第二章 南洋背景商店的商店型態與文化特色

從第一章我們瞭解在中壢、平鎮兩地的南洋背景商店，會依商家不同的文化類屬聚集成塊。這些販賣各式商品的南洋背景商店爲了吸引或突顯出其文化類屬，在招牌的文字、店內的布置甚至張貼料理的照片做爲宣傳時，會使用符合商家的文化類屬的符碼、文字、布置營造出不同於一般商店的差異，故筆者在本節中，將依照每間南洋背景商店的商家文化類屬、商品的內容、特色去做分類與分析。

第一節 中壢火車站周圍的東南亞商店

筆者將觀察各家南洋背景商店，整理出店家在營造南洋特色的工具於元素之情況，下表2-1是經由筆者對這兩地區的觀察，所擬出的12項工具及5項元素的代號，[71] 如下所示：

表 2-1 店家用於營造具南洋特色的工具與元素代號表

營造特色的工具 / 營造特色的元素		A 海報	B 照片	C 月曆	D 圖騰	E 報刊	F 佛像、佛龕	G 廣播音樂	H 電視節目	I 留言板	J 服務人員	K 桌椅	L 假棕櫚樹
1	人物	A1	B1	C1	D1	E1							
2	宗教	A2	B2	C2	D2	E2							
3	文字	A3	B3	C3	D3	E3							
4	菜餚	A4	B4	C4	D4	E4							
5	景觀	A5	B5	C5	D5								

說明 1：工具 A 到 E 的項目可單獨辨別出各項元素，故針對細目進行編號（如 A1、B2、C3…）。

說明 2：工具 F 到 L 的項目無法單獨辨別各項元素，故以大範圍的區塊進行編號（如 F、G…）。

說明 3：若商店內並無營造南洋特色的布置，則以「無」表示。

下表 2-2 爲中壢火車站周遭的東南亞商店調查記錄表，調查方式以觀察爲主，筆者觀察各商店內部布置以及販賣商品種類，觀察到的店家數共計 42 家，其中有 7 家商店沒有觀察記錄，這 7 家商店中有 2 家商店是拒絕訪談，僅有觀察資料，有 5 家商店則是門窗緊閉無法觀察或已結束營業，對於這類店家在經營型態的判定，則從招牌、店名以及鄰近店家的訪談記錄來判定。觀察重點在於商家的文化類屬、店名、店內有南洋特色氛圍、販賣商品、經營型態這五點。

[71] 本章所指稱的營造出具「南洋特色」元素，在文字載體方面，是指以東南亞文字來呈現，而非以中文為主，若以中文來呈現，則不列入此元素之檢驗標準中。

表 2-2 中壢火車站東南亞店家調查紀錄

編號	商家的文化類屬	店名	店內有南洋特色氛圍	經營型態	販賣商品
1.	菲律賓	福隆大旅社兼複合式餐飲店	A3、G、H	住宿休息	住宿休息、卡拉 OK、菲律賓口味的料理、零食
2.	菲律賓	DJ-spot MANILA REPUBLIK	A3、B1、G、H、I	小吃店	菲律賓口味的料理、飲料、零食
3.	菲律賓	EEC 中壢分店	A1、A3、B1、G、H	金融服務兼進口商品零售商店	外匯服務、寄貨、生活用品雜貨、零食、飲料、CD-VCD、DVD、報刊雜誌、易付卡
4.	菲律賓	Bing go 中壢分店	A1、A3、B1、G、H	金融服務兼進口商品零售商店	外匯服務、寄貨、生活用品雜貨、零食、飲料、CD-VCD、DVD、報刊雜誌、易付卡
5.	菲律賓	LA	A2、D2	通訊手機	手機補充卡、易付卡、國際經濟電話卡、女性保養品
6.	菲律賓	RJ-FIESTA（菲世達）	A3、G	進口商品零售商店	生活用品雜貨、零食、飲料、報刊雜誌、易付卡
7.	菲律賓	Honey Bee Pinoy store	A1、A5	金融服務兼進口商品零售商店	外匯服務、生活用品雜貨
8.	菲律賓	DAVAO EXPRESS 2	A1、A3、B1、C1、G	小吃店	菲律賓口味的料理、飲料
9.	菲律賓	American Boulevard		進口商品零售商店	
10.	菲律賓	ATE MEL PINOY	A3、E3、G	小吃店	菲律賓口味的料理、飲料
11.	菲律賓	Testival shopping place		服飾批發	
12.	菲律賓	My Friend Pinoy Grocery	A3、G、H	進口商品零售商店	生活用品雜貨、零食、飲料

國立政治大學 National Chengchi University

13.	菲律賓	METREX	A1、A3、G	小吃店	菲律賓口味的料理、飲料
14.	菲律賓	聖心堂附近的衣服飾品攤販	A3	攤販	衣服飾品
15.	菲律賓	聖心堂附近的衣服攤販	A3	攤販	衣服
16.	菲律賓	聖心堂附近的衣服攤販 2	A3	攤販	衣服
17.	菲律賓	聖心堂附近的青芒果攤販	A3	攤販	青芒果、青芒果乾、玉米
18.	菲律賓	聖心堂附近賣菲律賓料理的攤販	A3、B4	攤販	菲律賓口味的料理
19.	菲律賓	M&G		進口商品零售商店	
20.	菲律賓	雜貨店 REGALO PINAS		進口商品零售商店	
21.	菲律賓	聖心堂附近的衣服、香水攤販	A3	攤販	香水、衣服
22.	菲律賓	jim’S	A1、A3、E3、G	小吃店	菲律賓口味的料理、飲料
23.	泰國	Baan Thai 2	A2、B5、G、J、K、L	小吃店	泰式料理
24.	泰國	泰國超市商行	A2、A3、F、G	進口商品零售商店	生活用品雜貨、零食、飲料、CD-VCD、DVD、報刊雜誌、易付卡
25.	泰國	約會泰式料理	A1、A3、E3、G、L	小吃店	泰式口味的料理、飲料
26.	泰國	泰式小吃店	A2、A3	小吃店	泰式口味的料理、飲料
27.	泰國	隆德灣泰式餐廳	A3、G、L	小吃店	泰式口味的料理、飲料
28.	泰國	阿茹小吃清真美食	A2、A3、B4、C3、D2、E3	小吃店	泰式口味的料理、飲料

29.	印尼	Toko Indo Cen Cen	A3、E3、G	小吃店	印尼口味的料理、乾貨、生活用品雜貨、寄貨、易付卡、撞球
30.	印尼	CAFÉ NGOC PINE	A3、B5、G	小吃店	印尼口味的料理、飲料
31.	印尼	峇里島咖啡	A3、B5、G	小吃店	印尼口味的料理、飲料
32.	印尼	RUMAH MAKAN MAJA JAKARDA	A3、E3、H	小吃店	印尼口味的料理、飲料、乾貨
33.	印尼	印尼口味 WARUNG PONDONK	A3、G、H	小吃店	印尼口味的料理、飲料、乾貨
34.	印尼	玉豔小吃 CAFÉ NGOCDIEM		小吃店	印尼口味的料理、飲料
35.	印尼	阿蓮小吃店		小吃店	印尼口味的料理、飲料
36.	印尼	Toko Indo BAHAGIA 尼龍印尼小吃店	A3、E3、G、H	小吃店	印尼口味的料理、飲料、乾貨、生活用品雜貨、報刊雜誌
37.	越南	方東越南小吃店	A3、B1、B5、F、G	小吃店	越南口味的料理、飲料、乾貨、生活用品雜貨
38.	越南	菁菁美髮	A3、G	美容美髮	男女洗、剪髮、指甲彩繪、修剪指甲
39.	越南	越南小吃店	A3、G	小吃店	越南口味的料理、飲料
40.	越南	家鄉越南小吃店	A3、B1、C1、G	小吃店	越南口味的料理、飲料
41.	越南	Quan an MINH TAN（鳴心小吃店）	A3、B1、G	小吃店	越南口味的料理、飲料、乾貨、生活用品雜貨
42.	越南	夢想餐飲		小吃店	

資料來源：本研究整理

國立政治大學 National Chengchi University

一、「菲律賓」文化類屬的商店

（一）進口商品零售店

編號 3、4、6、7、9、12、19、20 爲菲律賓進口商品零售店，主要分布在中壢火車站前站的中平路、復興路、建國路，僅有兩間是位在中光路和中央東路上。這些店家以菲律賓人爲主要消費者，其商店販售的商品以菲律賓人在平日生活中會使用到的物品、食品爲主，其內容包含菲律賓口味的泡麵、調味料、飲料、餅乾、保養品、洗衣精、牙膏、電話卡、手機易付卡/補充卡、CD/VCD、菲律賓文的報紙、週刊雜誌等，舉凡在生活上會使用到的各項物品、食物應有盡有，在大型的進口商品零售店甚至有兩樓以上的經營樓層，譬如：EEC、Bing go 在二樓則另外有販賣玩偶、禮品擺飾、衣服部門，也提供當地東南亞背景的人們宅配貨品到他（她）們的家鄉，以及存匯款服務。另外，較小型的進口零售店平時也會與 EEC、Bing go 批貨，並與這兩間商店有合作關係，在各小型進口零售商店內設有臨時貨品宅配收送站，方便東南亞背景的人們可在不同的商店寄貨。除此之外，在 EEC、Bing go 這兩家店除了販賣菲律賓商品外，也擴大對其他東南亞背景的人們的服務，後來也在店內販賣有種類較少的印尼、越南商品、食品等，是爲了吸引更多的東南亞背景的人們來店內購買消費，而較小型的菲律賓商品零售店只有販賣菲律賓商品，這是因營業資本額比較小，店家本身對其他東南亞國家沒有太多的認識，加上語言不通的狀況下，只能販賣單一性的菲律賓商品與食品。

對於菲律賓進口零售商店在室內的擺設及設立的位置，筆者發現到許多類似的地方，像是商店騎樓、建築物的周圍都會張貼商品情報、菲律賓當地的活動訊息，在菲律賓國慶日的時候也會張貼慶祝國慶日的海報，EEC、Bing go 甚至會直接把菲律賓、印尼、越南週刊雜誌、報紙及商店的折扣活動消息放置在店外，讓經過的東南亞背景的人們在最顯眼的地方便可看見故鄉的訊息。而 Bing go 則會直接在把電視架設在商店外面，電視內容就是播放菲律賓當地的流行節目或者新聞報導，時常可以發現在假日人潮擁擠的時候，看到許多東南亞背景的人們會聚集在商店外面觀看電視。走進 Bing go 可看到在櫃台後方張貼著用菲律賓文書寫說明的商品廣告，櫃台邊也會擺放著許多活動的宣傳單，甚至有些店家會在櫃台後方架設一個較高的櫃子，用來放置要販賣的洋酒和香菸等商品。在商店內部，映入眼簾的是排列有序的商品櫃，在商品櫃旁邊另外會有 CD/VCD/DVD 光碟的長排鐵櫃，這些幾乎都是每間菲律賓進口零售商店會販賣的商品，店內隨時播放著菲律賓當地的流行音樂，讓消費者一進門，便可以感覺到這裡就是專屬他（她）們的消費地點。

在中平路上一間位於樓房二樓的菲律賓進口商品零售店－菲世達(Rj)；以及位在建國路上的 MY FRIEND PINOY GROCERY，這兩家商店較其他東南亞商店的不同處，在於商店內部會擺設錄放影機、模型遙控飛機、收音機、數位相機等

商品，這些都是與菲律賓商品連結不上的商品，筆者進一步詢問店家才知道，由於附近同性質的進口商品零售商店太多，這些商品是爲了吸引消費者注意所舉辦的抽獎活動或是累積點數的活動，消費者累積到一定的點數便可換取想要的商品，這種優惠活動一方面幫助店家吸引更多消費者；另一方面，消費者也因爲常來店裡購物就可以得到回饋。從菲律賓商店的店家採用優惠活動來吸引消費者的情況，可以理解，由於此街道是菲律賓商店聚集區，故筆者走一小段路就會遇到相似性高的菲律賓商店，對於當地人或從外地來的東南亞背景的人們來說，他（她）們很清楚什麼商品在哪間商店可以買得到，所以店家開始採用各種優惠方式與有特色的布置，這個現象促使中壢火車站周遭東南亞商店，呈現出特殊聚集的商家文化類屬。

（二）小吃店

編號 2、8、10、13、22 爲菲律賓口味的小吃店，多數是集中在中壢火車站前站的中平路、復興路、建國路、中光路上。這些小吃店的經營者以原籍菲律賓的配偶爲多，而出資者是台籍丈夫或家人；來到店內消費主要以菲律賓人爲主，在店內所販售的商品以菲律賓料理所需求的菜色、口味爲主；菜餚的擺設上，店家以採用自助餐的供餐方式，讓消費者可以挑選自己想吃的菜餚，再拿至櫃台前結帳；除了販賣菲律賓口味的菜餚熱食、甜點外，有少數幾家店會在櫃台旁邊另外架設商品展示櫃，兼售一些調味料、餅乾、罐頭、泡麵等的乾貨食材。

筆者觀察到，此地區的菲式小吃店普遍開設在樓房二、三樓以上的位置，根據店家說明，這主要是受到店租價格的影響。儘管菲式小吃店在繁雜的東南亞商圈之中並不明顯，但只要找到招牌上寫有菲律賓文以及標示菲律賓口味字樣，便可透過招牌找到店家位置，譬如 DAVAO EXPRESS 2、DJ-spot MANILA REPUBLIK 這兩家店，首先會看到在一樓騎樓旁邊有一條樓梯的小通道，是通往位在二樓或三樓以上的小吃店位置，樓梯走道會有店家張貼自己繪製的海報，或請人製作商店招牌裝設在樓梯口或者走道上，指引消費者前往用餐；一進小吃店門口，打開門便可發現小吃店內的燈光是以較暗黃的燈光取代日光燈，牆上也會懸掛七彩閃爍燈泡作裝飾，與提供消費者唱歌的卡拉 OK 設備，店內餐點除了菲式口味的簡餐外，店家會在櫃台附近放置自助式的菜餚供消費者自行取用，店內所提供的菜單也會依每位消費者的需求、口味做不同的改變和添加菜色。

在這些菲式小吃店中，啤酒和飲料也是最常見的販賣商品，以 DAVAO EXPRESS 2 爲例，老闆娘是原籍菲律賓的配偶，她特別在商店內部的牆上提供出一個大角落來張貼照片，這些照片有的是消費者自己和朋友、消費者跟老闆娘的合照，也有消費者與雇員的合照，有些照片會再加上消費者的簽名，透過合照、簽名的行爲，這個大角落成爲老闆娘與消費者溝通、互動的管道。而 DAVAO EXPRESS 2 也和其他菲式小吃店一樣，店內會播放菲律賓當地的流行音樂，在

此地區中，幾乎每一間小吃店所附設的卡拉 OK 都是讓來店內用餐的客人免費歡唱，例如：位在建國路上的 ATE MEL PINOY，以及中平路上的 DJ-spot MANILA REPUBLIK 這兩家店，店內除了有附設的卡拉 OK 外，還有專屬的唱歌舞台，讓每一位消費者在用餐之餘也可以和朋友一起同樂。

（三）攤販

標號 14、15、16、17、18、21 是一群聚集在中壢聖心堂附近的攤販，而這些攤販群固定在每個禮拜六、日會聚集在中光路與長江路上，因爲他（她）們鎖定的販賣對象，是每個禮拜六、日固定會來聖心堂作禮拜的菲律賓人。這些攤販所販賣的商品種類主要是日常生活中就會使用到的物品與食物，有菲律賓口味的料理、衣服飾品、寢具用品、毛浴巾、女性保養品（乳液、香水、沐浴乳等）、布偶玩具，隨著科技的進步攤販群中也發現有販賣筆記型電腦的攤位出現。這些攤販群的老闆，有的是外籍配偶和台籍丈夫，有的是具有菲律賓華人身分的夫妻在此擺攤作生意；而台灣人的攤販，則看準每個禮拜六、日有許多菲律賓人來這裡消費、用餐，所以也有許多台灣人在此經營攤販生意。這些攤販在商品的售價上，比起在一般商店中同性質的商品來的便宜許多，像一件衣服、褲子通常一百元便能購得，故許多菲律賓人或其他東南亞背景的人們都會來這裡購物消費，無形間這裡也形成了一種小型的東南亞購物商圈。

在長江路上，有一間懸掛著菲律賓文與中文解說布條的攤販，這是一間專門販賣菲律賓口味的料理，攤販位置就在騎樓旁，老闆與老闆娘是從菲律賓回台灣定居的菲律賓華人，夫妻平日開著小貨車在附近工業區，販賣便當給在工廠工作的菲籍勞工，到了禮拜天才會出現在中壢聖心堂附近擺攤賣菲律賓料理，其食物原料都是老闆娘在市場購得，販賣的食物項目有菲式口味的炸香蕉、義大利麵、菲式糕點、芒果青，多數來買的消費者都是上完教堂後來這裡買午餐吃的菲律賓人爲多，再者就是附近的原籍菲律賓的配偶，他（她）們知道這裡有一攤好吃價錢又便宜的菲式口味的小吃店，於是在快接近中午的時間便會騎摩托車載著小孩過來這裡購買。筆者在長期的駐點觀察也發現到，其實附近的攤販群流動率是很高的，而每週來此擺攤的攤販，位置多數都是不固定的，有固定位置的攤販僅有幾間，而這間菲式口味的料理小吃攤販就是少數會固定時間、固定位置會在此設立的攤販。

這些攤販群所共有的特色就是招牌或店家旗子不一定會寫中文，但一定會寫菲律賓文，再者就是這些攤販的營業時間多數都是禮拜六、禮拜日才會在這裡聚集，根據攤販老闆以及附近的店家表示，這些攤販營業時間大部分早上六、七點就開始在這裡擺攤作生意了，大概到晚上八點左右這些菲律賓人離開了，攤販老闆才會作整理工作，結束一整天的營業。攤販老闆與東南亞背景的人們用來溝通的語言以英文爲多，再來才是菲律賓語，所以在這裡會聽到英文、菲律賓語交談

的商家叫賣聲不絕於耳。

（四） 其他服務類型

編號 1、5、11 這三間分別位在中平路上的 LA 電話卡專門店、福隆大旅社兼複合式餐飲店，與位在建國路上的 Testival shopping place，前兩間商店從外表看起來與一般店家並無差別，商品也與一般的電話卡、易付卡、旅社沒有太大的差異，但這兩家店都開在東南亞族群出現最頻繁的中平路上，而鎖定的消費者則是以菲律賓人爲主。

LA 電話卡專門店是一間夾雜在服飾店與餐飲店之間的位置，營業樓層是在一樓，LA 在店外張貼很多用菲律賓文、越南文、緬甸文以及泰國文解說販賣物品的海報，以及一些有關東南亞國家的節慶消息或其他東南亞商店的廣告，讓外人一眼即可看出這是一間專門服務東南亞族群的商店，商店內部僅是一間約二坪半大小的店面，店內正前方以前左方各有一整排的玻璃展示櫃，LA 的販賣商品除了有各式的補充卡、國際電話卡、手機易付卡外，也在店內展示櫃兼售女性保養品、洗髮精等的日常用品。

福隆大旅社兼複合式餐飲店，是一間以經營旅社爲主的商店，主要是提供給來中壢遊玩、休息的東南亞族群，福隆大旅社兼複合式餐飲店的右邊是經營旅社爲主，一進旅社首先會先看到櫃台與兩位服務員，櫃台後面張貼著用菲律賓文、泰文、英文寫著休息一小時以及住宿一晚多少錢的海報，櫃台前售有泰國、菲律賓的零食以及泰國、菲律賓的飲料；位在同棟建築物的左邊，也就是與旅社互通的簡餐咖啡廳，所販賣的商品是一般的簡餐與咖啡、飲料，內部也放置著一排菲律賓口味的自助餐菜餚，在咖啡廳外面又兼營菲律賓口味的小吃攤，小吃攤的招牌用菲律賓文標示著各種菜色，讓客人可自由選擇菜色或點選外面現煮的餐點；位在簡餐咖啡廳與旅社的中間有一條布置著閃爍的五彩燈泡通道，這是一條通往地下室卡拉 OK，這家商店除了讓消費者可同時享用餐飲、住宿，也可選擇到地下室的卡拉 OK 進行消費。

建國路上的 Testival shopping place 設置在五樓的位置，是一家專營服飾批發的商店，因雇員表示必須擁有貴賓卡才能進入，故筆者僅能就周遭的布置與擺設來判斷這間商店是屬於其他服務類型。

綜上所述，中壢火車站周遭的菲律賓商店，其經營型態包括進口商品零售店、小吃店、攤販與其他服務類型，而攤販是其他東南亞商店所沒有的經營型態，其原因可追溯至 1998 年，當時最早的東南亞商店經營型態就是攤販，並以服務菲律賓人爲主，攤販原是週日時才在長江路形成臨時市集，隨著店家資本的增長，經營型態才出現非攤販類型的商店（如，小吃店、進口商品零售店、其他類

型等），這類型的菲律賓商店聚集在火車站前的中平路上，服務對象和經營時間也變得更多元化，由於消費者越來越多元化，在經由業者協調後依照族群劃分區域，於是桃園市後火車站周遭成爲泰國、印尼的攤販聚集商圈，中壢市長江路一帶則成爲菲律賓的攤販聚集商圈，[72] 在筆者的田野訪談資料中也證實這一點，當初由於菲律賓商店先駐進火車站站前中平路一帶的區域，故其他東南亞商店比較難以駐進此區域，促使泰國、印尼商店主要聚集在桃園後火車站。[73] 在後續的統計長條圖中，菲律賓商店會有兩種經營型態的長條圖，分別是非攤販類型的菲律賓商店，以及攤販類型的菲律賓商店。前者用於和兩地非攤販類型的東南亞商店相比較，後者則僅與忠貞市場一帶攤販類型的滇緬商店作分析比較。

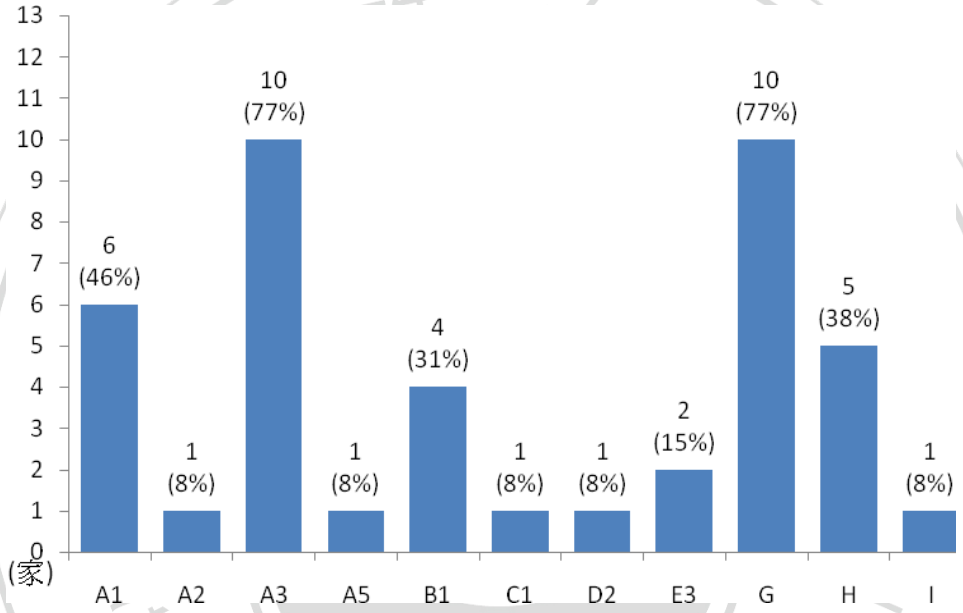
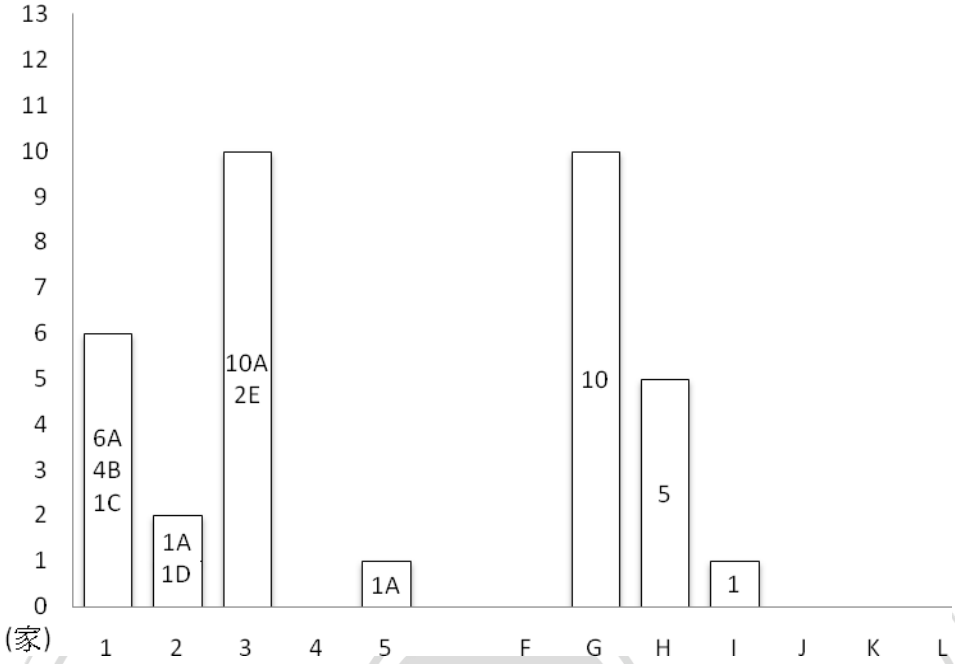


圖 2-1「菲律賓」商家文化類屬的表現方式（大分類：非攤販）

[72] 中壢的菲律賓商店聚集經過一段協調的過程，由於以前在桃園市經常發生菲律賓與泰國人的族群衝突，加上中壢位於新竹、楊梅與其他工業區間的中間位置，業者在經過協調後自行劃分族群區域。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，頁 31-35。

[73] 中壢 My Friend Pinoy Grocery 員工口述，於 2007 年 3 月 31；Toko Indo BAHAGIA 尼龍印龍小吃店 老闆口述，於 2008 年 8 月 3 日日於店內訪談資料。



說明：為能清楚表示商家文化類屬的表現方式，在元素長條圖中加上工具以及使用商家數。譬如在 2（宗教）的長條圖中標有 1A、1D，則表示有 1 家商店使用 A（海報）與 1 家商店使用 D（圖騰）來表現 2（宗教）的特色。

圖 2-2「菲律賓」商家文化類屬的表現方式（小分類：非攤販）

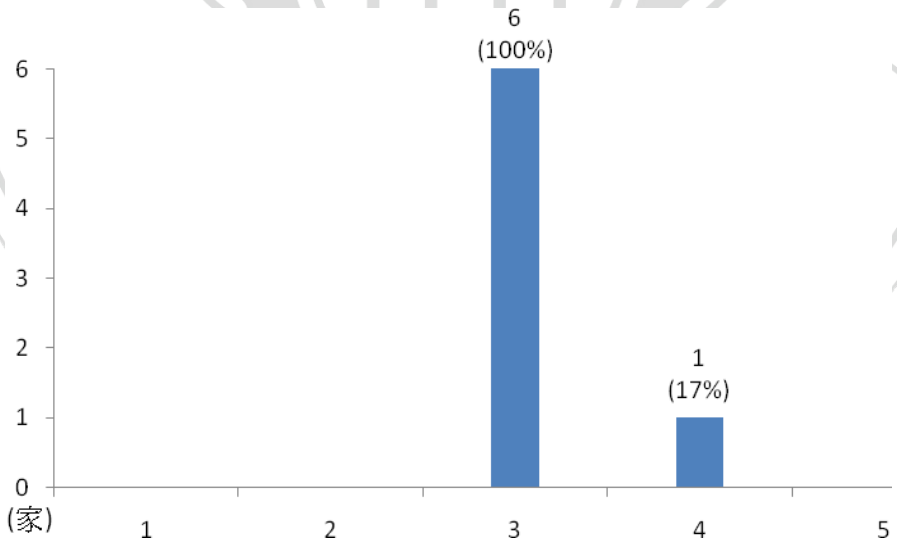
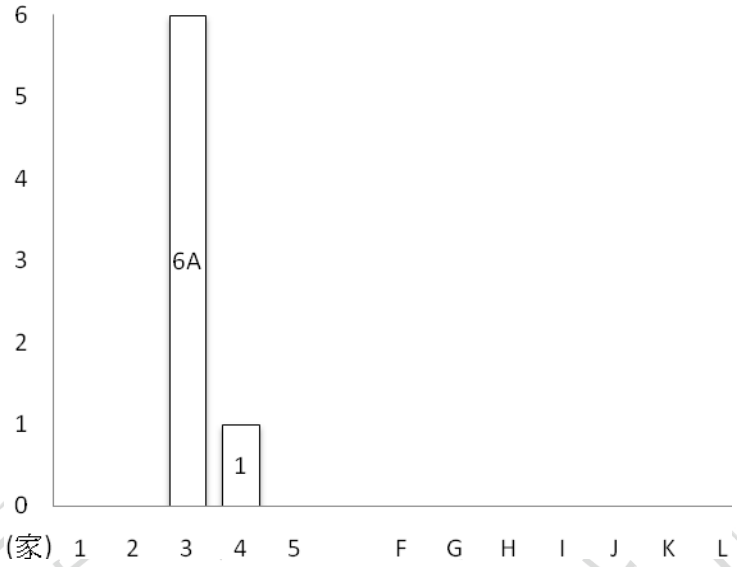


圖 2-3「菲律賓」商家文化類屬的表現方式（大分類：攤販）



說明：同圖 2-2。

圖 2-4「菲律賓」商家文化類屬的表現方式（小分類：攤販）

結合圖 2-1、圖 2-2，可看出非攤販類型的菲律賓商店，在南洋氛圍的營造上以 3（文字）和 G（廣播音樂）最爲常見，常看見到店內以播放菲律賓的流行音樂與廣播，布置上以貼著寫有菲律賓文字標語的海報爲多，而 H（電視節目）、I（留言版）的使用則是在所有的非攤販東南亞商店中，菲律賓商店較特殊之處；另外在圖 2-3、圖 2-4 中，可理解攤販類型的菲律賓商店，在南洋氛圍的營造上以 3（文字）最爲常見，而 4（菜餚）的使用，則是這類商店在同類型的東南亞商店中較爲特殊之處。

再比較圖2-2與圖2-4，可瞭解在所有的菲律賓商店中，非攤販類型的商店會用廣播音樂（G）、電視節目（H）、留言版（I），這是和攤販類型的商店不同之處，前者在店內的海報以人物跟宗教爲主，而後者僅以張貼有文字的海報和菜餚照片去營造南洋氛圍；可知在有店面的非攤販類型商店，相較於流動性高且開店時間不固定的攤販類型商店，前者在南洋氛圍的表現方式上是較多元的。

二、「泰國」文化類屬的商店

（一）進口商品零售店

編號 24 的泰國超市商行，是一家位在元化路上的泰國進口商品零售店，商店的經營樓面是在一樓的位置，店內主要販售的物品有各式泰國食品、罐頭、菸酒等的各項百貨生活用品，也接受小型的泰國進口零售商店以及小吃店的批發、零售，這家泰國超市商行的主要消費者，是從各地來到中壢以及在中壢附近工業區工作的泰國人。從商店外部來看，會先看到用顯眼的黃色泰文字體寫成的招

牌，在一樓店面騎樓外面也放置一塊商店的招牌，門口位置則擺設書報刊架，以及擺放兩張方形桌子以及六、七張椅子，是爲了讓泰國人方便在買完東西後坐著聊天、喝飲料；商店內部的右側有一個玻璃展示櫃台，這個櫃台同時也放著收銀台，老闆與老闆娘會在這裡幫客人從事商品諮詢與結帳的服務，而展示櫃內擺放著許多家電信業者的手機易付卡、補充卡以及國際電話卡，櫃台的後方也擺放著販售的菸酒商品，緊鄰櫃台前方位置則販賣泰國烹飪用的食材、乾貨與乾料；店內會播放泰國當地的流行音樂與廣播節目，同時也在店內販售有音樂 CD/VCD、錄影帶，因泰國超市商行的老闆本身是泰國人，也是一位虔誠的佛教徒，故在商店裡面常會張貼泰國當地的佛教領導人照片，並在櫃台放置泰國浴佛節的宣傳海報，與張貼相關報導的訊息在商店內外。

（二）小吃店

編號 27、28 爲泰國口味的小吃店，編號 23、25、26 分布在元化路上的騎樓，而編號 27、28 則是分布在中和路上，這些泰國口味的小吃店的主要消費者都是鎖定在從外地來到中壢或這是附近工業區的泰國人，小吃店所販賣的商品主要是提供泰式口味的簡餐、自助餐爲主，在商品的販賣種類中也有像其他大型的泰國店家批發來的零食、飲料和啤酒，由於開設在元化路上的小吃店，其店家位置多設置於騎樓邊，每家小吃店的店家坪數最小的約有 13 坪，設在樓房二樓的 Baan Thai 2 則約有 25 坪的空間，從這些泰國小吃店的外部空間可看到貼有許多關於泰國當地的報導、宣傳泰國浴佛節的海報以及商店本身的商品情報訊息等，商店內部也裝飾了許多熱帶植物的布景，以及張貼泰文海報在店內。另外，約會泰式料理這家小吃店也在騎樓旁提供烤肉式的供餐服務，並在右邊另闢一間約 8 坪的房間，提供消費者一邊用餐一邊唱卡拉 OK。

編號 28 的阿茹小吃店，其店面位置在元化路前端，鄰近國光客運與火車站前站的出口，小吃店是設在大馬路邊，包括烹飪區以及用餐地點約僅有四坪的大小，販賣的菜色有涼拌青木瓜、椰奶芭蕉、泰式海南雞飯與泰式海鮮麵等的泰式料理。面對著小吃店，所看到是左邊是烹飪區，烹飪區下方掛有以泰文和中文的菜色說明的招牌，而用餐地點則是由鐵皮屋改造而成的空間，內部約僅有兩坪半大小的空間，內部用餐處張貼有泰國浴佛節的海報、泰文的月曆，也提供泰文報紙，除了沒有提供卡拉 OK 外，其他的布置與其他的小吃攤販類似。

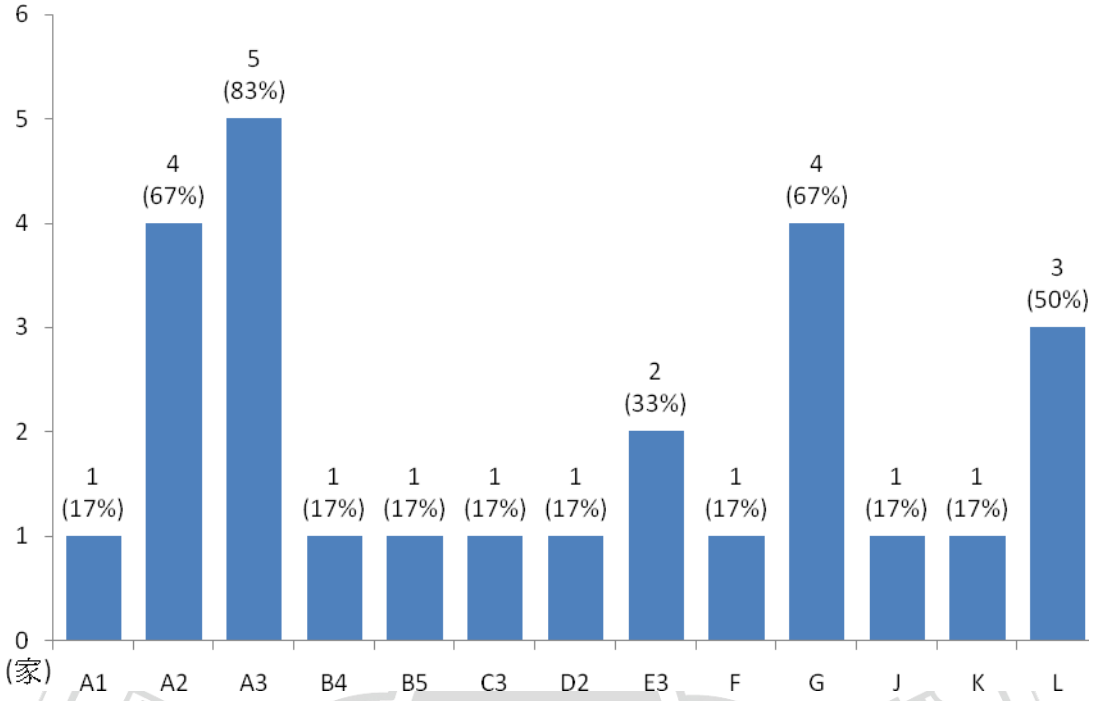
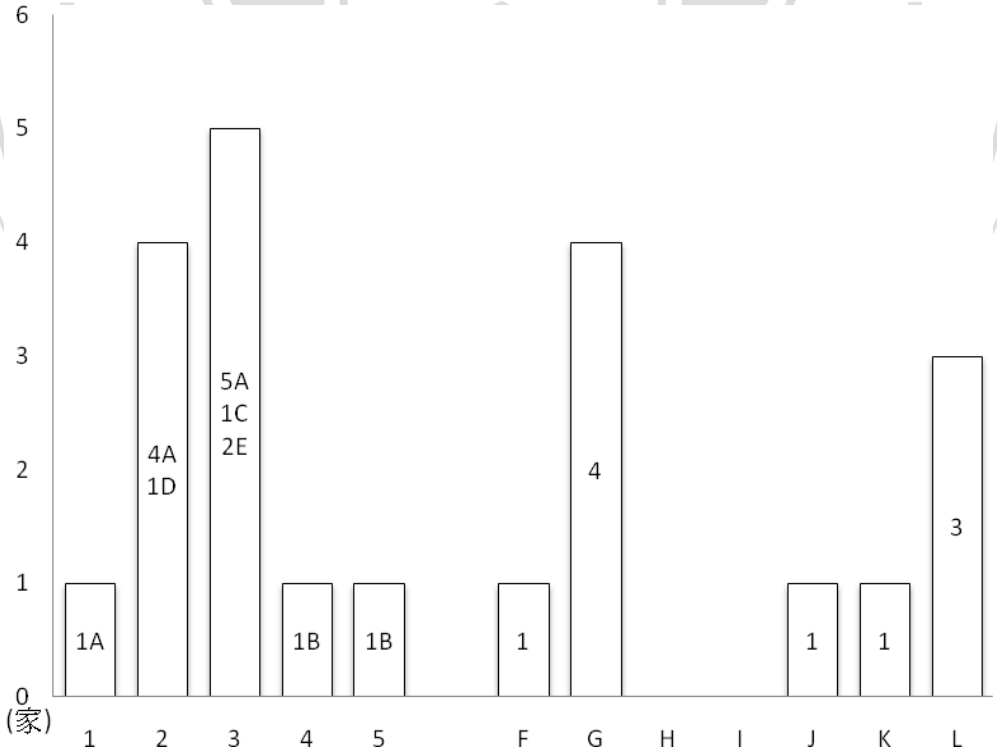


圖 2-5「泰國」商家文化類屬的表現方式（大分類：無攤販）



說明：同圖 2-2。

圖 2-6「泰國」商家文化類屬的表現方式（小分類：無攤販）

由圖 2-5、圖 2-6 可知，泰國商店以 3（文字）、2（宗教）及 G（廣播音樂）等是最常見的南洋氛圍的布置；前兩項是以張貼泰國文字以及泰國佛教信仰的海報呈現，後者的廣播音樂是在商店中會聽到的泰國當地的流行音樂與廣播。

三、「印尼」文化類屬的商店

（一）小吃店

編號 29、30、31、32、33、34、35、36 爲印尼小吃店，所販賣的商品爲印尼口味的料理爲主，兼售有印尼口味的乾貨、零食、小點心以及泡麵等商品，在印尼小吃店中多數的供餐模式都以自助餐爲主，其次才是簡餐，較爲大規模的印尼小吃店，例如：編號 36 尼龍印尼小吃店（Toko Indo BAHAGIA），店內還有販售印尼的報刊雜誌、CD/VCD。上述這些印尼小吃店主要鎖定的是印尼人。印尼小吃店的外部空間，可以明顯看到招牌上標示有「印尼」口味等的字樣，除了有中文標示外也會用印尼文書寫，而每一家小吃店店內會固定設有一個櫃台，例如：Toko Indo Cen Cen 則在櫃台旁另設與 EEC 合作的貨品宅配收送服務站。而每間印尼小吃店的內部也都貼有印尼文的海報和店家的折扣消息，這些小吃店除了販賣吃的、用的日常用品外，也會在商店內部另外隔間或者在二樓房間另設置卡拉 OK，另有店家設有撞球間供消費者娛樂用。

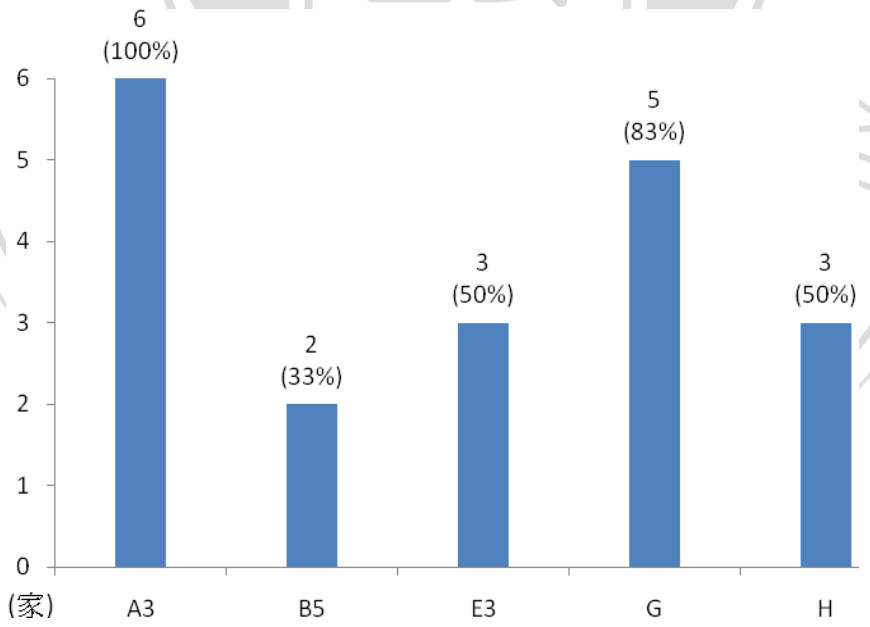
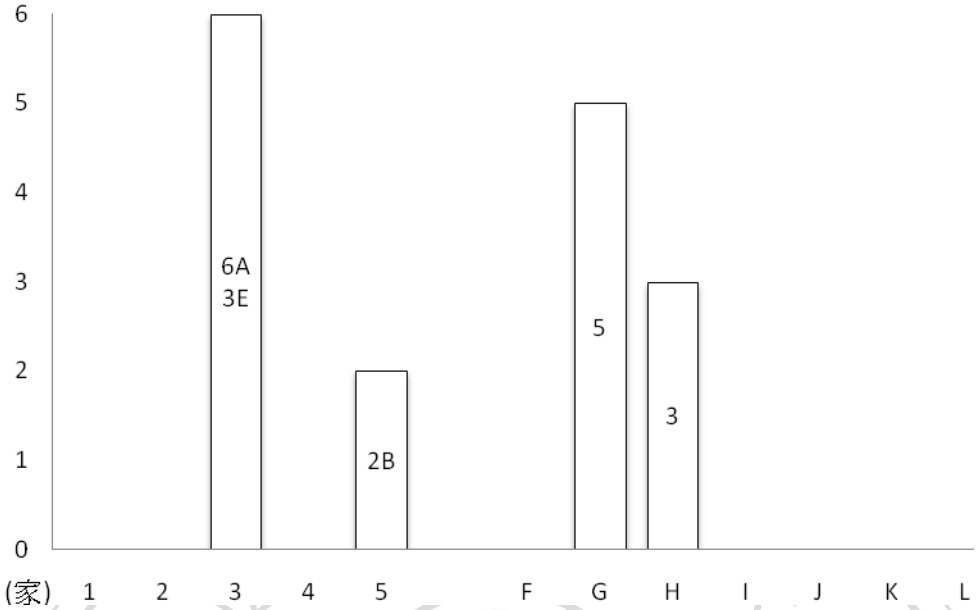


圖 2-7「印尼」商家文化類屬的表現方式（大分類：無攤販）



說明：同圖 2-2。

圖 2-8「印尼」商家文化類屬的表現方式（小分類：無攤販）

由圖 2-7、圖 2-8 可知，印尼商店以 3（文字）及 G（廣播音樂）爲最常見的南洋氛圍的布置；前兩項是以張貼印尼文字海報訊息，以及在用餐時會播放印尼的流行音樂，讓用餐的消費者可深刻感受到家鄉的氛圍。另外，H（電視節目）在印尼商店中較特別的布置，此區域內的印尼店家會播放當地的電視節目以吸引印尼人的注意。

四、「越南」文化類屬的商店

（一）小吃店

編號 37、39、40、41、42 爲越南小吃店，[74] 所販賣的商品爲越南口味的料理爲主，其菜色類型大致可以分爲麵類、飯類、湯粉類、涼拌類、快炒類、湯類、甜點類、火鍋類八大項，細分其菜餚名稱常出現的有：牛肉（雞肉）河粉、海鮮炒（湯）麵、蝦醬香茅炒豬肉飯、炸春捲、鴨仔蛋、蒸粉皮、越式酸辣火鍋、越式酸辣湯、酸辣魚湯、牛肉（木瓜、花枝）涼拌等，在越式小吃店中所供應的飲料有西貢啤酒、333 啤酒、砂糖純咖啡、人蔘調味糖漿、清心梨汁、龍眼茶等；甜點上則有三層糕、芭蕉、芋頭、線豆等都屬於越式小吃店的特殊餐飲，而主要的消費者也鎖定在越南人身上。這些越式小吃店坪數每間約有 12 坪至 15 坪，從商店外部觀察最能明顯區分出一般小吃店和越南小吃店，仍以商店招牌爲主，越南小吃店的招牌多數都有寫上中文與越南文字，只要看到招牌上的「越南」兩字

[74] 編號 42 的商店為「夢想餐飲」，在筆者訪查的時候已經結束小吃店經營，店家已經換人，只剩外面招牌沒有拆除，目前實際經營型態為歡唱 100 卡拉 OK 店。

即可一目瞭然，其他則與一般小吃店無太大差異性。走進編號 39 的越南小吃店，很容易就看到牆上張貼著越南明星海報，以及印有越南明星照片的月曆。在這些越式小吃店的布置上，筆者發現有些微的差別，就是牆上的菜單有些店家會以越南文書寫，有的則會在越南文旁附註中文。在鳴心越南小吃店中比較特別的一點是，另外會把與客人、朋友的合照放大掛在牆壁上，而卡拉 OK 是每間小吃店都有的設備，是爲了讓想唱歌的消費者坐在前面點歌、唱歌用。

（二）其他服務類型

編號 38 的菁菁美髮店是位在編號 39 的越南小吃店隔壁，店家的招牌是放置在店面的最左邊，招牌上的文字有越南文和中文，是一間家庭式的美髮店，營業項目有男女洗髮、剪髮等的頭髮造型爲主，並提供修剪指甲與指甲彩繪的服務項目，菁菁美髮店主要以女性越南人爲主。菁菁美髮的外部布置與其他家庭式美髮店無太大差異，走進店內可見到左邊放置著一張低矮的長桌與沙發，是讓消費者在等待時方便坐著看雜誌、電視用，緊鄰沙發的地方便是兩張用來給客人坐著剪髮、洗髮的椅子，整間美髮店約有 4 坪半的空間，店內布置張貼著二、三張模特兒髮型示範海報，店內的擺設所呈現出的是一種簡約布置風格。

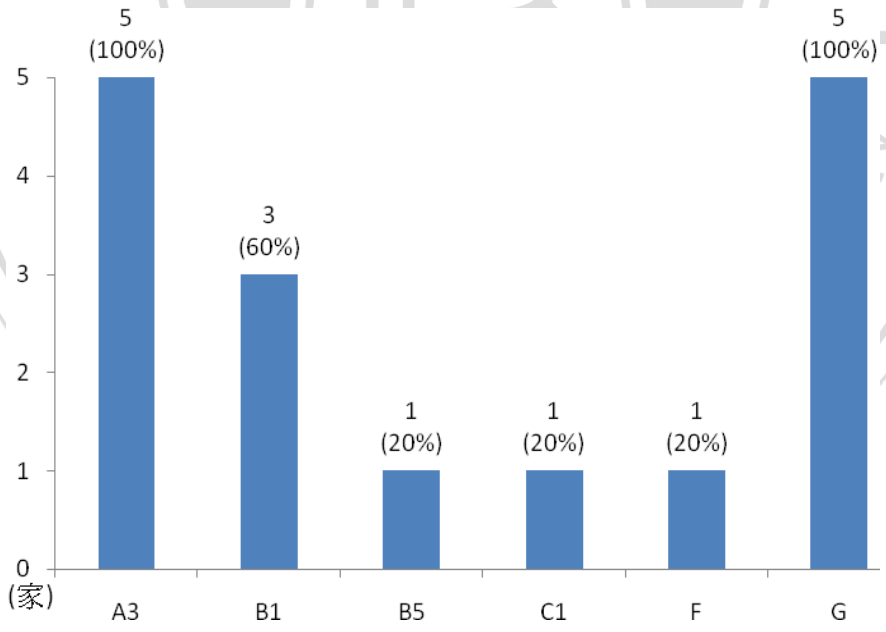
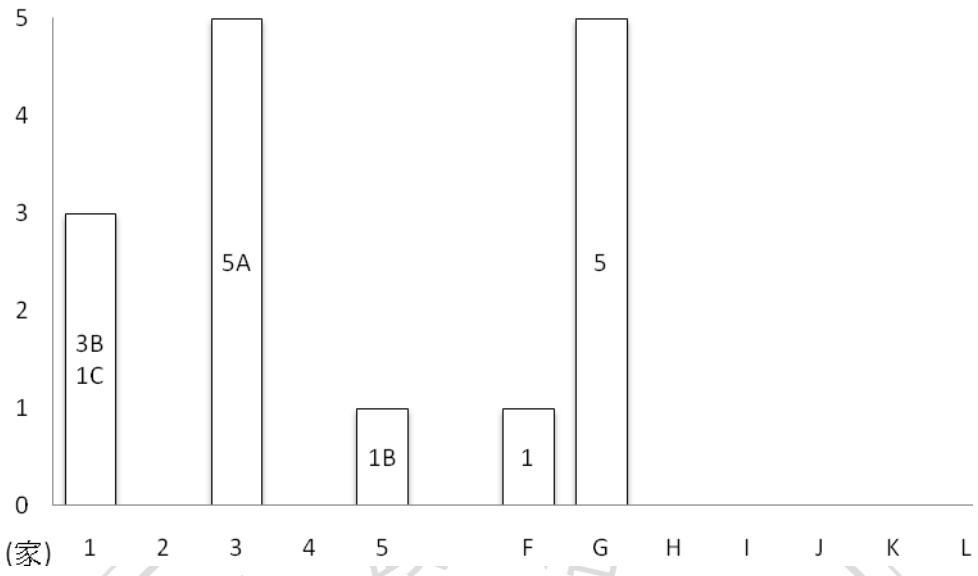


圖 2-9「越南」商家文化類屬的表現方式（大分類：無攤販）



說明：同圖 2-2。

圖 2-10「越南」商家文化類屬的表現方式（小分類：無攤販）

由圖 2-9、圖 2-10 可知，越南商店以 3（文字）、1（照片）及 G（廣播音樂）爲最常見的南洋氛圍的布置；前兩項是以張貼越南文字海報，也貼有與消費者合照的照片，相較於其他東南亞同類型商店其特殊之處是會懸掛印有當地明星的月曆，此發現也呼應了王志弘、沈孟穎在台北市安康市場越南街的研究，對越南人而言，最熟悉且受歡迎的符號是越南文書寫的招牌和海報。[75]

綜上所述，在中壢火車站周遭非攤販類型的東南亞商店，最常以 3（文字）、G（廣播音樂）作爲南洋氛圍的布置。菲律賓商店相較於其他東南亞同類型商店其特殊之處是布置元素包括 1（人物）、H（電視節目）、I（留言板）等，1（人物）是運用照片作爲媒介，照片中的人物多是消費者、店家與雇員的合照留影；照片若再加上消費者的簽名與留言，則成爲 I（留言板）的功能，透過合照、簽名的行爲，成爲店家與消費者溝通、互動的管道；店家也善用 H（電視節目）的功能，將電視架設在店內外，播放菲律賓當地的流行節目或者新聞報導，在假日時，許多東南亞背景的人們會聚集在商店的電視前面觀看東南亞節目。

泰國商店相較於其他東南亞同類型商店其特殊之處是布置元素包括 2（宗教）、F（佛像、佛龕）、K（桌椅）、L（假棕櫚樹）等，與其他東南亞商店相比較，泰國商店的布置包含較多的宗教元素。此情況可從 2（宗教）來看，2 結合海報作爲布置，即店家張貼泰國浴佛節的宣傳海報，與相關報導的訊息在商店內外；因多數的泰國商店的店家以信仰佛教爲主，也影響他（她）們會在店內擺設 F（佛像、佛龕）；K（桌椅）表示店家會特別選用具泰國圖案或雕飾的桌椅，讓

[75] 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」，頁26。

消費者體驗店內的泰國文化氛圍；L（假棕櫚樹）表示商店內部布置假棕櫚樹，他（她）們認爲棕櫚樹爲熱帶植物的代表，故常在泰國商店中被用來作爲裝飾。

印尼商店的布置以 H（電視節目）爲多數，此情況亦呼應陳坤宏在台南的研究，[76] 印尼商店店家透過電視節目的播放，提供印尼籍勞工在聚會時，可選擇看著節目來唱歌，或者依照節目內容作爲聊天的話題。

越南商店相較於其他東南亞同類型商店其特殊之處，則以 1（人物）、F（佛像、佛龕）等的布置元素，1 的情況多爲店家運用照片這項媒介，在店內的牆上張貼著店家與客人、朋友的合照，及印有越南明星海報的月曆、海報；F 的情況即是店家在牆上掛有佛像與佛龕，滿足店家自己與越南人在信仰方面的需求。

圖 2-11 菲律賓商店廣告海報
（本研究拍攝）

圖 2-12 中和路的阿茹小吃清真美食
（本研究拍攝）

圖 2-13 新興路上的印尼籍消費者
（本研究拍攝）

圖 2-14 新興路上的方東越南小吃
（本研究拍攝）

[76] 陳坤宏，2009，〈東南亞外籍勞工在都市商業區的聚集與消費活動對都市社區空間之影響〉，「2009 台灣的東南亞區域研究年度研討會」。

第二節 忠貞市場的滇緬商店

下表 2-3 則是筆者在忠貞市場所觀察到的滇緬商店，觀察的重點同樣鎖定在商家的文化類屬、店名、店內有南洋氛圍（參照表 2-1）、販賣商品、經營型態這五點，觀察到的店家數共計 34 家，整合資料如下表 2-3：

表 2-3 忠貞市場滇緬商店調查紀錄表

編號	商家的文化類屬	店名	店內有南洋特色氣氛	經營型態	販賣商品
1.	雲南	宏珍雲南過橋米線米干	無	小吃店	雲南口味的料理、飲料
2.	緬甸	不一樣小吃館	B2、B4、B5、D2	小吃店	緬式雲南口味料理、乾貨
3.	雲南	盧媽媽米干	無	小吃店	雲南口味的料理、乾貨、醬菜
4.	雲南	周 雲南米干	無	小吃店	雲南口味的料理、飲料、醬菜
5.	雲南	帝冠雲南米干	無	小吃店	雲南口味的料理、飲料
6.	雲南	何媽媽醬菜	無	攤販	醬菜
7.	雲南	大鬍子米干店	無	小吃店	雲南口味的料理
8.	雲南	雲南小館	A5	小吃店	雲南口味的料理、飲料
9.	雲南	正宗雲南美食	無	攤販	雲南口味的料理
10.	泰國	泰式料理	A3	攤販	泰國口味的料理
11.	雲南、泰國	雲南料理、泰式料理醬菜	無	攤販	雲南、泰國口味的料理、乾貨、醬菜
12.	泰國	賣涼拌木瓜、泰式小吃	A3	攤販	泰國口味的料理、涼拌木瓜

國立政治大學 National Chengchi University

13.	雲南	阿美米干	A5、B4、J	小吃店	雲南口味的料理、飲料
14.	雲南	（阮）阿珍米線	無	小吃店	雲南口味的料理、飲料
15.	雲南、泰國	伊斯蘭泰國雲南小吃店	D2	小吃店	泰式雲南口味的料理、飲料
16.	雲南	光復雲仙小館	無	小吃店	雲南口味的料理、飲料
17.	雲南、緬甸、泰國	賣蔬菜（緬甸、雲南、泰國特有蔬菜）	無	攤販	顛、緬、泰特有蔬菜
18.	雲南、緬甸	許媽媽美食	無	小吃店	緬式雲南口味的料理、飲料
19.	雲南	忠貞馬家	D2	小吃店	雲南口味的料理
20.	雲南	無店名的店家：賣米干、粑粑絲	無	小吃店	雲南口味的料理、飲料
21.	雲南	雲滇	A4、J	小吃店	雲南口味的料理、飲料
22.	雲南	雲峰	無	攤販	雲南口味的糕點、酥餅、山藥蛋糕
23.	雲南	忠貞雲鄉米干	無	小吃店	雲南口味的料理、乾貨、醬菜、泡菜、飲料
24.	緬甸	印度甩餅	無	攤販	甩餅
25.	泰國	黑妞泰式涼拌	A3	攤販	涼拌木瓜、醬菜
26.	泰國	新曼谷（泰式）	A3、C3、D2	小吃店	泰國口味的料理、乾貨、糕點、生活用品雜貨
27.	雲南、泰國	楊家將雲泰料理	無	小吃店	泰式雲南口味的料理、飲料

國立政治大學 National Chengchi University

28.	雲南	唐記米干	無	小吃店	雲南口味的料理、飲料
29.	雲南	陳家米干	無	小吃店	雲南口味的料理、飲料
30.	雲南	好料理小吃	無	小吃店	雲南口味的料理、飲料
31.	雲南	紫米蛋糕、糍粑、紫糯米飯	無	攤販	紫米蛋糕、糍粑、紫糯米飯
32.	雲南	雲南破酥包	無	攤販	破酥包
33.	雲南	雲南小吃攤	無	攤販	雲南口味的料理
34.	雲南	九旺米干	無	小吃店	雲南口味的料理

資料來源：本研究整理

透過表 2-3 可瞭解忠貞市場的滇緬商店文化類屬，主要爲雲南、緬甸、泰國三者間的結合，由於忠貞新村的軍眷來自於雲南，在遷徙過程中受到緬甸、泰國的影響，可看到店家同時販賣兩國以上的文化商品與菜餚（如，雲泰、雲緬泰），無法清楚區分其商家文化類屬，故筆者在此章中將無法單獨區分出來的滇、緬、泰文化類屬的商店，歸納統稱爲「滇緬泰」文化類屬的商店；在表格中有兩家以「緬甸」商家文化類屬獨立出來的商店，是因這兩家商店不論在商品種類與菜餚上皆不會「滇緬泰」商店有所重複，可單獨拿來視爲一體的商店，則另歸納爲「緬」文化類屬的商店。

忠貞市場一帶的商家經營型態包括小吃店與攤販，此二經營型態的滇緬商店在營造文化氛圍的方式上亦有差異，故後續的分析將以「滇緬泰」、「緬」文化類屬的商店爲主軸，結合不同的經營型態作討論。

一、「滇緬泰」文化類屬的商店

（一）小吃店

編號 1、3、4、5、7、8、13、14、15、16、18、19、20、21、23、27、28、29、30，這些販賣雲南口味料理的小吃店，其主要販賣菜色有雲南擺夷的小鍋米

線、雲南過橋米線、牛肉米線（米干）、[77] 紹子乾拌米干（米線）、[78] 雲南破酥包、[79] 雲南大薄片、[80] 酸醃菜、雲南豌豆粉、雲南涼蝦、雲南辣泡菜、雲南紫米蛋糕、騰沖酸辣魚、騰沖酸白菜、騰沖白斬肉以及各式臘味等；編號 26，主要販賣的菜色有涼拌木瓜、泰式自助餐、雞油飯、打拋飯、泰式炒河粉、酸辣海鮮湯、檸檬魚、泰式甜點、泰式醬菜等。

在小吃店的店門外，有些店家會販賣手工做的雲南糕點，可從外部一看便清楚這家小吃店的文化類屬，另外也可藉由招牌上的文字敘述分辨出商家的文化類屬，此處的小吃店在店面招牌上會寫著雲南或泰式口味料理等的字樣，也有在招牌角落標示雲南地名與菜名做爲招牌，像是騰沖、米干、米線、破酥包、稀豆粉、[81] 豌豆粉、[82] 稀豆粉粑粑絲等字樣。而新曼谷（泰式）小吃店的外面招牌是用中文與泰文寫成的，招牌的左上角也出現有 ☪ 的符號，[83] 店門左側放置一幅由泰文寫成的招牌，週六、日時，店門口會額外兼賣手工泰式糕點。由於小吃店的店門屬於全開式的，可清楚的看見左側有烹飪區，中間則是放置了五、六張桌子和椅子，在店內右側也放置一排鐵製商品陳列櫃是擺放生活雜貨用品、乾貨等的泰國商品，在牆上也掛著用泰文以及中文寫的菜單，以及一幅由阿拉伯文字寫成的古蘭經掛圖。

---

[77] 「米干」為雲南特有的傳統食物，由十斤米、三斤飯經由泡、洗、磨、蒸、切手續，須耗時十小時才能製成，米干的外表類似於客家板條。

[78]「紹子」指的就是肉燥，意指拿絞肉炒過之後的肉末，通常被拿來拌入麵或飯中。

[79] 「雲南破酥包」為雲南傳統點心，是明朝時期在雲南流行的包子，之所以叫「破酥包」，是因為包子皮很酥軟，一掉到地上就破了，相傳好動的孩子，品嚐包子時，手舞足蹈，卻不小心將包子掉到地上，包子立刻散身破碎，從此「破酥包」的名聲不逕而走。（http://www.hug.com.tw/index.php?func=commend&act=info&store=2&item=16&pro_id=15，搜尋日期：2008 年 9 月 7 日）。

[80] 「雲南大薄片」為雲南特有的食品，指的就是切的很薄的豬頭皮，由於薄如紙張、幾成透明故得此名，食用時會店家會附上芝麻醬汁、花生顆粒/粉、花椒辣油，讓消費者拌著大薄片一起食用。

[81] 「稀豆粉」為西南特有的傳統食物，是由綠豌豆經過泡、洗、磨、煮、攪拌的手續而成，需耗時五小時。

[82] 「豌豆粉」是由稀豆粉冷卻之後即變成豌豆粉，要食用時切成條狀，是由稀豆粉冷卻之後即變成豌豆粉，要食用時切成條狀，拌入所需的調味料食用即可。

[83] 經身為伊斯蘭教的口訪者表示，☪ 為一種伊斯蘭教的圖案，商店內有此圖案者代表此店家為伊斯蘭教徒，而所販售的商品也符合了伊斯蘭教對於「清真食物」的標準。

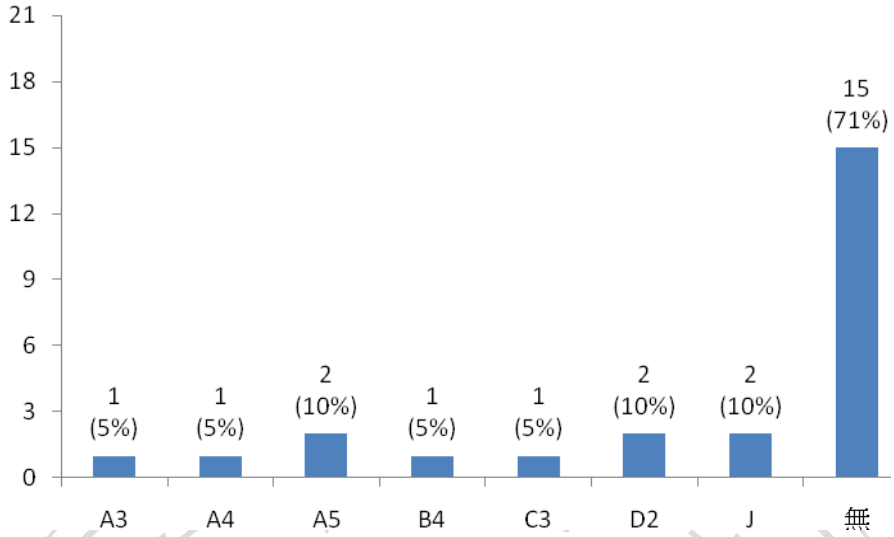
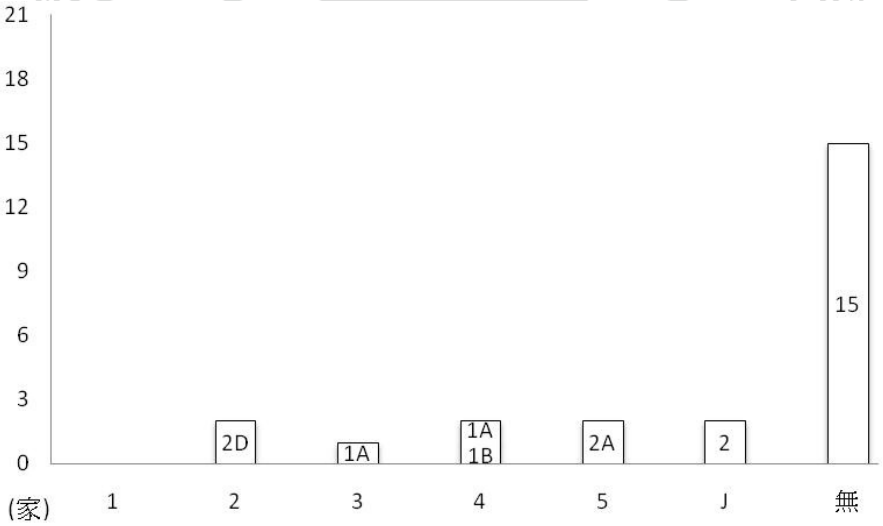


圖 2-15「滇緬泰」商家文化類屬的表現方式（大分類：不含攤販）



說明：同圖 2-2。

圖 2-16「滇緬泰」商家文化類屬的表現方式（小分類：不含攤販）

從圖 2-15、圖 2-16 中可看出，非攤販類型的滇緬泰商家最常見的情況是沒有南洋氛圍的布置；另外，有些商店會特別運用 2（宗教）、4（菜餚）、5（景觀）、J（服務人員）去布置呈現出南洋氛圍，如在宗教上會運用照片與圖騰作呈現，在菜餚上會用海報與照片作呈現，在外場服務人員方面，如阿美米干與雲滇小吃店，則讓外場服務人員穿上具雲南少數民族的特色服飾，以吸引消費者前來消費。

（二）攤販

編號 6、9、22、31、32、33 爲偏雲南文化類屬的攤販，所販賣的商品可分

爲蔬菜、雲南口味的料理和糕點，像有米干、米線、粑粑絲、雲南口味的醬菜（泡菜）、料理用的乾貨、雲南特有蔬菜、破酥包、紫糯米蛋糕、南瓜蛋糕、糍粑、[84]雲南口味的香腸、臘肉等；而編號 10、12、25 爲偏泰國文化類屬的攤販，所販賣的文化商品包括泰式料理、涼拌木瓜、泰式乾貨、醬菜等，店家以販賣可以保存的醬菜、乾貨及食物爲主，店家並在海報上標示泰文，張貼在擺設商品的架子上或者用立板呈現，以吸引消費者的注意。這類店家所販賣的文化商品雖偏向單一族群背景（雲南或泰國），但同時，店家會販賣其他族群背景的商品，在營造族群文化氛圍上則少有相關布置。

另外，有些攤販會出現兩種以上的商家文化類屬，如編號 11 爲雲南結合泰國文化類屬的攤販，這是因老闆娘的朋友寄賣雲南商品，故這家攤販才會同時販賣雲南、泰國的商品，如雲南、泰國口味的料理、醬菜、乾貨等，但以老闆娘自己販賣的泰國商品爲主；而編號 17 爲雲南、泰國、緬甸等三種文化類屬相互結合的攤販，主要販賣的是雲南、泰國、緬甸的特有蔬菜、料理用的乾貨。這類多元族群文化類屬相結合的商店，在營造族群文化氛圍上以沒有相關布置最爲常見。

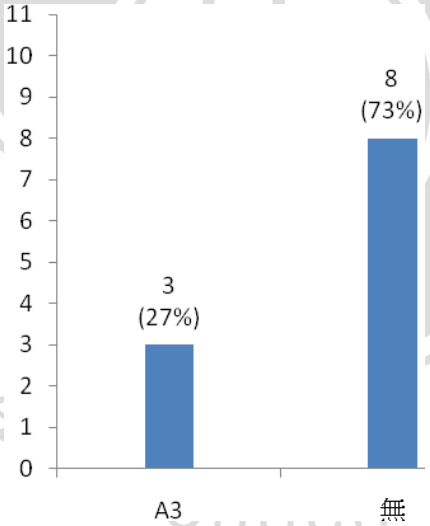
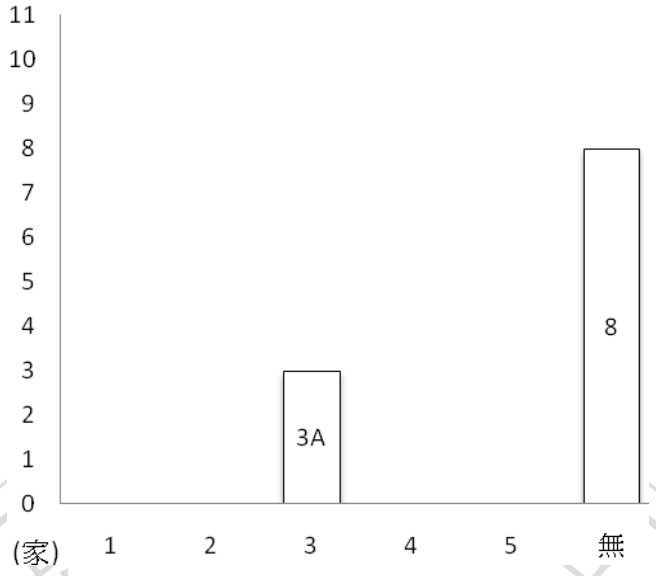


圖 2-17「滇緬泰」商家文化類屬的表現方式（大分類：攤販）

[84] 「糍粑」為雲南當地的一種特殊食物。受訪者表示，雲南口味的「糍粑」多用純糯米製作，形狀是圓形且約有 0.5 公分的厚度，有白色與紫色兩種顏色，紫色的就是用紫糯米製作而成，吃起來的口感類似於客家的麻糬，通常在雲南家庭裡會用來料理或者烤來吃，平常會拿來料理實用或者過年過節會吃的一種食物。



說明：同圖 2-2。

圖 2-18「滇緬泰」商家文化類屬的表現方式（小分類：攤販）

對於攤販類型的滇緬泰商家在營造文化氛圍上，此處以店家沒有作任何相關南洋氛圍的布置最為常見，而在布置有南洋氛圍的攤販中，較為常見的是文化氛圍偏泰國的商店，是運用 3（文字），在海報上除了有中文文字外，另外也會輔以泰文作為說明，目的是為了推銷自家商品與菜餚以吸引消費者的注意。

二、「緬」文化類屬的商店

（一）小吃店

此處「緬」文化類屬商店僅有一家，即編號 2 的不一樣小吃館，這家商店的店家會把每道菜的照片，張貼在門口旁醒目之處。小吃店的內部空間大約有 10 至 17 坪，一進去可見到一處烹煮專用的料理台，在菜單下會張貼推薦菜色的照片，另外在牆上則張貼有「清真食品」的字樣，和懸掛了三幅由阿拉伯文字構成的掛圖。[85]

此分類下較為常見的布置，可從非攤販類型的緬甸商店販賣的商品來看，本研究發現不一樣小吃館運用二種媒介來表達 2（宗教），店家強調並展現與宗教相關的布置來吸引消費者。

[85] 「不一樣小吃館」老闆全家由於信仰伊斯蘭教，老闆全家是不食豬肉的，故店內所販賣的肉類只有雞肉與牛肉，而貼有「清真食品」的標誌則是代表店內所販售的產品都是經由清真食品所認證過的食品，對於伊斯蘭教徒食用的話是可以放心食用的。

（二）攤販

在此分類下的「緬」文化類屬攤販僅有一家，即編號 24 的印度甩餅，此攤販只販賣印度甩餅，[86] 口味共有三種，有鹹奶油口味、咖哩口味以及煉乳口味，此分類下的緬甸商店並無相關的南洋氛圍布置。

綜上所述，筆者觀察到忠貞市場一帶，不論是非攤販或是攤販類型的商店，大多沒有營造南洋氛圍的相關布置。以「滇緬泰」文化類屬的商家來說，在 21 家非攤販類型的商店中（圖 2-15、圖 2-16），共有 15 家商店沒有使用南洋氛圍的相關布置，少部份的滇緬泰店家則傾向以菜餚、海報來呈現此氛圍，此情形可由文字與菜餚來看，張貼在商店牆上的照片主要以菜餚爲主，並附上文字加以說明菜餚的內容和歷史淵源，而信仰伊斯蘭教的店家，使用與宗教有關的符號元素作爲傳達的媒介，以吸引伊斯蘭教消費者的注意；在 11 家攤販類型的滇緬泰商店中（圖 2-17、圖 2-18），有 8 家滇緬泰商店沒有特別營造出南洋氛圍，另有 3 家攤販是運用泰國文字結合海報，表現店家的文化氛圍。

在「緬」文化類屬的商店中，發現非攤販類型的商家在布置上會比攤販類型的商家來的豐富且多元，店家強調以宗教呈現出南洋氛圍，也會在牆壁上懸掛與宗教相關的照片、圖騰，此方式不僅滿足有宗教信仰的消費者，並塑造出緬甸的商家文化類屬。

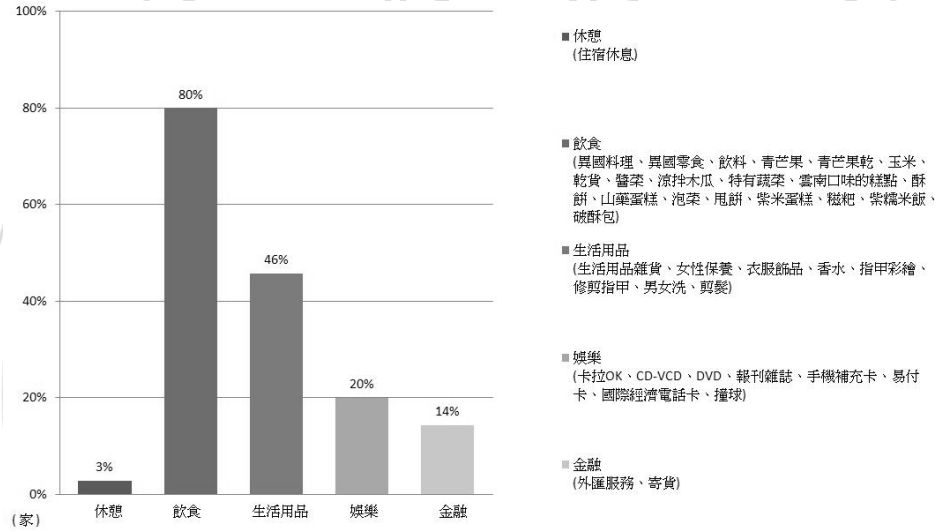
圖 2-19 雲滇的店內菜單
（本研究拍攝）

圖 2-20 黑妞泰式涼拌小吃攤
（本研究拍攝）

[86] 受訪者表示，雖名為「印度甩餅」是屬於印度食物但由於美味，所以在緬甸時，緬甸人也愛吃這種食物，把印度甩餅當作早餐來吃。

小結

兩地的南洋背景商店在經營型態上，相同點是皆有小吃店與攤販的經營型態，相異點是中壢火車站周遭的東南亞商店多了進口商品零售店與其他類型這兩種經營型態，金融服務兼進口商品零售店多出金融、娛樂兩種服務，而其他類型的商店則包含休憩、生活用品、娛樂等服務。從下圖 2-21、圖 2-22 可以看出，忠貞市場一帶滇緬商店的商品以飲食爲主（佔 100%），中壢火車站周遭東南亞商店的商品也同樣以飲食爲主（80%），其次是生活用品（46%），商品種類較多。接著從有相同經營型態的商店爲基礎，分析兩地店家在營造南洋氛圍上，所使用的工具與元素。



說明：依據表 2-2、2-3 的販賣商品，將商品的屬性分為休憩、飲食、生活用品、娛樂、金融等 5 項，若一家商店中有多種相同屬性的商品，視為具備一項屬性作計算。

圖 2-21 中壢火車站周遭的東南亞商店販賣商品百分比長條圖

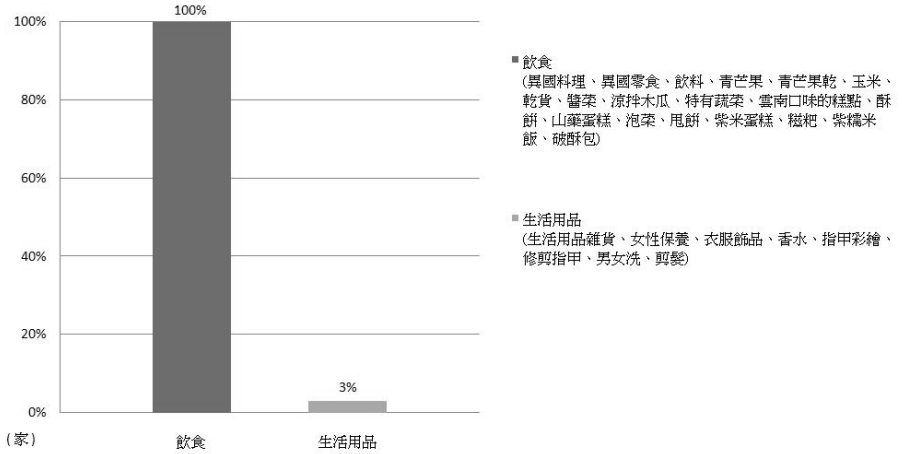


圖 2-22 忠貞市場一帶的滇緬商店販賣商品百分比長條圖

表 2-4 兩地店家用於營造具南洋特色的媒介與元素的比較表

	中壢火車站周遭	忠貞市場一帶
非攤販的商店	以 3（文字）、G（廣播音樂）最爲常見。	多數店家並無相關的文化類屬擺設。 僅少數以 2（宗教）、4（菜餚）、5（景觀）最爲常見。
攤販	以 3（文字）最爲常見。	多數店家並無相關的文化類屬擺設。 僅少數以 3（文字）最爲常見。

中壢火車站周遭非攤販類型的東南亞商店，主要以 3（文字）和 G（廣播音樂）爲最常見的南洋氛圍的布置，店家所營造出的南洋氛圍，主要是透過東南亞文字繪製而成的活動宣傳海報（如特殊節日的活動訊息傳達）、商品優惠訊息（如印尼店家張貼海報表示優惠商品的項目、價格）以及公共事項的傳達（如菲律賓店家張貼在一樓前廊和人行道上，用來指示店面所在的樓層位置；越南店家則作爲菜單及宣傳海報使用）；在廣播音樂上，廣播音樂幾乎是小吃店類型必備的裝置，附設卡拉 OK 讓消費者免費歡唱，藉由布置營造出南洋氛圍，讓消費者清楚辨識該商店是否爲東南亞商店。

忠貞市場非攤販類型的滇緬商店，多數的商店布置仍無特別營造出具南洋氛圍，故不熟悉忠貞市場的消費者，往往無法一眼分辨出滇緬商店，僅能憑藉著招牌標示滇緬料理（米干、粑粑絲等）的文字敘述去判斷，或滇緬料理的菜單才得以簡單區分該店是否爲滇緬商店；仔細觀察，仍會發現有部分商店有屬於自己在南洋氛圍上的表現，最常見的情況是少數的店家以 2（宗教）、4（菜餚）及 5（景觀）作呈現，這些商店在自家店內張貼或懸掛南洋氛圍菜餚的海報與照片，信仰伊斯蘭教的店家則在招牌或店內張貼屬於自己特有宗教信仰的符號，有 3 家小吃店則會在店內藉由張貼滇緬的景觀海報、照片作爲突顯店內的滇緬歷史、文化氛圍。[87]

在中壢火車站周遭的東南亞攤販，主要聚集在天主教聖心堂附近，因流動性高且開店時間不固定，故無法像有固定店面東南亞商店，可利用各種擺飾、圖騰及電視節目等去營造出具南洋氛圍的布置，此處的攤販常見的布置是在攤位前懸掛或張貼海報，上面使用菲律賓文字標示販賣商品的名稱、種類，也會穿插英文文字作爲輔助敘述，沒有製作商店旗幟、招牌的攤販，老闆則利用叫賣的方式吸引客人注意；較特別的布置，如一家賣菲律賓料理的攤販，店家除了張貼製作菲律賓文字的宣傳海報外，還拍攝自家的特色菜餚張貼在攤位旁的大型木板上，以吸引更多經過此處的菲律賓人目光。

[87] 不一樣小吃館、雲南小館、阿美米干 3 家，店家在店內會張貼有當地景觀的照片與海報。

忠貞市場的攤販店家仍以與南洋氛圍無相關的擺設最爲常見，而有特別布置的店家，其文化類屬都是偏向泰國商店，以 3（文字）來彰顯商店販賣的是具有泰國特色氛圍的商品。由於攤販具有高度流動性的特質，其營業時間不同於有固定店面的商店；在販賣商品方面，有些攤販利用推車、小吃攤與把食品放置於腳踏車後座的特製架子上販賣，另外有四、五間的蔬菜、醬菜攤販，會在固定時間、地點擺攤作生意，大部份的攤販出現於騎樓外，用最簡單的擺設方式陳列商品，也因此店家多半沒有特別營造出具東南亞文化氛圍的布置。

比較上述兩地的南洋背景商店，發現到攤販用來營造南洋氛圍的方式傾向於一致，以海報結合泰國、菲律賓、越南等東南亞文字表現出南洋氛圍，然就是皆無相關的文化類屬擺設；至於非攤販類型的商店因爲有固定的店面和內部空間，呈現出的布置模式反而不像攤販類型的商店那樣一致，而是多元且不同的布置模式。

圖 2-23 忠貞市場販賣糍粑的攤販
（本研究拍攝）

圖 2-24 偏泰式的芭蕉葉包覆的糕點
（本研究拍攝）

Chengchi University