



國立臺灣大學生物資源暨農學院生物產業傳播暨發展學系

碩士論文

Department of Bio-Industry Communication and Development

College of Bio-resources and Agriculture

National Taiwan University

Master Thesis

入鄉青年地方創生行動：以公館鄉紅棗產業為例

Regional Revitalization Actions of Urban-to-rural Migrants:

A Case Study of Jujube Industry in Gongguan

劉芷安

Chih-An Liu

指導教授：陳玉華 博士

Advisor: Yu-Hua Chen, Ph.D.

中華民國 111 年 8 月

August, 2022

謝誌



2016 年來到生傳系，六年的時光所遇見的人事物是最寶貴的收穫。在這段時間裡，歷經低潮的生病時光，所收到老師與同學們的鼓勵彌足珍貴，至今想起仍是重要的動力。

完成這本論文，最要感謝的是玉華老師。在學習的過程中，玉華老師給予我許多指點與啟發，每週的 meeting、深夜的回信，老師慢慢引導我說出對於研究的看法，不斷鼓勵我要對研究有信心，謝謝老師的耐心與包容。也要謝謝口試委員驥懋老師與怡婷老師，在論文的撰寫上給予我非常重要的意見，這篇論文的產出，沒有老師們的參與無法有現在的成果。另外，田野中所遇見的每一個受訪者、農會照顧我的大哥大姐們，謝謝你們無私與熱情的分享。


在一路的陪伴上，研究室的姐妹們：恪玄學長、宜萱學姐、一心姐妹、棋芳姐妹，在你們身上學習到好多，與你們所共度的時光，是碩班期間最閃閃發亮的時光。謝謝恪玄學長總是我的榜樣，在準備研討會、剩下我們兩個 meeting 的時間，給予我的包容；謝謝隆起溫暖的陪伴，在研究所的尾聲，有你作伴真好；謝謝陳小姐六年來的鼓勵，對你的感謝不必多說，我們甚至不用說話你就知道我在想什麼；宜萱學姐，碩班裡最重要的支持，絕對非你莫屬，跟你聊完天，總覺得事情沒有那麼難了，你的接納，讓我深切感受到包容的力量。

最後，謝謝家人們與依依。謝謝媽媽在我生病的時候無條件地照料與鼓勵我、謝謝爸爸在求學路上的栽培，還有阿婆阿公的關心，沒有你們的支持，不會有現在的我。另外，依依曾經在我低潮的時候對我說「既然都要完成論文，那就快樂得做完」，與你的相遇時間不長，卻也是完成論文重要的養分。

最後的最後，還是要謝謝一路以來的幸運，希望自己能保有這份伴隨著努力而來運氣，在未來持續相信自己。

劉芷安 2022.09

摘要



近年來興起的返鄉歸農、移居地方風潮，不僅吸引青年投入各地農業與鄉村發展，入鄉青年也被視為是解決鄉村人口外流、重振地方農產業、推動地方創生的關鍵。本研究聚焦於苗栗縣公館鄉紅棗產業的發展過程，探討返鄉與移居青年如何在當地建立網絡關係、累積社會資本、獲取專業知識，藉以從事農業生產及開啟地方創生行動。本研究透過深度訪談、參與式觀察等方法，收集入鄉青年的遷移動機、產業活動與發展現況、組織參與及關係網絡等資料。研究結果顯示，儘管紅棗已發展為當地特色農產品，卻仍受限於耕作面積與產量難以擴增，入鄉青年僅依靠單一農產品並不易維持生計，因此擴展農場生產內容與經營項目、加入當地各類農業或社區發展組織就成為留鄉留農的必要策略。不論是以農業生產為主的青農聯誼會、以引進創新農業技術為主的友善耕作資材群組、或是強調休閒農業區及街區營造的組織行動，都是促成入鄉青年從一級農業生產延伸到二級加工及休閒產業的六級產業化發展的關鍵。返鄉青年的支持網絡立基於親屬關係，是獲得農業生產資源、知識與技能的主要來源。相對地，移居青年通常利用農民學院的課程與見習農場建置從農的基礎，但是缺少土地資源是進入鄉村初期最大的挑戰。為增進農場經營能力，返鄉青年必須向鄉村外部單位，如大學端開設之課程尋求專業知識，移居者也需要主動參與地方組織，如農會產銷班來獲得在地流通的資訊與資材。在發展組織上，返鄉者的優勢在內部青農的整合及長輩的協調能力，移居者具有都市多元資源與管道，如電商平台、綠色飲食餐廳，但仍需維繫合作農民之關係，具備串連鄉村內外網絡的能力。此外，參與較多團體與組織之個人其扮演的跨群體橋接角色，明顯有助於連結返鄉農二代與移居青年之間的協力合作關係，則是促成當地農業與特色產業發展的關鍵。

關鍵詞：返鄉歸農、移居鄉村、地方創生、社會資本、知識網絡

Abstract

In response to declining rural population and sustaining agricultural development, urban-to-rural migrants have been regarded as key human resources in regional revitalization actions in rural Taiwan. Focusing on the jujube (紅棗) industry in Gongguan (公館鄉), this study aims to explore differentiated strategies adapted by young returnees and newcomers in promoting agricultural production and management, social networking actions, and community development projects. By analyzing qualitative data collected from semi-structured interviews and participant observations, the results show that young farmers are less likely to survive under monocropping of jujube. Instead, multifunctional farming is regarded as a successful pathway for both returnees and newcomers. Expanding the scope of farm management and participating in agricultural or community groups are important in maintaining their rural livelihoods. Whether it is the young farmers' associations, the environmentally friendly farm material group, or the collective actions of leisure agricultural and village-making groups, all of these are keys for youth to extend from agricultural production to processing and tourism. The jujube industry gradually moves towards the development of sixth industrialization. Returnees mainly rely on local networks such as family and relatives who help acquire agricultural knowledge. In contrast, to build the foundation of farming, newcomers learn in The Farmers' Academy. The lack of land resources is the biggest challenge at the beginning. To improve their capabilities in farm management, returnees seek professional knowledge from outside, such as courses in colleges. Newcomers need to actively participate in the agricultural production and marketing group to obtain information and materials circulating locally. In terms of the development of organizations, the advantages of returnees are the integration of young farmers and the coordination ability of elders. Newcomers have multiple urban resources, such as e-commerce platforms and



sustainable food restaurants, but they still have to maintain their relationship with local farmers. Their major ability is to connect networks inside and outside the rural. In addition, actors involved in different organizations facilitate the cooperation of returnees and newcomers, thus playing an important role in local and agricultural development.

Keywords: return migration, urban-to-rural migrations, regional revitalization, social capital, knowledge networks

目錄



第一章、緒論.....	1
第一節、研究背景與動機.....	1
第二節、研究目的與重要性.....	3
第二章、文獻探討.....	5
第一節、紅棗產業與農鄉發展.....	5
第二節、返鄉歸農、移居鄉村之現象.....	9
第三節、地方創生行動之社會資本與知識網絡.....	12
第三章、研究設計.....	17
第一節、研究地點介紹.....	17
第二節、資料搜集方法.....	21
第三節、研究對象說明.....	21
第四節、資料搜集內容.....	25
第五節、資料分析過程.....	25
第四章、地方產業的創生：紅棗與青年行動.....	26
第一節、公館紅棗的浮現：友善耕作的形成機制.....	26
第二節、紅棗的創生行動：當青年入鄉後.....	30
第三節、青年的農業生產支持網絡.....	37
第四節、小結.....	48
第五章、入鄉青年的組織行動與策略.....	49
第一節、農鄉產業六級化的行動與策略.....	49
第二節、組織的連結：紅棗產業創生的可能性.....	70
第三節、小結.....	77
第六章、結論與討論.....	79
第一節、研究結論.....	79
第二節、研究討論.....	83
參考文獻.....	86

圖目錄

圖 1 公館鄉紅棗種植面積	7
圖 2 知識網絡之結構	15
圖 3 公館鄉行政區域圖	18
圖 4 公館鄉人口消長情形	20
圖 5 公館鄉老化指數	20
圖 6 入鄉青年之農業生產關係網絡	71

表目錄

表 1 公館鄉主要農作物種植面積	19
表 2 受訪者基本資料	23
表 3 研究對象基本背景	24





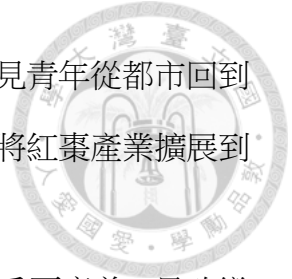
第一章、緒論

第一節、研究背景與動機

自中國大陸進口的紅棗長期主導國內紅棗乾市場，然而隨著公館紅棗出現在消費市場，強調新鮮優質、無農藥殘留，具有產銷履歷、產地商標認證等特色的國產紅棗開始受到消費者青睞。為了與進口紅棗做出區隔，公館鄉農會自 2009 年開始致力推動紅棗的友善耕作，許多農友更進一步朝向生產有機紅棗之路邁進。除了友善生產方式，農會也在 2015 年向行政院農委會申請成立紅棗農業經營專區，促成公館鄉成為臺灣唯一的紅棗專業生產區。

農糧署統計資料顯示，過去十年間，紅棗生產面積從不到 40 公頃增加至近百公頃。民國 109 年苗栗縣紅棗種植面積 94.79 公頃，其中公館鄉就佔了 84.30 公頃，是國內紅棗最主要產區。就經濟產值而言，紅棗年產值可達 1.5 億元，是苗栗地區重要的高經濟價值作物且供不應求（林妤姍等人，2018）。在每年七至八月的紅棗盛產期，當地除了推銷紅棗乾的食用方式，也大力宣導「鮮果」的食用方式。公館紅棗因其稀有性，加上通過 TGAP（臺灣良好農業規範）產銷履歷認證、農藥零檢出等特性，使其符合消費者對食安的要求。由於紅棗價值浮現，更帶動收購價格的成長、吸引許多人投入種植行列，振興當地發展，成為公館最具特色的地方代表性農作物。

紅棗在公館的栽種歷史可追溯到清代末年，當初自中國帶入苗株的栽培並非追求經濟目的，而是因紅棗植株莖幹短刺能夠在住家外防禦外敵。然經過百年的栽培後，紅棗隨著地方產業、特色的政策推動，在近三十年來逐步以經濟規模栽種、建立起公館紅棗的名聲，被視為具有地方代表性的高經濟價值作物（陳品穎，2016）。如此紅棗產銷體系的建構，所涉及不只一級產業的紅棗鮮果生產，更在當地串連起二級的紅棗加工，以及三級之休閒觀光產業，開發出多元紅棗商品、觀光採果、旅遊體驗。在紅棗產業發展的過程上，農民、農會等多元行動者與組織投入其中，共

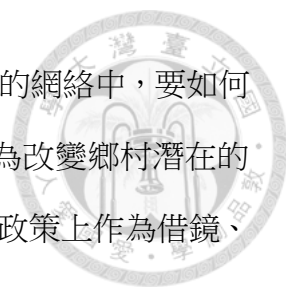


同打造公館紅棗的名聲、帶動當地蓬勃的發展，在過程中，更看見青年從都市回到家鄉、又或者移居到當地投入紅棗的生產及產業相關行動，持續將紅棗產業擴展到不同的面向。

青年的投入，為地方注入新的活力，對於當今的鄉村發展有重要意義，是改變鄉村的關鍵角色。有別於過往大量人口離開鄉村、農業式微而使得鄉村地區面臨人口空洞化、產業凋零等問題，近年來興起「返鄉歸農、移居鄉村」風潮，青年在鄉村中以創新方式投入在地產業掀起討論，同時隨著相關政策的推動，更可以看見越來越多青年不將鄉村視為弱勢之處，而是發現能在當地永續生活的機會、並進一步企圖扭轉地方頹勢，透過組織的方式發展社會及經濟面的行動。

當鄉村面對危機時，如何提升人力資源，並維繫在地產業是目前解決問題的重要方向（陳玠廷，2021）。人才流入（*brain gain*）能在當地形成新的擾動力量，成為積極創造改變的行動者，是鄉村未來轉型的重要活力來源。然而青年進入鄉村並非只是口號，支持系統的建構才是青年是否能在鄉村持續生活的關鍵。因此當政策鼓勵青年進入鄉村，就必須對當前青年入鄉的過程及在地方所需支持系統有更深入理解。不同人與組織所組成的網絡能提供青年在鄉村生活所需的支持系統，並對於所從事之行動，如農業的補助、生產、觀光旅遊、又或是情感的支持上提供所需知識及資源（Sutherland et al., 2017）。而建立網絡的過程是對於青年入鄉亟待討論之處，也是在當前期望能依據地方特色發展產業，讓人口回流、解決地方問題之地方創生政策下（行政院，2018），進一步對青年角色理解的重要之處。

然而，目前研究缺少以社會資本之方式來討論不同遷移類型之影響，返鄉、移居青年進入到當地如何透過自身的社會資本來發展支持網絡，採取怎麼樣的策略來支持他們在鄉村中的生活及理想。因此，本研究利用社會資本之理論討論青年入鄉的過程、在當地之行動，了解其所採取的策略及組織網絡的過程。社會資本經常被用來理解鄉村中的創新網絡，以及當中的知識交流與互動學習過程（Cofré-Bravo et al., 2019；Sutherland et al., 2017）。對於入鄉青年而言，可能因過往遷移的背景



(返鄉、移居)而具有不同的社會資本，在不同社會資本所形成的網絡中，要如何促使他們發展策略來支持自己在鄉村中的生活與理想，進而成為改變鄉村潛在的角色。無論對於地方的影響、改善現況又或是遇到挑戰，都對於政策上作為借鏡、提供建議，以及對於當今青年入鄉的意義有進一步的理解。

綜上所述，本研究將以苗栗縣公館鄉的紅棗產業作為研究重點，嘗試瞭解由都市移居至鄉村的青年之遷移動機，透過社會資本的觀點，檢視不同遷移類型的青農如何開啟或加入紅棗生產事業，生產過程中獲得哪些個人、團體或組織的協助，進而討論入鄉青年集體行動做為帶動地方產業發展的可能性。

第二節、研究目的與重要性

長期以來，鄉村的發展面臨許多問題，如人口流失、高齡化。不同於以往鄉村的衰退，在近年返鄉歸農、移居風潮的現象可以看見，越來越多青年帶入新的想法進入鄉村，甚至發展不同於傳統生產模式的行動，逐漸形成地方創生的雛形。地方創生政策的推動被視為是鄉村所面臨問題的重要解方，期望透過相關支持系統的建立來達到人口外流及移居、永續在鄉村發展的重要支持系統(陳玠廷，2019)。本研究針對進入鄉村行動之青年做討論，探討在這樣的現象中，青年為什麼而進入當地、面對了怎麼樣的挑戰？對於這些青年而言，他們可能是為了追尋自我的理想，又或是繼承家中產業等因素而來到鄉村，都顯現了他們是不同於過去認為都市是有更好機會的地方，他們曾經在都市求學、工作而後選擇在鄉村生活，他們的經驗對於扭轉鄉村的頹勢，農業存續的現況了解具有重要性。

本研究亦對青年在鄉村中所需的支持網絡做討論。以社會資本探討青年行動與策略重要性在於，不同社會資本所組成的支持網絡中能得行動者獲得知識與資源的協助，地方創生行動作為解決鄉村問題之政策途徑，相關研究仍缺乏對此現象了解。因此，本研究藉由社會資本觀點，分析青年的行動如何支持在鄉村的生活與生計，期望進一步探討，這些與過往從鄉村遷移到都市之現象不同，願意來到鄉村生

活，這些青年現況與所蘊含之意義，並對於所需的支持系統提供政策建議，豐富目前鄉村人才流入的討論，作為未來有志進入鄉村之人才有可循之途徑。

因此，為了解青年在鄉村的現況，進而探討他們在不同社會資本上的運用和所需的支持系統和網絡，本研究透過個案研究與深入訪談，期望從公館紅棗的案例，探討青年的角色如何達成地方產業的振興，以及對於當今農業與鄉村永續發展的重要性。




第二章、文獻探討

第一節、紅棗產業與農鄉發展

臺灣農戶規模平均耕地面積為 0.72 公頃，為小農經營型態（行政院，2022），因種植規模小、生產成本高，以致競爭力較低，多為兼業農民，難以依賴專職農業維生。農業經營規模型態使其缺乏對於市場的影響力，易受市場價格影響（蔡宏進，2022）。面對全球化競爭，政策對於農業的角色也開始轉變，由過去主要以供應糧食、生產面的增加，轉換為兼注重糧食安全、提高農業價值，以及農村多元產業文化、生態永續、環境保育等多功能性發展（行政院，2022）。在這樣的發展目標下，為因應農業所面臨的市場競爭問題強化，農委會於 2013 年起推動稻米生產及稻田轉作計畫，針對連續休耕之農田調整休耕給付措施，鼓勵地主將原先兩個期作連續休耕之稻田，回復耕作一個期作或出租他人種植轉作作物，計畫所推廣種植的轉作作物可分為進口替代作物、具有外銷潛力作物、有機栽培作物及地區性特色作物等四大類別，作為主要農作物以稻米生產為主的公館鄉，紅棗即被納入地區性特色作物之一。

紅棗產業的發展，與作物特性密不可分。紅棗在經過乾燥後，常被用作藥膳與食補不可或缺的食藥材，公館紅棗的新鮮與品質，加上強調友善耕作農法與產銷履歷認證，契合養生保健的需求，與進口紅棗具有產品差異性，對於注重安全來源的消費者來說，儘管在價格貴上許多倍，仍有非常大的吸引力，公館紅棗最大的競爭力來自於中國大陸紅棗的市場區隔，相較當地其他作物，更凸顯紅棗的高經濟價值，這樣的優勢，也成為推動特色作物發展重要基礎。

在地理條件上，公館鄉能夠能為全臺唯一專業紅棗生產區的重要因素是土壤與氣候條件。位於後龍溪沖積平原，土層屬於四十公分內較淺的砂頁岩沖積土，主要灌溉水源來自後龍溪，紅棗適合栽種的土質為排水良好的砂岩或砂礫，（劉雲聰，2012），也因是好光性植物，需種植在日照充足的平地，栽植密度不能過高，主要



的栽種地石墻村與福基村便具有這樣的特性，加上七月果實成熟期時有雪山山脈沿著後龍溪河谷冷風，能夠降低果實蠅病蟲害，結果率高，適地適作是作物種植的重要基礎（公館鄉農會，2022）。在植株栽培上，不同於中國的品種，也演化為適應公館鄉當地栽種的煥南種，為了觀光果園採果、採摘方便，在改良下，紅棗樹也採用矮化的方式栽培。

紅棗在臺灣的栽種歷史最早可追溯到清代末年，當地居民將中國大陸攜帶來的紅棗樹幼苗種植於公館鄉石墻村，初期栽培紅棗的契機是種植的趣味性，以及因為紅棗樹的莖幹有短刺，能夠種植在住家外圍防禦外敵（張雅玲、劉雲聰，2013）。在民國三十年期間，因二戰經濟蕭條的背景，紅棗被認為是珍貴的營養補品，銷售到臺北的中藥行能獲得非常高價，價格上的誘因，促使農民有高種植意願，紅棗栽培面積在公館逐漸擴大，然在民國六十年期間隨即面對到進口紅棗乾的衝擊，價格劣勢使得農民傾向退出種植行列，當時農會即有轉型意識，試圖以休閒果園的策略推動紅棗產業，亦成立產銷班提升栽培管理技術，紅棗的栽種體系日益成型（劉增城，1998）。雖然紅棗逐漸以經濟目的栽種，但過去銷售主要以盤商收購和棗農自行擺攤簡易販售，農民缺少栽培管理訓練、種植情況不普及與未受到當地的重視，導致鮮果品質不一、價格差異大，棗農收益低（張雅玲、劉雲聰，2013）。經過農會、農改場及農民的 effort，以及政策的稻米轉作、休耕地活化等地方特色作物的推廣策略下，為因應市場需求，連帶改變農民在農法上的使用，從慣行農法逐漸轉型為友善、甚至有機農法，確立當地環境友善的農法基礎。公館紅棗的品質與認證基礎確立消費市場的特殊性，是作物市場價格得以提升的主要因素，許多人也持續投入栽種行列、種植面積逐年成長。

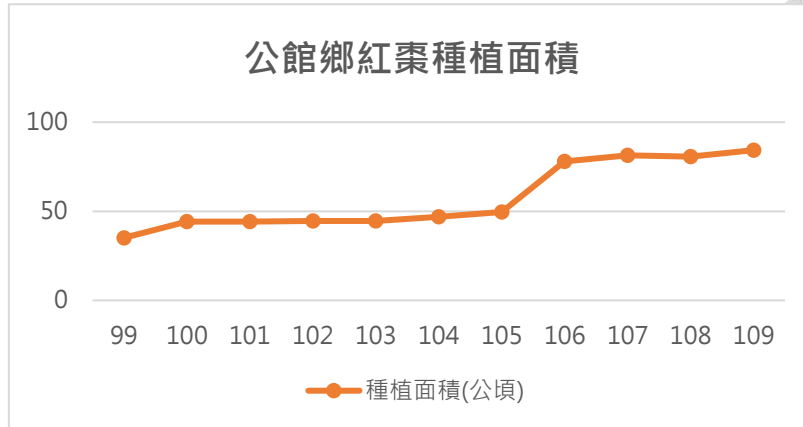
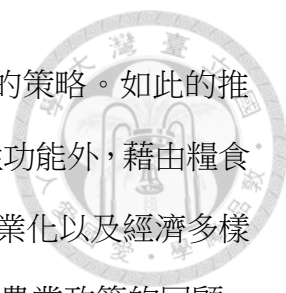


圖 1 公館鄉紅棗種植面積
(資料來源：行政院農委會農糧署)

農業作為鄉村中重要的產業，面對到人力老化及從農人數下降的現象，農地農用為主作法也受到挑戰，透過鼓勵地方創生行動，是農業創新作法上重要的一環。公館鄉過去主要以稻米生產為主，在轉作鼓勵下，紅棗成為極高潛力的明星作物，然而，因一年一收的特性，農民難以小規模耕作面積來維持生計，必須透過栽種其他作物分散風險或其他方式來增加農業經營的價值與產出。以紅棗的生產為基礎，為進一步推動產業發展，僅以地方既有的農民與農會難以將面向擴展，青年人才的加入對於產業的面向的增加具有重要性。

過往在振興鄉村的相關政策上，從 1994 年文建會的社區總體營造、行政院農委會 2006 年的「漂鳥計畫」和 2017 年的「百大青農輔導計畫」，以及農村再生計畫之持續推動，皆是希望透過政策的方式促使青年回流地方。然而政策的推動雖然希望提升地方產業，但鄉村與農業長期來的問題仍存在，近年來，更進一步推動「地方創生」來解決地方的人口問題（行政院，2018；台灣農村發展基金會，2020）。概念上，地方創生希望透過將行動者引入鄉村，發掘在地資源，以地方產業作為基礎發展。根據行政院農委會（2021）農業推動的政策方向，提升農民所得與安全農產品是核心目標，在生產面上，對於農產品的品質安全、附加價值的提升，進一步打造讓青年從事農業的環境為重點發展。除了一級產業的生產，二級加工、三級銷



售以及農業旅遊的推動更是維持鄉村的永續發展亦是政策推動的策略。如此的推動方式具有多農業功能性之意涵，也就是農業除了生產的經濟性功能外，藉由糧食或經濟作物的農業經營方式，進一步帶動生態環境維護、人力專業化以及經濟多樣化等功能(李承嘉等人，2009)。藉由地方特色作物的推動契機及農業政策的回顧，提供本研究檢視特色作物如何作為地方創生行動的基礎，而新的人力資源如何以紅棗產業當作立基，發展不同於傳統農業生產的行動，有必要進一步探討。



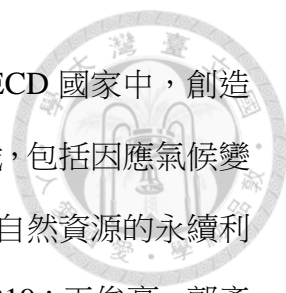
第二節、返鄉歸農、移居鄉村之現象

自工商業快速發展以來，教育程度提升以及交通運輸之發達使得具有生產力的青年為了尋求更好的機會離開家鄉前往都市發展，鄉村主要產業農業式微，加上工作機會的缺少，面臨到嚴重的人口外流問題。然近年來，卻掀起一股返鄉、移居歸農之風潮，許多原先在都市發展的青年選擇從回到家鄉，或移居到鄉村生活，開創不同的發展方向。

在這樣的風潮下，青年入鄉後投入農業的行列。根據 2020 年農林漁牧普查報告，目前農業經營管理者平均年齡為 64.4 歲，所謂的青年，除了以行政院農委會所定義青年農民之定義 18 至 45 歲外，更指涉的是他們的務農年資是相對更年輕（蔣慧仙，2011）。這些青年將自身的經驗與專長帶入鄉村，與農業結合後，能夠進一步創造不同的農業發展型態（鍾佳好，2015）。蔡晏霖（2016）以新農浪潮描述如此青年返鄉歸農之現象，青年的投入相較以往具有不同的關懷，重要的實踐方式是「安全飲食」與「在地消費」。青年的進入，對於鄉村所面臨的人口老化、農業勞動力不足扮演扮演重要角色，為鄉村的發展注入改變的活力。

近年相關研究提到，青年選擇返鄉、移居主要具有兩大因素，分別是嚮往鄉村生活型態及家庭因素（陳美芬，2005、2007；林勇信，2011）。在前述部分，無論是對於回流或移居青年來說，鄉村的環境包括對於有益身心健康、嚮往農村良好環境、鄉村民眾親和力好相處，是對於青年來說重要的拉力（陳美芬，2005、2007），林勇信（2011）也指出，青年投入農業的主要動機是喜愛鄉村環境生活，以及農業的興趣，因此更注重在生活品質的感受；在家庭因素方面，青年選擇回鄉之因素主要是因為父母健康因素而需擔負照顧父母親的責任（陳美芬，2005）。

因此對於這些青年來說，鄉村地區所具有的特性，是影響其願意在鄉村生活的重要關鍵。儘管鄉村的生活機能及就業機會不如都市地區，但鄉村的生活品質、環境的高閒適性（high amenities）、可負擔的居住成本（affordability）、地理鄰近性（proximity）等優勢，鄉村的拉力也逐漸吸引著人口移入。根據經濟合作暨發展組



織 (OECD) 於 2006 年的新鄉村典範架構提到，超過 1/3 的 OECD 國家中，創造就業率最高的地區是在鄉村。在二十一世紀全球所面對到的挑戰，包括因應氣候變遷挑戰的新能源、人口不斷增長需要隨之因應的糧食生產創新、自然資源的永續利用等，鄉村地區所具有的優勢在其中扮演重要角色。(OECD, 2019; 王俊豪、郭彥谷, 2020)。透過歐美逆都市化現象 (counter-urbanization) 之討論有助於我們進一步了解人口遷移至鄉村之現象。

逆都市化 (counter-urbanization) 在過去數十年受到關注 (Berry, 1976)。這樣的現象最早出現在 1970 年代的美國，指的是人口從都市向鄉村遷移的過程，使得研究開始關注鄉村地區具有何種吸引力使人口流入。驅使人口進入鄉村具有多種面向，在經濟面上，由於農業的式微，鄉村經濟面臨轉型，使得製造、服務業以及觀光業的工作機會提升，資通訊科技的進步也使得個人能夠克服距離的因素、線上遠端工作；在社會面上，對於鄉村田園情懷 (rural idyll) 及對於生活型態 (lifestyle) 的嚮往，也是吸引移居鄉村人口的重要因素。歐盟委員會 (European Commission) 於 2021 年發表《歐盟鄉村地區長期願景》，其中的調查發現，人口選擇定居在鄉村地區最重要的兩個原因是「更好的生活品質」以及「環境污染少、能夠更加親近大自然」，其他原因也包括「資通訊的發展使得遠端工作更為方便」、「在地生產食物的可及性和可負擔性」、「生活成本低於都市」以及「對當地的歸屬感 (sense of belonging)」。

Geyer 和 Geyer (2017) 認為逆都市化根據不同的目的可以分為三種類型，分別為，「前生產主義 (pre-productivist)」主要為生計導向而遷移至鄉村的人，可能是因為面臨到都市的金融危機時期而返回家鄉從家庭的農業工作，也被稱為農業逆都市化 (agrarian counter-urbanization)；「生產主義 (productivist)」主要為工業導向，人口因為工作機會而前去，特別指的是採礦業；「後生產主義 (post-productivist)」主要是因為追求更好的生活方式，如希望生活在閒適的環境。Mitchell (2019) 之研究呼應 Geyer 和 Geyer (2017) 所提出前述的三種類型，認為在已開



發國家的後生產主義 (post-productivist) 遷移至鄉村的人較多，並且有助於當地的人口成長。總上所述，逆都市化現象所具有的特徵可以呼應到 Halfacree (1994) 對於英國地區 1980 年代所做的實證研究，其強調鄉村環境對於移民的重要性，而如此鄉村的再現 (social representation of the rural)，包括鄉村的和諧 (peace)、寧靜 (quiet)、開放 (openness)、吸引人的風景 (attractive scenery)、自然性 (naturalness)、社群主義 (communitarianism)、娛樂 (relaxation) 對於遷移至鄉村的人口有其重要性。這些特性也呼應到鄉村的特性 (rurality)，包括「回歸土地的自然生活型態」、「多元生態的鄉村空間」、「健康安全鄉村新價值的建立」、「誠信互助的社會關係」、「整體性系統的形成」(陳玠廷, 2007)。總上所述，對於移入鄉村的人口來說，經濟發展並非主要考量，更多的是對個人生活品質的重視，是影響人口在鄉村生活的重要原因。

人才流入 (brain gain) 之影響也是近期研究所重視的。移入鄉村者本身多具有高教育程度、富有創業家精神，能夠創造具備知識經濟的工作、自身成為雇主帶動就業機會，以及促使當地增設缺少的公共設施與資源，這些進入鄉村的居民提升鄉村地區消費功能、能夠刺激經濟發展，(Bosworth, 2010; Thissen et al., 2010)。而在社會面上，進到鄉村的青年能夠利用他們與外部的連結以及當地社區的接受度，透過向地方分享新的知識、想法來創造鄉村社區集體的行動與政治上的改革，同時青年在當地的公民參與度也相當高 (von Reichert et al., 2014)。

對於不同類型進入鄉村的人口，日本亦將其做分類，包括 U-Turn (鄉村出身，因教育、工作等因素遷移至都市後，回到家鄉工作定居)、I-Turn (都市出身，移居到鄉村工作地居者)、J-Turn (鄉村出身，因教育、工作等因素離開家鄉，移居到另一個鄉村生活) (Ishikawa, 2008)，日本政府並以此提出 UJI 回歸計畫，鼓勵青年回歸農村。這些進到鄉村、甚至進一步從事與「農」及相關事物者是活化地方的主要角色，能夠緩解鄉村高齡化及農業相關產業人才空洞化的問題，在近年具有重要性 (高橋巖, 2016)。



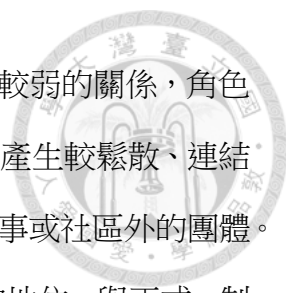
第三節、地方創生行動之社會資本與知識網絡

本研究以社會資本 (social capital) 及創新知識網絡 (new knowledge networks) 之討論來理解青年在鄉村中，如何透過不同的網絡來獲取行動所需的知識。社會資本理論經常被用於理解鄉村中的創新行動，在過程中會涉及到不同利益的行動者，如農民、專家、研究者等，他們所具有的知識與經驗是影響行動的因素 (King et al., 2019)。所謂的創新，指的產品、程序或組織中的新穎性 (novelty) (OECD, 2010)，在本研究中，意指行動對鄉村來說是新的、過往沒有過的行動，

這也與地方創生中的「創生」概念相同。創生指的是鄉村地方因為各種因素沒落，當地的產業衰退，需要透過不同行動者的介入，創造出能夠讓地方活化的發展元素 (陳玠廷, 2019)。透過社會資本的討論，可以更深入理解在創新知識的社會網絡中，資源如何共享與行動實踐的過程 (Fisher, 2013)。

在社會資本的定義上，過往研究如 Coleman (1988) 認為社會資本是自人與人之間關係產生，並強調在緊密、封閉的網絡 (如：家庭) 產生的信任是關係運作的核心，促使後續行動的產生。相似地，Putnam (2000) 認為社會資本是人們用來改善生活、追求共同目標中信任、網絡、價值觀的存量，其強調社會中志願組織，例如社區、社團參與能反映社會資本，其促進了團體的信任與共同規範，對團體福祉的維持是重要的。Lin (2002) 提到，社會資本是由鑲嵌在社會關係與結構中的資源所組成，當行動者想要提高行動成功的可能性時，會動用社會資本，他將不同社會資本概念做整合歸納，並將社會資本定義為「行動者在行動中所利用和獲得鑲嵌在社會網絡中的資源」。

有鑑於社會資本會因個人互動網絡中的資源具有不同特性，過去研究將社會資本進一步區分為三種類型，分別為結合型社會資本 (bonding social capital)、橋接型社會資本 (bridging social capital)、連接型社會資本 (linking social capital) (Woolcock, 2001)。三種社會資本各自提供了不同的交換形式。結合型社會資本指的是社經背景相似成員間所具有高度信任及緊密連結，彼此透過非正式、互惠的



方式互動，如家人、親友、鄰居。橋接型社會資本指的是個人間較弱的關係，角色上也更具有異質性、功能更不同，是由分別兩個密集網絡之間所產生較鬆散、連結較弱的關係，相較於結合型社會資本，指的是較疏遠的朋友或同事或社區外的團體。連接型社會資本強調垂直連結，指的是個人或組織與跨越既有的地位，與正式、制度化群體或機構的互動關係，主要強調社區外的官方機構，如政府機構、研究中心等。綜上所述，結合型社會資本所強調同質性成員間緊密的關係，與封閉網絡（Coleman,1998）以及強連結（Granovetter, 1985）概念有關；橋接型與連結型則是與開放網絡、弱連結有關。Granovetter（1985）認為，強連結產生之信任感與認同感維繫著團體內部的關係，弱連結使得不同群體間建立連結，當關係越弱，在其中更可能獲得異質性的資源，擁有弱連結的個人在社會中更具有優勢，其重要性在個人能透過弱連結獲得更豐富的機會與資源。

在影響的層面上，社會資本促使得到鄉村創新所需資源，如行動知識、資金補貼以及情感支持（Cofré-Bravo et al., 2019；Fisher, 2013；Sutherland et al., 2017）。Cofré-Bravo 等人（2019）運用三種社會資本來理解農民獲得在農業創新上所需的資源與支持。社會資本的重要在於提供農民資訊、技術知識以及財務上的資源。在結合型社會資本中，家庭及朋友提供人力、經濟以及情感上的支持；橋接型社會資本提供更多元的功能，如技術諮詢顧問、出口公司、農事服務業公司，他們向農民提供新的技術趨勢、免費課程之培訓，甚至協助辦理申請政府相關補助，是農民採用新技術的關鍵行動者；連接型社會資本則是金融機構研究中心及果農協會，分別提供資金、最新知識及當前出口資訊。綜合上述，結合型社會資本屬於封閉網絡（close networks），成員間同質性高，為強連結關係，藉由彼此的信任關係，在經驗交流上具有能夠互相學習的的優勢，但因彼此性質相似，如欲獲得新的觀點就有所限制。而由橋接與連接型社會資本組成的開放網絡（open networks）中，成員間為弱連結，具有獲得新知識與資訊的優勢，有利於潛在創新知識的傳播。Cofré-

Bravo 等人 (2019) 發現，農民會因為自身的動機、能力、既有資源、所具有的資訊來源來組成達成農場創新所需要的網絡。

Greenberg 等人 (2019) 亦提到，在鄉村創業面臨如缺乏資金、合作夥伴、目標客群、地理位置因素等限制，因此需要積極連結內部與外部網絡來克服限制，當鑲嵌在地方網絡，如家庭、社區提供的場域、人力的資源，能夠降低成本，利用既有的資源來運作；而外部網絡的鑲嵌更為重要，能夠拓展客源、創造附加收入，並且對於原本以農業生產為主的創業家來說，更能夠與「非農」產業，如設計業、自由工作者等進行合作，拓展到更大的市場，研究也提到，促使內外雙層網絡鑲嵌的原因可能這些鄉村創業家是返鄉二代，教育程度高，具有都市習得的專業技能，將過往的經驗投入到鄉村創業，創造鄉村中的工作機會、提升居民收入，更吸引人口回流。Greenberg 等人 (2019) 研究提到外部網絡能增加更多商業上的可能性，亦與 Granovetter (1985) 做呼應，皆強調弱連結及開放網絡獲得潛在知識的重要性。

在行動的知識類型上，可分為外顯知識 (codified knowledge) 與默會知識 (tacit knowledge)。外顯知識又稱為編碼知識，通常很明確得能被紀錄與呈現 (know-what 與 know-why)，例如科學研究報告、教科書、網站來得知；而默會知識則是需要透過經驗中學習，以獲得其中的訣竅 (know-how)，或是擁有關鍵資訊的人物 (know-who)，較不易透過口語化的方式表達，如學習腳踏車便是一例，因此默會知識需要透過沈浸在環境中親自習得，兩種知識類型分別連結到不同的網絡 (Smedlund, 2008)。Sutherland 等人 (2017) 發現小農若要在經營農場採取新策略 (如生產技術、補貼與法規以及農村旅遊多樣化發展) 時，會透過不同類型社會資本所組織的網絡來獲得行動所需的知識，其中的網絡分別是集中式 (centralized networks)、分佈式 (distributed networks) 以及去中心化 (decentralized networks) 網絡。首先，在集中式網絡中，知識透過中央節點傳播，對於解決常規性的問題最有效，也就是明確標準化的外顯知識，可以經由書本、網站等資源直接獲取，知識交換的形式是由農民個人與官方單位進行一對一互動；其次，分佈式網絡主要依賴強連結社會資

本，成員是由具有相同價值觀、高度信任關係的農民間所組成，行動的基礎是在互惠上，有利同儕間技術的交流、學習與實踐，默會知識在這樣的網絡中最容易獲得，然這樣的網絡因成員間的同質性高，在獲取創新的知識上較為緩慢、呈現漸進式發展；最後，去中心化網絡的行動者組成多元，由多個節點連接到差異性大的個體，網絡特徵是不斷變化和不對稱性，並主要透過外部的弱連結團體來獲得潛在的創新知識，如農業的創新先進技術，而網絡中的「看門人」(gatekeeper)在連接不同行動者上尤為重要的，具有跨越不同網絡界線的關鍵功能，擁有連接鄉村與外部的能力，包括農民與各式各樣的參與者之間的連結，有利潛在創新知識的傳播。如下圖一呈現三種網絡的不同結構特性。

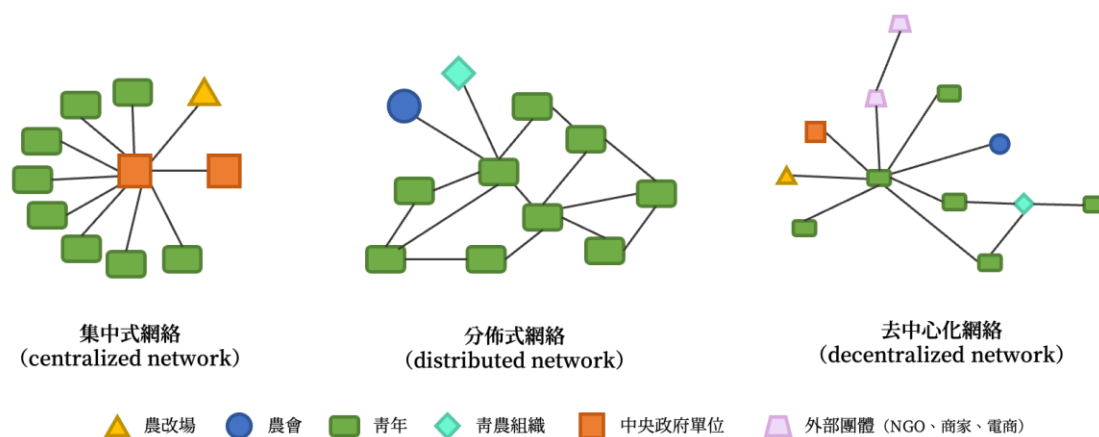
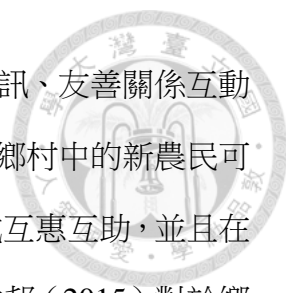


圖 2 知識網絡之結構

如上所述，青年在鄉村所依賴的維持生計的方式、工作的選擇與自身社會資本及所形成的社會網絡息息相關。不同類型的網絡能提供青年在鄉村生活所需的支持系統，並對於所從事之行動，如農業的補助、生產、觀光旅遊、又或是情感的支持上提供所需知識及資源 (Sutherland et al., 2017)。許瑋 (2014) 探討鄉村移民之社會網絡與支持研究提到，是否能從網絡中獲得支持是影響長期待在地方的關鍵，鄉村移民能藉由所建立的社會網絡中與他人的連結和互動來獲得不同面向的協助。劉燕霖 (2014) 則提到，移居者在鄉村中會尋找共同理念的社群，並且會因成員的同質性與地緣關係，形成緊密的人際網絡關係。而對於網絡提供的協助，鍾佳好



(2015) 指出，返鄉者所建立的不同網絡中，具有分享、傳遞資訊、友善關係互動的功能，能更構成為相互支持的體系。吳宗澤 (2019) 亦提到，鄉村中的新農民可能因為缺乏地緣社會網絡的支持，而更傾向透過社群連結的方式互惠互助，並且在新的農民社群中找尋自我認同與嘗試創新的機會。相似地，陳政邦 (2015) 對於鄉村移居者研究提到，個人、團體的社會與文化資本所組成的社群、網絡能夠彌補地方網絡的限制，對於移居者在當地的生活有所幫助。對於進入鄉村的青年來說，如何融入地方、建立不同社會網絡是在能否在當地持續生活下來的關鍵，而建立網絡的過程是目前對於青年人鄉亟待討論之處。

綜合上述，社會資本存在與人與人之間的關係，特別是對於在鄉村發展創新、創業行動的青年來說，需克服鄉村的限制來維持生計。當要發展與傳統農業生產不同模式的創新活動時，如地方創生是以地方產業作為基礎，創造鄉村中新的商業或社會性行動，行動者所具有的社會資本會影響採取的策略。過往的研究多將農民視為同質性背景，然而不同遷移類型的人鄉青年具有不同的社會資本，透過討論社會資本的差異如何影響知識的獲取，來了解鄉村中不同遷移類型青年支持網絡的樣貌與知識的獲取，以及不同社會資本所組織的網絡對於當今鄉村發展的意義。

第三章、研究設計



第一節、研究地點介紹

本研究以質性研究作為取徑，考慮到研究目的及可行性，以個案研究(case study)進行。研究地點為苗栗縣公館鄉，聚焦於不同遷移類型之青年如何推動紅棗產業的六級化，透過公館鄉紅棗產業之個案研究，來釐清本研究之問題。

個案研究強調系統性知識的創造，藉以產生概括性的理論論述，而個案研究是以特定的空間和時間為範圍，聚焦特別、完整的事件、單位的研究設計，透過深度觀察所欲了解的特定分析單位(unit of analysis)為基礎，進一步了解所屬類別(class of events)的整體性質。個案研究作為研究方法的途徑，針對特定分析單元提供的詳細資訊，能讓讀者以同理心的方式獲得整體性的了解，並進而平行思考其他類似單位是否具有類似性質，一方面透過更多平行的研究加以印證；另一方面也可以嘗試歸納、整理出所屬類別的整體樣貌或本質(瞿海源等人，2015)。

一、地理位置

作為本研究之地點，公館鄉位於苗栗縣的中部，介於八角嶼山脈與後龍溪之間，北連苗栗市、頭屋鄉，西臨銅鑼；東毗獅潭鄉，南接銅鑼及大湖鄉。地形南北長，東西狹，全鄉面積 71.4523 公里，海拔自 70-750 公尺之間。境內共有十九村，並依地理特性區分為公館(包括館中村、館東村、館南村、中義村、玉泉村、大坑村)、福基(福基、福德、福星、石墻、開礦村)、鶴崗(五谷、玉谷、鶴岡、鶴山、尖山、仁安、南河、北河)三個區。公館鄉在苗栗縣的地理位置上是交通的要道，由於中山高速公路在公館鄉的五穀村設置交流道，因此成為其他鄉鎮上高速公路必經之地，同時亦有東西向快速道路經過。

而在水文上，除山田及旱田屬於山坡地外，所有水田分佈在鄉的西部平原。主要經過公館鄉的河流為後龍溪，自泰安鄉流經大湖、獅潭後經過公館鄉的福德、開

礦兩村到福基穿龍圳，是鄉內主要引入灌溉用水之處，而區域排水良好的條件也為農業經營奠定基礎。



圖 3 公館鄉行政區域圖

二、產業現況

在工商業上發展上，由於公館鄉的出礦坑的油氣開發有百年歷史，石油及天然氣礦業生產總額為 81 億元，位居全國各鄉鎮市區第二。同時因苗栗縣擁有頭份、銅鑼、竹南工業區以及科學園區持續發展，進入工業區的從業人數歷年來也不斷增加（苗栗縣政府，2016）。

在農業發展環境上，公館鄉東南北三面有層巒重疊，西有後龍溪，形成山多田少的小盆地。因土壤肥沃，灌溉便利、氣候適宜，水稻產量多，有苗栗的米倉之稱。稻作是當地的重要糧食生產作物，而在稻作產業上，比較特別的是，日據時代時，日本政府指定當地農家引清泉灌溉水稻，收穫的稻米必須送至日本皇宮，作為「新嘗祭」與「神嘗祭」春秋兩大祭典之貢米，種植此種「御用」稻穀之田地，被稱為「獻穀田」，而這樣的名稱也沿用至今，目前有一半種植面積為水稻，是當地主要



的農作物，品種為台梗九號，公館鄉農會也以獻穀米建立自有品牌。在特色農產品的推動上，主要具有柿餅、牛心柿、柑橘、芋頭、福菜、榨菜等農產品（公館鄉公所，1994）。

表 1 公館鄉主要農作物種植面積（單位：公頃）

年度	紅棗	芋	柿	稻米
99	35.12	471.85	88.6	781.39
100	44.25	347.48	88	787.14
101	44.25	352.93	88	765.47
102	44.57	383.5	88	784.59
103	44.57	424.23	88	764.38
104	46.96	428.42	88	774.28
105	49.66	428.52	88	838.44
106	77.9	431.92	99.48	746.77
107	81.3	391.8	99.48	703.21
108	80.58	445.51	95.99	689.96
109	84.3	355.53	95.65	823.82

三、人口現況

公館鄉東半部以丘陵、台地為主，西半部為平原區，因此人口受地形的影響，西半部密集、東半部人口較為稀少，而在西半部的平原中，又以館中村的人口密度最大，目前公館鄉總計人口共有 3,1822 人，總戶數共計有 1,058 戶。在族群方面，根據客家委員會 2017 年的鄉鎮市區客家人口分佈推估，公館鄉廣義認定的客家人口有 89%，是全國客家六口分佈比例第八高的鄉鎮。



近十年來，公館鄉也面臨到人口外流、高齡化問題。如下圖一所示，公館鄉的人口增加率在十年間呈現大幅下降之趨勢，最高從民國 100 年的 2.13%，在 108 年降至-15.46%；而從圖二之老化指數來看，民國 99 年與 100 年仍維持 93.71 和 97.41，然在近十年來卻不斷上升，至民國 109 年高至 167.99。

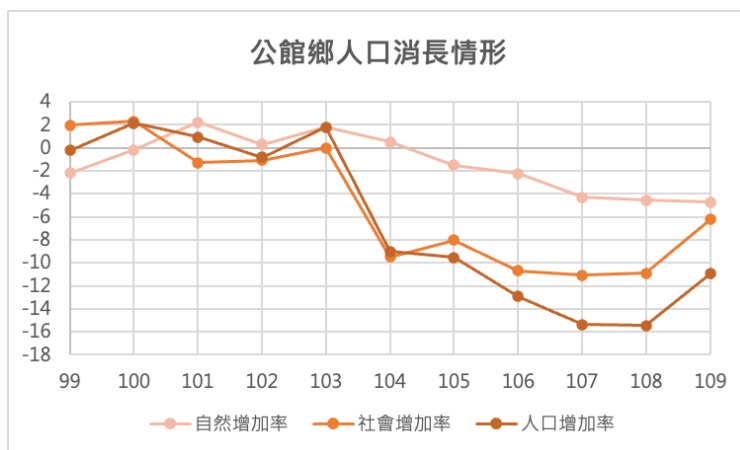


圖 4 公館鄉人口消長情形

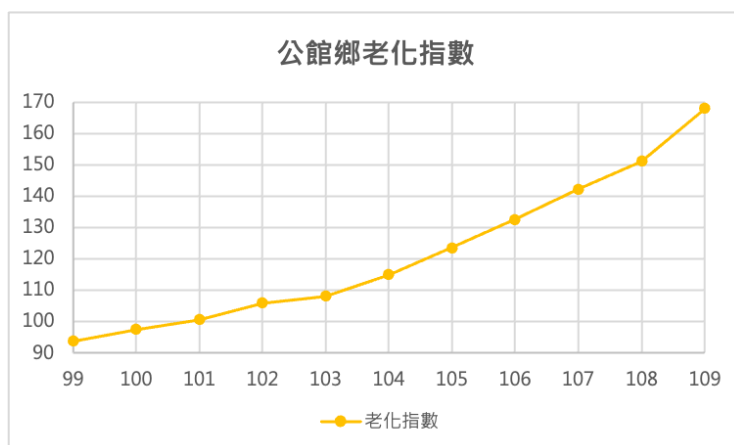
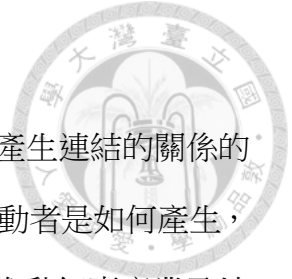


圖 5 公館鄉老化指數

(資料來源：苗栗縣戶政網)




第二節、資料搜集方法

為捕捉不同遷移類型之青年與鄉村內外部不同行動者、組織產生連結的關係的方式，以及在推動產業發展的過程中，重要的連結關係及關鍵行動者是如何產生，本研究主要以**深度訪談法**進行資料搜集，對於近期進入公館鄉推動紅棗產業及地方發展相關之青年進行訪談及活動觀察。根據遷移類型的不同，又可分為返鄉與移居青年，皆在公館鄉從事與紅棗產業相關的行動，透過訪談之方式了解青年返鄉、移居鄉村的過程、面臨的問題、行動的策略、支持的網絡與互動關係，探討地方創生行動如何被實現。除了訪談外，也輔以參與式觀察法，對於青年所舉辦的活動、組織行動的過程，包括組織會理監事議的參與、以及七月份之紅棗文化節活動進行觀察，並以田野筆記的方式做紀錄。同時，也對於作為地方農業發展重要角色的農會領導人進行訪談，希望了解農會如何看待入鄉青年的角色，及作為農業相關政策的執行單位，農會提供協助的方式以及彼此的互動情形。

第三節、研究對象說明

在研究對象的設定上，主要以進入鄉村（包括返鄉與移居）推動紅棗產業六級化行動之青年為主要探討對象。返鄉者指的是公館鄉當地人，因教育、工作等因素遷移至都市後，回到公館鄉生活；移居者則指的是非公館鄉當地人，移居到公館鄉生活。本選取不同遷移類型以及產業各種面向之受訪者之原因在於，不同遷移類型的青年在進入鄉村的前後具有不同的人或組織的協助與連結，包括是否在當地有社會網絡、與地方熟悉的程度等，皆會影響他們後續發展行動採取的策略。此外，青年來到鄉村具有不同的動機，在鄉村中維持生計之方式亦不同，在產業的投入上，一級的生產、二級的加工以及三級銷售，或甚進一步結合為六級產業，皆為青年在鄉村維持生計與發展行動可能涉及的範圍，因此本研究亦將從事不同作物、產業之青年加入討論。



本研究透過研究者之人際網絡來找尋參與者，由農會推廣股推薦合適之對象，並利用滾雪球抽樣之方式藉由受訪者之人際關係引介其他適合之對象。主要研究對象有 11 位，包括 6 位返鄉青年（4 位主要生產紅棗、1 位生產芋頭、1 位為柿餅加工業者）、2 位從都市來到鄉村的移居青年（1 位為生產紅棗與街區營造領導人、1 位主要生產有機農作物）、1 位為城鄉往返工作及居住之的青年（為友善農產小舖負責人）、1 位在鄉村間遷移的移居青年（養蜂業者）。此外，也輔以訪談 1 位推動紅棗產業發展之農會領導人作為受訪者，了解農會作為掌握重要政策資源，對於本研究對象入鄉青年所扮演的角色。

在訪談的執行上，本研究採取半結構式訪談法，受訪者至少會有一次訪談，因資料搜集飽和度，其中兩位受訪者也接受了第二次訪談。每次訪談時間約 1-3.5 個小時，訪談地點主要位於受訪者的工作場域，包括農場、旅遊中心等地點，亦有一次因疫情之關係配合受訪者做線上訪談。在訪談之前會先告知研究目的、徵詢受訪者同意後才會進行，並經過受訪者允許後進行錄音、拍照等可能與受訪者互動之情況以供後續分析，訪談結束後，本研究將訪談內容、田野筆記謄錄為逐字稿進行分析，同時在研究內容的呈現中也會以編號之方式將受訪者匿名，確保其個人資訊及隱私。

此外，本研究輔以「參與式觀察法」充實資料的完整性，希望能夠進一步了解受訪者如何進行紅棗產業的地方創生行動。如研究對象所從事的活動並非皆以一級農業生產為主，更涵蓋二三級產業，如加工、休閒觀光、行銷等面向。因此農民市集、節慶等活動的舉辦亦為本研究的觀察重點。透過參與式觀察法的方式，能夠進一步了解在受訪者所舉辦、參與的活動中，他們與不同組織（包括政府機構、地方組織如社區發展協會）及行動者（包括消費者、地方居民）的互動情形，在資料的紀錄上，研究者以田野筆記、照片資料等做紀錄，作為訪談逐字稿的補充，同時對於半結構式訪談法不足的地方做實際資料的輔助與檢視。

在本研究主要受訪者中，年齡分佈在 35 至 57 歲，雖然根據農委會青年農民定義之年齡為 18 至 45 歲，但臺灣農業經營管理者平均年齡為 64.4 歲（農林漁牧普查，2020）。本研究受訪者之年齡區間落在 35 至 57 歲，這些青年無論是返鄉或是移居的當下，多數從事農業生產，進入鄉村的年齡都還在青農定義的範圍，相對於臺灣目前農民的平均年齡，都是年輕的，因此在概念上仍將研究對象定義為青年農民。研究對象主要以農業為核心，從事生產、加工及銷售維持生計，並都有加入相關之農業生產、社區發展組織拓展農場外的行動，或擔任組織的幹部。在主要研究對象的關係上，U1、U2、U3、U4、U5、U6 皆為公館鄉本地人，在不同的時期分別回到家鄉、從事農業的生產，進而延伸到休閒農業或社區發展的行動；J1 非本地人，但原先也居住在鄉村，因工作關係來到公館鄉；I1、I2、I3 本身皆為臺北人，後移居到公館鄉，較需特別說明的是，I1 在都市為農產品電商平台負責人，I3 為電商平台之員工，彼此為雇主關係，I3 因工作緣故來到公館鄉，進而在臺北與苗栗往返居住與工作。受訪者與研究對象之詳細背景如表二及表三之說明。

表 2 受訪者基本資料

編號	遷移類型	性別	婚姻狀況	年齡	入鄉時間
U1	返鄉	男	已婚	42	2010、39 歲
U2	返鄉	男	已婚	40	2016、34 歲
U3	返鄉	男	已婚	48	2016、42 歲
U4	返鄉	男	已婚	48	2014、40 歲
U5	返鄉	男	已婚	37	2011、26 歲
U6	返鄉	男	已婚	38	2019、35 歲
J1	移居	男	已婚	48	2011、37 歲
I1	移居	女	未婚	57	2009、44 歲
I2	移居	男	已婚	44	2015、37 歲

I3	城鄉往返居住	女	已婚	35	2013、26 歲
A1	X，前農會總幹事	男	已婚	68	2009、54 歲



表 3 研究對象基本背景

編號	農業經營重心	作物類別	特色描述
U1	農業生產為主、 休閒農業為輔	紅棗	休區理事長、百大青農、紅棗王
U2	農業生產為主	紅棗、火龍果、蛋 雞	休區會員、青農聯誼會總務、青新友善 生產合作社會員
U3	農業生產為主	紅棗	休區理事、青農聯誼會副會長
U4	農業生產為主	紅棗、稻米芋頭 輪作	休區理事、青農聯誼會會員、蔬菜產銷 班班長
U5	農業生產為主、 休閒農業為輔	芋頭	百大青農、休區常務監事
U6	農產品加工為主	柿餅加工	休區理事
J1	農業生產為主、 休閒農業為輔	養蜂	十大神農、休區理事
I1	街區營造推動為 主，農業生產為輔	有機紅棗	電商平台負責人、街區營造推動者
I2	農業生產為主	有機紅棗、香瓜、 蒲仔、玉米筍、粟 子南瓜、番茄	青農聯誼會會員、青新友善生產合作社 會員
I3	農產品銷售為主	X	電商平台行銷企劃、農產小舖負責人



第四節、資料搜集內容

為針對本研究地點公館鄉中從事紅棗產業相關之青年做討論，在訪綱的設計上分為以下六個部分：（1）社會人口特性：年齡、婚姻、教育程度、遷移歷程、鄉村置產情形；（2）返鄉/移居鄉村的原因：契機、決定因素、過往都市生活經驗；（3）創生行動策略：與紅棗產業的連結、行動模式、銷售管道；（4）行動所連結之人與組織：主要合作的行動者或組織、接觸及互動的方式、疫情下的影響；（5）與地方的互動情形：初期進入的過程、與地方居民的互動、參與地方活動情形、青年合作關係；（6）未來的發展方向：未來規劃、資源擴展、農業之理念與看法、續留當地的動力與想法。在訪談前，根據每位受訪者農場規模、生計型態及受訪者之間曾提及的互動關係，訪綱會因受訪者的情況做適度的調整，也會因每次受訪者所回答之方向不同，修正問題後再繼續補充訪問，以便做後續之編碼分析。

第五節、資料分析過程

在資料的分析上，本研究首先將訪談及田野筆記之資料做紀錄與逐字稿整理，接著進一步進行詮釋與分析。而在訪談法的分析上，本研究將利用 Kvale（1996）所出的四種策略進行分析，包括（1）意義濃縮（*meaning condensation*）：將受訪者的表達以簡短的說法呈現、（2）意義分類（*meaning categorization*）：將訪談編碼，以作進一步分析的基礎、（3）意義詮釋（*meaning interpretation*）：不僅是將顯而易見的訪談意義組織，而是涉及更深層的詮釋、（4）特製調配法（*ad hoc use of different approaches*）：針對研究的性質，綜合靈活運用前述的各種模式。在資料的分析上，將訪談的逐字稿依據本研究之問題「青年入鄉之動機」、「遷移類型如何影響知識與資源的獲得」、以及「青年在鄉村行動所扮演的角色」，從中節錄重點、概念化分類來找出能夠解釋、回應研究問題之論點，並透過研究問題之回應，從中了解入鄉青年的現況及支持網絡。



第四章、地方產業的創生：紅棗與青年行動

農業長期以來被視為弱勢產業，許多青年卻選擇回流、移居到鄉村投入農業，更以地方特色產業為基礎發展個人及組織行動。這些青年的行動，不限於一級產業的農業生產，更涉及二級產業的加工及三級產業的休閒觀光旅遊，朝產業六級化邁進，進一步對鄉村的經濟及社會產生影響，如創造農業就業機會、推動社區發展協會、規劃校園食農教育等。為探討青年入鄉的現象，理解青年如何以農業生產為基礎維持在鄉村的生活與生計，需先針對地方的農業概況做討論。

在本章中，旨在描述本研究地點苗栗縣公館鄉地方特色作物「紅棗」的產業發展契機及友善耕作的形成。目的在釐清紅棗作為地方農業發展作物的重要性，如何讓許多青年入鄉以紅棗為基礎，投入農業生產的行列，同時透過討論青年累積紅棗生產的知識與技術的方式，進一步了解其在農業生產上的支持網絡。

第一節、公館紅棗的浮現：友善耕作的形成機制

紅棗在公館鄉儘管長期以來都有種植，但面對到進口競爭、產銷不透明未整合以及農民缺乏經營管理能力的限制下，紅棗並未受到重視，經歷過當時情形的 I1 對於紅棗產業做以下描述：

I1：「當時紅棗價格很低，一般批發商他們產季前會來這裡，所有的棗園看一輪，看到他喜歡就會跟農場主說『欸你今年要不要給我包』，然後他就會喊價，他們都會喊很低價，那以前早期產銷不透明、結構不好的時候，農民就『喔有人買』他就賣對不對，那他們可能一開始會從 50、60 塊開始喊，他們有的比較狠看你老農就會故意拉低價錢說 30 塊，早期農民不是很好……販仔，他的心態就是看準農民，我不跟你買，你放著會壞掉，為什麼？從前的人不講求冷鏈對不對，他沒有冷藏設備然後曬完就趕快賣掉，產季結束農民可以銷掉，以前的老農概念是這樣。」




紅棗產業關鍵的契機在 2008 年的金融風暴，農會作為地方農業發展重要的角色，對於作物生產規劃、產銷結構有很大的影響力。面對到社會急遽變化，必須調整農會的發展方向，重新省視地方農業的發展，因此，如何將當地的產銷做適當的規劃與整合是農會作為地方主要農業推手角色的重要課題，在盤點完資源後，農會認為相較於地方其他的作物（如稻米、芋頭等），紅棗的發展具有前瞻性。如同其他鄉村地區，公館鄉面臨農業人力老化，加上當地的土地面積小，策略上無法採取大規模採量，因此以精緻、形象提升及結合農業觀光旅遊的方式是推廣的主要策略。

然而，面對中國大陸進口紅棗的競爭仍是公館紅棗最大的挑戰，策略上，農會透過公館紅棗是具有「高品質、新鮮」的形象凸顯在消費市場上的定位，核心目的是要與進口紅棗做出產品區隔，因此透過建立地方識別意象與推動鮮果食用兩個大方向來提升國產紅棗的能見度。在推動過程中，也隨即面對法規挑戰，當時在食品安全衛生法中，紅棗被列為中藥材管制，農民無法自行將鮮果曬乾做紅棗乾販售，消費者僅能向具有證照的中藥行購買。在向中央單位的陳情以及中醫師等關鍵行動者倡議下，紅棗在法規上也鬆綁為食藥兩用，臺灣紅棗的消費市場也開始逐漸成形：

I1：「改良場也沒什麼作為嘛，他們當時認定紅棗產業產值太小，只有 120 個人種沒有市場規模，然後中藥商說臺灣紅棗沒有療效，所以他是處於一個很劣勢的。後來慢慢有中醫師說臺灣的很好啊，就是你需要一些所謂的關鍵族群，這些關鍵人士去講話，消費者就會……第一個臺灣嘛，第二個他是安全食材，然後再來就是說他在那年就把它改成藥食。」

當紅棗開放為食藥兩用，進口紅棗亦能以食材的名義進到市場，國產紅棗面對衝擊將更大，需要透過作物的栽培管理、標章驗證與規範等生產與加工的規劃來強調與進口的差異性，公館紅棗是具備「安全、乾淨、品質」的特點。為凸顯上述特

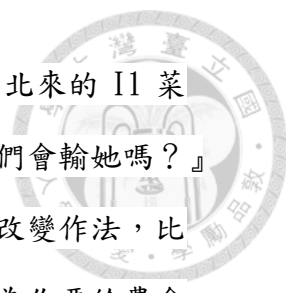


色，在推動的策略上，生產檢驗必須是「無農藥殘留」，也要使鮮果及加工產品皆通過「產銷履歷驗證」及具有「產地商標認證」識別。然而過去農會對於安全認證規範的推動並不熟悉，當時移居到公館的 I1，因具有農業背景，是紅棗形成友善耕作模式的關鍵角色，她向農會提出的建議促使紅棗的產銷體系做出改變：

I1：「紅棗早期民國 100 年的時候沒有產銷履歷，那時候我知道農委會一直在推這個東西，我覺得農會都還是很驕傲說『你看我們紅棗全臺灣獨一無二』，我那個時候就跟農會推廣部的成員講說『你認為你臺灣紅棗這個品牌的優勢可以让你維持幾年？』……那時我就跟總幹事 A1 說，你要趕快趁機跟農糧署反應，紅棗沒有 TGAP 良好作業規範，所以你要跟他說要趕快訂定讓公館紅棗開始去做產銷履歷制度，那個時候 A1 還問我說產銷履歷是什麼？就是那個時候開始，他們就很認真，以前改良場啊，農糧署說我們訂個 TGAP 通常要兩年，結果那次一個月就出來了，明明就有，那很簡單的事。流程應該是改良場會提出一個版本給農糧署，農糧署審查過了就可以公告，那農民依據那個東西去作業就可以去申請產銷履歷驗證，當中農會還有很多事要做，因為他必須讓農民轉變觀念。」

要改變農民長期以來觀念與習慣的過程並不容易，不只是農民對農會的信心，要如何讓農民認為實行友善耕作會比過去還要有更好的收入，透過彼此互動與比較也漸漸潛移默化農民的作法，移居的 I1 一開始便是以有機方式種植紅棗，初期會面臨當地農民的質疑與不信任，然因有機的價格較高，也逐漸使當地農民認同友善耕作、與農會契作的可行性：

I1：「有時候媒體報導，他（當地棗農）就會覺得『喔你紅棗賣很多錢』，所以在這些青農還沒進入之前，他們就會開玩笑說，『喔這公館紅棗的價格每年都要來問一下 I1 今年賣多少當個參考值來開價』……比如說我講嘛，早期 250 塊 1 斤，他就發現天啊你為什麼賣 700 多塊，阿我也用有機資



材，因為 A1 以前會用激將法，他會跟大家說『你看那個台北來的 I1 菜鳥，她做有機，東西都賣你們的兩倍，你們都種那麼久了，你們會輸她嗎？』A1 有跟我講過他以前會用激將法，然後就讓那些農民開始改變作法，比如說他第一個就是先契作，讓他們改變用除草劑的習慣，因為你要給農會收購你就不能用除草劑，類似這樣子。」

接著在規範的形成上，農會主要透過兩項策略建立起農民跟農會間的信任關係，首先是在民國 100 年時全面契作提高收購價格，讓農民有立即的收益、建立信心願意接受後續產銷履歷的輔導，接著第二個方式為擴增產銷班班數、共同訂定收購價格。在收益的提升下，農民看見栽種紅棗的經濟效益，也願意朝向收購價的最高標準條件走，觀念慢慢轉變、進入友善耕作的體系中。

身為紅棗產銷班班員的 U4 也提到產銷履歷、無毒驗證作為符合農會收購條件的必要性，如欲繳交給農會，在栽培上勢必要以友善耕作的方式執行：

U4：「你做友善還有加入公館農會產銷班，你變成你有這些，做產銷履歷，他才要收你的紅棗，你沒有做這些動作的話他不見得要收。因為來源我不知道你到底是有噴農藥還是沒有噴，像中興大學他們採收前也會來化驗友善，農會也是會來，如果有驗到農藥殘留的話，就不能賣了。要採收前一個禮拜時間都會來採驗，通過的話，他們要 ND 完全無毒，農會才要收你的紅棗。」

在政策資源的配合上，農會緊接著於 2017 年向農委會申請成立「農業經營專區」，將紅棗列為主力作物。透過鼓勵稻米與芋頭轉作、新栽種與休耕地活化等補貼措施來擴大種植面積，再配合友善耕作驗證、訂定規範等方式提升栽種品質，做出進口紅棗的產品區隔，使價格逐年提升，在地方特色作物的推動下，使公館鄉成為臺灣唯一專業紅棗生產區。在數據統計上，紅棗種植面積從民國 99 年的 35.12



公頃在十年間成長至近 100 公頃，收購價亦從當初販售給盤商一斤不到 50 元，現今的友善耕作農會收購價可至 130 元，成為高經濟價值作物，棗農數量逐年提升。

一路跟著紅棗產業發展，曾獲選為紅棗王的返鄉青農 U1 提到：

U1：「99 年之前吧，一斤生鮮紅棗大概是 45 到 60 塊之間，短短兩三年到我 99 年回來，101 年 103 年價格就慢慢一直往上漲，從大概 110、112，到最高農會在 105、106、107 年最高到 130，所以大家覺得已經大概有一倍以上的成長空間，所以這幾年就越來越多人種。」

第二節、紅棗的創生行動：當青年入鄉後

從上一節了解紅棗過往在不同行動者合作下，奠定當地友善耕作的基礎過程，以及作物的特性如何做出市場的區隔得以具有高經濟價值。近年來，基於紅棗產業的發展，也陸續有青年入鄉投入種植行列，不同作物的青年也在其中相互合作，青年人力資源的投入使地方產業的發展有不同的面向。因此在本小節中，將以青年入鄉的動機與原因以及維持生計的型態與方式來說明當今返鄉歸農現象下，地方特色作物如何作為青年選擇在鄉村維持生計的原因。

一、青年入鄉的動機與原因

根據行政院農委會青年農民定義之年齡為 18 至 45 歲，在現況來看，臺灣農業經營管理者平均年齡為 64.4 歲（農林漁牧普查，2020），本研究受訪者之年齡區間落在 35 至 57 歲，這些青年無論是返鄉或是移居的當下，多數從事農業生產，進入鄉村的年齡都還在青農定義的範圍，相對於臺灣目前農民的平均年齡，都是年輕的，因此在概念上仍將受訪者定義為青年農民。

在本研究的返鄉青年中，也就是原本居住在當地，離開鄉村到都市工作後，選擇回到家鄉工作、生活，這些青年過往所從事的職業背景，如護理師、工廠技術員、工程師、設計公司主管、業務、工業黑手等皆與農業沒有關係，然共同點是上一代

都從事農業生產。青年返鄉的契機最主要是「家庭因素」，因為父母親生病、家中農事沒有人繼承，需要回家照顧長輩。另外「職業倦怠」也是影響返鄉的關鍵因素，對他們來說，放棄原先在都市的工作，換個環境回到家鄉接家業、照顧長輩的同時也能維持家中既有的農業生產：

U2：「我父親身體出現了一些狀況，就加護病房都進去了，差點就走掉了……回來那就好吧，那我就回來就近照顧順便就接起來，然後從零開始喔，我雖然是農村長大但從來不碰農的。」

U3：「他（青農）也是媽媽年紀大了，大家（返鄉青農）基本上很多會回來大概都是回來接家業。」

U5：「其實一開始還在臺北工作的時候，那時候有一點像是職業疲乏，做得也蠻辛苦的……每天都在一直寫程式修改，身體的累、很疲乏的累，應該是講說精神的累，因為那個壓力很大。」

對於移居者來說，I1 與 I2 是臺北人，移居前未有務農經驗；J1 則是彰化員林人，在移居前是蜂農，具有鄉村的生活經驗。

I1 想要到鄉下生活的契機是因為父親喜好農作，加上希望能讓飼養的愛狗有寬敞的空間活動，在朋友的介紹下來到公館、購買到紅棗主要種植地的石牆村的農地，接手農地上既有的紅棗樹，由於過往工作是與農業推廣相關，加上具有有機農法理念，因此在農場的栽種上便以友善耕作執行。相較於 I1 具有農業背景，I2 則未有任何經驗，移居的契機是因為想要轉變在都市的生活型態，選擇以務農作為主要維持生計的型態：

I2：「全家人有共識，因為覺得說在臺北已經過很久的都市生活，就會想說嘗試一下轉變……其實剛來鄉下的時候也沒有投入農業，想說既然都來



到鄉下我就是直接，我本來是有一段時間在餐廳工作，然後來做也覺得沒有很順，然後就想說乾脆走農業這條路。」

繼承家中養蜂業的 J1，因不同季節需要隨著花源地點搬遷到桃園、南投、屏東等地居住，南北奔波是採蜜的日常，然而為了小孩的教育必須找地方定居，使其選擇移居到當地：

J1：「我們是隨著花去搬遷，我本身是彰化人，民國 100 年的時候搬到這邊來……因為我們就是逐花而居，所以說都會是跟很多人接觸這樣。那半年半年這樣住的話，我的小孩要讀書不行，所以我們就找一個養蜂的基地，那就好幸運的，就來到這邊，好山好水，很無聊是不會啦，因為我們做農很精實。」

在參與研究的人鄉青年中，返鄉者大多是因為家庭因素而選擇回到家中照顧父母，這也呼應過往研究提及對返鄉者來說家庭成員扮演角色的重要(陳美芬, 2005、2007；林勇信, 2011)。對於移居者來說，來到鄉下生活的契機是希望改變在都市的生活型態、偏好鄉村的環境與步調，如 I2 所言：「心境上比較不會在都市心情那麼……每天都覺得趕來趕去這樣子。」，然而會選擇以苗栗作為移居的地點，地理位置是重要因素，I2 因為家人分別住在彰化與臺北，而選擇苗栗作為交通較為方便的移居地點，J1 則是因為養蜂需要尋找中間基地而來到。歐美逆都市化相關研究多強調鄉村環境、寧適性對於想要在鄉村生活者的拉力，然在本研究中，這樣的特性多顯現在移居者，對於返鄉者來說，家鄉是自己本就熟習的地方，並不會特別強調鄉村環境對自身的拉力。然而，除了環境寧適性外，地理位置對於入鄉者來說也有關鍵影響力，公館鄉是苗栗高速公路的主要交流道，交通來往方便，相較於歐美逆都市化研究討論的鄉村與都市距離遙遠，更反映在臺灣的城鄉距離近，像公館鄉具有農業生產，同時也與城市不遠的鄉村地區來說，會是移居者考量地點的因素。



二、青年的農業生計型態

在本次的受訪者中，除 I1 及 I3 並非主要以務農維生，其餘受訪者皆是農民，4 位以種植友善耕作紅棗為主、1 位主要生產有機作物搭配紅棗栽培、1 位為芋頭農、1 位為柿農、1 位為蜂農。以農業生產為基礎，青年透過建立品牌自產自銷、發展農業體驗、觀光採果的活動來擴展生產的面向，不同於傳統的生計模式多繳交給盤商，農民較少議價空間，青年將過往的求學與工作背景轉為維持生計的動能，展現新的農業經營型態，對鄉村發展蘊含重要意義。

多數青年未有農業背景，但過往的工作的經驗也間接影響農業耕作型態，一致認為友善耕作是未來消費市場的趨勢：

U1：「其實這個想法（有機）從我一開始回去就有……前兩、三年的時間都在學習栽種紅棗，前三年其實都一直跟著父親種慣行農法，我們是因為在醫院上班，看到很多內科病房的經驗是因為食安、吃的問題而引起的，所以那時就試著跟父母親溝通是不是可以用不使用農藥的方式去做栽培管理……然後我覺得這種是未來的趨勢、消費者的接受很重要。」

此外，「農田永續利用」的觀念也深植青年心中，認為土地如租給外人，會得到不好的照顧，因此希望用友善的方式對待自家的土地：

U2：「有考慮說家裡的田是不是要租人，因為爸爸沒有辦法做，然後他又捨不得，而且租人有一個問題是……長期幾十年租人種水稻、芋頭地都壞掉了，因為過量的施肥跟農藥，所以有些問題也是延伸我後面接手後一直到現在沒有辦法去處理。」

從事有機農法的青農 I2 更將有機耕作與鄉村的特性做連結，認為移居鄉下從事有機對他來說是一種必然的選擇：



U2:「我接觸農業的時候就都是有機，反而是你叫我做慣行農法我不會做，而且我是從都市來的，如果從都市來……不可能就說我從都市跑來鄉下做慣行農法，這樣我就留在都市就好的感覺啦。」

返鄉青年在作法上，父母原先使用慣行農法，要轉換成友善耕作並非易事，包括土地養分培育、資材使用、驗證規範都要自行摸索。對他們來說，成為一位專職農民需要投入大量時間成本，也會因為與上一輩做法不同而產生家庭的紛爭：

U1:「狀況還蠻慘的，就是你要從慣行的使用農藥到沒有農藥，那些病蟲害，尤其第二、三年的時候狀況真的蠻慘的，整個收成、收穫、營利這些都下降非常多，然後就被罵，被罵得很慘。」

U3:「今年算是第七年、六七年，我現在反而又覺得說，如果要務農要越早回來越好，因為務農這個時間的成本太高，像紅棗一年就一收，你今年摸索沒有出找到正確的你要的答案，下一次又是一年後，你有多少年可以這樣子。」

除了耕作做法以外，當生產穩定，青農會想要走不同於傳統生產，涉及後端加工及銷售的模式。返鄉青農的上一代專注在種植，後續繳給盤商或農會，收益不高，所耗費的人力又多，青農返鄉後大多一人處理農事，頂多有家庭成員如父母親、配偶協助，面臨人力不足問題，因此很少選擇繼續拓展面積，而是透過提升作物品質、開發加工產品與農業旅遊增加收入。除了移居青農 U2 專注在生產外，其餘受訪者 U1、U2、U3、U4、U11、J1 的農場都有觀光果園或食農教育活動。作為公館鄉最先開始推動農遊體驗，曾被許多媒體報導的芋頭青農 U5 這樣說：

U5:「自己賣自己可以把單價提高，把品質顧好就好，那你種那麼多的話其實他是在拼量，拼量的話其實大部分就只能給盤商走……你做那麼多



（十甲地），你沒有把他顧好也沒有用，你種那麼少（四甲地），把它顧好反而收入還會更好……四甲是可以至少一半還可以給盤商收，另外一半我們自己賣，還有利潤在。」

從原本僅有農業生產慢慢拓展到加工產品及農場體驗，農場經營策略的改變也使收益慢慢增加：

U5：「一年之後就開始轉變休閒農業，休閒農業後開始就至少有一些收入進來，就會比較好一點，因為休閒農業重點不是在於體驗，是他有沒有了解到我們商品的重要性跟產地性，之後消費者提袋率就提升，所以那時候營收就會提升。」

在都市生活的經驗，是影響其採取不一樣作法的主要原因。過去不同職業的背景，青農也將所學的專長應用在經營管理上。U5 原先是網頁工程師，接手家業後發現外地人只知道大甲芋頭，因此將先前學習網站行銷的經驗投入公館芋頭的推廣以及自家品牌的網路銷售，而曾是設計公司主管的 U3 也認為：

U3：「我們比較年輕的這一票，基本上都是從外面回來的，就跟他們老農的結構比較不一樣，他們老農可能從很年輕幹到老、很會種，問題是他們賣就沒有那麼厲害，像我們就會，因為我們在外面工作，再回來做，自然在作法跟想法上一定會有一些差異，至少在大環境的理解上面會比他們本來就做農的人更敏感。」

不像過去老農販售上沒有議價空間，青農多希望能掌握價格自產自銷，因此在通路上主要以網路販售農產品，多數青農也將農產品上架到電商平台（如台灣好農、上下游、厚生市集），面對電商平台手續費抽成過高是過去小農的障礙，然近幾年因為政策對於相關平台的補助，也漸使青農有選擇權，如 U5 提到「以前一開始沒

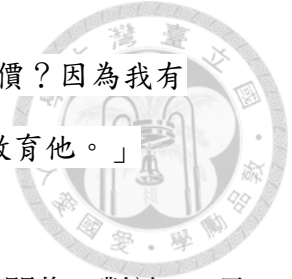
有政府補助的時候是我們要主動跟他們聯繫，聯繫完之後開多少趴是他們決定，我們沒有議價空間，那現在的話是他們有這個需求然後反向找我們，然後我們就有議價空間。」，U3 則透過參與政府單位連接型社會資本的電商課程與品牌改造計畫，接觸到電商課程及設計公司，開拓與外部網絡的合作機會。

以網路為主要銷售管道的目的是能擴展到更多外地消費者，這些客群的特性較能夠接受產品價格背後的意涵，U2、U3、U5 異口同聲提到不會想要賣給本地人，如 U3 所言：「賣給本地人，本地人還說你那個價錢不行，你最好賣的是直接賣到臺北去，臺北的不會跟你講價錢。對啊你什麼價就是什麼價啊，去年跟厚生市集配合，我那時候自己的新鮮紅棗一台斤是 220，對，然後呢，他賣到兩盒兩斤、兩台斤喔，他賣到七八百塊。」，U2 認為高知識份子的客群才會了解產品價值而購買，因此如何透過親戚朋友的社會資本，以及線上網絡的方式推廣自家的產品到都市，是青農重點銷售模式：

U2：「先是親戚有吃，跟他們同事介紹，有試吃他們說也認同這個理念……這些農產品都是，要賣都是賣比較高知識份子，才有辦法賣到那個價格，他才了解價值，像這個連我親戚都不買啊。」

而從事有機紅棗生產的 I1 與 U3 經常會遇到消費者比價的情況，他們認為消費者訴說自己的故事是重要的，如果不接受也沒有關係，要堅持有機產品的區隔性，這也呼應到有機紅棗的特性具有一定的消費市場：

I1：「一開始有的客人就會覺得為何那個農民說 80 塊，到你手上變成 120 塊……可是我們覺得也沒關係，他不了解那個流程是，我會篩選一次、會做正確的包裝，然後可能還會去想辦法做農藥的檢驗，那種服務成本你看，在現在商品裡面經過這種流程大家就可以接受。」



U3：「你要讓消費者知道說，為什麼有人會可以賣到這麼高價？因為我有養蜂啊，我用養蜂去授粉，你要講故事給客人知道。你要教育他。」

雖然青農能自行以較高價銷售方式販賣，基於與農會有合作關係，對於 U1 及 U4 來說仍會繳交給農會，這是維持彼此關係、社會資本的一種形式：

A1：「我們也常常會去催『怎麼都沒來？誰啊誰啊？』，就像那個紅棗王 U1，我常常會催他，怎麼都沒來，因為紅棗王價格特別高，簽名了，有時候會催，他們有時候不好意思，就會這樣。」

而對於非主要從事農業生產的 I1 及 I3 來說，I1 初期以有機紅棗種植為起點，加上對於農業發展的願景，而逐漸與當地友善耕作農民成立生產合作社，並將合作社生產的作物透過在臺北經營的農業電商公司銷售。除此之外，更在當地發起老屋改造的街村營造計畫，包括創立販售友善農產品的小舖與以本土黃豆為主豆腐坊，透過自身在都市資源將關係人口帶入地方。I3 是 I1 在臺北電商公司的員工，負責行銷企劃，因擔任友善農產品小舖店長，經常需要在當地舉辦活動，或與校園合作帶領食農教育活動，一個禮拜會有三四天以上待在當地。

第三節、青年的農業生產支持網絡

前一節討論了青年維持生計的型態，本節進一步說明農業生產作為地方產業的基礎，當青年要從事農業的生產（如耕作技術的習得、病蟲害防治、資材取得、補貼申請、新知進修、農場體驗等），會涉及到哪些人與組織的協助來累積所需的專業技術與知識資源，進一步形成入鄉青年在農業生產上的支持網絡。



一、耕作知識

在入鄉的背景上，青農過往皆未有耕種經驗，投入友善耕作的種植後，首先要學習是耕作的技術，對於返鄉青農來說，除向父母學習外，因實行友善耕作，需要了解更多病蟲害防治、肥料菌種使用相關資訊課程，農會與農改場是最容易接觸的管道：

U5：「有時候會去農改場上課，會介紹新的技術或……近期也是很多新的東西，比如說藥物、菌種那些都是要試。」

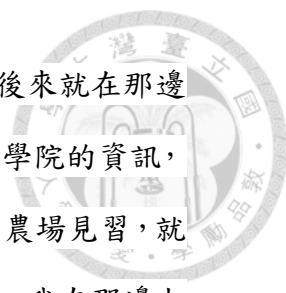
然此類的官方機構所傳遞多為外顯編碼知識，在生產的實務操作面上較難進入默會知識的層面：

U1：「農會這邊每年定期會辦一些紅棗相關栽培管理課程，可是一開始很多講師就是上完課問他『老師這些東西要去哪裡買？』，他就會說『不知道』（笑），因為那時候對於這個有機友善觀念還沒有到這麼重，所以很多資材是有，但你不見得買得到，所以那時候就比較難。」

U2：「農改場本身的老師跟人員有些反正你只要學術單位出來的初期都不行啦，經過長期的一些實驗田或跟農民交流，只要有一些年資的還是可以啦。但我必須要說，畢竟學術單位理論跟實務還有落差，實驗室他的理論都是對的，但田間要操作都是有障礙、做不來的，這一直都存在的問題。」

對在鄉村中沒有家庭成員協助的移居青農來說，官方單位所提供的資訊就十足重要。I2 希望以農業維持生計，然零背景、無相關社會資本協助的他，要獲得知識非常困難，農民學院是建立從農社會資本的重要管道：

I2：「當自己沒有任何背景的時候，你要轉農我發現其實蠻難的，我的做法是苗栗每一間農場去投履歷，一開始是投農場工，後來就去通霄城南有



機農場，我每天從公館到通霄花 80 分鐘，來回騎摩托車。後來就在那邊這樣來回半年，我就覺得很累，車程很久。因為從那邊有農民學院的資訊，我就去參加農民學院的課程，開始看農民學院的網站有很多農場見習，就看到這邊離我家很近，所以我就直接投 I1 那邊的農場見習。我在那邊也待了一陣子，現在跟他們也是有配合。」

官方單位的農民學院所提供的外顯知識（農場見習資訊），讓移居青年得以建立從農的社會資本，在進入農場見習培養與農場主的信任關係、獲得默會知識（農場的學習、人際網絡）後，他們進一步成為緊密的合作夥伴，移居青農在過程中獲得所需的知識、實作經驗及人脈，與農場主進一步形成穩定的合作關係。

除了耕作技術知識外，無論是對於返鄉或移居青農，雖並非皆有加入產銷班，但農會在協助補貼與執行共同措施上有重要性，需經由農會推動才能夠進行，包括肥料販售、資材提供、產銷履歷申請、農機補助或病蟲害共同防治等：

U2：「產銷班我們會繳會費，就全年會開幾次班會、研習會，相關農業知識紅棗，或是土壤通則的會議，然後有便當，有一些病蟲害，就像那個幼蠅捕蠅的，黏劑，甚至修剪的剪枝，會有一些課程跟資材。」

I2：「農會只能給你一些訊息，平常比如說像病蟲害防治，最近他們會講果實蠅防治，農會希望推共同防治。其實他們都是從產銷班下手，所以說你如果沒有參加產銷班的話這些訊息你就只能聽別人這樣。農會我是沒有會員，可是我儘量是會去設那個 line 群組，然後你只要去參加他們那個，就是像說『我有種紅棗，可不可以加入你們那個 line 群組』，他們覺得你 ok，就會把你拉進群組，很多訊息你不用參加他的那個。只是像

說他有時候會發一些免費資材，只是說你不是人家會員，所以就也那個啦
……只是說我覺得還好，自己花成本就夠了」



特別是在產銷履歷申請，個人與產銷班團體的認證費用差近二十倍（團體認證費用約三四千，個人認證則是兩萬四），但團體認證也有連坐風險，只要班員一人違規，全班就會被停權，因此也有青農因為過去經驗而選擇以個人名義申請：

U2：「我不喜歡被人連累的感覺，我發現說便宜是很便宜，可是我想對我的……因為他是抽檢，就會有人玩 AB 套，我希望對我的產品付完全的責任，我不要去擔那種污名跟連累，所以後來就全部個人驗證，可是說真的我這兩年有在動搖要不要回去團體，因為已經好幾年收成不好，我成本都付水流了。」

除了鄉村內部組織，與外部單位、專家所建立的關係對於耕作技術的提升也具有關鍵作用。像是青農也會透過加入 LINE 群組資訊來參與大學端或 NGO 組織課程。U2 因自行接觸秀明自然農法後主動到各大學上課，在課程中，認識到農業領域的專家，主動建立的關係也讓他運用在協助評估改善自家的土壤環境：

U2：「我中間請了土壤專家，中興大學的陳興宗，劉東啟、蘇育生也被我煩到來了……尤其陳興宗跟我講了一句話……他說不反對我種，可是我現在的環境不能做，我就不信邪我就繼續做，隔年就毀掉 65 棵。」

上述討論了官方單位等正式組織對於青年農民在獲得耕作知識的重要，本研究發現「青農聯誼會」是青農建立社會網絡、提升生產效率的重要管道，無論是返鄉或是移居者，都屬於聯誼會成員。青農聯誼會是農委會政策下，以農會推廣體系為主，在各縣市與鄉鎮成立的非正式平台，目的在增加青農聯誼、交流、學習的機會。儘管返鄉青年都為當地人，過往其實並不熟識，也因離鄉太久，已經沒有同儕

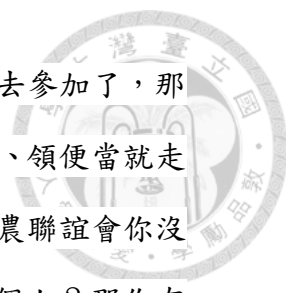
網絡，透過聯誼會平台，得以找到志同道合的夥伴，提供情感支持、產業合作、資訊流通、經驗交流的重要功能。身為縣級與鄉級聯誼會主要幹部 U5 這樣說：

U5：「那時候我也進到青農聯誼會，認識了很多這邊在地青農，因為有些人比我早回來，我們大家就是分享經驗，就會覺得『喔你的經驗中有些東西覺得可以的』，我就抓起來，如果剛好你也欠缺什麼我有想到什麼也提供給你，就大家互相，因為以青農來講的好處來講就是大家都可以分享，青農對青農在溝通的時候就會比較……都是兄弟或好朋友這樣子，分享就一定會比較仔細一點，完全不藏私的方式去分享，所以大家青農就覺得很喜歡跟青農聚在一起就是這個原因，大家都可以願意分享，去嘗試的部分。」

在聯誼會中，青農進一步發展不同產業間的合作。如 U2 為分散種植單一作物風險，向獲得過火龍果白肉組競賽冠軍的青農成為師徒關係，也因蜜蜂可以協助授粉，蜂農會與棗農合作，將蜂箱放置於紅棗園中，在合作當中交流種植情況，像是 U2 與 I2 都有用蜜蜂授粉，如此提升生產效率的默會知識在不同產業青農合作過程中得以傳播：

U2：「我的朋友就是青農聯誼會會長，他是養蜂，他的蜂就是這個側邊四箱，今年他連蜜都沒有收到，為什麼？因為低溫的時候開花『花不產蜜』，全臺灣今年他到處跑，西半部南北跑，他放了四箱在我這，他來看，還沒結果就預告我，『你要有心理準備，你今年紅棗不會好。』，表示說低溫、不產蜜，所以整體就是有些互通。」


聯誼會另外一項功能是「增加能見度」，U5 認為青農雖逐漸受到重視，但仍處於弱勢，當幹部是無給薪的，卻具有想要讓更多人認識到青農的理念，而 U1 也提到在參與青農聯誼會的心態很重要，有助於自身的曝光：



U1：「大概 103、104 年苗栗縣成立青農聯誼會總會時我就去參加了，那個時候就一堆人舉手說『開會也沒什麼意義、幫不到我什麼、領便當就走了』我就跟我自己說，參加這種會，第一，整個苗栗縣的青農聯誼會你沒有出來誰會認識你？誰知道你在種什麼東西？誰知道你這個人？那你有機會出來、那你出席率還蠻高的話，那這些比如說以前我們會長、副會長幹部這些，他說你有到，那我們都會有青農的造冊，比如說這個季節的時候是紅棗季的時候，那我們接到說，因為我們這個青農聯誼會是十八鄉鎮的總會，有些三灣那邊遊客去玩的時候，可能問苗栗現在有哪裡可以玩？他就會想到七、八月的時候，公館現在有紅棗『你可以去誰的那邊買紅棗、採紅棗』。這就是想法啦，就不會像說只是開會領便當，至少第一你可以先認識別人，讓人家知道，甚至於知道你在做什麼產業，再來就是透過這種聯誼會，有些東西，資訊資源的分享上其實還是蠻有幫助的。」

綜上所述，青農聯誼會作為依賴同儕之結合型社會資本組成的分佈式網絡，成員間同質性高、因具有情感基礎產生高度信任關係，這樣的網絡透過不同領域的專業協助（know-how）以及專家社會資本（know-who）組成，有助於外顯知識與默會知識結合，特別是默會知識的傳播實踐。

最後，在農業生產的創新知識取得上，Sutherland 等人（2017）提到分佈式網絡的創新知識傳播的進程較慢，本研究也發現，青農聯誼會的角色在知識創新中較不明顯。在本研究中，創新知識建立在由多元社會資本組成的去中心化網絡。創新的知識為「植保機資材」，植保機是由外部農事服務業者提供，透過客製化的方式為農場噴灑菌種，達到省工省時的目的。使用條件是「植保機他要有一定面積他才願意撒，大家就一起湊那個面積出來。」（I2），因此當地的青農也以此做合作「友善耕作跟有機的我們有組成一個群組叫做植保機資材保護群組，請那個植保



機來幫我們噴」(U3)，引進创新的主要角色是移居到当地的 I1，因过往农业资讯背景，具有外部社会资本，拥有比本地青农更多的机会接触到最新生产的知识，因此常常将外部新的知识资源带入当地，让未有能机会接触到相关资讯的青农能经由 I1 的发起，连结到外部的单位，I1 的角色是节点守门人，也呼应到去中心化网络能够使得乡村内部成员获得使用潜在创新知识的机会。

此外，即便有多方组织的协助，青农面对不断改变的环境自身操作后获得的默会知识 (know-how) 也是维持农业生产的动能，也就是「边做边学」，如液肥的配置、种植作物与销售形态的调整，都是要透过自身不断摸索发展出「撇步」才让农业的生产步上轨道：

U1：「主要还是著重在液肥的管理，会有一些微量元素，或是一些有机友善物质，比如说自己去泡酵素这样……每年栽培方式会不一样，99 年我们回到 107 年天气是蛮稳定性的，但是在 107 年过后天气就很不稳定，有点靠著每年气候跟著感觉走，会这么讲其实很笼统，但也不得不变成这样，因为你没有一定的 SOP 了……就是看气候变化，临时加一些什麼这样。」

I2：「第一年我就乱种，什麼都种，结果也不知道什麼好卖，就是种的很杂，大概种的二、三十款，后来就觉得这样不太对，就慢慢规划比如这个东西比较好卖，我就可以强推，然后就是开始有人找你要这个东西的时候我就会把它扩大种植，然后就慢慢淘汰一些不适的东西。」

二、人力支援

在生产人力支援上，不同迁移类型影响青农寻找人力管道。对于返乡青年来说，尽管家庭成员是最主要的人手协助，但在特别需要人手的农忙期，就会需要运用的自身的社会资本来协助找寻採工。对于在上二代已具有农业耕作基础社会资本，如



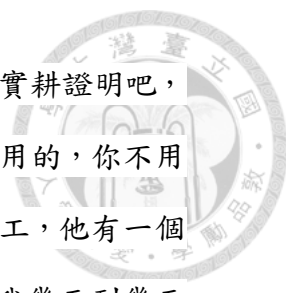
U1 父親也是專業棗農，因此相較於其他人更具有親戚的協助，也因為是「自己人」，所採摘的品質也會更好。然對於未有親戚協助的返鄉青農來說，與採工之間的信任關係需要長時間培養，技術好的採工早已被招募走，儘管用較高價格請人也難以找到，因此傾向招募工業區的外籍移工人力，缺工情形仍嚴重：

U2：「採工是我的問題，現在還沒有固定的班底，因為農業區大家都在忙，不好找人，有一些老手、技術好的都已經被抓走，人家面積大每天採每天賺，我們面積小，人家也不太願意來採。可是我一斤也……你在農會應該也聽過，他們採一斤 10 到 12 塊嘛，我一斤 15 塊，三、四年了還是找不到人，因為面積小，他們採一採就……我不是說我前幾年都在試驗嘛？弄到產量都不太好，他們覺得來沒有什麼好採。」

U3：「像農這種東西你規模要大才有資金把臨時工變成長久工，整年一度的工作。因為現在工人他也是尋求穩定啊，你不能今年請完他明年就不來了。像紅棗今年採完明年不知道還有沒有辦法採，搞不好找不到這個人，常常都會這樣子。變成說你每年要找新的人就很麻煩，要跟他培養東西，然後要了解他到底採的品質方式好不好，每年都要一直換人。」

對於移居之 I1 與 I2 來說，缺少在地的支持網絡，使得以政府單位為基礎的「農業見習工」及「農業師傅團」是農忙人手主要來源。I1 的有機紅棗園是農民學院的見習農場，農事上有農場見習工的協助，而 I2 原先便是在 I1 的農場當見習工，學成後自行出來租田耕作，因過往接觸的官方連接型社會資本，他與其他的農場見習工因此結識，成為朋友關係的結合型社會資本，對他來說，農忙期間使用農業師傅團能夠彌補在地網絡的不足，人手上更加依賴外部的支持：

I1：「以前有認識朋友，他們現在有一些在農業師傅團，石岡有、銅鑼有。我都是跟石岡那邊的，因為我認識，他們有就願意過來。你只要有地號，



證明這個地真的是有務農，就是你只要出證明，好像是什麼實耕證明吧，你就可以申請。因為就是認識，這幾年才開始，那個還蠻好用的，你不用長期養工，只要去申請，比如說哪幾天需要什麼工、做什麼工，他有一個固定的價目表，比如說割草、剪枝、採收多少錢這樣，然後我幾天到幾天需要採收、割草、剪枝什麼的，都可以去申請。」

三、土地承租

在農業耕作土地的部分，對於大部分承襲家業的青農來說，土地多數是家中的，或如有想要擴展耕作上的需求，如 U4 剛接手時有擴展種植面積，所承租的土地便是親戚的，因此當初期踏入農業領域時，土地之問題對於返鄉青農並非主要限制，家庭成員或親戚是重要的支持。然對於 U5 來說，雖也是承接上一代租地的資本 U5：「我們租很久了，所以才會有，加上我爸爸本身就種很久了，所以在這邊的話至少人家都會釋放一些田出來。」，但因父親耕作的面積全是承租，因此亦面臨不穩定問題，如地主漲價、隨時可能會賣掉地的風險，就必須跟地主商談讓他們採收完再收回地：

U5：「地主看我們越來越多客人，去年的時候打來跟我們講說想要漲價，我說不可能，因為我們給他的田租已經是比外面還要高了，正常來講外面行價是兩千五到三千，一分地，他的我已經多了很多錢了，他還想要漲價。有時候會有一個風險是在於，當地主他想要把地賣掉的時候我們就沒有地種了，就會有這個風險在，這個就是承租的最大的問題存在，地是他的，他想幹嘛就幹嘛，我們也沒辦法。」

對於移居青農來說，「租地」則是初期最不容易獲得的支持，如 I2 說到：「其實地沒有很好找，如果你沒有認識人脈的話，你說我進去農會問，他也不大會知道



你是誰、不太會理你。」，中介者對於移居者來說是進入當地的關鍵媒介，I1 在 I2 尋找耕地的初期以及後續拓展種植面積的都扮演重要協助者的角色：


I2：「I1 積極介紹『你可以在這邊耕作』，會租到山上也是她介紹的。因為她本身是臺北移居，會希望移居來的不要走太多的冤路，就希望說你既然想務農可以在這裡趕快發展。」

「信任」則影響著耕地的取得，返鄉的在地社會資本依賴家庭與親戚之結合型社會資本，使其初期進入較無阻礙。而移居則是「關鍵中介者」的重要，因在當地沒有社會資本與網絡，對於本地人來說也是陌生、沒有信任感的人，因此找耕地上會毫無頭緒，雖然 I1 也是移居者，但因移居數十年，已建立自身的社會網絡，在協助 I2 取得地主信任就顯得十足重要，透過如此媒介，移居者才得以獲得潛在的耕作資源。

四、農業生產的挑戰與因應

儘管紅棗是當地主力作物，一年一收在管理上較簡易，加上高經濟價值使得青年入鄉後選擇投入種植的行列。近年因氣候變遷，打破生產的規律性，使栽培管理上遇到挑戰。紅棗主要的採收期間最怕遇到的是病蟲害以及夏季大雨、颱風造成的裂果：

U2：「溫室效應不是只有乾，影響的是極端氣候，大乾大濕大冷大熱，這幾年就是這樣……去年雨又下得亂七八糟，落花落果裂果、病蟲害尤其東方果實蠅變嚴重，為什麼變嚴重？因為冷的季節不夠冷、不容易死，所以果蠅一多，大顆的還可以套袋，紅棗就那麼一點你要怎麼套？這就是紅棗很大的問題。」



氣候的變遷使得紅棗栽種風險逐年提高，不像過往紅棗的收益穩定，如 U4 所言：「一開始接觸的時候，還可以，這三年沒有很穩定，如果是靠三分，一年是可以有五六十萬，那大概就還 OK，至少跟上班的錢差不多。以三分地你起碼都要做個五十萬。去年我只有收到 29 萬，不到三十萬。」，因為一年只有一收，如碰到採收時颱風大雨，對農民來說非常大的賭注：

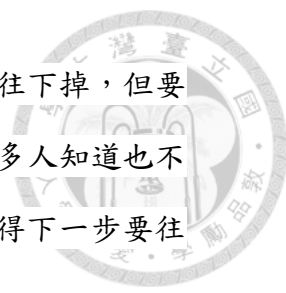
U2：「紅棗的風險實在是太高了，因為你看喔一年你第一關就是梅雨季，過了之後第二關是採收前的病蟲害，第三關就是颱風，颱風是最後一關大魔王，如果颱風來就完蛋、提前收工，所以其實紅棗說實在收益也不會太差，只是說他風險回收的成本太高了，真的是很高。」

因此對於種植紅棗的青農來說，不能依靠單一作物種植，勢必需要思考往後面對氣候的因應方式：

U1：「真的純粹種的話會餓死，因為已經連續三年，加上今年，現在正梅雨季，我們開花結果的時候很多都被打掉，所以今年產量也不會很多。所以如果真的只純粹靠紅棗的話，應該會活不下去、餓到。」

面對紅棗生產不穩定，種植其他作物分散風險以及多元發展的方向變成必要的調整。在作物的栽種上，U2 種植火龍果、飼養蛋雞，U3 及 U4 思考冬季短期作物的栽種，如玉米、小番茄，I2 則是本身就有種植有機的蔬菜（番茄、玉米筍、栗子南瓜、香瓜、蒲仔），因此在紅棗的影響面向上就較少。而對 U1 來說，其本身獲選過紅棗王及百大青農，又是休閒農業區的理事長，因此他認為將紅棗產業朝多元面向發展，包括商品開發及農業旅遊是未來必定要走方向：

U1：「我們自己大概就是已經把平台建立起來，然後也會想說紅棗把他變成一個主題故事，讓更多人知道，這一塊雖然會抱怨，但還是要繼續往多面向發展。其實都是受氣候的影響……對啊，前幾天像 U4 就說要拿鏈鋸把



紅棗樹鋸掉，U3 就開玩笑說要去開 Uber。我覺得雖然產量往下掉，但要走得更精緻化，產品要更多元化，因為就以紅棗，其實說很多人知道也不多，說少也不少，但已經既定是苗栗特有的農產品，那我覺得下一步要往更精緻去包裝、帶入農遊。」

第四節、小結

公館紅棗在地方農業組織與農民的推動下，形成環境友善耕作體系，從過往缺乏栽培管理及未被農民重視的情況下，現今成為具有市場潛力的高經濟價值作物，作為地方特色作物的主體，對於當地發展具有重要性。在過程中，青年將過去的工作經驗與能力投入在農場經營，相較傳統老農，更能夠掌握市場需求與趨勢，並在不同的階段整合、運用鄉村內部與外部的網絡來支持農業的生產與銷售。

紅棗的生產維繫地方經濟發展，作物的特殊性也讓青年在不同組織與人的支持下，成為以農業生產維持生計的重要基礎。然而，紅棗產業面對到氣候、土地整合、人手不足等問題，以致青農未有繼續擴展生產面積之規劃，他們也意識到，若僅以單一作物的生產，無法維持生計，因此需要藉由栽培其他作物分散風險，或透過農場多角化經營，包括農場體驗、加工產品的開發來提升產品價值等方式來拓展財源。因此，紅棗的產業規劃也逐漸朝向六級化發展，在主力作物的發展下，進一步帶動其他作物的加入，包括芋頭、養蜂等，促使不同產業的青農在過程中參與到不同的組織，以農業生產為基礎，形成產業六級化的行動。

第五章、入鄉青年的組織行動與策略



為促使紅棗產業的發展有更多的可能性，青年在入鄉後，也參與不同組織的運作，以一級農業生產為基礎，延伸到二級的產品加工及三級的休閒觀光，進而朝向紅棗產業六級化的方向發展。本研究發現，以返鄉與移居青年為主要成員，進而加入組織的行動分別有以農村旅遊為主的休閒農業區，以及以農村文化再造為核心的街區營造。為了解入鄉青年如何透過組織行動以逐漸朝向紅棗產業六級化的目的前進、組織的運作是透過哪些成員推行與驅動，以及策略的形成需要經由哪些行動者、單位的支持得以有效運行，最後從中分析不同策略對於地方創生可以如何借鏡與參考。因此在本章，將分別說明兩個組織的行動與策略，以及支持這些行動的關鍵行動者與組織，從中討論社會資本對於鄉村組織發展的重要性。

第一節、農鄉產業六級化的行動與策略

一、從農業生產到農村旅遊：返鄉農二代的創新

受訪者 U1、U2、U3、U4、U5、U6 皆為繼承家業的返鄉農二代，以及從另一個鄉村移居至當地、也是農二代的 J1，以農業生產為基礎，加入休閒農業區（以下簡稱休區）的運作、成為組織的幹部，進一步發展不同於傳統農業生產，結合地方產業與資源的創新行動。

根據農業發展條例對於休閒農業之定義，指的是「利用田園景觀、自然生態及環境資源，結合農林漁牧生產、農業經營活動、農村文化及農家生活，提供國民休閒，增進國民對農業及農村之體驗為目的之農業經營。」，台灣休閒農業發展協會提到，休閒農業不只是在生產，更結合生產、生活及生態，具備教育、經濟、社會、文化等功能。休閒農業區是由經營農業的農民或團體，透過符合相關條件後，依休閒農業輔導管理辦法規劃核定成立。本研究討論之黃金小鎮休閒農業區於民國 98 年核定，範圍涵蓋公館鄉四個村落（館南村、福星村、福基村、石墻村），主要生

產作物為紅棗、芋頭、水道、柿子、福菜、蜂蜜等，並曾獲得農委會舉辦之 2018 年第一屆金牌農村銀牌獎。



(一) 志同道合的青農匯集

為了解組織的運作，首先要討論的是成員加入的動機取向，什麼樣的契機讓青年願意加入休閒農業區的運作。曾獲選為百大青農及紅棗王的 U1，農場的經營除了生產外，也有農場採果體驗，返鄉初期便為休區的會員，2018 年恰逢金牌農村獲獎，為了不讓成果停下，他接下理事長責任，陸續將青農帶領進來，如 U2、U3、U4、U6 便是 U1 邀約進入成為休區會員：

U1：「那時候回來想說多一個管道，加入休區看有沒有不同的面向，因為如果單純種植給盤商收購的話，到現在也還是一樣會那個模式，就沒有辦法變成很豐富的農村體驗，所以那時候接的契機是想說，能不能透過……我們優勢就是比較多青農，跟老一輩其實關係蠻密合的、蠻好溝通的……像剛剛說我們回鄉青農比較多，而且蠻團結的，所以也把他們逐一慢慢拉進休區，甚至於當幹部。」

U4：「就是加入產銷班、去聽課，然後就自己接觸、認識，後來 U1 就邀請我進去。」

與 U1 相同，U5 在返鄉初期就加入休區的運作，是主要的幹部，兩者因為同時選上百大青農而結識，皆希望用農遊拓展自身農場的經營面向，以產業規劃的方式做經營管理，他們認為休區地理位置的優勢可以開發潛在消費市場：

U5：「黃金小鎮是很好的一個地方，只是欠缺於大家怎麼去串連、發展、然後發光、讓人家可以認識到我們這個地方。因為這個地方其實他在一個

很好的位置，以北部來講他不遠，以中部來講也是不遠……是最好的一個中繼站，中間的一個點。」



U1 和 U5 在選上百大青農之前其實並不認識，政策途徑的熟識形成推動休區的動力，這樣的光環也是他們在發展組織的助力：

U5：「有這個頭銜之後其實去做任何事大家會很認真看待你，當你沒有這個頭銜的時候，走到外面農會都不鳥你的，完全就沒有魄力了（笑），『你是誰？』」

U6 在聯誼會認識 U1 與 U5 後進入休區，願意繼續參與的重要動力是與成員間的學習和經驗的增加，透過青農同儕得以接觸到政策的資訊，如政府的計劃。成員過去有相關經驗，也會分享與協助，如研究者在參與休區理監事會議時，百大青農 U1 與 U5 便和 U6 討論其提名第六屆百大青農的過程：

U6：「假設我自己覺得經驗不夠，那就多出來參加團體。幫助算大吧，是經驗上幫助，經驗上有資訊會比較快啦，比如說可能你知道五月有企劃，像平常我沒涉略的話，我就不會去關心五月會有什麼企劃，可是我加入後大家偶爾會分享有什麼企劃可以去參加，然後就是去抓企劃這種，認識後他們會主動講……加入這種團體那當然口頭上幫你的會越多啦，會越多就是介紹，那也不是個壞事，就互相傳自己的口碑，不懂的、其他不足的經驗或許他們懂，然後我們可以互相學習，邊配合邊學。」

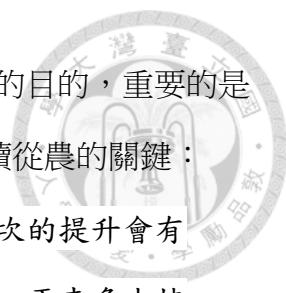
對於移居當地的養蜂農民 J1 來說，因休區的地理位置結識 U1、認為能互相汲取經驗學習「剛好又有一個休閒農業區，所以說在幾年前就加入，之後就認識理事長 U1，看到 U1 就覺得說哇，雖然我是十大神農，可是現在的青農好優秀喔，就跟

一些年紀比較輕的做學習。」，對他來說，雖非本地人，因產業的同質性，休區成員間的同儕網絡成為移居後重要情感支持，藉由集體行動，實踐個人的社會性價值：

J1：「其實我覺得是大家可以一起去做事的感覺，那是一個很棒的……不會再是說，我的農場就只有我的家人，為自己的農業去努力，這跟一群人，跟不同的產業，或相同的產業去努力，他不一樣的。一個是打團體戰，一個是好像個人的……那心裡感受會不一樣。如果說大家都是為了這個地區，一起精進一起好的話，我覺得力道會比我自己去努力……不一定人都是為錢而活嘛，我們要靠感情……（笑）。雖然說賺錢很重要，但大家有一個共識對社區付出我覺得是一個很好的事，未來這個地區好了、我們就會好了。」

從個人的入鄉到組織的參與、結識志同道合的夥伴，對於青年來說，加入組織不只是能拓展自身農場經營面向，藉由不同網絡的支持及自身努力留在鄉村後，青年普遍具有的「想要為地方做事」的社會性價值，透過組織的方式也讓這樣的理念實踐。對於身為休區理事長的 U1 來說，提升在地產業、做社區的服務讓自己更有成就感：

U1：「我覺得會比在醫院上班好，而且現在可以做『幫助別人的事』，就比較有成就感……有些休區就是活動來啊，你隨便做做畫面拍拍、核銷做一做就這樣，可是我們是真的很想把農村文化重新塑造起來，所以就會花比較多時間跟心思去做人家覺得無意義的事情。但我覺得透過農村的重塑，打造起來讓遊客進來，相對我們在地產業是不是就可以變得比以前更好，人家說無意義但我們覺得不會是無意義，雖然可能做的事情很白癡，可以整個打造起來，人潮進來的時候，自己的產業相對……」



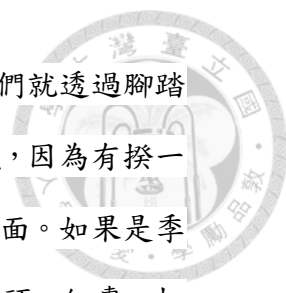
J1 也認為在目前做的農村體驗與食農教育，推廣是最核心的目的，重要的是對下一代的教育是具有意義的，心理層面的提升成為支持他繼續從農的關鍵：

J1：「推廣是我目前核心想要做的事情……我覺得自己心裡層次的提升會有得到滿足，是對我們的土地……我們是提倡多支持在地的小農，再來多支持一些友善有機的。因為普丁尼讓蜜蜂搬家六次，那為什麼要搬家是因為要逃命啊，農藥的關係，他用農藥我們蜜蜂就要逃跑，所以我們藉由體驗的食農教育，過程中導入環境教育，讓大家知道說我們應該朝哪個方向去讓我們的食物、土地、生態變好，所以說是這個核心支持我們繼續往休閒方向去走。」

綜上所述，休區成員共通點是皆以務農為主，主要成員為返鄉青年，亦有因產業同質性而加入的移居者。參與理念因目的不同可分為工具及價值取向，在工具取向上由社會資本的支持來提升農場的經營效益與名聲（如互相建立口碑、計畫資訊的流通）；在價值取向上，成員間的情感基礎、集體行動使得個人的成就感在參與中提升，所涉及的不只有個人層面的感受，而是團體共好、為社區付出的社會價值，特別是對從外地移居的 J1 來說，從成員間建立的社交網絡是支持參與的動力。

（二）拓展經營面向的休閒農業區行動

休閒農業區運作主軸為農村體驗與社區發展。透過觀光採果、遊程引入外部遊客。紅棗的主要產地位於石墻村和福基村，是休閒農業區內的主力作物，採收期會開放觀光採果，如 U1 所言：「休區裡面的業者蠻多在種紅棗，所以我們會一起接到旅行社或是採果團，有興趣給人家採果的，我們都會分到他們果園，那其實成效都還不錯啦，會比我們自己去賣來得好。」，除核心作物外，其他作物（如芋頭為全台第二大產區）及文化資產也會納入農村體驗的遊程中：



U1：「因為公館鄉這邊算平原，比較適合腳踏車的行程，我們就透過腳踏車去連結在地文化。像石墻社區也是一個重點文化歷史導覽，因為有揆一樓、百年的關帝廟、還有地震碑，那些都排在我們的行程裡面。如果是季節的產物，紅棗到了、芋頭到了，那我們就可以去穿插採芋頭、紅棗，把四季的特色農產品排進去隨時做調整，或在地文化都排進去。」

對於青農而言，發展休閒農業的核心目標在於提升農產品的銷售，透過體驗的途徑，消費者口碑的擴散得以讓更多人認識到自家的農產品，進而維繫著農業的生產：

U5：「第一個他或許就會要買你的周邊商品，第二個他可以介紹別人來，所以這是一個重要的一環……他覺得 OK，那當然會一直來，之後就會介紹給朋友，慢慢得擴散，等於說像是一個病毒式的慢慢擴散出去這樣。」

為使農產品的銷售能夠成長，青農也創立共同品牌來推銷產品。U5 認為個人單打獨鬥力道小，欲結合不同產業的青農，用團體的方式來推銷農產品，因此創立了共同的品牌（大青皇巢）：

U5：「如果是你只是單一個商品出去賣，大家的營收就是固定在那邊，是有限的，可是我們要賺的是客人互相流通的部分，所以團隊的主軸是在這邊……休閒的面向屬於休閒農業這一塊，大青就是商品類的這一塊，它們是比較不一樣的面向。因為休閒農業也有涵蓋商品這一塊是沒錯，他做完體驗就一定會買東西嘛，那買東西就一定會涵蓋到商品的這部分，所以這兩個的面向其實是等號的。」



在社區發展面向上，休區也兼備長照功能，如送餐、綠色照護計畫。而這也與休區有社區發展的責任有關，對於返鄉青年而言，具有地方性的責任，需推動社會性服務：

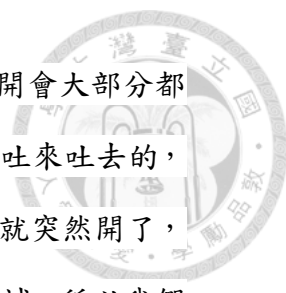
U1：「以前是社區長期照護，有送餐給 65 歲以上的老人家。現在也拿到水保局的『綠色照護』，所謂綠色照護其實跟長期照護、老人照護是差不多，但綠色是以農業、園藝為主，所以我們會安排一些長輩們、透過我們的計劃可能會做植物療癒，因為我們自己醫院上班，像蠻多營業師、心理治療師、諮商師這些，有很多的同事可以安排他們來陪老人家，透過聊天、活動、遊戲的過程來關照老人家。」

綜上所述，對於青農來說，休閒農業區以特色農作物作為核心，以其作為平台，能夠結合不同產業的青農來發展觀光體驗等旅遊行程，開發更大消費市場，進而帶動自身農產品的銷售。因此對於青農來說，若希望將農場的經營除了生產外以不同的模式發展，便會選擇加入休區，與其他青農進行合作。

（三）地方產業的整合：同質性青農的支持網絡

為推動休區行動的運行，成員間所具有的社會資本影響著策略所需的知識與資訊。農業旅遊是休區發展重要的面向，因此遊程的內容如何串聯，不同產業的農場能夠提供旅遊體驗什麼樣的樣資源是休區規劃的重點。而青農間如何提供各自農場的知識變得相當重要，透過彼此為強連結的朋友關係，不同產業的默默知識在其中也得以交流：

U5：「每個人他們一定會有一級農產品，那二級加工品有些人沒有、有些人有，那沒有的話我們就開會討論說『你可以去做哪些加工品出來』，提供你先去做嘗試，如果覺得 ok、利潤也有，那就開始賣。利用這樣的方式大家互相去……建議，或是看到覺得需要改進的地方直接去做提醒。所以



我們十個人關係都蠻好的，就等於說好朋友一樣，其實我們開會大部分都是在用吐槽的方式啦，不是很真的很認真在開會(笑)，就是吐來吐去的，吐完了之後呢，反而有時候你就因為一句話被吐你，吐到你就突然開了，就想到，覺得這個東西好像也真的可以做，他就願意去做嘗試，所以我們這裡面還蠻多從一開始是沒有商品，到後面開發出一些周邊商品，都還蠻願意的啦。」

U1：「我們安排點大家會輪，可以接待客人的我們大家都會輪著來，去到青農那邊他們自己就會主動介紹，這已經是一種模式了，這十個人他們每個人都很會講。」

此外，對休區而言，具有官方單位的社會資本是獲得政府計畫的重要來源：

U1：「農委會的話我們每年都會去提……那水保局或是其他部會的話，像水保局有一個團隊，就是他們社造、農村再生這些區塊，有一些計畫適合我們的，他們會跟我們說這個資訊，我們就會去提案。」

因應消費市場與政策導向（如食農教育法的通過），促使青年必須不斷增進能力，U1 對於這樣的發展提到：「回來從不會種農到認識產業、到做自己的農業、到進入寫計畫，我們常常開玩笑說，現在做農不是只會種、只會賣，你還要會寫計畫、要核銷一堆東西。」，政府計畫外顯知識的陌生是初期運行休區的困難，複雜行政程序使得「每個計畫案結束之後的核銷才是最複雜的，因為有些主計會說這個不行要再改，我們有時候曾經就是一個禮拜大概一到五跑了四天去水保局，坐在那邊開始改，所以就是從不會開始到會。我覺得困難點就是現在你除了做農以外，你還要去行銷、寫計畫、學習計畫核銷這些東西。所以就沒有那麼單純只是做農」（U1）。政策導向使申請計畫成為推動地方發展必經的途徑，為了豐富體驗內容

(如深化食農教育)，青農透過連接型社會資本之政府單位來獲得農場體驗所需之外顯知識：

U1：「有一個水保局的老師，我們私底下請他來，有興趣改變現在做法、朝更深度的農場經營。」

除了政府中央單位外，地方縣政府提供的協助也促使規劃的策略得以運行：

「我們有固定每個月會在苗栗特色館那邊會有黃金小鎮市集……這個是跟我們縣府文化觀光局借場地這樣，但是不用租金啦。」

綜上所述，休區主要的行動策略為透過農村旅遊的方式來帶動農產品的銷售，而休區運作的方向與政府政策的方向有很大的關聯，因此在所需的知識上，仰賴政府官方單位所提供的外顯知識，在 Sutherland 等人 (2017) 提到農業旅遊的知識較依靠不同行動者所提供的多元資訊，因此更依靠去中心化網絡，然對於休區來說，發展觀光體驗運作的支持主要來自申請政府計畫所獲得的資源，進而利用這些資源來帶動成員間的集體行動。然而，僅透過政府的資源是不足以推行策略，實際的運作需要青農結合不同產業的成員，透過具有同質性成員特性的分佈式網絡來交流彼此的默會經驗（遊程內容的深化、能力的學習），在每次遊程活動的舉辦中修正的方向，才逐漸使得休閒農業的策略持續運行。

二、農村文化的再造：移居者的農鄉理想實踐

農村文化的再造主要以街區營造組織作為核心，參與的成員為 I1、I2、I3、U2，移居者是主要成員。I1 與 I2 是從都市移居至當地，I3 原先住在都市，因工作關係，是組織行動的推動者，經常需要來往都市鄉村，逐漸對於當地產生認同。而 U2 則是組織中生產合作社的成員之一，與其有生產之作物契作、食農教育活動農夫老

師的合作關係。本研究以街區營造的概念主軸來說明組織行動，其涵括的面向包括有機紅棗生產、街區文化復興、生產合作社、農村體驗等。



(一) 從外地到在地的認同產生


I1 是推動街區營造的靈魂人物，從移居到認識當地的過程，鄉村面對的弱勢，使其萌生想要為當地做事的念頭：

I1：「我覺得其實講動機啦，剛來的時候覺得這裡好好的，來這邊過一個休閒生活，然後來了就覺得說天啊這裡跟臺北比起來……『天阿，這裡時間靜止很好。』可是你會覺得他們有很多東西就會喪失、太弱勢了，對不對？」

具有國外森林學碩士及過往在農業資訊領域工作的經驗，使 I1 對於鄉村的想像是希望「農可以繼續維持下去」，因此想要打造好的環境看見來到鄉村不一樣的可能性，如同組織官網上對她的介紹「希望召喚更多農家第二代或是都市回農者投入，不論轉業、退休或各行各業喜愛農村的人，共同維繫農業發展和農村文化價值。」，I1 認為自己的角色是營運長，I3 身為 I1 的工作夥伴，對於她的理念實踐過程這樣描述：

I3：「有時候我就翻翻翻翻到她寫關於街村的計畫，發現她很久很久以前寫的東西對於這個街村的描述跟設定，就是一個一個在實現，我發現這個哇，她不是開了洞才在那邊做個友善小舖還是什麼的，就是她以前有整套的想法，只是她慢慢一步一步在完成，所以我覺得那裡對於她算是蠻重要的地方。」

I1 原先在臺北經營農業資訊與行銷公司，移居到當地便將公司的業務延伸到有機棗園。I3 在八年前進入 I1 的公司從事行銷企劃職位，因為 I1 農場活動，（如食農教育、農村體驗）的舉辦是負責範圍，時常需要臺北苗栗來回，同時 I1 公司



的員工也需要到農場做觀摩學習。作為移居與外地來的人，進入到鄉村中，難免與地方居民會有隔閡，本地與外地的差異，要取得地方上的信任是融入鄉村的第一步。而對於移居者來說，這樣的融入，是在行動中獲得居民的信任。I1 與 I3 在舉辦活動時，也會對於自己是外地人特別去顧及到長輩的感受，I3 說到「老人家他們都躲在家裡偷偷看你們」，而從都市來到，鄉村獨有人與人間分享的基礎，也逐漸透過與居民的互動產生：

I3：「外面進來的人有時候也會被原本在那邊待好好的人阻撓，就覺得幹嘛好好的來改變我們原本的生活。但很幸運就是說，地方的老人家可能就是他對你好他也會對你好，像我們辦街村市集，、做蘿蔔糕什麼的，多的我們就會一家一家帶去『ㄟ～阿婆你要不要我們給你？』，所以就變成是他們有多的東西也會給我們，那種感情我覺得就蠻特別的，他跟你在臺北生活的不太一樣。」

除了人際交流外，地方居民願意以實際行動給予支持也是移居者獲得信任的一環，I1 在向屋主承租老屋後，將原先破舊的老屋整理的乾淨，街道上其他的屋主看見這樣的成果，也願意把自己的房屋承租給他們，甚至說「合約你們怎麼用都可以」。又或對 I3 來說，農產小舖主要的目標客群雖然不是地方的長輩，但在一次地方長輩來向她購買的過程中，也產生成就感：

I3：「有一次我還蠻感動就是，其實客家人是蠻……節儉啦，我們那時候一顆雞蛋賣 15 塊，後面的一個阿婆就跑來跟我買蛋，我就『哇嗚』，就覺得天啊我成功了，因為我居然可以賣給客家阿婆雞蛋、那麼貴的雞蛋，他願意給我買，那時候我就覺得很得意。」

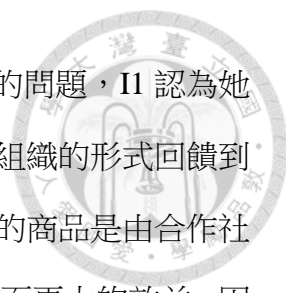


當不斷與地方的人、環境互動，雖然 I3 做的事情是工作的一部分，卻慢慢從一個原先對於這個地方完全不熟悉的外地人逐漸產生認同感，甚至認為自己就是半個當地人，形成支持她繼續推動的動力：

I3：「我是 2013 年進到公司來的，差不多啦，還是 2014，那時候其實常常是辦活動來到這邊而已，對那個地方其實感情嗎……就還好，慢慢越來越都在那邊，就有點住在那邊的感覺，一個禮拜七天可能有時候多三天、四天、五天在那裡，所以就一開始在做的時候就好像沒有什麼靈魂……因為我又不屬於公館，可是就是因為我覺得做事情是這樣，當你涉入越深的時候，你就會……知道更多後你就會發現這個地方……就會……他跟你就是會更熟，會更離不開的感覺。再來就是因為我們開始有在做這些食農活動，你就會慢慢跟鄉下這些地方的在地情感會連結變得越來越多，所以自然而然你就會開始……就是很自然而然（笑），因為你一直去到那裡已經變成你另外一個家的感覺，我之前都會說我是半個苗栗的女兒，苗栗是我另外一個家。」

街區營造主要推動的成員本身並非以務農為主，對於他們來說，發現到農業的現況，企圖用自身的專長及商業模式來解決農業的困境是開展行動重要的驅動力。如對於過往非農業背景的 I3 來說，因為工作的關係，在來到鄉村、實際與農民接觸的過程中發現小農要維持生計的不易，因此也希望透過自身行銷企劃的專長，來改善這樣的問題：

I3：「農夫你看他們禮拜六（在農民市集）沒賣完的東西，他們就會拉著那些東西然後往冷藏冷凍走，就是你會覺得他很辛苦，他一到五要種，然後他禮拜六日還要自己拋頭露面來賣，那他賣完之後回去開車很遠欸……就真的是蠻辛苦，可是因為他們的量又不大沒有辦法去交給全聯什麼的，所以就是……嘖，也要想辦法幫他們改善這樣子的問題啦。」



主要推動者 I1 希望透過組織的方式來幫助農民解決銷售上的問題，I1 認為她發起的行動如農場見習、協助移居青農、生產合作社的方式是以組織的形式回饋到成員、培養更多有志投入農業的人。如她經營的電商平台，供應的商品是由合作社及友善小舖提供，流程是透明而不會圖利特定的人，才能看見後面更大的效益，因此她其實並不認同政策將資源投注在明星典範上（如百大青農），而是以組織的方式帶動後面成員間更大的效益。

從主要推動者 I1 與 I3 的訪談中，得以看見來自都市的非本地人投入地方產業的動機。I1 因農業相關背景對鄉村有所嚮往，希望在當地實踐自身的理想，因此將在都市的工作資本帶入鄉村中，I3 作為原先是 I1 都市公司的夥伴，對鄉村初期僅有工作、商業模式的連結，然在工作的過程中逐漸產生對於地方的情感。在動機的工具取向上，地方的農業資源是支持組織的商業運作模式，然隨著收入的增加，更強化組織對於地方的社會性價值實踐（減少青年入鄉的阻礙），促使其逐步發展更多地方的行動，拓展經濟與社會性的價值。

（二）街區營造的願景：各司其職的農業分工模式

I1 的有機紅棗園是行動的起點，當時以有機耕作方式的成功逐漸成為地方的示範場域，農會在推廣紅棗的友善耕作時便是以 I1 作為帶動農民的創新者。然不僅限於生產，農場的發展也逐漸朝向加工的領域走，因為個人過往工作的社會資本，進一步透過計畫撰寫形成農場與外部的單位的連結：

I3：「I1 在做有機紅棗園的時候，其實她慢慢發現到說，有可能……因為我們在做的是有機的紅棗園，變成是有點像是一個 Model，不是在於全心全意的拼生產，因為拼生產我們拼不過別人。她因為相較於其他農民，又比較有機會可以去申請一些……她比較會去寫一些東西，所以他有機會可以去做……比如說他怎麼取得有機驗證，有機加工驗證，然後去通過一些法規或是比如說她做得好，農會就會主動找她作示範。」



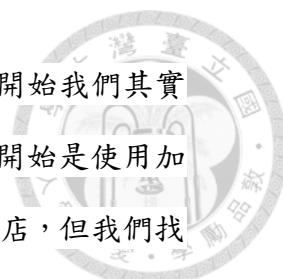
在生產紅棗上，她也認為要以消費者的角度來思考所期望拿到的農產品會是什麼樣子，也以農民的角度思考在生產上友善對待土地的方式，因此她以自身紅棗園為基礎，產品的生產全程可以溯源到生產者，結合共同理念的棗農創立品牌

I1：「品牌的價值是什麼？只要大家同意我們訂的品牌內容，就是希望用有機肥、減少農藥，那時候覺得做有機好像大家都說不可能，那就先不要講有機，就說要草生栽培跟除草劑，你的就是你的，所以我們標示上都會寫這是什麼人，這個東西很確定是你的這個很重要。」

從移居到在當地開始生活，I1 發覺本地人太習慣地方的樣貌，不會認為有特別的亮點特色，如她就說到「一塊石頭不是只是一塊石頭，它還有很美的地方」來比喻她眼中的鄉村，在更進一步了解地方歷史後，I1 發現是由於當地台七十二線的快速道路通車後，位於台六線的商店、街道逐漸沒落，老舊的房屋也欠缺使用而閒置，I1 有感於這樣的現象，不只在自身的有機紅棗生產，更希望找活當地的活力而開始重新打造街村：

I1：「我們最終的目標是希望這個地方我們可以引進……因為我們不斷接觸、認識這些有志回鄉的青農，那他們回來農村也會有他們想做的事情，無論你想要做什麼，如果我們可以陪伴你，找資源把這些房子整理起來，然後讓這些想要回來農村的年輕人，讓他們安居樂業做他們想做的事情，這是我們最想要做的，慢慢把這個老街、在台六線上這些的一些老房子可以慢慢修復起來，然後讓它回復以前的活力。」

改造第一間老屋初期販售客家米食，但因在當地無法做出產品特色區隔，生意不好而收起來。在他人的建議下，結合老屋旁的水圳，認為用臺灣本土黃豆製成手工豆腐販售是可行的銷售模式：

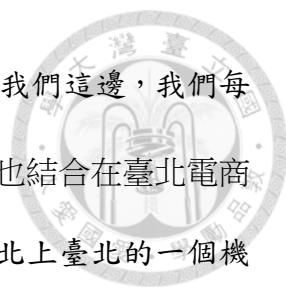


I3:「我們就找了一個師傅，開張了這個傳統豆腐坊，那一開始我們其實找不到臺灣本土的黃豆，第一年 2011 年開幕，可是我們一開始是使用加拿大有機黃豆，利用那一年的時間，一開始其實發現我們開店，但我們找不到臺灣的黃豆，所以我們就在 2011 年的時候去找到，像我們那時候去找了雲林楊大哥幫我們種豆子，後來又用臺南的農友幫我們種豆，我們用一年的時間去找到農友來契作，所以我們後來是在 2012 年開始確保整年度可以使用臺灣本土的黃豆，所以我們在豆腐坊的外面就貼了一個『臺灣黃豆紀念』，今年是第幾天這樣，所以那時候其實是因為覺得這個老房子可惜，所以就換來做豆腐好了，開始這樣的豆腐店，我們就慢慢做做做做。」

為維持豆腐坊能夠持續運作、經濟的支持是關鍵，而其所採取的策略是「議題的論述」。初期先透過跑臺北農夫市集、舉辦手作課程增加知名度與 B2B 通路的開發，藉由店旁有名小吃店帶來的觀光人潮連帶效應在網路上產生知名度，進而在成立的五週年將使用本土黃豆店家聚集成立臺灣豆陣線，利用議題發酵的方式，媒體主動接洽增加曝光機會，收入也因此提升：

I3:「為什麼要使用臺灣黃豆？我們去闡述這些論述……因為實際在做的這些事情就是要賺錢豆腐坊他用臺灣黃豆，我們為了要……因為臺灣黃豆本來就是需要被推廣的，我們只是把那些東西去論述去梳理出來，然後大聲地告訴大家，『所以你們要來買臺灣黃豆做的豆子』。」

豆腐店的持續運作促使其陸續承租街道上其他老屋做改造。首先是農產小舖的打造，會有這樣的想法是因 I1 移居當地後陸續結識相同農法的農友，認為初期步入農業的產量不高，希望能透過如此小舖的打造協助其具有銷售管道「苗栗這些在地的青年他們種出來的東西，……一開始務農、量都是少量，但是會很多樣，因為



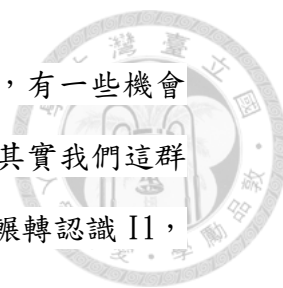
東西少少的，也沒辦法賣給通路，沒有人要收，那他就是拿過來我們這邊，我們每個禮拜六日開門，就把東西送過來。」，除了店鋪商品販售外，也結合在臺北電商平台的資源，發起蔬菜訂購「利用 I1 他每個禮拜一都會從苗栗北上臺北的一個機會，我們就請他你直接在網路上訂，禮拜五我們會收單，禮拜六我們幫你整理起來，禮拜一送到臺北去，你就可以直接在臺北拿，不用運費……後來是到了去年疫情大爆發的時候，就開始忙蔬菜箱，就變成是每天都有開。」，I3 作為小舖的「店長」，為了讓小舖的營運能夠繼續、農產的銷售有收入，因此企劃的發想是他最主要的工作，如農村旅遊、客製化體驗遊程

I3：「我們最常做的事情是從農場串連把他包在一起，很多人來這邊他會有一個 Package 的感覺，不會是只有一個點，我們把很多點連結在一起，所以 94 小舖後來我們在做的也是在推像這樣的農村旅遊。」

延續兩間老屋改造的成果、農友合作模式的成形，發現有機農友需求後，下一步便延續成果，透過文化部補助老建築再生計畫整理青年基地：

I3：「其實我們想要做的是推廣有機農業，然後公館的農夫如果要買有機的資材通常都要跑很遠……所以我們也是希望說，有一些可以更加方便、你在公館買得到的話，大家會更有意願要投入。因為植物醫生法也通過，所以我們也想說可以引進植物醫生來這邊看診，那這是針對農夫的部分，如果說像是一般的消費者的話，我們可以辦一些綠手指課程之類的，然後還有一些老師團體，學校的話我們可以賣一些資材等等。」

在打造街區的過程中，不同的行動者、農民也成為組織行動的重要社會資本。上述提到，I1 的有機農場逐漸成為示範場域，同時由於農場人手的不足，使她將自己的農場申請為農民學院的見習農場，農場的缺工也透過這樣的方式解決，見習農夫獲得技術與能力後得以自行租地、以農業的方式維生：



I3：「Me 棗居有一塊田是農場見習，因為農業現在很缺工，有一些機會或管道，比如說我們會認識蠻多可能不是在地人，很特別是其實我們這群都不是苗栗的在地人，是外面進來的（笑）。像很多人他就輾轉認識 I1，就會因為是有機農場，會想說來她那邊實習。」

在結識不同的農友後，I1 也與相同農法與理念的農友成立友善生產合作社，I2 作為曾經見習農夫，在自行獨立生產後也進一步成為合作社配合的成員「等於像有點是他的衛星農場，因為我有一些東西會幫我銷售。」，合作社主要提供課程的學習、農機共用、契作收購的功能：

I2：「我有參加她的合作社，她就會有一些像跟你契作，去年有開始種一種作物叫做『菊芋』，那個最近幾年蠻流行的……有餐廳希望臺灣自己種這樣，他們那邊會開會，講怎麼做、什麼時候要施肥……我現在用最多的是跟陳〇〇買的曳引機，他會算比較便宜，因為他就是合作社名義申請補助，那時候就有答應說合作社社員可以算便宜。」

農場見習、生產合作社也建立的農夫社會資本，恰巧有外部的 NGO 基金會希望在苗栗的小學推動食農教育計畫，便主動接洽，行動的面向包括校園營養午餐有機蔬菜的提供以及小學的食農教育，因此這些農夫除了在生產面具有銷售通路外，也透過進入校園當食農教育老師，具有額外收入。在策略上，有機蔬菜是與透過合作社農友契作，每週供應校園三天「（營養午餐）很快，又很大量，可有很多的小農他沒有辦法穩定的供貨，所以他必須加入組織，比如說合作社或是產銷班，就是交出來才可以這樣。」。

另外在校園食農教育上，便將過往農場見習的農夫帶入一起行動，I3 過往曾經在補習班工作，個性上較活潑外向，工作上對於農業的認識，投入校園的食農教



育後也銜接起農夫與校園老師間的橋樑，認為自己的角色是鋤頭與麥克風之間的連接者：

I3：「我的角色就是，我做那麼多其實我不是拿鋤頭的……我不是實際上的生產者，像我們的角色在貓狸小學團裡面的話，我有點像是翻譯的人。學校的老師不懂得怎麼種，可是農夫知道怎麼種，可是有時候農夫的……他沒有辦法跟學校老師他們可以溝通，就是對話得上。」

I3 的角色對於活動的帶領與進行便舉足重要，將農業的知識用口語化的方式呈現：

I3：「比如說我們在帶芋頭活動的時候，（農友）大哥就說我不會講啊，到底要講什麼呢？我就說，沒關係，我會 Cue 你（笑），你去農場你會發現，他們比較不知道要講什麼，他們都覺得那個哪有什麼、有什麼好講的？那我們就會說，沒有，其實在都市裡面的，或是這些來的人他們都不知道，所以我們那時候比如說我去芋頭田最好笑的就是說（笑），『那大哥芋頭怎麼樣是最好吃的啊？』、『要種多久啊？』，你自己會去想一些問題然後會去問他，有點像是這樣子的方式。」

從街區營造的組織來看，行動者的異質性高，並非皆為農民，因此與外部的連結能力高，有機會獲得不同的社會資本來擴展更多的行動。而如上可見，在此組織中所囊括行動的面向非常廣泛，從生產作物面向、加工產品開發以及銷售平台的建立，都不只限於單一產業，而是不同作物、產業的相互結合。I1 雖有從事紅棗生產，但並非專職農民，而是「營運長」角色，I3 並非本地人，因為工作關係與地方產業連結，將在都市的經驗融入食農教育及農業旅遊的發想。對於農村的理念是組織最重要的行動驅動力，進而串連起不同的行動者來實踐對農村文化再造的理想。



(三) 連結多元行動者的網絡

鄉村外部單位包括電商平台、NGO 組織及政府計畫是街區營造組織獲得不同合作機會 (know-who) 最重要的資本。

外部網絡支持之一是組織的電商平台，電商平台所販售的商品是由農產小舖、生產合作社的農友所提供，協助組織內的農友從生產到銷售不用擔心後續的問題：

I3：「開這些店其實一開始我們就是慢慢靠豆腐坊的盈餘在做，那時候成立了一間公司，所以 94 友善小舖也是公司的，114 號屋也是，就是我們都是靠豆腐坊的盈餘來去支持這樣子的店。」

利用電商平台的方式，對於組織內的農友來說，當透過外部網絡獲得更多的支持，農民可以銷售的通路就更加多元，I1 也因為自身在都市的社會資本，知道消費市場的趨勢而主動引導農夫可以栽種哪些作物、甚至是合作社的契作來供應都市餐廳所需的食材，在這樣的模式下，剛獲得耕作能力的農夫透過加入合作社減少銷售通路的擔憂，同時也能獲得合理的收入。

作為主要推動者 I1 認為，從生產到銷售管道的建立，她也會將公司內的員工包括設計師、行銷每個月固定前往當地農場了解農業的生產，透過這樣的方式都市的員工與鄉村的農民有機會接觸、認識彼此的需求，進一步達成鄉村的農業生產與在都市的銷售管道有明確的分工：

I1：「大家普遍認為說我要直接跟小農買，覺得說我要減少中間的剝削，後來我就覺得，像農產運銷這個體系，我覺得沒有一個產業能夠脫離分工、良好分工的局勢。」

在獲得不同合作機會 (know-who) 上，連接型的社會資本是組織獲得最重要的資本，如校園的食農教育行動便是外部 NGO 主動接洽，進而也引介外部的更多的合作機會、製造曝光度：



I3：「那時候應該是他們自己來接觸、聯繫我們，……之前有一次去年我們在辦街村市集的時候，基金會跟我們是魚幫水水幫魚，他們也會幫我們找一些媒體或是記者，會幫我們引介。」

政府計劃的申請也是組織運行的重要支持，因為主要推動者 I1 過往曾在農業相關單位工作，具有撰寫計畫的經驗與默會知識（know-how），對於時事的掌握能力快，因此具有與連接型社會資本合作的外顯知識（最新的計畫資訊），這樣的能力也讓行動在計畫的申請上較為順利，獲得更多與弱連結合作的機會：

I3：「2018 年我們寫了一個水保局的青年回流計畫……那個計畫是三年的，每一年有八十萬，就是它可以讓你在農村做你想要做的事情、扶持你……當然計畫有經費的編列，因為我們在發展這些事情不是為了錢而去拿的，不是為了要消化預算去編這個錢，因為我們是真的有需要、想做，才會去寫這樣的東西，然後來去完成你的事情……因為政府有補貼你這些錢，其實就會有媒體來報導，增加你的曝光度……各種機會我們會意去嘗試，是因為這個機會可能會幫我們帶來更多後面後續的，那才是我們想要做的，不只是做一次就這樣而已。」

在地方的支持網絡上，透過與在地商家的合作，也讓行動內容更豐富化，並且在地商家也能夠因此受益：

I3：「那他（青年團隊）出來外面接這樣一天的小餐會，他不用在餐廳裡等那兩三個客人進來，他可能我一次就幫他找了三四十個客人。」

I3：「像我們要開發新產品的時候，比如說我們有一種蘿蔔叫紅姑娘，就粉紅色的，我們就會請巧○（在地餐廳）幫我們做，他們就會願意幫我們做，其實這就是很互相啦，就是我們找一些機會把球丟給在地的讓他們去

接，因為你創造他們的一些收入嘛，所以他們也會很開心的之後在你們需要幫忙的時候也會就是願意來 support 你。」



綜上所述，組織主要利用去中心網絡的方式獲得行動知識，並傾向依靠都市行動者的支持，隨著組織逐漸發展，也必須主動與鄉村內部包括農民、在地商家的合作。多方行動者的合作與移居者本身的特性有關，I1 過往從事農業工作，與外部網絡的農業相關單位有共事經驗，過往資本提供在發展行動時具有更多與外部弱連結合作的機會，橋接起鄉村內部與外部的關係，例如藉由與 NGO 組織的合作計畫，將在鄉村自身成立的生產合作社成員納入其中，透過將外部網絡的資源引入鄉村，內部合作的農民也因此有機會連結到外部網絡。



第二節、組織的連結：紅棗產業創生的可能性

在上一節談論到，青年透過參與休閒農業區及街區營造的組織，所開展的行動與策略使紅棗逐漸朝向產業六級化的方向邁進。兩個組織分別具有不同的驅動力、由不同遷移類型的青年所組成，進一步因為具有的社會資本而影響所採取策略，分別形成各自的支持網絡。這樣紅棗產業六級化的發展，從農業的生產到組織的行動，兩個組織之間並非平行，而是以農業生產為基礎，透過不同行動者將紅棗產業的網絡打造起來。因此在本節，進一步描述產業中的「人」是如何連結、當中的關鍵行動者，以及作為紅棗產業創生的可能性。



一、以農業生產為基礎的關係網絡

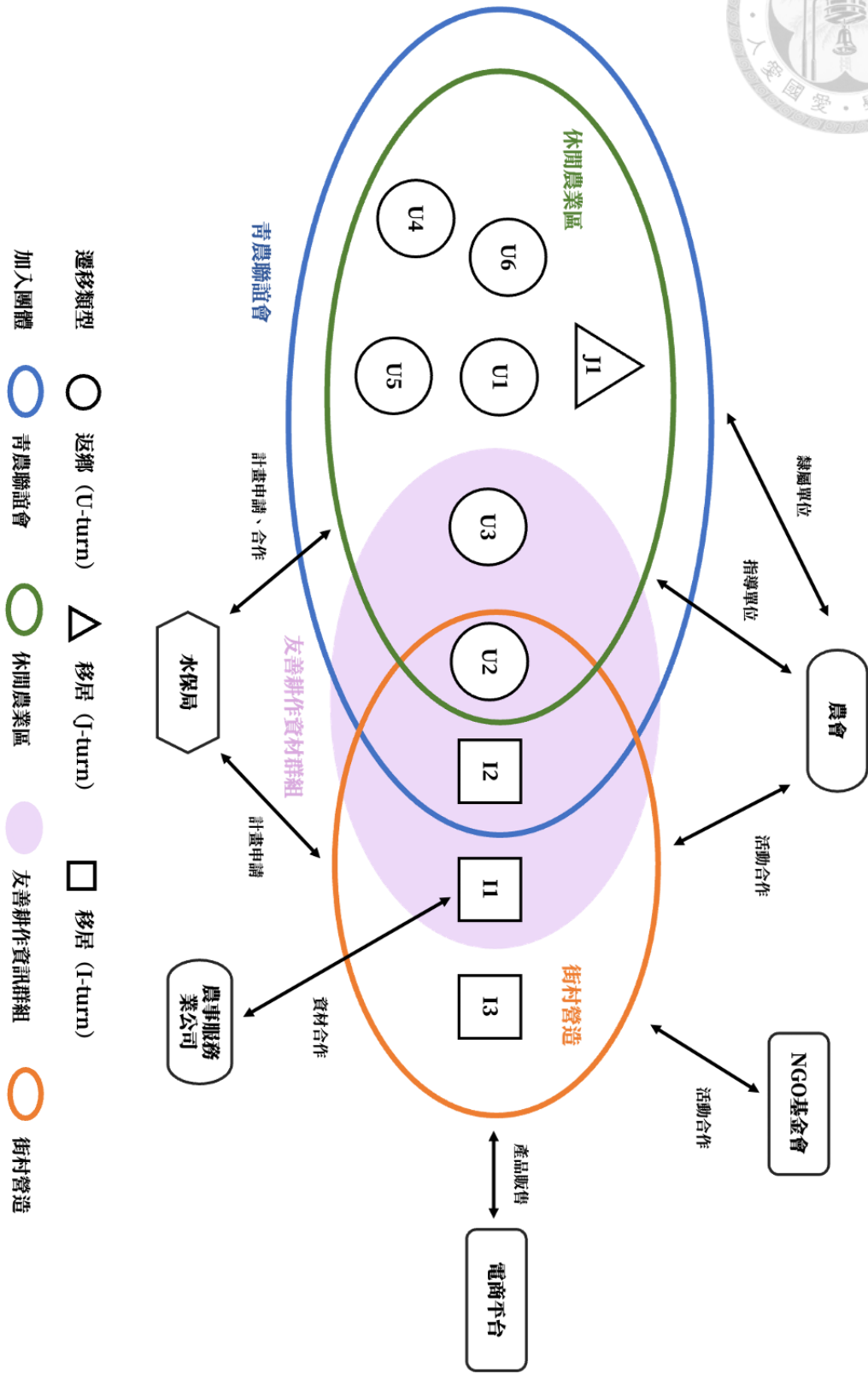



圖 6 入鄉青年之農業生產關係網絡



依據受訪者主要參與的組織，本研究將其繪製為農業生產關係網絡，透過圖 6 的呈現，來討論以農業生產為基礎，人與組織是如何產生交集與連結。首先，對於青農來說，過往未有農業背景，在投入農業生產後，難以獨自一人完成作業，必須尋求人與組織的連結以學習耕作技術與經驗，青農聯誼會作為交流的管道，透過這樣的平台得以互相認識後形成同儕的強連結關係，因此大部分的青農受訪者皆有加入。其次，返鄉青農 U1 和 U5 是受訪者中最先參與休閒農業區的成員，他們希望朝向農村體驗的方向發展，但僅靠自身的農場是無法成為完整的遊程，因此必須尋找其他產業的青農（如芋頭、養蜂、柿子等）共同來發展休閒農業，因此將其餘的青農招募進入休閒農業區共同推動觀光採果或是食農的行動。街區營造組織的 I1 是主要推動者，移居者的特性使得組織具有外部行動者的協助，I2 透過農民學院的管道申請至 I1 的農場實習，進而成為後續電商平台在銷售農作物上契作的合作夥伴，I3 是 I1 所經營電商平台之僱員，主要工作是協助合作農友的產品銷售，並負責友善農產小舖的營運規劃，兩者皆是透過她的關係而來到當地、參與組織的行動。

上述兩個組織在當地發展了不同於傳統農業生產的行動，成員間的交集也使得具有不同的合作關係，從紫色區塊的友善耕作資材群組來看，是兩者組織最多成員交集的地方，成員間共同點為使用「友善或有機農法」，這個群組的發起人為 I1，作為與鄉村內部與外部網絡的弱連結角色，當 I1 有引進新的農業資材或技術（如植保機）需求，農事服務業公司需要大面積噴灑資材才會願意前來，因此也必須依靠地方青農的參與，而對於返鄉青農 U2 及 U3 來說，他們也對於資材有需求，但因為在青農聯誼會及休區無法獲得這樣的創新知識，需要依靠 I1 與農事服務業公司的資源才有合作的機會，移居與返鄉者雙方都有提升生產效率的需求，透過移居者與外部的連結以及地方青農的合作，創新知識的需求才得以實現。最後對於移居青農 I2 來說，種植紅棗需要依靠地方產銷班資訊（如病蟲害共同防治），透過與

青農聯誼會成員關係的建立，得以獲得地方上傳播的種植資訊，因此也勢必需要建立地方的支持網絡。

總結來說，對於入鄉青年，參與休閒農業區與街區營造能夠使他們從農業的生產延伸到加工、觀光採果面向，甚至對於社區具有社會文化面的行動，使得經營面向得以擴展；而青農聯誼會與友善資材群組的參與，則是在同儕間的技術交流下，使生產效率提升。青年在參與不同組織的過程，逐漸形成紅棗產業的支持網絡。

二、組織的競合：返鄉與移居的區隔與合作

從上述討論可以發現青年來到當地後，起初以紅棗生產為起點，逐漸連結不同作物、產業的行動者產生集體的行動，共通點是以「農業」為核心運作。在進到鄉村後，遷移類型的不同影響擁有的社會資本，促使形成不同的組織行動。

休閒農業區的運作具有組織章程，理監事及成員的組成影響規劃的方向，在休區中的成員除了青農外，地方上老農也是重要的組成，如 U3 作為休區理事提到：「會員其實大部分還是中老年會員比較多，你怎麼樣去思考說你要跟這些會員去聯繫感情、辦活動讓他們來參與，其實是有困難度。」，因此當休區有計畫要執行，成員的同意是第一道門檻，對於青農來說，要獲得年長成員的同意常常需要做協調與磨合：

U5：「我們投入了這麼多、這麼久，可是……結果發現，我們的年輕人還是只有佔了一小部分而已，大部成員還是老的居多，因為休區又是屬於大家族，我們年輕人只佔了一小部分，所以我們年輕人有提想我們的一些 idea 出去的時候，大部分都會被老的去打掉。」

這也反應了來到鄉村後，返鄉青年多承襲上一代社會資本，具有地方社會親族連帶關係，因此在行動上，往往也會受到網絡的牽制。可見休區在運作上，成員的

組成緊繫著地方的社會網絡，進而影響到理事長的選舉結果，理事長又會影響著休區未來發展方向：

U5：「其實我們在做的事情都是大家一起想要往前走，可是因為我們還是老的太多，要努力，永遠都是會有一個門檻在那邊，要怎麼去跨越那個門檻，這還需要一段時間，所以就覺得說，已經進來這麼多年了，今年到明年我們理事長下任之後，那我們就讓它回歸吧，改選之後是不是我們的人？我們不知道，因為這是選舉，或許不是我們的人，那我們做了這麼多，他們又沒有要幫我們繼續做下去的話那不是就浪費了嘛？」

雖然休區主要成員以返鄉青農為主，移居之 I1 卻曾任休閒農業區的主要幹部，後因與理事長理念不合，加上認為這類型的組織會因為成員間想要選舉涉及到地方的利益、產生閒言閒語，因此退出。I1 也認為缺少外部刺激是地方主要的問題「像 U3 有在外面工作就可能會有一些新的刺激帶進來，否則你就是這樣，在這個茶壺裡面的小風暴，這是這裡很大的問題啦……我覺得你內部如果是一個沒有活力、那鍋水是煮不沸的。」，儘管離開後仍與返鄉青農有互動（如休閒農業區開課程會請 I1 來當講師），因在做事的風格與作法上不同，I1 在推動街區營造上傾向連結外部的社會資本、或相同理念、農法的移居者合作。

從與 U3 的訪談中進一步討論到兩個組織的現況，U3 認為兩個組織現在形成一種競爭關係，從對於社區發展的角度來看，具有本地與外地之區隔：

U3：「I1 預計是要把那條街做起來，他計畫是很強喔，他寫計畫超級強，你說他對地方有沒有幫助嘛？站在官方單位的角度來講他是對地方有幫助的，可是站在我們當地的農民或是……我們對他的印象可能沒有說……就是他其實是……對他有幫助他就會……把你拉進去，如果你對他沒有幫助他就不會拉你進去……就這樣，他不是本地人。」



身為休區理事長的 U1 認為雖然兩者的面向不同，對於地方的發展都是正向的，各自有不同的亮點：

U1：「（研究者：你們的資源或計劃會不會重疊？）不會欸，因為我們這邊算是水保、農委會這邊，比較針對農村發展的區塊，他的部分是寫來做自己的，那我們是把全部的農民、商家做串連，所以面向比較不一樣，但我覺得對農村都是好的啦，而且有新的亮點出現是好事。」

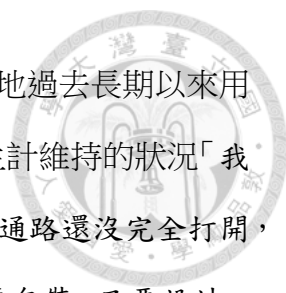
在上述所談論的兩個組織都是以農業為核心，透過集體行動的方式來達到生產價值的提升、帶動地方的經濟發展。然休區的運作與章程規範，也就是成員的地方社會連帶可能牽涉到不同的利益關係而左右行動的方式，特別是對於返鄉青農來說，雖然曾經離開家鄉，回來後當要發展組織行動又必須得要與上一代的社會網絡交涉，顧及到地方的想法，地方網絡的強連結信任基礎具有助力，經驗傳承默會知識的傳播較快，但也可能如 U5 所說產生限制。而對於街區營造來說，推動組織的主要成員是移居者，具有的社會資本較多元，較不需要去依靠地方的網絡。行動性質的相似也使得兩邊產生競爭的關係，本地與外地的差異除了在社會資本上，也進而使得地方的融入與互動成為待討論之議題。

三、關鍵行動者的角色

兩種組織雖然具有競爭關係，然皆有涉入、重疊的行動者及地方農業組織農會也扮演關鍵橋樑，使得不同遷移類型的青年也具備合作關係。

U2、U3、I2、I1 的重疊處在於都是友善耕作資材群組的成員，成員的共同性是以友善與有機耕作為基礎，關係建立在新資訊的交流、資材共用及購買上，如 I2 提到「I1 蠻常開團購，像他最近開捕蛾燈，U2 也有買。」。

從涉入組織的多寡來看，U2 四個組織皆有參與，涉入程度與 U2 本身的個性「我覺得有一個好處是我不怕丟臉的我到處問，跟長輩啊，回來有參加青農組織。」、



採用的耕作模式(理想上希望能採用秀明自然農法,但因家中土地過去長期以來用慣行耕作,要轉換到友善的農法需要長時間養地的成本),以及生計維持的狀況「我從零開始學,前幾年都專心在種植技術的學習跟摸索,等於我的通路還沒完全打開,這也是很辛苦的地方,你一個人又要種又要賣,賣又要聯繫,又要包裝、又要設計、甚至我自己要送貨,其實說真的很累,而且我一個人做,非常累。」有關。在訪談的過程中,相較於其他受訪者,從 U2 口述中感受到生計的維持是他目前最大的壓力,從慣行到友善農法轉換不順利的成本「轉換不順利廢掉 65 棵成樹,你知道 65 棵耗廢是多慘的事? 基礎的話最基本就是說氣候病蟲害都正常,量再少大概也有 25 斤以上,甚至厲害的到 30、40 斤,收購價一斤一百就好,我們算三千好了,兩千五就好了,乘以六十五。」,加上育有兩位幼年子女,生活負擔大,因此對他來說,為了維持農業生產及生計,必須加入組織,透過建立組織的社會資本獲得生產上的知識(如栽種其他作物的技術、農遊的合作)來增加收入,成為參與的動力:

U2:「我其實多頭馬車啦,你這樣子其實我已經嘗試一些農遊或食農加減賺一些,開闢其他財源,其實很多講的很偉大,講白了就是過生活啦。(研究者:像是休閒農業?) 對啊,就是你要賺多跟賺少,賺的一個是多更多,一個是基礎的生活費,就看我賺哪種啊,我賺的是生活費啊。」

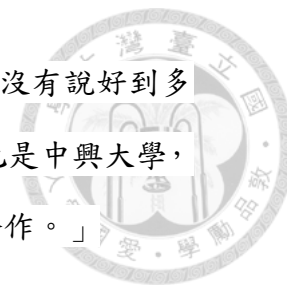
對於分別參與三個組織的 U3、I2 來說,U3 是返鄉青年,父母亦是在栽種紅棗,因遷移類型差異,背後所影響的地方社會連帶使其傾向參與休區運作, :

U3:「我們(與 U1)是同個單位(休區)啊,一定是會比較支持。」

不過,促使 U3 與 I1 的合作是基於相同農法的技術交流,I1 作為在創新知識上與外部網絡的橋樑,透過 I1 的社會資本,U3 也得以受惠:

U3:「我跟 I1 其實也是認識,因為 I1 以前就是我的老師啊,然後像我們這次找那個(友善資材群組的植保機)也是她主持的啊……她會帶一些比較

新的想法進來，只是說她跟我們本地的一些青農其實關係沒有說好到多好……我是無仿啦。因為我跟 I1 都是做有機，她的驗證單位也是中興大學，所以基本上我們有些技術或是合作上的聯合會跟 I1 一起合作。」



對於地方農業組織農會來說，農會作為這些組織在發展行動上會合作的主要團體，給予不同的幫助。因青農聯誼會是農會旗下的組織，對於移居的 I2 來說，雖然本身並非農會會員，但如欲申請百大青農必須與農會接觸「他很多東西都要求你參加青農聯誼會，像你要競選百大青農，他會要求你參加在地的青農聯誼會，還規定一定要青農聯誼會。」。農會也是休閒農業區的輔導單位，相關評鑑、補助、核銷都會給予協助。對於也是以農業為主的街區營造組織，除了 I1 在農會推動紅棗產業時給予許多建議及協助，農會舉辦活動時，也會將街區營造的組織點納入做推廣，彼此具有合作上的關係。以農會的角度來看，返鄉青年具有協調地方網絡的關鍵能力，面對休區長輩的意見，溝通才能使得休區順利推行；而移居者具有在紅棗生產技術上創新知識與外部網絡的資源，像是 I1 的有機紅棗園便是農會的示範場域，並將新的資訊帶入鄉村內部，刺激地方農民共同使用創新的知識技術。

第三節、小結

在紅棗產業的發展過程中，青年陸續投入農業的生產，並且以此為基礎，發展六級化行動。然在過程中，紅棗的一年一收、加上氣候的影響，使得僅靠小面積耕作的農民難以此維持生計，在因應方式上除了生產上思考栽種其他作物分散風險，便會希望透過加工產品及農村體驗的方式增加收入。此也呼應了政策導向，對於沒有資本支持的青農來說，會逐漸想要往後端加工、行銷旅遊來提升收入，許多受訪者皆有提到當地一位種植具有規模與資本的青農，I2 說到「○○○比較不參加在地組織，因為他經營已經有蠻大規模，好像就沒有必要去參加一些組織，因為他自

己已經很可以獨立作業了，沒有說很需要這些資源啦。」，因此對於小規模耕作面積、資本少的青農來說，加入組織、獲得資源成為必然。

當個人要在鄉村進行無論是農業的生產或是組織的行動，並非僅有一人能獨立完成作業，必須要透過與不同行動者、組織的社會資本來達成，同時根據不同目的，入鄉者因自身農業耕作型態（友善、有機耕作）、農場經營模式（觀光採果、栽培作物）所需的知識與資源，利用所擁有的社會資本來連結到相映的知識網絡。不同組織及成員間的發展具有競爭與合作關係，青年與地方行動者、組織的交集對於所遇到的困境具有重要性，這些網絡提供經濟與情感的支持，也穩固著青年在鄉村的生活與生計，促使紅棗產業具有六級化發展的雛形。

第六章、結論與討論



第一節、研究結論


一、紅棗產業六級化的成形：作物特殊性與策略

公館鄉是臺灣唯一的紅棗專業生產區，不僅有農業的生產，在青年的加入下，也逐漸朝六級化產業規劃，這樣的發展，與紅棗的作物特性密切相關。

在消費市場上，紅棗是食藥材，這樣的特性使得對注重養生保健的消費族群更加重視食安的要求，因此價格儘管高上進口紅棗好幾倍，消費者需求仍高，公館紅棗具有市場競爭力。為符合市場需求，在農法耕作上，以友善或有機耕作為主，透過這樣的方式強調產品差異性，如此的特性也契合著青年投入農業生產的理念，也就是希望以環境友善的方式來從事栽培。加上對於青農來說，初期務農的耕地規模小，紅棗的高經濟獲益特性使其在小規模耕作（小於一公頃）上仍能夠維持收益。在銷售方式上，目前普遍食用方式是以紅棗乾為主，因此對農民來說，必定會經過日曬或烘乾的加工環節，為了進一步讓消費者了解，透過產季觀光採果方式，也進而用鮮果的方式強調與進口紅棗乾不同的市場區隔。

然而，紅棗在產量上相較進口紅棗仍是非常稀少，儘管在農業經營區的規劃，產量逐年提升，要進行大規模面積生產，具有相當大的困難，如農會總幹事在受訪中所言「公館就是這樣，不像南部平坦、平原大面積適合做這些，氣候各方面條件也比較好，我們這邊都是一點點一點點，你說要種大面積不太可能，這跟地域、前面歷史的軌跡都有關。」，再加上紅棗是一年一收作物，從開花到結果成熟期為四到八月主要產季為七月中，這些季節恰巧是梅雨與颱風季，氣候所帶來的影響，使得種植的風險高，紅棗的果實小顆、易產生裂果，若遇到天災，生產的不確定因素高，農民必須思考分散種植作物等因應方式。

為維持地方特色作物的發展，在青年入鄉過程中，也逐漸將產業的規劃走向農村旅遊的六級化發展。公館鄉位於苗栗的交通要道，國道一號與台七十二線快速道路縱橫，來往方便，訪談中不同的青農皆說到這樣的特性是發展旅遊觀光的優勢




「這個地方其實他在一個位置是很好的位置，因為以北部來講不遠，以中部來講也不遠……北部客兩個小時內能到的地方，其實是最好的一個中繼站。」(U5)，有鑒於地理位置的特性，青農入鄉後，利用這樣的優勢將地方特色作物紅棗的亮點結合當地不同產業的農作物來發展農村旅遊，紅棗的特性使得農民不僅限於農業生產，透過產業六級化的方式，擴大效益，如此特色作物的規劃，具有地方創生行動的意涵。

二、入鄉青年的支持網絡：彈性的社會資本運用

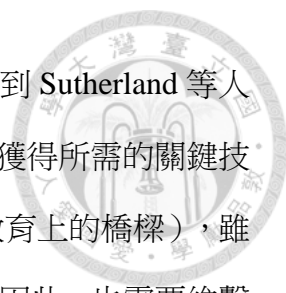
本研究試圖從社會資本的觀點來探討不同遷移類型的人鄉青年如何形成紅棗產業的支持網絡。在不同網絡之間，社會資本具有凝聚與橋樑的作用，過往研究經常將社會資本分為結合型、橋接型以及連結型三種社會資本，不同類型之社會資本分別具有不同的凝聚與橋樑作用 (Woolcock, 2001)。農民會因為經營農場的知識需求，尋求不同社會資本的協助，進一步形成不同的支持網絡。然而，過往研究將這些知識所需的社會資本視作具有固定的類型與模式，如 Mailfert (2007) 指出新進農民會因為是否具有農業背景而依靠不同類型的網絡，未有農業背景的移居者較不依靠鄉村的網絡。對於本研究案例的人鄉青年，本研究確實注意到他們的遷移背景影響著社會資本的運用，並進一步發現，青年會在不同階段，視自身的需求、與地方互動的情況後主動調整、彈性運用鄉村內部與外部社會資本所形成的支持的網絡。

在進入鄉村的初期，返鄉與移居者仍在學習務農及建立農業知識之階段，所依靠的社會網絡具有明顯內外部網絡的差異。返鄉者承接上一代之農業資本，耕作知識的習得來自父母，資材、耕地、人力資源則依靠家庭、親戚結合型社會資本的在地網絡；移居者則主要利用官方單位連接行社會資本之農民學院提供的課程、見習場域機會建立從農的資本，因缺少鄉村地方社會資本，若要取得土地、租屋等資源，具有內外部網絡的橋樑行動者扮演關鍵角色。



然初期的網絡並非固定不變，在穩定生產後，為了提升生產效率及打開銷售通路，必須跨越既有的網絡獲得新的資訊與知識。對於返鄉者來說，上一代農業的生產知識已不足夠，必須與時俱進更新生產技術「環境已經改變，沒辦法用第一套模式做生存，必須要去改變，這段期間會做摸索，找出最適合這個時間點的東西……很多新的比如說藥物、菌種都要試。」(U5)，因此像是去大學端上課，並且在銷售管道上，不同於上一代依靠盤商，青農更依靠外部社會資本，如政府計劃、網路電商、農民市集，以獲得與更多外部合作機會「我有參加農委會電農企劃的課程，就是幫小農上一些進入電商的課，所以就接觸到一些電商平台。」(U3)；對於移居青農來說，種植紅棗這樣的地方作物，必須仰賴當地農民、產銷班的資訊，如進行病蟲害共同防治、資材取得，需要進一步主動參與地方的網絡，「比較是在資訊的交流，像紅棗的問題有見面講一下大概就會知道今年的狀況。」(I2)，因此，青農聯誼會是融入地方、產生互動及資訊交流的重要平台。

青年在入鄉後的支持網絡逐漸成形，不同遷移背景的人鄉青年以農業生產為基礎，透過地方組織的平台互動、產生交集。在過程中，青年開始合作、產生集體行動，以休閒農業區及街區營造組織發展紅棗產業六級化的策略。行動的關鍵在於跨越既有的社會資本，獲得弱連結的資源，也就是說，對於青年而言，鄉村的內外部分別都具有社會資本，也會因為知識需求來尋求不同的協助。然而，如何整合、串連並靈活運用這些資本是當面對到生產的挑戰以及組織行動的重要課題。對於主要成員為返鄉青農的休閒農業區來說，為帶動地方農業的發展，整合青農、採取休閒旅遊策略，如同 Sutherland 等人 (2017) 指出，同質性小農的分佈式網絡具有高度凝聚作用，在本研究，不同產業間的合作的使得農場體驗的遊程更豐富，品質也提升。同時對於休區發展來說，必須透過政府計劃的經費申請以支應組織的運行，與官方單位的連結型資本是資訊與資金的主要來源；對於主要推動成員為移居者、成員間並非皆從事農業生產的街區營造組織來說，由於組織內的成員包括在臺北的電商平台，並因為具有友善生產合作社及有機品牌，具有另類食物網絡的特性，



涉及的行動者多元（如臺北的農民市集、綠色飲食餐廳），呼應到 Sutherland 等人（2017）研究提到去中心網絡對於獲得農場旅遊的重要性，能夠獲得所需的關鍵技能與知識（如活動企劃內容的發想、I3 作為農夫與遊客在食農教育上的橋樑），雖然具有外部多元的資源，但行動的核心圍繞在農業、農村文化，因此，也需要維繫合作的有機、友善耕作農民之關係，在節點行動者 I1 下的領導下，串連鄉村內部網絡與外部網絡的資源。

返鄉者先透過內部青農的整合，逐漸向外連結到政府單位及相關組織的協助，然而在過程中，卻也需要不斷去協調地方長輩、上一代的意見，行動上因此也會囿於地方社會的限制。移居者具有外部多元的資源，但當將資源引進鄉村，也必須向內尋求不同青農的支持，並需要與在地的農會組織、商家維繫關係，才能維持在鄉村的行動。兩者相較而言，移居者除了農業經濟生產的面向外，亦有老屋改造的行動，因此具有較多外部弱連結行動者，所採取的六級化策略（如電商平台、另類食物網絡的論述）更依賴都市的網絡；返鄉者雖然擁有較少外部資源，但內部整合的能力，是行動的優勢，使得地方特色作物紅棗的生產，因為青年的投入，銷售的管道不限於傳統的盤商及農會收購，透過青農的產業合作與休閒農業區行動，在推廣上大幅提高了知名度。

總結來說，本研究藉由公館紅棗的產業六級化案例，試圖說明入鄉青年的支持網絡。本研究進一步指出，不同遷移類型入鄉青年的社會資本具有不同的特性，然而隨著入鄉的時間、所需要的知識以及鄉村內部與外部網絡互動的情形，透過不同社會資本的彈性運用，可以看見入鄉青年的社會資本並非固定不變，而是會視自身需求及情況主動運用、連結到內部或外部的人與組織，進一步創建在鄉村中的支持網絡，這些網絡的出現，更呈現地方創生行動的發展，必須要透過不斷與各方社會資本合作，才可能使得青年在鄉村的生活是永續的。此外，鄉村內部不同網絡之間的關鍵行動者，更是支持著產業六級化發展的重要橋樑，使得網絡間得以連結，進一步維持與形成地方創生行動的雛形。



第二節、研究討論

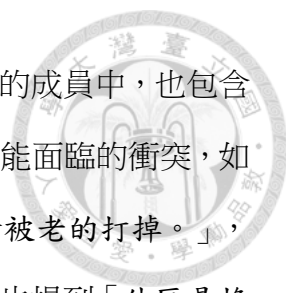
一、入鄉青年的角色與挑戰

本研究討論的入鄉青年，有因為家庭因素回流的返鄉青年，也有希望改變都市生活型態的移居青年，他們原本並非農業從事者，卻選擇投入農業，這些青年的角色呈現在友善、有機耕作之農業生產，所發展的休閒農業及農場體驗之多元農業活動，與老屋活化之文化保存行動，呼應多功能農業價值(multifunctional agriculture)，也就是農業在鄉村從扮演糧食生產的主要經濟角色，農業的活動更富含環境景觀維護、社會照顧以及文化資產保存的價值(李承嘉等人，2009；藍逸之、李承嘉，2015)。

儘管他們在鄉村所面臨人口外流、農業式微的問題上扮演著扭轉問題的重要角色，收入不穩定是這些小規模耕作面積青年所面對的主要挑戰。青年返鄉或移居後耕作面積小(少於一公頃)、種植單一作物，面對氣候變遷的風險高，缺少資金升級設備、且多數都是一人從事農業生產，儘管會希望透過加入組織、將農場經營往多元化(發展農場體驗、加工產品開發)的方向前進，但農業生產的穩定性是亟待解決的問題。此外，目前許多政府計畫的補貼多針對團體或商號以及百大青農等明星標的，對於初期沒有相關背景入鄉的青農來說，若未加入組織，難以從這樣的政策獲得資源及受益，會面臨單打獨鬥的困境，因此若政策能協助青農初期在農業生產上步入軌道，生計穩定性才能夠提高，進一步才會產生永續留在鄉村的可能。

二、地方創生如何提供不同入鄉者所需的支持

地方創生政策期望透過整合跨部會的資源，建置鄉村相關的軟硬體建設與機能，來促進地方產業發展、鼓勵青年回流(國發會，2020)。而本研究的主要發現，也就是青年的遷移背景，影響著在鄉村採取策略的方式，以及分別面臨不同的問題與挑戰。對於返鄉者來說，在當地具有家庭、親屬的社會連帶關係，在入鄉初期進入農業生產的門檻與成本較低，然而在農業生產採取的作法上(如使用友善耕作)會



面臨與父母的衝突，同時，在發展組織行動時，如在休閒農業區的成員中，也包含年長會員，因此對返鄉青農來說，需要去協調與上一輩意見及可能面臨的衝突，如 U5 所述「年輕人有想提我們一些 idea 出去的時候，大部分都會被老的打掉。」，而社區發展性質組織的運行，經常會涉及地方利益關係像是 U5 也提到「休區是換了理事長整個就換掉」，因此當鼓勵青年入鄉投入經濟與社會性行動，與上一輩的溝通協調能力也可能是面對到問題與衝突時，重要的解決技能。而對於移居者來說，無論是在耕作知識、人力、土地取得，特別需要中介者的協助來建立與地方的連結關係。初期缺少地方居民的信任，難以取得租地與租屋是主要的挑戰，若政府單位對於務農者在取得土地、建立與地方關係能扮演橋樑，便能減少移居者初期的門檻。

最後，「平台」的建置對於青年的融入與生活支持是重要的，透過共同平台，如青農聯誼會的形成，同質性的青年能夠在其中找到情感支持與經驗交流，對於鄉村的生計與生活具有重要意義，並使得行動者在認識後產生合作機會，才能進一步形塑鄉村認同感及社會價值行動。因此本研究也建議政策上若能建置相關平台，鼓勵地方不同居民的參與，並找到當地關鍵行動者的角色，能夠促使建立鄉村內部與外部的連結，使得行動者在平台上形成連結關係，進而當地方產業要發展，具有多元的行動者在其中，不同的背景的激發下，才可能讓地方產業有創生的可能。

三、研究限制與未來改進方向

在研究限制上，本研究不足之處包括受訪者樣本的篩選、未能進行長時間的田野觀察。研究者曾在當地的農會打工，2017 年親自參與過紅棗產業的運作，過程中也建立當地的人際網絡，因此初期招募受訪者上便是透過農會的管道來聯繫，然因為聚焦在產業的發展，不同行動者的互動觀察是研究內容的重點，由於本研究設定的研究對象是青年，但青年的年齡定義根據不同單位標準有所差異，在受訪者樣本的篩選上雖然是利用農委會所定義青農的標準將其入鄉年齡做劃分，但因透過招募方式之一是由受訪者引介，未特意限制一定要是特定年齡範圍，依據受訪者口

頭的轉述，因此也未能達到皆是低於 45 歲的篩選條件，是本研究在樣本篩選上之不足處。

而在田野觀察過程中，本研究時間為 2022 年 4 月至 8 月，在田野的 5-7 月期間，受訪者所舉辦的市集活動、體驗遊程因於疫情關係接連取消，使得預計參與式觀察的活動無法執行，然研究者也試圖透過無論是組織理監事會議的參與、七月份紅棗採收與節慶的觀察持續與受訪者保持聯繫、以其他形式進行觀察補足。此外，因組織間具有競合關係，研究者作為第一次接觸到受訪者，受訪者的態度與說法也會碰到敏感的話題而不願回答，雖有再進行後續幾次的補訪，但對於真實情況的捕捉仍有限，是未能以長時間田野觀察之限制。

本研究試圖透過紅棗產業個案研究的方式，以農業為核心討論青年的地方創生行動，然而農業在鄉村中具有異質性，不同作物與地方的情況會使得支持網絡樣貌也有所差異，同時地方創生行動包含多元面向，不僅是農業，其他產業的行動策略亦有待後續研究更加著墨。最後，人與地方如何融入、透過怎麼樣的途徑得以在鄉村中生活應有更多元的方式，遷移類型作為本研究的切入點，也有待後續不同的研究者對於當代返鄉歸農、移居鄉村風潮的意義進行更多的擘劃與討論。

參考文獻



王俊豪、郭彥谷（2022）。OECD 鄉村政策 3.0 內涵及對我國的啟示。檢自：

<https://www.coa.gov.tw/ws.php?id=2511841>

公館鄉公所（1994）。公館鄉誌。國家圖書館臺灣記憶系統，取自

<https://tm.ncl.edu.tw/>（資料來源：國家圖書館 臺灣記憶

<https://tm.ncl.edu.tw/>）

公館鄉農會（2022）。台灣紅棗。檢自：

<https://www.kkfa.org/jujube.php?func=jujube>

行政院（2022）。農業經營現況。檢自：

<https://www.ey.gov.tw/state/CD050F4E4007084B/0ededcaf-8d80-428e-96b7-7c24feb4ea0d>

行政院客家委員會（2017）。全國客家人口暨語言基礎資料。台北：行政院客家委員會。網址：

<https://www.hakka.gov.tw/Content/Content?NodeID=626&PageID=37585>

行政院國家發展委員會（2018）。地方創生戰略計劃（核定本）。台北：行政院國家發展委員會。網址：

<https://ws.ndc.gov.tw/Download.ashx?u=LzAwMS9hZG1pbmlzdHJhdG9yLzEwL3JlbGZpbGUvMC8xMTUwMC9lOTkzMjYyOC1mNzY4LTQ5N2EtODE3OS1iMDA1MjU3MGEwNGYucGRm&n=MTA4MDEwM%2BmZouaguOWumi3lnLDmlrnlibXnlJ%2FlnIvIrrbmiLDnlaXoqIjnlaso5qC45a6a5pysKS5wZGY%3D&icon=..pdf>

行政院國家發展委員會（2020）。加速推動地方創生計畫。台北：行政院國家發展委員會。網址：

<https://ws.ndc.gov.tw/Download.ashx?u=LzAwMS9hZG1pbmlzdHJhdG9yLzEwL3JlbGZpbGUvMC8xMTUwMC84NjIxMmE4NS04YjZiLTQ1MzEtOTJhMi1kN2>

FhMmY1YTA4NTcucGRm&n=5Yqg6Ycf5o6o5YuV5Zyw5pa55Ym155Sf6KiI5
5Wr6Zmi5qC45a6a5pysLnBkZg%3D%3D&icon=.pdf



吳宗澤（2019）。學「做」農：以埔里穀笠合作社為例試論新農的身份認同與社群性。國立暨南國際大學東南亞學系人類學碩士班碩士論文，南投縣。

李承嘉、廖麗敏、陳怡婷、王玉真、藍逸之（2009）。多功能農業體制下的農地功能與使用方案選擇。台灣土地研究，12（2），135-162。

林妤姍、徐敏記、黃肇家（2018）。紅棗鮮果採後生理之初探。苗栗區農業專訊（82），15-17。

林勇信（2011）。影響新進農民從農因素之研究-以漂鳥結訓學員為例。高雄區農業改良場研究彙報，22（2），18-36。

吳宜娟（2011）。創造宜蘭新故鄉：生活風格移居類型研究。交通大學人文社會學系族群與文化碩士班學位論文，新竹市。

財團法人農村發展基金會（2021）。《2020 臺灣農村發展觀察年報》。台北市。檢自：<https://www.rdf.org.tw/?p=4841>

高橋巖（2016）。〈農之擔綱者—多樣化的方法〉。頁 267-287，收入 瀧俊子、谷口吉光、立川雅司編，《食農社會學：從生命與地方的角度出發》。台北市：開學文化。

許瑋（2014）。半農半X在花蓮：鄉村移民之社會網絡與社會支持。國立東華大學自然資源與環境學系碩士論文，花蓮縣。

陳玠廷（2019）。人口多寡是重點嗎？地方創生所需社會條件與支持之探討／陳玠廷。農傳媒。檢自：<https://www.agriharvest.tw/archives/6406>

陳玠廷（2021）。地方創生、關係人口與七年返鄉的觀察筆記。《台灣經濟論衡》，第 19 卷第 2 期，47-53。

陳美芬（2005）。鄉村回流從農青年農業養成經驗與轉換歷程之研究—以休閒農業為例。台北：行政院農業委員會九十四年度科技研究計畫研究報告。

陳美芬（2007）。農業外移入及回流青年農民農業經營之輔導策略研究（整合計畫），委託單位：行政院農業委員會。

陳政邦（2015）。「逐」一個田園夢？－宜蘭三星一帶第二居所經驗。國立臺灣大學建築與城鄉研究所碩士論文，台北市。

陳品穎（2016）。農業食物品質的在地化：以公館紅棗為例。國立台灣大學生物資源暨農學院生物產業傳播暨發展學系碩士論文，台北市。

蔡宏進（2022）。現代知識青年從農的難題與好處。農政與農情，351，48-53。

蔡晏霖（2016）。農藝復興：臺灣農業新浪潮。文化研究，22，23-74。

劉燕霖（2014）。現代性抽象體系的探討：東部鄉村移民個案研究。國立東華大學自然資源與環境學系碩士論文，花蓮縣。

劉雲聰（2012）。紅棗果園的栽培管理。苗栗區農業專訊，（58），7-9。

蔣慧仙（2011）。青年從農專題系列導覽。上下游新聞。檢自：

<https://www.newsmarket.com.tw/blog/2574/>

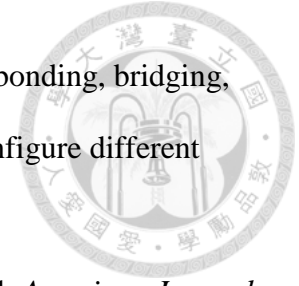
鍾佳妤（2015）。「返」其道而行－返鄉者之生活實踐帶來的農村質變。國立雲林科技大學文化資產維護系碩士論文，雲林縣。

瞿海源（主編）（2015）。社會及行為科學研究法：質性研究法。台北市。東華。

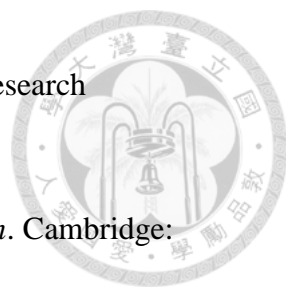
藍逸之、李承嘉（2015）。作為制度舒緩的三生農業臺灣農地新自由化、調節過程與農業體制再結構。地理學報，（76），25-68。

Bosworth, G. (2010). Commercial Counter-urbanisation: An Emerging Force in Rural Economic Development. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 42(4), 966–981.

Butkevičienė, E. (2009). Social innovations in rural communities: methodological framework and empirical evidence. *Socialiniai mokslai*, (1), 80-88.



- Cofré-Bravo, G., Klerkx, L., & Engler, A. (2019). Combinations of bonding, bridging, and linking social capital for farm innovation: How farmers configure different support networks. *Journal of Rural Studies*, 69, 53-64.
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94, 95-120.
- European Commission, Directorate-General for Research and Innovation, Addarii, F., Lipparini, F. (2017). *Vision and trends of social innovation for Europe*, Publications Office.
- Fisher, R. (2013). 'A gentleman's handshake': The role of social capital and trust in transforming information into usable knowledge. *Journal of Rural Studies*, 31, 13-22.
- Geyer, N., & Geyer, H. (2017). Counterurbanisation: South Africa in wider context. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 49(7), 1575–1593.
- Granovetter, M. (1985). Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481–510.
- Greenberg, Z., Farja, Y., & Gimmon, E. (2018). Embeddedness and growth of small businesses in rural regions. *Journal of Rural Studies*, 62, 174-182.
- Halfacree, K. H. (1994). The importance of "the rural" in the constitution of counterurbanization: evidence from England in the 1980s. *Sociologia ruralis*, 34(2-3), 164-189.
- Ishikawa, Y. (2008). Progress in Japanese Population Geography: Retrospect and Prospect. *Geographical Review of Japan*, 81(5), 247-261.
- King, B., Fielke, S., Bayne, K., Klerkx, L., Nettle, R. (2019). Navigating shades of social capital and trust to leverage opportunities for rural innovation. *Journal of Rural Studies*, 68, 123-134.

- 
- Kvale, S. (1996). *Interview Views: An Introduction to Qualitative Research Interviewing*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Lin, N. (2002). *Social capital: A theory of social structure and action*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mailfert, K. (2007). New Farmers and Networks: How Beginning Farmers Build Social Connections in France. *Tijdschrift Voor Economische En Sociale Geografie*, 98(1), 21–31.
- Mitchell, C. J. A. (2019). The patterns and places of counterurbanization: A ‘macro’ perspective from Newfoundland and Labrador, Canada. *Journal of Rural Studies*, 70, 104-116.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon and schuster.
- Smedlund, A. (2008). The knowledge system of a firm: social capital for explicit, tacit and potential knowledge. *Journal of knowledge management*, 12, 63-77.
- Sutherland, L.A., Madureira, L., Dirimanova, V., Bogusz, M., Kania, J., Vinohradnik, K., Creaney, R., Duckett, D., Koehnen, T., Knierim, A. (2017). New knowledge networks of small-scale farmers in Europe’s periphery. *Land Use Policy*, 63, 428-439.
- Thissen, F., Fortuijn, J. D., Strijker, D., & Haartsen, T. (2010). Migration intentions of rural youth in the Westhoek, Flanders, Belgium and the Veenkoloniën, The Netherlands. *Journal of Rural Studies*, 26(4), 428-436.
- von Reichert, C., Cromartie, J. B., & Arthun, R. O. (2014). Impacts of Return Migration on Rural U.S. Communities. *Rural Sociology*, 79(2), 200-226.
- Woolcock, M. (2001). The place of social capital in understanding social and economic outcomes. *Canadian journal of policy research*, 2(1), 11-1.