

中秋為何烤肉？一個傳統節慶轉換 現代風貌的考察*

陳峻誌**

摘要

中秋節是關於「月」之節慶，而近年「烤肉」成為臺灣地區中秋夜的主要活動，是獨出於傳統的新風俗。民眾盛傳此新俗導源於 1980 年代後期烤肉醬的廣告，遂有笑稱此是「商業陰謀」的說法；亦有對此新風俗不以為然的意見。

本文考察「中秋」與「烤肉」連結之發生，始自於 1970 年代前後，經濟上升，民眾在假日外出郊遊、烤肉的風氣成行，進而蔓延至賞月之時也烤肉，是自然形成的中秋夜之消遣。因此此新風俗與商業廣告無直接關係，「廣告說」乃反映了民眾對於習俗改變的既成事實之追溯與建構。在群眾模糊集體記憶的追溯建構中，似是而非的資訊與論述逐漸被接受，經過媒體與群眾傳播的交互影響下，「商業陰謀」之命題於焉確立。

該如何面對由下而上的習俗改變，是古今政府一致的難題。雖然命題非真，但「中秋烤肉」新習俗卻凸顯民俗節慶內容與社會民眾生活密切連結的現象。此俗始於群眾，政府則試圖扮演「導正」的腳色，提出「別讓嫦娥笑我們髒」運動，說明風俗隨時地移易以符合群眾之需求，或許才是歷史的常態，不必予以過多的非難。

關鍵詞：中秋、烤肉、習俗、集體記憶、廣告

* 本文承蒙研討會評論人陳睿宏教授以及二位匿名審查人的改善建議，在寫作過程中並承蒙文化大學廣告系羅文坤教授、世新大學廣電系洪賢智教授協助，另感謝臺中教育大學許世融教授惠賜大作，一併感謝！

** 亞洲大學通識教育中心專案助理教授。

Transforming Outmoded Customs Make All under Heaven Peaceful: the Construction Process of the Barbecue Custom in Mid-Autumn Festival

Chen Chun-Chih*

Abstract

Mid-Autumn Festival is originally a festival of “moon”, however, in recent years barbecue has become a major activity as well as a new trend on Mid-Autumn's night in Taiwan. The prevalence of barbecue in Mid-Autumn Festival can be dated back to a commercial of barbecue sauce shot in the late 1980s, and is claimed as a “commercial conspiracy.” Scholars of folklore possess disagreement with this new custom.

This author researches on the connection of “Mid-Autumn Festival” and “barbecue” happened around 1970s. During the economy-boosting period, it was popular to go outside for holiday barbecue, and this soon evolved into custom of barbecue on the day of Moon festival, which was a naturally formed recreation on Mid-Autumn's night. Therefore, there is no direct relation between this new custom and commercial, “the version of commercial” reflects that people retrace and construct the accomplished fact of custom transformed. A paradoxical information and discussion are gradually accepted in a large mass of people’s blurred collective memory. Thus, the proposition of “commercial conspiracy” has been set after the interworking of mass media and people’s communication.

It is difficult for a government to encounter a bottom-up custom change. Although proposition is not true, the new custom of “barbecue in Mid-Autumn Festival” highlights the closely-linked phenomenon of folk festivals and social public life. This custom emerges among common people. The government intentionally played the role

* Project Assistant Professor, Center for General Education, Asia University.

to intervene, and promotes a movement “Don’t let Chang'e laugh that we are dirty”. It explains that it is perhaps a normal state of changing customs in History along with time and place in order to meet people’s demand.

Keywords: the Mid-Autumn Festival, barbecue, customs, collective memory

中秋為何烤肉？一個傳統節慶轉換 現代風貌的考察

陳峻誌

一、引言

「中秋節烤肉」儼然成為當代臺灣地區特殊的中秋活動，且與傳統中秋習俗完全無關。¹關於「中秋節何時烤肉」、「中秋節為何烤肉」目前並未有大規模的民意調查，僅能從零星文獻進行推論，且由於出現相當晚近，多數參與的民眾都有自己的相關記憶，在非學術性的訪談經驗裡，幾乎言人人殊。近年則有一種說法，廣為流行於報章媒體以及網路世界。坊間盛傳此新俗是因為萬家香和金蘭兩家烤肉醬的廣告而來，所以有笑稱中秋烤肉是「商業陰謀」的說法，也有一些對此新風俗不以為然的言論，此即廣為流傳的「中秋節烤肉起源是因為烤肉醬廣告」（下文簡稱「廣告說」）之說。究竟「廣告說」是否屬實，以及中秋烤肉新風俗如何形成？坊間有著若干扣著「廣告說」發展出的說法，也有必要驗證。學界對此議題則討論者寡。

第一篇較深入探討「中秋烤肉」文化與社會意義者，是 2008 年《聯合晚報》未署名的社論：〈節慶意義與飲食文化〉，文章強調政府不該也無法干預庶民文化，但主張「中秋烤肉」也算不上民俗或傳統，只是風潮所致，環保與健康的爭議會隨著時代自然改變，而「團圓」方為中秋節的核心意義。²2011 年《聯合晚報》社論再提出觀點相似的文章，但行文頗帶有不認同中秋節變成烤肉節的口吻。³

¹ 關於光復初期及以前臺灣地區中秋節的傳統習俗，可見王志宇：〈中秋烤肉——論戰後中秋節俗活動的變遷〉，《興大人文學報》第 52 期（2014 年 3 月），頁 95-102。

² 不著作者：〈節慶意義與飲食文化〉，《聯合晚報》A2 版話題，2008 年 09 月 07 日。

³ 不著作者：〈中秋節非要變成「烤肉節」嗎？〉，《聯合晚報》A2 版話題，2011 年 09 月

2013 年前副總統呂秀蓮基於環保與健康的前提，在臉書發文責難「中秋節烤肉是最愚蠢的過節方式」⁴作家米果附和之，認為中秋烤肉沒有好處，不存在團圓、過節的意義，只是建立在群體行為上的愚蠢行為⁵；社會學者黃樹仁則撰文認為「光指出烤肉的愚蠢，並不會消除烤肉，因為烤肉有其難以取代的社會功能」，主張唯有民眾願意從事更好的秋節活動，才可能取代烤肉。⁶上述討論，多點到為止，篇幅在兩千字以內，唯主題離不開三大議題：雅俗之辨、政府是否應介入節慶以及中秋烤肉是否具有社會意義？不過對於「中秋」與「烤肉」關係之建立、時代背景之分析，皆未展開。

2011 年許世融提出日治時期臺灣中秋節慶活動有三種變化趨勢：一是平民化，二是庸俗化，三是商業化。⁷2014 年，王志宇發表第一篇以中秋烤肉為主題的學術論文，除爬梳了古今秋節習俗、初步討論中秋烤肉活動的發生時期外，也建構了中秋烤肉成為流行的時代背景。⁸然而對於「中秋烤肉」初發情況的重構仍稍簡略，對於民間盛行的「廣告說」亦未進入討論，而對這兩個課題的釐清，有助於見出 1950 年代以來臺灣地區中秋節俗的變化，以及群眾建構歷史記憶的痕跡。

二、一家烤肉幾家香：中秋烤肉與廣告之關係

將中秋烤肉的起源有各種說法，如《民生報》認為 1981 年新竹開始中秋烤肉原因是「據說：今年中秋盛行烤肉，主要烤爐外銷不景氣，廠商大量轉為內銷，

12 日。

⁴ 不著作者：〈救地球、護安全！呂秀蓮批中秋烤肉愚蠢〉，《自由時報》，2013 年 09 月 18 日。

⁵ 米果：〈中秋節可以不要烤肉嗎？〉，《獨立評論·天下》，<http://opinion.cw.com.tw/blog/profile/57/article/613>，2013 年 09 月 19 日。2015 年 07 月 30 日查詢。

⁶ 黃樹仁：〈烤肉之外 中秋如何更有趣？〉，《聯合報》A19 版民意論壇，2013 年 09 月 20 日。

⁷ 許世融：〈明月幾時有？——日治時期臺灣中秋節的「月見」頻率及相關節慶活動的變遷〉，「大眾史學研討會」論文，國史館臺灣文獻館、臺北市立教育大學歷史與地理學系、國立臺中教育大學區域與社會發展學系、逢甲大學歷史與文物研究所、中華民國口述歷史學會合辦（2011 年 1 月 8、9 日），頁 5-1~5-39。按，許文在研討會之後並未再公開發表，故僅能見於研討會論文集，筆者蒙許教授惠賜論文原稿，乃未能辨析會議論文之頁次，於此說明。

⁸ 王志宇：〈中秋烤肉——論戰後中秋節俗活動的變遷〉，頁 93-110。

而新竹地區又是製造烤爐大本營。」⁹又如 2007 年有位自稱是發明家的臺北市張新論先生投書報紙，主張中秋烤肉是他在 1990 年代發明的。¹⁰又如在本文寫作過程中所做的一些非學術性訪談，有花蓮長大的人宣稱當地原住民自古就烤肉，中秋當然也跟著烤肉，後來傳到全臺。又如本文的論文講評人劉睿宏教授回憶，1960 年代的澎湖，已在中秋烤海鮮。諸如此類，不一而足，沒有一個被廣為接受的說法，前述的張新論先生甚至引來抗議的投書回應。¹¹

集體記憶(Collective memory)是現在對過去的重構¹²，不一定反映歷史事實。¹³隨著「中秋烤肉」成為普羅習俗，逐漸有了源流的考察。最早的提問可能發生於 2000 年前後，民眾的口頭質疑無法稽考，而文獻所及如 2000 年《聯合報》記者林翠娟所云：

秋節有嫦娥與后羿的民間傳說，月餅則可溯及元朝的歷史典故，但是烤肉呢？不知從何時，烤肉就變成秋節必備的應景節目……秋節烤肉緣由，沒有歷史典故可以考證。¹⁴

習俗已經形成，卻因百姓日用而不知、習焉而不察，致使成為一個疑問。經過幾年的醞釀，2004 年前後民眾開始盛傳「中秋節烤肉是因為烤肉醬廣告」（「廣告說」）的說法：

- ⁹ 不著作者：〈烤肉賞月 今年「流行」〉，《民生報》11 版地方新聞版，1982 年 10 月 03 日。
- ¹⁰ 不著作者：〈中秋烤肉怎麼來 兩家香變萬家香〉，《聯合報》A23 版民意論壇，2007 年 09 月 21 日。
- ¹¹ 見報的隔天引來許多民眾投書，提出各地在 1990 年以前就已經有中秋烤肉的事蹟，反制這種自大的說法，如臺中草屯張淑貞提出 1980 年代該地中秋節已經流行烤肉；高雄海中君回憶民國七十三年中秋節前鎮區也有人烤肉；花蓮吉安鄉的鍾德新亦提到 1980 年左右中秋節就有烤肉活動。見海中君、鍾德新：〈民意論壇〉，《聯合報》A23 版，2007 年 09 月 22 日。
- ¹² 「集體記憶」由法國莫里斯·哈布瓦赫(Maurice Halbwachs, 1877-1945)所提出，但並無明確定義，大約指的是群眾所共同擁有、共享、傳承乃至於建構的記憶，會因為身處的場域與時間不同而有所差異，但無論如何都是現在對於已經消逝的過去的重構，見莫里斯·哈布瓦赫著，畢然、郭金華譯：《論集體記憶》(上海：上海人民出版社，2002 年)，頁 70-71。又見劉易斯·科瑟對該書的導論，頁 59。
- ¹³ 集體記憶與歷史事實的交互關係，可參考保羅·康納頓(Paul Connerton)著，納日碧力戈譯：《社會如何記憶》(上海：上海人民出版社，2000)，頁 9-19。
- ¹⁴ 林翠娟：〈少了烤肉香 中秋沒味？〉，《聯合報》D3 版消費資訊站，2000 年 09 月 13 日。

秋節烤肉的風氣是因為烤肉醬廣告推波助瀾的關係。網路上有人流傳，十多年前，萬家香醬油推出「一家烤肉、萬家香」的電視廣告，隨後競爭廠商金蘭醬油也密集推出金蘭烤肉醬的電視廣告相呼應。¹⁵

2005 年則有報導：

問了很多民俗專家，都想不出中秋烤肉和民俗傳統有啥關係；而坊間有一個說法是，約莫十幾、二十年前，萬家香醬油推出「一家烤肉、萬家香」的廣告，金蘭醬油也推出烤肉醬的產品，兩家醬油廠商為了宣傳和促銷，大力宣傳中秋夜閤家團圓，最適合在月光下烤肉。¹⁶

皆說明 2004 年前後，藉由網路的傳播力，「廣告說」已經得到相當一部份民眾接受並承認。2000 年後直至今日，「廣告說」成了最具顯性、最廣為接受的一種詮釋。

「廣告說」的成立過程一如謠言之產生與傳布。謠言不一定虛假，而是未經證實，卻已廣為群眾接受並傳播的訊息。¹⁷謠言之威力不在於真偽，而在於其傳播力驚人¹⁸，在未能證實真偽之前，該訊息被群眾信以為真而廣為傳布，從此該訊息就成為潛藏於集體記憶中的片段。

「廣告說」來源不明，但這在 2000 年前後尚未被民眾接受與承認，爾後過了四年卻成為最具影響力的集體記憶與詮釋，從中明顯可見記憶重構的歷程。但在民眾提出「中秋節為何烤肉」的質疑之前，「中秋烤肉」與「烤肉醬廣告」之間已經先發生關係，可視為前述集體記憶的記憶框架。¹⁹「廣告說」以網路文章的方式不斷被轉載、傳布，而這個未經證實的訊息(或說謠言)也就永久儲存在數位空間，

¹⁵ 陳子鈺：〈因為烤肉醬？ 中秋不一樣！〉，《聯合晚報》05 版經濟生活，2004 年 09 月 08 日。

¹⁶ 不著作者：〈中秋為何要烤肉？〉，《聯合報》E2 版生活 live 秀，2005 年 09 月 03 日。

¹⁷ 卡爾費雷著(Jean-Noël Kapferer)，鄭若麟、邊芹譯：《謠言》(臺北：桂冠圖書股份有限公司出版社，1992)，頁 6-11。

¹⁸ 卡爾費雷著(Jean-Noël Kapferer)，鄭若麟、邊芹譯：《謠言》，頁 21。

¹⁹ 「記憶框架」亦為前引法國莫里斯·哈布瓦赫屢次使用的術語，同樣並未明確定義，大約指的是產生記憶的環境背景，其中影響最大的是社會空間與時間。

隨時隨地都可持續散布²⁰，其集體記憶也不斷被強化。

(一)「一家烤肉萬家香」與中秋烤肉的結合

目前所見最早將中秋烤肉與烤肉醬廣告做出聯繫的，是 1999 年《聯合報》有以「一家烤肉萬家香」為標題的中秋節烤肉相關報導²¹，不過這篇報導並未明顯提到烤肉醬，但因為這是萬家香醬園公司的廣告詞，因此很難排除撰文者的心中沒有烤肉醬廣告。

明確提到烤肉醬的則是 2000 年《民生報》的一篇報導〈少了烤肉香 中秋沒味？〉，當中試圖考察中秋烤肉的由來，但沒有答案，不過文章提到兩點值得注意：

1.關於中秋節烤肉的原因：「有人認為，中秋賞月一級景點就這些，於是早早出門到景點『卡位』，空著肚子怎麼辦？烤肉、帶個簡便瓦斯爐煮個黑輪湯，於是烤風大盛。」認為中秋節烤肉乃因為在外煮食方便，這點至關重要，稍後將再論及。

2.廣告詞的使用：「有個響亮的廣告詞，一家烤肉萬家香，烤肉的香味的確很具傳染力，鄰家在屋簷下烤起肉來，你家小孩不吵著烤肉才怪。」²²這裡以知名烤肉醬廠商萬家香醬園公司的廣告詞「一家烤肉萬家香」形容中秋烤肉風行的情況，但並未指出中秋烤肉與該公司的廣告有關。

將「一家烤肉萬家香」作為描寫中秋烤肉風行情況的形容詞，這篇報導並非首例，但目前能找到較早使用的例子是 1994 年《聯合報》讀者陳美坊投書的〈清風明月烤肉香〉一文，文中回憶了「十多年前」中秋節開始有鄰居烤肉，作者家也學起來，但似乎不盛行，所以擔心干擾鄰居，得躲到頂樓去烤，「但是一家烤肉萬家香，想必此舉已騷擾了社區芳鄰。」雖然不確定文中的「十多年前」指的是何時？不過認定為 1980 年代初期應不為過。文中提到隔年周邊鄰居也開始烤肉，並強調「就在那一夜，我發現，中秋節烤肉，真的很對味。」²³這篇文章絕非

²⁰ 汪志堅、李欣穎：〈來源可信度、情感認同與涉入程度對網路謠言闢謠效果之影響〉，《管理學報》第 22 卷第 3 期(2005)，頁 391。

²¹ 不著作者：〈一家烤肉萬家香 中秋夜賞月 燒烤完全美味守則〉，《聯合報》47 版家庭生活周報 家庭魔術師，1999 年 09 月 19 日。

²² 林翠娟：〈少了烤肉香 中秋沒味？〉，《民生報》D3 版消費資訊站，2000 年 09 月 13 日。

²³ 陳美坊：〈清風明月烤肉香〉，《聯合報》36 版繽紛，1994 年 09 月 20 日。

史上第一個使用了萬家香公司廣告詞的文章，而該廣告詞至今都廣為人知。

由上可知，「一家烤肉萬家香」經常被拿來與中秋烤肉做出連結的句子，然而目前缺乏關於萬家香公司發表這句廣告詞的切確時間，以及這句廣告詞作為電視廣告詞在電視播放而大為傳播的切確時間。依據 2004 年《聯合報》採訪萬家香公司董事長吳仁春的說法，這句口號約在創立公司的二、三年後出現(約 1947、1948)²⁴；又一說，這句話原本是「一家滷肉萬家香」²⁵，無論如何皆非這句廣告詞登上電視廣告的開始，它登上廣告的時間大約是 1980 年代的事。

(二)廣告造就中秋烤肉風潮一說的之考察

關於「一家烤肉萬家香」造成中秋烤肉風潮(廣告說)的詳細時間有不少說法，一些經過多重轉錄、原始來源不明的網路資料，主要有兩說：

1. 相傳 1967 年(閻驊：〈中秋烤肉節〉)

「相傳」在十幾、二十年前，萬家香醬油推出了一支「一家烤肉、萬家香」的電視廣告，然後隔了幾年，金蘭醬油又密集推出「金蘭烤肉醬」的電視廣告(加上同一時間萬家香醬油不爽金蘭醬油，繼續狂打『一家烤肉、萬家香』的新版本廣告以為抗衡)。於是乎～兩家醬油廠商的電視廣告攻勢，……，臺灣人就在不知不覺中，開始把烤肉當成中秋節最重要的傳統活動、甚至是中秋節的唯一主角。²⁶

「相傳」一詞的引號為原文所加，可知原作者同樣不知來源。此說的「在十幾、二十年前」在一些網路流傳中被更改為 1967 年。²⁷改成 1967 年的原因不明白，

²⁴ 不著作者：〈萬家香 美味一甲子〉，《聯合報》E3 版生活新訊，2005 年 09 月 15 日。

²⁵ 不著作者：〈古老好滋味 香傳數十年〉，《自由時報》，2008 年 09 月 17 日。

²⁶ 閻驊：〈中秋烤肉節〉，《一千零一 Yeah 專欄第 237 集 <http://www.1001yeah.com.tw/article/030237.html>》，2003 年 9 月。2015 年 7 月 4 日查詢。

²⁷ 同樣原始來源不明，如 <http://mypaper.pchome.com.tw/dhlee22560373/post/1327828100>：「相傳在 1967 年的時候，萬家香醬油推出了一支“一家烤肉、萬家香”的電視廣告，後隔了幾年，金蘭醬油又密集推出“金蘭烤肉醬”的電視廣告(加上同一時間萬家香醬油不爽金蘭醬油，繼續狂打“一家烤肉、萬家香”的新版本廣告以為抗衡)。」，又如 <http://m.blog.sina.com.tw/fishfood1950/article.php?entryid=619032>：「相傳在 1967 年的時候，萬家香醬油推出了一支“一家烤肉、萬家香”的電視廣告，而廣告畫面搭配著一家

但如果以文章發布的 2003 年往前推「十幾、二十年」，應該是 1980 年代，因此坊間又有另一說。

2. 1980 年代中期(維基百科)

1980 年代中期，臺灣開始興起中秋烤肉的習慣。其來源的說法有很多種。一說廣告商影響，二說是夜間賞月時飢餓，野外烤肉便成為流行。²⁸

以上二說基本相同，都強調了 1980 年代萬家香烤肉醬廣告直接促成中秋烤肉的風俗，其中 1. 甚至輾轉變成 1967 年就已經開始流傳。考前述網路流傳的說法 1. 網友閻驊在 2003 年這篇文章，似乎是較早提出「廣告說」的，隔年中秋《聯合晚報》就發布了一篇講述相關「網路流傳」的文章，大意是相同。²⁹ 謠言的特徵之一就是找不到最初發布者，但「謠言來源問題從根本上來說其實並不重要」因為「謠言的基礎也還是在於他人，在於聽到謠言並傳播謠言的人身上。」³⁰ 一個未經證實的訊息如何產生，有時並不重要，可能為假的訊息為何被群眾接受才是重點。

往後「廣告說」幾乎佔據了所有「溯源」的解釋，現今相似的說法不斷在網路上被轉載著，報章媒體也同樣在每年中秋節前重複引述同樣的觀點，此後「廣告說」得到民眾認同，並且信以為真，而「中秋烤肉」的溯源史，就在群眾不自覺中，透過零碎記憶以及眾口鑠金之下重構(history reconstruction)完成。

零碎模糊的記憶，正是謠言的溫床³¹，並且由於「謠言更多的是從感覺出發，而不是從事實出發的。」³² 多數群眾不可能進行歷史考察，他們只要獲得一個與自

人在月亮下烤肉的場景，事隔幾年後，金蘭醬油又密集推出“金蘭烤肉醬”的電視廣告。」，二者文字與本段引文顯然有同樣來源，並且都是一般民眾的個人部落格文章。2015 年 7 月 13 日查詢。

²⁸ 維基百科·中秋節(華人)條目，[https://zh.wikipedia.org/wiki/中秋節_\(華人\)#.E8.87.BA.E7.81.A3](https://zh.wikipedia.org/wiki/中秋節_(華人)#.E8.87.BA.E7.81.A3)。2015 年 7 月 13 日查詢。案，維基百科是由全球網友協力建構的資料庫，內容隨時可能更動，必須注意。

²⁹ 陳子鈺：〈因為烤肉醬？中秋不一樣！〉，《聯合晚報》05 版經濟生活，2004 年 09 月 08 日。

³⁰ 卡爾費雷著(Jean-Noël Kapferer)，鄭若麟、邊芹譯：《謠言》，頁 29。

³¹ 美國心理學家奧爾波特(Gordon Willard Allport, 1897-1967)等人提出謠言強度的表達公式： $R=i \times a$ ，謠言=訊息重要性 \times 證據含糊性，見奧爾波特等著，劉水平、梁元元、黃鸞譯：《謠言心理學》(瀋陽：遼寧教育出版社，2003 年 3 月初版)，頁 17。

³² 卡爾費雷著(Jean-Noël Kapferer)，鄭若麟、邊芹譯：《謠言》，頁 37。

身模糊經驗可連結的說法，往往選擇接受並相信，甚至轉身接力傳播。「廣告說」即在如此集體記憶以及群眾心理的多重影響下，成為「中秋烤肉由來」的主流詮釋，更在每一年的中秋節之前，重新被想起、查詢、傳播。³³

(三) 廣告說的驗證

謠言不代表虛假，但其快速流傳的特徵建構了「廣告說」，如果「廣告說」之形塑源自零碎記憶，那麼事實與此必然有若干差距。首先，關於萬家香烤肉醬上市的年代不詳，該公司的網站以及紀錄相關產業歷史的《三重工業史》一書皆無相關記載，惟文字工作者陳穎提到「萬家香烤肉醬也是在 1986 年才開發出來的」³⁴；另一位筆名為馬伯樂的文字工作者的回憶也提到「品牌烤肉醬的發明上市已經是 1980 年代後期的事了」³⁵；雖非確證，或許可暫訂萬家香烤肉醬於 1980 年代中後期上市。

相對於時代曖昧不明的萬家香烤肉醬，金蘭烤肉醬依據該公司網站宣揚「烤肉醬」乃該公司之發明：

民國 76 年，……公司再度更名為「金蘭食品股份有限公司」，並開始研發更多的商品，包括國內第一瓶「烤肉醬」的推出……³⁶

則此說與前引陳穎之說相衝突。但無論如何可以確定，商品化的「烤肉醬」必在 1986 年以後才出現於臺灣市面。

另外，在「廣告說」中被認為與萬家香烤肉醬相抗衡的金蘭烤肉醬的廣告，據影音網站 youtube 上的廣告標題標註為 1989 年，與該公司 1986 年推出第一瓶烤肉醬的記載可相搭配，那麼假設萬家香烤肉醬推出時間確實早於金蘭公司，可以逆推萬家香烤肉醬的電視廣告推出的時間，應當在民國 1986 年至民國 1989 年

³³ 關於謠言的週期性回歸，可參考卡爾費雷著(Jean-Noël Kapferer)，鄭若麟、邊芹譯：《謠言》第八章，頁 133-147。

³⁴ 陳穎：〈中秋節烤肉的由來〉，<http://ottocat.pixnet.net/blog/post/27374958>，2011 年 9 月 11 日。2015 年 7 月 4 日查詢。

³⁵ 馬伯樂：〈臺灣中秋節烤肉的由來〉，<http://www.douban.com/note/92929589/>，2010 年 9 月 27 日。2015 年 7 月 4 日查詢。

³⁶ 不著作者：〈近 80 年來，對甘醇始終如一的堅持〉，金蘭公司官方網站·金蘭故事 <http://www.kimlan.com/tr/about04.html>。2015 年 7 月 4 日查詢。

之間，與 youtube 影片標註的時間大致吻合；但 youtube 影片上傳者非金蘭公司人員，此年份並未必可信。

文史工作者張哲生則有另一套說法。他提出萬家香公司最早說出「一家烤肉萬家香」的廣告拍攝於 1986 年，由影星張詠詠(1959-)代言，並舉出多部廣告都明確有「一家烤肉萬家香」的廣告詞，而金蘭公司則在 1989 年中秋節前推出烤肉醬廣告。³⁷但該一系列都是「醬油膏」的廣告，並非烤肉醬，因此廣告詞「一家烤肉萬家香」最初乃針對醬油膏而非烤肉醬，則又與前引陳穎的說法衝突。

由此看來，大約 1986 年萬家香公司提出「一家烤肉萬家香」廣告詞來宣傳烤肉可用醬油膏，1987 年金蘭公司正式發表專用的烤肉醬，1989 年金蘭公司於中秋節前宣傳烤肉醬，此舉則影響了普羅大眾的記憶印象。

(四) 「一家烤肉萬家香」的來源

「廣告說」雖為民眾所接受，卻並非事實，甚且「一家烤肉萬家香」這句話的起源也值得討論。前引萬家香公司董事長吳仁春的說法，這句口號大約發想於 1948 年，原本是「一家滷肉萬家香」³⁸，證據來自吳氏 2008 年的回憶。《三重工業史》則說：「萬家香企業是道道地地的臺灣客家人吳文華所創辦，……，使他當年北上創廠後，『一家烤肉，萬家香』廣告詞琅琅上口……」³⁹指的應是 1945 年在臺北建立大型工廠。不過去函該公司詢問，則稱「『一家滷肉萬家香』應該是地區人員行銷改編的」以及「『一家烤肉萬家香』口號的開始時代不可考，但應該在民國 60 年代(1970s)，公司業務上軌道之後，開始行銷之時。」的回覆。⁴⁰兩說不同，大約「一家滷肉萬家香」在 1960 年代以後才在該公司較為流傳，至 1970 年代始有「一家烤肉萬家香」之語。

前輩廣告學者蕭城(?-?)在 1969 年一篇討論廣告詞與企業印象之間關係文章，

³⁷ 張哲生的 FACEBOOK 影片說明，

<https://www.facebook.com/zhangzhesheng/videos/10152733075014531/>，發表於 2015 年 1 月 14 日。

³⁸ 不著作者：〈古老好滋味 香傳數十年〉，《自由時報》，2008 年 09 月 17 日。

³⁹ 蔡棟雄：《三重工業史》(新北：三重區公所，2009 年)，頁 54。按，「吳文華」書中多誤作「李文華」，遽改。又，《三重工業史》關於萬家香公司之歷史考證，乃依據吳文華自撰回憶錄《醬園生一甲子》，唯此回憶錄並未發行，詢之萬家香公司亦無法取得。

⁴⁰ 於 103 年 9 月 12 日去函詢問，萬家香公司鍾姓經理於 9 月 18 日來電答覆，此處經過整理改寫並非逐字稿。

曾舉例說到：「我們只要看到『一家烤肉三家香』這一句，就會聯想到味全醬油。」⁴¹味全公司何時推出這一廣告詞，亦無法考證，但在 1960 年已見諸報紙廣告(圖一)，結合蕭城之說可知二事：1. 味全公司至晚在 1960 年已有「一家烤肉三家香」的廣告詞。2. 1969 年味全的「一家烤肉三家香」於民眾的印象勝於萬家香的「一家滷肉萬家香」，甚至 1969 年時民眾腦海可能仍無「一家烤肉萬家香」之語。直到 1977 年廣告學者楊白星仍舉此例說：「前不久推銷醬油是：『一家烤肉三家香！』使人垂涎欲滴！」⁴²說明味全公司此語經過了 17 年依舊歷久彌新，反之萬家香公司的「一家烤肉萬家香」仍沒沒無聞。

如此一來新聞史學者曹銘宗所說：「民國五十年代初（1960s），當時的大品牌萬家香醬油，打出了『一家烤肉萬家香』的廣告口號」似乎在時間上有些偏差，但他準確提到此廣告詞的對象是醬油而非烤肉醬。⁴³

從時間序而言，萬家香仍有可能在味全 1960 年「一家烤肉三家香」的基礎上，於 1970 年代改編為「一家烤肉萬家香」，可惜只有口述證據。不過 1968 年曾有新聞標題為「一家烤肉萬國香」⁴⁴、1972 年有「一家烤肉兩國香」⁴⁵、1977 年有「一家烤肉十國香」⁴⁶，而到了 1980 年乃有兒童文學作家楊華瑋的文章說到加拿大人喜歡周末烤肉，那麼「週末，我們也來『一家烤肉幾家香』。」⁴⁷似乎「一家烤肉○家香」已經成為一種套語，應皆由「三家香」衍伸而出。然而「萬家香」是否也從此處化來，依舊缺乏實證，但梁實秋(1903-1987)寫於 1981 年的〈雙城記〉仍用「一家烤肉三家香」來形容西雅圖民居習慣烤肉的情景⁴⁸，在梁氏腦中

⁴¹ 蕭城：〈「請大家告訴大家」的聯想作用——成功的廣告與失敗的廣告(22)〉，《經濟日報》07 版，1969 年 07 月 18 日。

⁴² 楊白星：〈廣告·廣告〉，《經濟日報》10 版，1977 年 10 月 17 日。

⁴³ 曹銘宗：〈一家烤肉萬家香〉，《臺灣廣告發燒語》(臺北：聯經出版事業，1998 年)，頁 4-5。按，此書初版於 1995 年。

⁴⁴ 劉玉磬：〈游泳池畔 熊熊火光 一家烤肉萬國香 小型的聯合國同「吃」會 各國留華學生很夠「味」〉，《聯合報》03 版，1968 年 12 月 16 日。

⁴⁵ 黃北朗：〈音樂節目打對臺 一家烤肉兩家香 廠商廣告·除一進二〉，《聯合報》08 版，1972 年 10 月 14 日。

⁴⁶ 那廉君：〈鄉思曲-憶北平的羊肉〉，《聯合報》09 版影視綜藝，1977 年 11 月 15 日。

⁴⁷ 楊華瑋：〈從臺灣到加拿大 小小遊子 烤肉香〉，《民生報》08 版兒童天地，1980 年 09 月 21 日。

⁴⁸ 梁實秋：〈雙城記〉，《雅舍小品(三集)》(臺北：正中書局，1982 年)，頁 90。按，有一說認為「一家烤肉三家香」原是麻將術語，指一家獨輸三家齊贏，如 1982 年杜沙在〈地上擺個場 當街把錢「搶」〉一文就提到：「學期剛開始，牌桌上『一家烤肉三家香』，

「三家」具有絕對的優勢。僅以明確證據而論，「一家烤肉三家香」先出，而後「一家烤肉萬家香」出自 1970 年代後期，應不成問題。

前述「廣告說」指稱「一家烤肉萬家香」流行的時代有二，1967 年以及 1980 年代後期，現可知 1967 年之說無稽，而 1980 年代後期之說似又太晚；或許廣告詞出自 1970 年代後期，但到了 1980 年代後期始以電視廣告的型態流行，亦未可知。

這裡引出另一個問題：「烤肉」成為中秋節重要活動，究竟緣起於何時？如果在緣起「廣告說」的 1980 年代後期之前，那「廣告說」就不攻自破；反之，「廣告說」有成立的可能。

三、郊遊烤肉成時尚：中秋節與烤肉活動的早期聯繫

如果「廣告說」並非實情，那麼中秋節與烤肉二者之間，究竟如何串聯起來，成了饒富趣味的問題。

中秋節俗本無烤肉一項，而臺灣地區烤肉活動之盛行，本也不在秋天。根據一篇 1967 年 12 月自製室外烤肉爐的報紙教學所示：「吃烤肉的季節又到了」（圖二），說明 1960 年代末盛行的烤肉季節是冬天。居家烤肉起於何時非本文所關注，但此風少見於 1960 年代以前，或多或少成為中秋烤肉的淵源。

中秋節烤肉，並非一瞬間成為風靡全臺的活動，以下分階段討論之。

（一）中秋節與烤肉活動的早期聯繫

依據報紙資料，在 1960 年代晚期已有人在中秋節烤肉，但可能僅是個別現象。一個名叫陶更五的退役軍人，1960 年代到花蓮開了一家蒙古烤肉店，1967 年八月間，有人從山上打了一隻野山羊，賣到店裡來，陶老闆準備把山羊養到中秋節再殺來當烤肉賣，不料日久生情，最後送給臺北動物園了。⁴⁹這是《聯合副刊》的一篇故事，真假不明，最後也沒有在中秋節烤肉，但從故事可知，中秋節是這

像遭遇「結夥搶劫」，輸得精光剔透」，見杜沙：〈地上擺個場 當街把錢「搶」〉，《民生報》12 版競技場上，1982 年 01 月 21 日。但無法考證此術語緣起何時，亦無法考證此說是否為真？梁實秋在〈麻將〉一文提到「麻將就怕『長考』。一家長考，三家暴躁。」這或許是「麻將」與「烤肉」發生關聯處。

⁴⁹ 郭兀文：〈吉山羊〉，《聯合報·聯合副刊》09 版，1967 年 09 月 08 日。

家蒙古烤肉店的大日子，生意通常特別好。

當然這個故事不足為據，畢竟這是家烤肉店，只說明花蓮某地的某家烤肉店中秋節生意特別好，跟現在所說的中秋烤肉相去甚遠。楊實秋在〈烤羊肉〉一文曾說：「北平中秋以後，螃蟹正肥，烤羊肉亦一同上市。」⁵⁰似乎時節所致，中秋前後適合烤肉，因此有了花蓮烤肉店之事？或許也有其他相似的市井故事發生著，只是未有記載，但主流的中秋節活動仍不包含烤肉一項。

（二）1970 年代：烤肉活動明確納入中秋活動的開始

臺灣地區在 1970 年代開始的經濟發展，一定程度營造了國民旅遊的氣氛⁵¹，而秋高氣爽的時節，出外郊遊成為新興活動，1971 年的《經濟日報》介紹了一些臺北地區的中秋賞月地點，諸如花園新城(特別提到可以烤肉)、蘭溪公園(音樂會)、碧潭、空軍公墓、中山博物院(即故宮，提到可以野餐)、芝山公園、中央研究院及胡適公墓等。⁵²1973 年《經濟日報》再次介紹中秋節的各地活動，其中提到：「九月十一日中秋節當晚，在夢夢谷的野宴賞月會，是以吃烤肉營火會賞月等為主要活動。」⁵³這兩則新聞已經明確說明 1970 年代初期，部分地區即以烤肉為中秋節的活動，但其中夢夢谷是烤肉營區，這裡烤肉自不待言，花園新城的情形如何則不可知。

1975 年出現第一則中秋節到溪邊烤肉的新聞。這年花蓮人林、張聯姻，非常前衛地準備在神秘谷舉行露天婚禮，那是他們定情之地。報導提到：

今夜，他們將與三對知友夫婦，在神秘谷一處溪畔沙灘上搭起四個雙人營帳，先生營火烤肉，然後舉行婚禮，由知友擔任主婚人及證婚人，分別蓋下印章向他們祝福，即告完成婚禮。夜裡他們要在谷中賞月，並露宿一夜。⁵⁴

⁵⁰ 梁實秋：〈烤羊肉〉，《雅舍談吃》（臺北：九歌，1985 年），頁 21。

⁵¹ 王志宇：〈中秋烤肉—論戰後中秋節俗活動的變遷〉，頁 103-104。

⁵² 不著作者：〈幾個賞月的好去處〉，《經濟日報》09 版，1971 年 10 月 03 日。

⁵³ 不著作者：〈賞月·嚐鮮·看風景 又一個旅遊季節的開始〉，《經濟日報》07 版，1974 年 09 月 02 日。

⁵⁴ 不著作者：〈露營結婚別開生面 佳節嘉禮花好月圓 林昇雄張月雲今在神秘谷成親〉，

他們一行人在中秋節烤肉、賞月，並舉行婚禮。然而很難說明這是社會風氣或個別行為，不過「烤肉」似乎是戶外踏青的一個重要分支活動，畢竟當年戶外踏青能買到的食物不多，必須自備餐點，而「烤肉」這種適合戶外的烹調方式正對味：

臺灣經濟繁榮，家家豐衣足食，雞鴨魚肉都吃膩了，每逢假日，大中男女學生成群結隊地在山谷水湄烤肉片，燒雞腿，吃得滿嘴葷腥，肥腸肥肚……⁵⁵

社會學者朱岑樓在 1976 年如此描述當時的踏青烤肉盛況，郊外踏青與烤肉儼然成為流行而且實用的搭配。

救國團是很早推廣郊外烤肉的組織，1954 年起在各縣市舉辦的「野營」活動，鼓勵年輕學子多多前往郊山宿營，其中包含營火烤肉。類似的山野活動從 1970 年代起參加人員從 1953 至 1970 年每期不超過六千人，驟增到 1971 年有一萬六千餘人，1980 年達到六萬四千餘人，整合統計自開辦起至 1981 年暑期共四十三萬八千餘人參與，冬令共四十四萬一千餘人參與⁵⁶，平均每年有三萬兩千餘人參加了救國團的山野活動，若說過程中接觸了郊外烤肉，甚至普及了踏青烤肉活動，並不意外。

踏青必須烤肉，未知是否與救國團的營火活動有關，但 1970 年代的中秋烤肉，除前述林姓夫妻之外，多數如前述的夢夢谷營火烤肉一般，中秋烤肉的地點選在露營區。如 1978 年《民生報》也提到的弘野俱樂部在紅河谷舉辦「火把營火會」，行程是「白天潛水、游泳，晚上烤肉及雞尾酒和晚會」。⁵⁷

1979 年《民生報》的一篇報導，確定了中秋與烤肉之間的關聯，文中提到中秋節的臺北故宮附近「溪床上盡是烤肉、嬉水的人，內雙溪附近也是一個賞月重點」。⁵⁸ 1970 年代後期「中秋烤肉」至少已在臺北地區成為風潮。內雙溪的現象，

《聯合報》03 版，1975 年 09 月 20 日。

⁵⁵ 朱岑樓：〈三十年滄桑我看「大學生活面面觀」〉，《聯合報》12 版，1976 年 09 月 24 日。

⁵⁶ 中國青年反共救國總團部：《綠旗飄揚三十年》（臺北：中國青年反共救國總團部，1982 年），頁 247-248。

⁵⁷ 不著作者：〈明為中秋好賞月 山巔水湄去處多 各地今起開展賞月活動〉，《民生報》01 版焦點新聞，1978 年 09 月 16 日。

⁵⁸ 不著作者：〈月兒掩映 秋風拂面涼 山巔水湄 盡是賞月人〉，《民生報》01 版焦點新聞，1979 年 10 月 06 日。

未知能否與前述的花蓮林姓夫妻的事情，連接來看？如果兩者有關，那麼「中秋烤肉」至晚在 1975 年已經有某種程度的流行，其範圍至少是臺北到花蓮這一大片地區。若從風俗流傳的一般速度來看，「中秋烤肉」的開始勢必早於 1975 年，只可惜目前尚未有進一步證據。

如果臺北內雙溪和花蓮神祕谷兩者是各自獨立發生的，那麼從「溪床上盡是烤肉、嬉水的人」證明至少 1979 年的臺北(內雙溪)已確有「中秋烤肉」的風氣。無論如何，「中秋烤肉」並不限於前述的有固定據點「營地」，而是擴及無限定的「戶外」，可能是「營火烤肉」觸發了「戶外烤肉」的熱潮。

簡言之，在 1970 年代，「戶外踏青」成了中秋節的活動主要活動，稍後「烤肉」也被帶進了踏青當中，隨之至少在 1979 年始，「中秋→踏青→烤肉→賞月」已經被臺北人串聯起來，但其他地區是否流行，則尚待考察。

(三) 1980 年代初期：「中秋烤肉」明確流行

進入 1980 年代，「中秋烤肉」明確成為全臺灣地區的流行活動，試舉 1981 年中秋活動為例：

臺北縣：

「洪荒峽育樂公司……在烏來鄉洪荒峽營地，舉辦一系列活動，並在中秋夜舉辦烤肉活動、民歌演唱、吉他演奏及有獎猜謎等當月活動。」⁵⁹

臺北地區：

「中華民國露營協會臺北市分會舉辦「花好月圓」賞月活動，內容有聆憶圓月故事、拋繡球、追蹤旅行、烤肉大餐、營火晚會、舉碗同樂等」⁶⁰

苗栗縣：

「中華健行登山會苗栗區辦事處中秋賞月野營活動，…在苗栗縣泰安處門峽舉行。活動內容有烤肉、夜登半天寮、龍谷戲蝦、賞月營火、虎仙越嶺等。」⁶¹

⁵⁹ 不著作者：〈巨龍山莊展茶藝 洪荒峽谷可露營 中秋節將有多項活動〉，《經濟日報》05 版觀光旅遊版，1981 年 09 月 06 日。

⁶⁰ 不著作者：〈戶外歡渡中秋佳節 三項活動即起報名〉，《聯合報》07 版，1981 年 09 月 06 日。

⁶¹ 不著作者：〈中秋賞月活動多 南湖中央尖縱走歡迎報名〉，《民生報》03 版戶外活動，1981 年 09 月 07 日。

高雄市：

「紅毛港的風景很美，白沙灘和木麻黃構成了一幅生動的風景線。野之旅的賞月活動有月落大地烤肉等年輕人所喜愛的節目。⁶²(以上引文斜體為引者所改)

以上僅僅是見於聯合報系的消息，並經過若干割捨，可見「中秋烤肉」的風氣已經由臺北擴張到了高雄海濱，其餘未見於報刊的情況，勢必更為興盛。

到了 1982 年，僅就臺北地區「中秋烤肉」見於報紙的地點即有內湖北翠湖網球聯誼會球場、內湖圓覺樂園、太平洋聯誼社、外雙溪明德樂園、榮星花園及三峽海山農林樂園⁶³等多處，足證明臺北地區「中秋烤肉」風氣完全形成。

這一年，《民生報》報導了一篇認為 1982 年新竹地方中秋節「開始」烤肉，原因「據說」是由於烤肉架外銷轉內銷。⁶⁴這一則「據說」對於中秋烤肉的觀察，顯然與前述考察差異頗大，但從風俗傳播的角度而言，「中秋烤肉」不太可能從臺北跳過新竹而流行到苗栗、高雄，所以這則報導應視為人們有意識地發現中秋節多了烤肉這一項與傳統習俗無關的項目，因此開始嘗試為新的風俗進行詮釋，只不過「據說」的詮釋並未得到群眾認同與承認。

1986 年著名詩人吳晟的一篇文章：〈給父親 1：不如相忘〉全文圍繞著中秋節烤肉的點滴故事：「前年中秋節，大姊的幾個孩子，還在大學就讀，正時興郊遊烤肉，早就和子女約定，請子女中秋夜去他們家烤肉賞月。」⁶⁵說明至 1984 年「中秋烤肉」的風俗已經確立了，且烤肉地點已不限於戶外，亦可在家一邊烤肉一邊賞月。此時間與前引陳姓民眾自稱在家烤肉亦相仿⁶⁶，也或許由於中秋節於戶外烤肉的人潮眾多，以及地方政府的限令，民眾逐漸改在自家烤肉，適逢 1986 年「一家烤肉萬家香」廣告上映、1989 年金蘭烤肉醬上市，兩相結合之下不但產生「廣告說」的印象，也為中秋賞月之餘增添烤肉香。

再參照 1985 年各地新聞，諸如「露營協會臺北縣分會二十八、九日辦中秋露

⁶² 不著作者：〈松柏嶺營地斷水〉，《民生報》03 版戶外活動，1981 年 09 月 02 日。

⁶³ 不著作者：〈千里嬋娟共此夕 人圓月圓，何處同度秋節？〉，《民生報》05 版家庭與消費版，1982 年 10 月 01 日。

⁶⁴ 不著作者：〈烤肉賞月 今年「流行」〉，《民生報》11 版地方新聞版，1982 年 10 月 03 日。

⁶⁵ 吳晟：〈給父親 1：不如相忘〉，《聯合報》08 版，1986 年 08 月 06 日。其後收錄於吳晟：〈人到中秋〉，《不如相忘》（臺北：開拓出版有限公司，1994 年），頁 166。

⁶⁶ 陳美坊：〈清風明月烤肉香〉，《聯合報》36 版繽紛，1994 年 09 月 20 日。

營烤肉活動」⁶⁷、漢儒文教基金會在桃園埔心牧場舉辦「野炊活動」⁶⁸、花蓮市民在海邊烤肉慶中秋⁶⁹、大量遊客在恆春半島「海邊及山坡烤肉」甚至捕捉伯勞鳥入菜⁷⁰，從北到南、由西到東，全面進入「中秋烤肉」的浪潮。由此以降乃迄今日，「中秋烤肉」成了理所當然的事情。⁷¹

四、不要讓嫦娥笑我們髒：中秋烤肉風潮源自民眾自發需求

「中秋烤肉」盛行的情況，也可由烤肉所製造的環境汙染來考察。首先是 1983 年《民生報》報導了「尤其福和橋下，由於許多人生火烤肉，留下不少坑洞，看起來很不雅觀。」⁷²側面證明了「中秋烤肉」在臺北地區的風行，已不是零星的個人活動，而是確實造成問題的社會現象。

這種「中秋烤肉」遺留垃圾的不良現象，絕非臺北地區的專利，隔一年的 1984 年 9 月 3 日，中華婦女反共聯合會⁷³行政院分會發起「過一個整潔安全的中秋節」運動，行政院俞國華(1914-2000)院長的夫人董梅真(?-?)女士以婦聯會會長身份提出經典口號：

別讓嫦娥笑我們髒。⁷⁴

⁶⁷ 不著作者：〈遊綠茵湖 登石甕山〉，《民生報》04 版體育新聞版，1985 年 09 月 12 日。

⁶⁸ 不著作者：〈埔心牧場野炊 殘障者月光會〉，《聯合報》06 版臺北市民生活版，1985 年 09 月 19 日。

⁶⁹ 不著作者：〈太魯閣秀姑巒溪等地 泛舟人賞月客一波波〉，《民生報》03 版戶外活動，1985 年 09 月 30 日。

⁷⁰ 不著作者：〈烤伯勞發中秋財？恆春伯勞身價漲 賞月吃鳥大諷刺〉，《民生報》03 版戶外活動新聞版，1985 年 10 月 01 日。

⁷¹ 王志宇將烤肉成為中秋獨立的一個活動項目的時間點，繫在 1981 年(民國 70 年)，至 1990 年代中秋烤肉才完全盛行，時間似乎偏晚。見王志宇：〈中秋烤肉—論戰後中秋節俗活動的變遷〉，頁 102-104。

⁷² 不著作者：〈丟垃圾的人少了 升火烤肉的增多〉，《民生報》03 版體育與戶外活動新聞版，1983 年 09 月 22 日。

⁷³ 由宋美齡女士於 1950 年創立，時名「中華婦女反共抗俄聯合會」，成員多三軍將領之眷屬，1966 年經內政部更名為「中華婦女反共聯合會」，1996 年再更名為「中華民國婦女聯合會」。

⁷⁴ 不著作者：〈別讓嫦娥笑我們髒 讓大家過一個整潔安全的中秋節 盼小朋友都做家中的

從這口號以及相關報導已經明確證明此時中秋烤肉的盛況，而烤肉後被隨意扔棄的垃圾，業已成為社會問題。在婦聯會以及國際獅子會等社團積極運作下，全臺各地起而響應，各地政府並下達中秋清潔的公文，學校則加強環境清潔教育等⁷⁵，也使「別讓嫦娥笑我們髒」成為著名中秋標語。

這一年高雄大統百貨一則置入性行銷的新聞，報導了該公司「為配合中秋市民外出賞月需要」，促銷烤肉等戶外用具⁷⁶，可知「中秋烤肉」之盛行已創造一定的商業利益。

隔年 1985 年中秋節，「別讓嫦娥笑我們髒」的活動持續發酵，諸如臺北東光百貨「印製了十萬個賞月清潔袋免費送給臺北市四個賞月區中秋節前往賞月的人」⁷⁷，而臺北市政府則發起「讓嫦娥以我們為榮」運動，希望民眾主動清除烤肉賞月帶來的垃圾。⁷⁸

中秋烤肉帶來的汙染慘況，無疑展現了在 1984 年「別讓嫦娥笑我們髒」之時，「烤肉」已成為中秋節重要甚至必要的活動；然而「一家烤肉萬家香」的電視廣告卻在 1986 年才出現，甚至「烤肉醬」也必須在 1987 年始面市，在在說明「廣告說」純然是民眾在追憶「中秋烤肉」的過程中，重新建構的一段歷史解釋，與事實有所差距。

再從「中秋」與「烤肉」二者之結合歷程，明顯可見全然出自民眾之約定俗成，當中絲毫沒有政府力量推波助瀾的痕跡，十足展現了民眾自發建構之情況。面對民眾的自發行為，應該如何看待？

「中秋烤肉」的風氣自 1970 年代中後期廣為流行以來，約定成俗，民眾多順勢接受，而學界私下譏嘲者有之，但以文章批評者則少，往往以承認事實的態度

「衛生股長」》，《民生報》06 版生活新聞版，1984 年 09 月 04 日。

⁷⁵ 不著作者：〈清清爽爽過個詩情畫意的秋節 莫讓嫦娥笑我們髒·各地方烈響應〉，《民生報》10 版地方新聞版，1984 年 09 月 09 日。

⁷⁶ 不著作者：〈賞月戶外用品 大統百貨展示〉，《經濟日報》05 版商展版，1984 年 09 月 07 日。

⁷⁷ 不著作者：〈吳剛嫦娥莫見笑 吃餅賞月·莫弄髒了環境 百貨公司今年秋節添佳話〉，《經濟日報》10 版，1985 年 09 月 17 日。

⁷⁸ 不著作者：〈吾愛吾市 賞月莫亂丟垃圾 施工勿堵塞溝渠〉，《聯合報》06 版臺北市民生版，1985 年 09 月 22 日。

紀錄之，可見於新編方志，如 1998 年《集集鎮志》⁷⁹、2006 年《太平市志》⁸⁰、2006 年《花壇鄉志》⁸¹、2012 年《大里市史》⁸²等，多數方志仍沿襲舊志而未提及此風，但亦未見有否定者。批評者亦有之，但多從環保與飲食健康的角度提出質疑或建議，如環保署最晚從 1990 年代晚期起至於今日，幾乎每到中秋節前總是發布新聞稿或宣傳海報(圖三)，希望民眾烤肉必須兼顧環境整潔，這是延續「別讓嫦娥笑我們髒」的一貫政策立場；由民俗文化的視野，提出責難的相對較少，2000 年時任臺北市文化局長的龍應台，曾引起小風波。

2000 年 9 月 4 日，文化局長龍應台召開記者會，宣傳將在中秋節於大佳公園舉辦一場「仿古民俗的賞月活動，體驗古人『星垂平野闊，月湧大江流』的詠月情境」的賞月晚會，關於活動主旨，「龍應台表示，臺灣的中秋節曾幾何時竟成了全民烤肉節，讓傳統充滿神話的中秋美景意象被氤氳的煙塵所取代」⁸³，同日有更直白的報導：

龍應台說，許多節日到了現代臺灣，都只剩下吃喝等表面文化，例如西方聖誕節，深沈的宗教意義早已被狂歡派對取代；中國傳統的中秋節，也被四下烤肉的火光和冲天炮掩蓋。⁸⁴

言外之意，有推崇傳統秋節活動而輕藐烤肉賞月的意味。此語隨即招來翻譯學者賴慈芸教授的批評，認為「一味崇古抑今，未嘗不是一種文化危機。……以中國

⁷⁹ 《集集鎮志》：「八月十五，即中秋節……青年男女則多往郊區烤肉賞月，亦為青年男女社交之節日。」，陳哲三總纂編：《集集鎮志》(南投：南投縣集集鎮公所，1998 年)，頁 660-661。

⁸⁰ 《太平市志》「歲時·八月」條：「中秋：15 日為中秋節。民家以柚子、月餅、牲禮祭拜公媽與土地公，近來則流行家族團圓烤肉，已成為中秋節的應節即景。」，見廖瑞銘總召：《太平市志》(臺中：臺中縣太平市公所，2006 年)，頁 1068。

⁸¹ 《花壇鄉志》：「農曆 8 月 15 日中秋節……近年來則盛行賞月、烤肉的活動。」，見謝英從等撰：《花壇鄉志》(彰化：彰化縣花壇鄉公所，2006 年)，頁 565。

⁸² 《大里市史》：「戰後臺灣各地流行在中秋節烤肉，本市亦不例外，中秋節晚上，各住家門口常見家人齊聚一同烤肉的景象。」，見王志宇等撰：《大里市史》(臺中：大里區公所，2012 年)，頁 1215。該志將舊俗與新俗分成兩部份陳述，較為特殊。

⁸³ 蔡惠萍：〈中秋樂宴仿古賞月 大佳公園見〉，《聯合報》17 版臺北焦點，2000 年 09 月 05 日。

⁸⁴ 于國華：〈今年中秋 北市古意濃〉，《民生報》A4 版文化風信，2000 年 09 月 05 日。

燈籠作為佈置主軸的中秋，不見得比全民烤肉節更有文化」⁸⁵，並有民眾持續投書聲援賴文，當然也有贊同龍氏的意見。⁸⁶類似的爭議，2008年臺北縣三重又發生了一次。當時臺北縣決定停辦行之有年的二重疏洪道「萬人烤肉」，三重市長李乾龍表示支持，主張「中秋節的傳統是賞月，以大型藝文活動取代烤肉是必要的」，同樣引起主張「烤肉已成中秋節的必要活動，少了烤肉，怎麼過中秋節？」的里長和民眾抗議。⁸⁷

以上在在顯示自1980年代以來，無論政府或是民間，想要有意識阻抗中秋變成「烤肉節」已經不可能，而這些正反意見，都成為中秋、烤肉緊密連結的最好證明。庶民活動緣起於庶民生活，而中秋烤肉的文化意義雖然尚未可見，但其兩大社會意義：提供中秋節新的休閒元素以及提供一個醞集⁸⁸親友的好理由，則目前仍展現實際功能。

民眾總是隨著實際需求改變風俗習慣，也唯有如此能為社會帶來正向力量。民眾已經創造了中秋烤肉之俗，但仍有美中不足處，乃引起不同意見；風俗既然生於社會功能，自然也會隨著社會需求而逐漸改變，一旦無法適應需求，則有衰亡之虞，此又與前引許世融所觀察的日治時代臺灣中秋節慶三種變化「平民化」、「庸俗化」、「商業化」基本契合，而這三種變化實是二十世紀以來各種傳統節慶活動的共通變化。政府與相關單位提出修正風俗的提議，民眾是否接受、中秋烤肉會如何自我修正，則是可持續觀察者。

五、結語

個人記憶不一定精準，群眾的集體記憶也常可見與實際不符的重構現象，更何況集體記憶有時只代表了某部分群眾。中秋節本無烤肉之俗，其成因可歸納五

⁸⁵ 賴慈芸：〈秋夜烤肉許多家庭的年度樂事 文化何須論雅俗〉，《聯合報》15版民意論壇，2000年09月07日。

⁸⁶ 聲援賴文者如林慶玉：〈烤肉需要公德心 無關雅俗〉，《聯合報》15版民意論壇，2000年09月08日。贊同龍氏者如施議宗：〈喫茶配餅看月娘 比較健康〉，《聯合報》15版民意論壇，2000年09月08日。

⁸⁷ 陳燕模：〈三重市長：支持以藝文活動取代〉，《聯合報》C1版北縣·教育，2008年05月10日。

⁸⁸ 此處特別採用「醞集」而非「聚集」，按《廣韻》：「醞，合錢飲酒。」猶言湊錢買酒喝，契合今日親朋好友合資湊錢購買烤肉用品之意。

大點：經濟快速發展、國民旅遊興盛、烤肉取材容易、家族聚會的社會功能和相關業者的推廣。

隨著經濟發展，前往郊區踏青的風氣漸盛，約在 1960 年代流行到郊外過中秋。大約同時期，大批參與救國團活動的青年學子，可能將野營的營火烤肉帶入了郊區踏青的休憩活動，因此到 1970 年代初期開始有了中秋節到郊外踏青，順便烤肉的風氣。此風一開，風靡全臺，至 1980 年代郊外賞月、烤肉造成的垃圾汙染，成為社會問題，1984 年乃提出「別讓嫦娥笑我們髒」之口號，是政府首度介入「中秋烤肉」。

可以將歷年中秋與烤肉的關係整理為簡明大事紀表示如下：

表一：中秋節與烤肉相關事件年表(1960~1987)

<p>1960 年前後，味全公司推出「一家烤肉三家香」口號。</p> <p>1967 年前後，烤肉的季節在冬季。</p> <p>1969 年，味全公司「一家烤肉三家香」口號深入人心。</p> <p>1970 年起，臺北部分場所在中秋節提供烤肉。青年人流行戶外踏青烤肉。</p> <p>1975 年，花蓮林姓夫妻於中秋節在神秘谷舉行婚禮並烤肉。</p> <p>1970 年代後期，萬家香公司推出「一家烤肉萬家香」口號。</p> <p>1979 年，臺北內雙溪明確出現中秋節烤肉人潮。</p> <p>1981 年，臺北至高雄皆明確有中秋烤肉的活動。</p> <p>1982 年，臺北地區中秋烤肉已經確定成為風潮。</p> <p>1983 年，中秋烤肉遺留龐大垃圾的情況浮現。</p> <p>1984 年，婦聯會提出「別讓嫦娥笑我們髒」口號。</p> <p>1984 年，吳晟到子女家中烤肉，在家烤肉風氣逐漸成形。</p> <p>1985 年，臺北市政府提出「讓嫦娥以我們為榮」口號。</p> <p>1986 年，萬家香公司推出「一家烤肉萬家香」系列電視廣告。</p> <p>1987 年，金蘭公司推出第一罐烤肉醬。</p>

至於今日，當年的潮流儼然已經成為習俗，而這過程中，除了 1984、85 年由政府組織介入了清潔運動之外，整體習俗的形成都由民眾順著生活習慣以及便利，逐步積累而成。

往後由於「中秋烤肉」年復一年盛行，地方政府遂有自辦中秋烤肉的例子。

但基於環境汙染以及食品安全的前提，中央主管機關及若干團體個人，則延續「別讓嫦娥笑我們髒」的精神，不斷呼籲減少中秋烤肉，甚至開始限定烤肉範圍。

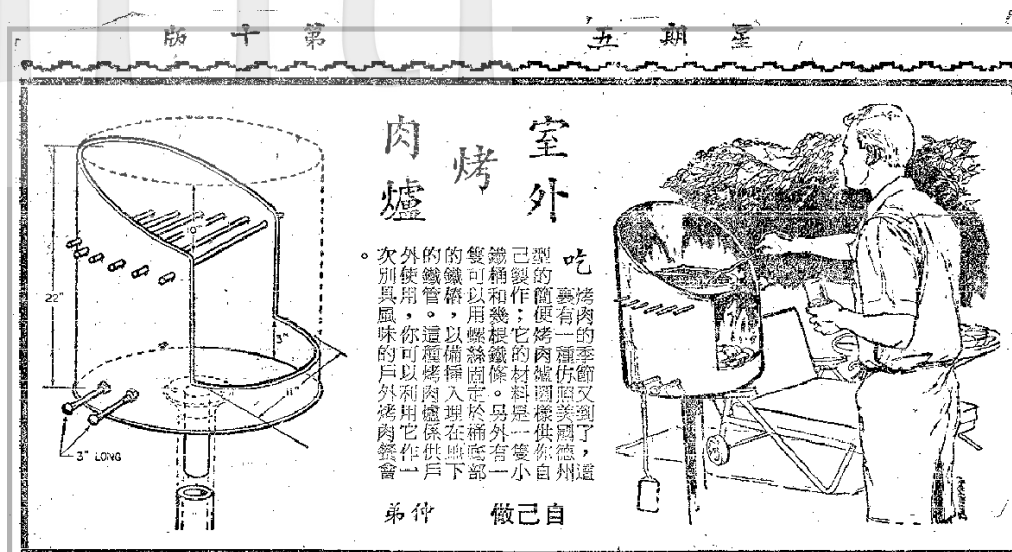
1999年前後，風氣已熾，逐漸對「中秋為何烤肉」提出質疑，也出現許多溯源之說。有人提出「廣告說」，宣稱中秋烤肉盛行乃是烤肉醬廠商的「陰謀」。「廣告說」接近群眾經驗以及零碎記憶，且被新聞媒體及網路寫手廣為接受並大肆傳播。然而本文透過史料指出萬家香與金蘭公司的烤肉醬商品推出的時間，或是廣告播出的年代，都遠遠晚於「中秋烤肉」風行。因此無論誰的廣告先播出，都是在1970年代國人已經流行在中秋烤肉之後，廠商才在看見商機之下，順勢做了廣告，而非廠商做了廣告，造成中秋烤肉的風潮。證明「廣告說」只是群眾在無意間所建構的一段，倒果為因的記憶。

由於「中秋烤肉」之新(或不舊)，遭致了從文化層面的批判，主張恢復舊俗，取代烤肉，卻又引來認為中秋必須烤肉論者的抗議，政府對此也左支右絀。綜言之，「中秋烤肉」這項新的風俗，是民眾無意間、自發性、逐漸產生的，與烤肉醬廣告基本無關，但廣告應有推波助瀾的效果。「中秋烤肉」目前能具備提供休憩活動以及醞集親友同樂兩大社會功能，功能未喪失之前，政府力量不容易強制改變風俗。誕生於群眾需求，也勢必隨著群眾需求改變而改變，一旦「中秋烤肉」無法延續其社會功能，也將逐漸退出歷史舞臺。

「中秋烤肉」無論其與社會經濟的交互影響過程、集體記憶的建構過程，乃至於群眾接受與反對的過程、政府的腳色問題等，著實是一個很好觀察風俗產生的案例。



圖一：味全醬油「一家烤肉三家香」廣告(1960年7月11日《聯合報》頭版)



圖二：戶外烤肉爐廣告(1967年12月15日《中國時報》五版)



圖三：2014年經濟部宣導海報(2014年8月27日經濟部臉書)

徵引文獻

一、專書

中國青年反共救國總團部：《綠旗飄揚三十年》，臺北：中國青年反共救國總團部，1982年。

王志宇等撰：《大里市史》，臺中：大里區公所，2012年。

卡爾費雷著(Jean-Noël Kapferer)，鄭若麟、邊芹譯：《謠言心理學》，臺北：桂冠圖書股份有限公司出版社，1992年。

吳晟：《不如相忘》，臺北：開拓出版有限公司，1994年。

李滌生：《荀子集釋》，臺北：臺灣學生書局，2000年。

曹銘宗：《臺灣廣告發燒語》，臺北：聯經出版事業，1998年。

梁實秋：《雅舍小品(三集)》，臺北：正中書局，1982年。

梁實秋：《雅舍談吃》，臺北：九歌出版社，1985年。

陳哲三總纂編：《集集鎮志》，南投：南投縣集集鎮公所，1998年。

廖瑞銘總召：《太平市志》，臺中：臺中縣太平市公所，2006年。

蔡棟雄：《三重工業史》，新北：三重區公所，2009年。

謝英從等撰：《花壇鄉志》，彰化：彰化縣花壇鄉公所，2006年。

(美)奧爾波特(Gordon Willard Allport)等著，劉水平、梁元元、黃鸞譯：《謠言心理學》，瀋陽：遼寧教育出版社，2003年。

(法)莫里斯·哈布瓦赫(Maurice Halbwachs)著，畢然、郭金華譯：《論集體記憶》，上海：上海人民出版社，2002年。

(美)保羅·康納頓(Paul Connerton)著，納日碧力戈譯：《社會如何記憶》，上海：上海人民出版社，2000年。

二、期刊論文

汪志堅、李欣穎：〈來源可信度、情感認同與涉入程度對網路謠言闢謠效果之影響〉，《管理學報》第22卷第3期(2005)，頁391-413。

王志宇：〈中秋烤肉——論戰後中秋節俗活動的變遷〉，《興大人文學報》第52期(2014年3月)，頁95-102。

許世融：〈明月幾時有？——日治時期臺灣中秋節的「月見」頻率及相關節慶活動

的變遷》，「大眾史學研討會」論文，國史館臺灣文獻館、臺北市立教育大學歷史與地理學系、國立臺中教育大學區域與社會發展學系、逢甲大學歷史與文物研究所、中華民國口述歷史學會合辦（2011年1月8.9日），頁5-1~5-39。

三、報紙

于國華：〈今年中秋 北市古意濃〉，《民生報》A4版文化風信，2000年09月05日。

不著作者：〈幾個賞月的好去處〉，《經濟日報》09版，1971年10月03日。

不著作者：〈賞月·嚐鮮·看風景 又一個旅遊季節的開始〉，《經濟日報》07版，1974年09月02日。

不著作者：〈露營結婚別開生面 佳節嘉禮花好月圓 林昇雄張月雲今在神秘谷成親〉，《聯合報》03版，1975年09月20日。

不著作者：〈明為中秋好賞月 山巔水湄去處多 各地今起開展賞月活動〉，《民生報》01版焦點新聞，1978年09月16日。

不著作者：〈月兒掩映 秋風拂面涼 山巔水湄 盡是賞月人〉，《民生報》01版焦點新聞，1979年10月06日。

不著作者：〈松柏嶺營地斷水〉，《民生報》03版戶外活動，1981年09月02日。

不著作者：〈巨龍山莊展茶藝 洪荒峽谷可露營 中秋節將有多項活動〉，《經濟日報》05版觀光旅遊版，1981年09月06日。

不著作者：〈戶外歡渡中秋佳節 三項活動即起報名〉，《聯合報》07版，1981年09月06日。

不著作者：〈中秋賞月活動多 南湖中央尖縱走歡迎報名〉，《民生報》03版戶外活動，1981年09月07日。

不著作者：〈千里嬋娟共此夕 人圓月圓，何處同度秋節？〉，《民生報》05版家庭與消費版，1982年10月01日。

不著作者：〈烤肉賞月 今年「流行」〉，《民生報》11版地方新聞版，1982年10月03日。

不著作者：〈丟垃圾的人少了 升火烤肉的增多〉，《民生報》03版體育與戶外活動新聞版，1983年09月22日。

不著作者：〈別讓嫦娥笑我們髒 讓大家過一個整潔安全的中秋節 盼小朋友都做家中的「衛生股長」〉，《民生報》06版生活新聞版，1984年09月04日。

不著作者：〈賞月戶外用品 大統百貨展示〉，《經濟日報》05版商展版，1984年09月07日。

不著作者：〈清清爽爽過個詩情畫意的秋節 莫讓嫦娥笑我們髒·各地方烈響應〉，《民生報》10版地方新聞版，1984年09月09日。

不著作者：〈遊綠茵湖 登石甕山〉，《民生報》04版體育新聞版，1985年09月12日。

不著作者：〈吳剛嫦娥莫見笑 吃餅賞月·莫弄髒了環境 百貨公司今年秋節添佳話〉，《經濟日報》10版，1985年09月17日。

不著作者：〈埔心牧場野炊 殘障者月光會〉，《聯合報》06版臺北市民生活版，1985年09月19日。

不著作者：〈吾愛吾市 賞月莫亂丟垃圾 施工勿堵塞溝渠〉，《聯合報》06版臺北市民生活版，1985年09月22日。

不著作者：〈太魯閣秀姑巒溪等地 泛舟人賞月客一波波〉，《民生報》03版戶外活動，1985年09月30日。

不著作者：〈烤伯勞發中秋財？恆春伯勞身價漲 賞月吃鳥大諷刺〉，《民生報》03版戶外活動新聞版，1985年10月01日。

不著作者：〈一家烤肉萬家香 中秋夜賞月 燒烤完全美味守則〉，《聯合報》47版家庭生活周報 家庭魔術師，1999年09月19日。

不著作者：〈中秋為啥要烤肉？〉，《聯合報》E2版生活 live 秀，2005年09月03日。

不著作者：〈萬家香 美味一甲子〉，《聯合報》E3版生活新訊，2005年09月15日。

不著作者：〈中秋烤肉怎麼來 兩家香變萬家香〉，《聯合報》A23版民意論壇，2007年09月21日。

不著作者：〈節慶意義與飲食文化〉，《聯合晚報》A2版話題，2008年09月07日。

不著作者：〈古老好滋味 香傳數十年〉，《自由時報》，2008年09月17日。

不著作者：〈中秋節非要變成「烤肉節」嗎？〉，《聯合晚報》A2版話題，2011年09月12日。

不著作者：〈救地球、護安全！呂秀蓮批中秋烤肉愚蠢〉，《自由時報》，2013年09月18日。

朱岑樓：〈三十年滄桑我看「大學生活面面觀」〉，《聯合報》12版，1976年09月24日。

吳晟：〈給父親1：不如相忘〉，《聯合報》08版，1986年08月06日。

杜沙：〈地上擺個場 當街把錢「搶」〉，《民生報》12版競技場上，1982年01月21日。

那廉君：〈鄉思曲-憶北平的羊肉〉，《聯合報》09版影視綜藝，1977年11月15日。

林翠娟：〈少了烤肉香 中秋沒味？〉，《聯合報》D3版消費資訊站，2000年09月13日。

林慶玉：〈烤肉需要公德心 無關雅俗〉，《聯合報》15版民意論壇，2000年09月08日。

施議宗：〈喫茶配餅看月娘 比較健康〉，《聯合報》15版民意論壇，2000年09月08日。

海中君、鍾德新：〈民意論壇〉，《聯合報》A23版，2007年09月22日。

郭兀文：〈吉山羊〉，《聯合報·聯合副刊》09版，1967年09月08日。

陳子鈺：〈因為烤肉醬？ 中秋不一樣！〉，《聯合晚報》05版經濟生活，2004年09月08日。

陳美坊：〈清風明月烤肉香〉，《聯合報》36版繽紛，1994年09月20日。

黃北朗：〈音樂節目打對臺 一家烤肉兩家香 廠商廣告·除一進二〉，《聯合報》08版，1972年10月14日。

黃樹仁：〈烤肉之外 中秋如何更有趣？〉，《聯合報》A19版民意論壇，2013年09月20日。(聯合報系資料查詢自聯合知識庫 <http://udndata.com/library/>)

楊白星：〈廣告·廣告〉，《經濟日報》10版，1977年10月17日。

楊華璋：〈從臺灣到加拿大 小小遊子 烤肉香〉，《民生報》08版兒童天地，1980年09月21日。

劉玉磬：〈游泳池畔 熊熊火光 一家烤肉萬國香 小型的聯合國同「吃」會 各國留華學生很夠「味」〉，《聯合報》03版，1968年12月16日。

蔡惠萍：〈中秋樂宴仿古賞月 大佳公園見〉，《聯合報》17版臺北焦點，2000年09月05日。

蕭城：〈「請大家告訴大家」的聯想作用—成功的廣告與失敗的廣告(22)〉，《經濟日報》07版，1969年07月18日。

賴慈芸：〈秋夜烤肉許多家庭的年度樂事 文化何須論雅俗〉，《聯合報》15版民意論壇，2000年09月07日。

四、網頁

不著作者：〈近80年來，對甘醇始終如一的堅持〉，金蘭公司官方網站·金蘭故事 <http://www.kimlan.com/tr/about04.html>。2015年7月4日查詢。

米果：〈中秋節可以不要烤肉嗎？〉，《獨立評論·天下》，<http://opinion.cw.com.tw/blog/profile/57/article/613>，2013年09月19日。2015年07月30日查詢。

馬伯樂：〈臺灣中秋節烤肉的由來〉，<http://www.douban.com/note/92929589/>，2010年9月27日。2015年7月4日查詢。

張哲生的FACEBOOK影片說明，

<https://www.facebook.com/zhangzhesheng/videos/10152733075014531/>，發表於2015年1月14日。

陳穎：〈中秋節烤肉的由來〉，<http://ottocat.pixnet.net/blog/post/27374958>，2011年9月11日。2015年7月4日查詢。

閻驊：〈中秋烤肉節〉，《一千零一Yeah專欄第237集 <http://www.1001yeah.com.tw/article/030237.html>》，2003年9月。2015年7月4日查詢。

維基百科·中秋節(華人)條目，[https://zh.wikipedia.org/wiki/中秋節_\(華人\)#.E8.87.BA.E7.81.A3](https://zh.wikipedia.org/wiki/中秋節_(華人)#.E8.87.BA.E7.81.A3)。2015年7月13日查詢。