

學術論著

新興毒品市場販賣特性之初探 - 以中、小盤販售者為例

A Preliminary Research on the New Psychoactive Substance
Trafficking Patterns - The perspective from retail sellers

鄭元皓

法務部司法官學院犯罪防治研究中心助理研究員

顧以謙

法務部司法官學院犯罪防治研究中心研究員

DOI : 10.6905/JC.202107_10(2).0002

摘要

鄭元皓、顧以謙

本研究以某監獄五名具新興毒品使用及販賣經驗之受刑人進行訪談，主要在探討我國新興毒品販售者在毒品市場中的銷售策略、交易管道、用藥習慣與認知等，並以 Moustakas 與鈕文英對於現象學之基礎進行資料分析，研究分析顯示新興毒品販售者在藥物市場的生存法則。研究發現如下，一、除傳統銷售與廣告方式，國外毒販已大量使用網路行銷的販售或行銷手段，應注意我國網路販毒之情形。二、新興毒品市場文化中極度注重個人名聲與利益，買賣雙方則為互利共生的依附關係。三、吸販新興毒品的族群年輕化，顯示初次接觸藥物的年齡有下降之趨勢。四、混合毒品趨勢明顯增加之下，將造成藥物濫用歷程的縮短，也提升藥物濫用者接觸硬性藥物之情形。五、受訪者運用中立化技術，看待新興毒品的成癮及危害性。本研究為一探索性研究，嘗試從販賣者的角度描繪我國新興毒品的交易模式，呈現我國新興毒品市場販賣者與販賣特性的初步樣貌。未來研究可考慮加入大型樣本調查研究，累積更多證據以利研擬妥適之新興毒品預防控制策略。

關鍵字：新興影響精神物質、新興毒品、毒品市場、娛樂性用藥、探索性研究、現象學

DOI : 10.6905/JC.202107_10(2).0002

A Preliminary Research on the New Psychoactive Substance Trafficking Patterns - The perspective from retail sellers

Abstract

Yuan-Hao Cheng, Yi-Chien Ku

The current exploratory study attempted to depict the trading patterns of New Psychoactive Substance (NPS) in Taiwan from the perspective of traffickers. In this study, five inmates with experience of NPS use and trafficking were interviewed. The study mainly explored marketing/selling strategies and trading channels of NPS traffickers, as well as family relationships, knowledge, and recognition of drug use. The Moustakas framework of Phenomenological Methodology was adopted. The study found several different survival strategies for drug dealers in the market. First, foreign countries have been using the internet as a major marketing method. Second, the NPS market culture emphasizes personal fame and reputation. As a result, buyers and sellers are living on a mutually beneficial and symbiotic dependency relationship. Third, higher occurrence in drug uses and sales towards younger indicates a possible downward trend in the age of the first contact with drugs. Fourth, a significant increase in the trend of polydrug use has resulted in a shortening of the drug abuse history and increased the likelihood of drug users being exposed to hard drugs. Fifth, respondents may use neutralization techniques on addictiveness and harmfulness of NPS. The current study presents a preliminary picture of the traffickers and characteristics of the NPS market. Future studies may consider including investigations with larger samples to accumulate more evidence to support making better control strategies and prevention guideline.

Keywords : New Psychoactive Substance: NPS: drug market : recreational drug use : exploratory research : Phenomenological methodology

壹、前言

非法藥物的濫用已是全世界亟待解決的議題之一。以我國來看，1970 年代起，紅中、海洛因、安非他命、搖頭丸、愷他命，直至近年來興起的新興影響精神物質（New Psychoactive Substance, NPS，簡稱新興毒品），如合成卡西酮類、類大麻活性物質等，非法藥物的種類與型態正快速更迭。

從衛生福利部食品藥物管理署（衛福部食藥署）之「2019 年藥物濫用案件暨檢驗統計年報」中的新興毒品檢出情形趨勢分析發現（圖 1），愷他命類儼然已是我國流行已久的非法藥物種類之一。值得注意的是，近幾年來，合成卡西酮類的成長速度飛快，且在 2016 年首度超越愷他命類，並有逐年快速增加的趨勢。而楊士隆等人（2017）則指出，合成卡西酮類為目前新興毒品市場中「咖啡奶茶混合包」型態之主要成份，對於相關單位而言，不得不慎。

新興毒品市場販賣特性之初探，以中、小盤販售者為例

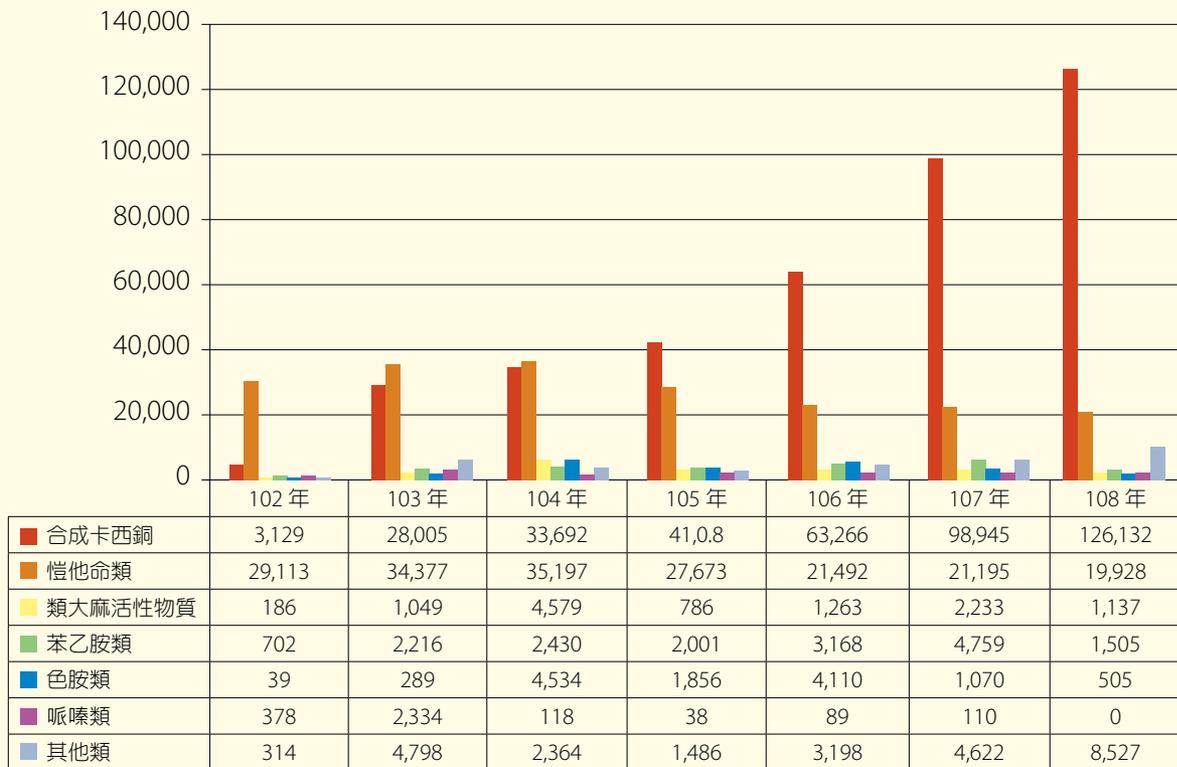


圖 1：新興毒品檢出情形趨勢分析

資料來源：衛生福利部

再依據衛福部食藥署之「我國檢出新興影響精神物質品項表」，自 2008 年至 2021 年 1 月止，我國一共檢出 175 種新興毒品，以種類排序分別為合成卡西酮類 55 種最多、36 種類大麻活性物質次之、34 種苯乙胺類第三、其他類 21 種第四、色胺類 14 種第五、愷他命類與苯環利定類各 8 種第六、哌嗪類 7 種第七。再進一步檢視其檢驗件數之種類，則以合成卡西酮類 767,353 件最多，其中以 Mephedrone（喵喵）為件數之大宗；愷他命類 264,040 件次之，其中以 Ketamine（愷他命）件數最多。整體而言，合成卡西酮類及愷他命類就占了總檢出樣本件數近九成五。由前述的官方統計資料可知，特定種類的新興毒品在我國的氾濫程度已不容小覷。

在新興毒品使用的相關調查中，2014 年「全國物質使用調查」發現，臺灣藥物濫用盛行率為 1.29%，且除了傳統藥物外，已有使用 LSD、FM2、PMMA 等新興藥物之跡象。Lee, Hsu 與 Tsay（2013）追蹤了臺灣 1999 年至 2011 年的尿液與非尿液檢體，共發現了 32 種設計師藥物（designer drugs），而此類藥物在 2009 年後快速成長，且該研究也顯示，涉及新興藥物的緝獲案件數，從 2004 年的 2 例快速增加到 2011 年的 977 例。而楊士隆等人（2016）則進一步針對高中職學生進行調查，發現曾使用毒品的種類中，以愷他命 41.46% 為中學生藥物濫用之首位，毒品混合包則以 21.95% 位居第二。Feng, Yu, Chang, Han, Chung 與 Li（2016）的研究也指出，愷他命為臺灣主要濫用的新興藥物，且緝獲量遠高於韓國。Chen 等人（2017）則針對傳統毒品與俱樂部用藥濫用比率進行調查，發現有 1.29% 的受訪者表示在一生中曾使用過非法藥物，且俱樂部用藥（愷他命、大麻、搖頭丸）的比例大於傳統毒品使用者。

綜上所述，非法藥物的買賣早已成為世界各國長期監測的重點觀察項目。隨著科技進步，國與國之間交流管道更多元，互通有無的時間也大幅縮短。在社會變遷下，毒品市場交易模式可能隨著科技日新月異而有所變化。前述的官方統計或研究大多是為了瞭解新興毒品的盛行率或濫用趨勢的輪廓。然而，針對我國新興毒品市場交易模式的實證證據則付之闕如。本研究作為一個探索性質之研究，嘗試從毒品交易市場的角度切入，探討其行銷策

略、消費客群、交易管道等現況，希冀能對新興毒品交易市場做一初探，補充現行臺灣新興毒品研究之實證證據。

貳、文獻探討

一、新興毒品的定義及特性

新興毒品可謂近年來興起之濫用藥物之統稱，係指「一種或數種混合型的新興麻醉或影響精神之藥物，且為 1961 年麻醉藥品單一公約、經修正 1961 年麻醉藥品單一公約與 1971 年精神藥物公約管制所列之外的麻醉藥品、精神藥物或興奮劑」（United Nations Office on Drugs and Crime [UNODC], 2016）。

學者黃徵男（2002）指出，在海洛因、安非他命等傳統藥物價格高昂的情況下，替代藥物將逐漸興起，而新興毒品的群聚性、公開性、流通性及便宜性，導致年輕族群更容易深陷其中。目前看來，新興毒品的型態較傳統毒品多元，常以食品，如即溶包、糖果、藥草、郵票、藥品等多種樣態呈現。以包裝來說，新興毒品常以市售或自創品牌做販售，並使用流行圖樣、照片等，藉以吸引民衆，同時躲避查緝（內政部，2017；內政部警政署，2018；衛生福利部，2018），也因此可見我國諸多查獲新興毒品混合包之相關報導。其中，即溶混合包型態的毒品常混有合成大麻、合成卡西酮與類安非他命等多種物質，且因價格便宜，目前已在新興毒品市場中佔有一席之地。

從衛生福利部 2019 年多重濫用藥物尿液檢驗比較來看，雖然整體混用件數較 2018 年少，但檢出五及六種藥物之案件數卻較 2018 年增加 679 件，顯示我國不僅有多重藥物濫用之情形，混用藥物的種類更有增加之趨勢。而毒品混合包中的多種影響精神物質，對於中樞神經亦產生不同作用，諸如引起興奮、影響視覺、聽覺及產生幻覺等，抑或是新興、傳統毒品的混摻，都可能誘發多種藥物中毒、死亡或異常行為（楊士隆、鄭元皓、林世智，2019）。然而，儘管新興影響精神物質已有明確定義，但各界對新興毒品之定義未有共識，因此本研究採取較廣義之解釋，指較為新潮且擁有多種外觀與多變的內容物，從而出現於非法藥物市場中，即為新興毒品。

表 1：2018 年與 2019 年多重濫用藥物尿液檢驗比較

檢出成分	107 年		108 年		較 107 年增減百分比 (%) [(b-a)/a*100]
	件數 (a)	占多重濫用藥物 成分百分比 (%)	件數 (b)	占多重濫用藥物 成分百分比 (%)	
檢出二種濫用藥物	40599	81.2	33679	80.7	-17.0
檢出三種濫用藥物	3940	7.9	3536	8.5	-10.3
檢出四種濫用藥物	4936	9.9	3291	7.9	-33.3
檢出五種濫用藥物	305	0.6	683	1.6	123.9
檢出六種濫用藥物	224	0.4	525	1.3	134.4
共計	50004	100.0	41714	100.0	-16.6

資料來源：衛生福利部

在交易方法上，除了傳統的街頭販售之外，網路的便利性也造就非法藥物交易的變革，網路跨國營銷成為全球非法藥物流通的趨勢之一，複雜且隱匿的網際網路增加了執法單位的監控與查緝難度。新興毒品也有著娛樂性藥物的特徵，其興奮、迷幻效果廣受特定族群歡迎，在利益驅使下，部分娛樂場所也涉及新興毒品的買賣，使得新興毒品在特定場所，甚至校園內流竄，戕害年輕族群之身心（馬衛南，2014；梁春華，2013），而對使用族群來說，新興毒品已成為用藥娛樂文化的一環。

根據聯合國毒品和犯罪問題辦公室指出，與傳統毒品市場相比，新興毒品的整體市場規模仍較小，但其種類、型態變化多樣，消長快速使得相關單位難以提早預防（UNODC, 2017），成為當前全世界共同面臨之問題。再者，新興毒品多以化學方式製成，不需從特定植物中提煉，製造加工較不受地形、氣候與區域的限制，也一再導致新興毒品得以在世界上蓬勃發展（UNODC, 2017）。

二、新興毒品的型態、包裝與品牌

新興毒品的興起讓藥物市場有了轉變，非法藥物的種類快速增加，取

得的管道也逐漸多元化 (Robinson, 2016)。全球化的潮流下，國際間走私非法藥物與原料變得容易，許多新興毒品可在當地工廠用化學方式製成，減少走私被查緝之風險。而新興毒品型態多變，先前研究指出藥片類的合成毒品已有不同品牌、顏色、印記及商標的呈現 (Kraner, Mccoy, Evans, Evans, & Sweeney, 2001)，包裝型態多樣化除了能吸引有特定偏好的消費者之外，也能降低被查緝之風險。起初，新興毒品在網路上多偽裝成其他物品出售，名稱可能包括春藥茶 (Aphrodisiac Tea)、浴鹽 (Bath Salts)、水果蛋糕 (Fruit Cake)、草本興奮劑 (Herbal Highs)、萬聖節糖果 (Halloween Candy)、植物肥料 (Plant Fertiliser)、房間除臭劑 (Room Deodorisers) 等型態 (Alcohol and Drug Foundation [ADF], 2018；Bogusz, 2017；Corazza, Simonato, Corkery, Trincas, & Schifano, 2014a；European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction [EMCDDA], 2015；UNODC, 2013；包涵，2015)，其危害可見一斑。

在販賣新興毒品的眾多店家中，自創品牌成為一種商業策略，如「雙獅地球牌」成功創造商業價值並建立起客戶忠誠度，擁有自主品牌與標誌可以將產品與其他販售者做區分，穩定客源之外也能吸引新客群 (Daveluy et al., 2009)。Ramsey 等人 (2010) 與 Davies 等人 (2010) 認為新興毒品的品牌有快速更換的特性，名稱也會隨著不同國家有所差異，同樣的名稱在不同時期也代表不同的藥物。

新興毒品的行銷常取決於產品本身與目標客群而定，同時也影響藥物的包裝。EMCDDA (2016) 將新興毒品包裝分成合法興奮劑 (Legal highs)、研究用化學品 (Research chemicals)、設計師藥物 (Designer drugs)、醫療用藥 (Medicines) 四種。Corazza 等人 (2014b) 則在定期監控網路商店、聊天室及論壇後，將 1,000 多個新興毒品品牌分類成電影、漫畫角色、動物、自然景觀及預期效果等五種類型。

多樣化的包裝品牌，可能讓潛在的非法藥物使用者產生錯誤認知，低估其危害性，這些外包裝顏色鮮艷，內容物常含甜味的產品，亦可能反映了消費者的購買心理 (Dignam & Bigham, 2017)。另外 Addison 等人 (2017) 也發現，新興毒品與色彩鮮豔的包裝能對青少年造成一定的吸引力，且新興毒品通常亦

被賦予與電玩、冒險運動、超級英雄和標誌性電影等青年文化有關的意義。

此外，新興毒品不像傳統毒品以透明夾鏈袋包裝販售，而是依照不同藥物以不同外觀包裝：草藥類物質常以五彩繽紛的包裝吸引消費者，並於包裝上標示純天然來宣稱安全性；藥丸類設計成合法藥物，除了有多種顏色外也會有印記來與其他販售者做區分。隨著煙吸式物質、液態毒品、鼻腔噴霧劑等其他型態出現，新興毒品的包裝也將跟著推陳出新。

三、新興毒品交易管道

如同販售一般商品的商業模式，新興毒品供應商會以無償贈送的方式提供藥物，或是提供新產品給熟客試用，使其在網路上留言正面評論（EMCDDA, 2016）。藉著網路的便利性，國內甚至有販售商透過架設網站，或是以電子商務（網路商店）的方式從事販賣行為，對於查緝面而言無疑是一大挑戰（林柏翔，2012；楊政郡，2013）。

而新興毒品的製造商通常會透過第三方經銷商販售給消費者，主要可分為網路、零售實體店面、街頭販售三種銷售通路（Ayles & Bond, 2012；Baker, 2011；Drug Enforcement Administration [DEA], 2017；EMCDDA, 2015；Hagan, 2017；Hillebrand,；Miliano, Margiani, Fattore, & Luca, 2018；Olszewski, & Sedefov, 2010；Smith & Garlich, 2013；Wadsworth, Drummond, Kimergård, & Deluca, 2017）：

（一）網路（Internet）

網路毒品犯罪的形式包含訂購及銷售、提供配方及生產方法、交易聯絡及指揮，顯示網路給予了毒品交易的多樣性（苗翠英、楊麗萍，2005）。網路也推動了非法藥物市場的變革，在不受時間和空間限制的情況下，給了毒品犯罪者新的契機。新興毒品的跨國網路營銷成為全球非法藥物的交流平台，且已拓展到社群網站、拍賣網站、暗網及手機 APP，複雜且變化多端的網路環境增加了執法單位的控管難度。

在網際網路世界快速多變的型態下，相關單位要花費大量資源追查網站架設位置、網站建構者、藥物來源等，使得司法介入窒礙難行（EMCDDA, 2015）。Vardakou, Pistos 與 Spiliopoulou（2011）也認為在沒有適當監控者的監督下，任何網路用戶可以輕易從網路買賣新興毒品或蒐集相關資訊。EMCDDA（2016）就針對網路商店進行監控，發現有 651 個商店在販售合法興奮劑（legal high）或研究化學品（research chemicals），並有更多商店以食物補充劑（food supplements）的名義販售，且網路商店的數量近年來已迅速增加，對其商品成分、劑量等資訊卻十分缺乏。

從相關報導可知，我國新興毒品市場也會利用網路進行販賣，研究更明確指出，我國透過網路販售之非法藥物確實以新興毒品為主（林林楨、楊士隆，2010；溫俊明，2015）。就目前來看，我國仍雖以街頭（面對面）交易為主要手段，但網路販賣的情形仍不可小覷，應加強網路巡邏，主動查緝網路販賣之源頭（楊士隆等人，2018）。

（二）零售實體店面（Retail Vendors）

實體商店又可分為 head shops（smoke shops），主要販賣菸具、捲紙；smart shops 則以販賣草藥與其他藥物為主。另外，加油站、超商也成為販售據點，透過至實體店面購買的管道，未成年與無信用卡消費者較能輕易購買。而其產品多會加上「人類不得使用」的字眼避免觸法，但近年來零售商店為躲避查緝已逐漸轉變為網路商店的形式。合成卡西酮類除了在上述等地販售，近來國外也有地下化之趨勢，並以片劑、膠囊或粉末等傳統包裝形式在街頭交易。

（三）街頭販售（Street Level Drug Dealers）

街頭販售指經銷商在街頭、學校、娛樂性場所從事販賣行為，另外也會販售給網路店家及零售實體商。從街頭毒品市場中查緝到之毒品來看，街頭販售者會從網路上訂購大量新興毒品，並在社交圈及街頭，以少量、分散的形式直接販售。

秦總根與祝衛莉（2005）之研究發現，毒品零售者會攜帶少量新興毒品至娛樂場所兜售。若為拓展客源而選擇向新用戶兜售，原則上採取人貨分離的方

式避免風險；若販售給老客戶則直接透過電話聯繫，並以少量攜帶的方式直接面交。與傳統毒品零售交易較為不同的是，娛樂場所業者會直接提供新興毒品，或是由業者默許之人在娛樂場所內販賣（高潔峰，2011）。

參、研究方法

本研究採現象學（Phenomenology）研究法。現象為研究的實體，指個人生活的世界，包括生命中遭遇的人物、事件、物品、經驗，這些概念將影響個人對生命意義與本質的看法（鈕文英，2017）。研究參與者的生活經驗是現象學研究欲探討之核心。本研究藉由回溯研究參與者的真實經驗，勾勒出我國目前的新興毒品交易市場之輪廓。

一、研究對象

本研究之參與對象需具特定經驗，故以立意取樣（purposive sampling）之方式挑選資訊豐富，有意願且可回答研究問題之個案。本研究之五名男性研究參與者皆來自某監獄，分別以 A、B、C、D、E 為代碼，且同時具有使用、販賣新興毒品經驗（表二），入監罪名皆為製造、運輸、販賣毒品罪。

表二：研究參與者基本資料

代號	年齡	刑期	販賣新興毒品	吸食經驗
A	27	14 年	愷他命	愷他命、咖啡包、金剛
B	24	9 年	愷他命、咖啡包、 口含錠、軟糖	愷他命、咖啡包、搖頭丸
C	22	9 年 6 月	愷他命、咖啡包、軟糖、 跳跳糖、梅片	愷他命、咖啡包
D	24	8 年	愷他命、咖啡包	愷他命、咖啡包、MDMA
E	31	7 年 10 月	咖啡包	愷他命、咖啡包、大麻

訪談前，研究者先尋求該監獄之協助，事先徵詢有意願且具相關經驗之個案為訪談對象。訪談場域則選擇在該監獄的諮商訪談室，確保訪談不被外在干擾，且每次訪談皆有足夠時間。與研究參與者見面後，研究者先以自我介紹及先前與收容人互動經驗與之對談，在研究參與者熟悉環境且放鬆心情後，研究者方開始表明此次研究目的。然礙於研究經費與期程之限制，本研究僅針對研究參與者進行一次訪談。

二、研究工具

本研究採半結構式訪談，訪談過程中以事先擬定之訪談大綱為主軸，並以開放式問句提問，編碼邏輯為受訪者於文本中的某句話，如 A 的第一句話則為 A01，依此類推。訪談大綱包含三個主軸：「個人用藥情形與認知」、「販賣新興毒品之經驗」、「新興及傳統毒品之異同」：

（一）個人用藥情形與認知

- 1、吸食新興毒品之經驗
- 2、吸食種類及頻率
- 3、對新興毒品的瞭解程度、觀感及看法

（二）販賣新興毒品之經驗

- 1、初次接觸非法藥物之情境
- 2、新興毒品流行的原因
- 3、銷售策略及交易管道
- 4、購買者之特徵

（三）新興及傳統毒品之異同

- 1、使用之先後順序
- 2、兩者之關聯及危害性

三、資料分析

本研究以 Moustakas (1990) 的研究方法為基礎，實際操作上，再參考鈕

文英（2017）之方法，以下列順序進行資料分析：

（一）掌握訪談內容整體感

研究者將重複聆聽訪談錄音，將語言及非語言訊息逐字謄寫，反覆閱讀資料增加對整體脈絡的掌握，有助後續相關概念、主題的建立。在訪談過程中，研究者則以筆記方式，記錄研究參與者的非口語資料，以豐富分析文本。

（二）刪除不相關或重複的資料

將偏離研究主題或不相關且重複的語句刪除，有助後續資料的整合與分類，有意義的重複則須保留。如研究參與者提及與本研究較無關聯或可能辨識其身分之語句，研究者便於後續資料分析時予以刪除。

（三）群聚與主題有關的意義單元

此步驟中，研究者應從不同個案的資料中，找出共同意義的現象，再進一步歸納出現象核心。研究者根據先前建立之文本，將內容斷句、編號，分割並歸類與主題有關的語句，使這些語句形成不同的「概念」。待形成數個概念後，再經分類形成包含數個概念的類別，最後將相同意義的類別分組，形成本研究的主題。如研究參與者談論自身的用藥經驗時，其背後可能有不同的原因脈絡，研究者便根據不同因素進行歸類。

（四）確認一般性與獨特性主題

將訪談資料作跨個案的分析，將內容分類成一般主題及獨特性主題。在本研究中，研究者除了針對不同個案接觸新興毒品之經驗進行分析之外，亦視資料分析所歸類的意義單元，進行其他主題之探討。

（五）闡釋整體脈絡

將分析所得主題，放回研究背景，以利發現現象本質，最後將分析所得之主題脈絡化，並統整摘要、撰寫結論與建議。

四、研究倫理

本研究採匿名方式進行，研究參與者皆為自願參與，並依照法務部矯正署規定通過自律審查。訪談前，針對研究參與者逐一說明研究目的與方法，並告知研究參與者相關權利，且在簽署參與同意書後方能參與研究。本研究將遵循陳向明（2009）提出的四項研究倫理為主，分述如下：

（一）自願和不隱蔽原則

依照受訪者意願決定是否參與研究，研究者也須明確告知研究目的、程序及相關權益，同時解決受試者的疑問，以得到受訪者的知情同意。為遵守本原則，研究者先以口頭與受試者說明彼此的權利義務，確認受訪者無疑義後再簽署訪談同意書。過程中，受訪者若感受到任何不適，得隨時中斷或退出研究。

（二）保密原則

為取得較豐富之資料，研究者需在保護受訪者個人隱私的前提下，將研究資料完整呈現。分析過程中應恪守研究倫理，受訪者的訪談資訊以代號進行分類統整，文章呈現中也一併以代號表示，足以辨識受訪者的特殊事件也需審慎處理。

（三）公正合理原則

研究者應依照一定的道德原則公正的對待受訪者及研究所得資料，本研究中藉由訪談所得之資料，研究者應尊重受訪者發表之意見，拋開先入為主的看法避免影響研究分析。

（四）公平回報原則

訪談過程中，盡可能的詳述與本研究有關的經驗及自身的觀點，對第一手資料蒐集來說頗具貢獻。研究者應表達感謝之意，不讓受訪者產生被剝奪感。本研究為遵守矯正機關之規定，僅得以提供不具危險性之禮品贈與受訪者以表心意。

五、信效度檢驗

研究者為提升研究性質，採取合適之檢核技巧提高信、效度。本研究使用下列兩種技術確保研究品質：

（一）同儕簡報

本研究視進度及需求，與同儕進行討論，探討研究者撰寫或構思整體研究架構上的盲點，參與討論之同儕為犯罪學領域之博士一名及矯正實務工作者一名。在實際操作上，研究者每撰寫完一個章節，便與兩位同儕進行討論，再行修正內容。此外，研究者亦與兩位同儕研擬個案訪談大綱，以此確保研究發現能回應至研究目標。

（二）充分的參照資料

本研究全程記錄訪談過程，透過錄音檔掌握受試者的語調、停頓與其他反應，並謄打為逐字稿，以利研究者在後續分析時可多次閱讀，更能完整詮釋、分析研究文本。在訪談過程中，研究者亦進行簡短的隨手筆記，紀錄研究過程中的非口語資料。另外，也利用文獻蒐集所得之資料與本研究訪談發現比較其異同，增加研究可信度。

肆、研究發現

一、同儕友伴對受訪者之影響

（一）受同儕友伴影響而初次吸食，踏入以毒養毒的迴圈

根據訪談結果顯示，受訪者初次販賣年齡大多介於 14-17 歲之間，僅有 E 是在 26 歲左右才開始販賣。從大部分受訪者的描述發現，初次販賣藥物通常都是因同儕友伴的影響，而這些友伴都在免費提供毒品後，以經濟自主為誘因，要求受訪者協助販毒或是加入犯罪組織，藉此以毒養毒。因此，受訪者皆是先使用藥物後，再從事販賣行為。

「一開始我朋友拿毒品給我試，我試之後他就拿少量給我賣。我一開始也沒有客源，相對也是拿毒品給朋友試，之後也是賣他們。」（A206）

「我國中、高中同學介紹認識的，你要不要跟誰去賺錢怎麼樣的。」（C96）

（二）因群聚用藥的利益誘惑而開始販賣

比較不同的是，E 自稱，原先自身僅是單純吸食毒品而無販賣情事，但後來因與朋友同樂需要，自己有門路後才決定開始販毒。

「其實一開始會去賣就是，朋友可能有需要的時候，我剛好有路子然後會去幫忙拿…今天可能出來啊，東西可能就是幫大家拿這樣。」（E36）

從前述可知，本研究之受訪者皆是因同儕友伴的影響，而開始吸食或販賣新興毒品。然而，這也無法說明同儕友伴就是促使受訪者接觸毒品的直接影響因素，其中原因仍有可能是自身心態的促使，包括好奇、自我調適不良、低自控等因素，加上同儕友伴影響的催化之下導致。藥物濫用是多重共同促發的過程（邱獻輝，2017），販毒亦是如此，在多重要素的相互影響之下才使個人脫離原先生活，與其他社會鍵聯結。

二、個人用藥情形與認知

（一）個人用藥習慣

1、社交娛樂用途

傳統毒品大多是獨自吸食且為日常使用，而大部分新興毒品則非如此。基於新興毒品的藥性，其與俱樂部、群聚用藥自然有其關聯，自 2000 年以來的搖頭文化，直至近年來的俱樂部用藥，都是年輕族群濫用藥物的主要模式，在酒店文化中，俗稱「搖桌」、「搖趴」的群聚吸毒更是屢見不鮮。

「通常這種興奮的東西都是一票人一起來，比較適合（帶動）氣氛。」（A95）

然而，從本研究得知，重節拍音樂與藥物的合併型態才能將新興毒品的迷幻、興奮效果發揮的淋漓盡致。因此，使用上除了群聚使用之外，也需伴隨音

樂節奏，相對而言，用藥空間則非主要因素。

「平常環境沒辦法接受，吃咖啡包的時候你除了很興奮，你還需要一點音樂來帶動，音樂的節奏感會讓身體比較沒那麼不舒服。」（A95）

「咖啡包你一定要聽比較嗨的音樂，不然你會覺得全身無力。」（D72）

2、日常習慣用藥

不屬於興奮劑的藥物，如愷他命適合獨自使用，且跟菸、酒或檳榔一樣，久而久之便成為日常生活的一部分。

「愷他命是無時無刻都在抽，你抽久了就跟抽正常菸一樣，不會有感覺。」（D27）

3、販售前試藥

此外，受訪者也提到，大多數毒販在販售自己的商品前自己需要先試藥，除了能熟悉藥效並將效果告訴客人之外，另一方面，中、小盤販售者通常對於自家產品的大料（主要原料）或是其他副成分的實際名稱及種類不甚瞭解，因此受訪者都採取以身試藥的方式，避免客戶使用後產生不適甚至死亡。

「現在的藥頭基本上很多都會自己先去食用，ok 才會拿去賣。」（B09）

「原料我都是拿…就是去…假如說我知道一個地方、一個人，我去拿一、兩公斤回來，我再自己看我要弄成什麼樣的東西。」（C04）

「我要知道那是什麼東西，可是我不會喝到那麼強，可能我今天三分之一、一半這樣子，我要跟客人講甚麼感覺。」（D74）

綜上所述，受訪者使用新興毒品的動機大可分為二，一為視毒品的藥性而選擇群聚用藥或獨自日常用藥；第二則為販售前的自行試藥。

（二）從使用到販賣的角色轉換

受訪者從單純使用到開始販賣，其目的不外乎是為了以毒養毒。細分之下，則可分為兩種：最常見即是青少年時期透過同儕友伴接觸非法藥物後，

自然而然透過轉賣藥物賺價差。然而本研究也發現，許多新興毒品使用者在有了豐富參與毒趴派對的經驗之後，會開始購買大量藥物並以免費或低廉價格供應給身邊好友，藉以建立自己良好的人際關係。

換句話說，除了獲利之外，部分受訪者也相當在乎其人際網絡的社交關係，如 E 透過自身人脈，負責購買大量且高品質的藥物販售給友伴，鞏固自己在用藥圈裡的地位，藉此獲得良好名聲與利潤。因此，許多毒販可能是透過參與俱樂部用藥的經驗，將自身在毒品交易市場中的身分轉換，亦即從被動的消費者轉變為主動的供應者。如此看來，名聲與利潤應是新興毒品市場中缺一不可的重要因素。

「就是大家朋友有需要的時候，然後我剛好有路子，然後會去幫忙拿，今天可能出來啊東西可能就是幫大家拿這樣，我也有面子。」(E35)

(三) 對新興毒品逐漸流行的看法

近年來新興毒品在國內廣為流行，受訪者對其興起的看法不一，但大致可分為以下四種：

第一為低風險，部分受訪者認為使用新興毒品被逮捕的風險較低，即便被逮捕了，也因為新興毒品多為三、四級藥物，法規上未有監禁等較嚴重之刑責。另外，新興毒品對身體的危害也比傳統毒品要低，也因此成為用藥族群的一種選擇。

「講白一點你被攔檢，警察如果說不清楚這是甚麼東西，他也不會要求你當場拆下來要驗，還是要扣你的車子。」(D74)

「新興毒品現在都是一直改造再改造，就是讓你不會產生任何身體不適，因為你身體不適就會沒辦法做任何事情，那可能就沒有金錢的收入。」(A249)

第二為多型態，受訪者認為改變型態或包裝比較能吸引客人嘗試。現今毒品混合包的包裝千變萬化，但主要仍能分為客製化與市售改裝，其更換包裝的動機，不外乎是為吸引客人。再者，自製包裝的標誌具有辨識性，不同包裝的

內容物也有差別，這也導致客製化包裝正逐漸取代市售包裝。

「原本包裝就是買外面現成的咖啡包，打開裡面摻藥物，但是你每個人做出來的藥效是不一樣的，就會變成在買的這些人可能吃過不好，我就不敢再買。就會變得大家自己來做自己的包裝，有自己的 logo，大概就知道你這個品牌是好的，然後就固定買這種的。」（A160）

第三為低成癮，受訪者認為新興毒品不像傳統毒品有所謂的「身癮」，頂多只有「心癮」的問題，使用後不會影響正常生活，因此廣受歡迎。受訪者也相當瞭解毒品的分級依據及危害性，也知道身邊的人用毒後大多身陷司法體制，但其對於新興藥物的反抗意識較為薄弱，自認克制力足夠，即便不用藥也不會產生痛苦。

「新興毒品比較不會有這種問題，就對人體的傷害比較沒有那麼大，可是吃多了還是會，吃多了頭腦還是會壞掉。」（C154）

「像你們會常講說什麼心癮跟身癮，他應該屬於心癮，其實就好像抽菸喝酒一樣，你抽了可能覺得你比較能冷靜思考之類的，其實你不抽也不會怎樣。」（E64）

第四則為低門檻，受訪者認為新興毒品猶如毒品中的入門款，如此可能吸引願意嘗鮮，或是對毒品較不排斥的族群去嘗試。

「我知道那是搖頭丸不能碰，但是當它變成咖啡包，而且你又對這個東西沒有認識的時候，你就會去嘗試嘛…（略）…如果我一開始知道這是搖頭丸我就不會碰它，主要因為可能在食品裡面…那可能本來對毒品沒有什麼概念的人更容易去跨越那個檻。」（E93）

承上所述，新興毒品就在「低風險、多型態、低成癮、低門檻」等特性的造就下逐漸興起，成為全球毒品市場中快速崛起的用藥型態。然而，研究者詢問為何不另尋出路，受訪者的話語卻依舊在用藥文化中打轉，可見其仍依舊流連於新興藥物的誘惑與利益。

三、個人販賣經驗

(一) 購買者之特徵

1、年齡分布

許多研究指出，新興毒品濫用者大多為年輕族群，從本研究來看亦是如此，大多數購買者年齡位於 20 至 50 歲之青壯年，其他年齡層則屬少數。

「差不多 20 至 30 歲，40 到 50 歲比較少，但是也是有。」(B104)

「老的大概也有到 50 歲的也有，我接觸最年輕的大概 18 歲。」(E26)

2、職業取向

從職業面來看，各行各業都有使用非法藥物之人，但對於有俱樂部用藥特性的新興毒品而言，會在相關場所出入或工作的人通常使用的情況也最多。

「賣這個當然都是以工作穩定為主，大部分的都是日薪，做苦工的那種，做苦工當天領薪水那種。」(A178)

「大部分都是八大行業，八大行業通常都是周領薪水。」(A190)

「各行各業都有啊，傳播妹還有…要不然就是一些年輕人這樣子，要不然就是一些阿兄（閩南語），就是大哥這種。」(D50)

3、性別比例

從購買者的性別來看，大部分的受訪者認為男女間比例差距不大，換言之，女性使用新興毒品的人數或許比想像中的多。

「其實差不多耶。」(C78)

「其實比例我覺得是同等的。」(E28)

從上述可知，雖有特定特徵之族群偏好使用新興毒品，但其並非僅限於固定族群、性別或工作領域中。舉例來說，不只特種行業，學生、上班族都是新興毒品的消費族群，其對社會之危害可見一斑。

（二）交易概況

1、聯繫與交易管道

從本研究來看，從販賣前的過濾客戶、選擇聯絡方式、面交前害怕遭遇黑吃黑或警察釣魚、使用大眾交通工具、利用第三方運輸，以及將商品藏匿於汽車各處等，都是為了規避風險所做的決策。

受訪者表示，只要是能聯絡的方式都會被使用，不論是手機 APP 或手遊、網站，亦或是雙方面對面等，都是可行的交易方法。至於選擇何種聯絡管道的前提，則是以安全與否為主要考量。至於交易方法中最多的仍是面對面交易，因此種方法得以讓彼此掌握狀況：買方能確認商品數量、品質是否正確，賣方則可以當面確認金額或免受敲詐，如此一來便能避免許多問題。

「直接打電話吧，打微信的電話或是傳語音。打字的那太危險了，如果你當下真的被警察抓到了，他看到你打字…你在哪裡…地點在哪…那是不是販賣就成立了？」（C84）

「你要讓客人看的到東西對不對、數量對不對，第一次見面他跟我拿如果是假的怎麼辦？當然要給他看啊。我不是那種沒良心的商人，有一些人會放什麼砂糖有的沒的，我不喜歡這樣。」（C90）

除了面交之外，受訪者亦會利用快遞、計程車等方式進行運送。倘若販賣者間聽聞某種方式可能已被執法單位監控或遭破獲，便會立即更換管道。在交貨之前，也會用其他方法增加隱蔽性，例如聯絡時利用共通的圖案、術語做溝通，交易前先視地點使用不同交通工具，在運送過程中分批藏匿於各處等，最常見的方式即是改變新興毒品的樣貌及型態。

然而，相較於國外，受訪者對於購物商城、物流網，甚至暗網的銷售管道看法較為保守，其認為本身若已有一定客群，就無需冒險採取風險較高的手段來增加被查獲的機率。

「那有點太扯了，我覺得有點不切實際。你在網路上賣那一下就被破解了，警察釣魚一下就把你釣出來，你等於完全沒有在顧慮你自己。」（D45）

「汽車前面有一個可以去按的…就是可以插那個類似 USB 或是藍牙的那個，那邊拔起來的話是可以放的，然後中控那邊可以拔起來裡面可以放。」（B236）

新興毒品市場奠基於群聚用藥的特性，已逐漸在特定地點、對象上形成組織網絡，買賣雙方彼此遵守著某些原則，不同組織在毒品事業若有重疊，彼此之間也需遵守行規，才能使組織的經濟來源長久生存。當然，不同組織間亦會有衝突發生。

「你說合作競爭…這加減會的啦，交情有到那邊的話，交流也是會啦。」（B214）

「店的業者基本上不太會讓小蜜蜂進去，比如說這樣講好了，我是酒店店家，他可能有固定的幫派在這邊圍事，那我這個堂口有在做毒品，我們讓一個堂口進駐也算他們在圍事，那這個生意就是給這個堂口在做，不會讓其他小蜜蜂進來，因為這樣會影響到他們的生意嘛。」（E88）

2、交易數量

從交易數量來看，大致可分為批發與散賣。與大多數商品相同，數量多價格自然便宜。新興毒品之價格較會隨著內容物、品質、數量，或雙方交情之不同因素而有浮動。其中，相較於其他新興藥物，愷他命的價格波動範圍更為明顯，受訪者表示因愷他命大多從國外走私，被查獲的風險相對較高。

「這沒有固定，因為我們在北部賣，今天如果有中南部的朋友下來的話，他一次訂都是 1000 包、2000 包、3000 包，那一拿的話那價錢是可以砍的，一包差不多在 150 到 300 塊之間，這個利潤是很嚇人的，如果說你不認識的朋友的話，或是你要散賣出去給這些客戶的話，那就是 500 到 800 塊不等。」（B76）

「愷他命進來都是大量阿，大量的東西如果你被海巡署查到是不是就上新聞，然後大家賣藥的就會開始說 K 要沒了，開始鎖 K 了。咖啡包的話，你在新聞上都只有看到打好的咖啡包，沒有看到說他真正的原料被抓到，所以他價格不會（過度浮動）。」（C128）

3、交易對象

就交易對象來說，大部分受訪者只做熟識者的生意，若有不認識的人要購買，也需透過熟識者介紹。此外，受訪者也會依照客戶的不同需求，透過各種

管道購買原物料或成品，滿足客戶以鞏固客群，並要求原有客戶再推薦其他人試用，逐漸擴大銷售範圍，藉此在用藥圈販售者的良性競爭中脫穎而出。

「通常都是朋友在介紹，就是說我們可能在賣藥，阿你有吃藥，我就會拜託你說你周遭有沒有人有在吃的可以介紹。」（A115）

「就叫我的客人去推薦了，說我的東西好啊。」（C43）

比起一般商品，毒品交易更注重人情的交陪關係，亦即買賣雙方的交情深淺，交情的不同會影響商品的價格、數量甚至品質，也因為如此，新興毒品價格的上下限波動甚大。

「客人這種東西是自願的，今天我沒有拿著刀逼你買。你今天願意去跟人家買，同樣的道理對不對，可能交情，人家東西比我好、東西比我多，種種因素對不對，那我怎麼可能去怪人家。」（D15）

（三）銷售策略

1、調整內容物

現今新興毒品崛起，許多販毒者紛紛開始販售相關藥物，要在眾多商家中擁有知名度甚至佔有一席之地，對於產品的銷售就顯得重要。從訪談結果來看，販售者會調整內容物來提高銷售量，如將藥物劑量調低，節省成本並讓藥效縮短，使消費者需一次購買大量的商品；或是加入洗劑以降低藥物純度，增加產品重量；又或者是依照客人需求加入特定藥物，如加入一粒眠得以解藥、加入愷他命提升藥效、加入搖頭丸增加興奮感。

「我那時候跟人家拿（洗劑）1公斤是6000塊，那不是毒品喔，那就是跟愷他命很類似的東西，一樣也是磨的碎，聞起來有點像米，可是跟愷他命混在一起的時候，客人完全看不出來。」（C31）

「我有時候可能就是黃色的料打0.2公克、紅色的料打0.2，然後再打一粒眠0.2…（略）…為甚麼要打一粒眠呢，一粒眠就是如果你嗨完了、退藥了才能睡覺，如果你少了這個一粒眠就不用睡了。」（C66）

2、改變型態與包裝

新興毒品的最大特點就是型態上的變化，從最常見的混合包型態、直到後來巧克力、軟糖等零食，甚至郵票、感冒藥都被用來做偽裝一途。先前提到，包裝上的標誌有辨識效果，當某種標誌的產品效果不受喜愛，販售者會將「大料」，即主要原料做更換，並汰換先前的標誌，讓消費者知道這是新推出的產品。

「比如說這個品牌 ok，但是如果說我今天接了這種所謂的大料回來弄這個品牌，感覺不一樣，客戶也打槍，認為說你這個藥好像怪怪的，我們就會去換一個 logo，那可能就是表示我們有去換大料，因為有些人會去認這個 logo。」(B250)

從受訪者的論述中，發現毒販極度講求誠信原則，認為品質是避免被市場淘汰的唯一要素。毒販也會視顧客喜好調整商品成分，並透過各種折扣給予回饋，買方則在享受回饋後介紹新客戶給販售者，雙方逐漸形成互利共生的良好關係。承如前述，買賣雙方的共生關係，得以讓販賣者更加穩固其在用藥圈的名聲地位，亦即透過奠基於人情的「交關」行為來拓展市場，將可同時獲得利益與名聲。

「新興毒品我也可以賣很貴啊，我遇到有錢人、凱子我也可以賣很貴啊，我咖啡包成本只要 50、60 啊，如果他想要買 100 包跟大家一起搖頭，他很有錢，我一包賣他 1200，是不是一樣意思？」(C152)

3、買多送少

通常新興毒品一次都是多量購買，而其成本原先就偏低，因此相當適合用買即送的方式吸引顧客。另外，也可以用累積點數的方式換取贈品。

「可能我的利潤會比較低一點，會變得比較少，可是你來的次數可能會變多，你可能會為了收集到那個點數，然後為了那個次數就來買。有些人可能會想說…欸我有這個…我有這個福利…五次、十次就可以有送，那我就找人家來買，我找朋友需要…我來跟你買，那你還是給我累積（點數）。」(A260)

如前所述，新興毒品的銷售策略如同一般商品，會隨著市場供需原則調整價格，並透過買多送少、熟客介紹、改變包裝與內容物等方式提高銷售量。而本研究也發現，新興毒品市場中，上、中游毒販之間較類似生意之間的平等夥

伴關係而非上司與下屬的關係，對於中、下游而言，只要上游原料不受顧客青睞，則可立即中斷合作，轉向與其他上游合作。中、下游毒販彼此之間則端看各人不同的經營模式而有競爭、合作等不同情況。

四、新興毒品與傳統毒品之異同

（一）使用先後順序

根據 Kandel (1975) 提出的藥物濫用階段論 (The Gateway Theory on Drug Use) 指出，物質濫用是階段性的發展，使用者起初會先從合法物質開始，再進階使用軟性非法藥物，最後才是硬性藥物。國內亦有研究指出偏差少年從合法物質（菸、酒）進展到使用軟性非法藥物之歷程僅花費不到一年的時間（楊士隆、張梵孟、曾淑萍，2016），而於此點上，本研究與過去研究之發現略有不同。

毒品混合包型態的新興毒品中，內容物通常含有兩種以上的藥物，可能同時包含軟、硬性（一、二級）毒品。以藥物濫用階段論的觀點來看，多重混用的情況下，藥物濫用者的使用進程可能將被縮短，用藥軌跡已不再是軟性藥物進階至硬性藥物的單一歷程。換言之，傳統毒品與新興毒品之間可能已無固定的使用先後順序。受訪者也認為，毒品使用並無特定先後關係，一切皆為自己所選擇。而使用哪種藥物的主要考量為二：現實問題，即金錢是否足夠，以及自身的嘗鮮心態。

「你越吸毒的人，他只要有什麼新的毒品，他就會想去試用看看。」（A240）

「這個就牽扯到現實問題，如果說今天口袋沒那麼方便的話，那可能三、四級這個是理想的毒品，至少他有你所需要的快感，感覺雖然不一樣，但至少還是毒品，當然價錢上會比較低微一點，因為你像這種海洛因、愷他命喔，一點點就是動輒幾千塊，貴則幾萬塊的東西，你不像這種咖啡包一包 7、800 塊。」（B116）

另外受訪者表示，現在的用藥者都有不同偏好的藥物種類，不一定是從軟性物質進階到硬性藥物，部分受訪者甚至有排斥一、二級毒品的心態，

認為一、二級毒品對於身心有嚴重的不良影響，因此某些族群可能僅以娛樂用藥的型態為主。通常使用者會特別偏好某一種藥物，不會輕易改變使用習慣，當然，也有愛好新鮮的族群，偏好嘗試各種新的藥物。

「我沒有吃一級毒品是因為我知道他的成癮性，我知道自己意志力一定不夠堅強所以我沒有去接觸，如果要接觸也是接觸的到，但為什麼沒有去接觸，我就覺得我可能接觸到了這輩子就毀了，安非他命跟咖啡包還有愷他命沒有所謂的成癮性。」(D67)

(二) 藥物危害性

用藥次文化中有追求高層級藥物的迷思，藥物的層級越高，帶給人的優越感越強，如使用海洛因之個案不會再使用其他藥物。而在新興毒品的用藥文化中，追求自我認同似乎比藥物本身帶來的感受還重要，與他人同樂的從眾特性更加突顯集體用藥的背後意義。從本研究來看，受訪者皆認為傳統毒品對身心的危害遠大於新興毒品，且新興毒品販賣者會調整配方降低戒斷症狀，部分受訪者甚至認為新興毒品並無成癮問題。

「其實你吃了你不會上癮，上癮那都是騙人的，是因為你喜歡上這個感覺了，可是你過幾天沒吃你會想到那個感覺所以才去吃。上癮是讓你全身很不舒服那才叫上癮，像打四號這種才叫上癮。」(C155)

總言之，受訪者認為傳統、新興毒品之間應無特定的使用先後順序，其應視個人的用藥習慣與偏好而定。而就成癮、危害性來說，受訪者一致認為傳統毒品要比新興毒品要來的嚴重，並指出政府毒品除罪化的可能性低。

「可能喝紅酒對身體…小酌可能對身體是好的，那長期喝下來對肝不好，他也會對你身體造成傷害，但酒是被允許販賣的，它是合法的東西。所以我覺得，相對來說他(新興毒品)也是一樣的東西，只是在大家的既定印象裡面把它列為毒品，那跟毒有關的大家普遍認為就不是好東西，但其實酒跟毒這個東西是一樣的…那該怎麼開放…我覺得在台灣這個保守的社會上也很難啦。」(E146)

伍、研究結論

一、國內中、小盤販售者，仍以傳統方式交易為主

從本文文獻回顧可知，除了行之有年的街頭銷售（street level drug dealers）方式之外，近幾年來國外毒品販賣者已大量使用網路，甚至暗網、虛擬貨幣等進行新興毒品的行銷與交易，大舉增加查緝困難度（EMCDDA, 2016；Wadsworth et al., 2017）。然而，在本研究中，研究參與者皆無使用網路（如網路商店、購物商城等）或是暗網進行新興毒品交易之經驗，其大多仍是以電話、手機 APP 進行聯繫，並透過面對面、快遞等手段交易為多。

究其原因，可能為本研究之受訪者皆為中、小盤毒販，其販售對象大多為熟識者及同儕友伴為主，在無大量販售且未有急迫財務需求的情形下，便無使用網路販售之必要。另外，也可能因我國地狹人稠且見警率相對高，使用網路交易可能會比面對面買賣遭遇更高的風險。儘管如此，根據新聞報導指出，我國毒販透過網路商城販售新興毒品之情事確實存在（盧太城，2020）。因此，除了常見的交易模式之外，仍不可否定上游的新興毒品販售者利用網路進行毒品交易之情事，相關單位應審慎看待各種網路管道上非法藥物流通的可能性。

二、注重個人名聲與利益的市場文化

新興毒品與俱樂部（群聚）用藥之型態已有密不可分的關係。本研究發現，在友伴、音樂與藥物三者相輔相成之下，新興毒品已成為非法藥物市場中，追求新鮮、刺激與認同感的年輕族群之濫用主流。而從本研究可看出，販賣者為了提升「自身」在人際網絡中的身分地位，與以個人誠信為原則之下所運用的「改變包裝型態」、「調整內容物」、「給予優惠」等種種銷售策略來看，都是為了在龐大的非法藥物市場中，建立起具個人口碑的品牌，而在這樣的交易過程中，買賣雙方便形成互利共生的依附關係。也就是說，當今非法藥物的次文化圈就如同資本市場，販售者也有穩定客源，建立客戶忠誠度的需求。Daveluy 等人（2009）便指出，商業價值的建立已是當今毒

品販賣者成功與否的重要因素之一，亦即，人脈、名聲與利益三者，或許已在新興毒品市場中舉足輕重的關鍵因素。而這樣的結果，無非反映出毒品市場的潛在發展性與龐大利益。

三、吸販新興毒品的族群年輕化

從本研究之五名受訪者來看，其年紀介於 22 至 31 歲之間，而初次販賣新興毒品之經驗大多發生在 14 至 17 歲間，再者，受訪者在販賣藥物之前，自身便已有用藥經驗，顯示出新興毒品在使用及販賣的行為態樣上，皆有年輕化之趨勢。根據法務部法醫研究所的統計指出，我國因新興毒品濫用致死的平均年齡為 27.7 歲（蕭開平，2017），然本研究發現，新興毒品使用者初次吸食藥物的時間可能在其成年之前，也就是說，受訪者極可能在國、高中階段便開始接觸非法藥物。同樣的，受訪者販售的對象年齡層亦以青、壯年族群為主。學者楊士隆等人（2017）針對國、高中職學生進行自陳調查後發現，在曾使用的毒品種類中，愷他命以 41.46% 佔據第一，咖啡奶茶混合包則以 21.95% 次之。因此，吾人並不難想像新興毒品在年輕族群，甚至校園間所造成的危害。

四、藥物濫用歷程的縮短與混亂

在偽裝成咖啡奶茶包的混合毒品蔚為流行後，混摻使用的趨勢已是新興毒品的使用常態。再者，許多中、下游之混合毒品製造者亦不瞭解自製及販售產品的確切內容物為何。本研究在彙整文獻與訪談後發現，其可能包含食品、傳統毒品、新興毒品甚至其他非食用性物質，如此一來，除了將增加藥物濫用者跳脫從軟性藥物進而接觸硬性藥物的歷程之外，混摻毒品與非食用物質的結合更可能造成藥物濫用者更大的生理危害。

Kandel（1975）的藥物濫用階段論認為，大部分的物質濫用係為階段性的發展，個人是從合法物質跨入軟性非法藥物，再進入硬性藥物的成癮歷程。然而，這樣的用藥進程或可解釋於傳統毒品（如海洛因、安非他命）之濫用者（Torabi, Bailey, & Majd-Jabbari, 1993），但當毒品混合包將多種藥物混摻時，新興毒品使用者便是多重混用的用藥型態，其用藥軌跡可能已不再遵循藥物濫

用階段論的「從軟性藥物進階至硬性藥物的單一歷程」，亦或是新興毒品在物質的進階歷程（gateway process）中，可能扮演其中一個階段的角色。如楊士隆等人（2016）的研究便指出，收容少年的成癮物質歷程為菸、酒、檳榔、愷他命及其他毒品，至於不同種類的新興毒品在藥物濫用階段的型態為何，更待進一步之探討。除此之外，從衛生福利部（2019）的多重濫用藥物尿液檢驗比較來看，我國每年已有數萬件的多重藥物濫用案件，顯示用藥族群的混用藥物情形已是常態。因此，比起傳統毒品，新興毒品的確對公共衛生、犯罪防治、刑事政策及醫療處遇等層面帶來更嚴峻的挑戰。

五、對新興毒品的中立化技巧

從訪談中發現，受訪者認為自己擁有掌控新興毒品的主導權，而非遭其箝制。如受訪者認為新興毒品並無類似傳統毒品的成癮問題，且可以隨時停藥，對身心之危害也甚低，不足以影響日常生活，甚至有論者認為，應將新興毒品予以除罪化。從中立化技術（techniques of neutralization）的觀點來看，受訪者有損害的否認（the denial of Injury）之中立化技巧。亦即，即使新興毒品可能不如傳統毒品具強烈的成癮性或戒斷症狀，然而，受訪者卻忽略其複雜的種類與成分，以及對社會（尤其青、壯年族群）帶來的負面影響。因此，針對新興毒品使用者實施必要之處遇或輔導策略，改善其錯誤認知，仍有其必要性。

陸、限制與建議

本研究為一個探索性質的研究，有助於後續研究者思考並再做更深入的探討，或是從不同角度著手研究，同時也供相關單位擬定防制對策之參考。需要注意的是，本研究之研究參與者皆來自同一監獄，在研究發現上可能有地域的侷限性。本研究雖僅訪談五位販賣新興毒品之收容人，對於整個新興毒品市場的交易面向未能完全涵蓋，尚不足以描繪新興毒品市場的全貌，但從販賣者的角度切入進行研究，仍可窺探其部分樣態，對毒品防制相關研究亦有部分貢獻。建議後續研究除納入大型樣本調查研究，可針對新興毒品與

傳統毒品使用特性之差異、新興毒品製造商、大盤商之個案訪談、網路販賣經驗等議題著手研究，以利未來研擬更為周全之對策與預防策略。

參考資料

- 內政部 (2017)。全面掃蕩、根絕供應 警方加強查緝新型態毒品。最新消息。取自：https://www.moi.gov.tw/chi/chi_news/news_detail.aspx?src=note&sn=1175&type_code=01。
- 內政部警政署 (2018)。常見毒品。取自：<https://www.cib.gov.tw/Drup>。包涵 (2015)。新精神活性物質的前世今生。中國禁毒報，94。
- 林林楨、楊士隆 (2010)。毒品犯犯罪模式之分析—以毒品市場為核心。犯罪學期刊，13 (2)，1-39。
- 林柏翔 (2012)。台灣市面上販售之 *Salvia divinorum* 及台灣原生種鼠尾草中迷幻成分 salvinorin A 之含量檢測及管理探討 (碩士論文)。高雄醫學大學：高雄市。
- 邱獻輝 (2017)。俱樂部藥物濫用者的生命敘說探究。藥物濫用防治，2 (2)，75-100。
- 苗翠英、楊麗萍 (2005)。談互聯網上毒品犯罪及對策。政法學刊，22 (1)，53-56。
- 馬財專 (2010)。台灣組織及個體販毒網絡之質化考察。人文及社會科學集刊，22 (3)，353-392。
- 馬衛南 (2014)。與時俱進根除毒品消費終端市場涉毒問題—以娛樂場所涉毒新特點為切入點。法制與社會，15，183-184。
- 秦總根、祝衛莉 (2005)。試論販製新型毒品犯罪的特點、原因及對策。政法學刊，22 (6)，55-58。
- 高潔峰 (2011)。新型毒品的犯罪模式。犯罪研究，3，48-53。
- 陳向明 (2009)。社會科學質的 究。台北市：五南圖書。
- 梁春華 (2013)。毒品犯罪的市場化研究。法制與社會，25，275-276。
- 鈕文英 (2017)。質性研究方法與論文寫作。台北市：雙葉。
- 溫俊明 (2015)。校園新興毒品防制策略之研究—以花蓮縣為例 (碩士論文)。國立東華大學：花蓮縣。
- 楊士隆、張梵孟、曾淑萍 (2016)。青少年非法藥物使用進階之實證調查：以收容少年為例。藥物濫用防治，1(2)，1-25。
- 楊士隆、許華孚、戴伸峰、程中玉、鄭元皓、林世智 (2018)。新興毒品混合包之 GIS 區域圖像、市場交易與檢驗問題之研究。科技部人文社會科學研究中心補助科技部跨領域研究計畫之前置規劃案 (編號：MOST 107-2420-H-002-007-MY3-PA10704)。

- 楊士隆、曾淑萍、戴仲峰、顧以謙、陳瑞旻（2017）。2016 臺灣校園學生非法藥物使用之盛行率調查研究－以新北市、台中市、高雄市為例。藥物濫用防治，2（3），1-12。
- 楊士隆、鄭元皓、林世智（2019）。新興毒品混合包之發展動向與市場交易模式。藥物濫用防治，4（3），59-80。
- 楊政郡（2013）。首見毒郵票，一含就 High。自由時報。取自 <http://news.ltn.com.tw/news/society/paper/731854>。
- 黃徵男（2002）。新興毒品與青少年藥物濫用。新興犯罪議題與對策研討會，嘉義縣國立中正大學。
- 衛生福利部食品藥物管理署、國立臺灣大學公共衛生學院（2014）。103 年全國物質使用調查。衛生福利部食品藥物管理署。
- 衛生福利部食品藥物管理署（2018）。107 年度藥物濫用防制指引。台北市：衛生福利部食品藥物管理署。
- 衛生福利部（2019）。108 年度藥物濫用案件暨檢驗統計資料年報。取自：<https://www.fda.gov.tw/tc/site.aspx?sid=10776>
- 衛生福利部食品藥物管理署（2021）。我國檢出新興影響精神物質品項表。取自：<https://www.fda.gov.tw/TC/site.aspx?sid=9958&r=668459182>
- 盧太城（2020）。台東檢警偵破網路販毒。近 3 個月 42 人死於新興毒品。取自：<https://www.cna.com.tw/news/asoc/202007020228.aspx>
- 蕭開平（2017）。新興濫用物質致死案例。新興影響精神物質因應策略研討會。國立臺灣大學梁國樹國際會議廳。
- Addison, M., Stockdale, K., MCGovern, R., MCGovern, W., Mckinnon, I., Crowe, L., Kaner, E. (2017). Exploring the intersections between novel psychoactive substances (NPS) and other substance use in a police custody suite setting in the north east of England. *Drugs: Education, Prevention and Policy*, 25(4), 313-319. doi:10.1080/09687637.2017.1378620
- Alcohol and Drug Foundation (2018). What are new psychoactive substances. Retrieved October 14, 2018, from <https://adf.org.au/drug-facts/new-psychoactive-substances>。
- Ayres, T. C., & Bond, J. W. (2012). A chemical analysis examining the pharmacology of novel psychoactive substances freely available over the internet and their impact on public (ill) health. *Legal highs or illegal highs? BMJ Open*, 2(4).doi:10.1136/bmjopen-2012-000977
- Baker, R. A. (2011). 22 indicted by Feds in Syracuse-based conspiracy to traffic drug "Molly". Retrieved November 24, 2018, from https://www.syracuse.com/news/index.ssf/2011/08/post_466.html
- Bogusz, M. J. (2017). Challenges Posed by Novel Psychoactive Substances – Middle East Perspective. *Arab Journal of Forensic Sciences and Forensic Medicine*, 1(5). doi:10.26735/16586794.2017.026

- Calafat, A., García, F., Juan, M., Becoña, E., & Fernández-Hermida, J. R. (2014). Which parenting style is more protective against adolescent substance use? Evidence within the European context. *Drug and Alcohol Dependence*, 138, 185–192. doi: 10.1016/j.drugalcdep.2014.02.705
- Chen, W. J., Wu, S., Tsay, W., Chen, Y., Hsiao, P., Yu, Y., . . . Hsu, J. (2017). Differences in prevalence, socio-behavioral correlates, and psychosocial distress between club drug and hard drug use in Taiwan: Results from the 2014 National Survey of Substance Use. *International Journal of Drug Policy*, 48, 99-107. doi:10.1016/j.drugpo.2017.07.003
- Corazza, O., Simonato, P., Corkery, J. M., Trincas, G., & Schifano, F. (2014a). "Legal highs": Safe and legal "heavens"? A study on the diffusion, knowledge and risk awareness of novel psychoactive drugs among students in the UK. *Riv Psichiatri*, 49(2), 89-94. doi:10.1708/1461.16147
- Corazza, O., Valeriani, G., Bersani, F. S., Corkery, J., Martinotti, G., Bersani, G., & Schifano, F. (2014b). "Spice," "Kryptonite," "Black Mamba" : An Overview of Brand Names and Marketing Strategies of Novel Psychoactive Substances on the Web. *Journal of Psychoactive Drugs*, 46(4), 287-294. doi:10.1080/02791072.2014.944291
- Daveluy, A., Miremont-Salamé, G., Rahis, A., Delile, J., Bégaud, B., Gachie, J., & Haramburu, F. (2009). Medicine or ecstasy? The importance of the logo. *Fundamental & Clinical Pharmacology*. doi:10.1111/j.1472-8206.2009.00740.x
- Davies, S., Wood, D. M., Smith, G., Button, J., Ramsey, J., Archer, R., ... & Dargan, P. I. (2010). Purchasing "legal highs" on the Internet: Is there consistency in what you get? *QJM: Monthly Journal of the Association of Physicians*, 103(7), 489-493. doi:10.1093/qjmed/hcq056
- Dignam, G., & Bigham, C. (2017). Novel psychoactive substances: A practical approach to dealing with toxicity from legal highs. *BJA Education*, 17(5), 172-177. doi:10.1093/bjaed/mkw068
- Drug Enforcement Administration. (2017). 2017 National Drug Threat Assessment, Retrieved November 24, 2018, from <https://www.dea.gov/documents/2017/10/01/2017-national-drug-threat-assessment>。
- Dube, S. R., Felitti, V. J., Dong, M., Chapman, D. P., Giles, W. H., & Anda, R. F. (2003). Childhood Abuse, Neglect, and Household Dysfunction and the Risk of Illicit Drug Use: The Adverse Childhood Experiences Study. *Pediatrics*, 111(3), 564-572. doi:10.1542/peds.111.3.564
- EMCDDA. (2015). New psychoactive substances in Europe - an update from the EU Early Warning System (March 2015). Retrieved November 24, 2018, from <https://www.eubusiness.com/topics/pharma/psychoactive-emcdda>。
- EMCDDA (2016). EU Drug Markets Report - Retrieved November 17, 2018, from <http://www.emcdda.europa.eu/system/files/publications/2373/TD0216072ENN.PDF>。

- Feng, L., Yu, W., Chang, W., Han, E., Chung, H., & Li, J. (2016). Comparison of illegal drug use pattern in Taiwan and Korea from 2006 to 2014. *Substance Abuse Treatment, Prevention, and Policy*, 11(1). doi:10.1186/s13011-016-0078-x
- Hagan, A. O. (2017). A New Beginning: An Overview of New Psychoactive Substances. *Foresic Research & Criminology International Journal*, 5(3). doi:10.15406/frcij.2017.05.00159
- Hillebrand, J., Olszewski, D., & Sedefov, R. (2010). Legal Highs on the Internet. *Substance Use & Misuse*, 45(3), 330-340. doi:10.3109/10826080903443628
- Kandel, D. (1975). Stages in adolescent involvement in drug use. *Science*, 190(4217), 912-914. doi:10.1126/science.1188374
- Kraner, J. C., McCoy, D. J., Evans, M. A., Evans, L. E., & Sweeney, B. J. (2001). Fatalities Caused by the MDMA-Related Drug Paramethoxyamphetamine (PMA). *Journal of Analytical Toxicology*, 25(7), 645-648. doi:10.1093/jat/25.7.645
- Lee, S., Hsu, J., & Tsay, W. (2013). The trend of drug abuse in Taiwan during the years 1999 to 2011. *Journal of Food and Drug Analysis*, 21(4), 390-396. doi:10.1016/j.jfda.2013.09.003
- Miliano, C., Margiani, G., Fattore, L., & Luca, M. D. (2018). Sales and Advertising Channels of New Psychoactive Substances (NPS): Internet, Social Networks, and Smartphone Apps. *Brain Sciences*, 8(7), 123. doi:10.3390/brainsci8070123
- Moustakas, C. E. (1990). *Heuristic Research: Design, Methodology, and Applications*. Newbury Park: Sage Publications.
- Robinson, J. (2016). Novel psychoactive substances: What are they and what implications can they have for pharmacists? *The Pharmaceutical Journal*. doi:10.1211/pj.2016.20201674
- Smith, S. W., & Garlich, F. M. (2013). Availability and Supply of Novel Psychoactive Substances. *Novel Psychoactive Substances*, 55-77. doi:10.1016/b978-0-12-415816-0.00003-1
- Soussan, C., & Kjellgren, A. (2016). The users of Novel Psychoactive Substances: Online survey about their characteristics, attitudes and motivations. *International Journal of Drug Policy*, 32, 77-84. doi: 10.1016/j.drugpo.2016.03.007
- Soussan, C., Andersson, M., & Kjellgren, A. (2018). The diverse reasons for using Novel Psychoactive Substances - A qualitative study of the users own perspectives. *International Journal of Drug Policy*, 52, 71-78. doi: 10.1016/j.drugpo.2017.11.003
- Torabi, M. R., Bailey, W. J., & Majd-Jabbari, M. (1993). Cigarette Smoking as a Predictor of Alcohol and Other Drug Use by Children and Adolescents: Evidence of the "Gateway Drug Effect" . *Journal of School Health*, 63(7), 302-306. doi:10.1111/j.1746-1561.1993.tb06150.x

- UNODC (2013). The challenge of new psychoactive substances. Retrieved September 29, 2018, from https://www.unodc.org/documents/scientific/NPS_Report.pdf。
- UNODC (2016). World Drug Report. Retrieved July 05, 2018, from <https://www.unodc.org/wdr2016/>
- UNODC (2017). World Drug Report. Retrieved September 10, 2018, from <https://www.unodc.org/wdr2017/index.html>
- Vardakou, I., Pistos, C., & Spiliopoulou, C. (2011). Drugs for youth via Internet and the example of mephedrone. *Toxicology Letters*, 201(3), 191-195. doi:10.1016/j.toxlet.2010.12.014
- Wadsworth, E., Drummond, C., Kimergård, A., & Deluca, P. (2017). A market on both “sides” of the law: The use of the hidden web for the sale of new psychoactive substances. *Human Psychopharmacology: Clinical and Experimental*, 32(3). doi:10.1002/hup.2596