

## 屏東地方特色飲食文化探究

鄧宗聖\*

### 摘要

對地方特色飲食的了解需回到自然地理與歷史脈絡中理解。對於特色美食的期待不僅是美味，還包括人文與歷史的吸引力，藉此做為區域的認同標識。地方特色飲食最常用的概念包括「地方產物、人文賦予、市場生產」作為闡述屏東飲食文化的形成。在屏東，因在政治經濟性的發展社會下，許多美食認同來自於多樣的特殊場合如節日、慶典、宗教儀式等等，背後則是政府與中介機構的一項複雜系統，以行銷地方品牌意識，包括東港黑鮪魚、萬巒豬腳、屏東夜市等。在地理與人文歷史的基礎下，因此有兩種文化族群：一個是客家，一個是原住民，其飲食展現出其在節慶儀式中人與人及人與神間的關係。屏東飲食文化特徵反映出其環繞文化，由自然環境、歷史文化形塑的生活風格、認同。本文認為人文理念可幫助區域飲食文化研究的未來發展，文化導向的研究則能提供地方特色飲食意義與價值的批判與討論。

關鍵詞：客家文化、原住民文化、節慶儀式、飲食文化

---

\*美和科技大學文化創意系助理教授

## 壹、地方意識：地方特色飲食文化界說

何謂地方飲食？通常有兩種分法：一種是地理區域差異，使得農林漁牧產業因應氣候差異而有不同的面貌，地域特性造就的特產則自然成為飲食料理的材料，就地取材而形成一種地方飲食特色；另一種則是因應族群料理方式的差異而獲得其名，「煎炒煮炸」等通稱的烹調方法則因應在地人繼承的文化傳統或方法，為其命名而得地方飲食之稱。例如有學者就發現地域氣候冷熱不同，使得烹飪調味就有南北之分，南方人好清淡，北方人好濃鹹，也因南方人嗜酸甜，使得閩菜（福州菜）多以醋糖調味，川湘菜則以多辛辣，北方人則多佐以大蒜或蒜瓣（楊紀波、黃種成，2009）。

現代社會另一種打造地方飲食的做法，就是賦予「故事」，在故事中賦予地方飲食的獨特感與文化感。換言之，儘管不同地理區域或不同族群有著類似的產物或烹飪法，但在相互滲透之後，因人或因物有著一段過去與回憶，成就了地方飲食的特殊性。況且，人在區域地域間的移動與轉移，帶進來一段故事，使得地方飲食文化已經不只是地域差異的特產或料理方式能單獨界定。當飲食文化伴隨人的移動而互相滲透時，調整與適應的差異化過程中，持續保有某種老饕所愛的傳統，也有饕客所言的創新，造就他人來到地方的地方意識。

值得一提臺灣處於農業社會時，許多飲食的供應以「儘量自給」為原則，許多飲食產品如醬油、豆腐乳、米粉干、肉脯、年糕等，多在家裡製造，自己消費（林衡道，1995）。換言之，飲食生產者也是消費者，生產和消費緊密的結合在一起。至於農村，在消費社會中，地方飲食意識已成為政府與市場集團的包裝，被當成品牌來行銷，樹立起另一種對地方飲食文化定義的推手，而相繼觀光旅遊興起，各縣市政府對鄉鎮特色產品的渴求，美食文化總是少不了出現在人來人往的場合，過去政府與商業團體合作推動「一鄉一特色」、「飲食文化節慶」等力量，重新塑造地方飲食的新型態。

若要進一步談「屏東地方飲食文化」的範圍，從上述來看，是「地方產物—人文賦予—市場生產」的複合概念，屏東飲食干係到期盼如何吸引到「他者」目光，以此來展示屏東地方飲食特徵，常民則是屬於這段飲食文化來由的故事之一。正因「食材」本身被視為缺乏意義的領域，而故事使地方飲食有了意義，反之，跟人的生命故事一樣，生活方式是構成地方飲食特徵的參考標識。當食材產出於屏東地方空間時，那麼屬於生產者特徵的文化命名則依附其上，食材與料理者的文化歷史交錯之處，就成為常民飲食。但食物料理者已習以為常，如此而言，必須由屏東常民飲食文化，某種程度是透過來到屏東食客，即異鄉客的他者之眼而得到定位，屏東飲食文化進入到商業範疇，也須透過異鄉他者文化的差異體驗以闡述「地方特色」一詞，前述指涉「異鄉客的驚喜」乃源於平日少遇到的「陌生感」，走入屏東品嚐地方文化的飲食之旅，則成為玩樂探險與分享的題材，藉由他者的發現來彰顯有地方特色的生活、故事、經驗詮釋與理解，藉此找到與屏

東常民飲食關聯之所在。

就此來看，他者的眼光可以是一種界定地方特色的方式。現代社會中平面媒體與網路媒體盛行，無論是媒體集團機構或個人，已漸漸把「飲食遊記」塑造成與人交遊、詮釋生活意義的一種方式，比如說《食尚玩家》、《Taipei Walker》等平面媒體，會以他者的身分來到地方，描述飲食文化的口吻，幾乎以客觀/旁觀者的敘說觀點，詮釋地方常民飲食文化的特徵。除此之外，像是網路媒體中強調口碑型的《愛評網》則也會以異鄉人的身分評價地方美食，在地方美食探索中，透過網路設定的獎勵機制、交友機制、資訊檢索機制，時而以個人部落客的他者身分來為地方飲食的特色進行建構，而對外連接與顧客關係管理機制則成為意圖博得他者眼光的商家形成一個商業模式（黃瓊萱，2011）。據上述，這裡將分別從「地方產物—人文賦予—市場生產」內涵來闡述描繪屏東地方特色飲食文化。

## 貳、屏東地方特色飲食文化

就地理位置上，屏東是台灣最南端的都市，鄉鎮涵蓋廣泛，稻米面積大而有「糧倉」之稱，對米食文化發展有其地利之便。除此之外，鳳梨、香蕉、木瓜、檸檬、芒果等農產品發展；咖啡、紅豆等特有作物種植等等，這些產物對各鄉鎮飲食文化提供發展原料。另外，三面環海且海岸線長、海灣與港口多，如東港漁市繁榮，加上畜牧業繁榮也提供豐富飲食文化材料的機會（屏東縣政府，2013）。

上述地理條件還不足完備地方特色飲食之條件，食物做為物質文化的表徵，透過個人與特定社群對食物的喜好，或習以為常的感官知覺熟悉感，才能使食物成為區辨我群與他群的基礎（陳玫如、李寧遠，2010）。因此人文性描述對屏東飲食文化的賦予具有重要的意義。根據張玉欣（2002）的看法，她應用聯想法與族群法做為分類依據：所謂聯想方法，就是將一般人對屏東美食最直接的聯想當地方特色美食，譬如萬巒豬腳與東港海鮮，而族群方法則是根據客家、原住民等人文元素當各種屏東地方菜的系譜；就聯想法而言，媒體宣傳政府與市場投資的在地活動有關，這也是一種「節慶儀式」打造的飲食文化；而就族群法來看，則跟群聚聚落的人文互動有關，如此關乎屏東的「常民生活」塑造的飲食文化。以下將利用文獻資料整理，就節慶／產業飲食與常民飲食來討論其再現的屏東地方特色飲食及其人文性。

### （一）產業式飲食文化

屏東縣政府與商業團體以主題節慶來建構各種飲食文化，來帶動地方產業，比方說早期屏東以「四季」為主題，利用屏東縣既有的自然景觀與產業來包裝旅遊行程，在飲食文化上就以「春遊」來包裝「（東港）黑鮪魚文化觀光季」為主軸，強調東港的漁業文化與後續加值的海鮮美食，於是東港黑鮪魚、櫻花蝦、油魚子則成為（東港三寶）等在地美食，成為產業飲食文化之旅。

#### 1、節慶化飲食

黑鮪魚並非過去屏東東港的飲食主導者，主要產量海域靠近菲律賓，但因菲

國漁民並無捕撈黑鮪魚的技術，因此只能看台灣漁民致富，坊間塑造了黑鮪魚是魚肉中的「勞斯萊斯」，強調魚肚是高級食材，吃起來「入口即化」，於是在政府大力推廣下成為焦點，從其身價每公斤高達數千元即可見一斑（張玉欣，2002）。

### （1）黑鮪魚

東港已有三百年餘歷史，而旗魚、鮪魚與櫻花蝦則為主要產物，其中又以黑鮪魚產量居全國之冠，過去因多銷售日本為日本料理食材，而國內消費市場較小，在日本經濟泡沫化後則大受影響，政府則力求轉型以顧東港漁民生計（陳永森，2010）。故自 2001 年起，利用每年四月至七月為黑鮪魚的豐收季節，於是屏東縣政府就推動辦理黑鮪魚文化觀光季，希望藉活動規劃設計，結合文化與自然的觀光資源以及農漁特產去突顯屏東的獨特產業，進而搭配文化觀光。黑鮪魚節慶的飲食文化是官民合作促銷的首例，共同建構黑鮪魚產業的文化影響，以飲食搭配旅遊以行銷活動，如尋找黑鮪魚的蹤跡、迎接第一條黑鮪魚、東港鮪魚畫、出版深度導覽手冊等方式打造黑鮪魚做為屏東在地特色飲食文化的特徵（蘇嘉全，2003）。

### （2）萬巒豬腳

萬巒過去以「檳榔」、「粄條」與「滷豬腳」為其產業，豬腳並非最早的產物，且萬巒人口約兩萬多人，其本身消費人口不大，但之所以能成為萬巒代表性的產業，主要在於其製作方式的特殊性加上外來遊客與內行專家的口碑行銷，使萬巒豬腳從小攤販變成產業群聚圈，不僅成為屏東地方小吃特色，同時也讓「客庄、流水、豬腳鄉」為萬巒鄉的景觀意象（蘇咨任，2006）。

根據張玉欣的觀察，它的製作過程十分講究：「豬腳一律採用豬的前腿，先去掉豬蹄外殼，再以火燒掉豬毛，接著放進大鍋內用滾水稍微燙過，馬上撈起放進冷水中，再經過清洗步驟後，最後放進盛滿滷汁的大鍋中熬煮兩個小時，出鍋即完成。以上是過去傳統的作法，但因現今的需求量太大，因此在第三代便有一些改變的作法。即在豬腳用開水燙過後清洗完畢，先行送入冷凍庫急速冷凍，待要下鍋時，再直接自冷凍庫取出豬腳來滷（張玉欣，2010）。此外，特殊沾醬亦使其獨樹一格。

豬腳街形成除了產業群聚效果外，臺灣本身文化對吃豬腳附有極大的附加價值，像是祈福祝賀、平安順遂及避凶驅邪的意味，加上「豬蹄」諧音為「祝題」，用意祝賀考生金榜題名，豬腳更賦予人文上祈求平安的象徵，這也為後續與國際行銷的「萬巒國際豬腳節」彼此推波助瀾，促成此一飲食文化節慶的發展（臺灣國際豬腳節，2013）。

### （3）屏東夜市

夜市源自攤販聚集，不僅為交易所在更代表人們休閒與社交活動的產所。屏東市目前共有觀光夜市與瑞光夜市等兩夜市，各攤位代表許多屏東地方美食，佳餚包羅萬象，無論是閩客文化的肉圓、雞肉飯或肉粽，代表枋山地方芒果冰品應有盡有，成為老饕彼此推薦的去處。由於網路口碑行銷的愛評網以及個人部落格也都在推薦此處群集的小吃，讓其他縣市的民眾與國外觀光客慕名而來。

臺灣特有小吃文化反映在夜市生態上，一般人來到夜市通常都會透過夜市中的商家來了解當地飲食文化習俗，故屏東夜市的群聚效應，除提供當地民眾夜間飲食生活外，對於異鄉人而言它也是地方飲食文化特色的體驗區域。

夜市本身的熱鬧景象大概只有逢年過節才會出現，對學者而言，這種超越時空的節慶氣氛，突破週期性舉行節日慶典的時空界限，讓人們無時無刻處於一種享受特有小吃的地方意義，及其所代表生活方式與相關文化空間意義的聯繫（梁冬平、秦璞、徐杰順，2009）。在社會變遷過程中，夜市保留某種在地文化的體驗要素，維繫和強化人們對地方傳統文化認同的象徵，而屏東兩大夜市也就如此成為象徵載體。

## 2、伴手禮文化

伴手禮不只是出外順道或專門替親友買的紀念品、特產，也屬社交禮貌之一。在法國社會中伴手禮的意義更是「手帶一份伴陪人際關係進行的好禮」，其伴手禮種類很多，但法國人重視「歡愉共食」的態度，使得「能食用」以供大家聚在一起吃飯的伴手禮，才能彰顯它最大意義（楊豐銘，2009）。

伴手禮必須與地方特色緊密相聯，社會期待它能反應出地理空間的特殊性，才能表現地方感。因此屏東縣政府與商家如何利用在地產業資源加工推動「伴手禮」的飲食文化，針對此問題，這裡則以屏東縣政府推出的農業特產區中的農業加工品，觀察並歸納出以下伴手禮，說明其建構的伴手禮文化特徵。

### （1）高樹水果：鳳梨酥/醋飲品

高樹鄉為屏東縣最北端，除東南面為大武山丘陵地形外，其餘皆為隘寮溪、荖濃溪及濁口溪等支流沖積而成的平原地形，全年氣候溫暖宜人、雨量豐沛，全年皆有優質蔬果產出，尤以鳳梨、蜜棗、芋頭、木瓜、檸檬、蓮霧、荔枝、芭樂及稻米最負盛名（高樹鄉農會，2012）。

由於纖維粗的土鳳梨，過去在鮮食市場不討喜，遭農民捨棄，但近來因鳳梨酥市場大好，有濃郁鳳梨味的土鳳梨成糕點業者最愛，讓土鳳梨從谷底翻身。屏東二號和三號土鳳梨自然成為鳳梨酥伴手禮的原料內餡，做為高樹鄉推展鳳梨產業文化。而各種利用水果釀造的醋飲品，也搭配現有的健康飲食文化而成為伴手禮，如檸檬醋、鳳梨醋等不同風味。

### （2）萬丹紅豆：溫泉蛋/蛋品/密汁紅豆/紅豆糙米麩

萬丹鄉位於屏東平原中樞，地勢平坦，地下水源豐沛，全鄉近九成業已辦理土地重劃完畢，為一典型農業鄉，主要農產品有：水稻、紅豆、毛豆、苦瓜、絲瓜、蓮霧、檸檬等穀類果菜，畜牧業主要為酪農、養豬、養雞、養鴨等（萬丹鄉公所，2012）。

其中以萬丹紅豆飲食文化做為伴手禮的大宗，蛋品則為其次。近年來，萬丹鄉公所打造萬丹紅豆節，強調能用紅豆來做紅豆酥或各類產品以打造地方品牌。甚至為紅豆系列產品包裝並打造形象代言的卡通人物。紅豆主要用在甜食、點心，一般供糕餅業者製紅豆沙、紅豆餡、蜜紅豆；在冷飲方面也製成紅豆冰或紅豆湯，另外也供做羊羹及紅豆罐頭

### (3) 枋山蜂品：龍眼蜜/蜂蜜醋

枋山鄉位處恆春半島之上，中央山脈末段，鄉境呈現特殊狹長地形，氣候上則屬熱帶季風氣候。在墾丁國家公園成立後，一躍成為進入墾丁的重要門戶。

枋山鄉最有名的水果是芒果，但其伴手禮卻是以蜂蜜飲食文化為主。枋山鄉輔導養蜂產銷班，強調養蜂場所在地是純淨無污染的地理環境下所產製的各項蜂品。蜂蜜是來自花蕊花藥之蜜腺分泌之天然甜液，原意是用來吸引昆蟲來採擷，藉以達到授粉之目的，蜜汁經蜂蜜採集返巢，分解轉化除水而成蜂蜜。蜂蜜具蜜蜂類腮腺所分泌之活性澱粉值，含大量雄花蓇葖子體（枋山鄉農會，2012）。

### (4) 三地門咖啡：德文咖啡

三地門鄉位於台灣屏東縣北端，北臨高雄市茂林區，東鄰霧台鄉，西鄰高樹鄉，南接內埔鄉、瑪家鄉，多屬丘陵地形，有隘寮溪流經鄉境，氣候上屬熱帶季風氣候，土壤、氣候與水量等整體環境條件都最適合咖啡生長，正因為當地涼爽的天氣、土壤，讓三地門的咖啡豆有著可發展的環境，進而種植出咖啡豆（屏東縣三地門，2013）。

由於對外主要道路在莫拉克風災時重創，為了振興族人的產業經濟，三地門的地磨兒文化產業藝術協會與族人合推生態觀光，除了感受咖啡樹於兩旁的氣氛外，咖啡樹及其相關產品也成為屏東伴手禮飲食的一項地方特色。

## (二) 客家常民的飲食文化

常民生活飲食的文化，反映其民族風格，飲食可為重要的代表。臺灣學者將歸納臺灣餐館菜譜約有八大菜系，分別代表不同常民飲食文化，包括北方菜（魯菜）、湖南菜（湘菜）、江浙菜（蘇菜）、港式粵菜（粵菜）、四川菜（川菜）、福佬口味臺菜之一、客家與潮州口味臺菜以及素菜（林明德，1996）。上述分類法中臺灣菜以福佬與客家兩大菜系，而臺灣客家人第一時期的開墾在南臺灣的屏東平原，大武山孕育了終年不止的高屏溪、隘寮溪、東港溪、林邊溪等等，加上年平均溫攝氏二十六度的高溫，很適合水稻的生長，屏東平原的稻米生產富足再搭配客家文化醞釀出南部六堆地區的客家常民飲食文化（曾喜城，2008）。此外，由於原住民中排灣與魯凱族包著屏東六堆區域，原住民的常民飲食文化也可堪稱地方特色的代表。以下我們將分從屏東地區的「客家」和「原住民」兩個主題進行概述。

### 1、客家生活的飲食文化

屏東客家常民的分佈範圍有多廣？根據曾喜城（2008）的描述，屏東平原上客家祖先組織「六堆」保鄉衛土：所謂「六堆」以客家最早開發的竹田為「中堆」，內埔為「後堆」，後堆之北為「前堆」麟洛、長治，以竹田「中堆」面向客家祖先登陸的東港，南下左邊為新埤、佳冬的「左堆」，向北右上方為「右堆」高樹、里港、美濃、六龜、杉林。以上高屏「六堆」客家聚落有其形成的歷史背景，四周都是福佬、平埔、原住民（排灣和魯凱族）包圍的區域，「六堆」雖非行政區域，卻早已是南臺灣屏東平原上客家常民居住區域的統稱。

#### (1) 米食與簡樸的常民文化

臺灣客家除了語言表現外，日常食物處理觀念的文化則足以代表與其他族群在飲食文化差異上的分辨因素。這正是客家人付出更多的勞力、勤儉奮鬥，以克服生態環境不足而得以生存，故飲食方面用料不求珍貴，主要以當地所產之蔬菜與肉品調配運用（曾純純、劉秀俐，2010）。

因此走進屏東客家聚落，食物料理方式乃因勞動力大而需較多鹽分，因此客家菜也相對較鹹，其鹹食菜譜為鹹菜及用米酒糟加鹽醃製的酒糟，用芋苗醃製的芋荷，常見的蘿蔔乾等等，這些都為家常菜，而春夏季節，餐桌上都以鹹菜或酒糟下飯，到了夏收時節，則以芋荷為主菜，秋冬以蘿蔔乾為主。喜慶節日，客家人最喜歡吃的菜肴為「釀豆腐，肉圓，魚圓」三大菜，尤其釀豆腐為最富有特色的客家美食。

有學者訪談客家族群對食物的記憶，內容提到傳統農村社會中客家人很少有機會接觸其他族群食物，也不會特別注意「什麼是客家人的食物？」或「什麼食物才是客家食物？」，但在文化比較的觀點下，與族群意象相連結的食物，雖然居住環境相似而採用相同的食材，但卻是在製作過程中顯現彼此的差異，而前述之「香、鹹、油」等味覺特質是在比較情境下被賦予食物好吃與否之文化價值觀，特別是「簡單食材」為客家常民認同的飲食象徵（林淑蓉，2007）。換言之，簡單（或儉樸）的生活，強調其簡單面性特質，成為客家人認同建構的「物質性」基礎。而客家常民飲食以取得的日常食材，透過醃製與日曬保存食物的處理過程，逐漸發展對食物記憶，勾勒美好童年生活、家庭生活及與親人關係的客家菜（林淑蓉，2007）。

## （2）客家常民菜譜舉隅

承上所述，客家祖先吃苦耐勞而養成的節儉個性，不分男女的下田勞動使得鹹味較重，較油則能抵抗飢寒，所以客家菜珍惜肥油菜色。根據曾喜城（2008）的調查，因客家菜兼聚「肥、鹹、酸」口味反映了客家民風簡單樸實的個性，表現在菜色上就顯得乾淨單純，他大略介紹幾種較為人所知的客家菜：

在客家菜餚上，「封肉」（也寫作「豐肉」）是宴客的好菜餚，通常先將大塊的肉油炸幾分鐘去腥味以後，加上醬油、糖、蒜及少許的酒紅燒，尤其瘦肉、肥肉與豬肉在一起，使得封肉味美，令人垂涎。「雞肉絲」將整隻雞煮燙熟透以後，撕成絲狀，加上蒜及蔥花鹽醃漬一小時的。「肉丸」則是將碎豬肉加上少許太白粉，加蔥花蒜泥醬油醃漬，再揉成橢圓形狀。可以用蒸熟後上桌，也可以煮成肉圓湯，頗受大眾歡迎；「客家小炒」則是以魷魚炒芹菜，香味十足；「炒大腸」是將豬大腸清洗乾淨，加上薑絲、醋、醬油。熱火炒熟以後，加沖好的太白粉，吃起來清脆可口。「炒肚片」主要的材料是豬肚切成塊片，加酸菜（客家人稱為鹹菜）、薑絲炒熟，頗受大眾歡迎。「白斬雞或鴨、鵝」反映客家農家盛行養雞、鴨、鵝，其肉肥味美，客家人將殺好的雞鴨鵝整隻或分成半隻煮熟，然後才切成塊狀，再沾七層插（福佬人謂九層塔）切碎混入醬油，這道客家菜做法十分簡單，卻頗能引起饕客的喜好。客家「豬腳」主要用紅燒，將豬腳佐以土豆（南部客家說番豆，目前慣稱花生），加醬油、糖、大蒜、少許的酒燒爛，味道十足。而臺灣南

部流行的萬巒豬腳是煮熟以後，切成塊狀沾佐料，此佐料聽說是二百多年前大陸梅州引進的祖傳祕方，現在到梅州也找不到「祖傳祕方」，甚至粵東也不見這種吃法。不過萬巒豬腳，近幾年早已傳遍臺灣南北，成為老少咸宜佳餚。蔬菜方面，臺灣客家菜的炒青菜，主要以炒茄子、空心菜和地瓜菜最為大眾歡迎。「福菜湯」也就是鹹菜湯，會加些豬肉丁絲使味道濃郁可口。

此外，客家食文化中，米飯是每天主食，客家人在飯後都要下田工作，吃稀飯容易肚子餓，體力會不濟。早期一般米飯是由蓬萊米或在來米煮成，此外還有可做成點心的糯米，尤其是客家婦女所製作的生炒糯米飯是一項美食，既可做餐、也可當小吃、點心，令人回味無窮。「粄」是客家米食的一大特色，在原料、製作工具的詞語相當豐富，且客家粄名稱眾多，有的因其製作原料而命名，也有以食用植物與粄的形狀來命名或配合節日飲食，充分展現稻米主食特色（彭庭芸，2007）。「粄仔」不只可煮成飯還可將其磨成漿，壓去水分後揉成米糰就可做出客家食品中千變萬化的「粄仔」，像不論婚喪喜慶或廟會拜拜都會大量的用「米齊粄」以饗來客，農曆春節做「甜粄」—甜年糕，「肉粄」—鹹年糕，「發粄」（形狀圓頂，表面會開口笑），但也分為軟或硬兩種米漿做出，另外還有「菜頭粄」—即是蘿蔔糕、清明節時做「艾粄」—米漿加入艾草不包餡的「菜包」—外皮用白色米漿再包餡，因為形狀有些像昔日的豬籠，孩子們將其稱為「豬籠粄」，另外也有將菜包的外皮加入艾草包入菜包的餡稱「艾草菜包」（彭庭芸，2007）。

若到客家小鎮走走，常民飲食通常從「祭祖、日常、節日與待客」四種去觀察，就可發現某些特色。例如客家人重視祭祖的習俗上的菜，像是每初一及十五，傳統客家會以一塊五花肉，一條魷魚乾，幾塊豆腐干，加上蔥和芹菜為祭品，而祭祀完成切成塊狀烹炒即為「客家小炒」；另外，臺灣南部客家有「還福」待客習俗，每當年尾完成了春耕夏耘秋收冬藏，家家戶戶都會宰鴨殺雞，在村社中祭拜，叩謝神恩之後，邀親朋好友到家中宴客。以前農村沒有電冰箱，所以「還福」宴客都由各村莊協議，以免家中祭品太多，各村莊輪流「還福」宴客，晚上並演出紙影戲或三腳採茶戲，具有地方意義（曾喜城，2008）。

## 2、原住民生活的飲食文化

根據張玉欣的說法，在屏東除了閩南、客家移民開墾外，較早先住民是排灣族與魯凱族，而排灣族是以芋頭為主食，在約一百多年前，排灣族一天吃兩餐，後來因農業發達，才與漢人同，副食品方面，因盤居海岸附近，所以特別喜歡鹽漬烏魚、飛魚；鳥獸肉都是用白開水煮熟，然後用鹽巴調味；魯凱族的主食及飲食習慣與排灣族蠻類似，如烤山豬肉和小米發酵製成的小米湯圓則是魯凱族的常民飲食文化特徵（張玉欣，2002）。

位於台灣南端的屏東，有三分之一原住民、三分之一是閩南人、三分之一客家人，文化呈現多元化面貌，尤其此區仍保有許多豐富的原住民文化，境內擁有九個原住民鄉各有其主題特色，其中以排灣族及魯凱族為大多數（屏東愛屏東，2012）。以下將介紹排灣族及魯凱族群的飲食文化特色。

### （1）排灣族的常民飲食



排灣族為台灣原住民族第三大族，以行政區域而言，屏東縣的三地、瑪家、泰武、來義、春日、牡丹、獅子、滿州等八鄉，以及台東縣的卑南、金峰、太麻里、達仁、大武等五鄉，有少數居住在花蓮縣卓溪鄉與高雄縣的三民、桃源兩鄉境內（衛惠林、林衡立、余錦泉，1965）。

排灣族崇敬與自然之間的關係，因此有學者發現其在傳統土地利用上表現其知識、實踐與信仰方式，亦即透過儀式、規範以及禁（聖）地的保護，建立土地合理的配置與使用，反映排灣族人深層的土地信仰（杜詩韻，2012）。

根據李莎莉的報告中指出，排灣族以小米、芋頭為主要的食物。此外，還有花生、樹豆、甘藷等作為主食，芋頭以火烤乾後加以貯存，可供一年的使用，從與自然關係的信仰發展出一系列的飲食文化，她歸納出以下幾種常民飲食（李莎莉，2004）：

就日常生活來看，其常民飲食特徵主要是發揮利用大自然的材料，因此舉凡生活周遭的花石草木，皆是飲食可用的工具與材料（王煒昶，1994）。例如「祈那福」（cinavu）是排灣族傳統食物的代表，其原意為「用葉子包的食物」，使用的原料是用木椿搗碎加水揉成糰狀的小米與豬肉，並將之盤捲放入大鍋內水煮，族人稱之為「像百步蛇的 cinavu」。排灣族善用自然葉子香氣與烹飪的食物文化，排灣族人不僅用月桃葉特殊的清香氣息包裹年糕，有時也會選用香蕉葉，先將它放在火上烤軟讓香味持久，再用來捲包年糕（李莎莉，2004）。

就慶典文化來看，如漢族湯圓或水餃般的「binalai」（賓納來）是用小米搗碎成粉狀，並加水揉成糰狀，以肉或溪裡的小魚蝦為餡，包肉的搓成圓形，喜愛冷卻後食用。有些像祈納福的「dinugu」（笛奴固）原意是「搗碎的食物」，使用香蕉、地瓜、與芋頭三種原料，將之搗碎再放入豬肉，以香蕉葉包捲，上述三種形式均是族人喜愛的方式，其中地瓜與芋頭更是稻米傳進部落以前排灣族人的主食。此外，有「排灣族香腸」之稱的「yinabilan」（伊那賓朗）則是以豬小腸製作成香腸，除了灌入剝碎的豬肉以外，還加上了芋頭粉，油炸之後食用味道鮮美，在族人結婚或喜慶的場合裡，往往會利用殺豬以茲慶賀的肉來操作。最後，使用糯米搗碎粉狀的「chuluker」（初鹿克），加水調和，揉成糰狀以作成長條圓形，蒸熟之後切成圓筒狀食用，加入的餡料有花生、芝麻、蔥花碎肉三種口味，前二者可以當甜點，後者可以當主食（李莎莉，2004）。

就祭祀習俗來看，排灣族有一種象徵性意義大於實質意義的食物，就是在祭拜祖靈的五年祭當中，各家各戶分別準備祭拜祖靈供品，將迷你型的祈那福穿綁成一長串，與 binalai、花環、生山豬肉、布料放在一起，奉獻給歸來的祖靈，由女巫沿戶挨家召請祖靈前來享用，並在祭典結束後將之放置在山林野外（李莎莉，2004）。

## （2）魯凱族的常民飲食

屏東行政區中多為西魯凱群，其村落為屏東縣霧臺鄉的好茶、阿禮、吉露、霧臺、佳暮、大武等六村，三地門鄉的德文、青山兩村，以及瑪家鄉的三和村美園社區（王長華，1995）。

魯凱族的經濟活動主要包括山田農耕、打獵及捕魚。王美青研究魯凱族的報告指出：傳統魯凱族的生計活動，以山田燒墾式農業為生計主要來源，打獵、山溪中捕魚、採集、以及有限的家畜飼養為較次要的輔助生計活動。焚山、開墾、播種、輪作及雜耕的山田燒墾是魯凱族農業的主要模式，所種植的作物主要有四種：小米、芋頭、地瓜和花生，其他諸如玉米、樹豆、木薯、南瓜等作物都是次要的搭配輪作作物。芋頭和地瓜二類是日常主食，小米僅供儀式性場合使用，具有社會和宗教意義（王美青，2004）。

就日常生活飲食來看，魯凱族較長以水煮方式將用水與各種食物相混，然後覆蓋大型芋葉再加以煮熟；比較特殊的食物加工法則有釀酒、燻肉、烤芋等。以釀酒為例，其主要原料為糯粟和藜，釀製過程先將糯粟搗碎、浸水、蒸熟成糕，加藜粉為酵母，密封於酒甕中，三、四日後成酒，糟沈澱其下，上面即成酒。燻肉是將獵肉煮半熟後加鹽醃製，予以曬乾或置爐灶上方燻乾。此外，芋頭乾(kurai)可說是魯凱人最喜歡的加工食糧，常和蔬菜與肉類煮成粥狀。芋乾經過特殊的乾燥製作法後就能供終年儲藏，於缺糧時節發揮功能。

### 參、屏東地方特色飲食之研究展望

屏東地方特飲食是地理環境與人文風俗共構的物質文化，並且不能輕忽政治與經濟力的因素。換言之，屏東在地飲食文化的特徵反映出在地根據文化認同而形塑的生活方式及其風土特徵；這也使得飲食文化成為了解並認識產業發展與族群文化根源最好途徑之一。由上述節慶／產業飲食與常民飲食的兩種途徑我們可以了解，屏東因得天獨厚的地理環境，如氣候、水質與農產品；或各地風土民情與人文特色的差異，擁有豐富多元的飲食文化，形成具識別性的地方特色，對後現代的觀光社會來說則是行銷地方甚或地方味的媒介。

不過，常民在地飲食在商品化與全球化的情勢下，有時會重新改變或融入其他的文化元素，如客家口味也因應觀光需要或差異人口的特質而改變，而各地都能買到地方的商品，也使得必須到此體驗在地生產的飲食文化特質變得並不鮮明，取而代之的反而是品牌包裝與行銷形象而已，真正的地方味與故事有被留來嗎？地方特色的飲食文化在比較的過程中呈現「價值感」，但根基於地方生活的「故事感」是不容忽視的一環，唯有如此才能賦予人文意義、歷史價值，讓飲食文化說出生活方式的故事，才能讓在地特色維持並發展長久。

如此，異鄉人或在地人於滿足口腹之慾時，才能理解到其口腹之中豐富的文化內涵與社會意義，更了解飲食文化本身如何包含人、土地的關係，減少消費化與商業化所造成的隔閡，進而讓屏東的飲食文化，在國際間擁有在地的特色。因此，做為屏東飲食文化發展的研究，筆者以為對於屏東地方常民飲食文化可有以下的規劃與展望。

#### （一）新聞媒體再現的屏東地方飲食

傳播媒體的影響力無遠弗屆，許多政治與商業團體也都試圖透過接近使用媒

體來增加對地方特色飲食地塑造與行銷。屏東地方飲食在大眾傳播媒體中無論是一般新聞，還是專題報導，裡面所記載的是屏東飲食文化推展的足跡，其中也包含著各個團體與族群建構地方認同的飲食文化。然因許多新聞媒體資料年代久遠與保存意識不足，須要有系統與觀點地進行整理，才能夠將這些新聞資料轉化成記載屏東地方飲食文化的寶貴史料。

### （二）跨領域飲食文化的整合研究

常民的飲食文化經常反映在創作作品中，無論是文學、繪畫、攝影、影像等各種媒材，很可能都記錄著屏東地方飲食文化的個人觀點，裡面也蘊藏個人所屬文化團體的觀念與想法，此類跨領域飲食文化研究，絕對需要做整合性組織，如此也有益於與飲食文化的教學研究之深耕。

### （三）網路世界的屏東飲食誌研究

目前網際網路提供許多人交換異地旅遊與飲食的經驗，而個人部落格或社群發表的網誌雖然散見不同地方，但不失為對當代全球化與數位化社會下屏東飲食誌的觀察起點，而不同異鄉客與他者的遊歷，也可做為研究屏東地方飲食特色的一個參照座標。

本文，僅從目前掌握的文獻資料要去建構屏東地方飲食文化圈，仍有不足之處須要加以補充，未來期待有跨領域的研究團隊，對各種文獻資料進行全面的蒐集與調查，如此才能有系統地探討屬於屏東地方意識的飲食文化記憶及其人文性。此外，人文導向的屏東地方特色飲食建構，更應著重去整理或發現各地方人物地飲食經驗與認同，必須藉助在地生活經驗來彰顯飲食文化的意義與價值。

### 參考文獻

- 王長華 (1995)。重修臺灣省通志卷三住民志同胥篇。南投：臺灣省文獻會。
- 王美青 (2004)。魯凱族 (國立台灣史前文化博物館「台灣原住民數位博物館計畫」報告)。台東：國立台灣史前文化博物館。
- 王煒昶 (1994)。排灣族群的飲食文化。山海文化雙月刊, 2, 113-118。
- 李莎莉 (2004)。排灣族 (國立台灣史前文化博物館「台灣原住民數位博物館計畫」報告)。台東：國立台灣史前文化博物館。
- 杜詩韻 (2012)。原住民生態知識與土地利用關係之研究：以兩個排灣族部落農業與狩獵活動為例。未出版之碩士論文，東華大學自然資源與環境學系，花蓮。
- 枋山地區農會 (2012)。農特展品。屏東：高樹鄉農會。線上檢索日期：2012 年 8 月 19 日。網址：<http://www.mango.org.tw/>
- 林明德 (1996)。臺灣的飲食文化。載於張炎憲主編，歷史文化與臺灣 (4) (頁 223-243)。台北：臺灣風物。
- 林淑蓉 (2007)。食物、記憶與社會生活：再探客家文化遺產 (行政院客委會「口傳與非物質性文化遺產：客家族群記憶研究」子計畫二成果報告)。台北：行政院客委會。
- 林衡道 (1995)。臺灣的傳統食品。載於林慶弧、陳慧俐主編，第四屆中國飲食文化學術研討會論文集 (頁 369-376)。台北：中華飲食文化基金會。
- 屏東愛屏東 (2012)。原鄉原味。屏東：屏東縣政府。線上檢索日期：2013 年 8 月 21 日。網址：  
<http://i-pingtung.com/Portal/Content.aspx?lang=0&p=002040001>
- 屏東縣三地門 (2012)。歡迎來三地門喝咖啡。屏東：屏東縣政府。線上檢索日期：2013 年 8 月 21 日。網址：  
[http://sandimen-ec.hisales.hinet.net/index.asp?au\\_id=6&sub\\_id=4](http://sandimen-ec.hisales.hinet.net/index.asp?au_id=6&sub_id=4)
- 屏東縣政府 (2013)。產經發展。屏東：屏東縣政府。線上檢索日期：2013 年 8 月 20 日。網址：<http://www.pthg.gov.tw/tw/CP.aspx?s=1015&cp=1&n=10878>
- 高樹鄉農會 (2012)。農產特色。屏東：高樹鄉農會。線上檢索日期：2012 年 8 月 19 日。網址：<http://www.pthitree.com.tw/>
- 張玉欣 (2010)。屏東飲食文化初探。中華飲食文化基金會會訊, 8(3), 32-37。
- 梁冬平、秦璞、徐杰順 (2009)。夜市的文化空間：南寧市中山路夜市研究。中國飲食文化, 5(1), 105-139。
- 莊英璋：〈客家社會文化與飲食特性〉，《客家飲食文化輯》，台北：行政院客家事務委員會，2003/12。
- 陳永森 (2010)。地方政府產業節慶行銷模式與經驗研究：以屏東黑鮪魚文化觀光季為例。鄉村旅遊研究, 4(2), 19-28。
- 陳玫如、李寧遠 (2010)。美濃地區不同世代的客家族群對客家飲食文化的認知及飲食行為之相關研究。教育與多元文化, 3, 139-183。
- 彭庭芸 (2007)。客家飲食文化的成因與特色。台北：客家委員會。線上檢索日期：2013 年 8 月 20 日。網址：  
<http://www.hakka.gov.tw/np.asp?ctNode=2433&mp=4>
- 曾純純、劉秀俐 (2009)。從六堆客家俗諺語探究稻米文化意涵。人文社會科學

- 研究，5(3)，18-40。
- 曾喜城（2008）。臺灣及東南亞：客家移民飲食文化初探。載於中華飲食文化基金會主編，*第十屆中華飲食文化學術研討會論文集*（頁 79-93）。台北：中華飲食文化基金會。
- 黃瓊萱（2011）。網路服務機制對使用者認同感建立之研究—以愛評網為例。未出版之碩士論文，淡江大學資訊傳播學系，台北。
- 楊紀波、黃種成（2009）。閩台地域飲食文化。載於黃克武主編，*食巧毋食飽：地方飲食文化（一）*（頁 21-44）。台北：中華飲食文化基金會。
- 楊豐銘（2009）。法國人家常見的伴手禮與飲酒文化。*中華飲食文化基金會會訊*，15(4)，54-56。
- 萬丹鄉公所（2012）。農產特色。屏東：萬丹鄉公所。線上檢索日期：2012年8月19日。網址：  
<http://www.pthg.gov.tw/TownWto/CP.aspx?s=4550&cp=1&n=14360>
- 臺灣國際豬腳節（2013）。臺灣國際豬腳節官網。台北：臺灣農漁物流協會。線上檢索日期：2013年8月20日。網址：<http://www.taiwanpork.org.tw/>
- 衛惠林、林衡立、余錦泉（1965）。*台灣省通志稿卷八同胄志：排灣族*。台中：臺灣省文獻會。
- 蘇咨任（2006）。萬巒豬腳街之產業群聚。未出版之碩士論文，國立高雄師範大學地理學系，高雄。
- 蘇嘉全（2003）。屏東縣觀光發展國際化行銷策略。*研考*，27(3)，41-49。

## The Study of Regional Cuisines Culture in Pintong

Tzong-Sheng Deng \*

### Abstract

To understand regional cuisines, it is necessary to have geographical and historical context. A regional cuisines expects the food not only to taste good, but also to be humanities and history appealing for regional identities. The three most commonly available concepts in regional cuisines are “product, humanities, and market” to form Pintong food culture. In Pintong, as in all other politically and economically developed societies, most cuisines identities from a variety of special occasions: holidays, celebrations, and religious rituals. Behind those festivities lies a complicated system of government and intermediaries for brand-conscious, like Dong gang bluefin tuna, Wanluan pig knuckles, Pintong night market etc. At the basis of geography and history in Pintong, therefore, there are two cultures: one is Hakka culture, the other is aboriginal culture. Their food culture presents celebrations and religious rituals of the relationship between people, and between people and their deities. The Pintong food culture has drawn heavily on its dominant cultural surrounding that the historical and geographical factors have shaped the lifestyle and identities. This paper was motivated by a belief that humanities concept could help deliberate on the future development of regional food culture research. Culture-oriented research offered critique and discussion about its meaning and value on the regional cuisines ◦

keywords : Hakka culture, aboriginal culture, festival ritual, food culture

---

\* Assistant Professor, Department of Cultural Creativity, Mei-Ho University.