

國立台灣大學理學院地理環境資源學系



碩士論文

Department of geography

College of Science

Nation Taiwan University

Master thesis

越南台茶的移動性與領域化

Mobility and Territorialization of

Taiwanese Tea in Vietnam

雲冠仁

Guan-Ren Yun

指導老師：洪伯邑 博士

Advisor : Po-Yi Hung, Ph. D.

中華民國107年8月

August, 2018

國立臺灣大學碩（博）士學位論文



口試委員會審定書

越南台茶的移動性與領域化

Mobility and Territorialization of

Taiwanese Tea in Vietnam

本論文係雲冠仁君(R04228016)在國立臺灣大學地理環境資源學系、所完成之碩（博）士學位論文,於民國 107 年 6 月 22 日承下列考試委員審查通過及口試及格,特此證明。

洪伯邑 (簽名)

(指導教授)

趙中禎

徐心

謝誌



在進入台大念書之前，我對研究所生活抱有許多種想像，實際上那時候的我，對於研究是什麼，仍是一知半解，只覺得研究好像僅是凸顯自己的學識、能創造出厲害的理論，用來解釋世間很多事情。但這些想法，直到我在食農社的課堂上，遇到我的指導教授－洪伯邑老師，一切發生了轉變。老師在課堂分享雲南的田野經驗，「踏出自己的舒適圈」這席話，我仍是記憶猶新。對於從小只有念書的宅男來說，踏出去舒適圈，真的是對自己最大的挑戰；這一番話，讓我有種觸電的感覺，讓我心中萌生「他就是我的指導教授，我跟定他了！」

記憶跟老師的詳談，我很緊張、也亂講了很多東西，但老師還是把我拉進了越南茶團隊，與聿修、老師三人，在越南經過許多辛苦的田野；我也在老師、聿修身上學到如何看待研究、做研究的方式（同時兩位也幫我擋下需要酒精的訪談場合）。田野過程是辛苦的，在田野以後我們都會犒賞自己的辛勞；我們總是在田野結束後，去找一間餐廳，好好的把酒言歡，把心中開心、不開心與許多的想法在此時宣洩。我期盼著有一天聿修出國念博士當上教授、我當上老師之後，在老師退休之際，我們還能聚在一塊，重拾酒杯，一起聊當年在一起的種種，那時候我們可以很得意的說：「我們是洪伯邑老師的優秀學生」。

在越南的田野過程，得到了許多人的幫助，其中感謝聿修、還有聿修的親戚阿伯與阿姨。因為有你們的牽線與引薦，我才能進入到南越林同省的田野，訪談許多在那裏默默耕耘的台商，也讓越南茶議題能有更多元的聲音。雖然我只是小小的研究生，能做的也只是詳實的記錄、寫一本論文，但心中還是有小小的希望，期盼越南茶的議題，能夠擺脫只有單一角度看待的偏見。

也因為繼續的深入研究，我認識到了宇傑，宇傑幫我引薦了陳會長，讓我在 2017 年在河內的田野，得以有重大的突破。有時候命運也是玄乎，研究最終

還是回到了我最喜歡的手搖飲料，若是沒有宇傑，可能就不會有那麼精彩的論文。當然，也感謝在北越茶區遇到的台商們，你們沒將我當成外人，使我在田野資料的蒐集上，得到你們相當大的幫助。



在同儕方面，首先我要感謝同樣來自彰師的邑孺與思安，對於剛進台大帶來許多的觀念上的衝擊，還有妳們可以互相扶持與討論，讓我可以漸漸適應在台大的生活。感謝思安在人地通 TA 的工作上，細心的提點我，讓我沒有後顧之憂，能帶好那群小大一，辛苦妳了！邑孺加油，畢業後一切順利！思安也一定可以寫出很精采寮國咖啡的故事，然後開夢想中的咖啡店與甜點店。

當然，最重要的，還是 408 研究室的學長姐、同學與學弟妹們，這一路的相伴與扶持。感謝前輩－寶慧、莉靜、純鎰、偉倫、韓大老闆季庭、思好學長姐們的經驗分享，以及時不時會回來研究室參與活動，給我們學弟妹鼓勵。然而同儕聿修、育安、宇忻、思安、于萱，很懷念（但不想再次經歷）我們為了老師的死線，一起拚到看日出的日子，以及在羅馬、高雄、台東等大大小小研討會的經歷，期盼跟我同時畢業的育安未來順利，朝妳的異想世界前進，宇忻可以振興灶咖，讓我以後有食農教育的場所可以去。學弟妹芭芭拉（嚴格說起來是學姊）、明堂、東霖、佩文與徐碩，有你們位研究室注入新血，相信能將 408 精神傳遞下去的，祝福芭芭拉去雙溪教書大順利，明堂、東霖、佩雯與徐碩，能有精彩的故事說給更多人聽。

當中特別拉出來感謝于萱的引薦，讓我有去學校兼課的機會。在研究所的路途中，其實我算是一路跌跌撞撞，自己心裡有很多跨不過去的坎，因為您引薦的教書機會，讓我能暫時逃避研究所的課業，更確立我教書的目標。對附中學生，有時候老師研究所課業與教書不一定能雙邊顧及，但你們在課堂上那還是自動自發，聽課眼神炯炯有神，課業的表現也相當好！希望以後你們可以繼續努力，除了帶走課業知識之外，也能帶走對世事好奇、不同角度思考的議題

的本心，也是我在研究所中的歷程中，真正有信心跟你們說，我學到的事物。

研究所路上，也少不了好損友，其中好損友—鴻揚、Tony、聿修，一起私下討論系上的小八卦、一起偷婁學弟們。但也因為有你們，能繼續延續我壘球的生活，讓我能在研究所路程中，有個運動能發洩，並讓我完成在台大拿到地理盃冠軍的小小妄想。鴻揚、Tony 祝福你們在廣冀老師那邊能盡早完成論文，尤其是鴻揚，台灣的政治圈需要你這種有傻勁跟拚勁的優秀青年。期盼有天我們還可以聚首在一起打球！

以及我要感謝在台大的學長姐昱凱、慈忻、謝嘉，在我接下 Paul Robbins 接待工作而苦惱、疲憊不堪的時候，你們適時伸出援手，組成團隊幫助我完成系上第一屆大型學術活動；使系上學術風氣更加興盛，你們是最大的推手！

在大學畢業後，仍鼓勵我繼續深造，我要感謝我的父母，在知道我要去越南研究的時候，老媽總是反對的，但老爸卻很支持我，能走出台灣，去看看這個世界、跟不同人交流。我也憑藉著一股傻勁，也沒多想就去越南待了好長一陣子，抱歉讓老媽擔心了，但我也在過程中成長了不少。感謝父母在研究所給我學費與生活上的資助，以後出社會，我一定會回饋給你們。

最後我要感謝我的女友，在研究所我一直在抱怨，有時候壓力過大，還會逼妳要跟我一起念書，同時還要忍受我無止境的 *murmur*；不過因為有妳時不時的鼓勵，我才能完成研究所的學業。祝福我們都早日考上正式老師，不過還是要說，劇少看一點，可以多看點書喔！

這本論文得以完成，有賴於台大與科技部計畫案的支持，分別是《台茶南向：越南茶、台灣農技轉移與跨境茶鄉地景的政治生態學》、《跨境移動下的自然：台越農技轉移與邊境治理的政治生態學》、《南向的茶：越南茶與台灣農技跨境轉移的領域政治》三個科技部研究計畫案。

最終我期盼能透過這本論文的出版，能帶給大家站在不同的角度，去思考越南茶的問題，反思現今台灣社會充斥的論述。我們不是去辨別論述的是非，有時候論述並不是孰是孰非的問題，而是能更深刻反思為何會有這論述的出現，就好似本文的主軸－「在地性」是如何被建構；站在不同的視角，去看待台灣茶產業的問題，甚至放大而言，是台灣整體農業發展的問題。

摘要



本文利用裝配（*assemblage*）的取徑，說明在地性（*localness*）的意義，是裝配取徑中領域、去（再）領域化的過程。在地性意義組成與轉變的機制，即是台灣茶產業發展過程中的移動，帶動茶種與製茶技術等因子的組成、拆解與重組。

1980年代，台灣茶產業面臨轉型，國內的產量供不應求。此時台商結合政府的南進政策，帶動茶產業轉往越南發展。越南茶產業得以成為台灣茶產業的一部份，則是需要經過茶種物質性與製茶技術的調整，茶葉才得以賣回到台灣，以填補台灣茶不足的需求量。隨著境外的茶葉移動擴張，台灣開始反思在地性的意義。除了動員負面論述，強化本土與境外的分野之外，也利用產地標章、地方性的特色茶品，強化台灣的在地性意義。在這樣的脈絡下，越南台茶被台灣的在地性意義所排除，除了導致茶葉銷售困難、利潤減少，也間接導致越南茶葉因無資本的投入，品質更加低落，得以被科學檢驗技術驗出產地。

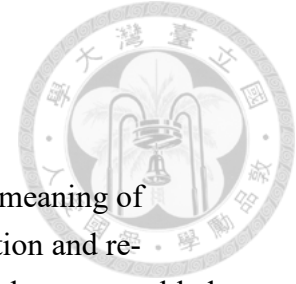
為了重新帶動越南茶產業發展，部分台商透過移動，將茶葉帶往北越山區種植，期盼結合台灣高山茶論述，以回應台灣的在地性意義。於此同時，隨著飲料茶市場的崛起，帶給台商另一條發展的路徑。茶葉生產者透過不同的經營體系與製茶技術的變革，結合在越南珍珠奶茶店的台灣經營者的使用，以（珍珠奶）茶的製作技術與文化的獨特性，作為新的在地性宣稱。隨著越南珍珠奶茶店不斷地擴張，台灣珍珠奶茶的在地性宣稱受到威脅，台商處於重新建構在地性意義的焦慮。同時在台灣內部，也意識到使用的飲料茶原料，多是境外進口的，進而產生在地生產的焦慮。為了解決問題，台灣推動平地茶園復耕計畫，欲求重新建構在地生產的在地性意義。

台灣與越南茶的爭議，主要是源於「在地性」的意義，並無一定的本質。在地性的意義，是在台灣茶產業發展過程中不斷變動的，同時這些變動，也反映台灣茶產業對於尋求何謂在地性的焦慮。



關鍵字：越南茶、在地性、裝配、移動性、領域化

Abstract



In this paper, the assemblage approach is used to illustrate the meaning of localness, which is the process of territorialization, de-territorialization and re-territorialization. The mechanism of making the meaning of the localness assembled and transformed is the movement of the Taiwanese tea industry, which drives the heterogeneous elements such as tea and tea-making technologies assembled, dismantling and re- assembled

In the 1980s, Taiwan's tea industry faced a transformation, cause domestic production was in short supply. In this situation, Taiwanese businessmen combined with the government's Southern Policy to divert the tea industry from Taiwan to Vietnam. In order to make the Vietnamese tea industry become a part of Taiwan's tea industry, it is necessary to adjust the materiality of tea and the technology of tea making in Vietnam, makes the tea can be sold back to Taiwan to fill the shortage of Taiwanese tea. With the expansion of abroad tea imported, Taiwan began to reflect on the significance of localness. In addition to mobilizing negative discourses and strengthening the distinction between local and abroad, it also uses the geographical indications and local specialty teas to strengthen Taiwan's localness significance. In this context, Vietnam's Taiwanese tea was ruled out by Taiwan's territorial significance. In addition to causing difficulties in tea sales and reduced profits, it also indirectly led to the lack of capital investment in Vietnamese tea, which makes the lower quality and could be verified its place of origin by scientific inspection techniques.

In order to re-mobilize the Vietnamese tea industry, some Taiwanese businessmen brought the tea plants to North Vietnam's high mountainous area, and hoped to combine Taiwan's discourse of high mountain tea to respond to Taiwan's localness meaning. At the same time, with the rise of the beverage tea market, it has brought another routes for Taiwanese businessmen to develop. Therefore, tea producers transform different management systems and tea-making technologies, and cooperate with the Taiwanese bubble tea shops in Vietnam. Using the uniqueness of the production technology and the culture of Taiwanese bubble tea as a new localness claim. With the continuous expansion of Vietnam's bubble tea shop, Taiwan use bubble tea as localness claims faced threat, that makes Taiwanese businessmen are in the anxiety of re-territorialization localness meaning. At the same time, Taiwan also realized that the tea used were mostly imported from abroad, which in turn caused anxiety in local production. In order to solve these problem, Taiwan promotes the re-

cultivation plan of the flat tea garden, and wants to reconstruct the localness meaning is equal to local production.

The controversy between Taiwan and Vietnamese tea is due to the meaning of "localness" has no certain essence. The meaning of localness is constantly changing during the development of Taiwanese tea industry. At the same time, these changes also reflect the anxiety of the Taiwanese tea industry in seeking what is localness.

Keywords : Vietnamese tea, localness, assemblage, mobility, territorialization

目錄

論文口試委員會審定書.....	i
謝誌	ii
摘要	vi
Abstract.....	viii
目錄	x
圖目錄.....	xii
表目錄.....	xiii
第一章 前言.....	1
第一節 研究背景.....	1
第二節 研究問題與章節架構.....	6
1.2.1 研究問題	6
1.2.2 章節架構	7
第二章 文獻回顧.....	10
(一) 台灣茶與越南茶產業.....	10
2.1.1 越南的茶產業	10
2.1.2 台灣茶產業與境外茶的歷史變遷	13
2.1.3 台灣的珍珠奶茶的在地性宣稱	15
(二) 移動性的文獻評述.....	17
2.2.1 移動性與地方	17
2.2.2 裝配取徑下 (assemblage) 地方與移動性的討論	18
2.2.3 移動下「在地性」(localness) 的裝配與領域化.....	21
第三章 研究方法.....	25
第一節 田野調查.....	25
第二節 研究方法.....	28
第四章 移動中的茶種與技術	30
第一節 政策結構下茶種與技術的移動.....	32
4.1.1 製茶業管理規則的廢除與茶葉的高山化	32
4.1.2 越南國營茶廠的改革開放	34
第二節 移動下因子的動員.....	38
4.2.1 茶種的栽植試作	38
4.2.2 製茶技術的調整	42
第三節 越南茶市場的建構.....	46
4.3.1 盤商與市場通路	46
4.3.2 因應市場變動的茶品與製茶技術	50
小結.....	53
第五章 台灣茶在地性的領域化.....	55

第一節 失去市場的越南茶.....	56
第二節 越南茶負面論述的建構.....	60
5.2.1 越南茶的食安風險問題	61
5.2.2 拚配技術與本土保護主義	65
第三節 資本與物質性運作下的去領域化.....	71
5.3.1 茶樹的資本固著與品質	71
5.3.2 物質性的浮現與在地性意義	77
小結.....	80
第六章 越南茶產業的再發展	82
第一節 重新移動下的「高山茶」風味.....	84
6.1.1 純正性的烏龍茶風味	84
6.1.2 高山茶在地性的想像建構	87
第二節 飲料茶市場崛起下的在地性意義重構.....	91
6.2.1 飲料茶市場的崛起	91
6.2.2 飲料茶的資本循環與技術性	97
第三節 台灣珍珠奶茶的在地性建構.....	111
6.3.1 純正的台灣好茶？	114
6.3.2 再領域化的在地性意義	118
小結.....	125
結論	128
參考文獻.....	132

圖目錄

圖 1、越南茶進口狀況.....	1
圖 2、陸客來台趨勢.....	3
圖 3、烏龍茶與包種茶進口量.....	4
圖 4、越南茶葉生產分布狀況.....	12
圖 5、不同歷史進程的移動性與在地性領域化.....	23
圖 6、南越田野點地圖.....	27
圖 7、北越田野地區.....	27
圖 8、1973 年到 2015 年台灣人均飲茶量變化	36
圖 9、叢生的金萱.....	39
圖 10、為整棵密集生長的青心烏龍.....	40
圖 11、台灣茶種最早來到越南試驗的地方.....	43
圖 12、技術混種下的越南台茶.....	45
圖 13、必須掌握浪菁速度的茶工.....	51
圖 14、葉緣鑲發酵的紅邊的紅烏龍.....	52
圖 15、陸客來台旅遊方式比例.....	57
圖 16、被地域化的台灣消費市場圖.....	58
圖 17、在 LINE 行動軟體上傳遞的越南茶食安訊息	63
圖 18、台灣各茶區產地標章.....	69
圖 19、被剷除的茶園以減少生產成本.....	72
圖 20、被台刈後的金萱茶種.....	74
圖 21、缺乏氮肥的黃金茶.....	75
圖 22、因茶樹物質性影響下的資本無法循環.....	77
圖 23、在 Bac Kan 省種植的青心烏龍.....	86
圖 24、Evan 坐落於中越邊界山林間的茶園.....	89
圖 25、阿方哥於山林間的茶園.....	90
圖 26、位於 Allen 大哥附近的珍珠奶茶店	92
圖 27、在河內還劍湖區的飲料店.....	93
圖 28、珍珠奶茶聯盟的成立.....	96
圖 29、製作過程中的茉莉綠茶.....	99
圖 30、遍布北越山林間的老茶樹.....	101
圖 31、當地茶園的採摘模式意象圖.....	102
圖 32、當地原本製作的茶品.....	103
圖 33、台灣技術指導下條形的飲料紅茶.....	103
圖 34、茶葉揉捻.....	105
圖 35、正在走水的茶菁.....	106
圖 36、老葛、阿秀與阿明轉譯製茶技術予茶工.....	107

圖 37、台灣茶出口狀況.....	111
圖 38、2017 各茶品的出口量比較	112
圖 39、紅茶（3 公斤以上）近十年來出口量趨勢	112
圖 40、台灣好茶當中八卦茶園的意象.....	114
圖 41、受訪者 Allen 大哥開設的珍珠奶茶店	119
圖 42、強調在地真實台灣味（ True Taste of Taiwan ）的飲料.....	120
圖 43、兩間皇茶在招牌間的差異.....	121
圖 44、準備試營運的珍珠奶茶教室.....	122
圖 45、桃園廢耕農地準備重新復耕茶園.....	125

表目錄

表一、歷年茶葉種植面積消長趨勢.....	33
表二、2017 年越南珍珠奶茶店的經營統計	93

第一章 前言



第一節 研究背景

我們每日飲用的茶葉，現階段已經脫離不了是境外種植與生產的。根據農委會（2015）統計歷年來茶葉進口狀況，可以發現茶葉進口量成長快速。時至今日，台灣每年進口約 3 萬公噸茶葉，這數量是國內產量的 2 倍，其中進口的來源國，又以「越南」為最大宗（圖 1）。

據食品工業發展研究所（2015）估計，2013 年台灣茶飲原料中，國產茶葉與進口茶葉的比例相差 10 倍以上，調製飲料用茶幾乎 9 成都來自進口。兩者比例之所以會如此懸殊，一般多認為是國產茶葉單價高，用作茶飲料不敷成本所致。這樣的因素加深台灣對於越南茶葉的需求，卻同時要面臨越南茶大舉進口帶來的影響與風險。

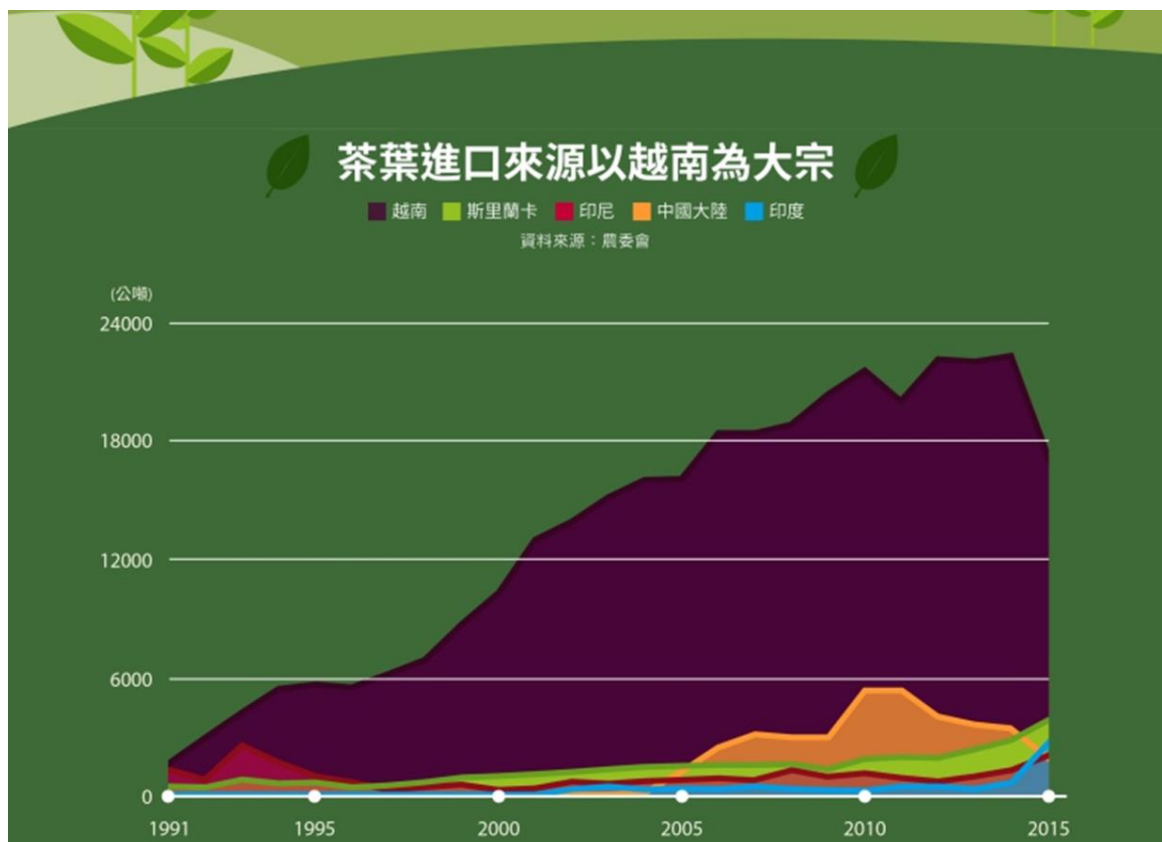


圖 1、越南茶進口狀況（圖片來源：食力雜誌 2016）

隨著越南茶大舉進口到台灣，近期超商、飲料店推出的茶品，可以發現產品開始強調 100%台灣在地茶葉使用，這些在過去都是沒有的情景，到底是什麼時候開始出現了在地、境外茶彼此的茶領域性分野？



會有產地上的分野，其實要歸因於 2015 年台灣知名飲料廠商爆發農藥超標的問題¹，連帶影響到台灣對於茶葉食安問題的重視。台灣在此次事件後，才開始意識到茶葉原料多源自越南進口；後續國內的報導，更將這次事件擴及到越戰下的戴奧辛殘留問題（相關討論見練聿修，2018）。台灣茶的在地性也在這樣的脈絡中，逐漸被建構成一種愛台、保護在地農業、健康的意義。

在地性意義的生產，看似區分了兩地的茶產業，但在 2012 年出版的經典雜誌報導中，卻帶來不一樣的觀點。潘美玲記者講述了越南當地製茶技術的進步，其實是台灣人將台灣茶種、製茶機器與技術帶至當地所致。這些越南生產的茶葉，跟台灣有著密不可分的關係，現今越南許多的烏龍茶或是飲料茶出口，其實也是出自於這些越南台商的经营。

根據 2016 年訪談在越南的經營者，台商最早於 1990 年代，隨政府南進的口號逐批的進入到越南。最初在越南是香片、茉莉花茶製作技術的指導，而台灣的茶種與台灣烏龍茶的製作技術，則是於 1999 年一名越南台籍華僑與越南林同省政府的合作下所促成。

茶種與技術在經過多年調整後，製作出來的茶葉品質，已經和台灣相去不遠。對於這些茶品的消費市場而言，最大宗仍是在台灣；但因為產量龐大，所以在市場的通路上，仍需要透過盤商中介，茶葉才能有穩定的通路可以販售。

這些茶葉除了填補了台灣茶產業轉型下的需求之外，隨著兩岸政治的開放、陸客來台旅遊的人數增長，對茶葉帶來了更大的需求量。這些隱含在台灣

¹ 此處指 2015 年 4 月英國藍飲料店爆發茶原料被驗出 DDT 殺蟲劑與農藥殘留後，後續台灣進行大規模手搖飲料店的進行抽查，進而發現許多現行流通原料有農藥殘留、標示不實等疑慮。

茶底下的越南台茶，在這樣的脈絡下，經歷了一段榮景的時光。

隨著這些越南台茶大舉進入到台灣後，台灣茶農逐漸將其視為是威脅。除了農藥的食安議題，更多的是認為這些境外茶因為低廉的製造成本，會對「台灣在地的茶產業」產生競爭的負面影響（邱念渠 2005；陳宇翔 2007；張明仁 2008）。同時也發生茶商將越南茶與台灣茶混和後，以台灣茶的名義出售，以謀取暴利的案件；台灣在這樣的脈絡下，推動產地標章來保障台灣的在地性。

在這些因素結合之下，使得越南茶賣回台灣更加的困難。在法律規範上除了需要經過逐批貨櫃檢驗的邊境檢查之外²、越南茶在台灣的使用，被法律上也規定要誠實的標示³。

2016 年新政府執政後，對越南茶市場也帶來很大的衝擊，新政府與中國大陸關係的緊張與矛盾，造成陸客團客人數下降（圖 2），茶葉（當然包括這些被混充的越南茶）最大的消費族群的流失，這些烏龍茶也逐漸失去了市場⁴（圖 3）。越南台商不得不接受盤商的壓價，以求能將大量生產的茶葉賣掉，越南茶產業的經營，開始逐漸走向蕭條。

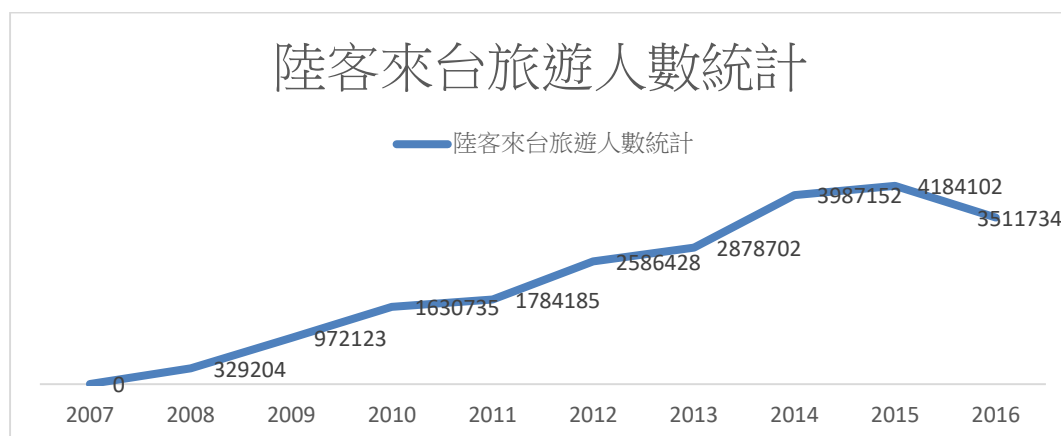


圖 2、陸客來台趨勢（資料來源：觀光局。圖片來源：作者自繪）

² 詳見《食品安全衛生管理法》第 30 條規定

³ 詳見《食品安全衛生管理法》第 25 條第 2 項規定

⁴ 這邊的資料引用是不分國籍的烏龍茶與包種茶的進口量，但越南進口的烏龍茶量的比例最高。所以以此趨勢也可以窺探出整體越南進口烏龍茶量的消長。

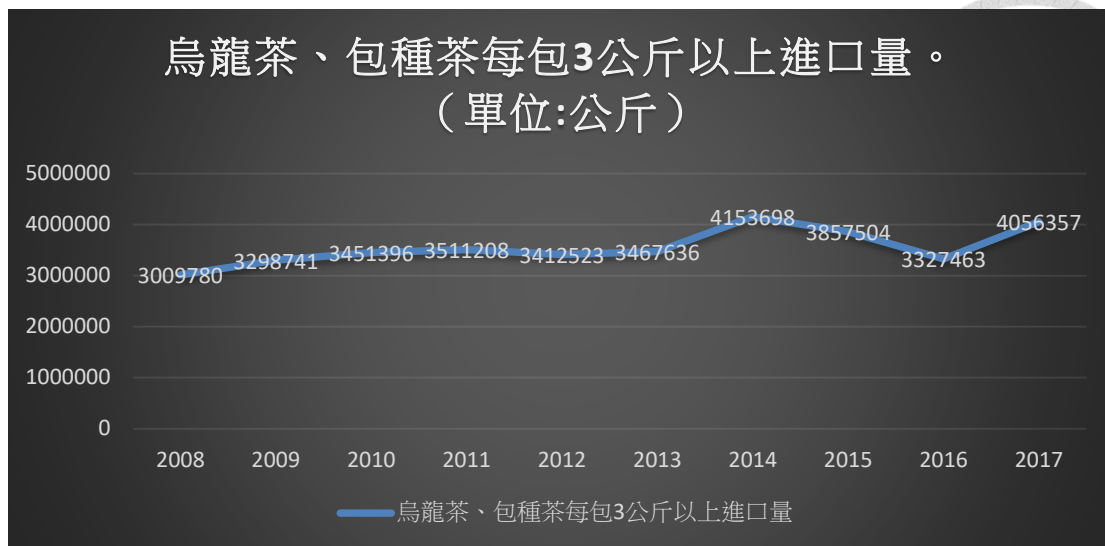


圖 3、烏龍茶與包種茶進口量

(資料來源：台灣省製茶同業公會。圖片來源：作者自繪)

在生產面上，面臨到茶樹老化與過度採收，肥料、人力成本提高等因素，再加上原本蕭條的經營狀況，致使經營者很難在田間管理上，做出如更換茶苗、更新肥料使用的突破。在這樣的情況下，茶葉的品質更加低落，在市場無法獲得更好價格，以致上述問題不斷浮現，進而產生惡性循環。同時台灣也積極研發相關技術，利用台、越兩地在田間管理上的差異，以科學檢驗來區分兩地茶葉的特性，以鞏固台灣茶產業的在地性。

在慘澹的經營下，已有台商要將茶廠轉售給越南人經營，然而也有台商思索轉換經營的模式，而「移動」就成為了一種策略。有茶商認為品質不佳的因素，是出自於南越的氣候條件，無法將「青心烏龍種」(台灣視為品質最好的茶種)量產，所以將茶產業轉移到適合青心烏龍茶種生長的北越茶區發展。因北越茶區高、冷的氣候環境，病蟲害就會相對氣候炎熱的南越少，也期盼透過此舉消除台灣對越南茶過度使用農藥的負面論述；同時也透過移動的實踐，產品能符合台灣「高山茶」的在地性意義，以在北越建構出台灣茶業的新版圖。

另外部分茶商的轉向，則是選擇建構不同的在地性意義。近期在越南流行的台灣珍珠奶茶，隨著許多店舖的成立，對於茶葉原料需求的上升，也帶動了飲料茶的產區，北越地區茶產業的發展。



在飲料茶的製作上，除了有台資茶廠利用台灣技術，去指導當地茶農製作新興茶品之外；飲料茶的技術，也牽涉到重要的「拚配」技藝。根據吳聲舜（2008）對於拚配的說明：

拚配在茶產業中正式名稱為拚堆。進行拚配的原因是茶葉產製會因產地、季節、氣候環境、栽培管理、加工技術等不同因素，在品質上，即使是同一生產者、同一產地、不同年的同一產季、甚至同一生產季不同製造日期所生產的茶葉，也會有所差異。廠商為了要求均一和穩定的品質、降低成本或擴大出口，會將不同產地、季節的茶葉，以專業的品評師進行分級評鑑，再拚堆調配成該公司的特色茶品。可分為原形茶（部分發酵茶）的拚配與飲料茶的拚配，兩者考慮的因素有所不同。

在河內經營珍珠奶茶的相關業者認為，珍珠奶茶所反映的台灣在地的文化，其實是要有台灣的茶種、製茶技術與拚配技術，才能凸顯珍珠奶茶的台灣在地性；甚至也有相關業者將「越南種植的茶」運回台灣，與台灣茶進行拚配後，以「台灣茶」的名義重新行銷到全球市場。

當然這樣「拚配」的行為，使「在地性」意義產生陷入爭議與矛盾。境外烏龍茶進入到台灣，與台灣茶拚配（或者被稱為是混和）後，以台灣茶的名義出售，被視為是傷害本土茶產業的行為；但飲料茶的拚配技術，卻能以「台灣在地」的珍珠奶茶形象行銷到越南、甚至世界各地。

這些在越南從事珍珠奶茶行業的台灣業者，同時面臨到越南當地經營者的模仿效應。這些在地經營者為了節省成本，使用了中國或越南種植與製作的茶葉，茶原料的品質在越南市場中開始不穩定，進而影響了台灣的珍珠奶茶在地

性宣稱。經營者有鑑於此，利用「台灣技術的論述⁵」的論述，欲求重新奪回珍珠奶茶的在地性宣稱，並以此擴展飲料原料茶的原物料市場。

在此同時，台灣內部也對於大舉進口飲料茶的行為產生焦慮。政府與相關業者，期盼透過平地茶區復耕的計畫，重新帶動台灣生飲料茶，以此重新奪回飲料茶在地生產的在地性宣稱。

由此可見，在地性在空間上與社會性的意義，是隨著不同的歷史過程、茶種與技術調整下，不斷的建構與變動。在地性建構過程，其實也是「移動」下帶來的人與物共同裝配（assemblage）的結果，然而於在地性領域化的過程中產生的意義衝突，更也呈現了台灣與越南茶產業彼此間複雜且密不可分的關係。

第二節 研究問題與章節架構

1.2.1 研究問題

依據最初台商依循南進政策到越南發展茶產業的歷史過程，這些台商在越南能持續經營下去，除了政策性的優惠外，要立足當地還牽涉他們重要的資本「茶樹」的照護與「市場」的連結，使越南茶得以成為台灣茶產業的一部份。

在 2013 年台灣的茶安風暴開始，越南茶成為了眾矢之的，在民眾的印象中，越南茶已經成為品質低劣的茶品，喝茶現行已經變得要求「在地生產」。越南茶在台灣市場中，更難像過去隱含或混充在台灣茶底下販售。持續到 2016 年，兩岸政治關係的緊張使得陸客團客減少，造成茶葉市場的萎縮，再加上越南持續上漲的工資與原物料，越南台商的經營已開始出現問題。

部分台商以不同的經營策略尋求發展，隨著高山茶、珍珠奶茶的崛起，將資

⁵ 在此指涉的是從原料生產端的茶葉製作、茶葉的拚配，以及後續到市場端珍珠奶茶的調製技術。

本轉移到北越地區投資，製作不一樣的茶品。這樣的轉移過程，也需要與新地區有不一樣的生產體系的磨合，以求突破越南茶代表「品質低落」、「技術低落」、「境外威脅」等負面標籤，並重新形塑越南茶的在地性的宣稱。根據上述對於越南茶產業經營現況的說明，本研究試圖提出下列研究問題：

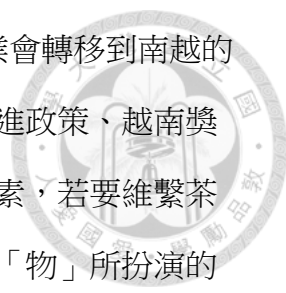
1. 茶產業在移動到越南的過程中，台商如何結合政策、茶種與技術等因子的調整，藉此讓越南成為台灣茶產業的新版圖？
2. 這些境外茶產業的經營在近期是面臨到什麼危機，這些經營者又如何透過經營策略的調整以重構在地性的意義？
3. 「在地性」的意義如何在越南茶產業的移動過程中，去生產其空間上與社會上的意義？

1.2.2 章節架構

這些研究問題也是本文章的書寫架構，在第二章本文會先依據研究問題訂定研究對象：「台灣茶與越南茶產業」，並進一步以「移動性」與「在地性的裝配」作為理論的架構概念，幫助文章回應上述的研究問題。

在第三章當中，會簡介研究地點與研究地點間不同的觀察面向，並介紹回應上述三個研究問題所進行的研究方法。但也因本研究主要是以移地研究為主，所以也會提出本研究相關的研究限制，致使本文書寫上方向的立定。

在本文的第四、五、六章中，其實反映的是台灣茶產業移動到越南的發展與轉變過程。分別是最初台商到南越林同省的拓展茶產業，轉而到陸客團客減少、食安風暴後，在地性意義如何被建構，影響後續越南茶被排除於台灣的在地性意義之外，造成經營上的困境。最後則是近期這些台商轉變的經營方向，如何回應到與重構台灣的在地性的定義，以及台灣又是如何看待這樣的在地性意義，探究在地性隨著茶產業移動下，不斷重組其意義的關係。



在第四章中，其實也是回應第一個研究問題。講述了茶產業會轉移到南越的因素，其實是台灣茶產業在發展與政策上的轉變、加上台灣南進政策、越南獎勵投資政策的響應所致。但本文不僅處理這些政策性的結構因素，若要維繫茶產業的資本營運，也就必須要討論到最重要的資本－茶樹身為「物」所扮演的角色。茶樹的物質性（materiality）、台灣的製茶技術，到越南必須要有一番新的適應與調整，茶才能成為可以被販售的商品。在市場中，因為越南茶是以「量」為主的生產模式，必須要有穩定的通路才得以維持營運，然而通路的開創，是透過台灣的盤商中介茶葉的市場移動，盤商知曉市場的需求、並利用身體品茶，以決定茶葉的市場價格，茶農也會以盤商所帶來的市場訊息，做出不一樣的技術調整。不似產業移動之後，在當地是固著恆定（permanence）的，對越南茶產業而言，茶葉的製作，是隨著台灣市場轉變的動態過程。

第五章是扣合到第二個研究問題，會聚焦在這批經營者面臨到的困境。在新政府上任後，兩岸關係改變使得陸客減少，這批越南的烏龍茶失去了最重要的市場來源。對這些從事烏龍茶產業的經營者而言，從 2013 年爆發的英國藍食安風暴事件開始，媒體不分茶品與製造者，在社會上形塑越南茶的負面形象，後續更轉變成對境外茶的法律規範。境外茶的引入，現行必須經過進口流向申報與產地標示，甚至民間也開始推出產地標章，在地性開始形構成一種本土保護形式的定義。在茶樹持續老化、越南工資與肥料的上漲的情況下，又沒有足夠的資本可以再投入生產，致使茶葉的品質更低落，在價格方面只能被盤商壓價，經營更加慘澹。茶樹身為重要的資本，卻無法有資金將茶樹翻新，或者在肥料的使用上有所突破，造成在風味與物質性上，茶人的論述與科學檢驗技術得以進入論述，強化了台灣在地性的保護定義。

第六章，回應到第二個與第三個研究問題。將討論這些被排除於台灣在地性定義下的越南茶，如何透過經營策略的改變，跳脫過去烏龍茶的市場－轉向往北越地區開發高山茶與珍珠奶茶（飲料茶）的市場。這樣的轉向，不僅對整體

產業進行重新調整，發展出不一樣的市場取向，更重新塑造在地性的意義。

隨著茶產業往北越高山移動的「高山化」、台灣飲料茶製作、拵配技術的轉向，以及珍珠奶茶所代表的台灣文化象徵，使得茶產業在這樣的移動過程中，透過不同技術的實踐，重新有了新的在地性定義，也讓台灣人經營的越南茶產業有重新發展（re-mobilize）的機會。

隨著越南當地經營者的模仿效應，越南的珍珠奶茶店擴展快速，對台灣珍珠奶茶的在地性宣稱產生威脅，促使台灣的經營者積極尋求新的在地性領域建構。同時台灣內部，也覺察到境外茶被大量使用再飲料茶原料中，希望利用平地茶園的復耕計畫，重新奪回在地生產的在地性宣稱。這些過程反映了在地性的意義，其實並沒有一定本質，是隨著移動的發生，人與物等因子在裝配（assemblage）中產生重組而變動的關係。

第二章 文獻回顧



文獻回顧分為兩個部分，第一個部分是關於越南茶的經營狀況與台灣茶發展的現況，以及最近新興的珍珠奶茶產業是如何形塑其在地性。第二部分則是移動性在移動轉向後的對於移動性的關注與裝配概念進入下，移動性如何扮演在地性概念領域化重要的角色

(一) 台灣茶與越南茶產業

2.1.1 越南的茶產業

根據 Ngoc (2012) 對越南茶的文獻指出，越南的茶葉生產主要集中在中部高地與北部地區。根據 2009 年的統計資料，顯示越南茶葉種植面積在北部約占全國 79.4%，南部則是 20.6%。

Ngoc (2012) 指出，法國殖民時期 (1882–1945)，是影響越南茶產業發展的重要時期。首先當時法國殖民政府在北越富壽省成立茶葉生產區，從英國的殖民地印度與斯里蘭卡引進了阿薩姆茶種與製茶技術，並且在越南知名茶省太原省 (Tay Nguyen) 建立許多研究站。

南越的林同省則是在 1927 年成立茶葉研究所，並且在 1923 年富壽省 (Phu Tho) 成立第一家使用現代化的機械製造紅茶加工，林同省也於 1931 年成立；在 1945 年還是法國殖民時候的統計，茶品以紅茶出口到北非為大宗，當時的紅茶被認為是有與斯里蘭卡、印度同樣的品質。

在越南解殖後，隨著茶葉持續發展，茶葉被視為是重要的經濟作物；尤其在北越地區陸續成立許多國營茶廠。在 1960 年代，因為共產社會的關係，蘇聯與中國在越南成立合作社與研究站，許多越南人到中國與蘇聯學習茶樹栽培技術與綠茶與紅茶的製程，當時以出口到中國、蘇聯與東歐市場。

1990 年代，伴隨蘇聯解體的市場波動，依賴於蘇聯的狀態減低，取而代之的是日本與伊拉克等國的合資企業經營模式，引進了更多技術，茶園面積與茶葉產量在此時成長更為快速。



分析越南主要生產的茶品：60%是紅茶，1994 年之前是利用傳統技術製作；在 1994 年以後引進 CTC 技術⁶，同時也有許多外資進入投資紅茶的生產，主要是走外銷市場。綠茶占 30%，主要技術是源自於中國，是以小家戶的生產模式為主，以內銷市場，其中又以北越的太原省為最知名的綠茶生產地。而茉莉花茶與烏龍茶品等，僅占了 10%。

文獻中提到的烏龍茶，是 1990 年之後的新產品，是由林同省與山羅省（Son La）木州縣的台灣公司所帶來的技術，茶葉品種金萱跟青心烏龍都是那時帶來的品種；經過 20 年的發展之後，茶種的育苗與新品種的培育設施已經在越南相當成熟。這種茶雖然生產規模小，因為主要是在高地生產，品質相對良好，價格也是越南所有茶種最高的；出口是以台灣市場為主，國內也有一定的消費市場。

Nguyen, et al. (2015) 研究茶產業的價值，指出北越的省分製作的茶也多是以製作成原料茶為主，且 80%的比例是出口。雖整體是有帶來利潤，但這樣的製成與銷售卻是被認為是與南越地區製作成烏龍茶相比之下，利潤是低廉的。

由越南茶產業的文獻，可以得知台商的種植茶樹的區域，主要是以南部的林同省與北部的山羅省為主，而就越南整體茶產業生產狀況而言，是有南北差異的。南越栽植的茶種是以台灣引進的茶種為主，生產的茶品是以烏龍茶為大宗，利潤也相對較高；北越茶區，在太原省是種植當地茶種，並以綠茶製作為主，其他省分則是種植法國殖民帶來的阿薩姆茶種為主，生產的茶品則是以飲

⁶ CTC (Crush, Tear, Curl)，是將茶葉在製造過程中以機器做碾壓、切碎與揉捲，直接將茶葉製成碎形的小球狀。

料原料茶生產為主。

近期隨著有機概念的興盛，太原省茶區也開始走向有機栽植，隨著珍珠奶茶的需求量上升，北越的原料茶區的生產規模也逐漸擴大。(圖 4)



圖 4、越南茶葉生產分布狀況 (圖片來源:www.hatvala.com)



2.1.2 台灣茶產業與境外茶的歷史變遷

對於台灣茶產業的歷史，吳聲舜（2008）在茶改場的研究提出了整體發展的歷史過程。當中值得注意的是，台灣茶在過去是以外銷為主，直到 1980 年代中期，台灣茶產業發生了轉變；除了面臨到內部因都市化與工業發展，所造成耕地面積縮小、勞動力成本上升等因素外，再加上外銷市場中，面臨到中國大陸逐漸提高的茶產量的競爭，致使台灣茶的外銷失去了競爭力。再加上在 1982 年政策的轉變（詳見第四章），此時台灣茶葉的種植開始轉移到高山地區，致使台灣茶產業的發展，開始走向以本土化、精緻化的高山茶內銷市場為主。

開始走向精緻內銷與高山化後，台灣正好遇上泡沫紅茶與罐裝飲料市場的崛起，原本是由平地茶供給的飲料原料茶（大宗商用茶），已經不敷需求，致使境外茶大舉的進入，用以填補台灣茶產業不足的需求量。

就茶產業歷史發展的脈絡中，對越南茶的討論，通常將其視為是不安全、或是不誠信的混充成台灣茶販售，對台灣茶產業造成負面影響。邱念渠

（2005）的研究中，用路徑依賴的觀點，分析台灣茶發展的歷史；該文台灣加入 WTO 後，因為歷史的路徑依賴，東南亞生產的「仿台茶」，必會對台灣茶產業產生負面的影響。

陳宇翔（2007）以壟斷租的社會建構，認為 1990 年代開始，因部分茶農赴海外投資並且具有台灣高山茶的特質，而威脅到台灣茶的口味獨特性的建構過程。張明仁（2008）指出境外茶葉危機直接更具名的指涉是越南茶的大量進口，當地本來未有（烏龍茶）茶產業，是台商聘請當地茶農與製茶師，並且依據台灣的栽作與製茶方式，所以味道與台灣是極為相似的；並且指出會利用混裝或是改變外標等方式，以台灣茶名義出售。

就飲料茶的討論，蘇怡如（2011）研究南投名間鄉茶葉產銷體系的變遷，

指出名間鄉因面臨台灣茶飲市場追求高山化的影響，名間鄉原本所生產的中低海拔的茶產業面臨到轉型，開始有朝向以紅、綠茶為主的大宗商用茶為另外的發展形式。但對於名間鄉來說，境外茶的進口，以低價的競爭、同時混充為台灣茶的行為，對當地茶產業帶來相當的威脅。

上述研究共同處理的都是台灣茶產業轉型與面臨到的危機，在這些研究中，境外生產的台式茶，即使技術是從台灣輸出，卻沒有被納入台灣茶產業的分析架構當中。在台灣茶產業因耕地面積縮小與茶飲需求上升，走向內銷的同時，這些境外茶同時也是扮演了支撐需求量重要的角色。但隨著境外茶大舉的進口，台灣茶產業開始訴求本土的保護性政策，例如黃月英（2012）、周孟嫻（2014）認為進口茶對台灣茶是危機，主張台灣茶能推展本土茶葉品牌、產地標章，爭取擴展地理標示保護。由上述的文獻，可以得知因為境外茶的進入，茶產業進一步深化了「在地性」（localness）概念的生成，本文將台灣茶產業的在地性，區分成高山茶與平地茶兩類進行分析。

台灣高山茶的在地性，如同陳宇翔（2007）所述，因為薄弱的獨特性建構，在面臨相似環境種植的境外茶葉的引入，開始改利用新的「山頭氣」的論述，重塑在地性意義；所以才會有「梨山」、「阿里山」、「大禹嶺」等以台灣山頭為名的茗品出現，並期盼透過此創造新的壟斷租，以維護台灣茶的在地性。

平地茶方面，吳聲舜（2012）回顧台東紅烏龍茶品的發展歷史，在台灣茶走向高山化與境外茶大舉進口之後，中低海拔的平地茶失去競爭力。所以平地茶區改以開發地方特色茶，作為重新宣稱在地性的依據。而非僅只有用「台灣茶」統一性的產地、茶品生產的論述去進行台灣在地茶的建構。

對於這些境外生產的茶農而言，在技台灣強化在地性意義的同時，勢必要尋找新的特質，能連結到現在台灣所建構的在地性宣稱。其中之一就是「茶種」，台灣目前栽植的茶種，根據茶改場的資料顯示，主要是以青心烏龍茶種為

大宗（約七成比例）；而在南部因為氣候環境的差異，卻難以種植起來。除此之外，「海拔」與「山頭氣」的論述，這些都進一步影響部分台商對於經營策略的調整—「移動」到其他茶區，成為了建構在地性意義的方針。

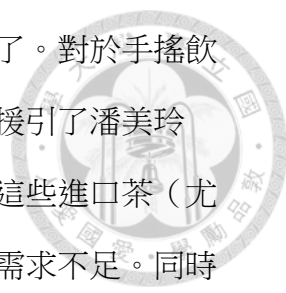
另一方面，台商則是看準了崛起的飲料茶市場的商機。依據台灣區製茶工業同業公會（2017）統計顯示，台灣從越南進口最多的紅、綠茶，相對的也是台灣茶葉出口的大宗。根據訪談，這些進口的越南茶進入到台灣之後，會經過拚配的技术，再進一步輸出到海外林立的珍珠奶茶店。

就珍珠奶茶產業在越南的發展而言，相較於越南南部的咖啡文化，北部越南承襲了過去喝茶的文化，對茶飲店的接受度更高，以致需求量持續上升，並結合上一小節文獻所述，飲料原料茶的生產區集中在北越地區，這也成為了另一種台商移動往北越發展的原因。

2.1.3 台灣的珍珠奶茶的在地性宣稱

在台灣關於珍珠奶茶的研究中，林佳瑩與曾秀雲（2010）提到珍珠奶茶是一種體現「台灣文化」的象徵；林潤華、張瓊文與遲恆昌（2017）講述珍珠奶茶文化輸出到英國的過程，他們認為珍珠奶茶的消費空間的形塑，是透過族裔化與去族裔化兩者並存後，使得商品的意義在跨地理空間產生轉化。原本象徵台灣文化的珍珠奶茶，在英國被強調成為台灣「道地」的品味。作者的詮釋認為在地性是一種策略性的作法，將其塑造成一種「異國性」的商品，以及重新以「來自英國的流行」進行商品意義的再建構。其中在詮釋「道地」的風味上，主要的論證來源是依據食材（茶葉、珍珠）、設備與耗材都源自於台灣，以此討論在地性的概念，是如何在消費端的面向被生產與塑造。

但郭軒偉（2016）回顧台灣手搖飲料茶的發展歷程，文章中除了著重討論產業的技術發展歷史之外，也分析了現在茶飲料的原料，作者認為在飲料茶市



場原料的使用，台灣茶與境外茶葉的拏配，已經是常見的現象了。對於手搖飲料而言，拏配反倒是便利業者選擇品質穩定的茶葉；同時作者援引了潘美玲（2012）在經典雜誌的報導，並結合自身的訪談資料，說明了這些進口茶（尤其是越南）其實是填補了因為台灣茶產業結構變化後茶飲原料需求不足。同時食品工業研究所（2014）對於台灣茶產業分析調查當中，也提到目前在茶飲市場中所使用的茶葉原料，其實高達 91.1%是進口茶葉。

就本質而言，這些茶葉是屬於進口茶，為何還能宣稱是台灣的在地性？其實是牽涉到一項技術的矛盾－「拏配」。拏配在法律⁷上，其實是被允許的，依據法條的說明，只要有百分之一比例的台灣茶在其中，並且附加價值率超過百分之三十五以上者，產地都可以標示為台灣。所以拏配技術，是以技術作為建構，用以成為台灣的在地性宣稱。

綜合上述相關研究，討論珍珠奶茶產業的在地性意義的形塑，是以文化消費的面向討論，缺乏回到茶葉種植以及茶葉的生產，是如何生產「在地性的宣稱」。事實上，飲料茶產地來源相當複雜性，若是將在地性意義的關注，等同於「在地生產」的意義上，這些越南茶就不能宣稱是台灣茶產業的一部份；但若是以技術與文化觀點出發，這樣的宣稱卻能夠成立。

在地性意義可以是很多重的，並非彼此間有所差異、甚至矛盾。要處理這個議題，就得討論台灣茶產業的發展與移動的歷史過程中，如何造就在地性的概念的生成。並且在不同時期移動性的推展過程中，帶動茶種、技術與市場等因子的變化，致使在地意義也因此同樣產生變化。

⁷ 見財政部與經濟部民國 99 年頒訂的進口貨物原產地認定標準。



(二) 移動性的文獻評述

2.2.1 移動性與地方

Harvey (1996) 所提出的空間固著 (spatial fix)，即是一種相當動態且短暫的地方形成過程。Harvey 檢視基爾福德塑造的策略，檢視當局與產業如何吸引投資的資本流入，用以刺激城市的成長與再生。這類的移動性是借助邊界及地方塑造的策略，去創造可以辨識的地方。

Harvey 認為資本的循環需要固著性才得以發生，藉由生產出領域或空間形式的構造，方能確保擴張的資本積累的產生，地方的形成，因此變成一個從流動過程創造空間開拓出恆久性 (permanences)。由此可知道移動性是可以創造出結構與固著性，例如在地方周邊劃定邊界，決定了哪樣的移動性得以進入。他設想的世界並不是單純固著，也並非是永遠停止移動，而是相對的恆定性。因此，移動性在此是不斷更新或是創造恆定性的關鍵。移動性受到限制，是為了能讓地方是個有邊界的實體。

然而 Massey (1993) 則認為 Harvey (1989) 所提出的時空壓縮的概念講述資本流動與擴展的全球移動性狀態下，移動性看似是等於流動的隱喻，將移動性的概念給予問題化。Massey 認為時空壓縮並不適用於所有活動領域內的每個人，提出了權力幾何學的概念 (power geometry)，認為移動性是一種權力支配不平衡的狀態，不同的社會群體都被安置在社會關係之中，並且這樣的關係是雙面 (double-edged)，既可以強化移動，也可以造成限制與排除。

在這樣對移動性本體論質疑下，連帶的使 Massey (1992) 質疑 Harvey 將地方是為是已經先存在的角色，因此她探究地方的形成過程，採用後結構主義的論述分析法。

有些觀點認為地方是有明顯的設定範圍，出現特定形式的民族主義。在都市，地方防禦他們的社群，去反對雅痞入侵；嘗試去固著（fix）地方的意義，去封閉以及防禦他們。地方是被建構成單一、固定以及穩定的認同，以及描述地方是劃界的空間，用以反對他者的進入。（1992:12）

在她的觀點中，地方被認為是暫時性、沒有固定的；這些地方主要是連結其他地方的流動，是不斷的前進的進步的地方感（progressive sense of place）。

Kilburn 有自己的特性，並非是無縫的、連續性與固定、單一的地方感認同，而是多樣的認同所組成，這同樣的點可以被創造成關係性的地方。並且這多樣的認同，是富含衝突的。（1993:65）

空間是社會關係的產物，然而移動性的拓展，牽涉到權力關係，並且同時也致力於改變空間。空間的改變依據移動的路徑（routes），而非是在地的根源（roots），積極參與空間的生產過程。

2.2.2 裝配取徑下（*assemblage*）地方與移動性的討論

Dovey（2010）認為 Massey 的觀點是這種觀點區分了社會性與空間性。Dovey 的目的在於如何跳脫在地方是給定的（Being in the world），或者是社會性建構的形成（Becoming – in-the world）。Dovey 認為地方是領域化的裝配，而非本質上的被定義。地方是動態的裝配人與環境，例如物質、經驗、經濟社會與空間等。

Müller（2015）闡述裝配（*assemblage*）的概念，是 Deleuze 與 Guattari（1986）提出的，是一種排序異質性的實體（heterogeneous entities）在特定時間點下的運作，連結不同的實體成為新的整體。對於 Deleuze 來說，裝配包含了關係性與外在性，這意味著這些人與物的關係是具有一定的自主性，也凸顯 *assemblage* 在法語的語意下，象徵的也是能動性（*agencement*），然而組件的部

分屬性，是無法詮釋整體組合整體的關係，所以要置於關係性的理解之下。

過去討論地方的塑造，多半關注的是行動者（actor）本身，物的角色都會被我們視為是扁平化，對於「物」的討論越是相對很少；甚至會認為這些「物」的移動，是被社會、結構性的裝配所驅使移動，則會忽略到「物」本身的能動性，是扮演成為行動者的角色（actant）。

結構與後結構主義中，都有討論到物的角色，Murdoch（2006）討論 Harvey 所屬的馬克思的物質主義（materialism），是屬於結構主義觀點的，認為世界是依據經濟或生產關係的超結構對於社會（空間）形成的過程，物質世界是按照它本身所固有的規律的決定論，生產出的是穩定恆定性的空間組成。

然而 Massey 後結構主義下所討論的則是空間並不是固定且多樣的，轉而去探尋特定空間組成的形式如何被生產出來；因此關注的是空間中物質發揮什麼特性，以及人們如何鑲嵌在這樣空間化的物質性當中。因此關係性同樣要被視為是人與物的關係，而非僅是唯物論之下所主導的生產關係，帶來了更多異質性的觀點，去關注空間的形成過程。

其中造成台灣茶產業在地性宣稱的變動，主要源自於台商在不同時空脈絡下，為了尋求發展，所帶動人與物的移動。就時間軸而言，這些台商經歷了從台灣移動到南越林同省種植台式烏龍茶，到後期因為出口台灣市場的蕭條，有台商將茶種與技術由林同省移動到北越茶區，並隨著飲料茶的崛起，改變了生產體系與製茶技術，同時也產生了不一樣的在地性宣稱出現。

對於物與移動，Sur（2013）探討了印度與孟加拉不斷變化的物質配置（configurations）在兩國邊界之間。在人與物的糾纏當中，作者探討了非正式的跨國物質文化的循環與邊界主權。主權暴力以及主權忽視的相互作用（sovereign indulgence and violence），指導著兩國跨國的政治，這種政治是超越了過去是誰是被賦予有移動性的特權或是被剝奪移動性的二分討論法。邊界雖

是阻隔了移動，但移動卻是連結到了商品、人們以及邊界地標示如何被論述成不同的意義。揭示了物品的循環同時是流動以及是風險性的在邊界空間，換言之商品通道與軍事上抵制移動是相互矛盾的，邊界地區的空間實踐本身是由地方與國外的產品循環在邊界市場所產生，反映了不可分離的人與物的關係。

就如同本研究的越南茶同樣，越南茶的移動到越南，結合前述茶產業的文獻分析，背後其實也是牽涉台灣茶產業的結構轉型、政策決策、越南華僑的社會網絡等關係。但若是以此討論，我們會忽略到茶葉也是有空間生產的能動性。茶葉的生產過程，牽涉到製茶技術如何去掌控茶葉的品質，利用技術去調整物本身就有的特性存在，這種特性亦被稱之為物質性（materiality）。

余舜德（2013）研究鹿谷凍頂烏龍茶發展的歷史，認為即使茶葉受到現代化的痕跡（例如許多機具的利用、品種的改良），製茶師傅的製茶技術並沒有消失，作者利用「生產與消費」的相互作用及「科技與身體技能」的關係切入。反而因為部分發酵茶的特性，機器的操作與運用反而要牽涉更細緻的工序與技藝，使得製茶師傅的感官經驗與身體技能必須不斷的與機器協調。

在余舜德的觀點，即使現代科技持續進入，部分發酵茶難以捉摸的特性，產生了相當程度的「抵抗」（resist）著現代科技與生產模式所取代，製茶師傅必須要有看天製茶、看茶製茶的技術調整，根據茶菁的物性及天候之各種複雜的組合狀況呈現於感官的訊息，在製茶之各環節做出適當的判斷與調整。物質性同時也代表部分發酵茶的特性相對難以被現代之工業化生產與資本經營所取代，因此各戶茶家以手路或是撇步，依舊主導不同風味的茶葉生產。

對於境外茶的接受度，決定了整套茶葉移動性能不能發生的規則。這樣與Massey 的權力幾何學看似相關，但 Massey 的觀點是強調權力關係的差異主導移動性的發生。其實移動性發生的背後，其實也是裝配的過程，牽涉到除了物質性運作外，就是「身體感」的經驗。

根據余舜德（2016：15）提出身體感轉向：

「物質」與「身體感」看似可相互連結「客體」與「主體」觀，且彼此之間壁壘分明，但「物質」所處的客屬位置是有翻轉的可能，「物質」不見得總是冷冰冰的物，透過人們賦予意義之後，物質也會反過來形塑人們的「身體感」。

這也影響了盤商決定什麼茶可以被賦予移動性，更是在越南製茶的茶農們改變自己製茶體系去回應盤商的市場要求與台灣在地性意義的模式。

裝配的觀點下，在地性的建構，其實是相當的動態。是從人（細部的如身體感）與物共構之下組成關係。其中組成的因子產生變動，形成不同的在地性意義。造成因子的變動的機制，就是源自於移動性的開展/限制。這反映了越南台茶在經歷不同事件下，在地性的意義，並非是根著或是固有，而是結合 Massey（1993）所討論的路徑觀點；並且在移動過程中，人與物（或是物質性）等異質性因子在當中相互組合、拆解與重組的關係。

2.2.3 移動下「在地性」(localness) 的裝配與領域化

在地性的意義，若是依據 Feagan（2007）所闡述的是全球糧食體系下一種反動的力量。但作者提醒我們這樣的論述形成，其實是源自於地方性的劃界（delimitations），或是轉化的以地方為基礎的政治；這樣的空間轉變，即是帶有以地方為基礎排他性（exclusionary）與反動性（reactionary）的風險。同時這種在地的宣稱，也是與全球辯證的關係性的連結在一起，並非是純然的純淨的，作者因此認為「在地」的空間意義更難以闡明，必須要有重新再領域化（reterritorialize）地方農食系統主張中的空間意義。

這群越南台茶的經營者，認為自己是台灣茶產業的延伸，許多的技術實作都是要回應一茶葉如何宣稱「台灣的在地性」，填補台灣茶面臨茶產業結構下轉型的不足；同時也是以台灣茶的在地性宣稱，成為向外拓展市場的力量。

練聿修（2018）處理了邊界如何去運作與劃分越南與台灣茶產業，邊界的運作與形成，是如何去劃界形成本土（在地性）的意義，其中移動性的穿越，即是決定是否能回到在地性宣稱的重要因素。而製茶技術去調整物質性，進而去促發移動性，練聿修（2018）將此解釋為穿越邊界的過程。

但本研究將視角放在移動性與在地性的裝配上，結合 Massey 與 Deleuze 與 Guattari 裝配的關係性觀點，關注移動性是如何在不同時期拓展的過程中，去建構在地性（localness）的意義。

Murdoch（2006）詮釋 Deleuze 的空間意義，相對於過去 Massey（1993）討論關係性空間，Murdoch 認為空間的本質並不僅是關係性，而是空間如何去鞏固這樣的關係，維繫領域的完整（territorial integrity），同時統一（unity）的樣貌是持續出現的。

Dovey（2010）討論 Deleuze 與 Guattari 在裝配中領域化與去領域化的概念，領域化是因子間的組成關係，去領域化即是因子間如何崩解（undo），崩解元素重新組合成新的裝配是透過再領域化的過程。領域是一個裝配的穩定，創造一個有次序的組合讓混亂與差異，置於一個地區而不使迫近。所以，若要理解領域如何運作，較要去關注邊界（boundaries）是如何被使用去描述領域。

邊界的劃分，即是象徵的台灣茶在地性領域性的強化與鞏固。而 Elden（2010）提出 Territory without Borders 的概念。他的用意並不是否定邊界的存在，而是直接關注於領域之中內部的政治空間的安排，而使得劃界得以成為可能。什麼時候需要劃界、另外什麼時候可以邊界是寬鬆的多重安排，這些都要先實質掌握空間的意義，決定什麼樣的移動性可以在空間中被允許，空間的意義出現後才使邊界成為可能。

越南茶的移動，反映越南的台商以及在台灣的茶農，如何透過人與物因子的組成，用以「領域化」他們的在地性意義；同時在被限制移動性的過程中，

在地性如何同時被「去領域化」的排除在宣稱之外；最後透過再移動實踐進而「再領域化」不同的在地性意義。

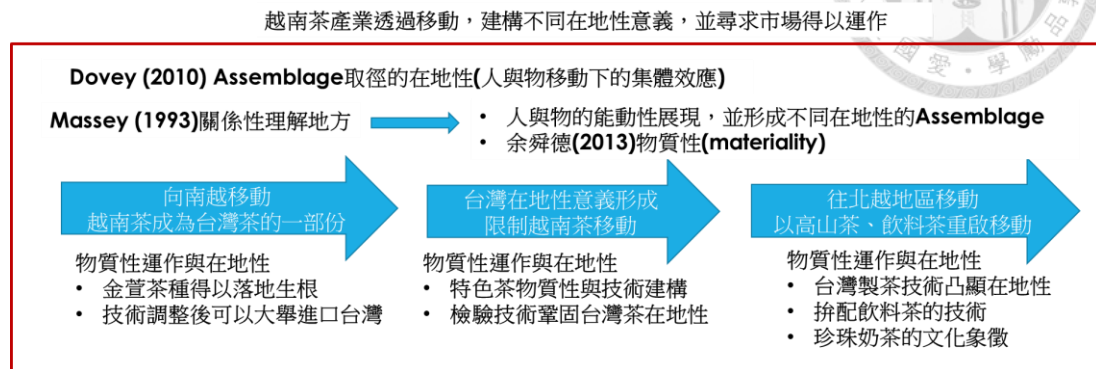


圖 5、不同歷史進程的移動性與在地性領域化（圖片來源:作者自繪）

這樣移動的路徑，顯示在地性的意義，其實並不是有一個本質存在，而是一種持續變動的 (becoming)；並且在移動路程中，去鞏固空間與社會意義上，也惟有透過空間意義的生成，進一步再去賦予在地性外在的邊界意義。

Bærenholdt (2013) 認為在歐盟與申根的運作下，邊界與領土失去了功能；並因此反思過去思考的是直接對移動性治理 (govern of mobility) 的討論，相反而是重新思考「透過 (through)」移動性治理的治理移動性 (governmobility)，其治理方式是透過治理人與物移動性之間的連結，並使其共構成具有意義的空間設計的政治技術。

當中反映了促發因子產生組合與重組，進而領域化在地性意義的關鍵，其實也是政治空間的安排。這樣的安排卻也是隨著移動性的治理而開展或是封閉所呈現多樣性，也源自於移動性本身的權力關係與物質性運作。

在地性的關係何以交織？在越南茶的案例中，若以空間面向，即講述的是以生產地為出發點，只有以台灣在地生產的在地性劃界，才是真正在地性宣稱。但在越南的台商，則是以技術、社會與茶文化的觀點，用台灣茶文化做為象徵，例如以台式烏龍茶、台灣珍珠奶茶的形象所宣揚的台灣在地性；當中物

質性與技術性調節下的台灣茶種、製茶、拵配技術、抑或是珍珠奶茶的製作宣稱，由此可以看出不同的在地性領域化過程，並且是動態的組成與改變的。

這些所宣稱的在地性領域化過程，看似彼此衝突矛盾。但卻也最能反映裝配的概念，空間是一直不斷成為新的形態與認同。Brenner（1998）討論空間的固著性在空間的尺度的運作，Brenner 認為尺度有如領域實體般運作，以便替代平坦空間固著性，尺度提供的是資本積累階層化且界線分明的領域。

但是在在地性宣稱持續領域化的過程可以發現，各種尺度的作用力其實不是分離的，而是透過移動性的連結與動態組成過程，造就在地性的意義，是由多重尺度交織（nested）在一起。

第三章 研究方法



在本章中，說明本研究的田野工作、資料蒐集方式與研究限制：

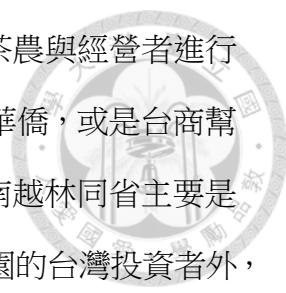
首先就本研究的田野工作進行說明：本研究的田野調查，是根據科技部計畫《台茶南向：越南茶、台灣農技轉移與跨境茶鄉地景的政治生態學》、《跨境移動下的自然：台越農技轉移與邊境治理的政治生態學》、《南向的茶：越南茶與台灣農技跨境轉移的領域政治》所支持。由計畫主持人洪伯邑、兼任研究生助理練聿修與我組成的研究團隊。計畫包括了四次較長時間在越南不同省分的移地研究，同時也有在台灣的茶區、茶業改良總場與台東分場進行田野調查。

因為是團隊進行田野調查，在蒐集的資料上，是由科技部研究團隊共享。若是資料並非由作者直接參與田野工作取得，而是引用過去團隊蒐集的資料，作者也會於註腳說明資料來源。

第一節 田野調查

本研究的研究方法分別包含了田野工作與檔案資料的蒐集，為了要回應這三項研究問題必須要的證據與資料，不僅在台灣的田野調查，也需要進行移地研究：在作者進入到田野之前，洪伯邑老師與練聿修已經於 2015 年 7 月已經開始進行田野工作。作者進入到團隊的田野工作的時間分別在 2016 年 6 月到 8 月、2017 年 7 月到 8 月、2018 年的 1 月。(圖 5、圖 6)

在 2016 年進行研究的地方，在 6 至 7 月主要是越南中部林同省的高原，也是台商最早將烏龍茶的茶種與技術引入的地方；8 月則是到北越地區去調查新興種植的茶園。2017 年 7 月到 8 月與 2018 年的 1 月則是北越的茶園與越南首都河內市的飲料茶製茶廠與台灣經營者開設的珍珠奶茶店進行田野調查。



在研究限制上，因語言限制很難以去接觸諸如越南茶工、茶農與經營者進行訪談。所以能夠接觸到的越南在地者，僅只有少數中文流利的華僑，或是台商幫忙進行簡單的翻譯。受限於語言的限制，移地訪談的對象，在南越林同省主要是越南投資台灣茶廠的台灣經營者；在北越地區除了相關新興茶園的台灣投資者外，也透過滾雪球的方式，認識了在北越的飲料茶的生產者與在河內市珍珠奶茶店的台灣經營者。

如同前面章節文獻所述，越南台式烏龍茶的種植與製作，是集中在南越林同省。其中在南越的關鍵報導人，則是目前最資深的越南台式茶的經營者；然而在北越地區，因為本身就有悠久的茶業歷史，主要還是以越南當地人經營為主。台商進駐北越的時間點相對較晚，經營的茶園也相對分散，所以僅有少數 4 家的茶廠。不過這些報導者，在過去有在南越經營的經驗，其中也包括台資飲料茶大廠的廠長。

在珍珠奶茶業者方面，除了透過這些茶廠的引薦外，也包括自身也有經營的越南台商總會河內分會的陳會長耀奎引薦，得知飲料茶廠與珍珠奶茶店彼此之間也有很多的連結。飲料店的訪談對象則是著重在自己投入在市場經營，而非僅是給與當地人加盟的大品牌業者。

然而在台灣訪談，越南茶成為了相當敏感的議題，很多茶區的人沒有實際與之接觸，或者是非常隱晦不欲人知。但也可以從這些台灣的經營者的論述內容去得知他們如何去論述所謂越南茶的形象，以及對於在地性形象的建構，也是相當重要的資料去得知這些越南茶在台灣的形象為何。

2016年越南林同省調查地圖

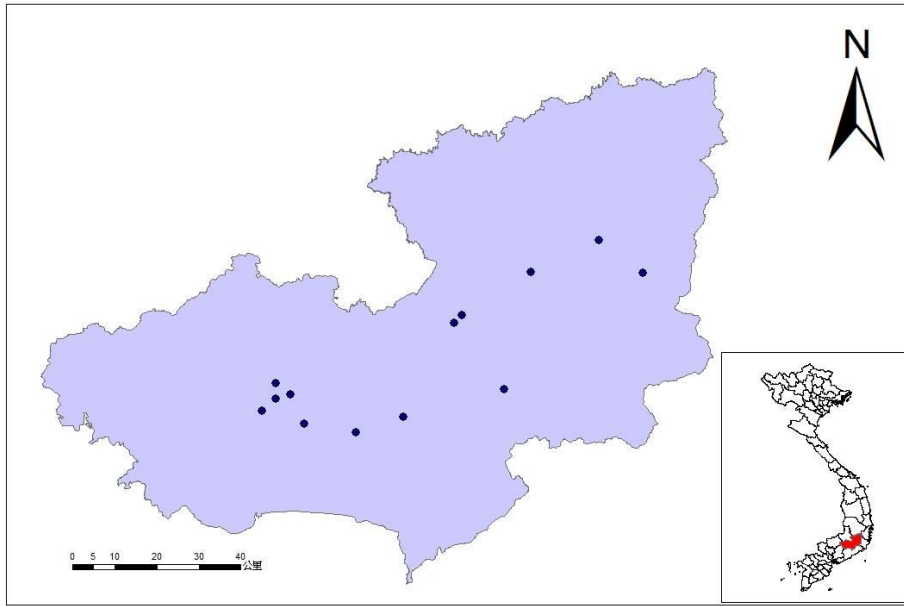


圖 6、南越田野點地圖（圖片來源：作者自繪）

2016~2018北越地區田野地圖



圖 7、北越田野地區（圖片來源：作者自繪）

第二節 研究方法

就本研究所要的越南台商移動性拓展的歷史過程，其實也是背後的社會結構轉變，進而推動人與產業的移動；以及在移動的過程中，其實也台灣與越南的台商在重新反思「在地性」意義重要的環節。然而一旦移動性的組合產生改變，也進一步會改變在地性的樣態。然而在地性的意義不斷轉變下，移動性的組合就勢必要做出不一樣的經營管理與技術-物質性的調整，才能重啟茶產業的在地性的宣稱。所以就本研究所需，列舉以下幾個研究方法來回應第一章所提的三個研究問題與文獻提到移動性與在地性裝配下領域化的關係：

半結構式訪談

為了探尋茶產業移動往越南的社會結構過程，首先訪談的是南越林同省的烏龍茶產業的經營者，需要立足在越南所需要的技術性與物質性的調整調整，以及如何讓茶廠獲取資本得以持續營運。隨著茶安風暴的問題下，茶產業是如何陷入無法資本的無法移動，這些經營者又面臨到什麼樣的困境，進一步延伸他們對於本土保護主義與在地性的概念又是如何去想像與在移動過程下如何重新去論述。

隨著這些越南茶在台灣受到許多非議與負面標籤化之後，這些經營者又是如何做出經營上的策略與經營轉向。其中一條移動路徑因為青心烏龍茶種與高山化論述由南越往北越的投資，這些經營者在面臨到不一樣的氣候環境又如何去調適與想像未來的市場；另外一條擴展移動性的路徑是隨著飲料茶市場的風行，當中在北越的經營者如何經營，又與南越有何差異，以及因為風味而做出不同於烏龍茶技術的物質與技術的調整。

最後這些在越南種植的茶葉，成為填補台灣茶飲需求外，也填補了台灣推廣出口飲料茶重要的原料，所以訪談的最後回到在越南經營飲料茶的業者是如何論述台灣珍珠奶茶文化，以及在原料使用越南茶葉的矛盾關係。

參與觀察

在本研究茶葉移動的過程，會涉及到茶葉的製作過程，以及其所帶來技術實作的討論。所以參與觀察的重點會在南越與北越之間在田間管理上不一樣的實作差異；在物質性的關注上，關乎到不同的茶種與茶飲市場即要做出不同的技術調整。南越地區的生產技術因為發展較早，所以相對純熟；而生產技術轉移到北越的時間點相對較晚，以及北越在過去就有製作茶葉的歷史，所以台灣的技術引入後，對當地的至茶體系帶來一些改變，這樣技術的教授與轉譯的過程，即是需要用參與觀察才能紀錄下來。

最後就使用飲料茶的珍珠奶茶經營業者而言，在製作與教授製作技術面向著在本研究中著墨比較少，多半也透過台商轉述部分過程了解。本研究著重的面向在於這些台灣珍珠奶茶店與顧客、加盟主的互動，或是店面的標籤符碼，是如何宣稱台灣在地性的意義。。

檔案蒐集

本研究其中關注研究問題在於這些越南茶如何在台灣受到負面的標籤，這些負面標籤並不是其來有自，多是來自於媒體的論述，所以就需要蒐集媒體的資料是如何去論述越南茶。以及後續又因為這樣的論述出現，政府方的政策又是如何去回應、提出新的法案，使得原本隱匿在檯面下的越南茶浮現在我們的生活之中。

第四章 移動中的茶種與技術



台灣是茶葉生產重要的國度，從 1940 年初至 1980 年代中期，台灣茶的發展走向，是以外銷出口為主；雖然之間出口的重點茶葉品項⁸有所不同，但也因此塑造出台灣茶以「福爾摩沙茶」為品牌發展的輝煌時期（潘美玲，2012）。

台灣茶產業在 1980 年後期，在發展方向上，出現了相當重要的變革。其中又以 1982 年農林廳廢除了「台灣省製茶業管理規則」的政策面影響最深。此政策致使大規模生產的製茶工廠走入歷史，取而代之的是以小農小規模為主的生產模式。另一方面則是面臨到台灣工業發展之下，許多丘陵土地轉變成工業區，致使茶園面積縮減。再加上台灣人的飲茶習慣也開始出現轉變，變成以罐裝茶或是飲料茶為主的消費模式，使得茶葉供需產生供不應求的狀況，變成需要向境外進口。台灣也於 1986 年開始，進口茶量正式超越出口量，並且進口量也有逐年攀升的趨勢（吳聲舜，2008）。

在境外茶葉的進口中，最大宗的進口國就是越南（圖 1），越南茶的進口量約占了整體進口量超過七成的比例。但根據經典雜誌 2014 年的報導，許多進口的越南茶葉，其栽種與製作，都是出自於台灣茶農技術轉移。不論是早期去技術輔導的大宗商用茶，還是後期烏龍茶的製作技術；因為產地並非在台灣，因此被給予「台式烏龍茶」的名稱。但不可否認的是，因為茶葉的供需變動的情形下，再加上當時李登輝政府時期，為了避免投資中國過於集中，因此號召了「南進政策」，呼籲台商轉移投資東南亞地區。台灣茶農、製茶師傅、茶種與技術開始隨著南進政策的號召，移動到越南的林同省，期盼透過此舉建立新的台灣茶業之生產地版圖。

在越南的台灣茶農，之所以宣稱是台灣茶產業的一部份，其中茶種與技術

⁸ 1960 年代至 1980 年代，分別經歷以紅茶、炒菁綠茶、煎茶與烏龍茶為重點產品的推廣

的成功轉移，扮演了連結台灣與越南的角色。雖然產地在越南，但製作的茶品是回到台灣，填補了台灣茶產業轉型之下的茶葉需求量。

自 1980 年代開始，台灣面臨到缺茶的瓶頸，並未有「要回到在地生產」的宣稱。當時的在地性，只需要茶葉品質符合台灣須移，填補台灣在地的需求量即可。例如 1995 年聯合報的報導：

「台商到越南投資種茶、製茶的成績已經逐漸顯現，目前越南茶的進口量，已高居我國進口茶葉的第一位，由於價位低於台灣地區的茶產，因此部分茶飲料加工廠及餐廳、工地等耗茶量大的地方，開始接受越南茶。

台灣區製茶公會指出，由於台商帶去本地的製茶技術，加上越南的氣候和台灣相似，因此越南茶的口味愈來愈像台灣茶，特別是中、低級品的茶葉。」

（資料來源：1995-05-02/聯合晚報/05 版/生活新聞）

但隨著台灣反思農產品要在地生產的聲音出現，這些越南的茶農已無法像過去一樣，去快速應變製茶的技術，。

練聿修（2018）將此移動性比喻為是邊界的穿越。但作者在此以移動性為核心，將移動性是為是越南茶在領域化成為台灣茶業領域的連結過程。物質性、技術等因子不停變動與重組的動態關係。領域並非是恆定不變的，同時要維繫這樣在地性宣稱的領域生成，茶葉能否有移動性銜接台灣的市場需求，變成了重要的關鍵。

本章第一節，將會以台灣與越南如何發展茶產業的政策作為出發，講述台灣與越南如何因應政策的改變，促成茶種與製茶技術轉移到越南，若以宏觀的政治經濟的問題來看待，則會忽略到微觀茶葉身為「物」的物質性在移動過程中扮演的角色。

第二節會以茶樹作為物的角色，探討茶樹的物質性，是如何重新與越南當

地氣候環境的調和，才能真正使台灣的茶種在越南落地生根與廣布、以及製茶技術的調整上，如何做到與台灣本地生產的茶品質相當。

最後第三節則是講述越南茶產業的經營模式，因為是以「量」為主的生產模式，勢必要有穩定的市場，才得以運作換取資本再重新投入新的生產。這些的資本來源，就得需要盤商知曉市場的需求，茶農隨著市場需求，在技術上做出的動態調整；並透過盤商中介這些茶葉的移動，以開創出通路販售回台灣，才能將這些在越南種植製作的烏龍茶納入到台灣茶產業的版圖之下。

第一節 政策結構下茶種與技術的移動

台灣茶移動到越南的政治經濟因素，就如同前提所述，主因是台灣茶產業的生產結構發生轉變，加上整體政策的更迭。就政策面而言，包括了對於台灣本土茶產業的生產模式政策轉變、李登輝政府號召的南進政策以及越南當局對於外資投資的優惠辦法。所以本節就這些大結構的背景因素，探討為何這些因素會驅動台灣茶移動到越南落地生根。

4.1.1 製茶業管理規則的廢除與茶葉的高山化

台灣茶的四大茶類包括紅茶、綠茶、包種茶與烏龍茶，自 1980 年代起的出口量開始節節衰退，主因是茶葉的生產成本開始提高，先前政府所推行十大建設計畫，致使許多丘陵地與平地或是轉建成工廠開發或是休耕（表 1），再加上台灣勞動力成本節節上升，外銷已經無法與中國大陸等產茶大國競爭，失去了外銷的競爭力。（吳聲舜，2008）



年度	種植面積（公頃）	總產量（公噸）
1961	47,623	18,064
1971	34,312	26,984
1981	29,102	25,233
1991	23,684	21,380
2000	19,701	20,394
2011	14,333	17,310

表一、歷年茶葉種植面積消長趨勢（資料來源：台灣農業統計年報）

當中為了調節茶產業發展，影響最深的政策是 1982 年農林廳所提出的「廢除製茶工廠管理規則」，當時的政策出發點是「提倡精緻農業、增加農民的所得」。在政策之下，茶廠的設立就不需要經過經濟部核准，改變了過往茶農採收茶菁之後，需要將茶菁賣至大工廠再進行加工與精製的生產模式。換言之，茶農就可以在家自己生產茶葉，不需要經過大茶廠之手；而大茶廠在當時因為是集中了各地的茶菁的大量生產，也是當時外銷的主力來源，但現在面臨到沒有足夠的茶菁可以製作產品，連帶影響了台灣的外銷量。

當時政府推行十大建設，帶來了台灣的經濟成長，茶藝文化也在此時蓬勃發展，路邊隨處可見的茶藝館，影響了台灣泡茶文化的風行，也帶動了台灣茶產業開始走向以內銷市場為主的發展。（吳聲舜，2008）

碰上平地地區的面積逐漸減少，台灣茶的種植也開始往高山發展。因為高山雲霧繚繞的環境、日夜溫差的生長環境，內銷化的同時也開始出現了以海拔高度為論述的「高山化」議價機制（陳宇翔，2007）。然而此時的茶產業則是以半球型的包種茶（烏龍茶）為主要發展的內銷走向；例如 1975 年政府南投縣政府舉辦全省優良茶比賽，當時的比賽茶項目就是以此為主，台灣的茶文化也以

「凍頂烏龍茶」的烏龍茶品開始推廣。

茶產業轉以內銷市場為主的同時，出現另一個重要的轉變是在 1990 年代罐裝茶飲料與泡沫紅茶（到後期轉變成為我們所謂的手搖杯）的興起。但這些茶飲料所用的原料則是與我們本土所習慣生產的半球型的烏龍茶有所不同；這類的茶主要是需要低廉價格的紅、綠茶，若以台灣的生產成本的區位考量，是以平地茶區如南投名間鄉為主要生產區域，我們稱之為「大宗商用茶」。

因為這些大宗商用茶的需求量日益攀升，面臨到台灣本土的耕地面積減少與人力成本日益增高，本土生產的茶已經不足以支持國內使用。加上茶產業也因為廢除工廠設置條例，開始走向小家戶精緻化的茶品例如烏龍茶為主的生產，台灣的大宗商用茶則需要向境外進口，帶動台灣茶整體進出口的狀況，呈現了進口超越出口的狀況。

這時有台灣茶農與投資者看到這趨勢，思索出走到其他土地資源更大的地區投資。在當時也是李登輝政府 1990 年代所推動「南進政策」的口號開始，歷史脈絡上是中國改革開放後，開放外資投資沿海的經濟特區，開始了所謂一波「西進」時期，李登輝政府當時思索分散投資風險，擔憂經濟過度依賴中國，所以開始有了「南進」的口號出現；當時許多台商也追尋著南進政策的口號到東南亞國家投資，其中也包含了越南茶產業的投資。

4.1.2 越南國營茶廠的改革開放

茶農在投資地的選擇上，選擇將茶葉技術轉移到越南南部的林同省，此區雖然緯度較低（位於北緯 17 度），由於地形屬於高原，高地上的低溫適合茶葉生長；另一個因素是此區早已有茶葉種植的歷史，在法國殖民時期，法國人帶來阿薩姆茶樹到此區種植，希望將此地發展成茶葉生產的重鎮，直到美軍佔領時期，此區仍保持有茶葉生產。

雖然台灣當時對越南產區有落葉劑的質疑，但事實上，林同省地區在越戰時期，因為舒適的高地氣候環境，是作為美軍的度假基地，所以相對受到戰亂的影響較小，也沒有橘劑噴灑的問題影響當地茶產業的發展。



在 1986 年，越南政府提倡改革開放政策（Đổi mới），國營茶廠響應越南政府的政策，越南茶產業的走向以外銷為發展目標，積極向其他國家引進農業技術，其中就包含台灣的茶種與製茶技術。

根據 2015 年訪談資料⁹中指出，最早將台灣製茶技術引入到越南是越南華僑阿泰先生，阿泰過去因為越戰的逃難，而有到台灣討生活的經歷。因為與台灣的淵源，在朋友的引薦下，於 1990 年代初期投資林同省的茶產業；當時為了迎合不同國家的市場需求，林同省的國營茶廠也開始學習製作紅茶、綠茶與日本煎茶等不同的茶品的技術，然而為了能提升茶葉的品質，阿泰則是聘請了台灣的師傅來進行技術指導。

根據早期來到南越林同省指導的製茶師傅阿雄的訪談，來到越南的時間點，正是台灣茶產業面臨到轉型的時期。當時越南茶廠對於要製作什麼樣的茶品，仍還端賴台灣的市場需求決定，最初是著重在香片、紅茶與綠茶的製作，以填補台灣茶產業的因政策轉型下的茶葉需求量。

阿雄也回憶起那時候來技術指導這些茶的時候，正好也是台灣麥香紅茶等茶葉罐裝飲料的崛起。這些飲料茶一開始確實是用南投縣魚池的紅茶，價格也相對低廉，但是產量則完全無法達到國內的需求。（見圖 7）

台灣那時候茶葉一斤要一兩百塊錢，那時候要買，但是量又不夠大，根本不夠用，所以就買進口的去摻（訪談紀錄，2017 年 8 月）

⁹ 引用科技部計畫《台茶南向：越南茶、台灣農技轉移與跨境茶鄉地景的政治生態學》。2015 年 7 月由計畫主持人洪伯邑、研究生兼任助理練聿修所蒐集的資料。

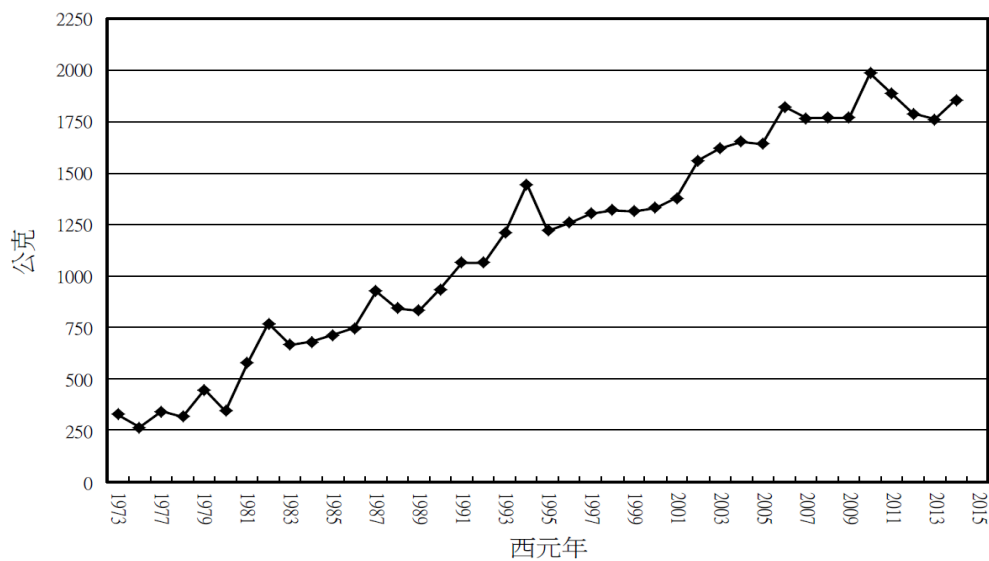


圖 8、1973 年到 2015 年台灣人均飲茶量變化

(資料來源：陳右人茶與茶業課程講義)

話未說完，阿雄的弟弟火生也插話，補充他在台東平地茶區的製茶經驗。台東也是製作大宗商用茶的紅茶的地區，因為台灣持續上漲的工資，製作原料茶變得不敷成本；造成台東許多經營者轉作其他作物，或是市場轉成以內銷為主的烏龍茶品的製作。所以面對持續上升的大宗商用茶需求量，產量又不足的情況下，移動到其他國家也看似不得不面臨的選擇。

那時候我們工資也都漲起來了啦!你那時候做這種俗(便宜)茶，根本就不行了，你要買一百多塊的茶根本就要靠外來茶了阿!不像是烏龍茶幾千塊…你的採茶工資兩百、五百到八百一直貴，根本沒這種茶(大宗商用茶)。所以你真的勢必要依賴進口，所以做這種茶的現在都沒落了!(訪談紀錄，2017年8月)

然而他們也提到茉莉花茶(或是香片)，在製作工法上，必須要靠茉莉花薰花香到茶葉上，當時同樣也是面臨到工資上漲，以及茶地耕作面積的縮減，甚至是茉莉花原料地區在土地開發與轉作更高價值的經濟作物影響下，薰香的茉莉花同樣不敷使用，與茶葉一樣在同一時期轉到越南或其他地區製作。

那時候茉莉花種在花壇最多了，不時也可以看到他們拿茉莉花在賣，大家工資便宜的時候都摘起來做。但是自從工資上漲之後，這時茉莉花茶與紅茶才開始少，進口茶才開始在取代…之前我們的茶都百分之二十進口，現在都變成百分之八十進口了，倒翻了啦（台語），沒那個工錢了…現在飲料都拼一杯二、三十塊，用不起啦！你一杯六、七十塊才用得起啦！（訪談紀錄，2017年8月）

當初有許多到越南技術指導的師傅，在技術指導的同時，評估了越南的土地，認為是適合種植台灣的茶種的環境，並結合當時台灣茶產業發展的瓶頸的脈絡，有師傅與投資者將台灣的茶種帶往去林同省種植。

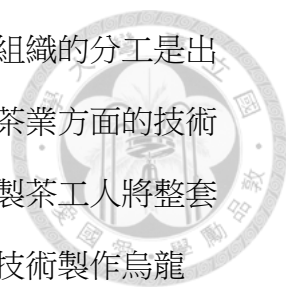
在當時越南政府也看中林同省茶產業的發展是有前景，也提供台灣外資許多在土地使用權上的優惠¹⁰，並透過國營茶廠的協作引入台灣茶種與技術。

最早將台灣烏龍茶種帶過去的華僑阿泰就回憶到，台灣的茶種就在當時被引入，目的為了要克服阿薩姆茶種製茶過程中苦澀的問題。最初的引入並非是要製作烏龍茶，當時越南還尚未有飲用烏龍茶的風氣，所以最終產品的出口，也還是以原料的紅、綠茶為主。

台灣茶改場研發茶種是有品種權，私自將茶種帶出國其實是違法的。但在當時的社會脈絡當中，海關檢驗相對不嚴密，以及越南的發展脈絡，是正好需要向國外引進新的技術，以致當時兩國的海關抽驗也相對寬鬆。

許多台商談到關於茶種的事情，他們多半的回答都是：「皮箱帶了就過來，即使被越南海關盤查，他們都知道他們需要這個。即使被沒收，也不知道她們拿去幹嘛…。」，然而也因為這些被帶過來的茶種，結合茶葉可以利用插枝的方式達成無性的生殖，台灣茶種很快就在越南落地生根；在台灣高山土地日益減少與製茶成本提高的情況下，這些技術指導者將茶種帶至越南尋求發展機會。

¹⁰ 根據訪談，台商雖然不能購買當地的土地，但越南政府開放無償給當初進入投資的台商五十年的土地使用權。



隨著越來越多台商來到越南投資後，出現了組織的形式，組織的分工是投資者（股東）投入資金取的土地與設立茶工廠、製茶師傅給予茶業方面的技術指導。在茶工廠內聘請了許多越南當地的製茶工人，隨著這些製茶工人將整套製茶體系熟悉後，也紛紛跳出來自己開設茶廠，以台灣的製茶技術製作烏龍茶，造就了台灣的烏龍茶技術在林同省得以更快速的擴張。

台灣茶種與技術移動到越南的過程，與整體台灣茶產業的發展、經濟發展與兩岸關係的面向息息相關。越南政府當時也因改革開放政策，鼓勵台灣製茶技術的引進。根據許多台商所述，到越南的技術指導，確實是幫助了越南茶產業帶來了技術上的突破，帶動了越南茶產業的成長，這些台商移動到越南的過程，同樣也造就了越南成為填補台灣茶葉需求重要的生產地。

在拓展生產地的過程中，不僅是龔宜君（2005）討論的只有將人鑲嵌在社會關係中；茶樹身為重要的因子，製茶技術如何與茶樹物質性運作，使茶葉得以賣回到台灣，才能與台灣的茶產業產生連結。

第二節 移動下因子的動員

本節就茶種與技術移動到越南的過程中，茶樹身為物的「物質性」，是不可忽視的重要角色。台商們需要因應越南的氣候環境，作出田間管理技術上的調整，使得這些茶的品質得以回應到台灣的市場需求。茶葉的能產生移動，也需要考量到物質性的協作，不僅是練聿修（2018）所討論的穿越邊界的技術性實作，同樣也是造就越南與台灣茶產業的連結。

4.2.1 茶種的栽植試作

許多台商都認為自己是製作出「烏龍茶」，但是筆者更進一步去詢問的結果，才得知這我們所謂的「烏龍茶」，只是一種製作工法的通稱而已。更進一步詢問發現「烏龍茶」這個茶品，在他們的定義是屬於「青心烏龍」的品種製作

出來的烏龍茶，風味才是最佳的，同樣也是台灣市佔率最高的茶種，才能被稱之為是「正宗」的烏龍茶。

根據訪談多家茶農，就現行南越栽植的茶種主要是金萱、四季春、翠玉與青心烏龍四種品種，而最主要在南越廣為栽植的茶種，是以金萱茶種為主。在茶改場的介紹¹¹就有提到，金萱茶種的特色為「芽密度高，樹勢強，高產，採摘期長，抗枝枯病。」(圖 8)。



圖 9、叢生的金萱 (圖片來源：作者自攝)

而相對於青心烏龍，其特性是「枝葉較密生，葉形長橢圓形，葉肉稍厚，質柔軟富彈性，葉色呈濃綠色而富光澤，為臺灣地區主要栽培品種」。(圖 9)

¹¹ 取自茶改場品種特性介紹。(<https://www.tres.gov.tw/view.php?catid=1668>)



圖 10、為整棵密集生長的青心烏龍（圖片來源：作者自攝）

若是按照台灣茶技術輸出到越南而言，青心烏龍是台灣最廣為栽植的茶種，考量到製茶完成後，回銷回台灣市場，也應該是以青心烏龍更有通路、價格更好，那為何又是以金萱作為南越地區最主要栽植的茶種？其實，這牽涉到了兩種茶不同的**特性（物質性）**。

在 1990 年代最初引進茶種技術的同時，許多茶農首要面對的是當地的環境，在林同省地區，即使是海拔最高的大叻市，平均溫度都有攝氏 17 度，這樣的氣候環境，其實不太適合青心烏龍的生長。根據訪談台大農藝系陳右人老師關於青心烏龍為何在南越種不起來：

青心烏龍種得半死不活的，那你認為它會願意種嗎？農民它當然也不願意種阿！那個是環境適應力的問題啊…青心烏龍又有一點「休眠性」，那它要有一定的低溫才會長得好，那你在越南沒有什麼那個低溫的話，它就半死不活的他就不會長，所以他當然不太願意（去種），所以那個叫做風土適應性，風土適應性不好，你叫他去長，它當然不可能長得很好！（訪談紀錄，2017 年 6 月）



另一方面，則是最初引進青心烏龍的時候，面臨到的蟲害問題，也是致使青心烏龍無法栽植起來。南越地區氣候炎熱，蟲害也相對嚴重，在林同省面臨到的蟲害是以蛀心蟲、荔枝椿象為主。

練聿修（2018：34）討論南越地區的茶種就因為金萱茶叢生的不容易受到蟲害影響致死的物質性：

即使是被蛀心蟲蛀蝕之後，由單一主幹出土後「分岔」的特性，相對於青心烏龍與當地阿薩姆茶種是整棵茶樹單一枝幹的特性，更不容易死亡。

除了氣候與蟲害問題之外，另外就是肥料的問題。

有一次在車上與我的報導人，我都稱呼他為阿伯（他也是最早來到南越種茶的經營者），在閒聊的過程中，得知南越地區目前栽種的肥料，是以黃豆餅為主；但是青心烏龍的栽種，卻是要以大豆製成的肥料。其中的大豆肥內涵的「氮肥」，才能維繫青心烏龍的生長，茶才會有更佳的風味。但兩種肥料細問之下，價格卻是差了非常多倍，阿伯也感慨地提到，以目前越南茶經營蕭條的狀況，已經沒辦法承擔使用大豆肥的成本與風險。所以在許多南越的茶農，提到青心烏龍茶種的管理時，都會用「嬌貴」這樣的形容詞，來形容他難以在當地生長，致使茶農會轉向栽植風險低、照護成本低廉的金萱去種植。

金萱茶種的價格雖然市場價格低，但其特性是生長力強，產量很高。也因為這樣的特性，加上廣大面積的栽植，造就了南越地區以「量」為主的生產型態。同時金萱茶可以做成的茶品種類，也相對多元。陳右人老師提到：

種台茶 12 號的話，它可以做綠茶，可以做香片，那也可以做紅茶也可以，也可以做部分發酵茶，部分發酵茶銷台灣以後，可以銷其他國家，那個價格就不太一樣，所以他（農民）當然就會去種那個阿。（訪談紀錄，2017 年 6 月）

因為金萱茶有這樣特性，台商們在經營上，可以更靈活的利用。在作者 2016 年田野調查中，有台商開始利用金萱的特性，製作成蜜香紅茶、條形紅茶與東方美人茶等新製品，期盼利用這樣多元的產品，能夠重新將越南種植的茶，賣回到台灣的市場之中。

這些越南台茶的茶廠除了製作烏龍茶之外，金萱也因為多產的特性，常被用以製作成需要「量」的飲料茶，維繫茶廠基本的營運；雖然訪談過程中，台商並未說出飲料茶被應用在哪一方面，隱約得知是被使用於罐裝飲料上。

除了台商在越南投資環境的適應，茶種的物質性，決定了什麼樣的茶種可以在越南落地生根，台商們也要依循著這些茶種，去製作相應的茶品，以換取茶廠得以經營的資本。金萱帶動出來的產量與茶品的靈活性，幫助台商回應台灣市場不同茶品的需求，然而台商因應市場動態製茶技術調整（詳見第三節），同樣需要依循金萱物質性得以完成。

4.2.2 製茶技術的調整

雖然金萱茶的物質性在製作的靈活性，得以使台商更靈活運作連結到台灣的市場，但仍有一個問題需克服，即是製作出的茶葉需要能被台灣市場所接受，製作出「與台灣一樣的品質」，也變成了茶葉移動所需要依循的路徑。透過製茶技術調整，消除越南茶與台灣茶在風味上的區隔性，也是這些台商得以宣稱自己是台灣本土茶產業一部份，扮演相當重要的角色。

透過阿伯的牽線，我們團隊來到了最早台式烏龍茶的試作地¹²（圖 10）。

茶地因為面臨到股東經營上的分家，目前的經營者是越南華僑阿華老闆，阿華老闆最初是台商在獲取土地、經營茶廠的同時，被阿伯聘請在茶廠裡面工

¹² 2016 年科技部計畫《台茶南向：越南茶、台灣農技轉移與跨境茶鄉地景的政治生態學》。作者與練聿修一同進行的田野調查。

作，學了製茶技術之後，轉成技術領班，在股東分家之際，最後決定自己出資開設茶廠。



圖 11、台灣茶種最早來到越南試驗的地方（圖片來源¹³ 練聿修 攝）

在停車之後，我們進到茶廠，映入眼簾第一印象是風景非常迷人，有一座大湖泊，可以媲美觀光區的風情…。阿伯與阿姨一如往常到別人的茶廠時，阿伯總是會跑到別人的茶園巡視，看看其他人茶樹的栽植狀況；阿姨則是衝進去人家的茶廠裏面，仔細觀察別人茶廠的運作，也不時撿起地上做好的茶葉起來聞。我們其實並非很懂茶，但看見阿姨這樣，我們也不自主的照阿姨的步調與做法做了起來…。就這樣直到阿華老闆發現我們來，熱情的招呼我們到他的辦公室去坐，在事前阿伯的聯絡，知曉我們是台灣來的研究者之後，就吆喝他底下的越南工人，拿出他剛剛烘焙好的茶給我們喝。

「你們喝喝看，這是我烘焙過的，有沒有跟「台灣茶」…你喝不出來齁!這個茶有什麼味道？很香喔!是甘蔗的味道」（田野筆記，2016年7月）

¹³ 2016年科技部計畫《台茶南向：越南茶、台灣農技轉移與跨境茶鄉地景的政治生態學》。作者與練聿修一同進行的田野調查。

在品茶的過程中，可以發現阿華老闆一直強調關於茶的品質，是「台灣」一樣的味道；然而不僅只有阿華老闆這樣，去每一戶茶農人家拜訪，「台灣茶」這名詞都會被提出來做比較。



會有台灣與越南的區分，其實也就是在製茶過程中有所謂「越南味」出現。練聿修（2018）在同樣的場景書寫中，提及了越南味的出現，其實是技術上還沒適應當地環境。在製茶過程中是萎凋不足，水分殘餘過多，影響接下來的發酵進程，這種並不是不能改變的本質，相反可以利用製茶技術的以調整品質回到品質的象徵性邊界¹⁴。

但是上述所假設的領域邊界，是一種明確且封閉領域的。練聿修（2018）所要強調的邊界是既是封閉，卻同時也開放的多孔性邊界（porous boundaries）。移動性可以發生在其中，同時移動性扮演的也是需要突破區隔性的界線，以進入台灣的茶葉市場與領域。

以在越南茶要進入到台灣市場而言，若要將這種味道上帶來的區隔給予抹除，技術實踐的混種就成為了重點。茶葉的產地是在越南種植與生產的，但技術實踐上，卻是利用台灣帶過去的茶樹與台灣製茶技術共同實作所完成。將茶製作出跟台灣一樣的風味，並且利用拚配形式，以這種形式的混種，進入到台灣茶的市場與在地性的意義之中。

近期也隨著這類越南茶的大舉進入，台灣的在地性領域開始強化（詳見第五章），原本隱匿不欲求人知的技術混種的移動，變成了被指涉是混充、不誠信的；但相反的，也有台商開始特意將這種技術混種形式浮出台面上，重新建構以「台灣風味的越南茶」回到台灣的在地性宣稱之下（圖 11）。

¹⁴ 練聿修（2018）。在此處指涉的是對於越南茶的負面形象，也是經營者透過生產與進出口貿易穿越之。



圖 12、技術混種下的越南台茶（圖片來源：<https://goo.gl/g3u9SN>）

梨山風味這種建構，是陳宇翔（2007）研究中認為在山地種質的境外茶大舉進入之後，需要以新的台灣特殊的「山頭氣」，回應境外的高山茶所建構出來以建立壟斷租。在台灣我也訪談過在阿里山的茶農阿龍哥，阿龍哥認為山頭氣固然有牽涉到地方土壤的微量元素、微氣候所造成的風味差異；但阿龍哥認為這並非絕對，而是各家師傅所謂的「手路茶」，手路茶即是各個師傅因應當地氣候環境的調整出不同產地茶葉的風味。若是由手路茶的概念出發，反而可以看出現代越南台商製茶技術持續依循台灣茶產業變動的過程。

邊界代表了領域的界線，但這卻是在邊界功能是可以完全封閉的假設下，多孔性邊界運作下的領域內部其實是相當混亂，同時也並非是只有單一形式的定義在在地性之內。越南台茶就是在混種的形式下，得以來回在兩地之間，移動性的實踐，即是扮演連結的角色，一面移動性的邊界穿透可以進入到台灣的在地性宣稱內；另一方面，為了要使移動可以穿透邊界，則也是對越南生產者內部在技術上需要依循物質性變動來源的依據。



第三節 越南茶市場的建構

本節就製茶完成之後，講述這些茶農如何與台灣市場產生連結，在上一節提到的區隔性，是微觀政治下實踐的成果。反過來說，若要使茶葉可以獲得到移動性到市場中，則必須要依循在一套移動規則之下。換言之，是誰有權力中介移動性？移動性被中介過程中，權力又如何流動？其中重要的中介者，即是茶農所謂「盤商」的角色。

這些茶農的經營，在金萱物質性的運作下，都是以「量」為主的市場走向。在這樣的走向下，勢必要有這些盤商知曉的市場通路，了解市場需求什麼樣的茶，茶葉才有獲得到賣回到台灣以換取資本繼，維持茶廠運作作的機會。

但盤商同時也是複雜的角色，因為在茶農口中，他們也是一直壓低茶價的幫兇。因為茶葉會受限於不同時間、氣候等狀況，加上產量大，很難會有平均的狀況。盤商會用一種「標準茶」的模式，來評判茶葉的價格，這讓台商難以捉摸，究竟是茶葉技術調整的問題，還是壓價的藉口，連帶影響了整個茶區未來市場的走向。

4.3.1 盤商與市場通路

在南越的調查過程，一旦問到茶葉最後的走向，這問題在台灣是相當隱晦的，越南台商也不願意多說，每家茶農最後的答案都是盤商，後續也不願意多談。但盤商在研究過程中一直以來都是神祕的角色，很難會宣稱自己是盤商接受我們的訪談，因為掌握的是市場通路，是他們賴以維生的商業機密。

通路的拓展，相對於茶農而言是困難且高成本的花費。阿姨就曾經分享過在茶區就有層出不窮的「騙茶事件」，這些台商以為自己找到市場通路的合作夥伴，茶葉帶走之後，原本夥伴開立的支票，卻成為無法兌現的空頭支票。這樣

層出不窮的事件下，茶農追求的僅是茶葉可以賣回台灣，穩定的換取資本維繫茶廠的營運。最後茶葉的走向，已經不是那麼重要，最常聽到的說法就是茶葉賣出去，隨便盤商怎麼弄（拚配），就不管了，也管不了，價格可以就好了。

回顧越南茶榮景的時期，是在 1999 年 921 大地震之後，台灣高山茶區因為地震遭受到破壞，加上前面所述耕地面積減少等因素，台灣缺茶的狀況嚴重。在當時台商投資越南茶的規模也剛好不斷的在擴大，阿伯帶我去拜訪的茶農阿義，談到越南茶生意最榮景的情況，他也有很多的感慨：

「在越南茶最好的時候（921 大地震之後），甚至是坐飛機回去台灣賣的。那時候台灣的茶根本不夠喝…而且那時候茶葉的品質不用很好，即使是黑黑的，看起來是茶，就會有很多人搶了。」（訪談紀錄，2016 年 7 月）

上述訪談可以看出在越南發展的初期，茶葉移動回台灣的過程，茶葉的品質並不用要到達非常的高端；甚至是茶葉移動的載具成本，都是跟現在無法比擬的。阿義老闆也提到，也在這時候越來越多人投入到越南經營茶產業，確實在當時，越南茶是最賺錢的產業，茶產業也是因為這樣的偶發性事件之下，才有機會讓茶葉大量的回銷台灣，給整體台灣在越南茶產業有更穩定的經營。

但到了後期，投資越南茶的人越來越多，產量也越來越高，也會產生彼此競爭與排擠效應；從 2013 年台灣爆出食安風暴之後，越南茶也不似以往容易就賣回台灣，盤商也開始會做品質篩選。換言之，要賣回台灣，勢必也要服膺盤商的要求，才會賣的到好價格。

在 2016 年訪談余老闆¹⁵的時候，阿姨與阿伯就開始與他討論起如何跟盤商議價的狀況，余老闆就很感慨的說到：「你價格便宜也不一定好賣，假使你做的不好，你好不容易做好的，烏龍是最難做的茶，都給你便宜到…現在拚技術，

¹⁵ 2016 年科技部計畫《台茶南向：越南茶、台灣農技轉移與跨境茶鄉地景的政治生態學》。作者與練聿修一同進行的田野調查。

做不好就賠錢賣了」。

他們也談到，因為現代人對傳統沖泡茶的需求不似以往。有被手搖飲料所取代的趨勢，連帶影響到客戶開始只會**挑好的買**，不好的茶葉也只能認賠賣出。在茶賣不出去的情況下，余老闆沒有辦法，只能偷偷嘗試將一個貨櫃賣不好的茶（在雨季做出來的茶），把所有真空包裝弄破，放在倉庫，期盼氧化成老茶，看多年以後能不能有提高售價的機會。

然而顧客是如何挑好茶，根據練聿修描寫好茶的場景（2018：43-44）：

我接著問，怎麼樣的茶算是好茶？這其實不是個太明確的問題，但出乎我意料的，余老闆有點無奈、有點戲謔地說，有一次盤商誇他的茶好，：

你聞這個茶，聞起來熱熱的，熱熱的…他只要涼涼的，熱熱的人家就會說他不好，沒冷紅（台語），水就是熱的！怎麼會冷，真的是會被他氣死。

所以市場小的時候，客戶就會嫌東嫌西的，但你市場開了之後，拿那支茶給客戶，客戶會說，對阿！就是要這支茶，就是要這種味道。但跟過去都是同一支阿！都是「市場的問題」。（訪談紀錄，2016年7月）

練聿修（2018）將此比喻為邊界的運作：茶葉品質夠好才能有好價錢，有好價錢才能賣給盤商，賣給盤商才能讓茶穿越邊界，穿越邊界才能換取收入，才能維繫經營，才能繼續下一輪的邊界運作。換言之，品質就是穿越邊界的充要條件之一；在這邊反映了邊界功能下的分類，同時也是反映邊境地帶微觀空間的內部，這些種類的差異政治是如何，誰被賦予了移動資格？

盤商的角色也驗證了 Massey（1993）提出的權力幾何學（power-geometry），Massey 對 Harvey（1986）的時空壓縮概念提出反思，Harvey 所謂時空壓縮的移動性等同於流動的隱喻，但 Massey 認為這種流動，其實是一種權力支配下不平衡狀態的。盤商的角色就是扮演了知曉整套移動規則的人，可以

決定什麼樣的茶葉允許被流動到台灣的市場當中。

在這邊「市場的問題」引領下，其實 Harvey 所界定下的地方（在地性）意義並沒有消失。Harvey 設想的是一種恆定性的概念，移動性是為了不斷更新或創造恆定性的關鍵，在地性或的意義需要被固定（fix）以創造有意義的實體。決定這些境外茶業移動發生與進入的關鍵；但也因為這樣的意義其實是沒有本質的，所以盤商也直接以市場需求去決定整套移動性的規則。

Massey 認為地方的意義其實是相對多樣的，台商認為的台灣的在地性，其實是不斷的在進步的地方感（progressive sense of place）。這些台商在過去經過技術調整下，越南茶可以擴展移動性且成為台灣茶的一份子，是移動路徑下所創造的，而非是根源於台灣為尺度空間上的在地性。然而兩者之間對於台灣的在地性的想像爭議，必須經過協商出地方的意義。而「好茶能進入到市場」變成了兩者之間協調下能夠使移動發生的條件，同時也是在地性的宣稱條件。

「好茶」的界定標準是由盤商所界定，台商需要的是資本可以使茶廠維持運轉，所以看似服膺在這套遊戲規則之下產生了移動上的權力關係。但「好茶」的本質其實是難以參透的。Massey 討論的權力幾何學，權力好似一種實體，是由盤商或是台商掌握，決定了茶葉能不能有移動性，但這樣的觀點，忽視了權力本身是如何形成的。

在越南茶的案例中，權力也是「物」的物質性與行動者的技術調整下所形成的，以及行動者飲用這些茶品身體感的不同感受，兩者之間的模糊地帶，正是權力關係的形成。在這樣的定義下，權力關係並非是給定的，而是移動性的發生過程中，動態的裝配人與製茶的自然環境。如同物質性、身體經驗，技術與市場等；移動性也在這樣的裝配中浮動，也帶動越南方面如何透過移動性，連結自己成為與宣稱台灣在地性的意義。



4.3.2 因應市場變動的茶品與製茶技術

在上一小節中，提及了權力如何什麼樣的茶品可以獲得移動性、以及權力如何形成，同時也是在地性意義的連結。這樣的隨著不同的市場需求的移動，即是越南台商要作出技術調整，以因應台灣茶產業市場需求的變化，當中「物」的物質性與人的技術協作，即成為重要的因素。

在 2016 年田野當中，關於阿姨在茶廠的行動，也就是偶爾巡視，有時甚至連茶廠都不會去，問阿姨原因，她則是說：「做飲料，他們都會做了」。就阿姨的說法，因為飲料茶追求的是「量」的市場走向，相對對於「質」的要求，就沒有像其他沖泡茶一樣高。

直到某一天，阿姨接到了來自盤商「紅烏龍」的訂單，一切平靜的茶廠民族誌，開始產生了化學變化。

根據阿姨的說法，盤商會需要紅烏龍的原因，是因為這個茶品是晚近才出現（是由茶改場台東分場所新創出來的特色茶品，詳見第五章）。目前製作的技術上，還未普遍普及在茶加之間；而盤商會大量需要的原因，除了現行的量比較少之外，也是在夏天的時候最適合紅烏龍的製作。但阿姨也跟我坦承，其實她也從沒有製作過紅烏龍這一類新興的茶品的經驗，也是透過這次的訂單，嘗試做出以往沒有的技術突破。

「紅烏龍」依據吳聲舜（2012）的說明¹⁶，是結合烏龍茶與紅茶之加工特點，這種茶品是夏季的時候茶芽葉生長迅速、節間長，相對兒茶素、咖啡因、花青素含量高，會造滋味苦澀、香氣較差，只適合做成價格較低廉的紅茶的因應方式。製作的難處在於它本身的茶湯色是紅茶的茶色，但喝起來要有烏龍的香味，茶葉不能全部發酵（會變成紅茶，失去烏龍茶的香氣）。跟過去阿姨常製

¹⁶ 資料來源：<https://www.coa.gov.tw/ws.php?id=2444926>

作相對於要「綠」甚至要清香型態的烏龍茶是完全不同的。

於是這幾天茶廠就完全動起來了，從凌晨採收回來的茶菁，阿姨開始每一批的檢查，時不時還會撿起地上的茶菁，跟隔壁的茶工比劃，看樣子是茶菁採收的條件不甚滿意。在台灣，我們常常追求的採茶標準是要「一心二葉」；但根據阿姨的說法，越南採茶是按重量計價的，所以茶菁的狀況可能會被採收成一心好幾葉，甚至是很長的茶梗，這些都是很難以避免的，當然會影響到後續製茶的品質。

當茶葉走完日光萎凋與室內萎凋過程後，進入到浪菁的環節。在浪菁過程中，茶工們將一包包的茶菁倒入浪菁機中滾動，然而工頭的工作，就是要檢查浪菁機裡面每一批茶的滾動速度，掌握其發酵的程度¹⁷。(圖 12)



圖 13、必須掌握浪菁速度的茶工 (圖片來源：作者自攝)

因為走完萎凋之後，製茶時間通常已經在深夜，時時可以聽見阿姨手機鬧鈴響起的聲音，阿姨的睡眠時間只有浪菁機滾動的時間。當浪菁機結束滾動之後，就必須要起床去視察茶葉的發酵程度，但也因為每個布袋的茶菁品質狀況

¹⁷ 相關討論又見練聿修 (2018:59-61)

(茶菁的長度或厚度)、甚至是每包茶重量也完全的不相同，可能就會產生有某幾批茶的發酵程度不足以達到標準。阿姨要將發酵不足的茶再次交代工頭，要重新再放入浪菁機裡面滾動，這時就要依據經驗，決定茶菁要再滾動多長的時間，這時，阿姨也很感慨的說到：「茶很不聽話，要他綠不綠，要他紅不紅！」

(圖 13)



圖 14、葉緣鑲發酵的紅邊的紅烏龍 (圖片來源：作者自攝)

在經過三天之後，這批茶總算做好了，而且這一批茶的品質非常高，聽阿姨說，這批茶送交給盤商，很難得確實得到了不錯的價格。

練聿修 (2018: 61) 根據這現象，引用了余舜德 (2013) 的物質性概念：

部分發酵茶複雜、高度身體化的物質性，讓茶改場介入下更科學、更工業化的烏龍茶技術，仍然與身體、與過去的製茶技藝密不可分。這是越南茶透過此可以此時作來達成象徵性邊界可以被穿越的過程。

由此可見，這些茶業能有移動的機會，不僅是阿姨或是盤商決議而已，而是物的「物質性」中介於移動的過程；因為金萱的物質性，得以有製作出紅烏龍的機會，以及台商在當中製茶機具與製茶技術的協作，才能產生有權力能賣

到台灣市場的機會，這些越南台茶才可以被認可作為台灣茶產業的延伸，宣稱是台灣茶產業的在地性。

雖然製茶與市場體系都是依循台灣未明的在地性意義，但這些台商也不是沒有想將市場通路擴及到其他地區，他們提到，全世界有在喝大量烏龍茶的國家，僅只有台灣跟中國大陸，越南方面雖然也有部分市場，但在競爭優勢上比不上國內的越資茶廠。市場路徑只有依循台灣，隨著台灣變動的茶產業定義與需求量，來進行技術與經營方針的變動，是他們維繫產業的命脈重要的方式。同時這也是他們來到越南，不斷依循在地性意義而變動，同時在地性意義也因他們拓展移動而變動。

在這段田野故事中，可以見到台商移動往越南建立新版圖的過程，他們認為自己的在地性意義是持續形成（becoming）的過程，是茶種、技術等因子間不斷為了追尋移動而重組，以回應台灣無一定本質的「在地性」的擺動。

小結

本章以「茶產業的移動」作為關注核心，移動性的開展是雙向的。第一個是在台灣茶產業在經濟發展與政策的轉型下，茶園面積與茶產量減少，再加上因飲料茶市場崛起，台灣的茶葉需求量上升，以致茶葉出現了供不應求的狀況，開始有台商將茶種、技術帶往越南發展。整個產業的轉移過程，除了需要龔宜君（2005）提到台商需要鑲嵌到整個社會體系中，也涉及到茶葉是重要的資本，茶樹身為「物」在移動中扮演的角色。茶樹的物質性，關係到茶種轉移到越南後，要如何因應越南的氣候環境而改變田間管理、以及後續的製茶技術上，就如同本章節所提到的越南味的去除，才能使這些茶葉做到與台灣的品質一樣，賣回到台灣市場，以填補台灣茶需求量。

在茶葉品質穩定之後，才得以如練聿修（2018）提到能茶葉穿越象徵性

(品質)的邊界，促發移動性的發生。但若是以南越以「量」為主的生產模式，則必須要有穩定的市場通路，才得以維繫整體茶產業的營運。對於台商而言，通路的開創是要花費一定成本、承擔一定的風險，對於台商而言，其實並不容易，所以就出現了中介茶葉移動回台灣市場的中介者—盤商。

盤商知曉市場的規則，看似擁有權力，與 Massey (1993) 權力幾何學的討論一般，決定了什麼移動可以發生。但在越南台茶的案例中，權力並不是先在存有，而是台商依據盤商提供的市場的需求，對茶種與技術的調整，進一步由盤商透過品茶，利用余舜德 (2016) 所謂身體感給予茶葉的物質性定義，去決定哪樣的茶可以促發移動。權力其實也是人與非人的因子在製茶與品茶體系中，去動態的裝配出移動性的產生。

這些台商在訪談過程中不斷地強調，自己所製作的茶葉，是填補了台灣茶葉的需求量。台商在茶產業的移動過程中，在越南經過茶種與製茶技術的調整，方能回到台灣市場之中填補需求，變成了這些台商得以宣稱自己是「台灣茶產業」的一部份重要的依據。移動性在這邊，扮演的是 Massey (1993) 討論的地方 (在地性) 並不是根著 (roots)，而是路徑 (routes) 的概念，茶產業在移動過程中，動態的裝配人與非人的因子，形成了在地性的意義，並隨著不同移動性開展/限制的進程，進而去改變因子的裝配關係，帶動了在地性的意義的變化。

第五章 台灣茶在地性的領域化



越南台茶產業在經過茶樹的物質性、製茶師傅的技術與整個投資環境的共同調整下，使得茶葉可以賣回到台灣，同時填補了台灣茶產業轉型下的茶葉需求量，也是這些台商得以宣稱自己是台灣茶產業一部份重要的依據。這些回到台灣的茶葉，由盤商的市場通路運作隱匿在台灣茶底下販售，這樣的模式也經歷過一段時間的榮景。

對越南茶影響最大的事件，莫過是在 2013 年爆發了飲料茶的食安風暴，這些境外越南茶被指涉成是問題的來源。台灣在此時開始意識到境外茶不知不覺的融入到我們的生活當中，台灣內部的茶品紛紛出現許多了許多以本土、100% 台灣在地的論述，或是透過立法區將在地/境外做出明顯的分野，將原本隱匿的在台灣茶底下的境外茶予以浮出檯面。

這些論述的動員不僅是去區分越南/台灣本土兩者，其實也是回應台灣最焦慮的問題—即是台灣的在地性（localness）的意義究竟是什麼？又是如何形成與畫設出它的領域，不容許境外茶葉隱匿身分去侵犯台茶的在地性。這些越南台茶，在早期被認為是在台灣茶產業的一部份，後期被逐漸所形成的「在地性」排除在台灣茶產業外，並在這樣的過程中，台灣「在地」的意識又如何的去建構出自己專屬的在地性領域，並利許多論述去鞏固自己的意義。

隨著 2016 年新政府上任，兩岸政治情勢關係急轉直下，陸客來台人數大減。原本隱匿在台灣茶底下的越南茶，失去了最大的陸客市場，再加上前述台灣的在地性意識形成，許多對越南茶負面論述的開始出現。

在這樣的事件影響下，對越南的經營者而言，陷入了經營慘澹、資本無法循環的現象。茶葉無法在市場賣到好價格，台商無法對茶樹投入更好的照顧，以致茶葉的品質低落，連帶影響到越南茶能否被賣回到台灣；原本透過與台灣

茶拚配出售的關係，在資本循環對品質的影響下，台灣茶與越南茶分野的現象更加顯著。

第一節中，講述的是這些越南台茶最依賴的市場—陸客團，是透過什麼樣的形式運作，進而形成越南茶最大的消費族群。然而在陸客團減少之後，這些越南的經營者又是如何被排除在台灣市場當中。

第二節講述台灣的「在地性」意義，如何在越南茶大舉入侵的脈絡中被動員所形成。茶樹的物質性與製茶技術，同樣也扮演重要的角色，裝配與領域化「台灣本土茶產業」的意義。在空間領域面向上，即有練聿修（2018）論文中空間性（立法、台灣尺度）與象徵邊界（食品安全）出現，也透過所形成的在地性意義，用以管制越南茶的移動性，帶動出台灣的「在地性」在空間意義上的領域化的宣稱，同時「在地性」在社會意義上運作排除越南茶在宣稱之外。

第三節之中，講述的這些越南茶經歷被排除在台灣在地性意義的過程之中，失去彼此連結的移動性，在經營面向所遇到的資金無法周轉的狀況。這樣的狀況是如何連帶影響越南台商的農作，以及台灣如何透過檢驗技術檢驗這些台商的農作，在物質性強化彼此間的不同「在地性」領域宣稱。

第一節 失去市場的越南茶

根據 2016 年訪談，阿姨認為雖然越南茶面臨到 2013 年食安風暴的指涉後（食安風暴的相關論述，詳見第二節），越南生產的茶普遍已被貼上負面標籤。問到去年 2015 年整個茶區的狀況，在那時台商還是抱有可以將產業再度復甦的期望；不僅是阿姨，很多經營者在訪談之中，雖然對越南茶被汙名化的狀況感到憤怒，但他們仍堅信自己的茶葉在安全上經過層層的邊境檢查，是安全無虞的才能在台灣市場流通；而在風味上，在製茶技術不斷調整與精進下，已經達到與台灣相去不遠的水準，繼續堅持下去，未來還是有市場機會的。

直到政黨輪替之後，這樣的想像他們也開始產生自我疑慮，隨著兩岸的政治關係發生轉變，陸客團客來台的人數下降，他們正面臨失去最大的客群。

根據觀光局的統計，陸客來台的人數¹⁸在 2016 年從原本 4184102 人次，下降至 3511734 人次；然而除了下降之外，更可以發現陸客來台的旅遊模式比例，團客與自由行的旅客呈現了黃金交叉，自由行的旅客已經有取代團客旅遊的趨勢（圖 14）。

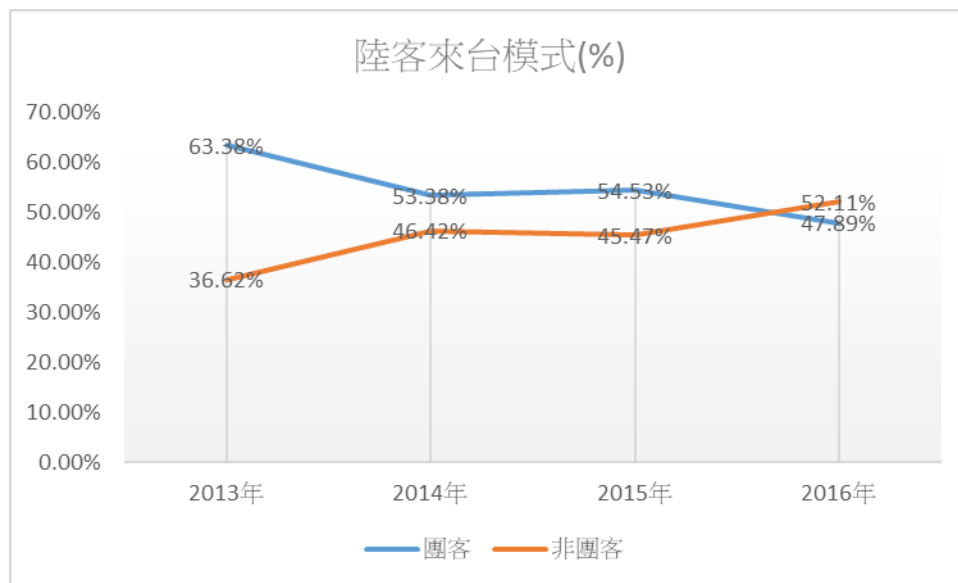


圖 15、陸客來台旅遊方式比例（資料來源：觀光局，圖片來源，作者自繪）

根據董孟修（2017）的研究指出，團客來台人數的下降因素，主要因素歸類成是官方政策（政治操作、減緩發證、減少官方交流、停飛航班、減少補助）、組團旅行社（壟斷、不健全的操作模式、暫緩組團來台、推廣其他地區旅遊）、市場機制（旅遊目的地多、旅遊環境漸成熟、旅遊形態轉變、旅遊族群轉變、親友口碑），那為何團客來台是對越南茶與台灣市場經營慘澹的關鍵？

因為這些茶葉的流向，主要都是流向台灣觀光區的茶區為主，並且結合陸客一條龍¹⁹形式的觀光模式，將這些茶葉販售給陸客。天下雜誌（2012）就曾

¹⁸ 詳細陸客來台變化趨勢，可見本文 P.3 圖.2

¹⁹ 「一條龍」模式指的是中國旅行社串聯台灣的飯店、餐廳、遊覽車等進行操作，就連購物行程的特產店、精品店都是外資或是配合抽傭，藉以壓低價格，壟斷市場。

經報導：「中國觀光客並非是自由市場邏輯在操控的」；開放陸客五年，中國政府不但對陸客數量和地域有限制，更有港資配合搶攻市場...為了確保能賺錢，陸客在台灣的行程，一站接一站，被排得滿滿的。在所有陸客行程中，台灣已經被切成六個「特產區」(圖 15)：台北買鳳梨酥、鐘錶；日月潭買牛樟芝、阿里山買茶葉，高雄買鑽石、台東買珊瑚、花蓮買玉石和大理石。「連鳳梨酥和茶葉，都要在特定店買，不能讓旅客自己去市面上買。」



圖 16、被地域化的台灣消費市場圖 (圖片來源：天下雜誌)

Rowen (2014) 的研究，就是跟隨著陸客團客的民族誌進行書寫，其中就有提到陸客的消費模式：

這天來到台灣第二個知名地點，阿里山。我們早上 7 點起床用餐，用完餐後坐車，經過一條蜿蜒的山路，11 點就抵達午餐地點。空出來的時間，讓我們有機會可以在用餐空間旁的「文化中心」向身著鄒族服裝的原住民「了解」高價的「在地」茶。這個停留點並未明列於遊程之中，旅行社因而可以規避遊程僅能有 6 個購物點的法定限制。我私下詢問，導遊解釋這樣的安排在技術上是合法

的，原因在於這個地方緊鄰我們的用餐地點，所以不算購物行程。

(報導者 THE REPORT, 2017. 4. 5。由作者 Ian Rowen 改寫研究刊登)。

茶改場 (2014) 也對陸客買茶的行為進行研究，於 2013~2014 年於桃園機場進行陸客購買行為進行問卷抽查。根據調查結果，陸客每年來台購買 2655 公噸的台灣茶葉，約佔台灣總值的 18~19%；購買茶葉種類主要是高山茶 (占了 86%)，並且購買景點主要集中在阿里山周邊地區 (91%)，若是以來台陸客人數計，整體採購約新台幣 245.8 億元。

由此可以發現，這些越南台茶如何進入到台灣的市場？其實就如上一章所述，必須要透過盤商的中介進而移動到台灣。盤商知曉的市場通路，然而這通路在空間與社會意象上，也是一個領域化的過程；在空間的領域上，盤商知曉的是整體被地域化的市場，知道要將這些越南種植的茶送去哪個茶區，將原本境外的越南產區的茶，透過與台灣茶拚配，而成為台灣茶產業的一部份。

根據作者阿里山茶農阿龍哥的說法，其實陸客團客是很少直接上山接觸茶農的，反而都是在山下的紀念品店購買茶葉，就像是 Rowen (2014) 提到在阿里山的消費經驗一斑。阿龍哥對此提出他的疑慮，其一是這些紀念品店的販售者，真的是生產者嗎？再者即使是生產者，真的會有那麼大的量販售給陸客團客嗎？

在社會意象上，這些不屬於在地生產的越南茶，也要重新被領域化成「台灣在地」的標籤底下。不僅是透過原住民身著的傳統服飾在消費面向的行銷，也是在生產面向如何透複雜且爭議的拚配技術，透過台灣茶與越南茶的混和，做出「台灣茶的味道」，進而讓這些越南台茶也可以有穩定的市場換取資本。

但在陸客團客減少之後，原本與台灣茶擁有相同市場的越南茶，面臨到失去最大客群的危機。在台灣方面，消費的據點開始沒有團客來到，反倒是像阿

龍哥提到這種生產者，開始有自由行的陸客選擇跳過紀念品店所販售的茶葉，直接到茶山上與生產者直接面對面接觸買茶。

在越南方面，阿姨跟我們分享，一開始盤商檢視茶葉品質而壓低茶價的方式，在她眼中還算合理；但在陸客團客不來的影響之下，盤商開始用「**現在越南的茶回去（台灣）很難賣！**」的說法，將整體茶葉收購的價格壓得更低，在阿姨眼中，現在除了會挑品質之外，甚至連價格都開始挑剔了。

當然，這也是盤商單方面的說法，阿姨也不是很確定盤商是不是失去市場的通路，還是又是一個壓低茶價的藉口。但陸客團客不來之後，對於整體越南茶產業帶來蕭條的市場，確實在南越茶區經營者們的口中是一個肯定的答案。

在 2016 年的田野調查過程中，這些經營者相互流傳著一件大事，即是某個盤商投入到越南茶的生產中。盤商認為已經掌握市場通路，不會有被壓價的風險，有穩定的市場還能有利潤。但在這個盤商在年初投入資本生產之後，就發現陷入了經營慘澹、資本無法循環的現象（詳見第三節），當時好事上述陸客團客下降帶來的影響。這個盤商在當時，瞬間成為整個茶區的茶餘飯後的話題——甚至是笑柄，由此不僅見到兩岸政治情勢轉變對越南茶的影響，也可以窺見盤商與經營者之間的緊張關係。

第二節 越南茶負面論述的建構

在越南茶面對大最大陸客的客群消失之外，另外就是國內受到負面標籤過程，過程連結到的是越南茶的移動性持續擴展下，國內的本土保護主義如何被動員，領域化在地性的意義去限制這樣移動性的擴展。本節的討論重點在於這在地性的概念，並非是其來有自，而是在越南茶大舉進入之後，台灣茶產業如何透過茶葉的物質性與技術的運作，去生產在地性意義，並藉此形成台灣茶產業對本土的保護主義。



5.2.1 越南茶的食安風險問題

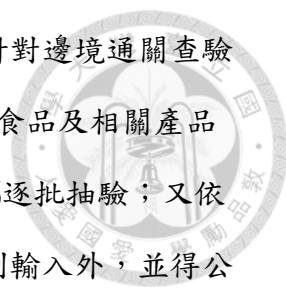
就越南茶而言，最大的爭議莫過於農藥超標的問題。越南茶剛開始進到台灣的時候，其實是被大家所為接受，甚至被認為是填補了台灣因茶產業轉型不足的需求量。但後期因為持續上升的進口量，本土茶農開始反彈，也在此同時台灣茶農要求政府加強對於越南茶的農藥管制：

越南茶葉大量進口，打擊本國茶業，行政院農委會近日將研商動用「農產品受進口損害救助基金」加以救濟。如此案成立，將是我國農民受農產品開放進口之害得到救濟的第一例。另外，農委會將設法蒐集越南茶園施用農藥情形，請商品檢驗局加強進口檢驗，**如使用我國禁用的農藥，即可禁止進口。**（聯合報，1995/11/4）

面臨到台灣茶飲需求上升、茶園耕地面積減少的因素，越南茶的移動性快速拓展，從上一章中茶農口中所謂「只要是茶，做的在黑都有人要」、以及「賣最好的時期甚至是坐飛機回來賣」的榮景就不難看出。但也因為這樣在自由貿易下的移動性拓展，對本土茶產業反而成為了一種威脅，如何去限制境外茶無止境的擴張，成為茶農反對的首要目標，其中農藥衍伸出來的食品安全議題，就成為了最直接去限制越南茶進入到國內的方式。

雖然之後關於越南茶農藥食安的問題時不時出現在媒體版面，但爭議卻比不上 2015 年英國藍爆發農藥超標的危機。在此事件之前，2014 年台灣發生了食品安全史上最大的食用油違法的事件，進一步帶動台灣整體社會風氣對於食品安全的關注，進一步連帶影響了這次因茶葉而起的「茶安風暴」。

也因為這次事件的推波助瀾之下，食藥署特別重申對於邊境檢查的制度：食藥署強調食品業者輸入茶葉時，應依食品安全衛生管理法（以下稱食安法）



第 30 條規定，向食藥署申請輸入查驗並申報產品有關資訊。針對邊境通關查驗檢驗不合格的食品，均應依規定辦理退運或銷毀，食藥署依照食品及相關產品輸入查驗辦法規定，機動調整產品的抽驗機率，最高可至 100%逐批抽驗；又依食安法第 52 條規定，輸入產品經通關查驗不符合規定，除管制輸入外，並得公布商號、地址、商品名稱及違法情節，食藥署每週在網站發布相關不合格資訊。(衛福部食品藥物管理署，2016)

練聿修(2018)將「食品安全」視為是邊界化的過程。在空間意義上是海關執行的農藥的邊境檢查，唯有安全的越南茶得以跨越邊界進入到台灣；然而在象徵意義上，是決定了什麼樣的品質得以進入台灣市場。國內茶業經營者對越南茶的指控，也是這些在越南的經營者所面臨的問題，如何去調整日常實作的體系，去做出農藥管理以求穿越邊界，進而維繫整體產業的運作。

雖然當中講述的是劃界過程，對於越南茶進口到台灣的部分的移動限制，這一部份也因為台商的技術管理可以跨越這樣的劃界。但為何許多台商還是面臨到經營上的困難？除了上一節所述的陸客不來的因素外，另外就是茶安風暴議題之下，國內開始感受到「茶葉」的生產，已經開始有產地之間的區分；甚至產地很直接的越南就被連結到「不安全」的標籤之下，在地性的意義，在這樣的歷史脈絡下形成，空間上台灣生產才是安全、高品質的。

然而，過去在越南茶大行於市的負面報導，相較於這次的風暴，為何能引起那麼大的注目。在筆者認為可能的因素，除了前述的食用油的偶發性事件，另一方面就是「論述」如何能更好被動員，推動越南茶成為負面標籤化，進一步限制越南茶在市場中的移動性，並且透過移動性的管制，來達成強化台灣在地性的特殊性與領域性。

在 Lahav (2013) 的文章中，討論到在 911 事件之後人類的移動性產生對國家安全的危害，民主國家政府可以適用策略去關閉他們在全球世界中的門戶

(邊界)；其中安全是要結合移動性的考量，安全源自於種族移民的移動性。然而這樣移動性的擴展，在作者眼中過去被視為是經濟、文化與經濟面向的威脅，但隨著恐怖攻擊之後，卻成為了關心身體安全上的國家安全整合問題。

不同於恐怖攻擊之帶來的人身安全思考，食物是我們每日所需要攝取，相較於經濟、文化面向的論述對於社會大眾的疏離程度，以這樣尺度的動員層次，確實是引起社會上對於境外移動的焦慮感。

然而這樣的動員能成功的因素，其實還有專家身分帶來的權威性對於身體上的規訓、以及行動科技的進入兩項因素的影響。其中又以 2015 年陽明醫院公衛所教授張武修教授的訊息引起很大的風波（圖 16）。

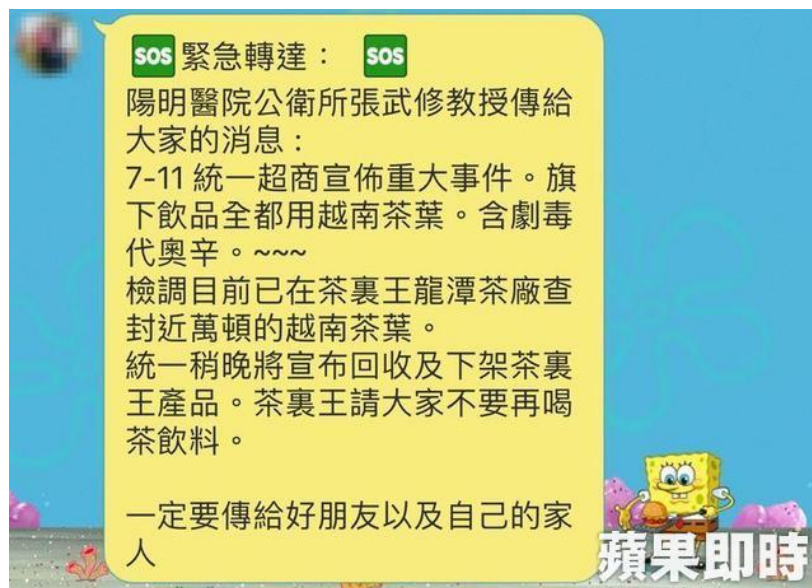


圖 17、在 LINE 行動軟體上傳遞的越南茶食安訊息（圖片來源：蘋果即時

2017/06/05 <https://tw.appledaily.com/new/realtime/20170605/1133760/>)

整體事件後，茶裏王第一時間跳出來澄清宣稱，茶廠並未在龍潭茶廠設廠，以及使用的越南茶葉並非是落葉劑的茶區。然而當時這報導，在後續的查證，也被查出是假新聞。當時張武修教授已離開陽明醫院公衛所，並且在泛科

學²⁰的網站分析整建事件的始末，對於科學檢驗專業性，做出以下報導：

從學術專長來看，張教授長年關注公共衛生與核能議題，具有「職業醫學」、「輻射生物」、「國際衛生」等方面的專長，多年來推動國內外「健康識能」在醫療衛生體系的運用…。這樣的專業背景與查驗茶裏王裡面是否有毒，還有許多科學操作層面上的不同意義。(泛科學 2017/08/11)

Lave (2012) 的文章引用了 Bourdieu 場域 (field) 的概念，講述了科學知識生產的背後其實是相當複雜，科學知識的背後如何被生產以及在知識場域中內部爭奪資本與內外部權力結構的改變與影響。科學知識的背後，其實也是對於在特定場域資本的競奪（當中資本並非僅是生產收入的流動，而是場域中的權力關係），作者引用 STS 的觀點進入，揭露了科學論述是如何在不同證據發現或者在價值取捨中不斷的在變動，最終哪樣的科學知識可以被使用，以及科學家間對於權威影響政策層面的討論，背後都是政治話語權的爭奪。

反映在我們現代的生活，都充滿專家的說法；但我們很少去檢視整體科學知識生產背後的場域究竟是怎樣進行，只因為專家代表的權威性，而忽略了思考論述本身的真實性。另一個能快速被動員的因素就是行動科技的進入，在原本我們原本接收報章媒體訊息的緩慢，到現在通訊軟體為載體的中介之下，這些訊息得以擴散 (diffusion) 到我們的認知當中。

就如同討論疾病的移動性一樣，Copper (2006) 描繪了一種生物不安全的 world，狂牛症是與複雜的食物跨界移動有關係，然而這種移動性的擴張，也致使了人口與身體之間不同的治理模式與安全防禦的措施出現。

在越南茶的農藥論述案例中，除了前述所提到的進口流向申報作為防禦性的措施，透過此希望去讓越南茶在邊境檢查到國門之前，甚至是在台灣內部移

²⁰ 詳見「知名教授」說茶裏王裡含有戴奧辛，你就信了嗎？
<http://pansci.asia/archives/tag/%E5%BC%B5%E6%AD%A6%E4%BF%AE>

動性得以浮現，同時也期盼去遏止這樣的移動性無限制的擴展。Bærenholdt (2013) 提出了 governmobility 的概念，其中則是注意在移動性的權力，其實也就是 conduct of conduct 的過程，透過對於移動性的直接治理，直接反應到人們的行為以及以此持續建構出的整體社會面貌的組態 (assembled)。

這樣的做法也衍生出在人們的認知中，對於境外茶的進入台灣就等於毒害的想像，相對於「在地生產」的不動與固守境外茶的移動性被視為是一種威脅；而這樣的動員管制境外茶的移動性之下，在地生產的在地性，反而成為是更安全的想像。

這些論述同時也開始規訓我們自身的消費行為選擇，但也因為這樣領域化在地性的意義之下，也複雜化了在地性與境外之間的關係；甚至於是在地性的意義，是如何透過技術施作形成，進一步強化台灣在地性所謂空間上的在地。

5.2.2 拚配技術與本土保護主義

越南茶最大的爭議除了在食安問題之上，就是這些越南茶混充在台灣茶之下，偽裝成是台灣茶的名義販售的混茶行為。在 2017 年 6 月，南投縣鹿谷鄉就發生了越南茶混充進入台灣茶，並且得到二等獎的新聞，在媒體眼中，被視為是「洗茶」的行為：

法務部調查局指出，某茶農以越南進口茶葉混充台灣本地茶葉，參加南投縣某茶葉生產合作社 104 年冬季茶葉比賽，透過國內的茶葉比賽機制，藉此「洗茶」方式取得認證之欺瞞手段，使消費者誤信該得獎比賽茶是台灣茶葉，願以高價購買。(風傳媒，2017/06/13)

因為全球農糧系統中食物的複雜移動之下，許多浪潮建構出重新回到在地想像的方式，但也因為這樣的論述浪潮出現 (Feagan, 2007)。用越南茶葉與台灣茶混充就被認為是不被允許的行為；但這樣的混充其實也是遊走在技術一誠

信之間的模糊地帶，其實說的就是「拚配」的技術。



拚配技術其實在製茶完成後，將茶葉變成商品售出的過程中是相當重要的一環，吳聲舜（2013）就說明為何需要拚配技術：

（茶葉拚配）主要是因為茶葉產製會因為產地、季節、氣候環境、栽培管理、加工技術等不同因素，在品質上，即使是同一生產者、同一生產地、不同年的同一產季、甚至是同一生產季不同製造日期所生產的茶葉，也會有所差異。廠商為求均一和穩定的品質、降一成本或擴大出口量，會將不同產地、季節的茶葉，以專品評師進行分級評鑑、在拚配調配成該公司的特色產品。

茶農被問到拚配這項技術的時候，其實都不諱言說，這是一項高技術性的作法。他們最常舉的例子都是立頓公司的拚配，立頓公司為了追求固定的產量與風味，也是從世界各地收購茶菁，再經由拚配師之手，才能製作成穩定的產品，因此拚配技術也在立頓公司中被視為是不能外流的商業機密。

但這樣的技術，更多的是被媒體指涉成是不誠實的混充行為，尤其是用境外的茶葉與國內的茶葉拚配的行為；吳聲舜（2013）也以只有黑心商人，沒有黑心茶葉的標題，說明了拚配茶葉在法律的合法性，但利用低價茶葉假冒高價茶葉確實會對茶產業造成的危害。

練聿修（2018）將拚配技術的標籤化視為是劃界的行為，其中牽涉到的是兩種邊界的劃界，一個是以「本土」為意義的象徵性邊界，另外就是因為進口茶大量移動而在法令上制定劃設的空間性邊界。作者指涉兩種邊界運作形式的混和去形成在地性的意義。

台灣的在地性意義，在過去空間的轉變上，原本將越南也視為同樣是生產的空間，但在後續出現境外茶移動過強需要被管制的時候，浮現的是以台灣在地性的定義該要如何去界定。其中除了產地之外，另外就是要靠台灣各地區的

「特色茶品」的技術門檻與特殊性，去強化在地性的意義。

在筆者 2017 年走訪台東茶區，台東鹿野茶區之所以有特殊性存在，是因為此區也同名間、鹿谷一樣，同屬平地茶茶區，與境外茶的關係更為密切。若以陳宇翔（2007）海拔的論述建構出品質，平地茶區與境外茶區在品質上，會存有彼此競奪、取代的關係，以產地為在地性意義的空間生產，在平地茶區就更被需要，在那經營茶產業多年的阿娥姐，就回顧了她在台東經營的許多情景。

其中有一段就是民國七十年代，台灣茶正走向高山化精緻內銷，但高山茶區其實普遍是產量不高的，所以需要平地茶的拚配來填補高山茶的需求量。在台東茶區，大約十月份因獨特的氣候條件，製成的「冬片」品質有如高山茶區的風味，拚配進入高山茶除了味道相符之外，更是可以增加可販售的量。

在晚上製茶的過程中，就有來自各地的盤商在茶廠徹夜等茶製作好等著「搶茶」。因為冬片的產量較少，阿娥姐甚至為了後續生意的需要，需要用「配給制」的方式，將茶分配給許多的盤商，整個台東茶區的茶廠也在當時此起彼落的成立，甚至阿娥姐後續要跟盤商去茶行試拚配後的茶的當時，盤商讓阿娥姐不要透露自己從台東平地茶區來，深怕會影響到整體平地拚配高山的模式。

這樣的榮景持續了十年左右，直到有一天阿娥姐忽然發現盤商不來台東了，探究之下才得知，原本從平地收茶的盤商，現在因為境外茶的成本更低了，所以紛紛改用境外茶來填補台灣高山茶的空缺。境外茶進入後，原本此起彼落成立的茶廠紛紛關廠，茶區轉作其他作物，茶廠的數量逐漸減少。

從阿娥姐分享的故事，我們可以得知在高山化發展時期，拚配的現象就已經存在，目的是解決高山茶產量不足的現象；但因為用的是台灣本地生產的茶葉，在當時也並沒有太多對在地性的意義產生質疑；直到境外茶移動性進入之後，引起許多茶農的疑慮，同時也對平地茶區帶來傷害與影響。阿娥姐所在的台東茶區開始思考，既然茶的替代性如此之高，台灣的耕地面積又比不上越

南，該如何去強化自己品牌與在地性的意義？

在茶區無法與境外茶競爭的狀況下尋求發展，台東茶改場吳聲舜分場長扮演重要的角色，透過改變茶區習以為常的製茶技術與市場模式，研發出「紅烏龍」這項發酵程度介於紅茶與烏龍茶之間的茶品。這項茶品在研發之後，根據2018年訪談吳場長的說法，其實紅烏龍在推出的初期，是受到很多當地茶人的反對，尤其是茶湯紅色的，若依據過去的經營思維，要拚配進入茶湯顏色清綠的高山茶當中，其實是不被允許的。

但後續技術的實踐之下的推廣成功，就有了吳場長訪談中所謂台東跳脫「阿里山小姨子」的說法，以打造專屬在地的茶品牌，擺脫了境外茶的威脅。許多茶區也在境外茶進入的脈絡下，紛紛推廣自己技術與物質性調整下的特色茶品，作為在地性定義的宣稱，進一步強化在地性的意義。

Winter (2003) 指出對於在地食品的支持 (turn to local) 或對於品質的支持 (quality turn) 並不一定是等同於創造出一個反抗當代全球食物生產鏈的其他方法。對於在地食品的支持不只是個人的選擇，而是涉及一套政治權力的運作所建立出的本土保護主義 (defensive localism)，這種防衛性在地主義更是基於在地、區域性的政治發展而產生；DuPuis & Goodman (2005) 同樣也反思了這種地方的保護主義，在過去常用一種本質的、標準化的概念去討論，而會忽略到在地本身複雜的議題，在地的生產模式是受到不同尺度政治力量 (new politics of scale) 的建構，或是 Feagan (2007) 文章中，提醒我們想像在地性意義的時候，可能會成為單純排外的想像，而忽略了在地的意義是如何被生產出來的。

茶區的特殊性在於不同茶區所擁有的不同茶品，因為茶的物質性與製茶技術性與環境調和下所製作出的特色茶，建構出一種空間領域的意義，阻絕了境外茶葉甚至是其他茶區茶葉的移動性。

然而台灣各地之間的差異，更進一步形塑了台灣這樣尺度的在地性領域，

其中又以茶改場的產地標章制度（圖 17）的說明更可以見得：

產地證明標章是透過公正之團體來核發標章，制訂標章核發規範，訂定品質標準、安全標準等審查及查核機制。臺灣各茶產區因氣候、土壤及生產加工方式之不同已具備地理標示之特性，可透過地理標示加以保護，藉以區隔其它地區類似產品，以保障臺灣茶的獨特性與權益，而其它地區之產品即使以相同之製造方式製成，亦不得標示該地理名稱。（茶改場，2012 年 8 月 9 日）



圖 18、台灣各茶區產地標章

（圖片來源：台灣茶葉產地及安全追溯雲端服務系統）

各個產區透過技術的實踐，可以發現在地性的空間意義，已經不單純等於台灣空間為尺度的定義。而是以不同產區、技術產生不同地理空間上的區隔，強化了在地性意義，並利用台灣不同地區的特色產品的模式，以地方為尺度，用不同茶品交織出來的台灣茶的在地性。

當中有趣的是，為何這次的爭議為何會發生在南投的名間、鹿谷茶區的拚配？這其實也是技術性門檻的跨越帶來的影響。

就筆者訪談高山茶區以及在南越地區的茶農，大致上得出兩個原因：

其一是鹿谷茶區的海拔地帶，正好是位於中低海拔，與越南茶的口味相對相似、其二就是在製茶技術的環節中，鹿谷茶區著重的是茶葉的重烘焙技術的凍頂烏龍茶茶品，茶葉的本質已經可以用後面的炭火技術去調整，即使專家也難喝出產地之間的差異，到最後最後只能用科學檢驗方法，來去區分台灣與越南茶（詳見第三節）。

在地性意義透過物質性與技術的運作，建構出台灣為領域的空間意義，同樣也反映在人們的消費行為之上，許多茶家開始宣稱喝台灣茶的是安全、健康的選擇之外，同樣也是對於在地茶產業的支持與有將台灣茶文化傳承的意義。

由此可以發現 Lahav（2013）所述的在 911 對於移民移動性的威脅與動員限制上，區分成國家文化經濟尺度與身體安全尺度風險的論述轉變與多元的行動者彼此動員。在這波茶安風暴與茶葉回到本土的論述中，其實兩者都並未消失，相反的兩者是彼此扣合在一起，同樣的動員限制移動的行動者，也包括國家行動者與非國家行動者如本土茶農的共構下，欲求治理的也不僅是茶葉的移動性，同樣也是 *governmobility* 概念最開始延伸的一詞治理性（*governmentality*），治理的是消費者選擇深化意義下的本土茶葉。

台灣在地性形成的過程，對越南茶而言，就有了阿姨每次口中「要死掉了啦！茶葉越來越難賣了！」的說法。然而這些越南的茶農擔憂，是茶葉被台灣的在地性意義排除後，反映在茶廠的經營上，面臨到茶葉無法換取足夠資本以維繫茶園與茶廠的運作，進而使茶樹的物質性影響浮現，深化了整體產業的蕭條，而後更被排除於台灣在地性意義之外。



第三節 資本與物質性運作下的去領域化

在越南茶失去最大的陸客團客群，以及在台灣內部持續受到關於農藥問題緊扣著國內保護主義的影響，在加強邊境檢查的狀況與產地標章、溯源系統地推出之後，致使越南的烏龍茶在 2016 年的進口量有一波下跌。

越南茶除了量賣到台灣市場下跌之外，同時在價格上也無像是過往高價，對茶區產生了資本循環固著的問題。資本牽涉到了茶產業生產茶葉所需要的再生產投入（茶樹照護、茶廠運作）。當這些無法順利運作的狀況下，反倒造成了雙邊物質性角色的浮現在在地性的意義之中，同時越南茶也在此狀況下，在台灣的在地性意義當中逐漸的去領域化。

5.3.1 茶樹的資本固著與品質

整體越南茶產業鏈到底有多萎靡？對此現象感觸最深的田野經驗，莫過於有一次與阿姨在吃飯的時候，一通電話打破我們之間的寧靜。電話的那一頭看似是越南人打過來的，阿姨跟電話那頭用越南語與他交談，只見阿姨先用義正嚴詞的語調，逐漸轉成哀嘆的語氣掛掉電話，到後續我問阿姨究竟是誰打電話過來，阿姨只是很冷冷地說：「是那些越南人的育苗場打來的，問我們要不要換苗，但我們現在哪有錢可以換阿…他們的經營狀況也不好，到處打電話問有沒有茶廠要換苗，但現在哪有可能有茶廠敢這樣換…換下去成本是一筆，誰敢做這樣的投資，（成本）也不一定能回的來。」

台灣茶種雖然是由台灣人帶過去種植，但因為茶樹的特性，是可以透過茶植株的一部分營養體如根或枝條來培育新個體的「無性生殖」。所以在當時對越南人而言，其實是可以很容易拿到茶苗去種植的；但對於台灣人而言，其實是不會帶來影響，台灣人還是掌握將茶菁製成茶葉產品的製作技術，越南人在這

方面仍是無法輕易跨越。所以這種現象也漸漸形構成一種分工體系，由越南人為主的茶種育苗，台灣人也就不用負擔育苗所需的成本，專注於管理茶園與製作茶葉即可，需要換苗直接向越南人收購即可。



阿姨為何不敢去跟越南人收茶苗，詳細跟阿姨討論下去，問題即是目前越南茶的景氣狀況，受到陸客不來與台灣持續汙名化的影響下，茶葉越來越難賣、並且加上逐漸升高的生產成本（越南的工資、茶樹的老化），致使阿姨不敢去投資換新茶苗。

筆者 2016 年拜訪的時候，正好碰上東南亞的大旱，很多茶區的茶樹已經枯萎，阿姨的茶廠位置也正好位於水源缺乏的公路上。但阿姨也正好藉此大旱，重新將茶地整理，將許多產量低、或是枯死的茶樹予以剷除（圖 18），透過減少照護茶樹的成本，期盼整體市場復甦。



圖 19、被剷除的茶園以減少生產成本（圖片來源：作者自攝）

除了面臨到剷除茶樹以減少照護成本的脈絡下，台商不願意、甚至是不敢去翻新茶苗的原因，是因為茶樹的特性。茶苗種植下去要變成茶樹可以開始採收，需要經過三年的時間，這特性象徵著更換茶苗後，就要承擔三年沒有收入的風險，但在面臨到整體越南輸出茶葉到台灣的環境越發萎靡，為了繼續維持

茶廠營運，台商還是需要以金萱的「量」來支撐持續上升的生產成本，不太願意去承擔失去產量的風險。

台商在這脈絡下部更新茶苗、持續採收茶樹，卻是對茶樹帶來很大的影響，很多台商都說茶樹其實已經被「操壞」了。對這些茶樹的歷史探究，可以發現源自於 1990 年代從台灣引入，至今也要將近三十個年頭。

根據許多台商的說法，雖然金萱茶樹的壽命可以超過三十年，但也要有氣候環境、採收與施肥用藥等多方面去管理，才能維持好的茶樹品質。這些也說明了茶改場蔡俊明（1990）所謂茶樹老化的兩個因素，造成茶樹老化的種類有二種，一為自然老化，二為樹勢早衰，二者的定義有所不同，所謂早衰則屬茶樹樹齡不大，但因栽培管理不善或自然環境不良等因素的影響，導致茶樹提早衰老之茶園；然這兩項老化因素，在南越卻是交揉在一起發生。

這些在南越的茶樹，因為在追求「量」的生產條件下，金萱在南越的生長季，其實一年會有 6 到 7 次採收，相對五十幾天就會被採摘一次，這樣的採收對茶樹而言其實是造成相當大的負擔。

過度採摘之下，茶樹老化的速度更快，這時候除了被台商剷除的茶地之外，也可以看見台商利用台刈的方式（圖 19），以求可以繼續延續茶樹的壽命與採收，台刈根據茶改場與農委會知識知識網的介紹：

台刈就是把離地 5 公分處將茶樹截斷，是徹底改造樹冠的方法。由於台刈後新抽生的枝梢都是從根莖部萌發而成的，其生理年齡小，所以抽出的枝條具有旺盛的生命力，可以形成整齊的樹冠和健壯的樹勢，在加強肥培管理條件下，能使茶樹迅速恢復生產，並達到增產提升品質目的。但台刈後會影響初期一、二年的產量，所以樹勢不是十分衰老則不宜採用。



圖 20、被台刈後的金萱茶種（圖片來源：作者自攝）

然而，整體茶產業萎靡的狀況，除了影響茶樹無法更新之外，另一個就是對於茶樹資本投入與照護的問題。若是以茶樹的肥料投入而言，最好的肥料仍是以大豆肥為主，當中富含氮肥，是最適合茶樹所使用；但受限於整體資本與市場的萎靡，台商們僅能選擇使用比較便宜的黃豆餅做為肥料。

茶樹老化加上肥料使用上的受限，連帶的影響茶葉製作出來的品質不佳。根據王唯一（2004）對於茶樹氮營養障礙症（Nutritional disorders）的說明：

茶樹需氮量最多，除了為葉綠素的主要成分外，蛋白質、核酸、磷脂、多種維生素、咖啡鹼、激素、酶等許多重要的有機物都含有氮素，此外構成香氣及滋味的氨基酸、茶多酚、醃氮等全是氮化合物。因此氮的施用與茶菁的收穫量及品質關係密切，茶農為了本身的收益，會定期補充氮素…不過茶樹會因管理不善而引發植體缺氧、高溫乾旱、病蟲危害、肥傷、藥傷或長期疏於管理等，這些都會先造成落葉與根部受損，使原樹種可貯藏養份轉移的組織大幅減少，造成新萌的嫩梢展現缺氮現象，氮素缺乏會使蛋白質與葉綠素合成受阻，新生嫩葉出現土黃色，但因植體內氮的可移動性高，數日後則可由母葉、枝條與根部等部位轉入，新葉則逐漸轉為翠綠，母葉因氮的移出，而由翠綠轉成無光澤之

土綠色，並隨著新梢生長量的增加，使氮素的移出量也增多，母葉再逐漸轉為土黃色，交雜橙色或紅紫色，最後脫落。缺氮嚴重時，新葉細而尖，葉尖或葉緣發生枯斑，新枝則細弱光裸，生長甚慢，早現對口葉，甚至產生頂枯現象。




圖 21、缺乏氮肥的黃金茶（圖片來源：作者自攝）

當時我在茶園發現這種茶，阿姨說這種茶叫做「黃金茶」（圖 20），炒作後或許可以賣得到好價錢。但是阿姨也並不知道為何茶葉會有翻黃的現象出現，也包括當時後正在田野調查的我（後面查證才知道是茶樹缺氮）。

不過由此也可以應證，像是阿姨這類型的經營者，是當初在投資茶園的時候所謂的出資者，製茶師傅只負責技術上的指導，並沒有資金投資在此處（當然也有茶廠是由師傅帶資金過來種植茶樹）。當師傅看到市場萎靡的時候，往往就直接回到台灣，其實沒有什麼損失，反倒是出資在此處的茶廠，則就會陷入到茶樹無法帶走，資本只能繼續在越南當地生產與循環而產生固著。

阿姨被迫需要自己摸索從茶園管理到製茶所有的製茶流程。問阿姨到底是怎麼學的，阿姨也是感慨的說：「那時候師傅都走了，就那時候看他們做邊學，然後自己摸索出來的…。不然怎麼辦，當初都投資在這裡了…。」



回到製茶的本身，茶樹本身缺乏的氮肥，是構成胺基酸、茶多酚、醯氨等化合物的重要元素，這些化合物是茶葉香氣與味道的重要來源。在筆者在台灣提到越南茶，許多茶人都聲稱自己喝得出越南/台灣茶之間的差異，若細部追問這些茶人，茶人給予的答案除了指涉越南與台灣氣候環境與土壤的差異之外，也有指向兩地不同肥料的使用，造就產地之間有不同的風味存在。王唯一（2004）的說法提供了物質性化學上的解釋，但也有茶人跟我私下透漏，其實少部分品質好的越南茶，光憑口感是喝不出來的，甚至有部分台灣茶做壞的茶，就將其直接指涉成越南茶，所以以口感也很難直接是斷定茶葉的產地。

但就喝茶的口感，也形成很強的論述，尤其對許多並非專業喝茶的人，其實味覺的建構上，也往往都會跟著其他人的論說而被影響著。余舜德（2016）所謂身體感的轉向，「物質」透過人們賦予意義之後，物質也會反過來形塑人們的「身體感」，其中「越南茶」可被分辨的味道，是因為茶樹缺乏氮肥的投入。

但這樣的身體感，卻是因人而異的，人們更相信所謂茶人專家的話語權。雖然味道背後有一套科學性理論在支撐，但與物與人身體感的運作模糊，其實與物的產地，其實並不是扣連在一起。茶樹物的物質性與茶人的身體感，對中介了茶葉的移動性，權力關係也在這樣模糊的地帶不斷的形成與改變。

南越的茶農迫於成本的問題，不得已使用黃豆作為肥料。在這樣茶樹缺氮的條件下，卻變成盤商壓低價格的一個依據；成為論述可以進入、移動性也被中介的對象，這些越南茶的物質性，已不被台灣在地性意義所承認。

因為資本無法順利循環，造就越南茶原本賴以維生，透過移動連結回到台灣在地性的宣稱開始失聯，連帶影響了物質性問題後續帶來的惡性循環現象。

（圖 21）也因此，阿姨在訪談過程中也常常透漏說：「如果有人要跟我用好的價格買下茶廠，那我一定賣掉…可以退休回台灣了，不用一直留在這裡…」。



圖 22、因茶樹物質性影響下的資本無法循環（圖片來源：作者自繪）

5.3.2 物質性的浮現與在地性意義

越南茶在受到台灣本土保護主義的脈絡下，動員去限制其移動性；台灣雖然有在法律上連結到海關方面的逐批檢驗的抽查，但這僅只有於在進入國家領域的層面。但真正進入到台灣境內，最多也就僅只有大宗商用茶的使用上，手搖飲料店需要誠實的標示；這些台式烏龍茶進入後，則是各個盤商所知道的管道中流通與台灣茶拚配，執法面很難去捕捉這些茶葉究竟是往何處移動。

即使現在有產地標章制度，還是有茶農可以有管道利用低價的越南茶混充成台灣茶謀取暴利，像是南投鹿谷混茶事件即是如此。但為何這次的事件得以被舉報，越南茶在檯面下的移動性可以被揭露出來，理應上一節提到的身體感應該是能評斷出產的；尤其是比賽茶如此專業性的比賽，評審卻無法判斷？

這是在上一節提到，透過烘焙技術跨越物質性的門檻的模式。然而臺灣為了鞏固台灣茶比賽的在地性，就是要「空間意義上在地生產」，才符合標準的宣稱；在身體感無法完全的運作去鞏固台灣茶在地性意義的狀況之下，衍生而出的是另一種科學性技術－「無機元素分析」的方法去識別越南茶。

然而無機元素分析的產出脈絡，根據許明晃等（2010）的研究指出，是隨著台灣加入 WTO 之後，市場出現冒用台灣在地名稱為商標，或以低價商品混雜出售的現象，致使原商品的獲益以及消費者的權益受損。台灣茶葉就面臨到了進口茶葉的強力競爭，來自東南亞各國如越南、印尼及泰國等地進口的廉價台式烏龍茶（半球型包種茶），對台灣茶葉產銷勢將造成衝擊。

為避免投機商人以國外低價之農產品混充國內高價位者販售，茶葉雖然嘗試過很多種方法去檢驗，期盼將隱含在台灣茶底下的越南茶予以找出，像是 DNA 的檢驗方式。但 DNA 檢驗是失敗的，原因是當時茶改場也尚未建立品種權的相關法律時，台商將茶種帶出台灣後，是以無性生殖的模式繁殖，所以在 DNA 的序列上，即使到了不同環境去種植，品種還是與台灣茶種。

DNA 無法檢驗出來，此時專家學者則將重點放在產地之上，因環境差異造就農藥、肥料的不同，造成茶葉內部的用礦物元素²¹的指紋圖譜不同，進而利用此去建立不同茶葉產區的群落。其中許明晃等（2010）的研究就是採樣越南與台灣不同產區的茶葉進行分析，建立台灣與越南不同的樣本進行比較。而這項技術，也在民國 102 年有專門的「行政院農業委員會茶業改良場受託辦理茶葉品質檢驗及鑑識收費標準」的法律來輔助去捕捉混茶的現象。

但既然越南茶的移動性可以被揭露，為何市面上對於混茶的狀況，仍是無法控管。根據 2017 年訪談茶改場的賴正南技佐，他歸因於兩個條件，其一是越南茶的數量非常龐大，其實根本很難去完全捕捉到所有越南茶在市場的流通情形；根據茶改場檢驗收費標準第三條就指出，每樣品（150 克）的無機元素檢驗，就需要新台幣七千元的檢驗費，根本不可能將所有越南茶檢驗完成；另外就是科學的不確定性，無機元素檢驗方法，其正確率雖然是高達 95%，還是有 5% 的錯誤機率。

²¹ 指的是鉀 (K)、鈣 (Ca)、鎂 (Mg)、錳 (Mn)、鐵 (Fe)、鋁 (Al)、鋅 (Zn)、銅 (Cu)、鉛 (Pb)、鎘 (Cd) 與砷 (As) 等 11 種礦物元素

他也舉例，今天假使抽驗的是越南茶，被檢驗出是台灣茶，對整體茶產業並不會有影響；但若是今天是真的台灣茶，被檢驗成是越南茶，則會產生更大的問題。他也笑了笑跟我們說：「即使今天檢驗出來的機率高達 99% 正確，但誰敢去賭那 1% 不會檢測錯誤，後面會衍伸更多的問題。」



站在茶改場的角度，並不會主動去抽驗市面上的茶葉是否有混茶的現象，要有人主動檢驗或舉報才會進行抽驗，所以越南茶還是得以在這樣的模糊地帶下持續移動。但是相較於過去無機元素還沒進入之前，是可以看到越南茶除了在海關層面被檢驗之外，在國內流通的市場又是如何被限制移動，透過不同產地之間的茶樹無機元素的物質性去區分台灣在地/越南，使得移動性無所遁形。

Elden (2017) 年試圖用物質性的概念去討論國家邊界與領域，然而 Elden 講述的更多是像是山脈、冰川、岩石、海岸線等地形（物質性）的因子與變化如何帶動國家邊界的變遷，進而要去重新以丈量來辨識國家的領土。

越南茶的實際案例中，物質性（無機分子）其實是運作於強化台灣在地領域的意象，不屬於國內的資料庫、隱含在台灣茶底下的的移動，透過檢驗期盼將其排除於在地性的領域之外，以維護「台灣在地茶產業」的純正性。

小結



在第四章中，講述了茶產業在移動的過程中，在地性的意義是不斷的生產與變動，這些台商在南越茶區的經營調整，使得茶葉能賣回到台灣，以填補台灣的需求量，是他們得以宣稱是在地性重要的依據。

隨著越南茶大舉進口到台灣，台灣開始有了「回到在地生產」的焦慮出現。這些回到台灣的越南茶，除了在茶飲料的使用上之外，南越製作的烏龍茶，很大的部分則是進入到了阿里山等高山茶區，並利用拚配的技術，將台灣茶與越南茶混和之後出售。越南茶大舉進口的時期，同時也是大陸開放觀光客來台灣的時期，盤商擁有市場管道，知曉如何將這些越南茶送到高山茶區拚配，並行銷到陸客觀光團市場中。

然而 2016 年，對越南茶是重要的轉變期。隨著新政府的上任、兩岸關係轉變，致使團客縮減，這些越南茶失去了重要的市場。同時這樣拚配的行為，台灣本地茶農開始有了反彈的聲音出現。很多茶農認為這是利用混茶、洗產地的方式，將越南茶偽裝成台灣茶，以獲取暴利的不誠信商業行為（練聿修，2018），更加深了台灣管制越南茶的移動的作為出現，使用了對越南茶進口的法律規範、負面形象的動員論述，以保護台灣本土茶產業。

除了論述動員之外，茶葉的物質性，在台灣生產在地性意義的過程中，扮演了重要的角色。回顧台灣高山茶的發展歷史，在越南茶還尚未大舉進入之前，是透過平地茶區的茶葉填補高山茶不足的產量，在當時並未有爭論出現。直到越南茶大舉進口，各個茶區受到越南茶的大舉進入，產生競爭與排擠效應，因而衍生了產地標章的制度，建構「在地生產」的在地性意義。

然而細部分析產地標章，是利用茶區間不同茶物質性與技術的實踐，生產出以「地方」為尺度的特色茶產品，並透過結合台灣不同茶區的特色茶品，進

而生產以「台灣茶」為尺度的在地性意義。這樣在地性領域化的過程，既是在地生產的空間領域的意義體現，也是物質性與技術實作下的實踐。

除了空間意義上在地生產的領域化，此外就是在社會意義上對台灣茶的形象建構。在茶安風暴事件之下，透過將境外生產論述成不安全、不健康的形象，進一步強化台灣茶是安全、茶文化傳承的在地性意義。

在陸客減少與台灣強化在地生產的在地性意義影響下，對這些越南茶而言，是更難在台灣市場獲取利潤的。越南茶產業在資本無法順利循環的狀態下，無法將老化的茶樹翻新、也只能選擇價格較為低廉的肥料來施作，使得越南茶在風味與品質上，與台灣茶產生差異。在這樣因物質性產生的差異，使得台灣茶與越南茶得以被茶人強化兩地的區隔性；甚至在身體感無法幫助定義台灣茶的風味下，也藉助了科學檢驗技術，進一步區別了兩地間物質性的差異。

在過去，越南茶得以透過將茶葉移動性拓展，填補台灣市場的需求量，進一步形成台灣的在地性宣稱。但隨著越南茶移動性不斷拓展，台灣茶產業在受到威脅之下，利用了論述、技術實作再建構了在地性的意義，以此來管制越南茶的移動性。越南茶在這樣的脈絡下，失去了移動的路徑，也使得與台灣的在地性意義失去連結，進一步導致了產業發展的蕭條。

第六章 越南茶產業的再發展



在第五章提到，因為兩岸政治氛圍影響，造成陸客團客的流失，使得越南茶在台灣市場面臨到蕭條；再加上面臨到茶樹的老化，台商又無資本可以將茶樹翻新，製作出來的品質也產生問題。結合第四章所述，只有「好茶」才相對具有移動回台灣銷售的潛力，這些越南茶因品質問題，失去了市場的競爭力，整體茶產業的收益也不如以往。

根據我 2016 年於南越地區的走訪，常常聽聞有台灣茶廠轉賣給越南人經營的消息。留下來的茶廠即使還能維持營運，但還是有茶農考量到年紀與製茶的辛苦，期盼有一天能將茶廠拋售，回到台灣退休。當中也有茶農開始嘗試轉作其他的作物，例如咖啡與百香果。「茶」對這些茶農而言，象徵的不僅是難以移動（immobile）的資本，所帶來的經營蕭條的問題，同時也是人身的限制移動，使他們無法輕易從越南的經營環境中抽身退休。

對這些茶農而言，復甦整體的產業是沒有希望的嗎？其實在我離開南越後，還是有聽聞茶區想要有新做法的聲音出現，例如合作創造台灣的產銷班制度、或是將台灣茶比賽的制度複製到越南茶區舉辦。但整體而言，也因為茶區內部合作與溝通的問題，最後都無疾而終。

與阿姨喝茶訪談的過程中，也聊到了另一個致使南越茶區發展蕭條的因素—現代人飲茶習慣的改變：

像你們這樣的年輕人，喝茶的口味已經改變了…現在的茶就是要青要綠，那個還能叫做是茶嗎？現在你們喝茶的已經很少了，都喝咖啡什麼的，不然就是會去買手搖杯或飲料喝了。（訪談紀錄，2016 年 7 月）

這樣飲茶習慣的改變，使得這些越南的茶農們面臨挑戰。雖然南越茶區也有製作飲料茶，但飲料茶並非是輸出的大宗，目前整體越南茶區的經營，仍還是以製作半發酵的烏龍茶為主。

就飲料茶而言，Ngoc（2012）指出飲料茶的生產，是集中在北越地區（北越茶區的產量約占越南整體產量的 80%）。在北越地區，同樣也有一批台灣人在經營茶產業，他們在面臨到茶產業經營蕭條的現況下，利用了北越茶區發展的優勢，帶給他們不同於南越茶區市場走向。

在第一節中，分析的是有茶農將當時南越引進的台灣茶種與製茶技術，轉移往北越地區種植，在第四章提及的茶種「青心烏龍」，則扮演相當重要的角色。北越地區因為高緯度與高海拔的氣候環境，青心烏龍得以在當地種植與生長，製成「正宗的烏龍茶」，獲取更高的利潤。茶農轉移到北越茶區發展，反映的其實也是越南茶對於台灣「在地性」定義的再建構，結合陳宇翔（2007）所謂「高山茶」與「山頭氣」的論述，並在移動過程中實踐。

第二節則是討論北越不同於南越「飲料茶」經營的模式。台商看準了世界手搖茶飲市場的崛起，這些手搖茶所使用的原料，則是以越南（尤其以北越）種植的茶葉為大宗。台商在北越地區積極投入生產，在生產過程中，進行不同於南越的資本經營與技術調整。北越飲料茶的經營模式，更強調彈性的資本流動，同時也對北當地的製茶技術與市場走向，帶來不一樣轉變，並創造出另一種在地性的宣稱。

第三節是在越南經營珍珠奶茶店的台灣經營者們，又是如何以不同面向去論述「在地性」的意義，使珍珠奶茶得以宣稱是台灣的道地、並以台灣的名義在越南市場行銷。然而這樣的過程，卻是與台灣要固守在地生產的在地性意義產生矛盾，由此台灣出現了飲料茶園復耕計畫，欲求重新奪回在地性宣稱，使得在地性在領域化的過程中，浮現更複雜的衝突與變動的關係。



第一節 重新移動下的「高山茶」風味

6.1.1 純正性的烏龍茶風味

如同第五章所述，因為資本營運無法再投入到產業當中，致使茶葉的品質低落，被盤商壓價後收益減低；換得的資本再投入生產後，又陷入品質更低落的惡性循環。茶農開始重新思考自身的經營策略，如何提升茶葉的「品質」，成為了部分台商尋求轉變的首要目標。

越南茶品質的問題，其實牽涉的面向相當廣泛。在台灣的媒體論述中，最常指涉的問題，即是農藥殘留的議題，在 2013 年爆發的英國藍事件引發的食安風暴，致使整體越南茶的農藥風險與品質管理問題浮出檯面。

除了農藥議題之外，有台商開始則是關注到「純正烏龍茶」的風味論述。雖然南越種植最大宗的金萱茶種，同樣可以製作出「烏龍茶」；但目前台灣主流製作烏龍茶的茶種²²，仍以青心烏龍茶種為主。青心烏龍雖然在南越難以達到規模產量的生產，但其獨特的風味與價值，仍還是台商們積極投入生產的目標，這點可以與越南茶商第二代亨哥訪談的過程窺探一二。

在筆者拜訪南越林同省茶商第二代亨哥²³，亨哥因為剛接下家裡的事業不久，像是品茶與給茶葉定價方面，他仍還不是很熟悉，靠的目前是有專門聘請的拵配師在指導他這些事項，並幫助他將茶葉販售出去。

去拜訪他的當天，剛好是他們家的越南茶葉貨櫃回到台灣，原本約好的訪談，就臨時改在他專屬拵配師劉先生的公司裡。貨櫃貨物一到達，他急忙拿茶葉樣品送交給劉先生幫忙試喝：

²² 詳細可茶改場品種特性簡介 <https://www.tres.gov.tw/view.php?catid=1668>

²³ 詳細拵配師如何拵配與幫助亨哥販售越南茶的過程，可見練聿修（2018:71-72）。

亨哥拿出了許多包茶葉，每包茶葉上面都有不同的編號，其中金萱茶是最多的，共有四包（代表有四個貨櫃），其次是四季春、翠玉，最少是青心烏龍，只有兩包。亨哥跟我們抱怨，青心烏龍在南越真的很難種植起來，產量雖然相對較少，但是價格相對是最好的…但對他來說，重點不是價格的高低，而是這些茶要如何把它全部都賣出去，換取能維繫茶廠的運作的資金。

就在他與我們聊天的過程中，劉先生也開始將一包包茶葉拆開，準備試喝…在喝到某一支金萱的時候，劉先生露出滿意的表情，同時也跟亨哥說：「這個金萱不錯，喝起來有青心烏龍的風味，這個你單賣都可以，不一定要拚。」

（田野筆記，2017年9月）

同時在試喝其他茶與拚配的過程中：

劉先生喝了另外幾包金萱茶，他一一指出這些茶的缺點…直到他喝到一包金萱茶，臉色忽然大變說到：

「這茶做壞掉了，萎凋不夠，有菁味，這很難賣掉。」

亨哥聽完馬上露出不安的神色，直到了下午拚配的過程中，要拚這包做壞掉的金萱茶的時候，亨哥整個趴在劉先生的隔壁桌上。亨哥很緊張的一直問劉先生：「怎麼辦，我這個茶有救嗎？多拚一點青心烏龍能不能比較好賣掉阿？」

（田野筆記，2017年9月）

在整個試茶與拚配過程中，我們可以知道在南越的狀況中，青心烏龍確實是相對稀有、價格最高，同時在拚配過程中，挽救品質較差的茶。因此有茶人開始思索，該如何將「青心烏龍」進行規模化的生產，所以往北越地區的「移動」，就成為了應對的方針。

將青心烏龍轉移到越南的其他區種植，若是以青心烏龍的特性而言，在第四章訪談陳右人老師有提到，寒冷的氣候適合它休眠性的物質性，所以「北越

茶區」成為了他們的首選。

阿雄就是移動到北越茶區的台商之一，他跟我們分享去北越投資的故事，也是 Ngoc (2012) 提到山羅省的茶區也有金萱茶種植的歷史脈絡：



那時候我們 93 年有到南越去看，覺得（青心）烏龍種不起來，所以你看他們現在都是種金萱為主…。所以在 94 年的時候，我就帶著號稱「三百壯士」，從坪林帶著茶種，過去到越南與寮國邊境的木州縣去嘗試做看看。他們那時候因為水庫的計劃，少數民族被遷徙，需要發展長期性的農業，政府看中了茶產業…。但最後還是做不起來，因為（木州縣）離寮國太近了，寮國是內陸國家，常常會颳寮國風…也就是焚風啦！所以烏龍都被熱死了，那邊目前也還是種金萱為主啦！後面（約 2005 之後）我才轉移青心烏龍到我現在北越 Bac Kan 省的茶地。（訪談記錄，2017 年 8 月）

阿雄的兒子小瞻哥也跟我分享他父親同樣的經過，提到現在 Bac Kan 省茶地的環境，小瞻哥說到：「雖然海拔不到 1000 公尺。但冬天時候，低溫可以到達攝氏 0 度 C 以下，很適合青心烏龍生長啊！」（圖 22）



圖 23、在 Bac Kan 省種植的青心烏龍（圖片來源：作者自攝）

由此可見在越南茶產業在重新尋求發展的想像中，也是依循著台灣茶產業的在地性做思考。就台灣而言，種植面積最多、且風味最佳的青心烏龍，成為改變南越茶區品質低落的問題的解方，同時台商也透過移動的施展，重新建構出品質上的在地性論述。

除了台灣現行對於烏龍茶純正性的想像之外，台灣喝茶評判品質的標準的轉變，會認為「越高海拔」的高山茶代表的更高的品質。陳宇翔（2007）分析了高山茶流行的現象，並將其解釋是一種壟斷租的建構，而境外茶的大量進口會影響到高山茶的建構，並創造出新的「山頭氣」論述來回應。

新建構的山頭氣，成為台灣高山茶新的在地性宣稱，排除了被視為是在中、低海拔種植出來，品質不佳的越南茶品。在這樣的宣稱下，茶葉的品質要好，就是要在高海拔的高山種植，才有所謂山頭氣的生成。

茶商在這樣海拔思維影響下，將茶葉種植到更高的地區，並且結合種植青心烏龍，即可製作出有山頭氣的產品。於是茶被改種植到地形區上高海拔、高緯度的北越山區，欲求打破台灣對越南茶「低品質」、「被混充」的既定印象，越南茶能重新回到台灣的在地性宣稱中，並拓展移動到其他地區的市場。

6.1.2 高山茶在地性的想像建構

2016年，筆者透過手機連絡也是將茶帶去北越地區種植的阿方哥。阿方哥在電話的那一頭滔滔不絕地介紹了他在南越找茶地的過去，以及為何會選在北越地區，北越的茶地跟南越有什麼發展上的優勢。

提到南越的種植環境的時候，阿方哥就語帶不屑的說：「南越都種金萱啦！那些都是做飲料用的。」提到自己的茶園環境的時候，他語帶自信的介紹自己的茶園所在地：「雖然在越南喔，但整體緯度跟台灣的台南差不多。」

以及就評比海拔而言，他很自信地說到：「我這邊海拔高度，跟台灣的阿里山差不多啦！所以我的茶葉的品質一定不會輸給阿里山的」！

由與阿方哥的电訪可以得知，阿方哥認為好茶的標準，其實也是承襲了台灣「山頭氣」的論述，而「阿里山」就作為阿方哥評判的標準品質標準。

陳宇翔（2007）所分析的台灣茶以「海拔」作為壟斷租的薄弱特性，卻是越南種植出來的「高山茶」得以持續進入台灣重要的原因。在後續南越的茶被指涉品質低落，是被混充進入中、低海拔低品質的茶的同时，「海拔」的論述與青心烏龍的市場價值，卻是帶動茶農往其他地區發展重要的因素。由「海拔」所建構出來的獨特性，在此也與「品質」的優劣扣連在了一起，高海拔品質越好的想像，也烙印在像是阿方哥這樣台商的心中。

在高海拔環境下種植的茶，不僅影響了茶葉的風味，也回應到台灣山頭氣的論述。在田間管理實作之上，因為高海拔的寒冷的氣候環境，蟲害相對較少，有助於減少農藥的使用，茶葉得以有

在阿方哥的引薦之下，我也認識了與他在同一茶區經營的第二代 Evan，他的家族在南越地區，也有一座茶園。講述到北越地區的經營模式的時候，Evan 比較了兩地間的差異，強調了北越的農藥使用上的優勢。

就 Evan 的經驗，南越地區因氣候炎熱，造成蚊蟲容易滋生，已他的觀點，南越茶有農藥的議題，其實是無可厚非的；若不使用農藥，反而會使茶葉產量降低，品質也會被蟲咬而有所下降。所以在南越的經營模式，則需要時時關注台灣的農藥標準，並且聘請農藥商配藥，以回應台灣的標準。

但在北越茶區，因為氣候相對寒冷、又是高山地區，影響到蚊蟲的滋生，所以蟲害的影響相對較少。Evan 在北越茶區的茶園（圖 23），就選擇不施以農藥，取而代之是使用黏蟲板，以及在肥料的施作上，選擇的也是北越地區就地

取材的動物排泄物作為肥料，而並非是化學性肥料。

Evan 在北越茶園的管理，除了是調適茶葉因為「海拔」移動下與環境調適的結果，也是思索茶葉移動後如何透過不一樣的環境與實作的宣稱，替越南茶重新找到另一條市場出路。茶葉的市場開展，可以以「高海拔」的（青心烏龍種）台式烏龍茶，同時有製作成「有機」的天然條件，既能夠達到「食物安全的邊界跨越」，也有「台灣的在地性意義（山頭氣）」的品質宣稱。



圖 24、Evan 坐落於中越邊界山林間的茶園（圖片來源：作者自攝）

阿芳哥認為他在北越種出來的高山茶，除了品質好之外，還可以幫助南越茶葉因品質低落在台灣市場蕭條的狀況。阿方哥期盼透過「拚配」的方式，可以將自家高海拔茶，混和南越的茶葉，除了填補自己高海拔茶葉產量不足之外，同時也幫助南越茶品質的提升，這樣的操作模式其實在台灣高山茶發展的歷史脈絡也可以被看見。在上一章就有提及，台灣在發展高山茶的初期，產量其實並不高，是依賴國內的中、低海拔茶的拚配來填補需求量，直到進口茶大舉進口後才被取代，如今這樣的思維也同樣複製到了越南。

阿方哥是透過與政府契約合作的模式，將該區原本被政府視為沒有經濟價值的稻米、玉米，以及過去遺留下來的阿薩姆茶種，轉作成台灣的烏龍茶種，帶動當地山林地景與經濟價值的變化（圖 24）。



圖 25、阿方哥於山林間的茶園，可見到阿薩姆、玉米等當地作物坐落其間。

（圖片來源：作者自攝）

雖然筆者在 2017 年再次拜訪阿方哥的時候，他的經營思維又不太一樣了，變成要將茶園開發成高山的觀光茶園。不可否認的，「茶種」與「海拔論述」所移動的茶種製茶技術，帶動了越南的烏龍茶，也有同臺灣一樣追求「高山化」的現象產生，甚至回應了以山頭氣為新建構的在地性，並繫盼以新的在地性建構，去重新啟動蕭條的越南茶產業。

看似面臨到經營危機的越南茶，在臺灣進口量卻是逐年持續上升的。主要的原因，是國內外正在崛起對於原料茶的需求。這些飲料茶的經營模式，與傳統烏龍茶的經營有所不同；同時這些飲料茶原料，也是台灣要將珍珠奶茶擴展到世界市場中，不可或缺的元素。這些在越南生產的飲料茶，是如何建構另一種台灣的在地性宣稱，就由下一節進行分析。



第二節 飲料茶市場崛起下的在地性意義重構

6.2.1 飲料茶市場的崛起

在與阿雄訪談的過程結束的時候，阿雄忽然很感慨說了：「**跟隨青心烏龍是錯誤的決定!**」。這句話引起了我的好奇，青心烏龍不是阿雄一直想要努力規模生產、是現行市場價格最好，被視為是最純正的烏龍茶嗎？為什麼會說出這樣的話？

阿雄回應說：

你如果做成烏龍茶，那喝的客群也頂多只有台灣、大陸，但是泡沫紅茶就不一樣了，泡沫紅茶是全世界的市場，不只越南人在喝，連歐美人也都在喝。

現在的茶飲料，其實約有 60~70% 的原料茶比例，是從越南運回台灣，後續進行拚配的工作。（越南茶）加上台灣茶後，就有無可取代的風味，再透過遍布全球的泡沫紅茶店行銷到全世界…。歐美的這些茶葉，也有 80~90% 的比例是台灣出口過去的，雖然他們早就習慣香精的味道，但他們早就把這個（泡沫紅茶）當成台灣文化的一部份了！（訪談紀錄，2017 年 8 月）

從阿雄的觀點中，可以看出若是要轉換越南茶的市場走向，就不須再遵守製作烏龍茶的唯一市場。就如阿雄提到的泡沫紅茶店，在越南、甚至世界的擴展速度實在飛快。

在 2017 年 8 月與 2018 年 1 月，我訪談了在越南經營珍珠奶茶店的 Allen 大哥。Allen 大哥來到越南的背景，原本是被台灣企業聘請當工程師，後續在朋友的引薦下，離職轉而投資珍珠奶茶店。訪談過程中，他提到初來河內市籌備開店的不久後，河內市珍珠奶茶店擴店的飛快的情況：

早在我剛進來（2016年）之前，這邊還只有幾家店，第一家Coco也是在我的對面開的！直到了今年（2017年）的6月份，很多地方也開始漸漸地開，儼然形成了珍珠奶茶一條街（圖25）！（訪談紀錄，2017年8月）



圖 26、位於 Allen 大哥附近的珍珠奶茶店

（圖片來源：擷取自 google map、作者自攝後修改。）

也因為越南的珍珠奶茶店擴展速度之快，引起了越南市場調查公司的注意。越南市調公司 Q&Me 於 2017 年開始，針對整個越南的手搖飲料店進行市場的調查（表 2）。但是這樣的調查結果，仍趕不上珍珠奶茶店的擴店速度，就在我 2018 重新回到河內田野調查，又發現 Allen 大哥奶茶店附近，又開設新的店鋪，以及河內知名觀光區還劍湖，也陸續有台灣品牌進駐（圖 26）。

Milk tea shops in Vietnam

	Established year	Total	Hanoi	Ho Chi Minh	Others
Ding Tea	Before 2010	89	61	2	26
Toco Toco	2013	61	32	4	25
Gong Cha	2006	15	2	10	3
Phuc Long	2013	16	0	15	1
Hot & Cold	2012	31	1	24	6
Hoa Huong Duong	2006	18	0	16	2
Tien Huong	2014	47	4	33	10
Bobapop	2012	49	15	28	6

First milk tea shops opening

Q&Me

表二、2017 年越南珍珠奶茶店的經營統計（資料來源：越南 Q&Me 市調公司）

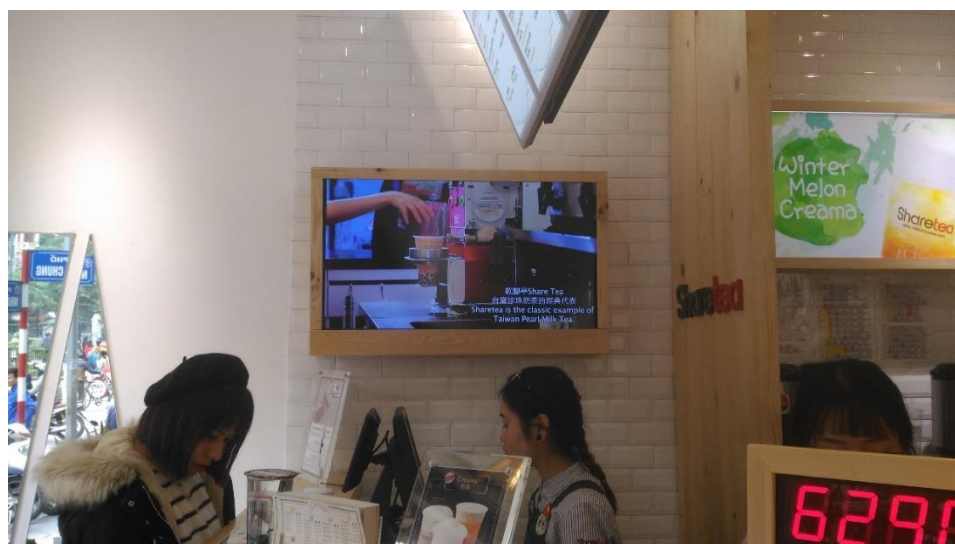


圖 27、在河內還劍湖區的飲料店（圖片來源：作者自攝）

因為這些店面的持續進駐與開設，致使茶葉的需求量也日益提高。我在 2017 年 8 月與 2018 年 1 月，拜訪北越當地飲料茶大廠老闆－利恩老闆的時候，在差距不到半年的時間上，整個茶廠經營狀況，就發生了有趣的轉變。

在 2017 年 8 月，利恩老闆的神色顯現愁容，語氣時而感慨與氣憤，跟我們抱怨台灣是如何標籤化越南茶；在品質上，他的茶葉產品都有經過檢驗，卻在台灣市場被視為「貨底」茶。這樣的指控，讓他身為台灣人，想要在越南將茶葉的品質做好，賣回台灣以填補不足需求量的心情，受到相當到的挫折。致使他在訪談過程中，不斷重申要將市場擴展歐盟、日本，不要再回台灣了。

但在 2018 年 1 月再次約訪他的時候，利恩老闆忽然在某天來電：

小雲阿！我跟你約 2 月 6 號好不好啊！？我現在沒有空，那些越南衛生局的又來抽查了，可能近期抽不開身…。我跟你說喔！那些來抽查的人，其實不是來抽查的啦，因為新年快到了，是來收紅包的啦…。今年的（經營）狀況，是真的很好啦！國內（越南）的就快要不夠賣了…。（田野筆記，2018 年 1 月）

由上面的情景，可以窺見原料茶在越南市場崛起的趨勢。我與利恩老闆見面後，看到公司裡的會計小姐非常忙碌，原因是許多越南人跟利恩老闆買茶葉，去經營珍珠奶茶店，但他卻說：「我這邊茶產量很大，沒有 30 公斤以上，我出不了！但現在跟我訂購的人，還是一直來叫貨，可能也跟快過年有關！」

其中在中午與利恩老闆飯局的時候，他也邀請了在海防市打算投資珍珠奶茶店的陳老闆。陳老闆是越南人，從小在海防長大，但在中國念大學，所以說中文也可以溝通無礙。他跟我分享，珍珠奶茶在越南的熱潮，不僅在河內市，也逐漸擴展到整個北越地區。例如也有台灣企業的分店，延伸到了海防市，也帶動當地出現珍奶一條街（海防市陳府路）的現象，甚至將租金換算成台幣，可以高達一個月二十萬新台幣。

陳老闆來找利恩老闆的原因，是因為他觀察到擴張快速的珍珠奶茶店，開始出現了茶葉品質不穩定的情況。許多越南人會選擇使用價格較為低廉的茶葉，但整體在風味、甚至是農藥安全問題上，是讓陳老闆存疑的。

利恩老闆也補充，其實在 2008 年左右，珍珠奶茶的擴店也是紅極一時。但剛好碰上了中國三聚氰胺毒奶粉事件，致使許多店被越南衛生局抽查而倒閉。而就利恩老闆的預測，他認為過完農曆新年，越南這些擴展快速的奶茶店，也會像當年三聚氰胺事件一樣，被清查食安相關問題。陳老闆就是害怕這樣情況的發生，在尋找合作廠商的時候，是選擇有溯源管理的台資茶廠。而且陳老闆也補說：「**聯想到珍珠奶茶，就會想到台灣**，所以找台灣人經營的茶廠，在風味的製作與品質管理上，都會讓他覺得放心，覺得自己是賺安心錢。」

由上述的故事，可以看出飲料茶的崛起，逐漸轉變台灣人的市場想像，珍珠奶茶在這些投資者眼中，反而也是另一種在地性的呈現。台灣象徵的是安全、品質，但這樣的在地性，並非是建構在台灣種植之上，是台灣的製茶技術與管理。而飲料茶的技術性如何反應在產值上，阿雄跟我們分享他的想法：

你賣泡沫紅茶，利潤來源是什麼？其他的原料像是杯子、糖都是透明化的固定成本，只有茶葉才有他的增值空間。泡沫紅茶也是有它的工藝存在，一杯高檔的茶飲，假使是賣 50 元，杯子那些成本扣一扣，應該（利潤）不到一半，剩下都是茶葉的利潤空間，這也是要靠技術的！（訪談紀錄，2017 年 8 月）。

因為珍珠奶茶在海外的流行與擴店，產業有相當大的收益空間。前新南向政策辦公室主任黃志芳，也在相關節目中提到珍珠奶茶店的經濟效益，甚至在同年的 11 月成立了「台灣珍奶行銷聯盟」，期盼推展珍珠奶茶如同「台灣的可口可樂品牌」，作為新南向經濟發展的主要動力。（圖 27）



圖 28、珍珠奶茶聯盟的成立（圖片來源：台灣商會聯合資訊網）

由上述的報導，可以得知珍珠奶茶的推廣，是以台灣茶文化的在地性宣稱去進行，飲料茶的技術性，則是成為推廣珍珠奶茶重要的元素。阿雄在分析飲料茶利潤的時候，提到過去被台灣認為是懶惰茶的紅茶（紅茶的製作技術而言，不像是烏龍茶要時時掌握發酵程度，只要全部做到全發酵就好），都可以賣到不夠賣了。所以他深信，以台灣製茶的技術，調整過去越南製作飲料茶的模式，進而利用台灣的拚配技術，就可以去創造出台灣在地性的特色品牌。

越南茶產業也在這樣的脈絡下，因飲料市場崛起而改變的技術體系。重新建構了茶產業中資本的移動性與在地性意義的領域化的過程，而技術與資本究竟在飲料茶產業扮演什麼角色，就由下一節進行詳細說明與分析。



6.2.2 飲料茶的資本循環與技術性

承續上一節，飲料茶產業的生產模式，與南越的經營狀況相當不同。在利恩老闆講述到越南茶的時候，他認為台灣社會都將「越南茶」給混為一談了，他比較了南北越茶區之間經營模式的差異。

北越地區，因為悠久的種植茶歷史，茶園開發的較為早，茶園的經營權還是掌握在越南人手上。台商的角色，即是與當地的茶園經營者契作，以透過收購毛茶的方式，再進一步在送到自己茶廠加工；這樣的模式，也被日本、中東越南茶消費大國的收購商所使用。相較於南越茶廠自己種植茶樹，茶樹的資本會有固著在當地的風險。北越的模式，則是用資金替代自己種植茶樹，這種方式能快速的將資本流動於各個契作茶園，減少了被資本被固著的風險。

除了利恩老闆，另一位飲料茶經營者，是在北越邊境茶區經營的老葛。老葛評比了南越烏龍茶的技術，他不否認是最具台灣特色的製作技術；但在他的眼中，不代表飲料茶粗製濫造即可，飲料茶也是相關的技術在製茶體系中。

本節分別以兩個受訪者利恩老闆與老葛兩個田野案例，講述飲料茶的經營模式與製茶技術體系的樣貌，以及這如何成為台灣在地性宣稱重要的元素。

經營與管理的資本靈活性

以南越的經營模式而言，大多都是自己擁有茶園、設備與廠房；若是這些茶樹等同於資本，也因為茶樹的物質性，這些茶樹是無法輕易的被移動、相對需要花更多的資本投入與照護，茶樹才能繼續維持生產，進而維繫資本的循環。但在第五章所述，許多南越的經營者在面臨到陸客不來、負面標籤、茶樹老化等等因素之下，整體產業面臨到了資本固著的狀態，也使整體茶產業呈現了蕭條的狀態。

就北越飲料茶廠的經營模式，在文獻回顧 Ngoc (2012) 與 Nguyen, et al. (2015) 就有提到，北越的茶多半是由法國殖民遺留下來的阿薩姆茶種，甚至包括當地的茶種，其實有相當悠久的歷史，產品上也多是原料出口為主。

就北越經營者而言，最大的生產優勢，就在於資本運作的型態不同。因為北越就歷史脈絡下，越南當地人早已有一套經營的模式。台商的經營方針上，就是以「收購毛茶」回來茶廠後續加工製作的模式。這樣減少了需要投入維繫茶樹的資本，資本可以迅速轉移到其他的生產戶，雖然這樣的經營模式在南越也可以見到，但在南越經營者的眼中，這種模式有「收購到有農藥殘留的茶葉」的風險，所以這並非是南越常見的經營模式。

在 2016 年在南越調查的時期，正好遇上收購茶菁的越籍買辦遇害的事件發生，造成南越茶區收購茶菁的體系，產生了無人收購、群龍無首的狀況。這些失去茶菁市場通路的越南人，則開始四處跑到台灣人的茶廠，詢問是否要收購他們種植的茶菁。但許多台商是拒絕的，像是第四章訪談的余老闆就說到：「你們看那些越南人的藥都亂噴，這樣回台灣檢驗一定不會過！」

所以由上述的案例可以得知，練聿修 (2018) 所提到越南茶首要面臨到的問題，就是對於農藥管理的問題，也是越南茶能夠跨越邊界（邊境檢查）回到台灣的首要條件，這一點在北越並無與南越有所差異。但在南越的農藥施用方針上，是有專業的台灣農藥商幫忙配製農的經營模式，因為他們最知曉台灣的農藥標準規則，農藥技術的活用是茶葉得以移動的首要條件。

然而在北越地區，因為茶園並非是自己所有，加上資本可以迅速的在不同的生產戶之間轉移，則是衍生出不一樣的農藥管理模式。利恩老闆會將所有契約的原料收購回來，先將同一產地來的逐批混和後，再送回台灣去進行農藥檢測，只要抽驗的結果不符合標準，利恩老闆就可以有權選擇不再繼續收購違反規定茶農所生產的原料茶（因契約茶農違反契約）。（圖 28）



圖 29、製作過程中的茉莉綠茶，與準備送回台灣抽驗來自各地的茶菁。

(圖片來源：作者自攝)

而飲料茶的市場，其實是擴及到世界各地的，也不一定要完全恪守台灣的標準，整體標準選用也是相當靈活的。利恩老闆就與我們很感慨地分享：

你看，日本檢驗越南的項目是小於 200 項，連澳洲也都是小於 200 項以下。阿你看台灣，以前是 311 項，現在變成了 468 項，台灣的農藥規定混雜了歐盟跟日本標準，你說，這樣子合理嗎？（訪談紀錄，2017 年 8 月）

由此可以見到台灣在強化在地性意義與領域之下，對於農藥的使用上的法規，則訂立的更加嚴格，期盼阻絕境外茶侵犯台灣的在地性。利恩老闆的茶葉市場，當時仍還是供給回台灣為主。而只要茶葉農藥有被驗出不符合台灣的標準，利恩老闆並不會立刻將其銷毀，而會將其保留下來，利恩老闆說：「**不符合台灣的標準，但是或許日本、歐盟的都可以過，茶還是能賣**」。

這樣的經營模式在農藥的規範上，因不必一定遵循著台灣的標準，可以隨著市場做出不同的資本活用與調整。但有時也會出現契作茶農調整不及，有不

被允許的農藥被檢驗出，利恩老闆就回憶到：

當初台灣的標準變更，在五年前我們就有察覺，公司將這件事情跟我們說，我們也開始在篩選某些地區茶葉比較會違約，我們就不收。但有些地方還是會有亂用藥的行為，當時賣給我們很多，我還是全部退回去給他（越南契作的茶園），他當然很生氣啊！但沒過幾天之後，他們又打電話來，說他們會改變他們（的管理），拜託我們收他的茶。還說一生只會賣我們公司啦！你想也知道為什麼…他們的茶葉會賣不出去！（訪談紀錄，2017年8月）

雖然整個事件的始末，是源自於台灣農藥檢驗的標準改變，利恩老闆還是忍不住抱怨了一句：「以前都想像本土的安全，其實不是這麼回事啊！」。

利恩老闆在訪談中，提供了他契作的茶農名單與身分證給我們看，展示他是如何做到溯源管理系統。飲料茶的經營模式，最大的優勢是在於這些茶廠不需要肩負茶樹照護的資本，可以更靈活的將資本進行移轉到不同的生產者，同時結合多元市場，形構了多重跨越農藥邊境檢查的移動路徑。利恩老闆強調這樣的經營模式，是在「台灣強調保護本土」下越南茶的品質管理辦法。

飲料茶的技術因子

筆者在南越研究的時期，當地台商其實也有見到飲料茶市場崛起的現象。但南越台商們普遍認為，飲料茶的利潤並不高，甚至有台商認為將台灣茶種拿去製作飲料茶，實質上是貶低了台灣茶種的市場優勢；也有台商認為飲料茶的技術性的需求不用太高，坊間流傳利用香精，就可以將飲料茶的味道調整出來。當然他們的經營模式，還是遵循著「烏龍茶的製作工藝」。

對於北越地區的台商而言，飲料茶的製作上，因為用的是越南當地的茶種，因此就更需要在技術上去調整越南傳統的製茶體系，以合乎台灣對飲料茶的品質要求，在相關人士的引薦下，我認識了人稱茶博士的台商老葛。

老葛過去主要在中國大陸經營茶廠，過去在中國大陸有製作過多種茶品的經驗，除了紅、綠、烏龍茶外，也有製作普洱茶的相關經驗。老葛在轉移到越南投資的原因，是看上了越南當地的老樹茶（圖 29），這些老樹茶分布在越南、雲南、寮國與緬甸等國家的邊境高山地帶，平均都有 500 年以上的歷史。

老葛過去在雲南省製茶，主要是將這些老樹茶製作成普洱；而越南人的製茶傳統，則是製作成綠茶。老葛到了越南後，改變了過去將這些茶樹製作成普洱茶的習慣，因應世界性飲料茶的市場崛起，改以製作成老樹飲料紅茶。



圖 30、遍布北越山林間的老茶樹（圖片來源：作者自攝）

在飯店裡面與老葛約訪談的過程中，老葛一再跟我們強調飲料茶在製作的風味上，與傳統的烏龍茶有何不同：

製作烏龍茶的時候，你的茶如果苦澀，就代表你做的不好，這種茶會賣不出去…。但是你做飲料茶就不一樣，飲料茶有時候就是要做的苦澀，這樣加糖去調味，才会有茶的味道出來。（訪談紀錄，2017 年 8 月）

老葛將製作技術帶到當地，對當地的製茶體系帶來很大的改變。在這些茶廠尚未與老葛合作之前，還是承襲過去製成綠茶的習性（圖 30），這些綠茶在

市場上，則是以內銷到越南國內市場為主；直到老葛的進入，才轉變成製作飲料紅茶的外銷體系。

越南雖然是紅茶出口大國（世界第五大出口國），但在越南 1986 年改革開放前，也只有國營的茶廠有技術去製作外銷類的紅茶產品（Ngoc，2012）。在老葛的進入投資之後，當地才開始學習製作飲料紅茶的技術；在紅茶製作技術上，也與國營茶廠習以為常的 CTC 碎型紅茶有所不同，老葛指導的是製作條狀的型紅茶（圖 31）。因為飲料茶在沖泡上，需要更久的時間，相較於碎型紅茶，條狀的特性可以使茶味更容易出來，老葛也期盼以此帶動飲料茶走向更高端的市場。



圖 31、當地茶園的採摘模式意象圖（圖片來源：作者自攝）



圖 32、當地原本製作的茶品以偏球型的綠茶為主（圖片來源：作者自攝）



圖 33、台灣技術指導下條形的飲料紅茶（圖片來源：作者自攝）

老葛的經營模式，也同利恩老闆一樣，是透過收購當地人（少數民族）採收的茶菁回到茶廠後，後續指導當地茶廠製作，再收購他們的成品。老葛的茶廠是分散在同一區不同的山林區間，彼此交通易達性相當低。在茶廠管理上，老葛會聘用當地會講中文的越南人當幹部，藉由他們翻譯老葛的製茶過程，將技術的轉譯到不同的茶廠。

其中就有這些幹部與老葛在技術指導的情境：

一到了目的地，就有身穿一襲藍色衣裝的越南幹部小姐—阿秀姊迎接我們到來，同場有一個越南人，看似也老葛請的茶工…。在飯菜還沒端出來之前，老葛請我們入座，阿秀姊端出了西瓜請我們吃，但老葛不以為意，迫不及待的趕快看新作好的紅茶。老葛仔細的端詳茶葉，面露出不悅的臉色，開始對阿秀姊大小聲了：「你茶梗怎麼那麼多，是採收出來的茶菁有什麼問題嗎？」。

阿秀姊也有點不知所措，甚至面帶淚光，不知道該如何應對老闆突如其來的對她管理的茶廠製作出來的成品。阿秀姊認為是少數民族收來茶菁的問題，她會在去跟那些少數民族溝通…。而老葛再次仔細觀察這包茶，並且抓出大把的茶葉放到茶壺裡面，加熱水去泡，靜置幾分鐘之後，老葛慢慢一杯一杯倒出來聞香，並且大口啜飲紅茶，此時老葛的臉色又開始變了，在座的我們開始感覺到不尋常的氣氛，我們就知道，阿秀姊要遭殃了！

果不其然，老葛又開始嚴厲地對阿秀姊說：「妳這個紅茶就少了一個火味啊！是不是最後烘焙加工的時候火候不夠！？」阿秀姊開始面露緊張的神情，但這次她看似有她一套的說法：「老闆！不是阿！我們都有照你的意思去控制火候阿！烘焙溫度是 135°C 沒錯啊！」。

老葛被阿秀姊的回應嚇到，經過短暫的思考，就得出了問題的原因。

「我跟妳說啦！我做的紅茶如果少了這股火香味，到時候人家如果這批紅茶放十年，像是普洱茶可以放很久的話，十年之後那茶味早就沒有了！其實妳看到那是 135°C，或許實際上不是 135°C，我們不能太相信機器，機器都還是會有誤差的！所以就跟妳說為什麼要去自己去試喝試茶，是很重要的，這樣妳才會知道這茶葉哪裡有問題，如果少了火香就是溫度的調控嘛！妳自己去試之後，就可以即時知道機器有問題，妳就慢慢的調整溫度，145、150 這樣調整，調整到茶可以了，妳也就知道說機器是誤差幾度了，跟你們說，這邊都是燒木頭的，

所機器一定會有誤差，不比人真的自己去試。」阿秀姊被老闆一說，立刻跟隔壁的越南員工討論起來…。(田野筆記，2017年8月)



後續在飯後，與老葛巡視他的茶廠的過程中，老葛說明了製作飲料茶與烏龍茶技術有何不同，以及如何去製作出飲料茶的苦澀味：

到了茶地，老葛就趕緊帶著阿秀姊進到茶廠去看製茶的過程，此時的茶葉正在揉捻機揉捻²⁴ (圖 33)。老葛跟我們解釋說：「看你今天要做哪一種等級的茶，就可以決定你的揉捻程度。像是飲料茶，你今天（茶菁）裡面還需要帶有水，製作出來才會苦澀，（拿起茶菁）。所以像這樣，茶菁的莖軟軟的，就可以拿去揉捻，但像如果要做成像我給你們喝的家用茶（沖泡茶），則就是（拿起茶菁的葉），則是要像這樣完全乾燥才行。」(田野筆記，2017年8月)。



圖 34、茶葉揉捻（圖片來源：作者自攝）

而茶菁的狀況掌握，即是要經由茶葉製茶技術走水（透過風乾將茶菁內部的水分帶走）的過程，老葛則是帶我們去他的另一間茶廠去巡視：

²⁴ 揉捻使茶葉捲曲成條狀，並破壞茶葉的細胞結構，使茶葉的汁液流出附著於表面，增加沖泡時的風味；在紅茶揉捻中使茶葉細胞劇烈破壞，增加多元酚物質及多酚酵素作用，生成紅茶的風味及品質。(資料來源：茶葉改良場)

到了另一間茶廠，正好也快中午時分，老葛先行上樓看茶葉的走水狀況，我們也跟隨他走上樓去，樓上可以見到有四個走水道在將茶葉走水（圖 34）。

老葛看完後，臉色又開始不對了…。老葛試著將三個走水道的開關給關掉，這個舉動嚇到了正在上面翻動茶葉的越南茶工。在我的推論，這些茶工應該也是第一次看到「**老闆的老闆**」的到來（圖 35）。

阿秀姊與老闆阿明也跟著腳步上來巡視，老葛又開始不悅的指導阿秀：

「你茶葉放進去揉捻，這樣製茶來往就要六個小時才能做好，你今天茶葉全部放下去都走水好了，第一批在做的時候，第二批就要等六個小時，第三批就要等十二個小時…這樣你茶葉的品質就不會穩定，做第一批最後一批茶就乾掉了！你要就是第一批茶在做的時候，第二批茶開始弄（走水）。第一批做好的時候，第二批也剛好（走水）六個小時，接下來就以此類推，這樣才茶葉的品質才會穩定，不是像你們以前隨便亂弄！這樣有聽懂我的意思嗎？」

阿秀姊思考後，也對老葛點點了頭。老葛嚴肅的對阿秀姊說：「那還不趕快跟阿明說要怎樣做！」（田野筆記，2017 年 8 月）



圖 35、正在走水的茶菁（圖片來源：作者自攝）

上述的情境，可以看到一整套的技術指導的過程。聽不懂中文的茶廠老闆阿明，就需要透過懂中文的幹部阿秀姊的翻譯與轉譯，這樣一來一往的過程，改變了當地習以為常的製茶體系，並重新帶動了當地茶產業結構的重新調整（從過去製作綠茶變成紅茶），這樣技術轉譯與指導，也是老葛的飲料茶能夠擴展到國內外市場重要的關鍵。



圖 36、老葛、阿秀與阿明轉譯製茶技術予茶工（圖片來源：作者自攝）

對於味道的在前述提到澀味的製作，南越的茶農會認為澀味就是茶葉本身帶有的特性，做不好的茶才會有澀味，或是採收時茶梗太多所致。但在老葛眼中澀味的製作上，其實是要有高技術的成分在當中：

在中午吃完飯之後，阿明一家不敢怠慢老闆過來，拿出了前幾天做好的飲料紅茶沖泡招待我們…。老葛啜飲了紅茶，又開始皺起了眉頭，說到：「這個茶葉雖然有澀，但這個澀味不對，這個澀味是茶澀…」。

阿明與阿秀則在愣在一旁，聽不懂老葛的話；而老葛泡了泡另一包茶，喝了後露出較為滿意的表情，也趕緊示意阿秀姊要仔細品嚐看看，說到：

「我要的就是這個味道，這個澀味跟剛剛不一樣，這個澀味是用火烘焙出來的澀味，這叫做火澀！怎麼樣，你們喝得出來嗎？是不是比較香，這樣做飲

料結合其他茶，加上糖跟冰塊，風味就會很好。」(田野筆記，2017年8月)

以我們的品茶專業，自然是無法分辨出什麼是「茶澀」與「火澀」的差異；但是老葛卻已經設想在製作飲料紅茶中，勢必會與其他的茶葉拚配混和、甚至加上糖之後的風味，如何用澀味去凸顯他茶葉的特殊性。

若是依據化學性解釋澀味的話，茶改場的網站²⁵形容

茶湯的澀味，主要是來自兒茶素類 (catechins)；兒茶素類又分為酯型與游離型兩種，具苦澀味；因此，茶葉之澀味在所難免，業者常言「不苦不澀就不是茶」之涵義亦在於此。

然而最開始的茶的澀味形成，主要是與製茶技術的環節相關

在部分發酵茶製造技術方面，一般來說澀味的形成多半起因於「不當的靜置萎凋及攪拌」。其製程中講究的是發酵程度之適當性，發酵不當則品質呈現粗澀，若攪拌不當而茶葉組織受損，導致水分無法蒸發而呈現積水現象，則品質易形成菁澀味。

然而王美琪、陳盈潔、曾志正（2014）則是提到對於火澀味的相關討論，其實是後續烘焙與茶葉的關係，也就是梅納反應的生成。

基礎上是由溫度裂解分子，梅納反應細分為化學式三步驟，實際上茶葉的烘焙也可以分為三個階段，在加溫過程可分為 1. 啟動階段 2. 進行中 3. 緩慢或是停止反應，但以上過程又分為低、中、高溫階段去反覆進行。

茶葉在烘焙的過程中，從增溫初期、中期，苦澀味會跑曲線峰，在初期茶葉會越焙越苦，主要的因素是脂形的兒茶素成分會降低，將澀味給帶走；但隨著焙火時間增加，游離型的兒茶素又會增加，將苦味給降低。烏龍茶茶湯中的酚類化合物含量在烘焙之後會有顯著的變化，然而這些酚類化合物在陳放過程

²⁵ 茶改場評析茶之澀味: <https://www.tres.gov.tw/view.php?catid=1680>

中相對穩定並無明顯變化。茶湯中會引起澀味與苦味的兒茶素衍生物以及黃酮醇配醣體，經過烘焙後含量會降低並且轉換出大量的沒食子酸 (gallic acid) 與沒食子兒茶素。



其中的透過梅納反應產生沒食子酸 (gallic acid)，其實也就是老葛前面所要阿秀特意製作能讓茶葉存放成老茶的風味重要的因子。

經由上述的說明，在傳統製作烏龍茶，澀味的出現被，視為是品質不好的表現。但在飲料紅茶之中的「澀味」，指涉的卻不是茶湯澀味的「茶澀」，而是余舜德 (2013) 提到的製茶技術與茶葉的物質性共同運作出來的。

依據火澀製作出來的紅茶，北越茶場並沒有這樣的技術可以製作，此時台商的技术轉移就扮演重要的角色。在技術轉移的過程中，則是有要像阿秀姊一般聽的懂中文的越南人進行技術上的轉譯。老葛自然不會用相對複雜化學的概念去解釋茶葉的製作原理，甚至老葛也不懂造成火澀出現背後的科學性原因，老葛強調的是用「身體感」，指導阿秀如何去品茶與製茶，。

綜合上述兩者茶廠收購茶菁、利用資本快速流轉的經營模式，就如同 Kaufmann (2004) 所提出的能動力 (motility) 的概念，將移動性與資本流動聯繫起來。Kaufmann 認為能動力也可以是一種資本的體現，可以與其他形式的資本進行交換，能動力的概念加入了更多空間與社會之外移動的關係。

就飲料茶產業，其收購茶菁的模式，最大的優勢在於能快速的將資本在空間中移轉。資本的能動力，也是茶能夠重新在新興的飲料市場中，再創造台灣在地性的因素，但這樣的能動力何以形成？是人的製茶技術與茶樹的物質性結合，在農藥、製茶技術調整之下的結果，促成飲料茶能成為商品，並且重新獲得市場移動的機會，將飲料茶產業領域化於台灣的在地性宣稱之中。如同老葛即在一開始即知到飲料茶的「澀味」特性，在製作技術上改變了傳統的製法，帶動飲料茶獲得能動力，並強調此舉是推廣台灣珍珠奶茶不可或缺的元素。

越南本地習以為常製作茶品的生產結構，也產生了改變，變成依據台灣製茶技術的體系與市場需求而生產，並且透過拚配技術（詳見下一節）成為了台灣珍珠奶茶在地性不可或缺的角色。同時重新開展的移動性，再次將台灣茶產業與北越飲料茶的生產空間連結在一起。

在要離開茶廠之前，越南茶廠老闆阿明透過阿秀翻譯，向我們反映他對台灣製茶體系的看法。阿明認為台灣製茶技術非常新奇與進步，同時也偷偷向我們透露，他現在想將技術好好學起來，帶到北越其他茶區去自己經營，利用飲料紅茶創造更多利潤。



第三節 台灣珍珠奶茶的在地性建構

林潤華、張瓊文、遲恆昌（2017）的文章中，提及了珍珠奶茶在英國市場中，因為茶葉、製作機具都來自於台灣，成為了得以建構台灣在地性的依據，並進一步將其塑造成文化符碼，台灣的珍珠奶茶變成了有異國情調的飲品，以此文化消費的意象推廣到市場。文章中討論了在地性如何被消費，卻忽略了在地性，究竟是如何被生產出來。

第五章的討論中，台灣持續深化於「在地性」領域劃設的脈絡下，台灣與越南茶拚配行為，普遍被認為是對本土茶產業產生傷害。但隨著近期世界各地的珍珠奶茶店快速擴展、以及如台灣組成珍珠奶茶聯盟的推廣，現行台灣茶的產量，在國內市場已不敷使用，又如何能有供應到世界各國、同時又宣稱台灣的在地性的依據？其實就需要越南茶拚配的補注才能完成。依據統計，台灣茶的出口量其實是逐年上升的（如圖 36）

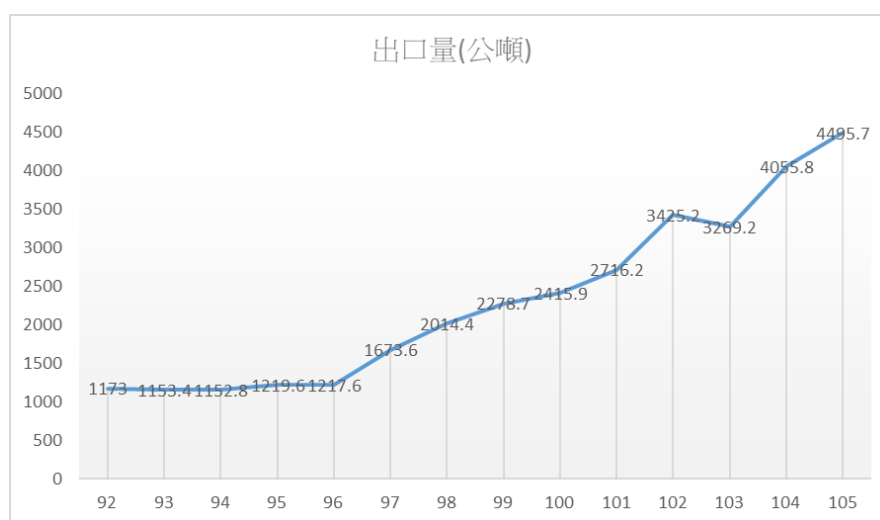


圖 37、台灣茶出口狀況（資料來源：關務署。繪圖者：作者自繪。）

根據製茶公會（圖 37）的資料顯示，主要出口茶品當中，在紅茶方面的成長是更顯而易見，並且與去年相比更是所有出口茶品中成長最快速的。而紅茶主要出口的國家，排名依序是中國大陸、美國、香港與越南。

進口國別 或 地區	出口數量 (公斤)										
	綠茶 (未發酵)			普洱茶 (部份發酵)		烏龍茶、包種茶 (部份發酵)		其他紅茶 (發酵)		各類茶葉 合計	馬黛茶及 其他茶類萃 取物調製品 合計
	每包3公斤 以下	每包3公斤 以上	每包3公斤以 上(薰芬綠茶)	每包3公斤 以下	每包3公斤 以上	每包3公斤 以下	每包3公斤 以上	每包3公斤 以下	每包3公斤 以上		
澳洲	6,677	312			476	1,969	83	11,605	500	21,622	1,200
加拿大	6,980	219		9	58	2,606	866	4,148	276	15,162	783
法國	85					32		170		287	0
德國							3,420		6,870	10,290	94
香港	17,303	3,640	96	144		4,098		12,209	493	37,983	15,518
印度										0	0
印尼		630	1,080			300		2,164	1,850	6,024	35
日本	368	7	1,240			2,114	13,119	2,269	288	19,405	180
肯亞										0	0
澳門	1,188		672			1,774	96	3,387	840	7,957	0
中國大陸	8,199	35,948	6,600	132	50	44,652	40,660	50,233	52,520	238,994	36,847
馬來西亞	4,881	681	240	75		3,190	119	11,540	240	20,966	2,088
菲律賓	1,552					363		4,125		6,040	380
新加坡	5,278		2,160			663	1,800	8,497	2,640	21,038	258
南非						3,776				3,776	0
斯里蘭卡										0	0
泰國	75							434	400	909	100
美國	41,442	4,864		47		5,428	2,016	38,378	3,545	95,720	19,874
英國	710					80		1,454		2,244	0
越南	7,993	1,950	960			3,444	2,830	13,373	8,220	38,770	13,320
其他地區	5,151	224				1,709		10,067		17,151	16,819
合計	107,882	48,475	13,048	407	584	76,198	65,009	174,053	78,682	564,338	107,496
1-1月累計	107,882	48,475	13,048	407	584	76,198	65,009	174,053	78,682	564,338	107,496
去年同期	71,951	21,300	0	425	700	58,480	63,304	98,240	40,473	354,873	96,924
增減比較	35,931	27,175	13,048	-18	-116	17,718	1,705	75,813	38,209	209,465	10,572

圖 38、2017 各茶品的出口量比較 (圖片來源：台灣省製茶同業公會)

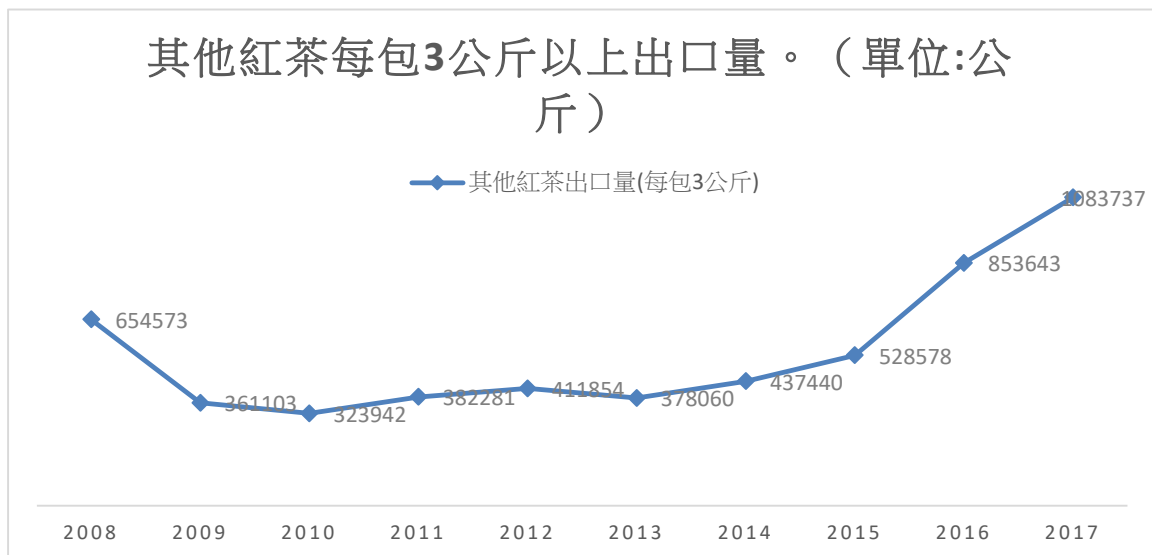


圖 39、紅茶 (3 公斤以上) 近十年來出口量趨勢

(資料來源：台灣省製茶同業公會，圖片來源：作者自繪)

在此我們可以發現到，越南除了是我們大宗的茶葉進口國，同時也是紅茶重要的出口國。這樣現象的產生，也引起筆者的興趣，詢問北越茶產業相關的業者，在他們認為最可能的原因，即是珍珠奶茶店在北越地區快速的擴店，以致這些茶葉的需求量也跟著持續增加。

珍珠奶茶經營者 Allen 大哥就有提到：「越南也開設了許多台灣的品牌珍珠奶茶店，例如越南目前市場規模最大的蕙茶 (Ding tea)、或是 coco。這些台灣的母公司會限制這些加盟業者，只能使用台灣公司的物流產品，因為這樣他們才能掌握源頭，透過掌握供應鏈來賺錢。」(訪談紀錄，2017 年 8 月)

在蕙茶的網站²⁶中，也有提及到 2018 越南媒體²⁷如何報導蕙茶的品管，其中就有提到：「特別是在任何地方享用蕙茶時，您也會感受到飲品質量的一致性。秘訣在於，所有茶葉以及加盟店所使用的配料，均由台灣總公司提供。」

我們也可以得知，在越南許多地方的飲料用茶，確實是由台灣出口出去的。但根據食品工業所(2015)的研究報告指出，台灣現行的飲料茶市場，其實有 91% 的比例是使用境外茶。換言之，我們也可以推估目前台灣茶的飲料茶的出口，其實很大的部分，還是來自於境外茶的拚配。

但是這樣也產了生一個問題，來自國外的茶葉再出口後，並非是台灣「在地生產」，為何亦有在地性的宣稱？若要探究其原因，本節從台灣經營者出發，討論他們是如何使用越南茶作為台灣珍珠奶茶原料下，去宣稱台灣的在地性為出發。

筆者 2018 年河內的田野調查中，主要訪談兩家珍珠奶茶店，其中之一是由 Allen 大哥所經營的，另外則是越南台商會河內分會的陳會長所經營的，兩者都宣稱是台灣的風味，但是兩者於在地性的領域化生產上，其實有很大的差異：

²⁶ 蕙茶官方網站 <http://www.dingtea.com/news.php?CID=4>

²⁷ <http://kenh14.vn/du-o-bat-cu-dau-tra-sua-dai-loan-van-ven-nguyen-huong-vi-20180208130102835.chn>



6.3.1 純正的台灣好茶？

陳會長所經營的珍珠奶茶店，店名就叫做**台灣好茶 (Taiwan Goodtea)**，剛進到店門口，映入眼簾的即是台灣茶園的照片（圖 39）。根據陳會長的介紹，這張茶園的照片，是拍攝於他的家鄉—南投縣的八卦茶園。在陳會長的解釋中，他認為客人在喝珍珠奶茶的同時，同時也是在品嚐台灣的茶文化。

陳會長所宣稱的珍珠奶茶文化，認為是台灣在地茶文化性最具代表性的部分；同時珍珠奶茶，也是台灣外銷做的最好的茶工藝，就如同陳會長說到珍珠奶茶在越南人心目中的形象是：

這個飲料茶的市場喔，其實是我們目前台灣在全世界做得最好的一個國家，那大家也知道台灣的珍珠奶茶，是全世界第一名…台灣之光啦！那所以當初我會取這一個叫台灣好茶，也是以他們越南非常認同我們台灣的產品，而且也認為我們台灣的產品是好產品。（訪談紀錄，2017 年 8 月）



圖 40、台灣好茶當中八卦茶園的意象

（圖片來源：Taiwangoodtea 臉書粉絲頁）



當我問到陳會長茶葉使用來源地的狀況，是否都是用台灣茶的時候，陳會長宣稱「**自己的茶葉原料都從台灣來**」。但是我繼續追問，陳會長才跟我說，他使用的是「**拚配**」越南茶後的台灣茶。

在這邊雖然看起來像是文字遊戲，但在陳會長眼中，這兩項其實並不衝突。陳會長利用在越南取得茶葉管道的優勢，在台灣聘請專門的拚配師，將越南收購的茶葉運回到台灣，拚配師將這些茶依據比例，結合其他國家如斯里蘭卡、印尼與台灣茶等，再將茶葉送回越南的珍奶店販售。

但問到陳會長拚配師傅的相關問題，陳會長則尷尬笑著，不太願意回應。直到我說：「相信這一定是您的商業機密吧？」才打破我們之間的沉默。陳會長才點點頭表示認同的說：「這我不能跟你說太多啦！不過我跟你說，老葛做的(越南)茶我有用一些，那個是很重要的風味來源…。」

當時我與陳會長喝茶，問到陳會長拚配的過程大概是如何進行，陳會長一時也難以說明，不過他用另外一種行動跟我去說明如何進行：

在我問陳會長拚配越南茶該怎麼去進行的時候，陳會長轉身從他的茶櫃裡面拿出一包茶，跟我說這是越南茶，也是他茶飲料當中重要的「**基底**」。

陳會長用熱水沖泡後，拿來給我喝…。我喝下去，只覺得這種茶在味道上雖然很像清水，一點都不苦澀但也沒有味道，但他的香氣卻帶給我很不舒服的感覺，沒有我跟會長上一壺喝梨山茶的清香，頭開始越來越暈…。陳會長看到我開始面露難色的模樣，笑笑著跟我說：「這喝起來有沒有抹布水的味道阿！」。

我點點頭回應會長，然而會長繼續說明拚配的原則…他將我們上一泡喝的梨山茶直接倒入這杯「**基底茶**」當中，示意我重新喝一次看看，這時候的茶葉香氣完全改變，已經沒有那麼難受，還算是可以喝下去。陳會長自己也喝了一點，跟我說：「你看！這就是拚配神奇的地方。」(田野筆記，2017年8月)

在這段親身體會拚配的經歷之後，陳會長也大致上說明了拚配，其實是台灣製茶體系中，相當重要的技術，在台灣茶界算是「公開的秘密」。甚至不免再次提到世界大茶廠立頓，也有專門的拚配師，蒐集世界各地的茶葉，利用拚配技術以維持產量與穩定的品質，也將這樣的技術視為是不能外流的是商業機密。

但拚配卻是與我們在追求「台灣在地性」的時候，產生了很大的矛盾，例如練聿修(2018)對於究竟是拚配，還是不誠信的混茶傷害台灣本土茶產業的討論。陳會長卻抱持不同意見，他認為飲料茶好喝的關鍵，其實就是要用越南茶去調和台灣茶的風味。雖然陳會長認可拚配的技術，但同時也不否認這樣的行為，確實會遭受到很大的非議：

本來我就是借助一些這些越南茶來當基底茶。這是好事阿！不是壞事阿！然後我們台灣有一些比較高端的這些茶，你把它混在（飲料茶）裡面，你反而有口感，才有層次阿…。

那你現在變成是台灣這些茶區，它也要利用這些夏季跟秋季的茶來拚越南的低價茶。那不對啊！那本來要讓它休息的狀態下，你又給他「催下去」，又給它採摘，這就不對阿！這個本來茶樹在生長的過程中，它本來也是四季分明，你要給他休息阿，對不對！？你給他一直長？是在靠藥催生它阿！（訪談紀錄，2017年8月）

越南茶的拚配在台灣受到非議，陳會長也提供了以咖啡為基礎的觀點。在作者2017年經典雜誌主編潘美玲小姐的時候，她也提到了一樣的概念：「咖啡可以（混和），為什麼茶葉（拚配）不行！？」

但（拚配）就是會變成被台灣的茶農汙名化，抓到把柄！你的茶是越南的！其實很多東西就是要混，才会有層次。比如說越南我剛剛講的那個咖啡豆，它是最便宜的這個（品種）羅布斯塔，雖然羅布斯塔它沒有什麼香氣，但是它底蘊非常豐厚，而且它產期很長，產量又多。所以很多人就買來混（和）比較好的咖啡，

那你好的咖啡、你好的單品茶，除非很高端的市場才在喝單品。那一般我們美式的咖啡，它一定要混，喝起來才會有層次感，那你今天沒有越南羅布斯塔的咖啡豆，你也做不出那個風味，

一樣的道理，越南的茶葉，有它的獨特一個產區的味道，那個味道是因為它的緯度、氣候、土壤條件產生出來的，你拿到哪裡，你拿到台灣也沒有辦法取代，也找不到這種茶。那相對的，我們台灣也是一樣。我們有**高端技術**做出來的**茶葉有特別的味道**，那個也是別的國家、別的產區做不出來…。那這些茶農很單純的想法就是說，因為外來的茶葉衝擊到我的價格，它沒有想說人家它其實拚不過你啦！台灣的茶有它獨特的味道。（訪談紀錄，2017年8月）

陳會長繼續提到拚配提供的好處，不僅是對於茶葉的風味可以有較為穩定的品質之外，另一個最直觀就是在價格的考量之上：

因為飲料市場一般都是普羅大眾在喝的，普羅大眾在喝得比較不會計較你是不是這些裡面所有的成分都是單品：都是單一品牌，單一產區的茶葉。因為那個不重要，我要到飲料市場一杯泡沫紅茶來喝，我要考慮到的是口感，我不會考慮到他的產區跟他單品茶的味道。像說有些人喜歡喝美式咖啡，那當然義式咖啡就不一樣的感覺。那你喝習慣泡沫紅茶的人，你叫他來坐下來泡茶，他不習慣，他沒有時間在那裏磨。像我們台灣有幾家現在在做那個現泡茶的…，一杯大概都在110左右，對不對？那種市場，你說叫這些開車的卡車司機，開到那裏去買一杯來喝！你給我莊孝維（笑）！？（訪談紀錄，2017年8月）

在陳會長的說法中，有著不同的在地性的建構過程。在第五章講述的台灣追求在地性以保護本土茶產業的同時，卻因為飲料茶市場的崛起，在茶葉使用上，就必須要兼顧市場對於「平價」、「量大」的需求，與境外茶拚配，但這樣宣稱與台灣所宣稱在地性的意義上，已經是背道而馳。

站在陳會長的論點，即使是與越南茶拚配，台灣本土生產的茶，還是提供了「無可取代」的風味；但同時因為拚配技術是台灣製茶界中高端的技術，也利用此去宣稱珍珠奶茶是「台灣文化的象徵」，並進一步建構與生產這樣的「在地性」。

珍珠奶茶若是要作為代表台灣的茶文化、推展到全球的飲食體系中。為了維持海外的原物料供應穩定，越南茶的能動性也是不可或缺的因子，與珍珠奶茶的在地性宣稱是相互牽涉，並成為其組合（constellation）的一部份。

依據貿易資料的統計，越南茶出口到台灣是為最大宗，其次是斯里蘭卡。但最近轉投資飲料茶的阿雄就反問我們：「你們看，我們也從斯里蘭卡進口那麼多的紅茶，你真的確定那是斯里蘭卡的紅茶嗎？」。

根據他的說法，其實越南出口很多的紅茶，也被運送到很多國家，去做成拚配的原料。在全球農食系統物料的移動下，許多原物料在使用的關係上，遠比我們想像的更加複雜，在地性也如同 Feagan（2007）的提醒，需要更細緻的討論。

就在我們追求在地性的同時，在地性是否真的存在？在這案例中，反映了在地性其實並沒有一定的本質，其實一種被領域化建構的過程。我們通常討論在地性被建構過程的時候，會以論述、保護主義的觀點出發，卻忽略了關注農食系統中的原料，物身為非人行動者的物質性與人的技術角色，如何在去建構這樣的飲食風味與在地性宣稱。就飲料茶生產的體系而言，牽涉的是全球市場的原物料與人移動的路徑，對在地性帶來更複雜的建構的空間。由 Allen 大哥的珍珠奶茶店，也可以見到這樣的過程：

6.3.2 再領域化的在地性意義

Allen 大哥的店面的布置，可以見到台灣與越南的旗幟成為招牌（圖 40），珍珠奶茶店同樣想帶給顧客是品味台灣茶文化的用意。

這樣的宣稱引發我的好奇心，詢問 Allen 大哥店內茶葉的使用上，是否也是台灣茶。Allen 大哥面對到我的問題，一開始無力招架我的疑問，直到後面才透露他原物料的經營，其實是直接跟向在越南生產飲料茶的台灣人收購；即便有陳會長這樣將越南茶運回台灣拚配的經營模式，對 Allen 大哥而言，這樣的模式的來往，就必須要經過兩層的關稅，他的珍珠奶茶店規模較小，沒有辦法像蕭茶、coco 這類型的大企業有足夠的資金，進行在台灣拚配後出口的經營模式。

所以他直接透過台商購買飲料茶，當中包括利恩老闆與阿雄。正在我糾結的同時，Allen 大哥反問我一句：「你看我們很多台灣人在這邊經營茶產業，技術與管理是台灣來的，為什麼我們不能稱之為台灣茶？或是台灣茶的一部份？」。

目前 Allen 大哥的經營模式，並不僅只有要用珍珠奶茶店營銷去創造利潤，他更想要做的事業是「掌握河內珍珠奶茶產業的茶葉的原物料供應」。對他而言，台灣在地性的宣稱，其實是希望透過珍珠奶茶的象徵性，以台灣茶文化與高端技術的想像，進一步將茶葉原料的市場，擴及到越南的珍珠奶茶市場。



圖 41、受訪者 Allen 大哥開設的珍珠奶茶店（圖片來源：作者自攝）

即使 Allen 大哥用的多半是種植在越南的茶，但「台灣人的技術與品質」，使其成為宣稱台灣珍珠奶茶在地性的形象（圖 41）。這也在我 2018 年再次與 Allen 大哥見面的情景可以看出端倪：

我與 Allen 大哥約見面的當天，我不小心忘記他的飲料店在哪裡了，跑錯到他位於其他地方的加盟店裡面，後連絡才知道跑錯地方…。等到與 Allen 大哥見面後聊天後，說到不小心跑錯其他加盟店的事情，Allen 大哥面帶愁容與不悅的跟我說：「那家店我後面一定會收起來，給他們加盟後，原物料都亂用…我怕會破壞我們這邊（台灣珍珠奶茶）的品質。」（田野筆記，2018 年 1 月）



圖 42、強調在地真實台灣味（True Taste of Taiwan）的飲料

（圖片來源：作者自攝）

Allen 大哥的擔心並不是空穴來風，Allen 大哥帶我去許多家連鎖珍珠奶茶店場勘。在調查過程中發現到，即使招牌上標榜的是中文字的皇茶、貢茶等，這些看似是台灣或中國來的加盟商，其實這些店家背後有更為複雜的問題。

根據 Allen 大哥的說法，這些店還是有區分直營、加盟、代理，甚至是有會仿冒這些商標出來開店的個體戶。像是圖片中的皇茶（圖 42），是近期才開設到 Allen 大哥的附近，它的招牌顏色（藍色），與越南路上隨處可見皇茶的招牌（紅色），可以發現有所不同。

Allen 大哥的解釋，可能是被代理商仿冒、也可能是當地經營者在購買商標後自立門戶。詢問原因，是因為皇茶在進駐到越南的當時，並未進行商標的保護與註冊，以致使後面許多店面的開設，即使招牌看似很相似，經營者也不一定源於母公司、甚至是仿冒的，Allen 大哥才會說：「現在珍珠奶茶擴店擴到亂了套。」



圖 43、兩間皇茶在招牌間的差異（圖片來源：作者自攝）

在許多店家自立門戶開設的情況下，給茶葉原料供應的市場帶來很大的影響。有些經營者為了節省成本，就由自己去尋找茶葉原料的通路，這樣的情況其實在上一小節，陳老闆與利恩老闆的飯局，就有討論到因為珍珠奶茶店擴店快速，致使原物料品質出現參差不齊的問題。

對於 Allen 大哥這樣的經營者而言，雖然混亂的茶飲原料流通於市場，是一種威脅，卻也帶來另一種轉機。

因為珍珠奶茶店快速在越南擴展，以致模仿效應開始出現，其他來源不明的茶葉的進入與珍珠奶茶店也開始進來競爭，對當地開設店鋪的台灣人而言，確實是產生了威脅。其中的解決方式，也是 Allen 大哥所謂新的發展機會，是重新在越南市場中，建構屬於「台灣珍珠奶茶的在地性」，藉此在多源且複雜的茶葉市場流通下，再領域化台灣茶的在地性與獨特性。

Allen 大哥的作法，是以台灣人的名義開設「台灣珍珠奶茶」教室（圖 43），提供一整套的訓練課程，指導相關技術給有興趣開設珍珠奶茶店的越南人，同時也透過技術訓練，提供開業者茶葉原料的供應，藉此去創造珍奶原料的供應鏈。

原本這些飲料茶的原料，並沒有品牌的概念。Allen 大哥的做法是透過建構台灣的珍珠奶茶為品牌，要帶給加盟者原料是要由「台灣人經手」，品質才會更高的想像，去為這些茶葉建立在地性品牌，同時拓展這些茶葉的市場能動性。



圖 44、準備試營運的珍珠奶茶教室（圖片來源：作者自攝）

在 2018 年去拜訪 Allen 大哥的時候，珍珠奶茶教室還正在籌備，但由施工的情景，可以見到 Allen 大哥對於台灣在地性不可被侵犯的著重。

在於相關的機具例如煮茶、封膜等，Allen 大哥要求機具一定要是從台灣引進的。例如教室裡面的封膜機，其實也是收購在河內開店失利的日出茶太來的，Allen 大哥則是說：「因為是台灣人開設的珍珠奶茶教室，所以裡面不太能用越南的東西，會被人給懷疑。」

然而同樣在奶茶教室的，也有阿雄的兒子小瞻。小瞻今天來的目的，是拿訓練課程要使用的茶葉給 Allen 大哥試喝，小瞻對於整體飲料茶產業的發展，其實是相當看好的；但在與他的訪談中，也透露了他的隱憂，說明為何亟需要為珍珠奶茶建構台灣的在地性：

雖然越南有許多手搖飲料店陸續開設，其實倒閉的也不在少數，代理商很多只賣名字，但是原物料就由自己去找…。很多店家都會找原料，但因為沒有拚配技術，所以暫時被市場淘汰…。拚配就像是門檻的存在，因為台灣握有這高端技術，加上拚配的時候拚進去台灣茶，（珍珠奶茶）就會有無可被替代的風味。

（忽然大聲起來）但早有一天會被取代啦！因為現在用的茶葉 90%是越南進口的，即使台灣用 10%，但可能最後不差那 10%，風味還可以一樣好。到最後越南就不需要台灣，越南知道自己進口台灣茶作為飲料茶，但同時也知道這些茶葉都是自己的國家產的，只是沒有拚配等後面的精緻技術。

（語帶無奈）但技術是有可能會外流的！台灣總有一天珍珠奶茶的品牌會被越南給搶走…。台灣真的很矛盾，一方面要推廣（珍珠奶茶文化），一方面又不讓人家（越南茶）進來。（訪談紀錄，2018 年 1 月）

這樣在地性建構過程，與第五章因為境外茶進入，其實是有異曲同工之妙。台灣內部開始有在地性的領域化，是因為越南茶的大舉移動性所致，並利用茶的物質性與製茶技術，創造獨特的茶品，用以建構出在地性的意義。在此在地性的意義是空間上要在台灣種植、利用台灣技術製作出來的，不允許台灣茶與越南茶有混和的現象出現。

但珍珠奶茶建構在地性的過程，卻又是與第五章所述的在地性意義背道而馳，珍珠奶茶的推廣，是需要以越南生產的茶來補注飲料茶產業，並結合台灣的拵配技術，將這些拵配的越南茶，後續行銷到其他市場。



然而這樣於在地性之間的矛盾關係，其實也在台灣內部發酵。台灣面臨到飲料茶市場使用過多境外茶，正尋求重新回到在地生產的解決方式，例如 2016 年農林公司²⁸宣布收購屏東一處約七百五十坪的農地，用來重新種植飲料茶：

國內在地茶葉不足以因應市場需求，因而大量進口國外茶葉，但進口茶葉品質參差不齊屢傳農藥殘留食安問題，造成台灣茶產業發展的隱憂。有鑑於此…也積極投入屏東老埤農場開發。老埤農場種植平地茶樹…，長程計劃預估年總生產量達 3,100 公噸，能取代茶葉原料進口量的 10 分之 1，期能供應台灣市場各類安全茶葉，以提升國人喝茶的品質。(擷取自農林公司網站)

同年桃園市也推行「平地茶園復耕計畫」(圖 44)。兩者同樣以「回到台灣在地生產」，欲求去解決過度進口飲料茶的問題。其中在地性的意義，還是著重在空間意義的在地性之上。

在某天台灣大學的茶業課程中，下課與授課老師之一，園藝系林書妍老師喝茶、閒聊自己的越南茶研究，就提到農林公司的茶葉復耕計畫。林書妍老師聽到笑了笑說：「那些只是做個形象吧!產量真的會夠(台灣本島的需求量)嗎？」

²⁸ 農林公司屏東分公司&老埤農場 <http://www.ttch.com.tw/index.php?categoryid=367>



圖 45、桃園廢耕農地準備重新復耕茶園

（資料來源：經典雜誌第 228 期 2017.07。攝影/李柏毅）

小結

在本章主要是講述了越南茶在第五章中，面臨到台灣持續強化在地性宣稱的狀況下，越南茶陷入了經營危機，這些台商如何讓越南茶產業新啟動移動性，並重新建構新的在地性的宣稱之中。

其中兩條重啟移動性的路徑，分別是傳統的烏龍茶產業走向高山化、以及因應飲料茶產業崛起而轉向的市場。兩者雖然依循著不同的脈絡去進行，仍被台灣建構的「在地性」意義影響，並隨著移動的路徑重新拓展，產生了不一樣的在地性宣稱，並且與台灣強調「在地生產」的在地性意義產生矛盾。

台灣的高山茶產業的發展，陳宇翔（2007）提出因境外茶的進入，使高山茶的壟斷租受到威脅，台灣高山茶也隨之以新的「山頭氣」去建構新的壟斷租

(在地性)。然而有台商認為，越南茶無法達到台灣的「山頭氣」的品質論述，是源於南越的氣候環境與青心烏龍茶種無法量產所致，於是將茶產業轉移往北越高山地區發展。結合北越高山高冷的氣候環境，並進一步在農藥管理尋求突破，欲求以高山風味、有機的農藥管理模式，以此重新擴展市場。

飲料茶方面，則是以資本的靈活性進行更彈性的管理，規避了南越茶樹資本固著的風險。同時改變北越茶區過去內銷市場的走向，將茶區納入了台灣飲料茶的生產版圖。其中飲料茶得以成功，物的物質性與人的技術協調，扮演了重要的角色；台商在製作飲料茶，就以設想了飲料茶必備的「澀味」，用技術調整出「火澀」，打造自身的獨特性以及符合市場對於飲料茶的風味需求。

飲料茶產業在越南的市場中，隨著台灣珍珠奶茶的熱潮，將其宣稱為台灣茶文化的形象，建構了新的在地性意義。卻也遇上越南開店的模仿效應，以致珍珠奶茶的在地性宣稱變得薄弱，於是台灣經營者利用除了利用台灣茶文化的宣稱之外，再結合台灣製茶、拚配技術與珍珠奶茶的製作技術，重新建構珍珠奶茶的在地性。

隨著飲料茶的需求量（不論是內需或是用以外銷）在台灣持續的增長，境外茶進口大增，台灣在這樣的脈絡下，也重新思考回到在地生產的「在地性」意義，利用了平地茶復耕計畫，欲求重新奪回在地性意義。

比較兩者在地性意義，一者是台灣茶產業向外推展的在地性，以台灣珍珠奶茶的茶文化宣稱與拚配、製作技術所建構的在地性宣稱；另一者則是回應過度依賴境外茶的焦慮下，於空間上建構在地生產的在地性意義，兩者之間產生了在地性意義向外拓展與向內收編的張力關係。

就如同小瞻哥所說，若是要以珍珠奶茶推廣台灣茶的在地性，勢必要靠越南茶來填充不足的產量；但台灣茶產業的發展，卻是走向在地生產的本土保護主義。彼此對在地性的不同解讀，也致使越南茶產業不斷的透過移動來追尋在

地性意義。然而這樣的過程，反映了在地性其實也是沒有本質，而是裝配（assemblage）的過程，不同因子在不同時期的移動路徑中組合、拆解與重組，造就了在地性的意義，是不斷地被鞏固與拆解的變動（becoming）的過程。



結論



移動過程中的在地性變動

研究越南茶爭議的時候，如果不了解箇中狀況，往往也會跟隨著媒體論述，去勾勒越南茶的形象。在進行研究過後，可以發現越南茶的複雜性，越南茶包含台灣、越南等不同的生產者，同時製作的茶品也有所不同（烏龍茶、飲料茶），並非僅可以用「越南茶」一詞，對越南茶產業進行單一的想像。但不可否認的，越南茶產業的發展，其實與台灣茶產業的發展，是有連帶關係的。

為了一窺台灣茶產業的歷史發展對越南的影響，我們研究團隊由南越茶區往北越茶區行走。根據與台商們的交流，這樣的移動路徑，除了是技術移動史、維繫產業經營之外，也是「在地性」意義不斷建構與重構的過程。

在 1980 年代，台灣茶產業轉型的時期，在台灣耕地、產量不足的情況下，許多台商移往越南經營茶產業。這些製作成本低、產量高的越南茶，在自由貿易的體系下進入到台灣境內，填補了台灣茶產業的需求。若問這群最早移往南越開發的台商，他們認為即使產地並非在台灣，但茶葉的品質與填補台灣市場需求量的證據，就已儼然證明越南茶產業，其實也是台灣茶產業的一部份。

隨著越南茶大舉進入到台灣的同時，在台灣的茶農眼中，這些茶葉因為低價構成的競爭，造成了台灣茶產業的威脅，開始以「在地性」作為保護國內茶產業的手段，進而去區分越南/台灣的茶產業領域。對南越台商而言，帶來不小的影響，從原本相互連結的市場，現在成為了失根的一群，致使許多台商逐漸從台灣為主的市場抽離，轉以開拓越南國內或是中國市場。即使如此，他們的「烏龍茶」茶種與製作技術，跟台灣還是密不可分的。

在 2016 年至 2018 年走訪北越茶區的過程中，可以發現從 2016 年台商們因應台灣的本土保護主義與高山茶的論述，有台商開始將南越的茶產業模式，轉

移到北越高山投資，期盼可以重新帶動高山烏龍茶產業的發展。

2017 年開始，因為珍珠奶茶在越南的風行，對茶產業帶來另一項變革。南越習慣製作的半發酵烏龍茶在此時同時，仍追求以新的肥料、或是轉移到北越種植青心烏龍茶，追求品質突破的同時，原本北越茶區被視為是低利潤的飲料茶產業，反而開始有茶農投資，並希望以「台灣珍珠奶茶」的名義行銷到世界市場。這樣的轉向過程，除了帶動北越茶區轉變成飲料茶經營體系之外，也進一步建構了台灣珍珠奶茶產業的「在地性」意義。

綜觀本文，是以追尋台灣、越南茶產業發展、移動的民族誌進行書寫。移動性在過去 Massey (1993) 的討論中，地方（在地性）的意義是如何在移動的路徑中不斷變動與形成，也因為在地性在這樣的建構過程，造成了台灣與越南茶之間錯綜複雜的關係，這也帶動了我們所思考「本土」、「在地」的意義又是什麼？

移動下人與物裝配的在地性領域化

在台灣茶產業轉型的時期，台灣面臨到茶產量供不應求的狀況，致使許多台商出走到越南。這些台商到越南的投資，首要面臨的問題，即是帶過去的茶種與技術，如何適應越南當地的氣候環境，製作出跟台灣的品質以回到台灣的市場中。經過多年的調整，造就了南越以金萱茶種、以「量」為主的生產模式，並隨著盤商的中介，隨著台灣市場的需求變動製作的技術與茶品，填補了台灣茶的需求量，以宣稱自己的「在地性」。

隨著境外茶葉的大舉進口，對台灣茶產業產生了競爭，台灣茶產業在此脈絡下，產生了重新回到「在地生產」的聲音出現，以此建構在地性意義。

然而其中產地標章，扮演了強化在地性的角色，而產地標章，即是透過強化台灣各個茶區的地性，去建構出整體台灣尺度的在地性意義。當中這些特色茶品的形成，在第五章中舉例的紅烏龍，即是越南茶替換平地茶的脈絡下，

茶改場利用製茶技術研發出來的特色茶品，用以宣稱台東茶的在地性。

越南茶則是被台灣強調「在地生產」的「在地性」排除在市場之外，致使茶葉難以賣回到台灣，或是被盤商壓低價格，也造就越南台商們經營的困難。在蕭條的經營之下，台商們在面臨沒有資本更換茶樹、農藥的情況下，茶葉的品質低落。因為台灣與越南田間管理的差異，以致兩地茶葉的物質性差異得以浮現，台灣研究單位也開發「無機元素分析法」，用以區分境外茶，強化台灣在地生產的在地性意義。

隨著茶產業經營蕭條，有台商思考調整產業的結構，其中之一就是隨著台灣對於「高山茶」的品質論述，期盼得以跟隨青心烏龍的物質性，往北越的山區移動，以此扭轉越南茶品質低落的形象。

對茶產業改變最甚的，就是飲料茶市場的崛起，台商重新調整產業結構，以收購茶菁的營運模式替代自己擁有茶園，規避了資本被固著的風險。同時台商也改變了越南當地的製茶體系，例如第六章中飲料紅茶的製作技術，結合當地茶種的特性，以技術製作出帶有「火澀味」的茶。

這些茶葉進入到珍珠奶茶市場中，以珍珠奶茶代表台灣茶文化的形象推廣，但這樣的在地性宣稱，很快的被越南當地人開設的飲料店所取代。台灣的經營者也重新建構了新的在地性，強調茶葉的拚配技術、製作技術，將在地性宣稱與以再領域化，以此去保護台灣珍珠奶茶的特殊性。

但同時也台灣意識到現行飲料茶市場中，充斥了大量的境外茶，所以台灣境內也重新建構在地生產的在地性，並且以平地的復耕計畫，欲求鞏固台灣在地性的領域宣稱。

在地性的領域化過程，對於在地性的定義，其實可以發現是在茶產業移動的路徑上，不斷地由人與非人因子彼此裝配所形成的，並非是特定的存在，而

是一種宣稱。同時這樣變動的在地性意義，其實是跨尺度連結而交織（nested）在一起

對於這些在越南經營茶產業的台灣人而言，在地性不斷建構的過程中，他們所認同的在地性，其實並不是固守的，而是雙重的。像某次與利恩老闆訪談的過程，利恩老闆藉了點酒意，忽然話鋒一轉，提到他在越南辛苦打拼之後，茶廠的生產規模達到一定的產量，出口回到台灣，填補了台灣茶不足的需求量。

利恩老闆認為自己該是衣錦還鄉了，與同鄉泡沫紅茶店的阿姨聊天，利恩老闆跟她半開玩笑地說，其實自己是在做越南茶的生意。隔天開始，那個阿姨卻鄉里之間，將他的名聲傳得很差，這段往事使利恩老闆感到痛心疾首。利恩老闆認為，雖然自己是在越南種茶、生產，對越南有認同成分在，而自己是台灣人的身分，將茶葉賣回到台灣，其實是幫助台灣茶產業的發展。但在被同鄉汙名化指控後，他很氣憤地說：**「我的公媽還在台灣，如果我真的做對不起台灣的事情，我家的香會彎掉啦！為什麼賣越南茶成為一種原罪？」**

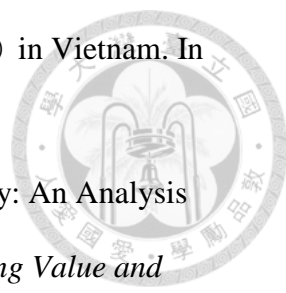
在地性的認同，並非是本研究所要處理的議題。但由台商移動到越南打拼的過程後，將茶葉賣回台灣之後，填補台灣市場需求量，台灣卻強化在地生產的形象，限制境外茶侵犯到台灣茶的在地性。對台商而言，越南茶即使不被台灣的在地性意義所承認；但情感方面，不論在地性領域如何建構與變動，對這些台商而言，在地性可以是台灣、也可以是越南的雙邊的情感連結。

參考文獻

英文文獻




- Adey , P. (2010) *Mobility*. London : Routledge.
- Bæ renholdt , J. O. (2013) : Governmobility: The Powers of Mobility. *Mobilities*, 8 (1) ,20–34.
- Cresswell , T. (2010) : Mobilities I : Catching up. *Progress in Human Geography* , 35 (4) , 550–558.
- Dovey (2010) : *Becoming Places*. USA & Canada : Routledge.
- DuPuis, E .M & Goodman. D. (2005) : Should we go “home” to eat ? : toward a reflexive politics of localism. *Journal of Rural Studies*, 21, 359–371
- Elden, S. (2010) : Land, terrain, territory. *Progress in Human Geography*, 34 (6) , 1–20.
- Elden, S. (2017) : Legal terrain—the political materiality of territory. *London Review of International Law*.Vol.5, Issue 2, 199–224.
- Feagan, R. (2007) : The place of food: mapping out the ‘local’ in local food systems. *Progress in Human Geography*, 31 (1) , 23–42.
- Lahav, G. (2013) : *Mobilizing against mobility: Immigration politics in a new security world*. *Critical Mobilities*. 147–175. Routledge.
- Lave, R. (2012) : Bridging Political Ecology and STS : A Field Analysis of the Rosgen Wars. *Journal Annals of the Association of American Geographers*, 102 (2) , 366–382.
- Müller. M. (2015) : Assemblages and Actor-networks : Rethinking Socio-material Power, Politics and Space. *Geography Compass*.27–41.
- Murdoch (2006) : *Post-Structuralist Geography: A Guide to Relational Space* London : SAGE.

- 
- Ngoc, D.V. (2013) : Breeding of tea plant (Camellia sunensis) in Vietnam. In
Global Tea Breeding. Spring Berlin Heidelberg.
- Nguyen, V. K, Chu, H. L, To, L.H. (2015) : Vietnam Tea Industry: An Analysis
from Value Chain Approach. *International Journal of Managing Value and
Supply Chain*, 6 (3) . 1–15
- Rowen, I. (2014) : Tourism as a territorial strategy: The case of China and Taiwan,
Annals of Tourism Research, 46, 62–74
- Salter , M. B. (2013) : To Make Move and Let Stop : Mobility and the
Assemblage of Circulation *Mobilities*. 8 (1) , 7–19.
- Sur, M. (2013) : Through Metal Fences : Material Mobility and the Politics of
Transnationality at Borders. *Mobilities*. 8 (1) , 70–89.
- Winter, M (2003) : Embeddedness, the new food economy and defensive localism.
Journal of Rural Studies, 19, 23–32

中文文獻

- Peter, A (2013)。(移動 Mobility) (徐苔玲、王志宏譯)。新北：群學出版，
(原著出版年：2010)
- 王美琪、陳盈潔、曾志正 (2014)。增烏龍茶--經反覆烘焙與陳放轉化出的精製
烏龍茶。農林學報 (63：2)，83-90。
- 王唯一 (2004)。植物保護圖鑑系列。防檢局。
- 邱念渠 (2005)。台灣茶葉產業的演進過程與發展困境。國立清華大學工業工程
與工程管理學系學位論文。
- 林佳瑩、曾秀雲 (2010)。台灣在地飲食的全球化分析：從珍珠奶茶對大學生的
意涵談起。文化越界 (4)，37–61。
- 林潤華、張瓊文、遲恆昌 (2017)。跨國的珍珠：英國珍珠奶茶消費地景地浮現
與轉變。地理學報 (87)，1–20。

- 
- 余舜德 (2013)。台灣凍頂烏龍茶之工匠技藝，科技與現代性。臺灣人類學刊，11 (1)，123-153。
- 余舜德 (2016)。身體感的轉向。臺北：國立台灣大學出版中心。
- 許明晃、陳俊良、黃文達、陳國任、楊棋明 (2010)。茶葉礦物元素分析圖譜在產區判別之研究。科學農業 (58)：33-40。
- 周孟嫻 (2014)。善用多元策略再現台茶風華-我國茶葉增值策略分析。臺灣經濟研究月刊，37 (3)，34-41。
- 張明仁 (2008)。讓偽造台灣茶無所遁形從境外茶進口談原產地包裝標示問題。臺灣經濟研究月刊，31 (3)：120-124。
- 吳聲舜、賴正南 (2008)。台灣茶業發展的回顧。第五屆海峽兩岸茶業學術研討會論文集，520-532。
- 吳聲舜、蕭孟衿 (2012)。台灣新興特色茶-紅烏龍介紹。第一屆茶業科技研討會專刊，58-64。
- 吳聲舜 (2013)。用心定位台灣茶，為千萬茶人謀幸福。茶業專訊 (86)：1-7
- 陳宇翔 (2007)。從烏龍茶到高山茶：台灣茶壟斷租的社會建構。臺灣社會學刊 (39)，107-157。
- 郭軒偉 (2016)。手搖王國的創新之路。國立清華大學社會學研究所碩士論文。
- 經典雜誌 (2012/04/01)。【茶域經緯】越南茶？台灣茶？尋找消失的進口茶。
<http://www.rhythmsmonthly.com/?p=12418>。
- 黃月英 (2011)。台灣茶產業產銷現況分析及政府因應政策：以 WTO 與 ECFA 為例。國立中央大學政治學系學位論文。
- 董孟修 (2017)。陸客團減少因素初探，島嶼觀光研究 10 (2)，17-40。
- 龔宜君 (2005)。出路：台商在東南亞的社會形構。台北：中央研究院人文社會科學研究中心亞太區域研究專題中心。
- 練聿修 (2018)。越界台茶與拚配的本土。國立臺灣大學理學院地理環境資源學

系碩士論文。

蘇怡如（2011）。飲料茶產業與名間鄉茶葉產銷體系的變遷。國立臺灣師範大學

地理學位論文。

