

## 牛的符號世界：牛肉在臺灣的廣告、消費和生產問題（1895-1937）

李 若 文\*

### 摘 要

近代以後日本人為追求西化和富強轉向肉食，內地人來到臺灣，於是成了首批實踐文明開化牛肉觀的消費者。本文從符號學觀點討論牛肉的生產和消費問題，內容分三部分。首先，檢視廣告圖像如何再現美味的「神戶牛」，本文發現不論內容是否屬實，廣告的圖像和文案似乎皆深具吸引力。其次，神戶牛肉在臺灣大多是冒牌貨，與「神戶牛」缺乏明確的定義有關，本文追溯牛的產地原鄉，解析符號與指涉物的關係。最後，探討逐年減少的臺灣黃牛，對內地人而言黃牛肉在美味的意義上是神戶牛肉和內地牛肉的對比項，不過，其存在也解決了認同與需求之間落差的問題。

關鍵詞：神戶牛、臺灣黃牛、牛肉消費、商業廣告、符號學觀點

---

\* 國立中正大學歷史學系教授

本文為科技部專題計畫 105-2410-H-194-062-MY2 之部分成果，由衷感謝兩位匿名審稿人的意見。

## **The Symbolic World of Beef: The Advertisements, Consumption and Production of Beef in Taiwan (1895-1937)**

Li, Ruo-wen\*

### **Abstract**

The aim of this article is to examine the semiotics of cattle and the beef consumption of Japanese people in colonial Taiwan. Three aspects of the symbolic world are discussed. First, how did the advertising images reproduce the Kobe beef cattle that produced delicious meat? This study finds that the cattle images and proposal of beef in advertisement were attractive to Japanese people, regardless of whether the content was true or not. Secondly, Kobe beef were mostly counterfeit goods in Taiwan. Perhaps the reason is lack of obvious definition of "Kobe beef". This article will trace the origin of the cattle's origin and explore the relationship between symbols and the reference objects. Finally, why were Taiwan Yellow cattle decreasing year on year? It was a symbolic comparison of Kobe beef and Japanese beef in the sense of deliciousness. However, the problem of the gaps between identity and market demand of Taiwan had been solved due to the mass production of Yellow cattle beef.

**Keywords:** Kobe beef cattle, Taiwan Yellow cattle, consumption of beef, commercial advertisements, a semiotic view

---

\* Professor, Department of History, National Chung-Cheng University

## 壹、緒論

### 一、問題意識

沒有一樣東西與生俱來就是食物，食物的功能也不僅在提供養分而已。正如一句古老的格言所說：「你吃什麼成為什麼」(you are what you eat)，<sup>1</sup>意即食物與身體相連結，人們常不經意地用食物來定義自己。

日本在明治維新以後肉食禁忌逐漸走入歷史，並以食牛表示向西方學習的決心。臺灣被日本統治，禁忌問題又浮上檯面。對漢人來說，牛不是食物，而是工具或工作夥伴；對來臺的內地人而言，牛是工具兼食物（意義非同凡響的食物）。根據羅蘭·巴特 (Roland Barthes, 1915-1980) 的說法，前者不吃牛肉屬於食物語言結構裡的排除法則；後者以牛有饒脂與貧脂之別，牛肉有美味與不美味之分，是一種意指性的對立。<sup>2</sup> 日人希望藉牛肉達到健身強國的目的，且以宗教儀式克服肉食的罪惡感，臺灣無此經歷，對牛肉的看法因而呈現兩極化。<sup>3</sup>

我們假設明治末期的日本國民都受西化思潮洗禮，都肯定牛肉有益於健康，但來臺後卻發現非吃不可的牛肉難以下嚥。臺灣的牛本是勞動牛，肉質缺乏柔嫩美味的特性，作為市場流通大宗的水牛肉尤其少脂肪又纖維粗硬。<sup>4</sup> 食物消費理論將對

<sup>1</sup> 按：食物消費與自我認同的關係密切，格言包含吃什麼、不吃什麼、為何吃以及為何不吃等幾種意思在內；參見 David Bell and Gill Valentine, *Consuming Geographies: We Are Where We Eat* (London and New York: Routledge, 1997), p. 3. 又，食物的消費實踐是一件複雜的事，有時涉及文化想像和政治認同，參見 Ian Cook, Philip Crang, and Mark Thorpe, "Eating into Britishness: Multicultural Imaginaries and the Identity Politics of Food," in Sasha Roseneil and Julie Seymour, eds., *Practising Identities: Power and Resistance* (London: Macmillan, 1999), pp. 223-248.

<sup>2</sup> 羅蘭·巴特 (Roland Barthes) 著，李幼蒸譯，《符號學原理》(*Éléments de sémiologie*) (北京：中國人民大學，2008)，頁 16-17、45。

<sup>3</sup> 按：近代以後日本人視殺害動物為富強之不可缺，為了表達內心愧疚，消除與動物衝突或不協調帶來的不安，則舉行供養儀式。Elmer Veldkamp 比較近代以前和以後的慰靈祭，發現這些祭典都以被殺害的動物為對象，但較勁關係不同，近代以前反映人與大自然搏鬥時的危險性，及人類對動物反撲的畏懼；近代以後是在安全狀態下進行殺害，把動物生命當成消耗品。被利用的動物包括經濟動物、軍用動物和實驗動物，人們感謝這些動物扮演協助者的角色，不惜建立慰靈碑、動物塚、供養塔等來安慰亡靈。以上參見エルメル・フェルトカンブ (Elmer Veldkamp)，〈英雄となった犬たち——軍用犬の慰靈と動物供養の変容〉，菅豊編，《人と動物の日本史 3 動物と現代社会》(東京：吉川弘文館，2009)，頁 44-69。

<sup>4</sup> 以木村東次郎 (臺灣農友會會員) 為例，他認為，臺灣的水牛肉「纖維和寄生蟲甚多，肉質粗糙如嚼襪，又有一股惡臭。」見木村東次郎，〈本島牧牛改良の將來を論ず〉，《臺灣農友會會報》，第

食物的感受概念 (the concept of foodsensing) 定義為消費者同時感知和理解的過程，認為每一種感知食物的行為，始終都是理解食物的行為，存在於消費者與消費對象預先假設的關係中。<sup>5</sup> 據此可知，屠宰退役的老廢牛，不符合內地人心目中肉牛的條件，也強化了日本本土牛肉才美味的主觀印象。

內地人惦記著「神戶牛肉」及來自國內其他地方的牛肉，後者統稱為「內地牛肉」。過去研究日治臺灣的牛肉消費，集中在不吃的一方如何由抗拒轉向接受，卻很少有人留意到吃的一方也可能有適應不良的問題。內地人覺得臺灣牛肉不好吃，觀念結合品味衍生出感受的問題，讓他們引頸企盼國內送來待宰的活牛。<sup>6</sup> 牛肉作為傳達文明意義的媒介，其意義是怎樣被呈現的？從消費者也是傳播者的觀點來看，消費並非無意識的行徑，消費行為涉及自我認同也影響周遭的人。<sup>7</sup> 食物消費尤其涉及對個人、群體和地方的認同，其實踐連結認同的體現和定位，進而產生認同的敘事或論述；地理學者 Gill Valentin 的研究也說明食物消費對認同敘事的構成和表述很重要。<sup>8</sup> 內地人念茲在茲的「神戶牛肉」在臺灣是稀有的高級品，究竟認同與實際需求之間的落差是如何解決？以牛為食用家畜，新的商品邏輯落在牠們身上，臺灣牛族的命運是否也因而大幅改寫？

## 二、文獻探討

### （一）文明開化的牛肉觀傳入臺灣

---

8 號（1907），頁 13-15。內地人對臺產牛肉沒有好感，尤其鄙視水牛肉。杉木正篤說：「水牛肉品質低劣，有一種令人不快的臭味，是貧民或半文明的野蕃人才會去吃」；見杉木正篤，〈水牛〉，《臺灣農事報》，第 54 號（1911），頁 34。又，以上說法 1930 年代有代表性者參見臺灣總督府，《補習學校農業教科書：畜產篇》（臺北：臺灣總督府，1934），頁 14。

<sup>5</sup> Adrian B Evans and Mara Miele, "Between Food and Flesh: How Animals are Made to Matter (and Not Matter) within Food Consumption Practices," *Environment and Planning D: Society and Space*, Vol. 30, No. 2, 2012, pp. 298-314.

<sup>6</sup> 關於品味的研究，參見 Pierre Bourdieu, R. Nice trans., *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste* (Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1984).

<sup>7</sup> 按：消費商品有攜帶及傳播文化的能力，Y. Gabriel 和 T. Lang 提出幾種消費者的刻板印象，其中之一是傳播者，表示消費者試圖透過行動將生活方式和身分訊息傳遞給其他人 Yiannis Gabriel and Tim Lang, *The Unmanageable Consumer: Contemporary Consumption and Its Fragmentation* (London: Sage Publications, 1995), pp. 27-186.

<sup>8</sup> G. Valentine 探究我們的身體如何與消費空間相聯繫，發現身體行為受廣大社會空間的影響，而食物的消費敘事包含各樣論述，不同的論述讓個人在食物、身體理想和不同場合的一系列監管之間經歷緊張或衝突；參見 Gill Valentine, "A Corporeal Geography of Consumption," *Environment and Planning D: Society and Space*, Vol. 17, No. 3, 1999, pp. 329-351.

肉食禁忌思想在江戶時代很普遍，但後期開始出現獸肉店。如：蘭學者大槻如電（1845-1931）去京都時看到三、四家牛鍋屋。福澤諭吉（1835-1901）往長崎學習蘭學，嘉永七年（1854）入蘭醫緒方洪庵之門，也在大阪看到牛鍋屋。他的《福翁自傳》提到大阪牛鍋店以町的破落戶或緒方門生為常客，牛肉來源是屠宰牛或病死牛。江戶後期隨著幕府體制的崩壞，肉食者出現在不同階層，如將軍、大名、武士、町人、農漁民，甚至是僧侶。<sup>9</sup>

慶應三年（1867）英國人 Edward C. Kirby 在神戶開牛肉店，同年，幕府將軍醫師石川櫻所等建議仿效西方推動放牧牛羊，販賣乳肉皮革製品，所得用來教育醫學所學生、建立棄兒院等慈善事業。並撰寫建議書鼓勵大眾多吃牛肉，以牛肉是世間第一等滋補的營養品。<sup>10</sup> 明治維新以後「文明開化」四字大為流行，牛肉成了料理界最顯著的變化。<sup>11</sup> 維新動亂時期的活躍者或新政府成員大村益次郎、佐野常民、橋本左內等，都以牛肉為常食。<sup>12</sup> 仮名垣魯文的《安愚樂鍋（あぐらなべ）》描述牛鍋屋生意繁盛的景象，首卷即強調：「凡士農工商老弱男女賢愚貧富，不食牛鍋者即不開化進步之輩。」<sup>13</sup> 明治四年（1872）八月貶稱廢止令發布，廢除「穢多、非人」的稱呼，讓超過三十八萬的賤民恢復平民身分，而歷來遭受歧視及差別待遇的這些人，從事的正是與肉食相關的屠宰業或皮革業。當時《新聞雜誌》對此發表看法，認為「以近世西洋各國為首，將肉食定為第一等滋補養身之物，上面至尊既已食肉，廢除貶稱也是理所當然」。<sup>14</sup>

牛鍋料理作為西洋食材，與日本飲食結合，融入庶民社會，據說當時的牛鍋店區分等級：上等豎旗，中等掛燈籠，下等只有障子戶（按：日式格子的門窗）。<sup>15</sup> 服部誠一的《東京新繁昌記》以「牛肉之於人是開化的藥店、文明之良藥，可養精神、健腸胃、助血行、肥皮肉等」鼓吹牛肉功效。<sup>16</sup> 當時這方面的啟蒙書籍很多，但為何非將牛肉與文明開化相提並論不可？簡言之，牛肉是流行的食物、方興未艾的健

<sup>9</sup> 本間健彥等編，《日本食肉文化史》（東京：伊藤記念財團，1991），頁 193-199。

<sup>10</sup> 畑中三応子，《カリスマフード：肉・乳・米と日本人》（東京：春秋社，2017），頁 42-43、54-68。

<sup>11</sup> 不著撰者，〈料理店經營の話〉，《臺灣藝術新報》，第 5 卷第 8 期（1939），頁 67。

<sup>12</sup> 武光誠，《食の変遷から日本の歴史を読む方法》（東京：河出書房，2001），頁 44。

<sup>13</sup> 畑中三応子，《カリスマフード：肉・乳・米と日本人》，頁 56。

<sup>14</sup> 本間健彥等編，《日本食肉文化史》，頁 230-231。

<sup>15</sup> 田村正紀，《消費者の歴史——江戸から現代まで》（東京：千倉書房，2011），頁 84-86。

<sup>16</sup> 渡辺実，《日本食生活史》（東京：吉川弘文館，1990），頁 274。

康食品，文明開化要破除舊習就得追根究柢，究明吃牛肉的好處及其意義的出版物因而充斥坊間。<sup>17</sup>

明治政府為富國強兵積極採用牛肉，最初見於明治元年（1868）十月官軍與幕府殘黨的軍隊爭戰，傷者被送到東京和泉橋病院，據說當時供應的伙食就有牛肉。翌年（1869）海軍兵食開始採用牛肉，這是軍需肉食組織性消費的開始。明治十年（1877）西南戰爭之際，陸軍兵食也採用牛肉，人氣甚旺的大和煮牛肉罐頭便是於此時出現。因為軍用糧秣需要營養高、容易保存和方便運送的食品，大和煮牛肉罐頭完全符合要求。<sup>18</sup> 總之，從牛肉攝取的蛋白質是人體營養之所需，此一信念得到家庭、學校、政府和媒體等各種機構的強化，相信的人越來越多。不過流行歸流行，仍然有人不願意食用，甚至因肉食解禁政策想暗殺天皇，落差之大及過渡期混亂造就的悲喜劇即為當時的肉食真相。<sup>19</sup>

臺灣被日本統治，上述的牛肉觀立刻接踵而至。根據緒方武歲（擔任軍役人夫）的回憶，始政前一天抵達臺北城接到軍方發下的必需品，其中之一便是牛肉罐頭。<sup>20</sup> 軍隊肉食消耗量大，來臺日軍隨著南進到處徵調牛隻，讓本來無身價的老廢牛也身價倍增。<sup>21</sup> 明治三十四年（1901）十一月五日臺灣總督兒玉源太郎（1852-1906）對官員演說鼓勵發展畜產業，他強調「文明益進則生計益高，致使肉食者益多，是自然之勢也」，<sup>22</sup>牛肉是當時肉類食材的代表，以之為文明進步的象徵就是統治者極力推薦的牛肉觀。日治初期駐臺南一名臺灣守備隊步兵的軍曹在日記裡提到牛肉。<sup>23</sup> 1910 年代中期臺灣總督府官邸的晚宴菜單出現蒸燒牛肉、紅酒燉煮牛肉等，陳

<sup>17</sup> 本間健彦等編，《日本食肉文化史》，頁 240。又，牛肉在當時成了流行的健康食品，效能被持續擴大解釋，甚且跟「日本人種改良論」相銜接，參見畑中三応子，《カリスマフード：肉・乳・米と日本人》，頁 42-43、54-68。

<sup>18</sup> 按：大和煮牛肉罐頭以醬油、糖、薑等調製而成，為日本自製罐頭的先鋒。兵食採用牛肉及軍隊的肉食需求，詳見本間健彦等編，《日本食肉文化史》，頁 287-298。

<sup>19</sup> Zenjiro Watanabe, "Removal of the Ban on Meat: The Meat-Eating Culture of Japan at the Beginning of Westernization," *Food Culture*, No. 9, 2005, p. 8. 本間健彦等編，《日本食肉文化史》，頁 232-236。

<sup>20</sup> 緒方武歲，《始政五十年台灣草創史》（臺北：南天書局，1995），頁 84。

<sup>21</sup> 福井淺一，〈東洋思想より觀たる臺灣の殺牛禁忌と產牛政策の將來〉，《臺灣農事報》，第 295 號（1931），頁 21。

<sup>22</sup> 不著撰者，〈殖產興業ニ關スル總督ノ演說〉，頁 13-15，日治時期圖書影像系統（[http://stfb.ntl.edu.tw/cgi-bin/gs32/gsweb.cgi/ccd=1VVohQ/brwfull?filename=ENR%5DOX%5DRWF%9C%9C%A0%89QaIHQ%A1%9A\\_%8A%A2%96icDQlaXXXXE\\_FRZbJW%98b%86%A2%9C&dbid=%88%98%84%85M%5DEDU%9D%96c%86%9E%9Am\\_HMp%5DpTTTT](http://stfb.ntl.edu.tw/cgi-bin/gs32/gsweb.cgi/ccd=1VVohQ/brwfull?filename=ENR%5DOX%5DRWF%9C%9C%A0%89QaIHQ%A1%9A_%8A%A2%96icDQlaXXXXE_FRZbJW%98b%86%A2%9C&dbid=%88%98%84%85M%5DEDU%9D%96c%86%9E%9Am_HMp%5DpTTTT)），最後檢索日期：2020.4.30。

<sup>23</sup> 按：日記內容有來自膳食分配的牛肉，也有朋友招待而大快朵頤者。參見謝國興主編，松添節也翻譯編

玉箴推測可能是法式料理。<sup>24</sup>

## （二）臺灣牛的角色變化

牛與臺灣農民之間原本只有單純的勞動協力關係，民間信仰也透過各種方式來培養對牛的感恩之心，隨著時代發展，牛的角色也發生變化。英國學者 B. Fagan 的《親密關係：動物如何塑造人類歷史》(*The Intimate Bond: How Animals Shaped Human History*) 分析六個變革性的關係。該書顯示：人類與動物之間曾經存在一對一的親密情誼，十八世紀人們崇拜育種，經由選種和改良來打造家畜。十九世紀初都市建設增加動物的使役時間，牛馬經常處於苛苦過勞狀態，同時，都市人口增加提升肉食需求，產業規模的家畜生產以每頭產的平均肉量來估算，進一步刺激肉食消費，人畜之間的情誼走入歷史。<sup>25</sup>

臺灣的情況與上述相似。殖民統治者來臺，鼓勵人破除迷信宰殺耕牛。明治四十四年（1911）日本家畜界著名的雜誌《肉と乳》介紹臺灣各地農會的牛畜改良，提及新竹廳農會購入優良牝牛，以「役肉用」為目的進行牛的改良。<sup>26</sup>「役肉用」就是使役兼肉用，日人稱這樣的牛為「役肉牛」。板垣貴志的《牛と農村の近代史——家畜預託慣行の研究》指出，日本在農耕機械化以前，役用是牛馬飼養的主要目的，為了物盡其用才將老廢牛牽去宰殺。飼育牛大部分是使役某種程度之後才成為食用牛。農家並未明確區分使役或肉用，這是日本「役肉牛」的特色。<sup>27</sup>

其實，從世界史觀點來看，屠宰老廢牛是牛肉生產最原本的方式。<sup>28</sup> 日本治下新觀念傳入臺灣，老廢牛成了第一批肉用牛。<sup>29</sup>

註，《駐臺南日本兵一九〇四年日記》（臺北：中央研究院臺灣史研究所，2016），頁 153、155。

<sup>24</sup> 引自陳玉箴，〈日本化的西洋味：日治時期臺灣的西洋料理及臺人的消費實踐〉，《臺灣史研究》，第 20 卷第 1 期（2013），頁 92。

<sup>25</sup> Brian Fagan, *The Intimate Bond: How Animals Shaped Human History* (New York: Bloomsbury Press, 2016).

<sup>26</sup> 不著撰者，〈臺灣的畜產改良行事——臺北、宜蘭、桃園、新竹、臺中、南投、嘉義、臺南、阿猴、澎湖、臺東的各廳農會〉，《肉と乳》，第 2 卷第 2 期（1911），頁 23-28。

<sup>27</sup> 按：「役肉牛」的概念產生於明治年間肉食普及之後，一般做法是將退役的老廢牛宰殺食用，流通過程複雜且牝牛的價格通常高於牡牛；參見板垣貴志，《牛と農村の近代史——家畜預託慣行の研究》（東京：思文閣，2013），頁 5、84、126-127。另一種說法是「役肉牛」係相對於乳用牛的總稱，日本牛有黑毛和種、褐毛和種、無角和種、日本短角種、朝鮮系雜種之分，使役和產肉的牛占全體總數 95%；參見岡本正幹，《役肉牛》（東京：養賢堂，1958），頁 1。

<sup>28</sup> 宮崎正勝著，陳柏瑤譯，《餐桌上的世界史》（知っておきたい「食」の世界史）（新北：遠足文化，2016），頁 57。

<sup>29</sup> 按：臺灣牛成為肉用家畜集中於老廢牛，日治時期有不少老廢牛的論述，顯示日人相當重視老廢牛的處

### （三）臺灣主要的牛肉消費群

牛成為可食用家畜，但牛肉消費仍有涇渭分明的族群性。昭和十二年（1937）臺灣總督府中央研究所刊物刊載一篇《臺灣人食ノ營養學的考察》，該文指出臺人的肉食以豬、雞、鴨肉為主，家畜宰殺的比例大概是豬佔 60.4%，牛 5.4%，山羊 45.8%，飲食明顯缺乏動物性蛋白質。<sup>30</sup> 池田敏雄的〈艋舺雜記〉記敘臺民不吃牛肉的習俗，其中提到善書勸戒人勿食牛，可見即便到日治中後期仍受功過格規範的影響而禁忌食牛。<sup>31</sup>

關於漢人態度的變化，陳柔縉認為透過不斷的親嚐和解釋，牛肉逐漸不再是餐桌上的絕緣體。<sup>32</sup> 孫寅瑞考察日治時期漢人從禁忌到形成吃牛肉的習慣，他指出生產方式及結構的革命性變化是接受牛肉成為副食品的主要原因，以往從農業觀點出發，都市化讓人口向都市移動，人牛關係疏離，加上總督府的防疫措施、衛生管理及各種影響牛肉消費的因素，助長了漢人食用牛肉的程度。不過，牛肉食在都會以外的地區有多普及？是懸而未解的問題。孫寅瑞強調臺灣總督府推廣政策成效不彰，原因是漢人對牛的敬意依然存在，不習慣將牠們送去宰殺。<sup>33</sup>

牛肉料理的書寫出現在小說、自傳、遊記、隨筆等不同體裁。<sup>34</sup> 黃旺成、林獻堂、吳新榮、呂赫若的日記都提到牛鍋或鋤燒（すきやき），<sup>35</sup>內容記述很簡略。曾品滄研究臺人菁英吃牛肉，發現鋤燒深具文明開化的意義，其食用方式激發同儕團體的

---

理問題。王珊富探討臺灣牛角色的變化，從生產勞動工具轉變為營養的副食品，期間過程行動者論述結構的轉變跟著浮上檯面；詳見王珊富，〈飲食、地方與日常生活——從耕牛到牛肉的味覺轉化之物質與象徵向度〉（國立臺東大學區域政策與發展研究所碩士論文，2007）。

<sup>30</sup> 葉貓貓，〈臺灣人食ノ營養學的考察・前編：食糧統計ヨリ見タル臺灣人食ト其批判〉（出版地不詳：臺北：臺灣總督府中央研究所衛生部，1937），頁 2299、2302、2579、2582。

<sup>31</sup> 池田敏雄，〈艋舺雜記〉，《文藝臺灣》，第 6 號（1940），頁 499。

<sup>32</sup> 陳柔縉，〈臺灣西方文明的初體驗〉（臺北：麥田出版社，2011），頁 40。

<sup>33</sup> 孫寅瑞，〈牛肉成為臺灣漢人副食品的歷史觀察〉（國立中央大學歷史研究所碩士論文，2001），頁 59-115。

<sup>34</sup> 例如，侯巧蕙的研究顯示：牛肉鍋推翻了臺灣習俗對食用牛肉的禁忌，臺人接受牛肉的新經驗會反映在日記、隨筆等文字書寫上。關於文類的實際應用，詳見侯巧蕙，〈臺灣日治時期漢人飲食文化之變遷：以在地書寫為探討核心〉（國立臺灣師範大學臺灣文化及語言文學研究所碩士論文，2012）。

<sup>35</sup> 按：牛鍋在關西稱為すき焼き（漢字寫作「鋤燒」），1923 年關東大震災後「牛鍋」與關西風のすき焼き混用，名稱逐漸消失；參見鈴木茂則等編，〈江戸・東京 暮らしを支えた動物たち〉（東京：JA 東京中央会，1996），頁 59。不過，就烹調法而言，「牛鍋」與「鋤燒」是不同料理，前者為醬油與水混合調製煮成的鍋物，後者則煎炒之後以醬油、砂糖調味，吃了牛肉之後再放入蔬菜進行煮食；參見本間健彥等編，〈日本食肉文化史〉，頁 240-242。



認同感，受到熱衷現代社群生活的知識分子的歡迎，甚至轉入家庭領域。曾品滄指出，吃牛鍋是「實踐各種文明化活動的生活經驗」，對經常與日人接觸或參加他們聚會的知識階層而言，不難認識和體驗這道料理，至於鋤燒的影響力則是未知數。<sup>36</sup>

### 三、研究方法

#### （一）符號學的觀點

以吃牛肉為文明開化的象徵，牛肉成了這個意義約定俗成的符號（或稱記號）。符號的意義如何落實到臺灣？本文從內地人論述裡常見的「神戶牛」、「內地牛」、「臺灣黃牛」等入手，用符號學的取徑分析牛肉的生產和消費問題。

現代的符號學系統有二，一個是美國實用主義哲學家皮爾斯（Charles Sanders Peirce, 1839-1914）提出的 *semiotics*，另一個是瑞士語言學家索緒爾（Ferdinand de Saussure, 1857-1913）的 *sémiologie*，兩人的理論都可上溯到古希臘和羅馬的符號思想。<sup>37</sup> 皮爾斯認為符號組成有三要素：（1）代表物（*representamen*）是符號的型樣，（2）詮釋項（*interpretant*）為使用者理解的心理概念，（3）對象（*object*）是符號指涉的外部事實。索緒爾則區分為 *signifier*（中譯：能指、意符、符徵）和 *signified*（中譯：所指、意指、符旨），以前者表示符號的聲音形象，後者代表概念，兩項要素都是心理層面的，由聯想的紐帶連接在我們的腦子裡。<sup>38</sup>

在索緒爾看來，符號具可變性和不可變性，「能指」對它表示的觀念來說是自由選擇的（按：用哪種聲音來表達某種概念並無強制性），對使用它的語言社會來說卻是強制的，一旦約定俗成，選定的就難以改變，大眾不能擅自行使主權。另一方面，語言是時代的遺產，時間保證語言的連續性卻無法阻止其發生變化。很多因素都會導致「能指」與「所指」的關係生變，在觀念與符號之間產生鬆動的現象。<sup>39</sup> 能指與所指的結合稱為 *signification*（中譯：意指作用、指稱），總之，其運作過程相當複雜。

<sup>36</sup> 曾品滄，〈日式料理在臺灣：鋤燒（スキヤキ）與臺灣智識階層的社會生活（1895-1960年代）〉，《臺灣史研究》，第22卷第4期（2015），頁1-34。

<sup>37</sup> 這方面的字源討論，參見張漢良，〈符號學與詮釋學〉（臺北：行政院文化建設委員會，2010），頁32-33。

<sup>38</sup> Ferdinand de Saussure 著，高名凱譯，《普通語言學教程》（*Cours de linguistique générale*）（北京：商務印書館，2017），頁93-95。

<sup>39</sup> Ferdinand de Saussure 著，高名凱譯，《普通語言學教程》，頁104-108。

符號學概念到了 Roland Barthes、Claude Lévi-Strauss 和 Eivind Jacobsen 等人，用之於通俗文化的實踐批判上。巴特將上述的意指作用當成是「神話」，他的神話學就是研究符號產生意義的過程。在巴特看來，符號的意指作用是經由複數的、動態的程序產生概念與意象的連結；能指與所指結合的符號先被形式化，再產生同時是意義也是形式的新能指。能指因意指作用有豐富的内容，可是一旦被填滿，意義又拋卻偶然性離它而去。對巴特而言，所有的文化元素都可以當成語言要素看待，隱喻性地視之為可閱讀的文本。他強調一本書是一個概念的能指，一個小單位（一個字或姿勢）也可能是豐富的歷史概念的能指，會成形、轉化、解體或消失。<sup>40</sup>

法國學者布希亞 (Jean Baudrillard, 1929-2007) 的看法有別於上述，他不同意將符號當成是兩或三個元素的組成，而主張符號與指涉物不可分離。布希亞認為在現實世界為符號的「能指」找一個相對應的實體，以之為指涉物是不可能的，具實體性的指涉物終究是抽象的存在。<sup>41</sup> 他將對符號的認知放在消費批判上，《物體系》(Le Système des Objets) 討論物品轉變及物與人建立關係的程序。在《生產之鏡》(The Mirror of Production) 和《符號政治經濟學批判》(Pour une critique de l'économie politique du signe, 英譯: For a Critique of the Political Economy of the Sign) 裡，根據索緒爾的概念將商品邏輯理論化，指出現代商品在資本主義情境下已逐漸成為符號。<sup>42</sup> 在布希亞看來，消費是有想像力、象徵性的符號消費。<sup>43</sup> 我們吃的食物和穿的服裝都不能定義「消費」，因為消費不是物質的實踐，而是由物品和相關訊息構成的論述，是一種系統化的符號操作。<sup>44</sup>

<sup>40</sup> 羅蘭·巴特 (Roland Barthes) 著，許綺玲譯，《神話：大眾文化詮釋》(Mythologies) (上海：上海人民出版社，1999)，頁 176-187。

<sup>41</sup> Jean Baudrillard 著，夏瑩譯，《符號政治經濟學批判》(Pour une critique de l'économie politique du signe, 英譯: For a Critique of the Political Economy of the Sign) (南京：南京大學出版社，2009)，頁 147-153。

<sup>42</sup> 索緒爾提出符號特徵的第一原則是任意性，即語言符號是任意的，符號觀念與能指的聲音之間沒有內在關係，它也可以用其他聲音來表達，特定的聽覺形象與某個確定的概念相連接，進而賦予符號價值，這徹底是一個任意關係。布希亞在這樣的基礎上主張商品不僅是實用之物，也具有符號的社會價值，他認為當商品變成符號，商品的意義也取決於其在符徵自我指涉體系內的位置。以上參見 Ferdinand de Saussure 著，高名凱譯，《普通語言學教程》，頁 95-97。Ferdinand de Saussure，屠友祥譯，《索緒爾第三次普通語言學教程》(Ferdinand de Saussure troisième cours de linguistique générale) (上海：上海人民出版社，2018)，頁 86-87。

<sup>43</sup> 在布希亞後來的著作中，進一步發展上述的邏輯，以符號操縱和製造消費，商品原始的使用價值至此逐漸消逝；以上詳見 Jean Baudrillard, *Simulations* (New York: Semiotext(e), 1983). Jean Baudrillard, *In the Shadow of the Silent Majorities* (New York: Semiotext(e), 1983).

<sup>44</sup> Jean Baudrillard 著，林志明譯，《物體系》(Le Système des Objets) (臺北：麥田出版社，2018)，頁 336。

以上歸結言之，就是兩個基本問題：消費過程是物質形態的使用與意義的詮釋並進，在物質性和意義性兩個向度整合過程，消費者之於物或物之於符號是一種怎樣的關係？消費者如何進行意義詮釋？布希亞自有其看法，但他討論的大多是文化性人為之物，不知是否也適用於本文主題。<sup>45</sup>

## （二）本文課題

從符號學觀點看問題，筆者發現有三個值得探討的面向。首先是符號指涉的對象 (object)，日本國內送來活牛待宰，出現真假牛的問題；牛本身無所謂真假，是符號運作產生真假值。神戶牛肉在臺灣大多是冒牌貨，廣告卻有能力讓人跟著它的預期走，何以然？這是第一個問題。其次，關於神戶牛的定義，符號的使用雖是約定俗成，但意指作用 (signification) 在文化脈絡或特定時空環境裡運作，可能改變原來的概念。「神戶牛」最初是如何被定義的，後來是否有所改變？必須溯及產地原鄉去追究。最後，與詮釋項的動因有關，神戶牛和內地牛在臺灣格外珍貴，主要理由是臺灣牛肉難以下嚥，1930 年代本地業者的培育技術進步，符號對立項的臺灣牛進入肉用牛的符號系統裡，符號與符號之間關係值得玩味。

根據上述，筆者展開以下三方面的討論：（1）考察廣告如何透過視覺符號建立指涉物的意象。「神戶牛」被塑造成豐滿、壯碩的形象，但消費者揭發不實內容，針對的不是意象，而是指涉物的實體來源。筆者先解讀業者的符號操作，再分析消費者的回應。（2）關於符號與指涉物的關係，符號學的觀點提醒我們能指與所指的結合相當複雜，本文先釐清「神戶牛」最初的定義，再考察往後脈絡意義上的變化，從中探討「神戶牛肉」始終受歡迎的原因。（3）對內地人而言臺灣黃牛肉是重要的食材，在美味的意義上卻是神戶牛肉和內地牛肉的對比項；認同與需求之間存在落差，但兩種符號也因此發生關聯。本文將討論其間的關聯性，以及前者進入後者符號系統中在 1930 年代以後的變化。

以上涉及背景追溯，無法截然區分為三階段，但論述確實是在時間軸上進行。主要材料來自《臺灣日日新報》、《東京朝日新聞》、《臺灣農友會會報》及國立

---

<sup>45</sup> 根據布希亞之說，物是一個顯現社會意指、社會及文化等級的承載者，雖然建構了符碼，人們卻依照對自己最有利的方式使用它，並保有對它的強制性和差異性；參見 Jean Baudrillard 著，夏瑩譯，《符號政治經濟學批判》，頁 12-13。

臺灣圖書館典藏的日治時期圖書和期刊影像資料等，其中包括新聞報導、畜產專家的建議、社交場所的資訊交流，這些共同構成內地人眼中開明飲食的知識。<sup>46</sup> 本文考察的時間下限是昭和十二年（1937），該年中日戰爭爆發，海外進口日本的牛肉數量銳減，牛和牛肉都成了軍需資源，這一年起大眾消費被迫進入一個新階段。<sup>47</sup>

## 貳、牛的符號、意象與消費者反應

### 一、《臺灣日日新報》所見（1899-1910 年代）

#### （一）圖像再現的「神戶牛」

廣告圖像如何再現物品的形象？巴特指出：意象的構成是一組意義指涉的複合物，廣告具預設意義的功能，會透過意象的指涉物遙控讀者趨向預先選好的意義。<sup>48</sup> 布希亞則認為廣告符號抽離於客體，被用來操控聯想關係，商品因此能隨意加上任何文化連結與幻想，廣告尤其使之附上浪漫、新奇、美麗、滿足、自主的意象。<sup>49</sup> 凡此，說明廣告圖像是一種符號操作，藉著視覺形象建構業者想要的事實。<sup>50</sup>

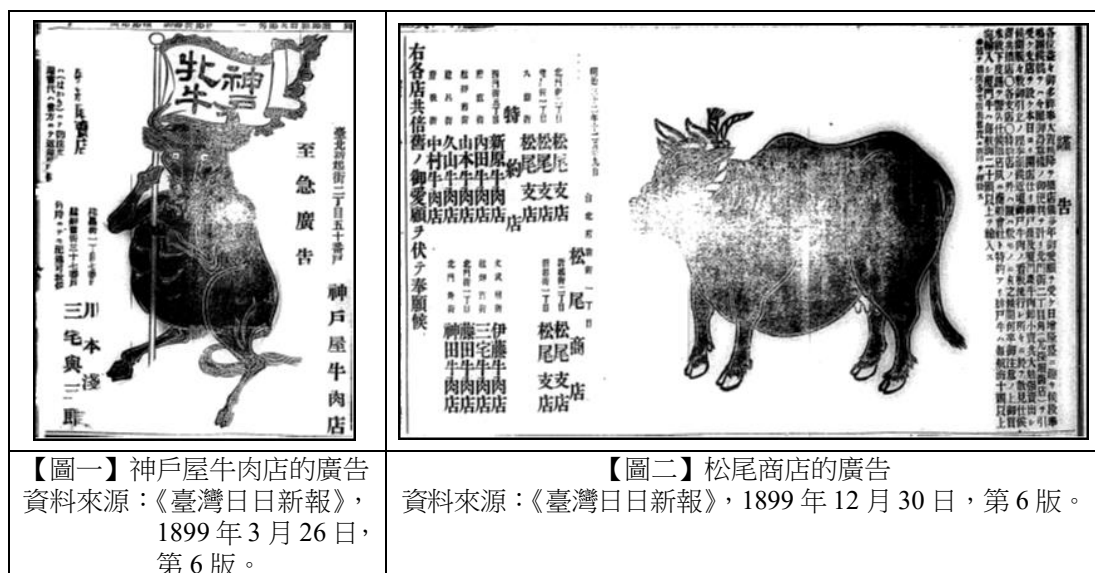
<sup>46</sup> 關於「開明的飲食」，參見 Emma Spary, *Eating the Enlightenment: Food and the Sciences in Paris, 1670-1760* (Chicago: University of Chicago Press, 2012). 該書末章介紹參與十八世紀巴黎食品和飲料的生產人和消費者，以及自覺地提及他們的方法新穎性或實踐啟蒙作用的人，都在開明的飲食史中佔有一席之地，包括醫生、藥劑師、化學家、廚師和咖啡館老闆等都在為新的飲食知識和知識生產模式建立權威。

<sup>47</sup> 按：中日開戰後向來遭日人歧視的水牛成為軍需物資。1938 年林獻堂日記出現牛肉罐頭的記錄，提及他聽友人談論州廳命令霧峰庄每月殺牛二十隻，目的是做牛肉罐頭，如果持續一年，耕牛都要被殺光了，農民不知如何耕作云云。1938 年也是臺灣史上屠宰水牛最多的一年，各地街庄都有水牛的獻納，對照林獻堂日記所述，可知是官方勸誘下半強迫性的捐獻。同年 7 月 14 日，臺灣總督府發布「皮革配給統制規則」，因為日本皮革資源缺乏，軍部要求臺灣總督府儘量提供皮革資源，該規則明定所有家畜的皮肉都投入軍需，牛肉的生產和消費現象迥異於前；以上參見林獻堂著，許雪姬主編，《灌園先生日記（十）》（臺北：中央研究院近代史研究所，2010），頁 108；〈臺灣總督府府報第 3331 號〉，《臺灣總督府府報》，1938 年 7 月 14 日，頁 45；〈奉公牛獻納 新店庄で舉式〉，《臺灣日日新報》，1938 年 1 月 26 日，第 5 版；〈臺灣軍司令部田垣獸醫部長（談）〉〈牛を馬に 本島農民は覺醒せよ 員林の馬事施設を見て普及を望む〉，《臺灣日日新報》，1938 年 1 月 27 日，第 2 版。

<sup>48</sup> 巴特認為廣告要發揮效果在於能指與所指的連結，連結固定而少分歧，且傳達設計者的意義指涉，即可收廣告之效；Roland Barthes, Stephen Heath trans., *Image, Music, Text* (New York: Hill and Wang, 1977), pp. 39-40, 45-51.

<sup>49</sup> 引自 Mike Featherstone 著，趙偉紋譯，《消費文化與後現代主義》（*Consumer Culture and Postmodernism*）（永和：韋伯文化，2009），頁 21-22。

<sup>50</sup> 這方面國內廣告學及文化史的研究，參見孫秀蕙、陳儀芬，〈被框架的女性意象：上海月份牌廣告化的圖像分析〉，《廣告學研究》，第 34 期（2008），頁 25-63；吳方正，〈二十世紀初中國醫療廣告與身體描



【圖一】神戸屋牛肉店的廣告  
資料來源：《臺灣日日新報》，  
1899年3月26日，  
第6版。

【圖二】松尾商店的廣告  
資料來源：《臺灣日日新報》，1899年12月30日，第6版。

以上圖一和圖二取自《臺灣日日新報》的廣告欄，該報牛肉廣告大多以「神戸牛肉」為主角，少數是「內地牛肉」。廣告中牛的意象皆以「神戸牝牛」呈現，前者有擬人化的動作，後者未標明是牝牛，但乳頭清楚顯示牠的性別。兩張都屬於皮爾斯所說的肖像性符號 (iconic sign)，此類符號特色在於讓人將符號內容看作是它的實際表達。<sup>54</sup> 以「牝牛」來表達牛肉的特質，符號運作有兩個層次：先是形式與最初的意義結合，指向豐滿碩壯的牛隻；再經聯想指向肥嫩美味的牛肉，這是符號意義的延伸和擴展。「神戸牝牛」扮演碩壯、豐滿、健康的牛角色，商品世界需要這種能喚起聯想力的牛。

以上兩則都是圖像為主，文字為輔。圖像有視覺配置的問題，以牛為中心配置

繪》，《藝術學研究》，第4期（2009），頁87-151。另外，瞭解日治時期臺灣報紙的廣告發展及其視覺表現，參見姚村雄、陳俊宏、邱上嘉、余佩君，〈日治時期「仁丹」藥品報紙廣告設計比較研究——以臺灣、日本、中國三地為例〉，《科技學刊》，第17卷人文社會類第1期（2008），頁59-72；孫秀蕙、陳儀芬，〈「女性美」論述之建構：以《臺灣日日新報》化妝品廣告為例〉，《廣告學研究》，第40期（2013），頁109-147；陳燕蓉，〈日治時期廣告中的女性圖像分析——以《臺灣日日新報》為分析場域〉（國立政治大學廣告研究所碩士論文，2010）；俞佩君，〈日治「皇民化運動」時期（1937-1945）臺灣報紙廣告之戰爭風格設計研究〉（國立臺中技術學院商業設計研究所碩士論文，2008）。

<sup>54</sup> 參見 Charles Sanders Peirce, Nathan Houser, and Christian J.W. Kloesel, eds., *Selected Philosophical Writings (1867-1893)*, Vol. 1 of *The Essential Peirce* (Indiana: Indiana University Press, 1992), pp. 226-228. 又，關於圖像符號的研究發展參見孫秀蕙、陳儀芬，〈被框架的女性意象：上海月份牌廣告化的圖像分析〉，頁27-29。

在正中央，圖、文分別訴諸於視覺感官和閱讀理解。業者的名稱或文案說明置於兩側，產生意義的圖像放正中央，顯示「牛」是視覺焦點也是最大的賣點。將牛的豐滿形象放大到極限，等於暗示消費者這樣的牛才能產出美味的牛肉，想大快朵頤應立刻採取行動。廣告圖像建構商品形象，傳達「神戶牝牛」的魅力，也傳播牛肉要肥嫩、柔軟、多汁才美味的觀念。

雖然符號世界的意象十分動人，但真實性如何又是問題。有養牛經驗的農民們都很清楚勞動型家畜不可能太豐滿，待宰的牛更不可能是精神奕奕、充滿活動力。醫學博士山崎蒞在《刀圭餘錄》一書提到神戶牛，他說：

四處可見鋤燒屋的看板，業者以為只要掛上神戶牛的招牌，就能吸引顧客上門，因為多脂肪、肉質柔軟，讓人以為是小牛的肉。神戶是大都會兼開港場，畜牧業理應不發達，但是附近鄉間有很多不堪使役的老牛，眼尖的商人於是加以蒐集並廢物利用。將形銷骨立的老牛關在昏暗屋內，餵食優良飼料卻不讓牠們活動，以致吸收的營養遠比排泄出來的多。就像人類一樣，牛累積過多脂肪而肥胖，容易疲勞稍動就喘不過氣，行動緩慢，頭腦不靈光，神經末梢浮腫，動脈硬化，腎臟萎縮，甚至出現糖尿病。從外表其癡肥福態看來，神戶牛的體型一點都不值得欽羨。<sup>55</sup>

以上可知改變牛的用途伴隨著更改飼養方法，能讓不堪使役的老廢牛從形銷骨立的狀態迅即變成生產軟嫩多汁肉品的肉牛，原來秘訣在此。山崎蒞批評吃太多的兒童就像餵食神戶牛，愛之適足以害之。<sup>56</sup> 讓肥育牛的體重在短期內迅速攀升，引來各種慢性病上身，人們以為吃了高級牛肉，其實只是滿足口腹之欲。肥育造就人與家畜共同的不幸，而今日仍然存在這種育牛方式。<sup>57</sup>

以上引文提到肥育期間禁止牛活動，筆者查閱 1920 年代日本的雜誌《農業世

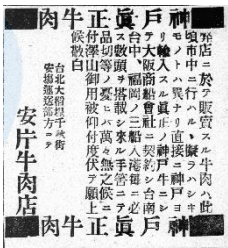
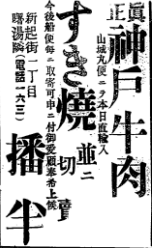
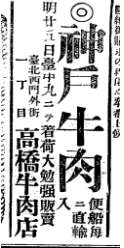


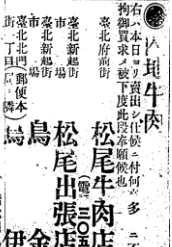
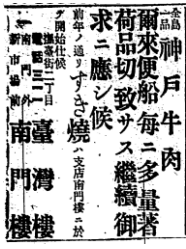
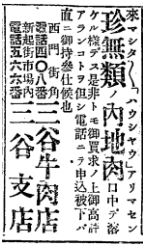

<sup>55</sup> 山崎蒞，〈神戶牛〉，《刀圭餘錄》，頁 41-44，日治時期圖書影像系統（[http://stfb.ntl.edu.tw/cgi-bin/gsw/eb.cgi/ccd=1VVohQ/brwfull?filename=ENDcINPG%60LIL%8A%96%8A%93O%5BcD%5D%95%9EK%9E%86%92uW%60bYdGGdIJUKN%89%93KR%5CPE%86T%94%90%8E&dbid=%88%98%84%85M%5DER\\_%9B%9CE%9C%88%8CsY%5E%60W%82EE%82K%5C%5BE](http://stfb.ntl.edu.tw/cgi-bin/gsw/eb.cgi/ccd=1VVohQ/brwfull?filename=ENDcINPG%60LIL%8A%96%8A%93O%5BcD%5D%95%9EK%9E%86%92uW%60bYdGGdIJUKN%89%93KR%5CPE%86T%94%90%8E&dbid=%88%98%84%85M%5DER_%9B%9CE%9C%88%8CsY%5E%60W%82EE%82K%5C%5BE)），最後檢索日期：2020.4.30。

<sup>56</sup> 石川真澄，〈與太・洒落（漫談）〉，《社會事業の友》，第 8 期（1929），頁 62。

<sup>57</sup> 按：環境倫理學者譴責高級餐廳供應小牛肉（veal），其生產方式是狹隘的畜養環境及不適當的餵食，小牛終其一生待在黑暗的牛欄中，只為滿足饕客的偏好；參見 Holmes Rolston III, *Environmental Ethics: Duties to and Values in the Natural World* (Philadelphia: Temple University, 1988), p. 308.

界》，其中一篇文章寫道：「肥育是在昏暗房間進行，除了運動或勞役之外盡可能使其安靜休息。期限長短因地而異，大抵三、四個月或數週，廄舍鋪上稻草避免日曬」。<sup>58</sup> 可知將牛舍緊閉與外界隔離，這種不人道的措施是後來出現的，目的是迅速增肥，卻演成變本加厲。下文提到朝鮮牛受日本業者的重視，據說除了售價比和牛便宜，肥育性也是原因，肥育後的牛其肉量比和牛更多。<sup>59</sup>

## (二) 廣告文案的分析

 <p>1899年12月23日，第6版。</p>	 <p>1903年11月26日，第6版。</p>	 <p>1903年12月24日，第6版。</p>
 <p>1907年12月8日，第6版。</p>	 <p>1909年12月4日，第6版。</p>	 <p>1909年12月11日，第6版。</p>
 <p>1909年12月16日，第6版。</p>	 <p>1910年12月4日，第8版。</p>	 <p>1913年12月26日，第8版。</p>

【圖三】只有文案的牛肉廣告  
資料來源：《臺灣日日新報》廣告欄

<sup>58</sup> 不著撰者，〈耕作作用の牛に就て〉，《農業世界》，第19卷第11期（1924），頁207。

<sup>59</sup> 芝田清吾，《畜産学講義》（出版地不詳，1929），頁147-148。

以上摘自明治三十二至大正二年（1899-1913）的《臺灣日日新報》，其中七則推銷神戶牛肉，兩則是內地牛肉。歸納其中的語意有兩個重點，一是神戶牛肉（或內地牛肉）送達，另一是本店提供真正的神戶牛肉。廣告圖案傳達牛的意象，文案則強調數量有限機會難得，讓消費者感覺跟內地一樣，在臺灣也能吃到高檔美味的牛肉。

《臺灣日日新報》的牛肉廣告有視覺表現者很少，文案設計也很簡單，相同情形見於《臺南新報》。為何內容簡化到連料理方式和吃的程序都省略的地步？按理說，「神戶牛肉」作為和洋折衷料理之高級食材的代表，被賦予美味、高級、稀有之意，如圖三下欄的「珍無類」，意指無比珍貴的肉類。這些意涵有很大的表述空間，但較之於其他產品的廣告，牛肉廣告修辭極簡化。其他藥品、食品、化妝品、殺蟲劑等的廣告，表意過程都有一套繁複的程序，或具現代性意涵的呈現手法，相對於此，牛肉廣告可謂乏善可陳，1920年代以後也一樣。對都市居民而言，乳肉的重要性有增無減，然而，對產品的倚賴度與廣告內容的繁簡程度不成比例。

圖三最後一則只有四個字：「神戶牛著」（按：日文「著」是送達之意）。為何極簡到只存片言隻字的地步？或許節省廣告費用是主要的考量，但如果不是神戶牛肉具相當的知名度，這樣的通告並無意義。此外，高價品如果沒人有意願消費，業者勢必得花更大的力氣、設計更多台詞進行說服。如果這些都不必，表示「集體的欲望」<sup>60</sup>早已存在，業者只要輕點即可。布希亞認為廣告內容暗藏對集體欲望的推定與操作，他說：「廣告是冷漠的活躍，它不向任何人示意。當廣告功能由促銷發展為『匿名的說服』時，其目標是引導性的消費。相對於用命令式的語句促請消費，直陳式語句是簡潔陳述而反覆進行的，在那裡我們的心理被一個善意施予的體制和形象所貫注。」<sup>61</sup> 換言之，廣告的行銷策略看似平淡無奇，或文案平鋪直敘，實則早將創造的價值當成既定價值傳給了消費者。

<sup>60</sup> 按：布希亞認為欲望會受到集體指標的影響，廣告最常用的手段便是勾起集體的欲望，它運用集體的形及意識在此一集體上的凝結作用，進行對個人需要的控制，透過對集體的推斷去擦撥欲望。這種利用群體面向進行促銷，好像在與一個人溝通，假裝在產品基礎上建立人們之間的連帶團結，但透過購買和使用又將人帶回他的個人世界；參見 Jean Baudrillard 著，林志明譯，《物體系》，頁 312-314。

<sup>61</sup> Jean Baudrillard 著，林志明譯，《物體系》，頁 291-294；Jean Baudrillard 著，車槿山譯，《象徵交換與死亡》（*L'Échange symbolique et la mort*）（南京：譯林出版社，2009），頁 104。



## 二、消費者的回應

### （一）不實的廣告與牛肉商

十九、二十世紀之交有此廣告術，令人懷疑：這些牛肉商是何許人、有怎樣的商業頭腦？以圖二和圖三之松尾商店為例，該店創辦人松尾熊吉於軍政時期渡臺（1895.6.17-1896.3.31），最初在大倉組擔任炊事，受臺灣支社長賀田金三郎（1857-1922）的勸說投入宰牛業，不過幾年時間，在臺北、基隆、淡水、水返腳（今汐止一帶）等擁有十四家支店，屠牛所三處，雇員數十人，每日宰牛供軍隊食用。<sup>62</sup> 聲勢如日中天時，松尾被推崇為內地人創業者的典範，<sup>63</sup>《臺灣日日新報》刊登牛肉廣告最頻繁的是他，不實交易屢次被揭發的也是他。

臺北牛肉生意競爭激烈，造成短期內商家起落，明治三十二年（1899）《東京朝日新聞》就曾報導此事，而歇業商家販賣的正是神戶牛肉。<sup>64</sup> 大稻埕千秋街的安片牛肉店宣稱：「本地屢屢宣傳販售神戶牛，其實是廣島或沖繩所產，只有本店如假包換賣真正來自神戶的神戶牛」。<sup>65</sup> 何謂真正的神戶牛肉？1911年《臺灣日日新報》一則報導如下：

臺北牛肉店招牌標示賣內地牛者，其實都是賣沖繩牛，沖繩牛的價錢比內地牛低一些，這些畜牛移入神戶後冒稱神戶牛肉。沖繩以牝牛切其筋而飼養，松尾牛肉店歷年來皆訂購此牛，數日前被查知，當局議令其去內地牛之名，據實改稱沖繩牛。<sup>66</sup>

廣告標榜的「神戶牝牛」是經特殊處理的沖繩牝牛。沖繩牛的產地不只一處，如八重山、宮古、那霸等地都是。<sup>67</sup> 八重山群島距離臺灣最近，日治初期大阪商船會社的沖繩航路延長到臺灣，途中行經八重山島，其後政府又規劃新路線，從大阪、鹿

<sup>62</sup> 〈花山帳 臺灣名物〉，《臺灣商報》，1900年10月1日，第5版；〈萬覺帳 商家廻り〉，《臺灣商報》，1900年12月18日，第3版。

<sup>63</sup> 〈有耶無耶〉，《臺灣日日新報》，1903年7月3日，第2版。

<sup>64</sup> 〈台灣土產（11）〉，《東京朝日新聞》，1899年11月30日，第7版。

<sup>65</sup> 〈安片牛肉店販賣の神戶牛〉，《臺灣日日新報》，1899年12月20日，第5版。

<sup>66</sup> 〈沖繩牛肉〉，《臺灣日日新報》，1911年10月30日，第3版。

<sup>67</sup> 平野師應，〈內地本島間の定期船に冷蔵庫を設くべし〉，《財海》，第34期（1909），頁58-59；〈昨年牛羊移入數〉，《臺灣日日新報》，1910年1月25日，第3版。

兒島、沖繩，經八重山到基隆，每月都有汽船直航。<sup>68</sup> 八重山牛被當作為內地牛，來臺後大受歡迎，不過，內地人最渴望的仍是吃到神戶牛肉。<sup>69</sup>

松尾商店曾有多次被揭發的記錄，但未就此一蹶不振，可能與店主人脈及其多角經營的方式有關。松尾曾是基隆守備隊的牛肉供應商，1900 年因交易不實被解約。當時基隆業者們常將水牛肉詐稱是黃牛肉，以高於市價的價格販售，該地辨務署警察獸醫進行檢查，發現除松尾商店之外，所賣皆水牛肉，守備隊於是跟該店訂約，要求以黃牛肉交貨。不久，守備隊卻發現松尾違約，交貨的黃牛肉大部分以水牛肉冒充，於是與之解約，命令非牛肉商的柴田經三郎接手，結果柴田貨源不足，又向松尾採購。東窗事發後，柴田只好以附帶牛蹄的方式，證明供應商品真是黃牛肉，採購自他處未蓋印的牛肉則請求基隆廳暫時通融。<sup>70</sup>

明治三十六年（1903）底松尾商店又發生不名譽事件。該店聲稱取得內地牛將就地宰殺，有心人士向日本郵船會社出張所打聽，發現那是臺灣總督府買入的種牛，根本不是食用牛。再翻閱大阪商船會社支店的輸入目錄，也證明是沖繩出的貨在基隆上岸，由收貨人森山敬次收取八頭牛轉交該地支店。警務課傳喚調查，證實該年 11 月 23 日在基隆屠宰的是沖繩牛。<sup>71</sup>《臺灣日日新報》於 12 月 26 日揭發此事，翌日松尾立即登報辯稱：「歷來各地產的牛都是先送神戶，再出口轉送其他地方；本店進口的那霸牛肉質良好，屬於英國種的牛，與沖繩的在地牛完全不同。」<sup>72</sup>

明治四十二年（1909）臺北開店的內地人業者僅剩松尾一家，松尾仍繼續軍方牛肉的特權生意。明治四十四年（1911）該店以沖繩牛充作內地牛，重蹈覆轍之事又被舉發；<sup>73</sup>同年年底，松尾店登報宣傳取得純粹的神戶牛，12 月 12 日起開業販賣鋤燒。<sup>74</sup> 大正二年（1913）該店進行改建，先移到西門街原來三谷牛肉店（圖三

<sup>68</sup> 〈大阪商船会社の航路拡張〉，《大阪朝日新聞》，1895 年 7 月 4 日，第 1 版；〈台湾航路と商船会社〉，《東京朝日新聞》，1896 年 7 月 16 日，第 1 版。

<sup>69</sup> 平野師應，〈内地本島間の定期船に冷蔵庫を設くべし〉，頁 58-59。

<sup>70</sup> 〈基隆の牛肉〉，《臺灣日日新報》，1901 年 7 月 27 日，第 4 版；〈基隆の牛肉〉，《臺灣日日新報》，1901 年 10 月 11 日，第 4 版；〈基隆守備隊の牛肉〉，《臺灣日日新報》，1902 年 10 月 31 日，第 4 版。

<sup>71</sup> 〈内地牛と稱するは琉球牛〉，《臺灣日日新報》，1903 年 11 月 26 日，第 5 版。

<sup>72</sup> 〈訂正申込〉，《臺灣日日新報》，1903 年 11 月 27 日，第 5 版。

<sup>73</sup> 〈沖繩牛肉〉，1911 年 10 月 30 日，第 3 版。

<sup>74</sup> 〈神戸牛鋤焼〉，《臺灣日日新報》，1911 年 12 月 12 日，第 7 版。

廣告主之一)的舊址營業,並接受內地牛的訂單。<sup>75</sup> 松尾沒有被勒令停業,當局的監督也未發揮作用。<sup>76</sup>

## (二) 知情者的態度

對內地人而言,用沖繩牛作替代品已經很過分,更不可原諒的是以「神戶牛送達」的看板賣臺灣牛肉。<sup>77</sup> 以上不實交易,知情的消費者有幾種反應,第一種是暴怒斥責。明治四十四年(1911)《臺灣日日新報》一篇名為「不都合な(按:不檢點、不知反省之意)獸肉店」的報導說:

天氣變涼,人的食慾胃口也變好,市內各地的牛肉店充滿活力,上個月起到處可見賣內地牛的看板,消費者準備掏腰包大快朵頤,市內各處賣肉店都販售百目四十錢的牛肉,幾天內似乎可滿足消費者的需求。不過,不待精打細算,大家都心知肚明,打出內地牛的廣告,賣的也是內地牛的價錢,其實什麼都沒有,空穴來風的手法真是「不都合千萬」,奇怪至極到令人怒吼的地步。商家們將極上等的黃牛當成內地牛賣,如果是內地送來的雜種牛或其與黃牛交配的雜種都還好,就是不該瞞著消費者將黃牛偽裝成內地牛。<sup>78</sup>

撰文者以斥責的方式表達不滿,也道出他心中的牛肉等級,依序為內地牛、內地雜種牛、黃牛與內地牛的雜種牛、臺灣黃牛。排名殿後的是臺灣黃牛肉,下文會提到這也是內地人最常吃到的牛肉。

以上引文包含第二種反應,即心知肚明卻裝若無其事,消費者大多抱持此種態度。第三種是勉為其難地接受,但明言要業者改善。明治四十一年(1908)一位署名秋水者投書談吃牛肉的經驗,他說:

<sup>75</sup> 〈松尾牛肉店開業〉,《臺灣日日新報》,1913年12月2日,第7版。

<sup>76</sup> 按:不只是商業廣告,官方檢印也是倚賴符號在運作。官方的肉品檢印雖然形式不盡相同,大體上水牛肉用□形,馬肉△形,黃牛、臺東牛和內地牛肉都是○,因為內地牛肉和黃牛肉同樣都是圓形印,消費者很難加以區辨,所以有出現一頭內地牛就有二、三頭的「蔭武者」(按:替身之意,或作「影武者」,武家政權時代上級武士常以替身混淆敵方耳目)跟隨的說法;以上參見〈牛肉を食ふ人への注意〉,《臺灣日日新報》,1905年11月28日,第5版。

<sup>77</sup> 〈十把一束〉,《臺灣日日新報》,1909年12月12日,第7版;〈十把一束〉,《臺灣日日新報》,1909年12月30日,第3版。

<sup>78</sup> 〈不都合な獸肉店 內地牛の屠殺僅かに二頭のみ羊頭を掲げて狗肉を賣る〉,《臺灣日日新報》,1911年10月13日,第7版。

來臺之前就聽說臺灣的西洋料理很難吃，等吃到像草鞋（按：原文是雪駄）竹皮般的牛肉才真正不敢領教。所以聽聞有內地來的美味牛肉，就迫不及待想買來飽餐一頓，畢竟這是偶爾才有，一般家庭要買到內地牛肉實在很困難。要臺灣進行牛的改良很困難嗎？因副熱帶的關係，無法培育出內地牛那樣多脂肪的牛肉，而且，臺灣牛都是肩峰牛，屬於半野性的獸類，只能在熱帶生育繁殖，遍布華南、印尼、印度、波斯等地。很難在此地培養食用牛，即使飼養也要相當的成本，根本不划算，不如宰殺幼牛，黃牛的幼年一頭一百、二百圓，這也是無可奈何的事。<sup>79</sup>

建議屠宰牛犢彌補臺灣養不出肉牛的缺憾，從市場需求可能左右生產方式的角度來看，為了迎合內地人的口味，臺灣方面確實有業者如此。例如，臺中廳居民原本不習慣養黃牛，但黃牛肉有較高的市場接受度，1900 年代中期該地有人開始養黃牛當食用牛，若無老黃牛，則改宰幼牛。<sup>80</sup>

再看署名 SM 生者投書《臺灣農友會會報》（1907）談內地牛肉和臺灣牛肉的關係，該文討論較有深度，但傳達的仍是典型的訊息。作者說：

我非常喜愛牛肉……渡臺已兩年，無論如何都感受不到內地那樣的美味。這不單單是我，來臺的內地人都異口同聲這樣說，這裡根本沒有說不上不好吃的牛肉（按：沒有差強人意可勉強入口的牛肉，就是全部牛肉都很難吃）。另一方面，從販賣者角度來看，為了維持肉價和擴張銷路，不論產地何處只要冠上「內地」二字，大書一番掛在店頭看板上，外型彷彿就是內地的神戶牛看板。臺灣牛肉真的不美味嗎？如果有人這樣想，一定不同意冠上「內地」二字就會改變味道，不美味的話到哪裡都是不美味。所有人都說臺灣牛肉不好吃，原因為何？大部分人的說法是肉質堅硬、口感不佳，不論是否事實，至少給人這樣的感覺。我去查了明治三十六年民政部發刊的統計書，臺灣全島水牛數是 202,528，黃牛數是 83,963，這一年水牛宰了 7,616 頭，黃牛宰 3,044 頭，佔屠宰牛的大多數。內地人的人數雖然很少，光是臺北就有上萬名，一年只七頭內地牛能滿足他們的口腹之慾嗎？這是不言而喻的，從而推知店面掛內地牛肉的看板根本是詭詐。

<sup>79</sup> 秋水，〈臺灣の牛肉〉，《臺灣日日新報》，1908 年 10 月 11 日，第 5 版。

<sup>80</sup> 〈牛肉騰貴と黃牛缺乏〉，《臺灣日日新報》，1905 年 9 月 3 日，第 4 版。

令人不可思議者，有時臺灣產的牛肉會化為內地所產，這表示具內地牛肉的美味，如果有人受看板的誘惑，認為牛肉味道有了變化，又將臺灣產牛肉一概視為不美味加以輕蔑，並無法讓人信服。但是猶如曾經提過的，本島牛肉堅硬難嚼也是不爭的事實，內地人稱為不美味並非誣言，我們應該研究不美味的理由何在並加以改良……這是當下吾人對新領土的義務之一。<sup>81</sup>

作者同意「臺灣牛肉」不美味之說，強調內地人只認同「內地牛肉」，不過，他也承認此說存在問題。證據為消費人口和牛肉產量的比例相差懸殊，表示內地人都吃內地牛肉並非事實，另一方面，因看板掛名之故，一向遭內地人鄙視的臺產牛肉在「內地牛肉」的名義下竟然變得美味了。

何以掛羊頭賣狗肉，將臺灣牛肉當成「內地牛肉」販賣，招牌之下消費者心中可以產生相應的意涵？原因無他，即主觀印象經由詮釋成為被客觀化的事實，這是一種符號操作而消費者也買單。文章最後提到飼養問題，以肉的品質與飼養方法、宰殺時期和飼料有密切關係，作者稱：「臺灣牛如果能像神戶牛那樣，不要耽誤屠宰時間，仔細留意肥育方法，必定不會像今日這樣惹來諸多惡評」，<sup>82</sup>SM 生試圖為臺灣牛肉找出路，也暗示「內地牛肉」和「臺灣牛肉」分別居於消費光譜的兩端。

### （三）心態分析：默認事實或容許掉包？

神戶牛肉在日本屬於上等牛肉，在臺灣更是物以稀為貴。1900 年代後期日本國內牛肉的行情一斤平均四、五十至六、七十錢，臺灣的神戶牛肉為百目（按：舊制一百六十目為一斤，百目為 0.625 斤）四十五至五十錢，而豬肉與黃牛肉皆二十錢，水牛肉只有十錢。1913 年北門街的鳥伊牛肉店與郵船會社特別約定，每次備後丸、信濃丸入港會帶來但馬產的神戶牛，宰殺後零售價特等肉是百目六十錢，上等肉五十錢。<sup>83</sup> 價格通常反映品質，人們也習慣以價格來衡量價值，這正是上述第一類消費者不滿之因。

<sup>81</sup> SM 生，〈論說〉，《臺灣農友會會報》，第 10 號（1907），頁 1-2。

<sup>82</sup> SM 生，〈論說〉，頁 2。

<sup>83</sup> 〈安価なる生肉十萬斤の輸入 牛肉一斤の価二十七八銭 暴利を貪らん会社の魂胆〉，《東京朝日新聞》，1908 年 11 月 13 日，第 6 版；〈肉類は持合〉，《臺灣日日新報》，1910 年 1 月 11 日，第 3 版；〈肉類は區區〉，《臺灣日日新報》，1910 年 1 月 25 日，第 3 版；〈鳥伊の神戸牛〉，《臺灣日日新報》，1912 年 10 月 19 日，第 7 版。

然而，為何多數人「心知肚明」卻能若無其事？筆者歸納出三點可能的因素。其一是美味沒有一定的標準，內地人大多認為「和、洋牛肉比黃牛肉好，黃牛肉比水牛肉好」，<sup>84</sup>卻是毫無根據的論述。1904年專賣局調查報告對牛肉成分進行分析，比較臺灣的黃牛與內地牛，發現前者脂肪含量低於內地的「過饒脂牯牛」，脂肪最多的頸肉接近內地「饒脂牯牛」脂肪最多的腹肉，頸肉的脂肪含量只比「中脂牯牛」的腰肉低一些。<sup>85</sup> 臺灣無法產出美味牛肉只是內地人主觀印象，並無判別的根據。

其二是廣告的號召力。巴特認為廣告刺激購買慾且製造欲望。他指出，喝葡萄酒在法國被刻畫成健康的飲食習慣，這是資產階級的理想，資產階級社會係通過特定材料來維護他們的價值觀念。以飲料罐的圖像而言，這是個符號的能指，指向特定的所指即釀造的酒精飲料，資產階級將其導向另一個新的所指：健康、強健、輕鬆的體驗。<sup>86</sup> 此一手法與本文所見相似，「神戶牛肉」的本義取自神戶牛的食用肉，引申義成了美味、昂貴、稀有的牛肉。若吃高級牛肉是所有內地人的集體願望，業者方面絕對是樂見其成。

本文檢討日治初期的《臺灣日日新報》，發現廣告未必真能強化消費者的信心，<sup>87</sup>但平面媒體的報導、商家招牌、店面設計、店內氛圍、傳單的贈閱等構成龐大的廣告群，所激發的想像力超乎今人想像。亞當·史密斯（Adam Smith, 1723-1790）說：「我們吃的食物並不是出於肉販、啤酒釀造者和麵包師傅的仁慈，而是這些人對自身利益的考量，我們並非向著他們的人性面請求，而是朝著他們的自愛（self-love）來請求」。<sup>88</sup> 換言之，社會藉利己主義運作，生產者與消費者有時並非全然對立。廣告的視覺效果、食物品味及與同儕分享的情感都在牽引消費情緒，異地作客彼此

<sup>84</sup> 堀川安市，《臺灣博物提要（動物篇）》（臺北：新高堂，1922），頁17。

<sup>85</sup> 藤根吉春，《臺灣ノ牧牛》，頁68-70，日治時期圖書影像系統（[http://stfb.ntl.edu.tw/cgi-bin/gswweb.cgi/ccd=d5rOpq/brwfull?filename=ENR%5DOX%5D%5B%5EKT\\_J%88%98%84%85M%5DEDU%9D%96c%86%9E%9Am\\_HMK%7CQZItYZFRGaQIQYa%5C%A1M%9D%99%97&dbid=%88%98%84%85M%5DEDU%9D%96c%86%9E%9Am\\_HMK%7CQZItYZFR](http://stfb.ntl.edu.tw/cgi-bin/gswweb.cgi/ccd=d5rOpq/brwfull?filename=ENR%5DOX%5D%5B%5EKT_J%88%98%84%85M%5DEDU%9D%96c%86%9E%9Am_HMK%7CQZItYZFRGaQIQYa%5C%A1M%9D%99%97&dbid=%88%98%84%85M%5DEDU%9D%96c%86%9E%9Am_HMK%7CQZItYZFR)），最後檢索日期：2020.5.6。

<sup>86</sup> 羅蘭·巴特（Roland Barthes）著，許薔薔、許綺玲譯，《神話學》（*Mythologies*）（臺北：桂冠出版社，1997），頁67-70。

<sup>87</sup> 按：廣告內容強化消費者信心的例子也見於近代中國。Sherman Cochran（高家龍）著眼於醫學營銷，展示了中國人如何在中國和東南亞建立消費文化，通過廣告、照片和地圖的使用，中國企業家採用視覺形式開拓市場；詳見 Sherman Cochran, *Chinese Medicine Men: Consumer Culture in China and Southeast Asia* (Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 2006)。

<sup>88</sup> 引自 Alan Aldridge 著，劉耘安譯，《消費社會學的概念》（*Consumption*）（新北：韋伯文化，2012），頁21。

的認同感顯然超越了買到膺品時義憤填膺之感。

其三涉及意義的詮釋。布希亞並不認為廣告力量強大，不過消費者一旦進入消費領域就有可能失控。所謂「消費領域」，意指物品轉為消費商品被賦予意義價值的內涵領域，<sup>89</sup>布希亞提出聖誕老公公的邏輯加以解釋。他認為消費者不相信廣告卻在乎它，就像兒童們之於聖誕老公公的故事，不會去問他到底是否存在，也不會把他的存在和收到禮物畫上因果關係，但這是一則合理化的寓言，允許兒童保存幼兒期父母給予的神奇恩賜，神奇關係日後消失卻內化於心中。布希亞指出，廣告向我們說話，給我們東西看，照顧著我們。在所有臣服於販售和利潤的社會裡，廣告是唯一例外，能免費贈送和提供物品給人，透過巨大的關懷它去除我們內心的脆弱。<sup>90</sup>

本文無法證實內地人的消費心態是否源自幼兒情境，不過，能肯定廣告主將消費者驅入消費領域是成功的，成功之因在於消費者獲得他們想要的意義價值。意義對個人而言是私有與主觀的，當一群人在相互瞭解的基礎上共享他們對意義的認知時，此一意義的可通性被記號學者稱為「意義的相互主觀性」(intersubjectivity of meaning)。<sup>91</sup> 試想內地人抱持的消費心態，是否因與同儕分享食物而變得更美味？擁有「內地」之名的食物因在精神上與故鄉產生連結，即便明知消費物是假的，是否也因此逐漸變得真實起來？這一切可歸因於在「消費領域」裡產生相互認同的消費心態。

---

<sup>89</sup> 例如：洗衣機是洗衣的工具，卻被賦予追求舒適、優越等要素，物品與原先的功能或需求失去聯繫，變成進入變幻莫測的涵義範疇，這就是消費領域；參見 Jean Baudrillard 著，劉成富、全志鋼譯，《消費社會》(La société de consommation) (南京：南京大學出版社，2014)，頁 49-60。

<sup>90</sup> 根據布希亞之說，兒童相信聖誕老公公主要是經由這個形象可以得到父母的關心，以及設法使寓言成真。廣告原理與之相同，修辭性或告知性的論述是否有影響力關鍵在於隱藏其中保護和恩賞的主題。廣告幕後付出的心血是人的意識無法辨讀的記號，它表達某處存有一個體制，接受並告知他有關自己的欲望，廣告在他眼前為他合理化。以上引自 Jean Baudrillard 著，林志明譯，《物體系》，頁 294-300。

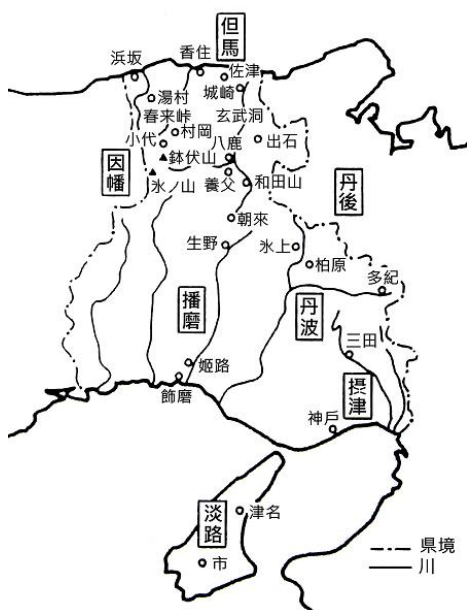
<sup>91</sup> 「意義的相互主觀性」或者直接叫做「意義的相互客觀性」(objectivity of meaning)；參見何秀煌，《記號學導論》(臺北：水牛出版社，1991)，頁 23、26。





入活牛，又因關西地區飼牛甚多，便委託家畜商蒐集關西方面的牛從神戶運到橫濱。外國人奔走相告，造成「神戶 beef」聲名遠揚。<sup>93</sup>

大約明治二十年（1887）前後，遠近馳名的神戶牛有固定的生產範圍，當時由山陽和山陰兩道所產，先送神戶市場再轉往牛肉消費的大本營東京市。根據明治末期農商務省的調查，三田牛、但馬牛、江州牛、伊予（伊豫）牛、長州牛、出雲牛、作州牛、神戶牛等都是著名的肉牛，其中推廣力最高的為神戶牛。神戶港所在的兵庫縣自古以牛的特產地而聞名，二十世紀初每年有八萬頭以上的輸出記錄。<sup>94</sup> 兵庫縣在近畿地方的西側，是該地最大面積的一縣，縣內自然和人文具多樣性，造就了縣民擁有各自的性格以及多樣化的歷史文化背景。<sup>95</sup>



【圖四】兵庫縣舊地名及其分布

資料來源：本間健彦等編，《日本食肉文化史》，頁 454。

兵庫縣哪裡生產「神戶牛」？筆者調閱明治年間的《東京朝日新聞》，發現至少有三種說法：（1）以三丹所產最佳，三丹是近畿地方北部，包括京都府北部（舊

<sup>93</sup> 兵庫縣農政環境部農林水產局畜產課編，《兵庫の和牛但馬牛》（東京：丸善ブラネット，2018），頁 7。

<sup>94</sup> 〈兵庫県の産牛改良〉，《東京朝日新聞》，1902 年 3 月 11 日，第 3 版。

<sup>95</sup> 按：該縣包括三道（山陽道、山陰道、南海道）、四海（日本海、播磨灘、大阪灣、紀伊水道）和舊制的五國（摂津、播磨、但馬、丹波、淡路），共同構成的行政區就是兵庫縣。

丹波國大部、舊丹後國）與兵庫縣北部（舊但馬國、舊丹波國一部份），在令制時代相當於丹波國、丹後國、但馬國，取其前頭文字而有「三丹」之稱。<sup>96</sup>（2）以但馬國美方郡所產最優良，但馬牛不但溫馴、耐勞，牛肉也很優質。<sup>97</sup>（3）以丹波牛最美味，產自播磨、攝津、丹波，讓神戶的外國人讚不絕口，且關西地方聞名的美味牛肉就是丹波牛所產。<sup>98</sup>（兵庫縣的舊地名參見圖四）

後來「神戶牛肉」的生產範圍擴大，脫離上述產地而朝中國地方、四國或九州方向擴散。<sup>99</sup>「神戶牛」符號的指涉對象變成一個更大的「類」，<sup>100</sup>一個具有相同性徵能產出美味牛肉的肉牛集合體。這是何時產生的現象？可能自始就是如此。當第一批「神戶牛」運到橫濱時，主要成員包括但馬牛、近江牛、伊勢牛等在內，當時的「神戶牛」已是一個「類」。<sup>101</sup>

明治三十五年（1902）《東京朝日新聞》一則記事指出：從來號稱的神戶牛以三丹所產為第一等，如今中國地方所產取而代之，其中鳥取、島根、岡山縣所產最優，廣島和山口縣所產稍差。<sup>102</sup>十年後又出現類似報導，明治四十五年（1912）《東京朝日新聞》報導稱：「日本固有的牛種居世界牛肉界之冠，其中以丹波牛最美味」，「農家通常是勞動之後再送屠宰場。近來牛肉騰貴係因供不應求，所謂神戶牛是攝津、丹波一帶產的牛，在供給不足情況下，近來四國產牛送神戶，當作神戶牛上市的很多，牛價暴漲也是這個緣故」。<sup>103</sup>看來「神戶牛」來自各地，市場需求越大，越是無法追究來源。

丹波牛產量逐年減少，仰賴四國或中國地方供給，但 1910 年代以後最大不同是開始從朝鮮北部輸入，朝鮮牛進入之後仍稱為「丹波牛」。所以，「丹波牛」也

<sup>96</sup> 〈中国の畜牛業〉，《東京朝日新聞》，1902 年 10 月 25 日，第 3 版。

<sup>97</sup> 〈日本の牛〉，《東京朝日新聞》，1901 年 8 月 3 日，第 3 版。

<sup>98</sup> 〈好い牛、甘い牛 我国に於ける牛の種類〉，《東京朝日新聞》，1912 年 6 月 8 日，第 5 版；〈牛肉が安くならう 値の安い朝鮮牛 市営の輸入計画〉，《東京朝日新聞》，1914 年 1 月 23 日，第 5 版。

<sup>99</sup> 按：兵庫縣原是「中國地方」六縣之一；參見山根甚行，〈中國地方に於ける改良和牛に就て(其の一)〉，《臺灣之畜産》，第 1 卷第 2 期（1933），頁 44。從古代京畿地區角度來看，「中國地方」位於「近國」與「遠國」的中間地帶，為本州西部的山陽道、山陰道兩地，包含兵庫縣、鳥取縣、島根縣、岡山縣、廣島縣、山口縣等六縣，後來兵庫縣劃歸近畿地區。

<sup>100</sup> 按：如果被指稱的事物是一群具有共同性質或性徵事物的集合，則稱之為「類」。類名有兩種用法，一為指稱某類其中的一分子，另一為包含那些份子的類的本身；參見何秀煌，《記號學導論》，頁 113、127。

<sup>101</sup> 本間健彦等編，《日本食肉文化史》，頁 221。

<sup>102</sup> 〈中国の畜牛業〉，1902 年 10 月 25 日，第 3 版。

<sup>103</sup> 〈好い牛、甘い牛 我国に於ける牛の種類〉，1912 年 6 月 8 日，第 5 版。

步上神戶牛の後塵，開始接受外地牛隻而成為一個「類」。為何業者看上朝鮮牛？據說當時朝鮮有一百五十萬頭牛，與日本不相上下，但日本人口較多，朝鮮的牛肉價格比較便宜，以致向日本輸入。<sup>104</sup> 1930 年代「但馬牛」在日人心中仍為產出最上等的牛肉的牛，曾經替代送出神戶牛的廣島縣也因此成為著名的牛肉產地。不過，廣島牛後來發展出兩種系統，一是近山陰地方的但馬系統，另一是愛媛縣的伊豫牛以廣島牛的名義送出。這些在東京稱為「本場牛」（按：原屬產地或本來產地的牛），皆屬於美味的關西牛。<sup>105</sup>

## 二、符號指涉範圍再擴大（1910-20 年代）

### （一）混入朝鮮牛和青島牛

「神戶牛」定義不明的現象持續到二戰之後，對「但馬牛」與「神戶牛」兩者做出區辨，已屬較為接近原點的討論方式。<sup>106</sup> 1970 年代有人批評不是但馬牛肉竟然能以「神戶牛肉」的名義賣出，對掛名「神戶牛肉」實則混了其他品質低劣的牛肉深不以為然，然而，關鍵的爭議仍是「神戶 beef 是怎樣定義的？」<sup>107</sup> 這些說明市場利益主導下的商品符號，與今日知名品牌相似又不相同；「神戶牛肉」是知名的產地品牌，卻有著產地不明的特徵。

臺灣的「神戶牛」或「神戶牛肉」到底產自何方？目前所見，官方資料缺乏明文記載。根據明治四十一年（1908）《臺灣日日新報》的報導，「神戶牛」只有十分之三是來自神戶。<sup>108</sup> 臺灣牛肉消費的大本營在臺北市，1920 年代該市進口的牛肉大多來自內地或廈門，內地牛有些是朝鮮牛混入，而中國的青島牛也因肉質優良，風味與神戶牛肉相似，被認為足以與內地所產相抗衡。<sup>109</sup> 以上兩者混入內地牛中，從日本轉送臺灣，進入臺北宰殺之後一律稱為「神戶牛肉」。<sup>110</sup>

<sup>104</sup> 〈牛肉が安くならう 値の安い朝鮮牛 市営の輸入計画〉，1914 年 1 月 23 日，第 5 版。

<sup>105</sup> 〈此処に日本牛あり 舌をとろかす脂肪の滋味〉，《東京朝日新聞》，1936 年 9 月 24 日，第 6 版。

<sup>106</sup> 按：農學博士芝田清吾的《畜産学講義》討論過這個問題，他指出：「但馬牛產在兵庫縣的但馬國，是日本牛中最有名的。頭小，四肢細長，步履輕快，容易肥育且肉質良好。但馬牛居日本和牛之冠，神戶牛雖為中國地方牛的總稱，也是因但馬牛的關係才聞名於世」；引自芝田清吾，《畜産学講義》，頁 145-146。

<sup>107</sup> 兵庫縣農政環境部農林水産局畜産課編，《兵庫の和牛但馬牛》，頁 7。

<sup>108</sup> 〈昨今の獸肉〉，《臺灣日日新報》，1908 年 11 月 14 日，第 5 版。

<sup>109</sup> 福井生，〈臺北市民の肉食と衛生〉，《臺北州時報》，第 2 卷第 9 期（1927），頁 45。

<sup>110</sup> 巖南翁，〈臺灣落穂集（一）〉，《畜牛》，第 294 期（1929），頁 61。

「神戶牛肉」出現在臺灣，來源包括朝鮮牛和青島牛在內，這說明制度未上軌道的時代業者自有其操作空間。日本畜產業者找上朝鮮牛的原因很多，包括日本國內的牛供不應求、替代品的價格較為低廉、戰爭因素導致牛肉需要量遽增等因。明治二十七年（1894）甲午戰爭爆發，明治三十七年（1904）又有日俄戰爭，日本政府為了維護軍隊伙食的安全性，減少對出征地食物的倚賴，同時也要對俘虜供給肉食，軍需牛肉大幅增加，民間只好改吃豬肉或馬肉。<sup>111</sup> 為了培育肉質性較高的牛，明治三十三年（1900）以來日本政府方針是交配改良以生產雜種牛。日俄戰爭時牛數遽減，牛肉騰貴情況下雜種牛的身價水漲船高，不過，雜種牛不符合農家需求，很快就人氣凋落。

大正年間朝鮮牛和青島牛大量進入，日本迎來高度倚賴外地產的牛和牛肉的時代。大正三年（1914）畜產和食肉業界開始積極尋求朝鮮牛移入日本的方案。大正五年（1916）七月農商務省修訂獸疫檢定規則，只要檢疫合格的牛隻皆可上陸，不再受限於指定的檢疫港，朝鮮牛移入日本的最大障礙消失。大正七年（1918）三月神戶市設立神戶汽船會社，專門運送北朝鮮的活牛、穀物、陶土至敦賀，每個月兩次。<sup>112</sup> 從大正年間到昭和初期，本來勞動為主的朝鮮牛大量移入日本，彌補日本國內牛肉資源之不足。

至於「青島牛」，名稱由來與「神戶牛」相似，原本產自中國山東，實則包含來自河南、山西、四川的牛，日人稱呼在青島完成檢疫的牛為「青島牛」，也算是中國牛的總稱。青島牛的特色是體格壯碩，牝牛甚至達六百至一千斤，雖然肉質風味比不上和牛，但優於朝鮮牛，因此上市以來人氣頗旺。青島牛肉最初於大正三年（1914）輸入福岡五十斤；翌年八月，日本向德國宣戰加入第一次世界大戰的戰局中，十一月攻佔青島，輸往日本的青島牛肉一舉擴至九萬三千多斤。大正八年（1919）日本免除生肉的進口稅，大正十三年（1924）進口牛肉高達 29,440,969 斤，其中七成就是青島牛肉。<sup>113</sup>

<sup>111</sup> 按：馬肉價格遠較牛肉便宜，馬肉料理屋出現於江戶末期，明治年間有奸商將馬肉當牛肉賣，或兩者摻混販賣。至於豬肉，明治初期很少人食用，經過一段私自屠宰過渡期，明治末期豬的數量已與牛並駕齊驅。至於羊肉，日本人不喜歡吃羊，進口價格之高也是無法普及的原因；以上參見本間健彥等編，《日本食肉文化史》，頁 259-263。

<sup>112</sup> 〈北陸北鮮航路〉，《東京朝日新聞》，1918 年 3 月 7 日，第 3 版。

<sup>113</sup> 本間健彥等編，《日本食肉文化史》，頁 326-328。

青島牛肉進口量攀升，被預期帶動內地牛肉價格下跌。<sup>114</sup> 以大正十二年(1923)為例，光是七月一個月內就多達七萬五千斤，分別送往東京、大阪、神戶等地，此外，活牛平均一個月屠宰五十頭，以「內地牛肉」的名義販售。之所以不能明示來源，據說挑明是青島牛肉因便宜而購買的人很少，說是內地肉即便高價也能暢銷，這樣的背景下才有五百噸輸入量的可能。同樣情況也見於朝鮮米，業者將其與內地米混合賣出，稱朝鮮米的話買家就很少；混合後以一等或二等「內地米」的名義賣出，消費者就會上門。<sup>115</sup> 混賣是違法不被容許，然而，將真品掉包用仿冒品替代，這類事件在當時卻是層出不窮。

## (二) 仍是臺灣內地人的最愛

上述 SM 生和山崎蓊的文章都論及神戶牛肉大受歡迎，日治之初石坂莊作的《臺嶋踏查實記》提到：「偶爾有人從神戶帶牛肉相贈，真是美事一椿」，<sup>116</sup> 看來神戶牛肉一直是內地人最渴望獲得的伴手禮。

根據大正九年(1920)一月基隆港務所的獸肉檢疫數量，直航船移入牛肉 8,323 斤，對岸命令船輸入 595 斤；輸入的牛肉係來自廈門，移入部分主要出貨地則是神戶。<sup>117</sup> 昭和二年(1927)高雄州對移輸入的牛肉施行檢查，如表二所示，檢查結果全部合格，有趣的是島內牛肉分別來自南部和北部，島外只有神戶市一處。再看 1930 年代《高雄州衛生要覽》幾個年份的記錄，該州進行牛肉檢查，神戶仍是島外唯一牛肉來源地。無論如何，船運進來的活牛不多，加上被認為血統純正的「但馬牛」越來越少，只要是以神戶港名義送出都會讓消費者趨之若鶩。

<sup>114</sup> 按：大正九年(1920)東京市內肉的零售價格是內地產のヒレ肉(腰肉)一百匁(三百七十五公克)二圓，青島肉 1.4 圓；ロース(背肉)是內地產 1.8 圓，青島肉 1.2 圓；一等肉 1.4 圓，青島肉一圓；二等肉 1.3 圓，青島肉 0.9 圓；參見〈青島牛と販路〉，《東京朝日新聞》，1918 年 12 月 11 日，第 3 版。

<sup>115</sup> 〈日本人の味覚 値段次第で変る〉，《東京朝日新聞》，1923 年 8 月 30 日，第 4 版。

<sup>116</sup> 石坂莊作，《臺嶋踏查實記》，頁 161。

<sup>117</sup> 〈一月中に牛肉が九千斤 内地、對岸から來た〉，《臺灣日日新報》，1920 年 3 月 2 日，第 5 版。

來源	卸貨地	牛肉類別	斤量（斤）	價額（圓）	合格斤量（斤）	廢棄斤量
神戶	高雄	神戶牛肉	688.000	1,649.100	688.000	無
臺南	高雄	黃牛肉	826.875	296.500	826.875	無
臺南	屏東	黃牛肉	3,686.000	1,290.150	3,686.000	無
臺北	屏東	廈門牛肉	17.500	33.600	17.500	無
臺北	屏東	神戶牛肉	38.100	91.500	38.100	無
合計			5,256.475	3,360.850	5,256.475	無

【表二】昭和二年（1927）進入高雄州的牛肉

資料來源：高雄州警務部衛生課編，《高雄州衛生概況》（高雄：高雄州警務部衛生課，1928），頁 112。

進口的內地牛肉有衛生上的隱憂，尤其是冷藏設施還未普及的年代。根據海港檢疫規則規定，內地來的貨物都要接受檢查，只有牛肉例外，神戶牛肉進入基隆、高雄港後可長驅直入轉送島內各地上市。對照日本國內管理方式，牛肉送進一地之前或之後都要接受檢查，以防搬運過程生變，而臺灣卻無此規定。1910 年代歐戰關係讓日本牛肉資源缺乏，移入臺灣的活牛大受影響，但是，比照豬隻移入並未有逐年遞減的現象（見表三），這些說明牛肉食材倚賴本土生產的傾向趨於明顯。內地人想吃的神戶牛肉或內地牛肉越來越少，在物以稀為貴的心態下，「神戶牛」維持了消費者心中的一貫地位，而本土黃牛登場則正式開啟臺灣牛成為食用家畜的契機。

明治-昭和年間	內地移入				內地移入基隆港	
	牛		豬		牛	豬
	頭數	價額(圓)	頭數	價額(圓)	頭數	頭數
明治四十三年 (1910)	109	36,428	4,113	104,300	214	4,051
明治四十四年	89	8,750	7,058	162,047	88	7,591
大正一年	81	11,470	11,914	285,918	121	12,118
大正二年	78	13,970	19,856	553,594	81	20,120
大正三年	39	4,245	15,485	454,759	85	15,590
大正四年(1915)	43	5,050	17,779	519,074	70	17,751
大正五年	53	13,560	11,918	329,558	54	11,817
大正六年	24	6,700	4,175	130,873	32	4,198
大正七年	5	1,500	3,119	144,027	6	3,390
大正八年	24	5,590	1,448	54,744	24	1,517
大正九年(1920)	42	21,920	253	20,174	46	297
大正十年	4	2,000	295	11,383	7	312
大正十一年	10	3,600	105	1,730	10	119
大正十二年	8	2,130	213	5,128	8	265
大正十三年	23	4,850	1,231	35,800	24	1,258
大正十四年(1925)	16	4,700	15,047	498,910	18	15,439
昭和一年	25	9,350	2,856	107,704	27	2,735
大正二年	47	17,230	1,405	50,634	51	1,306
大正三年	71	32,700	6,733	229,826	78	7,025
大正四年	80	21,650	18,713	673,232	80	18,933

【表三】內地移入的家畜(1910-1929)

資料來源：小島一生，《臺灣畜產統計》(臺北：臺灣畜產會，1941)，頁39；星武、藍田俊郎，《臺灣海港獸類檢疫史》，頁47-48，日治時期圖書影像系統([http://stfb.ntl.edu.tw/cgi-bin/gs32/gsweb.cgi/ccd=Uz2OXJ/brwfull?filename=ENDcINPG%60MGX%8E%8A%96%97cOW%60I%89%92W%92%9A%9E%81KLNEpUWx%5C%5C%5C%5CQ%8F%95ELM%8E%5C%8C%88%86&dbid=%88%98%84%85M%5DER\\_%9B%9CE%9C%88%8CsY%5E%60W%82SEjZZZ](http://stfb.ntl.edu.tw/cgi-bin/gs32/gsweb.cgi/ccd=Uz2OXJ/brwfull?filename=ENDcINPG%60MGX%8E%8A%96%97cOW%60I%89%92W%92%9A%9E%81KLNEpUWx%5C%5C%5C%5CQ%8F%95ELM%8E%5C%8C%88%86&dbid=%88%98%84%85M%5DER_%9B%9CE%9C%88%8CsY%5E%60W%82SEjZZZ))，最後檢索日期：2020.5.17。

## 肆、臺灣黃牛進入牛肉符號系統

### 一、都市肉品文化為幕後推手

孫寅瑞研究日治時期牛肉消費的因素，從都市產業結構的變遷，即非農業人口

增加來說明食牛現象集中在都會的原因；都市化、牛肉的營養價值，加上配種或肥育技術改善，都市居民逐漸接受牛肉。<sup>118</sup> 其實，這一切都歸因於都會生活忙碌，繁忙的步調讓人們喜歡短時間就能烹煮的肉。

都市型態與農村型態的肉品文化不同，獲取肉的方式也不一樣。農村將動物當成生活夥伴，等到不具生產能力時才取肉食用。宰殺是資源的最後利用，因為牲畜活著比死去更有價值。肉品來自成年動物，經過充分運動的肉較硬實、精瘦，直到十九世紀這仍是最普遍的肉類生產方式。隨著城市興起，人們在狹小空間飼養肥胖的供肉動物，讓動物們吃得好且減少運動，幼齡時宰殺以取得肥嫩又氣味溫和的肉。成獸肉品在北美消失，美國農業部 1927 年以肥度訂定肉品規格，牛肉的等級依據肌肉中的油花含量而定。這些說明效率化的生產方式影響牛肉生產，都市型態的肉品文化被帶向新的極致。<sup>119</sup>

都市型態的肉品文化出現在臺北市街，明治三十九年（1906）《臺灣日日新報》一篇名為〈臺北の屠獸〉的報導說：「臺北宰殺牛畜以水牛最多，黃牛其次，內地牛是九牛一毛。水牛多為恆春、臺東所產，送到他處三年之後才開始耕作，作為耕牛最初送往阿猴蕃薯寮地方，使役一兩年後再北送，在彰化、南投、臺中工作一兩年，再送新竹桃園一兩年，最後作為食料送往臺北。在臺北被宰之牛大約六至十歲以上，總數 1,399 頭，臺北本地所產不過二十。黃牛也大概是同樣路線，一年宰殺六百、七百，內地牛不過二、三十頭」。<sup>120</sup> 上述提到由南到北的販牛路線以及宰牛年齡，對照《臺灣總督府民政部殖產報文》（1899）的陳述，兩者如出一轍。<sup>121</sup>

牛在臺灣本來使役期限可至十二、十三歲，<sup>122</sup> 上述提到屠宰牛的年齡是六至十歲。何以盛年期的牛遽然轉作肉用？原來這方面無明文規定。日本家畜商將年輕的瘦牛交給農家，以換取農家五、六歲較肥胖的成牛或無法使用的成牛，最後送屠宰

<sup>118</sup> 孫寅瑞，〈牛肉成為臺灣漢人副食品的歷史觀察〉，頁 59-115、158-161。

<sup>119</sup> Harold McGee 著，邱文寶、林慧珍譯，《食物與廚藝：奶、蛋、肉、魚》（*On Food and Cooking*）（新北：大家出版社，2016），頁 176-177。

<sup>120</sup> 〈臺北の屠獸〉，《臺灣日日新報》，1906 年 9 月 16 日，第 4 版。

<sup>121</sup> 參見臺灣總督府民政部殖產課編，《臺灣總督府民政部殖產報文》，第 2 卷，第 2 冊（臺北：臺灣總督府民政部殖產課，1899），頁 90。

<sup>122</sup> 東鄉實，〈臺灣農業ノ現況（二）〉，《臺灣農事報》，第 17 號（1908），頁 9。



場。<sup>123</sup> 日治初期臺南縣雖有明文規定，但不久就形同具文。《臺灣農家便覽》稱水牛「到六歲為止肉質尚可」，<sup>124</sup>說明六歲以前的水牛被認為適合肉用，老廢牛階段無法取得軟嫩的肉。屠宰年齡在六歲以前的話，勞動牛過早成為肉牛被認為妨礙農事耕作，晚於六歲有不易肥育的問題。對農民飼主而言，不希望家畜動力提前消失變肉品；對業者而言，越早宰殺肉質就越鮮嫩，越有市場行情。

## 二、作為內地牛的替代品

### （一）黃牛肉用的原因

內地人對臺灣黃牛肉的接受度遠高於水牛肉。《臺北廳誌》指出，臺灣人習慣吃豬肉，宰牛大部分供內地人所需，其中又以黃牛為主。<sup>125</sup> 田中一二編的《臺北市史》描述如下：

臺灣人說：「牛為我們吃的米耕作，是與農民一起工作的動物」。受一種迷信的情愛所感動養成不吃牛肉的習慣，久之受習慣所支配，經常墨守舊習的他們至今仍遵守這樣的習慣，除了極少數年輕人之外一律不吃牛肉……。普通農民並不飼養洋牛或內地牛。內地人餐桌上牛肉以內地產的為佳，因價格貴所以用黃牛替代，水牛肉非常便宜，肉質粗惡堅硬且味道不好，不太被拿來食用。<sup>126</sup>

內地人以內地牛肉為上選，本土黃牛肉次之，對水牛肉則敬謝不敏。黃牛自何時成為內地牛的替代品？其實日治初期這方面已是有跡可循，以阿緱廳為例，1900年代有該廳黃牛送臺北的記錄。大正九年（1920）阿緱廳改隸高雄州；1940年代肉用資源缺乏，當局在高雄州引進改良種和牛，《臺灣畜產會會報》一篇文章提及「阿緱牛肉用送往臺北地區，作為內地肉的代用品每年為數不少」，可知黃牛肉長期以來支撐著臺北地區內地人的牛肉消費需求。<sup>127</sup>

黃牛肉有時也與內地牛肉形成競爭關係。《臺嶋踏查實記》指出，「吃水牛肉的

<sup>123</sup> 桜井厚，〈屠場の社会／社会の屠場〉，菅豊編，《人と動物の日本史3 動物と現代社会》（東京：吉川弘文館，2009），頁105。

<sup>124</sup> 臺灣總督府中央研究院農業部編纂，《臺灣農家便覽》（臺北：臺灣農友會，1932），頁645。

<sup>125</sup> 臺北廳御編纂，《臺北廳誌》（臺北：臺北廳，1919），頁356。

<sup>126</sup> 田中一二，《臺北市史》（臺北：臺灣通信社，1931），頁328。

<sup>127</sup> 大柿技師，〈高雄州下の改良和牛に就て〉，《臺灣畜產會會報》，第4卷第9期（1941），頁30-43。

是土人和少數的內地人。黃牛肉在沒有內地牛輸入情況下行情稍好」，<sup>128</sup>可見正品的出現讓替代品立即失勢。黃牛肉的需求量時有波動，以夏天是牛肉交易的淡季而言，都會之地仍是消費量驚人。明治三十六年（1903）夏季臺北市牛肉需求量平均每日三頭，隔天即殺掉一隻黃牛。明治四十一年（1908）初大稻埕、艋舺兩處屠宰場宰殺的水牛和黃牛頭數減少，黃牛屠宰不增反減，原因是入冬氣溫下降，沖繩八重山牛的移入增加之故。<sup>129</sup> 有趣的是在內地人眼底，沖繩牛並非「內地牛」，對臺灣牛肉的排擠效應依舊浮上檯面。

明治三十七年（1904）專賣局調查報告進行牛肉成分的分析，發現臺灣黃牛肉與內地牛肉的脂肪含量差不多。一般消費者無法憑肉眼區辨，SM 生提及以內地牛肉價格買得黃牛肉，膺品充斥的現象成因在此。1920 年代中期以後臺北市、臺中市、高雄市的黃牛屠宰數，分別佔臺北州、臺中州、高雄州的第一位，臺北市的屠宰量更是一枝獨秀。<sup>130</sup> 看來黃牛肉受歡迎，以內地人為主正在形成消費大軍。

## （二）黃牛肉用的結果

黃牛肉供不應求是 1900 年代就出現的問題。明治三十八年（1905）臺中廳出現牛肉騰貴及黃牛缺乏的報導。<sup>131</sup> 大正七年（1918）元月以後臺北也有相同問題，一天平均宰牛十頭，一個月三百頭，一年平均三千六百頭，軍隊用量一個月約四十頭，牛肉來源告罄。<sup>132</sup> 活牛不足造成肉價飆升，缺乏「廉價又營養」的黃牛肉，對日人而言如同遭遇糧荒一般。

日治時期牛隻減產，各地方情形不同，原因包括：移出內地導致供給能力降低、阿猴廳超過上萬的牛輸出南洋、製糖會社擴張種蔗面積因而喪失放牧場所等。<sup>133</sup> 另

<sup>128</sup> 石坂莊作，《臺嶋踏查實記》，頁 165。

<sup>129</sup> 〈昨今の獸肉〉，1908 年 11 月 14 日，第 5 版。

<sup>130</sup> 臺北州知事官房文書課，《大正十四年臺北州統計書》（臺北：臺北州知事官房文書課，1927），頁 112。高雄州警務部衛生課編，《高雄州衛生概況》，頁 110-111；不著撰者，《臺中州統計摘要大正十三年》，頁 259，日治時期圖書影像系統（[http://stfb.ntl.edu.tw/cgi-bin/g32/gswweb.cgi/ccd=d5rOpq/brwfull?filename=ENDcINSJGcQGD%A2%9E%A2%8BWcKLU%9D%96c%86%9E%9Am\\_HIT%7FOTYtYZDZ%5B%9E%96\\_KW\\_b%9FO%9B%8F%99&dbid=%88%98%84%85M%5DER\\_%9B%9CE%9C%88%8CsY%5EcZeEZSszStbP](http://stfb.ntl.edu.tw/cgi-bin/g32/gswweb.cgi/ccd=d5rOpq/brwfull?filename=ENDcINSJGcQGD%A2%9E%A2%8BWcKLU%9D%96c%86%9E%9Am_HIT%7FOTYtYZDZ%5B%9E%96_KW_b%9FO%9B%8F%99&dbid=%88%98%84%85M%5DER_%9B%9CE%9C%88%8CsY%5EcZeEZSszStbP)），最後檢索日期：2020.5.6。

<sup>131</sup> 〈牛肉騰貴及赤牛告乏〉，《臺灣日日新報》，1905 年 9 月 5 日，第 3 版。

<sup>132</sup> 〈臺北と牛肉（上） 生牛の不足は問題也〉，《臺灣日日新報》，1918 年 6 月 15 日，第 7 版。

<sup>133</sup> 〈畜産獎勵急務〉，《臺灣日日新報》，1918 年 5 月 23 日，第 2 版；〈臺北と牛肉（中） 生牛の不足は問題也〉，《臺灣日日新報》，1918 年 6 月 16 日，第 7 版。

外，牧地縮減不能再採用粗放方式，農家無力養耕牛以外的牛以致減少飼養頭數，或農閒時賣牛農忙季節才買牛；產牛之家因牛價暴跌賣掉優良的牝牛，業者賣掉繁殖用的牝牛，以致牛的生產率逐漸低下。<sup>134</sup> 柳川秀興的〈臺灣畜牛改良要項（下）〉指出，茶園、蔗園、水田的開發加上造林和開墾壓力，必然導致放牧地縮減及畜牛減少。<sup>135</sup> 然而，水牛與黃牛的情況又大不相同。大正元年（1912）以後臺北廳水牛宰殺頭數減少，一來農民唯恐水牛不足影響農事，二來水田增加擴大水牛用途。<sup>136</sup>

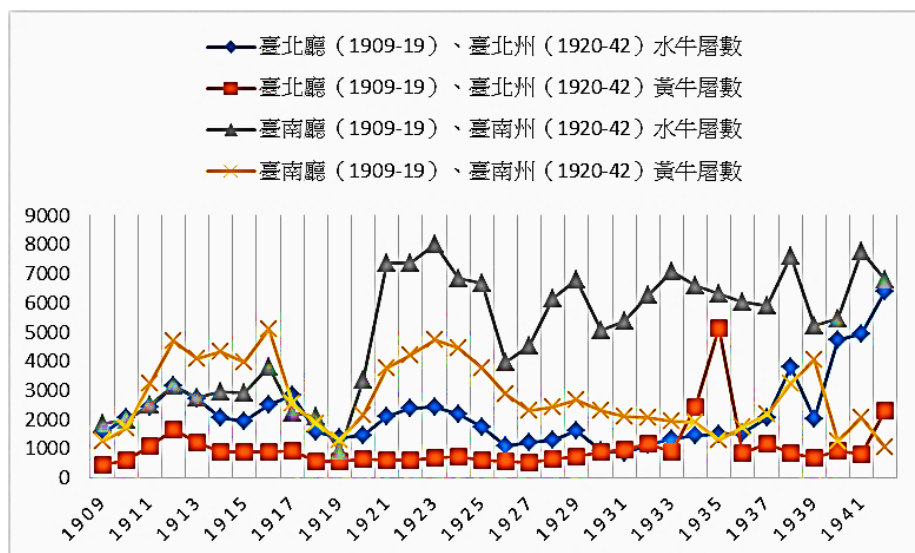
明治四十四年（1911）全臺屠宰牛 34,899 頭、7,084,620 斤，牛肉吃最多的是臺北市，其中水牛肉 1,057,776 斤、黃牛肉 381,250 斤；臺南地區的水牛肉消費 713,331 斤、黃牛肉 617,085 斤。兩相對照，可知臺南地區傾向於食用黃牛肉，臺北傾向食用水牛肉，後者水牛肉消費是黃牛肉的三倍。<sup>137</sup> 然而，南北有別的現象非一成不變。圖五顯示：臺南廳在併入臺南州以前黃牛屠宰數多於水牛，內地人消費以黃牛肉為主，1920 年代以後逐漸改觀，臺北市所在的臺北州黃牛屠宰率居全臺之冠，不但多於西部各州，甚至高於日人移民聚居的花蓮港廳。1930 年代臺北州和臺南州的水牛屠宰率都在上升，顯示戰爭因素增加對水牛肉的倚賴度。

<sup>134</sup> 不著撰者，〈臺北州農會第二回產牛品評會〉，《臺灣農事報》，第 181 號（1921），頁 45-46。

<sup>135</sup> 柳川秀興，〈臺灣畜牛改良要項（下）〉，《臺灣農事報》，第 111 號（1916），頁 38-47。

<sup>136</sup> 辻信次，〈獸醫畜產〉，《臺灣農事報》，第 141 號（1918），頁 36-37。

<sup>137</sup> 〈牛肉の需用 臺北は水牛臺南は黃牛〉，《臺灣日日新報》，1913 年 1 月 6 日，第 5 版。



【圖五】屠牛數的南北比較

資料來源：筆者根據《臺灣總督府統計書》（1909-1942）的資料所繪

昭和七年（1932）全臺水牛約三十萬，黃牛數只剩八萬五千。昭和九年（1934）日人調查內地、朝鮮、臺灣三地五年之內牛的屠宰率，發現內地達 20% 以上，臺灣不到 10%；過去十五年黃牛減少 33.3%，而水牛增加 3.6%。<sup>138</sup> 殖民統治者希望養出肉用性較高的牛，但臺灣農民仍以飼養水牛為主。日人眼中有價值的「役肉牛」是黃牛，因屠宰過度加上不適合水田耕作，正以驚人的速度在銳減中。

### 三、黃牛肉進軍日本市場（1930 年代）

#### （一）吸引內地業者原因

臺灣黃牛肉被視為「內地三等牛肉」，甚至有「牛肉的中下品」之說。<sup>139</sup> 1930 年代情勢改觀，動因來自兩方面：一是消費形態的變化，一是肥育技術進步。

昭和年間日本出現所謂「文化食堂」，大眾吃到美味廉價的料理，如炸豬排、中

<sup>138</sup> 不著撰者，〈經濟上より見たる臺灣の馬産〉，《臺灣之畜産》，第 2 卷第 8 期（1934），頁 44。

<sup>139</sup> 西村巖，〈最近畜産界の諸問題〉，《臺灣之畜産》，第 2 卷第 6 期（1934），頁 8-9；飛多宇市，〈畜牛の肥育に就て〉，《臺灣畜産會會報》，第 3 卷第 7 期（1940），頁 15-16；福井生，〈臺北市民の肉食と衛生〉，頁 45。又，上市的牛肉通常依部位區分等級，再根據軟硬、色澤或香味決定價格；參見飛多宇市，〈畜牛の肥育に就て〉，頁 14-16。

華料理或西洋料理等全以大眾化形態現身。<sup>140</sup> 牛肉成了大眾化的食材，1920 年代後半已見端倪，當時的和洋食或中華料理都使用肉類，雞肉在臺灣和日本比牛肉貴，臺灣的豬肉價介於水牛肉和黃牛肉之間，有時甚至比黃牛肉貴。如果只考慮價格因素，牛肉是最親民的食物（詳見附表一和附表二）。昭和六年（1931）滿州事變（中國方面稱九一八事變）爆發後，日本政府大量製造軍用牛肉罐頭，加上經濟不景氣淘汰廢牛，牛肉資源匱乏嚴重性益發明顯，業者於是轉向臺灣尋找新食材。<sup>141</sup>

昭和九年（1934）三井物產計畫移出臺灣豬肉，大阪市弘豚社則將黃牛宰殺後送內地。根據船津一次〈生牛肉の需要供給に就いて〉的描述，牛鍋用的牛肉以下級品較受歡迎，原因是肉食大眾化、大眾食堂的發展、日本國民口味嗜好改變等，讓臺產牛肉有機會登陸內地。<sup>142</sup> 從市場需求來看，1930 年代日本一年產牛二十二萬，宰殺頭數達三十二萬，不足的向朝鮮或青島購買；大阪、神戶方面，據說自青島、滿蒙方面輸入的牛隻一個月就有七千頭。日本國內的牛肉消費額一年 4,889 萬圓，其中八百三十五萬圓是海外輸入和殖民地移入而來的。臺灣一年屠宰兩萬五千頭牛，只值約五十三萬圓，一頭平均是 21.2 圓，在日人眼裡這是何等廉價的肉品。上述弘豚舍就是看上臺灣牛便宜，決定由定期船裝載臺北屠場的黃牛肉送內地供大眾食堂使用，水牛肉則可望作為罐頭肉或加工品。<sup>143</sup>

## （二）苗栗黃牛化身為「神戶牛」

牛在日本關西地區被稱為「農寶」，農民於出貨前幾個月以滿州高粱、大豆粕等餵牛，改善肉質便能賣得好價錢。肥育牛增重的部分以脂肪為主，體脂肪增加約三分之二，因增加肉量比例，肉質變得軟嫩可口。肥育有助於發展都會型態的肉品文化，不過，更重要的是提高牛肉產量。1930 年代日本全國各地積極進行肥育，希望增加產量以提高生產的自主性，以昭和十三年（1938）為例，該年宰殺牛 298,775 頭，只靠肥育就省了 49,921 頭。<sup>144</sup>

<sup>140</sup> 〈大眾的味覺の根源をさぐる トンカツ其の他（3）〉，《臺灣日日新報》，1938 年 3 月 24 日，第 4 版。

<sup>141</sup> 梅田進，〈新竹畜産の動向私見〉，《臺灣之畜産》，第 2 卷第 6 期（1934），頁 40。

<sup>142</sup> 船津一次，〈生牛肉の需要供給に就いて〉，《臺灣之畜産》，第 3 卷第 11 期（1936），頁 36-41。

<sup>143</sup> 不著撰者，〈大阪弘豚舍が本島から黃牛肉を移入した動機〉，《臺灣之畜産》，第 2 卷第 6 期（1934），頁 5。

<sup>144</sup> 飛多宇市，〈畜牛の肥育に就て〉，頁 6-7。

臺灣受上述影響，業者和農會都熱衷肥育。昭和六年（1931）《臺灣日日新報》報導臺南州農會進行牛的百日肥育，如獲佳績一年可獲利四十萬。<sup>145</sup> 同年，新竹州也報導不堪使用的老廢牛每頭以二、三十至六、七十圓賣給專門從事肥育的業者，飼養三、四個月後售往臺北、基隆，價格飆到七、八十至一百二、一百三或兩百圓以上。<sup>146</sup> 再以高雄州為例，大正八年（1919）臺灣總督府基於「種牝牛改良獎勵規程」設立水牛的種牝牛，翌年承繼以上措施作為該州事業，昭和三年（1928）水牛改良停止，專注於以在地黃牛為基礎的「役肉牛」改良。計畫內容包括：大量移入改良和牛、設立繁殖牧場、完成登錄事業、促進和提升育肥事業、開拓肉牛銷路、制定和促進牧野法、獎勵栽培飼料作物、協助養成共計事業、開設舉辦共進會和品評會等。<sup>147</sup>

業者個人的成績方面，新竹州苗栗郡是著名的黃牛育成地，該地肥育事業始於1910、20年代，陳琳松為當地的養牛達人，據說他的祖父在日軍渡臺時曾提供牛隻給日軍屠宰。<sup>148</sup> 陳琳松有自己的組織，做法是自大湖郡、大甲郡等地蒐集老廢牛放牧肥育，再根據肥胖程度區分等級；黃牛普通是一頭三十圓，肥育後的肉牛則可賣到一百五十圓。分等級的肉二等和三等送內地，特等肉則留在島內送基隆當作「神戶牛肉」，供內地人食用。陳琳松參賽得獎之作與一般和牛相比，確實是肥滿許多（參見圖六和圖七），日人稱讚他以「役用牛廢用之後變肉用，是產牛經濟的基礎」。<sup>149</sup> 昭和九年（1934）東京市米久商事會社向新竹詢問牛隻移出的可能性，新竹的苗栗郡和竹南一年賣出一千頭牛，大湖郡約五百頭，扣除搬往臺北的八百至九百頭，還有移出能力；媒體稱東京市民有口福了。<sup>150</sup>

<sup>145</sup> 〈臺南州農會 牛肥育 年利四十萬圓〉，《臺灣日日新報》，1931年12月6日，第4版。

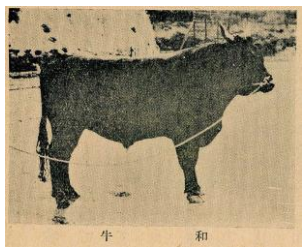
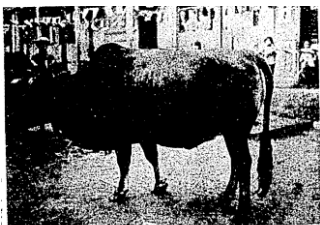
<sup>146</sup> 〈新竹肥育牛 稱神戶牛 售出有利〉，《臺灣日日新報》，1937年1月9日，第12版。

<sup>147</sup> 高雄州編，《高雄州產業調查會畜產部資料》（高雄：高雄州，1936），頁46-53。

<sup>148</sup> 按：1900年代當松尾商店生意如日中天時，據說臺灣山林地區有業者開始培育肉用黃牛，希望能達到內地牛肉的水準；見〈有耶無耶〉，1903年7月3日，第2版。

<sup>149</sup> 不著撰者，〈所謂苗栗牛の肉用牛としての將來〉，《臺灣之畜產》，第2卷第6期（1934），頁35-37。

<sup>150</sup> 〈近く臺灣牛肉に 江戸ッ子達が舌鼓 新竹へ取引の問合はせ〉，《臺灣日日新報》，1934年11月22日，第2版。

	
<p>【圖六】和牛 資料來源：臺灣總督府，《補習學校農業教科書：畜產篇》，頁 10。</p>	<p>【圖七】改良和牛與黃牛交配得獎的雜種牛 資料來源：不著撰者，〈新竹州苗栗郡畜產組合主催第二回肉牛品評會〉，《臺灣之畜產》，第 4 卷第 1 期，頁 15。</p>

黃牛肉進軍內地市場，是否意味著內地人不再有「內地牛肉」的需求？可能性微乎其微，因為牛肉走私事件從未消失，入冬後尤有增加的趨勢。1930 年代初期臺灣每年殺牛約 18,500 頭，和洋食材料需要的牛肉係來自青島、朝鮮及九州、廣島、神戶地方移入的牛所產，這些牛肉主要供內地人消費之用。<sup>151</sup> 昭和五年（1930）臺北市專賣局計畫輸入福州牛，最初打算輸入牛肉，後來改為活牛，須實施健康檢查，且十日後才能宰殺。所以如此，因為福州牛的肉食價值被認為不下於青島牛，後者常被混入內地牛中而移入臺灣，福州牛比內地牛、青島牛都便宜。<sup>152</sup> 對於歷來存在的牛肉走私現象，基隆署計畫嚴加取締，對郵船、商船兩會社內臺定期航路的船員規定攜帶牛肉進口者，要依規要申報，違者罰金五十圓。<sup>153</sup> 1930 年代仍在查緝牛肉走私，看來移入數量不能滿足消費需求。

進入臺灣的神戶牛十分稀少。臺灣畜產會（設於臺灣總督府殖產局農務課內之半官方團體）關於內地牛移入的統計在昭和六年（1931）以後從缺，從《臺灣農事報》刊載的文章看來，1930 年代初每年自青島、朝鮮及九州、廣島、神戶地方移入臺灣的牛只有兩百頭。<sup>154</sup> 再看神戶港的數據，昭和九年（1934）該港移出的活牛一百一十四噸，移入 7,499 噸；<sup>155</sup> 1930 年代初臺灣宰牛一年已達兩萬三千噸。<sup>156</sup> 據此可知，內地人餐桌的牛肉幾乎全部臺灣本地供給，「真正的神戶牛肉」猶如天方夜譚。

<sup>151</sup> 福井淺一，〈最近的臺灣獸醫畜產〉，《臺灣農事報》，第 312 號（1932），頁 6。

<sup>152</sup> 〈肉食用及役用に 福州牛廿五頭輸入〉，《臺灣日日新報》，1930 年 8 月 15 日，第 3 版。

<sup>153</sup> 〈密輸牛肉 基署嚴重查究〉，《臺灣日日新報》，1931 年 12 月 14 日，第 4 版。

<sup>154</sup> 福井淺一，〈最近的臺灣獸醫畜產〉，頁 6。

<sup>155</sup> 高島鐵關居士，〈牛の歳因みて（二）〉，《臺南州自動車協會會報》，第 1 卷第 2 期（1937），頁 12-13。

<sup>156</sup> 福井淺一，〈東洋思想より觀たる臺灣の殺牛禁忌と產牛政策の將來〉，頁 12。

## 伍、結論

牛肉的意義如何落實到臺灣？這是筆者最初的關心，一路下來卻發現這趟遠程之旅還沒走完。Roland Barthes、Claude Lévi-Strauss 和 Eivind Jacobsen 等人雖然提供理論工具，為我們分析食物如何扮演溝通和被溝通的角色、以及人們如何與食物溝通，<sup>157</sup>但是，牛肉在臺灣的角色是什麼？顯然不是那麼容易清楚定位。

在筆者討論的世界裡，神戶牛、臺灣黃牛、朝鮮牛、青島牛等齊聚一堂。本文提到朝鮮牛、青島牛被混入內地牛賣到臺灣，宰殺後當作「神戶牛肉」出售，以及進入 1930 年代臺灣產出了「神戶牛」，這些都是符號現象使然。最初外國人在橫濱吃到美味的「Kobe beef」（能指），有明確指涉的對象。後來人們談論的「神戶牛肉」大多是概念化的符號，指的是兵庫縣內或鄰近地區產的牛肉（所指）。當市場需求增加，業者設法增加供應源時，四國、九州或朝鮮產的牛經由送神戶港出口，再轉送出去宰殺而得的肉都掛名「神戶牛肉」（新的能指）。「神戶牛」作為知名的肉牛，是一個具相同性徵卻包含不同種類牛的集合體，一個徹底形式化的符號超出現實卻有著不可被抽離的意義內容。業者欺騙了消費者嗎？似也不盡然，因為「神戶牛」最初就是但馬、近江、伊勢幾個地區牛的綜合體。

後來出現的「和牛」、「青島牛」也一樣，都是商品化的符號。羽部義孝在《和牛の改良》（1925）中採用「和牛」一詞。昭和四年（1929）岡山、廣島等縣成立連合和牛研究會，和牛因而成為日本四種改良肉用牛品種的總稱。<sup>158</sup>「和牛」、「青島牛」、「神戶牛」都是一個大類的泛稱，談論真假並無意義，矛盾的是業者們利用這一點，在假象基礎上宣稱賣「真正的神戶牛肉」。在巴特看來，形式與概念的結合充滿變數，布希亞則強調現實世界很難為符號的「能指」找到相對應的實體以之為「指涉物」。何以然？簡言之，神戶港不產牛，「神戶牛」自始就是一個概念化的符號，牛隻來源四面八方，在業者和消費者心中有著鮮明形象，卻十足是人工培育的都市

<sup>157</sup> 參見 Roland Barthes, "Toward a Psychosociology of Contemporary Food Consumption," in Carole Counihan and Penny Van Esterik, eds., *Food and Culture: A Reader* (New York: Routledge, 2008), p. 26. Nevana Stajcic, "Understanding Culture: Food as a Means of Communication," *Hemispheres. Studies on Cultures and Societies*, No. 28, 2013, p. 79.

<sup>158</sup> 正田陽一，《品種改良の世界史・家畜篇》（東京：悠書館，2012），頁 88。



文化產物。

廣告的效力如何？布希亞不輕易給答案，倒是消費者被驅入「消費領域」的現象在本文清晰可見。讀者或許跟筆者一樣存疑：何以《臺灣日日新報》的牛肉廣告從未推銷黃牛肉或水牛肉，也從不向漢人鼓吹吃牛肉？不為漢人消費者量身設計廣告是不看好這門生意的緣故嗎？利潤考量應是主因，但商品本身的社會性也不容忽視。布希亞說廣告總是表現得審慎、友善、不張揚和不含私心，讓人覺得它了解、關懷你，且試圖產出一種團結、交流、合作無間的關係，這種協調隨後就落實到對物品的依附之上。<sup>159</sup> 廣告的經濟功能是由總體的社會功能促成的，這點筆者完全同意，細節則需要再查證。本文衍生了很多課題，例如與同時代其他產品的廣告做比較（按：像仁丹或味之素那樣專為漢人社會而設計的內容從未出現）、從個人的生活經驗進行闡述、從性別或與權力的關係檢討消費等。

食物消費不只是人在解讀自己吃的食物，也包含對周邊物品的解讀、對別人的觀察、對自己與他人的比較等。黃旺成、林獻堂、呂赫若等人的日記都提到牛鍋或鋤燒，卻沒表明是吃哪一種牛肉，很難闡述其消費認同，但內地人的眼光就不是這樣。曾任警務局囑託的山根勇藏評論臺人不吃牛肉的原因，他說：「臺灣人並非不吃牛肉，是因為黃牛肉、水牛肉粗硬難吃，所以只吃柔軟好吃的豬肉；近來不食牛的本島人竟走進料理店吃起神戶牛肉了。」<sup>160</sup> 換言之，臺民挑食只吃豬肉及上等牛肉。山根可能意指臺灣有錢人進行沒意義的消費，不懂得欣賞也不會傳遞其中的意義。這樣的評論我們能理解，因為消費的動機來自於生活，消費伴隨著一定的生活經驗及其模鑄歷程，但已是 1930 年代了，族群性徵依舊是解讀重點，看來牛肉文化伴隨族群之間的飲食差異和爭議，已不是政策倡導與否的問題。

食物消費也是一種消費文化，是無法單獨存在的文化現象，既反映市場利益也與統治者的價值觀結合。<sup>161</sup> 關於內地人的品味與日本國內是否相同？世代差異如

<sup>159</sup> Jean Baudrillard 著，劉成富、全志鋼譯，《消費社會》，頁 162-164。

<sup>160</sup> 山根勇藏，〈台灣人は牛肉を食わない〉，山根勇藏編，《台灣民族性百談》（臺北：杉田書店，1930），頁 363。

<sup>161</sup> 按：孫秀蕙、陳儀芬的化妝品研究也強調這一點，媒體廣告再現的女性形象與資本家的利益及殖民統治架構緊密結合；參見孫秀蕙、陳儀芬，〈「女性美」論述之建構：以《臺灣日日新報》化妝品廣告為例〉，頁 109-147。

何？這些大敘述的問題留待日後。臺灣漢人社會有食牛禁忌，不少人第一次吃牛肉的經驗是留學內地，或公學校六年級生到內地旅行時才有的。<sup>162</sup> 從禁忌轉向認同，需要消費思想及個人經驗研究才能解明。現代對肉類消費影響的研究係根據年齡、性別、收入等因素討論消費者的信念，<sup>163</sup> 歷史研究受制於史料，有些課題無法展開。

大體上，牛肉消費在臺灣有在地化的趨勢，黃牛肉的食用量遠超過夢幻的神戶牛肉。1930 年代臺灣都市勞動環境惡化，整體的教育、產業體制仍存在民族差別的問題，<sup>164</sup> 內地人還是有人想透過走私取得日本國內的牛肉。牛肉的象徵性與日本牛肉料理的象徵性合而為一，究竟是吃牛肉成為日本的文明人，還是吃了牛肉鋤燒會成為真正的日本人？是不可解的問題。《臺灣婦人界》一篇文章指出，「最近牛肉鋤燒聞名於世，意味著日本料理開始進軍國際」，<sup>165</sup> 可知鋤燒不僅是時尚料理，也是承擔國家義務的工具。文化人類學者 Nataša Visočnik 指出，現代世界人們面臨著如何將概念化的族群認同及與其他身份聯繫起來的挑戰，食物是最有效的媒介之一。食物被挪用作為文化的標誌，語用學的代碼下日本料理的涵義之一就是國家認同，成為日本人就要吃日本料理。<sup>166</sup> 何以食材充分在地化，而內地人的消費認同卻始終是「神戶牛」或「內地牛」？如果這是牛肉、牛肉料理與日本人身分三者合一的象徵，「神戶牛肉」是何角色就不言而喻了。

盧溝橋事件爆發，新的牛肉政策誕生。<sup>167</sup> 1937 年 11 月 1 日《臺灣日日新報》以「青島肉が杜絶し、臺灣水牛が代殺」為題報導如下：「隨著事件發展軍需的牛肉罐頭需要食材，青島肉告罄必須以臺灣牛肉來彌補，臺灣方面計畫直接發展罐頭業，由於日產轉向滿州，臺灣牛罐將由杉原產業來製造。」<sup>168</sup> 青島牛曾是臺灣「神

<sup>162</sup> 不著撰者，〈艋舺の少女〉，《民俗臺灣》，第 2 卷第 9 期第 15 號（1942），頁 26。

<sup>163</sup> 例如：Judith Woodward, "Consumer Attitudes towards Meat and Meat Products," *British Food Journal*, Vol. 90, No. 3, 1988, pp. 101-104. E. Lea and A. Worsley, "Influences on Meat Consumption in Australia," *Appetite*, Vol. 36, No. 2, 2001, pp. 127-136.


<sup>164</sup> 參閱柳書琴，〈勤勞成貧：臺北城殤小說中的臺灣博覽會批判〉，洪淑苓、黃美娥編，《第一屆文化流動與知識傳播國際學術研討會論文集》（臺北：秀威資訊，2017），頁 335-356。

<sup>165</sup> 不著撰者，〈血を殖やす食品は何か〉，《臺灣婦人界》，第 6 卷第 2 期（1939），頁 88。

<sup>166</sup> Nataša Visočnik, "Food and Identity in Japan," *Etnološka istraživanja*, No. 10, 2005, p. 16.

<sup>167</sup> 按：戰爭爆發後澳洲、青島等地的牛肉無法輸入日本，臺灣牛因而成了內地業者蒐購的對象。牛一年生產兩萬七千頭，移出內地高達一萬八千頭，臺灣島內每年需四萬八千頭，當局認為如果不加節制會為農耕帶來極大的困擾，昭和十二（1937）年 11 月府令 157 號規則公布，牛肉的移出或輸出要當局許可；臺北州防犯協會等，《防犯》（臺北：臺北州刑事課、臺北州防犯協會，1938），頁 62。

<sup>168</sup> 〈青島肉が杜絶し 臺灣水牛が代殺 罐詰製造を杉原で計畫〉，《臺灣日日新報》，1937 年 11 月 1 日，

戶牛肉」的來源之一，如今「軍用牛」的水牛變成青島牛的代用品，其他家畜（或野生動物）也被迫接受統治者因應戰爭需求而自創的新符碼。<sup>169</sup> 

---

第 2 版。

<sup>169</sup> 這方面也見於向來被趕盡殺絕的臺灣土狗，中日戰爭爆發後在「野犬報國」名義下擴大撲殺，土狗被抓去剝皮取肉獻給軍方；參見李若文，〈殖民地臺灣的家犬觀念與野犬撲殺〉，《中正歷史學刊》，第 21 期（2018），頁 58-63。

## 附件

單位：百斤

西元	黃牛肉 一等	黃牛肉 二等	水牛肉	豬肉	雞肉（去勢的 幼禽）	鴨肉（去勢的 幼禽）
1926	45.00		19.00	43.00	雌 64.00 雄 —	雌 — 雄 39.00
1927	40.00		25.00	36.39	60.00 —	— 39.00
1928	40.00		25.00	40.19	60.00 —	— 48.00
1929	38.00		20.00	40.25	60.00 58.00	60.00 36.00
1930	38.00		18.00	25.09	40.00 37.00	40.00 30.00
1931	30.00		—	30.00	38.00 36.00	38.00 20.00
1932	33.00		—	一等 36.00 二等 31.00	47.00 44.00	47.00 27.00
1933	33.00	28.00	—	一等 34.00 二等 30.00	46.00 43.00	46.00 24.00
1934	35.60	29.00	20.00	一等 29.03 二等 27.83	50.00 48.00	50.00 24.00
1935	40.00	33.00	—	一等 38.60 二等 36.80	52.00 50.00	52.00 30.00
1936	40.00	33.00	18.00	一等 38.15 二等 35.30	57.00 55.00	57.00 33.00
1937	43.00	34.00	20.00	一等 36.32 二等 32.32	54.00 52.00	54.00 30.00
1938	48.00	42.00	25.00	一等 57.48 二等 52.05	65.00 63.00	65.00 42.00
1939	48.00	42.00	一等 28.00 二等 82.00 （按：此處係 誤植）	一等 77.53 二等 72.13	78.00 80.00	49.00
1940	48.00	42.00	一等 28.00 二等 25.00	一等 77.53 二等 72.13	92.00 88.00	90.00

【附表一】臺北市歷年 12 月的牛肉價格

資料來源：臺北市役所，《臺北市統計書（昭和六年）》，臺北：臺北市役所，1933。臺北市役所，《臺北市統計書（昭和八年）》，臺北：臺北市役所，1935。臺北市役所，《臺北市統計書（昭和十一年）》，臺北：臺北市役所，1938。臺北市役所，《臺北市統計書（昭和十二年）》，臺北：臺北市役所，1939。臺北市役所，《臺北市統計書（昭和十三年）》，臺北：臺北市役所，1940。臺北市役所，《臺北市統計書（昭和十五年）》，臺北：臺北市役所，1942。

單位：1920 年以前為百斤；1934 年以後為百匁（一斤=六百公克，一匁=三百七十五公克）

年次	牛肉（圓）		豬肉（圓）		羊肉（圓）		雞肉（圓）		鴨肉（圓）	
	最高	平均	最高	平均	最高	平均	最高	平均	最高	平均
1916	13.00	12.00	34.00	30.00	40.00	38.00	40.00	36.00	22.00	20.50
1917	20.75	19.50	34.75	32.00	40.00	38.00	42.50	39.25	25.50	22.75
1918	39.00	37.00	42.50	40.25	48.50	46.25	59.50	57.25	33.50	31.50
1920	80.00	72.00	72.00	55.00	55.00	55.00	160.00	155.00	190.00	155.00
	黃牛肉	黃牛肉								
	48.00	38.00								
	水牛肉	水牛肉								
（省略）										
1934 6 月	0.40 黃牛肉 百匁 一等	0.30 黃牛肉 百匁 二等	0.30 百匁				0.80 百匁			
1935 12 月	0.40 黃牛肉 百匁 一等	0.30 黃牛肉 百匁 二等	0.35 百匁				1.00 百匁			
1938 1 月	28.50 黃牛肉 百斤	一水牛肉		30.00 本島產肉 豬百斤			70.00 百斤		32.00 百斤	

【附表二】花蓮港廳的肉品價格

資料來源：花蓮港廳，《花蓮港廳第一統計書》，花蓮：花蓮港廳，1917。花蓮港廳，《花蓮港廳第二統計書》，花蓮：花蓮港廳，1918。花蓮港廳，《花蓮港廳第三統計書》，花蓮：花蓮港廳，1920。花蓮港廳，《花蓮港廳第五統計書》，花蓮：花蓮港廳，1922。花蓮港廳，《花蓮港廳第十九統計書》，花蓮：花蓮港廳，1936。花蓮港廳，《花蓮港廳第二十統計書》，花蓮：花蓮港廳，1937。花蓮港廳，《花蓮港廳第二十三統計書》，花蓮：花蓮港廳，1940。

## 徵引書目

### 一、史料

#### （一）中文

林獻堂著，許雪姬主編，《灌園先生日記（十）》，臺北：中央研究院近代史研究所，2010。

#### （二）日文

SM 生，〈論說〉，《臺灣農友會會報》，第 10 號（1907），頁 1-2。

小島一生，《臺灣畜產統計》，臺北：臺灣畜產會，1941。

大柿技師，〈高雄州下の改良和牛に就て〉，《臺灣畜產會會報》，第 4 卷第 9 期（1941），頁 30-43。

山根勇藏，〈台湾人は牛肉を食わない〉，山根勇藏編，《台湾民族性百談》，臺北：杉田書店，1930，頁 359-363。

山根甚行，〈中國地方に於ける改良和牛に就て（其の一）〉，《臺灣之畜產》，第 1 卷第 2 期（1933），頁 44-52。

山崎蒨，〈神戸牛〉，《刀圭餘錄》，日治時期圖書影像系統（[http://stfb.ntl.edu.tw/cgi-bin/g32/gswweb.cgi/ccd=1VVohQ/brwfull?filename=ENDcINPG%60LIL%8A%96%8A%93O%5BcD%5D%95%9EK%9E%86%92uW%60bYdGGdIJUKN%89%93KR%5CPE%86T%94%90%8E&dbid=%88%98%84%85M%5DER\\_%9B%9CE%9C%88%8CsY%5E%60W%82EE%82K%5C%5BE](http://stfb.ntl.edu.tw/cgi-bin/g32/gswweb.cgi/ccd=1VVohQ/brwfull?filename=ENDcINPG%60LIL%8A%96%8A%93O%5BcD%5D%95%9EK%9E%86%92uW%60bYdGGdIJUKN%89%93KR%5CPE%86T%94%90%8E&dbid=%88%98%84%85M%5DER_%9B%9CE%9C%88%8CsY%5E%60W%82EE%82K%5C%5BE)），最後檢索日期：2020.4.30。

木村東次郎，〈本島牧牛改良の將來を論ず〉，《臺灣農友會會報》，第 8 號（1907），頁 12-18。

不著撰者，〈大阪弘豚舎が本島から黃牛肉を移入した動機〉，《臺灣之畜產》，第 2 卷第 6 期（1934），頁 5。

不著撰者，〈殖產興業ニ關スル總督ノ演說〉，日治時期圖書影像系統（[http://stfb.ntl.edu.tw/cgi-bin/g32/gswweb.cgi/ccd=1VVohQ/brwfull?filename=ENR%5DOX%5DRWF%9C%9C%A0%89QaIHQ%A1%9A\\_%8A%A2%96icDQlaXXXXE\\_FRZbJW%98b%86%A2%9C&dbid=%88%98%84%85M%5DEDU%9D%96c%86%9E%9Am\\_HMp%5DpTTTT](http://stfb.ntl.edu.tw/cgi-bin/g32/gswweb.cgi/ccd=1VVohQ/brwfull?filename=ENR%5DOX%5DRWF%9C%9C%A0%89QaIHQ%A1%9A_%8A%A2%96icDQlaXXXXE_FRZbJW%98b%86%A2%9C&dbid=%88%98%84%85M%5DEDU%9D%96c%86%9E%9Am_HMp%5DpTTTT)），最後檢索日期：2020.4.30。

不著撰者，〈臺灣の畜產改良行事——臺北、宜蘭、桃園、新竹、臺中、南投、嘉義、臺南、阿猴、澎湖、臺東の各廳農會〉，《肉と乳》，第 2 卷第 2 期（1911），頁 23-28。

不著撰者，〈耕作用の牛に就て〉，《農業世界》，第 19 卷第 11 期（1924），頁 193-207。

- 不著撰者，〈經濟上より見たる臺灣の馬産〉，《臺灣之畜産》，第2卷第8期（1934），頁40-57。
- 不著撰者，〈所謂苗栗牛の肉用牛としての将来〉，《臺灣之畜産》，第2卷第6期（1934），頁35-37。
- 不著撰者，〈血を殖やす食品は何か〉，《臺灣婦人界》，第6卷第2期（1939），頁87-88。
- 不著撰者，〈料理店經營の話〉，《臺灣藝術新報》，第5卷第8期（1939），頁67-68。
- 不著撰者，〈臺北州農會第二回産牛品評會〉，《臺灣農事報》，第181號（1921），頁45-46。
- 不著撰者，〈新竹州苗栗郡畜産組合主催第二回肉牛品評會〉，《臺灣之畜産》，第4卷第1期，頁14-16。
- 不著撰者，〈艋舺の少女〉，《民俗臺灣》，第2卷第9期第15號（1942），頁26-29。
- 不著撰者，《臺中州統計摘要大正十三年》，日治時期圖書影像系統（[http://stfb.ntl.edu.tw/cgi-bin/g32/g3web.cgi/ccd=d5rOpq/brwfull?filename=ENDcINSJGcQGD%A2%9E%A2%8BWcKLU%9D%96c%86%9E%9Am\\_HIT%7FOTYtYZDZ%5B%9E%96\\_KW\\_b%9FO%9B%8F%99&dbid=%88%98%84%85M%5DER\\_%9B%9CE%9C%88%8CsY%5EcZeEZSzStbP](http://stfb.ntl.edu.tw/cgi-bin/g32/g3web.cgi/ccd=d5rOpq/brwfull?filename=ENDcINSJGcQGD%A2%9E%A2%8BWcKLU%9D%96c%86%9E%9Am_HIT%7FOTYtYZDZ%5B%9E%96_KW_b%9FO%9B%8F%99&dbid=%88%98%84%85M%5DER_%9B%9CE%9C%88%8CsY%5EcZeEZSzStbP)），最後檢索日期：2020.5.6。
- 平野師應，〈内地本島間の定期船に冷蔵庫を設くべし〉，《財海》，第34期（1909），頁58-59。
- 石川真澄，〈與太・洒落（漫談）〉，《社會事業の友》，第8期（1929），頁61-66。
- 石坂莊作，《臺嶋踏查實記》，日治時期圖書影像系統（[http://stfb.ntl.edu.tw/cgi-bin/g32/g3web.cgi/ccd=VZrF9O/brwfull?filename=ENSZRUIWJ\\_Fa%A1%A1%9D%9CZFOYD%92%85R%95%8F%8B%7CPWUzSb%7DNbcTE%5EHX%60HPM%8E%5C%8C%88%86&dbid=%88%98%84%85M%5DDPM%85%8E%5B%8E%96%A2eGPL%83H%5BfGIH%5D](http://stfb.ntl.edu.tw/cgi-bin/g32/g3web.cgi/ccd=VZrF9O/brwfull?filename=ENSZRUIWJ_Fa%A1%A1%9D%9CZFOYD%92%85R%95%8F%8B%7CPWUzSb%7DNbcTE%5EHX%60HPM%8E%5C%8C%88%86&dbid=%88%98%84%85M%5DDPM%85%8E%5B%8E%96%A2eGPL%83H%5BfGIH%5D)），最後檢索日期：2020.6.10。
- 田中一二，《臺北市史》，臺北：臺灣通信社，1931。
- 西村巖，〈最近畜産界の諸問題〉，《臺灣之畜産》，第2卷第6期（1934），頁6-9。
- 辻信次，〈獸醫畜産〉，《臺灣農事報》，第141號（1918），頁32-43。
- 池田敏雄，〈艋舺雜記〉，《文藝臺灣》，第6號（1940），頁498-503。
- 花蓮港廳，《花蓮港廳第一統計書》，花蓮：花蓮港廳，1917。
- 花蓮港廳，《花蓮港廳第二統計書》，花蓮：花蓮港廳，1918。
- 花蓮港廳，《花蓮港廳第三統計書》，花蓮：花蓮港廳，1920。

- 花蓮港廳，《花蓮港廳第五統計書》，花蓮：花蓮港廳，1922。
- 花蓮港廳，《花蓮港廳第十九統計書》，花蓮：花蓮港廳，1936。
- 花蓮港廳，《花蓮港廳第二十統計書》，花蓮：花蓮港廳，1937。
- 花蓮港廳，《花蓮港廳第二十三統計書》，花蓮：花蓮港廳，1940。
- 東鄉實，〈臺灣農業ノ現況（二）〉，《臺灣農事報》，第 17 號（1908），頁 5-10。
- 杉木正篤，〈水牛〉，《臺灣農事報》，第 54 號（1911），頁 29-35。
- 芝田清吾，《畜産学講義》，出版地不詳，1929。
- 柳川秀興，〈臺灣畜牛改良要項（下）〉，《臺灣農事報》，第 111 號（1916），頁 38-47。
- 星武、藍田俊郎，《臺灣海港獸類檢疫史》，日治時期圖書影像系統（[http://stfb.ntl.edu.tw/cgi-bin/gs32/gsweb.cgi/ccd=Uz2OXJ/brwfull?filename=ENDcINPG%60MGX%8E%8A%96%97cOW%60I%89%92W%92%9A%9E%81KLNEpUWx%5C%5C%5C%5CQ%8F%95ELM%8E%5C%8C%88%86&dbid=%88%98%84%85M%5DER\\_%9B%9CE%9C%88%8CsY%5E%60W%82SEjZZZZ](http://stfb.ntl.edu.tw/cgi-bin/gs32/gsweb.cgi/ccd=Uz2OXJ/brwfull?filename=ENDcINPG%60MGX%8E%8A%96%97cOW%60I%89%92W%92%9A%9E%81KLNEpUWx%5C%5C%5C%5CQ%8F%95ELM%8E%5C%8C%88%86&dbid=%88%98%84%85M%5DER_%9B%9CE%9C%88%8CsY%5E%60W%82SEjZZZZ)），最後檢索日期：2020.5.17。
- 飛多宇市，〈畜牛の肥育に就て〉，《臺灣畜産會會報》，第 3 卷第 7 期（1940），頁 1-30。
- 高雄州編，《高雄州産業調査會畜産部資料》，高雄：高雄州，1936。
- 高雄州警務部衛生課編，《高雄州衛生概況》，高雄：高雄州警務部衛生課，1928。
- 高島鐵關居士，〈牛の歳因みて（二）〉，《臺南州自動車協會會報》，第 1 卷第 2 期（1937），頁 10-13。
- 堀川安市，《臺灣博物提要（動物篇）》，臺北：新高堂，1922。
- 梅田進，〈新竹畜産の動向私見〉，《臺灣之畜産》，第 2 卷第 6 期（1934），頁 38-42。
- 船津一次，〈生牛肉の需要供給に就いて〉，《臺灣之畜産》，第 3 卷第 11 期（1936），頁 36-41。
- 福井生，〈臺北市民の肉食と衛生〉，《臺北州時報》，第 2 卷第 9 期（1927），頁 37-46。
- 福井淺一，〈東洋思想より觀たる臺灣の殺牛禁忌と産牛政策の將來〉，《臺灣農事報》，第 295 號（1931），頁 12-27。
- 福井淺一，〈最近の臺灣獸醫畜産〉，《臺灣農事報》，第 312 號（1932），頁 2-15。
- 葉貓貓，《臺灣人食ノ營養學的考察・前編：食糧統計ヨリ見タリ臺灣人食ト其批判》，出版地不詳：臺灣總督府中央研究所衛生部，1937。



- 緒方武歲，《始政五十年台灣草創史》，臺北：南天書局，1995。
- 臺北市役所，《臺北市統計書（昭和六年）》，臺北：臺北市役所，1933。
- 臺北市役所，《臺北市統計書（昭和八年）》，臺北：臺北市役所，1935。
- 臺北市役所，《臺北市統計書（昭和十一年）》，臺北：臺北市役所，1938。
- 臺北市役所，《臺北市統計書（昭和十二年）》，臺北：臺北市役所，1939。
- 臺北市役所，《臺北市統計書（昭和十三年）》，臺北：臺北市役所，1940。
- 臺北市役所，《臺北市統計書（昭和十五年）》，臺北：臺北市役所，1942。
- 臺北州防犯協會等，《防犯》，臺北：臺北州刑事課、臺北州防犯協會，1938。
- 臺北州知事官房文書課，《大正十四年臺北州統計書》，臺北：臺北州知事官房文書課，1927。
- 臺北廳御編纂，《臺北廳誌》，臺北：臺北廳，1919。
- 臺灣總督府，《臺灣總督府府報》，1331 號，1938 年 7 月 14 日。
- 臺灣總督府，《補習學校農業教科書：畜產篇》，臺北：臺灣總督府，1934。
- 臺灣總督府中央研究院農業部編纂，《臺灣農家便覽》，臺北：臺灣農友會，1932。
- 臺灣總督府民政部殖產課編，《臺灣總督府民政部殖產報文》，第 2 卷，第 2 冊，臺北：臺灣總督府民政部殖產課，1899。
- 謝國興主編，松添節也翻譯編註，《駐臺南日本兵一九〇四年日記》，臺北：中央研究院臺灣史研究所，2016。
- 藤根吉春，《臺灣ノ牧牛》，臺北：臺灣總督府民政部殖產局，1904。
- 巖南翁，〈臺灣落穗集（一）〉，《畜牛》，第 294 期（1929），頁 60-63。

## 二、專書

### （一）中文

- Aldridge, Alan 著，劉耘安譯，《消費社會學的概念》(*Consumption*)，新北：韋伯文化，2012。
- Baudrillard, Jean 著，夏瑩譯，《符號政治經濟學批判》(*Pour une critique de l'économie politique du signe*，英譯：*For a Critique of the Political Economy of the Sign*)，南京：南京大學出版社，2009。
- Baudrillard, Jean 著，車槿山譯，《象徵交換與死亡》(*L'Échange symbolique et la mort*)，南京：譯林出版社，2009。
- Baudrillard, Jean 著，劉成富、全志鋼譯，《消費社會》(*La société de consommation*)，南京：南京大學出版社，2014。
- Baudrillard, Jean 著，林志明譯，《物體系》(*Le système des objets*)，臺北：麥田出版社，2018。
- Featherstone, Mike 著，趙偉紋譯，《消費文化與後現代主義》(*Consumer Culture and*

*Postmodernism*)（永和：韋伯文化，2009）。

McGee, Harold 著，邱文寶、林慧珍譯，《食物與廚藝：奶、蛋、肉、魚》(*On Food and Cooking*)，新北：大家出版社，2016。

Saussure, Ferdinand De 著，高名凱譯，《普通語言學教程》(*Cours de linguistique générale*)，北京：商務印書館，2017。

Saussure, Ferdinand De 著，屠友祥譯，《索緒爾第三次普通語言學教程》(*Ferdinand de Saussure troisième cours de linguistique générale*)，上海：上海人民出版社，2018。

何秀煌，《記號學導論》，臺北：水牛出版社，1991。

宮崎正勝著，陳柏瑤譯，《餐桌上的世界史》（知っておきたい「食」の世界史），新北：遠足文化，2016。

張漢良，《符號學與詮釋學》，臺北：行政院文化建設委員會，2010。

陳柔縉，《臺灣西方文明的初體驗》，臺北：麥田出版社，2011。

羅蘭·巴特 (Barthes, Roland) 著，李幼蒸譯，《符號學原理》(*Éléments de sémiologie*)，北京：中國人民大學，2008。

羅蘭·巴特 (Barthes, Roland) 著，許綺玲譯，《神話：大眾文化詮釋》(*Mythologies*)，上海：上海人民出版社，1999。

羅蘭·巴特 (Barthes, Roland) 著，許薔薔、許綺玲譯，《神話學》(*Mythologies*)，臺北：桂冠出版社，1997。

## （二）日文

本間健彥等編，《日本食肉文化史》，東京：伊藤記念財團，1991。

正田陽一，《品種改良の世界史・家畜篇》，東京：悠書館，2012。

田村正紀，《消費者の歴史——江戸から現代まで》，東京：千倉書房，2011。

兵庫県農政環境部農林水産局畜産課編，《兵庫の和牛但馬牛》，東京：丸善ブラネット，2018。

武光誠，《食の変遷から日本の歴史を読む方法》，東京：河出書房，2001。

板垣貴志，《牛と農村の近代史——家畜預託慣行の研究》，東京：思文閣，2013。

岡本正幹，《役肉牛》，東京：養賢堂，1958。

畑中三応子，《カリスマフード：肉・乳・米と日本人》，東京：春秋社，2017。

渡辺実，《日本食生活史》，東京：吉川弘文館，1990。

鈴木茂則等編，《江戸・東京暮らしを支えた動物たち》，東京：JA 東京中央会，1996。

## （三）西文

Barthes, Roland. Translated by Stephen Heath. *Image, Music, Text*. New York: Hill and Wang, 1977.

- Baudrillard, Jean. *Simulations*. New York: Semiotext(e), 1983.
- Baudrillard, Jean. *In the Shadow of the Silent Majorities*. New York: Semiotext(e), 1983.
- Bell, David and Gill Valentine. *Consuming Geographies: We Are Where We Eat*. London and New York, 1997.
- Bourdieu, Pierre. Translated by R. Nice, *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1984.
- Cochran, Sherman. *Chinese Medicine Men: Consumer Culture in China and Southeast Asia*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 2006.
- Fagan, Brian. *The Intimate Bond: How Animals Shaped Human History*. New York: Bloomsbury Press, 2016.
- Gabriel, Yiannis and Tim Lang. *The Unmanageable Consumer: Contemporary Consumption and Its Fragmentation*. London: Sage Publications, 1995.
- Peirce, Charles S, Nathan Houser, and Christian J. W. Kloesel. *Selected Philosophical Writings (1867-1893)*. Vol. 1 of *The Essential Peirce*. Indiana: Indiana University Press, 1998.
- Rolston, Holmes III. *Environmental Ethics: Duties to and Values in the Natural World*. Philadelphia: Temple University Press, 1988.
- Spary, Emma. *Eating the Enlightenment: Food and the Sciences in Paris, 1670-1760*. Chicago: University of Chicago Press, 2012.

### 三、期刊論文

#### (一) 中文

- 李若文,〈殖民地臺灣的家犬觀念與野犬撲殺〉,《中正歷史學刊》,第 21 期(2018),頁 31-71。
- 吳方正,〈二十世紀初中國醫療廣告與身體描繪〉,《藝術學研究》,第 4 期(2009),頁 87-151。
- 姚村雄、陳俊宏、邱上嘉、余佩君,〈日治時期「仁丹」藥品報紙廣告設計比較研究——以臺灣、日本、中國三地為例〉,《科技學刊》,第 17 卷人文社會類第 1 期(2008),頁 59-72。
- 孫秀蕙、陳儀芬,〈被框架的女性意象：上海月份牌廣告化的圖像分析〉,《廣告學研究》,第 34 期(2008),頁 25-63。
- 孫秀蕙、陳儀芬,〈「女性美」論述之建構：以《臺灣日日新報》化妝品廣告為例〉,《廣告學研究》,第 40 期(2013),頁 109-147。
- 陳玉箴,〈日本化的西洋味：日治時期臺灣的西洋料理及臺人的消費實踐〉,《臺灣史研究》,第 20 卷第 1 期(2013),頁 79-125。
- 曾品滄,〈日式料理在臺灣：鋤燒(スキヤキ)與臺灣智識階層的社會生活(1895-1960 年代)〉,《臺灣史研究》,第 22 卷第 4 期(2015),頁 1-34。

（二）西文

- Evans, Adrian B and Mara Miele. "Between Food and Flesh: How Animals are Made to Matter (and not Matter) within Food Consumption Practices," *Environment and Planning D: Society and Space*, Vol. 30, No. 2, 2012, pp. 298-314.
- Lea, E. and Anthony Worsley. "Influences on Meat Consumption in Australia," *Appetite*, Vol. 36, No. 2, 2001, pp. 127-136.
- Stajcic, Nevana. "Understanding Culture: Food as a Means of Communication," *Hemispheres. Studies on Cultures and Societies*, No. 28, 2013, pp. 77-87.
- Valentine, Gill. "A Corporeal Geography of Consumption," *Environment and Planning D: Society and Space*, Vol. 17, No. 3, 1999, pp. 329-351.
- Visočnik, Nataša. "Food and Identity in Japan," *Etnološka istraživanja*, No. 10, 2005, pp. 7-18.
- Watanabe, Zenjiro. "Removal of the Ban on Meat: The Meat-Eating Culture of Japan at the Beginning of Westernization," *Food Culture*, No. 9, 2005, pp. 2-8.
- Woodward, Judith. "Consumer Attitudes towards Meat and Meat Products," *British Food Journal*, Vol. 90, No. 3, 1988, pp. 101-104.

四、專書論文

（一）中文

- 柳書琴，〈勤勞成貧：臺北城殤小說中的臺灣博覽會批判〉，洪淑苓、黃美娥編，*《第一屆文化流動與知識傳播國際學術研討會論文集》*，臺北：秀威資訊，2017，頁 335-356。

（二）日文

- 桜井厚，〈屠場の社会／社会の屠場〉，菅豊編著，*《人と動物の日本史 3 動物と現代社会》* 東京：吉川弘文館，2009，頁 98-123。
- エルメル・フェルトキャンプ (Elmer Veldkamp)，〈英雄となった犬たち——軍用犬の慰霊と動物供養の変容〉，菅豊編著，*《人と動物の日本史 3 動物と現代社会》*，東京：吉川弘文館，2009，頁 44-69。

（三）西文

- Barthes, Roland. "Toward a Psychosociology of Contemporary Food Consumption," in Carole Counihan and Penny Van Esterik eds. *Food and Culture: A Reader* (New York: Routledge, 2008), pp. 20-27.
- Cook, Ian, Philip Crang, and Mark Thorpe. "Eating into Britishness: Multicultural Imaginaries and the Identity Politics of Food," in Sasha Roseneil and Julie Seymour eds. *Practising Identities: Power and Resistance* (London: Macmillan, 1999), pp. 223-248.

## 五、報紙

### （一）中文

《臺灣日日新報》，1905 年 9 月 5 日-1937 年 1 月 9 日。

### （二）日文

《大阪朝日新聞》，1895 年 7 月 4 日。

《東京朝日新聞》，1896 年 7 月 16 日-1936 年 9 月 24 日。

《臺灣日日新報》，1899 年 3 月 26 日-1938 年 3 月 24 日。

《臺灣商報》，1900 年 10 月 1 日-1900 年 12 月 18 日。

## 六、學位論文

王珊富，〈飲食、地方與日常生活——從耕牛到牛肉的味覺轉化之物質與象徵向度〉，國立臺東大學區域政策與發展研究所碩士論文，2007。

侯巧蕙，〈臺灣日治時期漢人飲食文化之變遷：以在地書寫為探討核心〉，國立臺灣師範大學臺灣文化及語言文學研究所碩士論文，2012。

俞佩君，〈日治「皇民化運動」時期（1937-1945）臺灣報紙廣告之戰爭風格設計研究〉，國立臺中技術學院商業設計研究所碩士論文，2008。

孫寅瑞，〈牛肉成為臺灣漢人副食品的歷史觀察〉，國立中央大學歷史研究所碩士論文，2001。

陳燕蓉，〈日治時期廣告中的女性圖像分析——以《臺灣日日新報》為分析場域〉，國立政治大學廣告研究所碩士論文，2010。

（責任編輯：蔡靜茹）