

地理研究 第69期 民國107年11月
Journal of Geographical Research No.69, November 2018
DOI: 10.6234/JGR.201811_(69).0002

展演道地：臺北族裔風味餐廳個案研究

Performing Authenticity: Case Studies of Ethnic Restaurants in Taipei

高郁婷^a 王志弘^b

Yu-ting Kao Chih-hung Wang

Abstract

This paper explores how cuisines emphasizing ethnic flavors and featuring the major ethnic groups in Taiwan are constructed and commercialized, while also discussing the performing strategies people use to sell these “authentic flavors.” Based on previous studies, the authors show how the authenticity of ethnic food forms arenas of nostalgic diaspora, sites of flavor differentiation, and the everyday nodal points for trans-border exchanges that respectively align with cultural, economic, and societal functions. Still, given the commercial aims of the restaurants selling ethnic cuisines, strategies to perform authenticity tend to strengthen particular ethnic images while revealing that ethnic delineations are not stable. The authors conclude that further research on the “use of authenticity” is required for people to understand the complicated food landscape gradually formed during ethnic migration and food exchanges.

Keywords: Ethnic Economy, Ethnic Representation, Ethnic Identity, Migration, Authenticity

摘要

本文探討臺灣主要族群，即原住民族、客家、「外省」、閩南及東南亞新移民等，其族裔風味料理的建構和商業化，以及「道地口味」的展演策略。筆者梳理既有文獻，指出族裔飲食的道地性，既是離散懷鄉的場域，也是文化經濟的口味區位，以及跨域交流的日常節點，分別對應著文化、經濟與社會功能。然而，商業脈絡下族裔風味餐廳展演道地的策略，既強化了特定族裔形象，卻也透露了族裔劃界的不確定性。最後，作者主張進一步考察「道地之為用」，方有助於了解族裔

^a 國立臺灣大學建築與城鄉研究所博士生

PhD Student, Graduate Institute of Building and Planning, National Taiwan University

^b 國立臺灣大學建築與城鄉研究所教授，通訊作者 (email: chihhungwang@ntu.edu.tw)

Professor, Graduate Institute of Building and Planning, National Taiwan University, Corresponding author

遷徙和食物交流下的複雜飲食地景。

關鍵詞：族裔經濟、族群再現、族群認同、遷徙、道地。

前 言

飲食承載了人群與地方長久共構下的生活記憶與習慣印痕，也是風土氣候、社會組成及生產關係的體現。飲食地景（foodscape）凝聚了特定地域中，特殊群體的身體感知、家族生活，以及社會生存條件。當族群開始遷移，人群與地方分離，既有的飲食之道（foodways）同時發揮了在異鄉延續認同的效果，也隨著跨界交流而轉換功能、變化形式，從而反映了認同邊界的協商與重組。因此，飲食是探討族裔遷移與認同塑造的重要素材。

飲食隨著遷徙者入駐新土地，可以概分為文化與經濟因素。遷徙者仰賴故鄉口味作為懷鄉和調適新生活的認同維繫之道，也經常利用飲食作為門檻較低、容易上手的謀生策略，將家常菜轉化為異國美食。這兩重因素交錯的具體展現，往往形成以族裔風味（ethnic flavor）為特色的餐飲販售，服務對象除了同族裔者，也有新土地上的其他成員，使得餐飲活動成為多元族裔跨界交流的重要場域，並導致飲食口味的融合創新。族裔飲食可說是落居於溯源傳承的懷鄉式文化認同，以及前瞻創新的謀生式商業策略之間，體現了族裔認同的劃界凝聚和跨界重組的同時並陳。

在這個複雜動態中，飲食的「道地」（authenticity，或譯為正宗、純正、真實性）成為論述和實作的焦點。例如，王斯（2016）檢討「正宗菜餚」的商業性建構，認為必須拆解正宗的兩重意義，區分作為當代餐飲文化的「風味菜餚」跟作為非物質文化遺產的「傳統食事」。傳統食事應當遵循「博物館原則」而善加研究與保存，但風味菜餚可以用「適口珍原則」來創新變革，並延伸傳統食事的生命。相對於王斯的傳統保存與當代創新的區分，陳玉箴（2016）以座落於文化與商業之間來掌握道地的意涵，但她更強調道地的定義權和歷史演變，指出其受到生產者認同及其所處歷史脈絡，以及消費端的身體經驗和媒體符號塑造，是持續協商的所在。美國都市學者朱津（Sharon Zukin）也指出，純正（道地）既是權力的工具，也是培力的手段，既召喚了起源，也創造了新開端（Zukin, 2010）。

總之，飲食的道地性宣稱和實作，迂迴於文化與商業、傳統保存與創新求變、劃界與跨界、生產與消費，以及起源與開端之間，成為族裔認同維繫、跨域和連結的重要操作場域。在道地乃是建構的產物，而且有其歷史演變過程的普遍認識下，道地已經不是某種恆定本質和邊界；但這種認識卻無礙於道地論述與實作的盛行。因此，我們需要考察道地到底有何用處，從而持續成為飲食與認同塑造的重要策略。作者主張，道地的展演（performance），也就是道地的展示及操演性實作，是探討道地何用的切入點。

在臺灣，不同族群皆有於特定歷史條件和生活環境中形成的飲食習慣，但特定料理的「族裔化」（ethnicization）¹及其認同關聯，在 1990 年代以來的本土化與臺灣主體建構、歷史懷舊與文化消費，以及東南亞移民與移工人數增長等趨勢下，才更加彰顯作為族裔身分展演的場域。族裔飲食的塑造不僅是文化經濟潮流中的營生策略，也是講求多元文化主義的政治氛圍中，確立自身

¹ 「族裔化」這個用詞乃強調特定飲食和族裔群體的關聯是動態塑造的過程。

族裔價值的象徵資本。然而，在這個脈絡下，飲食演變的複雜軌跡，特別是跨族裔交流融混的菜色和口味，往往在道地展演下被納入族裔邊界而鎖定於特定再現形式中，甚且形成刻板印象。商業化的族裔風味餐廳，是建構和協商道地的關鍵場所，是飲食地景中引人注目的制高點。作者選取以原住民、閩南、客家、「外省」眷村及東南亞族裔風味為號召的餐廳，探討其道地展演策略，並討論這些族裔風味餐飲如何呼應了不同族群的社會位置、文化認同及經濟處境。

作者收集新聞報導、飲食專書和網站等文獻資料，並前往餐飲店從事觀察和訪談（共訪問臺北都會區的 11 間餐廳，見附錄），來掌握典型族裔形象劃界下的飲食再現，以及道地展演中的族裔認同工作（identity work）。後文先梳理既有文獻，指出飲食族裔化的三種情境，即族裔飲食作為認同協商的場域、符號經濟的標記，以及社會交流的節點等，並藉此探討「建構出來的道地」在實作中有何效果。接著，作者回顧晚近臺灣各種族裔化飲食的漸次浮現，特別是族裔風味餐飲在文化經濟及多元文化脈絡中的盛行。作者繼而分析不同族裔風味餐廳的具體道地展演策略，如何既刻意彰顯族裔元素的情感意涵（懷舊、懷鄉）而具有劃界效果，但也因為經濟考慮而跨界調整口味，從而理解「道地」飲食對於族裔群體及消費者而言，具有協商文化認同、經濟處境及社會位置的多重意義。由於選取的族裔風味餐廳案例不多，本研究並未呈現經驗的全面性與代表性，而是嘗試凸顯道地展演策略的多樣性，以及這些策略與族裔處境之間的可能關聯。

文獻回顧：族裔化飲食的「道地」建構

族裔與飲食的研究不少，多數學者從食材、菜餚命名、烹調與食用方式，以及族裔餐飲階層化和商品化等特質，討論文化與商業脈絡下，通過飲食而展開的族裔劃界、交流、懷鄉、記憶及認同協商（王志弘，2008；王欣，2007；巫達，2012；林開忠，2006；段穎，2012；師秀珍，2010；陳玉箴，2008，2013，2014，2016；曾品滄，2015；曾齡儀，2015；蕭新煌、林開忠，2011；賴守誠，2006，2010；蘇恒安，2013；Crang, 2003; Gabaccia, 1998; Mannur, 2007）。不過，臺灣社會雖然早有族裔群體的區劃，但是格外強調族裔化飲食特質，並成為學術研究重點，則是相對晚近的現象。

早期臺灣針對飲食文化的探討經常以地域（locality）為焦點，講述地方口味特色和歷史變遷（張玉欣，2000，2001，2002，2004），或是探討特定地區中飲食特徵的融會，如何體現了個人、家庭、乃至於整個社群的變遷（曾品滄，2013；陳玉箴，2016）。飲食在這類分析中既是社會生活的體現，也因為具有銘刻集體記憶的文化象徵意涵，成為觀光經濟資源（蘇恒安，2013；江柏煒，2013）。這類以地理空間為飲食劃分依據的文獻，凸顯地域對飲食文化想像的重要性（如食材產地或製作生產技術的原生地想像），說明了當有人說食物「道不道地」時，其意涵往往指其是否接近「原鄉」口味。陳玉箴（2016）便主張，authenticity 雖有各種中譯，但帶有「地方」意味的「道地」一詞，最能顯現人們在設想菜餚的真實或純正特質時，往往以地理區位作為重要判斷依據。

然而，隨著臺灣本土化運動與族群意識高漲，「族裔」成為地域之外另一種區辨飲食特殊性的符號。臺中、臺南、澎湖等地域性詞彙，依然是想像飲食源頭與道地性的取徑，但臺灣菜、原住民料理、客家菜、東南亞餐飲等，跨越地域且涵納異質群體（原住民和客家標籤都有其內部差異，臺灣和東南亞更是如此）的飲食類別，卻逐漸成為劃分族裔邊界的依據，即使其中涉及複雜的交

流和創新。在遷徙的脈絡下，族裔化飲食想像更是橫跨廣大幅員（閩南人與客家人遍佈全臺，東南亞移民指涉了泰國、越南、緬甸、印尼等國），難以定位於一處。於是，除了訴諸原鄉口味的接近性，各種抽象符號（裝潢風格、菜名、用餐方式等）的挪用、拼湊和展示，也成為餐飲販售者營造「道地」可信度的手段。

族裔餐飲道地性的建構，近年已有數篇研究。例如針對客家菜，林淑玲（2015）探討其如何在產、官、學共構的認證制度中發明；賴守誠（2006，2010）則以文化經濟取向強調其在消費社會崛起下的符號建構，客家菜無法完全溯及客家族裔經驗，反而是雜揉傳統與新創的客家菜塑造了客家意象。葉秀燕（2009，2013）探討商業脈絡下原住民風味餐飲的形成和展演；許景秀與葉秀燕（2015）描寫臺東原住民部落飲食，指出專為觀光客準備的餐飲與日常飲食的差異，以及原住民如何創造遊客期待的原民口味，塑造差異化的飲食商品。王志弘與沈孟穎（2010）則以東南亞餐廳在報章媒體及自身名片的再現差異切入，區分「異國時尚化」、「已異化認同」（self-othering identity）和「展現族裔身份」三種取向，對應於餐廳業者預設的顧客身份（與相同族裔者、本地人或觀光客），梳理出族裔經濟與文化經濟的匯流光譜；其中，為謀求市場青睞而發展的已異化傾向，特別能彰顯文化經濟與族裔認同疊合的複雜狀態（王志弘，2008）。

上述族裔飲食研究多半著重單一族群，解構「道地」餐飲建構過程，本文則嘗試整合臺灣族裔化飲食的既有分析，並針對其文化、經濟與社會意涵從事綜合性探討，據以呈現族裔化飲食的多重性質，以及道地建構的實質效用。為此，作者梳理族裔化飲食的三種主要作用，亦即以離散遷徙的懷鄉為背景的認同協商場域，以奇異風味的對照性劃界為特色的符號經濟標記，以及，不同族群口味融會創新的跨域交流節點。

（一）族裔化飲食作為認同協商的場域：從故鄉到新家園

飲食對於離散遷徙的族裔而言，扮演著連繫自身與故鄉的角色，是知性和情感的定錨（Mannur, 2007: 11）。陳玉箴（2014）認為，臺灣早期飲食文學中的北平懷鄉書寫，創造出一個溝通記憶的空間，不僅凝聚了相同處境者的社會網絡及認同，也藉由飲食記憶的文本化和知識化，將溝通記憶轉變為讀者所接納的更廣泛文化記憶。陳其澎（2012）梳理離散族裔如何以飲食作為流離生活的定錨，例如長期四散流離的猶太族裔依然遵循傳統的 Kosher 飲食；美國黑人自南方北移至芝加哥時，也保留了南方烹調方式、用餐儀式以確立新住地和故鄉的聯繫。這些西方案例鋪墊了陳其澎真正在意的「臺北味覺地圖」演變，即戰後飲食書寫者先是因為被迫來臺的背景，而有貶抑臺灣料理、緬懷中國故土美味的傾向，下一代書寫者卻因久居臺灣而逐漸將本地小吃納入必嚐佳餚，甚且構成新的家鄉味。如陳其澎（2012）引韓良露所言：「上海菜是爸爸的滋味，臺灣菜才是阿嬤，媽媽及我從小長大的家鄉滋味」（韓良露，2001：116）。於是，飲食作為認同協商的場域，既是離散族裔延續懷鄉情感的線索，通過飲食召喚的情感和滋味，來連結實際上已然離散的族群，卻也是新生代塑造新認同與地方連結的媒介。

其實，究竟什麼是故土道地滋味，難有定論，但藉著在日常實作（採買、烹調、宴客、回憶）中尋求和複製原鄉的口味，便保持了與故鄉的牽繫。再者，除了滿足個人懷鄉之情，對於原鄉口味的探尋，往往也能在異地他鄉維繫同族裔者的社會生活場域（林開忠，2006），乃至於跨越族裔邊界而成為文化交流媒介（王志弘，2008）。例如，戴秋怡（2013）探討 1958 年前後落腳屏東長

治鄉的印尼華僑發展出來的娘惹糕(印尼千層糕)，描述這群華僑因思念家鄉口味而自行製作這道費工點心，先是分送給其他印尼華僑，然後擴大分送給臺灣本地同事。於是，原本僅在印尼華僑圈流傳，維繫族裔認同的娘惹糕，逐漸發展出本地的小眾特產市場。然而，隨著飲食串接的領域擴大，尤其是商業化拓展，原來召喚懷鄉記憶和社群認同的「道地」口味，往往需要配合顧客喜好調整，產生食物口味的融混衍異，並捲入商品行銷的符號經濟，增添了劃界與跨界的實質與修辭性風味。

(二) 族裔化飲食作為符號經濟的標記：奇異風味的劃界與跨界

戴秋怡(2013)描寫長治鄉印尼華僑改良娘惹糕的過程時，指出原本娘惹糕內餡的斑斕色彩仰賴人工色素。隨著養生意識興起，加上屏東當地食材的利用，娘惹糕展開了在地化過程，發展出以芝麻、芋頭、紅豆、可可等材料作為內餡與上色的方式，甜度也比印尼口味大幅降低。改良過的娘惹糕放在遊客經常光顧的萬巒豬腳店前寄賣，因而標上「萬巒馬來千層糕」字樣。於是，命名符號(馬來千層糕)與鮮艷色彩增添了食物的異國感受，但內裡其實已針對臺灣口味作出調整，並強調是「萬巒」特產，這是比印尼千層糕更具臺灣味，又比臺灣點心更有異國風的娘惹糕。

許景秀與葉秀燕(2015)則在臺東原住民飲食的研究案例中指出，野菜在原住民傳統裡其實就是山林路上採集的蕨類，一旦稱為「野」菜，似乎就能跟超市的「蔬」菜有所區別，更具野地風味。實際上，當地原住民為了穩定供應來源，開始在自家土地種植原住民青年也不甚青睞的「野菜」，出售時則必須調整不講究調味，僅丟入大鍋共煮的傳統做法，才能讓觀光客接受。這種不再是野生、也不受當地族群愛戴，食用方式已然改變，卻仍強調野味命名的食材，更凸顯了其差異化「原住民」產品的用意。這也顯示除了食材與烹調的口味，食物的命名、餐具、用餐方式，以及用餐地點的裝潢風格，都是補足味覺辨識度不足的可利策略，以便在原本或許無甚差別的飲食中展演奇異風格。

於是，原本只供日常食用或流離族裔懷鄉，甚至已經從日常生活退卻的飲食，在面臨經濟考量時，卻經常成為特意挪用的文化符號，使得族裔化飲食進入符號經濟領域，轉化為切離了實質連繫或物質客體的象徵標記。這些擁有族裔標誌但面向跨族裔市場的飲食口味，往往必須經過調整才能獲得接納。娘惹糕的口味改造，野菜烹煮方式的改變，都是在奇異口味中尋求熟悉感的平衡嘗試，體現了族裔化飲食同時從事劃界(保有陌生獨特性)和跨界(考慮口味接受度)的幽微之處。然而，也正是在不同族裔群體的生產者與消費者的口味協商調適過程中，新的飲食風貌才能開創出來，並促使族裔化飲食場域成為不同族裔交流融會的節點。

(三) 族裔化飲食作為跨域交流的節點：飲食之道的融會創新

蘇恒安(2013)以高雄岡山「特產」羊肉飲食文化為例，描繪了飲食跨域融會的案例。他說明作為當地食材的羊肉之所以取得特產地位，實源於戰後來臺中國軍眷的羊肉消費習性。如今具有「在地」標籤的岡山羊肉，是四川口味豆瓣醬和臺式甜味豆瓣醬共融創新後才聲名遠播。這種臺灣與中國飲食習慣合流後再創的羊肉新口味吃法，體現和銘記了中國軍眷落腳臺灣的遷移軌跡與地方風土之交纏。曾齡儀(2015)則敘說了潮汕移民如何隨著多重的遷移與落腳，將南洋沙嗲帶回家鄉改良為沙茶，再帶到臺灣而轉化成為高雄沙茶牛肉爐的區域性飲食文化。換言之，看似

穩定的地域特產，往往有著曲折的流移身世。

除了「地方特產」的創造，飲食商品市場也體現著不同族裔為了擴大商機而協調口味的跨域交流。Gabaccia (1998) 梳理北美移民帶動的飲食演變，特別強調在懷舊、情感與文化之外，「飲食產業」更是促成遷徙族裔飲食習慣在美國雜容交匯的重要因素。他以原本只有東歐猶太人吃的貝果 (bagel) 逐漸成為美國人日常飲食的演變為例，指出：

要是我們不理解貝果如何能夠有時候是猶太的，有時是「紐約的」，有時候又是美國人的，或者，我們不曉得為什麼是巴基斯坦的傢伙在休斯頓向盎格魯人和德州墨西哥人兜售貝果，這有部分是因為我們過早認定，我們跨越文化界域去品嚐族裔飲食這件事是一個新近的發展〔……〕並非如此。〔……〕〔貝果的故事〕正好凸顯了創造新興身份認同的是食物的生產、交易、行銷和消費——食物或食用者，皆是如此 (Gabaccia, 1998: 5)。

這段引言有兩個重點。首先，飲食的跨文化交流顯然不是一蹴可幾，跨界品嚐奇異風味的族裔化飲食也非當代社會才有的現象，尋常生活中的飲食交流歷經長久歲月才積澱形成飲食文化認同；這也意味著族裔化飲食的鮮明文化標記背後，實有不同族裔的真實處境。其次，Gabaccia 也強調，飲食的文化認同歷經交易流通的跨界，從而含納了跨族裔的消費者與生產者；不僅銷售對象不侷限於同鄉，製作者也不一定是與食物附掛著相同族裔身分的人。族裔化飲食通過包裝符號來標舉獨特身分、對外販售的同時，也開啟了異質文化相遇而共塑新興飲食文化認同的過程。於是，族裔化飲食既涉及劃界的工作，也是跨界的媒介，形成不同族裔群體開展社會交流的節點。

前文梳理了族裔化飲食在文化、經濟和社會場域中的角色，試圖整合既有研究貢獻，釐清滿足遷徙者情感性懷鄉的族裔化飲食，如何在接壤日常的經濟與社會生活時，開始有了刻意的符號劃界，卻又交疊生產與消費的不同軌跡。所謂道地口味的建構，也逐漸從對於原鄉口味的追尋，轉變為經濟與社會實作的一環。道地的修辭與實作，既支撐著故鄉與新家鄉認同的協商，又成為經濟謀生的區辨性符號，同時捲入交流、調整和轉化的過程，在飲食跨域融混中創造出新的道地。然而，在商業化餐飲的脈絡下，我們經常見到展演道地的策略塑造出近似刻板的形象，而模糊了交流的痕跡。再者，不同族群的飲食族裔化特質，也因為其族裔處境的差異而有所不同。

臺灣族裔風味料理的商業化浮現

臺灣在不同時期逐漸凝聚的幾種主要族裔化飲食，特別是商業化的餐飲，都呈現了作為認同協商場域、符號經濟標記，以及跨域交流節點的特質。然而，緣於這些族裔群體各自的不同處境，不同族裔化飲食的出現脈絡及其各項特質的運作方式，也有所差異。後文首先概述原住民餐飲、臺菜、客家菜、眷村菜和東南亞料理作為族裔化飲食的現身與特質，再以田野觀察和訪談材料說明其操作方式。

(一) 原住民餐飲：山野風味的召喚

原住民族在臺灣擁有最長遠的生活經驗，但其料理以族裔化飲食面貌成為面向其他族裔的觀光導向營生策略，卻是晚至 1990 年代中期的事。原住民餐飲的族裔化，與政府推廣原住民廚藝培訓課程、鼓吹原住民青年投入餐飲業息息相關 (顏瓊真, 1995)。當時主流論述認為，這能提供原

住民族謀生管道以挽救其經濟頹勢：

原住民失業率超過三分之一，政府引近外勞後，更嚴重侵奪原住民就業市場，面臨存亡關鍵，成為過著吉普賽生活的都市邊緣人，明年週休二日實施後，若能有效培育花東原住民觀光餐飲人才，將可帶來一線生機（林倬妃，1997）。

原住民餐飲的推廣最初並未高舉晚近的文化創意修辭，反而以輔導援助模式凸顯原住民族的社經弱勢。再者，以原住民口味為標誌的餐廳多位於郊外風景區，特別是與原住民生活領域連結的地方；都市原住民餐廳數量很少，並經常與燒烤、飲酒、歌舞等挾著刻板、甚或負面印象的活動有關（楊士範，2012）。於是，原住民餐飲的再現模式往往框限於邊陲山林或特定文化印象。這種地域與文化束縛仍持續銘刻於原住民族裔化餐飲中，後文將以實際案例詳述。

此外，泛稱的原住民餐飲的發展，也使得原住民族的內部差異開始混同、甚而均質化，同時在符號經濟推動下產生新的道地面貌。林妙娟（1997）針對原住民族飲食的早期研究仍採用九族分類，說明各族因氣候地理位置而形成特定食材與料理方式的習慣，並舉出「傳統」上符合原住民形象的菜餚，如竹筒飯、野菜、奇那富、炒飛魚干，以及不同於漢人的主食如小米、甘薯、芋頭等。這種回溯各族傳統、帶有本質化色彩的飲食書寫，忽略了原住民族在當代社會的實際日常飲食，其實已與漢人無甚差異。不過，在晚近的原住民餐廳中，餐飲形式已有更多的符號標記和創新內容（許景秀、葉秀燕，2015），促使不同部落的傳統飲食經過轉化而雜揉進入「原住民餐飲」這個大家族式菜單，既形成他人方便辨識的集體族裔形象，也成為持續創新的傳承。

（二）臺菜：庶民口味的國族化

料理傳統的建構和創新，也是其他族裔投入族裔化飲食之符號經濟的基礎，但所謂臺菜卻因為冠上臺灣名號而增添了國族意涵。針對臺菜或臺灣菜的形構歷程，已有陳玉箴（2008）和曾品滄（2013）的細緻梳理，兩人的研究剛好串起從清領、日治至戰後的臺菜發展歷程。他們區分了菁英階層的宴席菜和庶民清粥小菜的差異，並指出日治時期宴席類臺菜，往往難以和「支那料理」區別。事實上，大型酒樓儘管極力強調臺菜獨特性，但其料理方式仍師法或承繼中國各省菜系，對用餐者而言區別並不明顯。真正體現臺灣本地特性的民間小菜，則是皇民化時期因戰事厲行食物簡約，才由少數臺灣知識份子納入民俗調查，解析臺灣庶民食材及其節約智慧的烹飪方式或文化內涵（曾品滄，2013）。

經歷戰爭期間的調和，臺式庶民家常菜雖然已有更多機會進入餐館銷售範圍，但其文化品味階序的提升，仍因國民黨執政下的中華文化情結而遲滯。俞美霞（2011）探討臺灣國宴菜單演變史，從蔣介石到李登輝時期，中式菜色多為有外省典故的料理，如醬豬肉、富貴雞、左宗棠雞等；直到陳水扁主政，方有「遍地開花的小吃宴」，採用當地食材、不用保育類動物（如鯊魚翅），以營造平民總統形象（俞美霞，2011：22）。這個配合四季物產設計菜色的四季宴／小吃宴，納入陳水扁家鄉臺南的特色小吃，彰顯了地方吃食進入國宴菜單的象徵意義：

受到陳水扁當選的影響，臺菜無形也在各菜系中抬頭，迎合這股趨勢，大企業家們的宴會，臺灣小吃也不再是配角，亞都麗緻飯店的外燴早把臺灣小吃端上枱面，但是在總統就職的大典宴會上，臺灣小吃能夠露臉，相當罕見，可說是沾了阿扁總統的光（潘秉新，2000）。

「臺菜在各菜系中抬頭」的描述，既顯示中國「菜系」（川菜、湘菜、粵菜）觀念的深遠影響，也透露臺菜足以抗衡中華意識下各省菜系的新地位，以及庶民小吃對照於官宦口味的親切感。經此前例，即使 2008 年政黨再度輪替，馬英九總統的國宴也延續本地特產主題，展演著本土意識的確立。於是，日治時期膠著於中國料理陰影下曖昧難明的「臺菜」，經過本地「辦桌」宴客傳統的長期淬鍊，以及日常小吃的精緻化，儼然已經自成一格。

臺菜指涉範圍廣闊，立足於臺灣各地特色名產，菜色包羅萬象。但是，臺菜雖然經常跨越了閩客邊界，卻又呼應著閩南族裔的主導地位，也大異於社會處境居於弱勢的原住民族飲食。因此，臺菜既非狹義的閩南（鶴佬）菜，也不盡然是融合臺灣各族裔的「臺灣菜」。於是，臺菜所對應的族裔想像較為模糊，似乎因此能理所當然地挪用各類菜色，或是拆解成為各地特色口味的組合，使得其飲食族裔化操作經常轉化為以地域意識為基礎的料理。

（三）客家菜：文化復振的符號經濟

1980 年代以前，主流媒體並未特別凸顯客家菜這個範疇。1970 年代末期，零星幾則工商報導提及的客家菜，經常與廣式或粵式口味有關，如廣東菜餐廳嘗試在臺灣推出「客家菜」（經濟日報，1977），這透露了客家認同的跨地域性和原鄉連結。賴守誠（2006，2010）指出，客家菜的媒體再現與意義，是從族裔內部個別化的鄉愁憶往，轉移到 1980 年代現代化導致文化失落與焦慮下，客家族裔對自身根源的探尋和再建構。1990 年代以後，隨著資本主義深化與消費社會崛起，客家菜成為休閒消費對象，與觀光旅遊、符號經濟及節慶化的地方產業串接而逐漸多樣化。

1990 年代以後大增的客家菜餚報導，往往已預設讀者對客家菜有一定熟悉度，也凝聚形成特定印象，如客家菜體現早年客家人刻苦勤儉、珍惜資源，善用素樸食材烹調家常美味等，是常見的族群再現模式。彰顯這些特質的典型料理，有豬腸炒薑絲、梅干扣肉、客家小炒等（何來美，1992）。於是，相較於範圍廣闊、邊界模糊的臺菜，客家菜似乎更容易以幾道特定料理和主食（特別是板條）作為族裔文化標記。但是相對於原住民族餐飲帶有冒險一試「原始」口味所暗示的邊界感，客家菜除了口味稍重及某些傳統醃漬產品外，還是位於「家常菜」範圍，並與臺菜有所匯流，較容易為一般消費者接受，（林淑玲，2015：108）。這種具有強烈標誌性菜餚，但口味廣獲接納的特質，也呼應了客家族裔的處境：雖占居少數且與主導的閩南族裔交流甚深，但近年有塑造鮮明族裔形象的企圖。

於是，在本土化過程中，客家飲食兼為客家文化復振運動和文化經濟的環節。2001 年「以振興客家語言文化為使命」的中央級客家委員會成立，客家飲食建構有了更明確的體制支撐，也與文化創產潮流迅速接合。客委會網站有專為「客家美食」開設的頁面，除介紹客家飲食，還指出目標是「透過創新改良，提升其精緻度，進而帶動客家美食新風潮，更期許客家料理能邁入國際市場，讓國內外人士深刻體驗客家美食的新感動」（客家委員會，2015）。不過，林淑玲（2015）反思官方推動的「客家美食」，指出其刻意創新的飲食建構和藍衫、紙傘、花布、桐花等「客家」再現元素，共同塑造的其實是新興的客家印象。她也認為，作為消費對象的客家餐飲的發揚，不等於傳承客家文化。家常菜與美食、認同與生意、傳統與創新之間，仍有著難以化解的張力。



圖 1 客家美食館網頁（客家委員會，2015）

（四）（外省）眷村菜：二度流離的認同營造

眷村菜這個飲食範疇的出現，與 1990 年代以後眷村陸續改建、居民遷至國宅的變遷密切相關。店家的開店溯源論述，以及媒體再現中，經常以感懷已然逝去的眷村氛圍和記憶，作為開設餐館的主要動機。某則報導指出：「對曾經生活在眷村裡的人來說，眷村菜代表了道地的家鄉口味、樸實無華的料理、合宜划算的價錢及貧窮卻美好的日子」（吳雨潔，2007），另一則報導則言：「賣眷村菜的老闆大都和眷村淵源很深，從小吃慣聞慣，食物的氣味根深柢固在生命裡，一旦入行，道地的本家菜就顯露出來，吸引眾老鄉上門，撫慰腸胃，也撫慰鄉愁」（葉英豪，2007）。筆者實際訪談店家時，也接收到類似的「懷舊」理由。

不過，晚至 2000 年代初期，特別是 2007 年以後，眷村菜才湧現了較多媒體報導，成為餐飲市場上為人熟知的一門族裔化飲食。眷村予人的刻板印象，是戰後外省籍軍公教人員聚居之地而自成一個世界，但其實眷村內也有不少臺籍人士。本地客家人、閩南人、原住民，甚至東南亞女性和外省軍眷聯姻，時有所聞。再者，所謂外省口味接續的中國大江南北想像，如八大菜系（魯川蘇粵湘皖浙閩），也和晚近「眷村菜」特色大不相同。相較於有建構的傳統可考、展現於宴席菜色的中國料理，眷村菜以家常、隨意的小品出名。相對於外省菜系，眷村菜除了體現外省族裔流離與在地立足的融混，更透露臺灣本土化趨勢與眷村改建後，外省族裔新一波流離失落感或邊緣意識下，以眷村（新的懷鄉對象）為寄託的新族裔認同邊界營造。

從大江南北、多元混雜的「外省」，到收攏於眷村名號底下，眷村菜的族裔意涵充分體現了跨域融會後的地方銘記。重要的不再是發源於哪一省，而是來自哪個眷村；懷想的不是 1949 年以前的中國，而是戰後初期的威權肅殺、艱困簡樸，卻令人難忘的過往。於是，在眷村菜商品化成為餐館菜單後，融合本省、外省大江南北菜色的眷村口味（師秀珍，2010），卻不會特意強調其內部異質性，反而在餐館裝潢上更加倚賴刻板印象的早期眷村元素，如國民黨徽、反共抗俄的圓形藍

底白色字樣等，符合大眾期待、緊緊於特定空間形像的再現元素。眷村菜的族裔特質因此具有多重而曖昧的指涉，既有遙遠模糊的中國外省流離痕跡，以及戰後眷村經驗鎔鑄的外省二代意識，又有當前現代化、民主化的忙亂襯托出來的，以眷村為寄託象徵的跨族裔歷史懷舊情結。

（五）東南亞餐飲：多元文化的多重網絡

東南亞餐飲包括源自越南、緬甸、雲南（滇）、印尼及泰國等地的料理，因為地域接近，或是反映經營者的生命軌跡，時常見到一間餐廳將不同地區菜色合併，例如泰緬料理、滇緬料理等。這也透露了早期臺灣的東南亞風味餐飲，其實多由具華僑或僑生身分者代理。他們在家鄉、原僑居地，以及二度遷移的臺灣的不同口味之間協調，甚且新創了臺式東南亞菜餚（如月亮蝦餅）。

1990年代以後，東南亞各地的移工與外籍配偶（部分是華人）進入臺灣，替新的東南亞料理發展奠定了基礎，令道地的論述或營造策略更加多樣化。臺灣本地人、華僑及原東南亞籍人士開設的東南亞風味餐廳，隨著主要客群和價位差異（精緻高檔餐飲、本地顧客為主的平價餐廳，或是以東南亞移工和移民為主的餐飲店），而有偏向於符號化文化經濟，或凝聚認同之族裔經濟的差別，而道地展演則游移於體現於菜單及裝潢的符號化與食材調味的本真性之間（王志弘，2008）。例如，泰式料理店經常採用金紅色裝飾，越南料理店招牌以黃底紅字或藍底居多，店內可能播放越南流行歌曲。另一方面，某些店家會特意強調食材和調味料來自家鄉，並區別於華僑開設餐廳的口味。

此外，相對於本地的族裔化飲食，東南亞料理特別會連結上晚近盛行的健康養生論述，若是配合食材的講究，就形成另一種與自然食療有關的道地論述。伴隨族裔政治而來的多元文化論述，也格外會彰顯於東南亞族群，從而使東南亞餐飲具有更強烈的多元文化交流涵意（王志弘、沈孟穎，2010）。於是，媒體報導除了涵蓋披掛「南洋風味」、強調異國風情的飯店或精緻化餐廳（劉秀英，2001；陳英姿，2006），也越來越常觸及源自謀生考量，由東南亞華僑和移民配偶開設的越南、印尼及泰國餐廳或小吃店。蕭新煌與林開忠（2011）調查全臺各地越南小吃和餐館，指出約有七成經營者是越南裔配偶；基於臺灣夫家相對弱勢的處境，以及娘家需要的財務支援，經濟往往是她們開設餐館的主因。但是這並不意味對東南亞新移民而言，餐飲店只有經濟功能。維繫文化認同、舒緩懷鄉情緒、同鄉人際社交場所（邱淑雯，2007），都是重要的衍生效果。隨著東南亞族裔落地扎根，遍佈大街小巷的東南亞料理也逐漸成為兼具異國風味和本地風情的場域。換言之，東南亞族裔化飲食與東南亞新移民、新臺灣之子及移工一樣，已是臺灣城鄉地景難以分割的成分。

值得注意的是，東南亞餐飲店的數量遠遠超過同為少數族裔的原住民料理。這反映了東南亞新移民的城鄉分佈廣闊，也見證了晚近東南亞飲食多仰賴女性家務勞動操持的延伸，以及臺灣與東南亞飲食口味的接近性而廣受接納。相對的，原住民餐飲店的現代經營並未明顯接續其傳統營生方式，而其飲食風味的塑造，若非植基於部落傳統，致使漢人顧客不易接受，就是還有待挪用原住民族元素而加以創新發明。此外，相較於原住民和客家餐飲文化有政府刻意扶助或推動，東南亞餐館的發展與符號化則是在日常經濟中形成，顯示其自身的旺盛活力。不過，我們也要注意，相較於越南和泰式餐飲數量眾多且滲入臺灣社會，印尼餐飲的穆斯林宗教規範，以及菲律賓餐飲的美國遺緒，都還未能克服臺灣本地口味習慣，其發展仍局限於移工聚集的特定地點。

族裔風味餐廳的道地展演

為了在更具體的場景中，勾勒族裔化飲食的道地展演，本節以臺北都會區標榜族裔特色的餐廳為對象，觀察店家網站設計、店面裝潢、菜單與名片呈現、用餐經驗等，並從中挑選一至二家進行隨機或深度訪談，藉此探索不同族裔化飲食之道地建構方式的異同。

(一) 在劃界與跨界間拿捏的原住民風味餐

以「原住民」、「餐廳」和「臺北」為關鍵詞搜尋網路，所獲結果很少。除了兩三間主要餐廳特意呈現原住民特色餐飲（合菜和簡餐），其餘多為居酒屋和燒烤店。這些店家中，有些確實僱有原住民員工或老闆是原住民，但也不乏餐廳和原住民毫無關聯，只因店內裝潢採用大塊木桌，就被消費者冠以「原住民風格」。若把除去「臺北」後重新搜尋，則出現不少原住民餐廳與風景區地名並排，像是「花蓮馬太鞍溼地旁的原住民餐廳」、「日月潭『瑪蓋旦』(邵族語的美麗之意)餐廳」、「桃園那桑麻谷泰雅風味餐」等。這些餐廳往往也擺設大塊木桌椅和裝飾品，部族圖騰充塞於店內桌面或牆面。於是，原住民餐飲帶有濃烈的原鄉想像，實際上也多坐落於山林風景地區，鑲嵌於自然鄉野的遊憩消費中。相對的，原住民餐飲似乎與都市不易搭配，主要以居酒屋及燒烤店型式現身，召喚的是「原住民」作為野味燒烤、飲酒歡樂的符號，彷彿「擁有山野淵源之人」更能製作道地的烤物。為了探索其他可能，作者特意挑選臺北地區幾乎唯二不是燒烤店和居酒屋的原住民餐廳從事訪談。兩位店主也是本研究中最積極樂意接受訪問者，有極佳的論述表達能力。

以「臺北原住民餐飲」搜尋網路，A1 必定位居前幾筆。A1 約自 1999 年在八里開設迄今，雖易主數次，但經營者皆是原住民。A1 稱自己匯集「九族」，融各種典型原住民元素於一身：入口處有身著達悟族傳統服飾的巨大男性雕像、大塊原木桌椅、圖騰牆面裝飾、懸掛於挑高屋頂的達悟族獨木舟、野鹿木雕等（圖 2），建築則是「請阿美族藝術家共同創作的作品」，以「工寮」為原型：

原住民族人工作後在哪裡休息？是在工寮，大家就聚在一起，一間很小的房子，大家在裡面一起聊天休息，很開心。[A1 的] 樣子就是工寮放大以後的樣子。就像工寮晚上從外面看的時候，是一個黃色的、光亮的。這裡也是，從外面看，我們希望它給人溫暖的感覺，就是去擁抱客人（A1 店長）。

此外，A1 店員皆穿著原住民傳統服飾，製作「主題餐廳介紹折冊」（圖 3），名片文字圖樣也以原民雕像圖騰為元素。餐廳每晚皆有歌手演唱原住民歌曲，週末可能還有原住民歌舞活動，特定時日則舉辦原住民文化相關節慶式活動。不過，店家表示，雖然一開始希望僅聘用原住民員工及歌手，但招募有困難，因此近年是原住民與漢人員工各半。

菜色方面，A1 的口味調整頗能呈現原住民餐飲嘗試融入漢人口味時，必須跨越的門檻。受訪者表示，早期推出「真正」的原住民食物，但「太有特色了，客人可能來朝聖過一次，就不來了。」後來，有一任老闆積極上山下海，尋覓原住民部落食材，並與一位漢人廚師合作改良口味，終於修正至目前的「創意」菜單。例如「飛魚雷貢糕」其實是加入飛魚醬的漢人蘿蔔糕，因為改良成功，甚至能以伴手禮方式販售。這種改良也與餐廳面向非原住民顧客的定位有關，其長期目標是接待「國際客群的原住民餐廳」。相對的，受訪者認為，原住民本身應該不會想吃這種修改版的原

住民餐飲。

儘管位於都市邊緣風景區的 A1 經營已近 17 年，兼取土地廣大而地租廉價的優點，但營運情況難稱順遂。比起對岸的淡水，此地遊客人數較少，淡旺季也很明顯。面對成本控管壓力，受訪者表示，自己不斷設法發明各式活動吸引顧客，例如夏季推出貼上紋面貼紙，就能一直喝小米酒的小米紋面祭。再者，在族裔化飲食的符號操作外，更嚴峻的或許是如何拿捏菜色口味邊界，要夠陌生而令顧客可以嘗鮮，卻又夠熟悉而願意持續光顧。

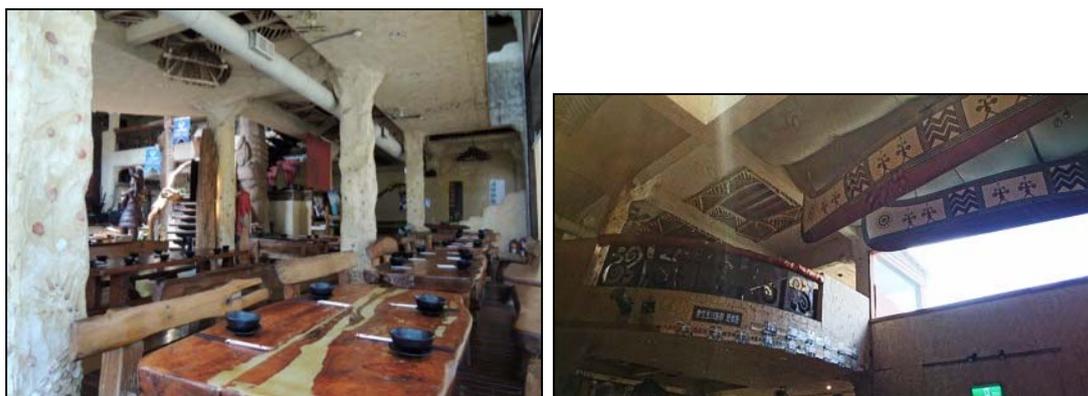


圖 2 原木桌椅裝潢、獨木舟裝飾

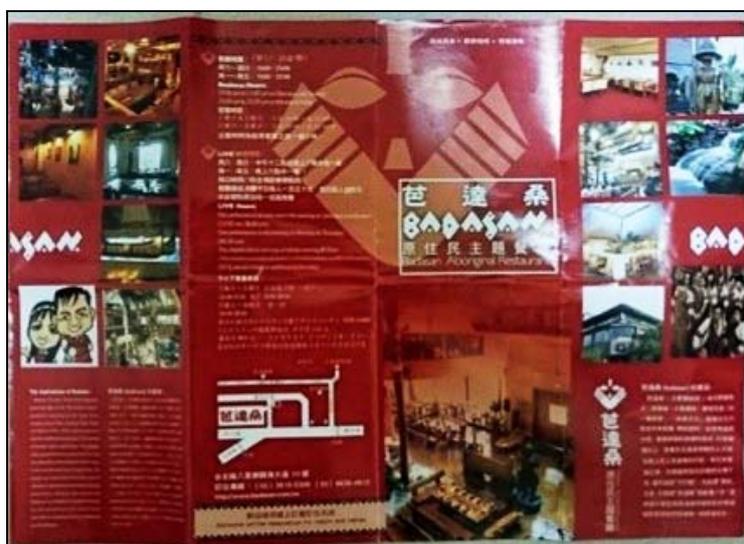


圖 3 原住民圖騰為底的折冊

相對於在城郊風景區融會「九族」元素以彰顯「泛原住民餐飲」的 A1，位於市區「原住民族文化產業推展中心」大樓的 A2，則以文化知識推廣為要，不刻意呈現符號化的原住民風情。A2 店主是漢人，也是經驗老道的文史工作者，曾在原住民部落從事許多調查，承接餐廳經營是最近的事。有別於一般原住民餐飲印象，A2 除了入口展示櫃和名片上有圖騰元素，其他裝潢乍看之下猶如一般簡餐咖啡廳，這也正是店主的期待。

受訪者認為，應該融合原住民餐飲與現代生活，而非凸顯傳統印象，而且飲食不是重點，傳達原住民文化才是要務。鋪在桌上的餐紙，就印有臺灣原住民族介紹：「大家知道『臺灣原住民』目前一共有幾族呢？共 16 族」，除了菜單，還擺放了原住民族文化事業基金會出版的《原視界》（圖 4）。「如果有人想嚐嚐真正的原住民菜，我再把這些東西拿出來，嚇嚇他們。」這些東西是店主請原住民從部落寄來的重口味食物，但他表示，自己也正嘗試將這些單吃令人怯步的食物融入現代輕食，像是鬆餅（圖 5）。



圖 4 A2 餐桌上的餐紙、菜單與《原視界》



圖 5 重口味的原住民食材，以及結合這些食材的鬆餅

A2 和 A1 都是以漢人顧客為主的原住民風味餐，卻採取了不同的策略。A1 採取族裔元素符號化的意象經營和展演，提出立足原住民生活的元素（工寮），但關鍵的菜餚必須加以變化，融合容易辨認的原住民元素（飛魚），並改變口味及樣貌以利跨越接受度的門檻。A2 則嘗試跳脫原住民族的刻板印象符號，以飲食作為引領顧客認識原住民的媒介，但更不強調食物本身的族裔特質。兩者都在劃界標示原住民族特質之餘，更重視跨界吸引漢人顧客的效果。因此，這兩間原住民風

味餐廳都不是以建立原住民自身交流場域為重點，亦非以懷鄉為招徠，而是在奇異風味劃界或跨界的拿捏上著墨。

（二）大宴小酌的古早味與精緻臺菜

如前文所述，臺菜範圍龐雜而邊界模糊，但可以分出兩種類型。一種是以傳統宴席菜色為主但納入家常小吃，提供宴客式或辦桌料理，尤其是涵蓋對早期漢人而言比較昂貴的海鮮，也有不少以內臟入食和油炸的家常菜（圖 6），重視菜色「澎湃」。另一個類型則是在此基礎上，納入精緻化的臺灣地方料理，有時也搭配經過轉譯的懷舊古早味，整體裝潢往往具有現代美學風尚，強調創意菜色和精緻化的餐飲體驗。



圖 6 豬腦煎蛋與油炸甜點芋棗

針對前者，作者選擇至 2016 年已歷 80 年，傳承至第三代的 T1 為例。T1 仍保持早期兩層街屋樣式，近年並未更新格局與裝潢，一樓接待檯的玻璃隔板上貼著各式菜色，以及「酒席外燴、和菜便餐」字樣，橫梁則貼著紅字「百年臺菜老店」，這大抵就是 T1 定義自家餐廳的方式，未以任何鮮明裝飾來標榜。T1 店主表示，早期附近只此一間餐廳，除了店內生意，辦桌外燴也是主要工作。如今各式餐廳開了滿街，外燴也有專門業者，自己「做外燴沒他們人手夠」，老舊餐廳空間也辦不了大酒席，其他類似餐廳更分散了客源，現在「就是這樣加減做。」

T1 客源除了吃慣的老客人和散客，就是以附近公司或家庭聚餐為主。每道菜價位不如大飯店昂貴，但菜量豐盛，擺盤方式也予人熱鬧喜氣之感，符合傳統宴客注重的「豐沛」或「腥臊」（豐盛）。聚餐者也常在吃食之外點酒，飯席間情緒高漲，比酒划拳助興皆是常態。一般高檔餐館無法忍受的喧鬧，在此卻是客人盡興開心、店家生意熱絡的象徵，其他客人接受度也較高。熱鬧氛圍也成為非刻意為之的道地展演，烘托了老派臺菜的氣味。

另一種類型臺式餐廳 T2 位於臺北行天宮附近，當地也有不少老派臺式餐館，但這種環境卻成為 T2 替餐廳營運提出特殊論述的依據。T2 官方網站製作精美，具備英語和日語選項，描繪店家的「臺式風味源起」：

天生擁有敏銳嗅覺與味蕾的朱媽媽只要吃過、看過的料理，便知道該如何尋找對的食材，變出美味佳餚。除了對料理的天份，朱媽媽還有良師指導，過去擔任「總舖師」（大廚）的婆婆，將一道道經典的臺灣美味，傳授給朱媽媽〔……〕1991 年，朱媽媽離開家鄉，遠從臺南北上，在行天宮商圈落了腳，吉林路一個滿載美味的小吃攤，就這麼

開張了（古都食堂，n.d.）。

這段故事性論述，串接了民間廚藝（總舖師）、庶民生活（小吃攤）和南部傳統口味傳承，召喚著往昔「道地」口味懷想。但網頁緊接著表示，這間擁有老廚藝的餐廳已重新裝潢，「打造為現今『燈光美、氣氛佳』風格簡潔乾淨的現代化餐廳」，業者認為這有助於令料理跨越國界、吸引外地客人（古都食堂，n.d.）。為了佐證其成功，世界各地名人消費留下的磁盤簽名陳列於店內，並展示於網站。

T2 菜單的多數料理皆是臺灣家常菜、點心或日常小吃的精緻創意版，份量較小，不似典型臺菜餐廳大桌大份量的豐沛。菜色中有不少援用地方小吃如臺南米糕，有些則屬於臺式日本料理，如生魚片、手捲、味噌湯、炒烏龍麵等，顯示這間面向國際的臺式餐館不吝展示「臺」菜跨域融合的多元性格。

兩相比較，T1 並未刻意訴諸特定符號來展演道地，而是仰賴傳承三代的口碑，以及日復一日實作中，料理口味與樣式的維繫，藉此吸引老客人或盡興熱鬧的宴席，顯示 T1 也是具有濃厚歷史感的社會交流場所。T1 店主受訪時，不僅能詳述店家起源，也期許「很辛苦啦，但還是希望我兒子繼續接下去」，反映了老店既依附於家族勞動譜系，也是凝聚家人記憶的處所。相對的，T2 積極挪用文化展演，並從事臺式菜色的再建構，以懷舊論述搭配現代風格用餐空間，並運用名人簽名（如盧貝松、張曼玉、史嘉娜喬韓森等）以添加時尚感。T2 的不吝跨界，除了納入現代料理元素，也毫不遲疑展現日式飲食影響，顯示臺式料理作為臺灣主流社群的飲食之道，本身已是跨域雜糅的場域。總之，相較於其他族裔化飲食相對鮮明的族裔標記，T1 和 T2 的特徵則是宛若臺灣社會共有的傳承和懷舊，但呼應了閩南族裔及其主導代理的臺灣意象，邊界寬泛而模糊。

（三）擷取族裔標記的客家菜

典型臺菜強調擺盤豐盛喜氣，炸煎是常見烹調方式，客家菜則多立基家常料理，多以慢火燉熟的「炆」及拌炒處理食材。但儘管食物口味（客家菜常用重鹹漬物入菜如梅干）和料理方式確實有所區別，仍有許多客家餐館的招牌菜色也會在臺菜餐廳中出現，如白斬雞和菜脯蛋；原住民餐廳用以作為特色菜的山蘇（召喚「野菜」意義）、鹹豬肉、檳榔花等，也會出現在客家菜單，顯示標榜族裔的各式料理其實早已交互浸染。

然而，相較於臺菜不訴諸清晰的口味劃界，以及原住民料理、眷村菜和東南亞餐飲各自擁有的相對鮮明區分，客家菜色邊界的易滲透性，致使許多強調「客家」特徵的餐廳，擷取食物料理以外的族裔元素來展演道地。作者觀察兩家標榜客家口味的餐廳 H1 與 H2，前者以近期宣揚的「客家傳統」花布作為裝飾元素，並提供擂茶；後者則借用另一項晚近才清楚連結上客家意象的桐花，作為店名典故和主導裝飾元素（圖 7），網站中也以桐花為藍本塑造典型印象下的客家人性格：「油桐花的花開花落，年年紛飛，從來不向命運低頭，象徵著客家人硬頸和刻苦耐勞的精神，五月雪油桐花順理成章成為客家人的最佳代言」（五月雪，n.d.）。詢問 H1 經營者認為哪道菜色最具「客家特色」，僅回答某幾道菜「客人都很喜歡，來了都會點」，透露他們在菜色族裔特質上並未準備一套說法，而是以已經客家化、無須說明的符號來取代複雜論述，一如餐廳牆面貼的北埔擂茶報導。H2 店主則認為，生意好是因為「我們的菜都是費工的」，同樣未在客家飲食特徵上多加說明。



圖 7 店内的花布裝飾與桐花圖案桌巾

值得注意的是，兩邊受訪者儘管都挪用新興的客家文化元素，但講到菜色特性時在意的皆是料理口味，而未提及料理與「客家人」的關聯，大不同於原住民餐廳挪用原住民文化元素時，還得準備族裔故事的情形。這似乎意味了族裔化符號的挪用，對於販售主流族裔飲食的餐廳而言，僅是口味以外的附加效果，而非建立飲食特色的主力。這也透露「客家飲食」對於臺灣多數消費者而言，已是日常菜色的選擇，而不像原住民餐飲（甚至眷村菜和東南亞餐飲）是偶一為之的、對奇異風味的嘗鮮體驗。

（四）眷村菜的懷舊符號與人際網絡

臺北許多眷村菜館出現在 2007 年前後，並非偶然，除了消費者的高接受度引發開店風潮，也源於這些餐館店主彼此經常是原眷村的鄰居朋友，有著相互幫忙開業、訓練廚藝的關係。這使得眷村餐館成為既有人脈的社會網絡節點，眷村餐館維繫了遷離眷村者的「眷村認同感」。當然，類似情形也出現在其他族裔風味餐廳，特別是部分東南亞新移民開設的餐廳，也是族裔社群網絡的節點。不過，相較於其他族裔風味餐廳的分布廣泛且形式多樣，就本文掌握的案例而言，臺北標榜眷村菜的餐館出現較晚、數量稀少，處於正在萌發且相互學習的階段而有相對一致的風格。

作者觀察的著名眷村餐館 C1 和 C2，外觀刻意呈現樸實的低矮平房樣態，呼應物資不豐的舊日空間氛圍。C1 牆面是青藍色油漆過的木板，塗以白色油漆的「還我河山」字樣，還有圓藍底白字的「莊敬自強」和「處變不驚」，類似標語在店內還有兩三對。C2 運用的元素更多，除了同樣使用青藍色木板外牆，也陳列不少 1950 或 60 年代的物品，如奶粉罐、明星花露水、《今日世界》雜誌，以及黨國元素如小型蔣公雕像、國旗、國民黨徽、陸軍官校合影老照片等。除了這兩間眷村餐館，標榜眷村菜的其他餐廳也運用類似符號，在互相仿效下建構昔日眷村生活的典型印象（圖 8）。



圖 8 眷村菜餐館外貌與內部擺設物品

C1 是周邊眷村餐飲店的先行者，裡面的師傅稱 C1 是「職業訓練所」，一些朋友工作一段時間後，會到附近開店。店主表示，因為「大家都是朋友，想做點小生意但不會做的，我先生就想幫個忙」，C2 便是由此衍生的一家店。C1 店主直言開店的懷舊動機：「因為眷村沒了，那時就想有當時習慣的味道的話很好。」除了標語及外牆顏色，C1 的裝潢並未如附近其他眷村餐館納入多樣裝飾元素。因為 C1 店主一開始並未特意要塑造「眷村菜」，他表示店面建築矮小，與周圍相比似乎刻意保留舊時樣態，但全然出於經濟考量，因為「想找地方開店的時候，這裡地段的店租剛好便宜。」至於牆上裝飾的標語，則是因為「當時眷村裡面都會有」，呼應店主的懷舊動機。C1 現在雖然以「眷村菜」聞名，但當初只是隨機拼湊舊時生活印象，後續效法的店家沿用這些元素，並因為坊間出現「眷村菜」一詞而特意強化其再現強度。於是，原本具備多元跨界特質的眷村文化，在凝縮為眷村菜的轉譯中逐漸偏向於均質想像，也讓我們見到族裔化飲食的塑造過程：

〔眷村菜〕就是我們那時候眷村裡面，幾個外省媽媽、客家媽媽、本省媽媽，自己做啊，有什麼就做什麼，也就是人家在說的家常菜，也還有越南和泰國來的媽媽。現在常說什麼國際化，其實我們那時候就很國際化了〔……〕那大概我們這裡離電視台很近，他們來吃過後幫忙宣傳。不過其實眷村菜...你看嘛其實就是這樣叫出來的（C1 店主）。

眷村菜作為帶有族裔特質的新料理類別，既奠基於眷村內部異質而漫長的歷史沉積，也以眷村作為一個地方的集體形象而召喚興趣，但更重要的或許是懷舊的記憶。就此而論，對於黨國威權時期的政治符號與當時日用品的強調，極有可能是漫溢到眷村以外的人群經驗，具有跨越族群邊界的吸引力。相反的，少了這些歷史符號和物件，眷村菜其實與各處可見、帶點外省色彩的麵飯館並無明顯差別。

總之，眷村菜的族裔特色主要來自特殊群體的獨特居住經驗，以及眷村改建引發的二度流離所激發的懷舊之情。眷村菜餐館確實成為召喚特定族群共同記憶的媒介。C1 和 C2 店主都在眷村成長，也經常有為了緬懷過往而特地前來的顧客。例如有位已遷居美國的 70 歲老人，特地來 C1 品嚐「家人」味道，邊吃邊流眼淚；C2 店主則表示有不少老眷村朋友常結伴而來。因此，相較於前述其他餐廳案例，這裡的眷村菜在生產者與消費者之間構成鮮明的離散懷舊場域，維繫著記憶，也牽絆著人際網絡。

(五) 東南亞餐飲的多元文化展演與實作

東南亞餐飲涵蓋了前述各種族裔化飲食的特質：範圍廣闊、時有融混（滇緬、泰緬），有時帶有某種冒險的「野性」（鴨仔蛋、昆蟲入菜），擁有鮮明的族裔或國族符號（國旗、色彩、音樂、文字），但是在符號或文化經濟的劃界操作，以及面向本地顧客調節口味以利跨界之外，某些店家也是同族裔者從事社會交往、建立人際網絡的重要場域，甚至是推動公共事務的所在。東南亞餐飲之所以兼納各種特性，主因乃是其類型和檔次繁多。即使是由東南亞配偶或華僑經營，也有偏向本地顧客或偏向同族裔顧客，或兼取兩方的區別，分別對應於符號經濟的奇異風味與口味調整、劃界式認同的懷鄉場域，或凸顯其作為跨國交流節點的角色（王志弘，2008）。後文僅以東南亞籍人士開設的餐廳為例。

越南餐廳多為小規模、平價且數量眾多，目前在東南亞各國料理中最为普及，既與東南亞新移民中越南裔人士數量較多有關，也涉及口味接受度。越南餐館開業門檻低、能滿足迅速賺取收入的需求，菜色也以家常小吃為主，較少精緻宴席菜，符合本地顧客對於麵飯館經濟實惠的印象，卻帶有異國風味。特定料理如河粉、越式春捲、越南法式麵包是常有的選項，皆是以澱粉配肉類，添加特殊香料或菜類佐味，接近本地漢人習慣的麵湯吃法，春捲也適合作為配菜，即使較具異國風的法式麵包（麵包夾肉加蘿蔔絲等），也受到熟悉麵包產品的顧客歡迎。以作者探訪的開張已歷7年，兩位姊妹共同經營的S1為例，除了有醒目的天藍底色招牌，其餘裝潢一切從簡，擺了6張4人桌，牆上電視播放著新聞，與一般麵飯小館無異。但每到用餐時間總須排隊等待，是當地名店，顧客多為附近上班族。受訪顧客表示，該店「CP值高」、「味道好」，或肯定其道地的保證：「滿越南的口味，酸辣的……老闆越南人」。

比起越南和印尼餐飲的平價，泰式料理有更多高價精緻餐廳，這與泰國政府推廣泰國美食的政策有關（盧美淑，2013）。再者，泰國本地經濟情況改善後，來臺泰國移工減少，也不利於移工聚集區的平價泰國料理經營。目前高價位泰式餐廳經常是由泰國華僑或臺灣人經營，菜色往往是所謂創意料理，顧客以臺灣人和國際旅客為主，經常減少酸辣程度，並以簡餐型式擺盤（一道肉類主菜、米飯及其他配菜共盛一盤），或搭配西式料理方法如焗烤。這類餐廳也傾向在呈現現代風格化用餐空間的同時，融入泰國元素如泰皇字樣、泰國佛像或金色裝飾浮雕。

平價泰式餐廳則和越南餐館一樣，經常是跨國婚姻副產品。如受訪的專賣清真料理的泰式餐廳S2，店主妻子表示開餐廳是為了謀生、讓日子過得下去。這家店由夫婦共同經營，丈夫是泰國華裔穆斯林，妻子是臺灣人，兩人相識後輾轉來到臺灣落腳。因為是「清真」料理，店雖然位於臺北市中心，但主要客群是穆斯林，接待對象有來自馬來西亞、泰國、印尼等地穆斯林觀光團。至於臺灣本地的散客，不少是住附近、長久光顧而與店家熟識的老顧客。店主表示自己從未主動宣傳，儘管在牆面也掛上大象刺繡等泰國元素（圖9），但並未刻意以異國符號來拓展本地客群。於是，S2是以飲食為媒介的穆斯林交流場域，以清真為標誌的宗教飲食劃界取代了地域與族裔分界，而有助於特定宗教內部的跨地域與跨族裔交往。



圖 9 S2 的泰國元素裝飾

印尼餐廳在東南亞族裔餐廳中數量最少，幾乎全是平價自助餐館，並且以服務印尼移工為主，傾向聚集於車站和清真寺附近，形成異國「飛地」。面向本地顧客宣傳的情況較為罕見。原因可能是穆斯林飲食的劃界效果，縮減了擴張營運所需的本地客群，也可能與可以擔任經營者的印尼華僑或配偶人數較少有關。於是，臺北市區僅有的幾家印尼餐館，以族裔經濟和同族裔社交網絡節點為主要功能，缺乏文化經濟（將印尼元素抽象化、精緻化以吸引本地顧客）面向。同樣情形也出現於中山北路金萬萬名店城及鄰近街弄形成的小菲律賓群聚（王志弘，2011；吳比娜，2003），以及新北市各處工業區旁以服務移工為主的小商業群落（王志弘、沈孟穎、林純秀，2009）；越南餐館雖然分布較廣，但文山區因為越南華僑的一度聚集，也有比較明顯的越南商業群聚（王志弘、沈孟穎，2009）。

臺北市區兩處著名印尼餐廳聚集點，是臺北車站前北平東路的小印尼，以及鄰近的臺北地下街；週間空蕩的兩處地點，周末都塞滿大批印尼移工（陳虹穎，2008）。除了餐廳，這兩處都有專為印尼移工服務的雜貨店、手機卡專賣店、美容店等，形成一次購足的族裔商圈，更強化印尼餐廳面向同族裔人士的性質：餐廳招牌和菜單皆以印尼文為主，中文為輔，或乾脆略去中文。率先於臺北地下街開設，已有 15 年歷史的印尼餐廳 S3，店主為印尼華裔配偶。她指出，儘管也有本地散客，但印尼顧客才是主要考量對象：

臺灣人有時會抱怨這個太貴啊，覺得 100 多塊才一小碗。但我這個沒辦法，這東西（指食材）我都是從印尼進貨的，會貴一點，但味道才對。[.....] 我不會為了臺灣人調味道啊，調了我印尼的吃不慣，不來吃，不行啊。

再者，除了店主，店內其他員工也以印尼籍為主，華語不太通順，遇到臺灣顧客往往須請出店主來應對，這也使 S3 成為儘管不會刻意排斥本地顧客（有歡迎光臨中文字樣），但臺灣人容易退卻裹足的同族裔取向餐廳，平日生意比較平淡。

討論與結論：「道地」之為用

各種商業性族裔化飲食的道地展演策略，既涉及餐廳名稱、菜單設計、菜餚命名、空間裝潢元素與氛圍、網站設計與店家溯源故事等符號化面向，也有烹調方式、菜色口味，以及店主員工和顧客之間人際互動的物質與社會面向。除了符號、社會與物質之分，這些道地展演也可以概分為「劃界式道地」和「跨界式道地」。劃界式道地往往是對溯源和傳承的強調及再現，蘊含著「原鄉」親近感，或是對某些本質化（食材、口味）事物的堅守與見證，因而有助於召喚集體記憶、維繫文化認同。但劃界式道地傾向於鞏固族裔飲食的邊界和特質，卻模糊了道地實為複雜曲折的交流融合產物。相反，凸顯異質元素混雜的跨界式道地，不避諱改造傳統而且以標榜獨特創新為要旨，嘗試以族裔化或獨創元素來有效區隔商品，也以兼納顧客熟悉感和陌生嚐鮮的刺激來增加消費者接受度。然而，跨界式道地的操作也可能過度偏離族裔特質，或為了吸引顧客而轉向「己異化」（或奇觀化），卻阻礙他人或自我對於族裔處境的確切認知，使得餐飲作為多元族群交流節點的功能不彰，徒留抽象符號化的刻板印象。

總之，無論劃界式道地或跨界式道地的建構，都可能展現於料理口味（菜色、食材、調味與烹煮方式）、用餐環境與經驗（空間設計裝潢與符號運用），以及穿流其間的情感宣洩和人際交流（業主與員工之間、店家與顧客之間）。不過，就族裔化飲食而論，各種道地的展演基本上仍架構於族裔化飲食的三種主要定位，也就是以離散遷徙的懷鄉或扎根新家鄉為背景的認同協商場域、文化經濟邏輯下以奇異風味的對照性劃界或跨界為特色的符號經濟標記，以及多元族群接觸融合的跨域交流節點。每一種族裔化飲食定位下都有不同程度的劃界式道地與跨界式道地操作，但它們在不同族裔化飲食範疇與案例中的呈現方式有所差異（表 1）。再者，道地的展演方式也涉及不同族裔群體的處境與地位。

參見表 1，我們首先可以注意到，每一種族裔化飲食都有劃界和跨界式的道地展演。然而，如果將這些族裔化飲食類型和次類型，概分為認同維繫與協商主導（懷舊與傳承，以穩固自身社群人際網絡為先），以及文化經濟主導（藉族裔符號標榜商品獨特性，以擴展客群為先）兩大類，則明顯有不同的劃界與跨界式道地運作。第一種類型往往立基於真切的懷舊情感和認同維繫動機，並以文化認同內涵、口味與菜色的堅守傳承，以及賦予本真性的物件來從事道地式劃界；這類餐廳不特別強調跨界式道地，若稱得上有跨界融混，往往出於族裔生命經驗的演變和處境（如眷村菜的外省流離和眷村融混），或是因應局勢而彈性調節（例如，東南亞餐廳以本地類似食材替換不易取得的材料，或是傳統臺菜餐廳隨著社會發展而納入過去少有的海鮮菜色，或具有文化推廣理念的原住民餐廳，將特殊食材包裹於漢人熟悉的食品樣式中）。

至於第二種由文化經濟主導的族裔化飲食，其劃界式道地往往不在於真確的文化認同、傳承綿延的口味菜色或真實物件，反而立足於符號化的族裔再現、敘事或空間裝飾氛圍；口味菜餚本身的道地不僅落居次要，更是跨界調整的重點。換言之，為了招徠更多（非同族裔）顧客，必須大幅調整口味而在奇異陌生感與熟悉感之間拿捏。同時，中高價位餐廳通常會刻意強調現代時尚感和精緻化的獨特創意，在少許傳統元素上大幅增添創新成分，以便確保時尚感和獨特性，投入新道地的發明。

表 1 族裔化飲食的主導定位與道地策略

類型	次類型	族裔化飲食定位	展演道地的策略
原住民料理	風景區高價位創意餐廳	<ul style="list-style-type: none"> ●符號經濟的標記 ●跨域交流的節點 	<ul style="list-style-type: none"> ●劃界標記：原住民血統身分、圖騰意象、歌曲；特殊食材與料理方式 ●跨界創新：口味調整改良與創新
	傳達理念的咖啡簡餐店	<ul style="list-style-type: none"> ●認同協商的場域 	<ul style="list-style-type: none"> ●劃界標記：原住民文化 ●跨界創新：將不易接受的食材納入熟悉食品
	燒烤店與居酒屋	<ul style="list-style-type: none"> ●符號經濟的標記 	<ul style="list-style-type: none"> ●劃界標記：燒烤飲酒的刻板印象和野性狂歡意味 ●跨界創新：納入居酒屋和燒烤店的框架
客家菜	家常菜及其精緻化的餐館	<ul style="list-style-type: none"> ●符號經濟的標記 ●跨域交流的節點 	<ul style="list-style-type: none"> ●劃界標記：花布、桐花及客家勤儉性格論述；特殊食材與料理方式 ●跨界創新：調整口味與精緻化創新
臺菜	傳統老店	<ul style="list-style-type: none"> ●認同協商的場域 	<ul style="list-style-type: none"> ●劃界標記：傳統口味、食材和料理的傳承實作 ●跨界創新：納入海鮮食材
	創新臺菜時尚餐廳	<ul style="list-style-type: none"> ●符號經濟的標記 ●跨域交流的節點 	<ul style="list-style-type: none"> ●劃界標記：納入地方小吃；傳承論述 ●跨界創新：時尚化的裝潢、臺式日本料理
眷村菜	麵飯滷菜小吃店	<ul style="list-style-type: none"> ●認同協商的場域 ●符號經濟的標記 ●跨域交流的節點 	<ul style="list-style-type: none"> ●劃界標記：口味傳承；空間格局、政治口號與舊物件 ●跨界創新：眷村多元族裔的融混
東南亞料理	面對本地顧客為主的餐廳	<ul style="list-style-type: none"> ●符號經濟的標記 ●跨域交流的節點 	<ul style="list-style-type: none"> ●劃界標記：族裔和國族符號；異國風味 ●跨界創新：調整口味與精緻化創新
	面對同族裔或同宗教顧客為主的餐館	<ul style="list-style-type: none"> ●認同協商的場域 ●跨域交流的節點 	<ul style="list-style-type: none"> ●劃界標記：道地食材與烹調方式；族裔和國族符號 ●跨界創新：以本地食材取代難以取得的原食材

參見表 1，我們首先可以注意到，每一種族裔化飲食都有劃界和跨界式的道地展演。然而，如果將這些族裔化飲食類型和次類型，概分為認同維繫與協商主導（懷舊與傳承，以穩固自身社群人際網絡為先），以及文化經濟主導（藉族裔符號標榜商品獨特性，以擴展客群為先）兩大類，則明顯有不同的劃界與跨界式道地運作。第一種類型往往立基於真切的懷舊情感和認同維繫動機，並以文化認同內涵、口味與菜色的堅守傳承，以及賦予本真性的物件來從事道地式劃界；這類餐廳不特別強調跨界式道地，若稱得上有跨界融混，往往出於族裔生命經驗的演變和處境（如眷村菜的外省流離和眷村融混），或是因應局勢而彈性調節（例如，東南亞餐廳以本地類似食材替換不易取得的材料，或是傳統臺菜餐廳隨著社會發展而納入過去少有的海鮮菜色，或具有文化推廣理念的原住民餐廳，將特殊食材包裹於漢人熟悉的食品樣式中）。

至於第二種由文化經濟主導的族裔化飲食，其劃界式道地往往不在於真確的文化認同、傳承綿延的口味菜色或真實物件，反而立足於符號化的族裔再現、敘事或空間裝飾氛圍；口味菜餚本

身的道地不僅落居次要，更是跨界調整的重點。換言之，為了招徠更多（非同族裔）顧客，必須大幅調整口味而在奇異陌生感與熟悉感之間拿捏。同時，中高價位餐廳通常會刻意強調現代時尚感和精緻化的獨特創意，在少許傳統元素上大幅增添創新成分，以便確保時尚感和獨特性，投入新道地的發明。

值得注意的是，無論是認同協商或符號經濟的族裔化飲食類型，其道地展演都可能導向跨域交流節點，但模式不太一樣，關鍵正在於其道地操作方式。就認同協商型場域而言，在本文討論的眷村菜餐館及服務同族裔為主的東南亞料理餐廳案例中，其飲食特質乃源於族群生活的經驗與處境，因而可說是在強烈的劃界框架下吸引其他族裔顧客嘗鮮，從而成為不同族裔跨界交流的場域。至於以符號經濟為主的類型，其跨界式道地往往著重於特意創新，致使其跨域融合顯現於菜色口味的創意變化，從而實質降低了食物的族裔色彩和嘗試門檻；換言之，這是將跨界內建於創新菜餚之中，看似促進了文化交流，卻也使得族裔口味徒留名號。

若從不同族裔群體的一般處境來探看商業化族裔風味飲食的道地展演，我們也可以發現幾個趨勢。首先，臺菜的族裔化程度最不明顯，因為它可能代表了人數最多的閩南族裔，而最大族裔群體往往會「去族裔化」而不刻意彰顯族裔邊界。再者，臺菜也可能被視為臺灣整體社會的代表性飲食，因而在從庶民餐點提升至國族菜餚地位的同時，卻也因為廣納不同地域及族裔料理（特別是地方小吃）而再度模糊了其族裔特徵。因此，對臺菜而言，主要的分界可能在於傳統口味和創新融合之間，而不是獨特的族裔標誌。簡言之，臺菜似乎是「去族裔化」的族裔化飲食範疇，懷舊之餘的美味好吃才是重點。

相對的，居於次位、但仍相對具備族裔優勢的客家群體，其族裔特質雖較為鮮明且刻板，但是菜色與臺菜之間頗有重疊，多數口味邊界不甚明確，因而必須在凸顯少數幾道特殊族裔化菜餚之餘，格外訴諸客家符號形象，包括晚近新創的客家象徵，有鮮明的族裔符號主導的道地展演。某些奠基於客家早期生活型態的傳統料理，特別是醃漬品，則往往被劃出迎合非同族裔顧客的菜單，只能停留於自家領域內部。就此而論，原住民餐飲其實有著類似處境，但情形可能更為窘迫。簡言之，原住民餐飲若要面對非同族裔的顧客，比起客家菜餚更需要改變傳統飲食方式，增添更多創新料理，方能跨越原漢之間的口味門檻。這時候，原住民族裔成分往往只剩下特定食材元素，或只是命名與符號性的修辭效果。然而，這種特意操作符號經濟和刻板原住民形象的策略，可能使顧客更為忽視或誤讀了原住民相對弱勢的處境。

至於眷村菜晚近的萌發，不僅溯源自國共內戰後中國族裔流離與本地生活的融合，更是眷村拆遷改建後二度遷徙的產物。搭配著威權及簡樸時代的符號，眷村菜凸顯了比前三種族裔化飲食更濃烈的懷鄉（但不是中國大陸，而是眷村）及懷舊（不只是眷村人，還是集體時代氛圍）之情。再者，雖然眷村菜餐館也會運用符號標記，但這種標記比較不是客家菜或原住民餐飲常用的抽象化符號，反而本身經常具有見證意味，甚至是從過往脈絡切割下來的物件。再者，正因為這種濃烈的懷舊與懷鄉，眷村菜餐館往往成為相同經歷者的認同協商場域及社會交流場所。在本文的案例中，幾間系出同門的眷村菜餐館之間便形成了經驗傳承的社會網絡。這種既內在於餐館，又顯見於餐館之間的認同協商和同族裔社交網絡特質，以及形象上的一致性，或許可以歸因於眷村菜正處於初期階段，尚未形成臺菜、客家菜及原住民餐飲因為逐漸普及而衍生的多樣形態。

性質上類似眷村菜的是以同族裔者為主要顧客的東南亞料理餐廳，它們幾乎不必從事任何口

味上的折衷妥協，而是以同族裔的懷鄉式消費為訴求。於是，本真性的劃界式道地自是其特意維持的重點，也發揮了排除非同族裔顧客的效果。在相對於本地顧客劃界而構成同族裔社交場所的同時，這些東南亞族裔餐廳也是移民與移工跨國流動網絡中的重要節點。不過，東南亞餐廳類型多樣，其中面向臺灣本地顧客的中高價位東南亞餐廳（業主多為臺灣本地人士或華僑），則頗為類似臺菜、客家菜和原住民料理中，那些著眼於跨界創新式道地、標榜較多符號化族裔元素的餐廳。當然，如前所述，泰國、越南、印尼、菲律賓、緬甸等不同國度的風味餐廳，也有因為地域文化及宗教因素而形成的重要差異。

無論哪一種類型，道地都是文化展演的策略性工具，並隨著店家定位、消費客群，以及更廣泛的族裔社會處境而有所變化。族裔化餐廳的生產者和消費者，在建構或參與口味、用餐環境及經驗的道地展演時，承載了對道地之為用的不同期待。他們可能寄望道地口味或經驗能滿足對家鄉或舊時記憶的思念，經由某種口感味覺或氛圍，延續自己難以真正觸及的時空領域。或者，生產者與消費者也可能希望擺脫既有束縛，開創新局或體驗異域文化，在大環境已然變遷的同時，以新口味面臨新挑戰（拓展客群），或是以新口味滿足現代需求（如養生）和新鮮刺激的追尋。堅守過往的延續性，與再創未來的獨特性，經常是道地的一體兩面。各種族裔風味餐廳因應自身族群處境或個人生涯規劃，經常擺盪於兩端，持續重塑著何謂「道地」。

本文選取的案例不多，不能宣稱具備全面性和代表性，而是著眼於呈現族裔化餐飲的多重樣貌。再者，本文局限於商業化餐飲的道地展演策略，並以店家為分析單元，缺乏對於特定菜餚及烹調方式演變的考究，也難以深入族裔化飲食構作的細緻過程。作者的意圖在於呈現臺灣飲食地景中並置著對於遷徙族群很重要，既有利於經濟營生，又能召喚懷鄉認同的各式族裔化飲食，各有隨著處境不同而有所差異的道地展演策略。

多樣的飲食地景透露了臺灣新舊族裔群體之間，已經藉著各種銘刻著族裔邊界、卻又相互跨界的飲食生產與消費，串接起難以盡數的關係。然而，在文化多元性增長的樂觀期許之外，我們也應該重視飲食關係背後喻示的真實社會處境，了解許多研究已經指出的族裔印象、族裔口味、族裔地景塑造，受到何種文化想像、經濟需求或跨域實作的推動。有了這層理解，我們才能更貼近不同族裔的處境，進而立足於遷徙族群及其飲食傳承和創新所體現的亞太流動網絡，重新看待臺灣社會的特質。

引用文獻

- 五月雪 (n.d):〈五月雪品牌〉,《五月雪》。(2016/9/3 瀏覽)。
- 【May Snow (n.d.). The brand of May Snow. *May Snow* (accessed 2016/9/3).】
- 王志弘 (2008):〈族裔－文化經濟、謀生策略與認同協商：臺北都會區東南亞風味餐飲店個案研究〉,《國立政治大學社會學報》, 39: 1-44。
- 【Wang, C.H. (2008). Survival strategies and identity negotiation in ethno-cultural Economy: Case studies of Southeast Asian flavored restaurants in Taipei. *The NCCU Journal of Sociology*, 39: 1-44.】
- 王志弘 (2011):〈我們有多元文化城市嗎？臺北都會區東南亞族裔領域化的機制、類型與作用〉,《臺灣社會研究季刊》, 82: 31-84。
- 【Wang, C.H. (2011). Do we have a multi-cultural city? The Southeast Asian ethnic territorialization in Taipei metropolitan area. *Taiwan: A Radical Quarterly in Social Studies*, 82: 31-84.】
- 王志弘、沈孟穎 (2009):〈疆域化、縫隙介面與跨國空間：臺北市安康市場「越南街」族裔化地方研究〉,《臺灣社會研究季刊》, 73: 119-166。
- 【Wang, C.H. and Shen, M.Y. (2009). Territorialization, interstitial interface and transnational space: The Taipei "Vietnam street" as an ethnic place. *Taiwan: A Radical Quarterly in Social Studies*, 73: 119-166.】
- 王志弘、沈孟穎 (2010):〈東南亞飲食再現策略：異國時尚、多元文化與已異化認同〉,《臺灣東南亞學刊》, 7(1): 151-192。
- 【Wang, C.H. and Shen, M.Y. (2010). Strategies of representation for Southern East Asia foods: Exoticism, multiculturalism, and self-othering identification. *Taiwan Journal of Southeast Asian Studies*, 7(1): 151-192.】
- 王志弘、沈孟穎、林純秀 (2009):〈族裔公共空間的劃界政治：臺北都會區外圍東南亞消費地景分析〉,《臺灣東南亞學刊》, 6(1): 3-48。
- 【Wang, C.H., Shen, M.Y. and Lin, C.S. (2009). Politics of boundary-making in ethnic public spaces: Southeast Asian landscapes of consumption in outer Taipei metropolitan area. *Taiwan Journal of Southeast Asian Studies*, 6(1): 3-48.】
- 王欣 (2007):〈飲食習俗與族群邊界－新疆飲食文化中的例子〉,《中國飲食文化》, 3(2): 1-21。
- 【Wang, X. (2007). Dietary customs and the boundaries of ethnic groups: The case of dietary culture in Xinjiang. *Journal of Chinese Dietary Culture*, 3(2): 1-21.】
- 王斯 (2016):〈對「正宗菜餚」的反思：基於大理雙廊 2010－2015 年的飲食與變遷調查〉,《中國飲食文化》, 12(1): 215-244。
- 【Wang, S. (2016). Arguments on the authentic cuisine: Fieldwork on food culture and social change in Shuanglang, Dali, 2010-2015. *Journal of Chinese Dietary Culture*, 12(1): 215-244.】
- 古都食堂 (n.d.):〈關於古都〉,《古都食堂》。http://www.kudutapei.com/?page_id=27。(2016/9/3 瀏覽)

- 【Kudu (n.d.). About Kudu. *Kudu*. http://www.kudutaipei.com/?page_id=27 (accessed 2016/9/3).】
- 江柏煒 (2013)：〈戰地生活、軍人消費與飲食文化：以金門為例〉，《中國飲食文化》，9(1)：157-194。
- 【Chiang, B.W. (2013). Battlefield life, soldier's consumption and dietary culture: A case study of Quemoy. *Journal of Chinese Dietary Culture*, 9(1): 157-194.】
- 何來美 (1992)：〈生活／吃 品客家菜。歷代經過多次遷徙，飲食文化特別節儉，嘗先民甘苦的滋味〉，《聯合報》，5月4日，版31。
- 【He, L.M. (1992). Savouring Hakka cuisines: A food culture featuring frugality given history of migration. *United Daily News*, May 4, p.31.】
- 吳比娜 (2003)：《ChungShan：臺北市菲律賓外籍勞工社群空間的形成》。臺北：臺灣大學建築與城鄉研究所碩士論文。
- 【Wu, B.N. (2003). *ChungShan- The Formation of a Filipino Migrant Workers' Community Space in Taipei*. Master Thesis, the Graduate Institute of Building and Planning, National Taiwan University, Taipei.】
- 吳雨潔 (2007)：〈那些貧窮卻美好的飲食文化〉，《聯合報》，10月27日，版B02。
- 【Wu, Y.J. (2007). Those beautiful food cultures born out of poverty. *United Daily News*, October 27, p. B02.】
- 巫達 (2012)：〈移民與族群飲食：以四川省涼山地區彝漢兩族為例〉，《中國飲食文化》，8(2)：145-165。
- 【Wu, D. (2012). Migration and ethnic diet: A case study of the Yi of Southwest China. *Journal of Chinese Dietary Culture*, 8(2): 145-165.】
- 林妙娟 (1997)：〈臺灣原住民的文化與飲食〉，《中國飲食文化基金會會訊》，3(1)：9-14。
- 【Lin, M.J. (1997). Cultures and foods of the Taiwanese aborigines. *Quarterly of Foundation of Chinese Dietary Culture*, 3(1): 9-14.】
- 林倖妃 (1997)：〈觀光餐飲住民就業新契機：外勞搶飯碗學者建議在花東培育本土人才迎接週休二日人潮〉，《中國時報》，11月12日，版13。
- 【Lin, X.F. (1997). Foods for tourists as new jobs: Migrant workers seizing the opportunities; scholars urging more local labor force to be developed at Eastern Taiwan. *China Times*, November 12, p. 13.】
- 林淑玲 (2015)：〈建構「客家美食」與消費客家文化？〉，《中國飲食文化》，11(1)：67-121。
- 【Lin, S.L. (2015). Constructing "Hakka food" and consuming Hakka culture? *Journal of Chinese Dietary Culture*, 11(1): 67-121.】
- 林開忠 (2006)：〈跨界越南女性族群邊界的維持：食物角色的探究〉，《臺灣東南亞學刊》，3(1)：63-82。
- 【Lim, K.T. (2006). The maintenance of ethnic boundary of the cross-border Vietnamese female in Taiwan: A research on the role of food. *Taiwan Journal of Southeast Asian Studies*, 3(1): 63-82.】
- 邱淑雯 (2007)：〈「移民區病理 vs. 網絡集結點」的衝突與克服：以在臺越南女性的店家為例〉，《教育與社會研究》，13：95-120。

- 【Chiou, S.W. (2007). The conflict and breakthrough between ghetto pathology and network nodal points: The case of the Vietnamese female restaurant owners in Taiwan. *Formosan Education and Society*, 13: 95-120.】
- 客家委員會 (2015) : 〈美食風味館〉, 《客家委員會》。
<http://www.hakka.gov.tw/np.asp?ctNode=1699&mp=1699>。(2016/9/3 瀏覽)。
- 【Hakka Affairs Council (2015). Gourmet flavours. *Hakka Affairs Council*.
<http://www.hakka.gov.tw/np.asp?ctNode=1699&mp=1699> (accessed 2016/9/3).】
- 段穎 (2012) : 〈遷徙、飲食方式與民族學文化圈：緬甸華人飲食文化的地域性再生產〉, 《中國飲食文化》, 8(2) : 43-69。
- 【Duan, Y. (2012). Migration, foodways and cultural spheres: Reproduction of localization in Burmese Chinese dietary culture. *Journal of Chinese Dietary Culture*, 8(2): 43-69.】
- 俞美霞 (2011) : 〈國宴食單與臺灣飲食文化探析〉, 《中華飲食文化基金會會訊》, 17(2) : 16-28。
- 【Yu, M.X. (2011). Exploration on the National Banquet Menu and Taiwanese Food Culture. *Quarterly of the Foundation of Chinese Dietary Culture*, 17(2): 16-28.】
- 師秀珍 (2010) : 《從懷鄉到在地認同：眷村味覺記憶下的文化展演－以高雄市左營眷村為例》。臺南：成功大學歷史學系碩士論文。
- 【Shih, S.C. (2010). *From Nostalgia to Local Identification The Cultural Performance under the Memory of Taste of Military Dependent Villages-The Study in Zuoying-Village, Kaohsiung*. Master Thesis, Department of History, National Cheng Kung University, Tainan.】
- 張玉欣 (2000) : 〈臺南飲食文化初探〉, 《中國飲食文化基金會會訊》, 6(3) : 22-25。
- 【Chang, Y.X. (2000). Exploring the food culture of Tainan. *Quarterly of Foundation of Chinese Dietary Culture*, 6(3): 22-25.】
- 張玉欣 (2001) : 〈花蓮飲食文化初探〉, 《中國飲食文化基金會會訊》, 7(4) : 19-22。
- 【Chang, Y.X. (2001). Exploring the food culture of Hualien. *Quarterly of Foundation of Chinese Dietary Culture*, 7(4): 19-22.】
- 張玉欣 (2002) : 〈宜蘭飲食文化初探〉, 《中國飲食文化基金會會訊》, 8(1) : 26-30。
- 【Chang, Y.X. (2002). Exploring the food culture of Yilan. *Quarterly of Foundation of Chinese Dietary Culture*, 8(1): 26-30.】
- 張玉欣 (2004) : 〈金馬澎湖之外島飲食文化〉, 《中國飲食文化基金會會訊》, 10(2) : 30-35。
- 【Chang, Y.X. (2004). Exploring the food culture of Kinmen, Matsu and Penghu. *Quarterly of Foundation of Chinese Dietary Culture*, 10(2): 30-35.】
- 許景秀、葉秀燕 (2015) : 〈原民飲食作為文創產業－臺東達魯瑪克部落的創意／異／藝族群料理〉, 《中國飲食文化》, 11(2) : 69-109。
- 【Hsu, C.H. and Yeh, H.Y. (2015). Indigenous food and cuisine as cultural industries: A case study of Taromak's ethnic aestheticism. *Journal of Chinese Dietary Culture*, 11(2): 69-109.】
- 陳玉箴 (2008) : 〈食物消費中的國家、階級與文化展演：日治與戰後初期的“臺灣菜”〉, 《臺灣史研究》, 15(3) : 139-186。

- 【Chen, Y.J. (2008). Nation, class and cultural presentation: "Taiwanese cuisine" during Japanese colonial era and early post-war Taiwan. *Taiwan Historical Research*, 15(3): 139-186.】
- 陳玉箴 (2013):〈日本化的西洋味：日治時期臺灣的西洋料理及臺人的消費實踐〉，《臺灣史研究》，20(1)：79-125。
- 【Chen, Y.J. (2013). Adaptation and consumption of western cuisine in Taiwan under Japanese colonization. *Taiwan Historical Research*, 20(1): 79-125.】
- 陳玉箴 (2014):〈從溝通記憶到文化記憶：1960-1980 年代臺灣飲食文學中的北平懷鄉書寫〉，《臺灣文學學報》，25：33-68。
- 【Chen, Y.J. (2014). From communicative memory to cultural memory: Writings about Beiping homesickness in Taiwan food literature (1960-1980). *Bulletin of Taiwanese Literature*, 25: 33-68.】
- 陳玉箴 (2016):〈「道地」的建構：「臺灣料理」在東京的生產、再現與變遷〉，《臺灣人類學刊》，14(1)：7-54。
- 【Chen, Y.J. (2016). The construction of "authenticity": The production, representation and transformation of "Taiwanese cuisine" in Tokyo. *Taiwan Journal of Anthropology*, 14(1): 7-54.】
- 陳其澎 (2012):〈臺北市移植的味覺地圖〉，《餐旅暨觀光》，9(1)：19-36。
- 【Chen, C.P. (2012). The displaced gustatory map in Taipei. *Journal of Hospitality and Tourism*, 9(1): 19-36.】
- 陳英姿 (2006):〈越南菜：法國情人的味道〉，《聯合報》，5月28日，版 B6。
- 【Chen, Y.T. (2006). Vietnamese cuisines: The tastes of a French lover. *United Daily News*, May 28, p. B6.】
- 陳虹穎 (2008):《臺北車站／小印尼：從族裔聚集地看都市治理術》。臺北：臺灣大學建築與城鄉研究所碩士論文。
- 【Chen, H.Y. (2008). *Urban Governmentality in an Indonesian Ethnic Gathering Place in Taipei*. Master Thesis, the Graduate Institute of Building and Planning, National Taiwan University, Taipei.】
- 曾品滄 (2013):〈鄉土食和山水亭：戰爭期間「臺灣料理」的發展 (1937-1945)〉，《中國飲食文化》，9(1)：113-156。
- 【Tseng, P.T. (2013). Local food and Shanshuiting: Development of Taiwanese cuisine during the Second World War (1937-1945). *Journal of Chinese Dietary Culture*, 9(1): 113-156.】
- 曾品滄 (2015):〈日式料理在臺灣：鋤燒 (スキヤキ) 與臺灣智識階層的社群生活 (1895-1960 年代)〉，《臺灣史研究》，22(4)：1-34。
- 【Tseng, P.T. (2015). Japanese cuisine in Taiwan: Sukiyaki and community life of intellectual class in Taiwan (1895-1960s). *Taiwan Historical Research*, 22(4): 1-34.】
- 曾齡儀 (2015):〈移民與食物：二次戰後高雄地區的潮汕移民與沙茶牛肉爐〉，《師大臺灣史學報》，8：93-128。
- 【Tseng, L.Y. (2015). Migration and food: The Chaozhou-Shantou migration to Kaohsiung after WWII and sha-cha beef hot pot. *Bulletin of Taiwan Historical Research, NTNU*, 8: 93-128.】

楊士範 (2012):〈地方方志、原住民飲酒描述與族群政治——一個知識社會學角度的考察〉,《臺灣原住民族研究季刊》, 5(2): 41-81。

【Yang, S.F. (2012). Local chronicles, descriptions of the aborigines' drinking, and ethnic politics-An investigation from the perspective of the sociology of knowledge. *Taiwan Journal of Indigenous Studies*, 5(2): 41-81.】

經濟日報 (1977):〈餐飲簡訊：粵東餐廳客家菜為主〉,《經濟日報》, 3月28日, 版9。

【Economic Daily News (1977). Cantonese restaurants mainly serving Hakka cuisines. *Economic Daily News*, March 8, p. 9.】

葉秀燕 (2009):〈從原「汁」原「味」到原「知」原「衛」: 反思原住民風味餐廳的文化社會意涵〉,《臺灣人文生態研究》, 11(1): 29-60。

【Yeh, H.Y. (2009). From food to weapon: A socio-cultural analysis of indigenous restaurants in Hualien. *Studies On Humanity And Ecology In Taiwan*, 11(1): 29-60.】

葉秀燕 (2013):〈「日常」與「非常」: 花蓮原住民觀光飲食中「原味」的文化想像與展演政治〉, 載於《2013 全國原住民族研究論文發表會入選論文集》(pp. 373-396)。臺北: 原民會。

【Yeh, H.Y. (2013). The “everyday” and the “non-everyday”: The cultural imagination and performative politics of the Hualien aborigines’ tourist “authentic flavour.” *Proceedings of Research Articles on Taiwan Aborigines, 2013* (pp. 373-396). Taipei City: Council of Indigenous Peoples.】

葉英豪 (2007):〈桃園眷村美食大江南北好菜上桌〉,《聯合報》, 10月27日, 版5。

【Yeh, Y.H. (2007). Chuan-Tsuan cuisines serving gourmet foods originating from different parts of China. *United Daily News*, October 27, p. 5.】

劉宏、張慧梅 (2007):〈原生性認同、祖籍地聯繫與跨國網絡的建構: 二戰後新馬客家人與潮州人社群之比較研究〉,《臺灣東南亞學刊》, 4(1): 65-89。

【Liu, H. and Zhang, H.M. (2007). Primordial ties, homeland linkages, and the construction of transnational networks: A comparative analysis of Hakka and Teochewese communities in post-war Singapore and Malaysia. *Taiwan Journal of Southeast Asian Studies*, 4(1): 65-89.】

劉秀英 (2001):〈麗緻酒店, 南洋風味吃通海〉,《聯合晚報》, 7月20日, 版21。

【Liu, H.Y. (2001) Delicate Hotels serving flavours of the Southern Oceans. *United Evening News*, July 20, p. 21.】

潘秉新 (2000):〈總統就職, 臺南小吃變國宴四季宴, 很鄉土; 佛跳牆、鱔魚粥、碗粿、虱目魚丸、擔仔麵非常美味〉,《聯合晚報》, 4月27日, 版4。

【Pan, B.X. (2000) Localized state banquet at the presidential inauguration. *United Evening News*, April 27, p. 4.】

盧美淑 (2013):《國家與道地: 泰精選餐廳在臺灣》。南投: 暨南大學東南亞研究所碩士論文。

【Lu, M.S. (2013). *Nation and Authenticity: Thai Select restaurants in Taiwan*. Master Thesis, Department of Southeast Asian Studies, Nantou.】

蕭新煌、林開忠 (2011):〈自立、鄉愁與融入: 越南配偶小吃店在臺灣〉,《中華飲食文化學術研

討會論文集》，12: 121-147。

【Hsiao, M.H.H. and Lim, K.T. (2011). Self-sustaining, nostalgia and integration: Small restaurants owned by Vietnamese spouses in Taiwan. *Proceedings of the 12th Symposium on Chinese Dietary Culture*, 12: 121-147.】

賴守誠 (2006):〈現代消費文化動力下族群飲食文化的重構：以臺灣“客家菜”當代的休閒消費轉型為例〉，《國家與社會》，1：167-212。

【Lai, S.C. (2006). The reconstruction of ethnic food culture under the dynamics of modern consumer culture: A case study of the transformation of Taiwan "Hakka cuisine" into a form of leisure consumption. *Journal of State and Society*, 1: 167-212.】

賴守誠 (2010):〈臺灣客家飲食運動的緣起、建構與發展〉，載於江明修(主編)，《客家城市治理》(pp. 145-175)。臺北市：智勝文化。

【Lai, S.C. (2010). The origin, construction and development of the Hakka food movement. In M.S. Chiang (ed.), *Hakka and City Governance* (pp.145-175). Taipei City: Bestwise.】

戴秋怡 (2013):〈來自舌尖上不能言喻的故鄉—娘惹糕〉，《屏東文獻》，17：25-48。

【Dai, C.Y. (2013). The homeland taste: Nyonya cake. *Journal of Ping-Tung History*, 17: 25-48.】

韓良露 (2001):《美味之戀：人在臺北，玩味天下》。臺北：方智。

【Han, L.L. (2001). *Falling in Love with Good Tastes: Savouring Taipei*. Taipei City: Eastern Horizons.】

顏瓊真 (1995):〈民政局培訓原住民餐飲人才〉，《中央日報》，8月4日，版13。

【Yan, Q.J. (1995) The Department of Civil Affairs cultivating talented aborigines. *Central Daily News*, August 4, p. 13.】

蘇恒安 (2013):〈跨界「混融」—岡山羊肉飲食文化的建構與再現〉，《中國飲食文化》，9(1)：195-238。

【Su, H.A. (2013). Cross-bordered hybrid-creolization: Construction and re-presentation of Gang-shan goatmeat eating culture. *Journal of Chinese Dietary Culture*, 9(1): 195-238.】

Crang, P. (2003). Transnationalism and the spaces of commodity culture. *Human Geography*, 27: 438-456.

Gabaccia, D.R. (1998). *We Are What We Eat: Ethnic Food and the Making of Americans*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.

Mannur, A. (2007). Culinary nostalgia: Authenticity, nationalism, and diaspora. *MELUS*, 32(4): 11-31.

Zukin, S. (2010). *Naked City: The Death and Life of Authentic Urban Places*. Oxford: Oxford University Press.

附錄：受訪族裔餐廳概況

編號	開業年	業主身分	經營型態	料理特色	空間特徵
原住民風味餐					
A1	1999	原住民	高價位主題餐廳	桌菜；刻意呈現族裔特性的創意料理	各族原住民元素拼貼、工寮意象、大型裝置；泛原住民印象。三層樓，有方桌和包廂，約容納 200 人。
A2	2015	漢人	中價位咖啡簡餐	將族裔食材融入現代口味的輕食簡餐	近似一般咖啡簡餐店，較少原住民傳統元素。約容納 40 人
臺菜					
T1	1938	閩南人	中價傳統澎湃桌菜	豐盛、喜氣、熱鬧的呈盤；多油炸料理	老舊店屋、較少特殊文化元素。兩層樓，約容納 50 人。
T2	不詳	閩南人	中高價時尚化小吃式桌菜	精緻化臺灣地方小吃	現代時尚裝潢，約容納 80 人。
客家菜					
H1	約 2006	客家人、中國新移民女性	中價位家常菜小餐館	份量較少的家常菜	花布作為主要裝飾，約容納 35 人。
H2	約 2010	客家人	中高價位家常菜，空間大適合宴客	份量較多的精緻化家常菜	桐花作為主要裝飾，約容納 50 人。
眷村菜					
C1	2007	原眷村住民；外省人	中價位家常菜小餐館	滷味、家常小吃、有什麼煮什麼	眷村標語，約容納 35 人。
C2	2008	原眷村住民；外省人	中價位家常菜小餐館	滷味、家常小吃、有什麼煮什麼	眷村標語、黨國意象與早期舊物品，約容納 35 人
東南亞餐飲					
S1	2011	越南華裔；新移民女性	平價的經濟實惠小餐館	越式小吃如河粉、法式麵包、春捲	天藍色招牌，約容納 24 人。
S2	1990 中期	泰國華裔穆斯林丈夫與臺灣妻子	平價泰式桌菜或經濟套餐	清真料理，配合臺灣而清淡化的泰式口味	穆斯林合照、泰國宮殿圖，約容納 35 人。
S3	約 2000	印尼華裔；新移民女性	平價印尼菜自助餐	印尼自助餐，食材由印尼進口	招牌上印尼文與中文並陳，約容納 35 人。

投稿日期：107 年 04 月 18 日

修正日期：107 年 06 月 13 日

接受日期：107 年 07 月 02 日