

## 〈特集〉單元之電子檔內容

### 【說不完的故事】

在物質貧乏的年月裏，許多人不論刮風日曬雨淋，總是推著推車、擔著籬筐四處走賣，人們循著叫賣聲來到他們面前，小小的交易就在噓寒問暖間完成。隨著經濟發展、交通變遷與生活型態改變，尋常巷弄裡的叫賣聲越來越少，那些移動的身影似乎消失了。但說不定，種種熟悉的聲音與姿態，只是改變了型態，但卻一直存在生活周圍，只是我們不小心忽略而已。

守護著小小攤子的阿嬤，風韻仍是那麼迷人。

站在愛車旁的阿公，身影依舊那麼帥氣。

在市井打拚靠的是真本事，所以要用充滿氣魄的字體，大聲宣告自己的存在。

大膽用色，絕不手軟！讓原色的醒目，展現闖盪江湖的豪邁。

在客人看不見的世界裡，走賣者陷入沉思。

只要嘴角勾出一個微笑，心也跟著飛揚起來。

或是看看身邊的伴侶，頓時又有了勇氣。

我們和他們，現在和過去，都有著類似的故事。

過去種種看似遙遠，但如果我們重新回憶，它們卻又近在眼前，而延續下去的現在，則成了我們與子孫的未來。或許，台灣 50 年代的走賣與叫賣故事，是從未中斷而永遠說不完的故事。

### 【50 年代走賣特色大搜索】

「吃苦當做吃補」，是台灣 50 年代（1950～1959 年）人們普遍的生活態度。當時的台灣人還來不及慶祝剛脫離戰爭，緊接而來的又是肅殺的社會氣氛、物價飛漲的殘酷情形。「溫飽」就成了每個人生活中最關心的事。由於「走賣」這種邊走邊賣的商業模式不需店面、不用繳稅，加上機動、靈活又成本低，因此吸引不少人投入，而將 50 年代的走賣文化歸納起來，大致有以下九大特色。

#### 特色 1：服務與商品單純

走賣無法負荷過多的重量，因此走賣行業多半是單純提供某類服務，或是販售簡單的某種商品。

#### 特色 2：服務到府

對 50 年代的鄉村居民來說，買東西是件麻煩事，因為多數人白天務農，而到市集或市區購物往往得花上大半天，因此能將商品帶到家門口的走賣型態就很受歡迎。

#### 特色 3：廣告效果直接明白

由於國民教育不普及，許多人不識字，多數攤子會採用最直接的廣告方式－實物展示並搭配叫賣。

#### 特色 4：做生意兼交朋友

走賣交易靠的是規律與信用。因為規律，所以顧客知道小販何時經過自家門口，何時可以買到需要的商品或服務；因為信用，所以顧客會放心和走賣者交易，而不怕事後求助無門。

#### 特色 5：傳承與創新

許多走賣行業的型態由明清時期的漢族移民帶入，如補破碗與茯苓糕都可在福建、廣東人的生活中看見類似的情形；有些則受到日治時期的日本文化影響，如彈珠汽水最初就是由日人引進台灣；而山東饅頭、五香茶葉蛋等則是隨國民政府遷台後變成台灣小吃；更有些像舶來品販賣或修理電風扇等行業，則隨著當時生活型態變化而新增的項目。

## 特色 6：物資昂貴，手工便宜

50 年代的物資貧乏，生活用品買回來就得用上好幾年，壞了也盡量修理，不到最後關頭不輕易丟掉，因此當時修補業相當盛行，像是磨菜刀、補紗窗、修雨傘、補鍋、修皮鞋等，幾乎任何用品壞掉都有專門業者能修理。

## 特色 7：窮則變，變則通

因為資源有限，所以當時的人不斷動腦找資源，或是重新轉化舊資源，而這也是許多行業故事推崇的精神，比如碗粿的由來，傳說就是用受潮的米磨漿製成的。

## 特色 8：小小孩子上街頭

50 年代初還沒有推行家庭計畫，加上多子多孫多福氣的傳統觀念，幾乎家家戶戶都人口眾多，每個人都要自己掙口飯吃，因此當時街頭常看到十幾歲的孩子，用稚嫩的嗓音叫賣枝仔冰或燒酒螺這類零食。

## 特色 9：「衛生」也是賣點

當時「不乾不淨，吃了沒病」的觀念比「飯前便後洗手」更流行，導致寄生蟲的感染率很高，賣蛔蟲藥或蟯蟲藥的推銷員也應運而生，而賣藥團販售的各種傷藥、強身藥也廣受歡迎。

### 【三階段走賣學習】

50 年代的台灣生活普遍困苦，許多人紛紛投入走賣，將三餐溫飽的願望寄託在小小的攤子上。雖然走賣所需資金不高，但與企業發展的過程類似，也會經歷籌備期、開創期與成熟期三階段，且每個階段都有各自須面對的課題。接下來，就請看看走賣頭家們如何經歷這三大階段，走出自己一片天！

#### 階段一 籌備期

雖然打算開始走賣，但究竟要賣什麼或提供什麼服務？有哪些知識或技術要學習？起先可能還摸不著頭緒，但只有審慎考慮才能確立方向，而不會還沒走就先迷了路。

##### 1. 職業抉擇

即將展開走賣的新手，除非是繼承家業，否則多數會面臨「我究竟要從事哪一行？」的抉擇。有人是考量自身的興趣或專長，有人則是找算命師諮詢。一般來說，算命師會依照生辰八字將人分成五種類型，並給予不同職業建議，像「金」型人適合維修業，「木」型人適合做木工，「水」型人不妨賣冷食，「火」型人適合賣熟食，「土」型人則建議農作。

##### 2. 拜師學藝

一旦決定好行業，就得學習相關知識。如果是做零售買賣、賺取價差的，就要探聽批貨來源及營業手法；如果要從事小吃或服務業，就要學習技術。四、五十年代不像現今可透過加盟或補習班學技術，當時較流行的方式是拜師學藝。有人是繳一筆錢作學費，有人則是不支薪當學徒，邊做邊學。至於修業時間長短不一，像修電風扇就比做豆花學習時間長。

##### 3. 備齊生財器具

技術上手後，接著要備齊生財器具。當時普遍認為器具只要能發揮功能即可，至於外型則不太講究，譬如有些眷村軍人的饅頭保溫箱，就是用廢棄彈藥箱改製而成。然而也有重視形象包裝的，像修補瓷碗與首飾業者的工具箱便特別精美，上面裝飾著吉祥圖案與雕刻，主要是他們的客層以飯店與富有人家居多，因此希望從器具外觀就給人手藝精巧的印象，藉此收取較高的服務費。

##### 4. 選擇走賣形式

走賣分為兩種形式，一種是在不同市集間移動的「走攤」，例如賣彈珠汽水的業者，早上先在菜市場擺攤，下午移到廟口，晚上再到戲院前。另一種形式則是「對戶口」，也就是挨家挨戶推銷叫賣。「對戶口」不像「走攤」那麼講求人潮集中，因為對顧客而言，業者每天都會在固

定時間經過自家門口，到時再出門購買即可。不過「走攤」和「對戶口」也可以混合運用，例如早上先到菜市場擺攤，下午再到村裡沿街叫賣，端看自己如何安排。

## 階段二 開創期

事前工作準備好就可以上路了。俗語說「生意子難生，要會啼會笑，會軟會硬」，是指做生意很講究天份。然而當時大多數人就算缺乏先天的生意手腕，為了賺取生活所需，還是得咬緊牙關，面對艱辛的開創期。

### 1. 叫賣出聲

「叫賣」是走賣很重要的要素，也就是發出聲音把顧客招呼過來，因此又稱為「招賣」。黃西田〈蚵仔麵線〉歌詞描述一位初次賣麵線的小販，站在人來人往的市場，「歹勢不敢來喊聲，人看我面色著知影，我又心驚驚」，害羞懊惱的心情一覽無遺。因此練習放膽喊出聲，是正式開賣的第一步。

### 2. 鍛鍊體力

走賣需要帶著商品不斷移動與叫賣。有人是挑起擔子、靠雙腳走過一村又一村，有人則是踩著腳踏車東奔西跑，除了考驗肩力、腳力與喉嚨耐力，還得飽受風吹日曬雨淋。此外，職業所需的反覆動作也要體力支持，像賣豆腐的必須推磨磨豆漿，肉販要持續剝肉切肉。

### 3. 定時報到

每天在固定地點與時間現身，並發出具有辨識度的叫賣聲，才能讓顧客習慣成自然。賣小吃的最好還能讓顧客一聽叫賣聲，就想到美食而口水直流，不由自主乖乖報到。

### 4. 人際經營

走賣不只是帶著商品四處繞，還必須與周遭的人良好互動，才能將商品賣出去。除了最基本的顧客關係經營外，舉凡同業、異業、公職人員甚至地方幫派，都得打好關係，才能互通有無、彼此照應，例如三輪車夫會形成組織，規範排班順序並劃分營業範圍，避免惡性競爭；或像車站賣便當的小販，往往也會和剪票員建立交情，這樣每天只要打個招呼就能進進出出，不需另外買月台票。

## 階段三 成熟期

走賣一段時間後，工作已經相當上手，同時也建立了口碑與穩定客源，這時候則進入成熟期。此時還是要用心經營，才能讓生意持續下去，有的甚至還能轉型成固定攤位或店鋪。

### 1. 強化顧客忠誠度

保持良好的商品品質與服務，才能讓顧客每消費一次就滿意一次，甚至願意「呷好到相報」。此外，抬抬槓、適時給點優惠、偶爾寬容賒帳，都是搏感情的方法，像賣雜貨的經常跑不同村落，順便幫顧客傳遞口信，藉由額外服務來博取好感。

### 2. 心情調適

在外頭奔波，難免會遇到各種狀況，除了沉著應變，還須保持情緒穩定，否則可能一整天都沒心思做生意。平日最常遇到的狀況是小孩惡作劇。以前的小孩多半成群結隊在戶外玩耍，一發現有人走賣，便尾隨後面胡鬧，像是聽到賣豆花的喊：「豆花～燒豆花～」，就會跟著喊：「豆花～傾倒擔～」，這時盡量睜一隻眼、閉一隻眼，才能保留元氣繼續做生意。

### 3. 商品調整

有些行業靠天吃飯，隨著季節變化而有淡旺季之分，這時可以調整商品來延續購賣率，例如夏天賣冰青草茶，冬天則改賣熱的。此外，增加商品種類也能提昇豐富性，如原本單賣杏仁茶，改成兼賣豆漿與米漿。而且就算只有一種商品，也還是有辦法創造豐富性，例如碗粿可以區分成大人吃的大碗、小孩吃的小碟，或是依照加肉醬、加蛋的有無而調整售價，讓客人有更多的選擇。

### 4. 經驗交流

多和同行及前輩交流，討教各種狀況的對應之道，並熟練行業暗語，才能適時露一手，藉此減

少損失或得到其他好處。以賣衣服為例，有時顧客一聚集，難免會有人想順手牽羊，若是老手就能靠著觀察神色舉止，判別誰是小偷，此時再眼盯可疑者說：「現在人群擁擠，大家要看好自己的錢包」，往往就能阻止即將發生的竊案。另外，在批貨時若能用暗語與賣方對話，顯示自己是個行家，也能取得較優惠的價格。

## 【老台灣的叫賣聲】

叫賣是招攬客人的方式，也是街頭謀生必備技巧。台灣 50 年代的街頭巷尾，從早到晚都能聽到各式各樣的叫賣聲，住戶只要憑著聲音特色、節奏與出現時間，就知道哪個小販來了，如果在某個時間點沒聽到某個聲音，反而會覺得少了些什麼。然而，這些曾是生活一部分、如今卻逐漸走入歷史的叫賣聲，究竟有哪些形式？

### 一、口頭叫賣

口頭叫賣是最原始簡便的廣告方式，張口就來，成本等於零。其中，又分為賣什麼喊什麼的「吆喝型」，以及充滿節奏韻律、聽起來像唱歌的「說唱型」。

- 吆喝型：當仁不讓的代表為肉粽小販，特色是拖長尾音，產生綿延感。
- 說唱型：其中的佼佼者則屬豆花小販，韻律感十足，只是有誇大商品的嫌疑。

### 二、口頭叫賣＋樂器

口頭叫賣在吵雜環境中效果不顯著，而且長時間下來很傷喉嚨，因此有些行業會選擇一些操作簡單、容易攜帶且聲音具特色的樂器，與口頭叫賣搭配使用，達到吸引客人注意的效果。

- 雜貨小販手中拿的是波浪鼓，左右搖動就能發出鼓聲。
- 金屬手搖鈴的鈴聲，能讓聽者產生「清涼消暑」的聯想。

### 三、口頭叫賣＋特製響器

有些行業會使用可以發出特別聲響的器具來搭配口頭叫賣，而且這些器具通常材料簡單、能夠手工自製。

- 烤蕃薯小販所使用的旋轉竹筒，是由竹筒、木齒輪與鑽子組合而成，「ya~ki~mo~」則是烤蕃薯的日語發音。
- 收酒斫小販所用的響器是由空罐、竹片與木棒組成。

### 四、其他

除了前面提及的叫賣形式，還有其他方法能產生有特色的聲音，讓人一聽就知道營業內容。

- 烤香腸攤通常會搭配擲骰子賭香腸的遊戲。客人激動喊叫以及骰子滾動的聲音，都相當具有廣告效果。
- 麵茶攤上的水壺，只要水沸就會發出高亢的氣鳴聲，讓人一聽就有熱呼呼的感覺。
- 有些人直接運用商品發出聲音，像玩具小販甩動竹蟬發出蟬鳴，吸引兒童注意。