地理學報　第五十三期：85-117 (2008)
JOURNAL OF GEOGRAPHICAL SCIENCE (53) : 85-117 (2008)

農業食物在地化
臺東縣池上鄉米食產業的探討

Localization of Agro-food
Exploration of Rice Industry within Chin Shang Township in Taitung County

梁炳琨*

Bang-Kuen Liang

Abstract

Because of the resistance against global food supply systems, distrust in industry food systems and post-productivist transition in rural area, practices and researches of local agro-food systems rose since 2000. Local embeddedness and alternative agro-food networks (AAFNs) are important study perspectives of local agro-food systems. Recently many local agro-food systems emerged in Taiwan, such as farmers' market, citizen farm and geographical indication. This research selects Chin Shang Rice as study case, because it's first awarded the geographical indication in Taiwan. This study discovers 3 points. Firstly, the local embeddedness of Chin Shang Rice industry includes physical environmental factors, local institutions of rice (certification and competition) and local networks of rice industry (farmers, merchants of rice and suppliers of lunch boxes). Secondly, the certification is an important relocalization of Chin Shang Rice, including multi-scale political economic operation. The certification and the championship of national competition of Chin Shang Rice not only help to promote it in local direct markets (face to face), but also raise local rice prices, improve social relationships between farmers and merchants, and prompt friendly environment. Lastly, the "local" range and the content of agro-food localization should include the concepts of local-global nexus, history context and

* 國立嘉義大學史地學系副教授
Associate Professor, Department of History and Geography, National Chiayi University

physical environmental factors.

Keywords: localization, embeddedness, alternative agro-food networks (AAFNs) , certification, Chin Shang.

摘　要

由於全球食物供應系統的反動、工業食物系統的不信任、和鄉村後生產主義的轉型，因此 2000 年起西方興起在地農業食物系統的實踐與研究。在地鑲嵌與另類農業食物網絡是在地農業食物系統研究的重要觀點。近年臺灣浮現多樣的在地農業食物系統，如農民市集、市民農園和地理標示等，因此本文選取臺灣首先通過地理標示的池上米食產業，作爲農業食物在地化研究的個案。研究發現：1. 自然環境因素，與地方認證、比賽制度的建立，以及農民、糧商、便當行的完整在地網絡，是池上米食產業的重要地方鑲嵌。2. 認證是池上米重要的 (再) 在地化，過程充滿多元空間尺度的政治經濟運作。認證與全國比賽的得冠，不僅助長面對面的在地直接市場，也正面地推動地方米食價格、改變農民與糧商的社會權力關係、和友善環境等面向的發展。3. 農業食物在地化的「在地」範圍與內涵，應包含地方-全球連結、歷史脈絡與自然因素。

關鍵字: 在地化、鑲嵌、另類農業食物網絡、認證、池上

前　言

1990 年代全球化是農業食物的研究主題，關心工業、資本、集中和全球農業食物系統的整編。2000 年起農業食物系統的在地差異，反倒成爲重要的研究議題。農業食物在地化的行動，包含農民市集、市民農園、社區食物安全、食物集區 (foodshed)、食物產地原始商標等運動 (Bellows and Hamm, 2001; Renting *et al.*, 2003; Watts *et al.*, 2005; Feagan, 2007)，成爲地方抵抗全球農業食物系統的重要方式。在學術研究方面，歐美對於在地農業食物系統的研究，所採取的觀點有另類農業食物網絡 (alternative agro-food networks, AAFNs)、縮短食物供應鏈 (short food supply chains)、後生產主義轉型 (post-productivist transition)、品質轉向和鑲嵌 (embeddedness) 等 (Feagan, 2007)。多元的研究觀點意指農業食物在地化，不僅關心全球與在地農業食物系統的關係，更涉及食物品質、食物安全、農業生態環境與鄉村發展等複雜的面向。

臺灣的農業食物系統，歷經 1980 年代起陸續發生的農業食物安全與品質的問題，如桃園觀音鄉的鎘米、全臺口蹄疫、彰化伸港的戴奧辛鴨蛋等事件。1990 年代農業政策兼顧農業生產、農民生活、農村生態鄉村均衡發展的政策調整。2001 年起農業食物面臨加入 WTO 的全球化壓力。質言之，臺灣的農業食物系統面臨品質安全、鄉村再發展、全球農業食物系統挑戰的問題。然而農業在地化的運動卻也在臺灣各地悄然運行，如農民市集（東籬農園、中興大學、旗美等）、市民農園、以及產地證明標章等（池上米、阿里山高山茶、鹿谷凍頂烏龍茶等）。

臺灣對於地方農業食物系統的研究，梁炳琨 (2007) 在回顧鄉村地理學的發展中，整理了部份西方在地農業食物研究的觀點，而在經驗研究方面有兩個研究的面向：一爲以商品鏈觀點探討農業食物轉型與地方發展的關係，例如譚鴻仁 (2005) 以商品鏈的概念分析北埔的農產品和觀光商品與地方發展的關連，而以社會資本理論處理轉型中的組織變動。鄭慈瑩 (2005) 以臺灣冷凍鮪魚產業的行動者網絡，探討地方行動者如何參與商品鏈的建構，以理解農業食物系統的重構。二爲關注市民農園的研究，例如林晏州 (2001) 關心市民農園的遊憩形態、需求與滿意度；吳宗瓊等 (2003) 探討不同市民農園類型的遊憩體驗、與產品服務的策略。然而，對於農業食物透過在地化回應全球食物系統、食物品質轉向的研究，仍顯不足。

近年由於臺灣地方意識的抬頭與地方的再構，地方美食往往成爲地方認同和品牌形塑的文化標記 (cultural marker)，藉以發展地方。東臺灣淨土、無毒、好山好水的地理想像，也讓花東縱谷的食米生產受惠。而臺東縣池上鄉的池上米產業擁有悠久的歷史，並且於 2003 年首先通過臺灣的地理標示 (geographical indication) 認證。據此，本文將選取池上米地方產業作爲農業食物在地化的研究個案。研究結構包含三個部份：一、農業食物在地化的相關理論與文獻檢視；二、池上鄉米食產業的發展、地方鑲嵌、品質建構與另類池上米供應網絡；三、以個案經驗與相關研究文獻，針對農業食物的在地、地方建構等地方 (place) 觀點進行討論，以累積臺灣相關研究經驗，並且補充農業食物在地化的相關概念。

西方農業食物在地化的興起與理論文獻檢視

西方農業食物在地化的研究與社會實踐，有其歷史脈絡，在進入西方農業食物在地化理論檢視之前，有必要先行探究西方在地農業食物興起的脈絡；並藉以釐清池上米個案與西方發展脈絡的差異。

(一) 在地農業食物 (local agro-food) 的興起

在地農業食物係指連結在地領域特定性，例如典型的、特製的或高品質的食物 (Tregear *et al.*, 2007)。在地農業食物的字義顯然是相對於全球食物供應系統，然而西方在地農業食物的興起有更複雜的背景與行動。全球食物供應系統係指經由大量農企業的資源合作與逐漸增加的零售部門協助，形成全球食物供應鏈 (Higgins *et al.*, 2008)。全球食物供應系統一方面被視爲是工業的、農業科技的農業食物系統 (Hinrichs, 2003; Goodman, 2003)，衍生消費者對工業食物的不信任與追求食物品質的問題。另一方面由於全球食物系統主要是由資本集中、斷裂的空間與時間、依賴象徵和依賴專家四個要素所組成，因此各種食物系統的活動範圍擴大，超越生產與消費活動的生態脈絡尺度 (Feagan, 2007)，衝擊鄉村生態環境，進而關心農業後生產主義的轉型。

工業食物系統的不信任，引發品質食物的追求。1985 年以來歐洲爆發狂牛病、口蹄疫的食物恐慌，以及對於基因食品的懷疑，造成消費者對工業食物生產的標準化、處理與分配過程的不信任，以及對於政府與專家處理能力的信任危機 (Goodman, 2003; Woods, 2005)，進而要求縮短長而不透明的工業食物供應鏈模式，與提升食物的品質 (Goodman, 2004)。而農業品質食物的概念往往涉及生產地的特定性和自然性，生產地的特定性係指地方傳統的、農場當場操作的、農場生產的食品，而自然性則包含

有機的、安全的、健康的等概念的食物 (Marsden *et al.*, 2000)。

後生產主義的轉型，追求鄉村環境的維護與發展。由於西方農業的全球化與現代化的生產主義，肇致生產過剩、鄉村環境惡化、農場勞力減少，導致鄉村決策者、實務者和評論者提出整合鄉村各面向的觀點，浮現後生產主義轉型的觀念 (Woods, 2005；梁炳琨，2008)。後生產主義轉型希望從農業生產的獨斷思考中，擴展至更寬廣、更內生的 (endogenous) 和多元的鄉村發展。而在地農業食物被視爲是動態的、創新的新鄉村發展策略，可以遠離虛耗和危機四伏的工業農業 (industrial agriculture) 模式 (Goodman, 2003)，例如歐洲的鄉村文化經濟取向，以地方食物的異質文化標記 (heterogeneous cultural markers) 發展鄉村 (Ray, 1998; Kneafsey *et al.*, 2001; Hinrichs, 2003)。Ilbery and Kneafsey (1998) 也建議在落後地區，可藉由提升食物品質和服務，取得原始保護設計 (Protected Designation of Origin，簡稱 PDO）和保護地理標示 (Protected Geographical Indication，簡稱 PGI) 的區域食物認可，來達成地方的內生發展。

消費者對於全球工業食物系統的不信任、和生產主義衝擊鄉村生態環境，興起食物品質與鄉村發展的追求，付諸於在地農業食物的反思與行動。然而在地農業食物的動力與理論爲何？爲何能抵抗強大的全球工業食物市場？本文進一步檢視農業食物在地化 (localization) 的兩個重要理論，鑲嵌 (embeddedness) 和另類食物網絡 (alternative food networks)。而西方在地農業食物興起的脈絡，與池上米個案脈絡的異同，將在池上鄉米食產業的發展一節探討，冀求西方理論與本土經驗的接合。

(二) 在地食物系統的鑲嵌概念

鑲嵌是在地食物系統的重要概念。歐洲在地食物系統對於鑲嵌概念的運用，包含縮短食物供應鏈 (short food supply chains)、(原) 產地商標 (labels of origin) 和品質食物等 (Ilbery and Kneafsey, 2000)。而北美的在地食物鑲嵌概念傾向地方指向 (place-orientated)，食物處理過程 (food circle)，透過強調在地－社會鑲嵌，匯聚在地群體，重新主導食物系統 (Feagan, 2007)。責任、信任和關心的鑲嵌概念，被放置於食物處理過程的核心，以便整合在地社區和在地食物系統之間的關係 (Hendrickson and Heffernan, 2002)。

經濟社會學中的鑲嵌概念，Polanyi (1944) 強調經濟行動是一種制度化的社會過程。Granovetter (1985) 則指出這個社會過程應被視爲人際互動的過程，並在研究組織理論時強調人際互動產生的信任是組織從事交易必要的基礎，也是決定交易成本的重要因素。而經濟地理學者則強調行動者的在地鑲嵌，指向制度厚度 (institutional thickness)，並視爲是全球經濟中區域成功的重要因素 (Hess, 2004)。Crang (1998) 也指出市場力 (market forces) 不能運作於全球尺度的他處 (out there)，也不能去空間 (aspatial)，他們是鑲嵌於在地的互動，透過在地化 (localized) 空間所圈囿 (bounded) 的文化進行交易。同樣地，在地食物系統的鑲嵌概念包含了社會鑲嵌 (social embeddedness) 和地方指向的鑲嵌。社會鑲嵌係指生產者和消費者的食物交換關係，是鑲嵌於地方的社會文化過程，信任、關心、社會互動和透明的資訊 (Hinrichs, 2000)；透過在地的社會鑲嵌，確保生產者與消費者面對面互動和交換知識的可能，以累積社會資本與信任關係 (Hinrichs, 2000; 2003)。

信任爲社會鑲嵌和另類農業食物網絡（下文討論）的重要概念，影響交易行爲。信任的類型，Luhmann (1979) 區分爲人際信任和制度信任，前者建立在熟悉度高的人與人的感情關係上，後者建立

在諸如法律等懲戒性和預防性的機制上。Madhok (1995) 認爲信任包含結構組成和社會組成。結構組成又分爲以威嚇爲基礎的信任 (deterrence-based trust) 和以計算爲基礎的信任 (calculus-based trust)。前者指信任者並非出自自願相信被信任者，可能是被信任者擁有信任者所沒有的資源，尤其是權力，迫使信任者必須信任被信任者；後者指以契約爲基礎的信任，此觀念來自交易成本理論，指交易過程行動者傾向計算利弊得失後，決定信任關係。社會組成可分爲以關係爲基礎的信任 (relational trust)、以認同爲基礎的信任 (identity-based trust)，以及以制度爲基礎的信任 (institution-based trust)。以關係爲基礎的信任，乃是雙方彼此不斷地互動所建立的信任關係；以認同爲基礎的信任則是關係信任爲基礎的延伸，建立彼此忠誠關係後，進而產生認同；以制度爲基礎的信任是以制度規範作爲基礎。

相對於社會鑲嵌偏重生產者與消費者的在地「社會關係」，而地方指向的鑲嵌關注「地方」的社會、經濟、生態的決定與影響，經由地方的獨特性，使能 (enables) 和限制 (constrains) 食物的生產與消費 (Hendrickson and Heffernan, 2002; Barham, 2003; Feagan, 2007)。社會場域的地理鑲嵌 (geographical embeddedness) 是某些行動者涉入其所在的社會－自然空間範圍 (Floysand and Jakobsen, 2007)。Ray (1998) 也看到鑲嵌的特性包含在地內生（endogenous）與外地外生（exogenous）兩股力量運作的動態關係。因此地方指向的鑲嵌強調地方自然與人文的獨特性，對於食物生產與消費的使能和限制，並且注意到在地與外地的連結。Barham (2003) 採用地方指向的鑲嵌觀點，分析法國 AOC (appellation d'origin control'ee) 商標，透過沃土 (terroir) 概念連結在地，和 WTO 條例地理標示 (geographical indication) 的智慧財產權連結全球。而沃土包含三個範疇的概念，自然因素（在地環境或生態利基）、人文因素（在地的人才、或特殊技術和知識），以及歷史（產品起源於當地的大眾認知，持續認肯產品與地方的關連），而自然與人文因素是重要的決定因素。

Hess (2004) 在反省社會學者與地理學者的鑲嵌概念時，一方面批判社會經濟學的鑲嵌理論缺少空間性的討論，同時也批判地理學者使用鑲嵌理論的空間拜物 (spatial fetishization)，進而結合社會鑲嵌、網絡鑲嵌和領域鑲嵌，提出空間-時間的鑲嵌概念 (Hess, 2004)。進言之，在地食物系統的鑲嵌概念運用，涉及地方指向的在地獨特性（自然生態與人文特性）的使能與制約之外，也含括交易的信任關係和食物供應網絡，而後兩者將進一步於另類農業食物網絡觀點中檢視。

（三）另類農業食物網絡 (alternative agro-food networks, AAFNs)

另類農業食物網絡，係指提供一個與生產地點較緊密關聯的網絡，藉以改善食物品質，找回大眾對食物生產的信心 (Higgins *et al.*, 2008)；遠離生產主義、標準化和工業食物系統的供應，朝向關心品質、地方、和自然的觀念 (Goodman, 2003; 2004)；網絡範圍涵蓋生產者、消費者和其他行動者 (Murdoch *et al.*, 2000)。另類農業食物網絡主要運用於歐洲與北美地區，目的在於重建消費者對於慣常食物供應鏈所喪失的信心、抵抗慣常食物供應鏈的整編，以及創造落後地區的內生經濟發展 (Watts *et al.*, 2005)，涉及鄉村再發展、食物品質、和永續農業三個議題 (Buller and Morris, 2004)。

另類農業食物網絡的類型，依據 Marsden *et al.* (2000)、Renting *et al.* (2003)、和 Higgins *et al.* (2008) 的看法[1]，包含面對面 (face-to-face)、近鄰 (proximate)、和延長 (extended) 另類農業食物網絡三者。

1. 面對面另類農業食物網絡

消費者透過如農場小舖、農民市集、路邊攤販等，直接從生產者購買產品。經由與生產者的面對

面互動，形成道地 (authenticity) 和信任關係。具有道地與品質的產品建構消費者的信任，可建立可靠的、穩定的顧客群。

2. 近鄰另類農業食物網絡

超越生產者與消費者面對面的交易互動，銷售的產品與生產地是近鄰的關係。產品販賣的中間者是生產者的代表，保有確保產品道地的角色。例如區域品質保證、消費者合作社、社區支持的農業等。

3. 延長另類農業食物網絡

產品銷售到生產地之外的消費者，消費者並無生產地的個人經驗。延長另類農業食物網絡是透過制度化的協定、標準和商標，使消費者與生產地/空間產生關聯、和與生產地獨特的生產方法所形成的價值產生關聯。例如認證商標、地理標示等。

顯然地，另類農業食物網絡關心生產面所建構的網絡類型與信任關係，除了直接市場透過面對面溝通所建構的信任、關心互動關係之外，在地的產品與產銷的近鄰網絡、以及延長網絡的認證，都提供被消費者信任的基礎，拓展交易信任關係的視野，而非僅侷限於面對面的關係。而另類農業食物網絡可以進一步從另類、農業食物和網絡三個關鍵字的拆解來理解：

另類包含了三種意含。空間另類：透過農民市集、農場小舖等空間得以縮短生產與消費的距離；以及透過電話、郵購、網路等縮短中間商介入。社會另類：透過在產地直接向生產者購買，獲得更好的資訊交流，建立重要的人際互動和信任關係。經濟另類：建立與主流經濟的差異，不同於全球食物供應系統的產品同質性，強調在地食物的差異性 (Watts *et al.*, 2005)。

另類的**農業食物**強調在地化 (localization)，由於當代新品質食物的定義是與生產的地域 (locality)/區域、地域的特定性和自然有關 (Marsden *et al.*, 2000)，如區域品質食物、有機食物和慢食食物等 (Renting *et al.*, 2003)。因此，無論是在地直接市場、或延長的產品產地商標，都是透過生產地的地方 (place) 建構訴求的品質食物。

然而另類農業食物網絡若只關心品質食物被視爲是較弱的另類，而從關心食物轉移到食物供應**網絡**是較強的另類 (Renting *et al.*, 2003)。食物供應網絡包含垂直與水平兩個面向，垂直網絡是指較大規模的生產與消費網絡的整編與組織，強化地方與外地的買者、營運者、機構等的關係；水平網絡的規模較小，是生產者地方學習和創新的網絡，強化地方生產者、消費者和機構等彼此的信任關係、知識的流通，進而建構以地方爲基礎的促銷計畫，支撐內生發展 (Murdoch, 2000; Kneafsey *et al.*, 2001)。

質言之，在地農業食物的地方鑲嵌，關注「地方」的社會、經濟、生態的決定與影響，而另類農業食物網絡透過各種 (再) 在地 (relocalise) 的形式，建構食物網絡與信任關係，兩者成爲在地農業食物系統研究的重要構成。

農業食物在地化的研究採用鑲嵌或另類食物網絡觀點者，包含地方發展與生產者 (Marsden *et al.*, 2000; Barham, 2003; Renting *et al.*, 2003; Higgins *et al.*, 2008)、消費者 (Winter, 2003a)、以及在地市場的型態等面向（Hinrichs, 2000)。本文希望從地方產業發展的角度，探討農業食物鑲嵌於在地與透過地理標示連結慣常市場的（再）在地化過程；並且希望以個案研究經驗爲基礎，進而與西方累積的相關研究概念進行討論，主要討論對焦於「在地」、「地方建構」等相關地方 (place) 概念。因此，選取臺灣第一個通過地理標示認證的池上米作爲研究個案，並且採用地方指向的鑲嵌觀點，關心池上米鑲嵌的自然與人文因素；並且以另類食物網絡觀點探討池上米的供應網絡與信任關係。

研究方法

由於 1980 年代農業食物地理研究 (agro-food geography)，採取政治經濟觀點 (Morris and Evans, 2004)，偏重後福特的農業解釋與由上而下的治理結構，強調國家與政策的重要性、關心大尺度的經濟因素、重視食物生產與全球市場 (Wilson, 2001)，反而忽略在地文化社會。1990 年代末期農業食物的研究，關心後現代或後結構主義消費概念的文化轉向，但是忽略物質生產的面向 (Winter, 2003b)。因此本文希望同時關照政治經濟取向與社會文化取向的研究 (Philo, 1992)，並且關心農業生產的面向。本文使用的研究方法，係以文獻分析、參與觀察、深度訪談爲主的質性研究，並在消費者方面輔以問卷調查。

文獻研究得以協助、釐清研究議題的學術進展、取徑，以及個案經驗研究的脈絡。文獻的蒐集與整理分屬三部份，首先針對農業食物在地化相關理論、經驗研究的文獻，進行蒐集、閱讀與整理。其次，就臺灣地區有關在地農業食物政策與民間實踐的相關資料，進行蒐集與分析。最後，蒐集、整理研究個案池上鄉米食產業的相關研究文獻與資料。而臺灣地區與池上鄉兩者的相關資料，也會搜尋報章雜誌、網站等資料，作爲研究脈絡的理解與分析的文本。

參與觀察提供理論與脈絡理解之外的在地親身體驗，常會有意想不到的發現。研究期間研究者共有三段時間，長住研究區進行參與觀察，分別爲 2006 年 7 月 25 日－8 月 16 日、2007 年 2 月 4 日－2 月 20 日、2007 年 4 月 4 日－9 日。第一次研究區長住，主要進行稻米與池上便當生產過程的觀察，以及與一般行動者訪談、特定行動者深度訪談。第二次主要於農曆年前後，觀察平日與過年期間池上米、池上便當門市、設攤與銷售情形，並繪製相關地圖。第三次主要進行資料收集與訪談的補充。

訪談包含一般性的訪談與深度訪談，一般性訪談主要是第一次長住期間利用傍晚時間，以摩托車爲交通工具，於池上水稻區尋找農夫進行非正式訪談，共有訪談 15 人；以及中、晚餐時間於便當行利用用餐機會進行觀察，並且與客人交談。而深度訪談爲本文重要工具，訪談對象分屬鄉公所、農會、糧商、便當行、農改場、臺東農場、冠軍米得主、池潭源流協進會、農民與住民等社群，共 25 人 (表 1)，進行時間主要以 2006 年 7、8 月與 2007 年 2 月期間。每次訪談時間大約 2 個小時左右。

本文進一步針對池上米消費的外地地方，臺灣本島北、中、南、東四個區域和三大都市 (臺北市、臺中市、高雄市)，探討不同區域消費者對池上米的品質認知，採取問卷調查。由於考量抽樣樣本的分散和發放問卷管道的限制 (爲確保問卷有效地回收，透過孰識的學校老師協助)，以四大區域內的縣、市爲單位 (新竹縣市、臺南縣市、嘉義縣市合併一個單位，臺北市、臺中市、高雄市三大都市獨立)，共 19 個抽樣行政單位。每一個抽樣行政單位再選取 2 個學校 (國小到高中不等)，每校發放 6 張問卷，以有購買池上米經驗者的家長 (先由老師詢問學生家中有買池上米者，由學生帶回問卷由家長填寫)，而非有吃過池上米者 (在問卷設計之初的測試，得之許多人吃過池上便當，但未購買過池上米，對池上米品質並無直接的認知)，爲問卷調查對象 (表 2)。臺東縣則排除池上鄉本地消費者。發放時間爲 2008 年 6 月 15 日起至同年 7 月 3 日止。

表 1 訪談者相關資料表

Table 1. Data of interviewer.

受訪者編號	類別	性別	訪談地點	受訪者編號	類別	性別	訪談地點
A001	鄉長	男	鄉公所	D001	全美便當行	男	便當行
A002	農業課課長	男	鄉公所	D002	悟饕池上便當行店長	女	便當行
A003	鄉公所職員	男	鄉公所	E001	臺東農改場副場長	男	電話訪問
A004	鄰長	男	住家	E002	臺東農場組長	男	農場
B001	農會總幹事	女	農會	E003	臺東農改場專家	女	電話訪問
B002	農會專員	男	農會	F001	第一屆全國冠軍米得主	男	民宿
B003	農會退休員工	男	住家	F002	第三屆全國冠軍米得主	男	雜貨店
B004	農會超市	女	住家	F003	第四屆全國亞軍米得主	男	住家
C001	建興米廠	男	米廠	G001	池潭源流協進會、退休老師	男	住家
C002	陳協和米廠	男	米廠	G002	國中教師	女	住家
C003	陳協和米廠	男	門市	G003	住民	男	住家
C004	錦和米廠	女	米廠電話訪問	G004	住民	女	住家
C005	廣興米廠	男	米廠				

表 2 池上米消費者問卷調查屬性

Table 2. Data of consumer questionary of Chin Shang rice. 單位：填答人數

性	別	職	業	年	齡	月收入 (萬)		區	域
男	58	教	79	20 內	3	2 內	26	北	72
女	170	商	45	20~30	49	2~3	32	中	65
		工	27	30~40	74	3~4	40	南	67
		家管	29	40~50	69	4~5	56	東	24
		資訊	5	50 上	28	5~6	40		
		軍	2			6 上	31		
		公	29						
		學生	6						
		無	5						
合計	228	合計	227	合計	223	合計	225	合計	228

池上鄉米食產業的發展

池上鄉位於俗稱後山的花東縱谷內部，位處縱谷中最開闊的原野－新武呂溪沖積扇，鄉內面積約 8,268.55 公頃 (圖 1)。開墾始自清朝道光、咸豐年間，西拉雅族人選擇海岸山脈西側地勢較高階地以爲聚落，舊稱「新開園」，開田鑿圳，水田分布於平原東隅。然受清領封山政策之限，拓墾範圍並未跨越新開園，故西側的池上原野仍是礫石遍布、新武呂溪經常氾濫之地區。

日治時期在「內地化東臺」[2]和殖產興業的政策之下，於新開園地區設置「日本移民村」，易名爲「池上」(黃廷綸，1964)。除了慶豐－錦園－萬安－富興一帶「老田區」水田化加速外，更開發池上

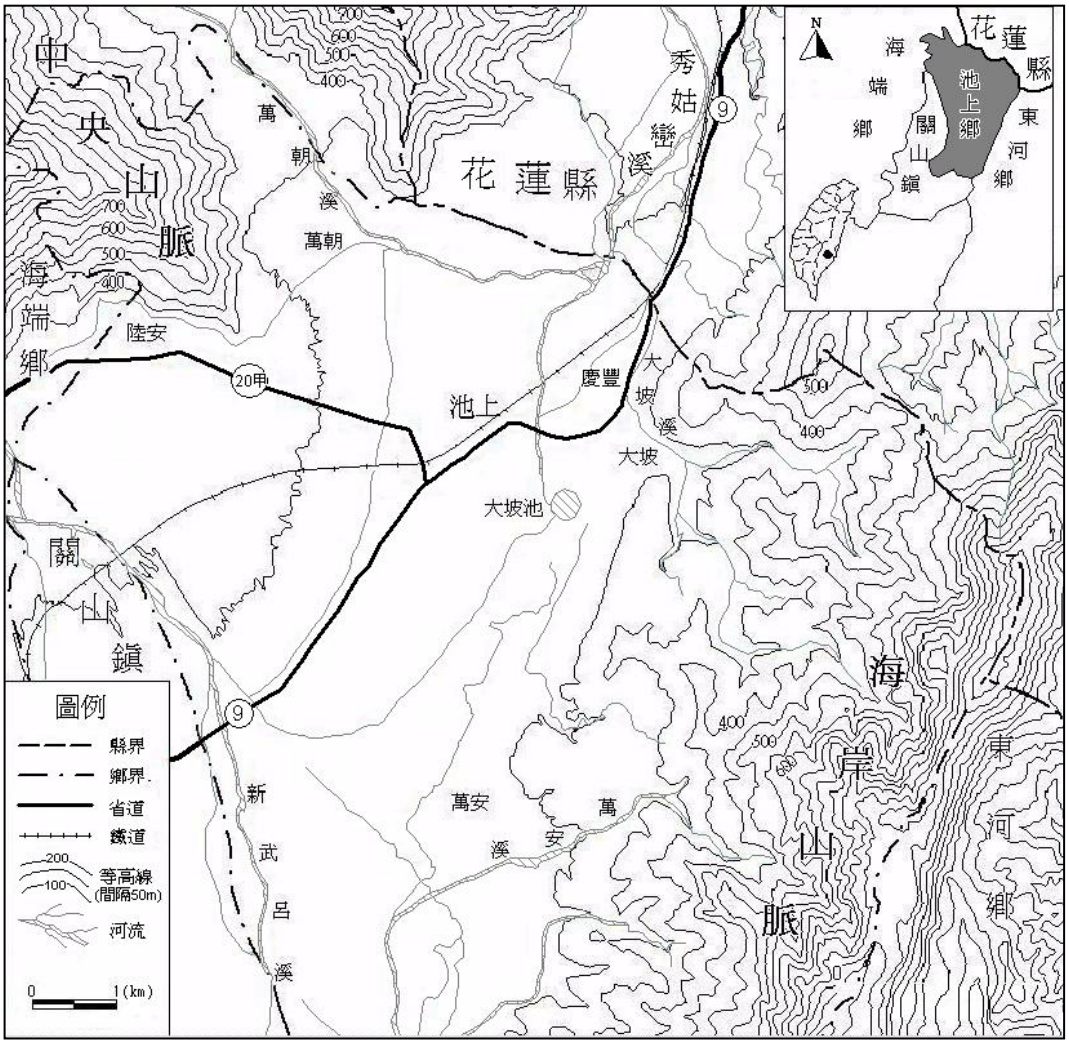


圖 1 池上鄉地形圖

Fig. 1. Landform map of Chin Shang township.

原野和山坡地。然在日本移民政策及開發環境惡劣下，水田範圍未能越過新開園圳 (何玉雲，1996)。但是在昭和元年 (1926 年) 花東鐵道的通車，池上火車站 (福原村) 附近的開發正式取代新開園庄，而成爲目前池上鄉的主要商業中心。日治末期以來西部客籍人氏與 87 水災的彰雲地區移民，爲池上農業發展的新興力量。國民政府時期，池上日本會社地及日本私有地，多爲農民佔耕，爾後根據公地放領放租條例，放領與放租農民，成爲今日稻米景觀之基礎。

池上米食產業包含池上米與池上便當兩個相互關聯的產業，池上便當是地方歷史性的重要行業，而池上米則是近年揚起的重要行業[3]，何以致之？以下從池上稻米產業歷史脈絡窺視，並釐清池上米在地化與西方農業食物在地化脈絡的異同。1970 年代以來池上稻米產業大致歷經三個不同時期的相互交疊。

(一) 國家政策與地方農會行動的關聯－小包裝良質米的消費市場啓動

小包裝良質米的銷售政策，是由公糧的外銷政策轉向國內食米消費市場的重要轉變。戰後初期臺灣爲爭取外匯以農養工乃擴展稻米的種植，以肥料換穀政策[4]低價買入稻穀，再以公糧外銷日韓等鄰近缺糧國家賺取外匯。1973 年世界遭逢能源危機，全球經濟陷入衰退，臺灣政府尋求「穩定中求成長」，以穩定物價爲重心。農業方面於 1974 年推動「稻米保價收購制度」、與設立「糧食平準基金」等措施，鼓勵稻米生產、穩定糧價，是以 1976 年稻米產量高達 271 萬公噸，創臺灣有史以來最高紀錄 (張明瑜，2005)，致使農糧機關產生陳米 (老米) 太多、高收低賣的問題。池上鄉稻作面積也於 1974 年第二期，首度突破 1,000 公頃 (1,005.08 公頃)，爾後持續成長。1978 年起臺東糧食局因應公糧稻穀庫存太多的問題，首度推動小包裝米銷售的措施，啓動白米的零售消費市場，而池上鄉的建興米廠爲臺東縣委託的二家廠商之一 (訪談 C001)。

1980 年前後又遭美國碾米公會向美國貿易署指控臺灣政府補貼食米外銷，美方要求臺灣減少外銷量，使公糧庫存更爲嚴重[5]。1982 年臺灣省政府糧食局開始輔導小包裝白米分級銷售，池上鄉農會於 1984 年將裝倉儲存的公糧，以小包裝米 (5 公斤) 的形式包裝出售，成效良好[6]。1985 年起政府進一步辦理「輔導良質米產銷計畫」，委託池上農會代辦「良質米產銷計畫」，打開池上米的市場，市售的小包裝池上米，由初期 140 元、1995 年 210 元、目前達 290 元穩定成長。由於良質米產銷計畫的農民與農會採契作關係，以公糧價位向參與契作之農民全數收購，因此契作農民也由初期的觀望，到 1995 年達 294 農戶、671.71 公頃 (何玉雲，1996)。2000 年起政府開始輔導具 CAS 良質米[7]認證資格廠商，池上農會於 2001 年獲選爲良質米認證的廠商，開始朝生產高品質之小包裝食米邁進。2005 年農委會推動的良質米專業區計畫，進一步要求加入的糧商以高於公糧的價格向參與契作之農民全數收購，並得以申請補助，致使池上鄉出現明顯的農會、建興米廠、陳協和三個契作版圖的競合，含括大約 85% 的池上稻米 (訪談 B002)。

地方農會成爲政府回應全球市場改變，推動小包裝良質米措施的重要的行動者；同時農會也成爲地方米食產業再發展的重要媒介。例如推動過程刺激了地方糧商開始注意到小包裝的消費市場；農會長期的品管要求，引介農業改良場專家與農民建立社會關係，提供農業知識[8]；舉辦稻米品質的比賽，刺激農民的感覺與觀念 (訪談 F003)；良質米的推動讓地方糧商與農民認同稻米品質與價格分級的觀念。

(二) 地方糧商的品質食物生產倡議－有機農業的推動

有機農業的推動是國家的重要政策。從 1986 年農委會進行「有機農法」可行性評估開始，到 2007 年 8 月底，計 903 農戶經有機驗證機構驗證合格，面積達 1,843 公頃 (行政院農業委員會，2007)，成長率高達 68.7%。

有機米的推動是池上稻米產業發展的另一波。1995 年臺東農改場曾於池上鄉選定 1 甲地做爲示範點，由改良場輔導、農委會認證；但是池上有機米的推動主要受力於地方的建興米廠 (訪談 E001)。行動者於 1994 年由鄉間小路雜誌報導中，得知南投縣推動有機農業，可以**提升品質** [9] 的概念，進而試種 3 公頃，並於隔年興建大地有機廣場作爲直銷點。1996 年學習日本 MOA 農法，獲得**土壤復育取代事後防治** (行動者認爲農改場提供的知識都是防治) 的知識與觀念。2001 年於萬安社區開始推動，由當地農民試種 5.5 分有機米，填寫田間栽培紀錄，至目前參與耕作面積約達 87.52 公頃、35 位班員。

然而，如何說服慣習農法的農民改種有機米是爲轉型的關鍵。策略上以**高價全數收購** (誘之以利，而非道德勸說) 作爲誘因，初期以每公斤 30 元高於公糧的每公斤 21 元收購，目前大約每公斤 36 元收購；以參加**教育訓練**作爲條件，水稻農技班 36 小時專業認證訓練，之後每期 4 ~ 6 次，每次 4 小時研習，課程內容會融入當地田間記錄資料分析與獲獎農民經驗的分享。2001 年起辦理比賽，透過提供獎金吸引農民參與比賽，進一步**收集農民記錄資料統計分析** [10]；融入傳統農法作爲導引與行銷宣傳，無論日曬稻穀、人工除草、禾鴨除草 [11]，都是農民早期所熟悉的農法。

行動者的有機農業實踐，產生幾個在地的影響：1. 透過高價全數收購與比賽獎金作爲各種制度建構與管制的策略，例如教育訓練、比賽制度、田間栽培紀錄等，激勵農民追求稻米品質；2. 透過教育訓練強化地方的學習機制與氛圍；3. 農民熟悉田間栽培紀錄，是爲爾後推動認證的基礎；4. 透過科學化的量化統計，分析農民的經驗知識。

(三) 全球食物系統與仿冒壓力的脫困－地方認證的政治經濟

池上米認證制度的推動是地方稻米產業進展的另一動力。由於臺灣加入 WTO 的衝擊 [12] 與池上米市面仿冒問題嚴重 [13]，觸發 2000 年地方進行池上米認證以杜絕仿冒的構想。2002 年首先由農會提供資料、由鄉公所提出申請，但是在智慧財產局公告期間，遭到全省米商提出異議 [14]。2003 年鄉公所授權地方社團「池潭源流協進會」先行辦理認證，通過由鄉徽作爲產地証明，但是由於農會長期以池農作爲包裝米商標，銷售市場穩定；以及認證後穀價上漲、實施總量管制限制了外來米的混充，遭致糧商反對，進而透過代表會干預授權，由 3 年縮減爲 1 年。然而 2003 年底經濟部智慧財產局核發池上鄉「池上米®」證明標示權。雖然權利回到鄉公所，但是仍然遭受地方內、外糧商抵制與代表會的杯葛，致使 2004 年 8 月池上鄉公所終止鄉徽授權。直到 2005 年鄉公所在證明標章 3 年沒有執行將被註銷與選舉的壓力下 (鄉代表會曾被農民丟雞蛋抗議)，公告執行。2006 年 7 月 1 日開始取締仿冒 [15]。

雖然認證的推動涉及鄉公所、鄉代表會、糧商、農民等各社群行動者的政治經濟運作，然而認證制度的建立，池潭源流協進會是重要的行動者 [16]，對地方米食產業有重要的影響：1. 建立從產地證明、稻穀量、白米、包裝數、到標籤數的認證流程 [17]，與總量管制措施。2. 鼓勵農民參加認證，訂定「池上米認證標章」米質評比競賽辦法 [18]，並藉以評定不同米質等級，以級計價。3. 激發農民自費 18 小時教育訓練，提升稻米品質。4. 推動生產履歷系統。WTO 雖然給了臺灣米食生產的壓力與衝擊，但

也給了臺灣良質米生產的優勢與機會，在認證制度的嚴格安全管制，池上米於 2007 年通過嚴格檢測外銷日本，而富里米更早於 2004、2005 年即銷售日本。

(四) 池上米與西方在地農業食物興起脈絡的比較

西方農業食物在地化的興起，主要是針對全球食物系統的反動，追求地方食物的差異；工業食物的不信任，追求食物的品質與安全；以及農業現代化生產主義對鄉村環境生態的衝擊，衍生後生產主義的轉型，追求鄉村環境的維護與發展。從近代池上米發展的歷史脈絡來看，有機米與地方認證是池上米在地化的重要行動，有機米的倡議是行動者基於提升池上米品質和維護在地環境的思考，而品質的思考在於提高稻米的價格，而非工業食物不信任的思考。池上米的地方認證是來自 WTO 全球食物輸入與市面仿冒的壓力。質言之，池上米與西方農業食物在地化的脈絡與動機，雖然不儘然相同，但是對於共同衍生的追求議題，食物的品質、鄉村環境的維護、全球食物壓力的脫困等行動是一致的。

米食產業的地方鑲嵌

地方指向的鑲嵌強調地方的自然與人文獨特性，對於食物生產與消費的使能和限制，並且注意到在地與外地的連結。池上鄉的米食產業在地化主要鑲嵌於在地的獨特自然環境 (氣候、土壤等) 與地方稻米文化與制度。

(一) 稻米生長的獨特自然環境

無論是在地的訪談、網路或廣告文宣 (農會、或各糧商等)，氣候、土壤、水質三樣自然條件，是普遍被提及不可取代的池上米生長自然優勢。

1、品質稻米的低溫氣候條件

米質的研究大都以外觀品質評定，尤其以白堊質或心腹白性狀爲主，而與環境的關聯性集中於溫度與日照環境因子。臺灣地區良質米的相關研究，盧虎生與劉韻華 (2006) 以日本、中國大陸及臺灣的研究結果，歸納出良質米的形成環境條件，認爲穀粒的發育期，日均溫應低於 26°C、日高溫低於 30°C、日低溫低於 22°C，及日射量高於 13MJm^{-2}day^{-1} 的安全環境。若溫度高於此安全環境、日射量低於此安全環境，稻米白堊質率上升、外觀品質下降。

池上位處花東縱谷至高點海拔約 300 公尺，以及新武呂溪的出口夜晚冷風進入池上平原，致使溫度較低、日夜溫差較大。以 1998 年 (池上測站從本年起才有相關資料) 至 2007 年的 10 年氣象資料，分析第一期穀粒充實期 5 月中旬至 6 月中旬、以及第二期穀粒充實期 10 月下旬到 11 月下旬 (時間依據訪問 B002、E003)，發現池上第一期穀粒充實期 (表 3)，除了 6 月下旬的日高溫 30.4°C 稍高於安全環境之外，其於都低於安全環境。而高於安全環境的年數，除了 6 月下旬的日高溫 7 年、日低溫 6 年超過 5 年外，其餘低於 5 年。因此池上第一期稻作除了收割的末期之外，都是生長良質米的優良環境。池上地區溫度低與溫差大，減緩夜間呼吸作用，能量消耗較少，保存較高養分 (訪談 E002)。反觀南北的臺東與花蓮，臺東地區的日均溫、日高溫、日低溫都高出安全環境，而高於安全環境的年數都超過 5 年以上。花蓮地區日均溫五月低於安全環境、6 月則高於安全環境，日高溫僅 6 月下旬 30.5 °C 稍高

之外，其餘都低於安全環境，日低溫則都高於安全環境 (過高的日低溫可能導致呼吸作用旺盛，降低淨光合作用及供源能力，使穀粒養份供應不足而充實不良，造成產量下降及白堊質現象)。高於安全環境的年數 6 月下旬日均溫、日高溫、日低溫都高出安全環境，其餘以日低溫高於 5 年爲多。第二期穀粒充實期，池上、臺東地區、花蓮地區三者日均溫、日高溫、日低溫都低於安全環境 (表 4)。池上各年都低於安全環境，臺東地區 10 月下旬、11 月上旬的日低溫高於安全環境的年數都超過 5 年。從溫度的相關分析，池上顯然具有生產良質米的優越環境。

日照環境方面，由於池上測站缺少日照的資料，以臺東農場的紀錄推估年日照時數大約 1,250 小時，低於花蓮、臺東 (夏黎明，2001)。日照射量不足，雖然光強度不足將導致光合產物供應不足而使穀粒充實不良，發生白堊質現象，但是低日照也可能導致延長稻穀充實期，降低充實過快而產生的心腹白的威脅 (盧虎生與劉韻華，2006)。的確，池上稻穀生長時間延緩約 10-15 天 (一般種植約 120 天，池上則爲 130-140 天)，養份轉化均勻，穀粒飽滿 (訪談 E001)。

表 3 第一期稻作充實期溫度

Table 3. Temperature during first grain filling stage.　　單位：°C

池上測站	5 月中旬			5 月下旬			6 月上旬			6 月下旬		
	日均溫	最高溫	最低溫	日均溫	最高溫	最低溫	日均溫	最高溫	最低溫	日均溫	最高溫	最低溫
10 年平均溫	23.9	28.7	20.6	24.2	28.7	21.0	24.6	29.1	21.6	25.5	30.4	21.9
高於安全環境年數	0	1	0	0	1	0	1	2	3	3	7	6
臺東測站	5 月中旬			5 月下旬			6 月上旬			6 月下旬		
	日均溫	最高溫	最低溫	日均溫	最高溫	最低溫	日均溫	最高溫	最低溫	日均溫	最高溫	最低溫
10 年平均溫	26.7	30.5	23.9	26.9	30.7	24.1	27.2	31.0	24.7	27.8	31.5	25.0
高於安全環境年數	8	6	10	9	9	10	8	8	10	9	9	10
花蓮測站	5 月中旬			5 月下旬			6 月上旬			6 月下旬		
	日均溫	最高溫	最低溫	日均溫	最高溫	最低溫	日均溫	最高溫	最低溫	日均溫	最高溫	最低溫
10 年平均溫	25.3	28.9	22.6	25.8	29.4	23.0	26.2	29.8	23.6	27.0	30.5	24.2
高於安全環境年數	2	0	7	2	2	9	6	5	10	9	7	10

資料來源: 整理自行政院交通部中央氣象局 (2007)。

註：安全環境：日均溫 26°C、日最高溫 30°C、日最低溫 22°C。

表 4 第二期稻作充實期溫度

Table 4. Temperature during second grain filling stage. **單位**：°C

池上測站	10 月下旬			11 月上旬			11 月中旬			11 月下旬		
	日均溫	最高溫	最低溫	日均溫	最高溫	最低溫	日均溫	最高溫	最低溫	日均溫	最高溫	最低溫
10 年平均溫	21.8	26.5	18.3	21.1	25.6	17.8	20.1	24.7	16.8	20.1	24.7	16.8
高於安全環境年數	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
臺東測站	10 月下旬			11 月上旬			11 月中旬			11 月下旬		
	日均溫	最高溫	最低溫	日均溫	最高溫	最低溫	日均溫	最高溫	最低溫	日均溫	最高溫	最低溫
10 年平均溫	25.2	29.0	22.5	24.5	28.2	21.9	23.6	27.3	21.1	22.8	26.4	20.4
高於安全環境年數	1	0	8	1	0	6	0	0	0	0	0	1
花蓮測站	10 月下旬			11 月上旬			11 月中旬			11 月下旬		
	日均溫	最高溫	最低溫	日均溫	最高溫	最低溫	日均溫	最高溫	最低溫	日均溫	最高溫	最低溫
10 年平均溫	24.2	27.7	21.3	23.5	26.8	20.9	24.5	25.7	19.9	21.6	24.9	19.1
高於安全環境年數	0	0	3	0	0	2	0	0	0	0	0	0

資料來源: 整理自行政院交通部中央氣象局 (2007)。

註：安全環境：日均溫 26°C、**日最高溫** 30°C、**日最低溫** 22°C。

然而縱谷的日照時間短，容易產生稻熱病，因此病蟲害防治與品種選擇變爲重要 (訪談 E001)；縱谷的夾峙，入秋後冬季北風長驅直入夾帶的風沙，以及颱風過後容易產生白葉枯病 (訪談 F003)，並且水稻分蘗期遭受強風也會「一穗少一粒穀」。因此，本地第二期稻作不宜晚植，農民需趕在立秋前插秧，避開冬季在地人口中強烈的「池上風」傷及秧苗。

2. 沖積扇地形影響土壤生產力分布與水源灌溉

池上地區的平原主要由新武呂溪、萬朝溪和萬安溪三個沖積扇所構成。沖積扇的沖積物所形成的土壤、以及沖積扇的水文影響水稻的生長環境。

池上沖積平原耕地的土壤物質主要來自山脈的沖積物。大致以大坡池之排水溝爲界分東西側，西側新武呂溪沖積扇和萬朝沖積扇多爲中央山脈之片岩新沖積土。大部分爲粗沙質的砂礫石地，表土層淺薄、透水性良好、鹽基易於淋失、土壤偏酸性；土壤粒子大都以坋粒爲主，又粘土礦物以雲母與綠泥石爲主，故土壤陽離子交換能量不高，亦即保肥力偏低 (郭鴻裕，1996)。稻作區大都經長期客土、

放淤加厚土層而成。1970 年代退除官兵輔導委員會臺東農場，以海岸山脈利吉層黃壤改善農場東側水田土質；1980 年代農民將海岸山脈土壤覆蓋於新武呂溪池上大堤以內、龍泉溪南岸河川地，厚度約 20 公分 (夏黎明，2001)。目前雖禁止但仍有部分田地採用客土 [19]。

東側爲新武呂溪沖積扇之扇端與海岸山脈山麓交接處 (慶豐－錦園－萬安－富興水田區)。新武呂溪沖積扇之扇端，爲地下水湧出之地，土壤排水不完全或不良，適合水稻生長，水田土壤母質來源以片岩沖積土爲主；而東緣山麓丘陵地區主要以東岸母岩發育形成的黑土、黃壤、紅壤等定積土或東岸母岩沖積土，表土層較厚、土壤質地粘重、酸鹼度微酸至中酸性、鎂鉀等交換性鹽基較高、陽離子交換能量較高，在臺灣屬肥力與保肥力較高的土壤，也是本地的良質米產區 (郭鴻裕，1996)，此區爲村民口中的「老田區」。本區內的萬安地區是萬安溪所構成的沖積扇，地形高於縱谷，日照射量高，又屬南向坡地農田，冬季作物易於接受輻射熱，有利水稻的生長。雖然萬安溪水源不豐且不穩定，但由於土質多屬粘壤土，土質佳且不易滲漏，故「萬安米」頗富盛名，目前朝有機米發展。

池上地區的灌溉水源主要來自新武呂溪溪水，由於池上農田大都位於新武呂溪沖積扇之北扇 [20]，屬於扇狀地形且河流流經最高點，故除了淺層土地區屬非灌溉區之外，大部分農田皆得灌溉之利。但是氣候因素上每年第一期作 (1-5 月) 爲枯水期，第二期 (6-10 月) 爲颱風頻仍的豐水期，境內其他河川源短流急、水源不穩定，故農民常有三年一小旱、十年一大旱的說法。

(二) 地方的稻米文化與制度

池上米從光復初期就是臺灣少數銷售日本的稻米，從而由稻穀生產到便當的製作，長期累積了重要的米食地方文化。誠如受訪者所言：「池上米是國內第一個含地理標示精神所核的証明標章，所保護的是前人爲了這個名稱所作的努力，保護的不只是池上當地生產的稻米，更是池上人的一種文化傳承。也可以說是傳統智慧財產權」(訪談 G001)。而地方稻米的文化與知識，例如土壤知識 [21]、施肥用藥 [22]、稻作觀察 [23]、品種選擇等。在 2002 年起 WTO 壓力，以及全國稻米競賽的因應下，轉化爲正式的認證制度、比賽制度、教育訓練等，進而影響農民稻作的態度與行爲。

1. 正式制度的建立

「**外地人只知道池上米，不知道後面有一套完整的制度**」(訪談 C001)。教育訓練與比賽制度是訪談中常被提起的重要制度。教育訓練長期以來主要由農會舉辦 (農會法規定農會 62% 經費要用於農事推廣)，引進改良場專家提供知識，建立農民可以諮詢的管道，成爲農民學習的重要路徑，而後來由民間池潭源流協進會所辦的認證制度、或糧商良質米專業區制度都納入教育訓練。然而，教育訓練從農會時期的會後送禮物才能吸引農民參與，到認證制度、專業區制度期間的農民自費參與學習，農民呈現極大的參與度差異，關鍵在於比賽制度的建立與比賽獲獎 [24]。1991 年糧食局舉辦全國第一屆良質米競賽，池上鄉首度獲得第一屆十大金米獎，於 1995 年鄉內農會曾自己首度試辦競賽，後來 1999 年 2 期稻作起，鄉內農會配合縣級良質米比賽開始每期舉辦競賽 [25]，並且每年參與比賽皆得獎 [26]。初選與複賽的嚴謹比賽制度，獲勝的獎金與榮譽激發農民的熱衷參與，相較於他地每次比賽參與人數不及 30 人，池上鄉動則 50 人以上 (訪談 B002)。稻米比賽與教育訓練的正式制度，累積了地方學習的風氣。

2. 農民態度與行爲的改變

池上鄉的農民以 40-50 歲爲主，原住民 (以阿美族爲主) 約佔 3/5，客家和閩南人分佔 1/5。池上

鄉推動認證後，農民生產的稻米 60 公斤售價約 1,400 元，較關山的 1,200 元，臺灣西部的 1,150 元都高；同時糧商以級計價的稻米收購方式，鄉內比賽的獎金制度，以及全國比賽的連續獲獎與得利，提升農民的經濟利益。另一方面穀價的上漲，也造成農地租金的上漲 (以前 1 甲地租金約 3.2 萬，2004 年 1 甲地租金上漲到 4.6 萬元)、精緻農業資材費 (如有機肥) 也上漲約 25% (訪談 F001)，造成稻作成本的增加，兩方面的刺激改變了農民的態度與行爲。

首先，農民種稻面積與自耕程度的增加。觀察 2001-2005 年稻作收穫面積與產量的變化 (表 5)。稻作收穫面積與產量在 2002 年臺灣加入 WTO 的衝擊下，明顯下降，然而 2003 年地方開始辦理稻米的認證與競賽，以及 2004 年起連續二年三屆獲得全國稻米競賽總冠軍，稻作收穫面積與產量逐年回升，並在 2004 年超越了 2001 年，而普通作物收穫面積則逐年減少，反應農民選擇種植作物行爲的改變。然而稻作收穫面積的增加，並沒有反應於農戶數與農民人口數的增加，兩者反倒是逐年遞減 (表 6)，但是明顯反應於自耕農戶與人口數的增加，與半自耕農戶與人口數的減少，自耕與半自耕的增減，即是農民從租地轉爲自耕的行爲改變。

表 5 池上鄉稻米收穫面積、產量和普通作物收穫面積變化表

Table 5. Revolution of rice area, grain yield and general crops area within Chin Shang township.

年底別	稻米收穫面積 (公頃)	稻米產量 (公噸)	普通作物收穫面積 (公頃)	備註
2001	2,720.26	16,015	107.12	
2002	2,591.66	15,384	65.69	臺灣加入 WTO
2003	2,655.82	16,099	49.26	池上鄉第二期稻作辦理競賽與認證
2004	2,752.33	16,414	32.73	池上農民獲得第一屆全國稻米競賽總冠軍
2005	2,752.33	16,414	27.65	池上農民獲得第二、三屆全國稻米競賽總冠軍

資料來源：臺東縣池上鄉統計要覽 (2006)。

表 6 池上鄉農戶人口數變化表

Table 6. Revolution of farm family population within Chin Shang township.

年底別	農戶數					農人口數				
	合計	自耕農	半自耕農	佃農	非耕種農	合計	自耕農	半自耕農	佃農	非耕種農
2001	1,550	184	1,151	177	38	7,717	505	6,348	665	199
2002	1,052	131	549	372		5,079	626	3,243	1,210	
2003	1,038	420	532	86		4,498	1,783	2,328	387	
2004	1,009	601	227	181		4,488	2,846	769	873	
2005	1,009	601	227	181		4,488	2,846	769	873	

資料來源：臺東縣池上鄉統計要覽 (2006)。

其次，農民主動的學習。由於認證與以級計價的制度，種出好稻穀直接影響農民的收入，農民關心稻作技術與稻米品質，主動付費參與正式的教育訓練學習，或向農改場專家尋求知識的協助；回農的年輕人也引進科學觀念，例如土壤的化驗、田間栽培紀錄與分析等。而稻作已成爲農民生活的一部份。喝酒、泡茶聚會都是在談如何種稻 (訪談 F002)、萬安社區每個人都很會講種稻 (訪談 E002)；很多農民「種稻像養兒子一樣」，一天十幾個小時守在田裡，碰到稻米品質競賽時，更是不眠不休 (池上米 1 年漲 6 成，2006)，種好米、比賽得獎成爲池上種稻的信仰。「我沒有讓池上失面子，要好好慶祝慶祝」(《米王專訪》種稻 35 載 林龍星：歡喜就好，2005)、「可以光榮回鄉了！」(種出米王林龍山：種稻就像養孩子，2006)，這是池上鄉參加第二、三屆全國比賽冠軍者的感言，參與稻米比賽與個人面子、地方榮譽連結，成爲地方農夫的氣概展現。種好米已經關係到農民的收入和面子問題 (訪談 C001)。

(三) 地方鑲嵌－使能與制約

地方鑲嵌的獨特自然因素 (低溫氣候與海岸山脈沖積土)，使能與制約池上米產業的發展。雖然池上的低溫氣候環境，限制了池上米的產量，但是卻是使地方能產出良質米的優勢條件；池上西側中央山脈所沖積的砂礫石地，限制了池上米的產量與品質，然而東側東海岸的沖積土，不僅提供老田區良質米的生長環境，也作爲西側農地客土的材料；而土壤的差異性，更培養了在地農民的土壤知識。自然成爲地方鑲嵌的重要因素。

另一方面，2000 年後部份衍生自地方稻米文化的池米上正式制度 (認證制度、比賽制度、教育訓練) 之建立，明顯使能與限制池上米產業的發展。生產者方面，比賽得獎的獎金與榮譽、以及分級計價的誘因，教育訓練的培力，創造農民日常生活中主動學習的稻米文化，然而卻也促成稻作面積與自耕程度的增加，制約地方朝向農業專業化、集中化的生產主義發展，這一部分仍有待進一步觀察。

品質建構、另類供應網絡與社會鑲嵌

延長農業食物網絡涉及地方食物想像的建構，以滿足外地消費者透過既有的知識、經驗或想像，對於食物的相對渴望作出價值的判斷 (Marsden *et al.*, 2000)。因此池上米的定位與品質的建構成爲另類供應網絡的重要基礎。

(一) 池上米品質的社會建構

由於地方體認到唯有提升池上米的品質方能對抗臺灣加入 WTO 的衝擊，也唯有提高品質才能在固定耕地面積與產量中增加利潤，推動品質的提升成爲池上米的新定位，這樣的行動在 2000 年起有機米農業的推動中展開。池上米品質的市場定位，涉及了地方到國家多元空間尺度的社會建構；與農民、糧商、媒體、國家多元行動者的作用，具體表現在自然環境、在地歷史食物與傳統農耕技術的生產、全國良質米競賽得獎，以及地理標示的認證制度幾個面向。

1. 自然環境的建構

2001 年花蓮、臺東兩縣所轄玉里鎮、富里鄉、池上鄉、關山鎮、鹿野鄉等五鄉鎮，實施策略聯盟推動「縱谷好米」，強調花東縱谷風景優美，空氣新鮮，水質潔淨，又無污染，常被喻爲牛奶與蜜之地

(黃麗明，2002)。2004 年起花蓮縣政府也有感於純淨無污染的自然環境，推動廣爲消費者認同的「無毒農業」品牌。政府對於東臺灣農業的推動，建構了無毒無污染的自然想像。池上米產地自然的獨特性宣稱來自糧商與鄉公所建構的網站、廣告與食米的包裝，包含三個部分：水質好，灌溉水源直接源自中央山脈，沿途無工業工廠設立、無污染；土質好，海岸山脈土質粘重且含有機質；氣候好，位處山脈之間，日夜溫差大，養份轉換充足。池上米透過地方環境條件的獨特配合，得以建構壟斷地租的宣稱 (Harvey, 2001)。

2. 在地歷史食物與傳統農耕技術的生產

池上米在日治時期即是進貢日本天皇的米，故被稱爲「貢米」，而名聞遐邇的「池上飯包」的材料，也正是池上米。2000 年起地方推動有機米農耕，並採行傳統農耕技術，包含人工梳草、日曬稻米、禾鴨生態等。農耕方式具體表徵於禾鴨生態池的觀光空間 (設於萬安村)、農民田間梳草的實踐，而被遊客與消費者所凝視，強化在地生產的真實性。另一方面，在地糧商透過食米包裝的命名進行在地傳統農耕的宣稱，例如日曬米、有機生態米，同時到各百貨公司設攤面對消費者進行論述。池上米透過傳統農耕生產技術，附加生態性 (自然、有機、安全) 的再社會化，與地方性符號 (地方傳統、特定性、在農場當場操作) 的再空間化，增加食物品質的宣稱。

3. 全國良質米競賽的得獎

相對於自然環境與在地傳統農耕技術，是來自在地和東臺灣行動者所進行的壟斷性宣稱所獲得的論述效果。而全國良質米競賽的得獎是國家 (農委會) 進行品質分級評鑑的政治論述，被視爲是公共的 (國家舉辦，而非地方或私人舉辦)、客觀的 (經由專家與儀器所鑑定)。池上米歷經三屆冠軍、一屆亞軍，等同獲得國家單位與專家的品質宣稱，這樣的宣稱也在每次的得獎後得到媒體的大量報導。

4. 地理標示的認證

政府於 2003 年底引用 WTO-TRIPs[27] 的地理標示 (geographical indication) 條款，修正施行新商標法，第七十二條增訂「得以標章證明他人商品或服務之特性、品質、精密度、產地或其他事項，申請註冊爲證明標章」[28]。池上得以成爲池上米的地理來源，產地證明依法有據。

池上米認證依據產地、安全、品質、倉儲四個基準建立制度。首先，以池上鄉行政區爲範圍，由登記的產地面積 (查核土地登記簿影印本) 推算出稻穀產量 (每公頃收稻穀最高限量 7,200 公斤)、食米產量 (以白米碾米率 68%、糙米率 80% 核計)、核發標章數量，以進行產地總量管制。其次，透過農民田間栽培管理記錄簿，以及農民於稻穀收割前 10 天通知鄉公所，派員採樣檢測農藥殘留開具證明，確保稻米安全。再者，農民收割經檢驗之安全稻穀，售於經約定之米廠，由米廠提供地磅單及容重量檢測值、食味值檢測值 (食味值達 60 分含以上符合國家 CNS 白米或糙米標準)，交由農民填具申請書後，再由該米廠向鄉公所申請標章。過程中米廠得以進行品質分級，並以級計價。而自產自銷者也可以提出相關證明文件，向公所申請標章。最後，申請認證之稻穀應專倉或明確區隔儲存，確保品質。

池上米的認證制度涉及鄉公所、糧商、農民的連結機制。鄉公所透過業務人員抽樣檢驗農民的稻作農藥殘留標準，審查小組 (由專業人士 3 人、公所 2 人組成) 審查碾米廠使用標章的申請，抽驗小組 (由公正人士 3 人、公所 1 人組成) 至各地抽樣採購各廠商之產品。糧商透過與農民的契作關係，收購農民的稻穀、檢測品質、並且以級計價。鄉公所與糧商成爲認證制度機制的主導者。

Ilbery and Kneafsy (2000) 提供四個行銷品質食物的準則：由非農業組織完成認證、與地理或歷史

有關的生產傳統、消費者有興趣的吸引力 (設計、品味、新鮮、優惠價格等)，和特定的生產方法。梁炳琨 (2007) 也指出三個概念，地方化生產與建構、食物生產到消費的連結與品質控制、農場經營與環境的優質，作爲生產品質食物的基礎。生產環境的維護與魅力、歷史性地方生產傳統、認證的品質控制，是共同的品質論述。池上米的品質建構，透過自然環境的建構、歷史性食物、在地傳統農耕技術的生產，與地理標示的認證，得以達成。食物生產到消費的連結的部份將在另類食物網絡分析，而池上的全國良質米競賽得獎的品質論述，則是重要的經驗發現。

(二) 消費者的品質認知

消費者的品質認知乃是產地生產者品質建構的重要回應。池上米消費者品質認知的問卷調查 (表 7)，消費者購買的目的全臺各區域都以自家食用爲主，送禮者除了東部佔 22.6%，比率較高外，其餘各區域仍然偏低，池上米作爲伴手禮的推動仍有極大的空間。購買池上米的原因，以品質好與好吃主要，兩者在臺灣各區域互有消長，而名氣好居第三位，但是在南部地區名氣好則居次，達 31%，名氣好是南部消費者的重要考量因素。

消費者獲得資訊的來源，影響消費者的品質認知與品質建構。電視媒體 (34.4%)、親朋好友 (25.5%)、報章雜誌 (21.4%) 是主要的資訊來源，而網路僅佔 3.6%。然而在東部區域親朋好友的因素，佔 45.9%反高於電視媒體的 21.5%。消費者對於池上米的品質認知方面，以全臺而言自然環境的因素最高，產地無污染 (23.1%) 和氣溫土壤條件佳 (19%)，兩者合佔 42.1%。另外好吃作爲品質好的認知達 21%、居次，受池上便當印象的影響也佔 15.6%、居第三位。自然環境因素、好吃、池上便當的印象是消費者對池上米品質好的重要認知來源。以各區域的差異而言，自然環境因素除了北部地區之外，其餘各區域都以產地無污染高於氣溫土壤條件佳。好吃在北部 (22.7%) 與東部 (27.8%) 兩地區的比率較高，甚至高於產地無污染 (分別是 17.5%、24.1%)。池上便當印象的影響全臺則以中部區域，佔 20%較高。而認證制度 (6.6%) 對於消費者的品質認知，全臺仍然偏低，僅在 3 大都市 (臺北市、臺中市、高雄市) 對於認證制度較高，達 10.7%。

進言之，電視媒體、親朋好友、報章雜誌是池上米消費者獲得資訊的主要來源。自然因素、好吃、池上便當是影響消費者品質認知的重要因素，而近期的認證制度對於消費者的品質認知影響仍然不大，僅在三大都市有較明顯的影響。雖然認證制度對於消費者的品質認知影響不大，然而認證制度影響著池上米的品質，對於消費者而言可能更直接反應在好吃的認知部分。

(三) 另類池上米供應網絡

傳統上池上米的農業與食物網絡較爲單純，主要是池上農民生產稻穀，經由地方糧商收購，碾製爲池上米，再以批發爲主，銷售給在地與外地便當行。1960、70 年代糧商大都以卡車載糙米到中南部縣市販賣，1980 年代開始以 30 公斤白米塑膠袋裝。1990 年代開始有 5 公斤裝的小包裝，而 2 公斤裝且依品種、等級區分則出現在地方開始辦理認證的 2003 年 (訪談 C002)。農民的自產自銷與糧商於街上設立門市零售的現象，也出現於 2003 年之後 (圖 2)。

表 7 池上米消費者購買目的、原因與品質認知

Table 7. Consumption purposes, factors and quality cognition by consumer of Chin Shang rice.

類別	細分類	本島 (A)	北部 (B)	中部 (C)	南部 (D)	東部 (E)	三大都市 (F)
購買目的	食用	223 (88.8%)	72 (88.9%)	63 (90%)	64 (92.8%)	24 (77.4%)	36 (92.3%)
	送禮	27 (10.8%)	9 (11.1%)	6 (8.6%)	5 (7.2%)	7 (22.6%)	3 (7.7%)
	其它	1 (0.04%)	0	1 (1.4%)	0	0	0
	合計	251 (100%)	81 (100%)	70 (100%)	69 (100%)	31 (100%)	39 ((100%)
購買原因	品質好	94 (33.8%)	31 (34.1%)	23 (30.3%)	27 (32.1%)	13 (48.1%)	15 (34.1%)
	名氣好	64 (23%)	20 (22%)	17 (22.4%)	26 (31%)	1 (3.7%)	14 (31.8%)
	好吃	98 (35.3%)	32 (35.2%)	31 (40.8%)	25 (29.8%)	10 (37%)	14 (31.8%)
	價格合理	6 (2.2%)	0	3 (3.9%)	2 (2.4%)	1 (3.7%)	0
	其它	16 (5.8%)	8 (8.8%)	2 (2.6%)	4 (4.8%)	2 (7.4%)	1 (2.3%)
	合計	278 (100%)	91 (100%)	76 (100%)	84 (100%)	27 (100%)	44 (100%)
資訊來源	報章雜誌	72 (21.4%)	18 (16.5%)	29 (29.6%)	17 (18.3%)	8 (21.6%)	12 (21.8%)
	電視媒體	116 (34.4%)	38 (34.9%)	40 (40.8%)	31 (33.3%)	7 (18.9%)	21 (38.2%)
	網路	12 (3.6%)	4 (3.7%)	4 (4.1%)	1 (1.1%)	3 (8.1%)	1 (1.8%)
	親朋好友	86 (25.5%)	28 (25.7%)	17 (17.3%)	24 (25.8%)	17 (45.9%)	12 (21.8%)
	廣告包裝	45 (13.4%)	20 (18.3%)	7 (7.1%)	16 (17.2%)	2 (5.4%)	8 (14.5%)
	其他	6 (1.8%)	1 (9%)	1 (1%)	4 (4.3%)	0	1 (1.8%)
	合計	337 (100%)	109	98 (100%)	93 (100%)	37 (100%)	55 (100%)
品質好的原因	無污染	102 (23.1%)	27 (17.5%)	27 (23.5%)	35 (29.4%)	13 (24.1%)	18 (24%)
	氣溫土壤佳	84 (19%)	31 (20.1%)	24 (20.9%)	24 (20.2%)	5 (9.3%)	12 (16%)
	歷史食米	27 (6.1%)	7 (4.5%)	8 (7%)	6 (5%)	6 (11.1%)	2 (2.7%)
	便當印象	69 (15.6%)	23 (14.9%)	23 (20%)	17 (14.3%)	6 (11.1%)	14 (18.7%)
	好吃	93 (21%)	35 (22.7%)	21 (18.3%)	22 (18.5%)	15 (27.8%)	16 (21.3%)
	冠軍米	19 (4.3%)	7 (4.5%)	4 (3.5%)	4 (3.4%)	4 (7.4%)	2 (2.7%)
	認證制度	29 (6.6%)	13 (8.4%)	6 (5.2%)	9 (7.6%)	1 (1.9%)	8 (10.7%)
	傳統農耕	16 (3.6%)	10 (6.5%)	1 (0.9%)	1 (0.8%)	4 (7.4%)	3 (4%)
	其它	3 (7%)	1 (0.6%)	1 (0.9%)	1 (0.8%)	0	0
	合　計	442 (100%)	154 (100%)	115 (100%)	119 (100%)	54 (100%)	75 (100%)

說明：數字為各選項的選擇次數 (複選)，A=B+C+D+E；百分比為縱軸計算。

2003 年起鄉公所授權地方社團辦理認證，實施池上米的產地證明；2004 年起池上米連續三屆獲得全國冠軍米，改變了池上米食的供應網絡。從稻穀原物料到池上米、池上便當之間的米食供應網絡，可以從農民、糧商、便當行三個主要行動者的相互關聯來觀察。

1. 面對面的農民自產自銷

農民自產自銷與消費者面對面的銷售方式。2004 年後農民生產稻穀，自行碾製食米包裝，由自家店面、或路邊設攤銷售，共有 6 家。由於池上鄉稻米產地僅 15% 未與糧商契作，並且個體農民生



圖 2 池上鄉食米與便當銷售地點位置圖 (調查時間 2007 年 2 月 15 日)

Fig. 2. Sale site of rice and lunch box within Chin Shang township. (investigation period：2007.2.15)

產規模較小、競爭力不及糧商，因此銷售量與售價較低，大都以供應在地非務農住民，或部分的外來遊客。以某一農民爲例，種植面積約 11 甲，2/3 的稻穀仍繳交農會，僅留 1/3 自家食用和販賣，而 5 公斤壽司米 (高雄 139 號) 售價 270 元，低於糧商的 320 元。

2. 在地糧商與農民契作的近鄰網絡

在地糧商作爲契作農家的銷售代表，並由糧商在地銷售。傳統上近鄰網絡是由糧商透過契作向農民取得稻穀，碾製食米，在池上街上設立碾米工廠銷售。近年由於小包裝米成爲重要的商品，除了原有的碾米工廠外，也增設門市 (例如陳協和)，或於相關門市銷售小包裝米 (例如農會超市、建興米廠的大地飯店)，共有 5 個糧商門市和 3 個在地經銷商。此外，建興米廠從稻穀栽種、碾製生產食米、成立門市販售小包裝米與便當、提供住宿與餐廳的全套服務，擴大經營規模，降低成本，縮短農業食物供應系統 (short agro-food supply system)。

在地糧商與農民契作 (農會、建興、陳協和爲主) 所形成的近鄰網絡，是池上米供應的大宗，約佔池上米耕地面積的 85%。10% 的食米銷售於當地，而 90% 的食米銷售外地，包含便當米和小包裝米。5 公斤壽司米售價約 320 元，高於自產自銷者。

3. 在地便當行與糧商、農家的近鄰網絡

便當行向在地糧商購買食米，製作成便當銷售；或便當行購買稻穀，委託糧商碾製成食米，製作成便當與小包裝冠軍米販售，池上街上共有 11 家。前者例如全美便當行與陳協和碾米廠的關係，以及家鄉便當店、東林便當店與錦和碾米廠的關係。後者如全美便當行參與標售冠軍米，委託糧商碾製成

食米，製作成便當與小包裝冠軍米販售。在地便當行，讓稻穀生產－碾製－便當的食物供應鏈於在地連結，是池上米食產業的優勢。糧商供應在地便當行的米量，約佔便當米銷售的 10%，大都以 30 公斤包裝食米爲主，售價 1,000 元。

4. 延長池上米供應網絡

糧商透過供應網絡將池上米銷售到外地，主要包含便當米和小包裝米兩類，爲池上米銷售的大宗。由於池上便當是池上鄉的歷史性地方食物，在池上米尚未進行 (再) 在地化 (認證) 之前，就聞名於全國，致使臺灣許多地方開設池上便當行，形成全國性的銷售網絡。透過池上便當全國性銷售網絡，讓池上米與外地產生連結，提供一個與池上米生產地點產生關聯的另類空間，而全國池上便當行既成爲池上米穩定的另類銷售網絡。相較於他地的稻米而言，全國性池上便當行網絡，可謂歷史因素建構的另類食物網絡。

另一方面，認證後的池上米外地供應網絡，除了既有的池上便當全國性銷售網絡之外，小包裝米成爲新興的延長銷售商品。小包裝米的銷售網絡，農會包含網路與電話訂購的宅配，以及全國各地的經銷商，後者除了傳統的米行網絡之外，全國郵局與臺東縣內各加油站納入經銷點。另以某一糧商而言，經銷點的賣場銷售量約佔 80%，宅配約佔 20%，而便當米與小包裝米的銷售量各佔 50%，兩者銷售外地皆達 90% 以上。此銷售狀況也反應於消費者的調查，全國各區域的超市都是消費者購買池上米的首選，佔 62.8%，其次爲米店 20.5%，而電話與網路訂購僅分佔 3.4%、2.6% (表 8)。

初級商品 (池上小包裝米) 和最終商品 (池上便當)，兩者不僅垂直的鏈結，更各自建構零售的網絡，形成雙銷售網絡的架構，是特殊經驗。池上米認證的內生 (endogenous) 力量與池上便當全國性銷售網絡的外生 (exogenous) 力量，兩股力量動態的運作關係，呈現獨特的地方鑲嵌特性。

(四) 社會鑲嵌與信任關係

池上米供應網絡的交易過程，鑲嵌於社會過程與信任關係，影響交易 (表 9)。本文就上述池上米四種供應網絡，探討交易的社會鑲嵌與信任關係。首先，農民自產自銷方面。生產者與消費者的交易社會過程，主要建立在面對面的溝通與信任關係 (人際關係和計算信任)。由於消費者主要爲在地非

表 8 池上米消費者的購買管道

Table 8. Purchase channel by consumer of Chin Shang rice.

分類	本島	北部	中部	南部	東部	三都市
超市	147 (62.8%)	45 (60%)	45 (68.2%)	41 (59.4%)	16 (66.7%)	24 (60%)
米店	48 (20.5%)	15 (20%)	14 (21.2%)	12 (17.4%)	7 (29.2%)	8 (20%)
量販	10 (4.3%)	5 (6.7%)	1 (1.5%)	4 (5.8%)	0	1 (2.5%)
電話	8 (3.4%)	3 (4%)	0	4 (5.8%)	1 (4.2%)	0
網路	6 (2.6%)	0	5 (7.6%)	1 (1.4%)	0	0
其他	15 (6.4%)	7 (9.3%)	1 (1.5%)	7 (10.1%)	0	7 (17.5%)
合計	234 (100%)	75 (100%)	66 (100%)	69 (100%)	24 (100%)	40 (100%)

說明：數字為各選項的選擇次數 (複選)。

表 9 池上米另類食物網絡與信任關係

Table 9. alternative agro-food networks and trust relationship of Chin Shang rice.

網絡模式	在地網絡	外地網絡	信任類型
自產自銷	農民－消費者		關係性、計算性
近鄰網絡	農民－糧商－消費者		認同性
近鄰網絡	糧商－便當行－消費者		計算性、認同性
	農民－便當行－消費者		
延長網絡	糧商	便當行－消費者	計算性、認同性
	農民－糧商	消費者	認同性、制度性

務農住民，因此平常往來的人際關係成爲消費者選擇店家的重要考慮因素，而店家也以較低的售價維續關係，以 5 公斤壽司米 (高雄 139 號) 而言，售價約降低 20 元。而部份外來遊客的購買，則基於相信自產自銷者的售價會低於糧商，而店家也表現出較大的議價彈性，形成以計算爲基礎的信任。

其次，在地糧商與農民契作的近鄰網絡。消費者與生產者的交易社會過程是經由中間代理糧商的連結。而消費者 (大都爲外來者) 與糧商交易過程發生於糧商門市，兩者交易互動的信任基礎，是基於糧商與產地的近鄰關係，以及消費者基於對在地品牌或池上米名聲的認同。前者被視爲得以確保產品的道地，因此糧商與農民的契作關係，以及透過全國稻米比賽冠軍者代言，常成爲彼此言談的內容。後者主要基於對池上米品牌的認同信任，此現象也表現於許多臺灣西部人到花蓮、臺東購買池上米的行爲。糧商與農民的近鄰關係，以及消費者的認同是重要的信任基礎。

再者，在地便當行與糧商、農家的近鄰網絡。本模式交易的社會過程包含便當行與糧商，以及便當行與消費者兩個階段。由於便當行與糧商都是在地行動者，建立了長期的價格默契，普遍較一般市場低，屬以計算爲基礎的信任關係。但是由於農會並非是私人糧商，議價空間有限，因此與便當行的社會互動偏低。另一方面，便當行與消費者之間的交易關係，建立在便當行與池上米產地的近鄰關係，以及對於歷史性池上便當的認同所建立的信任基礎。

最後，延長池上米供應網絡。本模式的交易社會過程包含便當行－糧商－消費者，以及農民－糧商－消費者兩部份。前者，糧商與便當行的交易關係，主要基於彈性議價默契的計算信任基礎，而消費者與便當行的交易關係則是對於歷史性食物的認同信任。後者，外地消費者購買池上米普遍基於對池上米的認同，以及池上米認證制度的信任基礎。池上米透過認證制度、生產履歷、地理標示，使外地消費者與生產地／空間產生關聯，並與生產方法所形成的價值產生關聯，建構信任關係。

討　論

在地農業食物系統在回應全球食物供應系統、工業食物系統和生產主義三者衝擊過程中，仍有許多的爭論。本文對焦於地方研究面向，在檢視農業食物在地化理論與相關文獻，以及分析池上米在地化個案研究後，進一步討論「在地」農業食物系統的地方概念、農業食物在地化過程的地方建構、以及農業食物在地化與全球化關連三方面的討論，以及個案經驗對於另類食物網絡理論的回應，以探究

在地農業食物與全球與地方發展的關係。

(一)「在地」農業食物系統的地方概念

在地農業食物的在地 (local) 空間範圍，相關研究的文獻有出現保護在地化 (defensive localization) 和多樣性在地化 (diversity-receptive localization) 的爭議 (Hinrichs, 2003)。保護的在地化嚴格限制在地邊界，縮小內部食物系統的差異、凝聚共識，反對異質和不穩定的外力。致使食物在地化的「在地」都是給定 (或已定) 的範圍，在地化過程中忽略社會過程和權力關係的生產、再生產，以及在地尺度的再建構 (Goodman, 2004)。另有學者認爲在地農業食物系統和慣常食物網絡彼此應是競合、不可分離的 (Sonnino and Marsden, 2006)；在地食物系統不能取代大規模的農業食物系統，只能作爲補充 (Feagan, 2007)。

上述的爭議主要論及在地農業食物系統的地方是封閉僵硬的邊界，或是跨越地方的邊界，以多樣形式連結外地與全球的慣常食物網絡。以池上米的經驗研究而言，池上米的銷售一直未曾脫離慣常食物系統，長期以來就有大量的池上米銷售外地製作池上便當，在回應 WTO 衝擊所進行池上米的 (再) 在地化的認證，反倒強化了池上米的在地銷售 (自產自銷) 與外地銷售網絡 (小包裝米)。而池上米 (再) 在地化過程的「在地」概念，應擴及自然獨特性與歷史脈絡。池上鄉位處花東縱谷的至高點溫度較低 (穀粒充實期溫度較低、充實速率較慢、品質與外觀品質較佳)、新武呂溪的出口 (灌溉水源充足、補充微量元素、水質無污染)、黑土、黃壤 (肥力與保肥力較高的土壤)，獨特的自然環境成爲地方種好米的基礎，進而長期累積地方米食制度與知識。而池上米在地範圍概念的形成，受制於歷史的脈絡，近期自 1991 年起一系列以鄉爲單位的國家比賽得獎、榮譽，以及鄉內比賽制度的建立，建構以池上鄉界爲範圍的池上米空間認知。2000 年起抵抗外地池上米仿冒的在地化行動，強化池上鄉作爲池上米空間認同的論述。2003 年底由鄉公所申請通過的池上米地理標示，以池上鄉作爲池上米的地理來源，更確立了池上米在地化的在地範圍。

在地農業食物系統的「在地」概念，不應忽略在地－全球連結、歷史脈絡與自然因素，而 Massey (1993) 所指出的進展式地方感 (progressive sense of place) 概念，個別的地方正是各有差異地座落在全球網絡的關係裡，並且這一切關係都會和當地所累積的歷史互動，而產生更進一步的特殊性 (Massey，1993)。換言之，池上米 (再) 在地化的在地，不僅是放置於全球社會網絡，更是與地方歷史脈絡互動而成。另一方面池上米的地方概念深受自然因素的影響，也反應 1990 年代人文地理學對於社會化約論取代舊日的自然化約論的反省 (Entrikin, 1996)，主張地方的概念應包含人／社會／自然三者的關係 (Sack, 1997)。如此不僅關照池上米在地的獨特自然環境事實，也回應在地農業食物要求在地鑲嵌是更自然和友善環境 (Hinrichs, 2003) 的概念。簡言之，兩者的地方概念可作爲在地農業食物系統的「在地」內涵或補充。

(二) 農業食物在地化的地方建構

由於消費者轉向關心在地與自然的產品，促使生產者重視產品品質、在地環境與生產技術的真實地方建構；以及使用商標和廣告語，建構地方的想像與產品 (Ilbery *et al.*, 2005)。相關文獻也指出農業食物在地化的地方建構涉及政治經濟的運作，例如透過資格認證或食物供應鏈的機制排除他者、認證

過程扭曲利益分配等問題 (Tregear *et al.*, 2007)。池上米在地化的政治經濟，更廣泛涉入不同地理尺度的爭執，臺灣池上米與中國大陸池上米商標註冊之爭、全省米商與池上鄉「池上米」地名的爭奪、池上農會的「池農」品牌市場占有與池上糧商透過地理標示建構新市場的版圖之爭，更擴及農民對鄉代表會的抗爭。此外，池上米產地證明標章的運作，仍然存在爭議，例如部分糧商考慮自己的品牌已能代表池上，或有固定客源，僅選擇部份品牌貼上標章；另有部分糧商基於每張標章 2 元的成本考量，並未申請；而自產自銷者基於池上米的價位已經上漲，有利潤可得，大都未申請。

雖然池上米產地證明標章運作的 (再) 在地化迭有爭議，但是認證實踐過程已經影響在地經濟、社會權力關係與環境的建構。

1. 經濟方面

2002 年 1 期起「池上米認證標章」(以鄉徽) 做爲產地證明的實施，參與認證的稻米獲得較高的價格，並建立以品質計價制度[29]，不僅提升了稻米的價格，也提升了稻米的品質與增加比賽獲獎的機會。池上的農民、糧商、便當行完整的在地網絡，得以在全國稻米比賽的奪冠與競標收購中，拉抬池上米價。例如 2004 年池上獲得第一屆全國稻米比賽冠軍，就由地方糧商建興米廠，以每公斤 6,000 元競標買下 100 公斤，拉抬池上米價格。2005 年、2006 年池上分別獲得第 2、3 屆冠軍，由地方全美便當行搶標，分別以 1 公斤 11,100 元、與 20,100 元買下 100 公斤冠軍米，再創新高，致使池上穀價與米價不斷攀升[30]。全美便當行也據此推出每個 300 元的池上冠軍米便當，以及冠軍小包裝米；並且 2005 年底於臺北亞都麗緻飯店推出每份 1,200 - 4,000 元不等的冠軍米便當。池上米的獲獎，以及糧商與便當行的高價搶購，不僅提高池上米的價格，也透過獲獎的報章宣傳、與池上便當的廣告行銷，進行池上米食的建構。

雖然，奪冠與競標收購似乎讓農民、糧商、便當行各行動者都受益，但是根據全國稻米品質競賽規則，農民要透過所屬農會參加全國冠軍米比賽。報名參加比賽的農民，收穫的 2 公噸稻穀要繳至農會，碾出的 1,200 公斤白米參加比賽。一旦獲得鄉鎮比賽冠軍，代表鄉鎮參加全國冠軍米比賽得獎，拍賣所得 5 成歸鄉鎮農會，2 成歸主辦單位板橋市農會所有，剩下的 3 成金額，才交到農民手中，也肇致農民反應不公的現象。

2. 糧商與農民社會權力關係的改變

Goodman (2004) 研究指出小農可能受限獲得認證、要付較高的辦理成本、必須投入額外工作和資源；認證由有權力者所把持，不僅小農負擔加重，而且認證所獲得的所得利益被侵蝕、挪用或轉嫁到土地價值。在池上的個案研究中，雖然池上米的認證仍然由鄉公所與糧商主導，然而在米價上漲後，由於池上米生產總量的有限性，農民成爲糧商爭取的對象，標章成本由糧商吸收，並分級計價爭取品質較好的食米，反倒提升農民在食米的議價空間，產生新的權力關係。

傳統上糧商與農民建立在契作關係[31]，早期穀價較低大都由糧商主導稻穀的議價，利用時點操控，在收成時先壓低買價，然後稍微加價買進；並且由於農民一年只有兩期收割有收入，因此許多農民要用錢時會先向糧商借錢，再以稻穀抵押，所以農民爲了確保借貸的機會，被動地建立穩定的客戶關係 (訪談 C005)。近年池上米價上漲與產量的有限性，糧商與農民的權力關係有了改變，糧商一反過去支配的權力關係，利用各種方式爭取農民認同，例如請農民吃尾牙、糧商搶先綁農民 (先行訂定契作保價收購)，或建立情感。如同兩家糧商所言：「**我們的規模較小，沒有申請專業區契作，客戶大都是感**

情的因素，因為我們從阿公時代就開始做，這裡的人比較有人情味，有的雖然農會契作價格較高，還是願意交給我們 (訪談 C004)。老顧客的關係就是 (收購價格) 要有信用，要博感情 (訪談 C002)。」

3. 環境方面

雖然相關文獻指出慣常市場增加認證制度，讓有權力的零售商，將環境管理成本轉嫁到生產者作爲銷售的條件，但並沒有提供較高的價格，零售商對於認證的興趣在於利益的創造，而非環境和社會的目的 (Goodman, 2004)。然而池上米的認證是由地方糧商與池潭源流協進會基於 WTO 的衝擊所啓動，採取重視品質取代重視量的思考，並且透過有機的生產方式，進行地方環境的保護。以萬安村爲例，從 1994 年起推動有機農法，目前全村 95% 水田加入有機米生產，而地方社區於 1999 年推動社區環境改造計劃、2000 年社區美化工程，即將米食文化、生態視爲社區營造的重要資源，結合萬安社區有機米場、人工除草、自製堆肥、配合生態旅遊，以推動米食文化參訪的生態村爲目標。

(三) 在地化和全球化農業食物系統

相關文獻指出延長另類農業食物網絡 (資格認證、在地商標等) 的市場與制度，有弱化維持在地鑲嵌能力之議 (Higgins *et al.*, 2008)。在地農業食物系統透過認證、在地商標進入慣常的食物供應系統，是否重回全球食物系統整編，例如原本有強烈在地意涵的有機農業，最近已經被主流市場挪用、慣常化 (conventionalization) (Feagan, 2007)[32]，再度出現去在地化的現象 (Hall and Mogyordoy, 2001)。

由於池上便當是池上鄉的歷史性地方食物，在池上米尚未進行 (再) 在地化 (認證、全國比賽冠軍) 之前，全國性的池上便當行就成爲池上米穩定的**另類**銷售網絡，池上米即以批發的方式進入外地的慣常市場。(再) 在地化後呈現的另類農業食物網絡，包含面對面的農家自產自銷、糧商與便當行的近鄰另類農業食物網絡，以及以糧商品牌與地理標示跨地的延長另類農業食物網絡，反倒強化池上米的在地直接市場，而有機農法也在池上米價格的提高後更廣泛的使用。另外，池上米於 1990 年代以前外銷日本，而後受國際政治經濟的干預 (中美食米協定) 中斷。雖然 2001 年臺灣加入 WTO 給了農業生產的壓力，但也給了機會，2007 年池上米再度外銷日本，透過 (再) 在地化的認證制度與策略，重新連結全球食米市場。池上米重回慣常市場，雖然不是由農民直接主導，但是主導的都是在地糧商而非全球資本，尚無全球食物系統整編與去在地化之議。

結　論

由於西方對於全球食物供應系統的反動、工業食物系統的不信任、和鄉村後生產主義的轉型，興起在地農業食物系統。在地鑲嵌與另類農業食物網絡是在地農業食物系統研究的重要觀點。在地食物系統的鑲嵌概念包含了社會鑲嵌 (social embeddedness)、和地方指向 (place-orientated) 的鑲嵌。社會鑲嵌係指生產者和消費者的食物交換關係，是鑲嵌於地方的社會文化過程，信任、關心、社會互動和透明的資訊；地方指向的鑲嵌強調地方自然與人文的獨特性，對於食物生產與消費的使能和限制，並且注意到在地與外地的連結。另類農業食物網絡的類型與信任關係，則包含面對面、近鄰、和延長三種另類農業食物網絡。在地農業食物的地方鑲嵌，關注「地方」的決定，而另類農業食物網絡關心食物供應網絡與信任關係的建構，兩者成爲在地農業食物系統研究的重要構成。

近年池上米的在地化啓動，主要來自臺灣加入 WTO 的衝擊與市面池上米仿冒的猖獗，採取地方認證的行動，過程中涉及農會、糧商、農民、便當行、鄉公所、鄉代表會各社群的政治經濟角力。池上米食產業的 (再) 在地化包含地方鑲嵌、另類食物供應網絡、以及品質的社會建構。地方鑲嵌指涉獨特的自然環境，如低溫氣候、保肥保水的黑土黃壤等，是池上孕育良質米的基礎；以及池上米生產長期累積的文化與制度，使能與制約農民的行爲。池上米的另類食物供應網絡，包含自產自銷者的面對面銷售、在地糧商與農民契作的近鄰網絡、在地便當行與糧商農民的近鄰網絡、以及延長池上米供應網絡 (小包裝池上米與池上便當全國性銷售網絡)。池上米品質的社會建構具體表現在自然環境、在地歷史食物與傳統農耕技術的生產、全國良質米競賽得獎，以及地理標示的認證制度幾個面向。

農業食物在地化的「在地」範圍與內涵，是學者論辯的重要議題。池上個案的研究認爲在地－全球連結、歷史脈絡與自然因素是「在地」的重要要素，因此 Massey (1993) 的進展式地方感 (progressive sense of place)，以及 Sack (1997) 所主張的人／社會／自然三者關係的地方概念，可作爲在地農業食物系統的「在地」內涵或補充。其次，相關文獻指出在地化的地方建構過程涉及政治經濟的運作，例如資格認證與食物供應鏈的機制排除他者、認證過程扭曲利益分配等，但是在池上個案的研究發現除了政治經濟的因素之外 (糧商對地理標示參與度的不同、全國冠軍獲獎農民認爲利益分配不公等)，米價上漲農民受益、農民與糧商新的社會權力關係 (尾牙請客、契作綁農民等)、友善環境的良質米種植 (池上農耕面積有限，以品質提高米價的思考策略)，都有正面發展。再者，在地農業食物系統透過認證、在地商標進入慣常的食物供應系統，是否重回全球食物系統整編，再度出現去在地化的現象，然而池上米原是以銷售外地爲主的慣常食物系統，在認證過程與比賽得冠之後，池上街頭出現池上米門市、自產自銷、代銷商店，反倒助長面對面的在地直接市場。

消費池上米的臺灣各「地方」對於池上米有不同的品質認知，除了受產地社會建構的影響，也會影響產地建構的方向。電視媒體、親朋好友、報章雜誌是池上米消費者獲得資訊的主要來源。自然因素、好吃、池上便當是影響消費者品質認知的重要因素，而近期產地認證制度對於消費者的品質認知影響仍然不大，僅在三大都市有較明顯的影響。雖然認證制度對於消費者的品質認知影響不大，然而認證制度影響池上米的品質，對於消費者而言可能更直接反應在好吃的認知部分。因此生產與消費「在地」之間的地方歧異，也應是農業食物在地化研究可以注意的方向。西方農業食物在地化的理論與實踐，在池上個案經驗對話中有了新的補充。

謝　辭

本研究承蒙國科會經費補助 (計畫編號 NSC 95-2415-H-166-001)，田野調查接受訪談的朋友、協助發放問卷的老師、以及問卷填答的朋友，於此致以誠摯的謝意。另外，本期刊兩位審稿者對於本文所給予的寶貴意見，在此特予致謝。

註　釋

1. 雖然 Marsden *et al.*, (2000)、Renting *et al.*, (2003) 和 Higgins *et al.*, (2008) 所使用的名稱有所不同，

前兩者稱爲縮短食物供應鏈 (short food supply chains)，後者稱爲另類農業食物網絡 (alternative agro-food networks)，但一般將縮短食物供應鏈也視爲另類食物網絡。

2. 東臺多純樸原住民，爲皇民化之最適地，在實質上限制西部人入墾東臺，欲移入日本人以同化之，進而皇民化全臺 (何玉雲，1996)。
3. 以前過年期間池上街上以及重要路口，會有許多販賣池上便當的攤位，並無賣米的攤位，而 2005 年起過年期間販賣池上米的攤位大量出現 (筆者觀察)。
4. 所謂肥料換穀，乃政府要求農民以物易物的方式，按照政府規定的價格以稻穀換取化學肥料。由於獨佔化學肥料之配銷，且交換價格由政府訂定，低價化肥換取高價稻穀，國家得以取得農業剩餘創匯。
5. 1980 年前後又遭美國碾米公會向美國貿易署指控臺灣政府補貼食米外銷，美方要求臺灣減少外銷量。經多次協商乃於 1984 年簽署「中美食米協定」，約定自此 5 年內食米外銷不得超過 137.5 萬公噸，並分年限定數量，且外銷國家必須爲世界銀行認定 1981 年之國民所得在 795 美元以下之國家，協定後五年，臺灣外銷公糧不超過 100 萬公噸 (蔡培慧，2004)。
6. 1985 年政府的陳米最爲嚴重，一方面做飼料，一方面賣給公賣局做米酒。1984 年池上農會的小包裝 (初期未採真空包裝) 銷售成效良好，由於貨源不足，便向糧食局買公糧，也影響政府良質米政策的推動 (訪談 B003)。
7. CAS 良質米是由各地的良質米適栽區，生產出來的當期良質米品種稻穀，經由 CAS 良質米認定廠加工製造，品質符合衛生安全標準及白米 CNS 一等米之高品質優良食米。
8. 訪談數位農民提到有問題較會主動打電話到臺東農業改良場請教江瑞拱場長，訪問江場長時也主動提及數位常打電話的農民具有客家人勤苦耐勞、堅持執著的精神，見到專家與核心農民之間建立良好的互動關係。
9. 黑體字是行動者認爲關鍵的所在。
10. 農民參加比賽需繳交田間栽培紀錄，透過記錄分析，發現前 10 名資料在施肥總量與割稻天數有高的吻合度，進而推估出池上鄉理想的稻作時間 1 期爲 138 天、2 期爲 118 天。
11. 苦茶柏初期可抑制金寶螺，等稻子長高後，金寶螺會吃掉雜草，待第一次人工除草後，放鴨子吃草又能吃金寶螺，利用食物鏈，可讓自然農法更省工。
12. 2002 年臺灣加入 WTO，第一、二期穀價 60 公斤臺東地區分別 1,000、1,020 元，池上爲 1,100 元、1,050 元，隔年第一、二期穀價 60 公斤臺東地區爲 950、920 元，池上爲 1,000、1,080 元，加入 WTO 後稻穀價格衝擊明顯 (建興米廠提供)。
13. 1998 年地方即因應市面高達 87% 的仿冒召開討論會議，2000 年消保會曾行文智慧財產局，市面池上米標示不實要妥爲管理，智慧財產局也行文農委會地方政府機關可以以地名申請認證。同年地方提議委由農會主導認證，但由於農會屬財團法人，有碾米廠，應由第三者社團或公正單位認證 (訪談 A002)。
14. 依據商標法地名不得申請商標。在「池上米」的定義上，外地糧商解釋爲東臺灣無污染良質米的代名詞，不應該專屬某特定鄉鎮市使用；「池上米」就像是品牌的 CAS，代表廠商對品質的負責等。

15. 「池上米」市售小包裝米袋凡是未使用公版米袋及貼上池上鄉公所核發的標籤均不能標示含「池上」文字，以免消費者混淆誤認爲是真正產自池上的稻米。
16. 池潭源流協會是由一群關心杜園、大坡池建設、生態環境的地方人士所成立的民間組織。近年重視地方產業，受現任鄉公所請託進行池上米的認證，提升品質、打擊仿冒。認證制度的構想是與黃健庭討論、學習。
17. 產地證明的認證流程，包含：(1) 農民必須參加 18 小時研習 (須通過考試取得研習證書)；(2) 審查戶籍身份及土地座落；(3) 取得認證；(4) 農民入會繳交會費及認證手續費用；(5) 填寫田間栽培紀錄及各項表格；(6) 取樣 3 公斤送農試所快速檢驗農藥殘留及參加食味值評比；(7) 核對生產面積及產量；(8) 繳交標籤費用；(9) 核發標籤。
18. 2003 年第 2 期作開始第 1 屆競賽。參加比賽資格：(1) 參加池潭源流協進會池上米認證；(2) 完成認證手續、並繳交規費；(3) 繳交稻穀時廠商留存 3 公斤樣品，送交協會者。比賽方式包含初審與複審，初審：糙米完整粒達 80% 以上者，始有資格參加複賽。複賽：糙米完整粒佔 20%，食味值佔 50%，容重量 ÷ 660 佔 30%，扣除異品種 (含死米) %×2 (資料來源 G001)。
19. 訪談西邊山 (中央山脈) 下農民共有 5 分地的水稻田，其中 1 分地原來就是沙質土，其餘 4 分地爲客土，來自東海岸山脈，共 40 幾車，土層厚度大約 5 公分，運一車約 1,000-1,200 元。
20. 新武呂溪沖積扇面積 38.9 平方公里。新武呂溪以現今海端鄉初來附近爲扇頂，扇端直抵海岸山脈西側山腳；現今主流出山後折向東南流，以致分成南北兩個沖積扇，南扇大致與紅石溪沖積扇交疊，北扇向北與萬朝溪沖積扇交疊，北扇爲本沖積扇的大部 (夏黎明，1999)。
21. 農民普遍知道東邊山 (海岸山脈) 利吉層土壤具有保水保肥功能，適合稻作生長，可以作爲客土改善西邊山地區 (中央山脈沖積扇) 土壤；以及利用有機質肥料改善土壤等。
22. 認爲管理技術主要在施肥管理與用藥，施肥不當、太肥導致稻穀大欉，食味值會低、容易得病，影響後續的用藥。施肥主要有三階段，插秧期、分蘗期、穗肥期。插秧前先將土送到改良場檢驗貧田或肥田，成長期間看葉子反面的顏色。適當施肥可以減少用藥，颱風後，或東北季風後葉面易受傷、病原易傳播，會用藥，露水期間避免下田用藥 (訪談 F003)。
23. 以前觀察葉面，葉黃缺肥、葉有斑點、捲葉生病，現在還要注意根系因爲根系影響枝梗、葉脈，根系變黑有地下蟲，要下磷肥 (訪談 F001)。
24. 比賽制度見註 18。獎金與錄取面積：1 等獎面積 2 公頃，每公頃 3 萬元，每公斤 5 元；2 等獎面積 8 公頃，每公頃 1 萬元，每公斤 1.66 元；3 等獎面積 10 公頃，每公頃 5,000 元，每公斤 0.83 元，總錄取面積 20 公頃。2 名特別獎：容重量冠軍獎金 5,000 元、食味值冠軍獎金 5,000 元 (資料來源：G001)。
25. 當年起農糧機構爲鼓勵各級單位舉辦稻米比賽，縣級單位舉辦補助 50 萬、鄉級單位補助 20 萬。
26. 2000 年良質米競賽冠軍官振權、2001 年良質米競賽特等獎蕭煥通、2002 年花東區稻米競賽特等獎莊林貴妹、2003 年花東區稻米競賽頭等獎邱垂昌、2004 年全國稻米競賽總冠軍邱垂昌、2005 年一期全國稻米競賽總冠軍林龍星、2005 年二期全國稻米競賽總冠軍林龍山，以及 2006 年一期全國稻米競賽亞軍黃肇倫。
27. 在 WTO-TRIPs 第 22 條第 1 款中，「地理標示，係指該產品源自於某一會員國領域，或自該領域中

之一地區或地點，而該產品的品質，名聲或其他特性主要來自於該地理來源者」。

28. 2007 年 7 月 25 日廢止地理標示改爲產地證明標章。
29. 以 2002 年 1 期 60 公斤臺東穀價 1,000 元、池上穀價 1,100 元、參加鄉徽認證穀價 1,285 元。分級計價方面，2006 年 1 期收購資料以臺梗 9 號爲例，依容重量、食味值、糙米完整率，共分收購價 1,600、1,550、1,500、1,350、1,300、1,250 元；和議價 7 級 (建興米廠資料)。
30. 從 2004 年 1 期 1 包稻穀 (60 公斤) 約漲價 100 元、2 期約漲 250 元，2005 年 1 期約漲 300 元、2 期約漲 400 元，白米價每期每臺斤約漲 1 元 (訪談 C004)。
31. 2005 年起農糧署推動稻米產銷專業區，糧商與農家建立正式的契作關係。由於申請條件包含單一期作稻米生產面積至少需達 60 公頃以上，契作農戶耕地應具公糧資格，且所生產稻穀全數繳交公糧，由營運主體依品種分級加價收購。池上目前僅有農會、建興、陳協和三家申請專業區，與農民訂有正式契作關係。專業區正式契作關係往往是長期非正式關係的延伸，農會長期以來與農民就有非正式的契作關係約 400 戶，參加正式契作關係 (有公糧身份的田地) 約 200 戶，500 公頃。建興則於 2001 年起推動有機米，與農戶訂立正式契作關係，專業區契作面積約 250 公頃。陳協和長期契作關係約 300-400 公頃，正式契作約 120 公頃。
32. 雖然 Feagan (2007) 使用有機農業進入慣常市場的例子，是主張地方食物系統應避免地方主義，然而該例子也顯示潛在被主流的、資本家的、和全球整合的農業食物系統收編的危機。

引用文獻

行政院交通部中央氣象局 (2007) **大氣研究資料庫**，http://stdank.as.ntu.edu.tw/。[2007.12.22]

行政院農業委員會 (2007) **農業統計要覽**，http://stat.coa.gov.tw/dba_as/As_root.htm。[2007. 12. 20]

《米王專訪》種稻 35 載 林龍星：歡喜就好 (2005) **中國時報**，8 月 31 日 A7 版。

池上米 1 年漲 6 成 (2006) **聯合晚報**，1 月 13 日三版。

池上鄉（2006）**臺東縣池上鄉統計要覽**，臺東縣：臺東縣池上鄉公主計室。

何玉雲 (1996) **池上平原的土地利用與農業經營**，臺灣師範大學地理學研究所碩士論文。

林晏州 (2001) 市民農園需求之研究，**戶外遊憩研究**，14 (1): 55-81。

吳宗瓊、鄭智鴻、楊淑涓、莊庭禎 (2003)「農耕體驗型」與「遊憩型」市民農園之產品／服務策略之分析，**農業經營管理**，9: 172-194。

夏黎明 (1999) 池上平原文化景觀的空間過程：土地、社群與國家的論述，**東臺灣研究**，4: 159-192。

夏黎明主編 (2001) **池上鄉志**，臺東：池上鄉公所。

梁炳琨 (2007) 鄉村地理學：後生產主義轉型、在地農業食物與自然—社會關係觀點的探討，**中國地理學會會刊**，39: 1-20。

梁炳琨 (2008) 由後生產主義的觀點來審視台灣農業體制的轉型—以大坑地區休閒農園爲例，**戶外遊憩研究**，21 (3): 49-80。

黃廷綸 (1964) **臺東縣志-卷二人民志**，臺東: 臺東縣文獻委員會。

黃麗明 (2002) 花東稻米產銷策略聯盟推動「縱谷好米」，**農政與農情**，123: 45-48。

郭鴻裕（1996) **臺東縣池上鄉農田土壤環境品質及生產力調查報告**，臺中：臺灣省農業試驗所。

張明瑜 (2005) **見證臺灣農業發展的軌跡**，臺北：臺灣大學生物資源暨農學院農業陳列館。

蔡培慧 (2004) 臺灣的農業變遷歷程，**第三屆社區教育與農村發展工作坊－稻米與稻農之心**，http://cmcu.tacocity.com.tw/d-activity/d-2-old%20activity/working%20shop%20of%20village/VILLAGE%2093.doc。[2008.1.12]

種出米王林龍山：種稻就像養孩子 (2006) **聯合報**，1 月 11 日 C4 版。

盧虎生、劉韻華 (2006) 臺灣優質水稻栽培之環境挑戰與因應措施，**作物 環境與生物資訊**，3: 297-306。

鄭慈瑩 (2005) 從商品鏈的動態發展看臺灣冷凍鮪魚出口部門的變化，**第二屆海峽兩岸新經濟地理學學術會議論文集**(電子檔)，臺北：臺灣大學地理環境資源系。

譚鴻仁 (2005) 北埔的地方發展，**第二屆海峽兩岸新經濟地理學學術會議論文集 (電子檔)**，臺北：臺灣大學地理環境資源系。

Barham, E. (2003) Translating terroir: the global challenge of French AOC labeling, *Journal of Rural Studies*, 19: 127-138.

Bellows, A. and Hamm, M. (2001) Local autonomy and sustainable development: testing import substitution in localizing food systems, *Agriculture and Human Values*, 18: 271-284.

Buller, H. and Morris, C. (2004) Growing goods: the market, the state and sustainable food production, *Environment and Planning A*, 36: 1065-1084.

Crang, M. (1998) *Cultural Geography*, New York: Routledge.

Entrikin, J. N. (1996) Place and region 2, *Progress in Human Geography*, 20 (2): 263-268.

Feagan, R. (2007) The place of food: mapping out the 'local' in local food systems, *Progress in Human Geography*, 31 (1): 23-42.

Floysand, A. and Jakobsen, S.E. (2007) Commodification of rural places: a narrative of social field, rural development and football, *Journal of Rural Studies*, 26 (2): 206-221.

Goodman, D. (2003) The quality "turn" and alternative food practices: reflections and agenda, *Journal of Rural Studies*, 19: 1-7.

Goodman, D. (2004) Rural Europe redux? reflections on alternative agro-food networks and paradigm change, *Sociologia Ruralis*, 44 (1): 3-16.

Granovetter, M. (1985) Economic action and social structure: the problem of embeddedness, *American Journal of Sociology*, 91: 481-510.

Hall, A. and Mogyorody, V. (2001) Organic farmers in Ontario: an examination of the conventionalization argument, *Sociologia Ruralis*, 44: 301-316.

Harvey, D. (2001) *Spaces of Capital*, New York: Routledge.

Hendrickson, M. and Heffernan, W. (2002) Opening spaces through relocalization: locating potential resistance in the weaknesses of the global food system, *Sociologia Ruralis*, 42: 347-369.

Hess, M. (2004) 'Spatial' relationships? towards a reconceptualization of embeddedness, *Progress in Human Geography*, 28 (2): 165-186.

Higgins, V., Dibden, J. and Cocklin, C. (2008) Building alternative agri-food networks: certification, embeddedness and agri-environmental governance, *Journal of Rural Studies*, 24: 15-27。

Hinrichs, C.C. (2000) Embeddedness and local food systems: notes on two types of direct agricultural market, *Journal of Rural Studies*, 16: 295-303.

Hinrichs, C.C. (2003) The practice and politics of food system localization, *Journal of Rural Studies*, 19: 33-45.

Ilbery, B. and Kneafsey, M. (1998) Product and place: promoting quality products and services in the lagging regions of the European Union, *European Urban and Regional Studies*, 5: 329-341.

Ilbery, B. and Kneafsey, M. (2000) Producer constructions of quality in regional speciality food production: a case study from south west England, *Journal of Rural Studies*, 16: 217-230.

Ilbery, B., Morris, C., Buller, H., Maye,D. and Kneafsey,M, (2005) Product, process and place: an examination of food marketing and labeling schemes in Europe and North America, *European Urban and Regional Studies*, 12: 116-132.

Kneafsey, M., Ilbery, B. and Jenkins, T. (2001) Exploring the dimensions of culture economies in rural West Wales, *Sociologia Ruralis*, 41: 296-310.

Luhmann, N. (1979) *Trust and Power*, Chichester: Wiley.

Madhok, A. (1995) Revisting multinational firms' tolerance for joint ventures: a trust-based approach, *Journal of International Business Studies*, 26 (1): 117-137.

Marsden, T., Banks, J. and Bristow, G. (2000) Food supply chain approaches: exploring their role in rural development, *Sociologia Ruralis*, 40 (4): 424-438.

Massey, D. (1993) Power-geometry and a progressive sense of place. In: Bird, J., Curtis, B., Putnam, T., Robertson, G. and Tickner, L. (eds.) *Mapping the Futures: Local Cultures, Global Change*, London: Routledge, 59-69.

Morris, C. and Evans, N. (2004) Agricultural turns, geographical turns: retrospect and prospect, *Journal of Rural Studies*, 20: 95-111.

Murdoch, J. (2000) Networks- a new paradigm of rural development? *Journal of Rural Studies*, 16: 407-419.

Murdoch, J., Marsden, T. K. and Banks, J. (2000) Quality, nature, and embeddedness: some theoretical considerations in the context of the food sector, *Economic Geography*, 76 (2): 107-125.

Philo, C. (1992) Neglected rural geographies: a review, *Journal of Rural Studies*, 8: 193-207.

Polanyi, K. (1944) *The Great Transformation*, Boston: Beacon .

Ray, C. (1998) Culture, intellectual property and territorial rural development, *Sociologia Ruralis*, 38 (1): 3-20.

Renting, H., Marsden, T. K. and Banks, J. (2003) Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development, *Environment and Planning A*, 35: 393-411.

Sack, R. D. (1997) *Homo Geographicus*, Baltimore and London: The Johns Hopkins University.

Sonnino, R. and Marsden, T. (2006) Beyond the divide: rethinking relationships between alternative and

conventional food networks in Europe, *Journal of Economic Geography*, 6: 181-199.

Tregear, A., Arfini, F., Belletti, G. and Marescotti, A. (2007) Regional foods and rural development: the role of product qualification, *Journal of Rural Studies*, 23: 12-22.

Watts, D., Ilbery, B. and Maye, D. (2005) Making reconnections in agro-food geography: alternative systems of food provision, *Progress in Human Geography*, 29 (1): 22-40.

Wilson, G. (2001) From productivism to post-productivism… and Back Again？exploring the (un) changed natural and mental landscapes of European agriculture. *Transactions of The Institute of British Geographers*, 26: 77-102.

Winter, M. (2003a) Embeddedness, the new food economy and defensive localism, *Journal of Rural Studies*, 19: 23-32.

Winter, M. (2003b) Geographies of food: agro-food geographies-making reconnections, *Progress in Human Geography*, 27: 505-13.

Woods, M. (2005) *Rural Geography*, London: Sage.

2008 年 3 月 5 日　收稿
2008 年 5 月 29 日　修正
2008 年 9 月 5 日　接受