

南 華 大 學

傳播學系

碩士論文

懷念的好味道——「臺鐵便當」懷舊感之探究

**Memorable Good Taste--Exploring The Sense of
Nostalgia of “TRA Meal Box”**

研 究 生：郭芳儒

指 導 教 授：劉平君 博士

中 華 民 國 103 年 6 月 26 日

南 華 大 學

傳播學系

碩 士 學 位 論 文

懷念的好味道——「臺鐵便當」懷舊感之探究

Memorable Good Taste--Exploring The Sense of

Nostalgia of "TRA Meal Box"

研究生：郭芳儷

經考試合格特此證明

口試委員：高如如
招士哲
劉平元

指導教授：劉平元

系主任(所長)：蔡鴻漢

口試日期：中華民國 103 年 06 月 26 日

《謝誌》

想不到一個簡單的臺鐵便當也可以寫成一本論文。當初用這個主題寫論文的時候，很多人都覺得是不是太簡單了，連我自己也都懷疑有辦法完成嗎？然而蔡鴻濱主任在廣告學給我的分數，讓我驚訝，也肯定臺鐵便當是可以作為論文的主題。這兩年在南華大學傳播研究所求學的過程，辛苦我們的同學每天都必須忍受跟我一樣沉浸在臺鐵便當的議題當中，就是因為對於臺灣鐵道文化的喜愛，讓我覺得寫這個題目很有意義。

這本論文能夠完成，首先要感謝的是我的指導老師劉平君教授，從研究方法課程開始，一年半的時間劉老師不斷地為這篇論文進行修改與潤飾重整，逐漸將論文結構成型到最後完成，也感謝口試老師唐士哲教授、簡妙如教授的指導，您們精闢的見解，提供的建議，讓這篇論文可以在內容與架構上更趨完整，還有我們系上每一位老師也都會來關心我的論文進度，在聊天的過程當中也會給予一些意見，能夠在南華大學跟這些老師學習，真的感覺到非常幸運。

我也要謝謝我們同班的六位同學-慧綾、先駿、佳諭、立文、貞云，感謝你們的幫忙陪伴，這兩年的時光讓我過的很快樂，尤其是慧綾大姐大的個性，讓我們讓我們受惠良多，有你真好。也要感謝參與焦點團體訪談的二十八位受訪者，由於您們的鼎力幫忙，論文內容才能精采豐富。最後我也要謝謝我的家人，尤其是我的太太在我晚上去讀書的過程中，總是幫我把家庭照顧好，讓我上課沒有後顧之憂。兩年的時光，雖然是一個階段結束，但也是另一個學習的開始，從南華大學這裡學到的知識，相信一定可以讓我在未來的人生、工作上更有幫助，謝謝您們。

《摘要》

臺鐵便當相信大家應該不陌生，在交通不發達的年代，火車是人們旅行中一項重要的交通工具，兩地往返都要靠它代步。早年行駛的火車，速度慢，行駛時間長，對長途旅客而言，長時間被拘束在列車上，肚子餓了，如何在火車上解決民生問題是一件重要的事，因此就出現了在車站或車廂販售便當的型態。

臺灣鐵路局在 2000 年千禧年推出「懷念的好味道」-「臺灣鐵路懷舊便當」，造成大轟動，老字號的臺鐵，儘管虧損連連，但是經典的臺鐵排骨便當，卻是業績長紅，每天可以熱賣超過兩萬個。

儘管有人質疑「臺鐵便當」菜色普通，價格也不便宜，為什麼還可以這麼受歡迎？看似簡單的滷排骨、炒酸菜、醬菜黃蘿蔔的滋味對於某些人還是深藏一種不一樣的感覺，打開便當，聞到熟悉的味道，觸動了人們過往記憶中的美味！啊～～原來「懷舊」是臺鐵便當熱銷的關鍵。

本研究主要採取焦點團體訪談作為研究方法，在訪談人員取樣上，選取老、中、青三個世代的成員組成焦點團體來進行訪談，探究「臺鐵便當」是如何引發觸動消費者的懷舊感。研究結果發現，對於不同世代的消費者而言，「臺鐵便當」有著不一樣的懷舊感，老一輩的人他們實際經歷過那段過往的時代，他們的懷舊感多數來自於個人或集體的直接的經驗，過去的味道存留在他們記憶之中，他們在緬懷一種屬於自己歷史的記憶，對過往美好舊時光的回味。而對於年輕世代的消費者而言，他們不曾經歷過那些早年的歲月風情，他們的懷舊感多數來自於個人或集體的間接的經驗，藉由想像體會父母長輩們那個年代懷舊的味道，並且從中去感受過去與現代社會的迥異，進而產生迷戀與嚮往。研究結果與 Havlena & Holak (1997) 所提出四種懷舊類型的理論相呼應。

關鍵字：「臺鐵便當」、懷舊情感、世代

目次

第一章 緒論.....	1
第一節、研究緣起與動機.....	1
第二節、研究目的.....	4
第三節、研究流程.....	7
第二章 文獻探討.....	8
第一節、臺鐵便當.....	8
一、臺灣鐵道簡史.....	8
二、臺鐵餐旅服務總所沿革.....	16
三、臺鐵便當前世今生.....	19
第二節、懷舊情感.....	23
一、「懷舊」定義.....	24
二、懷舊類型.....	27
第三章 研究方法.....	32
第一節、研究工具.....	32
第二節、研究對象與抽樣方式.....	34
第四章 分析結果.....	41
第一節、購買便當原因分析.....	41
一、經濟價值.....	41
二、對食物的需求.....	42
三、受他人影響.....	43
四、對品牌忠誠/偏愛.....	44

五、地利之便.....	45
第二節、觸發懷舊感.....	49
一、經驗的重現.....	49
二、想像的過去.....	71
第五章 結論與建議.....	85
第一節、研究結論.....	85
第二節、研究建議.....	87
參考書目	95
一、中文部分.....	95
二、英文部分.....	97
三、網路資料.....	98



圖表目次

表次

表 2-1 臺灣鐵路建造一覽表.....	11
表 2-2 學者對懷舊的定義.....	24
表 2-3 Baker 和 Kennedy (1994) 懷舊的三種層次.....	28
表 3-1 三個世代劃分表.....	36
表 3-2 第一場次人員基本背景資料表.....	37
表 3-3 第二場次人員基本背景資料表.....	37
表 3-4 第三場次人員基本背景資料表.....	38
表 3-5 第四場次人員基本背景資料表.....	38
表 3-6 第五場次人員基本背景資料表.....	39
表 3-7 訪談者世代人數統計分類表.....	39
表 4-1 個別世代購買臺鐵便當原因統計表.....	46
表 4-2 引發人們懷舊的九個因素.....	75

圖次

圖 1-1 研究流程圖	7
圖 2-1 臺灣環島鐵路網	15
圖 2-2 Holak 和 Havlena 分類之懷舊類型分類矩陣圖.....	29
圖 2-3 重要懷舊類型分類圖.....	30

第一章 緒論

第一節、研究緣起與動機

臺灣有很多有超過四、五十年歷史的老店，卻不敵來勢洶洶的後起之秀與大環境嚴峻的競爭壓力而敗下陣來，許多老店逐漸凋零，最後消失在熟悉的街角，至今依然能夠留存下來之只是少數。就像唐詩所謂「古調雖自愛，今人多不彈」，在現今競爭激烈市場環境下，老店雖然招牌名聲響亮，但其實經營不易，如果經營者沒有思索如何在傳統中求新求變，那結果往往只是硬著頭皮苦撐，以拖待變。

然而，看似註定沒落的老店，被認為無法抵抗企業大規模生產成本優勢與欠缺四通八達行銷通路的傳統產業，最近因為食安問題或是其他因素影響，似乎有鹹魚翻身趨勢，又重新獲得消費者的重視與肯定。

「油品講究天然高品質 傳統油行生意增加兩成」

製油大廠大統和富味鄉，接連爆發製作混充的黑心油，很多民眾不再迷信大廠牌，轉而找有信用的老牌製油廠，新北市木柵一家製油 42 年的油廠，堅持用「餅式壓榨法」，將黑芝麻壓榨成油，沒有任何添加物，黑心油爆發以來，油廠的訂單多出兩成以上。

許多傳統老油行仿若被重新憶起，生意門庭若市，裡面榨油，外面排隊，甚至油瓶都還沒擺上貨架，就被整箱搜刮。

比起到量販通路購買，傳統油行據點不多，較不方便，價格也沒有賣場便宜；然而，經過這次黑心油事件讓消費者逐漸意識到，產品價格不可能低於原料價格，所以消費者現在寧願捨近求遠，甚至多花點錢到傳統油行買油，就是希望用價格換取多一份保障。

（全國廣播，2013 年 10 月 30 日）

民眾不再對現代化機械大量生產的產品感到信任，越來越多人開始轉向尋找過去記憶中的真實與美好，於是市場也慢慢吹起了懷舊與復古風潮。懷舊的風潮與懷舊議題的行銷運用，最近這幾年來在臺灣引起很多人產生興趣從事研究（如張文如，2006；董士鴻、梁炳琨，2011；杜宜芳，2003；陳微儀，2002；

蔡婷雯，2006；周怡岑，2007；陳淑惠，2003；；陳貞吟，2005），在懷舊復古風潮興起之際，很多業者腦筋動得很快，意識到反向操作似乎是很不錯的做法，只要把失去的東西再找回來就是很好的賣點，紛紛將商品以懷舊作為訴求，營造出濃濃懷舊風進行行銷，在懷舊主題餐廳裡可以看見以舊時代遺留下的用品，刻意擺設的撥盤式電話、舊電影宣傳海報、舊碗櫥、柑仔店的招牌等，拼湊營造五〇年代的感覺，每一樣都充滿歲月的痕跡，讓曾經走過這段歲月的老朋友們，再度想起兒時的回憶與過往的美好讓人回味無窮！

懷舊行銷的特色在於，它並不是一味的端上舊東西，而是將舊文化、產品重新包裝賦予新意，而目標消費者是一群喜歡重新感受一下屬於上一個年代才有的東西，與其說是懷舊，或者應該用從新發現定義舊事物來得貼切（張文如，2006）。

火車！串聯起地方的交通脈絡。火車，在交通不發達的年代，它是人們旅行中一項重要的交通工具，鐵路運輸曾經是多數人往返各都市及城鎮間主要的交通方式，許多人仍然記得搭火車離鄉背景，到遙遠的都市求學或是出外打拼的點點滴滴，火車可以說是伴隨臺灣社會歷經成長，見證了臺灣經濟發展的歷史。

近年流行的懷舊風潮也吹到了臺鐵便當頭上，臺灣鐵路歷史已經超過一個世紀，說到臺鐵這個百年老店，一般人的印象就是火車經常誤點、或者三不五時就來個號誌故障、扯斷電線之類、意外事故、廁所環境差、老大心態，服務品質不佳等負面印象居多，但只有說到「臺鐵便當」，大家的觀感才變得不一樣。一想起「小時候」吃過的鐵路便當，記憶中總是覺得好吃的多，厭惡的少，更遑論再老一輩的人，在當時經濟生活不富裕的年代，對有著「大塊肉」的火車便當羨慕與期待了，覺得這是臺鐵的最讓人稱讚的商品。

早年行駛的蒸汽火車，速度慢，行駛時間長，對長途旅客而言，長時間被拘束在列車上，肚子餓了，如何在火車上解決民生問題是一件重要的事，因此就出現了在車站或車廂販售便當的型態，來服務旅客。當時在平快及慢車上沖茶一杯兩塊錢，一個滷蛋也不過一元，能夠吃上一客二十元鐵路便當，可算是十分豪華、奢侈。對於四、五年級生來說，在那個物資並不豐腴的年代，能夠坐火車，一邊欣賞窗外景致，一邊享受特製餐盒盛裝的滷排骨便當，那種視覺與味覺的超級饗宴，羨煞不少只能聞便當的香味，卻吃不到便當美味的旅客。「臺鐵便當」可以說在當時曾經風光一時。

以筆者自己為例，記得小時候最期待跟母親從台南去高雄外婆家玩，那時候臺灣人經濟條件差，很少家庭有自用車，一般人都是選擇公路局的直達車或是火車，因為母親覺得搭公路局的直達車上下車比較方便，尤其又是帶著兩個小朋友出門，不用上下月台勞累，但我從小對火車就十分著迷，所以每次都吵著要搭火車，最後就變成去高雄的時候搭公路局的直達車，回來台南的時候搭火車。坐在火車上最期待的有兩件事情：在火車站看著各式各樣火車轟隆隆的經過和在火車上等待火車服務小姐推著便當來販賣，一個便當母子三人一塊品嚐，一起享受著坐火車才有的幸福美味，雖然那時家裡經濟環境並不富裕，但吃了那個便當，就覺得很滿足，自己好幸福。這個記憶一直延續到現在，因此每次搭火車只要看到列車服務人員在叫賣便當，我就會想要買一個來吃，而且也會買給我自己的孩子，告訴他們這個便當，看似簡單，卻是充滿對母親的思念的記憶，那種超越食物本身美味的感動一直在我內心深處迴盪，這也是我一直對「臺鐵便當」念念不忘的原因。

第二節、研究目的

然而隨著時代進步、自用轎車普及，國道客運開放、航空業陸續加入，臺鐵一枝獨秀的運輸時代宣告結束，搭火車的人數下降，加上工商業發達，改變了傳統農業社會的飲食習慣，外食人口急遽增加，早期很少見到的自助餐店、便當店，現在滿街林立，民眾選擇變多，導致「臺鐵便當」市場需求量不斷萎縮。其次當時由於技術斷層、品管不一，經營與管理鬆散不重視，旅客投訴，五十元的紙餐盒「份量」不足，尤其白飯好像少了一些，食量大的人要吃兩個才行，菜樣略減。臺鐵便當似乎也風光不在，品質飽受批評，營運經營上也遭遇危機。

「鐵路局便當 縮水了！」

記者走訪台北新站的鐵路餐廳，發現紙餐盒的飯量確實比過去減少，不過，菜式還算不差，排骨、火腿、豆皮及滷蛋均有。但是，鐵路餐廳內部人員卻採「偷斤減兩」伎倆，將原先每批十盒便當「灌水」為十一盒，再把其中一盒拿到販賣部換得兩包長壽菸，這種現象使紙餐盒「失色」不少。同時，也有一些旅客指出，鐵路餐廳供應的自動餐飲，在下午六時卅分左右就不再增加菜色，消費者只好將就草草吃完一餐。
(1990-05-17/聯合報/5版)

不僅份量變少，「臺鐵便當」還經常被投訴愈來愈難吃，有不少旅客反映，早年最受歡迎的菜飯排骨便當早已走味，排骨經常被旅客投訴「硬得跟輪胎一樣！」

「鐵路便當泰半旅客不滿菜色、價錢都被嫌 鐵路局決心盡快改善質量」

「鐵路便當」曾是臺灣鐵路局的招牌，臺鐵最近對旅客所作的問卷調查卻發現，鐵路便當的魅力不再，五成八受訪者認為便當售價太高，六成對菜色不滿意；鐵路局長陳德沛表示，要盡快改善便當的質與量，挽回乘客的心。

為了提高服務品質，鐵路局特別針對臺鐵旅客進行意向調查。在各項調查中，旅客除了希望解決存在已久的火車誤點、行車效率和一票難求等問題，臺鐵也意外地發現，旅客們對鐵路便當內容跟不上潮流，耿耿於懷。一向以「鐵路便當」自豪的臺鐵，對於鐵路便當的吸引力降低了，非常在意。
(1996-08-24/聯合晚報/5版)

為扭轉「臺鐵便當」的劣勢，近年來懷舊復古風興起，臺鐵以創新的行銷策略，推出懷舊便當，其中扮演重要推手的，就是餐飲服務部經理李玉霞（客家新聞雜誌），她在調往餐飲部後，憑著一股對臺鐵的熱情和衝勁，帶著鐵路餐廳團隊「找回」懷舊的古早味，重新帶領老店度過經營危機。聘請老師傅教授與全程監督便當的製作過程，製作傳統風味的排骨菜飯便當，內容包括招牌排骨、滷蛋、醬瓜、酸菜，及由蝦米、紅蔥頭、清江菜等食材和白米一起煮熟後，再拌入香蔥油的上海式菜飯，以仿古圓形不銹鋼餐盒盛裝，再加上一副鋁筷、一個手提袋，取名「臺灣鐵路懷舊便當」，訴求「懷念的好味道，以「臺鐵便當」曾是臺灣人的珍貴記憶為題材來做行銷，試圖讓人從懷舊的情感中找回曾經屬於過往記憶中的美味，也就是大家熟悉的古早味。於千禧年（2000年6月9日）鐵路節當天限量推出一千份「千禧年懷舊便當」，沒想到前一日即有民眾漏夜排隊，等待這懷舊的滋味，當天台北車站人潮更是盛況空前，銷售成績亮眼，出乎意料之外，臺鐵靠著「懷舊便當」成功重新帶領這個老店度過經營危機，讓「古早味」繼續飄香綿延二十一世紀。

「臺鐵便當搶購潮 不輸凱蒂貓，紀念便當懷舊味逾千人捧場」

臺鐵紀念113周年鐵路節推出的排骨菜飯紀念便當，盛況不輸Hello Kitty。今天一早，排隊買便當的隊伍在臺鐵大廳繞了好幾圈，有人排隊超過24小時，才買到四個熱騰騰的便當。

因為排隊買便當的人實在太多，300元一個的臺鐵排骨菜飯紀念便當，現場就傳出有人願意用500元轉賣。不少排隊但今天買不到便當的民眾，指現場有很多「便當黃牛」。

臺鐵估計，排隊買便當的民眾有上千人，但因為臺鐵規定每個人限購四個便當，幾乎每個排隊的人都要買四個，排250號以後的人就買不到。

臺灣鐵路局推出的排骨菜飯紀念便當造成大搶購。臺鐵局長陳德沛上午當場宣布，現場沒買到便當的民眾，加發號碼牌接受預訂，臺鐵會請廠商趕製便當盒，「保證讓今天排隊的人都買得到」。

(2000-06-09/聯合晚報/6版)

一千份懷舊便當一小時即售完，禁不起民眾加訂要求，臺鐵在當日又接受了七千份訂單，於半年內依序發放，當時整年度的銷量達七萬個之多，讓人見識到臺鐵便當對臺灣人有著多大的迷人魅力。

老字號的臺鐵，儘管依舊虧損連連，但是經典的臺鐵排骨便當，自此之後卻是業績長紅，每天可以熱賣超過兩萬個。有人也許會質疑「『臺鐵便當』為什麼那麼貴="菜色普普，一塊排骨、一顆滷蛋、一片油豆腐皮，還有些許的酸菜和醬瓜。.....這種價格外面便當菜色可能更豐富更好呢!!!」，那為什麼臺鐵便當可以這麼受歡迎？

今天，臺灣已經物質不匱乏，生活水準也提高不少，在很多人眼中，這個簡單的便當飯菜，似乎不是那麼美味可口，因為好吃的美食真的太多了，排骨便當也到處吃的到，很多人還嫌它肥油膩，「臺鐵便當」也從鐵盒變成紙盒，似乎不再是人們口中奢侈的享受。但是那塊滷排骨、炒酸菜、醬菜雪裡紅的滋味對於某些人還是深藏一種不一樣的感覺，打開便當，聞到的是熟悉的味道，引發觸動了過去記憶裡，吃到鐵路便當的感動！啊～～原來「懷舊」是臺鐵便當熱銷的關鍵。

總結而言，臺鐵便當每個月都為臺鐵賺進上千萬的營收，是臺鐵最賺錢的副業，雖然銷售已經超過六十年，但在現今廣大的外食便當市場中，依然具備強大的市場競爭力，而且銷售成績愈賣愈好，便當熱賣，還計畫籌擴建中央廚房〔民視新聞，2012〕。因此，本研究基於臺鐵便當產生的懷舊魅力，從上至上了年紀的阿公阿嬤，下至年輕的上班族，甚至沒有經歷傳統鐵路便當的小朋友們喜愛，而試圖以焦點訪談探究臺鐵便當本舖如何能以「懷念的好味道」-記憶中的美味為訴求，來引發觸動消費者的懷舊感，又是什麼樣的懷舊感可以讓不同世代的臺灣民眾在飽嚙美食之餘，迄今仍對臺鐵便當情有獨鍾，並期提供懷舊行銷未來可能的方向和運作之參考。

第三節、研究流程

本研究流程，大致可分為六階段，詳細流程與做法如下圖所示：

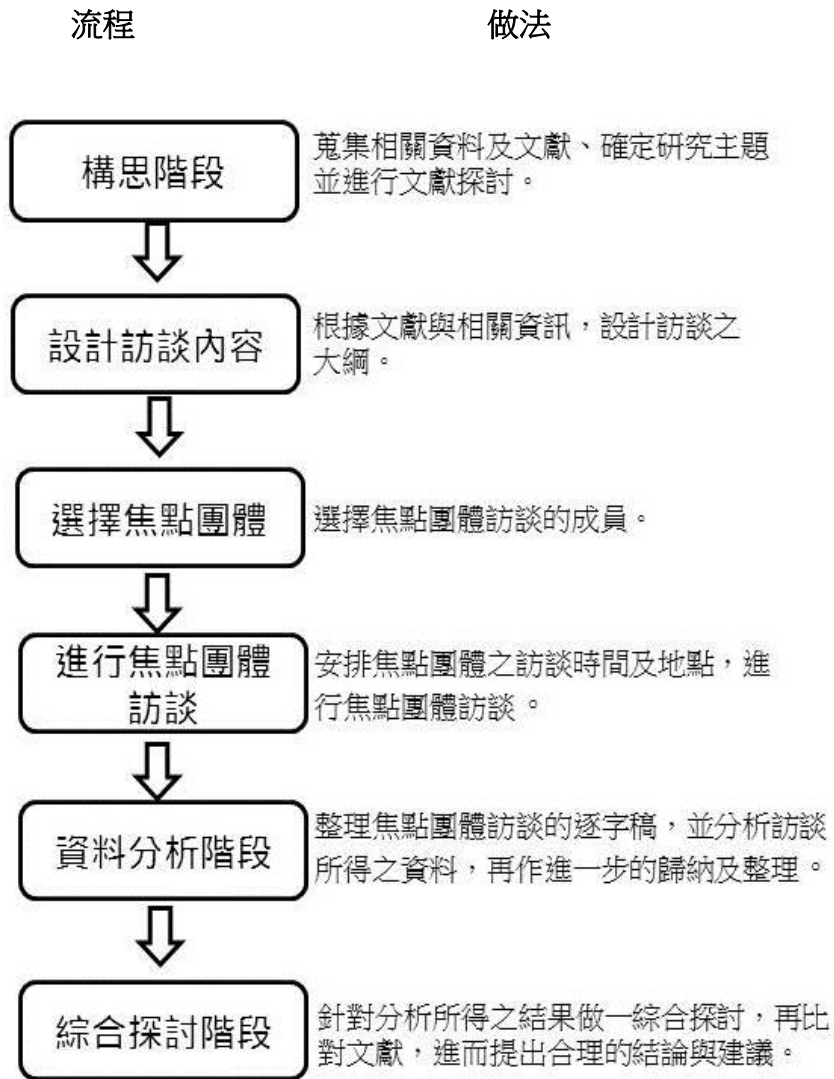


圖 1-1 研究流程圖

第二章 文獻探討

第一節、臺鐵便當

鐵路便當可以說是因應鐵路運輸特性所發展出來的一種在火車內用餐的商品，尤其是在過去鐵道運輸技術不發達，火車行駛速度慢，時間長，為解決旅客用餐問題，就出現了在車站或車廂販售便當的型態來服務旅客。因此我們知道臺鐵便當與臺灣鐵道的發展息息相關，認識臺灣鐵道發展歷程，可以更清楚瞭解臺鐵便當陪伴臺灣人民超過六十年的流金歲月。

一、臺灣鐵道簡史¹

臺灣鐵路歷史悠久，遠在中華民國創建之前就已經開始奔馳，火車是臺灣人記憶中不可抹滅的印象，臺灣鐵路從清朝開啟至今（1887年~2014年），一步一腳印走過了127個年頭，不但引領伴隨臺灣社會一起茁壯成長，也見證臺灣經濟發展和建國百年的歷史。由於鐵路的修建工程浩費重大，必須仰賴政府力量才能完成，因此筆者依據百年來統治管理臺灣的三個不同朝代政權，將臺灣鐵路的建造歷史分為三個時期來做區隔與簡述。

（一）清領鐵路在臺灣：1887~1895

臺灣鐵路創建於清光緒十三年（1887年）為巡撫劉銘傳所倡導，劉氏目光遠大，才識兼備之軍事政治家，時值清政府守舊，大力反對興築鐵路，淞滬鐵路正遭拆毀之際，洞察鐵路對國防、政治、經濟、文化之重要，迭次奏請清政府，並獲直隸總督李鴻章保舉贊成，始奉准興築。

劉氏於光緒十三年五月在臺北設立臺灣鐵路局，派員赴南洋招募商股，並延聘德人墨爾漢為工程監督，英人馬利遜為總工程司，先自臺北至基隆勘測路線計

¹ 整理自臺灣鐵路管理局網站 (<http://www.railway.gov.tw/tw/index.html>)、鐵道博物館網站 (<http://search.railway.gov.tw/museum/index.htm>) 等網路資料。民視電視台 2009.7.26 (臺灣演義：臺灣鐵道史)。

28.6 公里，同年六月在臺北大稻埕開工，歷經艱辛，於光緒十七年竣工。劉氏並在光緒十四年開築臺北經桃園街、中壢、大湖口，以迄新竹。路線計 78.1 公里，克服了種種困難，卒於光緒十九年（1893 年）竣工，全部工期合計六年五個月，用銀 1 2 9 萬餘兩。劉氏原擬繼續向南展築至台南，未幾因病辭職，繼任巡撫邵友濂鑑於建築工程浩大，籌款困難，奉准清廷（清政府）停工，路線遂建至新竹而終止。

（二）日治臺灣鐵路建設黃金期：1895～1945

日本在 1895 年統治臺灣後，立即意識到縱貫鐵道的建設是統治上的一大要務，因此不惜鉅資投入興建。1895 年日治首任臺灣總督樺山資紀上任，改築基隆至臺北間之鐵道，1899 年制訂鐵道規則，設立「鐵道部」辦理客貨運業務。在花費了近 10 年的時間，基隆到高雄全線終於在 1908 年 4 月 20 日完工通車，並於 10 月 24 日舉行全通式。西部縱貫鐵道的完成，是臺灣近代化歷程中，最重要的里程碑之一。該線的通車造就臺灣首次「空間革命」，臺灣南北不再遙遠，讓過去臺灣南北往來需時數日的交通，縮短至朝發夕至的一日之內完成。（洪致文，1992）。

此外還鋪設了台東線（花蓮至台東）之間的輕便鐵道，以及阿里山森林鐵路等林業鐵路。鐵道部陸續還修築了淡水線、宜蘭線、屏東線、東港線路線，也收購一些民營鐵路，亦曾進行北迴線、南迴線與中央山脈橫貫線以及後續路網的路線探查與規劃，但由於工程太過困難及戰爭爆發而終未執行。除官方外，民間或會社興建鐵路也相當投入，例如糖業鐵路、輕便鐵路等曾經密如蛛網偏佈全島。

儘管日治時期的興建鐵路政策在過去常被國民政府批評動機是為「掠奪殖民地資源」與配合日本帝國主義南進政策所進行的交通運輸建設，部分原因儘管屬實，但是日治時期鐵道建設對於臺灣後世的交通與經濟發展仍有不可抹滅的深遠影響，它奠定了臺灣鐵路建設的基礎與未來發展的藍圖，也確實將臺灣導向繁榮與現代化之路。

(三) 中華民國政府建設鐵路大躍進：1945～現在

臺灣於 1945 年十月光復，臺灣鐵路接收之時，因第二次大戰末期，日本國力日衰，鐵路設備失於正常之保養，復遭受盟機猛烈空襲，損失慘重。

- 1、枕木：全線腐朽逾半。
- 2、鋼軌：磨損及載重不足者，延長達 150 公里。
- 3、橋樑：損壞及載重不足者，計一千四百餘孔。
- 4、機車：損壞停用者佔全數百分之四十八。
- 5、客貨車輛：損壞待修者佔全數百分之二十，而貨車中佔半數之蓬車漏兩者達百分之十八。
- 6、其它：站場設備與行車保安裝置等一切皆殘缺不全。

當時日籍路員整批遣返，臺鐵面臨青黃不接，人手不齊，僅能勉強通車，日籍路員曾預測臺灣鐵路最多只能維持幾個月即將癱瘓，足見臺灣鐵路損壞情形之嚴重。

「臺灣鐵路維持不了幾個月」的嗆聲觸動臺鐵員工心弦，大家上下同心協力修復，三個月後鋼軌上的鐵輪越滾越快。臺灣鐵路不但維持而且年年成長，十大建設宜蘭蘇澳到花蓮的北迴鐵路修築、西部縱貫鐵路電氣化工程、接著 1991 年底「南迴鐵路新建工程」枋寮~臺東段完工通車，「臺灣環島鐵路網」完成，鐵道環島一周的夢想實現。至今日捷運化、高架化等，臺鐵局積極謀求蛻變轉型，以環島鐵路網及車站區位優勢，配合國家整體資源運用，落實政府推動臺鐵捷運化政策，強化中短程運輸市場、加強東部及跨線運輸、拓展觀光旅次及開拓多角化附屬事業等，全面提升經營效能，達成永續經營之目標。

(四) 臺灣環島鐵路網建置

臺灣現今鐵路總長約有一千多公里，但環島鐵路網的形成是過很長的時間才逐步完成。筆者將臺灣鐵道依通車時程先後加以整理建置列表，從表中可以瞭解臺灣鐵路歷經清朝末年、日本統治到國民政府來台建造時程，再配合的環島鐵路路線分佈圖，可以清楚看出臺灣鐵路一步一步從單軌運行，開始逐步修築雙軌，再到電氣化軌道，見證臺灣環島鐵路網成型與臺灣社會與經濟發展的歷史軌跡。

表 2-1 臺灣鐵路建造一覽表

朝代	地點	里程(公里)	建築者	通車年限	建築年份	說明
清領時期	基隆 - 臺北	28.6	民國前(清朝劉銘傳)	光緒十七年 1891	光緒十三年 1887	
	臺北 - 新竹	78.1	民國前(清朝劉銘傳)	光緒十九年 1893	光緒十四年 1888	
日治時期	臺北至淡水(淡水線)	121.2	臺灣總督府鐵道部	1901年 (明治三十四年)	1900年 (明治三十三年)	1988年廢線
	高雄港 - 九曲堂	17.4	臺灣總督府鐵道部	1907年 (明治四十年)	1904年 (明治三十七年)	
	新竹 - 竹南(縱貫線)	19.0	臺灣總督府鐵道部	1908年 (明治四十一年)	1899年 (明治三十二年)	
	竹南 - 彰化(山線)	89.3	臺灣總督府鐵道部	1908年 (明治四十一年)	1899年 (明治三十二年)	
	彰化 - 高雄港(縱貫線)	189.0	臺灣總督府鐵道部	1908年 (明治四十一年)	1899年 (明治三十二年)	
	華山 - 臺北	1.2	臺灣總督府鐵道部	1912年 (大正元年)	1912年 (大正元年)	1986年廢線
	九曲堂 - 屏東(屏東線)	7.2	臺灣總督府鐵道部	1913年 (大正二年)	1911年 (明治四十四年)	
	花蓮 - 玉里(台東線)	87.10	臺灣總督府鐵道部	1919年 (大正八年)	1910年 (明治四十三年)	輕便鐵路
	基隆 - 臺北	28.6	臺灣總督府鐵道部	1919年 (大正八年)	1912年 (大正元年)	添築雙軌
	三貂嶺 - 菁桐(平溪線)	12.9	光復前臺陽礦業株式會社興建	1921年 (大正十年)	1918年 (大正七年)	收購自民營
	竹南 - 彰化(海線)	91.2	臺灣總督府鐵道部	1922年 (大正十一年)	1919年 (大正八年)	
	成功 - 追分(成追線)	2.2	臺灣總督府鐵道部	1922年 (大正十一年)	1919年 (大正八年)	山海線連接

日治時期	關山 - 臺東 (台東線)	41.9	光復前臺灣臺東拓植公司	1922 年 (大正十一年)	1922 年 (大正十一年)	收購自 民營
	屏東 - 南州 (屏東線)	22.4	臺灣總督府鐵道部	1923 年 (大正一二年)	1920 年 (大正九年)	輕便 鐵路
	八堵 - 蘇澳 (宜蘭線)	95.0	臺灣總督府鐵道部	1924 年 (大正一三年)	1917 年 (大正六年)	
	基隆 - 八堵 (宜蘭線)	3.7	臺灣總督府鐵道部	1926 年 (大正一五年)	1921 年 (大正十年)	
	玉里 - 關山 (台東線)	41.4	臺灣總督府鐵道部	1926 年 (大正一五年)	1921 年 (大正十年)	
	二水 - 車埕 (集集線)	29.70	光復前臺灣電力株式會社興建	1927 年 (昭和二年)	1921 年 (大正十年)	收購 民營
	臺北 - 竹南	97.1	臺灣總督府鐵道部	1935 年 (昭和十年)	1927 年 (昭和二年)	添築 雙軌
	臺南 - 高雄港	46.5	臺灣總督府鐵道部	1935 年 (昭和十年)	1927 年 (昭和二年)	添築 雙軌
	鼓山 - 高雄	2.6	臺灣總督府鐵道部	1940 年 (昭和十五年)	1937 (昭和十二年)	現今高雄站
	南州 - 枋寮 (屏東線)	18.0	臺灣總督府鐵道部	1941 年 (昭和十六年)	1940 年 (昭和十五年)	
	鎮安-東港 (東港線)	5.05	臺灣總督府鐵道部	1941 年 (昭和十六年)	1940 年 (昭和十五年)	1991 年廢除
	高雄 - 鳳山	5.7	臺灣總督府鐵道部	1942 年 (昭和十七年)	1937 年 (昭和十二年)	添築 雙軌
	民雄 - 嘉義	9.3	臺灣總督府鐵道部	1942 年 (昭和十七年)	1938 年 (昭和十三年)	添築 雙軌
	臺南 - 新市	11.4	臺灣總督府鐵道部	1943 年 (昭和十八年)	1939 年 (昭和十四年)	添築 雙軌
光復後中華民國在臺灣	新竹-竹東 (內灣線)	16.6	臺灣鐵路管理局	1947 年 民國三十六年	1946 年 民國三十五年	
	竹東-合興 (內灣線)	7.7	臺灣鐵路管理局	1950 年 民國三十九年	1949 年 民國三十八年	
	合興-內灣 (內灣線)	3.6	臺灣鐵路管理局	1947 年 民國四十年	1950 年 民國三十九年	
	潭子-神岡 (東勢線)	8.7	臺灣鐵路管理局	1957 年 民國四十六年	1956 年 民國四十五年	1991 年廢線
	豐原-東勢 (東勢線)	14.1	臺灣鐵路管理局	1959 年 民國四十八年	1958 年 民國四十七年	
	瑞芳-海濱 (深澳線)	8.7	臺灣鐵路管理局	1961 年 民國五十年	1959 年 民國四十八年	2007 年廢線 2014 年復線
	板橋-中和 (中和線)	6.5	臺灣鐵路管理局	1965 年 民國五十四年	1965 年 民國五十四年	1993 年廢線
	桃園-林口 (林口線)	19.2	臺灣鐵路管理局	1957 年 民國五十六年	1956 年 民國五十五年	2012 年廢線

彰化 - 民雄	71.7	臺灣鐵路管理局	1970年 民國五九年	1957年 民國四六年	添築 雙軌
嘉義 - 新市	50.1	臺灣鐵路管理局	1970年 民國五九年	1957年 民國四六年	添築 雙軌
甲南-台中港(台中港線)	7.8	臺灣鐵路管理局	1974年 民國六三年	1973年 民國六二年	
新埔 - 通霄(海線雙軌)	5.8	臺灣鐵路管理局	1974年 民國六三年	1974年 民國六三年	添築 雙軌
苑裡 - 日南(海線雙軌)	7.8	臺灣鐵路管理局	1974年 民國六三年	1974年 民國六三年	添築 雙軌
大甲- 清水(海線雙軌)	11.3	臺灣鐵路管理局	1974年 民國六三年	1974年 民國六三年	添築 雙軌
新城 - 花蓮港	19.2	臺灣鐵路管理局	1975年 民國六四年	1973年 民國六二年	舊花蓮港線
冬山 - 蘇澳新站	5.4	臺灣鐵路管理局	1977年 民國六六年	1974年 民國六三年	添築 雙軌
四腳亭 - 瑞芳	5.8	臺灣鐵路管理局	1977年 民國六六年	1974年 民國六三年	添築 雙軌
牡丹 - 雙溪	3.1	臺灣鐵路管理局	1978年 民國六七年	1974年 民國六三年	添築 雙軌
花蓮 - 和平(北迴線)	39.4	臺灣鐵路管理局	1979年 民國六八年	1978年 民國六七年	十大 建設
和平 - 蘇澳新站 (北迴線)	39.8	臺灣鐵路管理局	1980年 民國六九年	1973年 民國六二年	
花蓮 - 臺東	162.2	臺灣鐵路管理局	1982年 民國七一年	1978年 民國六七年	東線 拓寬
二結 - 羅東	3.1	臺灣鐵路管理局	1982年 民國七一年	1980年 民國六九年	添築 雙軌
羅東 - 冬山	5.0	臺灣鐵路管理局	1982年 民國七一年	1980年 民國六九年	添築 雙軌
外澳 - 頭城	3.7	臺灣鐵路管理局	1982年 民國七一年	1980年 民國六九年	添築 雙軌
石城 - 大裡	2.7	臺灣鐵路管理局	1983年 民國七二年	1980年 民國六九年	添築 雙軌
頭城 - 礁溪	6.3	臺灣鐵路管理局	1983年 民國七二年	1980年 民國六九年	添築 雙軌
四城 - 宜蘭	3.6	臺灣鐵路管理局	1983年 民國七二年	1980年 民國六九年	添築 雙軌
八堵 - 四腳亭	3.8	臺灣鐵路管理局	1984年 民國七三年	1980年 民國六九年	添築 雙軌
雙溪 - 福隆	9.1	臺灣鐵路管理局	1984年 民國七三年	1980年 民國六九年	添築 雙軌

大裡 - 龜山	9.7	臺灣鐵路管理局	1984 年 民國七三年	1980 年 民國六九年	添築 雙軌
礁溪 - 四城	4.7	臺灣鐵路管理局	1984 年 民國七三年	1980 年 民國六九年	添築 雙軌
宜蘭 - 二結	5.8	臺灣鐵路管理局	1984 年 民國七三年	1980 年 民國六九年	添築 雙軌
瑞芳 - 侯硐	4.5	臺灣鐵路管理局	1985 年 民國七四年	1980 年 民國六九年	添築 雙軌
三貂嶺 - 牡丹	3.7	臺灣鐵路管理局	1985 年 民國七四年	1980 年 民國六九年	添築 雙軌
福隆 - 石城	5.6	臺灣鐵路管理局	1985 年 民國七四年	1980 年 民國六九年	添築 雙軌
蘇澳新站 - 蘇澳	4.5	臺灣鐵路管理局	1985 年 民國七四年	1980 年 民國六九年	添築 雙軌
卑南 - 知本(南迴線)	12.7	臺灣鐵路管理局	1985 年 民國七四年	1980 年 民國六九年	
九曲堂 - 六塊厝	5.0	臺灣鐵路管理局	1987 年 民國七六年	1983 年 民國七二年	添築 雙軌
豐原 - 成功	26.1	臺灣鐵路管理局	1987 年 民國七六年	1984 年 民國七三年	添築 雙軌
六塊厝 - 屏東	2.2	臺灣鐵路管理局	1988 年 民國七七年	1983 年 民國七二年	添築 雙軌
知本 - 太麻裡(南迴線)	11.8	臺灣鐵路管理局	1988 年 民國七七年	1980 年 民國六九年	
鳳山 - 九曲堂	8.0	臺灣鐵路管理局	1989 年 民國七八年	1989 年 民國七八年	添築 雙軌
南勢 - 銅鑼	4.1	臺灣鐵路管理局	1990 年 民國七九年	1990 年 民國七九年	添築 雙軌
太麻裡 - 枋寮(南迴線)	73.7	臺灣鐵路管理局	1991 年 民國八十年	1980 年 民國六九年	
銅鑼 - 三義	7.5	臺灣鐵路管理局	1993 年 民國八二年	1993 年 民國八二年	添築 雙軌
竹南 - 造橋	2.7	臺灣鐵路管理局	1994 年 民國八三年	1987 年 民國七六年	添築 雙軌
豐富 - 苗栗	4.7	臺灣鐵路管理局	1994 年 民國八三年	1987 年 民國七六年	添築 雙軌
中洲 - 沙崙(沙崙線)	5.3	臺灣鐵路管理局	2011 年 民國一百年	2005 年 民國九四年	高鐵聯絡 接駁
竹中—六家(六家線)	3.1	臺灣鐵路管理局	2011 年 民國一百年	2006 年 民國九五年	高鐵聯絡 接駁

(資料來源：整理交通部臺灣鐵路管理局與網路資料)



圖 2-1 臺灣環島鐵路網

(修改自 2005 年臺鐵列車時刻表所附圖表)

二、臺鐵餐旅服務總所沿革²

臺鐵便當營運與銷售是由「臺鐵餐旅服務總所」負責，「臺鐵餐旅服務總所」是隸屬臺灣鐵路管理局經營之附屬業務，內容為提供旅客所需之餐飲服務，在鐵路沿線各車站設立販賣台，經營銷售餐飲、食品、書報雜誌等零售業務。

1945年（民國34年）臺灣光復，日治時期鐵道部改制為臺灣鐵路管理委員會，而擁有餐車、餐廳及鐵路飯店等，其業務係委託「臺灣旅行社」代辦，另車站內旅行用品販賣商店及月台「叫賣」，則分別由小本商人、鐵路退休員工或殉職員工眷屬承包，當時因無專責單位管理，分割支離，而車上無餐飲及茶水供應，導致了未經許可的小販應運而至，兜售貨品任意索價，服務品質低劣，經常為社會所詬病。

鑑於此，臺灣鐵路管理委員會於1948年（民國37年）3月改制為臺灣鐵路管理局（簡稱臺鐵局）後，臺鐵局遂於1949年（民國38年）10月間成立小營服務部，隸屬運務處，草創之初員工僅16人，在當時第一、二、七、八次快車上試辦茶水供應，剛開始時是借用行李車一角，以風爐燒水供應，服務員提著水壺，詢問要不要來杯茶，如果客人要的話，就用透明加蓋的玻璃杯，展演快速翻蓋加熱水的沖茶服務，茶水供應後來逐漸擴展至縱貫線及全線各次列車，設備亦由簡陋逐步改善。當年對號列車的茶水是免費，普通車是一杯新台幣兩元，臺鐵在火車上倒茶水服務，直到國道陸續通車後才取消，喝著火車上供應的茶水，也是許多老一輩人對臺鐵充滿人情味火車服務的共同回憶。

1950年（民國39年）元月成立「小營服務所」，並在沿線各大站設置服務台，販售香菸、糖果、食品及書報雜誌等，1951年（民國40年）2月，在列車附掛之行李車內設販賣部，設置茶櫃、水箱及貨架等設備，為車上經營之始；同年4月，為拓展業務，承接臺灣旅行社承辦之鐵路餐車及臺北、高雄餐廳、台南

² 資料整理自旺旺鐵道迷學堂網站資料-臺鐵餐旅服務總所沿革。李坤光（2010）。《拓展臺鐵便當銷售之經營策略》。首志先（2000）。《臺鐵餐旅服務總所販賣台業務委外經營之研究》。

飯店等業務，並成立餐車組，納入正軌，同年 6 月，將小營服務所及餐車組合併成立「餐旅服務所」，但仍隸屬運務處，接著在台中 1956 年（民國 45 年 4 月）、嘉義 1957 年（民國 46 年 3 月）、彰化 1959 年（民國 48 年元月）等車站開辦鐵路飯店。

為配合鐵路柴油特快車開駛，「餐旅服務所」於 1956 年（民國 45 年）首創女服務員隨車服務制度，招考初中以上程度的優秀女青年，在當年要成為飛快車服務小姐的條件可以媲美今日空中小姐的甄選。經訓練後分派隨車服務，工作內容包括分送書報、毛巾、預訂餐食、代傳電話、銷售旅行用品、並擔任車上播音及維持清潔等作業。在當時由名歌星紀露霞所演唱的一首流行歌「飛快車小姐」歌詞，以及電影「上行列車」（1981）女主角金馬影后楊惠姍所飾演的隨車服務小姐劇情，都可以用來見證這個特別的服務行業在當時是多麼風光與令人稱羨。

為加速推展客車餐飲及觀光服務，餐旅服務總所（簡稱餐旅總所）於 1963 年（民國 52 年）4 月 1 日正式成立，直屬臺鐵局，並於 1968 年（民國 57 年）6 月開辦基隆車站鐵路餐廳，此時為餐旅總所巔峰期，鐵路各大站設置飯店及販賣台，隨車有餐點、茶水的供應，餐旅業務實為臺鐵客運之重要一環。

首志先（2000），提及臺鐵餐旅業務販賣台經營業務主要特徵為販賣台設置位於各車站大廳內或月台適當位置，而鐵路車站多位於各地區商業要津、人口匯聚之處。該車站所涵蓋之站場範圍內並無其他同質性或可替代性之販售商店，所以販賣台銷售業務在該範圍內可視為經濟學中所稱之獨占經營，有其絕對的經營優勢存在。



民國 48 年餐旅服務所廣告，看得出服務項目相當廣泛，幾乎客車餐飲及觀光旅宿服務全都有。(照片引自 <http://goods.ruten.com.tw/item/show?11090412074391>)

筆者記得小時候（約民國 70 年），還曾經到台南車站二樓的鐵路飯店用過餐，台南車站二樓鐵路飯店除了有餐廳之外，還設有鐵道旅館，是在民國 25 年完成，是全台唯一設在車站內的旅館。筆者記得當時台南鐵路飯店是一個很高級的用餐場所，水晶吊燈、空調冷氣，餐點與用餐方式都跟當時的社會環境有很大不同。但餐廳在民國 74 年停業就沒有再營業，所以有很多人，活了 30 幾年~壓根不知道台南火車站還有二樓。鐵路飯店當年日本人經營走貴族路線，是台南市唯一洋式旅館，每個房間內有西式彈簧床都裝電話，餐廳則是高級的社交場所，一般市民沒有機會靠近，知名畫家顏水龍的婚禮就是在餐廳舉行，傳言當年日本皇太子抵台南時也是住在該處（2009/06/12 聯合報）。



鐵路飯店餐廳（30 幾年前一份客飯要 70 元，真的是價格高貴）

鐵道旅館（當時是台南市唯一洋式旅館）

（照片引用：月橋上行線：台南火車站二樓的鐵路飯店）

塵封已久的鐵路飯店結束營業後就再也沒有開放，後來筆者有機會參加一次鐵道文化活動，其中有一個行程是開放參觀台南車站二樓鐵路飯店，三十年後再走進去，感覺時間就像停格在民國 50~70 年代，因為沒有再整理，昏暗破舊的景象已不復見當年的榮景，讓人感慨這麼有歷史故事的建築，卻沒有被重視保留下來。

三、臺鐵便當前世今生³

「便當」一詞是從日語「弁當」演變過來的。話說便當的起源，其實是從日本桃山時代給官兵的飯糰開始，爾後江戶時代才大量出現賞花、觀劇、遊船所用的便當，作為午餐時的延伸產品。臺灣的鐵路便當起源於日本，在日治時期開始傳入臺灣，擁有百年歷史的臺灣鐵路局，為了服務南來北往的旅客，剛開始由（臺灣旅行社）承辦餐旅業務，並於1949年（民國38年）雙十節自辦車上小營，加強對普通車旅客之服務，初時每日售茶不過三千杯，便當十餘個，1951年（民國40年）收回自辦，但僅快車附掛餐車，普通車則由站內小販叫賣便當供應。1956年（民國45年）茶增至七千餘杯，便當增至三千餘個，麵包兩千餘個。麵包及便當均自行設廠供應。初期供應的便當不過是一般的菜飯便當，之後慢慢改變成獨家特製的排骨菜飯便當，也就是至今令旅客齒頰留香的鐵路便當。

1956年（民國45年）2月1日，開行南北直達柴油特快車（飛快車DR2500型），晉用飛快車小姐，比照飛機空中服務員在列車上服務，供應免費茶水、報章雜誌，因為飛快車不能附掛餐車，乃於台中設供應站，供應特製鋁質圓形飯盒，內容為排骨菜飯、蛋炒飯二種，由隨車女服務員於開車後登記數量以電話通知台中餐廳，當車抵台中時再分發旅客原座進膳，開啟餐旅服務先河。因飯盒是熟食，與便當冷食不同，適合國人之飲食習慣，極受旅客歡迎。



彰化市麥當勞的DR2652 臺鐵飛快車拖車（引自作者 SSR2000）

臺鐵販售的火車便當早年以排骨便當為主，內有一片排骨肉、一個滷蛋、一片豆乾及醃漬黃蘿蔔等配菜，尤其是黃蘿蔔（たくあん）的美味，讓每位臺鐵便當迷記憶深刻，比起現在市面上賣的醃蘿蔔還好吃，而且完全不用恐怖的人工染色劑或是食用色素，著實讓人懷念。每當接近用餐時間，車上廣播就會響起：

³ 整理自臺灣光華雜誌 2003 年 12 月第 80 頁，懷舊的滋味——便當文化再流行。臺灣鐵道網（2004 年 11 月 19 日）。臺鐵便當熱潮不減延續傳統口味受歡迎。臺鐵便當（<http://service.tra.gov.tw/tw/shop.aspx?n=6835>）等網站資料。

「各位旅客您好，本次列車車上備有鐵路飯盒和台中名產太陽餅，鳳梨酥，有需要的旅客，可以向服務人員購買」，緊接著列車服務人員會在列車上巡迴各車廂以國語或閩南語叫賣：「你好，請問有需要鐵路便當嗎？」，此時飢腸轆轆的旅客，紛紛引頸期待能夠趕快買到一個臺鐵便當來大快朵頤一番。

從1949年（民國38年）到1969年（民國58年）這段時間，臺鐵便當都是採用木片盒裝置，吃完就丟棄。到了民國五十幾年起，開始改用鋁盒便當，後來鋁製品經醫學研究證明有毒，不適合做食用器皿，鐵路局捨鋁盒，採用不鏽鋼飯盒，但是不鏽鋼飯盒成本較高，只在光華號及對號列車供應，旅客吃完就放在椅子下，再由車勤服務人員拿著鐵勾「勾」出來回收消毒，但偶爾有人會順手A走。由於損失要服務員自行吸收，服務員會牢記「那個座位有買便當」，算準時間趕緊去「勾」。1979年（民國68年），輕便的保麗龍盒取代了不鏽鋼飯盒，主要是旅客吃完便當後往往順手把不鏽鋼盒帶走，造成鐵路局不小的損失，所以金屬盒盛裝的便當在臺鐵僅僅十幾年就走入歷史，儘管時間看似不是很長，卻是許多老一輩的人小時候或年輕時的共同回憶，主要是因為民國五、六十年代那段時間正好是臺灣社會與經濟開始轉型，臺灣從農業社會進入工業時代，勞動力從農村走向城市，當時臺灣公路運輸並不發達，火車在當時可以說是臺灣最主要交通運輸工具，每天載運大量的旅客南來北往，火車票經常是一票難求，車站總是人滿為患，每個人都搭火車，那段時間是臺鐵最繁榮最風光的時期，所以只要是經歷那個時代的人們，都一定看過、買過鐵盒裝的便當。

近幾年，環保健康意識抬頭，鐵路局又捨棄保麗龍，飯盒又改用木片包裝，筆者印象深刻的是這種方型木片便當盒盛裝的米飯粒會沾黏在木片上，如果要把飯吃乾淨，就要用筷子去把飯粒一顆一顆戳下來。現在則改用紙盒、八角形、圓形木片餐盒包裝販售，因為技術改良，現在飯粒已經不會再沾黏在便當盒木片上面了。

臺鐵便當的排骨是經由獨特之方式製作，首先要一片一片地捶打讓肉質鬆化，然後加入傳承數十年配方的醃料醃漬，再放到油鍋裡過油，過油的目的是為了保留肉汁，讓排骨吃起來更軟、更多汁。接著把過油的排骨放到加了中藥滷包的滷汁裡滷。臺鐵便當的飯也相當好吃，除了白米飯之外，還有一種上海式菜飯，將飯蒸好後加入清江菜、蝦米、豬油、油蔥等攪拌挑鬆再烘烤，蝦米鮮味與豬油香味完全沁入米中，做法獨特，香味獨具。便當裡還有雪裡紅、酸菜、滷蛋、豆干及特製的醬菜瓜，這些都是臺鐵懷舊便當裡不可或缺的菜色。

目前臺鐵便當由餐旅總所所屬臺北、臺中、高雄等三個鐵路餐廳及車勤服務部（位於七堵站）、花蓮車勤分部等二個餐務室負責製作，在臺北、臺中、高雄等站之餐旅門市及全線對號以上列車上銷售。鐵路便當在售價方面，由每盒 20 元逐漸至 30 元、35 元、45 元、50 元，至 1990 年 1 月起調整為 60 元，復因物價指數上升及民眾生活水準提高，於 1995 年 3 月起陸續推出 80 元及 100 元便當。目前車站販售的臺鐵便當以便當盒形狀與內容物來區別，圓形木盒的內裝排骨上海式菜飯便當，售價為 100 元，八角形的木盒內裝白飯排骨便當，價格為 80 元，長方形的紙盒便當內裝白飯排骨便當，菜色比較簡單，售價是 60 元。這幾年，每年鐵路節臺鐵都會推出紀念餐盒的便當，鐵製空盒 200 元，空盒再加上 100 元便當的菜色，售價是 300 元。



長方形紙盒便當



八角形木盒便當



圓形木盒便當

（照片來源：筆者拍攝）

銷售地點方面，目前有五個臺鐵餐廳負責製作鐵路便當。臺北鐵路餐廳的便當只有在臺北站跟板橋站販售，七堵車勤服務部的便當，從七堵到竹北，有用餐時段的列車都能吃到。從新竹到二水，能買到台中鐵路餐廳的便當。高雄鐵路餐廳的便當，從斗六到知本，都能買到。另外，走花東鐵路，就能買到花蓮車勤分部的便當。就是因為七堵、臺北、台中、高雄、花蓮這五間鐵路餐廳便當在製作，口味、口感各有千秋，各有死忠支持者，為了讓民眾吃到最好吃的排骨，臺鐵還舉行首屆便當排骨競賽，五間餐廳大主廚同場競技，引發臺鐵便當愛好者熱烈關切與討論。(中天新聞，2012年)。

菜色種類方面，除了臺鐵金字招牌的排骨便當之外，也有雞腿、素食、牛肉飯及鰻魚飯等不同的選擇以及配合特定節日所推出的限量便當，例如：慶祝臺鐵CK124與日本JR北海道冬季濕原號締結姊妹列車周年，推出北海道特色便當以及臺鐵接管阿里山森林鐵路，發行阿里山特色便當等，每一次推出的限量便當都能引起話題，造成轟動，吸引眾多鐵道迷搶購。(民視新聞，2013年)。



北海道特色便當



阿里山特色便當

(照片來源：筆者拍攝)

第二節、懷舊情感

「懷舊」是每個時代、每個人都會發生的心理傾向，藉由消費或體驗含有「懷舊」風格的文創品，包括商品或其他體驗活動，回憶與親身體驗曾經發生在自身或更早之前的生活方式，得到心理上的滿足（卓貞男，2012）。在現代人追求新鮮感「流行時尚風潮」的同時，另一股傳統式的「懷舊風」，牽引大家重回時光隧道，回味過去生活的點點滴滴，似乎也能引發大家的興趣與熱愛（甘蘭，2008）。

臺鐵便當標榜著「懷念的好味道」，以懷舊的訴求行銷獲得成功的回響，然而一個看似平凡的便當，它是如何引發觸動消費者的懷舊情感，它又是如能夠喚起人們記憶中的美味，而那個美味是什麼？似乎說不太出來，感覺臺鐵便當就是跟別的便當不一樣，有著一份記憶中的美好滋味，它絕對不是像五星級料理的好吃美食，卻會讓人久久好想吃一次。所以筆者試圖探索這個連自己也深受吸引的懷舊奧秘。

有關懷舊感的研究大致可分為三種類型：

- 1、懷舊感與懷舊認知－探索懷舊認知和懷舊感的形塑，例如：李依倩（2006），《歷史記憶的回覆、延續與斷裂：媒介懷舊所建構的「古早臺灣」圖像》。杜宜芳（2003），《年輕人對懷舊與懷舊商品認知之探索》。周怡岑（2007），《探索不同世代於懷舊空間中之情感詮釋－以臺灣故事館為例》。
- 2、懷舊行銷－以懷舊行銷觀點推動在地文創產業，例如蔡明達、許立群（2009），《以懷舊觀點應用於地方文化產業行銷之探索性研究－以臺灣地方老街為例》。董士鴻、梁炳琨（2011），《建構懷舊地方-以高雄市懷舊餐廳「新臺灣的原味」為例》。甘蘭（2008），《以懷舊情境探討文化創意產業之體驗行銷》。

3、懷舊治療－透過老人的回憶活動去體驗和懷念過去生活的片段，以促使其達到自我療癒的目標。例如：馮瓊儀等（2010），《懷舊治療於改善老年人憂鬱、身心健康及孤寂感之成效探討》。張俊喜等（2007），《懷舊治療對護理之家老年住民憂鬱狀況之影響》。顧雅利、顧超光、顧柔（2009），《運用懷舊照片探索一位眷村老年婦女之生命經驗》。

而本研究探討臺鐵便當所引發人們內心深層的懷舊情感即屬懷舊認知與懷舊形塑之研究，因此，以下將先定義何謂「懷舊」，再進一步從深層的心理認知結構探討懷舊情感的類型，以發展本研究有關臺鐵便當所召喚和形塑的懷舊樣態。

一、「懷舊」定義

「懷舊」為一種念舊與懷念過去的心理狀態，懷舊一詞最早源於希臘文nostos－「返家、返回祖國」及algia「一種引起痛苦的狀態」二字組合而成，最早於17世紀晚期(1688)，瑞士醫生Johannes Hofer把兩個字根連接起來，首創併用nostalgia一詞，是敘述瑞士士兵希望重返阿爾卑斯山的鄉愁所用的醫學名詞，表達對於返回故鄉的痛苦及渴望（轉引自何杰，2009）。

「懷舊」除了最早應用在醫學或文學上，定義為對外表現出的心理狀態，其他學者對「懷舊」還有更進一步的定義與闡述。

表 2-2 學者對懷舊的定義

學者	年代	定義
Davis	1979	懷舊是一種對過去生活的喚起，對昨日的嚮往（Yearn for Yesterday）。
Gardner	1985	一個正面複合感受，它綜合感覺、情感、心情，由事情反映出來（對象、人、經驗、構想）與過去相關聯。

Belk	1990	懷舊是一種積極的情感投資，透過回憶的情感付出；懷舊也代表一種個人收集的嗜好、對舊有東西的崇敬、對過去的保留
Holbrook& Schindler	1991	懷舊是在指一個人年幼時（早期成年時、青少年期、孩提時或甚至在出生前），發生在某物件上（人、地或物）的一種個人偏好（包括一般喜愛、正面態度，或使人喜歡的影響作用）。
陳來興	1991	懷舊是一種治療感情的方法，懷舊的功能在於治療某一階段的傷心與快樂。懷念過去、戀舊其實就是在追求心靈的原鄉，當成年人發現無法掌握複雜的世界時，懷舊可以幫
Baker& Kennedy	1994	一種對於過去經驗有苦中帶甜的感受。
Abbas	1997	懷舊不是過去記憶的重現，而是個人將記憶重新拉回過去
Holak& Havlena	1998	是一種對過去的事情（事件、人、經驗和印象）所組成正面的複雜感覺、情緒或心情。
Fairley	2003	是一種偏好（普遍的連結，正面的態度或是贊同的影響），對於對象（人、地點、經驗或事情），從他們年輕的時候，或是經由社會化或是媒體學習的共鳴感受的時期。

(資料來源：筆者資料整理)

綜合上述，懷舊原指懷鄉所致的嚴重憂鬱，當代則常被用來形容希冀重返記憶中美好往日的感傷渴望。對過去人、事、物的一種偏好、正面態度、情感。懷舊是一種去除痛苦後的回憶，也是一種普遍的體驗，不論年齡、性別、社會地位或種族，都會體驗懷舊，同時亦為一種自我相關的複雜情緒，雖具苦樂參半的正負兩面情緒，但主要是以正向情緒居多。（林家五、郭子嘉、張書豪，2010）。

其次，懷舊與生活經驗和記憶有關，人們透過過去生活經驗與記憶的重建，喚起過去的歷史。懷舊也與情感有關，懷舊是情感連結的一種複雜的心理狀態，且是帶有悲喜參半的情緒感受；同時懷舊與渴望過去時光有關，渴望對過去追憶，成為心靈上的烏托邦景象。

再者，懷舊具備幾項顯著的心理特質（陳貞吟，2005）：

- (1) 懷舊是一種經過感官刺激所引發的情緒體驗。
- (2) 懷舊代表一種想回到沒有衝突、沒有責任、沒有壓力以及單純世界的渴望。
- (3) 懷舊追求的是有趣與快樂。
- (4) 懷舊是一種真實過去的記憶或是想重新體驗過去的感覺，且經常將現在與過去並列比較。
- (5) 懷舊會帶領人回到某一特定的時間或時點，確認自我存在的價值，而這些心理特質也是消費者體驗或是追尋懷舊過程中可能的無形感受與價值。

此外，一般認為懷舊的傾向是在個人步入中年以後及退休時期達到最高峰，但懷舊並非是中老年人的專利，每個生命週期的轉換，都可能使個體發生懷舊之情。歷經不同年齡層的人們，在懷念、追想和記憶過去的過程中，往往會選擇性地保存愉悅的、美好的生活片段，忘卻痛苦的感覺和經驗（張文如，2006）。

總之，懷舊就是想要找回生命中逝去的一塊記憶，尋覓心靈的歸屬與安全感，以及期許一個更美好的烏托邦。

二、懷舊類型

許多學者為了解人們的心理及行為而試圖分類懷舊的型態：

(一) 最早分類懷舊的是Davis (1979)，他是以懷舊的「深度」層次分類，認為人是一個反思的個體，處於一個環境之中也許引起他的懷舊反應，他不僅僅「作出反應」並且有時更進而「探究」、「解釋」它，因此顯示三種連續的懷舊層次反應邏輯系統：我感覺懷舊(I feel nostalgia)；我思考我感覺的懷舊(I reflect upon the nostalgia I feel)；我思考我感覺懷舊的反應(I reflect upon the reflection of the nostalgia I feel) 等等，進而賦予三種懷舊層次之定義（轉引自楊淑閔，2010）。

1、單純懷舊（simple nostalgia）

「單純懷舊」是主觀上（個人的）心態，大部份懷有非測試的（unexamined）信念：像是過去事物比現在「較好」的心態，也許會透露美好的過去與「不」吸引人的今日，兩種心態上的比較。簡而言之，對於過去屬於單純敘述回憶或想像，較為病態，是一種對當下的心理補償（Davis，1979；轉引自楊淑閔，2010）。

2、反思懷舊（reflective nostalgia）

這個層次人們較為感傷，反省也較多，例如：「假如我回到那時間，我現在想像他們會是如何看待我？我會忘記所發生的不愉快的事物，為什麼它對我而言是這麼快樂的時光？（Davis，1979：22）」這已不單單只是回憶或是想像過去，人們會開始提出一些質疑，並且延續第一層次的單純懷舊，將現代與過去做對照。（轉引自楊淑閔，2010）。

3、詮釋懷舊（interpreted nostalgia）

事件參與者在這個層級中探索、分析一些改變，使他感覺的懷舊具客觀性。他針對懷舊以分析為目的，問題涉及來源、形式特徵、意義以及心理目的。像是：為什麼我感覺到懷舊？對於我的過去、現在有什麼意義？懷舊對我或其他人及所居住的時代有什麼作用？，層級從反思進而分析，提出為什麼後，開始自我解讀詮釋，或是對過去做省思，進而改造未來的心態。（Davis，1979；轉引自楊淑閔，2010）。

(二) Stern (1992) 由文化層面解析懷舊，從個體的經驗去分析出兩種不同面向：

1、個人懷舊

是將在個人心中過去的記憶理想化的重現，個人對於過去記憶通常是童年對家的感覺，是一種溫暖、安全及充滿愛的感覺。但這樣的記憶不一定真實，有可能是重新建構而成的。

2、歷史懷舊

是在懷舊的情境中借用歷史事件及人物，並抒發歷史故事的浪漫情懷。為一種逃避當今生活，呈現出一種渴望回到遙遠的過去，這過去的時間點，有可能是個體還未出生的年代。

(三) Baker 和Kennedy (1994) 將懷舊分類為「真實懷舊」(real nostalgia)、「虛擬懷舊」(simulated nostalgia) 與「集體懷舊」(collective nostalgia) 三個層次來探討：

表2-3 Baker 和Kennedy (1994) 懷舊的三種層次

層 次	定 義	例 子
真實懷舊 (Real Nostalgia)	有直接經驗的時代象徵，一種模範。	一首大學時代的歌曲讓你覺你又再次能夠「征服世界」(歌名 Conquer the world)。
模擬懷舊 (Simulated Nostalgia)	無直接經驗的時代象徵，一種典範。	古董、複刻版的車子。
集體懷舊 (Collective Nostalgia)	文化、國家或世代的象徵。	主題公園、熱狗、旗幟、國家娛樂

(Baker 和Kennedy , 1994 , 引用陳憶萱 , 2010)

(四) Havlena and Holak (1997) 則整合過去學者的分類，更進一步細分懷舊，以「本質」屬於個人 (personal) 的 (指個人本身對於過去生活經驗回憶) 或是集體 (collective) 的 (指一群具有共同文化、歷史、生活經驗的人們擁有相似的記憶、經驗)，再加上「起因」是「直接」的 (direct) 或是「間接」的 (indirect) 經驗，將其交叉關聯，而將懷舊區分為四種懷舊類型：

		(本質)	
		個人的	集體的
(起因)	直接的	個人懷舊 personal	文化懷舊 culture
	間接的	人際懷舊 Inter personal	虛擬懷舊 virtual

圖 2-2 Holak和Havlena分類之懷舊類型分類矩陣圖。資料來源：陳淑惠 (2004)

- 1、 個人的懷舊 (personal)：懷舊是個人且直接的經驗。例如：求學經驗透過照片回憶從前。
- 2、 文化的懷舊 (cultural)：懷舊是集體的直接經驗。例如：911 事件、921 大地震，是大家都會一再的回想到過往當時的情境。
- 3、 人際的懷舊 (inter personal)：懷舊是個人但間接的經驗。例如：古董與收藏物件，就是從過去的時光抽取美好的記憶。父母講述童年經驗。
- 4、 虛擬的懷舊 (virtual)：懷舊是集體且間接的經驗。例如：紅葉少棒與蒸氣火車、歷史教科書、影像媒介等。

上述四種懷舊分類中僅有 Davis (1979)，是以懷舊的認知層次與深度進行分類 (懷舊程度由淺至深，有階段性的，從單純懷舊、反思懷舊到詮釋懷舊)，而 Stern (1992)、Baker & Kennedy (1994)、Havlena & Holak (1997) 則皆採用「時間軸」概念 (過去的時間/更早之前，甚至是個體還未出生的年代)，以個體是否實際經驗過過去時空下的人事物來分類出不同的懷舊類型。

何杰（2009）重組上述四位學者對於懷舊分類，重新繪製成下圖，根據各學者所分類的重點以直接與間接經歷作為區分依據，將符合條件之懷舊類型歸入直接與間接類型中，此外，個體懷舊體驗除了產生上述以直接／間接經歷所呈現的分類之外，也會產生出 Davis（1979）所論述的簡單懷舊、反思懷舊與詮釋懷舊三種懷舊層級（何杰，2009）。

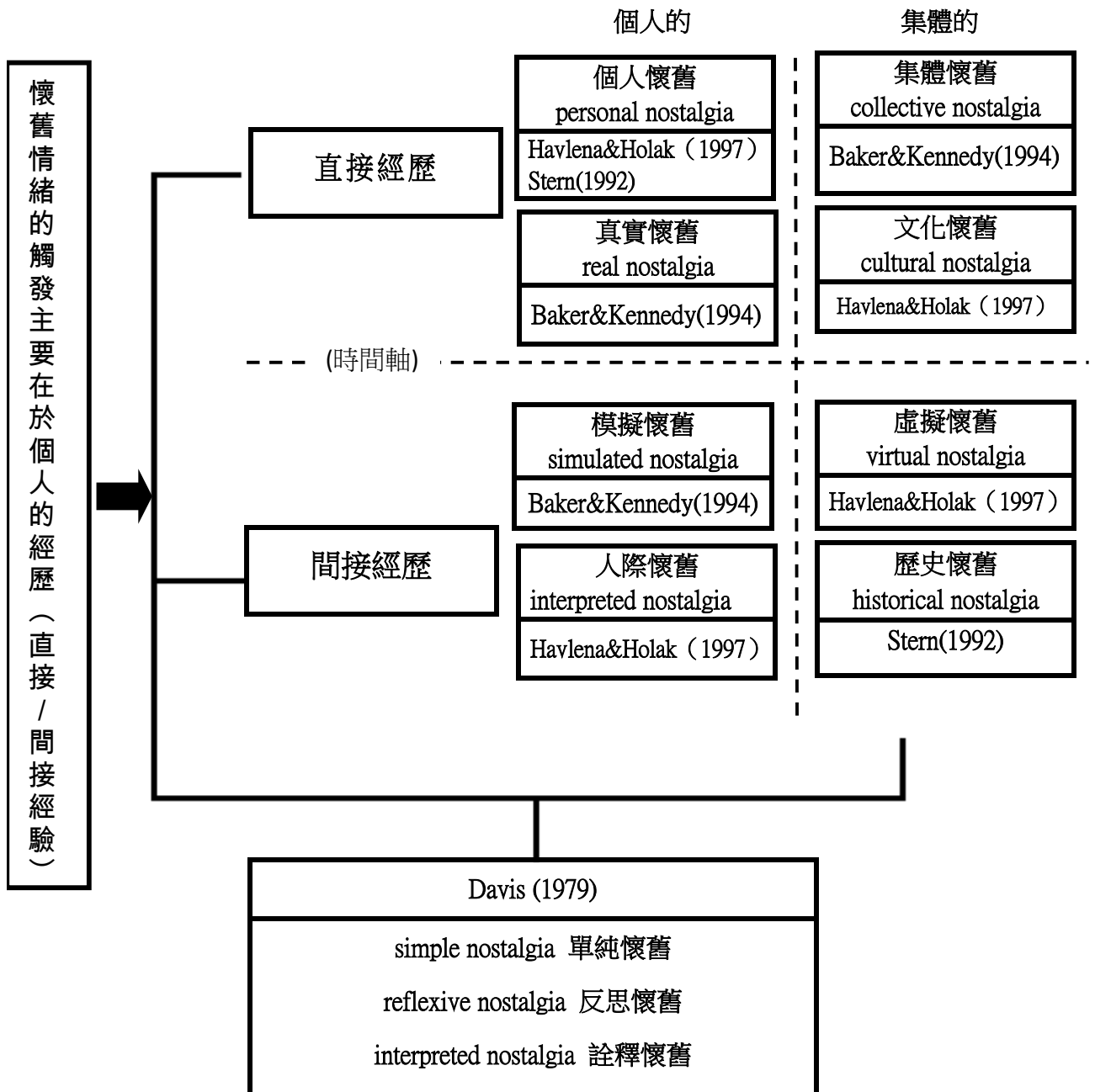


圖 2-3 重要懷舊類型分類圖

總結以上所述，筆者認為 Havlena 與 Holak (1997) 在討論懷舊情感產生時，以懷舊情緒是來自個人或是群體共同直接經驗回憶，還是從長輩的經歷或是透由媒介傳播形塑間接經驗所引發的懷舊情緒，交叉構聯而歸納出四種懷舊分類概念，將懷舊分為個人的 (personal)、人際的 (interpersonal)、文化的 (cultural)、虛擬的 (virtual) 四種類型，包含了 Stern (1992) 與 Baker 和 Kennedy (1994) 懷舊分類論述，是最為完整並適宜做為本文探究臺鐵便當觸發懷舊感的理論依據。



第三章 研究方法

本研究採焦點團體訪談，並區分不同世代團體，以找出臺鐵便當所形塑的懷舊情感類型與樣態。

第一節、研究工具

由於本研究試圖探究心理深層的懷舊情感，因此著重於互動討論以便發掘人們心中認知、態度和情感元素的焦點團體訪談是最適合本研究的資料蒐集工具。

焦點團體法是質性研究收集資料時，廣泛使用的一種方法。因是一種以「團體」訪問的型式，所以又稱作焦點團體訪談（focus group interviews）、焦點訪談（focused interviews）或團體深度訪談（group depth interviews）。

研究者依據研究目的，設計若干個問題，在一位具有豐富專業知識及熟悉主持事務的主持者引導下，收集團體成員對特定主題的想法、意見、知覺、態度與信念。研究者不是傳統上訪問者（interviewer）的角色，而是團體討論的主持者（moderator）角色，其以誘發自然的個體互動對談，並且保持對談的範圍不越出研究者所擬出的研究議題為目的（周雅容，1997）。因此焦點研究法的特色就是能夠在短時間內針對研究議題，觀察到大量的語言互動和對話。

焦點團體訪談法可藉由團體成員間之聯合（synergism）、刺激（stimulation）及滾雪球（snowballing）作用，激發團體成員針對焦點問題，相互交流彼此間的觀點、經驗、感情、態度及反應，以在最短時間內，獲得廣泛且詳盡的資料；焦點團體可提供一種安全（security）氣氛，使受訪者自由並坦率的表達自己的意見。除此，受訪者亦可依據自己意向，選擇性的回答問題，此自發性（spontaneity）的訪談方式，可獲得受訪者較真實的意見及反應；而訪談所獲得之資料，亦具有較良好的表面效度。焦點團體訪談的適用先決條件，為受訪者對研究之特定主題，具有興趣及經驗，且願意以開放的態度與他人談論個人的意見及感想（章美英、許麗齡，2006）。由於焦點團體以參與成員之間互動為主，因此同一團體的受訪者以選取具有類似社會背景特質者為佳。

胡幼慧（2008）認為，焦點團體在研究上的優勢有：

1. 探索較新的研究領域與方向。
2. 可以根據受訪成員的經驗洞察，發展出具體的研究假設。
3. 評量不同地點、不同人口群的差異特質。
4. 對以往的研究結果，尋求參與者的解釋。
5. 有利於研究者在過程中擴大探討範圍，深入情感、認知、評價意義的範圍。（主要是源自互動和即興的反應）。

至於，焦點團體訪談的實施步驟，胡幼慧（2008）強調使用焦點團體法大致分為計畫、討論、分析三個階段。

1. 在計畫階段包括三項重點：

- （1）依據研究目的設計討論問題，約以六個問題以內為宜。
- （2）決定舉辦的次數，當研究主題牽涉的對象越廣泛次數就必須越多。
- （3）決定焦點團體成員，採立意抽樣，一般以同質性較高並具有相關知識或經驗者為主，以利互動。

2. 在討論階段宜注意：

- （1）會場必須準備主持人、紀錄及助理人員。
- （2）主持人必須能親切引導參與人發言，並控制發言主體，也必須能適時探詢深入的意見，但應保持中性態度不表贊成或反對。
- （3）紀錄時，除筆記外，可以使用錄音、攝影機等輔助器材。

3. 在分析階段要把握以下要點：

- （1）在記憶猶新之時，儘速整理分析全部的討論內容。
- （2）分析時，如想得知主要的看法，則重在歸納一致性的看法，如想瞭解多樣的看法，則要找出不同的意見。
- （3）分析結果通常以「大致上……」、「多數……」、「有……情形」等質性研究的描述方式呈現。

綜合上述可以得知，焦點團體法具有快速蒐集資料的特性，所需樣本人數不

多，卻能獲得深入的訊息的優點，受訪者提供的絕非是「初步」的原始資料（raw data），而是根據其以往經驗和情境分析後，所得出的「解釋」（interpretation）（胡幼慧主編，2008）。研究者可以經由觀察成員們對彼此間的意見及想法的回應與質疑的過程，對研究議題產生洞識（insight）。正由於這種成員間互動特質，使得焦點團體所得到的資料，是由受訪者的觀點（perspective）出發，在相互討論中產生新的認識，使討論的主題內容更加豐富（周雅容，1997）。

第二節、研究對象與抽樣方式

由於焦點團體訪談的目的不在於概化資料，而在於了解特定問題或主題之現象，故焦點團體訪談多為立意取樣（purposive sampling）。但於篩選樣本時，仍應考量其研究群體之代表性、同質性及不同個體組成團體時，可能產生的團體動力。換言之，組成焦點團體應針對研究目的，及研究對象對主題之貢獻程度，訂定分層（segment）取樣的基準（章美英、許麗齡，2006）。

而林冠瑜（2007）認為，各世代在懷舊情景及其懷舊物品的關聯性具有明顯的差異，各具特色。不同世代的懷舊物品確實可代表該世代懷舊與情感記憶認知的關聯性，並可反映出相對應的社會發展與時代流行之特色。

所以，本研究以不同世代作為焦點團體的分層基準，試圖瞭解不同世代對臺鐵便當所產生不同的懷舊經驗和情感。

至於如何劃分世代？郭貞（1995）提出世代為泛指一群人有共同的特點、或經歷過共同的事件者。由於界定和劃分上的簡便性，因此在許多研究上通常是以「出生年」來定義一個世代（周怡岑，2007）。謝杏慧（1999）則認為或許以出生年作為區隔世代的方法不盡完美，但為了明確標明各世代之間的差異，以年代做為區隔的方法是目前最可行的方法。（轉引自周怡岑，2007）

周怡岑（2007）考量臺灣五十多年來政治、經濟、社會文化變遷以及國際環

境的改變，將臺灣民眾依出生年代區分為：

1、傳統世代：

出生於西元 1949 年以前，經歷過日本殖民統治過渡到國民黨政府退守臺灣的關鍵時期，是另一種生活型態的開始，臺灣實施戒嚴令的開始。

2、嬰兒潮世代：

西元 1950-1965 年出生，此時正是臺灣社會由領導階層發動轉化的階段，且正值臺灣經濟成長、人口增加蓬勃發展期，臺灣嬰兒潮世代之重要經歷與時代背景歸納為四大類，分別是：1.以農業培養工業，以工業發展農業；2.戒嚴令的貫徹，民主的休假期；3.美國的援助；4.民族精神教育的進行（謝杏慧，1999；轉引自周怡岑，2007）。

3、新人類世代：

西元 1966-1976 年出生，人口出生率為嬰兒潮世代的一半，身處臺灣本土文化，反對勢力萌芽且經濟富裕等多元因素衝擊時期，新人類世代於成長期之時即享有臺灣「富裕化」的經驗，而新人類世代成長過中發生的重大事件可區分為四大類，分別為 1.外交困厄肇端期；2.反對運動崛起期；3.本土化萌芽期；4.經濟起飛期（謝杏慧，1999；轉引自周怡岑，2007）。而新人類世代在美國稱之為「X 世代」。

4、新新人類世代：

承接新人類世代，「新新人類」此一名詞由廣告界人士葉兩傳在開喜烏龍茶廣告中率先使用，相當於美國的「Y 世代」，在臺灣相當於民國六十四年（西元 1975 年）以後誕生（彭懷真，1996）。而根據民生報 1994 年新新人類特質調查顯示，此世代比一般人勇於表現自己、注意時代潮流、較有創意、不務實、功利、不太關懷社會、崇拜偶像、懂得賺錢卻更愛花錢、做事不按牌理出牌…等等特質（張玉杰，1998）。

本研究則將上述四個世代精簡為日常化的老（老年）、中（中壯）、青（青

年) 三個不同世代，劃分方式與內容如下表：

表 3-1 三個世代劃分表

名稱	老(老年)世代	中(中壯)世代	青(青年)世代
年齡	約 60 歲以上	約 35~60 歲 之間	35 歲以下
範圍	傳統世代到 嬰兒潮世代前期	嬰兒潮世代到 新人類世代	新新人類世代
世代特徵	農業社會時期 態度：勞務生活	工業發展時期 態度：務實知足	科技產業時期 態度：享受生活

本研究採立意抽樣，由熟識者以滾雪球方式尋找相當比例之不同世代受訪者組成焦點團體來進行深度訪談，總共計五場次焦點團體，28位受訪者參與訪談，過程中全程使用攝影機來收集團體的對話資料。訪談結束後將訪談錄音轉錄成文本資料，以便進行資料分析。

訪談進行時間與參加人員基本背景資料如下表：

- 第一場次：時間：102年5月8日（星期三），18：00-19：00。

表3-2 第一場次人員基本背景資料表

訪談者編號	年齡	性別	職業	學歷	備註
A01	27	女	研究生	研究所	（青年世代）
A02	27	女	研究生	研究所	（青年世代）
A03	24	男	大學生	大學	（青年世代）
A04	24	男	大學生	大學	（青年世代）
A05	24	男	大學生	大學	（青年世代）
A06	23	女	大學生	大學	（青年世代）

- 第二場次：時間：102年6月7日（星期五），10：00-11：00。

表 3-3 第二場次人員基本背景資料表

訪談者編號	年齡	性別	職業	學歷	備註
B01	71	男	鄉公所 退休人員	中等 學校	（老年世代）
B02	80	男	台糖退休 人員	中等 學校	（老年世代）
B03	72	男	自由業	中等 學校	（老年世代）
B04	65	女	家管	國小	（老年世代）

- 第三場次：時間：102年6月24日（星期一），12：00-13：00。

表 3-4 第三場次人員基本背景資料表

訪談者編號	年齡	性別	職業	學歷	備註
C01	46	女	會計	高職	(中壯世代)
C02	45	男	餅舖	高中	(中壯世代)
C03	68	男	公賣局退休人員	高中	(老年世代)
C04	60	女	家管、志工	初中	(老年世代)
C05	41	女	幼教鋼琴	高中	(中壯世代)
C06	43	女	會計	專科	(中壯世代)
C07	44	女	會計	高職	(中壯世代)

- 第四場次：時間：102年11月20日（星期三），18：00-19：00

表 3-5 第四場次人員基本背景資料表

訪談者編號	年齡	性別	職業	學歷	備註
D01	25	女	研究生	研究所	(青年世代)
D02	25	女	研究生	研究所	(青年世代)
D03	28	女	研究生	研究所	(青年世代)
D04	36	女	販賣業	專科	(中壯世代)
D05	39	女	家管	高中	(中壯世代)
D06	30	女	社工	大學	(青年世代)

- 第五場次：時間：102 年 12 月 27 日（星期五），12：30-13：30。

表 3-6 第五場次人員基本背景資料表

訪談者編號	年齡	性別	職業	學歷	備註
E01	60	女	家管	初中	（老年世代）
E02	61	女	家管	國小	（老年世代）
E03	70	男	農會 退休人員	高中	（老年世代）
E04	54	女	工廠作業員	高中	（中壯世代）
E05	68	女	國小教師 退休	師專	（老年世代）
E06	54	女	家管	初中	（中壯世代）

表3-7 訪談者世代人數統計分類表

世代名稱	老（老年） 世代	中（中壯） 世代	青（青年） 世代	總計
人數（人）	10	8	10	28
占全部訪談 人員比例	35.7%	28.6%	35.7%	100%

至於訪談大綱，在訪談進行之前，需預先設計訪談大綱，作為訪談指引方針。訪談大綱並不是讓研究者在團體訪談時拿來對照著進行討論，而是藉由準備訪談大綱，研究者能將研究議題大綱熟記在腦海中。如此，在團體討論時，研究者不至於為了要看訪談大綱而中斷成員間的討論。而且研究者才能安心地傾聽成員間的對談，適時地切入對談，進行必要的追問（probe）（周雅容，1997）。

本研究探討臺鐵便當（刺激物）對不同世代所產生的懷舊情感與其差異性，因而訪談大綱將由火車的記憶出發，從較表象的購買原因，再進入認知層次的特色印象，再更深入心理深層的感覺情緒，以挖掘潛藏於內在深處，幽微而複雜的懷舊情感。

1. 每個人都有坐火車的經驗，說一說你坐火車的經驗。

在臺灣，火車曾經是多數人往返各都市及城鎮間主要的交通方式，許多人仍然記得搭火車離鄉背景，到遙遠的都市求學或是出外打拼的點點滴滴，從坐火車經驗來引發受訪者對於過往的回憶，說出自己與鐵道旅行相關故事。

2. 那會不會特別去注意臺鐵便當？會不會特別去購買？會跟不會的原因為何？

瞭解受訪者對於臺鐵便當關注與喜愛程度高低差異，也可以做為消費者購買台鐵便當這個商品的原因分析。

3. 你覺得臺鐵便當有什麼跟別人不一樣特色？菜色內容、口味、包裝、販賣方式、地點等？

瞭解受訪者對於臺鐵便當實際接觸的印象、故事。臺鐵便當歷史悠久，所以幾乎每個人幾乎都有屬於自己對臺鐵便當的印象與看法，不論是過去曾經發生或是現在的情形，這些都可以讓人津津樂道的討論，也是臺鐵便當與眾不同的特色，足以與其他市售便當作區隔的賣點。

4. 回想第一次吃到臺鐵便當的經驗，吃一口臺鐵便當引發你哪些過往的故事或記憶？

讓訪談者仔細回想，觸動回憶裡屬於真正自己跟臺鐵便當接觸的實際經驗與回憶，而這個回憶不一定是吃便當這件事，而是透過這個便當重回過往情境中，而這個記憶也許只有自己知道，透過這次訪談把它說出來。

5. 最近臺鐵便當主打「懷念的好味道」，是否可以打動你的心，讓你喜歡？又為何可以打動某些人的心呢？你覺得會讓人懷念的味道是什麼樣的滋味？

讓受訪者重新思考什麼是讓自己產生懷舊的原因，對於懷舊經驗的分析，也讓研究者可以對受訪者懷舊的原因進行思考，針對懷舊的內容作更多的分析，包含懷舊的特質、來源、重要性、心理目的等，探索懷舊情緒回應的問題與懷舊情感的差異。

第四章 分析結果

本文旨在探究臺鐵便當所引發不同世代的懷舊感，研究從認知層次的購買原因，進入心理深層的懷舊情感探究，發現購買鐵路便當的原因，老年世代以「對品牌忠誠/偏愛」和「經濟價值」、中壯世代以「對品牌忠誠/偏愛」和「對食物的需求」占多數，而年輕世代則多為「對食物需求」和「受他人影響」；至於懷舊情感方面，中壯及老年世代屬經驗重現的懷舊情感，其源自直接的個人經驗與集體的文化經歷，年輕世代則為想像過去的懷舊情懷，其源自間接長輩口述和媒介傳播的虛擬體驗。

第一節、購買便當原因分析

臺鐵便當的銷售歷史已經超過六十年，幾乎每一位搭乘火車的旅客，都有買過臺鐵便當的經驗，而消費者為何會去購買臺鐵便當，儘管每個人的原因不是很相同，喜愛的程度也有差別，但從訪談過程中，受訪者藉由購買臺鐵便當來談論自己過往故事、經驗與回憶，可以發現臺鐵便當曾經是他們成長歷程中生活的一部分，回想到過去的時光，懷舊之情就自然的流露出來。

一、經濟價值

除了價格考量之外，還有在便當食材與內容物的用料品質、衛生安全把關，品牌的正面形象、方便迅速、與口味合適等方面與其他民間的私人便當相比較，讓消費者覺得臺鐵便當有相對購買的價值。

如果要買的話，我會買大概中等價位，我不會買最貴的那一種，因為我看一看菜色，我一定會挑我自己喜歡的，因為現在臺鐵便當它做的菜色都很多樣化，所以我基本上不會買貴的，就中等價位，最主要臺鐵便當可以讓我覺得吃得安心，然後吃飽。(C01)。

臺灣光復後沒多久，那個時候，私人在做便當的人，比如說到民雄站，到員林站，或是到台中站之前，都會有那個私人提著便當到車上賣，那這個私人在車上賣的便當，我因為衛生上的顧慮，我就比較不會買那種便當來吃，這是因為私人製作的比較沒有保障。(B02)。

我會比較喜歡吃臺鐵的便當，我都有在注意，一般民間在賣的我就比較不會去注意。我認為臺鐵所做出來的便當應該在口味和衛生方面，感覺上比較可靠，價格也算是公道，所以我都去買臺鐵的便當。(B01)。

臺鐵便當那個肉質應該是好的，所以都不用炸，如果用炸的都是貨色比較差才拿去炸。同樣的東西，臺鐵一定有它自己的品管，比較不會說隨隨便便，外面別人家賣的只要賣得出去就好了。(E03)。

二、對食物的需求

民以食為天，坐車遇到用餐時間飢腸轆轆肚子餓，因為生理的需求，而去購買便當止飢，這類情況大多是發生於乘坐長途的旅客身上，尤其是早年火車行駛速度慢，在漫長的行車過程中，遇到中午或晚上用餐時間，旅客除了事先自己有準備食物帶在車上以外，就是會選擇購買方便的鐵路便當來果腹。

如果是我，我超怕餓的，我一定忍不到下車。我還曾經問車長，便當會不會回來？他說不會，要去第一車廂買，我真的從第七車廂走到第一車廂去買一個便當，再走回第七車廂。(A02)。

我會去買，大部分都是靠近中午或晚上吃飯的時間才會去買，普通平時就不會去買，不會刻意去買。服務小姐在推那個餐車，肚子餓才會買，不餓就不會買。(C03)。

剛好是午餐或晚餐時間的搭到那班火車我才去買便當。我個人覺得它的經濟效能並不是很好，它其實一個便當並不便宜，但是它的料並不多。那真的是趕時間或餓到了才會買。(A01)。

沒有遇到中午吃飯的時間，我們就不會買，因為我們有時坐火車是很早坐嘛，有時候那個便當的時間還沒有到，那也買不到便當啊！假如有坐中午的時間或晚上的時間才會去買，剛好是吃飯的時間搭火車，不然不會特別去買。(C04)。

以我的經驗，如果會買便當應該都是在接近中午的時間，又剛好在坐車肚子餓了，就會想要買一個便當來吃。另外會買臺鐵便當，是因為臺鐵是我們公家的單位，很大的一個公家機關，所以吃他的便當會比較有保障，如果吃了真的有什麼問題，責任上也比較有保障（D06）。

除非剛好是吃飯的時間到了，然後又是坐長途的我才會買個便當，因為跟之前那種古早味的口味完全不一樣，所以我不會說特別去買，除非剛好中午吃飯時間到了我才會去買。（E04）。

三、受他人影響

坐火車除了欣賞沿路風景之外，遇見車上服務小姐推著餐車販售便當也是坐火車才有的一種特殊景致，看著別人你一個、我一個的大快朵頤，自己也會受不了便當香味的吸引，而舉手說我也要一個。舉手要買的人越多，就會開始緊張，擔心買不到，買到的時候就會覺得自己好幸運，這樣受他人影響而引發強烈購買的心情，感覺就有點像是現在的「飢餓行銷」模式。

就是那個小姐走過來，沿路叫賣：「便當、便當，有誰需要便當」，然後你舉手說：「小姐，我要一個便當。」那個蓋子打開，香味撲鼻，開始大快朵頤的情景，就叫人難以忘懷。好好吃喔！車廂中只要有一個人買了，開始吃的時候，我也會舉手，「我也要一個」。（A04）。

有時候雖然不會很餓，但是當服務員的便當推過去，你聞到那個味道你就餓了。聞到人家吃便當，我也會超想吃的就，會說為什麼剛剛沒有買呢，想說早知道我剛剛就去買一個便當，就會很想要那個賣便當的人趕快再走回來。（D01）。

有時候也許自己並不想買，但是因為孩子的關係，怕小孩子肚子餓或是小朋友因為電視或新聞報導，覺得鐵路便當很新奇、有趣，吵著父母買給他們吃，父母為了滿足孩子的渴望。

如果是我自己的話應該不會去買，但是如果帶我兒子的話，就一定會買，因為我兒子很重米食，跟那個周大哥一樣，有便當吃就好。（C07）。

如果有帶孩子就會買給小朋友吃，帶小朋友的時候，小朋友吵著要吃也就算了，如果你又聽到，因為它不是在車廂這樣推嗎？喊著：「便當、便當」，而你聽到後面的人搶著說：「我要一個」、「我要兩個」，那我就會開始緊張，糟了！等一下我要買四個不知道還有沒有。我們四個便當買到，再過去一點點，就看到小姐把推車開始往回推，因為便當已經賣完了，後面的人都沒得吃了。(D04)。

小時候，因為我家住虎尾，要坐火車。因為我阿公、阿媽他們都住在台南。小時候跟著媽媽坐在火車上的時候，媽媽就會去買那個鐵路的便當，就像剛才講的，阿魯米那種，買了兩個給小孩子吃，然後慢慢地餵，餵餵餵，餵到台南，剛好也到了，所以不用買零食，就買那個便當在車上，吃到台南剛好那個便當吃完了。(C05)。

四、對品牌忠誠/偏愛

本身就喜愛臺鐵便當，喜愛的原因可能源自於過去時空環境困苦，吃便當是難得的經驗，所以很多人把吃臺鐵便當當成是一種享受，犒賞自己出外打拼的辛苦，因此現在只要有機會就會買一個來品嚐，或者是其它私人原因讓他們對臺鐵便當有一份屬於自己的特殊情感。另外就是覺得坐火車如果沒有吃一個鐵路便當，好像就沒有坐火車的感，坐火車就是要吃便當。

我可能比較常常坐火車，因為我的家境不好，我國小畢業就流浪到淡水，所以我不時要坐火車，因為家境不好嘛，所以坐火車的時候就會想要買個便當來吃。現在如果坐比較遠，就會想要再吃看看以前讓人懷念的味道。(E02)。

如果有在賣便當，我一定會去買。有一次我記得，我跟我先生說不是剛剛在車上有吃過了嗎，應該還不會餓吧！我先生說：餓了啦！餓了啦！其實不是真的餓了，而是期待這個便當，就是會很懷念這個味道。(E01)。

因為以前客運沒有那麼方便，所以都是坐火車，我一上火車就是吃便當，不管去哪裡，坐到民雄也吃便當，坐到台北也吃便當。我爸爸講的，我上火車第一件事就要找便當，不管有沒有吃飽就是要吃便當，我從小就是特別喜歡吃便當，就算請客回來還是要吃便當。(C02)。

我覺得臺鐵便當的飯煮的很好吃，很Q彈，排骨煮的很滑潤。配菜又很好下飯，味道很香就對了，我很欣賞，我到現在還想要吃，會想到它的排骨便當很好吃。(B04)。

臺鐵便當我就會很想吃，像說我去嘉義的話，因為我都是下午去比較多，接近晚上黃昏的時候，我就會順便買個便當回來，去台南也是一樣，利用黃昏或晚上的時間買，我都是吃晚餐的時後買臺鐵便當。因為我女兒他們都在台南，我從台南火車站回來，我就一定會買一個便當吃，因為我太懷念臺鐵的便當了，我會買便當在車上，一面坐車一面品嚐，坐回到家，天也晚了，我肚子也吃飽了。(E05)。

五、地利之便

因為搭乘火車這項交通運輸工具的特殊性，旅客在剪票進入車站月台候車或是坐在火車上，是無法再下車出去購買其他便當，加上有些旅客會因為趕時間而來不及購買食物上車，這個時候如果在火車上、月台上，甚至台北車站在用餐時間就直接把便當搬到剪票入口處販售，對旅客而言就會顯得相當方便。除此之外，早期臺灣是農業社會，外食的人口少，市面上很少有賣便當的商家，也就是你想買其他的便當也買不到，只有火車上才有賣便當，這種情形，在東部幹線更加明顯，早期花東鐵路要八小時車程，行駛時間拉得更長，行經的地方又不像西部幹線的城市那樣發達，除了花蓮站有花蓮車勤部製作便當外，整個東部幹線就沒有其它臺鐵餐廳提供便當，所以許多車站到現在還保有在月台上或是車站附近販賣的當地特色月台便當⁴。

我是如果在車上的話我會去買，然後如果是趕火車，我會跟我兒子講我們在車上買便當吃就好了，就不用再跑去外面買，所以方便的話，就會在車上買來吃就好了。(C06)。

⁴比較有名的從北而南：瑞芳站有礦工便當。福隆站有福隆便當及車站前的鄉野福隆便當。貢寮車站外有更生（大生）便當。頭城站-有悟饗便當。鳳林站、池上站月台上一池上全美行便當，關山站月台上有販賣關山便當。台東新站車站內--池上全美行便當。

比如說兩點上車，我都是那個前五分鐘才到的人，所以我就是趕快便當拿了就走，就是買臺鐵便當會比較方便，臺鐵便當方便就是它隨時都有，而且它冷掉了還不難吃。(D03)。

就是要去找親戚或者是有活動，坐長途的火車，就一定會買鐵路便當，很方便。(B02)。

就是買了便當帶著趕快走，因為它超方便的。60塊的！60塊！快一點！拿了就走，上車了，真的很方便，不用像一般的便當店，還要夾菜在那邊等，臺鐵便當都已經幫你裝好了，它的便利性夠，很適合那個追火車的人(D02)。

總結而言，個別世代購買臺鐵便當原因統計與分析如下表：

表 4-1 個別世代購買臺鐵便當原因統計表

原因	經濟價值	對食物的需求	受他人影響	對品牌忠誠/偏愛	地利之便
青（青年）世代（人） （占該世代比例）	1 10%	3 30%	3 30%	1 10%	2 20%
中（中壯）世代（人） （占該世代比例）	1 12.5%	1 12.5%	3 37.5%	2 25%	1 12.5%
老（老年）世代（人） （占該世代比例）	3 30%	2 20%	0 0%	4 40%	1 10%
總計人數	5	6	6	7	4
總比例	17.9%	21.4%	21.4%	25%	14.3%

(一)以「經濟價值」為考量的人，原則上比較是屬於精打細算型的消費者，他們會進行深入仔細的個別差異性比較，「金額」、「價格的多寡」，不是他們考量的唯一依據，他們會以自身的社會經驗作為知識背景，進行整體比較後，選擇最符合經濟效益東西來購買。一般而言，這樣類型的人以年長者居多數。

(二)因「對食物的需求」而購買的人，有些是純粹因為自己受不了肚子餓，無論如何一定要買便當來吃。另外有些人則表示剛好是用餐時間，而且肚子也餓了，才會買，不餓就不會買，這類型的人，可以發現他們的消費習慣比較節省，他們會秉持該省則省，該用才用的原則，所以也可以算是屬於另一種精打細算型的消費者。對金錢珍惜，捨不得亂花錢的習慣，老一輩的人表現得更是明顯，而節省的習慣應該與過去的生活型態有很大的關係。

(三)「受他人的影響」而購買臺鐵便當的人，則以青、中壯世代所佔比例較多，老年世代的比例低，分析其原因可能是因為年輕人容易受同儕影響，看到別人大快朵頤，吃的心滿意足，自己也會忍不住被那個美味所吸引。另一方面是年輕人喜歡追求流行（懷舊風潮），即使沒有實際經歷過早期年代，也想要讓自己有機會去嘗試體驗在火車上吃便當的感覺，享受那古早味便當的滋味。此外，青中壯世代由於結了婚有小孩，會因為孩子的因素而購買便當，他們的孩子大多還小未成年，外出坐車，年輕的父母總是會擔心孩子肚子餓，或是別人有得吃，自己的孩子沒得吃的狀況發生，加上很多小孩子喜歡搭火車的原因，就是因為搭火車可以吃便當，所以會很期待搭火車，當爸媽的人也許不是很愛吃臺鐵便當，但是會為了滿足孩子吃便當的願望而去買給孩子吃，而且孩子吃便當也比較不會無聊，不然一直坐車，恐怕有些孩子也會坐不住而吵鬧，所以買個便當可以說是一舉兩得。

(四)「對品牌忠誠/偏愛」的人，對於臺鐵便當有著深厚的喜愛，不管臺鐵便當怎麼改變，他們依然會去購買，因為他們對臺鐵便當有一份屬於自己的特殊情感與回憶。會吃到臺鐵便當一定就是要搭火車，搭火車對臺灣人而言，很多都是因為需要離鄉背井出外工作、當兵、求學，不管是什麼原因，離開家裡，離開父母的照顧，辛苦是必然的，日子一定不輕鬆。另外臺灣早期社會很貧窮，人民生活條件很困苦，大家幾乎沒有什麼豐盛的食物可以吃，都吃蕃薯籤，有時吃到真的會怕，也難得有機會搭火車出遊，如果有機會可以搭火車，偶爾奢華一下，買的臺鐵便當犒賞自己，滿足口腹之慾，讓人忘記當時生活的困苦，就好像現在吃個大餐，吃頓好料，臺鐵便當給人那種滿足的「小確幸」，生活中微小但確切的幸福感，會讓人懷念一輩子，久久就會想要再吃一次臺鐵便當，回味當時那種觸動幸福的味道。年紀越大，對過往歲月的回憶越是珍惜，夾一口白飯放進嘴裡，細細咀嚼的卻是過往的回憶，想著過往的場景，眼前就像是有幕黑白電影放映著，有種時光倒流的感覺，所以對臺鐵便當有著忠誠與偏愛的，發現是以中壯、老年世代占比較多數，對他們來說，臺鐵便當就是一種成長的記憶。

(五)因「地利之便」而購買臺鐵便當的人，很多都是因為臺鐵便當是以方便旅客乘車用餐的需要而設計，所以不管是在販賣地點，販售方式、菜色內容設計、包裝等等，都有很貼心的設計，所以不論是什麼樣的旅客，都可以很方便的享 受到熱騰騰的便當，不會擔心搭火車而會餓肚子。

第二節、觸發懷舊感

懷舊普遍存在於每個人心中，是人們對於過去時光的情感付出，透過一些物品所引導出的複雜情感，因此懷舊是一種構築在過去時間上的複雜情緒。臺鐵便當標榜著「懷念的好味道」，喚起人們記憶中的美味，觸動消費者的懷舊情感，它賣的是「人們過往記憶中的美味」，以懷舊的訴求行銷獲得成功的回響，讓這個已經有一甲子歷史的老商品每個月都為臺鐵賺進上千萬的營收，成為臺鐵最賺錢的副業。

臺鐵便當歷史悠久，伴隨臺灣民眾成長，因此與臺鐵便當有關的故事也特別多，無論是個人親身經歷的故事，或是臺鐵便當為因應旅客乘車用餐需要而衍生的特有設計，在經過長時間的演變，逐漸發展成臺鐵便當的特色與傳統，不僅讓人印象深刻，時間越久，越讓人懷念。很多人坐火車就是要吃便當，臺鐵便當的滋味就是會讓人久久想要回味一次，它總是可以讓人津津樂道的談論，而臺鐵便當又是如何觸發消費者的懷舊感？筆者根據 Havlena & Holak (1997) 提出的懷舊類型理論，闡述不同世代對臺鐵便當觸發懷舊感的原因與其間之差異：

一、經驗的重現

懷舊與生活經驗和記憶有關，人們透過過去生活經驗與記憶的重建，喚起對過去的歷史記憶，並且加以重整再現，成為現在對過往逝去的回憶，而與臺鐵便當相關的經驗回憶大致有幾種類型，包括出遊旅行的期待；離鄉背井的心情；火車便當的氛圍，又分為購買情境、消失的便當盒、古早味菜色；戰爭期間的景象；貧苦年代的感慨與美好未來的展望：

(一) 出遊旅行的回憶

臺鐵便當是為了因應旅客搭乘火車，長時間被拘束在列車上，肚子餓了，解決民生問題而發展出來的一種商品，搭火車吃便當幾乎是每個臺灣民眾的

共同經驗，所以只要談到臺鐵便當，就一定會說到坐火車的經驗，尤其是坐火車出遊的回憶，更是讓人印象深刻。

每個人都喜歡旅行，旅行的過程當中，最令人興奮的，不是旅遊的行程，而是旅遊前的心情，外面的世界陌生又新奇，懷著憧憬和好奇，也充滿興奮與期待，因此旅行出遊的經驗是愉快的回憶。搭火車出遊，除了欣賞窗外不斷飛逝而過的美麗景致，還能體驗火車穿過鐵橋、進出山洞的驚奇，在這樣的歡愉氣氛中再買一個便當來滿足口腹之慾，便當誘人的香味，令人食指大動...打開便當，豐富菜色那份驚喜，那份感覺... 不是三言兩語能夠簡單的說完！這些就是鐵道旅行深受喜愛的特殊魔力，特別是對小朋友更是吸引力十足，坐火車就是要這樣享受，才會樂趣無窮。

以前坐火車是一件很期待的事情，因為我有一個姐姐嫁到台北，如果想到要去我姐姐那裡，整個晚上都睡不著覺，很多天前就很高興，高興什麼？因為可以坐火車，媽媽帶著我去坐火車，我都會期待火車上的便當。那個便當雖然以現在的眼光來說，應該是沒有什麼，因為現在大家都吃的很好，以前有那個酸菜，有那一塊排骨，就很誘惑，所以每次要去都很高興，很期待那個便當。(E01)。

我們家是住在新港嘛，我爸爸在我們小的時候是到高雄去打拼，然後要回娘家、婆家的話，媽媽就會帶我們去坐火車，小時候因為很少去吃外面，每次去坐火車的時候就可以吃到那個便當，所以就非常期待鐵路便當，每次坐火車媽媽就會買給我們吃，所以很懷念。(C06)。

我坐火車的經驗很多，因為我家住在火車站旁邊，所以要出門就一定要坐火車，從小就住在火車站旁邊，去嘉義或不管去哪裡都要坐火車。我上車就是一定要找便當，我從小就是喜歡吃鐵路便當，因為以前外面沒有什麼便當在賣，只有大概在坐火車的時候才有便當吃。(C02)。

我坐火車有時候是跟先生去台北，人家找我們幫忙看地理風水，那我們在車上，主人就會買便當給我們吃，因為中午了，要在去外面吃飯就不夠時間，那他們就在車上買便當請我們吃。吃便當的時候我覺得最好的是沒有趕時間，吃起來就覺得蠻好吃，味道很好。(C04)。

第一次吃便當是我國小的時候去台北，然後爸爸媽媽就給我們錢，就跟姐姐說，等一下肚子餓了，你們就在車上買便當吃，因為我們去台北都是早上，也沒有便當店有開，然後我們家人很喜歡吃飯，所以如果正餐沒有吃到飯就感覺不對，也不會帶麵包或什麼的，因為就覺得好像沒有吃飽的感覺，所以我第一次吃到鐵路便當，就是國小的坐車去台北的時候吃，我跟我姐姐兩個互相有伴，所以不會怕，從台南坐車去台北，因我姐大我三歲嘛，好像我們從小二的時候就開始這樣。(D01)。

說真的小朋友真的覺得坐火車好玩，因為其實他們都看電視有介紹鐵路便當，他們就會問什麼叫做鐵路便當，打開之後，哇！便當裡有肉有蛋有什麼，就很高興的去吃。有一次經驗之後，我兒子就愛上了，他寧可這樣費工夫的轉車，等車，多耗費一個多小時，他心甘情願哦。(D04)。

(二) 離鄉背井的心情

火車曾經是乘載臺灣民眾南來北往的重要交通工具，很多人都是因為求學、當兵或工作需要，第一次搭火車離開家裡，像是當兵入伍時搭乘的入伍專車，坐在火車上五味雜陳的心情，就讓筆者記憶很深刻。年輕的遊子獨自面對未知的陌生環境，人生地不熟，心情當然是非常緊張與不安，而且求學、當兵或是工作往往都很辛苦，很努力卻不一定有好的收穫與成果，當遇到挫折失敗的時候，很自然的就會想起家裡親情的溫暖。這些回憶通常帶有一種辛苦、孤單的感觸，以及渴望有「家」的溫暖。過去時光越是艱苦困頓，帶給人的回憶與感觸就越多，許多人在火車上留下年輕歲月出外打拼的珍貴回憶，多年後再次乘坐火車，吃下盒蓋有臺鐵標誌的排骨便當，縱使是鐵漢男兒，相信在內心深處一定會有往事歷歷在目的悸動。

坐火車的經驗，為什麼坐火車，離鄉背井找工作北上，我是花蓮人，所以每次火車開到七堵、八堵，或者是宜蘭那邊的時候，就會有一些阿桑，跳到火車上，賣便當，那我要坐到台北坐到桃園，這個路程很長，要四、五個小時。剛開始搭火車，看人家吃便當，身上沒錢，為了省錢就沒有吃，可是光聞到那個味道就很想，心裡想有一天我一定要吃到鐵路便當！現在來講，如果搭火車有買便當吃，我都會回想到我以前出去工作的時候，吃到的第一個便當就是鐵路便當，那種感覺感觸會很深，總覺得自己以前出來工作真的很辛苦。(C01)。

當時沒有錢，所以都坐最便宜的普通車，要坐八個鐘頭，最慢的那種車，到台北真的要坐七、八個鐘頭，最慢的，比現在的電聯車還慢。那時候我一個月薪水三百五十塊，在王永慶的工廠一個月三百五十塊。過年的時候最好笑，人很多，你都不用走，一個小孩子就被人潮擠著往前走，好像被壓扁了，一直往前推擠上車。以前在火車上有賣便當，還有泡茶米水，還有那個服務小姐，以前坐火車比較有那個人情味。想一想我當年才十四歲，現在已經六十一歲了，看看時間過了這麼久。(E02)。

出社會工作上班的時候，有時候必須到台北開會，因為時常去，當時就坐自強號比較多了，坐到中途，當然就會去買一個便當來吃，以前的便當說實在話，真的很好吃，可能真的就像他們先前所講的，當時沒有辦法像現在要吃什麼有什麼，所以坐車的時候都會想要買一個便當來吃吃。(E03)。

第一次吃到應該是到台北當兵的時候。我是當兵時到台北才吃到的，時間真的太久了，現在看到便當，還會想起當年當兵的情形。便當的滋味當然還覺得蠻好吃的，因為肚子餓了嘛，那個時候大家環境都貧窮，所以出外吃到就覺得還蠻好吃的，會去買便當就是因為肚子餓了。(C03)。

只有我有特別回憶喔，因為我有一陣子每個禮拜都要從嘉義這樣通勤到臺北去上課，因為我都是當天往返，有一次就是沒有訂到客運的票，就趕著搭火車，因為來不及了，就買了一個鐵路便當，就覺得好好吃喔。所以我只要搭遠程的火車，看到鐵路便當，我都會買。(A03)。

搭火車，有啊，以前去台北念書，逢年過節要回來，回來是很高興，然而要回去的時候，心情就會很不好，因為離開家是萬不得已。朴子是我從小到大的家，所以只要離開家裡就會捨不得，尤其是從這裡要回去唸書的時候，你就想到要離開家北上，其實都沒有食慾，那時候就一直哭一直哭。心情很糟，當時鐵路便當就算看到也吃不下。(D04)。

對於離鄉背井出外求學工作的遊子而言，臺鐵便當口味就是像是媽媽煮的飯菜，很簡單的味道，它不是一種會讓人會感到驚豔的精緻美食，它沒有豪華奢侈食材或高不可攀的廚藝技巧，相對的它有著一種讓人十分熟悉的家常味，有著一份普通平易的親切感，吃到臺鐵便當有一種溫暖的感動，撫慰了孤單、思念家鄉的所引發的鄉愁，也填補想要回家看看媽媽的渴望。

我們小的時候吃的都是我們父母煮的飯菜，吃起來有那種媽媽的味道，結婚以後就吃太太煮的飯菜，吃久了也覺得不錯，我們很少說去外面買回來吃，像是自助餐或是什麼，都覺得吃起來不合我們的胃口，臺鐵便當的口味吃起來，以我的經驗覺得臺鐵便當比較口味適合，吃起來比較合我的胃口。(B01)。

就像是你自己一個人搭車，離家出去做什麼事情，那個時候特別感傷，然後就覺得說，吃不到媽媽的味道至少便當也是有那種母親的味道，就會覺得吃得很幸福。(D02)。

那時候我都是住外面，我看到臺鐵便當就覺得，哇!我要回家了。對年輕人來講，懷念的好味道吸引力很大，就是在外求學的時候，會特別的需要這樣子的安全感，就會特別去買臺鐵便當，雖然年輕，也是會有懷念。臺鐵便當真正的味道我覺得是家鄉味。(D03)。

網路上有一首關於「便當」的閩南語創作歌曲，筆者認為歌詞雖然很簡短，但是字字句句卻能清楚表達出鐵路便當帶給遊子對家、對母親的思念，尤其又是用臺灣人最熟悉的閩南語唱出來，感動指數百分百。便當的味道對在外求學、工作、打拼飄盪的遊子是一種溫暖的心靈撫慰，安撫想要回家的渴望與對媽媽的思念。

便當（閩南語） 作詞/作曲：ayon（阿勇） 首唱：浮生小民

便當 燒的便當
月台叫賣聲
往事心頭湧
便當 燒的便當
懷念的滋味
思念在心中
離開了故鄉 四界去流浪
為著事業呀 打拼走闖
故鄉媽媽啊 妳著愛保重
我會緊回來 快快甲妳相逢

(三) 火車便當的氛圍

1、購買情境

早期臺灣是農業社會，每天三餐大多是在家中解決，一般民眾鮮少有機會出遊，因此市面上幾乎沒有販賣外食或是可以包便當的商家，民眾只有在搭乘火車時，才有機會吃到專門為旅客旅行準備的便當，鐵路便當可以說是因應鐵路運輸而發展出來的商品，所以想要吃到臺鐵便當，就一定要坐火車才有機會，但是過去的年代又不可能常常搭火車，好不容易等到一次搭火車，當然就會期待買個便當吃頓好料，因此購買便當的經驗與情景也就讓人記憶深刻。

以前沒有自助餐，以前農業社會吃東西沒有這麼方便，賣便當的地方很少，因為家家戶戶一般都會自己煮飯，便當都自己帶，所以以前在外面除了坐火車以外，要吃到便當的機會很少。(C02)。

以前做便當真的很少，只有在鐵路上才有。我們那個時代在外面吃的機會很少，所以你突然有機會吃到，就會覺得很好吃，讀書的時候還是自己帶便當，也都沒有在外面吃，吃到便當的機會很少，所以就覺得很好吃。(C03)。

我就是很期待媽媽要帶我們回娘家、回外婆家的時候，一定可以在車上吃便當，所以每次都很期待什麼時候要回來鄉下，印象覺得就好吃。因為那時就像你們說的一樣，沒有外食，很少有便當可以吃，所以就只有坐火車的時候可以吃到鐵路便當，就覺得很好奇。(C06)。

民眾除了可以在火車上直接向服務人員購買臺鐵便當之外，臺鐵也在月台有設置販賣部，或是在比較大型的車站內設置臺鐵本舖，專門提供臺鐵便當販售。

我覺得差別還在販售的地點吧！因為鐵路便當除了在每個站有賣以外，在車上也可以買，你總不會看到在火車上有人在賣 7-11 便當吧？(A04)。

那一般小車站是沒有在賣便當，都是要在火車上買，不是像台北跟高雄，台北跟高雄它的裡面會有特別的商店有專門賣鐵路便當，那一般都是搭火車，在火車上，在用餐的時間有餐盒。(C01)。

大概民國六十幾年，那時候好像叫做普通車，火車頭好像也是燒煤炭，是不是？因為我好像記得有看到冒黑煙，那時候的窗戶都不是密閉的，都會把窗戶打開，每次上車之後，那個椅子都要拍打，擦一擦，因為都有很多灰塵黑煙留在椅子上。那時候國中的時候，就可以看到在火車站有很多在賣便當，背一個籃子 喊著便當、便當，嘉義火車站就有，那時候的情景就會很懷念。很多人 就像這樣，背著像這樣的方型木板的箱子，叫賣著便當、便當，就在月台上面。車上也有在叫賣「便當」、「便當」，我都還記得那種口音。(E04)。

在大的火車站就都有人在賣，嘉義市有，台中，只要大的站，那火車一停下來，就開始有人一直說便當便當的叫賣，一直走過去，但是現在嘉義好像沒有了，現在沒有了，以前有，就一直喊著便當、便當、便當，裡面除了便當還有其他的東西。(D05)。

早期在一些比較大型的車站，會有私人的小販進到車站販售自家做的便當，這些小販會在月台上，或是就提著菜籃裝著便當，直接從這站搭上火車在車廂內兜售便當，然後到下個站再下車，再坐下一班車回來的特殊現象，後來因為食物衛生疑慮、小販兜售貨品任意索價，以及服務品質低劣，經常為社會所詬病，導致這些私人販售便當的商業行為就被臺鐵局禁止。

我講的那個花蓮到台北，那個是零售的。是用個菜籃，菜籃子裡面放幾個便當，然後就一個布蓋著，然後就上車，比如說坐到七堵或八堵，她就下車，所以那個時候吃的時候都會有熱的便當，那我一直以為那個真的是鐵路便當。(C01)。

嘉義火車站也有人在月台上販賣，火車一進來，他就抬著出來賣。火車要開走的時候，錢來不及找，他就一直拼命的追。有時候太慢買，火車要開走了，他就一直追，錢給他了，卻來不及找錢。(E02)。

早期坐火車的時候大家都有這樣的經驗，各車站的月台都有小販在叫賣「便當」、「便當」，在普通一般的時間就有賣一些其他的東西，如果到了中午，就會賣便當比較多。但是在當時候我覺得臺鐵的便當好像比較少叫賣，還是有，但是就覺得比較少。一般民間的小販，在賣的便當比較多，想起來當時候賣便當的情形還真的蠻有趣了，有拿去車上賣的，但是大部份都還是在車站月台上走動的叫賣。(B01)。

說到便當，就是我們在坐本線，嘉義到台北本線列車上才有在賣便當。每一站每一站幾乎都有私人的便當上車來賣，後來臺鐵有加強嚴格管理，所以一般私人賣便當的就沒有辦法再到車上去賣了，就是禁止不能再到車上去賣。(B02)。

但在東部幹線至今還是有一些特定車站的月台上，可以看見有小販大聲地吆喝販售商家特製的鐵路月台便當，每當火車即將抵達車站，就看見小販手提著便當籃、開始狂跑月台，跑的速度比旅客還要快，他們的叫賣聲比火車進站的聲音還要大，喊著「便當，燒耶便當！」。因為火車停靠車站的時間不長，所以販賣的人，要在不到二分鐘的時間搶賣，腳程與找錢速度都要快，飢腸轆轆的旅客透過車窗伸頭出去搶著購買便當，伴隨此起彼落的叫賣聲，這樣的場景，相信是東部民眾搭火車最深刻的記憶。

這些月台便當的菜色和口味也都維持最道地的臺灣口味，控肉、滷蛋是最基本的主菜，還有開胃的鹹菜乾和菜脯，食材看似很簡單，但是每一樣配菜都很下飯，即使菜色，幾十年不變，久了也就成為月台便當的特色。為讓月台便當保持熱度，有一個特殊的現象就是裝便當的籃子都要蓋棉被、鋪毯子。另外這些便當還有一個特色，就是盒子外面還會再包上一層紙，看起來就像名符其實的「飯包」，深具在地特色，它們現在受歡迎程度可一點也不輸臺鐵便當。(TVBS 新聞，一步一腳印，2006年)。目前月台叫賣便當的車站集中在東部幹線，著名的有瑞芳礦工便當、福隆便當、池上全美行便當和關山便當等四站便當，這些月台便當都是有向臺鐵取得在月台內的合法叫賣販售權之店家。

有些受訪者也談到現在市面上有很多打著鐵路便當名號的便當店，除了招牌出現懷舊、鐵路、便當等字樣外，店內裝潢上也放了多幀老火車頭或老車站照片，會讓人以為這裡賣的也是臺鐵便當，來這裡不用坐火車，也可以享用到懷念的臺鐵便當的滋味，但事實上卻是不一樣的，老一輩的人通常會注意到兩種便當的食

材風味吃起來的感受，跟在火車月台上買的味道截然不同，它們對於臺鐵便當的品牌是有相當的忠誠度。

我對於臺鐵便當是比較有懷念，它比一般民間所製作的便當還好吃，我現在還是會回想臺鐵便當，真的好吃。以後應該要多多推廣，但是價格不要提的太高，讓一般的人都可以買得起這個臺鐵便當。(B01)。

因為我有吃過假的，所以我有深深的感受。月台上賣的便當跟火車上賣的便當都一樣，都是鐵路餐廳那邊直接出來的，所以貨色都一樣。以前沒有像現在在外面，有假「鐵路便當」這個名義，讓我們這些第一次不知道的人去買，因為鐵路便當很多人懷念，所以他們就會假借鐵路便當這個名義去賺這塊市場。雖然我不是很聰明，但我一吃就發現這個便當感覺不一樣，因為他這個肉是組合的。我先生就說，現在知道了就買這一次，下次就不要再買，我們去車站買真正原味的，所以我們現在都是去買真正的鐵路便當。因為我們有吃過，真的的確是不一樣。所以我們如果在外面看到車站便當，那些都不是真正的火車臺鐵便當。(E01)。

不一樣的地方，就是它有打名字出來，還有可能是師傅的做法不一樣，所以會跟外面的比較不一樣。排骨跟外面不一樣的地方我覺得是部位，它所取的排骨部位不一樣，做法我覺得滷的比較熟爛比較香，外面有的都是用炸的。(E02)。

外面的都是沾粉，結果弄起來那個粉都很厚很厚，我在吃的時候都把它挖掉。臺鐵的沒有沾粉就下去滷，這種比較好，以前都是像這個樣子，排骨切好就直接下去滷，不像現在在外面都是用炸的，炸的不好吃，如果要原味應該是以前那種。(E03)。

用滷的是因為它比較新鮮馬上弄，炸的是比較不新鮮，所以它必須要沾點粉弄點調味料之類把它油炸，油炸後把那個肉的味道覆蓋過去，所以我們吃到的都是那些調味料的甜份，所以還是吃那個滷的，不要用油炸的比較好，吃滷的比較好，油炸的反而不好。(E04)。

同樣都是便當我還是喜歡去車站買臺鐵便當，我覺得臺鐵便當可能也比較衛生，我還是會想要去買，我不會想去買車站旁邊的便當。我還是會選擇買臺鐵便當，儘管外面賣的便當比較便宜，我還是會選臺鐵便當，同樣的東西選擇，我還是會選臺鐵。(E05)。

年輕世代的受訪者則認為，重點是一定要能夠吃出鐵路便當的氣氛與感覺，他們表示鐵路便當不是只要有排骨或酸菜就可以稱作鐵路便當，販賣的地點看的到火車，吃的地方要能夠感受坐火車的氣氛，那才是最大重點，就像到池上，就一定要吃一個池上便當，因為池上便當就是這裡的招牌，他們非常強調吃鐵路便當就一定要有這種「Fu」，否則就跟一般的市售便當沒兩樣，雖然樣子是對了，但感覺就不像。年輕人喜歡味覺、視覺加上感覺的綜合體，感覺對了，就很容易吸引年輕人。

現在臺鐵便當不是也有在外面開店嗎？我記得高雄好像有，就是你不用在火車站裡面也可以吃得到，就是賣臺鐵便當，有些人他沒有要坐火車，可是他真的很想要吃臺鐵便當，所以就會去那間賣臺鐵便當的店買，他是衝著臺鐵便當的味道去買，他就認為有臺鐵便當的名稱就會有臺鐵便當的味道，就像 seven 現在也有賣臺鐵便當，可是吃起來的味道又跟這個便當不一樣。(D01)。

就像是奮起湖便當，不管它多貴都一定會去買一個，因為你如果沒有去吃那個便當，就好像沒有來過奮起湖。(A01)。

吃便當特別的經驗，奮起湖的便當，大家很熱血，就是騎機車衝上去，就為了吃那個便當，可是它的便當其實下面也買得到，但是就是大家一起騎上去，為了一個便當，然後買了之後大家一起坐在那邊吃，就覺得，喔！這感覺又跟在火車上面吃又是不一樣的感覺，山裡小火車的便當。(D01)。

我曾經有比較過，我在外面吃跟我在高鐵上、客運上還有在火車上，我還是覺得著火車上吃，會比較有那種感覺。我曾經想像過坐在一個很舊式的火車，那時後就做普通車吧！火車慢慢蹦蹦跳跳前進，然後就在那邊慢慢吃便當，那種感覺是很好的，我有想像過啦，幻想而已，我覺得會打動我的心。(D03)。

2、消失的便當盒

便當是提供給旅客帶在車上食用，所以需要盒子來盛裝飯菜，一個看似不起眼的盛飯容器，隨著時間歷史的演進，消失的便當盒也會勾起人們重溫兒時旅行的回憶。臺鐵便當的盒子歷經好幾種樣式，戰後初期，臺鐵便當是採用木片盒盛裝，木片盒好處為天然素材非常環保，又具有透氣功能，而且能吸掉飯菜中的一部分油漬和水分，使米飯保持彈性，口感佳。到了民國五十幾年開始改用鋁製圓盒便當，但後來鋁製品經醫學研究證明有毒，不適合做食用器皿，鐵路局改採用不鏽鋼飯盒，但是不鏽鋼飯盒成本較高，只在光華號及對號列車供應。早期臺鐵鋁製便當盒，上面還刻著「鐵路公物，請勿私用」，就是提醒民眾不可把便當盒私自帶走。

圓形的鐵路便當是我外婆在收拾便當盒時說：「你看，以前臺鐵便當盒多好，現在都是紙盒。」所以我才知道以前的臺鐵便當盒是圓的，我本來不知道，我以為那只是 7-11 廣告的噱頭，我從來不知道以前的臺鐵便當盒是圓的。(A02)。

包裝方面，以前是用那個竹片的便當盒，一片一片組合的，吃的時候飯粒還會黏在便當盒的邊邊，還要用筷子去戳，很惜福，那個便當的米非常好吃。現在的便當了好像就不會黏，因為現在的便當盒有一層處理，比起來以前比較衛生，沒有化學的膜。早年鐵的便當盒我有見過，吃過，是圓形的，它上面有蓋一個臺鐵的標誌，那個鐵的便當盒蓋子上有一個臺鐵的標誌，已經歷史很久了，我只記得吃完了便當盒要還給他，很久以前了！（E05）。

民國六十八年，輕便的保麗龍盒取代了不鏽鋼飯盒，主要是旅客吃完便當後往往順手把不鏽鋼盒帶走，造成鐵路局不小的損失。近幾年，環保健康意識抬頭，鐵路局又捨棄保麗龍，飯盒又改用木片包裝，現在則改用紙盒與木盒包裝販售。其中圓型鐵製餐盒雖然使用時間雖然只有十幾年，卻是許多人對以前臺鐵便當的共同記憶，因此也成為鐵路便當懷舊包裝的「入口意象」。現在 100 元的臺鐵便

當木製便當盒，外型就是圓型的，聽說大小與高度都跟以前的便當盒類似，讓人看起來就覺得像是以前圓型鐵製餐盒的感覺。

我們家那個時候，有很多阿魯米的便當盒，因為那個時候臺鐵便當是「阿魯米」的鐵盒子，圓的也有，方型的也有，媽媽會把她收藏起來。(C05)。

那個便當盒不要還嗎？以前要還的啦！現在不用，現在比較貴，現在便當盒要一起買，以前那個要還啦！以前鐵的是要還的，後來才改成木片的。如果家裡有，那就是沒有還，把它A去了，我吃了那麼多我們家裡一個都沒有。最早以前那個便當，圓的都是要還的。那個便當盒一定要收回，不然誰還敢賣，那個便當盒子不見了，是會賠錢的。(C03)。

便當盒包裝上一定都會印臺鐵便當字樣，而且它一定會放一個火車的圖案，我記得從以前就有，它一定會放一個火車的圖案。那像八角形的那種，它是透明的蓋子，但是它上面還是會寫臺鐵便當，就是不管它是用什麼餐盒，它一定會註明是臺鐵便當。然後筷子套上面也都會有，就是說到臺鐵便當就會想到火車，臺鐵就是火車。(D01)。

依照我們的年紀，吃的應該都是用餐盒裝的便當，不太有機會吃到以前阿公阿媽，或者是爸爸媽媽那個年代比較復古的、傳統一點的便當，所以如果當他們有推出那種鐵盒裝的便當，就是用鐵盒裝飯，你連鐵盒都可以帶走的便當，就會覺得那個還蠻吸引人的。(D06)。

筆者還記得以前的臺鐵便當筷子套裡面，除了一雙免洗筷子還有一支牙籤，綁便當的橡皮筋中間還夾著一張餐巾紙，這些都是臺鐵便當為了方便旅客食用，很貼心準備的小東西，只是後來可能是牙籤會刺到客人，或是其他原因，就沒有再附上牙籤了！

臺鐵近年開發不少周邊文創商品，其中最長銷也最熱銷的商品，由「貌不驚人」的仿古圓型便當盒奪冠。兩千年首度推出以來，每年銷量都破萬，隨著臺鐵便當名聲鵲起，一個要價兩百元的便當盒跟著水漲船高，每年平均推出兩款新圖案，都是「印多少就賣多少」，還常供不應求、一直追加。(聯合新聞網，2011)。

臺鐵局也會不定期，針對不同主題推出限量紀念便當盒讓鐵道迷購買收藏，例如：為慶祝臺灣鐵路 121 週年暨臺灣西部縱貫鐵路通車 100 週年紀念，推出以新竹車站站體外觀為背景，搭配太魯閣號〔Taroko〕列車為圖案之紀念便當盒，全套含不銹鋼材質便當空盒及特多龍防水材質提袋。在設計包裝以仿古圓形不銹鋼餐盒，以滿足旅客的思古悠情，一圓許多大朋友們昔日的便當夢。

那是現在把它當成一個產品在賣，所以連便當盒一起賣。以前的便當是給你餓的時候吃的，現在是當成一個商品在賣，便當盒做的很漂亮，當成商品在賣。(C02)。

現在是為了要做紀念，現在還有多一個袋子，我女兒有去買過。(E02)。

我會想要買臺鐵便當，是之前他們有在推一個鐵盒的那種便當，會覺得那個好像蠻有吸引力的，就是因為有那種懷念的感覺，雖然現在那種便當盒到處都買得到，可是還是會感覺有那種比較復古的感覺，因為依照我們的年紀，吃的應該都是用餐盒裝的便當，不太有機會吃到以前阿公、阿媽，或者是爸爸、媽媽那個年代比較復古的、傳統一點的便當，所以如果當他們有推出那種鐵盒裝的便當，就是用鐵盒裝飯，你連鐵盒都可以帶走的便當，就會覺得那個還蠻吸引人的。(D06)。

3、古早味菜色

談到臺鐵便當，最讓人津津樂道回憶最多的就是便當裡的菜色，臺鐵便當裡不可或缺的菜色除了排骨以外，還有像是拌上豬油的菜飯、炒雪裡紅、酸菜、滷蛋、醃漬醬瓜、黃蘿蔔，這些菜色看似平凡，滋味卻是鹹香好入口，尤其是在當時經濟生活不富裕的年代，有機會吃到有著「大塊肉」的排骨便當，更是十分令人羨慕與期待。

我覺得臺鐵便當的排骨飯，它的排骨有點滑潤的口感很好，再加上它有一種有顏色的，黃色的醃菜頭，顏色黃色的，跟飯配起來，覺得氣味不錯，再加上它的飯很Q彈，就是很合我的胃口很好吃，會想要再吃的感覺。(B04)。

因為我們小時候，真的家裡比較貧窮，不容易吃到肉，最常吃的可能就是滷蛋，自己家裡都會養雞嘛，所以滷蛋還容易吃得到，但是肉不容易吃得到，而且我們小孩子很喜歡吃香腸。這個鐵路便當我覺得它的排骨口味比較不一樣，因為它感覺就不像外面賣的那種排骨，它不是炸的，因為吃炸的會很容易覺得口渴，它的排骨不會，它的味道都會進去，而且就算冷了，吃了也不會覺得太硬太柴，所以我喜歡它的排骨。(C01)。

我最喜歡吃它的肉，它的味道會讓我想要再去單點買那塊肉，所以我覺得它整個便當，最吸引我的就是它那塊肉。(D02)。

我都很期待那塊排骨，我每次去買都只有問說有沒有賣排骨飯，如果他們說沒有了，我就覺得會有點失望，就只好只能選別的。它的肉真的非常嫩又多汁，就覺得看了就會想流口水，然後吃完了一片還想要再吃一片，可是無奈只有一片。(D03)。

很奇怪，不知道是不是我孩子的問題，臺鐵不是有賣排骨跟雞腿嗎？他都不吃雞腿的，好像是他覺得那個排骨看起來很大，那個排骨肉薄薄的，但有帶一塊骨頭，就覺得這樣吃起來很好吃，很香！有時候吃東西真的是看小朋友，如果小朋友吃起來覺得好吃，那個味道就不會差到哪裡去。(D04)。

從訪談內容中我們發現了不同世代對於臺鐵便當裡面印象最深，回憶最多的菜色是有不一樣的。年輕世代對於臺鐵便當的那塊油亮滑潤，大口咬下，肉香四溢的滷排骨是讚不絕口，然而對於老年世代的人，談到會讓他們懷念的「古早味」是什麼味？他們的回答竟然是最平凡的鹹菜、醃黃蘿蔔的滋味，這真是讓人意想不到的發現。

我喜歡它裡面的雪裡紅，跟它的白飯一起搭配，外面賣的雪裡紅好像比較鹹，它炒的味道有入味，然後跟白飯拌一拌，它做的雪裡紅還算蠻好吃的。(C05)。

我印象中雪裡紅好像每次配菜一定都有，還有像她說的香腸，還有我最喜歡吃，就是小時候沒有常常吃得到的滷蛋，每次便當有那個滷蛋還有那條香腸，印象最深刻。(C06)。

以前就有一種特色就是，裏面就有那個黃色的蘿蔔，用醃的。懷念的味道，我有吃過，那個鹹菜絲跟雪裡紅，那種味道我吃起來會覺得懷念。（C03）。

真的會讓我懷念的味道，還是鹹菜、酸菜的味道，以前便當就是有阿，現在都用高麗菜了，那高麗菜我們自己也會炒，就是經常可以吃得到的家常菜，但是那個酸菜我們自己炒起來，就像剛剛她所說的，也許是功夫的問題，那是鐵路便當的特色，那些師傅真的有他們的特色，他們炒的跟我們炒的，我們炒的就是沒有辦法像他們那種相同的味道，所以會很懷念這樣的古早味，就是酸菜的這個部份。（E01）。

為什麼當大家都在稱讚臺鐵便當的排骨有多麼好吃，那些讓年輕世代完全看不上眼的便當配菜，卻是老一輩人他們對於臺鐵便當的懷念來源？因為那些都是他們那時候最主要的食材與配菜，與他們的生活最為密切相關，在那個物資缺乏的年代，排骨絕對不是日常餐桌上可以吃的到，所以吃排骨是時候是一種絕對的享受，而鹹菜、醃黃蘿蔔與滷蛋，甚至是一小片香腸，則是他們最熟悉最常吃的食材配菜，因此這些就成為他們最懷念的滋味，也就是老一輩的所說的「熟悉的古早味」-鹹菜、醃黃蘿蔔、滷蛋、香腸。

以我們來講，因為我們對它其實沒有那麼的熟悉，所以我們其實對它懷舊沒有那麼深的感受，反而是我們小時候週遭，可能我們小時候常常吃的，譬如我們常常吃的就是飯湯，那個在外面買不到，我回到我的家鄉的時候，我就會去買一碗來吃，那個就是我小時候的記憶。（C07）。

在當時，我們對於這個肉類有比較欠缺的情況下，就會覺得臺鐵的排骨便當很好吃，滋味很好。便當的菜色，外出在外當然不能夠說想吃得多豐盛，臺鐵便當的特色就是它的排骨，不會太硬也不會太軟，滋味好，再加上我剛剛說的鹹菜，味道組合起來，就是它很好的特色。（B02）。

鹹菜、黃蘿蔔、還有滷蛋這三樣，便當一定要有才有那個味道。（E03）。

我覺得之前那種便當的味道跟現在的鐵路便當的味道就是不一樣，好像沒有吃到那一種「家」的古早味，人家說的古早味，感覺跟現在就是不一樣，哪裡不一樣，至少說那個菜，之前便當都有加一塊黃色的菜脯，那是最起碼的。（E04）。

那醃黃蘿蔔吃起來有點甜甜的，舌頭會染成黃黃的，就會很高興，因為我有吃到便當，就像小孩子現在吃糖果吃到舌頭紅紅的，他也會很高興。(C01)。

我覺得臺鐵便當搭配這個鹹菜，它的口感很好，鹹香酸甜的滋味，酸的味道對於我們人的食慾有幫助，讓人會有想吃東西的感覺。(B01)。

想起那個時候的便當，真的很好吃，現在想起來還是真的回味無窮，那時候的便當真的不知道，為什麼那麼好吃，便當裡頭有蛋，是滷蛋，有那個黃色的蘿蔔，我很喜歡吃，真好吃，還有鹹菜，脆脆的鹹菜，都很下飯，我覺得會懷念的不是那塊排骨，而是鹹菜、黃蘿蔔。(E05)。

有趣的是，有一組參與訪談的老人家甚至還為了當時候便當裡裝的究竟是什麼樣的鹹菜，絞盡腦汁努力回想，討論十分熱烈，有人說是雪裡紅，有人說是黃色的酸菜炒辣椒，也有人說當時的鹹菜是用蘿蔔葉子加鹽醃漬的，跟現在用油菜或小芥菜醃漬的雪裡紅看起來很像，但味道是不一樣。儘管當時鹹菜究竟是什麼，這群老人家也無法正確說出個所以然，但是他們一邊說著，還一邊念念不忘他們口中鹹菜的美味，不時說著那個鹹菜⁵有多好吃。

現在的鹹菜都是用芥菜去醃的，但是我們講的那種不是，台語要怎麼講—「菜章啊」！有點像白蘿蔔尾巴那個枝條。那一種真的不是鹹菜，小小支的。(E03)。

對！就是白蘿蔔上半部的。云口（自助餐）會將它用豆干一起炒，那個東西不是榨菜，跟榨菜不一樣，那個東西很好吃，現在很少，你如果去云口（自助餐）有時候可以買的到。我有看到我就買回去，晚上還可以配飯。(E02)。

我記得以前的便當好像就是鹹菜，就是切的碎碎的，然後炒一點紅辣椒，有點微辣很好下飯。(E01)。

⁵筆者經過訪查後才知道他們所說的鹹菜指的就是雪裡紅，而在臺灣泛指的雪裡紅，是用蘿蔔葉、油菜、小芥菜等蔬菜，用鹽巴來醃漬加工的。所以有蘿蔔葉雪裡紅，有油菜醃漬的雪裡紅，各有滋味，皆是古時為儲存食物，不浪費食材，由先民的智慧衍生出來的美味。而白蘿蔔葉醃漬出來的雪裡紅味道帶有點辛辣嗆味，非常特別，現在市面上都用油菜製作的，就比較沒有像蘿蔔葉這樣的嗆辣香氣了，也難怪老一輩的人會認為現在市面上雪裡紅的味道不對。

那種是芥菜去醃漬的，就是酸菜，那種也有啦，而我們說的是那種「菜章啊」！。（E03）。

臺鐵便當早年會使用這些食材來做為便當菜色的原因，主要就是因應當時經濟環境時空背景以及長程旅途坐火車所需餐點而設計，經過不斷嘗試改進，發現這樣的菜色最為合適，除了鹹香好下飯之外，這些菜色無論是在事前便當準備工作上或是旅客在列車行駛中食用都很方便，也就一直流傳下來。

也常有人抱怨說臺鐵便當缺乏青菜，其實這也是臺鐵便當為了能夠長時間供應旅客食用而不得不做的選擇，因為青菜煮熟後很容易出水，湯湯水水的便當，過一段時間就很容易變質，不僅不好吃，還不能保存。另外在列車上有湯汁的便當對旅客真的不方便食用，而且也容易造成髒亂，影響旅客乘坐火車的舒適性。

它也不怕變黃掉，一般青菜放一下子因為受熱會發黃，雪裡紅它不怕會黃掉。（C01）。

便當包的好好的你就很方便，衛生紙什麼都給你了，你也不用再自己去準備或什麼的，臺鐵便當有針對旅客就是方便，站在旅客的角度考量，跟一般的便當不一樣，一般的菜都會有湯汁，臺鐵便當的菜都是乾乾的，所以就算你吃完了要放到前面也不會怕有湯汁露出來。（D01）。

這些重鹹的菜色如果以現代健康少油少鹽的觀念來看，當然一定是不合格，但是臺鐵便當如果把其中一樣菜色換掉，那就會讓消費者頓時覺得失去了一個熟悉的味道，記憶中的味道就是排骨、酸菜、雪裡紅，如果拋棄了傳統的味道，那分熟悉的感覺也就會消失。因此這些菜色的存在價值不在於它的營養成分，而是在於它的歷史味道，它的酸甜鹹香滋味已經深植於消費者的記憶之中，是無法用健康飲食的概念可以加以改變或取代。

臺鐵便當用那些配菜是比較有鹹味，所以配飯的時候比較容易下飯，所以大家都喜歡用這種菜色。（B01）。

我的感覺會有這些鹹菜，是因為顏色比較不會黃掉黑掉，加上醃漬的黃蘿蔔它比較能夠控制，切了就很方便，我還有想到它有一道滷白菜，真的很好吃，很對味，它加了蝦米、加蛋一起拌炒，我覺得氣味很好，那些食材都比較不會變質變色，不會變成很難看的顏色，因為這些菜可以控制到晚上也不會變壞 都可以吃，它的特色就是這些。(B04)。

便當要有鹹，菜色沒有季節性，一年四季都有不怕會有斷貨，所以一年四季都有辦法同一種菜色，同一種東西，所以你看它一般這種便當不會用時令蔬菜，因為它怕有斷貨的可能，跟超商的便當一樣，主要是固定每天吃的菜色都一樣，不會讓你今天吃跟明天吃的不一樣，它一年四季出來的便當都一樣。因為火車我們沒有可能天天坐，坐火車是久久才坐一次，久久才吃一次 吃到的每一次，他的特色就是這些東西。(C02)。

它現在好像有換成高麗菜，以前我們買的便當都還是鹹菜，我們就會懷念那個古早味，那個酸菜就是有點辣辣的，還有配小黃瓜，不是小黃瓜是醬油脆瓜，吃起來就有的那個古早的味道，還有那個滷蛋，雖然看起來、吃起來不是很特別，以現在來講，我們平常也可以做，但是那個味道感覺起來就是不一樣，所以都會期待去買，一定會去買。(E01)。

如果臺鐵便當以前就是滷蛋和排骨，現在菜變多、變不一樣了，一定會有老一輩的、守舊派的說：「這不是臺鐵便當，我不想買，這是充滿銅臭味的便當。」。(A03)。

臺鐵便當就是一成不變，大家才會這麼喜歡它。一成不變就會變成傳統啊！堅持到最後就是傳統。你就想起來這就是臺鐵便當。(A04)。

另外臺鐵便當的白米飯也是讓老年世代的人一直稱讚好吃，念念不忘。在當時，臺灣民眾都普遍沒有辦法吃到白米飯，有的都是米飯加番薯籤一起烹煮，比較貧困的家庭，甚至沒有添加白米，而是直接烹煮番薯籤，所以那樣的飯吃起來口感當然沒有白米飯那麼Q彈美味，臺鐵便當裡有著滿滿的白米飯，大口吃下去，當然是好吃的不得了。

(四) 戰爭期間的景象

訪談中有一段「大時代」集體記憶是讓筆者印象深刻，那就是經歷過日據時代，坐火車躲美軍空襲的經驗與回憶，那個回憶絕對是無人能及，現在我們聽起來覺得很新奇，無法想像，不可思議，但只有親身走過那段躲空襲警報年代的人，才能真正感受當時戰爭的可怕，面對生死交關的恐懼與感慨生命的渺小與脆弱。

我家裡是住在朴子，在日據時代我考上嘉義農林學校⁶，就必須從朴子坐台糖的鐵路火車去到嘉義通學，在嘉農一年級、二年級讀書的時候，就有覺得有比較不平常，平常坐火車從朴子坐到嘉義，時間大約花費4、50分鐘，台糖的火車就是五分車，行駛的速度很慢，在二年級到三年級之間，局勢就變得很動蕩，原因就是當時是日本時代的戰爭期間，所以我們坐車的時候都要躲避空襲，閃避空襲，清晨在朴子五點多就要起床坐車，坐車行進中天色都還是黑暗的，到了天快亮了才抵達嘉義。在這個期間，大概是二年級快要結束的時候，美軍的轟炸就有越來越頻繁，轟炸的很厲害，所以有時候我們去到學校，如果聽到了空襲警報，學校就放學讓我們回來，火車因為空襲不敢行駛，所以我們就從嘉義，男生女生學生，一群人一起沿著鐵路走回到朴子，大概要花費四個小時時間。有時候當你在坐火車的時候遇到了空襲，空襲的時候就看到那個飛機從我們前面掃射過去，掃射過後再用有降落傘的炸彈⁷，那種炸彈掉落到地面，就會在空中爆炸，那種場面我們也經歷過，所以可以說，我們二年級、三年級在日本時代，還沒有光復之前，‘我們坐火車是有冒著生命危險的風險。(B01)。

(圖片來源：<http://www.airforcehistory.hq.af.mil/index.htm>。美軍轟炸新竹地區的照片，可以看見有降落傘的炸彈。)



⁶註：「臺灣總督府嘉義農林學校」創立於日治時代的1919年4月，二年後改名為「臺南州立嘉義農林學校」，為今日國立嘉義大學的前身。有名的嘉農棒球校隊，其傳奇故事獲得臺灣電影工作者魏德聖的青睞，由馬志翔執導以其為背景的电影《KANO》。資料來源：維基百科。

⁷註：有降落傘的炸彈是延遲信管炸彈。裝上降落傘的主要原因，是讓炸彈撞擊地面時，不致立即引爆信管，並讓低空飛行的轟炸機有足夠的時間離開爆炸範圍。

剛剛吳先生有講到很寶貴的經驗，我們這些七十幾歲以上的人剛好都有遇上這樣的事情，那時候空襲好像是七月或八月，我是住在這裡，從蒜頭要往朴子，去朴子就醫或是做工作的時候，要回來的途中，也有遇到空襲，躲在防空洞，一個一個的躲，慢慢的回來，沿著水溝邊躲避，慢慢的走回來，一直躲避回到蒜頭，我曾經有這樣的經驗，這是很難得的經驗，已經沒有人有知道這樣的過往經驗。(B02)。

(五) 貧苦年代的感概與美好未來的展望

貧窮的臺灣是中壯、老年世代共同經歷過的經驗與回憶，光復後的臺灣，雖然在政治上因為實施戒嚴相對穩定，但經濟上卻面臨困局。當時的臺灣，整個社會都是貧窮和落後，破舊的房舍、不平的馬路、人們衣衫襤褸，大家的生活都很艱苦。而經濟貧困的主要因為，二戰後期遭所有建設都遭到美國轟炸的摧毀、戰後中國惡性通貨膨脹，與貨幣濫發等因素。除此之外，大陸淪陷後從中國大陸撤退來台的 100 餘萬爆增人口，也對臺灣經濟造成沉重負擔。

以前古早的時候，人們生活就是不方便，每一樣都不方便，沒有什麼車可以坐。就是感覺生活很辛苦。我坐火車的經驗是結婚以後跟著先生坐，不然我以前沒有坐過，帶著三個孩子要去台北，夜裡黑漆漆，坐著夜車八個鐘頭，又沒有位置可以坐，帶著三個孩子，在旁邊蹲著，小朋友都一直哭，沒有地方能坐下，就會感嘆的說，經濟如果好一點的話，坐車能夠越快越好，很希望就對了。(B04)。

以前到嘉義坐火車，我是先騎腳踏車或走路走到蒜頭糖廠，蒜頭糖廠那個時候有小火車，就是五分車，是蒜頭糖廠經營的，坐小火車到嘉義火車站，這個中間大概要一個多鐘頭，然後在接到本線的火車，就是臺鐵火車，再坐回去台南。當時的交通可以說是真的很不方便，那個時候都沒有客運公車在跑，只有台糖的小火車可以坐到嘉義，然後再轉車。(B01)。

以前都沒有得吃，就是每天吃得很差，也都很習慣，所以什麼都覺得很好吃。每天都吃蕃薯籤，飯鍋裡面都是蕃薯籤，吃到真的會怕，能夠看到一個便當，就好高興。以前小時候若是炸地瓜、炸青蛙就會好高興，以前的人真的沒有什麼東西可以吃，真的很可憐。現在小孩子水果削好擺在他面前，還是不吃。(E02)。

以前的人比較沒有大魚大肉，哪像現在有魚有肉。只有年節才有東西吃，哪像現在每天都有。以前要拜拜，就好高興。我們只要是講到過去的事，小孩子都說此一時彼一時，你就只會講以前的事，現在又不是以前，所以就不聽。(E06)。

人們不會把不好的事情當作回憶，不好的往事經過時間的發酵，也會變得苦中帶甜。能談笑面對過去，一定有一個基本條件：現在比過去好。如果現在不能比過去好，回憶其實不勝唏噓，怎堪回首？怎能下嚥？懷舊，並不是想回到過去。懷舊，有感觸，有感恩，但更多的應是要讓子孫知道我們曾有的過去，但絕不要再讓子孫過那樣的日子。

以前客運比較少，轎車機車都比較少，所以都會利用鐵路來往返奔波，以前在坐火車沒有像現在，有自強號或是莒光號，以前都是普通的慢車鐵路也沒有電氣，所以坐的都是燒煤炭的，或是吃蒸氣的火車在跑，所以就覺得以前的衛生方面較為不好，空氣方面比較差，現在已經改善了很多。(B01)。

說到坐火車，我坐的時間很久了，早年初中、高中就是坐火車上學，起初的火車，就是大家說的「黑台仔車」⁸，車廂轟隆轟隆的響，感覺車廂是用貨車廂改過來的，那時候就是坐那種車。民國 47 年，我剛國小畢業去讀書，初中在這裡讀，要坐火車，火車就是那種「黑台仔車」，就是載貨的車廂去改裝的，以前的火車，一開動就蹦蹦一下，害所有的人往前衝過去，後來逐漸的更新，慢慢才有像現在的電聯車，或是高鐵這種火車，越來越方便。(E03)。

後來就真的去買那個快車的票，接下來就換坐國光號，國光號坐完後就更高興了，接下來時間都不長了，再來就換坐高鐵了，甚至還可以坐飛機，經濟越來越起飛，現在真的覺得很滿意，越來越進步。(B04)。

鐵路便當還有一直不斷的改進，像是說要如何去煮才會合口味，如何去煮這個價格才會公平感，再來保證口味可以讓每個人吃了都覺得接受，口味很普遍化，覺得很不錯這樣子。(B02)。

⁸註：這些貨車廂多是木頭車身，最老的是一九二〇年日本製造，還有日治時代載馬、光復初期變成載人，最後改裝載行李的篷車。

總結上述回憶類型：「出遊旅行的期待」、「離鄉背井的心情」、「火車便當的氛圍—購買情境、消失的便當盒、古早味菜色」，是屬於個人親身經歷的特殊經驗，所以最常出現的詞語就是「我...」，而引發消費者懷舊情感不只是單單吃便當這件事，便當其實是個媒介刺激物，透由便當或是坐火車情境所引發的記憶，刺激出更多自己過去回憶或經歷過的故事，這些需要以真實為基礎，才可引發懷舊，就是屬於 Havlena & Holak(1997)所提出的「個人的懷舊」(Personal nostalgia)。

親身經驗方面，老一輩的人回憶通常比較著重於他們那個時代的歷史背景與臺灣社會整個大環境的變遷與比較。年輕、中壯世代的個人回憶則比較是屬於求學、外出打拼工作的記憶，因為孤單，思念家鄉的所引發的鄉愁，吃到臺鐵便當對在外求學工作的遊子是一種溫暖的心靈撫慰，填補了想要回家的渴望。

相對於個人的直接經驗，另外一種回憶則是屬於大時代的集體共同印象與感受，像是「戰爭時期的景象」、「貧苦年的感慨與美好未來的展望」。有種語言，不須解釋都能理解，那就是集體的共同記憶，（遠見雜誌，2009），集體指的是一群具有共同文化、生活經驗的人們，因為擁有相似的記憶、經驗，創造集體認同，所產生的共同懷舊情感，是從個人經驗延伸，群體分享集體直接經驗，形塑了關於過去的集體回憶，引發的懷舊就是屬於 Havlena & Holak（1997）所提出的「文化的懷舊」(cultural nostalgia)。

在談論集體的共同記憶時，最常出現的語詞就是「我們那個年代」、「那時候」、「以前」這一類的用詞，儘管當時物資環境條件不佳，當下的記憶不一定很甜美，但他們談話語氣中卻顯現出驕傲與自信，述說回憶著屬於他們那個年代的時空環境，因為他們有實際經歷過那個年代，透過訪談，彼此分享，情景似乎回到過去的時空，他們的感受與經歷是要有相同體驗的人才能完全瞭解，懷舊的過往的記憶也一點一滴的找了回來。

因為以前大家生活比較困苦，所以對這樣的吃，印象比較深刻，現在生活進步這麼多，外面的便當也很多種，貨色很多，所以現在大家吃起來感覺比較沒有那種滋味，比較容易得到啦！就不會感覺到這個懷念的滋味，這是我的感覺。以前生活水準不好，大家賺的少，吃到一個便當就覺得很好吃，所以特別印象深刻，現在都吃得太好，所以吃便當就不會覺得有什麼特別印象。(E03)。

因為小時候農業社會，吃的東西比較沒有得吃，所以只要你上火車吃個便當，就感覺是很好的東西，上面有肉，你平常在家裡有沒有辦法每天吃到排骨？所以那種東西就是一種懷念的味道，小時候沒有辦法吃那麼好，你只要能夠吃個便當裡面的菜，絕對比我們在家固定吃的東西還好。現在香腸太多了，你吃多了就不會覺得有什麼特別。(C02)。

二、想像的過去

「過去」被定義為個體出生以前的年代，「想像過去」亦即是個人對出生前的往日時光產生想像或是間接接觸的一種想像，這是以歷史時間為基礎的憧憬。Stanford (1994 / 劉世安譯，2001) 認為，人們建立歷史性的方式有三：(轉引自李依倩，2006)。

- (1) 首先經由自身或父祖輩之記憶，儘管其常非確鑿且有時空限制而不易構成歷史知識，然仍能使人覺察一些異於當下的往昔經驗的確曾經存在。
- (2) 其次，人們從學校教育獲得有關往昔的正式知識。其雖較為井然有序、連貫可靠、涵蓋較大時空範圍並提供較為清晰之解釋，但相對於鮮活的個人記憶卻猶顯得枯燥乏味，常在校園生活結束後遺忘。
- (3) 最後卻也最缺乏系統性的歷史性獲取方式，則為來自四面八方的生活資訊，如史家著述、導覽指南、展品目錄、電影、電視、小說等。

而喚回「過去」記憶，重現歷史理解與想像，其來源又可以區分為二種類型：

(一) 長輩親身經驗 (個人的間接經驗)

透由長輩們講述或展示過往人生經歷，去領略感受逝去的未知時光，發掘出

動人的情節，將自己融入長輩的回憶故事中，一同緬懷那段往日情懷，從熟悉的人口中，聽見不熟悉的故事，過去的場景好像就在你眼前浮現，談起以前的生活，以前的臺鐵便當，好像你也曾參與其中，並試著想像老一輩人是如何生活與感受。這樣的懷舊氛圍是個人但間接的經驗，屬於 Havlena & Holak (1997) 所提出的「人際的懷舊」(interpersonal nostalgia)。

今天那是醬瓜。就是一個醃漬物這樣子。然後旁邊再炒個今天是竹筍，那我吃過是高麗菜之類的，就比較古早的東西，那我會覺得說這個可能對以前的人來說，三餐都是地瓜籤，白飯是很奢侈的食物，可以吃到這樣的便當真的是一種享受。我家裡對臺鐵便當比較有回憶的是我外婆，他們那個年代就真的是幾乎都吃地瓜籤。(A05)。

我不是生在鐵路便當的那個年代，鐵路便當對我來說的意義應該只是歷史中的一段過去吧？那種感動肯定沒有我爸媽來得大。它沒有打動我的心，可是會打動爸爸、媽媽那個年齡層，因為畢竟他們對鐵路便當的印象比較多，他們應該有吃過鐵盒子的便當吧！所以對他們的意義應該不太一樣吧！因為我只有吃過紙盒子的，然後他們的菜色可能比較好吃吧！有可能是新鮮感，因為我們這群人之前也沒吃過古早味的鐵路便當，所以新鮮，人就想要去嘗試看看。(A07)。

上上禮拜吧，我從斗六搭火車到台北，剛好碰到一個阿嬤，她算是 80、應該有 90 歲了，她拿著便當就開始想到她小時候童養媳，被送去當童養媳，她說她只有國小畢業，然後她還講到戰爭，她還講到她嫁人、生小孩，到現在她當阿祖了。她大概講了兩、三小時，因為我有觀察到她的表情，她就是陷入那種回憶裡面，我就覺得她好像快哭了的那種感覺。那時候我就覺得說，其實臺鐵便當，不只我們，可能連阿公阿嬤他們都會想到他們年輕的時候，臺鐵便當作一個媒介 引發人們對於過往的美好回憶。雖然我們可能只有二十幾歲，可是小時候那個回憶已經算多了，至少有兩、三個回憶是美好的，更何況是老人家，可能有更多的。(D03)。

我從來不知道以前的臺鐵便當盒是圓的，有三層、二層，我媽形容給我聽，還說以前便當多好，現在便當多爛。他們會告訴你，其實我們對鐵路便當是沒有這段經驗和記憶的，我們的記憶只有紙盒、塑膠膜。可是我覺得我不會去買這麼貴的便當，如果價格親民一點，如果 100 或 150 元，我還 OK，我還記得我爸去買三層的，四百多塊錢。(A02)。

他們四、五年級年代還蠻窮困的，然後可能搭火車什麼，基本上 20 元，他們還是買不起的，他們就只能看別人吃，然後他們現在起來大多是中產階級以上的有錢人，所以他們就會想以前吃不到，現在可以買。

(A01)。

就一種證明吧！以前我沒錢吃這種東西，現在我有錢了，有很多比這個更高級的東西，我都買得起，所以我要買這個便當盒。(A05)。

懷舊並不只是年紀較長的人的專利，對於許多崇尚懷舊時尚風貌的年輕族群而言，「懷舊」並不是過去記憶的重現，而是在想像中建立過去。張文如(2006)說，對於年輕代的七、八年級消費者而言，他們雖然不曾經歷過那些早年的歲月風情，但是懷舊的味道，卻可以從父母長輩的經驗中，去想像體會那個逝去的年代，並且感受過去與現代社會迥異的新鮮感。年輕人覺得臺鐵便當就是古早味，因為口味內容都跟現在市面上的便當很不一樣，現在的便當口味菜色變化豐富，而臺鐵便當就是看起來非常普通，非常大眾化，就感覺好像是他們父母長輩那個年代的味道。

但是我拿其他的例子來講一下，我們高雄也有古早味便當，我吃過之後發現，他們給我的感覺都有點像的地方是說”配菜”，可能就是酸菜、然後雪裡紅、醃黃瓜、醬瓜之類的，然後一顆滷蛋，然後排骨這樣。(A05)。

這好像今天晚上吃的菜色喔！。(A02)

(二) 媒介報導 (集體の間接經驗)

李依倩(2006)指出，現在的世代生長於媒介高度發展期，具有強大紀錄、複製與傳佈能力的媒介科技，一方面使過往得以透過符號形式永久留存並供人不時回味，同時也賦予個人書寫記憶、集結同好、令懷舊蔚為風潮的機會。尤其對於年輕世代而言，儘管過去的時光雖然來不及參與，但藉由媒介傳播報導，一樣可以讓人領略感受到當時時空背景與時代氛圍。

吳靖雯（2008）也提出，由於商業及媒體科技的發達，圖像的大量聚集成為一種奇觀，視覺文化營造出懷舊商品的主要氛圍。物件做為一種溝通媒介，被賦予其所屬時代的文化目的，使得人與人之間建立某種社會關係，即社會文化群體的集體記憶活動。除了真實記憶的召喚外，另一種促力便來自於想像力的發揮，讓即使沒有經歷過去某些時代的人們，但因大眾媒體所放送傳佈各種懷舊文本，讓後來的人能夠共享、共感那個時代的集體記憶。這種透由媒介的力量，媒介傳播形塑所引發的集體間接經驗的懷舊情緒，屬於 Havlena & Holak（1997）所提出的「虛擬的懷舊」（virtual nostalgia）。

我覺得我們的記憶有一點是想像的，因為可能透過某些紀錄片或懷舊廣告，我們才會知道鐵路便當是什麼樣子？以前的火車又是甚麼樣子？大概我們只能透過影像去想像，因為我們並沒有辦法置身在那個時候。（A01）。

搭遠程的，我花的下手，這種紀念飯盒我一定要買一個回去做紀念。你看 7-11 的便當，吃光了喔，我的鐵路便當，還有印哪一站喔。有證明的喔！重點在“紀念品”啦！那個便當盒就是個紀念品。（A03）。

很多 slogan 都會寫著懷念的什麼，可是我覺得可能就是它這個 slogan 再加上它印的臺鐵便當，就會知道吃臺鐵便當，就會有懷念的味道，久了就會覺得這就是懷念的味道，我要去買臺鐵的便當，我不會去外面買 seven 上面寫懷念的味道的便當。為什麼懷念的好味道可以打動人家的心，一方面，大家都說吃臺鐵便當很懷念，不然我們就來吃看看，吃了也許就上癮了，就喜歡，說對！這個就是懷念的味道，又配上菜色啊，就會覺得說很懷念。（D03）。

臺鐵便當相對於其他便當，因為歷史悠久，充滿了許多懷舊元素，由於懷舊情感涉及一個人的個性認知、家庭成長背景、生活經驗、社會環境等心理層面的影響，因此任何事情都有可能是引發懷舊的因素。林冠瑜（2007）認為，引發人們懷舊的因素共有九個，分別為：劇情、物件、事件、認知、景象、記憶、場景、人物及感官，並可發現懷舊最常以劇情、物件及事件的方式相聯繫，這些因素成為了一種代表懷舊的符號。

表4-2 引發人們懷舊的九個因素

編號	因素分類	說明	
1	劇情	由整個連貫性的動作敘述或故事情節來表示懷舊。因為這樣的情節所以懷舊。	
2	物件	經由物件即可引起懷舊的情感，是最容易引發懷舊的因素。	
3	事件	事情成為一個懷舊的象徵，每當提起這樣的事情就會懷舊。	
4	認知	懷舊內容屬於受訪者主觀意見，不完全是懷舊，而且一種對懷舊的認知。	
5	景象	瞬間的景象畫面，引發出的懷舊。景像的內容物件與記憶內容的物件特徵相符合。	
6	記憶	對事物有深刻印象與記憶，但沒辦法觸發對其情感上的連結。	
7	場景	懷舊的刺激是一個具有時空性的空間景象，透過回想過往的時空將自身體驗感受重疊，以引發懷舊。	
8	人物	與人生中所接觸到的人所產生的感情。包含親人、朋友、歌手明星…等。	
9	感官	聽覺	藉由特定聲音內容、旋律、音頻等，引起懷舊情感。
		味覺	透過飲食生活留下來對味道的印象所產生的懷舊。
		嗅覺	特殊條件的氣味，其嗅覺記憶也能觸發懷舊。

(林冠瑜，2007)

臺鐵便當除了本身有許多讓人懷念的內在個人因素外，本研究發現臺鐵便當也運用不少外在的懷舊媒介元素在便當的行銷上，藉由像是「物件」、「景象」、「場景」等外在的人為懷舊媒介元素來引發人們懷舊情感，成功的讓「懷舊」成為臺鐵便當的一大特色，只要想到臺鐵便當就會想到令人「懷念的好味道」。

(1) 物件：懷舊符號-用來展現臺鐵便當的懷舊風格。



復古斑剝的招牌



充滿懷舊意象的 slogan



老火車照片的便當盒



過往消失的鐵道場景便當盒



傳統的老菜色-雪裡紅、滷排骨



仿早期的鐵製便當盒



歷代車勤小姐的「火車服務」

(2) 場景：空間及情境的擬仿

以販售便當為主的「臺鐵便當本舖」，每家店的擺設或裝潢很用心不馬虎，以原木為基本色調，搭配不同風格的懷舊意象，讓每家店裡流露出懷舊的氣息，很有古色古香的感覺，讓人想起小時候的車站情境與買了臺鐵便當在火車上面吃的回憶。



仿木造臺鐵售票亭的店面



蒸汽老火車頭造型的店面



原木裝潢的復古造型店面



仿老台北車站紅磚建物的店面



仿日據時代木造老食堂造型的店面



店內樸素的擺設，與木製的台

(3) 景象：影音廣告文宣和媒體報導

與臺鐵便當相關的各式各樣影音廣告文宣和媒體報導，不斷的呈現鐵路便當的懷舊影像與資訊，可以發現無論如何報導臺鐵便當，內容都一定會提到臺鐵便當伴隨臺灣人一路走來的歷史與民眾和臺鐵便當的故事與回憶，看著這些影音文宣與報導，會讓人腦海不斷浮現出真實過往的經歷記憶，或是想像的舊時懷舊情境。



【中視新聞】月台叫賣便當奉茶 臺鐵吹懷舊風



【臺灣 1001 個故事】就是這個家鄉味 臺鐵便當遊子解鄉愁



【臺鐵影音專區】臺鐵便當製作流程



【臺灣演義】臺灣鐵道史-難忘鐵路便當

總結而言，臺鐵便當為什麼會讓人家有懷念的感覺，因為每個人幾乎跟它都有接觸過，在臺灣沒有搭過火車的人真的很少，因為臺灣以前的交通不方便，搭火車相對有它的方便與舒適性，火車只有停一個站、一個站，不像客運還要再等紅綠燈，搭快車，小站更是沒有停。鐵路便當特別的是，只有搭火車的時候吃起來才有味道，才有感覺，所以每一個小朋友坐火車最期待的就是吃便當，而那種感覺就會延續下來。

記憶中的美味究竟是什麼樣的滋味，「臺鐵便當」的美味，對於不同世代的消費者而言有著不一樣感受。老一輩的人實際經歷過那段過往的時代，他們的懷舊感來自於個人或集體的直接經驗，所以他們擁有的經驗與故事回憶比年輕世代更多。雖然在剛開始訪談過程中，也許是因陌生感與防衛心理，老一輩的受訪者常常會說：「時間過太久了，記不得了，不知道要說什麼啦！」，一開始這些老人家都不太願意將自己的故事跟別人說，但是訪談過程中，透過成員一點一滴的交談、分享與互動，慢慢的，似乎過往記憶就找回來，而且團體中的成員世代相近，發現原來大家都有著相同的記憶，所以逐漸敞開心胸，放心的投入討論，在你一句我一句的過程中，就會把受訪者的思緒帶回到過去的記憶之中，最明顯的是訪談者常出現「以前...」的語詞，筆者發現，在說的過程中不管喜歡或不喜歡，總是可以說出其中原因，在分享自己故事的過程中，每個人都享受沉浸屬於自己過往年代的歲月記憶裡。

對於中壯、老年世代的人來說，臺鐵便當是一種成長的記憶，臺鐵便當可以勾起他們以前的回憶，或許現在臺鐵火車的運輸功能與地位不再像從前那麼重要，然而臺鐵便當卻仍是誰也無法取代，永遠存留在許多人共同回憶裡的好味道。所以我們在訪談中可以發現老一輩的人，對他們而言，他們會去買臺鐵便當，他們在消費一種歷史的記憶與感覺，吃的是對過往童年的回味，他們並不是想用舌頭在其中翻找美食，儘管那塊排骨在當時是一種平時不容易吃得到的奢華美

食，但是食物好不好吃對他們而言並不是重點，重點是他們在緬懷一種屬於自己歷史，對過往美好舊時光的回味，「過去的記憶是現在的回憶」。

像那個醃漬的菜，就要看人做，像菜市場那間臭豆腐的泡菜，因為他媽媽沒有在做了，所以味道就沒那麼好吃，年長的那輩沒有在做了，年輕的這輩在做法上就不一樣。(E02)。

臺鐵的便當想起來，說真的還不錯，很好吃，但是它的價格不便宜，那個時候外面的便當一個才賣 50 塊，它就要賣 80 塊，雖然覺得真的很好吃，但是我們還是會很節省，想說這個便當價格這麼貴，我們有這麼多人，買下去就要多花好幾百元，就只能是有時候吃，沒有辦法常常吃。覺得便當裡面不錯，有時候還會回想它的滋味，不然就再來吃一次看看，會有那樣的回想，還是會很懷念。(B04)。

此外，無論是中壯或老年世代，當他們在談論自己過往生活境遇的時候，儘管當時物資環境條件不佳，他們談話語氣中卻顯現出驕傲與自信，因為他們曾經經歷過那個困苦的大時代，他們努力的生活，為他們的家庭付出，過程非常辛苦，也讓他們感觸很深，所以老一輩的人常會拿他們那個年代來跟現代年輕世代比較。而說到現在的臺鐵便當似乎也不太能讓他們感動，因為他們覺得現在的臺鐵便當，無論在菜色或口味，都已經跟以前不一樣，他們感覺現在的臺鐵便當已經無法再現當年的美味，因為對他們而言，臺鐵便當的美味就是過去吃便當的快樂回憶，當時大家生活困苦，沒什麼東西可吃，也沒什麼機會坐火車，所以能夠坐火車，然後在車上買一個臺鐵便當，是一件不得了的事，那個便當吃起來真的很好吃，那種快樂跟現在坐在這裡吃便當的感覺是完全不一樣的，現在想起來還會讓人回味無窮。

過去的記憶變成是現在的回憶，過去的味道只存留在他們記憶之中，那種歡愉的記憶與滿足的便當滋味已深藏在他們的腦海裡，不會隨著時空而消失，但也無法去完全複製或重現。正如 Halbwachs (1950/1992) 所言，雖然我們可能不希望過去完整重現，但幾乎所有人都同意，黃金時代在世界的初起而非結束之時；某種「回顧性的海市蜃樓」(retrospectivemirage) 彷彿存在於過去，「今日」相形失色 (p. 48)，往日似乎總帶有美好的光暈 (轉引自李依倩，2006)。

過去那種味道跟現在就是會有差別，就好像我們之前的嘉義雞肉飯，現在的雞肉飯相比，感覺上好像味道都不一樣。之前的雞肉飯味道弄的很好吃，或許是之前我們都沒有吃那麼好，現在時常吃就覺得味道不怎麼一樣。除非剛好是吃飯的時間到了，然後又是坐長途的我才會買個便當，因為跟之前那種古早味的口味完全不一樣，所以我不會說就去買除非剛好中午吃飯時間到了我才會去買。(E04)。

過去的味道嗎？應該是沒有辦法再回到過去，因為現在的東西都有化學，加上偷工減料，生意人的想法都不一樣，不像過去的人那麼單純，應該是無法回到過去那樣的感覺。我就是覺得以前的比較好吃，以前都吃得比較差，吃到個便當就覺得很好吃，現在都吃好吃的吃習慣了，再吃也不會覺得很好吃，要把過去的味道找回來感覺好像比較難了，過去的記憶是現在的回憶，過去吃便當的回憶是快樂的，那種快樂跟現在坐在這裡吃便當的感覺是完全不一樣的。(E05)。

而對於年輕世代的消費者而言，他們雖然不曾經歷過那些早年的歲月風情，但他們也能夠有懷念的情感，只是他們的懷舊感比較來自於個人或集體的間接經驗，藉由想像去體會父母長輩們那個年代的味道，並且從中去感受過去與現代社會迥異，進而產生迷戀與嚮往。對年輕世代而言，懷舊並不只是年紀較長的人的專利，對於許多崇尚懷舊時尚風貌的年輕族群而言，「懷舊」並不是過去記憶的重現，是將記憶重新拉回過去 (張文如，2006)，因為他們沒有過去那段歷史性的記憶，但是受到長輩經驗，或是媒介報導影響，年輕人覺得臺鐵便當就是古早味，因為口味內容都跟現在市面上的便當很不一樣，現在的便當口味菜色變化豐

富，而臺鐵便當就是看起來非常普通，非常大眾化，感覺好像是他們父母長輩那個年代的味道，儘管過去的時光雖然來不及參與，但藉由媒介傳播，一樣可以讓人領略感受到當時時空背景與時代氛圍，年輕人用「覺得」、「感覺到」，「認為」等字眼，來建構一種屬於自己想像的懷舊。就如同Baker & Kennedy（1994）所提及模擬懷舊的概念，當一個人對於物件感覺得懷舊時或是對於他背後的意義有所感觸時，可能他並未實際體驗過此物件，而這物件卻讓他感受到事件的發生，例如觀看舊時的黑白電視機物件，雖無經歷過那樣的年代，卻仍可以感到懷舊（轉引自何杰，2009）。

因為年輕世代受到外在媒介的影響，認定臺鐵便當就是要這樣吃，才能夠吃出它的風味，他們想要藉由情境去感受懷舊的滋味，體驗大家所說的吃著鐵路便當的那種歡愉，想像沉浸在過去時光的感覺，追尋那一段他們不曾經歷過早年的歲月風情。

我好像沒有什麼特別的回憶，只是好像很久沒有吃，就想買來吃。打出「懷念的好味道」這個名號，我也只是抱持著參與臺鐵便當歷史的感覺去買它，因為畢竟臺鐵便當已經非常久了。對我而言，沒有什麼特別歷史的記憶，因為沒有參與到什麼歷史的部分。(A04)。

搭火車的時候配著臺鐵便當就是有家鄉的感覺。然後車上又有點小孩子的吵鬧聲，就對了 就是那種味道，那個味道不是真的吃起來的味道，而是它整個所散發出來的那個氣氛，就會覺得說很溫馨。吃到這個便當就覺得很滿足。(D02)。

所以，對年輕世代而言，鐵路便當好吃的重要關鍵，就是地點和情境，一定要在火車上吃，如果沒有火車的氣味，這便當就一點都不「鐵路」了。搭火車旅行，最有趣的事情，就是坐在搖搖晃晃的火車上，吃著美味的鐵道便當，配著窗外變化萬千的景色才夠吃出它的味道，拿回家吃就沒有那麼好的味道。

鐵路便當的菜色我覺得都差不多，主要就是要在火車上吃。所以喜歡吃便當的人也喜歡搭火車。(C02)。

臺鐵便當的味道就是一定要坐火車的時候吃的便當，我個人覺得說，如果便當像是在這邊吃，那味道就少了，真的喔！可是如果說你坐在火車上，然後你又買了臺鐵便當，會剛好就很應景，我覺得是心理因素吧！對，一定要坐在火車上。(D02)。

真的，我也常這樣，就是拿著便當，我喜歡坐在靠窗的位子吃著便當，看著路上風景，就會覺得，那種感覺就會很舒服，也不是其他地方可以感受的到的感覺或氣氛。(D03)。

此外年輕世代也在創造屬於自己的懷舊故事，因為現在所流行的人事物，經過物換星移之後，亦會成為過去，將是日後下一個懷舊的歷史對象(甘蘭, 2008)。亦即屬於年輕世代物件、事件與環境，在未來也會成為該世代懷舊的主體，而且也會是後續世代虛擬懷舊的焦點。

上個世代是上個世代，到這個世代要用這個世代的便當盒。我們沒有吃過那用鐵盒裝的鐵路便當。所以說我們可以再造一個回憶。現在的人都在打卡，既然我們沒有懷念，就要創造回憶。(A03)。

懷念的老味道會打動我的心，我懷念的味道就是回鄉情，因為我的家在鄉下，就會想起以前跟阿公阿嬤，因為小時候有一段時間是阿公阿嬤帶我的，所以就會想到一些跟他們相處的情形，因為小時候很喜歡跟著阿公阿嬤，當個跟屁蟲，他們去種田我就跟著其他的小朋友去那邊玩，譬如說玩稻草人、抓蝌蚪之類的，這些回憶大概維持了三年多左右，因為很小，我的印象其實有點模糊了，但是那種記憶還是會有點在。在火車上我還是會想到這一些回憶，因為搭火車回阿公阿嬤的家，在吃便當的時候會讓我回想到這些事情，不是只有年紀大的人才會有回味，我們小朋友也會。(D03)。

吳靖雯（2008）研究發現，不同世代背景的懷舊會由於年齡的差異，不同世代的人懷舊經驗會有所不同；然而並不致過於脫離集體記憶的架構。有一定年紀與經歷的人，會把懷舊視為重溫舊日時光，畢竟是曾經出現在日常生活中的物品，會以實用、功能性的角度來看待；但較年輕的人，可能還不到足以累積充分歲數、來不及積蓄起什麼記憶來經驗進行懷舊。如此一來，透過大眾媒體或商業炒作讓相關商品捲土重來，很容易把時下懷舊塑造出的二手真實當成是一種新奇的消費體驗或想像，甚至是流行時尚。是以，一樣的東西、相同的地景，在層層不同的脈絡下，對不同世代而言自然有各異的意涵詮釋。

李英弘（2009）研究也指出，世代的懷舊深度上受到個體自身的經歷影響極大，對於老年世代而言，這些懷舊物件，讓他們又重新的回到過去，重溫「家」的感覺，同時又惋惜這些已逝的過去。而對於中壯世代來說，孩童時期是最多被提起的年代，如同Davis（1979）所提到孩童與青少年時期是懷舊體驗中最容易被回憶起的年代，同時中壯世代也親自參與了許多歷史事件的發生與轉變。這兩世代的懷舊體驗驗證了Davis所論述的三個懷舊層級，從單純懷舊、反思懷舊到詮釋懷舊。而年輕世代的懷舊大多來自於間接經驗的描述，其懷舊深度與廣度皆不若前兩世代。

第五章 結論與建議

臺鐵便當成為經典，是因為每粒米都是臺灣人的故事，每粒米都映照了臺灣人的臉孔，每粒米都有酸甜苦辣，而一個臺鐵便當就是臺灣人一個時代的集體記憶，滋味說不出來，卻能瞭然於心，感同身受。

第一節、研究結論


臺鐵便當跟市面上一般便當相比較，菜色絕對不是最豐富，均衡營養也無法趕上現代養生觀念，更不可能稱得上五星的高級美食，但就算如此，還是可以發現這個已經有一甲子歷史的老商品有著與眾不同的特色與賣點，讓人可以津津樂道的談論，它賣的就是「記憶中的美味」。這些美味不是口腹之慾，而是充滿了每個人過往各種有趣的故事與回憶，臺鐵便當觸發了消費者懷舊情感，看到臺鐵便當，就好像是看到熟悉的老朋友，同時記憶中懷念的好味道也彷彿油然而生。

本研究發現，對於不同世代的消費者，「臺鐵便當」有著不一樣的懷舊感。老一輩的人他們實際經歷過那段過往的時代，他們的懷舊感來自於個人或集體的直接的經驗，過去的味道存留在他們記憶之中，他們在緬懷一種屬於自己歷史的記憶，對過往美好舊時光的回味。而對於年輕世代的消費者而言，他們不曾經歷過那些早年的歲月風情，他們的懷舊感比較來自於個人或集體的間接經驗，藉由想像體會父母長輩們那個年代的味道，並且從中感受過去與現代社會的迥異，進而產生迷戀與嚮往。研究結果與 Havlena & Holak (1997) 所提出，以懷舊情緒是來自個人或是群體共同直接經驗回憶，還是從長輩的經歷或是透由媒介傳播形塑間接經驗所引發的懷舊情緒，而將懷舊區分出下列四種分類的理論相呼應。

- (1) 個人的 (Personal) 懷舊：懷舊是個人且直接的經驗。
- (2) 文化的 (cultural) 懷舊：懷舊是集體的直接經驗。
- (3) 人際的 (interpersonal) 懷舊：懷舊是個人但間接的經驗。
- (4) 虛擬的 (virtual) 懷舊：懷舊是集體且間接的經驗。

總結本研究發現：

(一) 購買臺鐵便當的原因：老年世代以「對品牌忠誠/偏愛」和「經濟價值」、中壯世代以「對品牌忠誠/偏愛」和「對食物的需求」等因素為多，而年輕世代則以「對食物需求」和「受他人影響」為主，可知不同世代對物質生活態度與金錢使用的價值觀存有顯著差異。至於對臺鐵便當有著忠誠與偏愛的，發現是以中壯、老年世代的人占比多數，對他們來說，臺鐵便當伴隨著他們成長、出外工作、奮鬥打拼，便當盒裡裝的是他們的回憶，夾一口白飯放進嘴裡，細細咀嚼的則是過往的美好。

(二) 什麼才是「正港ㄟ」臺鐵便當呢？老年世代覺得一定要係出臺鐵餐廳，要有臺鐵  這個 mark 才是真的，只有在車站賣的才是真的，外面的便當店賣的一律不算，而且便當的菜色無論是滷排骨、炒酸菜，醃漬雪裡紅，做法一定要遵循臺鐵數十年來的傳統風味，這樣才算正統。年輕世代則表示鐵路便當不是只要有排骨或酸菜就可以稱作鐵路便當，販賣的地點看的到火車，吃的地方要能夠感受坐火車的氣氛，那才是最大重點，他們非常強調吃鐵路便當就一定要有這種「Fu」，失去「鐵路 Fu」的便當，就一點都不鐵路了。

(三) 觸發懷舊感：不同世代對於臺鐵便當懷念的來源與回憶最多的菜色有著明顯的差異。年輕世代對於臺鐵便當那塊油亮滑潤、大口咬下、肉香四溢的滷排骨讚不絕口，覺得那塊排骨就是臺鐵便當讓他們懷念的特色。然而對於老年世代的人，談到會讓他們懷念的「古早味」是什麼？他們的回答幾乎都是最平凡的鹹菜、醃黃蘿蔔的滋味。而對於中壯、老年世代的人來說，臺鐵便當是一種成長的記憶，對他們而言，現在的臺鐵便當不太會讓他們感動，因為他們覺得現在的臺鐵便當，無論是在菜色或是口味，都已經跟以前不一樣，現在的臺鐵便當已經無法再現當年的美味，因為對他們而言，臺鐵便當的美味就是過去吃便當快樂的回憶。他們會去買臺鐵便當，所消費的是一種歷史的記憶與感覺，吃的是對過往

童年的回味，食物好不好吃對他們而言並不是重點，重要的是，他們在緬懷一種屬於自己歷史，對過往美好舊時光的回味。

對於沒有實際經歷那段過往時光的年輕人而言，媒體報導讓他們認為臺鐵便當充滿濃濃的古早味，因為無論是口味或菜色內容都跟現在市面上的便當很不一樣，又聽著父母說著早期臺鐵便當有多好吃，尤其在不富裕的年代，大口吃肉的享受，有著過年或是節慶的歡愉，就會感覺現在這個臺鐵懷舊便當的味道，就像是他們父母長輩口中那個年代的美好滋味，年輕世代懷舊情緒的引發，著重在歷史氛圍的建立，透由長輩口述和傳播媒介來模擬體驗過去，讓消費者有時光倒流的感受，引發想像過去的回憶，建構自我想像的懷舊情懷，於是他們也跟著沉迷於這樣的懷舊思潮和感動之中，愛上了這樣的懷舊風味。

第二節、研究建議

懷舊經濟時代來臨，「懷舊」成為一種新興的行銷手法，「販賣」臺灣記憶的風潮不斷地出現，很多商品或商店都打著懷舊、老東西、老記憶的口號，想要在競爭的市場中找到一片藍海，但並不是所有的懷舊訴求都能獲得消費者青睞。由於懷舊情感涉及到每個人的個性認知、家庭成長背景、生活經驗、社會環境等心理與外在層面影響，不單只是一個實體的物品或仿古的情境布置就能夠引發懷舊的情懷。

現在很多人視懷舊文化為無限商機，但目前的懷舊文化往往太膚淺，太多商業考量。即以一個符碼、一個名詞，就進行文化創作，以致產品和文化概念分離，變成一種失根的文化創意，而此也難以引起共鳴。卓貞男（2012）進一步分析認為，嚴格說這類文創品的缺點，可能就是過度重視「商業」的部分，名為文化創意產品，創意的部分無限擴張，也使得它所使用的「懷舊」元素失真，有時考據

不足，導致消費者對原有的歷史認識錯誤或失焦；也常因為太商業化，備受質疑；也常因為創意和尊重原有文化族群的界線模糊，引起文化上的衝突，原有的文化源頭也不會因為這類的文創品受惠，或無法延續原有的文化保存工作，只淪為被利用的一環。

臺鐵便當成功地觸動消費者的懷舊情懷，很多人坐上火車就是要吃便當，想到以前搭火車時，若餓肚子能吃到一個便當是多麼不得了的一件事，畢竟便當的價格並不便宜，一般人都捨不得花錢買一個鐵路便當，所以能夠吃上一客鐵路便當，可算是十分豪華、奢侈的享受。不少旅客只能聞便當的香味，沒有餘力購買。隨著國民所得的增加，鐵路便當逐漸變成大眾化食品，也許現在打開臺鐵便當會覺得菜色很普通，也沒有很精緻，更欠缺綠色蔬菜和健康五蔬果的概念，但是它為什麼還是會讓人久久想要吃一下，就在於它所引發的懷舊回憶。

李坤光，(2010) 針對臺鐵便當現況和發展所作的SWOT分析：

(一)、優勢 (Strengths)

- 1、歷史悠久，知名度高。
- 2、溫熱便當，即時可食。
- 3、懷舊口味獨特。
- 4、消費族群廣泛。
- 5、獨占臺鐵列車便當市場。

(二)、劣勢 (Weaknesses)

- 1、侷限於製作流程，口味不易改變。
- 2、銷售通路有限。
- 3、欠缺規劃人才，未能塑造整體行銷策略。
- 4、公務機關，採購彈性不足。
- 5、受組織員額限制，較難機動調整人力外送便當。

(三)、機會 (Opportunities)

- 1、 外食人口增加，便宜、方便之便當需求比例亦增加。
- 2、 臺鐵車站位居交通重要轉運位置 (尤其是臺北站)，便當可便利取得。
- 3、 臺鐵便當由公營單位製作，安全衛生普受信賴。

(四)、威脅 (Threats)

- 1、 高鐵、北宜高通車後，臺鐵中、長程旅運客源減少，車銷數量下降。
- 2、 車站週邊便當業者或超商競爭激烈，便當菜色及價格較難競爭。
- 3、 同業推出以「鐵路便當」為名之飯盒，搶佔臺鐵便當市場。

上述SWOT分析可知，臺鐵便當在行銷上確實能夠精確的掌握運用有著悠久歷史，高知名度的品牌優勢，搭上復古、懷舊風潮，引領媒體大幅報導，觸發消費者對於臺鐵便當懷舊情懷，又蒙國家元首、政府機關及民間團體之青睞，讓這個已經有一甲子歷史的老商品有著與眾不同的特色與賣點，創造亮麗之業績。然而這些傲人的成績也不是永能保有，「臺鐵便當」運用懷舊情感的優勢來區隔市場，並引領老店度過經營危機，但要永續經營及創造商機，還得更進一步貼近消費者的期待，並隨著環境的變化，找出任何可行的經營策略，依循改變，才能使臺鐵便當的「古早味」在自由競爭的餐食市場中，繼續飄香綿延。

筆者認為臺鐵便當是一個有歷史的商品，它伴隨著臺灣人民從貧困的時代，筮路藍縷，一路走到現在經濟富裕的社會，它的存在不應只被視為一件單純的懷舊商品，而是有著更深層的歷史意義與文化教育價值，了解這塊土地，會更愛這塊土地。從這樣的思考角度出發，臺鐵便當就不再只是一個填飽旅客肚子的排骨便當，它是一個見證臺灣鐵道文化歷史的活教材，而且是可以「吃」的活教材。

吳靖雯（2008）談到，懷舊行銷可以不單是賺錢的商業行為，若能透過適度包裝，便是含有歷史意義的教材，吸引更多人來理解這些老故事。本研究中多數受訪者也提到，他們雖然一方面享受這些懷舊商品，另一方面也批評「什麼都可以懷舊」的浮濫現象，認為部分消費者只是想體驗一下所謂的「懷舊」情懷，並未深入檢視其原汁原味，也未能探究相關的歷史本真性。但這的確是當代消費社會的通病——消費眾多已經跟本質脫離甚遠的符號，表象跟氣氛的呈現才是重點所在。有時為了發展觀光，連地方特色、名產都被納為懷舊的一部份。如吳靖雯，（2008）所言，人們在接觸到過去真正的歷史文化之前，心中已有了一套預設的概念跟標的：懷舊應該是長什麼樣子的。

很多人從小就接觸過火車，小孩子坐火車最期待的，大概就是過山洞和吃便當，我們的美麗寶島臺灣，曾是一個處處有火車、遍地有鐵路的「鐵道王國」。但是對這個已經在臺灣默默奔馳超過一世紀的老朋友，卻有太多人不熟悉，也不覺得有什麼重要，當大家只注意到經濟發展的重要，當大量的資金、土地被拿去想要創造更多經濟產值，很多鐵道的文化資產就在不經意或被認為不重要的情況之下逐漸消失了，造成鐵道文化保存上無法彌補的遺憾，事實上臺灣並不缺乏新穎高聳的建築與現代化科技產物，缺乏的是這片土地曾經存在過的足跡與記憶，這也是臺灣人不重視自己的歷史，忽略了這塊曾經撫育你我成長土地的惡果。

有六十多年歷史的臺鐵便當，對許多人來說，是融合了鄉愁與美味的記憶，經典的排骨便當更是令人回味再三，臺鐵便當也積極運用其懷舊特色，加上創新的行銷手法，不斷創造這個便當的銷售佳績，但是臺鐵便當如果只著眼於商業利益，只思索便當要如何再行銷，要如何拓展銷售門路管道，才能讓它的營收金額屢創新高，那就看不見臺鐵便當存在的歷史價值與危機，因為隨著時光的流逝，有著真實經驗的老年世代會逐漸凋零逝去，對後來不斷出生的年輕新世代而言，

火車已不再是他們主要的交通運輸工具，取而代之的是便利的自用轎車或是捷運、公車，不常搭火車也就不太會去接觸到臺鐵便當，當然對臺鐵便當的懷舊感只會變得越來越陌生，到最後臺鐵便當終究會淪為一個只是想營造懷舊，卻讓人沒有懷舊感動的商品。

可是我們現在高中根本很少有人會搭莒光號去上學，搭區間車就沒有鐵路便當可以買。而且我們大部分是坐公車、家長接送或走路上學，就比較沒辦法想像原來火車上面有賣便當，還有以前的鐵路便當還有一個便當盒。(A01)。

我對鐵路便當沒有回憶，我都是去 7-11 買的，因為 7-11 選擇比較多，可以選我要吃的。可是鐵路便當只有一種，沒得選，它的菜色只有一種，是排骨。不會打動我。可是會打動爸爸、媽媽那個年齡層，因為畢竟他們對鐵路便當的印象比較多，他們應該有吃過鐵盒子的便當吧！(A06)。我覺得臺鐵便當沒有太大的特色耶，我必須要講，因為 7-11 有做鐵路便當，那必須跟它有所區別，不然我們根本區辨不出來，因為 7-11 的便當價格更便宜，又比它新穎的狀況之下，臺鐵怎麼贏得過它？而且它唯一取勝的就是肉跟蛋。菜其實真的很少。(A02)。

年輕世代對臺鐵便當沒有懷舊的感覺其實並不是年輕人的問題，對老年世代而言，他們會以實用、功能性的角度來看待臺鐵便當，臺鐵便當過去就是一個填飽肚子的便當，而現在的臺鐵便當也已不再有過去那樣的滋味，因此，如果要認真思考，臺鐵便當的銷售對象應該是要以年輕世代為主，年輕人其實對於老東西的懷舊情感是不輸給老年人，甚至還更加熱衷積極，只要他們對這個商品有認同、有情感。年輕世代之所以會覺得臺鐵便當的菜色不夠豐富、選擇性不夠、缺乏青菜等缺點，主要原因就是他們對臺鐵便當的菜色歷史緣由、臺灣過去的生活環境，甚至是鐵路便當的特性不是很瞭解，所以他們用現在美食的觀點來看待臺鐵便當，就會有這樣的看法與觀點。因此筆者認為臺鐵局可以透由臺鐵便當這個已經超過一甲子歲數的活教材，將文化紮根於年輕世代之中，教育年輕世代去認識了解臺灣的鐵道歷史、鐵道文化資產現況、鐵道相關知識，然後更進一步轉變

提升為關懷鐵道文化的保存與研究層次，激化更深層的懷舊情感-成為鐵道文化迷，親近這片土地，珍惜臺灣鐵道文化，創造臺鐵便當更多文化附加價值與教育意義。

想要能夠教育年輕世代將鐵道文化紮根的方法，當然不是用課程教學的方式來進行，如果吃個便當還要上歷史課，那多辛苦啊！筆者建議可以用說故事的方式來行銷，說故事有一股魔力會把人深深吸引，臺鐵便當歷史悠久，有一個優勢就是「故事多」，以主題式的故事題材，透過懷舊敘事把臺鐵便當的優勢展現出來，用潛移默化的方式引發年輕世代的文化共鳴，讓年輕世代彷彿進入時光隧道，再度回到過往的時光中，召喚一種古老的情懷與記憶，體驗過往歷史風情的厚實溫暖，認識臺灣鐵路的前世今生，理解並認同臺鐵便當的時代意義與價值。

例如以「製作便當的故事」為主題：就可以從便當的起源，用「心」談起。鐵路便當早期是因應鐵路運輸，解決旅客用餐問題所發展出來的一種的商品，但如果從旅客的角度來說故事，那些需要搭火車離鄉背井的出外人，離開家鄉的原因，往往都參雜著環境所逼的無奈，筆者覺得「悟饕便當」網站上的廣告詞，最能表現出便當是個有溫暖、有情感的食物：「為體貼出外人的辛苦，先輩開始製作飯包在月台叫賣。飯包是做給出外人吃的，一定要用心做。七十年池上飯包老店就是以關懷出外人的精神傳承」。便當就是要給出外的艱苦人吃的，製作的時候一定要用心，讓吃到便當的人就算是一個人隻身於異鄉，面對困頓失意，也不至於孤單，因為熱熱的便當飯菜，像是母親的味道，不但溫暖了出外人冰冷的心，被挫折澆熄的熱情也重新點燃。用這樣的心情所製作的便當才能感動人，吃了也才會讓人一直懷念。

又例如以臺鐵便當最有古早味特色的「鹹菜」為主題，也有很多故事可以介紹，從鹹菜的故事、鹹菜的作法，到推廣客家美食、連結認識客家文化等，會發

現鹹菜並不像它外表看起來那樣普通，鹹菜其實是一種很有內涵的食物。鹹菜在客家菜中是不可或缺的食材，客家人的食物中有一個特色就是較酸且鹹，而且醃漬的菜餚特別多，原因是客家人以前多要勞動，較鹹的菜可以補充汗水流失的鹽份。而吃不完的菜醃漬下來更可以達到長期保存的目的。這不僅是客家人，也是普遍早期臺灣民眾因物質生活條件缺乏及勞動工作飽腹和熱量需要，所以在下飯入味的菜色方面，發展出極為特殊的食材。

另外以「臺鐵便當販賣方式」為主題，也可以連結到臺鐵列車演進與大眾運輸工具的改變，瞭解台灣的交通發展史⁹。早期販售便當的人在月台上透過窗戶與旅客互動交易，早期臺鐵的列車都是普通車，後來才逐漸區分出平快車、對號快車、柴油快車(飛快車、光華號)，而這些車廂都是沒有空調，所以必須開窗，而從觀光號開始，莒光號、復興號、自強號、甚至是區間電聯車，車廂內都有提供空調系統，也就無法再開窗購買便當，逐漸演變成由服務小姐推餐車在車廂內販賣的形態，現在要在臺灣還能夠坐到可以開窗戶的火車真的很少，就因為很少，鐵道迷除了會專程去搭乘之外，還不斷向政府疾呼保留這些珍貴的鐵道文化資產。透由這些活動內容介紹，也可以一窺臺灣鐵路運輸工具的演進、創建和革新，與臺灣經濟發展與時代脈絡的轉變。

如同蘇昭旭（2012）在他的「全球鐵道視野部落格」談到鐵道文化的核心價值，他認為最重要是「感恩」與「傳承」，「感恩」是讓下一代知道上一代的交通工具與生活方式，因為有昨日的辛苦，才会有享福的今日，「傳承」是讓這些動態與靜態的鐵道古蹟，被珍惜與保存維護，可以繼續延續到下一代，讓飲水思源的精神，成為鐵道文化的終極意義。

⁹註：資料來源：交通部臺灣鐵路管理局-鐵道博物館網。臺灣光復廿五週年。影帶名稱：台影新聞史料。洪致文（1992）。《臺灣鐵道傳奇》。

如果大環境是走在膚淺的軌道上，那也只能等待成熟的文化意識去成就未來。當今社會在知識功利主義之下，教年輕人如何考試力爭上游，以打敗別人來成就自己，老早忘了教年輕人要有”感恩的心”與”知福惜福”的觀念，沒有前人辛苦的犧牲奉獻，就不會有現在舒適的生活，這就是臺灣向上提昇的正向力量。

卓貞男（2012）也提到，懷舊是一種對過去一切選擇性正向的回應，是一種令人甜蜜而惆悵的小幸福，藉由這樣體驗慢速的生活記憶，找到心底渴望「回家」、有所歸宿的精神感受。文化經濟學提到消費的目的在消費符號，而商品的生產則是在創造符號價值；「懷舊」風格根植於生活經驗的記憶，是一項消費選擇，當然也會呈現出它特有的生活風格與生活美學，它包含了一切與過去有關的記憶與活動都堪稱「懷舊」風格。

展望未來，本文建議臺鐵便當能夠成為見證臺灣鐵道文化歷史的活教材，意即臺鐵便當可以藉由悠久歷史的優勢，除了形塑懷舊特色與氛圍之外，臺鐵便當更可以發揮文化教育的功能，讓意義與價值再昇華，臺鐵便當懷舊的特色與故事，充滿過去時光的回憶，如果能夠再結合臺灣鐵路局百年來豐富的人文、歷史、文物資料，相信一定可以將臺鐵便當的故事說得更豐富更精采，這些都可以幫助鐵道文化進一步根植在每個臺灣人的生活之中，開始關心臺灣在地的人文風情，也讓民眾更清楚的認識過去的臺灣人民如何生活，如何在艱難的環境下奮鬥，臺灣鐵道的歷史，見證了臺灣社會這一百年來的風華歲月，發生在火車上的故事，不管是悲是喜，都深深刻劃在臺灣人的記憶之中。而這樣的鐵道文化教育工程，如果單靠民間鐵道文化迷單打獨鬥，事實上是無法做到，效果有限，唯有臺鐵局願意正視歷經百年風華的臺灣鐵道在文化保存上的歷史教育意義，帶領民間鐵道愛好者共同攜手合作，才能讓臺灣鐵道美好的記憶不會再有斷層，期待臺鐵便當未來不再只是一個便當，而是一個見證臺灣鐵道文化歷史的活教材，可以教育民眾找回臺灣正向力量的文化寶貴資產。

參考書目

一、中文部分：

- 甘 蘭 (2008)。《以懷舊情境探討文化創意產業之體驗行銷》。銘傳大學設計管理研究所碩士論文。
- 杜宜芳 (2003)。《年輕人對懷舊與懷舊商品認知之探索》。國立中正大學企管研究所碩士論文。
- 何 杰 (2009)。《物換星移：三個世代的懷舊模式語彙探討》。逢甲大學景觀與休憩碩士學位學程碩士論文。
- 李依倩 (2006)。《歷史記憶的回覆、延續與斷裂：媒介懷舊所建構的「古早臺灣」圖像》。新聞學研究，第 87 期。年 4 月。P.51~96。
- 李依倩 (2010)。《土懷舊與洋復古：當代臺灣流行媒介的歷史想像》。《臺灣社會研究季刊》，79，pp203-258 (TSSI)。
- 李英弘 (2010)。《懷舊體驗感知量表建構與應用》。2008/08/01~2010/07/31。NSC97-2410-H-035-018-SS2。國科會計畫。
- 李坤光 (2010)。《拓展臺鐵便當銷售之經營策略》。軌道經營與管理。
- 林淑華 (1999)。《日治前期臺灣縱貫鐵路之研究 (1895—1920)》。國立臺灣師範大學歷史研究所碩士論文。
- 林冠瑜 (2007)。《臺灣不同世代的懷舊情景及其懷舊物品之研究》。雲林科技大學工業設計系碩士班論文。
- 林家五、郭子嘉、張書豪 (2010)。《懷舊氣氛對正向情緒與後續購買意願影響之探討》。行銷評論，7 卷 3 期，頁 275-297。
- 吳靖雯 (2008)。《懷舊圖像的消費——以小草藝術學院明信片為例》。國立政治大學新聞研究所。
- 周雅容 (1997)。《焦點團體法在調查研究上的應用》。調查研究，3：51-73。
- 周怡岑 (2007)。《探索不同世代於懷舊空間中之情感詮釋——以臺灣故事館為例》。逢甲大學景觀與遊憩研究所碩士論文。
- 卓貞男 (2012)。《「懷舊」與文創產業發展之初探》。國立新竹教育大學藝術與設計學系研究生論文播學系碩士班論文。

- 洪致文（1992）。《臺灣鐵道傳奇》。臺北：時報文化。
- 胡幼慧主編（2008）。〈焦點團體法〉胡幼慧，《質性研究：理論、方法及本土女性主義研究實例》二版，台北市：巨流圖書公司，頁 185-196。
- 首志先（2000）。《臺鐵餐旅服務總所販賣台業務委外經營之研究》，國立交通大學經營管理研究所碩士論文
- 郭 貞（1995）。《世代分析在傳播行為研究中之應用》，《傳播研究簡訊》，1： 1-3。
- 張文如（2006）。《老街商圈懷舊傾向與體驗行銷之探討》。中國科技大學行銷與流通管理系。
- 張夢瑞（2003）。《不捨的青春：中壯族懷舊風引領流行》。光華雜誌，第 28 卷第 1 期，82-89。
- 章美英、許麗齡（2006）。《質性研究－焦點團體訪談法之簡介與應用》。護理雜誌；53 卷 2 期（2006/04/01）， P67 - 72。
- 陳微儀（2003）。《我們的未來在過去，懷舊物件意義與行銷之探索》。國立中正大學企管研究所碩士。
- 陳淑惠（2004）。《懷舊風潮與懷舊圖像之分析與應用》。臺灣師範大學設計研究所碩士論文。
- 陳貞吟（2005）。《懷舊體驗之情緒與價值－以遺跡觀光為例》。中正大學企業管理研究所博士論文。
- 陳冠伶（2010）。《美麗的回憶 閃亮的生意－懷舊經濟下的校園民歌》。南華大學傳播學系碩士班碩士論文。
- 陳憶萱（2010）。《華人遊客文化資產懷舊意向及其旅遊行為之探討－以國立故宮博物院為例》。國立花蓮教育大學社會發展研究所。
- 陳麗君（2006）。《臺灣鐵道文化資產整合發展之探討》。國立成功大學建築研究所碩士論文。
- 曹書榮（2003）。《從創作者角度探索懷舊認知與懷舊形塑》。國立中正大學企管研究所碩士論文。
- 董士鴻、梁炳琨（2011）。《建構懷舊地方-以高雄市懷舊餐廳「新臺灣的原味」為例》。華岡地理學報，27：19-36。

楊淑閔 (2010)。《懷舊戲劇與集體記憶之關係探討——以外省人第二代收視》《光陰的故事》為例。

蔡婷雯 (2006)。《你的過去、我的現在、他的未來：探索不同世代對懷舊廣告的意涵詮釋》。世新大學公共關係暨廣告研所碩士論文。

蔡明達、許立群 (2009)。《以懷舊觀點應用於地方文化產業行銷之探索性研究以臺灣地方老街為例，運動與遊憩研究，3 卷，3 期，頁 47-62。

戴震宇 (2002)。《臺灣的鐵道》。遠足文化出版

謝杏慧 (1999)。《公務人員世代差異對政府再造計畫之認知研究---以台北市及高雄市政府為例》，國立中興大學公共政策研究所碩士論文。

二、英文部分：

Baker & Kennedy (1994), Death by Nostalgia: A diagnosis of context-specific cases, *Advances in Consumer Research*, Vol. 21, pp. 169-174.

Davis, F. (1979), "Yearning for yesterday: Sociology of nostalgia", New York: Free Press.

Havlena, W. J. And Holak, S. L. (1991). The Good Old Days: Observations on Nostalgia and Its Role in Consumer Behavior. *Advances in Consumer Research*, 18, 323-329.

Havlena, W. J. and Holak, S. L. (1997). Nostalgia and Nostalgia-Prone: Classification and Measurement. Working paper. College of Staten Island, New York.

Stern, B. B. (1992). Historical and Personal Nostalgia in Advertising Text: The Fin de siecle Effect. *Journal of Advertising*, 21 (4), 11-22.

三、網路資料：

交通部臺灣鐵路管理局 <http://www.railway.gov.tw/tw/index.html>。(上網日期 2014.06.11)。

交通部臺灣鐵路管理局 鐵道博物館網
<http://search.railway.gov.tw/museum/index.htm>。(上網日期 2014.06.11)。

交通部臺灣鐵路管理局 臺鐵便當 <http://www.railway.gov.tw/tw/shop.aspx>。
(上網日期 2014.05.30)。

客家新聞雜誌 第 215 集 臺鐵便當 找回原味。
<http://www.youtube.com/watch?v=8JYZDMrkhAc>。(上網日期：2014.05.30)。

臺鐵餐旅服務總所沿革，旺旺鐵道迷學堂。
<http://blog.xuite.net/alfa2331/twblog/134409174-%E5%8F%B0%E9%90%B5%E9%A4%90%E6%97%85%E6%9C%8D%E5%8B%99%E7%B8%BD%E6%89%80%E6%B2%BF%E9%9D%A9>。(上網日期 2014.06.18)。

臺灣鐵道網，2004 年 11 月 19 日。臺鐵便當熱潮不減延續傳統口味受歡迎。
<http://trc.net.tw/railway/news.php?uid=21&id=4601>。(上網日期：2014.06.05)。

臺灣光華雜誌，2013 年 2 月第 098 頁，販賣回憶——臺鐵便當走出國門。
http://www.taiwan-panorama.com/tw/show_issue.php?id=201320202098C.TXT&table1=1&cur_page=1&distype=text。(上網日期：2014.06.10)。

臺灣光華雜誌，2003 年 12 月第 080 頁，懷舊的滋味 ——便當文化再流行。
http://www.taiwan-panorama.com/tw/show_issue.php?id=2003129212080c.txt&table=0&h1=%E5%8F%B0%E7%81%A3%E5%AF%AB%E7%9C%9F&h2=%E6%B5%81%E8%A1%8C%E9%A2%A8。(上網日期：2014.06.20)。

月橋上行線: 台南火車站二樓的鐵路飯店- yam 天空部落。
<http://blog.yam.com/tainanstation/article/22619295>。(上網日期：2014.06.20)。

臺鐵便當製作流程，臺鐵影音專區。2012 年 6 月 22 日。
<http://www.youtube.com/watch?v=VskMKCBOQSs>。(上網日期：2014.06.20)。

《遠見雜誌》，前進的動力：行銷共同記憶鼓吹集體念舊，2009年4月號第274期，陳建豪、王一芝。http://www.gvm.com.tw/Boardcontent_14915.html。
(上網日期：2014.06.20)。

民視新聞，臺鐵便當熱賣籌擴建中央廚房。2012年4月17日。
<http://www.youtube.com/watch?v=N3uBigXAY3M>。(上網日期：2014.06.20)。

中天新聞，年賺四億商機 臺鐵排骨便當 pk 賽比口味人氣。2012年10月08日。
<http://www.youtube.com/watch?v=FHyxvfV4rgM>。(上網日期：2014.06.20)。

民視新聞，臺鐵阿里山便當 排骨.鯖魚雙拼。2013年05月01日。
<http://www.youtube.com/watch?v=ZtqhOdaHKBk>。(上網日期：2014.06.20)。

鐵路飯店明開放擬整修再利用 - 臺灣鐵道網。2009年06月12日·聯合報·B2版·大台南綜合新聞 <http://www.howone.com.tw/railway/news.php?uid=20&id=10933>。
(上網日期：2014.06.20)。

臺鐵圓便當盒年賣千萬元 - 臺灣鐵道網。2011年1月17日。新聞來源：聯合新聞網。
<http://www.howone.com.tw/railway/news.php?uid=27&id=14991>。
(上網日期：2014.06.22)。

民視電視台 臺灣演義 2009年7月26日 臺灣演義：臺灣鐵道史。
<http://www.youtube.com/watch?v=wsrhNbD0vw8>。(上網日期 2014.6.11)。

TVBS 新聞 >一步一腳印【發現臺灣味】懷念好滋味 福隆月台便當。2006年07月16日。
<http://news.tvbs.com.tw/entry/358009>。(上網日期：2014.06.20)。

【中視新聞】月台叫賣便當奉茶 臺鐵吹懷舊風。2011年11月18日。
http://www.youtube.com/watch?v=MDqfasn_QWo。(上網日期：2014.06.21)。

蘇昭旭老師的全球鐵道視野部落格。2012年09月23日。鐵道文化的核心價值是感恩與傳承。(上網日期：2014.06.20)。
<http://blog.xuite.net/sujaushi/twblog1/119018566-%E9%90%B5%E9%81%93%E6%96%87%E5%8C%96%E7%9A%84%E6%A0%B8%E5%BF%83%E5%83%B9%E5%80%BC%E6%98%AF%E6%84%9F%E6%81%A9%E8%88%87%E5%82%B3%E6%89%BF>。

臺灣光復廿五週年。影帶名稱:台影新聞史料(2008數位化)323卷、324卷
<http://catalog.digitalarchives.tw/item/00/3a/1b/5d.html>。(上網日期：2014.06.28)。