

漫谈台湾的“槟榔文化”

文◎高景州

最近几年来，随着本土意识的高涨，台湾本土文化抬头，小小槟榔竟然成为最具代表性的本土食物而出尽风头，身价暴涨。围绕着槟榔所衍生的消费者行为与文化也成为台湾最具本土意义的象征之一。

台湾近年来在“福佬（泛指台湾人）、外省、客家、原住民”四大族群之外又兴起一个人为的第五大族群，即有一支人口数超过200万的“红唇族”迅速崛起。“红唇族”指的并不是女性族群，或演艺圈中的新潮少女族，而是指那些因吃槟榔而染得满口血红的人们。目前的台湾，由于社会风气的变迁和生活习惯的多元化，槟榔成了各种交际应酬场合中的上品，在全台各地公共场所中，每天槟榔的消耗量惊人，它已和香烟、茶水一样，成了人们公关必备的礼品；更是台湾大小选举中必备的消耗品，被谑称为“中国口香糖”。槟榔在市场上已成为畅销的食品，买卖兴隆。

由于“槟榔族”在各阶层的影响力非常大，国民党在上次举行的“省市长”选举中不敢小视这股庞大的势力，曾紧急印制了200万个槟榔盒子，上印“支持宋楚瑜”字样，通过槟榔包装盒公会分送各地槟榔摊，正式向“红唇族”拉票。

槟榔与当地传统文化

槟榔为棕榈科植物，古时候是作为防治疫病之用。在台湾，本来是原住民嗜食的食物，过去住高山地带的民众以吃槟榔来御寒，一直被视为中下劳工阶层的专属。由于嚼槟榔产生的槟榔渣汁被吐的遍地都是，因而被中上阶层认为不雅不洁，因此槟榔这种“食品”的地位以往是居于社会的最底层。但同时，槟榔又可做为宴席上的一种高级美食。台湾先儒连横在“雅言”中说，台南奇特的菜肴中，有一种“半天笋”，“半天笋者，槟榔也，干高二三丈，叶如凤尾，摇曳空中，遭风摧折，取其叶心，切片炒肉，较之春笋，叶尤甘脆”。“半天笋”就是现在说的“槟榔心”，因为必须砍掉整棵槟榔树才可有，价格很贵，也是餐厅的一道高级菜。

据槟榔业者说，他们的祖师爷是唐朝的韩愈。传说，韩愈流放南方时不适应当地瘴气而生病，吃了槟榔才痊愈。古籍记载中有不少大官和文人都嗜食槟榔，并且以槟榔招待宾客。例如，宋朝的苏东坡、黄庭坚、朱熹等人，都有吃槟榔的习惯，还写了一些有关槟榔的诗句。自古以来，槟榔还被看成一种药。在中医看来，槟榔可以驱虫健胃。

台湾府志上也说，“食之能醉人，可以去瘴”；日据时代也有医生研究，吃槟榔虽然会使牙齿磨损、变黑，也较容易得牙周病，但是可以预防蛀牙和结核病。今天，吃槟榔则被视为口腔癌的祸首。

台湾的原住民生活习惯中处处可见槟榔的影子。在生活里，在祭礼中，在歌谣里，在爱情中，槟榔在原住民的文化上，扮演着重要的角色。台湾的原住民九族之中最大的一族排湾族叫槟榔是SAVIKI，有关槟榔的传说最多。在排湾神话中，提到槟榔树高高耸立，象征通往天国之路，所以祭祀少不了用槟榔做祭品；而排湾的歌谣更是经常出现槟榔一词，认为槟榔树干直直的，形容人的品行耿直不欺，就像汉族人说君子如竹子，直而有节；另外排湾情歌里头唱“槟榔”，是用以表现男女之间情感的忠贞，因为槟榔的果实是结在一枝干上，不分枝的，代表情人之间的情感持续而永远不变，并且这情感的表现也同样反映在其他原住民的歌谣中；在原住民嫁娶时的聘礼中，槟榔也是不可或缺的，槟榔的枝干砍下来，枝干尾呈牛角状，像个圆环，表示新娘是完璧，同时祈祝未来婚姻圆满；槟榔对原住民来说，也是一种生活的润滑剂，人们在言谈之

间嚼着槟榔，象征着人生的甜美，认为体会生活的甜美就像嚼槟榔一样，要慢慢地嚼、慢慢地品味。

槟榔的经济价值及影响

在台湾，槟榔的产地主要在屏东地区，其次是南投、嘉义、花莲、台中等地区，依产期不同上市。在过年前后槟榔产量最少，槟榔摊的价格从最便宜的一粒几毛钱，涨到最贵的一粒十几元（新台币，下同）。另外，也有从东南亚地区走私进岛的槟榔，不过品质不如台湾本地产的。在槟榔产地，包下整批槟榔的“青仔主”（青仔就是采下的槟榔），转运给各县市的批发市场，再分送到众多的槟榔零售摊。当天在产地采下，隔天就可以运到各县市。槟榔摊拿到“青仔”后，清洗干净，加上“红灰”和“白灰”（有专门调配石灰的连锁业者，据说还加了当归、人参、梅子粉、冻顶茶，以增加口味）以及叶子，就可以卖了。

在品质上，槟榔一般有“特幼”、“白肉”和等级之分。其中有称为“幼齿”的，指的是纤维质比较细的，吃起来比较甘甜，有大的也有小的。“幼齿”的槟榔来自改良的品种，或是种植在高地，此外与树龄也有关系；“老朴”的就是比较“粗丝”了。在包装上，以前只用塑料袋装，后来一般都是纸盒装，很多还在盒上印了美女相片；还有一种高级包装，每一粒都用一个小袋子套起来。

以往槟榔摊就像五六十年代的烟摊，不挂招牌也不做宣传，最多只挂“槟榔”两个大字，直到近十年来嚼槟榔之风遍及全岛

后，槟榔大批发商愈来愈多，于是各槟榔摊的广告、招牌也就热火起来。台湾的槟榔摊遍布各处，难以计数，这种不必缴税的生意愈来愈多。据台湾官方统计，台湾各地共有5至10万个槟榔摊，消费人口数则在180至280万人之间；其男性嚼食率为16.9%，女性为1%；原住民男性为46.5%，女性为38%。一些摆在繁华地区的摊子，可以月收入10万元以上，十分可观。因槟榔粗放、省工、栽培容易、虫害少、价格高、收益丰，全世界只有台湾将最好的农田用来种植槟榔树，农民更视槟榔为摇钱树，称之为“绿色钻石”。在槟榔生产淡季，行情紧俏得很，一粒槟榔可卖一斤鸡蛋的价钱。

从前周璇唱红了一首“采槟榔”，现在成龙也有一首“槟榔西施”。“槟榔槟榔我爱你”，已成为一种台湾文化了。在台湾，吃槟榔的人虽以司机、工人、商人占大多数，但是已遍及社会各阶层，甚至在校学生也有这一习惯，而从教育程度来看，大专、高中程度者占有相当比例。台中兴大学学者黄万传的调查显示，槟榔族有日趋年轻化、职业多元化、教育水准提高、都市化的特性，而槟榔文化的象征是“豪迈、亲切、打拼及朴拙”，目前成了休闲与交际应酬的食品，同时也就成为最具代表性的台湾文化之一。而台湾人嗜食槟榔，不顾家计负担及健康后遗症，也是台湾社会一大怪现象。

红唇族日益增多，槟榔的身价因而水涨船高，十年来不知翻了几番。台湾屏东一带的山坡地纷纷改种槟榔，贸易商进口的数量以集装箱计。台“省农林厅”

的农业年报显示，1993年全台槟榔的种植面积为4.46万公顷，总产量为13.7万吨，其产量使得槟榔的总产值在台湾仅次于稻米，而居台湾所有农产品的第二位。而在1971年时，全台槟榔的种植面积才不过1607公顷，短短22年间就增长了近30倍，其增长速度可说是居全岛农作物之冠。在有农业大县之称的屏东县，种植槟榔的面积有1.3万多公顷，已远远超过水稻，是全岛种植槟榔最多的县，而且槟榔的年收入多达60亿元，是水稻的3倍，成为屏东县农民收益最多的农作物。

1990年，台农业经济学者薛玲针对台湾地区槟榔产销问题进行调查后提出报告指出，台湾人对槟榔的年消费量为7.6万多吨，消费值高达259亿元，而据估计，全台吃槟榔的人口当时有180万之多，几乎占了全部人口的十分之一。1993年统计数字表明，全岛估计有280余万人的槟榔消费群，年消费值为840亿元，又比四年前增长了三倍左右。

最具争议性的农作物

在台湾所有的农作物里，槟榔是最特殊、最具争议性的一种。曾获诺贝尔化学奖的台湾“中央研究院院长”李远哲博士曾在一次演讲中以健康为理由，主张应对嚼食槟榔者加重其健康保险费负担，藉以减少嚼食人口，引起了台湾传媒的重视与讨论。虽然无论从槟榔种植者或是消费者的立场来看，槟榔都可说是台湾数一数二重要的农作物，然而由于它的“不卫生、不健康、不高雅”等消极因素，台“卫生署”把嚼槟榔与抽烟、喝

酒的习惯并列，同视为有碍健康的危险行为，而台农业行政管理部门至今仍是以一种十分消极的态度来对待槟榔。台“农委会”表示，槟榔的问题的确很“矛盾”，一方面它已是台湾农民很重要的一种作物，却又因为其负面因素而无法给予辅导、鼓励；但是在另一方面，要禁止槟榔的种植又于法无据，因为它并不是大麻、罂粟一类的毒品。所以，至今台湾当局对槟榔的态度仍是一贯的“三不”政策：“不禁止、不鼓励、不辅导”。

由于台湾当局长期对槟榔产业采取的“三不”政策，在民间大量消费行为的诱因下，农民开始大面积地种植，由1983年的5000多公顷，到1994年已超过4.4万公顷，共计6500多万株，年产量高达13万吨，消费总值超过500亿元，已有将超过稻米与甘蔗成为台湾第一大农产品的趋势。台“农委会”前些时曾计划开放槟榔进口，以抑制改善台湾山坡地被滥种槟榔树，造成水土流失的问题，结果引起消费者和槟榔种植者的强烈反对，有“省议员”指此举无异扼杀农民生机。

台湾这种特有的“槟榔文化”，如大量的消费行为、大面积的种植，在经济、文化、生活环境、健康等各方面，确已给台湾带来极深远的影响。有人说，槟榔挽救了台湾濒临破产的农村经济；但是农民抢种槟榔却已造成农业部门的产值失衡，并对农民从事其它农作物的生产意愿产生排挤效应。更重要的是，大量山坡地被滥垦，使青山变成了癞痢头，导致水土严重流失；而槟榔渣到处乱吐，对市容环境和台湾外部形象也造成极大的破坏。▲



福建扬帆空调集团公司 在北京举行产品介绍会

1995年12月28日，福建扬帆空调集团公司在北京香格里拉饭店举行产品介绍会。来自京、津地区各房地产筹建处、制冷空调安装公司及设计院的140多位专家出席了介绍会。扬帆集团公司总裁陈克福和晏炳总工程师分别向与会者介绍了集团公司成立情况及该公司的系列产品。

拥有13家公司的扬帆空调集团公司前身为福州扬帆空调有限公司，是一家台商投资的合资企业。公司成立于1992年1月7日，在短短的四年间，该公司已由成立初期只能单一生产风机盘管空调器系列的部分型号产品发展成现在能生产风热泵冷热水机组、风冷式冷水机组、水冷“迷你型”冷水机组、风机盘管空调器、新鲜空气调节箱、组合式空气调节箱、空气调节箱等7大类共182个产品品种。为切实保证专业咨询及售后服务，该公司还相继在北京、上海、南京、杭州、武汉、郑州、成都、南宁和厦门、长沙、广州、汕头、重庆、西安、青岛等主要城市以及香港、台北设立了分公司和办事处，形成一个强有力的销售和维修网点。该公司产品自1993年打入北京市场以来，已有人民大会堂、中央电视台发射塔、裕京花园别墅、北人饭店、七渡孤山寨（别墅）、百氏北冰洋饮料有限公司等近30家单位与企业用上了扬帆空调公司的系列产品。

目前，公司已自筹资金150万元，依靠自身科技实力，开发研制出国内外竞相开发的半封闭螺杆式水冷、风冷冷水机组及空气源热泵机组3个系列的中央空调产品。这些系列产品具有节能、低噪音、振动小、部分负荷效率高等优点，是禁用和限制CFC制冷剂的首选机组型式。（辽 野）▲