

國立政治大學勞工研究所
碩士學位論文

人跟著魚走：崁仔頂漁市場及其非正式性
People follow the fishes: the Kanzaiding Fish Market and its
informality

指導教授：張其恆 老師
邱炫元 老師

研究生：何怡璇 撰

中華民國一 一 〇 年 六 月

謝誌

這本論文的完成，必須歸功於許多人，以及非人。無法一一列名致謝，但我在此一併奉上最誠摯的感謝。謝謝你們。

首要感謝的是這本論文接觸到的 20 位受訪者，以及提供我進行田野調查的兩間漁行。謝謝你們不吝分享自身的生命經驗與生活智慧，在忙於生計之餘，仍盡可能地協助訪調，讓我取得豐富的研究資料。特別感念每晚匯聚崁仔頂漁市場裡的所有人，你們帶領我看見小人物憑自己的力量創造出社會秩序，每日供應全臺最新鮮的海鮮食材，承續臺灣的新鮮水產文化。也謝謝水裡的諸生物，人類生活中的新鮮觀念，是在與你們互動（雖然有些殘忍……）的過程中發展出來的，在現今氣候、環境劇烈變化與漁獲資源越來越稀少的議題更顯重要的時刻，認識海鮮是我們人類對環境、生物負責任的開始，讓我們更善用漁業資源吧。

從一開始的自我質疑，到最終的完成，非常感謝我的兩位指導老師，張其恆老師與邱炫元老師，一路以來的協助與鼓勵。其恆老師總是笑臉迎人，每當我帶著問題到他面前時，他都能輕鬆為我解惑。也謝謝老師給予任性的我，跨領域寫作的支持。在炫元老師的文化研究課堂上接觸到《末日松茸》後，興起了我對人類學研究的興趣，更因此栽進田野調查的世界。也謝謝老師提供許多工作機會，讓我就學期間減輕生活負擔。

很榮幸口試邀請到洪伯邑老師與羅素玫擔任考試委員。2020 年 STS 年會上，伯邑老師恰好擔任我的報告評論人，後來又十分巧地，同年的社會學年會發表也是由伯邑老師評論，每次都獲益良多。除了我的指導老師與其他多次被我打擾的朋友外，伯邑老師絕對是閱讀最深入本論文的讀者，很謝謝老師耐心指教，希望沒有時常讓老師覺得眼睛辛苦。由於禁不起人類學者會如何評價拙作的好奇心，於是邀請素玫老師擔任口試委員。很謝謝素玫老師給予本論文許多建議，甚至在最後修正階段時，給予我重要的提點。

跨領域寫作著實是項挑戰，和前輩與朋友們的交流討論，是推進我論文進度的重要動力。謝謝學穎、冠良、厚文和小鄭鼎力相助，耐心給予我許多重要的學術建議與寫作心法，一再讓崩潰的我有了前行的力量。謝謝睿柏學長大力幫助，讓我順利進入崁仔頂蹲點調查，學長的好人緣也幫我開拓更多的訪談對象。謝謝工作室的夥伴，仲雯、青哲、筑今、維毅學長、麗蘭學姊、采蘋、錦心、楨廷，在孤獨學術路上的相伴。

寫作期間，獲得許多朋友和家人的幫助與支持。感謝選研提供工作機會，減輕生活負擔的同時，也結識了一起奮鬥的夥伴，婉婷、宗賢、子娟、政融、韋孜，也感謝惠鈴學姐、家忻學長和定暉學長的提攜，在選研的工作經驗，強化研究調查能力。感謝勞工所朋友與眷屬們，怡君、籽睿、女王、茜茜、少鈞、凱麟、陳大哥、緒翰、映如、仁志、宇婷、子忻、asta、淳弘、瑩真，我們在研究室一起歡笑一起流淚一起分享美食，在校外創造了許多輕盈歡樂的時光，共度彼此之間的人生大事。謝謝閔哥的關照與協助，看到你事業發展得有聲有色，出了書，生了娃，著實開心。諸位親愛的，youga、小花、雅淳、雅涵、小玉、香香，年紀相仿的我們各自在非常不同的道路上打拼，分享與陪伴彼此人生的起伏，你們溫暖了我的寫作時光。最後謝謝爸、媽、舅舅、舅媽、阿姨、怡葶、睿霖、表哥、表姊、表妹、做天使的咪寶、阿嬤與阿公提供生活資源的協助，與精神上的鼓勵。

何怡璇

2021 年 6 月於景美

摘要

本研究以因供應現流仔而獨霸一方的炭仔頂漁市場為研究對象，並綜合參與觀察與深度訪談方法蒐集與分析資料，採用 Beckert 的市場秩序觀點、行動者網絡（actor-network theory）和法制外（extralegality）的分析取徑，嘗試建立一套理解「非正式漁市場的運作和存續」的框架，並拆解漁市場勞動者之勞動現場與勞動條件，討論勞工如何並願意在非正式處境中提供勞務。本研究將炭仔頂漁市場的流變，作為一個臺灣飲食文化在遭逢殖民經驗與冷鏈全球化的轉型見證，並視炭仔頂的現時運作為臺灣獨特飲食文化實踐的空間場域。本文論點是，炭仔頂漁市場的運作與存續象徵一種全球—地方、正式—非正式、自然—社會的二元架構顛覆。一方面，炭仔頂漁市場參與者與勞動者的經濟實踐不僅呈現新鮮文化在全球化的過程中，如何與在地互動，並被地方所理解與接受，揉雜為一套應用於地方的市場運作邏輯，而且新鮮概念不是只取決於自然物性，也受到社會文化的影響。另一方面，在炭仔頂漁市場的合法性不被國家承認，且未受政府管制的處境下，平民百姓憑藉自己的力量，創造出組織市場運作的秩序。本研究的論述核心為，炭仔頂發展為當今臺灣社會重要的現流仔批發市場，是基於三項條件：一是新鮮飲食的觀念普及，二是炭仔頂有供銷現流仔水產商品的市場能力，三是政府忍讓妥協炭仔頂的非正式性。

關鍵字：炭仔頂漁市場、新鮮文化、現流仔、非正式性、法制外

Abstract

This research takes the Kanzaiding Fish Market as the research field, which is famous in Taiwan because of hiān lāu á products. The research methods include participant observation and in-depth interview. The analytical framework includes three aspects: Beckert's perceptions of market order, actor-network theory and extralegality/not-yet-legal. Drawing on these theories, I try to solve these puzzles: how does the informal fish market work and to be sustained? And why do the workers work in such informal situation? The variation of the Kanzaiding Fish Market is considered as the testimony of transformation when food culture in Taiwan suffered the colonial experience and cold chain globalization. This paper take the Kanzaiding Fish Market as a field, practicing unique food culture in Taiwan nowadays.

I propose that the existence and operation of the Kanzaiding Fish Market symbolizes a subversion of dualistic structure of global-local, formal-informal, and natural-society. On the one hand, the economic practices of the participants and workers of the Kanzaiding Fish Market not only show how the fresh cultures in the process of globalization interacting with the locals, but also understood and accepted by the locals, mixing into a local market logic. It is worth noting that the concept of freshness does not depend on physical properties, but is also affected by social culture. On the other hand, the Kanzaiding Fish Market is organized and managed by ordinary people. It is not under control of government and do not recognized by government. This research suggests that the Kanzaiding Fish Market as an important hiān lāu á wholesale market nowadays, based on three conditions: the popularization of the concept of fresh food in Taiwan, the Kanzaiding Fish Market providing lots of hiān lāu á products which are popular in Taiwan, and toleration of informality from government.

Keywords: Kanzaiding Fish Market, fresh cultures, hiān lāu á, informality, extralegality/ not-yet-legal



目次

第一章	緒論.....	1
第一節	引言.....	1
第二節	炭仔頂漁市場.....	3
第三節	文獻回顧與研究框架.....	7
第四節	研究方法與倫理.....	12
第五節	研究問題.....	16
第二章	水產冷鏈與地方應對.....	18
第一節	低溫科技與食物商品鏈的匯流.....	19
第二節	臺灣形構冷鏈的社會條件與背景.....	23
小結.....		36
第三章	「保」鮮：現流仔的社會技術組裝.....	38
第一節	現流仔：物質性與新鮮文化.....	40
第二節	現流仔的供貨制度.....	52
第三節	現流仔的拍賣制度：今夜售完，一尾不留.....	62
小結.....		73
第四章	正式—非正式的交錯：都市治理與漁市觀光.....	76
第一節	都市公共空間中的「非正式」經濟.....	77
第二節	夜間公共休閒活動在炭仔頂.....	85
第三節	回到市場地：基隆與炭仔頂的相互依賴與依附.....	92
小結.....		111
第五章	結論.....	114
第一節	研究發現.....	114
第二節	研究限制與未來展望.....	118
參考文獻	120
附錄一、參與訪談同意書.....		129

表次

表 1- 1 深度訪談名單列表	15
-----------------------	----



圖次

圖 1-1 寫有現流／撈的招牌和菜單	2
圖 1-2 炭仔頂漁市場	5
圖 2-1 漁業署推廣冷鏈的廣告	33
圖 2-2 農糧產品冷鏈現況盤點	33
圖 2-3 漁行空間，通常未設有凍庫	35
圖 2-4 暴露在常溫下的養殖吳郭魚	35
圖 2-5 冷凍攤商的凍庫	35
圖 2-6 暴露在常溫下的水產	35
圖 2-7 冰塊車	35
圖 2-8 運到漁行的現流仔，雖然裝在保冷箱中，但魚箱卻放在常溫環境下 ..	35
圖 2-9 進口商自家專用凍庫	36
圖 2-10 進口商自家專用凍庫	36
圖 3-1 待賣的現流仔	38
圖 3-2 炭仔頂的人群	39
圖 3-3 頭翹尾翹的海鱺魚	45
圖 3-4 存放在加了三洋維士比的紅喉魚	48
圖 3-5 超市中的冷凍現流仔	52
圖 3-6 置放在港邊的漁獲箱	55
圖 3-7 布料蓋在漁獲箱上	56
圖 3-8 從魚貨箱倒出來的漁獲體型大小不一，「撿貨的」會將之分類後，以不 同的塑膠籃子盛裝	57
圖 3-9 賣完的空箱，等待載貨司機搬上車	58
圖 3-10 魚金換現金的流程（筆者繪）	61
圖 3-11 攤手與消費者之間的空間，擺著待人買／賣的漁獲與磅秤	71
圖 4-1 前市長題字的炭仔頂觀光魚市碑石	77
圖 4-2 貨車動線圖	80
圖 4-3 「漁市場晚上 11 點營業，請勿停車，謝謝」封街告示	81

圖 4-4 三輪仔	82
圖 4-5 漁市場附近的街道兩側停滿了車	82
圖 4-6 網友參加漁市場導覽所留之評價	93
圖 4-7 二〇一九年的漁市場公休日程表	105



第一章 緒論

第一節 引言

某些地方在特定時間，像是忽然有了磁力般，吸引人流匯聚。以基隆這座城市來說，早上七、八點是上班族與學生的通勤時間，剛睡醒的人們從各個角落穿往火車站、轉運站；中午時間，孝三路熱鬧了起來，市井小民聚集於此享用道地美食；傍晚時候，下班、放學的年輕人，三三兩兩相約在廟口夜市；而深夜時刻，整座城市靜了下來，崁仔頂漁市場卻才剛熱鬧。每個地方的存在都蘊含獨特的社會功能與意義，我們才會看到人們在特定的時點聚攏於一方。深夜時刻的崁仔頂漁市場出於同樣的道理，吸引來自四面八方的人。

崁仔頂是一座經濟活動熱絡的漁市場，集散多樣且齊全的水產貨色。相較於現代化商店（如超級市場）為求供給穩定、方便以及控制存貨量，整年架上所陳幾乎全是不分產地時令、大小與品項差不多的食材，漁市場則有許多當季時令的選擇，是講究美食的人不容錯過的採買點。乍看之下，崁仔頂和其他漁市場似無不同。確實，它們都販賣各式水產品，包含冰藏、冷凍、活體，或是甜不辣、小卷及魚板這類熟食加工品，也販賣來自不同海域的海鮮。可是每到深夜，許多人摒棄鄰近的漁市場，不計遠近來到崁仔頂，為了買到最新鮮的「現流仔」(hiān lāu á)。

現流仔大多指的是以低溫 (cryogenic) 保存但未經冷凍的野生漁獲，這種保存方式能夠極大程度地存留漁獲本身最天然的曼妙滋味，是饕客與廚師們的心頭好。若細心留意餐廳的招牌與菜單——特別是熱炒店或日式料理店——你可能會看到「現流」、「現撈」(多數人將現撈等同於現流，詳見第三章)、「基隆」或「崁仔頂」的詞彙出現在上頭（見圖 1-1）。現流或現撈一詞，指的是店裡選用食材本身的條件；基隆或崁仔頂一詞，則表示食材的來源地。這些詞彙都是作為「本店選用新鮮漁獲作為料理食材」的暗喻，藉此吸引消費者，而且，通常都十分順利地勾人「遐思」，光是想像店家端上桌的道道菜餚，皆選用在大海自然生長的「現流仔」、來自基隆海港的「產地」鮮滋味，都叫人口水直流。就如某知名的廣告

詞：「天然、尚好」，多數人認為從大海捕獲的水產最新鮮，而食材之鮮美往往是造就一道佳餚的關鍵。



圖 1-1 寫有現流／撈的招牌和菜單（筆者攝）

喜愛現流仔的現象凸顯出臺灣人海鮮飲食的新鮮觀；不過，人們對新鮮的需求是相對近代的發明。就像 Harris (1982: 17) 所言，「食物在滋養集體心智之前，必須先填飽集體的腸胃」。拜科技進步所賜，貯存食物的方式有了長足的進步，冷凍保存設備與物流（本研究稱之為「冷鏈」(cold chain)，詳後）讓食物能夠維持「長期新鮮」的狀態，我們受惠良多，可以更加集中食物生產活動，並且將食物運送到更遙遠的地方，解放更多土地的同時，餵飽了更多張口——而對新鮮的追求也由此發生。

新鮮的觀念引發我們對現流仔的需求，進而使得供應現流仔的炭仔頂聲名遠播。今日的炭仔頂可說是全臺灣研究水產新鮮文化的最佳地點，因為此地是目前臺灣最大的現流仔集散地，在全臺都有漁港與漁市場的情況下，為數眾多的現流仔依然被運往炭仔頂，而透過探究具體的經濟活動，讓我們一起來探討，以販售現流仔海產的批發¹兼零售的露天市場當中，人們如何追求海產的新鮮？新鮮所

¹ 批發市場在我國的農漁產品運銷系統中佔有核心地位，批發市場扮演農漁產品的物流中心角色，幾乎大部分的生鮮農漁產品都透過批發市場的集貨、分貨後到其他零售通路。這樣的運銷模式和日本、韓國及中國類似，主要是因為生產規模過小，而小農的運銷能力有限，必須仰賴農民組織或中間運販商提供運銷服務販售農漁產品。在歐美國家中，實體農漁產品進入批發市場的比重相對少許多，特別是美國糧食類期貨市場發達，蔬果類產地直接銷往大型超市、連鎖經銷通路的比重約占80%，經批發市場流通銷售的占比約莫20%（行政院農委會，2020：9-10）。

意味的物理、化學特性與文化觀念如何激發市場參與者（包含運販商、漁民、市場勞動者、攤商老闆、消費者）的投入動力？而為了達成新鮮水產的供應與交易，這些市場行動者如何交織出各種技術、市場和社會制度？

第二節 炭仔頂漁市場

一、 漁市場印象

已經聽聞過無數有關炭仔頂是一個充滿奇幻色彩的，賣新鮮、賣美食的地方描述——這恰好也是炭仔頂給我的第一印象。要在三更半夜來到炭仔頂，若非自行開車，就是設法弄一部計程車。你可能也會有相同的經歷：搭車上了高速公路，在人車寥落而寂靜的夜幕中乘坐一段時間，跟隨前方大型貨車下交流道來到基隆，經過一棟又一棟的灰褐建築物，遇到幾間閃著霓彩的卡拉OK、電子遊藝場，繼續沿著前方貨車的移動軌跡，沒多久你會撞入一大片黃燈當中。黃燈下，盡是琳琅滿目的海鮮水產，有的商品沒有包裝，直接擺在木板上，有的魚貨片成一塊塊魚菲力的樣子，有的海鮮包著冰，²躺入保麗龍箱，有的水產還活跳跳，有的則已成加工品……。勞動者各自忙碌，有的人正搬運魚貨，有的人將車子駛入又駛出的，有的人正在整理魚貨，有的人奮力叫賣，有的人在計帳，每個人都行色匆匆，動作迅速。打從寧靜中來，很難不被眼前喧鬧、鮮活的景象所吸引，而且這也是現代社會中少有的勞動現場。稍加留意，你還會發現這個時間點尚在炭仔頂活動的，不只是買賣水產的人，也有像你我一樣為了一睹奇幻場景而犧牲睡眠的人。

二、 漁市場簡介

炭仔頂的名稱源由與其早期的自然地景相關。因為與石硬港（今南榮河）相鄰³，陸地和河岸交接處的高低差，有如階梯，而閩南話稱作「炭仔」（khàm）。早期漁船停靠在石硬港岸邊卸魚，由於商店所處的陸面在河岸的上方，於是稱商店為「炭仔頂」，取「階梯之上」的意思。日治時期，修築基隆港時，將市區西

² 為避免魚肉因冷凍時間過長，散失水分而失去風味的一種保鮮方法。

³ 古人稱河為港。

側的蚵殼港（今西定河）下游進行改道工程，與石硬港合流，在炭仔頂一帶匯集成旭川運河出海，並設置船渠及小型碼頭設施，將道路與河面的落差築成人工階梯，因而與「炭」字的本意更是吻合。一九七〇年代後期，港務局為了確保商港運作的通暢，禁止漁船在內港行駛。到了一九七九年時，旭川河加蓋，在填平處蓋建明德、親民與至善三棟大樓，於是往昔透過船隻運載水產品的景象不再復見（李國添，2002；李欽賢，2016；陳世一，2003；陳憲明、張怡玲、黃致誠，1998），而形成炭仔頂名稱的自然地貌也已消失。

炭仔頂是一座未受政府管轄的漁市場，近三、四十年發展為全國知名的漁市場。在這之前，基隆還有另外一座重要的漁市場——由政府管轄的正濱漁市場。一九二六年，日本政府在今正濱漁港⁴附近建設正濱漁市場，⁵負責魚貨銷售業務，政權更迭後由基隆區漁會管轄，但漁市場的拍賣制度在一九八〇年左右結束運作，後來更遭到拆除（基隆市文化局，出版年不詳）。日治時期起，正濱漁港一直是遠洋漁業的重要發展基地，因諸多原因而日漸沒落，⁶正濱漁市場也連帶失去往日的榮景，後來部分水產商搬遷到今炭仔頂漁市場範圍內的愛一路上。反觀炭仔頂的漁行，一路都以承銷基隆近海漁業的水產物為主，除了信任關係外，台斤計價制度（詳見第四章）也讓許多漁民願意把貨拿到炭仔頂寄賣。炭仔頂目前的市場規模，是以一九七八年聚集的水產攤商的雛形發展而來，以孝一路與忠三路的交叉口為核心向外擴張，主要的商業區集中在孝一路、愛一路與忠三路一帶（見圖1-2）。

炭仔頂雖然不具有「正式性」，但卻在日常生活中扮演重要的角色，消費者餐桌上的海鮮很有可能是從炭仔頂流通出來的。由於官方統計未留存任何與炭仔頂相關的資料，因此筆者難以知悉炭仔頂的水產交易占全臺多少份額。不過，根據筆者在漁市場的田野調查，來寄賣的業者與採買的消費者以基隆本地、雙北市、宜蘭為大宗，也有問到來自花東、屏東以北及澎湖外島地區，可見炭仔頂確實具有吸引全臺供貨商與承銷商的能力。

⁴ 日治時期稱為基隆漁港，是日治時期全台第一座現代漁港。

⁵ 日治時期稱為基隆漁市場。

⁶ 第一，一九七八年後，各國陸續實施200浬經濟海域，公海水域作業範圍因大幅縮小。第二，國際原油價格飆漲（李國添，2002）。第三，勞動力短缺，年輕一輩不願意出海捕魚（洪連成，1993）。



圖 1-2 崁仔頂漁市場（紅色色塊處）

三、 兩個市場？漁市場的組織及其秩序

就我國現有的法規政策來看，沿近海漁獲透過魚市場交易，藉由於法有據的漁會管理經營，漁民理應獲得保障而依循此道；然而，實際情形是，漁獲的場外交易直至今日依然蓬勃。1951 年，國民政府規範各生產地漁市場交由漁會管理，是為漁會專營事業。1970 年後，只要經由魚市場代為拍賣的漁獲，漁會便會向貨主（通常是漁民）收受其在市場交易獲得的總價 12.5% 的管理費、漁民勞保預備金 22%、漁業發展基金遠洋漁業 1.5%、沿近海及養殖業 0.75% 及漁港修護費等，上述成本，促使漁民向外發展場外交易。而在政府於 1982 年推出「農產品市場交易法」後，由於第 21 條規定漁民可不經由我國批准的批發市場販售漁獲，因此場外交易的現象，又更加多了（胡興華，2014：17）。

上述的社會條件，是如今的崁仔頂漁市場與漁會此類的正式組織關係不大的重要背景。如同下引的新聞報導所言，崁仔頂漁市場是一座「民營」的漁市場，不過文中的民營一詞，從政府機關的角度而言，許是過度美化的符碼。基隆市政府產業發展處海洋及農漁發展科科長蔡馥寧便因為 2021 年 5 月底突然爆發的 covid-19，為了盡快壓低病毒的傳播率，而不得不面對一直以來，政府單位所頭疼的場外交易市場的防疫問題。不過，當政府需要管理臺灣重要漁市場，於營運時維持人與人之間的社交距離，必須與漁市場中的「非正式組織」攜手合作，才有落實的可能。

「漁業署長張致盛在《上下游》採訪後得知炭仔頂魚市未做實名制，雖然它是民營魚市，不受漁業署管轄，但張致盛仍立刻與基隆市政府聯繫，要求市府針對炭仔頂的動線進行規劃。回想當天聽聞漁業署的要求，蔡馥寧坦承，她的第一個反應是：『管理炭仔頂？怎麼可能！』然而想到炭仔頂萬一休市，不是攤商不能作生意而已，前來批貨的餐廳、傳統市場都會受到影響。『我們抱持守一天算一天的態度，把每天都當作最後一天來守。』以蔡馥寧和彭瑞祺為首，市府與自治會開始全面布局。」

7

不過，炭仔頂漁市場是否由一個運作良好的「非正式組織」所管理，似乎無法很快下定論——難以從報導中獲知，且許多人不知道的是，常暴露於媒體報導的彭瑞祺會長，其目前所領導的漁行聯誼會，不過是炭仔頂目前其中一個自治組織。⁸據筆者詢問炭仔頂漁市場的攤商與基隆區漁會的幹部，並且整理出吻合前述漁市管理的法規背景後，依稀得出現今炭仔頂的攤商有明顯分類（現流仔漁行與冷凍水產攤商）分布現象背後的歷史圖像。以下簡述目前炭仔頂漁市場內水產攤商分為現流仔自治會與冷凍水產自治會的歷史背景。一九八〇年前，聚集在炭仔頂的水產商以漁行為主，在正濱漁市場取消拍賣制度後，冷凍水產商出於人潮銳減、生意受到衝擊，許多選擇轉戰炭仔頂繼續經營。漁市場中存在的兩個漁聯會也與此相關——漁行聯誼會顧名思義由漁行組成，目前約有四十位會員，另一

⁷ 楊語芸，2021年6月23日。令人敬佩的市場防疫模範生！基隆炭仔頂魚市「雙單一套」，護生計也護眾生。上下游。取自：<https://www.newsmarket.com.tw/blog/154166/>

⁸ 筆者於漁市場進行田野調查期間，許多人盡量避而不談漁市場有兩個自治組織（筆者甚至猜測也許存在更多的自治組織）——筆者是在訪談一位打抱不平漁市場事業廢棄物由市政當局處理的地方官員時，偶然取得此一資訊。儘管有特別四處探問另一個自治會怎麼運作，加入的商家有哪些，但只獲得模糊資訊，耳聞到目前的會長是誰，會員多數都是坐落於愛一路的冷凍水產商家。遽聞，商家有繳納會費，其中，炭仔頂漁行聯誼會的會費有部分用於垃圾清運，在忠二路與忠三路之間的孝一路路段，有外包清運廠商處理地面環境整潔，唯獨保麗龍的回收仍是交由市政當局處理。外界一般最多只會提到目前由彭會長領航的炭仔頂漁行聯誼會，從上述漁行聯誼會外包的清運只負責特定路段，其他地方仍是市政當局處理之，可知，炭仔頂漁行聯誼會的管理並未能涵蓋整個炭仔頂漁市場範圍與事務。不過，也不可否認它的存在，或多或少對於炭仔頂市場的運作有加分作用，許多政府方希望於炭仔頂施行的政令，很多時候都是透過彭會長居中協調，儘管往往未必能解決問題，但彭會長時常能減緩衝突，並和市場宣導政府的政令，也向政府方反應漁市場配合政令有所窒礙難行的地方。不過，在未能釐清整個市場共有多少自治會相互運作權衡的狀況下（也有的攤商未加入任何自治會），外界皆將炭仔頂漁市場成功營運歸因於漁聯會自治組織，在此，在尚未能平衡報導並分析的情況下，本文對於自治會的運作方式採取的立場是留待後續有更清楚訊息後再納入分析。

不清楚名稱的聯誼會，則是由後來出現的冷凍水產商組成，也約有四十位會員。空間分布上，漁行主要集中在孝一路上，冷凍商則以愛一路為主。筆者為求方便閱讀，將販售冷凍、進口水產為主的攤商稱呼為冷凍水產商，實際上這些水產商販售的商品十分多樣，有的兼賣許多水產加工品，也有的兼賣養殖水產，還有的在店裡賣鬆餅粉、雞湯等等。漁行有時也兼賣水產加工品、養殖水產，與冷凍水產商最大的差別，在於現流仔商品只在漁行販售。

現流仔商品創造出炭仔頂的市場利基，使它在眾漁市場中佔有一席之地，也造成炭仔頂漁市場內出現兩套運作秩序。表面看來，漁市場的整體秩序規律而一致，攤商大多從深夜十一點陸續開市，到隔天早上五點後又逐漸散去；可是，專營現流仔運銷的漁行，有著與其他攤商之間不同的運作律則。拍賣是最主要銷售現流仔的方式，即眾人圍聚在一攤商前，對著眼前的現流仔商品競標，出最高價的人便能拿下這批貨品。寄賣是大部分的漁行與漁民之間承銷現流仔的方式，漁民通常委由親人、貨運司機，將他們捕撈的漁獲載送到漁行銷售，漁行再從當日的總營收中抽取5%作為代售服務的報酬。反觀其他水產攤商，多是向上游廠商買斷貨物，以議價⁹方式販售商品。現流仔的商貿活動凸顯出獨特的社會關係與銷售制度，使得炭仔頂內部出現兩個市場秩序的現象。本文為了捕捉造成如此現象的背後原因，將在第三章詳加探討，加上供應現流仔是炭仔頂的市場利基，於是本研究的重點將放在炭仔頂內部的「現流仔市場」上，並適時以另一塊冷凍水產的市場秩序加以對照。

第三節 文獻回顧與研究框架

一、冷鏈科技與新鮮品味的共同演化

我們為什麼希望買到一尾新鮮的魚？驅動我們欲求一尾新鮮的魚有著複雜的成因，這不僅涉及我們怎麼選擇溫飽，也攸關我們人類如何看待與自然、及其他物種之間的關係。我們說一尾魚新鮮，通常浮現的想法是，這尾魚天然、純粹、未受汙染。新鮮通常也隱喻產品從產地到餐桌之間的距離不遠。儘管我們沒有看

⁹ 買家向賣家詢價，同意賣家給定的商品價格，便達成交易共識；若不同意賣家給定的價格，另議。

見魚的生產與運銷過程，但我們相信一尾人人指認為新鮮的魚，提供優質的動物性蛋白，讓我們嚐到海鮮本身的美好滋味，也讓我們能安心食用。不過，新鮮的魚是否容易取得、是否便宜，也都是我們在消費時詳加考量的要點。有的時候，強調品質新鮮只是一種市場常見的行銷手段，不一定有什麼意義（Hamada & Wilk, 2018: 201-2），畢竟新鮮是一個似是而非、沒人說得清楚，卻又為世人所稱道的觀念。

Susanne Freidberg (2015) 借鑒並延伸 E. P. Thompson 道德經濟（moral economy）的觀點，說明冷鏈科技的發展如何形成新鮮的道德經濟觀，並推動飲食文化變遷。在十九世紀大眾消費文化（culture of mass consumption）興起的過程中，新鮮之於食物的意義更顯重要，但也爭議不斷。不僅是因為冷藏冷凍科技使得食品供應去地域化（deterritorialization）、工業化（industrialization）和標準化（standardization），而是因為它從根本上挑戰了日常知識，人工製冰、製冷技術在歷史上曾被認為既危險又不道德，儘管今日已在全球各地廣泛使用，但消費者始終對冷凍產品抱持警覺。一方面出於飲食和經濟的現代化，業者為了說服消費者購買冷凍食品，以新鮮作為食物的商品形象，混淆了消費者將新鮮等同於天然的理想，「耐久」的「生鮮」食物因而不像過去一樣，是衝突的概念。另一方面，儘管消費者受益於冷凍食品的低廉、便利，可未曾消解消費者對保鮮工業科技的不信任。總而言之，引起爭議的冷鏈科技之所以越來越被人們所接受，不單是出於習慣，更是因為冷鏈使得平民百姓過上食得健康、平價的舒適生活。冷鏈科技不只引發食物供應的劇烈變革，同時也改變買賣易腐商品的品質條件，甚至也深化人們消費「自然」、消費「新鮮」的偏好，認為供應商本應供應自然而新鮮的食材。

在新鮮觀念益加根深蒂固的情形下，海鮮供應系統有愈來愈往冷凍與未經冷凍兩極分化的發展趨勢：一方面是由跨國大型水產貿易商供給的冷凍水產，另一方面是由生產難以規模化的漁民個體，提供生鮮不冷凍的海產品。由跨國水產貿易商織造的冷鏈供貨系統，提供人們便宜、便利又穩定的生鮮食物，優化人類的飲食與生活，此外，冰箱設備的好處使得它迅速擴展到世界各個角落、深入每個人的家庭當中，這意味著現代人接受冷凍食品的意願提升不少。在臺灣，我們也受到全球冷鏈的影響，不用跨出國門，就能在各大超市買到來自世界各地的魚貨

商品，嚐到不同風土的海鮮滋味。可是，追求健康安全、食用新鮮的飲食意識，在低溫文化（cryogenic culture）¹⁰透過人工製冷的全球系統在世界各地傳播的過程中，益加受到重視，未經冷凍的生鮮海產因而成了高價、高級的產品，是饕客與美食家的心頭好（Friedrich & Höhne, 2016; Hamada & Wilk, 2018: 205）。

海鮮供應系統兩極化的思維提供筆者詮釋炭仔頂漁市場的運銷系統的框架。臺灣無可避免地捲入由低溫文化全球化所形構的新鮮飲食文化，上述提及炭仔頂漁市場儼然有兩種秩序，有如一個漁市場之中同時並存兩個各自運行的市場的現象，即是按著冷凍與未冷凍的海鮮保存方式而開展，這與攤商販售的海鮮是否供應臺灣社會認為最新鮮的現流仔海產製別，密不可分。本研究企圖提出的觀點是，人工製冷科技改變運銷食物的方法，形塑食物的道德經濟觀，新鮮文化因此形構經濟實作以及市場秩序。換言之，在新鮮道德觀念的影響下，從海裡捕撈的「天然」海鮮必須以「自然」的未冷凍方式保存，而供應這種現流仔商品的漁行，在炭仔頂呈現出有別於漁市場其他攤商的運銷網絡與社會關係。

二、市場與價值問題

市場怎麼成功組織經濟分配過程，使得利益相互衝突、背景各異的行動者能就一件商品的價值達成協議？Jens Beckert (2009) 將市場視為一個參與者之間的穩定集體行動，在這個意義上，行動者必須能夠預期其他行動者的行動，才有形成市場的可能。Beckert 將市場過程涉及必要的集體行動，稱之為協調問題（problem of coordination）。協調問題又能進一步拆解為價值問題（value problem）、競爭問題（problem of competition）與合作問題（cooperation problem）。首先，價值問題涉及供需兩方如何達成商品價值的共識，這個過程非單由價格競爭所能完成，亦須仰賴雙方就產品品質的判準、交易的配套措施等建立制度性的共識。其次，縱然參與者之間有競爭關係，但總體有穩定獲利的情況，是他們持續投資與生產的動力，因此建立可預期的競爭模式，是確保市場持續運作的必要條件。最後，市場中互補的參與者（如幫貨主載貨至炭仔頂販售的貨運司機），

¹⁰ 科學家發現低溫的多種效用後（諸如延長疫苗的保存期限，讓我們在酷熱的天氣中能夠得到一個舒適的溫度環境，或溫控生物成長等），投入越來越多的研究來開發更多的低溫科技應用，以及發展出突破性的低溫控制技術，低溫技術的研究與廣泛應用，彰顯的是人類對於其他物質或者更大範圍對象的控制企圖（Friedrich & Höhne, 2016）。

在確定與交易對象之間存在互利關係，所建立起的穩定合作關係，也是市場能穩定運作的關鍵。上述三種協調問題是市場參與者建立穩定集體行動的關鍵，也是市場能穩定運作與發展的必要條件。

Beckert (2009) 對市場秩序的分析架構提供本論文的分析基礎，但聚焦在人的經濟行為與市場之間的關係，忽略商品價值的判準、市場參與者的行為、制度的形構與物本身的自然條件脫離不了關係，因此本文援引 actor-network theory(行動者網絡理論；以下簡稱 ANT) 的物質性 (materiality) 觀點補充之。本文認為炭仔頂漁市場受飲食文化所影響，分為現流仔與其他水產兩種交易秩序。秩序的形構一方面涉及上述的協調問題，市場的制度與市場參與者的行為如何促成交易完成，另一方面則涉及商品本身的自然性質，而產銷人員如何打造並滿足市場對（想像的）商品價值的需求。ANT 指出人與物之間是關係性的，物的自然本質難以完全為人類所操縱（好比適當保存的海鮮依舊會腐敗），而自然物性亦會影響市場參與者的行為，於是物質是一種混種物 (hybrids-objects)，是自然與社會相互影響與建構的結果 (Latour, 2012)。好比基於對現流仔水產的品質與口感追求，保鮮現流仔有一套特別的方式，也因而壓縮了保存時間，現流仔買賣於是有別於市場中其他水產品的供貨制度與交易制度運行，有自成一格的運作秩序。

期望買到一尾新鮮的魚如何促成交易秩序？一件海鮮產品值多少錢 (worth) 取決於它難以被量化的價值 (value) 與新鮮程度，而估價 (valuing) 不但與物本身及上述的消費文化相關，更是具有展演的 (performative) 性格。Heuts & Mol (2013) 以評估番茄商品的價值為例，指出估價不只是判斷番茄本身的品質有多少價值，也受到產銷專家（含科學家及農民）為達好品質而用心照護 (caring)¹¹的影響。使用照護一詞是因為，專家雖然幾乎無法控制他們介入的效果，但有機會穩定或提升作物的品質，獲得更高的利潤。因此，估價活動除了將物分類為有沒有價值、品質好壞以外，也涉及產銷人員試圖賦予物（更具）價值的作法。而當筆者詢問產銷人員怎麼判斷海鮮新不新鮮時，他們除了提供分辨的方法外，也強調要如何「保鮮」讓水產更有價值。這意味著，水產的價格不但受其本身品質的影響，也涉及產銷專家如何「想像」新鮮，並透過保鮮手段實現對品質的追

¹¹ 照護活動本身亦隱含估價意義，不論是在意 (caring about) 還是照管 (caring for) 番茄的品質，都顯現出產銷人員對與好品質的期望——好品質往往能為他們帶來更多收益。

求。商品本身的價值一方面因為物質易腐的特性而不穩定，另一方面也是產銷專家在追求價值的過程中，創造並維繫社會群體「想像」的品質判準法則（Graeber, 2005）。因此，本文將借助 ANT 理論的物質性概念以及 Beckert 對市場秩序的分析架構，探掘炭仔頂漁市場中的現流仔混種物如何形塑市場的交易進行與秩序。

三、正式與非正式？「法制外」的漁市場

作為全臺知名的現流仔水產集散地，炭仔頂卻是未受政府核准並監管的批發與零售漁市場，學術上將這種情形歸屬為「非正式經濟」（informal economy）範疇中。非正式經濟一詞，是對立於合法的正式經濟所使用。不過，這種概念上的分野並非毫無爭議。已有許多學者指出，非正式經濟幾乎隨處可見，而且在實際生活中，正式與非正式的界線時常不明（Seale & Evers, 2015），甚至指稱「正式—非正式」這組觀念為社會建構的結果，是政府為了獲得治理的正當性所佈下的局（Milgram, 2011）。但同時，非正式的組織形式也造成不少社會問題，本身也難有監督、管理並解決問題的能力，諸如公共街道的環境整潔與噪音、大眾飲食的衛生安全與市場秩序等，公眾議題在政府權力的真空下，並不容易獲得積極有效的改善與管理。那麼，炭仔頂作為一個未符合「現代性」規範與標準的漁市場，為何能供應大眾普遍認為安全、衛生又新鮮的現流仔產品？既然炭仔頂的經濟活動未符合法律規定，如今也未組織成一個合於法規的組織形式，為什麼政府依然放任這樣的情況繼續發生？此外，在第四章我們還會看到政府如何拿炭仔頂為基隆都市打廣告，以漁市場的歷史與文化來宣傳基隆都市的內蘊特質。

如果以「正式—非正式」的二元對立框架來分析政府與炭仔頂之間的治理關係，政府在此中的角色與行為不無矛盾，也沒有考慮到行動者不服從政府管制、市場運行脫離法律規範的原因。Smart & Zerilli (2014) 指出，傳統研究都將合法性（legality）¹²的概念著重在遵循法律的實踐與支配，但是就人類學的觀點來看，這種解釋僅僅是服從社會規則的一種可能，畢竟法律只是一特定社會形構的歷史產物，未能解釋社會既存豐富而多元的不服從法律規定的活動，就連政府本身也

¹² 在非正式經濟部門中，商品和交易本身是合法的，不過他們交易的方式並不合法，比如未繳稅、商業活動未登記、在未經同意下占用公共空間、受雇者未受法律保障獲得基本勞工權益等（Smart & Zerilli, 2014）。

未必會遵照法律行事（好比政治弊案）。為了打破國家律法長久以來佔據建立合法社會規章的角色，掌握社會話語權與政治上的意識形態，Smart & Zerilli 以「法制外」（*extralegality*）一詞取代正式／非正式的分析框架，關注普遍常見的「違法」行徑，探索多種權力（*authority*）來源和合法邊緣的地方權威（*sovereignty*）形式，解釋人們如何透過法制外的實踐創造與政府、法律斡旋的空間。為了解決使用「正式—非正式」二元框架所面臨的困難，本研究運用「法制外」一詞，強調炭仔頂的非正式性是國家—社會建構的結果，並將「正式—非正式」視為一種緊密交織的關係，藉此探詢「法制外」炭仔頂漁市場的存立與運作，和國家治理之間千絲萬縷的互動關係。

總結而言，本研究連結到以新鮮當道的現代飲食文化脈絡，試圖探究炭仔頂非正式經濟體「為何」且「何以」，在法制外成為如今水產供應的一方霸主。筆者於本章概述炭仔頂漁市場的市場運作與歷史發展，以及說明本論文的研究框架與研究方法。下一章將從全球與臺灣脈絡下的冷鏈科技發展，說明低溫保鮮的普及與便利，如何成為其中一股促成炭仔頂經濟活動變遷的技術動力；冷鏈提供炭仔頂轉向生鮮水產貿易的條件，而炭仔頂的商業經營變化，又正好反映臺灣社會的飲食文化朝向新鮮品味的轉型。接下來在第三章，筆者接續第二章所提的飲食新鮮觀如何使消費者選擇現流仔商品，而市場行動者又是如何「建構」（*construct*）現流仔。筆者在此章關注現流仔買賣的市場邏輯與社會關係。在第四章，筆者關注炭仔頂非正式體與政府之間的關係。最後在第五章，筆者將總結本研究的觀察與論點，並提出研究限制與未來可能發展。本研究期望藉由考察炭仔頂漁市場的歷史進程、經濟活動、社會制度、價值體系以及與政府部門的治理關係，進而理解臺灣海鮮飲食的新鮮文化，以及炭仔頂非正式經濟體對社會的存續價值與意義。

第四節 研究方法與倫理

本研究採質性研究（*qualitative research*）的取徑，以參與觀察（*participant observation*）與深度訪談（*in-depth interview*）為基礎，探究炭仔頂漁市場的市場運作。在尚未有明確的問題意識前，筆者選擇先到研究地點進行密集田野調查，執行約一個月的時間後，再陸續以訪談資料補缺漏。除了上述的初級資料之外，

筆者也根據研究需求，從報紙、網站和社群平台中，蒐集相關的二手資料，引用的資料來源皆詳列於註釋及參考文獻中。

筆者於二〇一九年的二月中到三月中期間，在漁市場營運的午夜十二點到清晨六、七點，每晚進行密集的蹲點觀察。起初，筆者透過朋友的牽線認識了金鑫漁行的老闆大黑，徵得大黑的同意後，在金鑫漁行當志工，開始了在崁仔頂的田野調查。因從未有過田野調查經驗，筆者準備了一疊名片，預計逢人就發，希冀在人流匆匆的市場中讓人留下一絲印象。在金鑫漁行蹲點的第一天，筆者遞名片給每一位有談上話的工作者，而眾人反應大不相同：有的人表示，「你又還沒工作發什麼名片」；有的出於擔心告誡我，「你不要亂拿給不熟識的人，要小心安全」；有的在我轉身之後，將名片棄於地上；¹³也有人拿了後，看一下名片，接著問一些問題。事後筆者才覺察到，名片的發放在崁仔頂有特定的意涵，通常是盤商之間的合作商談才會用到，基層勞動者基本上沒有這種需求，因此，在他們眼中，筆者以志工身分發名片的舉動相當突兀。¹⁴

在漁行蹲點調查，能夠迅速掌握漁市場的運作流程，漁行從業人員的工作內容，並對漁行的交易規則有初步的理解，也是擴展關係網絡的絕佳地點。在金鑫漁行發名片當天，其中一位貨車司機興味盎然地接過我的名片，我們因此聊了起來，他後來成為我田野中的重要報導人。這位司機叫小金，是大黑的貨主，同時也是利德漁行的貨主。透過他的協助，我才有機會在金鑫、利德兩間漁行進行蹲點觀察，並比較、對照漁行之間的營運狀態與作業規則。也多虧小金的樂善好施，願意讓我近身觀察他的工作，有一回還帶我見識他如何蒐集各個漁港邊的現流仔並運往崁仔頂販售，因此讓我對上游生產者和崁仔頂漁行之間的關係與互動有了基本認識。

然而，大半夜在漁市場單獨進行田野考察是有風險與困難的。那些在我發放名片時，提醒我切勿隨意給陌生人聯絡方式，要小心安全的話語，讓後來的我有

¹³ 這是漁市工作者的習慣，上班場所沒有一個特定的「垃圾桶」，有垃圾都直接往地上扔，營業結束後會有外包的清潔公司或市府清潔隊整理環境。

¹⁴ 當然，每一位盤商的風格都不一樣，以下舉三個例子。第一，筆者曾在漁市看過有人和漁行談生意時，主動遞名片給老闆。第二，曾有一位司機和我分享，他說一開始來崁仔頂談生意時，只將名片留給考慮未來合作的生意人。第三，有一位進口商和我說過，他從不準備名片，他的人、他的形象就是那張名片。

一些感觸。漁市場環境確實對女性不太友善，我有多次親眼目睹、親耳聽到男性在眾目睽睽下，對女性作出言語上或肢體上的騷擾，雖然他們都說是在開玩笑，但作為旁觀的我，當下心中並不怎麼舒坦。另一方面，我也幾曾是被騷擾的人，出於自我保護，得時常提心吊膽，與人維持一定的身體距離，避開暗路、人煙稀少處，或要幾經思量才敢和陌生人搭話。不過，會在漁市場出沒的女性相對男性要來得少，年輕人就更少了（雖然筆者沒有準確的數據，但一個月觀察下來，每十人中，大概有七位男性，三位是女性，中年以上則逾九成），筆者因為年輕女性身分而較容易受到注意，也因此意外結識一些批貨的小販、加工廠業者、物流業者等。

除卻性別因素，漁市場環境本身也對田野考察造成了一些限制。營業期間的漁市場十分繁忙，每位工作者都上緊發條，筆者通常只能機緣巧合地抓緊時機問問題，儘量避免打擾他們的工作進行。而漁市場總是人聲吵雜，試過幾次錄音之後，筆者很快放棄幾乎聽不見受訪者聲音的作法，後來都是等對話結束後，簡略記錄在手機上，白天回到家，才打開電腦記下當日完整的田野筆記。此外，有許多攤商未取得營業執照，為了避免麻煩，通常不願吭聲，也不願與筆者接觸。由於田野考察後期，漸漸少有新的資料，筆者後來轉以訪談方式，繼續進行研究調查。雖然漁市場的田野考察有諸多限制，但若非因為深入田野的際遇，才能結識一些漁行從業人員，後來更是依循他們的人際網絡，獲得了另外四位受訪者。

在深度訪談部分（見表1-1），本研究於二〇二〇年三月到十一月期間，透過在田野調查期間認識的報導人、朋友介紹以及致電到政府部門詢問，以立意抽樣（purposive sampling）及滾雪球抽樣（snowball sampling）方式，在訪談過程中使用半結構式訪談（semi-structured interview）形式，當中有兩場以電話進行訪談，其他皆為面訪，最後總共完成二十筆訪談資料。為瞭解現流仔的交易過程與供銷網絡，筆者訪談了八位相關從業人員，其中有兩位漁民、四位中間商（負責將漁民捕撈的魚貨運往垵仔頂漁市場賣）、一位漁行老闆，及一位漁行員工。此外，為了能夠更確切地理解漁行的市場運作過程，這八位受訪者之中，有四位與金鑫、利德漁行有生意上的往來，另外四位（其中有一位漁民、兩位中間商、一位漁行老闆）則分別與其他漁行有商貿關係。這有兩個好處，一來透過四筆詳實的訪談資料，能夠有效補增筆者以參與觀察在金鑫、利德漁行蒐集的資料，而另外四筆

與金鑫、利德漁行不相干的訪談資料，提供了其他漁行的經營態樣，能適時提醒筆者勿過度以金鑫、利德漁行的例子推及整個漁市場。

表 1-1 深度訪談名單列表

所屬單位分類	受訪者代碼	生理性別	職業	受訪時間
金鑫、利德漁行	黑點仔	男	漁民	20201027
	小海	女	中間商	20201027
	小刀	男	中間商	20201017
	Q毛	女	漁行員工	20201017
其他漁行	黑熊	男	漁民	20200420
	阿董	男	漁行老闆	20200402
	巴哈	男	中間商	20201017
	山崎	男	中間商	20201027
其他經濟部門	嘖嘖	男	日式料理店主廚	20201024
	綠豆	女	曾任進口商業務	20200306
	阿一	男	現任進口商業務	20200323
	草哥	男	現任進口商業務	20200311
政府部門	東耳	男	漁會高階幹部	20201014
	老馬	男	市政府幹部	20201013
	七星	男	市政府幹部	20201013
	禾佃	男	退休官員	20201014
	安狄	女	基隆市議員	20201026
	亞瑟	男	警員	20201026
文化觀光	蝌蚪	女	蔓團隊	20201029
	華姐	女	蔓團隊	20201030

現流仔的供應商、中間商、漁行及其員工，只是崁仔頂漁市場的部分利益相關者，為了更全面地考察崁仔頂漁市場與其他經濟部門、政治部門、社會部門之間的互動關係，以明確崁仔頂非正式經濟體的存續現象與意義，筆者分別訪談不同部門的觀感與見解。首先，崁仔頂漁市場雖然因現流仔而為人知曉，但漁市場今日的繁盛不可能只靠現流仔的供應，提供穩定品質與量能的商品也十分重要。崁仔頂除了專攻現流仔買賣的漁行，販售養殖、冷凍水產的攤商也占大宗。有一回，筆者在金鑫漁行蹲點時，隔壁的冷凍水產商問金鑫漁行的糶手（thìò tshiú），¹⁵今日漁獲量多不多，如果量多，那他就從凍庫搬出比平常要少的貨在攤位上。可見兩種商品存在替代關係。而為了瞭解進口商的運銷通路與運作邏輯，筆者訪

¹⁵ 閩南語，漁市場裡的人多以糶手稱呼拍賣員。

談了三位曾經與現在在進口水產公司擔任業務一職的受訪者，以及一位在崁仔頂附近開業的日式料理店廚師。第二，為釐清政府部門如何看待崁仔頂非正式經濟體，以及與崁仔頂的治理衝突，筆者訪談了一位漁會高階幹部、一位警員、兩位基隆市政府不同單位的幹部、一位退休的政府官員，以及一位基隆市議員。第三，近年來蔓團隊（匿名，經營文化觀光的團隊）定期在崁仔頂舉辦文化導覽，筆者訪談了兩位團隊成員，試圖透過文化旅遊業者的觀點，理解崁仔頂有別於市場經濟的存在價值與意義。

在研究過程中，筆者非刻意但難以避免影響到受訪對象與田野對象的日常生活，而作為一位社會科學家，必須嚴格遵守一些倫理準則、保護他們的權益，並盡可能避免他們受到傷害。本研究恪守知情同意原則，所有的訪談活動皆在取得受訪者的同意後才開始進行，並於訪談開始前和受訪者說明研究用途、研究內容必須公開，訪談過程亦徵得他們的同意才進行錄音與拍攝（附錄一）。此外，本研究也遵守匿名保密原則，盡可能保護受訪者與田野對象的身分與隱私，除非受訪人主動要求屬名，否則一律化名。

第五節 研究問題

最後，整理本研究提出的三個問題：

1. 崁仔頂漁市場作為一個代表臺灣新鮮飲食文化的對象，其歷史變遷彰顯出臺灣社會的飲食文化朝向新鮮品味轉型，而此變遷的社會脈絡與技術動力為何？儘管臺灣社會受到西方文化與殖民歷史的影響，習得並接受低溫保存海鮮的技術與邏輯，但是，地方是如何理解與追求新鮮的呢？冷凍系統的全球化如何形塑在地的飲食文化與經濟實作？

2. 在臺灣，消費者認為現流仔是最新鮮的水產，崁仔頂漁市場因為提供全臺最大量且多樣的現流仔水產而知名。新鮮所意涵的物理、化學特性與文化觀念如何激發崁仔頂漁市場裡參與者的投入動力？而為了達成現流仔水產的供應與交易，這些市場行動者如何交織出各種技術、市場和社會制度？

3. 然而，崁仔頂是一座不被政府核可並接受監管的批發與零售的露天漁市場，為什麼它能夠大量供應普遍被大眾視為安全、衛生又新鮮的現流仔水產？並且存續至今？



第二章 水產冷鏈與地方應對

印度洋這邊最主要是塗魷仔(thôo thuh á)¹⁶，再過來巴基斯坦、印尼、菲律賓，這個海域的透抽、白魚(péh hî)¹⁷，還有鐵底海峽的白帶魚跟透抽，還有再來就是靠近Australia的那個鮑魚，還有紅條、七星斑、東星斑，還有紐西蘭的七星斑、東星斑、龍蝦，然後澳洲的鮑魚跟紐西蘭的鮑魚，再來就是泰國、越南東南亞這邊的軟絲、花枝還有石斑魚類，靠近巴布亞星幾內亞這邊還有一些土魷魚跟透抽。日本那邊有寄過來，尤其是鹿兒島養殖的那個黑鮪魚，還有他們那邊的赤鯨、馬頭，現在都有，[...]他們日本人[...]要的size都比較小，大的size都往臺灣這邊送。還有濟州島跟日本海交界的白鯧，阿拉斯加跟蘇俄白令海峽的圓鱈、還有大比目魚，格陵蘭島的大比目魚跟鮭魚，加拿大也有鮭魚，還有南美洲阿根廷、福克蘭島的魷魚，現在也有從巴西、巴拉圭、烏拉圭這邊，現在臺灣的那個漁業公司也慢慢打進去了，那邊的白帶魚。(訪談紀錄阿董 20200402)

放眼整個北臺灣，崁仔頂漁市場的魚貨多樣、齊全。這些水產品從世界各國蒐羅來，漁行老闆阿董在上面訪談內容中提及的，則是最受漁市場消費者歡迎的進口水產物。當然，市場上亦銷售來自全臺各地養殖業或近海漁撈業的漁獲，包括澎湖的青衣魚、宜蘭的白帶魚、基隆的小卷、紅魷、萬里蟹、嘉鱸魚，南部養殖的虱目魚、白蝦等等。

林林總總的水產之所以出現在崁仔頂絕非偶然，多虧低溫保鮮科技與冷鏈物流網絡的全球化，當海鮮在海洋某處被撈起，再被運往地球另一處時，還能以新鮮的面貌示人。控制運輸過程中的環境溫度，極大程度降低了易腐敗商品跨地區的貿易屏障；來自他方的物產，豐富了一個地方市場的商品多樣性，地方居民獲得更多的飲食選擇。然而，水產品的低溫貯存形式隨處可見的背後，是各個地方乃至於消費終端的家家戶戶中，都需要冰箱之類的保存低溫商品的科技設備，否

¹⁶ 閩南語，指土魷魚。

¹⁷ 閩南語，指，白帶魚。

則水產品以再怎麼新鮮的狀態送交到貿易商、物流業者、商業場所、消費者手上，在缺乏其他外力保鮮的情況下，海鮮基於其易腐敗的自然性，過不了多久將無法食用。

值得注意的是，從人類歷史來看，吃新鮮¹⁸食物並非是我們與生俱來的行為。生鮮水產雖然在現代社會中隨處可見，可是人類從發明製冰的機器，到現在世界各地都看得到使用冰箱運送食物的技術，這之間花了百多年的時間。正是因為飲食的新鮮觀念，原本在崁仔頂的商行才陸續轉型為以兜售新鮮水產為主的漁行，水產經濟的成功吸引越來越多的攤商匯聚於此，成為今日北臺灣重要的魚貨批發交易中心。

本章將說明冷鏈科技帶來食物保存的便利，如何促成崁仔頂經濟活動的變遷。首先簡述全球的冷鏈發展，接著將回到臺灣的脈絡上，說明臺灣社會基於那些歷史緣由，接觸到冷鏈技術與知識。另一方面，隨著臺灣社會消費能力的提升，越來越多人購買品質佳而價格高的生鮮水產，而崁仔頂的商人出於偶然，將營業方向轉往生鮮水產市場進攻，也順利打入，日後才茁壯為一座知名的批發漁市場。

第一節 低溫科技與食物商品鏈的匯流

本節將從冷鏈的文化與社會面向切入，試圖解釋科技如何與自然搏鬥，並最終解決了食物保存的難題，讓食物的運送可以克服產地分布和生產季令，以及與消費需求之間的時空差距。低溫科技與食物商品鏈的結合，無可避免地對人類的飲食生活產生天翻地覆的改變，更重要的是深植於人心，不管買了什麼，人人都清楚不過只要存放在冰箱裡頭就能延後食物的保存期限。然而，誠如Freidberg（2011: 32）所述，現代新鮮史是個非常「美國」的故事，美國人對冷藏食物的接收度，激發許多具有創見性的保鮮技術與商業模式，也將這股風潮隨著美式的資本主義霸權散溢到世界各地。以下的討論主要是從全球尺度下的美國新鮮史做為開端，解釋冷鏈與低溫科技的普遍性是如何步步成形，並將全世界捲入低溫食物商品網絡之中。

¹⁸ 人類祖先尚未習得用火烹飪食物時，皆以生食（raw food）度日，但生鮮食物並非生食，指的是食物在未經烹調與加工的情況下，卻像剛生產、摘下的狀態般新鮮。

一、冷鏈的形構

在尚未發展天然採冰業之前，全世界已經有很長一段使用冰塊的歷史。中國在西元前十一世紀時已經出現地下冰屋。希臘人和羅馬人從中東文明中汲取使用冰的習慣與設計冰屋的方式。羅馬皇帝也以驢搬運從阿爾卑斯山取得的冰塊到他的宮殿。土耳其帝國在十六世紀時運船運方式運載雪到伊斯坦堡。甜品商在十六世紀的佛羅倫斯，向富裕商人販售冰，也在十七世紀的路易十四在位時販售給法國宮廷。天然冰的取得受到季節與地理環境的自然限制，只有在冬季或位處高緯度的河川、湖泊以及高山山頂地區，才能找到因低溫而凝結出大自然餽贈的珍貴結晶。不過，不易取得、稀有而珍貴的自然冰塊，多是貴族用來搭配飲品的奢侈物，普通人家負擔不起價格如此昂貴的商品，更不清楚冰塊在生活中的使用有甚麼必要性，因此，天然冰塊以商品形式出現在資本市場的初始，大眾的接受度並不高（Rees, 2013: 20-1）。

十九世紀初，美國新英格蘭冰塊公司的創業家 **Frederic Tudor**，同時也是公認的天然採冰業開山始祖，堅信將這種自然資源拿來買賣能夠讓他大發利市。雖然從自然界取得的產品本身免費，但無論是冰塊採集還是冰塊的運銷過程，都花費人力、運輸等的成本，甚至也要和天氣賭一把，把希望寄託在冰塊售出前還沒融成一攤水的運氣上。對普通家庭來說，冰塊不實用又價格高昂，阻礙他們的購買意願與消費能力，因此 **Tudor** 還必須想辦法拓展冰塊的消費市場，說服更多民眾使用冰塊（Freidberg, 2011; Johnson, 2017: 78; Rees, 2013）。

減緩冰塊融化的技術，大大減少冰塊的生產成本。**Tudor** 主要朝三個方向著手改善冰融問題：一是在採冰地區與消費市場蓋建冰屋（icehouses），延緩存放冰塊的融化速度——這個概念類似現代凍庫倉儲的運用。二是在冰塊運銷過程中，以鋸屑、刨木片和乾草包覆鋪冰塊，不直接讓熱空氣與冰塊相觸，好比鋸屑就能讓冰塊晚將近一倍的時間才融掉。三是生產效能的進化，比如使用切割出大小一致冰塊的機具、以輸送帶取代人力搬運等等，這些機具的出現，縮短生產與搬運冰塊的時間。受益於科技與技術的發明與進步，天然採冰業漸漸有工業化發展能力，冰塊價格也因此大幅下降。我們將一八二七年每磅約六美元與一八三〇年代

初期低於三分錢的冰塊價格相比，可以看到冰塊價格跌了許多（Freidberg, 2011; Johnson, 2017; Rees, 2013）。

輸送冰塊到那些沒有生產冰塊自然條件的地方，是冷鏈配銷網絡形成的起因（Rees, 2013: 5），而在人工製冰科技的出現並臻至成熟以後，冷鏈有了更廣泛的用途，也能為食物運輸所用。由於製冰機械能為市場提供穩定且大量的冰塊，售賣天然冰塊的利潤越來越微薄，最終不敵機械製冰業，天然採冰產業遂淡出歷史舞臺（Friedrich & Höhne, 2014）。一八五一年，美國商人以冷鏈鐵路運載奶油，從紐約到波士頓。一八五〇年代末期，芝加哥屠宰場把肉品保存在擺放許多冰塊的冰室中保存，並將肉運至美國東部的都市（Goody, 2010: 228）。在一八八二年，時逢紐約的富頓漁市場（Fulton Fish Market）開市，那裡便有出售遠從魁北克（Quebec）行經鐵路而來的魚貨（Rees, 2013: 92）。後來，出現更先進的冷凍設備，生鮮食品的跨國海上貿易有了一線生機。Tellier 在一八七八年，成功以氨冰箱¹⁹，將冷凍肉品從南美洲運到法國（Freidberg, 2011; Rees, 2013）。

二、水產冷鏈的形構

在一般情形下，未經處理或保存的肉品，過不了多久開始變質，人們一直以來都在找尋合適的保存方法，解決肉品極其有限的賞味時效。相對於鹽醃²⁰、風乾等對食物進行加工的方式，低溫保存肉類的方式越來越受到歡迎，原因是低溫保鮮能保留食物大部分的營養價值，甚至味道較佳。這些優勢使得人們益加投注於溫度對肉品物態變化的影響，精進如何低溫保存食物的研究（Friedrich & Höhne, 2014）。

由於海生動物生長在低溫環境，因此是所有肉品之中，最不容易有效以低溫保存延緩貨品腐敗。海洋生物為了適應寒冷環境，演化出在低溫下仍能維持液態狀的不飽和脂肪酸（omega-3），容易氧化的不飽和脂肪酸，使得低溫保存難以達到預期效果。另一方面，海鮮體內、外的酶和細菌，也都能在低溫下保持相當程

¹⁹ 氨冰箱是根據熱力學第二定律的概念所創造出來的，運用液體轉為氣體的相變過程，吸收周遭環境的熱能，環境溫度因而下降。

²⁰ 鹽醃食物或把食物脫水是人類早就知道的食物保存方法，這些食物雖然可以被食用，但味道卻不好，讓人難以下嚥，過去都是給奴隸與牲畜吃的（Pomeranz & Topik, 2019: 391）。

度的活性，於是又加深了低溫保存的挑戰（McGee, 2009）。容易腐壞的海鮮，更需要透過保存方法來突破時空上的運輸限制。十九世紀時，漁夫使用冰塊保存甫從水中釣起的漁獲，這些漁獲因保存得當，得以透過鐵路運輸到百哩之外。

酶和細菌在一般常溫下的活性最強，溫度於是保存食物的重要控制項，但是只研發出低溫保存方法還不夠，早期的冷凍肉品不為消費者所喜，直到急速冷凍（quick freezing）技術的問世，才改善了冷凍肉的味道與品質。一九一六年冬天，一名兼具自然科學家與企業家身分的 Clarence Birdseye，搬遷到拉布拉多半島，當地的生活經驗讓他發現，在 -40°C 的環境中，魚一離開水面，只消幾秒就會凍結，這種經由急速冷凍的魚，相對於當時市面流通的（緩慢結凍的）冷凍魚還要好吃。差異之顯著讓 Birdseye 想要弄清楚為何急凍的魚比較美味，他發現慢慢結凍使冰的氫鍵有機會形成比較大的結晶，從而破壞了肌肉組織，而急凍方式產生的冰晶比較小，所以肉品的味道與質量水準比較高。到了一九二〇年代初期，Birdseye 已研發出急速冷凍流程，用 -40°C 的低溫保存海鮮，另一方面，他研發出雙輸送帶凍結器（double-belt freezer）來提升冷凍食品的效率（Johnson, 2017: 96-100）。Birdseye 建立的這套標準化冷凍食物工業，使得他後來創立的 General Seafood Corporation 成為業內最成功的企業之一（Gavroglu, 2014: 12）。

Tudor、Tellier 和 Birdseye 等的商人與科學家在經貿活動上的創新，是形構當代繁雜水產網絡的開端。一開始，商人為了把冰賣到遙遠的地方，發明出一套新穎的貯冰物流系統，再後來，為了要把肉品海鮮賣到他處，將食物的保存方式與物流過程結合在一起，低溫技術使得易腐食物的貿易活動得以擴張到世界各個角落。低溫科技將易腐食品的生產與消費更有效率地連結起來，現象的成立有兩個社會條件：首先，過去被視為奢侈品的冰塊在現代社會中俯拾即是，有關於冰的使用更被現代人看作是理所當然；次者，冰被普遍用作食物的保存方式，重組了商品鏈（commodity chain）的運銷方法與模式，並且改變了人們的飲食習慣（Rees, 2013）。

第二節 臺灣形構冷鏈的社會條件與背景

一九七〇年代後，崁仔頂才逐漸出現專賣生鮮海鮮的漁行。根據祝平一（2001）回顧我國戰後的誌書、漁業官僚和學者撰寫的臺灣漁業史的資料，可以看出國家正視漁業，並將其當作一項產業來推動、經營，肇始於日治時期，臺灣漁業因此逐漸現代化，漁業研究、人才訓練、漁具製作、漁法技術和冷凍冷藏設備皆有長足的進步。儘管漁貨收穫狀況已大幅改善，但臺灣的水產消費仰賴進口。從水產進出口統計來看，一九二〇年，臺灣出口的產量雖然達到256百萬多圓，但從日本母國進口的量為10,765,972斤，從國外進口的量為815,768斤，總進口價格達9,950,204圓；而鰹節佔總出口量的三分之一，進口品項則以鹹魚、乾魚、干貝為大宗。²¹在這個時期，由於漁船動力和冷藏設備的限制，鮮魚仍只有沿海地區較易取得，對一般人來說還是奢侈消費，一直要到一九八〇年代，消費者經濟能力改善且海鮮保存設備普及後，崁仔頂的商行²²漸漸全部轉型為以買賣國內生產的生鮮魚貨為主的漁行。

一、生產變革，提高產能

使用先進的生產工具以及漁業技術與知識的優化，是提高水產產量的關鍵。一八九五年以降，日本人將從西方國家學來的漁業工具、技術與知識，因為殖民關係而隨之傳進了臺灣，包含漁船動力化、大型化，漁具與捕撈方式的現代化，市場交易的制度化，以及漁業專業人員的交流等等（朱德蘭，2016：226），臺灣因緣際會而有能力發展出較具規模的現代化漁業。特別是日本資本家為了在臺灣開發日本料理中常見的鰹魚（加工為鰹節，可再製成柴魚片，加在味噌湯中）、鰺魚（當魚餌或做成沙丁魚罐頭）、鮪魚（做成生魚片）、旗魚（魚板、魚丸的材料）、鯛魚、海草等的漁業資源，他們引進新的漁撈方式、帶入動力漁船，這使得漁船作業的範圍有能力脫離沿岸而向外海拓展（朱德蘭，2012：299）。一九三七年中日戰爭後，為因應外部局勢之變化，殖民地的資源開發與物質需求成為戰

²¹ 〈本島水產貿易〉，《臺灣日日新報》7510（1921年5月2日），漢文第3版。

²² 崁仔頂在二十世紀初就有經營進出口貿易的商行，販售五穀雜糧，有些商行也兼賣鹹乾魚貨。商行屬於行郊制度，所謂「行」為進出口商或批發商，而「郊」則是由不同的商行共組而成，類似今公會系統（蔡淵黎，1986）。

時經濟體制下之迫切，水產增產亦為「殖產興業」的發展重點之一（林玉茹，1999），進入戰時體制之後，日本更是積極於臺灣漁業發展的全面升級，以配合帝國整體戰略的佈局，發揮支援帝國南進的漁業基地的中繼補給、轉運站功能（蔡昇璋，2018）。

日治時期臺灣漁業雖有所進展，但實際上是立基於日本政府以殖民地經濟奉養母國的基調和日人資本家想賺錢的動力上。²³於是，表面看來臺灣的水產貿易對殖民母國呈現大幅度的人超現象，但這主要是因為日本母國將水產傾銷到臺灣，把臺灣當作是轉口貿易的中繼站，透過課徵較低的關稅另售到其他國家，以賺取更多的外匯。儘管臺灣社會籠罩在殖民陰影下，不過漁業的發展卻受益於日本政府與企業所帶入的軟硬體建設，並且因為雙邊人員密切交流之下，促進臺灣漁民習得新的漁業知識與技術（祝平一，2000）。

二、 貯存漁獲物方式的進展

冰塊在維持漁獲物新鮮時扮演了重要的角色。第一，冰的使用能延遲海鮮自然腐敗速度，確保在流通分配的過程中、交易到消費者手上前維持海鮮的新鮮。第二，可以將產能過剩的鮮魚保存在冰庫中，調節供給與需求、平衡魚價，並減少魚貨因腐敗而賣不出去的資源浪費。第三，提供漁船跑到更遠的漁場作業的條件，儘管海上作業時間拉長為數週、數月，冰的物質性可以幫助漁民克服海鮮的自然腐敗問題。

冰科技的進步更是推進漁業發展的主要動力之一，以下將臺灣漁業用冰科技的歷史進展分為製冰與製冷兩個面向加以說明。製冰指的是陸上製冰廠以機器生產冰塊，這些冰塊可用於覆蓋或包覆海鮮之用，後者的製冷則是以低溫空間來冷藏冷凍魚貨。

（一）製冰業

日治時期後，臺灣社會才出現用冰保存魚貨的條件。位處亞熱帶及熱帶地區的臺灣，難以取得天然冰，如需用冰，得依靠進口，而且價格不斐。臺灣北部的

²³ 分開談是因為日本殖民政府與日人資本家的利益未必一致（祝平一，2000）。

需求主要由日本長崎供應，南部的需求則多是從香港運輸（李宗信，2004：81）。一直到一八九七年（明治三十年），日人在臺灣設立第一間製冰工廠：臺灣製冰株式會社，引進機械製冰技術後（曾品滄，2008：20），臺灣本土才開始有用冰保存漁獲的規模化條件。

起初，臺灣人普遍不清楚冰塊為何物，不敢貿然使用，於是買冰的幾乎都是從內地來的日本人。²⁴從一九一二年（大正元年）的《臺灣日日新報》的一篇報導中，該作者建議水產商用冰塊保鮮漁獲，以防腐壞，可推測當時用冰塊保鮮漁獲物的方式仍未在臺灣普及：

近際天氣向暖，各製冰工場以冰塊漸為消用，經各轉運機械著力製造，如海陸物產株式會社，以該社所獲魚類應當用冰浸漬，以防腐臭。²⁵

在冷藏設備不普及的年代，要維持漁貨的新鮮，多靠碎冰的使用。將冰塊覆蓋或包覆漁獲物，可以維持水產品的新鮮度至返港卸貨時，水產品因而能夠有更好的行情。冰塊因此對漁業發展至關重要，是漁民與魚販在生產、交易時，不可或缺의 經商元素（蔡旻宏、楊易洲，2020）。隨著海洋漁業發展的進步，捕獲量越來越多，漁業用冰開始供不應求，為了解決製冰產量不足的問題，日東製冰會社決定於一九二〇年（大正九年）在基隆八尺門建設一座日產百噸的大型製冰工廠。²⁶

根據臺灣省統計處（1947：107）盤點日產接收的《中華民國35年度臺灣省行政紀要（國民政府年鑑臺灣省行政部份）》報告所示，一九四六年時，共接收21間製冰廠。其中，在日治時期所屬「南日本漁業統制株式會社」的製冰廠共有20間，每日產能722噸，占全台總產量的72%，不過臺灣省水產有限公司²⁷接收時，只有6間完整的製冰廠，當中有14間因受戰爭及天災破壞，其後修復7間，當時總

²⁴ 報導指：「臺島地方前無設立製冰，而本地人民亦未嘗有食者，迨去年間有內地人創設製冰會社，所有購食者居多內地人，而臺人或因人口齒浮，或恐性質過涼，大多不敢購食（下略）」。「製冰增消」，《臺灣日日新報》29（1898年6月8日），漢文第5版。

²⁵ 〈製冰之新需要〉，《臺灣日日新報》4248（1912年3月28日），漢文第4版。

²⁶ 〈地方近事／基隆 八尺門製冰開始〉，《臺灣日日新報》7303（1920年10月7日），第4版。

²⁷ 中華民國政府接受原本的日資企業「臺灣水產株式會社」後，被官方撥交臺灣省農林處時，先以「臺灣省水產有限公司」的名義經營。（蔡昇璋，2009：346）

計有臺北、臺中、彰化、斗六、斗南、嘉義、臺南、高雄湊町、高雄新濱、基隆、臺東、屏東與東港共13間製冰廠運作。

從一九五一年起，在美援資金的協助下，我國漁業進入新發展階段。美援對臺漁業的協助，以遠洋及近海漁業為前提，款項多用於漁船建造與裝備，其次為製冰與冷凍冷藏設備（蔡昇璋，2009：359-60）。一九五一年時，全臺共有22間製冰廠，年產量為十萬公噸。到了一九六四年底，已擴充到261間，製冰年產量亦高達近五十萬噸。其中，基隆市與高雄市為各縣市製冰產量之冠，約占全臺製冰輛的27%，而兩市所製的冰塊有90%供漁業所用（行政院國際經濟合作發展委員會，1966）。

不過，要維持水產品的新鮮，光冰塊的使用並不足夠。一方面是冰塊的功能受限於溫度變化，達到溶點便融化，漁貨的保鮮效果並不穩定。另一方面，為了確保漁獲物從捕撈後、包裝、保存、配送與通路過程中都維持新鮮品質，將會耗費過多冰塊。出於冰塊保鮮的風險與成本效益考量，製冷設備不存在溶點問題，能確保漁獲物在配送供給過程中全程低溫保存。因此，製冷業的進展也對漁業發展帶來可觀的效益。

（二）製冷業

一九二八年（昭和三年）的《臺灣日日新報》上記載宮田農林技師發表的演講，他強調冷凍庫設備之於漁業經濟的重要性。冷凍庫的使用有許多優點，一來調節生產過剩或不足，平衡供給與需求，魚價才不會暴跌暴漲，避免傷民眾荷包或使漁民血本無歸；二來，從生產到銷售的過程，將漁獲存放在冷凍庫中，方便維持魚貨的新鮮；三來，根據東京的案例，用冷藏保鮮的鮪魚可以賣到國外，並賺取數目可觀的外匯，可見冷凍保存的海鮮價值高。因此，除了在運送過程中以冰塊保存鮮魚外，也需要冷藏庫設備來完善整個漁業的產銷過程。

然冷藏事業，至今只用冰，尚不充分，宜藉機械力自由自在創冰以下之溫度期冷藏事業之徹底。[...]我等所管理水產物，誠不可不使如米穀類之有保存力蓋農業與畜產業，時有豐凶，漁獲亦然，在此豐凶之際，以冷藏魚提供而調節之，則世人可免消費高價之魚類，而為水產業者亦始

終得保魚價之均衡。[...]自生產至供給，均宜應用冷之力，魚類以鮮度新為第一義，即自漁獲當時，宜如何維持鮮度不可不努力為之也，不然價格低落之時，則徒勞無功也。[...]水產業者，只圖多獲魚類，而不思維持其價值，任其亂高下，必時受大損。冷凍之魚類，價可一定，而不憂其高下，需要者便利，當業者亦便利。東京一帶，利用冷之力[...]，冷藏之鮪魚輸出額有百萬圓，今已加為國際貿易品之一種，若冷之力普及，亦可為金融之目的物。²⁸

全臺最早的大型冷藏庫在基隆八尺門，一九二〇年完工（吳沛穎，2019），為日東製冰會社在其自家百噸製冰工廠再另行擴建的冷藏設備，其冷藏法為氨蒸氣壓縮式製冷技術。²⁹而根據一九三四年（昭和九年）的《臺灣日日新報》報導，商品冷藏庫的使用率越來越高，以下為基隆冷藏會社的資料，可得出：在所有入庫冷藏的商品之中，鮮魚依賴冷藏庫保鮮的比率高達85%，保存鮮魚的冷藏溫度約坐落於零下3.56°C到零下6.67°C之間。

一、入庫實數量六千八百十六噸（比前年增加四千七百六十七噸），其中鮮魚八成五分，乾魚四分，鹹魚六分節類一分。二、冷藏保管料一萬四千六百六十五圓。三、入庫多為者為八、九月，少者為二、三月。夏季鹽乾魚居多，冬季主為鮮魚。四、冷藏溫度：鮮魚二十度至二十五度六，鹽乾魚二十七度至三十二度三（各係華氏）。五、冷藏日數：五日以內八成五分，十日以內四分，三十日以內三分，九十日以內四分，九十日以上四分。³⁰

中華民國政府接管的日產當中，原有11間冷藏工廠，冷藏容量為每日3,107噸，其中因戰爭所破壞的有6間，但仍共有7間堪用；原接收5座凍結設備，每日凍結能力為45.4噸，但因戰爭破壞與原料缺乏，沒有可用的凍結設備（臺灣省統計處，1947：107-8）。在美援對臺漁業的協助下，一九六四年底時，全臺的冷藏

²⁸ 〈水產冷藏之概況（下） 在臺灣亦宜大為設施〉，《臺灣日日新報》10217（1928年9月30日），漢文第4版。

²⁹ 〈基隆特訊 設冷藏庫〉，《臺灣日日新報》8041（1922年10月15日），漢文第6版。

³⁰ 〈商品冷凍庫利用漸增〉，《臺灣日日新報》12281（1934年6月12日），漢文第8版。

工廠數上升為183家，每日冷藏容量達18,845噸（行政院國際經濟合作發展委員會，1966）。

此外，製冷設備也開始以家電形式，於一九七〇年代後的臺灣漸漸普及。上述的日東製冰會社也販賣冷藏箱，根據一九二五年的《臺灣日日新報》記載，當時北部家庭約有五百多個使用量，顯示出冷藏箱的使用已擴及一般民眾的日常生活中。³¹一九五七年，士林電機商妥與日本木村電機株式會社技術合作，³²率先推出首批國產電冰箱上市，售價約在新台幣七千多塊。³³一九六二年春天，日本東京芝浦電氣株式會社三位電氣事業專家森信隆、富米野信行和半場五郎到我國考察電氣工業，返回日本後將資料整理為「臺灣家庭電器製品調查報告書」。報告中提及，預計在一九六四年，全臺灣年產八千台電冰箱，產品普及率可達 0.6%。³⁴到了一九八三年，我國電冰箱的普及率已超過 95%。³⁵

雖然根據一九六二年的聯合報報導所示，彼時臺灣本島除山地交通不便處外，鮮魚供應面積已擴及全臺，³⁶但是，保鮮觀念並不易為一般民眾所接受。根據一九六六年聯合報的報導，當時高雄市政府還舉辦公開實驗，分別將一塊未冷凍與經冷藏七小時的豬肉，置於常溫中觀察其變化，前者歷經十小時四十分鐘後發臭，後者歷經十小時二十分鐘才變質（不包含冷藏的七小時），以此顛覆多數民眾所持的冷凍冷藏肉容易腐敗的印象，並向大眾與業者宣導冷凍冷藏有助於保持肉的鮮度與營養，應多留意肉類保鮮。³⁷

保溫箱和冰的使用，使得活體海鮮的國際貿易得以可能。深耕蚵仔頂已久的第三代漁行老闆阿董表示，約一九六〇年代末期時，那時的冷凍／藏技術不若今日進步，為了運輸本港新鮮的大明蝦到日本去賣，他自有一套方式來解決跨國運輸過程的保鮮問題。他將毛巾浸入海水，並凍結成冰，再用一條條結凍的冰毛巾，

³¹ 〈製冰能力與消費〉，《臺灣日日新報》8956（1925年4月17日），漢文第4版。

³² 木村株式會社供給設計圖樣、資料及製造經驗，士林電機若有因設備關係不能製、或製造困難之配件材料，則向木村株式會社購買。〈士林電工公司 與日技術合作 製冰箱唱機燈泡〉，《聯合報》（1957年6月7日），第2版。

³³ 〈士林電工廠 電冰箱應市〉，《聯合報》（1957年9月20日），第2版。

³⁴ 〈發展台灣電氣事業 日專家提調查報告 應加強產銷創造新製品〉，《聯合報》（1962年9月6日），第5版。

³⁵ 〈消費時代專題報導 高級家電看好〉，《聯合報》（1986年9月9日），第12版。

³⁶ 〈基高兩處漁業港 設立魚貨調配站〉，《聯合報》（1962年12月22日），第5版。

³⁷ 〈計劃設置示範肉店 冷藏冷凍適時保鮮〉，《聯合報》（1966年7月11日），第6版。

一層層鋪在保溫箱裡，箱子內部的空間維持在15、6度上下，大明蝦放在裡頭保存，會呈現半冬眠的狀態，這種保鮮方式有高達95%的成功率，大明蝦從我國運到日本後，活動力仍然正常，能夠在恢復池健康活動，等業主將大明蝦畜養到他要的規格後，就可以販售。

近海的大明蝦，所以它鮮度夠，然後我用毛巾，沾海水，一層一層的鋪，海水是最好的鮮度保持劑，你鋪好了以後，蓋起來，再鋪第二層，一層一層的鋪，六層剛好裝滿一箱，然後就把它放到冷凍庫去，冷凍庫的冷度一直壓，壓到零下35度，那你蓋子不開的時候，你那個冷度會慢慢進去，但是裡面的大蝦它不會凍結，因為有那個毛巾，沾海水的毛巾包著。[...]讓它有一個半冬眠狀態[...]以前我是用如果要寄活的的時候，因為我要節省海水的重量，所以我就是用海水那種白色的毛巾，你不能用有別的顏色的。[...]那個保溫箱裡面的溫度就是讓它保持在15度到16度，到那邊（日本）有95%存活率，還剩下那個5%是怎樣？還活的，可是它不能下到恢復池裡面去。。（訪談紀錄阿董 20200402）

王俊昌（2016：214－216）在〈日治時期臺灣水產關聯產業的發展—以製冰冷藏業為例〉一文中，利用 Douglass C. North 的制度分析方法，進行迴歸分析，解釋製冰業與冷藏業的發展是否有利於漁獲量的增加、是否有助於鮮魚產業的進展。首先，一九〇二年（明治三十五年）到一九四二年（昭和十七年）之間，臺灣的漁獲額有53.03%與一九二四年（大正十三年）後的製冰業在臺蓬勃發展相關。第二，一九〇二年（明治三十五年）到一九四二年（昭和十七年）之間，臺灣的漁獲額有50.76%與一九二二年（大正十一年）後臺灣設置越多漁業用冷藏庫相關。第三，一八九六年（明治二十九年）到一九四一年（昭和十六年）之間，臺灣向外出口的鮮魚量有70.27%與一九二四年（大正十三年）後的製冰業在臺蓬勃發展相關。第四，一八九六年（明治二十九年）到一九四一年（昭和十六年）之間，臺灣向外出口的鮮魚量有61.54%與一九二二年（大正十一年）後臺灣設置越多漁業用冷藏庫相關。綜上所述，冰塊的物質性能將捕撈到的水產維持在一定的鮮度，水產越新鮮越有經濟價值，而漁業用冰產業也與漁業生產量的成長有統計上顯著的關聯性。

三、 鹹魚翻「生」：漁市場的開端

臺灣人雖然喜歡吃海鮮，但在捕撈技術、冷藏冷凍科技普及以前，取得新鮮海鮮並不容易，新鮮海鮮因而被賦予珍貴的意涵，日治時期的酒樓中，高級料理時常是魚翅等水產類。在保存設備技術、交通運輸尚未發達前，新鮮海鮮不是庶民餐桌上常見的食材，而在經濟水準普遍提升、新鮮水產逐漸容易取得後，一九八〇年代許多一般餐廳轉型為「臺菜海鮮」餐廳。一方面因為海鮮高級的意象，宴席桌上的數道海鮮菜，能彰顯出宴客主的臉面與能力，於是順應消費者的喜好與要求，推出的菜色大幅增加水產品項；另一方面，新鮮水產能大幅提高菜色售價，販售高級海鮮菜亦提升餐廳的地位（陳玉箴，2020：235—236）。

下列訪談為阿董描述其家族事業由雜貨貿易轉型為生鮮水產的過程。阿董家族的生意曾擴展到美國、加拿大，由於消費鹹、乾貨的銷路越來越差，最後不得已收起在海外的店，他借鏡外國消費市場的變化，預想臺灣社會未來可能也會出現相似的消費偏好轉型，加上南部乾貨的貨款收受越來越不理想，欠款時日越拖越長，在一九七八年時，阿董一家下定決心不再賣鹹、乾貨，並轉型為專賣生鮮水產品的漁行。由於阿董一家經營有成，一九八三年後，越來越多在崁仔頂經營雜貨貿易的商行也跟進，轉型為專賣海鮮魚貨買賣的漁行。

因為我們臺灣銷過去（美國、加拿大）的東西只是針對華僑方面，所以你消費的那個有限、外銷的數量有限。而且後來那邊因為他們接受的一些知識發展比較快，都是往生鮮跟冷凍了，所以醃製的魚貨就沒有啦。我[民國]六十二年退伍回來接生意的時候，那時候還是有醃製的，還有小魚乾，阿熟的，生鮮的，通通有，通通有。接觸生意的時候，我把它評估出來，不對，有一些作法不對，因為你南北貨方面的，這個帳目，有時候會拖很久。六十七年以後，我跟我爸爸商量，我要把醃製的跟這些乾貨、這些魚乾什麼的取消掉。他同意了以後，我就第一個往生鮮的，全部賣生鮮的。起先他們（崁仔頂街區的其他競爭對手）都很高興，哇，這間這麼大間，乾的跟鹹的不賣，賺死了。然後我就開始往生鮮發展，那個速度夠，他們慢了我六年，前後喔，前後六年，等到七十二年，那

一年，他們發現到說，醃製的乾貨怎麼銷路越來越差。(訪談紀錄阿董 20200402，粗體為筆者所加)

一九八〇年代後，崁仔頂的經濟活動逐漸轉型為以鮮魚為主的貿易，而一九九〇年代後，聚集於崁仔頂的漁行和攤商如雨後春筍般快速增長，從過去的十來間，到如今的百餘間。雖然所有攤商都販售生鮮水產，不過漁行和後進攤商經營的主線產品和空間陳設並不相像，特別是凍庫設備的有無。以下先針對近代政府就水產運銷冷鏈政策推動的發展進行討論，接著回到崁仔頂，觀察冷鏈的實際運作情況，並比較漁行和後進水產攤商的運銷冷鏈差異。

四、兩種冷鏈：凍魚與鮮魚

考量海鮮產品的食品安全、營養價值與經濟價值，政府一直以來宣導、敦促漁民、業者與消費者注重並落實水產保鮮。根據一九六九年的聯合報報導，漁業局(當時尚未升格為署)為改善漁獲品質與鮮度，將水產保鮮分為「鮮魚」及「凍魚」兩種處理方式，並規範執行方法。漁業局規定，「鮮魚」是以漁獲後一星期內到消費者手上的海鮮，鮮魚儲藏室溫度應調節在攝氏零度至零下三度間；而超過一周則應以冷凍方式處理，稱之為「凍魚」，凍魚儲藏室的溫度應為攝氏零下二十度。漁業局更表示，各縣市漁市場、冷凍加工廠與冷凍庫對鮮魚的冷藏／冷凍溫度，多控制在攝氏四度至零下十五度之間，與規定尚有距離，應加強硬體設備的提升。³⁸

由於冷鏈是提升水產品產量、產值的關鍵，政府近年來傾力推動水產品運銷的現代化，特別著重輔導升級原有及建置冷鏈系統，提升冷鏈效率(見圖2-1)。不過在行政院農業委員會(以下簡稱農委會)於2020年所提的「建構農產品冷鏈物流及品質確保示範體系」公共建設計劃書中，所謂的冷鏈以提升冷凍水產的技術與效能為目標，不但未見針對上述的「鮮魚」提出技術輔導，更是要漁民以冷凍方式來取代簡單的覆冰保鮮。報告指出，「多數資深漁民仍停留在『進冰箱就叫冰存』的觀念，對冰晶在漁獲保存的效果及知識嚴重不足(行政院農業委員會，2020：18)」，然而，受制於極端氣候、先進國家嚴格的食物規範，以及因應全球

³⁸ 〈漁業局昨規定 提高魚貨鮮度〉，《聯合報》(1969年4月13日)，第4版。

水產品需求成長的市場，為提升產量調節能力，避免漁貨在物流過程中腐壞而浪費，並且提供符合國內外食品安全規範，滿足現代人對食品營養健康的追求，應加強現行常溫或凍儲供應鏈的轉型，發展全程低溫保存的水產供銷冷鏈。為此，農委會投注18億，以提升漁貨的凍儲調節能力。³⁹

由漁業署發行的第401期《漁業推廣月刊》當中，以幾乎整本的篇幅談論如何完善漁業冷鏈建設來提升水產品品質，可見政府十分關注水產冷鏈的應用。其中，由蕭堯仁（2020）所著的〈從豐洲市場經營看日本水產品批發市場的轉型與挑戰〉，針對日本豐洲批發漁市場的經營現況，與其前身（築地批發漁市場）的產值、成本、硬體設備等進行比較，藉此評估出新型批發漁市場的優勢與劣勢。儘管新型批發漁市場面臨諸多挑戰，但我們能從中窺探一座現代化漁市場的硬體設備，比較與我國批發漁市場的不同之處，反思我國可以學習效法之處。豐洲批發漁市場為氣密的建築物且具有先進的溫度控制設備，一般而言，在漁貨拍賣場區域，室內溫度控制在10.5°C到15°C之間。不過豐洲漁市場針對不同水產的特性有相應的溫度設定，例如海膽拍賣區的室內溫度為7°C，鮪魚拍賣區控制在10.5°C到12°C之間，一般鮮魚為15°C。

從豐洲批發漁市場室內溫度的調控可見水產運銷冷鏈如何落實在批發交易過程中，反觀氣溫較日本高的我國，批發交易通常在開放空間進行，並無任何的溫度控管。儘管政府長期推廣水產運銷的低溫保鮮，但根據行政院農業委員會（2020：35）的冷鏈現況盤點，猶有許多不及之處（見圖2-2），特別是農民運銷以及批發市場部分的冷鏈程度最低。這當中的落差顯示民間早已行之有年的保鮮習慣與認知，難以在短時間內快速變化，也因此，雖然冷凍技術與應用業已普及，但大多數消費者也習於漁民慣用的保鮮方式，我們能在炭仔頂看到兩種不同的運

³⁹ 政府投注18億，目標為「提升凍儲調節能力，年製冰量增加100,000公噸，確保150,000公噸魚體於池邊或漁船上之保鮮能量，並增加23,000公噸冷凍倉儲能力。解決產業斷鏈及初級加工，提高旺季加工或製作量能，增加處理12,000公噸水產加工產能。強化冷鏈物流設備，確保冷鏈不斷鏈，提升運銷能力，穩定產銷調節，降低產銷失衡發生率，透過良好溫度管控，延長水產品保存期限10%-20%，有效減少水產品損耗3%-5%。」預計在四年內達到輔導漁民、批發魚市場等團體升級及建置製冰、冷凍及加工廠等冷鏈設備計16處，以及建設漁業冷鏈物流中心計2處（行政院農業委員會，2020：18）」。

銷保鮮方法，一種是在操作上比較貼近政府近年推動的冷鏈理念的「凍魚」保鮮法，另一種則是用冰塊覆蓋保鮮的「鮮魚」保鮮法。



圖 2-1 漁業署推廣冷鏈的廣告⁴⁰

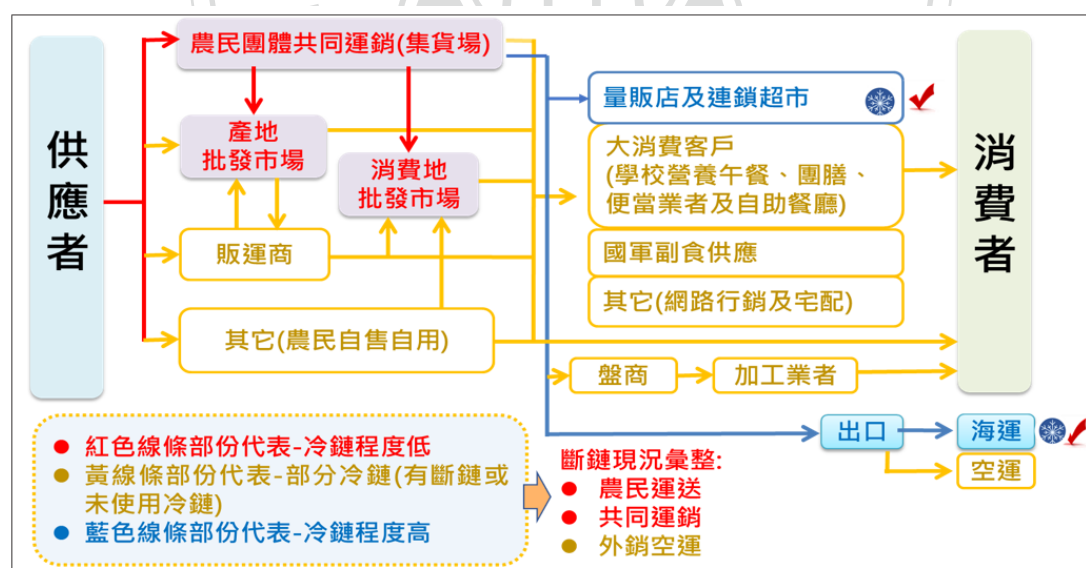


圖 2-2 農糧產品冷鏈現況盤點⁴¹

⁴⁰ 關鍵評論網，2020。吃一尾新鮮的魚有多難？達成食材低溫保鮮的冷鏈技術。取用日期：2021年4月19日，取自：<https://image1.thenewslens.com/2021/4/jchrwayk297zn2fegh324wasj517v1.jpg?auto=compress&q=80&w=1080>

⁴¹ 引用自：行政院農業委員會，2020：35。

兩種冷鏈差異與商家經營的主線水產有關，如運銷的是現流仔產品或國內養殖水產，基本上使用的是「鮮魚」保鮮法，即魚貨置於低溫空間儲藏但不至於凍結，而進口水產品以超低溫方式凍結，並且以部分或全程冷鏈的方式運銷。在炭仔頂經營已久的漁行以兜售現流仔為主。現流仔的貨主與運銷商皆認為，由於漁獲夠新鮮且通常當日會完售，所以只需以冰塊覆蓋，將其保持在客人接受的新鮮程度即可。大多漁行因此沒有設置凍庫，店內空間通常只有會計做帳所需的桌椅，以及如分裝魚貨的籃子、秤量魚貨重量的磅秤、裝魚貨用的塑膠袋等的買賣用具（見圖 2-3）。

炭仔頂後進攤商所販售的品項較為多元，其中以國內養殖魚貨及進口冷凍水產為大宗。販售國內養殖魚貨為主的攤商，使用的保鮮方式和現流仔產品相似，運銷過程的冷鏈程度低。未加工的養殖鮮魚會被裝進保麗龍箱中，並覆蓋上碎冰，進到炭仔頂漁市場後，在露天常溫的環境下，直接開始交易（見圖2-4）。專售養殖水產的攤商通常未配有凍庫，當天若有賣不完的養殖魚貨，在收攤後搬入攤主在附近承租的冷藏櫃中存放。冷凍水產店多配有一座冷凍倉庫（見圖2-5），而攤位較小未配有冷凍庫者，則需額外租賃凍庫，攤販於開市時從凍庫搬出魚貨，運到攤位後，打開保麗龍蓋，將保存在保麗龍箱中的魚，在沒有冷凍設備的情況下，陳放在攤位上，供路過的消費者參照（見圖2-6）。而漁市場外圍亦有許多冰塊車（見圖2-7），消費者在離開市場前通常會買幾袋冰塊（一袋五十元），用來維持剛購入海產的鮮度。

除了市場內的陳設不同外，鮮魚冷鏈與凍魚冷鏈的存放、運輸過程也十分不同。現流仔從海裡打撈上岸後，被存放在裝有海水與碎冰的保冷箱中，漁民回到港邊後將漁獲箱卸下、放在碼頭路旁，運貨司機在晚上到各個漁港收貨，司機用來存放的車廂全程不會開冷氣，將漁獲箱送到炭仔頂並卸下後（見圖2-8），漁行的員工將漁獲從漁獲箱取出來，加以分類，分放到不同籃子裡，等待拍賣，漁獲物在漁市場的理貨與交易過程，全程暴露在常溫下。國內養殖水產的運銷作法與現流仔雷同。至於進口冷凍水產這類凍魚冷鏈，則幾乎以低溫配送。冷凍水產以低溫空運或航運的方式進口到臺灣，進口商派冷藏車將貨從港口或機場運到公司的凍庫存放（見圖2-9、圖2-10），再以冷藏車送到炭仔頂，而炭仔頂的冷凍水產商也多有冰櫃或冰庫保存冷凍水產品。



圖 2-3 漁行空間，通常未設有凍庫。
(筆者攝)



圖 2-4 暴露在常溫下的養殖吳郭魚
(筆者攝)



圖 2-5 冷凍攤商的凍庫 (筆者攝)



圖 2-6 暴露在常溫下的水產
(筆者攝)



圖 2-7 冰塊車 (筆者攝)



圖 2-8 運到漁行的現流仔，雖然裝在保冷箱中，但魚箱卻放在常溫環境下。
(筆者攝)

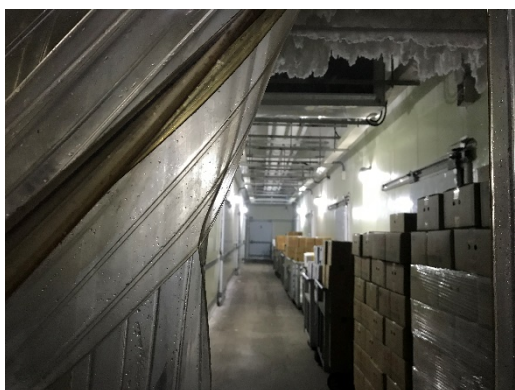


圖 2-9 進口商自家專用凍庫
(筆者攝)



圖 2-10 進口商自家專用凍庫
(筆者攝)

在炭仔頂可以看到「鮮魚」和「凍魚」兩種冷鏈運銷方式，後者為政府近年大力推廣的保鮮方法，不過前者非但為運銷商所慣用，許多要求高品質海鮮的消費者，更是偏好採購以「鮮魚」方式保存的現流仔。政府推行全程「凍魚」不斷鏈的政策，目標為輔導目前國內常用的「鮮魚」冷鏈的轉型，提供更符合現代飲食衛生及安全標準的水產品，平衡與穩定水產的產量與產值，可是從炭仔頂的例子可以發現，看似立意良善亦不乏許多優點的政策，執行過程卻面臨許多困難，在這當中，民眾與業者對於什麼樣的水產才是新鮮的觀念起到了重要作用，筆者將在下一章進一步探究，是什麼樣的文化與社會條件使得「凍魚」冷鏈難以落實到水產的運銷過程。

小結

現今炭仔頂的生鮮漁市場經濟並不是自然生成的，在漁撈技術與保鮮科技尚未發達的年代，生鮮水產幾乎很少見，更枉論鮮魚供應市場的出現。生鮮飲食並不是人類與生俱來的習慣，前提是有捕捉得到鮮魚的生產工具，再來就是有保鮮技術，將海鮮從水裡撈起到運入市場的期間都未腐敗，而消費者也接受水產商品的生鮮形式，才有機會買得到並且主動購買生鮮水產，而生鮮市場也才可能出現。

雖然在全世界許多高緯度地區、或容易結冰的地方，都有使用天然冰塊保鮮食物的歷史，然而美國卻是第一個將冰塊商品化，並且將冰的特性使用在食物運

銷過程上，發明出冷鏈運銷雛形的地方，這一套技術與觀念更是隨著跨國貿易而擴散到其他地方，對全世界產生莫大的影響。

臺灣發展出冷鏈網絡是日本統治時期之後的事。日本人來到臺灣後，將他們發展漁業的經驗帶入，他們考察臺灣的漁業發展狀況，在全臺各地闢建漁港、製冰廠、冷凍倉庫，也引進漁船動力系統，傳授臺灣人漁業捕撈知識，從過去日日新報的檔案也能看到，他們呼籲臺灣人注重食品安全衛生，強調維持漁獲鮮度的重要性。基於這些原因，臺灣在日治時期開始出現了鮮魚貿易，臺灣捕撈的鮮魚往鄰近國家外銷。戰後，隨著臺灣捕撈技術的純熟，漁獲量漸多，冷藏科技和運輸的進步，使得住在都會區的居民也能買到鮮魚，臺灣社會逐漸富裕，許多餐廳也推出海鮮臺菜，新鮮海鮮開始為一般人家所可負擔。鮮魚的內需市場漸漸打開，崁仔頂的商人因緣際會，抓到了這一股商機，隨後便漸漸往生鮮水產市場發展，為如今的漁市場打下基礎。

現今的崁仔頂生鮮水產市場並存兩種冷鏈運銷模式，一種是以「凍魚」冷鏈運銷的進口水產品，另一種則為臺灣地方常用的「鮮魚」冷鏈方式，以冰塊包覆或鋪蓋在鮮魚上，並裝入保麗龍箱或保冷箱中配送供給。儘管全程凍儲的冷鏈有穩定海鮮產品價格與產量，符合食品安全與衛生，維持海鮮的品質，把握產品的最佳賞味期間，讓「新鮮」的食材進到餐桌上等等的諸多好處，而且臺灣也有能力構建完善的冷鏈運銷系統，社會卻普遍使用冷鏈程度不高的「鮮魚」保鮮方法運銷海鮮。接著在下一章，我們將會進一步追尋政令宣導與地方實作落差的脈絡，看到臺灣獨特的飲食文化邏輯，以及此邏輯如何促使運販商與市場參與者交織出「鮮魚」的運銷供應冷鏈，崁仔頂因而在臺灣眾批發漁市場當中，特殊而重要。

第三章 「保」鮮：現流仔的社會技術組裝

「人跟著魚走」，把魚貨載到炭仔頂的阿金常這麼跟筆者說。起初，這句話讓筆者感到困惑：除了在漁市場工作的人之外，來漁市場的人不就是要買魚嗎？漁市場中的每個人不本來都是「跟著魚走」的嗎？但也因為這句話，啟發我觀察到一些過去不曾注意到的。表面看來，炭仔頂與一般批發漁市場並無分別，是盤商雲集、買賣水產的地方。但其實也不只如此，下文的阿童就排除比較近的臺北中央漁市場與三重漁市場，來到炭仔頂。阿童指出，吸引他來炭仔頂的原因，是這裡買得到現流仔（見圖3-1）。除了阿童以外，很多來自外縣市的盤商，出於相同的原因，來到了炭仔頂。在臺灣，現流仔被認為是「最新鮮」的水產類別，供應多樣且大量現流仔的炭仔頂，每到半夜吸引全臺各地的追「鮮」人（見圖3-2），不辭遠途前來採購魚貨。

我問在新北市板橋區菜市場擺魚攤的阿童，怎麼會來炭仔頂批買魚貨，而不是就近選擇臺北中央漁市場採購。她說：「臺北漁市場的新鮮度不能跟這裡比，他們都賣養殖的，比較可以放，真的要買現流的，要到炭仔頂這裡來買，他們這裡最新鮮。你越新鮮，那個魚的價格就越好（利潤比較高）」（田野筆記 20190217）。



圖 3-1 待賣的現流仔（筆者攝）

對現流仔的需求，涉及對食物品質的要求。消費者過去的飲食生活受制於季節與地方，如今卻全年有機會享用來自世界各地且不分季節的食物。出於食物生

產的標準化、規模化、運輸工具的進步、和冷凍冷藏科技與知識的普及，新鮮食物的供給範圍大幅擴張，推進了農糧資本主義化以及全球化的進程（Ashley, Hollows, Jones & Taylor, 2004: 93）。在第二章，筆者已提過影響冷凍水產廣布於日常生活中的眾多社會因素，從乾貨、加工到冷凍生鮮的消費型態變遷，反映出人們對食物的用途與認知上的改變，凸顯出西方消費者對於方便、衛生的品味向外傳播，深深影響其他地區人們的飲食習慣（Jackson & Thrift, 2003: 443）。



圖 3-2 坎仔頂的人群（筆者攝）

農漁產品的全球化雖然為消費者帶來生活上的便捷，但地方糧食生產與消費之間的去鑲嵌（disembedded），反而讓消費者對來自遠方的食物抱持警覺，加上食品生產過程的工業化程度愈來愈高，促使消費者日益重視食品的「天然性」。人們普遍相信甫摘下、剛捕獲的食物本身非常新鮮，如果需要動用到「人工」冷凍方式才能阻止食物腐敗，這樣的食物並不怎麼令人安心。這也是多數人認為現流仔比冷凍水產要來得新鮮而美味的理由。相對冷凍水產在正常狀況下可以在冰庫存放一、兩年，用海水加冰塊保鮮的現流仔大多只有三、四天的保存期限，受限於流通時間的長短，生產地點與消費市場的距離不便過遠，這樣的限制恰好符合一般消費者認知物產的新鮮程度與運輸距離成反比的概念。

上述對新鮮的價值判準，正好能從坎仔頂漁市場內部兩套不同的市場制度表達出來，一種是以賣現流仔為主的漁行組織體系，另一種則混雜了其他製產別的市場體系。市場分野的出現，正是出於由行動者追求新鮮漁獲而生的商品分類，以及衍生而成的社會行為、互動關係與經濟制度。然而，如何判斷新鮮？具體來

說，現流仔的新鮮是如何被指認出來的？又，追求現流仔的邏輯與行為如何影響並形塑了整個市場過程，在炭仔頂漁市場中出現自成一格的運銷網絡與秩序？

作為一個我們在日常生活中普遍食用的野生商品，現流仔提供一項有趣的案例，讓我們去探究臺灣海鮮飲食脈絡下的新鮮文化和漁市場制度。鮮是作為理解漁市場中所有人的行為（買賣、勞動）背景，也是一種觀看漁市場制度的切入方法。不過，鮮並非是一個純粹心智上的概念結構，它同時與食物的物理和化學特性密不可分，因此，有必要將物的特性納入討論，而不只是圍繞在人類的買賣行為與邏輯上。於是，本章第一節援引ANT去中心化的對稱（symmetrical）觀點，將物質本身的不穩定性帶入分析中，強調現流仔的新鮮是在自然—社會混雜（hybrid）的過程中制定出來，非多數人設想地那麼「自然」，亦非多數人以為的不那麼「人工」；而第二節與第三節，則基於第一節歸納出的文化邏輯，以Beckert (2009) 提供的市場參與者的協調問題架構，分別從運輸與銷售制度來分析現流仔市場是如何組織並運作起來的。

第一節 現流仔：物質性與新鮮文化

我那個[生活在]美國同學，他打電話給我，「我要帶我那群囡孫(kiánn sun)來你們家吃那個我們以前吃的魚」。我說，「要來我們家吃以前我們吃的那些魚仔，有好多款(khuán)都已經絕種了」。他就說，「不用啦，你就隨便那現流仔留個幾條起來吃就好了」。他們家有十二人，連那個阿啄仔(a tok á)女婿、阿啄仔媳婦都帶來，我抓了六尾(bué)大尾赤鯨，秋刀差不多五六兩的[為]一人份，抓了十二尾，還抓了十二尾的紅目鱸，還準備了兩斤的小卷仔。焗(piak)的拿去焗，炊(tshue)的拿去炊。吃一吃，我那個同學他的女兒[說]，「阿伯仔，我沒吃過，魚仔那麼好吃」。我那個朋友就說，「跟你們說，你們就不相信」。我說，「你們沒辦法啊，你們雖然都住LA，但你們住在鄉下，對不對，所以你一次買的量就是十天、一個禮拜，有時還幾個月的，怎麼可能吃得到現流魚仔」。(訪談紀錄阿董 20200402)

其實會去買冷凍貨，對不對，都是為了方便、懶得切啦，不然就是他（消費者）不用再二次加工，才會去買冷凍。不然就是那個東西就是那個季節性，在產季的時候，他（供應者）就把它做冷凍起來，才可以保持[未來的]供應，才會去做冷凍。[除非]現流仔現在太多，才會去做冷凍，[不然]誰要去吃冷凍？（訪談紀錄阿一 20200323）

簡略地說，現流仔是泛稱在沿近海捕撈到的野生漁獲。關於現流仔的稱呼來由，民間有個說法：流（lâu）指的是潮汐，就像俗諺「魚吃流水（lâu tsuí）」所示，野生魚的活動隨著海流而變化，漁人便以「現流仔」稱呼他們捕撈到的漁獲是「現在那趟潮水」帶來的魚群。

在過去保鮮技術尚未發達的年代，簡單保鮮的魚很快就會腐敗，所以「現流仔」一詞也表示魚從大海捕獲後到售出這段時間不超過六個小時，產品的運銷時間非常短，用以彰顯出這批漁獲的品質特別新鮮、特別好。而六個小時的說法不無爭議，有人說是八個小時，也有人說是十二個小時。但是，不論是幾個鐘頭，現今社會沒有人以六個、八個還是十二個鐘頭，來區別這些本港漁獲是不是現流仔。此外，筆者訪問許多人，每個人對現流仔的定義也都不一致。儘管現流仔的定義紛亂而不一，但最重要的是，不論是以前還是現在，現流仔都是用來表示本港抓到的野生魚，而且這些漁獲往往被賦予「新鮮」的意象，因此受到消費者的喜愛。

多數人時常會誤把「現流」等同於「現撈」，筆者聽過三種有關「現撈」的解釋。第一，不熟悉閩南語的民眾，將魚販喊的「現流仔」，誤認其中文為「現撈仔」，並在口耳相傳下成了一種普遍用法。第二，許多海鮮餐廳指稱的現撈料理，是讓客人從店內的水族箱中挑選食材，並在客人面前「撈」出「活跳跳」的海鮮，並予以料理。不過，這種魚不一定比較好吃，要看水箱的環境如何，以及魚有沒有挨餓。第三，在漁民的語境裡，現撈指的是沒經過處理也沒有保鮮的「活肉」魚。這種魚在常溫中放超過兩、三個小時就會變質，通常都是漁民自己食用，不會拿到市場賣（李嘉亮，2012：217—225）。雖然「現撈」和「現流」原本的意思不同，但值得注意的是，一般人普遍認為這兩個詞等同於新鮮的漁獲。所以

我們在日常生活中，看到非常多的餐廳在招牌或菜單上混用「現撈」和「現流」，都只是為了要向社會大眾昭示店內使用的水產非常新鮮。

回到本節一開始引用的訪談資料可以發現，兩則訪談都指出，很少人能抵擋現流仔的美味。確實，因為相較冷凍、養殖水產好吃，現流仔更加受到消費者的青睞。第一，在臺灣，多數人認為海水魚比淡水魚來得美味，其中一個科學解釋為，海水魚演化出滲透壓調節能力來適應海洋環境，魚體內胺基酸（amino acid）的物質含量（詳後）因此比較多，美味程度勝過了淡水魚（Mouritsen & Styrbæk, 2015）。

第二，現今社會普遍以低溫保存方式來延遲漁獲的腐敗時間，可是保鮮方式會直接影響魚肉的口感。使用的若是冷凍方法，那麼魚體內的水分会凍結成冰晶，破壞了魚肉的結締組織（connective tissue），導致烹飪過的魚肉因為水分散失而乾柴（安心巧廚，2019），許多人因此不喜歡食用冷凍水產。反觀現流仔是以海水加上冰塊的方式（以下簡稱水冰法）保存，低溫但不會低於零度，正好避開大量冰結晶生成的溫度帶（-1°C 到 -5°C），魚肉因此能留住較多的水分。

第三，野生海魚生長在無邊無際的環境中，因龐大運動量而結成飽滿扎實的肌肉組織，肉質因而富有彈性。報導人小金曾傳授我一個挑選好品質現流仔的要點，「野生的魚越肥越好吃，對野生的魚來說，肥無上限，但養殖就不一樣了」（田野筆記 20190302），所以要挑選魚肚較大、魚背較厚、富含油脂的現流仔，原本𩺰（khiū）⁴²彈的肌肉外包覆一層肥美油脂，簡直恰到好處。而養殖魚因為是刻意被增胖的，如果過肥，口感反而鬆垮又油膩（Planck, 2017），另外，養殖魚的營養來源多是成分固定的飼料，魚肉時常沒有品種的特色風味（李嘉亮，2007：6）。以上因素說明，促成現流仔美味的關鍵就是魚肉本身的物質性。

眾所周知，愈新鮮的漁獲既安全又美味，新鮮度因而是購買海鮮的首要考量。可是，要怎麼辨別那一條現流仔新鮮？魚販阿童曾這樣教過筆者：「賣現流的又有分放了幾天的。你如果用手摸，就會發現𩺰，他們家的魚比較硬，這樣表示比

⁴² 閩南語，形容食物不會一咬而斷，因有彈性要多咀嚼幾下的口感。𩺰口感的追求，為臺灣的飲食文化特色。近年來，紅遍全球的珍珠奶茶，當中由木薯粉或樹薯粉製作而成的珍珠，是臺灣的飲食特色，也是𩺰口感的絕佳代表。

較新鮮」(田野筆記 20190217)。魚體愈硬愈新鮮，是我在漁市場田野調查期間，最常聽到、且看到的——魚販們用手或眼，藉由感官以及日積月累的經驗，判斷魚體的僵直程度，推敲眼前的漁獲是否新鮮。上述只是其中一種判斷漁獲新鮮的方式，其實這些通則，都是為了買到美味的水產。由於新鮮與美味之間的關係密不可分，而美味又與魚肉中鮮味（umami）⁴³分子的含量相關，但一般人在日常生活中不太可能有功夫用科學儀器探測出每條魚的鮮味分子含量，所以才簡化並衍生出一套容易傳遞的常識。

新鮮似乎是日常生活中時常運用的概念，但是，當我們說一尾魚十分新鮮的時候，這個新鮮到底是解釋了這尾魚的什麼特質？而且，說到一尾魚要好吃，我們二話不說，只想著挑一尾新鮮的魚，那新鮮又是怎麼跟美味產生關聯的？又，為什麼大眾普遍認為現流仔比較新鮮，也比較美味呢？本節將逐一回答這些問題。本節首先將解釋，是什麼原因讓我們感覺到海鮮的味道之鮮美，並且解釋海鮮的變質會影響它內涵的鮮美物質含量，於是時間成為影響海鮮美味的關鍵；第二部分解釋延長海鮮新鮮的技巧；第三部分談論三個常見的判斷漁獲新鮮與否的準則；最後一個部分梳理眾人喜愛吃現流仔的原因，除了物本身的因素外，文化也在其中起到了作用。

一、爭「鮮」：時間與魚肉中的鮮味分子

我們為什麼會覺得一尾魚美味呢？我們是怎麼嚐出一尾魚本身的滋味？鮮味是我們的味覺受器（receptor），⁴⁴接收到食物內含的鮮美物質所產生的反應。

⁴³ 我們的口器能辨認多種物質味道（如：油膩、澀、麻、涼等等），其中，酸、甜、苦、鹹因沒有辦法從其他味道調配出來，被視為味道組成的基礎，有基本味道（basic tastes）之稱，而鮮味成為第五種基本味道，則是二十一世紀後的事。池田菊苗（Kikunae Ikeda）於一九〇八年，在昆布高湯（dashi）中發現了麸胺酸鹽，他更進一步地發現，當味蕾受到麸胺酸鹽的刺激會產生——池田稱之為——「鮮味」感受，這項研究發現後來促成味精（monosodium glutamate，簡稱MSG）的發明。一九一三年，池田的學生小玉新太郎（Shintaro Kodama）發現IMP也與鮮味有關；一九五七年，國仲明（Akira Kuninaka）發現GMP也會產生鮮味感受。以上有關鮮味的發現，很長時間不被歐美學界所接受，一直到二〇〇〇年之後，科學家陸續發現了taste-mGluR4、T1R1 + T1R3、mGluR1鮮味受器，在越來越多的證據支持下，鮮味才被納為第五種基本味道（Kurihara, 2015; Mouritsen & Styrbaek, 2015）。

⁴⁴ 味覺感受讓我們有能力辨識吃下肚的食物，也恰如其分地指引我們攝取足夠的養分。食物放入口後所出現的味道感受，是因為分布在舌面上的味覺受器細胞辨別出食味，並將訊息傳回大腦所產生的生理反應。從功能論的角度出發，味道幫助我們更有效率地生存下來，指引我們獲得營養（蛋白質）、能量（脂肪、醣類）、鹽分和礦物質等，好比甜味就為我們指出食物所含有的碳水化合物，鹹味辨識出了礦物質與鹽分的存在（Mouritsen & Styrbaek, 2015）；也不失為一種對有

換句話說，我們覺得一個東西好吃，那表示這個東西富含讓我們的味覺受器產生鮮味反應的物質。麸胺酸 (glutamate acid)、肌苷單磷酸 (inosine monophosphate, 簡稱 IMP) 和鳥苷酸 (guanosine monophosphate, 簡稱 GMP) 是常見的鮮味分子，我們吃魚肉感到美味的關鍵，就是因為味覺受到這些鮮味分子的刺激所致。

魚肉的美味程度與其體内存留多少鮮味分子有關，而體內鮮味分子的含量又與魚死後的「自體消化」(autolysis) 過程有關。當魚停止呼吸作用，體內的腺苷三磷酸 (adenosine triphosphate, 簡稱 ATP) 無以繼續製造並逐步降解，從 ATP 分解為腺苷二磷酸 (adenosine diphosphate, 簡稱 ADP)、再分解為腺苷單磷酸 (adenosine monophosphate, 簡稱 AMP)、再分解為鮮味分子 IMP 之後，IMP 還會再分解成肌苷 (inosine) 與次黃嘌呤 (hypoxanthine) (邱思魁, 2019)。ATP 的降解會反應在肌肉的僵硬速度上，魚的死後僵直會歷經四個階段，進入僵直 (rigor onset) 期為魚開始分解體內的 ATP 使得肌肉緊繃，接著 ATP 降解為最多量的鮮味分子 IMP 時，大概是在完全僵直 (rigor completion) 期，在這之後魚的鮮度會大幅下降，魚體開始變軟而進入解僵直 (resolution of rigor) 期，並且離腐敗 (putrefaction) 不遠了 (成瀨宇平, 2011)。因此，前述阿童教我要挑比較硬的魚體，其實就是 IMP 含量比較多的道理。

一般來說，消費者不可能只想買一條還沒有壞掉、還能吃的魚，大部分一定都想買到新鮮的，距離剛死亡的時間越短越好。由於魚的體型大小、化學組成、死後變化、捕撈方式與漁獲後處置都會影響死後僵直的速率 (邱思魁, 2018、2019)，所以沒有確切的死後幾個小時勢必不新鮮的定論，但萬變不離其宗的是，死亡時間一長，魚肉不但開始產生難聞的氣味，而且大幅滋生的細菌也會讓人食物中毒，買新鮮的水產不但是為了好吃，也是為了食用安全。非常新鮮的魚，可以作成生魚片外，烹煮為熟食也非常美味。因為好吃又安全取決於魚死後過了多久時間，所以一般才普遍以新鮮作為一條魚的品質判準。

害物質提高警覺的避險方式，好比我們吃到腐敗發霉的東西時，奇異的味道提醒我們食物可能有些問題。

二、 保鮮技巧

捕獲後的魚體若沒有經過任何處理或保存會快速腐敗，為了維持比較久的新鮮狀態，一般多會利用低溫貯藏來延後魚體的僵直過程。雖然低溫保鮮過程多少會影響魚肉風味，但亦有許多好處。一方面，食物從產地到市場，再從市場到達餐桌往往需要消耗一些時間，再說，就算買到非常新鮮的漁獲，但如果未經任何處理，海鮮在這段期間內腐敗的風險很高，而低溫保鮮能有效解決問題、降低風險。另一方面，低溫保存能延長海鮮的新鮮狀態，這意味著同樣的魚在歷經同樣長的物流時間，以低溫保鮮的漁獲嘗起來會比較美味。換句話說，花了同樣的物流時間，保鮮的使用能讓我們吃到更新鮮美味的海鮮。

儘管都以水冰法保鮮，但在市場看到的每一條現流仔，都因為牠們體內分別處在不同的ATP降解階段，而存在新鮮程度的分別，最主要的判斷方式如前面提過的，魚體越僵硬越新鮮。除了用手觸摸感受魚體的僵硬程度外，也可以透過觀察來分辨，像是下圖3-3凹成半月形的魚體，呈現「頭翹尾翹」的樣子，就是十分新鮮的表現。



圖 3-3 頭翹尾翹的海鱸魚（筆者攝）

並非一經低溫冰藏就能保證魚肉一定新鮮，現流仔是不是上岸才死亡，以及保鮮技術的拿捏，都是保鮮效果能夠達成的要件。首先，魚販巴哈和我說過，「活體（魚上岸才死掉）就會硬梆梆，如果上來[前]就死掉了，你怎麼冰也沒用」（訪談紀錄巴哈 20201017）。如果魚是上岸後才死亡，那保鮮有效、能延遲魚腐敗

速率的機會較高，但如果釣到的魚是還沒上岸就在大海裡死去的，那它的腐敗速率會快很多，就算使用保鮮法予以處理，效果也很差。第二，等到魚死後，才放入裝有海水與碎冰塊的冰箱中，能避免魚在離水而不斷掙扎的情況下，身體與冰塊不斷摩擦而碰傷，有傷口的身體——無論是內傷還是外傷——會使得保鮮沒有辦法達到原本預期的效果。

我比別人的更新鮮，我會把它冰得很好。[...]比如說你現在魚釣起來，等它死，因為活著的時候冰，它表皮會摩擦到、不好；要等它幾乎不能掙扎，再把它裝進冰箱裡面。冰箱要先放一些海水，差不多兩瓢的水，冰的比例差不多三到五瓢，魚倒下去後，要沒有看到水，這樣魚才不會摩擦。水太多不行，冰會融化，魚會往下沉，你本來放得滿滿的，但一段時間它就不滿了，那個冰溶化掉了。(訪談紀錄黑熊 20200420)

三、三個判斷新鮮的方法

為了買到新鮮、吃到新鮮，我們設法透過科技與技術介入生物的自然劣變過程，追求魚肉中含有最多的美味分子。但上述的保鮮限制與做法，讓我們看到保鮮方法不總是盡如人意，人為技術只能有限度地控制物的鮮度。而且我們不一定有辦法發覺經過保鮮卻還不新鮮的魚，或是判斷出不同尾魚的新鮮程度差異。以下面事件為例，筆者當下只知道這兩尾現流鯊魚，都是從冰箱取出來的，如果運銷過程有好好保鮮，那麼品質一定新鮮。元仔卻清楚示範從魚體表面的色澤明度，推敲出兩尾魚之間的品質差異。經過內行人的示範與教學，筆者才知道很多時候，光是知道漁獲有好好被保存，是不足夠判斷一尾魚新鮮與否，如果沒有更多的知識技能與經驗養成，那麼很容易搞錯。

我跟著在崁仔頂設有一間小型家庭式加工廠的元仔在漁市場穿梭，他買了兩隻現流鯊魚，分別是28台斤(一台斤30元)與32台斤(一台斤35元)。由於今日的供貨量少，他不買的話後頭還有許多等著買的人，雖然伊呀價格過高，但仍舊掏出現金買下。從外表上幾乎看不出兩隻鯊魚的差別，32斤那隻皮膚表面的色澤只不過是稍微明亮光滑些——而且，若未被提醒要仔細觀察的話，壓根不容易注意到——但刀子一劃進魚體，不由分

說，魚的新鮮度高下立判。原來表皮越光亮的魚越是新鮮，刀鋒觸及處，就是汩汩鮮血流淌而出；較不新鮮的魚，則因死亡時間較久，血液早已凝固，刀子剖開魚身時，沒有血紅液體流出。支解完畢後再倆倆對照，越是新鮮的肉色就越是鮮紅，越是接近豬肝色就表示鮮度已經差了。(田野筆記 20190712)

消費者欲求新鮮而美味的高品質水產，這對生產者與銷售者意味的是，一尾魚越新鮮，就能換得更多錢。儘管科技的發明與進步，讓我們能夠部分調控生物體的自然變化，但施加在生物上的保鮮效果並不一定總能奏效。因此，海鮮的保鮮固然重要，但是擁有判斷海鮮新不新鮮的知識能力也十分重要。反過來說，不懂得分辨魚貨是否新鮮，會使消費者容易成為冤大頭，花了錢卻買到劣質商品；而對生產者與銷售者來說，明明是高品質，卻低價出售，簡直賠了夫人又折兵。以下舉三個常用的判斷準則，具體說明如何透過感官判斷新鮮，而產銷商怎麼為了賺錢，使用了那些方式，讓運用這些準則的人，誤判漁獲比實際上要來得新鮮或更不新鮮。

(一) 鮮紅的賣相：喝阿比的魚⁴⁵

根據上述元仔的示範，我們知道魚體表面的色澤越明亮則越新鮮，為了要讓魚的表面看起來更加鮮麗，有一種做法是在保鮮漁獲的海水和冰塊中，摻入「三洋維士比」(市場裡的人稱之為阿比)或「保力達B」(見圖3-4)。⁴⁶魚的保鮮過程有沒有使用阿比，幾乎很難從表面識別，但因為加了阿比的魚賣相佳，所以喝阿比的魚(市場裡的說法)在崁仔頂非常常見。這種因新鮮而表面光鮮亮麗的魚，被市場裡的人稱作「有賣相」，意指是客人的偏好，是市場上的搶手貨，也因此較有價值。不過，只有高價值的紅色鮮魚，像是紅目鰱、大目鰱、紅馬頭與赤鯮，才會用這種「特殊配方」來「保鮮」。低價值的紅色魚不用這種保鮮方式，是因為加上了阿比的花費後，這種保鮮方式的成本過高而不划算。吃入阿比成分的魚肉會逐漸染上更深的紅，表皮本來就紅的魚變得更加鮮紅，而有助於賣相。如果

⁴⁵ 市場裡的說法，詳後。

⁴⁶ 由於三洋維士比相較保力達B便宜，前者的使用比較多。

魚的表皮是其它顏色，好比像是白色魚，一旦染紅，很容易被人發覺有異，進而對該尾魚的食品安全產生疑義，賣家甚至可能會商譽受損。



圖 3-4 存放在加了三洋維士比的紅喉魚（筆者攝）

漁市場流傳一種說法，使用保鮮劑保存鮮魚雖然可以有效延遲鮮度下降，但藥會殘留在魚肉內，將摻有保鮮劑的魚肉吃下肚對人體會有危害，所以多數漁民為了「保鮮」——儘管我們都知道實際上的作用是染色——退而求其次選擇連人都可以喝的阿比；可是市場對於阿比的使用還是有所爭議。我們從下面田野筆記中記錄下魚販巴哈的說法可知，如果魚本來就新鮮，那根本無需額外添加保鮮劑或是阿比，使用海水和冰塊就能達到最基本的保鮮效果，儘管阿比通常是人在喝的，但額外的添加物會讓人產生不信任感，並質疑有食品安全風險。

（在訪談巴哈前，我曾在他的魚攤待過兩次，一次觀察了兩個鐘頭，另一次待了五個鐘頭，兩次之間隔了一年半之久。）巴哈每天深夜都會到炭仔頂批貨，然後一早到新北市的菜市場擺攤。往往巴哈還未出現，他的攤前就聚集了許多人，大家都是為了搶買最新鮮的漁獲。巴哈的漁獲很少有喝阿比的，更未聽過有加保鮮劑的。他總是說，只要漁獲一上岸的狀態本身就佳的話，最簡單且自然的保鮮方式，純粹用冰塊和海水的效果就非常好了。巴哈攤前的人龍，無疑讓他說給我的保鮮觀，深具說服力（田野筆記 20201017）。

不過，阿比的使用並非沒有其他缺點，而且若沒有掌握好摻加阿比的技巧，反倒會弄巧成拙。運販商小刀（將父親捕獲的魚貨運至崁仔頂）對我說，「我們家就不加阿比，因為阿比多少會吃到它的肉裡面去，所以買回去的人，如果是煮湯或是清蒸，它就會吃到那個阿比的味道」（訪談紀錄小刀 20201017）。雖然喝了阿比的魚有比較鮮紅的表相，但多少會改變魚肉的味道，懂得品魚的人也許無法接受。

此外，海水、冰塊與阿比的調配比例也需要技巧，如果藥酒的比例過多，魚表相的色澤反而會褪得更厲害，因此要靠漁人素日積累而來的經驗來拿捏比例。之所以需要拿捏，而無固定的比例，在於每段航程的天數不一定，而且每次的捕獲量也不固定。舉例而言，一批紅色漁獲可能在海上就待了三天之久，而三天和一天的漁獲鮮度有所差，因此藥酒比例也不能一致，過輕或過猛，都會影響漁獲的鮮度表現。

（二）炯炯有神的魚目

在大多數的情況下，明亮而有神、黑白分明的魚眼睛，是新鮮的魚會有的樣子。混濁而像蒙上一層霧的，多是失去鮮度的魚會有的模樣；但也有失準的時候，保存在低溫環境中的時間一長，或是保鮮使用的水冰鹹度較高，儘管魚本身還是很新鮮，但眼珠卻是霧白色的。所以保存方式要有技巧，否則新鮮的魚，眼珠反倒會呈現不新鮮的樣子。黑熊下面所述，是一般漁民會以多加鹽巴的方式，來加強保鮮效果，但風險是，魚眼睛有可能會因此呈霧白狀，而被人誤以為不新鮮。

有一個方法是你撒鹽巴下去，那個冰就比較不會融化掉。因為海水本來就有鹽分，像人家那種量很多，都算幾噸的，一次釣到很多，會再灑一些鹽巴，因為那個海水的鹽分沒辦法把那麼多量給鎖定（保鮮）。我們自己釣的（少量），你灑鹽巴就會不好，（魚的）眼睛會變得混濁，比較不好看。但是灑鹽巴下去有個好處是你魚會比較硬，然後冰比較不會融化。（訪談紀錄黑熊 20200420）

（三）全魚

雖然許多時候我們只能用感官來判斷漁獲品質的優劣，也頗為有效，但從上述的例子中，仍不乏許多混淆視聽的作法。在不可避免錯判的情況下，要再將錯判風險拉低，有一個方法是買完整的海鮮生物，像是選擇一尾完整的魚，而不是它身上的其中一部份。選擇完整樣子的海鮮生物，是因為賣家有可能會只保留，已經不新鮮的海鮮，它的身體其它看起來還新鮮的部分。像是有一回，我剛好看見漁行正在拍賣一籃子去了蝦頭的胭脂蝦，好奇心驅使我問了運販商小金，為什麼那些蝦子都被剝去了頭，他和我說，很多不新鮮的蝦子都會這麼處理（田野筆記 20190217）。因此，形貌不完整的海鮮，可能也是商人用來混淆視聽的做法。

四、現流仔最新鮮？

運販商小金：「吃海鮮很好啦，但就是進口（冷凍）的少吃，他們都會放藥，不然冰那麼多天怎麼會不壞掉。」（田野筆記 20190222）

小金的說法呈現出大多臺灣人的海鮮飲食觀，只要食材選用的是現流仔，就是有品質的保證，但我們前面一路解釋下來，所理解的是，現流仔未必等同於新鮮，與新鮮品質更為直接關聯的，是距離海鮮生物死亡的時間多長、以及有無妥適地將漁獲保鮮好。一方面，雖然現流仔大多是沿近海捕獲的海生魚，但每艘漁船的每次航程都不一致，當天打撈的漁獲不一定當晚能運到炭仔頂販售。有時為了追捕漁獲，必須跑比較遠的漁場；有時為了讓船滿載，會在海上多作業幾天。因此，我們在炭仔頂看到的現流仔，有可能是死亡幾天的，如果光論新鮮度，有可能比不上當天從池水中撈起的養殖水產，也可能比不過以超低溫急速保鮮的遠洋漁獲。另一方面，不論是哪一種製產別或保鮮方式的海鮮，越新鮮通常價格也會比較高，有的產銷商為了賺得更加豐厚的利潤，會利用我們習以為常的新鮮判準來混淆視聽，像是喝了阿比的魚會更加亮麗鮮紅，好的賣相就有好的價格。

我們能夠從上述說法理解到，顯然除了味覺因素外，還有許多深化現流仔偏好的刻板印象。一般大眾普遍不信任人工科技介入生產或運輸的食物。認為來自遠方的海鮮與新鮮劃不上等號，所以才要用冷凍這種「不自然」的方式來防止海

鮮腐敗，讓他們大吃一驚而更加不信任的是，來自遠方怎麼還看起來非常新鮮，簡直「不自然」到了極點。從漁業署特地向民眾釋疑冷凍魚並非不新鮮的資料來看，⁴⁷彰顯出有這樣疑慮的人不在少數。養殖水產則是另一種「不自然」的展現，多數人可能會設想，資本家為了賺錢刻意增肥他畜養的生物，以盡量低的成本換取更高的換肉率，且「無良」商人為了他低成本的考量，也不會顧及使用的飼料是否對人體造成風險。相對的，現流仔不但是從大海捕撈的，屬於大自然的產物（但多數人忽略海洋也存在環境汙染的問題，海生生物體內因而含有有毒物質），而且，現流仔也只是簡單用海水和冰塊保存（多數人忽略人工冰塊也是人類的發明），保存期限頂多一周，相較冷凍水產可以放一、兩年要「自然」的多。以上這些擔憂，都說明人類信任「自然」的食物，而且相信現流仔是「自然」的食物。可是，從吃阿比的魚、霧白色的魚目以及形體完整的海鮮這些例子來看，現流仔的新鮮「表相」不全是「自然」，新鮮的樣子是可以被「製造」出來的。換句話說，現流仔的新鮮不只是因為它的物質性，它同時也是一種具有文化意涵的照護過程與消費選擇，並在生產過程中再製何為「新鮮」的判準。

還有一個例子能說明臺灣人對現流仔的喜愛。在過去，消費者不太接受人工冷凍的海鮮，但在當今的許多地方都能見到，用真空包裝的冷凍現流仔（見圖3-5）。本節一開始有提到，未經冷凍的現流仔是它被認為好吃的原因之一，但是冷凍過的現流仔與水冰保鮮版本的口感並不一樣，卻悄然陳列在現代化零售超市中，甚至也開始出現在菜市場的攤位上。這些現象說明的是，現流仔的新鮮意象，深植人心。儘管它的面貌已與過往不同，卻還是成功地以新的變體出現在消費者面前，並且也被消費者買單。這有部分與現流仔是在臺灣沿近海地區捕撈到的因素有關，生產地與消費地的近距離（相對跨國運輸），依然讓許多消費者相信現流仔是新鮮、天然且安全的。

⁴⁷ 行政院農業委員會，2016。冷凍魚是否就不新鮮？。取自：https://www.coa.gov.tw/faq/faq_view.php?id=130



圖 3-5 超市中的冷凍現流仔（筆者攝）

第二節 現流仔的供貨制度

基於現流仔特定的水冰保鮮法，要吃得安心、品到美味，就必須在距離魚體死亡的越短時間內購得並享用，時間是能否獲得一尾新鮮現流仔的關鍵，除了上述保鮮過程是否合宜外，運輸與交貨過程所耗費的時間，以及出售現流仔所花費的時間，都是影響消費者能否買到一尾新鮮現流仔的關鍵。本節將解釋空間與時間之間的關係，如何形構現流仔獨特的供貨網絡，銷售制度與現流仔新鮮的關係則留待下一節討論。空間的討論又分為物理空間與社會空間，本節第一部分將解釋現流仔的鮮，必須藉由距離不長的供貨網絡才有辦法做到，第二部分則探討社會關係之間的短距離，亦是讓現流仔能夠「鮮」、賣出好價的關鍵。

一、 地理短距

食用生鮮水產的慣習，是在冷儲科技隨著農糧商品全球化的力量在世界各地拓展，進而普及於日常生活中；對農糧商品的品質要求與新鮮認知，則是伴隨冷凍、工業食品成為大眾商品之後出現的社會現象。兩事件雖皆為水產貿易全球化推波助瀾的結果，但卻反映出生產—消費物理空間上相反的運動方向。因科技與運輸的革新，食物的流通突破時間與空間的限制，進口來自第三世界國家的農糧作物，餵飽在北方國家從事第二、第三部門高產值的勞動者，由此來看，農糧全球化即生產—消費的地方去鑲嵌化過程。另一方面，農漁食品工業卻也造成許多重大問題，在臺灣可以看到許多民眾對來自遠方，且「人工」技術介入保鮮過程的冷凍貨以及人工養殖的水產保持警戒，有吃下「不天然」食物會危害身體健康的疑慮。於是，後者顯現的是，在消費者對食物品質投以更多的關注與要求下，

認為品質與生產的「地方性」有著內在關聯，加強依賴地方自然資源且難以工業化的漁獲生產部門（Hendrickson & Heffernan, 2002; Feagan, 2007），地方的小型船隊與小漁船因著消費者對現流漁獲的需求，即便面對水產工業資本主義的全球席捲，仍促生出植基於地方生態系統的市場利基。

不過，現流仔的新鮮程度很大程度受制於其在市場流通的時間長度，而流通時間的長度又與運輸距離相涉，於是貨運路程越短則現流仔的鮮度應是越佳。若以水冰保鮮方式運送遠距長途的魚貨，那商品有很大可能性在流通過程中腐敗——除非是以飛機運載，只消幾個小時就可以送達，但是，此種運輸方式的成本過高。於是，運銷水冰水產商品的物理距離不宜過遠。運販商小刀表示，崁仔頂漁市場的所在地點對買賣雙方皆有好處，「崁仔頂它有一點優勢，就是它鄰近港口，然後北北基要補貨的人，甚至新竹、桃園要補貨的人他們都往這邊來買」（訪談紀錄小刀 20201017），許多漁港的漁獲因考量到空間的近距離而被送往崁仔頂銷售，而崁仔頂鄰近漁港的好地點，也讓採購者相信漁市供應許多其他漁市場買不到的新鮮水產。

更重要的是，短程運輸使得漁獲物能在越新鮮的狀態下被拿到市場上交易，新鮮程度往往能交換到比較好的價格。貨主為了換取較高的價格，趕著在短時間內把漁獲就近送往崁仔頂，如此行為使得根植於地方生態的漁獲生產圈與地方的銷售市場接合在一起，打造出地方的供銷網絡。以下訪談為運販商小刀說明，他和漁民平常的運送時間搭配，好將漁獲在盡可能短的時間內，運到崁仔頂售出，以獲得較好的利潤。

崁仔頂還是主打現流的魚，那我們就是當天現流的回來，那個流水抓到的馬上回來，跟南部配魚上來不一樣。……崁仔頂是全臺灣魚的價格最好的，因為他是最新鮮的。我們出港的時間大概是下午四、五點，抓到大概十二點左右就會進港，進港之後就直接送崁仔頂。在十二個小時之內把魚貨交易完畢，所以價格應該是全臺灣最高的。（訪談紀錄小刀 20201017）

以上談論了現流仔地方供銷網絡形成的社會因素與自然條件，接下來筆者以民族誌方法，透過描述貨運司機小金的一日工作流程，帶領讀者一窺現流仔的運輸過程，以感受與時間爭鮮的邏輯如何反映在空間上。

（一）魚金換現金的路徑導覽

晚間六點過後，陸續有貨車進入崁仔頂。十一點半到隔日清晨一點是車潮高峰，窄小的街道堵滿車、擠滿人，大夥人趕忙卸下車上貨物；早上五點半到六點半又是另一個高峰，載著一疊疊空箱的司機在堵車的陣隊中，等待離去。筆者在漁行進行田野調查的期間觀察到此現象，基於欲了解運送現流仔的車子從何而來，貨運司機帶走賣完漁獲的空箱後，又是去了哪裡，筆者向每天載貨來崁仔頂的小金問了上述問題，他說直接走一遭就會知道，爽快地和約了隔天。

時間來到隔天晚上九點多，此時的我坐在八噸半貨車副駕駛座上，隨著正駕駛小金一同在產業道路上奔馳著。周圍的景物不斷往後跑，路燈將呼嘯而過的卡車身影，零星地映在道旁蔓草上，距離臺北市一個小時車程的地方並不怎麼熱鬧。我們轉進了一條窄巷，卡車幾乎要塞住了小路，彎曲狹小的車道旁錯落著低矮房舍，這個時間的民房都暗了下來，找不到一絲光線，流露出寂靜的氣息。房舍後邊是六塊厝漁港，⁴⁸小金把車子駛入碼頭後停下，告訴我他要開始搬箱子後就翻下了車。

半個鐘頭前，那時的我們在漁人碼頭的露天停車場待著，坐在駕駛座上的小金神情嚴肅，靜默不語，正忙著工作上的事。在一片夜色中，唯一清晰可見的是他的臉，手機射出不同明度的亮光在小金臉上變換，手指頭迅速在螢幕上跳動，來回開關手機通訊軟體的不同對話窗，爬了一則又一則的訊息，時不時還要騰出右手，將資訊抄錄在他的小筆記本上。這是他的例行工作，在出發集貨前，先跟每艘漁船確認今天要載幾箱魚貨。當貨主沒有主動回報，他會打電話過去確認；如果有船隻還在海上作業，那他就會確認回港時間；如果是回港時間太晚以致於

⁴⁸ 是第二類漁港。根據我國《漁港法》第三條第一項，第一類漁港由中央管轄，其硬體規格為：港內泊地面積達十萬平方公尺以上，可停泊一百噸級漁船一百艘以上，漁港全年作業漁產量合計達二萬公噸以上，本籍五十噸以上的漁船數達一百艘以上，並配有陸上魚市場、起卸碼頭、漁船補給（加油、加水、加冰）、魚貨加工、冷凍、船機修理、保養設備齊全，交通方便，魚貨運輸銷售便利。而第一類漁港以外者，為第二類漁港。

有可能趕不上崁仔頂的魚貨拍賣，那他就會對著電話另一頭的人說，「明天載，今天來不及」。

小金敏捷地躍下車，我打開車門低頭探向地板，估算應有兩米的高度差，跟著一躍而下。小金逕自走向堆疊在路邊的冰箱（見圖3-6、圖3-7），冰箱內裝的是漁船當天出海捕撈到的現流仔。其中有些比較早被送上岸的漁獲箱，貨主會拿大塊布料蓋在上面，這是為了避免讓陽光直曬冰箱，使內部的冰塊過快融化，影響保鮮效果。每桶冰箱用一到兩條的尼龍細繩繞一圈後打結綁住箱身，小金說這是為了讓貨主與漁行知道漁箱在運輸的過程中沒有被打開，類似封條的概念，是擔保運貨者清白的明證；⁴⁹另外，也因為有些冰箱的零件老舊、鬆脫而蓋不緊，若不是因為綁了繩，裡頭的漁獲在運輸過程中可能會翻倒出來，魚體表面如果不小心擦到，會折損魚貨本身的經濟價值。



圖 3-6 置放在港邊的漁獲箱（筆者攝）

⁴⁹ 這些裝著高級現流仔的冰箱就如此大剌刺地被置放在岸邊，周圍不但沒有監視攝影機，也沒有人駐守在漁獲箱旁，而且繫漁獲箱的繩子都是由交貨時剪斷的短繩收集起來後，再以首尾相連的方式拼接綑綁而成，所以在交貨前被剪斷的繩子只要在貨送達魚行前紮回去，是看不出來箱子有被人動過的。



圖 3-7 布料蓋在漁獲箱上（筆者攝）

小金每晚要去五、六個漁港收貨，一個人把每只重達七、八十公斤的漁獲箱一一搬上貨車。由於車廂空間有限，每日集結到的漁獲箱數量也不一定，他必須一邊集貨一邊思考如何把所有的箱子塞入這一方空間中，以最有效率的方式把所有貨物一次輸往炭仔頂，避免來回兩趟以上。這樣的做法攸關他的收入。畢竟是以件計酬，在收受件數一致的情況下，如果多一趟運輸，就花了較多油錢，該筆生意的收益比因此降低。

晚上九點多小金和我從漁人碼頭出發，沿途停靠六塊厝漁港、後厝漁港、富基漁港和石門漁港集貨，午夜十二點前到達了炭仔頂。每當駛入炭仔頂的貨車一靠邊停下，在無人指揮的情況下，有許多人會瞬間簇擁而上以協力完成卸貨工事。最快圍上來的是卸貨工人，他們隸屬於基隆市汽車貨物裝卸業職業工會，負責炭仔頂漁市場的卸貨工作，並從中收取卸貨費用（這筆費用由魚貨的貨主支付）——市場裡的人稱他們為阿友班（a iú pan）。⁵⁰阿友班團隊裡的人身穿工作背心，手持長木板的工人，把木板的一端放在裝滿魚貨的貨車車廂上，另一端緊貼店鋪，木板的置放將貨車車廂與店面在空間維度上相連起來，其他手持長柄魚鉤的工人，把魚鉤套上「重量級」的魚箱上，輕拉一下鉤子，箱子便沿著木板開通的路，順著地心引力的力量給拽進店裡。漁行裡的員工，把運進店裡的魚貨，當作是積木

⁵⁰ 閩南語，阿友意謂朋友。在清帝國時期，阿友班由基隆城隍廟與慶安宮中的樂隊成員組織而成，以進港商船的卸貨工作維生。日治時期，他們向政府申請執照，組成了基隆市挑挽業職業工會；國民政府後，改名為基隆市汽車貨物裝卸業職業工會。

般，向上堆疊成最不佔平面空間的樣子，排放在店面兩旁。貨運司機與店裡的會計都站在貨車旁，一來一回查核卸下貨物的件數。

販售魚貨前，要先把魚貨箱外面的繩子剪掉，倒出裡頭的存貨（見圖3-8），撿魚的⁵¹將魚分裝進不同的籃子中。當箱子裡頭的存貨全部賣出去後，漁行會計將當日結清的貨款交給小金，其中一份是小金在此次交易中按貨物件數計算的仲介費用，剩餘的都是貨主從這次的漁撈收穫中得到的利潤。小金收起現金，載著滿車的空箱（見圖3-9）離開，沿著來時的路回到每一座漁港，將現金與空箱交付給貨主。就這樣，十五個鐘頭過了，小金回到家梳洗歇息後，睜開眼又是再一次的以魚金換現金的循環。

距離的長短決定物流時間的長短。相對於冷鏈的運輸動輒因為跨國的長距離，耗費長達幾個月的時間，海鮮商品才有辦法輸入消費地供人買賣，就小金的例子來看，一趟現流仔變現的過程，只花了短短的十五個鐘頭、不到一天的時間內完成，這要不長的地理距離才有辦法做到。本段的民族誌描述欲彰顯的是，現流仔的鮮必須藉由距離不長的供貨網絡才能達致，在下一段，筆者將說明社會關係之間的短距離亦是讓現流仔能夠「鮮」、賣出好價的關鍵。



圖 3-8 從魚貨箱倒出來的漁獲體型大小不一，「撿貨的」會將之分類後，以不同的塑膠籃子盛裝。（筆者攝）

⁵¹ 市場裡的人稱漁行的理貨員為「撿魚的」。



圖 3-9 賣完的空箱，等待載貨司機搬上車。(筆者攝)

二、 關係短距：寄賣制度

(一) 利益與信任

跟著小金走一趟完整的運輸流程之後，我們理解到小金的移動是魚與錢的交換得以發生的關鍵；不過這只是一個必要但非充分的條件。是漁民在海上乘風破浪，追捕撈起原本生活在海裡的生物，將收穫到的生物體妥貼地保存在冰箱中；接著是貨運司機來到漁港，把一櫃櫃裝著現流仔的冰箱搬運上車後，載到炭仔頂；最後是在漁行工作的人把今日的水產銷售出去。人的行動貫穿捕魚、運魚與賣魚的過程，並在魚貨變現後，從中分得一杯羹。在現流仔的交易網絡中，人人得利，同時，我們也可以反過來看，因為有利可圖，所以吸引想賺錢的人，他們為了利益相互合作，共濟成一條條用魚金換現金的網絡。

小金：「卸貨的、載貨的都有固定人在做，不是隨便都可以做，漁行你要有箍箍（khoo khoo）⁵²才有辦法開啦。」

紅茶：「你要有箍箍沒有錯，也要有實力，要會賣魚。你不會賣魚，給你開也沒有用。」（田野筆記 20190221）

漁人捕魚的目的是賺錢過活，所以他們尋找的合作對象，既要識魚、懂得漁獲價值，也要會銷售，更要會珍視他們辛勞的結晶，並有能力將之轉換成對等價

⁵² 閩南語，意指錢。

值的人。他們願不願意把貨交給賣魚人販售，端看賣魚人能用手頭上的存貨換回多少現金。由於銷售實力會決定捕魚人最後得到多少收益，於是，如果有兩只漁獲箱，其內容物的品項與重量完全一致，分別寄賣給不同的漁行，在一般情況下，理性的經濟人（*homo economicus*）會選擇賣出高價的漁行作為合作夥伴。不過，如果漁人只以利潤的多寡來決定要與哪間漁行合作的話，我們可以預期到兩個可能性，一來是所有漁人都選擇與同一間賣價最高的漁行合作，二來是漁人會因為出現銷售實力更強的漁行，而放棄與老東家的合作關係，並轉與新對象締結新契約。但是，以上的推論在炭仔頂很難成立。

首先，如果每位漁人都集中往同一間漁行寄賣，那麼如今的炭仔頂怎麼還有四十間左右的漁行存在呢？而且，現流仔會隨著時間的流逝而貶值，要趕緊在品質正「鮮」時售出，如果所有的貨主擠在同一間漁行寄賣的話，他們只能依序排隊，好不容易等到要賣漁人的魚貨了，可那時的魚貨鮮度不若剛送到漁行時來得好，所以倒不如另尋他者，在短時間賣掉有時間性的生鮮商品，才可能有更高的獲利。

再者，每間漁行與其貨主幾乎都有多年的生意往來關係，這表示他們之間的合作通常不是暫時的。漁人與漁行之間的長期關係，要靠互信作為基礎才得以維繫。互信不單是雙方基於對彼此的認識，一方對另一方所投射的心理上或情感上的認定，還是基於共利關係與人情義理的考量。第一個，漁人將魚貨交給漁行販售，漁行從當日販售魚貨的總營收中，抽取5%的費用作為代賣報酬。這種寄賣制度彰顯的是，漁人與漁行之間存在共同利益：漁行為自身利益，有動機將魚貨的價格賣得越高，越高的價格同時也是漁人所盼望的。第二個，漁行必須遵守商貿上的道義，如實將貨主寄賣的魚貨的出售量與價格呈報予貨主，不能為己身利益而謊報，若是被人抓到造假的事實，那將不被漁民所信任，進而影響到日後的合作機會，以及在市場中的信用評價，於是，漁行為了與漁民長期合作，會遵守信用、避免爭端。

多數貨主因忙碌於海上作業，沒有閒暇功夫親自到炭仔頂監督販售情形，於是委由替他們送貨的司機代理之，甚至，漁民把魚貨拿來炭仔頂賣、和漁行合作的肇始，也多是由運貨司機談成的。漁民先是和運貨司機洽談好生意合作，運貨

司機就身上有的貨源，來到坎仔頂探詢每間漁行的營運狀況，談好合作關係之後，整條運銷網絡就此形成。可以想見的是，在進入坎仔頂談生意之前，貨主與司機之間早已建立起信任關係——因為相信司機，所以才願意承諾把勞動結果交付給他去坎仔頂找尋適合的生意夥伴。另外，每日進出市場的貨運司機擁有最新的市場消息，貨主仰賴這些有關魚貨價格與交易情形等資訊來權衡合作對象的銷售能力。載貨司機與漁行一樣，都是抽取佣金作為報酬，有一部分司機的費用計法和漁行相同，也是從當日的總營收中抽取5%佣金作為運輸費，另一部分的司機則是按件計酬來算，依據漁獲箱的大小收受固定的仲介費用。雖然漁民會請司機在抵達市場後，順道查看現場的交易狀況，避免漁行欺瞞交易實況，但就實際狀況來說，貨運司機也是有可能夥同漁行拐騙漁民。因此，有的司機為了避嫌，不讓貨主誤會他跟漁行有利益勾結之情事，會盡可能避免與漁行私下往來。

另一方面，漁人（或是代理貨主監督交易的載貨司機）亦必須向漁行展現出應有的信任態度，畢竟互信關係是兩造之間要共同維繫的，不能說只有單向道地單方給予。像是大黑的貨主春花曾和筆者說過，「魚貨寄給哪間漁行要固定，不然漁行就不會認真幫你賣，價格不好、獲利差，而且不論你改到哪裡賣都是，漁行不會認真幫你賣，反正你以後又不來」（田野筆記 20190228）。貨主出於擔心漁行因不用心銷售而賤價售出他們的勞動結晶，因此有靠長期的合作關係來換取漁行認真工作意願的動機。又，給予漁行基於信任而有的尊重，也是讓漁行業者願意協助販售的因素。以下訪問漁行老闆阿董，他以一則過去的往事，強調貨主的信任態度，是影響他願不願意和貨主合作的要點。

我曾經跟那個司機說，也跟那個船老闆說，「怕死，你就不要來」。為什麼這樣說？因為你就不信任我啊，我賣你的貨賣得這麼難過要幹嘛？二十五年前，我賣貨不曾遇過說，他們一家五口站在我後面，看我賣貨，又給我看記帳的。我不曾遇到這樣的。那年，[他們]第一次來，我說，「這樣，你如果怕我說給你偷斤兩、偷斤重、或是給你偷記錢，拜託，你跟你老婆一個下來喊價，一個來記賬，那我幫你端魚，好不好？」「我怎麼會有辦法？」「那如果沒辦法，你一家五口站在我身後是要幹嘛？」

影響我的動作，那你們如果不信任的話，就不要來我這裡賣啊。」（訪談紀錄阿董 20200402）

（二）人要長交，帳要短結⁵³

讓消費者願意把口袋中的錢掏出來的是魚貨，所以手上有貨的人，就有賺到錢的機會。上述已經說明行動者為了取得魚貨而產生的互動關係，利益與信任的社會關係鑲嵌在爭取魚貨的擁有權上，並以寄賣方式連結從生產到運銷過程中的空間網絡，接著我們將轉換視角，檢視當魚金換成現金後，現金在寄賣制度中起到了什麼的作用。

錢的出現是漁行把海鮮交到消費者手上時，消費者相應付給漁行買賣成立時所談好的價格，這筆營收扣掉漁行的寄賣費、司機的運費、阿友班的卸貨費後，最終由司機運回空魚箱時，一併交給漁人（見圖 3-10）。

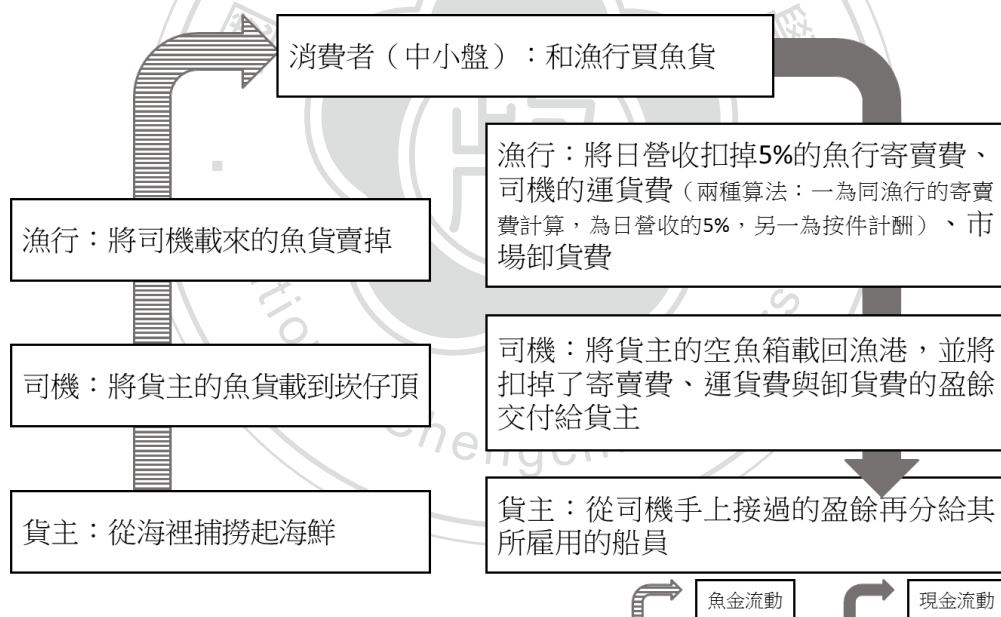


圖 3-10 魚金換現金的流程（筆者繪）

時間是信貸機制的核心。與養殖魚貨及冷凍魚貨的現金周轉期相比，現流仔現金周轉期為一日。養殖與冷凍的週期乃依據其契約的訂定而略有不同，有的為一週結清，也有以季為單位的，不過沒有聽說需要在一天之內收回貨款的。換句

⁵³ 客語俚語：「人要長交，帳要短結」，意思為：人與人之間的合作要能維持長久關係，必需在帳目上及時處理清楚。

話說，現流仔特殊的商業文化邏輯致使幫忙販售現流仔的漁行有現金流的壓力。如果當天手頭上的現金不足以支付給司機與漁人，那麼就會因為失信於貨主，而影響到往後與之合作的意願，沒有魚貨可賣的漁行，無法做生意，終究只能關門收店。因此，消費者如有向漁行賒帳的需求，漁行通常願意短暫通融幾個鐘頭，但前提是消費者要為漁行所熟識而信任。漁行在五、六點左右，做完總帳後，會派員工到賒帳的店家收帳款，並且只接受現金支付，否則漁行會面臨當天拿不出現金交給貨主所引發的信任危機。

由於行動者之間的社會關係亦是建立在債務信用上，所以漁行掌控財務的能力、能否算清楚帳目、不作假帳等，十分重要。對漁行來說，重要的工作只能交付給值得信任的人來處理，所以漁行的管帳員通常會是老闆的親信，其中又以老闆的妻子最為常見；如果漁行是兩人以上合夥經營，為了避嫌，老闆們反而會請彼此都信得過的第三方打理財務工作。

綜上所述，基於臺灣人喜愛的現流仔的物質性，在運輸的過程中以水冰法保鮮，於是在漁獲上岸後就開始了與時間的競賽，在越短時間內進入市場，就越可能在海鮮最新鮮的狀況下售給消費者，越是新鮮的魚體越容易受到消費者的青睞，消費者更願意出高價買下。物理空間上的短距離是現流仔夠「鮮」的關鍵之一，但不可忽視的是，物理上的短距離是由鑲嵌在寄賣制度中、以利益與信任相織而成的社會網絡所連結的，唯有如此才有可能保持短距離的優勢，現流仔的「鮮」方能在市場上為人所見。

第三節 現流仔的拍賣制度：今夜售完，一尾不留

它（炭仔頂）就是一個貨色齊全的漁市場，[特別是]現流魚方面，現流魚最強的一定是炭仔頂。而且，[不管是]什麼魚，行情最貴的一定是在基隆，最便宜的也一定在基隆。你有遇過一萬多的魚嗎？野生黃魚，一斤一萬多，**只有基隆賣得動！**這個東西只有基隆賣得動！啊為什麼會去基隆？那一定是他的客戶群要求更多，就是要求要貴、要好、要稀有的，才會去基隆！（訪談紀錄阿一 20200323，粗體為筆者所加）

在漁市場可以發現拍賣與議價兩種交易模式，大部分的商品多以議價方式交易，只有現流仔是以拍賣為主、議價為輔的方式進行。雖然炭仔頂的各個攤商有自成一格的貨源與經營方式，不過根據每間店主要販售的水產製品類別，還是有條理分明的販售文化得以辨別。就多數的狀況來說，一間店同時會販售不同水產製品類別的商品，如主要販售水冰海鮮貨的店家，可能也會賣點養殖魚貨或冷凍魚貨，有什麼賣什麼，是一般業者的商業營運邏輯，但是一間店使用什麼樣的方式販售，卻會依循不同的製品別而有相應的模式。好比販售水冰海鮮的批發漁行是以拍賣為主、議價為輔進行交易，若店裡同時也有寄賣的冷凍水產或養殖水產，雖然也會叫賣販售，但說到底是為了吸引往來行走的人的目光，使之駐足，並留意店家正在推銷的商品之手段，最終還是在討價還價之間完成交易。由於炭仔頂賣冷凍或賣養殖的攤商也很多，加總起來超過四十間，而意欲購買冷凍與養殖水產的消費者，往往更傾向到貨色更完備的專賣店選購，所以使用拍賣手段不乏為吸引消費者購買的一種方法。另一方面，經營冷凍、養殖或加工產品為主的店家，都以議價作為買賣的方式，有的店家會清楚地標示出魚貨的售價，有的則未標明價格，所以買家只能用詢問賣家的方式，來獲得價格資訊。以議價販售商品的商家，每日販售的商品品項很是一致，價格變動的幅度與頻率相對於現流仔來說並不是太大。

現流仔的交易模式形成一幅不同於炭仔頂其他攤商的勞動圖像。這是現流仔的拍賣現場：每日的清晨一點，所有販售水冰海鮮商品的勞動人力集結完畢，接著一路繁忙到天明。在這六小時中，眾勞動者各司其職：有的人正在整理魚貨，從一個個運來的貨箱中，撿出所有內容物並分門別類成一盤盤要被賣掉的商品；有的人將紙、筆與小型計算機揣在胸前，全神貫注於每筆交易的魚種、臺斤數與價格的記錄；有的人嘴巴快速抖動，精神抖擻地對著來往群眾展開一波又一波的叫賣。中小盤商則在一片嘈雜匆忙中來回奔走，在每個拍賣員因過度激情而模糊的叫喊間，在每個競爭對手與拍賣員之間近乎秘密的交易默示裡，多一分付度，就多了一分看得到卻搶不到，把眼前好物拱手讓人的風險。所以每位採購人員在進入拍賣競技場時，需要在轉瞬間把握住兩個要點，一為展示臺上的海鮮物是否為顧客想要的，二為此物是否「物美」且「價廉」，以縮短該不該加入喊價行列

的判斷時間，提高標下海鮮的機率。眾人流暢且不多餘的語言與行動，不外乎是為了搶在商品正「鮮」的狀態下售出／購得，越「鮮」越好賣／買，價格也越好。

我們知道的是，多數去到崁仔頂的人是以買現流仔為主，筆者已經簡單描繪過現流仔拍賣時而有的肅殺緊張氛圍，以及拍賣方式與議價買賣的差異。接著，筆者將在下文中回答下列問題：為什麼現流仔的買賣需要以拍賣方式來進行？如何進行？在崁仔頂賣現流仔的漁行高達四十間，漁行之間如何競爭？

一、 人跟魚走，都有魚就跟糶手走：營造買氣的目色

竹籤和小金抱怨，「瀾槽⁵⁴不好賣，以後叫貨主不要帶來了」。小金皺著眉頭回應道，「你不能說不好賣就不要賣啊！人家箱子還有空間就會塞進來，你就加減賣」。(田野筆記 20190310)

每日在海上的漁事作業充滿著不確定性，漁人無法像設定好參數的工廠機器一樣，有辦法準確估量當日收獲到什麼種類的海鮮、數量有多少，供給的不穩定使得市場每日的交易充滿挑戰。生產的質與量的不確定性，使得漁民的收入起伏不穩定，於是，抓到什麼就賣掉什麼，抓多少就賣多少，是漁民的盼望。可是，來崁仔頂購物的中小盤，心心念念的是自家客戶的需求，客人不會勉強自己購買沒興趣、沒需求的商品，畢竟在這間店找不到想要的東西，到了下一間店可能就會覓得想吃的水產。所以，為了讓生意上門，中小盤選購的商品往往都是貼近自家客戶所欲求的。上面節錄的一段對話中，竹籤是漁行的糶手，他的說法正是從中小盤會不會選購瀾槽的思考出發，但是貨運司機小金考量的是貨主的立場。我們從這裡可以看見供給與需求之間，存在著不可避免の間隙，靠天吃飯的漁人捕撈到的漁獲不可能完全貼合市場的需求，那麼，在需求與供給有所落差的情況下，漁行要怎麼盡快售出有保鮮時效的現流仔呢？

糶手的銷售能力很大程度影響現流魚貨能否及時完售，並且換得多少金錢，而銷售能力往往外顯為圍繞在糶手周圍的人數多寡。當消費者看到一間漁行裡的人比另一間來得多，會產生該店的魚貨比較新鮮、比較好的預期心理，圍觀群眾

⁵⁴ 學名為 *Elops machnata*，中文為大眼海鰱。經濟價值不高，常被用作為魚丸的原料。臺灣漁類資料庫，取用時間：2020年9月19日，取自：<https://fishdb.sinica.edu.tw/chi/species.php?id=381037>

會引發路過的人的好奇心，使其慢下腳步，看看賣些什麼，如正在拍賣的是自己採購名單上的商品，那麼也會加入喊價戰局。人潮帶動了人氣，有越多的人圍觀，表示潛在消費者的數量有增加的機會，越多的人就有越多的叫價空間，進而推動買氣，魚便有可能趁著氣氛正熱，以高價出售，並且快速完售。

而且，糶手通常是一間漁行能競爭過其他販售同性質商品對手的關鍵。「人跟魚走。都有魚的話，就跟糶手走」，小金常把這句話掛在嘴上，新鮮的魚吸引來到坎仔頂的人，但是坎仔頂有許多間同樣販售現流仔的漁行，要吸引買家圍聚、採購，糶手的銷售能力、掌握買賣的節奏、吸引人群的魅力十分重要。於是，糶手之於漁行與貨主，扮演了相當重要的角色。從下面一則筆者在田野蹲點期間聽聞的故事能發現，原先只是理貨員身分的竹籤「臨危受命」當上糶手，是因為魚貨的拍賣過程，無法缺少糶手的主持。

從貢丸那邊得知，竹籤在一夕之間，從撿魚的晉升為糶手的故事。事情發生在兩年前的一個晚上，大黑接了一通電話，得知爸爸被送進醫院，他十萬火急地趕往。魚貨如常出現在漁行門口，但有些不同的是，拍賣台上沒有糶手。小金擔心貨沒賣掉，無以向貨主交代，所以在情急之下，將竹籤推上拍賣台。竹籤遞補上糶手空缺，順利把魚貨賣完，危機解除。接下來的好幾天，大黑依舊趕不回來，「臨危受命」的竹籤，也就接續著做糶手的工作。因為竹籤的工作表現不錯，所以大黑回來後，就讓竹籤升職為糶手了。(田野筆記 20190228)

因為糶手在漁貨交易過程是不可或缺的角色，其社會地位也相較漁行其他職員要來得高。下面引述的田野筆記，是小米為了抬升自己的社會地位，對我謊稱其過去曾擔任過糶手一職，但實際上，他一直以來都是漁行中，社會地位較低的理貨員。

小米之前跟我說他是糶手，但就我在大黑店裡的觀察，小米理貨的速度實在不快，也會分類錯誤，今天從小金的嘴裡得知，他以前是在專門賣鮭魚的攤子裡當理貨員，從未當過糶手。(田野筆記 20190227)

不過，並非人人都能擔任糶手一職，否則都在同一間漁行上班，何以臨時被推派上場的是竹籤而非小米？有賣魚能力的人才會有辦法站上拍賣台。賣魚靠的是知識，首要為懂魚。雖然竹籤在漁行的工作經驗能增補對魚的認識，但早在此前，他的兒時生活已累積不少攸關魚貨的知識。生長在賣魚人家裡，童年便在跟著父親批魚貨、跟母親在傳統市場擺魚攤度過。因此當我問起竹籤，花了多少時間學會辨別每一尾漁行賣的魚，他停頓幾秒後回應，以前就知道了。除了接觸過水產相關工作以外，也有的糶手曾有出海捕魚的經驗，這些生命歷練讓他們早在當上糶手前，便擁有懂魚的知識基礎。懂魚，包含對漁獲物的名稱、味道特色、料理方式、市場價值等的認知。上述的生命經驗，只是加速漁行員工從理貨員的工作位階，爬升到糶手位置，要成為一位糶手，還是必須從理貨工作開始——分辨、分類魚的大小及種類，與整理環境——一步一腳印，慢慢積累出糶手的「目色」（bák sik）。⁵⁵

目色作為一種技藝，屬於默會知識（tacit knowledge）的範疇，意會而難以言述。具目色的糶手，基於在拍賣現場觀察到的整體狀況，以及買賣所需的先備知識，在分秒之間，整合當下的情境，喊出手上正準備要出售的水產所對應的一個基準價格，啟動該項產品的交易開端。目色的深奧之處在於，把控住現場的買賣節奏，營造出行情正盛的效果。在一般人眼中，連珠炮般的喊價，讓糶手看起來是數字饒舌表演者。可是，圍觀的內行人不單是湊熱鬧，他們也懂水產買賣的門道，糶手必須想盡辦法抓住箇中竅門以營造買氣，吸引到越多的人，越有機會在此起彼落的叫價之間，將漁獲物的價值推向高點。

生活在現代社會的我們多少有在外頭吃飯的經驗，不論是一般小吃攤商，亦或是餐廳飯店，翻開菜單，瞥了瞥上頭的價目，不乏有出現「時價」兩字的。菜單上的餐點售價，是業者以成本加上預期單位利潤估算而成的，在預期利潤不變下，定價以時價標示，正說明成本本身的浮動性。在所有成本之中，最可能出現價格浮動的是食材成本。由於這項成本往往取決於批發市場當日的成交價，因此，時價彰顯的意義是，同樣的食材在不同的日子裡，從批發市場買到的價格很不一

⁵⁵ 閩南語，指眼光、識別力。

致。現流仔就是成交價浮動大的食材，那麼糶手是基於哪些原則，判斷出現流仔的「時價」呢？

漁行第三代老闆阿董在訪談中，以他多年的糶手經驗，分享如何開始一件商品的拍賣起價，並預估該商品成交價的可能區間：

會去看、會去feeling這個東西進來多少，購買者的動作怎麼樣，我要什麼時候賣，我的價格要開到哪個程度，我賣貨的速度要快、要慢。我會觀察貨的數量，同樣的魚貨（的）數量，還有採購人員、這些魚販有多少，還有他們最主要那個敏感度在哪裡、他走路的狀況。一個那個我評估的那個價格，然後我就開始賣、銷出去。（訪談紀錄阿董 20200402）

根據上述訪談內容，我們可以從物（魚貨）、人（中小盤商）以及時間三個不同向度，來討論糶手出價的基準。首先，上述已提及糶手要先懂辨識魚貨的種類、大小以及價值，在此不再贅述魚貨的質之判斷，而是欲探究量能與糶手估價之間的關係。漁人當日捕獲多少現流仔，端看老天爺的臉色。大黑表示，「漁船能不能出去捕魚都要看老天爺的臉色。像今天下雨、風浪大，漁船出不出去，就捕不到魚了。我們賣現流的就是這樣，你如果是賣進口的就會有魚」（田野筆記 20190217）。因此，不只是漁人要看老天爺的臉色，漁行也是。海象的好壞決定了生產量有多少，運銷商能賺到多少錢，所以賣現流仔的漁行是靠天吃飯的，而中小盤如果沒有現流仔可以買，至少還有養殖貨與冷凍貨等其他選項，可以提供給他們的客戶所用。此外，每天漁場的魚類資源數量與分布狀況都有所不同，資源水準的變化使得漁船進行漁撈作業的地點與收穫也都不盡相同，導致我們每天在崁仔頂看到的漁獲量、大小及種類皆有差異。現流仔供貨的質與量變動不居，糶手為了掌握市場的供貨脈動，以推估出今日自家的貨源有哪些優劣勢、價格要怎麼出，會在工作開始前蒐集資訊。像是住在崁仔頂附近的阿董，會在晚上七點後關注進出崁仔頂的貨車，以進出的貨車數量和卸貨數目來評估今日的競爭者有多少魚貨。竹籤則是習慣於到班前先在市場繞一圈，觀察今天的競爭攤商來了哪些魚，跟店裡的貨有什麼樣的區別。

其次，是注意中小盤商在市場中的腳步移動速度，與舉手投足之間透露出來的神情，這些觀察有助於糶手揣測市場需求。訪談阿董時，他在訪談當下表演了臨場的兩種作為：一類是手揣在後頭，不疾不徐地在街上行走的人。這表示今日市場的貨量充足，他用不著和大家爭，只要「待價」，等便宜的價格出現再下手；或者是庫存還夠，所以不著急要今天買到。另一類則是行色匆忙，腳步移動快速的人，這表示他怕貨被他人早一步買走。糶手會根據中小盤所表現出來的神色動作來臆測他們的需求，加快或放慢拍賣節奏，試圖找出那個把貨賣出去且價格讓貨主滿意的平衡點。

不過，如果販售的是經濟價值不高的現流仔，像是前文提到的瀾槽，這種不容易被中小盤買單的，通常是不熟悉水產的觀光客⁵⁶會被糶手說動。在坎仔頂，觀光客很容易因為外型打扮被辨識出來。到漁市場工作的、批貨的人一定是踩著長筒雨靴，碰上下雨天，穿雨衣而不會撐傘，因為撐傘會佔掉一隻手的使用空間，不利於工作與採購；反觀觀光客往往一身勁裝，腳上套的是五花八門的鞋，雨天撐著傘，空出來的另一隻手抓著手機到處揮舞，忙於捕捉眼前的魔幻時刻。

再者，糶手也要把握住時機與時間，因為需求高低會反映在此上。先從尺度較大的時間來看。一般來說，現流仔的需求在休假日與周末較高，那是大部分的上班族有空坐下來同家人朋友吃飯的機會，為了開心會比較願意多花點錢買貴一點的水產。另外，傳統習俗與節日也會影響市場熱度。舉凡有許多人在農曆每月的初一、十五吃素，值此之際，市場的需求會降低。而家家齊聚一堂的大節日，如過年時節、中元節、中秋節等，需求較高，但是負責傳統節日煮食的人，為了賓主盡歡的氛圍，或出於敬鬼神的心理，準備的豐沛（phong phài）⁵⁷食物往往要接續幾天才吃得完。因此，大節日過後的兩、三天，市場熱度也會趨降。

接著，從比較小的時間尺度切入，以漁市場的一個工作天，午夜到清早的八小時來看。站在漁行的立場，做生意就是「前面賺，後面了（liáu）」⁵⁸，當天抓到的漁獲，他們期待能夠越早賣掉，這樣價格高的機率較大。漁行所謂賺賠時間的分隔點，落在清晨四點附近。整座漁市場才剛準備好開店，有一批中小盤如旋

⁵⁶ 由於坎仔頂漁市場在露天街邊營運，開放式的空間基本上任何人都能隨意出入。詳見第四章。

⁵⁷ 閩南語，指菜餚豐盛。

⁵⁸ 閩南語，指賠錢、損失。

風般，趕忙採購，來匆匆去也匆匆，他們買了好魚，要在越短的時間內帶回去保鮮——好魚要保鮮好，才有好價格。他們多是在拍賣前，以議價方式買下，支付比拍賣起始價格要高的價錢。清晨一點到三點多是拍賣正熱的時候。約四點過後，市場剩下的魚貨，多是中小盤興趣不大的，加上買完貨、補完貨的人都已離去，市場中的潛在購買人越來越少。為了要「清出存貨」，漁行只能以便宜的價格吸引人來購買，雖然可能會賤價賠售，但總比賣不出去還得想辦法買冰塊來保存要來得好，多冰一日的現流仔價格跌幅更大，還要冒著最終沒人買而壞掉的風險，賣少一點錢總比沒得賺要來得好。不過越早售出也未必賺較多，竹籤有言，「越晚賣的不一定價格比較不好，有時候放到後面，如果別間店沒有這種魚，到最後不管多貴，他都有可能買」(田野筆記 20190302)。

綜上所述，中小盤為了追尋他的客戶所要的現流仔來到崁仔頂，但是當每間漁行都有現流仔時，要吸引他們購買，便要仰賴糶手的目色與技藝。就像漁行老闆阿董所述，「你（糶手）必須要有那種操控把那些魚販吸引到你正面，讓他跑不掉，我價格吸引你，魚貨的種類也吸引你，把你圍住。」(訪談紀錄阿董 20200402)。特別是這些內行的購買人也多有識魚本領，所以糶手必須抓住其中要訣，從市場裡的魚貨、來市場的人與時間等面向的觀察，來做一個全體性的判斷，好讓漁貨順利售出，且售出價格也為貨主所接受。

二、利與信交織的銷貨網絡：拍賣制度的社會功能

來這邊買魚的沒有固定說來買哪一間的，只要貨便宜、漂亮，大家都會想要買。(田野筆記 20190228)

不置可否，糶手在整個交易過程中佔有重要角色，不過，就算糶手賣命演出得多精彩，中小盤商也未必會買帳。我們可以這麼看，拍賣台上的考量，也是台下所看重的，雖然思慮的都是好魚和好價，但面向卻是相反的：漁行希望有受市場喜愛的魚貨寄來店裡賣，出售的價格越高越好；中小盤則想買到客戶要的魚，買入手的價格越低越好。市場裡的每個人，都想賺錢。漁行期望成交價越高越好，一來高價會讓貨主滿意，賺到越多錢的貨主更願意與之繼續寄賣關係，二來漁行的營收是抽取當日貨主入帳金額中的固定比率來計，所以貨主賺越多，漁行的報

酬自然也更多。然而，中小盤希望越低價買到越好，因為他們的客人會記得「時價」範圍，如果超過範圍高點，客人較不願意買帳；如果低價買入的話，他們有更多的槓桿空間來操作要從這筆買賣中賺到多少利潤。

批發市場的賣方渴望高價，買方則希望價格愈低，在利益衝突下，買賣兩造之間如何能達到一個兩邊皆能接受的價格呢？這就必須回到上述的拍賣制。在現流仔與時間競賽的過程裡，拍賣方法是賣出有鮮度時限的商品最有效率的方式，除了是糶手把眾人吸引到拍賣台前的方法外，也是一種趕在短時間內，和眼前的潛在買家提議一個合理的賣價，和有意購買的人一同協商，直到願意出最高價的人買下。所以糶手提供一個起始價格後，該數字未必會增加，好比現場沒有人應和的話，那麼有機會發生成交價比起價低的情形。

拍賣提供的不只是一個在短時間內，有效率地幫助買家與賣家達成契約的平台，也是大家能夠仔細端詳眼前的貨品好不好、買賣是否公平的展示台。糶手拿起標的物，擺在秤上，供站在秤前的圍觀者近距離檢視秤上物，這些潛在消費者利用眼與手判斷眼前物的品質與鮮度，秤子也如實指出物的重量。換句話說，在糶手到圍觀者之間這段距離空間內，拍賣平台同時也是一個眾人把關商品的質與量，以及督促拍賣過程是否公平的舞臺，商品在眾人的凝視下，糶手很難在「前台」弄虛作假，拍賣過程中的所有參與者也都被現身在舞臺上，雖然台下群眾無法得知是誰出價（喊價以不被他人覺察到的眼神示意，或其他肢體動作來表示），但出席的人知曉確有往上喊價的人，而非出自糶手哄抬（見圖 3-11）。

可是中小盤對糶手的信任，不只是以拍賣過程中的接觸來評斷而已，也和從糶手手上買到的這批貨有沒有辦法讓他賺到錢有關。換句話說，對糶手的信任評價，是買家離開坎仔頂後還繼續算計的。他們從糶手手上買到的貨，幾個小時後是他要賣出的商品，屆時他賣出去，賺到錢，那他才可能有繼續回購的意願。有一回筆者觀察到一間漁行正在拍賣活花枝，這在坎仔頂並不常見，因此攤前擠滿了人。魚販小志向糶手買了一些活花枝，打算在他的魚攤上販賣，他原先預期活花枝的出現，也會出現像他在漁行看到的景況一樣，引人匯集詢購，或許開發出新客人也不一定。他不知道的是，在運輸活花枝的過程中需要有科技物的輔助，像是氧氣幫浦，否則水中的氧氣不足，花枝的生命將在二十分鐘後逐步邁向死亡。

小志買回活花枝的隔天，漁行又在販售活花枝了，小志頭低低快步走過，火眼金睛的糶手再次向他推銷，卻只收到小志離去的背影，以及丟下的抱怨。小志因為沒有工具來維持花枝的生命，所以他賣給客人的是死花枝，以高價購入的活花枝，卻只能以死花枝的價值出售，這筆生意最後賠了錢。從這個例子可以看到，買賣關係的建立不是單回合的事，在糶手這邊買到的商品是稍後他要在零售市場上出售的，買到的貨要讓他有賺頭，他才願意在下一次的採購中，再次考慮要不要選擇此位糶手所販售的商品。



圖 3-11 糶手與消費者之間的空間，擺著待人買/賣的漁獲與磅秤。(筆者攝)

因此，信任也是糶手營造出買氣的關鍵之一。畢竟圍觀的群眾多是熟客，這些熟客願意駐足，是因為預期在這裡有可能買到物美價廉、讓他有得賺的貨品。倘若不認為漁行的貨品有賺錢機會的話，會省下不必要的停留時間，並且快速移動到他認為有機可賺的攤位，去參與一回又一回的拍賣競爭，畢竟現流仔的鮮度爭分奪秒，手腳快速才有機會奪得好貨。

另一方面，取得漁行信賴的買家，是被允許穿越店前的拍賣空間，來到堆放魚貨箱的後台，翻箱挑選上等的好貨。在後台「尋寶」的價格決定方式為議價，雖然成交價相較拍賣起始價來得高，但後台尋寶的機會卻是錢買不到的。和大黑交好的邁可就說，「跟他（大黑）買魚都是先講好價的，拍賣的貨比較不好」（田野筆記 20190221）。其實拍賣的貨未必不好，重點是每天的現流仔供貨量有限，若沒有事先尋寶的機會，在拍賣上，他未必爭得過其他搶標者。甚至，有些漁行會幫交好的買家在進入拍賣前先預留一些好貨，他無須起個大清早，擠入炭仔頂，

跟眾人搶就已經有好貨備好等著他去買了，而他要做的，只不過是付出比拍賣起始價要高一點的金額，況且賣出貨品後仍有得賺。這些和漁行交好的中小盤，同時也會在漁行生意較差的時候，雪中送炭，用多買一點的方式來幫助漁行順利完售當日存貨。

拍賣制度把魚帶走，沒有留下浪費。我在田野筆記中，記下漁行老闆大黑說過得這麼一段話：「我們很少魚沒賣完啦，我們這種就是今天有魚，不知道明天有沒有（田野筆記 20190217）」。除了糶手在前台吸引人以外，後台也有其他勞動者的配合——理貨員迅速依體型大小與不同種類分好貨，記帳員跟上拍賣節奏，記錄成交的魚種、重量與價格，並收找現金——糶手才有辦法在短時間內賣掉所有魚貨。也因為少有賣不掉的現流仔，沒有捕撈後處理與貯存的問題（post-harvest handling），所以多數漁行沒有設置冰庫設備。

根據筆者的觀察，出現在漁行裡的現流仔大抵可分為四個類型，分別是一定有人買、不一定有人買、沒有價值與禮物。本節所描述的現流仔交易，主要都是圍繞在「一定有人買」的這類，在此不再贅述，以下針對其他三類加以說明。

首先，「不一定有人買」的現流仔，有的是水產本身不為市場所喜，比如說味道、口感與魚體構造（如刺多），有的則是還沒腐敗但鮮度不佳。運販商小支和我分享家人在零售市場經營魚攤的經驗，他指出「味覺就是法則，品質好不好，一吃就知道。一旦他們發現你不老實，從此就不會再跟你買」。（田野筆記 20190217）。假使買下這類商品，中小盤商除了需要冒著賣不掉、或賠本殺出的風險外，也有可能會被他們的客人挑剔此次的選貨水準，進而影響客人往後的回購意願。

但是糶手有賣完所有魚貨的壓力，所以他們將售出的希望託付在觀光客身上。一來是因為不一定有人買的現流仔數量不多，通常只有少數尾，剛好可以滿足觀光客淺嚐即止的需求，而且沒有人要買的漁獲也相對便宜，觀光客有能力當場付現買下。二來是因為觀光客幾乎不會回購，所以對糶手來說，沒有經營長期關係的必要，售出魚貨換取金錢的利益反而比較大。

次者，「沒有價值」的現流仔，通常是非常小、沒有甚麼肉，或是沒了大半身體、殘缺的魚。既然沒有價值，就不會被端上檯面，這類魚貨不是被當作垃圾

丟掉，就是被員工帶回家，自己煮來吃或是給家裡的寵物當食物。最後，現流仔被當做「禮物」並不多見，是漁行或是載貨司機為了要維繫與某人的關係時，贈與對方幾條好魚，釋出善意的方法。

唯有新鮮的現流仔才能讓生意人賺錢、讓食客吃得滿足。水產的新鮮程度隨著生物體從海中捕撈上岸後的死亡時間拉長而下降，物流距離的近可以縮短運送時間，買賣速度的加快亦可減少水產存放在市場裡的時間。現流水產的買賣強調的是速度上的決戰，從海洋生物死亡後的越短時間內出售水產，越新鮮的水產，其價格將有機會越好，而以拍賣作為交易方式，是眾人得以在最短的時間內賣掉／買到「價錢好」的魚貨的方法。有得賺是市場發生交換的原因，除了新鮮的水產讓市場裡的行動者有得賺以外，買家向糴手買到的魚貨能否讓他在終端市場賺到錢，也是交換發生的原因之一。另一方面，由於每項漁獲物都有賺錢的商機在，糴手在拍賣過程中，觀測市場有的水產的質與量，並判斷往來群眾的需求後，抓準時機，根據手上有的貨色以喊價的方式來吸引相應的對象出價競標，以這種方式在短時間內售出水產。出於現流仔獨特的物性與生產的不穩定性，方才衍生出一套合乎鮮文化邏輯的運銷制度，貨主寄賣給漁行的現流仔，能換取高價值，而為消費者所喜的現流仔也因此出現在炭仔頂兜售，使得炭仔頂漁市場因為現流仔的供給而聲名大噪。

小結

炭仔頂集貨圈雖然匯聚了各式各樣的水產製別，但市場中最受歡迎、引人注意的是現流水產品。從大海捕撈上岸的現流魚肉含有較多的鮮味分子，嚐起來較為美味，且以水冰保鮮的魚體，其內部水分不會因凍結而破壞細胞組織，所以肉質會比冷凍魚肉要來得有彈性、有水分。現流水產確實因為上述原因，相較於養殖水產與冷凍水產要來得美味好吃，但更重要的是，臺灣人認為這種沒有經過「人工」保鮮方式的海鮮是最天然、最新鮮、對人體最好的，於是被賦予「上鮮」的意義。

不過，並非所有現流仔產品的新鮮程度都非常高，這和水產的保鮮過程與生產過程的技術拿捏，對物造成的物理、化學影響息息相關。換句話說，新鮮並非

是理所當然的，不是從大海裡捕獲的每一隻魚都非常新鮮，現流仔也不是有經過低溫保存就能維持鮮度，物本身的物質性並非人類所能全盤掌握，生產者與運銷商只能想方設法維持鮮度，因為光是要維持海生生物的鮮度，都與其捕撈上岸時的生理狀態以及物種本身的物質特性緊密關聯，是一項不容易的挑戰。而要簡單判斷一尾魚的新鮮程度，也就是魚體內含有最多 ATP 的狀態，當魚身越是僵直、呈現頭翹尾翹的狀態，就表示魚越新鮮。而魚表面的色澤越是鮮亮、魚目越是黑白分明也是判斷一尾魚新不新鮮的依據。根據這些判斷方式，有些商人會將紅色的高級鮮魚泡在阿比中，這些「喝阿比的魚」有鮮紅的賣相，成交價往往也比較高。

可是弔詭的是，從添加藥酒「保鮮」的例子中，過往被認為很「天然」的現流仔，似乎也不是那麼地「非人工」。由此可知，現流仔的新鮮不只是因為它的物質性，它同時也被賦予了文化意涵。特別是我們如今能夠在超市和傳統市場中，看到架上陳列真空冷凍包裝的現流仔商品，這與原先保存現流仔的水冰法大相逕庭。儘管它的面貌已與過往不同，卻還是成功地以新的變體出現在消費者面前，並且也被消費者買單，由此可見，選購現流仔商品的新鮮文化影響社會甚深。

時間是影響現流仔新鮮與否的重大因素，現流仔的買賣因而要做速度上的決戰，網絡空間要盡可能地短，形構現流仔獨特的供貨網絡。空間的討論又分為物理空間與社會空間。一方面流通時間的長度與運輸距離相涉，於是貨運路程越短則現流仔的鮮度越佳，貨主因此能在市場換得比較高的價格，許多漁港的漁獲因考量到空間的近距離而被送往崁仔頂銷售，根植於地方生態的漁獲生產圈與地方的銷售市場接合在一起，形塑出地方的供銷網絡。另一方面，由寄賣制維繫的社會關係短距離，亦是讓現流仔夠「鮮」、賣得高價的關鍵。漁人與漁行之間的長期關係，要靠共利與互信才得以維繫，共利在於當漁行售出的價格越高，他能從貨主總收益中的分潤也較高，互信則是貨主信任漁行不會偷斤減兩，而漁行也要以身作則，經營自身的信用，除了老實販售貨主的貨品以外，要交付給貨主的貨款也不能無端積欠。

現流仔交易時間的壓縮也反映在漁市場的銷售制度上。一來是現流水產供貨的質與量每日變化大，二來是現流仔會因為時間的流逝，連帶折損到商品的潛在

成交價格，而漁行的拍賣制度、糶手的目色以及買賣兩造以共利和信任為基礎的長期合作關係，是遂行賣完「每日限定」且「鮮度時限」的現流水產的關鍵。拍賣方式因此有助於現流仔交易，使得當天的捕獲量幾乎都能順利售罄，沒有留下浪費。行動者因「鮮」經濟文化邏輯，所開展出來的社會關係與經濟行為，繁盛了崁仔頂。交易現流水產的關係網絡與經濟制度是使崁仔頂獨特的關鍵，是崁仔頂提供臺灣人所追求的「鮮」的服務，使之相較於其他批發漁市場，別具一格。下一章則進一步說明，崁仔頂何以有發展出面貌如此獨特的交易網絡與經濟秩序的社會條件。



第四章 正式—非正式的交錯：都市治理與漁市觀光

「炭仔頂魚市場是北部魚類的集散地，像東京的築地一般，炭仔頂魚市場供應大臺北區的海鮮，市場旁還有各式小吃，也吸引大量觀光客前往買海鮮。[...不過，]護理師潘亮岑說，基隆給人濕濕髒髒亂亂舊舊的不良觀感，跟市中心有個臭味難除的魚市場有關，[...]基隆的外環道路愈來愈多，為什麼不能將魚市遷到漁港區周邊？[...]事實上，炭仔頂魚市是否應遷移的問題已經吵了 10 幾年，市府去年規畫遷移，由於漁行意見不一，議會決議，在未取得漁行共識前，不能遷移魚市，遷移案因此擱置。[...]不過，偶爾會路過炭仔頂的市民黃淨賢認為，孝二路豎了一個『炭仔頂觀光魚市』的碑石，市府卻沒有任何規畫或整理，[...]炭仔頂要保留也不錯，但髒臭問題一定要解決。」⁵⁹

市場並非只有交換系統的用途。炭仔頂漁市場的經濟能量為深夜時刻的基隆注入活力，半夜熱鬧滾滾的氣氛吸引不少觀光客的目光，漁市場因此也同時是頗為人知的觀光景點。不過，基隆市民對漁市場有著糾結而複雜的心情，一方面認同炭仔頂漁市場的歷史文化特色，但又對漁市場造成的社會問題感到無奈，漁市場的運作因而備受爭議。炭仔頂漁市場不受《農產品批發市場法》管制，是私人運作的批發漁市場，其佔用露天街坊進行海鮮交易，並在漁市場結束後，留下髒亂與難聞的氣味，因此不時有市民要求政府將位於市中心的炭仔頂漁市場，搬遷到其他地方。

既然炭仔頂造成了許多社會問題，那為什麼在整個歷史過程中都沒有被國家規範？而且猶能運行至今，還成為當代社會中佔有重要地位的漁市場？更奇怪的是，基隆市政府為什麼要在炭仔頂立一座觀光石碑（見圖 4-1），為一個它未能解決的社會問題推廣觀光？

學者將不被國家管制的部門稱作非正式性，並指出非正式性是在一定的歷史、社會和結構特性下被創造出來的產物，必須置於一定脈絡下加以考察（Portes,

⁵⁹ 邱瑞杰、牟玉珮，2011年12月24日。炭仔頂魚市好臭 基隆市民抗議。聯合報。取自：<http://udn.com/NEWS/DOMESTIC/DOM7/6801709.shtml>

1983；吳永毅，1987)；然而，非正式與正式之間並非二元對立的現象，炭仔頂漁市場並非完全自外於基隆市政府的治理所運作，因此本章將視正式—非正式為一種交錯關係，以此角度來探究市場作為交換系統所涉及的日常生活政治。本章第一節將解釋炭仔頂非正式經濟體如何運作。第二節講述基隆市政府把一塊不受治理的露天街坊海鮮批發市場賦予歷史文化特色，使得炭仔頂的非正式性能用為一種行銷基隆的文化資源。第三節討論炭仔頂漁市場的非正式性何以再生產。



圖 4-1 前市長題字的炭仔頂觀光魚市碑石（筆者攝）

若要以一句話總結本章的提問，那麼會是：法制外的炭仔頂漁市場為什麼能夠在都市最精華核心的地帶營運，並且存續至今？

第一節 都市公共空間中的「非正式」經濟

一、 法制外的漁市場及其社會秩序

[就基隆來說，]炭仔頂的魚會比較好一點，全省就只有炭仔頂這個怪物。全省幾個最大的漁市場都是政府有股東、漁會有股東，臺北漁市場公司全國漁會有股東、臺北市政府是大股，新竹、桃園、臺中、嘉義、高雄都是有官股存在的，就只有基隆這個是無主之狀態的，是每個攤位各自營生的。然後，其實以前的漁會法規定是你要有牌，你要申請牌照才能進去喊價、批發，以前是說我有牌子我可以去那邊喊魚仔，但是炭仔頂

那邊就是不用你什麼牌照，什麼都不用，而且它是馬上付的。為什麼炭仔頂能生存，而且它的量不輸全國最大的臺北漁市場公司，但是炭仔頂有沒有數據、有沒有報表？新竹以北到宜蘭很多新鮮的好漁獲都是來到炭仔頂，為什麼？因為這些餐廳都是來這邊買，它就是新鮮、不一樣的魚就是來這邊。（訪談紀錄東耳⁶⁰ 20201014）

儘管炭仔頂的經濟活動頻繁活絡，但其具體產值卻無從知曉。由於炭仔頂漁市場的形成並非是國家計畫的產物，其發展到一個地步後，也沒有向政府申請合法營運的牌照。因此，由許多漁行、店家與各式各樣的攤販聚集而成的炭仔頂「漁市場」，並非國家明文承認的批發市場，官方資料更是找不到任何有關炭仔頂漁市場的交易資訊與統計數據。

雖未被官方認可，如今的炭仔頂卻發展成眾所周知的大型批發漁市場。早從日治時期，沿近海漁業業者都將漁獲輸往炭仔頂的漁行拍賣；遠洋漁獲則都集中往正濱漁市場。而當正濱漁市場的拍賣制度隨著基隆遠洋漁業資源的枯萎而凋敝、於一九八〇年前後結束之際，基隆漁會另外在炭仔頂附近設立漁會分行，欲與漁行競爭沿近海漁獲拍賣的市場份額，卻因拍賣制度的差異——對漁民來說，漁行以台斤為單位計價，比漁會以公斤計價有利——最終競爭失敗而收場。與此同時，漁行憑藉過往累積起的生意信譽與名氣，不斷吸引更多的供貨商將貨物供輸於此、銷貨商進駐於此、消費者前來購買，匯聚了越來越多的商品、人流與經濟活動。直至今日，儘管基隆行政轄區內並未有一個由官方領頭或官方核可的批發漁市場，但炭仔頂漁市場的存在，卻剛好補缺與平衡了一座都市的飲食供需。

現流仔的供應造就了炭仔頂的市場利基，這也正是供貨者的能動展現，日常實踐漸漸地形塑為一套在地且由下而上的運作秩序。新鮮程度往往決定現流仔的交換價值，而鮮度又與該物流通於市場的時間長短相繫。市場交易者將爭分奪秒的目標，內化於他們在市場過程中的身體實踐，與彼此之間的互動上。因此，只要能夠達到省時、爭「鮮」的市場目標，儘管外人評價市場過程是如何混亂失序，這都不是市場行動主體所在意的。從炭仔頂漁市場被「建構」為非正式經濟看來，

⁶⁰ 東耳現為基隆區漁會高階幹部。

反倒凸顯出政府管制的力量沒能充分滲透發跡於民間的經濟活動，國家規約無以取代「傳統」的市場運行法則。

被冠以「非正式」之名，不表示炭仔頂漁市場的運作毫無秩序可言。正好相反，漁市場持續運作本身，剛好證明它有秩序維繫。炭仔頂的時間和空間安排形成其非正式經濟體的秩序結構。從時間方面來看，炭仔頂的市場效率反映在經營時間集中於夜間十一點到隔天早上七點。批發市場是商品交換過程中專業分工下的產物，在整個商品供輸過程中扮演重要角色，是生產與消費兩方的重要平台。商品從生產者到終端消費者的過程為：生產者將其產品集中於批發市場銷售，批發業者負責大量批買，再分批賣給下游的小盤商或零售業者，下游業者又將貨品賣給一般消費者。為了滿足餐廳業者每日的食材需求，或是提供早市攤販批買，炭仔頂作為消費地批發市場，⁶¹配合一般都市居民的日常生活需求，而集中於深夜時刻進行大規模的市場交換，彰顯當代社會重視效率的市場邏輯。

經濟活動的空間集中亦能促成市場效率的提升。炭仔頂漁市場的主要範圍為忠二路與忠三路之間150公尺的孝一路路段，以及孝一路與孝二路之間不到100公尺的忠三路路段。從貨物進入市場、貨物的交易到貨物離開市場的過程中，都集中在兩條百公尺範圍的街道上，為整個貨物流通過程省下了許多時間。首先，所有於晚上十一點到隔天早上七點之間欲進行裝卸作業的貨車，一律以圖4-2的路線移動，逕行停靠在其裝卸目的處的店家門前，待作業完成後，轉向忠一路或忠二路離去。此一運輸動線的安排，讓勞動者在執行裝卸任務的過程中，只有將貨搬上車或搬下車這項工序項目。由於貨物的搬運、整理與分類、交易的過程都在店家門前進行，勞動者亦因此省去了不同工序之間的作業轉換，挪移身體與物體到下一個作業地點的時間與氣力，店門前的小小空間便能完成所有交易前、後台的工作，省下來的勞動功夫與時間，是提升市場效率不可忽視的條件之一。

⁶¹ 消費地批發市場的服務對象為都市民眾，因此配合大眾的生活作息來調配其經營時間；生產地批發市場則是以捕撈作業的流程為優先來安排市場的運作時間。



圖4-2 貨車動線圖（筆者自繪）

二、 非正式經濟的社會問題

由於崁仔頂漁市場是長久以來經濟交換而自然集結、非為政府規劃的產物，在缺乏公共資源與基礎建設的投入下，⁶²眾攤商「發揮創意」來滿足市場過程的需求，所以我們可以看到他們運用既有的公共空間來完成工作。本屬公共空間的孝一路與忠三路，每到夜裡出現了「封街」作生意的景象（見圖 4-3）：出於不希

⁶² 根據《農產品批發市場管理辦法》第四條，明示公有漁市場應有的基本設施有：交易設施（交易場、交易工具、行情報告牌等）、冷藏冷凍設施、搬運設施（輸送機或搬運車等）、公共設施（辦公場所、電話、停車場、安全及消防設施等）、水電設施（飲用水、沖洗、各種照明設施等）及衛生設施（廁所、浴室、消毒、廢棄物清理、污水處理設施等）。以上的硬體設備是讓一座漁市營運得起來的基本需求，崁仔頂漁市也不例外。

望被人打擾或妨礙到生意的進行，崁仔頂市場在沒有法律授予權力的情況下，於市場運作期間，管理、限制街區內人與車的通行自由。例如，攤販大聲糾正行人，不要大搖大擺溫溫吞吞地走在路上；雖然下著雨，但會出言請走經的行人不要撐傘；⁶³只有特定的交通工具（如供貨卡車與三輪仔（sann lián á）⁶⁴，後者見圖 4-4），才被允許在市場經營時進出街道。一直要到早上七點、市場活動結束後，街道空間才又恢復給公眾自由使用。

崁仔頂攤商利用街道從事私人的商業行為，不只佔用了街道空間，更根本地牴觸了公共街道應屬共享，而非供給特定、少數商業活動的理念（Milgram, 2011）。許多社會問題由此衍生。首當其衝是影響了居民的日常作息。一般民眾的休息時間正好是崁仔頂市場最熱鬧的時刻，市場嘈雜的聲響直接干擾樓上居民的睡眠權益。



圖 4-3 「漁市場晚上 11 點營業，請勿停車，謝謝」封街告示（筆者攝）

⁶³ 傘會遮擋到旁人的視線、耗費比起雨衣大多了的空間，於是市場行動者皆著雨衣、雨鞋，這也是市場運作提高效率的條件之一。

⁶⁴ 閩南語。三輪仔是機車改裝成的機動式貨車，主要服務的對象為市場消費者，消費者的貨車不能進入崁仔頂，三輪仔的工作便是將他們買的貨物載至他們的停車地點。為崁仔頂市場內特有的交通工具，只有市場營運時被政府允許在街道上行駛，其他時間則被禁止。



圖 4-4 三輪仔（筆者攝）



圖 4-5 漁市場附近的街道兩側停滿了車（筆者攝）

第二個是停放車輛的空間問題。崁仔頂漁市場沒有附設停車場，而地域狹小的基隆市區亦無其他足以收納半夜湧入車輛的停放空間，於是貨運司機與中小盤商將車子停放在緊鄰市場的周圍街道（見圖 4-5）。如此行為便於他們往來市場與停車點，省力既省時，但其所停放的道路因多劃設紅線而有違法之事實，亦影響了其他用路人的權益。⁶⁵

第三個是市場環境衛生與食品安全衛生之問題。首先，市場行動者往往只在乎於市場營運期間內完成工作，鮮少留意交易過程對街道造成的環境問題及市場後的清運處理。生鮮水產的交易過程中產生許多汗水，沒有良好的排水系統與汗水處理設施，難以將街道清掃乾淨，於是崁仔頂街區總是臭氣沖天，只要一個吸氣的嗅覺感受便能知曉是否走近了崁仔頂。白天，行人避免經過附近，以免空氣

⁶⁵ 吳康璋，2020年4月26日。基隆崁仔頂購漁違停多 警方加強周遭違規取締。中時新聞網。取用：<https://www.chinatimes.com/realtimenews/20200426002940-260405?chdtv>

中的腥味沾黏上衣物皮膚。⁶⁶次之，儘管環保局特意为炭仔頂設置一個保麗龍回收點，但仍有許多人為了方便隨意將垃圾棄於街道上。⁶⁷再者，各縣市部門有為民眾把關水產產品的食安問題，對政府轄下的批發漁市場中的水產品進行抽查；反觀炭仔頂無食品安全的把關機制。最後，近年來政府為了因應消費者食安意識之抬頭，所推廣的產銷履歷、魚體不落地政策等的施行，更不見於炭仔頂。因此，即便從炭仔頂流通出去的水產有品質新鮮的好口碑，但市場內的品管漏洞使得品質差劣、甚至有食安問題的水產商品容易混入其中。⁶⁸

出於上述問題，從二十多年前開始，社會對於「炭仔頂應否繼續存在，或炭仔頂是否應遷入其他由政府單位所規劃與管轄的市場」的討論層出不窮，亦曾經是市政議會中的一項議案，但出於基隆市政府的妥協與退讓而擱置至今。⁶⁹儘管炭仔頂漁市場至今未正式化，但在漁市場攤商「配合」政府管制的情況下，它的非正式性在一定限度上受到國家的忍讓。炭仔頂的攤商會盡可能地確保他們的行動「適當」或能被接受，以向國家展現出非正式型態不是出於破壞法律規則、抵抗治理的目的，而是經濟實踐過程的非意圖結果。舉例而言，上述提及炭仔頂的營運集中於夜間時段，雖然確實達到了市場運作的高效目標，但與臺灣其他漁市場相較，炭仔頂卻有一定要在清晨七點前結束營運、將街道清空的不成文規定。位於市區中心的炭仔頂街區是許多市民工作與學校通勤的必經道路，於上班、上課時間恢復道路使用自由，是政府忍讓攤商在炭仔頂作生意的最低限度。換句話說，漁市場攤商的經濟維生某程度上仰賴國家鼻息。

此外，政府甚至還介入處理漁市場組織未能解決的垃圾問題。下列兩段訪談，分別是漁行老闆阿董與市政府環保單位幹部老馬的說法。從政府的立場出發，既

⁶⁶ 邱瑞杰、牟玉珮，2011年12月24日。炭仔頂魚市好臭 基隆市民抗議。聯合報。取自：<https://udn.com/NEWS/DOMESTIC/DOM7/6801709.shtml>

⁶⁷ 游明煌，2019年10月8日。炭仔頂魚市後保麗龍成山丟路邊 民眾嫌：又臭又噁。聯合報。取自：<https://udn.com/news/story/7328/4092831>；吳康璋，2019年10月8日。基隆炭仔頂魚市竟天天惡臭！基隆環保局：絕對重罰。中時新聞網。取自：<https://www.chinatimes.com/realtimenews/20191008002936-260405?chdtv>；游明煌，2019年10月10日。炭仔頂亂丟保麗龍箱 1箱罰1200元。聯合報，B2版。

⁶⁸ 食新聞編輯部，2018年11月3日。戴奧辛大閘蟹流入基隆炭仔頂！違規業者加重裁罰20倍 罰鍰共計1億元。食新聞。取自：<https://www.foodnext.net/news/newsnow/paper/5470247989>

⁶⁹ 邱瑞杰、牟玉珮，2011年12月24日。炭仔頂魚市好臭 基隆市民抗議。聯合報。取自：<https://udn.com/NEWS/DOMESTIC/DOM7/6801709.shtml>

然是事業廢棄物，那由營運商負起全責當無疑義，⁷⁰然而，業者卻聲稱無法消化所有由他們產生的垃圾，於是和政府達成協議，漁市的垃圾與環境問題目前由業者和政府共同分擔。

本來以前的垃圾都是環保局在收，後來政府有一個命令，說市場所產生的這個垃圾是事業廢棄物，變成你經營商、市場的管理委員會要去承包、外包來處理這些垃圾。差不多十五、十六年了，那個環保局說這個是事業廢棄物，我們要外包，那當時我們有跟他協商，就是說因為保麗龍如果叫我們外包的話，我們沒有辦法去消化、處理這個問題，因為你總不能在這裡設一個燃燒場、焚化爐，對不對？所以保麗龍這一塊由你們環保局來負責，但是如果是一般的事業廢棄物、垃圾，我們來外包，還有街道的清掃跟沖洗，我們來負責。（訪談紀錄阿董 20200402）

孝一路他們真正的範圍是忠二路跟忠三路中間段的孝一路，這是他們主要的營業範圍，這個聯誼會他們是有請外包來收垃圾，早上魚販他們會把垃圾放在孝一路的左右兩側，等於說是忠二跟忠三路的路口，那早上外包的會來清理。可是愛一路這邊是沒有外包垃圾的。所以清潔隊的打掃範圍是愛一路整條，那孝一路中間段他們是全權外包，包括地面清潔，所以清潔隊是沒有進去孝一路打掃的。可是問題來了，魚販會產生大量的保麗龍，包含你孝一路，即使他們有外包，可是他們只負責道路清潔跟垃圾的清運，他們的保麗龍還是由清潔隊去收，保麗龍[……]只有禮拜天是委外，[……]禮拜天是隊員休息日，所以禮拜天他們才委外叫打掃公司去收保麗龍，其他一到六都是環保局。（訪談紀錄老馬 20201013）

綜上所述，在市政當局的默示與妥協下，崁仔頂在受益於非正式性帶來的市場效率，以及將營業成本轉嫁於社會的情況下，撐起了現流仔買賣的市場利基。崁仔頂的非正式性是歷史的產物，是在政府擬訂法律的過程中，被排除在明文規

⁷⁰ 雖然崁仔頂始終未出現一個統籌市場內大小事的組織，但關於街道管理和垃圾與交通問題，主要是根據《人民團體法》組織成的崁仔頂漁行聯誼會，負責對外與對內的交涉。崁仔頂漁市內部有兩個聯誼會，另一個以冷凍水產商組織而成的聯誼會鮮少出來對外交涉，通常是漁行聯誼會的會長出面處理外部對崁仔頂的抗議與意見。

範中的結果，雖然尚未（也可能不會）正式化，但它卻是今日社會重要的批發漁市場。平民百姓憑藉自身的力量，在某程度上配合政府對社會秩序的要求下，組織並運作了一座重要的國內漁市場，而且，無論是攤商占據公共空間，還是漁市場造成的垃圾問題，都能看到政府或隱或顯地介入其中。於是，正式—非正式並非二元對立的現象，炭仔頂攤商的非正式性是出於歷史上的巧合，不是趁政府治理鞭長莫及之際，特意組織出一個抵禦強制力的經濟組織（特別是炭仔頂至今尚未有一個統籌的組織負責對內、外的管理），反倒是出於享受非正式性帶來的便利與甜頭，在某種程度上主動配合政府的管制，以謀求政府忍讓他們維生的機會。從炭仔頂漁市場法制外營運的例子可以看到，正式與非正式之間犬牙交錯的複雜性。

第二節 夜間公共休閒活動在炭仔頂

上一節看到漁市場非正式經濟體如何配合政府，滿足其對社會秩序的基本要求，炭仔頂漁市場因此能繼續以非正式性的面貌運作；在本節，筆者要聚焦在基隆市政府如何利用炭仔頂漁市場的歷史文化特色，行銷城市。首先討論為什麼炭仔頂漁市場能有別於其他漁市場，吸引觀光客的目光。接著，進一步討論儘管炭仔頂不受基隆市政府管制，但基隆市政府為了發展都市觀光，利用炭仔頂漁市場的文化資源，更因此吸引其他文史旅行團體加入炭仔頂漁市場的觀光發展，使得正式與非正式之間的界線更趨模糊。

一、 觀光客的凝視

炭仔頂是一個很具有指標性跟代表性的地方，有這樣的漁市場又是半夜在營業、又在市中心、又有一些傳統的叫賣的模式，有這樣的漁市場的地方其實不多。那當然你說其他港邊可能也會有，可是這個漁市場最特別的地方就是他半夜才開啊。（訪談紀錄蝌蚪⁷¹ 20201029）

⁷¹ 蝌蚪是蔓團隊的成員，是一位專業的文史旅行業者。

一般人在深夜時刻來到基隆多會感到驚喜，在寂靜的城市中，唯有位在市中心的炭仔頂街區，燈火分外通明，特別熱鬧，炭仔頂漁市場因此成為一個深具特色的地方。然而，許多批發漁市場都在夜間運作，而且每座漁市場因為鑲嵌在不同的社會文化，或多或少都有其獨特之處。更何況，在一般觀光客看來，漁市場通常只是個充斥琳琅滿目水產品的地方，他們並不清楚不同漁市場之間的功能差異，因此，若單以漁市場為觀光目的，那麼很難宣稱炭仔頂有作為首選的必要性。為什麼在眾多各有特色的漁市場中，唯獨炭仔頂能吸引眾人目光，成為一個觀光景點？炭仔頂漁市場有什麼不同於其他半夜運作的批發漁市場嗎？

首先，相較於其他批發漁市場，炭仔頂漁市場的整個運作過程都攤在開放空間中進行。多數的批發漁市場都有一個邊界清楚可被識別的建築體，至少有部分的水產交易都在水泥牆圍起的空間中運作。反觀炭仔頂漁市場，其所有攤商都擺在公共街道兩側，裝貨、卸貨、運貨、理貨與買賣等的交易流程幾乎都在公共空間中，或與公共空間相連接的商店空間中進行，因此用不著進入水泥牆築起的邊界，站在街道上就能目光穿透店家的內部空間，清楚看到後台作業的流程。而且炭仔頂的攤商進行交易所佔用的露天街坊，本就是行人來去自由的公共空間，因此觀光客可以自由進出。反倒是在建體中運作的大型批發市場對外來者多有管制，⁷²比方臺北市萬大路上的中央批發漁市場，一般人要取得牌照才有資格進出拍賣場。因此，在街上運作的漁市場的可親近性，反而提供了一個良好的觀光發展機會的條件。

其次，則是炭仔頂漁市場因其新鮮文化的運作邏輯，而製造出的「熱鬧」感，吸引觀光客參與。熱鬧是因為事件所隱含的意義才被體現出來，它說明一事件因一群人在一特定的時間與空間範圍內，依循一定的社會文化規範所「製造」而發生（潘英海，1993）。於是，熱鬧景象的發生有其意義脈絡。回到第三章曾經提過的，現流仔要能高價售出，有部分原因與喊價者的多寡有關。一方面，競標者越多，就越有機會加速拍賣的進程。因為拍賣台上的商品多了更多被人出價買下的可能，而拍賣的速度越快，一件接一件商品的拍賣，使漁獲在越短的時間內

⁷² 特別是消費地漁市場，吸引來自四面八方的供應商與批發商，繁多龐雜的商品數量與貿易額，使得市場內部的作業動線與流程進行，都相對生產地漁市場要來得更加複雜。

賣出。越新鮮的漁獲，一般售價會比較高。另一方面，眾多競標者同時對一項貨品表示興趣，在來來往往的喊價之中，商品價格便也水漲船高。⁷³

此外，觀光客進入漁市場空間，並從運作過程中獲得熱鬧感受，很大程度與在現場觀察到的「亂」象有關。上一節已從炭仔頂漁市場內部運作的邏輯出發，解釋在他人看來亂無章法的諸事件，實際上是如何維持了市場的運行。此處將透過與現代化實體商店（實體零售門市、超級市場與量販店等等）的比較，剖析失序、混亂的意義與觀光客對此地感興趣之間的關係是什麼。在現代化的實體商店中，所有的商品都被分門別類，有條不紊地被擺放在價格與品項標示清楚的貨物陳列架上，走道空間與購物流程也都有清楚的指示，人們的購物行為也因為配置好的空間而有秩序，從拿起要買的商品，放入購物車中，到前往收銀檯結帳，系統化的購物流程使得店內即使人潮眾多，在每位顧客多少遵守規則的狀況下，還是相當程度地維持了空間內部的秩序，這種井然有序的現象很難讓人與熱鬧感受相連結。反觀在炭仔頂漁市場的觀光客，作為旁觀者，難以參透勞動者在漁市場中奔來忙去的用意。因此，觀光客會被橫衝直撞的三輪仔嚇到，並因不了解交易規矩與語言而難以跟上拍賣節奏並參與其中。對不諳漁市場運作規則的人來說，市場失序的動態過程同時也是勞動現場生猛、有活力的展現，他們明明身處於熱烈激昂的活動事件之中卻難以融入，正是在這種迫使他們只能走馬看花的限制，反而強化眼前的漁市場在他們心中生氣蓬勃的熱鬧感受。

二、行銷基隆：基隆的漁市場觀光

空間的特性與熱鬧氛圍是炭仔頂漁市場吸引觀光客的元素，可是觀光客的凝視，是經人指點，才被特意導向「非比尋常」的特質或對象上（Urry & Larsen, 2016: 22），於是一個對市場中的交易者、勞動者而言習以為常的空間，在觀光客眼中卻是別具一格，有如稀世珍寶的存在。炭仔頂漁市場是在各種制度、人與非人的中介與安排下，才有機會成為一個觀光景點。魅力景點高度仰賴各方行動者（如負責與觀光業務相關的政府官員、旅遊業者、攝影師、旅遊節目、社群媒體的使用者、部落客、Youtuber、新聞等等）的聯手打造，否則觀光客很難單憑運

⁷³ 以上所陳突顯批發市場與零售市場最大不同之處，批發市場擁有獨特的拍賣聚眾景觀。

氣就能從觀光行為的過程中體驗到樂趣，必須透過學習，才有辦法經驗到只在特定時空中所發生的事件(Chambers, 2019)。架構觀光經驗的中間人引導凝視角度，動員觀光客來到景點，誘使觀光客情不自禁拍下眼前新奇獨特的景觀。有的觀光客會將他的觀光經驗分享在社群網站、網路媒體上，一般民眾因此得知有一個充滿樂趣的地方，而動身出發(Urry & Larsen, 2016)。

觀光行為不純粹只是因為行動者在沒來由的起心動念便遊賞了一個地點，觀光行動的發生往往需要足夠的動機促成。經由社會利益相關者制度地組織與安排一個地方本身有潛力提供的觀光條件，每位觀光參與者能夠在觀光過程中留下值得紀念的東西或記憶——觀光活動巧妙地銜接參與者與地方之間的關係。於是，要在觀光景點看得到東西的事件本身，即結構觀光客與觀光景點之間的社會關係，並且在符號論述、再現技術與物質載體跨越時空的傳播下，再生產觀光客與觀光景點之間的社會關係。既然如此，那是誰建構了觀光的凝視？

漁市場批發商並不怎麼在意崁仔頂能否發展為一個觀光景點，比起觀光帶來的商機，他們更傾向專注在自家貿易的營運上。於是，在崁仔頂成為一個觀光景點的過程中，就算有他們參與協助的身影與蹤跡，也多是出於間接或不經意的緣故，鮮有主動發起的作為。批發商也直言觀光客的出現會滋擾市場運作，比如：在市場忙碌之際，觀光客漫不經心，到處停停看看的行為，時常阻礙交通的暢通，也因此招致事故的發生；不諳商品物性與特質的觀光客，因好奇而隨意翻動、觸摸水產物，容易折損該物原本的賣相，致使其掉價；觀光客拿起手機、相機紀錄下眼前的景物時，未同意而被迫入鏡的工作者總是抱怨這些行為讓他們心理不適，影響他們的工作過程(筆者在未覺察拍攝與被攝對象之間的權力關係時，也有過這些舉動，當時被部分的被攝者怒目以對，也有的直接出言阻止)。雖然觀光客有向批發商消費的可能，但是消費額度普遍都不高，也很少會與之建立起長期、頻繁的交易關係。因此，觀光客不是這些漁市場批發商建立與經營貿易關係的主要對象。

值得一提的是，崁仔頂漁市場並非只是被動地接受觀光行為。一如筆者於上一章提過的，觀光客與市場消費者並非截然二分的互斥類別。由於觀光客還是有

在漁市場消費的可能，在觀光客也可能同時是消費者的身分邊界的模糊情況下，崁仔頂攤商即便厭煩觀光客的人場影響市場秩序，但還是接納觀光行為的發生。

有別於大多數的觀光景點，設計、推廣、促成漁市場成為一個觀光場所的主要行動者，幾乎都不是在漁市場裡工作的人，也都不直接與漁市場經濟相關；實際上，基隆市政府與民間旅遊團體扮演相對主動的觀光推手角色。不過，崁仔頂觀光活動的出現也很難說是精心策劃而來，這些零零散散、相繼出籠的觀光政策與規劃，雖起到了如前述的支配觀光客怎麼凝視的力量，但反倒更像是在臺灣既有的夜間公共休閒文化⁷⁴的基礎上，順勢回應、跟上觀光潮流，並且導入更多元而豐富的觀光元素。

基隆市政府開始將目光投放到觀光休閒產業，扭轉都市在一九八〇年代後面臨的發展頹滯。二戰後在國家出口導向型經濟策略的主導下，臺灣迅速步上工業國家之列，基隆港順著國家整體經濟起飛之勢，在一九八四年達到發展巔峰，躋身世界第七大貨櫃港，帶動與航貨運輸周邊相關的工、商產業發展，為基隆帶來繁盛一時的經濟榮景。然而，集中以港埠經濟作為都市成長的動能，都市體在遭逢基隆港國際貨運功能逐漸式微後，發展與建設都趨於停滯，⁷⁵都市經濟功能的衰退，迫使基隆市民向外縣市尋求就業機會（張容瑛，2014）。⁷⁶因此，地方政府面對都市功能的萎縮，以及鄰近的臺北市與新北市磁吸作用的包夾下，試圖力挽狂瀾、找出自身發展的定位與路徑，以解決近十年來人口外移、家戶可支配所得低於雙北市的問題。⁷⁷

⁷⁴ 白天工作、晚上休息成為了現代多數人例常生活作息的習慣。然而，有別於歐美國家多將夜間時刻視為屬於私領域、與家人相處的時間，臺灣人公、私領域的時間劃分並不清楚，人們常在下班後到公共場所休閒，也因此臺灣有著十分獨特且蓬勃的夜間公共休閒文化（余舜德 2017：15－6）。

⁷⁵ 魏明毅（2016）《靜寂工人：碼頭的日與夜》一書以豐富的田野資料，分析碼頭工人因基隆港的沒落，而失業、流離失所、發生家庭問題、走上自殺之路等等的社會問題。在基隆市政府主計處的統計網站上（取自：<https://ebas1.ebas.gov.tw/pxweb2007P/Dialog/statfile9Y.asp?strCC=17>），可以查詢歷年基隆地區的十大死因。雖然統計資料只能溯回2003年，但一直到2016年後，「自殺」才從基隆的十大死亡原因中下架。

⁷⁶ 二〇一八年的基隆市居民跨縣市工作人口比率為28.74%，獨冠全臺，遠高過平均值9.75%（行政院主計總處，2019）。

⁷⁷ 根據行政院主計總處（2019）的統計資料顯示，二〇一八年，基隆市平均每戶家庭可支配所得為896,746元，低於臺北市的1,379,305元以及新北市的1,069,349元。

基隆市政府近年企圖透過觀光、創新、文化與城市意象的提升，來為去工業化的城市找尋出路、凸顯地方特色並強化都市競爭力，下文引用的內容，即是其內部研究報告《點亮基隆觀光產業—論漁業振興方案》（基隆市政府，2017），提出以「漁業觀光」為都市亮點、打造出都市觀光的市場區隔，報告中亦將炭仔頂漁市場納入未來推廣漁業觀光的熱點之一。

近幾年來基隆與臺北、新北市三個縣市，由於交通路網的改善，其城市界線逐漸模糊，彼此之間的生活型態、旅遊景點互相串連開始形成所謂的「北北基生活圈」，然而在兩大直轄市的包圍下，產業、就業機會與人口開始外移，導致基隆逐漸邊緣化。有鑑於此，市府積極加強地方建設、推動文化創意產業、招攬外地觀光遊客等等。但是大部分的觀光客對於基隆的印象及特產多以廟口夜市、連珍及李鵠糕餅業為主，對於基隆的漁村文化、豐富漁業資源不甚熟悉，或是對於**觀光漁市**有刻板印象。為了在城市行銷上具有獨特性，並與鄰近縣市做出市場區隔，遂以**漁業觀光**作為此次研究的主題，以塑造基隆的「城市亮點」。（基隆市政府 2017：12—2，粗體為筆者所加）

我們在第一節看到政府在控制糧食供需秩序的治理需求上，將炭仔頂漁市場的經營劃出合法地帶，弔詭的是，政府為了推廣觀光經濟，似乎不在意炭仔頂是否合法，甚至還主動對炭仔頂投放觀光資源。以下列舉政府以炭仔頂作為基隆地方特色來行銷的具體作為：孝一路與忠三路交叉點上立有一座「炭仔頂觀光漁市」的石碑（見圖 4-1），並刻有前市長張通榮的題署；出版與炭仔頂相關的書籍刊物；⁷⁸觀光及城市行銷處對外委託行銷基隆的音樂創作中有漁市場的地景聲音；⁷⁹文化局開發的一款認識基隆發展的「大基隆小時光」桌遊中有炭仔頂的歷史場景，此款遊戲在與教育處的合作下，為小學課程的教具所使用；⁸⁰市長、里長與其他

⁷⁸ 請參考：基隆市政府（1997）。基隆開發史—炭仔頂文化。基隆市：基隆市立文化中心；陳憲明、張怡玲、黃致誠（1998）。炭仔頂—魚行與社群文化。基隆市：基隆市立文化中心；VERSE 編輯部（2020）。在基隆：城、海、山與未來。臺北市：青鳥文化。

⁷⁹ 康子仁，2020年8月27日。獨立樂團拍謝少年歌曲〈暫夜市〉融合基隆地景聲音。雅虎新聞。取自：<https://tw.news.yahoo.com/獨立樂團拍謝少年歌曲-暫夜市-融合基隆地景聲音-054246425.html>

⁸⁰ 游明煌，2019年10月29日。玩桌遊走進古今歷史穿越時空 基隆校園教具好活潑。聯合報。取自：<https://udn.com/news/story/6885/4132308>

部會長官都有過邀請貴賓一遊炭仔頂的新聞報導；⁸¹在國外旅遊網路平台上投放廣告⁸²等等。

此外，炭仔頂漁市場觀光的发展性也开始为地方文史小旅行業者所注意到。筆者曾於二〇一九年二月二十三日參加一場由蔓團隊⁸³籌辦的夜間漁市場導覽活動。該團隊自從二〇一六年十一月發起第一場以炭仔頂漁市場為主題的夜間導覽活動之後，大受歡迎而未有間斷，至今每個月仍有一場以上的活動安排，漁市場夜間導覽於是成為該團隊最長青也最經典的常態行程。

從近年推行炭仔頂漁市場觀光的耕耘成果來看，提升基隆在臺灣觀光的能見度確實有提升的趨勢。根據蔓團隊夥伴蝌蚪的說法，頭些年的參與者多是為了參加漁市場行程，半夜特地來到基隆，導覽活動結束後隨即離去，而近二、三年的文史導覽活動多了許多未必對文史有興趣的觀光客的參與，他們大多是為了遊玩，所以漁市場導覽不過是他們此趟旅程中的其中一站。

通常會來到炭仔頂的人是外地人比較多，這兩年的變化比較多是來玩的，以前來玩的人不一定會參與這樣的行程。來玩的可能不是特別對歷史有興趣，[也]不是特別對於這種文化有興趣，他可能不是相關領域的人，可是他是比較偏觀光。這幾年旅遊型態從觀光變成比較希望可以體驗比較深度的這種文化導覽，所以來玩的人變多了。(訪談紀錄蝌蚪 20201029)

一如Smart and Zerilli (2014: 226) 所述，也如我們在第一節所看到的，只要政府能夠從管制上的讓步獲得好處，對於炭仔頂的非正式經濟活動，就會繼續抱持睜一隻眼閉一隻眼的態度。而我們在此看到炭仔頂之於國家的其他有利面向，

⁸¹ 游明煌，2018年9月6日。世界廚師菁英遊炭仔頂看拍賣、搶買菜刀 林右昌帶路。聯合報。取自：<https://video.udn.com/news/935387>；周佩樺，2018年9月6日。地主帶路！林右昌領各國好手遊炭仔頂 體驗魚市拍賣文化。放言。取自：<https://www.fountmedia.io/article/997>

⁸² 游明煌，2020年5月1日。基隆魅力登日本旅遊網站 攝影師川島小鳥和9m88逛出不一樣的基隆。聯合報。取自：<https://udn.com/news/story/7210/4532222>；基隆市政府觀光及城市行銷處新聞科，2020年5月1日，首邀日本知名攝影師川島小鳥和9m88共遊基隆 亞洲藝文旅行網站HereNow基隆特輯上線了！。取自：<https://www.klcc.gov.tw/tw/News/Detail2?NewsId=14510002&i=0>

⁸³ 蔓團隊的導覽路線全都聚焦在基隆的人文歷史，筆者在本文所提的漁市導覽只是該團隊策劃眾多路線中的其中一支。

為了活絡基隆沉寂已久的經濟動能，基隆市政府看中炭仔頂的觀光價值，因此選擇性地忽略它的「非法」，並且為其行銷，做了許多在我們眼裡看來「矛盾」的行為、決策。但是，基於炭仔頂的非正式性，政府也沒有意圖要投入更完善的資源，來挹注此地的觀光發展。

第三節 回到市場地：基隆與炭仔頂的相互依賴與依附

一、觀光的論述與實踐

觀光往往不僅止於發揮經濟效用的功能，也可能起到文化作用。參與者能藉由身體實踐與感官浸淫觀光場所的過程，以觀光活動作為一種方法，來認識與賦予其所經歷空間的意義與價值。圖4-6所示為一位非基隆市民，在網路上留下參與蔓團隊規劃的漁市場導覽的評價，他提到漁市場散步旅行的導覽體驗，使他對基隆有了不一樣的認識，增強對這座城市的好感印象。此外，觀光活動同樣也能吸引到寓居或生活鄰近於觀光場所的人，當生活逐漸與所住的地方脫節——比方花費大把時間到外地工作，一回到家倒頭就睡——他們同樣也需要方法來理解物理上習以為常，可心理上十分生疏的生活空間。這種需求與解方可以從基隆人參與地方文史導覽活動顯現出來，蝌蚪清楚地說明基隆人參與他們團隊規劃的旅行項目動機，是出於對其所寓居所生活的地方有著更深遂理解的想望：

基隆人會去炭仔頂的不多，那時間都在睡覺，有一些人他是不在乎自己瞭不瞭解，包含中元祭、炭仔頂，反正它就是在這裡，它就是每年都在這邊，但是我不太需要了解，我也不太在乎我到底瞭不了解。但是有些基隆人是說我是基隆人，可是我沒來過這個地方，我好像不是這麼了解這個地方的歷史背景，所以我來聽聽看，來參與我們的行程，來看看這個地方的故事到底是什麼。（訪談紀錄蝌蚪 20201029）

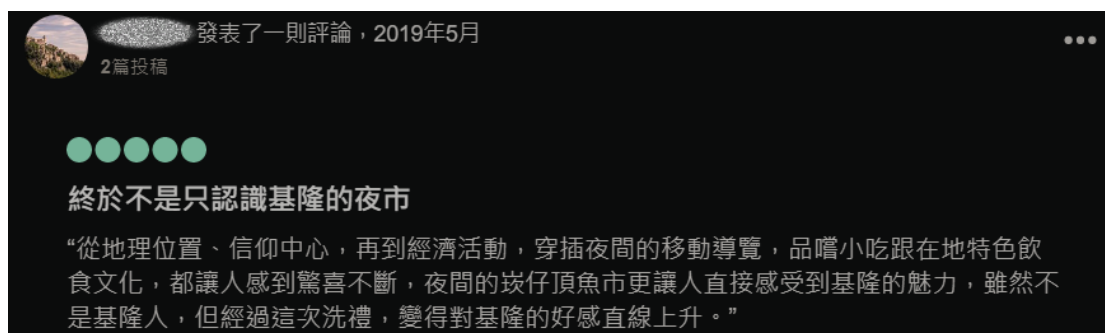


圖 4-6 網友參加漁市場導覽所留之評價⁸⁴

無論是政府的觀光介紹，還是旅行團隊的文化導覽，行銷炭仔頂漁市場觀光時，幾乎毫無例外地，總是會提到那條現今看不見的旭川河，以及該河與炭仔頂地名由來之間的關係。下面兩則資料，分別是蔓團隊的導覽員蝌蚪對炭仔頂的文化財產的詮釋，以及基隆市政府對炭仔頂的介紹。從兩筆資料的論述來看，不難發現他們都透過旭川河的變貌凸顯炭仔頂地景的變化，來強調漁市場的存在與基隆都市的產業動力變遷下的歷史關係。

有很多人會覺得奇怪為甚麼基隆市中心會有一個漁市場，又髒又臭，好像很不符合一個城市發展的樣貌。但是這個發展其實是有脈絡在的，其實不是原本就這樣。[...]我覺得因為講到說基隆就有漁業，我們有很多移民，就是中國內地的移民，那他們來到基隆其實也是捕魚為生，他們本來就是捕魚，來到基隆也是搭建魚寮也是捕魚，加上日治時期有計畫的發展基隆的漁業，包含像是捕魚的技術或者是動力船或者是加工或者是水產試驗所等等，所以因為這些關係將基隆天然的體質變成算是一個漁業重鎮，那炭仔頂其實它就是在這個漁業發展的聚焦的核心的區域，因為它變成是你有魚貨你當然要賣啊。炭仔頂的發展首先是基隆他周邊本來就有很多大大小小的漁港，炭仔頂其實從清朝就有一個雛形在，那其實也是源自於沿海的漁民他們搭建魚寮，然後買賣魚貨的過程，炭仔頂那邊其實有一個旭川河，那個旭川河其實是在日治時期弄出來的，其實它那時候船是可以直接開進去，然後卸魚貨，然後直接拉到前面去賣，它其實就是一個在漁業重鎮裡面，一個很核心的一個場域這樣子，那至

⁸⁴ Tripadvisor網站。取用日期：2021年2月13日，取自：<https://reurl.cc/WERa8k>

於說炭仔頂是北臺灣最大的魚貨集散地，包括新竹以北啊、宜蘭啊，這些魚貨都會送來這裡，那再來就是我覺得它算是包含從清朝就有一個雛形一直到現在，對我來說它會是一個很具代表性的一個文化場域，當然並不是全貌啦，只是說以漁業來講，這是基隆的其中一個文化。（訪談紀錄蝌蚪 20201029）

「炭仔頂一帶座落於基隆港旁，加上以前尚未填河時，旁邊即為『旭川河』，是北部沿海漁民採購民生物資的重要地區，之後也逐漸發展成為漁市場，早期漁民是將漁獲直接交由漁行銷售，由漁民或漁行將漁獲分類，裝於籃中準備拍賣。[...]來到炭仔頂漁市就像來到小型漁港，不同的只是補魚的漁船，現在變成從漁港載漁貨來的卡車了！清晨時分的基隆市區沒什麼人與車，可是孝一路這裡卻是格外熱鬧，遠遠望去，就是一座不夜城。」⁸⁵

不過，促成炭仔頂名稱來由的實質空間已然發生巨大變化。因為路面與河岸的高低差而將此區取名為炭仔頂，但一九七九年，旭川河遭填平後，原先的地貌已不復見。基隆市議員安狄指出，現在若踏進炭仔頂區域範圍，你可能不會知道；而你就算知道人到了，也看不出來炭仔頂被賦予此一名稱時的地景樣貌。

因為有旭川河的存在才有炭仔頂。因為炭仔頂以前是有旭川河，有船進來，因為船要從河上搬東西上來，所以有一些階梯，從那些階梯上來，才叫做炭仔頂。現在炭仔頂大家不懂，看不出來，所以它的故事現在已經沒有了，要講故事要有東西在，你沒有東西炭仔頂是什麼。（訪談紀錄安狄 20201026）

而且，在當今的基隆市行政區域地圖上，更是找不到一條稱作為炭仔頂的路。那為什麼要以炭仔頂名稱來推介漁市場觀光？甚至景點介紹的內容往往都會講述促成炭仔頂地名來由的俚俗故事？究竟對政府與漁市場非正式經濟體來說，他

⁸⁵ 基隆市政府觀光及城市行銷處架設的「基隆旅遊網」網站，取用日期：2021年2月13日，取自：<https://tour.klbg.gov.tw/zh-hant/dining/eateries/46852492/>

們分別都在漁市場地景的觀光過程中，強調炭仔頂的歷史與文化的背後用意是什麼？

簡略地說，前人將過去依傍河海的生計活動、物資運送的流動日常，凝固為炭仔頂三個字，讓後世的我們知曉在今基隆孝一路一帶曾有過這麼一段歷史，可是，名稱沒有蒸散於時間之流，反而繼續沿用的現象，不能單純歸結為給定的歷史環境與文化因素。具體而言，從漁行經營者的說法、文史導覽的內容與政府觀光文宣上，一再將十八世紀炭仔頂曾發生的魚貨貿易與現今漁市場的熱絡嫁接在一起，⁸⁶彷彿除了國民政府填河造房導致景觀丕變之外，遊歷漁市場就有如穿越時空回到古早時期的炭仔頂。觀光過程親自經驗糶手一人對多人、多筆交易的叫賣現場，也能瞥見從日治時期建造並且今日仍在使用的漁行樓宇，儘管今日的糶手養成、糶手使用的喊價方式與語言和歷經多次修整的老舊建物，都有別於過往，但在觀光的凝視下，這些物質環境為炭仔頂添上更加豐富的歷史感，興起人們的懷舊之情，將地理想像投射到他們未有機會生活的時空當中，產生一種正在經驗的炭仔頂地景從古至今沒有發生太多變化的假象。利用炭仔頂歷史脈絡積累而成的文化資本，有助於招喚觀光客根據其身處的環境中的象徵符號，來想像與連結當代炭仔頂的社會生活如何與先輩謀求生計的方式息息相關。

不論是炭仔頂漁市場還是國家，它們都相當自然地利用過去發生的歷史脈絡，講述炭仔頂今日猶存的合理性——只不過，他們的企圖相悖。前者利用這樣的論述來說服大眾它的存在，就宛如那條旭川河般，都是「自然」孕育出來的結果，以模糊漁市場的非正式性屬性；後者所為則是，儘管實質上沒辦法全權控制，但以抽象方式將炭仔頂的地理空間論述為它的治理範圍。但是在這樣的政治角力過程中，並沒有一方佔有絕對優勢。我們回頭看看前面引用的一位觀光客參與漁市場導覽的心得分享（見圖4-6），從他的話語中，透露出兩個訊息，一是國家治理的主體原先可能不認識這個沒有國家全權管制的地方，但因為參與觀光，這個「非正式性」的地理空間被越來越多人看見並認識，二是這些論述或明或暗地一再強

⁸⁶ 我們在第二章所見的是，彼時的炭仔頂確實已經出現貿易活動，但與今日的市場樣貌有著極大的不同，過去販售的物產類別因還未出現高度分工而各色各樣，加上囿於技術限制，鮮有易腐敗的鮮魚商品，專營新鮮水產事業是近五十年來的事，此外，一九四〇年時，在炭仔頂經營熟魚批售的商行只有四間（陳憲明、張怡伶、黃致誠，1998：68），可知如今漁市場攤商林立的現象是晚期才發展起來的。

化坎仔頂隸屬於基隆的意象。換句話說，在觀光論述脈絡中的政治角力過程，浮現出坎仔頂與基隆之間越來越緊密的形象，連帶在實踐上促成漁市場非正式經濟體與正式部門之間犬牙交錯的關係。以下分為三點逐步闡釋。

首先，觀光產業強調一個地方的歷史文化特色，於是在都市—觀光產業的脈絡生產中，因為世代代長時間實作踐行於坎仔頂所積聚的文化資本，特色鮮明，而在基隆都市空間中被標幟出來，同時，作為一座過去仰賴海洋資源與臨海位置而發達的都市，坎仔頂的漁業文化被隱喻為具有代表性的基隆都市文化，藉此創造出某種坎仔頂—基隆之間長久以來的關係基礎。換句話說，儘管基隆市政府沒有直接收編坎仔頂漁市場並治理之，但把一塊不受治理的露天批發漁市場賦予歷史文化特色，當作促進都市觀光的資源所用。

第二，觀光經濟能夠起到促成文化共享的作用，而文化則是基於人們所相信的文化價值與選擇的生活方式，具體規劃作開放並歡迎所有人共襄盛舉的觀光活動。觀光活動的過程涉及地方調查、活動規劃與設計、遊客參與，不論是政府官僚、基隆市民或者是非基隆市民，都在投入並經驗活動的過程中共享了同樣的文化基模（schema）與意義，創造出關係的連結。

如Borer (2006) 所主張的，由於都市在來自四面八方的人的互動交流下，本身即兼容並蓄各異其趣的文化，因此文化在都市化（urbanization）脈絡的作用，並非以達成純粹而單一的共識為目標。在諸文化無可避免地複雜共構與交互競合的前提下，共享與交流反而是促使都市更加繁盛的重要功能。從文史旅行從業人員蝌蚪的言談之中，可以看到坎仔頂的非正式問題沒有因為觀光帶來的經濟利益而被拋諸腦後，在複雜問題能夠被真正解決前，因為接觸、互動過，而能尊重這些再怎麼和自身信念相左，卻事實上正在發生的社會。透過投身籌劃或參與觀光活動的經驗，一方面能搭建起不同觀點之間的接觸管道，另一方面也感悟到，要在當代脈絡中解決傳統社會的複雜問題，益須考量到坎仔頂的政治問題，有其獨特的歷史脈絡。

很多在地人主張坎仔頂要搬遷，[...]畢竟它就是一個漁市場，髒亂是不可避免的，然後加上大家覺得說城市發展到現在階段，還有一個漁市在市中心是一件落差比較大的事情。甚至還有旭川河加蓋的問題。[...]對

漁市或是它的位置，我們其實沒有持正面或反面的想法，我覺得這就是基隆的一個樣子，那至於說這個樣子之後會不會改變，原本也是從旭川河到加蓋，[...]這些還是要在地產業或者在地社群跟居民然後與公部門彼此之間要討論出來一個解決方式[...]。這個東西確實是城市發展裡面一定會面臨到的問題，我自己是認為每一座城市的發展都是其來有自，它的文化也都是累積下來的，我們也只能呈現它原本的樣貌。我們認為**漁市文化**是我們可以分享的、是我們可以保存的文化，但是[...]文化會隨著時代而改變，不可能一直維持原本的樣貌。[...]我自己的想法是我們在做這些事情當然會希望是傳承或是保留一些常民生活記憶，這是我們也有在做的，當然我覺得**文化保存其實它也會跟世代變遷或者是經濟型態改變有關係**，比如炭仔頂好了，它的叫賣方式確實有跟以前不一樣，現在科技那麼發達，現在就不是使用這種數字（指用阿拉伯數字取代暗碼為交易語言），那你硬要叫他們去維持那種傳統的模式，其實我覺得也不太可能，所以它勢必會跟著改變，**我們想要做的事情其實只是想去忠實呈現基隆的樣貌**，[...]我們主要還是希望我們團隊在做的事情[...]是**讓基隆成為基隆**。（訪談紀錄蝌蚪 20201029，粗體為筆者所加）

可是，並非是觀光產業與活動欲推廣、行銷所及之處，就能促成當地不同群體之間的互動交流；觀光活動要能創造個體之間的關係連結，有兩個重要條件。一方面，基於文史旅行團體長期經營地方導覽，在他們別出心裁的行程規劃下，活動範圍時常與地方居民平日出沒的生活空間重疊。地方居民時常撞見這群人在他們生活範圍內活動，加上文史團體在行經過程中盡可能最小程度干擾的表現，大部分居民都能接受外人走入他們的生活環境，有的居民甚至被觀光客的興致所觸動，會主動上前攀談，或分享自己的所知、所聞、所歷。由下面引用訪談蝌蚪的話語中，可以明白步入地方的行程拉緊旅遊業者、觀光客及在地人之間的社會心理距離，並且增強觀光客和觀光地或基隆之間的連結。

我們可能會出現在一些居民的生活範圍，不會只是觀光景點，[...]你不能只是帶大家來鬧哄哄，那其實久了之後，在地人會覺得很煩，會覺得你們不要來好了，所以我覺得這是跟在地人溝通也有達到一個效果，我

們可能也盡量減少對他們的打擾，[...]所以有些人看到之後他是蠻開心的，他自己會來跟我們介紹[...]說這裡以前怎樣怎樣啊，他們會自己進來分享他們的這些經驗，所以我覺得在地人也不排斥。[...]讓他們（觀光客）跟這個地方、跟在地人互動，而不是只有我們一直講、他們一直聽[...]，他們自己創造自己跟這座城市的連結，這是對我來說比較有意義的地方，不希望你只是來了之後，晃一圈，然後就回家了，這座城市對你來說好像跟沒去過一樣。你不一定要多了解它，畢竟這不是你的家鄉，可是希望你至少能夠透過這樣的行程，然後你可以產生一種跟基隆的連結，你可以說我上次去漁市喝到了一個基隆的調酒很特別，或者是上次有（跟在地人）聊到天之類的。（訪談紀錄蝌蚪 20201029）

我們能夠從下面文史旅行從業人員華姐的說法，看到當觀光活動的進行無可避免地影響市場過程時，如何在觀光行程的設計與規劃上，減少打擾當地生活，以示尊重的具體例子。

我們的行前通知，還有在導覽的過程中，就是希望盡量不要讓大家（指炭仔頂的市場過程）的生活受干擾[...]，所以我們在團體人數的控制上也盡量精簡（以不超過二十人為目標）[...]，用導覽機（相對大聲公與喇叭）讓大家可以很不費什麼干擾，[...]停留的時間不會太長，我們會花比較多的時間介紹背景，可是在漁市外的場域，就是不會在大家正在漁市的空間的時候讓大家停下來看或是停下來什麼，因為這樣會打擾到在那邊走路買魚的人。（訪談紀錄華姐 20201030）

另一方面，雖然決大多數的漁市場攤商只有在觀光客上門消費，或是干擾市場秩序，才會與之互動，其它時候多是旁觀導覽活動的進行，但是也有的攤商，因為導覽活動而與旅遊團體建立了互惠（reciprocity）關係，甚至成為推動旅遊動能的力量。其中，一位漁行老闆無償為旅遊團體提供導覽服務，在一場為時三小時的漁市場導覽活動當中，他負責講述四十五分鐘。他憑藉多年在漁市場闖蕩的經驗，以及家族傳承而來的歷史故事，為觀光客提供第一手最「新鮮」的知識。從下列華姐的訪談中，可以看到旅遊團體和漁行老闆之間沒有勞務關係，旅行團

體每逢三節（農曆的春節、端午節與中秋節）回贈禮物、聚餐交陪，感謝漁行老闆提供的協助。

我們沒有固定的薪酬的往來，[...]那他（自願導覽的漁行老闆）是大老闆，所以其實並不是他需要這份工作，然後我們給他這份工作，他是自願地去支持我們這個計畫，所以我們也是用一種交陪的方式去跟他做感謝，就是一年（當中）的大型節日會送禮物[...]，因為他也很直白的跟我們講很多次他不要什麼錢啊或幹麻的，對他來說只是用來交朋友的一個方式。（訪談紀錄華姐 20201030）

這條漁市場導覽路線，在二〇一六年十一月推出後，至今每月至少舉辦一個場次，旅行團體與漁行老闆的合作，使得觀光客能進入漁行，包夾在漁市場鼎沸之中，周遭環境因交易忙碌而吵雜的同時，必須專心才聽得清楚漁行老闆的導覽內容，如此衝突的情況加深了觀光客對崁仔頂漁市場交易熱絡的感受，而且老闆親上第一線的講述更是具有說服力，因而強化了觀光客對導覽內容的接受度，這些都是漁市場路線受到歡迎的關鍵因素。叫好叫座的迴響於是促發了下一場導覽的到來，而接受漁行老闆提供的知識服務，意味著旅行團體有義務作出回報，因此，形成由禮物交換構成的社會關係的循環。

第三，觀光活動也串連起更廣泛的消費者與地方市場之間的關係，雖然觀光活動的安排主要是讓觀光客體驗地方文化，但有時候卻在無意間起到食魚教育的作用。由於食魚教育並不在原先的導覽內容設計中，通常都是觀光客剛好有提問，漁行老闆才順勢解答。從下面的訪談資料中，我們可以看到，除了漁市場的歷史與文化，觀光客也能習得如海鮮產品、漁業環境、水產產業鏈、市場及勞動過程等的相關知識。特別是當代人辨識海鮮與評判其品質如何的能力低落，比起傳統市場的商品標價與來源皆不明，要冒上攤商不誠實或哄抬物價的風險，到連鎖超商、量販店購買標準化水產品，既省事又方便，這使得傳統市場日漸式微，並打擊到地方農糧產業的發展。於是培養消費者的飲食素養，減少「市場到餐桌」中間因資訊不對等而產生的誤解，是為地方農糧產業創造消費機會，為下滑的漁市場經濟止血的一種方法。加上環境變遷與過度捕撈所致的海洋資源枯竭，使得飲

食素養的議題都更顯重要。如何選擇食物，並善加利用不造成漁獲浪費，都是當今漁業資源永續的重要課題，也攸關地方捕撈漁業的發展。

最主要在鮮度方面，這種誠信度我們要做到，不能夠跟他說當天的魚仔，結果我拿三天前釣到的魚仔來殺。而且現在你像有一些社團來這邊，還有空中大學、社區大學，他們有時候會組團，早上來參觀，請我來講解。我都有教他們魚貨的認識：如果處理加工以後會變成哪一種型態？那個魚的眼睛會有什麼變化？肌肉彈性會有什麼變化？魚鱗處理掉以後，皮膚的色澤會有什麼變化？教他們慢慢在認識，這樣以後你做生意什麼，才不會產生那麼大的糾紛，那個見解不一樣，對不對，才不會產生那麼大的消費爭議。（訪談紀錄阿董 20200402）

漁市場空間的開放性質，提供大眾觀光活動可以輕易走進坎仔頂的條件，除了上面提及的套裝行程外，也有許多不是跟隨觀光產業的腳步而來，其中，廚師、釣客等的「知魚達人」們，透過媒體與網路介質來發揮他們的影響力，使更多人知道，坎仔頂漁市場是一個買新鮮漁獲、吃新鮮水產的去處。以下舉三個放在Youtube平台上的影片為例。一位熱愛釣魚的Youtuber劉阿修，時常在自己的節目上，訪問自營日式無菜單料理店並擔任掌廚人的郭宗坤，⁸⁷許多海鮮的料理技法與知識。在劉阿修（2021）的影片中，⁸⁸他邀請到郭宗坤示範傳統的烤魚腩做法，影片於00:30秒到00:38秒處，先是拍攝以坎仔頂為背景的漁獲交易過程，接著畫面切入日式料理店內的場景，在這個場景中，與郭師傅的第一句話是：「師傅，我們剛才就是去『坎仔頂』那邊，結果買了這麼多的那個……」，凸顯新鮮的烏魚腩是在坎仔頂買的。另一部劉阿修（2020）的影片，⁸⁹也是請郭宗坤示範與教學漁獲的處理，片頭前一分鐘是兩人在坎仔頂挑漁獲的過程。

⁸⁷ 郭師傅寫過料理魚的書。請參考：郭宗坤（2015）。餐桌上的魚百科：跟著魚汛吃好魚！從挑選、保存、處理、熟成到料理的全食材事典。臺北市：麥浩斯。

⁸⁸ 劉阿修，2021年2月5日。烏魚腩的處理 | 冬季限定極上食材～如何製作絕妙的下酒好菜《味留一升庵》烏魚腩處理過程分享。Youtube。取用時間：2021年3月7日，取自：<https://www.youtube.com/watch?v=j2AexsbAhj0&t=39s>

⁸⁹ 劉阿修，2020年12月11日。魚的處理 | 紀錄『不知魚』處理過程～第一次遇見這種魚，竟連坎仔頂老經驗的魚販老闆都不知道魚的名字《味留一升庵》2020/11/20。Youtube。取用時間：2021年3月7日，取自：<https://www.youtube.com/watch?v=dTBP8gO6CS0>

第三部為愛玩客iWalker (2020) 的影片，⁹⁰節目邀請知名廚師詹姆士與高蕾雅共同主持。這部影片先呈現出炭仔頂漁市場熱絡的背景，詹姆士在影片中的25:47秒到25:52秒，以廚師的身分指出這是一個專業料理人士會採買新鮮食材的地方；影片中的27:00秒到34:00秒的場景則是漁市場旁的生魚片店，節目特別指出基隆因為有漁港、漁市場，才能夠吃到新鮮的生魚片美食，而詹姆士再次透過他的飲食專業，教授節目受眾如何享受新鮮美味的生魚片的過程中，亦再現並強調了，觀眾隔著螢幕看到的生魚片，是基隆特有的產地直送的新鮮。這些「知魚達人」們，在媒體網路上傳播他們的專業知識，同時也起到了，利用講述或再現「炭仔頂的漁獲新鮮」的象徵，來深化自己的專業形象。炭仔頂漁市場的漁獲之新鮮的名氣，因著這群「知魚達人」們的背書就也更響叮噠了。此外，也有越來越多非料理專業的Youtuber，在自頻道播錄到炭仔頂買料理食材、⁹¹將炭仔頂當作觀光景點的介紹，⁹²這類影片主要強調的是炭仔頂漁市場的奇幻、特色、美食與夜間經濟的面向，複製了我們在本章第二節說明過的觀光客凝視目光。

促成炭仔頂供應新鮮海產的脈絡生產與再生產的行動者，已經不完全是為了筆者於第三章闡釋過的現流仔交易的經濟實踐，觀光實踐也起到了重要作用。觀

⁹⁰ 愛玩客iWalker，2020年5月8日。【基隆】摸黑開店??從天黑吃到天亮，暗光鳥美食!!。Youtube。取用時間：2021年3月7日，取自：<https://reurl.cc/l0y6Yq>。影片於25:47秒到25:52秒處，「那什麼叫做炭仔頂呢？它其實是，我們一般在開餐廳的人，北部的這邊，要辦漁獲要買東西，就會在這個地方」，此話呈現出專業料理人士會到炭仔頂買食材。接著，影片的27:00秒到27:32秒處，「詹姆士：三點四十八分，你想吃生魚片，你要去哪吃? [...]基本上在台北，如果我沒有記錯的話，是沒有地方可以吃的，專門吃生魚片，不是說你隨便找個什麼路邊攤、熱炒店點生魚片，不是，專賣生魚片。基隆就有這個好處，海港，炭仔頂，轉身過來就在這邊，有沒有，放眼看去，鮑魚、鮭魚、海鱺、紅魷、軟絲，都有，白旗魚也有」；而在影片的28:57秒到31:41秒以及31:44秒到34:00秒處，廚師詹姆士都在傳授吃生魚片的技巧。

⁹¹ 張家夫妻滑起來，2020年4月15日。新鮮海鮮底家啦! 半夜直衝基隆炭仔頂漁市，人妻在家教你做甘鯛立鱗燒<3 | 炭仔頂漁市【帶著老婆到處逛#15】。Youtube。取用時間：2021年3月7日，取自：<https://www.youtube.com/watch?v=JRZ-ZVnIo5E>；蔡哥，2019年1月10日。蔡哥-來逛逛炭仔頂漁市，買天堂地獄料理(Vlog#9)。Youtube。取用時間：2021年3月7日，取自：<https://www.youtube.com/watch?v=JtG4ThsW-8U>；Honeyliciousss天菜小姐，2021年2月9日。阿菜被大媽旋轉?! 凌晨衝基隆炭仔頂漁市 打撈龍蝦大軍!!【天菜ED燒廚房】FT. @觀眾。Youtube。取用時間：2021年3月7日，取自：<https://www.youtube.com/watch?v=6ecc4H-1qew>

⁹² 愛玩客iWalker，2016年4月22日。【基隆】炭仔頂漁市場【愛玩客之老外看台灣】#220。Youtube。取用時間：2021年3月7日，取自：<https://www.youtube.com/watch?v=Bm51oc7lubU>；我是老爸,我不要當爸!，2021年1月20日。超便宜! 深夜一碗30元鮮魚湯好喝嗎? 基隆炭仔頂在地美食初體驗!。Youtube。取用時間：2021年3月7日，取自：<https://www.youtube.com/watch?v=8hLMNpr43tU&t=2s>；韓勾ㄟ金針菇ㄟㄟㄟ，2021年2月28日。半夜才開的市場? 第一次逛台灣魚市超級驚豔! 在台6年吃不完台灣美食啦!【韓國鄉巴佬ep.5】| 韓勾ㄟ金針菇 ㄟㄟㄟ。Youtube。取用時間：2021年3月7日，取自：<https://www.youtube.com/watch?v=FUjpUxzDAeo>

光客如何成為脈絡生產的行動者之一？觀光客來到炭仔頂，多是為了新奇的體驗，未必是和專業買家一樣，理解只有炭仔頂才買得到多元豐富的現流仔海產。不過，驅動他們半夜來到漁市場大啖美食，讓他們深信炭仔頂供給新鮮水產的原因，是地理位置：一個位在基隆、靠海的地點。在這個意義上，漁市場是不是「位在靠海的基隆」不但很重要，同時，漁市場是不是「供給現流仔的炭仔頂」也同樣很重要。漁市場不是一個經濟飛地（enclave）般的存在，而是固著在行政區域隸屬於基隆管轄的炭仔頂空間上，於是，不論是外行人還是內行人，基於相信炭仔頂供應最新鮮的海鮮，趨之若鶩，以行動實踐的方式成為脈絡的再生產者。

由於地方總是無可避免地受到更大範圍的外在政治經濟的社會結構變遷所影響，因此，炭仔頂非正式經濟體至今猶能存續，不單只是純經濟與市場的力量所致，而是在固定的地方上，創造出比純市場經濟更寬廣的脈絡——如推動炭仔頂地方性的觀光化脈絡——進而持存與延展了地方性，除了基隆市政府的忍讓外，也透過社會與市政府對其歷史文化特色的利用，炭仔頂漁市場才夠繼續以非正式性的面目存在。在這個意義上，炭仔頂漁市場一定要固著在一個地理空間上，行動者會為了經濟上、社會上與文化上的實踐，反覆不間斷地來到座標處，繼續生產炭仔頂的社會脈絡。

二、凝視下的非正式勞動主體

市場經濟與觀光經濟提供法制外的炭仔頂漁市場繼續運作的脈絡，但不可忽略的是，漁市場本身的運作核心，靠的是非正式勞動關係。最後，我們回到漁市現場的秩序生產核心，這群市場內的勞動者是漁市場得以存續的生產主體，維繫漁市場每日秩序的人，傳承新鮮文化的關鍵人物，也是觀光客凝視的對象——而他們都是在政府產製的正式體制底下，被社會所以為是一群棲身邊緣、未受到勞動法規保障的受害者。以下分成兩部份論述之，第一部份講述漁市勞動者在非正式體制下所面臨到的勞動困境，第二部份討論炭仔頂得以非正式勞動關係為續的條件為何。

（一）走無路的人？

二〇一九年二月二十一日，一位初識的糶手主動向筆者打了聲招呼，接著探問筆者的身分以及研究論文的内容。⁹³那時，他正在工作。他站在拍賣區，手勾一簍裝有鮮魚的藍色塑膠籃，嘴巴像播出預錄的内容一般，在有顧客上門前，不斷復誦一樣的數字，用大聲公似的音量吸引行人注意，與筆者對話時，他的目光幾乎未離開街道，以備接待隨時上門的生意機會。筆者回應說對炭仔頂的文化與漁行買賣有興趣。聞此言的糶手沒有停下工作的意思，嘴巴依然動得勤快，他給筆者的回覆包夾在一串拍賣價格之中，「沒有什麼文化。兩百、五十、兩百、五十……。現在已經沒有文化了。兩百、五十、兩百、五十……。現在賺錢就是文化。兩百、五十、兩百、五十……」（田野筆記 20190221）。

筆者當時未留心這位糶手看待炭仔頂文化的見解，是在後續的反思過程中，才意識到如此自然地忽視是有原因與脈絡的。筆者是在抱持炭仔頂一定有什麼的心情，不假思索帶著濾鏡觀看炭仔頂的情況下，才不以為意地忽視了糶手的說法。這意味著筆者眼中的「文化」，試圖尋找地方的「真實性」(authenticity)的企圖，對糶手及其他市場勞動者而言，不過就是生活，就是維持生計的方式。

若從糶手所言去思考，那麼我們將得到與觀光凝視下，截然不同的地方「真實性」。觀光與媒體關注的是由資本積累堆砌出來的歷史性空間 (Chambers, 2019: 22)，但這樣的美學觀點往往忽略了地景也是證實勞動剝削的物質空間 (李威宜, 2020)。走筆至此，筆者憶起貨車司機阿金時常語帶戲謔地說，走無路 (tsáu bô lōo) ⁹⁴才會來炭仔頂工作。

當都市白領依循主流觀光論述的，諸如「熱鬧而奇幻的深夜、傳統漁業生活、港口美食」等，這類渲染上浪漫色彩的符號，來到炭仔頂時，受到今日服務部門被區隔為高技術知識型的上層與低技術勞動型的下層的價值框架所影響，他們很自然地將深夜勞動，暴露在外沒有遮風避雨處的勞動環境，與粗重的勞動內容，落入「低階勞動」本該如作是的刻板印象當中 (Ocejo, 2019)。在陰雨綿綿、⁹⁵夜

⁹³ 對在地人來說，外地人很容易被識別出來。儘管筆者事前已探聽如何在衣著打扮上融入地方，但仍逃不過他們的法眼，因此受到了「特別關心」。

⁹⁴ 閩南語，指無路可逃。

⁹⁵ 基隆因時常下雨，有「雨都」之稱。

幕低垂的低音背景中，竄升出糶手們此起彼落的叫價聲，橫行直撞的人車一再擦過身旁，繞了一圈漁市場後，都市白領通常會走到外圍找尋銷魂的海鮮料理，一邊大啖美食的同時，嘴裡每一口的新鮮滋味，都再一次地激活了先前在漁市場目睹到的生猛感受。⁹⁶但是以新奇的眼光，解讀身處的漁市場脈絡，會忽略掉，錄進他們瞳孔的文化符號，是由一群「走無路的人」的勞動實踐所打造出來的。

然而，當討論漁市中的勞動剝削問題時，時常容易連結到非正式經濟部門的問題，也就是漁市場各攤商老闆不遵循既有正式機制聘用低階勞動者，使其暴露在缺乏保障的就業環境中。一方面，這些攤商當中，有許多未向政府機關辦理營業登記，沒有合法的事業單位身分，便無以替其員工投各類保險（如：健康保險、勞工保險、就業保險），員工也不適用勞動相關法規（如：《勞動基準法》（以下簡稱勞基法）、《勞工退休金條例》）。另一方面，儘管有些攤商取得了營業登記，但他們還是選擇與其他沒有營業登記的店家一樣的路數，沒有為勞工投保，也沒有承諾勞工一份典型勞動契約。

市場中的勞資關係，長久以來都沒有依照勞基法的規定來運作，歷史上的慣例形成漁市場中的道德秩序，也因此，勞工若不幸碰上了勞動權益受損之情事，僅憑個人力量去應對，無法尋求法律途徑獲得解決。舉例而言，在筆者蹲點的金鑫漁行擔任會計一職的Q毛，曾多次和筆者提及，她在前一間漁行累積了二十五年的工作年資，漁行經營人換了新一代接手後，新老闆直將Q毛自認替老闆排難解憂的所作所為，理解成過度管事而因此心生不滿，在未經Q毛同意下，毅然決然將她辭退。Q毛莫名遭到解雇的情況，勞基法確實能以雇主無故辭退勞工的原由對其開罰。儘管勞資衝突有機會透過法律解決，但Q毛長久浸染在傳統上不按照勞動法規運作的經濟環境中，為了避免找尋下一份工作時，因為用漁市場認為「不道德」的法律方式向前雇主爭取權益，而被各家漁行拒絕進用，於是她選擇低調走人。爾後她順利開始了下一份會計工作，只是在事隔多年後，她仍一再講述，試圖透過用語言鞭答前老闆的「忘恩負義」，來淡化她對累積二十五年的工

⁹⁶ 漁市旁的生魚片小店看好漁市觀光客的消費力，為了迎接越多的觀光客到來，近幾年幾度調整了營業時間。也有附近的居酒屋料理店，為了迎合觀光客逛完漁市才宵夜的需求，每逢周末假期便延長深夜的營業時間。

作年資在那個時刻消為雲煙，到了新的工作地點又必須一切歸零，從領低薪開始一步步爬升的哀愁。

儘管 Q 毛嘴上挑剔低劣的勞動條件，但漁市內的勞動關係有另一套別於法律體制的規律運行，因此當面試的新人詢問有無受勞基法保障的基本待遇時，漁市內的勞動者反而難以接受新人以正式體制的規章，來要求炭仔頂既有的勞動條件。以下是 Q 毛分享一位外型看起來不超過三十歲的年輕人來漁市場應徵的情形，新人主動詢問要求待遇的表現，在 Q 毛眼中是不可思議的，不能理解為什麼要拿外面的標準來衡量漁市場的工作環境，甚至理所當然表示，「我們的待遇真的就沒有那麼好」，來合理化漁市工作條件低劣於普遍社會所認為的「常規」標準。

你來應徵，就會問說薪水多少、有沒有勞健保。可是我們的待遇真的就沒有那麼好，可能傳統下來待遇就是這樣。啊你看，他們還會問說有沒有年終獎金。你應徵就這樣問了欸，老闆真的傻眼。以前我們是想說，我們剛開始的時候真的很少，阿我們是這樣慢慢升、慢慢升，那個薪水真的很少，比那個鐘點還低。（訪談紀錄Q毛 20201017）



圖 4-7 二〇一九年的漁市場公休日程表（筆者攝）

除了法律提供給國民的基本照顧無法落實到漁市場勞動者身上外，夜間勞動⁹⁷的工作型態與漁市場的休市制度，委實大大影響了這群勞動者在日常生活中的社會關係，以及對身體造成的健康風險。先說明這群勞動者的工作節奏、休息時間與休假時間。他們大致上在晚上十一點到午夜一點的區段間上工，一路站，一直到早上七、八點下班。整個過程中鮮少休息，雇主亦無安排固定的休息時間，大家的默契是，上工後，勞動者的身體屬於雇主的，並受其支配，只有生理上的需求——如喝水、上廁所——是可以暫時離開工作崗位的合理原因，但是也不能過於頻繁，否則會招來雇主的「關切」。他們的休假時間同漁市場的休市日，除了固定每周一之外，還有一些如中秋節、春節等的大型傳統節日。從二〇一九年漁市場休市年曆中（見圖 4-7），可以計算出漁市場工作者該年只有 66 天休假，遠低於一般受勞基法保障的 116 天。

接著，我們可以從下面兩段訪談資料中，窺見漁市場勞動者們迥異於社會中大多數人的勞動作息，是如何迫使他們的睡眠時間破碎化，進而引發健康上的隱憂。在休假時間不多又與多數人生活作息相反的情況下，他們的人際關係經營和家庭情感的維繫都蒙受巨大挑戰，也可能因為社交生活的缺乏而出現心理健康（mental health）的問題。

第一點，我們比較不能請假；第二點，像小時候都沒有陪小朋友，人家休息陪小朋友出去玩，[...]可是我們沒有啊，我們沒有什麼年假[...]。（在漁行做工作就是）我（下班）回來，白天我還可以顧到家，就沒有整天說朝九晚五。我都分攤（睡）。早上買菜回去，我去洗個澡，然後就是衣服弄下去洗，然後去躺一下，有睡就睡，如果沒睡也是躺。中午我先生會回來吃飯，我要去煮個飯，就十一點了，差不多一、兩個小時。如果下午沒事，有時候也會跑去睡，有（時間）睡就睡。一定要煮晚餐，像我兒子現在他[...]回到家九點多，我都要幫他留便當，他回來我要看一下，叫他快點去睡一下。我的時間就是這樣兩個小時、兩個小時這樣

⁹⁷ 漁市中的所有攤商不都是只在夜間營運，有少數店家在白天時間也有開章，筆者這裡所描述的勞動節奏，主要是賣現流仔的漁行的夜間勞動環境這個範疇。

分攤睡，我很少說，像你們從幾點就睡到七、八個小時，我們很少很少。

（訪談紀錄Q毛 20201017）

我來做市場，朋友少了很多。以前我的朋友他們時間都不同、休假時間都不同。比如說人家去夜店，我還在上班；人家跨年，我也在上班；人家放假，我也是上班啊。先不要說甚麼作息，你就先影響到你的家人，影響另一半，影響小孩。其實做半夜沒有不好，但是它也沒有好。身體不好的都是半夜的啦，因為你的作息，（像）我的睡眠時間都只有三個小時。長期下來，先不要說我會不會怕，我老婆都會怕了。這是後來有了婚姻後，會有的感觸。（訪談紀錄阿一 20200323）

（二）非正式勞動的需求與意義

工作待遇未受既有正式體制保障，且工作時間與地點不符現代人對工作條件至少要符合勞基法要求的基本需求，因此難以吸引新血加入，崁仔頂一直以來面臨嚴重的缺工問題。在過去，崁仔頂的勞動關係大多是師徒制，漁行內的員工也多有親屬關係，不過隨著糶手技藝的難度與要求不如從前門檻高，在過往有心要經營漁行生意的人，必須向漁行老闆拜師學藝，出師後才能繼承師傅家業或者自行創業。而現在要成為一名糶手，不用學習洋流天氣等知識，也不須經過長期師徒制培訓，從打掃廁所開始一步步學習，只要有會辨別魚、懂魚的市價與判斷喊價時機，就有機會升任糶手一職。雖然崁仔頂漁市場的許多勞動者之間存在親屬關係，不過相對於過去，如今已隨著事代變遷而有淡化跡象，比如已經很少見漁行老闆的兒子、女兒願意繼承家業，他們通常都是在外尋一份辦公室工作。

雖然許多人因為漁市場的工作待遇不佳而卻步，但這些願意捲起衣袖在大半夜進行勞力密集工作的人，並非是在蒙昧狀態下誤入歧途的羔羊，他們多半有自己的原因，而主動選擇這份工作。以下將常見的因素分做三點進一步說明。第一點，對生活上有迫切用錢需求的人來說，夜間工作巧妙地在時間上避開大部分的工作，他們除了能在白天擁有一份正職外，也能在夜裡擁有另一份正職工作，迅速累積錢財。第二點，有些勞工喜歡漁市場工作內容的單一而重複，這讓他們覺到自己有辦法掌握每一天的工作要務，並且在日復一日地操作下，更加精進自

己的工作技能，提升工作過程的速度，有助於水產品在越短時間內賣出，讓老闆賺取更豐厚的利潤，同時，他們也在此中獲得滿足、產生對工作的認同。

第三點，許多人在白天下班後，選擇晚上再兼另一份正職工作，並且甘於雇主不為他們的夜間工作投勞、健保的作法，因為那些勞動權益的保障，不只是國家和雇主要負擔，法律也規定勞工必須一起承擔，在他們白天的工作已有向國家繳納保費的前提下，他們認為再繳第二份，就像是把錢丟進水中，多繳一份同樣內容的保險並沒有意義。⁹⁸甚至，他們也會質疑這筆錢的用途，畢竟一直以來，勞保破產的傳聞甚囂塵上，許多人擔心害怕繳了的錢無法如同過去所預期的，能換取往後的保障。所以當夜間工作的雇主未將勞、健保列入薪資條件中，他們反而樂於接受，因為這意味著他們能夠拿到這份兼差工作的「完整」薪水，不用扣一部份給國家。

雖然漁市場的工作難以受到正式體制的保障，但這同時也能看作是政府藉此種說法滲透非正式空間以獲取治理權的一種作法。試圖通由「看見」這群「走無路的人」的「邊緣不受保障」勞動處境，以人道觀點來批評非正式空間的「不道德」，從勞動權益的議題著手，號召更多人不認同在非正式空間中運作的非正式勞動關係，以漸漸動搖非正式空間既有的勞動關係運作模式的正當性，並藉此一點一滴奪取非正式空間的治理權。換句話說，對於正式勞動體制外的其他勞動關係，不但不正常，甚至使得陷入此中的勞動者，落入更加不對等的勞資關係處境的此類說詞，應從不同的角度切入來思考：如果從上述指出許多劣於勞基法的勞動條件來評價漁市工作，不難會落入在漁市提供勞力卻換得十分不對等、不公平的報酬，那怎麼還有如此多的人願意當冤大頭投身其中？難道真是被非正式勞動環境所困住，而需要政府介入拯救嗎？我們對於漁市提供的勞動條件的認知與想像是否過於單一？

我第一次在田野中聽到「走無路」一詞，是從透過自嘲來活絡勞動環境氣氛的小金嘴裡聽到的。當時我和小金在利德漁行，小金一邊指揮撿魚仔正仔整理漁獲的順序，一邊與我說話。他忽然和我說，會來這裡工作的人，都是走無路的人，

⁹⁸ 當然，實際上並非如此，保險的負擔範圍以申請項目劃分，而非申請人，所以第一份工作的保險內容無法保障第二份工作。

以後去找辦公室吹冷氣的工作，不要來做這種靠勞力的，不然你問正仔是不是走無路才來這。正仔抽口菸笑了笑，沒多說什麼，對這種玩笑話貌似已司空見慣。正仔在崁仔頂是年輕的勞動者，看上去沒超過三十歲，在入伍前曾在漁市工作過一段時間，退伍換了工作後，又輾轉回到漁市工作。司機小金與正仔不是直接上下直接隸屬的勞動關係，司機小金將貨主的漁獲拿到利德漁行寄賣，漁行從其所賺取的寄賣費用當中，取一部分固定薪資每月撥給其員工。小金明白正仔這類比較底層的勞動者，賺取的薪資並不多，因此常常會以請菸、宵夜的方式，或是不去在意任他們挑走幾尾小隻且經濟價值相對低的漁獲回家煮食。

在漁市場，香菸是男性勞動者之間重要的交際方式，市場後臺總是煙霧瀰漫，地上除了冰塊與水外，到處都有菸身殘骸，較有社經地位者（如貨主、貨運司機或漁行老闆），常常會在幫自己點菸的同時，也遞一隻菸給身旁的基層勞動者（漁行員工）。有一回，小金在無旁人時，曾和我說過，大家都是辛苦人，多幫一下沒關係。遞菸是小金具體表達對這些基層勞動者的物質照顧，除此之外，小金也時常自掏腰包購買仁愛市場外圍攤商的油飯請勞動者，讓他們在上工前儲備足夠的體力，也有時候買一杯咖啡幫助他們提振精神。小金也在帶我到各個漁港收集漁獲的路上，買了一瓶營養又好喝的木瓜牛奶給我補充精力，接過牛奶的當下，我真有因為小金的溫暖貼心而精神又更好了。

自嘲「我們都是走無路的人」的同時，也是以幽默化解無奈，幽默感是有助於點開人們形成「我們是一樣的」共同體認同的契機，聊天笑鬧的語言方式使得生活苦悶處有一輕鬆好玩的發洩窗口，在這過程中，作為社經地位上位的運販商與漁市基層勞動者忽然間站在同一陣線，都是「走無路的人」，都是對政府正式勞動體制的保障無感的人（就算雇主願意幫勞動者投保勞工保險，但勞動者未必願意）。而小金同理基層勞動者的處境，也透過物質的贈與表現出來，某程度上具體彌補漁市工作「低劣」於勞基法保障的權益。

小金曾經是營建承包商的主管，因為公司不幸倒閉，失去工作的他，回到最喜歡的漁港邊，在思索人生的同時，也釣魚交朋友，或者與剛結識不久的漁民一同出海捕魚。在這段時間認識的一位運販商，因車禍住院，亟需有人遞補他原先的工作，小金於是頂替車禍友人的工作，康復後的友人又嚷著要退休，於是運販

商的工作就此真正落在小金身上。小金在和我講述這段工作際遇時，也感慨遇到貴人相助，他才能溫飽並有能力撫養三個孩子長大。也因此，小金在漁行進行拍賣活動時，相對於其他運販商坐在一旁滑手機、睡覺、吃消夜，總是忙進忙出，有時候幫忙撿魚仔分類漁獲，有時候協助攞手判斷價格，有時候也會和客戶聊天培養感情，為的是有效監督漁獲的出售價格，讓他的老闆獲取最佳利益。⁹⁹小金在職場上獲得良好評價，也因此與他合作的貨主越來越多，他從三噸半的貨車一路換購到如今的八噸半。

小金的作法與漁市場工作者之間以非正式性關係的維繫來暢通市場的運作，存在很深的關聯。不論對貨主還是漁行而言，當日運送至崁仔頂的漁獲當晚完售為最佳利益，不過誠如第三章的論述，每日的漁獲種類、數量、品質以及購買者的需求量能皆不一致，幾乎很難有一套可依循的固定標準作業，使得每日的漁獲都能如願當晚銷出，為了要克服商場上瞬息萬變的供需條件，非正式關係便在此中便扮演重要的作用。

一般而言，運販商最為清楚貨主的需求，並能配合漁市現場交易狀況，協調出盡量讓貨主取得滿意的漁獲價格，而漁行也能順利完成完售漁獲的任務。與小金配合的貨主有十來個，每天的合作對象，端視有多少出海的漁民請託小金運送漁獲至崁仔頂，而小金根據貨主們捕撈的漁獲量與種類，會分別運送到金鑫或利德漁行。小金分貨的準則是以貨主捕撈的海域所區分。簡單來說，如果小金今日合作的貨主們因為都在海域相近的地方捕撈，其漁獲物品種相去不遠，如果所有漁獲都分配到同一間漁行，那麼可能會出現因供給多過需求而價格崩跌的情形，更壞的狀況是漁獲賣不出去，於是小金合作的貨主們雖然基本上是固定和金鑫或利德其中一間漁行長期合作，但小金會視情況將一部分的漁獲做臨時調配，以讓漁貨能順利完售。

不過，貨主由於不清楚現場狀況，總是認為漁行的工作執行不夠確實，賣低了漁獲的價值，漁行儘管也想將售價拉高，不過還是必須優先將漁貨賣完，沒賣出去的漁獲連打平營業開銷的機會都沒有，諸如此類的衝突往往是由運販商居中

⁹⁹ 小金和貨主的分潤方式並非採按比例抽取傭金的方式，而是以箱子數量為計價單位，因此相對於前者，小金在物質上較沒有誘因需要拉抬漁獲的商品價格。

協調，若運販商採取不理會的手段，那麼貨主與漁行之間的合作關係就有終止可能。為了避免衝突，小金會視情形，有時候通融漁行在做帳時有些帳目上的調整，而彼此相互配合，使得後續小金需要和貨主有所交代時，也會請漁行幫忙調整實際賣價。

除此之外，為了將現流仔在最新鮮時出售換取高價，午夜時段的拍賣時間是最佳「賣點」，早上下午出海、傍晚回港的漁獲，馬上運送至炭仔頂，在早上、中午前，以不到 24 小時的時間內，到達消費者的餐桌上。不過，若依照勞基法第 49 條的規定，雇主不得讓女性勞動者於晚間十點到隔天凌晨六時時斷內工作，那麼炭仔頂將難以營運，畢竟市場中需要許多女性勞動者協助處理帳務、整理漁獲或是負責拍賣。相較於規定死板的律法，炭仔頂的非正式勞動關係則以市場營運的彈性需求而開展，也撐出一個有別於適用勞基法的勞動空間，使得勞方與資方的關係形式有其他的可能。

非正式勞動關係使得市場之間的交易與協調富有彈性，而此種模式恰好能滿足販售每日供給與需求的量能及品項有著高度變動的現流仔商品，並且締造出擁有獨特文化的漁市地景。法制外炭仔頂漁市場的運作核心，即是由這群時常自嘲「走無路」的勞動者所提供的勞力付出。儘管這些勞動者未受到勞基法保障，不過，漁市場內獨特的關係網絡與運作方式，恰好讓這群勞動者在知曉自己未受到正式體制保障時，仍採取「嘴巴上不接受或嫌棄」，但以「我們這邊待遇就是沒那麼好」來合理化自身處境，甚至有些以社會多數人看來負面的條件（如雇主未替勞工投勞、健保），卻是這群勞動者所期望的。也正是因為炭仔頂的非正式勞動，才能創造出龐大的現流仔市場，更因此打造出別具一格的觀光地景。

小結

本章以「正式—非正式」交錯實踐的概念，釐清炭仔頂漁市場非正式經濟體，「為何」且「何以」在國家的眼皮底下，安處於基隆都市中心，並且存續至今。在第三章，我們看到了行動者因循鮮文化邏輯，日復一日在炭仔頂實踐出特有的社會關係與經濟制度，使炭仔頂成為今日以現流仔供應著名的水產批發市場。本章第一節繼續深入探討炭仔頂漁市場的別具一格如何可能，但不同於第三章聚焦

在非人行動者、鮮文化的社會技術打造、以及由此衍生而出的關係與制度等的生產漁市場社會的經濟力量與市場脈絡上，而是轉向漁市場的政治脈絡上。

由於炭仔頂漁市場在國家治理下，被劃歸為非正式部門，但這是將漁市場經濟體擺置在正式—非正式固定的二元框架下檢視的結果，為了破除正式—非正式背後所隱含的現代性企圖，筆者以法「制」外的視角重新審視國家與炭仔頂之間的關係。一方面，非正式性意味著炭仔頂漁市場利用政府未積極介入管理的空間，在「自治範圍」內創造出另一套市場遊戲規則，才產生了有別於其他合法漁市場的基礎——特別是炭仔頂的計價制度以臺斤為單位，不同於其它合法的消費漁市場大多以公斤為基準，因此在經濟制度上，能夠創造出給予漁人更優待的經濟利益空間，吸引漁人將現流仔拿到炭仔頂寄賣，促使炭仔頂成為象徵「上鮮」的現流仔的重點集散地。重要的是，漁市場的非正式性同時也是促使漁市場過程更有效率的條件，勞動與經濟過程越有效率，就能夠縮短易腐敗的海鮮在市場上的流通時間，對漁人來說，趁產品新鮮賣掉比較賺錢，而不用負擔額外的政府管理漁市場費用，又能買到新鮮，則是吸引買家的原因。另一方面，漁市場非正式經濟體能夠繼續運作，最主要的原因還是出於國家治理的妥協與退讓，漁市場能夠為國家創造經濟，提供國家治理下的主體工作機會，在漁市場經濟體遵從一定的社會規範下，國家因而睜一隻眼閉一隻眼，放任其繼續運作，甚至有時還會協助處理漁市場產生的社會問題。國家的治理生產了炭仔頂漁市場的非正式脈絡，同時，國家的介入與妥協也使得正式—非正式的界線不明。

雖然非正式經濟幾乎無所不在，但它的本質卻是脆弱的，隨時有消亡的可能，國家儘管現下尚未將炭仔頂收為國有，但在漁市場觀光化發展的脈絡上，可以看到國家與社會如何利用炭仔頂漁市場的文化資源。臺灣盛行的夜間公共休閒文化以及漁市場空間的開放性，提供了夜間運作的炭仔頂漁市場的觀光發展條件，可是漁市場經濟體在炭仔頂觀光化的過程當中，扮演了相對被動的角色，是國家與其生產的主體，將炭仔頂歷史脈絡積累而成的文化資本，撿拾為現成的文化素材，一方面希冀能由炭仔頂漁市場的獨特性吸引更多人來到基隆消費，另一方面也企圖在這樣的過程中，將炭仔頂地方範疇論述、建構為屬於國家範疇的一部分。

然而，崁仔頂地方性的生產關係是一個空間的、歷史的和辯證的關係，地方性儘管脆弱，但它同時也是一個不斷正在形成的過程。建基於漁市場中的經濟行動者、新鮮文化與現流仔水產品的供銷制度，建構出一個可供經濟生產與穩定秩序的地方領域，但它是在政府的隱忍與妥協下，才有辦法在政治的脈絡上持續生產自己，因此在國家虎視眈眈且政治權力不對等的情况下，地方性是脆弱的。可是在地方性觀光化的過程，我們看到的是，雖然觀光論述或明或暗地一再強化了崁仔頂隸屬於基隆的意象，但同時也顯露出國家沒能完全統御的地方，而且被順服於其治理的主體所看見並認識。在這個意義上，漁市場是不是在基隆不但很重要，同時，漁市場是不是崁仔頂也同樣很重要。換句話說，崁仔頂漁市場與新鮮符號的掛勾，已不若是因為提供現流仔的市場邏輯，反倒是因為其座落在基隆港邊的地理位置，在這個意義上，地理空間不只在物理空間與社會空間的向度上有重要意涵，也同時在空間的想像上發揮綜效。整體而言，漁市場非正式經濟體便因為在固定的地理空間上，創造出更寬廣的脈絡，進而持存與延展了地方性，崁仔頂漁市場才能夠繼續以非正式性的面目存續。

第五章 結論

第一節 研究發現

本研究以「新鮮水產的地方觀點與實踐」作為基本命題，以因供應現流仔水產而獨霸一方的崁仔頂漁市場為研究對象，並綜合參與觀察與深度訪談方法蒐集與分析資料，嘗試建立一套理解「臺灣水產市場脈絡的新鮮文化」的框架。本研究將崁仔頂的市場流變，作為一個臺灣飲食文化在遭逢殖民經驗與冷鏈全球化的轉型見證，並視崁仔頂的現時運作為臺灣飲食文化實踐的空間場域，藉由崁仔頂的社會變遷、市場運作以及和國家的互動關係，檢視全球新鮮文化在地方摩擦，所顯現的文化邏輯、社會實踐、經濟過程與政治互動。本章除了綜觀性的統整研究發現之外，將反思研究不足之處，以期未來進一步探究。

本文論點是，崁仔頂漁市場行動者之所以持續實踐本文所述的新鮮文化，在於它的經濟實踐象徵一種全球—地方、正式—非正式、自然—社會的二元架構顛覆。一方面，崁仔頂的經濟實踐不僅呈現新鮮文化在全球化的過程中，如何與在地互動，並被地方所理解與接受，揉雜為一套應用於地方的市場運作邏輯，而且新鮮概念不是只取決於自然物性，也受到社會文化的影響。另一方面，也展現這種由民間自主組織而成的非正式經濟體，如何與國家權力結構互動，並在歷史過程中存續下來。本研究的論述核心為，崁仔頂發展為當今臺灣社會重要的現流仔批發市場，是基於三項要件：一是新鮮飲食的觀念普及，二是崁仔頂有提供現流仔的能力，三是政府忍讓妥協於崁仔頂的非正式性。為了驗證上述觀點，筆者分別以「水產冷鏈與地方應對」、「保鮮：現流仔的社會技術組裝」、「正式—非正式的交錯：都市治理與漁市觀光」各用一章的篇幅來加以探討，透過分析市場的歷史變遷、經濟運作和社會互動，勾勒出受全球化影響但立足於地方的新鮮邏輯與實踐，在不被國家法律所承認的處境下，與正式部門之間千絲萬縷的關係。

在第二章，使用歷史宏觀的視野，探討生鮮商品的全球化脈絡如何影響崁仔頂的市場變革。食用新鮮水產是臺灣社會近代發展出來的飲食慣習，在這之前，因為尚未出現進步的保鮮技術，大部分漁民會把鮮魚加工為可以存放比較久的乾貨製品，加上從事漁撈生計的人不多，導致很少人有機會嚐過生鮮水產。然而，

在日本政權的統治下，日本人將他們發展漁業的經驗帶入臺灣，他們針對臺灣的漁業狀況進行考察，在全臺各地闢建漁港、製冰廠、冷凍倉，傳授捕撈知識，並授與臺灣人保鮮漁獲對安全衛生及商品價值的重要性。基於以上原因，鮮魚保鮮的知識與技術條件到位，崁仔頂在日本時代，開始出現鮮魚的海外貿易，由臺灣生產的水產商品外銷到鄰近國家。科技日新月異，一九八〇年代後，鮮魚已經不再是高價昂貴的商品，臺灣開始出現內需市場，崁仔頂的漁市場雛型也因之而成型。

低溫保藏技術的發明與進步，使得食物的生產與消費之間距離拉長了不少，冷凍食品的便捷與低廉，更是深遠地影響全球社會的飲食消費，臺灣社會雖然亦不置身其外，不過全球化的力量總是和地方發生摩擦，並在過程中揉合為一套不全然是全球的、亦非全屬地方的文化邏輯，來開展對新鮮飲食的追求。在第三章中，筆者說明臺灣脈絡的新鮮文化所指為何，而這樣的新鮮文化，讓我們傾向去認為稱為「現流仔」的本港野生漁獲是最新鮮美味的水產品項，也因此，我們到處都能在招牌或菜單上看到強調「現流」、「現撈」、來自基隆／崁仔頂的字詞，目的是為凸顯該家餐廳所使用的水產食材等級之好、品質之高。

然而，當我們判斷一尾魚新鮮時，這個新鮮概念並非單純指涉一尾魚的物質狀態，還包含了文化的影響，而且，一尾魚新鮮的品質亦非只純然建立在它的自然狀態上，在整個市場過程中亦涉及了經濟實踐、社會制度、科技技術的助益，魚才能夠以一個新鮮的樣子出現在我們面前。我援用「照護」的概念，一方面透過現流仔的物質性來解釋新鮮的生理意義，以及技術與制度怎麼用來延長水產的新鮮狀態，另一方面則從生產者與銷售者因循市場的現流仔偏好，某程度上地「製造」出現流仔「新鮮感」的視角，說明現流仔的新鮮並不完全是自然的本質，它同時也是文化、科技、社會共同建構出來的結果。

一尾魚的新鮮程度很大程度取決於它離水後死亡多久，因此，技術與時間都在延遲漁獲新鮮狀態的過程中，佔有重中之重的角色。水冰法雖然能夠延遲現流仔的新鮮度，但根據魚是不是上岸才死亡，以及水冰技術使用的情況，都有保鮮方法失效的可能。除此之外，為了讓現流仔賣得更高價，商人會因循一般常用來

判斷漁獲新鮮程度的方式，用道德模糊的做法，來讓魚看起來、摸起來更符合這些常規，像是為了讓魚看起來更加地鮮麗，保鮮時摻入了阿比助陣。

為了新鮮而爭分奪秒，現流仔的經濟活動於是有一套不同於崁仔頂其它水產製別商品的交易制度與社會關係，運銷現流仔的寄賣制度與拍賣制度，成功組織經濟分配過程，並有效穩定集體行動，現流仔因而得以在短時間內完售。第一，這些現流仔都是臺灣沿近海捕撈到的漁獲，地理上的近距離相對從外國進口的魚貨來得占盡先機，同為海運，運輸時間卻差了不少。第二，漁民—運販商—漁行建立「寄賣」關係，以抽成的分潤模式維繫固定的社會關係，雖然彼此之間未有正式契約，但穩定的關係締結，已然省去許多溝通成本。第三，拍賣模式有效地聚集人群，交易就在各方喊價聲的此起彼落之間，在耀手的目色與銷售技藝下，很是迅速地完成一筆又一筆的交易。由於越新鮮的商品價格越高，而儘管只相隔一天，漁獲鮮度將會下降非常多，於是耀手與漁行老闆都竭盡所能利用拍賣完銷當日捕撈的水產，通常也預期能完成任務，因此大部分的漁行未設置凍庫。

非正式性意味因為政府的未介入，崁仔頂漁市場產生「自治空間」，而它也善用這樣子的政治條件來發展漁市場經濟。最重要的是，崁仔頂的計價制度以臺斤為單位，不同於其它合法的消費漁市場大多以公斤為基準，因此在經濟制度上，創造出給予漁人更優待的利益空間，吸引漁人將現流仔拿到崁仔頂寄賣，促使崁仔頂成為象徵「上鮮」的現流仔的重點集散地。此外，看似凌亂狹小的市場運作空間，卻是縮短卸貨流程的條件，而省去繁雜的檢驗與管理，更是省下交易的前置流程。這些好處是促使崁仔頂市場運作得以更有效率的原因。但同時，非正式性卻也製造許多問題，這些應涵蓋在市場營運的成本，卻被轉嫁到外部的社會與政府，像是周遭住民要忍受半夜的噪音、市場後留下的垃圾，民眾也要承擔食品安全的風險，而崁仔頂佔據公共街道也導致行人權益受損，甚至漁市場勞動者的工作權沒有受到保障。崁仔頂雖然受益於它的非正式性，而有能力提供最新鮮的現流仔，但它的市場過程能夠快速即時的背後，其實也是損害到其他人的基本權益。

然而，崁仔頂非正式經濟體之所以能夠在法制外持續運作，事實上與基隆政府的退讓及城市發展利益有關。值得一提的是，所謂的非正式性，是政府為求治

理正當性所建構而成的結果，其中影射現代性欲求征服尚未納管地方的企圖，而且實際情況亦非政府管制在炭仔頂的真空，炭仔頂的非正式性其實是國家妥協與讓步的結果，筆者因此以法制外一詞取代正式—非正式的二元框架。由於漁市場能夠為國家治理下的主體提供工作機會，在漁市場維持一定的社會秩序下，國家才因而睜一隻眼閉一隻眼，放任其繼續運作，甚至還會協助處理漁市場產生的社會問題。

國家治理生產炭仔頂漁市場非正式脈絡的同時，國家的介入與妥協也使得正式—非正式的界線不明。雖然非正式經濟幾乎無所不在，但它的本質是脆弱的，國家隨時都有能力將炭仔頂完全正式化，不過基隆市政府不但繼續容忍它的發生，更為它推廣觀光，反而正式化它的非正式性存在。基於臺灣盛行的夜間公共休閒文化，以及漁市場空間的開放性的條件，炭仔頂成為了一個夜間觀光的景點。不過，在炭仔頂觀光化的過程當中，漁市場經濟體幾乎未參與其中，是國家與其生產的主體，將炭仔頂的歷史脈絡與經濟過程，撿拾為現成的文化素材，利用漁市場的獨特性發展都市經濟。

除此之外，談論觀光活動時，要留意的不只是炭仔頂漁市場的物質空間與其中的美學符號，重要的是創造出眼前景緻的，以非正式勞動關係運作市場的勞動者。那些不受到勞基法保障的勞動者，在政府的政令宣導下，顯得放在國家尺度下的漁市勞僱關係，並不道德。不過，儘管他們未能受到勞基法提供保障，但是漁市勞動者透過被請菸、宵夜與漁獲的方式，在這段非正式勞動關係中獲得補償。甚至，對許多勞動者而言，這份工作尚有符合其期待之處，於是仍有勞動者投入，而整座漁市場能夠持續運作並存續。

炭仔頂新鮮漁市場的脈絡生產是一個空間的、歷史的、政治的、文化的辯證關係，是一個不斷正在形成的過程，而本研究捕捉的是它在特定時間與地點的顛覆全球—地方、正式—非正式、自然—社會二元框架的現象。雖然類同的顛覆事件也許正在世界各處上演中，就像炭仔頂之前歷經的市場變革一樣，如今的顛覆可能在往後蕩然無存，像是失去地方特色的新鮮文化，或是成為正式制度中一份子，不論如何，可以肯定的是，炭仔頂的脈絡還會再製造，也還會發生變化，這些還有待後續繼續追蹤。

第二節 研究限制與未來展望

最後，我探討出以下四點研究困境作為本研究之反省，並期盼有助於未來的研究發展。第一，本研究未能精確捕捉到崁仔頂漁市場的發展歷史，以及基隆漁會、基隆市政府與崁仔頂之間的互動歷史過程。我爬梳過多筆新聞、文獻資料，也曾聽人講述，發現一直存在搬遷崁仔頂漁市場、並將其正式化的討論，即便八斗子漁市場蓋建完成，政府要求崁仔頂的攤販店家遷移過去時，卻沒有成功動員，攤商還是繼續留在崁仔頂發展。雖然我在抽樣上已經盡量做大受訪者之間的變異性，曾針對此事訪談漁行老闆、漁會高階幹部、市議員、卸任漁會幹部與市政府官員，但是，他們不是各說各話，就是言詞閃爍。由於搬遷一事爭議最熱烈的時點約莫在十多年前，許多當事人不是拒絕訪問，就是尚未能接觸到，基於受訪個案的樣本數不足，在既有的訪談資料無法整合出健全樣貌的情形下，為了確保研究資料的客觀性，只得割棄這部分的討論。

第二，以「漁行」組織作為分析對象的討論尚不完整。由於崁仔頂漁市場的攤商數多而紛雜，營業也不斷有波動，舊的不斷收起，新的不斷進駐，就連聯誼會的會長也說不清楚目前崁仔頂究竟有幾間漁行，只有一個四十間左右的概數，加上市場過程非常繁忙，幾乎所有工作者都無暇放下手邊的事務，也有人出於他們的營業屬於灰色地帶，可能會招致法律上的麻煩，而不甚樂意接受訪問，所以要調查出漁行的數目有一定的困難程度。此外，我雖然在金鑫、利德漁行蹲點調查，但為期只有一個月，加上樣本數少，聚焦在漁行的寄賣制度與拍賣制度與供銷現流仔之間的關聯性研究，沒有就不同漁行之間的差異與相同處進行比較，並納入漁行與其他組織之間的互動影響變項，提出更加完整的研究框架。

第三，以「崁仔頂漁市場」作為分析對象的討論亦不充足。雖然漁行是帶動漁市場發展的基礎，但若不是還有其他的冷凍水產商、養殖水產商、加工水產商的進駐，否則只供應現流仔的漁市場，不太可能滿足大量消費的需求，更不可能撐起北臺灣重要漁市場的地位。由於受限於有限的研究時間，當初的田野調查只著重在漁行範圍，沒有機會與其他類型的水產商在現場互動與認識，後續透過認識的朋友，才訪談到冷凍水產商，但其他類型水產商的樣本數仍不足，這造成比較崁仔頂內部的現流仔供銷圈與其他水產供銷圈的兩套制度比較不甚清晰。

第四，未能清楚呈現漁行與地方社會之間的關係。由於崁仔頂各攤商收攤後，雇主與勞動者不會在附近逗留，或者相約一同吃早餐，大家都有其他要務在身，有的人希望早點回家休息儲備精力，有的人要幫家人準備早餐、帶小孩上學，而其他休息時間，也很少聽聞攤商之間有吃飯聚會等的聯繫情感活動，所以，目前並未能蒐集到崁仔頂的攤商有多少人居住在崁仔頂附近，以及崁仔頂攤商與基隆地區關係網絡的資料。



參考文獻

中文資料

期刊

- 王俊昌，2016。〈日治時期臺灣水產關聯產業的發展——以製冰冷藏業為例〉。《海洋文化學刊》，21，頁193-219。
- 吳永毅，1987。〈試評〈都市非正式部門發展之研究：以路邊洗車業為例〉：台灣關於「非正式部門」研究的一些誤解〉。《國立臺灣大學建築與城鄉研究學報》，3，頁179-194。
- 余舜德，2017。〈政治經濟變遷下的夜市小吃：以臺北盆地個案為例〉。《中國飲食文化》，13(1)，頁7-34。
- 李威宜，2020。〈檳城華人「公司」遺產化過程的主體想像〉。《臺灣人類學刊》，81(1)，頁61-122。
- 林玉茹，1999。〈戰時經濟體制下臺灣東部水產業的統治整合——東台灣水產會社的成立〉。《臺灣史研究》，6(1)，頁59-92。
- 邱思魁，2018。〈魚貝類的化學組成與其死後變化〉。《海大漁推》，48，頁1-48。
- 2019。〈海產食品的品质與其貯藏中腐敗的起因〉。《海大漁推》，49，頁25-6。
- 祝平一，2000。〈臺灣漁業史略說〉。《中華科技史同好會會刊》，1(3)，頁100-102。
- 2001。〈破鏡零史——戰後臺灣漁業史研究回顧〉。《新史學》，12(2)，頁195-231。
- 胡興華，2014。〈臺灣漁會的演變與發展〉。《檔案半年刊》，13(1)，頁4-19。
- 張容瑛，2014。〈台北都會區港口城市的困局：再生中的基隆？〉。《地理學報》，72，頁5-29。
- 曾品滄，2008。〈平民飲料大革命——日治初期臺灣清涼飲料的發展與變遷〉。《中華飲食文化基金會會訊》，14(2)，頁18-23。
- 潘英海，1993。〈熱鬧：一個中國人的社會心理現象的提出〉。《本土心理學研究》，1，頁330-337。
- 蔡旻宏、楊易洲，2020。〈冰冷的幸福：解決漁貨物滿艙的困擾〉。《漁業推廣月刊》，401，頁46-7。

蔡淵黎，1986。〈清代台灣行郊的發展與地方權力結構之變遷〉。《歷史學報》14，頁141-160。

蕭堯仁，2020。〈從豐洲市場經營看日本水產品批發市場的轉型與挑戰〉。《漁業推廣月刊》，401，頁34-7。

專書

Chambers, Erve著，李宗義、許雅淑譯，2019。《觀光人類學：旅行對在地文化的深遠影響》(Native Tours: The Anthropology of Travel and Tourism (2nd edition))。臺北市：游擊文化。

Freidberg, Susanne著，黃薇菁譯，2011。《你吃的東西真的新鮮嗎》(Fresh: a Perishable History)。臺北市：天下雜誌。

Goody, Jack著，王榮欣、沈南山譯，2010。《烹飪、菜肴與階級》(Cooking, Cuisine and Class: A Study in Comparative Sociology)。杭州：浙江大學出版社。

Harris, Marvin著，葉舒憲、戶曉輝譯，2004。《食物與文化之謎》(Good to eat)。臺北市：書林。

Jackson Peter & Nigel Thrift著，2019。〈消費地理學〉(Geographies of Consumption)。收錄於羅鋼、王中忱主編，《消費文化讀本》。北京：中國社會科學出版社

Johnson, Steven著，黃中憲譯，2017。《我們如何走到今天？印刷術促成細胞的發現到製冷技術形塑城市樣貌，一段你不知道卻影響人類兩千年的文明發展史》(How We Got to Now: Six Innovations That Made the Modern World)。臺北市：麥田。

Latour, Bruno著，余曉嵐、林文源、許全義譯，2012。《我們從未現代過》(We Have Never Been Modern)。臺北市：群學。

McGee, Harold著，邱文寶、林慧珍譯，2009。《食物與廚藝：奶、蛋、肉、魚》(On Food and Cooking)。臺北市：大家。

Mouritsen, Ole G. and Klavs Styrbæk著，羅亞琪譯，2015。《鮮味的祕密：大腦與舌尖聯合探索神祕第五味！（收錄39道天然鮮味食譜）》(Umami: Unlocking the Secrets of the Fifth Taste)。臺北市：麥浩斯。

- Ocejo, Richard E.著，馮奕達譯，2019。《職人新經濟：手工精神的文藝復興，品味與消費文化的再造》(Masters of Craft: Old Jobs in the New Urban Economy)。新北市：八旗文化。
- Planck, Nina著，張家綺譯，2017。《真食物聖經：回到食品工業前的健康智慧》(Real Food: What to Eat and Why)。臺北市：行人。
- Pomeranz, Kenneth and Steven Topik著，黃中憲譯，2019。《貿易打造的世界：社會、文化、世界經濟，從1400年到現在》(The World That Trade Created: Society, Culture, And The World Economy, 1400 To The Present, Fourth Edition)。第三版。臺北市：如果。
- Urry, John and Jonas Larsen著，黃宛瑜譯，2013。《觀光客的凝視3.0》(The Tourist Gaze 3.0)。臺北市：書林。
- Urry, John著，江千綺譯，2013。《消費場所》(Consuming Places)。臺北市：書林。
- 安心巧廚，2019。《餐桌上的肉蛋魚：美味也是一種科學，究極好魚好肉的達人之道！》。臺北市：麥浩斯。
- 成瀨宇平著，簡佩珊譯，2011。《科學教你挑好魚：從海魚到淡水魚，要怎麼挑的關鍵知識！》。臺中市：晨星。
- 朱德蘭，2012。〈長崎華商泰益號與臺南地區商號之貿易活動(1901-1938)〉，頁291-338。收錄於海洋史叢書編輯委員會主編，海洋史研究叢書1《港口城市與貿易網絡》。臺北市：中央研究院人社中心。
- 2016。《長崎華商：泰昌號、泰益號貿易史(1862-1940)》。廈門：廈門大學。
- 余舜德，2020。〈空間、論述與樂趣：夜市在台灣社會的定位〉，頁319-388。收錄於呂紹理主編，《如何日常·怎樣生活》。臺北市：臺大出版中心。
- 李國添，2002。《基隆市志一卷四經濟志漁業篇》。基隆市：基隆市政府。
- 李欽賢，2016。《港町人文散步—基隆城市之推移》。基隆市：基隆市文化局。
- 李嘉亮，2007。《台灣漁達人的海鮮第一堂課》。臺北市：如果、大雁文化。
- 2012。《台灣漁達人帶你環島吃海鮮》。臺北市：如果。
- 洪連成，1993。《找尋老鷄籠—舊地名探源》。基隆市：基隆市府。
- 陳世一，2003。《港都雞籠、文化出航：基隆港人文拼圖調查》。基隆市：基市文化。

陳玉箴，2020。《「台灣菜」的文化史：食物消費中的國家體現》。臺北市：聯經。

陳憲明、張怡玲、黃致誠，1998。《崁仔頂—魚行與社群文化》。基隆市：基隆市立文化中心。

蔡昇璋，2009。〈美援與戰後台灣漁業技術發展之研究〉，頁321-492。收錄於若林正丈、松永正義、薛化元主編，《跨域青年學者台灣史研究續集》。台北縣：稻鄉。

魏明毅，2016。《靜寂工人：碼頭的日與夜》。臺北市：游擊文化。

論文

吳沛穎，2019。《日治時期基隆漁港產業聚落空間的構成》。臺北市：國立台北藝術大學建築與化資產研究所碩士論文。

張怡玲，1997。《基隆批發機能魚市場的形成及其空間結構》。臺北市：國立台灣師範大學地理研究所碩士論文。

李宗信，2004。《小琉球的社會與經濟變遷（1622-1945）》。臺南市：國立台南師範學院台灣文化研究所碩士論文。

蔡昇璋，2018。《興策拓海：日治時代臺灣的水產業發展》。臺北市：國立政治大學臺灣史研究所博士論文。

新聞報紙

〈士林電工公司 與日技術合作 製冰箱唱機燈泡〉，《聯合報》（1957年6月7日），第2版。

〈士林電工廠 電冰箱應市〉，《聯合報》（1957年9月20日），第2版。

〈水產冷藏之概況（下） 在臺灣亦宜大為設施〉，《臺灣日日新報》10217（1928年9月30日），漢文第4版。

〈本島水產貿易〉，《臺灣日日新報》7510（1921年5月2日），漢文第3版。

〈地方近事／基隆 八尺門製冰開始〉，《臺灣日日新報》7303（1920年10月7日），第4版。

〈計劃設置示範肉店 冷藏冷凍適時保鮮〉，《聯合報》（1966年7月11日），第6版。

〈消費時代專題報導 高級家電看好〉，《聯合報》（1986年9月9日），第12版。

〈商品冷凍庫利用漸增〉，《臺灣日日新報》12281（1934年6月12日），漢文第8版。

〈基高兩處漁業港 設立魚貨調配站〉，《聯合報》（1962年12月22日），第5版。
〈基隆特訊 設冷藏庫〉，《臺灣日日新報》8041（1922年10月15日），漢文第6版。
〈發展台灣電氣事業 日專家提調查報告 應加強產銷創造新製品〉，《聯合報》（1962年9月6日），第5版。

〈漁業局昨規定 提高魚貨鮮度〉，《聯合報》（1969年4月13日），第4版。
〈製冰之新需要〉，《臺灣日日新報》4248（1912年3月28日），漢文第4版。
〈製冰能力與消費〉，《臺灣日日新報》8956（1925年4月17日），漢文第4版。
〈製冰增消〉，《臺灣日日新報》29（1898年6月8日），漢文第5版。

吳康瑋，2019年10月8日。基隆炭仔頂魚市竟天天惡臭！基隆環保局：絕對重罰。

中 時 新 聞 網 。 取 自 ：

<https://www.chinatimes.com/realtimenews/20191008002936-260405?chdtv>

吳康瑋，2020年4月26日。基隆炭仔頂購漁違停多 警方加強周遭違規取締。中時新聞網。取用：<https://www.chinatimes.com/realtimenews/20200426002940-260405?chdtv>

周佩樺，2018年9月6日。地主帶路！林右昌領各國好手遊炭仔頂 體驗魚市拍賣文化。放言。取自：<https://www.fountmedia.io/article/997>

邱瑞杰、牟玉珮，2011年12月24日。炭仔頂魚市好臭 基隆市民抗議。聯合報。取自：<http://udn.com/NEWS/DOMESTIC/DOM7/6801709.shtml>

邱瑞杰、牟玉珮，2011年12月24日。炭仔頂魚市好臭 基隆市民抗議。聯合報。取自：<https://udn.com/NEWS/DOMESTIC/DOM7/6801709.shtml>

邱瑞杰、牟玉珮，2011年12月24日。炭仔頂魚市好臭 基隆市民抗議。聯合報。取自：<https://udn.com/NEWS/DOMESTIC/DOM7/6801709.shtml>

食新聞編輯部，2018年11月3日。戴奧辛大閘蟹流入基隆炭仔頂！違規業者加重裁罰20倍 罰緩共計1億元。食新聞。取自：<https://www.foodnext.net/news/newsnow/paper/5470247989>

基隆市政府觀光及城市行銷處新聞科，2020年5月1日，首邀日本知名攝影師川島小鳥和9m88共遊基隆 亞洲藝文旅行網站HereNow基隆特輯上線了！。取自：<https://www.klcc.gov.tw/tw/News/Detail2?NewsId=14510002&i=0>

康子仁，2020年8月27日。獨立樂團拍謝少年歌曲〈晝夜市〉 融合基隆地景聲音。

雅虎新聞。取自：<https://tw.news.yahoo.com/獨立樂團拍謝少年歌曲-晝夜市-融合基隆地景聲音-054246425.html>

游明煌，2018年9月6日。世界廚師菁英遊崁仔頂看拍賣、搶買菜刀 林右昌帶路。

聯合報。取自：<https://video.udn.com/news/935387>

游明煌，2019年10月10日。崁仔頂亂丟保麗龍箱 1箱罰1200元。聯合報，B2版。

游明煌，2019年10月29日。玩桌遊走進古今歷史穿越時空 基隆校園教具好活潑。

聯合報。取自：<https://udn.com/news/story/6885/4132308>

游明煌，2019年10月8日。崁仔頂魚市後保麗龍成山丟路邊 民眾嫌：又臭又噁。

聯合報。取自：<https://udn.com/news/story/7328/4092831>

游明煌，2020年5月1日。基隆魅力登日本旅遊網站 攝影師川島小鳥和9m88逛

出不一樣的基隆。聯合報。取自：<https://udn.com/news/story/7210/4532222>

楊語芸，2021年6月23日。令人敬佩的市場防疫模範生！基隆崁仔頂魚市「雙單

一套」，護生計也護眾生。上下游。取自：

<https://www.newsmarket.com.tw/blog/154166/>

其它

Honeyliciousss天菜小姐，2021年2月9日。阿菜被大媽旋轉？！凌晨衝基隆崁仔

頂漁市 打撈龍蝦大軍！！【天菜ED燒廚房】 FT. @觀眾。Youtube。取用時

間：2021年3月7日，取自：<https://www.youtube.com/watch?v=6ecc4H-1qew>

Tripadvisor網站。取用日期：2021年2月13日，取自：<https://reurl.cc/WERa8k>

行政院主計總處，2019。106年家庭收支調查報告。取自：<https://goo.gl/DY778p>

行政院主計總處，2019。人口及住宅普查報告。取自：

<https://census.dgbas.gov.tw/PHC2010/chinese/51/a1.pdf>

行政院國際經濟合作發展委員會，1966。臺灣漁業運用美援成果檢討。臺北：行政院國際經濟合作發展委員會。

行政院農業委員會，2016。冷凍魚是否就不新鮮？。取自：

https://www.coa.gov.tw/faq/faq_view.php?id=130

行政院農業委員會，2020。建構農產品冷鏈物流及品質確保示範體系。取自：

https://www.coa.gov.tw/redirect_files.php?id=47459&file_name=fS8mZIWGPlu

sgg4nMe1KUcuMhjsfLUQ41q5hNUEZWGPlusAQ6f3WGPlusoWGEequalmI2N
PF7rSUZ54e9kVHnasVWdkmqQEFWD63vP73fEAwpQntnNKH5u7egZVsNtC
RJu

我是老爸,我不要當爸!, 2021年1月20日。超便宜! 深夜一碗30元鮮魚湯好喝嗎?

基隆崁仔頂在地美食初體驗!。Youtube。取用時間: 2021年3月7日, 取自:

<https://www.youtube.com/watch?v=8hLMNpr43tU&t=2s>

基隆市文化局, 出版年不詳。基隆市漁會正濱大樓暨周邊廊帶資源盤點調查計畫
成果報告書(上)。基隆市: 基隆市文化局。

基隆市政府, 2017。點亮基隆觀光產業—論漁業振興方案。基隆市: 基隆市政府。

基隆市政府主計處。歷年統計資料庫, 取自:

<https://ebas1.ebas.gov.tw/pxweb2007P/Dialog/statfile9Y.asp?strCC=17>

基隆旅遊網。取用日期: 2021年2月13日, 取自: [https://tour.klcc.gov.tw/zh-](https://tour.klcc.gov.tw/zh-hant/dining/eateries/46852492/)

[hant/dining/eateries/46852492/](https://tour.klcc.gov.tw/zh-hant/dining/eateries/46852492/)

張家夫妻滑起來, 2020年4月15日。新鮮海鮮底家啦! 半夜直衝基隆崁仔頂漁市,

人妻在家教你做甘鯛立鱗燒 <3 | 崁仔頂漁市【帶著老婆到處逛 #15】。

Youtube。取用時間: 2021年3月7日, 取自:

<https://www.youtube.com/watch?v=JRZ-ZVnIo5E>

愛玩客iWalker, 2016年4月22日。【基隆】崁仔頂漁市場【愛玩客之老外看台灣】

#220。Youtube。取用時間: 2021年3月7日, 取自:

<https://www.youtube.com/watch?v=Bm51oc7lubU>

愛玩客iWalker, 2020年5月8日。【基隆】摸黑開店?? 從天黑吃到天亮, 暗光鳥

美食!!。Youtube。取用時間: 2021年3月7日, 取自: <https://reurl.cc/l0y6Yq>

臺灣省統計處, 1947。中華民國35年度臺灣省行政紀要(國民政府年鑑臺灣省行政部份)。臺北: 臺灣省政府。

臺灣漁類資料庫。取用時間: 2020年9月19日, 取自:

<https://fishdb.sinica.edu.tw/chi/species.php?id=381037>

劉阿修, 2020年12月11日。魚的處理 | 紀錄『不知魚』處理過程~第一次遇見這種魚, 竟連崁仔頂老經驗的魚販老闆都不知道魚的名字 《味留一升庵》

2020/11/20。Youtube。取用時間: 2021年3月7日, 取自:

<https://www.youtube.com/watch?v=dTBP8gO6CS0>

劉阿修，2021年2月5日。烏魚腩的處理 | 冬季限定極上食材～如何製作絕妙的下酒好菜《味留一升庵》烏魚腩處理過程分享。Youtube。取用時間：2021年3月7日，取自：<https://www.youtube.com/watch?v=j2AexsbAhj0&t=39s>

蔡哥，2019年1月10日。蔡哥-來逛逛崁仔頂魚市，買天堂地獄料理 (Vlog#9)。Youtube。取用時間：2021年3月7日，取自：<https://www.youtube.com/watch?v=JtG4ThsW-8U>

韓勾ㄟ金針菇ㄗㄗㄗ，2021年2月28日。半夜才開的市場？第一次逛台灣魚市超級驚豔！在台6年吃不完台灣美食啦！【韓國鄉巴佬ep.5】 | 韓勾ㄟ金針菇ㄗㄗㄗ。Youtube。取用時間：2021年3月7日，取自：<https://www.youtube.com/watch?v=FUjpUxzDAeo>

英文資料

- Ashley, Bob, Ben Taylor, Joanne Hollows & Steve Jones, 2004. *Food and cultural studies*. London: Routledge.
- Beckert, Jems, 2009. The social order of markets. *Theory and society*, 38(3), 245-269.
- Borer, Michael Ian, 2006. The location of culture: The urban culturalist perspective. *City & Community*, 5(2), 173-197.
- Feagan, Robert, 2007. The place of food: mapping out the 'local' in local food systems. *Progress in human geography*, 31(1), 23-42.
- Freidberg, Susanne, 2015. Moral economies and the cold chain. *Historical Research*, 88(239), 125-137.
- Friedrich, Alexander, & Stefan Höhne, 2016. Regimes of Freshness. Biopolitics in the Age of Cryogenic Culture. *Medical Anthropology Theory*, 3 (3), 112-154.
- Graeber, David, 2005. "Value: Anthropological theories of value." In *Handbook of economic anthropology*, edited by Carrier James, 439-54. Aldershot, UK: Edward Elgar.
- Hamada, Shingo, & Richard Wilk, 2018. *Seafood: Ocean to the Plate*. Routledge.
- Hendrickson, Mary K. & William D. Heffernan, 2002. Opening spaces through relocalization: locating potential resistance in the weaknesses of the global food system. *Sociologia ruralis*, 42(4), 347-369.
- Heuts, Frank, & Annemarie Mol, 2013. What is a good tomato? A case of valuing in practice. *Valuation Studies*, 1(2), 125-146.

- Kurihara, Kenzo, 2015. Umami the fifth basic taste: history of studies on receptor mechanisms and role as a food flavor. *BioMed Research International*, 2015.
- Milgram, B. Lynne, 2011. Reconfiguring space, mobilizing livelihood street vending, legality, and work in the Philippines. *Journal of Developing Societies*, 27(3-4), 261-293.
- Portes, Alejandro, 1983. The informal sector: Definition, controversy, and relation to national development. *Review*, 7(1), 151-174.
- Rees, Jonathan, 2013. *Refrigeration Nation: A History of Ice, Appliances, and Enterprises in America*. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press.
- Seale, Kirsten & Clifton Evers, 2015. "Informal Urban Street Markets: International Perspectives." In Clifton Evers and Kirsten Seale (Eds.), *Informal Urban Street Markets: International Perspectives* (pp.1-14). New York, NY: Routledge.
- Smart, Alan, & Filippo M. Zerilli, 2014. Extralegality. *A companion to urban anthropology*, 26, 222-238.



附錄一、參與訪談同意書

- ◆ 我熟知目前我所參與的訪談是以：
 1. 分享個人經驗，並協助這份研究了解崁仔頂魚市的水產交易與文化的研究活動。
 2. 除了我個人同意公開之資訊，其餘資訊只有研究者知悉，不會有其他人知道。
 3. 有任何疑問或感到困擾不舒服時，可以直接向研究者反應，更有拒絕的權利。

- ◆ 我熟知訪談進行的方式是以：
 1. 個別訪談。
 2. 為求活動紀錄的完整，活動進行中會錄音。
 3. 在活動結束後，會將活動內容謄錄為文字資料。

- ◆ 我熟知訪談結束過後：
 1. 我可以知道文字資料的內容，以確認這些資料都是對的。
 2. 當覺得內容有所不妥時，我可以直接要求修改或刪除文字資料。
 3. 活動紀錄與檔案等資料會被妥善保管。

我已完整閱讀此份同意書的內容，我願意參與這項訪談。

姓名（正楷）：_____ 簽名：_____ 日期：_____

☐ 我希望在研究完成後收到一份結案報告（報告電子檔紙本報告）。

請寄至：_____

☐ 謝謝，我不需要結案報告。

研究人：何怡璇 敬上

國立政治大學勞工研究所

E-mail：yishuanho@gmail.com