

國立臺灣大學社會科學學院社會學系

碩士論文

Department of Sociology

College of Social Science

National Taiwan University

Master Thesis

自行車的休閒化：

休閒實作型式的象徵鬥爭

Leisurization of Cycling:

Symbolic struggles of the modalities of leisure practice



李佩璇

Pei-Syuan Li

指導教授：林 端 博士

Advisor: Duan Lin, Ph.D.

中華民國九十八年八月

August, 2009

## 謝 辭

三年了，我看似苦悶卻精彩萬分的研究所生涯，隨著這本碩論的完成，劃下句點，遊戲終了，獎品是我用血肉青春換來的韌性、耐力和思辨利器。還記得當初那位傻里傻氣的高中生，參加完人文營便毅然決然將社會系視為第一志願，唸完四年覺得不繼續挑戰是愧對自己，悶頭闖進這座智識殿堂，一進門才知道不經淬煉難以成器，嚎啕大哭之後還是認份挑水扛磚蹲馬步。終於，我親身見證了扞格、撞擊、規訓、以及信仰的生成，體會自我養成過程中澱積而生的慣習於外在條件轉變下將如何為我帶來痛苦、力量與成長。我長成了一個不錯的人，並非師長眼中的學識菁英，但絕對是一個肯為自己負責且樂於面對自我的青年。

在離開賴以為家的社研所之際，有太多需要感謝的師長、同學與好友。首先要感謝的便是我的指導教授林端老師。老師充分的信任和不時的鼓勵，總讓我在陷入自我懷疑時能迅速整頓振作，而在老師帶領下所開設的論文討論會，更使我在琢磨研究問題階段便能確立妥善的分析架構。其次要感謝的是兩位口試委員，李明聰老師細心的閱讀與精闢的回應，每每皆能指出我在分析上的潛在疑慮，督促我必須使這份論文更加完善。而賴守誠老師在學務繁忙之中仍不時以信件或當面討論，給予我許多研究方法和理論分析上的指導，並且總能耐心聽我分享研究所得，激發出更多有趣的學術思盪。

此外還要感謝賴曉黎老師的魔鬼訓練與諄諄教誨，是在老師高標準的訓練之下，我才能從社研所帶走進行獨立研究的能力，以及無畏難題的抗壓性，而老師給我機會擔任理論課助教，更讓我認識到自己也有獨當一面的可能性。接著必須感謝吳鴻昌學長，學長從大學時代一路看我成長蛻變，在不同的求學階段給我最直接的智識分享與思辨刺激，讓我見識到如何在苦行生活中經營學術熱情，而您更扮演著亦師亦友的角色，讓一個傻小妹在徬徨失措時能安心地找人傾吐心事。感謝博方學長、定綱學長與毓澤學長在論文討論會上給我很多分析立論的協助，

感謝明華學長熱心地為我介紹了兩位重要的受訪者。感謝筱筑、瑋婷、育歆、為哥，妳／你們花費時日替我校稿，並且給我許多寶貴的修改建議。

而在最後的寫作階段裡，感謝婉茹、憶欣的陪伴，很高興我們一起衝破了終點線，從今而後就要離開 218 溫室，再一起做朵堅強的花。感謝采燕、意仁、容妹、怡婷、人皇、紫婷、順楠，很懷念大家一起讀書、討論、熬夜、見證彼此成長的日子，也願妳／你們都能步上理想的將來。感謝同班三年的同學，熱情豪爽的汝嬾為我介紹受訪者，溫柔細心的忠恬總是適時送上問候與美食，真情溫暖的長欣媽咪、充滿理想又帶點孩子氣的雨君、平時寡言但卻滿懷熱情的郁彥、聰明伶俐的佳盈、永保年輕的苔玲、性格風趣的梵君、婉約有禮的思瑩，願妳們都能活得燦爛耀眼。

感謝在這三年來不斷遭受冷落的好友們，Beth、Allen、涵梅姐、宇秀、奕如，謝謝妳／你們的包容與大愛，讓我這位不稱職的朋友能在久久一次的聚餐中更新個人情報，還能心虛地獲得妳／你們的慰藉。感謝熱情有勁的基友老人們，小治中、老李、牧哥、雲姐、涵妹、小珮偵、蓉姐、唐牛，每次與妳／你們相聚都是我最能自在開懷大笑的時刻。感謝神秘嘉賓柯南先生，是你陪著我渡過最難熬的日子，伴我走過生死關頭。感謝體貼幽默的江浩，這份論文若是贏得些許掌聲，其中必定有些要歸功於你，是你做我情感、生活和學識上的摯友，讓我能有今日的成果。感謝協助我完成這份論文的所有匿名受訪者，是妳／你們讓這份研究得以問世。

最後，我要感謝帥氣的李爸爸忍受九千多個日子的日曬雨淋，福氣的李媽媽努力維繫一家小小手作坊來補貼家用，您們從小到大給予我這麼多的信任、支持和體諒，希望我沒有讓你們失望。

## 摘 要

本研究試圖以 Pierre Bourdieu 為主並輔以 Norbert Elias、Eric Dunning 與 John Hargreaves 等人的理論分析工具，透過歷史文獻分析、深度訪談與參與觀察來重新回答 2007 年單車熱何以興起、又帶來什麼樣結構性影響等問題。而 2007 年單車熱應被理解為自行車休閒化歷程中獨特的階段性成果，此時單車活動的「休閒」（而非通勤或運動）意涵得到了宰治性的地位，單車休閒更被型塑為一項受到眾人欲求的選擇。因而面對本研究的核心關懷，我們首先探問「自行車如何被休閒化」。通過歷時性的耙梳與分析，可以發現 1950 至 1970 年代臺灣出現了自轉車平民化的過程，與此同時，國家亦自 1960 年代開始主導自由車運動的發展，作為廉價交通工具的自行車與作為體育競技的自行車之分離，則使得單車休閒運動空間自此萌生。而後於 1980、1990 年代的越野單車、踏板上的勇者與登山車等風潮中，則可見單車休閒運動空間中出現了朝向休閒化發展的趨勢。國家、自行車製造商與中華民國自由車協會等扮演著關鍵施為者的角色，在不同的歷史時期中有意（或意外）地打造出單車休閒發展的供給條件，並切合了來自不同社會階級的社會需求。接著，在確認 1990 年代臺灣社會已有基本單車休閒人口存在之後，我們則須回答「單車休閒的象徵位階如何被翻轉」的問題，亦即探問單車休閒何以成為臺灣中產階級成員最為推崇的休閒選擇之一。其中關鍵在於全國自行車道路網的建設，以及在《練習曲》此一機遇性事件之後所帶來的大批文化中介者對於單車休閒所進行的象徵構作。而在這些文化中介者的描繪中，中產階級車友所經營出來的單車休閒生活風格，則被型塑為其他車友應當仿效的模範，由此才使得單車休閒的象徵位階得以翻轉。在此之後，我們則進一步關注「單車休閒實作型式如何深化階級區隔」的問題。並且發現一來單車休閒運動空間的邊界已由「通勤」與「休閒／運動」的區隔轉變為「通勤」與「單車鑑賞」的劃分判准；二來新加入單車休閒行列的大批中產階級車友不僅拉抬了參與單車休閒的經濟門檻，也同時提高了投入單車休閒所需具備的美學鑑賞能力，由此則使得單車休

閒運動空間出現了結構性位移的可能。最後，除了以自行車「休閒化」的案例來與形態社會學「運動化」概念進行對話之外，在指出臺灣中產階級於自行車休閒化歷程中所扮演的重要角色之後，我們亦試圖將此研究案例放置在消費社會的討論脈絡下，並且歸結出臺灣中產階級兩項特殊的階級性格。

關鍵字：自行車、休閒化、象徵鬥爭、中產階級、布赫迪厄



## Abstract

Drawing on in-depth interview data, historical documents and participant observation, the purposes of this study are to analysis how the cycling boom happened in 2007, and what the structural consequence it caused? The theoretical tools of Pierre Bourdieu, Norbert Elias, Eric Dunning and John Hargreaves are applied to illuminate historically the relations between different modalities of cycling practice and classes. The author asserted that the cycling boom in 2007 should be recognized as one distinct stage progress of leisurization process of cycling in Taiwan, and since then cycling is widely known as a fashionable leisure activity.

To answer the center question, the author tried to explain how cycling be leisurize first and found that the leisurization trend of cycling could be observed since 1990s, helped by the State and bicycle producers (un)consciously. After acknowledging basic cycling leisure population, the question turned to how cycling leisure became a fashionable activity? The author concluded that it is because the construction projects of bikeways around the country contributed to consumer population of cycling leisure market, and then cultural mediations joined to recreate the symbolic significance of cycling. Finally, replying the structural consequence cycling boom caused, we found that not only has the boundary of cycling space moved, but also the economical/esthetic threshold for participating cycling leisure activity has been risen. At the end of this study, the author also compared 'leisurization' with 'sportization' and discussed two class characteristic of middle class in Taiwan consumer society.

Keywords: bicycle, leisurization, symbolic struggle, middle class, Pierre Bourdieu

# 目 錄

<b>第一章 前言</b> .....	<b>1</b>
第一節 從無名的「鐵馬英雄」到時尚的「單車騎士」 .....	1
第二節 概念的釐清：「休閒」抑或「運動」？ .....	3
第三節 單車熱僅是自行車的休閒化嗎？ .....	6
第四節 2007 年的單車熱為何會出現？ .....	9
<b>第二章 文獻回顧與問題意識</b> .....	<b>12</b>
第一節 國內相關研究 .....	12
第二節 運動和休閒社會學 .....	13
第三節 問題意識： .....	31
<b>第三章 研究方法與資料來源</b> .....	<b>34</b>
<b>第四章 自行車的休閒化歷程</b> .....	<b>38</b>
第一節 單車休閒運動空間的萌生：鐵馬與自由車 .....	39
一、 自轉車的平民化 .....	39
二、 在雙輪上謀生的人 .....	47
三、 由政治力主導的單車活動發展 .....	51
第二節 夭折的單車休閒實作型式：越野單車 .....	53
一、 自行車休閒化的濫觴：稍縱即逝的越野單車風潮 .....	54
二、 「義和團」認真「搞體育」 .....	58
三、 跨國行銷考量下的殘餘市場 .....	61
四、 中華民國自由車協會改組 .....	65
五、 被政治與商業衝突撲滅的單車休閒 .....	68
第三節 登山車休閒實作型式成形 .....	70
一、 單車休閒化的前奏：踏板上的勇者 .....	71
二、 登山車風行：自行車休閒化的第一座里程碑 .....	76
三、 封閉且不透明的資訊管道 .....	84
<b>第五章 單車休閒象徵位階的翻轉</b> .....	<b>89</b>
第一節 單車休閒供給的物質條件 .....	90
一、 單車休閒的基礎條件：自行車道 .....	91
二、 背負單車推廣使命的巨大機械 .....	98
三、 政商共築「自行車島」 .....	105
第二節 單車休閒供給的象徵構作 .....	110
一、 資訊管道開放：單車休閒人口成長 .....	111
二、 使「單車休閒」成為宰治性論述的文化中介者 .....	116
三、 單車休閒的主流形象：中產階級矛盾的休閒敘事 .....	124
第三節 揭示「全民運動」的表象 .....	130
<b>第六章 單車休閒實作型式的階級區隔</b> .....	<b>136</b>

第一節	主流單車休閒實作型式的出現：小輪徑摺疊車.....	137
一、	捕捉單車休閒運動空間邊界的浮動.....	137
二、	具高消費能力的小摺車友.....	145
三、	小摺休閒實作型式的形成.....	149
第二節	單車休閒實作型式的象徵鬥爭.....	157
一、	老車友眼中的「蛋塔人」.....	158
二、	美學至上的小摺車友.....	161
三、	單車休閒象徵位階翻轉的影響.....	169
<b>第七章</b>	<b>結論</b> .....	<b>175</b>
第一節	研究成果.....	175
第二節	休閒化與運動化.....	179
第三節	臺灣中產階級的階級性格.....	181
第四節	研究限制與建議.....	188
<b>參考書目</b> .....		<b>191</b>
附錄一	深度訪談問卷.....	205
附錄二	自行車零件名稱對照圖.....	207
附錄三	1989 年至 2007 年捷安特體育基金會、自行車新文化基金會活動統計 .....	208
附錄四	臺灣自行車書籍出版統計.....	223
附錄五	1989 年至 2007 年自行車新文化基金會舉辦之台北縣市活動統計.....	227
附錄六	重要事件表.....	231

## 圖目錄

圖 1-3-1	單車咖啡店專屬停車場一.....	8
圖 1-3-2	單車咖啡店專屬停車場二.....	8
圖 4-1-1	富士牌自行車沙龍照.....	40
圖 4-1-2	國產鐵馬.....	41
圖 4-1-3	1971 年高雄加工出口區員工上下班情形.....	44
圖 4-1-4	1960 年代代步、載貨的鐵馬.....	46
圖 4-1-5	冬瓜茶小販所使用的鐵馬.....	46
圖 4-1-6	第十八屆世界運動會自由車代表隊.....	48
圖 4-2-1	專為奪標設計的捷安特 BMX.....	64
圖 4-2-2	越野競賽冠軍車.....	64
圖 4-3-1	胡榮華回國.....	72
圖 4-3-2	1980 年代末期登山車活動.....	80
圖 5-1-1	台北地區暨彰化、雲林地區地方性路網規劃圖.....	96
圖 5-1-2	體委會歷年補助興整建之自行車道統計.....	97



圖 5-1-3 電動自行車「REVIVE」	109
圖 5-2-1 臺灣單車相關出版品累計數量變化	113
圖 5-2-2 《練習曲》電影海報	117
圖 5-2-3 無限延伸您的視野系列平面廣告	119
圖 6-1-1 小輪徑摺疊車摺疊前後	148
圖 6-1-2 小摺車騎姿	152
圖 6-1-3 公路車騎姿	152
圖 6-1-4 登山車騎姿	152
圖 6-2-1 經陽極處理的小摺零件	163
圖 6-2-2 改裝為皮革製的小摺零配件	163
圖 6-2-3 小摺車衣著	165
圖 6-2-4 公路車衣著	165
圖 6-2-5 登山車衣著	165
圖 6-2-6 小徑車	168
圖 6-2-7 固定齒輪車	168
圖 6-2-8 胡榮華單車衣著	171
圖 6-2-9 Brompton 小摺開箱文照片	173



## 表 目 錄

表 3-1-1 受訪者基本資料	37
表 4-1-1 1956 年台灣自行車成車及零組件製造廠統計	42
表 4-1-2 台灣機車持有數輛統計	44
表 5-1-1 1998 至 2009 年行政院環保署補助建設之自行車道統計	95
表 5-1-2 2007 年 3 月為止全國各縣市自行車道長度統計	98
表 5-1-3 自行車新文化基金會董監事與本業職務介紹	103
表 5-1-4 2004 至 2007 年台北市公共自行車租用人次統計	107
表 5-2-1 臺灣單車相關出版品總數量變化	114
表 5-2-2 2007 年以前臺灣中文單車雜誌統計	115
表 5-2-3 2007 年起臺灣中文單車雜誌統計	122
表 5-3-1 單車熱後成立的單車俱樂部統計	132
表 6-1-1 2008 年國內自行車平均售價與 2007 年同月比較漲幅	145

## 第一章 前言

### 第一節 從無名的「鐵馬英雄」到時尚的「單車騎士」

在許多人的歷史記憶中，「鐵馬」是小販沿街叫賣的生財器具，是女工前往加工出口區的交通工具，其形象是再樸實與親和不過的，然而在 2007 年興起的「單車熱」中，卻大大地翻轉了人們以往對於鐵馬的認識。這項轉變對許多人來說是措手不及的，彷彿一夕之間鐵馬便化身為要價不凡的精品，更令人不解的是，這樣的突變竟然帶來一整套令人陌生的語言，強迫人們重新認識「它」，最好還要能夠品味它、分類它、研究它。有一群人失語了，原本平凡無華以致於根本無需費心探究甚至對其歌功頌德的「鐵馬」，如今成爲了不知該歸類在哪一範疇下的「它」。<sup>1</sup>

若要追溯 2007 年單車熱之中一連串討論與跟風的起始點，可以找到三個較爲明顯的事件，首先是國內知名導演陳懷恩於 2007 年 4 月推出《練習曲》一作，在國片市場中異軍突起，上映一個月後即奪下 800 萬的票房。不久後巨大機械董事長劉金標先生也自稱受到電影中「有些事現在不做，一輩子都不會做了」一語感召，以七十三歲高齡完成了自行車環島的壯舉（聯合報 2007 年 5 月 8 日）。同年間，馬英九總統在台北市長任期間發起了青春鐵馬行，大大地提高了自行車活動的注目度。而在上述三個事件中，又以《練習曲》受到的關注最爲廣泛，不僅網友在部落格上討論頻繁，「練習曲」三個字也成爲了「單車環島」的同義詞。<sup>2</sup>

<sup>1</sup> 這種失語的現象，在我的研究過程中是時常可見的。一次在我購書的過程中，有位店員看著我放在結帳櫃台上的書，書底印著一輛橘紅烤漆 Birdy DEORE LX-9 速的小輪徑摺疊車。他指著這本書問到：「這個，你有買『它』嗎？」我頓了一下，一時間無法分辨店員所謂的「它」，究竟是這本黃皮書，還是書封上那輛車：「你是問這輛小摺車嗎？」店員：「嗯，對對對。」我幫這位店員把話中的「它」代換爲更爲明確的「小摺車」，而這位店員因爲無法直截地說出「它」的「學名」，莫名地在這波單車熱中成了局外人。相似的場景則在另一次訪談過程中發生，一位咖啡店老闆因爲不懂車，無法估測車價，而十分困窘。在咖啡廳進行訪談時，受訪者 F03 一時興起：「老闆，你來猜猜這輛車多少錢。」被點到名的老闆苦笑，身體不自在地在這輛 KUUPAS fixed gear 固定齒輪車四周繞了一圈，仔細端詳，又往後跨了一步，皺起眉頭：「三萬嗎？」受訪者 F03：「不用。」老闆像是接到了令人難堪的考題，深怕再猜錯又丟了分：「唉，我不知道，行情都被你們搞亂了。」

<sup>2</sup> 《練習曲》所引發的效應，或許可以從《遠見》雜誌的這段評語中看出：「2007 年春天描述一

在特殊歷史條件的匯聚下，2007 年接連發生的三個事件如同催化劑般，使得「單車環島」的社會矚目度直起攀升（聯合報 2007 年 12 月 27 日）。然而它所直接帶來的不僅是「單車環島」大幅成長的報導數量，單車環島在活動型態上也出現愈趨多元的特色。<sup>3</sup>單車環島作為一個活動型式，被挪用作為非營利團體活動宣傳的策略，<sup>4</sup>就連父母也希冀以自行車環島作為家庭教養過程中的重要洗禮，更有企業試圖以單車環島作為員工旅遊、員工考核的一部份（遠見 2007 年 7 月 1 日）。而在這些一定程度上具備偶然性的事件出現之後，加入自行車環島的人口數量亦不斷地增加。

我們可以發現，在臺灣各式媒體對於「自行車環島」的描述與評論中，幾乎都將這項活動與「時尚」、「夢想」、「自我挑戰」等概念相扣連，這些概念統合了自行車環島所帶給人們的形象，更為勇於挑戰自行車環島的人們打造了一種秀異的個人特質，既充滿了魅力又不易獲取，為人們構築了一個寄託浪漫幻想的空間，並且向所有天真爛漫的青年和心有未竟之感的成人頻頻招手。而如我們所見，這誘人的形象確實召喚了許多從未接觸過自行車休閒的人，在這群人當中，有些以單車環島作為首站，從而開始愛上自行車活動；亦有些先從平日培養自行車的休閒興趣，將單車環島視為遠程目標。而在短期內，投入單車活動的人口大增，成員擴及男女老少，使得自行車活動在各式報導中皆贏得了「全民運動」的稱號。

---

位大學生因為『有些事現在不做，一輩子都不會做了』，而進行單車環島之旅的電影，創下了新台幣 800 萬元票房，也成為年度國片最賣座電影。之後單車運動就在全台風起雲湧。」（遠見 2008 年 1 月 1 日）

<sup>3</sup> 除此之外，單車環島本身在意義上也出現了轉變。其實單車環島這項活動在臺灣的歷史由來已久，1950 年代臺灣便有由「中國青年騎射協會」所舉辦的「自行車環島長征」，而此時的單車環島被視為讓青年能夠熟悉臺灣作戰地形的「暑期青年戰鬥訓練」，其目的是要讓青年「養成冒險犯難大無畏精神」（聯合報 1955 年 7 月 9 日）。然而到了 1980 年代末期「踏板上的勇者」單車環島活動出現之後，單車環島的「作戰意義」已經消失，但此時的單車環島仍然保有「砥礪身心」、「訓練團隊合作」等目的。而在 2007 年單車熱中的單車環島，則有更多明顯的旅行、享樂、賞景、品嚐各地美食等休閒性質的特徵。

<sup>4</sup> 以幾個例子來說，嘉義縣荒野保護協會便藉由單車環島的方式將老茄苳樹的樹苗分送到臺灣的 20 個縣市；桃園縣石門行蘭童軍團以單車環島的方式為家扶中心的認養孩童募款；基督宗教團體舉辦青少年單車環島活動，讓青少年在環島過程中克服外在困難以自我成長作為上帝的見證等等。

然而到了 2008 年，單車熱又因為「小輪徑摺疊車」的熱銷而再創高峰。小輪徑摺疊車在二十年前便已在臺灣上市，但當時並未引起消費者的青睞，其迷你的輪徑、抽高頭管與坐管的設計在當時的眼光看來只能以詭異二字形容，推出不久便遭受自然淘汰的命運。但出乎意料的是，將 2007 年單車熱潮推向峰巔並造就單車消費神話的，就是這輛打破傳統單車設計思維的小摺。國內單車第二品牌美利達在短短半個月之間，便在國內售出了 2000 輛小摺車。原本乏人問津的車種如今成為炙手可熱的商品，只要車友們在各大單車網站上登高一呼，所謂的優質車款便會在短短幾週內缺貨，熱烈程度已經使得「有錢買不到車」成為車友們的共識。但若單就熱銷情況來斷定小摺所造就的消費神話，則有誇口之嫌，畢竟小摺的普及程度尚且不及 1962 年台北市自行車總量二十一萬九千九百二十七輛的高峰。然而小摺受到的歡迎程度不僅表現在其販售數量上，更具體反映在其銷售金額之上。相較於 1960 年代平易近人的自行車定價，2008 年小摺的定價則是從三千五百元到數萬元不等，且熱銷商品多以一到三萬元的車型為主。而小摺車主在購得愛車之後，通常會投入大筆時間、金錢進行改裝，這又凸顯了小摺車友們驚人的消費力。

2008 年的「小摺熱」不僅延續了 2007 年出現的單車熱，更使得單車話題由「單車環島」轉向更多樣的「單車休閒」活動型式。在這兩年間，人們對於自行車的認識已有了轉變，騎乘自行車不只是一種省錢的短程通勤方式，更可以是一種休閒活動的選擇。

## 第二節 概念的釐清：「休閒」抑或「運動」？

然而在此必須特別釐清的是，目前所盛行的單車活動並不屬於社會學所嚴格界定的「運動」。<sup>5</sup>社會學界對於「運動」(sport) 的概念已經累積了眾多討論，

---

<sup>5</sup> 這邊我必須特別說明，在我的訪談經驗中，有 5 位受訪者將他／她們所從事的單車活動界定為「運動」，而且這個界定往往是浮動的，並且隨著每次出遊的路線設計、主題安排而有變化。這

並且認為運動是一種特殊型式的「遊戲」(game)，其中必須包含「身體技術」(physical skill)的運用，依據一定的「規則」(rules)以便與其他參與者進行「競爭」(competition)，此外還需要有「制度化」(institutionalization)或「官僚化」(bureaucratization)的統轄機構來確保遊戲規則的正當性(Meier 1981; Suits 1988; Kretchmar 1992)。而近來迅速發展的單車活動雖然會注重騎乘姿勢、上下坡技巧等身體技術，但它並不像籃球、棒球、足球等運動具備共通且明確的「遊戲規則」，更重要的是「單車出遊」這項活動本身不需要以「競爭」為主軸組織起來便能進行。因而與其說近年來的單車活動是一種「運動」，不如說它更接近於一種「休閒」。

在討論休閒的定義時，許多學者皆將休閒視為可自由支配的「業餘時間」(non-work time)或是「空閒時間」(free time)，然而這樣的理解方式所會招致的問題在於無法解釋個人在下班後所進行的「家務勞動」應否被歸類為休閒，並且也無法細緻區分「休息」(rest)和「休閒」(leisure)之間的差別(Rojek 1989: 1; Elias & Dunning 1986b: 70)。Elias 和 Dunning (1986b)認為，「休息」泛指一切「不做什麼特別的事」的狀態，其中最為典型的便是睡覺、發呆等活動，然而這些活動卻不能被等同於「休閒」。<sup>6</sup>Rojek (1985)則認為「休閒」應專指成人的活動，它不同於孩童所進行的「玩耍」(play)。孩童的玩耍通常是坦率的、沒有特定形式且毋須認真、非理性的活動，然而「休閒」則是有技術、有知識的行動者才能完成的活動。這裡的行動者不僅是社會化的個人，同時也有能力將社會規則轉換為創新與批判的資源。而且「休閒」往往不是一種自由與解脫，相反地，

---

些受訪者認為，若此次出遊所需耗費的體力愈多、競爭意味愈高，則愈應該被界定為「運動」，即使這項被視為「運動」的活動本身並不具備明確的競爭意涵，也沒有明確的遊戲規則，因而與西方的「運動」概念並不相符。然而由此我們可以發現，臺灣民眾對於「運動」(sport)概念的理解與西方運動社會學、運動哲學所界定的「運動」概念之間存在著明顯的落差。一般臺灣民眾容易將 move、movement、mobility 和 (physical) exercise 等意涵的活動都視為「運動」(湯志傑，2008：2)，甚至認為「有動就算運動」(湯志傑，2008：3)，這部分牽涉到「翻譯過來的現代性」的問題，更為詳盡的討論可以參考湯志傑(2008)。

<sup>6</sup> 在 Elias 和 Dunning 的文章中，還指出了「滿足生物需求」(Catering for biological needs)和「社交」(Sociability)這兩類不屬於「休閒」範疇但卻能被歸類為「在業餘時間進行的活動」，詳細的討論請見 Elias 和 Dunning (1986b)。

它是權力關係的展現，個人的休閒選擇在一定程度上會受到他在社會空間中的位置所影響。<sup>7</sup>

雖從概念上我們能夠釐清「運動」和「休閒」之間的差別，但是 Elias 提醒我們，在實際的歷史發展過程中，現代運動卻是從傳統休閒活動中脫離出來的。Elias 和 Dunning 認為，早期未經規制且粗糙的俗民遊戲 (folk games) 是在經歷「運動化」(sportization) 的轉變之後，才成為今日我們所認識的現代運動 (Elias 1971; Dunning 1989)。<sup>8</sup>但是在台灣單車活動的發展歷史中，我們卻可以發現一個反方向的轉變。在 1960 年代，自行車被臺灣民眾普遍認識為一種交通工具，另有一群帶著特殊身份的人將自行車視為一種 (以競賽性質為主的)「運動」，然而在此時期「騎乘自行車」這件事情本身則沒有被普遍地視為一項「休閒」。但是在 2007 年單車熱出現之後，我們可以發現自行車已被多數民眾視為一項休閒活動，不過相對地，自行車的運動賽事卻沒有突破性的成長。不僅是辦了二十年的「國際自由車環台賽」賽程逐年縮減，就連世界矚目的自由車環法賽也無法引起臺灣民眾足夠的關注。<sup>9</sup>然而在登山車競賽方面，我國的登山車選手也未受重視，因為訓練條件不佳而始終無法在國際賽事上取得佳績，此外則更因為比賽場

<sup>7</sup> 這是因為 Rojek (1985) 認為休閒的確立會受到特定社會中「愉悅/不愉悅」(pleasure/unpleasure) 區分的正當性規則所影響，此所謂「愉悅」並不是一種生理內在的驅力，而是在歷史過程中被社會地建構出來的感受，在不同時期的不同階級之間，存在著對於愉悅的不同認定。因而「休閒」必須被視為一種動態且相對開放的過程，不同的社會隨著私有化、個人化、商業化和緩靖 (pacification) 程度的變化，則會影響到「休閒」的發展。

<sup>8</sup> 關於「運動化」概念更為細緻的討論請參見第二章。

<sup>9</sup> 國際自由車環台賽自 1987 年開辦至今，已經因為贊助經費的問題而面臨到賽程減縮的狀況，由 1988 年九天八站，共計一千零四十六公里的賽程，縮編到 2009 年七天七站，八百二十公里的賽程，而且在 2000 年的時候還曾經一度剩下四天四站，競賽路線長度僅有五百八十公里，2001 年更因為贊助經費籌措不及而停辦活動。此外，國際自由車環台賽在國際自由車協會 (UCI) 的賽事分級認定上也還停留在 2.2 級 (UCI 賽事共分為四級，由高至低依序為 HC-Hors Class、Class 1、Class 2 和 Class 3)，加上獎金微薄，以致於未能吸引國外好手參與競賽。以 2006 年的環台賽為例，在參賽隊伍中只有「美國瑪吉斯車隊」屬於第 2 級的車隊，其餘參賽隊伍都未能達到 2 級的水準，而比賽最終則是由「美國瑪吉斯車隊」一舉拿下了團體和個人冠軍，可見其他隊伍的實力與 2 級車隊差距懸殊。且當年的環台賽總獎金僅有四萬美金，與同時期在中國舉辦的「青海湖自由車賽」二十五萬美金總獎金比起來，無異於小巫見大巫。而國內民眾對於環法賽未有太多關注，則反映在幾乎沒有贊助單位敢投資環法賽轉播一事上。即使到了 2008 年單車熱的高峰時期，原本敲定要轉播環法賽的民視交通台仍然因為難以負荷年年賠本的轉播經費虧損，而決定臨時抽手放棄轉播權，繼而在一群有心之士的努力洽談下，才得以由 ESPN 接手進行轉播工作。然而相較於環法賽轉播一事有如燙手山芋，世界盃足球賽與國際性的棒球賽事則因為擁有廣大觀眾群而不會面臨無人願意轉播的情況。

地較為偏僻而難以被一般大眾所認識。<sup>10</sup>

然而若是注意到運動和休閒之間可能存在的動態轉變，那麼我們應該如何理解一種新型態的「休閒」的迸生？若我們將「單車休閒」的出現，視為是單車活動「休閒化」(leisurization)的結果，那麼在單車休閒出現之前，存在於臺灣社會中的單車活動樣貌為何？單車活動的「休閒化」需要哪些社會條件以及重要行動者的支持與促成？在試圖分析臺灣單車休閒化現象的同時，我們是否可以從這個例子中開展出與「運動化」理論對話的可能性？而這些課題都是本文在往後的章節試圖一步步釐清的。

### 第三節 單車熱僅是自行車的休閒化嗎？

雖然我們認為在此波單車熱中，新型態單車休閒的迸生反映的是單車活動休閒化的具體成果，然而我們卻得注意到，自行車的「休閒化」應該被視為一個動態的過程，休閒化的成果是在歷史之中一點一滴累積而成，2007年單車熱應被視為單車休閒化過程中出現的獨特事件，或是一個階段性的成果，而不應該被直接等同於自行車的休閒化過程本身。因而我們的任務便在於，找出此波單車熱與以往單車休閒化發展過程中所出現的單車活動之間最關鍵的差異點。

回顧臺灣單車休閒化的歷史發展，我們可發現三次的重要轉變。首先是1980年代初期出現的新車種「越野單車」；其次則是在1987年胡榮華先生以單車環球回國之後開啓的「踏板上的勇者」活動；而到了1990年代，臺灣又出現了一股以「登山車」為首的單車休閒風潮，此時雖然吸引了大批愛好者的加入，但卻無

---

<sup>10</sup> 我國登山車車手在競爭實力上與國際登山車車手差距懸殊，一位曾倉促上場便於國內登山車競賽中獲得前五名的受訪者 M12 便直言國內選手「選出去是被人家笑的阿，出去是肉腳啦！從來沒好過！」(M12) 此外，登山車競賽場地多半位於荒郊野外，相較之下，要比在公路上舉行的公路車競賽更難進行轉播，因而在贊助廠商難尋的情況下，只能仰賴中華民國自由車協會的補助，但是自由車協會的補助又多以公路車競賽和環台賽為主，所以登山車賽事的發展則更顯艱困。而登山車國家隊教練 B01 便直接說到登山車賽事難被一般民眾所注意到的原因：「在登山車[競賽時]，誰理你呀！在山上比賽完誰知道？頂多一百個知道，一千個知道好不好！...它不像公路賽，轉播，不就那邊拍，你到山上轉播，從頭到尾你要幾十台機子在拍。」

法臻至今日單車熱的盛況。從以下的新聞報導，便能窺見當時已有少數人開始重新定義自行車的使用方式，並認識到自行車可以不只是一種交通工具，更可以被當作休閒用具。

騎著單車到山之巔、水之涯，將是旅遊的新趨勢。都市裡由於交通擁擠和空氣汙染，使得腳踏車做為交通工具的功能漸漸減少，而單車走向戶外做為休閒運動的趨向，卻愈來愈明顯，到了周末或寒暑假，單車成為不怕塞車，又具有運動的旅遊方式。(民生報 1989 年 8 月 5 日)

由這段 1989 年的新聞稿看來，自行車從「實用工具」朝向「休閒用具」的轉變對臺灣社會中的某些成員來說，早已不是一件新鮮事。然而，我們卻可發現無論是 1980 年代初期以 BMX 越野單車為主的青少年活動、1980 年代末期出現的單車環島青年暑期盛事，抑或是 1990 年代以中部地區為主的登山車風潮，都未能撼動自行車在臺灣社會中的傳統定位，以致於人們往往迅速且無情地忘卻了自行車曾扮演過這般風光的角色，而每當下一波自行車休閒風潮出現時，大多數的臺灣民眾又會驚嘆「自行車已不僅僅是一種交通工具」。

所以在此我們必須注意的是，2007 年興起的單車熱有什麼有別於以往單車休閒活動的特性。事實上，2007 年單車熱的特殊性在於，其主要的組成份子是一群擁有較高消費能力的中壯年人，這群人視自行車為個人「生活風格」(life-style) 的展現。此時自行車已被當作「精品」看待，不僅在機械特性上要達到高標準，外觀上還須待有時尚感，簡約、低調奢華的造型最是受到車友喜愛。<sup>11</sup>對於這波單車熱中的車友而言，騎完自行車之後不一定要喝運動飲料，更愜意地是和三五車友約在咖啡廳，一邊暢談生活趣事，一邊享受香醇的咖啡與雅致的美食。同時也有愈來愈多咖啡廳業者以自行車專屬咖啡廳作為經營理念，不僅為

---

<sup>11</sup> 捷安特與橙果設計公司合作推出的小輪徑摺疊車便是明顯的例子，不僅在管材設計上，打破了傳統僵硬的線條運用，更以「迴紋針」作為創作概念的來源，烘托出自行車的極簡風格。高級房車品牌 BMW、Benz 和 PEUGEOT 也以自家品牌推出自行車，甚至以數十萬的定價，讓自行車晉升為貴族的收藏品。



騎車來啜飲咖啡的客人打造了專屬的停車場（見圖 1-3-1、圖 1-3-2），還在店內擺放單車環島的影像紀錄作為裝飾。



圖 1-3-1 單車咖啡店專屬停車場一

資料來源：蛙咖啡



圖 1-3-2 單車咖啡店專屬停車場二

資料來源：Ciclista Cafe 單車手咖啡館

這群品味獨具的車友，爲了能夠進行高品質的休閒活動，也對自行車的選購提出了更多的要求。最基本的，車架大小必須符合身長比例，挑選之前必須丈量身高、手長、胯高，套用至標準算式以得出一個精密數值，由此才能選擇符合自己的車架。而無論是自行組車或購買成車，免不了還要花費功夫進行調校（fitting），取出最適宜的把手、坐墊、踏板位置，以提高騎乘效率，並降低運動傷害的可能性。而當愈來愈多女性加入自行車休閒活動的行列後，原本依照男性身體比例設計出來的自行車也必須做出調整。國內的廠商更推出了專爲女性身材所設計的車款，在車體設計上縮短了握把到坐墊之間的距離，並且裝配較窄的把手，提出低跨點的設計等等。此外，更有不少車友開始自己動手改裝零件，不僅增加騎乘快感，還爲了提升美學價值，甚至還有許多車友換上高質感的皮製坐墊、手把，爲愛車妝點英倫風情。由此我們可以發現，在近年來的這波單車熱中，不只是確定了自行車作爲一項休閒工具的界定，更重要的是使得自行車得以晉升「精品」之列，而單車休閒也成爲了一項時尚的活動，這些現象皆凸顯了這波單車熱有別於 1980、1990 年代所出現的自行車活動的特殊性。

因而本研究認爲 2007 年單車熱另一項不容忽視的特性，便是單車休閒活動

在「象徵位階」(symbolic order) 上出現了明顯的提升。騎乘單車出遊不只成爲了值得炫耀、足以展現個人品味的事情，而多采多姿的單車出遊安排，更可證明個人擁有經營自己休閒生活的能力。另一方面，國家也在公共論述上爲單車活動提供了不可置疑的正當性，使得單車作爲一項新興（即使它存在已久）的休閒選擇，卻能不受挑戰地被一般民眾所承認、接納、讚揚。

故而接下來我們必須探問地是，既然在 20 年前曾經出現過明顯的自行車休閒化趨勢，但卻無法獲得穩定的支持以持續蓬勃發展，那麼近年來這股單車熱何以可能？若此時單車休閒的特殊性在於，它在社會大眾眼中被公認爲得以展現個人「生活品味」，那麼這又是在一個什麼樣的過程中被建構出來的？簡言之，在探究 2007 年單車熱的現象時，我們首先必須將此現象放置在長時期的單車休閒化歷程中來檢視，而 2007 年單車熱應被看作是一個階段性的單車休閒化成果，此時單車休閒活動的象徵位階出現了明顯的提升，這同時也使得一般大眾更能意識到單車作爲一項休閒活動的可能性，由此才能區別於 1980、1990 年代所出現的（影響力較微弱的）單車風潮。



#### 第四節 2007 年的單車熱爲何會出現？

我們已經瞭解到 2007 年蓬勃發展的單車活動應被視爲單車「休閒化」過程中的獨特成果，而且此時單車休閒活動在「象徵位階」上已出現了巨幅的提升。那麼接下來令人好奇的問題便是，結合上述兩項特性的 2007 年單車熱究竟是在什麼樣的歷史條件匯聚之下才得以出現的？

關於「單車熱爲何會出現」的問題，也是許多車友所關心的話題之一。在國內兩大自行車活動討論的網路社群——PTT 的 bicycle 板、mobile01 小惡魔的單車俱樂部——中，常見的回答便是「石油上漲，大家只好騎單車！」，或將騎乘單車視爲「節能減碳」的具體實作，再不然就將此歸因爲「臺灣人就是愛湊熱鬧，單

車熱就跟蛋塔熱一樣！」，甚至認為單車熱「都是媒體炒作出來的！」

然而這些看似言之成理的答案，卻是值得我們進一步深思的。首先，2007年單車熱最常出的歸因便是「油價」以及「節能減碳」，這不僅是主流媒體的通說，也是許多車友同意的解釋。然而其實在油價上漲之後，率先作為汽車替代品的反而是機車。根據交通部所做的統計，在2008年5月和7月兩次油價調漲前後改變日常短程交通運具的民眾有17.3%，從汽車駕駛人轉以機車作為代步工具的人數約佔83.9%，其次才是腳踏車，約佔15.3%。而國內以自行車作為通勤交通工具的人數，截至2008年7月為止，仍然維持在3%以下（聯合晚報2008年7月24日）。更重要的是，根據經建會委託進行的蓋洛普市場調查指出，2008年的自行車騎乘人口中，有80%是以「休閒」為主要用途（經建會管制考核處，2008）。可見若只是單純考量到油價的問題，那麼人們並不會認為自行車是優先的選擇，況且更值得注意的是在這些自行車愛好者之中，只有少數人將單車視為通勤的選擇，因此單以油價的漲跌來解釋單車熱便有所不足了。另一方面，在馬英九總統上任以來不斷呼籲的「節能減碳」，也成為了車友們時常掛在嘴邊的句子。而以自行車代步落實「節能減碳」，更是許多車友自認作為一位優秀的地球公民應盡的義務。但是這些口號卻是在自行車熱潮興起之後，才與這項活動產生連結的，因而在因果順序上也無法被認為是促發單車熱的原因。

其次，雖不似上述兩項歸因如此常見於主流媒體之上，但部分車友認為「蛋塔熱」以及「媒體炒作」便是單車熱得以竄燒的真相。那麼，我們是否能夠以臺灣人的民族心性作為解釋，進而將自行車的風行與先前的葡式蛋塔熱潮相比擬？雖然大批的單車新手在短時間內投入這項活動，確實給人一種一窩蜂的印象，但是單車熱和「蛋塔熱」不同之處在於，加入自行車休閒活動的新手所追求的是他們所嚮往的「生活方式」，其中包含了對於某種價值的認同，以及對於美好生活的想像。而從國家政策對於單車休閒發展的支持看來，讓自行車休閒活動能夠繼續維繫的相關設施已經逐步地形成，因而單車休閒活動即使在未來幾年會逐漸退

燒，應該也不至於像葡式蛋塔般曇花一現。<sup>12</sup>然而，那麼我們是否可以說，正是因為媒體在相關議題與活動上大加炒作，甚至與自行車廠商合作哄抬單車活動的形象與知名度，才造就了這股自行車活動的風行呢？要回答這個問題，只需與 1980 年代的「越野單車」風潮所受到的矚目以及媒體對於胡榮華與「青年環島」的宣傳相比便能獲知一二。同樣都有眾多的媒體曝光，但在 1980 年代卻無法帶動持續性的討論與單車活動的延燒，甚至也無力喚起國家機關對於自行車活動的重視。可見媒體的宣傳若要能夠發揮推波助瀾的功效，還需要其他社會條件的支持。

而在駁斥了輿論對於 2007 年單車熱成因的解釋之後，接下來我們則必須探問近年來的單車熱何以生成？單車象徵位階發生了什麼樣的轉變？轉變由何而致？需要哪些實際的物質條件與象徵資源的支持？而這波單車熱又對社會帶來了什麼樣的社會後果？而要回答以上的問題並非一件容易的事，接下來我們期待能夠透過經驗研究與理論典範等文獻回顧，進一步定位、深化研究問題，並且尋求一個較為適切的理論工具以進行分析。

---

<sup>12</sup> 我們可以發現，各級縣市政府在 2007 年都加快了觀光遊憩所在地的單車道修築速度，以回應廣大的車友需求。台北市 2007 年 5 月開始研擬自行車的交通管制條例，且北市府交工處更計畫在敦化南北路現有的道路寬度上劃分出自行車專用道。另外，行政院在 2007 年宣布，往後每年的 5 月 5 日訂為「全國自行車日」。且透過民間團體「千里步道協會」以及立委田秋堇、林德福的遊說，未來在自行車相關事務的國家管理層級上也有可能出現調動，由目前的體委會上升到較高的層級來進行統籌規劃。內政部也在 2008 年 9 月 9 日公佈「既有市區道路景觀與人本環境改善計畫」，在未來四年之內以中央六十億元、地方二十億元的預算增加現有的單車道長度。經濟部更委託自行車暨健康科技工業研究發展中心舉辦以單車為主題的地方觀光活動、旅遊道路規劃以及環島認證等，來吸引更多的民眾加入單車活動。

## 第二章 文獻回顧與問題意識

### 第一節 國內相關研究

截至今日，國內關於自行車的既有研究都還無法回答 2007 年單車熱興起的問題。<sup>13</sup>另外，在國內的社會學討論中，對於休閒活動的研究數量不多，而且現有研究也都無法對本研究所關心的問題提供有力的分析工具。<sup>14</sup>然而從歐正中所做的全國性休閒活動統計分析中，我們卻能發現喜愛參與「運動型休閒活動」的人在人口屬性上具有的特性，並且與我們在第一章對於近來單車熱主要組成份子的觀察有著高度的相近性。根據國科會於 2000 年所執行的「臺灣地區社會變遷基本調查」第四期第一次計畫所取得的資料，歐正中發現臺灣民眾在運動類型的休閒活動參與上，會受到經濟所得高低的影響，而所得愈高者愈常參與運動型的休閒活動；反之，經濟所得愈低者，愈少參與運動型的休閒活動。此外，在「藝文類型」、「益智類型」和「運動類型」三種休閒活動中，只有運動類型的休閒活動會受到「居住地區」的影響，而居住在「鄉鎮」的人要比居住在「城市」裡的人更不常參與運動型休閒活動。而普遍說來，「教育程度」對於休閒活動的參與

<sup>13</sup> 回顧關於自行車的研究，多數都專注於自行車產業的討論面向，且沒有關注到消費面的自行車休閒運動。其中更有近乎一半的文章在探討自行車的機械工程，包括車體結構、車體材質、變速系統等的精進；另外有將近三分之一的研究則以管理學院為主，著重在討論國內自行車產業的發展歷程、傳統產業的轉型策略、上下游工廠的協作模式、跨國企業的行銷經營、自行車業的組織管理。而社會學對於自行車研究的討論僅有兩篇，並且皆以自行車台商在面臨中國與臺灣不同民情時所採取的不同生產體制與經營管理方式作為研究主題（邱雋弘 2004；楊承祥 2006），此外也討論到了台商在密切地與上下游工廠人員之間互動交涉後，其身份認同的轉變（邱雋弘 2004）。然而這方面的研究主題與本研究所關心的問題相距較遠，因而未能幫助我們進一步瞭解自行車休閒運動的出現原因及其所代表的意義。

<sup>14</sup> 國內的社會學討論多半集中在職業運動的研究上，甚至是以工作社會學的角度所做的分析，因而無法直接回應到一般民眾如何選擇其所喜愛的休閒活動，甚至是一項休閒熱潮如何興起的問題。一些針對臺灣職業棒球球員的研究指出，臺灣職業棒球球員在工作福利上的保障不足，以致於職業球員的工作壓力無法獲得適當的排解（游智崴 2006）；而弱勢族群雖將職業運動視為一項向上流動的選擇，但結果卻往往以一種更為隱蔽的方式再生產了他們的社會弱勢（邱韋誠 2003）；此外在職業棒球中所包含的競爭性資本主義邏輯，加上國家規制介入的樣貌以及競技體育訓練的身心規訓，更使得職業球員在勞動體制上處於極度不利的位置（蔡佑霖 2003）。劉昌德更指出，1990 年代以來，職業棒球與職業籃球的出現，使得運動脫困於國家主義的指導，進而掛上了商業邏輯。而媒體在運動商品化的過程中，不僅發揮著宣傳體育賽事的功能，還成為企業是否願意贊助球隊的主要影響來源，而轉播權利金更是媒體能夠賦予職業運動的直接利益。媒體所提供的這些服務，在在都加深了運動與商業的結合（劉昌德 1998）。

影響最大，其次是「性別」，第三則是「經濟所得」(歐正中 2006)。

在回顧了國內所做的自行車相關研究，以及社會學界對於休閒研究的討論之後，我們可以發現運動和休閒社會學的討論十分缺乏。雖能發現臺灣的休閒參與和參與者的教育程度、性別、經濟所得和居住地區等變項之間存在著重要的相關性，但卻缺乏理論性的架構。普遍來說，也少有針對一般民眾之休閒活動所進行的歷時性實證研究。而作為社會學中的一個次領域，運動和休閒社會學長期處於邊緣的位置，這樣的狀況在西方世界也是如此。但相較之下，國外的討論已有系統性的成果，因而以下將從西方的運動和休閒社會學中，重要的理論取徑及相關爭論開始回顧。

## 第二節 運動和休閒社會學<sup>15</sup>

在運動和休閒社會學擴張初期，文化研究與形態社會學之間便已展開了許多爭辯。<sup>16</sup>由於文化研究和形態社會學在理論立場與研究方法上的不同，以及雙方

<sup>15</sup> 運動和休閒社會學是一個相對新穎且位處邊緣的次領域，雖然有學者會將「運動社會學」(Sociology of Sport)和「休閒社會學」(Sociology of Leisure)分而述之，但近年來無論在英國或法國的學術脈絡中，皆慣以「運動和休閒社會學」(Sociology of Sport and Leisure)統稱之。在英國社會學界的脈絡中，由於受到馬克思傳統以及文化研究的影響，傾向於以「工作」的對立面來定義「休閒」，因而休閒的概念下便包含了廣泛的靜態休閒娛樂與動態體育競賽，所以我們可以發現甚至是英國休閒社會學代表人物 Chris Rojek 以及同樣在運動和休閒社會學中佔有不容忽視地位的形態取徑代表人物 Eric Dunning 都傾向於將這個領域稱為「運動和休閒社會學」，而長期與形態社會學觀點多有爭辯的文化研究代表 John Horne 與 Davis Jary 在談論此一次領域時，也同樣以運動和休閒社會學稱之 (Horne & Jary 1987)。另外，在法國的脈絡中，同樣可以見到將「休閒」定義為與「生產」(production)相對的「非生產」(nonproduction)的傾向，由此劃出「工作」與「休閒」對立的分類範疇，因而法國自 1960 年代開始便將運動和其他文化活動(看電影、閱讀、繪畫)都歸入了「休閒」的概念之中了 (Dumazedier 1962, 轉引自 Defrance 1995: 123)。事實上這兩個次領域內部的理論取徑非常接近，從運動社會學和休閒社會學為題名的教科書 Handbook of Sports Studies (Coakley and Dunning 2000) 以及運動社會學的重要選集 Sport: Critical Concepts in Sociology (Dunning and Malcolm 2003) 來看，可以發現它們共享了七個主要的理論取徑，包括功能論、馬克思主義、文化研究、詮釋社會學、形態社會學、女性主義和後結構與後現代主義等，而且各個重要的理論取徑在代表人物上也多有重疊，因而以休閒和運動為主題的實證研究者也不一定會將自己的研究侷限於「休閒」或「運動」的討論。

<sup>16</sup> 在運動和休閒社會學尚未成熟的時期，關於此一主題的研究幾乎都是結構功能論的討論，而這種分析切入的視角對當時的學者來說，能夠迅速且有效地證明運動和休閒研究並非研究者個人瑣碎的追求，但隨著結構功能論在 1960 年代開始受到各方的撻伐與揚棄，此一研究社群也瀕臨瓦解，就連代表人物 Günther Lüschen 也轉向符號互動論的研究，此外同樣轉向符號互動論典範

在社會學根本價值立場上的認知差異，使得它們傾向於將對方視為主要的攻擊與對話對象（Rojek 1992）。以霸權理論為理論工具進行運動和休閒研究的學者，在面對較早進入運動和休閒研究的形態社會學取徑時，傾向於將之視為弱化的功能論版本，並且以此作為其撻伐的開端（Hargreaves 1982b）。然而作為文化研究的主要批判對象，形態社會學則批評文化研究過於強烈的政治預設，反而使得它們自己成為了一種權力取向或衝突取向的規範功能論（Dunning 1987）。但是，文化研究和形態社會學爭辯的結果卻使得雙方皆傾向於將對方刻板化，以取得立論上的優勢，這使得更為深切的學科反省遭受忽略（Rojek 1992）。而本文嘗試在能力所及的範圍內，從這兩個研究範型在運動和休閒社會學的研究中所能提供的分析觀點及其遭致的批評作為反省的開端，重新定位這兩種取徑可能的貢獻與侷限，由此出發以尋求一種更為適切的研究立基點。



### 一、 文化研究取徑：John Hargreaves

英國文化研究至 1980 年代正值發展的巔峰時期，此時伯明罕學派試圖藉由援引 Antonio Gramsci 的霸權理論（Hegemony theory）與符號學的討論，以超越傳統馬克思主義下可能走向的結構決定論等問題。而在許多學者的投入之下，1980 年代初期便已出現了一本由文化社會學取徑所做的研究合集 *Sport, Culture and Ideology*（Hargreaves 1982a），可謂運動和休閒社會學發展初期少見的作品。

---

的代表人物還有 Gregory P. Stone、Donald W. Ball、Norman Denzin、Robert Faulkner 和 Edmund Vaz 等人（Coakley & Dunning 2000）。1960 年代開始，美國、加拿大和西德的體育（physical education）學者也開始關注到運動和休閒社會學的議題，然而這群體育學者並沒有受過系統性的社會學訓練，研究的關懷也較為注重體育知識的實際應用，缺乏社會學獨特的關懷。故而在當時的主流社會學缺乏對於運動和休閒研究的特殊關注下，即使已經出現在體育學界的討論也無法吸引社會學界與其進行對話（Dunning 1983; Heinemann & Preuss 1990; Waddington & Malcolm 2006）。到了 1980 年代，運動和休閒社會學開始出現了明顯的擴張（Vigarello 1995; Dunning 1983），並且尤以英國內部的討論最為熱烈（Giulianotti 2004），其中主要的代表就是「文化研究」與「形態社會學」然而在此時期的運動和休閒社會學領域中，除了這兩種理論取徑之外，尚有較為少數的社會學學者嘗試藉由詮釋取徑、女性主義的角度切入運動和休閒研究，到了 1990 年代更出現了後現代主義與後結構主義式的運動和休閒研究（Coakley & Dunning 2000）。

文化研究取徑代表人物 John Hargreaves (1986a) 認為，相較於馬克思理論傳統下的「符應理論」(correspondence theory) 以及「再生產理論」(reproduction theory)，霸權理論不但否認休閒僅是資本主義的簡單反映，更認為休閒除了維持社會中的宰治關係之外，仍然提供了人們在日常生活之中進行戰略性反抗的可能。<sup>17</sup>在 Hargreaves 看來，「運動」和「休閒」正好是一個看似自然、中立然而卻受到霸權意識型態滲透的領域，而同是文化研究論者的 Clarke 和 Clarke (1982) 更強調在「個人」競技運動中，參與者會內化資本主義邏輯下的競爭性個人主義；然而當人們投身「團隊」競賽活動時，則又會在不知不覺中接受資本主義的組織管理原則，這些都有利於霸權意識型態的存續。但另一方面，霸權的鞏固又必須以臣屬階級的同意為基礎，一旦休閒、運動的參與者，或是運動節目的收視者發現了資本主義、父權體制和種族主義的陰謀，那麼霸權的合法性便會遭受強烈的質疑，階級宰治的顛覆便成爲了可能 (Hargreaves 1982b, 1986a)。

因而對於宰治階級來說，如何使霸權得以建立並維持便是最爲關鍵之事 (Coakley & Dunning 2000; Hargreaves 1982b) 在一般情況之下，宰治階級會利用協商、妥協、恐嚇和施壓等手段來籠絡潛在的反對意見，以避免其正當性遭受質疑，此時「媒體」(media) 所扮演的角色便十分重要。對於文化研究來說，媒體對於霸權意識型態的傳播，傾向於再生產種族、性別之間的刻板形象及權力關係，並且使之以一種自然的樣貌被人們所接受 (Clarke & Clarke 1982)。然而霸權的鞏固與維繫並非易事，當宰治階級從運動和休閒中看見的是一個完美秩序社會的象徵時，臣屬階級則有可能將這些休閒和運動視爲能夠團結凝聚我群認同，進而對抗他群的可動用資源 (Hargreaves 1982b)。

經過上述回顧，Hargreaves 提醒我們在關切單車活動的「休閒化」與單車休閒「象徵位階」的翻轉時，應注意到這樣的轉變是否更加促成單車休閒活動與主

---

<sup>17</sup> 在運動和休閒社會學中的文化研究取徑內部其實有著許多知識源頭，最明顯的便是女性主義的討論，到了 1990 年代更融入了身體社會學以及後現代與後結構主義的研究。然而在此我們是以繼承霸權理論爲基本理論框架的文化研究作爲主要對話對象。



流霸權意識型態之間的符應關係？透過看似中立的單車休閒實作，是否有可能進一步地鞏固宰治階級的社會優勢，加劇階級之間不對等的權力宰治？

然而，這樣分析視角也有其不足之處。首先，Hargreaves 過於偏重在象徵符號的討論上，忽視了分析對象本身的特殊之處，因而使得休閒成爲「意識型態的載體」，而使得分析對象本身存在著高度的任意性（cf. An & Sage 1992）。其次，Hargreaves 雖然關注到了象徵面的條件，但是它在處理霸權的維繫與反抗的可能時，容易將重點轉換成編碼、解碼的問題，因而對於物質條件缺乏重視（Rojek 1992）。由此難以適切地分析是哪些具體條件的支持，使得自行車的主流使用方式得以發生轉變，亦即難以妥切地回答單車如何「休閒化」的問題？<sup>18</sup>最後，Hargreaves 等文化研究論者的政治立場過於強烈，傾向於將所有對傳統秩序的挑戰視爲反抗。<sup>19</sup>這使他無法解釋爲何原本作爲平民代步工具的自行車，其「象徵地位」竟會在短期之間出現這麼大的變動？莫非這是臣屬階級對於宰治階級的「反抗」？但從一般論述中看來，自行車休閒目前反而是一種主流活動，它所構成的一套論述機制以及物質門檻甚至有可能壓迫到其他的弱勢階級，由此可見文化研究在受到政治關懷指導之下所產生之侷限。<sup>20</sup>

簡言之，Hargreaves 的貢獻在於指出「休閒」與「霸權意識型態」之間所存

<sup>18</sup> 文化研究之所以容易出現此類問題，是因爲他們認爲霸權之所以會被持續再生產，是由於人們不假思索地接收由各式媒介所承載、傳播的意識型態，然而文化研究又同時相信挑戰、動搖霸權的力量來自於「反抗性閱讀」的出現。因而當階級之間權力關係的鞏固與翻轉都被轉化爲「文化編碼」（cultural encoding）的問題時，便容易使得文化研究對於階級鬥爭的討論流於虛浮，而失去了物質性的基礎，並且忽略了在歷史過程中沈積下來的社會條件（Rojek & Turner 2000）。

<sup>19</sup> 文化研究最常被批評的一點便是其政治立場過於強烈，而形態社會學認爲文化研究有誤將霸權意識型態視爲不容置疑、毋須驗證的理論預設的問題，這使得文化研究有走向一種近似於權力取向或衝突取向的規範功能論之虞（Dunning 1987）。而有論者認爲這是因爲文化研究在論及霸權意識的再生產時，缺乏一套嚴謹的研究方法來驗證他們的推論，因而無法說明霸權意識型態究竟是如何滲透進運動、休閒之中，並且又爲何能直接論斷傳播媒體與霸權意識型態之間的共謀（Dunning 1986a; Rojek 1992; Rojek & Turner 2000）。

<sup>20</sup> 英國學者 Moorhouse 指出，文化研究所欲尋求的權力「縫隙」以及存在於日常生活中的「反抗」，也在過份受到潛在預設指導下，趨近於無法被經驗資料妥善解釋的理論預設（Moorhouse 1989）。這使得透過休閒運動所進行的「反抗」十分容易流於殘餘解釋項（cf. Hargreaves 1986a）。而雖然文化研究引進了符號學對於文本解讀的分析，以提出優勢性閱讀和反抗性閱讀對於霸權意識型態的維持與挑戰，但是這樣的理論架構似乎仍然沒有辦法更進一步地說明，宰治階級與臣屬階級之間對於休閒和運動的差異性解讀究竟從何而來？從優勢性閱讀跳躍到反抗性閱讀的轉換機制爲何（Moorhouse 1989）？

在的隱性機制會深化社會階級之間的區隔。但此一分析視角過於偏重在象徵面的討論，且有以政治立場指導研究的傾向，因而使其難以回答為何是「自行車」而非其他活動成為「全民運動」，並且也難以為自行車主流使用方式的變遷找出具體的條件，甚至更無法回答為何原本帶有平民性格的自行車在躍升至主流位置之後，卻未開啓臣屬階級的反抗契機。

然而，運動和休閒社會學中的另一主流取徑——形態社會學則十分著重在對於歷史資料的嚴謹耙梳，並且主張科學分析要以價值中立為其原則，這些在研究方法和基本價值上的差異，都使得形態社會學長期以來對於 Hargreaves 等人有著許多批評。以下，將藉由對於形態社會學的回顧，尋求對於文化研究的修正以及形態社會學所提供的分析利器。

## 二、 形態社會學取徑：Norbert Elias、Eric Dunning

形態社會學對於休閒、運動的研究可以追溯自 1960 年代初期，而此一取徑從 1980 年代開始便與 Hargreaves 等文化研究論者開啓了一連串的相互攻訐。<sup>21</sup>至今形態社會學已在運動和休閒研究中取得了穩固的地位，更率先提出了「現代運動」(modern sport) 的誕生一說。<sup>22</sup>在耕耘此一次領域之初，這支取徑是以攻擊

<sup>21</sup> 文化研究以及其他取徑的學者最常批評形態社會學的一點就是其理論預設中的演化論、功能論傾向 (Curtis 1986; Horne & Jary 1987; Hargreaves 1986b; Taylor 1987)。文化研究論者 Horne 和 Jary 認為，形態社會學假設前現代的休閒娛樂必然會以一種線性的方式，逐漸轉變成現代社會所「需要」的非暴力運動，而這樣的文明化過程是不可逆的，也是不可被質疑的。如此一來，形態社會學便忽視了現代運動對於資本主義社會中競爭性、佔有性個人主義的培養所提出的貢獻，並且也忽視了人們對於運動的多元詮釋與爭論，因而未能解釋現代運動中所可能包含的衝突面向 (Horne & Jary 1987)。然而，在這一點批評上，形態社會學已經做出了駁斥。Dunning 認為 Elias 在《文明的進程》中並沒有對「進程」(progress) 這個概念與現象做出具有價值意涵的判斷，因而沒有功能論的問題。此外，形態社會學也從未肯定文明化進程的單一方向性，並且對於「反文明」的事件或現象一直抱持著開放的態度 (Dunning 1989)。而從萊斯特學派所做的足球流氓研究中，也可以看出形態社會學學者試圖對於「反文明」之暴力現象進行分析解釋的企圖 (cf. Dunning, et al. 1988; Murphy, et al. 1990; Williams, et al. 1984)。然而，雖然我們可以同意形態社會學並沒有做出功能論的宣稱，但是在它的休閒運動研究中，仍能發現形態社會學過於偏重在說明社會控制、自我控制所導致的集體壓力之能量，如何藉由休閒運動的虛擬特質而得到排解，從而有可能致使休閒運動成為文明化社會中的一種功能性存在。

<sup>22</sup> 在形態社會學的著名研究中說明了新興階級的勢力如何推動舊有娛樂的「運動化」，促使現代

結構功能論聲名大噪，由於當時 Elias 在主流社會學界中並不被重視，一些英美社會學家甚至誤以為形態社會學只著重於對休閒和運動的關心 (Dunning 1992)。

而形態社會學對於休閒和運動的研究，是由 Norbert Elias 和 Eric Dunning 師徒二人所開展出來的，並以「文明化進程」(civilizing process) 作為理論開展的主要軸線 (Dunning 1992)。在文明化進程的基本軸線中，其核心關懷是暴力收編的問題，由此形態社會學者將休閒和運動看作是「情緒」與「衝動行為」處於嚴謹且周密的社會控制、自我控制之雙重束縛下所出現的「補償性功能」，是一塊能讓情緒宣洩的「飛地」(enclave) (Elias & Dunning 1986b)。而 Dunning 在 1980 年代所做的「足球流氓」(football hooligans) 研究可謂此一取徑的代表作，因為這不僅使得以「文明化進程」為中心命題的形態社會學研究能夠在實證資料上對暴力事件提供分析與解釋，進一步將「反文明」的事件擺放至既有的理論架構中，同時也使得形態社會學者能夠以此澄清自己容易招致的功能論、演化論誤解 (Rojek 1992)。到了 1980 年代中期，形態社會學完成 *Quest for Excitement* (Elias & Dunning 1986b) 一書，書中不僅完整地提供了形態社會學的研究方法與理論架構，更將許多著名的研究個案納入，可見此一取徑在運動和休閒社會學發展初期便已有了豐碩的研究成果。

形態社會學善於考察細部的歷史資料，並且著重於分析休閒和運動內在特性之轉變。在形態社會學著名的「獵狐狸」研究中發現，早期的打獵是從殺戮和食用中得到歡愉和享受，而且對於打獵的方式、工具皆沒有太多限制。當時人們可以使用任何一種武器，直接地獵殺任何一種他們在打獵過程中所發現的動物。然

---

運動誕生。由於英國在 17 世紀經歷了內戰 (Civil War)、弑君和「光榮革命」(Glorious Revolution)，此時舊有勢力與新興階級之間權力的消長，使得社會內部的群體鬥爭十分激烈。到了 18 世紀，議會在英國取得了政治上的優勢，英國內部的政治鬥爭轉以一種合乎規範的方式進行，出現了所謂「議會化」(parliamentarization) 的過程，與此同時的則是傳統娛樂的「運動化」過程。所謂「運動化」指的就是傳統娛樂在形式上所發生的轉變，原本較為殘忍、血腥的休閒娛樂逐漸被人們所厭惡與管束，轉變成一種受到多種規則所制約，以降低暴力程度的活動。而運動化與議會化之間之所以能夠有著一種共時並進的關係，這是因為「同一群統治階級既設計了非暴力的政治鬥爭指導方法，又設計了減少娛樂中的暴力的方法。他們的道德感經歷了一個文明化的轉變，而影響到了這兩件事。」(Dunning 1989: 45)

而到了十八世紀的英國，卻出現了一種新穎的打獵形式，此時不僅在獵狩目標上出現了極端的限制，就連打獵手法也產生了繁複的規定。唯一被允許獵殺的動物只有「狐狸」，而且狐狸只能由訓練良好的「代理人」(proxy)——獵犬——所獵殺。至此「殺戮」和「食用」已經不是打獵目的，英國貴族之所以進行打獵，是爲了「運動」(for sport) (Dunning 1989)。由此提醒我們在研究單車活動時，須注意到早期的單車休閒活動是否與今日所見之形貌有所差異，舉凡活動型態、騎乘方式、車體裝置、衣著配件等皆是值得注意的面向。

此外，形態社會學在研究時拒絕將休閒和運動僅僅視爲承載意識型態的符碼，而認爲現代休閒和運動本質之呈現有其更爲實在的基礎，亦即禁錮於身體之內的情緒衝動與肢體暴力。Elias 和 Dunning 認爲，在文明化日益開展的現代社會中，人與人之間的相互依賴更爲緊密，因而個人自我控制的嚴密程度以及維繫社會關係所需耗費的心力已非前人所能想像，面對面的暴力事件更是不被容許。在這樣的社會中，即便是人類的「熱情」(passions) 等激昂的情緒反應也受到了極大的壓抑，當一個人在公共場合表現地極爲亢奮，則十分有可能會被送進精神病院或監獄 (Elias & Dunning 1986b)。然而依照 Elias 和 Dunning 的說法，先進工業社會中的社會控制與自我控制已經深植入個人人格，成爲一種自發性的習慣機制，任何互動皆須社會共識下才得以進行，並且隨時都會受到個人良心的監督 (Elias & Dunning 1986b)。那麼，在諸多束縛之下所積累的壓力將如何得到宣洩呢？形態社會學認爲，現代運動便是文明化社會中的情緒出口，亦即社會束縛得以在合理範圍內稍加鬆懈的飛地。這是由於休閒和運動中會營造出一種情境「張力」(tensions)，而這種情境張力下所產生的情緒與我們在真實生活情境中可能產生的情緒之間是十分近似的，但是在休閒和運動中所引發的情緒卻處於一種想像的情境中，因而不會如同真實世界中的情緒迸發一般造成嚴重的危機與衝突，亦不會威脅到人類脆弱的生命。故而形態社會學認爲，休閒和運動在先進工業社會中的特色便是其「虛擬」(mimetic) 的特質，它爲人類在拘謹的日常生活中開

啓了一個能讓想像力與激情在安全範圍之內恣意漫遊的天地 (Elias & Dunning 1986b)。

但如此看來，形態社會學該如何解釋現代社會中存留的暴力性休閒和運動呢？Elias 和 Dunning 認為，這是因為階級出身相異的人對於可接受之暴力有著不同閥域之緣故，故而我們可以說不同社會階級的成員在休閒和運動的選擇上也會有所差異。形態社會學認為，相較之下勞工階級群體中對於暴力使用的自我控制壓力較低，且在父母無暇管教小孩的情況下，勞工階級青年自幼便傾向於以年紀大小和力量大小來劃分群體內部的權力關係，在在皆使得勞工階級群體傾向於產生一種對於社會關係中的暴力有著較高容忍度的規範。而這也足以說明英國「足球流氓」<sup>23</sup>的現象，正是因為足球比賽作為合理表現男子氣概為核心的「遊戲—戰鬥」(play-fight)，其所吸引來的觀眾多半來自勞工階級出身的青年，足球隊伍成了勞工階級青年的男性認同對象，球場看台就如同他們的地盤。最後，集聚在足球比賽場裡的大批群眾正好提供了一個進行「反社會」行動的場合，甚至提供了絕佳的匿名性以躲避懲罰，就連警察的介入都還增加了違法衝突的刺激感。<sup>24</sup>反觀上層階級與中產階級對於休閒和運動的偏好，我們便可發現他們傾向於從事暴力性質較低的活動，並且極力於休閒和運動中避免面對面的肢體衝突。簡言之，對這群人來說發生在面對面關係中的暴力是傾向於被譴責的，然而對勞工階級而言它卻是傾向於被寬恕且獎賞的 (Dunning 1986a)。

綜覽上述，形態社會學的分析重視到單一休閒在發展過程中的內部型態變

---

<sup>23</sup> 足球流氓最直接且明顯的特徵就是兩個敵對群體之間的戰鬥以及侵略行為的展現。這種戰鬥可以以許多不同的形式發生，除了在足球場之外也可能發生在其它的環境中。舉例來說，它可以是兩位敵隊支持者所進行的白刃戰，也可以是由兩群敵隊支持者所進行的戰鬥，而其武器的變化也是很多樣的，舉凡拋擊較無殺傷力的武器如花生、紙杯，到較具殺傷力的飛鏢、硬幣、磚塊、木板、混凝土、煙火、煙霧彈，像刀之類的武器有時也會出現，甚至曾經出現過一兩次的汽油彈 (Dunning 1986a: 277)。

<sup>24</sup> 自從 1960 年代官方制訂了關於足球流氓的法令之後，其中一個結果便是使得鬥毆的場所從足球場中轉移到了看台的台階上，並且使得看台上的打鬥情況更加頻繁。甚至還會有人脫去身上明顯的支持隊伍標記，以潛入敵隊的看台區，並且以成功的侵略鬥毆為榮 (Dunning 1986a: 277)。然而打鬥的情況也會發生在比賽開始之前，例如在市區附近的酒吧中；或是發生在比賽結束之後，例如地鐵站裡或公車站附近。此外，打鬥的情況有時會發生在特定的群體之中 (Dunning 1986a: 278)。

化，而且是在這樣不斷變動的過程中才造就了今日我們所認識到的某項休閒和運動。由此我們必須以歷時性的方式考察它在遊戲規則、遊戲人數、使用器具、遊戲場地等細節上的轉變。此外，形態社會學亦從身體性的暴力與情緒出發來理解現代休閒在文明化社會中的存在，將先進工業社會中的休閒和運動視為提供情緒與暴力衝動舒張的虛擬樂園，進而替休閒和運動的發展找到了一個物質性的來源，不致淪為符號性的存在。最後，形態社會學試圖以不同階級對於暴力容忍程度的差異來解釋文明社會中仍然可能存有暴力性質較高的休閒和運動，由此不但解釋了社會階層的差異與不同活動型態之間的親近性，也使得文明化進程的解釋模型更為完整。

然而，形態社會學雖然在分析與考據上提供了許多洞見，但此一取徑也有其不足之處。首先，當形態社會學在討論社會發展與單一休閒和運動內部轉變之間的關係時，缺乏對於象徵符號的分析，因而無法關注到某一休閒活動除了在活動特性上的轉變之外，是否在外部社會評價上也有著象徵位階的變化。也就是說形態社會學無法回答作為休閒工具的自行車，被賦予了哪些符號的問題。而缺乏對於休閒活動在象徵構作上的分析工具，也使得形態社會學難以妥切回答單車活動被塑造出來的形象如何影響到特定階級對於單車活動的投入與否？以及車友內部的群體劃分是否反映出不同玩車方式所帶有的象徵意涵等問題。<sup>25</sup>此外，形態社會學雖然為現代休閒的發展提供了來自情緒內在趨力的解釋，並且認為不同階級出身的參與者由於對於肢體暴力的容忍度不同，因而在選擇休閒時也會出現區隔。然而這些卻凸顯出形態社會學過於偏重在實質的暴力程度多寡，並以此作為休閒活動的主要分類判准，則使得形態社會學徑直以「暴力程度」的多寡來構連「自行車的象徵位階」與「單車愛好者的社會屬性」之間可能存在的關係，進而

---

<sup>25</sup> 許多論者皆曾指出形態社會學在研究休閒和運動時過於偏重暴力的存在、壓抑或收編，以致於侷限了在實際研究時所能提供解釋的面向（Clarke 1992; Horne & Jary 1987; Stokvis 1992, 2005），Smith 更直言形態社會學所使用的語言和理論邏輯已經告訴我們許多有關社會規範的轉變，但卻很少說明有關意義（meaning）的生產與再生產的動力（Smith 1996: 237）。而文化研究論者認為，這樣的分析偏好無法適當地納入現代運動的重要面貌，例如休閒運動的官方組織、標準化、商品化等面向對於現代休閒運動發展的影響（Horne & Jary 1987）。

將問題過於簡化。<sup>26</sup>

總結來說，Elias 和 Dunning 迴避了 Hargreaves 可能犯下的錯誤，亦即重視到在單一休閒活動內在特性的歷史性考察。這使我們在解釋單車熱時得以重視到自行車本身的內在特性，並且認為須以嚴謹的科學方法對此進行探究，而不應該將待解疑題轉換為虛浮的編碼問題。然而在面對本文的關懷時，形態社會學仍未能提供完整的分析架構，這是因為它缺少對於象徵面向的關注，亦即忽略了一項休閒活動的形象塑造在其發展歷程中所能發揮的作用。另一方面，形態社會學又因為其對於休閒的身體／情緒特質的基本立場，傾向於以暴力程度的多寡作為單一休閒活動中社會群體區隔的標準，因而則有將不同單車群體之間的差異性過度化約之嫌。

而在回顧運動和休閒社會學的兩支主流取徑之後，我們可以發現兩者雖然都未臻周全，但確有互補之處。一方面，Hargreaves 等人著重於休閒活動在象徵符號上的分析，並且強調休閒活動如何強化既存的宰治關係，然而卻因其政治立場過於強烈，無法妥善分析某一休閒在象徵位階上的變動需要哪些物質條件的支撐，同時使得分析對象本身被賦予了高度的任意性。另一方面，Elias 和 Dunning 提供了嚴謹的歷史分析方法，重視到單一休閒活動內部的特性變化，但卻忽略了休閒活動的象徵面向，亦無法注意到一項休閒活動的形象與其象徵位階對於活動參與者可能帶來的號召力，以及由此帶來的階級區隔的力量。

由此，我們發現了這兩種取徑對於休閒活動的研究有可能走向兩個相反的發

---

<sup>26</sup> Benjo Maso 更指出，形態社會學之所以一直無法擺脫潛在的「暴力-收編-宣洩」討論軸線，是因為 Elias 在「人類形象」(human image) 的建構上很大地程度上受到了 Sigmund Freud 的影響。在 Freud 的理論中，個人生物本能的潛在力量以及「慾望」(drives) 和「情感」(affects) 受到抑制之後所欲尋求的出口都是未被證實也無法被證實的，因而 Elias 理論架構中的「個人」必然需要以休閒運動作為合法的情緒宣洩。雖然 Elias 有意識地修正 Freud 的假設可能帶來的問題，進一步說明「慾望」和「情感」會受到社會環境以及人群動力改變所影響，但是卻無法解釋為何有些社會在面臨規則和禁令逐漸消失、和緩的情況下，卻沒有引發大量「情感迸發」(affective outbursts) 的問題 (Masó 1995)。簡而言之，形態社會學的討論軸線有過於簡化研究對象的傾向，一方面排除了暴力之外的問題 (或將部分問題輕易地收攏在暴力命題之下)，另一方面也沒有辦法告訴我們該如何解釋有哪些 (除了暴力程度之外) 豐富的社會因素，會影響到施為者對於休閒運動的選擇策略。

展方向。亦即過於著重在休閒活動本身的象徵面向，而缺乏對於活動內在特性的分析；或者是重視到了活動規則及其內在特性如何隨整體社會發展與時俱進，卻難以回答特定休閒活動如何透過一連串地象徵構作使其得以臻至主流地位。而近來在運動和休閒社會學中愈顯重要的 Bourdieu 早在 1970 年代末期便對英國的運動和休閒社會學討論有所關注（Bourdieu 1978），並且也注意到了存在於文化研究和形態社會學之間的爭論（Bourdieu 1999）。故而以下我們將回顧 Bourdieu 所提出的理論觀點，以作為分析上的借鏡。

### 三、 運動和休閒社會學的新取徑：Pierre Bourdieu

在 1980 年代末期，英語世界的研究者便開始注意到 Bourdieu 的關係論立場以及慣習、場域等概念對於運動和休閒社會學可能的貢獻，並且期待 Bourdieu 能夠超越運動和休閒社會學中存在的黨派之爭（MacAloon 1988）。然而此時 Bourdieu 在運動和休閒社會學中仍未受到足夠的重視，這可能是因為 Bourdieu 本人的運動和休閒社會學作品並不多，加上法國和英國運動和休閒研究之間的交流受到語言翻譯遲滯的影響，因而即使法國在 1980 年代便有許多人開始重視他對於運動、休閒研究的獨特視角（Vigarello 1995），但相關的討論卻未進入英國的主流討論中。直到 2004 年，文化研究的運動社會學代表人物 Alan Tomlinson 還以初步介紹的方式來分析 Bourdieu 對於運動和休閒研究所能提出的貢獻與限制（Tomlinson 2004）。

Bourdieu 在進行運動和休閒研究時，首先駁斥了休閒與運動是一種人類的「自然需要」（natural need），相反地，它們是在特定歷史條件下被社會地建構出來的產物，因而我們必須同時從「供給」（supply）與「社會需求」（social demand）這兩個面向來瞭解一項運動和休閒在發展歷程中所展現出來的特性（Bourdieu 1978）。Bourdieu 所謂的「供給」指的就是透過某些制度（institutions）上的支



持以及重要施為者（agent）的實作，使得這項休閒運動得以產生甚至被推廣出去。這裡所指的重要施為者包含了公共協會、私人團體或特定個人，其各帶有不同的階級屬性，因而對此項活動有著不同的期待，而在他們投入人力、時間、金錢等實質資源以提供一項活動之生產的物質條件時，他們同時也在彼此競逐這項運動或休閒的正當活動方式，以及此項活動的象徵價值。而在「社會需求」的討論中，Bourdieu 則指出在社會空間中不同階級位置的施為者會因為其資本結構和資本總量上的差異，而帶有不同的身體使用偏好以及特殊的道德與美學品味，進而影響到他們對於休閒運動的獨特預期與選擇。此時 Bourdieu 提醒我們必須注意，供給與需求之間是一種持久對抗又互相調整的關係。儘管供給在一定程度上限定了社會需求，因而我們可以發現新加入的休閒愛好者會受到既有的活動方式與活動形象所影響，但新加入的參與者同時也可能帶入別於以往的運動或休閒實作<sup>27</sup>的方式，甚至開啓一波新的象徵鬥爭，進而鬆動了原本運動或休閒生產領域中的結構。

而在供給面的分析中，Bourdieu 認為須以關係性的方式來瞭解休閒和運動，將之定位在更廣的「運動空間」（space of sports）之中，而運動空間又必須放入整體消費空間中來理解（Bourdieu 1988）。<sup>28</sup>Bourdieu 認為，所謂的運動空間就是由許許多多不同「名義上的」（nominal）休閒活動類別（例如：自行車、橄欖球、柔道、芭蕾、射擊、慢跑等等）所構成的關係性空間。而定位單一休閒活動在空間中的座落點可由兩項指標判定。一是從事自行車休閒的人在社會空間中所佔據的位置，亦即分析這群單車活動愛好者所擁有的資本總量和資本結構。其二則是透過自行車休閒所提供給人們的「可能性身體經驗」，或者是「不可能」獲

---

<sup>27</sup> Bourdieu 在 1988 年的文章中曾經使用過「運動實作」（sporting practice）這樣的概念，而我在這裡則是將「運動實作」替換為「休閒實作」（leisure practice），以此更能貼近我的研究對象。而我所謂的「單車休閒實作」指稱的是「施為者在參與單車休閒時所進行的各式實作，包括在騎乘過程中的身體實作以及騎乘時間以外的知識實作、論述實作等」。

<sup>28</sup> 便是因為 Bourdieu 認為「運動空間」必須被放置在更為廣闊的「消費空間」中來理解，因而在運動空間之中其實不只包含狹義的「運動」，也包含了所謂的「休閒」活動，尤其是會大量使用身體動作（movement）所進行的休閒活動。因而在此沿用 Bourdieu 運動空間的概念，並不會干擾到單車活動被視為「休閒」的基本立場。

得的身體經驗。簡言之，也就是端視人們在從事自行車休閒活動的過程中（相較於從事其他休閒）是否會出現近身肉搏的身體經驗（例如：拳擊），或是能夠與其他參與者保持較大的身體距離（例如：瑜珈），甚至是以特殊的器械來作為活動中的中介（例如：劍道）（Bourdieu 1988）。以具體的案例來說，當某一群體較為偏愛刺激性的休閒活動時，那麼「慢跑」對他們來說便不是一個有吸引力的選擇，因為慢跑的重點在於「控制力」與「規劃」，它提供的是一種「穩定」的身體感受。而在這種情況之下，追求刺激的施為者便比較有可能會選擇從事不需過多計畫、策略的高空彈跳，或是較為豐富多變的攀岩活動。

然而，此處 Bourdieu 則運用了不同於 Elias 的方式來強調某一休閒的特殊之處，兩者可說互有補足。相較之下，Elias 較為關注的是活動本身在行進規則上的修訂，但其所產生的問題在於分析內部規則較不明確的活動亦即非競技類的活動時便無法應付裕如。而 Bourdieu 之所以能夠同時關注到非競技性的活動，則是因為 Bourdieu 認為無論是競技或非競技性的活動，其特殊性首先建立在與其他活動相對關係的基礎上，因而要考察單一休閒活動特性的轉變，更重要的是要知道它在運動空間中的位移。所以我們便必須透過從事此一活動的人是否出現了階級位置的變化來判斷，並且同時瞭解活動本身在遊戲型式上是否發生轉變，使得其所能提供的可能性身體經驗發生變化。由此，我們試圖結合 Bourdieu 與形態社會學兩者之所長，首先由整體運動空間的視野來看待自行車休閒在此空間中移動的軌跡，亦即此一活動與其他休閒活動之間相對位階的變換；其次，藉助形態社會學對於特定活動特性的考究，我們試圖關注車友們在騎乘方式、車體裝置、衣著配件等部分是否有所差異。

如同前述所提，Bourdieu 認為休閒的「供給」會影響到「社會需求」的面向，這是因為 Bourdieu 認為在「運動空間」與「社會空間」（social space）之間存在著一種「同形異構」的關係，因而當特定休閒活動在運動空間中的定位為穩定下來之後，我們便能發現有某個特殊社會階級的人較為偏愛此一休閒，同時其他階

層的人卻不得其門而入 (Bourdieu 1988)。Bourdieu 認為，擁有不同資本總量和資本結構的施為者，會在互動面和象徵面上受到彼此之間於社會空間中相對關係的客觀約束，從而於長時間的社會化歷程中獲得體現於身體之上的「慣習」(habitus) (Bourdieu & Wacquant 2004)，且因其與生活「必需品」(necessities) 距離的遠近關係，不同階級在認知評價、消費偏好與身體姿態之上皆會呈顯出相異的「生活風格」(life style) (Bourdieu 1984)。而對 Bourdieu 來說，運動空間正是座落在整體消費空間之中，無法置外獨立檢視，所以我們能夠發現，偏愛從事高尚休閒活動的社會群體，通常在其他消費行為上也有著精緻、奢華的傾向 (Bourdieu 1988)。簡言之，運動空間與社會空間之間所存在的同形異構關係，基本上可以說是由施為者的「慣習」(habitus) 所穩定下來的，它作為不同階級間和階級內的道德美學傾向系統，與運動空間中座落於不同位置的活動中可能包含的道德或美學成就之潛力存在著或遠或近的親和性。

因而一般而言，勞工階級在迫於求取溫飽的情況下，傾向於將身體視為維生的「工具」，其對身體的規訓、控制與打造往往是為了要獲取實質性的報償。所以休閒活動對這群人來說，不帶有超乎利益的特質，而更像是一條尋求向上流動的捷徑，若能透過密集的訓練與痛苦的節食，讓自己能夠在拳擊場上贏得優秀的成績，甚至能夠以拳擊為養家活口的事業，則是休閒和運動效益的最大化。然而上層或中產階級則傾向於將身體視為「目的」本身，是一套長期的計畫，他們強調的是身體作為一個有機循環系統應該如何健康且正常地運作，並且對於延年益壽有著較多的崇拜，所以他們不必對自己在休閒活動中的表現優劣過於嚴肅看待，甚至不喜歡投入激烈競爭的活動，因而可能較為偏愛慢跑或爬山等休閒，在他們眼中，勞工階級為以休閒、運動為業汲汲營營的態度則是以身體為賭注，是項「不值得」投注的選擇。

然而，若說 Bourdieu 的獨特貢獻在於提出不同階級屬性的人於休閒選擇上會有相異的結果，那麼反觀我們所回顧的形態社會學取徑便也提出過相似的見

解。形態社會學認為，社會中不同階層的人由於生活經驗的差異因而處於不同的文明化階段，亦即他們在對於自我情緒衝動和肢體暴力的控制力上有強弱之別以其著名的「獵狐狸」研究為例，形態社會學認為勞工階級的人之所以不會投入獵狐狸的休閒活動，是因為這群人無法適應且接納一種充滿儀式性且極力避免直接殺戮的獵狩行為。由此可見，當形態社會學在處理休閒活動與社會階級之間的親近性時，其所立基的理論出發點是以文明化的核心關懷出發，亦即以暴力行為的自我控制強度作為判准，進以解釋上層階級的人為何會選擇某些較為文明、優雅、和平的休閒活動，而勞工階級的群體則偏愛選擇充滿暴力、競奪、殺戮等能展現侵略性男性氣概的活動（Dunning 1986b）。

但正如同前述所言，形態社會學過於強化的暴力收編預設所會招致的問題便使其難以納入象徵面向的討論。由此他們便有可能過分受到其理論預設的影響，使得研究者在歷史資料的蒐集與分析上有偏頗之虞，因而疏於注意到十八和十九世紀勞工階級之所以未能投入獵狐狸的休閒活動，是因為這項活動受到了統治階級的壟斷，此舉之目的是為了保持這項活動所具備的尊貴形象，而作為專屬於統治階級的獵狐狸活動，正好凸顯出這群人所擁有的自由，並強化且鞏固了上層階級的地位與權力（Tester 1989）。

相較之下，Bourdieu 在解釋休閒種類與階級屬性之間的關係時，則能避免犯下形態社會學所招致的問題。Bourdieu 認為某些休閒之所以會與特定階級產生較為緊密的關連，除了關乎經濟資本、文化資本與閒暇時間的多寡之外，更是因為不同休閒由於其活動型式上的獨特性而帶有不同的身體可能性經驗，亦即不同的休閒活動可能提供參與者相異的美學或道德感受，而這便會吸引到帶有不同階級品味的群體。因而在 Bourdieu 的解釋框架中，休閒和階級之間的關係不只是身體性的，更不是來自於衝動壓抑能力的強弱，而還包含了不同休閒活動與各階級品味之間的對應關係。<sup>29</sup>所以當我們在研究單車熱時，尤其在解釋單車活動的主

---

<sup>29</sup> Bourdieu 認為，「由於個人或群體是客觀地得到定義的，……所以社會學必須考慮到客觀上依

要組成份子之階級屬性的時候，則應注意到單車活動是否已被型塑出一種特定的面貌，而此種單車形象的象徵內涵為何？其又符合了哪些人對於當前利益或延遲利益的感知和評價？回應了哪些人對於文化消費的慾望？滿足了哪些人對於理想生活的期待？

那麼，依照 Bourdieu 的說法，莫非休閒的供給便直接決定了社會需求的所在，亦即運動空間與社會空間之間的同形異構，正意味著每種休閒正好與特定階級形成一對一的穩固關係嗎？若是這樣理解，則會帶來兩個嚴重的問題。首先，這意味著特定休閒和單一階級成員之間存在著一種實體化的關係，而忽略了在相同的名詞統攝下，其實簡化了在同一時間區段中各種異質性的存在，並且也除去了在歷史的演進過程中可能出現的變化。其次，若是一對一的穩固關係是不容置疑的理論觀點，那麼我們要如何解釋臺灣這波單車熱內部確實存在著不同的玩車方式，而同樣都在參與單車活動的人卻又來自社會中不同的階層？

事實上，Bourdieu 恰恰是要批評這種將休閒與社會階級之間關係給實體化的說法。Bourdieu 認為，不僅在特定休閒中本來就存在著相異的休閒實作，這些實作往往帶有成員之間彼此秀異的目的，而且隨著此項休閒活動的大眾化，新投入活動的成員也會帶有不同的階級身份。所以重點就在於我們必須依據二手歷史資料來初步定位某項休閒活動與當時社會階級之間的關係，並考量到特定時間點所具備的社會條件會隨著時間演進而發生結構性的轉變，由此再來探究休閒與階級對應關係之間的轉型（Bourdieu 1988）。更為關鍵的是，我們必須瞭解在一項新興休閒的發展過程中，不同社會階層的人如何動用各式資源來競逐此一休閒活動的「正當定義」？而被鬥爭出來的正當活動方式又為何能夠得到社會大眾的肯

---

附於他們的兩種資產：一方面是像物理世界的任何事物那樣可以計數和度量的物質資產，首先是身體資產；另一方面是象徵資產，而象徵資產不過是當他們在相互關係中被感知和被評價時的物質資產，也就是說他們是一些區別性資產（distinctive properties）。」（Bourdieu 1990: 216）由前述可知，Bourdieu 說明階級之間的差異不只來自於物質性資產（包括身體資產）上的區別，還同時來自於象徵資產上的高低，由此我們便能理解為何階級與休閒運動之間的符應關係並不能被理解為一種單純的物質性連結，亦非完全取決於對於肢體暴力自我控制的強弱，而還需納入階級之間在象徵資本上的差異。

認？故而當我們在研究單車休閒與車友階級位置之間的關係時，便要考量到單車熱前後的差異，探究在單車活動尚未大眾化之前，車友的社會背景為何？而其所偏愛的玩車方式具備哪些特殊性？且在單車活動化身為全民休閒之後，新加入的成員是否會因其經濟與文化資本在結構分配與總量上的差異，進而傾向於選擇不同的騎乘型態？那麼在不同的騎乘型態之間，哪一種才被承認為社會中的主流？從事主流單車活動的社會群體在可動用資源上有哪些特殊性？反觀那些位屬邊緣的騎乘型態則是由哪一群人在支持與帶動？他們在社會空間中的位置該被如何定位？

承接上述，既然在一種休閒活動之中存在著各具歧異性的休閒實作，那麼人們又為何能夠對於某種休閒活動中的主流實作方式有所共識呢？這個問題其實正好點出了關係性分析的重要性，因為此立場能夠讓研究者注意到參與同樣一種休閒活動但是選擇不同休閒實作型式的群體，彼此之間存在著一種相互觀看、相互評價的關係，由此亦能夠確定不同實作型式相對的空間階序定位。<sup>30</sup>故而在此我們要特別提出「單車休閒運動空間」的概念，此概念所欲強調的是在此空間中採取不同單車休閒或運動實作型式的騎乘者都具備一種不言自明的「遊戲感」，並且有著身為「車友」的身份自覺，他們彼此觀看、模仿、評價、競逐，因而無論在主觀或客觀上都更加確認了這個空間的邊界。而「單車休閒運動空間」這個概念重點在於凸顯關係性的比較觀點，其目的並不是要宣稱單車休閒運動空間等同於 Bourdieu 所言已具體成形的「場域」(field)。<sup>31</sup>然而什麼是單車休閒運動空間呢？筆者認為單車休閒運動空間中包含了不同的單車休閒實作型式和單車運

---

<sup>30</sup> Bourdieu (1988) 認為不同的運動實作有著不同的「型式」(modalities/program)，然而 Bourdieu 卻沒有詳加定義「型式」這個概念，並且在文中混用 program 和 modalities 兩個字。而我在本文中所使用的「單車休閒實作型式」指的是「由各式不同的單車休閒實作為主所形成的相互區隔的體系。」

<sup>31</sup> 在 Bourdieu 的討論中，「場域」的出現首先意謂著一個關係性的空間內部已經有了足以和外界力量抗衡的「相對自主性」(relative autonomy) (布赫迪厄 2001、2003、2007)。然而在我們所要討論的「單車休閒運動空間」則正好是一個內部運作法則尚未得到制度強力保障，因而不斷受到政治和商業力量左右的力量場，因而若以「場域」視之，則僅能被視為一個尚未發展成熟（但也未必會發展成熟）的場域，如此一來則反而沒有使用「場域」此一概念的必要。

動實作型式，例如公路車競賽、登山車休閒活動等；此外還包括了採取不同單車休閒或運動實作型式的施為者，這些施為者因為本身階級屬性的差異，而在單車休閒運動空間中佔據著不同的相對位置。而由於單車休閒運動空間至今仍然不是一個具備相對自主性的場域，亦即空間內尚未形成一個足以和外部影響力抗衡的內部評價機制，所以社會空間中的分配邏輯也就更容易會直接轉譯進單車休閒運動空間之中，以致於空間內部成員所帶有的經濟資本和文化資本差異，較為容易成為成員之間彼此辨識、區隔的標誌。

總結 Bourdieu 對於休閒的社會學研究共可為我們的研究提供三大貢獻。首先，我們可以從「供給」與「社會需求」兩個方向來進行特定休閒活動的研究。也就是要先分析自行車如何被塑造成為一種休閒，其間需要哪些重要施為者在物質層次與象徵層次上提供有效資源，而一種具備正當性的單車休閒實作型式如何在不同車友的象徵鬥爭中被樹立。在這個部分，Bourdieu 也提醒了我們必須由關係性的角度看待研究對象在運動空間中所佔據的位置及其可能出現的位移，並且提供了兩項指標以捕捉其相對特殊性，亦即休閒活動主要參與者的社會位置以及活動所能提供的身體經驗。其次，Bourdieu 提醒我們必須注意休閒與社會階級之間的關係，並且同時注意到此間的親近性可能更多是來自於由不同階級成員所帶有的身體素性與特定休閒活動所提供之可能性身體經驗之間的關連，以及特定休閒所帶有之象徵價值與某一群體在生活品味上的親和。第三，Bourdieu 提醒我們不能誤將休閒與社會階級之間的關係實體化，而必須考量到參與同一休閒活動中的成員在社會階級上可能存在的差異，以及此一休閒活動在長期發展過程中的參與成員出現何種變化。

至此，我們已回顧了運動和休閒社會學的三支重要研究取徑——以 Hargreaves 為代表的傳統霸權理論下的文化研究、以 Elias 和 Dunning 為首的形態社會學，以及由 Bourdieu 所提供的理論架構，而這三種取徑各提供了研究分析上的重要觀照面向。然而由於文化研究和形態社會學在分析上有難以兼全休閒研究中所帶

有的物質與象徵面向，因而我們試圖以 Bourdieu 所提供的理論範型作為主要架構，再納入另外兩支取徑部分的概念工具以互為充實。文化研究的長項在於具體指出大眾媒體如何賦予休閒活動一種可欲的形象，因而我們可以藉由相關雜誌以及廣播、書籍等文本的分析，來瞭解各式媒體如何型塑出特定休閒活動的主流形貌，並且注意到主流單車休閒實作型式是否深化了既有的階級區隔與權力關係。其次，形態社會學所提供的重要分析工具在於對單一休閒活動在歷史發展過程中內部變化之關注。其強調透過考察休閒活動型態在細節上的轉變，藉此具體化特定休閒活動的特殊性，而避免讓分析對象流於符號性的虛浮存在。而這部分則能補足 Bourdieu 以共時的關係性角度來呈顯特定休閒之特殊性時可能出現的不足。

### 第三節 問題意識：

本文一開始試圖回答「2007 年的單車熱何以成為可能」的問題。透過經驗現象上的初步描繪，我們逐步釐清這波單車熱的特殊性，首先澄清目前主流的單車活動應被視為一種「休閒」而非社會學嚴格定義下的「運動」，並且發現這波單車熱的特殊之處便在於「自行車」成為了足以凸顯個人生活品味的代表。然而自行車從純粹的交通工具進階為休閒工具，這樣在使用目的上的轉變事實上卻不足以觸動它在象徵價值上的提升。透過對照 1980 年代初期、1980 年代末期以及 1990 年代的三波單車活動風潮發展歷史，我們發現自行車作為一項休閒工具並非驟然而生，而 2007 年的單車熱應該被視為自行車休閒化動態發展歷程在偶然性事件觸發下所帶動的迅速擴張現象，其獨特性在於單車休閒活動在「象徵位階」上出現了明顯的提升。

繼而我們試圖從 Hargreaves、Elias、Dunning 與 Bourdieu 等人所提供的理論框架中尋得分析的工具，進一步探問單車熱何以成為可能的問題。而此時的核心關懷已被深化為「自行車作為一項休閒活動，其在 2007 年出現的象徵位階翻轉



與穩固何以可能」？面對此一問題，Elias 和 Dunning 強調單一休閒活動內部的發展歷程本身是不容忽視的，Hargreaves 則強調必須注意這項休閒活動的興起是否加劇了階級區隔。而在 Bourdieu 的提醒下，我們則需注意到不同種類的單車休閒活動可能提供的身體經驗與身處不同社會位置的參與者所偏愛的身體使用方式之間所存在的親近性。此外更要探究一種主流的單車休閒實作型式如何透過象徵鬥爭而建立起來。由此，為回答本研究的核心問題，本文試圖關切的是以下三個問題組：（一）自行車如何被休閒化——單車休閒運動空間內部的休閒活動擴張歷程；（二）單車休閒的象徵位階如何被翻轉——單車休閒運動空間外部的社會大眾如何認識到單車休閒，並且將之視為時尚；（三）單車休閒實作型式如何深化階級區隔——新車友為單車休閒運動空間帶來的結構性變動。

#### 一、自行車如何被休閒化？

早期的歷史是決定往後自行車活動發展的結構性條件，因而我們必須回溯自行車在臺灣如何被休閒化的過程，亦即帶有休閒性質的單車活動如何在物質與象徵條件的匯聚下逐漸生成？在此則需要仰賴形態社會學對於活動型態歷史演變過程的觀察，瞭解在不同階段的單車休閒化過程中，單車活動的特性出現了什麼樣相對應的轉變？此外我們也必須考察自行車在休閒化的過程中，所需具備的社會條件以及重要行動者的作用，並且瞭解在這三波風潮中被培養出來的車界老前輩們所採行的單車休閒實作型式有哪些種類？其所可能提供的身體經驗為何？而選擇不同單車休閒實作型式的車友，彼此之間是否又存在著階級屬性上的差異？

#### 二、單車休閒的象徵位階如何被翻轉？

雖然在 1990 年代的臺灣，已經有一群人將騎乘自行車視為休閒活動，但是與單車相關的騎乘知識僅僅存在於這些小團體之中，相較之下，臺灣社會中大多數的人仍然將自行車視為一種平價的代步工具，因而在早期，自行車更不可能被

多數人視為生活品味的展現。所以接下來，本文想回答的問題則是「自行車作為一項休閒活動，它在臺灣社會中的象徵位階是如何得到翻轉的」？所謂的「翻轉」，它指的是不僅「單車休閒運動空間外部的人」也同樣承認自行車可以被認識為一項休閒活動，而且還是被認識為一項高級的休閒活動。所以在探問「象徵位階的翻轉何以可能時」，我們必須注意到的，同樣是各種使之得以可能的社會條件與重要行動者，此外還有具備歷史偶然性的關鍵事件作為觸媒。然而我們必須強調的是，當自行車的象徵位階得到翻轉的同時，它也正在型塑一種較具正當性的單車休閒實作型式，也就是說，有另外一些單車休閒實作型式在此過程中是受到貶抑的。

### 三、單車休閒實作型式如何深化階級區隔？

透過在前言中對於現象的描述我們已能知道，在 2007 年單車熱興起之後，出現了一種新的單車休閒實作型式——小輪徑摺疊車，採取此一單車休閒實作型的車友在歷史條件的匯聚下，正巧碰上了重新定義單車休閒活動的缺口，並且開啓了不同單車休閒實作型式之間激烈的象徵鬥爭。而我們則試圖探究選擇騎乘小輪徑摺疊車的人，究竟是社會中的哪一群人？他們如何區隔既存的單車休閒實作型式？怎麼樣表達出自己騎車的態度？如何論述車友應有的形象？另一方面，原本便已存在的老車友，又如何定位自己？如何詮釋小摺車友？最終，這些新車友對於單車休閒運動空間帶來了什麼樣結構性的轉變，又是否深化了階級之間的區隔？

### 第三章 研究方法與資料來源

本文嘗試透過歷史文獻分析、參與觀察以及深度訪談來進行資料的蒐集，以回答上述所發展出來的三項主要問題。

在歷史文獻的部分，我們先是利用「聯合知識庫」來進行新聞剪報的蒐集。亦即以腳踏車、鐵馬、自行車、孔明車、自由車、越野單車、登山車、公路車、小輪徑摺疊車等詞彙作為關鍵字進行搜尋，並且建立了自 1952 年至 2009 年的相關新聞事件資料庫。此一資料庫之中包含了俗民大眾對於自行車的討論、單車活動宣傳的訊息、自行車相關政策的變動，由此我們則能整理出自行車在不同時間點是如何被一般大眾所認識與定位的，並且有助於我們瞭解臺灣單車休閒化歷程中有哪些重要的行動者，而這些行動者又分別在哪些時間點上發揮重要的作用。而為了更深入瞭解政府與自行車活動推廣者之間的合作關係，我們還需藉助各式官方與民間合作的自行車相關建設案報告書，來瞭解不同的關鍵施為者各自扮演著什麼樣的角色，而它們分別又為單車休閒的發展提供了什麼樣的資源挹注。然而由聯合知識庫與自行車相關建設案報告書中獲取的資料多半屬於單車休閒運動空間「外部」對於自行車的認識、評價與想像，於是我們則須藉助一些專業的單車刊物，來補足單車休閒運動空間「內部」的歷時性變化。在此所使用的專業刊物包括了《單車世界》、《單車休閒生活雜誌》、《Bike 單車運動雜誌》、《單車誌》、《單車身活》、《樂活單車》等以單車活動參與者為主要讀者群的雜誌，而從這些專業刊物對於單車活動的描繪方式，以及專欄主題變化之中，我們不僅能瞭解到雜誌編輯們想像中所面對的消費者有何轉變，以致於他們會以不同的方式來描繪單車，更能瞭解到不同的單車休閒實作型式會被如何差異地呈現與描繪，此外，也能觀察到一種以「休閒」為主要內涵的單車活動是如何在論述層次上被打造出來的。其次，我們亦將關注自行車製造暨外銷產業所倚重的《自行車市場快訊》、《自行車會訊》等雜誌，以及由臺灣自行車製造業龍頭——巨大機械——所出版的企業自傳《騎上峰頂：捷安特與劉金標傳奇》、《我的環台夢：劉金標的

73 歲自行車環島日記》、《GIANT 全球品牌經營學》等書籍，由此便能瞭解作為單車活動推廣者的自行車製造商在不同階段各自抱有什麼樣的單車推廣目標，而在其所使用的推廣手段與目的之間又是否存在著相符或背離的關係。除此之外，在 2007 年之後，原本以財經趨勢為主題並以廣大中產階級為潛在讀者群的《商業周刊》和《遠見》等雜誌，也開始以大篇幅的方式介紹單車休閒。而這部分的資料則能凸顯在社會大眾的認知之中，2007 年單車熱之後的單車活動與過往單車休閒之間所存在的差異，同時也能提供當前主流單車活動型態的基本描繪，由此便能作為我們分析、對照的素材。當然，除了文字資料之外，我也將利用「國立臺灣歷史博物館」與「國家文化資料庫」所提供的老照片來作為輔助性的分析素材，並且以早、中、晚期專業單車雜誌中的圖片以及車友們在大型單車論壇「mobile01 小惡魔的單車俱樂部」上所分享的照片來進行對照。而由這些與自行車相關的老照片中，我們能夠看出自行車在不同的歷史階段裡與來自不同階層的主要使用群體之間所存在的親近性，同時也能觀察出自行車相應的外觀設計變化，而這些變化則在一定程度上凸顯了自行車在使用方式與活動型態上的轉變。

為了更為細緻地瞭解各式單車休閒實作型式的活動型態、特色與內涵，則須仰賴參與觀察與深度訪談的結果。首先，在參與觀察的部分，我先是參加了台大單車社自 2008 年 5 月至 2008 年 10 月所開設的社團教學課程，從中瞭解基本的單車維修技術與騎乘技巧，而這則有助於我在短時間之內從對單車活動全然陌生的局外人，逐漸獲得局內人所需具備的基本知識與術語。接著，透過與社團同學出遊的機會，亦能幫助我體會騎乘不同車種所會獲得的身體經驗，而這則使我在往後進行深度訪談時，能夠更直接地感受到受訪者以語言描繪的單車活動型態之面貌。其次，本研究的深度訪談進行時間自 2007 年 12 月 15 日開始，至 2009 年 6 月 2 日結束，為時一年半。其間一共訪談了二十八位車友，其中包括分屬不同單車休閒實作型式的車友，分別是登山車車友十五人、公路車車友八人、越野單車車友兩人，以及小輪徑摺疊車車友三人。受訪車友的年齡介於二十三歲到四

十八歲之間，包含了玩車多年的老車友以及剛加入單車活動不久的新車友，其中車齡最高為二十八年，最低則未滿一年（見表 3-1-1）。而之所以要訪問參與不同單車活動型態的車友，是爲了要能夠對照出不同單車休閒或運動實作型式之間的差異，包括在騎乘過程中的身體感受、活動安排、衣著配備等等，以及不同單車休閒或運動實作型式與主要參與群體在社會屬性上的關連性。另外，之所以要訪問車齡較高的資深車友，則是希望能夠補捉早期單車活動發展二手資料未能呈現與紀錄的部分，並且透過這些老車友的局內人觀點來指陳 2007 年單車熱的特殊性；而尋找車齡未滿一年的車友，則能幫助我們從參與者的角度對比出單車熱前後的單車活動內涵發生了什麼樣的轉變。而深度訪談的問卷題目大致區分爲五個主題，分別是「基本資料」、「單車經驗」、「身體經驗」、「消費型態」以及受訪者對於「2007 年單車熱」的看法等，詳細的問題條目可以參見附錄一。



表 3-1-1 受訪者基本資料

代號	年齡	性別	車齡	偏愛車種	學歷	職業	單車社團	居住地	訪談日期
F01	30	男	1年	小輪徑摺疊車	大學	中醫師	無	台中市	2008/5/2
F02	30	男	6年	小輪徑摺疊車	大學	警員	有	新竹市	2008/5/18
F03	34	男	6年	小輪徑摺疊車	大學	自行車品牌代理	有	台北縣	2009/1/12
R01	23	女	1年	公路車	大學	研究生	無	台北市	2008/6/5
R02	26	女	1年	公路車	大學	研究助理	無	桃園縣	2008/6/8
R03	23	女	1年	公路車	大學	護士	無	花蓮縣	2008/6/11
R04	42	男	8年	公路車	研究所	廣告公司老闆	有	台中市	2008/7/24
R05	44	男	6年	公路車	大學	車隊隊長	有	台北縣	2008/8/23
R06	24	女	4年	公路車	研究所	車行店員	有	台北縣	2008/9/19
R07	46	男	12年	公路車	研究所	政治玩家	有	台北市	2008/9/27
R08	39	男	21年	公路車	高中	單車雜誌總編輯	無	台中市	2009/4/21
M01	23	男	1年以下	登山車	大學	保險業務員	無	台北縣	2007/12/15
M02	29	男	1年以下	登山車	大學	金融業	無	台北縣	2008/4/29
M03	24	女	3年	登山車	大學	研究助理	有	台北縣	2008/6/12
M04	27	男	5年	登山車	研究所	研究生	有	台北縣	2008/6/17
M05	48	男	7年	登山車	國中	自行車旅遊	無	台北市	2008/7/7
M06	42	男	5年	登山車	研究所	廣播電台主管	無	台中市	2008/7/24
M07	28	男	3年	登山車	大學	單車雜誌編輯	無	台北	2008/8/27
M08	23	男	5年	登山車	大學	待業中	無	基隆市	2008/9/12
M09	33	男	10年	登山車	大學	公務人員	有	台北市	2008/9/21 2009/4/15
M10	30	男	12年	登山車	研究所	博士候選人	無	法國	2008/9/28
M11	46	男	24年	登山車	大學	電腦工程師	有	高雄市	2009/1/17
M12	25	男	12年	登山車	大學	自行車設計師	無	台中市	2009/1/20 2009/1/21 2009/4/15
M13	40	女	20年	登山車	二專	公務人員	有	台北市	2009/4/17
M14	38	男	23年	登山車	研究所	自行車研發	有	台中縣	2009/4/17
M15	38	男	20年	登山車	高工	單車維修	有	台北縣	2009/6/2
B01	37	男	28年	越野單車	高職	越野單車教練	有	台中縣	2009/1/21
B02	42	男	26年	越野單車	國中	攝影器材工業	無	台中市	2009/5/21

資料來源：研究者自行整理

## 第四章 自行車的休閒化歷程

2007 年單車熱最基本的一項特性在於，單車活動在此廣泛地被社會大眾視為一個「休閒」的選項，然而騎乘單車這件事一開始在台灣社會中卻不這麼被理解，其中的轉變必然是在歷史推展的過程中逐步沈積下來的。而本章則要從台灣不同時期的單車活動發展中瞭解單車活動是如何「休閒化」的。

以下各小節的討論將依循單車活動在台灣社會發展的時間順序逐一呈現，並且強調單車活動在不同時期所呈現出來的主要面貌和社會形象。在本章的第一小節中，首先要分別討論 1950 年代以降一般大眾所熟悉的「鐵馬」（作為交通工具），以及自 1960 年代開始發展的只有少數人認識的「自由車競賽」（作為運動項目），由此區分出單車休閒運動空間<sup>32</sup>「外部」與「內部」發展的不同軸線。在單車休閒運動空間外部，日治時期帶有高度炫耀性的自轉車，在國家經濟發展的政策領導下，經歷了平民化的轉變，且在 1970 年代機車大舉入侵之後，頓時間被打入交通工具的最底層。與此同時，空間內部的發展則可見在國際政治情勢考量下，出現了一群被侷促推上自由車國際賽場的車手們，於是自第二小節開始到第三小節，分析重點則在於單車休閒運動空間「內部」在歷史過程中發生的轉變。自由車手在國家的重點培訓下成為社會中另一群與單車密切相關的成員，然而這群人的存在卻未能夠帶動單車活動的休閒化，而是等到 1980、1990 年代新式單車活動型態出現之後，才逐漸帶出了台灣單車的休閒化風潮，至此為 2007 年單車熱提供了先備的歷史條件。

在這部分的討論中我們將會發現，在 1980 年代以前無論是單車休閒運動空間的內部或外部發展，皆由「國家」作為主要推動與裁決的行動者，國家一方面透過交通機具發展的整體政策規劃使自行車淪為最低階的通勤選擇；另一方面則以高壓強制的方式抑制了單車休閒化的可能性。同時我們也可發現，在 1980 年

<sup>32</sup> 之所以使用「單車休閒運動空間」而非「單車休閒空間」的概念，是因為在台灣單車活動的發展歷程中，有些單車活動最終走向了半職業運動的範疇，關於這部分的詳細討論請見後續分析。

代之後，新的施為者——捷安特——則逐漸取得重要的位置，單車的休閒化出現了發展的契機，而此時商業勢力則積極製造論述，宣告自行車不再是苦力、落後的象徵，試圖扭轉單車休閒運動空間外部一般大眾對於自行車的既定認識。然而可以想見的是，在 1980 年代這個過渡階段之初，政治與經濟利益出現了明顯的衝突，抑制性與生產性的力量在激烈碰撞之後相互削弱，首當其衝的越野單車活動則以迂迴的方式找到繼續發展的空間。

### 第一節 單車休閒運動空間的萌生：鐵馬與自由車

1950 年代至 1970 年代末期是一個單車休閒尚未形成的時期。自行車從 1950 年代開始出現了平民化的轉變，由日產「自轉車」轉型為國產「鐵馬」，前後不到二十年的光景，自行車作為最低階的交通工具已經與貧窮劃上了等號。另一方面，台灣社會中已經可見有別於「通勤」、「載貨」等單車使用方式——「自由車競賽」，然而此項活動卻未被社會中其他成員投注夠多的關注，大多數的民眾甚至對它十分陌生，以致於自由車競賽的發展、競賽規則、訓練方式，只有作為自由車教練和自由車車手的這一小群人才有辦法一窺堂奧。

#### 一、自轉車的平民化

1949 年起，國民政府開放日本「自轉車」(じてんしゃ)<sup>33</sup>成車及零件進口

<sup>33</sup> 日本人稱自行車為「自轉車」(じてんしゃ)，而這樣的稱呼方式也隨著殖民者的腳步跨入了台灣，當時台灣專職修理腳踏車的商家，便以「自轉車商店」為看板名稱。然而自行車另有多種稱呼，並帶有不同歷史、文化與政治、族群意涵。據民間流傳的說法，南部人傾向於將自行車稱作「自轉車」，而北部人則稱它為「孔明車」或「孔車」，中部人稱之為「鐵馬」。然而這幾種稱呼方式在人口流動頻繁的台灣，早已失去了地域性的區隔。在近年來自行車與時尚概念結合之後，人們較常以「單車」、「自行車」稱之，且有意無意地避免使用容易與鄉土味產生牽連的「鐵馬」一詞。而對於「眾多名稱是否應該統一」的問題也曾出現在自行車工業同業公會的會議上，在第四屆第十二次理監事聯席中，劉金標提出「建議將『腳踏車』、『自行車』及『單車』等名稱統一正名為『自行車』。」隨後大會決議通過，並派員向體委會等相關政府單位尋求共識（自行車會訊 2004 年，第 110 期，頁 8）。



貿易，由省合聯社統一配送至各縣市合聯社。當時台灣本土缺乏製造自行車的技術，即便有人試圖仿製，品質也十分粗劣。相較之下，日製自行車的特色則是技術精密、品質穩定、數量有限，同時在價格上也高不可攀。<sup>34</sup>由早期新聞中的日製自行車報價，我們便能發現其價格是十分昂貴的：

省合聯社前向物資局申請配售日製腳踏車二千餘輛。該局已核准先予配售四三八輛，其中老富士霸王二八吋七二輛，二六吋一六八輛，配價為一四〇〇元，能率牌二八吋六〇輛，二六吋一三八輛配價為一一五〇元。(聯合報 1952 年 10 月 28 日)

對照當時的物價，一輛要價一千四百元的老富士霸王牌自行車，相當於六百四十六公斤蓬白米，這對多數食不果腹的平民百姓而言，說是天價也不為過。<sup>35</sup>依出身商賈富戶的劉金標回憶：「以沙鹿來說，有腳踏車的不超過二十個人，那時候有腳踏車，比現在有賓士汽車還要神氣」(遠見雜誌 1991 年 8 月 1 日)。在這段時期間，擁有一輛自行車，便是尊貴地位的彰顯。



圖 4-1-1 富士牌自行車沙龍照<sup>36</sup>

資料來源：國家文化資料庫

<sup>34</sup> 自行車自 1903 年開始，由日本輸入台灣。至 1915 年為止，原台北廳（台北市除外）的轄區內，僅有 253 輛自行車（民生報 1988 年 2 月 7 日）。

<sup>35</sup> 換算依據的是 1952 年 10 月 16 日的蓬白米價格，當時一百台斤的蓬白米是一百三十元（聯合報 1952 年 10 月 16 日）。

<sup>36</sup> 相片中央為屏東縣枋寮鄉的第一台富士牌自行車，右邊的先生則是當時枋寮鄉的首富江茂竹先生，江先生為了拍攝富有紀念價值的沙龍照，特地讓腳踏車一起入鏡。由於台灣當時並無生產亮光臘，為了讓車子整體看起來更為晶亮、氣派，江先生還在心愛的車上擦「豬油」。

然而進口高價自行車消耗國家外匯甚鉅，隨著國民政府一連串的「進口替代」及「愛用國貨」政策，自 1950 年起，政府便開始管制自行車的國際貿易事項，由此便加快了自轉車的平民化速度。1954 年，舉凡成車皆不得進口，重要零件則依規定准予結匯。此舉使得國內有心人士紛紛投資開設自行車製造工廠，這才逐漸有知名的飛虎、福鹿、自由、伍順等四家老字號自行車大廠的出現（見表 4-1-1）。在此階段，國產自行車於品質上仍不敵日產車，不僅各項零件皆由不同工廠打造，規格時常不一，甚至如螺帽與螺絲不合等狀況也層出不窮，但是國產車售價低廉，卻為一般民眾提供了一項可親的條件，亦讓自行車得以普及化（見圖 4-1-2）。而從當時的報章言論中便能發現自行車在交通機具之中的定位：

小汽車太闊，步行太慢，三輪車太貴，驢馬少，就台灣現狀而言，祇有腳踏車與公共汽車算最適宜的交通工具。（聯合報 1954 年 12 月 6 日）



圖 4-1-2 國產鐵馬

資料來源：國立臺灣歷史博物館

表 4-1-1 1956 年台灣自行車成車及零組件製造廠統計

廠名	產品	廠名	產品
大東工業股份有限公司【飛虎牌】	自行車及車圈、前後軸心等零組件	三光鍍金工廠	零組件
台灣自行車股份有限公司【福鹿牌】	自行車	樂安鐵工廠	零組件
台灣機械工業股份有限公司【自由牌】	自行車	台澎機器廠	零組件
伍順自行車工廠【伍字及雙龍牌】	自行車	三東五金加工廠	零組件
台灣伍聯自行車製造廠【伍聯牌】	零組件為主、自行車為輔	台輪工業廠	零組件
興國工業股份有限公司	腳煞及前後花鼓	通益鐵工廠	零組件
台灣西北實業公司松山車鏈廠	鏈條	益億鐵工廠	零組件
同合車鏈廠	輻條	清華鐵工廠	零組件
隆康機械製造廠股份有限公司	汽門嘴、車鈴	台鎰鍍金工廠	零組件
遠東車輪廠【遠東機械公司之前身】	車圈	金本鐵工廠	零組件
天源義記機械股份有限公司	鏈條	大榮自行車零件製造工廠	零組件
台南鐵工廠	車鎖	高山機器自行車工廠	零組件
萬勝鋁器廠	把手零組件	東榮自行車工廠	零組件
合榮車輪製造工廠	各種車圈	宏大車料五金行	零組件
李式兄弟機器工廠	車架、五通管	中國五金製造廠	零組件
大鵬機器廠	車頭零組件	大東鐵工廠	零組件
三星號	手把	福源板金工廠	零組件
隆興電鍍工廠	前剎車	金城鐵工廠	零組件
大隆車料機械廠	前後花鼓	安然鐵工廠	零組件
萬盛精器廠	車燈、車鎖	益昌鐵工廠	零組件
中美車料廠	花鼓、腳踏	信雄車料工廠	零組件
新豐車料廠	大齒輪	福興車料工廠	零組件
怡成機器廠	磨電燈	大同自行車工廠	零組件
欽發橡膠廠	磨電燈	正源自行車工廠	零組件
平和鐵工廠	腳踏、前後剎	振發鐵工廠	零組件
振吉電化廠股份有限公司	零組件	有發機器廠	零組件
健美五金工廠	零組件	義和鐵工廠	零組件
東亞山記工業股份有限公司	零組件		

資料來源：(許正和、邱創勳 2007：46-8)

在國家以政治力介入市場運作之下，國產自行車優惠的價格逐漸使許多原本

負擔不起自行車的家庭，反而開始將自行車視為在步行、牛車之外的一項最符合經濟效益的移動選擇。同時因為 1950 年代後期，政府大刀闊斧進行的土地改革與經濟建設計畫已展現了成效，國內經濟狀況稍有改善，台灣人民對於自行車的需求也於短期內迅速增加。然而在國內自行車大廠出貨供不應求的情況之下，大量非法的自行車地下加工廠便應運而生。從地下工廠推出的自行車品質良莠不齊，唯以價格取勝，因而在經過激烈的削價競爭之後，原有的老字號車廠皆難逃厄運，紛紛倒閉。國內自行車的使用數量也不斷向上攀升，1961 年全台所使用的自行車數量，總計已達一百三十萬輛以上（宋佳芳 2008）。相較於當時全國一千一百萬的總人口，<sup>37</sup>自行車已可說是家家必備的日常用品。自此開始，自行車已全然顛覆了過往奢侈品的形象，成為廉價、樸實的機械器具，以致於 1960 年代之初，全台各地無論大街小巷都可見自行車往來穿梭的蹤影。

然而這番景象卻未持續太久，到了 1968 年，政府開放大量不需掛牌的五十 C.C.機車從日本進口販售，短短十幾年的時間，國內的機車持有率便以大幅成長，甚至到 1981 年國內每四個人便擁有一輛機車（見表 4-1-2）。自行車頓時間變成非常落伍的交通工具，經濟能力稍微好一點的人都轉向選擇以機車作為其主要交通和貨運工具（陳柏如 2001）。此後一般社會大眾對於自行車的定位，便為學生和工人——同為經濟收入不佳的族群——的主要代步工具。<sup>38</sup>

那個時候你看加工出口區，大家都是騎腳踏車去工廠的阿。一下班，哇！

一群人騎腳踏車出來！（M15）

<sup>37</sup> 根據行政院內政府戶政司的統計，截至 1961 年底全國總人口數為 11,210,084 人。

<sup>38</sup> 在這樣的社會條件之下，加上摩托車考照存在年齡限制，才使得青少年由騎乘自行車轉向摩托車這件事別具「成年禮」的意味。尤其對屆滿十八歲的青少年來說，騎自行車則是「遜腳」的象徵：「我們都騎[自行]車去淡水，就看別人騎摩托車，嗶～就到了淡水，後面還抱著女朋友這樣子，差這麼多！」（R07）



圖 4-1-3 1971 年高雄加工出口區員工上下班情形

資料來源：國家文化資料庫

表 4-1-2 台灣機車持有數輛統計

年	機車持有數量 (輛)	機車持有率 (人/輛)
1975	1,705,236	9.5
1976	2,009,698	8.2
1977	2,394,464	7.1
1978	2,718,050	6.3
1979	3,334,926	5.3
1980	3,965,515	4.5
1981	4,591,547	4
1982	5,100,500	3.6
1983	5,663,629	3.3
1984	6,109,083	3.1
1985	6,588,854	2.9
1986	7,194,202	2.7
1987	5,805,373	3.4
1988	6,337,598	3.1
1989	6,760,077	3
1990	7,145,003	2.9

資料來源：(經濟部技術處 2006：3-7)

回顧上述的歷史發展，自行車從 1940 年代的「賓士級」珍品，轉變為 1960 年代廉價的日用品，直到 1960 年代末期輕型機車湧入台灣市場之後，自行車在台灣的社會用途——作為低階交通工具——也更為穩固，「自轉車的平民化」至此大抵完成。此時影響自行車主要社會用途的關鍵行動者是國家，國家的政策與管束致使自行車使用者人口特質發生轉變。在進口替代政策的實施之下，國產自行車得以成為一般國民的通勤、運輸的最佳選擇，但隨著開放不掛牌的五十 C.C. 機車開放進口，則連帶使得自行車使用者的特徵出現變化，此時皆是一群最低階的勞動力。

而一項技術物的社會用途（social uses）則在很大程度上影響到它所具備的社會價值（social value），這是因為社會用途的轉變往往意謂著主要使用群體在社會空間中位置的改變（Bourdieu 1984: 21）。自行車的社會用途在短短十多年間由足以彰顯富貴身份的物件轉變為工人階級的代步與貨運工具，連帶便是其象徵位階的巨幅下滑。自行車作為勞工階級的生活必需品，給人的印象是貧窮、粗重、落後，除了要擔負載人運貨的工作之外，鏽斑滿佈的車身上總是還要垂垂掛掛一堆雜物，看來好不邋遢（見圖 4-1-4、圖 4-1-5）；相較之下，此時在社會中有些身份地位的人，早就開起了進口車，車體線條方正、簡潔，搭上明亮的車燈、光滑的烤漆，彷彿宣告著這才是先進文明國家該有的模樣。在交通工具之列，自行車的地位穩是敬陪末座，甚至成了台北市都市發展的絆腳石，1970 年代初期成立的「台北市發展汽車收購落後車輛執行小組」更將自行車視為必須趕出台北街頭的目標物（聯合報 1973 年 4 月 24 日）。

由描述 1970 年代台灣社會的寫實文學作品中便能瞭解，自行車這落魄的形象在人們心中已有著不消明說的共識，因而成為黃春明筆下用以刻畫勞工階級角色生活的符號。

很厚的雲層開始滴雨的一個清晨，從東郊入城的叉路口，發生了一起車禍：一輛墨綠色的賓字號轎車，像一頭猛獸撲向小動物，把一部破舊的

腳踏車，壓在雙道黃色警戒超車線的另一邊。露出外面來的腳踏車後架，上面還牢牢地綁著一把十字鎬，原來結在把手上的飯包，和被拋在前頭撒了一地飯粒，唯一當飯包菜的一顆鹹蛋，撞碎在和平島的沿下。

(黃春明 1987: 139)



圖 4-1-4 1960 年代代步、載貨的鐵馬

資料來源：國家文化資料庫



圖 4-1-5 冬瓜茶小販所使用的鐵馬

資料來源：國立臺灣歷史博物館

由此我們已可發現，自轉車平民化的社會工程在以國家作為主導者的政策規劃下已大功告成。在單車休閒運動空間外部，粗製濫造的鐵馬的基本使用方式(以人力踩動)和活動型態(費力、緩慢)以及騎乘者在活動過程中所展現出來的身

體樣貌（汗涔涔、笨拙、灰頭土臉）皆在結構深層的運作中決定了單車在社會中主要使用者的社會屬性，由此更劃定了自行車在象徵位階上的座落點。

## 二、 在雙輪上謀生的人

當一般大眾都慣於將自行車視作廉價交通工具的時候，社會中其實有另一群與自行車關係緊密的人，則是將自行車視為謀生要件，儘管他們在雙輪上討生活所掙得的錢，總是不敷所需。

我們是走比較體育路線的，跟官方什麼，跟國家[交涉]，為了比賽、國家隊，這算體育，體育就是跟人家...現代的體育就是跟以前的軍人一樣，因為現在不打仗了嘛，就用體育跟人家來比軍力嘛，你的軍力有多強你的體育就有多強，全世界都一樣。（B01）<sup>39</sup>

身為一位專業車手，B01 這段話無巧不巧地道出了「體育」（physical education）與「運動」（sport）的傳統在社會學分析中的重要分野。由國家主導的「體育」有別於源出自市民社會的「運動」，前者目的在於對國民身體、心智的規訓，帶有軍事訓練的色彩；後者則是以「公平競爭」（fair play）為基本精神的遊戲、競賽，兩者的發展走向各以德國、英國為典型。然而台灣在繼受中華文化以及曾受日本統治的歷史背景之下，則有著以體育傳統為主的特色（湯志傑 2009）。故而並無例外地，這裡所要討論的一群在雙輪上討生活的人——自由車中華代表隊——便是在中華民國政府的「政治考量」下選拔出來的體育人才。<sup>40</sup>由於在國民政府遷台之前，中華民國選手在歷屆亞運的自由車賽事中皆榜上有

<sup>39</sup> 需要澄清的是，B01 並不是我在這一小節所欲討論的「公路車選手」，而是以越野單車（極限單車）、登山車競賽為本業，然而這並不影響正文中的討論。

<sup>40</sup> 其實就連「自由車」這項稱呼，都充滿政治意涵，此一稱呼是為要紀念「一二三自由日」，慶祝義民成功從匪區逃向自由中國。而我國以「自由車」作為「自行車」的同義詞，但事實上自由車所實際指涉的多半是自行車中的「公路車」（Racing Bike）一類，並且只有在特指「公路車競賽」時，才會使用「自由車」的稱呼。



名，所以自由車單項運動便成了展現國力的舞台之一。<sup>41</sup>



圖 4-1-6 第十八屆世界運動會自由車代表隊

資料來源：國家文化資料庫

於此考量下，中華全國自由車委員會自 1963 年正式成立，負責自由車手的選拔與培訓事項。然而在體育邏輯主導的發展之下，不免限縮了自由車手的培育方式與選拔管道，且在一定程度上決定了車手所出身的社會階級。

目前我們有很多自由車國手，為什麼當國手你知道嗎？第一個，國中的時候在學校裡面打架鬧事，放牛班，全部抓去那邊騎腳踏車。騎一騎就說，這個月裡面，你每天騎兩個鐘頭，我銷你一次大過。喔！拼命了喔！

(B01)

從校內自由車手選拔機制來看，會被「抓」去騎自行車的學生幾乎都是老師眼中的「問題學生」，這些學生的「問題」不只來自於他們的言行舉止違反常規，更出因於他們無法在課業表現上達到要求。而課業表現好壞的分類判准，其實早

<sup>41</sup> 在當時的政治情勢下，中華民國最大的敵人便是中國大陸，因而自由車協會在成立之初的任務便是要搶在中共前頭取得國際的承認。在全國體協任命《中華日報》發行人蕭自誠擔任自由車協會的主任委員之後，便積極爭取恢復國際自由車協會（UCI）會員資格，並且於 1964 年 3 月 7 日成功搶在「共匪」之前入會。然而勝利的號角不再，1970 年代有多項世界級運動協會接二連三排除我國的會員身份。在此國際情勢下，蕭自誠極力與國際自由車協會維持友好關係，1973 年 3 月底「中華全國自由車委員會」更名為「中華民國自由車協會」，這才順利地保留了國際自由車協會的會員資格。

已存在於課程安排、教學法的設計以及經常性的學習評鑑等結構性的手段之中，並且無形間將一群無法仰賴其社會出身（social origin）獲得較高文化教養的孩子排拒在優秀的分類之外。學校教育看似提供每位學生相同的資源並且平等地對待每個人，但其實孩子們在家庭中全面地、早期地、難以察覺地學習所獲得的文化資本，對於自己其後所能獲得的教育程度卻具有重要的影響，而孩童們在家中所進行的早期學習之所得，也會在學校教育的過程中得到強化，進而轉換為外在的課業表現。因而對於這群輸在起跑點上，以致於表現「有問題」的學生，則難以在學校眾多的隱形課程中掙得優秀的表現（Bourdieu 1984, 2007）。而也正是這群孩子與學校課程標準的「格格不入」，使得學校認為需要額外授權給一位教練，透過權威的豎立以及在訓練中對身體的折磨，讓這群孩子得以被馴化。

但卻不是每個孩子進入校內自由車隊之後，都能成功地被訓練為一位優秀的自由車手，在獲選為國家代表隊的車手身上，我們常能看到某些勞工階級的共同特徵。由於車手身份有著保送升學的優勢，所以少數家境不錯但無心唸書的孩子，將之視為一個跳板。受訪者 R07 說到：「那時候所有單項運動都可以保送大學阿，我就想往這個方向去走，就打壘球、騎腳踏車，就是為了拼保送權，就真的讓我拼到文化了。」（R07）但這樣的孩子往往在取得學業資格之後，便無心練習，並且選擇迅速退出。受訪者 B01 便指出：「這是目前台灣體育最大的問題，選手選材出來都不是真的喜歡腳踏車，都是因為被老師拐到騎腳踏車的。」（B01）而最後真正會留下來的那群車手，則是在別無選擇的生存環境下，將自由車手視為向上流動重要管道的一群人。正如 Wacquant（2004）在貧民窟拳擊手的研究中所發現的，一般來說，最後能夠完成專業運動員訓練的人，並不是從貧民窟下層無產階級中所吸收而來的最受剝奪的那群人，而是一群在安穩社會經濟整合的門檻上奮鬥不休的勞工階級。因為要成為優秀車手，除了憑藉身體的天分（心肺功能、肌耐力、瞬間爆發力等）之外，更端視你能否服從於教練的要求，並且在枯燥無味的反覆練習及自我克制之下被順利地規訓。

雖然要成爲一位自由車手，得耐著性子熬過一段漫長、規律、枯燥的訓練流程，但在成爲自由車手（甚至獲選爲國家代表隊）之後，卻不見得能夠得到優厚的待遇。目前國內的自由車競賽尙未職業化，使得這群在雙輪上討生活的人只能仰賴廠商贊助和比賽獎金來貼補生活所需，不少選手都須以兼職的方式才能維持日常開銷，甚至沒有足夠的金錢提升輪組或其他零組件的等級，只能以勤加練習來彌補科技技術導致的落差。<sup>42</sup>而在車手退役之後，也缺乏一般勞工福利保障，多數車手都選擇回家鄉開設小型車店，或是進入品牌代理商，轉行爲業務員。這使得即使是熱愛自行車的年輕人，在諸多考量下往往也不敢輕易選擇這條不歸路。受訪者 M05 便講到了當初沒有選擇朝向自由車手發展的考量：

如果我早期的話，我的工作就是騎腳踏車，那我可能就不會去做現在的事情了。因為我的工作就是騎腳踏車，我如果沒有拿到冠軍，就沒有獎金可以拿，也沒有廠商願意贊助我。那我沒有拿到冠軍的話，沒有獎金可以拿，我就沒有錢去吃很營養的營養品，增強自己的體力，那我的成績會越來越差。那我最後可能了不起了，去開一家腳踏車店，就在那邊擦車子，修車子，那客人這輛腳踏車進來，我就幫他修，修一修出去，阿就收錢進來。這樣日復一日，就沒有辦法去發展自己想要的。（M05）

由於台灣的自由車競技是在國家主導下發展成形，帶有強烈政治色彩，而不像英國運動發展中是由民間愛好者自組社團而成，因此台灣自由車體育在車手的社會屬性上則更趨向一致，成員多半來自中下階層的子弟。加上自由車車手的生涯缺乏保障，勞工階級無法由此取得向上流動的機會，諸般不利的條件在在使得自由車手無法在台灣贏得較高的社會聲望。車友 M15 便說到，當時一般民眾甚至對於國內自由車手的存在毫無所知：

---

<sup>42</sup> 相較於其他車款，專爲自由車競賽所設計的公路車在價格上較爲昂貴，一部入門的公路車要價約在四萬元上下。而爲了要在競賽中取得較好的成績，車手在經濟條件的許可下，往往會試圖減輕全車重量或提升輪組的等級，此時則需要花費大把金錢來更換現有的零組件。但國內多數自由車車手在缺乏穩定的經濟基礎的情況下，只能另覓他途，以體能訓練的方式來提高自己在賽事中的表現。

我說真的，一般人根本不知道有這群人阿[指自由車車手]，那個時候大家時間一到喔，都在看棒球、看布袋戲，電視也沒在播自由車比賽阿。

(M15)

因而由此時期在單車休閒運動空間內部出現的轉變看來，自由車競技作為一項半職業性運動，成為了勞工階級青少年用以暫時謀生（甚至難以向上流動）的管道。然而自由車競技在本質上便已不同於大眾「休閒」，因而在具備高度封閉性的情況下則少為一般民眾所認識，更難以撼動一般民眾對於單車的基本定位和想像。而在這部分的討論中，我們則可發現在供給面上，國家的政策條件影響了自行車活動的屬性——作為「競技」的自由車活動；在需求面上，一群能夠吃苦耐勞的勞工階級成員，則因為主要將其身體視為維生的「工具」，而成為了願意以長期的身體訓練來換取微薄收入的自由車車手。



### 三、 由政治力主導的單車活動發展

回顧 1950 至 70 年代，我們可以發現這是一個以國家主導台灣單車活動型態發展走向的年代。日產高級自轉車在國民政府以政治力強勢介入市場運作的政策走向之下，步入了「平民化」的歷程，意外地決定了自行車在台灣社會未來二十年被賦予的想像與符碼；同樣在國家外交政策的考量下，自由車車手被招募進抵抗外侮的軍事假想中，台灣自由車競技的歷史便自此開始逐漸地被打造出來。

國家作為單車活動主要推動（而非『推廣』）者，在一定程度上促成了單車／單車活動在台灣社會的象徵位階的浮動。曾幾何時，擁有一輛日產自行車，是足以光宗耀祖的一件事。但在那個百廢待舉的時代，一輛日本進口的富士牌霸王車，尚與個人「生活品味」的有無沾不上邊，因為它被歸類為「財產」，而不是需要費心經營的「休閒」、「興趣」，也未有大量的論述對自行車本身及騎乘活動進行象徵上的構作。在此一脈絡下，進口自行車的「價格」(price) 是赤裸裸地

呈現在眾人面前的，擁有一輛富士牌霸王車的人就像是隨身攜帶家中田產明細般，不斷向路人宣告自己的財產總額。1950年代中期至1960年代，隨著一連串進口替代與愛用國貨論述，自行車成爲了台灣家戶中常見的生財工具，粗重耐操的鐵製車體、寬大的後貨架，以及平易近人的價格，使自行車成爲了小本經營的雜貨販最合宜的選擇。而當大人們一天辛勞的工作結束之後，閒置在旁的自行車則成了小孩們嬉鬧爭搶的大玩具。自行車便是如此地貼近一般百性的日常生活，以致於無論大人小孩都已逐漸習慣它的存在，不以爲奇。到了1960年代末期，政府准許五十 C.C. 輕型機車開放進口，自行車頓時被輕巧、便捷的摩托車比了下去。此時的自行車正式成爲「孩童的所有物」，供上、下學等短程通勤之用，或是讓位給家庭主婦，分擔妻子或母親每日往來市場與廚房之間的體力耗損。在這之後，自行車在人們心中的價值，近乎於家中的門窗，甚或是門窗上的掛簾，它們同是生活必需品，無可或缺，但你卻不會花費一個下午的時間欣賞它、鑽研它，或向好友、同事誇耀它。與此同時，社會中有一群小眾，他們與自行車之間存在著一種曖昧的依存關係。這群（半）職業車手，<sup>43</sup>雖然按照自由車訓練流程安排生活的秩序，但卻無法以此爲生。這群人的存在，甚至沒有被太多人注視到，亦沒有影響到一般社會大眾將自行車視爲「純粹的交通工具」的看法。<sup>44</sup>或許是由於他們的社會聲望不高、人數過少且具備較高的封閉性，使得社會大眾沒有太多機會發現這群人，因而未能使多數人普遍認識到自行車還存在另一種使用的可能性。

整體而言，自1970年代自行車平民化的結果穩固之後，自行車在社會中的象徵位階亦被確立，多數人仍將它視爲貧窮、落伍的同義詞。此時騎乘自行車這件事並不具備炫耀的價值，若是看見稍有身份地位的人騎乘單車現身，反而會是

<sup>43</sup> 之所以說自由車競賽是一種「（半）職業運動」，是因為自由車車手本身並沒有固定的雇主與薪資，競賽成績只能成爲贊助商投資時的參考標準，而從事自由車競賽的車手也沒有一般勞工應享有的福利保障。

<sup>44</sup> 之所以能夠這麼說，是因為在後面將陸續介紹的單車活動風潮，都被當時的媒體以「自行車不再是交通工具」作爲開場白，彷彿自行車從來就只是一種交通工具，而無視於自由車手的存在。

一件打破常理的事，這樣的情況一直到 1990 年代仍未有明顯改變。而我們若對這個時間點稍微留意的話便會發現，即使是在越野單車活動於台灣社會中竄紅之後，自行車在人們心中的形象仍未被翻轉。由顏元叔的這段短文中便能窺見：

「騎車去診所呀？」當牙醫把腳踏車推上行人道時，忍不住問。

「是啊，住得近嘛，騎車方便。」牙醫悠閒自在地回答，兩排牙齒在冬陽下瑩澤有光。

忽然，我為自己覺得他「應該」開車的想法，感到荒誕無謂。一個人的價值，或者，他是否生活得豐實快樂，和這些外在事物有關嗎？我想起也是愛騎腳踏車的女兒所曾問起的一個問題：「為什麼大人不騎車上班？」還記得當時我是這麼回答她的：「總不能叫人穿西裝打領帶騎車吧！」



～顏元叔

民生報 1991 年 1 月 6 日

## 第二節 夭折的單車休閒實作型式：越野單車

1980 年代，在單車休閒運動空間的外部，亦即在一般民眾的認知下，自行車仍是作為一項平實的交通工具，主要的單車通勤者以青少年、家庭主婦和老人為代表。<sup>45</sup>然而在這個時期，台灣單車休閒運動空間的內部卻出現了明顯的轉

<sup>45</sup> 在此必須補充說明的是，即使在 1980 年代以前，我們便能看見青少年在放學後可能會騎著腳踏車四處玩耍，或是家庭主婦與老人會騎著平時用以通勤的自行車四處「逛逛」，但這卻不足以被視為一種休閒 (leisure)。這是因為在這些以單車作為出遊交通工具的活動中，「單車」並不被當作提供愉悅的主要對象，反而更像是帶領人們抵達玩樂目的地的交通工具，因而這項交通工具只要足以發揮「載人」、「移動」的功能，便滿足了使用者的主要期待，而不一定要是「自行車」才行，通常而言要是有「機車」或「汽車」則會是比「自行車」來得更好的選擇。最明顯的例子便是青少年往往在剛滿 18 歲的時候，便迫不及待地去看機車駕照，而以機車代替自行車來作為新的移動或出遊交通工具。

變，「越野單車」(Bicycle Motorcross, BMX)的流行風潮從美國吹向了台灣，<sup>46</sup>台灣單車活動由此出現了朝向休閒化方向發展的契機(儘管越野單車在發展初期便受到了強大的阻力)。雖然越野單車的主要活動參與者仍以青少年為主，但「越野單車」本身在此時卻已明顯地成爲了青少年玩耍的主要對象，他們騎乘越野單車不是爲了要前往某個遊樂基地，而是將騎車本身視作一件可以提供愉悅感受的活動。<sup>47</sup>

### 一、自行車休閒化的濫觴：稍縱即逝的越野單車風潮

1981年，越野單車在國內市場上市，此款新車在台灣市場推出的第一年即達到二十萬輛的總銷售量，使得方將行銷版圖轉向國內市場的捷安特公司(由巨大機械所成立的自行車品牌)，迅速在國內打響了名聲。<sup>48</sup>在越野單車活動中耕耘多年的車友 B01 便如此形容當時越野單車在台灣造成的熱潮：

那時候的熱潮跟現在的小摺差不多，年輕人人人要一台越野單車，而且你有錢買不到，排三個月才排得到！那時候捷安特就是這樣出來的，捷

<sup>46</sup> 越野單車誕生於南加州的聖大蒙尼卡(Santa Monica)，一群孩子在1969年試圖爲漫長的暑假尋找樂趣，便突發奇想地拼裝出了越野單車的雏形。在那個年代，「越野機車」的活動令年輕人爲之風靡，然而要駕馭越野機車對這群孩子來說過於吃力，抱著羨慕的情懷，他們模仿起騎乘越野機車的帥氣架勢，在棕櫚公園(Palms Park)的泥土地上玩起了「越野單車」，此即爲BMX的濫觴。當時這群孩子騎的是Schwinn公司所推出的Stringrays 20吋自行車，但這輛車並不是專爲越野騎乘而打造的，直至1973年11月，Marvin Church在自家車庫中改裝了Schwinn Diamond，第一輛爲越野騎乘量身訂做的自行車才正式出現。爾後透過Linn Kastan對於前叉強度的改良，紅線工程公司(Red Line Engineering)推出了鉻鉬BMX前叉以解決「前叉彎曲」的問題，使得越野單車運動更能穩定發展。1973年之後，數家單車製造商投入越野單車的開發，伴隨著全國越野單車協會(National Bicycle Association, NBA)、全國越野單車競賽聯盟(National Bicycle League)以及美國越野單車協會(American Bicycle Association)的成立，越野單車逐漸成爲全國青年熱衷的活動，此後這股風潮更傳播到了其他國家(黃樑夢1986)。

<sup>47</sup> 我們之所以能夠說此時「越野單車」本身已經被視爲提供愉悅的對象，而不僅僅是將騎乘者載往某處由玩的交通工具，是因爲越野單車的「移動性」在車體設計中甚至是被壓抑的。爲了要符合越野單車的活動特性，提升越野單車的靈活度，那麼車體結構就必須縮小，而這則違反了最高效率踩踏的設計型式。加上越野單車發展到最後，趨向以定點表演的模式出現(參見第四章第二節第二部分的討論)，所以連外出騎乘時最重要的安全裝置之一——剎車——都可以不用安裝，更是降低了越野單車在外移動的便利性。

<sup>48</sup> 台灣的自行車工業自1976年便開始製造越野單車，並外銷到美國，此爲奠定台灣自行車工業在國際市場上往後發展的重要一步。然而越野單車卻直到1981年7月才正式在台灣內銷市場推出，並且廣受國中小學生歡迎。

安特就是這時候才賺到錢。那時候還有一個叫萊禮，就是現在的美利達，BMX 的風潮就是當時奠定他們在台灣自行車產業的基礎。(B01)

與上一階段自由車發展明顯不同的是，車商在此時的單車活動型態發展過程中，扮演著十分重要的角色。由於在 1980 年代初期，台灣一般民眾對於自行車的認識仍以「落後的交通工具」為主要印象，爲了要打破一般民眾對於自行車的既定印象，捷安特刻意爲越野單車打造出一種充滿青春活力的形象，當時推出的廣告歌更吸引了許多青少年的注意。而越野單車車友 B02 至今仍對捷安特當時推出的廣告歌印象深刻：

載著青春向前跑，奔向自然的懷抱！

迎著風，困難在腦後！

奔向前，條條是大路！

GO GO GIANT！GO GO GIANT！（B02）

眼看越野單車的風行就快有機會爲自行車的休閒化開啓一扇大門，然而這扇門卻被驟然關上，其中關鍵原因便是越野單車在活動型態上與社會邊緣人——失學少年、小混混——具有高度親近性。依照受訪者 B01 的說法，當時會去騎乘越野單車的孩子，從外表看來是較爲「孤僻」，不易與人親近的一群，他們選擇這項運動一部份的原因是「不需與人互動」，只要獨自一人便能練習，這樣的習性使得他們捨棄了籃球、棒球等團隊運動。然而與其說他們「選擇」了離群索居，不如說他們是在離開了正規的學校體制後，面對沈重的污名卻又無力抗爭，最後則因共同的「逃離」，讓這群孩子在公園內尋到了彼此，所以他們的「孤僻」往往是指向他群的，而在公園內，在我群的同理之下，他們則傾向於邀約成群、依偎取暖。受訪者 B01 便以「過街老鼠」來形容當時喜愛越野單車的孩子所承受的社會眼光：



那時候應該是單車跟撞球是並列的，打撞球跟騎越野單車同樣是壞孩子在做的這樣，過街老鼠人人喊打這樣子。（B01）

很多家長就看小朋友一堆，二、三十個人，甚至五十個、一百個、一窩的人在那邊，就抽煙阿，就學大人抽煙，行為感覺就是不好。阿就又騎著腳踏車沒有帶護具飛來飛去，感覺上，當時那個叫義和團啦！就是怎麼摔都不會痛的，流血怎樣都沒有關係...，所以說玩的人覺得我是很勇猛的，我是勇士！不怕摔！但是對一般人來講，就覺得這是一群壞孩子，不良少年就如同飆車一樣的响，那就對我們比較排斥這樣。（B01）

受訪者 B01 笑稱這群孩子以為自己就像「義和團」一樣刀槍不入，這也凸顯了越野單車在活動型態上帶有的「特技」色彩，而在練特技的過程中總免不了招致許多身體傷害。不追求騎乘速度，但高度講究控車技巧的越野單車，重點在於練就一身花式技巧，包括豚跳、點地、倒騎、大鵬展翅、路上行舟、神龍擺尾等等。每每練成一項新招式，就夠這群小鬼炫耀個半天。而在練習的過程中，學習者不用接受太多言語教授，不必知道身體每條肌理的位置、車體材料的特性、施力與受力的關係，只需要觀看、模仿、放膽嘗試，因而越野單車學習過程的最大特色便是將廣告、電視、電影、錄影帶視為老師，以土法煉鋼的方式開發自己的潛能。

而越野單車活動與這群所謂的社會邊緣人之間的親近性，究竟是如何建立的呢？我們可以發現，這是因為一方面這些多半由勞工階級家庭出身的孩子，對於將身體作為「工具」進行高危險性表演的活動便不排斥；然而另一項更貼近受訪者的主觀事實，同時也更為明顯的原因，則是因為從這樣的表演中，這群青少年能夠得到難得的尊重與崇拜。當受訪者 B01 被問到騎越野單車這件事對自己的意義時，他便直率地說：「我在腳踏車裡找到我的第一個自信」（陳柏蓉 2005：14）。對比於生活中其他處處不如人的時刻，總在越野單車上不斷發明新花招的車友 B01，則因為騎車的關係，成為了其他孩子（多半也是喜愛越野單車的孩子）

眼中欣羨的對象：「到我十歲時擁有了第一台單車，生活才變為彩色。...我騎車經過家附近的巷子，一堆小孩圍著我，突然變成超受歡迎的孩子王」（陳柏蓉 2005：10）。

但是在當時一輛越野單車要價三千至五千元，這對家中經濟條件不佳的青少年來說無疑是個負擔，許多買不起車的孩子甚至選擇了以偷竊的方式取得新車。由於經濟狀況不佳，他們更買不起昂貴的護具，少了護具的緩衝，孩子們只要在練習途中重心失穩，斷牙、斷骨，甚至失去生命都時有耳聞。而因為騎乘越野單車傷亡的消息一再傳出，則使得國家決定強力禁止這項活動的發展：「青少年騎越野車在大馬路上橫衝直撞，害人害己，省府準備建議中央作政策性考量，列入管理」（聯合報 1982 年 9 月 29 日）。

國家不僅立刻全面查禁越野單車活動，甚至還將這群青少年視為「犯罪者」加以制裁。1981 年，國內教育單位決定嚴格禁止學童騎乘越野單車，若有三人以上群聚騎乘越野單車，警察則立即以「結黨營私」罪名，將這些青少年帶回警局做筆錄。在全面封鎖的國家管束下，國內越野單車風潮，同時也是台灣自行車休閒化的火星，在 1982 年便隨即被撲滅。越野單車車友 B01 對於當時新聞媒體上對越野單車的抹黑和撻伐，有著深刻的感受：

這個運動被封鎖的時候，那報紙打開有兩個大版，台北板橋有某某學生，約了二、三十個同學去看他表演飛水溝，結果中途呢，因為沒有飛越過水溝，把那個大腿摔掉了，你懂嗎？還有那個什麼...就整個報紙報導，都跟飆車一樣就對了啦，跟陳水扁的報導一樣，什麼都是不好，全部都標出來就對了！（B01）

國家表態禁止，<sup>49</sup>加上媒體對受傷事件大篇幅報導，使得越野單車活動在台

---

<sup>49</sup> 即使 1982 年年初便有國內越野單車愛好者試圖向內政部申請成立「中華民國越野單車協會」，試圖讓越野單車活動能有一個主管單位來進行輔導，以增進其活動中的安全措施，但此項申請卻未獲准。

灣社會中急速污名化。在媒體以文字、圖像刻畫青少年越野單車運動的同時，往往將這項活動所帶來的意外事件誇張化，擱置意外發生的原因，不去探究意外的發生是否因為缺乏輔導機關加強安全宣導，或是因為多數青少年在家境貧困下無力購買安全護具。因而便如同 Hargreaves 所批評的，媒體在面對運動中的暴力或意外傷亡事件時，總是輕易地便將論述焦點從事件發生的「因果關係」轉移至此活動「對社會的威脅」(threat to society)，以及國家應該如何採取抑制性的解決措施等面向上 (Hargreaves 1986: 148)。而報導中偏頗的觀點則使得一般人在認識「越野單車」時，立即連結上一種威脅生命的恐懼感，這群聚在公園角落並以「不正常」的騎乘方式玩單車的邊緣青少年，則成了這層恐懼的具體展現。因而驅逐威脅的首要之務便是將這群不務正業的青少年趕出公共空間，送他們回到應該待的管訓機構——學校——之中。



## 二、「義和團」認真「搞體育」

台灣單車休閒化的第一個契機——越野單車的風行——在國家迅速以公權力全面查禁之後便一蹶不振。然而當時投注全副心力在公園裡練習花式技巧的孩子們，在此之後則被中華民國自由車協會<sup>50</sup>與捷安特公司攜手攬入了越野單車（半）職業運動的行列中，越野單車活動自此確定步上自由車競賽的後塵。加入半職業運動的越野單車車手，則已無法將騎乘越野單車當成休閒，即使騎車上山，亦只是為了達到體能與技巧訓練的目的。國內越野單車高手廖武雄在談到自己騎車的經驗時，便點明了其以「訓練」為主要目的，並且難以將騎車視為「休閒」的心情：

廖武雄：其實我從來沒有享受過，是近年來，我才開始享受到單車的樂

<sup>50</sup> 「中華民國自由車協會」是國內最早成立的自行車運動推動單位，其前身便是「中華全國自由車委員會」，更名緣由請參見註釋 41。而在往後的行文中將交替以「中華民國自由車協會」、「自由車協會」或「車協」稱呼之。

趣。以前人家跟我說合歡山漂亮，但是哪裡漂亮？我一上山就逼急速，只想在最快的時間之內到達，根本無暇注意那些。（陳柏容 2005：14）

而擁有一身絕技的越野單車玩家，在這當頭被帶往國際越野單車競賽場上一展長才，雖成了單車品牌的活廣告，但對這群流落在街頭的越野單車少年來說卻不失為一個好消息。得到廠商贊助的越野單車選手，不僅能夠穿上時髦帥氣的免費衣裝、騎乘高檔的車子，更有機會代表國家至世界各地比賽。而在這群孩子看來，能夠風光地穿上「國家隊制服」，還能「搭飛機」、坐「頭等艙」，一切都如同夢境般不真實。<sup>51</sup>曾經代表國家出國參加越野單車比賽的受訪者 B01 便如此回憶當時的狀況：

我 1986 年去比賽的時候，藍色制服還中華民國國旗，華航幫我們升等，直接往上升，我也不曉得什麼叫升等，進去就是坐。喔，位子好大喔，吃好多東西喔。就有人說：「喔，年輕人這麼年輕就出國喔，你這是有錢人的孩子喔，國民黨的喔。」真的阿，很明顯阿，以前哪有十五、六歲小朋友出國？有的話都是達官貴人呀，對不對。（B01）

這群自恃「刀槍不入」的義和團，如今被收編為商業操作下的小棋子。此後可不準再以脆弱的肉身碰牆撞地，比賽中安全帽、護肘、護膝全副武裝必不可少，因為就像受訪者 B01 所說的：「搞體育的人是在充電，你受傷不但電沒有充，不但沒有電，又兼沒進步，搞體育要一直進步一直進步」（B01）。而更為現實的是，選手一旦因傷中斷訓練，身體的苦痛和隨之而來的經濟壓力，到頭來還是得獨自承受。

然而變成（半）職業運動之後的越野單車，並沒有贏得較好的名聲。即使選

<sup>51</sup> 但總是有些孩子沒被揀選上，隨著年紀增長，這些人漸漸離開練車的公園、空地，被迫面對殘酷的社會競爭。這群孩子將時間心力全都投注於練習越野單車的花式技巧，蹺課也是家常便飯，最後卻因無法入選國家代表隊而落得兩頭空。而受訪者 B01 則以安慰的方式和選手說：「很多人在這個運動陣亡了，就是說很認真在那邊練，但是最後什麼都沒有，那他用很專業、很職業的時間在訓練，但是最後什麼都沒有得到，那至少他得到一個就是說...喔，很健康嘛！」（B01）

手們在國際競賽中戰功彪炳，學校單位也不敢視之為榮耀。車友 B01 說到自己即使在國外賽事中拿下多年的連續冠軍，但回到臺灣仍然未被重視：

**83、84、85 我都連續三年拿到全國冠軍，<sup>52</sup>到國一、國二、國三。86 年那時候剛好有一個泛太平洋區的 BMX 比賽，就邀請美國、加拿大、日本、台灣還有東南亞一些國家，那當然他們都沒有那麼強，那時候我就拿了 15 歲組的冠軍，一個冠軍，一個第二名。所以我那時候剪報都有留下來，那時候，哇！很風光阿！但是風光也沒有什麼，學校也不敢登。（B01）**

當時代表台灣出國競賽的越野單車選手以優異成績穩站世界第一，但回到國內卻不見容於社會。而越野單車活動平時則主要能以「表演」的型式存留下來，在一般大眾心目中，其定位便如同街頭賣藝、特技、雜耍一般。不僅如此，即使已轉型為表演，越野單車車手仍然會遭受警察機關的惡意制止。另一位越野單車車友 B02 就說到了自己在表演時與警察衝突的事件：

**有一次我們去國父紀念堂表演，被警察趕阿！我就跟警察罵起來，嗆聲！我說：「你不讓我們表演，你要我們出去變壞嗎！」後來驚動到館長都下來這樣子阿，警察還控告我們說什麼「竊取國家機密」，因為我們旁邊有人在拍照，他就說：「你這個朋友竊取國家機密，我要告你們！」要把我們逮捕起來！都有耶，你知道嗎！我們都經歷過這些耶！……後來我們就跟警察槓上，我說：「你不給我們表演的話，你要我們去搶劫嗎？」警察說：「隨便你們阿，就是要控告你。」（B02）**

但選手們也只好接受這令人無力的現實，因為這是他們賴以維生的飯碗。在沒有比賽的日子，他們則必須勤接表演工作。越野單車選手靠著工地秀、單車新

---

<sup>52</sup> 本文引句中的「粗體字」為筆者對於原字句的強調。而若出現中括號 [ ]，則括號內的文字皆為筆者為了讓讀者能夠更清楚瞭解文義所做的添補，並非原文或受訪者原本的語句。此為通篇引文所使用的添補原則，往後便不再贅述。

品發表會、自行車展、遊樂場等表演邀約，一次可賺進五千、一萬的收入，然而可接演的活動數量難以估計。以臺灣跳蚤 ADF 為例，曾有一年只掙到七場表演，而在其成立十三年的日子中，便有七年的年度表演場次低於十五場。不但收入無所保障，越野單車選手所需付出的健康成本更是龐大，在練習與表演過程中，選手的身體各處都累積了難以回復的傷害。受訪者 M12 便說到了受訪者 B01 的身體狀況：「他現在 30 幾歲，但是他的身體狀況大概是跟 70 幾歲的人是差不多的，他不能跑步，不能跳」(M12)。而越野單車選手的苦處，也只有身在其中的人才可能深刻體會。

越野單車選手的職業生涯是短暫的，退休之後的保障幾乎等於零，然而選手們早就養成了認命的心態，並為自己的後半輩子默默盤算：「當然說不可能一輩子靠運動賺錢啦，靠表演賺錢。就是說轉成你工作上，比如說去捷安特公司這種單位上班。到美利達、到捷安特車店去當店長」(B01)。懂得規劃的選手才有辦法延長自己運動員的生命，而要是能遇上難得的好教練，則是三生有幸。受訪者 B01 以過來人的經驗照顧旗下的選手，不僅為他們安排退休後的出路，更抓準國際單車競賽的發展趨勢，於 1990 年引導年輕選手轉戰當紅的新領域——登山車競賽。由於騎乘登山車同樣需要許多控車、平衡技巧，這使得越野單車選手在跨界時便佔有一定優勢。而台灣在 1990 年出現大批越野單車選手轉戰登山車競賽，不僅說明了登山車與越野單車在活動型態上存在著共通之處，更凸顯了這兩個領域的成員屬性具有一定程度的親近性。<sup>53</sup>

### 三、 跨國行銷考量下的殘餘市場

在越野單車的發展過程中，最重要的活動推廣者便是由巨大機械所成立的捷安特公司。此時我們已可發現一股與政治力量相抗衡的商業勢力逐漸形成，並且

<sup>53</sup> 關於登山車競賽與登山車車手的社會屬性，在第四章第三節中便會提及。

成爲單車休閒化的主要助力。捷安特在商業考量下，試圖將國外的單車風氣引薦進國內，然而卻沒想到會在首場戰役中便遭受國家執法力量的打擊，大型企業與國家之間的利益在此時是相互衝突的，然而在往後的發展中，我們卻會發現這兩個重要行動者（國家、捷安特）之間的利益卻愈趨靠攏，並且深深地影響到 2007 年單車熱的迸發。

在大型企業與國家合作關係尚未確立的年代，捷安特公司對於越野單車活動的推廣所仰賴的資源，較多是自己從國外所觀察到的行銷經驗法則，然而恣意將跨國經驗平行挪用，則成了捷安特公司早期推廣單車活動未有斬獲的主要原因，至少這樣的情況一直到 1990 年代登山車風行之前，都未見明顯的轉變。

其實創立捷安特品牌的巨大機械公司於 1972 年便已成立，然而當時台灣自行車內銷市場正因爲機車的普及而嚴重受挫，業者面臨激烈削價競爭的慘況，相較之下，西方國家對於自行車的需求量大於供應量，正好提供了國內自行車製造商一個絕佳的切入點。故而在這樣的歷史條件之下，國內自行車業者從一開始便以國外市場的動向爲主要關懷，直到 2007 年單車熱爆發之前，外銷市場的比重仍佔據其總生產量的九成（劉弘雁 2003：5-4-3）。瀏覽自行車工業同業公會所出版的會刊，便能瞭解到他們不僅費心蒐集歐美各國的消費動向，試圖因應不同消費族群推出各異的行銷手段，並且更致力透過銷售總額及車種比例的變化，推估下一階段的生產總額控管。然而，業者對於國內市場的發展情況卻無深入瞭解。

54

越野單車的推出，可說是巨大機械將台灣市場視爲重要銷售據點的開端。在

---

<sup>54</sup> 在專爲自行車製造商出版的業界刊物《自行車會訊》中，便提到「在國際市場上叱吒風雲的臺灣自行車，內銷方面資訊一直是眾說紛紜，至今仍無令人信服統計」（自行車會訊 1996 年 7 月，第 20 期，頁 1）。然而爲了進一步確認自行車製造商在這十多年之間，是否已經開始對於國內單車銷售狀況有整體性的關注，我在 2009 年 6 月又特地打了電話向自行車工業同業公會進行確認，而得到的答案則是目前仍無針對內銷市場所進行的整體統計研究，但各個自行車製造廠商或許會有內部銷售統計。而現階段國內唯一對自行車產製與銷售狀況有所整理的刊物，就是由經濟部技術處委託「財團法人工業技術研究院產業經濟與資訊服務中心」所製作的《汽、機、自行車產業年鑑》，但其中所整理的仍是國外自行車市場的歷年轉變。

對國內市場資訊無所得知的情況下，捷安特所採取的行銷策略便是將國外的經驗平行挪用至國內。由下面這段報導中，便可以看出捷安特對於國外成功案例的觀察與學習：

業者認為，自行車越野車國外市場歷久不衰的主要原因是：比賽不斷，由地區賽到全國賽以至於國際賽，大企業或自行車廠紛紛徵集自行車、越野車的高手，由公司提撥經費組隊參加比賽，於是小型比賽或地區賽變成熱身賽，大型比賽則可吸引數以萬計的觀眾。（經濟日報 1982 年 8 月 18 日）

爲了推銷產品並且讓消費者認識「捷安特」這個品牌，巨大機械每年將營業額的百分之八挪作品牌推廣經費，而其倚重的便是「運動行銷」，也就是一方面大力舉辦自行車競賽吸引潛在消費者的目光，同時又利用參賽車手衣著配件上的 Logo 提高品牌的曝光機會。根據巨大集團總經理羅祥安的說法：「運動行銷的好處是，若選對選手、車隊，又能在比賽中獲勝，能有效提升品牌知名度與形象。...當選手騎著捷安特自行車衝向終點，雙手高舉時，GIANT 的 Logo 就會被清晰凸顯」（林靜宜 2008：109）。故而捷安特公司在越野單車於台灣上市之後，便與當時致力推廣戶外休閒運動的《民生報》合作，舉辦大大小小的越野單車競賽，希冀能營造節慶氣氛，招攬觀眾駐足。而將自行車定位爲「運動」的行銷策略，同樣也反映在捷安特在 1980 年代初期爲越野單車所設計的形象廣告之中。





圖 4-2-1 專為奪標設計的捷安特 BMX

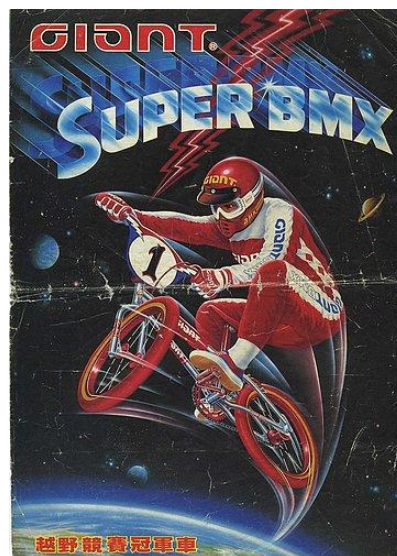


圖 4-2-2 越野競賽冠軍車

資料來源：車友 wingsfab 部落格      資料來源：車友 wingsfab 部落格<sup>55</sup>

在這套行銷計畫中，隱含著要讓越野單車活動成爲一項「景觀」(spectacle)的目的，其結果是招致失敗，然而失敗的原因並不難推敲。作爲一項新興的活動，越野單車並沒有成功地吸引爲數眾多的民眾投入參與，反而一開始便成爲被抵制的對象，可想而知，人們對於越野單車的騎乘經驗是極度缺乏的。如此一來，在無法以自身經驗作爲參照，又不瞭解遊戲規則與樂趣的情況之下，一般民眾便不太容易產生「觀賞」此項活動的熱情。Bourdieu (1978) 在其研究中發現，當一項運動從需要行動者親身參與才得以產生意義和樂趣的「活動」(activity)，轉變爲只需要透過「想像性的參與」(imaginary participation) (以電視機、廣播、戰績記錄爲中介) 便能獲取愉悅感受的「景觀」時，意謂著這項運動已走過了「大眾化」(popularize) 的階段，成爲一項「大眾運動」(popular sport)，以致於有爲數不少的人能夠憑藉過去參與此項運動中所獲得的身體經驗，引領他進入觀眾席，幫助他解讀競賽的規則、辨別運動員的優劣。但越野單車在尚未被國內消費者充分認識之前，便在業者與媒體的包裝之下以「競賽—景觀」的方式呈現、推

<sup>55</sup> 部落格連結：  
<http://tw.myblog.yahoo.com/jw!KfrNVfmTHhCQK7ivJREU6mMf/article?mid=74&prev=-2&next=-2&page=1&sc=1>

廣，則可想見，對於一群門外漢的觀眾而言，必然不得其門而入，亦未能引發共鳴。

#### 四、 中華民國自由車協會改組

由上述的歷史發展中我們可以發現，直至1980年代，自行車的休閒化還沒有足夠的發展條件，但單車休閒運動空間內部卻已出現了重要的變化，除了由商業力量所推動的越野單車使單車休閒的發展出現了短暫的花火之外，之前我們所提及的「中華民國自由車協會」也轉型成為自行車活動的另一個關鍵推廣者。1985年，自由車協會大幅改組，巨大機械董事長劉金標當選新任理事長，自此更大張旗鼓地以推廣國內單車「運動」風氣為首要目標，此時自由車協會的成員包括了以巨大機械為首的自行車製造商和自由車教練，而此則開創了「工業界」與「體育界」攜手合作之先河（單車世界1986年1月，頁1）。然而在自由車協會開始大張旗鼓地試圖活絡國內單車風氣之後，卻更將國內的自行車活動往「體育」、「專業競技」的方向推去，單車活動被型塑為砥礪參與成員身心、磨練心智、淨化人格的方式，更加遠離了「單車休閒」的樣貌。

中華民國自由車協會自創會以來，皆以提昇國內自由車競賽水準、培育菁英自由車車手為職志，因而在面向大眾推廣自行車活動的部分始終是缺席的，但在以車業主導的時代中，車協也試圖增加國人對於自行車活動的瞭解。在此行動背後的考量，則是因為巨大機械想要在「母國市場」(Home Market) 培養出「最挑剔的消費者」。當時巨大機械認為增進國內單車活動風氣的好處多多，一方面可以從使用者的騎乘經驗中取得回饋，用以精進製造技術，另一方面更可藉由廣辦活動來提昇品牌形象（林靜宜2008）。在當時的條件之下，自行車業者為推廣國內單車運動風氣，必然需要向體育人士（自由車教練、自由車選手）尋求資源，主要是因為以代工製造業起家的自行車業者，雖已在技術水準上多有突破，獲得

國外肯定，但實際上卻對單車騎乘十分陌生。即使身為巨大機械總經理的羅祥安仍坦承：「我以前只有試車時才會騎車，近兩年受到董事長（劉金標）影響，自行車成為我生活的一部份，...最大的收穫是真正體會到消費者的需求」（林靜宜 2008：54）。而劉金標自己也坦言：「我從8歲就開始騎車，但是真正感受到我會騎車，是最近的事！...我告訴我們總經理，我這號稱騎車騎了六十多年的經驗，其實都是假的，到現在才真的會騎」（樂活單車2008年10月，第9期，頁136）。可見在1995年車協改組時，即使是自行車業最高的管理階層，仍然無法體會單車休閒的樂趣。這件事雖在今日看來令人難以置信，但放回當時的時空脈絡卻又似乎有跡可尋，因為在當時能夠贏得這些高階經理人所青睞的，主要是「高爾夫球」這項休閒活動。1980年代是台灣高爾夫球最蓬勃發展的時期，自1979年至1985年之間，台灣共有三十一座高爾夫球場興建完工，當時高爾夫球尚為一項貴族運動，是政商名流身分的表徵（李雅莉1996；吳兆欣等2008），自行車業者自然不出其外。由於眾多經理人都對小白球情有獨鍾，自行車輸出業同業公會每年都會舉辦「高爾夫球聯誼賽」以增進會員情誼，這樣的狀況直到2007年之前都未有改變，甚至連2004年所舉辦的「國際無車日」這類為了推廣國內單車風氣的活動，都需從自行車業者的高爾夫球聯誼賽結餘中挪出經費贊助，才有辦法順利推行（自行車會訊2004年，第108期，頁9）。<sup>56</sup>由此不難想見，只懂得如何製造自行車，卻不懂如何「玩車」的業者，注定必須大費周章地獲得一群自由車手、自由車教練的協助，才得以朝向推廣國內單車運動風氣的目標邁進。

然而，改組過後的自由車協會，卻無法立即改變以「發展競技運動」為主的邏輯思維。在兩者的合作關係中，自行車業者主要以提供活動經費上的援助為主，<sup>57</sup>而實際的單車活動籌辦則是由體育界人士進行策劃，但從這些活動性質看

<sup>56</sup> 除了高爾夫球聯誼會的經費結餘之外，劉金標更發動外銷廠商以「一車一元」——每外銷一輛車，便要捐出一元——的方式，累積推廣國內單車活動所需的資金（聯合報 1988 年 11 月 28 日）。

<sup>57</sup> 以 1988 年的「國際自由車環台邀請賽」為例，總額五百萬的活動經費中，美利達與捷安特便各捐助一百萬元，而台灣自行車工業聯誼會的六十五家會員廠商，各捐贈四萬元，巨大機械的董監事則額外合捐一百一十五萬元（單車世界 1988 年 4 月，頁 4）。

來，仍以「競賽」為主要模式。即使車協已增辦許多供給一般民眾參與的戶外郊遊活動，但仍不免希望從中挑選資質優異的自由車手。<sup>58</sup>同時，從車協推廣單車活動所動用的論述模式中，我們也可以發現其中仍然延續了「體育有益富國強兵」的基本論調，儼然無異於早年發展自由車競技與越野單車競賽的「體育」關懷。從劉金標在自由車協會所發行的刊物《單車世界》<sup>59</sup>中的序言便能作為例證：

一個國家的國強民富，可由人民生活的提升，國民平均收入的增加，休閒與體育活動的興盛可以看出。但是國家國際地位的提升不是單單僅靠經濟力量，也要靠體育力量。(單車世界 1989 年 1 月，頁 6-7)

此外，當劉金標回想起 1985 年時擔任理事長期間對於自由車協會的寄望時，也清楚地透露了車協當時是以「發展運動」、「選拔選手」為其職志：

一九八五年，我[劉金標]擔任中華民國自由車協會理事長，自此對自行車運動的推廣懷抱相當大的使命感。我當時認為，如果台灣的自由車選手能在國際得名，就能提升台灣形象，於是，我認為台灣如能舉辦國際自由車環台大賽，就能為台灣培養選手。(劉金標、藍麗娟 2007：11)

因而在此態勢下，可想而知的是即使到了 1980 年代末期，市面上仍然沒有任何以自行車休閒、旅遊為主題的書籍（單車世界 1987 年 4 月，頁 74）。而自由車協會出版的《單車世界》雜誌，<sup>60</sup>在內容上同樣以自由車競技作為主題，偶爾還會出現希望車友以「運動員」作為自我期許的文章，文中提供「肯定自我、超越自我、征服自我」等自由車訓練的知識分享，如同希望從讀者中開發潛在的「自由車車手」一般（單車世界 1988 年 7 月，頁 56）。當時少數的訂閱者僅能

<sup>58</sup> 曾經擔任過自由車國家代表隊選手的受訪者 R08 便說到：「我剛開始在騎的時候，自由車協會就有在辦一些郊遊，但是講是講郊遊，但是有一些好的選手是從這些郊遊中找來的。」

<sup>59</sup> 《單車世界》是由中華民國自由車協會於 1986 年所開辦的季刊，並未在市面上販售，但有收錄在全國各級學校及圖書館、自行車工業界及相關機構之中，一般民眾唯有加入會員之後才能成為讀者。其中的內容以業界動態、競賽報導為主。

<sup>60</sup> 國內第一本單車雜誌《單車世界》於 1986 年 1 月創刊，而關於臺灣單車雜誌的詳細出版年序等資料，請參見第五章第二節的討論。

夠過《單車世界》的〈單車之旅〉單元來蒐集單車遊憩資訊，然而這個專欄的篇幅僅佔整本雜誌的一小部分，而整本雜誌的主題設定仍以國內外自由車運動賽事的報導為主，其中更充斥著許多自行車業界的大小新聞，可見此本雜誌的定位在一開始便不是以大眾休閒為主。

自由車協會的走向，在 1989 年劉金標續任第五屆理事長之後，便更加堅定地往發展「自由車競賽」的方向走去。劉金標在當選感言中，發表了往後四年的重點目標，分別是：「以環台大賽提升運動水準」、「以國際比賽厚植選手實力」、「以訓練講習培訓教練裁判」、「以單車旅遊推展運動風氣」（單車世界 1989 年 7 月，頁 1）。其中，「以單車旅遊推廣運動風氣」一項，在自由車協會的推動下仍然未見佳績，然而往後此項工作則幾乎已經由「財團法人捷安特體育基金會」一手攬下。而此一基金會亦在往後二十年的歷史中成為台灣單車休閒活動發展的重要推手。

總而言之，在自由車協會改組之後，台灣單車活動的主要推廣力量便來自商業與體育人士，然而在單車製造商不諳騎車，自由車教練與選手又只懂得如何以自我磨練的方式增進騎乘技術的不利條件下，雙方勢力的結盟最終仍未能順利催生台灣的單車休閒活動。

## 五、 被政治與商業衝突撲滅的單車休閒

由此我們可以發現，相較於 1980 年代以前由國家政治勢力所主導的單車活動發展，到了 80 年代中後期，則出現了得以與政治勢力相抗衡的商業力量。此時商業勢力的主要考量是要藉由擴大自行車運動參與人口，來選拔優秀的自由車選手，同時亦能藉由消費者的回應來提高自行車製造技術上的自我要求。然而與此同時我們亦可發現，國家自從在 1963 年成立自由車國家代表隊之後，便逐漸由生產性轉向抑制性的角色，相較於此時在單車推廣動作上頻頻施力的自行車企

業，國家在此卻沒有對單車活動的發展提供相對的助力。在《單車世界》中，便有車友投書抱怨公家機關在單車活動推廣中的缺席：

國內目前除了中華民國自由車協會每年舉辦之自由車環台大賽或區域性公路賽、救國團寒暑假的花東海岸自由車長征隊以及全省僅有的台中縣外埔鄉快樂農村單車之旅等少數的活動之外，很難見到其他縣市的社團提供單車旅遊的活動。在公家機關中幾乎沒有單車社團的組織，更甬提推展單車活動了！（單車世界 1988 年 10 月，頁 45）

而劉金標則是在〈社長的話〉中強調了教育單位對於自行車活動發展的抑制：

尤其令人心寒的是，仍有許多學校竟以安全理由禁止學生騎自行車或騎乘彎手把自行車，這類不合時宜的觀念與做法，無疑地嚴重影響運動的推展，且昧於自行車作為短程交通工具的功能。（單車世界 1988 年 7 月，頁 1）

由此我們可以看到，國家不僅沒有積極推動單車休閒的擴展，甚至以維護治安為理由，扼殺了「越野單車」的發展，並且也同時削弱了單車休閒活動發展的可能性。此後，教育單位明文禁止學生騎乘自行車上下學，而且至少到 2000 年以前，民眾皆被禁止騎乘自行車進入公園，可見在消極面上，國家也並無為自行車的騎乘環境提供較為友善的條件。<sup>61</sup>

在國家高壓管制的強勢態度下，企圖由單車活動中獲取商業利益的跨國企業可謂是出師不利。而 1981 年於台灣社會迅速竄紅的越野單車活動，則未能促成自行車在台灣社會中的休閒化變遷。這從國內自行車的消費狀況中便能窺見，1980 年代末期，台灣民眾對於自行車的年需求量保持在五十萬至六十萬輛之間，但是其中仍以價格低廉的雜牌通勤車為主要款項。

因而此一階段的單車活動發展，無異乎延續了上一時期「作為通勤工具」的

<sup>61</sup> 直到 2000 年為止，國父紀念館仍然禁止自行車進入（聯合報 2000 年 4 月 30 日）。

自行車與「作為謀生工具」的自行車之對張，以致於唯有自行車、越野單車選手才深刻體會到自行車在作為交通工具之外尚有其他可能性，而一般社會大眾則仍然將自行車視為最低階的交通選擇。故而此時即使已有業者以自有品牌的方式在國內推出中高階的競技用自行車，但內銷市場仍以通勤型的低價自行車為主流款項，國內高階自行車在市場上的總銷售量更佔不到這些單車製造大廠在全球總銷售量的百分之十。另一方面，即使部分民眾已經認識到有「自由車競賽」與「越野單車競賽／表演」的存在，但是卻對這兩種活動有所排拒。而無論是自由車教練或是越野單車教練，都能深刻地感受到一般家長不願意自己的孩子將此競賽活動視為出路的情況：

[自由車教練蔣光燦：]在一切剛就緒的當兒，基層教練最怕遇到的就是家長的反對。(單車世界 1986 年 5 月，頁 22)

幾乎所有家庭都不允許小孩去騎越野單車，我為了這件事情還去五股跟人家家長談，他們都覺得騎腳踏車的小孩會變壞這樣子。以前在騎腳踏車的那個年代，是被視為不良的示範，跟不良少年的感覺，不好就對了。「騎腳踏車幹嘛!？」什麼「會去學壞!」這種語言都非常多這樣子。

(B02)

### 第三節 登山車休閒實作型式成形

在上述的歷史階段中，我們可以發現無論是(半)職業自由車或是(半)職業越野單車競技的出現，都未走向以「大眾休閒」為主的發展方向，同時從積極參與單車活動發展的主要推廣者看來，無論是以運動行銷為主的捷安特，或是以自由車競技作為主要關懷的自由車協會，也都尚未提供由自行車運動轉向自行車休閒的可能性條件，以致於台灣單車休閒運動空間內部在這幾十年來仍未出現真正的「單車休閒」。但到了 1980 年代的最後幾年，則出現了使單車休閒人口得以

穩當擴張的重要條件，亦即「踏板上的勇者」活動的衍生品——單車「俱樂部」（club）——的出現。接著自 1990 年代初期開始，登山車作為一個新穎的車種與活動型態，吸引了許多原本從未接觸過單車活動的民眾加入單車休閒的行列，「登山車」車友以「俱樂部」的形式維繫其休閒樣態，為台灣單車休閒化的歷史變遷注入不可忽視的力量。

### 一、 單車休閒化的前奏：踏板上的勇者

早期自由車競技的發展以及隨後出現的越野單車風潮，皆走向了單車「運動」的發展方向，而未能成為一般大眾普遍接納的單車「休閒」。然而 1980 年代末期，由捷安特和民生報在胡榮華返台後舉辦的「踏板上的英雄」活動，則為往後台灣單車休閒化的發展紮下了根。

用「喜歡」來進行活動的心態，尚嫌不足，應該還要有更積極的「企圖心」才可，畢竟「冒險」就是淬勵人性...



～胡榮華

（民生報 1989 年 3 月 23 日）

1987 年 4 月 19 日，一位年屆三十三歲的台灣青年，牽著「藍駝」步出中正機場大門，車身前後馱著六個紮實而沈重的行囊，他與他的單車剛走完一千一百多個流離的日子，四十個國境內四萬兩千公里的路程。

在這漫長的旅途中，他孤獨的踩踏過荒涼落後的南美地區，酷熱難當的非洲撒哈拉沙漠、冰雪嚴寒的阿拉斯加地區；他曾遭遇過搶匪、騙子、猛獸，也曾被警察的槍托打過而在異鄉更生過病，多次面臨絕境。種種數不清的艱險和困厄，都讓他以過人的毅力和機智克服過來」。（民生報 1990 年 11 月 14 日）



胡榮華是這個時代少見的單車勇士，事實上，他所創下的紀錄至今仍未有其他國人得以突破。<sup>62</sup>在國際戰亂頻傳且出入境困難重重的年代，他的壯遊震撼了社會，如此前衛的舉動，看在當時的民眾眼中，不免被視為狂人。



圖 4-3-1 胡榮華回國

資料來源：國家文化資料庫

受到胡榮華單車環球的壯志感召，《民生報》、自由車協會和捷安特公司在胡榮華策劃單車環球之初，便提供許多物質上的資助，並將他視為現代青年的模範。而胡榮華在成功歸來之後，亦立即在這幾個單位的邀請下，扛起推廣國內單車運動風氣的重責大任。<sup>63</sup>而 1987 年 7 月，捷安特和民生報出資舉辦了第一屆「踏板上的勇者」，帶領民眾以騎乘自行車的方式環島一圈，活動最初的目的便是為了要幫胡榮華接風。這次的環島活動在胡榮華與郭金仁的帶領之下順利成行，然而在往後卻意外地成為了年年舉辦的暑期單車活動盛事。而在舉辦數屆之後，主辦者發現參與成員多為青少年，為使更多的上班族也能共襄盛舉，踏板上

<sup>62</sup> 在胡榮華之後，國內仍有多位勇士踏上單車環球的旅程，包括林姬瑩、江秋萍、陳守忠和鐵馬家庭黃進寶、楊麗君、黃建家和黃琮富等人。而若要為這些人所締造的紀錄進行比較的話，難免有失公準，不過可以確定的是，在胡榮華隻身挑戰單車環球時，臺灣人要出國旅行本身便是件困難重重的事，而作為臺灣第一位單車環球的人，在沒有前人經驗可供參考的情況下，面對的挑戰與獲致的成就的確是無人所及的。

<sup>63</sup> 胡榮華不僅以帶隊的方式推動單車運動風氣，更透過文字、言說來感染大眾，自 1987 年回國後短短兩年內，他已為推廣單車活動進行了兩百五十場演講。

的勇者自第十一屆活動改制為花費時日較少的「三橫之旅」，但此後活動聲勢卻又不如以往，<sup>64</sup>且招募到的成員，多是已參與過多屆活動的「老踏板」，致使推廣力量無法迅速向外擴展。

「踏板上的勇者」之所以到最後仍以大專學生為主要的招募成員，無法成功吸引社會大眾注目的原因，或許已悄悄地藏在胡榮華賦予這項活動的意義裡。對胡榮華來說，單車環島是對「品格」的磨練，它不僅是項「運動」，也是人生裡重要的關卡、一種「面對生命的態度」。踏板上的勇者在這個意義下，正如十六到十九世紀英國紳士教育在受到經驗主義影響下的產物——壯遊（grand tour）。當時英國的教育人士認為一群富有學識的青年，必先離鄉背井，體驗他國文化與生活，才能算做好步入成年之前的準備，而壯遊其實正好擔負著 Van Gennep 所謂「過渡儀式」（passage rites）的功能。Gennep 指出過渡儀式的三個階段：隔離（separation）、過渡（margin）和回歸團體（aggregation），亦即過渡儀式中的成員必須先從社會結構中的特定位置抽離，脫離原先生活中的文化狀態，也就是與世俗世界保持距離；而在過渡階段中，成員的社會身份被刻意地淡化，彷彿所有成員一律平等，全員都須服從權威的訓誡與指示，即便其中存在某些不合理的要求，都會被視為神聖經驗的一部份；最後，進入回歸團體的階段，成員將從儀式狀態中甦醒，回歸到原本的生活脈絡和社會位置，擔起個人的社會職責與義務，於此過渡儀式方告終止（透納 2005[1997]：176-7）。

同樣地，踏板上的勇者在胡榮華等人的經營下，則成了「過渡儀式」的具體體現。對胡榮華來說，單車、環島，皆不是目的本身，而是鍛煉身心需經的淬火，旅途中的磨礪砥礪才是此行的重點。所以踏板上的勇者出發之後，十六天內吃睡皆無人打理，全隊同樣作息，一同忍受炙熱夏日烤曬以及突如其來的午後陣雨，一同窩在路邊攤搶時進餐，並於入夜後蜷曲在借宿的學校走廊，任偶爾一陣涼風

---

<sup>64</sup> 改制的原因除了是要吸引更多上班族投入單車活動之外，也因為當時東部海岸公路的砂石車過多，且對單車騎士未有尊重，外在條件的不友善，使得領隊郭金仁（郭叔）只好改以北橫、中橫、南橫公路取代環島行程。

帶走汗臭和體熱。胡榮華強調：「活動安排設計，本來就不是要參加夥伴來度假或散心的，在生活中體會、印證自己，尊重、學習別人，不隨心所欲下，能發現原來周遭還有那麼多事務要學習溝通、適應；甚至得遷就、禮讓」（民生報 1989 年 7 月 30 日）。<sup>65</sup>

然而由上述的討論中我們可以發現，無論是胡榮華當初受到贊助商賞識的原因，或是他回國之後所做的推廣工作，基本上都是符應於「教育」（體育）的主要考量。胡榮華回想自己回國之後一連串的演講活動，其中竟然包括到監獄與受刑人分享的行程：「短短十個月，我穿梭全國各地，從金門到綠島，從學校講到監獄，學生、受刑人、被扶養人、勞工朋友，層面不再侷限於一角」（單車世界 1989 年 7 月，頁 14）。這反映的正好是「體育界」與「工業界」合作至今一貫的論述邏輯——體育可以強兵富國、砥礪身心。不論贊助商捷安特當初舉辦胡榮華單車環球經驗分享會是否帶有商業考量，我們可以確定的是，胡榮華演講主要目的是將自己在旅途中所體會到的生命真理、寓意傳遞給青年學子、各方弱勢階級與獄中受刑人，讓他們從分享中挪作借鏡。因而這樣的「單車推廣」活動，並不是在介紹各地美食美景，亦沒有打算鼓吹民眾加入單車旅遊（環球）的行列，因而在實際上與我們今日對「自行車休閒活動」的想像差距甚大。

由此可知，「體育」與「休閒」在台灣的體育發展強勢論述下，一直無法被分別對待，然而誤將「休閒推廣」等同於「體育宣導」的結果，則是無法孕生真正的全民休閒風氣。<sup>66</sup>強調自己所喜愛的是單車「休閒」而非「競賽」的車友 M11，便如此形容胡榮華對於臺灣單車休閒活動發展的影響：

他去國外去探險，其實對我們台灣的人來講，我看到他做一件偉大的

<sup>65</sup> 即便胡榮華在踏板上的勇者第五屆之後便不再擔任領隊工作，轉由郭金仁全權辦理，然而踏板上的勇者之精神仍未有轉變，依舊以惕勵青年身心為其宗旨。

<sup>66</sup> 其實胡榮華在 1991 年曾經接任捷安特體育基金會執行長一職，負責推廣大眾單車休閒活動，然而胡榮華仍然不斷在活動中強調「體育精神」的重要性：「據捷安特體育基金會執行長胡榮華表示，目前雖然騎單車的環境仍然很差，但是風氣已經起來了。...他相信小朋友在騎單車克服困難的過程中，可以體驗做人做事的道理。」（聯合報 1994 年 1 月 6 日）

事，蠻佩服的事，但是對我們台灣的騎車來講，又是兩碼子事。(M11)

雖然「踏板上的勇者」在 1980 年代末期並沒有造成旋風式的單車熱潮，但是在「踏板上的勇者」活動中卻建立、累積了許多單車休閒的基本知識，而且更因為有了這項活動，而衍生出「單車休閒俱樂部」的車友社團模式，意外地為台灣單車休閒活動的發展播了土。

首先我們要知道，在那個極少有人懷著悠閒心境，以單車作為主要旅行工具的年代，「踏板上的勇者」可說是在毫無系統性的先例可供模仿的情況之下，摸索出國內單車長途旅遊應有的辦理方法。依照曾經參與過「踏板上的勇者」的受訪者 M13 的說法，這項活動在一開始是一個「很不專業的活動」，因為所有的行程規劃都是從頭開始摸索，而難免有些簡陋與不足。贊助商捷安特在過程中只負責提供換修零件，並且提供一輛卡車作為補給車，另外派一名人力擔任卡車司機，而路線策劃、食宿安排，則是由當時擔任自由車協會志工的郭金仁（郭叔）熱心包辦。活動中並沒有擅於帶領單車長途旅行隊伍的導遊，即使是胡榮華本人也無法完全掌握台灣的特殊地形，更沒有帶著幾十人的隊伍出遊的經驗。為了分擔領隊的責任，踏板上的勇者自第二屆開始設立小隊長一職，由第一屆的學員擔任，協助踏板上的勇者活動進行，如此才得以完成經驗的傳承，而從第三屆開始，回流的隊員人數才逐漸增加。在這樣土法煉鋼的操演下，參與活動的成員則能在過程中習得單車騎乘與維修知識，更深刻體會到單車旅遊的樂趣。受訪者 M13 便說到：

以入門而言，踏板上勇者真的是最佳的入口，從初級隊員到小隊長到自辦活動...，技術、組織、帶隊技巧...都是別處學不到的知識經驗。(M13)

其次更為重要的是，這群參加過「踏板上的勇者」活動的隊員在回到原居地之後，往往還會再邀約當時同行的車友們出來騎車、郊遊，而出現了「單車俱樂部」(cycling club) 的形式，由此便散播了往後單車休閒活動發展的花苗，這才

使得「踏板上的勇者」對台灣單車休閒化的發展有著不容忽視的助力。因為參加「踏板上的勇者」而成立單車俱樂部的車友 M15 便說到了俱樂部成立的最初構想：

大家都是參加踏板上的勇者嘛，那我們就會約幾個平常住得比較近的，大台北地區的，我說的大台北地區是說新竹、桃園以北齣，平常有機會就約出來一起騎。但就是沒有說取一個名字，叫做什麼俱樂部這樣，「老踏板登山車俱樂部」是之後才取的。(M15)

由此我們可以發現，臺灣單車休閒化發展的可能性條件已經逐漸萌生，而「俱樂部」的車友社團形式則在與 1990 年代出現的登山車熱潮結合之後，為臺灣自行車休閒化打造了第一座里程碑。於是在接下來的討論中，我們便要說明在 1990 年代所出現的登山車休閒風潮。

## 二、 登山車風行：自行車休閒化的第一座里程碑

踏板上的勇者對於台灣單車休閒化的助力以沈潛的方式存留了下來，此後不到三年的時間，便隨著登山車的竄紅而一併迸發。1980 年代中期美國捲起的登山車浪潮，飄洋過海後，也打上了台灣的海岸。1990 年代則是登山車活動在台灣蓬勃發展的時期，這款新車種——登山車 (Mountain Bike) ——的現身，帶來的不只是別具風貌的活動型態，更豎立了台灣自行車休閒化的第一座里程碑。<sup>67</sup> 而此時偏愛登山車活動的車友，則是在社經地位上有別於自由車手和越野單車車手的一群人。受訪者 M11、B01 和 R08 便如此描述這些登山車車友的特質：

登山車要往上爬，那麼累啣，那個主要是在三、四十歲。而且啣，登山

<sup>67</sup> 這裡所要討論的登山車，是最早發展出來的 Cross Country (XC) 車種，而不包含往後更為複雜且瑣碎的車種分化 (如：下坡車、攀岩車、Free Ride 等)。在台灣的各種登山車之中，XC 的參與成員人數以懸殊的比例佔據多數，直至今日皆是如此。而其活動形態亦與其他登山車種不盡相同，在此亦不另闢篇幅介紹，而關於 XC 活動形態的討論，請見本章第三節第二點。

車他也講究裝備，你如果一台不好的登山車，他騎起來跟好的會有差異，就是說一般，稍微要有錢有閒。(M11)

剛從國外回來的人很多，都是一些設計師，都是一些很...台灣中部那時候最 TOP 的一些人喔！是國外受訓回來的。(B01)

那時候比較流行的是 Mountain Bike，然後是去騎林道，很多俱樂部，他們開始還會有那種俱樂部，所謂的四加二，就是汽車載著登山車，去林道口，就一直騎，到各地去探訪。(R08)

當時引入登山車活動的是一群喝過洋墨水的優秀人士，這群人年紀約莫在三十到四十歲之間，其中不乏一些收入優渥、穩定的族群，像是「醫生、電力或電信公司職員」(經濟日報 1997 年 8 月 3 日)。他們喜歡以汽車載著登山車往山林走，亦即所謂的四加二(四輪汽車加上兩輪單車)，他們也傾向於成立「俱樂部」，定期與車友們相聚騎車，而且一個單車俱樂部通常與固定的車行保持頻繁的買賣關係。

這是一個登山車「俱樂部」急速繁衍的年代。以往在公路車、越野單車為主的單車圈中，單車同好所組成的團體一律命名為某某「車隊」(cycling team)。車隊成立的目的是為「競賽」做準備，因而平時的召集出遊，絕不是抱持著遊玩逸樂的心態，而是以「訓練」、「教育」、「培養團隊默契」為最高宗旨，成員間的氣氛是嚴肅的，並且存在著上下服從的權力關係。受訪者 R08 便如此形容在「車隊」中的氣氛和互動模式：

老一代的玩車會有一種...就是那種嚴肅的氣氛還是會有一些，因為你是進來，有點像是訓練的，訓練的話，新的成員進來就要聽老的，這個很關鍵。這樣比方好了，這個有點像是去登高山，你後面來的人，如果體力不好，器材又出問題，你就會拖累大家呀，變成說大家就會很麻煩，所以他變成是一種教育，比較嚴肅的。(R08)

相對於車隊的肅穆氛圍，俱樂部成員間則少了這層緊張關係，成員間雖有新手、老手的差別，老手卻不會提出一套明確的「訓練流程」，也不必擔負「訓練」、「教育」的職責。而且俱樂部的成立不以「競賽」為目標，它追求的是成員之間的情感交流，活動路線的安排必須新鮮有趣、引人入勝。

此外，這群登山車愛好者因為擁有生活不虞匱乏的生存條件，所以有更多的時間和空間來籌畫自己的休閒生活，而這便影響到他們看待自行車的方式。登山車車友以「休閒」的角度看待單車活動，完全不同於通勤目的所訴求的簡便、平價，也不同於專業自由車車手汲汲營營，非得爭個你死我活只為站上頒獎台討口飯吃的無奈。曾任自由車車手的受訪者 R08 便說到登山車車友與自己的最大不同之處：

**他們也不比賽**，就是我們今天去騎什麼林道，騎得很過癮，什麼接近山林，**等於是森林浴這樣**。車子也還好，不會花什麼大的錢去弄啦，就是實用性的居多。(R08)

而登山車車友在談到騎車對自己的意義時，則以「否定競賽」作為其共同特徵：

**比賽就是要全力以赴**，就是說不顧你心臟，一直衝，停下來你也不要在那邊休息很久，要一直衝，其實在我現在的觀點，那些對身體都不好，...  
**這個對於我騎車的目的响，騎車、賞景，主要是好心情，這個都是一個違背的**。...一直維持那麼緊張的感覺，不好。(M11)

**我從來不比賽**。第一個，覺得自己是玩樂性的嘛，我從以前一直到現在，我覺得我體力一直很好，但是我不是那種想要比誰快誰慢，而且我也不喜歡把自己的心臟《一ㄣ到那麼緊，就很自在呀，**我騎腳踏車是為了追求很自在的感覺**。(M09)

相較於公路車車友，許多登山車愛好者對於競賽或競速都是敬謝不敏的。他們認為競賽對自己並無益處，在奪冠的壓力下，過於激烈地使用自己的身體反倒

會超出身體機能正常的負荷量，隨之而來的便是嚴重的運動傷害。更重要的是，適合練車的路段必須又長又直，這即意味著缺乏挑戰性、了無生趣，且為求提高車速並訓練心肺功能，則必須以機械性的矮呆板方式規律前進，最忌走走停停，因而最終也失去了親近山林、悠閒自在的心境。

然而要是以為登山車愛好者之中，個個都是以緩慢的步調，悠遊在峻嶺高山之間，靜心欣賞萬變的風雲雨霧、雄偉壯麗的巒脈，那也不盡然。正統的登山車活動是要跑在顛簸難行的林間小道上，也就是所謂的 off-road，這種活動型態往往是帶著幾分驚險的。off-road 相對於 on-road，後者專指騎乘在人工鋪設的平整柏油路上，騎乘感受是平穩、悠閒的；而 off-road 則只騎乘在「非」人工鋪設的平整道路上，舉凡碎石子路、泥土路均屬此類，在這樣的路面上騎車往往需要特別的技巧，車友必須依照路面的特性、坡度、瞬間行駛的速度來判斷身體的重心該如何擺放、怎樣提高車胎的抓地力、何時是使用煞車的最佳時機等。由於整段路的路面特性不一，車友或遇上盤根錯節，或須從高處一躍而下，因而 off-road 型態的登山車活動，給人（尤其是在「非」登山車車友和一般大眾的眼中）的感覺總是驚險百出。由於行進在非人工鋪設的道路上挑戰性高，所以 off-road 登山車的意外事故往往較為嚴重，小則擦傷、挫傷，大則脫臼、斷骨。

如果騎越野的，傷就會比較重，比如鎖骨斷掉，或是腳骨斷掉。因為摔阿，如果力道沒有抓好就會跌倒，或是那個龍頭有時候撐不住，就會斷掉。所以他們都覺得那種擦傷算小 case 了，那種 off-road 就比較容易受傷。(F02)





圖 4-3-2 1980 年代末期登山車活動

資料來源：國家文化資料庫

在這裡我們發現登山車車友之中有著兩類差異，一群人偏愛在平整的人工鋪設路面上騎乘登山車，並且往已開發的山區前進，目的在接近山林，享受單車休閒的樂趣。對這群人而言，捨公路車而就登山車，意謂著對於運動競技的強烈拒斥。然而另一群登山車車友則對刺激、驚險的 off-road 登山車活動抱有無比熱情，相較之下，他們對於單車競技則是抱持著開放的態度。事實上，當自由車協會於 1990 年代將「登山車」列入競賽項目之後，便有了第二類以「競技」為主的登山車車友的投入。而相較於第一類登山車車友多以年介三十、四十歲且收入穩定的族群為主，第二類登山車車友在平均年齡上則較為年輕，並且多半來自勞工階級的家庭。而且事實上，在第二類登山車車友之中，有絕大部分都是由「越野單車」轉戰「登山車」的半職業車手，他們受迫於越野單車發展受到抑制等不利條件，轉而將登山車領域視為一項新出路。受訪者 B01 便語重心長地說到了當時的情境，登山車車手的成長，其實是越野單車車手的泡沫化所換來的：

**因為 1990 年開始流行登山車，所以我們的[越野單車]選手全部投入登山車，因為它有一些職業賽事，還有一些國外的世界盃，那我們那時候 BMX 沒有世界盃，它就是一些單純的區域性的比賽，而且也不曉得到底屬於哪一個協會管的，也沒有什麼補助、什麼經費都沒有。...後來我**

們就想一想，認為說大家年紀都這麼大了，十八、九歲應該夠，找一個長期的目標，...我手下帶了二、三十個選手，就全部輔導他們去玩登山車，阿進去了之後，等於說我們的[越野單車車手]第二代就不見了，這些人全部泡沫化。(B01)

這些投入登山車競賽的車友的特點在於對「刺激」有著永無止盡的追求，並且能夠接受以生命安危做為賭注的活動，從中獲得征服的樂趣。即使在登山車活動中受了皮肉傷，也不減他們對這項活動的熱愛，反倒將每次受傷留下的疤痕視為榮譽的標誌。

他們腳上都有疤阿，都會受傷，可能就是弄到齒輪阿。因為一開始技巧不好可能就會翻車阿。可是他就覺得那種疤是徽章阿。(F02)

但值得注意的是，在第一類登山車車友之中，有部分的人後來卻轉向了公路車，其中最為明顯的便是原先將登山車活動引入台灣的這群中產階級車友。這群人一開始多以「想要追求速度感」為理由，轉向騎乘「公路車」，然而他們雖然享受馳騁的快感，卻不以在公路車競賽中奪冠作為騎車的目標。而這群由登山車休閒活動轉向公路車騎乘的車友，則使得公路車得以出現「休閒」而非「競技」的新式活動型態。受訪者 F02 在訪談中，便聊到帶領他進入單車世界的長官，這位身世不凡的長官不僅在台灣登山車風氣盛行的早期便開始玩車，家中更收藏了許多高級車款。然而早年以登山車作為入門車種的長官，在年紀漸長之後卻轉向了公路車領域，類似的例子不勝枚舉。

[長官]年紀也大了，所以就沒再騎那個[登山車]了。那個大部分都是學生在騎的，因為比較刺激阿，也比較需要體力啦。像公路車就比較需要耐力阿，所以不一樣的取向。(F02)

從登山車轉到公路車的很多，人數蠻多的啦，但不是說大多數的人都會改騎公路車。...你要騎公路車也要看有沒有腳力呀，要看肚子有沒有肥

肉呀，...公路車的門檻比較高是真的，那一台車也蠻貴的，所以也要看你口袋有多深啊。(M15)

然而倒也不是每位以休閒為主的登山車車友到了一定歲數就會轉向公路車，就像受訪者 M15 所說的，影響車友們選擇投向公路車或繼續騎乘登山車的因素，取決於不同車友的身體狀況。由於騎乘公路車時必須長時間維持彎腰拱背的姿勢，所以要騎乘公路車最好不能有「水桶腰」，加上公路車一般配置的齒輪比會要求騎乘者必須施加較大的踩踏力量，所以腿部肌力訓練不足也可能無法隨心所欲地駕馭公路車。因而有心要騎乘公路車的車友，必須願意將自己的身體視為打造、經營的對象，以長時間的飲食控制維持合宜的體態，甚至必須額外花費心力搭配其他運動（如慢跑、羽毛球、登山）來增強腿部肌耐力與心肺功能。而願意做出這些改變的車友，一來可能在其原本的生活規律中便已滿足了上述要求，要不勢必對公路車騎乘型態的評價要明顯地高過於登山車的騎乘型態，認為公路車在相較之下是更值得投資的活動。而 Bourdieu 認為人們對於休閒的投入或抗拒，往往取決於本身對於此項休閒活動帶有的間接或遲滯利益（profits）的感知（perception）與評價（appreciation），以及參與此項活動所需投注的經濟、文化和身體成本，這裡的身體成本所指的就是從事這項活動需要承擔的風險高低，以及體力付出程度的多寡（Bourdieu 1978, 1984）。而這也正好說明了為何有部分登山車車友會隨著年紀漸增與活動經驗的累積，選擇退出這項活動，投向更為符合其感知評價的活動方式。

藉助 Bourdieu 的分析，我們同樣可以發現對於習慣將身體視為目的本身，並且把休閒活動納為身體打造重點項目的中上階級成員來說，悠閒地騎乘公路車或登山車馳騁在平坦道路上所獲得的經驗，就要比冒著意外傷害的風險騎乘登山車在碎石路上顛頗而行要來得享受。在活動型態與身體經驗上，off-road 的登山車活動有著豪邁不羈、挑戰既有規範的風格，騎乘者在駕馭登山車的時候所感受到的是跳躍、俯衝、挑戰極限的身體感受；相對地，休閒性質的公路車或是 on-road

的登山車則提供騎乘者一種順暢、馭風而上的平穩與速度感，此種經驗對於中上階層的成員來說往往帶有較高的美學與道德價值。而相較之下，休閒性質的公路車又要比 on-road 的登山車要更受中上階層車友的喜愛。然而在美感經驗上，在車友的眼中看來，登山車在車體造型上給人的是一種粗獷的感受，它寬大、扁平的上管設計、沈重的避震器、顆粒分明的寬幅外胎，則正好與纖細、輕盈、優雅且精雕細琢的公路車成了明顯的對比。於是相對來說，公路車則常被經濟與文化資本都十分豐厚的古董收藏家視為珍藏的首選。<sup>68</sup>

而在這一小節中，我們已說明了登山車活動型態與俱樂部的結合使得台灣在 1990 年代出現了許多熱愛單車休閒活動的車友，這群車友面對單車活動的態度明顯地不同於 1960 年代與 1980 年代所出現的自由車車手和越野單車車手。登山車愛好者將單車活動視為一項「休閒」來經營，並且拒絕參加競賽活動，即使自由車協會後來也為登山車設立了專門的競賽項目，但是原來便將登山車視為休閒

<sup>68</sup> 但在此值得特別留意的是，那群選擇離開登山車活動，轉向其他單車活動型態的車友們，為何會獨愛公路車而不考慮騎乘越野單車？其中最重要的因素則是越野單車所承受的污名到此階段仍未被洗刷。越野單車車友 B01 便深刻地感覺到即使過了十幾年，越野單車仍然必須努力與污名抗爭：「早期大家就覺得越野單車這是不好的東西嘛。那後來我們到 96 年有極限運動，就說到 99 年我們成立了一個協會，中華民國極限運動協會，那因為我們本身也是協會的發起人，那我們就想說把越野單車改個名。我們覺得...五、六年級生都覺得這是不好的啦，就小時候就被人家覺得說這是不對的，後來我們就把它改成「極限單車」，它也確實是極限運動專用的腳踏車。那我們用這個名字之後呢，整個亞洲地區，包括大陸、新加坡這邊的人都學我們講極限單車，所以就用極限單車的名義，重新定義它！（B01）」即使到了 1999 年，越野單車愛好者試圖藉著中華民國極限運動協會的成立，將越野單車更名為「極限單車」，以翻轉一般大眾對於越野單車的負面印象。但是在活動型態仍然充滿較高受傷風險而且在表演時容易毀損公共設施的情況下，反污名的成效則相當有限，以致於直到今日單車休閒活動得到社會普遍好評的年代，極限單車車友仍被許多人視為不受歡迎的一群。而對越野單車帶有排擠性的言論和看法，在當前瀏覽人數眾多的大型單車論壇 Mobile01 中也不時會出現：「在約 2 個月前，晚上 10 點在關渡碼頭，有約 30 人車隊就在腳踏車步道上練習豚跳。一直繞圈練習，聲音很大聲，所有遊客都嚇死了！（linchinlung 2008-06-30 10:16）」另外一位網友則這麼說到：「本人原本倒是不會對特技單車有偏見，直到 6/21~22 晚上的某一天帶著小孩騎到大稻埕碼頭。當到達大稻埕碼頭時有看到 2 位警察在那駐守，心中一陣感激，想不到那麼晚了，人民的保母還在為百姓服務。直到我看到幾台特技車出現，一下子跳上旁邊的石階上，一下子彈跳空中轉圈，說真的我是認為很厲害，也滿是羨慕的看著。但是當我看到車架用力的敲在石階上讓那光滑的大理石面上出現一個一個的窟窿時，卻是覺得這是在破壞公物嗎？還有一個仁兄在表演空中轉圈時完全不顧及是否會不會撞到其他，好像覺得你們應該讓開一樣(他當下差點撞到我的小孩，連一句抱歉都沒有)後來我才驚覺，原來是人民保母已經離開現場所以，特技車才會出現。在下斗膽問一句：『當您在表演時是否有做好週[sic]遭防範措施？是否有考慮到您的表演會不會將公共設施破壞？』（MARCOWU 2008-06-30 11:35）」

引言資料來源參見 <http://www.mobile01.com/topicdetail.php?f=268&t=677419&p=3> 以及 <http://www.mobile01.com/topicdetail.php?f=268&t=677419&p=5>。

活動的車友，亦未被招攬進半職業車手的行列之中，投入登山車車手生涯的，反而是從發展條件不佳的越野單車領域轉行而來的人。而且更因為一群社經地位明顯較高的登山車車友對於「單車應作為休閒而非競賽」的執著，使得在部分登山車車友改宗投向公路車騎乘之後，連帶讓公路車也開始出現了「休閒式的玩法」。如此一來，「車隊」與「俱樂部」在團體型態上的差異，也不再與車種的不同而產生緊密的對應關係，此後即使是休閒的「公路車」愛好者社團，也時常以「某某俱樂部」的名稱來指涉自身，以「車隊」作為命名的單車社團，也不一定是走競賽路線。<sup>69</sup>

### 三、 封閉且不透明的資訊管道

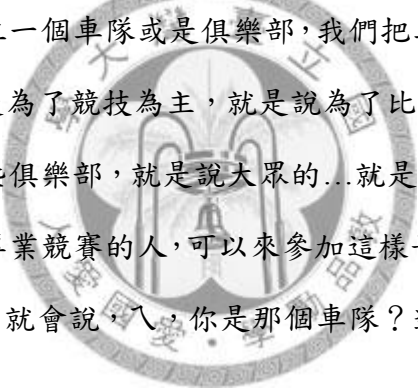
在先前的討論中我們可以發現，自 1960 年代到 1990 年代，單車休閒運動空間內部出現了三波轉變，不同車種同時帶起了相異的單車活動型態，並且各自吸引在社會空間中佔據不同位置的行動者加入。自由車（公路車）和越野單車的成員多數為勞工階級出身，而這兩項活動也被他們視為勉強謀生的出路；相較之下，登山車愛好者則明顯地將單車活動視為一種「休閒」的選擇，而其中部分中產階級的成員更在後期由登山車轉向公路車，使原本充滿競速、訓練意味的公路車騎乘活動也開始出現了新的玩法和意義。

雖然此時已可見單車休閒化的趨勢，且確實有愈來愈多的新手投入單車休閒，但是單車休閒人口與 2007 年的盛況仍然無法同日而語，其中關鍵的原因在於單車相關資訊的獲取不易。即使在 1990 年初期登山車興盛之後，台灣的出版市場上仍然沒有以單車為主題的專業書籍、雜誌或錄影帶，所有的單車資訊都需

---

<sup>69</sup> 「車隊」和「俱樂部」所對應到的「競賽」和「休閒」意義，雖然在 1990 年代中後期「休閒地騎乘公路車」和「登山車競技」出現之後，已經逐漸淡化，但是受訪者 R05 在 2003 年成立休閒公路車隊時，仍然受到部分專業的公路車競賽車隊的調侃：「在早期我們是被取笑的。人家會笑我們，他們覺得說你要掛上車隊這個名字，要很專業，那你們騎這麼慢，叫什麼車隊？」(R05) 可見「車隊—競賽」和「俱樂部—休閒」連結的消失，並不是一個均質、全面的改變，而是一個緩慢且因地制宜的過程。

透過國外輾轉輸入，<sup>70</sup>然而此時網際網路尚未發展成熟，所以國內單車愛好者對於各式車款及騎乘技巧的瞭解，主要都是仰賴「車行老闆」的傳授。這些單車底子豐厚的車行老闆，多半是從自由車車手的身份退役下來改行開店的，他們在經營車店之餘，還會成立一個掛名在車行底下的「車隊」，由車店老闆身兼車隊的教練，負責訓練一些對於公路車競賽有興趣的業餘人士。而較為喜愛登山車的車友，則會自行組成「俱樂部」，並且從成員中推舉一位做為領隊，負責在每個週末帶領大家探訪刺激有趣的路線。雖然俱樂部的成立並非透過車行，但是俱樂部通常會選定一家較為熟悉的車行合作，固定在這家車行內進行維修和消費，並以車行的名稱來為俱樂部命名。受訪者 B01 便說明了車行與車隊、俱樂部之間的關係：



每一個車店都會成立一個車隊或是俱樂部，我們把車隊跟俱樂部分得很清楚，車隊大部分是為了競技為主，就是說為了比賽，為了體育，...那通常他們還會有一些俱樂部，就是說大眾的...就是屬於讓一些想要玩，但是不是要做一些專業競賽的人，可以來參加這樣子，做推廣這樣子。...所以我們遇到對方，就會說，「你，你是那個車隊？還是你是哪一間店的俱樂部？」(B01)

同屬在車行下的「車隊」和「俱樂部」構成了緊密的人群連帶，然而這則使得單車相關資訊幾乎都受到車行的壟斷，無形間讓單車愛好者的社群具備了高度的封閉性。此所導致的結果便是，一般民眾若是不想加入車隊的競賽訓練，也不想加入俱樂部而固定在某家車行消費，那麼在試圖跳過車行自行摸索單車知識的

---

<sup>70</sup> 國內最早的單車雜誌《單車世界》雖已於 1986 年創刊，但這本由中華民國自由車協會出版的刊物並無對外販售，只有具備會員資格的人才可訂購。爾後到了 1995 年，才由捷安特體育基金會出了第二本單車雜誌《單車休閒生活雜誌》，但是同樣沒有在市場上銷售。直到 1997 年由民間自行創辦的《Bike 單車運動雜誌》推出，台灣才有了第一本鎖定廣大單車愛好族群的雜誌，然而《Bike 單車運動雜誌》在後期（寫一下年份）卻因為讀者市場太小，營運不善，而宣告停刊，曾任《Bike 單車運動雜誌》主編的受訪者 R08 便坦言：「BIKE 那時候第一期好像印刷量，只是嘗試印五千本，然後退回來的量，塞滿整個倉庫，就是接受度的問題，...一期雜誌可能就賣不到三千本。」(R08)

情況下，便會遇上相當的阻礙。<sup>71</sup>受訪者 R05 便在不依附於車行的情況下，投入了單車休閒的活動，並且發現車行不願將基本單車零件裝卸知識向外教授的情況：

**剛開始接觸的時候，前後輪有快拆嘛，可是我們那時候都不懂耶，然後車店也不願意跟你講。我還記得我們那時候把前後輪拆下來，然後到了目的地要裝起來的時候，結果發現裝不上去，三個人都不會裝，最後沒辦法，只好開車載到腳踏車店，叫他幫你裝上去。（R05）**

而讓一般民眾較難輕易加入單車休閒活動的另一項重要因素，則來自於單車市場價格的混亂與不透明性。由於台灣自 1970 年代開始便已接手國外自行車大廠的訂單，進行國際代工（OEM）的工作，因而國內常會出現由代工工廠流出的高級成車或零件，這些貨品的售價幾乎只要進口車價的一半，甚至更低。如此一來，一般不識門道的新手爲了要組一台適合用於休閒活動的單車，常常自認花了大筆冤枉錢（雖然是以正常的公司定價購入商品），而車隊或俱樂部中的老手則可以透過車行老闆、品牌業務、有門路的退役車手等關係人的介紹，以低廉的價格拿到頂級的商品。

**市場資訊非常的亂，...因為我今天進口買回來某某大廠的車架，正式管道，人家出口到國外，再進口回來，雖然是我們做的，我買一台要十萬塊，但是流出品一台可能只要兩萬塊。（R08）**

市場資訊不透明的結果，導致一般消費者更難在車店的仲介之外，獨立經營出對於單車的休閒興趣；另一方面也加強了車隊和俱樂部成員等單車社群與車店


---

<sup>71</sup> 單車資訊的管道不僅幾乎受到車行的壟斷，而且分屬在不同車行之下的單車社群間也缺乏橫向的連結，由此更使得單車活動的發展帶有強烈的地方侷限性。車隊和俱樂部之間之所以會缺乏橫向連結，一方面是因為每個公路車車隊都希望在比賽中奪得好成績，因而在明顯的競爭關係之下，車隊往往無法分享交流正確有效的訓練心得；另一方面，即使是偏向休閒性質的登山車俱樂部，也因為依附在特定車行底下，多少帶有鞏固客群的商業競爭色彩，所以較少舉辦跨車行的出遊活動。然而即使有些較爲大型的俱樂部願意開放活動，讓外界共襄盛舉，但卻因為沒有一個常態性的資訊平台可以利用，使得俱樂部之間仍然無法達到較爲頻繁的資訊交換。

之間的依附關係。

在 1990 年代前後，單車愛好者的圈子具備高度封閉性。一來車友之間的互動需要以車隊或俱樂部的成員身份為基礎，一般民眾在缺乏車行中介的情況之下，難以獨自摸索出單車相關的騎乘知識，更不易經營個人單車休閒的興趣。二來成車與零組件的價格資訊混亂，缺乏透明、統一的訂價規範，這則使得外人不  
易投入單車休閒的活動，然而圈內人之間的相互連結卻在非正式的買賣關係中更加緊密。

便是由於以上這些特性，使得單車休閒化的範圍仍然未能擴張，即使在 1990 年代登山車休閒風潮出現之後，大多數的台灣民眾人仍然將自行車定位為廉價的交通工具，而對於單車作為休閒活動的可能性不甚了解。車友 M09 在車行購車時，便正巧遇到一位帶著小孩來添購自行車的媽媽，相較於車友 M09 甘之如飴地買下了一輛一萬六千元的登山車，這位媽媽卻認為一輛自行車要價三千元就是件十分荒唐的事：



**那時候腳踏車一台六千塊就叫做「你瘋啦！」那時候腳踏車要多少錢，三千塊，三千塊就非常好了好不好！那時候我還記得我去腳踏車店組了一台一萬六的腳踏車的時候，就有一個媽媽帶著小孩子去選腳踏車，「頭家，這台腳踏車多少錢？」「這台喔，差不多三千多。」「蛤！那麼貴喔，那兩千可不可以？」老闆就說他兩千塊會賠錢，這樣不行。那個太太就在那邊嫌個半天，「那麼貴喔！不買了！」(M09)**

從這個具體而微的例子中，我們可以發現即使到了 1990 年代，通勤用的自行車仍然是以價格便宜為主要考量，而品質稍微好一點（價格通常也會稍微貴一點）的通勤車則不受青睞，更遑論是一輛價格超過一萬元的自行車。而當單車休閒資訊管道封閉，使得自行車的休閒化尚未擴及到一般社會大眾，再加上多數人並不認為單車休閒是一項可欲的休閒選擇時，則無法出現像今日人人搶購高價自



行車的景況。於是在第六章的討論裡，我們便要說明在 2007 年的單車熱除了要立基於 1960 年代以來的單車休閒化成果作為基礎之外，還需要哪些物質與象徵條件的齊備，才能使得單車休閒的象徵位階出現翻轉，締造出這場空前的「全民瘋單車」奇景。



## 第五章 單車休閒象徵位階的翻轉

自 1970 年代之後，自行車已被廣為認識為一項平價的交通工具，此種單車使用方式和活動型態持續存在於台灣單車休閒運動空間的外部。然而在數十年的發展過程中，單車休閒運動空間內部則逐步建立起一套分類體系，首先是帶有半職業運動性質的自由車競技的出現，接著是越野單車活動以競賽和表演的型式存留下來，而後隨著單車俱樂部以及登山車的結合形成了真正的單車休閒活動，至此台灣單車休閒化的進程也大抵完成。不過我們可以發現，即使單車休閒活動的社會需求已在 1990 年代出現，卻因為單車愛好者內部的封閉性而未能廣為流傳，單車休閒化的成果以一種十分緩慢的步調向外滲透，以至於在多數大眾的認知框架中，自行車仍然首先被理所當然地認識為一項交通工具，而非休閒選擇。即使是車界中的老車友們也瞭解一般台灣民眾對單車休閒的接受度不高，所以直到 2005 年，車友 M05 打算成立環島運動協會時，車界前輩胡榮華也直言表示台灣至今仍然沒有普遍單車休閒的風氣：「我當時說要做環島，胡榮華也說：『騎腳踏車阿？現在哪有人吃飽閒閒騎腳踏車迄迤？』（M05）」

但是到了 2007 年，單車休閒化的成果突然以迅捷的速度擴散到單車休閒運動空間外部，一般大眾頓時間都饒富共識地將單車視為一項「休閒活動」。已有十年車齡的資深車友 M09 便認為這是 2007 年單車熱的最大特徵：「本來騎腳踏車是一種通勤的感覺，像是上學騎腳踏車，現在不是耶，騎腳踏車是一個休閒活動，就是大家不一樣了（M09）。」

大眾對於單車活動認識框架的轉換雖然迅速，但卻必須仰賴台灣單車休閒化歷經數十年發展所累積的成果作為先備條件。在這段休閒化的歷程中，我們可以看出政治與商業力量分別在不同的時期扮演著抑制性和生產性的角色，而國家機器與大型企業的勢力則左右了不同的單車休閒實作型式——自由車運動、越野單車表演、登山車休閒——的發展方向。

而本章的重點便在於討論「單車休閒象徵位階的翻轉何以可能」的問題，並且強調單車休閒象徵位階的翻轉，首先是單車休閒化成果的向外擴張，其中包含物質條件的支持以及關鍵推廣者的施為；其次則須藉助於單車休閒時尚形象的塑造。故而本章第一節所要指出的首先是單車休閒人口成長所需具備的基本物質條件——全國自行車道路網的建立，此為單車休閒人口的成長提供了硬體設施作為基礎。另一方面，國內單車休閒推廣單位又如何與國家和各縣市政府合作，協力使得臺灣單車休閒人口於 1990 年代後穩定成長。於是第二小節我們首先指出在 1990 年代中後期，以單車休閒為主的出版品開始於市面上販售，使得原本封閉且不透明的單車休閒資訊，逐漸向一般大眾開放，然而這些出版品卻未對單車休閒或單車騎士進行太多形象的塑造，而較偏向基礎單車休閒知識的提供。但是便如同本文一開始所強調的，在 2007 年單車熱帶來的不僅是多數台灣民眾對於「單車休閒」的認識，更重要的是「單車休閒」被賦予了不同以往的時尚形象。此時單車騎士給人的第一印象不再是黃春明筆下受到壓迫的勞工階級，而是穿著舒適簡約的中產階級時尚男女。這種形象的構築，則需要大量針對單車休閒所進行的象徵構作。於是我們試圖指出單車休閒象徵位階的翻轉，亦須歸功於在 2007 年迅速湧入單車休閒運動空間的一群文化中介者所帶來的劇烈影響，他們在過往的單車休閒化過程中是缺席的一群，但是這些帶有特定慣習和美學品味的人在此時卻為單車休閒形象的重新塑造立下了不可抹滅的功勞。最後，在第三小節我們所要強調的是 2007 年單車熱並不是大眾媒體所說的「全民運動」，相反地，在 2007 年大量湧入單車休閒運動空間的單車休閒新手之中，存在著明顯的城鄉差距。

### 第一節 單車休閒供給的物質條件

在討論一項休閒活動的生成時，Bourdieu 首先關注的是休閒的「供給」如何被打造出來，亦即有哪些重要施為者提供人力、金錢、制度等物質性條件以催生這項活動，而這便決定了一項休閒活動在供給面上所具備的特殊性，由此之中我

們亦看得出這些關鍵施為者如何捏塑出此項休閒的正當活動方式及其象徵價值。而在回顧台灣單車休閒發展的過程中，我們可以發現國家、各地方政府以及由巨大機械所成立的基金會，在 1990 年代之後便投注了眾多有利單車休閒發展的人力與物資，甚至逐步攜手將台灣打造為一座「自行車島」，使得自行車休閒活動成為台灣整體觀光體系中的主題，為單車休閒提供了重要的再生產機制。

本節的討論，首先將關注國家與地方政府如何在自行車道的建設過程中將自行車建構為一項休閒活動，使一般民眾也得以逐漸認識單車休閒的可能。接著，我們亦須注意到的是，捷安特公司與其所設立的捷安特體育基金會、自行車新文化基金會在國家興建自行車道的過程中，十分積極地結合政治力量，試圖擴展單車休閒的市場。而正是在政治與商業協力的合作模式下，為 2007 年單車熱的迸生提供了有利的物質條件與活動。與此同時，國家領導人與各縣市政府在論述上對於單車休閒的支持與推廣，則使得單車休閒活動的發展有著無可置疑的正當性。



## 一、單車休閒的基礎條件：自行車道

單車熱其實有兩個重要的因素，其中一個是說自行車道，自行車道讓人有機會去接觸自行車。(R08)

受訪者 R08 一語中的地道出了台灣單車休閒化過程中一項十分重要的基本物質條件——自行車道的鋪設。在體委會和地方政府的攜手合作下，目前各縣市皆已逐步完成了分屬通勤性質、遊憩性質和觀光性質的自行車道。<sup>72</sup>然而相較之下，通勤性質的自行車道無論是在鋪設進度或是實質成果上則始終不如預期。

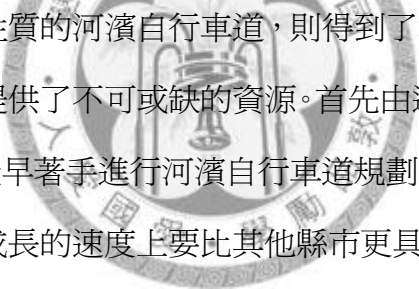
<sup>72</sup> 通勤性質的自行車道所指的是與市區主要幹道相接連的自行車道，以強化市區接駁能力為其主要功能；遊憩性質的自行車道主要是和地方路網相接連的自行車道，一般民眾皆可從住家處就近進入，以提供民眾休閒娛樂為其主要目的；而觀光性自行車道則以特定觀光區域為據點，其目的在於豐富觀光資源、吸引遊客駐足，因而不一定鄰近於住宅區的地方路網（行政院體育委員會 2005：9；呂佳玲 2007：2）。

台灣通勤性質的自行車道至今仍未見成功案例，其中的原因不是因為計畫無疾而終，便是因為道路設計不當而鮮少被民眾使用，就連大眾運輸接駁系統最為完善的台北地區雖從二十年前便以計畫相關建設，但至今卻仍沒有明顯的成果（呂佳玲 2007；胡伯賢 2008）。1988 年，由台北市政府研究發展考核委員會著手的「台北市東區設置徒步區及自行車道可行性之研究」提出了通勤性質自行車道的建設計畫，然而在這份報告中，自行車道的設置只是附屬計畫，因而僅對此做出原則性的探討，後續也並未著手進行實際的自行車道路鋪設（呂佳玲 2007：5）。1991 年，在市議員馮定亞的強力要求下，台北市交通管制工程局又續提了「台北市腳踏車專用或安全道設置之研究」，預定要在仁愛路和敦化南北路鋪設自行車道，此後交通部也針對這項計畫提撥三百萬元補助經費以供研究之用。然而令人感到遺憾的是，敦化南北路的林蔭車道由於設計不良，使得實際使用人口無法增加；另一方面，仁愛路的自行車道的施工計畫頻頻拖延，直到 2005 年才由交工處完成設計事宜。而民眾對於單車行車安全頗有疑慮也是通勤性自行車道使用未能普及的原因之一，依據當時所進行的市民抽樣調查，當年度台北市家戶持有自行車的比例高達 44.2%，但是卻有 79.88% 的受訪民眾認為在台北市騎乘自行車事件危險的事（呂佳玲 2007：5-6）。此後台北市政府雖又於 2002、2004 年陸續發佈「台北市腳踏車政策 132」，計畫興建通學、通勤自行車系統，然而卻因為「受限於目前車道等主要設施均在河濱，市區則尚未普及」的理由，而明言短期內將以「休閒遊憩功能」為主（古博文 2006）。並且在此之後仍未實現長期的市區通勤型自行車道建設計畫。此外，高雄市亦在「93 年度高雄市交通政策白皮書」中將都會通勤型自行車列入規劃項目，然而最後卻與台北市政府一樣決定在短期內以遊憩自行車路網為主要發展項目（古博文 2006）。由此我們可以發現，無論是在台北或高雄等大型都市，通勤性自行車道皆沒有受到地方政府貫徹的支持，或又因設計建設不當，因而無法對國內單車通勤人口的成長提供有利的條件。

但相對於通勤型自行車道發展受阻的情況，觀光與遊憩型自行車道的建設則在短期之內有著長足的進展。事實上，在三種類型的自行車道之中，對於單車休閒活動發展最具貢獻的莫過於是具備遊憩性質的「河濱自行車道」以及設置在各風景遊樂園區的「觀光型自行車道」。藉由騎乘自行車在河畔、樹林之間，而使得單車融入了自然美景，更使得在此騎乘自行車的人容易以休閒的心情與騎乘方式來對待這項活動，因而為人們提供了一個認識、親近單車休閒的條件。身任單車雜誌總編輯的資深車友 R08，便觀察到河濱自行車道對於推動單車休閒成長的助力：

他們有估計呀，一個河濱自行車道，一個週末大概有一萬人次在騎車阿，所以這就變成源源不絕地產生有可能對騎車有興趣的這種人。

(R08)



而具備遊憩與觀光性質的河濱自行車道，則得到了地方政府大筆資源挹注，由此為單車休閒的發展提供了不可或缺的資源。首先由遊憩型自行車道的建設進程來看，台北市是國內最早著手進行河濱自行車道規劃的縣市，事實上這也使得台北自行車車友在人數成長的速度上要比其他縣市更具得天獨厚的條件。台北市河濱自行車道的相關規劃始於 1986 年 1 月，當時台北市政府編列了二十四億三千多萬元的預算，進行為期四年的台北市轄河川地的整建工程，並計畫闢建河濱公園，此時便已將河濱自行車道納入工程考量，然而卻因為河岸尚有鐵路、捷運等河底隧道工程正同步進行，而無法貫徹執行（聯合報 1997 年 3 月 1 日）。直至 1995 年年初，台北市推出「基隆河截彎取直河川綠化工程」，在此工程中便附設了河濱自行車道的規劃。1997 年，台北市政府為此提出了「腳踏車道系統可行性研究暨先期規劃」研究案，並且正式動工興建河濱自行車道。

而在台北以外的其他縣市，則自 1995 年開始出現了全國性的遊憩與觀光自行車道整建工程，其中的重要轉折來自於「空氣污染防治費」的設立。1995 年 7 月，行政院環保署為解決環保問題並展開都市綠化計畫而著手進行空污費的徵

收，環保署每年頓時增加約莫八十六億元的收入，這大筆的經費該如何運用則成了各地方政府最為關心的事。而空污費移作自行車道興建費用這件事，一開始則不是以「推動單車休閒」為其目的，反倒像是地方政府為了消化預算的選擇，然而這卻使得單車道對於後續單車休閒發展的幫助，成了一樁美好的意外。長年觀察單車相關政策變動的車友 R08 便說到了空污費興建自行車道過程中，各地方政府為了消化預算「有樣學樣」的狀況：

自行車道的由來，它是從空污費，空氣污染防制法的一條，隨水費徵收，所以政府突然有好幾億還是多少的錢，**就是說要用在環保，然後不知道怎麼做，大家就開始做自行車道。**自行車道開始做之後，各個縣市政府就開始學，因為這個縣市申請過了，下個縣市就說，喔，原來可以這樣弄喔。就弄弄弄，就開始包工程嘛。(R08)

由於建設自行車道得以申請空污費的經費補助，因而各縣市政府紛紛著手策劃自行車道的設置，國內許多觀光性質的自行車道便是自此時期逐步鋪設而成的。其中包括台北市「景美溪兩岸自行車道」、台東縣「鹿野鄉自行車道設置計畫」、彰化縣「竹塘鄉自行車道規劃設置計畫」、南投縣「集集支線沿線鐵道自行車道規劃設置計畫」等，共計完成了一百六十三公里的觀光與遊憩型自行車道(自行車會訊 2001 年，第 72 期，頁 1)。而廣受好評的「關山自行車道」亦是在空污費的補助之下著手進行的，耗資二億費時三年，如今更成為花東縱谷著名的自行車觀光勝地(聯合報 1999 年 12 月 1 日)。另外，台中的「東豐鐵路綠色走廊」同樣是由行政院環境保護署補助建設而成，行政院環保署於 1996 年 7 月撥出一億九千一百萬經費進行開發計畫，並空氣污染防制基金中提撥第一期支付款項(蔡宜庭 2006：30)。且自 1998 年至 2009 年 4 月為止，環保署一共補助了十五個縣市，完成了四十二處自行車道設置，車道總長共約一百七十八公里(行政院環境保護署 2009：21)。

表 5-1-1 1998 至 2009 年行政院環保署補助建設之自行車道統計

地區	施作縣市	處數	自行車道設置長度
北區	台北市、宜蘭縣、桃園縣、新竹市、苗栗縣	7處	44.18公里
中區	台中縣、彰化縣、南投縣、嘉義市	11處	36.49公里
南區	台南市、高雄縣、高雄市、屏東縣	12處	48.76公里
東區	台東縣、花蓮縣	12處	48.5公里
總計	15縣市	42處	177.93公里

資料來源：行政院環保署（2009）

雖然 1995 年起的自行車道建設是在環保論述下所進行的綠化工程，目的在於降低都市日益嚴重的空氣污染問題，但此時各地方政府卻都選擇了在著名的觀光景點或河濱與沿海地帶鋪設自行車道，而非建設位於都會區之中的通勤型自行車道，其中通勤型自行車道所牽涉的汽、機車路權問題以及單車通勤人口的評估，皆是使地方政府裹足不前的原因。然而正是在國家經費的投入以及地方政府的規劃設置上，提供了豐厚的物質條件，並促使單車活動在接下來的發展過程中得以與休閒娛樂進行結合，這才為 2007 年之後的單車休閒人口擴張提供了先決條件。但更值得我們注意的是，雖然此時所設置的遊憩與觀光型自行車道結合了一系列公園、自然景觀的打造，使自行車道融入了地方休閒網絡之中，但不久之後，單車活動則又與休閒、觀光產生了更為緊密的結合。

自 2002 年開始，自行車道的興建從「地方政府」提升到「國家」層級，並被納入全國觀光開發計畫，在論述層次上從「環保」正式轉向「休閒」目的。2002 年，行政院長游錫堃提出「挑戰 2008—六年重點發展計畫」，預計在六年之內發展十大重點項目，包括 E 世代人才培育、創意工業發展、創新研發基地、產業增值計畫、觀光客倍增計畫、數位台灣計畫、營運總部計畫、全島運輸骨幹、新故鄉社區營造計畫等（經濟日報 2002 年 4 月 17 日）。而其中「觀光客倍增計畫」的目標便是要讓來台觀光旅客從 2002 年的兩百六十萬人，增加到五百萬人次，



其首要執行方向則包括了由行政院體委會所提出的「全國自行車道系統計畫」(經濟日報 2002 年 6 月 24 日)。在全國自行車道系統計畫中，體委會計劃在六年內投資兩億元興建「地方性路網」、「區域性路網」及「環島性路網」等三級自行車道，<sup>73</sup>以開拓國內觀光資源，並以台北、雲林和彰化做為優先示範區(民生報 2002 年 4 月 17 日)。而自 2002 年全國自行車道系統計畫開始之後直到 2007 年為止，在體委會輔導下興整建的自行車道一共有九十四座。

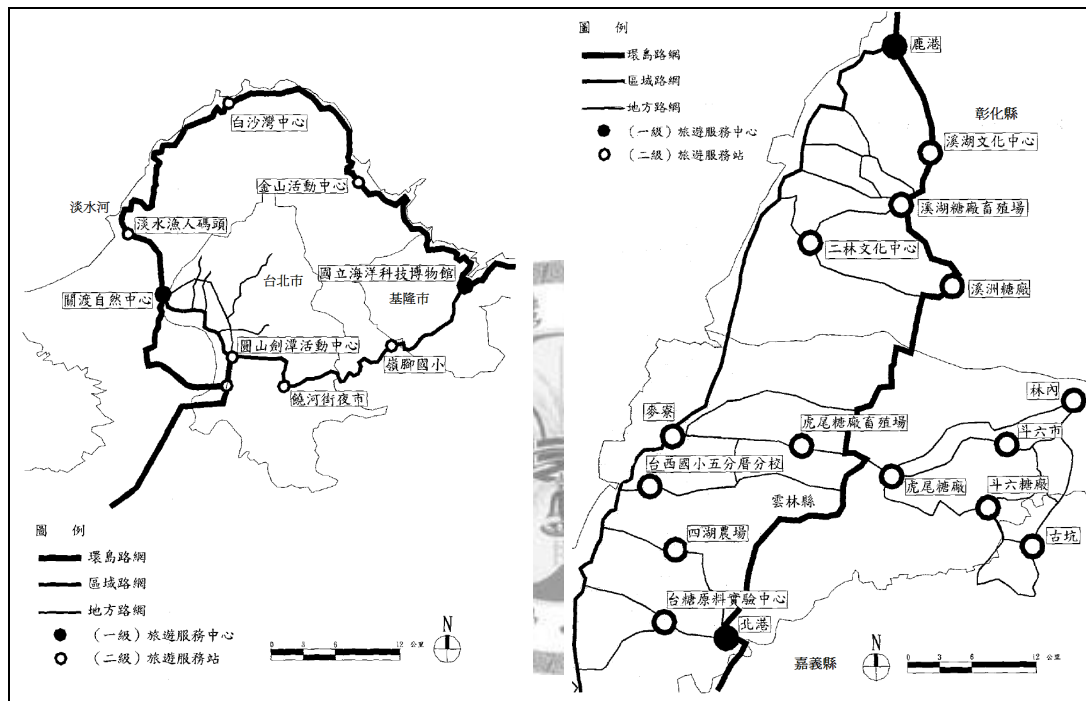


圖 5-1-1 台北地區暨彰化、雲林地區地方性路網規劃圖

資料來源：本研究整理自行政院體委會（2002）

<sup>73</sup> 關於「地方性路網」、「區域性路網」以及「環島性路網」的差異，可以參見以下這段文字說明：「地方性路網適合半日或一日遊的自行車行程，沿途可融入當地社區生活環境，深入地方文史、產業與自然景觀，提供豐富的人文與自然解說契機。區域性路網主要是依據地形地勢或行政區域的畫分，將台灣約略分為：大台北盆地區域路網、桃竹台地區域路網、苗中丘陵區域路網、雲嘉南平原區域路網、高屏沖積平原區域路網、墾丁半島區域路網、花東海岸山脈區域路網、宜蘭平原區域路網、離島區域路網等九個區域，...除可體驗當地風土民情外，也讓旅遊者進一步認識各地區海岸、平原或低海拔等地形地貌。環島性路網是全國自行車道的主幹線，沿著海岸線及沖積平原環繞台灣本島一圈，...除可欣賞台灣獨特且豐富多變的自然景觀與人文環境外，並可深入認識台灣文化與歷史，提供休閒遊憩需求為主，兼具環境教育與地方交通功能。」(民生報 2002 年 5 月 14 日)

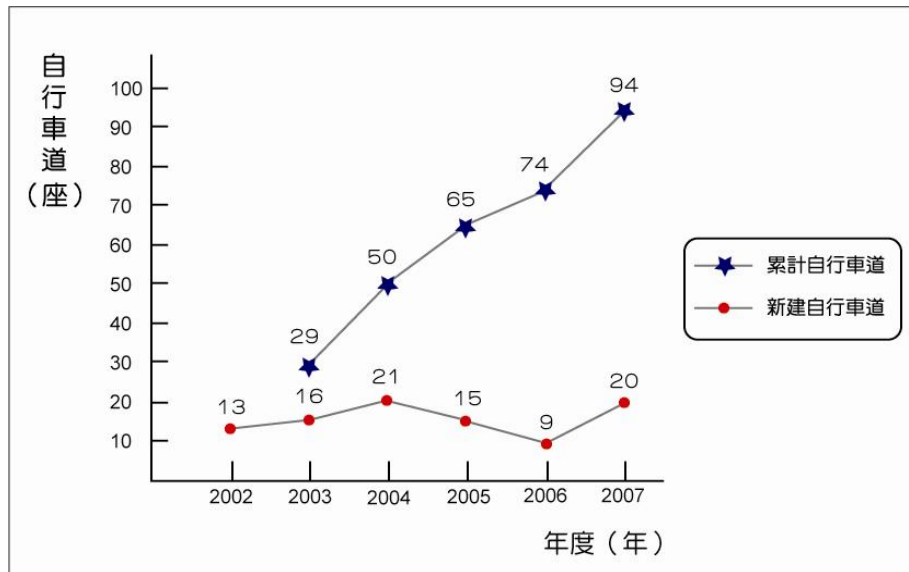


圖 5-1-2 體委會歷年補助興整建之自行車道統計

資料來源：本研究整理自行政院體委會（2009）

便是在國家、地方政府等重要行動者的制度規劃與物質條件支持下，自行車道的發展自 1990 年代開始便是台灣觀光休閒發展中的重要環節。無論是 1995 年之後藉由空污費所建立的四十二條自行車道或是 2002 年之後在觀光發展下開設的九十四條自行車道，都為單車休閒化的發展提供了不可或缺的物質條件。可見國家與地方政府在不同時期的政治考量下，有意無意地描繪出了單車活動的「休閒」樣貌，提供自行車由「交通工具」轉向「休閒工具」的重要條件，亦即為單車休閒化的發展注入了重要的力量。而在此過程中，我們可以發現通勤性質的自行車道相較之下，反而在資源競逐的過程之中佔據不利的位置，以致於台北市和高雄市在 2002、2004 年的通勤型自行車道計畫案，最終都只能以遊憩性自行車道作為短期目標，以爭取國家經費補助（古博文 2006）。

表 5-1-2 2007 年 3 月為止全國各縣市自行車道長度統計

縣市	縣市總長 (公里)	縣市	縣市總長 (公里)
台東縣	106.2	高雄市	41
台北市	106	宜蘭縣	39
台北縣	91	花蓮縣	34.8
南投縣	90.52	台南縣	30
台中縣	83	新竹縣	29.2
金門縣	82.5	雲林縣	27
彰化縣	74	台中市	17
苗栗縣	67	澎湖縣	17
屏東縣	64	台東市	13.5
高雄縣	62	南投市	10
桃園縣	60.9	台南市	6.6
嘉義縣	41.2	基隆市	1.2
全國總長 (公里)		1194.62	

資料來源：本研究整理自（單車誌 2007 年，第 30 期，頁 83）

## 二、 背負單車推廣使命的巨大機械

回顧台灣自行車道的建設過程，在上一部份的討論中，我們強調國家與地方政府在此過程中扮演著十分關鍵的角色，然而在接下來的討論我們則要強調自行車業者如何順應政策走向，甚至積極遊說國家與其合作，共同將台灣打造成爲「自行車島」。在此所指的自行車業者主要指涉的是由巨大機械所成立的捷安特公司，與早期由巨大機械獨資成立的財團法人捷安特體育基金會，以及後來由國內數家自行車成車與零組件製造商合資成立的自行車新文化基金會。而無論是早期的台北市河濱自行車道或是 2002 年之後由體委會主導的全國自行車道建設計畫，都可見政府與捷安特公司、捷安特體育基金會以及自行車新文化基金會與國家、地方政府密切合作的軌跡。

「財團法人捷安特體育基金會」是巨大機械於 1989 年捐助兩千五百萬元所成立，由劉金標出任基金會董事長，基金會的成立宗旨在於「推廣自行車運動」

(魏錫鈴 2004：235)。<sup>74</sup>在劉金標成立捷安特體育基金會的考量中，我們可以發現他對於推廣國內單車「運動」的急切心情，其所面對的首要問題是國內單車運動人口不足，以致於難以從中挑選優秀人才，提升自由車運動員的基本素質。

由於長期投入，我對自行車選手培養問題愈挖愈深。我發現真正的癥結是：台灣騎車人口實在太少，於是選手來源大有問題。為此，我成立自行車新文化基金會，目的是將自行車活動普及化，這樣挑選選手就會簡單一些。(劉金標、藍麗娟 2007：70)

而在劉金標的最初構想中，我們可以發現「菁英運動」與「大眾休閒」之間所存在的微妙關係。早期巨大機械結合運動人才的力量，試圖透過自由車協會培訓出足以站上國際頒獎台的自由車手，然而這項計畫卻因為單車休閒人口的匱乏而形成難以跨越的障礙。因而由捷安特體育基金會成立最初的關懷看來，推動單車休閒發展的最終目的則是要能夠孕育出優秀的自由車手，自行車休閒的擴張本身並非目的本身，而只是一個階段性任務。

然而捷安特之所以殷切期盼提昇國內自由車運動風氣、培育優秀選手，則是來自於台灣企業在面對西方市場時，所承受到的文化弱勢焦慮。對於巨大機械及國內其他自行車製造商而言，歐洲悠久的自由車工藝傳統一向是他們推崇、效法的首要對象，但隨著台灣製車技術漸趨精密，甚至得以和歐洲大廠並駕齊驅之際，卻反而對照出台灣社會內部自行車文化的匱乏。相較於法國、義大利和西班牙民族對於自由車運動的熱愛和尊敬，台灣社會在主流論述上卻仍以「落後的交通工具」來定位自行車，使得台灣單車製造商在客觀結構（製車技術已臻世界頂尖）和主觀結構（無法從其他國家車廠中獲得尊敬）無法相符的情況下，產生了亟欲尋求抒解的內在壓力。因而從捷安特體育基金會所被賦予的任務看來，這所反映的毋寧是台灣在面對西方優勢文化時所躲避不及的現代化焦慮。由劉金標本

---

<sup>74</sup> 財團法人捷安特體育基金會雖於 1989 年便成立，但直到 1991 年之後，才逐步展開對外的單車推廣業務。

人的自白和自行車產業刊物總編輯阮素琴的觀察中，便透露出了這樣的焦慮：

我建議推動自行車島，把台灣變成自行車中心，將台灣的文化推動起來。因為，當我們的品牌發展到某一個程度，國外就會問：「你們台灣是個怎樣的地方？」（劉金標、藍麗娟 2007：164）

由於生活水準、歷史文化因素，愈文明的國家，多半自行車活動也愈活絡，因為愈富有、愈文明的國家，愈有能力購買好車，騎了會上癮，也容易發揮速度與實力。歐洲國家如此，競技場上亦然。部分歐洲先進國家熱愛自行車比賽，比如環法大賽、環義大利大賽、環西班牙大賽等，不勝枚舉。...我長期推廣自行車運動，就是希望台灣的自行車運動能跟先進國家看齊，如今台灣的自行車運動也已蔚為風潮。我想，若不是這樣拼命推廣，絕對沒有現在這番局面。（劉金標、藍麗娟 2007：70）

阮素琴<sup>75</sup>：「有人說台灣只是一個生產基地和供應場，談不上對車子的狂熱與感情。外國的自行車設計者，大多從生活體驗中去設計新車，讓生活與創意形成自己的文化品味，...而台灣的交通狀況，不適合騎自行車，可能是未來要創造『台灣品味』時的一大缺憾。畢竟騎自行車不是生活文化中的一部份。」（自行車市場快訊 1993 年 10 月，第 1 頁）

這種現代化的壓力不只體現在自行車製造商的具體行動策略上，同樣也存在於台灣社會的一般論述以及國家的施政考量之中。國家所面對的現代化壓力具體展現在打造環保的綠色城市願景上，1995 年徵收空氣污染防治費用則是其所採取的對策。甚至正是因為如此，才使得政治與商業勢力得以在興建自行車道的議題上態度一致，更進一步在非預期的情況之下為單車休閒提供了重要的擴展條

---

<sup>75</sup> 阮素琴是輪彥國際公司的董事長，負責自行車產業與消費訊息出版，與國內單車製造商有密切合作關係，並對自行車產業有多年觀察。輪彥國際目前出版刊物包含《自行車市場快訊》、《台灣自行車產品導覽》、《台灣自行車標竿企業》以及《單車誌》。

件。隨著 1980 年代台灣民眾的環保意識逐漸高漲，1987 年行政院環保署成立、1990 年代中期行政院設立國家永續發展委員會，台灣社會以進入以永續發展為考量的時期（劉阿榮 2000）。從中華民國都市計畫學會祕書長在 1996 年所舉辦的「交通運輸與區域發展座談會」中的發言，便可發現自行車在此時已被納入先進環保都市的構想藍圖之中：

**國人對私人汽車的觀念錯誤：一般認為開高級車表示社會地位崇高，但對歐美先進國家而言，開高級車、開普通車、騎摩托車與騎腳踏車所得到的尊重是相同的，且腳踏車往往設有專用道及停車格，使騎腳踏車比開私人汽車方便許多。（經濟日報 1996 年 10 月 28 日）**

而我們必須強調的是，空污費轉而運用在觀光遊憩型自行車道建設工程之上，與其說是國家、地方政府與捷安特體育基金會等行動者在詳細計畫之下所達成的共謀，不如說是這些行動者在模糊的行動情境下所促成的結果。一來，在國家最初的規劃裡，空污費雖以「環保」為名進行徵收，但其運用卻未針對環保訴求實施詳盡的規劃，以致於最終並未達成改善空氣品質的任務。在行政院環保署提出徵收空氣污染防制費用時，便因為款項用途不明確而受到各界質疑，其中最受爭議的則是挪用將近四十億元的經費用以設置「大型都會公園」以及各縣市造林之用，環保團體認為這無疑是變相徵收稅金以支付地方政府原本便規劃好的建設工程費用。而在環保署對於空氣品質的驗收報告中，根據 2000 年至 2006 年的台灣空氣品質監測統計顯示，台灣空氣中的有害物質（PM<sub>10</sub> 和 NO<sub>2</sub>）皆未有明顯的改善，空污費運用的效果明顯不彰已成事實（詹長權 2007：3）。另一方面，捷安特體育基金會最初的設立目的在於推廣「單車運動」、選拔體育人才，而非「大眾休閒」的推廣，更不是為了推動環境保護，然而從捷安特體育基金會與後來的自行車新文化基金會所舉辦的各式活動看來，我們卻可發現它們在不同的時期結合當下最具支配性的論述形式，最終則為自行車帶入了「環保」和「休閒」的形象。

因而以下我們便將分別檢視捷安特體育基金會在台北市河濱自行車道建設案、1995 年之後由環保署補助之自行車道建設案以及 2002 年起由體委會主導之觀光遊憩型自行車道建設案上所投注的心力與資源，以呈現台灣觀光及遊憩型自行車道是如何在捷安特積極參與之下設置完成並且介紹給一般社會大眾的。

其實早在台北市政府為進行「基隆河截彎取直河川綠化工程」而提出「腳踏車道系統可行性暨先期規劃」研究案時，捷安特體育基金會便參與了河濱自行車道的規劃與檢討工作。當時基金會執行長便特別強調地方政府必須效法先進國家的決策力，同時擔負起領頭人的角色，不能等待民眾需求出現之後才來進行自行車道的規劃工作：

何麗卿小姐<sup>76</sup>意見：「不能因為腳踏車的使用率低，就不設置腳踏車道，由國外經驗來看，政策性的決定是非常重要的。」(林豐福 1997:CLVII)

而在台北河濱自行車道陸續建成之際，由捷安特轉型而成的自行車新文化基金會也在台北市政府公開招標下成爲了承辦河濱自行車租賃業務的唯一民營單位。2000 年 8 月，捷安特體育基金會更名為「財團法人自行車新文化基金會」，基金總額擴增至三千五百萬元，輔導單位同時由教育部轉向體委會，更名的目的在於淡化巨大機械在基金會中的主導色彩，但是從董監事的職務編排看來，新加入的董事皆以自行車零組件製造商爲主，董事長和監事仍然是以巨大機械的人員出馬，因而巨大機械的主導性並未消失（見表 5-1-4）。然而，基金會更名的另外一項考量，便是因爲要接手 2000 年台北縣市河濱公共自行車的租賃工作（胡伯賢 2007：74）。在接辦公共自行車的租賃業務之前，基金會的收入來自於企業捐贈以及活動盈餘，故而可支配的金額有限且收入不甚穩定，但在開辦租車業務之後，基金會則有了相對穩定的金錢來源，在單車活動的推廣上也更爲有利（胡伯賢 2008：75）。租賃盈餘除了不定期舉辦河濱單車休閒、配合各層級政府機關舉

<sup>76</sup> 何麗卿小姐自捷安特體育基金會創立之後便於其中效力，擔任捷安特體育基金會執行長，自 1999 年起則轉任至自行成立的騎士協會擔任秘書長一職。

辦單車盛會之外，更會投入單車深度研習營等活動，教授單車騎乘技巧與維修知識，讓一般民眾能有機會深入瞭解單車休閒的面貌。

表 5-1-3 自行車新文化基金會董監事與本業職務介紹

自行車新文化基金會董監事與本業職務介紹	
<b>董事長</b>	<b>本業職務</b>
劉金標	巨大機械工業股份有限公司董事長
<b>監事</b>	<b>本業職務</b>
王守謙	巨大機械工業股份有限公司董事
杜綉珍	巨大機械工業股份有限公司副總經理、董事
邱大鵬	巨大機械工業股份有限公司副總經理、董事
<b>董事</b>	<b>本業職務</b>
羅祥安	巨大機械工業股份有限公司總經理、董事
	臺灣自行車協進會(A TEAM)會長
劉湧昌	巨大機械工業股份有限公司副總經理、董事
杜劉月嬌	巨大機械工業股份有限公司董事
許立忠	巨大機械工業股份有限公司發言人
邱燦坤	前巨大機械工業股份有限公司董事，現服務於臺中縣自由車委員會
吳盈進	桂盟企業股份有限公司總經理
林文華	鉅光實業股份有限公司董事長
林阿平	利奇機械董事長
林春山	野寶工業董事長
徐義雄	日馳企業股份有限公司總經理
高禎翔	愛爾蘭商速聯股份有限公司臺灣分公司總裁
楊銀明	建大工業股份有限公司董事長
廖學金	信隆實業董事長
羅 結	正新橡膠董事長
林金成	清豪工業股份有限公司
陳永隆	102 自行車有限公司

資料來源：轉引自（胡伯賢 2007：74）

而當空氣污染防治基金轉用於開發各縣市觀光遊憩型自行車道之後，捷安特體育基金會亦開始積極關心台北縣市以外的自行車道建設工作。從行政院環保署補助下所開設的自行車道規劃案中，我們便可以發現基金會與地方政府密切合作



的軌跡。首先，台北市交通局規劃的「基隆河大佳段河濱公園」在空污費的資助下於 1997 年完工，而基金會立即為新落成的自行車道舉辦「單車台北嘉年華會」遊覽活動。同年，基金會又於台東縣「鹿野鄉自行車道」及「關山自行車道」建設完成後舉辦「台東綠島單車山海遊程」活動，向民眾介紹台東的山光水色。至 1998 年，花東縱谷國家風景區管理處更會同基金會人員一同勘查完工後的「瑞穗單車道」，並且合辦「瑞穗鄉單車泛舟樂」活動，以吸引觀光客到此探訪。而在 2000 年「景美溪兩岸自行車道」完工後，基金會便直接承辦自行車道的落成典禮，並邀請當時的台北市長馬英九與基金會董事長劉金標一同參與主持。

然而在早期的「捷安特體育基金會」與之後的「自行車新文化基金會」紛紛以綠化、環保、生態保育為名和各縣市政府合作的自行車道規劃與推廣活動中，我們卻可發現這些對於自然生態的關懷論調總是與戶外休閒的推廣活動密不可分。




暑假騎單車到台北縣郊遊去吧！台北縣「綠週綠洲」活動與捷安特基金會合作，將於七月二十七日舉辦自行車大郊遊，騎過台北縣十五個鄉鎮，有興趣的民眾可加入。捷安特基金會執行長何麗卿表示，這是台北縣環保局舉辦環保週以來，首次以單車之旅為訴求，足見自行車無污染、無噪音的環保形象已被肯定。（聯合報 1997 年 7 月 16 日）

[自行車新文化基金會執行長]簡進勳表示，自行車不但有助於環保和健身，它的便利性和別種交通工具所無法取代的悠閒情趣，也極適於用來旅遊，歡迎市民用這種「復古」的方式來一趟懷舊之旅。（民生報 2001 年 4 月 26 日）

基金會一方面藉其專業知識提供各地方政府關於歐美自行車道建設的先例參考，參與了自行車道規劃的過程；另一方面也為新建成的自行車道舉辦落成典禮與後續的遊覽活動，提高了自行車道的使用頻率。毋寧是在回應了台北縣市和

行政院環保署對於環境保護的急迫政績需求的同時，亦讓更多的民眾認識到了不同於多數人記憶中落後、老舊的自行車傳統印象。而在此時期將環保形象與休閒屬性集結於一身的自行車活動，到了 2002 年之後則正式在國家整體觀光開發計畫中扮演了至關重要的角色。行政院體委會在 2002 年「觀光客倍增計畫」下所提出的「全國自行車道系統計畫」，旨在串連現有自行車道，並依據各地的景觀與人文特色打造出優質的休閒性自行車道路網，而自行車新文化基金會則負責在此計畫中提供諮詢，並在整項計畫的五位顧問中佔據兩席的位置。除了負責營建事項的青境工程顧問公司林大元、陳俊欽以及前捷安特基金會執行長何麗卿之外，另外兩位計畫顧問便是代表自行車新文化基金會的簡進勳執行長以及陳素珍小姐。

### 三、 政商共築「自行車島」



由以上的回顧我們可以發現台灣自行車道的興建並不是統攝在一個嚴密計畫下的產物，而是在不同的歷史階段中依據各地方政府所掌握的資源多寡、國家施政方向上的考量以及自行車製造商的特殊利益趨向匯聚下所累積的成果。而從近年來經濟部技術處持續與捷安特、巨大機械合作進行「創新自行車網絡服務系統計畫」協力將台灣打造成一座「自行車島」的趨勢看來，我們則能發現政治與商業力量的結合意圖已愈趨明顯，與此同時，單車活動作為一種「休閒」活動也得到了更為有利的支持。

然而產官之間的合作過程其實多逢波折，巨大機械早在十年前便已有了建構「自行車島」的野心，卻沒有立即得到國家的正面支持。1998 年，劉金標趁李登輝總統至台中大甲巨大工廠參訪時，向當時的李總統提到了打造自行車島的心願，但得到的回應卻是：「國內自行車產品值得肯定，但卻缺乏騎車空間和路權」（民生報 1998 年 1 月 7 日）。而至 2000 年，新上任的陳水扁總統亦至巨大參訪，

董事長劉金標再次向新任總統提出打造自行車島的計畫，但陳前總統卻未給予正面回應，只強調傳統產業與科技產業之間並無截然二分的界線，並鼓勵國內中小企業學習巨大的創新精神。直到 2008 年馬英九以總統候選人身份參訪巨大公司時，才直截答應若是順利當選新任總統，便要與巨大機械合作完成「自行車島」的夢想。當時他亦強調：「建構台灣為自行車島不是圖利特定廠商，而是為照顧全民健康，及減少汽機車造成的交通壅塞及空氣汙染。...若選上總統，將和巨大公司合作，由政府完成全台自行車相關設施，如民宿、用餐地點及交通動線等，不但讓台灣成為全球最大自行車生產國，也樹立自行車運動休閒的典範」（聯合報 2008 年 1 月 31 日）。而馬英九總統上任後也如實履行當初的承諾，使得自行車道的建設在 2009 年又得到了行政院經濟部三十五億元的支持。

然而馬總統之所以能夠無慮於「騎車空間和路權」不足，毅然決然地展現打造自行車島的決心，其實也是因為在 2008 年之前，臺灣早已在國家、縣市政府以及由車廠所設之基金會的共同努力下累積了豐富的單車休閒硬體資源。從最早的台北市河濱自行車道到各縣市政府所興建的觀光自行車道，甚至到 2002 年由體委會所統籌的全國自行車道系統，至此都已有具體的成果。不僅在硬體方面由政府提撥的經費建成了上百條的自行車道，同時在軟體資源上則仰賴自行車製造商所提供的付出。自行車新文化基金會長期舉辦的單車出遊活動使得愈來愈多的民眾實際地使用自行車道來進行單車活動（見表 5-1-5），並於此過程中產生培養單車休閒興趣的可能。受訪者 R08 便觀察到觀光型自行車道使用人數眾多的現象：

譚雅城跟東豐變成是旅行社的景點阿，然後很多中部的組車廠，就把很多庫存車拿來這邊做租車阿，所以變成是一個，一天就有一萬人次的地方，因為遊覽車整團的人包來。像我在騎車的時候，根本不可能想像會有這種情況，就真的是很像城市鄉巴佬，還包遊覽車來這邊，只是為了騎單車。（R08）

表 5-1-4 2004 至 2007 年台北市公共自行車租用人次統計

年	人次	使用成長率
2004	139,091	
2005	169,489	21.85%
2006	230,689	36.11%
2007 (1-6 月)	121,370	5.22%

資料來源：修改自（胡伯賢 2008：143）

而且我們可以發現，雖然陳水扁前總統在 2000 年時並未給予巨大機械立即的承諾，但「自行車島」(Bike Lane) 計畫卻是在其任內通過的。早在 2004 年，當時的經建會主委胡勝正便已在劉金標遊說下同意以十二億經費建設自行車道，並交由正在執行「全國自行車道系統計畫」的體委會統籌分配，使新建車道能與既有車道銜接成全國道路網。而至 2005 年，經濟部技術處又核定補助由捷安特與巨大機械聯合申請的「創新自行車網絡服務系統計畫」，成立「自行車暨健康科技工業研究發展中心」(CHC) 作為計畫執行單位，而此項計畫便是以打造「自行車島」作為主軸，致力於發展國內自行車觀光事業，並積極尋求周邊產業的配合，期望使台灣成為世界著名的自行車觀光聖地。<sup>77</sup>到了 2006 年 5 月，行政院長蘇貞昌宣布將在五年內完成「全國千里自行車道、萬里步道」計畫，將國內自行車道延長至兩千六百公里，且規定在一定規模以上的市區道路及公路均須設置自行車道與人行步道，而人口規模達十萬人以上之城市亦須提升行人路權品質等目標。此外，巨大董事長劉金標又在蘇貞昌 2006 年參訪巨大機械的行程中，提出設立「自行車日」的建議，獲得支持，並自 2007 年起開始實施，自此每年 5 月 5 日便是台灣自行車日。至此我們可以看出在馬英九總統上任之前，巨大機械已爭取到前任政府的眾多資源與制度性支持，不僅使得國內自行車道的建設經費補助得以延續，亦讓單車休閒的發展在國家強力肯定下獲得了不容置疑的

<sup>77</sup> 其實由經濟部技術處和 CHC 所合力推動的「自行車島」計畫，正好符應於巨大機械在 2002 年於國內自行車同業公會中所推動的「Think Bicycle, Think Taiwan」構想，在此構想中便是要結合國內自行車成車與零件製造商的力量，以此標語做為國際展廠上的口號，打響台灣在世界各國間的名號，而此構想亦已經具體實施。

正當性。

截至目前為止的討論，我們可以發現巨大機械與國家的合作在近十年來已愈趨順遂，而自行車休閒化所需要的物質條件與正當性支持也在此過程中逐漸完備。然而，巨大機械看似一直扮演著主動遊說的角色，但事實上自行車的休閒化與休閒成果的擴張卻不能被視為是在其意圖之下被依序執行的計畫，反而更應該被理解為它在不同行動情境下所做出的眾多決策最終沈澱、凝聚而成的結果。這是因為我們可以從巨大機械這個重要施為者的實作中，發現許多反覆試探的過程。一來，在之前的討論中我們已經說明巨大機械最初試圖結合體育人士，以自由車協會的名義推動國內單車運動風氣，然而結果則是背離了增加單車活動參與人口的目的。而後透過捷安特體育基金會的成立，巨大機械的原意是要推廣國內自行車運動風氣，但原本作為手段的自行車休閒活動在逐漸壯大之後，自由車運動相較之下反而受到忽視，新出現的登山車休閒實作型式則以否定競賽為其首要特徵，自行車休閒的擴張並未成為自由車運動發展的利基。最後，在巨大機械成功爭取到「自行車島」建設計畫之後，則可見單車休閒得到了國家在物質與象徵條件上的支持，直到 2007 年以水到渠成之姿引爆了台灣最大的單車熱潮。

但接下來更能具體呈現巨大機械在實作策略上的曖昧與不確定性的，則是他們對於「新車種」的大膽預言。由於巨大機械掌握了各式車種銷售數量的歷年統計，因而也能循著蛛絲馬跡來觀察國內消費者的偏好動向，甚至猜測新產品必須具備哪些元素，才能吸引到消費者的眼光。但是在 2008 年造成搶購旋風的「小輪徑摺疊車」(Folding Bike)，卻未出現在巨大對於未來新車種的想像藍圖裡。在巨大的預言中，能夠接替登山車的地位，喚起下一波單車休閒風潮的車種應非「舒適車」莫屬。<sup>78</sup>而巨大機械在 1994 年前後便已將舒適車開發成功，並評估是否要在國內市場銷售：

---

<sup>78</sup> 所謂的舒適車其實就是裝有機械馬達與儲電裝置的電動自行車，在電量耗盡之後還可以以人力踩踏的方式前進。

事實上，舒適車是巨大集團經過長期研發的重要新產品，內部評估認為這款車很可能成為繼登山車風行十餘年之後，另一深具潛力的車種。透過這款車，巨大持續打造捷安特創新與時尚的形象，落實「以人為本」的設計理念。(魏錫鈴 2004：206-7)



圖 5-1-3 電動自行車「REVIVE」

資料來源：捷安特網站型錄 <http://tinyurl.com/oghwly2>

於是我們可以發現，即使透過 Elias (2007) 稱之為「回顧性觀點」<sup>79</sup>的角度看來，巨大機械及其所設置的基金會在台灣單車休閒推廣上扮演著極其重要的角色，而且由各縣市政府和國家所建設的自行車道也有著不可或缺的重要性，但是，臺灣單車休閒的發展卻不能被視為是少數行動者在全知全能的情況下，一步步按照其精密策劃逐漸實現的巨型計畫。而在接下來的小節中，我們則要說明在台灣單車休閒活動發展的過程中，除了有著各級縣市政府、國家和巨大機械、捷安特體育基金會、自行車新文化基金會等施為者所提供的有利物質條件之外，還有哪些重要的施為者為自行車休閒提供了象徵層次的建構條件。由此我們才能完

<sup>79</sup> Elias 在《什麼是社會學》的最後說道：「每當人們提及長期的發展序列，比方說對自然的控制不斷增長或是分工的進展時，那就會一再地遇到這類發展過程之『必然性』的問題。」(Elias 2007: 201) 然而為了要避免落入目的論的陷阱，Elias 則不斷地提醒我們要釐清「社會理想」和「社會科學」之間的差異，並且以「前瞻性觀點」(處理可能性、機率的問題)和「回顧性觀點」(處理必然性的問題)的區分來迴避演化論、目的論的質疑。而所謂「回顧性觀點」就是將已經發生的事情視為既定的社會事實，並且往回探尋使之得以可能的必要條件 (Elias 2007: 204)。

整說明單車休閒在逐漸茁壯之後，如何走向我們今日所認識到的「時尚」地位。

## 第二節 單車休閒供給的象徵構作

在上一小節的討論中，我們先是說明了單車休閒在供給面上的物質條件——休閒自行車道——如何於各縣市政府與國家在不同階段的施政目標中逐步打造而成；而巨大機械又如何面臨主客觀結構不符的壓力下，期望以「推廣國內單車運動風氣」來解決自身焦慮，然而當巨大機械所成立的基金會在與國家和地方政府多有合作之後，最後卻在非預期的情況之下助長了「單車休閒活動」的發展。

於是在第二小節，我們則要指出單車休閒資訊的封閉性在 1990 年代中後期出現了逐漸削弱的情況。首先我們可以發現，自行車新文化基金會扮演著一個單車休閒資訊宣傳站的角色，使一般民眾得以跨過車行累積單車休閒相關知識，並且結識車友；而到了 1998 年之後，以提供「單車休閒」基本資訊為主，並且向大眾市場開放販售的出版品出現，則更提高了單車休閒資訊的可得性。此時伴隨單車休閒知識的向外擴散，單車休閒人口亦出現了穩定的成長，但僅僅是單車休閒資訊管道封閉性的消滅，卻不足以促使單車休閒人口在 2007 年出現爆炸性的增加，其中的關鍵則是在於單車休閒在象徵位階上的翻轉。單車休閒象徵位階真正出現翻轉，是以 2007 年《練習曲》此一機遇性事件作為起始點而展開的。<sup>80</sup>《練習曲》一作，正是文化中介者在確認單車休閒市場有利可圖的情況下，所拍攝而成的作品。而這部電影在票房表現上的成功，則又帶起了一群以新聞記者、雜誌編輯為主要組成的文化中介者加入單車休閒象徵構作的工程，他們致力於單車環島、單車休閒與單車騎士的形象塑造，並且不斷地將單車休閒連結上中高階經理

<sup>80</sup> Pierson 藉由 Aristide Zolberg 對「第一次世界大戰」的重要性所提出的挑戰作為例子，認為第一次世界大戰就像是路上落下來的一塊磚，而悲劇之所以會造成，還需要有一個時常會在那條路上散步的人剛好在磚砸下來的時候經過，而這正說明了「機遇」(conjuncture)的重要性。而提出「機遇」的概念，並不表示所有的事件之所以會發生都是碰巧造成的，Pierson 認為「因果」還是非常重要的，但是我們的理論無法「預測」事件的發生，只能在事後作因果的解釋。(Pierson 2004: 57)

人的形象，使得以「中產階級」為主體的單車休閒生活風格成爲了當前單車休閒活動中的仿效模範。自此開始，單車休閒開始與「時尚」產生了扣連，單車休閒的象徵位階也出現了巨幅的提升，於是才造就了 2007 年空前的單車休閒熱潮。然而最後，我們則要透過比對當前單車休閒活動在論述層次與實作層次上的落差，來進一步探究其中所隱含的矛盾因子，而我們所欲強調的是此矛盾因子，事實上則正好展現了臺灣中產階級的階級特色。

### 一、 資訊管道開放：單車休閒人口成長

相較於早期以車行作爲交際核心所形成的單車休閒資訊封閉現象，到了 1990 年代中後期，則因爲捷安特體育基金會與自行車新文化基金會的努力而有了轉變。基金會一方面透過舉辦各式向一般大眾開放的活動，來傳遞單車休閒相關知識；另一方面，它也作爲統合全國單車休閒活動訊息的資訊站，彙整各縣市自行車俱樂部的出遊規劃，此皆使得單車休閒的知識累積與車友串連規模得以逐漸成長。

首先，根據胡柏賢（2007）的統計，基金會自 1989 年成立至 2007 年上半年爲止，一共舉辦了兩百二十六場活動（見附錄三），而其中則有一百七十一場活動是基金會自行舉辦或與政府合辦的單車出遊活動，其餘則是交通安全教學、自行車道專案研究，或是基金會志工研習營等靜態活動。<sup>81</sup>而在這一百七十一場單車出遊活動中，我們則可發現基金會的招攬對象主要是一般大眾，以一般大眾爲主的活動共計有一百六十五場，其中包括了「國內旅遊行程」（一百三十三場）、「外島旅遊行程」（十四場）以及「國外旅遊行程」（八場）等。除此之外，基金會則又特別針對國小到大專的學生分別舉辦「新單車蝴蝶夢」、「單車超人營」、「大

---

<sup>81</sup> 基金會亦有協辦自由車或登山車的競賽活動，然而自 1989 年至 2007 年上半年卻只有十場競賽活動，相較於爲數眾多且舉辦頻繁的單車休閒活動，單車競賽的發展顯然不是基金會的主要關懷。



專社團單車研習會」和「單車深度研習營」等活動，共計十八場，這些活動旨在將單車休閒所需的基本知識和騎乘技巧教授給青年學子，使得單車休閒的傳播得以向下紮根。

而基金會除了致力於舉辦各式各樣的單車出遊或教學活動之外，也發現了單車休閒資訊取得不易，容易使得單車休閒推廣力倍功半的潛在問題。因而自 1995 年開始，基金會便積極彙整全台各地單車俱樂部的出遊資訊，挺身擔任一般大眾查詢單車休閒資訊的窗口。

**捷安特體育基金會秘書長何麗卿表示，這幾年國內外單車活動非常熱絡，但是多侷限各個地方性社團的內部活動，資訊的交流十分缺乏，特別是北部地區同好都喜歡南下活動，大多會向基金會查詢各地活動情形。...為了讓更多人參與元旦假期的單車活動，捷安特體育基金會去年十二月中旬曾將各主要俱樂部的活動整理公布，結果查詢的人很多，顯示出單車活動資訊的重要性，未來基金會將扮演更積極的角色來推動單車活動資訊的交流。(民生報 1995 年 1 月 1 日)**

透過上述回顧，我們可以發現基金會長年來頻繁舉辦單車出遊以及針對青少年的單車研習活動，並且同時著手致力彙整、發佈各地單車俱樂部的出遊訊息，此皆使得一般大眾能夠更為容易地接觸、認識到單車休閒活動，並且得以更方便地獲取與當地單車俱樂部聯繫的可能，進而也為單車休閒人口成長提供了重要的條件。

然而若是單靠基金會的努力，那麼單車休閒相關資訊封閉性的削弱程度仍然有限，因為會密切注意基金會動態的人，則有可能是原本就對單車休閒充滿興趣的人。於是我們接下來要關注的則是單車休閒出版品的數量變化，隨著此類出版的增加，一般民眾便能透過大小書局接觸到單車休閒的訊息，這也使得單車休閒資訊將更具開放性。

透過對於台灣單車出版品的觀察，我們可以發現在 1998 年之後，以「自行車」作為主題的出版品有著明顯的成長，而且在這些新發行的出版品之中，又以提供「休閒訊息」而非「運動訓練訊息」為主旨的「單車休閒指南」佔據多數。在「單車休閒指南」類型的出版品中，主要以蒐羅全台單車休閒路徑為主，作者不僅會提供路徑里程數、坡度變化等基本資訊，更會特別強調每條單車路線上有哪些小吃、特產，或是非得造訪的古蹟與風景勝地，甚至是為不同的單車路線安上特定主題，例如：「巡行人文的路徑」——北宜公路、北台三線、環曾文水庫、花東縱谷、深坑—瑞芳，或是「島嶼風情的路線」——澎湖本島、綠島、蘭嶼、金門（洪川 2005）。此外，更有車友將自己單車長途旅行的遊記加以出版，主題包括單車環島、環紐澳、環加拿大甚至是單車環球，而這類「個人遊記」在出版數量上則僅次於「休閒指南」，前者在 1998 年後共出版了五十四本，後者則有三十本之多。相較之下，在 1998 年至 2006 年之間，市面上則沒有出版專以自行車「運動訓練」為主題的書籍，可見「單車休閒」與「單車運動」在這段時間的發展落差已有愈來愈明顯的態勢（見圖 5-2-1、表 5-2-1）。

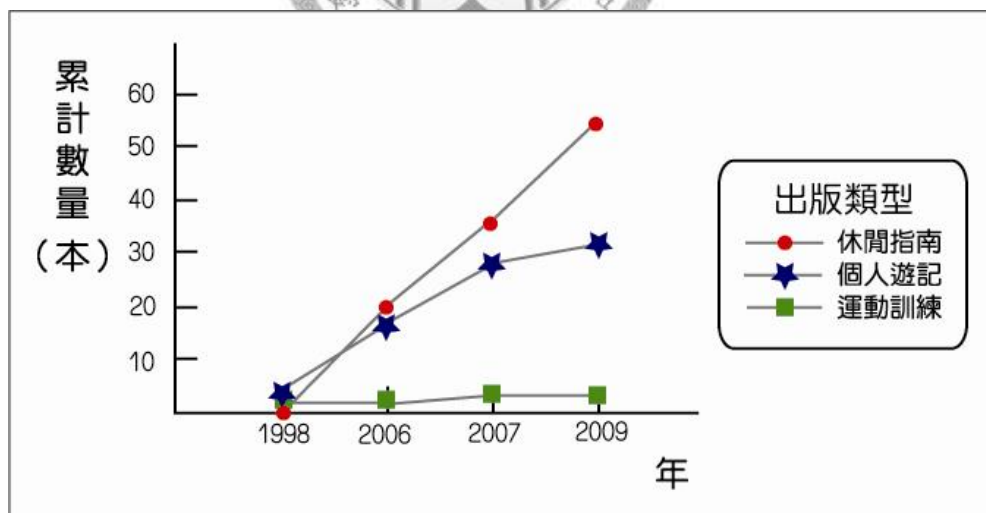


圖 5-2-1 臺灣單車相關出版品累計數量變化

資料來源：研究者自行整理

表 5-2-1 臺灣單車相關出版品總數量變化

出版年 類型	1998 年之前	1998 年之前～ 2006 年	2007 年	2008 年～ 2009 年上半年	共計
休閒指南	0 本	20 本	16 本	18 本	54 本
個人遊記	3 本	16 本	10 本	4 本	33 本
運動訓練	2 本	0 本	1 本	0 本	3 本
企業傳記	0 本	1 本	0 本	0 本	1 本
個人傳記	0 本	1 本	0 本	0 本	1 本
採訪集結	0 本	1 本	0 本	0 本	1 本
產業歷史	0 本	0 本	1 本	0 本	1 本
共計	5 本	39 本	28 本	22 本	94 本

資料來源：研究者自行整理<sup>82</sup>

除了書籍出版之外，單車雜誌在 1990 年代後期也出現了重要的成長。雖然早在 1986 年，國內便有第一本單車雜誌——《單車世界》——問世，但這本雜誌卻只向中華民國自由車協會會員開放，並沒有在一般書市上販售，而在 1995 年所出版的《單車休閒生活》季刊也只有成為自行車新文化基金會會員並繳交會費之後，才能獲贈。而直到 1997 年，國內才出現了第一本以自行車為主題並且對外販售的雜誌——《Bike 單車運動雜誌》。儘管這本雜誌在運動賽事和運動訓練的篇幅比例上仍高於單車休閒，但此一雜誌的出現仍然使得過往唯有成為自由車協會或自行車新文化基金會會員才能接觸到的單車休閒資訊，能夠向外擴及到一般大眾（見表 5-2-2）。而後在 2002 年，市面上更接連出現《單車誌》、《單車身活》兩本在「單車休閒」的內容比重上更為加強的單車雜誌。從《單車誌》的編排上我們可以發現，在每一期的雜誌中都會有一至兩篇文章專門介紹臺灣當

<sup>82</sup> 表格中僅包括以自行車為主題的「書籍」統計，關於單車「雜誌」的出版變化則將另行整理。首先必須說明的是「資料來源」包括國家圖書館藏書，並且另以博客來網路書店上的資料增補缺漏。其次，在 1998 年之前出版的三本「個人遊記」即為胡榮華單車環球以及前往中國、穿越歐亞非三塊大陸的紀錄。最後，由於「企業傳記」、「個人傳記」、「採訪集結」和「產業歷史」的出版數量皆只有一本，因而便不在正文內逐本介紹，而這些類型的書依序為：介紹巨大機械與捷安特企業發展史的「騎上峰頂：捷安特與劉金標傳奇」（魏錫鈴 2004）、講述環法賽自由車手阿姆斯特壯傳奇一生的「重返豔陽下」（阿姆斯特壯 2001）、集結多位單車車友採訪稿的「單車熱」（陳柏蓉 2005）以及關注臺灣整體自行車製造產業發展的「躍上峰頂的臺灣鐵馬：臺灣自行車產業發展史」（許正和、邱創勳 2007）。

地的單車旅遊路線，另外還會固定推薦一套國外單車旅遊行程，像是「荷蘭—單車王國逍遙遊」（單車誌 2002 年，創刊號）、「德國—萊茵河浪漫騎情」（單車誌 2002 年，第 2 期）、「探索南國島嶼—故地新遊峇里島」（單車誌 2002 年，第 3 期）等等。而在《單車身活》中，則也設置了「Bicycle Touring」的固定單元，專門推薦國內外單車旅遊的最佳去處，例如：「重回 921 發生地，九份二山」（單車身活 2005 年，第 2 期）、「五十一天的法國流浪」（單車身活 2005 年，第 3 期），以及「石門水庫，繞水遊」（單車身活 2006 年，第 4 期）等結合單車與美景的旅行安排介紹。

表 5-2-2 2007 年以前臺灣中文單車雜誌統計

出版日期	雜誌名稱	出版社	刊物性質
1986~1993/季刊	單車世界	中華民國自由車協會	會員刊物
1995~2006/季刊	單車休閒生活雜誌	自行車新文化基金會	會員刊物
1997~2000/不定	Bike單車運動雜誌	紫堂春文化事業有限公司	大眾刊物
2002~至今/雙月刊	代步與休閒產業雙月刊	自行車工業研究發展中心	會員刊物
2002~至今/雙月刊	單車誌	輪彥國際有限公司	大眾刊物
2005~至今/雙月刊	單車身活	單車人傳媒有限公司	大眾刊物

資料來源：研究者自行整理

隨著單車休閒資訊的封閉性逐漸消除，我們可以發現臺灣單車休閒人口也有著同步的成長。除了可以從我們在第五章第一節所整理過的河濱自行車道使用人次表中看出單車休閒人口逐年上升的趨勢之外（參見表 5-1-5），我們也可發現一些更具規模的大型單車俱樂部逐漸出現，例如以公司內部社團為組成型式的單車俱樂部，或是由鄉鎮縣市所成立的單車社團，如：蘆竹自行車協會、三重自行車協會等等。而直到 2004 年為止，在《單車誌》上登錄資料的自行車俱樂部便已超過了一百五十個（單車休閒生活 2004 年，第 31 期，頁 25）。可見在 1990 年代登山車風潮出現之後，直到 2007 年單車熱迸生之前，臺灣的單車休閒人口則在單車休閒資訊封閉性逐漸削減的情況下，出現了緩步的成長。

然而即便在 2007 年單車熱之前，臺灣便有一定數量的單車休閒人口，但我

們還是可以觀察到以 2007 年作為一個分水嶺，在此之後單車休閒人口突然迅速擴張，單車休閒的種種益處更是在各式媒體上不斷地被強調。此時，「單車旅行」甚至被理所當然地視為所有旅行中，最受推崇的一種。由《商業周刊》為自行車所出版的《alive 優生活》專刊中的這段話，便可作為代表：<sup>83</sup>

**優生活創刊以來，寫過不少臺灣風景，越寫越覺得，臺灣之美，在於「少量多樣」。...這變化多端的風景，時下最夯的單車，剛好是最理想的賞遊交通工具。當你快看膩稻田時，可能就有丘陵出現；不想看中低海拔的相思樹，大自然的布幕很快就換城中高海拔的杉樹、松樹；當你厭倦觀光區人潮，轉個彎，騎一段路，就有蝶鳥相伴的秘境。如果是開車或騎摩托車，眼睛會跟不上風景變化的速度，引擎聲也會嚇走可愛的動物們。**（alive 優生活 2008 年 6 月 23 日，頁 10）

於是在接下來的討論中我們便要指出，是一群在 2007 年大力型塑單車休閒形象的文化中介者，為單車休閒扣連上了中產階級的特殊魅力，這才使得單車休閒的象徵位階出現翻轉，讓一般大眾將「休閒」作為定義單車的優位概念，並且淡忘了自行車與勞工階級、經濟弱勢族群（學生、家庭主婦）之間的連結，甚至使得一般大眾願意前仆後繼地投入令人嚮往的單車休閒生活。

## 二、使「單車休閒」成為宰治性論述的文化中介者

正如我們在前文所提，自 2007 年開始台灣單車環島的人數不斷攀升，每天約有三百人正在單車環島的路上，到了 2008 年，環島人數仍是持續不墜（經濟日報 2008 年 9 月 11 日）。受訪者 R06 在《練習曲》推出之前便在台北捷安特經銷商內打工，因而更能直接地感受到電影上映前後的落差：

<sup>83</sup> 《alive 優生活》不僅出了「自轉車之旅」，還在同年間連續出版了「雙鐵玩世界」、「雙鐵瘋台灣上」和「雙鐵瘋台灣下」四輯，可見單車話題也被《商業周刊》以高規格的方式大加重視。

之前可能一個禮拜只有一兩個人跑來問環島的一些裝備或是事情，那個電影之後，來問的人就很多。然後暑假的時候就更不用講，就一波環島的熱潮。(R06)

自從台灣的《練習曲》之後，台灣一堆人在環島，而且我們開車去跑馬拉松的時候阿，整條路上都是人家在環島。(M09)



圖 5-2-2 《練習曲》電影海報

資料來源：《練習曲》官方網站

之前還有客人很可愛喔，他還跑來問我說，馬英九騎的那台車你們有沒有賣，我就說不好意思，我們店裡只賣捷安特，沒有賣美利達的車(笑)。

(R06)

然而在電影《練習曲》上映和劉金標、馬英九等名人相繼單車環島後，之所以會出現大規模的社會仿效，並不是電影男主角或名人們的個人魅力使然，而是因為單車活動的形象在此過程中透過一連串象徵構作而成功地被拉抬了起來。其中成功的關鍵在於，一群新加入單車推廣的文化中介者。他們在此時除了適切地將單車活動的意義由「運動」置換為「休閒」之外，更將「單車休閒」與「中產階級生活風格」做了緊密的扣連，為單車休閒塑造了一種可欲的形象。由此才使得單車休閒活動的象徵位階在此時期得到的大幅的擢升，並且同時也才讓自

1990 年代以來台灣單車休閒化所累積的成果有辦法藉由文字、影像的方式被大量地言說、詮釋和慾望。

在此我們必須先注意到早期單車活動推廣者在成員特性上與今日存在的差異。過往單車休閒活動的發展，主要是在改組後的自由車協會下所推行的成果，所以主導單車休閒發展走向的成員則是由工業界（單車製造商）和體育界（選手與教練）所組成的。然而在越野單車的例子中，我們已能發現其所面臨的發展瓶頸，一方面工業界的人士雖然在製車技術上位居世界頂尖的地位，但卻無法親身體會單車休閒活動本身的樂趣與意義所在，另一方面通曉單車騎乘技術的體育界人士，卻無法將體育、訓練的思考面向置換為休閒、娛樂的建立和經營，所以在推廣者本身所具備的條件限制之下，使得自行車業者即使出資舉辦了多年的大型競賽以及展覽活動，仍然未能有立竿見影的成效，不僅使得單車活動未能大眾化，也延滯了單車休閒化的發展速度。臺灣目前最大的休閒車隊隊長 R05 便有這樣的看法：

自行車展也是搞了二十年，環台賽、自行車展、自行車協會，他們當時是同一個時間弄出來的，就是這一幫人，散在各地。他們就發現到說，二十年之後，玩不出什麼特別的花樣出來阿。(R05)

比賽他是少數人，你看環台賽，我們大蘋果去支援一百多個人，但是幾個人去看？他的價值事實上是不高的。(R05)

而實際站在第一線做推廣工作的單車教練和選手，更因為缺乏較高的文化資本，以致於無法將銘刻在身體中的實作知識化為語言和文字。如此一來，單車休閒推廣的阻力不只因為忽略了「競技」與「休閒」之間存在的明顯界線，更出於推廣者本身無法勝任其所被賦予的角色。車友 M10 也不諱言過往單車活動推廣者本身所帶有的問題：

第一個要懂車，第二個他要自己有在玩，第三個就是他要有能力跟你溝

通，可是國內這三個都有的人很少。像老一輩的選手或是玩車的人，他們很會玩，但是他們溝通...就是在推廣這個...在推廣的手段或是方法上面，他們沒有辦法去做。通常在玩車玩得很好的人，上一輩，他們通常都是...簡單說就是功課不好的人（笑），就是非常軌上來的人。（M10）

其實單車製造業者也亟欲解決推廣成效不足的問題，在 1987 年捷安特藉由推出「捷安特無限延伸您的視野」系列廣告，成功地吸引了許多人的目光。在這一波的廣告中，藉由將焦點擺在單車活動特有的閒適情懷，模糊對於騎乘速度、控車技巧的強調，使得單車活動的「休閒」特質得到了明顯的凸顯。同是媒體相關工作者的受訪者 R04 便說到孫大偉所做的這一系列廣告，應該算是臺灣最具有代表性的自行車廣告，而在廣告中將單車與自然景色所做的結合，則使得單車製造商一直以來試圖為自行車豎立的形象得到了實現：

台灣的單車業其實是很純樸的，因為他們是製造業起家，所以都不太會包裝自己，像孫大偉之前做的那個廣告「無限延伸您的視野」就算是有搔到癢處的廣告！（R04）



圖 5-2-3 無限延伸您的視野系列平面廣告

資料來源：《單車世界》封底廣告

然而單單依靠一份視覺廣告的力量卻無法克竟全功，因為與此同時的單車廣



告以及相關文化出版品仍是以「競技」或「體育」做為單車活動的主題。如同我們在上一個章節所介紹過的，1987年正好是胡榮華回國單負起單車活動推廣大使的年代，同年胡榮華一連推出了《單騎走天涯》四輯，將其單車遊歷四十個國家的經驗出版成冊。而民生報自1989年開始，開設三個時期的〈胡榮華專欄〉，刊載了胡榮華一百五十四篇文章。從這些出版品中我們可以發現單車生活的目的是為了淬礪人性，單車環球是為反省台灣民族性格的缺陷，騎車的最終目標是為勞其筋骨以勝大任，其間在在反映了從「體育」或「競技」視角來定位單車活動的基本態度，由此也沖淡了「單車休閒」在一般大眾之間留下優位印象的可能性。而且同時間，其他的單車品牌大廠也並沒有同步積極塑造單車休閒的形象，以致於單車休閒的推展動能並沒有被延續下去。

但是在上一階段的討論中，我們已可發現至少自1998年開始，市面上以自行車為主題的休閒指南、個人遊記和單車雜誌則已經有顯著的增加，單車休閒的面貌由部分文化工作者的出版中得到了經營與累積。與此同時，我們也能發現臺灣單車休閒人口有著緩步的成長。而這些出版業者費心經營的結果，則使得《練習曲》的導演陳懷恩能夠在確認單車休閒人口——潛在觀影群——的存在下，決定開拍一部關於單車環島的電影。陳懷恩的電影靈感來自於他在2005年拍攝廣告片時遇到的一位單車環島青年，而在電影情節構思更為完整之後，他卻沒有立即投入拍攝工作，反而是先去拜會巨大機械董事長劉金標先生。其目的有二，一來是想向巨大機械尋求資金贊助，二來則是要探問這個題材是否有足夠的市場價值：

我[陳懷恩]跟他[劉金標]原本素昧平生，為了拍這部自行車環島主題的電影去找他，尋求贊助。贊助是一個目的，但更大的目的是想瞭解，這樣的題材到底會不會得到社會重視、能不能通過市場的檢驗。(劉金標、藍麗娟 2007：138)

藉助劉金標對於國內單車休閒人口增加的觀察，以及巨大機械一百萬元的資

金贊助，陳懷恩這才毅然決然地投入了《練習曲》的拍攝。2007 年春天，《練習曲》電影上映，一個月內達到八百萬的票房，2007 年夏天，「有些事現在不做，一輩子都不會做了」成爲大家朗朗上口的句子，全臺灣每天更有數百個人正在單車環島的路上（經濟日報 2008 年 9 月 11 日）。

然而我們並不是要說單車休閒象徵位階的翻轉應該完全歸功於一部電影的熱賣，這樣粗糙的推論顯然無異於一般常民的理解。我們所欲強調的，則是要揭示一部電影的成功背後所需要的社會條件，亦即單車休閒在台灣數十年的發展與累積，其中有諸多重要施爲者的推動以及物質條件和單車休閒出版的具備，這才使得單車休閒人口有了長足的增加，而且也是在這樣的條件下，《練習曲》一作才得以問世。

但是《練習曲》的成功或許也凸顯了過往由「自行車製造商」與「自由車車手」所組成的單車休閒推廣者團體所存在的問題，亦即「會騎車的滿口運動經，會做車的滿口技術經」，然而這兩群人卻任誰也說不清楚「單車休閒」究竟是怎麼一回事。相較之下，有十二年登山車車齡的陳懷恩，則成了少數既能體會單車休閒，又擁有足夠的文化資本能夠將身體知識與旅行感動轉化爲文字和影像的人。身爲一個擁有長年單車休閒經驗的文化中介者，他不僅擁有騎乘單車的熱情及實作知識，更有能力將自己在騎乘活動中與身體的對話、於旅程中見識到的風土人情轉換爲平實但動人的影像和文字，藉此將單車休閒結合山林美景、生活態度，突破了以往由工業界和體育界人士無法跨越的瓶頸。

除此之外，《練習曲》之後的單車熱（單車休閒人口成長）也帶起了某些效應，亦即各式媒體與出版工作者對於「單車休閒」出版市場的關注。2007 年以自行車爲主題的相關出版品增長幅度之快，已遠遠地超越了上一階段的數量。從「表 5-2-1」的統計中我們便可發現，光是 2007 年一年之中所出版的單車「休閒指南」類型書籍，便幾乎要等同於 1998 年到 2006 年這八年之間的出版總量，而且此類書籍的出版一直到 2008 年仍然維持在一定的水準之上，甚至連「個人遊

記」這類寫作成本較高的作品，都有同樣的增長速度。而單車休閒書籍的暴增，則使得它成為出版市場上眾所矚目的現象：

2008 書市什麼話題最夯？繼奇幻、養生、心靈勵志各領風騷後，「自行車書」新類型異軍突起。甫公布的〈2008 博客來網路書店報告〉，「生活風格類」因「漫畫與自行車帶動」，銷售總比例在八大類型中高居第二位（19%），僅次於市場主力「文學小說類」（30%），更領先「商業理財類」（12%）。（聯合報 2009 年 1 月 11 日）

同時，單車休閒雜誌的數量也出現了驚人的成長，目前在台灣的本土單車雜誌、翻譯單車雜誌、外文單車雜誌以及外文單車慕容（MOOK）<sup>84</sup>便將近有三十本以上（見表 5-2-3）。而在這些單車雜誌中，關於單車休閒路線與出遊行程規劃的相關訊息則更顯豐富。<sup>85</sup>

表 5-2-3 2007 年起臺灣中文單車雜誌統計

出版日期	雜誌名稱	出版社	刊物性質
2007~至今/雙月刊	樂活單車	正如國際出版有限公司	大眾刊物
2008~至今/雙月刊	Easy Bike 玩單車	大輿	大眾刊物
2008~至今/雙月刊	鐵馬拜客	超越文化	大眾刊物
2008~至今/雙月刊	樂活小徑	樂活文化	大眾刊物
2009~至今/雙月刊	單車運動	單車人傳媒有限公司	大眾刊物

資料來源：研究者自行整理

此外更為重要的是，在 2007 年開始關注單車休閒的這些文化中介者之中，也不乏原本便對單車休閒有著十足熱情的車友。參與《練習曲》演出並且將自身單車旅行經驗寫成《單車放浪》一書的作者黃健和便是其中一例。而廣告奇才孫

<sup>84</sup> 慕容（MOOK）即為一種介於「書籍」（Book）和「雜誌」（Magazine）之間的出版品型式。

<sup>85</sup> 由於外文單車雜誌和外文單車慕容在進入臺灣書市上的時間較難查證，因而便不一一列於表之中，僅提供雜誌名稱以為參考。詳見如下：公路自行車騎乘樂（日）、悠閒自行車生活情報（日）、自行車休閒生活家（日）、公路自行車俱樂部（日）、自行車生活玩樂趣（日）、自行車設計精選特集（日）、我的自行車樂活主義（日）、自行車運動雜誌（日）、自行車改造專門誌（日）、Bicycle Club 單車俱樂部（日）、Mountain Biking UK（英）、Mountain Bike Action（美）、Bike Magazine、Mountian Bike Rider（英）、Singletrack（英）、What Mountain Bike（英）、Dirt Rag。

大偉此時更被媒體視為指導單車休閒實作的導師，受邀於聯合報上分享單車遊覽台灣鄉鎮時不能錯過的經典路徑和在地小吃：

在單車環島蔚為風氣的此刻，曾以 19 天完成這個壯舉的孫大偉，以輕快的節奏，帶讀者騎一條輕鬆但景美的路線，吃吃喝喝。(聯合報 2007 年 5 月 12 日)

在這群文化中介者的筆下，單車活動中的「休閒」意義也迅速地成為最具宰治性的論述。由黃健和在《單車放浪》中對於單車騎乘的描述，我們便可發現黃健和的敘事框架與早期以胡榮華為代表的單車運動敘事之間，存在著極為明顯的差異：

遠方是藍天，海面是稍暗的碧濤，岸邊連結著綠草地及棕櫚玉蘭等樹木，紅色的自行車道，這調色盤組合出一令人愉悅的層次。這段海岸線，應是廈門人的假日熱門去處吧。中場休息，金門隊的咖啡王子再度端出咖啡用具。「你們騎車，都這麼悠閒享樂嗎？」函憬問著。那當然，要知道：選擇對的車友，是件很重要的事。(黃健和 2008：214)

相較之下，早期的（即使已屆 1990 年代末期）單車雜誌中雖也提及了「咖啡」與「單車」的連結，但其間連結的方式卻與我們今日的想像有著極大的差距，咖啡在當時是以「優良的水分提供來源」的方式，才得到了重視：

多數人會以為咖啡是一種利尿的飲料，喝咖啡不但無法補充水分，更會讓你流失更多的水分。事實上，這種觀念是完全錯誤的，**咖啡反而會讓你吸收更多的水分，是一種很好的水分來源。**(單車運動雜誌 1998 年，第 15 期，頁 83)

因而在兩相對照之後我們便能發現，「單車休閒」敘事中的重點在於單車騎士須以輕鬆閒適的心境欣賞山光水色，以緩慢自在的步調徜徉在離島自行車道上。當前的文化中介者將單車出遊的主題設定為「悠閒享樂」，最重要的便是在

旅途中得到視覺的享受、感受當地風土人情，並與志同道合的伙伴分享旅途中種種動人的體驗。然而在過往「單車運動」的敘事裡，大自然被視作是單車勇士必須挑戰、征服的對象，旅程的重點在於從人和自然的互動中發現人生真諦的寓意，突破自我體能的極限，同行的伙伴則是照映出個人內心深處軟弱性格的明鏡，單車勇士必須學習以成熟的態度和隊友攜手完成這項艱鉅的任務。而一切與單車產生關連的物品，都是因為它為單車運動員提供了實用性的生理助益。由此我們便能發現新來的單車休閒推廣者——文化中介者——對於單車活動的擺放，更為切合單車「休閒」而非「運動」的意義。

最後，也最為關鍵的是，我們在接下來的討論中將要強調這群文化中介者藉由不斷描繪各界成功經理人對於單車休閒的沈迷，不斷複述單車休閒與中產階級生活風格之間的關係，使得單車休閒在象徵位階上得到了決定性的翻轉。

### 三、 單車休閒的主流形象：中產階級矛盾的休閒敘事

在上面的討論中，我們已可發現在 2007 年眾多文化中介者的象徵構作下，使得自行車的主流形象與我們對農業社會中的農民、工業化社會中的勞工階級、沒有獨立經濟能力的學生、家庭主婦等社會成員的想像脫勾，單車休閒此時更被塑造為現代社會中最佳的休閒選擇。然而，接下來我們則要凸顯這些文化中介者在為單車進行象徵構作時所採用的一項共同策略——尋找中高階經理人來講述自己的單車休閒經驗，以作為最值得受到車友推崇與效法的榜樣。而從這種象徵構作的策略之中，我們則能發現臺灣中產階級在面對休閒活動時所流露出來的矛盾態度，亦即必須以「苦行」的形象來為「享樂」的活動提供正當性。

在當前的單車休閒主流論述中，一項十分明顯的特徵便是一群在社會中富有聲名的中高階管理人和政治人物——包括現任總統馬英九、巨大機械董事長劉金標、燦坤集團總裁吳燦坤、康軒文教集團董事長李萬吉、前中華電信董事長賀陳

且、一〇四人力銀行創始人楊基寬、台灣商業銀行教父陳聖德、晶豪科技執行長陳興海、台灣大哥大董事陳邦仁、聯廣公司董事長張振明、亞證券副董事長陸大文、台新銀行總經理蔡孟峯、創惟科技營運長汪進德、台大 EMBA 學員、搖滾玫瑰<sup>86</sup>、A-Team<sup>87</sup>等等——成爲了不斷被媒體標舉、讚揚的車友代表。相較之下，即使在 1990 年代出現的登山車車友亦有著較高的社經背景，但卻仍然不及今日這些車友來得更具名氣，而這種車友組成的轉變在資深車友 R08 看來亦是十分明顯的：

研究者：當初投入登山車活動的，大概是社經地位比較不錯的那群人？

R08：還好，沒有像現在這麼高。現在有一些什麼名人也在騎腳踏車阿，那時候基本上很少。

雖然單車休閒與單車環島並非中產階級的專利，而且在 2007 年投入單車休閒活動的車友也不全然是中產階級成員，但是我們卻可以發現在大眾媒體的報導中，中產階級（尤其是其中的中高階管理階層）卻被當作車友之中的代表，而主流的單車休閒形象則是透過描繪這群人的單車休閒實作而建立起來的。一向作爲臺灣中產階級必讀雜誌的《商業周刊》，便在單車休閒熱潮中製作了一個自行車專輯——「奮起吧！腳踏車」，並且訪問了多位熱衷單車的中高階管理人，其中，台灣商業銀行教父陳聖德便如此形容自行車對他的意義：

**「這是一個讓你看到社會各種面向的活動。」以前金融圈朋友相聚，總是約在高爾夫球場，打球時根本不會注意到這麼多細緻的事情。...陳聖**

<sup>86</sup> 「搖滾玫瑰」是由 15 位傑出的女性所組成的單車環島團隊，而這個團隊的幕後推手便是巨大機械：「巨大表示，為了提倡女性騎自行車，以及這家全球首創女性自行車專賣店開幕，提升女性騎單車健身風氣，巨大特別邀請 15 名傑出女性組成搖滾玫瑰自行車隊，進行全省 12 天女性單車之旅。」（聯合晚報 2008 年 4 月 16 日）

<sup>87</sup> A-Team 是由國內自行車成車與零組件製造商所組成的技術分享集團，由巨大機械擔任其中的龍頭，並於劉金標、搖滾玫瑰單車環台成功之後，接棒進行單車環島的任務，以延續台灣民眾對於單車環島的關注：「繼巨大集團董事長劉金標去年 5 月以 73 歲高齡完成環島壯舉後，A-Team 成員已訂 5 月 4 日，從台北出發，繞行台灣一周，預計在 11 天內完成環島。將參與環島的 A-Team 成員共有 35 人，除羅祥安外，包括美利達總經理曾崧柱、鉸光董事長林文華、桂盟總經理吳盈進、利奇執行副總經理林宜賢、維樂董事長余彩雲等。」（經濟日報 2008 年 3 月 10 日）

德說，二十年前看到歐洲著名的單車國家荷蘭，總是羨慕荷蘭是有生活品質的休閒社會，大家有空就騎著愛車上觀景步道，生活裡帶著一種御風行走的瀟灑。以前台灣人和其他亞洲國家的人一樣，腳踏車只是一種交通工具，生活勞勞碌碌、孜孜矻矻；但是現在，這是一種文化，「我終於覺得我們有點像荷蘭了！」他說。（商業周刊 2008 年，第 1075 期，頁 132）

對一位中產階級心中的模範人物——陳聖德來說，自行車已取代了高爾夫球，成為自己的休閒新歡。而為數不少的高爾夫球球友改宗成為自行車愛好者則是單車熱後一項十分有趣的現象，除了陳聖德之外，最明顯的就是劉金標、羅祥安等自行車製造業界的指標性人物，而這也反映了單車休閒已成為部分中高階經理人與企業家心中足以彰顯身份地位的休閒選項。此外，在《商業周刊》對陳聖德所從事的單車休閒的詮釋之中，單車休閒的價值來自於在緩慢行進的過程裡，重新發現身邊細膩的人事物變化，而這種將腳步放慢後所獲得的閒適，則會讓人們覺得自己彷彿生活在像荷蘭這般「有生活品質的休閒社會」之中。另一位科技業高階管理者汪進德，又這麼形容單車生活帶給他的樂趣：

曾經，他[創惟科技營運長汪進德]在北宜公路上，發現了一個看翡翠水庫非常美麗的角度，發現它「怎麼會藍得這麼誇張？」...還有一次清晨四點半在風櫃嘴的山路上，突然一隻全身寶藍的鳥飛過去，他驚得停下車來盯著牠，看了老半天，心裡泛起一種單純的開心。汪進德剛出社會的時候，也總希望到世界各地去，擔任各種職務。現在的他，年近四十，用單車每小時二十公里的速度前進，讓他看到了以前每小時六十公里前進的汽車所看不見的風景。（商業周刊 2008 年，第 1075 期，頁 138）

從這兩段引言中我們可以看出，單車休閒已被部分中高階管理階層視為最佳的休閒選擇，而且透過商業、財經與各式大眾媒體的報導，使得「受到中高階經理人喜愛的單車休閒」成為了其他中產階級成員同樣慾望的對象。簡言之，經由

文化中介者對於單車休閒形象的塑造，則使得有更多的中產階級成員開始願意也急於投入單車休閒的行列。

然而，中產階級車友對於自己的單車休閒生活的描述中透露著一些有趣的訊息，那便是一種「休閒中不忘工作」的特殊性格。一○四人力銀行創始人楊基寬在談到自己的騎車經驗時，便說到了「工作」與「休閒」難以脫離的狀況，即使在星期六的早晨騎車往山林走去，他也會在單車旅途中思考公司未來的定位與走向：

每個週六早上，楊基寬會單獨出門，往新店山裡騎去。因為家住在新店，十多年來，這些山路變得好像後花園一樣的熟悉。他總會在出發前，決定一個今天要思考的主題。例如最近常常想的題目是：第二代人力銀行應該有什麼樣的面貌？他會騎到自己熟悉的休息地點，坐下來，就好像單車載著他，回到了屬於自己的地方，聽著蟲鳴鳥叫，思考問題。很多一○四人力銀行的新點子，都是楊基寬在這樣遠離人群的單車小旅行中蹦出來的。（商業周刊 2008 年，第 1075 期，頁 110）

而楊基寬在休閒中不忘工作的情況，則不是一個特殊個案。台新銀行總經理蔡孟峯更將自己在騎車時的身體經驗，轉化為工作職場上的工作哲學，認為騎乘單車過程中所遇到的順風、逆風，就像工作中的順境、逆境般，而且甚至將自己的體悟拿來勉勵公司同仁：

「風是一陣陣的，不會永遠都是頂頭風。風來了之後，我就稍微讓它一下。」就這樣，之後只要頂頭風一吹來，他就讓車速自然慢下來。在快慢之間，順利騎到了花蓮。...回來之後，蔡孟峯就常常拿這段故事鼓勵銀行的同事。這個經驗讓他相信，騎車碰到頂頭風就像人生碰到逆境一樣，「在工作、人生幾十年的時間中，一定會有逆風、頂頭風的時候。」就像現在全球碰到次級房貸風暴還有油價高漲，「你還是應該很積極的



做很多投資嗎？應該不是吧？」跟騎車碰到逆風一樣，在這種逆境中，調整一下心情。「稍稍讓一下，風總會過去的！」（商業周刊 2008 年，第，頁 136）

而這些中產階級成員在「單車休閒」中「研擬工作策略、思考工作哲學」的狀況，所體現的正是「單車休閒」與「工作倫理」的結合。這兩種乍看之下十分矛盾的元素之結合，則又能夠以「單車環島」作為例子充分展現。我們可以發現，無論是在車界大老劉金標，或是台大 EMBA 經理人看來，都認為一旦投入單車環島，透過十幾天的體力勞動和有紀律的作息，便能夠突破自己原本的能力圈限，重新肯定自我的人生價值，甚至因為能夠由此印證自己面對困難時的勇氣與毅力，因而單車環島的成功彷彿便成為了自己工作能力的展現：

眼看只剩五公尺、三公尺、一公尺，到達最高點的剎那間，我舉起雙手大喊：「我做到啦！我做到啦！最困難的路段，我已經挑戰過來了！」我做出「Give me five」手勢，用力向領騎的林惠忠擊掌！太過癮了！...  
**我登上壽卡是憑意志力拼出來的，巨大也是我靠意志力堅持拼出來的。**  
（劉金標、藍麗娟 2007：88-90）<sup>88</sup>

我們在台大 EMBA 學習各種企業管理方法、競爭的策略等，其實大家都知道在真實的世界，有很多外在不可抗力的因素或風險干擾，...唯一限制因素就是「自己」。每周六、日早上五、六點起床，運動四、五小時能持之以恆嗎？「**戰勝自己**」毋寧是課堂之外更重要的學習經驗，「**要成為好的管理者，從管理好自己開始**」。（聯合報 2008 年 10 月 14 日）<sup>89</sup>

然而會不會「單車環島」本身全然就是對於自我體能和意志的磨練，而自始至終皆不具備「休閒」與「工作」混和的特質呢？其實透過受訪者 M01 對於單

<sup>88</sup> 此為劉金標 2007 年環島時，挑戰最困難的壽卡路段時的心情。

<sup>89</sup> 此為台大 EMBA 單車環島隊伍中的黃瓊瑩（宏碁電子化資訊管理中心資深經理），於環島途中發表的感言。

車環島意義的曖昧定位，我們便能排除這樣的質疑。受訪者 M01 在大學畢業之後，選擇了以單車環島作為進入社會之前的成年禮，因為他認為，只要完成了這項「挑戰」，便能從一個依賴、軟弱的學生，蛻變成能夠獨當一面的社會人。然而當在訪談中接著追問受訪者 M01 面對這樣一件艱鉅的任務時，所抱持的是什麼樣的心情時，得到的答案竟然是把單車環島當作在「休息」。

研究者：所以單車環島這件事情對你的意義是什麼？

M01：我把它看成一種挑戰啦，對呀。

研究者：那時候你的心情是什麼樣的？

M01：ㄟ...算是一個休息吧，對呀。

受訪者 M01 所謂的「休息」，指的是離開台北，遠離塵囂，因而在單車環島十幾天中，最令他印象深刻的便是在東部的見聞，這也成了他後來與朋友談論到單車環島回憶時，最常分享的話題。其實，這裡的「休息」，更像是藉由單車進行的深度旅行，以更為精確的方式來說，便是「休閒」。然而單車環島既是挑戰、自我磨練，又是休閒、享樂，這話中的矛盾與弔詭便是 2007 年單車環島熱潮中最令人玩味的特色：在以「自我磨練」為表的單車環島集體敘事中，卻存在著以「休閒」為主題的潛敘述。

在點出了以中產階級為模範的單車休閒形象中所蘊含的「休閒／工作」夾雜特質之後，我們則要注意到，在受到 2007 年單車休閒美好形象誘惑下，投入單車環島活動的人，在通過單車環島的長途旅行考驗之後，也逐漸認識到單車活動可以有另外一種風貌。受訪者 M09 的環島之旅雖非受到《練習曲》的啟發，但是透過單車環島的經驗，卻使得自己「重新認識單車」，而這種「重新發現」的新奇感受也是 2007 年單車熱之後許多車友的共同體會。

**在那次環島之前我認為腳踏車只是一個很普通的交通工具，講一句實在**

話，應該是很危險的交通工具，因為路上都是機車阿，所以說搖搖晃晃的話在路上騎是危險的。(M09)

由於台灣多數民眾在青少年時期仍有過單車通勤的經驗，然而人們從單車通勤中所培養出來的對於單車的熟悉感，卻不足以讓這群人突發奇想地將單車視為一項休閒選擇，這時「單車環島」便是帶領他們步入單車休閒生活的契機。

因而在 2007 年所出現的單車環島熱潮，可以說是承繼且成功地延續了之前數十年單車休閒化發展所臻至的成果，而且另一方面又為隨後的單車休閒化進程提供了不可或缺的推展動力。因為單車環島作為一個重要的入門儀式，它改變了一般大眾對於「自行車」的認識，使其參與成員得以透過實際的身體感知發現單車休閒的樂趣，因而得以將完成單車環島的人一併拉入更為廣闊的單車休閒活動世界之中。



### 第三節 揭示「全民運動」的表象

在上一小節的討論中，我們說明了單車休閒資訊管道的開放，使得單車休閒人口數量有了向外擴張的可能。而透過單車休閒人口的成長，則使得更多的文化中介者在預見潛存市場的情況下，願意投身進行單車寫作與影像拍攝的工作，同時，這群文化中介者型塑出的是以「休閒」為主題的單車活動意涵。而一群中高階經理人則被其視作是當前車友的代表，由此我們也窺見了臺灣中產階級「休閒中不忘工作」有趣特質。

而在這一小節的討論中，我們所要強調的是，雖然在大眾媒體對於 2007 年單車熱的報導方式中，我們可以看到單車休閒被冠上「全民運動」(sport for all) 的稱號，並且以此不斷述說、複製與宣揚，然而從 2007 年之後才加入單車休閒行列的車友組成看來，這群新車友則有著明顯的都市中產階級屬性。由以下幾則新聞報導的用語，我們便能發現單車休閒這件事被理所當然地當成了「全民運

動」：

說起近兩年最火的全民運動，非騎腳踏車這檔事莫屬。不分男女老幼、士農工商，誰沒有搞他一台腳踏車去河濱公園踩個兩趟，那就可真的是落伍了！（聯合報 2008 年 6 月 15 日）

騎自行車，環保又健身，老少咸宜，現在已是全民運動了。假日到各地自行車專用道一趟，就可知現在騎自行車有多夯。（聯合晚報 2008 年 10 月 6 日）

單車已成全民運動，台北縣、市自行車道在假日人車擁擠，有人形容部分熱門路段車多到像尖峰時段的機車潮。（聯合晚報 2008 年 6 月 30 日）

然而近年來投入單車休閒活動的新手，難道果真如新聞媒體所言，是一群「不分男女老幼、士農工商」的「全民」嗎？其實從新成立的單車俱樂部所散居的地理位置，我們便可以發現在近年來加入單車休閒的新手之間，存在著明顯的城鄉差異。根據在 Mobile01 單車論壇上設有討論分區的俱樂部統計，若以個別縣市來看，則以台北市的單車俱樂部數目最多，共有十七個單車俱樂部，而整個北部（包含台北市）的俱樂部總數高達三十七個，其次則是中部與南部，各有十個與四個單車俱樂部。



表 5-3-1 單車熱後成立的單車俱樂部統計

台北市區	北部地區	中部地區
台北幸福山港	汐萬百客	彰化星光八卦團
大稻之行團	土城愛騎團	苗栗山城單車俱樂部
Taipei01 小惡魔車隊	板橋騎兵團	台中真享受車隊
台北左岸夜騎團	大新竹竹蜻蜓車隊	大南投 01 惡魔團
南台北城市單車俱樂部	大桃園小惡魔	苑裡海山假日逍遙團
林北愛騎團	北臺灣 OFFROAD 團	雲遊林間
台北非假日順騎自然團	永福 IN 幫幫	台中優遊團
大文山樂騎團	基隆鳶飛百客車隊	悠遊騎跡輕鬆團
鮪魚肚 TORO-BIKE 車隊	新莊星光幫	台中樂活車隊
大安森林團	新竹小熊單車團	漂泊者車隊
元氣家族	林口鄉自由車委員會	南部地區
疾輪百客	樹林極樹	高雄 01 小惡魔車團
正妹陪騎團	北大折車隊	大台南 01 惡魔團
Friends 20	悠遊約騎團	嘉義諸羅百客
紅蜻蜓車隊	肉腳豆花團	笨港車隊
中興勤瘦幫	淡水忍龍團	
NHB 內湖幫	藍鵲家族	
	兩鐵家族	
	大騎士單車俱樂部	
	快樂腳	

資料來源：Mobile01 小惡魔的單車俱樂部統計<sup>90</sup>

而單車休閒新手分佈狀況的城鄉差異，則同樣存在於車友們（尤其是居住在都市化程度不高地區的車友）的感知之中。受訪者 R03 在訪談時便提到了她在花蓮玉里的生活經驗，相較於年輕、活潑、人口集中且居民平均消費力較高的都市而言，玉里則是一個典型的人口外流、逐漸老化且平均消費力較低的地區。而居住在玉里讓受訪者 R03 最感無奈的，便是難以尋覓到志同道合的車友。

**其實有時候在 bicycle 板看到有人在揪團<sup>91</sup>都會很羨慕。...玉里的人就**

<sup>90</sup> 統計表中的單車俱樂部是採自由登錄的方式，故而實際上在 2007 年單車熱之後所成立的單車俱樂部總數要來得更多。

<sup>91</sup> 「揪」是台語「找」的意思，而車友們多半皆以「揪團」指稱「尋找願意一同出遊的車友」。

是還是比較少，可是像台北可能是因為響應環保要減碳之類的吧，之前不是大家都說減碳，要改騎單車嗎？可是你在花蓮，很難因為這個理由然後不開車，因為距離太遠了。（R03）

暫且不論受訪者 R03 將台北自行車車友的騎乘動機歸因於「節能減碳」的說法是否合理，我們仍然能夠發現她對於都市單車休閒人口眾多，因而容易「揪團」出遊有抱持著極大的羨慕。而城鄉之間的單車休閒發展落差，在此則以個人休閒經驗中的煩惱呈現出來。

然而單車熱與都市居民之間親近性的潛在連結，其實早已埋在中央與各地方縣市積極興建自行車道的過程之中。在第五章的討論裡，我們指出了以台北縣市河濱自行車道為代表的「遊憩行自行車道」以及在環保署空污費補助和行政院體委會的指導下興建的「觀光型自行車道」都對有助於臺灣單車休閒人口的增長，因而也對 2007 年單車熱的生成有著不可或缺的貢獻。然而這兩種自行車道在設置地點上的安排，則正好使得它們的主要使用族群多以都市遊客為主。首先，在遊憩行自行車道的主要使用者中，多半是居住在車道附近的居民，亦即以台北縣市民眾為主。郭正德等人在 2004 年針對「台北縣二重疏洪道自行車道」進行使用者屬性分析的研究，而在此研究中便發現，前來使用自行車道的車友以三重市居民為大宗，其使用型態約是一週騎乘一至二次，每次騎乘兩個小時，可見來此遊憩的車友多半是將河濱車道視作住家附近的綠地，在不必耗費過多時間成本的考量之下，趁茶餘飯後與家人同行至此活動筋骨。而周金玉在八里左岸自行車道的使用者研究中，同樣指出了河濱自行車道在使用族群上所具備的地緣特徵，其研究發現居住地點與河濱車道相距愈遠的使用者，在人數比例上則愈少（周金玉 2007）。由此可知，河濱自行車道多半是作為鄰近居民平日休閒的據點，並且融入了台北縣市民眾的生活之中，而其主要使用者亦多為都市族群。但相較之下，

---

揪團時多半會受到時間與地理條件的限制，因而若是約在偏僻的地區或是冷門的時段，則難以揪到較多的人共騎，甚至有可能會流團（取消出遊行程）。

遍布在各地方鄉鎮的「觀光型自行車道」的主要使用族群，卻不以當地居民為主，而仍然以城市遊客為大宗。根據楊舒雯在 2006 年針對台中縣東豐自行車道所做的研究，到此地造訪的遊客僅有 32.3% 為台中縣居民，其餘遊客皆是由外地而來，而且由最為鄰近的都市——台中市——來訪的遊客更佔其中的 24.3%。

如此一來我們則能發現，早在各縣市政府的自行車道路網建設過程中，便已於無意之間造成了自行車道與特定使用族群之間的親近性，而這裡所謂的特定使用族群則多半為台北縣市居民，以及更有機會與意願進行國內旅遊的都市人。

與此同時，長年致力於推廣單車休閒活動的捷安特體育基金會以及自行車新文化基金會則因為設址於台北的地緣之便，而將較多的心力與資源放在台北縣市的單車休閒活動推廣工作上（胡伯賢 2008：78）。自 1989 年捷安特體育基金會成立之後直至 2007 年底這段期間，基金會所舉辦的兩百二十六場活動中，便有一百三十九場活動是為了台北縣市的民眾所策劃，而其中亦不乏眾多與台北縣市政府合作的河濱自行車道推廣活動（參見附錄四）。

因而從全國自行車道路網的建設過程以及基金會主要耕耘的地區位置看來，都市居民一方面在單車休閒的引領入門階段擁有較多資源與人員的支持，另一方面又因為與休憩型自行車道的鄰近性而成為河濱車道的主要使用者，並且在國內旅遊的基本時間和經濟成本的門檻要求下，同樣成為觀光型自行車道的主要遊客。而這些得天獨厚的資源優勢，則成為了臺灣單車休閒發展城鄉不均的重要先在條件。

由上述的討論我們已能發現都市（尤其是台北縣市）的居民相較之下獲得了較多的單車休閒資源挹注，然而從近年來大批文化中介者對於單車休閒的描述中，我們更能發現單車休閒的主流形象，正是以都市中產階級的生活風格作為樣版的展現。在這樣的單車休閒敘事框架中，受到讚揚、令人生忌的單車騎士，是帶有浪漫情懷、深富品味並且願意為了品嚐一杯咖啡翻山越嶺，為了探訪田園風

光與舊城老巷中的歷史印記，緩緩踩踏完四十個晨昏的人。由資深旅遊記者謝禮仲在《單車放浪》推薦序中對於車友黃健和的描述便能作為一例：

氣喘吁吁騎上山，只為一杯卡布奇諾；忘了帶坐墊仍以超古怪的姿勢逛福山；四十歲還能選擇失業在法國逍遙踩踏四十天，那荷蘭、日本、上海的鄉間、巷道，總要雙輪滾過才覺踏實而非霧裡看花，看的是風景、是歷史、是現世生活的五光十色。這個愛電影、愛紅酒、嗜咖啡的男人，竟能無懼前中年危機，放肆迷戀單車得那般令人忌妒！（黃健和 2008：6-7）

然而於此常見的單車休閒敘事中，作者往往會不自覺地將個人的特殊社會位置普遍化，而要能夠生活得這般愜意所需具備的生活條件卻被巧妙地懸置了，以致於讀者甚至以為這是個全然意向性選擇的結果，甚至為了自己沒能如此效仿而自慚形穢。而正如 Hargreaves 對此的批判，由各式媒體所型塑出來的主流論述，往往便是透過此般戲劇性的手法，說服了一般大眾，進而更加強化了社會中既存的宰治關係（Hargreaves 1982b, 1986a）。

至此，我們先是由受訪車友在尋單車同好時的個人煩惱，展開了對於單車作為一項「全民運動」的質疑，並且由新成立之單車俱樂部的分據地點，看出了單車休閒新手之間存在的明顯城鄉差異狀況。其中，我們又可發現在這波單車熱之中，尤屬台北地區的單車休閒人口成長最為明顯。然而，從全國自行車道的主要使用族群屬性以及自行車新文化基金會所投注的推廣資源來看，單車休閒發展的城鄉差異狀況，或許早已存在著一些蛛絲馬跡。最後，由近年來主流單車論述對於單車騎士形象的描繪中，我們更能發現其所讚揚的正是都市中產階級的獨特生活風格，因而與此同時，權力宰治的運作機制亦潛入了單車休閒生活的具體實作之中。



## 第六章 單車休閒實作型式的階級區隔

在第五章的討論中，我們提出了單車休閒象徵位階的翻轉所需具備的先存條件。首先，國家與各縣市政府在不同的歷史時期中對於單車道的興建，提供了單車休閒在往後擴張過程中的基本物質條件，然而這些物質條件的具備並不必然促成往後的單車休閒擴張，此時則有賴於關鍵施為者——捷安特體育基金會／自行車新文化基金會——的介入與推廣，這才使得各縣市的單車道有可能被一般民眾廣泛使用，進而使單車休閒活動的相關知識被一般民眾所認識、吸收、轉化，與此同時，潛在的單車休閒愛好者也才有可能逐步增加。其次我們則可發現。在 2000 年之後，市面上以單車休閒為主題的相關出版品數量漸增，自 1990 年代以來的單車休閒化成果終於得以藉由文字而陳述出來，一直到 2007 年《練習曲》電影上映之後，單車休閒相關出版品更在頓時間出現了明顯的成長。這所反映的是一群長期以來在單車休閒運動空間中缺席的文化中介者迅速湧入，而這些文化中介者在此時則對單車休閒的形象塑造提供了不可抹滅的功勞。此時，單車活動的主要論述框架以及單車騎士的形象已由早期的「通勤」、「運動」置換為「休閒」。然而更為重要的是，當單車休閒於主流論述中被賦予了「全民運動」的形象時，我們卻可發現目前所受到讚揚的單車休閒是以都市中產階級生活為樣版的描繪，由此霸權意識型態則以細密的手法潛進了單車休閒之中。

然而，當我們更深入探究此時的主流單車休閒活動時，則會發現一種特殊的單車休閒實作型式迅速地在單車休閒運動空間中佔據了優勢位置，奪取了眾人的目光焦點。一群新的單車愛好者以此單車休閒實作型式，將 1960 年代開始臺灣自行車休閒化的成果推上高峰，甚至為單車休閒運動空間帶來了結構性的轉變。於是以下我們便要先檢視 2007 年單車熱後單車休閒運動空間在邊界上出現的浮動，進而再定位出這群單車新手的社會位置，並且說明單車休閒運動空間出現了什麼樣的轉型。

## 第一節 主流單車休閒實作型式的出現：小輪徑摺疊車

在這一小節中，我們首先要檢視在 2007 年單車熱之後，單車休閒運動空間界線的浮動。亦即從車友們彼此之間對於我族身份的共識，來推斷究竟是哪一群人被承認為車友，從而成為單車休閒運動空間中的一員，而哪一群人又被排拒在外？並且注意到，在界定車友身份的論據中，是否存在著一些矛盾、曖昧的分類邏輯？進而我們則能更深入地追探那條並沒有被明言的單車休閒運動空間邊界之所在。而在描繪出單車休閒運動空間浮動的邊界之後，我們便能更清楚地確認在 2007 年單車熱之後新湧入的車友究竟包含哪群人，並且也就只有在此之後，我們才能明確地說出他們為單車休閒運動空間帶入了什麼樣的新氣象？

### 一、 捕捉單車休閒運動空間邊界的浮動

在 2007 年迸發的單車熱中，召喚了一群帶有特殊階級屬性的單車休閒新手加入，進而改變了單車休閒運動空間的邊界。接下來我們便要藉助 Bourdieu 對於遊戲的討論，試著由車友彼此之間對於身份資格的相互肯認，來描繪單車運動空間邊界的浮動。

Bourdieu 在討論到人們投入一場「遊戲」(game) 與投入「社會」(social) 之間的差別時，特別強調了「意識性行動」(conscious act) 的重要性 (Bourdieu 1990: 67)。Bourdieu 認為，更為嚴格地說，人們不是「投入」(embark on) 社會，而是「生於」(born into) 社會，此間的差別在於後者強調施為者缺乏了有意識的行動。而生於社會的人們便伴隨著社會化的過程，逐漸「習慣於」造就他們的東西，並且就像是「選擇」了選擇他們的東西，進而對社會場域中的規則和利益都產生最前反思的信仰 (faith)，在此信仰之下，指導實作的與其說是施為者在目的與手段之間的算計，反而更應該是銘刻在施為者身上的一種遊戲感 (feel for the game)。然而相反地，在投入遊戲的例子中，人們則是有意識地做出了決定和選

擇，所以在決定進入遊戲的當下，他便知道下一刻會有著身份的轉變（成為遊戲中的一員），連帶著必須擔負某些義務與責任，並且在主觀上準備好要努力從遊戲中獲得獎賞。<sup>92</sup>而選擇投入一項遊戲，正如選擇參與一項休閒或運動，在做出選擇的當下，便是一個有意識要進行身份變換的舉動，大多數的車友也正是在有意識地決定之下，投入單車休閒運動之中，並且成為偌大的單車休閒運動空間中的一員。

在點出車友對於「車友」身份的自覺之後，便能協助我們進行接下來的討論，亦即透過空間內部成員彼此之間對於車友資格的相互肯認（recognition），窺知是一群帶有什麼樣特殊休閒實作傾向的人，進入了老車友們的評價視野範圍之內，而哪一群人則始終被排拒在外，藉此我們則能從車友們的主觀覺察中，描繪單車休閒運動空間邊界的移動。由於在單車休閒運動空間內部採取不同單車休閒或運動實作型式的騎乘者，都具備一種不言自明的「遊戲感」，由此即使他們在騎乘車種和活動型態上面有所差異，但卻都擁有身為「車友」的身份自覺。空間中的成員與騎乘同一個車種、採取同一種活動型態的車友彼此觀看、模仿、評價、競逐，此外他們也知道在此空間中還有另外一群與自己差異較大的社群存在，並且對於自己與其他社群之間的差異有著既定的（可能是外來的，或是親身體驗的）認識、想像或評價，甚至不免覺得自己的社群才是整個單車休閒運動空間中最應該被推崇的一類。而正是這樣的相互感知與評價，才使得單車休閒運動空間內部的成員不斷地被彼此確認。

約莫自 1960 年代之後，在只有通勤、載貨用的「鐵馬」與比賽競技用的「公路車」兩種車種和使用人群的區別時，單車休閒運動空間的邊界似乎較為容易辨識，因為車友的身份幾乎是和「職業身份」有所重疊的。以自由車競賽和訓練為

---

<sup>92</sup> 但即便如此，我們卻不能誤以為參與遊戲的決定是一項全然意向性的行動。相反地，在施為者投入遊戲或者更具現代性意涵的休閒、運動之前，則是在有限的選項中進行選擇的，而這些可能的選項除了受到文化資本、經濟資本與時間成本等門檻限制的篩選之外，還會受到施為者本身所具備的身體素性和特定遊戲所提供的可能性身體經驗之間的親和性所影響（Bourdieu 1978）。

職志的（半）職業車手，理所當然地是單車休閒運動空間中的主要組成份子，而一般市民大眾則被排拒在外。此時一般民眾騎車最主要的目的是為了通勤載貨，就是使用的車型也以堅固耐操為設計考量，並不會為了休閒或競速目的做出特別的改裝，其中最根本的原因也是這群人並沒有「有意識地」決定要投入到自行車休閒運動之中。

而在以職業身份為基本判准之下所做出的分類結果，即使到了 1980 年初期越野單車這項新式單車運動實作型式出現之後，仍然沒有多大的改變。當國內越野單車界的資深車友 B01 在被問到車友資格的判定時，便做出了這樣的回答：

研究者：如果媽媽騎車去買菜，這樣算是車友嗎？

B01：那不算車友啦，那應該叫做通勤，那不叫運動啦，算是代步啦。

此後對於身處在單車休閒運動空間中的成員來說，車友身份的判定雖然不是直接取決於「職業身份」的有無，但仍然與騎乘自行車的主要目的有關。在受訪者 B01 的看法中，若是純粹將騎車當成「通勤」、「代步」，便不具備「車友」資格，亦即不應該被納入單車休閒運動空間的範圍。而且像這樣幾乎以直覺反應就將某些單車使用族群「劃出」單車休閒運動空間之外的情況則時常可見，受訪者 M11 便也有如此反應：

研究者：騎車去買菜的媽媽，這樣也算車友嗎？

M11：不算。

研究者：學生騎到學校？

M11：也不算。

「媽媽騎車去買菜」、「學生騎車去上學」這兩種單車代步、通勤的情境，正是 1950 年代以來臺灣多數民眾在生長過程中或多或少會擁有的共同經驗，也就是這樣熟悉且處於日常生活前反思狀態的經驗，在我們的記憶中留下了鮮明的形

象，以致於許多人在腦海中浮現這兩種畫面時，便容易不假思索地將這些活動連結上落後、貧困的自行車騎士形象，並且與現代（尤其是 2007 年之後）時尚的自行車活動形象有著明顯的背反。而在受訪者 R08 的認識中，這種兩種背反的形象之間的差別是十分清晰的：

**原本的單車通勤的這個族群，在台灣就是很弱勢的一個族群，你要嘛就是國中生，南部有很多國中生都騎腳踏車上下學呀，要嘛就是老先生、老太太，他是因為沒有選擇，沒辦法選擇，可能經濟條件阿，可能各方面阿，所以還是騎腳踏車。(R08)**

而正因為自行車自 1950 年代以來便與臺灣民眾的日常生活十分貼近，所以許多車友在小時候也曾經歷過以單車通勤上學的日子，因而在訪談過程中我們可以時常發現的另外一個狀況便是，車友試著為自己的單車休閒生涯訂定一個起始點，而他們單車休閒運動的開始，往往就是學生時代純粹以便利為主要考量的「通勤」生活的結束。當受訪者 R06 試著描述自己接觸自行車活動的始末時，她特別認真地對「起始點」做出了嚴格的劃定：

研究者：妳是在什麼情況之下開始接觸自行車的？

R06：開始接觸自行車...確切時間大致上是...我可能先定義一下喔，從事自行車的話是把它當成運動而不是通勤，這樣的狀況下大致上的時間是在...大三下吧。

而車友 M11 在回答相同的問題時，也認為「通勤」時期不應該被包含在自己的單車休閒生涯之中。

研究者：早期是在什麼情況下開始騎車的？

M11：假如說讀書的時候不算，因為讀書只有做通勤，...

登山車車友 M10 在此也做了一樣的分界。

高中騎腳踏車通勤三年，我家住新莊，讀新莊高中，所以就算家附近。到大學才真正買一台好車，就是不是一般賣場車啦，就是去店裡面跟他說我要什麼我要什麼，就叫他幫我裝，那時候是 1997，那台車一萬五千塊，對呀，就是很貴的车，從那之後，我就開始有在做這項運動，就真的是在玩車，到現在。(M10)

而無論是選擇騎乘公路車的車友R06，抑或是騎乘登山車的車友M11和M10，都有志一同地認為過去純粹以騎車來通勤的時期，並不應該被算進自己的單車休閒運動生涯之中。類似上述對話的例子在研究者的訪談經驗中不斷出現，雖然研究者在發問前並沒有先公開定義何謂「騎車」再詢問受訪者「何時開始騎車」，但是我們卻能發現受訪者們有著一套共享的對於「騎車」的想像：騎車不等於純粹通勤。更精確地說，騎車不等於「車友」自覺尚未開發之前的通勤生活。這意謂著單車與生活的結合，必定是要經過一種反身性的選擇之後，才有可能成為單車休閒的開始，並且才進而有可能獲得其他車友的認可。

而在車友M10的回答中，我們更可以發現對於決定投入單車休閒或運動的人來說，購買一輛專為休閒運動而用的自行車，往往是一件十分重要的事。一方面，花錢購買一輛售價並不便宜的车，意謂著參與者對這項活動的重視；另一方面，這些高價車種在材質、技術與結構設計上的精密特性，往往能讓單車新手在初次騎乘中明顯地體驗到一種「驚奇」的感受：即使都是以雙腳帶動鏈條，但騎乘高價車種時卻更為輕鬆、舒適，就像坡度變平地一般。

一騎，天哪！怎麼感覺，坡不見了！就像平路一樣你知道嗎！一路衝上去你知道嗎，然後整個身體都髒掉了，因為被泥水帶上來。<sup>93</sup>哇，天哪！一台那麼好的腳踏車跟一台這麼差的腳踏車的等級差這麼多！我那次就深深的感覺到，差太多了，零件的好壞跟腳踏車的好壞是可以在速度

<sup>93</sup> 中高價位的公路車或登山車幾乎都是沒有裝配「泥除」（檔泥板）的，所以在行經積水的路面時，泥水則會順著輪胎圓弧切線噴濺上來。

上的差異性，差這麼多。(M09)

這種驚奇的身體經驗，則使得車友們更加意識到在通勤時期與休閒運動時期之間所存在的斷裂。

透過上述的討論我們可以知道，至少在車友身份的判定上，除了最直接地由職業身份來辨別之外，更常是依據騎乘者本身是否有意識地決定投入單車休閒或運動。而純粹的通勤族在車友們的相互肯認中，便是最早被劃出我群範圍的人，甚至是不會在車友們聚會聊天中討論到的一群人。車友 F03 就講出了車友資格的有無，最主要取決於騎車者是否將騎乘自行車視為一項「休閒」或「興趣」：

**只有通勤的，那他騎腳踏車或是摩托車感覺起來差不多。...我們講車友意思是說，這是我們的休閒、興趣，那跟通勤，比如說你在學校騎，就是通勤，還是有差別。(F03)**

然而是不是只要像車友 F03 所說的，不純粹把自行車當作通勤工具使用，並且認同自己所做的休閒選擇，就具備「車友」身份，並且能夠得到其他車友的肯認呢？車友 M11 卻又提出了更為細緻的車友資格認定方法：

**有腳踏車的，但是很少騎，老實講，我大概也不把他當作車友。(M11)**

受訪者 M11 認為，即使買了高價的自行車，但是出遊次數卻不頻繁，那麼只能算是偶爾會騎車出門逛一逛的人，嚴格說來也不算是車友。或許受訪者 M11 的車友判定並不一定會受到其他車友的認同，畢竟出遊頻率多寡難以給出一個較有共識的說法，但是從受訪者 M11 的話中看來，更重要的是展現了他對於車友應該認真經營其休閒的期許。然而，當接下來研究者問到「專門收藏自行車的人，究竟算不算車友」的問題時，我們卻又可以從受訪者 M11 的回答中，發現車友身份判准裡隱含的曖昧與矛盾。

研究者：收藏小摺車<sup>94</sup>的人算不算車友？

M11：他們這種收藏也算是對自行車的熱愛，老實講，這個就不能以我剛才的標準說，你有出去騎才是車友，這個也算是另類的車友，應該算……只要對自行車有熱情，自行車也有分很多方面，也有人專門去研究零件阿，大家都不一樣。收藏車，那個都是要有錢有閒，還要有空間阿，這個都不能惹他（笑），你講他不是車友，到時候被他們趕出來（笑）。

受訪者 M11 原本認為，擁有高價車種但卻不常騎乘出遊的人，便不應該被視為車友，然而在面對一群以收藏單車作為最大興趣，實際上卻不太將「收藏品」騎乘出門的人，才又回頭修正自己的定義，認為這群人必須被視為車友。與此同時，受訪者 M11 所強調的是這些人對車抱持著「熱情」，即使這股熱情的展現方式並不是透過騎乘的頻率、強度和騎乘技巧的深淺，而是透過收藏數量的多寡、對車體結構細節的熟稔、對於車型美感的鑑賞等等。

而我們在車友 M11 身上發現的前後矛盾，則是分類邏輯滯後作用的展現，<sup>95</sup>由於單車休閒運動空間中出現了成員的變動，使得舊有的車友資格分類邏輯必須進行調整，然而在主觀結構的轉換步調跟不上客觀結構的改變時，則會出現一種遲滯的現象。而這所凸顯的是有一群車友在此時得到了車友身份的資格，而且這群車友雖為新成員，卻足以對老車友們造成「不能招惹」以及「被驅逐」的壓力。那麼，這群所謂的小摺車友，究竟是擁有什麼樣特質的一群人？他們如何經營自己與單車之間的關係？又是從何時開始被納入單車休閒運動空間的？或許由受訪者 M11 的回答中已經可以看出些端倪。首先，這群人具有收入優渥的特質。

<sup>94</sup> 「小摺車」是車友們對於「小輪徑摺疊車」的簡稱，有時也會直接以「小摺」稱之。關於小摺車的討論請見下一階段的討論。

<sup>95</sup> Bourdieu 認為慣習的再生產必然會遇到「慣習滯後」(hysteresis of habitus) 的現象，這是因為當外在條件發生變動時，客觀社會結構和主觀結構之間所形成的「結構差」(structural lag) 所致(布赫迪厄 2004：170)。而「慣習」之中必然包含了施為者的實作策略以及對於外在世界的掌握，因而應當也包含了對於車友資格分類的邏輯，故而在此我們則順應這樣的討論，指出一種分類邏輯的滯後現象。



其次，他們與自行車的連結不只是「騎乘」(riding) 這種較為具備身體實作的方式達成，反而更應該被理解為是透過一連串的研究、評價、鑑賞與擁有的動作所完成並維繫的。最後，如果我們稍加留意 1960 到 1990 年的單車休閒運動發展歷程，便能發現在這段時間的單車休閒運動空間中似乎沒有包含這群人。基本上，在 2008 年台灣的小摺熱潮出現之前，幾乎很難看見由小摺車友所組成的單車社群。

至此我們透過分屬不同單車休閒或運動實作型式的車友對於「車友身份」的自覺與肯認，來捕捉在 2007 年單車熱之後加入單車休閒運動空間的新車友所具備的特殊性。並且發現單車休閒運動空間的內外邊界雖然可能會隨著不同時期新型態單車休閒或運動實作型式的加入而出現浮動的現象，但是自 1960 年代以降，空間邊界的界定基本上仍然可以「通勤」和「休閒／運動」兩者之間的差異作為基準。不過到了 2007 年單車熱竄升之後，我們則可發現單車休閒運動空間內部多了一群以「單車鑑賞家」的身份獲得車友資格的人，這群人在此時同樣受到了其他社群車友的觀看與評價。而他們的加入，則使得單車休閒運動空間的邊界從「休閒運動」和「通勤」的劃分向外推展到「單車鑑賞」與「通勤」的劃分標準。

然而僅僅透過車友們對於彼此成員資格的肯認，只能讓我們瞭解自行車車友資格在內涵與意義上的轉變或擴張，卻仍然不足以讓我們掌握單車休閒運動空間邊界所出現的浮動是不是意謂著一種結構性的位移。因而，如果我們要能夠具體地說明小輪徑摺疊車車友的加入，為單車休閒運動空間的邊界帶來了什麼樣結構性的改變，那麼我們則須指出這群小摺車友在社會空間中佔據了什麼樣的位置，而他們所偏愛的小摺車休閒實作型式又具有何種有別於以往的活動型態，以致於使得單車休閒運動空間在此時出現了結構性位移的可能。

## 二、 具高消費能力的小摺車友

在這部分的討論中，我們首先要指出小輪徑摺疊車的主要使用者正是一群具備驚人消費能力的都市中產階級。而且正如同車友 B01 的強調，這群人對於整體單車休閒運動空間發展的影響力，要比其他車友來得更為明顯：

真的，腳踏車的春天是因為小摺出來，而不是公路車、登山車啦，是小摺帶出來！（B01）

首先，在第五章第三節的討論中我們已特別說明在這波單車熱中大量加入單車休閒行列的新手，其實存在著明顯的城鄉不均，並且又以台北縣市居民為大宗。然而接下來，藉由瞭解小輪徑摺疊車在國內的銷售狀況與特色，我們便能發現這群小摺車友是一群在社會中具備高度消費能力的中產階級。

雖然單車熱自 2007 年 4 月便已開始發酵，然而國內的自行車瘋狂消費現象卻一直到 2008 年 3 月才出現。根據行政院主計處的統計，自 2008 年 3 月開始，國內自行車的 average 售價創下了數十年來的新高，短短一年之內，自行車 average 售價便大幅上漲了兩次，漲幅分別高達 5.84% 和 4.66%（行政院主計處 2008a、2008b），而對照於 2007 年的自行車 average 售價，2008 下半年的漲幅更持續攀升到了 30%（見表 6-1-1）。自行車架格攀升的幅度之大，甚至使之被行政院主計處列入了各類生活用品中物價變動最為顯著的項目表。

表 6-1-1 2008 年國內自行車 average 售價與 2007 年同月比較漲幅

年	月	漲幅	年	月	漲幅
2008	3	10.18	2008	8	30.05
2008	4	12.68	2008	9	29.75
2008	5	19.02	2008	10	30.08
2008	6	22.79	2008	11	29.41
2008	7	28.21	2008	12	27.97

資料來源：整理自行政院主計處

由上述資料看來，我們已可發現在 2008 年國內自行車的 average 售價出現驚人

的成長，然而更重要的是，國內消費者是否在購買行為上也出現了高價化的趨勢呢？由於國內並無針對自行車銷售總量與總額的歷時性統計，因而無法藉由明確的數據呈現自行車平均消費金額的成長，但是我們卻能夠透過國內幾家較具代表性的品牌大廠在市場上的表現來做概略的推估。根據捷安特的內銷統計，其在 2008 年的銷售量高達三十五萬輛，比起 2007 年二十五萬輛的內銷量，成長幅度高達 52%，此外自行車的 average 售價也從以往的六千元增長至九千元，而這裡的平均售價在估算方式上因為受到廉價代步車款的影響，所以事實上做工較為細緻的休閒運動車款在 average 消費價格上則超過萬元（自行車市場快訊 2008：60）。另外，國內第二大單車品牌美利達公司在內銷金額上同樣也出現了顯著的成長，過往美利達在內銷獲利上僅佔了總營收比重的 3%，但到了 2008 年，美利達的內銷獲利卻直線上漲至 18%，而後在 2008 年 5 月至 8 月的單月內銷金額，更到達了一億元的水準（自行車市場快訊電子報 2008 年，第 221 期）。

由此我們可以發現，在自行車的 average 售價增長之後，消費者卻沒有因此停止購買自行車，反而更有數據足以說明自行車的銷售數量是同步上漲的。但至此我們仍然只能說明在 2008 年的時候出現了驚人的高價自行車消費現象，卻未能指出受到車友們熱愛的自行車車種究竟為哪一款式？事實上，在 2008 年帶起自行車消費狂潮的主要車種，非小輪徑摺疊車莫屬。根據捷安特的內銷排行榜統計，2008 年暢銷車款的一、二名正是 FD806 和 Halfway 7S 兩款小摺車，而這兩款小摺車在 2008 年的月銷售量甚至達到了六千輛的數字。此外，由美利達所推出的 Freeway 小摺則在一上市便位居美利達內銷車款銷售排行榜前三名，單月至少有兩千五百輛的銷售表現。而在小摺車車友心目中最受歡迎的 KHS（功學社）F20 系列和 T3 則是在 2008 年年初就呈現一車難求的景象，即使單月已有三千輛的出貨量，仍是未能追趕上每個月五千輛的車友訂單（聯合報 2008 年 8 月 13 日）。此外更為重要的是，小輪徑摺疊車不僅有著銷售數量上的亮眼表現，其 average 售價更是令人咋舌，上述幾款熱門小摺的 average 單價均在一至兩萬元之間，另一車友心

中的經典車款——Birdy——的單價更是將近五萬元，然而車友們卻仍然願意在供貨不及的情況下，以預付訂金的方式搶購小摺。

然而為何在單車熱迸發後，卻是由小輪徑摺疊車獨占鰲頭呢？要拆解這個現象必然又需要重新檢視單車休閒運動空間內部的供給條件和社會需求發生了什麼樣明顯的轉變。在之前的討論中，我們已經指出了全國自行車道路網的興築以及自行車新文化基金會長期以來的單車活動指導，在供給面上為 2007 年單車熱提供了基本的物質性條件；此外，作為單車推廣新手的一群文化中介者則為單車休閒型塑了時尚的形象，而上述條件則在一定程度上使得近年來單車活動的社會需求偏向「休閒」而非「通勤」或「運動」等特質。然而在小摺熱出現的這個時期，單車休閒在供給條件的改變，則正好符應了大批都市中產階級單車新手的需要。

首先，由供給條件上的變化我們可以發現，小輪徑摺疊車在車體結構特性上與公路車、登山車、越野單車等存在著極大的差異，而這點這好使得它足以符合都市人的生活需求。其實小摺車原本便是為了適應「都市短程通勤」而打造出來的車種，所以在車體結構上便有許多是以此為出發的設計。一方面，小輪徑摺疊車由於輪徑較小，所以起步時所需的踩踏力量也較小，因而符合了在都市內走走停停的行進步調。另一方面，小摺車身上的摺疊機關，使得它在閒置時可以佔據最小空間，以符應都市人寸土寸金的空間需求。由此更使得小摺車能夠展現高度的機動性，靈活地和汽車、公車、鐵路等運輸工具做結合（見圖 6-1-1）。



圖 6-1-1 小輪徑摺疊車摺疊前後

資料來源：達鈺股份有限公司網站

而在台灣的小輪徑摺疊車愛好者也正是喜愛上此款車種體積小、重量輕、可摺疊和便於攜帶等特性。在小摺車友 F03 的詮釋中，小摺車為他的都市生活提供了許多大車無法滿足的便利性，尤其小摺較能與大眾運輸進行結合，這使得車友要攜帶小摺前往淡水或其他觀光景點時，則能省下長途跋涉的體力付出。同時，小摺在摺疊後體積要比其他車款來得迷你，這方面更能符合都市住宅空間較小的特性。

像這個車子可以隨時帶著跑，你可以上捷運。我舉個例子，像台北捷運，你帶一般的車子的話你要有特定的時間，有點像是出嫁一樣，要挑良辰吉日、良辰吉時...還要額外付費，反正限制很多。可是如果你是騎摺疊車的話，你只要把它包起來，可以任何時間、任何地點，帶了就走，不用額外付費，這是一個優點。(F03)

現代都市人普遍居住空間都不太大，在空間越來越小的情況下，小摺是最適合現代都市人的車種，不然也不會賣得如此的好。(shung0930 2009-06-12 22:35)<sup>96</sup>

<sup>96</sup> 資料來源：mobile01 車友討論「沒有人覺得小摺改一堆騎山路，很蠢嗎？」  
<http://www.mobile01.com/topicdetail.php?f=317&t=1094053&p=8>

因而由個人層次來看，小摺車車友之所以會受到上述特性所吸引，則是因為這群車友在成員組成上也以都市居民為主，<sup>97</sup>此款車種的出現則剛好符應了這群人的特殊需求。然而一項新車種——小摺車——的出現也同時改變了單車休閒運動空間內部的供給條件，在此供給與社會需求的符應之下，小摺車的消費熱潮才得以產生。因而小摺車的熱銷不只是個人或局部性的特例，而是臺灣單車休閒運動空間內部新生的供給條件與社會需求相符應的結構性轉變。

透過上述的耙梳，我們可以發現在 2007 年之後大批加入單車休閒的車友以小輪徑摺疊車作為主要選擇的原因，那麼接下來我們試圖回答的問題便是：小輪徑摺疊車在一開始究竟如何進入臺灣單車休閒運動空間？這項新的單車休閒實作型式的活動型態特色為何？而唯有在確認小摺車友的社會位置，並且瞭解小摺獨特的單車休閒實作型式之後，我們才能更為具體地描述單車休閒運動空間究竟出現了什麼樣結構性的轉變。



### 三、小摺休閒實作型式的形成

一種新的單車休閒實作型式之所以得以躍居主流位置，絕非一蹴可幾的事。小摺休閒實作型式的形成首先受到了空間中既存休閒實作型式的影響，由此我們則須關注小摺車友在面對老車友的單車玩法時，如何透過一連串的效法、回應甚至挑戰的策略，來逐步開創、建立其所偏愛的活動型態。

回顧小輪徑摺疊車在臺灣的發展，我們則能發現小輪徑摺疊車其實並不是一款新車種，在小摺車友圈內頗有名氣的韓式公司早在 1983 年便已將小摺推銷上市，當時的平均售價約為今日的三分之一，介於三千元至七千元之間，而在功能上亦是作為都市通勤定位，然而銷售表現卻不甚佳，每月只能賣出三百多輛（聯

<sup>97</sup> 在小摺熱剛開始的時候，車友更以台北縣市的居民佔大多數，而臺灣第一支小輪徑摺疊車車隊「車車可拉博」便是由一群台北車友所組成的。

合晚報 1989 年 8 月 21 日)。受限於當時小摺製造技術的程度，直到 1990 年代登山車休閒風潮興起之時，購買小摺的人也僅單純將之視為一般短程通勤之用，而未能以小摺進行長途旅行，亦無法騎乘小摺跋山涉水。小摺車製造商韓式公司便指出了這樣的技術限制：

韓氏機械負責人韓德璋也不諱言，折疊式腳踏車對休閒族及開車上班族相當方便。但礙於構造功能，目前是無法成為任何專業用自行車。(聯合晚報 1989 年 8 月 21 日)

小摺車雖然已在台灣推出數年，但直到近年來一般民眾仍然對此車種相當陌生。即使是看在騎乘公路車、登山車老車友的眼中，這款造型迷你、弱不禁風的車種，亦是十分陌生而詭異的。而就連小摺車友 F03 在發現此種車款時，都還不知道小摺早已在台灣市場販售多年。

我最早接觸到這個是因為出差，常要跑美國，然後才發現這個車子其實是台灣的车子，是美國的品牌，台灣做的车子。(F03)

我覺得小摺長得很畸形(笑)，因為覺得輪子那麼小，好像會把它壓爆的感覺。(M03)

原本便有騎乘登山車習慣的 F03，在迷戀上小摺輕巧、易收納的特性之後，竟然徑直將小摺車拿來和老車友們一起「爬山」。受訪者 F03 之所以在極大的程度上挑戰了小摺車原本的使用方式，一方面因為此時小摺的製作技術已有明顯的進步，二方面則因為自己原本便有騎乘登山車挑戰山路的經驗，然而此外更為關鍵的因素，則是不甘於自己遭受老車友的歧視和訕笑。

一開始大家都問我「這個可以騎嗎？」每個人都問我一樣的問題，「騎得快嗎？」這個台語說「A 賽背山無？」(能夠爬山嗎?)「車子很穩嗎？」(F03)

那時候應該是全台灣沒有人在騎小輪徑車、摺疊車，應該說根本沒有這種東西啦！其實很早就有這種東西，但是沒有人騎這種東西，所以這種東西在市面上是很奇怪的，再加上不被認同的，**非常非常不被認同的！是一種很怪的東西！**（F03）

而原本應該用於都市、平路騎乘的小摺車，如今竟然被拿來上山下海。然而，臺灣獨特的小摺車休閒實作型式的出現，其實既不是前衛人士針對單車休閒運動空間內部的傳統所進行的反動，也不是先鋒派有意要在此空間中開創新格局。因為此時臺灣單車休閒運動空間內部雖有既存的單車休閒或運動型式分類，但卻沒有留下受到紀錄並客觀化的歷史，由此亦缺乏一個可供「超越」的神聖傳統。而當受訪者 F03 開始將小摺用以登山時，並非有意展開關於正統自行車活動型態的正當性鬥爭，反而更像是新來者為了獲取老車友的認同，而對於既往活動型式——騎單車至山林間以為休閒——所進行的模仿。

一開始不被接受的時候，所有騎腳踏車，會出來騎的那種，看到你，他覺得你是怪喀。因為我車子車架比較小嘛，所以我騎起來身體很直，他們就說很奇怪，你怎麼還可以爬山？雖然我那時候爬得還蠻快的，但是他們還是覺得說沒有辦法接受這種車子。（F03）

然而即使小摺在活動型態上能夠對既有的休閒實作型式進行仿效，但騎乘者因為車體構造的差異所呈現出來的「身體樣態」仍然明顯地有異於其他單車老手（見圖 6-1-2、圖 6-1-3、圖 6-1-4）。在公路車和登山車老手的眼中，小摺車友的騎乘姿勢十分貼近一般騎「淑女車」通勤的人所展現出來的形貌，這兩者皆是以接近「挺直坐姿」前行的騎乘姿勢，而這樣的身體姿態在公路車與登山車車友看來，或多或少都帶著「門外漢」的意味。

小摺給我感覺就是一種**淑女車**的騎乘方法。（M09）

像公路車的騎乘姿勢和小摺車是不一樣的，而且公路車的騎乘姿勢比小



摺車又來得更嚴格。譬如說，我們在握把手的時候，公路車都會要求說要拱腰立背，那小摺車騎乘姿勢不會那麼趴，姿勢就不會這麼要求。

(R06)

圖 6-1-2 小摺車騎姿



圖 6-1-3 公路車騎姿



圖 6-1-4 登山車騎姿



資料來源：網路圖片<sup>98</sup>

資料來源：網路圖片<sup>99</sup>

資料來源：網路圖片<sup>100</sup>

受訪者 F03 在面對老車友的種種質疑之下，則開始以提高平路和坡路騎乘速度的方式證明小摺不比「大車」差，而在此之後，其所得到的主觀回報則又使得他更加地喜愛且習慣以小輪徑摺疊車來挑戰山路騎乘的活動。

就因為車子小，理論上跑不快，但是如果說它可以跑得蠻快的，或是說它可以跑得跟大輪子的車一樣快，或甚至超過它的速度，那種感覺其實很美好的！...小輪子就有這種優越感！（F03）

身為一個小摺車休閒的傳教士，受訪者 F03 不僅以身體力行的方式騎乘小摺上山下海，更將自己的遊歷經驗放在個人部落格上與網友分享，不久之後，全臺灣第一支小輪徑摺疊車車隊「車車可拉博」便於 2006 年 9 月誕生了。總人數二、三十人的隊伍，全都是來自台北縣市的小輪徑摺疊車愛好者，而這群人也延續了往坪林、烏來、風櫃嘴等極具挑戰性的路線騎乘的習慣，並且成為往後在 2008 年急速湧入的小摺新手首要模仿的對象。

<sup>98</sup> <http://tinyurl.com/kp7paj>

<sup>99</sup> <http://tinyurl.com/mbpbu7>

<sup>100</sup> <http://tinyurl.com/m3mr7p>

然而在 2006 年僅有二、三十位車友的小規模車隊，究竟是如何與 2008 年的小輪徑摺疊車消費風潮扣連在一起的呢？其實小輪徑摺疊車之所以會成為眾所矚目的車款，是由於有幾位小摺車友在 Mobile01 網站上分享自己的消費與騎乘經驗，而最初熱銷的 Dahon、KHS、Birdy 等車款亦是在這些車友的介紹之下才引發了眾多網友的討論與跟進。小摺車友 F01 在回想當時在 Mobile01 上帶起的小摺搶購現象時，仍然印象深刻：

只要 01 上說什麼好，大家就會一窩蜂去搶。...目前小徑車摺疊車幾乎是一車難求。車店一進貨馬上就賣出去。甚至熱門車還要排隊等上 3 個月，還不一定有車。(F01)

而當初在 Mobile01 上面發表小摺分享文章的車友，則正好是與受訪者 F03 等人熟識，或是長期閱讀「車車可拉博車隊」部落格的讀者。

早期在 01 上分享 KHS 的車友們，[我]大多也都認識，Dahon 也有車友組成的「Dahon 同學會」<sup>101</sup>，班長也是我們的好朋友 Eric，他也是看著我們那時騎小摺上山下海的讀者之一。(F03)

雖然我們可以發現在小輪徑摺疊車進入單車休閒運動空間的過程中，受訪者 F03 以及車車可拉博成員們所扮演的「引入者」角色的重要性，但是小輪徑摺疊車的消費熱潮卻不能被視為這些人在有意圖地刻意經營下導致的結果。而小摺車車友在網路媒體上的經驗分享之所以成為觸發小摺熱的起始點，其中必然包含著帶有偶然性的事件，以及促使偶然性事件得以成為重要歷史事件起源的必然性條件。首先我們必須注意到，在 Mobile01 網路平台上發表文章並不具備資格審查的機制，即使發文者並無較高的文化資本或象徵資本，亦能登高一呼，強力推薦某款車型和騎乘活動，因而無論是發文的動作或是發文者個人的特殊身份皆是具備一定程度的偶然性的。然而偶然性事件之所以能夠引發如此重大的社會後果，

---

<sup>101</sup> 車友們在自行成立車隊或俱樂部之後，亦能以社群的名義在 mobile01 網站上開設一個專屬的討論區域。而「Dahon 同學會」則是 mobile01 上面甚早成立的小輪徑摺疊車俱樂部。

則是因爲在先前的歷史階段中已然埋下了事件觸發所需的必然性條件。其中最爲關鍵的必然性條件，便是我們在上一部份的討論中業已提及的小輪徑摺疊車特性與都市市民社會需求之間的相應性。由於全國自行車道的使用族群主要以北部都市居民爲主，同時自行車新文化基金會相較之下又花費較多心力經營北部的單車推廣活動，因而在這些有利於都市居民接近自行車休閒活動的先推動下，使得身居都市的高消費能力群體與自行車休閒活動之間存在著較爲親近的距離。而正是因爲社會需求已在前述施爲者的行動之中澱積爲往後歷史事件發展的結構性限制與條件，才使得 Mobile01 網站上幾篇心得分享的文章得以引發後續滾雪球般的連鎖反應。小輪徑摺疊車車友在 Mobile01 網站上分享圖文並茂的心得介紹之後，挑起了許多網友的消費慾望，然而原本因爲銷售不佳因而生產量不高的小摺，則在一時之間出現了缺貨的現象。爾後透過報紙、電視新聞等大眾媒體對此缺貨事件的轉播，則在將此事件神奇化之後，又誘發了後續的跟進人潮，促使小摺的搶購情況持續不贅。

然而當一群原本對於單車休閒相關知識並無研究的小摺車新手，將小摺車友 F03、車車可拉博以及在 Mobile01 發文分享心得的前輩們視爲學習的樣版之後，挑戰陽明山、烏來、坪林、風櫃嘴等著名單車勝地的小摺車友數量亦逐漸增加，小輪徑摺疊車在台灣的主流使用方式便在此過程中被型塑了出來。但在我們考慮到小摺在機械結構上的設計之後，便會發現專爲都市生活而打造的小摺，若要挪作中長程出遊之用，則會出現先天條件不足的問題。

爲了解決先天條件不足的問題，無論是小摺車友 F03、車車可拉博的成員或是後來透過 Mobile01 網站接觸到小摺車的車友們，都選擇了以「改裝」的方式來克服，而改裝的重點首先就是提高變速系統的段數。原先只爲應付平路騎乘的小摺在遇到上坡路段時，變速系統則有可能不敷使用。一般來說，原廠設定的小摺只有六至八段變速，相較於登山車則擁有二十七段變速，而公路車也能擁有二十段變速，可見小摺車在與其他車種相較之下，在上坡時更容易受制於變速系統

而產生不適性，如此一來騎乘者沒有辦法藉由變速來進行輕踩緩上的行進方式，而只能依靠個人腳力硬踩直上，不僅無法提升上坡速度，也會對腿部肌肉和膝蓋造成較大的負擔。而車友們採取的改裝策略便是多裝設一至二片大盤，讓變速系統提升到十二至二十四段變速，以便適應不同坡度的山路騎乘。

然而許多小摺車友一開始並未考量到的，可能則是下坡時所具備的危險性。同樣受制於小摺車體結構的技術問題，當遇到下坡路段時，小摺車則有可能因為輪徑小、雙輪之間的軸距較短以及坐管較長等原因而有重心不穩、前輪轉向過於靈活等情況，除此之外，車身上的摺疊機關一般來說亦是小摺車體最為脆弱的地方，由此使得小摺在整體剛性上表現較差，故而在下坡速度過快的情況下較有可能產生支解變形的情況。然而上述可能會在下坡路段遇上的狀況，都可以依靠「減速慢行」的方式獲得抒解，以改善小摺在下坡路段騎乘的危險性。但是在下坡減速時，煞車的使用若是不得當，卻有可能反而釀成意想不到的意外。由於小摺多半裝配 C 夾或 V 夾煞車器，而其煞車原理則是以夾器夾住行動中的輪框，以摩擦方式降低車輪轉動速度，但當車主選以長按的方式煞車時，則有可能使得輪框過熱，因為小摺的輪徑較一般車種小，所以當輪框過熱時則更有可能會出現爆胎的狀況。

小車跟大車同時在做煞車的動作的時候，小輪子會轉比較多圈，所以它的框會很熱，...輪框過熱的情形，下坡的時候就有可能爆胎，爆胎人就飛走了。（F03）

小輪徑摺疊車在台灣的獨特使用方式，成爲了它在騎乘時的安全隱憂，而這也是往後這項單車休閒實作型式常被其他車友特別指陳的致命弱點。

**所以才說這一票玩小摺的，有點像是以前我們在玩BMX這一塊，是屬於義和團你知道嗎，我們以前是刀槍不入，摔不痛，摔不死，流血還要玩啦，那這些人是安全帽戴了，手套戴了，阿明明就是一個很危險的**

**東西，你就硬要騎它騎那麼快！明知山有虎喔，偏向虎山的感覺喲！我個人也覺得說這也算是一種極限的表現，極限運動！（B01）**

雖然小輪徑摺疊車在設計上存在著先天的限制，但即使是騎乘其他車種也有可能因為人為操作不當而產生危險，騎乘安全的顧慮不應該被視為小摺車的專屬問題。而對於小摺危險性較高的強調，則是其他車種車友用以評論小摺單車休閒實作型式的主要說辭。由此我們可以瞭解到，關於一項休閒活動在活動型態上是否有為及生命安全的可能，往往會透過論述而受到特別地強調與凸顯，但是若將暴力或危及生命安全的可能性視為某種活動型態的本質，則有可能落入研究者自身的幻想，甚至建構出帶有以「暴力收編」為核心關懷的目的論史觀，事實上，這也是 Elias 和 Dunning 在研究現代運動時不斷遭受的質疑之一（Home & Jary 1987）。

至此，我們透過車友們對於單車休閒運動空間邊界的主觀描述，發現有一群以單車鑑賞作為主要特色的小摺車友在 2007 年單車熱後成為了空間中的重要成員，他們甚至對老車友帶來了一定程度的威脅。而藉由小輪徑摺疊車的銷售特性，明顯地展現了他們所具備的高額消費能力，由此我們則能發現在「全民運動」包裝下所具體指涉的一群新車友，其實正以小輪徑摺疊車車友為其代表，這群都市中產階級經營單車休閒的方式，已然成為了 2007 年單車熱的主流論述中最具宰治性的模範。然而小輪徑摺疊車休閒實作型式的形成，在一開始則不免受到單車休閒運動空間中既存單車休閒型式的影響，使得小摺車跳脫了都市通勤的使用方式，挪用作為登山甚至環島等用途。而小摺車在使用方式上的奇特發展，則成為了其他車友大做文章的重點。於是在以下的小節，我們則要由老車友對於小摺車友的評論出發，凸顯出老車友與小摺車友之間最為明顯的差距，並且進一步瞭解小摺車友的出現，究竟為單車休閒運動空間帶來了什麼樣的衝擊與轉變的可能。

## 第二節 單車休閒實作型式的象徵鬥爭

在上一節的討論中，我們已經知道在 2007 年單車熱後迅速於單車休閒運動空間中崛起的新秀，便是以小輪徑摺疊車為主的單車休閒實作型式。我們不僅可以在一般報章雜誌的論述中發現對於小摺車種的高舉，就連高雄市政府也特別在 2008 年舉辦了「向小摺致敬」活動，號召全臺灣的小摺車友齊聚一堂，打造了一場小摺嘉年華。<sup>102</sup>而小輪徑摺疊車甚至在媒體論述中，成為了所有單車休閒或運動實作型式之中最具宰治性的類別：

**單車人口遽增，是騎公路車帥，還是騎登山車悍？不對喔，現在騎小輪徑摺疊車最夯！**它除了不占空間、方便攜帶，超優功能才要你大開眼界呢！節能減碳風潮正流行，大家都在騎單車，城區郊外處處可見 BIKE 族，自行車市場熱到不行，其中以攜帶方便的小型摺疊車最夯，廠商與店家都賣到缺貨。...**用雙腳體驗一下小摺，再說你懂車吧！**（聯合報 2008 年 10 月 14 日）

在上一節中我們試圖追問臺灣單車休閒的發展在經歷了將近五十年的累積之後，為何反倒是以「小輪徑摺疊車」這種新的單車休閒實作型式為主爆發出來？而要瞭解小摺的崛起意謂為何，我們首先要先探究這群引領潮流的小摺車休閒新手是社會空間中的哪一群人？而我們也已經說明了小輪徑摺疊車的主要使用族群便是一群都市中產階級。

但是，單車休閒運動空間作為一個關係性的空間，其間包含了不同的單車休閒或運動實作型式，因而當我們試圖想要描繪一群新加入單車休閒運動空間的單車愛好者時，我們還須透過空間內部的其他成員的眼光，來幫助我們瞭解、定位，並且凸顯出這群人的特殊性。而不同的休閒或運動實作型式則有著其各自所崇尚的價值，這些各異的價值與品味判准，是由帶有特殊慣習的車友在長期的實作過

<sup>102</sup> 「向小摺致敬」活動網頁：<http://www.khh-bike.com/index.html>

程中所反覆確立的。於是在我們試圖定位新車友的時候，也能同時發現，由社會空間中的位置差異所產生的力量，如何透過車友的休閒或運動實作轉譯進單車休閒運動空間之中。

### 一、老車友眼中的「蛋塔人」

在單車休閒運動空間中，以自行車作為「半職業運動」和「休閒活動」的兩群車友在階級位置上存在著較為明顯的差距，即便是專業的公路車車手和越野單車車手之間在社會空間中位置的相近性，都要比公路車車手和將騎乘公路車視作休閒活動的車友來得高。而在此我們為了能夠更為有效地界定出小摺車友的相對位置，則必須要藉助同樣將騎車視為「休閒活動」的公路車以及登山車車友的眼光，來詮釋、定位、凸顯小摺車友的特殊性。

在同樣將騎車視為休閒活動的公路車車友 R05 眼中，小輪徑摺疊車可以說是一款具有危險性的車種，因為即使我們已將小摺原本的车體零件都升級為公路車規格，但在騎乘過程中仍會有穩定性不足、車子「快要解體」的恐懼。然而小摺車的危險性並不是來自於它在製造程序上的瑕疵，而是因為當人們將小摺車拿來進行高速騎乘時，便自然會因為車體受過裁切而遇上剛性不足的問題。一位公路車車友就這麼形容小摺車所帶給他的騎乘恐懼：

我之前也買過小摺車阿，我買的一台也是兩三萬，我的感覺是，我騎公路車騎慣了，我腿力很強，我常會喜歡飆到三、四十，但是小摺飆到三、四十就覺得快要解體了，可是我的配備都是跑車的配備唷，我覺得我騎得好害怕。所以我一直告訴大家說，能不能不要騎小摺。(R05)

而在登山車車友看來，小摺車的問題則在於無法滿足「旅遊」的需求。由於單車旅行往往需要長時間的體力輸出，以應付長途騎乘，此時小摺車則因為輪徑較小而有慣性較差的問題，相較之下，大輪徑的登山車則能讓車友在長途騎乘時

的體力輸出更有效率。登山車車友 M04 便指出了小摺不便旅行的缺憾：

我第一輛車不會買小摺阿，因為它功能比較...不是我們最需要的。可能說通勤族就覺得，折疊車很重要呀，可是對我們旅遊的話就不是啦。

(M04)

此外，正如我們在上一小節討論到小摺車在下坡路段騎乘時所具備的潛在風險，這同樣也是喜愛山路騎乘的登山車車友們在面對小摺時的主要顧慮。而自 2008 年至今，小摺車在下坡時可能出現不穩定、易搖晃、龍頭鬆、重心過高等問題，也一直引發許多車友的爭論。<sup>103</sup>在這些相關爭論中，小輪徑摺疊車車友被形容為缺乏單車技術知識，而只會一窩蜂砸錢買車、改裝的愚昧車友，更有許多人預言這群小摺車友會在風潮退去之後捨棄單車活動，因而替他們冠上了「蛋塔人」的稱號。

然而無論如何，我們可以發現無論是公路車或是登山車車友對於小輪徑摺疊車的首要看法，都是針對其「功能不適」所提出的質疑。對於公路車車友來說，小摺之所以無法成為他們的首選，主要原因則是小摺在車體結構的先天條件上便無法達到公路車的高速騎乘；然而對登山車車友而言，小摺車則無法滿足長途旅行以及各種顛簸路段、上下坡頻繁的需求。

然而，難道由這些評價看來，小摺車車友就是一群不想享受速度感也不喜歡跋山涉水的車友嗎？由多數小摺車友們喜歡從「超越公路車」之中獲取成就感，並且騎乘小摺完成環島記錄的現狀看來，這顯然不是一個合理的描述。那麼，莫非小輪徑摺疊車車友是一群完全捨棄自行車基本功能要求的人嗎？事情看來卻

---

<sup>103</sup> 可參考以下三個車友討論串：

(1)「把折疊車當作運動或爬山的用途是不是很奇怪的事折疊車元[sic]本因[sic]該是代步工具吧」：<http://www.mobile01.com/topicdetail.php?f=317&t=626592&p=1>。

(2)「沒有人覺得小摺改一堆騎山路，很蠢嗎？」：<http://www.mobile01.com/topicdetail.php?f=317&t=1094053&p=1>。

(3)「小摺真的不適合騎山路嗎？真相到底為何？」：<http://www.mobile01.com/topicdetail.php?f=317&t=1095872&p=1>。



又並非如此，我們可以發現小摺車友會透過一連串的改裝，來強化小摺的變速系統，提升小摺的爬坡能力，與此同時也有些小摺車友會換上輕量化的零組件，減輕整體車重，以追求更高的速度感。由此可見，小摺車友對於自行車的功能性並非完全不在意，那麼，透過公路車和登山車車友的描述，我們究竟應該如何理解這群車友的特殊性呢？

事實上，以上對於小輪徑摺疊車功能性不適的質疑，反映出的是公路車和登山車車友們對於自行車專業分工功能的重視，而在他們看來，若是一輛自行車在購買之後還需「改裝」才能提供足夠的騎乘需求，則是一件十分難以理解的事。相對地，以小輪徑摺疊車車友的角度出發，這群人先是買了一輛適合都市短程通勤的車，才透過改裝以增加車款的騎乘功能，反映出的也不是小摺車友對於自行車功能性的全然忽視，而應該說是指出了這群人對於自行車專業功能的「妥協」。

小輪徑摺疊車車友王比利在《小摺快跑》中，便談到了小摺車友們在最初選購車種時，「自然而然地」做出妥協和讓步的過程：

當我們將價格接近的摺疊車和登山車拿來進行零組件等級的比較時，通常是失望多，滿意少。妙的是，有意買車的車友，還是可以把摺疊車視為一個獨立的族群，這些差異性只跟摺疊車自己比。(王比利 2007:116)

小輪徑摺疊車車友既然也認識到了小摺車在功能上有些令人失望的部分，那麼，他們究竟是以什麼作為主要考量，才在自行車的專業分工功能上選擇了妥協呢？王比利則直接地回答了我們這個疑問：

我因為 DAHON 火紅般的亮眼塗裝買了 VD 7。決定過程中間沒想什麼規格比較，也沒有什麼性能考量。什麼七速和十六速之間對於騎乘的影響，壓根也沒出現在我腦中。純粹只看了一眼，心意已決。**這種視覺決定一切的購買經驗，我想很多人都有。**(王比利 2007:4)

王比利在此直截地點出小摺車除了在收納性上滿足了都市車友的基本需求

之外，更多小摺車友在購車選擇時的首要考量，則出自於一種對於「視覺」、「美感」的強烈要求。然而我們絕對不是要說小輪徑摺疊車在「本質上」便比其他車種要來得具有美感，相反地，美感從來不是一種本質性的存在。美學享受的客體，是透過結構了的美學感知能力所決定的，此種美學感知能力則是一種對於功能（function）的否定，同時亦是承認形式（form）具備凌駕於功能之上的價值。而更重要的是，美學感知能力並不是一種天生的能力，它之所以會被賦予自然的特質，則是鬥爭之後的結果。Bourdieu 在此提醒我們：「品味（taste）就是社會條件的產品」（Bourdieu 1984: 11），而唯有在與生存條件保持一定距離的情況之下，亦即在不受經濟條件所苦的前提之下，人們才能以一種超然的態度進行美學的凝視，而不會將美學討論置換為是非對錯或攸關生死的問題。

因而，在藉由公路車和登山車車友的眼光來重新檢視小輪徑摺疊車車友與其他車友之間最大的差異之後，我們可以發現，相較於前兩群車友對於自行車騎乘功能的看重，小輪徑摺疊車車友則可以為了車體外觀的美學價值而犧牲功能性，然而此間的差異所反映的則是他們在社會空間中所佔據的不同位置。由此我們則可看出，透過分屬不同社群的車友所帶有的特殊慣習，社會空間與單車休閒運動空間之間則存在著一種同形異構的關係。而公路車車友、登山車車友與小輪徑摺疊車車友之間對於「功能」和「形式」的正當性爭論，則可視為「實用美學」與「純粹美學」相互扞格的展現。在透過關係性的定位之後，接下來我們則要將焦點放在這群品味獨具的小輪徑摺疊車車友身上，瞭解他們如何將單車休閒納入其整體生活風格之中。

## 二、 美學至上的小摺車友

在上個部分的討論，我們試圖為小摺車友做出了關係性的定位，於是在接下來的討論裡，我們則要關注以都市中產階級為主要組成份子的小摺車友，又如何

將單車休閒納入其生活風格之中。在小摺車友王比利的書中，便強調了小摺被他視為生活中重要的一部份：

摺疊車有什麼樣的魅力，...要回答這個問題，請恕我用一句簡單的英文來回答：「It can be part of my life!」（王比利 2007：5）

而從小摺車友們在購車、改裝以及單車衣著搭配等面向，我們則可發現其美學品味正將單車休閒納入其整體生活風格之中。正如我們在前述段落所提及的，小摺車友的美學品味，首先展現在選購單車時對於視覺車型美感的重視程度上。此時我們則可發現，像捷安特等製車技術聞名世界的大廠，在小摺車友眼中則因為過度強調車架的穩固性，相對忽視了自行車的整體美感，因而甚至成為小摺車友們的拒絕往來戶。

我們有在騎小摺車、比較懂的人基本上沒有人會去買他們[捷安特]的車子，因為他們真的做得比較不好看，比較不美觀，車架設計得很粗很寬，這就是很醜的意思。像捷安特他設計的車架是很粗的，很粗壯的，他只是為了要達到穩固，他也不管你好不好看，說實在是不好看。（F03）

其次，我們可以發現小摺車友在改裝過程中，除了試圖提升變速系統的等級之外，還會做許多裝飾性的改裝工作，像是為了搭配整車的配色而特地選擇某種顏色的把手帶、將鋁質零件送進工廠請師父以陽極處理方式改變零件顏色，或是為車身貼上具有象徵價值的單車品牌名稱貼紙、將配件包、手把與坐墊由塑膠製品改為皮革質感、加掛帶有個人風格的小吊飾等等（參考圖 6-2-1、圖 6-2-2）。而變換零件配色、加掛吊飾、貼貼紙等裝飾性的改裝工作往往不具任何功能性的作用，相反地，為了要改變金屬顏色而使用的陽極處理工程，則會使得原本金屬呈現的直角被磨成鈍角，因而使得輪框接縫處的縫隙變大，傷害到輪框應有的完整度。

曾經有一陣子色彩很豐富，全部都把車子一些零件拿去陽極處理，陽極

處理就是說，你可以要黃色，也可以要紅色、綠色、藍色，通通都可以，他只要是一般的鋁的那種材質，通通都可以拿去陽極，陽出來都很漂亮，花花綠綠的，都可以。(F03)



圖 6-2-1 經陽極處理的小摺零件<sup>104</sup>

資料來源：編版自 Mobile01 文章<sup>105</sup>



圖 6-2-2 改裝為皮革製的小摺零配件<sup>106</sup>

資料來源：編版自 Mobile01 文章<sup>107</sup>

<sup>104</sup> 圖中依標號順序的物件分別是 (1) 藍色把手纏帶；(2) 陽極藍踏板；(3) 陽極藍花鼓；(4) 陽極藍頭碗；(5) 陽極藍龍頭上蓋；以及 (6) 全車照。

<sup>105</sup> 照片來源：<http://www.mobile01.com/topicdetail.php?f=317&t=1038250&p=1&img=0>

<sup>106</sup> 圖中依標號順序的物件分別是 (1) Brooks 牛皮椅；(2) 皮革縫線握把；(3) 豎管皮革保護套 (防止摺疊時刮傷烤漆)；(4) 圓筒型皮革坐墊包；(5) 全車摺疊後照片；以及 (6) 全車展開照。

<sup>107</sup> 照片來源：<http://www.mobile01.com/topicdetail.php?f=317&t=784334>

而除了小摺本身及其零配件必須考量到顏色與材質的選擇之外，就連騎乘小摺時的衣著打扮都需要特別經營。有些小摺車友甚至特別強調，穿著印滿贊助賞廠商品牌圖案的緊身車衣，是公路車車友或登山車車友的打扮，然而在騎乘小摺時，則應該以優雅、時尚、復古、都會等能夠展現個人風格的衣著來陪襯。

我覺得騎個小車戴個紳士帽算時尚，可是戴安全帽穿賽車衣褲的我說  
KUSO... (achitsai 2009-06-14 21:08) <sup>108</sup>

小摺車友對於衣著打扮的重視，也可以從單車雜誌中略窺一二，這些雜誌在呈現照片時，都特別強調小摺車友的穿搭風格。以號稱為 *The Bible of Small Wheel & Folding Bikes* 的《樂活小徑》雜誌為例，其中便特地為小摺車友提供了各大單車服飾品牌的穿搭專題介紹，並且就如同服裝時尚雜誌一般，此雜誌更以許多篇幅來介紹各種服飾品牌的創作理念，以及當季流行的衣著款式。另一方面，就連不特別針對小摺車友發行的單車雜誌之中，也可以發現小摺車模特兒與其他車種模特兒在衣著穿戴上的差別。如《樂活單車》也只有在介紹小輪徑摺疊車的時候，才會請模特兒（或是請小摺車友擔任素人模特兒）以較為輕鬆並帶有都會風格的服飾現身（見圖 6-2-3），相較之下，在介紹公路車及登山車的時候，即使模特兒的身體姿態並不像在競速或登山時那樣緊繃，但她／他們則幾乎都以標準的車衣車褲出現（見圖 6-2-4、圖 6-2-5）。

---

<sup>108</sup> 資料來源：mobile01 車友討論「大家都說小摺很時尚，究竟時尚在哪呢？」  
<http://www.shopping01.com/topicdetail.php?f=317&t=1096646&p=2>



圖 6-2-3 小摺車衣著

資料來源：樂活單車<sup>109</sup>



圖 6-2-4 公路車衣著

資料來源：樂活單車<sup>110</sup>

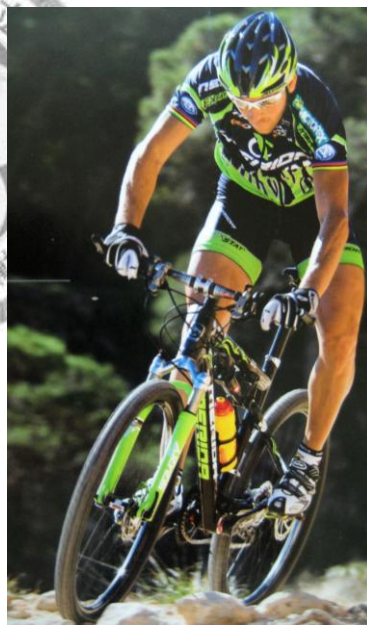


圖 6-2-5 登山車衣著

資料來源：樂活單車<sup>111</sup>

隨著小輪徑摺疊車成為近年來最受矚目的單車休閒實作型式之後，也有愈來愈

<sup>109</sup> 樂活單車（2009）小摺車，輕鬆方便的代名詞。第 13 期，頁 52。

<sup>110</sup> 樂活單車（2009）讓每一步踩踏，都是看得見的累積。第 13 期，頁 136。

<sup>111</sup> 樂活單車（2008）地球不是平的。第 9 期，頁 43。

愈多的社會成員藉由模仿中產階級的消費模式而加入了小摺車一族，投入追逐時尚潮流的遊戲。然而，由於小摺車友對於美學的品味以及流行趨勢的敏感度，從來都是這群都市中產階級的集體慣習，因而當其他階級的仿效者出現之後，部分的小摺車友則轉向其他車種以與大眾製造差異。其中最明顯的便是一種美感經驗的轉變，原本喜歡在車身上加掛各式零配件的小摺車友，現在反而認為太多小摺車友將車身裝飾得琳瑯滿目，反而是種低俗、粗鄙的表現，活脫像顆不襯時節的「聖誕樹」，而走在流行前端的小摺車友，則開始追求一種「簡約」的風格。

小摺車你現在看到最多的，現在每台車都變成聖誕樹！...有的掛碼表，有的掛 GPS，有人要掛水壺，有人要掛 MP3，還要掛什麼...反正你什麼高科技設備都會想要掛在上面，然後個架子加裝的亂七八糟的，那一台車子全部變成聖誕樹，你現在看到最普遍就是這樣子。我們一開始也「曾經」是這樣子，但是我們走得比較前面，我們覺得這個樣子有點落伍，有點...蠻醜的，那我們會朝其他方式。所以那個改裝會一直變一直變，然後越變越乾淨。(F03)

現在又變成走簡約一點的風格，其實車子盡量能不要裝就不要裝，要裝的話就裝質感更好的，跟車子更搭的。(F03)

此時我們可以發現，正如 Simmel 所言：「時尚的發展壯大導致的是它自己的死亡，因為它的發展壯大及它的廣泛流行抵銷了它的獨特性」(Simmel 2001: 77)。雖然小摺車的風行在今日看來尚未消退，但我們卻可以發現有許多小摺車友在面對大眾的仿效時，選擇深入鑽研更為經典的小摺車款，或是決定出走，改玩其他車種。然而決定轉向其他車種的車友，則往往是投向了更靠近美學（而非「功能」）極端的「小徑車」(small wheel bike) 與「固定齒輪車」(fixed gear)。此時，幾乎可被視為小摺休閒開山元老的车友 F03，便觀察到身邊的小摺車友有轉向騎乘小徑車與固定齒輪車的趨勢。

現在北部摺疊車都不太玩了，玩摺疊車都比較，要嘛你就玩比較特別，比較經典的，要不然其他都已經轉向了。...去玩小徑車呀，小徑車越來越多了，全世界各個牌子都有，...我現在大概都騎不可折的車，小徑車，大車的話也有呀，像這種 fixed gear 固定齒輪車。（F03）

之所以說小徑車比小摺車更往美學這端跨了一步，是因為小徑車與小摺車的差別便在於前者少了摺疊機關的設計，因而相較之下小徑車反而喪失了小摺車收納方便的優點。但少了摺疊機關的繁複，小徑車卻仍然保留了小摺車的輕巧與多變的風格，這反而使得在小徑車在美學層次上比起小摺車，可說是有過之而無不及（見圖 6-2-5）。而小摺車友的另一項新歡——固定齒輪車——則是大輪徑的車種，故而不像小摺車那樣具備優秀的收納性，而且它的長軸距和大輪框更使得它比小徑車來得更佔空間。除了這些之外，少了煞車和變速系統的固定齒輪車，在騎乘時則有許多不便之處必須適應與克服，一來因為缺乏變速系統，車友在上坡路段則必須完全倚靠腿部、後背輸力踩踏，無法藉由變速來調配體力；二來，即使僅在市區騎乘可以減少上坡路段出現的次數，但是在沒有煞車的情況下，若尚未練就駕馭固定齒輪車的技巧，則有可能會提高發生交通意外的機率。但相對地，不需要安裝煞車和變速系統的固定齒輪車，則因為車身上少了煞車夾器、變速線、變速器、飛輪等複雜的零組件，所以從整體視覺效果看來，更是完全展現了小摺車友 F03 所標榜的極簡、俐落風格（見圖 6-2-6）。





圖 6-2-6 小徑車

資料來源：樂活小徑<sup>112</sup>



圖 6-2-7 固定齒輪車

資料來源：fixed gear gallery 網站<sup>113</sup>

至此，我們由選購車種時對於車型外觀的重視、後續改裝時的考量以及小摺車友對於衣著搭配的講究中可以發現，這群小摺車友在經營騎單車生活時對於美學品味的重要性可說是十分強調。而必須一再說明的是，我們並不是要說小輪徑摺疊車在本質上便比其他車種來得更顯美感，而是要強調小輪徑摺疊車車友如何

<sup>112</sup> 樂活小徑（2009）打造出世界獨一無二的小徑車。特輯，頁 124。

<sup>113</sup> 網址：<http://www.fixedgeargallery.com/2006/sept/JustinLaBo.htm>

將此款車種融入其都市中產階級的生活風格，並且於此過程中同時凸顯了小摺車可能具備的美學價值。而由「創造潮流的小摺車友」對於「跟風的小摺車友」在改裝風格上的批評看來，則更佐證了車款的美學價值向來便不是在生產過程中就已決定的，而是需要透過消費者的詮釋、轉化和再創造才得以產生。因而透過小摺車所展現出來的，與其說是此種車款獨特的美學價值，不如說是小摺車的主要使用群體所帶有的階級品味。

### 三、 單車休閒象徵位階翻轉的影響

而在 2007 年的單車熱迸發之後，所造成的首要影響便是使得「投入單車休閒活動」這件事獲得了前所未有的正當性。在此之前，車友們對於單車的熱衷往往是不被其他社會成員所認可或讚賞的。而車友們對於單車活動的時間、金錢與心力投入，更有可能被視為是不明智的行為。

那時候腳踏車一台六千塊就叫做「你瘋啦！」那時候腳踏車要多少錢，三千塊，三千塊就非常好了好不好！（M09）

在 2005 年以前騎登山車的人，就是懂騎車的人，他被認為是那種潘仔阿、不入流阿，很 low、很不好的一種運動跟活動。（B02）

然而在單車熱開始發酵之後，情況卻發生了巨幅的轉變，騎乘單車不僅是時下最受歡迎的休閒活動，而且購買高級車種更是個人品味的展現，此外就連爲了單車環島向上司請假，都成了頗具正當性的事由。

以前我騎車的時候大家都笑我白癡，...那些人現在都找我，說「B01，B01，那台車多少錢，幫我買一台好不好，十幾萬？沒關係呀！」（B01）

[康軒文教董事長]李萬吉說，康軒員工如果報名參加單車環台，公司先補助七千元幫他買一輛車，「完成後再補貼五千，即使沒有完成，這輛

車也就送給他了」，李萬吉笑著補充，「而且在康軒，環台是可以請公假的。」（商業周刊 2008：134）

正如我們在前述所說的，2007 年單車熱帶來的是單車休閒象徵位階的翻轉，然而象徵位階翻轉的成果之所以得以鞏固，則是因為此時一群都市中產階級已將單車休閒納入其整體生活風格之中。透過都市中產階級對單車休閒的認真經營，一般大眾亦更加相信對於單車休閒的投入（或投資）是一件「值得」的事，部分社會成員甚至開始加以仿效，而這也使得單車休閒正當性地位之確立得到了彼此強化的力量。

而單車休閒象徵位階的翻轉所帶來的第二項影響，則是提高了往後參與單車休閒活動所需的門檻，並且使得過去的單車老手們也同樣必須投入更多的經濟成本以維繫這項休閒活動。相較於 1990 年代登山車風潮興起的時候，單車休閒新手通常以一輛六千至八千元的登山車作為入門，在 2007 年的單車熱潮中，多數的單車新手卻在一開始便購入上萬元的車款。而更為明顯的是，相關的人身配件在此時更成為了必要的基本裝備，舉凡車衣、車褲、水壺、碼表、安全帽、魔術頭巾、袖套、車鞋以及各式各樣的新奇裝備，一併都在單車新手的採購清單之中。相較之下，老車友們的衣著裝扮，就如受訪者 M09 所說：「看起來就是一個很普通要去爬山的人而已」。許多單車老手們穿著排汗衫、運動褲，照樣完成上千公里的長途旅行，而即使沒有「碼表」，亦無礙於行程規劃，更不減旅行樂趣（參見圖 6-2-8）。

我們那個年代，誰戴安全帽的？我跟你講我沒有車褲，我也沒有車衣呀，我穿運動褲阿，就是排汗褲呀，後來穿那種尼絨褲呀，我也沒有車衣呀，就穿 T-shirt 呀，就穿這種衣服呀，然後再搭一件襯衫阿，防曬的，就這樣子，戴個鴨舌帽就去騎腳踏車了。然後我車子也沒有水壺架，水壺就背在身上，然後也沒有碼表阿，就這樣子阿，什麼都沒有阿，我就只有一台單純的腳踏車阿，什麼都沒有阿，對啊。所以我身上的裝備

看起來就是一個很普通要去爬山的人而已呀，我從以前到現在都是這個樣子騎腳踏車的。(M09)



圖 6-2-8 胡榮華單車衣著  
資料來源：國家文化資料庫

在單車休閒已然成爲一項所費不貲的休閒活動之後，無法負擔這些基本開銷的車友，便會明顯地感受到自己與其他車友之間的格格不入。一位署名 MP543 的車友，在自行車網路論壇上分享了自己因爲騎乘平價車款，而無法與其他車友結識攀談的經驗：

我騎平價車，變速器也不是大廠牌的，連前避震都沒有。騎路上，騎山路，都沒問題，我都騎的上去。直到有一天，遇到一群車友在休息，過去打招呼，想問他們有沒有缺一起騎車的伙伴？他們在聊天，他們都在比他車改了什麼，花了多少\$\$。然後他們用一種鄙視的眼光看我，我的車子價值可能連他們的車輪都買不起，車子爛有須[sic]要這樣子嗎？雖然爛，但也是車子丫，雖然裝備沒他們好，但也可以到目的地丫。...怕會像遇到那群車友一樣，所以不敢找人一起騎，目前在存錢買車了。(鬱

卒鬱卒鬱卒鬱卒) (MP543 2009-06-16 13:45) <sup>114</sup>

然而在以都市中產階級為模版的單車休閒活動中，不只是新車友在入門時便被要求投注較高的經濟成本，就連老車友也逐漸感受到了一股潛在的經濟壓力。在單車休閒人口不多的年代，一些等級較高的單車零件往往會面臨滯銷的命運，而這些價格低廉的「高級滯銷品」則使得老車友們不需花費太多的金錢，便能保有穩定且舒適的騎乘品質。但是在單車熱潮興起之後，單車市場供不應求的情況則使得老車友們無法再如此輕鬆地經營自己的單車休閒。登山車車友 M09 便有此深刻體會：

因為很多人開始玩車了，零件的庫存量就開始慢慢變少，所以我在猜，往後幾年我可能要開始省錢、清車了。對呀，以前我的零件整套換喔，兩三千塊就解決了，整套喔！現在喔，大概要一萬五，我沒有辦法接受，妳想想看，我玩到現在也沒有花到一萬五阿。(M09)

最後，除了單車休閒的經濟門檻被拉高了之外，我們亦可發現此時對於單車美學鑑賞的能力要求也有了明顯的提升，其中尤以小摺車友在 Mobile01 網站上分享的「開箱文」為典型。在 2007 年單車熱之後一舉湧入單車休閒運動空間中的小摺車友，因其對單車美學的強調而為單車休閒運動空間帶入了獨特的文化——開箱文。「開箱文」是車友們用以分享新車的文章形式，從紙箱尚未開封前便須拍下第一張照片作為紀念，看到這張紙箱照的車友也饒有共識地準備期待接下來一連串的視覺饗宴。通篇文章中最重要的元素便是一張張針對車體零件細節拍攝的照片，而照片下方則必須附上各零件的等級與品牌名稱，並且針對各張照片做出讚嘆或評論（見圖 6-2-1）。<sup>115</sup>

<sup>114</sup> 資料來源：mobile01 車友討論「騎平價車就讓人看不起嗎？」  
<http://www.mobile01.com/topicdetail.php?f=320&t=1099429>

<sup>115</sup> 然而正如登山車車友 M05 看到「開箱文」之後的感想，我們則能發現小摺車友對於單車所進行的美學凝視，在以功能和實用性為主要考量的老車友看來，則是難以理解的：「為什麼看人家開箱，一台腳踏車，因為一台腳踏車就會喜歡騎腳踏車？...我不知道，可是我知道的是，腳踏車是未來的一個趨勢，腳踏車會是未來世界上非常重要的一個工具，或是必需品，不管科技如何發達，腳踏車都不可能被淘汰。」

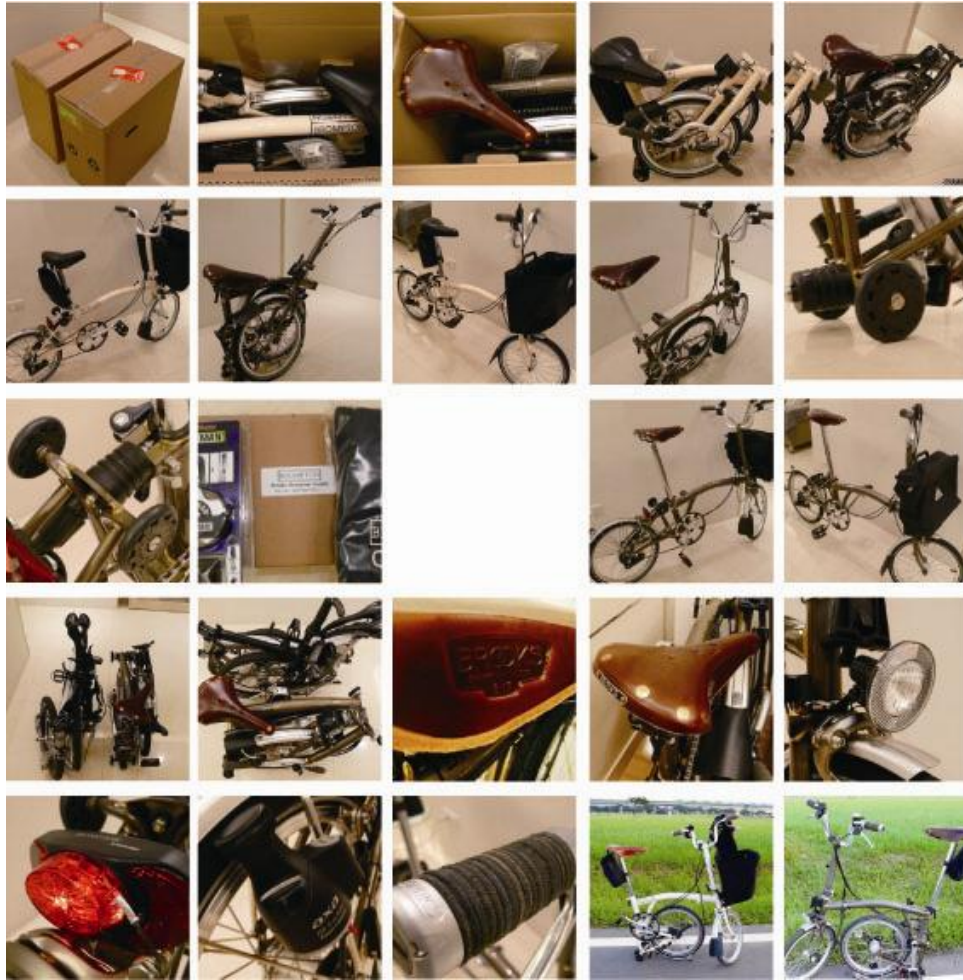


圖 6-2-9 Brompton 小摺開箱文照片

資料來源：編版自 Mobile01 車友文章<sup>116</sup>

然而當以美學凝視進行單車鑑賞這件事情愈被凸顯的同時，其他重要的單車知識（如：騎乘技巧、金屬特性、車體幾何結構以及運動生理學等）便也悄悄地被眾多開箱文所淹沒，甚至遭到新車友的忽視，成為不會被拿出來嚴肅討論的議題。相較於以往公路車與登山車車友們會針對車體結構的發展變化進行討論，並且援引實際的數據進行分析，或是彼此分享暖身方式、踩踏時的姿勢如何維持、遇到不同路面特性時該如何保持平衡等等，現在的車友卻像是將討論平台視為個人伸展台，或是尋找消費品味同好的管道。車友 M10 便對目前的單車討論走向有著深刻的反省：

<sup>116</sup> 開箱文照片來源：<http://www.mobile01.com/topicdetail.php?f=317&t=671531&p=1>

台灣的單車[論壇]比較不像是在討論，比較是在經驗分享跟尋求認同，，就是「喔喔喔～買了這個牌子的人都來簽到喔～」講說「我有買這個，我有買那個」。(M10)

於此我們可以發現，當 2007 年單車熱出現之後，帶來的是單車休閒在象徵位階上的翻轉，而翻轉的成果之所以有可能被鞏固而非稍縱即逝，則是因為此時有一群都市中產階級湧入單車休閒運動空間，並且改變了空間既有的邊界、經營單車休閒的門檻以及內部成員所關心的議題。一方面，提高了一般社會大眾對於單車休閒的整體評價，另一方面卻也同時為往後的單車休閒人口特質設下了較高的經濟資本與美學評鑑的門檻（後者往往又以前者為條件）。而上述轉變的穩固即意味著單車休閒運動空間出現了結構性的轉變，由此，我們則可以說單車休閒運動空間其實已於整體社會空間中出現了結構性的位移，因而單車休閒象徵位階的翻轉於此才得以從「特例」狀態中獲得了再生產的可能性條件，並且使得象徵位階翻轉的成果得以趨於穩固化。



## 第七章 結論

在最後一章的討論中，我們先試圖總結一至六章的研究成果，並且希望能夠藉此經驗性的研究所得，開啓「休閒化」概念與「運動化」概念初步對話的可能性；此外更將藉由中產階級小摺車友的「休閒中不忘工作」的矛盾性，衍生討論在臺灣中產階級的特殊階級性格。最後，我們亦將對此研究中的限制與不足進行自我檢討，並且為將來的研究提供一些粗淺的建議。

### 第一節 研究成果

透過臺灣自行車休閒發展的歷史耙梳，<sup>117</sup>本文試圖回答以下三個問題：（一）自行車如何被休閒化；（二）單車休閒的象徵位階如何被翻轉；以及（三）單車休閒實作型式如何深化階級區隔。

而在第四章的討論中，我們先是說明了日產自轉車於 1950 至 1970 年代所發生的平民化現象，並且指出在此之後自行車已然成為臺灣社會一般家庭都負擔得起的簡便交通工具，此時仍將自行車作為主要交通工具的族群已是社會中位居弱勢的族群，自行車此後逐漸與落伍、貧窮、廉價等形象產生緊密的扣連。然而在 1960 年代初期，隨著自轉車平民化歷程同步推展的則是自由車運動的出現，中華民國政府在國際情勢考量下成立中華民國自由車協會，著手培訓國內自由車車手，臺灣單車休閒運動空間的雛形於此萌生。由此我們可以發現自行車在臺灣社會中的使用方式出現了兩極化的發展走向，而此間的差別正好構成了單車休閒運動空間內部與外部的區隔。隨後在 1980 年代初期、1980 年代中後期以及 1990 年代紛至沓來的越野單車風潮、踏板上的勇者活動以及登山車風潮等，則在為台灣市場增添新式車種的同時，也讓單車休閒運動空間內部出現了各式不同的運動或休閒實作型式。而我們在此亦注意到不同單車運動或休閒實作型式在主要成員

<sup>117</sup> 關於本文所提及之臺灣自行車活動發展的重要事件，可以參見附錄六「重要事件表」。



上存在著階級屬性上的差異，同時因為國家和自行車製造商等關鍵施為者的施壓、推廣和拉鋸，使得不同的單車運動或休閒實作型式面臨到不同的發展走向。受到國家強力禁止而走向國際競賽與表演型式的越野單車，和原本在設計上便為競技而存在的自由車運動，並肩走上了半職業運動的發展道路，而相較之下具備明顯休閒特質的登山車活動，則由散居臺灣各地的車友們以俱樂部的形式長久經營、茁壯。

經過上述的討論，我們可以看出至少到了 1990 年代，臺灣社會中對於單車休閒的社會需求是具體存在的，然而要能更進一步地讓一般社會大眾都以「休閒」（而非「通勤」或「運動」）為首要特質來看待單車活動，甚至使得單車休閒人口得以大幅擴張，則需要仰賴客觀條件的變動以及在適當時間上出現的機遇性事件。於是在第五章的部分，我們則將重點轉向探問：是哪些社會條件的出現，為單車休閒人口的迅速成長提供了可能性的條件？首先，我們可以發現自 1990 年代開始到 2002 年這段時間，從地方政府到中央層級都出現了自行車道的建設計畫，雖然這些計畫最初的目的或許是以環保為名，或許是以觀光發展為訴求，但最終卻成為了成就單車休閒人口擴張不可或缺的條件。另一方面，硬體設施的存在仍然無法直接生產出相對應的單車休閒愛好者，而這使我們必須重視到由自行車製造商所出資設立的基金會於是扮演著十分重要的單車休閒推廣角色，是這群人從一次次的出遊活動中，教導民眾如何利用政府所興建完成的自行車道，並且藉此接近、從事、喜愛單車休閒活動。而在自行車道大量興建以及單車休閒實作的教導機制都已具備的情況下，至 2005 年其實已經可以發現臺灣社會內部單車休閒人口巨幅擴張的現象了。然而於此同時我們亦能發現在此時出現了一群投入單車休閒形象塑造的文化中介者，他們開始將過往數十年的單車休閒成果化為言說和文字。這些文化中介者在 1995 年以前是缺席的一群，但在此之後卻成為了耕耘自行車休閒形象的重要施為者。這裡的文化中介者主要指涉的是單車雜誌的編者和單車相關書籍的作者，透過臺灣單車雜誌與書籍的出版變化，我們可以發

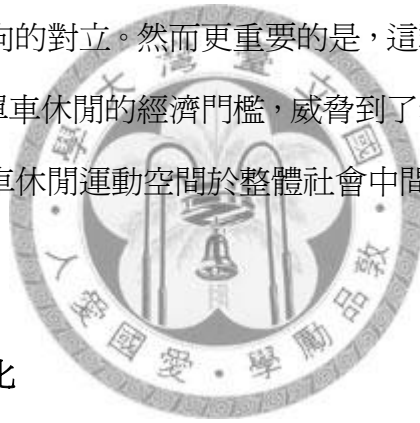
現其內容從偏重單車賽事報導，轉向單車休閒資訊提供，以及型塑單車休閒騎士形象的趨勢。而在 2007 年之後則明顯出現了大量分享個人單車遊記的書籍，在這些書籍之中，呈現的是中產階級如何實際地將單車休閒融入個人消費偏好與生活品味的示範。直至 2007 年電影《練習曲》上映，則正好成爲了觸發人們對於單車休閒美好想像的「機遇」(conjunction)。無論陳懷恩導演在這部電影所欲傳達的主題爲何，無可否認地是《練習曲》成功地用影像的方式道出了單車休閒的模樣，而劉金標、馬英九等人在電影上映之後接連投入單車環島活動，則在爲單車環島活動製造新聞話題的同時，也爲單車休閒加注了中上階級的身體印象。而 2007 年透過單車環島作爲入門儀式的單車新手們，則於由此一腳跨入了更爲豐富的單車休閒生活之中。然而眼看單車休閒參與者的人數迅速增長，大眾媒體也不假思索地以「全民運動」來標示這個特異的現象，但這反倒將特殊階級的休閒實作與偏好一般化，進而掩蓋了新興單車休閒參與者的都市中產階級屬性。

而在這群新來的單車休閒參與者湧入單車休閒運動空間之後，帶來的首先是單車休閒運動空間邊界的浮動。一方面，於車友的主觀詮釋中，我們可以發現車友資格的認可由過往以「通勤」和「休閒／運動」作爲劃界標準，置換爲以「通勤」與「單車鑑賞」的區隔作爲資格判定的依據。另一方面，在客觀條件上，我們亦可發現一群以都市中產階級爲主要組成份子的小摺車友的加入，正使得單車休閒運動空間於整體社會空間中出現了結構性的位移。而小輪徑摺疊車所採行之休閒實作型式的形成，正好讓我們見證了一項新式單車休閒實作型式在出現之初，會如何受到單車休閒運動空間中既存之休閒實作型式的影響。與此同時，透過追尋小輪徑摺疊車的主流玩法的形成，我們也得以瞭解老車友們對於這群小摺車友主要批評的論據。於是接下來我們便由老車友與小摺車友的彼此觀看中，著手討論不同單車休閒實作型式之間所進行的象徵鬥爭。在老車友眼中，小摺車友竟然將都市通勤定位的小摺車拿來「上山下海」，因而在他們看來小摺車友便是一群不懂單車機械結構，卻徒有大筆金錢從事車體改裝的「蛋塔人」。然而老車

友所指出的與其說是小摺車友對單車機械原理一概不知，不如說是恰巧點出了小摺車友願意對於功能性做出妥協的特性，但這同時其實更為凸顯了小摺車友對於單車美學價值特別標榜與推崇的堅持。而由小摺車友在經營其單車休閒的方式中，我們則可發現一種美學至上的都市中產階級生活風格在此受到凸顯。其中，小摺車友對於車體改裝的美學評價，於短短的時間之內便出現了風格的變換，由繁複、誇張，走向簡約、復古，由此更為凸顯了這群都市中產階級對於時尚的敏感性。

至此我們不僅深入檢視了 1950 年代至今臺灣單車活動的發展及自行車主要使用者的社會屬性，更回答了研究之初所關切的三項問題。首先，回應「自行車如何被休閒化」的問題，我們已從上述的討論發現在台灣社會中，自行車休閒和自行車運動是於單車休閒運動空間中並存的，而單車休閒的人口則有逐漸成長、擴張的趨勢。我們亦已論及單車休閒的茁壯首先仰賴自行車製造商的資源挹注（越野單車興起階段），其後則有賴於在捷安特、民生報和車友胡榮華、郭金仁等重要施為者催生之下所舉辦的「踏板上的勇者」活動，而登山車和俱樂部型式的結合，則成功地孕生出臺灣的單車休閒實作型式，由此更擴及到公路車休閒實作型式的出現。其次，關於「單車休閒的象徵位階如何被翻轉」的問題，我們首先可以確定隨著全國自行車道路網大舉興建以及自行車新文化基金會對於單車活動相關知識的推廣，為單車休閒人口的成長提供了不可或缺的物質條件。繼而在捷安特體育基金會和自行車新文化基金會的促成下，單車休閒基本資訊有了更高的可及性，加上 1998 年之後眾多以單車休閒為主題的出版品紛紛上市，更使得單車休閒活動的封閉性得以削弱，與此同時我們也可發現單車休閒人口呈現穩定增加的趨勢。而單車休閒人口的存在，則為 2007 年之後投入單車休閒象徵構作的文化中介者提供了潛在的市場。因而由《練習曲》電影的賣座作為一個具備機遇性的開端，更多的媒體和出版業工作者開始關注單車休閒的主題，且其中所建構的單車休閒形象正是以中產階級的消費偏好作為榜樣。然而也正是因為如

此，才使得已大幅擴張的單車休閒在象徵位階上得以被翻轉。接著我們也描繪出了這群新車友的大致面貌，並且揭示了新式單車休閒的都市中產階級特性。最後，出乎意料地是在 2007 年單車熱迸發之後，迅速竄紅的反而是在過往曾被車友所鄙棄的小輪徑摺疊車，而以都市中產階級為主要愛好者的小輪徑摺疊車以喧賓奪主之姿左右了單車休閒的主流形象與進入門檻，此則正好凸顯了「一項新式的單車休閒實作型式如何深化階級區隔」的重要性。我們先是透過車友之間的彼此評價、定位，瞭解到小摺車友的特殊性在於他們以單車鑑賞者的身份取得了車友的資格，而單車休閒運動空間的邊界也因而出現了浮動。繼而我們則界定了這群小摺車友的中產階級屬性，並且瞭解到他們所具備的高度消費能力，以及小摺車的特殊活動型態。而透過老車友與小摺車友之間的象徵鬥爭，則凸顯了單車休閒中功能取向和美學取向的對立。然而更重要的是，這群以美學品味為標榜的小摺車友，則拉高了進入單車休閒的經濟門檻，威脅到了老車友與往後新車友加入的可能性，並且使得單車休閒運動空間於整體社會中間中有了結構性的位移。



## 第二節 休閒化與運動化

在第一章的討論中，我們回顧到由 Elias 和 Dunning 所提出來的「運動化」(sportization) 概念，此一概念所指的是傳統娛樂在型式上所發生的轉變，原本較為殘忍、血腥的休閒娛樂在與「文明的進程」(civilization process) 的同步開展下，逐漸被人們所厭惡與管束，轉變成一種受到多種規則所制約，以降低暴力程度的活動。而運動化的過程需要有特定的承載者 (carrier) 推動，在 Elias 和 Dunning 的研究中，推動英國十七世紀運動化發展的便是一群擁有貴族身份的統治階級，他們對於暴力容忍程度的降低一方面使得政治衝突得以由議會的方式獲得制度性的抒解，另一方面則讓傳統較具殺戮性質的獵狐狸活動轉型為受到諸種規則限制的現代運動。

然而在我們的經驗研究中所呈現的則是一個「休閒化」(leisurization)的過程,「休閒化」可以被視為「在特殊的歷史時空脈絡中,透過各種物質條件、象徵資源與重要承載者的支持,進而使一項活動本身得以提供愉悅的經驗」。由此定義我們可以發現「休閒化」概念和「運動化」最大的不同之處便在於「休閒化」的討論不以暴力收編作為核心命題。事實上我們可以發現,目前蔚為主流的小輪徑摺疊車在活動型態上甚至帶有些許的危險性,但是透過小摺車友的改裝和鑑賞(包括在網路上發表的文章、照片以及實體出版品),則使得小摺車被塑造為一種中產階級美好品味的象徵。故而從小輪徑摺疊車的風行案例中,我們則可以發現一項有危及生命可能性的休閒活動本身,卻能因為活動形象的塑造以及主要參與成員的社會位置而有躍升為主流休閒選項的可能,這不僅凸顯了 Elias 和 Dunning 對於象徵面向的忽視,也強調了休閒活動的主要參與群體本身在階級屬性上的重要性。

而正如同我們在先前提及的,Elias 和 Dunning 在分析「運動化」過程時確實有注意到承載者的重要性,此則是我們在關注「自行車的休閒化」案例中也不斷強調的分析面向。Elias 認為要探究一個社會現象,則須關注到人群之間的動態平衡與權力消長關係。那麼由此觀點出發,我們是否可以大膽地探問單車熱的迸生,正意謂著中產階級權力的高張?或許在這份小小的研究中無法回答如此宏觀的問題,但我們卻可以說,假若中產階級在這個時代於臺灣社會中有著舉足輕重的影響力,那麼中產階級的影響力則可能是展現在他們對於台灣社會中「美好生活樣態」所具有的號召性上。由於這群中產階級正好是在台灣社會經濟結構變遷的特殊條件下,迅速向上躍升的一群人,他們是臺灣社會階級流動迅速的明證,也是使得階級宰治更為細緻、難以揭穿的阻力(葉啓政 1995:122)。一方面,他們在服飾、休閒、飲食和住宅裝飾等面向上所展現的消費偏好受到下層階級的人所崇拜、模仿;另一方面,透過諸種生活消費而拉近的表面階級差距,則模糊了更為赤裸裸的宰治關係。

而在指出臺灣中產階級於自行車的休閒化過程中所佔有的重要性之後，接下來我們則試圖進一步呈現臺灣中產階級的階級性格，及其社會生成的背景條件。而透過將中產階級放置在臺灣消費社會發展的脈絡中，則可更加凸顯此一階級群體所帶有的特殊性。

### 第三節 臺灣中產階級的階級性格

正如本文在其他章節中拆解單車熱的主要分析視角，在此我們仍須回到 Bourdieu 的提醒，亦即將「休閒」研究置入一個更為寬廣的「消費」脈絡中以進行理解 (Bourdieu 1988)。因而行文至此，我們則試圖透過 2007 年單車熱的研究作為一個特殊案例，由此觀照臺灣的中產階級在消費社會 (consumer society) 中所展現出來的階級特性。

消費社會的出現作為一項社會事實，有著許多關於其起源的討論，而其形成時間推斷論據不一，但大體來說既有論者皆能同意至十八世紀消費社會已於西方（尤指英國）成形。然而另一方面，消費社會的出現作為一個被重新發現的研究客體，則意謂著社會學學科內部對於傳統學說的反動。以英國消費社會學的興起為例，其中則包括 1970、1980 年代對於傳統李維思學派以及新馬克思批評理論的挑戰，其目的是為了反對傳統文化社會學中的菁英主義觀點，這批英國社會學者轉而重視大眾文化、次文化與消費者，並且強調堅實的民族志根基。與此同時，女性主義的興起也為消費社會學提供了更加廣泛的討論面向。由於女性向來被視為是最大宗的消費者，因而女性主義對於消費也投入了許多研究，因而更帶入了關於時尚、購物、身體與家務管理的討論。最後，對於後現代狀況或後現代文化的爭論，也為消費社會學的建構提供了重要的貢獻。其中重要的代表為 Lyotard、Jameson 和 Baudrillard，他們關注的是文化的破碎性以及日常生活中符號相對於實際物質所擁有的重要性，並且傾向於將後現代社會視為消費社會，認為消費是

一種符號活動，而非一種工具性的活動（Campbell 1995）。而後現代的討論雖然較易流於空洞、浮泛，但卻為我們指出了消費社會中的一項重要特色，亦即「符號」（sign）的重要性，更指陳不斷發生轉換的文化記號已然融入了社會關係之中（費瑟斯通 2000: 9）。

而在符號愈顯重要的消費社會中，由個人的身形外貌、言行舉止和衣著裝扮等透露出的生活品味，便以「被辨識的標記」之型式發揮著十足的作用。英國社會學家 Mike Featherstone 強調，此時 Bourdieu 對於生活風格的討論則必須被倍加重視（費瑟斯通 2000: 28-9）。然而在消費社會學的討論中卻有著以「生活風格」的討論來取代「階級」的趨勢，並且認為人們可以藉由「消費」來「試著採納一種生活風格」或是「創造一種認同」，由此則消解（或說削弱）了階級的作用。在這些學者看來，消費社會的特色展現為「“今天已沒有風格（fashion），有的只是種種時尚（fashions）”、“沒有規則（rules），只有選擇（choices）、“每個個人（everyone）都能成為一位人物（anyone）”」（費瑟斯通 2000: 121）。然而這樣的討論亦引發了許多批評，<sup>118</sup>為了能夠迅速進入討論主軸，我們則試圖回到 Bourdieu 對於生活風格的討論脈絡中來檢視此一概念。

在 Bourdieu 看來，所謂「生活風格」（life-style）之展現或塑造須以「品味」（taste）為其基本生成公式（generative formula），而品味的養成則與施為者的社會階級有著莫大的關係（Bourdieu 1984: 173）。分據在社會空間中不同位置的施為者與其生存條件保有或遠或近的距離，當施為者將社會空間中的邏輯內化之

---

<sup>118</sup> Colin Campbell（1995）便認為過度凸顯生活風格以模糊、取代階級的作用，則是犯了以下四個問題：首先，市場研究者指出年齡、職業地位和生命週期的位置是影響可動用資產的主要因素，因而也是影響消費能力的主要來源，所以光看「生活風格」這個變項是不夠的。其次，若將消費者的主觀意義考量進來，我們便能發現影響消費差異的關鍵常常是與「價值觀」（value）相關的，而非「品味」（taste），而且前者相對而言也是較不容易改變的。除此之外，關於消費的研究之所以容易和「認同」扯上關係，主要是因為這些研究的對象主要是年輕人，而年輕人正處於最容易擺弄認同的理想位置，因而這樣的研究觀點一旦擴及到其他研究對象便會產生不適用的危險。更尤甚者，這樣的研究觀點預設了「觀者」（observer）與試圖炫耀的消費者擁有同樣的語言（language），能夠瞭解每樣商品所具有的價值，並且也可能高估了消費者對於其購買的商品所具備價值的瞭解程度（Campbell 1995: 113-4）。而 Campbell 所指出的前兩項問題，其實也正能透過覺察不同生活風格所立基的階級位置而得到解決，後兩者則端賴研究者在面對研究對象之獨特性與自身立場時所進行的反省。

後，便形成其帶有階級特性的品味，由此亦為身處在相近位置的施為者提供了一套分類判准，而品味的具體展現便可由施為者的日常生活消費之中（如：飲食、休閒、服飾、家俱擺飾等等）觀察得出。簡言之，品味即是施為者以其慣習為基礎所獲得的分類能力或傾向，透過挪用既存的或是形成中的各類物件或實作，施為者即展現了在一定程度上具備統一性的生活風格，因而所謂的「生活風格」也就是社會關係「具體化」呈現在一切消費物品上的結果。由此我們可以瞭解，在 Bourdieu 對於生活風格的討論中，始終都帶著對於階級關係的關懷，因而當我們試圖將自行車休閒活動的擴張放置在消費社會的脈絡下來理解時，則不能輕視作為一種生活風格的單車休閒，指涉的是什麼樣的階級於今日臺灣社會中所具備的獨特徵象。

正如我們在第六章所指出的，今日的自行車休閒已然成為臺灣都市中產階級生活風格的展現，故而我們更應將此案例置回臺灣特殊的歷史脈絡中，來檢視臺灣中產階級所帶有的特殊性。於是以下所欲強調的是，透過對於 2007 年單車熱現象的考察，我們可以發現臺灣的中產階級不只是佔據著「矛盾的階級位置」，<sup>119</sup>更帶有一種「矛盾的性格」，而且此「矛盾的性格」則因為臺灣消費社會在消費模式與消費論述之間存在的落差以及臺灣獨特的殖民歷史背景而受到了強化。

雖說在消費社會中，中產階級已成為了歷史的主體，其對消費文化的塑造力超越了少數「真正」的有閒階級（葉啓政 2005：122）。然而我們卻可發現臺灣中產階級的階級性格，首先便是展現在一種介於「勞動人」（homo faber）與「消費人」（Consumerist man）之間的掙扎之上。我們必須先瞭解的是，消費社會的成熟意謂著「享樂」（hedonics）已獲取了一定程度的正當性，在西方的脈絡中，

---

<sup>119</sup> 在 Wright（1987）由傳統馬克思主義的關懷出發對於中產階級所進行的考察中，其指出中產階級的特殊性便在於這群人正好處在一種具矛盾階級關係中的矛盾位置（contradictory locations within contradictory class relations），亦即所謂的 CLCR（轉引自葉啓政 2005：124）。而中產階級在階級位置上的特殊性，則使得這群人一方面與勞工階級同屬受到資本階級所宰治的群體，另一方面又比勞工階級多了倚賴知識生產工具所獲得的部分自主性，進而模糊了傳統「資本階級／無產階級」的二分。而深具 CLCR 特質的中產階級則因此未能察覺到自己的社會位置，以致於難以形成深刻的階級意識，甚至在滿足於大量消費能力的情況之下，以既得利益者之姿強化了資本主義的體制運作（葉啓政 2005：125-7）。



此則有賴浪漫主義的出現，使「享樂」得以透過發展「自我意識」(self-consciousness)的主張而被確認、肯定、標舉(Campbell 1987)。<sup>120</sup>然而反觀臺灣社會，尤其聚焦在中產階級面對自行車休閒活動時所呈現的態度時，我們則難以輕易斷言「享樂」已於臺灣社會獲致了論述上的優位性。對此，只消檢視 2007 年單車環島被賦予的意義便能發現，一項以休閒娛樂為體的活動，卻需要被包裝為自我挑戰、身體磨練的苦行儀式才得以被證成，而旅途安排雖然以美食、美景為主軸，但卻要避免說穿，更不能以此當作單車環島的主要目的而大加宣揚。更尤甚者，單車環島於此時亦被強力塑造為「勞動人」工作倫理的展現。企業主紛紛鼓勵員工參與單車環島，並且強調為了進行單車環島必須先從事規律的體能訓練，這則使得員工的生活作息必須重新安排，以早睡早起、菸酒禁忌為主要原則，進而使得企業內部的規訓機制深入員工的私領域之中，確保了勞動力再生產的穩定性。因而由我們的研究個案則可窺見，當前臺灣中產階級身上體現的正是介於勞動人與消費人兩端的曖昧和擺盪，然而此種矛盾的性格特徵毋寧正是凸顯了臺灣消費社會的獨特性。

藉助針對臺灣消費社會形成的既有研究，我們或許能夠更進一步地勾勒出這獨特性的形貌。首先，陳光興以台北都會區的消費擴張作為主要觀察對象<sup>121</sup>，指出自 1970 年代開始臺灣出現了可開發的島內市場，1980 年代此一市場則逐漸擴張，並斷言至 1990 年代臺灣消費社會才要進入深化的階段(陳光興 2002)。然

<sup>120</sup> Colin Campbell 在《浪漫倫理與現代消費主義精神》一書中與 Weber 的《新教倫理與資本主義精神》展開對話，並且試圖提出浪漫主義與消費之間的關係，來補充 Weber 對於消費討論的不足。Campbell 認為在 Weber 的說法中，現代社會經由理性化的「除魅」之後，主觀的內在在世界逐漸脫離了客觀的外在世界，使得主觀與客觀之間需要經由「意識」的中介才得以連結，這樣一來個人的意志便能較多地對信念、行動、美學偏好和情緒產生影響。加上十八世紀的浪漫主義的興盛，使得「自我意識」(self-consciousness)的發展達到了一個關鍵的階段，此時從經驗中體驗「歡愉」(pleasure)變成一種重要的價值，而這也合理化了「消費」的重要性。因而 Campbell 強調，正是這個浪漫主義的自我，促成了消費倫理(consumption ethic)的發展(Campbell 1987)。

<sup>121</sup> 事實上，陳光興(2002)在論述中對其所欲觀察的對象有著層次上的跳躍，亦即在「台北都會區」與「臺灣消費社會」兩者間擺盪不定，並且有將兩者等同或以前者過度推論後者的情況。然而在此我們則以陳光興於文中較為明確的宣稱：「以下，我更為具像地以台北為例，畫出一個簡單的歷史圖形來作為初步假設性的比較研究分析架構及主要參考點。」(陳光興 2002：245)來推斷其所主要探究的研究對象應為「台北都會區」。

而裴元領（2004）則試圖將觀察對象由首都台北拉大到臺灣整體社會，同時亦透過臺灣整體經濟結構主力的更迭來重新界定臺灣消費社會的發展階段。而裴元領對於台灣消費社會的形成與發展時間推斷，則要比陳光興晚得多。裴元領指出，1988年臺灣金融保險業的平均月薪年增率已高於製造業，可見中產階級勢力的茁壯已有了明顯的指標，但此時金融保險業總產出在GDP上所佔的百分比卻仍然沒有超越製造業，以致於我們只能看到一個消費社會成形的徵兆。而待1994年金融保險業總產出所佔GDP比重出現了明顯成長後，臺灣的消費社會才真正成形。但是在2001年臺灣消費社會眼見正要進入深化期的同時，卻出現了整體經濟發展的衰退狀況，以致使臺灣落入「消費不起的消費社會」之窘境（裴元領2004）。

由上述研究看來，依保守估計直至2001年臺灣消費社會仍處於一個有待進一步發展的狀態。正如我們在前述所提，臺灣中產階級的「勞動人」與「消費人」混和特性，使其即使在從事休閒享樂的時候，仍然不禁要為自己的行為尋找一個更為有利的說辭，此所直接指涉的是「享樂」論述在正當性上的不足，並且也在一定程度上反映了臺灣消費社會在「消費模式」的轉型與「消費論述」的強化之間存在著時間落差（time lag）。然而由臺灣自行車休閒活動的發展歷程看來，我們便能為此提供一個具體例證。當1990年代登山車休閒活動迅速成長之時，臺灣的單車雜誌卻仍然將自行車活動定位為競技運動，其主旨在於教導民眾如何提升心肺功能以及肌耐力，或是如何增進爬坡、過彎、下坡技巧與安全常識，而缺乏關於如何經營單車休閒與如何經營單車騎士形象的相關論述。直到2000年開始，以休閒作為主題的單車出版品才逐漸增加，並且至2007年單車熱出現之後，此類出版才有了更具突破性的成長。而單車休閒出版的成長與單車休閒活動的成長之間，則存在著將近十年的時間落差。

而在討論完臺灣中產階級的第一項帶有矛盾性的階級性格，以及此一階級性格所反映的臺灣消費社會之特殊性之後，接下來我們所欲指出的第二項階級性

格，則是作為消費社會中進行休閒消費主力的這群中產階級，對於如何經營個人休閒生活這件事，事實上卻仍然處於摸索與學習的階段。首先我們要知道，即使是「休閒」，亦是需要一套學習和養成過程的，尤其是「休閒的品味」的型塑，則還需要仰賴世代間的文化資本的累積才得以傳承，並內化於慣習之中。然而在「享樂」本身尚未於社會主流論述上取得正當性時，一般的臺灣民眾則更難投注大量的時間、金錢與心神來經營、鑽研、深化一項休閒活動，此時，即使是作為消費社會歷史主體的中產階級，亦難以從父代身上繼承休閒的品味，<sup>122</sup>因而在中產階級對於休閒活動的選擇、評價與詮釋上，則可見強烈的「外來文化」特徵。在我們的研究案例中，最為明顯的印證便是作為自行車生產大國中的社會成員，其所採取的休閒實作型式竟然卻是向國外學習而來。無論是 1980 年代初期稍縱即逝的越野單車休閒風潮，或是 1990 年代的登山車休閒活動，都有著明顯飄洋過海的痕跡，而今日蔚為風潮的小輪徑摺疊車休閒活動，卻也同樣以日本作為推崇、仿效的模範。

而臺灣中產階級對於外來文化的推崇，則其來有自。葉啓政便指出臺灣的移民、殖民背景與特殊地理位置對於台灣中產階級的「洋化性格」之型塑起了十分重要的作用（葉啓政 1995：120）。<sup>123</sup>一方面，這些歷史背景使得臺灣社會未能孕生出具有主導地位的本土優勢文化；二方面，這也使得臺灣社會一直以來皆對

<sup>122</sup> 除了因為臺灣消費社會的晚熟，使得中產階級的父代並未能養成消費品味以傳承於子代之外，另一項更為根本的原因則是因為當前的中產階級多數皆是向上流動的一代，而其父代多為勞工階級，因而其消費模式則以維繫「生存」為特徵，尚未涉及到對於「地位」的經營與妝點（葉啓政 1995：125）。

<sup>123</sup> 葉啓政認為臺灣首先有著移民社會的共通特質，包括文化可塑性較高，然其文化亦相對較容易受到扭曲、宰治；此外，移民多為下層階級成員，因而一般而言對於文化的詮釋、批判、思辯之主動性較低，故而移民社會的文化較多則是以日常生活中的儀式、禮俗、信仰、生活用語等型式存在。簡言之，文化的內涵基本上難以由對於「生存」的關切進入到對於「身份」或「地位」的意識、經營與打造層次上。然而即使臺灣的移民社會隨著三、四百年的歷史發展而逐漸淡化，但臺灣本土的文化特色仍然未能明晰呈現。這是因為：一、臺灣位於日、韓、中亞、東南亞輻湊之處的地理位置使其擁有人種薈萃、文化交融的特色。二、日本殖民與國民黨獨裁的優勢文化，抑制了本土文化成熟發展的機會。三、隨著國民黨撤退來台的外省移民使臺灣文化成分更顯複雜，而外省移民聚落亦有其自身的次文化。四、至少自日據時期開始，具有強勢地位的西方文化進入臺灣，並於近半個世紀來產生了更為巨大的影響力。而以上四項原因，則使得臺灣文化深具豐富性與開放性，但卻缺乏深厚的自省文化為其基礎（葉啓政 1995：120-1）。

外來文化抱以開放、吸納的態度。然而，在自身未有深厚的文化根基的情況下，對於外來文化與風行潮流的推崇和過繼，則使得臺灣中產階級的品味養成與生活風格的型塑帶有速成、轉換迅速的特色。<sup>124</sup>而小摺車友對於單車審美方式變換之迅速便是一例，當這群中產階級發現小摺車的華麗改裝方式已逐漸淪為大眾品味之後，他們便迅速改採簡約、復古的改裝風格，或者直接投向其他在他們看來更具美學價值的車種的懷抱。

綜上所述，這部分的討論首先指出當我們承認即使在討論消費社會中的生活風格時，仍然必須關注到生活風格所帶有的階級特性，那麼我們是否又可以從被含納進臺灣中產階級生活風格之中的單車休閒，看出臺灣中產階級的特殊性格呢？從我們的研究中可以發現，臺灣的中產階級在面對帶有休閒享樂意味的單車環島活動時，卻仍然無法直接且坦率地彰顯其中的享樂特質，而必須不斷地以自我挑戰、身體磨練等工作倫理中受到讚揚的價值來作為單車環島的包裝，而這無異於說明了臺灣中產階級在「勞動人」和「消費人」之間掙扎的階級性格，由此也反映了臺灣消費社會中的「享樂」價值尚未獲得絕對的正當性。而後透過陳光興（2002）和裴元領（2004）的歷史考察，我們可以發現臺灣消費社會約莫在1990年代逐漸成形，然而裴元領（2004）則指出2001年出現了一個「消費不起的消費社會」現象，經濟成長的停滯使得臺灣消費社會的發展未能步上坦途。而藉由我們對於自行車休閒活動發展的考究，亦可發現臺灣社會的此一特性，尤其在單車休閒活動發展將近十年之後，市面上才開始出現較多的單車休閒出版品，由此則反映了「消費模式」的轉型與「消費論述」的強化之間所存在的時間落差。而臺灣中產階級的第二項階級性格則是一方面作為消費社會中的消費主力，成為臺灣社會中引領休閒潮流的主要承載者；另一方面卻又未能從父代承襲關於休閒娛樂的品味，使其多半必須仰賴對於外來休閒風潮的仿效，而有著速成的品味養

---

<sup>124</sup> 此外，亦有論者認為臺灣對於外來文化的迅速繼受，甚至有將外來風潮所帶有的社會反思空洞化的危險。葉永文便指出，臺灣青少年對於「嘻哈文化」的接受，便缺乏了「反階級壓抑的底層社會價值之呼喊，而只呈現出一種反傳統社會價值的特殊身份認同。」（葉永文 2005：14）

成與生活風格轉換迅速等特色。

#### 第四節 研究限制與建議

本文試圖回答自行車作為一項休閒活動，其在 2007 年出現的象徵位階翻轉與穩固何以可能的問題，雖然我們已經提出一套回應與解釋，然而仍有許多未臻周全之處。而以下我則將對這份研究提出三點反省，並且為將來的研究提供兩點建議。

首先，當本研究試圖釐清近年來所風行的單車活動究竟是「休閒」抑或「運動」時，立即面臨到的難題便是東西方社會對於「休閒」和「運動」概念的在界定上的差異，而這個問題在加乘上學科語言對於社會對象的重新建構之後，則又繞成了一個更為難解的習題。然而我們若不先對研究對象——2007 年之後所風行的單車活動——做出適切的界定，則難以展開接下來的研究與分析。雖然目前在湯志傑老師的努力下，已藉由大型統計資料整理出了臺灣人的「運動觀」，<sup>125</sup>然而在此運動觀之下卻尚未建立起本土的理論工具，因而研究者在此只能先向現實屈服，暫時擱置「翻譯過來的現代性」可能招致的詮釋學循環問題，借用西方學者業已建構好的概念工具來理解我的研究對象。但筆者相信，若能由臺灣人的運動觀、休閒觀考察作為基礎，由此建構起一套較為完備的理論分析框架，則能對往後的休閒、運動研究帶來更多助益。

其次，由於本研究主要關注的是自行車休閒活動的歷時性發展，相較之下，有關單車「運動」發展的細節變化則較為忽視。雖然從結果看來，我們可以斷言

---

<sup>125</sup> 根據湯志傑（2008）的研究，國人的運動觀與西方定義下的「運動」概念有顯著的差異。在台灣民眾的眼中，運動所指涉的主要是具備「健身」和「養身」功能的活動，湯志傑認為這是因為臺灣人仍抱有東方傳統養生觀念所致，而這也反映了臺灣民眾並未能夠清楚地區分 sport 和 exercise 的差別。其次，臺灣民眾認為運動的判准還包含此項活動是否「有明確的規則」、「身體活動量夠大」以及「有競賽的性質」，然而對這三項條件的要求卻比前兩項來得低，而這則顯示臺灣民眾更傾向於將所謂的「運動」理解為西方的 exercise 概念，而非 sport。

「單車休閒」在近年來比「單車運動」得到了更為有利的資源，並且也有較為顯著的成長，然而若是能夠對越野單車、公路車和登山車競賽發展過程中所發生的變動有更深入的分析，則會對本研究所欲關心的主題有更趨完備的解釋。而若要顧及這部分的討論，則意謂研究者必須充分掌握各式自行車競賽規則、競技技巧，同時還需針對各式自行車競賽發展進行大規模的資料蒐集，而礙於種種現實考量，這些分析面向則不是此份研究所能妥善處理的。

最後，相較於我們特別提出「小輪徑摺疊車」在初入單車休閒運動空間時，面對空間中既有單車休閒實作型式所發展出來的特殊活動型態，在討論其他單車休閒或運動實作型式的形成時，則無法呈現這般細緻的分析。這是因為在資料取得上的困難，無論是 1963 年出現的自由車（公路車）運動、1981 年出現的越野單車休閒及其後的越野單車競技、1990 年出現的登山車休閒活動及其後出現的公路車休閒活動，都難以找出最早將此些活動帶入臺灣的關鍵報導人，或是對既有活動型態進行轉換的車友。而相較之下，由於筆者有幸接觸到最早帶起小輪徑摺疊車休閒風潮的核心人物，由此才得以較為深入地探究當一項新式單車休閒實作型式出現時，會如何受到單車休閒運動空間中的既有條件所影響，而此後又會展開什麼樣的互動過程。而筆者同樣相信若是能夠增添這些較為細緻且具動態性的分析，則能提出更為有趣的分析成果。

筆者在進行這份研究的過程中發現，國內既有的自行車休閒活動學術研究及歷史記載資料皆十分匱乏，然而自行車休閒活動即使到 2009 年看來仍有許多成長的空間和動力，若將此一休閒擴張的現象視作臺灣消費社會邁向成熟發展的指標，則還有許多研究議題可供往後的研究者做為參考。首先，若能由關係性的角度出發，對照在台灣整體休閒運動空間中，不同活動的相對位置及其發展軌跡，則能夠透過不同休閒或運動在空間中相對位置的變化，窺視臺灣不同階級成員在消費社會中的權力消長。而這樣的研究必然預設了較高的研究門檻，需要藉助長期的統計資料，以觀察出臺灣休閒或運動的主要組成人口在社會屬性上的變化和

數量消長。而由中央研究院所進行的「臺灣社會變遷基本調查五期三次計畫」已經將「休閒」納入問卷項目中，期待在將來的全國統計調查計畫中還能保有「休閒」題組，以幫助後繼研究者建立對於台灣休閒發展的歷時性分析。然而若不倚靠大型統計資料，則還有另一種研究方式可供參考。Bourdieu (1988) 便指出我們可以依據空間中不同區塊所可能具備的特殊性來選擇我們的研究對象。舉例而言，我們可以選擇包含較多肢體碰觸的「接觸性運動」(例如：摔角)以及透過器具中介以完成活動的「中介性運動」(例如：羽球)來進行比較，或是從「接觸性運動」的類別中選取三種活動(例如：摔角、柔道、合氣道)來相互對照，由此亦能藉由不同研究對象的對張，撐出關係性的比較基準。

其次，雖然在本研究所欲回答的問題中並未包含「性別」(gender)或是考慮到生理與社會相互建構的「性/別」(sex/gender)分析面向，但是在目前的單車休閒發展中仍然可見「性別」分析的必要性。早期以「競技」為主的自行車活動，在「單車休閒」逐漸成為主流之後，也有愈來愈多的女性成員加入。而新加入的女性單車休閒成員在面對一種以男性為主的單車文化時，則將產生一連串的性別角色互動與策略運用，以及對於男性霸權的回擊、挑戰與解構、鞏固等過程。而在運動和休閒社會學的討論中，「性別」議題也逐漸彰顯了其重要性，尤其在 Jeniffer Hargreaves、Susan Birrell、Ann Hall 和 Rosemary Deem 等人強烈抨擊傳統運動和休閒社會學研究存在「性別盲」傾向之後，Elias 和 Dunning 也開始關注橄欖球運動中的女性角色(參見 Elias and Dunning 1986c)。此外，亦有 Michael Messner 等人在重新關注運動中的男性角色，使得傳統男女性別刻化不至於在社會學研究中不假思索地被複製與鞏固，而能呈現一種複數的性別觀以及動態的性別角色互動、認同變動過程。

而透過上述的研究自省以及研究建議，希望能夠對讀者有些交代，也期待往後能夠看到更多社會學者對於台灣休閒或運動發展的精彩分析與洞察。

## 參考書目

- An, M. and Sage, G. H. (1992) The Golf Boom in South Korea: Serving Hegemonic Interests. *Sociology of Sport Journal* 9: 372-384.
- Bourdieu, P. (1978) Sport and Social Class. *Social Science Information* 17(6): 819-40.
- (1984) *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge: Harvard University Press.
- (1988) Program for a Sociology of Sport. *Sociology of Sport Journal* 5(2): 153-161.
- (1990) *The Logic of Practice*. Cambridge: Polity.
- (1996) *The Rules of Art*. Cambridge: Polity Press.
- (1999) The State, Economics and Sport. Pp. 15-21 in *France and the 1998 World Cup : The National Impact of a World Sporting Event*. edited by H. Dauncey and G. Hare. London: Portland.
- Campbell, C. (1987) *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*. Oxford, Blackwell.
- (1995) The Sociology of Consumption. Pp. 96-126 in *Acknowledging Consumption*. edited by D. Miller. New York, Routledge.
- Clarke, A. (1992) Figuring a Brighter Future. Pp. 201-220 in *Sport and Leisure in the Civilizing Process: Critique and Counter-Critique*. edited by E. Dunning and C. Rojek. Hampshire: Macmillan.
- and Clarke, J. (1982) Highlights and action replays: Ideology, sport and the media. Pp. 62-87 in *Sport, Culture and Ideology*. edited by J. Hargreaves. London: Routledge.
- Coakley, J. and Dunning, E. (2000) *Handbook of Sports Studies*. London: SAGE.
- Curtis, J. (1986) Isn't It Difficult to Support Some Notions of "The Civilizing Process"? A Response to Dunning. Pp. 57-66 in *Sport and Social Theory*. edited by C. R. Rees and A. Miracle. Champaign: Human Kinetics.
- Dumazedier, J. (1962) *Vers une civilization du loisir*? Paris: Seuil. As cited in Pp.123, Defrance, J. (1995). "The Anthropological Sociology of Pierre Bourdieu: Genesis, Concepts, Relevance." *Sociology of Sport Journal* 12(2): 121-131.



- Dunning, E. (1983) Notes on Some Recent Contributions to the Sociology of Sport. *Theory, Culture & Society* 2(1): 135-42.
- (1986a) Sport, Power and Culture. *The Sociological Review* 35(3): 667-9.
- (1986b) Social Bonding and Violence in Sport. Pp. 224-44 in *Quest for Excitement: Sport and Leisure in the Civilizing Process*. edited by N. Elias and E. Dunning. Oxford: Basil Blackwell.
- (1989) The Figural Approach to Leisure and Sport. Pp. 37-52 in *Leisure for Leisure: Critical Essays*. edited by C. Rojek. London: Macmillan Press.
- (1992) Figural Sociology and the Sociology of Sport: Some Concluding Remarks. Pp. 221-284 in *Sport and Leisure in the Civilizing Process: Critique and Counter-Critique*. edited by E. Dunning and C. Rojek. Hampshire: Macmillan.
- and Malcolm, D. (2003) *Critical Concepts in Sociology*. London: Routledge.
- and Murphy, P., Williams, J. (1988) *The Roots of Football Hooliganism: An Historical and Sociological Study*. Routledge.
- Elias, N. and Dunning, E. (1986a) Folk Football in Medieval and Early Modern Britain. Pp. 175-90 in *Quest for Excitement: Sport and Leisure in the Civilizing Process*. edited by N. Elias and E. Dunning. Oxford: Basil Blackwell.
- (1986b) *The Quest for Excitement: sport and leisure in the civilizing process*. Oxford: Blackwell.
- (1986c) Sport as a Male Preserve: Notes on the Social Sources of Masculine Identity and its Transformations. Pp. 267-83 in *Quest for Excitement: Sport and Leisure in the Civilizing Process*. edited by N. Elias and E. Dunning. Oxford: Basil Blackwell.
- Frank, A. (1991) For a Sociology of the Body: An Analytical Review. Pp. 36-102 in *The Body*. edited by M. Featherstone, M. Hepworth, & B. Turner. London: Sage.
- Franklin, A. (1996) On Fox-hunting and Angling: Norbert Elias and the 'Sportisation' Process. *Journal of Historical Sociology* 9(4): 432-456.
- Giulianotti, R. (2004) *Sport and Modern Social Theorists*. UK: Palgrave MacMillan Basingstoke.
- Hargreaves, Jennifer (1982a) *Sport, Culture, and Ideology*. Routledge & Kegan Paul Books.

- (1986b) Where's the Virtue? Where's the Grace? A Discussion of the Social Production of Gender Relations in and through Sport. *Theory, Culture & Society* 3(1): 109-21.
- Hargreaves, John (1982b) Sport and Hegemony: Some Theoretical Problems. Pp. 160-81 in *Sport: Critical Concepts in Sociology*, vol. 1. edited by E. Dunning and D. Malcolm. London: Routledge.
- (1986a) *Sport, Power, and Culture: A Social and Historical Analysis of Popular Sports in Britain*. Cambridge: Polity Press.
- Heinemann, K. and Preuss, W. (1990) 25 Years of the International Review for the Sociology of Sport: a Content Analysis. *International Review for the Sociology of Sport* 25(1): 3-16.
- Horne, J. and Jary, D. (1987) The figurational sociology of sport and leisure of Elias and Dunning: An exposition and critique. Pp. 86-112 in *Sport, Leisure and Social Relations*. edited by John Horne, David Jary, and Alan Tomlinson. London and New York: Routledge & Kegan Paul.
- Lüschen, G. (1981) The System of Sport: Problems of Methodology, Conflict, and Social Stratification. Pp. 197-203 in *Handbook of Social Science of Sport*. edited by G. Lüschen and G. Sage. Champaign, Ill. : Stipes Pub.
- (1988) Aachen Symposium 'On Social Structure of Soccer'. *International Review for the Sociology of Sport* 23(1): 82-82.
- (1990) On Theory of Science for the Sociology of Sport: New Structuralism, Action, Intention and Practical Meaning. *International Review for the Sociology of Sport* 25(1): 49-63.
- MacAloon, J. J. (1988) A Prefatory Note to Pierre Bourdieu's" Program for a Sociology of Sport. *Sociology of Sport Journal* 5(2): 150-152.
- Maguire, J. (1999). *Global Sport: Identities, Societies, Civilizations*, Polity Press.
- Mennell, S. (2006) The Contribution of Eric Dunning to the Sociology of Sport: The Foundations. *Sport in Society* 9(4): 514-532.
- Moorhouse, H. F. (1989) Models of Work, Models of Leisure. Pp. 15-35 in *Leisure for Leisure: Critical Essays*. edited by C. Rojek. London: Routledge.
- Mouzelis, N. (1993) On Figural Sociology. *Theory, Culture & Society* 10: 239-53.

- Murphy, P., Williams, J., et al. (1990) *Football on Trial: Spectator Violence and Development in the Football World*. Routledge.
- Pierson, P. (2004) Timing and Sequence. Pp. 54-78 in *Politics in Time: History, Institutions, and Social Analysis*. edited by P. Pierson. Oxford: Princeton University Press.
- Rojek, C. (1992) The Field of Play in Sport and Leisure Studies. Pp. 1-35 in *Sport and Leisure in the Civilizing Process*. edited by E. Dunning and C. Rojek. London: Macmillan.
- (2004) An Anatomy of the Leicester School of Sociology: An Interview with Eric Dunning. *Journal of Classical Sociology* 4(3): 337-59.
- and B. Turner (2000) Decorative sociology: towards a critique of the cultural turn. *The Sociological Review* 48(4): 629-648.
- Smith, P. (1996) Executing executions: Aesthetics, identity, and the problematic narratives of capital punishment ritual. *Theory and Society* 25(2): 235-261.
- Sparkes, A. C. (2004) Bodies, Narratives, Selves, and Autobiography: the Example of Lance Armstrong. *Journal of Sport and Social Issues* 28(4): 397-428.
- Stokvis, R. (1992) Sports and Civilization: Is Violence the Central Problem? Pp. 121-36 in *Sport and Leisure in the Civilizing Process: Critique and Counter-Critique*. edited by E. Dunning and C. Rojek. Hampshire: Macmillan.
- (2005) The civilizing process applied to sports: A response to Dominic Malcolm: Cricket and civilizing processes. *International Review for the Sociology of Sport* 40(1): 111-4.
- Taylor, I. (1987) Putting the Boot into a Working-Class Sport: British Soccer After Bradford and Brussels. *Sociology of Sport Journal* 4(2): 171-199.
- Tester, K. (1989) The Pleasure of the Rich is the Labour of the Poor: Some Comments on Norbert Elias' ? An Essay on Sport and Violence. *Journal of Historical Sociology* 2(2): 161-172.
- Tomlinson, A. (2004) Pierre Bourdieu and the Sociological Study of Sport: Habitus, Capital and Field. Pp. 161-172 in *Sport and Modern Social Theorists*. edited by R. Guilanotti. London: Palgrave Macmillan.
- Vigarello, G. (1995) The Sociology of Sport in France. *Sociology of Sport Journal* 12(2): 224-232.

Wacquant, L. (2004). *Body and Soul: Notebooks of an Apprentice Boxer*. New York, Oxford U Press.

Waddington, I. and Malcolm, D. (2006) Eric Dunning: This Sporting Life. *Sport in Society* 9(4): 503-513.

Williams, J. M., Dunning, E., et al. (1984) *Hooligans Abroad*. Routledge & K. Paul.

alive 優生活 (2008) 綠色旅行。6月23日，頁10。

Ciclista Cafe 單車手咖啡館網站：<http://ciclista71.blogspot.com/>

Design (2008) 飛揚吧單車。8月，頁86-7。

Mobile01 小惡魔的單車俱樂部：<http://www.Mobile01.com/category.php?id=8>

Upaper (2007) 〈新書上架〉單車環島練習曲。10月31日。

中國影視資料館：<http://www.cnmdb.com/>

古博文 (2006) 邁向「自由車島」：從「遊憩型」到「運輸型」的自行車。國民體育季刊，第35卷，第1期。

<http://www.ncpfs.gov.tw/annualreport/Quarterly148/p16.asp>

台大批踢踢實業坊 (PTT BBS 站)：<telnet://ptt.cc>

布赫迪厄；劉暉譯 (2001) 《藝術的法則：文學場的生成和結構》。北京：中央。

——蔣梓驊譯 (2003) 《實踐感》。南京：譯林。

——宋偉航譯 (2004) 《實作理論綱要》。台北：麥田。

——林志明譯 (2006) 《布赫迪厄論電視》。台北：麥田。

——譚立德譯 (2007) 《實踐理性》。北京：三聯。

布赫迪厄、華康德 (2004) 《實踐與反思：反思社會學導引》。北京：中央編譯。

民生報 (1988) 《台灣鄉土詩演義》雙輪御電傳歐工。2月7日。

—— (1988) 荷蘭來的「胡榮華」鐵馬走天下 鮮事一籬筐。4月21日。

—— (1989) 「冒險」淬勵人性 應鼓勵 胡榮華。3月23日。

—— (1989) 《胡榮華專欄》踏板上的勇者——也是生活上的勇者。7月30日。

—— (1989) 踩踏之間樂趣多 全家出動共遨遊。8月5日。

—— (1990) 胡榮華曾經騎車環遊世界 今天完成大陸4個極點的跨騎 單騎走天

- 涯 是他一生的執著。11 月 14 日。
- （1991）與你深情相遇 腳踏車之戀。1 月 6 日。
- （1993）單車旅遊 再添新軍。2 月 19 日。
- （1995）建立資料 提供單車活動資訊 捷安特 扮演媒人角色。1 月 1 日。
- （1998）李總統 快抓穩。1 月 7 日。
- （2001）周六 單車走訪大稻埕。4 月 26 日。
- （2002）15 億打造環島自行車道 6 年發展計畫 結合地方特色 建構優質休閒環境。4 月 17 日。
- （2002）建構‘綠色’旅遊網絡 政院推動自行車道系統。5 月 14 日。
- 交通部（2008）油價上漲對民眾使用交通工具之影響調查摘要分析：  
<http://tinyurl.com/6b863h>
- 交通部運輸研究所（1997）腳踏車道系統可行性研究暨先期規劃。  
<http://www.iot.gov.tw/ct.asp?xItem=5316&ctNode=1448>
- 自行車市場快訊（1993）編者的話。第 15 期，頁 1。
- （2008）何友仁談單車熱潮&捷安特內銷佈局。第 122 期，頁 60-2。
- 自行車市場快訊電子報（2008）自行車大廠內銷大幅成長。第 221 期。  
[http://www.wheelgiant.com.tw/news/enews/enews\\_issue.asp?type=C&issue=CH\\_221#body10](http://www.wheelgiant.com.tw/news/enews/enews_issue.asp?type=C&issue=CH_221#body10)
- 自行車會訊（1996）臺灣自行車內銷市場概況。第 20 期，頁 1。
- （2001）行政院環保署署長的話。第 72 期，頁 1。
- （2004）台灣區自行車輸出業同業公會於第四屆第十一次理監事聯席會議紀錄。第 108 期，頁 9。
- （2004）第四屆第十二次理監事聯席會議紀錄。第 110 期，頁 8-9。
- 自行車道工作坊（2008）敦化南北路自行車道第一次專家學者座談會會議紀錄。  
<http://www.wretch.cc/blog/bikelaneteam/12096063>
- 行政院主計處（2008a）97 年 5 月物價變動概況。  
<http://www.dgbas.gov.tw/ct.asp?xItem=19508&ctNode=489>
- （2008b）97 年 7 月物價變動概況。

<http://www.dgbas.gov.tw/ct.asp?xItem=19823&ctNode=489>

行政院環境保護署（2009）自行車道系統設置說明會簡報。<http://www.epa.gov.tw/>

行政院體育委員會（2002）台灣地區自行車道系統規劃與設置。台北：中華民國景觀學會。

——（2005）臺灣地區自行車道、體育場雙語化標示規劃與建置報告。

——（2009）97年運動統計。

[http://www.ncpfs.gov.tw/upload/2009\\_5\\_26\\_97%E5%B9%B4%E9%81%8B%E5%8B%95%E7%B5%B1%E8%A8%88.pdf](http://www.ncpfs.gov.tw/upload/2009_5_26_97%E5%B9%B4%E9%81%8B%E5%8B%95%E7%B5%B1%E8%A8%88.pdf)

——（2009）自行車道整體路網規劃建設計畫。

<http://www.sac.gov.tw/important/public.aspx?iid=9>

吳兆欣、包怡芬、王宏宗、賴茂盛、吳茂盛（2008）高爾夫運動消費族群休閒滿意度之調查研究。北體學報，第16期，頁260-8。

呂佳玲（2007）都市中通勤型腳踏車道設置之研究。台北：國立台灣大學土木工程學研究所碩士論文。

宋佳芳（2008）台灣自行車業的風潮再起。網路社會學通訊，第75期。

李仁龍（2009）單車成年禮-千年傳統成年禮：「已冠而字之，成人之道也。」-新時代成年禮：「單車認證三部曲」。運動時報，第六期。  
<http://www.sac.gov.tw/annualreport/sport6/p27.asp>

李雅莉（1996）戰後台灣高爾夫運動發展之研究(1945~2006)。國立臺東大學體育教學在職專班碩士論文。

周金玉（2007）綠色運具遊客識覺與行為之研究—以八里左岸自行車道為例。國立臺灣大學理學院地理環境資源研究所碩士論文。

林靜宜（2008）捷安特傳奇：GIANT全球品牌經營學。台北：天下遠見。

林豐福（1997）腳踏車道系統可行性暨先期規劃。交通部運輸研究所。

邱韋誠（2003）是鎖鍊還是羽翼—原住民棒球選手的運動之路。花蓮：國立花蓮師範學院多元文化教育研究所碩士論文。

邱雋弘（2004）信任的邊界：自行車台商跨界協力網絡研究。台北：國立台北大學社會學研究所碩士論文。

冠宇（2009）單車樂活最夯的生活方式-LOHAS“Lifestyles of Health and Sustainability”樂活-騎上單車享受樂活人生-環臺自行車道網成形。運動時報，第六期。<http://www.sac.gov.tw/annualreport/sport6/p28.asp>

洪川（2005）台灣單車旅行地圖。台北：晨星。

胡伯賢（2008）臺北市推動腳踏車使用生活化之研究：公私協力的觀點。國立台北大學公共行政暨政策學系碩士論文。

胡賽尼；李靜宜譯（2005）追風箏的孩子。台北縣：木馬文化。

埃里亞斯；袁志英譯（1998）《文明的進程 I》，第 1 版。北京：三聯書店。

——王佩莉譯（1999）《文明的進程 II》，第 1 版。北京：三聯書店。

——鄭義愷譯（2007）《什麼是社會學》，第 1 版。台北：群學。

商業周刊（2008）奮起吧！腳踏車。第 1075 期，頁 110。

——（2008）四位企業家的御風人生。第 1075 期，頁 132。

——（2008）逆風行走「勉強拚了」不如「讓一下」。第 1075 期，頁 136。

——（2008）時速二十公里的風景 時速六十公里看不見。第 1075 期，頁 138。

國立臺灣歷史博物館：<http://www.nmth.gov.tw/>

國家文化資料庫網站：<http://nrch.cca.gov.tw/ccahome/index.jsp>

張荳雲、廖培珊主編（2008）《台灣社會變遷基本調查計畫第五期第三次調查計畫執行報告》。台北：中央研究院社會學研究所籌備處。

張淑玫（1994）休閒的政治——KTV 的快感與權力關係。台灣社會研究季刊 16: 119-45。

許正和、邱創勳（2007）台灣自行車產業發展史：躍上峰頂的台灣鐵馬。國立科學工藝博物館。

郭正德、何伯均、李勇霆（2004）台北縣建構二重疏洪道推廣自行車道休閒運動之使用者行為與滿意度之研究。2004 年產官學運動與休閒學術研討會，頁 116-138。

陳文麗（2002）空間印象、生活型態與忠誠度關係之研究：以星巴克為例。中原大學室內設計研究所碩士論文。

陳光興（2002）台灣消費社會形成的初步思考。見大學學術講演錄叢書編委會編，中國大學學術講演錄，頁 243-248。廣西：廣西師範大學。

- 陳柏如（2001）台灣自行車懷舊篇。中文自行車市場快訊 77: 22-7。
- 陳柏蓉（2005）單車熱。台北：滾石文化。
- 單車世界（1986）同心協力振興自行車運動。1月，頁1。
- （1986）墾荒者的心聲——基層教練訓練雜記。5月，頁21-2。
- （1987）讀者函。4月，頁74。
- （1988）獲獎之餘 更應淬礪奮發。7月，頁1。
- （1988）運動員的自我肯定與超越自我。7月，頁56-9。
- （1988）上班族 一起來騎單車吧。10月，頁44-5。
- （1989）推廣單車活動獲肯定：藍駝主人深表欣慰。1月，頁5-7。
- （1989）展望未來四年。7月，頁1。
- （1989）掌聲響起：「地球體驗騎士獎」獲獎感言。7月，頁13-5。
- 單車休閒生活（2004）單車希望工程：淺談單車族發展現況。12月，第31期，頁24-5。
- 單車身活（2005）重回 921 發生地 九份二山。第2期，頁54-9。
- （2005）五十一天的法國流浪。第3期，頁42-7。
- （2006）石門水庫 繞水遊。第4期，頁70-3。
- 單車運動雜誌（1997）付出該付的 得到應得的。9月，第4期，頁55。
- （1998）教你喝水的重要性。10月，第15期，頁82-3。
- 單車誌（2002）荷蘭—單車王國逍遙遊。創刊號，頁44-51。
- （2002）德國—萊茵河浪漫騎情。第2期，頁56-9。
- （2002）探索南國島嶼—故地新遊峇里島。第3期，頁46-55。
- （2007）全台自行車道分布圖。第30期，頁83。
- 單車誌網站：<http://www.cycling-update.info/K/dict/dict.asp?pgno=13>
- 游智崑（2006）福利邊緣的勞工：以台灣職業棒球球員之工作壓力探討其福利權益。新竹：玄奘大學社會福利學研究所碩士論文。
- 湯志傑（2008）運動≠sports：本土運動觀念初探，宣讀於『休閒生活：台灣社會變遷基本調查計畫第十二次研討會』。中央研究院社會學研究所。台北。



——（2009）體育與運動之間：從迥異於西方「國家／市民社會」二分傳統的發展軌跡談運動在台灣的現況。思與言 47(1): 1-126。

蛙咖啡網站：<http://cafe.frogfree.com/>

費瑟斯通（2000）消費文化與後現代主義。南京：譯林。

黃春明（1987）蘋果的滋味。見黃春明，籟，頁 139-72。台北：皇冠。

黃健和（2008）單車放浪。台北：大辣。

黃樑夢（1986）騰空躍動的越野單車運動。單車世界 2: 4-10。

楊佳勳（2003）新消費工具在台灣：以星巴克為例。國立政治大學社會學研究所碩士論文。

楊承祥（2006）中國大陸台商的勞動體制：以自行車台商為例。台北：國立台北大學社會學研究所碩士論文。

楊舒雯（2006）自行車道遊客特性與遊憩服務品質之研究—以台中縣東豐自行車綠廊為例。國立體育學院休閒產業經營學系碩士論文。

經建會管制考核處（2008）新聞稿：政府規劃推動自行車道路網，成果已逐步展現。6月25日。<http://www.cepd.gov.tw/m1.aspx?sNo=0010363>

經濟日報（1982）自行車業再度興起 導源於市場需要 雖受不景氣的影響 但仍有發展潛力。8月18日。

——（1990）無限延伸自行車業的視野—捷安特以品牌行銷五極市場。3月17日。

——（1991）巨大成立捷安特文教基金會 將興建一座自由車賽車場。11月27日。

——（1996）交通運輸與區域發展座談會。10月28日。

——（1997）田野、山巔、海濱都有它的影子 自行車踩出休閒風。8月3日。

——（2002）挑戰 2008 計畫 選擇十大重點項目 包括 E 世代人才培育、創意工業、創新研發基地、產業加值計畫等。4月17日。

——（2002）觀光躍進 將開發大型新景點 包括花卉園區、雲嘉南濱海風景區、安平歷史風景區等至少七處。6月24日。

——（2008）羅祥安勤練騎 為環島暖身。3月10日。

——（2008）自行車 愈輕愈上道。9月11日。

- (2008) 台大 EMBA 班 單車環台。10 月 9 日。
- 葉永文 (2005) 當代臺灣青少年文化的歷史與社會分析：以嘻哈文化和台客文化為例。思與言 43 (1) : 1-24。
- 葉啓政 (1995) 臺灣「中產階級」的文化迷思。見葉啓政著，臺灣社會的人文迷思，頁 111-31。台北：東大。
- (2005) 從生產的政治經濟學到消費的文化經濟學：從階級做為施為機制的角度來考察。見葉啓政著，現代人的天命：科技、消費與文化的搓揉摩盪，頁 101-40。台北：群學。
- 詹長權 (2007) 環保署/國科會空污防制科研合作計畫推動工作暨先驅策略規劃計畫。國立臺灣大學公共衛生學院職業醫學與工業衛生研究所研究案。
- 達鈺股份有限公司網站：<http://www.acme-sports.com.tw/index.asp>
- 維多·透納 (2005[1997]) 過渡儀式與社群。見 Jeffrey C. Alexander 等編，文化與社會，頁 176-185。臺北：立緒。
- 裴元領 (2004) 自我作主的經濟？對 1994-2004 年台灣消費社會形成的初步觀察。2004 台灣社會學會年會暨「走過台灣—世代、歷史、與社會」研討會，台灣社會學會主辦，清華大學社會學研究所承辦，12 月 4-5 日，清華大學人社院。
- 遠見 (1991) 我的第一匹鐵馬—胡榮華 劉金標 徐瑞德。8 月 1 日。
- (2007) 新工具 鐵馬旅行 開車太快 走路太慢 騎單車最好。7 月 1 日。
- (2008) 社會運動 彰顯人生。1 月 1 日。
- 劉弘雁 (2003) 2003 汽、機、自行車產業年鑑。新竹縣：工業研究院產業經濟與資訊服務中心。
- 劉昌德 (1998) 媒體在運動商品化過程中的角色。台灣社會研究季刊 32: 215-47。
- 劉金標口述、藍麗娟採訪整理 (2007) 我的環台夢：劉金標的 73 歲自行車環島日記。台北：天下。
- 劉阿榮 (2000) 台灣之永續發展：國家與社會的觀點。國立臺灣大學國家發展研究所博士論文。
- 樂活單車 (2008) 巴拉卡公路 抗敵之路。10 月，第 9 期，頁 58-63。
- (2008) 王者風範劉金標。10 月，第 9 期，頁 134-7。
- 歐正中 (2006) 臺灣地區民眾休閒活動參與之研究。台北：國立台北大學社會學

系碩士在職專班碩士論文。

練習曲官方網站：<http://www.whv.com.tw/event/ie/>

蔡佑霖（2003）競賽作為一種生產：台灣職業棒球產業勞動體制的初探。台北：國立台灣大學社會學研究所碩士論文。

蔡宜庭（2006）「東豐自行車綠廊」的發展與旅遊活動之研究。

鄭喬月（2007）鐵騎柔情：臺師大自行車環島活動女性參與者角色衝突之研究。台北：國立臺灣師範大學運動與休閒管理研究所碩士論文。

曉陽（2008）節能減碳風潮起－單車成當紅交通工具 體委會建構全台自行車道 供你千山萬里行。運動時報，第二期。  
<http://www.sac.gov.tw/annualreport/sport2/p15.asp>

賴守誠（2008）食物的文化經濟與農鄉發展：義大利慢食運動及台灣客家飲食運動的個案比較。農業推廣學報 24: 45-72。

聯合知識庫：<http://www.udndata.com>

聯合晚報（1989）鐵馬復活 輕薄短小上路 昔日代步 今日休閒 內銷市場 一片好景。8月21日。

——（2008）搖滾玫瑰 騎遍台灣。4月16日。

——（2008）自行車日 談車就好。5月4日。

——（2008）家長怕車友車友怕小孩 自行車道亂集團？6月30日。

——（2008）車友連署「我要生活自行車道」。7月24日。

——（2008）〈社論〉苦中作樂：愛台灣的擴大內需。10月6日。

聯合報（1952）基隆市況 豆類下跌糖油看活。10月16日。

——（1952）單車四三八輛 配予合聯社。10月28日。

——（1954）單車失竊。12月6日。

——（1955）各地舉辦 暑期青年 鐵馬長征。7月9日。

——（1973）人力馬達 三輪貨車 行將絕跡。4月24日。

——（1982）越野車橫衝直撞 上馬路害人害己 省府決通函加強取締 並請學校約束青少年。9月29日。

- (1988) 《香港自由車賽》風火飛輪 揚名香江 11 月 28 日。
- (1994) 新單車蝴蝶夢 即起報名。1 月 6 日。
- (1997) 本周休閒派 1 騎車郊遊健身踏青一舉兩得。3 月 1 日。
- (1997) 騎單車到台北縣郊遊去。7 月 16 日。
- (1999) 南投集集 來關山取經。12 月 1 日。
- (2000) 公園管理學問大。4 月 30 日。
- (2007) 捷安特老董單車環台 73 歲劉金標被電影「練習曲」感動 不顧家人反對昨晨上路 導演全程跟拍。5 月 8 日。
- (2007) 如歌行板 孫大偉帶你單車遊淡水。5 月 12 日。
- (2007) 小吃滿桌 馬英九：嘉義人真熱情。5 月 16 日。
- (2007) 劉金標環台推薦依山傍海盡嘗台灣小吃。5 月 20 日。
- (2007) 4 輪度小月 2 輪出頭天。12 月 27 日。
- (2008) 小馬哥約劉董 共譜練習曲。1 月 31 日。
- (2008) 南投南開技術學院 鐵馬環台畢旅 4 人瘦一圈。2 月 22 日。
- (2008) 自行車日 明起凸台 馬騎鐵馬 迎回玫瑰送董ㄟ。5 月 3 日。
- (2008) 自行車日 馬英九：騎 100 公里 16 歲的成人禮。5 月 5 日。
- (2008) 正確騎乘篇 PART 1 鐵馬拉風 騎對了再上！6 月 15 日。
- (2008) 單車沒路權 車禍吃悶虧。7 月 6 日。
- (2008) 自行車搶手 小摺擠進前 3 名。8 月 13 日。
- (2008) 社會向個體化轉折 帶動單車熱。8 月 15 日。
- (2008) 《城鄉探索日記》單車走透透 快樂救台灣。10 月 11 日。
- (2008) 市上最夯 小摺踩踏流行節奏。10 月 14 日。
- (2008) 汗水沿途灑落 多麼美好。10 月 14 日。
- (2009) 熟男熟女單車出走 拜客雙腳踩天涯。1 月 11 日。
- (2009) 單車成人禮 挑戰百公里。3 月 4 日。

藍嘉俊 (2001) 失落的人性空間：台北市人行空間問題的政治經濟學分析。國立

臺灣大學建築與城鄉研究所碩士論文。

魏錫玲（2004）騎上峰頂—捷安特與劉金標傳奇。台北：聯經。



## 附錄一 深度訪談問卷

### 一、 基本資料：

1. 車齡、年齡、性別、最高學歷、目前職業。
2. 過往至今所擁有過的車種及所屬品牌。
3. 平時最愛用的車種（小輪徑摺疊車、登山車、公路車、固定齒輪車、其他）。

### 二、 單車經驗：

1. 請問您是在何種機緣下開始騎自行車的？
2. 請問您一般騎車型態為何（休閒、運動、旅行、競賽）？
3. 請問您偏愛一個人騎車或是結伴出遊？兩者對您而言的差異為何？
4. 請問您是否有想過要放棄騎車？為何沒有（有）放棄？
5. 請問您是否有騎車環島的經驗？為何會去？回來的感想？
6. 請問您是否有出國騎車或環遊世界的計畫？為什麼想去（不想去）？回來的感想？
7. 請問您認為什麼叫做「騎車」？哪些人又能夠被歸類為「車友」？
8. 請問騎乘自行車對您而言是一種「休閒」、「運動」、「旅行」、「競賽」或是其他？
9. 請問您身邊是否有正在騎單車的「女性」？可否形容一下您對她們的觀察？
10. 請問您的家人或（男女）朋友對您騎單車的看法？
11. 請問您是否習慣參與大型單車論壇（例如：mobile01、PTT）中的討論？為什麼？
12. 請問您是否有收藏或騎乘「古典鋼管車」、「小摺車」？為何您會做此選擇？
13. 請問您是否玩過「極限單車」或是喜愛觀賞相關的競賽表演？為什麼？
14. 請問您是否有聽過某些人以「機車」進行環島？您會想參與這樣的行程安排嗎？為什麼？
15. 請問您是否認識某些「單車名人」？可否舉例？喜歡哪一位？為什麼？

16. 請問您是否聽說過「千里環島步道」？您對此一計畫的看法為何？

### 三、 身體經驗：

1. 請問您騎乘自行車的首要目的是為了追求健康嗎？抑或有其他更為重要的目的？
2. 請問除了騎車之外，您平時如何維繫自己身體的健康？
3. 請問您在騎乘自行車之後，是否有發現自己的身體出現了某些變化（例如：體力、身體線條、皮膚、感官感受力等等）？
4. 請問您在騎乘自行車的過程中，是否有受過運動傷害？您如何同時兼顧養傷和騎乘自行車兩件事？
5. 請問您是否會因為某些身體疾病，使得自己在騎乘自行車時對某些事物特別小心（例如：氣胸、僵直性脊椎炎、其他舊傷）？

### 四、 消費型態：

1. 請問您在選購單車相關配備時，會以什麼為第一考量（外觀、實用性、稀有度、其他）？
2. 請問您在騎車之外，是否有其他的興趣或運動習慣？（音響、攝影、閱讀、登山、攀岩、慢跑、其他）您如何看待不同休閒之間的差異？
3. 請問您是否會固定購買單車相關書籍或雜誌？您通常會選擇哪一款書籍或雜誌？

### 五、 2007 年單車熱：

1. 請問您是否看過《練習曲》？您對於這部電影的評價如何？
2. 對於媒體大加炒作單車有何看法？
3. 請問您認為單車熱前後的單車生態是否有所轉變？您認為其中較為明顯的部分為何？
4. 請問您對於台灣近年來這一波單車熱的看法（例如：參與人數迅速增加、車隊林立、網路及各式媒體討論熱烈、小摺車價位飆漲、政府推出相應建設等等）？

## 附錄二 自行車零件名稱對照圖



資料來源：單車誌網站



## 附錄三 1989 年至 2007 年捷安特體育基金會、自行車新文化基金會

### 活動統計

年	活動名稱	活動細項
1989	成立國內第一個專門以推廣單車休閒運動為主的基金會「財團法人捷安特體育基金會」	
1992	贊助胡榮華先生「穿越歐亞非」海外單車活動	
1993	單車深度研習營	活動地點：東海大學，對象：大專學生及單車愛好者，活動內容包括單車整體概念、如何利用單車作自助旅遊行程設計、中長短距離的騎乘配備、如何騎車最安全、單車及零件設計要領、社團領導與組織、活動計畫實務、自由車競賽與規則
1993	藍駝穿越歐亞非巡迴演講	民生報與捷安特體育基金會合辦，由完成歐亞非一萬二千公里長征的胡榮華，以百餘張幻燈片介紹整個旅程的見聞
1994	宜蘭冬山河自行車全家福	活動：單車騎乘、野營、定位活動、景點導覽
1994	挑戰合歡山—鐵馬單騎隊	
1994	深入金門單車活動	每人 6,700 元
1994	單車深度研習營	
1994	新單車蝴蝶夢冬令營活動	
1994	墾丁國家公園單車逍遙遊	
1995	CYCLAND 單車休閒生活雜誌季刊創刊號	
1995	五指山單騎越嶺	
1995	百公里挑戰北海岸	
1995	宜蘭冬山河自行車全家福	活動：單車騎乘、野營、定位活動、景點導覽
1995	金門自行車之旅	
1995	閃耀 820 闔家青春單車行	基金會與國民黨黨部合辦，市政府→仁愛路→新生南路→辛亥路→景美堤外便道→動物園→折返
1995	高雄觀音山單車之旅	
1995	基金會以臺北市為圓心，大臺北地區為圓圈，共規劃十五條「發現臺北」的單	

	車路線	
1995	桶後叢林挑戰賽	
1995	現代與傳統交融	探訪永康公園、永康社區、天主教聖家堂、回教清真寺、摩門教堂、教廷大使館等
1995	單車回望九份情	
1995	單車健康臺北行	基金會與臺北市立體育會主辦，活動路線：繞行臺北市新生公園→民族東路→中山北路→北安路附近風景區，全長約 7km
1995	單車領隊人員研習營	課程包括單車簡易保養，單車零組件、急救須知、領隊技巧、活動設計及實務演練
1995	陽光少年單車學園	
1995	群峰嵐影上陽金	活動路線：國家公園→陽金公路環繞竹子湖→海芋田→高冷蔬菜區→中正山登山步道，全程約 20km
1995	綠島單車行	
1995	輕騎親近淡水河活動	親子闖關、賞鳥；路線：永福橋、華中橋、光復橋、西藏橋、華江橋、中興橋、忠孝橋、臺北橋、淡水至重陽橋
1995	奮起湖、豐山探路	林務局與捷安特體育基金會合作，推動健康無污染的旅遊
1995	縱情山水單車與河流的對話	活動地點：臺北淡水河、桃園大漢溪、臺中縣大甲溪、臺中市筏仔溪、彰化楊子厝溪、嘉義赤蘭溪、臺南運河、高雄愛河、屏東高屏溪、花蓮立霧溪
1995	騎向臺北新希望	基金會、中華民國工業設計協會主辦，活動路線：臺北市立體育場→大安森林公園→國立臺灣大學
1996	中和六三〇綠色單車生活日	中和自由車委員會、捷安特體育基金會主辦
1996	因應捷運通車，基金會將此年定為綠色單車行動年，全面推廣綠色理念的休閒活動，整合全臺各地單車活動的相關資訊	
1996	金龍湖拱北殿單車之旅	捷安特體育基金會、老踏板俱樂部主辦，路線：南港火車站→金龍湖北峰寺→拱北殿→內溝→康寧護校→大湖公園→復興劇校→返回南港火車站
1996	挑戰觀音山	

1996	海外單車旅遊－日本沖繩島	
1996	海外單車旅遊－馬來西亞沙巴洲	
1996	烏來桶後叢林挑戰	
1996	捷運與關渡自然生態單車之旅	
1996	深入金門	沿途景點：古寧頭戰史館、八二三戰史館、太武山等，小金門陵水湖
1996	設計大臺北地區適合單車活動的六條路線，包括：故宮至五指山、故宮至金龍寺、士林至渡船頭、南港至木柵、士林至冷水坑及景美至敦煌路	
1996	港新半日遊	路線：南港國小→新臺五線→汐平公路口→六堵附近轉往大華路→瑪陵坑登頂→華新路下坡→長江路→八連路→拱北殿
1996	新單車蝴蝶夢	
1996	踏板上勇者環島活動隊	中華民國自由車協會、捷安特體育基金會主辦
1996	擁抱綠島	
1996	聽泉觀濤遊平溪	
1997	三峽熊空溪單車行	路線：臺北縣政府→土城工業局→三峽祖師廟及老街→大板根→樂樂谷→山中傳奇農場及熊空溪，路程 35km
1997	尼泊爾、喜馬拉雅單車行	
1997	市民大道及基隆河自行車之旅	
1997	汐平單車賞天燈	路線：南港火車站→汐平公路→平溪，全程 45 公里，製作天燈與放天燈
1997	自行車悠遊臺北縣	臺北縣環保局主辦，基金會承辦，環保單車大郊遊由一般民眾組成，分兩條行進路線，全程約 200km，繞行臺北縣
1997	婆羅洲生態單車之旅	基金會、尖美旅行社主辦
1997	深入金門	
1997	現代哪吒少年風火輪	為倡導正當休閒，轉移青少年機車崇拜，舉辦路跑、直排輪、腳踏車騎乘、演唱會等活動，路線：中正紀念堂→市府廣場
1997	單車臺北－大直基隆河自行車專用道巡禮	
1997	單車與山河對話	基金會、經濟部水資源局、各地單車俱樂部主辦，全臺十二條單車路線

1997	單車親近淡水河之美	臺北縣政府主辦、基金會承辦，慶祝臺北縣規畫完成淡水河自行車專用道，活動內容：單車休閒派、單車繞圈賽、單車慢騎賽、單車試騎賽、越野車表演賽
1997	提撥壹仟萬元贊助臺中縣清水鎮鰲峰山自由車場的興建此為國內第一座國際級自由車場，該自由車場與民國 88 年 8 月正式啓用	
1997	試辦單車跳蚤市場	
1997	臺北市市民大道高架橋淨空	
1997	臺東綠島單車夏令營	
1997	觀光局與基金會聯合探勘東北角自行車專用道	
1998	五一七單車 VS 河川活動	中時報系、臺灣省水利處、捷安特體育基金會、時報文教基金會主辦，全國同步展開單車踩踏的路線，基隆市與臺北市則分別是基隆河的源頭與下游河段
1998	坪林新闢單車道享茶宴	坪林鄉公所、基金會主辦，路線：茶業博物館→金瓜寮溪→九芎根，來回共 16 公里，享受茶宴風味餐、參觀茶業博物館
1998	金門三日遊	
1998	青少年單車體驗營	基金會、永嘉旅行社主辦，三天兩夜，學生優惠價 5950 元，行程：第一天遊關山、鹿野，夜宿小熊度假村，晚上由陳守忠演講「自行車挑戰活動的經驗」，次日遊卑南文化公園、富岡漁港，搭長安輪到綠島，第三天可以浮潛或單車挑戰火燒山
1998	美濃風情單車之旅三日遊	基金會主辦，路線：荖濃溪→竹子門發電廠→黃蝶翠谷→鍾理和紀念館→夜宿高雄農場
1998	基金會董事長劉金標與當時臺北市長陳水扁等人在華中河濱運動公園舉行公共腳踏車捐贈儀式	
1998	基金會職工陳守忠繼胡榮華之後，準備以十五個月時間，完成亞歐美自行車三萬公里環球長征	
1998	基隆河到文間山自行車之旅	

1998	婆羅洲沙巴單車山海遊	基金會、尖美旅行社主辦，費用：28000，路線：神山山腳下的神山國家公園開始，到波令溫泉、丹南熱帶園藝中心，由丹南改搭火車穿越熱帶雨林區，再由亞庇搭船到海島國家公園，體驗多種交通工具覽景的趣味
1998	臺北坪林茶鄉單車活動二日遊	沿金瓜寮溪、北勢溪沿岸的自行車道騎乘，參觀茶業博物館茶葉製造過程
1998	臺南七股瀉湖單車生態之旅三日遊	
1998	臺灣縱騎七百公里活動	
1998	騎單車探訪臺北水源頭	新店市公所、摩托羅拉公司主辦，基金會承辦，活動路線：新店市公所→北新路一段→新烏路一段→永興路→直潭湖畔的綠蔭小徑→小粗坑路→直潭路→直潭淨水廠→思源橋→新潭路→永業路→碧潭吊橋頭→牽車過橋→終點站碧潭河岸公園，共計 15km
1998	關山綠島單車山海三日遊	
1999	協助臺北市政府編輯之【單車遊台北】一書出版	
1999	花東縱谷綠野仙蹤單車行三日行	基金會、觀光局花東縱谷國家風景區管理處主辦，三天各騎乘三十公里，第一天：鯉魚潭→木瓜溪→銅門；第二天：關山環鎮自行車道、卑南溪的鄉間小徑，第三天：南橫東段、繞行海端、池上、鹿野，是油菜花最美的路段
1999	花蓮瑞穗鄉泛舟單車樂	基金會主辦，活動路線：瑞穗自行車道、一九五公路
1999	金門單車活動隊	基金會主辦，活動路線：大、小金門
1999	海外單車遊－尼泊爾行	基金會、行政院體育委員會主辦
1999	海外單車遊－澳洲行	基金會、行政院體育委員會主辦
1999	淡水河新店溪畔單車遊	
1999	第二屆臺灣縱騎活動	活動路線：臺北市議會→鵝鑾鼻燈塔
1999	荷、比、德海外單車參訪隊	行政院體育委員會主辦，自由車協會、基金會承辦
1999	單車與山河對話	行政院體委會、基金會發起，由全台各單車社團挑選當地一條美麗的路線，在 5/23 這天進行騎乘活動，「五二三」與我愛山諧音，象徵單車族走入山林愛山護山之意
1999	臺北市體育季－五指山風櫃嘴單車挑戰行	基金會承辦

1999	與臺北市政府交通局研商公共腳踏車租用管理制度與相關維護措施	
1999	慶祝鰲峰山自由車場啓用單車郊遊活動	臺中縣體育場、基金會主辦，活動路線：臺中縣勞工育樂中心→中山路→紫雲巖→清水運動公園→自由車場→單車賞景道路
1999	墾丁山海遊蹤	暢遊南灣、白沙灣、龍鑾潭及恆春出火、滿州等地
2000	Y2K NIKE 自由撒“野”拉力賽	NIKE、GIANT 主辦，中華馬拉松協會、基金會承辦，活動地點：臺北市濱江街基隆河濱公園
2000	Y2K NIKE 自由撒“野”拉力賽	活動地點：國立高雄師範大學
2000	Y2K NIKE 自由撒“野”拉力賽	東海大學
2000	世界地球日景美溪遊	
2000	秀姑巒溪單車山海遊	
2000	依民眾建議，臺北市公共租借站開始提供幼童適用的腳踏車租借	
2000	馬祖單車探勘隊	
2000	基隆河濱公園自行車郊遊暨自由車錦標賽	
2000	第六屆全國捷安特杯日月潭自由車暨登山車賽	日月潭國家風景區管理處、捷安特公司主辦，基金會、臺北市體育會自由車委員會承辦，聯合報系等單位協辦
2000	單車與山河對話	基金會與全臺俱樂部規劃十八條騎乘路線，於同一天騎乘，報名費：100 元
2000	開始承辦臺北市公共腳踏車租借服務，包括大佳站、觀山站、木柵站、華中站	
2000	臺東稻米的故鄉單車之旅	基金會主辦
2000	臺灣縱騎	基金會主辦，路線：臺北市議會→墾丁鵝鑾鼻燈塔，共 600km；隊員由九二一地震災區及馬祖、臺灣的 50 名青少年所組成，由北而南了解各產業風貌、地理特色、族群風情，關懷地震後臺灣的變化
2000	戰地金門單車活動隊	
2000	響應 922 國際無車日，推廣全國自行車騎乘活動	
2001	中和—板橋自行車道遊	總長 20km
2001	永和—土城自行車道	總長 50km

2001	依民眾建議，臺北市公共租借站開始提供變速腳踏車租借	
2001	協助臺北縣開辦江子翠與二重公共自行車租借服務，初期只在周六、周日、假日提供出租，7/1 起到 9 月底配合暑假時間，每天都可向租借處租車	
2001	青青河畔單車行活動臺北縣政府主辦，基金會承辦，慶祝二重疏洪道親水公園及自行車專用道啓用，活動地點：疏洪一路及疏洪十二路交叉口	
2001	美麗家園單車行腳－淡水河大稻埕	
2001	烏來桶後溪消暑	路線總長 42km
2001	貢寮雙溪尋幽	總長 40km
2001	基金會董事長劉金標與當時臺北縣長蘇貞昌等人共同在臺北縣光復賞鳥河濱公園舉行臺北縣公共自行車捐贈儀式	
2001	深入大小金門單車之旅	
2001	深坑木柵	總長 50km
2001	單車假日學園－大佳河濱公園	
2001	臺北市公共腳踏車採假日及非假日差別費率	
2001	鶯歌大溪老街單車遊	總長 20km
2002	二重疏洪道單車逍遙遊	臺北縣政府主辦，基金會承辦，慶祝疏洪道公共自行車站遷移至現址，提供民眾更寬廣的租借場地和停車空間，活動：騎乘、摸彩
2002	山水臺灣－淡水河系自行車之美	報名費用：每人 100 元；騎乘路線：二重疏洪道自行車道一圈
2002	山水臺灣單車騎遊系列活動－臺北陽明山單車會師	行政院體育委員會、中華民國自行車騎士協會主辦，捷安特公司、自行車新文化基金會、各單車店、單車俱樂部協辦
2002	山水臺灣－臺北故宮五指山單車行	騎乘路線：故宮博物院集合→五指山登山道路、風櫃嘴賞景
2002	永和公共自行車租借站開幕	
2002	我愛北縣公共自行車，抽獎送單車	臺北縣政府主辦，基金會承辦，慶祝公共自行車租借人次突破十萬，活動包括稅捐相關常識有獎搶答、歡唱卡拉 OK、親子趣味競賽等

2002	兩岸單車萬人騎	捷安特主辦，自行車騎士協會、基金會協辦，邀請兩岸單車專賣店負責人與車隊共同參與設計路線，選出 81 條適合大眾的都會路線同步騎遊
2002	臺北市無車日暨 2002 臺北腳踏車節	
2002	舉辦 2002 捷安特盃活動	集集及日月潭單車山水遊
2003	鐵馬關渡遊	
2003	2003 少年鐵馬行	
2003	八里尋古之旅	活動費用：200 元，不包含單車租借；活動行程：八里渡船頭→十三行博物館參觀→八里渡船頭
2003	十分單車超炫行育樂營	十分國小和國立台北師範學院康研社主辦，基金會協辦；活動：單車遊覽、昆蟲養殖教學、天燈、版畫製作、台灣煤礦博物館遊覽
2003	大專社團單車研習會	基金會主辦，頭家樂公司、捷安特公司贊助；活動地點：臺中市南屯區頭家樂戶外生活館；全國大專院校單車社團於中臺灣會師，彼此分享與學習
2003	中縣兩馬觀光季－鐵馬飛輪去旅行	基金會主辦，活動地點：臺中縣后里馬場、東豐綠色走廊及清水鎮；活動費用 1,800 元
2003	公共腳踏車租借站美堤假日站啓用	
2003	世界地球日臺北從「心」出發	
2003	平溪雙溪單車兜風行	活動費用：每人 300 元，兩人成行費用 85 折；15 歲以下孩童須由父母陪同並自備單車；活動路線：十分國小→靜安吊橋→羌子坑→石頭屋→石灼坑→頂寮子→十分國小→午餐自理→雙平隧道→茶花莊→雙溪車站
2003	坪林鄉間茶香之旅	報名費：每人 450 元；活動地點：臺北縣坪林鄉單車專用道
2003	花東縱谷之旅	四天三夜，活動地點：花蓮→臺東；活動費用：每人 3500 元；對象：年滿 16 歲以上之民眾
2003	捷安特盃國際自由車邀請賽	捷安特公司、基金會主辦，有下坡賽、林道越野賽、曲道爭先賽
2003	淡水河畔之美活動	紅樹林捷運站→漁人碼頭
2003	臺北市縣國際無車日活動，基金會董事長劉金標代表捐贈一千台腳踏車提供臺北縣公共租借服務	



2003	臺北河岸騎單車賞鳥去	基金會主辦，中華民國野鳥學會、臺北市野鳥學會、財團法人中衛發展中心、臺北市文獻委員會協辦；活動內容：自行車專用道巡禮、華江雁鴨公園候鳥觀賞解說、大稻埕人文歷史導覽；路線：華中河濱公園→華江雁鴨公園→大稻埕人文景觀導覽；報名費用：100 元
2003	學童上放學腳踏車交通安全教育教學觀摩會	在國立淡水商工舉辦，發表腳踏車教學教材，共有五冊，由國立臺灣師大工業教育系教授陳子儀等策畫編輯，基金會贊助印製五百套
2003	環球單車騎士邀您行	三天的南北縱騎行程，由臺中縣政府、太平洋百貨、基金會舉辦
2004	大甲媽祖文化節－鐵馬飛輪去旅行	活動行程：第一天：臺北→月眉糖廠→東豐綠廊自行車專用道→石岡阿嬤灶腳客家風味餐→東勢林場住宿；第二天：東勢→大甲鎮瀾宮古蹟導覽→大甲三寶文化館手工奶油酥餅 DIY→鰲峰山土坡曲道巡迴賽→清水五福圳自行車道→高美濕地公園→臺北
2004	大專單車社團武嶺會師活動	協辦
2004	志工研習營暨正確騎乘自行車種子老師培訓	基金會主辦，臺灣師範大學工業教育系、忠明自行車店協辦，捷安特股份有限公司贊助；活動地點：基金會會議室；活動內容：正確騎乘觀念、自行車與人體生理關係、基金會年度活動說明、觀山河濱公園騎乘技能演練、自行車基本認識及簡易維修與保養
2004	宜蘭田園之旅	當天來回，行程：基金會→北宜公路→呂美麗精雕藝術館→午餐→安農溪單車道騎乘→分洪堰風景區→羅東運動公園→歸賦
2004	宜蘭武荖坑暨冬山河綠色之旅	當天來回，活動費用：每人 1,100 元；活動行程：基金會→北宜公路→武荖坑→午餐→珍珠社區→冬山河單車專用道→冬山河親水公園→歸賦
2004	花蓮鯉魚潭夏令營活動	行政院體育委員會指導，基金會主辦，東華大學多向運動發展服務社承辦，伊甸社會福利基金會、荒野保護協會花蓮分會、花蓮救國團協辦；活動對象：國小五、六年級一梯次；國中一年級一梯次；活動費用：2,900 元；活動內容： 1.交通安全常識：交通法令、標誌、號誌、規則及道德介紹。 2.認識自行車：基本騎乘技巧、簡

		易保養及騎乘技能考驗。3.自然生態之認識：溼地動、植物之認識、賞鳥等生態教育。4.學習團體生活：學員之間互助及禮儀。5.戶外探索之體驗：藤蔓路、巨人梯、獨木橋等挑戰
2004	金山溫泉季－賞花泡湯趴趴走	基金會主辦，當天來回，活動：農村體驗、自行車春季賞花與鳥、泡湯、美食、藝術、老街導覽；活動地點：六股休閒農業園區、慈護宮、金包里老街、獅頭山海濱公園等
2004	苗栗獅潭賞桐花活動	當天來回；活動行程：基金會→國道風光→百壽社區導覽→紙湖農場作紙DIY→茶街參觀→午餐→清泉農場參觀淡水魚博物館→獅潭老街導覽→歸賦
2004	猴年慶元宵－中縣鐵馬樂逍遙	臺中縣政府指導，基金會主辦，臺中縣交通旅遊局、捷安特股份有限公司執行承辦，太平洋百貨公司豐原店、臺中縣仁社協辦；活動路線：太平洋百貨公司豐原店→東北街→角潭路→朴子街→東豐自行車綠廊起點站→石岡水壩→臺中縣旅客服務中心鐵馬展→東勢埤豐橋斷層帶→朴子街→角潭路→東北街→太平洋百貨豐原店→臺中縣府前廣場；報名費用：100 元
2004	臺北市自行車租借站 e 化啓用	
2004	臺北市國際無車日活動	
2004	臺北河岸騎單車賞鳥去	
2004	臺北縣夏日河堤季－八里左岸及金色水岸自行車之旅	騎乘路線：八里左岸→關渡大橋→紅樹林展示館→淡水金色水岸
2004	臺北縣夏日河堤季－自行車逍遙遊及生態之旅	臺北縣政府主辦，基金會協辦；活動費用：每人 200 元；騎乘路線：江子翠河濱公園→新海橋→二重疏洪親水公園→五股溼地生態導覽；集滿活動章三個即可參加抽獎
2004	潭雅神單車專用道啓用－潭雅神輕鬆行	活動地點：臺中縣潭子、大雅、神岡鄉
2005	全國自行車道路網調查	請各縣市政府相關單位，及在地俱樂部提供自行車道資料，調查時間：11 月 1 日至 11 月 30 日
2005	城林站、大佳站試辦自行車騎乘觀念推廣	

2005	租借站自行車騎乘觀念推廣試辦—二重租借站	13：00-14：30、15：00-16：30 連續兩場；對象：來租借站租車民眾，不論會不會騎皆可預約或現場報名；推廣內容：正確騎乘觀念，選車調整、踩踏、變速、煞車要領、技能練習
2005	基金會董事長劉金標捐贈 120 輛自行車給臺北縣警局單車巡邏隊，讓警員更貼近縣民，彌補汽、機車巡邏的不足	
2005	單車趣味大對抗，諸葛孔明也瘋狂—單車交通安全教育研習營	教育部指導，基金會主辦，捷安特股份有限公司協辦；基隆河左岸自行車道來回、大佳河濱公園；國小四年級以下需家長陪同；費用 250 元
2005	臺北市河濱騎趣百分百—歡慶臺北市河濱腳踏車道破百公里活動	
2005	臺北市縣租借站實施甲地租車、乙地還車	
2005	臺北市縣無車日活動	
2005	臺北市關渡、大稻埕腳踏車租借站啓用	
2005	臺北縣夏日河堤季—河堤腳踏車節	臺北縣政府主辦，基金會協辦；騎乘路線：淡水漁人碼頭至八里左岸會館共 20 公里
2005	臺灣真行，千里單騎環島行活動	體委會指導，中華民國自行車騎士協會主辦，基金會協辦
2005	騎鐵馬考古”趣”	報名費：100 元；騎乘路線：中山足球場圓山站→大稻埕人文景觀導覽→華江雁鴨公園候鳥觀賞及解說→華中河濱公園
2005	騎鐵馬賞鳥隨意行	臺北市野鳥學會協辦，報名費 100 元，騎乘路線：中山足球場圓山站→基隆河畔左右岸→關渡水岸公園→八里左岸會館→十三行博物館
2005	觀山租借站試辦自行車騎乘觀念推廣	
2006	花蓮山海遊蹤單車健康夏令營	基金會主辦，大漢技術學院休閒事業經營系、捷安特公司協辦，對象為國小 2-6 年級，四天三夜，費用：臺北統一搭火車每名 6,500 元
2006	金山單車親子行	基金會主辦，捷安特公司協辦，對象為對單車有興趣之親子或家人同行，兩天一夜，費用：每名 2600 元
2006	Never Stop 永不放棄—征服陽金 P 字山道賽	體委會指導，基金會、中華民國運動與休閒協會、臺北市體育會自由車委員會主辦，臺北縣金山鄉公所、臺北縣萬里鄉公所、中華民國北海岸旅遊觀光協會、GV-CLUB 協辦；報名費每人 500 元；活動路線：士林至善公園→冷水

		坑
2006	八站到騎好康成雙	
2006	大臺北國際無車日騎車換健康	
2006	全民競輪邀請賽	經濟部技術處指導，財團法人自行車暨健康科技工業研究發展中心主辦，自行車新文化基金會為協辦單位之一；報名費：每人 500 元；比賽地點：財團法人車輛研究測試中心
2006	全國捷安特盃自行車邀請賽	體委會、中華民國自由車協會指導，臺中縣政府、基金會主辦，自行車騎士協會、臺中市體育會極限運動委員會承辦，捷安特股份有限公司贊助；大甲鐵砧山風景特定區、臺中縣政府警察局、臺中縣衛生局、臺中縣教育局臺中縣體育會自由車委員會、單車誌雜誌、單車身活雜誌協辦
2006	好騎寶寶總動員－臺北市中正區自行車安全推廣暨親子園遊會	基金會協辦
2006	志工研習課程－自助旅行面面觀	
2006	志工研習－導覽解說技巧	
2006	承辦臺北市鐵馬拓印戲春遊	
2006	河左岸－臺北港單車逍遙遊	騎乘路線：龍形碼頭→跨越關渡大橋→沿淡水河右岸→淡水老街→漁人碼頭折返→龍形站
2006	風華再現－大稻埕的茶布船	騎乘路線：華中雁鴨公園→大稻埕→社子島→關渡
2006	參與行政院體育委員會「臺灣北中南東部地區自行車道路網細部規劃研究」	
2006	捷安特盃親子逍遙遊活動－鐵馬飛輪去旅行	臺中縣政府交通旅遊局主辦，基金會承辦，捷安特股份有限公司協辦，活動費用：2300，兩天一夜，東豐綠色走廊與潭雅神綠園道之自行車專用道及大甲鎮鄉土民情巡禮
2006	教育部國民中小學自行車推廣教育「八里－微風情自行車假日體驗隊」	教育部指導，臺北縣教育局、中華民國高級中等學校體育總會主辦，八里國小承辦，中華民國自行車騎士協會、基金會、八里社教站協辦，捷安特、金車大塚、建大輪胎贊助；騎乘路線：十三行博物館陽光廣場→挖子尾自然生態保護區→雷朗園區→八里左岸會館→八里渡船頭→關渡橋→觀音坑溪橋→微風運河，活動結束頒

		發完成證書
2006	單車冬之祭	騎乘路線：永和中正橋→新店溪沿岸→碧潭風景區用餐→永和中正橋
2006	單車交通安全教育深耕計畫	
2006	單車超人營	臺北縣教育局體健課指導，捷安特新莊店、基金會主辦；國小三年級以下需請家長陪同；訓練地點：二重租借站前廣場；活動費用：每人800元
2006	單挑觀音山—五公里初體驗	報名費100元，騎乘路線：龍形碼頭→八里左岸碼頭→觀音山攻頂折返→龍形站
2006	碧潭自來水博物館單車一日遊	租車費150元，騎乘路線：永和站往上游騎→過秀郎橋→碧潭午餐遊憩後折返→自來水博物館→永和站
2006	臺北100 鐵馬自由行	
2006	臺北市景福租借站正式營運	
2006	臺北市腳踏車安全騎乘初學者夏令營	
2006	臺北河濱車道賞鳥、泡湯、休閒遊	基金會主辦，中衛發展中心、臺北市溫泉發展協會協辦；報名費用：每人250元；騎乘路線：八里租借站→關渡租借站→貴子坑溪車道→大業路與和平路口→捷運新北投站→北投溫泉博物館
2006	臺北縣九十五年度學生自行車交通安全管理教學觀摩會暨校際示範賽研習計畫—三重、新莊區	臺北縣立鷺江國中承辦
2006	臺北縣九十五年度學生自行車交通安全管理教學觀摩會暨校際示範賽研習計畫—板橋、三鶯區	教育部、交通部道路交通安全指導委員會指導，臺北縣政府教育局主辦，基金會、臺灣師範大學協辦，臺北縣立光復國民中學承辦
2006	臺北縣九十五年度學生自行車交通安全管理教學觀摩會暨校際示範賽研習計畫—淡水、七星區	臺北縣立竹圍國中承辦
2006	臺北縣九十五年度學生自行車交通安全管理教學觀摩會暨校際示範賽研習計畫—雙和、文山、瑞芳區	臺北縣立永和國中承辦
2006	臺北縣永和假日站啓用	
2006	臺北縣浮州假日站、城林假日站啓用	
2006	臺北縣龍形假日站啓用	

2006	擺渡船歌－單車水岸之旅	騎乘路線：大佳河濱公園→大直橋→中山橋下→三腳渡→百齡橋下→雙溪壩頂→洲美橋口→關渡→關渡大橋→八里左岸→十三行博物館折返→八里站
2006	關渡碼頭－夏夜單車之旅	報名費 100 元；河濱騎乘、馬修連恩講唱會；騎乘路線：大稻埕→社子島→洲美快速道路→雙溪→關渡堤防→關渡碼頭
2006	鐵馬遊平溪	騎乘路線：木柵動物園→106 縣道→深坑→石碇→雙溪口→平溪、菁桐→十分→原路折返木柵動物園，全長約 60 公里
2007	Never Stop 永不放棄－洄瀾之極限挑戰	體委會、中華奧林匹克委員會、花蓮縣政府指導，花蓮縣政府觀光局、花蓮私立大漢技術學院、基金會，花東縱谷國家風景區管理處、花東濱海國家風景區管理處、花蓮縣體育會鐵人三項委員會、GV/CLUB 協辦，中華民國挑戰者運動協會、臺北市自由車委員會承辦；報名費：個人極限 200km 挑戰每人 600 元，團隊計時 100km 每隊 2000 元
2007	中華電信與自行車新文化基金會及捷安特公司宣布合作推出自行車環臺認證服務 CISS (Cycling Island Service System)	
2007	臺灣自行車日	
2007	Never Stop 永不放棄－「歐尼瀾」塔塔加之探索新中橫	體委會、內政部營建署、中華奧林匹克委員會指導，南投縣政府、基金會、中華民國運動與休閒協會主辦，玉山國家公園管理處、南投縣體育會自由車委員會協辦，臺北市體育會自由車委員會、GV-Club 承辦，捷安特、微星科技、KEEN、太子汽車、威德、杜蕾斯贊助，報名費每人新臺幣 500 元，活動路線：水里→塔塔加第一停車場
2007	大臺北國際無車日	
2007	主辦全國捷安特盃自行車邀請賽	
2007	基金會董事長劉金標 15 天完成單車環臺	
2007	基金會與捷安特公司合作推行環島租車與環島認證服務	衛星定位與記錄

2007	單車超人營	捷安特新莊店、自行車新文化基金會主辦；國小三年級以下需請家長陪同；訓練地點：北縣江子翠租借站前空地；活動費用：每人 800 元
2007	單車超人營	地點：公館景福租借站
2007	單車超人營第三梯	
2007	微笑臺灣 319 鄉東北角慢騎海洋音樂會	天下雜誌總策劃，基金會負責腳踏車租借；騎乘路線：東北角福隆遊客中心出發→龍門公園→龍門吊橋→自行車濱海縣→鹽寮公園折返→林間線→龍門吊橋→龍門公園→福隆遊客中心
2007	萬人崇 Bike-Volvic 一起打破金式世界記錄	行政院體委會指導，Volvic 主辦，捷安特公司、基金會協辦，名衍行銷承辦，騎乘路線：大佳河濱公園左岸廣場→迎風河濱公園→觀山河濱公園→麥帥一橋→美堤右岸河濱公園→大直橋→大佳河濱公園左岸廣場；報名費用：100 元
2007	臺北市水岸漫騎 愜意臺北 河濱騎警隊成軍 鐵馬嘉年華	
2007	臺北市腳踏車安全騎乘初學者夏令營第一梯	
2007	臺北河濱腳踏車道「連貫騎乘、集印抽獎」活動	8 月底前集滿臺北市縣河濱租借站任八個不同紀念章，即可參加腳踏車抽獎
2007	臺北縣政府自行車隊成軍	基金會董事長代表捐贈 65 輛、價值百萬元的捷安特自行車予臺北縣政府，以鼓勵運動減壓、推銷臺北縣市河濱腳踏車道串聯、縣府團隊下鄉訪查
2007	臺北縣碧潭假日站啓用	

資料來源：整理自（胡柏賢 2008）

## 附錄四 臺灣自行車書籍出版統計

出版年	書名	作者	出版社	類型
1983	自由車競技：技術、訓練、旅遊、規則、B.M.X.	鄭福進編著	體育	運動訓練
1987	單騎走天涯	胡榮華	民生報	個人遊記
1990	藍駝江山萬里行	胡榮華	民生報	個人遊記
1993	穿越歐亞菲	胡榮華	民生報	個人遊記
1997	自由車競技入門	東方德譯	信宏	運動訓練
1998	全臺溪河單車遊	謝禮仲等著	時報文化	休閒指南
1999	單車臺北遊	台北市政府新聞處	鼎文	休閒指南
1999	踩著夢想前進	林姬瑩	大田	個人遊記
2000	越野登山車：都會逍遙遊	山本修二	尖端	休閒指南
2000	單車飛起來：勇闖紐澳	林姬瑩、江秋萍	大田	個人遊記
2001	路徑 I	周盟桂	串門	休閒指南
2001	自行車改裝&維修 BOOK	中務博司監修	瑞昇文化	休閒指南
2001	重返豔陽下	阿姆斯特壯著，施清真譯	天下遠見	個人傳記
2001	荒野的軸心：單騎橫越西藏高原 6500 公里	安東浩正著，呂理州譯	商智文化	個人遊記
2002	Fun！騎單車去玩：行家首選最佳 20 條路線	江明麗、莊馨云	宏碩文化	休閒指南
2002	阿亮的單車日記	卜學亮	華東師範大學	個人遊記
2002	Vicky & Pinky 單車環球夢	江秋萍	經典雜誌	個人遊記
2002	踏板上的夢想	周寂琦	稻田	個人遊記
2003	臺灣單車風情畫	林惠忠	上旗文化	休閒指南
2003	自行車健康享瘦	中務博司著，林庭語譯	大展	休閒指南
2003	HOT！單車花蓮	彭思園、呂增娣、鄧淳仁	太雅	休閒指南
2003	騎單車超好玩《北&中台灣》	陳玫蓓總編輯	行遍天下企編中心	休閒指南
2003	騎單車超好玩《南&東台灣》	陳玫蓓總編輯	行遍天下企編中心	休閒指南
2003	台中縣山線屯區單車逍遙遊	林上玉	臺中縣立文化中心	休閒指南
2003	單車魅力新玩法	周慧芝	環輿	休閒指南
2003	鐵馬家庭環球筆記：中國·中亞篇	黃建家	民生報	個人遊記
2003	鐵馬家庭環球筆記：歐美篇	黃建家	民生報	個人遊記



2004	MTB 登山車：越野車改裝.維修.保養	丹羽隆志	三悅文化圖書	休閒指南
2004	臺北市河濱腳踏車道導覽	國民旅遊出版社設計	臺北市交通局	休閒指南
2004	自行車聖經	巴蘭坦、格蘭特著，黃小萍譯	貓頭鷹	休閒指南
2004	騎上峰頂：捷安特與劉金標傳奇	魏錫鈴著	聯經	企業傳記
2004	個人旅行：西藏	陳守忠	太雅	個人遊記
2004	絲路（甘肅段）·敦煌	陳守忠	太雅	個人遊記
2004	單騎伴我走天涯	Dervla Murphy	馬可孛羅文化	個人遊記
2005	臺灣單車旅行地圖	王洪川	晨星	休閒指南
2005	單車楓葉情	林存青、江心靜	經典雜誌	個人遊記
2005	陪你去環島	盧蘇偉、盧蘇士	寶瓶文化	個人遊記
2005	單車熱	陳柏蓉	滾石文化	採訪集結
2006	玩樂 100%：單車遊	黃國瑜	野趣	休閒指南
2006	臺中縣兩馬文化觀光導覽手冊	臺中縣政府	臺中縣政府	休閒指南
2006	騎趣金門大玩特玩	阮素琴總編輯	輪彥國際	休閒指南
2006	單騎 10000 里	王洪川	家庭傳媒城邦分公司	個人遊記
2006	日本踩上癮	徐銘志	家庭傳媒城邦分公司	個人遊記
2006	飛行少年：一輪千里環台挑戰	盧蘇偉、莊忠勳	寶瓶文化	個人遊記
2007	登山車寶典：鐵馬騎士的駕馭技術與實用裝備	蘇珊娜·米爾斯、赫爾曼·米爾斯著，李宛真譯	大都會文化	休閒指南
2007	單車·健走—環台完全手冊特刊	康健雜誌編輯部	天下生活	休閒指南
2007	臺灣自行車島計畫系列：自行車道專輯	廖本彰等	自行車暨健康科技工業研究發展中心	休閒指南
2007	鐵馬逍遙遊：全臺 50 條自行車道大蒐集	行政院體育委員會編	行政院體育委員會	休閒指南
2007	踩動夢想：自行車運動休閒展專刊	許添本、黃基鴻、蕭裕宗	國立科學工藝博物館	休閒指南
2007	MTB 登山車日常維修&保養	大前仁	楓書坊文化	休閒指南
2007	MTB 自行車改裝&維修 BOOK	中務博司監修	瑞昇文化	休閒指南
2007	追風水岸遊	呂增娣、林瑞珠、鍾文萍、君君、王能佑、許斌、陳建仲、楊志仁、楊志雄	臺北市政府	休閒指南
2007	公路車完全攻略	方雪兒著，郝金生譯	樂活文化	休閒指南
2007	單車誌特刊：自行車環島完全手冊	輪彥國際編輯部	輪彥國際	休閒指南

2007	自行車環島完全手冊	阮素琴總編輯	輪彥國際	休閒指南
2007	騎單車	MOOK 編輯室	墨刻	休閒指南
2007	單車逍遙遊	譚淑婷、王莉臻採訪編輯	環輿	休閒指南
2007	單車漫遊	環輿編輯部文字整理	環輿	休閒指南
2007	小摺快跑：第一本折疊車大解析 熱門小輪徑摺疊車指南	王比利	臉譜	休閒指南
2007	單車慢慢騎：2 個輪子，踩出自在生生活	王比利	臉譜	休閒指南
2007	青春鐵馬向前行：馬英九的臺灣單車日記	馬英九	二魚文化	個人遊記
2007	單車環島練習曲	陳懷恩、黃健和	大辣	個人遊記
2007	我的環臺夢：劉金標的 73 歲自行車環島日記	劉金標口述，藍麗娟採訪	天下	個人遊記
2007	不去會死	石田裕輔著，劉惠卿譯	西遊記文化	個人遊記
2007	亮哲 X 單車：花東冒險趣	亮哲	放電人文	個人遊記
2007	三島遊騎夫	劉文祥圖、文	皇冠	個人遊記
2007	一人單車環法賽	洪挺鈞文、攝影	時報文化	個人遊記
2007	單車浪遊	Ting	華成圖書	個人遊記
2007	早安，自行車：自行車：城市騎士日記	李立忠	華成圖書	個人遊記
2007	最危險的廁所與最美的星空：世界九萬五千公里的自行車單騎之旅 II	石田裕輔著，劉惠卿譯	繆思	個人遊記
2007	躍上峰頂的臺灣鐵馬：臺灣自行車產業發展史	許正和、邱創勳	國立科學工藝博物館	產業歷史
2007	鐵人三項訓練聖經	Joe Friel 著，劉宏一編譯	禾宏文化資訊	運動訓練
2008	單車環島遊	周宇廷	大輿	休閒指南
2008	Easy Bike 玩單車 1	周宇廷	大輿	休閒指南
2008	Easy Bike 玩單車 2	周宇廷	大輿	休閒指南
2008	時速 20 公里的風景：單車，美食和朋友	鳥叫練	天下遠見	休閒指南
2008	中臺灣單車逍遙遊	戶外生活圖書股份有限公司旅遊資訊部編著	戶外生活	休閒指南
2008	北臺灣單車逍遙遊	戶外生活圖書股份有限公司旅遊資訊部編著	戶外生活	休閒指南
2008	全臺熱門單車道完全旅圖	戶外生活圖書股份有限公司旅遊資訊部編著	戶外生活	休閒指南

2008	東臺灣單車逍遙遊	戶外生活圖書股份有限公司旅遊資訊部編著	戶外生活	休閒指南
2008	南臺灣單車逍遙遊	戶外生活圖書股份有限公司旅遊資訊部編著	戶外生活	休閒指南
2008	圖解交通工具修理 DIY	阿部よしき監修	世茂	休閒指南
2008	阿里 88 騎臺灣：自行車環島故事集	廖本彰、許立忠等	自行車暨健康科技工業研究發展中心	休閒指南
2008	路徑 II：臺灣單車路線指南	周盟桂撰文、攝影、繪圖	浮力森林設計公司	休閒指南
2008	MTB 登山車保養&維修完全 book	鏑木裕	楓書坊文化	休閒指南
2008	自行車全書	巴蘭坦、格蘭特著，黃小萍譯	貓頭鷹(二版)	休閒指南
2008	單車高捷 VS 小氣樂活	周慧芝	環輿	休閒指南
2008	單車學校教你的 52 堂課	謝正寬	蘋果屋	休閒指南
2008	單車親子行：德國、丹麥：一個小男 孩的單車日記	許湛然、蔡妙真、許元郎	立緒文化	個人遊記
2008	就溜吧！拋開一切環島去：女力單 車體驗記	藍麗娟	如何	個人遊記
2008	轉山：邊境流浪者	謝旺霖	遠流	個人遊記
2008	用洗臉盆吃羊肉飯：世界九萬五千公 里的自行車單騎之旅 III	石田裕輔著，劉惠卿譯	繆思	個人遊記
2009	單車酷樂部	周宇廷	大輿	休閒指南
2009	Bicycle Fun 跟著地圖玩單車	周宇廷	大輿	休閒指南

資料來源：研究者自行整理

## 附錄五 1989年至2007年自行車新文化基金會舉辦之台北縣市活動

### 統計

年	活動名稱	年	活動名稱
1989	「財團法人捷安特體育基金會」於台北成立	2003	八里尋古之旅
1994	單車深度研習營	2003	平溪雙溪單車兜風行
1995	騎向臺北新希望	2003	十分單車超炫行育樂營
1995	五指山單騎越嶺	2003	臺北河岸騎單車賞鳥去
1995	縱情山水單車與河流的對話	2003	世界地球日臺北從「心」出發
1995	群峰嵐影上陽金	2003	公共腳踏車租借站美堤假日站啟用
1995	單車領隊人員研習營	2003	臺北市縣國際無車日活動，基金會董事長劉金標代表捐贈一千台腳踏車提供臺北縣公共租借服務
1995	單車回望九份情	2003	鐵馬關渡遊
1995	陽光少年單車學園	2003	學童上放學腳踏車交通安全教育教學觀摩會
1995	閃耀 820 闔家青春單車行	2004	臺北河岸騎單車賞鳥去
1995	單車健康臺北行	2004	金山溫泉季－賞花泡湯趴趴走
1995	桶後叢林挑戰賽	2004	志工研習營暨正確騎乘自行車種子老師培訓
1995	輕騎親近淡水河活動	2004	臺北市自行車租借站 e 化啟用
1995	現代與傳統交融	2004	臺北縣夏日河堤季－自行車逍遙遊及生態之旅
1995	基金會以臺北市為圓心，大臺北地區為圓圈，共規劃十五條「發現臺北」的單車路線	2004	臺北縣夏日河堤季－八里左岸及金色水岸自行車之旅
1996	設計大臺北地區適合單車活動的六條路線，包括：故宮至五指山、故宮至金龍寺、士林至渡船頭、南港至木柵、士林至冷水坑及景美至敦煌路	2004	臺北市國際無車日活動
1996	因應捷運通車，基金會將此年定為綠色單車行動年，全面推廣綠色理念的休閒活動，整合全臺各地單車活動的相關資訊	2005	租借站自行車騎乘觀念推廣試辦－二重租借站
1996	中和六三○綠色單車生活日	2005	觀山租借站試辦自行車騎乘觀念推廣

1996	烏來桶後叢林挑戰	2005	城林站、大佳站試辦自行車騎乘觀念推廣
1996	聽泉觀濤遊平溪	2005	騎鐵馬考古”趣”
1996	港新半日遊	2005	騎鐵馬賞鳥隨意行
1996	金龍湖拱北殿單車之旅	2005	基金會董事長劉金標捐贈 120 輛自行車給臺北縣警局單車巡邏隊，讓警員更貼近縣民，彌補汽、機車巡邏的不足
1996	挑戰觀音山	2005	臺北市關渡、大稻埕腳踏車租借站啓用
1996	新單車蝴蝶夢	2005	臺北市縣租借站實施甲地租車、乙地還車
1996	捷運與關渡自然生態單車之旅	2005	臺北市河濱騎趣百分百－歡慶臺北市河濱腳踏車道破百公里活動
1997	汐平單車賞天燈	2005	單車趣味大對抗，諸葛孔明也瘋狂－單車交通安全教育研習營
1997	試辦單車跳蚤市場	2005	臺北縣夏日河堤季－河堤腳踏車節
1997	三峽熊空溪單車行	2005	臺北市縣無車日活動
1997	單車臺北－大直基隆河自行車專用道巡禮	2006	單車冬之祭
1997	現代哪吒少年風火輪	2006	鐵馬遊平溪
1997	自行車悠遊臺北縣	2006	風華再現－大稻埕的茶布船
1997	臺北市市民大道高架橋淨空	2006	碧潭自來水博物館單車一日遊
1997	單車親近淡水河之美	2006	擺渡船歌－單車水岸之旅
1997	市民大道及基隆河自行車之旅	2006	志工研習－導覽解說技巧
1998	臺北坪林茶鄉單車活動二日遊	2006	單挑觀音山－五公里初體驗
1998	坪林新闢單車道享茶宴	2006	河左岸－臺北港單車逍遙遊
1998	騎單車探訪臺北水源頭	2006	志工研習課程－自助旅行面面觀
1998	基金會董事長劉金標與當時臺北市長陳水扁等人在華中河濱運動公園舉行公共腳踏車捐贈儀式	2006	關渡碼頭－夏夜單車之旅
1998	基隆河到文間山自行車之旅	2006	金山單車親子行
1999	臺北市體育季－五指山風櫃嘴單車挑戰行	2006	臺北河濱車道賞鳥、泡湯、休閒遊
1999	淡水河新店溪畔單車遊	2006	單車超人營
1999	協助臺北市政府編輯之【單車遊台北】一書出版	2006	單車交通安全教育深耕計畫
1999	與臺北市政府交通局研商公共腳踏車租用管理制度與相關維護措施	2006	臺北縣永和假日站啓用
2000	Y2K NIKE 自由撒“野”拉力賽	2006	承辦臺北市鐵馬拓印戲春遊

2000	響應 922 國際無車日，推廣全國自行車騎乘活動	2006	臺北縣浮州假日站、城林假日站啓用
2000	擴編並更名為「財團法人自行車新文化基金」	2006	臺北市腳踏車安全騎乘初學者夏令營
2000	世界地球日景美溪遊	2006	臺北縣龍形假日站啓用
2000	承辦臺北市公共腳踏車租借：大佳站、觀山站、木柵站、華中站	2006	臺北市景福租借站正式營運
2000	依民眾建議，臺北市公共租借站開始提供幼童適用的腳踏車租借	2006	臺北 100 鐵馬自由行
2000	基隆河河濱公園自行車郊遊暨自由車錦標賽	2006	臺北縣九十五年度學生自行車交通安全管理教學觀摩會暨校際示範賽研習計畫－板橋、三鶯區
2001	單車假日學園－大佳河濱公園	2006	大臺北國際無車日騎車換健康
2001	美麗家園單車行腳－淡水河大稻埕	2006	臺北縣九十五年度學生自行車交通安全管理教學觀摩會暨校際示範賽研習計畫－三重、新莊區
2001	中和－板橋自行車道遊	2006	臺北縣九十五年度學生自行車交通安全管理教學觀摩會暨校際示範賽研習計畫－淡水、七星區
2001	烏來桶後溪消暑	2006	臺北縣九十五年度學生自行車交通安全管理教學觀摩會暨校際示範賽研習計畫－雙和、文山、瑞芳區
2001	鶯歌大溪老街單車遊	2006	好騎寶寶總動員－臺北市中正區自行車安全推廣暨親子園遊會
2001	貢寮雙溪尋幽	2006	教育部國民中小學自行車推廣教育「八里－微風情自行車假日體驗隊」
2001	深坑木柵	2006	Never Stop 永不放棄－征服陽金 P 字山道賽
2001	永和－土城自行車道	2006	八站到騎好康成雙
2001	基金會董事長劉金標與當時臺北縣長蘇貞昌等人共同在臺北縣光復賞鳥河濱公園舉行臺北縣公共自行車捐贈儀式	2007	單車超人營第三梯
2001	協助臺北縣開辦江子翠與二重公共自行車租借服務，初期只在周六、周日、假日提供出租，7/1 起到 9 月底配合暑假時間，每天都可向租借處租車	2007	臺北河濱腳踏車道「連貫騎乘、集印抽獎」活動

2001	青青河畔單車行活動臺北縣政府主辦，基金會承辦，慶祝二重疏洪道親水公園及自行車專用道啓用，活動地點：疏洪一路及疏洪十二路交叉口	2007	萬人崇 Bike-Volvic 一起打破金式世界記錄
2002	我愛北縣公共自行車，抽獎送單車	2007	單車超人營
2002	永和公共自行車租借站開幕	2007	單車超人營
2002	二重疏洪道單車逍遙遊	2007	臺北縣碧潭假日站啓用
2002	山水臺灣單車騎遊系列活動－臺北陽明山單車會師	2007	臺北縣政府自行車隊成軍
2002	山水臺灣－淡水河系自行車之美	2007	臺灣自行車日
2002	山水臺灣－臺北故宮五指山單車行	2007	臺北市腳踏車安全騎乘初學者夏令營第一梯
2002	臺北市無車日暨 2002 臺北腳踏車節	2007	臺北市水岸漫騎 愜意臺北 河濱騎警隊成軍 鐵馬嘉年華
2003	淡水河畔之美活動	2007	大臺北國際無車日
2003	坪林鄉間茶香之旅		

資料來源：本研究整理自（胡伯賢 2008：79-84）



## 附錄六 重要事件表

1954	禁止日產自行車進口 國產廉價自行車大量生產 自行車成為家戶必需品
1963	中華全國自由車委員會成立 自由車手出現
1968	輕型機車進口 自行車主要使用族群為
1972	巨大機械成立 經濟依賴人口，如學生 和家庭主婦
1981	捷安特公司成立 越野單車上市 越野單車少年出現
1982	越野單車全面遭禁 車協納入越野單車比賽項目 車協改組
1985	第一屆踏板上的勇者
1987	捷安特體育基金會成立 單車休閒俱樂部出現
1989	登山車上市
1990	登山車俱樂部風行
1995	台北基隆河沿岸自行車道 環保署開始徵收空污費 各縣市廣建自行車道
2000	自行車新文化基金會成立 承辦台北河濱自行車租賃 單車休閒出版品增加
2002	觀光客倍增計畫
2005	成立 CHC，推自行車島計畫
2006	千里自行車道計畫
2007	劉金標單車環島 馬英九單車環島 練習曲上映 大量新車湧入
2008	小摺社群出現

資料來源：本研究自行整理