

第四章 魚池紅茶風華再現⁹

我相信，即使在當下，現在，也還是有許多台灣人不知道「魚池」這個地方在哪裡，也許，連「魚池」是個地名還是個什麼都不清楚，所以，就更不用說會有多少人聽說過這個地方曾經生產聞名國際的紅茶，但是後來因故沒落，現在在社區營造的過程在產業再造的故事？但，現在，在這個偏遠的山中村落的確確正上演著一群人努力的把消失的產業找回來，重新定位以後再出發的故事，所以，就讓我試著來告訴你一個關於台灣農村曾經的產業活動以及正在進行的生活方式。

4.1 日治，國家主導下的紅茶產業

19世紀，清朝政府一連串開放通商口岸、割地、賠款……棄守國家主權的條約，牽動了中國社會結構的變化，也改變了「地處邊陲」台灣島上居民的生活。

西元 1858 年，天津條約開放淡水、安平、基隆、高雄……等為通商口岸後，英、法等外國人來到台灣島做起了台茶出口的貿易，以「Formosa Tea」之名銷售烏龍茶到美國紐約，開啟了台灣茶外銷的歷史。清朝政府鑑於台茶的可發展性，在光緒四年（1878 年）諭督撫轉飭台灣府云：「民間樹藝之事，五穀以外，唯茶實為自然之利，果能廣為勸諭，種植得宜，亦足以厚民生，俾資日用。」。清朝政府鼓勵下，北台灣的茶產業快速發展，當時光大稻埕一帶的茶行就超過 150 家（范增平，1992：79）；因此，馬關條約割讓台灣之前，台灣島上的茶產業已發展至一定情景，當時日本人對於台灣茶葉的發展有這樣的評語：

支那（中國大陸）位居 19 世紀世界唯一最大茶產地，而當時印度、錫蘭及荷屬東印度正值茶產地之發軔時期。支那茶葉由數十萬無知農民以手工業方式生產，除偶有驚人優良品外皆為尚堪飲用之粗製品，整體而言皆屬劣品。……為了不

⁹ 這裡的「再現」，是參照魚池鄉公所 2004 年阿薩姆紅茶文化季「魚池紅茶風華再現」的文宣，沒有文化地理學中「再現」的意涵。

使台灣製茶業相關設備不當使用且步上如支那製茶的悲慘命運，並能與大規模經營製茶葉之印度、錫蘭、荷屬東印度競爭，實應利用現代化設備並以科學方式經營及獎勵相關設施（李明利，2004：2-4，粗體為本文所加）。

帝國主義下對於殖民地的統治向來以壓榨殖民地資源以滿足殖民母國的需求為最高指導原則，日本政府對於台灣亦採取相同態度，除了生產蔗糖、蓬萊米提供日本國內大量都市化人口需求外，茶葉的外銷可以賺取足夠的外匯做為帝國主義向外侵略、擴張的經濟基礎；因此殖民政府願意投入資源促進茶產業的現代化，以官方力量鼓勵茶產業的發展，然而，為什麼是紅茶？又為什麼是在今天的魚池鄉？

4.1.1 台灣紅茶的濫觴

19世紀末，中國是世界最大茶產地，以生產綠茶為主；台灣島則以烏龍茶、包種茶為最大宗的出口農特產。

20世紀初，全球的茶葉市場版圖重新拼裝。印度、斯里蘭卡等以大葉種茶樹製造紅茶的新興產茶國在殖民母國—英國的支持下開始全面機械化製茶，進步的技術提升品質，機械取代人力的生產方式降低成本，高競爭力的紅茶很快取代中國、日本的綠茶以及台灣的烏龍、包種茶既有的國際市場。

殖民的目的在利用殖民地資源提升母國國力，當傳統台茶失去競爭力時，日本政府一方面為求滿足國際市場的需求，一方面要保護日本本國的綠茶產業，不受台灣綠茶的威脅，所以選擇在台灣積極發展紅茶產業。台灣總督府在昭和五年（1930年）出版的計畫書《台灣茶葉調查書》中，有這樣一組數據資料及文字記載：

昭和四年各輸出國之輸出量如下：

表 2-1 昭和四年紅茶輸出各國數量

輸出國	數量	價額
英吉利	86,907	69,345
香港	4,375	5,494
北美合眾國	16,045	12,555

其他諸國	17,072	16,788
計	124,399	104,182

未來本島之茶葉恐為烏龍茶，包種茶及紅茶三者鼎立，其中紅茶具有世界性銷路，從生產成本比例來說其賣價較高，適合資本化生產。可預見未來會凌駕烏龍茶及包種茶且有持續發展的可能性（李明利，2004；粗體為本文所加）。

文字中明白呈現出殖民政府基於廣大世界市場的利益，欲以官方力量主導資本主義的生產模式發展台灣的紅茶產業，建構一個世界性的銷售網絡。

台灣紅茶的起源最早是在光緒 25 年（1899 年）日本政府將經營權委託給私人財閥三井合名會社時即開始生產，該會社在今天台北海山、桃園大溪地區大規模開墾茶園，成立製茶工廠，銷售自有品牌「日東紅茶」，廣獲好評，銷售世界市場。其後殖民政府又在今楊梅、三義兩地成立茶樹栽培試驗所以及機械製茶試驗所，以台灣原有的小葉種茶樹進行紅茶試製，並成立「日本台灣茶葉株式會社」生產紅茶，最遠曾經銷售到當時的帝俄；但這個階段生產的紅茶都是以小葉種茶樹製造，品質不如印度、錫蘭等國以大葉種茶樹所製造的紅茶香醇⁴，因此當印度、錫蘭等地的紅茶進攻國際市場後，台灣生產的紅茶即面臨銷售危機。

為解決小葉種紅茶在市場上低競爭力的問題，1925 年日本政府從印度引進大葉種阿薩姆品系的茶苗在台灣各地尋找土壤、氣候等條件與阿薩姆種原產地印度阿薩姆邦相似的環境試種、栽培，最後選定當時的台中州魚池庄作為推廣預定地。魚池庄被選為阿薩姆種紅茶預定地的原因歸之於得天獨厚的自然環境，「台灣之茶業」一書中有一篇日治時期三庄製茶株式會社社長所寫「台灣之阿薩姆種茶樹的栽培與製造」提及魚池庄：

魚池地區之氣候條件和阿薩姆茶區相似，不但無瘧疾，對吾等茶葉之生產資助甚多。

台灣北部如台北之冬季寒風冷雨逼人，魚池則不然，在魚池

八百公尺之山上，白天多乾燥溫暖，至夕陽後氣溫開始下降，接著有濃霧瀰漫，延續至次日早上。茶樹葉上集結霧水，流至葉柄、枝條、樹幹而浸透至土中，這種霧水量亦無人加以測試，霧可緩和乾燥並可防範乾旱，同時冷霧更可提升茶葉品質（徐英祥編譯，1995：135）。

魚池地區因緯度、高度條件而使氣溫適合大葉種茶樹生長，而台灣中部副熱帶季風氣候充沛的降雨量加上日月潭的水氣使得這個山中盆地經常雲霧繚繞，溫度、濕度、雨量生成適宜茶樹生長，排水良¹⁰好的「壤土」，因此日治時代的台中州魚池庄得以雀屏中選成為台灣紅茶的故鄉。

4.1.2 殖民政府的重點產業：「行政、研究、取締」三管齊下

日治時代，殖民政府積極開發台灣茶產業，許多獎勵、管制、推廣措施雖然不單是針對紅茶產業，但紅茶產業亦在其掌控、經營範圍內；當時殖民政府治理茶產業的方式主要包含「行政、研究、取締」三方面的推展。

行政：政策督導

日本政府在台灣實行**專制統治**，設最高行政機構--總督府，置首長總督一人、民政長官一人，掌管行政、立法、司法、軍務等權力，其下再設有各部、局，其中茶業生產、獎勵等相關事務皆歸「民政部殖產局特產課」管理。為發展茶產業，尤其是 1920 年代以後世界市場主流的紅茶，殖產局有一系列獎勵、推廣及保護的政策（林木連，2003）：

1.各種茶業獎勵政策：

- 依照茶園面積大小差異，由殖產局貸借給各製茶工廠新式製茶機器。
- 每年獎勵獲得地方茶葉主管單位認可的模範茶園，補助一定施肥費用。

¹⁰ 根據農林公司魚池分場廠長說明：大葉種茶樹比起小葉種茶樹適合做成全發酵茶類，富有濃郁口感。

- 由地方行政部門派遣技術人員到各市、街、庄予以製茶技術指導。
 - 無償配給優良品種的苗木，促進茶園更新，實行茶園品種優良化。
 - **1929 年廢除了原有的茶業輸出稅，以獎勵茶葉輸出。**
2. 積極宣傳、推廣：
- 派遣代表參加世界各地的茶業博覽會，開設喫茶店，廣發宣傳海報。
 - 舉辦台灣茶業品評會，為今日台灣各種優良茶比賽的雛形。
 - 透過各種新聞、雜誌、行政外交管道替台茶做廣告。
3. **針對台灣島外輸入的紅茶加抽 100% 的重稅，驅逐島外紅茶的輸入。**

另外，又針對阿薩姆種茶園的開墾另訂有專門規定及補助，例如「阿薩姆種茶葉之經營以大規模經營之農場組織為目標，每一企業者至少擁有 200 甲以上之茶園.....。」及「阿薩姆種茶園之獎勵推廣地區為海拔 1,000 公尺以上之台中州、台南州、高雄州、台東廳、花蓮廳及新竹州之一部分大湖郡、苗栗紹等，總面積預定推廣 10,000 甲。」(徐英祥編譯，1995)。由此可知，當時的殖民政權欲透過機器、技術及資金的補助、獎勵，普遍化台灣茶產業的發展，同時，也積極參與、舉辦各種活動，以對外宣傳開發台茶的國際市場；針對紅茶，則是採取規模化、資本化的經營方式。

殖產局除了制訂政策外，有鑑於傳統台茶從生產、加工、銷售到出口過程中，往往有中間商層層剝削或者從中偷斤減兩、摻雜低極品等行為，因此，為保護生產者及保障出口品質而成立「台茶共同販賣所」；共同販賣所為整合各地的粗製茶廠及茶葉生產組合（合作社）的半官方組織，代替組織成員銷售茶葉，依照其訂定價格賣出，連結生產者與銷售者、出口者，整合台茶的生產鏈與行銷鏈。

研究：創新與推廣

1920 年代，殖民政府受世界市場影響開始致力於台灣紅茶產業的發展，引進印度品種、英國研發的製茶設備，然而外來品種、新式製

茶機器與台灣本土自然、人文條件有所落差，必須透過知識的傳遞、技術的改進來彌補。因此，1930 年殖民政府在台北州新庄郡設立「茶葉傳習所」，每年收 30 名公費生，專門傳授受有關茶葉技術課程，培養茶葉人才，畢業後分發到各產茶地區服務，這是茶葉生產知識、技術的推廣。關於技術的研發、知識的創新則依賴 1936 年成立於當時台中州新高郡魚池庄日月潭畔的「魚池紅茶試驗支所」，該支所的核心任務就是發展台灣中、南部紅茶的生產事業，主要工作包括茶樹的育苗、栽培、製造試驗、品種改良、及茶園的開墾、推廣。

取締：品質保證

殖民政府為確保台茶的品質以穩定銷售海外市場，早在 1920 年即頒佈「台灣茶業取締規則」，對製茶業實施管制，1926 年又成立「台灣茶葉檢驗所」對烏龍茶、包種茶進行出口檢驗。紅茶快速興起後，為了維持其廣大的國際市場，自然也必須進行品質管制，故 1934 年開始實行紅茶檢驗，每年制訂一紅茶樣本，不達其標準者，不准出口。

茶業生產組合

日治時代許多政策改革了台灣傳統茶葉銷售過程中的積弊，而「茶業組合」則是一推動茶業生產的組織。

茶業組合類似今日的同業公會、合作社等組織，但它的成立是依據台灣總督府頒佈的「台灣重要物產同業組合法（茶業組合法）」，其中明文規定「凡屬茶業產地之鄉村，不論其為栽培、販賣、或單營、或兼營、均需一律加入為社員，服從組合內一切規定或命令。」（范增平，1992）；相較於合作社或者今日農會的產銷班等組織，茶業組合的成立帶有強烈強迫的性質，組織內部也因殖民政府權力的賦予，具有明確賞罰的機制。

4.1.3 享譽國際的“黑金”紅茶

第一次世界大戰結束不久，世界各國受戰爭影響，國家經濟力變差，消費能力也隨之減弱，因此印度、斯里蘭卡、爪哇等國的紅茶生產過剩，造成茶價低落，所以世界主要紅茶生產國在 1934 年簽訂為

期五年的「國際茶葉限產協定」，限制各國紅茶的生產與輸出。限產計畫實施後，因為供給量減少，國際紅茶的市價平均上漲 25%，同時，也替不在限制範圍內的台灣紅茶打開通往世界市場的大門。隨需求量增加，台灣島內紅茶的生產量亦快速增加，1937 年台灣紅茶的生產量達到 633 萬公斤，輸出量約有 580 萬公斤，佔台灣各茶類總輸出量的 52%，超越傳統台茶烏龍茶、包種茶甚多，是日治時代的顛峰。

台灣紅茶取得國際能見度後，吸引了更多日本株式會社的跨海投資，擴增了台灣島內的紅茶生產空間。殖民政府雖以魚池地區為大葉種紅茶推廣區，但台北、桃園、新竹、台中、台東、花蓮等地亦漸有少量阿薩姆種茶樹的種植、生產；在殖民政府的獎勵、補助政策下，魚池地區的日資製茶工廠陸續增加，計有台灣農事、三庄製茶、中野、東橫、持木等五家株式會社來台發展。隨著阿薩姆在台灣落地生根，台茶的出口外銷由清治時期以烏龍茶外銷美國為主，轉為大葉種紅茶出口到英、美、德、義等歐美市場，以及日本本國。

整理日治時代魚池地區紅茶產業的生產，在殖民政府獎勵下來台開墾的株式會社擁有大面積的茶園以及大量製茶必備的機器設備，管理茶園、採茶、製茶所需的勞動力，在殖民統治以及生存需求下，理所當然的來自魚池地方的居民，加工完的紅茶製成品則是外銷到歐洲、國美、日本地區；現在在魚池地區經營紅茶產業的一位女經理，她的父親曾經是日治時代持木茶廠的製茶師，轉述小時候爸爸告訴她的故事：

當時這家工廠在民國十幾年的時候，它的整個總廠的面積，光前面那個水池不說，就差不多有一千坪左右，然後裡面養了差不多兩、三百個員工，日日夜夜 24 小時都一直在做茶，後來……。(訪談 T5，2006.08.17)

日治時代的魚池紅茶產業滿足殖民母國的經濟利益，積累株式會社的資本，然後養活地方居民。

4.2 1949~2000，紅茶園換檳榔林

第二次世界大戰結束，國民政府從殖民政權手中接管台灣，為了快速整頓日本人留下的產業基礎發展台灣經濟，成立了四大國營企業，包括台灣水泥、紙業、工礦及農林公司，其中農林公司旗下再分設畜產、水產、鳳梨及茶葉四家分公司；日治時代在魚池發展紅茶產業的幾家株式會社，包括三井、持木、台灣農事...等留在魚池地區的紅茶園、製茶工廠就由台灣農林公司茶葉分公司接手經營。因此，農林公司屬於國營企業，紅茶園歸國家所有，茶農必須向農林公司以契作的方式承租茶園生產茶菁，採摘下來的茶菁再由農林公司以保證價格收購；當時的農林公司甚至設有所謂的「紅茶警察」，管制茶農只能將茶菁專賣給農林公司，壟斷茶菁的買賣。

台灣光復，世界大戰也結束，所以魚池的紅茶恢復出口，外銷到歐洲、美國、日本地區；本來在台灣北部，包括桃園龍潭、苗栗三義地區，批發小葉種茶菁，加工製成紅茶出口的茶廠也都聽說南投的魚池、埔里地區有從印度引進的阿薩姆大葉種茶樹可以生產口感比較濃郁、品質較佳的紅茶，所以紛紛來到魚池鄉成立製茶工廠，一位在當時從台北南下到魚池設廠的老阿伯還記得那時候：

這裡的品質不一樣，很好，那時候很難買這裡的茶菁，生產量很少.....，茶農不敢賣茶菁給我們，因為他們跟農林公司租茶園，根本沒有辦法買啦！！.....我們買不到茶菁，偷偷拜託茶農，晚上偷偷挑過來，農林公司以前有自己的警察，.....政府撥給農林公司，叫他們要顧農民，不可以把茶賣給（私人）茶廠.....。（訪談 T6，2007.02.02）

老阿伯的話說明了光復初期紅茶產業的發展如同日治時代，由國家委託專門企業生產，企業在地方握有專制的權力，土地、買賣茶菁、製茶的工廠、設備都歸企業管理，國家所有。

民國 44 年，為了配合政府實施「耕者有其田」的土地改革政策，台灣農林公司及工礦、水泥等四大國營企業全部民營化，以其上市股票做為地價補償金付給被徵收土地的地主；民營化的農林公司仍然擁有魚池鄉將近 90% 的紅茶園，但不再享有壟斷買賣茶菁的權力，所以雖然茶農仍必須向農林公司承租茶園才能生產茶菁，但已經可以依照

買價高低自由販售茶菁給製茶工廠。從開放茶菁自由買賣開始，魚池、埔里地區的製茶工廠數量開始快速增加，最多的時候曾經有過 20 多家工廠同時聚集在此，年產量高達 2082 公噸（表 1）；也曾經短暫的出現過做為中間商的茶販，向茶農集中收購茶菁再統一賣給製茶工廠加工，不過當時的茶販因為利用中間者的角色對每家製造茶工廠哄抬其他工廠的收購價格以提高茶菁售價，所以後來製茶工廠聯合抵制茶販，跳過茶販直接與茶農合作，依照一芯二葉⁵、一芯三葉……等不同的茶菁等級以不同的價格收購。

表 1 南投縣歷年來茶葉生產 單位：面積：平方公尺，產量：公斤

年 度 別	合計		茶種別			
			小葉種		大葉種（紅茶）	
	栽培面積	粗製茶總產量	栽培面積	粗製茶總產量	栽培面積	粗製茶總產量
1950	705	209,290	328	111,290	377	98,000
1951	848	313,510	392	136,860	456	176,650
1961	2,428	1,125,380	737	213,030	1,691	912,350
1966	2,451	1,734,440	636	197,160	1,815	1,576,280
1971	2,140	1,487,158	690	246,158	1,450	1,241,000
1981	2,996	2,990,236	1,711	908,236	1,285	2,082,000
1983	4,511	4,042,400	3,279	2,073,900	1,232	1,968,500
1984	4,622	4,221,260	3,547	2,493,260	1,075	1,728,000
1985	4,159	3,751,800	3,554	2,783,800	605	968,000
1986	4,367	3,869,500	3,775	2,937,500	592	932,000
1987	4,747	4,479,190	4,214	3,732,990	533	716,200
1988	5,699	4,054,240	5,176	3,374,340	523	679,900
1989	5,883	4,854,520	5,373	4,792,520	510	612,000
1980	6,183	5,048,320	5,682	4,497,220	501	551,100
1991	6,335	4,879,170	5,846	4,390,170	489	489,000
1992	6,549	5,424,640	6,070	4,969,590	479	455,050
1993	7,022	6,184,510	6,547	5,757,010	475	427,500

因南投縣大葉種茶樹主要分佈集中於魚池地區，故以南投縣歷年產量做為代表。

資料來源：林啟三，1995。

從光復後恢復生產開始，台灣茶葉的總出口量逐漸回升，魚池紅

茶的產量、茶園面積（表 1）也逐年¹¹增加，1970 年台灣茶葉總出口量為 21,000 公噸左右，紅茶就佔了其中 53%的比例（范德光等，2004），是台灣所有外銷茶類中輸出量最多的；但這樣的光景只維持到民國 70 年代左右，隨後台灣紅茶的外銷市場不再，魚池紅茶的產量及栽培面積也逐年遞減（表 2）。

表 2 台灣紅茶進出口數量 單位：公噸

年度	出口數量	進口數量	備註
1978	2,163	缺	
1979	1,701	缺	
1980	3,083	缺	
1981	3,068	152	
1982	3,097	75	
1983	4,143	129	
1984	5,628	199	
1985	1,682	417	
1986	1,092	623	
1987	744	325	
1988	799	651	
1989	487	* 850	943（紅，烏，包含計）
1990	561	* 2,000	2,199（紅，烏，包含計）
1991	530	* 4,540	5,044（紅，烏，包含計）
1992	523	* 5,410	6,011（紅，烏，包含計）
1993	325	* 7,210	7,816（紅，烏，包含計）

因海關進出口統計資料僅分未發酵茶及發酵茶，包括部分發酵茶（紅茶、烏龍、包種、普洱茶等）二部份，無法查出紅茶部分數字，故以估計數字列入。

資料來源：林啟三，1995。

第二次世界大戰結束，除了台灣恢復紅茶的生產，印度、肯亞、斯里蘭卡……等世界主要紅茶生產國也都恢復生產紅茶，而且進一步開闢新茶園，以大農場、規模化、機械化、企業化的方式，壓低成本大量生產，威脅台灣紅茶在國際市場價格及產量上的競爭力；除了國際市場的競爭，魚池紅茶產業的沒落也受台灣內部產業環境改變的影響。民國 60 年代，台灣經濟開始起飛，隨之而來的是國內消費水準

¹¹ 一般作物生長，有所謂的「頂芽優勢」，指植物最頂端部分的葉片，常因含有生長激素，促使養分優先往此運送；「一芯二葉」，即指茶樹最頂端，養分最充足的芽心與葉片。

提高，工資所得上升，根據在魚池經營紅茶廠幾十年的「老」老闆說「因為工資漲很多，我們剛到這裡的時候做茶的工資一天 30 多塊錢，後來一直漲，一天三百多塊、五百多塊，現在一天男工要 1200，女工 1000 塊，……。」工資上漲，生產成本提高，台灣紅茶的價格就不可能壓低與國際市場競爭，因此，為了降低成本提高價格上的競爭力，慢慢的有生產者不再堅持品質，改以鋏剪¹²採摘的方式取代傳統的人工採茶；機器採茶雖然速度快成本低，但是採摘下來的茶菁品質參差不齊，茶葉混雜著茶梗，除了一芯二葉外，一芯好幾葉的情況也比比皆是、濫竽充數，影響製成品的品質，壓低價格的同時也降低了產品品質。所以，在價格比不過國際市場，品質又逐漸低落的情況下，魚池紅茶的外銷市場逐漸消失。

紅茶產業的外銷市場不再，台灣本土的茶葉消費市場則以烏龍、包種茶為主；魚池地區的製茶工廠一間接著一間倒閉，勉強留下來的幾間茶廠改以低廉的價格向茶農收購大量的茶菁加工粗製，再賣到飲料公司做罐裝、鋁箔包紅茶，或者是泡沫紅茶店的飲料茶原料；魚池的紅茶產業發展由外銷轉為提供內需，由大量生產到生產過量，紅茶園的面積銳減。伴隨紅茶栽培面積的減少，新增的是檳榔樹的生長，因應消費市場的需求，魚池鄉檳榔林的栽種面積迅速增加；整個魚池地區在民國 50、60 年代紅茶產業外銷最興盛的時候，茶園的總面積高達 1800 公頃，但到了 90 年代只剩下不到 300 公頃的茶園，而檳榔林的面積卻快速的增加到將近 1900 公頃之多（鄭素卿，1999）。年輕時候原本也是向農林公司承租茶園種紅茶的郭老伯說：「……那時候種茶的人很多，但是檳榔是新興行業，大家看檳榔價錢好，很多人就都種檳榔，嫌佔空間大家就把茶樹砍掉，砍掉很多……。」，郭老伯在旁的朋友補充「以前檳榔價正好的時候，一甲地包給人家種檳榔，一年可以收 100 萬，種紅茶最多只能收 20 萬。」；所以，曾經滿山飄香的紅茶園逐漸由一片青綠的檳榔林取代，魚池紅茶曾經有過的風光逐漸被世人所遺忘。

¹² 「鋏」為採摘茶葉的工具，鋏剪為機械採摘法，優點在速度快，缺點為品質不均勻，不能採摘嫩芽。

4.3 2007，進行中的合作、協商與爭執

921 地震後，魚池紅茶產業重新出發，這一次，紅茶，是地方自主的選擇，不像日本時代中央政府的極權統治，產業多了自由發展、生產的空間，相對的，也因行動、意見的多元而增添了爭執與衝突.....。

4.3.1 魚池紅茶風華再現

2002 年春，雲林科技大學工業設計系的學生跟著老師（E1）進入魚池鄉大雁村執行經濟部中小企業處補助的「重建區產業振興計畫」，產業振興的第一步是找出適合當地人文、自然環境，具有經濟價值，而且能夠獲得居民認同的產業。張世昆（2002：79）觀察大雁村的社區產業會議：

在這次的討論會中，居民提到社區中的小型企業，但大都是屬於私人的產業，最後有居民提出大雁村曾經種植過的阿薩姆紅茶，也發展的不錯，在地方上魚池鄉的紅茶是當地的特產。居民們回憶以前魚池鄉阿薩姆紅茶曾經美好的歷史，在日治時期.....。

對於大雁村的居民來說，或者對於魚池人來說，紅茶是老一輩人共同的回憶，是魚池鄉曾經的光榮；所以，當有人提建議以“紅茶”做為社區產業再造的出發點，很快地獲得多數居民的贊同，於是，開啟了紅茶產業的再生產。

“魚池”紅茶的濫觴：公與私的合作

魚池紅茶的再出發是大雁村居民的選擇，但產業的發展從生產到行銷，則是多方行動者的合作；屬於「魚池鄉」的紅茶產業再發展是地方居民在雲林科技大學工設系規劃團隊的輔導下，向茶業改良場魚池分場尋求技術協助，以及鄉公所、地方農會主動參與宣傳、推廣，公與私合作下的結果。

● 雲林科技大學工業設計系

雲科大工設系的 E1 早在 921 地震後沒多久就與前文建會主任委員陳其南教授一起進入魚池鄉長寮尾社區協助進行災後社區總體營造的重建工作，一次演講中 E1 提到「災後的產業要注意，要同時並行」，提醒了當時帶著澀水社區居民來到長寮尾觀摩的蹲點社造員 C1 相對於迫切解決硬體重建的當下，更長遠的是社區居民日後的生計來源，如何永續處理居民的經濟問題？因此 C1 主動邀請雲科大師生進入社區，協助社區進行初步的產業調查工作。雲科大的 E1 在進入社區之初，即認為產業的再造應透過社區總體營造的方式讓社區居民從參與、實作的過程中自主決定社區未來的產業。所以雲科大團隊與 C1 借用澀水社區的陶藝教室舉辦了一次開放性的社區共同產業會議，邀請大雁村居民經由公共討論的方式，決定社區的未來。雖然參加會議的居民幾乎都是已經超過五十歲的叔叔、伯伯，但他們可是徹底實踐公民社會的精神，認真開會，參與發言，一起決定了以昔日享譽國際的「台灣紅茶」作為地方產業再造的目標，因為「台灣紅茶」是他們共同的回憶.....。

社區總體營造下的文化產業，追求的是有地方故事的產業，希冀的實踐過程是利用地方內部資源，動員地方居民從事生產，在帶動地方經濟發展，提供居民就業機會的過程中，獲得居民對地方、對產業的認同；產業，當然是為了牟利，但社造下的文化產業是要立足在結合居民生活、地方特色下牟利，所以，再造的紅茶產業，是社區的產業，要走的是與日治時代資本家的紅茶產業截然不同的產銷模式。

● 茶業改良場魚池分場

產業再造第一步就是「生產」產品，但是從日治時代到光復到民國七十年代的由盛轉衰，歷史的過程中，地方居民始終扮演的是底層原料生產者的角色；如何將採摘下來鮮綠的茶菁經由後續的加工，精製成乾燥、紅黑色的毛茶，包裝好的毛茶要賣給誰、怎麼賣？是前所未有的經驗，所以，第一步由「生產」往前推，是「學習」。

茶業改良場魚池分場的前身是日治時代的「紅茶試驗支所」，從日治時代一直傳承其「研究、輔導、推廣」茶葉的使命到現在；在台灣紅茶產業最沒落的年代裡，魚池分場曾經面臨解除編制的危機，因

此分場的工作內容隨著島內烏龍茶等半發酵茶類市場的發展，亦調整、延伸到以半發酵茶類為主。但，紅茶，一直是魚池分場未曾遺忘、放棄的工作領域。

因為缺乏生產過程中後段製程的技術，所以社造員 C1 帶著大雁村村民來到魚池分場尋求協助；以分場的立場而言，輔導農民本來就是份內應盡的義務，同時，在紅茶產業多年的消沈後，地方居民有意願再展開紅茶的生產製作時，「推廣紅茶」也是分場的權利。因此，分場有專門的技術人員指導重新起步的茶農們後續加工製造的萎凋、揉捻、解塊、發酵、乾燥……等，每一步驟需要注意的時間、火後、溫度……等相關技術。實作技術的指導外，當時的魚池分場製茶課長也提出建議，認為紅茶產業的復甦「要做就做手工的」，因為以台灣的工資加上相對面積狹小的茶園而言，如果恢復「傳統茶廠收購機剪茶菁、再進行後續加工」的生產模式，生產出來的紅茶不但品質不佳而且價格依舊無法與規模化生產、工資低廉的印尼、越南、肯亞等地的廉價紅茶在國際拍賣市場上競爭，因此產業的再生唯有走向「手工摘採、一芯二葉*、自產自銷的小農體系」才有生存的空間。以人力手工採摘茶枝最頂端、最精華的嫩芽，再由茶農自製，掌控每一製程的細節，精緻好的茶葉包裝在印有自家品牌的罐裝、盒裝禮盒中，這樣的生產過程雖然需要極高的人力成本，但同時也呈現出相對的高品質；先天條件限制下，無法以量取勝的魚池紅茶，必須以「質」、以「特色」開創自己的市場，成為產業再造的共同認知。

就另外一種角度而言，紅茶產業的再生也提供了魚池分場將多年研究成果推廣於市的機會。台茶 18 號，別名紅玉，為茶改場的育種試驗人員將緬甸大葉種茶樹與台灣野生山茶配種、選育而成，因此為世界紅茶品系中的台灣特有種，目前種植範圍以魚池鄉為主，全鄉種植面積亦不超過 10 公頃¹³。訪談的過程中，茶改場的製茶課課長說：「一種茶樹從育種、培植、跨區試驗、……、審查、命名到正式推廣的過程往往耗費幾十年的時間」；而台茶 18 號在 1999 年 6 月由前省政府農林廳審查通過正式命名，這中間其實經歷了 53 年的試驗、研

¹³ 資料來源：魚池鄉公所觀光所所長口述。

究，背後又是花了多少研發人員的心血及社會成本？所以，也許真的危機就是轉機吧.....！！台茶 18 號正式命名推出後沒多久，921 地震使得大雁村村民進行產業再造，台茶 18 號因為它的獨特性、稀有性成了村民們面對市場競爭時，種茶、製茶的首選。

● 魚池鄉公所

全台灣總共有 365 個鄉鎮，在文建會「文化產業化，產業文化化」政策的主導，新聞媒體的推波助瀾下，幾年下來，幾乎鄉鄉有特產，處處是美景，然而，在一片傳統產業再造的風潮下，要如何突破重圍吸引消費者的注意，除了必備的品質、包裝外，宣傳、行銷往往有賴於地方政府或民間組織的各顯神通，在魚池鄉，鄉公所就扮演了這樣的角色.....。

南投縣魚池鄉是個典型的傳統鄉村，依賴自然資源為產業基礎，除了農特產的生產外，還有大陸人士來台必到訪的風景名勝—日月潭國家風景遊樂區以及標榜原住民文化的主题樂園--九族文化村。傳統鄉村在面臨政府開放國外農產品進口時會有的經濟壓力，也出現在魚池鄉，因此調整產業結構，以「創意」再造一級產業，提供鄉民充分的就業機會成為鄉長的施政重點。鄉公所的網頁上，有一界面「鄉長的話」，第一句為「『村村有特色，處處有美景』，這將是魚池鄉未來發展的願景。」下面緊連一段敘述：

魚池鄉位居中海拔 600~750 公尺，.....，因地理上的優越環境，.....，蘊育著精緻農特產：紅茶、香菇、檳榔、.....、虎頭蘭等；.....，我們將以多元化的產品及規劃，展現魚池鄉產業轉型新風貌。

魚池鄉擁有豐富的人文自然景觀.....靜態的自然景觀，動態的遊憩設施，是老少咸宜最佳的觀光休閒鄉村，.....，值得您造訪尋寶的鄉鎮。¹⁴

不難從文字中發現，觀光產業是地方發展的整體目標，農產品的多元化、文化化與觀光的發展則是一體兩面；因此，「紅茶文化季」的舉

¹⁴ 資料來源：魚池鄉公所網頁，<http://www.yuchih.gov.tw/>

辦是實踐的手段。

2006年10月是第四屆的紅茶文化季了，歷屆以來活動主軸包含三大部分，一為活動廣場帶動氣氛的表演節目，例如：舉辦開放給魚池鄉民及外地觀光客事先線上報名的「魚池紅茶盃歌唱比賽」，中間穿插有學校、民間社團等的藝術、歌舞表演；會場的另一邊則為以紅茶為主的農特產展售會，參展的攤位包括紅茶、香菇、有機蔬菜、藥用植物金線蓮.....等，所有魚池鄉的農特產，除了檳榔外，幾乎全部到齊了；第三部分則為「休閒魚池」的知性之旅，由公所提供免費的小型巴士及隨車解說、導覽人員，分五條路線遊覽魚池鄉13個村落，囊括魚池鄉的歷史、文化、生態、自然.....等所有景點。

活動的內容反應公所的企圖心，邀請學校、地方社團的學生、社員表演或者舉辦歌唱大賽是藉此帶動學生、社員的家人、親戚、朋友參與文化季；免費的導覽行程用意在「導客入村」，帶著外地觀光客訪遍魚池美景，希望觀光客會在活動以外的時間再回流，甚者可以替魚池鄉打廣告，帶動更多的人潮流入魚池。人潮的進入，代表餐飲業、民宿、旅館.....等服務業的發展，服務業的發展則帶動一級農業的發展，這是所謂的「乘數效應」，最終的目的就是魚池鄉整體就業機會的增加，地方的經濟發展。數年下來，文化季的主軸沒變，唯一不同的是往年的文化季名為「阿薩姆紅茶文化季」，2006年，更名為「台灣魚池紅茶文化季」，「魚池」兩個字是加強產業與地方的意象連結，替地方打知名度；而「台灣」，鄉公所說是為了走到國際舞台而做的準備，希望能逐漸打出「台灣。魚池」紅茶的世界市場，紅茶文化季也能推廣為國際性的紅茶活動。

一個相關的現象是，2000年的魚池鄉農會簡介文宣上寫著魚池三寶為「香菇、虎頭蘭、茭白筍」，2007年鄉公所力打的口號是「紅茶、香菇、蘭花草」¹⁵，六、七年的時間，紅茶取代了茭白筍成為三寶之一，這中間的落差，也許是因為公所與農會認知的差異，更可能的是，紅茶產業的再造改變了地方原有的行政資源分配模式。以公所而言，「紅茶」是火車頭，後面還有一連串的香菇、蘭花、食鮮蔬菜.....等

¹⁵ 資料來源：魚池鄉公所網頁，<http://www.yuchih.gov.tw/>。

要跟著往前跑，所以第二年的紅茶文化季之後，鄉公所又辦了「虎虎生風蘭花季」，就是為了推廣佔全省產量最高的魚池鄉虎頭蘭；2007年年初「魚鄉魚香魚池鄉賞櫻遊」的活動取代了原來的蘭花季成為魚池鄉新的宣傳重頭戲，外地遊客來到魚池鄉除了可以觀賞四、五年前開始在全鄉種植的櫻花樹外，公所在鄉內最熱鬧的街道上舉辦美食街，展售的農特產除了在過年期間盛開的虎頭蘭外，日月潭的高山淡水奇力魚、大林村的香菇、頭社村的蔬菜……等皆佔有一席之地，「魚鄉魚香」活動的舉辦是公所希望將行政資源更公平的分配在更多的農特產上，帶動魚池鄉整體產業的發展。

● 魚池鄉農會

農會，在全台灣每個鄉鎮都扮演相同的角色，類似的功能，提供農民金融服務、輔導農產品生產、銷售……等，在茶產區則多一項工作內容—舉辦茶業評鑑比賽。

魚池鄉的紅茶評鑑比賽醞釀許久了，只是前幾年紅茶剛復甦，實際生產、製造的茶農不多，產品的品質也還不穩定，種種的客觀條件還沒達到舉辦比賽的基本要求；一直到 2006 年，整體環境看似成熟多了，所以八月份進田野時，聽說，終於，鄉公所計畫在舉辦紅茶文化季時一併進行紅茶評鑑比賽，但等了等，文化季都結束了，還一直沒有評鑑比賽的後續消息，後來才知道，原來公所本身經費不足，上級給的補助又遲遲沒下文，所以，評鑑比賽本來就要這樣無疾而終了……。好在 9 月份時鄉農會適時的從農糧署申請到一筆經費，經過一個多月的籌備後，在 11 月初舉辦了不僅是魚池鄉還是全台灣第一次的紅茶評鑑比賽。評鑑比賽的目的，一方面是為了宣傳、提升魚池鄉紅茶的知名度，另一方面，主要是建立消費市場對魚池鄉紅茶的認同度。現在買魚池紅茶，很多人會有相似的經驗，怎麼兩家的茶明明喝起來口感差不多，一家一斤是 1600 元，另一家卻是一斤 2400，又或者明明這一家的茶喝起來就不是那麼順口、還有點澀，怎麼價錢硬是比別人貴那麼多……；茶葉本來就是嗜好品，隨個人口感不同，各有所好，然而紊亂的市價、不穩定的品質會讓消費者質疑魚池紅茶真

的有那麼好嗎？真的有這麼貴的價值嗎？關於產品品質的懷疑、不信任，對於剛開始發展根基都還沒站穩的紅茶產業而言，其實是有殺傷力的，因此紅茶評鑑比賽的用意亦在於訂出品質的標準，什麼樣的品質該有什麼樣的價格，透過公部門的專家認證給予消費者一定的品質保證，建立消費認同。

比賽的流程、評鑑標準與一般半發酵的烏龍茶類大同小異，分成大葉種及台茶 18 號兩組，由農會邀請魚池分場專業的品茶師協助評比賽的評鑑部分，就茶葉的「香氣、滋味、外觀、水色、葉底」等五項進行感官品評；相較於鄰近的鹿谷鄉每年春季舉辦烏龍茶評鑑比賽時動輒數千件茶樣，耗費二至三天的評鑑過程，第一屆的魚池紅茶評鑑比賽在 11 月 15 號當天很快地就完成初審、複審，並公布比賽結果，各組分頭等、二等、三等各取若干名，達到淘汰以上標準的則為優良。比賽完隔天，中國時報地方版即刊出「日月潭冠軍紅茶，每斤 6000 元」的標題，比賽的「加持」配合媒體的宣傳，塑造了魚池鄉紅茶高品質、高價位的形象。

這一次的比賽得以在一天內就公佈結果其實是因為實際參賽的茶樣不多，一組正好都只有 22 樣。檢視農會的「日月潭紅茶分級包裝計畫實施辦法」，裡面規定，參加茶樣：限產自本鄉內之本年度紅茶，各組每一人員限參加五茶樣，每茶樣 5.53 公斤，以大包裝茶繳交；由比賽的規定及實際參賽茶樣比較，雖然無法精準推算實際參賽的茶農人數，但也可知參賽者不多，這其中的固然是因為魚池地區目前實際生產、製作紅茶的茶農還不多，但更直接的因素是這場比賽辦得有點「臨時」……。評鑑比賽的籌備從 9 月份農會申請到經費開始，11 月中正式舉辦，但大部分的茶農是在 10 月中、下旬才得知消息，這個時間點對於生產量較少或者銷路好的茶農來說「慢了點！！」，茶早已賣得差不多了，臨時要比賽，還真不知道哪裡去找茶……，於是不免有茶農覺得「我們事先都不知道，那有的關係比較好的，就可以先留茶……。」。訪談農會承辦人員，紅茶的評鑑比賽以後會固定舉辦嗎？答案是「不一定，要看經費，要看茶量、看農民的配合度。」，評鑑活動似乎因為資訊流通管道的不對等降低承辦單位與農民的熱

情.....。

另外一個有趣的現象是，就在公所旁的魚池鄉農會，在歷屆紅茶文化季的舉辦過程中，雖然名列協辦單位，但數年下來，只有在第一年的籌備過程中負責通知產銷班相關的活動訊息，其餘時候，農會的身份為參展的單位，販售農會自有品牌的農特產，包括紅茶，就有茶農說：「我對農會的觀感是不好的，因為站在農會的立場是要往推廣農產品的方向去走，但是農會現在也在賣紅茶，他本身沒有茶園，他是跟別的茶農買的，照道理講是與農爭利.....。」，更有甚者，有其它的茶農反應說：

這個問題喔.....要怎麼講.....不知道該不該講啦！！其實有一個問題是這樣，因為他們農會應該是輔導我們農民，然後收購我們農民的東西來賣，才是最正確的方向。可是他不是阿，他們認為目前我們價位他們不能接受，**所以他們就買外國茶來賣。那對我那個理念.....感覺是說.....因為本來是要幫我們農民阿，結果他是以賺錢為目的.....。客戶喝起來，感覺農會茶應該很好喝，可是喝起來就不是很好，就.....這樣就把我們的路就打斷了。**（訪談 SH2，2006.08.24）

農會，原本是農民間互助的組織團體，同時也是地方農產品的品質輔導者、監督者，但是，在魚池鄉紅茶產業再造的過程中，比較多的是關於農會營利的耳語，比較少的是農會「做了什麼」。

「魚池」紅茶的產業再造，從大雁村的社區總體營造開始，茶農們主動尋求茶業改良場魚池分場在加工製程上的協助，鄉公所則選擇了紅茶做為帶動地方經濟的火車頭，即使在積欠員工好幾個月薪水的情況下仍堅持舉辦紅茶文化季，透過報章雜誌、廣播、電視各種資訊管道促進魚池紅茶的知名度，農會亦欲透過評鑑比賽提高消費市場的認同度；相較於日治時代由殖民政府極力倡導的「台灣紅茶」，現在魚池鄉的紅茶是地方自主的選擇，是真正的「魚池紅茶」。

4.3.2 自產、自製、自銷的小農體系

說「自產、自製、自銷」其實也還是種理想……，現在的魚池紅茶雖然不再是以前那種茶廠、茶農買賣茶菁、工廠量化製茶的生產方式，但真正能做到「自產、自製、自銷」的也還是少數，理想與現實之間還是存在著實際的問題……。

「多元」的生產關係

老人家說做茶，是「看天、看地、看人」，意思是茶葉的生產過程中，天候、土壤以及技術三者是影響茶葉品質的關鍵因素。在魚池鄉，從日治時代到民國七十年代這麼一段長時間裡，紅茶的生產模式都是由大茶廠掌控後段加工的製程，所以所謂的「製茶技術」，茶農也還在摸索中；不過做紅茶的茶農自己說，其實紅茶的生產過程，相對於附近鹿谷鄉的烏龍茶、新竹北埔的槿風茶……等，技術門檻比較低。一般稱採摘下來的茶葉為「茶菁」，加工完成的叫做「茶乾」或「毛茶」，從茶菁到茶乾的過程，紅茶分為五步驟：「萎凋、揉捻、解塊、發酵、乾燥」，烏龍茶則在日光萎凋之後還需再一次的室內萎凋並進行攪拌，然後炒菁、揉捻、解塊、再兩次的乾燥，至少七步驟，槿風茶則在炒菁及揉捻兩道程序中間再加「靜置回潤」一個步驟，要八道手續，因此相對而言，紅茶的製程的確簡單些，然而萎凋、發酵時間的長短，烘焙的火候……等屬於實作的知識，仍然必須透過生產者彼此間經驗的交流，一次又一次的試驗，才能獲得所謂的技術。但是在這裡，「技術交流」不是那麼熱門的社交活動，因為……真正做茶的人，還不多。

魚池鄉「做」紅茶的歷史，從最早日本人為了賺外匯開始，一直以來都是用大機器加工製造，現在，以台灣昂貴的工資、老年化的鄉村人口條件，即便是小農體制，除了自己喝外，沒有人會用手工做茶了；但是傳統的製茶機器是以前大茶廠大量收購茶菁加工用的，一啟動至少要 150 公斤的茶菁才夠成水電成本，在台灣小農地的限制下，一個茶農一次的採收很難有這樣的茶菁量，如果找人一起做茶，一方面要互相配合採茶時間，另外一方面又要擔心別人家的茶菁好壞，是不是有機、是不是一心二葉？如果做壞了，誰要負責？所以，「製茶

機器」的有無變成了技術之外的門檻，而且是一個更高的限制……。

茶業改良場魚池分場幾年前發現了生產設備的限制後，就與民間廠商合作開發小型的製茶機器，一次生產的茶菁消需求量在 50~100 公斤之間，比較符合小茶農一次的採摘量，然而這樣一套生產設備，從萎凋架到揉捻、解塊、發酵、乾燥的各別機械，還要蓋放置機器、存放成品的工廠，林林總總也要上百萬的金額也不是一般的農戶負擔的起，所以，除了少數有製茶機器的生產者外，大部分的茶農必須依賴「代工」。

整理一下現在魚池紅茶的生產模式，「茶菁的來源」及「如何將茶菁加工成毛茶」是兩項變因。這裡的茶農多半從光復後就向農林公司承租茶園，只是在紅茶沒落的年代，茶園裡多半轉作高大會蔽蔭的檳榔樹，或者任茶園裡的野草恣意生長，所以雖然官方資料說魚池鄉現有的紅茶園面積將近三百公頃，但實際種茶的還不到百公頃¹⁶。所以除了自家茶園的茶菁外，不足的部分有些茶農是向人承租茶園，自己進行田間栽培、監督茶園管理，也有些茶農乾脆直接購買茶菁進行加工；加工的部分除了有設備者可以自己製茶外，其餘的生產者就必須「靠關係」找有機器的人合作代工，有一位自己也沒有製茶機器的茶農老伯就表示：

魚池農會有辦一個課程，上課的時候我們關係不錯，他（有製茶機器的朋友）才問我要不要拿去他那邊做，條件就是我拿生茶去給他做，工錢他會跟我算清楚，我就茶菁用我的，採茶的工錢跟我分，接下來做出來的成品用抽的，我們兩個都有茶，這樣品質他會顧……。（訪談 SW7，2007.02.09）

這是「有關係」的人，沒有關係的茶農就只有拿到老茶廠去代工了，一公斤的毛茶一百元到一百五十元的代工費。這些老茶廠都是從光復後就陸續來到魚池鄉生產、外銷紅茶，包括官股釋放民營的農林公司，它們在魚池紅茶的外銷市場消失以後就逐漸轉為以進口印尼、越南等地的廉價紅茶以及粗製魚池紅茶賣到島內的泡沫紅茶店、飲料工

¹⁶ 資料來源：魚池鄉農會推廣股股員口述。

廠等方式持續經營到現在，所以現成的機器還在運作，在自用之餘，幫忙代工也可以增加收入，只是這樣的生產模式，沒有人會說「比我自己做茶還要用心，還要好……！！」。

「百家爭鳴」的小農品牌

「百家」當然是修飾說法，用來誇示現在的魚池紅茶小農林立的趨勢，「產業文化化，文化產業化」下再出發的紅茶產業是文化產業，走的是精緻品牌路線，「香茶巷 40 號、膨鼠紅茶、靈山紅茶、……和菓森林、……」各家有各家響亮的名號、精美的包裝；在技術、品質的追求外，品牌的包裝、行銷是產業再造的第二步。

因為賣的是有文化的精緻紅茶，走的是高單價的品質路線，所以包裝變的很重要！！一罐 75 公克的紅茶罐，成本價一個要 20~30 元，有精美罐裝的老阿伯說「那個台茶 18 號的白色罐子，光罐子本身成本一個就快要 37 元，所以要（比袋裝的）加 50 元的費用。」有質感的鐵罐上搭配設計過的 mark，錦上添花地替「澀水皇茶、森林紅茶……等」有故事性的品牌吸引更多消費者的注意（圖 4-1）。



圖 4-1：魚池紅茶商品圖片

資料來源：台新金控發現阿薩姆系列活動¹⁷

高成本的生產方式是為了生產高價位的紅茶，但是高價位的紅茶未必有高級的店面展售。簡單說，魚池紅茶的銷售管道分為三種方

¹⁷ <http://www1.payeasy.com.tw/taiwan/wecare/tea/E1.shtml>

式，第一種，根本沒有品牌也不用包裝了，做好的茶葉直接賣給熟識的民宿或者茶行，民宿、茶行再自行銷售；第二種，如同其他茶區普遍的賣茶方式，愛喝茶的人自動找上門來，口感對了除了每年定時報到外，還會「甲好道相報」替賣家廣為宣傳，人際網絡的宣傳方式雖然傳統卻也相對的容易，只要把茶做好等客人來品味就好，不用什麼技術、成本；第三種，就需要比較多的人力、交易成本，同時還有門檻。網路時代，什麼東西都可以上網賣，還比固定店面可以讓更多人知道而且也不用裝潢店面的成本，但是，需要有人願意幫你在網路上銷售或者你自己要會上網賣，而且，這兩者之間也還是有差別的。

2004 年台新金控繼前一年的中寮鄉產業提升及認養柳丁活動後，將「關懷台灣系列」活動的重心轉移到魚池鄉的紅茶產業再造，所以與旗下的康迅數位整合有限公司合辦了「發現阿薩姆」系列活動，透過鄉公所與五家茶農合作，替他們設計包裝同時在網路上舉辦認養活動，這個活動雖然只有一年，但持續到現在還有茶農繼續與其合作在 Pay Easy 購物網站上銷售茶葉。這些比較早開始做紅茶、建立品牌的生產者搶得先機獲得宣傳、銷售的合作機會，但後繼的生產者卻不見得有這樣的好運：

那時候剛開始做的時候，鄉公所不是沒有補助，只是補助其中的幾個人而已，……我們是沒名，我說如果要吃蒼蠅還要自己抓來吃呢！！……他們很早就開始做紅茶，所以後來公所補助都是這幾戶……。(訪談 SW7，2007.002.09)

後期投入的茶農，因為開始的晚，政府的補助、企業的關愛隨著時間一年年的過去而減少，因此多半必須靠自己單打獨鬥尋找行銷管道，但是產量不夠多、不夠穩定會造成合作上的阻礙，能夠與購物網站合作的生產者實在有限，因此，變通的方法就是自己上網賣，所以如果家裡有年輕一輩成員可以幫忙的，就會以網路拍賣的方式銷售，就像一位茶農說的：

我有寄放在我妹妹台東那裡……她也是在網站上賣。以前紅茶剛開始的時候，東森購物台有要定契約，說一年要六百(公)斤茶葉，當時紅茶才剛開始，我們沒有辦法……。現在大家

合起來，一年是有六百（公）斤，可是因為是二三人合起來的，這樣品質不穩定，所以我也不要……。（訪談 SW4，2006.08.22）

林林總總銷售方式，代表還在摸索適合的銷售管道，還在尋找最佳的通路。

茶菁變茶金

921 地震前，魚池紅茶走的是廉價路線，以機器採收茶菁後加工粗製而成的產品主要銷售到飲料工廠做瓶裝茶飲料，每公斤的售價介於 200~250 元之間；現在的魚池紅茶平均市價，台茶 18 號，紅玉，一台斤 2400 元，台茶 8 號，一台斤約 800~1200 元。比較地震前與地震後魚池紅茶的市價，比較台茶 8 號跟 18 號的售價，會發現，兩者都有相當的落差。

921 地震後，重新出發的魚池紅茶強調「品質、品種、品牌」並重，堅持手工摘採一芯二葉的茶菁，加工後製成的精緻紅茶，再以品牌化、有質感的鐵罐、紙盒包裝銷售產品，品質、品牌的形象之外，品種的特殊性也影響了產品的價格；魚池分場的製茶課課長解釋：

就是因為品種不一樣，所以它的品質特性不一樣，就會對消費者的喜好度、嗜好產生影響，至於因為嗜好的影響就會影響到價格，消費者主導的市場因為好喝我才買，我覺得好喝再貴我都買，所以價格就會從消費者反應的回饋去訂出來。（訪談 TG1，2007.02.07）

茶葉是嗜好性飲品，隨個人口感差異而有不同的接受程度，特殊而又能滿足大眾口味的茶葉隨著市場接受度可以擁有比較高的售價，台茶 18 號的特別之處在於它遺傳自台灣野生山茶的薄荷香以及天然的肉桂味混合而成的獨特口感。但，撇開特殊的口感，更重要的其實是它「台灣特有種」的論述，魚池的茶農直接的說「8 號和 18 號，對我們來說是沒差啦！！但是茶改場在推展的時候就把價錢分開來賣，……。」但有的茶農強調「我們主打台茶 18 號，是屬於台灣的特有種，就只有魚池有……。」台灣特有種的論述，強調台茶 18

號與台灣的關係，同樣的關係其實也存在於它與魚池鄉之間。

在品質、品牌、品種的加持之下，魚池紅茶的售價從地震前到現在，不過 6、7 年的時間，翻轉了十幾、二十倍，這中間其實還隱含著「文化產業」的因素。魚池紅茶產業的再發展很大一部份的原因是源於雲科大工設系師生最初參與大雁村社區重建的過程，當時雲科大規劃團隊與社區居民對於紅茶產業的定位就是「有故事、有知識」的文化產業，所以在產品的包裝設計、推廣行銷方面，雲科大團隊將紅茶產業的製造流程、歷史背景以及產業再造背後的社區營造過程融入其中，形塑出魚池紅茶的「文化氣息」；消費者在購買魚池紅茶的同時不單是因為魚池紅茶的高品質，也是因為魚池紅茶的「故事」，買到的不單是紅茶本身，也買到了幫助災區居民的成就感。

異業連結

南投縣魚池鄉素有紅茶故鄉的美名，……日月潭邊的朝霧碼頭舉行……活動開幕典禮。活動中邀請到……太陽餅王子與阿薩姆紅茶公主一起現身魚池鄉，並且帶回雙方愛的結晶--**陽茶餅**。兩位主角將手持陽茶餅與阿薩姆紅茶一同將這份禮物獻上給魚池鄉廖鄉長……。¹⁸

這是一則網路新聞，標題為「**太陽餅與紅茶世紀婚禮三部曲—攜子歸寧**」，以擬人化的口吻報導魚池鄉的紅茶產業與台中名產太陽餅的異業連結，推出新產品「陽茶餅」；「餅茶聯姻」的創意結合源自於魚池鄉公所主動找上台中市政府經濟局、台中糕餅業公會合作，希望藉由與高知名度的產業結合一方面替魚池紅茶打知名度，一方面也實質達到產業的多元化生產，增加附加價值。

目前魚池鄉實際生產紅茶的範圍只集中在大雁、新城、五城、中明等村落（圖 4-2），但，隨著一波波活動的舉辦，一次次電視、平面

¹⁸ 資料來源：范綱武 編譯（2006/1/20）。太陽餅與紅茶世紀婚禮三部曲—攜子歸寧。大台灣旅遊網 TTNews。

http://www.travel-web.com.tw/Show/Style1/News/c1_News.asp?SItemId=0271030&ProgramNo=a000001000002&SubjectNo=25150（2006/4/1 瀏覽）

媒體的行銷活動，魚池紅茶逐漸在台灣打響名號，也開發了多元的附加產品；紅茶，藉由合作生產的機會，走出了魚池鄉、南投縣，連結不同地區的相關產業形成跨空間距離的生產整合。



圖 4-2：目前魚池鄉生產紅茶地區

資料來源：研究者繪製

除了公所主導的陽茶餅，生產者中亦有積極、主動向外尋求合作機會者，新城村香茶巷裡一位賣茶的老阿伯就透過台新金控旗下的康迅數位公司介紹，取得與台北萬里亞尼克蛋糕的合作機會，第一年時已經有五百台斤的合作量，預估會逐年增加。除了與糕餅業的合作，未來更有發展潛力的是台北、台中地區已經陸續有旅行社結合魚池鄉的觀光資源，包括日月潭國家風景區或者九族文化村、澀水社區生態步道……等，以及紅茶產業，推出類似於「發現山中明珠~魚池阿薩

姆紅茶澀水秘境之旅」之類的套裝行程；讓消費者藉由親身體驗採茶、製茶的過程，進一步瞭解紅茶生產、製造的流程、技術，透過講述魚池紅茶的歷史、社區的故事，加深消費者對紅茶文化的認識、情感。兩天一夜的行程推廣了紅茶產業，也帶動了魚池地區民宿、餐飲業的發展（圖 4-3）。



圖 4-3 魚池紅茶異業連結範圍

資料來源：研究者繪製

4.3.3 社區的產業？-- 水沙蓮紅茶

目前在魚池鄉農會輔導下，特用作物產銷班第 3、4、6、7、8 班都是紅茶產銷班，其中 3、4 兩班已經成立有二、三十年了，但是這兩班到目前為止（2007 年 5 月）的經營方式都還是維持傳統的做法，賣茶菁給附近幾家僅存的老茶廠加工，老茶廠再把加工好的毛茶賣到

飲料工廠；6、7、8 三個產銷班則是在 921 地震後才陸續成立，經營型態和 3、4 兩班不太一樣，而且如同前面提過的，因為「製茶機器」的門檻，所以生產的流程，從「茶菁的來源」到「加工成毛茶」，甚至產品的銷售，是多元的組織合作過程，每個產銷班或多或少都有些不一樣，但，紅茶產銷班第六班，因為成立的早，又是社區營造下動員居民為社區產業努力而組織的產銷班，所以走過的路，經歷過的事比人家多，它的故事或許具有些微的代表性.....。

水沙蓮紅茶產銷班

大雁村的居民在社造員 C1 及雲林科技大學工業設計系的師生輔導下，透過社區產業會議決議以大家共同的回憶，曾經滿山谷飄香的紅茶做為產業振興的選擇，並且在諮詢過茶業改良場魚池分場的專業建議後，決定以「手工摘採、一芯二葉」的方式生產高品質紅茶，找到明確的社區產業，定出未來的走向後，下一步就是籌組產銷班，進行實際的生產。成立產銷班的目的是希望凝聚大雁村居民的力量一起生產紅茶，透過大家共同實做的過程建立認同，同時也解決經濟問題，就像一位產銷班的「阿姆」說的：

以前我的想法也是說如果庄裡面有一個企業做的起來，以後好比說賣茶就有一個目標，企業有目標，才走的出去，最主要是說我們不用去靠人家，我們如果做的起來對村中沒有工作做的人，收入比較多，都正面的提昇嘛！！（訪談 SH3，2007.02.02）

實質的作用，則是產銷班可以做為內部生產者間技術交流、資訊流通的平台，也是一起對外銷售、聯繫公、私部門的組織。因為大雁村山楂腳地區的 SH1 曾經當過紅茶茶菁的中盤茶販，比較知道誰家有茶園，自己又做茶的經驗，再加上較熱心的個性，所以就由他去聯繫附近還有茶園的人一起向魚池鄉農會申請組班，由南投縣政府核准「南投縣魚池鄉紅茶產銷班第六班」¹⁹，班員主要來自山楂腳及澀水兩社區。

因為當時雲科大工設系的師生正在大雁村執行經濟部的「重建區

¹⁹ 成立於民國 91 年 6 月。

產業振興計畫」，所以就由他們來幫忙設計產品的包裝、商標……等，但是要包裝、要行銷，要先有代表性的品牌名稱才能在市場上與人區隔，後來居民們決定以日月潭地區的舊地名「水沙蓮」做為象徵，因此「水沙蓮紅茶」成第六班共有的品牌。

「大雁村」的？紅茶工廠

紅茶工廠的興建是必要的設施，但是蓋工廠的過程卻造成許多不必要的衝突……。那個時候魚池分場的製茶課老課長還沒有退休，既是魚池女婿又在茶改場工作的他很熱心於協助大雁村的紅茶產業再造，就是他堅持要做就要做最好的手工摘採紅茶，同時他也建議大雁村的村民「若以後你們社區要發展紅茶產業，一定要有自己的製茶工廠。有自己的工廠自己做會知道做的過程中什麼因素會影響紅茶品質，下次再自己做時會知道怎麼去做，就會越做越好。」所以 C1 和產銷班向經濟部的中小企業處提出計畫申請「150 萬軟硬體設備經費」的補助，但因為經濟部規定必須是地方上有立案，政府核可的單位才能申請經費，所以當時是借用「澀水社區發展協會」的名義。經費核可後，接下來就是要找地蓋工廠，但是因為當時澀水沒有人願意無償提供茶工廠用地，所以產銷班的 SH1 就捐出自家土地做為工廠用地；因此 C1 就在沒有經過公開會議討論的情況下直接把工廠蓋在了 SH1 家所在的山楂腳地區，後來，發現工廠工程經費不足的時候，為了趕快有一間工廠可以製茶，SH1 自己又拿了 30 萬出來補貼。

用社區的名義申請經費或者沒有經過公開討論就私自決定工廠的地點、拿自己的錢補貼公共設施，在當下或許只是一種便宜行事的做法，但卻造成日後工廠的所有權、使用權的爭議，澀水的居民就強烈質疑製茶工廠究竟是屬於澀水社區所有還是產銷班的財產？乍聽之下，會覺得這個問題有點奇怪，產銷班不是由澀水及山楂腳居民一起組織成立的嗎？為什麼要分的那麼清楚是社區還是產銷班的財產？這中間其實又隱含著利益的衝突，對於澀水的居民來說，山楂腳地區雖然與他們屬於同一村落，長久以來彼此間也是互有往來，但地震後重建的過程中，山楂腳與澀水並沒有形成跨社區的合作，反而變成競爭資源的對手，利益的衝突雖然沒有白熱化的造成兩地的拒絕往

來，但也讓澀水的居民敏感於工廠產權的爭議，況且產銷班班長是山楂腳居民，製茶工廠的土地又是他無償提供蓋在山楂腳地區，澀水人無法避免的懷疑工廠的所有權是不是會私有化？使用工廠的權力是不是會受到限制？（關於澀水與山楂腳的資源競爭詳見第五章）

水沙蓮紅茶的「產銷分離」

一片爭議中，紅茶工廠終究是完工了，紅茶的生產逐漸步上軌道，但是要怎麼賣紅茶還是一個大問題……。魚池紅茶沒落二十幾年了，台灣人早就遺忘日月潭紅茶曾經的不可一世，年輕一輩也許根本不知道台灣可以生產紅茶，更何況在烏龍茶、綠茶的比較下，紅茶只是廉價的罐裝飲料，怎麼樣才能打出精緻紅茶的市場對於這群年紀過半百又沒有行商經驗的山林茶農來說，其實是很嚴苛的考驗。所以一路陪著他們走過來的社區工作者，包括社造員 C1、雲科大的 E1、其它曾經進入又離開的工作團隊，還有魚池分場的老課長……等人，以股東合夥的方式與產銷班的茶農們一起成立了「群峰企業社」，由曾經當會計的 C1 的妹妹來幫忙企業社的大小事務，以分工的方式來幫助產銷班賣水沙蓮紅茶。

產銷班與企業社的產銷分離模式中，茶業改良場魚池分場扮演了一個重要的角色。產銷班的茶農將自家茶菁拿到製茶工廠加工成毛茶後，會再送到魚池分場請改良場專業的評鑑師進行評鑑，分成 A、B、C、D 四種等級，每一等級企業社有不同的收購價格，B 級一台斤 1200 元，C 級 800 元，D 級 600 元，沒有達到 D 級標準的企業社就不收購，茶農要拿回家自行消化，也不能打著產銷班的品牌賣出。在這過程中，義務幫忙的魚池分場是茶農與企業社間的中介者，由分場鑑定毛茶的品質，訂出相對應的價位，再交給企業社將各等級毛茶進行拼堆、包裝、銷售的工作；魚池分場第三者的角色對於產銷班內部一起賣茶的茶農及產銷班與企業社間的合作關係來說具有正面的效果，因為茶農彼此間技術的差異會造成毛茶的品質等級不同，透過鑑定區分價格的差異才不會造成不等值的技術卻是等值的代價，而且有魚池分場做擔保，產銷班與企業社的合作多了一層互信的機制。

虛名化的產銷班與百岳企業社的解散

紅茶產銷班第六班在 2002 年組班的時候，包括澀水七、八個人，隔壁的五城村 4 人，再加上山楂腳本身，總共 17 人，2006 年暑假的時候連 SH1 夫妻兩人只剩下 4 個班員了，其中一個還正打算退出自立門戶，問副班長（SH2）說怎麼會這樣？個性忠厚的 SH2 說：

我們這個工廠裡面就是因為我們要做有機栽培跟所謂的評鑑，假如你那個農場裡面有除草劑阿，還是他灑農藥的，那些工廠不能使用，因為怕藥物殘留的關係，那麼規定就這樣子.....。(訪談 SH2，2006.008.24)

原來當初成立產銷班時，訂有管理辦法，明文規定班員的茶園管理必須是有機生產，摘下來的茶菁一定是要手工摘採一芯二葉，否則不可以使用產銷班的製茶機器加工，SH1 就很自豪的說：

我那時候組班有寫合約書，一定要經營有機，不然你茶採來我就不給你做了，你用機採的也是不行，不是一心二葉，比較長的也不行，我的規定很嚴格.....。有時候他們一兩次被我抓到，我就不給他們做了，拒絕！！我們前兩天開會就在說，可能太嚴格，人家就不要了。(訪談 SH1，2006.08.17)

所以，產銷班中達不到完全的有機、手工摘採、一芯二葉生產要求的班員，不是自己選擇就是被迫離開了產銷班；副班長 SH2 說這些離開產銷班的班員現在大概有六位以上都是把茶菁拿去外面茶廠代工，不一定有自己的品牌但就是自尋通路，算是離開產銷班自己做茶、賣茶了。

品質的追求原本應該是產銷班成員的共同堅持，但是班長強勢、權威的性格，往往也造成班員的不滿而離去，參與產銷班運作很深的社造員 C1 忍不住說「他肯做事情，他真的很認真，也不是不肯做呀，但問題是他那種權威式的領導不是那種民主式的領導作風的時候，誰聽你呀！！」。或許是因為如同 SH2 的看法「因為有這個錢蓋工廠，然後他自己提供那個私有地啦，可以蓋這個工廠。那麼等於說他比較像.....在運作當中，他是比較專權啦，就因為是他的嘛！！等於當初是他的這樣子，沒有辦法很開放讓大家.....。」

如同澀水地區居民起初的質疑，製茶工廠的使用的確有逐漸個人

化的傾向，但事實上，澀水的茶農還有另外一層顧慮而選擇退出產銷班或者寧可把茶菁拿到外面的老茶廠去代工，因為他們聽說產銷班的運作，因為工廠後續的擴建以及機器的維修等費用的支出，到目前為止還是負債的狀態，所以擔心如果拿去工廠製茶，機器有問題時，他們還要負責任；澀水的茶農說：

那個是我們社區的財產啦！！製茶機器是社區財產，以後壞了要靠誰維修，當然是叫我們社區的人嘛，我的東西壞了，一定是找我們這些人，所以會害怕阿，我茶葉拿去做一做，機器如果壞掉，我就倒楣……。(訪談 SW4，2006.08.22)

澀水的茶農認為產銷班運作的模式產生負債問題，負債問題則可能影響到工廠管理的機制，為了避免不必要的麻煩，他們寧可讓外面的茶廠代工，況且外面代工一次的費用不比自己使用工廠製茶機器加工一次的費用貴，更是降低澀水茶農的合作意願。

產銷班的負債反應了產銷分離制度的問題，某種程度上也代表茶農間的利益衝突。站在第一線的生產者面臨的也是最實際的生存問題，當茶農經歷過幾年的投入卻仍然感覺不到回收的時候，或者不要說回收而是連打平支出與收入都有困難的時候，就會開始懷疑這樣的方式對嗎？開始質疑在這過程中出了什麼問題？

曾經想說可以靠做茶帶動社區企業的「阿姆」在 2006 年 8 月選擇離開產銷班，現在自己做茶、賣茶，她說「幾年下來我才發現我們付出的勞力都沒有回收，經銷的人賺，企業社也賺，只有我們生產線沒賺，我們又沒參與經銷，這樣最辛苦……。」阿姆的不滿來自於「比較」，比較企業社在市面上販售的茶價與向產銷班收購的毛茶價格，確實有一段落差；在茶農的反彈下，企業社將經過魚池分場評鑑等級 B+ 的毛茶提升到一斤 1600 元的收購價，相較於 D 級的 600 元，這算是很好的價碼了，但是經過企業社精緻、包裝後的台茶 18 號一斤售價 2400，台茶 8 號也有 2000 元的售價，中間的價差，企業社的立場說那是包裝、行銷、企業社維持人事、網站的費用，企業社是沒有賺錢的，但是站在茶農的立場覺得：

變成我們交去是便宜的價錢，他就各方面人事、光經銷方面就讓人家賺好幾層，變成交到我們手中的時候我們百姓都沒

賺到.....不是直銷的東西就有差，價錢差好幾倍，我說實在不知道我們百姓的辛苦，.....他們這樣到後來我跟他們說不行.....。(訪談 SH3，2007.02.02)

在產銷班第六班，被評鑑為 D 級的毛茶，企業社一斤的收購價是 600 元，與其他不用經過茶改場評鑑的茶農，不管品質高低，在市面上一斤一、兩千塊的售價相比，硬是差了幾倍的價錢；評鑑與產銷分離的制度原本是為建立公平的銷售模式，是為了幫助產銷班減輕生產銷售的壓力，但遇到現實的利益問題時，終究產生爭執，所以 2006 年 12 月，企業社開始慢慢清空庫存，打算把經營權交回產銷班。

回頭再看看產銷班，發現「人」還是最主要的問題。C1 說：我有社區營造的時候他們不來幫忙，都是林大哥大嫂在忙，那你在賣場有得到利潤呀！！.....他們也看到都是林大哥、大嫂在賣，那他們沒有得到又為什麼要來幫忙，這是很自然的現象.....，如果林大哥是很清楚的話就是說「有活動的時候我們要賣的茶都是公的」，如果是這樣子的話人家不會不來啦！！(訪談 C1，2007.02.13)

每一次社區辦產業活動或者外來的公、私部門來到山楂腳看茶樹、做紅茶、「品」紅茶的時候，是社區鄰長也是產銷班班長的 SH1 夫妻兩總是熱心參與活動，活動的地點通常也為了讓外來客學習「做」茶方便而選在製茶工廠，所以往往夫妻兩為社區也為紅茶產業付出最多，相對的觀光客當然也比較認識他們，活動過程中向他們消費最多的茶產品，慢慢的「山楂腳」、「水沙蓮紅茶」、「紅茶產銷班第六班」這幾個名詞逐漸和「SH1」劃上等號；其它茶農或許覺得不公平，但是 SH1 的感受也是自有道理：

現在又退一個出去了，他說市面上在賣價錢那麼好，交給企業社價錢差那麼多，.....我坦白跟你說他們那種人是為了賺錢，不是為了社區，他如果有採茶他才會來，不然就都不理，連工廠打掃什麼沒來過的.....。(訪談 SH1，2006.08.17)

紅茶產業的再造是以社區總體營造為出發點，發展社區經濟的表面下要實踐的是社區認同，塑造共同的未來，但是在這裡，卻出現許

許多的衝突.....，只要牽扯到利益，理想與現實就充滿差異。

4.4 未知的危機或轉機

從 2002 年開始，魚池紅茶在各方行動者的努力下從被遺忘的歷史中找回來，重新出發，到現在，2007 年，紅茶的價格翻漲數十倍；但，產品的價格不保證品質、產業的穩定發展，魚池紅茶的再發展其實存在著隱約的憂慮……。

4.4.1 魚目混珠的紅茶

2004 年以生產「台灣咖啡」聞名的雲林古坑鄉爆發「混豆事件」，有消費者指出業者進口廉價的咖啡豆卻以台灣咖啡之名高價銷售；古坑咖啡與魚池紅茶有相似的歷史發展歷程，都是日治時代在殖民政府的主導下開始發展，光復後在國外廉價咖啡（紅茶）的競爭下沒落，同樣又都在社區總體營造的「文化產業化，產業文化化」政策下再生，現在，也出現相似的危機。在鄉公所刻意推廣下，知名度大漲的魚池紅茶雖然還不到一上市就搶售一空的盛況，但市場上的需求確逐漸增加；一旦需求大於供給，生產者又一味的為了賺取更多的經濟利益，就有可能出現濫竽充數的情況，魚池分場的製茶課長就擔心：

整個宣傳銷售都走的太快，那生產這邊的話根基不穩，因為基本上他們都是從零開始在做。所以它根本就站不穩，上面就希望它可以跑快一點，已經拉著它在跑，所以這中間有風險，隨時都會有問題發生。……品質的穩定性，市場對它的評價穩定性高不高，我來買你這邊的茶就是保證，而不會懷疑說我買誰的會比較好。（訪談 TG1，2007.02.07）

課長的話說的婉轉，實際上指出的是目前魚池地區因為產業重新發展，茶園的面積、茶葉的產量都還不多，但需求量卻已快速增加的情況；所以在當地生產者間其實已經流傳著「混茶」的耳語：

……，但是確實我也不敢說哪一家，都有魚目混珠呀！！魚池哪有那麼多茶！！……。

進口越南的茶呀，還有印尼的茶，就說這是魚池的茶！！那會走回以前的路，就跟古坑的咖啡一樣，那我們也不希望步入古坑咖啡的步子……。（訪談 T4，2006.04.03）

地方的生產者亦自覺若同業間有人以進口廉價、低品質的紅茶包裝成魚池紅茶銷售，會導致消費者懷疑魚池紅茶的品質，影響茶產業的穩定性，然而，面對這樣的問題該由誰來規範？又有誰有權力規範？

4.4.2 不健全的生產體質

魚池鄉擁有全台灣最適合生產紅茶的自然環境，然而卻也如同全台灣所有的鄉村一樣面臨勞動力老化、外流以及土地資源的問題，高齡化的勞動人口在紅茶產業發展的初期還能勉強提供採茶工的人力需求，但隨著茶園面積的增加，勞動力不足就成為未來必須面臨的問題。

另外一個眼前正在發生的問題是在茶園面積狹小，生產成本高之外，還有**土地產權**的問題。台灣光復後沒幾年，國民政府開放負責接受日治時代留下來的紅茶產業，包括製茶廠、機器以及茶園的農林公司民營化，將其產權轉賣給私人財團；一直到現在，魚池地區高達九成的茶園所有權仍屬於農林公司，茶農與農林公司之間維持著契作的關係，合約上規定茶農向農林公司承租茶園種植紅茶，茶農必須按茶樹等級不同向農林公司繳交不同數量的茶菁或者代金，而農林公司也有收購茶菁的義務。但實際上在紅茶沒落的年代裡，因為生產紅茶的利潤極低，農林公司亦將產業活動的重心轉移，對於地方農民將茶園轉作檳榔或其他作物也就沒有嚴格監督、管理；但，隨著紅茶產業的再復甦，農林公司也開始再生產紅茶，所以，從 2006 年開始清查所有的紅茶園，要求農民清除地上非紅茶的作物、繳交積欠的租金、或者以直接購買承租土地的方式解決問題，否則將循法律途徑處理，收回茶園。對於許多的茶農來說，農林公司的要求與他們的生計相衝突，因為許多重新種下去的紅茶根本還沒有回收成本，也不確定產業的未來究竟如何時，檳榔仍是他們主要的經濟來源，砍掉檳榔樹等於斷了他們的後路；所以，檳榔還不能砍，茶園也不能還，但，又買不起土地，那麼，問題如解決？

面對土地產權問題，茶農們組織自救會，向縣政府尋求協助與農林公司談判，然而現在的農林公司屬私人企業，只要不違法，政府單

位就沒有強制的權力；魚池茶園的土地所有權問題仍在進行中，如果，公部門的介入仍無法解決土地問題，那麼，誰又有權力、能力代表茶農們與農林公司協商？

4.4.3 尚待建立的銷售通路

自產自銷的小農經濟，雖然是較變通的產銷模式，卻也代表著自身的單打獨鬥；生產，生產者是握有掌控權的那一方，銷售，決定權卻在消費者手中，如何讓消費者知道「我」的存在，是小農們普遍的難題。與公部門有良好關係的生產者自然擁有較多的機會、資源推銷自己的產品，其他相對弱勢的生產者因為資源的不對等自然也有不滿的情緒。退出水沙蓮產銷銷班的茶農認為「我是覺得我們後來走自己的路，我們比較困難，……，政府輔導種種補助都在班……。」，也有其他的茶農反應：

鄉長私偏啦!!澀水有那個代表呀！他（鄉長）都說澀水有多好啦!!。改良場就幫水沙蓮紅茶嘛！水沙蓮紅茶就是用他們的『功夫』，媒體採訪都在他們那，政府補助也都在那！（訪談 T4，2006.04.03）

雖然是自由競爭的市場機制，但越多的曝光機會代表越有可能的銷售量，公部門的資源是否能透過公正的管道平均分配給每個生產者，影響生產者對公部門以及彼此之間的信任。但是，在依賴公部門的推廣之外，生產者之間是否能建立共同的機制、共有的管道，推廣、行銷自己的產品，其實才是影響紅茶產業穩定發展的因素。

面對魚目混珠的可能、土地產權的問題以及尚待建立的銷售通路，其實都指向同一個癥結，產業的發展需要生產者間無形的共識或者有形的組織、制度以達到規範，才能維持產業的穩定性；然而魚池的紅茶產業卻遲遲未出現這規範的機制。澀水的茶農因為蓋紅茶工廠過程間的爭議而寧可拿將茶菁拿去其他地方代工，也不願使用位於山楂腳的紅茶工廠，造成資源的浪費；而澀水的鄉代表與鄉公所之間關係良好，因而有較多的曝光機會也導致其他茶農的不滿；還有「誰、誰、誰家的茶是進口的、根本不是有機的，……」等等的流言、爭執

都讓生產者間充滿不信任、懷疑，難以形成認同，建立合作關係。

細想，魚池紅茶的產業再造，面對現在的發展與困境，有很大一部份源自於澀水與山楂腳社區營造的過程，所以，第五章要講的是關於兩個農村聚落怎麼在地震災後，透過社區營造進行重建、發展社區產業的故事。