



經濟利益與認同轉變：台商與韓商個案

**Economic Interests and Identity Shift: A
Comparative Study of Korean and
Taiwanese Investors in China**

政治大學東亞研究所博士研究生 林瑞華
政治大學東亞研究所副教授 耿 曙

Lin, Rui-Hua & Keng, Shu
(Ph. D. Student and Associate Professor,
Graduate Institute of East Asian Studies, National Chengchi University)

Economic Interests and Identity Shift: A Comparative Study of Korean and Taiwanese Investors in China

Lin, Rui-Hua

Ph. D. Student, Graduate Institute of East Asian Studies, National Chengchi University

Keng, Shu

Associate Professor, Graduate Institute of East Asian Studies, National Chengchi University

Abstract

This is a comparative study of Korean and Taiwanese investors in China, with an aim to shed light on current theories on identity shift. The basis of the study is founded on the cultural difference between the two groups of investors in China: Taiwanese share thick cultural affinity while Korean shared thin. Grounded on such difference, we go on to compare the inferences drawing from current theories of identity, including primordialism, circumstantialism, and constructivism. According to our preliminary findings, both Korean and Taiwanese have lived in their ethnic community and experienced almost no identity shift. Since both ethnic groups are under similar pressures for markets and profits and cultural affinity in this case make little difference. In other words, our data suggest that neither primordialism nor circumstantialism successfully explains the cultural shift of Korean and Taiwanese investors while constructivism does a much better job on doing that.

Keywords: Taiwanese Investors, Korean Investors, Multi-national Enterprises, Identity, Identity Shift

經濟利益與認同轉變：台商與韓商個案

林瑞華、耿 曙

政治大學東亞研究所博士候選人、副教授

摘要

本文透過大陸台商與韓商的比較，探討跨國移動社群認同的變遷及其原因。之所以將台商和韓商作為比較研究的對象，主要著眼於兩者間的文化差異：台商文化與血緣的親隸 vs. 韓商文化與血緣的疏離。就此切入，觀察雙方西進後是否發生認同轉變，藉此檢討現有關於認同變遷的各種理論。

根據初步資料發現：韓商即便攜家帶眷進駐中國，卻傾向自古韓人社區，後者屬於文化的飛地，中國的化外之境。因為如此封閉與排他，韓人不但並未融入當地，還偶見文化衝突，遑論認同轉變。反觀台商這邊，原初的文化聯繫，並未牽動台商拋卻台灣認同，即便有部分台人決定長居當地，日常接觸的仍為台灣飲食、台灣新聞、台灣朋友，如此低程度的融入，亦不易牽動認同轉變。由此可知，對大陸台商而言，文化的原初聯繫，仍不比半世紀的社會隔離與認同建構。綜合作者的研究發現，不論是台商或韓商均未能融入當地，亦未大幅改變其認同，雙方均受制於原先政治社會所建構的國族意識，認同建構的理論由此得到初步的確認。

關鍵詞：台商、韓商、跨國企業、認同、認同變遷

壹、緣起

隨著近三十年中國市場迅速崛起，全球企業無不想盡辦法在這片廣闊的競技場上尋找大顯身手的立基，中國這個投資與消費黑洞不只吸引全球五百強企業的目光，更多鄰近國家的中小企業早在大企業進駐之前，就不顧投資風險與法令規定，爭先恐後進入中國市場。其中，台灣與韓國便是早期由中小企業驅動、近期由大型企業領頭四進的典型代表。

不論古典遷移理論或全球化理論，均以理性行動者假設探究人口流動：前者著眼原居社會的政經狀況不佳（如缺乏土地、失業率高、薪資低廉、天災人禍、人口過剩等）作為推力，而移入社會的誘因成為吸引拉力，造成人口在兩地間流動。¹ 而當人口、資本、商品、資訊與符號等在跨國間，甚至全球空間中流動時，將可能引發社群成員的認同變遷。² 後者則著重移民在遷移過程中的能動性，認為移民不僅在跨越地理、政治與文化疆界的領域中運作，重新建構其新生活及認同，也和移出國間維持連繫，縮短彼此的社會距離；³ 換言之，移民並非是「拔根的」（uprooted）、與地域文化脫節的，而是往來於不同國界、不同文化及社會體系間，並對於移出社會帶來經濟性及社會性的衝擊與改變，同時也可以反映當代社會時空的轉變。⁴ 也就是說，全球化視野下的研究者，不同於以往以固定的、地方性社群作為分析單位，而轉向以非定著的、具有穿

-
1. John Archer Jackson, *Migration* (New York: Longman, 1986), pp. 13~14.
 2. Michael Kearney, "The Local and the Global: The Anthropology of Globalization and Transnationalism," *Annual Review of Anthropology*, No. 24 (1994), pp. 547~565.
 3. Caroline B. Brettell, "Theorizing Migration in Anthropology: The Social Construction of Networks, Identities, Communities, and Globalscapes," in Caroline B. Brettell and James F. Hollifield eds., *Migration Theory: Talking Across Disciplines* (New York: Routledge, 2000), pp. 97~136.
 4. Caroline B. Brettell, "Theorizing Migration in Anthropology: The Social Construction of Networks, Identities, Communities, and Globalscapes," pp. 104~105.

透性的全球空間，重新思考社群的本質為何？個體如何成為社群的一份子？⁵

因此，全球化資本主義驅動的不只是資金、技術的遊移，更重要的是「人」對家鄉的離散，進入一個全新的地域。離散強調的是一種離鄉背井、易地而居的移動經驗，在原先家鄉之外另闢家園的過程，往往與跨文化接觸、邊界、流動、文化融合等概念連結。⁶而且涉及個體生存環境的轉換，移民認同就是個值得探究的課題。

本文採「最具差異性研究設計」，將文化、語言、生活習慣極為不同的台商、韓商兩群體做對照，視其進入大陸後的認同變化是否也不相同，並探究箇中原因。

貳、台商與韓商對中國大陸的投資

一、台商投資中國

根據台灣經濟部投審會統計，截至2007年8月底止，台商對中國大陸投資金額達到611億美元，⁷這只是登記有案的數據，若加上透過第三國投資，以及由政府核准之前就偷跑者，金額將更加驚人。

台商西進可分三個階段：早在台灣1987年解嚴之前，就有許多台商利用各種管道進入大陸；一俟解嚴後，數以萬計的台商更是前仆後繼往珠三角一帶遷移，時值台灣土地、勞動成本攀升，傳統產業生存空間日益狹窄，業主面臨產業告終絕續之際，為了延續產業生命，這群夕陽產業紛紛將眼光投注對岸遼闊的土地和廉價的勞力之上。如此孕育了第一批西進的台商，本階段西進者多為獨資中小企業，從事紡織、傢俱、製鞋等傳統勞力密集型產業。

5. Akhil Gupta and James Ferguson eds., *Culture, Power, and Place: Explorations in Critical Anthropology* (Durham and London: Duke University Press, 1997).

6. James Clifford, "Diasporas," *Cultural Anthropology*, Vol. 9, No. 3 (August, 1994), pp. 302~338.

7. 請見經濟部投審會網站。〈<http://www.moeaic.gov.tw>〉

九〇年代中隨著沿海地區投資環境漸臻成熟，第二批台商夾帶著較高技術性的電腦週邊產品與零組件工廠也紛紛登陸。台灣產業西移的第三波在九〇年代末成形。第三波打進中國大陸的企業並非前兩階段中小企業所能比擬，夾雜巨額資金與高科技登陸的大型企業所前瞻的是自創品牌躍上國際舞臺，以及深入中國國內市場。

這群大舉西進的台商多分佈於珠三角與長三角兩區，人數號稱百萬。中國一方面為台灣產業的持續發展覓得一處廉價勞力與土地供應站，有助維繫台灣現有的產銷體系；另一方面，隨著市場經濟的繁榮發展，中國廣大商機也為台商提供了前所未見「競逐全球」的機會。

二、韓商投資中國

截至2005年底，韓國直接投資累計設立韓資企業38898家，實際投入金額313.18億美元，分別占全中國的7.03%和15.03%。以實際使用外資累計金額計，韓國對華投資位居第5位。⁸韓商在中國大陸投資多集中於東北、山東以及北京、河北等區，這些地區佔韓國對中國總投資85%以上，且多集中於製造業。⁹目前，在中國大陸居住的韓國人約有70萬人。1997年人數突破10萬人，2005年突破50萬人，年增加人數達10萬人以上。¹⁰在這些人中，除留學生外，以韓商或韓商家屬身份來到中國的人佔據了大半江山，他們形成了目前中國最大的外商群體之一。

韓國的中小企業在兩國沒建交前，就在山東進行了一定規模的投資，這也成為後來推動兩國建交的一個加速器。1992年中韓正式建交後，韓國企業開始大規模登陸中國，三星、LG等大型企业紛紛在

8. 中國商務部外資司，中國外商投資報告2006，**中國投資指南**。
<<http://fdi.gov.cn/pub/FDI/wzyj/yjbg/default.jsp>>

9. 日誌學編，**2007跨國公司中國報告**（北京：中國經濟出版社，2007），頁120~121。

10. 賀靜萍，「韓流湧進秋海棠 快破百萬」，**工商時報**（2007年9月3日）。

中國投資設廠，中國價格低廉的勞動力市場和地方政府招商引資的熱情，讓韓商頗有一種如魚得水的感覺。與此同時，那個階段也是韓國中小企業到中國開展加工貿易的黃金時期，一些技術含量不高的勞動密集型企業在中國煥發了生機。亞洲金融危機爆發時，韓國對華投資呈現了遞減趨勢，直到2001年12月中國加入世界貿易組織後，韓國企業又掀起了到中國投資的熱潮。¹¹

參、遷移與認同變遷：研究假設與模型

「跨界遷移」(migration)是人群在地域和居所上的永久、長期或週期性移動轉換，經常涉及了城鄉、國家、社會和文化等邊界的(來回)跨越，以及在生活裡局部或全面的改變，從工作、就學、居住環境的更替，到習俗、語言、心態和身分認同的轉化。

認同則涵蓋了自我認同和群體認同，後者又包括族群、國族、世代、性別和階級等複雜社會範疇的構成。遷移者在跨越邊界的過程裡，同時跨越認同的疆界；如何在既有的身分與越界帶來的新身分之間協商可能的衝突，塑造混雜不定的新認同；位居情感核心的身分認同問題，如何與廣大的經濟和政治過程聯繫在一起，譬如展現為公民權利與身分的爭取和賦予的議題，或是形成族裔和種族政治動員的基礎？

在大陸長期居住的台商或韓商，即為這群跨越國家邊界，面臨生活、文化轉變的一群人，然而，他們的認同是否隨環境置換而轉變則人言言殊，本文乃就台商之「認同轉變」作為依變項，探討在大陸久居的域外商人是否有發生認同轉變？若有，原因為何？若無，則又該如何解釋？

針對台商認同變遷與否，以及經過推敲後的幾種可能解釋，

11. 「韓商淘金中國20年」，新華網（2007年5月17日）。

<http://news.xinhuanet.com/herald/2007-05/17/content_6111795.htm>

可以描繪成表1，簡述如下：

表1 台商與韓商認同變遷比較

	韓商 認同改變	韓商 認同未變
台商 認同改變	A理性計算	B文化親似
台商 認同未變	C缺乏案例	D認同建構

- **A格：**若「台商與韓商的認同均發生轉變」，則影響原因為「理性計算」。蓋從理性角度出發，移居大陸的商人基於降低交易成本，傾向在當地結交人脈、拉攏官員、建立強關係，如此方有助於藉用人脈打進當地市場、獲取政策優惠。但是，建立這種強關係的背後，意味著台商需熟悉當地文化、瞭解隱蔽的非正式制度下的潛規則，方能用對辦法、有效降低成本。如此一來，熟習地方文化、融入當地是理性充分運作的先決條件；而且一旦真正結交當地朋友，情誼達到稱兄道弟程度，人際網絡中夾帶的濃厚非正式制度，又會反過來強化商人對當地的認同。因此，不論台商或韓商，若想利用當地人脈使企業最大程度獲利（理性考量），則均需融入當地，產生認同變遷。
- **B格：**若「台商認同轉變，而韓商認同未變」，則合理解釋為「文化親似」。無論當今民進黨政府如何建構「新台灣人」意識，台灣文化始終附屬於中華文化之下，與中國大陸擁有無法切割的文化與血緣聯繫。若再加上台灣人口中，有一部分為1949年之後跟隨國民黨來台的「外省族群」，他們與彼岸的牽絆更為深厚，在其心中，對岸更像其故鄉。因此，相對於中國對韓商是全然陌生的新國度，台商則不論在文化、血緣、語言、生活習慣上，均可無甚障礙的迅速融入當地，甚至有一種回到家的

感覺。此種強烈對比，足以解釋為什麼台商到了中國發生認同轉變，而韓商卻始終格格不入，只能群聚在某一區域，過著如同化外之地般的生活。

- **C格**：「台商認同轉變，但韓商認同轉變」的可能性，雖然在理論上存在，但經驗上並不存在，因此筆者在此討論範圍中將其排除。
- **D格**：若「台商與韓商認同均未發生轉變」，則可證明基於民族意識的「認同建構」，其強度遠超越吾人想像。其中，韓商未發生認同轉變較容易理解，因不同國籍、不同民族，本難跨越認同邊界融入另一社會；但台商若同樣未出現認同變遷，則可證明，數千年以來同質的文化底蘊（認同原則），敵不過半個世紀的認同建構，台灣人（台商）即便久居大陸，仍不認為自己可能融入當地，成為當地的一份子。

上述除了「台商認同轉變、韓商認同轉變」一項，在經驗上絕無發生的可能性外，其他三項均有成立的可能，本文乃採「最具相異性研究設計」(most different system)，以初始條件極為不同的台商與韓商做對比，試圖釐清在中國大陸投資的台商與韓商認同是否會發生轉變？

然而，究竟何謂認同？認同變與不變的理論依據為何？下文將對此做出說明。

肆、認同與認同變遷

一、「認同」：無可逃避的框架

所謂「認同」，依據Taylor的觀點係指，任何有意識的行為必源於某種「詮釋軸」(horizon of interpretation)。¹² 此種「詮釋軸」，乃

12. 蕭高彥，「多元文化與承認政治論」，蕭高彥、蘇文流編，**多元主義**（台北：中研院中山所，1998），頁491。

植根於行為者的「認同」，即反身思考「自我身向屬」的問題。因此，「認同」乃行為者進行判斷時「無可逃避的框架」。¹³

在西方社會科學中，「『認同』指的是將自我視為某一『群體』(group)的一份子…〔均〕以某一具有某類特性的群體…為對象，將自我視為該群體的一份子，並且認為自我和所屬群體有共同的特性和利益，甚至共同的『命運』。…也就是說，認同的對象是『群體』，是人所構成的群體。可是『國家』卻是一個統治『權威』、政治權力『體制』。它不是一個我們可以歸屬，可以和他分享光榮和恥辱的『群體』。¹⁴因此，質言之，並無「國家」或「政治制度」等可供自我「歸屬」者，「認同」真正的歸宿，仍為「民族」、「族群」或「團體」等，只是其延伸後之目標，或係「擁護」或「建立」國家爾。就此而言，並無真正意義上的「國家認同」(認同台灣「國」或中華「國」)，僅有與其重疊的「身份認同」(自我界定為「台灣人」)。

二、有關「身份認同」的理論爭議

既然「認同」或「身份認同」係指將自身視為某一「群體」的「族群意識」(ethnic consciousness)，亦即沒有「異族意識」就沒有「本族意識」，若無法區分出何者為「他們」，就無法確認「我們」為何？¹⁵究竟人們如何區分出「我們」和「他們」？進而形成族群認同？此認同又是如何變遷？基本上，可概分為「原生論」(primordialism)、「情境論」(circumstantialism)與「建構論」(constructivism)等三種主要的觀點，試分述如下：

13. Charles Taylor, *Sources of the Self: The Making of the Modern Identity* (Cambridge & New York: Cambridge University Press, 1989), pp. 3~33.

14. 吳乃德，「麵包與愛情：初探台灣民眾認同的變動」，*台灣政治學刊*，第9卷第2期(2005年12月)，頁5~39。

15. 引明珂，*華夏邊緣：歷史記憶與族群認同*(台北：允晨出版公司，1997)，頁23。

(一) 原生論的認同觀

原生論認為，認同是「給定的」(given)、「不變的」(fixed)。¹⁶持原生論的學者認為，一群被認為有血緣親屬關係的人們，長期居住於特定地域，擁有特定宗教、文化、口語、傳統及共同社會行為的特定社群。因具有共同體式特徵，與世代相傳共有的語言文化、信念與風俗習慣等原生特質，使族群成員間自然形成某種無法化約(irreducible)的「原生依戀」(primordial attachment)，進而產生濃烈且堅韌的情感牽絆(affective bonds)，不易因外在因素而改變。而此種特定族群所具有的「共同起源認同」(對歷史的集體記憶)「不但是促進族群形成與凝聚的要素之一，也是族群成員區分我群與他群的依據」。¹⁷

原生論者相當注意主觀的文化因素，彼等認為血統傳承，其實是「文化性解釋」的傳承(cultural interpretation of descent)。¹⁸例如，自稱「炎黃子孫」的人並不一定真的是炎帝、黃帝的後代，而是他主觀上如此認知；不會說客家話的客家人，仍自認是客家族群的一份子。¹⁹

顯然從「原生論」角度觀之，由於「原初特質」是先天的、是給定的，不是個人可經由後天取得或選擇的，因此個人之認同也無變遷之可能。但許多高程度工業化國家卻都歷經族群衝突增加，使學

16. Mark A. Jubulis, "Identities in Flux," *The Review of Politics*, Vol. 62, No. 3 (2000), p. 597.

17. Clifford Geertz, "The Integrative Revolution: Primordial Sentiments and Civil Politics in the New States," In Clifford Geertz ed. *Old Societies and New States: the Quest for Modernity in Asia and Africa* (New York: Free Press, 1963), pp. 109~110; Stephen Cornell and Douglas Hartmann, *Ethnicity and Race: Making Identities in a Changing World* (Thousand Oaks, CA: Pine Forge Press, 1998), p. 59; 日明珂, 「起源的魔力及相關探討」, *語言暨語言學*, 第2卷第1期(2001年), 頁261~267; Clifford Geertz 著, 納日碧力戈等譯, *文化的解釋* (上海: 上海人民出版社, 1999), 頁295。

18. Clifford Geertz, "The Integrative Revolution: Primordial Sentiments and Civil Politics in the New States," p. 123.

19. 日明珂, *華夏邊緣：歷史記憶與族群認同*, 頁37~38。

者注意到「認同」的可變性，族群認同不再被視為是共同血緣或文化的必然結果。而且不同文化的劃分與族群輪廓不一定相互吻合，語言、體徵與風俗文化的異同判斷難以切確劃分，如Barth和Moerman等認為，人群中的文化特徵往往呈現出部分重疊又不盡相同的連續分佈變化，因此難以文化特徵來界定族群。²⁰所以，六〇年代以後，研究者逐漸轉向以「情境論」來解釋現代化社會中的族群復甦。²¹

（二）情境論的認同觀：效益取向的選擇

「情境論」認為，認同是多變的、可被利用的，也是隨情勢變化而定的（situational），因此和前述的「原生論」迥異。持「情境論」的學者認為，群體意識的產生，乃是群體成員為了適應新社會的情境所需。在該情境論中，個人被預設為理性的個體，個人認同是可以視狀況而理性選擇的。²² 性選擇理論認為個人會極大化其經濟利益，對個人而言，「最適化」（optimization）乃是結合了偏好、信念和行動，來尋求建構其個人認同的最適生活計畫。²³ 由此可知，「效益」（utility）是情境論者的中心思想，所以許多學者也將之稱為「工具論」。

由於任何身份皆有其特有潛在的利益和成本。²⁴ 因此，行動者

20. Fredrik Barth, "Introduction," in Fredrik Barth ed., *Ethnic Groups and Boundaries* (Prospect Heights, IL: Waveland Press, 1998), pp. 9~38; Michael Moerman, "Ethnic Identification in a Complex Civilization: Who are Lue?" *American Anthropologist*, No. 67 (1965), pp. 1215~1218.

21. 呂前昌，「邁向台灣族群關係的在地研究與理論：『族群與社會』專題導論」，*台灣社會學*，第4期（2002年12月），頁1。

22. George A. Akerlof and Rachel E. Kranton, "Economics and Identity," *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 115, No. 3 (2000), p. 717.

23. Chai Sun-ki, *Choosing an Identity: a General Model of Preference and Belief Formation* (Ann Arbor: University of Michigan Press, 2001), p. 175.

24. Stephen Cornell and Douglas Hartmann, *Ethnicity and Race: Making Identities in a*

會根據當下的社會情境，判斷「我／他」的關係，進而選擇適當的身份與符合該身份的舉止。而群體認同則是族群成員以個體或群體的標準對特定場景及變遷的策略性反映，若成員認為改變認同符合其政經利益，他們就會從原先群體退出改加入另一個群體。如Barth宣稱，「族群」是由其成員所認定的範疇，「族群邊界」不古於語言、文化、血統與地理等客觀差異，主要劃分者所主觀認為的「社會邊界」。²⁵

個人基於理性體認，瞭解到群體乃是達成其利益或行為目標的工具，因此將選擇加入有利於自身或為其帶來特定利益（大多是經濟的和政治的）的群體。在此邏輯下，人際關係或個人認同不但可是「刻意的」（intentional）、「目的性的」（purposeful），也是「曖昧不清的」（vague）、「暫時的」（temporary），當然亦不排除個人加入數個工具性群體的可能性。²⁶如Harrell認為族群情感與工具因素儘管同時並存，但事實上兩者作用不同。²⁷在全球化新移民潮的趨勢之下，各國族群組成與族群認同日益多元化。族群認同與族群意識不再被視為理所當然的經驗存在，其認同的範疇與內涵必須透過行動者的主動建構。²⁸

（三）建構論的認同觀

建構論者批評原質論與情境論都假定族群有「本質性」（essential elements）的構成要素，主張應該將「族群認同」視為人為的「社會建構」的結果。²⁹

Changing World, p. 57.

25. Fredrik Barth, "Introduction," pp. 9~38.

26. Fredrik Barth, "Introduction," p. 33.

27. Stevan Harrell著，邱莫阿依鈴譯，**田野中的族群關係與民族認同－中國西南彝族社區考察研究**（廣西：廣西人民出版社，2000），頁27。

28. 王甫昌，「邁向台灣族群關係的在地研究與理論」，頁1~2。

29. Karen A. Cerulo, "Identity Construction: New Issues, New Directions," *Annual Review of Sociology*, No. 23(1997), pp. 385~409; 王甫昌，「邁向台灣族群關係的

如Anderson在其名著**想像的共同體**一書中寫道：「民族是一種想像的共同體（imagined communities）。之所以是想像的，因為即使是最小民族的成員，也不可能認識他們大多數的同胞，然而，他們相互連結的意象卻活在每一位成員的心中，關鍵就是想像。」Anderson認為，民族是一種「現代」的想像，以及政治與文化建構的產物，並指出民族「歷史的敘述」（historical narrative）是建構民族想像不可或缺的一環。³⁰ Gellner也認為，民族乃是現代主權國家因應工業化社會的同質性與可規格化之文化需求而建構的。³¹ 現代主權國家為其鞏固其統治的正當性，常灌輸與建構特有的國族主義與政治社會化等意識形態，藉此形塑公民對國家與政府的認同。³²

總之，對建構論者來說，在絕大多數的情況下，認同都是建構起來的概念。但此種認同絕非本質主義所說的永恒不變的認同，而是一個片段與連續變動的過程，是使用歷史、語言以及文化資源以「變成」（becoming），而非「既是」（being）某一特定主體的過程。³³

由此觀之，族群成員的個人群體意識與認同可來自原身血緣，亦可由社會文化或政治所建構，Smith則提出折衷觀點認為，族群認同雖可被重新建構，但此「想像」不可能憑空而來。族群的過去歷史與背景脈絡都會限制人為「建構」的空間。³⁴ 因此，族群認同既非純粹原身，也不純為人為主觀建構，而是界於兩者之間，由各方

「土地研究與理論」，頁2。

30. Benedict Anderson, *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism* (London; New York: Verso, 1991), pp. 199~206.

31. Ernest Gellner, *Nations and Nationalism* (Ithaca, NY: Cornell University Press, 1983).

32. B. Rosamond, 「政治社會化」，載於B. Axford、G. K. Browning、R. Huggins、B. Rosamond著，孫宇婷等譯，*政治學的基礎*（台北：華信文化，2006），頁43~63。

33. Stuart Hall, 「Introduction: Who needs "identity"」, in Stuart Hall and Paul du Gay eds., *Questions of Cultural Identity* (London: Sage Publications, 1996).

34. Anthony D. Smith, 「The Nation: Invented, Imagined, Reconstructed?」 in Marjorie Ringrose and Adam J. Lerner eds., *Reimagining the Nation* (Bristol, PA: Open University Press, 1993), pp. 9~28.

影響所凝聚而至。³⁵ 若族群世居故土，認同變化或流動不大，然而古運輸科技進步之下，全球人口移動已成常態。一旦族群成員跨國界移居後，原先自所屬原土族群與母國社會所建構之族群認同，將如何與移居地之原土族群和地土國政治與社會建構之認同互動？進而產生何種變化？

伍、認同流動與否的判別依據

民族意識面對其他文化衝擊時，有所謂「消亡論」和「凸顯論」的爭議。持「消亡論」的學者認為，全球化將使移動的人們嘗試融入移居的當地，甚而產生多元認同。但持「凸顯論」的學者則認為，在全球文化席捲各地之下，人們反而更加依戀自身的文化／民族認同。³⁶

由於本文研究目標為觀察外來群體是否融入當地，進而產生認同轉變，或是仍凸顯自身差異認同。因此，主要觀察標的為台商對個人身份的確認，以及歸屬感，包括「家的歸屬感」、「居住地的選擇」，這可從他們是否散居於當地社區、與居民充分交流，並與當地人發展出深厚情誼判讀。若外來族群能充分融入當地，深入當地文化與生活，脫離舊有生活模式，則較有可能發生認同轉變；反之，若台商或韓商仍自成一個生活群體，用自來習慣的模式和文化生活，則幾無認同轉變的可能性。

一、韓商認同的變與不變

外來移民能否融入當地，首先從投資地點來看。全中國離韓國最近省為環渤海地區，當地人口可亦分佈許多精通韓文的朝鮮族，因此韓國人多半以地域熟悉度較高的環渤海地區為首選：

35. Anthony D. Smith, *National Identity* (Reno NV: University of Nevada Press, 1991), pp. 20~21.

36. Ulrich Beck著，孫治本譯，**全球化危機**（台北：台灣商務，1999），頁63。

滿融經濟區是瀋陽市朝鮮族居民最集中的地區，轄區內有4個朝鮮族聚居村，與韓國有著悠久的民間交往和貿易往來。³⁷

由於地緣和人緣的關係，環渤海經濟區是韓資最早進軍中國的根據地，且一直是韓國人的投資熱點。韓國集中在環渤海地區和東北地區的投資約占韓國在華投資項目的84.31%，在華投資額的68.5%。³⁸

由於地緣、文化、經濟基礎等影響，自2003年以來，韓資一直佔據山東利用外資的首位。截至2006年底，山東累計利用韓資200.18億美元。目前在魯的韓商直接投資企業有1.8萬餘家，約占全國此類企業的一半。³⁹

由此可見，韓商投資仍集中於文化相似性與地緣親近性最高的環渤海與東北一帶，即便因市場誘因不得不往江蘇、浙江佈局，但整體重心仍在東北部。那麼，這些韓資企業與內部大陸員工的關係如何？是否仍堅持採用韓式管理方式？

韓國人有很強的民族自尊心，很多韓國企業在發展之初就會定下高標準，與日本企業傳統上「位居第二」、「迴避風險」、「以穩求實」的經營理念不同，韓國大型企業集團大都奉行「徹底第一主義」。這種嚴厲的要求被中方員工認為不富有人情味，做事情太刻板...韓國經理對下級要求嚴格，希望下級無條件服從以及尊重上級的意見。且韓國經理大都喜歡以叫罵的方式教育下屬。一個韓國經理辦公桌前站著數名低著頭的下屬，經理大聲責罵他們，甚至可以說是怒吼的情景已經是司空見慣的事情。很多員工都膽戰心驚的，恐怕哪天站在那前面受訓的是自己。⁴⁰

37. 「瀋陽滿融經濟區：東部「龍」蓄勢騰飛」，瀋陽日報（2007年11月1日）。

<http://epaper.syd.com.cn/syrb/html/2007-11/01/content_301263.htm>

38. 崔東原，韓國企業在華投資報告—現狀、問題及未來，頁9。

39. 「首創韓企數量突破1.8萬家」，新華網（2007年11月1日）。

<http://xinhuanet.com/gate/big5/news.xinhuanet.com/fortune/2007-05/24/content_6143858.htm>

40. 張娜，「日深韓資製造型企業跨文化衝突對員工行為模式影響分析—以深圳某韓資製造型企業為例」，深圳大學管理學院人力資源管理系。

<http://jingpin2007.szu.edu.cn/renliziyuan/paper_index.htm>

換言之，韓國私營企業管理與員工訓練方面，並未試著融入當地，仍採用韓國強勢的管方式管理中國員工。

除了投資地域集中，以及企業文化堅持韓國風格外，另一項觀察認同的明顯的指標，就是他們的生活起居是自成一群、只跟自己人接觸，還是散居各地、與當地人混居：

隨著韓國人在華生活和工作的人數增加，在一些韓國商人或學生比較集中的地區形成了「韓國城」，如北京望京，大約有5萬韓國人在那裏居住。這裏有韓國式的醫院、商店、卡拉OK廳、啤酒屋等，韓國人即使不會講漢語，在這些地方也不會感到不便。在瀋陽西塔地區的商业街上，閃爍著韓文的霓虹燈，雲集著幾百家韓國企業和韓式餐飲店，這裏有「小首爾」之稱。⁴¹

山東城陽區構建仿真「韓國環境」，為外商營造「家鄉」般的氛圍，讓其全心投入到企業經營之中。目前在城陽區長期工作、生活的韓國人達到3萬多名；為方便韓商子女在城陽就學，在區實驗小學專門成立了「韓國班」，全區韓國籍中小學生達到500多名。實行韓商就醫「一卡通綠色通道」，憑藉就醫綠卡，韓商在城陽區內醫療機構免交掛號費，並由醫療機構派員全程陪同，通過專用視窗優先得到服務，打造起了仿真生活環境，通過軟硬體配套，使韓國客商在城陽就能聽到、看到本民族語言的廣播電視節目。⁴²

綜觀筆者所收集到的資料，韓國人的群聚性極強，在這些「韓國村」中，不僅所有食衣住行均帶有濃烈韓國味，沿街招牌豎立著中國人看不懂的韓文，隨著韓人成為某些地區最大居住團體，影響所及，連派出所必須特別針對韓國人設立應對窗口、將辦公室裝扮得有韓國味：

41. 沈林，「文化相通 經濟加強—40萬韓國人來華闖天下」，*環球時報*（2005年11月29日），轉引自中國韓國友好協會。〈www.china-korea.org〉

42. 「城陽區環境優化 吸引1567家韓資企業前來投資」，*大眾網*（2006年10月12日）。〈http://www.dzwww.com/shandong/bdzz/200608/t20060824_1718990.htm〉

在一個豎著「高麗村」牌子旁邊的普通住宅鐵防護窗上，就掛著一塊全韓文看板，而且沒有任何中文注釋…幾年前就引起了社會和媒體的關注。「最近工商部門已經整頓了一回，要不還可以看到更多全部是韓文的廣告。」…「現在我們佈置警務工作站時都有意識地粘貼一些韓國風光畫、韓國明星照，增加和所管轄區域的居民的情感交流，提高民警的親和力。」2005年，韓國人比較集中的南湖派出所專門設立了一個對外視窗，主要接待韓國人。…為了加強溝通，現在到了五一、十一、春節前後，社區民警還會把中英韓三種文字對照的通知單發送到外國居民家裏，內容大多為提醒其在節日期間注意防火防盜，並祝節日快樂。⁴³

如此排外的態度，也出現在日常生活中的小細節上，例如買東西一定要到韓國人開設的店，即便裡面物價較一般貴上數倍；平常使用的用品也非韓國貨不可：

一位青島官員就形容，韓國人民族性真的很強，即便來到中國這麼久，所用的任何傢俱及用品，都要來自韓國，連睡覺的床墊都要用韓國花色、從自己國家原裝進口的產品，就算移居別的城市，也不嫌麻煩，再遠都要扛過去。⁴⁴

在青島的韓國企業中的有些中國雇員則認為韓國人太抱團，到中國來就看著韓國人親，買東西就認韓國貨，青島土大力速食店一包中國香煙15元，外面一包5元，偏偏到土大力賣，因為土大力是韓國品牌。…辦公產品一律用韓國品牌，日常消費也要到專為韓國人開的社區便利店買，這裏的商品全是韓國進口，比中國同等商品貴兩三倍。…韓國人有一份專門瞭解青島的報紙和一套電視節目，我們卻很少看到韓國人怎樣生活和工作的報導，他們想什麼喜歡什麼我們不知道，我們只知道他們是被政府招商過來的，是來賺我們錢的，是不是做朋友和鄰居不知道。⁴⁵

43. 「北京望京三分之為韓國人社區引入滬韓管理」，國際線上(2005年10月8日)，轉引自中國韓國友好協會。〈www.china-korea.org〉

44. 賀靜蓉，「韓流湧進秋街聲 快破百萬」。

45. 「10萬韓國人的青島生活」，21世紀經濟報導(2005年3月25日)，轉引自中國韓國友好協會。〈www.china-korea.org〉

韓國移民此種自成一區的生活形態，除了說明他們完全無法融入當地，仍過著與母國相同的生活、講同種語言，維繫著原本的認同。但韓國人過於聚居於某些地區的結果，反而對原本居住在該地區的中國人形成排擠效應，意外的讓原居者覺得自己比較像外來者，幾篇報導不約而同顯示相同問題：

「望京裏很多餐廳、酒吧、髮廊、美容院等服務行業都用中韓兩種文字進行標注，但最近有些標識韓文變大了、中文變小了，而有的商家則乾脆就用韓文進行標識，不懂韓文的人根本看不懂是什麼意思，搞得這裏好像只有韓國人似的。」…這種住在望京「身在異鄉」的感覺讓我不時萌生出從望京搬家的念頭，「我不是對韓國人有什麼看法，而是時時處處浸泡在韓國文化氛圍中的感覺有點彘扭。」正上初中的女兒現在從髮型、著裝到欣賞的歌曲、音樂已完全被班上的韓生所韓化。⁴⁶

反倒是生活在望京地區的中國人，偶爾會懷疑自己身在何處。在望京社區論壇，一位業主曾說：「我坐420（公車）回西園3區...突然發現車上除了我、司機、售票員外都是韓國人。猛然間發現我竟然像外國人。」⁴⁷

從群聚狀態可知，韓商到中國人極少融入當地，多投資於地域相近、文化相似度較高的環渤海地區，且刻意發展「韓國城」，區內的生活方式、語言文字、飲食文化等均複製韓國形式，影響所及，連原本居住在該區的中國人都覺得遭排擠，似乎自己才是外來人口。從這個角度看，韓國人完全未融入當地，遑論認同有任何轉變。

二、台商認同的變與不變

相對於韓商完全無法在生活上與當地人打成一片，台商是否能憑藉語言與文化優勢，深入當地社群呢？這個預設在專章、深圳等

46. 「北京望京居住區計畫變成韓國城」，中國商報網站（2006年4月4日），轉引自中國韓國友好協會。〈www.china-kore.org〉

47. 關丹、梁璐，「韓國人首北京：融合與差異」，中國證券報（2006年5月27日），轉引自中國韓國友好協會。〈www.china-korea.org〉

珠三角地區無法成立，深閭箇中原因的台商表示：

東莞台商過來早，以中小企業為主，自主性高。他們形成一個個小群體，像厚街、虎門的台商，就算沒有每天見到面，一個禮拜總會見到面；產業鏈較明顯；搞台商協會的也都是那些人，所以為什麼台商在東莞特別團結？因為那邊只有台商的小圈子，不管做什麼事都是跟台灣人在一起。（訪談對象0608201）

的確，就筆者觀察所得，珠三角地區不論是東莞或深圳，台商群聚狀況十分明顯，經常於下班後電話一撥，就可約到一群人吃飯、喝酒、唱歌，假日閒暇之時，也與台灣人相約打高爾夫球或慢速壘球。這當中有一部分為台商協會組織的活動：

每個月的定期聚會，大家都會帶上家屬，找個休閒場所或風景名勝，一起玩上個一、兩天。先生們講講生意，太太們談談購物，剛過來的孩子們趁機溫習閩南語。…聚會的一個重要功能就是「訴苦」，如果有人遇到難題，其餘的會員就會各盡所能，拼命安慰，協會就像個大家庭。⁴⁸

冬至的時候，協會辦一個搓湯圓活動，好多台商家庭都來參加了，很多是見過但沒有聯絡的朋友聚在一起，大家都是想在異地，能有一個地方讓大家都團聚的氣氛，快快樂樂的過節，總比在家看電視有趣多了（李道成、徐秀美2001，116）。

除了台商自身外，對情感聯繫的需求更多來自於台眷，特別是台商太太，這些婦女為了成全丈夫事業，多辭掉台灣工作，跟隨丈夫來到這個完全陌生的環境，她們在當地既無朋友、又不熟悉地方情況，因此地方台協都成立類似婦女會性質的「太太俱樂部」：

東莞台協旗下成立一個婦女會，她們每天有上不完的課，還得幫台協舉辦活動，在任何的會場中，幾乎都能見到這些忙碌又美麗的媽媽們，據說她們的制服多達數十套，每個人都可以開場

48. 「台商生活系明進」，華夏經緯網（2002年8月26日）。
<<http://www.huaxia.com/2003811/00065088.html>>

小型的服裝秀。⁴⁹

由此可知，珠三角地區台商是十分封閉的移民，除了事業上不得不與當地人接觸外，其餘生活皆與當地脫節。究其原因，珠三角地區以製造業工廠居多，廠內除了幹部，便是來自中國各地的工人。加上台幹多由台公司提供之宿舍，幹部宿舍與員工宿舍是分開的，因此下班後也很少機會與大陸人接觸，因此，珠三角地區台商明顯未融入當地。一位台幹的描述為珠三角台商無法融入當地做了總結：

珠三角以製造業為主，製造業主要在製造對立，因為要管理工廠員工，讓別人適應自己，而不是自己去適應他們（因此不可能融入）。（訪談對象0608201）

那麼長三角一帶的台商融入狀況是否較佳呢？且聽幾位在上海從事服務業的台幹心聲：

以我身邊的人而言，活動範圍還是以台商社群為主，大部分台人很難打進上海社會，因為一來，上海人平常習慣用上海話溝通，不懂上海話根本沒法融入；二來，同鄉人還是習慣聚在一起，比較有安全感。我退休後會回台灣，因為就生活層面上而言，還是台北比較舒服。自己有裝衛星，每天看台灣新聞。我會回台灣投票，每次都會去投。（訪談對象0608202）

比例來講，台灣人跟台灣人在一起的還是多。以目前現況，會一直這樣，因為從台灣派過來的人，像我是台幹，三年、五年就要回去，沒有辦法把所有心思放這裡，而且家庭也不在這裡。（訪談對象0709212）

另一位特殊的案例為娶了上海太太的台商，小孩由大陸唸書，但他的私交仍以台灣人為多，且被問及哪裡較有家的感覺時，答以「還是台灣，因為親戚在台灣，而且從小在台灣長大的生活習慣，

49. 林祝菁，「生活重慶-32個新市鎮，交集最多台商的喜悅與憂傷」，數位時代論壇。<http://www.bnnext.com.tw/special_mag/2001_04_15/2001_04_15_406.html>

一旦養成重新適應也不是那麼容易，不太可能融入這裡。」(訪談對象040816)

再以電子業群聚的昆山為例，該地作為台商聚集最密的地區，經濟發展幾乎完全仰賴外資，特別是台資，目前昆山利用台資佔經濟占蘇省的四分之一、全大陸的十分之一。⁵⁰

在這邊，台商家人過來的很多，約有1/3-1/2...台灣人多，大家都用台灣話交談、看台灣報紙、電視。(訪談對象0608141)

當地人認為我們有錢、享受特權，吃飯都大吃，台商子弟上學可以靠台協，差幾十分都進得去，所以我們希望透過各種活動，像捐助獎學金、救濟金等，拉近與昆山人的距離。(訪談對象0608143)

昆山向說是靠外資，特別是台資興起的縣級市，台商對當地貢獻不僅止於經濟發展，還包括政策建議、都市規劃建議等，因此其道路規劃近似台北，加上放眼所及都是台灣小吃，台灣人開的店，當地遂有「小台北」之稱。從這層角度觀之，台灣人雖然攜家帶眷定居昆山，但最終是因為當地台灣人多，可以在複製原生活習慣的狀況下暫居當地。

據作習近四年來，平均每年約兩個月由上海以及珠三角訪談所得，一般台商仍無法真正跟當地人打成一片，即便某些台商傾向久居當地(通常多為外省籍者)，但他們日常社交仍以台灣人為主，居住也選擇台灣人多的區域，如上海的占北區，這些區域與上述「韓國城」相距不遠，攜來人皆都是台灣人、飲食、生活也如同在台灣，若說生活於其中會發生認同轉變，是無法令人信服的。

50. 參見昆山台灣同胞投資企業協會網站。

<<http://www.ks.js.cn/company/taixie/index.htm>>

陸、結論：文化、利益或民族意識解釋

台商與韓商在全球資本主義下爲了逐利，不得不離開原居地，往更有發展潛力的地方遷移。伴隨這種跨界流動而來的，是移民舊文化與新文化間的碰撞，以及這種碰撞下產生的認同困惑。

本文以台商和韓商作爲跨界流動的比較群體，主要著眼於兩省間文化的差異性，蓋台商與大陸省省千絲萬縷的文化與血緣聯繫，韓商這方面則如同其他外商，跟中國沒有直接關係，加上兩省不論生活習慣、民族性、企業投資策略上均極具差異，因此，以台商與韓商作爲最相異個案，研究他們進入中國後是否發生認同轉變，將極富研究價值。

在架構建構之時，筆者將台商與韓商認同變遷與否劃歸四類：若兩省認同均發生轉變，則以「理想」解，對應於認同「情境論」；若台商認同轉變，而韓商未變，則以「文化」解，與認同「原居說」相呼應；若兩省均未發生認同轉變，則以「民族意識」解，證明認同「建構說」仍有很大的影響力；至於最後一項，台商認同未轉變，而韓商卻發生認同轉變的現象，在經驗上沒有省省的可能性，因此被排除在討論之外。

經過訪談與資料蒐集，筆者發現，韓商投資以文化與地域較親近的環渤海地區爲主，且即便攜家帶眷進駐中國，卻傾向住「韓國城」之類區域中，該區如同中國的化外之地，觸目所及都是韓式、韓國餐廳、韓式商店；耳邊聽到的都是韓語；感受到的均爲韓國文化，韓國人身處其中根本不覺是在國外，反而是原居當地的中國人成爲少數。如此封閉與排他，不但未能融入當地，偶而還會激發兩種文化間的衝突，遑論認同轉變。

反觀情況較爲複雜的台商，原初的文化聯繫並未牽動台商否定台灣認同，即便有部分台灣人打算常住當地，但他們日常接觸的仍爲台灣朋友、台灣新聞、台灣飲食，居住地區也跟韓國人一樣，偏

向台灣人多的社區或地域，如此低程度的融入亦不易產生認同轉變。由此可知，大中華文化的原初聯繫敵不過半世紀的認同建構，台灣人在大陸仍無法完全認同當地。

因此，透過兩個最具差異性的個案比較，吾人發現不論是台商或韓裔均無法融入當地，亦未改變認同。換言之，這兩組群體均認同原先政治體所建構出的民族意識，亦證成意識形態建構論的有效性。

參考書目

一、中文

- B. Axford、G. K. Browning、R. Huggins、B. Rosamond著，孫宇婷等譯，**政治學的基礎**（台北：韋伯文化，2006）。
- Clifford Geertz著，納日碧力戈等譯，**文化的解釋**（上海：上海人民出版社，1999）。
- Stevan Harrell著，白莫阿依等譯，**田野中的族群關係與民族認同-中國西南彝族社區考察研究**（廣西：廣西人民出版社，2000）。
- Ulrich Beck著，孫治本譯，**全球化危機**（台北：台灣商務，1999）。
- 呂志樂編，2007**跨國公司中國報告**（北京：中國經濟出版社，2007）。
- 呂前昌，「邁向台灣族群關係的舊地研究與理論：『族群與社會』專題導論」，**台灣社會學**，第4期（2002年12月），頁1~10。
- 呂明珂，「起源的魔力及相關探討」，**語言暨語言學**，第2卷第1期（2001年），頁261~267
- ，**華夏邊緣：歷史記憶與族群認同**（台北：允晨出版公司，1997）。
- 吳乃德，「麵包與愛情：初探台灣民眾認同的變動」，**台灣政治學刊**，第9卷2期（2005年12月），頁5~39。
- 崔秋原，**韓國企業在華投資報告 - 現狀、問題及未來**（北京：對外經濟貿易大學碩士論文，2006）。
- 賀靜萍，「韓流湧進秋海棠 快破百萬」，**工商時報**（2007年9月3日）。
- 蕭高彥，「多元文化與承認政治論」，蕭高彥、蘇文流編，**多元主義**（台北：中研院中山所，1998），頁487~508。

二、英文

- Akerlof, George A. & Rachel E. Kranton, "Economics and Identity," *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 115, No. 3 (2000), pp. 715~753.
- Anderson, Benedict, *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism* (London; New York: Verso, 1991).
- Barth, Fredrik, "Introduction," in Fredrik Barth ed., *Ethnic Groups and Boundaries* (Prospect Heights, IL: Waveland Press, 1998), pp. 9~38.

- Brettell, Caroline B., "Theorizing Migration in Anthropology: The Social Construction of Networks, Identities, Communities, and Globalscapes," in Caroline B. Brettell & James F. Hollifield eds., *Migration Theory: Talking Across Disciplines* (New York: Routledge, 2000), pp. 97~136.
- Cerulo, Karen A., "Identity Construction: New Issues, New Directions," *Annual Review of Sociology*, No. 23 (1997), pp. 385~409.
- Chai, Sun-ki, *Choosing an Identity: a General Model of Preference and Belief Formation* (Ann Arbor: University of Michigan Press, 2001).
- Clifford, James, "Diasporas," *Cultural Anthropology*, Vol. 9, No. 3 (August, 1994), pp. 302~338.
- Cornell, Stephen & Douglas Hartmann, *Ethnicity and Race: Making Identities in a Changing World* (Thousand Oaks, CA: Pine Forge Press, 1998).
- Geertz, Clifford, "The Integrative Revolution: Primordial Sentiments and Civil Politics in the New States," in Clifford Geertz ed., *Old Societies and New States: the Quest for Modernity in Asia and Africa* (New York: Free Press, 1963), pp. 255~310.
- Gellner, Ernest, *Nations and Nationalism* (Ithaca, NY: Cornell University Press, 1983).
- Gupta, Akhil & James Ferguson eds., *Culture, Power, and Place: Explorations in Critical Anthropology* (Durham & London: Duke University Press, 1997).
- Hall, Stuart, "Introduction: Who Needs 'Identity'," in Stuart Hall & Paul du Gay eds., *Questions of Cultural Identity* (London & Newbury Park: Sage, 1996).
- Jackson, John Archer, *Migration* (New York: Longman, 1986).
- Jubulis, Mark A., "Identities in Flux," *The Review of Politics*, Vol. 62, No. 3 (2000), pp. 596~600.
- Kearney, Michael, "The Local and the Global: The Anthropology of Globalization and Trans-nationalism," *Annual Review of Anthropology*, No. 24 (1994), pp. 547~565.
- Moerman, Michael "Ethnic Identification in a Complex Civilization: Who are Lue?" *American Anthropologist*, No. 67 (1965), pp. 1215~1218.

Smith, Anthony D., "The Nation: Invented, Imagined, Reconstructed?" in Marjorie Ringrose and Adam J. Lerner eds., *Reimagining the Nation* (Bristol, PA: Open University Press, 1993), pp. 9~28.

-----, *National Identity* (Reno NV: University of Nevada Press, 1991).

Taylor, Charles, *Sources of the Self: The Making of the Modern Identity* (Cambridge & New York: Cambridge University Press, 1989).

三、網路資料

「10萬韓國人的青島生活」, 21世紀經濟報導 (2005年3月25日), 轉引自中國韓國友好協會。<www.china-korea.org>

「北京望京三分之一為韓國人社區引入涉韓管理」, 國際線上 (2005年10月8日), 轉引自中國韓國友好協會。<www.china-korea.org>

「北京望京居住區計畫變成韓國城」, 中國商報網站 (2006年4月4日), 轉引自中國韓國友好協會。<www.china-korea.org>

「台商家系亦明進」, 華夏經緯網 (2002年8月26日)。
<<http://www.huaxia.com/2003811/00065088.html>>

「韓商淘金中國20年」, 新華網 (2007年5月17日)。
<http://news.xinhuanet.com/herald/2007-05/17/content_6111795.htm>

沈林, 「文化相通 經貿加強-40萬韓國人來華闖天下」, 環球時報 (2005年11月29日), 轉引自中國韓國友好協會。<www.china-korea.org>

昆山台灣同胞投資企業協會網站。

<<http://www.ks.js.cn/company/taixie/index.htm>>

林祝菁, 「生活區東莞-32個新市鎮, 聚集最多台商的喜悅與憂傷」, 數位時代論壇。

<http://www.bnext.com.tw/special_mag/2001_04_15/2001_04_15_406.html>

經濟部投審會網站。<<http://www.moeaic.gov.tw>>

關丹、琮璐, 「韓國人在北京: 融合與差異」, 中國證券報 (2006年5月27日), 轉引自中國韓國友好協會。<www.china-korea.org>

中國商務部外資司, 中國外商投資報告2006, 中國投資指南。

<<http://fdi.gov.cn/pub/FDI/wzyj/yjbg/default.jsp>>

「瀋陽滿融經濟區: 東部龍蓄勢騰飛」, 瀋陽日報 (2007年11月1日)。
<http://epaper.syd.com.cn/syrb/html/2007-11/01/content_301263.htm>

「城陽區環境優化 吸引1567家韓資企業前來投資」，大眾網（2006年10月12日）。

<http://www.dzwww.com/shandong/bdzz/200608/t20060824_1718990.htm>

張娜，「由深韓資製造型企業跨文化衝突對員工行為模式影響分析—以深圳東莞韓資製造型企業為例」，深圳大學管理學院人力資源管理系。

<http://jingpin2007.szu.edu.cn/renliziyuan/paper_index.htm>

聯絡作者：林瑞華

地址：臺北市指南路二段64號政大東亞所

E-mail:emmy.lin1223@msa.hinet.net

聯絡作者：耿曙

地址：臺北市指南路二段64號政大東亞所

E-mail:skeng@nccu.edu.tw

收稿日期：2007/11/25

審查通過：2007/12/10

責任編輯：蔣逸菁