**客家委員會獎助客家研究優良博碩士論文精要**

一、論文名稱：客庄特色產業發展之研究—以屏東醬油產業為例

二、作者：邱翠英

三、獎助年度：106年度

四、獎助金額：新台幣8萬元

五、研究過程：

（一）研究方法：

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

（二）研究對象

研究對象以屏東地區知名的醬油業者含括所有與屏東醬油產業發展相關之所有參與者，包括屏東縣政府、屏東醬油業者、屏東文史工作者及學者…等研究對象為研究對象，本文究其空間的場域，及其時間脈絡的變化，因所建構的範圍僅侷限於屏東六堆地區，亦僅屬部分、單一的區域研究，並廣泛的蒐集與整理屏東地區醬油產業的資料，回溯其原鄉地區，追朔屏東客家醬油產業的發展歷程，並深入探討屏東客庄醬油興盛與衰微之因素，透過醬油業者的深度訪談，建構客庄與醬油產業相互依存的共同記憶。

（三）研究工具

本研究擬透過文獻檢閱、蒐集與醬油產業相關的文獻之出版品，作為本研究擬採用的文獻基礎，有包括地方誌書、史料、期刊、博碩士論文、網站等資料。例如：李漢昌《百年醬門：丸莊百年的故事》、陳慧靜譯(原著)《醍醐味的秘方:龜甲萬300年的堅持與創新》、張維安等著《臺灣客家族群史—產經篇》等。此外，藉由統計資料佐證上述文獻資料，呈現的完整性及一致性。此外，採用半結構性的對話方式訪談，根據研究的問題及目的，設計相關的訪談大綱，提出較為廣泛的問題，但以現場狀況決定提問之先後順序，保持彈性的討論氣氛與空間，以便使受訪者在預定的範圍與目標內，將闡述的觸角伸及所有可能的範圍，將有助於了解受訪者的經歷與感想。

六、主要研究發現

屏東客庄醬油產業勞動主力以家族成員為主，勞動支援由家族或親朋好友受雇於家庭式工廠，因此，勞動力網絡成員以客家族群居多，並且透過技術學習的過程中，產生技術的移轉，此外，大型醬油工廠與小家庭醬油工廠，展現獨特交易特色，小家庭工廠製作端依生醬汁品質向大型醬油廠收購，展現合作關係，而客家人的群聚性，由做醬油中可看出家族情感的聯繫是非常緊密。

此外，回流家鄉的資金、技術、觀念對帶動當地農村經濟的發展，產業活動傾向於企業化經營，以及強調純釀醬油為名之家庭工廠，經由大廠生醬汁原料提供在地醬油廠商，發展出各自的醬油品牌，顯示累積而提供了聚集的環境。

經濟發展方面，早期臺灣的經濟政策主要以計畫性經濟為發展原則， 1990前後，醬油工廠數停滯發展，從20家降到18家左右，所有受訪者認為，當時的醬油原料「大豆」透過國外進口，比較沒有人要種了，又正好碰上經濟起飛，改種其他作物之後，醬油產業面臨與其它農作特產競爭的困境，此外，由於醬油釀製過程非常辛苦，許多上一代的經營者不希望家中子女承接如此辛苦的產業，也導致產業人才及發展的斷層。

屏東醬油本身具有相當濃厚的文化性、歷史性，與生活性，並經由各種釀製技術將各區特色醬油之風味及特有香氣充分展現，如知名屏大缸釀薄鹽醬油、豆油伯純釀醬油、屏東監獄鼎新醬油，深受消費者青睞，藉由不斷研發新產品來提升醬油的附加價值，另外，透過國際企業化經營的萬家香公司為媒介，將來自台灣屏東客家人的醬油推廣到國際間，人際網絡對於醬油的國際市場展現更多元，也更具競爭力。食安教育，強化醬油品質不僅改善產製環境衛生，更願意投入資源改善硬體設備，強力把關自家產品的衛生與安全，持續推動在地醬油產業，兼具傳統、好味與安全。

屏東醬油發展過程中，產業之間缺乏與品牌間的聯結，目前各自品牌雖然呈現多元發展趨勢，唯有集中大部分優勢品牌資源，以屏東客庄為基礎的醬油產業群的理念，突破醬油品牌與產業之間缺乏有效聯結機制瓶頸。近年來台灣的本土文化意識興起，政府制定了許多發展計畫來推廣傳統產業文化，許多的傳統產業在轉型後成功再度興起，導引各級產業發展之程序，各級地方政府亦分別制訂地方經濟發展方針與相關優惠方案的配套，而這些政策，亦會影響產業的興起與沒落。從2011年到2013年資料顯示，醬油工廠呈現逐年增加的情況。在政府政策的介入下牽動醬油市場經濟，醬油正式受到地方政府重視從產銷班輔導、補助到行銷推廣，對於屏東地區醬油產業整體發展有具體影響。

特色商品之推廣與行銷，更確立地方文化存在之價值與意義。醬油雖然並不是屏東才有的，但卻可以成為屏東客庄具地方特色的一個文化，因此，將醬油推廣成特色商品，讓屏東的客家人得以了解自己的飲食文化，觀光工廠將產業轉化並加入創新經營元素，帶動地方經濟的特色產業，將其動人風華再次席捲屏東各個角落。

近年來食安問題受到政府及民眾的重視，標榜純釀的業者，是否達到百分之百純釀亦是各家廠商不能說的秘密，有沒有時混合其它化學製品，且賣出來的釀製醬油是否百分之百是自己釀的，所以，政府及廠商如何在廣大的市場中，確保各廠商所獲得的醬油釀製原料與技術是需要各方通力合作。

由於正值網際網路的時代，目前屏東醬油產業除了企業化經營如萬家香醬園的醬油業者，在品牌及知名度高如六堆釀興業有限公司-豆油伯，結合網路購物平台業務，擴大行銷通路，因此，這個市場很大，所以有很多業務看到現在很好賺，這種工廠會越來越多，也使得許多家庭式工廠也必須面對產業激烈競爭。

七、結論及建議事項

（一）結論

醬油拌飯可以了解客家人尚儉崇實的飲食內涵。在屏東從事醬油產業的業者，在不同世代之間，將醬油釀製的記憶經由再現與想像的過程來拼貼，代表著客庄文化產業的過去、現在及未來，在相互重疊下漸進地變化醬油不同的風味。以下臚列四項結論:一、醬油產業在家庭代工與製作端的發展，從飲食習慣、區位關係、原料等面向，對於屏東客家族群經濟社會結構鑲嵌下有關聯。二、屏東醬油產業興起與變遷，與早期「萬家香醬園」的影響最相關，而醬油產業社會資本培育釀油人才；聚集經濟是構成屏東醬油產業蓬勃發展的重要因素，政策與經濟環境改變，亦影響醬油產業轉型。三、屏東醬油產業發展在地特色醬油產業、創造品牌及行銷通路、大型醬油工廠企業化經營、強調結合休閒、健康、食安之醬油特色產業。四、屏東醬油產業發展困境來自產業間缺乏品牌間的聯結，也欠缺資金支持與政策輔導醬油工廠升級，輔以屏東客庄醬油之推廣與傳承並協力發展以及面臨新型態行銷趨勢。

（二）建議事項

本次研究中結合「文化」，根植於醬油業者的地方記憶，以及以文化為基礎，兼具傳承與創新之產業經營，藉由文化與產業兩點，檢視並省思客家族群的醬油記憶，茲提出下列建議：一、設立六堆釀產業專區、二、多元資金挹注、推動產業升級、三、推展客庄醬油產業吸引年輕人回流、四、醬油產業連結客家特色產業互助、強化食安管理、五、推出自家好品牌、強化行銷在地好味道；此外，建議未來研究方向可以輔以問卷調查的方式，了解遊客對醬油品牌意象的看法，以期能以遊客的想法來輔助修正醬油觀光產業的推動並提供發展醬油觀光休閒產業的建言。此外，醬油產業與客家飲食產業鏈的分析、醬油產業之整體社會網絡關係分析等，都是可以進一步探討屏東地區客家特色產業的發展脈絡議題。