

第四章 漲海聲中萬國商：群聚長江三角洲下生產網絡之運作

「你在江蘇太倉走一回，一條街走下來就可以組一輛腳踏車，很嚇人哪！」

— 《Bicycle Today》主編蒲婉華¹

「為什麼是紹興師爺，而不是蘇州的師爺呢？我猜想一開始一定不只紹興有師爺，只是慢慢的紹興師爺脫穎而出自成一個圈，而且代代相傳、互為支援，分居全國，維持有效率的弱連結，成為官僚體系的主要運作者。」

— 蘇元良(2005)

在經濟全球化的背景下，在地條件成為研究熱點之一，近來開始引入以社會經濟網絡來分析群聚內部的發展與肌理。藉由肯定網絡的效率，與認為經濟行為是鑲嵌於社會關係的條件下，去分析群聚下企業間的關係，探討除了相互的權力控制與市場交易外，還是沒有辦法替代信任結構的存在。這些其實與社會制度環境和企業間交往的歷史有密切關係，換句話說，群聚內的行為者，不僅考慮經濟效應與利益，還會受到社會整合力的約束（王緝慈 2001：82）。

而經過上章說明台商移植協力網絡與信任結構，本章命題為：產業群聚程度高會產生當地化延滯。本章將首先以長江三角洲，也就是本研究之研究地點，說明台商產業群聚的現象。上章提到台商經濟社會網絡遇到產業群聚後會出現怎樣的情況？便是本章的重點。因此產業群聚對台商的意義為何？有何利益？台商是否在群聚內產生自我社群？社群是否屬於制度性或非制度性？群聚內的協力網絡運作情況如何？與當地廠商的互動為何？這一連串的疑問，將於本章中一一尋求答案。

¹ 轉引自李明軒(2001)。

第一節 台商群聚現象

一、長江三角洲：台商產業群聚的新天地

隨著中國大陸經濟發展區域的先後順序，台商分佈的地區亦跟著有所轉移，但是不變的是台商仍偏重在某些區域，集中在特定都市周圍，作為發展的腹地。從九十年代初期的福建與珠江三角洲地區，轉移到至今以上海、蘇州為中心的長江三角洲。地點雖有改變，但是台商仍存有群聚的現象。

台商選定特定的地區其原因各異，各有公、私不同的因素。起先台商對外投資傾向重視政治與法律環境、涉外經濟環境與基本建設等，從重視低廉的生產要素，到強調當地的市場潛力，近來也轉為生活環境、品質等考量。有了這層面的考量，大多數的台商前往中國大陸，並不是如同灑豆般分散在中國大陸各地，而是有特定脈絡集中在特定地方。

依照頗具參考價值的台灣區電機電子工業同業公會歷年報告報告顯示，² 發現適合台商投資、生活，並且鼓勵前往的推薦地區，近年以長江三角洲內的城市居多(參閱 表 4-1)。其中上海就是最具代表性的城市，³ 依據上海市台辦新聞處資料，常住上海的台灣人已經達到一萬五千人，就整個大上海地區預估有三十萬台灣人(陸緋雲 2003：169)。

² 台灣區電機電子工業同業公會自 2000 年起，每年都會針對中國大陸投資環境與投資風險，輔以問卷調查方式，針對競爭力、投資環境、投資風險和台商整體推薦，進行有系統的專案調查，而調查結果亦受中國大陸地方政府重視。《中國時報》，中華民國九十四年八月二十六日，第 B2 版。

³ 「上海熱」一直是近年來熱門的流行語，《商業周刊》曾在 2001 年做過一份問卷調查，其受訪對象為目前在大上海工作的台籍人士。其中問到移居大上海的原因(複選)，「想自行創業」(35.5%)和「自願向公司申請」(13.5%)均為主要因素，代表自願到上海就業及生活的比例不低，台灣人對上海的環境或市場潛力有一定程度的信心。《商業周刊》，第 723 期(2001 年 10 月)，頁 97。

表 4-1 近六年台灣區電機電子工業同業公會極力推薦 A 級城市名單

年度	極力推薦 A 級城市
2005	長江三角洲：上海閔行、杭州蕭山、蘇州昆山、無錫江陰、上海浦東、揚州、寧波市區、南京市區、蘇州市區 其他地區：成都、徐州、天津、南昌、濟南、青島、大連、廈門、汕頭
2004	長江三角洲：杭州蕭山、上海閔行、揚州、無錫江陰、蘇州昆山、嘉興 其他地區：成都、徐州、天津、大連、南昌、汕頭、濟南、青島
2003	長江三角洲：杭州蕭山、無錫、上海市區、寧波市區、蘇州市區、杭州市區、揚州 其他地區：青島、大連、成都
2002	長江三角洲：蘇州、無錫、寧波市區、蘇州昆山、杭州市區、揚州、杭州蕭山 其他地區：青島
2001	長江三角洲：蘇州、昆山、蘇州吳江、餘姚、寧波、無錫
2000	長江三角洲：蘇州、上海嘉定、寧波、餘姚、蘇州吳江、寧波奉化、杭州蕭山

資料來源：台灣區電機電子工業同業公會(2005)，作者製表。

所以以上海為核心的長江三角洲一直是很熱門的聚集點。台商在長江三角洲投資位置，目前主要聚集於上海市區、蘇南地區(集中於蘇州、南京、鎮江、無錫、常州等)、浙北地區(集中於環杭州灣的城市：嘉興、杭州、寧波等)等區域範圍內。以交通距離估算，尚在可接受的運輸成本內。⁴ 產業類別方面則往資本密集產業的方向發展，例如電子及電子產品製造業等。

透過上述分析，得以知曉長江三角洲擁有良好的投資環境。長江三角洲整體環境與資源對台商還是相當具有吸引力，加上低成本與內銷市場的驅動，吸引台

⁴ 以滬寧高速公路為例，上海到南京距離為 274 公里，上海到蘇州距離更只有 83 公里。而南面得滬杭甬高速公路，上海到杭州距離為 166 公里，上海到寧波距離為 311 公里。很多受訪台商均表示這樣的距離，就與台灣南北運輸車程相仿。

商持續前往投資，產業群聚現象日益深化。依照本研究受訪者多為自行車、筆記型電腦產業來說，台商生產網絡會移來長江三角洲的原因，除了整體環境的優勢外，最重要的還是台商間彼此相互仿效，前來已有台商投資的地點，形成「以台引台」，同業模仿的情況。

二、以台引台：台商生產網絡群聚化

台灣的組裝大廠將生產線轉移到中國大陸後，其中下游的中小生產公司便必須在自願或被迫的情況下，跟隨大廠投資中國大陸以維持營運績效。例如明碁電腦於投資蘇州時，便有十四家協力廠商跟著移植到當地生產，形成了所謂「母雞帶小雞」的情況(張家銘 2001：183-187)。台商早期在東莞投資也是這樣，有大型廠商「像拎一串粽子」，將協力廠帶到東莞(江逸之 2001)。除了核心廠的牽動外，中小型廠商共同前往中國大陸，在生產彈性和動力帶動下，亦會帶動中大型企業外移(王振寰 1997)。

不論形容的方式是「母雞帶小雞」，或是「粽子」，這樣的例子在其他產業亦屢見不鮮。在自行車產業中，組裝廠一向是後面大小配套廠的領導者，很容易就發生「母雞帶小雞」、「一提就是整捆肉粽」的情況。任職在台灣自行車界屬於領導型公司的 L 總，就娓娓道來十幾年前筭路藍縷、台商們一起打拼的經歷：

自行車有兩大龍頭，美利達跟捷安特，那我們就找我們旗下的協力廠商來，當然有很多協力廠商是共有的，也有很多協力廠商是專屬的，所以當時她們共推我們，要我們帶著他們，與其單打獨鬥可能沒有機會，而且當時剛開放，第二個，就是說當時天安門事件剛過，八九年後，大家會害怕，但是看到這個市場，而且後面(市場壓力)還是被逼著，所以當時推舉我們帶頭到大陸，所以我們九十年簽約，九二年完工，所以九二年九三年是最多零件廠進來的，當時深圳就有其他的零件廠，他們比我們還早，他們落戶在深圳的時候，但從九二年到九四年有多少一級的零件廠過來。

同時，中國大陸宏觀投資環境的轉變，亦會帶動台商於中國大陸境內移動的

情況。隨著公司逐漸發展，有很多台商會以擴大大陸內銷市場佔有率的目標，或是受中國大陸政府政策的鼓勵，而將原本位於珠江三角洲的生產線，轉往集中至交通、行銷通路較佳的長江三角洲。公司現位於蘇州太倉的 K 副總，就是屬於中國大陸境內移動的例子：

我們過來的時候等於是組裝廠的龍頭嘛，我原先在深圳，所以他們看我們過來，有的原先在深圳，那邊是珠三角，後來中國的政策往北移嘛，那邊也發展了差不多了，爲了跟我們的關係，現在陸陸續續過來了。

所以，當同行業中先驅廠家前往中國大陸投資，或者是轉到其他都市投資時，其他原本觀望的廠家，在瞭解異地的情況與條件後，就會逐步前往該地區投資（王信賢 2004）。印刷電路板、主機板、筆記型電腦等產業都有同業模仿的案例。

而這樣的情況在早期最為明顯。受訪者 I 經理，任職於江蘇昆山的自行車廠，他就提到他公司的廠房會從深圳移到昆山，參考同業的佈局對他們是有相當程度的影響。

那到九二年九三年，有一批人，包括我們，在深圳做有了一點基礎，慢慢往上海移動，那腳踏車產業中，那有一個重要原因是跟著捷安特過來了，往華東地區移動，那華東地區主要有昆山、太倉爲主，上海，還有浙江，那來這的主要因素，零件廠當然是跟著捷安特過來。

總結來說，以宏觀角度觀之，台商基於台灣企業間的協力網絡，在投資大陸時，多會形成整網移植的型態，形成台商在中國大陸當地重建的協力網絡，集中出現產業群聚的現象（劉仁傑、封小雲 1996；高希均等 1995；王振寰 1997；徐偉傑 1999；張家銘、吳翰有 2001；羅家德 2003）。不論高科技業或是傳統產業亦都有這樣的現象，其中高科技業多傾向為垂直分工的協力網絡整網移植到大陸（張家銘 2001；張家銘、吳翰有 2001）。而產業群聚慢慢形成後，廠商間拉近地理空間，彼此相互支援，隨之協力廠商數量也日益增多，使產業群聚的效應漸漸

擴大。⁵

第二節 群聚經濟效應

早在 Adam Smith 時代，就已經開始提到分工與市場範圍的關係，且這些行業的發展與產業聚集的思想不無關係。到經濟學家 Alfred Marshall 正式描述產業集群理論，提出「外部經濟」、「規模經濟」的概念，透過專門人才、機器、原料提供、運輸便利與技術擴散等，可使「外部經濟」帶動企業的地理聚集與技術擴散。Krugman & Obstfeld(2002:137-140)闡述了 Marshall 對「外部經濟」的論點，得出相較單個孤立的廠家，廠商集中在一個地區，至少可以有三種好處：一、提供特定產業技能的勞動力市場；二、支持專業化產品生產；三、資訊的溢出。Gary Hamilton & Nicole W. Biggart(1988)則將這經濟觀點定為「市場」取向，其所強調的是成本、技術因素以及競爭行為的研究範疇。經濟觀點認為產業群聚本身可以帶來外部經濟，讓企業降低成本、提高效率、加強競爭優勢為企業發展關鍵。

運輸成本和外部性經濟，可以說是產業群聚中基本的利益。台商對交通距離相當重視(張家銘、吳翰有 2002)，因中國大陸交通運輸時間遠非台灣過去運輸模式所能想像，台商便為壓縮空間分佈而出現群聚現象。產業群聚對台商來說，目前最主要的功能，乃是藉由產品供應鏈距離上的縮短，降低運輸、協調和控制的成本，同時具有相互學習和仿效的作用。

C 副總以在台灣工作經驗來跟中國大陸對比，認為運輸成本對廠家而言是相當重要的：

[同業大部分都在長三角嗎?]大部分啦，來的話都會留在這邊，但是也不排除

⁵ 如明碁的協力廠商就由十四家進一步增加到十八家，參見劉雅靈(2003:104)

其他地方也有啦。因為這個行業的範圍，我們把他鋪正一下，兩百公里以內的最好，不然好啦，例如他跟你訂假設一千套，那你其中有兩套發生了什麼問題的話，你光送那兩套去的話就是折騰。

此外，群聚效應不單是解決產品瑕疵問題，交通成本、時間的控制，負責來料的配套廠，隨時可以上線將配件送上組裝線，對廠商來說可以說是基本的要求。來中國大陸任職三年的 B 顧問，也一樣注意到運輸成本在中國大陸的重要性：

所有上下游集中在一起，形成一個供應鍊，這樣來講對我們...可以節省成本，你想我在蘇州昆山這樣跑，一天跑很多客戶，那假如我到成都，一天只能跑一個，而且還要住，這樣很不划算。

同時 D 副理的說法可以作為對台商在群聚的經濟外部性下，所得到的想法：

以製造廠來講，我想面臨土地、勞工，我想還是昆山蘇州多。那如果只是單純的台商，可能像零件的代理商、通路商，那可能就會偏重於上海，當然他們可能會在蘇州。一般來講，總公司都會在上海，分公司會在蘇州。這樣比較方便，一些資訊的取得，對人員的生活比較方便，可是如果牽涉到工廠的話會偏向蘇州，就我們剛剛講的，他那邊有配套措施，比如說在昆山加工區，或在蘇州那兩個新區，因為他整個配套已經很完善了，所以你今天要去設工廠，他就會選擇在那邊，不會去選擇一個奇怪的地方，你附近沒有銀行，沒有餐廳，沒有供應商，出來也不好找，這樣就比較不方便了，所以台商來講，IT 產業來講，我想首選還是會在昆山跟蘇州，如果是以製造來說的話。

I 經理就提到隨著來中國大陸的台商漸多，也就方便於取得外部性經濟：

為什麼台灣每個產業都這麼發達，為什麼會科學園區，為什麼自行車彰化這麼發達，因為資訊啦，各種交流，交往啦，各方面都有關係，這是個很大的優點，這是台灣中小企業這麼發達的原因。[那這邊也有形成這樣嗎？]有啊，太倉、昆山啊。[那有像彰化一樣資訊流通這麼方便嗎？]大家都很熟啊，所以沒有問題，彰化那邊的自行車都過來了，有一半了。

產業群聚成形後，會自我強化群聚的效果與能力。台商在長江三角洲就是最好的例子，產業群聚內的配套程度高，使台商越來越趨於集中，而讓台商可以輕易的降低運輸成本，而外部性作用使群聚的環境更加優化，後勤單位更趨完整。

然而產業群聚對企業來說，不單單是追求外部性經濟，關鍵是人才、技術、

資金等動力能否持續的集中與增加，逐漸形成完整的生產體系。這點對高科技業而言更為重要。因此，我們開始越觀察台商產業群聚，越發現在當地投資雖有「登堂」情況，但卻出現「不入室」現象，也就是台商間重要的協力關係多以台商為主，及台商間的資訊獨享，使外部知識溢出 (external knowledge spillover)⁶ 具有侷限性。下段便是說明經濟社會網絡在產業群聚中的作用。

第三節 人不親土親：強關係深化結構

Granovetter(1973：1361)在研究關係時，將關係強度定義為「關係所特有的時間總量、情感強度、密切程度（相互信任）及互助互惠這些因素的混合體」。而華人的「關係」、「信任結構」的文化，向來是擁有「強關係」(strong ties)者才易擁有社會資本 (Bian 1997)。這樣的情況在中國大陸的台商身上亦是相當明顯，在「關係」與「信任結構」下，台商間的互動形成一個強關係的社會網絡(social networks)。如 A 副理所說的：

現在的話就是說，這些熟了之後，你沒有當面碰到人還是可以透過電話，透過 E-MAIL 還是可以溝通，台灣人就是惜那份情，不一定說你一定要親自登門拜訪才可以，……，但你說多溝通多接觸的好處一定會有的。

所以透過雙方擁有的信任與義務關係，讓共同在中國大陸投資的台商彼此具有一定程度的基礎。因而，我們可以清楚感受到台商與當地人所產生的無形隔閡，形成一個特有的「台商圈」；這樣的潛在強關係則是來自結構與文化的限制 (Bott 2001)。台灣人在中國大陸時，無論生活所需或是語言都是以台灣的習慣為主。談到與大陸人的相處時，多數受訪者多表示沒有多大的差別，「聊得來的，就是朋友嘛！」那當是否能轉強彼此關係，或是碰到有利益性的「資訊」時，會產生怎樣的情況呢？因此當深入比較台灣人與大陸人的互動時，可能就會產生如

⁶ 乃指產業群聚內不同公司間存在的知識流動。

K 副總所說的情況：

[資訊]應該還是在台資廠間流通，一般還是再怎樣，人不親土親，台灣人互相相互溝通，不會主動給他們，一般來說的話，問的時候會講，那你知道台灣人的個性比較好客，比較隨和，很自然就不會說惡意隱瞞這樣。

於是台商不易融入當地環境與人的關係中，便產生一種「接近的距離」之境(鄧建邦 2002)。「台商圈」的界線常會以語言作為主要的判斷，當台商討論關鍵性問題時，即便有當地幹部在場，也會使用閩南語交談，以達到隔離資訊外流的效果(Hsing 1997：104-107)。⁷

同時台商會從台灣人自我圈子開始往外擴，尋求形成組織、團體擁有對外施壓的能力。華人的經商文化中，認為對外關係一向相當重要，如政商關係。⁸ 在吳介民(1996)的經驗研究中，台商就是藉由合資的方式，利用當地公司幫忙處理對外關係，而隨著台商人數的增多，可以藉由組織，如台商協會，在當地已經可以具有份量、擁有發言權。曾擔任過地方組織幹部的 F 廠長就舉出他親身的例子：

[其他地方]沒有像我們這麼熱絡，像是[聚餐]一桌兩人一家廠，十五桌就幾乎全部人都到了，大家都可以來，那人家就會看到我們有這麼大的向心力。譬如我們也可以找誰來幫我們上個課，譬如邀請海關來上個課，以前在市政府的演講廳，用我們在台協中副會長的名義，那有「眾」的力量會比較好，個人就愛理不理的。

所以台商在當地因地緣之便，彼此間形成資訊流通的網絡。舉家移居中國大陸的 F 廠長，就提出地緣的重要性，台商們在「串串門子、泡泡茶」中建立了情感：

[台商]通常在附近的話會比較多[聯絡]，那你到無錫一定會去跟那邊的人聯絡，那與其說業務上關係的話，同鎮上的台商關係還比較常聯絡，這邊有七八十家的台商在這邊，那遠水就不了近火，你這方面的情況，會比較熱絡點。

因此在同地區的台商，擁有生活互動上的便利性。在田野過程中，經常可以

⁷ 如筆者在田野過程中，亦聽過當兩台商在公司用車上談論到工廠決策或生活隱私問題時，為了防止開車的中國大陸籍司機聽見，明白提醒要以閩南語對談。

⁸ 擁有好的政商關係，一向被華商視為商場上應具備的「潤滑劑」，然隨著 1997 年的亞洲金融危機，政商關係的缺點讓人必須加以正視(World Bank 1998)。

看到不少的例子，例如鄰近的三五台商好友彼此在生活上相互支持，或一同從事休閒娛樂活動的情況。⁹ 而更有心者會進而組織起來，形成一套聯誼制度。工廠在昆山的I經理，本身對台商之間會去組織團體有他自己的看法：

其實台灣人很厲害的一點，到哪裡都會有一個團體，像昆山台商協會，全中國台商協會有六十幾個，那昆山台商協會還有十多個支會，像蓬朗，玉山鎮，玉山鎮比較大有三個，那像正新在陸家啦，還有花橋啦，這大概有十多個，那我們昆山也有，我們是常務董事啦，那像腳踏車產業也有，也是有個聚會，我們有組成華東高爾夫球協會，我們屬於華東...真正名字我忘了，但是大概就是華東輪業高爾夫球協會，這是以自行車為主。[這是在台協下面嗎?]沒有沒有。一點關係都沒有。這是我們自己組成的，志同道合組成的啦，這只有台灣人才會這樣，這大陸人不會，這過去共產黨不能集會啊，所以他們沒有這種觀念。這在台灣就有啦，四大會嘛，什麼扶輪社，青商會，獅子會，同濟會嘛，那這個台灣人很厲害，台灣政府算無能，但是台灣人民很厲害的，[那平常參加台協活動嗎?]算吧，但是我自己不常參加，因為昆山台協算是第三大第二大的，深圳最大，再來就是昆山，有一千多個會員，是很大的一個會，以前昆山台協還不能成立，因為是蘇州管的，後來昆山台商實在太多人了，所以成立，政府機關啦，顧問啦。因為昆山屬於地級市，他以前是縣而已，現在一直要脫離，但是蘇州不給他脫離。

台商協會的功能在於促進台商在中國大陸的發展，並維護當地台商合法之權益，更重要的是還扮演著台商與中國大陸政府之間的溝通橋樑。A 副理認為屬於正式、固定組織的台商協會，在事情處理上有其功效：

[處理時]會透過比較正式的，像是台協會，或者會去跟地方領導反應，你這個執法能不能慢一點，舉個例，國家說三月一日執行，那我們這邊可不可以慢一點。他不會說一個明確的時間，就看各地的差異。

然而，台商協會人治色彩過重，組織活躍與否全繫於一人。如遇能人，¹⁰ 固然可以為協會帶來更多資源，反之，就沒有辦法有好的表現。K 副總就觀察過台商協會，認為領導人相當重要：「其實這也要看那一任的會長，要看他聯繫的情況，如果比較忙的話，那可能會做一個形式」。

因此，除了台商協會外，台商其他相關的聯誼性、功能性組織亦具有培養社

⁹ 以上海地區為例，亦有以台灣女性專屬的團體，如「台灣職業婦女聯誼會」或「移居上海」月刊的「太太俱樂部」，都是相當知名與活躍的聯誼團體。《經濟日報》，2005年3月5日，第C2版。

¹⁰ 如東莞台商協會的歷任會長都相當負責任，對協會發展功不可沒（陳文鴻、朱文暉，2002）。

會資本的環境。例如，除了各主要都市所成立的台商協會外，在台商協會組織下，各次級地區亦可以組成支會。這些人數相對較少，較易溝通、辦事的地區支會，其實活躍程度不輸給台商協會。在昆山 A 鎮的 F 廠長，就以他們鎮上的情況為例，對支會的運作情況做了相當仔細的說明：

以我們 A 鎮來說每個月有一次的爐邊會，那不能叫台協會，這昆山有台協會了。這其他鎮沒有，有也沒有這麼熱絡，每個月聚餐一次，這個鎮基本上大家都認識，走到哪都認識。這最早不知道是哪一家，有一桌的客人，大概是九五年九六年的時候開始，那時候人還很少，慢慢兩桌人、三桌人、四桌人，到現在最多到十五桌人，大家感情都很好，如果今天有什麼問題的話，我直接打個電話問一下就好了，那今天要繳個不合理的費用，那大家都沒有繳，只有我們要繳，那派出幾個人過去政府哪些人交涉。這是那時候傳承下來，一直到現在沒有停頓，而且越辦越好，有人願意，也有人不願意參加，那我們總幹事就會去拉人，說過來參加啦，有事大家可以幫忙，那一年才繳兩千不到，可以吃十二次。[所有有組織運作？]我們有選總幹事，由這個人來做個組織事情，重點是總幹事要熱絡，每個月時間一到，他說過來吃飯啦！有時候有事我們會找勞工局、工商局過來講解，台商力量凝聚在一起是很嚇人的，一個兩個去講就沒有力量。昆山有一些鎮想要學我們，但是沒有辦法。

於是 A 鎮起先源於人際間的聯誼互動，後形成制度變成一種固定模式。F 廠長認為當「爐邊會」這類次級團體規模起來後，團結起來的力量不可忽視，甚至可以擁有與台商協會互補的能力：

每次[台商協會]辦活動時他們就先找我們 A 鎮，我們動員很快，譬如有時外商投資說明會，都會先找蓬朗，就說你們蓬朗找二十個人來好不好，我們就說好啊，然後回來跟大家說，緊啦！緊啦！（台語），吃飯不用錢啦！弄弄弄就超過二十個人了，那可能一排都是蓬朗的，其他鎮只來一兩個，我們一 call 就來了，那我們平常就有在互動了，有時候跟年紀比較大的，跟長輩長官平常就有聯絡，一通電話馬上到，所以大家看 A 鎮是一個蠻團結的鎮。大家想要學，但是很難啦。

台協沒有用啦，一年才吃一次飯，你會認識誰？去年是他，今年是他，能認識誰？大家都喜歡來我們鎮上，一般來講 A 鎮爐邊會大家都會知道，其實辦這個很簡單，只是大家有沒有去召集，吃飯每天都在吃啊，有時候台協還來我們這邊吃。以前這邊旁邊都是稻田啊，很無聊，那每個月聚會一次，好啊，過來聊聊嘛。一桌人吃飯聊天，聊到一個氣候啦，沒有斷斷續續，越做越大。[有沒有其他地方也有？]其他地方應該也有，但是沒有像我們這麼熱絡，像是一桌兩人一家廠，十五桌就幾乎全部人都到了，大家都可以來，那人家就會看到 A

鎮有這麼大的向心力，那我們也可以找誰來幫我們上個課，譬如邀請海關來上個課，以前在市政府的演講廳，用我們在台協中副會長的名義，那有眾的力量會比較好，個人就愛理不理的。那我也幹過爐邊會的總幹事，我那時候五桌左右，現在到十五桌了，未來也會越來越多。

有形的組織可以更明顯標示著台商圈的界線。¹¹ 台商在當地通常會組類聯誼性的團體，從以地區為主的團體，如：台商協會、台商協會下的地方分會，到以同業為主的聯誼團體。總結來說，台灣產業內外的關係，發展出同事聯誼會之類的正式社團，補足正式契約關係所不能做到的人際網絡延伸和深化，提供協力廠可以合作的對象，形成人際間彼此緊密且信任的關係，進而培養出社會資本的場域。在生產網絡運作中，除了「產業經濟利益關係」之外，「社會人際關係」也是不可或缺的基礎(賀力行、李陳國 2000)，這對於台商講求效率與速度的生產模式相當重要。同時，對台商而言，其交易與社會網絡也會嵌入正式或非正式的各種台商組織，這對協力網絡來說是一種社會性的建構，並且也會不斷的鑲嵌在不斷改變的人際關係網絡當中(潘美玲 2001)。

總結來說，不論是大如台商協會，小到聯誼社團、同業組織，所代表的是在群聚下，不可忽視的「文化共構面」，是「象徵行動層面上的聚合現象(symbolic clustering)」(吳介民 2004)。不過，對於台商商業活動來說，上述只是個人的層面，只能代表台商產業群聚面向的一部份。本研究認為要將觀察範圍拉到產業網絡間的互動，才能全貌觀察台商產業群聚下的互動。而產業群聚下台商怎麼建構及取得有利的資源？在中國大陸台商群聚影響下，台商間的產業網絡如何運作？是下節要處理的問題。

¹¹ 筆者曾過詢問 F 廠長，當地人能否加入「爐邊會」？F 廠長表示，很少有當地人能加入該會，目前也只有一個當地廠商的業務人員加入，且這是他自己表示希望能夠參與。再者，來自福建省的他，亦能以閩南語與台灣廠商交談，於是經過其他台商會員同意，才得准許加入。

第四節 互惠互利的合作夥伴：台商群聚內的運作結構

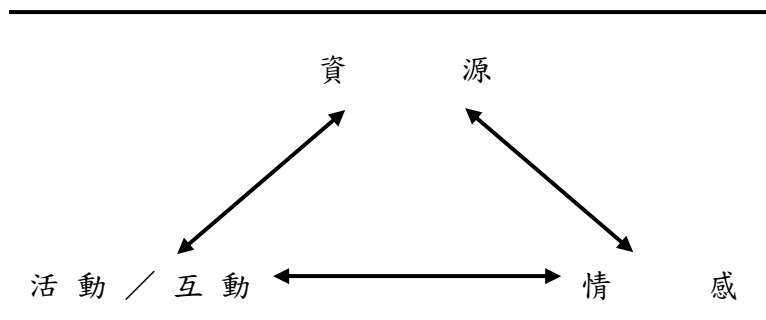
Luman(2000：23-29)一直強調信任本身就是一個多維的概念，因此在討論時必須要區分出來。故上節所討論的個人層面，指出人與人間的互動得到的是熟悉(familiarity)的狀態，是一種不可避免的生活事實，而信任卻是具有選擇性、為一種解決風險(risk)問題的方法。因此讓台商間的互動達到信任程度，需從個人層次提升到社會網絡結構，才能形成穩固的信任結構。我們將於下面繼續說明。

一、同質原則：積累於台商間的社會資本

以目前我們所用的零件來看，大部分台資都已經有到這裡生產，那跟陸資來講，當然大部分的陸資都有享受到優惠，可能包含一些關稅、土地等來的優惠，比台商還更優惠，可是台資強在他的經營模式，還有他製造的彈性，所以他製造比較符合我們 notebook，所以這是我們目前為什麼還沒有選擇陸資一個最大的原因。...我想台資強就強調他可以很靈活的運用，雖然某些部分他沒有辦法享受優惠，可是在生產製造，他有辦法降低他的成本，去生產競爭。

D 副理道出台商的優勢所在：台商協力網絡移植到中國大陸後，依舊保持專業分工、彈性生產的特性，其關鍵因素在於台商彼此保持著長久以來互動所形成的信任關係，彼此在群聚中台商，通過人際關係網絡，建構「台商圈」，以強化彼此的關係。而時間因素的影響是這關係的關鍵，因為雙方在交易時會是一方先提出勞務或貨品，而另外一方才會做出相對的反應，或是透過時間的等待，讓彼此行動有了結果，進而讓雙方滿足，經由這樣的長期交易關係，形塑出信任(Coleman 1990)。

整體而言，台商社會網絡間互動的情況，漸形成林南(Nan Lin)所說明的同質原則(homophily hypothesis)(林南 2005：38)(參閱 圖 4-1)。林南透過 Homans 的理論基礎加以補充，認為群體中越共享情感，越增加活動／互動的機會，也就是情感與活動／互動是成正比關係，而同時加入個體與所處地位的資源來分析後，



資料來源：林南(2005：38)。

圖 4-1 同質原則

便可得到情感，互動與資源三者間呈現互惠關係，也就是在彼此擁有相近特質的個體更可能會發揮互動，達到資源互動。台商在產業群聚中的現象就是這樣，台商間的資源不單單是全球商品鏈中的中介技術與地位，亦包含經營上所需要的資訊。於是，在信任、網絡的交互影響下，台商得以大量積累社會資本。接著，本研究則說明群聚下台商產業群聚中的情況。

二、隨行就市：台商圈內資訊交流的優勢

這裡的資訊並不單單是技術，亦包含經營上所需要的資訊。Saxenian(1999)在其大作中，就觀察到酒吧文化對矽谷人來說，在資訊交流與互通上，具有一定程度的重要性。即社會網絡對經濟活動來說極為重要，可以獲取不易取得的資源，如資訊與資金，亦可增加同網絡內個人的利益(Portes 1995)。

通常台商同業間，在特定的情況下，其溝通的內容便是傳遞許多資訊，如 D 副理就說他的親身經歷：

從最簡單的個人的食衣住行，到整個產品，比如說在這邊大家都會有一個彼此的拜訪，那除了公事上的討論外，然後有包含業界的情報交換，那情報交換也就有包含到同業間你的競爭對手，新產品的互相瞭解。...在負責的人的圈子內，可能他們會去談這樣的問題。譬如我們在面對海關，我們也會交換同樣的情況，譬如我今天在貨物進口上有問題時，我可能會去問廣達，會去問仁寶，會去問華碩，他們有沒有遇到這樣的問題，如果遇到的話，會怎樣解決。因為大家都是進口東西，你會遇到的問題，他們也會遇到，我覺得台商很好，大家

都是競爭的，事實上大家私底下還是會有情報交換。

因此台商經常透過這樣非正式的場合，達到資訊溝通的動作，往往「舊識同業」所形成的交流網絡，是相當重要的集體學習社區，有如在台灣的新竹科學園區(徐進鈺 1999)。

然而在田野觀察中，我們發現對於同文同種的中國大陸當地人，通常對於這樣資訊的獲取上，並沒有擁有語言、文化上的優勢，換言之，台商間形成一種排他性的「台商圈」。D 副理觀察到：

以我們這個圈子來講，現在接觸的都是台商，所以一些情報來講，台灣幹部比較會有 information，那這邊的人來講比較會有困難。他們可以打進，不過可能僅只某些部分，像這牽涉到人員的運用，我想人力資源方面還是台幹對台幹比較好溝通。

所以對台商而言，真正可以產生學習區域，瀰漫知識溢出效果的根本原因，是充滿濃厚人情關係的生產網絡(王振寰、高士欽 2000；潘美玲 2001)。況且資訊的交流是台商圈內的最終價值，而台商亦多有有意識地固守技術資訊，如 F 廠長認為，台商在技術上還是必須有所保留，以維持自身利基：

在這技術本位上，台灣的能力有限，那對大陸而人，這個員工來講，最好不要學太多，會怕學到太多，怕他們翅膀長硬，這不是留一手，現有的東西我們可以交給你，那新的東西我們會看一下，先在台灣成熟後再過來，或是毛配件過來，所以這個來講我們還會考量一些。

於是在台商社會經濟網絡互動下，當我們細問，台商生產網絡真正運作的條件以何為主？答案通常並不是價格為主，因為價格是「隨行就市」的情況。C 副理表示在市場運作下，價格有其道理：「外面整個市場，如果價格是在這裡，你如果秉持假設一樣的話，那他們沒有道理說要拿你的比較高，那你比較好的東西，整體來講，他們是不是用的了？」真正對台商來說，真正關鍵是在於協力廠的品質條件與經營狀況是否良好。H 總就認為協力廠應有的條件：

最主要是品質啦，這是最重要的，有沒有辦法符合我們的要求，另外一個是穩定度，不要說做來的樣品可以，實際上寄來的東西不行，那這樣會增加我們品管的成本，最終檢查的一個成本，所以我們也會要求品質的妥善率、穩定度要到多少，這樣子才可以。

台商在生產的過程中，對於產品瑕疵的處理方式，已有相當程度的合作經驗，以面對生產過程中所出現的成本負擔。所以 J 總直接舉一個例子，來說明品質對一個公司的重要性：

我追求的是穩定，如果你殺價殺的低的話，那可能他會看你是(大公司)就跟你做，但是當大家都交集在一起的時候，他可能就會給利潤較好的，他會給你拖，那這樣萬一有風險時，他賠的起嗎？所以要給他們較低風險的，不然在美國賠個一百萬兩百萬美金，死一個人，他賠的起嗎？他換個名字，那你跑得了嗎？你說我們可能換名字嗎？他們可以啊？那你說我們要負這個風險嗎？他願不願意負責任？這在採購上都要注意的，大家互利互惠共存共榮，不要最低，永遠不要追求最低價。所以基本上大陸廠跟台資廠同樣的條件，大陸廠十塊錢，台資廠十塊錢，那我可能不會買，那這個沒有功能性的問題，陸資廠降到八塊錢，那我就會考慮了，所以陸資廠要有更好的條件，要不我就不考慮了，我幹嘛要冒這個風險，第一個我的風險很低，第二個有利可圖，這樣我才會考慮啊。

同時 L 部長補充說道，協力廠商的公司財務狀況也是考量的關鍵，因為公司的財務不健全，相對的對品質也會有影響：「他這個財物成本結構有問題，那他的品質管制就會有問題，如果沒有很大的支柱的話，那他這麼越難彌補，那通常就這樣，你財務不行那成本就被拖垮了。」所以台商在協力網絡上，通常關鍵性、功能性的零組件，還是一樣由過去合作過的廠家負責，尤其多以台商為主。換言之，台商在生產過程中，除了理性的利益計算外，亦會加上彼此間信任關係，形成將兩者相互摻雜在一起計算的「情感與利益加權關係」(陳介玄 1994)，而這樣的關係往往讓產品的品管、創新等資訊流傳於台商內。

綜合上述，台商特有訂單變化大、彈性協作模式的生產歷程，當地廠商還沒有能力滿足台商的要求，故形成台商的採購多來自於台商的大陸廠。因此在產業群聚下的台商，主觀上、先天上，台商之間擁有自我的文化，與長期維持以中小企業為主的協力網絡，使得當地廠商不易進入；而在後天的表現與客觀的利益上，台商資訊圈的維持與產品品質的肯定，亦使加入當地廠商的成本提高。於是在雙方缺乏互動與瞭解的機會下，或者也可以說是沒有機會參與，使得台商依舊沒有辦法信任當地廠商的素質與能力，因此在彼此間沒有辦法建立綿密的網絡、

且持續進行交易，以致台商間仍選擇過去合作的夥伴與模式，以尋求最小交易成本，故台商僅能有限度的將當地廠商納入採購對象中，而無能形成易於溝通討論、充滿彈性的協力網絡程度。於是當地廠商在台商採購的比例數據上，或提供台商的產品等級與品質都出現成長趨緩的現象，呈現台商以中國大陸作為生產一環，但尚未能讓當地廠商並肩齊驅，形成「登堂不入室」的局面。

