

# 地方飲食展演：記浪漫台三線藝術季之 「藝術季廚房」

陳佩歆

第二屆「浪漫台三線藝術季」<sup>1</sup>於2023年8月27日結束，本屆以「花啦嘩啲（音 Falabidbog）」為策展主題，主辦單位取義客語「繽紛多彩」之意，希冀為這個2019年開始、萌芽不久的藝術季，注入更豐厚多元的內涵，同時在對外宣傳上，亦可賦予活潑形象，吸引大眾關注藝術季。

本文簡要回顧台三線藝術季緣起，以及兩屆規劃的精神，並將重心置於第二屆的「跨界文化實驗（飲食）計畫」裡的「藝術季廚房」，記述地方參與的過程。相對於飲食計畫中，與全家便利商店、金色三麥餐廳、華夏玻璃等品牌進行跨界聯名開發商品，或是與設計師 shikai studio 共同策劃前衛創新的藝術展；「藝術季廚房」是扎根地方的行動，它的效果是連結，從而使地方有所共感。

## 台三線藝術季的遞進演變

「浪漫臺三線」源自2016年當時的總統候選人蔡英文提出之競選政策，並於當選後2017年即納入「前瞻基礎建設—城鄉建設」計畫中，該計畫核定本開宗明義指出：

打造國家級臺三線客庄浪漫大道——建構客家經濟政策新思路——在全球化轉型的脈絡下，當前客庄發展必須透過「文化」將觀光經濟定錨在每一個客家鄉鎮，而不僅僅依靠節慶活動刺激消費者進入鄉村；爰提出同時結合客庄產業經濟與文化地景保存的政策新思路，打造「國家級臺三線客庄浪漫大道」就是一個創新生活型態的國家重大建設方向。<sup>2</sup>

該計畫所劃分的「浪漫臺三線」，係指「以桃園市、新竹縣、苗栗縣及臺中市臺三線地區為主軸，同時考量文化及生活脈絡相連之周邊地區」。在空間上，浪漫臺三線計畫的目標是縱向線性的，而實施策略，則扣合空間與環境，核心集

<sup>1</sup> 因藝術季正式名稱使用「台」，故行文如遇藝術季名稱統一用「台」，餘則使用「臺」。

<sup>2</sup> 行政院，2017，〈前瞻基礎建設—城鄉建設客家浪漫臺三線計畫〉，《行政院全球資訊網》。  
<https://www.ey.gov.tw/File/F5C58A3F2746BF90>。取用日期：2023年9月27日。

中在歷史文化路徑的整理、自然景觀的優化、文化場域或據點的建立活化（包含客家名人故居、客庄內的文化資產）等，並用一種整體的視角，期望最終這些資源的注入，不只是營造了環境，更能吸引人口留下或回流，讓臺三線以客家文化為主的聚落，保持生命力——其驅動的關鍵，在計畫的論述中，是文化為基底所創造的觀光經濟。

因此，衍生自建構「浪漫臺三線」藍圖的藝術季，會是什麼面貌？於政策論述中屢被提及的「節慶活動」，是否服務於展現浪漫臺三線的計畫成果，在投入大量公共資源的同時，作為導入旅人的介面，完成「觀光經濟」的目標？藝術季以策展的方式，於2019年展開首屆，並將策展主軸與「時間」扣合，除了以慢遊、漫遊吸引大眾之外，也試圖翻開臺三線上複雜的族群歷史，呈現有別於宏大歷史敘事的複數時間。而首屆由於執行架構落回各縣市政府各自執行，在整體呈現上具有各自表述的特色。

## 以飲食連結地方：第二屆台三線藝術季的嘗試

2023年第二屆浪漫台三線藝術季的執行架構，係由客家公共傳播基金會與左腦創意共同擔任統籌，其下展開三項主要計畫：「藝術策展」、「設計導入」<sup>3</sup>、「跨界文化實驗（飲食）」完成之成果為藝術季作品內容。另有輔助性的「遊程設計與交通接駁」、「志工及服務系統建置」等子計畫，以期藝術季訪客的體驗更加舒適完善。

回到藝術季活動揭示的須活絡地方為目標，且藝術季宣示以臺三線上的各鄉鎮（客家文化）生活為主體，所有計畫項目在設計之初，均注入須與地方合作、共創的精神。由於藝文活動往往是透過採購程序尋求執行團隊，並非所有入選執行團隊均具備足夠的地方經驗與脈絡，故客委會的「藝術季學校」項目，以及客家公共傳播基金會對於地方的文史採集，作為活動檔期之間的延續性連結，為藝術季團隊進入地方前重要的諮詢對象與資源。

有別於藝術策展與設計導入計畫，兩者透過文史梳理、議題連結、共創工作坊等方式，產出藝術與空間設計的作品，「跨界文化實驗（飲食）」計畫（以下簡稱飲食實驗計畫）的目的，則更多偏向產業鏈結、店家合作等。這是由於針對首屆藝術季活動的檢討，希望加強公共服務的內涵，尤以大眾出遊行程來說，至臺三線上必定是半天至一天的時間，飲食幾乎是必須的消費內容，也就是說，飲

<sup>3</sup> 藝術策展計畫主題「淺山行路人」，由藤木植人執行，策展人林怡華。客家美學設計導入計畫主題「客庄百年基業」，由擷果創意統籌。

食是接觸大眾最容易的媒介，因此客委會將此目的規劃在飲食實驗計畫的標案規範之中，藉由地方連結，讓飲食店家成為體驗鄉鎮生活的一個窗口。其次，亦可說這是藝術季活動主張「觀光經濟」的進階嘗試，不僅透過行銷宣傳資源、藝術作品置入鄉鎮之中來導入人流，更期望創造與客家文化、藝術相關的「可消費內容」，使創造的經濟效益對象更加明確。

「飲食」記憶與技藝，根植日復一日的的生活之中，從實踐角度，它的相關傳統應是容易延續的。又因它的可變動性極大，故延續的傳統，若在主張保存初始狀態的人眼中，可能早已是被稀釋至無法稱為「傳統」的樣態。是以，飲食確為文化，雖是大部分人都可認同的概念，一旦談到「代表性」，便成為舉步維艱的難題。那麼，在藝術季之中，飲食計畫策展團隊希望呈現的，會是怎樣的飲食樣貌？

## 飲食實驗計畫「山知道·客來聊」

由於這是在臺灣首次將「飲食」納入藝術季的作品範疇，飲食實驗計畫策展人王詩鈺<sup>4</sup>設定「山知道，客來聊 HAKKA HANG OUT」為主題。期待以飲食為引，透過台三線藝術季發出客家飲食「Hang Out」的邀請，讓北客家傳統與創新的飲食再被定義，分享給來自不同文化的民眾。此外，飲食實驗計畫邀請長期探查臺灣各地食材的臺灣美食技術交流協會理事長徐仲擔任顧問，提出屬於本次透過飲食來策展的論述。筆者則以專案執行者的身份，參與本次策展過程。<sup>5</sup>

飲食實驗計畫的核心架構與內涵（如圖1），以客家飲食中的「保存食」為突顯的核心，梳理串聯臺三線在地物產、餐飲從業者、加工製作、食用體驗等端點，保存客家記憶、技藝、文化及美味。針對「保存食」的整理與其概念的轉化應用，展現在「保存食再設計」、「食物設計展」，以及「飲食想像力計畫」的部分項目；產出〈客倉〉、〈醃想〉展覽，和應用臺三線食材元素製作的罐頭、調理包、釀造飲品，以及重新設計的醃漬保存容器「柿瓶」等。

相較以上與設計團隊或飲食工作者合作，明確商定產出的作品，受到期許創造與店家、與地方連結的「藝術季廚房」，首要面對的挑戰即是，具有藝術季「代表性」的廚房如何挑選？又，更本質性的問題是，它們的內容（content）如何被定義符合「客家」？雖則藝術季籌備時間近一年，然而人力有限，無法以窮盡的方式進

4 飲食實驗計畫由鴻梅文創志業承接，王詩鈺以其濃厚餐飲策劃及營運管理之經驗，與台灣美食技術交流協會理事長徐仲，共同規劃飲食實驗計畫內容。

5 作者與台灣美食技術交流協會的梁芸齊，為藝術季廚房專案主要規劃執行人員。作者亦負責飲食實驗計畫的活動統籌。

行調查，且亦須避免由策展團隊定義各鄉鎮「特色」的標籤行為，儘管從觀光行銷角度，特意的「差異化」可以成為製造文化產品的基礎。

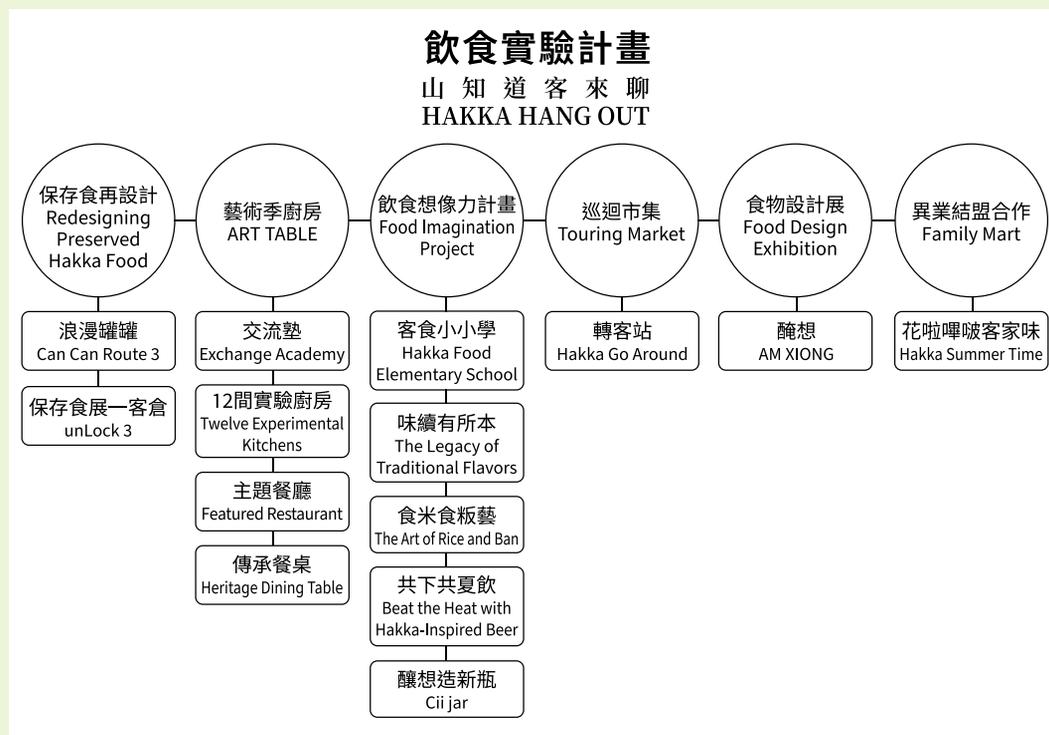


圖 1 飲食實驗計畫的架構與核心內涵（張巧欣繪製）。

## 藝術季廚房的產生過程

飲食計畫團隊於執行初期，對此進行不少討論，同時也與策展統籌溝通，試圖了解各地方餐飲產業的既有脈絡與資源分佈。最終，在呼應本屆「花啦嘩啖」的總策展主題下，飲食計畫確立「以飲食呈現多元客庄生活」的主軸，也以此主軸來詮釋原本抽象的「花啦嘩啖」。除此，著眼於藝術季行動具有一定程度的創作自由，團隊拓展藝術季的「作品」定義，邀約具有參與意願的店家，以一道料理加入藝術季的創作者行列之中。而具有參與動機的店家，必須先參與至少一堂的「交流塾」課程，原因有二：一、藝術季廚房最終徵選名額有限，且效益必定因未來藝術季結束而有起落，為使飲食計畫投注的公共資源發生最大的社會作用，關鍵在於，藉由藝術季建立臺三線上的餐飲交流網絡，即使未來只留下弱連結，仍可能因後續不同資源的挹注，或保留社群內的動能，產生長期的效應。二、藝術季廚房作為藝術季的參與者，在創作料理的同時，即在詮釋當代客家文化的內涵，並且將成為藝術季在地方上的某種「服務窗口」，其對於行動的理解、認同程度，決定是否足以傳達出策展背後期待的公共性。

為了盡量擴大接觸藝術季行動的店家基數，策展團隊諮詢顧問徐仲，設計數堂「交流塾」課程，邀請臺三線上的各鄉鎮餐飲工作者參加，課程分別論述「創作的觀點」、「創作的運用」、「創作的技術」、「創作的欣賞」，期望參與學員的想法能被引動，未來即便在藝術季結束後，也能有系統地傳遞出客庄飲食文化的當代個性。執行團隊透過面訪、電訪與洽詢各鄉鎮引路人、公所等方式<sup>6</sup>，並將「交流塾」分散在臺三線的北中南段辦理，期望擾動、接觸更多店家；同時，辦理在不同鄉鎮的活動，也讓藝術季的觸角伸得更廣，而參與的學員更有機會接觸鄰近鄉鎮的地方店家。每一次的課程，均會邀請學員，再思考當代的客家料理，並徵詢參與「藝術季廚房」徵選的意願。針對有意願的學員（店家），會至少辦理一次現地諮詢，此是讓策展團隊與店家雙向溝通，釐清學員（店家）想端出的菜色，也了解料理背後的思考，以及較工具性的目的——店家環境與衛生的初步考察。過程中亦請業者提供預計創作的餐點，透過實際的品評給予實質的建議進行調整，也在互動的過程中引導業者運用在地原料並挖掘地方故事。

最終，在近百位交流塾學員（店家）中，報名參與「藝術季廚房」徵選的共有 19 家，並評比出 12 家。評比標準的設計，包含下列項目：一、餐點特色呈現：餐點風味味道、整體呈現美感（例如：擺盤方式、容器選擇）等；二、在地物產及資源連結：結合在地物產元素、在地族群文化、客庄社區關聯性、傳承源流故事性等；三、公共服務環境整潔及友善：環境友善度、廚房及用餐環境整潔、附屬盥洗設施等。<sup>7</sup> 整體而言，12 家料理獲得青睞的藝術季廚房，各具特色，風味均可為大眾接受。

12 家藝術季廚房，儘管創新程度有別，但均使用在地食材，構想亦大致扣合能夠呈現客庄的生活文化，詳細店家與獲選料理介紹一覽如表 1<sup>8</sup>。從藝術季策展角度，獲選店家既是內容的詮釋提供者，也是公共服務的導覽解說者，他們結合了系統性解說的建立，成為藝術季在地方的主要展演者。為了使店家在日常營運外，更加便利介紹，所有藝術季廚房料理均有桌卡菜單，不同的料理，也搭配相關的客語知識推廣。

6 為擴大各地參與以及產生更多藝術季相關的遊程，總策展左腦創意於藝術季籌備前期，即進行地方「引路人」的提案徵選，由此產生十數組引路人，多為鄉鎮在地團隊，故「引路人」們也是飲食團隊諮詢的對象。

7 評比委員為于國華，國立臺北藝術大學藝術行政與管理研究所副教授、《學美之旅》作者；高靜玉，好時·好物平臺創辦人、資深媒體人；徐仲，台灣美食技術交流協會理事長；蕭秀琴，《料理風土》作者、客新聞飲食專題報導者。

8 除了 12 家藝術季廚房外，參與交流塾的學員（店家），也以線上地圖的方式，與藝術季串連，納入官網的資訊內容。客家委員會，2023，〈藝術季廚房〉。《2023 浪漫台三線藝術季》，<https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=1R32BiYnyDKT0FAj0s03neT9u7My6id8&l1=24.57855470069044%2C121.08874475000002&z=10>，取用日期：2023 年 10 月 1 日。

概括來說，藝術季結束後調查，店家均表示藝術季期間來客數及營業額皆有增加，但實際上，要店家在營運時精準區分「因藝術季而來」與其他目的來的客人；以及統計單一料理的營業額，兩者均有難度。可確定的是，投注進入藝術季的行銷資源，在訪客抵達地方，要選擇飲食消費的對象時產生相當的作用，「藝術季廚房」具有一定的吸引力，也構成藝術季整體體驗的一環。

## 醇美眾味一臺三線餐飲社群萌芽

從入選店家端出的料理作品，可觀察到一些特點，以下各項舉例者為該特色最鮮明的：

一、鄉鎮食材串聯，詮釋當代生活的客家料理。例如：獅潭雲南食府推出的「仙草雞燉飯」，實則結合了在地的「印崗米」、茶油、紅棗等產業，共同合作。主理人張秉燕因其移民背景，在客家聚落中創作料理，時常面臨遵循「傳統原典」程度的選擇，卻因藝術季的創作自由，以及她多次提及「鄰近居民與夥伴」的鼓勵，而能夠回到在地食材思考，最終誕出屬於當代與自身對於客家飲食的詮釋。又如，穿龍豆腐坊推出的「大地四季紅顏」甜點，結合了公館的紅棗產業與自身的手工豆腐，創造現下屬於該地生活的飲食風貌。或如橫山晌午粿食創作的「蜂巢甜粿」，融合橫山蜂農的百花蜜，用花蜜的微酸平衡傳統客家甜粿的風味，用創作者陳宜恩的話「想做粿食的下午茶之外，蜂群辛勤的寓意，更呼應了客家族群的特質」，也是從自己的生活傳統中取材再重新塑形定義。

二、「傳統」味道再發現。12家藝術季廚房中，新竹峨眉悅鄉田園的「算盤子」創作者葉曼青，父親是山東人、母親是雲南人，但自幼在新竹新埔成長。她復刻童年的記憶味道，「算盤子」即使在今日，也已是少見的客家料理，來源應可溯自廣東的客家民系。竹東新福飲食店的「梅干獅子頭」雖命名仿自揚州名菜的趣味，但本質上是客家的梅干肉丸，以其鹹香下飯，標定了大多數人印象中的「客家飲食」座標。值得一提的是，由於過去標榜「傳統客家味」而到訪的客人或許有一定的均質性，而使店家特別反映藝術季帶來了「年輕的客人」。

三、為現下客群重新訂製。因藝術季的鼓勵，店家積極嘗試推出老少咸宜的餐點，不僅拓寬客群提升服務，也呼應日漸高齡化的用餐人口。例如龍潭亨味食堂推出的老蘿蔔排骨粥等。

四、經典客家飲食元素的運用。<sup>9</sup>諸如：擂茶阿芙加朵、菜脯義式烘蛋、板條手捲等，在店家的創作中，以非一般印象的客家菜式，甚至非中式菜式的方式呈現，展現客家飲食元素延展於生活飲食中的潛能。

五、深化或創造飲食與地方感的連結。獅潭的星仙草為地方產業的三代返鄉創業，選擇獅潭特產仙草作為主題，在過程中受到鼓勵，於點心中增加純仙草液的元素，平衡整套料理的甘苦留下後韻，且突顯獅潭仙草的不同風味，以及與家族產業的縱深連結。最後，東勢的鼎底窩好食事香草實驗農園，可說是這一次在創新飲食與地方連結上跨度最大的一個例子，主理人張淑玲具有打造「客家香草（香料）實驗農園」的願景，首先即挑戰了「客家香草」內容為何的概念，她以地方調查與童年回憶，選擇茴香作為農園的作物並用其開發料理。事實上茴香並非主流認知的客家常用香草（或香料），相對來說，紫蘇或許更為人所知。

綜上所述，藝術季廚房的行動，最終選出的創作者與作品，若用光譜來形容，恰好從傳統、調適一直到創造，映射出當下客家鄉鎮中，飲食文化發展的部分面向。一如各項「浪漫台三線藝術季」計畫，在執行過程中，實則詮釋何為在臺三線的浪漫，也讓「花啦嘍啾」繽紛口號背後的多元價值，得以具象。隨著這些料理作品一次又一次地再現，消費者參與進入地方飲食文化的展演，且創作者在此過程中，逐步豐富對於作品的敘事，也表現他們對於客家文化內涵的詮釋。由於效益指標與統計手法、追蹤方式仍具有模糊與未定性，很難具體指出，藝術季廚房對於政策所擘劃的「觀光經濟」回應效果幾何，但至少藝術季活動可以不僅只是「導入人潮」的工具，邀請民眾抵達地方後，亦在凝視作品與反思之外，創造與在地居民互動更多的機會；地方的餐飲提供者，其話語與聲音，可以交織在藝術季的論述裡。在地方，餐飲產業可以說是最重要的民生產業，透過餐飲，農產得以在地被消費、提供勞動工作。由於藝術季終屬短期活動性質，願本次透過「一道菜」，留下作品、關係網絡，啟動變化的契機。

9 2022.9.18，客家委員會客家文化發展中心及中華飲食文化基金會，共同主辦「客家飲食文化：族群、歷史與比較國際研討會圓桌會議」，由蕭新煌（中央研究院社會學研究所兼任研究員、國立中央大學客家學院講座教授）主持，與陳靜宜（臺灣飲食作家）、楊昭景（思想·起文化廚苑創辦人兼院長）、夏惠汶校長（開平餐飲學校創辦人、董事長）、邱聿涵主廚（藍帶主廚）對談，即談到客家料理在當代，還可定義為包含客家特色食材的運用。本場會議側記由張容嘉撰寫，並刊登於《客觀》第三期。

表1 2023年藝術季廚房選出的12家店家與作品一覽<sup>10</sup>

店家/創作者	創作餐點及介紹	餐點照片
龍潭亨味食堂 范德忠	<b>老蘿蔔排骨粥</b> 使用在地小農的蘿蔔一金鉤子（一名金交蘿蔔），製成一年的及更老的蘿蔔乾，加入紅棗、枸杞、蘿蔔錢等，是老少咸宜的一道粥品。	
橫山晌午飯食 陳宜僊、郭琬琿	<b>蜂巢甜板綜合飯食套餐</b> 運用橫山蜂農的蜂巢，酸味較厚，中間葉片則區隔溫度，甜板為底，帶有Q度。在店內遠眺山峰相連，故設計飯食造型以山形呈現。	
竹東新福飲食店 呂瑞員、陳秋婷	<b>梅干獅子頭</b> 這一次嘗試用梅干結合獅子頭的概念，做出小巧可愛的丸子，易於食用，在傳統經典中，走出一條新的道路。	
北埔春嬌板條 劉美熙	<b>板條手捲</b> 將新鮮的有機芽菜包裹在自家製作的純米板條，再搭配爽口提味的醬料，口感Q彈、無負擔，十分美味。	

10 客家委員會，2023，〈藝術季廚房〉。《2023 浪漫台三線藝術季》，<https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=1R32BiYnyDKT0FAjOs03neT9u7My6id8&ll=24.57855470069044%2C121.08874475000002&z=10>，取用日期：2023年10月1日。

店家/ 創作者	創作餐點及介紹	餐點照片
峨眉悅鄉田園 黃守仁、葉曼青	<p><b>算盤子</b></p> <p>客家人講究晴耕雨讀，每逢下雨，阿婆就會做美食餵養小孩，所謂算盤子，是珠算用的算盤上的珠子，是芋頭泥揉成小球捏扁後乾炒而成的。</p>	
南庄老屋 六號咖啡 蕭宸緯	<p><b>客家擂茶阿芙佳朵</b></p> <p>擂茶是客家獨有的茶點，本次將擂茶融合在Affogato，冰淇淋、咖啡液及擂茶醬，多重元素堆疊，撞出豐富新滋味。</p>	
獅潭雲南食府 張秉燕、何郁禮	<p><b>仙草雞湯燉飯</b></p> <p>傍晚的新店老街總是能聞到熬煮仙草的香氣，創作以仙草燉煮雞湯製作，採用在地物產，有獅潭農會仙草乾、藏山樁工坊紅棗乾以及印崗米等。</p>	
獅潭星仙草 陳星好、李方夷	<p><b>深粹招牌芋圓仙草凍</b></p> <p>忠於阿婆的傳統製作手法，濃縮仙草醇厚純粹的風味。品嚐時先喝仙草原汁，再感受原味仙草，最後淋上特製焦糖醬，感受苦中帶甘、甘甜後韻的風味。</p>	

店家/ 創作者	創作餐點及介紹	餐點照片
<p>公館穿龍老屋豆腐坊 許雪嬌、蔡育書、 陳淑慧</p>	<p><b>大地四季紅顏</b> 依循客庄獨有的石牆紅棗地景，穿龍豆腐搭配創新桔醬為主軸。夏日來一杯自然落種的紫蘇、餘甘子的回甘飲，感念先民開墾建庄仍維持的勤儉美好生活。</p>	
<p>三義蒸烹派客家美食料理 張玉秋</p>	<p><b>家傳回味魚</b> 也稱「吃不到骨頭的魚」，臺三線是靠山的聚落，溪產是早期居民主要葷食及蛋白質來源。記憶中阿婆精心研究這道佳餚，希望將故事傳遞下去。</p>	
<p>三義喆娟夢田民宿餐廳 邱喆娟、邱聿涵、 張宇彤</p>	<p><b>菜脯義式烘蛋</b> Alice 留學時，行李箱放最多的是客家風味：油蔥酥、鳳梨蔭醬與爸爸做的菜脯，為了分享臺灣味，發想將菜脯與義大利人喜歡的烘蛋結合。</p>	
<p>東勢鼎底窩好食事客家香草實驗農園 張淑玲</p>	<p><b>茴香麵線煎</b> 本次延續幼年在山間扮家家酒的趣味，以〈茴香田裡的門〉為題，透過地方傳統換工搵手與客家粗食文化，重新詮釋在地客家味的樸實與風味。</p>	

圖片來源：鴻梅文創志業股份有限公司提供、李建霖攝影。

## 參考文獻

行政院，2017，〈前瞻基礎建設－城鄉建設客家浪漫臺三線計畫〉，《行政院全球資訊網》。https://www.ey.gov.tw/File/F5C58A3F2746BF90。取用日期：2023年9月27日。

客家委員會，2023，〈藝術季廚房〉。《2023 浪漫台三線藝術季》，https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=1R32BiYnyDKT0FAjOs03neT9u7My6id8&ll=24.57855470069044%2C121.08874475000002&z=10，取用日期：2023年10月1日。

張容嘉，2022，〈臺灣客家菜的正名與推廣〉。《客·觀》3：99-102。