

# 本文章已註冊DOI數位物件識別碼

## ▶ 移／置認同與空間政治：桃園火車站週邊消費族裔地景研究

Dis/placed Identification and Politics of Space: The Consumptive Ethnoscape around Tao-Yuan Railroad Station

doi:10.29816/TARQSS.200603.0004

台灣社會研究季刊, (61), 2006

Taiwan: A Radical Quarterly in Social Studies, (61), 2006

作者/Author：王志弘(Chih-Hung Wang)

頁數/Page：149-203

出版日期/Publication Date：2006/03

引用本篇文獻時，請提供DOI資訊，並透過DOI永久網址取得最正確的書目資訊。

To cite this Article, please include the DOI name in your reference data.

請使用本篇文獻DOI永久網址進行連結:

To link to this Article:

<http://dx.doi.org/10.29816/TARQSS.200603.0004>



*DOI Enhanced*

DOI是數位物件識別碼（Digital Object Identifier, DOI）的簡稱，是這篇文章在網路上的唯一識別碼，用於永久連結及引用該篇文章。

若想得知更多DOI使用資訊，

請參考 <http://doi.airiti.com>

For more information,

Please see: <http://doi.airiti.com>

請往下捲動至下一頁，開始閱讀本篇文獻

PLEASE SCROLL DOWN FOR ARTICLE



台灣社會研究季刊  
第六十一期 2006年3月  
Taiwan: A Radical Quarterly in Social Studies  
No. 61, March 2006.

# 移／置認同與空間政治： 桃園火車站週邊消費族裔地景研究\*

王志弘

Dis/placed Identification and Politics of Space:  
The Consumptive Ethnoscape around Tao-Yuan Railroad  
Station

by  
Chih-hung Wang

關鍵字：外籍移工、流移認同、族裔地景、消費、桃園

*Keywords: migrant worker, diaspora identity, ethnoscape, consumption, Tao-Yuan*

\* 本文為世新大學整合型研究「全球化下移民／工之流動與處境」之子計畫「流移認同與象徵經濟：東南亞風味餐廳與移民／工初探」的部分研究成果。修改前曾發表於「跨界流離：全球化時代移民／工與社會文化變遷」研討會，世新大學社會發展研究所，2004.6.19。感謝研究助理沈孟穎和李中在收集資料與田野訪談上的協助，並感謝本刊兩位匿名評審的修改建議。

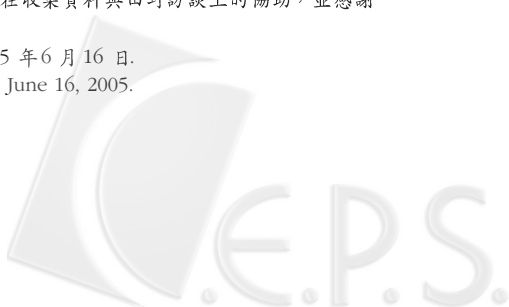
收稿日期：2004年9月15日；通過日期：2005年6月16日。

Received: September 15, 2004; in revised form: June 16, 2005.

通訊地址：116 台北市木柵路一段17巷1號

服務單位：世新大學社會發展研究所

email: cherishu@ms32.hinet.net



## 中文摘要

本研究選擇桃園火車站周邊地區為田野場域，探討桃園縣這個北部主要工業區域，也是移民勞工人口最多的縣市，其東南亞消費族裔地景 (ethnoscape) 的形成過程及發展狀況，尤其是嘗試擺放在桃園市的都市發展過程裡來分析。本研究圍繞著空間政治與移／置認同的概念，突顯了幾個分析課題：族裔地景的形成引發了什麼樣的社會衝突和緊張，如何展現為爭奪空間使用及意義的言行？這片族裔地景與本地居民、警方監控、不同店家反應，以及外籍移工的關係各自為何？都市消費空間的佔取和休閒活動的展開，如何構成了外籍移工和外籍配偶協商自我和集體認同的場域？尤其部分由東南亞籍配偶經營的餐飲店，做為不同身分（移民或移工）的東南亞族裔集聚的社會空間，在族裔認同形構上又有何特殊意義？

## Abstract

This paper considers the formation and characteristics of Southeast Asian consumptive ethnoscape around Tao-Yuan railroad station. The Tao-Yuan County, which gathers the largest population of Southeast Asian migrant workers, is the major industrial region of Northern Taiwan. The author traces the urban development of Tao-Yuan City and tries to embed the emergence of the ethno-consumptive space for migrant workers into the urban process. The article then expounds several issues around two sets of concepts — politics of space and dis/placed identification. What kinds of social tension and conflict are derived from the formation of ethnoscape? And how do these tensions and conflicts appear as contention about uses and meanings of space? What is the relation between the formation of consumptive ethnoscape and the negotiation of dis/placed identities? And how do the appropriation of urban consumptive space and pursuing of leisure activities become social practices for marking self and collective identities? And the author also considers the implications of restaurants run by foreign spouses for ethnic identity formation and ethnic social network.



## 1. 前言：消費空間與族裔認同

近年來，以東南亞籍移工休憩活動為基礎的消費空間，逐漸浮出台灣各處城市地表，呈現為新一波的族裔地景 (ethnoscape)<sup>1</sup> 塑造，誘發了空間政治與族裔認同形構的複雜過程。

回顧戰後「外省」移民的眷村景觀，以及美軍駐台期間催動的台北市中山北路沿線暨天母地區發展，多少已帶有族裔地景的色彩。前者於威權政體轉型與眷村改建後，隨著竹籬笆一起逐漸消融，徒留眷村保存與「博物館化」的呼籲，透露了本土化風潮席捲下，外省族裔的認同焦慮；後者則於都市消費社會崛起的過程中，成為彰顯國際風味的時尚象徵。相較於此，東南亞移工的族裔地景則鑲嵌在充滿緊張的族裔政治裡，於都會核心和邊緣漸次萌發。

各處出現的東南亞族裔地景，無論是台北市中山北路聖多福天主堂周邊、台北火車站周邊與二樓金華百貨，或是桃園、中壢和西岸各主要城市火車站附近的「外勞街」，其特點都是在交通要津形成了以休閒消費為主的商業「公共」空間。但這些消費族裔地景引發的不僅是外勞置身異國的思鄉懷想，或是暫時解脫緊繃雇傭關係的鬆懈消閒，以及滿足各種生活需求的消費空間（餐飲、貨運匯兌、手機通訊、衣飾和日常雜貨等），還經常伴隨有本地居民的嫌惡走避，抱怨

1. 「族裔地景」(ethnoscape) 是 Arjun Appadurai (1996) 所創的新詞，連同其他幾個類似字眼（媒體地景、技術地景、金融地景、意識地景等），做為探索經濟、文化和政治之斷裂 (disjuncture) 的全球文化流動架構。簡言之，族裔地景即「群體認同的地景」(ibid., 48)，詳言之則是指「構成我們生活所在之變換世界的人群地景，這些人包括觀光客、移民、難民、流亡者、移工和其他移動的群體和個人，構成了世界的根本特色，並以前所未見的程度影響了國家（之間）的政治」(ibid., 33)。Appadurai 還企圖用這個詞來突顯特殊觀看角度（景觀）對再現過程和結果的影響，以及超越穩固的空間界線、歷史意識和文化均質性的群體認同狀態 (ibid., 48)。換言之，這是指涉當前跨國人群流動處境及其複雜認同狀態的字眼。其所指涉的並非穩固的地方或空間，而是一種流動不定的網路樣貌。本文使用族裔地景一詞，除了指涉了移民和移工的流動網路，也借取了「地景」一詞的空間涵意，而企圖掌握族裔認同形構的空間向度，尤其是其交織在消費場域的狀況，故名之為「消費族裔地景」。

環境品質、治安秩序和地產價格下降等現象。或者，比較敏銳的地方政府則企圖轉化這種族裔消費地景的異國風情，來增添城市象徵經濟的魅力（例如台北市的雙城街商圈景觀街區規劃<sup>2</sup>）。

在實質空間上，位居車站周邊的外勞消費空間，也經常與本地商業發展街區形成明顯對比。例如，台北車站捷運地下街光鮮亮麗的新消費空間，相對於地面上因商機蕭條而轉由外籍移工利用的金華百貨；桃園火車站前站新百貨公司陸續開張的繁榮景象，也與後站「外勞街」的克難性格，恰成鮮明對照。

外籍移工（及移民）的族裔地景，既是不均等發展所促動的跨國流動產物和展現，也深刻鑲嵌於各地方特殊的都市發展脈絡，以及交錯複雜的族裔、性別和階級社會關係裡。本研究便以桃園火車站週邊移民工休閒消費空間為例，嘗試探索含蘊其中的多層次空間政治暨認同定位（positioning）及置換（displacement）課題。

### 1.1 消費之為文化實踐、休閒之為政治過程、空間之為社會場域

選擇桃園火車站的理由，除了北台灣其他幾處移工假日集聚區（如中山北路、台北車站、中壢火車站）已有若干研究外，也在於桃園火車站週邊的案例可以和既有研究對比。比較的重點是：在台灣的脈絡裡，未能像菲律賓移工（假日休閒以中壢和台北為主）那般掌握語言、資訊（英語溝通能力和英文媒體）和組織（教會和提供諮詢協助的非政府組織）優勢的其他東南亞移工（桃園火車站週邊以泰、越、印籍勞工為主），在挪用空間、族裔發聲和協商認同上，是否有相對不利的處境。

這裡暗含的分析立場和觀點，乃是：空間並非中立的活動場所，

---

2. 台北市都市發展局委託規劃的「台北市特色景觀街區—雙城街商圈暨兩側地區環境改造規劃設計」，便指出外籍勞工和消費者聚集現象帶入了異國文化氣息，因此在其發展定位上，第一項就是「多元文化及藝術交流中心」，實質規劃構想中則有「異國風情發展區」的「異國風情跳蚤市場」鎖定外勞為主要對象，但其餘規劃大部分還是未考慮外籍移工需要。參見台北市政府都市發展局（2004）。

而是反映和建構社會關係的所在<sup>3</sup>；消費休閒亦非只是工作之餘的補償性活動，而是複雜的文化實踐和政治過程<sup>4</sup>；優劣勢族群間的社會關係及其自我和集體認同的動態形構，則鑲嵌於休閒消費的空間場域裡。本地少數以批判角度關注外籍移工生活處境的研究，便點出了休閒和消費的政治性質：例如，林津如（2000: 119）討論了休假時間做為移工自主性抗爭的場域；藍佩嘉（2002: 191-9）運用前臺和後臺的概念，描述了菲籍家務勞工在假日休閒消費的時間和空間裡，脫離雇主監控規訓的自我和集體認同協商與抵抗實踐。在國外研究方面，Law（2001）則分析香港的菲籍家務勞工，如何透過備便和享有家鄉飲食，以及其他感官實踐（音樂、視覺景象等），在假日的香港市區營造出深具族裔認同色彩的「家園」感，甚且移轉鬆動了香港主流文化的權威性視覺空間（*ibid.*, p. 280）。

吳挺峰（1997）稍早但具有突破性問題意識的研究，更是直指移工休閒生活裡的文化政治或文化鬥爭，闡述了家鄉小吃店、天主堂彌撒、購物、聊天，以及唱歌跳舞等休閒消費活動，有助於移工延續其文化經驗，透過集體聚集現身而建立和強化了社會網路，開啓了協商族裔認同和階級鬥爭的場域。吳挺峰比較了台中地區菲勞與泰勞在文化經驗延續上的結構條件差異：相對於泰勞，菲勞擁有天主教會的自主宗教文化空間（英語彌撒）和支援服務網路、取得資訊的管道（英文報刊）和運用能力（識字能力）（1997: 63-4），這使得菲勞的假日休閒活動成爲一種文化資源，也有相應的權利論述（例如，參加教堂彌撒的正當性），構成了確認自身文化認同和對抗雇主的場域（爭取

3. 空間與社會之間的互構關係（空間性〔spatiality〕）同時是社會行動和關係的仲介與結果、前提與具現。參見Soja, 1989: 129）是1980年代以來空間相關領域如地理學、都市研究和建築學的共同理論預設，幾乎已經成爲教科書式的標準提法。另參見：Lefebvre（1991）；Soja（1996），以及人文地理學教科書，如Cloke et al.（1999）。

4. 批判性的消費文化研究取向，參見：Bocock（1993）和Storey（1999）的介紹，以及Lee（2000）的文選。批判性的休閒研究，參見：Rojek（1985, 1995）和Wearing（1998）。

放假權利、交換勞動和其他訊息等)。

相形之下，泰籍勞工由於缺乏這類自主的休閒文化空間與資源，其休閒活動經常與工作場所重疊，並成為佔居家長地位的雇主生活管理機制的一環；例如家鄉飲食和四面佛宗教信仰等，都有雇主在廠區裡提供，不假外求，或是由雇主主導了潑水節和泰皇生日等重大慶典的活動方式和意義詮釋（吳挺峰，1997: 72-7）。

由於菲勞自主休閒的活力和明顯的區位集結，兼以本地研究者的語言障礙（比較不諳英語以外的東南亞語言，造成研究菲律賓以外其他國籍移工的困難），陸續有針對菲勞休閒消費空間與活動的研究，提供了更多訊息。許弘毅（2000）詳細描述了中山北路聖多福教堂附近菲勞的空間使用情形和店家經營方式，提出了鄰近商店街和公園空間的「菲化」現象，以及環繞「菲化」而展開的污名化過程及菲勞與本地居民的緊張關係。吳比娜（2003）同樣研究中山北路（她以 ChungShan 名之，以突顯菲勞觀點）的菲勞空間，但她更強調菲勞如何形成社群網路、萌發社團和發聲管道，進而在這種接合和互動中轉化台灣社會的可能。

金天立（2003）針對中壢市區「外勞」空間的考察，則印證了吳挺峰在台中地區，以及許弘毅和吳比娜在台北中山北路地區的觀察：菲勞假日休閒方式和活動空間，與天主教堂（及附屬服務機構）有密切的關係。可以和本研究對照的是：金天立在訪談中獲知，由於以前在桃園市經常發生菲勞與泰勞間的族群衝突，業者在協調後自行劃分了族群區域，使得桃園成為泰勞和印勞集中地，而中壢成為菲勞集聚區（金天立，2003: 33）。不過，我們在田野訪談中獲知的訊息，卻提出了另一種解釋，指出早期桃園市區確實有菲勞集中，但因為當地天主堂無法提供英語彌撒和足夠的空間與支援服務，因此後來大多轉往台北和中壢。這個解釋吻合前述其他研究指出的，宗教文化空間對於菲勞的重要性。

上述緊扣本地經驗研究的討論，鋪陳了本研究的理論視野：消費

之為文化實踐、休閒之為政治過程、空間之為社會場域。消費性族裔地景的形成，牽連了不同空間尺度（跨國、區域、城市和鄰里）上的多層次社會流動和網路，是個糾葛了動態複雜文化實踐的社會場域，牽涉的是權力幾何學（power geometry）下的全球地方感（global sense of place）（Massey, 1993: 68），而非擁有穩固邊界和特質的地方。

桃園火車站週邊移工消費休閒場所的浮現和特性，至少糾纏於以下幾個尺度的社會—空間動態：全球尺度上，亞太區域和東南亞區域政經情勢在全球化力量下的轉化，以及地理不均發展的惡化，驅動了資本與勞工的跨國移動；國家尺度上，有台灣產業結構和勞資關係轉變所促動的移工引進政策、台灣特殊政治局勢所牽動的移工來源國和配額的變動，以及各移工來源國的內部政經與城鄉不均發展局勢；區域尺度上，有北台灣（尤其是桃園地區）工業發展的狀況和軌跡；城市尺度上，則是桃園市城市發展過程裡的特殊區域分化（展現為火車站前站商業、後站工業的區分）；最後，在鄰里尺度上，則有持續往來流動的移工、住民、商家、外籍配偶等各種身分人群，在車站周邊地區的細緻社會—空間互動。

在有限篇幅裡，本研究不擬一一詳細檢視前述各尺度的動態和力量，而是聚焦於桃園火車站周邊地區的尺度，但是在解釋上將適當地指涉到不同尺度的因素，以突顯這個消費族裔地景乃是鑲嵌在多層次跨國流動與根著的辯證關係中。

## 1.2 關於田野與方法

本研究於 2004 年三月開始接觸桃園火車站週邊地區，尤其是後站地區（主要為大林路、延平路、建國路、民族路圍成的區域，參見圖 3），針對商家、居民和移工從事訪談，並觀察與記錄其活動方式和空間配置。訪談的重點，在專供移工消費的商家方面，詢問其營業專案和販賣方式、產品來源、顧客類型和人數、來店消費時間和模式、與顧客互動方式，以及與本地居民互動關係等。如果店家有外籍



配偶主持或幫忙，也詢問其嫁娶來台灣的過程、家庭生活，以及在店家經營裡扮演的角色。在居民訪問方面，除了其個人社經地位和家庭背景資料外，著重詢問其住家搬遷歷史，對附近地區變化的觀察和感想，對移工在附近活動的觀感，以及對附近地區未來發展的想法等。至於外籍移工方面，則詢問其假日休閒方式和內容，尤其是到桃園車站地區的消费模式、經驗或感想。

至 2004 年六月初，共計訪問了八位商店經營者（包括本地人與外籍配偶）(A01-A08)、六位居民 (B01-B06)、五位外籍移工（四位泰籍，一位印尼籍，C01-C05），以及一位當地警員 (P01)。由於研究者本身的語言障礙（不諳泰、印、越語），外籍移工部分的訪談，乃是借助在田野中認識的、經營飲食店的外籍配偶（泰籍男性）居中翻譯。在有限的田野研究時間裡，較難深入移工的生活領域和消費經驗，這是本研究的主要缺憾。本文目前的呈現，主要是從田野資料的初步整理和分析中，衍伸出幾個值得討論的課題，描繪的經驗比較偏重本地居民和店家，以及外籍配偶經營的店家。

## 2. 桃園市火車站週邊移工消費空間的形構

### 2.1 工業主導的區域發展動態

桃園市移工消費族裔地景的浮現，必須放置在桃園地區的產業情勢下考察。桃園縣是北台灣重要的工業生產基地，僅次於台北縣，但工業人口比例偏高。以 2002 年為例，桃園縣工廠登記家數 11,008 家，工業（二級產業）就業人數為 35 萬 5 千人（製造業占 30 萬 6 千人），占全部就業人口的 48.28%<sup>5</sup>（桃園縣統計要覽）；相對的，台北

5. 一級產業（農林漁牧）占 2.57%，三級產業（服務業）占 49.15%。又，若以就業者的職業別來分：機械設備操作工及體力工 30 萬 4 千人，占 41.32%；服務工作及售貨員 12 萬 8 千人，占 17.36%；技術員及助理專業人員 13 萬 6 千人，占 18.05%；事務工作人員 7 萬 8 千人，占 10.64%，專業人員僅有 4 萬 3 千人，占 5.83%；另有農林漁牧人員 1 萬 9 千人，占 2.53%；民代、企業主管及經理人員 2 萬 8 千人，占 3.81%（桃園縣統計要覽）。顯見桃園是個以藍領工作為主的區域經濟體。

縣 2002 年的工廠家數 27,154 家，工業就業人數為 38 萬 2 千人，但僅占全部就業人口的 38.22%（相對的，台北縣三級產業人數占 61.01%）（台北縣統計要覽）。

產業結構方面，2002 年以工廠家數計算，以電力及電子機械器材製造修配業 1,938 家最多，占 17.61%，其次為機械設備製造修配業 1,785 家，占 16.22%，再次為金屬製品製造業 1,485 家，占 13.49%。若以鄉鎮市別而言，以蘆竹鄉 1,644 家、龜山鄉 1,560 家、桃園市 1,427 家及中壢市 1,321 家較多，分占 14.93%、14.17%、12.96%、12.00%（桃園縣統計要覽）。若依員工人數規模來看，桃園縣前五大產業分別為電力及電子業、紡織業、運輸工具製造修配業、金屬製品業，以及機械設備業。若依照營業額區分，依序是電力及電子業、運輸工具業、紡織業、金屬基本工業，以及金屬製品業（台灣營建研究院，2000: 3.73）。

再從歷史角度來看，回顧桃園地區工業發展，大致為從勞力密集和污染性傳統製造業，轉變為以半導體、資訊、電子和電訊等產業主導的趨勢。歷年來對應產業發展的工業區開發不斷，其類型大致反映了桃園地區工業發展的轉變。發展歷程參見表 1。

桃園縣工業和製造業的發達情形，正展現在桃園縣的外籍移工數量上。至 2004 年 4 月底，台閩地區外籍移工人數為 298,480 人，桃園縣便有 68,147 人，佔了 23%，數量居各縣市之冠（超過第二高的台北縣 41,221 人甚多）。依國籍分，以泰籍最多，達 30,205 人，其次依序為菲律賓籍 20,552 人、越南籍 10,857 人，以及印尼籍 6,526 人（行政院勞委會職業訓練局網站）。這些數量眾多的移工，大部分為製造業、營造業勞工，以及家庭雇傭和監護工。他們平日散佈於各主要工業區、工廠和雇主家中，難得見其身影，但是一到了假日，便紛紛離開勞累煩悶的工作場所，到城市商業地帶休閒消費。在龐大的移工人口支持下，桃園市與中壢市這兩個主要區域城市，便成為消費族裔地景中的重要節點（參見圖 1）。

表1 桃園縣工業區發展

階 段	設置概況
第一階段(1961-1970)實施獎勵投資條例至經濟部工業局成立	開發之工業區有：龜山與內壢工業區，為政府所主導，產業項目以紡織、電工及金屬為主。
第二階段(1971-1980)修訂獎勵投資條例	開發之工業區有：北部特定、幼獅、大園、林口、中壢、平鎮、新屋鄉崁頭厝、楊梅大興等。其中楊梅大興工業區為私人開發，以紡織業為主。北部擴大工業區為中國石油公司開發，以石油化學為主。幼獅工業區則為獎勵青年創業，以電工器材產業為主。大園工業區是污染性工業為主，其他為化學製品、染整等。中壢工業區與平鎮工業區以電子電器最盛。林口工三工業區以化學製品為主。此階段桃園縣編訂工業用地劇增，也是台灣省工業用地總量快速成長的階段，產業皆以紡織、電工、機械、化學、食品為主。
第三階段(1981-1990)獎勵投資條例廢止	開發之工業區有：蘆竹鄉海湖工業區與觀音工業區。海湖以長春電廠為主，觀音則以化學為主，其次為金屬製品業。
第四階段(1991迄今)促進產業升級條例頒行	此階段開發之工業區以智慧型工業園區為主。由國防部主導之中山科學研究院之青山與龍園研究園區，以化學、化工、電訊及資訊為主。民間主導的工業區有宏碁龍潭渴望智慧園區、以半導體、電訊及資訊為主。華亞科技園區以電線、電纜、半導體以及精密機械為主。龍潭科技園區以3C為主的通訊、資訊及消費性電子。桃園科技工業區則有電子材料、倉儲專區及電動汽車廠等。寶祥智慧型科技園區則是智慧型廠辦大樓。

資料來源：林建元(1992)，轉引自台灣營建研究院(2000: 3.122-3.124)



圖 1 桃園縣工業區分佈圖

<b>■已開發工業區</b>			
1. 幼獅工業區	4. 觀音工業區	7. 中壢工業區	10. 龍潭渴望園區
2. 平鎮工業區	5. 林口「工三」工業區	8. 龜山工業區	11. 龍潭科技園
3. 大園工業區	6. 林口「工四」工業區	9. 華亞科技園區	
<b>■開發中工業區</b>			
12. 桃園科技園區		14. 觀塘工業區	
13. 大潭濱海特定工業區		15. 龍潭工業園區	
<b>■工業用地</b>			
16. 大洋塑膠公司工業用地		22. 大興專業工業區	
17. 北部特定工業區		23. 龍潭鄉烏樹林段小型工業用地	
18. 蘆竹鄉海湖坑子口段小型工業用地		24. 龍潭銅鑼圈段	
19. 新屋鄉坂頭厝小型工業用地		25. 大溪南興段	
20. 楊梅鎮下陰影窩段小型工業用地		26. 大園許厝港段	
21. 幼獅工業區擴大工業區		27. 楊梅太平山下段	

資料來源：桃園縣政府網站 ([http://www.tycg.gov.tw/cgi-bin/SM\\_theme?page=3fc3fc4e](http://www.tycg.gov.tw/cgi-bin/SM_theme?page=3fc3fc4e))



## 2.2 桃園市區的不均等發展與消費族裔地景的形成

目前桃園縣的菲律賓裔移工主要假日去處是中壢市，以及更遠的台北車站和中山北路地區。如前所述，天主教堂的存在和相關服務是吸引菲勞的首要因素。相對的，桃園市便成爲泰、印、越等移工集聚的所在。不過，我們有必要更精準地鎖定移工消費空間的位置，並探討其爲何集中出現在城市特定區域——火車站後站。要回答這個問題，就必須討論桃園市核心區的發展史。

桃園市以縱貫鐵路分界，日治時期以來，一直呈現了前站商業行政用途與後站工業用途的區分。後站在日治時期有碾米、製粉、豆類等農產品加工業，光復初期則有紡織廠和化工製藥廠等（簡逸姍，1993: 49）。1970年代桃園鎮升格爲縣轄市以後，前站的縣政府等行政機構遷出舊市街中心，原址公有土地轉爲私人開發，陸續有商業大樓興建，1984年遠東百貨開幕是個重要指標。不過，1990年代以後，早期的商業大樓已逐漸老舊，部分百貨公司結束營業（例如明德和遠東百貨），成爲電動玩具、網咖、溜冰場等群集的青少年休閒空間；站前則陸續開設遠東 FE21 和衣蝶百貨等更新穎的時尚百貨公司，顯現新舊雜陳的氣象（表 2）。

相對的，桃園後站地區的發展，則是與大部分台鐵縱貫線的主要車站一樣，呈現了工商業相對停滯的境況。自從南北高速公路於 1978 年底全線通車以後，鐵路客貨運無法與公路運輸競爭。這種運輸成本和連結網絡的地理形勢鉅變，連帶影響了各地後站工業與倉儲業的發展<sup>6</sup>。

就桃園的特殊情況而言，則是在後站的復興紡織廠關閉後幾經波

6. 台灣地區鐵路貨運噸數由 1976 年的 35114 千公噸，下滑到至 1980 與 1990 年代的每年約三千萬公噸以下，到了 2000 年代，則已經不足兩千萬公噸。相對的，公路貨運方面，貨運噸數則由 1971 年的 39599 千公噸，急速上升到 1981 年的 182646 千公噸，1990 年代以後都維持在三億噸上下，遠遠超過鐵路貨運量。相對的，倉儲業也傾向選擇坐落於高速公路交流道附近，而非火車站週邊。數據資料來源：交通部全球資訊網交通統計，<http://www.motc.gov.tw/hypage.cgi?HYPAGE=stat07.asp&catid=4>。

表2 桃園站前百貨公司概況

名稱	成立時間	位置	樓層	主要販賣項目
遠東百貨	1984年 11月	中正路	已停業，目前為湯姆熊遊樂園等；移工pub	
統領百貨	1995年 12月	中正路61號	B4～12樓，面積42,649.26 m <sup>2</sup>	B3～B4停車場，B2～11樓為百貨賣場。12樓為辦公室。專櫃約470家。
明德百貨	1997年 12月	中華路與中正路口	已停業，電動玩具、溜冰場與網咖等。	
遠東FE21	1999年 10月	中正路20號	B2～12樓	
衣蝶百貨	2002年 5月	中正路16號	B1～11樓	

資料來源：本研究整理。

折，一直未能積極開發。1965年12月，位於後站的全省規模最大民營紡織廠大秦紡織公司桃園廠（參見圖2），將產權拍賣，交接給台灣銀行，再移交給省營復興紡織廠。然而，復興紡織廠也因為營運不佳，於1981年6月停工關廠並處分房地產（含廠區和宿舍區），台灣銀行於1984年依債權人身分，以十億元承受了其土地兩萬三千多坪；當時工廠宿舍區尚有眾多住戶。

這塊龐大後站土地，連同附近的福豐紙廠舊址，就此荒廢閒置，與前站的商業發展恰成對比<sup>7</sup>。當地市長、民代、里長等，為此亦集會研擬，請省交通處規劃將桃園中壢間鐵路地下化，以打通受鐵路阻

7. 但是1980年代期間有許多民間財團對這塊地感興趣，甚至惹出了詐騙案。例如，1988年3月報載，台銀接獲治安單位通知，謂有不法之徒冒充該行科長，向香港財團詐售復興紡織廠廠地未果情事。台銀主管認為復興紡織兩萬多坪土地極為搶手，問津者眾，因而給不法之徒製造詐騙機會。這件詐欺案反映了當時公家標售房地備受各方青睞，甚至台灣地區以外財團也有興趣（《聯合報》1988.3.24第11版）。

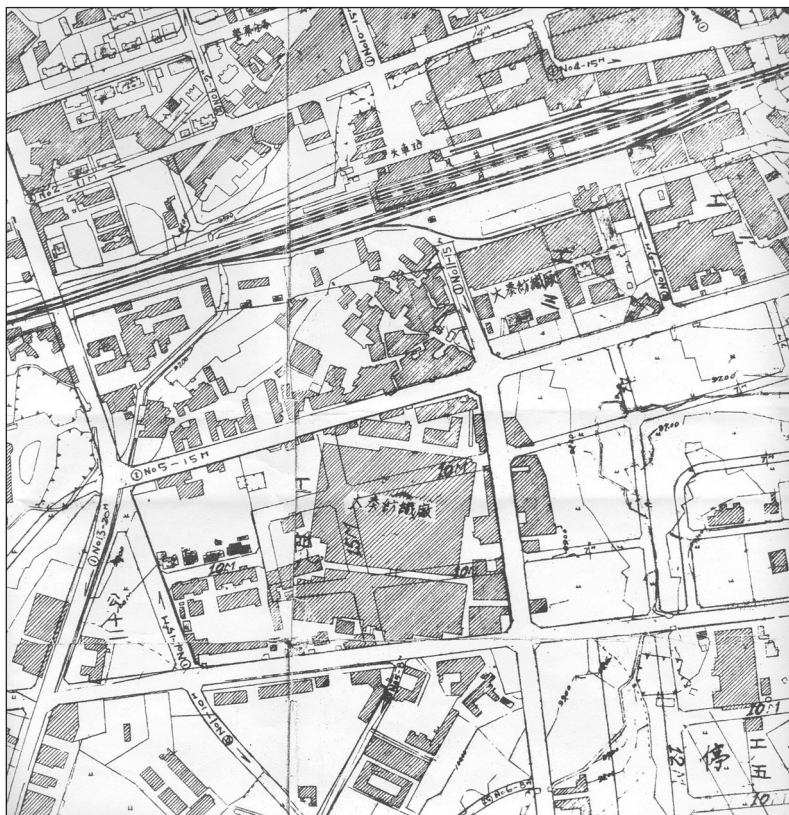


圖2 1989年桃園市都市計畫圖（仍留有早已消失的大秦紡織廠字樣）

隔的開發之途<sup>8</sup>，都沒有結果。直到1993年，台銀才和唐榮公司簽定合作投資118億元的開發案，計畫建設為包括兒童遊樂場、住宅及

8. 桃園市地方民意一直期望後站土地的開發，於1992年間當時市長李信宏選邀集省議員呂進芳及（大樹林地區）十餘位里長座談，除要求爭取鐵路地下化或南移，並聲言若台銀管理的紡織廠土地延宕開發，將透過都市計畫將其變更為機關用地（《中國時報》1992.9.25第14版桃園新聞）。台銀與唐榮合作案停頓後，1995年和1996年間還是不斷有地方民意敦促開發後站。另外，關於開設後站出口，也早在1983年桃園火車站擴建時便有提議，但迄今尚未實現。

商業區的綜合社區。但後來因為唐榮未告知台銀，即轉包給瑞麟建設公司簽訂合作開發<sup>9</sup>，關於此案的官商利益輸送便傳聞不斷，涉及多位省議員和立委<sup>10</sup>。省議會遂在1994年間做成了「暫時凍結合作開發」的決議。凍省後，台銀由省有改為國有，督導權由省議會改為立法院，至1999年又傳出有部分立委關切此案，企圖讓這項開發案敗部復活。由於涉及了上百億元利益，台銀當時還組成專案小組研商對策（應翠梅，1999）。

1998年復興紡織廠土地終於由各級都市計畫委員通過辦理市地重劃<sup>11</sup>，又引發居民期待開發的熱望。但是，除了1998年重劃後的抵費地由桃園汽車客運公司以2.33億元得標做為遷移總站之用（目前已興建完成），以及市公所陸續闢建計畫道路、福安公園和福豐公園外，站後地區依然是空曠一片、雜草叢生，或是充做中壢客運和國光客運的停車場。然而，也就是這個階段，在國際與國內各種政治經濟力量引導下進入台灣的東南亞移工，已經默默地促使這塊由於製造業資本撤出，以及糾葛政商關係而遲未開發的空曠市區空間，因為租金便宜、交通便利且尚未有本地商業大舉進駐，從而轉變為猶如保留區般的消費族裔地景。

值得一提的是，在這個長達數十年，桃園後站從製造業地景轉化為消費族裔地景的過程中，一直潛隱不顯、為人遺忘，但偶然浮現

---

9. 瑞聯集團打算將這塊地區興建為住宅大樓群，共計4500戶。但瑞聯於1998年出現財務危機，當時長德集團有興趣接手部分瑞聯事業機構土地資產，看中的也是桃園後車站這塊地（參見閻鳳婷，1998）。

10. 其中主要爭議是因為唐榮轉了三次包（涉及高額權利金和議員居中措合的「分紅」），最後落到與某省議員關係密切的瑞聯建設公司手中，而該公司僅以一億元資本，卻已陸續在省屬行庫貸款近百億元。據當時質詢此案的省議員表示，該公司包到復興紡織開發案後又打算向台銀貸款，也就是用台銀的地向台銀借錢開發，做的是「免本生意」（賴淑姬，1994）。

11. 這塊重劃區面積共5.68公頃，約1萬5,000坪，四面臨路。重劃後唯一一筆抵費地面積2,153平方公尺，約650坪，標售底價2.1億元，每坪約32.2萬元，由土地銀行配合貸款（黃登楡、林佳諭，1998）。



的，其實都是勞工的勞動身影、記憶和抗爭歷史。早在1965年大秦紡織廠轉移產權為復興紡織廠後，大秦紡織廠產業工會，因復興紡織公司接管大秦工廠後未能履行諾言，擅自裁遣職工，違反行政院有關拍賣大秦廠的指示，便於1966年2月召開緊急監事聯席會議，決定向台灣銀行陳情請求糾正外，並聘請法律顧問，依法保障全廠勞工權益（《聯合報》1966.2.6第6版）。1993至1994年間因省府計畫開發此地，引起原復興紡織廠職工關注，趁機籌組自救會要求追討1957年以職工委員會福利金購買的三千多坪土地販賣後所得款項（許萬達，1993；鄭滄傑，1994）。又1993年中，因聽聞紡織廠周邊將推出「投資169億的造鎮計畫」，使得工廠宿舍內的千餘名住戶惶恐不已，向省議員陳情於議會中質詢（范清宏，1993）。

這些從新聞報導裡零星收集的案例，只揭露了受到損害犧牲的勞工身影的極微小部分，而且還湮沒在一片期待開發前景的熱望，以及上層官商勾結弊案聲中。弔詭的是，東南亞移工更為顯眼的族裔勞動身影，卻在這個「荒棄閒置」的邊緣化城市核心地帶，找到了集體現身的場所。宛如復仇一般，關廠多年以後，勞動者再度填塞了這個地方。

### 2.3 在地的異國風情：消費族裔地景的構造

雖然根據大部分受訪者的觀察，目前桃園車站後站地區的移工人數，由於引進人數減少，已經不如2000年左右那麼興旺，假日有數千人簇擁街頭的景象，但目前每逢假日也有好幾百人，以其異國的身體姿態、口音和氣息，挑戰著本地居民的環境知覺習慣。即使是周間平日，輪休的工廠移工、外出的幫傭監護工，或是東南亞裔配偶，也可以在後站一帶輕易見到<sup>12</sup>。當然，除了活生生的身體姿態言行，各種迎合移工消費休閒需求的店家，及其寫滿泰、印、越、英語的招

12. 據受訪店家（A01）觀察，後站地區移工人數平常日與假日的比例大約是一比五左右，以前人較多時，大約是一比十。此外，受訪者亦提到有印度人和西藏人來購買印度語CD。

牌，也直接而鮮活的召喚了在地的異國感覺，或是一種混雜的特殊地方感。

若是正逢週末假日，走出桃園火車站，觸目所及皆是移工身形話語，尤其站前圓環公園裡，略顯擁擠的或坐或站，清一色是東南亞裔移工。往右轉，下到通往後站的延平人行地下道（圖7），立即出現了迎合移工需求的獨特消費景觀：販賣手機和易付卡的攤販，以及少數的玩偶地攤，排成長長一列。

走出地下道，延平路首先是連著幾家寄車行，接著是一間美髮店，玻璃上寫著中文和印尼文。再往前走，有本地人開設的飾品和玩具店<sup>13</sup>，以及販賣本地及泰國、印尼和越南的CD、VCD、泰印減肥茶和美容用品等雜貨的店家。到了大林路和延平路口，往右和朝前看，都可以輕易見到形形色色寫著泰文和印尼文的招牌，包括了餐飲店（通常附設卡拉OK）、郵遞、儲匯、手機販賣店和雜貨店等。泰國的店家多過印尼店家，顯示了泰籍族群數量的眾多。至於近年越南裔移工和配偶增加的趨勢，則具體呈現於稍遠一點，建國路上新近開設的幾家越南餐館和雜貨鋪（商家的分佈和特性，參見圖3和附錄一）。

沿著建國路往龜山工業區方向前行約十幾分鐘徒步路程，另有幾家泰國飲食店和雜貨店，位於路旁或巷內。據受訪者指出，這一帶是龜山工業區移工於平常日離開廠區吃飯休閒購物的去處，緊鄰車站的街區則是以假日休憩為主，移工來源也更為多樣（參見圖4和圖5）。

回到站前，雖然不似後站般集中，但也有零星幾家移工專屬的休閒消費去處，尤其是有三家pub位於綜合商業大樓的二、三樓，假日期間經常通宵營業<sup>14</sup>。這些必須登堂入室才能一窺的pub，與後站一樓店面的直接呈現於來往行人眼光下不同，顯得隱密許多。這種隱

13. 據受訪店家（A05）表示，除了交往中的移工會來店裡購買玩偶當贈禮外，也有不少是要買回家鄉給小孩，而且出手很大方，目前流行購買大型遙控車，價格在七八百元至千元台幣左右，甚且購買三千餘元的最新款機械人。店家表示，這些玩具本地人反而買不下去，嫌貴。

14. 受訪者提及舊遠東三樓曼巴、南華飯店的LIKE TAI PUB，假日都有很多人。



圖3 桃園火車站後站商店分佈圖（商店名錄參見附錄一）

說明：標示深色者為服務各國移工為主的家鄉味飲食店，淺色者為服務移工的其他店家，未標顏色者為住家或服務本地人為主的店家。

密特性也提供移工更為鬆懈自在、甚至狂放盡興的休閒空間，可以唱歌跳舞飲酒，聯誼交往，乃至於某些游走於法律臨界的娛樂型態<sup>15</sup>。

15. 田野訪談中有受訪者透露或暗示，在部分飲食店和pub可能可以取得禁制的「藥物」，如「搖頭丸」等。不過，前幾年移工較多時，相對的這種狀況也比較多，目前則較少。此外，亦有幾位受訪者明確指出某幾處店家或其門口，會有類似援助交際的移工「兼差」性交易，或是透過假結婚管道來台的性工作者招攬生意；不過這部分到底是「實情」或是本地業者的「猜想」，則有待進一步探討。移工「藥物」與「性」消費的存在，對其社會網路和休閒政治的影響為何，也是個重要但本研究尚無法處理的問題。

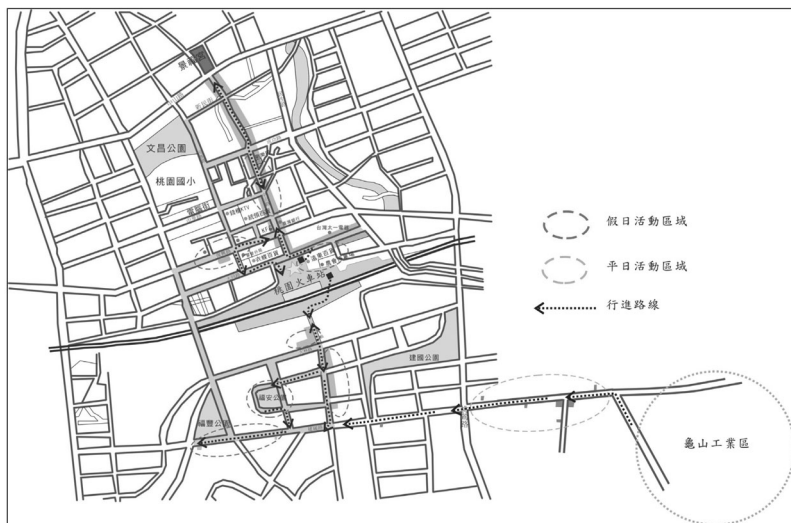
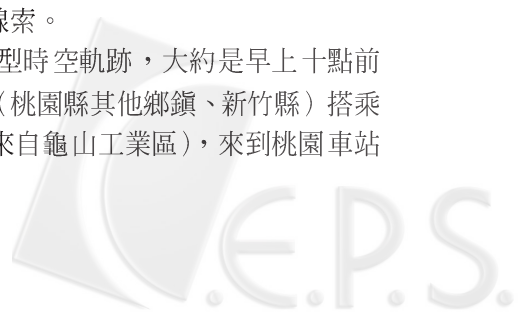


圖4 桃園火車站週邊外籍移工活動圖之一

移工也會到並非專為移工服務的店家消費。前站地區商業發達，店家類型一如台灣各主要城市的典型商業區。據觀察，移工主要會逛的店家包括衣飾鞋類、皮包揹袋、通訊電器、金飾（泰籍移工為主）等，尤其是有平價或打折商品時，移工明顯較多。比較清楚的對比是站前兩家新開設的百貨公司：遠東FE21和衣蝶百貨。遠東FE21的商品價位相對於衣蝶較低，裝潢也較為平實，不似衣蝶向來展現精緻高級風格。所以，遠東FE21中各樓層都可以見到移工身影，尤其是服飾折扣攤位旁邊。但是，衣蝶百貨裡則幾乎見不到外籍移工身影，連純粹遊逛的人都看不到。或許，價格並非唯一的界線，整體空間氛圍的展現，也是個重要的族裔劃界線索。

假日期間，移工休閒消費的典型時空軌跡，大約是早上十點前後，離開工廠等工作場所，從各地（桃園縣其他鄉鎮、新竹縣）搭乘火車，或是步行或騎自行車（主要來自龜山工業區），來到桃園車站



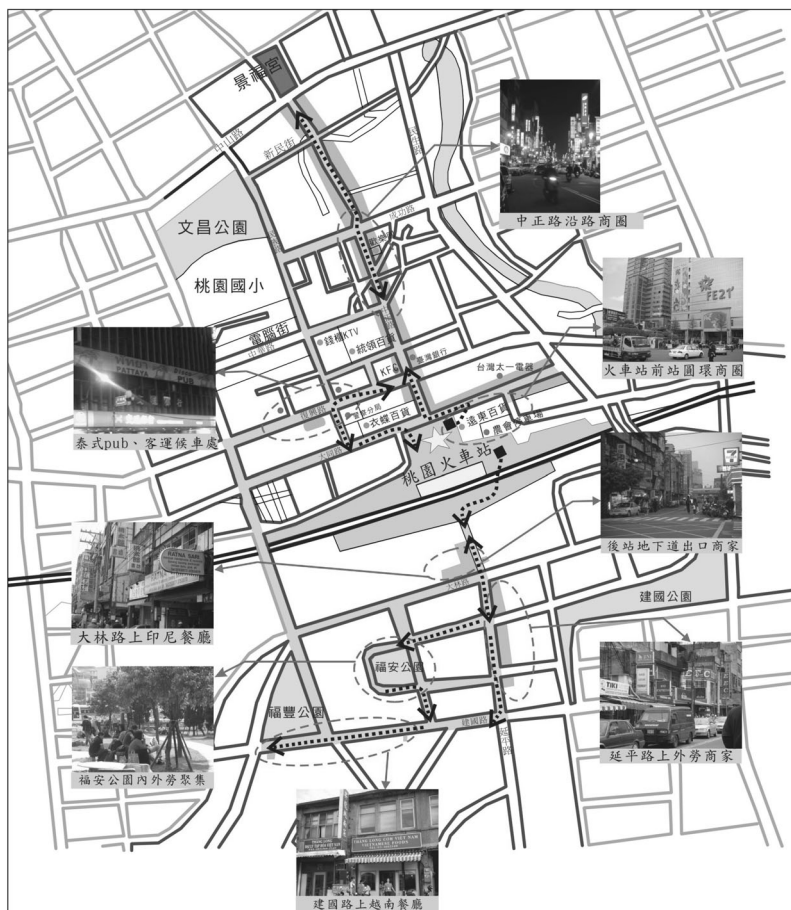


圖5 桃園火車站週邊外籍移工活動圖之二

附近。早來的可能先逛街，再到後站的家鄉味飲食店用餐，晚些的可能先用餐，再去前站逛街購物。前站的圓環是等人的好地方，後站的福安公園更寬闊，則可以野餐、喝啤酒、聊天。若要唱歌跳舞，部分飲食店裡已經備有卡拉OK（免費或付費），甚至有克難的舞池（有



間飲食店天花板還裝設了舞會專用的彩色旋轉燈)。晚一些，前站的pub則有更為熱烈的歡樂場合。有些人會在外過夜（pub或賓館，或是公園），星期一早上才回去上班。

至於店內陳設方面，以飲食店為例，格局大致和習見的平價餐飲小吃店類似，有販賣自選的自助餐點，也有點菜現炒的食物，價格與本地人所吃的類似等級餐飲差不多，甚至稍高一些<sup>16</sup>。除了餐點，飲料也有進口泰印越的啤酒和特殊飲品（椰奶、運動飲料等），突顯出飲食消費所具有的族裔文化認同意涵。較特殊的是如前所述，部分飲食店附設有卡拉OK和舞池，通常位居內室或二樓，而非緊鄰街面的一樓外室，提供了較為私密的、屬於少數族裔自己的休憩交誼空間。家鄉味料理店幾乎都是由東南亞籍配偶主持或主廚，兼有和本地人合夥者。平日或假日忙碌時，也有來台同住的親友，或熟識的移工來幫忙。

至於郵遞和儲匯等，多是泰國與印尼快遞公司和銀行的台灣分店，聘僱有泰印籍員工，或是外籍配偶；除了郵遞和便利銀行的業務，裡面也會擺設飲料、書刊、CD等商品供選購。其他如手機通訊行（除手機和易付卡，還有泰文按鍵和語音軟體）、飾品玩具店，以及CD、日用品店等，皆是本地人開設。有早在移工出現以前就開店者，也有因為看上後站的移工消費能力才來此地開店者。此外，有些飲食店和郵遞也提供電視，不僅是本地頻道，還有衛星電視接收來自泰國的無線電波，提供即時的當地訊息（例如，潑水節慶典時，可以見到泰國的實況轉播）。巨大的碟式衛星天線就矗立在低矮的二樓屋頂上，顯示了消費族裔地景裡的即時跨國連結（圖6）。

以上是桃園車站鄰近消費族裔地景的概略圖文描述。在這個動態

---

16. 例如延平路上一間泰國菜自助餐店，一人份自選菜色、不限菜量、附飯，固定為80元。其口味與台灣近年流行的泰式料理有所不同，更為辛辣，烹飪也沒那麼精緻。不過，除了是泰裔配偶烹煮，口味可稱道地之外，也必須考慮這是屬於勞工階級的食物，並非都市時尚餐飲的一環。

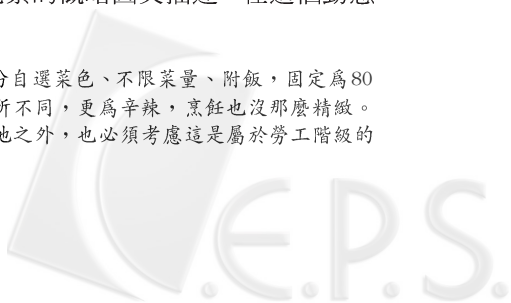




圖6 碟式衛星天線



圖7 通往站後的延平人行地下道

的消費休閒空間裡，蘊含了多元族群或共存合作、或緊張誤解的社會關係，展現為複雜的空間政治 (politics of space)。移民與移工移置又重新定位的族裔認同，也在這個空間—社會關係與過程裡，藉由不同的管道、場域、互動模式及制度條件或脈絡，搬演出繁複的自我與集體身分。

### 3. 臨界空間政治：越界、遷界與劃界

空間同時是社會行動與關係的中介和結果、前提和具現；社會生活的時空結構動態，界定了社會行動與關係如何在物質層次上建構起來和具體化；這個建構和具體化的過程，充滿了矛盾與鬥爭 (Soja, 1989: 129)，呈顯為一種空間政治。如果從微觀角度看，我們可以觀察到桃園後站地區的主要群體（移民／工、店家、居民）之間，也有著展現為臨界、越界和（重新）劃界的空間政治過程。

### 3.1 本地居民對移工的負面印象與遷界／劃界行爲

這裡還是一樣落後啦！地下道跟髒亂根本沒人管，你知道這裡的地下道是兩個分局在管，所以地下道有問題他們就推來推去的，不知道誰要管。像攤販、尿尿的，就沒有人管。沒有後站就沒有人來嘛！有聽說要做，但是都沒有進展，政府沒有錢，就不可能做。結果公園蓋一大堆，後站有十幾個公園耶！很多外勞都在公園裡，公園也沒有管理，你也不敢進去。之前那邊那個公園，草長的那麼高，都沒人管（當地店家A05的訪談；此處及後文引言底線強調，皆為筆者所加）。

由於站後地區長期未發展，和站前的新百貨公司形成強烈對比，部分居民對開發的期待一再落空，積累了不少遭受忽視的無奈和怨氣。在移工消費地景形成後，有些當地居民會將怒氣移轉到移工身上。例如，有位住在當地三十年，本身也開店的居民，談到了移工出現後，鄰近地區的變化：

生活環境變差，品質不好，就是變髒。

Q：你會不會想跟他們接觸或講話？

我不會，也不想跟他們有接觸，像我們上下班都會有顧慮，就覺得很危險。

Q：那你們有吃過前面泰國餐廳的菜嗎？

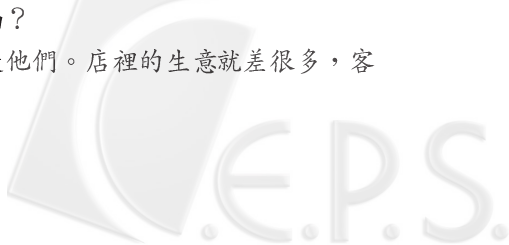
沒有，會有一點排斥吧！而且口味不合。

Q：對附近地區發展有什麼想法？

如果有那麼多外勞，就沒有辦法改善啦！我覺得就讓他們留在工業區工廠裡面就好。他們有時候還在對面打架，很惡劣吧！因為他們只是來賺錢的，不會有什麼建設的啦！我覺得後站比較沒有發展，我們都不希望小孩出去玩，被抓走怎麼辦！

Q：縣政府不是說要開發後站嗎？

沒有用啦！發展的最大毒瘤就是他們。店裡的生意就差很多，客人都不敢進來！（A08訪談）





這段談話透露了居民對移工的典型恐懼，以及不想了解和接觸的排拒態度。移工被視為社區入侵者，是「發展最大的毒瘤」。這種社區入侵的感受，還深刻表現在一位居民的「殖民地」感受、對移工衛生習慣和喧鬧的反感，以及因移工「侵入」而興起的鄉土防衛意識上：

後站到前站的地下道，星期六、禮拜天走入地下道，你不知道你自己是在國外？還是在國內？有殖民地的感覺<sup>17</sup>。他們都亂丟垃圾、亂吐口水，我覺得社會機構應該去輔導他們，或者那些進口商或仲介業，應該去輔導他們的衛生習慣。

……還沒來之前，後站是很安靜的、不發達的，幾乎都是本地人出沒，感覺都是老公公、老太太這類。自從外籍勞工來了後，因為有那種簡易餐廳，屬於他們的餐廳，所謂他們的自助餐廳出現後，緊接著愈來愈多外籍勞工就來了。突然覺得不是繁榮，而是種吵鬧。因為他們晚上唱卡拉OK，唱的很大聲，砰砰蹦蹦。加上他們講話也不節制，不知道是因為口音不一樣，所以講話就要很大聲。還是因為在外地就比較放鬆自己，我不清楚。我後來還因為覺得太吵，打電話報警。因為實在太大聲，像他們在延平路唱卡拉OK，我們大林路的地板都可以感覺在震動，實在太誇張。如果當時警察沒來，我就會覺得我們的土地在讓別人糟蹋（B02 訪談）。

移工出現所引起的恐懼和反感，還會表現在空間使用方式上。例如，有些居民會避開移工聚集的商店區，刻意走在對面靠空地的一側。或者，由於移工使用了福安公園，而不敢進去散步、做運動，轉

17. 「殖民地」這個字眼很耐人尋味。因為，如果認定本地已經淪為「殖民地」，意味了本地居民處於弱勢，受到「外來者」的入侵壓迫，失去了主導權。然而，一般而言，外籍勞工無論在社經地位和人數上，其實都屬於台灣社會裡的弱勢群體。這裡居民會有淪為殖民地的感受，正好突顯了特定少數族裔集中一地後，人數暫時性的多過當地居民，也會引發強弱勢翻轉的深刻憂慮。

而使用比較遠的其他公園（如福豐公園，參見圖3）：

他們有的會喝酒聚會，男的會喝酒，喝完就打架、丟酒瓶，所以我不敢來，假日我就不會來公園。但是，整個公園氣氛的破壞也不完全是外勞，因為我們這裡有三個大停車場，桃園客運、中壢客運和台汽客運，他們都停在這裡，都是排放廢氣，空氣也變得很不好，所以我也比較不到公園去了（B02 訪談）。

前引訪談中值得注意的是，除了外勞言行引發的顧慮外，後站地區長期缺少大規模開發商業，使得空地成為客運停車場站的情形，也是阻擋居民利用公園的原因。這兩個因素還會彼此相乘，形成後站整體落後的負面地方感。

此外，（年輕）女性在不友善和不方便的公共空間裡，常會格外顧慮人身安全。面對陌生的移工身影和活動時，這份擔憂便益形顯著，不僅會相互告誡，還能得到體制（例如下引文中，校方的安全考慮）特定做法的支持：

平常不會考慮到後站逛街，因為認為後站大多是外勞商店，消費風格差異頗大。學校會特別不安排學生上小夜班，因為半夜下班，考慮到後站安全問題。一方面也沒有校車，學姊也會提醒，要小心後站的安全（B05 訪談）。

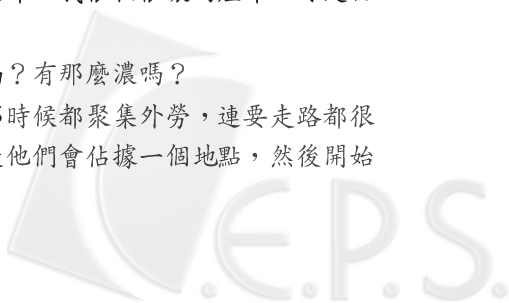
對於移工的恐懼和反感，除了起於人身安全顧慮、衛生習慣和吵鬧之外，還會表現在莫名的對移工身影的排斥，呈現為對於移工身體、氣味和聲音的排拒：

Q：為什麼你對他們還蠻排斥的？

因為他們看起來很髒、很黑吧！而且穿著打扮看起來就很俗氣。然後我很討厭他們的煙味，有怪味，我很怕很濃的煙味，可是他們都是抽那種很濃的煙。

Q：空氣中都會瀰漫那種煙味嗎？有那麼濃嗎？

地下道還蠻濃的，因為地下道那時候都聚集外勞，連要走路都很困難。最讓我難以忍受的，就是他們會佔據一個地點，然後開始



一群人就在那聊天。看到這樣我就會很生氣，他們怎麼可以來台灣擾亂我們的環境，而這不是你們家就可以亂丟垃圾，隨便在那邊聊天，然後不顧我們的方便（B06 訪談）。

……

Q：那你會想去吃他們的東西嗎？

吃他們的東西是不可能的！像我媽媽會跟我說，哪家外勞餐廳的東西還蠻好吃的，還有像我同學會跟我說，我不是住在外勞餐廳很多的地方，有沒有去吃他們的東西。老實說，我還沒吃過，而且我也從來也沒打算要去吃看看。因為他們的東西看起來就是髒髒的、黑黑的，不會想去試吃，可能那是他們的環境吧！以前我覺得自己住在洋人街，我覺得自己才是外國人吧！有點不高興，覺得自己的地方被搶奪了，被很粗暴的搶奪了，把我住的地方用的很髒、很亂，而且把我家弄得很像貧民窟的感覺，我同學跟我說的（B06 訪談）。

甚至，對於移工的排拒，還可能表現在對特定衣著品牌的評價上。

像我以前都會穿 LEVIS 牛仔褲，以前年輕的時候，會覺得 LEVIS 算高級貨，然後覺得穿 LEVIS 牛仔褲超屌，因為它是從美國來的。後來，LEVIS 有衣服，我也覺得蠻好的。但是連地下道的路邊攤都在賣 LEVIS 的牛仔褲，而且外勞都穿 LEVIS 的上衣，所以我買 LEVIS 的上衣，絕對不會買有圖案的。因為 LEVIS 已經變成外勞在穿的東西。它已經不是先進的第一世界國家拿來的東西了，所以，我就捨棄 LEVIS 了。原先買的還是會穿，但會盡量去挑他們不會穿的款式（B06 訪談）。

這個特殊的例子突顯了商品的文化意義，會隨著其「種族」關聯而改變。西方白人的時尚品味，當轉移嫁接到東南亞移工身上時，就宛如遭受了「污染」，而必須與之有所區隔；這也是一種族裔身體邊界或重新劃界的展現。有時候，對於「外人侵入」的反應，不是消極

的抱怨或逃避退讓，而是表現宣告自己才是「地盤主人」的言行，或是顯露出抗議的細微肢體動作：

之前，我家樓下有個臨時公車站牌，樓下又有一家餐廳。那時候印尼人很多，每到假日，樓下要出入都很難。而且餐廳的桌子又擺在我家的正門口，像我要牽個摩托車，根本就進不來。有時候我就很生氣，連「借過」都不想說，直接就騎著摩托車衝進來，不過他們都會自己讓開。

有時候，我和我媽媽經過地下道，常有外勞聚集在一起的時候，我們就會覺得他們在用我們聽不懂的話說我們壞話，然後我們也會故意亂講一通，講得連我們自己都聽不懂的話來故意說給他們聽，我想可能有一種自衛的感覺吧！（B06 訪談）

綜言之，當地居民對移工的負面印象（骯髒、危險、氣味、喧嘩），具體呈現為空間遷界、（再）劃界與重申領土權（改道、避開公園、報警，以及標示空間領域的肢體言行）的行為。不過，在桃園後站的狀況裡，除了一般性的族裔歧視和誤解以外，還必須將這些排斥態度和行為，放回當地長期缺乏公共資源投入的脈絡裡，才能理解這種失望心緒的投射。換言之，地區發展的長期邊緣化，激化了族裔互動的可能緊張；相對的，前站發展繁盛的店家，對於外籍移工的出現和消費能力，則比較少有負面觀感。

不過，也不是每一位居民都排斥移工，視其為「發展毒瘤」，反而認為移工可以帶來另一種發展機會。例如，問到對鄰近地區發展的想法時，有受訪者提到：

發展喔！後站就是這樣啦！哪要什麼發展。本來這邊都是空地呢，一堆草，要進都進不來喔，也沒有人會想進來。後來開了一個公園，現在又有公車站，發展不錯呀！而且會讓這麼多外勞來這邊，所以不錯呀！那邊新蓋的房子〔指大林路上的富爺〕這麼大、這麼新，可是好像沒什麼人在住呢！幹嘛要蓋新的，原來的就不錯啦，不如多蓋一些可以讓外勞用的地方，這樣他們才會都

過來這邊呀！（B04 訪談）

像義大利餐廳裡，就有很多印度風格的東西，可是對大家來說就是異國風情！也許這樣他們〔指移工〕能對這裡的菜更認同吧！不知道耶！或許是他們的國家經濟條件本來就不好，所以他們對於整體空間營造就不是這麼重視，才會讓這個地方看起來這麼破爛。假使政府在這裡多作規劃，然後是台灣人能接受的場域，搞不好這裡還能達到族群融合，甚至是一個文化地區（B06 訪談）。

不過，這種以移工消費為基礎的發展想像，畢竟還是奠立在對移工「異國風情」的強調，以及本地的發展前景上，而向未能夠正視移工本身的需求，以及這處消費族裔地景做為台灣社會多元族裔景觀「常態」的可能。但是，居民和移工（及移民）的接觸機會、同理心情，以及藉此展開的熟識關係，卻是改變負面觀感的契機：

我太太不喜歡來公園這邊，也不讓我帶孫子來，這裡有溜滑梯，我孫子可以在這邊玩，外勞也都在這邊玩那些，可是她就不讓我孫子出來。她覺得有外勞不安全啦！他們會喝酒、打架。可是我覺得，大家都來工作的，哪有什麼不安全，喝酒每個人都會呀！哪有人不會喝酒的。像這樣，我來公園，他們也在公園喝酒、吃東西，就可以一起聊天（B04 訪談）。

Q：你之前有認識外籍勞工嗎？

她叫阿嬌，做滿三年回去了。她和一般外勞一樣，是來打工的。她是印尼華人，在我家樓下餐廳打工。她是廚工，很勤快，人也很好，有兩個小孩在印尼。

Q：你覺得你和她相處後，有沒有改變你對外籍勞工的看法？

有啊！我覺得他們也是需要平等，他們也是為了工作才來台灣。佛教界講萬物眾生皆平等，更何況是人類，只是因為在不同環境或不同國境而已，要將心比心才是。台灣人有時候其他的歧視更嚴重，還有像台灣有些田僑仔，比這些外勞還過分、惡劣（B02

訪談)。

值得一提的是，受訪居民中的 B02 和 B06，如前文相關訪談段落所示，原本對移工都持有刻板印象，甚至厭惡感，但是在後來有機會接觸後，便產生了比較持平的看法。

### 3.2 「商機」深刻影響店家的接納 / 排斥態度

對於移工較為持平或同情的觀感，不僅來自特殊接觸機會（家裡或親友僱有移工），還來自對移工消費能力的依賴。這一點明顯呈現在店家態度上，能否做移工的生意，正是接納或排斥移工的關鍵因素。例如，一位開設漫畫店（出租中文書報，因此移工不會光顧）的居民指稱：

他們在這附近徘徊，會影響這邊的生意，客人都不敢進來。怎麼說，就是成群結黨，會在路邊、店外，會影響我們的生意。

Q：他們都不會來看看雜誌什麼的嗎？

他們族群意識很強，他們一定會跟他們自己人買東西，台灣人開的店，他們不會去的啦！（A08 訪談）

然而，同樣是感受到此地本地與移工消費者比例的消長，若能夠做成生意，就有比較正面的感受：

外勞出現後，我們本地人就比較少。就外勞區啊！通通是外勞，本地人就比較不愛來。

Q：你對他們有沒有什麼看法。

不會啊！我覺得他們人都蠻好的。…我覺得他們每個人都很好，你跟人家好，人家也會跟你好。

Q：你會跟他們交談嗎？他們也會來這邊跟你們買東西嗎？

會啊！他們會來這邊買雞排、薯條啊（B01 訪談）

或者，展現一種比較曖昧的，甚至是兩難的態度：既感受到移工的陌生、警戒和生意難做，實際上又得仰賴移工消費做為進帳來源：

主要都是用英文跟他們溝通，可是有的人他聽不懂，我會講一點

泰文啦！其實我們不喜歡做他們的生意，外勞都會各家詢價，要找最便宜的東西，所以我們做他們生意的話，利潤都會比較低。〔東南亞裔移民開設的〕店家都會保護自己，怕台灣人搶他們生意，所以不太有來往，你跟他講話，他就覺得你是不是要問他什麼，搶他生意。

外勞來了之後，環境變得比較亂，出外都會覺得不安全，尤其是女性。做生意之後，跟外勞比較有接觸，發現其實他們人也挺好相處的，而且他們有簽證上的問題，其實不太敢鬧事，只是有時候喝酒難免啦！（A07 訪談）

好的是增加外勞客人，壞的是減少台灣客人。人家會覺得這裡是外勞區。有的學生會被一群的外勞嚇到，就不敢進來。台灣客人不敢進來，怎麼說，就是會怕，尤其是成群結隊的外勞多的時候。其實外勞人很好，他們也不能怎樣嘛！我們這裡的失竊率很低，了解他們就不會啦！只有一種會怕，喝酒醉的時候，他們沒有什麼心機，其實沒有什麼可能。想想看，他們如果被我抓到，送到警察局會怎樣，他們就要被遣送回國了耶！所以他們比較不會（A05 訪談）。

甚且，在同樣是生意人的身分下，本地人開設的商家，會與東南亞裔移民開設的店家（如飲食店）彼此往來，相互「交關」，從而有了更多了解和同理心，但還是會有對特定族裔的不同印象和評價。這種族裔刻板印象的來源，可能結合了各種媒體中介的文化想像，以及鑲嵌於特殊社會關係中的具體互動經驗，乃至於個人對這種經驗的反身性詮釋和評價，例如A05的特殊觀點（由於互動頻繁而對泰籍店家及其食物有正面評價；卻將印尼籍配偶的回覆方式，解釋為一種「防備心」，從而區劃了不同的人我邊界）：

我們會去前面泰國店吃東西，因為詠順的老闆娘也是我們客人，常常來買東西，就叫我們去吃吃看。人家來捧場，我們也要去捧場阿！說真的，他們的辣蠻好吃的，泰國人比較好相處，口味跟

我們差不多。不過他們的辣是慢慢的從肚子辣起來，吃了一下就滿身大汗，蠻好吃的。印尼人就比較防人，我們隔壁賣家庭五金的印尼新娘，問一個他們的農曆年，他們都不好老實回答。一下子說17號，一下子說18號，就是防備心很強。後來，我們問客人，他們就會跟我們說。印尼人很奇怪，他會問你們的事，想要多了解，但是他不告訴你，他們怎麼想（A05 訪談）。

### 3.3 官方的空間管制及其間隙

該地居民對於移工的抱怨，集中於髒亂、吵鬧，乃至於打架醉酒鬧事等，居民有時候會報警處理，冀求官方力量的介入干預。不過，官方管理單位，包括市公所和警方，並未針對該地區時時嚴密監控<sup>18</sup>。雖然發生了幾次移工相關的治安事件（包括車站搶奪的傳聞及在公園裡從事性行爲，以及1998年的龍潭少女姦殺案），引起媒體廣泛報導，影響了居民對移工的負面觀感，但警方主要的任務還是在於查緝「逃跑」或逾期居留的移工。至於桃園市公所，至多是在公園和人行道各處立警示牌要求維持整潔、不得破壞公共設施等（圖8），宣告的意味大於實效。

當地管區屬於大樹分局大樹派出所。當地警員（P01）接受訪問表示：2004年1月1日起，除非得到上級命令，否則不得執行臨檢。因此只有星期六、日（假日）會到後站執行勤務，內容為巡邏並查看有無逃跑「外勞」（受訪者用語）。移工活動範圍不會超過建國路，在前站活動也少，因此巡邏時只需注意公園附近。但是，警員不會刻意查驗身分，通常「逃跑」的移工一見到警察下車，就會自己起身開始跑，警察只好追捕。桃園為全省最大移工聚集地，相對的，逃

18. 根據在田野裡的大略觀察，桃園縣政府在各處交通要道普遍裝設了攝影監控設備，並立牌警示（參見圖9）。不過，站前裝設的監視器非常密集；後站地區除了主要幹道路口外，監視器則比較少見。





圖8 公園裡的多語警告標示



圖9 錄影監視系統警示牌

跑移工比例也比其他縣市高，警察業務在這方面便加重許多。每個禮拜都會抓到逃跑移工，大部分是越勞，理由多為「薪資低」（因仲介會扣取薪資）、「工作太辛苦」等。抓到逃跑的移工，會先找翻譯詢問相關問題（逃跑的理由及時間），再送到分局拘留所（位於前站），待僱主寄達外勞的護照後，隨即遣返。該警員聲言，移工管理由工廠老闆處理，警察在對待移工的部分，並未設立特別的制度（暗示警方對待移工跟對待台灣人是同樣方式）。

當問及該處治安狀況及臨檢情形時，得到的答案是：「大樹分局的管轄區域治安不錯，外勞並沒有一般人想像中的常犯罪，頂多就是逃跑的案子」，在偷竊紀錄方面，受訪者指出：「反而是台灣人比較多吧！」。

受訪者（P01）表示：其實外勞跟台灣人比起來，較單純也較善良（受訪者舉逃跑外勞見到警察會自己起身開始跑為例）。大致上，

與移工接觸過的店家或警察，就會覺得移工其實人都不錯<sup>19</sup>，而且有簽證方面顧慮，所以不敢做壞事，只是喝酒難免。這一點其實顯示了台灣嚴格的移工法令和不對等的勞僱關係（暫時停留及不得任意換雇主），其實已經發揮了約束移工自由的效果，而不待警力的介入。

值得一提的是，2004年元旦以前，雖然可以隨時執行臨檢工作，但由於受訪警員本身不喜歡、也不習慣移工餐廳的風格和氣味，因此不會主動進入餐廳查驗。相關報案反而多為不同餐廳的老闆報警，告訴警察其他餐廳藏有「逃跑外勞」，希望警察去臨檢（以便妨礙其他餐廳生意）。這裡既顯示了警方消極性反應的監管作為，也展現了移工藉由獨特文化風格構築屬於自身的領域，不僅維繫了文化認同，還可能稍微發揮了阻礙國家公權力干預的效果。不過，就長遠發展來看，後站地區土地利用的官方遠景，雖然一直尚未實現，卻從來沒有將已經成形的消費族裔地景考慮進去。相較於微觀地理中，警方與「逃跑外勞」間的鬥智鬥力，未來地方政府的住商混合社區開發方向，以及中央政府的移工政策，或許才是影響族裔地景的最主要官方勢力。

### 3.4 消費空間做為集體現身的公共場域 VS. 移民工後台領域的建構和挪用

無論如何，從移工（與移民）的角度來看，在一個難稱友善的異邦國度裡，於消費休閒場域中構築屬於自己的時空，才是最穩當的逃避雇主監控、消解身心壓力、輔慰思鄉心緒、發展族裔網絡、獲取支持和訊息，乃至於暗藏抵抗潛能的所在。

服務移工的店家集中，一方面有其規模經濟和範圍經濟的效應，

19. 「其實外勞人不錯」這種說法經常出現，乍看之下這是對移工的肯定，以及對於自身過去刻板印象的糾正。然而，這裡的「其實人不錯」的評價卻也透露了本地人士即使和移工有所接觸，關切的也比較是治安方面的問題，因為「其實人不錯」指的主要是不會打架鬧事或作姦犯科之類的。

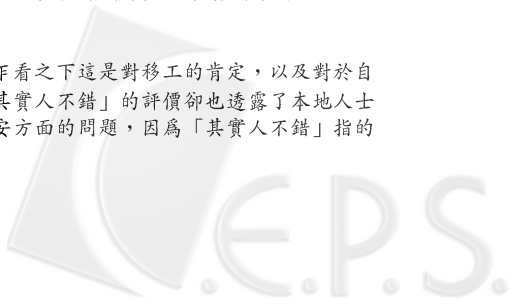


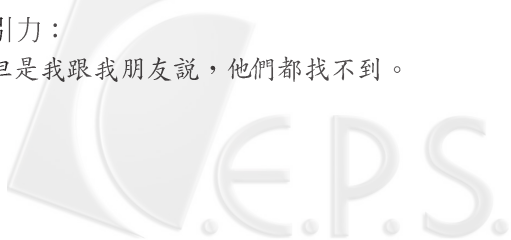


圖 10 家鄉語文在異國構築了熟悉的地景（桃園市延平路）

以及交通便利的立地條件，另一方面也提供了移工集體現身的場合和機會。這種公開的集體現身，有好幾種可能效果：離開工廠和雇主家裡，化零為整，讓本地人不得不正視移工的存在事實；以其集體消費能力，在市場上局部構成了發言力量；形成延續文化認同、構築人際網絡、便利訊息流通的基礎；集體現身讓孤零的移工身影得以隱身在同類的匿名群體中，獲取心理上的安穩感受。

不過，消費族裔地景的形構，最基本的作用還是滿足了飲食、休閒和購物的需求。當然，這種基本消費和休閒，總是有其文化意涵和心理意義，而非僅止於生理滿足（參見 4.1 節）。例如，一位泰籍移工提到了桃園車站附近對他的吸引力：

台北火車站那邊有個公園，但是我跟我朋友說，他們都找不到。



桃園這邊比較好玩，可以吃飯、喝酒、可以跳舞，只有桃園有跳舞的地方。而且有公園，火車站一出來就有一個圓環的地方，很好找。而且這邊有很多公園，我們可以在這邊玩…。

喜歡桃園，餐廳的口味跟泰國一樣，但是可以吃到很多肉跟飯，可以自己裝，要吃多少就可以裝多少，才八十元就可以吃到很多，很便宜。所以我們都喜歡來這邊吃。（C05 訪談）

公園、圓環、熟悉便宜的食物，以及跳舞的地方，共同構成了一個自足適意的消費空間。鑑於假日休閒時空相對於為雇主所管控的時空，顯得自在自得，藍佩嘉（2002）在討論台北市菲律賓幫傭的假日活動時，便援用高夫曼（Goffman, 1959）的前台與後台之分，來描述容留自由和反抗的公共空間，與個人自主性和族裔認同的關聯：

透過假日的飲食行爲，外勞得以重建她們在工作中被抹煞的個人自主性，以及集體性的族群認同。此外，在星期天後台與「自己人」的交談中，有些外勞會嘲弄批評台灣雇主的餐桌禮儀和飲食品味，以質疑顛覆雇主基於階級或族群的優越宣稱（藍佩嘉，2002: 194-5）。

不過，藍佩嘉也提及，即使是在這個暫時佔領挪用的假日時空，外勞星期天的「野餐」卻引起不少台灣民眾的微詞。我和外勞朋友在兒童樂園、火車站席地而坐聚會時，不時目睹領受路過台灣民眾的蔑視眼神、或刻意迴避的眼光。（ibid., p. 197）

因此，除了集體現身的公共場所外，要逃離不友善的監視或蔑視，獲得更高的私密性和歸屬感，還是有必要構築另一層更隱密的後台。尤其是唱歌跳舞飲酒作樂等「更放得開」的娛樂，更需要這種後台的隱私、安全感和掌控感。所以，如第二節所述，飲食店附設的舞池和唱歌場地，通常位於內室或二樓，站前幾家移工 pub，也位居一般本地人較不願涉足的老舊綜合商業大樓二三樓。或者，當夜幕低垂，本地人由於莫名的恐懼而遠離公園時，移工便可以佔領挪用這個開放卻有無形邊界的時空，轉換成爲暫時的後台。一位泰國餐廳店家

便描述了工作前台和休假後台的差異：

對！他們也可以發洩。因為他們有的在工廠做得很不開心，像有的工廠會限制他們一些東西，他們來這邊可以喝酒，可以跳舞，可以HIGH。你如果禮拜天來這裡看，他們跟我們平常在工廠看到的都完全不一樣，他們會完全放開來（A03 訪談）。

#### 4. 移／置認同：消費實踐、社會網絡與身分協商

即使是在移工的後台，也有複雜的社會關係，而非單一均質的情況。消費實踐和休閒時空裡潛藏的衝突和緊張，不僅出現在本地人與移工之間，也會存在於多國族、多族裔、不同性別的移民／工內部。不同的國族和族裔、婚姻移民和移工、店家和消費者等身分之間的互動、衝突與協調，使得桃園車站的消費族裔地景，更增添了動態複雜的因素。後文特別討論東南亞裔配偶（尤其是開店者）在族群網絡中的特殊位置，以及族裔地景中的可能緊張關係。不過，我們先從移民與移工的角度，討論一下飲食消費的文化意涵。

##### 4.1 鄉愁與「道地」：飲食消費之為文化認同的場域

建立公開的飲食實踐是在新環境裡挪用地方的一種方式。食物地景安置了族裔的集體認同，成為轉譯的（translated）空間，描繪出游移人群「轉譯的」認同，這是在漂泊生涯裡「置身地方」的複雜方式（Martin, 2000: 211）。

在未知的社會空間裡，食物做為習癖的反覆特色，在陌生環境裡標示出熟悉的領地，聯繫上我們的情感、感覺和過往，以直觀的意義（憂慮掛心）灌注於空間之中，使它成為地方（Martin, 2000: 214）。

飲食是維生（生理）、營生（勞動生產）和認同（文化表現）所構築的社會關係複合體，並非固定不變的國族文化象徵或飲食實踐，而是意義塑造和爭奪的場域，以及牽動人際互動、情感表達、身體想

像、經濟營生和權力關係的叢結<sup>20</sup>。無論是到家鄉味餐飲店消費的移工和移民，或是掌廚和經營的東南亞裔配偶，都在這個飲食場域裡見證、延續、鞏固和協商了族裔文化身分，而且由於位居「異國」，使其所中介的認同邊界，既更為曖昧、更成問題，也更為突顯。飲食的邊界成爲刻意塑造的認同邊界，認同也透過飲食實踐而（重新）構築，但邊界總是有越界與模糊的可能。

對移工而言，熟悉的飲食口味和氣息，已經成爲根深柢固的習癖，是深植於身體和記憶深處，難以解釋清楚、或不假言說的認同線索。然而，當假日的自由和平日的規訓一對照，飲食（家鄉風味和酒類）就成爲自主的象徵，慾望的代表。一位泰籍移工提到工廠的飲食限制，以及飲食習慣的差異：

在工廠都吃便當，便當也好吃〔但友人在一旁說，便當不好吃〕。但是我們比較喜歡吃辣的東西跟糯米，所以有些人會另外去買，老闆假日會給我們100元讓我們去買東西。台灣的東西跟泰國不一樣，但還是可以啦，吃得飽就好。但是在工廠會無聊，工廠不能喝酒，所以我們假日會跟朋友來公園喝酒（C05訪談，男性泰籍移工）。

在休閒的氣氛和心情中，即使稍貴（以家鄉爲參照點），也能夠接受。一位女性泰籍移工（C02）提到她的午餐價格時，指出好幾樣

---

20. 近年來有關飲食社會學、飲食史和飲食文化的研究，自從一個新興領域，涵蓋多種取向。可以參見Mennell et al. (1992)、Lupton (1996) 及 Beardsworth and Keil (1997) 所歸納的飲食研究理論取向。Mennell et al. (1992: 6-19) 和 Beardsworth and Keil (1997: 57-70) 的分類方式相近，皆區分爲「功能論」(functionalist)、「結構主義」(structuralist) 與「發展」(developmental) 三種取向。Lupton (1996) 有關飲食社會文化研究的理論思考，則區分爲以下幾種取向：(1) 傳統的營養學或社會生物學視角；(2) 功能性的結構主義取向；(3) 批判的結構主義取向（指馬克思主義和女性主義立場的研究，探討飲食健康與階級不平等、女性角色和飲食消費，以及特定食物的性別意涵等議題）；(4) 後結構主義取向（反對普遍均一的人類主體觀，主張自我的多重與片斷性，避免本質論立場，強調知識和語言的建構性質，注重論述的作用等）。另可參見 Scapp and Seitz (1998) 和 Ashley et al. (2004) 等較新著作。

50 元加起來，合計要 150 元，覺得很貴，因為泰國只要 15 或 20 元。不過，由於「餐廳老闆是泰國人，菜很好吃，吃了就高興」，還是會來消費。

不僅食物本身，整個餐飲店內外空間的布置，也是構成飲食文化地景的要素。在招牌和菜單的文字外，通常還有許多裝飾，如民俗畫、泰皇畫像、國旗<sup>21</sup>等，還有流洩於空氣之中、烘托獨特氛圍的音樂。一間泰國飲食店便裝飾了老闆喜愛的樂團旗幟（圖 11），這既是店主個人品味的表徵，也是在異國他鄉聯繫上泰國通俗文化的象徵，成了召喚和辨認集體身分的重要線索。



圖 11 迪吉沙（泰國飲食店）內部陳設的泰國樂團旗幟和國旗

這些風格化、符號化的空間，對移工而言，是這個暫居之地值得流連的所在，是透過食物、消費和身體實踐，而與自我的過去及同類產生關聯的地方。不過，對於因婚姻嫁娶而成爲新移民的東南亞裔配偶而言，這裡可能是安家立命，乃至於老死之地。認同的轉換和協商在此有了更爲棘手的處境。尤其對於因爲要添補家計或開創事業，而開設家鄉風味飲食店的移民配偶而言，家鄉飲食就不僅是懷鄉而已，還是求生的手段，同時也可能有提升在夫家中地位的效果：原本必須

21. 幾乎都是泰國飲食店會懸掛泰國國旗，桃園後站的印尼和越南餐飲店則未見有懸掛該國國旗者。

放棄自己熟悉的口味，以便配合夫家的台灣胃口，這時候卻以自己拿手而難以取代的家鄉烹飪，成爲負擔或補貼家計的能手。同時，如果顧客是同樣來自東南亞家鄉的移工，移民配偶在這個透過飲食和消費實踐而構築的社會關係裡，可能因其店主和擁有居留權及公民權的身分，而在人際網絡中居於樞紐地位。這種提升了的自信，可能回頭展現於對家鄉飲食是否「道地」（認同邊界的嚴謹劃分）的堅持上。一位越南餐飲店的老闆娘提到：

我來台灣已經來9-10年了。那時候台大附近有幾家越南菜，但是我去吃的時候很生氣。我跟我先生說，這根本不是越南菜，很油膩。我們越南菜很清淡的，都變質了！。

……當初開店也很猶豫，要不要因爲客人的口味來改變，像我們有台灣人跟外國人客人，後來就想說要道地的越南菜，不要台不台、越南不越南的，我們想說，應該現在是多元文化啦！應該要吃道地的越南菜，不然你就死定了！像台北公館那邊，就有給台灣人吃的越南餐廳，他們的口味已經都是台灣人的口味了。我們越南人根本不是吃那種的，可是他們賣的比較貴。應該越正統的才能賣的越貴呀，結果卻是不正統的賣得很貴，我們反而比較便宜（A04 訪談）。

這種口味「道地」的堅持之所以是認同的協商場域或邊界構築，也反映在以下陳述的要點：道地的家鄉味吸引了全島越裔配偶，不辭遠行來品嚐，以及對於「台灣人」和「我們越南人」飲食差異的強調，以及對應策略：

我們這裡做熟客比較多，大部分都是嫁過來的，從高雄、台南那邊，都有人專程來。我們在台灣的越南菜算是蠻有名的，我們的菜單都常常在換，我們菜單還分爲平常日 EVERYDAY 跟 SUN-DAY 供應的。我們的價位算是可以，雖然是100多、200多，但是很大盤，夠四、五人吃的，份量很大。如果只有一個人，就建議他吃一人份的。如果知道客人是台灣人，就會多一點份量，台



灣人吃的很多，我們越南人吃的很少（A04 訪談）。

這個例子也顯示了經營飲食店的東南亞裔移民，在桃園車站這個消費族裔地景裡的特殊社會位置。

#### 4.2 東南亞裔配偶在族群網路中的特殊位置

對於經營飲食店的東南亞裔配偶而言，家鄉食物已不僅是懷鄉與延續認同的線索了，還是在新環境裡謀生計的方法，同時，也因此可能有機會改善自己在家庭中的地位，或是成爲族裔人際網絡裡的節點或主導者。

一位印尼裔受訪者（A06）提到，自己嫁來台灣及開店的經歷，是因爲姊姊嫁到台灣，生活不錯，所以隨後也嫁到台灣。先生是溫厚老實不多話的人，相處不錯。但是，彼此飲食習慣不同，先生吃不慣印尼口味，所以結婚後，都是以外食爲主。受訪者先生當時在一旁也說：「自己想吃什麼就去買便當，她的我吃不習慣」。受訪者姊姊原本即在南崁從事移工餐廳生意，近年來因爲桃園後站移工較多，在姊姊建議下，受訪者也在桃園後站開設印尼風味餐廳，於是，吃不慣印尼口味的先生成了印尼餐廳老闆。在店裡面，先生負責收銀及雜貨販售部分，受訪者負責調理飲食（包括泡印尼咖啡）。與顧客（移工）互動較多的是老闆娘，但是偶而有鄰居（本地人）經過打招呼，則由老闆回應。從「吃不慣」到「做生意」，這位印尼裔移民的家庭位置顯然有了轉化。而且有了餐廳這個「公共場所」後，附近的印尼裔配偶也會常來吃飯聊天，向老闆娘訴說自己的苦處和遭遇。

如果附加其他條件（語言能力和工作經歷），東南亞裔配偶可以在族裔網絡中取得更重要的位置。前文提到堅持道地口味的越南餐廳老闆娘（A04），就是個好例子。她在越南時就對中文有興趣，嫁來台灣之後，還在仲介公司當翻譯，所以，她在移工和婚姻移民與本地人的接觸溝通上，扮演了中介要角。開餐廳後，她辭去了仲介翻譯，但還是越南人際網絡裡的節點，許多越裔配偶會來店裡找她聊天和幫

忙，她也兼口譯工作。她對自己期望頗高，顯見於以下訪談片段：

我本來是學俄文跟會計，結果去上班都沒用。我又想做警官，因為我爸爸是警官，結果要155公分以上才可以，外觀要符合才行，所以也不能去做警官。我很小的時候就從北部到南部來自己工作讀書，所以我很獨立。…我從來沒想到自己會開店煮飯，我以前在飯店作櫃檯是很高級的，我還是警察局簽約的翻譯，我從來也沒有下廚房，怎麼想得到呢？(A04 訪談)。

由於她嫁來台灣，開了餐廳，弟弟妹妹也來台灣跟她同住，學習中文，並幫忙照料生意。除了提供懷鄉餐飲和人際支持外，這裡也提供了越裔配偶工作的機會：

假日的時候會請鐘點的，大部分是這裡的越南新娘，平常在工廠上班，假日來幫忙，算是都認識。請越南人比較能溝通，我們的菜單都是中越文對照，但是要能跟客人溝通，台灣人就不行了。很多外勞第一次來這家店很高興，吃越南菜、看越南人很親切，他們在工廠吃不習慣，沒有像越南菜這麼清淡的，幾乎沒有炸的(A04 訪談)。

相對於移工受到勞工法令限制和雇主與官方的監控，擁有居留權或身分證的移民配偶，佔有一定的優勢。若加上經營飲食店，提供移工文化消費的場所，擁有資財和社會關係，容易在族裔網絡裡取得類似頭人或大哥大姐的地位。相同的族裔身分，不同的法律地位，命運便大不相同，在族裔地景裡劃下深淺不一的社會（階級和公民資格）界線。

例如，一位開設泰國飲食店(A03)的「泰國新郎」，以其娶台灣女子的特殊身分和店主地位，在附近工業區的泰籍移工間獲得了一定的尊敬。假日的時候，固定會有一些移工到店裡幫忙，不支薪資，彼此間按照年齡長幼，以哥哥弟弟相稱。這些移工有問題不太會找仲介或雇主，反而會在族裔網絡裡尋找像泰國飲食店老闆這種位置的人詢問（從到哪裡玩、工廠的問題，乃至於男女交往的問題都有）。

### 4.3 族裔地景的內在異質性與張力

除了擁有公民資格和營業資財的外籍配偶，相對於更居弱勢的相同族裔外籍移工，擁有比較穩固的優勢社會位置外，這片族裔地景裡還有其他差異和可能的張力，沿著店家經營方式和多元族裔邊界展開。

#### 一、店家之間的競爭與關係

前文曾提到，本地人開設的商家對於移工的態度，能否做到移工生意是一個關鍵。同時，接觸移工機會較多的店家，也會延伸這個人際網絡到移民所開的餐飲店，彼此有所來往；例如，即使同為泰國飲食店，也會去捧場。一般而言，商家都抱持和氣生財的基本立場，與其他店家和居民保持良好關係，例如，越南餐廳老闆娘指出，

我們和附近居民相處很好啊。隔壁是我朋友開的雜貨店，隔壁的叔叔阿姨都很照顧，我沒有時間，她們會幫我餵小孩子吃飯，帶她們出去玩什麼，大家都相處得很好（A04 訪談）。

不過，誠如前文受訪的警員提到，有些商家會告訴警方哪裡有逃跑外勞，以便影響對方生意，這是一種競爭的手段。但是，店家之間若是有緊張關係，並非只出現在本地人店家和有外籍配偶經營的店家之間，經常緣於族裔刻板印象的誤解或生疏。緊張關係也可能緣於特定店家經營方式，可能會對整體消費空間的榮景和安全產生威脅，或者其他店家感受到會有威脅。例如，田野中某家泰國餐廳較不受其他店家歡迎。有位受訪者提到她的理解和猜想：

他對他們自己人很不好，泰國人也不喜歡她，而且她有身分證啊，我們跟第二家比較好，就是他隔壁那家。我們就不會跟她講話，你看就知道。他們生意也越來越不好。…他們就是比較自私啦！我們都不會跟他講話，他們那裡很複雜，以前那裡發生打架、鬧事，甚至還有死人哩！他們那裡就是很亂，還有毒品。因為出過事情，警察會常常過去找她麻煩，只要一發生事情，店就

要休息半個月。我不是說毒品怎樣，pub 裡面都有，這都難免啦！不然，誰能撐到天亮！（A03 訪談）

研究者收集的資料不足以說明這種緊張關係的確實來源，但根據前引訪談，打架鬧事和毒品，以及命案，確實是做生意的大忌。某些店家的事情引起警方和媒體注意，影響了後站地區的集體形象，可能是店家間關係緊張的原因之一。店家做為消費族裔地景裡相對穩定的重要節點，既有發揮群聚效應的好處，也有著競逐生意，以及其他諸般潛在的矛盾。

## 二、跨族群的交往和緊張

在本地人的「外勞區」統稱字眼底下，族裔地景其實是多元族群共存的景況。雖然各國移工傾向於到本國籍的家鄉味餐廳消費，但也不必然如此，而會因為嗜鮮或相互交往，而到非本國家鄉味的飲食店。例如在某家越南餐廳裡，

顧客有 70 % 是越南人，30 % 外國人、台灣人，比較少是泰國人、印尼人，他們都自己專屬的餐廳。…工廠裡有越南人、泰國人、印尼人的，有時候會互相請客，就會一起來（A04 訪談）。

或者，某間泰國餐廳的顧客：「什麼人都有。本省、外籍、原住民、泰國人、越南人都有！」（A03 訪談）。

桃園地區移工，一如全台灣，幾年前以印尼和泰國籍居多，近年因為印尼移工管制，增加越南籍移工，所以族群人口結構上有了轉變。泰國和印尼勞工有長期相處的經驗，與越南移工之間則相對較為陌生。這會以微妙的方式，顯現在當地店家和移工自身對不同族裔的主觀評價上。例如一位本地店家宣稱，

他們沒有什麼地方購買東西嘛！來的時候什麼都會買，亂買！像有的女生髮夾一個一、兩百，抓了就買，學生還不捨得買哩。尤其像是在談戀愛的，兩個講國語的泰國人跟印尼人，就是在談戀愛。泰國人跟印尼人會在一起，菲律賓人就不會。泰國男生跟印

尼男生爭風吃醋就會打架，印尼女生當泰國男生是凱子，有時候拿了1000塊進來，就把他買光光。有的在我們門口就在喊價錢，印尼女生會跟外國人喊價錢，他們都是抱著玩玩的心理啦！因為他們家鄉都有先生太太。越南女生就比較霸，女權主義很強，他們看東西很沒禮貌，有時候，沒跟你說就拆開包裝。不然就是叫你拆了之後，不買就算了，一句話不說轉頭就走。（A05訪談）

這段充滿族裔和性別想像和詮釋的引述，很明顯將對於不同族群的評價安放在男女交往關係（以及性的想像）裡頭。雖然這段說法不能盡信（這裡夾纏了店家對於部分消費者行為的怨怒，例如買東西的方式，以及拆開產品包裝等），但是也透過本地店家的眼光，顯示了不同族裔移工之間，確實有多方互動交往的情形，順著這種（部分順著情感關係展開的）跨族裔交流，增益了這塊消費族裔地景裡的複雜社會關係和可能緊張。<sup>22</sup>此外，外籍移工也會對其他族裔有特定（負面）想像和評價。例如，某位泰籍移工提到不同族裔移工衝突時，所做的比較和評論，

印尼跟越南的人比較會鬧事、打人。我會勸他們不要這樣，但是他們不聽。我覺得泰國人秩序比較好。有時候印尼跟泰國人比較會看不順眼〔受訪者舉了印泰之間為女友爭風吃醋的例子〕（C05訪談）。

這段站在本國族群立場的評論，自有其特殊的偏袒觀點，但確實

22. 參照移工自己的說法，一位泰籍移工提到：「印尼小姐很好，越南小姐很厲害，沒有認識台灣小姐…喜歡的都不要〔我〕」（C04訪談），這裡多少透露了不同族裔沿著情感關係的不同經驗和想像，這些差異化的族裔想像本身，值得進一步探究到底奠基在什麼樣的社會基礎上。此外，有意思的是，在這處田野裡常聽到的說法，都是泰國男性會和印尼女性交友，偶而因此引起印尼和泰國男性移工之間的爭執。對於越南籍的印象也常偏向負面。由於本研究在移工訪談方面未能全面展開，受訪人數有限，且多集中於泰籍，這種印象顯然會有所偏誤，這有待後續的研究來探討這個擾動消費族裔地景的情慾課題，及其對族裔認同形構的意涵。

點出了緊張的存在，但對於這些緊張的性質和來源，我們都還有必要深究，很難一概而論。綜言之，這些例子顯示了在「外勞」的模糊通稱底下，我們必須更仔細地考察不同族裔的特殊處境和彼此的複雜互動方式。

## 5. 劃界政治與多元公共文化

在一個分類與構造嚴密的組構裡，差異將會被視為偏差，以及對權力結構的威脅。爲了降低或對抗威脅，污染的威脅，空間界線應該要嚴密，而且要有邊界和空間秩序的意識。換言之，嚴密分類的環境乃是最可能經驗到排拒的環境。嚴密的分類將會鞏固排拒感，而這兩者會相互影響。相對的，具有鬆散分類與構造的空間結構形式，則會連繫上社會混合、對差異的容忍，以及對界線維持的不感興趣（Sibley, 1995: 80-1）。

桃園車站周邊的消費族裔地景，鑲嵌在多重尺度的時空社會網絡裡，不斷變化，隨著人物和資訊（還記得衛星電視嗎）的往來興衰而改變形貌。然而，這個動態的過程裡，還是充滿了分類和邊界。席伯利（Sibley）在前引文中提出了兩種典型：嚴密的分類和構造導致對差異的強烈排斥和淨化意圖；或者，鬆散的分類寬容差異，容許混雜。我們在桃園後站消費族裔地景的初步考察裡，看到這兩種或嚴或鬆的分類劃界與排斥 / 寬容態度其實同時並存：某些界線被跨越了，某些界線更爲嚴密，也有新的邊界產生出來。

席伯利似乎較爲偏愛鬆散的邊界、對差異的寬容，以及對邊界維持的不感興趣，而批判嚴防邊界的排斥行爲。然而，如果考慮既有的社會權力關係不平等和社會地理形勢不均衡的情形，弱勢群體卻經常有必要協商邊界，乃至於維持社會和認同邊界，做爲逃逸或抵抗的策略。邊界的跨越、遷移、重劃、開放或嚴防與否，乃依情境而變，本身就是一種謀生和認同塑造策略。例如，普瑞特（Pratt, 1999）研究了加拿大菲籍家務勞工的劃界策略後，指出：「標記邊界，堅持差異

的物質性和延續性，可能跟在移動、混種和第三空間等概念裡模糊掉邊界和差異一樣，具有政治生產性」(p. 164)。普瑞特質疑了近來學界偏愛混雜和不斷越界的觀點，指出了維繫邊界也有重大的政治意涵。

回到桃園後站的消費族裔地景，也可以見到不同尺度和層次上的越界、遷界和劃界邏輯，可能並存於特定行動者或場域裡。譬如，在城市區域分化的層次上，沿著前後站不均發展模式的邊界，外籍族裔集中於後站形成族裔消費空間，具體化了後站相對落後的地方意象。然而，外籍移工也不會在前站空間缺席，而有其聚集等候（圓環）、歡唱舞蹈（族裔 pub）或遊逛購物的餘地或空隙。再者，即使就後站地區而論，也非均質的族裔地景，本地居民和店家，泰印越籍的移工，以及開設餐飲家的各國外籍配偶，形成交錯複雜的社會關係，並體現為複雜的空間邊界，以及動態的越界／劃界實踐。

缺乏與外籍移工交往機會的居民和店家，傾向於嚴防邊界，突顯自家地盤主權，嘗試對抗外來者的越界行徑，或者在暫時落居弱勢時，遷界自保（保持距離、到其他公園活動）。和移民與移工有不同往來和認識程度的本地居民，則傾向於部分開放邊界，相互跨越，稍微模糊了人我分野。越過了恐懼界線的在地居民，也才有開啓寬容對待異己的機會。此外，移工集聚所帶來的消費力量，也促使有商機可圖的本地店家，至少必須從「消費者」的角度來看待這些基層勞動者，從而在以客為尊的服務業信念下，對移工有較為持平公允的評價。

至於外籍配偶開設的餐飲店，則替外籍移工劃設了較為自在的社會後台；外籍移工也透過其身體姿態、口音腔調、氣味，以及社會實踐，遊走於城市的各個角落，持續協商和推移著存在的邊界。越界和劃界也不僅展現於實質空間。以飲食為例，道地家鄉風味的堅持，點明了維繫族裔認同邊界的決心。相對的，若有迎合台灣胃口的調整，除了擴大顧客群外，或許也透露了越界融入本地社會的心意。重要的

是，我們必須確認這多重的越界、遷界和劃界實踐的社會條件，外籍配偶開設的家鄉風味餐飲店，正是支持族裔網絡和劃設認同邊界的重要社會場域根基。

前文曾指出，桃園車站附近印尼、泰、越籍勞工相對集中的休閒消費空間，可以和其他以菲律賓籍移工為主的研究參照，而其比較重點乃在於社會支持團體的有無。確實，研究者在田野裡並未發現有如菲律賓移工社群一般的教會和NGO團體的制度性支持機制，也缺乏如英語般豐富的資訊溝通管道。然而，這個地區的店家，尤其是家鄉風味飲食店，在消費族裔地景裡，還是扮演了重要的維繫文化認同和社會網絡的功能（並導向了休閒的文化政治）。不過，曾如前文所述，擁有（部分）公民資格和生財工具，乃至於配偶家庭親族網絡支持的移民配偶，相對於缺乏各種資源的移工，雖然能夠提供移工各種資源、資訊、社會心理支持，以及維持認同的焦點，但也有可能使得部份外籍配偶店主，因為這種優勢而擁有個人的家長式權威或關鍵中介者的威信，從而以個人化或私人化方式去處理移工面臨的權益問題，而無法提升到集體爭取和對應結構性問題的層次。簡言之，相對於菲律賓移工可以在比較有結構分析能力和組織經驗的NGO團體介入下，爭取權益和發聲，桃園後站地區的外籍配偶餐飲店很難擔任替代這種功能的角色。

桃園後站這塊在高層官商利益糾葛難決下，遲遲未開發的舊工業基地，因為從全球到區域等不同尺度的政經因素，在歷史中形成了消費導向的東南亞族裔地景，但這同時也是一段有延續性的勞動地景：數十年前湮沒無聞的勞工身影和經驗，今日在異國族群同樣熟悉的勞動形影中或可窺知一二。都市核心區工商不均等發展的城市歷史裡，埋沒又浮現的都是勞動者。這促使我們思考，當代城市的公共文化和主要象徵表現，是否公平的呈現了基層勞動者和邊緣市民的形影與聲音。美國都市研究學者朱津（Sharon Zukin）在紐約市的脈絡裡，聲言：



公共文化由街道、商店和公園裡，構成日常生活的眾多社會遭遇所生產，我們在這些空間裡，經驗到城市的公共生活。置身於這些空間中的權利，以某種方式使用它們、在其中投注我們自身和我們社群的感受——宣告這些空間屬於我們，反過來也被這些空間宣稱屬於它們——造成了不斷變動的公共文化。具有經濟和政治勢力的人，藉由控制城市公共空間磚石水泥的建設，有最大的機會塑造公共文化。但是公共空間本然地是民主的。誰能夠佔有公共空間，以及界定城市意象，還是個開放未定的問題（Zukin, 1995: 11；底線為筆者所加）。

朱津對於多元公共文化展現的樂觀期許，乃寄託於基層群眾生猛的活力與創意。桃園車站族裔地景裡的眾生（無論是移工、居民或移民），面對超乎個人意志掌控的各種結構性力量，依然有其適應和對應的能力，在這個為外界污名化和「遺棄」的地方，持續開創出生活的曖昧矛盾與可能性；這是公共性和公共文化的俗民版本，也是我們不能輕忽的版本。

## 參考文獻

### 中文部分：

台北市政府都市發展局，2004，《台北市特色景觀街區—雙城街商圈暨兩側地區環境改造規劃設計總結成果報告書》。台北：台北市政府都市發展局。

台北縣統計要覽，<http://www.juji.tpc.gov.tw/statistic/UntitledFrame-8.htm#y>。取用日期：2004/5/31。

台灣營建研究院，2000，《桃園矸谷：科學智慧園區規劃》，桃園：桃園縣政府。

行政院勞委會職業訓練局網站，<http://www.evta.gov.tw/stat/stat.htm>。取用日期：2004/5/31。

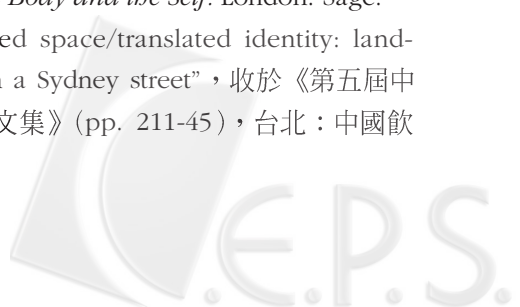


- 吳比娜，2003，《ChungShan —台北市菲律賓外籍勞工社群空間的形成》，國立台灣大學建築與城鄉研究所碩士論文。
- 吳挺峰，1997，《「外勞」休閒生活的文化鬥爭》，東海大學社會學研究所碩士論文。
- 林建元，1992，《工業區開發整體規劃之研究》，台北：經濟部工業局。
- 林津如，2000，〈「外傭政策」與女人之戰：女性主義策略再思考〉，《台灣社會研究季刊》39: 93-151。
- 金天立，2003，《台灣都市中「外勞」空間的形成——以中壢市中心為例》，台灣大學地理系學士論文。
- 范清宏，1993，〈台銀擬推動大型造鎮計劃，復興紡織員工深恐「覆巢」〉，《中國時報》5月14日14版。
- 桃園縣統計要覽，[http://www.tycg.gov.tw/cgi-bin/SM\\_theme?page=3ef91176](http://www.tycg.gov.tw/cgi-bin/SM_theme?page=3ef91176)。取用日期：2004/5/31。
- 許弘毅，2000，《中山北路聖多福教堂地區菲籍外勞的空間使用及影響研究》，淡江大學建築學系碩士論文。
- 許萬達，1993，〈省府計畫開發桃園復興紡織廠舊址土地，昔日員工四十余人關切陳情〉，《中國時報》12月16日16版桃竹苗新聞。
- 黃登榆、林佳諭，1998，〈金融機構紛標售精華土地〉，《經濟日報》9月16日3版。
- 鄭滄傑，1994，〈以職工福利金購買土地被變賣，復興紡織職工自救〉，《中國時報》1月01日16版桃竹苗新聞。
- 賴淑姬，1994，〈省議員促宋楚瑜「看緊」唐榮防範弊端；台銀與唐榮合作開發前後與紡織廠土地案〉，《聯合報》6月16日19版。
- 閻鳳婷，1998，〈長億擬接手瑞聯部分資產，目前較中意桃園一筆住商合作開發權〉，《經濟日報》10月5日14版。

- 應翠梅，1999，〈上百億大餅台銀、唐榮合作案民代想解凍〉，《聯合報》3月30日8版。
- 簡逸姍，1993，〈桃園市中心區空間變遷之研究〉，中原大學建築研究所碩士論文。
- 藍佩嘉，2002，〈跨越國界的生命地圖：菲律賓家務移工的流動與認同〉，《台灣社會研究季刊》48: 169-218。

### 英文部分：

- Appadurai, Arjun. 1996. *Modernity as Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Ashley, Bob, Joanne Hollows, Steve Jones and Ben Taylor. 2004. *Food and Cultural Studies*. London: Routledge.
- Bocock, Robert. 1993. *Consumption*. London: Routledge.
- Beardsworth, Alan and Teresa Keil. 1997. *Sociology on the Menu*. London: Routledge.
- Goffman, Erving. 1959. *The Presentation of Self in Everyday Life*. Doubleday: Anchor Books.
- Law, Lisa. 2001. "Home cooking: Filipino women and geographies of the senses in Hong Kong", *Ecumene* 8(3): 264-83.
- Lee, Martyn J. (ed.). 2000. *The Consumer Society Reader*. Oxford: Blackwell.
- Lefebvre, Henri. 1991. *The Production of Space* (trans. by Donald Nicholson-Smith). Oxford: Basil Blackwell.
- Lupton, Deborah. 1996. *Food, the Body and the Self*. London: Sage.
- Martin, Jeannie. 2000. "Translated space/translated identity: landscapes of Chinese food in a Sydney street", 收於《第五屆中國飲食文化學術研討會論文集》(pp. 211-45)，台北：中國飲食基金會。



- Massey, Doreen. 1993. "Power-geometry and a Progressive Sense of Place", in Jon Bied et al. (eds.), *Mapping the Futures: Local Cultures, Global Change* (pp. 59-69). London: Routledge.
- Mennell, Stephen, Anne Murcott, and Anneke H. van Otterloo. 1992. *The Sociology of Food: Eating, Diet and Culture*. London: Sage.
- Paul Cloke, Philip Crang, and Mark Goodwin (eds). 1999. *Introducing Humann Geographies*. London: Arnold.
- Pratt, Geraldine. 1999. "Geographies of identity and difference: making boundaries", in Doreen Massey, John Allen and Philip Sarre (eds), *Human Geography Today* (pp. 151-67). Cambridge: Polity Press.
- Rojek, Chris. 1985. *Capitalism and Leisure Theory*. London: Tavistock.
- Rojek, Chris. 1995. *Decentering Leisure: Rethinking Leisure Theory*. London: Sage.
- Sibley, David. 1995. *Geography of Exclusion*. London: Routledge.
- Scapp, Ron and Brian Seitz (eds). 1998. *Eating Culture*. Albany: State University of New York Press.
- Soja, Edward W. 1989. *Postmodern Geographies: The Reassertion of Space in Critical Social Theory*. London: Verso.
- Soja, Edward W. 1996. *Thirdspace: Journeys to Los Angeles and Other Real-and-Imagined Places*. Oxford: Blackwell.
- Storey, John. 1999. *Cultural Consumption and Everyday Life*. London: Arnold.
- Wearing, Betsy. 1998. *Leisure and Feminist Theory*. London: Sage.
- Zukin, Sharon. 1995. *The Cultures of Cities*. Oxford: Blackwell.



## 附錄一 桃園後站商店概況

序號	店名	備註
01	後站寄車	兼賣香雞排、果汁
02	延平寄車	兼賣早餐
03	松青茶莊	
04	合材寄車	
05	來來寄車	
06#	MARASA RONAN MAKAN 麻將	專業剪髮
07	美而美早餐店	
08#	GIGI 綺綺屋	小飾品、絨毛娃娃、玩具
09	金杯美而美早餐店	
10#	夜貓族	雜貨、CD、印尼日用品
11	輝臣五金專賣百貨	五金百貨
12	桃章 TAXI	
13#	CABANG RATNA SARI	手機店
14	桃太郎書坊	
15*	MAYA WARUNG INDONESIA	印尼餐廳
16*	WARUNG — INDONESIA “MEGAH SARI” MASAKAN JAWA MEDEN	印尼餐廳
17	天品電腦彩券	

18*	民眾商店“SURABAYA” MASAKIW INDONESIA	印尼餐廳
19	國海保溫耐火有限公司	
20	香雞城	
21	7-11 便利商店	
22	全家便利商店	
23*	沙瓦蒂飲食店	兼經營舞廳
24*	詠順小吃店TIKI (泰文)	泰式餐廳
25#	BIN EXPRESS	泰國郵寄、便利銀行
26#	BIN EXPRESS	泰國郵寄、便利銀行
27#	EEC	印尼郵寄、便利銀行
28	柯達快速彩色沖印	
29*	吉迪沙飲食店	泰式餐廳
30*	1F 第一香快炒 2F 泰式小吃 3F 翻譯社	泰式餐廳
31*	泰國飲食店 (無法寫出泰文)	泰式餐廳
32*	廣東細面 + TIKI	越南小吃
33	麥味登速食	
34*	INDONISIA FOOD	印尼餐廳
35*	RATNA SARI	印尼餐廳



36	公益彩券	
37	西服店	
38*	泰式料理（無法寫出泰文）	泰式餐聽
39	銘億汽車保養	
40#	弘昌移民有限公司	位於銘億汽車保養二樓
41	舅媽的店	
42	素食包子	
43	理髮店	
44	正明堂命相館	
45	NEC 台灣通信	
46	咕嚕涮涮鍋	
47	豐勝石材	
48	仙台花藝	
49	光陽機車	
50	北區房屋	
51	AVON 雅芳	
52	生炒鴨肉羹	
53	齊恩有限公司	
54	張國琳擇日館	
55	上光眼鏡集團	

56	梅蒂雅髮廊	
57	盈安穴道指壓養生館	
58	一流皮鞋	
59	美又美	
60	蓮園自助餐	
61	安全帽專賣店	
62	美的適生活藥妝店	
63*	RC 泰成小築	泰式餐廳
64#	客運手機店	手機店
65#	RUPIAH EXPRESS	印尼郵寄、便利銀行
66	雜貨店	雜貨店
67*	越南餐廳、日用品、雜貨	

說明：未標記者為做本地人生意為主的一般商店，標記（\*）者是以移民工為主要顧客的餐飲店，標記（#）者是以移民工為主要顧客的其他商家（手機、郵遞等）。調查時間：2004年3月。

