的歷史，龍潭茶農與新竹縣茶農已進入長期合作關係，除了茶菁的製作更因為槿風茶的高單價，使得龍潭茶農也開始轉作，而這時新竹縣的茶農即成為教導者，形成另一網絡的依存關係，更成為競爭的關

係。對此北埔、峨眉地區並不擔心技術被學走影響其槿風茶市場，反而更是在技術中求精進，追尋自我茶藝的突破，茶農表示：

龍潭槿風茶量還不大，不足以影響市場，而且其技術不純熟，與我們仍有差距。(受訪者：L03)

龍潭茶農對北埔地區碎風茶的看法：

就是一個「經驗」比他們差。要靠個人追趕技術，我很會去討教他們一些問題，我作十年還是要去看他們作，他們的品質我們大該心裡有個底。(受訪者：F05)

且龍潭政府機關單位並不擔心市場以達飽和，而推廣龍潭茶農進行高級茶的轉作：

因為槿風茶產能有限，採量少，不容易量產。消費者多是聽到才來買，所以不怕沒市場。(受訪者：G02)

而愈來愈多的龍潭茶農加入槿風茶的競爭市場，而與原先的包茶業者形成合作關係，追求槿風茶高單價的利潤，而非單賣茶菁或是包售茶園。有茶農就利用新竹縣的勞工採摘槿風茶茶菁，而茶園則免費讓新竹縣茶農包茶，形成另一形式的合作關係。

### (三) 工資的調動

茶葉生產過程在工資的調動方面，勞動力運用的各種形式及其連結。這暗示不同生產模式間的連屬，可能有不同的機制，例如：壟斷商品市場的價格、提供貸款、強制指定土地用途。在龍潭的勞動力分工，也產生不同的連署機制，此處從包茶者與被包茶者這兩方作討論。包茶者要調動的工資包含自己的茶園和所包茶區的，被包者則需要負責此區的勞工。龍潭地區雖然生產槿風茶的農民不多，但卻成為北埔與峨眉兩個產地的重要茶菁來源，換句話說，龍潭成為部分北埔與峨眉地區槿風茶的原料供應地，而在此間工資即會相互支援。北埔、峨眉地區茶農會到龍潭包茶，但是採收人工卻會從竹東或是峨眉地區到龍潭工作。

因應北埔、峨眉等地擴大的市場需求；龍潭的供應方式有販賣茶菁與包茶兩種方式。對購買者而言，前者較高價；後者雖價格較低，但對購買者而言卻有較高的生產風險，包含天候影響的收成以及小葉綠蟬咬噬的程度差異。同時，這樣的分工制度也意味著生產網絡中的風險(例如天候與生長管理中的農藥使用，導致小葉綠蟬此一行動者加入的集體行動成效)與信任關係的平衡。

### 四、茶農生活方式的改變

槿風茶進入之後，除了給予龍潭茶農更多的機會，但是相對來說也面臨銷售的問題，茶農除了以自身銷售網絡為主體外，藉由買賣包種茶並與熟客介紹高單價的槿風茶，賣給原先的熟客。茶農即說：

就是熟客，就是泡給他喝，要一直灌輸他，因為他是最安全的茶，所以他就是喝習慣了，如果喝到發酵比較多的茶，現在接受度比較高。(受訪者：F05)

此外，更多需要到外地的展售會去販賣，茶農表示：

我們也已經慢慢走下啦！就要作高檔的茶，作品牌阿，拉幾個客戶回來，他就會喝我的茶，店面是固定的，有場就跑阿，實際作的品質控制的到，自己作自己的客戶，量作少一點，還是可以生活。(受訪者：F05)

產生與以往不同的銷售形態。且因槿風茶單價高並沒有盤商的利潤，所以仍在試驗階段以自產自銷方式為主，且因為起步較新竹縣地區慢，就茶農經驗來說認為消費者有成見（受訪者：F03），同樣的品質新竹縣是賣 5000 元，但是在龍潭只能夠賣到 3000 元，但消費者反而會覺得龍潭槿風茶作的比較差，只能賣到 3000 元。政府機關對此的因應則是辦比賽或是節慶，大規模的促銷藉以打響知名度，讓消費者接受龍潭做的槿風茶與不輸其他茶區，並打低價促銷以增加新興的消費者，茶農表示：

特等一萬六是大家一起定，當初定一萬六就比較好，看農會跟產銷班，這幾年品質沒有拉起來就沒有辦法買。(受訪者：F02)

使得槿風茶易於被接收，藉此提高龍潭茶農的品質，並形成槿風茶與龍潭的社會鑲嵌性。

## 小結

本章節主要以全台茶產業歷史脈絡，對應龍潭的茶葉產業變遷過程，從其中的發展脈絡發現有路徑依賴的情況，這與邱念渠（2005）文中提到的，台茶具路徑依賴的因果機制，並受行動者的行動決策的影響，導致產業的演進走向特定的發展路徑。龍潭茶區在各階段所發展的情況與台茶的發展有不謀而合的結果。

日治時期龍潭以大茶廠為發展策略，茶農多數以買賣茶菁為主，並沒有製茶技術的能力，主要以外銷紅茶為主。光復前後並由農會輔導更新茶園種植清新大行品種，使得龍潭現階段有 80% 皆為此樹種。國家因應社會現況與茶產業發展困

境，在 1980 年代倡導內銷茶，導致台茶外銷茶轉為內銷經營的模式，且政府開放「還茶於農」的政策，使得龍潭地區茶農從大農分化為小農，開發龍潭茶園土地，進而影響龍潭茶區的發展形態，茶農開始學習包種茶技術，使得產、製、銷形態產生大幅度的改變，而這樣的轉變愈加難以轉回原先未選擇的道路，朝向特色內銷茶為主，龍潭依循包種茶的路徑蓬勃發展數十年，且因包種茶的特性為夏茶不採收，且茶種與新竹縣產槿風茶相同，遂可供給大量的茶菁與新竹縣茶區。1990 年後期包種茶已漸走下坡產量以及價格都不如以往，長期提供茶菁的狀態下使龍潭茶區開始學習槿風茶技術，並導致後續一連串的學習及市場競爭的現象。

謝國雄（2001）根據坪林茶鄉的研究指出，茶葉的生產與銷售不只是理性的經濟行為，並且更重要的與茶農間的社會關係互動有極大的關連。就茶農收入而言，若只能養家餬口那為何龍潭茶農還要引進新茶種，主因在於政府政策方面，對於龍潭茶農而言政府沒有保障價格，促使茶農需要繼續耕作，維持基本生計，對於農地也因政策限制，較不易變更他用或變賣，而使得茶農繼續投入土地生產。

槿風茶進入後引起內部網絡因此形成改變，茶區的茶樹品種、面積、以及茶農特性，亦影響到茶農間的網絡模式，包茶制度則是典型的代表，包茶制度中的信任關係、合作與競爭的模式，都促使兩個鄉鎮，形成連結。且包茶制度中亦有茶農表示同一客籍文化相對來說亦是信任的根基，使其網絡更牽涉文化價值部分。

就龍潭茶農而言，依循路徑依賴並非所有茶農皆學習槿風茶，需要也有製造包種茶經驗者才能接受，其餘大部分茶農仍以賣茶菁為主，讓新竹縣茶農仍有機會大量收購茶菁。而且包種茶與槿風茶的製程略有不同，主要在於製作上靜置回潤時時間以及手感的拿捏，且因為製程上面需要有隱微知識的傳遞，形成新竹與龍潭的技術學習。第二為不同處及在於茶菁是否著蜒，槿風茶需要小綠葉蟬的叮咬才可作成特殊風味的槿風茶，而包種茶則不需要，且槿風茶的茶菁須有採茶工大量採摘，形成兩鄉鎮的人力調配。並進而造成地方網絡的形成，而這些網絡的組成，與包茶制度、人力分工關係有相當的影響。

當新興茶種引進之後，這樣外部網絡的連結，造成對此區的衝擊為何？是否有新技術的改良，或是因應社會做調節？而內部茶農的網絡又如何連結？形成製作、行銷的網絡對應現階段的國內與國外市場，以下將探討行動者網絡分析中網絡連結後的衝擊以及調節。

## 第五章 龍潭茶產業的行動者網絡分析

本章節主要討論槪風茶進入龍潭之後，如何帶動茶農間網絡的改變，並藉由 ANT 轉譯的過程形成意義與集體行動的網絡。行動者網絡理論要處理的不僅是一個傳統人際網絡如何轉變，亦是將社會資本(Social Capital)解釋網絡中關於規範與信任的部分加以融入，故行動者理論進一步解釋異質網絡如何連結而形成一個新的關係網絡。

本章第一節主要描述龍潭茶農社會網絡的建立、及行動者選擇的依據。第二節討論行動者進入網絡時轉譯的過程，賦予行動者在網絡內角色的任務及功能，

並對於行動者進入網絡後的現象產生區域鑲嵌，而農產品在行動者進入後產生品質轉向的過程提供解釋。第三節將針對龍潭槿風茶在行銷上的手法、網絡的學習、茶節舉辦的過程與其他部門的結合作一整合分析。

## 第一節、龍潭社會網絡的建立

根據 Murdoch (2000) 指出，在傳統的認知中，地方內的資源可能反而會是地方接受革新的阻礙，但從一些歐洲的案例中可知，鄉村經濟成長的新網絡是奠基在舊有的結構中的。通常在鄉村中因為舊有人際關係、傳統價值的約束而形成的網絡群形成相互依存的关系，而使得其網絡變的較不易被取代。相對來說，新觀念者必須奠基在舊有基礎中再結構，而形成另一不同形態的社會網絡。

從龍潭的例子來說，傳統的地方網絡包含茶農、產銷班、農會、茶改場、鄉公所行動者形成一條由上到下的串連，而這樣的串連又與其他區域連結形成平行橫向的搭連，在地理上造成跨區域的整合，形成網絡狀的連結。在此網絡間的各個點都形成一權力關係或是社會制度將彼此串連，以下就此予以說明。

### 一、茶農間的網絡互動

茶農間的互動分為對外與對內的網絡，對內網絡從茶菁供應者到製造者與消費者，到對外的茶農與茶農間，茶農與政府部門間形成一個網絡互動關係。以下從茶農角度，探究在茶葉生產網絡上茶農與政府機關，以及茶農與茶農間的互動網絡，了解茶農互動關係。

龍潭本為小農林立、自產自銷為主的茶農網絡型態。茶農內部網絡正式型態的互動，是透過產銷班的組織，聯絡彼此茶農的感情、技術的交流、機器的採購。但近年龍潭產銷班功效並不顯著，除了辦理機具的補助，並未有突出的功能。產銷班的成員面臨到創新階段時，無法有效形成集體共識，而透過產銷班進行學習或輔導。例如一位茶農說到：「產銷班的運作不行，整個有作茶的佔不到兩成，其他是作買賣，其他沒有實際的生產了（受訪者：F01）」。在龍潭地區產銷班的運作並無法達成有效的網絡系統，而產銷班之間的交流，就更不可能了。一位受訪的茶農（受訪者：2227-44）就說明：「技藝競賽就算是交流了，班與班之間就沒有辦法了。」正說明產銷班運作不良，導致茶農間的交流多靠個人私下達成，而形成非正式的網路系統。處在上位的農會機關單位，透過產銷班將政策下達到農

民身上，但多數補助或計畫著重在於少數農民身上，形成網絡的不公正性。

在龍潭農民身上可看見網絡的形成，在政策上面是透過農會>產銷>：農民，傳達到基層農民，而技術交流則多透過農民與農民間私下的網絡互動，並沒有到其他地區學習或是互動，但當茶改廠提出新的提案時，通常是透過農會尋找有心接受的農民進行試做，而跳過產銷班機制。缺乏公正、公開的特性，使得僅只少數農民才可以獲得補助，或是試種新作物的機會。

## 二、行動者的選擇

Murdoch (2000) 對於行動者的定義認為人與非人皆可為行動者。行動者必須透過網路與其他的行動者連結互動，才可以互動定義進而行動。行動者有其主觀對事物的認知與企圖，並影響其他的行動者，達成一致共有的利益，當過程能夠有所效應，即達成行動者網絡。

龍潭茶葉的發展歷程有其路徑依賴關係。早期大廠經營盛行，而大廠可以消化許多茶菁的貨源。這樣的發展模式使得之後龍潭逐漸轉為小農林立的模式，再漸漸發展各式特色茶的情形。龍潭開始發展具地區特色的包種茶，在經過長期發展之下，目前包種茶的發展漸呈疲態，並出現價格下降、銷售不良等問題。龍潭地區因茶樹品種與北埔、峨眉等槎風茶產區相似而引進槎風茶，使得茶產業有再發展的可能性。在這一脈絡之下，槎風茶可視為引動變化的行動者，當槎風茶此一行動者進入後，對於上述舊有網絡會進行怎樣的重組與結構？

龍潭槎風茶此一行動者，進入龍潭地區並影響整個網絡系統，促使其能夠實際運作，並朝向茶產業再發展的目標邁進，主要包含有以下的行動者和其推動策略，由圖 5-1 可看出其大致流程：當槎風茶依照龍潭茶產業的發展路徑，在此地形成一種創新產品，其他行動者透過槎風茶進行徵召，將農會、鄉公所及農民皆朝發展茶產業目標邁進，而產生各種不同政策、製造、銷售等方式，並透過各行動者彼此間的信任、互動形成網絡，進而擴大到其他地區，形成集體的合作模式，並朝一致目標邁進。



### 圖 5-1 龍潭茶葉發展網絡徵召其他行動者流程圖

資料來源：研究者整理

### 三、ANT 網絡的分析

在龍潭的案例中，行動者網絡是透過行動者在網絡中發揮的效用，各個行動者在不同狀況下，因槿風茶的加入與變化使得各自行動者獲取利益，形成不同行動者一致的集體行爲。在此行動者網絡中，由行動者彼此對所有行動者加以界定角色、安排跟賦予利益與行動的行爲模式。龍潭槿風茶技術引進後，對於農民網絡形成何種變化，而網絡的變化又對龍潭的茶產業有何影響？欲對這樣的變化有所了解，可先在此就其網絡形成的過程予以分析，以了解龍潭的行動者網絡。Callon(1986)訂出行動者網絡形成的過程爲：界定問題、結盟、徵召、動員，下面就以此過程探討龍潭茶產業的行動者網絡。

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意義的進入，造成轉譯的入口。

當槿風茶引進後，企圖影響龍潭茶產業的發展。原本舊有茶農網絡即因此改變而展開新的網絡。此時什麼問題需要被解決？在此處可分為兩部份探討：第一為技術；第二為行銷策略。而技術部份的變化則引進更多行動者，例如：茶改廠的輔助、農會的協助農民舉行學習技術，農民本身私下向外學習的過程。透過此一過程，了解槿風茶的天然生長限制，並透過對自身了解龍潭包種茶的銷售限制，而形成一共同目標，即龍潭茶葉的發展在此形成一強制通行點中交換(transactions)，並透過對槿風茶的學習，將原本已經擁有的茶樹品質再現(represent)製造可能，並認識槿風茶製茶技術的易達性，及可達收入利潤，進而可以因此產生共同利益，達成這些行動者溝通的可能。

第二即透過鄉鎮公所及農會等等機關團體形成集體合作，進行大規模的行銷。農會在此扮演重要行動者的角色，因為它可以連結向上的政府單位，以及向下的農民基層。行銷策略包含槿風節的舉辦、各式的展銷活動、槿風茶比賽或是舉行競標槿風茶<sup>18</sup>，擴大其知名度以利與新竹茶區競爭。

2. 結盟(interessement)：不同的行動者形成網絡達成協同聯盟(alliances)形成共識。

在網絡形成過程中，農產品的網絡並不像其他人際網絡，必須考量其含有非人的行動者的影響，因農產品有其自然條件的限定，此時非人行動者扮演著結構洞(structural hole)的角色連結自然與人際與社會條件。在龍潭茶葉發展中主要行動者：槿風茶須有小綠葉蟬叮咬，使其形成獨特蜜香味，而小葉綠蟬會使得農民噴藥習慣與田間管理技術等因為同在一網絡上而形成一同盟 (alliance) 達成具共同利益的集體行動。這種共存同盟(interessement)的過程會使得槿風茶與農人田間管理與外地的茶菁收購者，甚至是消費過程中的行銷論述(有機)或消費者都被納入到此一網絡的同盟(interessement)中。故在其他行動者加入後，槿風茶賦予他者接

---

<sup>18</sup> 民國 95 年舉辦第三屆槿風茶節，並舉行競標頭等茶以三十萬五斤標出，平均一斤約六萬。以高出 94 年頭等三萬六千元。

受其賦予的身分及利益，而這些行動者在未加入前，皆處於平等的狀態，直至行動者因網絡所處位置不同，而擁有關係或權力的不同。龍潭茶農為爭取生存利益，學習槿風茶的製成技術，以求產品的多樣性，帶動茶產業生機。新竹縣的茶農，則因本身茶菁原料不足，且茶菁須蟲叮咬等因素，主動加入，形成網絡中的行動者，並教導龍潭茶農製茶技術等等，引起地理上的跨界合作。

行動者網絡奠基於舊有的網絡中，因槿風茶技術的引進而引起更多行動者進入，而形成新網絡的連結，並且造成空間上的連結，龍潭槿風茶因每個行動者皆有其利益而形成新的網絡。

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。

在龍潭個案中所述的政府機關、農會、茶改廠、產銷班等團體的行動者，是被動的加入。這些行動者本位於農業部門的網絡。網絡內部有主從關係，以農會為主要網絡結點。鄉公所、茶改廠輔導茶農，縣政府補助經費，執行政策，對於槿風茶的進入佔有決策即推行的能力。但各部門依其賦予的利益，例如：政績的提高、內部人員考績的審定、後續政府經費的編列提高等等，皆對政府單位有利益，而政府單位本身本為推動農業政策網絡，在網絡形成時具有主導能力。

龍潭地區的行動者在舊有網絡中進行分派，且因槿風茶的引入，而重新在此網絡的運作中獲取利益，並依主要行動者鞏固其利益，並賦予每一行動者可接受的相關任務。以下說明相關行動者對於在此網絡下所賦予的任務：

農會，具有分配資源運作的權力，可決定茶節的舉辦、技術改進、學習等。但因原有茶葉產銷班制度的不健全，當槿風茶進入時，徵召發生時受到當地政治或社會因素的影響，只產生部分與小規模的網絡形成，例如：茶節開幕舉辦地點的選定，是否有政治或是人為因素的考量，或是技藝競賽場地的選址，是否有仕紳階級的網絡形成？此小網絡下的人群，常不定時聚會，形成小團體的人際網

絡，達成夥伴關係。

以茶改廠來說，具有居中協調製茶技術的斷層，從尋找熟識的新竹縣地區茶農教導製茶，到提供場地等皆為茶改場的功能，其輔導茶農學習茶葉文化精神，教導農民槿風茶特有的，有機特性及行銷的策略，提供新品種的中介角色。民國80年間曾舉辦一次為期三天的現場製茶技術指導，共約100人參加。每年並有三期或四期不同梯次的茶員進行茶葉訓練，從品茶到製茶過程等等的學習。

農民被分派到對於品質的要求，就槿風茶來說，茶農需要運用有機栽培，使得小綠葉蟬能存活並有效叮咬，而其製造過程拿捏，並非到茶改場上一、兩次課就可以完全學習。茶農會與更熟練技術的茶農學習。龍潭茶農常有不定時的私下交流，或是各地每年舉辦的製茶技術比賽，進行觀摩、互動形成不同網絡。

在龍潭茶產業運作中，原本只有一個線性網絡：農會—產銷班—農民鏈結，在槿風茶進入後，則形成小團體環環相扣情形，將複雜的人際網絡與生產網絡相連結，此複雜的社會網絡因槿風茶而搭建出來。槿風茶行動者將原本增大產量的生產目標轉向成追求品質、高單價的產品生產，促使地區產業再發展。槿風茶引導其他行動者產生共同目標及利益，形成異質網絡的連結。此行動呼應行動者網絡中，行動者將自我利益轉變成網絡中的共同利益，而並將此網絡的連結擴大，亦更趨穩定。

4. 動員(mobilization)：是一個不斷演化產生行動者同盟與協調的過程，網絡與行動者不斷的因共同利益產生集體行動。

當網絡漸趨成型，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。

龍潭地區因槿風茶的引入，農會、鄉鎮公所被賦予整合與協調的工作，例如因茶節所舉辦的活動，鄉鎮公所被協調輔助農會辦理，並運用政府資源向縣市政府的農政單位申請輔助、或是文化局等等進行行銷的宣傳。在這一連串的動員中，非政府網絡被納入其中，並在此進行內部機制的協調，例如：活動項目的選

定、誰是主要運作單位等等。

在底層農民中，為達成技術與產量的提升，使得新竹與桃園本來兩地不熟識的茶農，協調其利益，各取所需而產生新的機制，形成因土地利用而長期合作的包茶制度，更因為包茶制度而產生網絡中新行動者的加入，以協調產能與勞工問題，使得龍潭茶農能夠有新茶種的技術，並提升茶葉品質，向高單價產品邁進，茶農則表示慢慢已有龍潭出茶菁，新竹縣出勞力的情形：

他們也是一樣假如一甲地買四萬元，對分茶菁的話要載這樣多人來，工資和茶菁對分的話，我還是做（槿風茶）比較好賺，我採八十斤，全部四十斤我自己做利潤比較高，茶菁價格比較便宜。（受訪者：F03）

當此一網絡形成時，每一行動者皆有主要行動者所賦予的任務，但是在最後一個階段的動員中，行動者各司其職，使其能夠順利運轉，並透過種種策略活動，使得網絡能夠更加的緊密與穩固，此時網絡才能朝向同一目標前進。當槿風茶成為龍潭茶產業的發展主軸，此主要行動者賦予其他行動者任務，並引起集體的行動，此時次要行動者皆朝向茶產業發展目標邁進，而產生一連串的策略活動，例如：茶節、技術交流等等。龍潭的槿風茶節從開幕儀式中以茶農為主的頒獎儀式，到園遊會形式舉辦的產銷會，皆無法有效達成推廣的成效，主因在於鎖定族群以茶農為主，且沒有利用傳播媒體達到宣傳的效果。在龍潭製茶比賽中也沒有任何外界參賽者刺激，可以達成技術交流的形況，仍以鄉內茶農為主，在發展初期，製茶交流可以達成學習的效果，但長期觀看則認為是例行公事的辦理，無法進而達到升級產業的效用。這些行動代表自然與社會交纏作用下的結果，而行動者較能表現其動態的過程。

#### 四、龍潭茶產業網絡關係與運作情形

由以上分析龍潭茶產業的網絡形成關係，其主要目標是以茶產業發展為主，此為主要的強制通行點（obligatory passage point (opp)），為此行動者運作核心，並通過此點，每一行動者皆可獲得利益。而此強制通行點的設立，須由各個行動者彼此同意此通行點的設立，但在龍潭的案例中發現，此強制通行點設立的過程，主要仍以政府政策主導，會以槿風茶為產品主軸亦是由茶改廠建議：以國人目前消費形態，以及茶農受益成本故朝向高級茶種發展。而這些集體共識的形成，遂以農會出面主導此時發展的執行面向。透過 OPP 使其達到一過濾層，並

非所有的茶農皆因發展槪風茶而受益，有茶農即因資源獲取不易和政府對於農地的條例限制，而轉向發展其他作物。有資源的更因此而形成獨立的發展模式，並不需要完全進入此網絡中。例如在龍潭地區的三水村，則與水土保持局合作發展農村，結合休閒、教育為主的休閒農村。而受益的茶農則進入此網絡中形成行動者，當此行動者網絡形成時，可以發現在農村社會仍嫁接在舊有傳統網絡中，故此 OPP 點的設立則在此網絡中形成，仍是一個開放性的網絡建構，但是其中納入此網絡的人員，主要行動者仍具有權力去作選擇。

由圖 5-2 表示，實線表示行動者通過強制通行點下，將獲得所希望得到的利益，槪風茶在通過 OPP 之後將達成發展龍潭茶產業的好處。而虛線則表示在網絡中賦予的功能或任務。農會將在透過 OPP 點中的發展政策，以辦理茶節等活動達成農會以及主要行動者槪風茶的利益：增加銷量管道、執行政績。農民通過對於茶葉發展的認知，並透過學習交流達成其本身提高銷量、增加收入的利益以達成主要行動者：槪風茶。再發展龍潭茶產業的目的。

## 圖 5-2 茶產業發展網絡關係圖

資料來源：研究者整理

在龍潭茶產業發展模式轉向以槪風茶為發展主軸，主要是因為 1980 年代末期，政府放寬茶工廠限制，使得龍潭小農林立的現象產生；更因為外銷不景氣轉向內銷的情形，使得原本在此以紅茶、綠茶外銷為主的銷售管道銳減，使得茶產業的存續與發展便亟思轉型，引導槪風茶的進入與行動。原本龍潭茶農以自產自銷為主，為了發展茶葉，以高單價槪風茶為發展主軸，在 2004 年舉辦第一次槪風茶節，產生製做槪風茶的風氣，各個行動者為統一目標達成共識、積極運作，更利用私人公關公司推行行銷策略，使得其網絡更趨於穩定。

## 第二節、生產過程的社會鑲嵌

龍潭茶產業網絡中的行動者對於網絡的建構有其正面的效應，對於其網絡建制中較細部的知識學習、制度模式的模仿，也具有其地域性的差異，而產生社會鑲嵌的效果。農民在槪風茶生產網絡中所得利益較原先生產綠茶或包種茶更大，因此此一網絡得以成功的維持，並能有效動員。至於生產轉型所需的技術在獲得的過程與形成地方的特色是如何的情形？龍潭與新竹槪風茶產區的交流與合作的關係網絡是如何形成與維持，則是接下來討論的重點。

## 一、技術轉移、升級：

龍潭製茶技術的學習，擁有其社會鑲嵌性，是嫁接在舊有的製茶技術上作學習，製茶程序即依循舊有的流程做槴風茶製作的變化，所以對於茶農來說槴風茶並沒有太難學習，茶農反而覺得槴風茶製作比較簡單，即有茶農表示：

以前我們就有認識北埔、峨眉的人，看一看大概也是知道，東方美人茶比作包種茶好做，技術門檻沒有很高，茶菁的條件要高，製造過程比烏龍茶簡單。(受訪者：F03)

茶農談到其學習槴風茶過程更說明當時的情況：

做的時候沒有去，是口頭詢問，大家現在做法也不一樣。慢慢一直作就會。(受訪者：F02)

為何在龍潭地區製作槴風茶的人仍然有限，僅有部分茶農願意嘗試，主因在於龍潭製茶技術並非人人都擁有，就龍潭茶葉歷史脈絡來說，龍潭早期主要為經營大茶廠為主，茶農多以買賣茶菁為主要模式，故槴風茶選擇原本即有製茶技術人員，進行技術知識的傳遞，有茶農即說明：

龍泉茶最大的問題我們不像民間鄉，幾乎每個種茶的人都有作茶，在龍潭這邊不是阿，十個有八個不會作茶，我們以前是外銷茶區，就一直傳下來，外銷茶菁價錢就不會高，你說他(做茶菁)不能作，多少有一點臨用錢。(受訪者：F03)

農會也就現況說明：

這裡有些只種茶不生產，而且市場上會做茶的不見的賣得出去。

上述的訪談說明並非所有龍潭茶農皆有能製造槴風茶，而是依循舊有路徑作人員挑選，有茶農即表示(受訪者：F05)當時有 40 多位在學習，現在有在研究的只有兩、三個，再次驗證技術的學習必須有學習過其他製茶技術的人，才有可能繼續執行或嫁接在原來技術之上。就推廣來說農會即表示：

技術是會做包種茶底的人就會了，這樣的技術百年前就有了，只是沒有推廣。(受訪者：G02)

而現今推廣主因為包種茶價格下已經降，學習槴風茶使茶農有更好的收益，農民且積極學習與改善技術，以下說明製作過程中的技術與知識如何學習：

### (一)、技術過程移轉

#### 1、自身學習

在龍潭槴風茶的學習，由茶農口中得知(受訪者：F04)，早期是因為消費者詢問，使得龍潭茶農在民國 70 年前後就興起製作槴風茶的念頭，在學習的過程中，靠自身對於茶的認知，而慢慢摸索與學習。槴風茶屬發酵較重的茶，所以在



製作時會採較長時間的萎凋，但是龍潭茶農卻製作出有包種茶味的槿風茶，與已打響知名度的北埔、峨眉茶區呈現截然不同的風味。故爲了調整品質，茶農除了到其他茶區觀摩學習，本身也利用關係去參加新竹縣區的比賽，藉以了解自我實力。自我學習是漫長的摸索、試驗，但多數茶農仍會以此爲主要學習方式，因爲製茶技術仍擁有個人特質與技術。茶農就曾說過：

做茶的過程一定要憑經驗，太陽曬到怎樣的程度，看茶菁的萎凋程度。就一直學一直看，靠經驗再改進改進。(受訪者：F03)

茶農的技能學習，仍需要靠自我摸索才可以改進技能。多數龍潭的茶農仍認爲製作過程的改善需靠自我的努力。

## 2. 人際交流：

在龍潭地區因爲多數茶園外包給北埔、峨眉地區茶農，在長期合作模式下，形成一特別的機制。這種人際網絡上知識的流動包含信任與網絡的形成，維持信人時間的長短則奠基在友誼的建立上。在知識累積上，除了上述自我摸索的過程之外，也有透過個人交情聯繫而達到知識傳遞效用，或因爲包茶制度而形成新的網絡，進而向其他地區學習。但在這種人際互動中，技術較好者會有藏私的情況，使得學習過程中無法完整習得其精髓。

## 3、農會推廣的正式學習：

茶葉改良廠民國 80 年間，舉辦過槿風茶的學習，當時約有一百多位茶農參加。農會商請邀請峨眉地區的製茶師父來此教授，但爲期三、四天的茶藝學習，只是一個開端，比較多的茶農仍以自行摸索爲主。此外，茶改廠雖有辦理講習會，但是就像練功一樣，需要慢慢靠自己揣摩，茶改廠教授人員就曾說：

需要做出特有風味，要靠自己去揣摩，天天打打久就會了，所以農民也是一樣，要做出風味，各種過程要去修正。聰明的人自己作就會，但是有小動作，有肢體語言，我們有發講義，誰有空誰就去教。(受訪者：G01)

雖然有公開講課，但是許多隱藏的技巧是隱藏在製作者的獨特肢體動作中，這是無法言傳的隱微知識(tacit knowledge)。許多的動作或許是知其然不知其所以然，而有些無意的小動作甚至潛藏著莫名的知識與意義。這使得即使是公開的技術學習，仍舊會造成學習效果的極大差異，而使得茶葉製作上變化出極大的風味

差異。此外，由於天然摘採的茶菁並非標準化的工業原料，他們之間可能有細緻但重要的差異，這種原料的差異，加上製作時微氣候環境的差異與感官上視覺、味覺、觸覺等的探知，配合獨特的手工流程的控制，使得同一茶農每天、每批製作的茶葉都可能會有品質的差別。

#### 4、比賽茶的學習

對於比賽茶來說，農民有一種迷思，即是比賽茶為個人製茶技術能力的證明，藉此吸引消費者的購買，而達到廣告行銷的策略，但比賽茶內含著評鑑師對於品質的掌控，使得其品質達成一致，所以多數茶農認為比賽茶決定是否為真正極風茶；茶農就曾表示，早期龍潭鄉的茶農多做出包種味道的極風茶，具有清香而非極風茶特有的蜜香，但是爲了要比賽，所以就利用比賽學作正統的極風茶茶味，茶農（受訪者：F04）指出，因爲參加比賽茶很重要，可藉此打響知名度，吸引更多消費者購買。至於比賽茶的效應，茶農說到：

就是廣告阿，自然而然就會慕名而來。（受訪者：F05）

而評審的口味則決定其未來味道的走向，爲迎合評審口味，龍潭茶農漸漸走向以北埔、峨眉地區的極風茶味道爲主，而使得其差異愈來愈趨一致。

比賽茶現可分爲兩種，其一是製作好成品，經由評鑑師排列名次，其二是領取茶菁現場製作競賽<sup>19</sup>，從茶農口中可以知道其對比賽茶的重視：

我們也是民國七十幾年在做，我們沒去峨眉學，做包種形的極風茶，一樣是極風茶，是我們的想法，後來一直要比賽就去學，比賽茶就會去看阿。（受訪者：F04）

對於茶農來說比賽茶亦是一種學習的場所，並從競賽中可以得知其兩地差距，從中學習補長。例如：製茶過程中較爲精細的部份，發酵的程度、殺菁時的時間拿捏，茶農就從比賽茶中找出其差異：

極風茶製茶過程和我們創辦的做法不一樣，他是蜜香製作過程不一樣，他要晒，改良廠在做極風茶也是要看，我們都是做包種研風茶。（受訪者：F04）

比賽茶具有協調兩地差異的特性，使得區域差異愈來愈小，但農產品風味控

---

<sup>19</sup> 製茶技術競賽的學習：製茶技術是由個主辦單位招集比賽選手，提供茶菁，通常每位給10公斤，選定一製茶工廠及同一環境條件下製造茶葉，最後將製成茶葉由評茶師評鑑好壞，在選出技術較好的選手頒獎鼓勵。其目的在於將個茶區的選手，在同一環境下，互相觀摩學習，交換製茶心得與技術，提升製茶水準。

管上因為需要品質的統一，而較難形成區域差異。

現階段龍潭槿風茶並沒有遇到升級的問題，因為在龍潭地區槿風茶為新興的品種，故只有追求做出符合評審與消費者能接受的口感，對於槿風茶來說製做出其特有的蜜香即是重點，詢問茶農槿風茶是否改良：

沒有改良，就像教書一樣不會變，品種就是清新大某最好，其他做出來品質就會跑，作烏龍也不好，品質有差。(受訪者：F02)

而此蜜香味又需要在有機環境下生長的小綠葉蟬叮咬才行，故受限於自然限制，連帶使得產量上受到限制，現階段如何使得茶菁來源穩定與大量供給是其主要面對問題。

龍潭勞動力處處於老化狀態。多數龍潭茶農因轉作槿風茶，在製茶期間需要大量的人工進行手工的採摘，現在勞動力多從新竹縣獲得。茶農(受訪者：F10、F03)「人工就是問題，像做槿風茶就是要手採。」勞動力不足是目前面臨最大的隱憂，使得接下來要推動的有機綠茶等等措施都面臨考驗。

## (二)、轉譯的過程

行動者網絡著重在於網絡的形成，以及成員賦予的任務是否達成其效應，但其任務的執行並非單純一致。在農民學習的過程中，即會使得在不同兩地技術達成一致而形成網絡的有效運作。

槿風茶依循著龍潭茶產業的歷史發展脈絡進入龍潭，早期內銷轉外銷的因素致使龍潭茶葉發展以包種茶為主，包種茶以春冬為主形成夏茶不採收特性，其二龍潭 80%茶園皆種植清新大某茶種，且因槿風茶製作中對於茶菁品質要求特殊，須小綠葉蟬叮咬茶樹形成特殊蜜味，而讓行動者一槿風茶依循此條件限制，讓小綠葉蟬形成茶農網絡間的共同點，遂讓新竹縣茶農以此為指標，找到龍潭當作茶菁的主要來源。

龍潭製茶知識技術學習過程中，技術如何轉譯：當槿風茶進入龍潭時，會有中介的過程，如何調整龍潭碎風茶與北埔的口感一致性？本分析中茶比賽是一公開中介的舞台，而評審是達到兩地口感一致的重要角色，而在私底下，茶農間的密集的互相交流，使得其口感以及製程更達到評審的要求，而達成其轉譯的可能。

## 二、品質轉向

在行銷的過程中，槿風茶因其特有香氣，造成顧客的歡迎，但此香味依據受訪茶農解釋（受訪者：F03），槿風茶的茶菁的條件要高，製造過程雖比烏龍茶簡單，但是先天上，茶菁一定要給小綠葉蟬吃到適當的程度，小綠葉蟬沒有吃過，那過程就是烏龍茶。在社會資本下強調的網絡中信任問題，龍潭地區由土地關係發展出來的包茶制度，透過彼此同為茶農、客家族群的認同，而達成茶菁著颯的控管，茶農說到包茶制度中對茶菁要求的情況：

他們（包茶者）要求不能噴藥，大家就憑良心做事。不用打契約，就講一講拿錢。我們春茶還沒採，夏茶要用搶的。（受訪者：F03）

小綠葉蟬生長環境則不行施放農藥、肥料，使槿風茶成為有機的作物。在國人日漸形成健康觀念下，槿風茶引入龍潭後，帶動整體茶產業走向有機，使得產業走向邁向高單價、精緻化為主。

槿風茶的行銷手法以健康、有機為導向。槿風茶引進到龍潭地區後期發展策略的執行，使得茶園朝不同品質的方向調整，這是槿風茶此一行動者所帶給後續網絡發展的另一方向。以下介紹品質轉向後的地方回應：

### （一）、生產履歷的建立

健康有機的概念影響之下，首先讓品質轉向的策略即是生產履歷的建立。有鑑於消費者對於食品衛生安全的關切，消費者對於茶農用藥安全須知的不知情，且國內許多茶葉產地標示不明，以及今年來加入 WTO 之後，許多越南茶、廉價茶傾銷台灣，造成茶價的內銷價格混亂：有四斤 1000 元，亦有一斤上萬元的天價，造成消費者對於國內茶葉產生不健康、不安全等印象。有鑑於此農委會在 2005 年積極推動「農產品產銷履歷制度」，除了使消費者可以買到優質的茶葉產品，並希望能讓本土茶農建立制度，以區隔外來茶種。茶改廠說明生產履歷是讓消費者對茶葉有信心，跟著品牌走，與以往自產自銷不同：

生產履歷產品包裝有生產履歷的條碼，就照著他的條碼，就跟品牌依樣，我像桂格燕麥，或是味全奶粉，或是泡麵一樣有廠牌的，我哪一個廠牌的就照著去，如果有問題就追著走，因為假如說台灣他是自產自銷，但是國外不是這樣，我的茶採完是交給工廠再去賣，一個國家只有幾個廠牌的茶業而已，台灣各自產各自銷，或是進口什麼茶，一般老百姓賣的就找不到人，可以追到底，就像賣魚一樣，攤販過來就賣，買的人就不知道是誰養的魚，於是尾巴要標示誰養的魚，你養要生長記錄阿，魚苗從哪裡來的，飼料哪裡買的？你放多要

抗生素藥多少倍？（受訪者：G01）

農民從耕作栽培、肥培管理、病蟲害管理，此目的在管理茶農用藥過程，建立安全用藥範圍。但是目前每次用藥均需茶農自行記錄，產生可信度問題，並由產銷班班長協同茶改廠人員抽查或監督，監控記錄變成是目前困難的地方。且此制度的建立並非所有茶農均有能力配合，茶農需要花費大量時間以及成本，有些茶農認為生產履歷費時費工，現在茶價又不好，所以不願意改變種植方式，改良廠說明農會心態：

對阿就是這樣農民不願意做，除非價錢高，反而品質不好，所以不願意阿。（受訪者：G01）

已推行多年的生產履歷制度其成效不彰，政府單位目前以慢慢推動方式進行，其方法為：

選幾個茶葉的班要試辦，剛開始我們會補貼一些錢不然誰要做，將來這個做了之後大家就會發現這樣茶很好賣阿！就會開始跟著做，剛開始是一種示範、犧牲。（受訪者：G01）

2006年（民國95年）龍潭已有六位茶農在網絡上建立其農產品的生產履歷見下圖5-3，可輸入其番號，找到購買貨品的出場日期、施藥狀況；此生產履歷的建立由龍潭鄉農會與行政院農委會茶業改良場合作，挑選有意願茶農，輔導實施茶葉生產履歷制度，茶改廠表示：

公文上明令本廠及其他分廠推薦由農會推過來。技術部分是從這裡。農會要召集人員來，縣政府單位輔助。（受訪者：G01）

經過上述對於茶品質的用藥要求後，還須經由中立的檢驗單位進行抽查及化驗。並由農會進行包裝行銷，消費者可在網站上登錄標號，認明產品之包裝與商標〈申請註冊中〉。此政策推出後有意願的茶農反應說到：

要到國際社會就是要這樣做，最早在作的民國七十幾年就再做。（受訪者：F05）

目前龍潭有配合的茶農其收益都有增高，例如做生產履歷的茶較容易被消費者接受、單價較高，茶農解釋：

農戶現在慢慢會增加，媒體也會報導。他（優質茶）<sup>20</sup>可以賣五百，他露出比別人更多

---

<sup>20</sup> 龍泉包種茶，一斤350元不等，但優質龍泉茶可賣到500元。

的心血，他是改良場的示範農戶，他會試驗，他是默契關係。他願意去配合。(受訪者：F05)

更因此與茶改廠配合的農戶，形成另一社群網絡，讓龍潭茶葉朝向有機、安全的方向實行，並進而對槿風茶銷售影響，有些茶農即想成立槿風茶產銷班，進行對於品質與行銷的掌控，更因為生產履歷的建立，造成整體茶農對用藥的正確認知，並改進原有的台茶的生產方式，茶改廠表示：

這是整個台灣的農業，以前為了求溫飽，為了提高產量使用品種改良、施肥、農藥等方式造成污染，所以現在反過來說除了品質提高外還要安全，這是時代的趨勢。(受訪者：G01)

政府期望利用生產履歷改變茶農致茶方式，更進而轉變消費者購買形式，建立茶葉優質品牌形象，而非像以往茶農以自產自銷方式進行銷售，讓消費族群無法了解其購買物品，此制度建立之後產品可以多種通路銷售，進而達成擴大市場的目標。

## (二)、優質茶的推廣

與生產履歷制度配合的即是優良茶的推廣，農委會在 2005 年（民國 94 年）開始在龍潭地區推廣優質茶，強調優質、安全、健康、責任。茶改廠強調：

因為要品質好，使用化學肥料農藥會汙染破壞土地，所以我們現在要安全，安全就是沒有農藥污染、環境汙染，還有健康。「優質」是廣義的，代表品質好，有機茶是優質茶的一種，你不做有機品質上也可以算優質！（受訪者：G01）

優質茶園的土壤及水質需經過嚴格的檢驗，茶農防治做法有以下數種：一、改善土壤肥力：需用有機質肥料及間作綠肥作物，二、應用物理性防治技術及非農藥防治之資材防治茶樹病蟲害，三、加強以人工、機械除草及敷蓋植物殘體或植覆蓋綠肥作業，以控制雜草生長。在製造過程強調無農藥殘留，茶葉製造過程衛生、安全並經過合格單位檢驗合格，茶改廠針對優質茶以及有機茶作說明：

就是相輔相成，有機茶不噴農藥，優質可以噴農藥要適量，實在要噴也可以，濃度要管制，第一噴農藥要政府推薦的，噴的時候要政府規定的，採受也是，第三採摘期，按規定要照規定，這個劑量所已有些東西，雞鴨吃了會死，所以這個東西，我們推優質茶就是這個目的。(受訪者：G01)

優質茶的作法是希望茶農少用農藥，但是對於茶農來說在茶葉生產期間，更

須負擔大量的勞力去除草，以及資金去投入，目前多數茶農仍不願做此改變，且茶農茶園需要經由中立機關認證，其條件困難例如：土地要五年以內不可以施農藥，且每年要繳規費並沒有商標可以標示，造成行銷困難且專賣有機蔬果的店家，並不賣茶葉。茶農表示：

靠嘴巴，認證多少錢，每年要繳規費，是我感覺不划算，有機蔬菜茶葉不賣，而且沒有認證。(受訪者：F02)

但若優質茶接受度不高，為何茶農仍願意嘗試？茶農認為：

因為不懂茶的人還是很多，願意嘗試的人還是多，但是因為農藥會怕的阿。像民間鄉就有在做推廣，坪林茶葉也有。因為前年在民間鄉作，他(茶改廠)因為路途遙遠，所以他就找我們茶農示範。(受訪者：F05)

且主因是對於廉價茶的侵銷，有心的茶農仍為對抗大陸茶的侵略，而在茶改廠的輔導下做試驗性質的轉變。部份茶農認為做優質茶，可提升消費者購買意願，並與大陸茶做一區隔，雖然內部現階段只有少數有心人士推動，並且需要負擔一半費用，但是茶農仍有信心，並以此為當前重要目標，茶改廠表示，現在外界有茶農打有機品牌，以使得價格提升：

優質茶價格會讓茶農，使得農民意願很高。且有機茶還在推阿。你看消費者對買茶葉沒信心。所以有機茶就是吃一特定的耕作方法。是不是有機也是半信半疑，一般生產者掛上有機，誘拐消費者也好，價格是高一點點而已。(受訪者：G01)

所以政府機關與生產履歷兩者作結合，使得台茶品質因此提升，以政府為背書公開產銷經過，塑造優質茶種並打擊不肖業者誘拐消費者，茶廠解釋有機施行上困難，先循序漸進以優質為主，讓茶農及消費者接受：

我想最終目的有機是困難的事情，觀念上少噴農藥，至少百分之三五十也好。(受訪者：G01)

對於龍潭極風茶的 ANT 網絡架構下，更加說明龍潭地區行動者與行動者間，網絡的連結需要透過對於品質觀念的認同，也因為極風茶此高單價品種的引入，讓茶農願意接受此觀念，並由此行動者帶動建構對品質的策略，優質茶以及生產履歷的建構，達成最終對於品質的要求。

### (三)、文化影響：

槿風茶的主要產區，主要以新竹縣區為主，現今龍潭地區亦加入其產值，此種特殊茶種除了特殊之外，客家文化影響其擴散以及刻苦耐勞的精神象徵，並讓此茶葉與文化結合，塑造客家文化精神象徵，賦予槿風茶故事性，讓買此茶的人容易接受，亦讓茶農在賣茶時，藉此故事達成行銷的目的。

### 三、達成對於品牌的區隔

由以上三種面向形成龍潭茶葉品質轉向的策略，發現為區隔消費者對於原先龍潭包種茶的印象，並朝向優質、健康、安全邁進，茶農努力朝向無農藥茶葉邁進，這與槿風茶引入後所主導的意向相結合，強調此茶的安全性，茶農即說：

就是熟客，就是泡給他喝，要一直灌輸他，因為他是最安全的茶，所以他就是喝習慣了。

( 受訪者：F05)

第二在行銷部份，除了必須對於舊有槿風茶市場做一個區隔，在價錢上面則將價格降低，龍潭地區走中低價位為主 採取開拓客源為主，搶攻初次想要嘗試此茶的客源，讓想試槿風茶卻覺得太貴無法接受的客群，因為接受龍潭的單價而購買，並以文化為包裝，進而促銷地方區域特色。

## 第三節 新的地方與產業發展

從 ANT 網絡的分析中，龍潭茶產業因槿風茶的引入而使得其產業與地方開始轉型帶動新一波的發展。這與傳統茶產業發展的網絡與社會關係大有不同。



## 一、 產業與地方的關連

在行動者網絡分析中，新產品（槿風茶）的發展帶動產業網絡間的變化，而引入更多新網絡行動者的加入，除了造成區域間網絡的結合，並促使地方上產業調整，而發展出新的地方合作模式。

### （一） 經濟效應提升

龍潭鄉本以茶產業為一級產業主軸，全鄉皆以茶葉種植為主，佔土地耕作面積 46% 以上，從 94 年度龍潭所產槿風茶約有 3000 台斤以上，若以平均每台斤 3000 元計算，則茶農之總收益增加 900 萬元以上，相較過去土地產值以及勞動力的皆有提升，證明槿風茶的引入有其實際的效應。境內茶園亦多轉型為觀光茶園圍住，為了促銷槿風茶並利用活動節慶的舉辦，且帶動整體茶產業的發展，結合區域特色形塑龍潭茶鄉意象。

#### 1. 勞動力的運用

在龍潭地區因應包茶制度的形成，可以發現勞動力的改變。原本在龍潭地區的採茶工人，在槿風茶進入後，使得原本閒置的勞動力，得以恢復其效力，茶農說到：

我自己問，比較有在做事的就跟他說，大家左鄰右舍會報阿，就一直問，請工人的話算天，不能算斤葉子會太少，南部算斤可以，我們要採品質，一天工錢一千，負責一餐飯一個點心，馬上給不會亂掉，最好是說坐到車上去開始發錢，時間是從一天八小時規矩，七點開始載工人，七點半以前就到原地，阿媽級的採到四點到五點，我不控制他們。我自己有班底，找龍潭地區的，最多到十三個，最年輕的五十幾歲。（受訪者：F02）

因槿風茶進入後需要大量人工採摘，而停滯的勞動力容易被同在茶葉網絡中被尋找到，本來舊時在採茶的工人因而有機會再進行採茶的工作。槿風茶工資以一天 1000~1200 元計，較其他採茶工一天八百元較貴；採摘槿風茶一天工作八個小時，包含中餐與點心，工人工資佔成本較高。但在採茶旺季時仍有搶採茶工人的情況，多數茶農仍認為有勞力不足的情形，且採茶工老年化情況嚴重：

龍潭地區不好找人，阿媽級視力有差，年輕的動作不夠快。（受訪者：F02）

製作槿風茶，茶菁要求高，以一心二葉為主，但是有經驗的老年茶工視力不佳使得採摘的量不多，而年輕茶工則動作較慢，使得其茶菁品質下降，製作出的

槿風茶並不好。但是多數再投入的茶農數量並不多，僅二、三人而已且以家族事業為背景，回來延續家族茶產業。若以採茶工人改變說明，有些茶農以全家動員方式進行採茶作業，但效仿者不多：

想辦法阿，我現在有帶我侄子去採，我是算天，我也秤重，領一千多是正常的，採少的五百也有，我控制的人數少，也會到田間一起採，每年都找同一批阿，我的想法是說固定四個五個就夠了。(受訪者：1114--34)

在龍潭地區雖有少數茶農因槿風茶進入後，使採茶工人有勞動力再運用的情形，但多數茶農仍反應，勞工不足情況嚴重，茶農說明（受訪者：F05、F03）槿風茶是手工採的，我們（龍潭）沒有人工是最大問題。茶農多數遂向有勞動力的新竹縣借調勞工，且因為採茶期間兩邊都需要採茶工，演變成兩鄉合作模式（一鄉出茶菁，另一鄉出人工再平分茶菁數量），形成新網絡的連結。

## 2.茶園的再利用

原本夏茶在不採收期間，其茶菁利潤在一公斤四元上下，而且其味苦澀，主要以賣給飲料公司為大宗。但現今龍潭地區與新竹縣發展出包茶制度，而提高夏茶的經濟收益。茶菁已由原本的一分地一千元漲至四千元。2006年已經漲至一公頃三~五萬元，這比原來單賣茶菁的收益增高數倍，而且不需要提供勞工採摘，因為槿風茶對茶葉的品質要求很高，必須是有經驗的工人以手工摘採的茶葉才可以製作槿風茶。因此買方會帶領工人摘採茶菁，若是著蜒情況不好（自然條件無法控制），仍會有包茶的收入。以龍潭地區來說，茶園種植適宜製槿風茶土地約佔 500 公頃，乘以最低一公頃 30000 元，約可達一千五百萬的產值。

若是自己經營槿風茶的茶園，一公斤茶可賣至 1500 上下，已是原本包種茶一公斤 400 元多了四倍之多。若是地主技術不好不會做茶，也可以將茶菁賣給他人，這樣的利潤使得龍潭茶農有轉作的動機。從鄉公所提供資料顯示，初期發展槿風茶因茶農深怕製作茶葉不易銷售，年產量約 600 台斤。至今所製作茶葉已有不敷消費市場需求的現象，產量因此逐年提高，種種顯示龍潭茶園夏茶再利用，已經使得龍潭地區的茶園多了許多收益，更讓龍潭茶產業得到另一發展契機。

### （二）連合（Linkage）

網絡分析中，雖將多個行動者整合在一起，形成有成效的行動者網絡，但是

在網絡的整合中，仍無法產生區域內的合作模式，龍潭地區茶農多屬於個人經營方式，區域間的客家文化特性，使得茶農較少與他人形成合作或連合，茶農說到：

應該不容易，龍潭是一個特殊的地理環境，他有一個特質，他不靠大漢溪，他沒有水源，早期他要跟外族的鬥爭，自我意識很強，誰也不願服誰。(受訪者：L02)

龍潭較少有茶農與茶農之間的合作，或是集體運作的情況發生，造成大家皆單打獨鬥缺乏整體的整合與競爭。茶農(受訪者：L02)表示龍潭特殊種族性格，以及執政政府與民間政策無法有效串連，在區域間無法整合，不僅是茶農與茶農間，產銷班與產銷班間亦無法有效連結，形成網絡向外尋求支應，

茶農曾說(受訪者：F01)農會並沒有作良好的橋樑，具有政治選舉的考量，而使得產銷班的效能無法發揮，區域內的連結無法形成，反倒是與其他區域的合作關係因槿風茶而有合作關係。

## 二、 空間分工

在茶葉製造流程中，茶菁原料、製作技術、行銷策略，在舊有農業生產體系中原本皆在同一地生產、分類、行銷。現今槿風茶引入後茶產業的發展卻有不同形式的分工，在製茶過程中茶菁來源不再以是否為原產地當作主要訴求。

在製茶過程的技術部份，可以因各種機制調節成品質相同的茶種，例如機械化的乾燥，而相較過去農產品單一的區域生產，龍潭與新竹縣峨眉、北埔地區已經形成空間上的分工，從圖 5-3 可看出兩地位置差距和關係。

由龍潭的茶產業發展脈絡，可知當地 80%種植清新大某品種，早期龍潭地區以包種茶為主，故夏茶並不採收。在 1990 年代時即有新竹縣茶農因產量需求，而向龍潭地區購買茶菁原料，現今逐漸發展成為以龍潭為原料供應地，新竹縣為製造生產區，內銷各地的生產分工。近年龍潭面臨茶產業危機，內銷茶價錢無法提升、外銷綠茶也逐漸衰減，大半茶農都轉作其他作物或荒廢茶園，導致其面臨轉型，進而以高價茶為訴求，嘗試製作槿風茶，與新竹縣呈現競爭形態。這兩地的競爭形成兩種方式：一、龍潭地區提高茶菁價格，或是包茶單位價格提升。二、龍潭地區有意願與能力製作槿風茶的茶農協調出與新竹縣的合作模式，例如就有茶農說到：

我的茶不用錢給你(新竹縣茶農)採，但是你出工人來採，我再跟你買茶菁或是分茶乾，

不用多，五十斤就好，假如夏茶三千斤，我作五十斤，絕對有成本，你賣茶菁的話賣不了多少錢，夏茶現在我們不作包種茶，我們希望作極風茶，差不多一台斤三千元，比全部一甲地拿去賣還有利潤。(受訪者：F05-3)

此模式一來可以解決龍潭勞動力不足問題，二來龍潭茶農在試驗階段可以節省大規模採摘後的風險，在形成完全競爭前，此調節機制形成過渡時的中介，也形成特有地理上的兩鄉鎮的分工模式。這樣網絡的形成建構在信任關係中，雙方皆有利益下，而成爲現階段一有效模式，參與者認爲如果花時間自己找工人，不如用合作的方式進行，一來有現成的資源利用（勞工），二來可以降低庫存的風險，且以龍潭目前極風茶產量未增加、消費者接受度不高的階段，這樣的作法有試作的可能性，更造成地理上的空間分工與新模式的建立。

### 三、 地方節慶

依循上述空間發展上茶農的學習方式，在產品行銷方面龍潭也學習新竹縣的發展策略，舉辦茶節活動打響知名度。農會的策略即是以一連串極風茶活動的舉辦，打響極風茶的名聲提升茶葉品質，並促使其他農特產品的推展，從 2004 年即開始舉辦龍潭茶節活動，行銷桃園縣市農特產品並藉此打響龍潭茶葉和地方特色。

#### （一）極風節主要目的

辦理極風節的主要目的，希望能喚起一般人對茶鄉的印象，以及對龍潭茶葉的推廣，近幾年來桃園縣政府及龍潭鄉公所、龍潭鄉農會的大力推廣下，故於 2004 年（民國 93 年）在龍潭鄉特別舉辦了首屆「桃園 2004 全國極風節」文化產業活動，並凸顯桃園縣產業的特色，帶動縣內其他產業的多元發展。

其主要目的仍是以宣傳極風茶葉爲主，2005 年極風茶節設在桃園縣政府廣場，但展場上多爲其他桃園縣的農特產品，例如：拉拉山的水蜜桃、或是大溪豆乾等等。

#### （二）極風節的成效

龍潭鄉因長期發展茶產業爲主體，在極風茶的引入後爲吸引產業活化，而引

發學習新竹鄉鎮舉辦槿風茶節藉以推銷，2006 年（民國 95 年）主要經費來源：桃園縣政府 200 萬、鄉鎮公所 60 萬、農會 60 萬，總經額 320 萬此經費主要以辦理龍潭槿風節，內容參考如表 5-1 如有：槿風節茶節行銷活動、製茶比賽、廣告行銷等一系列的活動經費，而主要支出經費是要先收購茶菁辦理槿風茶現場製茶比賽。這與其他地區辦理槿風茶經費來說高出許多，北埔去年 80 萬經額補助，並在鄉內辦理槿風茶節活動。龍潭茶節活動期間以農會為主辦單位，第一屆活動是農會自己辦，他們的人動員比較多。主題是桃園槿風茶，採高蹺是造勢活動。去年縣府主辦，經費鄉公所每年都是 60 萬並輔以水土保持局、鄉公所，並協調茶改廠或其他學校團體，進行龍潭內部組織的分工合作，以舊有網絡形塑先今槿風節的加入人員。

表 5-1 2006 年槿風節活動內容、地點表：

日期、時間	活動名稱	活動地點	活動內容	備註
5/28 (09:00~12:00)	槿風茶產業文化活動	三水茗園（申文貴農友宅）	表演節目、趣味採茶、茶葉多元 DIY、休閒茶園采風行、米食品嘗	配合水保局辦理
6/1 (10:30)	活動行程記者會	美源茶廠		
6/3~4 (10:30~12:00)	槿風茶製茶技術競賽	明岡茶廠	現場製作槿風茶(共計 40 名選手)	
6/18 (09:00~14:00)	水土保持宣導寫生活動	山水農村規劃區	寫生活動	配合水保局辦理
6/27 (09:00~15:00)	優良槿風茶比賽	龍潭鄉農會	評鑑比賽	6/26 茶農繳交茶樣
6/29 (10:00)	成果發表記者會	預定台北		
7/1~2 (08:30~17:30)	產品展售促銷活動	小人國入口	優良槿風茶比賽頒獎活動、產品展售促銷活動、表演活動、創意茶餐活動展示、園遊會、營火晚會等。	

資料來源：龍潭鄉公所

龍潭鄉早期的茶節舉辦主要由農會主導，農會利用鄉內網絡資源，進行茶節活動人員的動員、場地的租借、資源經費的獲得。例如：2005 年第二屆槿風茶活動內容，開幕式從山水村出發結合茶園推銷龍潭茶鄉生活，山水村是水保局的補助，水保在山水村作各項措施可以結合地方產業。2006 年則在小人國入口處辦理，以今年來說小人國有互相合作，廠商出優待卷讓槿風節辦理期間進入園

區，而槿風節可以帶動人氣就是互利。而這些地點的選擇是由農會決定，這說明農業社會中的網絡是建構在舊有的生產網絡中，而期間的行動者互相影響互得其利。鄉公所表示，現階段槿風茶製茶比賽在龍潭地區仍有人員的選擇，

龍潭地區分兩種茶農，第一種是自己種茶專賣茶菁給茶工廠，第二是有設備自產自銷得農民，現在的研風茶茶節的比賽以第二種為主，但是第一種茶農在龍潭比例較多。(受訪者：G04)

參與龍潭槿風節的茶農，並非是所有茶農，在動員以及成效上較不如預期，故在辦理兩屆茶節後，成效上面並沒有達成應有的效過，例如：將名聲打響、提高單價，農會檢討其缺失，認為槿風茶推廣成效只有在鄉內並沒有打出去，茶農反應辦理槿風節並沒有其意義，花了許多的經費仍沒有用處，即有茶農以作秀為說明其辦理茶節方式，：

他是消耗經費的來源，很好阿，但是沒有一個通路的來源，你並沒有把路走出來阿。就是我們透過活動將產業有一個延續性，好像有在做事，但是並沒有他只是一場秀，他並沒有在產業間變成振盪，在茶葉可以看到而已。(受訪者：L02)

2006年利用委外行銷團隊，是由農會要求，程序上還是由農會在用，招標補助都是農會。設計活動和媒體行銷，主軸為：槿風茶的故鄉---龍潭，因為龍潭為新竹北埔茶菁來源，利用新行動者的加入，拓展新客源以及新行銷手法。

但反觀龍潭縣境內龍泉茶並無舉辦任何茶節活動，龍泉茶公所補助包裝上很多錢，要掛龍泉茶賣，比賽包裝，主因是成本比較多在包裝，公所補助是全額，目的在幫農民爭取福利。槿風茶產量有限且產量無法增加，因為夏天有經驗無人採摘，產量無法控制，沒有勞力摘採。槿風節辦理有其限制，一為現今槿風節的辦理對於少數茶農來說的確達到廣告的效應，因為供不應求，數量有限，希望可以留到過年時以禮盒的形式銷售已賺取更高利潤。槿風節在行銷上無法有效果，政府單位辦理槿風節的用意只是希望把名氣炒熱。

## 小結

本章節主要以行動者網絡分析為主，槿風茶此行動者進入龍潭之後，發生原本網絡的結構性變化，加入因不同利益結合的網絡，而使其內部運作更趨於穩

定，對於行動者網絡中，龍潭茶農對於知識取得可從多方面著手，而行動者網絡中較無細部討論任務的執行方式，在跨界知識交流形成中，技術經由有系統的學習，由茶葉改良廠提供完整製造流程的學習，使茶農有基本的概念，以便可以自我摸索學習。引為知識學習，手感如何等的疑問，則透過私下學習為主。為求取口感與品質的一致性，在學習過程中利用比賽茶取得其口感的一致性，而這也影響到製茶過程中的做法。

依據龍潭茶葉發展，有其路徑依賴的情形出現，在製作過程中也依其發展歷程，而使得茶農能容易嫁接在原有技術上，在製作過程中有關品質的中介則於下部份探討。槿風茶此一行動者進入地方之後，進行茶葉網絡的內部重組，帶動茶葉品質的發展轉向有機，藉此行銷整體龍潭茶產業，不僅僅是槿風茶而更包含其他茶種，例如：龍潭包種茶、有機綠茶等等。

在網絡的運轉中，槿風茶的網絡形成，主要決定其茶菁是否有被小綠葉蟬叮咬，而讓槿風茶有特殊的香味，龍潭地區因茶種相同，而且境內 90% 為客家人，讓新竹縣市茶農在尋找茶菁過程中，選擇較近距離的龍潭，在 ANT 網絡中的利益賦予下，形成網絡的成員，並在小綠葉蟬的徵召中，選擇原本在龍潭擁有製茶技術的茶農，將知識從新竹縣區獲得，形成共識交換其利益，在最後動員階段則靠農會舊有機制，歸結於人際網絡的互動促使其連結形成其效用。

透過農會辦理槿風節行銷，槿風茶屬於高單價茶種，平均單價高出包種茶三倍，主要行銷策略，以政府舉辦茶葉節慶推廣槿風茶為主，私底下茶農以自產自銷下方式，向熟客推廣為主，為說服顧客購買，以有機、健康為主軸說明並沒有施作農業，以使顧客放心。

## 第六章 結論

龍潭地區是一個典型的客家聚落，而茶產業為本鄉最主要經濟作物。近年由於開放市場及大陸茶葉傾銷影響，使得龍潭茶農面臨生存危機，地方於是產生轉

型與發展契機。本文以龍潭引進槿風茶的緣由與發展進行網絡結構分析，透過行動者網絡理論分析槿風茶此一主要行動者，將原本舊有社會網絡解構與重組，透過網絡中的行動者賦予槿風茶新的任務與意義，重新建立新的農村社會網路關係。

網絡中新成員透過共同文化背景達成一致的共識，並進而改變網絡中的信任、產業分工等議題，使得龍潭與峨眉地理上不相鄰的兩區塊相連在一起，促進兩地農村技術互相交流形成跨區域的學習。

## 第一節、形成跨區域的分工

本研究發現龍潭茶產業在近年轉型成功，主要依循政府政策在發展上形成路徑依賴模式：第一是早期以外銷為主的大茶廠因廢除「製茶工廠最低設廠規則」轉變成小農林立的情況，使得龍潭茶農發展出兩種以茶葉謀生的分工方式，原本擁有包種茶技術的小農紛紛轉型以發展槿風茶為主。另一方面，專營茶菁販賣給大茶廠或飲料廠的茶農因欠缺製茶技術所以較難轉型，現階段販賣給北埔、峨眉的茶菁多為此類茶農，但也因茶菁價格連年高漲，間接影響飲料廠的利潤。

1936 年農會大力輔導茶農栽種清新大某品種，此茶種最適合生產槿風茶，所以近幾年峨眉、北埔槿風茶熱賣，特等獎更高達 101 萬的天價，產量增高茶菁數量不足，外地向鄰近的龍潭購買茶菁，讓龍潭茶農有機會得以轉製槿風茶，本研究發現龍潭與北埔峨眉發展模式有下列情況：

### 一、原料與製程的分工

龍潭鄉早期因外銷茶衰落改以包種茶內銷，茶園多種植清新大某品種為主，也因此與現今北埔、峨眉地區的茶種相同。因包種茶在夏茶採收期較為苦澀，茶農多數不採收或是修剪茶梗販賣與飲料茶廠。槿風茶特殊蜜味必須在悶熱環境下生長的小綠葉蟬(浮塵子)叮咬葉面，此兩茶區因所屬茶系不同，使得包種茶不宜採收的狀況恰與槿風茶只能在夏季時製作特性互補，而形成合作的可能。

槿風茶具客家精神加上行銷策略成功，不僅打響名聲更因產量有限，造成供不應求的狀況。茶農為滿足顧客，加上北埔、峨眉地區茶園老化，使北埔、峨眉兩鄉鎮農民到龍潭地區進行夏茶的採收，進而有包茶制度的產生。包茶制度在網絡分析中因為信任、文化、職業相似度，而形成跨界分工的狀態。以槿風茶來說，茶葉工業原本由茶農從種植茶葉、製作成品至行銷皆由單一茶工廠完成，但由現今龍潭與峨眉的合作模式中發現，龍潭鄉是原料的來源地，而北埔、峨眉鄉則以



製造為主，在茶葉製造流程上形成原料及製作的分工形態，此與原本茶農生產情況不盡相同。

## 二、技術與人員的交流

也因為新竹縣的茶農常到龍潭地區收購夏茶茶菁，讓龍潭的茶農漸漸認識到槎風茶，並為其高單價所吸引，進而學習槎風茶技術。學習技術的過程中主要透過中介單位－茶業改良廠，茶改廠請峨眉地區茶師教授槎風茶製作過程，但其中在製茶過程中更為細微的感受，例如手感的拿捏、時間的掌控…等隱微知識的獲取，則是茶農私下透過熟識的親友學習，因包茶制度而漸漸產生信賴關係的茶農也是另一學習的對象。

除了透過人員的關係形成技術的交流，透過各項比賽也能形成另一方式的交流。一、製茶技術比賽是另一種學習的舞台，茶農借此機會進行技術的交流與提升。二、每年槎風茶的等級比賽，則由比賽掌控其茶湯、味道等品質準則，透過公家單位的評鑑師掌控正統槎風茶的關鍵。但技術並非每個人都願意訴說或教導，因為牽涉到個人製茶的風味，茶農仍會害怕被偷學後影響競爭力，所以有些茶農則靠自我不斷磨練或是報名技藝競賽從中觀看他人製作的流程，藉此讓經驗累積純熟，所以透過茶葉的分工進而形成製茶技術的交流，形成另一種網絡的結合。

## 三、市場機制的形成

新竹縣峨眉、北埔地區雖然為槎風茶的主要製造地區，但因長期的人口外移以及茶園的荒廢造成原料的不足。茶樹品種以及文化背景相似的龍潭成為新竹茶農主要的選擇地，漸漸形成地理學上的跨界的分工，龍潭鄉主生產原料，而北埔峨眉地區則出借勞動力，形成不同以往的分工情況。

2004年龍潭首次舉辦槎風茶節，因本來舊有的網絡關係造成兩地人際、技術上面的交流，而再次將新的網絡關係納入，而促使槎風茶此主要行動者在龍潭地區產生新的氣象，而上述合作關係以及技術交流等，其信任機制建立在皆為客家人以及製茶人身上的內化文化。

在槎風茶進入之後除了產生包茶制度的形成，初期的包茶制度使兩地各取所需，但因龍潭夏茶行情大漲使得茶菁價格水漲船高。當龍潭茶農發現夏茶可以

將原本閒置的勞動力再釋出，更增加原本夏茶的收益，也開始轉作使得兩地區由合作關係更因此轉變為競爭關係。由此衍伸出新的分工方式，皆是製造槿風茶的桃園、新竹兩地的製茶人，形成新的集體合作的方式，有茶園的龍潭人會免費讓對方採摘夏茶，而採摘下來的茶菁則依各自的市場需求對分，不再只是經濟社會中單純的價格取向的包茶制度，而是一種更有效益的集體合作模式的產生，而形成不同以往的跨界分工模式。

綜上所述龍潭茶葉發展依循其路徑而至開放市場階段，茶農面臨一連串市場的挑戰與調適，透過種種自然、人文網絡關係的結合運作，使龍潭茶農轉變商品並且改變其生產模式，由原本自製自產狀況轉變成集體合作方式。

## 第二節 地方發展的限制

### 一、網絡的限制

黃宗智（1986）提及，因為小農的內捲化造成土豪劣紳的形成。內捲化指華北小農的區域特性使得小農為求溫飽，在同一土地上面投入最大勞力。內捲化形

成原因主要為人口眾多、封閉區域。龍潭地區雖不是封閉的區域，亦非教育文化的不普遍，但從網絡關係中卻可以得知當政府機關執行政策時，會有中間仕紳階級的出現，造成資源不容易達到合理的分配，形成兩種農民的態度：1.部份農民消極的不參與政府的活動；2.積極的尋找轉作的機會，例如轉作綠竹筍或是其他的主題餐廳。這和早期農民社會所形成中間仕紳階級有相似的情況，但因現代社會資訊發達，而不似中國大陸社會中的農民有勞動力集中在無效欲的生產的情況出現。

龍潭的地方社會資本對創新發展產生正面的影響，但對社會資本的發展造成限制，例如公部門資源的分配。傳統中國仕紳階級的分配無法到達資源的合理分配。龍潭的仕紳階級，較靠近政府機關單位或身為農會或地方菁英，因為與政府機關較為熟識，當有資源時也較容易取得，而形成小網絡的形成，影響槿風茶資源的分配，例如茶節辦理地點的選擇，或是茶改廠專案輔導的對象。

由此觀察可提出網絡中的成員將受到人際關係位置的限制，使得不在權力網路上的成員受到限制，而造成網絡上的改革。龍潭茶農欲另組槿風茶產銷班，而此產銷班形成另一網絡關係，而改良原本的發展現況。

## 二、槿風茶引入影響地方的發展

整體來說，槿風茶的引進帶給龍潭茶農不僅僅是經濟收益的增加，也造成茶系品質轉向的推動，對品質、健康、安全的限制更加重視。槿風茶較之前推動的龍泉茶不僅單價高，且對於健康、有機的概念也較以往重要，為了加強有機的標準，茶改廠近年推動生產履歷的制度，而茶農亦改變以往生產模式，增加人力採收、引入有機的栽種概念、多花時間施行人工除草等。地方對於茶葉的發展則因槿風茶引進，也影響其他茶種品質的提升，對於龍潭茶葉品質的提昇具有正面的效果。

因為槿風茶的引入對於地方上的發展，造成茶產業的再發展，由 93 年開始每年定期辦理槿風茶比賽，並且一年比一年增加參賽點數，而規模更由本來自行設計槿風節活動，在 95 年則委外設計並擴大舉行茶節活動，將石門活魚與槿風茶作結合，不單推展茶產業更推銷地方特色，看出龍潭地區對槿風茶的重視，有頭份地區的茶農說：「現在龍潭的知名度已經超越頭份的槿風茶，處於第二的位置」，加上龍潭茶園面積廣大，槿風茶產量可維持穩定數量，可推測龍潭可望超越其他地區成為槿風茶專區。屆時將打開槿風茶及龍泉茶的知名度之外，更促進整體龍潭地區的經濟發展。

本研究從茶農日常生活改變，發現槿風茶引入後不僅僅是對舊有茶系品質的提升，更廣開知名度，不僅生產槿風茶，更多的觀光客湧入茶園作旅遊踏青的活動，使得龍潭地區發展更多元。

### 第三節 行動者網絡的反省

將槿風茶作為行動者，發現槿風茶進入龍潭的效用並不如預期不能讓整個龍潭鄉有全面的轉型，主因在於龍潭茶產業依循舊有模式，以販賣茶菁為主。茶農多而製茶人口較少，使得其影響層面並不普及，但不可否認的是，槿風茶的進

入確有其經濟上的功效。就經濟方面來說，龍潭夏茶本不採收，因包茶制度而讓原本荒廢的茶園有一公頃三到五萬的收益。同樣的茶菁若生產龍泉茶，一斤約 600 元，而槿風茶則有一斤 2400 元的利潤。

行動者網絡不僅僅在解釋網絡的形成，也因網絡變動的特性，不同的地區將會形成不同的網絡連接形態，與地理關係產生息息相關。茶葉發展網絡中，仍無法將龍潭鄉居民拉進此網絡中，而以茶農為主，無法擴大到整個居民，龍潭並無一合適網絡中介關係，吸引或帶動居民共同合作。

行動者網絡是在舊有的網絡中重新開展，因槿風茶技術的引進而引致新網絡的連結，進而造成地理空間的連結，由地方提供槿風茶茶菁原料，以及擁有願意學習槿風茶技術的包種茶茶農，在舊有的生產網絡中鑲嵌新茶種，這與 Murdoch(2000)所言，網絡是鑲嵌在早已建立起來的農業網絡上是不謀而合的。

行動者網絡中對於強制通行點的說明甚少，而此一關鍵點如何形成?以及是否有權力關係的介入?在 ANT 理論中並沒有多加說明，但在本研究中發現 OPP 點的設置過程，是在舊有網絡中漸漸形塑而成，且在新網絡的建構中，擁有權力者含有決定資源分配關係，讓新行動者的加入具有選擇性，本研究形成對於 ANT 提出一補充觀點。

#### 第四節 後續研究與發展

在茶產業方面銜接的問題上，因製茶過程的耗時費工，使得年輕人不願從事製茶的工作，老茶農們認為收成的效益不如高科技產業的薪資，所以沒有積極培育接班人。龍潭地區不像其他鄉鎮的茶園，龍潭鄉多數茶園轉成工業開發，且因

所處區位較靠近都市，所以年輕人沒有形成離鄉狀況，但是卻有離農現象，青年人並沒有移往他處工作，所以已沒有產生人口極化的現象。

本研究的限制在於時間限制下，無法大幅度觀看到檫風茶所引起的利益關係，對於農會與政府間政治經濟下利益的賦予也並沒有完整解釋。行動者網絡理論中地方扮演的角色不見了，主因是行動者強調網絡的連結性，是有共同的利益連節行動者，進而造成集體的行動，但在徵召的過程中，極可能帶入地方的特色，這些驗證，因時間關係在此處並沒有得到明確的答案，而留待後續研究。

## 參考文獻：

余寶婷（1993），台灣茶園空間變遷之研究，國立師範大學地理系碩論。

吳德亮（2005），台灣找茶，台北：民生報事業處。

李承嘉（2005），行動者網絡應用於鄉村發展之研究-以九份聚落 1895-1945 年發展為例。地理學報，39，1-30。

李澤仁（2001），《加工出口區對地方鄉鎮發展之影響—以潭子加工出口區為例》國立臺灣大學/建築與城鄉研究所。

林木連（編）（2003），台灣的茶業，台北：遠足文化事業有限公司與故鄉出版。

林淑惠（2002）自保與合作，清大社發所碩論

林滿紅（1975），茶、糖、樟腦與晚清台灣經濟社會之變遷 1860-1895，台灣大學歷史研究所。

林獻堂（2003），茶葉比賽對地區茶業發展的影響--鹿谷鄉農會比賽茶之個案研究，國立中興大學農業推廣教育研究所碩論。

邱念渠（2005），台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研究所碩論。

施諭靜（2004），此客非彼客？——文化知識建構的網絡行動，文化研究月報，41。

洪文彥（2002），行動者網絡理論應用於邊陲地區（鄉村）發展之研究—以澎湖地區發展為例，國立台北大學地政學系碩論。

胡幼慧（編）（1996），質性研究。台北：巨流。

范乾峰（1998），經濟全球化發展下台灣跨國經濟空間網絡之研究---貿易流與商品鍊的網絡分析，中興都計所碩論。

范德光（編），（2004），台灣製茶工業五十年來的發展，台北：台灣區製茶工業同業公會。

桃園縣統計要覽（1951—2005）。

桃園縣綜合發展計畫（1997），鄉鎮市建設發展綱要計畫（二），桃園縣政府 民國 86 年 12 月。

袁榮茂（2001），經濟在結構與地方能動性的實踐：以大鵬灣觀光開發計畫為例，師大地理碩論。

畢恆達（2005），教授為什麼沒告訴我。台北：學富。

郭大玄，（1997），（台灣茶葉生產與製茶工業發展變遷之研究），中國文化大學地理學系地理研究報告，NO.10：P.51-75

陳 板（編）（1993），新個龍潭人。桃園：龍潭鄉公所。

- 陳向明 (2002), 社會科學的質的研究。台北：五南。
- 陳美娟 (2001), 長榮管理學院之設立與台南縣歸鄉大潭村的環境變遷, 高師大地理碩論。
- 陳慈玉 (2005), 台北縣茶葉發展史, 稻鄉出版有限公司。
- 普特南 (1996), 繁榮的社群—社會資本和公共生活, 社會資本與社會發展, 北京社會文獻出版社。
- 湯元吉, (1954), 台灣省桃園縣土壤調查報告書, 台灣肥料公司叢刊第 21 種, 台北：台灣肥料股份有限公司。
- 黃宗智, (1986), The peasant economy and social change in north china, 台北：南天書局。
- 黃美傳 (2001), 社會網絡與地方產業文化發展-白河蓮花節與官田菱角節之比較研究, 師大地理碩論。
- 廖淑容 (2005), 全球化、國家調節與台灣縣市地方發展。都市與計畫, 32, 23-56。
- 劉湘櫻 (2005), 落地生拓---桃園龍潭鍾家的定根與生拓, 台灣師範大學地理系教學碩士論文。
- 潘振墉 (2001), 桃園縣龍潭鄉高原社區拓展史, 桃園：高原社區發展協會。
- 蔡永生、吳聲舜 (2005), 膨風茶 (東方美人茶) 與蜜香茶之祕密 (一), 台灣茶協會會員通訊第八期, vol.3 (2): P.3~9
- 蔡永生、吳聲舜、陳國任 (2005), 膨風茶 (東方美人茶) 與蜜香茶之祕密 (二), 台灣茶協會會員通訊第九期, vol.3 (3): P.2~5
- 蔡翼如 (2001), 社會資本、地方發展網絡與空間組織之研究-以烏來鄉為例, 國立台北大學都市計劃研究所。
- 鄭玉惠 (2000), 集體行動與地域性的再建構-以美濃返水庫運動為例, 師大地理碩論。
- 鄭慈瑩 (2005) 全球化的鮭魚—從商品鏈的動態發展看台灣冷凍鮭魚出口部門的變化, 國立台灣大學城鄉與建築研究所碩士論文。
- 賴正南 (2002), 茶葉技術推廣手冊-製茶技術, 行政院農業委員會茶葉改良場編印。
- 薛雲峰 (2003), 槿風茶, 台北：宇柯文化出版。
- 謝志一 (2001), 草根、知識 與黑珍珠---屏東蓮霧技術發展的脈絡式研究, 世新



大學社會發展研究所。

謝明妃(2002)，從台灣茶葉外銷起落探討茶葉之發展與未來，國立清華大學工業工程與工程管理學系研究所碩論。

謝國雄（2001），茶鄉社會誌：工資、政府與整體社會範疇，中央研究院社會學研究所。

顏碧吟（2003），由農業資材行的運作看栽培技術的發展與擴散，師大地理碩論。

譚鴻仁（2005），北埔的地方發展，第二屆海峽兩岸新經濟地理學學術研討會論文集。

Davies, Anna R,(2002) “Power, politics and networks : shaping partnerships for sustainable communities” , Area, 34.2: 190-203.

Healey,Michael J.& Ilbery,Brian W.( 1990 )Location & Change.Oxford : Oxford University Press.

Jarmo kortelainen ,The river as an actor-network:the finnish forest industry utilization of lake and river systems,Geoforum 30(1999)P.235-247

Jonathan Murdoch ,(2006)Post-structuralist geography:sage London

Peter dicken,Philip F.kelly,kris olds and Henry wai-chung yeung.Chains and networks,territories and scales:towards a relational framework for analyzing the global economy,Global Networks1,2(2001)P.89-112.

Storper, Michael (1997) The Regional World: territorial development in a global economy. London: The Guilford Press.

Woolcock, Michael, ( 1998 ) “Social Captial and Economic Development : Toward a Theoretical Synthesis and Policy Framework, ” Theory and Society, 27, 151-208.

行政院農委會茶葉改良廠 <http://tea.coa.gov.tw/>

桃園縣政府 <http://www.tycg.gov.tw/>

桃園縣龍潭鄉戶政事務所網站 <http://www.lungtanhr.gov.tw/>

茶顛話茶 [http://www.wwwart.com.tw/tea/tea\\_01\\_02.htm](http://www.wwwart.com.tw/tea/tea_01_02.htm)

龍潭鄉三水村社區工作站<http://mizumizu.dtek.com.tw/mizu/>

龍潭鄉公所全球資訊網 <http://61.60.73.156/lungtan2004/home.asp>

龍潭鄉農會 <http://uic.efarm.org.tw/lungtan/>

謝辭

終於在最後的最後完成這辛苦的論文，寫到碩士生活的最後一天，我想是我對此篇論文所能盡的最後一份力量，為碩士生涯劃上最後的句點。回過頭來觀看起來起初回學校就學的心情是在於對知識的獲得以及個人智能的成長，這兩年的求學時光，獲益良多除了個人自我突破，更重要的是觀看事物的角度變得較為多元。

在求學階段時所遇到的苦難與挫折，感謝有指導老師 譚鴻仁老師的鼓勵與支持，亦師亦友的學習過程讓人如沐春風，若沒有老師的用心教導，無法完成兩年修完所有課程的艱鉅任務。感謝陳 毅峰老師兩次遠從花蓮參與口試，並對論文提出寶貴的意見。另外想要感謝 徐進鈺老師，雖然外表嚴肅但在上課所提出的理論觀點，對於學生具有啟發力。

對於論文寫作過程中的起承轉合，說來過程驚心動魄，有無法超越的困境時的墜落谷底，有文筆流暢時的暢快愜意，但往往在此冷熱交替下只有自己才可以體會熬過後的成長，與時間奮鬥時的痛苦。

最後感謝當時周遭親友的鼎力相助，不論是口頭的安慰、食物的贊助或一聲口頭的加油，沒有你們的鼓勵無法完成此論文。

2006/8/8 於師大