



「新竹市中央市場」味道調查工作坊

報名連結：<https://forms.gle/t3gfeRTa1ssG7WP9>

菜市場在「人情味」之外，還有什麼？

過往處理傳統市場的意義感，大抵會從「人情味」來破題，以此突顯出在資本主義之外，還有人與人之間的交陪往來，同時這也隱喻了將對他人的信任連結至食材品質的積極性。而這一特質相較於連鎖超市、大型賣場的冰冷陳列，在那裏只能看見袋裝蔬菜、封膜食材，指認它們的方式也只有小小的標籤紙，信任對應到的是品牌而非個人，如台糖豬肉、永齡蔬菜、善美魚鮮。明亮空間裡僅剩消費行為，無有情感及關係—這是缺點也是優點—消費者只需專注於辨識內容與價格就能完成採買，傳統市場便少了這一種個人主義式的乾淨俐落，於是強調「人情味」的菜市場，對於消費取向就產生了侷限性，那麼在人情味之外，還能如何認識、定義菜市場呢？

1 食農工具「地方風味輪」與「社區食農曆」

「風味輪」原初設計係結合味覺及嗅覺兩種感官體驗，用於描述經濟商品的複合味道，如茶葉被區分出水色、滋味與香氣三種詞組，透過品嚐後指認詞彙（花香果香焙香等），讓模糊且抽象的身體經驗能被具體表述，同時也協助生產者、販售者、消費者間的釐清溝通。

張瑋琦老師所改良的「地方風味輪」，則從單一加工品（咖啡、茶葉、葡萄酒）的微觀尺度提升至區域範疇。藉由品嚐及品鑑複數食材、醃製物，乃至料理菜餚，讓地方風味透過參與者發言描述、指認，共同摸索出地方味型。而要界定什麼是「地方食材」，便需依靠「社區食農曆」繪製。透過訪談生產者、追索耆老日常作息，以時序帶出物候，從物候連結歲時祭儀，最終總結出聚落文化，於焉地方風土便能逐漸清晰。

風土、風味皆磊落，地方知識與食農教育就能深刻結合了。

1 中央市場裡的加工站—「前店後廠」

新竹市中央市場的核心攤販，擁有長租或買斷的固定鋪位。因此每個小店

面，除了常見的蔬果漁鮮走獸外，鋪位老闆也會依循節慶及市場需求，自行採購原物料來進行二次加工（醃製、油炸、清蒸、水煮等）。藉由販售半成品或熟食，以求價格能往上翻一翻，如麵粉添水後就能以鐵盤沾煎為潤餅皮，也能用籠床蒸製成饅頭。店鋪在極為有限的空間裡，開始填滿各類加工器材及原物料，此一模式逐漸發展為生產與販售揉雜的「前店後廠」型態。

如能以前述的「地方風味輪」為工具，爬梳出這一間間的「前店後廠」的味型與食序，便能在「人情味」之外，提出中央市場與其他市場的差異性，最終以味道作為一種親近它的方法論。

I 一起來吃吃看，菜市場有什麼味道

田野前期已盤點出具「前店後廠」性質鋪位 (<https://reurl.cc/4dvdol>)，工作坊當日會由張瑋琦副教授手把手帶領「地方風味輪」及「社區食農曆」操作教學，同時也邀請 呂正祥會長 引導走讀各鋪位，在習得相關知識與技巧後，主辦單位會準備各式市場內食材，邀請學員一一品嘗、討論、繪製出獨屬於中央市場的風味輪。

- 辦理日期：10月20日（週日）
- 辦理時間：09:00-17:30
- 集合地點：[新竹市北區中央路3巷43號](#)（三巷43市集）
- 參與對象：體制內教師、實驗教育工作者及對食農教育有興趣的市民大眾
- 注意事項：
 1. 為繪製風味輪，工作坊設計備有各式吃食，請務必自備餐具器皿。
 2. 菜市場食材涵蓋肉類加工品，不建議素食者報名參加。

報名連結：<https://forms.gle/t3gfEeRTa1ssG7WP9>

主辦單位：教育部國民及學前教育署

執行單位：國立清華大學（區域創新中心、環境與文化資源學系）

聯合主辦：光合人文教育工作室、中央形象商圈促進會、新竹市政府教育處

連絡人：劉育碩

EMAIL：asd1571860@gmail.com