

第四章 城鄉關係轉變下中港溪中上游地區居民的回應

民國 70 年中期以前，台灣去距離化、去領域化尚未顯著之時，進口的農、工產品有限，來台的國外勞動力也相當少。（見圖 2-26）因此，國內都市所需的商品與勞務，主要國內的鄉村地區所提供。然而，從第二章和第三章的結論中，可知在 70 年代末期以後，隨著全球化過程的日益顯著，都市地區的需求來源地已經逐漸地擴展中，都市居民對商品、勞務有更多替代性的選擇增多；而鄉村地區卻未能將其服務市場區進一步擴展至更廣的區域。由此可知，昔日國內都市仰賴國內鄉村提供商品與勞務，而鄉村也依賴國內都市消費其商品和提供其勞務之城鄉關係，已逐漸轉變為國內都市依賴國內鄉村的比例減少，國內鄉村則因服務市場區未擴張而仍相當依賴國內都市的消費之情形。在這樣的情況下，國內鄉村能為國外都市提供的商品、勞務少，而提供給國內都市的商品和勞務，又受到逐年增長的國外商品和勞務之競爭，故鄉村地區應會努力擴展其服務市場區，或鞏固國內既有的市場區，以在全球化的過程中求得生存。而為了拓展鄉村地區的服務市場區，或強化國內市場區以與國外商品、勞務競爭，鄉村地區則勢必改變其原有的產業結構和生產方式，才能維持農民賴以為生的農業之發展。

因此，本章即將驗證，「為了擴展國外與國內都市的市場，鄉村產業結構及其生產方式，將逐漸轉變。」此一假說是否成立。

第一節 農家性質與農業生產結構的轉變

民國 60 年代以來，隨國內、外大環境的改變，中港溪中上游地區的農業環境也有所轉變。農業所面臨的問題，除了青壯年人口從事農業的願意低落、農業人口逐漸流失、耕地面積逐漸減少外，真正從事農業生產者則面臨生產成本漸高、生產品質、價格不穩定、農產銷售等問題，使得農家收入受到影響。為了在各方的困境中，還能維持利潤或增加收入，中港溪中上游地區的農家性質與農業生產內容都有所轉變。

一、農家性質的改變與農業經營的困難

60 年代以後本區農家性質的轉變，首先表現於農業人口和農戶數的減少。因國內工商業的漸次發達，從事工、商業的收入通常高於農業，使得本區不少農民轉入鄰近頭份鎮、竹南鎮或新竹市從事工、商行業。因此，本區農戶數與農業人口減少，（圖 4-1）減少的幅度在 6、70 年代較為顯著。而農戶數佔本區總戶數的比例也下滑，由 64 年 63.6%降為 93 年 37.5%，顯示離農者有增加的趨勢。

除了農戶數減少外，尚未離農的農戶中，專、兼業比例的變化，從民國 79 年至 89 年期間專業農戶增長而兼業農戶遞減的情勢：（表 4-1）專業農戶的比例雖不高，但在十年間成長了約兩倍；兼業農戶由九成二降為八成四，其中以兼業

為主者占大多數。若再以農戶中指揮者的年齡來看，民國 79 年以 50-59 歲最多（33.2%）、60-69 歲次之（27.2%），至 89 年則以 60-69 歲比例最高（31.8%），其次為 70 歲以上（24.9%），亦即高齡農戶比例甚高。因此，專業農戶數的增加，應是高齡農戶從兼職工作退休、全心經營農業，以及工、商人口回流從事農業的結果；其次，80 年代仍沒有移出的農家，在當地其他工、商就業機會不多的情況下，大多數乃成為專業農戶。

大體來說，兼業農戶仍是本區農戶主要的型態；兼業農戶中，又以兼業為主的農戶比例較高，十年間比例也由 91.2% 攀升為 96.8%。

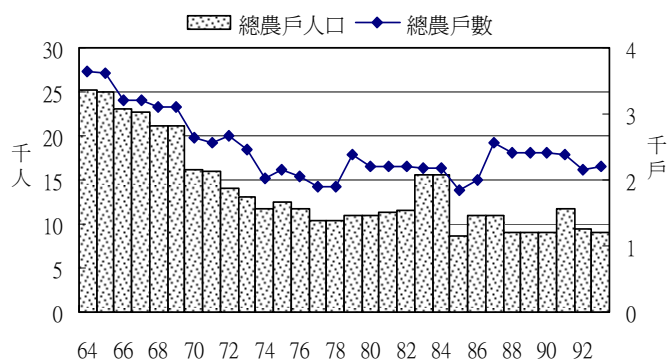


圖 4-1 中港溪中上游地區農戶數與農業人口數（民國 64-93 年）

資料來源：苗栗縣政府出版《苗栗縣統計要覽》64-93 年份。
註：民國 83-84 年農戶人口資料疑似有誤。

表 4-1 中港溪中上游地區農戶專兼業戶數

年	總數	專業農戶	兼業農戶		
			計	以農牧業為主	以兼業為主
79	2,375	186 (7.8%)	2,189 (92.2%)	193 (8.8%)	1,996 (91.2%)
89	2,184	337 (15.4%)	1,847 (84.6%)	59 (3.2%)	1,788 (96.8%)

資料來源：行政院主計處（1992），《中華民國 79 年台灣地區農林漁牧普查報告 第 13 卷苗栗縣報告》，台北：主計處，頁 2；行政院主計處，<http://www.dgbas.gov.tw/public/Attachment/52241636771.pdf>（2006/2/17）。

70 年代以來，農家在農業經營上可能遇到困難或其他因素，而使農戶數逐年下降，且兼業農夫中以兼業為主的比例提昇。79 年本區農民在農業經營上最主要的問題，主要來自「農產品售價不穩定」（34.5%），農產價格是直接影響著農家當年收益的重要因素；農產售價的不穩定，也表示農家收益的不穩定性。其次，為「農業勞力不足」（26.7%）和「工資負擔太重」（13.3%），顯示農家勞動力流失後，需花費更高的工資僱用勞工，使得農家成本大為提升。再者，是「耕地面積太小」（10.1%），農業規模小可能無法支持農家的生存。¹⁵⁴

面臨上述農業經營上的困難，本區農家對農地利用的態度表現出不同的回應。部份農家對土地轉作他用不抱希望而拋荒，轉入他行業或退休，如茶園、部分稻田的荒廢；這是本區多數農家的選擇。一部分農家則較為保守，因各種因素，並未繼續投入對作物的改良，也沒有嘗試新的作物，如大多數的稻農、柑橘農。此外，有些農家則因本區距都市遙遠，¹⁵⁵在對土地並沒有轉為都市用地的期待

¹⁵⁴ 行政院主計處（1992），《中華民國 79 年台灣地區農林漁牧普查報告 第 13 卷苗栗縣報告》，台北：主計處，頁 30-31。

¹⁵⁵ 乃因本區位於台北大都會區的邊緣地帶，離台北都會區遙遠；雖與新竹次都會區距離較近，但卻有地形十分崎嶇破碎的竹東丘陵相隔，而未能成為其都會區的一部分。

下，土地是其維生的重要資源，因此轉而全心全力投入在土地上，積極尋求農地的增值，故表現出來的是新作物、新產業的出現，以及投入農業技術的改良，或者，發展結合服務的休閒農業，使農產的銷售更有保障，並增加農家的非農收入。農家不同的回應，促使本區 70 年代以來農業生產結構也逐漸地轉變。

二、農業生產結構轉變

（一）土地利用結構的改變

由上章的表 3-2 和表 3-5 中可知，在國人飲食習慣改變、國內外市場需求轉變的情形下，糧食作物如水稻、甘藷的栽種的比例減少，而不再是高利潤的經濟作物茶葉，也愈形縮減。取而代之的是其他果樹、蔬菜的耕種比例日形重要，其他類別作物的比例增加，也表示本區有新作物的出現。（圖 4-2）

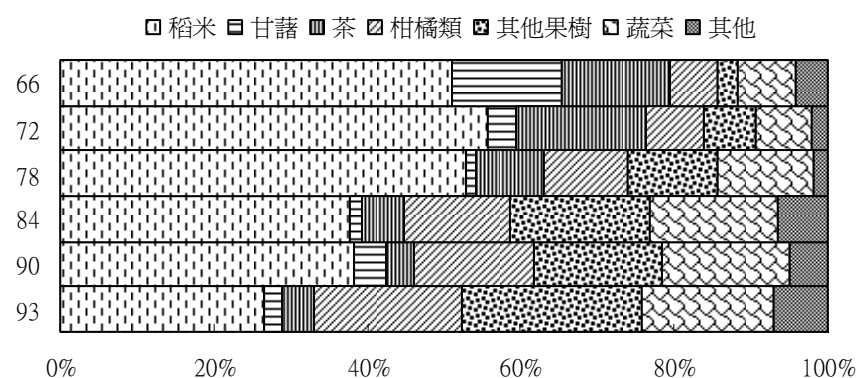


圖 4-2 中港溪中上游地區主要作物收穫面積比例

資料來源：表 3-2、表 3-6。

（二）傳統作物產銷方式的改變

本區的傳統作物如水稻、甘藷、茶葉，或果類的柑桔、水梨等，在國人對農產的需求日趨多元、品味日漸挑剔，以及進口農產日增之下，其生產與銷售也備感壓力，爲了在日愈競爭的市場中也能奪得一席之地，本區的傳統作物的生產與產銷方式，都有所改變，以增加其競爭力。

（三）新作物的出現

本區 70 年代以後，其他果樹、蔬菜和其他類別的作物種植增加，事實上是這些類別中都出現新的作物。其他果樹中的新作物包括甜柿、水蜜桃、奇異果與高接梨，蔬菜則有草莓、山藥、甜椒與有機蔬菜、高冷蔬菜等，其他類別中以花卉的增加爲主，如金花石蒜、一葉蘭等，這些新作物大多分布在海拔較高的南庄地區。這些新作物的面積都不大，但是價格較高，可爲農民帶來不錯的收益。其中，以一葉蘭和高冷蔬菜的規模較大、生產也較集中。

一葉蘭雖貴爲國寶級的花卉，價格也高，但其生產過程卻需投入相當多的資材與勞力。一葉蘭原爲本區的野生蘭花，在 70 年代初期人工培育法發展成功

後，由農改場和專家輔導的南庄鄉賽夏族，首先成立大坪和大湍一葉蘭專業栽培區。在大坪和大湍（約 800 公尺）的一葉蘭主要種植在坡地上，再以鋸管搭起黑色遮陰網（遮陰度 70-80%），避免日照直射太久。初次在大坪試種的生產方式，所獲得的產量並不高，乃因一葉蘭原生於水苔或腐葉內，屬氣生或半氣生蘭花，故種在土壤中不易通氣和保水，常有病蟲危害，且需定期除草；加以，一葉蘭的生長環境宜在 13~25℃ 之間，而大坪、大湍夏季溫度可達 30℃ 以上，¹⁵⁶故種球品質和開花率較不佳。87 年後，再於海拔較高、溫度較適宜的鹿場地區種植，此時爲了減少病蟲害、節省人工成本、增加產量，而投入更多的資材：鹿場以網室、高架栽培，以減低病蟲害的發生機率、減少除草的工事；高架上以進口的介質（如水苔泥炭土、珍珠砂等）拌以杉木、炭化稻穀等培育，種球以水稻育苗盤栽種，利於通氣、排水和養分吸收；灌溉則以自動化噴灌方式管理，節省勞力。這樣的生產方式，不僅增加了產量，也提升了品質，並且成爲台灣一葉蘭最大的產地。簡言之，一葉蘭的栽培是在 70 年代本區勞動力嚴重外流時，利用其特殊的自然環境，配合技術的革新與推廣，才得以在台灣球根花卉呈現大量逆差的同時，能有大量的順差出現。

高冷蔬菜最早出現在大湍，70 年代由山地農牧局補助賽夏族經費，建立蔬菜區和開闢產業道路。78 年大湍蔬菜產銷班成立後，賽夏族仍同時兼營伐木與蔬菜種植，初期因種植失敗加上伐木的脈絡，許多班員紛紛至外地工廠工作，或在轉爲投資鱒魚養殖。至 80 年初期，一外地工作回來的班員使用有機肥料種植青椒成功後，其他班員才紛紛回歸蔬菜種植，隨後經農改場輔導，甘藍、蕃茄、蘿蔔等培育也逐漸增加。（林維賢，2000：66-69）

（四）新產業的出現

除了農業的新作物，70 年代以後本區始有鱒魚飼養，至 90 年本區鱒魚養殖場共有六家。80 年代後園藝農業如苗木、盆花、盆景也開始興盛。事實上本區自日治時代即有苗圃，戰後林務局在本區也設有苗圃，¹⁵⁷但面積不大，79 年苗木的種植面積約僅 12 公頃，至 80 年後私人苗圃才大爲增加，89 年南庄鄉苗圃面積增爲 67 公頃。本區苗圃分布於南庄鄉海拔 100 公尺以下平坦的員林、大南埔地區，種植烏心石、杜英、青楓等；以及海拔 300 公尺以上的山坡地上，培植五葉松、肖楠等。除了這些農業新產業的出現，本區在 80 年代也出現結合農業和服務業的休閒產業，這些新興的休閒產業在民國 90 年以後蓬勃發展，成爲本區 90 年代的重要產業之一。

由本區農業生產結構的改變可知，高價值的新作物或鱒魚養殖、園藝業等新產業的出現，都意味著 70 年代以來本區農業走向高品質、高價格的精緻農業之象徵，這些回應都促使本區農業得以持續生存。而除了新作物與新產業外，本

¹⁵⁶ 作者不詳（2003），〈苗栗縣南庄鄉一葉蘭農業技術諮詢座談會〉，《台大農業推廣通訊》38 期，台北：台灣大學農業推廣委員會，頁 1-2。

¹⁵⁷ 昭和七年（1932）在本區小坪（位於今南庄鄉蓬萊村）設有小坪試業地，主要栽培山葵；光復後苗圃設於大東河與中港溪交界處南方。

區傳統作物中若能突破傳統的產銷過程，進而提高農產價值、促使農產銷售多元化，或者發展結合服務業的休閒農業者，則使得本區農業的發展更突出、更有特色。因此，傳統作物產銷過程的改變與新興休閒產業的發展，是本章探討居民回應方式的重點，將分別於第二節到第四節中詳細討論。

第二節 傳統作物產銷過程的改變

農家全心投入在農地上，俾使傳統農作物得以提升價值，事實上就是改變原有作物生產和銷售的過程。本區的傳統作物中，**水稻**生產方式的轉變，主要是六十年代初期因農業人口減少而出現的農作機械化。銷售方式則無太大改變，仍是以農會、碾米廠為主要目的地，不同之處有兩點：其一，80 年代以前農家還會留下部分稻穀自行食用，至 80 年中期以後因農家人口持續減少，故全部收成都接給農會或碾米廠，以減少晒穀、脫穀的工事。其二，93 年後農會建立「梨鄉米」的共同品牌，以其未受污染自然環境上所種植的稻米，作為銷售的品質保證。**茶葉**是本區逐漸沒落於農業舞台的作物，僅剩少數農家繼續經營；這些僅剩約七、八戶茶農，幾乎都改生產價值較高的東方美人茶。因東方美人茶的生產過程中，最重要的是摘採有小葉綠蟬吸食的葉片，故茶農不斷研發如何有效培養小葉綠蟬，¹⁵⁸以獲得較多的產量。銷售上，因東方美人茶每年僅收成一季，為增加收入，農家常發展茶葉副產品或開設茶葉展示中心等，增加銷售管道；銷售由昔日的茶商收購，轉為自產自銷。甘藷的種植則沒有顯著的變化，其種植面積在國人消費能力增加後急速縮減，為蔬菜種植所取代。在**水果**方面，其生產、銷售的轉變則顯的錯綜複雜，以下即以橫山梨為個案，詳細探討其產銷過程變化來反映此複雜的過程。

一、橫山梨的興起與沒落

（一）栽種緣起

戰後初期，台灣橫山梨主要分布於新竹縣至嘉義縣等地海拔 1,000 公尺以下的地區，本區當時雖也有零星栽種，但因沒有結果而不具重要性。民國五十一年，本區陵地上的重要作物茶葉和柑橘都遭遇困境，茶葉茶價下跌、柑桔也受黃龍病危害，（梁召明，2005：321）故三灣鄉內灣村十多位農民再自新竹縣新埔鄉引進橫山梨苗，嘗試種植約兩千株的梨樹。經過三年的努力梨樹終於結果（九月），¹⁵⁹但是在當年卻因為颱風而使果實幾乎全數掉落。次年九月，為了避免果實掉落，一部分梨樹先行在九月中旬以人工摘葉方式強制落葉，結果二十天後即開出白色梨花。雖然當年並沒有結果，但是農人們已經發現可藉此來使梨樹於十月開花、

¹⁵⁸ 以廖姓茶農為例，因小葉綠蟬喜愛豆科植物而在茶園間種植豆科植物。

¹⁵⁹ 原本橫山梨樹皆為三月（春天）開花、九月結果（正花梨），因是春天開花的梨而稱「春梨」，當時全台的梨樹皆產春梨。

隔年六-七月採收，發展「冬梨」，以防止颱風侵襲之累。

儘管有此新發現，但是冬梨的收成仍不佳，故五十五年一曾姓農民乃向苗栗市種植結石累累梨樹的農民索取梨穗，不料剪穗時誤剪為烏梨穗而不自知，遂將山楂穗嫁接於自家的梨樹上。當年九月中旬人工摘葉、十月開出梨花後，發現嫁接山楂穗的結果狀況特別好、果型也特別端正，因此發現了異花授粉的奧秘。五十六年，再以藥劑替代人工摘葉，以節省勞力成本和防治病蟲害，隔年即有相當好的結果。

在冬梨研發成功後，梨農們共同成立「苗栗縣三灣鄉果樹專業農場產銷經營研究班」，由農林廳撥給經費，桃園農業改良場負責輔導。¹⁶⁰最初班員僅 16 人，彼此之間常相互觀摩梨園、交換種梨技巧與心得。隨後，三灣鄉梨農們紛紛捨棄春梨，而效法冬梨的方式生產，故鄉內三灣、永和、銅鏡等村的坡地也都出現冬梨的蹤跡。六十年代三灣地區的冬梨因肉質較細軟、品質尚佳，獲得相當好的銷路，並聞名全台。六十六至六十九年是冬梨種植的高峰期，根據當地梨農的說法，每年產量可近 2 百萬公斤。此時冬梨的銷售皆統一以農改場所設計的商標，作為「三灣梨」共同品牌的象徵。（圖 4-3）

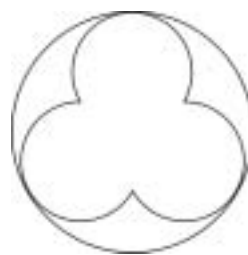


圖 4-3 三灣冬梨商標

（二）冬梨栽種方式與銷售

冬梨的栽培方式，以當時班員之一的內灣村 A1 農民之農園為例，其梨園種植有近 400 棵梨樹。

1. 栽種方式

冬梨種植與春梨最大的不同，在於九月以人工摘葉（其後以噴灑藥劑落葉）的方式清空樹葉，再施以台灣肥料補充梨樹養分。至十月中梨樹開出梨花，十一月時即結果，結果後陸續施肥至翌年三月，五月起可以收成，這種冬梨果粒較小；因此除了這種冬梨生產外，A1 梨農也栽培不知春梨，其摘種方式是在十一月中旬才強制落葉，十二月初開花、十二月下旬至一月初結果，八月初始收成，其果粒較冬梨大、甜度也稍高。

2. 銷售管道

冬梨的銷售，幾乎全數為共同運銷。六十年代因為道路多為未拓寬的石子路，（梁召明，2005：382-387）貨車也尚未普遍，故三灣鄉內分別在二灣、油茶下和三灣設有冬梨集貨場。梨農分別將冬梨以搬運車運送至集貨場，藉由人工目測分級包裝後，再將冬梨統一集貨至農會或青果社，共同運銷至全台各地市場。三灣冬梨之所以能夠行銷各地，除了保持優良品質（每天定量出貨，控制冬梨的成熟度）外，在全國最早共同運銷，並在運銷過程中嚴格地執行機器分級、包裝

¹⁶⁰ 民國 86 年苗栗區農業改良場設立以前，本區由桃園農業改良場輔導。

規格，促使產銷過程更為制度化。根據曾姓梨農的說法，六十年代末期台北果菜運銷公司的郭專員，在某次會議中曾說道：往後的運銷紙箱（20 公斤）和果品規格都以三灣梨的規格為標準。由此可知，三灣冬梨在運銷市場中具有相當的重要性，且其產銷過程已具有些許農企業化的味道。¹⁶¹

（三）冬梨競爭力的下滑

本區的冬梨在 70 年代末期因為多項因素而開始面臨生產面與銷售面的危機。其一，三灣地區冬梨因市場銷路好、價格也高（最高可達一台斤 30 餘元），梨農們常為了增加收成而產量超載，加上冬梨的栽種本來即違反梨樹的自然生長法則，促使樹勢逐漸衰弱，產量、品質也有下滑的趨勢。其二，農改所在三灣輔導成功後，紛向后里、竹崎等鄉推廣冬梨栽種，這些中、南部冬梨產地因緯度的關係，收成期較本區的五月還早，約在四月後水梨即可收成上市。因為有他地冬梨的競爭，本區不少梨農為避免量多削價，而在冬梨未完全成熟的四月即搶先採收出貨，卻導致品質降低、價格跌落。本區冬梨價格由 69 年 27 元 / 台斤，降至民國 76 年 1 台斤不到 10 元。其三，60 年代東勢地區已經發展出高接梨，並擴及卓蘭等地，這些逐年增產的高接梨產季與冬梨相仿，在 6-8 月收成，品質又較冬梨皮薄、口感較佳，幾乎取代了冬梨的市場。

在上述因素衝擊下，冬梨梨農的收益常維持在成本邊緣。於是三灣的梨農們自 72 年起，開始在梨枝上試接梨山的梨穗，但至 76 年僅三灣村曾姓梨農有較好結果的紀錄，¹⁶²且產量與品質仍不穩定；而大多梨農的高接梨試種在 80 年代初期也未能完全成功。因此，70 年代末期至 80 年代初期這段時間，一方面嘗試新生產方式，期待有機會再試種成

功；另一方面也不敢完全放棄原有的冬梨種植，但冬梨所獲得的利潤並不高。在此同時，國內也正面臨進口水梨的競爭：民國 70 年代水梨開放進口，79 年水梨進口量即有明顯的增加，81 年以後進口量增長更為顯著，至 85 年進口水梨近一千萬公斤，約是開放進口前的五倍之多。（圖 4-4）促使本區梨農面臨更大的競爭壓力，不斷改良梨的品種、提升梨的品質。

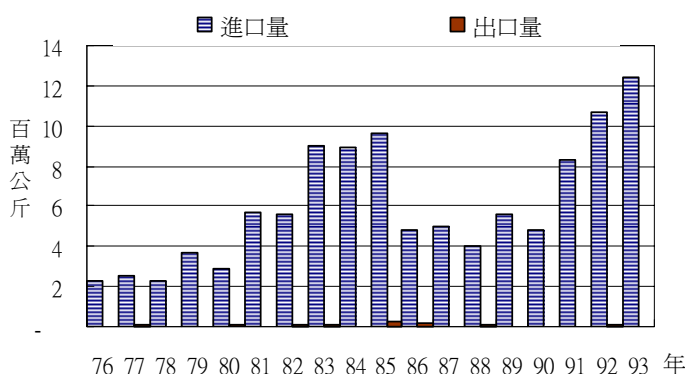


圖 4-4 台灣水梨的進、出口量

（民國 76-93 年）

資料來源：行政院農委會編印《台灣地區主要農產品生產及進出口量值》，79-93 年份。

註：此處水梨係指乾或鮮的水梨，而非調製過水梨。

二、高接梨的興起

¹⁶¹ 農企業化的特色為機械分裝、自有品牌和網路行銷。

¹⁶² 此曾姓梨農即前述發現冬梨種植曾姓梨農的兒子。

70 至 80 年代初期，三灣地區梨農們開始找尋可以成功地種出高接梨的方法。由於三灣地區梨樹試接梨山的梨穗，並沒有良好的結果，果型並不端正。故 80 年初期，部分梨農協同三灣青果合作社人員，一同至日本福島縣天香園考察當地梨園栽培情形。隨後，考量其產地並梨的無病害，且豐水梨果型為圓型，開花、結果皆良好，並信任日本的制度。¹⁶³因此從當年起即由青果合作社透過貿易商，訂購天香園梨穗（即花苞），品種以豐水居多、新興次之。在嫁接日本梨穗後，果然得到相當好的結果，不但果型端正，甜度、口感也相當好。此外，為了使每棵梨樹的產量提高，梨農開始施用有機質肥料和使用土壤改良劑（微生物液肥）。有機質粕類肥料包含生長調節劑和營養劑等，可以避免高接梨於多雨和嚴寒的三月開花，並獲得充分的養份；土壤改良劑則使土壤活化，利於梨樹養分的吸收。此舉，俾使每棵梨樹的產量大幅提高，成年樹每株的收益由二千餘元提升至八千元以上。

85 年起三灣地區的高接梨不僅品質好，甜度都在 12 度以上，且產量也相當豐碩。會得到如此好的收穫，其生產方式當然也與冬梨大異其趣，生產過程需要投入更多的成本。

（一）高接梨的栽種方式與銷售

1. 栽種方式

高接梨的生產過程與冬梨相當大的不同處，在於高接梨需要嫁接梨穗（花苞）。梨穗每年由日本進口，由日本空運或海運到產地的梨穗全程低溫冷藏，以保持梨穗的新鮮。梨穗約在每年 12 月運送至台灣，空運通常 12 月上、中旬可到台灣，海運則在 12 月中、下旬抵台。這些梨穗運皆送至三灣青果合作社，再由梨農自行取回。

由於高接梨需要嫁接，故必須架設棚架，以水泥做垂直支柱，再以白金鐵管水平架在水泥支柱上，將梨樹樹枝以布條綁在鐵管上。架設棚架的目的有二，其一，控制梨樹枝的生長高度，並讓樹枝生長整齊，以在適當的高度便於嫁接、套袋與採果；其二，防颱風，颱風來襲時可穩固樹枝，使果實不易掉落。高接梨的生產過程，以 A1 個案的例子而言，如表 4-2 所示：

表 4-2 三灣高接梨生產的年中工作（A1 梨農的個案）

月 份	主 要 作	詳 細 內 容	雇 工
9 月中	除草	9 月中之前雜草已叢生，但是不除草，乃因夏、秋兩季多颱風，雜草反而可減緩暴雨帶來土壤沖刷。	
10 月	施有機肥料	每棵梨樹施 1-2 包肥料；在梨樹四周挖溝，將肥料放入溝後，再蓋土。	

¹⁶³ 事實上，礙於我國的植物檢疫規定，也只有日本的梨穗是經審查合格可以進口的，其他國家的梨穗。（農委會動植物防疫檢疫局 防疫檢疫新聞，<http://www.baphiq.gov.tw/main/HeadNews.asp?FirstID=8&SecondID=100&ThirdID=&FourthID=&ClassID=100&PageID=761>，2006/2/22）

表 4-2 三灣高接梨生產的年中工作（A1 梨農的個案）（續一）

月 份	主 要 工 作	詳 細 內 容	雇 工
11 月	修剪樹枝	將生長良好的樹枝留下，壞的則修剪掉，其目的除了減低雜枝吸收養分外，更可讓可用的樹枝整齊生長。	
11 月中	強制落葉、洗樹	1.人工噴灑藥劑，約 10 天後樹葉會自行掉落，落葉任其腐爛，作為有機肥。落葉後，梨樹會欲發新芽。 2.再噴農藥以洗樹，其目的是去除病蟲害。	
12 月初	灌水*、施肥	1.利用棚架的鐵管，在每棵樹旁掉有垂直約 30 公分的水管，水管底部有噴水孔，約 20-30 分鐘自動噴灑一次，水的噴灑方向為水平方向。噴完一區，再以人工控制換區噴灑。 2.灌水後再施以肥料。 3.強制落葉後欲發新芽的梨樹，吸收能力較強，故灌水和施肥的動作，即可幫助梨樹可快速吸收水分與養份。	
12 中下旬 冬至前後	嫁接	1.嫁接前一天取出冷藏的梨穗，放於室溫中，待其乾燥後即可切削，切面須切的平滑，才能與高接砧的切口密合。 2.切削後的梨穗，過去於花苞套上塑膠袋，後來以 80℃ 高溫煮溶石臘沾在梨穗切面上，以保持梨穗的水分，提高發芽率。 3.將樹枝（寄接砧）削一插口，與梨穗切口緊密接合，再以日本進口的透明的石蠟磨紙緊綁 3-5 圈。 4.分區嫁接。	✓
12 下旬至 1 月下旬	開花（約 半個月）	1.約冬至~農曆過年間開花。 2.梨花綻開時，若遇寒害或雨害，影響授粉情形，會視情形以人工拿棉花棒協助授粉。90 年後開始養蜂，改以蜜蜂協助授粉。但遇有低溫或多雨的天氣，仍會阻礙蜜蜂的活動。	
1 月	疏果、噴藥 （結小果）	1.花謝後會開出小果實，營養不良、果型較差或過多的果粒減掉，每穗約留 3-5 粒果實。 2.此時為防病蟲害並且讓果實充分成長，每 10-12 天需噴一次藥（營養劑和藥劑），噴到 4 月中旬。	
4 月中	套袋	1.依果實的粒數，套不等大小的袋子。 2.套袋的目的有三：(1)防病蟲害侵蝕其外觀；(2)套袋後，顏色會從綠色變成黃白色；(3)採收後搬運方便，較不會損傷外表。	✓
6 月下旬	採收、分級	1.約於嫁接後 180-200 天後可以採收，先嫁接者先採收，連同套袋一起收下。 2.果實採收後將套袋打開來分級，依重量不同分 3-10 級；高接梨因果皮較薄而無法採用選果機，需透過人工選果、分級。	✓
6 月下旬後	採收、分級、販售	此時為農閒期，持續採收和販售水梨。因高接梨耐冷藏，可以儲存數個月，通常中秋節前可以全部販售完。	

資料來源：民國 94 年 7-8 月田野調查；三灣鄉農會提供曾毓添梨農所撰的〈三灣鄉的特產—三灣梨〉。

* 灌水為梨農的習慣用語，係指自動噴灑的澆水方式。

由高接梨的生產過程中可知，較冬梨的栽培過程更為繁複，尚需人工落葉、嫁接等工事，更著重有機肥的施放，以及需要投入更多勞力，因此所需花費的成

本也較高。A1 梨農在其梨園幾乎全部都轉為生產高接梨後，每年所需花費約 50 萬，（表 4-3）其中 40%費用用在僱請工人，雇工主要來自鄰近農家的婦女，此項成本是總成本中比例最高者，故 A1 梨農夫婦都盡量自己做，必要時才雇工；次高的花費是梨穗，因自日本進口而價格高，而日本溫帶梨的果型為圓形，可以有較美觀的外形；第三為有機肥、化學肥料和農藥，此項花費也多是因肥料和農藥攸關高接梨品質的好壞。A1 梨農關注的品質內容除果型外，還包括外觀、肉質和甜度，其中「外觀」須由農藥配合套袋來控制，避免病蟲咬傷；「肉質和甜度」則由施以充足的有機肥料和高磷鉀肥料來獲得。是以，有機肥的施用量和施用方法，對高接梨的品質把關相當重要。

表 4-3 三灣高接梨種植一年所需成本（A1 梨農的個案）

項 目	單 價	成 本
梨穗（花苞）	1200 元／1 公斤 【1 公斤約 400 多個花苞】	10 萬
有機肥料 化學肥料（台肥） 農藥（部分為德、日進口）	—	10 萬
日本進口膠布（石蠟磨紙）	捆	1-2 萬
套袋	2 元多／1 個（台灣製）	3-4 萬
紙箱	—	3-4 萬
工資	1,300-1,500 元／天	約 20 萬
總 計		約 50 萬

資料來源：民國 94 年 7-8 月田野調查。

高接梨的種植不僅投入的成本較高，與冬梨相較其生長過程也承受較高的風險，主要來自天氣的影響。梨樹開花期，若遇有寒害或雲厚不見日光的天氣，會影響梨花是否盛開；若再遇有連綿陰雨的天氣，則可能導致梨花授粉不足，進而影響果實的數量。以往冬梨的開花期約在十月中，少有寒害、雨害的威脅；而高接梨開花於 12 月中旬至 1 月中旬，適為台灣寒流低溫頻率最高的時期，（陳正改等，2002：41）而當年的天候的情況深深影響著與梨果收成的豐寡。事實上，高接梨的生產是違背物種、氣候和產期的栽培作業，在原本梨樹的冬季自然休眠期—低溫、冬雨的季節使其授粉、開花、結果和生長，（徐信次，2000：2）其目的是提升高接梨的甜度、肉質，以在市場佔有一席之地。

由此可知，三灣梨農為提升梨的品質，不惜在生產過程中克服自然環境的限制，栽培出品質相當高的高接梨（甜度多達 12-14）。而為了提升品質，梨農也願意在生產過程投入更多金錢與勞力，以換取更高的報酬：就 A1 梨農而言，若在豐收年有 2 萬台斤的高接梨收成，約可獲利 100 萬；非豐收年也有 70-80 萬的獲利。在另一方面，梨農也同時盡其可能地在生產過程中節省成本、增加產值，例如，以噴灑藥劑來強制落葉取代人工摘葉、利用石臘沾梨穗切口替代套用塑膠

袋、捨人工授粉而以養蜂來協助花粉傳遞等。不論增加投入或減少支出，都需透過技術的引進或突破來達成。

2. 銷售方式

(1) 產地直銷

本區高接梨最早試種成功者是曾姓梨農，在民國 80 年高接梨收成後欲與冬梨一起運銷，但行口商卻認為當時高接梨的價格不高，一直沒有積極聯繫。曾姓梨農在焦急之餘，便於三灣街上（省道三號，中正路）路旁擺攤零售給過路客，沒想到形成搶購的場面，且一萬多公斤的高接梨在 20 天即銷售完畢。此舉不僅讓其他高接梨尚未種植成功的梨農注入一強心劑，也體認到品質好的高接梨，具有產地直銷的條件。產地直銷一方面節省寄行口或共同運銷的運費，以及中間商的獲利；二方面避免運銷過程損傷較薄皮的高接梨，降低其價值；三方面零售可獲得較高的價格。於是在民國 85 年三灣地區高接梨普遍栽種成功後，三灣梨農幾乎都以擺設攤位銷售其產品，故每年六至九月的生產季節，¹⁶⁴在三灣街兩旁即有上百個攤位販售高接梨，¹⁶⁵每年所產 200 餘萬公斤的高接梨約可在三個月內賣完。除了高接梨外，許多梨農也將冬梨製成價值較高的副產品，如經水煮後加鹽糖製成的糖梨，和經發酵、酒釀的梨露，這些副產品多在攤位上與高接梨一同販售。產地直銷是三灣梨農最主要的銷售方式。

(2) 透過人脈、網路行銷

若家裡沒有剩餘的勞動力在三灣街上擺攤者，也可以透過親友關係或宅配的方式銷售。如 A1 梨農家僅有夫婦兩勞動力，在收成時節仍須分批採收、處理宅配的包裝、出貨等工作而無法擺攤販售，所以主要的銷售方式是透過兒、女的人際關係，以及遊客現場購買為主。（圖 3-7）89 年起，A1 梨農也開始透過宅配運銷其產品，由於不擅長網路宣傳，故來電宅配訂購的顧客大多為購買過的客人，或者經購買顧客口耳相傳聞名而來的。因此，除了品質保持外，人脈關係和個人信譽就成了直銷成功的重要關鍵。

三灣梨農，為了拓展個人的信譽，不僅在攤位上展示梨農姓名或梨園名稱，也在紙箱上印上姓名、電話和產品規格。此外，有些梨農還主動拉近生產者和消費者之間的關係：例如，A1 梨農成功栽培高接梨後，仍沒有完全放棄冬梨的生產，乃因 A1 梨農認為在以個人信譽拓展銷路的時代，除了梨的品質好、包裝精美讓顧客信任外，生產者更需進一步為顧客提供其他服務，因此 A1 梨農所種植冬梨，在五月收成後即分批包裝寄送給老顧客，儘管不是貴重之禮，卻充分展現梨農的誠意以及拉近與顧客關係之努力。

(3) 觀光梨園的設置

¹⁶⁴ 事實上三灣地區的高接梨採收期為 6 月-8 月，但因豐水、新興等品種皆耐冷藏，因此本區採收後的高接梨都冷藏儲存（每家農戶幾乎都有冷藏箱，以儲存梨穗和高接梨），約九月底還有貨可供應。

¹⁶⁵ 根據三灣鄉農會所的資料，果農辦理直銷攤位有 130 個。

80 年代起，三灣鄉農會推廣「觀光果園產銷班」，有意願的梨農開放其梨園給遊客進入，由梨農解說生產過程、參觀梨園，並給遊客親自體驗採果、卸套袋的過程，最後遊客再從採收的梨中挑選要購買的梨。觀光梨園的設置，代表梨農所販售的不僅是梨而已，還包括生產過程的展示和體驗——即無形的商品（或產品），這樣的銷售方式，持續了三年仍未轉型為「休閒農業輔導管理辦法」中規定的標準，梨農逐漸對此銷售方式消極以待，原因有二：其一，休閒農場設置須檢附多項文件，且申請程序繁複；其二，高接梨應依其嫁接先後而分批採收，才可採到成熟度足夠的梨；但遊客在入園過程中，常不依指示隨意摘採、採下後咬幾口即丟棄或任意丟棄垃圾等，這些不良的習慣對高單價的高接梨來說，不僅使梨農的利益受損，還需花費心力整理果園。故 85 年後不再積極推動觀光梨園來銷售水梨，但類似觀光果園的經營型態並未完全消失，改為由農會推廣股鍾股長代為與遊客聯繫，鍾股長再依梨園品質（是否有吉園圃標章）、梨園場地大小、梨農的喜好、人力等聯絡適合的梨農接待。依據鍾股長的說法，目前平均每個星期有一至二部遊覽車至三灣果園參訪。

從冬梨到高接梨的生產、銷售方式來看，可知三灣地區梨的產銷已由過去著重生產層面，轉為生產、銷售面兩者並重的情形；而銷售的商品也由實質的梨，轉為兼具有形的梨和無形的生產過程。

3. 共同品牌的建立

70 年代三灣地區建立起「三灣梨」的品牌與聲譽，此三灣梨所指為冬梨。至 80 年代後發展出來的高接梨，因有 95% 的品種屬豐水梨，故命名為「三豐梨」，並票選新的三豐梨商標，（圖 4-5）作為本地梨的共同品牌。



圖 4-5 三豐梨商標

三灣高接梨的新產銷方式，來自於梨農在生產過程中突破技術、提升品質以及銷售過程中的用心。

其成功之處，可以從兩方面得知：其一，苗栗縣每年舉辦「高接梨評鑑」活動中，三灣地區梨農的得獎人數常超越群雄。（表 4-4）其二，台灣其他高接梨產地如卓蘭、大湖、東勢、后里、石岡、竹崎等地，其銷售方式多以寄行口商、批發市

表 4-4 三灣梨農參加苗栗縣高接梨評鑑得獎人數

年	總參加人數	總得獎人數	三灣鄉得獎人數
86	45	20	6
87	45	20	6
88	50	20	9
89	56	20	5
90	70	20	12

資料來源：三灣鄉農會推廣股提供資料。

場、販運商為主，產地直銷者比例相當低；（林月金等，2000：129）而三灣地區的高接梨卻全部得以產地直銷的方式銷售，可見其品牌、信譽都已獲得消費者的信任與青睞。

（二）高接梨在競爭市場的優勢

三豐梨在 80 年代取得國內市場的優勢，國內各地的高接梨生產也蓬勃發展，故台灣自 86 年後東方梨的進口量有顯著的下降。事實上，東方梨向來屬管制進口的果品，保護程度較高，進口梨平均約僅占國內需求量的 4.2%（76-90 年）。¹⁶⁶然而，91 年台灣加入 WTO 後，水梨由管制進口果品改為關稅配額，關稅配額以外的關稅在入會年為 58 元 / 斤（稅率 417%，佔國內消費量 4%），至 2004 年每公斤降為 49 元（稅率 354%，佔國內消費量 8%），而配額內稅率也降至 18%。¹⁶⁷儘管入會後，東方梨可採取「特別防衛措施」，但仍無法因此趨緩梨的進口，91 年進口水梨的數量又遽增，（圖 4-4）進口來源以美國、韓國和日本最重要。¹⁶⁸加以，國外的東方梨一年四季皆有進口，雖 3-8 月的進口量較少，但是 7 月以後即有日本的高單價溫帶梨進口，¹⁶⁹也使國內的梨市場受威脅。相對於進口梨的數量，在台灣持續去領域化的過程，出口的水梨數量卻仍寥寥無幾，故台灣梨市場已面臨相當的競爭壓力。

儘管國內梨市場的競爭日益加劇，且國內溫帶梨的產地價格已受到衝擊而下滑，¹⁷⁰但三豐梨自入會後價格並沒有受到太大的影響，顯然是其品質得以和進口梨得以並駕齊驅的結果，消費者才願意花費更高的價格購買。若將三豐梨與一顆日本生產的雪梨做比較：¹⁷¹在甜度方面，日本雪梨的甜度平均為 11.8 度，而三豐梨的平均甜度為 11.5~12.5 度；¹⁷²在重量上，日本雪梨為 13A，是重量最重的特級品，而三豐梨的平均重量也都在 11A 以上。這顯示，三豐梨可以較高零售價格在產地直接銷售完畢，其原因除了進口梨的數量在 3-8 月間數量較少，與三豐梨的產期相隔外，其品質得以媲美進口水梨則是它在競爭市場中得以表現突出的關鍵因素。

¹⁶⁶ 行政院農委會編印《台灣地區主要農產品生產及進出口量值》，79-93 年份。

¹⁶⁷ 農委會「加入 WTO 後採關稅配額方式進口之農產品」，<http://bulletin.coa.gov.tw/view.php?catid=976>（2006/2/27）。

¹⁶⁸ 農委會「台灣梨產業遭遇之問題與因應對策」，<http://bulletin.coa.gov.tw/view.php?catid=4321>（2006/2/15）。

¹⁶⁹ 農委會「國產梨產業之生產與收益分析」，<http://bulletin.coa.gov.tw/view.php?catid=4303>（2006/2/27）。

¹⁷⁰ 農委會「加入 WTO 後進口農產品量值變化及其對國內價格之影響」，<http://bulletin.coa.gov.tw/view.php?catid=7475>（2006/3/28）。

¹⁷¹ 因三灣鄉農會甜度計已損壞，大多梨農的水梨甜度多交由三灣冠達農藥行（位於中正路 305-1 號）代為測試。本研究也受冠達農藥行的協助測試水梨的甜度，整體三豐梨的平均甜度是由冠達農藥行老闆所提供。此一日本雪梨是民國 94 年 2 月購於苗栗縣竹南鎮光復路水果店。

¹⁷² 水梨頭和尾的甜度不同，尾部的甜度通常較高，因此甜度測試是以二者的平均值為準。

三、從冬梨到高接梨

三灣地區從冬梨到高接梨的種植，不論生產和銷售方式都有相當大的轉變。在生產面上，高接梨在生產過程中所需的有機肥增多，且尚需添購日本進口的梨穗，以及增加嫁接、強制落葉、套袋等工事，其中嫁接和套袋都需雇工。因此，在相同面積的梨園上，農家所需投入的資金和勞力都提高，對土地的利用更為集約。而生產過程的轉變，主要是來自生產技術的革新，新技術增加生產過程的投入，再進一步提升水梨的品質，故高接梨的產量雖較冬梨來的低，但價格卻可達冬梨的三至四倍，因此，高接梨的生產也是走向技術密集、品質優良的精緻農業之表現。¹⁷³在銷售面上，過去冬梨是透過共同運銷將農產品運輸至主要市場後，再轉到消費者手中；高接梨則是讓消費者直接到產地購買產品、透過展示生產過程讓遊客親自摘果，或利用宅配將產品送至消費者，中間不假他人之手。這種銷售方式，呈現了兩種意涵：其一，儘管觀光梨園在 80 年代的推動並未完全成功，但是透過對遊客展示其生產過程，包括種植、採收等過程，藉以吸引遊客。農家將生產過程當作「商品」（或產品）來銷售，故「商品」已不限於真實可見的農產品或農產加工品，還包括無形的生產過程。換言之，將梨產業視為三灣地區文化的一部分，表現出產業文化化的特色。其次，農業經營已走向農企業化，農企業化的特徵是機械分裝、網路訂貨和自有品牌，¹⁷⁴高接梨因皮薄而須以人工挑選、分裝；網路行銷、訂貨已漸增，但仍以電話訂購為主體；高接梨的自有品牌，即印在紙箱上的「梨農姓名」或果園名稱，每個梨農即一個品牌，整個三灣地區的品牌則為「三豐梨」。農企業化的目的，是將梨的服務市場區更為擴大，故因距離限制而鮮少到三灣產地的中、南部市場消費者，也可透過網路、電話訂貨而消費。

整體而言，在城鄉關係轉變下，鄉村地區農民為求得生存，在生產面上轉向愈集約的精緻農業，銷售面上則走向農企業化經營，並落實產業文化化，不僅止追隨消費者的需求，更以高品質農產的供應和生產過程的體現，創造國內居民的需求。

第三節 新興休閒產業的興起與分布

在中港溪中上游地區居民改變農業生產技術，創造農產競爭力的同時，70 年代本區也正醞釀著另一種新產業型態的出現。農民不僅只守在農業的崗位，為了創造更多都市居民的消費，進一步在經營農業的同時加入服務性質的成分，發

¹⁷³ 精緻產業可定義為：「科技密集，品質優良，有市場潛力，又能維護生態環境的農業，換言之，精緻農業不但是科技密集的農業，它也是高品質農業。」【直接引自：謝順景（2000），〈進步中的精緻農業科技〉，《台中區農業專訊》101 期，<http://www.tdais.gov.tw/search/book3/101-110/101.htm>（2006/3/28）。】

¹⁷⁴ 農企業化的特徵來自陳國川老師。

展出具地方特色的休閒農業。

本區自 60-70 年代伐木、礦業沒落後，因就業機會大為減少而導致人口迅速流失。在沒有值得開發的天然資源、交通不甚便利的條件下，除農牧地、建地以外的廣大地區，少有大型財團、機構進入大肆開墾，或大型工廠進駐。因此，70 年代至 80 年代末期這段時間，本區仍留有大片未完全開發或已生長二、三十年的林地，且因工業不發達，而保有植被繁茂、未受污染的環境，奠定了發展休閒農業的舞台。

本區休閒產業起源於民國 70 年代，興盛於 90 年代初期，依其發展環境背景之差異，可分為兩個階段：

一、原住民輔導階段

70 年代本區休閒產業的興起，主要來自於政府對山地原住民生計改善的輔導，故休閒產業的發展地點便坐落於南庄鄉的山地地區。77 年擬定的「台灣山地保留地資源規劃」，希冀透過山地資源的合理開發和利用，促進山地產業的發展。78 年本區蓬萊村遂由農業技士輔導、規劃成立「八卦力精緻農業區」，為整合人力、擴大規模，由賽夏族人組織農事班，班員共同經營此精緻農業區。農業區中的主要作物為高冷蔬菜，並附設有烤肉區、農業展售中心和餐廳。在八卦力地區之後，東河村也成立「三角湖精緻農業區」，也是由農事、家政班合營，附有餐廳、烤肉區、露營區、解說牌。¹⁷⁵這些精緻農業區的成立，目的是欲透過農業區的設置，“展示”農業、人文（賽夏族文化）景觀，¹⁷⁶吸引遊客到場參觀、直接購買農產品，不僅可安置原住民就業，也使原住民收入增加。

70 年代末期，省政府原住民事務委員會¹⁷⁷進一步配合國民旅遊之發展，在全省具發展潛力的山地聚落推動民宿副業。78 年，南庄鄉公所遂輔導蓬萊村賽夏族中年婦女，將家中一部份房間提供給遊客住宿，成立了日媽媽、豆媽媽和錢媽媽民宿。而前述的八卦力地區的家政班成員，有十六戶也受補助而改善、美化環境，設置民宿，因其位置集中而組成「八卦力民宿村」。民宿村具有賽夏文化的住屋、家政舞蹈班所提供的傳統賽夏舞蹈欣賞等特色；在經營上因屬共同經營，故由家政班班長統一接受訂房後，再分配住宿地點。（林維賢，2000：70-72）

不論精緻農業區或民宿村，都是透過原本熟識的賽夏族人，共同組織、主導而運作的，因此得以成功的發展出結合產業與觀光的休閒產業。因此，南庄鄉在 70 年代已由於休閒產業的發展，以及獅頭山、向天湖等著名景點，配合高級花卉一葉蘭栽種的名氣，而在國內山地保留地中，成為原住民共同經營休閒產業最發達的地區之一。（鄭詩華，1992：37）

¹⁷⁵ 苗栗縣政府（1991），《苗栗縣綜合發展計劃總體及部門計劃（二）》，苗栗：苗栗縣政府，頁 5-6~5-15。

¹⁷⁶ 此時的農業區，「展示」意味較重，少包含教育的意涵，主要目的是購買農特產、住宿等消費。

¹⁷⁷ 台灣省政府原住民事務委員會在 87 年廢省後，改由行政院原委會接管原住民事務。

80 年代初期，上述八卦力地區休閒產業的經營旋即出現問題，問題在於精緻農業與民宿的主導者和成員並不完全相同，精緻農業為鄉公所建設課所主導，成員為農事班；民宿則為民政課推廣，成員為家政班。二者在經營理念、方式有差異的情況下，導致族人不能凝聚共識、無法共同合作，結果族人逐漸放棄農耕種植，民宿也逐漸關閉，轉往都市地區就業。至 85 年，幾已無農業耕種可言，而民宿也呈現 3、5 戶各自為政的情景。

二、蓬勃發展階段

儘管原住民休閒產業不完全成功，但 70 年代末期已有不少當地客家人也開始經營起休閒農場，有的原是農家，擴大經營項目；有的則是純粹提供休閒項目，如體驗賽夏族文化、山水之美，或從事戶外活動等；有的只經營餐廳。休閒農業真正大肆地興起，是在民國 90 年以後，至今方興未衰。

（一）休閒產業興起的因素

90 年代初期本區休閒產業的興起，可以歸諸於下列幾項原因：¹⁷⁸

1. 國民對娛樂消遣的需求提升

隨著國民所得的提高，以及民國 87 年起實施隔週休二日、90 年全面施行週休二日，國人有更多時間和金錢從事休閒娛樂活動，因此在這方面的消費也同時抬升。（表 4-5）民國 60 年以來的民間最終消費項目中，以「娛樂消遣教育及文化服務費」的比例提升最為顯著，三十年間成長了 1.3 餘倍。90 年以後更成為僅次於食品費用，民間最終消費比例中第二高的花費，可知休閒娛樂在民眾的生活中具相當的重要性。

表 4-5 台灣地區民間最終消費結構（%）

年	食品費	飲料費	菸絲及捲菸費	衣著鞋襪及服飾用品費	燃料及燈光費	租金及水費	家庭器具及設備費	家庭管理費	醫療及寶建費	娛樂消遣教育及文化服務費	運輸交通及通訊費	其他費用
60	41.7	3.7	4.5	5.2	4.1	12.7	2.8	2.1	4.3	8.1	3.5	7.5
65	41.5	4.0	3.5	5.3	3.7	11.8	3.1	2.1	4.6	8.8	4.8	6.8
70	33.6	4.3	2.8	5.1	4.4	12.3	3.1	2.1	5.1	12.8	7.6	6.9
75	29.5	3.9	2.4	4.8	3.9	13.9	2.9	2.1	5.2	14.3	10.6	6.7
80	23.3	3.6	1.6	4.8	2.8	15.9	2.8	2.0	6.6	16.3	13.2	7.1
85	21.6	3.0	1.2	4.7	2.2	17.9	3.2	2.5	7.9	17.3	11.3	7.3
90	20.7	2.6	1.0	4.2	2.2	16.2	3.0	2.9	8.7	19.3	12.1	7.3
92	20.9	2.7	1.2	4.0	2.3	15.9	3.1	2.9	9.2	18.7	12.2	7.0

資料來源：行政院主計處（2004），《中華民國台灣地區國民所得》，台北：行政院主計處，頁 17。

¹⁷⁸ 此部份參考施崇武（2005），《桃園縣觀音與新屋地區的農業經營特色》，國立台灣師範大學地理學研究所碩士論文，頁 76-77。

2. 交通工具的普及

民國 70 年以來，國人持有交通工具的數量日增，尤其小客車數量的增長更是突飛猛進，93 年底已超過 530 萬輛；（圖 4-6）小客車的持有率也由 81 年每千人 140.4 輛，提高到 93 年每千人 238.2 輛。¹⁷⁹自小客車不僅是成為國人平日重要的代步工具，國民旅遊也是以小客車為主要交通工具。¹⁸⁰由於小客車具有機動性高、受地形的限制較小等特性，故小客車的普及，即表示國人可透過小客車到達全台各地區旅遊的機會大為增加。

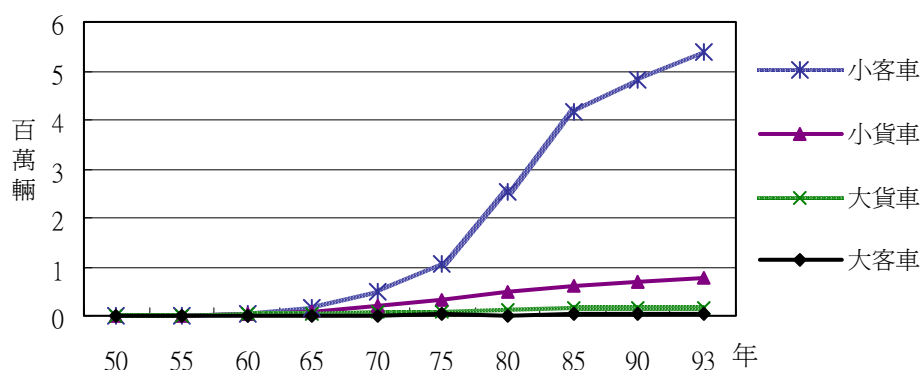


圖 4-6 台閩地區機動車輛登記數

資料來源：交通部交通統計，<http://www.motc.gov.tw/view93/x4090.csv>（2006/3/9）。

3. 土地變更的容易性

一般在「特定農業區」內的農業土地，若要變更地目，其限制較多、可變更的用地種類也較少。中港溪中上游地區在 70 年代後雖以農業為最主要的產業活動，然而，因主要地形為丘陵、山地，故在其非都市土地中，屬「特定農業區」者面積只佔 3.2%的比例，而「鄉村區」也僅 0.2%，其於 96.6%皆屬「山坡地保育區」（86 年）。山坡地保育區的土地利用變更限制較少，可變更為農牧、林業、養殖、遊憩、國土保安等的用地。在民國 86 至 93 年之間，本區土地地目的變更中，以林業、農牧、遊憩、交通和水利用地的增加較顯著；在建築用地中，則以丙種建築用地增加最多。¹⁸¹其中，交通、水利用地主要係公家機構所新增，而林業、農牧用地則多為民間所增加的。在林業、農牧用地中，依規定可設置休閒農業設施；丙種建築用地，則有別於甲、乙種建築用地，除了可設置農業、遊憩設施外，還可以有戶外遊樂設施、觀光遊憩管理服務設施等。由此可知，本區因地

¹⁷⁹ 行政院經濟設計委員會（2005），《都市及區域發展統計彙編》，台北：行政院經濟設計委員會都市規劃處，頁 112。

¹⁸⁰ 在蔡家瑞的研究中，以高速公路休息站過路旅客所搭乘的交通工具和行程目的，得知國人旅遊以小客車為主要交通工具。（蔡家瑞（2002），《國道休息站服務區服務品質與遊客滿意度之研究—以西螺服務區為例》，朝陽科技大學休閒事業管理研究所碩士論文，頁 58。）

¹⁸¹ 苗栗縣綜合發展全面修訂計畫—土地使用計畫，http://gisapsrv01.cpami.gov.tw/cpis/cprpts/miaoli_1/MIA-D/D-DOC/D3.doc（2006/3/10）；苗栗縣頭份戶政事務所提供 93 年土地資料。丙種建築用地指「供森林區、山坡地保育區、風景區及山坡地範圍之農業區內建築使用者」。

形因素而地目劃歸較易變更的山坡地保育區中，使得本區在七、80 年代不少農家離農、離林後，80 年代中期以來，土地又有轉向農牧、林業，以及休閒遊憩業的跡象。

4. 農業政策的影響

政府的政令施行，對農家土地的利用方式具有一定的影響力。政府為推廣農村休閒產業，81 年公布「休閒農業輔導管理辦法」，鼓勵農民設置休閒農業區或休閒農場。爾後，持續放寬設立休閒農場的限制，以加速農民在農業經營型態的轉型。故 88 年進一步修正休閒農場的面積限制，從原來的 50 公頃，減低到山坡地 10 公頃、非山坡地 5 公頃，且農場內設置的休閒設施，得以在符合法規的規定內，以土地變更編訂的方法取得合法用地。至 89 年，持續減低農場面積限定，在沒有住宿、餐飲等休閒設施的休閒農場面積只需 0.5 公頃即可設立。90 年起，為配合即將加入 WTO 對農業經營的衝擊，再放寬農場中的經營項目，以激勵農民轉型經營休閒農業。放寬內容主要可分為三個面向：其一，頒布「民宿管理辦法」，准許合法休閒農場和休閒農業區內的農舍得以設置民宿，¹⁸²以解決農業經營時住宿的問題，同時可新增農家收入來源。其二，新增休閒農場中農業體驗區可作為生態教育之用，且與農業有關、臨時性的生態教育設施，可免申請建築執照。其三，非山坡地設有休閒農業設施之休閒農場面積，由 5 公頃降為 3 公頃。¹⁸³

政策的逐步解禁，表示休閒農場設置的門檻逐漸降低，提高了農民和非農民發展休閒農業的意願。全台休閒農場的數量，即是在 80 年以後有較明顯的增長，88 年以後更是如雨後春筍般大量成立。(圖 4-7)

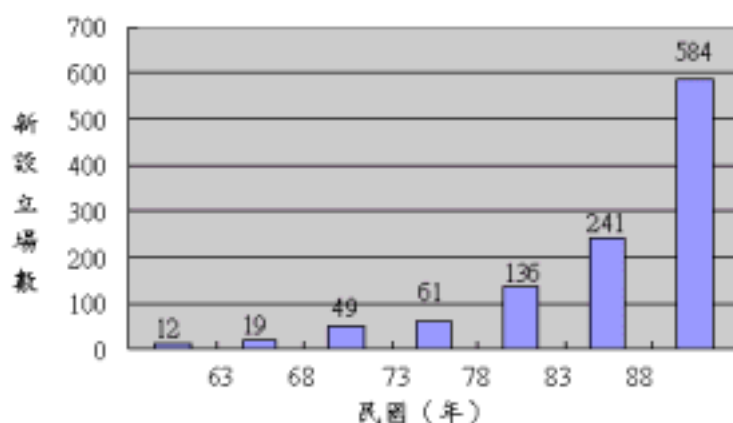


圖 4-7 全台休閒農場新設立數量

資料來源：農委會休閒農場家全面性調查計畫執行報告，

<http://bulletin.coa.gov.tw/view.php?catid=1361> (2006/3/14)。

¹⁸² 民宿客房數須在 15 間以下，而客房總樓地板面積則須小於 200 平方公尺。

¹⁸³ 農委會農政與農情「休閒農業輔導管理辦法修正簡介」，<http://bulletin.coa.gov.tw/view.php?catid=4067> (2006/3/11)。

5. 國家風景區的設置

本區東半部地區自 86 年起劃歸為「獅頭山風景區」的一部分，¹⁸⁴以獅頭山上的佛教寺廟群、賽夏文化，以及東河村石壁峽谷為其特色；90 年三月，交通部觀光局進一步將獅頭山、梨山和八卦山三處風景區合併為「叁山國家風景區」。國家風景區的設立目的即為觀光，提供遊客自然觀光資源，而成為國人觀光休閒的入門之道；對地方來說，設置為國家風景區，是當地人文、自然特色具有保存及提供欣賞的價值之象徵，因此也為當地發展休閒觀光事業帶來動力。獅頭山風景區成立後，每年遊客數量約在一百萬左右，自 90 年後迅速攀升，可達三百萬以上，名列叁山風景區之冠。（圖 4-8）

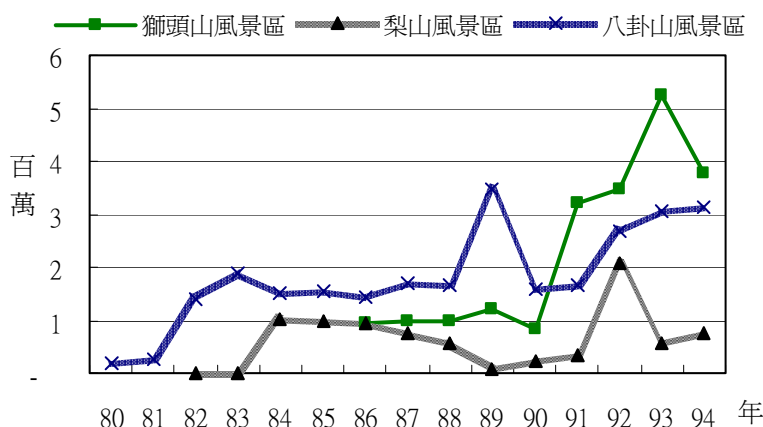


圖 4-8 叁山國家風景區遊客人數

資料來源：叁山國家風景區遊客統計，<http://www.trimt-nsa.gov.tw/administration/home.html>（2006/3/12）。

（二）休閒產業的成立時間與類型

在上述諸多原因的影響下，一方面國民旅遊風氣漸盛，另一方面農家逐漸朝向休閒產業的經營方式。本區在 80 年代以後的休閒農業，即是在這樣的背景中興起，80 年代共有 23 家休閒產業興起，（圖 4-9）而 90 年至 94 年七月至四年半期間，就新增了 64 家休閒產業，¹⁸⁵至 94 年底止，本區尚有在經營的休閒產業店家至少就有 96 家之多。民國 90 年是本區休閒產業家數大肆興起，有 68.9% 的店家是在 90 年以後才成立，使本區休閒產業進入蓬勃發展的階段。

這些陸續成立的休閒產業，其經營項目並不限於與農業結合具服務性質的休閒農業，還包括以當地壯麗的山水景觀為號召的咖啡廳和民宿，以及為從事休閒活動遊客提供餐飲的餐廳等等。這 96 家休閒產業可依其經營項目的差異，可分為四種類型：（表 4-6）

¹⁸⁴ 「獅頭山國家風景特定區」的範圍包括新竹縣峨眉鄉、北埔鄉、竹東鎮和苗栗縣三灣鄉、南庄鄉。

¹⁸⁵ 民國 94 年 7 月所統計的資料，包括 70 年代已成立，至 94 年仍持續經營的休閒農場；93 年南庄通往鹿場的苗 21 因颱風侵襲而沖毀，導致鹿場地區的休閒產業因道路受損而暫時歇業。因苗 21 在 94 年 7 月尚未修復，故鹿場地區的休閒產業也不在計算中。

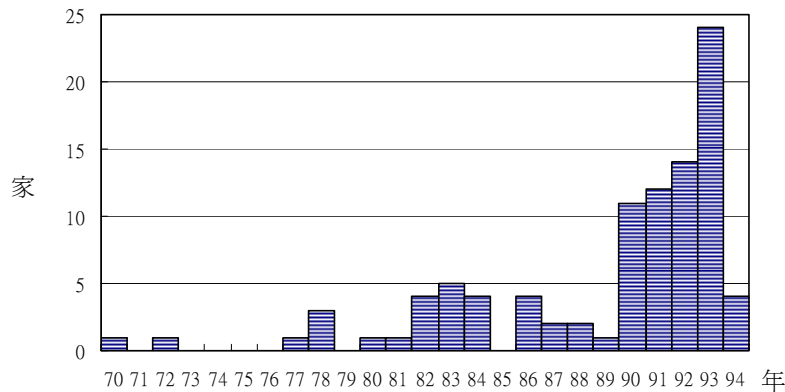


圖 4-9 中港溪中上游地區休閒產業新成立家數

資料來源：民國 94 年 7 月－95 年 2 月田野調查。

- (1) 觀光果園農場：農場內提供遊客採果、體驗農業生產，並販售相關農產、農產加工品。
- (2) 休閒農業農場：農場內的農、漁業生產仍佔重要部分，在原有的農業生產外再結合其他服務活動以吸引消費者。依其目的和經營內容的不同，又可分為兩種類型：
 - ①教育體驗式農場－其目的主要是讓遊客了解農業生產過程、體驗農村生活等服務，此外也提供相關農產品的銷售和餐飲。
 - ②觀光消費式農場－非以教育為目的，但也有認識農業生產等解說，也提供餐飲或民宿、烤肉、農產品銷售等多項服務。
- (3) 休閒度假處：指未有農業生產的休閒度假區，常以當地特殊的自然、人文環境吸引遊客前至消費，依其經營型態的不同可分為五種類型。
 - ①大型渡假山莊－通常山莊面積較大，服務的項目也較多元。包括露營、烤肉、生態導覽、特殊文化介紹、活動帶領，並附有住宿與餐廳。因為各種服務都具備，故通常遊客可在山莊內待 1 整天以上。
 - ②咖啡廳－純咖啡廳經營，通常附有簡餐、下午茶等服務。
 - ③民宿－純民宿服務，僅供住宿或旅遊導覽，未有其他經營內容。
 - ④餐廳－純餐廳，僅供團體或個人用餐服務。
 - ⑤綜合型餐飲民宿－指結合咖啡廳、民宿或餐廳等二種以上的經營型態，通常以結合咖啡廳和民宿者居多。
- (4) 其他：非上述任何一種分類者。

表 4-6 中港溪中上游地區農場類型數量及其經營項目（民國 94 年 7 月）

農 場 類 型【類型編號】			數量	經 營 項 目										農場編號
				農業生產	農業體驗	生態解說	餐廳	餐飲咖啡	民宿	烤肉、露營	農產銷售	文化活動	其他	
一	觀光果園【1】		2	✓	✓						✓			C1-C2
二	休閒農業農場	教育體驗式農場【2-1】	2	✓	✓	✓		✓			✓			D1-D2
		觀光消費式農場【2-2】	20	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓			E1-E20
三	休閒度假處	大型渡假山莊【3-1】	8			✓	✓	✓	✓	✓			✓	F1-F8
		咖啡廳【3-2】	12					✓						G1-G12
		民宿【3-3】	10						✓					H1-H10
		餐廳【3-4】	12				✓							I1-I12
		綜合型餐飲民宿【3-5】	31				✓	✓	✓					J1-J31
四	其他【4】		2										✓	K1-K2

註：(1)經營項目是該類型大多數農場所共同擁有的經營項目；(2)「農業體驗」係指有展示農業生產過程給遊客觀賞者。
資料來源：民國 94 年 7-10 月田野調查。

由各類型休閒產業的數量而言，未從事農業生產（三、四）的比例竟高達 75.8%之高，顯示非農型態經營的休閒產業在本區日益重要。這類產業的發達雖無法反映本區農家在城鄉關係中的回應，卻可是為鄉村地區居民的回應，因此以下也將探討此類型休閒產業何以在本區興起。

若從各類型休閒產業的成立時間來看，¹⁸⁶70 年代至 80 年代初期所興起的休閒產業，多是輔導賽夏族成立的民宿（類型 3-3）和鱒魚養殖場（2-2）；80 年代初期所成立的，則是以 2-2 類型居多，即原有農業經營的農家所創設的之休閒農場；也出現兩家大型渡假山莊（3-1）。至 86 年以後，開始出現較多類型 3-4、3-5 不從事農業生產的類型。90 年代所興新的休閒產業中，即以類型 3-1~3-5 為主，達 50 餘家，其中 3-5 型態成立的數量最多；其次，為原本即在本地的農家此時才轉型為休閒農業者，有七家（2-1、2-2）；再者，是 90 年以後才進入在本區從事農業經營的休閒農業，有四家（1、2-2）。

（三）休閒產業的分布

這些休閒產業的分布，（圖 4-10）以交通道路沿線兩側最多，而依其經營內容的不同，其位置也稍有差異。具農業生產性質的農場，遷就於原生產地點而直接開設農場；但本區也有在南庄鄉員林村經營休閒農場（觀光消費式）的農家，認為其位於苗 20 旁的農場無法吸引到許多遊客，故再到南江村另外開設沒有從事農業的店家，原農場則仍維持農業生產，但平時不開放參觀，僅供預約參觀。餐廳多位於主要道路兩旁，乃因餐廳是旅程的中繼點，且遊客每次停留時間並不長，故選擇車子常經過、停車方便的位置，以利往來遊客進出。其他未有農業經

¹⁸⁶ 本文「休閒產業」泛指本區所有類型的店家，不論是否具有農業生產者；「休閒農業」則專指兼具農業生產和服務業的產業，即類型一、二。

營的休閒度假處，有的仍分布於道路兩側，有的選擇海拔較高可以眺望遠景的地點，有的則是選擇較偏遠、需經過人煙罕至的林蔭小徑才可到達的位置。

由圖 4-10 中也可發現本區休閒產業店家的分布，主要集中在西部衝上斷層中八卦力山脈和鹿場大山山脈之間中港溪主流的河谷階地，而竹東丘陵和竹南丘陵的河谷沿岸相對較少。這樣的分布與自然環境相關：中港溪上游主流所切割的谷型較寬深，以及流逕多直線前進，故所呈現的是雄偉壯麗的山河景觀，且沿河側道路可修築得較寬；相對地，竹東、竹南丘陵被中港溪中游小支流切割破碎，沿溪道路則延河谷蜿蜒前進，無法擴建太寬，所見景觀為高度 400 公尺以下的綿延山丘。相較之下，前者不僅交通行駛較便利，沿途所見景觀也較磅礴，往支流沿線往上爬，尚能眺望遠景，而成為許多休閒產業的選擇地點。

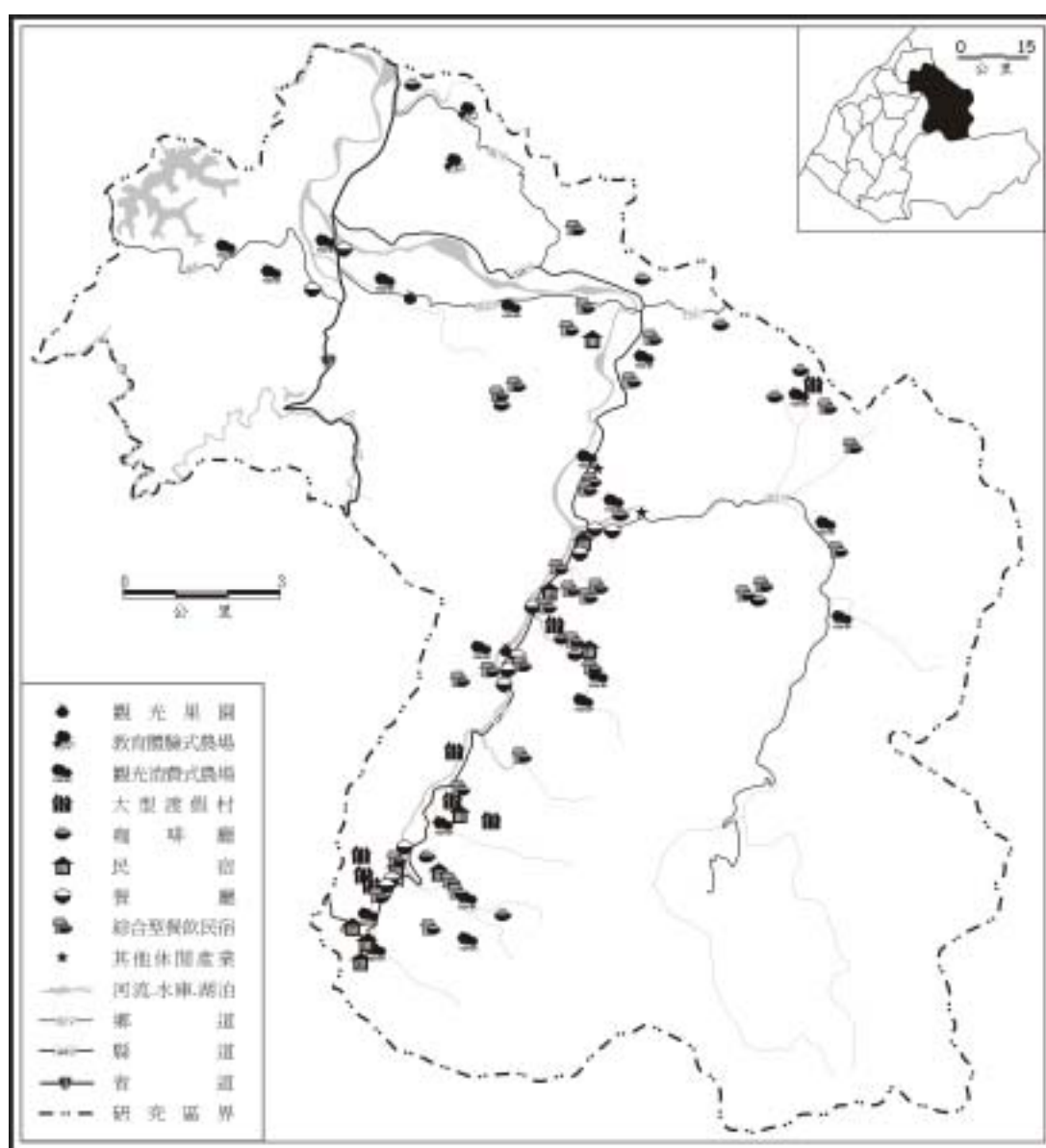


圖 4-10 中港溪中上游地區休閒產業分布圖（民國 94 年 7 月）

資料來源：民國 94 年 7-10 月田野調查。

（四）民間和政府機構的推動

80 年代末期後興起的休閒產業，有別於過去為增加原住民就業機會與收入所設置的精緻農業區和家庭民宿，而是在前述各種因素的促成下，由民間自發性，配合政策的推動而興起的。85 年由經濟部輔導成立「南庄鄉觀光產業聯誼會」，南庄地區的休閒產業店家開始凝結共識，90 年再成立「南庄鄉觀光產業協會」，協會由三灣和南庄地區的休閒業者共同成立，其目的是共同整合資源、推廣本區休閒產業等。¹⁸⁷91 年，配合叁山國家風景區的成立，業者們向交通部觀光局爭取風景區中設置南庄遊客服務中心，¹⁸⁸作為觀光產業協會運作的地點，以及向遊客介紹本地休閒產業店家、推薦本地特色的據點。

除了民間休閒業者的力量外，農委會為了因應加入 WTO 後鄉村所面臨的衝擊，90 年起推動「一鄉一休閒農漁園區」計畫，欲「協助農民利用既有的農業產業、農村產業文化與自然景觀等資源，轉型經營休閒農業服務業」。¹⁸⁹本區南庄鄉即在農委會的輔導下，成立休閒農漁園區，透過農會在鄉內增加停車場、涼亭、公廁、步道、解說牌、綠地等公用設施，並設置南庄鄉農會旅遊中心，提供旅遊諮詢服務、導覽手冊、解說服務等，以及舉辦鱒魚節等大型活動，藉此打響本區的知名度，吸引遊客來此消費。農會所推動的項目，主要是美化當地的環境，針對當地農特產做促銷，以協助當地農民提高收入，而非對所有休閒產業店家的推銷。此外，鄉公所、客委會、原委會和當地的社區發展協會，也會共同舉辦大型活動，推廣當地桂竹、一葉蘭、香菇等特產與客家、賽夏、泰雅的多元族群特色。

事實上，民間自發或官方機構對本區休閒產業的推動，其目的不盡相同，但所做的事情則是有所重疊，推廣休閒產業的目標也是一致的。80 年代末期後本區的休閒產業，即是自民間業者的力量初步凝結後，90 年再由政府機構的協助推動，而確立了休閒產業的發展方向。故本區有部分較保守的農家，是在其他農家轉型成功和政府明確推動後，才將其農地轉型經營休閒農業，而部份非農家也是 90 年後才開始搭休閒產業之風，開始從事農業結合服務業的經營。值得注意的是，本區農民在 90 年代後轉型為休閒產業者，大多是原本已種植價格較高的櫻花、柑橘、茶葉、山蘇、香菇等作物，或飼養較具經濟價值的蜜蜂、鱒魚、乳牛等的農家；而本區原以稻作種植為主的農家，則因作物性質而轉型不易，多維持原有的生產方式。因此，在本區三灣鄉三灣村、南庄鄉員林、南富村等稻作分布較廣的地區，休閒產業分布相形較少的因素即在於此。這也顯示，其自然環境（或地點）與原作物內容，也是農家是否轉型休閒農業的因素之一。

¹⁸⁷ 苗栗南庄鄉觀光產業協會，<http://www.nanjhuang.org.tw/>（2006/3/16）。

¹⁸⁸ 位於南庄鄉東村中正路 151 號。

¹⁸⁹ 行政院研考會「行政院農委會『推動一鄉一休閒農漁園區計畫』書面查核報告」，<http://www.rdec.gov.tw/public/Attachment/572913262971.pdf>（2006/3/18）。

第四節 新興休閒產業的經營方式

從各類型休閒產業的數量來看，真正以農業結合服務業一、二類休閒農場，其比例只有 21.8%，而未從事農業生產的店家則將近八成。顯然，本區的休閒產業，除了以展示農業生產過程、體驗農家生活的休閒農業吸引遊客外，尚有其特色，得以創造出大量非農業的休閒產業，這些非農休閒產業，又以咖啡廳兼營民宿者最為突出。為反應全球化過程中本區農家的回應過程，分別挑選一教育式體驗農場和一觀光消費式農場為個案；¹⁹⁰非農業生產的部份（類型三、四），則以整體發展過程來說明其興起的緣由。透過這些個案經營方式轉變的過程，來呈現本區居民在環境改變下的回應。

一、休閒產業的經營模式

（一）教育體驗式農場¹⁹¹

本區教育是體驗農場有兩家，D1 主要經營乳牛飼養，D2 則為養蜂場，二者的成立時間都是在 91 年以後。以下主要以較具規模的 D1 為例。D1 牧場位於竹東丘陵上中港溪支流峨眉溪小支流的谷地，高度約 100 公尺的緩坡地，其前身原為一片茶園，是之後牧場主要經營者（以下稱場主）¹⁹²的丈人所有，71 年因工資上漲、市場價格低落等因素而成任其荒蕪，才由場主與三個親友共同投資組成乳牛牧場。之所以會選擇成立牧場，是因應六十年代以來國人生活水準提升，對鮮乳的消費量也提高的情況下，農委會以開發高蛋白畜產品增進國人健康和利用農村勞力，推動設置乳牛專業區和養牛事業計畫，促使國內轉入酪農業者漸多，¹⁹³D1 牧場即是在這樣的背景下於 76 年誕生。成立之初，買進 40 頭紐西蘭的懷孕母牛，徒手進行割草、擠奶的事宜。翌年，三個合夥人因墾地、興建牛舍、人工割草、擠奶等工事過於勞累而離去，故場主夫婦二人便獨自經營此乳牛場，至 84 年經營完全進入軌道後，才登記為畜牧場，面積共 13 公頃。從 77 年至 89 年，此農場是專業的酪農場，稱酪農生產期；90 年開始轉為經營休閒教育牧場，可稱為休閒農業期。

1. 酪農生產期

77 年接手牧場後，因人手不足而陸續購進曳引機、割草機、收草機、擠乳機、飼料混合機、餵牛機等設備，並搭蓋牛舍，在設備較為完善後，農場經營始進入軌道。牧場內的經營可以分成三個部份：牧草種植、乳牛飼養和堆肥處理三部份。

¹⁹⁰ 本區觀光果園有兩家，二者都是非本地人在此租地(C2)、買地(C1)經營者，其中 C1 為兼業農夫；加以兩家果園都是在 92 年才成立，經營時間不久，因此未選擇觀光果園的個案作為探討對象。

¹⁹¹ 此部分資料來源為民國 94 年 8-10 月田野調查、參考其牧場網站，<http://www.beau.com.tw/>。

¹⁹² 場主為土生土長的三灣客家人，於三灣國中任教退休後始經營牧場。

¹⁹³ 農委會加入 WTO 乳牛產業因應對策，[http://bulletin.coa.gov.tw/view.php?catid=950\(2006/3/19\)](http://bulletin.coa.gov.tw/view.php?catid=950(2006/3/19))。

牧草主要供應乳牛所需，因此牧場中種植約十公頃的盤固拉草。牧草因屬熱帶牧草，在本區只適合三至九月種植，在此時期收割下來的牧草中，約八成可直接餵牛，其他兩成則先曬乾、打包後收藏，放置倉庫儲存，以待冬季時利用。因台灣三月以後易遇有春雨、梅雨，加以夏季午後常會有對流雨，常使得曝曬待乾的牧草付之一炬，故冬季時通常須自美國進口四個月份的牧草，以補自給之不足。

乳牛飼養方面，最初引進的紐西蘭牛，因擠奶量不多，84年起改買美國與加拿大的荷蘭豪士登黑白種牛，歷經五年的培育和繁殖而獲得較好的泌乳量，至90年乳牛數已達160頭。乳牛都飼養在牛舍中，利用餵牛機餵食牧草；乳牛幾乎都是母牛，才能生產牛乳。孕母牛在生產後，若為公牛則在七天後由飼養公牛的業者認養；若為母的則留下餵食七天初乳，此後母牛開始進入十個月的擠乳期，擠乳的同時即須接受人工授精（約產後2.5至3個月），讓母牛能每年都能生一胎，以維持每年的供乳量。小母牛14個月後達體重350公斤、身高125公分時，再開始進行人工受孕，約280天後生育；母牛約生產七年後，因生育率和泌乳量減低，通常而送往肉牛場處置。因此，母牛一生中最重要的工作即使泌乳，工人在泌乳期每天早上五點半和下午五點半擠乳，60餘隻泌乳牛每天可有1.2公噸的牛乳，擠下的牛乳先行冷藏，再由苗栗區將軍集乳場人員每兩天收取一次。

乳牛採不同年齡而分區配置，以便管理：（表4-7）

表 4-7 D1 牧場乳牛的飼養

歲數	所在區域	飼食營養物
出生一周內	初生牛區	每天早晚餵食母牛初乳，每次2公升
出生一周後	小牛區保育欄內	餵食母乳與代用乳混合，每次約餵食2.5~3.5公升，全天供水。
一周歲後	女牛區	離乳，餵食牧草與營養素，充分的水分；等待配種。
生產後	泌乳牛區	營養師調配
下次生產前兩週	待產區	停止擠乳，草、水、營養牛飼料。

資料來源：民國94年8-10月田野調查。

除了種植牧草和乳牛飼養外，就是牛糞和飼料的處理。81年建立有牛糞處理場將牛糞發酵製作成堆肥，堆肥一部分留在牧場中供草原使用，剩餘的則銷售給本區及鄰近頭份鎮、竹東鎮的菜農和果農。乳牛所吃的飼料，以飼料混合機自動化攪拌均勻後，再輸送給乳牛食用，以混合飼料的自動飼養方式，較徒手餵飼的方法更減少飼料損耗，也能增加10-15%的泌乳量。¹⁹⁴

上述工作的人力配置，除場主整體協助外，尚僱用三人個別處理，一人負責餵食小牛、擠奶、清理機器；一人餵食大牛、清理牛糞、處理肥料、整理環境；另一人則稱為場長，負責較重要的配種、接生、飼料調配、環境規劃、建設等工

¹⁹⁴ 財團法人台灣區雜糧發展基金會「農畜發展及廢棄物處理」，http://taiwan-grain.myweb.hinet.net/history/grains_develop_3.html（2006/3/20）。

作。主要工作時間為上午五點半至十點和下午三點至七點半，除每天上午和下午五點半需固定擠奶、放飼料餵食外，其他時間則依情形處理其職務。此外，每個月仍需雇請獸醫檢查乳牛體態與驗胎。

2. 休閒農業期

80 年代末年因即將加入 WTO，我國液態乳進口雖採關稅配額，但也關稅仍會逐年下降；加以，台灣牛乳生產成本較高，國內生乳收乳價約 21 元 / 公斤，而進口歐、美、澳國家約僅 10 元 / 公斤或更低，¹⁹⁵因此，使得將軍集乳場所收購的牛乳量減少、價格也減低。在這樣的情況下，場主便思索如何轉變經營方式，以降低成本，並增加牛乳外的收益。適逢 89 年農委會推出農村新風貌專案，希望透過居民或地方政府自主性的共同參與，重建農村聚落、改善農村生活環境。¹⁹⁶本農場場主即在 90 年申請到此計劃經費，開始籌劃園區配置、建設新建築物等，91 年完工並取名為「乳牛生態教育園區」，其休經營目的是希望透過乳牛特性、乳牛生長過程、牛乳對人的重要性等解說，以及與小乳牛的近距離接觸，讓遊客在遊樂之時也能獲得知識上的滿足，達到寓教於樂的功能。

在休閒牧場成立後，農場原本的乳牛飼養、牧草種植和飼料、堆肥處理都沒有改變，而多增加一休閒部。為了新增此一休閒部，在園區內所增建的設施包擴休閒館木屋（一樓作休閒區、二樓為販賣區）、步道、立牌、盆景、停車場、牆上乳牛介紹等，為使遊客能親近乳牛，也設置一親牛區，將尚未出售的小公牛提供給遊客餵食、欣賞；¹⁹⁷（圖 4-10）乳牛副產品的設計，包括印有乳牛圖像的帽子、餐巾紙架、陶瓷牛、杯子、盤子、雨傘、貼紙或乳牛造型的汽球等；牛乳相關食品如冰淇淋、自製鮮奶、牛奶火鍋、奶酪等。此外，在宣傳上則需設計商標、網頁、印製宣傳紙、名片等。這些設計都是欲使經營內容更為多元，因此其經營項目包括了生態導覽、DIY 製作物品教學、餐飲、牛乳副產品、親牛等，以及舉辦各項活動，如乳牛繪畫比賽；而也具有音樂背景的場主，除了在園區中讓乳牛聆聽古典音樂外，更舉行音樂季，在草地上進行音樂演奏；配合四周油桐花五月開花之季舉行桐花季。此外，牧場自製的鮮乳也提供宅配訂購服務。

休閒部的成立，使得農場人力上需做調整，原本乳牛飼養的部分全數交由場長發落，仍維持三個人，其工作時間與前期相仿；而休閒部的工作，全由場主夫婦二人管理，一人主管休閒館中餐飲的供應、一人負責乳牛解說、DIY 教學、研發新產品等，其工作時間則為園區開放時間。¹⁹⁸假日遊客眾多之時，通常需雇請 5-10 個工讀生協助；¹⁹⁹為節省人力，園內用餐只在假日時供應。在乳牛飼養上，因集乳場收購的乳量減少，故乳牛數量至 94 年也漸減為 130 頭；牛乳的供

¹⁹⁵ 農委會「加入 WTO 乳牛產業因應對策」，<http://bulletin.coa.gov.tw/view.php?catid=950>（2006/3/20）。

¹⁹⁶ 參見「『農村新風貌』計畫補助作業要點」，此作業要點於 93 年 12 月 31 日已廢除。

¹⁹⁷ 牧場中母牛因泌乳較公牛具有價值，故為保護母牛不受驚嚇、任意餵食而影響生長，除親牛區的小公牛外，其他牛類只能提供遠距離觀賞。

¹⁹⁸ 週三至週日上午九點至下午五點半。

¹⁹⁹ 工讀生的僱用，旺季需 8-9 個，淡季只需 4-5 個。

應因休閒部的經營也有需求，故原本全數交給集乳場的牛乳，90 年後有二成留在牧場自製鮮乳和牛乳副食品，其餘八成才交給集乳場。同時，牧草的種植隨著乳牛數的減少，以及增加休閒部後欲節省人力，故牧草的面積也由 10 公頃降為 8 公頃。

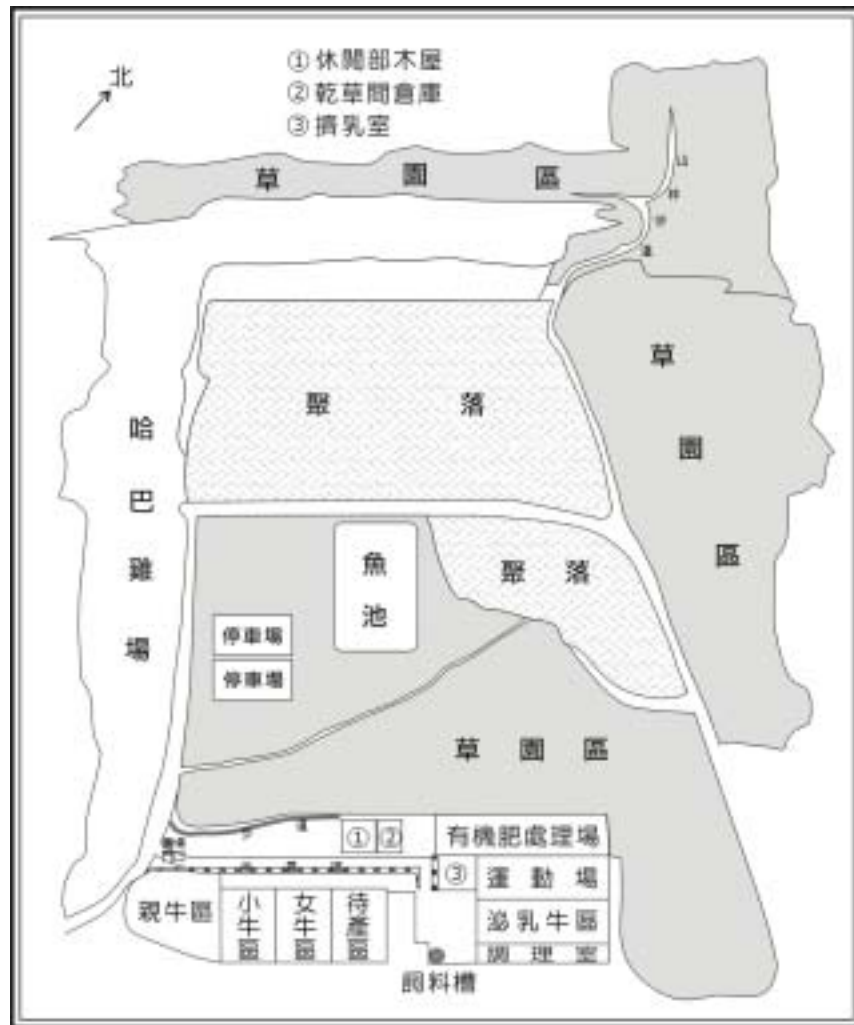


圖 4-10 D1 乳牛生態教育園區配置圖（民國 94 年 8 月）²⁰⁰

資料來源：D1 乳牛生態教育園區所提供資料、民國 94 年 8 月田野調查。

牧場的轉型，即是希望透過增加休閒服務以增加收入，然因休閒部所提供餐飲種類不多，且其產品—鮮乳也因需冷藏而大多提供現場品嚐，無法大量現場銷售。因此，入園的消費方式是入園每車即須收 100 元停車費，此費用可以抵用餐和購買物品的費用；此法是確保入園者都有消費，也做為乳牛解說之費用。此外，牧場轉型前後最大的不同在於，過去只須將牛乳全數送至乳牛場即可，轉型後則需將遊客吸引到農場來，因此開始積極透過各種手法宣傳其特色，包括平面

²⁰⁰ (1)除哈巴雞場和聚落外，圖中可見的區域都屬 D1 園區範圍。(2)圖中泌乳牛區與運動場相連，運動場的設置是因台灣的氣候對溫帶的乳牛來說較溼熱，故設計一寬闊的空間讓泌乳牛走動、散熱。據 D1 園主的說法，美、加地區的乳牛場並不需設置運動場。

廣告、旅遊雜誌、報紙、網路和電視台等，或加入各種休閒事業機構，讓這些機構代為宣傳。其中，電視台影像、文字並茂的報導是 D1 場主認為效果最佳的宣傳方式。透過宣傳所吸引來的客源，幾乎都是台北、桃園、新竹地區的顧客，中部的台中、彰化少，彰化以南的顧客則相當罕見。至於前述鮮奶宅配運送服務的部份，訂購者則是以台北縣、市的顧客為主。

90 年休閒部的成立，即為牧場增加不少收入。原本牧場的收入全部來自集乳場的收購；轉型後，將二成的牛乳製作為副產品，加上園區門票、導覽解說等收入，使休閒部收入和牧業收入的比例變為 1：1。易言之，原畜牧業的收入由 100%降為 50%，其餘則由服務業的經營所取代。

（二）觀光消費式農場

觀光消費式農場在本區的數量有 20 家，是本區休閒農場的主要經營型態。相較於教育體驗式農場，此種農場因其目的是透過某種農產品吸引遊客消費而非提供教育，故其經營內容除參觀果園、菇園或鱒魚池，和銷售農產品外，幾乎都還有提供用餐、住宿等服務。依各農場主人的經營理念的差異，農業生產和服務性質的商業經營之比例有所差別。首先，有些休閒農場在傳統農業和服務業的經營比例相仿，通常是原來農業種植面積較大、農作種類較多，且轉型為休閒產業後仍有足夠的人力經營服務的農場（E3、E20）；或者農家持續農業生產，而由其子女經營休閒服務的部分者（E10、E14）。其次，有些休閒農場在經營上仍以原農業生產和銷售方式為主體，休閒服務的比重較輕，因此顧客量的多寡並非農家相當關注的，或者農場只在週末、有預約時才開放入場。這種可能是剛起步的農場，對休閒方面的服務還不熟悉（E7、E17）；或原來農作的生產價值較高，已經為農家帶來相當高的收入者（E8—E9、E11—E13、E15）；或遊客蒞臨的次數較少者（E1）。再者，有的農場是以餐飲、咖啡、民宿等服務的經營為主，農業生產可能是因為配合休閒服務而出現或再興的（E4、E16、E18—E19）；或者原農業生產為兼業休閒之用，後來因本區休閒產業興起而順勢經營相關休閒服務，這種農場通常規模較小，成立時間也較晚（E5—E6）；還有一較特殊的情形是，農業生產與休閒服務的地點分開，遊客只到休閒服務的地點食用或購買農產相關副產品，而未能親自參觀農業生產的現場。（E2）

由此類農場的經營項目而言，在 70 至 80 年代初期就已成立的農場，初始農業所結合的服務項目多是餐廳，一方面讓遊客得以果腹，一方面農場生產可以直接供應餐廳，或藉由餐廳銷售給遊客。至 80 年代後，始有較多供應住宿的民宿、小木屋、旅舍，或提供知識的生態導覽，或有咖啡、簡餐、茗茶等的服務出現。以下即以成立較早的 E9 鱒魚養殖場為例，²⁰¹探討其養殖場結合服務業的過程。

E9 農場主人並非在地本區人，是在 72 年本區成功引進鱒魚養殖後，76 年在當時環保局化驗水質適合養殖鱒魚的地點中，選擇中港溪上游段支流小東河近

²⁰¹ 資料來源為養鱒場所提供的資料、民國 94 年 8 月田野調查所得。

源流處設置養鱒魚。鱒魚原產於北美洲，屬冷水性魚類，在台灣的養殖需在水溫 25-20 度、水質 PH6.5—7.0 的範圍，且終年流動無污染的活泉水，本區的鱒魚養殖大多在海拔高度 800 公尺以上，E9 養殖場的海拔高度雖不到 500 公尺，但也符合鱒魚生長條件。由於鱒魚養殖場需接近河流源頭，其河谷通常狹窄且坡度較陡，故養殖池須沿河谷坡度建造成階梯狀。E9 養殖場主為能建立較大的養殖規模，故選擇距離源頭最近且坡度較緩的地點設置養殖場。（圖 4-11）養殖場的經營可分鱒魚養殖和商業經營二者討論：

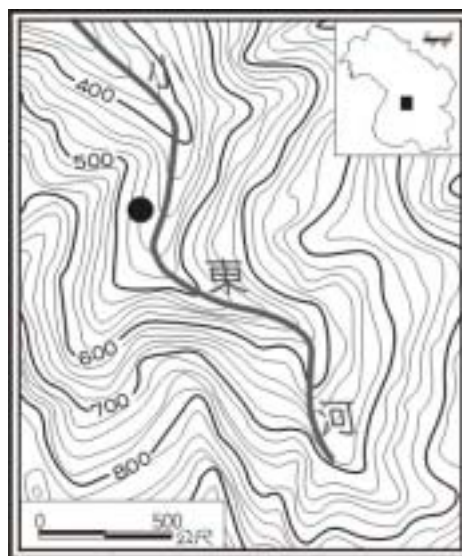


圖 4-11 E9 鱒魚養殖場位置

資料來源：經建版五萬分之一地形圖。

1. 鱒魚養殖

E9 養殖場養殖的鱒魚來源是購買國外進口的授精卵，原本主要來自日本，但因日本品種的鱒魚魚身較短，在餐桌盤上的擺設並不美觀。隨後先後進口過丹麥、澳洲和美國的授精卵，即因美國對鱒魚病毒檢驗確實、育成率最高、單價可以接受，²⁰²以及國內進口美國鱒魚授精卵的數量較多，共同負擔的手續費等也較低，故 80 年代中期後皆以美國品種為主。每年受精卵分 4-5 次、相隔 2-3 個月進口一次，一年進口量約 20-25 萬個。鱒魚授精卵進口後場內在孵化桶內孵育為魚幼苗，形成幼苗七日後放入魚池，開始餵食粉狀高蛋白質魚骨飼料，經一個半月後可餵食細微顆粒狀。鱒魚生長至三個半月後，會出現洄游的本能而呈圈狀方式游，此時可先淘汰未能圈狀洄游或營養不良的魚隻。六個半月後，鱒魚幾已發育完全，而因鱒魚的用途主要是食用，因此仍須等魚隻生長滿一年後才出售，以獲得食用時最佳的口感。

鱒魚的育成率被視為飼養過程中的重要因子，而育成率的高低又與養殖場的環境密切相關。E9 養殖場的階梯狀養殖池每一階梯分五個池，每池之間的水相通。河水由水道引入淨水池去樹葉、雜質後，即引入最上層階梯水池，水池水可繼續流至下池，到最下層再以水道將池水引回河水中。梯狀的設計除順應地勢外，在各階梯間水的噴流也可增加水中溶氧量。（圖 4-12）夏季時，因水溫增高且蒸發快，魚類的代謝也增加，使得水中溶氧量減少，²⁰³通常還須

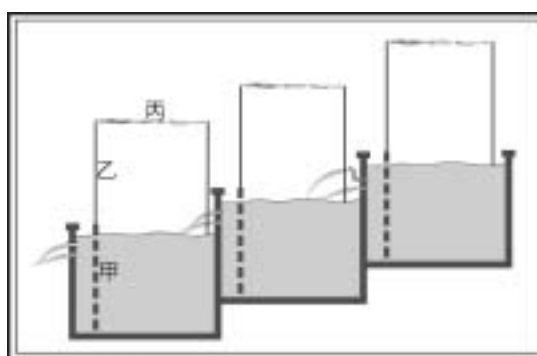


圖 4-12 E9 鱒魚養殖場養殖池示意圖

資料來源：民國 94 年 8 月田野調查。

主：甲為避免上池物質流到下池所設置的牆網，中間是牆，強的兩側是網子；乙是搭起遮陰網的鉛柱；丙是黑色遮陰網。

²⁰² 一顆鱒魚授精卵價格約一元新台幣。授精卵的進口都是委託進口商購買的。

²⁰³ 葉有仁（2003），〈水質環境對魚類之影響〉，《養魚世界》27：3，<http://www.fishworld-tw.com/>

以空氣機製造氧氣以降低魚群因氧氣不足而生病的機會。

此外，池水的濁度和溫度也影響育成率，濁度除了以淨水池先去污外，每階魚池的水在流出前仍設有一道牆網阻隔雜質、樹葉等物質，以防繼續往下層流；溫度控制主要是減少太陽照射水溫升高帶來藻類叢生與細菌繁殖，而須在魚池上搭設黑色遮陰網防陽。（圖 4-12）而為了達高育成率，仍需以 BKC（四級胺消毒劑）消除池中的藻類、維持水色和消毒殺菌。

E9 養殖場的人力僱用除場主外，還僱用三個人餵食（上午八點和下午兩點各一次）、清洗魚池、清潔環境、將魚隻換池、修補漁網等。鱒魚的銷售，83 年以前少部分供應南庄地區的餐廳，絕大多數由中盤商收購，中盤商再將魚賣給竹、苗、台中地區的傳統市場或“辦桌”業者。

2. 商業經營

在養殖場設置一年後，77 年起委託當地廚師在養殖場內開設餐廳，由養殖場租借場地和供應較低價鱒魚，其餘皆由餐廳獨立經營。鑒於餐廳顧客量日益增多，83 年起即收回餐廳場地自行經營，重新僱用廚師、外場、環境整理人員共約十個。餐廳的經營，使得養殖場的鱒魚有一部份是供應自己的餐廳，其他仍供應給中盤商。至 80 年代末期，隨觀光旅遊的興起，餐廳所需的鱒魚量提升；加以，南庄地區也有愈來愈多的餐廳相繼成立，對鱒魚的需求量日增，因此場內鱒魚的供應，遂便成自營餐廳、其他餐廳、中盤商各約三分之一的情形。85 年後，更因應餐廳顧客的增加，進而規劃兒童遊樂區、噴水池、森林步道、烤肉區，以及提供釣魚場現場釣鱒魚和旅館。

在新增多項服務內容後，也以印製平面廣告、設置網站、加入觀光旅遊協會、雜誌、電視台等方式宣傳，但對 E9 養殖場而言，因其餐廳成立的時間較早，已建立起固定的客源，故靠著以往的口碑而來的顧客，是最重要的顧客。

綜合言之，不論教育體驗式或觀光消費式農場，在轉型為休閒牧場後，原來的農業生產方式並沒有顯著的變化，²⁰⁴增加的是服務業的經營項目或農產副產品的研發，也因此需要增加勞力的雇用。因為服務部份的增加，使得農業銷售方式也顯的更多元化，一部分農產仍保留原來的銷售管道，一部分轉以透過其農場特色吸引消費者至產地直接消費，一部分則透過電話或網際網路訂購而宅配其農產品。由於銷售方式的轉變，使得以各種方式宣傳、推銷其農場特色成為必要。

（三）休閒度假處

休閒度假處是本區數量最多的休閒產業類型，占有所有休閒產業七成五的比例，其特色是不從事農業生產，只提供各種服務。這種類型的產業，最早是 70 年代輔導原住民所成立的民宿，其民宿的特徵是設備較為居家、價格也較低廉；

article/arti0303_2.htm (2006/3/24)。

²⁰⁴ 就上列兩個個案而言，二者在生產過程中仍有為提升乳牛泌乳率或鱒魚育成率而改良技術、增加設備等，但是是在農場成立以來即不斷地進行，而非在轉型成休閒產業後才進行的。

²⁰⁵80 年代初期出現一批大型度假山莊，其服務項目更為多元，透過多種服務讓遊客能體驗在鄉村生活的樂趣，當時吸引了許多機構、團體蒞臨。86 年，首家咖啡館（J27）開設，設立原因是其負責人在台中市工作二十餘年後，欲回家鄉（南庄鄉四十二份）重新打造新的生活，適 J27 負責人的專長為花卉栽培與園藝造景，而將家園佈置為英式花園，加上本身對咖啡有特殊的喜好，故常有親朋好友假日時蒞臨品嚐咖啡。在親友們的鼓勵下 J27 咖啡館因而成立，成立後每逢週末和例假日即出現門庭若市、遊客大排長龍的景象，隨後即帶動南庄地區類似的咖啡館相繼成立，餐廳、兼營咖啡廳和民宿的店家也紛紛興起，其中又以後者的增長最為顯著。

若進一步探究這類休閒度假處中，何以以咖啡兼營民宿的類型居多，則是與台灣咖啡文化的日漸盛行有關。80 年代以後台灣咖啡店林立，²⁰⁶咖啡文化逐漸融入都市地區居民的生活中；且咖啡消費不只是物質的消費，還包括咖啡店所營造出來的氣氛，享受空間氣氛則成為咖啡店消費的目的之一。（楊慕華，2003：3、12-14）本區的 J27 個人咖啡廳，即是將咖啡消費習慣放置在鄉村地區的先驅，結合都市居民對咖啡的喜好和體驗鄉村生活的需求，而深受都市消費者的喜愛。加以，本區距離都市較遠，故提供民宿可拉長遊客停留時間，同時，因國人從事休閒旅遊時願意花費較高的費用在住宿上，93 年國人在「有住宿旅遊」的花費中，住宿費用是花費比例最高者（32%），²⁰⁷故休閒產業業者經營民宿可提高相當的收入。因此，咖啡館搭配民宿的經營方式，遂成為本區休閒產業的主流。

由於 90 至 94 年五年間，同類型的店家快速成長，故這些非以農業生產過程吸引顧客的新成立店家，為了吸引遊客停駐，常於店家四周造景、佈置花草樹木、鋪設步道等花園景觀，建築物的風格常是古色古香的磚瓦屋、精緻典雅別墅或豪華的歐式木屋。其設置的目的並非體驗農業生產過程或農家生活，而是利用當地自然景觀（如蓬萊護溪步道、向天湖等）、人文特色（如南庄老街、舊礦坑、賽夏文化等），吸引遊客體驗未大肆開發和未受污染的鄉村生活。在遊客停留時提供一飲食、住宿或休憩的舒適場所，更積極的店家則再提供其他人文（如賽夏歌舞帶動、客家米食教學等）、自然（如生態導覽等）相關的服務。事實上，這類休閒產業具有相當的營利性質，因此不論咖啡、用餐或住宿費用，一般較觀光消費式農場來的高。

這些具營利性質的非農休閒產業，其經營者包括本區在地人與非在地人，他們土地的取得主要有五種方式：原為本地人，在自己的土地或租地經營者，至少有 28 家；為本地人，外出工作多年或退休後，回老家改建房屋經營者，約有 10 家；外來人先前已在此購置土地，原做為休閒度假或退休養老之用，近年才

²⁰⁵ 這類民宿成立時間久，已有部分已交由下一代經營，其住宿費用為一人一個晚上 350 元。

²⁰⁶ 台灣的咖啡連鎖店主要集中在都市地區，以民國 88 年為例，台北市咖啡連鎖店占全國的 66.4%，其次為台中市 9.3%、台北縣 8.4、高雄市 5.3%，全國約九成的咖啡連鎖店集中在此四個縣市。因此，咖啡文化主要是融入“都市居民”的生活中。

²⁰⁷ 交通部觀光局「中華民國 93 年國人旅遊狀況調查報告」，http://202.39.225.136/statistics/File/200412/93_國人中摘.htm（2006/3/29）。

經營休閒產業者，至少 9 家；在本區休閒產業興起後，外來人才在此買地或租地，有 19 家；或者，與賽夏族有姻親關係而租用原住民保留地經營，有 2 家。由此可知，經營者仍以本區當地居民最多，在國民觀光旅遊興盛、政府推動休閒產業之時，加上有 J27 的成功案例在先，因此在地居民也把握此商機而成立店家。而此商機也吸引一些本地移出的勞動力，回流至本區工作；同時，還吸引更多外來者進入本區投資與就業。

二、休閒產業面臨的問題

本區休閒產業的發展，即是透過農家生產過程的展示，和自然環境、人文特色與人工造景等的呈現，把農業生產過程和當地的環境當作商品，將消費者吸引到鄉村地區消費，其目的無不希望將其服務市場區能擴展至更遠的地區，包括國內和國外。然而，90 年以後本區休閒產業蓬勃發展的情況，至 94 年新增休閒產業店家數量大幅下跌，可知休閒產業的發展已呈現停滯的狀態。事實上，店家的增跌情形，就是遊客量多寡的反映。據本區業者和當地居民的觀察，93 年起本區遊客數量已大為縮減，整體店家的到訪顧客也減少，究其原因，一方面，國內各地鄉村也同樣面臨城鄉關係轉變下鄉村的發展危機，故大多鄉村也發展休閒產業的以為因應，例如，90 年起農委會所推動的一鄉一休閒農漁園區，至 91 年底國內就有 99 個鄉鎮已完成農漁園區的設置。²⁰⁸換言之，國內同時有許多鄉村地區在推廣其休閒產業，因此都市居民從事國內休閒旅遊時，可選擇的地點相當多，本區只是眾多的選擇之一。而由於距離的限制，本區休閒產業的服務對象仍以中、北部地區為主，如 92 年本區南庄鄉的遊客來源即以中、北部為主，其中基、北、桃、竹地區即占了 61.1% 的比例，苗、中、彰地區有 32.9%，²⁰⁹並未有國外旅客來訪的紀錄。加以，國內鄉村休閒產業的服務對象仍以國內居民為主，能吸引國外消費者少，以民國 89 年為例，國外來台旅客的旅遊景點中，屬大都會區的台北縣、市地區最高，占 57.98%，農村地區如苗栗縣（0.28%）、彰化縣（0.38%）、雲林縣（0.38%）等的比例皆偏低。²¹⁰因此，儘管歷年來台旅客的數量不斷增加，²¹¹但是國內有限的都市消費人口，還是國內各地鄉村的主要服務對象。另一方面本區休閒產業主要集中在中港溪上游段河谷切割較深、谷型較陡的地區，在颱風來襲後的道路上時可見落石堆覆蓋、巨礫直接將道路沖毀，或地基塌陷等情形，易使遊客聞之怯步。

²⁰⁸ 行政院研考會「行政院農委會『推動一鄉一休閒農漁園區計畫』書面查核報告」，
<http://www.rdec.gov.tw/public/Attachment/572913262971.pdf>（2006/3/18）。

²⁰⁹ 數據取自〈苗栗縣休閒農場之發展—以南庄鄉為例〉一文，為育達商業技術學院學生在南庄鄉對遊客發放 300 份問卷（280 為有效問卷）所得結果，http://www.tajen.edu.tw/~rsm/picture/2004/44_.pdf（2006/3/29）。

²¹⁰ 交通部觀光局（2001），《中華民國 89 年來華旅客消費及動向調查報告》，台北：交通部，頁 353-354。

²¹¹ 來台旅客在民國 65 年超過 100 萬、83 年後皆超過 200 萬，94 年更突破 300 萬人次。（交通部觀光局「歷年來台旅客統計」，http://202.39.225.136/statistics/File/200512/table01_2005.pdf（2006/3/30）。）

第五節 小結

整體而言，在國內城鄉關係轉變下，本區農業人口減少、兼業農戶中兼業為主的比例提高，但為了拓展其服務市場區，農家不僅致力發展新作物、新產業，同時突破農業技術、提升農產品質，並透過網路、電話訂購和宅便配送的方式，創造國內更廣區域消費者的需求。此外，農家展示其農業生產過程，藉此創造生產的價值；非農家也利用當地自然、人文景觀，提供符合都市居民需求的咖啡、民宿，透過有形、無形的商品，增加都市居民的消費。這些回應，確實將本區的服務市場區，由過去提供實質農產品時集中在北部區域，而逐漸擴及中、南部地區；亦即，本區已經取得較大範圍的國內市場。值得注意的是，在鄉村產業結構與生產方式、經營模式轉變過程中，其欲將服務市場區擴展至國外市場的目的並未成功，國內都市市場仍是國內鄉村相競服務的對象。也因此，在轉變後的國內鄉村，其服務市場區仍限於國內，而國內都市消費者在去距離化的過程中出國旅遊的次數增加，且國內可選擇旅遊的地點也增多之情況下，國內鄉村的發展似乎仍存在著隱憂。若從另一個角度來看，由於全球化的過程是漸變的，城鄉關係應仍逐漸改變中，因此，鄉村地區正處於不斷調適的過程，還有無限的發展機會。

然而，鄉村地區農家在農作產銷過程中的改變，以及農業經營方式的轉變，是否全然受全球化的影響？還是同時有其他因素所導致？事實上，70年代後台灣的經濟社會變遷中，農業對整體經濟的重要性已相當低，台灣鄉村地區就已出現青壯年人口流失、農業人口老化、農業生產成本提高、農產價格不穩定、農家所得偏低等等的問題。那麼農家在70年代以來產銷、經營方式的轉變內容，那些是涉及整體經濟變遷下農村問題的因應，那些是受到全球化影響的調適，亦或是同時受到二者影響下的轉變，尚有待進一步的釐清。因此，本文所提出的第三個假說「為了擴展國外與國內都市的市場，鄉村產業結構及其生產方式，將逐漸轉變」，還有待進一步研究。