

本論文獲行政院客家委員會
100 年客家研究優良博碩士論文獎助

國立中央大學

客家社會文化研究所
碩士論文

族群產業與網絡：以印尼商店為例

研究生：洪珮瑜

指導教授：張翰璧 博士

中華民國 100 年 1 月



國立中央大學圖書館 碩博士論文電子檔授權書

(98 年 4 月最新修正版)

本授權書所授權之論文全文電子檔(不包含紙本、詳備註 1 說明)，為本人於國立中央大學，撰寫之碩/博士學位論文。(以下請擇一勾選)

- (☒) **同意** (立即開放)
- (☐) **同意** (一年後開放)，原因是：_____
- (☐) **同意** (二年後開放)，原因是：_____
- (☐) **同意** (三年後開放)，原因是：_____
- (☐) **不同意**，原因是：_____

以非專屬、無償授權國立中央大學圖書館與國家圖書館，基於推動「資源共享、互惠合作」之理念，於回饋社會與學術研究之目的，得不限地域、時間與次數，以紙本、微縮、光碟及其它各種方法將上列論文收錄、重製、公開陳列、與發行，或再授權他人以各種方法重製與利用，並得將數位化之上列論文與論文電子檔以上載網路方式，提供讀者基於個人非營利性質之線上檢索、閱覽、下載或列印。

研究生簽名：洪珮瑜 學號：967201007

論文名稱：族群產業與網絡：以印尼商店為例

指導教授姓名：張翰璧

系所：客家社會文化 所 ☐ 博士班 ☒ 碩士班

日期：民國 100 年 1 月 20 日

備註：

1. 本授權書之授權範圍僅限電子檔，紙本論文部分依著作權法第 15 條第 3 款之規定，採推定原則即預設同意圖書館得公開上架閱覽，如您有申請專利或投稿等考量，不同意紙本上架陳列，須另行加填聲明書，詳細說明與紙本聲明書請至 <http://thesis.lib.ncu.edu.tw/> 下載。
2. 本授權書請填寫並親筆簽名後，裝訂於各紙本論文封面後之次頁（全文電子檔內之授權書簽名，可用電腦打字代替）。
3. 請加印一份單張之授權書，填寫並親筆簽名後，於辦理離校時交圖書館（以統一代轉寄給國家圖書館）。
4. 讀者基於個人非營利性質之線上檢索、閱覽、下載或列印上列論文，應依著作權法相關規定辦理。

謝 辭

沒想到自己終於完成論文了，首先，最感謝的是張翰璧老師在研究所期間給予的指導和提點，常常在論文寫到瓶頸和無所適從時，能提供一些靈感和思考問題的方向，讓自己不至於在死胡同裡打轉，還有感謝兩位口試委員提供的意見與糾正。另外，我想感謝蘇碩斌老師，在我就讀大學時，願意指導我寫小論文和推薦我進入中央大學客家社會文化所就讀，開啟了我不同領域的視野，讓我能多了不同的方向來觀察世界。

寫論文期間，一開始需要進入自己從未踏入的陌生田野，常感受到孤單和害怕，初期進入田野好在有小管騎著車帶我東奔西跑，陪我吃東南亞料理和與店家老闆聊天，沒有你的熱心幫忙，我真的是沒有勇氣踏出我田野的第一步。還有感謝寫論文後期阿超陪我四處奔波，一下台北、樹林、中壢和埔心到處拜訪印尼商店，也因為有你們的幫助，我的訪問速度和進度都能如期完成。

再者，我要感謝我大學的學長，軒苑，剛開始在建立論文的初步方向時，完全沒有頭緒，也看不清楚自己的問題意識，好在學長在服兵役期間能抽空與我聊聊論文的問題並提供我一些方向，真是我的良師兼益友；還有大學的好友偉瑜、昕蓉、小班等，偶爾的小聚和彼此打氣也增加完成論文的能量和信心。

再來，感謝研究所的所有同學們，詩瑜、九懿、幸君、志軒、柔晨、小蓉、涂哥、丸子等，研究所期間大家常一起舉辦活動，平時的聚會與歡樂增加研究所的快樂回憶，並且在寫論文時大家的相互鼓勵和支持，都是讓論文完成的力量。

我也要感謝在田野過程中，曾經幫助過我的每一位受訪者，特別是蔡敏達先生，提供我很多的幫助，也因為有你的協助和資訊的提供，讓我在進入田野的過程能較為順利。

最後還要感謝我的父母，自己何其幸運能有如此開明和支持我的父母，能讓我毫無後顧之憂的完成學業，不給我多餘的壓力和負擔，還願意讓我在求學過程，不斷的當米蟲，雖然你們都搞不清楚我在寫什麼論文和做什麼研究，但真的很感謝你們！

族群產業與網絡；以印尼小吃店為例

論 文 摘 要

本研究擬從印尼商店背後所隱藏的「客家」族群身分，來探討 1980 年代後來台的客籍印尼華人所經營的印尼商店其族群產業、網絡與創業資源的背景為何。本研究有三個研究目的，一是以印尼商店的經營者為受訪對象，探討客籍印尼華人遷入台灣的過程、為何移民到台灣、如何接觸到印尼商店；二是客籍印尼華人如何創業與經營、是否形成所謂的族群產業經濟，印尼商店內部的族群網絡關係為何？最後，從這群客籍印尼華人移居到台灣的因素和適應歷程等，更可以進一步了解他們所創造屬於自己的「生存方式」，並正視與紀錄下移居到台灣的少數客籍印尼華人的移民歷史與文化背景。

關鍵字：印尼商店、客家、族群產業、創業資源

Ethnic Group Industry and Internet : A Case Study of Indonesia Store.

ABSTRACT

This study aims at background of indonesia stores of ethnic group industry, internet and entrepreneurial resources of Hakka Indonesian Chinese that came to Taiwan after 1980 with hidden hakka identity behind indonesia stores. The three purposes include: 1) to discuss process of Hakka Indonesian Chinese came to Taiwan, why they immigrated to Taiwan and how they had contact with indonesia stores with interviews with operators of indonesia stores; 2) how Hakka Indonesian Chinese started and ran their businesses, if there was so-called ethnic group economy and what ethnic group network relation inside indonesia stores and 3) to better understand how they survive from the factors and process of adaptation in the process of Hakka Indonesian Chinese to Taiwan and to take a serious look at and record the immigration history and cultural background of the few Hakka Indonesian Chinese in Taiwan.

Key words : indonesia store 、hakka 、ethnic group industry 、entrepreneurial resources

章節目錄

第一章	前言	
第一節	研究動機.....	1
第二節	印尼商店的地理位置與背景介紹.....	6
第三節	研究目的與研究問題.....	12
第四節	相關文獻探討.....	15
第五節	台灣的印尼華人歷史概敘.....	21
第二章	文獻理論探討與研究方法	
第一節	族群經濟.....	23
第二節	創業資源.....	27
第三節	研究方法與研究設計.....	33
第四節	研究流程與章節安排.....	43
第三章	客籍印尼華人在台灣的創業過程	
第一節	在印尼的華人歷史.....	45
第二節	印尼華人遷移來台.....	52
第三節	進口商的經營過程.....	59
第四章	印尼商店的發展	
第一節	商店模式的轉變.....	68
第二節	創業過程的資源.....	81
第三節	招聘關係.....	90
第四節	商店內的族群關係.....	94
第五章	結論.....	96
	參考文獻.....	102
	附錄一.....	106

表目錄

【表 2-1-1】	族群經濟的相關概念.....	25
【表 2-3-1】	零售商與進口商的簡易資料.....	34
【表 3-1-1】	出生地別人口表.....	51
【表 3-1-2】	出身族別人口表.....	51
【表 3-3-1】	印尼雜貨進口商名單.....	66
【表 4-1-1】	1992 年~2010 年外籍勞工人數.....	75
【表 4-2-1】	受訪者創業資金來源.....	84
【表 4-4-1】	印尼商店的員工來源.....	92
【表 5-1-1】	印尼商店的轉變過程.....	99

圖目錄

【圖 1-1-1】至 2008 年七月底外籍勞工比例.....	3
【圖 1-1-2】1994 年~2009 年居留在台的印尼籍勞工人數.....	4
【圖 1-2-1】2008 年外籍勞工分布地區.....	7
【圖 1-2-2】中壢後火車站的新興路是印尼商店分布的地點.....	8
【圖 1-2-3】印尼菜單的海鮮餅.....	9
【圖 1-2-4】咖哩醬.....	10
【圖 1-2-5】由左至右依序是辣椒、紅蔥頭、蒜頭、黃薑.....	10
【圖 1-2-6】氣泡牛奶.....	11
【圖 3-1-1】印尼地圖.....	49
【圖 3-3-1】台灣一年進口印尼速食麵之數量比例.....	66
【圖 4-1-1】印尼商店的一樓擺設.....	73
【圖 4-1-2】印尼商店的餐點菜單.....	74
【圖 4-1-3】1992 年~2010 年外籍勞工人數成長圖.....	75
【圖 4-1-4】印尼雜誌封面.....	77
【圖 4-1-5】印尼雜誌內的商品資訊.....	78
【圖 4-1-6】印尼雜誌內的婦產科廣告.....	78
【圖 4-1-7】印尼雜誌內的大湖採草莓資訊.....	78
【圖 4-1-8】印尼雜誌內的中文教學.....	79
【圖 4-1-9】印尼雜誌內的交友資訊.....	79

第一章前言

第一節 研究動機

一年前開始思索論文題目的方向時，想著一定要和日常生活有所連結，而卻要是客家的議題，讓我在研究過程中困惑了許久，總是以客家為前提去思考問題，反而縮小可能研究的範圍，越去死胡同走。因此，開始思考客家是什麼？客家在哪？我要研究哪一部分的客家？在研究所念書這段期間，觀察到中壢接近工業區，每次到了假日中壢車站就會像是個聯合國，各國的外籍勞工常會在中壢車站聚會，車站附近也會有許多聽不懂的語言、看不懂的招牌和引人注意的東南亞餐廳，特別是泰國、越南、菲律賓和印尼等南洋小吃都琳瑯滿目，但我卻沒有仔細去注意和了解他們的差異，只是帶著一種他們都屬於同一族群的態度去看，認為那些東南亞文化與我的生活是較少關聯的。

直到進入客家相關領域的研究，瞭解到客家與許多東南亞國家的關係，以世界客屬總會的發表¹，客籍華人主要聚居在南洋的印尼、馬來西亞、新加坡、緬甸和東印度等國家。客家人歷經幾次戰亂後南遷，到了中國南方卻受到當地人排擠視為異端，後來就以華僑的身分向海外發展，也被視為是特異的民族，而有人便將客家系華僑稱為「華僑中的猶太人」（高宗熹，1997:11）。於是，心中開始想到中壢車站前有許多的南洋小吃店，而這些小吃店背後的經營者身份為何，經過初步觀察發現印尼、越南和泰國等餐飲店，唯有印尼餐飲店的經營者為客家族群居多，這是一個相當特別的發現，這也吸引我對於印尼商店中「客家」的存在燃起了好奇與研究的熱情。然而，要了解一群人必先透過他們日常生活來觀看，而「飲食」是每個人的生理需求和文化象徵的展現，車站附近的東南亞商店就是各族群聚集的場所，飲食文化、聚會空間和生活日用品等都會在此空間展開，而我便開始將中壢車站附近的印尼商店設定為我初步觀察的場域。

¹ 參考世界客屬總會的客家研究 http://www.888a888.com/news_info.asp?newsId=448

從此區域觀察到許多外籍勞工都在桃園附近的工業區工作，每到下班或假日的時間，會聚集在屬於他們家鄉口味的餐飲店吃飯聊天，南洋風味的餐飲店還會有卡拉 OK 設備、撞球間等娛樂設施，餐飲店不只是滿足口腹之欲的場所，也可和同國籍、同鄉的朋友連絡感情，餐飲店形成一種中介，讓彼此的網絡相互連結，形成一群密集的網絡，南洋風味的餐飲店就變成是連繫情感的一個具有意義的地方。一次偶然在中壢後火車站逛街，發現這邊附近有許多異國小吃店，店裡的擺設看似住家但又像在做生意、賣日常用品，像雜貨店的擺設形式，還有外籍人士在裡面吃飯，這讓我興起走進去嘗試的念頭，在多次光顧附近的異國小吃店後，與一位印尼餐飲店的老闆建立一些情誼，開始和我聊起開店的過程和經歷，從而得知在這邊開印尼餐館的老闆都是印尼華人居多，而無意間聽到老闆與家人使用客家話對達，才證實他的身分是客家人，也難怪在印尼餐館的菜單都會看到板條這項客家料理。

除了在中壢車站附近的印尼餐飲店品嚐和訪問外，經由老師的指導得知中壢的忠貞市場也有印尼商店，並且訪問到印尼商店經營者的身分也是客籍印尼華人，他們經營的商店的風格卻是和中壢火車站的印尼商店相似，都會賣印尼當地的日常生活使用的日用品和調味料，但主要賣的食物風味卻是有差異的，例如火車站較多的客源是勞工，所以賣的餐點都是以當地印尼人口味為主；忠貞市場的客群多為家庭主婦，賣的會是菜包、肉粽等適合台灣人口味的餐點，這樣的發現讓我開始對於印尼商店做為一個中介者而好奇，可以賣印尼當地人需要的商品和小吃、客家人的傳統小吃（菜包、板條等）以及適合台灣人口味的菜色。做為印尼商店所承載的文化是多重的融合，而印尼商店背後的創業過程和所需要的資源為何？這是讓我想繼續做此研究的疑問和動力。

基於前述的研究動機，可以看到印尼華人來到台灣，首先面對的適應和謀生的問題，雙手空空所能帶著的就是身上所帶著的族群資本。相對於國家政策、工業生產、家庭關係，日常飲食反倒是開展出複雜的意義和多重的社會關係（王

志弘，2008：3），「飲食」成為國際移民在異地謀生的機會，並可以藉此與社會網絡互動形成連繫的管道。然而，印尼華人因在印尼當地居住過，且又具備客家族群的身分，不僅掌握客家人的飲食口味；也能料理印尼勞工的飲食需求，這對於客籍印尼華人是一種優勢的條件，這樣具有南洋風味的印尼商店多半成為移民者聯絡感情交誼的場所。

到了 1990 年代，台灣正式開始引進外籍勞工，根據勞委會統計，到 2008 年 7 月外籍勞工總共約 365,060 人，依國籍觀察印尼籍勞工為 127,764 人為首，占總外勞人口的 35²，其餘依序為越南占 22.20%、菲律賓 22.09%、泰國 20.70%，如圖 1-1-1。從 1994 年到 2009 年在台印尼籍勞工人數圖中，圖 1-1-2，可以看到 2002 年開始到 2004 年印尼籍勞工人數遽減，主因外勞仲介費措施、印尼籍勞工逃跑率高等因素，且印尼政府未確實配合，而行政院勞工委員會 2002 年 8 月 1 日全面暫予引進印尼籍勞工³，到了 2004 年 12 月 17 日因與印尼政府達成共識與簽署勞工備忘錄即重新開放印尼籍勞工的引進，爾後來台的印尼籍勞工也不斷的成長，顯示在台灣開設印尼小吃店具有相當市場和經濟價值。

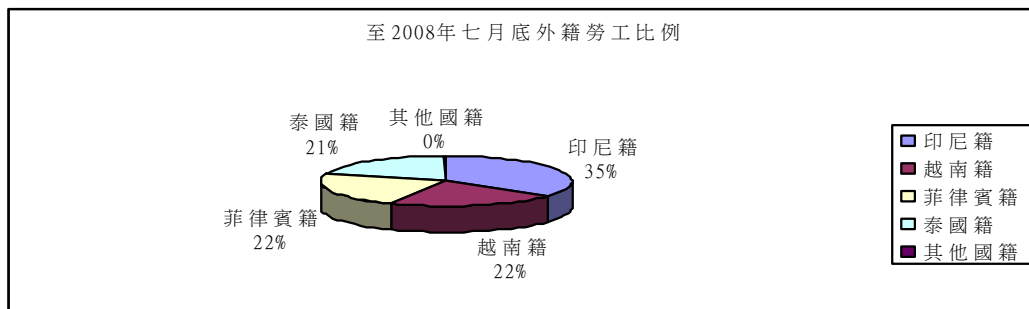


圖 1-1-1：至 2008 年 7 月底外籍勞工比例，資料來源：研究者自行整理。

² 本數據資料參考內政部統計通報 98 年第 5 週 <http://sowf.moi.gov.tw/stat/week/list.htm>

³ 行政院勞工委員會職業訓練局外籍勞工公告專區
http://www.evta.gov.tw/topicsite/content.asp?mfunc_id=124&func_id=124&type_id=0&cata_id=0&site_id=5&id=9635&mcata_id=0&SearchDataValue=

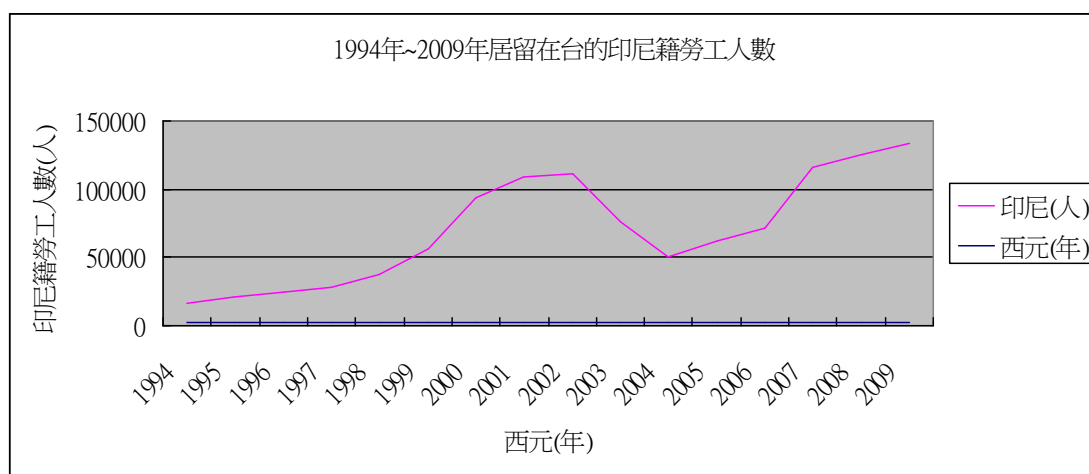


圖 1-1-2：1994 年~2009 年居留在台的印尼籍勞工人數，資料來源：數據來自內政部統計處，研究者自行整理。

台灣研究中有關印尼客籍華人的研究數量較少，這幾年開始注意到印尼客籍外配與台灣客家認同的關聯性，如（謝淑玲，2005）研究集中印尼客籍配偶、大陸配偶與台灣客家產生的關聯性與客家認同來研究，並從行動自主性、生活適應和社會層面來看外籍配偶的適應歷程與客家認同意識等面向，還有外籍配偶在客家庄所扮演的角色和文化再生產的責任關係（張婷婷，2006），看到台灣夫家對於印尼飲食文化和越南飲食文化的態度會因印尼籍配偶（客籍華人）和越南籍配偶的不同型態而有所差異，此兩篇文章在看待客家認同的議題主要是從外籍配偶做為一個客家認同的傳承為基礎來著手，另外也有以外籍配偶做為一個弱勢族群所欠缺的文化認同政策來進行研究（張慶惠，2006），這些研究較以移居到台灣的客籍印尼配偶做為一個客家文化傳承的中介者來進行討論，研究也常提到印尼配偶常會以飲食文化作為經濟來源的工具，而大部分的研究都只將分析單位設定為配偶的傳承，而忽略配偶背後的族群背景與人際網絡資源。如前述所觀察到印尼商店背後所隱藏的「客家」族群身分，他們的創業背景、資源和族群身分所占的位置，是較少被提及與研究的部分。印尼商店是提供日用雜貨或文化資訊，流通給不同身分背景的客源如印尼移工和印尼華人等

的中介，客籍印尼華人在台灣所創造於自己的「生存方式」，及經營印尼商店的過程與網絡確是值得令人深入探討。

第二節 印尼商店的地理位置與印尼店家的背景介紹

一、地理位置

根據 2009 年 5 月內政統計通報指出台灣的外籍勞工分布桃園縣占 19.01% 最多，依序為台北縣 13.98%、台北市 10.20%、台中縣 8.8%、彰化縣 6.61%、台南縣 5.13%、台中市 4.14%、高雄縣 3.96%、其他縣市 28.17%，圖 1-2-1⁴。桃園縣所占的外籍勞工比例最高，所以在選擇研究的地區以桃園縣為優先，再增加其他縣市的受訪對象。

桃園縣中壢車站是整個對內與對外的交通重要樞紐，車站附近也是消費商圈，可以提供消費者通往台北商圈、其他大賣場或百貨公司的要點。桃園地區是北部工業區密集的地方，附近工業區和工廠所聘的員工大部份是外籍勞工，當平日下班和假日都會以火車站為據點，相約出遊或在附近的家鄉小吃店吃飯同歡，而桃園和中壢火車站就形成許多東南亞勞工聚會、休閒消費的重要地點。以研究者發現中壢車站分為前站和後站，前站大部份是泰國、菲律賓、越南的商店或小吃店，後站的新興路是以印尼商店為主，形成很特別的區域劃分。根據幾次前往觀察印尼商店吃飯和店家聊天的過程中，發現形成這樣的劃分，印尼店家的解釋是認為泰國外勞比較常加班，薪水收入就相對提高，所以有較多薪水可以消費，而泰國商店在火車站前站的店家就相對租得起店面；而印尼外勞在工作上較少加班，收入不像泰國外勞多，消費的能力有限，印尼商店的營業額相對較少，使得大部份的店家都選擇火車後站為店面分布的地方。

⁴ 本數據資料參考內政部統計通報 2009 年第 5 週 <http://sowf.moi.gov.tw/stat/week/list.htm>

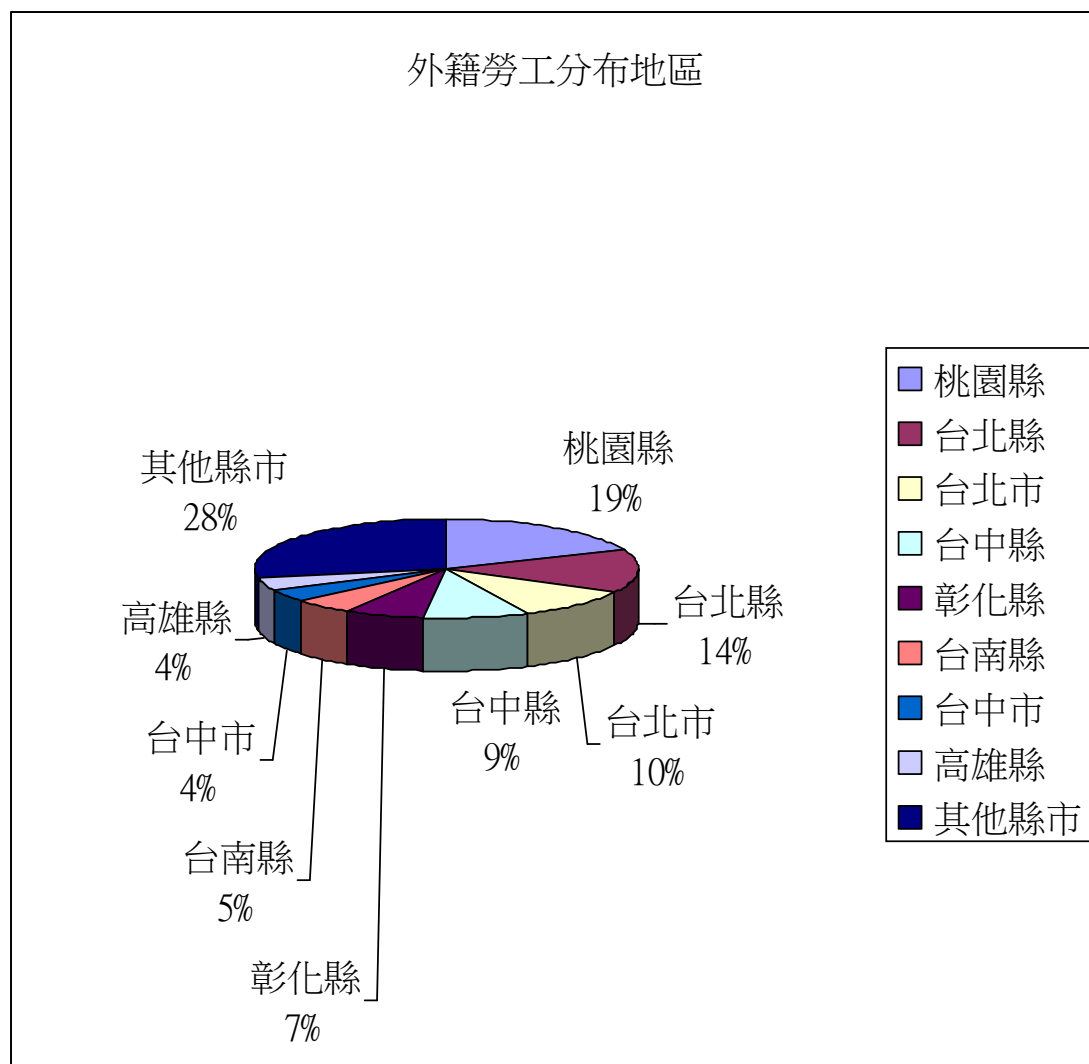


圖 1-2-1：2008 年外籍勞工分布地區，資料來源：數據來自內政部統計處，研究者自行整理。

印尼商店的分布主要是以後站的新興路為主，如圖 1-2-2，店家都是區域性的聚集，在 2009 年進入田野觀察時，後站有 7 家印尼店⁵，其中有 6 家的店家一樓是賣印尼進口的日用品與零食泡麵等並提供現煮的印尼菜單、店家二、三樓設置卡拉 OK、撞球室等娛樂設施；另外一家是專門賣印尼口味的小吃麵食，沒有賣其他食品雜貨，只有六、日營業。

⁵ 到了 2010 年 7 月，印尼店已剩 6 家，經研究者觀察與向附近其他印尼商家查證，已有一家經營不到兩年而結束營業，而店家經營人為印尼籍配偶(非華人)。



圖 1-2-2：中壢後火車站的新興路是印尼商店分布的地點，資料來源：研究者自行拍攝。

中壢後火車站的印尼小吃共有 7 家，店家的身分主要以客籍印尼華人，一家為印尼籍配偶（非華人）為主，其中一家為印尼各日用品與食品的進口商，主要為提供印尼商店的貨源並且在自營的店家販賣相關印尼進口商品，其他五家為一般印尼商店。

印尼商店在後火車站都是相鄰幾間開店，形成一個社群，店家彼此為同鄉或是舊識，在印尼商店中，看似互相競爭的關係，卻是一個相互連結的社群網絡。

二、印尼商店的料理與菜單

印尼商店的菜單中，主要有鴿子肉飯、烤雞腿飯、海鮮餅等，呈現是一盤飯和一盤主菜，如圖 1-2-3，視你所點的主菜為主，但每家印尼商店的菜單多少會有出入，但基本上都少不了印尼的烤雞腿飯，印尼主要都信奉回教，所以大

部分都不吃豬肉，雞肉就成為他們料理中的主要配料之一。



圖 1-2-3：印尼菜單的海鮮餅，資料來源：研究者自行拍攝。

最具有特色的是印尼式的咖哩飯，如圖 1-2-4，咖哩是由黃薑、蒜頭、辣椒和紅蔥頭等攪成泥所調配而成，原料如圖 1-2-5，所製成的咖哩醬，是印尼當地主要的飲食之一，幾乎是每一家印尼小吃店必備的一道餐點。而我們會發現菜單中有板條、雜菜飯，這幾樣料理其實是客家人的飲食，卻也成為印尼商店菜單的一部份，可見在印尼店家的客家族群背景下，客家的民間小吃也反映在所經營的印尼小吃中。



圖 1-2-4：咖哩醬，資料來源：研究者自行拍攝。



圖 1-2-5：由左至右依序是辣椒、紅蔥頭、蒜頭、黃薑資料來源：研究者自行拍攝。

印尼屬於熱帶的地方，在吃飯時很少配熱湯，然而他們的菜單都會以飲料居多，如氣泡牛奶（氣泡水倒入椰奶）如圖 1-2-6、檸檬汁、咖啡等，湯類的餐點在印尼小吃的菜單中就相對只有一種，因印尼人喜歡較甜的口味，所以飲料都會加很多糖，冷飲反而成為他們主要的配餐。



圖 1-2-6：氣泡牛奶，資料來源：研究者自行拍攝。

三、印尼商店的空間佈置

印尼商店幾乎都有一、二樓，一樓為販賣印尼進口的日用品商品、食品和印尼報紙與雜誌，並且會擺一些座椅，讓客人點菜吃飯或聚會使用，有些店家也會播放印尼語的電視節目或是台灣的電視新聞節目；二樓就是休閒場所，可以唱歌跳舞的空間，提供客人聚會的地方。印尼商店都會有幾位華人男子在店裡，據受訪者指出主要是怕印尼外勞在商家場所中會吵架或鬧事，當這個具有威嚇的人在店裡，他們也較不會打架或爭執。

第三節 研究目的與研究問題

本研究擬從族群產業經濟的觀點來探討客籍印尼華人移民到台灣的創業過程所運用的資本為何，並從印尼商店的擁有者來進行分析。研究者以印尼商店的經營者為受訪對象，探討印尼華人遷入台灣的過程、為何移民到台灣、如何接觸到印尼商店、如何創業與經營、是否形成所謂的族群產業經濟，印尼商店內部的族群網絡關係為何？都是本研究想探討之內容。

印尼華人遷移到台灣，大約分三種類型：

- (一) 因印尼排華事件，中華民國政府在 1950 年到 1960 年間開放願意到台灣之華人，高達 3,330 人。
- (二) 在台灣定居的第一代、二代印尼華人，再介紹親戚朋友來台生活，或當中介紹印尼華人嫁來台灣。
- (三) 以僑生身分來台灣升學的印尼華人。

本研究分析的主體是：1960 年代以來，自印尼遷移台灣，經營印尼商店的印華移民。1945 年印尼宣布獨立，獨立之後開始實施排外運動，初期主要的對象是驅除荷蘭勢力，排荷運動接近尾聲後，逐步轉向對華人的排斥手段，其實施「外僑登記」條例的嚴厲，使華人行動上受限制。1955 年中國和印尼簽署了「中印雙重國籍協定」，根據該協定，在印尼的中國人必須在中國和印尼國籍之間做出選擇（不能選擇中華民國國籍），結果，選擇中國籍的華僑，遭到嚴重的制度、法律歧視、商業和各職業領域受到排擠和限制；若對上述兩者都不願意選擇者，即為「無國籍籍民」，也受到中國與印尼的雙重迫害（王蒼柏，2006：7；華僑國聯合總會，1959：2）。

1958 年印尼中央掌權者禁止各組織所屬或開辦的學校，封閉華僑學校，整個印尼沒有一家以華文為教學語言的高等學府，華文中學畢業的僑生，想要升學就只能去中國大陸或者台灣。同年 8 月 6 日印尼當局宣布對赴台灣升學的僑

生，不發給回印尼的簽證，對赴大陸的僑生則允許返回印尼（華僑國聯合總會，1959：5）。然而，印尼在雇用外國人員的法令頒布，減少外人的聘僱，華人的商業活動也遭受衝擊；華人印尼公民的活動也受到許多限制，主要印尼政府想消除華人與中國文化的關係，多與印尼文化接近，同時削弱整個華人社團的經濟重要性。所以華人社團在整個印尼政府的迫害下，1958 年台灣出現第一批從香港開往台灣的四川輪上，因不堪被迫害而遷返台灣的印尼僑胞。⁶

印尼政府於 1959 年頒布「總統第十號令」，規定居住在第一、二級自治區首府和州府以外的外僑小商販和零售商從 1960 年 2 月 1 日起必須停止營業。此令造成為數眾多的華人喪失生計，陷於困境（王蒼柏，2006：9）。為了協助不願意在印尼居住的華人來台，中國政府派出「光華輪」前往印尼，總共接回華人 4,215 人（盧海雲、權好勝，2001：28）。當時印尼華人受到印尼當局迫害，不得不離開印尼，1960 年代台灣派遣輪船到印尼，於 9 月兩艘輪船載滿印尼華人，一批是從雅加達「興安丸」回國，共有 1,400 多人，另一批是坐「太平輪」由東婆羅洲打拉跟（Tarakan）出發，共有 111 人，華人們抵達基隆港口時，再以一列專用火車到台北，再用卡車送到台北招待所。⁷ 當時政府對這批印尼僑民採取分散安置的方式，使其融入台灣社會，他們主要被安置在桃園、新竹、苗栗、嘉義、屏東等縣市（鍾仁嫻，2006：65）。印尼歸僑接待小組也開始對於僑民定居、就業等各項事宜進行輔導和準備，歸僑如有職業專長而尚未自行安妥工作者，可向僑委會福利科登記，藉以轉介或委託國民就業輔導中心介紹職業。⁸因印尼遷返台灣的華人，大部分在印尼的鄉村是經營小生意的業者，對經營小商業頗有經驗，而因印尼迫害和限制等因素無法做生意，早已坐吃山空，了無積蓄，無法繼續經商維生，政府為了解決其謀生問題，也提供貸款讓華僑買地落戶與維生之用途。

⁶ 中國時報，〈不堪被迫害相率投祖國，印尼僑胞一批自動遷返台灣〉，《中國時報》，1958.11.03。

⁷ 中國時報，〈兩批印尼歸僑，十日抵達基隆〉，《中國時報》，1960.09.07。

⁸ 聯合報，〈千四百餘印尼歸僑，定居就業均將於以輔導〉，1960.09.09。

印尼華人在印尼大部分開雜貨店或經營小生意，在印尼居住時的經濟狀況比較好，華人初來台灣時普遍生活都比較困苦，不少受訪者也表示剛來台灣生活都是先到工廠工作，累積一些積蓄，有了資本再慢慢兼做一些小生意維生。許多客籍印尼華人在印尼當地是經營小生意，遷移台灣後也會想重操舊業，但礙於資金的限制，都會先從打零工或到工廠賺錢來累積資本，再慢慢經營小生意或雜貨店，而雜貨店的小生意運作卻是存在著族群色彩的模式而日漸形成其網絡。本文希望從「族群經濟」的理論和創業資源的關係，來探討印尼商店在台創業經營的歷程與發展。

第四節 相關文獻探討

本研究著重在於客籍印尼華人在經營印尼商店的創業過程與創業資源為何？並從零售店和進口商來探討其來台背景與創業資源。在討論客籍印尼華人來台創業的過程，需先了解華人在印尼社會地位與生活背景，還有排華過程中所導致華人遷移的因素。

印尼自 1945 年 8 月 17 日宣布獨立後，許多執政當局和民眾，都開始蘊藏排華意念，也產生許多徘徊言論和措施，因而引起零星到全面大規模的排華事件（丘正歐，1995：4）。從歷史相關書籍當中可以看到印尼的近代演變過程，而也有對於印尼排華所著的專書，如邱正歐的《蘇加諾時代印尼排華史實》將印尼排斥華人的各種事實、措施、相關法令和中華民國、中華人民共和國與印尼交涉的經過與反應整理呈現，並歸納印尼排華的原因與各國國際間之影響。還有廖建裕的《現階段的印尼華人》對於印尼獨立後，印尼華人在社會上的政治處境和角色的現況，並指出徘徊事件與政策措施的關聯性，將華人在印尼社會的各個面向，如國籍、社會地位、經濟活動、華人社團與教育等，及華人稱謂的歷史演變做詳細的分析與歸納整理，有利於後人對華人在印尼的進代歷史有許多幫助。而李美賢所著之《印尼史》更將印尼的起源、淪為列強殖民地的過程（荷蘭東印度公司的擴張、英國和日本殖民時期）和蘇加諾的執政歷史與國族意識的確立，將知其政治發展史的過程，且能對研究印尼華人的歷史有背景上的了解。

再者，近代華人在印尼的相關著作外，朱杰勤的《東南亞華僑史》將東南亞各國華人的歷史根源、社會地位和社會活動和當地的歷史背景描繪出來，並從中了解僑居國的歷史與現況，使在研究華人遷移歷史能從更多面向來探討。然而，討論印尼華人歷史，當然不能少了對於荷屬東印度時期的華人，楊建成主編的《荷屬東印度華僑商人》，更將荷蘭東印度公司時期的印尼華人人口及出身地與職業關係，並提及荷屬印尼華人在面對排回政策的壓制，其商業勢力範

圍依舊增加並從小賣商、批發商、輸出入貿易商等各商業部門，再擴展到生產部門，漸演變成地主與資本家的身分過程，還將華人與其他種族商人間的關係、經商的交手對策進行分析，使得再探討印尼華人的經濟活動過程能有歷史性的追溯根源和歷史調查做為參考的依據。還有陳冽的〈荷屬東印度華僑〉所提到荷印時代的總人口中，華人占百分之二，與其他外來種族所占的比例相比，所占的比例是不小的，並指出華人的分布、人數和職業有原籍貫的差異，且早期將華人分為兩種，一種為從中國去的，且為道地中國人，成為「新客」；另一種為生長在荷印時期，但他們的祖先是新客，這種跨越兩重國籍的稱為「僑生」，這更可以看到華人世代遷移到定居所影響的文化融合變化。

除了上述專書，還有針對在早期十九世紀前大批南遷到東南亞的華人，並在東南亞各地長期適應當地的一個次社會群體所建立獨特的文化，稱為「土生華人文化」，在廖建裕所著《爪哇土生華人的政治活動》一書中，所關注的土生華人的政治活動，過去以「僑生」的稱呼也以「土生華人」代稱之，並採用 1917 年到 1942 年做為分期的研究，將爪哇華人歷的政治活動性質和歷史發展與興起的關係做為歷史性研究的延續和貢獻，並將印尼「土生華人」和「新客」華人做一個文化和歷史脈絡的分別，但也不意味「土生華人」和「新客」華人的政治活動有嚴峻的分野。曹雲華的《變異與保持：東南亞華人的文化適應》中也提到東南亞各國土生華人的形成與發展，並認為土生華人文化是一種民俗文化，也將多種文化摻雜和揉合在一起，土生華人為東南亞華人的組成一部分，他們遷移當地的歷史意義和過程也不容忽視。

目前台灣學術研究中對於 1950 年代開始來台的印尼華人的資料並不多，且以此族群的觀點和社會背景來探討他們遷移的歷程和發展過程的論文更缺乏，因此所能討論的資料就較侷限。

以探討印尼華人來台居住的整體移居經驗來說，在 1960 年代前後有相當多的報導與討論，隨著時間與社會變動，人們漸漸淡忘這群在國家動亂下遷移的

印尼華人，而他們的歷史也鮮少被討論，直到 2005 年劉振台於雲林科技大學所舉辦的第五屆文化山海關—文化資產研討會所發表「移動與定居的經驗：長治鄉印尼客家移民的社群生活形式」，這群少數族群才被關注，此文將 1950 年代因排華事件移民到長治鄉的印尼華人做為研究對象，探討來台因素、當地生活狀況和了解其受訪者面對移居過程的觀點等並對文化交融下的適應過程進行詳細的分析，是對早期來台的印尼華人研究有相當的貢獻。

行政院客家委員會從 2003 年開始推動「客家文化資源調查」基礎工作，帶動全民參與客家文化復興運動，「桃園縣九座寮文化協會」以歷史書寫的田野調查下呈現九座寮的族群文化，也注意到一群特殊的新住民，就是 1960 年從印尼遷移來台的粵籍華人，並且在 2005 年公共電視台的客家新聞雜誌以「少數中的少數」來報導印尼客家的專題內容，讓台灣未曾注意到的客籍印尼華人在台灣形成一個新的關注。而鍾仁嫻的《客土—九座寮戀戀風土》主要以桃園龍潭的九座寮做為研究區域，介紹當地的歷史背景與族群脈絡做一些介紹，指出當時印尼華人約 1,500 人左右來台，大部分是客家人為主，當初約只有 50 戶安置到龍潭居住，又依據受訪者訪談內容整理出政府對於當時印尼排華事件來台的印尼華人所做的處理和安置過程，以及拼湊過去在印尼的生活情形與遷移到台灣的生活適應狀況等，是對印尼華人移居台灣的過程與經歷有較真實的呈現。

再者，就是 2006 年第三屆跨界流離國際學術研討會中楊聰榮、藍清水所發表的〈從歸僑到外籍—印尼台灣人的歷史過程，兼談客家文化的影響〉，認為印尼華人移居台灣非指某一段時間，而是分四種來台原因的類型：因升學移民、排華事件、媒妁之言和婚姻仲介移民，也在文中探討選擇台灣做為移居地點的原因，並針對印尼華人對於中華民國的認同做了一些探討和分析。

而賴郁如也於 2009 年的《客家族群的再次遷移與內在關係：以屏東縣長治鄉為例》，研究在地客家人（南客與北客），更將印尼華人的移居、遷移狀況和在地社群的文化互動狀況進行深入的分析與研究。葉欣玟於 2010 年研究 1950

年代末期到 1960 年代初期遷移至龍潭鄉的印尼客僑，以龍潭鄉內的九龍村和上華村的印尼客僑做內部差異的成因研究，並且將移居至龍潭鄉與長治鄉的客僑做比較研究。這些少數幾篇關於遷移到台灣的印尼客家族群研究，開拓台灣客家研究的寬度，也讓這群被隱藏的客籍印尼華人的歷史與文化經歷，能再次被重視和探討。

第二類是族群經濟的相關研究：從 1960 年代以來許多遷移來台的華人，形成許多族群社區的聚落，最早討論在台灣華人的移民研究以翟振孝（1996）探討中和地區的緬甸華人成員內部文化生活的表現，討論群聚在此地區的族裔特徵表現，移民在台灣本地所產生新認同的過程，來說明緬華族群構成的現象。之後，又以游惠晴（2009）以族群經濟來探討中和華新街緬華社區的形成與發展，探討 1960 年代至今，遷移來台的緬甸華人，除了聚居於中和華新街所形成的社區聚落的歷程，並把族群資本、族群勞動市場符合族群經濟社區型態的發展，突顯族群文化風貌的內部狀況加以闡述和分析，增加移民與環境間的經濟網絡發展。黃郁涵（2009）也討論緬甸華僑所形成的移民社區，顯示在跨國社會網絡下於都市空間所展現異文化，並從公民身分、空間和認同的概念來討論移民社區的形成與發展脈絡。可見移民到台灣的華人族群，愈來愈被受關注與討論他們適應新環境的狀況與發展。

印尼華人遷移到台灣有三、四十年的歷史，可以看到族群所形成的經濟網絡。過去台灣學界研究中有關東南亞移民和移民的消費空間研究，早期從吳挺峰（1997）對以台中地區菲律賓移工和泰國移工的休閒生活中的文化鬥爭和文化政治，來闡述家鄉小吃店、聊天、購物和休閒娛樂活動的過程中，延續其集文化經驗並建立與強化社會網絡。許弘毅（2000）也指出菲律賓移工在中山北路聖多福教堂附近的空間使用、聚集的休閒活動、娛樂、商業活動與社交活動進行等調查，對於整個都市的社區公共空間的影響，提出外籍勞工與本地居民形成緊張的關係，而成為都市環境惡化的代罪羔羊。到吳比娜（2003）也研究

菲律賓移工台北中山北路所形成的空間（CHUNGSHAN），但更強調出此空間可重塑外籍勞工內部的關係，延伸出社團的形成，透過網絡的發展與台灣的社會產生連結，能具有抵抗被排除在台灣社會情境的可能。林育群（2006）的研究也針對移工勞動力的生產空間與當地的日常生活互動所產生的影響，考察地方所建構的消費空間，其改變的過程和和當地面對移工的態度。楊麗芳（2008）以台北火車站周邊的北平西路的印尼街為例，對印尼移工消費空間與文化地景形成的始末及意義做通盤整體的了解，從跨國主義、多元文化主義的角度，分析印尼移工的跨國行為及其文化建構與調適過程，並討論台灣本地人民與台灣政府應該面對愈來愈多元化的台灣社會。以上這些文章指出外籍移工所聚集的公共空間的重要性，對於外籍勞工所集居的公共空間使用的過程、建立的族裔社群與當地居民之間的關係有詳細的意義有深入的了解。

王志弘在（2006）以桃園火車站周邊地區所形成的東南亞消費的族裔地景（ethnoscape）來看其形成過程與發展狀況，看到族裔地景所形成的社會衝突和緊張。並在王志弘等（2009）研究以台北都會區外為工業區的新莊、土城和樹林的消費地景為例，指出東南亞裔的公共空間是跨國網絡的據點，這些地方常是引起當地主流族群的劃界排擠，並依消費地景來討論不同群體間的互動，並以劃界政治和公共空間兩個層次來討論。王跳脫過去研究所看到東南亞移工的休閒空間產生的社會衝突等問題，提出了東南亞消費地景所帶來的族群經濟，提供就業機會。以上的研究可以看到近年來從過去的移民社區的研究重心，轉而探究移民社區經濟體系的動態，研究的學者更進一步探究移民在地主國找到經濟適應的方式。

東南亞的商業場所不只是社群凝聚的節點，更是族群經濟的樞紐，形成同族群的經濟共同體。這些族裔化地方做為商業消費空間所具有的交流、介面和節點的特質，正是呈現其他可能性的基礎，成為不同族群反思和重構自我的「異質地方」，而促成承認差異、異質共處的多元城市倫理（王志弘等 2009：37）。

綜觀以上的研究可以發現過去從族群勞工的消費到生活空間討論，再者探討整個東南亞勞工的族群經濟現象，和印尼華人移民的歷史遷移過程雖然有空間背景的差異，但這之間卻隱約之中形成我們所忽視的族群經濟所創造的創業過程，這是要立基在前人研究的基礎上再持續延伸性這些議題與分析。

第五節 台灣的印尼華僑歷史概敘

印尼華人來台主要分為三個階段，第一階段是台灣在 1960 年前後，主要因排華期間，中華民國與印尼無正式邦交，印尼在台灣也無僑民，但基於同情與道義，中華民國外交部與僑務委員會在商討印尼迫害華僑問題的會議上，特別表示：「中華民國旅居印尼華僑倘若在印尼仍能生存，宜繼續居留印尼，至 1960 年 1 月底止，已登記願意到台灣者共達 3,330 人，其中 1 月份所登記者即達 900 人，為顧及安置之實際困難，宜稍加限制。故在公開向印尼政府表達中華民國立場之聲明中，不作撤僑之表示。」⁹。所以在 1960 年代開始出現大批印尼華人僑居到台灣定居，並且能正式取得台灣的公民身份。

東南亞新移民聚集會形成族群地方，以族群特色的消費活動為核心，而印尼華人因具有公民身分和一定的資產通常會經營雜貨店和相關輸入業並為經營者的身份，而缺乏公民身份和資產的東南亞族裔勞工會成為他們僱用的對象和消費的客源（王志弘、沈孟穎、林純秀，2009：5）。

第二階段是從 1994 年政府宣布「南向政策」，公開鼓勵台商到東南亞投資，在此之前，台資就已外流，台灣資金外流始於 1980 年代中期（夏曉鵬，1997：10-21）。隨著政府的政策，台灣男子娶外籍配偶的比率也提高，這些外籍配偶以華人子女、及華人與泰、印、越等人通婚婚的子女為主，台灣男子多與東南亞國家的華人通婚，是因彼此的語言、文化風俗和生活習慣差異性較小（夏曉鵬，1997）。台灣男子對外通婚的對象會因接觸的時間和配額限制有關，從 1980 年代中期以後泰國和菲律賓的配偶最為普遍，自 1991 年開始，印尼配偶也開始顯著增加。印尼配偶的移入也讓印尼商店的客群取向增加，她們因具有公民身分和夫家的資金和文化資本，也能經營風味小吃店，不但有經濟來源也能幫忙

⁹ 〈商討印尼迫害華僑問題會議紀錄〉，1960 年 2 月 11 日，《印尼迫害華僑案》，臺北縣：國史館藏，檔號：0127。

夫家的生活開銷。

第三階段是在 1990 年底，行政院勞工委員會公布「14 項重要工程人力需求因應實施方案」，隔年 6 月引進首批外勞，同年 10 月公布 6 大行業 15 職種可引進外勞¹⁰，外籍勞工的國籍分別有印尼、越南、菲律賓、泰國等，直到 2008 年底為止，外籍勞工以印尼籍的數量為最多。從此三階段可以看到暫居與移入台灣的印尼勞工和印尼華人遷移的社會背景與脈絡，印尼華人的經濟活動，大多數從事商業經營，在過去荷印時代是居於中介商人地位，印尼華人多從事商業活動，經營二盤商（批發商）及三盤商（零售商）為主，與東南亞各國的華人商家有密切聯繫，例如閩南籍華人經營土產與輸出，客家籍華人經營雜貨業，華人雖受政治排擠，但仍求生存發展（陳以令，1989）。

從上述可以看到過去的研究，確實發現移民族群多經營日用品雜貨與輸入業，而在台灣的東南亞餐飲店除了經營家鄉的特色小吃外，還有眾多日用品提供、美容保養、收機電話卡銷售和各種匯兌郵寄等服務；因此，商店的經營會聚集許多此族群成員群聚效應，產生控制工作雇用的薪資、條件等情形。從這三階段的流動過程和政府的策略方案，可以看到東南亞商店背後的經營方向以及族群經營的網絡節點，再者，可以看到飲食文化在異國發展的模糊邊界和族群掌控小吃產業的因素和資源。

¹⁰ http://www.gio.gov.tw/info/festival_c/labor/f_labor.htm

第二章 文獻理論探討與研究方法

第一節 族群經濟

一、族群經濟

Ivan Light 與 Steven J. Gold (2000) 在 *Ethnic Economies* 一書提到，所謂的族群經濟就是包含同族群的自雇者 (self-employed)、雇主 (employer) 和受雇者 (employees)。族群經濟不全然是一般的勞動市場，其中還包括移民者和少數移民者。族群經濟的概念源自於三個傳統，第一是歷史社會學；在古典經濟學中族群研究並非主流，而古典社會學家卻有興趣在族群議題做討論，如馬克思 (Marx)、韋伯 (Weber) 和宋巴特 (Sombart) 等，他們都認為資本主義會取代過去原始經濟，宋巴特認為現代的資本主義是超越個人，是建立在以利益為考量，當然也包括在以共同族群的利益關係上。然而，韋伯認為前資本主義都是以操作價格和道德的雙元論在進行，反映過去都是以忠誠的族群團體來考量，而非極大利益為目標；韋伯因而也相信這是普遍主義提供理性的布爾喬亞資本主義超越傳統資本主義。第一，普遍主義承諾合法的契約關係去取代社會信任和分享文化價值。第二，普遍主義允許官僚階層有本身的技術創新、有自己的經濟規模、正式的職業和理性成本的花費等。韋伯和馬克思都拋棄族群資本主義，直到近代才回到社會學上的興趣；畢竟，族群資本主義無法達到很大的數量。

第二是從歷史社會學所發展的中間少數人理論；中間人少數團體是源自韋伯提到賤民資本主義 (pariah capitalism)，以同族群為少數的市場貿易在前資本主義社會所形成的方式。中間人少數團體會發展出特殊的資源去支持和提升他們的經濟成功。這些資源包括企業價值、信念、制度和社會網絡，這些資源會傳承到中間人少數團體的下一代並進入到貿易的規則，並持續他們家族或人群的傳統。中間人理論一開始被定義為邊陲、落後和第三世界的經濟領域才會出

現的，而 Clifford Geertz 舉標會的例子，標會是建立在傳統的經濟的行為，說明傳統的經濟行為會隨著資本主義的擴張而漸漸消失，而 Bonacich 卻認為這和資本主義擴張是沒有關係的，中間少數人未必移居到第三世界國家，反而移民到現代資本主義的國家，而移民移居的過程必會先發展社會連帶，而這樣的連帶過程中傳統的經濟行為並不會消失。

Bonacich 就認為旅居在外的過程相當不容易，中間人少數團體因而會凝聚他們的社會連帶並加強提升他們企業的發展。但社會學也對中間人少數團體隱含了一些盲點，第一是中間人理論強調只能用於邊陲地帶的第三世界的脈絡，包含先進市場社會不再有傳統的資本主義；第二是中間人理論僅重視從事商業的人，無法說明受薪階級轉變成創業者，中間人理論的使用限制了經濟整合的分析和族群少數人與移民者的社會流動。最後，中間人少數理論可以解釋第三世界過時的族群資本主義，沒辦法解釋現代資本主義。這個理論主要是在說少數移民到其他國家去時所處的經濟邊陲的角色，無法進入經濟的核心，對於移民經濟的轉變沒有辦法全然解釋，因此才開始有學者提出「族群經濟理論」，而非延用中間少數人理論所無法解釋的現象。

第三是來自非裔美國經濟思想家 Booker T. Washington，Washington (1990) 則認為對於黑人來說有政治的行動和家戶的擁有權是較為重要的，並且認為經濟的權力比擁有投票權更為重要，提倡少數族群在經濟上的發展要優先於政治權，並組織聯盟改善非裔美國人的經濟條件，而這些移民和少數族群企業的相關理論在 Washington 的提倡之下也從美國傳到歐洲、澳洲和亞洲等。而族群經濟的概念就是從這三個主要的傳統發展出來，也成為日後族群經濟發展的起源過程與討論的論點。

Bonacich 和 Modell (1980) 是最先定義族群經濟，指的是相同族群或移民團體的自雇、雇主、員工和未付薪資的家族員工在某一行業工作的概念，而在族群經濟中區分在一般勞動市場所得工作的受雇移民者和族群少數。

Bonacich 和 Modell 對於族群經濟的概念沒有提供足夠的意義，且不足以分析族群經濟所包含的現象，因此 Light 與 Gold 再重新命名 Jiobu 指稱的族群的領導權，到 Logan、Alba 和 McNulty 所稱的族群經濟和 Waldinger 與其他學者稱族群網絡；提議以「族群控制經濟」涵蓋所有的概念。Light 與 Gold 企圖把族群經濟放在更大的環境和職業流動上來看，並將族群經濟的概念分為四種，分別是族群經濟 (ethnic economy)、族群內捲式經濟 (ethnic enclave economy)、族群所有權經濟 (ethnic ownership economy) 和族群控制經濟 (ethnic-controlled economy)。基本上，族群經濟所關注的是少數族群，尤其是移民，如何在移入國的特定政治、經濟與社會條件（機會與限制）下，利用各種階級資源和族群資源來立足謀生、建立網絡，以及這些移民群體的內部社會關係、跨國社群網絡形成，以及移入國社會各方面的影響（王志弘，2008：9）。Light 與 Gold（2000）就將族群經濟的相關概念做了定義上的理解，如表 2-1-1，讓研究族群經濟相關議題能有定義上的理解和區別。

本文所討論的「印尼商店」，主要是分為零售商和進口商來，其商店擁有者為客籍印尼華人，根據這種界定（同族群的雇主、自雇者、雇員及消費者），確實也可以說是構成族群經濟的關係。台灣的客籍印尼華人所經營的商店中，內部的網絡關係與經營發展是必須詳細描述與釐清的部分。

表 2-1-1 族群經濟的相關概念

概念	定義
族群經濟 ethnic economy	自雇者、雇主、未領新的家族勞工，以及同族群的雇員
族群內捲式經濟 ethnic enclave economy	在特定核心領域中聚集的族群經濟
族群所有權經濟 ethnic ownership economy	族群經濟
族群控制的經濟 ethnic-controlled economy	由相同族群的雇員在主流經濟裡明顯和持續的發展經濟力量。

資料來源: Ivan Light and Steven J. Gold, 2000：23。

二、族群所有權經濟（ethnic ownership economies）

族群所有權經濟包含自雇者、雇主、同族群的員工和未支薪的家族成員。

Light 及 Gold（2000）認為族群經濟的規模較難評估，想要用有效的方式去評估族群經濟的大小。族群所有權經濟提供同族群勞動機會比一般市場要多，為了生計，同族群的人會在族群所有權經濟中被雇用；族群所有權經濟中雇用者和受雇者也並非是同一個族群。在美國的脈絡來看，當族群團體很小的時候，族群所有權經濟不是 100%或是 0%，每個族群團體都有自己的族群所有權經濟。族群所有權經濟是很少部分的，規模也很難定義，但這是社會經濟運作的模式之一。Light 及 Gold（2000）也調查到 1940 年日裔美國人的族群經濟是相當龐大的，因 1940 年到 1970 年自雇階級下降，許多研究者就認為族群經濟不存在，但需要用系統性的資料去研究才能觀察出來。族群經濟在移民團體是相當重要的，廣義來說許多案例都是一種族群經濟的展現，雖沒有規模大到受到注意，但聚集的族群經濟和族群移民仍是有意義的。

第二節 創業資源

Light (1984) 指出，擁有何種種類和性質的資源，對創業機會有很大的影響，他將創業資源 (entrepreneurial resources) 分為兩種形態：族群資源 (ethnic resource) 與階級資源 (class resources)。族群資源是指同族群因共想某些共同的社會文化價值，族群創業者或是直接運用這些社會文化特質，或是因這些特徵而間接獲利；族群資源包括親屬婚姻體系、Middle-man 少數民族傳統、宗教、語言和族群的團結性等文化特質 (Light, 1984; Chen&Cheung, 1985; Kim&Hurh, 1985; Light&Bonacich, 1988, 轉引自張維安編，2001，曾熾芬著：269)。另一方面階級資源，是指能夠世代傳承的資源，諸如：私有財產的所有權、擁有生產與分配的工具、人力資本、投資的資金、布爾喬亞價值、態度、知識和技術等 (Ligh&karageorgis)。

在實證上，我們很難去區分何種資源為純粹的族群資源或純粹的階級資源，因大部分的資源同時具有這兩種面向，然而將這兩種資源做理論上的區分仍有重要的意義 (張維安編，2001：269)。以下就對於階級資源與族群資源進行一些討論：

Light 及 Gold (2000) 指出階級資源可以是多元性的，它包含物質性的和文化性的面向，物質性面向包含有財富和財產等，在馬克思主義下資本階級的財產是一種資源，新古典經濟學家增加人力資本 (human capital) 在階級資源中，因人力資源需要財富的投資；在文化的面向上，階級資源是代間的職業關係、價值、態度和知識等特質的傳承，建立在社會流動的關係上，形成一個具有族群特色的階級資源。

所有的階級資源皆來自資本的形式，資本對於產量和生產力是很重要。資本的形式分為四類：

第一類是古典的資本形式是金融性的資本 (financial capital)，金錢和財富

是金融資本的主要的兩個方式。金融資本在建立族群經濟是扮演很重要的角色，例如 Light 及 Gold（2000）舉出白人比黑人擁有較多的金融資本與銀行的借貸關係，這也代表當所有的金融資本都被控制在某一個族群上的時候，就有較多的資本可以創業。但回到族群經濟上時，銀行貸款在小型企業未必如此重要，可以發現銀行和雇主對於少數族群是歧視的且是被拒絕的對象，所以在金融方面較弱勢的族群團體的個人儲蓄、與親友的借貸才是主要資本的來源。小型企業在剛開始起步的時候都是依靠自身的儲蓄或是親友的借貸，中型企業或大型企業以上才較以銀行貸款為主。

曾熾芬在〈族群資源與社會資本：洛杉磯華人創業過程的研究〉指出華裔移民創業者取得資本的過程中，大部分都來自家族融資和同族群金融機構的貸款，面臨到向美國銀行貸款的困境，只好透過自助的方式累積資本，不是向家族成員融資，就是向同族群金融機構貸款。Light 與 Gold（2000）認為族群貸款影響整個族群經濟創造時，就無法解釋為何在金融財富的差異上，一個族群團體的所有權經濟會超越另一個團體。

第二類的資本形式是人力資本（human capital），古典經濟學上，馬克思將金錢、商品和物質上的資本僅視為資本的一種形式，而當代的社會科學家卻拒絕這樣的觀點。人力資源是指個人在自己身上投資的生產力，生產力藉由工作的個人能力來增加價值，教育和工作經驗是最基本的人力資本的形式。

Light 與 Gold（2000）舉出電腦工程師的例子，需要取得相關知識與證照，提高本身的人力資本，這些知識會提高個人在工作的生產力，因而人力資本也會使企業更有力量，人力資本增加企業的受雇者的生產力，也有很多的證據也顯示，在很多族群團體和類屬裡面，人力資本會增加創業的比例。Light 與 Gold（2000）也比較白人與黑人的企業中，白人比黑人有更多的人力資本，這個人力資本超越先前所擁有的金融資本，也就是因教育程度較高取得較高薪資的理由，大於他能成功的取得金融資本，所以白人能進入某一個企業比例比較高，

是因有較多的人力資本，但人力資本對企業經營的影響是比較模糊的，所以有一些關係是需要被釐清的。

經濟學家都把人力資本量化，因人力資本都把收入量化，因用收入來量化，很難去討論人力資本的發展，因付出人力資本是需要付出金錢和長期的時間，要如何去計算是需要釐清的問題。Collins（1988）就認為：人力資本不是一種族群資本的優勢，或者在經濟上來說不是文化知識的優勢。因經濟學者討論的人力資本就像是金融資本，他們認為人力資本是需要花費金錢，所以在談人力資本不能只討論收入，還要討論階級文化所形成的網絡關係。收入可以增加人力資本，可以藉由花錢來培養自己，但收入沒有辦法完全取得人力資本，因有些東西取得需要考慮階級文化的取得，與收入的關係是沒有太大的關係。階級文化提供的觀點擴大支持教育的獲得。Mayer（1997）也認為雙親的收入，會影響教育的優勢，因雙親有能力花費且願意培養小孩受教育，也增加其人力資本的能力。除了金錢以外，富裕的人們因擁有階級文化就可以增加他們想要的人力資本，這樣的階級文化提供一個支持教育獲得的觀點。這對於 Bourdieu 來說，指稱為慣習（habitus），慣習為我們理解這世界的方式，也因為慣習，使不同族群的人們，擁有不同的人力資本。

第三類資本形式是文化資本（cultural capital），那些高階層所擁有人力資本、金融資本和文化資本都屬於階級資源，雖然是階級資源，文化資本卻不是有形的資源。Bourdieu 對文化資本的發展概念是社會較高階級文化擁有的能力，高階級文化強調的是藝術、音樂、舞蹈和文學，也包括家俱、建築、食品與流行等，這些藝術知識展現了資本能力。Bourdieu 就指出這些文化資本是從家庭和學校習得的，這些知識是有利的，很多時候家庭教育所學得的知識是學校所忽略的，所以環境可以給小孩充足的文化資本，在某些條件下，文化資本也可以是轉化金融資本。正式教育是在文憑、學業和證照的取得，文化資本是相當不同於人力資本，他們都出現在正式的教育當中，人力資本是增加自身的

生產力，文化資本是透過工作、結婚、生意網絡聯結所得，差異在於擁有者如何去獲得資本的利益。

Bourdieu (1983) 在《資本的形式》一文中指出「文化資本」主要由三種形式產生：一是內化形式 (embodied state) 的文化資本，經由成長環境長期所培育的氣質，是屬於個人內化的文化資本，如談吐、舉止儀表等。二是客體化形式 (objectified state) 的文化資本，是指以物體和媒體所表現出來文化商品的形式，如圖書、圖畫、字典、工具等，或各種需要用金錢累積的「物」。三是制度化形式 (institutionalized state) 的文化資本，由合法制度所確認的文化資本，如文憑、畢業證書、證照等。

文化資本的獲得決定於時間長短、社會空間和社會階級，它並非是深思熟慮的計算，因此是在無意識中習得，也是長期文化投資、潛移默化下的結果 (邱天助，2002)。這樣的文化資本是靠家庭常時間的投入、培養，進行有意識的計畫教育，而成為帶得走的文化能力。

Bourdieu 分析資本階級的上層文化，把它成為文化資本，他忽略資本階級的職業文化，對於文化資本比較強調的是美學判斷，這樣的觀點 Light 與 Gold (2000) 認為是需要改善的，所以他們從 1987 年的企業擁有者普查中分析在美國不同族群和性別的企業擁有者的文化資本，說明年輕人找的第一份工作會是在自己親戚朋友家找工作的比例很高，且比例上有族群間的差異，可以看到職業文化是在自己親戚朋友家養成的，不只說資產階級中較高的文化，也談職業文化學習的養成，因在親戚朋友家工作便習得此企業的運作模式，將來開業便可以照此模式，而這也是一種文化資本的獲得。

第四類資本的形式是社會資本 (social capital)，社會資本是社會學家在 1980 年代後提出的，希望將社會、文化因素納入經濟思考之中，以補充只用技術與經濟因素說明經濟成長現象之不足 (林瑜蔚，2008)。社會資本是指去動員關係網絡，Ostrom (1994) 指出社會資本是「一種人力資源的安排，去改善未來的

收入流動」。

社會資本是從強與弱的社會連帶得社會網絡所取得，社會網絡對於企業家開始和運作事業來說是很重要的。不像金融資本一樣，只是一種被耗損使用的，社會資本會隨者時間累積而增加利用價值；社會資本也不像文化資本需要學習與吸收，社會資本是一個外部的資源，他是被繼承和獲得的(Light&Gold, 2000 : 95)。如父母親的財產會留給小孩，這繼承的關係被授予經濟的優勢，當擁有者的階級高於其族群認同時，社會資本的取得就展現一種階級資源。

社會資本也需要發展與維持，企業家的社會資本資源就相當於中國對於「關係」的概念，而這「關係」是與別人建立關係，從中謀取個人或組織利害關係的優勢，可以利用關係賄賂他人使自己好辦事，也可利用此關係施加影響(Light and Gold, 2000 : 95)。Coleman (1994) 指出社會資本創造人力資本，這些經濟的表現被當成是金融的資源，社會資本創造人力資本是需要靠父母親強大的能力去監視和控制他們小孩的學習慣習和交友圈，這個能力可以增加小孩在求學的成功和增加教育的比例。所以父母親的社會資本會轉變為小孩的人力資本，也變成是小孩的一種資產。Coleman (1988) 也提到社會資本的概念要橫越經濟和社會的藩籬。認為社會資本是內生於行動者之間的關係結構中，亦即信任關係、權威關係、信息網絡與規範地位等，都是影響社會資本形成要素(鄭冠榮、蔡青龍，2010 : 8)。

社會科學發現網絡存在於企業之間，最簡單的是社會資本的使用，美國與中國企業對於社會資本(關係)就有不同的策略，在美國企業策略上網絡是受限制的技巧；相反的，中國企業中網絡的策略是相當普遍且重要的，因此這是一種族群資源。中國企業的較廣大的禮儀和關係是反應在中國文化上，不只是階級文化，中國企業的社會資本(真實的關係)是中國文化資本的生成(如何建立關係的知識)。所以從族群的社會關係中，可以看出社會資本如何運用，親屬關係或族群網絡提供移民者創業所需要的諸多資源，如勞力資源、財務幫

助、商業資訊等，從這樣的觀點下，就可以看到某些移民團體比另一移民團體擁有更多的社會資本（張維安編，2001：271）。

社會資本與移民社會面向的研究中，社會資本理論多半強調地域性的重要，認為流動性不利於社會資本形成與累積（許雅惠，2009，11），但在移民創業有關的研究指出，社會資本能促使接待社會中的族裔經濟和社會利基（social niches）的發生（Marger, 2000；Hyden, 2001；Light et al., 1999，引自鄭冠榮、蔡青龍，2010：8）。多數研究亦認為移民社會該如何從事投資、資訊的傳遞與獲得及族裔企業員工的招募（Marger, 2001）等，皆是透過同族裔與家庭成員間的關係網絡所創造出來（Light, 1972；Light et al., 1994；Logan et al., 1994，引自鄭冠榮、蔡青龍，2010：8）。

Coleman（1988）提出「社會資本」（social capital）是指個人動員其因歸屬於某一個團體所帶來的資源，它並非實質的資產，是存在社會網絡當中一個無形的資源。

Coleman（1990）對於社會資本的觀點著重在「人際關係」的面向，個人擁有越多的社會資本，更有助於行動目標的達成，他認為社會資本非單一本質，包括組成社會結構的某些面向，及這些結構促進個人的某些行動。

社會資本的形式對於印尼進口商與商店在創業與發展過程中是相當重要的指標來進行觀察，印尼商店在創業的過程，是透過階級資源或是族群資源？都是需要去釐清與討論的。

從以上可以看到階級資源和族群資源中四種資本的交互轉化的運用，在族群經濟中很難去區分何種資源是純粹的族群資源或是純粹的階級資源，在不同環境與時間轉變的過程，移民創業者所運用的資本也會有所差異，移民創業者也會比一般企業主所使用的族群資源較多，也會透過族群關係去尋找雇員。

第三節 研究方法與研究限制

本文主要說明研究方法與研究設計，包括研究地點的選定、研究對象的來源與描述、研究資料的蒐集與分析等，將在以下詳細說明。

本研究主要是探討印尼華人的創業過程，並且以印尼商店的經營者為主要受訪對象，而印尼商店多分布在外籍勞工聚集的工業區附近，尤其以桃園、中壢火車站附近為多，此為交通重要樞紐，往來台北、桃園各地最為方便，也成為外籍勞工聚會、休閒等的據點。本研究方法是以質性研究的深度訪談法為主，主要分為兩部分，第一部分是具體的問題，受訪者反應的內容則為開放性；另一部分為依受訪者回應的內容，深入追問下去。

一、研究對象選取

本抽樣對象是以具目的性並且按部就班地在研究中定義個案，抽象的決定非形式化，亦非事先加以定義，是隨著蒐集與分析資料等持續發展而逐漸形成（張可婷，2010：36），並且利用滾雪球抽樣，從一件個案詢問受訪者可能與該研究相關的人士。

本研究主要以經營印尼商店的擁有者為研究對象，初期進行此研究時，尚未了解印尼商店的分布狀況，先從在小學擔任教師的朋友介紹印尼華人的家長，藉此詢問印尼商店的分布狀況，從此開始進入田野的地點。經此家長初步的告知在中壢後火車站的新興路、桃園後車站和埔心車站為印尼商店的分布範圍後，便開始以中壢新興路、桃園後車站和埔心車站為我的田野地點和受訪者選取的對象來源。再者，張翰璧教授指出過去在忠貞國小的新移民中心做過外籍配偶的相關研究的訪問，可以從中詢問印尼商店的分布狀況，研究者也實際從新移中心的資訊得到在忠貞市場有一、兩家印尼商店，也以此為研究的田野地點；另外因外籍勞工分部的集中地為桃園、中壢一帶，所以此研究地點也先

從此縣市開始進行田野研究。

初步觀察後發現中壢後火車站的新興路共有七家印尼小吃雜貨店，桃園後車站有三家印尼商店（兩家經營者是客籍印尼華人，一家是印尼籍配偶），忠貞市場有兩家印尼商店（兩家為客籍印尼華人），埔心車站旁為一家印尼商店（客籍印尼華人），其經營者多為印尼客籍華人，只有一家在桃園後車站是由印尼外籍配偶（印尼原住民）所經營。另外，經由中壢後車站的印尼小吃店經營者的關係，介紹研究者訪問三位進口印尼雜貨食品的進口商，他們是從早期以跑單幫的方式賣一些印尼食品雜貨，而後成立進口商批發印尼雜貨食品為主要經營方式。原本的研究對象都是以經營印尼商店的擁有者為受訪對象，因受訪者之引薦與介紹，讓研究者接觸與了解到印尼進口商這一部分的經濟行動，也增加本研究內容的豐富度，進而將印尼進口商的個案納入此研究的面向。

在訪問對象的選取上，共有十一位受訪者，四位印尼雜貨進口商、七位印尼商店擁有者 A1~A7（其中兩位是第二代經營者）以觀察與訪問在台創業的過程與歷史。四位進口商中 C1、C2、C3 為客籍印尼華人，C4 為台灣人；七位零售商都為客籍印尼華人。此外，依本研究的受訪者所經營的印尼商店可分為印尼雜貨進口商和印尼零售店。藉此可以觀察不同形式經營印尼商店的差異，並且可以敘述印尼商店出現的歷史脈絡與過程。進口商與零售商的受訪者簡易資料如表 2-3-1。從此表可以觀察到受訪者除了 C4 是台灣人以外，其他受訪者的籍貫都是廣東梅縣，受訪者所說的方言也都以客家話為主。

表 2-3-1：零售商與進口商的簡易資料

受訪者		性別	民國(年)出生	籍貫	民國(年)來台	做此行業(年)
零售商家	A1	男	民國 26 年	廣東梅縣	民國 70 年左右	10 年
	A2	男	民國 60 年	廣東梅縣	民國 70 年左右	4 年
	A3	女	民國 50 年	廣東梅縣	民國 70 年左右	5 年
	A4	女	民國 60 年	廣東梅縣	民國 94 年左右	5 年
	A5	女	民國 54 年	廣東梅縣	民國 70 年左右	13 年
	A6	女	民國 53 年	廣東梅縣	民國 70 年左右	2 年

	A7	女	民國 65 年	廣東梅縣	民國 80 年左右	2 年
進口商家	C1	女	民國 39 年	廣東梅縣	民國 70 年左右	20 年
	C2	男	民國 38 年	廣東梅縣	民國 70 年左右	20 年
	C3	男	民國 50 年	廣東梅縣	民國 70 年左右	11 年
	C4	男	民國 65 年	台灣人	民國 91 年左右	8 年

資料來源：研究者自行整理。

本研究尋找研究對象所採取的是立意抽樣（purposive sampling）的方式和滾雪球抽樣（snowball sampling）兩種模式來進行受訪者的抽樣方式。立意抽樣是指根據研究者主題的選定和主觀的認定，去選取最適合其研究目的之樣本（張紹勳，2000：113）。而滾雪球抽樣是指找「初始」樣本當成抽樣的種子，如本研究找到的印尼商店經營者，經由他們的協助再提供合乎其研究目的所需要的適合人選，再逐漸擴充其研究範圍和對象。

在實踐立意抽樣的過程中，研究者一開始已初步觀察研究的田野範圍，並且親自進入研究場域與受訪者先建立關係，在初次進入印尼商店時，都會先以消費者的角色進入，順道與經營者聊天並了解其經營背景與開店經歷，幾次的相互認識與了解之後，帶出研究者的身分並且詢問是否願意接受訪問，通常受訪者都會因之前所建立的友誼關係而願意接受訪問。曾經研究者因為心急，在第一次進入印尼商店後直接表明自己的身分，並詢問經營者是否有意願接受訪問，結果卻是被婉轉的拒絕，這也讓筆者了解進入場域需要有耐心，還有取得信任感在研究訪問的過程中是相當重要的一環。爾後，再進入新的研究場域與面對新的研究對象，都會經過多次的認識和閒聊來相互了解，並告知研究者本身的身分和訪問目的才會進入詢問訪談的意願。

再者，研究者再使用滾雪球抽樣的經驗是透過個案的訪談內容，尋找其他的受訪個案，通常受訪者會告訴研究者過往經歷中，有哪些朋友也是做相同的工作，經邀請之下也願意介紹下一個受訪者給研究者，此時需要積極的和受訪者聯絡確定另一個受訪者適合的時間與地點，不然很容易會因時間的延遲，受

訪者也會因研究者沒有繼續追問而忽略聯繫的事情。通常透過滾雪球抽樣為中介的受訪者，多因有一分關係連結，更願意敘述自己的經歷與過程，因本研究主要是印尼商店經營創業的過程，有時候會讓經營者在訪問的時候有戒心，但因中介者的關係其他的受訪者會因此卸下心防，較願意多談一些過往的經歷，也因介紹人會在場，反而會讓他們相互確認與重建過往的情景經驗和事件，因而常有讓研究者意想不到的收穫，也增加研究者研究內容的豐富度。

每次的受訪者最少都是經歷二到三次的關係建立，才取得對方的信任而進入訪談的內容，有時候在田野結束後的資料整理，發現到資料的不足更要再次前往田野進行訪問，訪問的過程歷時一年半，進行的訪談與拜訪不下三十次，之後礙於筆者論文的時間壓力，才開始將收集的資料進行分析與整理。

二、訪談資料蒐集

質性研究中蒐集資料的典型方法有四種，分別是參與、直接觀察、深度訪談和檔案與物質文化的分析 (Marshall and Rossman 1999)，而根據 Seidman (2006) 指出說故事的人必須反思個人的經驗，如此才得以補滿故事起點、轉折與中點當中的細節，而說故事是一種意義建立的過程，其涉及組構經驗的細節、反思等，經由這樣的過程運作，經驗細節也可取得前後貫通的意義 (Marshall and Rossman 1999)。若想要了解這樣的經驗就必須透過深度訪談的方式，指出描述訪談就好像是「一種有目的性的交談對話」(Marshall and Rossman 1999)，且深度訪談的目的在於研究關心的重點就是參與者主觀觀點，再加上其他方法的蒐集資料，針對不同來源的資料，與訪談的結果，與以交叉對照 (Marshall and Rossman 1999)。本研究的資料收集方式採取兩種：一是訪談法，二是錄製方式

(一) 訪談法

訪談的形式有很多種，訪談的形式視為是結構的延長線，在線的一端是結構化訪談，另一端是非結構化的訪談，這兩極端中間是半結構訪談或焦點訪談

(齊力、林本炫編，2006：97)。訪談法中可以分「非結構式」、「半結構式」和「結構式」，非結構式往往是以日常生活閒聊來取得內部資訊；結構式訪談是有累積分類、排序法等進一步澄清等的研究技術；半結構式是以「訪談大綱」來進行訪談（胡幼慧，2008：125）。本文採取「半結構式」的深度訪談，半結構式的訪談較有彈性，研究者列出研究主題相關的訪談為指引，問題的方式和順序較可以變動和隨著受訪者的回應而增加訪問的內容與問題。透過此訪談法，主要可以從印尼商店經營者的日常生活會話與對談來了解經營者在創業的歷程與經營的模式，也可重建和建構過去的歷史與過程。

深度訪談的目的是希望從受訪者身上得到資料，所以需要受訪者的配合，而資訊的獲得是需要建立在雙方的信任關係之後，因此，深度訪談也是一種社交關係的互動，建立關係才能進一步的深談並了解受訪者看待世界的方式。深度訪談這樣的質性研究最重要的是人與人之間的關係，並且要尊重受訪者的立場是訪談過程中很重要的態度。在本次訪談中，與受訪者之間的訪問關係有以下較重要的省思：

1. 隱私保密：在與受訪者訪談之前，需要詢問是否接受錄音以及告知事後謄稿和分析過程都為保密原則，如果受訪者不便接受錄音，須尊重對方的意願，保護受訪者的隱私，以免造成不必要的困擾。
2. 建立關係：在開始接觸受訪者時，需要先告知自己的身分並自我介紹，再將研究議題的動機、過程、準備要如何進行等情形詳細說明，建立互相信任的關係，不能只把受訪者當作獲取資料的工具，這在研究倫理是不恰當的，也切勿結束與受訪者訪談後便無聯絡，這是相當不便於日後能再次深度訪談的資料蒐集。在適當的時機也要對於受訪者給予關心，如日常生活的閒聊或對方身體狀況的保重等，在田野研究當中，「人」才是我們最終關懷的對象，並非只是以資料取得為最終目的。
3. 訪談的技巧：研究者在進入各種不同的情境要進入訪談是相當重要的，如果

處理不好很容易引起受訪者的反感與排斥，如關係建立良好且相談甚歡，更是增強對自己研究議題的信心。例如研究者在初次進入店家都會以消費者的角色進入田野，與經營者建立一陣子的關係並在聊天過程中與他們相互了解並自我介紹取得信任感，並且讓受訪者們了解研究者的身分背景與研究興趣和動機，在關係建立後才進行訊問相關的訪談事宜，雖然要花較久的時間，但在每次建立關係後所得到的資訊都會是讓研究者有不同的驚喜和豐富的資訊與故事。在訪談前幾次詢問印尼商店經營者有關消費者（華人與印尼當地人）之間的關係時，受訪者都是回答關係不錯，但等到有其他華人朋友加入聊天時，研究者再用其他的方式詢問華人與印尼當地人的關係時，有一些華人朋友（非經營者）就會提到華人與印尼當地人是較不對等的關係，並會舉例告訴研究者，這時經營者才會說他在店裡看到的狀況，研究者就意識到經營者不想主動提到華人和印尼當地人（外勞）在消費過程中之間的差異關係，是為了要維持做生意一視同仁的心態，所以比較敏感的問題會較小心的回答。所以遇到一些生意上的敏感問題，有時候研究者會用日常聊天的口氣詢問，不要讓受訪者有壓力，或是有其他華人朋友加入聊天的過程時，再順道與他們聊這些關係，經營者也不會倍感壓力。

4. 如何結束訪談：結束一個訪談在深度訪談中也是一種技巧和藝術，每次的訪問不論是否有蒐集到豐富或足夠的資料，都應該真誠的感謝受訪者提供的故事與幫助。在結束訪問上切勿表現得急於想離開，這樣的舉動也許會破壞彼此建立的關係，如已完成訪談目標，可以先感謝受訪者提供這麼多的資訊豐富了研究的內容，並提到彼此約定的訪談時間差不多已到，耽誤對方寶貴的時間，說明自己該離開並且讓受訪者繼續工作，或是告知自己等下還要上課等因素需要先行離開，這是在訪談過程中最後需要注意的地方，莫讓受訪者覺得自己只是取得資料的過程，這也是和受訪者互動關係中很重要的過程之一。

（二）錄製方式

研究者除了用眼睛觀察和筆記記錄下來之外，會利用「錄音」的方式將受訪者的訪談紀錄下來，可以在事後整理資料時，進行訪談稿的紀錄，也為日後分析所掌握的資料較為完整，也可避免在訪談過程中，筆記所遺漏的重要訊息。

（三）資料分析

資料整理與分析是研究過程中極為重要的一環，質性研究是一種經驗研究方法，傾向採取多元方法，也就是不只一種資料蒐集與詮釋、分析的方法（齊力、林本炫編，2006：15）。研究者並無必要自我設限，先行排除所謂前科學的概念與非標準化的資料，如日常生活經驗或內省所得，這些經驗、理解對於繪出事物完整圖像都有幫助，最後取決於整體圖像的內在合邏輯性、與當事人經驗的吻合性（齊力、林本炫編，2006：15）。

本文分析採取開放性編碼，這是一種動態而流暢的歷程，開放性編碼（Open coding）是用以界定資料中所發現之概念，及其屬性和面向的分析歷程（Strauss 1998）。概念是一種被標的（labeled phenomenon）的現象，從資料中指認出重要的事件、事物、行動/互動等抽象表徵，並且讓相似的事件、事例和事物等，加以類組，並歸納在共同的分類下（Strauss 1998）。在開放編碼的過程中，資料是被分解成獨立的部分後，再被詳細的檢視、分解獨立的念頭等個現象，一旦發現在性質上具有概念相似性或是意義的關聯性，便以更抽象的概念加以群聚，這稱為「類別」（categories）。類別（categories）確定後就要建立其特定的屬性與面向，不同的類別面向範圍內的變異情形也不同。屬性（properties）是一個類別（categories）的一般性或特定性特徵，面向（dimensions）則代表在屬性（properties）在一個連續範圍的落點。例如，本研究的研究分析主要為印尼雜貨進口商和印尼商店的零售商兩大類別，其許多次問題的面向與屬性都要依訪談資料來加以歸納和分類。

三、研究限制

（一）建立關係的困難

本研究是一個初探性研究，過去較少研究關注在台灣印尼華人經營商店的狀況，這部分的研究也通常被忽略，較多部分都以東南亞移工的面向來研究，缺少對於經營者的描述與深入探討其創業背景與歷程。

因在印尼小吃店的場域中，消費者不外乎是客籍印尼華人、印尼籍配偶和印尼勞工，台灣人會進入印尼店家甚少。當研究者一開始進入時，店家經營者或是店裡消費者都會投注好奇的眼光，無形中也帶給研究者一些壓力。剛開始從消費者的角色進入，告知經營者研究者本身的身分，並說明想要多了解與認識印尼小吃，便由此進入此場域觀察和了解。在初次進入場域中都是以消費者身分進入，並且常詢問經營者印尼小吃飲食的問題，由此與經營者建立關係，而每位受訪者都需要多次的拜訪，才能讓經營者卸下心防，筆者在多次與經營者培養感情和信任之後，才會要求正式的訪談，但在訪談之前，筆者都已經與訪談者相互了解彼此的身分和經歷，這也對在正式訪談中要詢問經營上的歷史背景較能讓受訪者侃侃而談。

因本研究的研究對象的身分多屬於印尼華人，許多華人都是受排華事件而移民到台灣，受訪者對於不是店裡主要消費者身分的筆者，多少都會帶有一些防備之心，加上筆者非客家人在語言上無法與他們藉由相同語言有更多親近性，只能與受訪者在建立關係的時間上拉長，取得信任，才能了解受訪者在印尼小吃店中經營的方式和觀察到內部的關係與資訊。

（二）資訊取得困難

印尼商品的進口商數目，尚無法完全掌握確切的數量，只能從印尼商店店家所接觸的進口商得到相關訊息，且要與完全沒有媒介關係的進口商連絡也是一大困難。在台灣印尼商店的數目也只能從所接觸到的進口商出貨的店家數來

加以計算，確切掌握整個產業的數目也是筆者研究的限制。

四、名詞定義

（一）客籍印尼華人

「客籍印尼華人」是指從印尼移民到台灣的客家人，因他們具有華人的身分且從印尼遷移到台灣的經驗，並在印尼當地居住過，有一些生活經驗和文化的不同，與台灣客家人形成區分的標準。

（二）華人和華僑

許多研究中許多作者會將「華人」與「華僑」交叉使用，其定義與解釋各有差異。王賡武（1994：6）指出移民類型可分為華商型、華工型、華僑型和華裔或再移民型等四大類，他試圖以廣義來探討不同時期所出現的移民類型。王賡武（1994：7）認為華「僑」來說明是較不適當，因「僑」字的本義是暫時居住，指離開自己的家園、本村、本鄉、本省而在外暫時居住，但仍在中國國內。

「華僑」這個概念在二十世紀以前的中文典籍中，只有少數提及這個概念，大部分是以「唐人」、「閩粵人」、「內地人」、「華民」、「華工」、「華人」、「華商」等，其內涵與「華僑」概念一樣，20 世紀 50 年代初以來，隨著東南亞國家民族政權建立和「華僑」雙重國籍問題的解決，絕大多數具有中國國籍的「華僑」化為當地國民，「華僑」這一稱謂逐漸成為「華人」，泛指具有中國人血統並一定程度保留中國文化者（莊國土，2001：20）。

廖建裕（2002）也提到「華人」一詞並不含有國籍的意思，戰後，大部分居於「海外」的炎黃子孫已經不再是中國僑民，所以「華僑」不適用於具有中國血統的人，在新馬一代，「華人」一詞漸流行起來，居住在中國版圖以外的炎黃子孫都叫「華人」。本研究的個案都屬於具有中國人血統，且領有中華民國身分證，所以以「華人」稱之，「印尼華人」也在其包含的範圍內。本研究使用「客籍印尼華人」此詞是與其他不同籍貫的印尼華人與其他國家華人做區別。

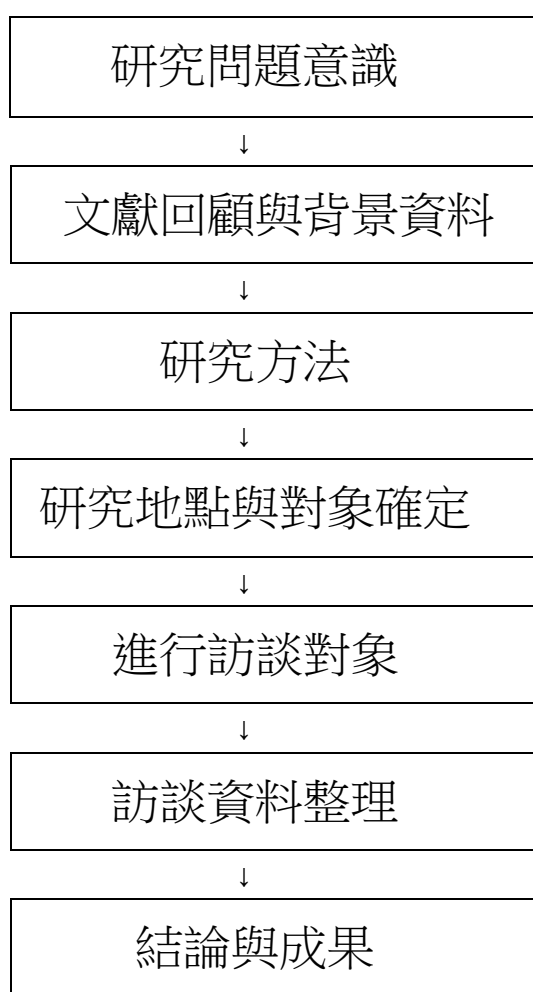
（三） 印尼商店

本文的「印尼商店」是指販賣印尼進口的雜貨、食品或有現煮的飲食料理的商店，雜貨主要包含泡麵、椰漿、蝦醬、印尼辣醬、醬油等，現煮飲食料理中的調味醬料都是以印尼進口的商品為主，強調當地口味的重現。

第四節 研究流程與章節安排

本文透過研究動機先到田野進行初步的了解，進而確立研究目的與問題意識，在從相關地點尋找研究對象，從訪談資料中整理和定義相關的名詞，並以深入訪談法進行此次研究，將資料整理與歸類進行分析與討論。

一、研究流程



二、章節安排

本論文共分為五章，除了第一章緒論與第二章文獻探討和研究方法，分析資料與討論分為兩章和第五章結論。第三章「客籍印尼華人在台灣的創業過程」欲探討印尼華人在印尼的發展過程，來到台灣的時代背景與歷史，接著敘述客籍華人從印尼來台灣後的維生方式，從事的工作到如何接觸買賣印尼雜貨等，並轉而進入進口商的領域等，並以此基礎來討論進口商的發展與經營，以此為第四章討論印尼零售店的背景。

第四章「印尼零售商店的發展」欲討論與描述印尼零售商店的發展起源、創業資源和經營商店的模式，從此可以了解客籍印尼華人在進入地主國家所採取維生的資源和如何調適與轉變，以及印尼商店在經營策略的差異等，都會在此章細緻的描繪和介紹。也探討群體在商店內的互動關係，因印尼華人曾經在印尼所受到排華事件，對於華人移民到另一個國家（台灣）時，印尼華人與印尼原住民的關係又是如何，在印尼當地強烈的「主客」關係到了台灣「主客」的轉變又是如何形成和改變；再者，並描繪商店內的人力資源的運用和招募過程，還有商店內的華人間的互動、華人與原住民的關係和內部網絡資訊的流通過程，將以此章來釐清和分析。

第五章「結論」將客籍印尼華人的創業過程所形成的在地網絡關係，以及創業過程所運用的資源與策略來將前兩章的研究做合併討論，也替整個研究目的和提出的問題做一個完整性的回答。

第三章 客籍印尼華人在台灣的創業過程

本章節主要探討的是 1980 年遷移台灣的印尼華人，且為何多以印尼商店為維生方式，是運用何種創業資源。第一節要談的是印尼華人在印尼的歷史出現過程，分析印尼華人的來源。第二節要談的是印尼華人遷台的原因，在印尼經歷哪些歷史事件，必須遷移？第三節落腳台灣後的生活狀況，如何維生，選擇經營印尼商店的過程和演變？印尼商店的族群產業如何形成？

第一節 在印尼的華人歷史

要探討印尼華人在印尼出現的歷史演變，須先探討移民現象的出現。近代世界大規模的移民現象，根本來看是人類社會生產力發展，資本累積和資本主義生產方式從歐洲向全球擴展所引起（馮子平，1993：22）。近代中國移民是世界移民的一個組成，但早在西元一、兩百年前，中國人的足跡就已經到達印尼。

中國與印尼關係密切，在漢代已有海路商船的往來。依歷史記載，中國與爪哇遠在漢順帝永建 6 年（西元 131 年），爪哇即遣使節到中國朝貢。這可以看到在兩千多年前，中國與印尼之間，不但有經濟往來的關係，也有朝貢與文化的交流。西元 414 年，高僧法顯自錫蘭取經，途中遇颱風，漂到爪哇可知當時到南洋需乘船利用季風到達，另佛國記言：「商人議言，當行時正可五十日變到廣州」，可證明當時廣州與印尼之間的往來，且在之前爪哇就已有華人居住（江宗仁，1992：52）。

在西歐資本主義建立之前，西歐各國的殖民者開始對外擴張，利用槍砲等武器對付亞洲，掠奪當地資源聚集財富。到 17 世紀初期，印尼群島處於政治分裂的狀態，各封建王國互相對峙，導致社會水準較低、政治經濟落後，使得荷蘭殖民者有機會入侵和建立殖民政權。

荷蘭人在印尼開始建立了具有實質的政權性質進行殖民統治，向印尼展開

掠奪。其中荷蘭於 1602 年到 1942 年，以武力取得爪哇，對印尼群島實行殖民統治 340 年，1619 年荷蘭攻佔巴達維亞（現今雅加達），為重建巴城；至 1629 年，巴城華人已達 2,000 多人，且當地零售業由華人所控制，對華人發展有利，也使巴城裡的華人逐漸增加（牛震，2002：102）。荷蘭殖民者在建設和發展過程中所需要的勞力、技術商品都無法從當地印尼土著中獲得，便轉向利用華人的勞力、技術等來開發當地資源（唐慧，2006：39）。荷蘭殖民者利用政策、幫助獲得貸款等方式鼓勵華人移入殖民地貢獻其力量，使印尼華人的數量不斷上升。

18 世紀以來，歐洲人在東南亞的勢力逐漸增長，在這個時期最重要的是荷蘭人的；而華人在南洋鋪下了經濟的基礎，且最高度發展華人組織的是在爪哇（JAVA），也屬東方荷人的殖民地（王賡武，2002：72）。印尼華人因經濟發展奠下基礎，人口也因而劇增，華人的經濟實力也隨之增長，荷蘭殖民者唯恐華人力量威脅到統治，於是開始採取限制、迫害甚至到屠殺的政策。由於荷蘭殖民者始終面對當地人民反抗和華人經濟力量的競爭，因此，殖民政府對於印尼當地人和華人就採取不同的統治方式切斷華人與當地人民的交往與聯繫，阻止他們對於殖民者的威脅。荷蘭人勢力擴張，而華人經營荷蘭人之專利事業，大為荷人所嫉視，為維持利益和社會治安，荷蘭東印度公司乃設新制，以限制華人，讓華人引起恐慌，於 1740 年發生歷史上所謂的「紅河事件」，釀成巨大慘案。¹¹紅河事件之後，商品缺乏而價格飛漲，公司也蒙受巨大的損失（李美

¹¹ 據《南洋華人簡史》的張奕善譯註第 93 頁指出，1740 年荷人在巴達維亞屠殺華人的慘案，李全壽的《印度尼西亞華僑史略》記述：據蘇鴻俊法學碩士（Mr. Souw Hong Tjoen）在檳城中華會館 50 週年紀念刊內所述：……清廷於西元 1683 年攻下台灣後，曾於 1685 年開始解海禁；惟福建人尚禁出海。但於 1727 年此禁亦解，因此中國民船復至印尼貿易，並載有多數中國移民移居印尼，至華僑人數激增……當時華僑住在城市者為巨商，市外者為小商販。在外島者，亦經營荷人之專利事業，大為荷人所嫉視。為維持利益及社會治安，東印度公司當局仍設新制，以限華人：（1）在路旁開設食物店者有禁，（2）隨意遊行村外者有禁，（3）無業者須報告官吏，將其一部分送回中國，一部分流放錫蘭島及好望角殖民地等處。……中國人因而大起恐慌，同時有一種謠言，謂流放錫蘭島之中國人，被運出爪哇海後，大部分投於巨洋中而殺之。中國人愈形於不安，憂現於色，對巴達維亞政府，同生怒氣，遂釀成巨大慘案；即歷史上所謂紅河事件。（《南洋文摘》第 3 卷合訂本 12 期，頁 50）。

賢，2005：95）。

直到 18 世紀末，英國侵犯進入麻六甲海峽，此時，歐洲帝國主義的競爭態度很快的擴散到英國、霍蘭（Holland）和法國，每一個國家企圖去擴散他們的殖民領土，為了去打開他們的市場和得到資源（Kuhn 2008：154）。1810 年英國向荷蘭殖民地發動攻勢，1811 年到 1816 年間英國政府派萊佛士（Thomas Stamford Raffles）為爪哇之總督，他廢除荷蘭在爪哇實行的徭役抑制度、實務定額納稅制和強迫供應制；宣布殖民政府是爪哇的土地所有者，耕作者需要向政府繳納地稅（李美賢，2005：103），視耕作者為私人的代理人且可以耕種國家的土地，可自由耕種與銷售農作物，萊佛士（Thomas Stamford Raffles）期待這樣的方式可以讓人民與國家的利益是相輔相成的，他嘗試讓稅收使用現金，然而農民被迫以低價出售農作物，或向高利貸者借錢（SarDesai 2001）；但在現金缺乏的農村經濟下，中國現金放款人提供了稅收時的現金，這是需要農民的土地當作保證；因此，更多的財富就傳遞給中國人，他們變成是過渡金錢經濟本質的中間人（Kuhn 2008：155）。

直到拿破崙帝國崩潰後，荷蘭重新獲得獨立，英國為了利用荷蘭牽制法國，在殖民地上對荷蘭做出讓步，同意將爪哇交還給荷蘭（李美賢，2005：104）。在荷國得到控制以後，他們認為出口經濟對於僑民是可以創造有利可圖的利益，這是透過印尼農民被強制進入殖民經濟的勞動力的「耕種政策」來進行：改變出口農作的規定定額，如咖啡、糖、煙草和茶葉給殖民政府當作實物的稅收，因為殖民政府在當地沒有去收集和生產農作物的能力，這需要委託代理人來幫忙（Kuhn 2008：156），而華人也就是荷蘭人實施稅收制度的關鍵角色（李美賢，2005：95）。

1840 年印尼農民的貧困和糧食的缺乏導致饑荒，在耕種系統（cultivation

system)¹²建立自由主義的自由貿易下，荷蘭壟斷 19 世紀的中期和後期的經濟，這是指中國人在很多部門有許多機會，當外國貿易擴展，進口的物品達到印尼進口的巔峰，這是透過中國的零售商，並且可輸出的物品由印尼人生產，由中國人來販賣（Kuhn 2008：156）。耕種制度的受益人主要是土著攝政、地區與村莊層次上的部屬、負責輸送外輸作物的中間商或承包商、荷蘭船運公司和荷蘭政府；在初期階段，承包商主要是華人，他們也投資於生產中（SarDesai 2001）。

到 1930 年代印尼華人數大幅的增加主要是荷蘭殖民政府需要大量廉價勞工來開發印尼資源，印尼除土著居民以外，殖民者更需要在印尼長時間開發建設的華人幫忙，加上荷蘭殖民政府對華人不放心，常以課稅來剝削他們，而華人與當地居民原本一向處於和平共處，後來殖民者為鞏固自己利益就挑撥華人與印尼人之間的關係，使兩者不能團結對付荷人（朱杰勤，2008：115）。但在西方殖民主義者還未來前，印尼當地人民與華人的關係是良好的，華人在不同程度上不斷自然同化於當地（唐慧，2006：36）。

第二次世界大戰期間，日本占領印尼 3 年半（1942 年 3 月 5 日至 1945 年 8 月 17 日），日人對於華人是具有敵意的，除煽動印尼土著排斥華人，也曾集體屠殺華人，並在佔領印尼時期關閉所有學校和禁止人民集會，這些因素也埋下日後印尼當地人與華人之間的緊張關係。

¹² 由於荷蘭東印度公司的經濟失敗，對印度尼西亞的殖民統治當時已經由荷蘭東印度公司（Dutch East India Company，縮寫為 VOC）轉手至荷蘭政府。為了增加財政收入，荷蘭殖民政府採取了一系列稱作耕種制度（荷蘭語：cultuurstelsel，英語：Cultivation System）的政策，強制印尼農民按定額種植商業上可供貿易的作物如茶和咖啡，而不是種植主食如稻米。與此同時，殖民政府也採用了一套稅收制度，徵稅代理人會被酬以傭金。這兩個策略的結合導致了殖民權力被廣泛地濫用，特別是在爪哇島和蘇門答臘島上，結果是農民陷入淒慘的貧困與廣泛的飢餓當中。（資料來源：

<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E9%A9%AC%E6%A0%BC%E6%96%AF%C2%B7%E5%93%88%E5%BC%97%E6%8B%89%E5%B0%94> 維基百科）查詢日期：2011 年 1 月 14 日。

第二次世界大戰結束，1945 年印尼宣布獨立，也讓民族主義情緒高漲，許多印尼執政領袖長時期不信任華人，因此採取了相關的具體政策和措施限制中國人口的移入和加強對華人的管理和監督。由於實行新移民入境的甄選政策，使得 1950 年到 1958 年間印尼的新移民越來越少（黃昆章，2005：9）。這些相關政策的影響，在印尼不免隱含著排華意念和言論，也產生許多排華事件，也從零星事件擴展到全面性的排華運動。

追溯華人在印尼出現的歷史過程，可以歸結出早期赴印尼的中國移民有以下共同特徵：第一，從事宗教或通商貿易，遠赴南洋行經印尼來回經商而落戶定居，從事經濟活動將中國的各種貨物與當地特產進行物資交流，受經濟因素的誘因吸引；第二，因國內政治動亂而逃亡避難和生活所迫到外地謀生，時間一久則長居於印尼，或是諸如荷蘭殖民時的 18 世紀初期，華人在經濟利益下的發展利益而前往印尼謀生，到 1930 年華人人口數已達 1233,000 千人。¹³

印尼領土上，主要分爪哇島、蘇門答臘、加里曼丹、蘇拉威西、馬魯克群島和其他小島等，如圖 3-1-1。華人主要定居爪哇島以及外島的西加里曼丹、邦加、勿里洞、蘇門答臘，一些城鎮的華人高度集中，超過當地總人口 1/5 的地方有西加里曼丹（20.5%）、勿里洞（25.2%）、廖內（27.9%）、邦加（32%）、坤甸（近 35%），山口洋與巴眼亞比高達 95%（黃昆章，2005：12）。西加里曼丹的客家人很多，客家話很流行，甚至一些印尼族裔也會講客家話，以客家人為例，1930 年外島客家人約為 12.5 萬人，爪哇約 7.5 萬人。西加里曼丹的客家人約為 3.8 萬人，占此區華人總人口 6.6 萬人的 57%，到 1955 年，西加里曼丹的華人有 20 萬人，若按上述比例推算，客家人超過 10 萬人（黃昆章，2005：13）。

¹³ Purcell, Victor, *The Chinese in South Asia*. P.386



圖 3-1-1：印尼地圖，資料來源：<http://www.act168.com.tw/showPhoto.asp?id=4327>

印尼華人社會在上段所述之東南亞華人的族裔面貌之外，也具有自己的特點，其中最主要是「土生華人」¹⁴和「新客華人」的分野。「土生華人」是 Peranakan 一詞的翻譯，指土生土長的印尼華人，其日常用語以印尼語或印尼方言為主，「土生華人」出生於荷印，遠祖的母系為印尼婦女，但此後即不與土著通婚，故土著血統越來越少，說的是印尼方言，政治上是親荷印殖民政府，不關心中國，受荷蘭文教育，不關心華文教育，一般不講華語，而講當地方言。相較於「新客華人」是印尼語 totok 或 singkeh 的翻譯，指移民自中國的華人，日常用語仍以華語或中國方言為主（廖建裕，2002：3），且與中國仍保有密切聯繫。「土生華人」和「新客華人」也具有明顯的政治傾向和文化志趣的差異，在政治上和文化上，前者以印尼為中心，而後者以中國為中心（王蒼柏，2006：5）。

依 1930 年國勢調查顯示的荷屬印尼華人出生地別人口，如表 3-1-1 指出生於荷蘭印尼者有 751,173 人，在荷屬印尼以外出生者為 427,741 人；大致上出生於荷蘭印尼者的 Peranakans 人口占 60%，荷屬印尼以外出生者的「新客」人口

¹⁴ 楊建成主編的《荷屬東印度華僑商人》指出華僑依其出生地是中國本土或移居的當地等而分為新客與峇峇，峇峇就是移居當地第 2 代以後的移民子孫，因此又為「土生華人」。

占 40%。又依出生族別來看表 3-1-2，Peranakans 是以福建省居多，在經濟上皆十分富裕，教育程度也偏高，學習英語和荷蘭語等，有歐化傾向，不諳中國事務，在服裝、儀式和習慣依舊固守傳統中國方式；而與 Peranakans 相對而言，「新客」以廣東者居多，他們對荷蘭當政的種種措施比較反抗，自別於僑生（楊建成主編，1984：29）。這也看到同為華人在不同背景遷移下，所形成的差異政治色彩與文化傾向。

表 3-1-1：出生地別人口表

單位：人

出生地別	全荷屬印尼人口（人）
Peranakans（在荷屬印尼出生者）	751,173
新客（在荷屬印尼以外出生者）	427,741

資料來源：楊建成（1984：26）。

表 3-1-2：出身族別人口表

單位：人

出身族別	福建	客家	潮州	廣東	其他	不明	計
Peranakans （人）	427,962	121,734	32,823	45,636	110,082	17,936	756,172
新客（人）	125,204	78,505	54,760	90,007	77,616	1,649	427,741

資料來源：楊建成（1984：26）。

第二節 印尼華人遷移來台

一、來台的過程

中華民國成立後，政府經由外交途徑向荷政府交涉，要求改善華人待遇，1919 至 1926 年取消爪哇即外島之華人禁住區。到了 1931 年的瀋陽事變和 1937 年盧溝橋事變，日軍開始侵華，大量中國人民開始逃亡，沿海各省人民設法赴印尼避亂者多，印尼統計所載，自 1932 至 1938 年間，華人入境人數達 97,860 人（江宗仁，1992，60）。到了第二次大戰期間，日軍占領印尼約三年半，此一期間，日軍煽動印尼人排華，使印尼華人損失慘重，1945 年日軍投降，印尼獨立軍與荷英軍爆發衝突，華人又處於夾縫中，常遭不法之徒趁機搶劫或屠殺等。而 1949 年中國的情勢也不安定，並和印尼政府對華人的相關限制與排擠下，許多華人紛紛選擇移居到台灣。在 1950 年代印尼發生大規模排華事件，當地華人的生命財產備受威脅，使華人社區一遍恐慌，有人想回中國依親，但又逢中國局勢不穩定；有的想去台灣另尋出路。當時台灣的中央廣播電台的節目放送說：「到大陸送死，到台灣半死，留在印尼等死。」許多華人希望到台灣至少有一些生存的機會，所以 1960 年，大批印尼華人變賣家產，在僑委會的安排下，攜家帶眷遷移到台灣（鍾仁嫻，2006：64）。

1945 年我國政府也出示公文積極對於戰後遣返華僑一事向荷蘭駐華大使提出公文：

駐荷董大使：據報荷蘭政府飭駐華領事館擬具遣送荷印華僑反籍計畫，決定將荷印華僑分批遣送回籍。首批返籍者為出生荷印並於去年在駐華荷使館註冊之學生及無資反籍之難民，第二批為未能按章註冊之土生華僑，第三批為有登陸居留證且有家屬及財產在荷印之非荷籍華僑，應准一體回返原地，無分先後

，結果電復。¹⁵

1950 年代，中國國民黨的大批軍隊退守到台灣，以鍾仁嫻（2006）在桃園龍潭九座寮所做的口述歷史訪談中，受訪者李茂慶就提到 1951 年，跟一批兄弟來到九座寮，在龍飛營區當運輸兵，看到當時局勢狀況讓許多軍隊、人民和華人大舉遷移到台灣。

而當時在印尼發生排華事件時，印尼華人一般在印尼是做小生意、雜貨店的，大部分有能力做船來台，而來台定居者多為客家人居多（鍾仁嫻，2006：64）。

「那時候排華事件，很多華文學校沒了，我的小孩就沒辦法受到華文教育，因為我也是接受華文教育的，所以想說搬到台灣來過生活」。（受訪者 C2）

「我那時候要回台灣剛好是台灣政府說可以過來，還可以領身分證，那時候我就帶著四個孩子過來，一方面是那邊華文學校的關閉，我想讓小孩受華文教育才搬過來台灣生活。」

（受訪者 A1）

印尼華人選擇移居到台灣生活，多半是在排華事件所形成的恐慌，還有對下一代教育的隱憂，而遷移台灣。

「我大概 1984 年左右來台灣，坐飛機來台灣，那時候在龍潭一帶就有一批印尼華僑，他們大概是 1950、1960 年代來的，有些是坐船來，有些是搭飛機來的。」（受訪者 C3）

「當時我是 1980 年代搭飛機來台灣，比較早期的是搭船來的。」（受訪者 C2）

從訪談內容可以看到受訪者提到 1950 年代到 1960 年代就有一批印尼華人先搭船來台灣定居，與鍾仁嫻（2006）在桃園龍潭九座寮所訪問的印尼華僑第

¹⁵ 謝培屏編，2005，《戰後遣返華僑史料彙編》，台北：國史館，46。

一批搭船來台時間與地點不謀而合。

自印尼 1950 大規模排華事件以來，有好幾批印尼華人被迫遷移到台灣，依楊聰榮和藍清水在 2006 年發表的〈從歸僑到外籍-印尼臺灣人移民的歷史過程，兼談客家文化的影響〉指出來台華人基本上可以歸納幾個類型：

(一) 1960 和 1980 年代排華事件，自印尼移居到台灣的華人和親戚朋友。

1945 年日軍投降，印尼獨立軍和荷蘭軍發生衝突，衝突之下印尼爆民又趁機搶劫華人，直到 1949 荷蘭才承認印尼獨立。之後 1972 年和 1995 年排華暴亂事件，都讓華人處於不安的社會狀況中。印尼獨立後，蘇加諾時代政府對於華人的排斥，逼使華人資金外流向新加坡、香港、台灣（牛震，2002：107）。1950 年代末期，印尼排華相關措施與政策包含：國籍的限制，規定華人只能在印尼和中國之間選擇一個國籍，不能選擇中華民國國籍，若不願選擇，則被視為「無國籍民」，此也推翻過去印尼政府容許中華民國國籍存在之政策被推翻，這也使得許多華人受到排斥和迫害；特徵重稅、收回華僑土地、禁止華人活動、禁止雇用外僑、監督華人、限制居住、強迫遷離等，還有禁止華文教育，排斥和消滅印尼華人社會的教育事業，如取締中文書刊、禁用中文招牌、審查華校課本、華人學校在 1957 年 6 月後全部封閉接管等，排華政策從社會、文化到經濟上無不實行嚴格的限制。這些政策對於華人所造成的影響包括教育事業全部摧毀、財產損失、文教事業影響尤大，教育青年的機構的封閉對於印尼華人社會、文化的下一代影響重大。

在這些排華政策與事件的影響下，許多華人紛紛逃離印尼尋求可以安全庇護的地方，當時，華人在親人的訊息或介紹之下來到台灣，最先到台灣的第一代華人為是 1949 年隨國民政府撤退來台灣的軍人，華人們攜家帶眷來尋找不確定的落腳地。受訪者 A1、C2 也表示當初會來台灣也是聽友人建議而來台灣看看的，從受訪者的訪談中可觀察到 1980 年代來台華僑多是因親友介紹而遷移台灣。

(二) 1990 年代左右經定居在台的華人朋友或仲介商引薦，媒妁婚姻而移民的華人或依親來台的華人。

隨著 1960 年到 1980 年代因排華事件的第一、二代印尼華人移民到台灣定居，之後也開始經由親朋好友的訊息，讓許多印尼華人紛紛選擇移居到台灣生活，大部分選擇台灣為定居的據點都是因生活品質和政治較穩定，也能有華文教育下一代。許多在台生活一陣子的印尼華人會開始介紹印尼的友人或親友來台生活，或是在台的印尼華人會當起婚姻仲介介紹友人嫁來台灣。

受訪者 A6 指出「是因父親來這邊生活，自己過來旅遊順便找工作，就在此找老公然後定居下來」；受訪者 A7 提到「我當初是來台灣旅遊，後來認識我先生才在這邊結婚定居」，受訪者 A8 也說「我是和媽媽一起來台灣定居，後來在工廠上班認識我現在的老公」。一部分的印尼華人都是依親而來台灣，而也有一部分像是受訪者 A3 提到「當初是經由仲介介紹而嫁來台灣」。

(三) 印尼僑生：印尼政府在 1960 年代由於受到印尼共黨政變的影響，曾將所有的華人學校、華人報章雜誌、及華人的社團組織，全部都予以限制成立（成秋華，2007：6），也使得印尼僑生陸續前往台灣就學。

二、在台灣的維生方式

(一) 資金儲蓄

1960 年代到 1980 年代來台的客籍華人，首先面臨的就是維生問題，因中文程度還可以溝通，但閱讀中文的能力沒那麼好，所以應徵的工作多屬於勞力方面，主要都到工廠上班，受訪者 A1 提到「我當初來台灣就先到工廠上班啊，後來才賺一些錢轉行」、受訪者 A5 說「因我們這些外地人，工作也不好找，我來台灣先去工廠做玻璃，賺一點錢，再來兼做一些翻譯」和受訪者 A3 都表示「當初來台灣先去工作幾年存一點錢，慢慢找店面想做生意」，可以看到剛來台灣的客籍印尼華人因語言文化的不熟悉，多只能選擇工廠的勞力工作來儲蓄存

錢，累積資金，為轉換下一個工作做準備。

還有一部分居住在台灣的客籍印尼華人，不只會幫忙介紹家鄉的親朋好友移居台灣，甚至會當起仲介，當成副業賺一些生活費。根據駐雅加達代表處給外交部的一份報告中，「印尼新娘」早在 1970 年代末到 1980 年代初就開始出現（林開忠，2006：3（1）：65）。當時是由少數定居在台灣的印尼華人做媒介，從西加里曼丹引入華裔婦女，介紹給台灣的退休榮民（夏曉鵬，2002：58）。受訪者 A1 就曾描述說「以前 C2 他來台灣不久之後也做仲介，介紹華人嫁過來，也賺一些仲介費，那時候也因此賺了不少錢。」。可以觀察到 1980 年代移居台灣的印尼華人，在面對新環境時，仍能突破困境，找尋其他維生賺錢的途徑來增加收入，也看到移民者的韌性與毅力。

（二）印尼商店的萌起

而印尼華人在台灣常常會思念在印尼的家鄉口味的飲食習慣，初期都是親朋好友回印尼時，託人代購少量的產品，等到需求量增加時，在台的印尼華人開始想以進口的方式能增加產品的運貨量。如受訪者 C2 提到「以前根本沒有進口印尼的東西，那時候印尼華人要煮咖哩沒有椰漿，還要用台灣的奶粉代替，後來 1970 年代才開始有進口商進口外國的椰漿進來，罐頭的椰漿。」。表示印尼華人的入口增加，日常所需的調味醬料也開始大量需求，因而有進口商的出現，在過去 1980 年代左右印尼商店不是那麼普及，經營的方式是以雜貨店的形式，進口商也兼做店面的直接銷售，除了可以自己掌控貨源也可以批發產品給其他印尼商店或流動的定點式貨車¹⁶，而那時候主要都是賣給家庭使用居多，消費對象都是印尼華人為主。受訪者 C2 繼續表示「當初來都是賣給印尼華僑居多，那時候嫁過來的還沒那麼多，1980 年代之後才慢慢有華人嫁過來。」。

1980 年代來台的華人，都是舉家坐飛機遷移來台灣，受訪者 C1、C2、C3

¹⁶ 「流動定點式貨車」亦指過去外籍勞工都住在郊外的工廠，交通不太方便，下班或休息日都較難有消費機會，於是許多在台印尼華人便會把印尼雜貨、日用品和印尼口味的熟食都擺放在貨車上，到各地工廠去等外勞下班出來消費。

都在印尼從事買賣雜貨、做小生意的，到了台灣先熟悉環境，以工廠工作的方式來存錢累積未來做生意的資本。剛開始來台灣的印尼華人，除了平常的工作，都會額外做一些兼差的工作，如受訪者 C3 指出「剛開始是朋友開店，我都多少會幫他從印尼帶點東西回來，但是也只是幫忙一家而已，因為你搭飛機帶回來的東西有限啊，我都是會問你這次想要帶幾公斤的貨，那我賺一些運輸費，也不是很多啦！」。印尼華人常會依靠族裔親友來回兩地之間時，幫忙帶一些雜貨，跑單幫賺取一些費用。受訪者 C1 也提到「後來在台灣工廠工作一兩年存一些錢，也一邊找店面，開始賣一些印尼雜貨的生意，門口兼賣一些客家小吃（客家菜包），後來搬到桃園找店面才做了生意 20 多年，一開始也是請朋友幫忙帶貨進來賣」，印尼雜貨的生意經營，一開始主要都是靠親朋好友跑單幫的方式來運作，都是以小本經營的方式來維生。

早期台灣與印尼並沒有邦交，所以經濟往來也不頻繁，印尼雜貨或相關生活用品也不是那麼普遍，印尼華人習慣飲食上所需的香料都要靠親朋好友跑單幫的方式而獲得，而印尼華人人口漸漸增加，相對的生活的雜貨或印尼才有的香料也相對增加其需求量。

受訪者 C2 表示「我當時也沒想說要做這個（印尼雜貨進口），回來台灣的時候到工廠工作一個月換了三個工廠，做了很不習慣，我在印尼沒有做過工廠，在印尼是做生意，所以想說來做生意好了，就試試看回印尼帶一點貨，來跑單幫，帶點食品和貨來賣，後來賣了一兩年才自己開始成立一家公司進口貨品，差不多做 20 年囉。」。受訪者 C3 也說「因為這樣跑單幫，後來才想說要成立公司，直接用貨櫃的方式運送貨物」。印尼華人在創立公司之前，都是先從勞力工作賺取一些資金，等儲蓄的資金足夠，才會慢慢擴大經營規模，經營的雜貨店方式都是較為保守。

（三） 印尼雜貨進口商的出現與發展

本研究受訪者 C1、C2 和 C3 為印尼食品雜貨的進口商，受訪者 C2 因自己跑單幫賣了兩年的食品雜貨，想要自己經營印尼食品進口，所以成立進口商，為當時進口貨量最大的進口商。當初成立進口商所賣的東西包括：印尼泡麵、椰漿、醬油、醬料等，那時候主要賣的對象都是個人需求為主，受訪者 C2 提到「以前都是賣個家庭需求比較多，賣給華人比較多」。

早期台灣的印尼商店是相當少家，據受訪者 C3 過去也曾經跑單幫幫忙到印尼拿貨，他指出「以前的台灣印尼店我用數的都可以知道有哪幾家，我 20 年前跑單幫時大概不超過 20 家。」；那時候台灣的印尼雜貨店要拿食品雜貨都是向受訪者 C2 拿貨源，連受訪者 C1 和受訪者 C2 在早期經營印尼雜貨店時也是向受訪者 C2 拿貨，等到自己也成立進口商後，開始有自己的貨源，並且提供給其他印尼商店；有時遇到貨源不夠時，也會向受訪者 C2 調貨，他們彼此在早期經營印尼雜貨和跑單幫時都是彼此認識的朋友。

受訪者 C1 提到「自己初期也是跑單幫，後來鼓勵妹婿進口印尼商品（因妹婿原本開計程車，可能做得不是很好，邀他一起來做生意），希望他去做進口商，後來才是兒子接著做的」，受訪者 C3 也說到「剛開始是朋友開店，而且剛好台灣出口的市場被搶走，外勞開始進來，才想接觸進口印尼雜貨這項生意」。從受訪者的訪談內容可以看到印尼進口商的出現多是初期從事跑單幫，到後來經營小商店所建立的客群而漸漸發展成立進口商，從印尼華人的口增加到 1990 年代開始印尼勞工的出現，因觀察到市場需求量是很大的，印尼雜貨形成一種族群網絡經營的市場。

第三節 進口商的經營過程

一、貨源來源

進口商的成立歷史，大多是從過去跑單幫的形式開始，只要自己或親朋好友回去印尼，就會利用此機會帶相關印尼的食品回來，一方面受託於人，一方面也可以藉機賺取一些運輸費。受訪者 C3 指出「剛開始是朋友開店，我都多少會幫他從印尼帶點東西回來，但是也只是幫忙一家而已，因為你搭飛機帶回來的東西有限啊，我都是會問你這次想要帶幾公斤的貨，那我賺一些運輸費，也不是很多啦。」，受訪者 C2 指出「以前還沒成立進口商，就是我或太太有回印尼就會帶一點東西回來賣，想說試看看」，在 1980 到 1990 年代初期，印尼相關食品並無進口商代理，許多印尼華僑飲食上需要的調味料或用品，都需要藉由跑單幫的方式帶回來。

因 1990 開始大量的外籍勞工引進，外籍移工使用的商品成為較龐大的需求，過去印尼食品或商品都是以印尼華人為主要的消費者，但外籍勞工的出現改變了市場需求的結構，印尼商店的需求也因應而生。受訪者 C2 提到「我以前跑單幫，都是賣給華僑，以前的印尼商品在台灣都是華僑在買的，外籍勞工很少啦，是到了 1990 以後外勞才增加，印尼小吃店才開始增加。」也因為市場的需求，跑單幫的印尼華人便認為此商機是有利可圖的，因而想要成立進口商，直接代理商品進口。受訪者 C3 表示「剛開始是朋友開店，而且剛好台灣出口的市場被搶走，外勞開始進來，才想接觸進口印尼雜貨這項生意，因為這樣跑單幫，後來才想說要成立公司，直接用貨櫃的方式運送貨物。」

許多印尼商都是藉由親朋好友的網絡資訊和相互幫忙以跑單幫的方式來運作，相互的幫助與支持進行印尼商品的買賣，從過去有多少賣多少的小型經營方式，到後期成立進口商，以貨櫃方式大量進口，就不用擔心跑單幫有限額的商品量，進口商的成立反而能擴大整個市場圈和營業額。

二、資金運作與交易方式

（一）資金運作

成立進口商公司只需要形式上的辦理，最重要的花費在於商品的貨款是循環下去的，受訪者 C3 提到「我都是和銀行借貸比較多，因為這是一個循環，我其實做這個印尼雜貨也是有賺啦，賺的錢要還貸款啊，如果我不繼續做，貸款無法還，整個公司會垮掉的，所以已經在這個循環中，無法停掉。」，受訪者 C2 提到「我們也有貸款的壓力，一個月開銷要二十幾萬，有工人、貸款、工廠等，所以一個月最少要三百萬營業額才能打平。」，對於進口商來說，資金已經投入在整個市場當中，當停止營運時，收入便停止，整個貸款和支出便無法平衡。

受訪者 C2 所代理進口商品不少，每一個代理商都會規定一年要固定金額的貨量，相對投入的資本就相當龐大，也是台灣最大的印尼商品進口商。他指出「我現在有代理卡拉椰漿代理商、abc 代理商、印度尼西亞代理商，好多家代理商工廠直接供應貨給我，沒有供應其他家，公司直接給我貨，其他人需要貨源要去雅加達市場去買，在台灣就給我代理，大概一年要賣多少是固定。像我卡拉椰漿代理商我一年也要十個貨櫃，像印度尼西亞代理我一年要叫三十萬美金。」

（二）交易方式

在進口商交易的方式上，大部分都是收現金為主，因進口商需要資金周轉，資金的流動需求較大，除非是很要好的朋友才會允許賒帳，不然大部分都以現金交易。受訪者 C3 表示「我和客戶的往來關係是這樣，以前我會讓客戶賒帳，因為會想說都是來外地討生活的，幫忙一下，可是以前被人家跑掉很多錢，有些人開不下去就不還錢跑掉，他的貨再轉手賣給別人他也現賺一些錢，現在學聰明了，都是用現金交貨，有時候才用支票啦，除非真的是好朋友我才會給賒

帳，就是一個月送一次貨，你要給我上個月的貨款，有來有往嘛！」。受訪者 C1「我們也不太給別人賒帳，，除非是很好的朋友才會這樣，買過幾次有還才會給他比較方便。」受訪者 C2 也指出「通常是開票，也會現金，不可能全部開票我也沒辦法，貨是讓你押一次，我這次給你一萬塊的貨你沒有還，你下次叫貨就要還上一次的錢，但也不一定每家都這樣，要看交情啦，有些也是直接現金的。」

（三）提供的店家數量

受訪者 C2 是台灣最大的進口商，他提到「現在最少也供應 50 家以上，都是固定跟我拿貨，有些桃園的印尼商店需要的貨才一點點，我會直接請他們去跟中盤店拿貨，因為一個地方我要兩萬塊我才有送，買幾千塊我就請那家跟他拿，他算中盤啊，他一次跟我拿很多再分給下面的店。」，所以在此口進商供應的 50 家店家，都算是需要的貨量較大的，所以因成本的考量，需求量較小的店家都要跟中盤商取貨。那在叫貨時的成本價是否因需求量大小的店家而有差異，受訪者 C2 提到「取貨的成本價我都給一樣的，我給你拿貨一箱泡麵也是 180 元，你跟中盤商拿也是 180 元，但是我給中盤就有一些折扣，因為他拿的貨很大啊，但有時候中盤商會加 5 塊給零售店，可能要加一些運費吧。但我不能去送啊，因為我有了工人，也要油錢，這樣小家店都送我會不划算啊。」受訪者 C3 也提到「受訪者 C2 他會挑吃貨較大的，不然他要浪費運輸成本去跑小家的，也很不划算啊，如果有小家打來跟他訂貨，他可能就請他去跟那些大家的調貨，但價錢都一樣。」

這也可以看到在整個印尼進口食品的市場中，進口商彼此是相互認識的，也良性的競爭，而受訪者 C3 也打趣的說：「我們進口商的競爭很大，很像武俠小說的廝殺，但是我們是價格戰啦！」，可以看到在印尼貨品中商品價格的競爭非常激烈，他認為以前的印尼商品都是客籍華人在經營，彼此都是老朋友也都認識，有時缺貨也會彼此幫忙，但印尼商品開始有台灣人加入以後，整個價格

大亂，利潤越來越低，但 C3 認為台灣人經營的進口商未必會持久，他指出「其實我算過啦，如果今天政府要減半外勞的人數，到最後倒的一定是台灣人開的，怎麼說？就是因為外勞少一半，很多印尼商店一定倒一半，剩下的一定都是老店，因為最早來開已經扎根穩固基礎了，那這些老店我們做比較久的進口商都認識啊，他一定是跟我們同樣是印尼華人拿貨，因為有交情了嘛！那些新開的印尼進口商不就慢慢出現問題。」

受訪者 C1 所提供的貨源也有七~八家之多，算是較小型的進口商，而提供的店家多為親友開設的，貨源的需求也讓他可以成立進口商，進口較小型的貨量。而受訪者 C1 的女兒提到「我們叫的貨櫃來了，就會通知客戶，就會有訂單來了，有些也用傳真來告訴我們要什麼貨，那以前貨櫃可能三個月來一次，但現在可能半年一次，有時候要看貨賣不賣的完啊，現在是利潤越來越差了。」受訪者 C4 指出「我們公司以前剛開始只有一間門市經營，都是先跟其他進口商拿貨，現在我們經營到 11 家門市，就自己叫貨櫃提供貨源給我們門市。」

這可以看到進口商要維持營運需要零售商的支撐，零售商的叫貨量是維持一個進口商經營的重要元素，因沒有資金的循環，進口商也很難繼續訂購進口商品。

三、進口商之間的競爭

台灣目前最大的進口商屬於 C2 進口商，許多進口商沒有足夠的資本和足夠支撐的大盤商或零售商足夠支撐貨源量，所以有些經銷商是屬於較中型的像是 C4（台灣人經營，以前是賣菲律賓的雜貨，到了 2002 年也開始賣印尼雜貨，以前跟受訪者 C3 拿貨，現在自己開業，他請的都是印尼僑生，大學畢業的華人）、C1 進口商（客籍印尼華人）、C3（客籍印尼華人）等，都是進口量較少，屬於自己到印尼市場去批貨已貨櫃方式運到台灣，不像 C2（客籍印尼華人）是最大的進口商，且代理許多印尼的商品。所以像 C2 進口商壟斷整個市場，他

的商品較集中，多屬於食品為主；其他中小型進口商，所進口的商品都是屬於商品項目比較多樣的。以 C2 進口商來說，因每年都與印尼的製造商有簽約，每一樣代理的商品都要一定額度的貨量，所以代理的東西無法太複雜，集中在食品代理的部分。其他中小型印尼商品進口商，會到印尼當地市場進口其他家進口商沒有的貨品，如報章雜誌、DVD 影片、香水、化妝品等日用品，做市場區隔，貨源雖無法壟斷整個市場，但能創造出與其他進口商的差異。當然，進口商在印尼也有接洽相關出口貨品的親朋好友，讓在台灣的進口商可以有個中介能節省來回採購商品所花費的時間與精神。

印尼商品的進口商之間是互相競爭的，彼此都了解互相的背景，因為進口商的銷售員都會告知進口商的老闆市場的狀況，銷售員直接和店家接觸都能清楚了解市場狀況，受訪者 C3 說到「以前進口商就那幾家，譬如我這家、C1、C2，可能以前 100 家印尼小吃店，我們就各 30 家，那彼此都有賺頭，我們以前雖然都沒有一起講好說價錢怎麼訂，但是都不會用價格戰來拼，都是一樣的價錢，大家都賺一樣多啊，可是現在多了台灣人經營的進口商進來，他們常會用價格戰，那是不是其他家也要跟進，譬如一包賣 50 元，他們降 5 元，我是不是要跟著降才行，價格都被打亂了。以前利潤很好啊，現在利潤微薄，有些進口商（老闆是台灣人）會派他們的管理階層（印尼華人）來跟我談，原本說好的價格喔，結果過沒多久又自己降價，我問他為什麼變故，他說是老闆的決定，他也沒辦法，所以很難做啦！」

從這可以看到進口商的競爭很大，對於台灣人加入印尼商品的競爭市場，多半表示與過往的市場競爭差很多，價格都被打亂，進口商會利用銷售員去與其他進口商老闆談商品的價格，受訪者 C3 表示「我現在都沒有漲價，別家（進口商）他們還有漲喔！他們叫我跟著漲，我堅持不要，最近我發現一些客戶回流了，所以我會持續不漲，賺是有賺，但我賺少一點沒關係，等客人回流穩定我再調整價格這樣比較好。」這也看到進口商也有自己的策略，對於同業的競

爭有自己應對的方式。受訪者 C3 也提到雖然在這樣的競爭下，有時候價格戰會使利潤變少，但另一方面一些客戶的回流，讓受訪者對於商場的競爭是較有信心的。

受訪者 C2 也提到「以前利潤好，現在太多家在競爭，利潤就亂搞了。以前一箱 40 包的泡麵 230 元，我那時候賣 280 元，現在他們（其他進口商）批給人家 180 元，現在印尼貨一直漲價，這邊（台灣）一直跌價，你不賺別人要賺，你不賣別人要賣。像我們大盤以前一箱可以賺 50 塊，現在一箱要賺 10 塊錢都難囉。」

整個市場的競爭，也讓大盤的進口商受到市場價格的威脅，也被迫要對應市場價格的調整。受訪者 C4 有提到「2 年前，有一個協會組織是針對我們所有印尼商店的市場價格的一個討論會議，原本以為大家都會規定一個市場的價格，大家都可以賺錢也有利潤，因為印尼外勞 14 萬人，大家可以平分這塊餅，但就是有些商家要用價格戰，那不就大家越賺越少嗎？如果這個協會讓大家在市場上可以是合作的關係，不是很好嗎？但就是有人不配合，協會的組織也無法運作。」，這也看到印尼商店在面對市場競爭的過程，會主動發起討論市場價格的問題，但會遇到不願意合作的商家或進口商，想要利用低價策略打亂市場價格，這也觀察到在過去印尼商店和進口商不多的市場中，價格是穩定且利潤相對較高；但印尼商家的數量增加，也代表市場變大（外籍勞工增加），但市場的商品利潤卻降低，是因新進入此印尼雜貨市場的進口商和印尼商家想要壟斷市場，以低價來進入市場，卻造成所有商家要跟進，利潤相對減少。

四、進口印尼雜貨的市場狀況

目前台灣進口印尼泡麵的進口商，以政府資料提供有 13 家廠商，如表 3-3-1。但因研究限制以及一些進口商的連絡電話與商品標籤的資訊不同，導致無法聯絡到全部的進口商，而經由印尼店家所提供的電話而拜訪的進口商，多

以不便回答或不便受訪為由拒絕，如資眾實業公司與業喬實業有限公司。遞億行有限公司、印得昌有限公司、哈林國際有限公司和正尼貿易有限公司四家皆為查無此公司。宏翰貿易有限公司則於 2010 年 4 月 7 日公司已解散註銷許可執照¹⁷，國森貿易有限公司也解散¹⁸。泰仁貿易有限公司依過去合作的印尼商家表示此公司已搬到桃園且電話已改無法聯絡。據筆者電訪與國森、資眾、業喬有限公司合作過的印尼商家詢問連絡方式，商家表示在發生衛生署查驗印尼泡麵含有致癌毒物的成分事件後，要求商家下架並退給進口商，這幾家公司的電話就改了，也連絡不到；所以筆者目前所能掌握的印尼進口商資料為 4 家。

印尼雜貨進口中最大宗的食品為泡麵，而受訪者 C2 是台灣目前唯一與印尼泡麵製造商 INDOMIE 有簽約進口泡麵的進口商，受訪者 C2 指出印尼泡麵製造商每年都要提供他固定貨量，且規格和品質都是要依造台灣制訂的標準來製作，受訪者 C2 是全台唯一此品牌泡麵的代理商；而其他台灣的印尼雜貨進口商如需要此項商品需要與受訪者 C2 訂購，或是在印尼市場買賣並貨運到台灣，但此商品的規格就會與台灣代理商的規格有差異。例如：在印尼市面上所訂購的泡麵規格一箱有 40 包，而台灣代理商要求一箱 30 包，箱子的大小會有差異主要是受訪者 C2 認為過去訂製的一箱 40 包的泡麵在運送過程因箱子過大，容易碎裂品質不好，要求印尼製造商改成一箱 30 包，箱子的大小改變，在運送過程中品質較能掌握。台灣一年所進口 INDOMIE 印尼速食麵大約占 583.2 噸¹⁹，受訪者 C2 所代理進口的速食麵占了 459 噸（一包泡麵 85 克，一箱 30 包，一貨櫃可以裝 4500 箱，受訪者一年需要 40 個貨櫃），占台灣總進口印尼速食麵的 78%，如圖 3-3-1。據研究者了解，此次所訪問的其他 3 位進口商都表示，他們除了自行進口商品雜貨外，如遇到缺貨或供應不夠時，也會向受訪者 C2 調貨，可見在進口商中受訪者 C2 在進口印尼食品雜貨的業界中算是占據進口食

¹⁷ <http://www.nta.gov.tw/dbmode93/Content.ASP?RecNo=679&NewsType=2>

¹⁸ <http://www.drugsnet.com.tw/cpsub/explor.php?id=29>

¹⁹ 資料來自食品藥物管理局的統計資料

品總額的一半以上。

表 3-3-1：印尼雜貨進口商名單

轄區	廠商名稱	附註(研究者查證後整理的資料)
台北市	怡樂國際有限公司(台灣人)	台北市雙城街 18 巷 11 之 1 號
	遞億行有限公司	尚未查到此公司
	印得昌有限公司	尚未查到此公司
	煒晟國際股份有限公司	台北市雙城街 18 巷 11 號
台北縣	協安貿易有限公司(客籍印尼華人)	台北縣新店市吉安街 14 號
桃園縣	合順發貿易有限公司(客籍印尼華人)	桃園縣龍東路 264 巷 1 弄 81 號 1 樓
	哈林國際有限公司	尚未查到此公司
	雅加達貿易有限公司(客籍印尼華人)	桃園縣中壢市新興路
台南市	宏翰貿易有限公司	99.4.7 公司已解散註銷許可執造
高雄市	國森貿易有限公司(台灣客家人)	高雄市苓雅二路 189 巷 2 號 13 樓之 4
	泰仁貿易有限公司	高雄市福建街 35 巷 17-4 號(已搬到桃園)
	業喬實業有限公司	高雄市苓雅二路 189 巷 2 號 13 樓之 4
	資眾實業有限公司	高雄市苓雅二路 189 巷 2 號 13 樓之 4
	正尼貿易有限公司	尚未查到此公司

資料來源:行政院衛生署食品藥物管理局發布，研究者自行重新整理。

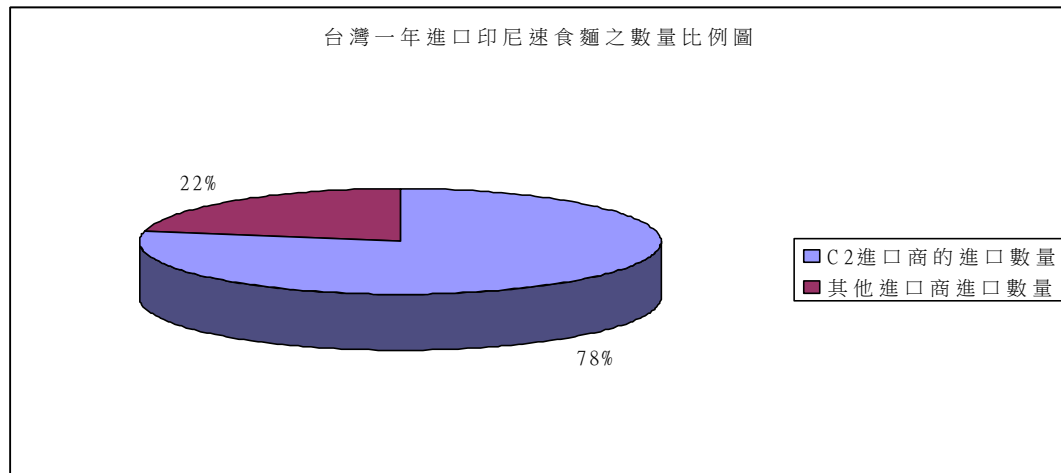


圖 3-3-1：台灣一年進口印尼速食麵之數量比例，資料來源：本研究整理。

第四章 印尼商店的發展

第一節 商店模式的轉變

早期定居印尼的華人從事的經濟活動一般以商業為主(馮子平,1993:53)。過去華僑在印尼經濟上是處於中間的地位,上層是歐美的資本企業,下層是印尼的農業經濟,而華僑是以商業經濟姿態出現的(張希哲、高信主編,1997:82)。

在1960年代,據政府統計,自印尼發生排華後,印尼華人移居到台灣已有3,000多人,已申請好入境者尚有9,000多人,面臨就業等問題,因而,僑務委員會成立就業輔導小組調查專長,學齡兒童則分發各級學校就讀。²⁰據過去的報導所知,在這段排華時間移居到台灣的印尼華人多半在印尼當地是經營小本生意的業者,他們對經營小生意頗具經驗。²¹但因在印尼排華期間無法做生意,積蓄所剩不多,移居到台灣無資金經營小生意,都只能靠從事勞力來累積資本和賺取生活所需。

「剛開始來到台灣,就給人家做工啊,我就存了點錢,來經營彈珠台,那時候很流行,也讓我賺了不少錢,後來在台灣就兼賣一些印尼雜貨。」(受訪者A1)

「剛來到台灣,我語言又不是很好,都只能去做工地,扛水泥等粗工來賺錢,後來印尼外勞變多了,有時候需要翻譯,我也靠著賺點錢,那因為我弟弟也來台灣啊,覺得說有人手可以幫忙,他又在香港學過廚藝,想說可以來經營印尼小吃店,可以多賺一點。」(受訪者A6)

²⁰ 中國時報,〈印尼歸僑何處去〉,《中國時報》,1960.09.11。

²¹ 中國時報,〈印尼歸僑何處去〉,《中國時報》,1960.09.11。

「我當時來台灣就先去工廠工作，之後和工廠有一些不愉快，不想繼續工作，鄰居的飲料店剛好要轉手經營，我就頂下來賣飲料。」(受訪者 A7)

「我媽媽二十年前來台灣，她自己就在這邊租一個小店面賣一些客家麵食和小點心來賺錢。」(受訪者 A4)

這些資料可以看到剛來到台灣的客籍印尼華人要找適合的工作不是那麼容易，多從事勞力的工作，在一般勞力市場所得到的酬勞和在印尼做小本生意的收入是有所差距的，一旦累積小額資本變會想轉行自行經營小本生意。

在研究者所訪問的 10 位受訪者（客籍印尼華人）中，我依受訪者們對過去經營印尼商店的歷史拼湊出印尼商店從過去到現在的經營模式，基本上在印尼商店的經營過程可以分為三種形式的過渡與轉變：

一、跑單幫的形式：

在 1960 年代到 1990 年代來台的印尼華人，來台經營印尼商店的華人多為客家人居多，本身會料理道地的印尼菜和客家菜，累積了一些資金後，便開始經營小攤子，賣一些客家菜和家鄉菜，也會應印尼華人對於家鄉調味料的需求，開始請跑單幫客到印尼市場上購買相關雜貨或調味料，不只料理時的需求還有兼經營販賣印尼雜貨，但因行李重量限制，印尼雜貨數量也不多，只能幫親朋好友代購，順道賺點交通費。

「二十幾年前，印尼雜貨在台灣很少會有，我太太都會回印尼買一些雜貨來賣，那時候我們也做跑單幫，因此賺了不少錢。」(受訪者 C2)

「以前來台灣，比較穩定一點就想說要賺一些錢，我和我老婆會輪流回印尼買點貨品回來賣，就是跑單幫啦，也賺一些交通費。」(受訪者 C2)

「以前來沒有開印尼商店的時候，我有時候要回印尼，我就

會幫人家拿貨，賺一些零錢，但都是幫認識的拿啦。」

（受訪者 C3）

當時印尼商店的實際店面甚少，所以在早期交通網絡和資訊不是那麼便利的情況下，買印尼雜貨需要有親朋好友的關係做為聯繫，才能獲得印尼雜貨的資訊來源。

初期印尼雜貨以跑單幫的形式來進行買賣，之後便有印尼雜貨以店面的形式來進行販賣，在過去尚未有印尼雜貨進口商前，店面的雜貨或商品取得便透過單幫客來幫忙購買，當然商品的數量和項目也就是相當簡單，如印尼華人日常料理都需要的椰漿、調味料等食品。

在 1960 年代到 1980 年代，台灣有好幾批印尼華人紛紛前來，或是經由在台的印尼華人做為媒介介紹印尼華人配偶嫁來台灣，所以在 1980 年代前後期，大部分的印尼商店所販賣食品雜貨的消費者主要是以印尼華人為主。

「早期賣的對象都是家庭需求居多啦，之後才慢慢有人嫁過來，嫁過來大部分都是我們華人比較多，所以買的人都是華人比較多。」（受訪者 C2）

二、「流動定點式貨車」：

1990 年代政府開放外籍勞工進入，大量外籍勞工主要在台灣各地工廠工作，並且居住在工廠附近的員工宿舍，工廠通常離市區有一段距離，且交通也不方便。此時，便出現「流動定點式貨車」，貨車的老闆多半是擁有者兼經營者的身分，會在勞工放假或下班時間到工廠外面等著做生意，貨車內有各式各樣食品雜貨，還有自助式的印尼小菜，提供不能到市區購物消費的外籍勞工。過去曾經做過「流動定點式貨車」的 A1 受訪者提及「以前我就會跟朋友拿一些印尼雜貨，開著貨車去賣，我還會選他們領錢的那天並且提早去工廠外面等他們，因為那時候也有其他貨車會來搶生意，都要選個好位置。」，受訪者 A6 也說「我以前靠著我的廚藝賺錢，就我會煮很多印尼菜，把印尼菜放在貨車上，

開到工廠外面賣外勞。」。

過去印尼商店尚未普及的時候，外籍勞工的消費需求多半是藉由「流動定點式貨車」來取得，每台貨車的經營也會有差異，受訪者 A1 就說「那時候我會拿別台車沒有的貨，譬如說我有賣一些食品是他們（其他流動車）沒有的，那客人就會跟我買啊。」，由此觀察到經營者藉由市場區別（經營項目）來做出口碑；然而還會讓消費者賒帳來鞏固客群，受訪者 A1 提到「有時候薪水還沒發的時候，他們（外籍勞工）的錢可能用光了，他們買東西的時候都會拜託我讓他們賒帳，我也是想說做生意也給人家方便，以後他也會常光顧我這邊，但有時候也是會遇到欠錢不還的。」。

在「流動定點式貨車」的生意中也是有競爭關係，經營者的商品售價也會為了鞏固客人的數量而降低售價。

「有時候客人他們也是會互相比較啊，會跟我說另外一家，
這個泡麵便宜五塊，說我的比較貴喲，我也要跟著降低售價
啊，大家都在競爭，不跟進了話客人都會跑光光。」

（受訪者 A1）

台灣社會在 1990 年代開始出現許多東南亞移工，移工的形成也促進東南亞飲食和食品雜貨的出現，形成族群經濟的市場，並且形成「流動定點式貨車」的方式進行販賣，這是印尼雜貨販賣的一個過渡期與轉變歷程。

三、以工廠、火車站等為據點的印尼商店

近年來，東南亞籍的勞工消費地點逐漸以各城市的火車站為據點。以東南亞裔移工休閒活動為基礎的消費空間，逐漸在台灣各處城市，且以族群特色的消費活動為核心，亦即族裔消費空間（王志弘等，2009：5）。這個族裔消費空間多半以交通便利的據點為核心，逐漸形成一個聚落，許多東南亞風格的商店也因此而形成，商店會以國旗為招牌來標示族群身分，在火車站附近及交通便

利的運輸點上最能看到東南亞各國國旗的招牌琳琅滿目。印尼商店自然也是在這樣的背景下形成，他們的招牌通常會標示 INDO，與其他東南亞商店形成區別，大部分在鄰近工廠、火車站前都會有這些東南亞商店的存在。

商店的內部空間擺設一樓多為吃飯專用的區域，也販賣日常用品和食品雜貨，如圖 4-1-1；且提供現煮的餐點目錄，如圖 4-1-2 整理各家餐點菜單，可以觀察到各家菜色會有差異，但大部分台灣的印尼外籍勞工都信奉回教，不吃豬肉，所以較少看見有豬肉的料理；店裡也提供無線上網的功能，有些店家也會販賣印尼當地的雜誌和 DVD 等影視娛樂或書籍，也有店面會播放當地語言的數位電視，以增加消費者的選擇的意願。二、三樓會有 KTV 室和撞球間等，提供休閒娛樂和聚會的場所。

印尼商店的經營項目和店家擁有者的社會網絡所招攬客群也會有所差異，如小吃與販賣食品雜貨、日常用品與娛樂設備的差別：每一家菜單都會經過市場比較和參考後，在自行改變與進行研發，如受訪者 A6 就說道「我當初開店的時候，我就先去中壢車站、桃園車站那邊的小吃店去吃看看，然後我在自己想菜單，所以在我這邊吃的口味會跟他們不一樣，很多菜色是我自己用進口醬料來醃的。」。再者，經研究者在訪問受訪者 A2 所經營的店家期間，常會看到許多外籍勞工的女性隨手購買一種透明液體的瓶裝飲料，因此就順道詢問店家與消費者此商品的用途，消費者便告訴研究者說「這是我們在印尼常喝的「纖維水」，喝這個會幫助排便順暢，讓我們皮膚變好唷，這家才有賣啦！」。觀察到受訪店家的身分主要是一對年輕夫婦所經營，他們很了解在台灣工作的印尼外勞所需要的日常用品與需求，便與其他印尼商店經營者所販賣的商品內容形成區別，如化妝品、指甲油、保養品等消費用品，或是提供兌換貨幣、機票訂購等服務性。

印尼商店的經營者多為印尼客家人居多，商店不只販賣印尼外勞所需要的日常生活必需品，也會針對客籍印尼華人的飲食習慣來販賣客家小吃，如客家

菜包、肉粽、板條等，印尼商家會針對當地的區域來進行策略上的調整，依顧客的需求調整飲食口味。但並非每一家印尼商店都能料理出客家口味的菜色，主要看商店的廚師身分，如受訪者 A1 所經營的店家主廚為家族成員（妻子），所以料理客家族群口味的餐點就不成問題；而受訪者 A2 所聘請的主廚主要是「印尼原住民」，店家的料理口味都會以印尼外勞的口味為主，華人就較少會去這家店光顧。

所以可以觀察到店家自雇者的慣用語言與主廚的身分與料理口味都是印尼店家的經營策略與客群差異的來源。

「我們這家店主要客群都是華人比較多，因為我太太她會煮客家口味的餐點，而且我們這邊平常都講客家話居多，所以華人都比較會來我們這邊，反而印尼外勞常常會去隔壁那家店，他們年輕老闆在店裡很少講客家話，畢竟客人也都是印尼外勞啊。」（受訪者 A1）



圖 4-1-1：印尼商店的一樓擺設，資料來源：筆者自行拍攝。

表 4-1-1：1992 年~2010 年外籍勞工人數

西 元 (年)	1992	1995	1998	2000	2001	2004	2007	2010
外籍人 數(人)	11,264	179,192	244,489	308,122	287,337	288,898	321,804	322,037

資料來源：內政部入出國及移民署（筆者自行整理）

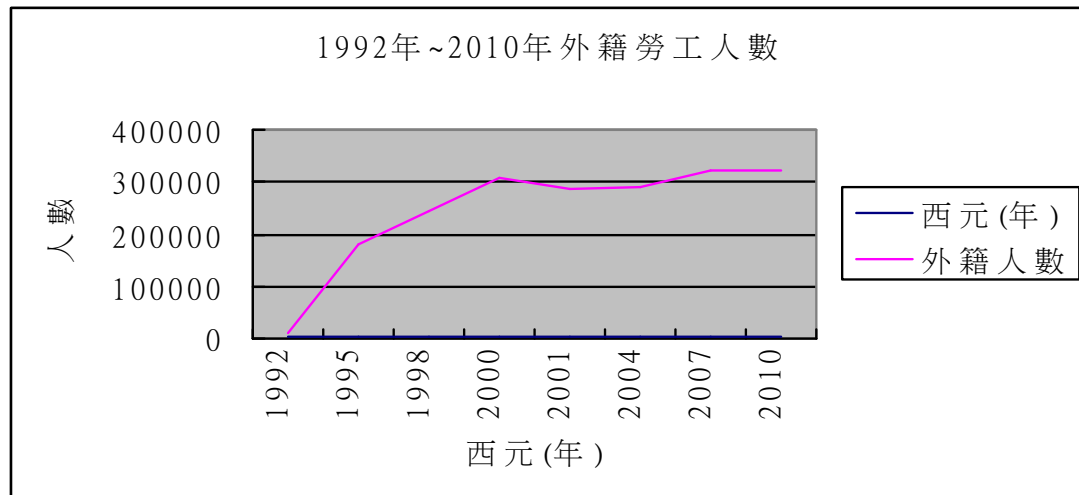


圖 4-1-3：1992 年~2010 年外籍勞工人數成長圖

資料來源：內政部入出國及移民署（筆者自行整理）

四、企業式的連鎖印尼商店

1990 年到 2010 年，印尼商店的成長數量也愈來愈快，舊式型態的印尼商店也面臨挑戰，開始出現印尼商店以連鎖店的方式經營，結帳和經營方式不再以傳統的人工計算，而是使用電腦管理的讀碼機器來替消費者結帳；並且以電腦銷售管理系統來處理零售店面的收銀和銷售作業，也會顯示零售店的交易量的數量，電子系統還能直接連線到總店訂貨，或總店也可以接收到各門市的貨品需求和了解庫存量，並取得會員資料和銷售分，這是在東南亞商店中所出現的新型態的經營方式，一切的銷售標準都是以電子化的經營方式；對於傳統雜

貨店式的印尼商店以人情、情感累積的消費對象，還有店家擁有者多是自雇者、家族式和同族群員工的人力資源方式有較大的不同。

這個印尼商店連鎖店出現在各大城市的車站，此印尼商店經營的形式不再像過去擁有者兼自雇者的身分，或是家族事業的方式傳承經營；而是各分店的雇員都以在台灣求學的印尼華人學生為主，他們通常會經由朋友介紹後透過面試的方式進入公司，公司會進行職前訓練，讓他們了解公司運作狀況，等工作內容熟悉後，會按意願與能力來分配職位。印尼僑生多精通印尼話，也能使用中文和英文溝通，對於連鎖店的服務需求是相對重要的能力。

進口商 C4 的身分是台灣人，他在 2002 年經營印尼連鎖店之前主要從事海運和貨運等相關事業，以販賣菲律賓雜貨為主，據受訪者表示後來是觀察到菲律賓勞工人數開始下降，印尼勞工的人數每年遽增，看到市場愈來愈大，便增加經營印尼雜貨。

在進口印尼雜貨之前，是先開設印尼商店的門市，從一家店開始經營到 2010 年累積擴展到 11 家分店，印尼連鎖店的經營理念與模式打破過去印尼商店的昏暗不明、視線不佳和衛生問題；以企業化的經營方式，門市人員穿著制服，受過專業訓練，不只希望能給外籍勞工舒適的購物環境更能吸引到台灣當地人的注意。進口商 C4 的負責營運與企劃的主管提到「我們的理念其實是要做一些社會回饋，認為過去外籍勞工所購物和消費的環境都是很雜亂不整齊，很不尊重外籍勞工，我們的老闆希望改變經營的方式，打造舒適的購物環境，這樣也能吸引到台灣的當地人願意進入商場來購物。」

此企業是一個專門提供印尼勞工全面性服務的公司，主要的服務有匯款、貨運、提供印尼雜貨、電子產品、手機、電話卡、宅配和發行印尼雜誌如圖 4-1-4 等，雜誌的編輯內容會提供商品的目錄（手機、通訊用品、服飾、食品雜貨、日用品等）如圖 4-1-5、廣告（婦產科資訊、餐飲店、演唱會、介紹上檔電影等）圖 4-1-6、小文章（投資、料理、各國文化）和介紹台灣各鄉鎮縣市的觀光景點

如圖 4-1-7 等內容，也會有語言教學，提供遇到各種狀況時如何使用中文溝通如圖 4-1-8，更鼓勵外籍勞工能投稿文章，雜誌內容也提供交友功能如圖 4-1-9 等；也透過舉辦各項活動來增加勞工的休閒品質，如舉辦大型的印尼勞工歌唱大賽、一日的觀光景點遊覽等活動。

另外，此連鎖店還考量許多外籍勞工無法出門購物，他們就架設網站，讓消費者能使用網路購買商品，使用宅配服務的方式收到貨品，降低消費者因距離無法親自到商場購物的不便。



圖 4-1-4 印尼雜誌封面，資料來源：EEC 公司提供雜誌，作者自行翻拍。





圖 4-1-5 印尼雜誌內的商品資訊，資料來源：EEC 公司提供雜誌，作者自行翻拍。



圖 4-1-6 印尼雜誌內的婦產科廣告，資料來源：EEC 公司提供雜誌，作者自行翻拍。

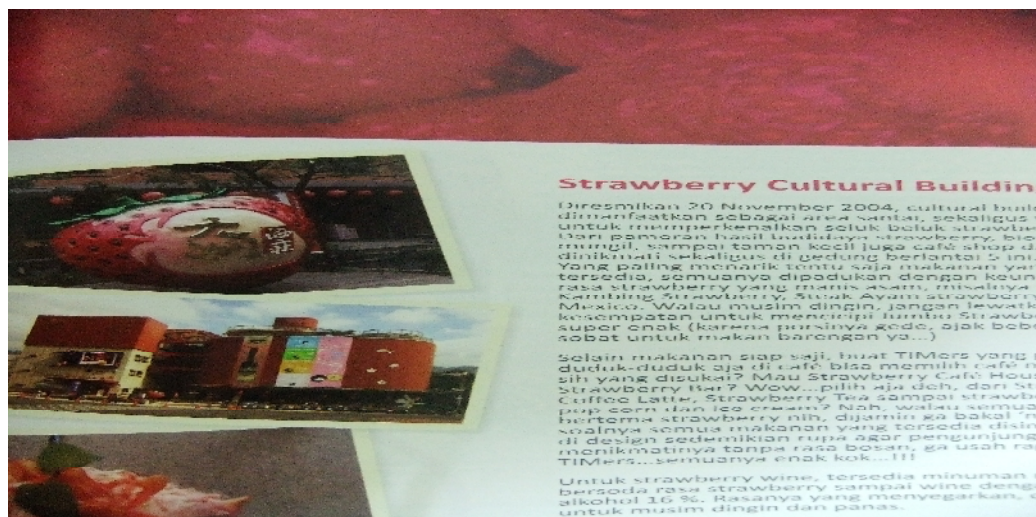


圖 4-1-7 印尼雜誌內的大湖採草莓資訊，資料來源：EEC 公司提供雜誌，作者自行翻拍。

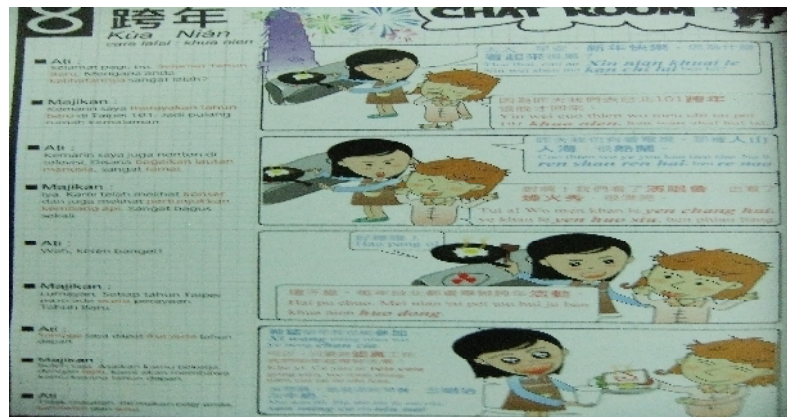


圖 4-1-8 印尼雜誌內的中文教學，資料來源：EEC 公司提供雜誌，作者自行翻拍。



圖 4-1-9 印尼雜誌內的交友資訊，資料來源：EEC 公司提供雜誌，作者自行翻拍。

此連鎖店的出現也讓印尼商店的經營形式和形象有所改變，從過去舊式雜貨店到明亮整齊的商店形式，也為舊式印尼商店帶來一些衝擊，雖然經營舊式印尼商店的受訪者會有一些壓力，但會認為與消費者的感情聯繫很重要，也是舊式印尼商店的一些優勢。

「我們這些老店面，顧客跟我們像朋友有感情了，有時候過來這邊坐坐聊天，我們經營者與客人建立感情，但一些連鎖店他們都是請雇員，就像 7-11 他哪會跟你多聊幾句話啊。」
(受訪者 A1)

五、小節

印尼商店經營形式的轉變，從過往的舊型印尼商店是由客籍印尼華人先佔據此產業的經營與擁有者的角色，店家由擁有者（客籍印尼華人）形成自雇、雇用家族成員或同族群的勞工來維持店內運作，商品販賣的對象從來台的同族群華人為主，形成小型的族群經濟的規模；到後來台灣印尼移工與外籍配偶的人口增加，市場需求便相對增加，產業的對象便擴展更大的消費人口與市場，印尼商店的數量不斷增加，經營模式也發生轉變，開始出現台灣人也進入此產業市場競爭，並建立連鎖店，且雇用同一個族群的雇員（印尼僑生）來管理每一間門市，出現了不同類型的經營模式與方式，且消費對象以完全針對印尼外籍勞工為主，在台灣各大城市的火車站設立連鎖店門市，形成全台交通樞紐的連結點，也讓印尼商店的族群經濟結構出現了轉變與革新。

第二節 創業過程的資源

近年來，國際移民、移工的流動增加，各城市也多了異國餐廳和商店，當中商店的經營者的創業動機，和促使創業成功中的資源，是本節欲討論之重點。

印尼商店的自雇者多為客籍印尼華人，雇員多為同族群勞工和家族成員與親朋好友，Light 與 Gold（2000）對於自雇者、雇主、未領薪的家族勞工，以及同族群的雇員則視為「族群經濟」（ethnic economy），印尼商店的經濟活動確實屬於「族群經濟」的形式。對於討論族群經濟，勢必要從此經濟活動的的創業資源（entrepreneurial resources）來談創業的機會，而 Light 與 Gold（2000：83）提到企業家創業需要的是資源，企業家的資本能力的概念就是要去創造資源，然而要去解釋「族群所有權經濟」需要去確認和分類；所以這邊很重要是區分階級資源和族群資源；這樣的區分彼此相互排斥，而是企業家有時使用族群而有時會善用階級資源。以下研究者將就「印尼商店擁有者」在投入移民社會時的勞動市場，所運用之「創業資源」為何？創業的動機與創業的「資本」進行討論。

一、創業動機

本研究中所經營的具有族群特色的印尼商店擁有者，在創業動機上主要是因為在一般勞動市場工作機會的資訊取得不易、且缺乏在地社會所需要的語言表達能力、知識和社會網絡的基礎，在進入就業市場都為於低階的勞動市場中，許多印尼商店擁有者在印尼是做小本生意，來到台灣初期所從事的都是勞力工作，賺取的薪資較少，為了能有更多收入，才有創業的念頭。

「來台灣的時候到工廠工作一個月換了三個工廠，做得很不習慣，我在印尼沒有做過工廠，在印尼是做生意，所以想說來做生意好了，就試試看回印尼帶一點貨，來跑單幫，帶點

食品和貨來賣，後來賣了一、兩年才開始自己成立一家公司進口貨品，就這樣做了差不多二十年囉！」。(受訪者 C2)

「我以前在印尼也是做生意阿，賣吃的，來到台灣一開始就先去工廠上班，想說先賺一些錢，再來做小生意，比較可以賺到錢。」(受訪者 C1)

受到所處的就業市場都屬於勞動市場，階層的流動性較小和經濟因素，導致研究對象的受訪者們紛紛選擇自行創業的小本生意，但為何以印尼商店為經營項目，主要是台灣的市場有印尼族群市場的需求。

「以前回印尼的時候，朋友就會拜託幫忙買一些東西，久了就順道賺一些運費，後來發現台灣都沒有賣我們印尼華人需要的產品，華人的數量也越來越多，就想開始開店賣雜貨。」。(受訪者 C2)

「我在台灣的時候做很多工作，以前也跟朋友拿一些貨，兼賣一些印尼雜貨，賺點錢，後來我朋友他弟弟不會經營印尼商店，想要頂讓給我，剛好裝潢我都不需要再重新弄，我就想說不然來做做看，畢竟我以前有經驗，而且這邊是火車站旁，客人會蠻多的，我就接下這家店」。(受訪者 A1)

「因為我會料理啊，會講印尼話、客家話和國語，所以覺得做跟印尼相關的生意，應該對我來說比較拿手。」

(受訪者 A5)

由此研究者認為，早期來台的印尼華人人數尚不多，還未出現族群的市場需求，當 1990 年開放外籍勞工和跨國婚姻影響下，族群的需求市場越來越明顯，印尼籍配偶和勞工的增加，也打開印尼族群經濟的市場。且販賣印尼雜貨在初期的利潤很大，許多印尼華人也開始因朋友的影響接觸印尼商店的經營。

「我以前是做陶瓷的，後來生意不好啊，就有朋友在賣印尼

雜貨，一開始回印尼會幫忙他拿貨，後來發現印尼外勞越來越多，有很大的市場，也想自己來做印尼雜貨的生意，才慢慢成立進口商。」(受訪者 C3)

二、創業時的金融資本來源

創業的過程中，金融資本是成立印尼商店重要的要素。在本研究其中 10 位「印尼商店擁有者」，他們都具有台灣身分證，在來台的初期沒有多少存款，語言主要是印尼話和客家方言，中文字也不是很熟悉，語言也有些障礙，在過去資訊流通不足的年代，他們也不會向銀行申請貸款的手續，有時候也會因看不懂文件資料內容，以聽他人轉述而弄錯資訊的內容。

「一開始我跟朋友說我要開公司，他說要五百萬才能開公司但我怎麼可能存那麼多錢，結果這個是錯誤的，是請人幫我辦押金五百萬就可以辦了，所以因為朋友跟我講錯誤的訊息害我等了兩年存錢，結果才發現這五百萬現金是一個形式而已，根本不用那麼多啊，最後才花兩萬就成立了，開公司根本不用那麼多錢，請會計師辦一辦就好了。」(受訪者 C2)

「我以前沒有很多錢，想要創業，後來就有朋友告訴我可以去貸款，但申請資料我根本看不懂國字啊，所以我都只好請櫃檯的小姐講解給我聽，不然我根本就不會辦。」

(受訪者 A6)

依研究的受訪者發現經營印尼商店的擁有者，多半是先依靠自己的儲蓄來當作創業基金，他們通常不敢冒然借貸太多金額，而是先有儲蓄才開始規劃經營生意。客籍印尼華人在創業的資金多是依靠自己創業前工作的儲蓄，或請親朋好友幫忙來籌措資創業資金；再者印尼華人初來台灣，親朋好友還較少在台灣，人際網絡尚未建立完善，除了自己的資金，大部分就只能向銀行借貸，如

表 4-2-1 所整理；而受訪者 A2、A4 和 A7 可以向父母籌措資金的原因是父母為第一代移民，已在台灣奠立經濟基礎，則有能力幫助子女創業的能力。

表 4-2-1：受訪者創業資金來源

受訪者（編號）	創業資金來源					
	自己儲蓄	配偶	父母	台灣親戚	同鄉朋友	貸款
A1	○					○
A2	○		○			
A3	○	○				
A4	○		○			
A5	○	○				
A6	○					○
A7	○		○			
C1	○			○		○
C2	○					○
C3	○					○

資料來源：本研究整理。

三、人力資本的來源

如前面第二章所述，人力資本是指個人在自己身上所投資的能力，如技術、知識、證照和教育程度等，從工作或個人經驗所累積到的知識。本文以客籍印尼華人的「成長背景」與「工作經驗」來做進一步的探討。「成長背景」主要分語言和父母的職業影響，「工作經驗」是以受訪者在印尼工作或台灣工作經歷為主來進行分析。

在印尼商店的擁有者多為印尼華人，第一代至第二代印尼華人多接受過華文教育在語言的部分尚能溝通，且他們多半使用方言來進行對談，在印尼商店會以客群身分的不同，使用語言能力的優勢，促使經營印尼商店所需要的語言溝通能有其能力應對；印尼商店自雇者語言能力的差異也會形成印尼商店客群性質的不同，但這往往只有內群團體才能做出分辨的。

「像我們這邊的客人都是華人居多，華人很愛來我們這邊聊天，因為我們幾乎都是客家人啊，有時候台灣客家人也會來我們這邊，久了都從客人變成好朋友，大家都是客家人反而比較聊的來，隔壁的印尼店的印尼華人夫妻是年輕人，也是客家人，但是他們小時候接受印尼的教育比較多，方言比較不會講，所以來我這邊的客人是華人居多，他們那家就印尼外勞比較多。」(受訪者 A1)

除了語言能力影響外，商店自雇者的原生家庭父母親的職業也會促使印尼華人移民開設印尼商店的原因。以受訪者 A2 和 A4 來說，小時候都曾在印尼讀書，會講印尼話且也接受過華文教育，母親在印尼都從事小吃生意，後來搬到台灣累積儲蓄後也經營客家小吃店，逐漸增加販賣印尼雜貨而奠定經濟基礎。

「那時候我有出去外面工作，工作幾年，結果賺的錢也不是很多，想說乾脆回來經營我們家的店面，就想自己去外面另外開一間，因為我媽媽從小就是做這個印尼雜貨，我舅舅也在做啊，所以親戚都會幫忙我開店。」(受訪者 A2)

「我以前在印尼是賣化妝品的，後來我親爸爸去世，我就來台灣找我媽媽，我媽媽賣客家小吃二十多年了，也有店面啊，所以搬到台灣我就想自己做點生意，賣一些印尼雜貨和特色小吃，畢竟也是服務業啊，比較熟悉。」(受訪者 A4)

再來，就是受訪者過往的工作經驗也會影響以印尼商店做為創業的原因。

除了語言能力和親戚職業影響外，還有個人工作經驗所累積的專業知識，亦是促成創業的能力指標。所以大部分的印尼華人因都在印尼成長過，當地的飲食口味都是他們熟悉的味道和料理，受訪者 A4 就提到「我在印尼的時候，婆婆是道地印尼人，他有教我煮印尼菜，所以來台灣煮印尼菜對我來說不是問題。」，故擁有烹飪印尼道地料理技術是基本常識。

而受訪者中的印尼華人女性因早期曾經到台灣的餐飲店工作，她便擁有料理台灣人口味的能力，在經營印尼商店時，就有能力為不同族群的消費者來調配合適的口味、醬料和配料。如受訪者 A1 提到「以前我老婆，去過台灣的餐飲店打工，幫忙煮菜，也學了一點台灣人口味的料理，台灣人通常沒有吃那麼鹹和辣，這是和我們印尼口味不一樣的地方」。

四、社會資本之來源

如第二章所述，社會資本是仰賴族群、家庭成員、朋友和親友的網絡關係，並從網絡關係中去獲得或傳遞消息。本文以「貨款兌現的時間」、「如何選擇訂貨的進口商或批發商」、「週轉資金」和「食材取得來源」來分析在印尼商店創業過程中社會資本的來源的內容。

(一) 「貨款兌現的時間」

在印尼商店的擁有者與進口商或批發商訂貨時，通常商品送到時，貨款要一次繳清，但有時候商家與批發商關係是較密切的，批發商會讓商家延遲繳貨款的時間。受訪者進口商 C2 表示：「我通常都是需要商家付現金給我，如果有時候商家手頭比較緊，我會讓他延一次，譬如說這次商家要訂貨，那他如果上次有欠我貨款，就要先繳上次的貨款錢，才能再叫貨，但我這是給比較熟的朋友方便，因為我以前常常有商家做不下去，跑路了，貨款也回不來，或是我會讓商家用開票的方式，但很少啦，我也需要現金週轉，一直開票，我也沒辦法接受。」

(二) 「如何選擇訂貨的進口商或批發商」

印尼商店與進口商或批發商的關係是很密切的，由其早期印尼商店和批發商都是客籍印尼華人，他們會彼此互助，互相調貨，縱使現在出現其他進口商，但有些印尼商店自雇者仍與關係較好的進口商訂貨。例如進口商的受訪者 C1 提到「以前我們進口商就是這幾家，我們彼此都認識，也是同鄉啊，那雖然是競爭關係，但都是老朋友了，我們有時候沒有貨的時候，就跟 C2 調貨啊，大家都是互挺啦，有時候進口商貨太多，我們也會幫忙吃一些貨，幫忙賣。」

商品的成本有時會成為商家選擇進口商的條件，但長期合作和固定的進口商合作的商家，會因彼此之間的友情選擇放棄其他家商品較便宜的進口商，主要是因為「關係的聯繫」。例如受訪者 A1 指出「其實有很多推銷原來跟我推薦他們的商品，價格都比較便宜，但是我還是跟 C2 拿貨，那是因為他跟我二十幾年的好朋友，就像是我的老弟一樣，以前他剛來台灣還是先來投靠我，所以我跟他的交情很不一樣，我拿貨的不需要規定的數量才送，還有我的貨款錢都是等我這批貨賣完再給他，這就是我們的交情。」。

(三) 「食材取得來源」

印尼商店會賣現煮的印尼料理和餐點，所使用的食材在台灣一般市場都能購得，但印尼商家為了能做出道地口味的家鄉口味，都會使用印尼當地的醬料（如醬油膏、辣醬等）來進行調味，這些配料、香料等多依賴台灣進口商從印尼進口。而有些配料則是要在台灣市場取得，像印尼籍勞工多不吃豬肉，所以餐點的主菜會有雞肉、鴿子肉（這種肉還需要從印尼進口）、牛肉丸和海鮮等，而有些主菜他們就會從一般市場中取得（如新鮮的雞肉、海鮮等），但在市場較難取得的食材時，多會依賴同族群所批發的食材，如受訪者 A1 提道：

「牛肉丸在我們印尼很普遍，但是在台灣比較少有，雖然有啦，但是口味不一樣，台灣人不會做，所以我們有印尼華人專門在台灣做牛肉丸批發給我們印尼商店，他會做我們印尼

口味的牛肉丸，幾乎印尼商店大部分賣的牛肉丸都是跟他拿的，他算製造商哩，而且都是同鄉啊，大家幾乎都好朋友，他也常來我這邊串門子和聊天。」

當在經營印尼商店時，若對於食材取得的困難，個人就會藉由社會網絡的力量來找到相關資訊，這是在族群經濟的網絡中可以看到除了使用個人的金融資本外，還需要人際關係來獲得食材資訊，這也是在社群關係內所看到的資訊傳遞和聯繫。

五、文化資本

文化資本是一種階級資源，此概念是源自於 Pierre Bourdieu，被定義為一種在高階級社會的能力展現，高階層文化強調的是藝術、建築、飲食和流行趨勢，這些藝術展現資本知識，且可以轉化成為個人的金融資本。但 Light 與 Gold（2000：92）提到 Bourdieu 對於分析布爾喬亞（bourgeoisie）的高水準文化，將之視為文化資本，但他缺忽略布爾喬亞的職業文化。職業文化包含適當的可支持的價值、態度、知識和技術在家中被視為理所當然的傳送如同受學校教育一樣。而企業就如同一個布爾喬亞的職業文化。Light 與 Gold（2000：93）的研究也指出年輕人在親戚所擁有的企業工作機會比沒有親戚關係的人較容易得到工作；且小孩對於親屬關係的企業會比非親戚關係的企業有較多的認同感。

在印尼商店的創業過程中，多數受訪者表示父母或親戚朋友以前有經營生意的背景，從小耳濡目染熟習經營生意，對於創業會有較多的背景知識，也較能得心應手。受訪者 A1 就指出「以前我沒讀什麼書，然後叔叔也是做生意的，就讓我去他的公司幫忙，我一開始就幫他記帳，處理公司大小事情，從裡面學到很多事情，我後來自己出來做小生意的經驗，都是從這邊磨練出來的。」，觀察到職業文化所傳遞的文化資本對於個人往後在進入相關職場時，所能獲得工作的機會相對較大。

受訪者 A2 也提到「我當完兵後，出去工作一兩年，也找不到好工作，賺的錢也不多，後來想一想我媽媽從小時候就在經營印尼商店，我也幫忙過，想說乾脆自己另外出去開一家印尼商店，自己做做看，畢竟貨源我都清楚如何處理，親戚朋友很多是經營印尼商店的，所以我想另起爐灶自己經營。」。所以事業擁有者多從非正式的管道來獲得工作上所需的職業文化，擁有者對於職業文化所需的知識與態度能學習精通，將對於事業有很大的幫助與發展。

第三節 招聘關係

印尼商店內的員工招募關係，是存在一種「信任程度」。Coleman（1990）認為「信任」是一種社會資本的形式，它的重要性表現在相互信任的系統中，且在互動過程中彼此都承擔一份義務與責任，人際關係會因信任關係而有相互回饋與互惠的關係。Fukuyama（1998）也將「信任」認為是一項極重要的社會資本，如果沒有這項社會資本，社群中的各個成員將難以與其他人共事，也不會為了共同的目標而齊心合作努力。Fukuyama（1998）更直言，「信賴」是整個社會的最大資本。沒有信賴做為根本，整個市場經濟都將無法繼續擴展，企業競爭力也不會提高（林育健，2007：77）。

「信任」關係也無時無刻會約束我們選擇的行動過程。在印尼商店的招聘方式，多是商家在自己的社群關係內釋放尋找員工的訊息給親朋好友、熟識的客人等，藉由此方式所找到的員工也較能信任，員工的族群身分多以華人為主，在一般勞動市場較難找到工作，相對於在族群經濟市場中較容易藉由網絡與社會關係找到工作。受訪者 A4 表示：

「我之前找員工的時候，我都是藉由熟客介紹，像之前的員工就是這邊的客人介紹，跟我說她個性很好工作也蠻認真，想多賺點錢，我就請她啊，畢竟朋友介紹的比較清楚對方的背景，我們工作起來也比較安心。」

「我請的員工是我的朋友(客籍華人)，認識很久的老朋友，剛好她也需要工作，假日就來幫忙啊，做了五、六年以上了。」（受訪者 A5）

「我原本只有自己在顧店，後來因為有一個女孩（華人）在台北師大讀語言相關的，後來不想讀了，就住這附近（龍岡）她想要在台灣找工作，也還找不到工作，平常沒事都往我這邊跑，認識久了，我就看她需要打工賺一些錢，就請她當

我的員工，幫忙雇店，我也可以比較輕鬆。」

（受訪者 A3）

「現在店裡幫我的這個華人朋友，就是以前在台灣做旅行社，後來前幾年金融風暴，旅行社老闆裁員啊，他也找不到工作，以前也是常來我們店裡的熟客變好友，我就讓他來店裡幫忙，他很盡責的，我們店裡大大小小的事情他都會做，已經是很知心的朋友和夥伴。」（受訪者 A2）

大部分的員工來源多為商店的熟客或是讓商家信賴的朋友，研究者也觀察在商家常常會出現華人友人，他們會趁自己上班前或下班後到商家的店面義務性幫忙招呼客人，不計酬勞，但商店擁有者都會讓幾個華人朋友免費在店裡吃飯，當做答謝。據研究者觀察大部分來到印尼商店中與店家老闆們坐著聊天或串門子的人，都以華人居多。

「我太太是華人，但是小時候在印尼受的是印尼教育，中文她不太會講，有時候我要出去送貨或處理事情，都不在店裡，那遇到台灣客人的時候，我朋友他們都會幫忙招呼，或是外勞他們有時候會在店裡會吵架，都是有我這幾個華人朋友在店裡順便幫忙處理，不然我哪可以安心出去辦事情。」

（受訪者 A2）

還有印尼商店的擁有者除了以網絡關係尋找同族群的員工之外，還會雇用同家族的成員，大部分是因為家族成員在一般的勞動市場很難找到工作，所以選擇在自己家族的店面幫忙和工作，但印尼商店擁有者仍會比照一般的勞工市場給家族成員的員工薪資。從受訪者 A1 說：

「我們家人口眾多，像我女兒出去找工作不順利，我媳婦要顧小孩出去也難找工作，我就想說店裡也需要人手幫忙，就請他們工作啊，也是照外面一樣給薪水啊，但是每次我說十

一點上班，我女兒都沒有準時過，雇用自己人就是這樣，比較不怕我這個老闆（爸爸）。」

從上文可以看到店家雇用家族成員時，多因為成員無法在一般勞動市場找到工作，而選擇回到同族群的經濟市場中，所能得到工作的機會相對較大。

在訪問 11 位受訪者（7 位印尼零售商和 4 位進口商）中，受訪者都是屬於擁有者兼自雇者的身分，且店內員工都屬於家族成員（妻子、丈夫、小孩等）或是親朋好友的同族群身分，這裡同族群的員工主要是以有印尼料理經驗為主（有印尼原住民和印尼華人），如表 4-4-1，所以員工的身分就並非以客家族群；除了受訪者 C4 本身為台灣人，在經營進口雜貨中需要懂得市場需求的員工加入，所以族群員工為印尼華人居多，並且 C4 所經營的是連鎖店形式的印尼商店，雇用的公司主管和員工都為印尼華人為主。

表 4-4-1：印尼商店的員工來源

受訪者	員工來源				
	自雇	家族成員	同族群員工	不同族群員工	其他
A1	✓	✓			
A2	✓	✓			
A3	✓	✓	✓		
A4	✓	✓	✓		
A5	✓	✓	✓		
A6	✓	✓			
A7	✓		✓		
C1	✓	✓			
C2	✓	✓	✓		
C3	✓	✓			
C4				✓	

資料來源：研究者自行整理。

如 M.Granovetter 等學者提到經濟行動為一種社會性的行動，社會行動是不能外於其社會脈絡與社會關係，這些具體的關係與網絡能夠產生信任，以防詐欺，對於降低經濟行為當中的不確定性與詐欺相當有幫助（潘美玲、張維安，

2003：62)。在印尼商店的招募員工的過程中，可以觀察到在族群市場中所進行的經濟活動，社會關係與人際網絡對於族群網絡是相當重要且在族群產業中扮演很重要的關鍵。

第四節 商店內的族群關係

族群是指一群因為擁有共同的來源，或是共同的祖先、共同的文化或語言，而自認為、或者是被其他的人認為，且構成一個獨特社群的一群人（王甫昌，2003：10），這是做為區分「我群」、「他群」的標準，群體會成為一種團體認同。印尼商店內存在了族群的互動關係，不同族群的社群都會在印尼商店形成聚集的網絡。印尼商店內的消費族群包括印尼華人、印尼勞工、印尼籍配偶或台灣人；台灣人是較少進入印尼商店消費，在印尼商店形成的群體比例較低，主要都以印尼華人和印尼勞工群體居多。

印尼商店的主要消費客群就是印尼華人與印尼勞工，此兩個主要族群在印尼商店的空間互動過程是一種族群關係的展現。大部分在印尼商店聊天、串門子的印尼華人多在印尼當地居住過，對於印尼語能聽、說、讀、寫，中文能力的溝通不是問題，在平常印尼華人聚集的空間都會使用方言來交談（客家話），一旦店面有外籍勞工來的時候使用印尼話與他們打招呼。在族群界線之外會認為在印尼商店之間是沒有界線的，但長期與受訪者建立關係後才發現印尼商店內的印尼華人與印尼勞工存在著被隱藏且不能直接表現的互動關係。

「我們店裡這邊的華人朋友都是客家人，我們都講客家話比較多，但是遇到外勞他們只聽得懂印尼話，我們當然跟他說當地語言。」（受訪者 A1）

Weber（1996）提到族群組成是由於族群成員共享的政治記憶以及其他因素。族群因不同的政治記憶也形成不同的類屬，在印尼商店華人與印尼勞工在外群體所觀察會是同質性相似的團體；在內群體來看他們卻是不同的族群類別。印尼商店的受訪者 A5 就提到「我對於店裡的客人對象是沒有限制，只要進到店裡都是客人，都一樣的服務，我們這裡沒有什麼差別」，但是在受訪者幾次與店裡的華人朋友聊天時，提到店裡華人與外籍勞工的關係時，某位華人朋友就提到：

「老實說啦，華人跟外勞真的有點界線，因為每次外勞進來一家店都會先看店裡面有誰，如果看到一堆印尼華人，他們就會去隔壁的印尼商店找跟他們是一樣是印尼原住民的；還有我們二樓是唱歌的啊，如果看到是我們華人在裡面唱歌，他們印尼外勞就不會進去，跑去別家找他的朋友，我們華人都沒有排斥他們喔，但是他們看到有一群華人在的地方就回跑去另一家。」

另一位華人朋友也說：

「我覺得他們這樣是有點自卑，好像覺得跟我們是不同階級的，像我們華人也是會這樣啊，我們到印尼商店串門子，都會先看這家店現在有誰，如果這家店華人朋友都在，我們就自然進去聊天、哈拉，如果看到外勞聚集，也是會跑到別家看看其他朋友在哪，這也是很正常啦！」。

在印尼商店所觀察華人私下談話中對於與印尼籍勞工的關係其實是存在著模糊與曖昧的關係，對於印尼商店的店家來說，他們不希望打破表面上的關係，所以在面對研究者訪問時都是以模糊的態度來描述華人與外籍勞工的族群關係，但印尼店家與華人朋友的角色畢竟不同，他們需要考量做生意的社會關係，不能對於自己政治態度有過多的表現；對於華人朋友而言，他們因無經營生意的壓力，能將印尼商店的族群關係較真實的描繪清楚，這樣的族群邊界所形成的社會關係也是族群團體間的特徵與現象。

第五章 結論

移民的遷徙過程中，人是不斷流動、變遷、調適與改變，這都是歷史過程的一部分。移民群體在不同的環境背景下發生變動，群體的異質性便會產生，而族群團體所以維繫，便需靠社會關係的聯繫與信賴，更重要是相互認同的共享政治記憶。在過去移民群體被看成同性質的刻板印象，忽略群體之間的差異，在客籍印尼華人的遷移過程中，依時代背景的政治狀況，移民的因素也不同，如 1960~1980 年代大大小小的排華事件，形成華人遷移台灣，客籍印尼華人落地生根後也成為印尼當地親友的拉力媒介；1980~2000 印尼華人配偶也開始增加，這時期來台的印尼華人配偶與印尼當地配偶是不同的（前者具有華人文化，後者屬於印尼原住民）；到了 1990 年開始開放外籍勞工進入台灣勞動市場，印尼籍勞工的人數也劇增。

在此歷史背景下，客籍印尼華人僑居到台灣，都是為了能過更好且更安定的生活，在僑居過程的適應與調適中，找尋適合的維生方式，並非完全取代地主國的一切文化方式，而是在移民地當中不斷學習與面對，並藉著既有的慣習和各項資本的資源下，創造屬於自己的生存模式。本研究中客籍印尼華人早期來到台灣面對維生不易且陌生的環境仍找尋賺錢維生的契機，如在印尼華人日漸增加的社群中，看到社群對於過往在印尼飲食和家鄉的想念與期待口味的再現，就開始有客籍印尼華人先以小攤販的形式，販賣客家小點心（客家板條、菜包、肉粽等），再來客籍華人儲蓄一些資金後開始以跑單幫的方式將印尼食品雜貨帶到台灣來兼做小型販賣，到了中後期便開始出現印尼雜貨店，專賣進口印尼的相關食品雜貨；後期更出現了印尼小吃店，開始販賣印尼到地口味的小吃美食；再者印尼商店的出現，以複合式的經營模式來招攬客群，客群的對象也從印尼華人、華人配偶到印尼移工的轉變，讓印尼商店的經營模式出現了衝

擊與改變，如表 5-1-1。

創業資源的需求也因環境改變而產生變化，早期經營印尼商店的擁有者多以客籍印尼華人最先佔領此市場的主導權，印尼雜貨進口商的族群身分在早期都是由少數客家人所壟斷，經營印尼商店的 10 位受訪者中全部都屬於廣東梅縣的客家人身分，早期移居到台灣的客籍印尼華人多需要依靠族群資源的網絡關係才較容易創業，而這族群資源主要以「客家」印尼華人的族群身分所提供的資源為多，所以在初期來台灣以印尼商店為創業基礎的過程中，客家族群的資源網絡仍為必要的資源之一。

印尼商店的擁有者和經營者所需俱備的文化資源到現在台灣人進入此市場後，金融資源和社會資源變成是創業過程相當重要的關鍵，因台灣人可以從社會資源的網絡關係找到經營者和管理者所俱備的文化資源（如聘請具有在印尼生活經驗的印尼華人做為管理者，員工的選擇上族群身分就已不是重要的因素，反而是會不會講印尼話、是否熟悉印尼人的生活狀況和所需為考量重點），讓企業擁有者（台灣人）不需具備印尼文化背景的条件也能進入其他族群的產業市場，只需要足夠的金融資本和印尼華人的脈資源，這樣的轉變與發展過程是相當重要的歷程。

從客籍印尼華人所經營販賣印尼雜貨的小商店到台灣人所改變印尼商店的型態轉變，也讓舊式印尼商店的經營面臨了挑戰，印尼雜貨的族群經濟產業模式也從過去以客籍印尼華人為主導整個市場進口和零售商店的運作模式，到最近十年慢慢開始有台灣人也加入進口商的市場，經營方式也發生轉變；過去印尼商店是由家族式與親朋好友的自雇方式，現在出現了管理式的經營模式，這觀察到印尼雜貨的族群產業模式是會不斷隨著現代市場經濟的運作模式而改變。

在表 5-1-1 中可以發現，第一，1980 年代前的客籍印尼華人所經營的店面主要都是以販賣客家麵食或客家小吃（菜包、肉粽等）為主，且此時期所需要

運用到的資本以金融資本和文化資本為主；在創業過程中客籍印尼華人會先以打零工或到工廠上班來累積創業的金融資本，並且從事創業的過程中也需要有文化資本的背景（大部分的受訪者，主要在印尼是從事小型生意經營，所以來到台灣也想自行創業）。第二，1980~2000 年代左右，隨著早期的客籍印尼華人定居台灣的情況，而有一批新移民陸續依媒妁之言和婚姻仲介而嫁到台灣，這些移民配偶主要以客家族群的背景為主，有些移民配偶為了維持家計會經營印尼雜貨店，此時期的印尼雜貨店除了販賣客家點心和米食還增加了印尼雜貨和家鄉菜；這一階段經營印尼雜貨店的金融資本固然重要，更重要的是人力資本，就是具備料理客家小吃和印尼家鄉小吃的技術與能力，這在經營印尼小吃店是想當重要的一個資源能力。第三，2000 年之後，開始出現台灣人進入印尼雜貨進口的事業，且採取現代化的經營模式和管理，員工的來源不再是過去家族式或同族群員工，而是以在台灣讀書的印尼僑生（非特定方言族群，主要以華人身分為主）為主要管理者和執行者；此時期的印尼商店販賣的對象以印尼籍移工為主要消費對象，這一階段開始經營印尼雜貨進口的創業資源主要以金融資本為主，需要有雄厚的資本做為後盾，次要就是社會資本（招募印尼僑生的網絡關係），如何從網絡中招募印尼華人為員工是經營印尼連鎖商店相當重要的環節，因印尼華人具有印尼當地文化的背景與華人身分，對於語言和兩地（台灣和印尼）文化都能有所了解和適應，這是台灣人能進入印尼雜貨進口市場中，相當重要的關鍵。

我們可以觀察到在印尼商店的產業中，隨著時代背景的變遷，印尼商店從舊式的傳統經營，到新型態的連鎖店注入新經營模式，經營型態的轉變是可以直得繼續觀察；且在此產業市場中能看到印尼華人在產業中所佔的角色仍是相當重要，從早期以客籍印尼華人先佔據此產業，到後期印尼華人（不再是特定客家族群）成為印尼商店的管理者到企劃執行者（如進口商 C4 的各項活動、雜誌編輯等都由印尼華人所控制和管理），可見印尼華人在產業的角色轉變過程

在不同型態的經營模式產生了變化，但不可否認這形成一種族群產業的模式，也能觀察此產業的變遷過程。

表 5-1-1 印尼商店的轉變過程

時代(西元)	1960~1980	1980~2000	2000~
移居類型	客籍印尼華人	媒介的婚姻配偶	印尼移工
商店模式	客家風味的麵攤 店形式	印尼雜貨店	1. 跑單幫式 2. 流動式貨車 3. 複合式印尼 商店 4. 連鎖商店
此時期經營印尼 商店主要所需的 創業資源	1. 金融資本 2. 文化資本	1. 金融資本 2. 文化資本	1. 金融資本 2. 社會資本
販賣內容	客家小吃和少許 印尼雜貨	客家小吃、印尼雜 貨、印尼家鄉菜	印尼雜貨為主（印 尼雜貨、風味美 食、娛樂性設施和 代購機票、貨運等 服務。）
銷售對象	印尼華人	印尼華人、印尼籍 配偶	印尼華人、印尼籍 配偶、印尼勞工

資料來源：本研究整理。

本研究中進行田野過程因筆者的經歷不足，在許多研究層面上仍有侷限與不足，以下幾點視之：

一、在進口商的田野調查中，礙於市場的封閉性，對於產業的數據資料所能掌握得相當有限，除了從財政部關稅總局統計室所出版的《中華民國台灣地

區進口貿易統計月報(年刊)》中找尋進口印尼速食麵的數量來得知一年台灣的進口產量，再和進口商所提供本身一年的進口量對比而粗估的數據，不然相關資料的數據相當的缺乏。

二、進口商的受訪者較少，主要原因是筆者能力有限，所能聯絡到且願意受訪的進口商不多，除了三家進口商的老闆因相互認識能介紹給研究者認識外，其餘的多為近幾年成立的進口商，也是因這些進口商的資本額較小，資本額多為五十萬到一百萬之間，佔整個進口印尼食品雜貨產業的比例不高，所以進口商的影響力與知名度相對較小。

三、對於客籍印尼華人在印尼的生活狀況和飲食習慣，因研究者未在印尼居住過，便無法確切當地的社會狀況和掌握飲食口味的差異，只能從歷史資料和受訪者的口述資料來進行了解；還有印尼華人經營印尼商店的歷程，文獻資料較缺乏，也只能從受訪者的訪談內容與經歷漸漸描繪出來。

最後，此研究也觀察到客籍華人移民進入台灣社會所做的調適與轉變，從不同視野會發現族群的生存方式和遷移改變的過程。本研究雖有許多田野的考量與研究者能力的限制，但對於台灣早期的客籍印尼華人經營印尼商店的創業背景與印尼商店的歷史過程描繪出來，對於此產業也有了初探性的研究成果。

台灣的遷徙歷史是不斷的隨著國際、社會等環境的變遷而轉變，許多少數族群的狀況常是透過早期的文獻資料所描繪，而歷史變遷的內部發展常是被忽略，且人口的遷移和轉變在過去尚未被建立與重視，因此在撰寫過程會有資料不足與分析有所誤差等狀況。此研究後也發現台灣對於客籍東南亞華人遷移至台灣的歷史與適應過程，相關文獻資料較缺乏，思考到這群移居台灣的客籍東南亞華人研究該如何定位所屬台灣客家研究或者是東南亞研究，研究者之淺見認為東南亞華人遷移至台灣定居此地，與台灣文化進行摩擦與調整適應的過程，並在地主國建立自己的維生方式，我們當然不只觀察華人在東南亞的遷移與歷史過程，更應該去思考其移居台灣的社會脈絡與調適過程，因此，少數族

群研究的定位就不只是台灣客家研究與東南亞研究的區別，而是記錄族群遷移的歷程與演變，增加台灣研究的視野與角度。

參考文獻

- Coleman, J.S., 1990, *Foundations of Social Theory*. Cambridge, MA : Belknap Press of Harvard University Press.
- Fukuyama, Francis., 1998, *Trust : The Social Virtues and The Creation of Prosperity*, New York: Free Press.
- Flick, Uwe, 2007, 《質性研究的設計》(*Designing qualitative research*)，張可婷譯，台北：韋伯出版。
- Kuhn, Philip A., 2008, *Chinese Among Others: Emigration in Modern Times*. Lanham : Rowman & Littlefield Publishers.
- Light Ivan., 1984, "Immigrant and Ethnic Enterprise in North America." *Ethnic and Racial Studies* (7) : 195-216.
- Marshall, Catherine and Rossman, Gretchen B. 1999, 《質性研究設計與計畫撰寫》(*Designing qualitative research, 3rd ed.*) 李政賢譯，台北：五南。
- Purcell, Victor, 1965, *The Chinese in South Asia*, London : Oxford University Press
- Strauss, Anselm and Corbin, Juliet M, 1998, 《紮根理論研究方法》(*Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*)，吳芝儀、廖梅花譯，台北：濤石文化。
- SarDesai, D.R., 2001, 《東南亞史》(*Southeast Asia, past & present*)，蔡百銓譯，台北：麥田。
- Seidman, Irving., 2006, 《訪談研究法》(*Interviewing as qualitative research*)，李政賢譯，台北：五南。
- 牛震，2002，《第三中華—海外華人的歷史、現在、未來》，台北：字磨坊。
- 王蒼柏，2006，《活在別處—香港印尼華人概述》，香港：誠興印務公司。
- 王賡武，2002，《南洋華人簡史》，台北：水牛。

- 王甫昌，2003，《當代台灣社會的族群想像》，台北：群學。
- 王志弘，2008，〈族裔－文化經濟、謀生策略與認同協商：台北都會區東南亞風味餐飲店個案研究〉，《國立政大社會學報》39：1-44。
- 王志弘、沈孟穎、林純秀，2009，〈族裔公共空間的劃界政治：台北都會區外圍東南亞消費地景分析〉，《台灣東南亞學刊》，6（1）：3-48。
- 丘正歐，1995，《蘇加諾時代印尼排華史實》，台北：中央研究院近代史研究所。
- 朱杰勤，2008，《東南亞華僑史》，北京：中華書局。
- 江宗仁，1992，《印尼華人經濟現況與展望》，台北：世華經濟出版。
- 李思涵，2003，《東南亞華人史》，台北：五南。
- 李美賢，2005，《印尼史》，台北：三民書局。
- 林育健，2007，《族群、產業與社會資本：以屏東檳榔業「行口」為例》，桃園：中央大學客家政治經濟所。
- 林開忠，2006，〈跨界越南女性族群邊界的維持：食物角色的探究〉，《台灣東南亞學刊》，3（1）：63-82。
- 邱天助，2002，《布爾迪厄文化再製理論》，台北：桂冠。
- 唐慧，2006，《印度尼西亞歷屆政府華僑華人政策的形成與演變》，北京：世界知識出版社。
- 高宗熹，1997，《客家人：東方的猶太人》，台北市：武陵。
- 莊國土，2001，《華僑華人與中國的關係》，廣州市，廣東高等教育出版。
- 夏曉鵬，2002，《流離尋岸：資本國際化下的「外籍新娘」現象》，台北：台灣社會研究雜誌社。
- 張婷婷，2006，《外籍配偶與客家文化傳承》，桃園：中央大學客家社會文化所。
- 陳冽，（荷屬東印度華僑），《東方雜誌》，第33卷，第9號。
- 張紹勳，2000，《研究方法》，台中：滄海書局。
- 張維安編，2001，《台灣的企業組織結構與競爭力》，台北：聯經。

- 張希哲、高信主編，1997，《華僑史論集》，台北：華僑協會總會。
- 曹雲華，2010，《變異與保持：東南亞華人的文化適應》，台北：五南書局。
- 馮子平，1993，《海外春秋》，北京：商務出版社。
- 華僑救國聯合會秘書處，1959，《印尼華僑的災難》，台北：華僑就國聯合會秘書處。
- 黃昆章，2005，《印尼華僑華人史》，廣州：廣東高等教育出版社。
- 楊聰榮、藍清水，2006，〈從歸僑到外籍-印尼臺灣人移民的歷史過程，兼談客家文化的影響〉。論文發表於「第三屆跨界流離國際學術研討會」，台北：世新大學，2006年10月07-08日。
- 楊建成主編，1984，《荷屬東印度華僑商人》。台北：中華學苑南洋研究所。
- 廖建裕，1985，《爪哇土生華人的政治活動》，台北：正中書局。
- 廖建裕，2002，《現階段的印尼華人》，新加坡：國立新加坡大學中文系。
- 葉欣玟，2009，《蟄伏於歷史的記憶：龍潭鄉內的印尼客僑》，高雄：國立高雄師範大學客家文化研究所。
- 齊力、林本炫編，2006，《質性研究方法與資料分析》，嘉義縣：南華教社所。
- 潘美玲、張維安，2003，〈經濟行動與社會關係：社會自我保護機制的研究〉，《台灣社會學刊》，第30期，頁51-58。
- 劉振台，2005，〈移動與定居的經驗：長治鄉印尼客家移民的社群生活形式〉，雲林科技大學第五屆文化山海關—文化資產研討會。
- 鄭冠榮、蔡青龍，2010，《台灣的東南亞區域研究年度研討會：東南亞藝術、文化與社會的建構與發展》，〈台灣移入配偶的微型企業經營與參與—北部越南小吃店的個案分析〉。
- 賴郁如，2009，《客家族群的再次遷移與內再關係：以屏東縣長治鄉為例》，高雄：國立高雄師範大學客家文化研究所。
- 鍾仁嫻，2006，《客土—九座寮戀戀風土》，台北：行政院客家委員會。

謝培屏編，2005，《戰後遣返華僑史料彙編》，台北：國史館。

其他文獻：

中國時報，〈不堪被迫害相率投祖國，印尼僑胞一批自動遷返台灣〉，《中國時報》，1958.11.03。

中國時報，〈兩批印尼歸僑，十日抵達基隆〉，《中國時報》，1960.09.07。

聯合報，〈千四百餘印尼歸僑，定居就業均將於以輔導〉，1960.09.09。

〈商討印尼迫害華僑問題會議紀錄〉，1960年2月11日，《印尼迫害華僑案》，臺北縣：國史館藏，檔號：0127。

網路資料：

世界客屬總會的客家研究：http://www.888a888.com/news_info.asp?newsId=448

內政部統計通報 98 年第 5 週：<http://sowf.moi.gov.tw/stat/week/list.htm>

國森貿易有限公司已解散：<http://www.drugsnet.com.tw/cpsub/explor.php?id=29>

行政院勞工委員會：http://www.gio.gov.tw/info/festival_c/labor/f_labor.htm

宏翰貿易有限公司解散註銷許可執造：

<http://www.nta.gov.tw/dbmode93/Content.ASP?RecNo=679&NewsType=2>

行政院勞工委員會職業訓練局外籍勞工公告專區：

http://www.evta.gov.tw/topicsite/content.asp?mfunc_id=124&func_id=124&type_id=0&cata_id=0&site_id=5&id=9635&mcata_id=0&SearchDataValue=

維基百科：

<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E9%A9%AC%E6%A0%BC%E6%96%AF%C2%B7%E5%93%88%E5%BC%97%E6%8B%89%E5%B0%94>

附錄 1

一、基本資料

1. 姓名
2. 出生地
3. 性別
4. 年齡
5. 家庭成員
6. 來台時間

二、開店歷史

1. 來台前您所從事的是什麼行業？
2. 請問您是什麼因素和動機選擇以印尼雜貨做為維生的方式？
3. 過去的客戶群和現在的客戶群有沒有不一樣？不一樣在哪裡？
4. 主要經營的項目有哪些？

三、資金交易方式

1. 請問您創業的資金來源？
2. 店裡的店租、成本、利潤和營業額大概的狀況？
3. 交易的方式是採用什麼方式？

四、鋪貨網絡

1. 如何找店面？
2. 如何開發客群？
3. 提供的店家數目？

五、人力資源

1. 店裡的員工來源？
2. 如何招募員工？
3. 大致上招募員工的族群身分？