

耐人尋味-開創市場新風貌

普二甲111092黃千芳 / 111118胡千嘉 龍潭報導

龍潭市場歷史-之悠久面貌

「龍潭第一市場」又稱「下市場」，建於日昭和8年(1933)，位在龍元路的中段，也是早期龍元路上街與下街的分界點。日本時代(西元1895-1945)是龍潭庄役場的所在地點，地下一層地上4層的建築物。地下一層和一樓規劃做為商店攤位及店面，2-4樓為公寓型住宅，但住戶不多，空屋情況較多。當時僅約10戶左右臨靠外邊的店家在營業，因少有人潮來往，內部呈現陰暗空盪的情形。然而民國62年的一場大火把市場完全燒毀，因此市場遷到現址龍興路，居民皆稱上市場。現在被規劃為區內的美食街貫穿龍元路與南龍路。

人與市場耐人尋味之關係

民以食為天，市場是我們生活中不可或缺之一，人們往往都需要去市場採購食物，才能生存。且在這個網路非常發達的時代，人手一機，人往往都被3C綁架，只活於網上，照來讓往的市場可以拉近人與人之間的距離。市場內隨處可聽見攤販賣力的叫賣聲，甚至有顧客在和老闆殺價的對話聲，促使市場變得更加有溫度。名義上說是老闆與顧客的關係，不如說是朋友關係，除了買賣商品，還會閒聊幾句，聊最近的物價、近期有趣的時事或著八卦。聊天過程，無意間拉近彼此的距離，擺脫網路的束縛。

每每去市場，炸雞香便撲鼻而來，不過有時香味中卻參雜著五味雜陳的味道，像是魚腥味、肉腥味實屬複雜，但是這才是菜市場的特色啊！買完熟食後，便前往肉舖購買肉，看著老闆乾淨俐落的剝著大骨頭，旁邊還擺放著幾包已切好的肉絲及剝好的絞肉，腦海中不禁冒出幾道可以做的料理，準備回家大顯身手一番。

童年的回憶-胡式大陸涼麵



胡式大陸涼麵是一位雲南的爺爺帶來台灣，要把雲南當地酸酸辣辣的口感結合台灣人的口味，經過多次的調和，最終鐵杵成針做出既有雲南口味，也讓台灣人可以接受的口味。直至今日已經傳到第二代，訪問了老闆及老闆娘做涼麵的靈感，老闆說，當時他還很小，是他的爸爸想到天氣那麼熱，吃點涼涼的麵，再加一些酸辣口感可以更加開胃，因此在台灣開始發展這種符合台灣人口感的大陸涼麵。

剛開始創業的時候屢屢失敗找不到合適的味道，一直不斷的改良、研究，最後終於研究最符合大眾味道也就是我們現在樓面上所看到的，像是招牌的大陸涼麵、豌豆粉、米干，這些都是非常受歡迎的品項，涼麵可以選擇辣或不辣。我這次選擇店家推薦的招牌品項。冰涼Q彈的麵再搭配上醬包及秘製辣醬。淋上特製辣醬是關鍵，都加好後就開始攪拌，攪拌過程，一股濃郁的香味飄至大腦，此時我已垂涎三尺，想大口大口將麵條放入口中，品嚐味道。哇！讓人忍不住一口接著一口，超級爽口夾一口麵，旁邊還有小黃瓜絲及一些肉絲，也一併夾起，一口放到嘴裡，就非常的滿足。

餘香滿口-龍潭傳香雞



在龍潭公有市場有一攤販，無人不知無人不曉，我們尋著香味找到了已開業12年的「龍潭傳香雞」攤位。它坐落於市場口全家便利店靠左步行幾步就可以看見了。

「龍潭傳香雞」的名稱可以說是祖孫情感的延續。老闆自述他是在單親家庭長大的孩子，從小陪伴他的就是阿公、阿嬤。老闆和阿公有著超濃厚的情感，所以將阿公的名字「陳振傳」取其一字「傳」放入店名。

「香」則是希望這個香氣四溢的味道能一直流傳下去，讓吃過的人都能在腦海中記得此味道。另外會將「龍潭」二字也加入命名是因為老闆娘希望傳香雞可以成為龍潭在地的特產之一，只有來到龍潭才能品嚐得到，讓外地人來龍潭時，有多一個選擇，不再只有花生糖作為名產，傳香雞也是龍潭伴手禮不二選擇。

老闆在18歲時，其實是從事養雞場相關行業，後來與老闆娘共同商討後，決定要轉型。自己出來賣雞，而他們的雞之所以好吃，是因為老闆憑藉著年輕時在養雞場工作的經驗，都是親自去養雞場一隻一隻挑選，並要求自己挑出最好的品質來滿足顧客的味蕾。經過精挑細選再給獸醫驗證雞的健康程度，接著再蓋上合格證書後，就可以帶回家仔細地拔毛清洗、悶煮，最後老闆娘堅決不添加任何食用色素來增添雞的光澤度，則是選擇花費長時間慢慢地煙燻直至醃出好滋味。晚上將一切繁瑣的步驟完成後，早上就可以開始販售了。

除外之外，傳香雞不是只單純銷售給顧客。他們每年都會定期參加桃園市政府舉辦的相關比賽。且每年的比賽都獲得佳績...其中最讓人印象深刻的為112年度參加「桃園上好攤」榮獲最強「冠軍雞」「冠軍」。不止如此，評審還特地為他們嘉勉一句話：「這已經不只是一般拜拜三牲的料理，而是可以登上國宴桌的美味佳餚」。這段話，可是講到老闆娘心坎啊！看到如此佳績及佳句，便可知他們是付出多少心力投入傳香雞。每天晚上8時就開始燻雞準備，凌晨3、4點時就開始出來擺攤，一直到中午收攤完後，回家休息一下，晚上又要開始工作了。

其實一般店家不需要那麼長的工作時數，因為他們大多是直接去批貨來賣給顧客。不過傳香雞的老闆及老闆娘為了追求雞的品質...從雞的選品一直到拿出來販賣都是自己一條龍去監督、製作。老闆娘說：「如果沒有自己親身做這樣一條龍的作業程序，品質上沒有辦法控管好」。傳香雞老闆、老闆娘堅決要把品質顧好，就是希望讓顧客品嚐到香嫩可口、唇齒留香的雞，吃過這個味道，腦海中便會記得這就是甘蔗雞/鹹水雞的味道。採訪最後還詢問到老闆娘，有無想要擴張店面，讓傳香雞不只在龍潭看得見。老闆娘表示，目前只希望穩穩的做就好了，畢竟現在忙一家店，其實就需要蠻多的心力，如果開分店，品質上就會有落差。

採訪過程，可以看見老闆及老闆娘對傳香雞的品質追求，不是只有單純的營利，而是希望傳香雞可以成為龍潭的伴手禮，把傳香雞的味道傳出去，讓大家吃過後，腦海中都有難忘的味道。在此也希望傳香雞的味道可以慢慢傳到各地，讓各地都知道龍潭有一間家喻戶曉的傳香雞，成為龍潭之光。

延續市場風貌永續經營

日常生活中，當我們要去採買食材，一般都會選擇去傳統市場或大賣場，依照我們想要買食材的不同性質，而去選擇。傳統市場充滿人情味，拉近人與人之間的距離、有較多懷舊食物及熟食可採買，而且較能完全滿足自己想購買的。像是火鍋料是零散包裝，可以自己挑選想要的，但是在賣場就只能統一買固定數量。而生鮮肉品，市場可以看到現場屠殺，可以確定自己買的是最新鮮的食材，而不是放很久的。

不過，市場的缺點則為衛生待改善，因大部分市場是食物都未包裝，因此可能會招引一些蟲子，讓食物容易有不乾淨的東西。價錢也相對不開放，都是老闆自己秤重量再告知顧客多少錢，會讓有些顧客心存疑慮。

綜觀以上優缺點，我們認為市場販賣生食的攤販應該要在攤販旁擺置蚊蟲除去的相關物品，使蚊蟲不要接近食物。環境也應定時請相關人員來做消毒清潔，讓市場保持衛生。至於秤重磅應該放置兩個，讓顧客也知道自已買了多少較不會有商業糾紛。

關於市場整個結構，我們參考了台北的「南門」市場，它們的結構是一棟超大的大樓，地上12層、地下5層，其中地上1、2層是市場攤商，此種結構以立體呈現的方式有別於傳統市場平面需要很空曠的地方。立體建築可以在有限的土地上開發致最大規模。「南門」市場裡擁有明亮的燈光，各個攤販井然有序的擺著，中間都留個較大的通道讓顧客走動時，較不拘束且整體不會有逛市場的感覺反倒覺得是大賣場結合市場，是很新穎的經營模式。我們覺得龍潭公有市場有朝一日也可以透過桃園市政府的推動，讓整個市場改建成大型立體市場，讓有限的土地發揮至最大功用，也讓他們抹去對市場負面的既定印象(髒、不衛生、昏暗)讓他們在逛市場時，彷彿自身是在逛百貨公司般，環境舒適就能讓年輕族群也有意願到市場走走看看，促進更多的買賣商機。

