

緒論

一、研究動機與問題意識

近年來，各縣市充斥著異國料理餐飲店與商店，各類型異國商店多為經濟強國的文化屬性，如美國、歐洲、日本、韓國等國，這些商店藉由國家在經濟上的強勢，將商品與文化引入台灣社會，導致各縣市紛紛出現異國餐飲店與商店，在此情況下卻有個特別的案例：南洋背景商店。¹ 這些統稱為南洋背景商店，既非經濟強國，也不是單一國家或民族，故不論是集結開設成異國特色商圈，或是零星開業的商店，站在台灣人的觀點來看，各類型的異國商店對他（她）們多為籠統的異國文化經驗，不易從商店外部區別出每間南洋背景商店的文化屬性，因此在後續的行文中，筆者先以南洋背景商店作為研究對象的統一稱謂。

關於南洋背景商店此特殊案例，讓筆者不禁思考：與經濟強國的異國商店相較之下，明顯居經濟下位的南洋背景商店，為何也能在各地蓬勃發展？且店家會選擇雇用哪個族群的雇員？是從哪些管道尋找雇員？消費者有哪些族群？對於這些問題，筆者認為一間南洋背景商店的創立，除了店內的特色商品引發一般消費者的注意外，也吸引到與商品具有相同族群文化背景的消費者，但筆者並無法確切肯定上述的推測適用於各間南洋背景商店，且多數南洋背景商店在地理位置的分布上出現了特殊的聚集現象，² 對於台北聖多福教堂與中壢聖心堂周遭地區的聚集現象，似乎有濃厚的宗教因素存在，但中壢聖心堂的聚集現象卻又延伸到中壢火車站的範圍，衍生出更多不同於台北聖多福教堂的聚集因素，讓筆者認為中壢火車站到聖心堂的中壢聖心堂南洋背景商店聚集區域，應有其特別的研究價值。³

筆者選擇此兩地區為研究場域，主要是因為兩研究區同具有規模與特色的南洋背景商圈，但在形成的原因、文化背景、族群特性、經營型態等，都表現出許多異同點，故筆者以兩研究區作進一步的比較研究，以釐清上述疑惑。藉此也可瞭解中壢地區在族群多元化的另一面，進一步澄清一般大眾對中壢地區的印象只

¹ 本研究的研究對象為商店，主要原因是王志弘、沈孟穎的研究強調商店是移民群體作為族群文化的匯集與交換場域。王志弘、沈孟穎，2006〈族裔認同的時空鑲嵌：台北市安康市場—「越南街」研究〉，「第三屆跨界流離國際研討會：治理·生存·運動」。

² 此現象又以發生在交通便利的地點為多，如台北市中山北路的聖多福教堂、台北火車站捷運地下街、台北縣中和市的華新街、桃園後火車站、中壢火車站、中壢聖心堂、平鎮市忠貞里的忠貞市場...等聞名的南洋背景商店聚集區域。

³ 筆者訪查桃園中壢地區時，發現平鎮市的忠貞市場，此聚集區的生成歷史背景不同於近幾年才成形的南洋背景商店聚集區，忠貞市場依附鄰近眷村而成，以雲南、緬甸、泰國、印尼等文化與特色商品聞名於國內，然而在鄰近眷村遷移後，忠貞市場內的滇緬商店仍舊存在，讓筆者察覺到此區與中壢火車站周遭的聚集區有明顯的差異，儘管忠貞市場的研究對象多半具有滇緬族群的商店文化屬性，筆者雖然將其統稱為滇緬商店，但這群滇緬商店的第一代店家從雲南遷移到台灣，在這個過程中都曾經居住過泰國、緬甸等國家，不僅感受到過境國家的文化，還受到這些文化的影響，譬如料理的口味會類似故鄉（雲南）的風味，但也有可能出現泰國、緬甸的風格，故筆者認為仍應將滇緬商店歸類在南洋背景商店範疇之中。

有閩南人和客家人族群為主的迷思。

族群經濟 (ethnic economy) 是一種移民族群的經濟生活模式，這種模式可以幫助移民族群免於失業和貧窮，⁴ 另外，文化經濟 (culture economy) 是以商品與文化的結合產生經濟效益的嶄新概念。對於族群經濟與文化經濟在對話上的概念發展，起因於筆者從外部去觀察兩研究區的名洋背景商店時，發現並無法辨別出研究對象屬於哪一種經濟類型，因族群經濟探討「雇主」、「雇員」，文化經濟探究「商品」、「消費者」，這兩種研究概念看似沒有交集，然而在從事田野調查時，隱約發現這兩種研究概念出現交錯，譬如：有許多店家在店門口張貼、懸掛或放置有南洋文化背景的招牌、菜單，廣告宣傳單或商品等，經訪談過後，得知這些店家並非都是並非都具有東南亞或滇緬背景，儘管有些店家不清楚這二者的文化與習俗，他（她）們還是決定在此地設立經營商店，主要是店家認為此二區域有許多東南亞或滇緬背景的人們來此消費，為二區域營造出具南洋的文化氛圍，在這個氛圍下販賣與文化相關的商品，這些商品便沾染了文化氣息。本論文將根據「族群經濟」與「文化經濟」之研究概念，針對中壢火車站周邊的「東南亞商店」與平鎮市忠貞市場的「滇緬商店」，更進一步探討「雇主」、「雇員」、「商品」、「消費者」這四點，讓兩研究概念產生對話，以瞭解此二地區是否形塑出學者對族群經濟或文化經濟之現象，或有異於二概念之其他現象存在。

本研究以下列問題作為後續資料搜尋、田野設計的開端：

- (一) 對兩研究區的地理位置進行調查，引發筆者想瞭解為什麼這些商店聚集在此？
- (二) 這些商店會依不同的文化類屬聚集成塊，引發筆者欲進一步剖析兩研究區的商店在營業型態與商家文化特色為何？
- (三) 釐清雇主找尋雇員的管道，及瞭解雇主是否考慮雇用相同族群背景的雇員。
- (四) 瞭解店家是否鎖定特定族群背景的消費者，以及有哪些族群背景的消費者是真正的主要消費者。

⁴ 曾熾芬 (1999) 《族群資源與社會資本：洛杉磯華人創業過程的研究》，台灣的企業：組織結構與國家競爭力 (張維安編)，聯經出版社公司，台灣：台北。

二、文獻探討

(一)「族群經濟」與「文化經濟」相關研究

Bonacich 和 Modell 是最早對族群經濟下定義的學者，他們認為族群經濟是在城市、地區或國家之中所形成的勞動市場，包含兩種勞動階級的工人，且在這群工人中，具有雇用權力的人會排除掉不同族群背景的工人，這是指雇主在自己經營的事業中，會去尋找與自己相同族群背景的雇員；⁵ Ivan Light 和 Steven J. Gold 對族群經濟的界定是：「由相同族群背景的自雇者、雇主及雇員構成；不是族群經濟的一部份者，就屬於一般勞動市場」。⁶ 上述學者對族群經濟的研究，切入的觀點多為**少數族群**，尤其是**移民**，研究方向多朝向少數移民族群如何在移入國的社會裡立足謀生、建立網絡和協商認同等問題，以及這類問題對少數移民族群的內部社會關係、跨國社群網絡，與移入國家的社會關係之影響，多元觀點的探討延伸出更多概念與討論，譬如：研究對象擴展到多數的移民族群與跨國企業，研究概念也討論到族群霸權與聚居區的發展。

這也讓筆者重新思考族群經濟的最根本精神，過去有關族群經濟的研究，其研究範圍多鎖定在國外少數移民企業之中，檢視同族群背景的雇主與雇員，因雇員以自身勞力作為商品賣給雇主，雇主考量商業因素而雇用雇員，相同族群背景則是促成雙方完成交易的關鍵，此種交易行為成為國外少數移民企業特別的經濟模式。主雇雙方在謀生方面還有特別的需求，如周敏的研究發現：華人移民婦女希望就近照顧小孩，或工作半天休息半天；而華人移民老闆能夠以便宜的工資獲得勞力，使得主雇雙方在工資與工時上有協商空間。⁷ 更確切而言，在過去族群經濟的研究中，主雇雙方因有相同族群背景，進而形成交易行為以滿足雙方對謀生的需求，因而符合族群經濟的根本精神。

族群經濟研究涵蓋範圍至今仍在變動，唯有掌握其根本精神，才能瞭解其真正意涵，不會讓現實與理論有所衝突。若以族群經濟根本精神作為判斷的依據，少數移民商店與企業為研究主體，根據此判斷方法，則研究對象不該只局限於雇主與雇員，更應擴及消費者，唯有消費者與雇主形成交易行為，譬如：購買商店內之商品、點選餐飲店的菜單等，雇主對謀生的需求才會得到滿足，因此以下整理有關族群經濟的研究文獻，並提出關聯性和重點。整理族群經濟相關的研究如下表 0-1：

⁵ Bonacich and Modell (1980) The Economic Basis of Ethnic Solidarity in The Japanese American Community. University of California press.

⁶ Ivan, Light and Steven, J. Gold (2000) Ethnic Economies, San Diego: Academic Press.

⁷ 周敏原著，郭南审译，《美国华人社会的变迁》(中国上海，上海三联书店，2006)，pp278-290。

表 0-1 族群經濟文獻

研究者	研究題目	與「族群經濟」的關聯與重點	出處
Bonacich, Edna, and John Modell(1980)	The Economic Basis of Ethnic Solidarity	<p>關聯： 在族群經濟中，雇主與雇員為相同族群，故族群經濟是由所有的勞動市場之中，區分出工作機會與利益給移民者和少數族群等受雇者。</p> <p>重點： 族群經濟中，所有者（owner）不需要去顧慮相同族群消費者的利益。</p>	The Economic Basis of Ethnic Solidarity.
Wilson, Kenneth L. and Alejandro Portes(1980)	Immigrant enclaves: an analysis of the labor market experiences of Cubans in Miami	<p>關聯： 批判雙元勞動力市場理論的觀點，在主要勞動力市場與次級勞動力市場之外，提出第三種選擇，即聚居區經濟（enclave economy）。</p> <p>重點： 聚居區經濟是指少數移民族群所擁有的企業，當大多數的少數移民族群企業是規模小且具競爭性，聚居區的行業會共享資源，產生顯著的經濟效益，故越來越不依賴接受社會。</p>	American Journal of Sociology
Wilson, Kenneth L. and W. Allen Martin(1982)	Ethnic enclaves: a comparison of the Cuban and black economies in Miami	<p>關聯： 族群聚居區是少數族群對抗主流社會的排斥，所發展出來具高度相互依存的產業，提供內部社會流動的機會。</p> <p>重點： 核心型經濟（center economy），由多數獨立的大公司靠著垂直與水平整合而成的；邊緣型經濟（periphery economy），由許多分散的小公司所組成的；聚居區經濟，由少數族群所擁有的企業，透過聚集，產生垂直與水平整合所組成的。</p>	American Journal of Sociology
Zhou, Min and John R. Logan(1989)	Returns on human capital in ethnic enclaves: New York City's Chinatown	<p>關聯： 嘗試與 Sanders 和 Nee 的研究作比較，以瞭解聚居區的真正定義、聚居區內相同族群雇主、雇員的特質。</p> <p>重點： 聚居區是指某一族群群體，及其內部的組織系統、社區結構和社會關係。</p>	American Sociological Review

<p>Model, Suzanne(1992)</p>	<p>The ethnic economy: Cubans and Chinese reconsidered</p>	<p>關聯： 提出 Bonacich、Portes、Jiobu 三位學者對於族群經濟的三種定義，分別是「支配的、控制的族群經濟」、「聚居區的族群經濟」、「族群霸權」，⁸ 認為這三種定義提供了少數族群中間人（middleman minority）和管理層面的假設，進而發展出管理層面如「企業家（entrepreneurs）」的觀點。</p> <p>重點： 少數族群中間人企業家，是指那群在上層社會和下層普羅大眾之間進行商業貿易活動的老闆，這些老闆多從事投資少、營運成本低、操作簡單及金錢流動快的商業活動。</p>	<p>the Sociological Quarterly</p>
<p>Light, Inva and Georges Sabagh, Mehdi Bozorgmhr, and Claudia Der-Martirosian (1994)</p>	<p>Beyond the ethnic enclave economy</p>	<p>關聯： 族群經濟的意涵包括兩方面，一是所有權，指族群群體擁有與經營的企業，包括僱主、同族群的僱員和不支薪的家庭勞力；二是控制權，指族群群體成員所控制的僱員管道（即就業網）。</p> <p>重點： 1. 族群聚居區的概念忽略了自僱者（self-employed）的數量優勢；2. 族群聚居區經濟的文獻，忽略了族群僱員對一般僱員的貢獻；3. 族群聚居區的概念，要求一個地區性聚集的商業圈，許多族群經濟研究缺乏這個概念。</p>	<p>Social Problem</p>
<p>Logan, John R., Richard D. Alba and Thomas L. McNulty(1994)</p>	<p>Ethnic economies in metropolitan regions: Miami and beyond</p>	<p>關聯： 族群經濟有三個關鍵特徵：1. 相同的族群、種族或國族；2. 空間聚集；3. 不同部門的專業化，且群聚、聚集是過去十年來發展聚居區經濟不可缺少的概念。</p> <p>重點： 對於聚居區的操作型定義，設定在公司（企業）的層</p>	<p>Social Forces</p>

⁸ Robert Jiobu 對於族群經濟的看法，以族群霸權（ethnic hegemony）去描述，指一個相同族群背景的團體控制了經濟局勢，並控制一個重要經濟領域的多數層面。Robert Jiobu (1988) "Ethnic Hegemony and the Japanese of California" *American Sociological Review* 53(3):353. Model 提出族群霸權可藉由五種情形來察覺：一個勞動力市場的內部（an internal labor market）、少數族群中間人的行動（middlemen minority activity）、族群經濟的控制（ethnic economic control）、族群的飽和（ethnic saturation）、少數族群的產出和主要消費者間的介面平台（an interface between minority output and majority customers）。Model (1992) "The ethnic economy: Cubans and Chinese reconsidered", *The Sociological Quarterly* 33(1):63-82

		級，以雇主與雇員的種族或族群為根據，公司可以就雇主與雇員都來自於少數族群，或雇員來自於少數族群作為分類的根據。	
Light, Ivan and Steven J. Gold(2000)	The Ethnic Economy	<p>關聯： 族群經濟是由相同族群的自雇者、雇主與雇員構成，不是族群經濟的一部分者，就屬於一般勞動市場。</p> <p>重點： 在族群經濟內部的移民和少數族群，族群經濟是由兩個部分所組成的，「族群控制經濟」和「族群擁有權經濟」。</p>	Ethnic Economies
周敏（2006）	族裔經濟理論的形成、發展和研究動向	<p>關聯： 聚居區的族群經濟是族群經濟的其中一種特殊類型，是一個相對較窄的觀念。它受限於民族文化和同一族群聚居區，因此不是每個族群的族群經濟都可以被稱為聚居區的族群經濟。</p> <p>重點： 一個族群群體要形成聚居區族群經濟須有四個條件，(1)這個族群群體內部必須有相當大比例的雇主；(2)它的服務對象不僅侷限於本族群的成員，還致力滿足主流社會大眾的消費需求；(3)經濟活動的多元程度高，其次包括族群社區內有族群文化，還與主流經濟接觸；(4)族群成員以共同的族群性和族群文化價值觀作為雇主、雇員、消費者之間互動的基礎。</p>	美国华人社会的变迁
王志弘(2008)	族裔-文化經濟、謀生策略與認同協商：臺北都會區東南亞風味餐飲店個案研究	<p>關聯： 族群經濟是以共同族群的自雇者、雇主、雇員或顧客為核心，亦即以族群身分認同和族群網絡為焦點。</p> <p>重點： 族群經濟所關切的，是少數族群為了謀生而形成的特殊經濟形構與操作。</p>	國立政治大學社會學報

資料來源：本研究整理

透過族群經濟的根本精神，可理解南洋背景商店的店家在滿足其謀生需求上，尚需透過消費者來產生交易行為，但過去研究對於同族群背景的消費者這一點，並沒有特別將之列為研究對象，可由此點發現，上述相關文獻認為，在表現出族群經濟的商店中，主雇雙方的族群背景一定要相同，但消費者的族群背景並不一定與雇主是相同的；而在消費者族群背景的相關研究上，查閱文獻讓筆者瞭

解到，對於以文化商品（如異國商品、知名品牌商品）來吸引特定族群之消費者，此類經濟模式在近來的研究中衍生出文化經濟的概念，其核心概念是把文化轉化成具經濟價值的異國商品，藉此吸引與商品文化屬性相異的異族群消費者。當筆者走進兩研究區時，便可立即感受到濃厚的南洋文化氛圍存在於其中，南洋背景商店更是目不暇給，然而這些商店販賣的商品，所吸引到的消費者，卻又不全是東南亞或滇緬族群，此情況讓筆者思考到文化經濟的最初意涵，應是指過去被視為兩個範疇的文化與經濟，彼此有日漸明顯的交集，文化日益以經濟為基礎，經濟也日益文化化，根據此一邏輯，兩研究區的名洋背景商店若以具有經濟價值的東南亞或滇緬族群文化商品（如食品與風味餐）吸引異族群消費者，據此做為謀生的策略，店家可透過商品或服務的文化差異化來謀取利潤，顯然這些店家的經營方式也符合文化經濟的意涵。整理相關文獻如下表 0-2：

表 0-2 文化經濟文獻

研究者	研究題目	與「文化經濟」的關聯與重點	出處
Du Gay, Paul and Micheal Pryke (2000)	Cultural economy: an introduction	<p>關聯： 文化經濟，是指文化在解釋經濟活動時，扮演日益重要的角色。早期文化經濟的研究是強調強大的社會與特殊的經濟主題，有著較弱的文化氣息；爾後加入知識資本主義與文化工業的概念，並在己身所處的經濟生活區域中，思考如何運用信任和關係...等強大的社會資本去增進利潤、效率與經濟創造力。</p> <p>重點： 文化經濟是由生產至消費的過程中，對每一方面價值鏈的重新評估。本書從六個步驟來分析與論證來介紹文化經濟。六個步驟分別如下：1.熱情（passions）的核心；2.道德上的情操；3.經濟的關鍵-知識；4.經濟行為的進化；5.檢驗與測量的數字化 6.經濟形態的特徵。</p>	Cultural Economy
劉維公(2001)	當代消費文化社會理論的分析架構：文化經濟學、生活風格、與生活美學	<p>關聯： 消費文化與資本主義的關係密切，當代消費文化的發展脈絡是新型態的資本主義發展模式，即「文化經濟」。由於文化經濟的形成，文化與經濟的界限越漸模糊，另外，消費者透過生活風格與生活美學，建立起個人的消費文化生活世界。</p> <p>重點： 每個消費者的消費文化生活世界是不相同的，透過彼此之間的差距，才能觸發文化經濟的產生。</p>	東吳社會學報

Amin, Ash and Nigel Thrift (2004)	Introduction	<p>關聯： 文化經濟的歷史還沒有精確可靠的陳述，但經濟活動原本就是文化的表現，只是常被人忽略，在今日，經濟越來越由文化所驅動。</p> <p>重點： 經濟文化化是全面的，包括生產、金融、經濟、商品鏈、消費等各種經濟活動環節。對於此種全面性的影響，必須以文化經濟作為一個統合體，來審視現今新經濟的形態。</p>	The Blackwell Cultural Economy Reader
王志弘(2008)	族裔-文化經濟、謀生策略與認同協商：臺北都會區東南亞風味餐飲店個案研究	<p>關聯： 文化經濟是指過去被視為兩個分離範疇的文化和經濟，彼此逐漸相互指涉和構成；其謀生策略是在謀求利潤的前提下，考慮如何吸引帶來利潤的特定顧客群。</p> <p>重點： 文化經濟的謀生策略模式是他者異己化與他者馴化；將差異符號化、商品化和他者化，調整口味以迎合本地消費群。</p>	國立政治大學社會學報

資料來源：本研究整理

族群經濟是指主雇關係建立在同族群背景的關係上，這種經濟模式提供較少的、簡單的、可計算的好處給主雇雙方，譬如：更好的工作環境、有彈性的工作時間，或親戚和朋友可以獲得工作機會；文化經濟，指的是文化與經濟互相滲透、交融，藉以吸引異族群消費者的經濟模式。筆者針對這兩種經濟模式進行訪談，發覺有些表面上符合族群經濟的商店，雇主與雇員都具有東南亞或滇緬背景，雇主希望是以東南亞或滇緬族群作為外場服務人員，進而吸引對這二者的文化亞商品有興趣的消費者，才造成雇主與雇員是相同族群背景，這種強調族群文化氛圍的情況既類似文化經濟卻又似族群經濟，也呼應了王志弘的研究，⁹ 可理解族群經濟和文化經濟之間有諸多的異同點，王志弘也認為文化經濟是以文化象徵與符號作為策略，而行使文化經濟的店家不一定能理解這些符號與族群的關連意義；筆者也認為族群經濟定義尚未明確，可確定的是，其根本精神在於讓同族群背景的少數移民族群，在移民地上能滿足彼此對謀生的需求，譬如：雇員獲得最基本的生存保障，雇主則獲得較低廉的勞動成本。筆者更進一步思考「經濟」在這兩個概念中的意涵。

⁹ 王志弘認為文化經濟可能會採用特定族裔文化元素作為其商品差異化的策略，此時文化經濟就包含或挪用族裔文化色彩；族裔經濟如果標榜以文化意義和族裔認同特性作為謀生策略，則族裔經濟也進入了文化經濟的範圍。王志弘，2008〈族裔-文化經濟、謀生策略與認同協商：臺北都會區東南亞風味餐飲店個案研究〉，《國立政治大學社會學報》39：1-44。

原本「經濟」的概念只是想要利用資源以獲取更大利潤，而在本研究中，「經濟」的概念不必然是主流市場的經濟觀點，它可以是被鑲嵌在地方的經濟生活與文化實踐中，也可以是對當地民眾的新意義。因此文化經濟和族群經濟在利用現有資源的同時，不論是獲得利益或滿足對謀生的需求，這兩個概念所針對的研究對象不應只侷限在主雇雙方而已，必須要囊括消費者，才能使交易行為獲得完善的協調，而這兩個概念也有可能在消費者這一點上磨擦出更多的討論，使經濟社會的運行建立在文化、知識、認同感與價值觀念，進而促使該區域內族群之協調。整理與消費者有關的文獻如下表 0-3：

表 0-3 與消費者相關的文獻

研究者	研究題目	與「消費者」的關聯與重點	出處
Bonacich, Edna, and John Modell(1980)	The Economic Basis of Ethnic Solidarity	<p>關聯： 在族群經濟中雇主與雇員為相同族群，故族群經濟是從全部的勞動市場中，區分出工作機會與利益給移民者和少數族群等受雇者。</p> <p>重點： 族群經濟中，所有者不需要去顧慮相同族群消費者的利益。</p>	The Economic Basis of Ethnic Solidarity.
Martin, Jeannie(2000)	Translated space/ translated identity: landscapes of Chinese food in a Sydney street	<p>關聯： 中華料理店座落於雪梨當地的街道上，它們主要是吸引當地民眾來店消費，不在於吸引遠從市郊而來的顧客。</p> <p>重點： 食物地景是由族群所共同聚集而成，它讓散居在此的居民產生了認同上的轉變。</p>	第五屆中國飲食文化學術研討會論文集
劉維公(2001)	當代消費文化社會理論的分析架構：文化經濟學、生活風格、與生活美學	<p>關聯： 消費文化與資本主義的關係密切，當代消費文化的發展脈絡是新型態的資本主義發展模式，即「文化經濟」。由於文化經濟的形成，文化與經濟的界限越漸模糊，另外，消費者透過生活風格與生活美學，建立起個人的消費文化生活世界。</p> <p>重點： 每個消費者的消費文化生活世界是不相同的，透過彼此之間的差距，才能觸發文化經濟的產生。</p>	東吳社會學報

邱淑雯(2007)	「移民區病理 vs. 網絡集結點」的衝突與克服：以在台越南女性的店家為例	<p>關聯： 族群企業（ethnic business）是指族群少數者或移民所經營的企業。這類型的企業通常都是以「同胞為對象的族群消費財」開始，之後逐漸分化發展，顧客對象是族群內部的同胞或擴張族群外部的其他人，發展規模有的只停留在族群市場（ethnic market），有的則延伸至接待社會的一般市場（non-ethnic market）。</p> <p>重點： 提出部分先行研究的前提，把族群自營店家的「客群」只鎖定在東南亞族群，而忽略這群店家也想掌握更多不同的客源。</p>	教育與社會研究
胡家瑜(2007)	食物作為象徵與作為可食物質—對於賽夏族性別與社群關係的一些思考	<p>關聯： 「賽夏美食」或「客家美食」作為一種特殊類型的觀光商品，主要以提供外地遊客消費和實用為目的。</p> <p>重要： 觀光消費情境下的賽夏食物商品，大部分的賽夏人會熱情的推薦外來遊客品嚐，但自己卻很少去餐廳招待朋友享用，某一個程度來說，這些象徵「文化真實性」的商品對於許多賽夏人反而不夠「真實」。</p>	「性別與飲食」研討會

資料來源：本研究整理

透過雇主、雇員、消費者來探討兩種經濟模式，族群經濟最原始的精神係指雇主會去尋找與自己同族群背景的雇員，較不著重相同族群背景的消費者，此一精神可由 Bonacich 和 Modell 的研究對照邱淑雯的研究得到驗證，筆者對此概念的操作型定義為雇主和雇員是相同族群，其著重的相同族群背景，是建立在雇主與雇員的「共同生產」關係上。再對照劉維公的研究與胡家瑜的研究，異族群的消費者對於文化經濟而言，是產生經濟價值的觸發者，故文化經濟的操作型定義解釋如下：其最原始的精神係指是指把具有文化屬性的商品，販賣給與商品的文化屬性相異的消費者，才能達到商品是為了吸引異族群的消費者，來消費商品的符號、其背後所象徵的意涵。

（二）「中壢火車站與忠貞市場的東南亞商店」相關研究

筆者對照中壢市與平鎮市的地理環境背景，瞭解此二行政區同樣位於桃園縣的中心位置，為南桃園都市發展的核心所在。¹⁰ 且桃園縣內的行政區皆有工廠

¹⁰ 北桃園以桃園市、八德市為主，南桃園以中壢市、平鎮市為主，共為桃園縣雙核心都市發展

在此設址，國內最重要的交通運輸也建設於此，隨著中山高、北二高的興建，商圈與都市計劃的重心也逐漸傾向往交通便利、地價便宜的區域去發展，然而在這股主流之外，中壢火車站周遭區域和平鎮市龍岡地區形成了與本土文化相異的商圈或市集，相關研究者也注意到這個現象，如金天立觀察到中壢火車站周遭的發展步調自 1990 年後開始減緩，以火車站為都市發展重心的空間架構逐漸被改變，而外籍勞工在衰退的市中心區域裡，已成為該區域消費與活動的主體。另外自 1995 年起，此區域開始有專門為外籍勞工服務的產業出現，且透過公車的連結，外籍勞工在中壢火車站周遭的也可以迅速抵達中壢市外圍的賣場、百貨等區域，更提高他（她）們在假日來此的意願。¹¹ 金天立認為特殊空間的形成，產生經濟與影響力將會改變了當地的空間。更進一步來說，中壢火車站周遭的工廠引進大量的外籍勞工，¹² 這群消費主體不僅吸引中壢市政府對外籍勞工在休閒需求上的重視，這群消費主體之間也產生同族群背景之間的吸引力，將外縣市的外籍勞工吸引至中壢火車站周遭地區，並觸發他（她）們的消費需求。

國家的歷史背景帶來喬遷來台的軍旅家屬，平鎮市龍岡地區的忠貞新村自 1954 年興建，居住在其中的軍團屬於雲南反共救國軍，而忠貞新村則是第二次撤軍來台的安置地。黃淑俐觀察到忠貞新村的生活圈皆集中在眷村之中，因而圍塑出忠貞新村不需要過度倚賴外界的微妙特性，但是眷村外圍區域並沒有直接與聯絡道路相連接，造成龍岡地區雖然位於中壢市、平鎮市、八德市的交界處，但卻與三個都市地區之間存有一層隔閡，從商業核心地帶跳脫，龍岡地區因而成為一個具有軍事與異國特色的區域，忠貞市場則出現許多與滇緬相關的店面。¹³ 可惜黃淑俐僅提出忠貞市場的特色，並沒有進一步討論忠貞市場對忠貞新村的影響。

儘管中壢市與桃園市同樣處於工業區的範圍，且火車站周遭同樣形成異國商店的聚集區，然而，筆者走訪中壢火車站前站、後站與中壢聖心堂的東南亞商店聚集區，發覺此區內同時存有流動性高的活動攤販，與流動性低的實體店面，且在各街道上會形成不同的東南亞商店文化類屬之聚集，此一特殊情況著實為不可忽略的研究重點；忠貞市場的特色也被忠貞新村、篤行四村與貿易七村的掩蓋，僅在眷村研究中被提起，並沒有受到研究者的正視，而忠貞市場對於忠貞新村的居民，在滿足生活需求與眷村文化各方面都是不容被忽略的，故筆者欲就此點加以深入探討。下表 0-4 為兩研究區相關文獻：

形態的重要四縣市。(桃園縣綜合發展計劃-第四節 都市體系定位與鄉鎮市發展構想)
<http://gisapsrv01.cpami.gov.tw/CPIS/cprpts/taoyuan/total/total.htm>，2008/03/06。

¹¹ 金天立 (2003) <台灣都市中「外勞」空間的形成----以中壢市中心為例>，台灣大學地理系學士論文。

¹² 行文中的「外籍勞工」、「外籍配偶」在本研究係指東南亞背景的人士。

¹³ 黃淑俐 (2008) <再現·流亡的孤軍—桃園縣忠貞新村集體生活聚落瓦解過程—>，中原大學建築學系碩士論文。

表 0-4 「中壢火車站周遭的東南亞商店」、「忠貞市場的滇緬商店」相關的文獻

研究者	研究題目	與兩研究區的關聯與重點	出處
金天立（2003）	台灣都市中「外勞」空間的形成----以中壢市中心為例	<p>關聯：</p> <p>中壢市作為南桃園地區的消費、交通的要點，從 1995 年開始，為外籍勞工服務的產業開始出現在此，在商業形態上有小區域的集中與大區域的分散，透過交通的連結與社會環境延伸的時空路徑，可清楚看出外籍勞工在中壢市區所帶來的消費力與影響。</p> <p>重點：</p> <p>探究外籍勞工分布在桃園都市的工業區中，而台北與新竹縣市也都有工業區，而菲律賓商圈卻發生在中壢市區。對此似乎可視為教堂、工業區、交通發展與都市計劃的交錯效應，成為中壢市中心的優勢。</p>	台灣大學地理系學士論文
黃承泰（2007）	天主教耶穌聖心堂周邊菲籍移工的文化地景與消費空間研究	<p>關聯：</p> <p>探討聖心堂、移工、居民、店家、攤販五者之間的關係。</p> <p>重點：</p> <p>菲籍勞工的群聚對當地人而言，以時段性的「角色轉換」感受最大；在文化地景的變遷上，菲籍勞工透過聖心堂周遭的文化地景找到家的感覺，當地居民與店家對此文化地景也都是接受不排斥的態度，有些店家更成為積極的「主動菲化」文化地景的行動者。</p>	台北市立教育大學社教系碩士學位論文
黃淑俐（2008）	再現·流亡的孤軍—桃園縣忠貞新村集體生活聚落瓦解過程—	<p>關聯：</p> <p>桃園縣主要以閩客兩族群各持南北一方，反觀龍岡地區因國府遷台後於周邊佈設軍事相關設施，雖位於都市邊緣卻擁有為數眾多的眷村聚落。近年來，平鎮地區受到台北與桃園兩大現代化勢力的擠壓下，平鎮地區也加速推動都市現代化，這股力量推垮了傳統的老街景象與眷村聚落。</p> <p>重點：</p> <p>忠貞市場緊鄰忠貞新村、篤行四村與貿易七村，被東南亞食品占滿，因此充滿排他性卻仍存有台灣傳統市集的融合模式，形成東南亞商圈特殊的例子。</p>	中原大學建築學系碩士論文

資料來源：本研究整理

三、 研究方法與田野設計

本研究以中壢市和平鎮市南洋背景商店聚集區作為研究田野，中壢火車站周遭的東南亞商店共 42 間，平鎮市忠貞市場的滇緬商店共 34 間，筆者進行沿街的實地訪查，並透過論述族群經濟與文化經濟的相關議題文獻以進行交叉比對。

在田野調查（自 2006 年 12 月至 2008 年 9 月）上，筆者分別與每位店家、雇員進行 3 至 5 次的深度訪談（每次 30 分鐘至 2 個小時不等的錄音訪談），除了定期觀察並於店內進行消費外，也會與兩研究區的消費者進行訪談對話。

訪談的問題包括：店家基本資料（受訪者的基本資料與家庭狀況資料、開店動機、為何會選擇這裡開店、出資者身分、經營者身分）；經營管理（經營的項目、經營型態、經營時間、販賣商品類型、主要消費者族群背景、次要消費者族群背景、期望消費者族群背景、店內是否有東南亞或滇緬文化氛圍的布置）；雇員方式、雇員身分、雇員數目以及雇員的工作分配方式等。此外，筆者將詢問商店經營型態在近幾年的轉變等問題。這些問題的重點在於南洋背景商店的經營型態，希望藉由訪談來解釋許多疑慮，譬如：店家如何透過自己的身分在此地開設南洋背景商店；聚集在此的店家之間是否有互相合作的關係存在；店家對於雇員的雇用條件與管道為何；店家以華人身分在僑居地開設商店主要目的為何；以及對同是華人身分的雇員所具有的影響為何。更進一步辯證出兩研究區在族群經濟層面、文化經濟層面所延伸出來更確切的情況，或者有別於此二層面的情形。

四、 名詞釋意

表 0-5 研究對象族群區分表

南洋	東南亞族群	菲律賓籍、泰國籍、印尼籍、越南籍。 菲律賓人、泰國人、印尼人、越南人。
	滇緬族群	緬甸華人、具雲南身分背景的人。

本研究自製

本研究對於研究對象的族群區分如上表 0-5 所示，研究對象主要可區分成台灣與南洋，是二個相等的層級，南洋族群又可分為東南亞族群與滇緬族群，此二族群在本研究中是位於相等的層級；在東南亞族群的層級下可細分出菲律賓籍、泰國籍、印尼籍、越南籍及菲律賓人、泰國人、印尼人、越南人；在滇緬族群的層級下可細分出緬甸人及具雲南身分背景的人。本文接著將解釋對於族群等相關名詞的解釋與意涵：

(一) 族群：

王甫昌表示在不同的族群區分下，個人的族群身分是多重的，這些多重身分之間並無互斥關係，沒有哪一種身分在所有時間中是最重要的；¹⁴ Cohen表示族群是一個共享利益的集合體，在共同組織的運作下，讓族人與其他群體的互動過程中，維護自我的利益，這就意味著，一個群體主張並維護一個族群認同是有許多理由，而這些理由與其說是屬於心理的，不如說是屬於經濟與政策的；¹⁵ Gluckman認為兩個群體彼此都很清楚各自的差異，但卻又能在基於需要，在某些情境下相互合作。¹⁶ 這表示，當審視的「層級」不同時，族群身分會隨著改變，筆者以「層級」的觀點來審視研究對象的族群身分，比較「兩研究區的受訪者」，雖然他（她）們看起來都具有東南亞或滇緬的族群背景，但他（她）們之間仍具有明顯的區隔。

(二) 東南亞族群：

根據表0.5可知南洋族群下可區分出「東南亞族群」，本文中所指涉「東南亞族群」是由菲律賓、泰國、越南、印尼等東南亞國家的外籍勞工與外籍配偶，如中壠火車站一帶的受訪者主要是由外籍勞工與外籍配偶所組成，早期因為婚姻或工作的緣故，他（她）們來到了台灣，到了1991年政府的引進外籍勞工政策，讓更多的外籍勞工進入台灣，故被稱為是「東南亞族群」，金天立在研究中提到台灣的外勞總數已可稱為第四大族群，¹⁷ 筆者根據上述，稱其為「東南亞族群」。

(三) 滇緬族群：

是指在1954年隨著雲南反共救國軍從雲南遷移到台灣，並於現今平鎮市忠貞新村定居，他（她）們在遷移的過程中都曾經居住過雲南、緬甸、泰國，不僅感受到過境國家的文化，也受到這些文化的影響，加上通婚、依親等因素，形塑成爲一種是雲南卻又不完全是雲南的滇緬泰文化背景，如筆者在忠貞市場一帶的受訪者包含了滇緬的族群文化背景，這群人在本研究中被稱為「滇緬族群」。在滇緬族群下又可細分出：緬甸人以及具雲南身分背景的人，後者所指的是從雲南遷移至現今平鎮市忠貞新村的人及其後裔。

再者，筆者以「具雲南身份背景的人」稱呼，是因謝世忠稱呼從滇緬遷台安頓的漢裔軍人爲「雲南系華人」，¹⁸ 而翟振孝稱呼爲「雲南籍華人」。¹⁹ 前者認

¹⁴ 王甫昌（2002），當代台灣社會的族群想像，臺北市：臺大，頁 94-95。

¹⁵ 對 Cohen 而言，這樣的族群認同需要建立在一些早已存在的文化認同形式之上，而且只有在情況需要時、情勢配合時才會出現，不是一種自然而來的現象。Banks, Marcus (1996) *Ethnicity: anthropological constructions*, London and New York Routledge.

¹⁶ Gluckman 對於兩個群體間物質與文化有所差異時，個人身分有互換的可能。Banks, Marcus (1996) *Ethnicity: anthropological constructions*, London and New York Routledge.

¹⁷ 金天立（2003）〈台灣都市中「外勞」空間的形成----以中壠市中心為例〉，台灣大學地理系學士論文。

¹⁸ 原本自清末以來雲南信仰伊斯蘭教的回民，就常以商賈的身份進出中國與緬泰邊境，泰人乃至越南北部的當地人稱他們為“Hor”、“Haw”、“賀”、“豪”或“華”。後來“Hor”一名就被廣泛用

為滇緬非漢眷屬從來就不在國家族群類分的場域中，他們相互自我區辨的事實，均係基於古老的族群異態知識；後者則係以在緬甸的華人作為論述基礎，區分為福建籍、廣東籍、雲南籍等，故在文中雲南籍華人的「籍」指的是地方籍別的概念，此與筆者對「籍」在文中是國家概念不同，故與翟振孝的「雲南籍華人」有所不同，較接近謝世忠所提出的「雲南系華人」一詞。筆者認為在平鎮市忠貞新村的雲南反共救國軍後裔會自稱自己為「雲南人」，主要是為了讓外地人知道自己是「雲南人」，然而「雲南」又不能作為其特定的族稱，為能讓這類背景的人們與緬甸人共為滇緬族群之下的分支，故筆者以「具雲南身分背景的人」作為其特定稱呼。

（四）南洋背景商店：

筆者站在臺灣的地理位置來區分兩研究區的異國商店，相對於臺灣的地理位置而言，兩研究區的異國商店在商家文化類屬上皆屬於南洋國家，故當筆者把兩研究區的異國商店放置在商店類型的最上層架構來看時，便可被視為「南洋背景商店」；而在這層範疇下再把兩地商店加以區分，則又可細分出其他商家文化類屬，即中壢火車站的東南亞商店、忠貞市場的滇緬商店，在本研究中，大範疇下的「南洋背景商店」，並不會與細分出來的商店有所衝突。

（五）東南亞商店：

是指在中壢火車站周遭的南洋背景商店，金天立的研究提到，²⁰自1991年起，大量的外籍勞工進入中壢並在假日產生聚集，使得市中心景觀呈現「中壢外國」的文化地景。由於商家文化類屬可區成菲律賓、泰國、越南、印尼的商家特色，故本研究稱為「東南亞商店」。

（六）滇緬商店：

是指在忠貞市場中的南洋背景商店，由於忠貞新村的歷史背景讓這類商家文化類屬同時包含雲南與緬甸的特色，謝世忠稱呼忠貞新村為「滇緬軍眷移民社區」，²¹而黃淑俐稱呼這類商店為「與滇緬相關的商店」，²²筆者根據兩人的研究論文，將之稱為「滇緬商店」。

來指稱雲南漢人。泰國人稱華人為“Chin”，但對雲南人一定會加上“Hor”而成“Hor Chin”。事實上在潮客系華人眼中，雲南系華人雖為同胞，但他們是屬於住在鄉下落後的一群。通常潮客系Chin的第三甚至第二代即很可能自然地被看作泰人(Thai)，但Hor Chin的後代及因與他們鄰村而會操雲南話的人，則多數難以免於被賦與Hor的族群標籤因此，從滇緬遷台安頓的漢裔軍人，若仍留在泰北，就是典型的Hor。謝世忠(2006)國族論述：中國與北東南亞的場域，臺北市：臺大。頁403-404。

¹⁹ 翟振孝(2005)〈遷移，文化與認同：緬華移民的社群建構與跨國網絡〉，國立清華大學人類學研究所博士論文。

²⁰ 金天立(2003)〈台灣都市中「外勞」空間的形成——以中壢市中心為例〉，台灣大學地理系學士論文。

²¹ 謝世忠(2004)，國族論述：中國與北東南亞的場域，臺北市：臺大。頁383。

²² 黃淑俐(2008)〈再現·流亡的孤軍——桃園縣忠貞新村集體生活聚落瓦解過程——〉，中原大學建築學系碩士論文。

(七) 華人：

本文中所指涉的「華人」，是指具有中國血統，移居中國以外地方的後裔，亦指已加入或取得了所在國國籍的中國血統的外國公民；同時承認自己擁有中國血緣及中國文化傳承的人。

(八) 籍：

在正文中所用的意思（如泰籍、菲籍、印籍、越籍...消費者），具有國籍的意思。

