

香譽百年 大臺中的糕餅發展

文/王信允



▲日治時期糕餅店。

三月瘋媽祖，也帶領臺中的糕餅業躍上了各大媒體。今年三四月，兩場百年糕餅嘉年華活動，讓民衆與國際看見臺中糕餅業的堅持與創新。首場糕餅嘉年華在十一天內創下了一億多元的營收。從南到北，從在地到國際，臺中糕餅傳承的好滋味和日益精進的創新，已然成為大臺中的軟實力與文化驕傲。

私房珍藏互稱頌： 一口記憶 傳世代

大臺中地理位置的優越與近代墾拓發展的先決，都是大臺中成為糕餅故鄉的背景底蘊。不光是現在的媽祖國際觀光文化節，在過去，臺中地區人口的稠密、安實的定居環境、原料物產的豐饒與各神祇祭祀活動的興盛，都是帶動著糕餅業發展的優勢條件。

糕餅作為常民生活不可或缺的一環，使糕餅業跨越了幾個世代源遠長存。而在大臺中，糕餅業興盛與技術跨進之令人驚艷，原因有別於其他地區。這必須從清領時期起中部開墾脈絡與眾名門仕紳家族的興起談起。

清康熙23年(1684年)，置臺灣為一府三縣，大臺中地區便屬於諸羅區內。大甲溪下游南北兩岸的臺中盆地東緣和后里臺地的東半部，為平埔巴宰海族(Pazeh)分布地。清雍正11年(1733年)，張達京墾拓隊伍進入臺灣中部，在泰耶爾墩(葫蘆墩)著手開墾土地與鑿水圳，始由廣東引進許多移民來此，從此漢人在現今豐原區落腳，也成為中部糕餅發展初始地之一。同時，漢人也開始拓展山海屯各墾地。清領時期的臺灣仍以傳統農業為主要產業，糕餅只出現於各神祇祭祀活動、節慶婚喜的場合，再者就是多數為佃的農家於逢年過節時贈送給地主的禮品。

舊時並無餅店，糕餅依附在雜貨鋪販賣，或由小販擔賣，製餅師皆由廚師擔任，技藝傳承以父子、師徒為主，因此多為家族式經營。物資缺乏的年代，糕餅對一般



▲以糕餅出名，熱鬧非凡的自由路商圈。

民家而言仍是奢侈品。而對於丘逢甲、吳子光、林振芳、呂炳南等名門大家族而言，糕餅則是吟詩擊鉢、交際應酬，同時代表身份的象征物。糕餅的需求量大起，糕餅的技術就在各名門的廚房中發達了起來：社口林家大夫第，林氏三崑望族林振芳家的私廚與掌廚張林梨，便成為今天「崑派」與「梨記」字號的開創者；地方仕紳陳德全的掌廚呂水，在六位秀才和眾文人吟「雪花詩」的藝趣中成為「雪花齋」字號的奠基者。大戶人家私房小點心發展出的糕點文化，成為現在臺中糕餅的老招牌，也成為臺中糕餅發軔的特殊處。

在此糕餅業發展時期，早期開發聚落如犁頭店萬和宮旁，以

節慶禮俗用糕粿起家的擔子「麵龜阿塗」，至今也成為傳承百年的老滋味。這也可看見臺中的糕餅在發展初期便有多面向的發展性。

日治時期，臺灣順應開起了「菓子舖」，除了和菓子、生菓子，也將西式糕點一同揉進臺灣糕餅文化中，影響了漢式糕餅與各式糕餅，從內餡到生產技術，進入臺灣糕餅發展另一時期。豐原名產綠豆椪便是在此時名揚於世，而與霧峰林家關係密切的林獻堂遠親林紹崧先生也開創了太陽堂，製作太陽餅，五〇年代臺灣重要畫家顏水龍並為其店家門面留下向日葵馬賽克壁畫，成為重要文化資產。

脫離封建文化的國家組織，社會階層開始有了明顯流動，新

階級的產生也促使糕餅消費能力提升。除了原物料產出的精進和流動，相傳伐木業興盛，各類商人階級的頻繁往來，也使得糕餅的銷售增加，加上民衆移動能力的增強，因旅行而興起攜帶「土產」、「伴手禮」的習慣，簇擁著麻糬、日式煎餅等菓子店、新式糕餅店相繼面世，偏甜的糕餅製作也因應著日人口味而來。

老招牌 新字號： 一擔餅香 眾家嗜

二次大戰後，日治時期各地菓子組合（商會）均改為糕餅工會，承襲日治時期的配給制度，承辦砂糖、麵粉等原物料的配售工作，



- 1 無論是堅持傳統手工或流行創新糕餅、甜食，用心的堅持，永遠是不變的臺中糕餅精神。
- 2 「麵龜阿塗」老店舊照。



並成立全省糕餅聯合會。民國38年（1949年）國民政府戰敗撤退來臺後，市場需求有了新的變化。隨軍隊來臺的大陸各省民衆帶來的飲食文化，以及六〇年代美援挾注，麵粉、小麥等原料以及烘焙機器的輸入，再加上美軍協防的外來消費力與西方文化傳遞成為新一波消費主流，助長了西式糕餅的研發。臺灣糕餅店也順應需求，開始兼營麵包和蛋糕。

傳統糕餅產業在此時也有了新的樣態，除了大甲地區傳統喜慶食用的奶油酥餅有了新發展，奠定基業成為今日的大型糕餅商號。其他店家也致力研發各種新產品，一時間鹹蛋糕、芋頭蛋糕、蛋黃酥、茶香酥餅、薔薇派，各色商品爭艷。而此衝擊下，堅守傳統漢餅口味的老店與分家各立招牌後

也同樣受到喜愛。八〇年代消費者需求提高，為吸引多方顧客與多角度的經營，糕餅內餡的改良迅勢開發多達三四十種，從製麵到內餡，工廠的細部分工成為慣例，冷凍麵糰、產品代工業的興起成為一大特色。而糕餅製造業下一代的經營斷層與整體環境飲食文化的改變，則成為許多老餅店關門的主因。

大臺中不同的自然與人文環境，造就了不同的糕餅氛圍，山線「水清、米白、查某水」，良好的水質與原物料的得天獨厚，創造一支獨秀的好糕餅，名士望族的聚居和日本和菓子文化的影響促發了糕餅發源的地位；海線盤據觀光與宗教節慶帶動糕餅業的興盛；屯區糕餅的親和力，不同於品牌化、名產化的市場，讓傳統原味

留存至今，阿婆餅、新丁板等都有著各家口味與小故事，等待尋覓。

至今日，糕餅店經營策略自我轉型、企業式管理概念和網路媒體宣傳應用，成為新的經營策略。靠著得天獨厚的環境，在地食材的運用與特色仍是最大的賣點，大甲檳榔芋、南屯麻茅內餡便是一例。少鹽少糖少油、有機健康養身的食材，更是不可少的消費訴求。配合地方政策，導入觀光產業與文化創意創新，使糕餅文化保存與經濟收益能緊緊密合。無論是堅持傳統手工或流行創新糕餅、甜食，用心的堅持，是永遠不變的臺中糕餅精神。臺中擁有豐富的糕餅文化，嚐一口，你會知道那些舊時光其實沒有過去；咬下一口點心，突然被想起的那些曾經的細語會告訴你屬於這塊土地的光陰故事。END