

食物的跨界與流動：臺灣泰國菜與英國珍奶

遲恒昌*

很榮幸參與本次「跨界與流動」研究的討論與交流，過去我有幾個食物與消費地理學的研究主題環繞著人與物的跨界與流動為核心，探討日常食物文化的跨界其背後複雜的社會與文化脈絡。

我曾研究臺灣泰國餐廳的演變與其菜餚的跨界與流動，臺灣的泰國菜可視為人與物跨國移動的混合物，我關注其跨國品味（**transnational taste**）的建構與多樣面貌，討論臺灣的泰國菜如何顯現不同人的流動與跨界，以及這些菜餚道地化或真實化（**authentication**）的論辯（**Chi & Jackson, 2011**）。這個研究透過田野觀察臺北都會區與桃園地區的多種泰國餐廳、深入訪談臺灣泰國餐廳經營者、廚師或管理者，以及泰國餐廳的消費者焦點團體。我指出臺灣的泰國餐廳其特殊與多樣複雜面貌是幾波國際人口遷移流動的結果，這些人口的跨界流動包括 1950 年代從緬甸撤遷來臺的孤軍、以及此後雲泰緬孤軍後裔以就學依親等方式來臺，1990 年代左右來臺工作的泰籍勞工特別是來自泰國東北 **Issan** 區域以及同時期跨國婚姻來臺定居的泰籍配偶，還有跟隨泰國餐飲投資與擴張而來臺的泰國餐飲專業技術人士等。

來臺的雲泰緬孤軍後裔因謀生需求開啟了臺灣泰國餐廳的序曲，這些經營者有較複雜的跨界遷移軌跡，包括歷經雲南、緬甸、泰國等地，與雲南的關聯又可大致再分為華人與少數民族傣族等。從店名也可以看出一些端倪，例如雲泰、緬泰、金沙塔、曼德樂、瓦城、雲南小鎮等等組合的名稱，也透露了經營者家族的不同遷移軌跡。雲泰緬餐廳是臺灣泰國餐廳早期的類型，隨後這類型餐廳的普及也影響了許多臺灣人對泰國菜的認識。雲泰緬餐廳不是一種而是多種形式，隨著每個家族的遷移軌跡而有不同，這種混合式的餐廳與菜餚反映了經營者的遷移與離散。我印象深刻一位長期在臺北泰國餐廳工作當時無國籍的緬甸學生，他說：

* 國立東華大學觀光暨休閒遊憩學系副教授。

「沒有雲南菜就認同泰國菜餐廳」的食物，因為臺灣的泰國餐廳把一些雲南料理融入進去，對他們來說具有「文化認同」的意思；反之同樣在臺灣唸書的泰國留學生則覺得多數臺灣泰國餐廳賣的都是椒麻雞、月亮蝦餅，根本是「外國菜」。

從臺灣的泰國餐廳的演變中，我們可以看到另一種跨界與流動——國際移工與跨國婚姻者共同塑造了另一種臺灣的泰國餐廳。泰籍配偶開設的泰國餐廳以及這類族裔餐廳所主要服務的客人——泰國移工，則在 1990 年代左右開始陸續出現在都會區外圍工業區以及鄰近車站附近的巷道，隨著 2000 年後泰國移工減少這類型餐廳逐漸轉型為同時服務臺灣客人與泰國移工，菜單也隨之變化或增加臺灣人較熟悉的泰國菜口味。這些我簡稱為泰國族裔餐廳，其販賣慰藉人心與胃的「家鄉味」，家鄉食物與熟悉的語言讓這些暫時與永久的移民彼此聯繫，這些經營者與消費者的跨國流動帶來泰國各地的飲食文化，讓我們重新理解「曼谷菜」只是臺灣泰國菜式中的一種。這些移民移居料理的需求，也引發了某些農作的跨界與流動，例如綠茄子（*Thai eggplant, Thai Ma-Kheua Phraw*）的種植，從早期僅供應這些族裔餐廳到現在日漸普及。

來自泰國的餐飲專業技術白領移工也影響臺灣的泰國餐廳的演變，他們受雇於臺北幾間星級飯店與高端泰國餐廳，這些跨界流動的泰國廚師塑造了這些餐廳想要的寰宇風格與道地品味。在研究中許多消費者對泰國菜的「再認識」常來自泰國旅遊經驗，他們以觀光休閒為目的跨界與流動經驗，也使得他們對臺灣泰國菜有不同的視野。當代餐飲知識的網路傳播，其重要性不下於親自前往的觀光體驗，例如最近網紅「娘娘」同時也是來臺留學的泰國學生，對臺灣「打拋豬」的不道地提出批評，讓許多人枉然大悟原來「打拋」是與九層塔不同的料理植物，更非烹調這道菜需要「又打又拋」。當我們問什麼是臺灣的泰國菜，也是一種食物文化的再定義與劃界的過程，我認為臺灣的泰國菜（餐廳）不是一種而是多種樣態，因為特殊的跨界與流動的歷史文化背景構成臺灣泰國餐廳的特色。透過食物的透鏡我們可以理解人與物的跨界與變遷，及其關連的社會與文化脈絡，理解不同時代的遷移者如何共同構成了臺灣的泰國菜。

另一個與大家分享食物跨界的研究是英國珍珠奶茶店的出現與演變的研究（林潤華、張瓊文、遲恒昌，2017），這個研究探討近年來英國珍珠奶茶店消費地景的出現及其所被賦予呈現的樣貌，提供了我們對珍珠奶茶生產與消費跨國經驗的具體研究。我們調查英國六個城市共 17 間珍珠奶茶店，指出這些店家採用「道地」或「異國情調」的銷售策略。過去珍珠奶茶只會在亞洲族裔食材與雜貨店銷售，直到 2008 年於蘇格蘭出現第一家由臺商經營的珍珠奶茶專賣店，到 2011 年由英國人在倫敦經營的珍珠奶茶專賣店 *Bubbleology*、臺灣品牌的連鎖店「日出茶太」以及臺灣留學生移民經營的專賣店等陸續營業。我們發現珍珠奶茶走出「亞洲店」成為飲料專賣店在英國許多城市風行，英國珍奶店的流行呈現「族裔化」與「去族裔化」並行，由臺灣人經營的珍奶店會強調「道地臺灣」（*authentic Taiwan*），以旗幟地圖等象徵強調這種飲料來自臺灣，據以強調道地或文化連結；然而就比例而言越來越多珍奶店由非臺灣人經營或擔任門市的實際銷售人員，這些店也不特別強調珍奶與臺灣的關係，就商品文化層面這些珍珠奶茶已慢慢褪去族裔商品的色彩，並不完全強調與族裔消費市場的連結。

從英國的例證裡珍奶似乎逐漸邁向全球化的飲料商品，甚至英國的飲料商 *Bubbleology* 在歐陸的展店強調來自倫敦的珍奶而非臺灣。珍奶在英國的跨界流行與人、貨品、技術流動與關，除了臺灣移民從臺灣輸入珍奶店所需的生產知識、技術與設備，英國品牌 *Bubbleology* 的負責人也曾說是在臺灣習得珍奶的製作方法，而後在倫敦開創自己的珍奶事業。就食物的本身－珍珠奶茶在英國的在地化與流行，也顯現食物文化的跨界與英國既有的飲食文化實踐的鑲嵌或衝突，例如結合英國既有喝茶文化，但又挑戰熱茶與冰飲的飲用習慣，以及珍奶到底是飲料與甜點之間的劃界與模糊等。

在泰國餐廳的研究中，我關心的到不是哪種臺灣泰國菜比較道地，而是人與食物文化的跨國流動如何構築臺灣泰國餐廳與食物文化的多樣複雜。相反於泰國菜跨界傳入臺灣，英國珍奶專賣店的生產銷售形式最初由臺灣人引入，結合英國人愛喝茶與甜食的飲食習慣重新發明，例如 *Bubbleology* 店員誇張搖晃珍奶像是表演，或是在英國可以輕易點到熱的珍奶，隨著珍奶的流行多種臺灣手搖茶常見的配料（*toppings*）跟著流動

被介紹給英國消費者，例如已經受到歡迎的芋頭口味，近來甚至是雞蛋布丁、仙草等都成了英國珍奶配料的選項，在這英國珍奶消費地景的研究，我們關注的是臺灣食物如何跨界與流動，如何從特定族裔的鄉愁飲食轉變為英國都市街區的流行飲料。

參考文獻

- 林潤華、張瓊文、遲恒昌。2017。〈跨國的珍珠：英國珍珠奶茶消費地景的浮現與轉變〉。《地理學報》，87: 1-20。
- Chi, H. C., & P. Jackson. 2011. Thai Food in Taiwan: Tracing the Contours of Transnational Taste. *New Formations*, 74(74): 65-81.