

101 年度客家委員會獎助客家學術研究計畫
論文精要及研究成果報告

研究計畫題目：

提升客家菜餚為國際美食策略模式之研究

申請單位：弘光科技大學餐旅管理系

計畫主持人：靳炯彬 副教授

協同主持人：廖慶星 專技教授

協同主持人：葉明昇 專技助理教授

協同主持人：吳牧臻 講師

完成年月：101 年 11 月

目次

摘要	1
壹、前言	2
一、研究動機	2
二、研究目的	3
貳、文獻探討	3
一、傳統客家飲食及其文化	3
二、客家飲食之現代化及創新	5
三、客家飲食產業之經營及提升	6
四、客家飲食之市場概念分析	6
參、研究方法	10
一、文獻探討法	10
二、德菲法 (Delphi Method)	10
肆、模式構建	11
伍、研究成果	12
陸、結論與討論	14
參考文獻	15

表次

表 1 提升客家菜餚為國際性美食策略模式表	13
-----------------------------	----

摘要

客家是台灣居民中第二大族群，在社會上不管是經濟或政治面所具的影響力是相當龐大的，且又因客家委員會成立，積極推動各項族群文化及知識領域系統建立的工作，並用心將客家文化化為文化產業呈現在世人的面前，更鼓動了一探客家文化的風潮。而客家飲食雖然已成為跨族群經營的餐飲產業，但傳統客家菜餚的特色著重於重口味的鹹、油、肥及香，而且在食材使用的部分亦有其歷史、文化以及區域的限制，再加上客家族群自古勤儉樸實的天性，所以客家菜餚的烹調方式亦隨之有所侷促。綜合上述所論，客家菜餚經常遭受現今健康長壽以及均衡飲食觀點的質疑；另一方面，客家菜餚長久以來都被定位為區域性美食，比較無法登上國際美食殿堂，著實令人扼腕！

但以往的客家飲食相關的研究，大多集中於客家飲食的文化背景、食材種類、烹煮方法以及樸實刻苦故事等方面，較少論述整體客家菜餚行銷策略與提升方案，更遑論依據學術理論並且結合實務技術的相關研究。因此，本研究計畫希望能夠突破以往相關研究的侷限性，故本研究計畫團隊成員結合了兩位學術性教師與兩位技術實務教師，首先參酌客家美食相關文獻，建構本研究初步評量指標；其次應用德菲法（Delphi Method）反覆訪談學界專家、國際行銷專家、客家美食烹調專家以及實際客家美食餐飲經營者，藉以彙整 7 位專家之意見，發展並確認有關客家美食的食材構面、烹調構面、醃漬構面、口感構面、擺飾構面、創新構面以及行銷構面等 7 項構面，希望藉由與本研究計畫相關領域專家的多元且寶貴經驗，有系統地建構提升傳統客家菜餚為國際美食策略模式，冀望針對提升客家菜餚為「國際性美食」的議題能夠有所貢獻，更希望本研究計畫的結論能對客家委員會、其他政府部門與客家美食經營業者，未來制定相關政策之參考依據！

壹、前言

一、 研究動機

台灣是一個多元族群融合且可和平共處的寶島，更難能可貴的是族群間均可抱持著相互體諒，互相學習觀摩對方的優點，以致於各族群之間不但不會發生衝突摩擦，更可增進相互的瞭解，最終達成跨族群間的文化交流、學習及融合的境地！楊昭景及邱文彬（2005）指出，在眾多族群中，客家是台灣居民中第二大族群，在社會上不管是經濟或政治面所具的影響力是相當龐大的，且又因客家委員會成立，積極推動各項族群文化及知識領域系統建立的工作，並用心將客家文化化為文化產業呈現在世人的面前，更鼓動了一探客家文化的風潮。

而陳板（2002）提出最早產業化的客家文化應是客家飲食，從客家小炒、粄條、客家米食及各種獨特風味的醃漬食品，已成為跨族群經營的餐飲產業。但傳統客家菜餚的特色著重於重口味的鹹、油、肥及香，而且在食材使用的部分亦有其歷史、文化以及區域的限制，再加上客家族群自古勤儉樸實的天性，所以客家菜餚的烹調方式亦隨之有所侷促。綜合上述所論，客家菜餚經常遭受現今健康長壽以及均衡飲食觀點的質疑；另一方面，客家菜餚長久以來都被定位為區域性美食，比較無法登上國際美食殿堂，著實令人扼腕！

馬英九總統近年來積極推廣兩岸事務以及讓世界看得到台灣進步繁榮的狀況，特別希望將台灣各種美食推向國際舞台，以便提升台灣各項美食的層次，並可藉此強力行銷台灣的驕傲—台灣美食！更重要的是行政院客家委員會現今在黃主任委員玉振的領導下，積極推廣客家文化，而客家美食亦是其中極重要的項目之一。但以往的客家飲食相關的研究，大多集中於客家飲食的文化背景、食材種類、烹煮方法以及樸實刻苦故事等方面，較少論述整體客家菜餚行銷策略與提升方案，更遑論依據學術理論並且結合實務技術的相關研究。因此本研究團隊具備強烈的研究企圖心，希望有系統地建構提升傳統客家菜餚為國際美食策略模式，現今本研究團隊現今已完成 7 項構面，冀望針對提升客家菜餚為「國際性美食」的議題能夠有所貢獻，更希望本研究計畫的結論客家委員

會、其他政府部門與客家美食經營業者，未來制定相關政策之參考依據！

二、 研究目的

根據前述之研究動機，本研究主要進行提升客家菜餚為「國際性美食」之相關議題研究，現在敘述研究目的如下：

- (一) 蒐集並分析客家菜餚之相關文獻，進而初步訂定本研究計畫之評量構面及其細部指標，奠定發展策略模組之基礎架構。
- (二) 反覆訪談並彙整學界專家、國際行銷專家、客家美食烹調專家以及實際客家美食餐飲經營者之意見後，反覆修正策略模組之構面及細部指標。
- (三) 建構並確立提升客家菜餚為國際性美食之策略模組。

貳、文獻探討

回顧與本研究主題相關文獻後，將重要文獻分為傳統客家飲食及其文化、客家飲食之現代化及創新、客家飲食產業之經營及提升、客家飲食之市場概念分析等四部份，現針對各部份文獻資料詳細探討，分別敘述如下：

一、 傳統客家飲食及其文化

陳僖芬與洪綉雯（2006）客家人為了避開戰亂，自中原輾轉向南遷移，屯駐山林開墾耕作，客家先民一向在偏僻的地區開墾，由於物資匱乏，生活非常辛苦，但卻也因此發展出獨特的食物保存能力，醃製食品即是一種，加上開墾多屬粗重工作，會流很多汗，也容易呢，所以特別需要吃一些鹹的食物，菜鹹容易下飯，也容易保存，更能補充流失鹽分；而炒的時候會多加一點油，吃的時候會容易下飯，也同樣具有保存功效，更能補充脂肪，不容易餓。所以客家傳統的菜的特色即是「鹹」、「香」、「肥」，這是順應著環境所發展出來的獨特「食的文化」。我們看客家族系的人格特質，很少有太多繁複精神的物質享受，反而在精神堅持上的強韌，形成一種奇異的「硬頸族」人文景觀。

熊記美濃板條等（1993）由於早期客家先人移民台灣的過程比一般移民者的過程艱辛，而且移民時間又較晚，理想沃土多為早期移民所占據，所以客家人能取得的耕地自然較不理想，多為山丘地。在耕地不足和糧食缺乏等情形下，客家人養成了節儉、刻苦、勤勞的習慣，在飲食習性上，自然也就偏重實際，以吃飽為原則，不雕琢餐食，又因食材有限，所以菜色的變換亦受侷限。傳統客家菜的特色偏油、偏鹹，多是一些重口味，這是因為客家人早期生活艱辛，農耕事務又多，相對地，在體力的消耗上非常大，所以個人飯量也十分可觀，而配飯的菜則偏鹹，以利下飯，甚至有時是做一大鍋菜，做為三餐配飯之用，所以，客家菜可說是重吃不中看，以吃飽、實在為原則。

郭佳馥（2004）因為客家人早期以農業為主，勞動工作量大，因此「鹹」、「肥」、「香」成為傳統客家美食的三大特色。客家菜比較鹹，除了醬油用的多之外，客家菜也慣用客家人拿手的醃製菜來熬湯或炒菜。鹹除了能補充汗水所帶走的鹽分，也能下飯，因為他們需要大量的米飯才能補充下田所需的體力。客家菜常用的豬油能幫助食慾，補充熱能，更能增添客家菜的香氣。客家菜也習慣以醋、芡絲（紫蘇）、七層塔（禁不換）加強味道。其中，用豬油爆香紅蔥頭所製成的蔥油，更是讓客家美食留下「香」這個美名不可或缺的功臣之一。客家有好幾樣傳統名菜，都是以豬肉為主要題材，例如客家豬腳、客家小封等，因為養豬是早期農庄主要副業之一。其中，梅干扣肉則是代表過去的上等佳餚，是客家人每逢佳節喜慶時，必上桌的菜，也是他們端出來宴客的菜。除了豬肉以外，豬血、大腸、小腸、豬肝、豬肚也都是客家菜的食材，因為客家人節儉成性，殺豬時連血都不浪費，更不用說內臟。客家人的醃製技術是眾人知的，因此傳統客家菜餚也少不了醃菜的特色。過去的農業社會裡因為生活較為儉樸，醃菜既經濟又下飯，所以醬缸、鹹菜、福菜都是客家庄裡家家戶戶不可或缺的。因為早期沒有冰箱，蔬菜盛產時，勤儉的客家人不願意浪費任何糧食，就以醃漬的將多餘的蔬菜保存起來。客家族群也因為經過多次的遷移，在克難的情況下，客家人很早就學會裡用曬乾、醃漬來保存食物，以便遷移時的攜帶和應付不時之需。客家醃菜分為四種：乾、泡、醃、

醬。除了大家所耳熟能詳的酸菜、梅乾菜、榨菜之外，福菜則是客家醃菜的代表作之一。客家人習慣遵循歲時節慶製作各種米食。在米食製作科技尚未發達時，早期的客家人個個練就一身的打粄工夫，做出各種獨特的粄。綠油油的艾粄和香 Q 的豬籠粄是清明節的必備品。

二、 客家飲食之現代化及創新

熊記美濃粄條等（1993）創意菜在客家菜中的確是「少數民族」，主要是因為客家傳統民風之故，未來，在創新菜色上，將朝著口味及材料上的求新求變而努力，尤其是口味方面，將原有的重口味改向清淡的大眾化口味，並使更多的同好、業者，一起致力於尋求、研究新菜色。

郭佳馥（2004）隨著時代的變遷，客家人的生活環境漸漸改善，客家菜色不再需要很鹹或用豬油，也不再只以豬肉、雞肉為食材。「家家客家菜」所推出的創新客家菜「百香果結連菜」是用客家人拿手的醃製技術所醃製成的，但不同的是，老闆以百香果汁代替醬油，醃出來的結連菜不但沒有傳統客家醃菜那麼鹹，還帶有酸酸甜甜的口感，口感清爽無比。除此之外，老闆也在菜色的表現上做一些微妙的改變，例如把客家小封切片才端上桌，不像以往把封肉整塊上桌的呈現方式，並在滷汁中加入一些白菜、香菇，使客家小封顯的豐富，也比較不油膩。客家菜色以往難得吃到的水產，在養殖技術的研發後，開始在各地的客家餐館都能吃到海鮮。用傳統的客家配料，例如樹子、豆鼓，紫蘇烹煮一些新的食材，煮出與眾不同的味道，帶領一些新吃法的風潮。

石志雄（2008）以他豐富的經驗，將客家料理加以創新變化，用精湛的廚藝，不但展現五星級的規格與氣勢，同時還兼顧客家食材與客家飲食的精神。所以在食材的選擇上，除了基本必須保留的客家傳統較簡樸的食材，另外也賦予新創意，將鮑魚、明蝦等高級食材入菜，以提升菜色風味及規格。石師傅表示：「現在客家料理除了要做到精緻化，還必須兼顧健康與味道」。

蘇秀琴（2006）在餐廳中的高級醬料 XO 醬，就以客家人做得做棒，

因爲，客家菜都注重爆香過程，爛熟的爆香技術才能將 XO 醬做到最好。因此，客家菜絕對是台灣的驕傲，如果能將客家菜發揚光大，或許有一天能走上世界舞台，爲台灣菜揚名立萬。

三、 客家飲食產業之經營及提升

路巧雲（2004）苗栗縣府特別成立「族群發展課」，以統籌經費，作整合性的業務推廣，著手進行「苗栗縣地區客家菜餐廳認證」工作。而通過審核認證的客家料理風味餐廳可以獲得苗栗縣長頒發特製木雕「認證標章」，以表彰其在菜餚特色、餐廳整體形象與餐飲衛生方面的努力，提升客家餐飲品質。評選認證時，餐廳除了表現優質傳統客家菜餚外，還必須準備 2 道創意料理，以創新客家美食。苗栗縣政府爲加強民眾對客家美食印象，更結合政大、銘傳及苗栗等地學校的設計科系學生的創意資源，設計多達 30 項美食產品包裝。透過以上這些活動的整合與發展，苗栗縣的客家文化產業（尤其是客家美食文化），得到新的契機。

四、 客家飲食之市場概念分析

（一）、政府機構協助部分

王慧瑛、祁容玉(2011)指出汶水老街論環境，老街旁是後龍溪，可闢爲親水公園；法雲寺、大湖草莓園區、泰安溫泉、雪霸國家公園管理處就在附近，交通便捷，並不輸北埔老街，只要加強輔導，應有商機。獅潭鄉公所已和鄉農會協調，將把汶水老街的舊倉庫整修爲展售中心；另也規畫興建社區活動中心，以提供文創人士長期進駐、展演。例如劉玉英用稻草編織的茶壽、宋汶震做古厝屋模型、田國材的豬膽肝與永和亭的客家菜都很有特色。

宋玟蓓、胡蓬生(2011)報導一千五百名民眾昨天在苗栗縣公館鄉，齊踩七萬五千台斤芥菜，在律師陳石山、黃淑齡見證下，成功寫下金氏世界紀錄。在客委會主委黃玉振、縣長劉政鴻及鄉長彭德台帶領下大喊「千人共心，芥菜變金」吆喝聲中，齊踩芥菜，場面壯觀。黃玉振說，福菜製作方式最能表現客家庶民文化內涵，公館

鄉是「福菜之鄉」，希望透過踏鹹菜活動，讓民眾更了解客家文化，行銷客家庄。

段美鳳(2008)指出苗栗縣政府推動餐廳認證·吃得安心吃得開心為有效激勵餐飲從業者自我要求，進而提升苗栗餐飲品質、飲食文化及餐飲業整體形象，苗栗縣政府從 92 年起即開始辦理客家料理風味餐廳認證，並於每年固定辦理複檢和研習課程，以確保餐廳素質。97 年起更將認證範疇擴大至各種餐廳類型，除客家料理外，也將中式餐飲、西餐、日本料理等列入本年度認證範圍。餐廳認證程序分為兩階段，今年 5 月起進行初審，共有 70 家餐廳通過。複審則由相關領域專家學者針對過去通過認證的 31 家客家菜餐廳和通過初審的 70 家新報名餐廳，進行實地菜餚及餐廳軟硬體評審，歷經三個多月的評審作業，總共有 93 家餐廳成為苗栗縣特色美食認證餐廳代表。獲得認證的餐廳將由苗栗縣政府頒發「認證標章」，供消費者在用餐時辨識，並登錄於苗栗縣政府官方網站（網址為 www.mlc.gov.tw），提供民眾查詢參考，讓遊客自在地體驗苗栗美食。

周小仙(2009)歸納充滿客家特色的花布、美食、生活工藝品等商品，已成為客家文化的代表，但真正能成為客家特色產業，應該是消費「文化」，而不是產品本身。客委會副主委鍾萬梅強調，未來客家美食將加強食品衛生安全把關，用更嚴格、嚴謹的規範來製作、保存，讓消費者食的安心。

(二)、民間相關業者與學者專家部分

林政鋒、李珣瑛(2010)專題報導，台灣 319 個鄉鎮市中，新竹縣北埔鄉客家人口占比最高，達 96.7%，客家飲食文化與生活形態保留完整，加上客籍精英不斷在品質、包裝設計、行銷等方面導入新創意，呈現豐富多元的意象，令遊客流連，今年春節年假，北埔老街就創造上億元商機，北埔客庄生意盎然。北埔鄉魅力商圈發展促進會總幹事彭美善說，北埔「五珍寶」商品，分別是柿餅、擂茶、蕃薯餅、澎風茶、客家美食。目前加入魅力商圈的 45 家店，配合

經濟部商業司輔導成示範商店，莫不花心思從產品品質、包裝設計及行銷上，著手改善。

徐仲(2010)提出「幫我想一想，有哪些花入菜後，會讓你聯想起台灣？」花朵可以是一種意象，可以是一種文化，比如桐花祭和客家菜、烏來櫻花祭和原住民菜，就是很好的例子。花朵也可以是一種地域產物的表徵，比如風櫃斗的梅花季，便和當地的梅餐有著密切連結。只要天氣沒有過於劇烈變化，每一種花卉會在固定的季節盛開。因此，今年已經可以開始進行「預演」，除了吸引國際花商，還能讓其他國際背包客提前來感受「福爾摩沙」式的花卉餐飲文化，藉由餐桌認識這片土地。

李珣瑛、龍益雲、宋健生、吳秉鍇(2009)聯合指出壢新醫院院長張煥禎時時鞭策要作最具客家特色的醫院，甚至要融入生活中；他也常常有一堆推動客家文化或特色的新點子，比如今年6月、7月，他就想在自家的醫院，成立客家商品館。張煥禎在醫療體系率先整合出十家醫院連鎖經營的「聯新醫療聯盟」，由於出身台中縣東勢客家聚落，因此雖然忙碌，仍積極參與客家事務，現任行政院客家委員會委員。他還準備將壢新醫院既有的客家商品展售櫥窗擴大為客家商品館，讓客家商品有更多的曝光度與行銷通路，今年將納入醫院的購物網內，希望客家產品、美食能讓更多人知道、使用，還特別商請知名設計師龔書章規劃。而壢新的員工餐廳，每月都有一天是客家菜色並提供作法；宴請賓客，也以客家菜為主，藉宴客介紹傳統客家菜與客家文化。

李珣瑛、林政鋒(2008)訪談中央大學客家政治經濟研究所任教的陳定銘點出：「客家產業面臨的最大問題，就是經濟規模不大，有些還面臨關鍵技術傳承等考驗，都需要客家菁英投入更多心力化解」。

周立芸(2007)歸納中華民國溫泉觀光協會理事長徐享鑫，泰安溫泉區在汶水溪畔的山谷中，是民情純厚的客家鄉。近幾年整體溫泉環境大躍進，區內溫泉飯店大多備好特色美食，把最精緻的客家菜端出來，等著接待大家來山城享受暖湯與佳餚。

(三)、客家美食菜餚結合餐飲與旅館業者部分

翁永全(2011)報導饌巴黎大飯店董事長魏智明表示科技宴及山城宴近年也頗受好評，科技宴使用大量海鮮食材，以補腦養身為訴求；山城宴為客家創作料理，將傳統客家菜升級為國際水準，以精緻取勝，是分眾化及區隔化經營的典範。

胡蓬生、趙容萱、洪敬法(2010)提出「要創新客家菜，就必須先了解客家菜的定義是什麼？」苗栗縣錦水溫泉飯店董事長徐享鑫身為客家子弟，研究客家菜廿餘年，開創客家懷石料理，一心推動客家菜精緻化與國際化。客家菜要創新，但不能忽略原有的客家元素，例如要使用當地食材，也要用客家方式烹調，保持客家菜「原汁原味」。他引進懷石風格，推出客家懷石料理，「出菜順序有節奏，就像舞蹈」。他也強化餐點配酒，像法式餐飲吃紅肉搭配紅酒一般，店內的芹菜炒豆皮搭配烈酒，讓食客有「淋漓盡致」的暢快感受。金曲獎台語歌王羅時豐是苗栗三義客家人，在台中市區開了四家客家菜餐廳，「傳統客家菜口味重，油膩鹹香很下飯，但現代人講養生，得改良口味，不然很難被接受。」羅時豐說，有天主廚端出一道排骨，遠遠就聞到熟悉的酸香，「好吃到連盤子都吞下去」，原來主廚以客家桔醬，燒出桔醬排骨，成為招牌菜。

范振和(2010)指出花蓮市藍天麗池飯店「雅客軒」中餐廳全新開幕，提供創意台式客家料理，曾是國宴主廚的師傅李哲松一改傳統客家菜給人的油、鹹、肥印象，走清淡、少油路線，為消費者提供另項嘗鮮選擇。李哲松擷取粵式、台菜與客家菜的特色，保持食物原味，運用烹調技巧與醬料搭配，讓每一道菜兼具爽口、多層次的口感。以「金磚梅干肉」而言，是以華麗的刀工將收汁燉肉，片成一條完全不中斷的長條，聚成金字塔狀，下襯梅干，圍以有機蔬菜，不僅香Q可口，更讓人賞心悅目。「老菜脯燉雞湯」，黑黑的老菜脯看似不起眼，燉出的雞湯清香甘甜，令人想一喝再喝；「雅客流沙包」輕輕掰開，金黃色的奶黃醬如同岩漿般流瀉開來，口感綿密細緻。

陳志豪(2009)指出寧夏夜市對面的「香連鐵板料理」近半年來經過一番改造，不但店面以全新風貌登場，並推出融合台菜、客家菜的「台客料理」，要用行銷與創意抓住老饕客。除了接受專家建議簡化服務流程、重新包裝餐廳形象行銷，店家也斥資 150 萬元重新裝潢，更設計出創意十足的獨家「台客料理」，且開發出鐵板醬伴手禮，更特別的是，在餐廳二樓還特別保留一面牆，訴說「香連」老故事，讓顧客感受老店悠久的氛圍。

阮正霖(2006)高雄市寒軒國際大飯店和美濃鎮農會合作在今年 11 月舉辦「客家美食活動」，寒軒國際大飯店有意推展客家美食，寒軒大廚在品嚐傳統客家菜餚後，將會再創新菜色。寒軒國際大飯店希望在今年 11 月間，與美濃農會合作舉辦「客家美食活動」，除了為美農米行銷之外，也將客家美食推向國際飯店，讓不同等級的來賓都一樣能品嚐到色香味俱佳的客家美食。

叁、研究方法

本研究主要乃確立並建構提升客家菜餚為國際性美食策略模式，為達成本研究計畫之研究目的，本研究計畫所採用的研究方法如下：

一、 文獻探討法

本研究計畫針對有關於傳統客家飲食及其文化、客家飲食之現代化及創新、客家飲食產業之經營及提升、客家飲食之市場概念分析等四部份，以作為本研究計畫建策略模式之基礎。

二、 德菲法 (Delphi Method)

是一種具有回饋過程的系統方法，結合了腦力書寫和問卷調查方式，以彙整專家的共同意見。主要作法是透過問卷方式，由專家以匿名回應方式提出對問題的看法，當問卷回收後彙整專家意見，並作統計分析以及對意見差異處提出補充說明，並將彙總意見及統計結果附在第二次問卷調查表上，如此反覆經過三至五次的意見調查後，一般

而言，即可取得所有決策者的共識。

而德菲法之步驟，敘述如下：

步驟一：選定專家

- 選擇不同背景的專家，本研究此次選定了 7 位專家，包括：1 位學界教授（策略模式整合專家）、1 位客家美食創新專技級教授（具備 20 年以上業界經驗）、1 位具備多年服務產業國際行銷之業界專家、3 位具備 15 年以上實務經驗的客家菜餚工作者以及 1 位實際客家美食餐廳經營者，建構出本研究之策略模組。
- 對研究過程作詳細解說及研究主題清楚溝通，使專家群順利進入狀況，掌握問題核心。

步驟二：第一回合問卷進行

- 研究者對初次問卷設計採開放性回答。
- 匯集專家個別意見，以製作第二回合問卷之依據。

步驟三：第二回合問卷進行

- 第一回合問卷彙整後，以「是或否」二分法、等級法、量表評分法（Likert scale）等來呈現主題，請專家群表示意見。

步驟四：第三回合問卷進行

- 將第二回合問卷整理，以量化方式呈現。
- 製作第三回合問卷，分別請專家參酌答覆、補充修正。

步驟五：綜合意見形成共識

- 將專家的意見加以綜合，成為具通盤性而趨於一致的結果。
- 若無法達成共識，則重覆步驟三、步驟四，以逐漸導出趨於一致的結果。

肆、模式構建

本研究藉由文獻探索法詳細回顧國內外之大量相關文獻，並利用德菲法（Delphi Method）進行三回合的專家問卷，反覆彙整 7 位專家意見，專家背景簡述如下：

- 一、1 位學界教授（策略模式整合專家）：一位研究專長為策略模式整合與建構之學者，新竹某大學運輸科技與物流管理研究所的教授。
- 二、1 位客家美食創新專技級教授（具備 20 年以上業界經驗）：一位專長為客家美食創新之專技級教授，曾在五星級飯店擔任超過 20 年行政主廚，多次獲得客家相關廚藝美食大獎。
- 三、1 位具備多年服務產業國際行銷之業界專家：一位現今從事多年國際行銷的業者，具備餐飲背景且多次從事服務相關產業之國際行銷工作。
- 四、3 位具備 15 年以上實務經驗的客家菜餚工作者：一位是從事客家菜餚烹調已有超過 40 年經驗之耆老；另一位是現今為台中市西屯區著名客家美食餐廳主廚，且已有近 20 年中餐與客家美食烹調經驗；最後一位是曾在五星級飯店擔任中餐與客家美食烹調之主廚，亦多次獲獎。
- 五、1 位實際客家美食餐廳經營者：新竹一位為頗具規模客家餐廳之女性經營者。

反覆彙整 7 位專家意見，最後獲得本研究計畫之提升客家菜餚為國際性美食策略模式。

伍、研究成果

本研究計畫的策略模式，發展並確認有關客家美食的食材構面、烹調構面、醃漬構面、口感構面、擺飾構面、創新構面以及行銷構面等 7 項構面與 31 項細目指標。

而 7 大構面分別為食材構面（內含 4 項細目指標）、烹調構面（內含 4 項細目指標）、醃漬構面（內含 3 項細目指標）、口感構面（內含 4 項細目指標）、擺飾構面（內含 4 項細目指標）、創新構面（內含 4 項細目指標）以及行銷構面（內含 8 項細目指標）。如表 1 所示：

表 1 提升客家菜餚為國際性美食策略模式表

構面	細目指標
食材構面	食材新鮮即時化
	食材採構在地化
	食材運用特色化
	食材使用安全化
烹調構面	烹調方式國際化
	烹調方式精緻化
	烹調方式養生化
	烹調方式客製化
醃漬構面	醃漬方式衛生化
	醃漬方式科學化
	醃漬方式清淡化
口感構面	口感製作國際化
	口感製作多元化
	口感製作去油化
	口感製作爽口化
擺飾構面	擺飾方式國際化
	擺飾器皿客家化
	擺飾蔬果雕刻化
	擺飾圖案藝術化
創新構面	菜餚陳列藝術化
	菜餚烹調創新化
	包裝設計客家化
	食材運用環保化
行銷構面	營運氛圍客家化
	食材運用在地化
	烹調理念精緻化
	醃製方法養生化
	口感品嚐多元化
	擺飾物件藝術化
	運用媒體宣傳化
	競賽活動國際化

陸、結論與討論

由於國、外在提升客家菜餚為國際性美食策略方面之研究，可謂數量極少，故本計畫不但可以累積此方向之學術研究成果，亦希望能夠激發從事客家美食之相關人員之研究興趣。

本研究計畫依據前述研究目的，獲得了有關提升客家菜餚為國際性美食策略模式，包括：食材構面、烹調構面、醃漬構面、口感構面、擺飾構面、創新構面以及行銷構面等 7 項構面與 31 項細目指標。我們可從確立的模組的構面及細目指標中，獲得本研究之結論如下：

一、相關從事客家美食的人員應修習更「多元化」之國際化知識能力：

由本次研究中，可獲得現今相關從事客家美食的人員需要具備一般知識指標外，更因應現今客家美食發展面臨屏頸之現況，相關從事客家美食的人員應培養相關採購、成本控制、經營管理、跨國行銷以及外語能力等多元化課程，以因應未來進入國際美食行列之各項挑戰！

二、相關從事客家美食的人員應學習更「完整性」之製程技術：

現今相關從事客家美食的人員需要具備基本的客家菜餚製作技術外，亦能具備客家菜餚之分析技術、作業與流程控管技術及客家菜餚之品評技術，並鼓勵相關從事客家美食的人員在閒暇之餘，多多參與客家美食競賽與觀摩他人長處，以便增加自我的業界競爭力！

三、相關從事客家美食的人員應型塑「全方位」之從業者態度：

相關從事客家美食的人員應培養其與時俱進的高度敬業態度與主動積極學習本質，必須能夠瞭解現今世界飲食之新思維，除了保留客家菜餚之精髓，更應隨時接受現代人所講求的養生、環保、精緻與客製化的國際潮流。如此，才能隨時掌握客家美食發展脈動之能力，以便提升客家菜餚為國際性美食之高標準要求。

四、相關從事客家美食的人員必須培養「前瞻性」之創意能力：

現代從事客家美食的業界競爭十分激烈，因此必須培養自我擁有前瞻性的創意能力，以便使其未來在客家美食業界得以具備永續的競

爭利基。本研究計畫歸納客家美食不論在菜餚陳列、菜餚烹調、包裝設計、食材運用與整體行銷等方面，都必須培養具備「前瞻性」之創意能力！

參考文獻

1. 王慧瑛、祁容玉(2011) 繁華北埔老街 汝水想追隨 2011-07-31/聯合報/A8 版/人物。
2. 石志雄 (2008), ” 客家美食--創意客家料理” , 客家文化季刊, 第 23 期, 頁 50-52。
3. 宋玟蓓、胡蓬生(2011) 用了 7.5 萬台斤芥菜苗粟 1500 人踩福菜 創金氏紀錄 2011-01-09/聯合報/A6 版/生活。
4. 李珣瑛、林政鋒(2008) 客家產業嘹亮唱山歌 2008-03-24/經濟日報/A10 版/綜合新聞。
5. 李珣瑛、龍益雲、宋健生、吳秉鐸(2009) 文化推手 張煥禎打造特色醫院 2009-03-24/經濟日報/A14 版/客家美學經濟人物篇。
6. 阮正霖(2006) 推廣客家菜 寒軒大廚美濃試吃 2006-09-28/聯合報/C2 版/高雄縣新聞。
7. 林政鋒、李珣瑛(2010) 北客庄 北埔 五珍寶 甜進心坎裡 2010-03-25/經濟日報/AA4 版/創意客庄。
8. 周小仙(2009) 創造觀光收益保護特色產業 讓全球都看見 2009-10-01/聯合報/A9 版/專輯。
9. 周立芸(2007) 溫泉美食嘉年華 冬日最高溫的幸福 2007-12-10/聯合報/E8 版/專輯。
10. 胡蓬生、趙容萱、洪敬宏(2010) 羅時豐四家店 酸香味迷人 2010-03-29/聯合報/A2 版/焦點。
11. 翁永全(2011) 世界廚王饌巴黎 兩岸享好口碑 2011-07-21/經濟日報/F3 版/時尚玩家。
12. 段美鳳(2008) 苗栗 特色小吃 為苗栗精采紀實縣府走訪 18 鄉鎮推薦地方美食結合觀光休閒編印成冊 2008-12-07/經濟日報/B4 版/直航商機。

13. 范振和(2010) 清爽客家菜 國宴主廚巧思 2010-09-25/聯合報/B2版/宜花綜合新聞。
14. 徐仲(2010) 花卉餐飲 烹煮繽紛花博 2010-02-12/聯合報/A19 版/民意論壇。
15. 郭佳馥 (2004), ” 客家美食 從傳統到創新” , Taiwan News 財經·文化周刊, 第 114 期, 頁 82-83。
16. 陳志豪(2009) 鐵板料理老店創意「台客」菜 2009-12-08/聯合報/B2版/北市綜合新聞。
17. 陳板 (2002), ” 化邊緣為資源：台灣客家文化產業化的策略” , 客家公共政策研討會論文集, 17, 頁 1-23。
18. 陳僖芬與洪綉雯 (2006), ” 淺談客家美食文化” , 漢家雜誌, 第 73 期, 頁 12-17。
19. 熊記美濃板條等 (1993), “客家菜菁華錄--擇善固執的客家菜” , 美食世界, 第 21 期, 頁 30-32。
20. 路巧雲 (2004), ” 苗栗縣如何讓客家美食文化浴火重生? ” , 美食天下, 第 154 期, 頁 19-21。
21. 蘇秀琴 (2006), ” 南北客家料理 各有驚喜” , 客家文化季刊, 第 18 期, 頁 52-53。

本報告係接受客家委員會獎助完成