

國立臺灣師範大學
地理學系第四十屆碩士論文

臺南市花園夜市攤販移動及其社會資本研究

指導教授：張峻嘉
研究生：陳玟伶

中華民國一百年一月

國立臺灣師範大學地理學研究所碩士論文摘要

研究所別：地理學研究所碩士班

論文名稱：臺南市花園夜市攤販移動及其社會資本研究

指導教授：張峻嘉

研究生：陳玟伶

論文內容：共一冊，文約八萬餘字，共分五章十八節，並以五百餘字扼要說明。

摘 要

本研究以臺南市花園夜市攤販為研究對象，針對夜市攤販的移動路徑進行研究，探究影響花園夜市此一塊狀型夜市攤販，其日、週、年擺攤移動路徑的安排、夜市巡迴選擇與計畫的影響因素，以時間地理學及社會資本為解釋架構進行研究。

研究結果發現，花園夜市攤販在此一塊狀型夜市中，透過夜市管理單位的刻意規劃、攤位權利的賦予，使攤販於每週四、六、日聚集於此一塊狀空間，形成一變動性極大、與地方聚落商業區無涉的消費地景。夜市空間呈現同類攤販分布集中且單純化，使之分區為飲食、生活百貨、休閒娛樂三大區塊。而從時間地理學中的能力、結合、權威三大限制發現，各類攤販因為攤具構造的差異、與中上游廠商結合場所的不同、與夜市管理單位、市政單位等權威規範的限制，影響其擺攤移動的時空配置。然而攤販在其高度移動性的背後，為求營生所做的努力，動員其社會資本，與網絡內外他人關係的獲取、建立與維繫、信任\不信任行為的展現、規範與懲罰、彼此互惠等所生成的社會資本，亦提供了攤販擺攤移動的選擇、機會與受限，反而是其擺攤移動的根本，更能充分解釋其移動路徑的安排。『關係的機會』與『關係的受限』都對其移動路徑造成影響。而花園夜市攤販因關係網絡內所生成的社會資本，影響其擺攤移動，展現為此一夜市空間內每一攤位空間背後，攤販擁有社會資本高低的差異，並非為一均質的社會空間。

關鍵詞：攤販、花園夜市、時間地理學、社會資本

Abstract

The purpose of this research is to investigate the factors influencing the path movement of the vendors in the Tainan Flowers Night Market. By using “Time Geography” and “Social capital” as the study framework, the author attempted to explain the daily, weekly and yearly movement of different kinds of vendors.

Due to the management of this night market, these vendors gathered at this block area on every Thursday, Saturday and Sunday. Thus, Tainan Flowers Night Market became a landscape of consumption with great mobility which is unrelated to the local settlements. And the space of this night market is divided into three different zones: food, grocery and entertainment. Same kind of vendors is concentrated in each zone.

There are some factors concluded to explain the phenomenon. First, due to the three constraints of the Time Geography, capability constraints, coupling constraints and authority constraints, it was found that different stall tools, different coupling locations with upstream manufacturer and the authorities of the manager in the night market and of the municipal government impacted the movement of these vendors. Second, the social relationship and social capital, such as relation of trust, reciprocity and exchange, common rules, norms and sanctions, giving opportunities or restrictions for vendors to arrange their movement, have also affected the movement of these vendors. Lastly, “the chances or limitations of relations” also influenced the movement. Because of the various level of the social capital caused by the relation network, and thus reflected on the vendor movement. These vendors have different levels of social capital, the Tainan Flowers Night Market has become a heterogeneous social space.

Keywords: Vendors, Tainan Flowers Night Market, Time geography, Social Capital

目次

第一章 緒論.....	1
第一節 研究動機與研究目的.....	1
第二節 研究範圍與對象.....	5
第三節 文獻回顧.....	8
第四節 研究概念.....	17
第五節 研究架構與研究方法.....	22
第二章 花園夜市的緣起與空間配置.....	25
第一節 花園夜市的緣起與運作.....	25
第二節 花園夜市的攤販種類.....	39
第三節 花園夜市的空間配置.....	45
第四節 小結.....	55
第三章 花園夜市攤販的移動路徑及其限制.....	57
第一節 花園夜市攤販的移動路徑.....	57
第二節 花園夜市攤販的時空限制.....	70
第三節 小結.....	86
第四章 花園夜市攤販社會資本的分析.....	88
第一節 攤販關係網絡的建構.....	88
第二節 信任與互惠.....	102
第三節 權威與規範.....	108
第四節 小結.....	124
第五章 結論.....	128
第一節 研究發現.....	128
第二節 研究限制與後續研究.....	132

圖 次

圖 1-1-1	歷年攤販從業員工人數圖	1
圖 1-2-1	台南市夜市分布圖	5
圖 1-2-2	花園夜市位置圖	5
圖 1-4-1	T.Hägerstrand 時間地理學模型.....	17
圖 1-5-1	研究架構圖	22
圖 2-1-1	花園夜市特定角色分類圖	25
圖 2-1-2	舊花園夜市位置圖	27
圖 2-1-3	花園夜市位置圖	29
圖 2-1-4	成功夜市攤位權利卡	37
圖 2-1-5	武聖夜市攤位權利卡	37
圖 2-3-1	區塊狀（塊狀型）夜市形態示意圖	45
圖 2-3-2	台南市花園夜市不同類型攤販分布示意圖	48
圖 2-3-3	花園夜市出入口示意圖	52
圖 2-3-4	台南市花園夜市空間配置示意圖	54
圖 3-1-1	餐飲類一日移動路徑示意圖--以個案 17 為例.....	58
圖 3-1-2	點心零食小吃類一日移動路徑示意圖--以個案 18 為例.....	59
圖 3-1-3	服飾類一日移動路徑示意圖--以個案 8 為例.....	60
圖 3-1-4	飾品配件類一日移動路徑示意圖--以個案 16 為例.....	61
圖 3-1-5	生活雜貨類一日移動路徑示意圖--以個案 19 為例.....	62
圖 3-1-6	休閒娛樂類一日移動路徑示意圖--以個案 13 為例.....	63
圖 3-1-7	服飾類、飾品配件類攤販一週移動路徑示意圖	65
圖 3-1-8	類型二攤販一週移動路徑圖示意圖	66
圖 3-2-1	台南測站近 30 年每月平均雨日比較圖（1980-2009 年）	72
圖 3-2-2	飾品配件類攤販冬季一日移動路徑示意圖--以個案 16 為例.....	73
圖 3-2-3	台南測站近 30 年每月平均溫度比較圖（1980-2009 年）	74
圖 3-2-4	飲食類與中上游廠商交易的結合場所示意圖	79
圖 3-2-5	服飾攤販與中上游廠商交易的結合場所示意圖	80
圖 3-2-6	飾品配件類、生活雜貨類攤販與中上游廠商交易的結合場所示意圖	80
圖 3-2-7	無固定位攤販一日移動路徑示意圖--以個案 8 為例	84
圖 4-1-1	攤販個體水平關係網絡示意圖	91
圖 4-1-2	格仔主租金流動圖	92
圖 4-1-3	無固定位臨時攤之租金流動圖	92
圖 4-1-4	固定位臨時攤之租金流動圖	93

圖 4-1-5	攤販擺攤活動之基本規費流動圖	94
圖 4-1-6	飲食類攤販與中上游廠商的關係網絡圖	95
圖 4-1-7	營業活動循環示意圖（以服飾類、飾品配件類為例）	97
圖 4-1-8	休閒娛樂類攤販與中上游廠商的關係網絡圖	98
圖 4-1-9	夜市的二種商品生產與交換類型	99
圖 4-1-10	各類型攤販交易尺度差異示意圖	101
圖 4-3-1	臨時攤擺攤過程示意圖	114
圖 4-3-2	花園夜市攤位空間權力關係示意圖	117
圖 4-3-3	花園夜市權力空間示意圖	118
圖 4-3-4	花園夜市權利金空間分布示意圖	120
圖 4-4-1	花園夜市內部社會網絡圖	124
圖 4-4-2	花園夜市內部攤位空間社會資本差異示意圖	125
圖 4-4-3	花園夜市攤販外部社會網絡示意圖	127

表 次

表 1-3-1	士林夜市、花園夜市比較表	10
表 1-5-1	時間地理學調查指標	23
表 1-5-2	夜市攤販社會資本調查內容表	24
表 2-1-1	花園夜市管理單位每月固定開支一覽表	35
表 2-1-2	花園夜市運作過程一覽表	37
表 2-2-1	夜市攤販分類表	39
表 2-2-2	花園夜市攤販類別及數量表	43
表 2-3-1	花園夜市攤販種類及分區表	49
表 2-4-1	花園夜市成立過程一覽表	55
表 2-4-2	花園夜市攤販繳交項目一覽表	55
表 2-4-3	花園夜市具體規則一覽表	56
表 3-1-1	花園夜市攤販一週夜市安排類型一覽表-依『攤位權利』分	66
表 3-1-2	花園夜市攤販一週夜市安排類型一覽表-依『攤販類型』分	67
表 3-2-1	台南地區民國九十九年各月份日沒時間表（以每月 15 號為例）	73
表 3-2-2	各類型攤販與他人/物的結合場所/空間一覽表	81
表 2-4-3	花園夜市具體規則一覽表	82
表 3-2-3	花園夜市攤販三大限制一覽表	84
表 3-3-1	不同類型攤販移動路徑、三大限制差異的比較分析表	86
表 4-1-1	不同類型攤販與上游廠商垂直關係網絡比較表	100
表 5-1-1	塊狀型夜市和沿街型夜市差異比較表	129
表 5-1-2	夜市攤販關係的『受限』與『機會』比較表	131

照 片

照片 2-1-1	花園夜市重新開幕傳單	31
照片 2-1-2	花園夜市電費收據	34
照片 2-1-3	花園夜市攤位權利卡（週六）	36
照片 2-3-1	花園夜市全景 3D 示意圖.....	49
照片 2-3-2	海安路三段與和緯路三段交叉路口標示	50
照片 2-3-3	花園夜市賣場出入口	51
照片 2-3-4	營業場原出口標示	51
照片 2-3-5	營業場出口標示	51
照片 2-3-6	餐飲類攤販使用水龍頭	52
照片 2-3-7	水龍頭所屬者-公司	52
照片 2-3-8	花園夜市盥洗設備	53
照片 3-2-1	飲食類攤具與攤位空間的配置	76
照片 3-2-2	服飾類攤具與攤位空間配置	76
照片 3-2-3	飾品配件類攤具與攤位空間配置	76
照片 3-2-4	生活雜貨類攤具與攤位空間配置	76
照片 3-2-5	休閒娛樂類攤具與攤位空間配置	77
照片 4-3-1	花園夜市營業當日情景	121
照片 4-3-2	花園夜市營業當日攤販招牌設置情形-向上延伸	122
照片 4-3-3	攤位格線	122
照片 4-3-4	相鄰攤販的有形分界	122

第一章 緒論

第一節 研究動機與研究目的

一、研究動機

夜市為台灣重要的零售與消費場所，散布於全台灣各大城市及鄉鎮，是民眾習以為常的夜間活動去處，亦為台灣文化中一個相當重要的地方（place）和空間（space）。從觀光的角度來看，夜市近年已是國外觀光客到台灣必去的景點，以民國九十七年（2008）和民國九十八年（2009）交通部觀光局『來台旅客消費及動向調查¹』報告中發現，國外旅客遊覽觀光景點排名第一皆為『夜市』，分別每百人次有 67 人次及 73 人次，可見夜市對外國觀光客來說，已成為來台觀光的重要景點。

而夜市在日常生活中，亦扮演了重要的功能。夜市形成了一個非常有效率的零售系統，將攤販及小型工廠製造的小吃食品與輕工業生產的各項日常消費品，銷售到全台各角落（余舜德，2004）。夜市所提供的零售服務，滿足了一般大眾的生活需求。

而夜市內部有一相當重要的行動主體，即是夜市內的攤販。從行政院主計處民國七十七年（1988）開始，每隔五年進行一次的『攤販經營概況調查²』報告中發現：攤販從業員工人數呈現逐年成長的趨勢，如下圖 1-1-1 所示：

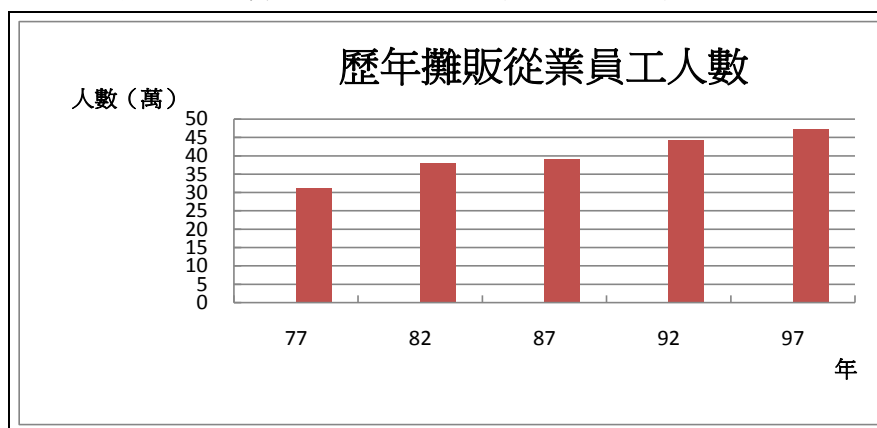


圖 1-1-1 歷年攤販從業員工人數圖

資料來源：整理自歷年攤販經營概況調查報告

以民國九十七年（2008）為例，攤販從業員工人數為四十七萬三千人，與民國九十二（2003）年相比增加了 6.51%。若再與當年的平均就業人數³相比，攤販從業員工人數就占了平均就業人數近 5%⁴，由此顯現，攤販是台灣就業人口中，不可忽視的一大族群，且此一族群逐年成長，值得重視。

從過去文獻得知，攤販與夜市在社會經濟發展的脈絡上扮演著起承轉合的角

¹ 交通部觀光局網站，<http://admin.taiwan.net.tw/statistics/market.asp?relno=11>（2010/11/23 瀏覽）

² 行政院主計處網站，<http://www.dgbas.gov.tw/lp.asp?ctNode=3326&CtUnit=955&BaseDSD=7&mp=1>（2010/11/23 瀏覽）

³ 民國九十七年（2008）平均就業人數為 1,040 萬 3 千人（主計處人力資源調查提要分析，2008）

⁴ 攤販從業員工人數除以平均就業人數

色，在經濟上，攤販與夜市屬於非正式經濟（informal economy）的型態，更能直接反映當時社會經濟的現象（夏鑄九、王志弘，1999）。台灣目前攤販其實應被視為一種就業機會，而不單純只是貧窮人口的謀生策略。早期攤販較單純的是一種城鄉移民的生存策略，吸納了農村進入都市的剩餘勞動力，而現在攤販的從業者其實是不同的階層的人口在個別特定就業生涯中偶合相同的一種生產方式（戴伯芬，1993）。而在社會脈絡上，攤販與夜市漸漸的成為了人們日常生活中社交活動、休閒遊憩的重要場所，在台灣許多都市中的攤販與夜市往往成為一個觀光的據點，在生活上除了基本的消費之外，並且兼顧了休閒與觀光的意義（郭維倫，2003）

從上述文獻，可見夜市與攤販在台灣社會中，在經濟、觀光、生產等各方的重要性。而攤販為夜市內的重要主體，為各地夜市文化增添風采，是台灣夜市得以馳名中外的重要功臣，然而夜市攤販為求養家溫飽、以賺取利潤為最大考量，展現了各式各樣的活動及行為，其高度的移動性，最是顯而易見。某些夜市攤販需每週巡迴、移動於不同地方的大小夜市。在白天，有的仍需在大街小巷中穿梭，沿街叫賣，辛勤工作，充分代表台灣庶民生活的一環。

然而，如何進行最有效率的擺攤移動以賺取最大利潤，勢必會影響攤販擺攤地點、批貨備貨的選擇。而所謂最有效率的移動，僅能以距離視之嗎？且每一攤販移動路徑必不相同，影響攤販移動背後的真實因素到底為何？

所以本研究選取了台南市花園夜市的攤販為研究對象，不僅因台南市為台灣歷史開發較早之地，夜市發展的歷史甚久⁵。而從行政院主計處民國九十七年（2008）的『攤販經營概況調查』報告中，南部地區⁶攤販的攤位數就佔了全國的三成以上⁷，其所佔比例高於中部及東部地區。而在台南市夜市名冊（南市府市管課，2006b）十七處的夜市中⁸，以花園夜市所占面積最大，面積約八千坪，約有二、三百家攤販在此營業，可說是目前（2010年）台南市攤販數最多的夜市⁹。而花園夜市每週四、六、日營業，使得攤販每週至少需在此擺攤兩次以上，多於台南市其他相同類型的夜市，更有報導冠以『北士林、南花園¹⁰』的稱號，是近幾年來，名氣相當響亮的夜市。

而過去已有許多以士林夜市為例，進行各方面的研究，如探討夜市與國家的關係（余舜德，1996）、政策管理（林惠華，2002）、空間規劃（侯靜華，1987）、

⁵ 台南市最早的夜市為 Sakariba，成立於 1930 年代日治時期（余舜德、周耿生，2004）。

⁶ 南部地區涵蓋：嘉義市、嘉義縣、臺南市、臺南縣、高雄市、高雄縣、屏東縣、澎湖縣。

⁷ 南部地區攤販的攤位數為 96,522 攤，全國攤位數為 309,154 攤（攤販經營概況調查，2008）。

⁸ 依『台南市夜市名冊』（南市府市管課，2006b）資料顯示，台南市安南區有 6 處夜市，北區有 4 處，南區有 3 處，東區有 2 處夜市，中西區、安平區各有 1 處夜市，總計 17 處夜市，詳見附錄一。

⁹ 詳見附錄一之整理及筆者第二章的調查結果。

¹⁰ <http://blog.yam.com/tvbsfood/article/12692751>（2009/09/06 瀏覽）

顧客滿意度（郭嘉倫，2004）、租金研究（邱士銘，2005）等。而士林夜市屬於每天營業，為商店街再加上流動攤販的『沿街型夜市』型態，其空間範圍並無明顯界線，並與街道相依附。與花園夜市每週只營業三天，營業當日就有約三百家以上的流動攤販聚集在此一固定空地所形成的『塊狀型夜市』不同，所以本研究試圖以花園夜市及其攤販為研究對象，從中瞭解不同的夜市類型，如與沿街型的士林夜市相比，呈現出哪些方面的差異？

而過去對攤販活動的研究，從實證的角度切入已不能解釋攤販的行為（戴伯芬，1993）。不然即是對攤販研究停留在國家管理的立場，視攤販為都市之瘤。戴伯芬（1993）曾以歷史性的角度切入，來瞭解攤販活動背後的歷史、社會結構，以理解攤販行為；徐旭誠（1996）曾對趕集性夜市的攤販進行研究，瞭解其分布及巡迴的路線，建立其分類指標，但對於背後影響其移動、巡迴的選擇少有著墨。而過去的研究也發現，攤販被理解為一整體概念，經營活動的內容卻可能差異甚大，攤販的概念同時包含了諸多不同行業的商業活動，也牽涉許多不同的經濟產銷體系；攤販內部高度的異質性，在其生產方式、產銷體系、勞動過程可能並不擁有類似的特質，但卻被定義成為一個集體、概括的概念；攤販異質性的展現，除了在經濟活動上呈現諸多樣貌，同時也反應在地理空間上的巨大差異（卓立寰，2004），從上述文獻得知，攤販間的異質性必會影響其擺攤移動，然而，到底是什麼因素影響其擺攤移動？

二、研究目的

所以本研究針對台南市花園夜市的攤販進行研究，希望可以瞭解到底是什麼因素影響了花園夜市此類塊狀型夜市攤販的移動。而過去的研究多將攤販視為一整體，忽略其異質性。攤販活動的維持同時還必須仰賴由攤販們的流動潛力所連結起來的網絡，主要是基於一種攤販之間彼此交易和批發的關係而發展的（卓立寰，2004）。所以從過去的研究可發現，攤販間的社會關係會影響其流動的潛力，且攤販內部高度的異質性並不能像過去研究一樣視為單一。所以本研究欲先瞭解花園夜市的緣起、組成與空間配置，以對研究區有一深入的理解，並對夜市內攤販進行分類，避免過去將攤販視為單一的研究立場，並從中獲得花園夜市攤販類型有哪些？並與過去研究者對沿街型夜市攤販類型，空間配置等，做一研究結果的對應。

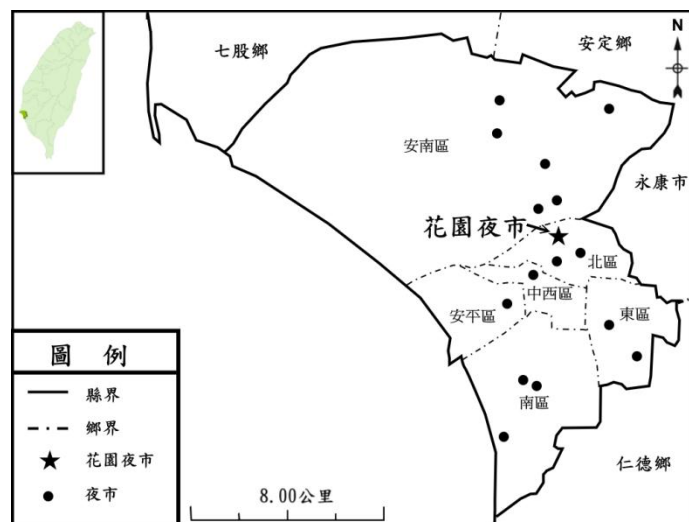
再透過時間地理學來蒐集不同類型攤販的移動路徑，以瞭解不同類型攤販所遭遇的三大限制有何異同，而以攤販背後的社會關係運作而成的社會資本，加以解釋社會資本如何影響其擺攤移動，而非僅從時間地理學中三大限制的觀點看待。所以本研究欲達成的目的如下：

- (一) 瞭解花園夜市攤販類型、空間配置及花園夜市的運作情形與規範
- (二) 分析花園夜市各類型攤販移動路徑的差異及其限制
- (三) 解釋社會資本如何影響各類型攤販的移動

第二節 研究範圍與對象

一、研究範圍：空間範圍

花園夜市位處於台南市北區，根據台南市夜市名冊（南市府市管課，2006b）及蕭湘勻（2005）之研究和筆者實際調查，繪製下圖 1-2-1『台南市夜市分布圖』。其中，北區大台南活力夜市已歇業，未標示在地圖中。



資料來源：筆者繪製，修改自蕭湘勻（2005）

花園夜市位在台南市海安路三段及和緯路三段所包圍的空地，西北邊以和緯路三段相鄰，東邊和海安路三段相鄰，如下圖 1-2-2 所示，花園夜市所在位置為下圖中的灰色部分。



資料來源：筆者繪製

二、研究對象：攤販與夜市的界定

此部分針對花園夜市與攤販進行界定，說明如下：

（一）攤販的界定-花園夜市內的攤販為『流動攤販』

攤販的種類與內涵，依據民國八十八年（1999）施行的『台灣省攤販管理規則¹¹』第二條所稱之攤販，其種類如下：

1. 固定攤販：指經主管機關許可在市場外指定之一定場所設攤販賣物品者。
2. 流動攤販：指經主管機關許可在市場外指定地區以肩挑負販、活動攤架或各種車輛販賣物品者。

而經濟部商業司對於攤販管理定義¹²如下

1. 攤販：以固定或流動式攤位銷售貨物或提供勞務者。
2. 有證攤販：經營攤販經申請許可後取得攤販營業許可證者稱之。
3. 列管攤販：地方攤販准許其於營業地點設攤，但攤販本身並無營業許可證。
4. 無證攤販：經營攤販但攤販本身並無取得營業許可證。
5. 攤販集中區：以固定或流動攤位，銷售貨物或提供勞務，並集結 50 攤以上。

從上述可知花園夜市的攤販，在市場外指定地區，以流動式攤位銷售貨物或提供勞務者，而所處之花園夜市為一『攤販集中區』，集結了五十攤以上的流動攤位，在此一空間範圍內，銷售貨物及提供勞務，可說是台灣特有的攤販集中型態，在特定時間，特定地點之內個別不同攤販從四面八方聚集而來，具有一定的空間組織規模、秩序及相互空間關係（彭倫偉，2007）。

（二）夜市的界定-花園夜市為『塊狀型夜市』

本文所稱之夜市（night market），顧名思義，即是於『夜間做買賣的市場，販售雜貨、飲食、遊戲等』。本文採蕭湘勻（2005）所提之夜市定義：『具有露天型態、非每日營業、攤販聚集空地結市之夜間攤販集中區。』

而從夜市的空間類型來看，徐旭誠（1996）將夜市內部空間分為兩種形式：『沿街型夜市』和『塊狀型夜市』。『沿街型夜市』指攤販沿街道兩側排列，因動線流暢，參與者流動性大，通常具備較豐富的流動型態，以吸引往來穿越的參與者；『塊狀型夜市』，泛指一塊較完整的空地或建築物，聚集攤販的販售空間，較不具方向感，但地點明確，企圖讓參與者駐足停留，相對而言營業成本較高（需付場地租金）。

而以夜市的活動特性來說，徐旭誠（1996）提出『趕集性夜市¹³』內的營業單元之分析與一般的攤販有以下不同及區分：

¹¹ 資料來源：<http://www.cto.moea.gov.tw/04/04d.asp>（2010/11/24 瀏覽）

¹² 經濟部商業司：<http://gcis.nat.gov.tw/index.jsp>（10/11/24 瀏覽）

¹³ 趕集性夜市：指在七十年代開始從中南部開始流行的一種定期（每天固定的一到兩天）的夜間市集，俗稱為『商展』，基本上是由小貨卡車的行商所聚集的規模市集（一般皆達一至兩三百個攤位的規模）（徐旭誠，1996）

1. 它具有非正式的『公團¹⁴』組織，負責場定選定、宣傳、清潔、交通維持與政治公關的事宜。
2. 多數的攤販都具備旅行車、小發財或小卡車來做為交通、營業工具，有些攤販也具備發電機作為營業工具。故整個生產成本提高，但機動性也因而增強。
3. 經營的方式是以夜間營業為主，且每週有固定的流程，白天通常用來休息補貨，偶爾也會佇在路旁招攬生意。

綜合以上所述，本研究的花園夜市及其攤販，從攤販的種類和夜市的定義、空間類型及所展現出的活動特性，可歸納花園夜市及其攤販的界定說明如下：

『花園夜市的攤販為在市場外指定地區，以肩挑負販、活動攤架或各種車輛販賣物品的**流動攤販**』；『花園夜市為具有露天型態、非每日營業、攤販聚集空地結市之**夜間攤販集中區**，其空間類型為**塊狀型夜市**，且夜市內營業單元的活動特性為每天、每週多有固定流程，白天休息補貨，夜間營業，多數具備交通及營業工具，使其方便移動』。

所以本研究的花園夜市為露天、塊狀型的夜市型態，攤販每週四、六、日定期集中在和緯路三段和海安路三段所包圍形成的塊狀型夜間攤販集中區，而其內的攤販為具備高度移動性的流動攤販。

¹⁴ 又稱商展或稱為工商展覽團，是一非正式組織，負責場地的安排與對外的疏通等等（徐旭誠，1996）

第三節 文獻回顧

在文獻回顧的部分，首先整理先前研究者對於夜市的相關文獻，包含台南夜市的發展及花園夜市的相關研究，以瞭解台南夜市的發展歷史及花園夜市相關研究結果。其次，回顧前人關於攤販的研究，以理解過去研究者對於攤販活動是採取何種觀點來解釋。再者，透過時間地理學的相關研究回顧，以建構攤販移動的指標。最後，透過社會資本相關研究的回顧，來瞭解關於社會資本相關議題的研究，建立花園夜市攤販移動與社會資本關係的分析與解釋的架構。

一、台南夜市相關文獻回顧

台南市最早的夜市為 Sakariba (盛の場¹⁵) 和民族路夜市 (余舜德、周耿生，2004)。歷史最悠久的 Sakariba 成立於 1930 年代日治時期。東側原為虱目魚魚塭，魚塭填平後，許多挑點心來此販賣的攤販，聚集成一個市集。當時主要的消費者原為當地漁民，後來攤販陸續聚集，各種小吃、百貨應有盡有，變成當地人及外地遊客逛街、購物、吃小吃的地方。然而，隨著都市發展，交通流量大增，這條九公尺寬的老街，明顯已不符時代需求，兩旁低矮、老舊的房子更顯零亂與不搭調，後因成衣工業的進駐而逐漸淘汰了此夜市賴以成名的小吃攤，在 1992 年至 1993 年間，因應台南市政府海安路道路拓寬與地下工程計畫，Sakariba 就此宣告落幕¹⁶。

而民族路夜市在 1960 年代左右成市，當時台南市政府為整頓流動攤販，在赤崁樓旁設立流動攤販臨時市場，攤販開始聚集於石精臼、赤崁樓一帶。其後民族戲院出現，流動攤販逐漸往此地蔓延，攤販沿街延續數百公尺，形成了一般街路型態的流動攤販夜市。民族路夜市自 1960 年代以來，即為台南市規模最大的夜市 (余舜德、周耿生，2004；葉錠坤，1981)，1980 年代也是全台規模最大、最熱鬧的夜市 (郭中端、堀込憲二，1996)。直至市府為整頓交通，恢復民族路的交通秩序，於 1983 年 8 月 1 日公告廢止民族路夜市，9 月 1 日起民族路嚴禁設攤，使得民族路夜市走向歷史¹⁷。

1984 年 3 月，在前省議員蔡介雄的奔走下，民族路夜市的攤販在小北路 (現為西門路四段) 重新復業，此地原為廢魚塭，後經市政府准許設立府城攤販中心，經填土、整地、搭鐵厝、公共設施後，『府城攤販中心小北觀光夜市』 (又稱小北仔夜市或小北夜市)，於 1984 年 3 月 1 日正式開幕，是台南市第一座民有經營的觀光夜市¹⁸。1986 年東帝士百貨開張後，互相結市，使得小北夜市成為台南市當時

¹⁵ 其意為『人聚集的地方』或『繁忙的街道』。

¹⁶ 〈台南海安路跟著歷史走〉，《聯合報》，1993/02/18，17 版。

¹⁷ 〈台南夜市限期搬遷攤販代表北上陳情〉，《聯合報》，1983/08/21，3 版。

¹⁸ 台南市北區區公所 <http://www.tnnorth.gov.tw/index.php?act=product&CategoryID=721> (2010/11/24 瀏覽)

規模最大的夜市（余舜德、周耿生，2004）

林世昌、楊宜訓（1995）曾對當時（1995年）台南市的十四處夜市進行研究，對此十四處夜市的機能種類及其結構和空間分布進行研究，發現當時台南市的夜市多分布在商業較不發達之區，如較遠離市區的南區和安南區數量較多，且位置多在商店街以外或外圍區域但交通便利之處。而當時台南市夜市多為『多種機能型』，可能為服務商業較不發達的地區，但因考慮到營運，故須選擇交通便利，以爭取較多消費人潮。與余舜德、周耿生（2004）針對台南地區夜市形成的原因大致雷同，中山高速公路的完成為台南夜市發展的里程碑。在高速公路建築完成（1978年）的隨後四年，共有37個新夜市的設立。這些夜市地點主要分布在台南市的郊區聚落及較繁榮之台南中部鄉鎮聚落。

余舜德、周耿生（2004）以台北都會區和台南縣的夜市為例，進行『台灣夜市市場系統的發展』研究，以期建構台灣夜市體系的模型。台北和台南的例子皆指出，台灣的夜市最早在都市居民聚集的地方，以每晚在固定地點經營的型態出現。如台北的圓環及萬華夜市或是台南的 Sakariba 及民族路夜市都是以小規模的攤販聚集開始，在此二都市最早發展的區域之街角、廟口或菜市場外圍出現。所以從上述可知，台灣早期的夜市形態，其空間特性展現出與聚落商業區互相結合發展的沿街型夜市形態。而以筆者前文所提及的『北士林、南花園』中的士林夜市為例，其商業活動範圍泛指士林公有市場內夜間飲食部、大東路、文林路、陽明戲院、乃至基河路一帶而言（林惠華，2002）。在1935年左右，士林慈誠宮前，只有一個由十幾個小吃攤形成的夜市雛形，它之成為台北市乃至全省最熱鬧的夜市，則是1985年以後的事。夜市的範圍及明確的界線也在1986年後才逐漸定型，與外圍之舊商圈直接連接，商業活動持續不斷，沒有自然的界線標示夜市的範圍（余舜德，1995）。從上述可知，士林夜市的空間範圍與特性和街道商業街的發展自然相依附，為典型的『沿街型夜市』型態，花園夜市與士林夜市，呈現出形成過程、空間特性的差異。

而再從台南市夜市名冊（南市府市管課，2006b）資料顯示，2006年台南市安南區有六處夜市，北區有四處，南區有三處，東區有二處夜市，中西區、安平區各有一處夜市，總計十七處夜市。蕭湘勻（2005）曾進行台南市夜市遊憩吸引力與遊客滿意度、忠誠度的研究，其中抽樣選取台南市八處夜市，包含花園、大東、武聖、日新、海佃等夜市，發現台南市夜市為露天開放式、區塊狀之空間型態；攤販類型主分為飲食、百貨、遊樂三類，為定期流動性的夜市，由民間人士自行營運管理；在夜市的策略輔導上缺乏台南市夜市法規和相關輔導策略。而夜市消費集中化，夜市日趨飽和，各夜市特色區隔，主因為攤販的質與量。

陳豐裕（2010）以台南市花園夜市內平價牛排為例，進行夜市小吃經營關鍵的成功因素分析，以夜市小吃的企業形象、進入時機、產品屬性/品質、核心技術及其他因素，並輔以業者訪談發現，夜市小吃產品屬性/品質的掌握相對重要於其他四個層面。盧維笙（2008）以花園夜市為例，探討遊客在夜市中的五感與情緒體驗，研究發現遊客在夜市中的以視覺體驗之感受最深。黃國維（2009）以台南市五大夜市（花園、大東、成功、武聖、永華）的餐飲攤販為調查對象，以結構式問卷與非參與式觀察法，探討台南市夜市餐飲攤販的衛生現況，得知夜市餐飲攤販對食物安全的知識與落實都須再加強。

綜合以上，以下表 1-3-1 來呈現北士林、南花園之間的差異。

表 1-3-1 士林夜市、花園夜市比較表

夜市	士林夜市	花園夜市
成立時間	約 1935 年左右，攤販在慈誠宮前自然聚集，形成一夜市雛形，1985 年後，變成台北市最熱鬧的夜市。	1998 年，由民間人士規劃形成。
營業日	每日營業	每週四、六、日
型態	商店街（大東路、大南路、文林路、基河路範圍內的巷弄）再加上流動攤販，攤位數大於 700 攤（蔡文彩，1985）	營業日約 200-300 攤以上，流動攤販約一、二千人聚集 ¹⁹
夜市類型	沿街型	塊狀型
過去研究	侯靜華（1987）、余舜德（1996） 林惠華（2002）、邱士銘（2005） 郭嘉倫（2004）、黃瑞閔（2008）等	蕭湘勻（2005）、陳豐裕（2010） 盧維笙（2008）、黃國維（2009）

資料來源：筆者整理

從上述台南夜市相關的文獻回顧，可得知關於台南夜市發展的相關歷史或者官方、私人對於台南夜市數量、空間分布、夜市機能的研究。且目前台南市的夜市類型多為露天開放式、塊狀型之空間型態，幾乎多為定期流動性的夜市，非攤販的自然聚集，亦提及台南市夜市的營運多為民間人士自行管理，夜市管理單位對攤販擺攤的影響為何？對此著墨甚少。

而關於花園夜市的相關研究，多半以夜市內的遊客、消費者為研究對象。對於夜市內的攤販，僅有針對餐飲類攤販的食物安全認知及經營績效進行研究，其他類型攤販未有相關研究。

所以本文以上述為出發，針對花園夜市及其內的攤販，深入瞭解其展現出的

¹⁹ 〈停業處分 花園夜市要求撤銷〉，《中華日報》，2006/05/11，3 版。

移動特性及其背後社會關係運作下，對花園夜市此一塊狀型夜市所產生的影響。

二、攤販相關文獻回顧

國外有關攤販的研究，始自 1960 年代，地理學者從中地理論來對這種間歇式的市場提出理論解釋與修正。分析著重於流動市場與固定市場形成原因的探討。Ray 認為 1970 年後，對於市場的研究轉到攤販交易者身上，研究交易者為何選擇在不同空間中做移動而不是在固定空間中兼做數種不同的行業？從成本分析和消費需求分析，來解釋流動市集形成的原因，一方面是攤販交易者尋求超額利潤的理性選擇，另一方面則由於有效需求不足，無法維持固定市場的存在（引自徐旭成，1996）。而以攤販（Street Trader；Street vendor）為研究主體的國外文獻多屬開發中國家居多。例如 Maureen Hays-Mitchell（1994）以秘魯六個城市為例，認為非正式經濟活動是美洲安地斯山區根植於歷史和經驗的重要維生方式，藉由紀錄和分析攤販的區位模式和偏好以及該區位的限制，都使擺攤活動發生於此地區，攤販之間的相互需求及緊急事件的相互依賴，是決定其時空行為的重要因素。

而 N.J.Nattrass 也曾以南非 Umtata 州的 Transkei 城市的攤販為例，研究其與大企業、州政府間的特殊關聯行為，說明這些處於經濟最底層的攤販如何在國家體制的壓制下，以及批發商、餐館及超市夾擊下奮鬥，從勞動力結構與非正式部門特性的角度切入，最後推論出該地攤販是都市邊緣人對抗貧窮所從事的謀生行為，反而具有社會安全的正面作用（引自徐旭成，1996）。而 Ray 對哥倫比亞 Cali 的攤販研究，道出由於攤販本身所形成的相關利益團體，對取締政策加以反對甚至對政府施加壓力，使得政府對此類攤販大多採取縱容態度，即使取締卻多難貫徹。且攤販表面上雖多是獨立營業，但卻常被用來處理工廠所生產的瑕疵品，反而變成是經濟體系中正式部門的依賴買賣者（引自徐旭成，1996）。

Bhowmik（2005）以亞洲的南韓、孟加拉、斯里蘭卡、越南、新加坡、泰國、馬來西亞、印度、菲律賓、柬埔寨等國家，針對攤販活動，以政治經濟的角度，探討這些國家攤販數量成長的原因。與國家經濟情況的改變、就業機會縮減、經濟政策的執行有關。例如孟加拉、越南、柬埔寨等國，農村失業人口移往都市，由於擺攤工作的低技術與低資本，使之成為攤販。而在金融危機後，泰國、新加坡、馬來西亞、菲律賓、韓國等，因國家面臨嚴重經濟危機，使攤販數量成長。而印度在經濟自由化的政策下，大型工廠外包給小型企業，亦造就其失業人群走上街頭成為攤販。而 Michael G. Donovan（2007）以哥倫比亞 Bogata 街販（1988 年到 2003 年）為例，探討在空間規劃政策下，街販在進到政府規劃的市場營業後，經歷了工作場所的提升但經濟收入下降的困境，以此來探討公共空間中，街販此類非正式經濟對市政當局公共空間的維護與爭論。

Alex B.Asiedu 和 Samuel Agyea-Mensah (2008) 以非洲加納首都 Accra 的街頭攤販為研究對象，根據實地訪談當地街頭攤販、消費者、商家和市政當局，發現：攤販並沒有明顯社經條件的不同，有差異的是攤販的來源地。而隨著時間推演，交易商品的種類會隨之不同，轉向更高價值的物品，使其建立資本；另一重要的發現是攤販由於遭受持續騷擾和毆打以及市政當局的物品扣押，不停在移動奔逃，為解決此一問題，建議市政當局應採取協商而不是對抗，來處理攤販。

而國內有關攤販的研究，多屬政策規劃、攤販管理方面，且多預設攤販為『都市之瘤』，或者從攤販造成社會問題的角度來研究攤販，以求解決攤販問題，或者從政策推行的實務面來研究政策實施後的效用（朱淑茗，1991；李本誠，2000；何一凡，2002；黃淑慧，2007）。戴伯芬（1993）則從一個歷史的觀點來了解台灣攤販形塑的過程，從國家不同時期攤販政策與規約，來建構攤販存在的歷史結構，並進行個案研究²⁰，來討論實際上一種特殊的攤販組織方式，以及該個案與國家、外在政經環境互動的關係；再討論攤販與整體經濟的關連，同時進入攤販經營主體內部，討論攤販的分化以及類型。

而徐旭誠（1996）則延續了戴伯芬（1993）所提出的『趕集性夜市』概念，以台北都會區西半部之鄉鎮為例，調查趕集性夜市的分布位置、營業時間、類型與地區發展的關聯性分析，並對其成因與背景進行了解，並實際調查繪製出攤販移動的路線圖，且對夜市不同種類的攤販針對其營業的行為模式，及其消費者的行為模式進行分析。另外蔡文彩（1985）則從地理學的角度，探討了台北地區夜市的類型、機能組織、時間結構、空間組織，以及居民對夜市的主觀識覺，但未深入探究夜市、攤販背後存在的社會意義。謝英俊（1997）以地理學空間分析的觀點，探討夜市的空間特性，以散布在台北都會區內因大量聚集而對環境產生重大影響的攤販群，分析其形成背景、空間分布特色、組成、類型，及攤販之空間活動（如擺攤頻率、流動情況、貨品空間等）與識覺（其擺攤之優、缺點及意願等）及消費者、居民、商家之識覺。發現各攤販群有其亂中之『序』，即各類型之攤販群各有其地理上的特色，若能針對各地實際需求，配合附近地理環境，導其形成富有特殊風味之攤販群。卓立寰（2004）以 Lefebvre 空間生產觀點，來理解都市攤販的日常生活關係，說明攤販活動除了是一種追求獲利的經濟活動外，更是一種對城市空間不斷改造與挪移的動態過程。理解攤販日常活動與空間生產過程，進一步強調日常動作與策略的運用，如何穩固攤販在街道上的地位，也平衡了攤販在國家與私人店家之間的緊張關係。

綜合上述可發現國內外對於攤販的研究角度相當多樣，也有些類似的觀點。

²⁰ L 工商展覽團的個案研究

國外在 1960 年代以中地理論來瞭解流動與固定市集形成的原因，之後進到 1970 年代，才開始以攤販的角度出發，探討其為何移動，或以空間尺度、區位分析著眼，探討其攤販為何聚集於此（如 Maureen Hays-Mitchell, 1994），亦開始對攤販在國家體制下的地位，如何處理攤販等問題，或者以非正式部門的角度來探討攤販與正式部門的關係，亦有以政治經濟的角度著眼，探討攤販的成長。

而國內對攤販的研究多從國家管理、政策執行的角度來著手；或研究攤販其空間行為，如擺攤頻率，流動情形及其環境識覺，更有研究者以攤販為追求獲利以維持生計，研究攤販日常生活的行為與移動如何穩固其在街道上的地位及空間生產的過程。

所以從過去對攤販的研究得到一些關於本研究的啟發：本研究欲分析花園夜市各類型攤販移動路徑的差異及其社會資本的運作如何影響其移動，所以前人切入的角度，可以做為分析、蒐集資料的參考，如攤販的空間活動，擺攤的頻率、攤販移動的路線、各類型攤販營業過程的行為模式等。而前人的研究多半將攤販視為一整體來研究，或者僅是對攤販分類而已，但是攤販的異質性相當高，各類型攤販其所表現出來的移動路徑、擺攤活動必定不相同，所以到底是什麼因素影響了各類型的攤販在時空中移動的差異，社會資本的運作如何影響其空間移動，即是本研究的目的。

三、時間地理學相關文獻回顧

國內外關於時間地理學的相關研究相當多樣，但對於攤販研究採時間地理學作為切入觀點的研究相當少，所以此部分僅針對研究相關的『活動限制』及『移動路徑』做回顧。

Miller (1982) 以時間地理學取向，研究 19 世紀美國郊區五位中產階級配偶的家事活動發現，女人在彈性自由時間所從事的活動，受到家務工作責任的影響，女人移動能力的差異，取決於家中是否有僱請傭人來承擔女人的工作，說明了女性家中所擁有的資源與所處的社經地位，比運輸需求或位居郊區的地理環境，更會影響女人生活的時空面貌。而 Dyck (1990) 在有關母職 (mothering) 的時間地理學研究中證明：認同、自尊和母職等概念，如何透過和其他婦女在不同地方經常性的關係下被建構。在她的研究中，『女人』和『母職』作為範疇的意義是被情境所界定。而 Tim Schwanen (2006) 以訪談雙薪家庭為例，研究其在工作日，如何看待時間地理學中的結合限制。質疑了地理學家透過物理空間中抵達的時間或特定活動開始的時間，操作了結合限制中的『何時』，質疑此種操作方法。認為該去辨識被接受或適當抵達時間的時間跨度 (time-spans)，不該只是參考時鐘，因為適當或被接受的時間界線不是只有時鐘所顯示的時間。

陳憲明（1989）以台灣東部新港（成功）及其漁場為研究對象，研究漁民為了適應漁場環境，採取怎樣的漁撈活動。從時空層面觀察漁民的漁撈活動，漁民如何選擇時間及空間以從事活動，依時間地理學的架構給予合理的解釋。徐君臨（1988）以時間地理學、環境識覺為研究架構，來解釋花蓮縣豐濱鄉磯崎出海口與石梯四等漁港的漁民，在時間與空間資源的限制下，如何將漁撈活動配置在時空中，有效利用資源捕獲魚群，結果發現漁民憑藉經驗決定何時、何地、何種漁法與魚群相結合，但受限自然環境、能力限制而影響漁撈活動的範圍及時間，但也為適應環境，採不同作業型態與魚群結合。薛雅惠（1992）則以高雄縣茄定鄉的漁民為研究對象，採現象學中排除預設及經驗描寫的觀點來瞭解漁民的生活世界，以探究漁民與環境的關係和空間行為的特性，其一結論為漁民漁撈活動的時空路徑規律，除受時間資源的限制，也受習慣性的支配，且由於經驗不同產生不同認知，亦造就不同的時空路徑規律。上述研究都將時間地理學的概念應用於漁民漁撈活動的研究，發現時空限制、習慣性的經驗、環境的認知等的不同，皆會對漁撈活動產生不同的行為，以適應環境。而徐翠華（2005）以時間地理學的觀點來探究高中生的生活世界，研究發現影響高中生生活世界建構之限制有年級、性別、父母管教方式、升學壓力、校園作息，同儕力量等，其中以升學壓力為最主要的因素。陳秀琴（2006）透過半結構式的訪談與時空日誌蒐集資料，探究已婚國小教師日常生活空間移動的經驗，描繪出受訪者的生活路徑圖，以呈現日常生活移動面貌，再應用時間地理學三個限制的概念來探究影響受訪者空間移動的因素。發現交通工具的使用權與使用方式所形成的能力限制；角色扮演形成的結合限制；婆家與汽車空間形成的領域性而成的權威限制，三大限制並非各自獨立且互有關係，各種社會關係會反應在時空移動，而時空移動也會鞏固其關係。

從上述相關研究發現，時間地理學的概念可應用於多樣議題，透過對研究對象時空路徑圖的蒐集，可瞭解其時空活動的面貌及所遭遇的限制，三大限制彼此相關，且個體與他人的社會關係會反應在時空中，不僅影響也更鞏固其關係，並再製其活動。而個體移動的能力，不僅因交通工具而不同，也會因社會所附與的不同角色、個體背後的社會關係所影響。而國內相關的文獻也發現，對於攤販的移動甚少以時間地理學的角度切入，所以本研究，欲以此方式做為蒐集夜市攤販日、週、年的移動路徑及理解其所遭遇的活動限制。

四、社會資本相關文獻回顧

國外對於社會資本的應用相當多，從 1980 年代法國社會學家 Bourdieu 提出後，學界對其討論的面向相當多元，從社會學界到政治、經濟、教育、地理等，並將其應用於家庭、青少年問題、學校教育、民主治理、經濟發展等。而由於攤

販擺攤活動亦屬經濟活動中的一環，所以以下筆者茲就社會資本應用於國內外『經濟活動』的文獻進行回顧。

Fergus Lyon (2000) 認為社會資本中信任、網絡和規範，有助於提供更豐富的解釋過程來解釋經濟活動，透過研究非洲加納 Brong Ahafo 地區的農業生產、銷售和經濟系統的分析，信任是建立在農民、批發商和供應商間。該信任機制包含了正式和非正式網絡的工作關係、客戶的友誼、現有的網絡和中介機構。而 Iyer, Kitson 和 Toh (2005) 則探討社會資本在區域上的差異，並以社會資本中的信任、居民參與、社會網絡、組織參與互動及非正式的社會互動等因素來檢視經濟和社會決定因素的影響。Andrew Woodhouse (2006) 則以個案研究比較了澳洲 2001 到 2002 年兩個地區 (Greenside 和 Shefton) 社會資本和經濟發展關係，研究指出社會資本會積極影響一地的經濟發展，證實其假設，並提供經驗證據，說明兩者的結合是一地經濟發展成功的結果。

國內關於社會資本研究的議題相當多樣，在此僅針對相關於地理學中社會資本、關係網絡的研究進行文獻回顧。林曉瑛 (2006) 以后里鄉的花卉產業為例，以社會網絡為觀點，瞭解后里花卉產業在面對外在挑戰時，如何因應及利用參與社會組織所建立的社會關連來獲得資源，有需要時，可利用彼此直接或間接的連帶關係加以連結，以這樣的社會關係創造更多社會資本以解決遭遇的問題。而張淑媚 (2007) 以彰化有機蔬菜產業為個案，利用農業糧食供應鏈與社會資本的概念，了解有機農民和一般農民從生產到銷售過程中，社會資本的運作，包括：網絡合作、信任關係與互惠關係三面向，如何影響其社會網絡的建構。莊雅涵 (2009) 利用產銷結構和社會資本的概念，瞭解洋菇與金針菇產銷過程的轉變及網絡內行動者彼此的社會關係如何影響霧峰菇類的產業活動與該地的農業地景，結果發現，中部菇類生產系統的地理聚集、行動者的調適力量、網絡內社會資本運作，影響了該地菇類產業的轉型。而陳青華 (2006) 以桃園印刷電路板產業為研究對象，從發展歷程、產銷運作、社會網絡來探討廠商空間聚集的意義。因地理空間上的鄰近性，較易獲得訊息，降低交易成本，並透過企業的衍生、技術人才的流動及社交場合，建構出信任的社會網絡，使資訊能快速流通及知識技術外溢。而亦透過關係的鄰近性，產業群聚的範圍不受距離的限制，垂直的貿易合作及水平的社會網絡，使得資訊只在互相信任的社會網絡中傳遞，但此網絡需經過長期的合作而建立，難以被模仿取代，因此維持了地理空間上聚集。

從上述研究發現，基於信任、合作、互惠、互賴等關係網絡中所運作而成的社會資本，有助於對經濟活動提供更豐富的解釋過程。而過去地理學的相關研究幾乎多將社會資本的概念應用於產業活動或者對一地發展的影響與調適。如何將

其應用於攤販移動過程的解釋，將是本研究所欲探究的。而社會資本的運作是植基於社會關係，強調網絡中的關係性，攤販如何因關係網絡而影響其在擺攤移動中的選擇與計畫，透過上述研究，可得到一些應用上的啟發：如攤販如何因社會關係的連帶而創造更多的社會資本以解決擺攤時遭遇的難題，而在相互信任的關係網絡中得到可靠的訊息而影響其移動，減少批貨的距離成本和移動的頻率，以賺取更多的利潤。

第四節 研究概念

本研究採用時間地理學及社會資本作為研究概念。攤販為求生存、賺取利潤，所展現出的移動最顯而易見，而時間地理學因涉及人類活動在時空的移動路徑及所遭遇的限制，所以可作為調查不同類型攤販移動的研究途徑。而後再以社會資本來解釋攤販為何如此移動。由於地理學界對社會資本的應用傾向將社會資本定義為因合作關係所增加的經濟效益（Gertler, 2000），攤販移動的安排與擺攤的計畫有部分因為利潤的考量，如何因社會關係而增加其利潤，使其進行最有效率的移動；每位攤販其所擁有的社會資本必不相同，攤販為排除其遭遇的時空限制以完成其擺攤，如何在其關係網絡中，動員其社會資本減少其擺攤成本？所以欲以社會資本的概念加強對攤販移動路徑與限制的解釋，欲達研究目的，以下對『時間地理學』及『社會資本』進行探討：

一、時間地理學（time geography）

由瑞典地理學家 Torsten Hägerstrand 在 1970 年代所提出的研究方法。時間地理學強調事件發生順序的連續性和相關性，由於事件的發生必定具備一定的時空條件，事件的結果因而受到其地域化的影響（Hägerstrand, 1976, 1984）。從時間地理學的角度，個人或社會群體的行動與生涯，可看成是在時間（垂直軸）和空間（張開成平面之兩軸）所構成的三維座標系中，一生的生命路徑（life-path）可以劃分為每日路徑，每週路徑和每年路徑，並在地理上表現出來。基本理論框架用下圖 1-4-1 表示：

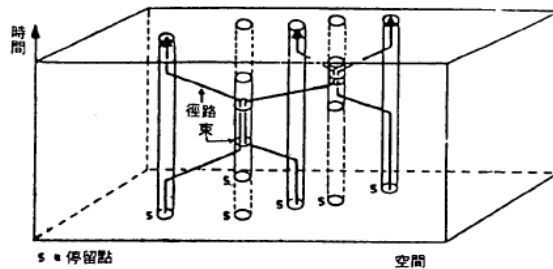


圖 1-4-1 T. Hägerstrand 時間地理學模型

路徑（path）、停留點（station）、束（bundle）

資料來源：D.N.Parkes&N. J.Thrift:Times Spaces and Places A Chronogeographic perspective, p250

時間和空間是個人用來實現事物和計畫時所取用的資源，假定存活下去是個體的動機，成套的可能行動受到他人、文化和法律規範限制。因此生命路徑被困在（空間—結構的）限制網裡，這些限制有來自生理和物質的必然性，有來自私人 and 共同決定，包括：能力限制、結合限制、權威限制，以各種方式交互作用。

能力限制（capability constraints）：因人的生理構造而對個人活動造成限制，

有些是時間主導，如睡眠、飲食，有些由距離主導，如交通工具的取得。因個人的生理能力或所能利用的設施使其活動受到限制。能力限制很大程度取決於個人的生活地位（Hägerstrand，1970），同時又決定了個人的時空稜柱，稜柱包含一組可能的時空路徑，這些路徑經過一系列可進入的站位（駐所），如農場、工廠、學校和商店。

結合限制（coupling constraints）：決定何時、何地、用多長時間，個人與他人、工具、材料相結合來進行生產、交易和消費。為達成某目的，必須在一定時間點上和其他人、事、物、工具互動，以完成活動目的。好幾條路徑的群集稱為『叢束』（bundle）。

權威限制（authority constraints）：以階層性的範域（domain）形式出現，指某些時空領域之可接近與否的權力問題，即個人或群體控制下的時空實體，其可及性受到權力運作保障。包括習慣、法令規定、經濟條件、社會文化、權力關係等..

這些限制以各種方式交互作用。三種限制確定了一系列的可能性界線，標誌著個人或團體實現特定事件時可利用的路徑。這些界線對應於一種基本的、逐漸形成的『邏輯』或『架構』（Carlstein，1982）。Giddens 認為其呈現的時空路徑，是由兩個不同系統交互作用的結果，一為時間，一為空間。具有支配性的時間基礎伴隨個體的能力限制，呈現出『時間地理現實（time geographic reality）』，表明人類存在的物質核心，另一個則是隱含在主體中具有限制性的空間範圍，影響主體可能或不可能到達的空間場所。

而 Hägerstrand 其後引進了存在現象學中『計畫』（project）的概念，將事件連結上人為了目標及背後的意義所做的努力。一個計劃包含了人與資源、空間與時間等要素。如果要完成計劃，就必須克服環境裡的各種限制。當我們了解個體時空路徑背後的限制後，就可以進一步了解其路徑選擇的目的與意義（Don Parkes & Nigel Thrift, 1980）。

從上述發現，時間地理學呈現了個體因受能力、結合及權威限制而呈現在時空中的生命路徑，也連結了個體在路徑中所做的計畫與努力，但仍招致批評，如 Giddens 對時間地理學的批評：認為時間地理學對人主體性的概念是天真且不完全的；人的行動被他們所追求的計畫引導，但有關於計畫的本質和起源卻未解釋，而其分析傾向行動與結構的二元性，而只關注身體在時空中移動的限制性質，但 Giddens 認為所有類型的限制卻也是機會，是行動可能達成的方法；而時間地理學對於其所包含的權力理論很不充分，Torsten Hägerstrand 確實談到『權威制約』的問題，將這種制約與能力制約及結合制約聯繫在一起。但他對這些問題的闡述既

有些含糊，又導致了某種權力的零和觀念，將權力看作是一種對行動施加限制的根源。反之，如過我們將權力看做是生成性的，那麼 Torsten Hägerstrand 談到的『制約』就都成了孕育且維持支配結構的模態。

但 Giddens 亦認為 Torsten Hägerstrand 的時間地理學證明了在研究人類行為時，分析時空的組織安排具有重要意義，從而對『位置』概念提出了一種非常有效的批判。我們不僅要從時間性的角度，也要從空間性的角度，來闡明在場的概念，即在場和不在場的相互關係，從而提出涉及社會整合和系統整合之間關係的場所²¹和在場可得性的概念。

所以從上述觀點，我們可以發現，夜市攤販的移動路徑，不僅僅只受限於時間和空間的制約，亦牽涉此一夜市空間內的人群，其在場和不在場的相互關係所構織而成的社會互動及場所可得性的概念，亦即其空間可得性，空間進入背後社會關係的影響，是否得以進入花園夜市此一空間擺攤或是造成阻礙。

移動路徑的呈現，不僅僅只有能力、結合、權威限制的影響，亦有其社會關係互動下，對其移動路徑非理性的安排。所以女性主義地理學家 Rose (1993) 認為時間地理學忽略女性的經驗，而 Dyck (1990) 關於母職的研究表明了空間社會建構的重要性，能夠展示出路徑如何在空間中如何生產與被生產(Johnston, Gregory, Smith, 2000: P832)。所以在本研究中，若只應用時間地理學中的路徑和限制的概念，未能完整解釋攤販的移動路徑，亦將移動路徑的呈現看做是對攤販行動背後時空制約下的結果，而忽略攤販背後社會的關係性，對其空間移動的影響，所以本研究欲再加入社會資本的概念，以期能完整解釋攤販的移動。

二、社會資本 (social capital)

社會資本的定義相當多元，不同學界對社會資本就有不同的定義。簡言之，可說是經由社會關係所得到的資本，以下擬就社會資本的定義、內涵等進行探討。

最早提出『社會資本』概念的為法國社會學家 Pierre Bourdieu，從階級 (class) 和關係網絡 (networks of relationships) 來定義，認為社會資本：『是一種真實或潛在資源的總和，而這種資源是源自於擁有一種長期穩定的網絡關係，它是成員之間集體擁有的資本，且可以讓內部成員去取用，而所謂的『取用』可以發生在各種不同的行為和場合』(Bourdieu, 1986: 248-249)。社會資本和其他型態的資本存有密切關係。人們擁有不同數量的社會資本，取決於兩大因素：一是視其所能有效動員關係網絡的幅度，另一則是該網絡成員們所擁有的其他型態資本數量，包括經濟 (economic)、文化 (cultural) 和象徵 (symbolic) 資本。簡言之，他認為網絡內的關係可視為促成不同型態資本間轉化的動力。同時 Bourdieu 也間接強調

²¹ 場所：是指利用空間來為互動提供各種場景。

社會資本是一種理性的投資，尤其是當行動者無法藉由經濟資本以獲得其所需的東西時，這時對社交的投入或許是可以協助其達成目標的途徑（Bourdieu, 1986：p252-253）。

Coleman 認為社會資本是被建立在任何一種的社會關係，而這個社會關係是提供行動資源的。而行動可以是個人或集體，且不論是否有直接的經濟意涵。Coleman（1990a：300-324）提出社會資本的內涵，主要包括：

- 1.信任（trust）：社會組織中，成員相互信任的程度。
- 2.義務與期待（obligations and expectations）：個人是否履行應盡的義務，並期待透過團體獲得資源。
- 3.潛在信息（information potential）：利用已存在的社會關係，作為獲取資訊的手段。
- 4.規範與有效懲罰（norms and effective sanctions）：依集體利益行事的規範，在此規範下個人犧牲小我，已完成社會大我的集體利益。
- 5.權威關係（authority relations）：藉由行動者間控制權的轉讓，集中於某人身上的權威，可增加社會總資本。

Putnam 的社會資本乃是指『社會組織內能夠促成合作以至於增進社會效率的要素，例如信任（trust）、規範（norms）和網絡（networks）』（Putnam，1993：167）。信任是指人際信任（interpersonal trust）或社會信任（social trust）；規範主要指吾人所謂的互惠觀念（norms of reciprocity）或回報（return）；網絡則關注在自願性的民間社團（voluntary associations）（Putnam，1993）。

Lin（2001）則指出社會資本具有回報（return）的概念，是一種對嵌入在網絡資源的投資。行動者透過社會網絡取得社會資本，以促進目的性行動。

從上所述，可以發現社會資本是一種社會資源，能以不同的形式鑲嵌於關係網絡中，端視關係網絡中的人們如何去獲取或維護。

而Nahapiet和Ghoshal（1998）則說明了社會資本的形成，要依附在網絡連結關係而生，是行動者在長期互動下所發展出來的關係²²。社會資本是組織提供內部成員認同與凝聚意識的資源，當群體內所有個體對事物的解釋與看法愈一致、有助於溝通，進而產生較高的社會資本，所以社會資本也可經由人際網絡變成實際或潛在的資源。

Pretty（2003）認為社會資本包含四項認定的觀點：

- 1.信任關係（relations of trust）：信任可提供合作的機會，降低社會互動的成本，減少金錢、時間的浪費。

²² 如：信任關係、規範與道德的約束力、道義上的義務與責任、身份與認同的關係

2.互惠和價值交換（reciprocity and exchange）：在社會互動中透過利益的付出與交換，可維持信任和社會關係。

3.法規、規範和處罰（common rules、norms and sanctions）：依靠法規和規範的支持，去控制團體中個人的行動，以維持社會互動中團體的利益。

4.連結網絡和團體（connect endness、networks and group）：社會資本的積累處於動態的社會關係強化過程。當連結愈強，社會資本更能影響共同決策和集體行動。

綜合上述學者對社會資本的定義、內涵等的論述，可發現社會資本的定義相當的多元，社會資本是屬於個人所擁有的資本，還是集體的，端視研究議題而定；社會資本的形成需依附在社會關係中，而社會關係是建立在彼此的信任、互惠、規範、義務、期待等所連結而成的關係網絡；社會關係透過互動而持續運作形成的關係網絡，可以持續累積社會資本。

所以在本研究中，為瞭解不同類型攤販所擁有的社會資本，如何展現在其移動上，該如何以社會資本進行解釋呢？我們可以發現攤販以追求利潤為主要特質，攤販間人際網絡中流通的訊息、情報、景氣好壞等，是攤販獲取訊息以增加利潤的來源之一，所以在社會資本中『關係網絡』內訊息的流通可作為調查攤販為何如此移動的衡量指標之一，而除此之外，在物品批發與交易的經濟體系上，攤販們依然保留著傳統的商業交易特質，如批貨以整批計算，交貨時不需先交付現金、銷售後再付款，攤販彼此之間形成一種複雜而大量倚賴交情與默契的經濟體系（卓立寰，2004），此即是建構在彼此的互惠及信任關係上，所以『信任與互惠』也為衡量指標之一，而攤販要進到夜市擺攤，必定有其需要遵守的規定，如何在夜市內順利營業，亦有其規範要遵守，所以『權威與規範』亦為社會資本衡量指標之一。所以為達成『解釋社會資本如何影響各類型攤販的移動』此一研究目的，本研究選取『關係網絡』、『信任與互惠』、『權威與規範』作為調查指標，以期得到不同類型攤販的移動路徑及限制後，更能完整解釋攤販為何如此移動。

第五節 研究架構與研究方法

一、 研究架構

本研究透過時間地理學中，日、週、年的移動路徑及限制，來蒐集攤販的移動資料，而欲以不同類型夜市攤販間社會資本的運作來分析、解釋各類型攤販移動路徑的差異。選取社會資本中的『關係網絡』、『信任與互惠』、『權威與規範』作為調查項目，以分析社會資本的運作如何影響攤販的移動，研究架構如下圖 1-5-1 所示：

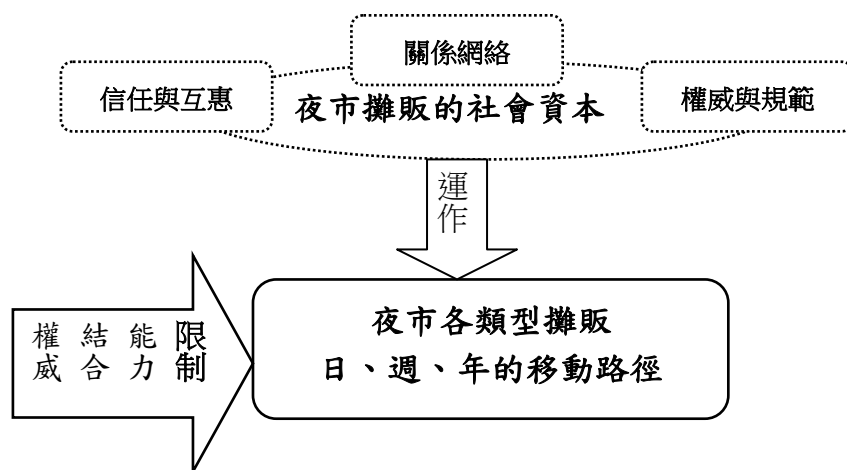


圖 1-5-1 研究架構圖

資料來源：筆者繪製

二、 研究方法

本研究為達成研究目的，研究方法分成三大部分：第一部分為田野調查：進行花園夜市的實地調查，調查攤販數量、種類及在夜市中的空間配置，並進行攤販分類。訪問夜市管理者、股東、鄰近夜市及攤販，以瞭解花園夜市的起源及花園夜市內的相關規範。第二部份為文獻研究：分為四部分進行文獻回顧，蒐集夜市及攤販的相關文獻，並整理有關於時間地理學、社會資本等理論與文獻、以設計研究架構。第三部分為深入訪談：為瞭解花園夜市各類型攤販，其移動與社會資本運作的關係，所以針對夜市內各類型的攤販進行深度訪談，以滾雪球及隨機抽樣的方式，抽選訪談的攤販。

(一) 夜市攤販時間地理學的調查

1. 路徑與限制的衡量指標

時間地理學因可解釋人在時間、空間和自己本身的各種限制，所展現出來的空間行為，並且認為每個人的行動和行為都有目標，為了達到目標，需要有計畫做為工具，一個計畫包含了環境中的人與資源、空間與時間，如果要完成計畫，就必須克服環境裡的各種限制（Johnston et al., 2000）。所以本研究採用時間地理學中的『路徑』與『限制』兩大概念，應用於本研究中，可瞭解不同類型攤販，

為了要完成其擺攤目的，所做的計畫與所遭遇的限制而呈現的時空行為，即移動路徑的展現。

時間地理學的衡量指標，如下表 1-5-1 所示：

表 1-5-1 時間地理學調查指標

指標	指標內容
(一) 移動 路徑	<p>調查各類型攤販日、週、年的移動路徑。</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 一日內備貨、開始擺攤、營業、收攤的時間和空間。 ➢ 一週內不同夜市的移動情形。 ➢ 為完成擺攤活動，每月份/每年不同空間的移動情形與頻率等。
(二) 活動 限制	<p>瞭解各類型攤販的限制。</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 能力限制：如生理能力（性別、健康等）、物理能力（交通工具、攤具構造等）、自然環境（四季變化、雨季來臨、溫度變化等）、人文環境（節慶、風潮流行等）。 ➢ 結合限制：調查夜市攤販為達成擺攤活動，必須與人、事、物相結合的空間場所，如與中上游廠商交易的地點等。 ➢ 權威限制：調查攤販進到花園夜市擺攤所需要遵守的營業規定，如時間和空間的規範等。

資料來源：筆者整理

2.調查結果的呈現

繪製不同類型攤販日、週、年的時空路徑圖，以呈現出各類型攤販在時間、空間和所遭遇的各種限制下，展現出的空間行為，並針對各類型攤販所遭遇的三大限制，進行整理與比較分析。

(二) 社會資本的調查

1.社會資本的調查面向

- (1) 權威與規範：Pretty (2003) 界定社會資本內涵中包含『法規、規範和處罰』，即是依靠法規和規範的支持，去控制團體中個人的行動，以維持社會互動中團體的利益。所以攤販得以在夜市擺攤，在於其取得此攤位的權利，並遵守管理者對夜市營業活動的內部規章，所以此部分調查攤販所需遵守的各項規定及法令規章等，及瞭解攤販為求順利擺攤，增加利潤，如何在規範下遵守各項約束，卻又動員其社會資本來增加利潤。
- (2) 信任與互惠：信任是指『人際信任』或『社會信任』，可表現在以下幾方面：攤販如何進到此夜市擺攤、為何選擇此夜市、為何販賣此類商品、如何取得位置佳的攤位、切貨、批貨付款時間、交易型態、資金借貸、還款時間等。
- (3) 關係網絡：Pretty (2003) 在社會資本內涵中界定了『連結網絡和團體』，社會資本的積累處於動態的社會關係強化過程。當連結愈強，社會資本更能影

響共同決策和集體行動，所以透過瞭解夜市攤販與他人互動的動機、頻率、訊息交換內容等，來看待夜市攤販的關係網絡。而夜市攤販的關係網絡具體可分為：攤販之間、與夜市管理單位、與中上游廠商、與消費者等關係網絡。

2.研究內容如下

表 1-5-2 夜市攤販社會資本調查內容表

面向 社會資本指標	調查內容
關係網絡	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 調查與花園夜市攤販相關的重要角色，並以攤販為主軸，分為攤販對內及對外的關係網絡。 ➤ 內部關係網絡：可分為三大類，攤販內部自身的關係網絡、攤販間水平連結的關係網絡（如競爭或互惠互補的行為），以及攤販與夜市管理者垂直的關係網絡，並從中調查攤販與夜市管理單位在訊息、金錢等方面的流動。 ➤ 外部關係網絡：調查攤販與消費者、與中上游廠商垂直的連結所形成的外部關係網絡，瞭解攤販與網絡外他人互動的動機、頻率、資訊的交換、交易的形式等。
權威與規範	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 夜市外部權威規範的遵守：在正式制度化組織中，攤販需要遵守的國家法令規章（如台南市相關法規等）。 ➤ 夜市內部權威規範的遵守：在非正式制度化組織中，夜市管理單位、攤位仲介者權威規範的展現、夜市擺攤權利如何取得、租賃規定、夜市內同類商品價格的訂定、攤販之間的默識知識（如流通的訊息、無形競爭及監控、攤位權利金、攤位租金等）。
信任與互惠	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 內部的人際信任：例如因親友間的連帶關係而到夜市擺攤、擺攤物品的選擇、因人際上的接近減少交易成本、如何取得好攤位、攤位權利金的象徵意涵。 ➤ 外部的社會信任：夜市管理單位與市政當局之間的關係、與中上游廠商的交易型態，如交易的不平衡所產生的資金借貸、還款方式等，及關係建立前後所展現的差異。

資料來源：筆者整理

3.調查結果的的呈現

呈現花園夜市內外相關的重要角色分類，並繪製花園夜市內部與外部的關係網絡圖。攤販內部的關係網絡如何反映在花園夜市此一社會空間中，所佔有該攤位攤販社會資本高低的差異。

而攤販外部的關係網絡，如何影響其擺攤移動的安排，因關係的建立減少交易成本，呈現出真實互動的空間與時間。

第二章 花園夜市的緣起與空間配置

第一節 花園夜市的緣起與運作

本節透過訪談夜市的股東及其內營業的攤販，以及從報章資料的蒐集、分析，來呈現花園夜市的成立緣起、過程及其運作方式的建立。

一、花園夜市特定角色及分工

余舜德（1995）曾以士林夜市為個案研究，認為士林夜市內的攤販、店家、廠商等特定角色的分工非常複雜，以『夜市參與者的角度』建立分類系統。夜市參與者（尤其是攤販們）對此分類方式的強調，反應了夜市內部權力的結構與夜市日常運作的慣例。所以本節參考此分類方式，透過訪談花園夜市內的特定角色，以理解花園夜市的緣起及其運作方式，訪談人員詳見附表二。

花園夜市內部參與者的特定角色及分工，修改自余舜德（1995）之研究及筆者的調查，呈現如下圖 2-1-1：

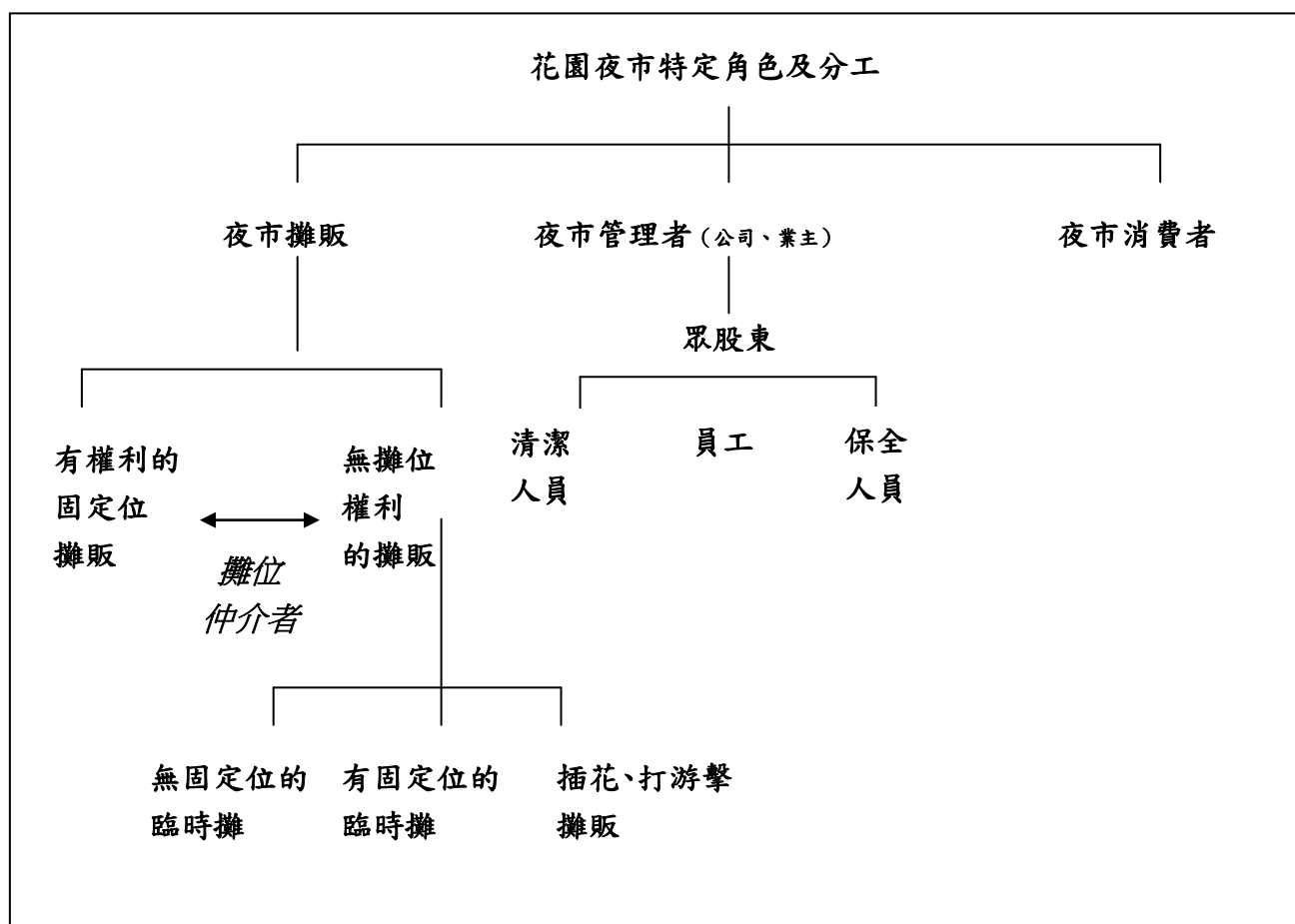


圖 2-1-1 花園夜市特定角色分類圖

資料來源：修改自余舜德（1995）及筆者實際調查

從圖 2-1-1 可知花園夜市參與者的角色可分為夜市攤販、夜市管理者及消費者。而其中夜市內的重要主體--攤販，可分為兩大類，如下說明：

（一）有攤位權利的固定位攤販：在花園夜市招商初期，透過登記取得該攤位的

擺攤權利，或者向他人購買攤位權利，繳付權利金，而成為『格仔主²³』（閩南語）。通常每隔一段時間，繳付一定的場地租金給夜市管理單位。有些格仔主會親自擺攤，但亦有早已不擺攤，雖擁有攤位權利，但轉租攤位給其他攤販。

- (二) **無攤位權利的攤販**：又可分為『無固定位的臨時攤』、『有固定位的臨時攤』及『插花、打游擊攤販²⁴』。這些攤販營業時，需向擁有攤位權利者或『攤位仲介者²⁵』租賃攤位，以天數計算繳付租金。
- (三) **攤位仲介者**：在有攤位權利和無攤位權利的攤販之間，仲介攤位給臨時攤的攤販。

而花園夜市的管理者可分為：

- (一) **合資的眾股東**：通常被攤販稱為『業主、公司、老闆等²⁶』，負責安排場地、提供水電等基礎設施、制訂規則，並吸引攤販前來擺攤。
- (二) **營運所需的管理人員**：如保全指揮交通，讓消費者停車順暢；聘僱專門的員工，營業日約晚上七、八點，收取當日水電費、清潔費及營業後的清潔人員等。

花園夜市得以馳名台灣，眾多夜市消費者也是關鍵角色，但非本文探討重點。

接下來本文試圖從攤販和夜市管理者的角度，來探討花園夜市的成立緣起、過程及運作方式。台南市塊狀型的夜市業者指出一般成立夜市需經過租地、整地、招商、廣告宣傳等階段（蕭湘勻 2005）。所以本文參考上述觀點，從花園夜市的成立過程，土地租賃、整地、招商、廣告宣傳及規則等方面進行論述。

二、花園夜市的成立

(一) 成立源由

台南市（舊）花園夜市²⁷成立於民國八十七年（1998），至今（2010）已有十年以上的歷史。一開始成立之初，據訪談得知，因幾位志同道合的朋友聚會時，希望可以做生意，最後得出結論為經營夜市。而後向地主（王進福、王進成兄弟）承租鄭仔寮重劃區內的土地²⁸。

其實最先是誤打誤撞，舊的那邊是一些朋友，聚在一起談天（喝酒），談天之

²³ 格仔主（閩南語）：承租臨時攤的攤販多半稱擁有此攤位權利的人叫『格仔主』。

²⁴ 插花、打游擊攤販以余舜德（2004）所指的『插花』小販命名之。意指試圖在不同夜市間流動，少數無法在夜市中找到固定攤位的攤販。後續第四章將有詳細說明。

²⁵ 攤位仲介者：亦有攤販稱此類攤販為『仲介』、『中間人』。現在台南市的夜市，幾乎都有負責代為處理攤位的攤販，如大東、成功、武聖夜市等..替格仔主代為轉租攤販，有的本身亦為格仔主，後續第四章會有詳細的解釋。

²⁶ 花園夜市的攤販對夜市管理單位的稱呼有：如『公司』、『業者』、『主辦』、『業主』、『股東』、『老闆』，攤販雖有不同稱呼，但通常都是指花園夜市中非正式的私人管理單位。

²⁷ 若以招牌來區分，舊址花園夜市的招牌為『鄭仔寮花園夜市』，新位址的招牌僅有『花園夜市』。

²⁸ <http://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E8%8A%B1%E5%9C%92%E5%A4%9C%E5%B8%82>（2010/10/05 瀏覽）

下共同來說，來弄一個夜市，最先是說做生意，想一想，看一看，就是夜市做看看（夜市股東-C先生，2009年7月）

而從訪談亦得知，由於花園夜市原先的眾股東都不是生意人，所以在籌備之初，也曾到其他夜市觀摩他人如何經營，以作為規劃、營運的參考。

所以一開始先去看別人怎麼經營...。（夜市股東-C先生，2009年7月）

而後進行花園夜市的規劃與招商，各股東皆有個人的權責及負責工作，如營業空地的土地租賃、場地基礎建設，如水電、照明工程、行銷宣傳等，期使花園夜市能順利開幕及營業。

公司一開始在處理（開幕），都是有個人個人的權責，要做水電的，他是什麼工程的，跟人家交涉的，他都分得很細（夜市股東-C先生，2009年7月）

起初花園夜市的位置位在台南市北區鄭仔寮育德路和文成二街所包圍的空地，如下圖 2-1-2 所示：

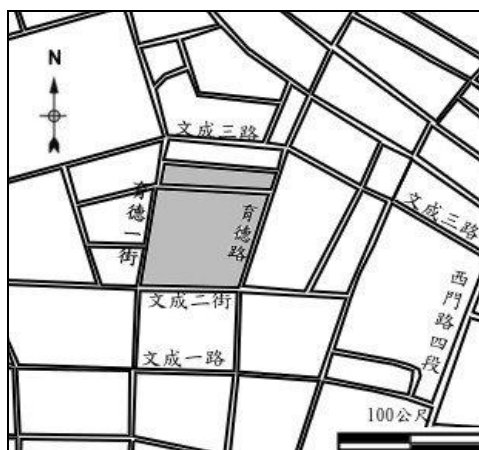


圖 2-1-2 舊花園夜市位置圖

資料來源：筆者繪製

從上述可發現，花園夜市的成立，不同於過去台南市夜市多分布在商業較不發達的地區，可能與當地居民的需求有關（林世昌、楊宜訓，1995）。現今台南市的夜市成因已非單純的攤販自然聚集，乃是業者有目的地選擇夜市地點，導致目前的夜市成立動機較具人為操作意味，並非以往攤販自然『結市』形成夜市的景況，所以在夜市地點的考量上，大面積空地、避免和同業同區競爭已取代早期夜市地點多半以鄰近市場、廟口或街道為主，成為台南市夜市業者首要考量的因素（蕭湘勻，2005）。所以從上述訪談及過去研究發現，花園夜市的成立並非是攤販自行集結於該空地，夜市攤販的集結與營業，幕後多是有業者進行規劃與招商運作以及最佳地點的選定。

而余舜德（1995）認為流動夜市的興起和兩個歷史過程有密切的關係：第一，市場隨著消費者的需求出現，我們可以說如此的方式為『從下往上』的方式；第

二，行動者（actors）的努力同時促成了夜市的形成。由此可看出，花園夜市的成立，以夜市管理者做為行動者，其各項施為促成攤販們於同一時間、同一空間集中而形成。

（二）花園夜市的命名

為管理單位在創辦夜市之初，希望前來花園夜市的消費者，踏進營業場地，有如踏進『花園』一般。亦因如此，花園夜市的建設不同於其他夜市皆為大片開放式的空地，而是有明顯的大門出入口、磚造矮牆。矮牆上並有綠色植栽，將賣場空間與外圍的停車空間加以區隔。

我們當時一個想法是說，讓客人進到花園，所以矮牆那邊都會有種樹，主要說讓客人一進來，好像進入花園這樣，是想說看能不能弄成這樣子（夜市股東-C先生，2010年10月）

而亦有此一說²⁹：

『花園夜市名稱的由來，應該是在當初成立花園夜市時，就是要讓這夜市有如花園般的多采多姿、五彩繽紛、越夜越美麗，所以今日的台南市府城的花園夜市果真是越夜越美麗的夜市，更是夜市榜首，有著天下第一夜市³⁰的稱號。』

三、花園夜市的搬遷與再次成立

（一）為何搬遷？

在舊址經營六年後，於民國九十四年（2005）因土地租約到期，且原地主把土地租金上漲，已高於夜市營運成本，所以業主決定先暫時停業，找尋新的營業場地，重新開幕。

其實那一邊最先開始，一年是租五、六百萬而已，漲到最後是一個月就要將近百萬，划不來（夜市股東-C先生，2009年7月）

（二）為何在此？新地點的選址

新地點位在台南市海安路三段與和緯路三段所包圍的空地，如下圖2-1-3所示：

²⁹ <http://tw.knowledge.yahoo.com/question/question?qid=1508050901462>（2010/10/05 瀏覽）

³⁰ TVBS 節目（時尚玩家）在網路（<http://blog.yam.com/tvbsfood>）發起『天下第一夜市爭霸賽』，票選結果第一名為台南花園夜市得票最多，所以消費者、網路上開始有人如此稱呼。



圖 2-1-3 花園夜市位置圖

資料來源：筆者繪製

而業主為何選擇此塊土地？據訪談得知，此地被劃為台南市公十九公園預定地³¹，已預定徵收，但市府尚無經費對此土地進行徵收³²。由於預定徵收，地主亦無法將土地轉售、增建，所以業主得以用較便宜的地租，租賃該土地。

因為你這一塊就是準備做公園預定地，到現在沒有徵收，你這樣的話地主也好，我們承租也比較便宜，你承租費用太高的划不來，要被徵收，就是不能再做其他用途（夜市股東-C先生，2010年10月）

（三）新地點的成立過程

夜市業者指出一般成立夜市需經過租地、整地、招商、廣告宣傳等階段，業者通常會在土地取得這一環節花費較多的心力與時間（蕭湘勻，2005）。而花園夜市在經過半年的停業後，同樣也歷經了找尋、租賃大面積營業空地的困難及整地、招商、重新宣傳等過程。

1. 租地的困難

目前花園夜市的營業空地約占八千坪，近三甲地，但其中四分之三為私有地和四分之一的公家土地³³，分述如下：

（1）私有地部分

私有地因分屬二十多位地主，遍佈台灣及海內外各地，經負責的股東多方奔走，依賴關係取得和地主的聯繫，向地主簽約後，才取得夜市內私有地的承租權利。

³¹ 〈公園用地設夜市惹民怨〉，《聯合報》，2005/10/13，C1版。

³² 當時建設局長陳啓松表示：花園夜市所屬之鄭仔寮重劃區已開發約九成，公園數量已近飽和，公十九部分因徵收經費龐大，暫無開發計畫，依法在空窗期內可朝多目標使用，因此招標當作停車場係合法使用〈花園夜市擾民住戶抗議〉，《中華日報》，2005/12/24，3版。

³³ 〈公園用地設夜市惹民怨〉，《聯合報》，2005/10/13，C1版。亦有一說，花園夜市總面積六千坪，其中包括四千五百坪私有地，一千兩百坪市有地和三百坪國有地（資料來源：〈花園夜市擾民住戶抗議〉，《中華日報》，2005/12/24，3版）

那時候，一個是整地的問題，一個是簽約（租地）問題，簽約當時也有台北啊、國外，你要透過關係，這是誰的親戚，你可以給我他的時間，去拜訪。你要承租，要一個一個地主去找出來，讓他簽約承租，然後再有人規劃（夜市股東-C先生，2010年10月）

（2）公有地承租的困境

業主透過市府公十九預定地的公開標租取得公有地的承租，但市府也因出租該塊公有地而遭致民眾責難。曾有居民抱怨該處為公園預定地，為何市府單位准予成立夜市，曾在民國九十四年（2005）十二月二十三日，在當時謝龍介市議員的陪同下，戴口罩至市府拉白布條抗議，提出『還我綠地，夜市撤出』的訴求，居民質疑市府圖利業者，公園用地為何可以經營夜市³⁴。

但市府表示，此地為公十九公園預定地，但尚未徵收，目前仍有四分之三為私有地，依都市計畫法規定，未開闢的公共設施保留地，地主有權申請設臨時攤販市場，但只能使用30%面積設攤，而靠近海安路的四分之一公有地部分，市府規劃停車場，目前該用地由市府與地主分管，依照『台南市市有土地短期出租要點』，四分之一公有地，市府出租給業者供停車使用，每年收取租金179萬元，業者承租六年，面積約4000平方公尺。而當時市府建設局副局長陳啟松亦表示：『未興闢的公設用地，市府不能限制地主不使用，否則對地主也不公平。如果市府不出租公有地給業者做停車場，夜市人潮亂停車反而易影響交通³⁵』。

上述事件反映出在都市內，夜市管理單位承租土地所遭遇的困難。而後經業主完整取得公、私有土地的承租權後，合併土地而為現在花園夜市的營業空地，隨即展開營業場所的規劃與硬體建設的施工、招商、宣傳等。

2.整地：荒地上的填土整建

據訪談得知，新花園夜市的整地相當困難，由於該地為台南市地勢較為低窪之處³⁶，早期多為魚塢，所以業主必須割草、並找尋新的泥土填地。而當時因泥土的取得耗時較久，使得基礎建設的時間從原本預估的三個月延宕至半年，而整地費用高達三百萬元。

這一塊原先都是泥草地，（但）底下都是水啊，好像一個小池塘一樣，光是整地那一塊大概就花三百萬，能夠先割草然後填土，然後填土地，你要先抽水起來，再放土，很深，深度最深大概有一個大人的深度，那邊本來就比較低，又是那未開發的地方。

有時後一天差不多來二十車，隔天就找不到土，在那邊等啊

³⁴ 〈花園夜市擾民住戶抗議〉，《中華日報》，2005/12/24，3版

³⁵ 〈綠地變夜市厝邊一肚火〉，《聯合報》，2005/12/24，C1版

³⁶ 從 Google Earth 所提供的衛星影像，目前花園夜市所在位置海拔高度約 2-3 公尺，旁邊尚有魚塢。

整地的時候，土的取得，你要去哪裡拿取，雖然拿並不很貴，可是沒得拿，又不能隨便去盜挖，基本上三個月就可以，可是因為這樣等到半年（夜市股東-C先生，2010年10月）

3.招商：新舊攤販的重新聚集

新花園夜市的招商工作，由於有原先舊攤販轉移至此，且經過攤販間的口耳相傳，搬遷後的花園夜市在招商工作可說相當順利，在此分成兩部分來說明：

(1) 舊有攤販-格仔主

花園夜市遷移到新地點後，擁有攤位權利的格仔主亦遷移至此營業。但攤位權利的格數經業主調整，有些微異動。

本來我們權利是九格啦，剩下三格（個案 13-休閒娛樂類類，2010年7月）

(2) 後進攤販

新加入的攤販，經管理單位篩選後，才得以進入擺攤，所以不像先前舊花園夜市的門檻較低，只要登記就可擺攤。

舊的開始沒有這樣（篩選攤販），新的才有，舊的都盡量給他們（夜市股東-C先生，2010年10月）

4.重新匯聚人潮的宣傳工作

於民國九十四年（2005）十月十五日重新開幕。而在開幕期間十月十五日到十一月二十日，曾舉辦百萬摸彩大贈送，提供的獎品有轎車、機車、電視、冰箱等，並邀請知名歌星及台南市大學吉他社等慶祝演出。從中可發現夜市管理者亦企圖透過行銷手法，如印製宣傳單、邀請知名歌手，製造節慶的氣氛，以吸引人潮的重新匯聚。開幕傳單如下所示：



照片 2-1-1 花園夜市重新開幕傳單

資料來源：股東提供

對於停業半年後再重新開幕的花園夜市，宣傳工作對業主來說，相當重要。他們投入大筆經費雇請宣傳車、發送傳單，要把流失的消費者找回來。而攤販們亦投入開幕的宣傳，例如有些摸彩品即是攤販的集資而提供。

我們先前作業做足，包括宣傳，報紙，還有那些各種的，光花在開幕那些宣

傳，還有準備跳舞，可能就超過這樣（一百萬）

新的這邊開幕，光是攤販贊助的東西，那一台車四十多萬，march，那一台就是真正的攤販出的（夜市股東-C先生，2010年10月）

四、花園夜市的具體運作規定

（一）營業時間的選定

1.與其他夜市不互相衝突的週四和週日

夜市業者會以避開同業營業日為主要考量，藉以鞏固本身的消費群（蕭湘勻，2005）。所以業主為了不與當時的鄰近夜市相衝突，例如早已成立且鄰近的武聖和成功夜市³⁷，所以選定每週四和日做為花園夜市的營業日。

2.時空（營業）競爭下，週六營業日的出現

因附近新成立的夜市競爭下³⁸，所以決定增加週六的營業日。一開始週六的生意並不好，但後來因觀光客、主流媒體、網路的宣傳與號召下，週六的生意反倒比原本週四和週日更好。

最先剛開始是四和日，我們是最先盡量跟別人不要互相衝突，例如武聖，所以我們退居到四、日，……在靠近我們的地方有好幾場（夜市）別的地方，已經有好幾個地方，用一個三六，好啊，你要拼，我們就來拼，所以才會有一個星期六，當時就是要拼。當時就是要評估一下，這些攤販老闆本身說，用星期六沒關係，也是要大家取得一個共識，所以最先星期六生意較不好，可是時代在變，現在星期六是最好（夜市股東-C先生，2009年7月）

所以週六的攤位、攤販和週四、週日不同。一開始招租時，只有週四、週日的權利，加入週六後，若攤販要擺攤，則需重新登記、抽籤或再向其他攤販購買攤位權利。

有人要來擺，沒有位置就要來抽籤，禮拜六也要先登記，要是太多人想要排禮拜六，就用抽籤，抽到者，禮拜六來擺，所以現在說四、日，現在他們的執照四、日是一張，禮拜六是一張。（夜市股東-C先生，2009年7月）

（二）攤位租金

從圖 2-1-1『花園夜市特定角色分類圖』，可知花園夜市的攤販分為三大類，其攤位租金並不相同，分述如下：

1.格仔主的攤位租金及其繳付方式

舊花園夜市攤販曾因不滿夜市經營者將每期攤位租金從三千元調漲為四千五

³⁷ 成功夜市營業日為週二和週五，武聖夜市為週三和週六。

³⁸ 該夜市為『和德夜市』，位在成功夜市對街，營業時間為週三和週六，當時雖不與花園夜市營業日相衝突，但因地理位置鄰近，夜市股東認為該夜市週六的營業日對花園夜市衝擊甚大（如消費者週六逛過夜市後，週日就不再去花園夜市），所以決定加入週六的營業，但此夜市營業不到半年，就因經營不善而倒閉。

元，民國八十九年（2000）五月四日曾醞釀以罷市方式抵制，最後推派代表與經營者做最後協調，達成租金調漲百分之五十，且兩年內不再調漲協議，使平息這場罷市風波³⁹。從此報導可得知當時每期（三個月）的攤位租金為四千五百元。依此推算，當時（民國八十九年）每週營業兩天，一天租金約 180 元左右。

而原本一期租金為每三個月繳交一次，而後有攤販反應收取太過頻繁，改為每半年收取一次。

我們是六個月換一次執照，因為你繳費，最先我們舊的是三個月，弄到最後是要求半年收一次好，（攤販）感受上不同，有人說我半年繳一次，一次就要繳一萬多，三個月有三個月的缺點，經常在繳，在舊的那邊就已經開始改變，最後主要是說他們的意見，要求，我們要順從他們（攤販）的意見看法（花園股東-C先生，2009年7月）

而據筆者目前調查，格仔主一格一天攤位租金約 250~300 元之間，每半年繳付一次租金。

半年一格就是 18000（個案 13-休閒娛樂類，2010年7月）

2.承租臨時攤位之攤販

臨時攤一日一格租金為 650 元~1200 元不等，依照攤位位置而有不同⁴⁰。臨時攤的租金依照攤販所擺天數計算，以一個月為期，需預先繳付給攤位仲介者或格仔主。

像我上禮拜加上大東夜市的，就繳了一萬四千多元出去，很貴（個案 6-服飾類，2010年4月）

（三）土地租金

攤販在繳交攤位租金後，管理單位則需繳交土地租金給地主及市府單位，據訪談得知，每月約一百萬。

一般市面上的行情，工廠大概一個月六百塊一坪，商業區大概一千塊，花園一個月一百萬，看你那個坪數（夜市股東-C先生，2010年10月）

（四）電費、水費、清潔費

1.電費

（1）使用者付費-全體攤販皆須繳交

夜市經營者僱請員工在當天收取電費及清潔費。一盞電燈依電燈的耗電量及瓦數收取 50~80 元不等，攤販在繳費的同時，並發收據給攤販，收據如下圖所示：是每一個晚上看那個電燈，500 燭光也有裝 800 的，就看電燈的錢來收清潔費，我們請兩位先生，一個蔡先生，一個周先生，一攤一攤下去每天（次）收，

³⁹ 〈鄭仔寮花園夜市漲租金達成共識〉，《中華日報》，2000/05/05，府城采風版。

⁴⁰ 臨時攤的一日租金，因位置而有不同，第四章將有更完整的解釋。

收水電費和清潔費，算公司請的員工（夜市股東-C先生，2009年7月）

像我們這種白燈，一盞要八十元，如果是黃燈好像比較便宜，連夏天吹電風扇也會收錢（個案6-服飾類，2010年4月）

電燈80，看幾瓦的，700瓦的，有用小燈泡的，那個30，電風扇也要錢（個案13-休閒娛樂類，2010年7月）



照片 2-1-2 花園夜市電費收據

資料來源：管理單位提供

(2) 用電量的季節差異

用電量有其季節差異，夏季為用電高峰，每月約三十萬，冬季約二十萬左右。一個月二十萬（冬天），夏天將近三十萬，它有淡季旺季啦（夜市股東-C先生，2010年10月）

2. 清潔費

亦聘請清潔公司打掃環境，每月清掃約十二到十三次，每月約付十八萬元。清潔公司晚上打掃，包月，一個月給他18萬（夜市股東-C先生，2009年7月）

3. 水費

(1) 使用者付費-多為飲食類攤販繳交

用水量較大的為餐飲類攤販，因為需要清洗攤具、桌椅等。管理單位將花園夜市的水龍頭都掛有所屬的餐飲類攤販名牌，以方便管理。而餐飲類攤販會依照所分配到的水龍頭用水，並由所屬負責的攤販向其他攤販收取水費，再交給管理單位。

我們找一個大的那個老闆，自己要怎麼處理

一個人去管理啊，所以貼名牌，是為了要管理方便，反正他就自己去收錢（夜市股東-C先生，2010年10月）

(2) 水費支出

每月水費約三萬元左右，管理單位亦自付三千元補貼。

因為只有飲食區在用，比較便宜三萬，一個月兩三萬

我們付給他裡面要泡茶嘛！！一個月給他三千，剩下不夠，你們再去收（夜市股東-C先生，2010年10月）

綜合以上，筆者將夜市每月固定開銷，整理如下表 2-1-1。

表 2-1-1 花園夜市管理單位每月固定開支一覽表

項目	金額	說明
地租	地租每月約 100 萬 一年約 1200 萬。	➤ 向攤販收取。
電費	夏季約每月 30 萬 冬季約每月 20 萬	➤ 向攤販收取。
清潔費	每月約 18 萬	➤ 向攤販收取，外包清潔公司整理。
水費	每月約 2 至 3 萬不等	➤ 由某餐飲類攤販負責向用水的攤販收取水費，再交到管理單位。 ➤ 管理單位每月約自付 3000 元水電費。
人事費用	管理員 2 位：每晚 1000 元 保全 9 位：每月約十多萬	➤ 負責營業日收取水電費。 ➤ 保全指揮交通。

資料來源：筆者調查整理

(五) 攤位權利的取得與轉換

1. 攤位權利的取得

一為攤販初期的招商登記，向管理單位取得攤位權利。而業主亦對當時攤販要求，得親自擺攤一年後，才可將攤位權利轉讓或轉租給臨時攤。

二為向其他已取得攤位權利的格仔主購買攤位權利，透過權利金的繳付而獲得攤位。

2. 攤位權利的轉換

攤販通常在取得攤位權利後，因經營不善或急需現金，而將攤位權利轉讓，可在私下進行，管理單位並不會干涉。而有些位在三角窗或橫排⁴¹的攤位，因位置佳而被哄抬權利金⁴²。而攤位權利轉換後，攤販需到管理單位進行轉讓登記手續，費用為一千元。

攤商私底下會炒作，公司沒有在管他們，他們要賣多少，自己去處理，公司也沒有賺他一毛錢，沒有權利金，我是說一個月要收多少錢，就只有租金，其他都沒有，只是說他們的經營，適者生存，私底下他們可以自己過戶，自己買賣，曾經有聽過夜市的老闆，好的很好，不好的很差，你要替他背書，不然就是說其他的夜市過戶，還要收多少錢，我們這邊沒有，只有手續費一千元，就是改名字而已，(攤販) 二三十萬在賣 (夜市股東-C 先生，2009 年 7 月)

(六) 如何臨時擺攤？

在花園夜市裡格仔主和臨時攤之間，其實蘊藏了微妙的關係。就如余舜德 (1995) 對士林夜市的研究，這些攤販有法律的保障，多數攤位『使用權』的所

⁴¹ 花園夜市的空間配置在下節中將有介紹。

⁴² 不同位置其權利金也不同，將在第四章有詳細說明。

有人具有『固定攤販』執照，雖然此處許多攤位早已私下轉讓或出租，造成攤位實際的使用人和執照登記人不一定同人的現象，但這種違法轉讓及出租早已成為市場的慣例，接手者或承租人仍然被相關單位（如警方及市場管理處）視為合法的攤販。而在花園夜市亦有類似情形，臨時攤要如何順利進到夜市擺攤，這就深刻影響攤販的移動。而臨時攤位的租賃可分兩種方式：

1. 間接透過攤位仲介者

主要是擺攤多年的攤販負責發放臨時攤位，按日算租金，一個月預繳一次。有些臨時攤一開始進到夜市擺攤，每次擺攤位置不固定，或者攤位取得不穩定，端看他與攤位仲介者的關係。

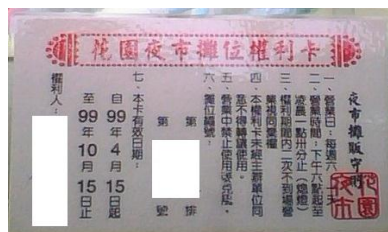
一開始進來擺攤幾乎每次位置都不固定，我大概要下午三、四點就要來花園夜市找負責臨時攤的人，找他登記，他在夜市擺攤很多年，幾乎大家都知道他。把一格攤位全部買起來太貴了，我買不起...到後來因為我幾乎常常租，所以現在我的攤位幾乎每次都差不多是這一個地方，而我們這一區賣衣服的，幾乎一片都是租臨時攤位的（個案 6-服飾類，2010 年 4 月）

2. 直接向格仔主租賃

亦有臨時攤透過關係而直接向格仔主承租，承租的時間長短不等。

（七）花園夜市攤販規則

而從『花園夜市週六攤位權利卡⁴³』可知，攤販有一些具體的規範需要遵守。



照片 2-1-3 花園夜市攤位權利卡（週六）

資料來源：攤販提供

夜市攤販守則

- 一、營業日：每週六一天。
 - 二、營業時間：下午六點起至凌晨一點三十分止（熄燈）。
 - 三、權利期間內二次不到場營業視同棄權。
 - 四、本權利卡未經主辦單位同意不得轉讓使用。
 - 五、營業中禁止使用麥克風。
 - 六、攤位編號：第××排第××號
 - 七、本卡有效日期：自 99 年 4 月 15 日至 99 年 10 月 15 日止
- 權利人：×××

⁴³ 因週六營業日為後來增加，所以有一張獨立的週六攤位權利卡，亦另有一張為週四和週日的攤位權利卡。

而再對照鄰近的成功和武聖夜市攤位權利卡來看，如下所示



圖 2-1-4 成功夜市攤位權利卡

資料來源：攤販提供



圖 2-1-5 武聖夜市攤位權利卡

資料來源：攤販提供

租賃規定：

1. 禁止使用擴音器
 2. 逾期（限一次），不來換牌以棄權論
 3. 連續兩次不來營業視同放棄，不得異議
- 自 99 年 4 月 1 日起至 99 年 6 月 30 號止。

租賃規定：

1. 禁止使用擴音器
 2. 逾期（限一次），不來換牌以棄權論
 3. 連續兩次不來營業視同放棄，不得異議
- 自 98 年 4 月 28 日起至 99 年 7 月 27 號止。

武聖和成功夜市為同一管理單位，所以其攤位權利卡的形式和內容幾乎雷同，其租金繳付為三個月一期，但花園夜市為半年一期，且對於營業日、營業時間的規定，以及攤販未遵守的懲罰，都有更明確的說明。而在花園夜市內，除了具體明訂的各項規範外，仍有許多隱而不顯的潛規則影響著攤販的移動路徑，筆者在後續章節討論之。

本節主要探討花園夜市的緣起及其運作過程，總結上述整理如下表。

表 2-1-2 花園夜市運作過程一覽表

項目	內容
舊花園的成立與結束	➤ 民國八十七年（1998）至九十三年（2004）年底。
花園夜市內角色	➤ 夜市攤販、夜市管理者、夜市消費者。
花園夜市的搬遷	➤ 因租約到期且地租上漲，不符成本而搬遷。
新花園夜市的成立過程	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 重新開幕：民國九十四年（2005）十月十五日。 ➤ 租地：租賃台南市海安路三段與和緯路三段所包圍的公私有空地。 ➤ 整地：割草、抽水、填土。 ➤ 招商：舊有攤販再加上新加入的攤販。 ➤ 宣傳：宣傳車、傳單、舉辦摸彩活動。
營業時間	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 營業日：每週四、六、日營業。 ➤ 營業時間：下午六點起至凌晨一點三十分止。
攤位租金	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 格子主每日一格約 250~300 元。 ➤ 臨時攤每日一格約 650~750 元。 ➤ 三角窗臨時攤約 1200 元。
電費、水費、清潔費	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 電燈一盞（白燈）80 元。 ➤ 電風扇 50 元。 ➤ 小燈泡 30 元，依不同瓦數收費。

攤位權利的轉換	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 付攤位權利金給原格仔主。 ➤ 向業主登記攤位權利轉讓，手續費 1000 元。
臨時擺攤	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 向格仔主承租。 ➤ 向攤位仲介者承租，通常以月為租期。
花園夜市攤販規則	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 權利期間內二次不到場營業視同棄權。 ➤ 權利卡未經主辦單位同意不得轉讓使用。 ➤ 營業中禁止使用麥克風。

資料來源：筆者整理

第二節 花園夜市的攤販種類

本節主要針對花園夜市內的攤販進行調查及分類，先回顧過去研究者對夜市攤販的分類型態，再依此歸納出花園夜市的攤販類型並進行調查，繪製出花園夜市不同類型攤販的空間分布情形。

一、夜市的攤販種類

從過去各項文獻資料發現，攤販分類的方式相當多樣，並無統一的分類方式。

過去的官方資料針對夜市攤販的分類，多以攤販販售商品的種類、營業類別進行分類。如行政院主計處『攤販經營概況調查』，將攤販按其主要營業類別分為：1.生鮮肉類；2.生鮮蔬菜類；3.生鮮水果類；4.小吃類、食品類及飲料類；5.成衣、被服、布及鞋類；6.其他商品販賣類；7.服務類等七大類，作為其統計的依據。其中，亦有針對攤販業主的年齡結構、性別、前職工作情形、教育程度等進行分類。

而從台南市對攤販管理的法規，如『臺南市攤販營業管理實施細則⁴⁴』（中華民國 66 年（1977）至 96 年（2007）廢止）對攤販的分類，僅簡單分為一般攤販和書攤業攤販兩類，也是按其販售商品的類別加以劃分。

由於官方對於攤販的分類尚包含白天在傳統菜市場販售生鮮食品的攤販，但此類攤販卻是在夜市中較少出現的。所以筆者再從針對夜市攤販的文獻資料進行回顧，整理其中對夜市攤販的分類，如下表 2-2-1 所示：

表 2-2-1 夜市攤販分類表

研究者 (年代)	夜市攤販 分類依據	類別		
		中分類	細分類	常見項目
蔡文彩 (1985)	針對當時 台北市的 夜市機能 活動及其 類型進行 分類	飲食類	餐飲	山產店、海產、牛排、日本料理、沙茶火鍋
			小吃	麵食、米食、肉食、海產、湯、煨
			冷飲	冰、果汁
			水果	檳榔、甘蔗、橘子、蘋果、番石榴...等
			零食	燒烤、油炸、滷味、中式點心、西式點心、其他
		服飾 百貨類	衣服	男衣、女衣、童裝
			鞋	皮鞋、鞋、布鞋、運動鞋...等
			飾品	皮包、帶、帽子、髮夾、戒子、項鍊、眼鏡..等
			百	布、襪、手帕、化妝品、洋傘、指甲刀..等
		休閒 文	玩具	洋娃娃、汽車、各種玩具..等
			趣味 品	手工藝品、古董、打火機、明星照片、緞帶花、獎券、茶具..等

⁴⁴ <http://www.tncg.gov.tw/LAW/aat.asp?ID=154> (2010/10/28 瀏覽)

		<table border="1"> <tr> <td rowspan="2">化類</td> <td>文化 品</td> <td>書、文具、相簿、卡帶、片、運動器材、計算機 .等</td> </tr> <tr> <td>休閒 遊戲</td> <td>套瓷器、撈金魚、撈水球、打彈子..等</td> </tr> <tr> <td rowspan="4">家用 服 務 類</td> <td>家庭 用品</td> <td>家庭五金、寢具</td> </tr> <tr> <td>日 用品</td> <td>蜜、茶 菜、中藥、香</td> </tr> <tr> <td>電器</td> <td>電扇、電燈、電線、小型電暖器</td> </tr> <tr> <td>服務</td> <td>修鞋、算命、刻印</td> </tr> </table>	化類	文化 品	書、文具、相簿、卡帶、片、運動器材、計算機 .等	休閒 遊戲	套瓷器、撈金魚、撈水球、打彈子..等	家用 服 務 類	家庭 用品	家庭五金、寢具	日 用品	蜜、茶 菜、中藥、香	電器	電扇、電燈、電線、小型電暖器	服務	修鞋、算命、刻印										
化類	文化 品	書、文具、相簿、卡帶、片、運動器材、計算機 .等																								
	休閒 遊戲	套瓷器、撈金魚、撈水球、打彈子..等																								
家用 服 務 類	家庭 用品	家庭五金、寢具																								
	日 用品	蜜、茶 菜、中藥、香																								
	電器	電扇、電燈、電線、小型電暖器																								
	服務	修鞋、算命、刻印																								
戴伯芬 (1993)	根據實際的田野經驗歸納出流動夜市攤販販賣的商品類型	<ol style="list-style-type: none"> 1. 文化娛樂類：玩具、趣味品、卡帶、書籍文具、動植物、休閒娛樂 2. 服飾類：男裝、女裝、童裝、內衣、毛巾、襪類、帽子、手套..等 3. 生鮮食品類：蔬菜、水果、肉類 4. 飲食小吃類：餐飲、麵食、米食、補品、小吃、點心、冷熱飲。 5. 個人用品類：鞋、眼鏡、鐘錶、皮件 6. 飾品類：玉石、佛具用品、髮飾品、化妝品 7. 家庭用品類：家庭五金、寢具、家具、電器、醫藥用品 																								
余舜德 (1995)	依照士林夜市各種商業活動進行分類	<table border="1"> <thead> <tr> <th>種類</th> <th>攤</th> <th>店面</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>食物</td> <td>小吃攤、檳榔攤、冰果攤</td> <td>海鮮餐廳、火鍋餐廳、西式餐廳、日本餐廳、速食餐廳、牛排館、小吃店、自助餐廳、茶/咖啡廳、麵包店、冰店</td> </tr> <tr> <td>日用品</td> <td>五金攤、雜貨攤、小家電攤</td> <td>五金行、雜貨店、家電用品店、便利商店、寢具店</td> </tr> <tr> <td>服飾</td> <td>成衣攤、鞋攤、皮件攤、飾品攤、鐘錶攤、髮攤</td> <td>成衣店、鞋店、皮件店、眼鏡鐘錶行、精品店</td> </tr> <tr> <td>雜</td> <td>茶具攤、書販花/植物攤、寵物攤、傢具攤、藥品攤、海報攤、文具攤、錄影帶攤、電動玩具卡帶攤、文具攤、民俗藝品攤、手工藝攤、佛教文物攤</td> <td>唱片行、書店、花店、禮店、銀樓、西藥店、運動用品</td> </tr> <tr> <td>特殊服務</td> <td>遊戲/賭博攤、相命攤</td> <td>電動玩具店 照相館、蛇店</td> </tr> <tr> <td>農產品</td> <td>水果攤</td> <td>水果店</td> </tr> <tr> <td>其</td> <td>時貨</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	種類	攤	店面	食物	小吃攤、檳榔攤、冰果攤	海鮮餐廳、火鍋餐廳、西式餐廳、日本餐廳、速食餐廳、牛排館、小吃店、自助餐廳、茶/咖啡廳、麵包店、冰店	日用品	五金攤、雜貨攤、小家電攤	五金行、雜貨店、家電用品店、便利商店、寢具店	服飾	成衣攤、鞋攤、皮件攤、飾品攤、鐘錶攤、髮攤	成衣店、鞋店、皮件店、眼鏡鐘錶行、精品店	雜	茶具攤、書販花/植物攤、寵物攤、傢具攤、藥品攤、海報攤、文具攤、錄影帶攤、電動玩具卡帶攤、文具攤、民俗藝品攤、手工藝攤、佛教文物攤	唱片行、書店、花店、禮店、銀樓、西藥店、運動用品	特殊服務	遊戲/賭博攤、相命攤	電動玩具店 照相館、蛇店	農產品	水果攤	水果店	其	時貨	
種類	攤	店面																								
食物	小吃攤、檳榔攤、冰果攤	海鮮餐廳、火鍋餐廳、西式餐廳、日本餐廳、速食餐廳、牛排館、小吃店、自助餐廳、茶/咖啡廳、麵包店、冰店																								
日用品	五金攤、雜貨攤、小家電攤	五金行、雜貨店、家電用品店、便利商店、寢具店																								
服飾	成衣攤、鞋攤、皮件攤、飾品攤、鐘錶攤、髮攤	成衣店、鞋店、皮件店、眼鏡鐘錶行、精品店																								
雜	茶具攤、書販花/植物攤、寵物攤、傢具攤、藥品攤、海報攤、文具攤、錄影帶攤、電動玩具卡帶攤、文具攤、民俗藝品攤、手工藝攤、佛教文物攤	唱片行、書店、花店、禮店、銀樓、西藥店、運動用品																								
特殊服務	遊戲/賭博攤、相命攤	電動玩具店 照相館、蛇店																								
農產品	水果攤	水果店																								
其	時貨																									
林世昌	台南市夜	1.餐飲類：水果攤、冷飲類、零食																								

楊宜訓 (1995)	市販售之 商品	2.衣物類：可細分為衣服類、鞋類和百貨類 3.休閒文化：包括飾品、玩具、趣味品、文化品、休閒遊戲。 4.家庭服務：日常用品與服務，包括家庭用品、雜貨、電器及服務
徐旭誠 (1996)	依照夜市 活動特性 中之優佔 機能區分 出夜市內 販售的商 品類型	1. 攤設商品型：攤販將商品全部陳列在攤架上或是一一掛起，有興趣的消費者便會湊前從中挑選商品，與消費者互動時會推銷商品的優點或描述價格有多便宜來打動消費者，消費者選定後會問價錢甚至買下 2. 飲食外帶型：攤販將食品陳列在攤架，或是準備原料當場現做，有興趣的消費者便會走向攤前，詢問並考慮是否購買，若是決定購買就會指定要買的東西及數量後，站立原地等候，直到攤販完成準備與包裝即付錢攜帶離去。 3. 飲食現吃型：攤販當場現做食物並設有座位，通常攤位面積較大，有興趣的消費者會決定外帶或當場在座位上現吃，若要外帶則和前一型類似，若是決定當場現吃便會先點食品再找位置坐下，或是先找位置坐下再點食品。在食品送到消費者前，有的商家會先收錢，或者食用後再收錢。 4. 娛樂參與型：消費者付出固定的金額即可參與，攤位規模一般較大，消費的時間一般較長，攤販會以不同種類的玩具來吸引消費者。

資料來源：整理自蔡文彩（1985）、戴伯芬（1993）、余舜德（1995）、林世昌、楊宜訓（1995）、徐旭誠（1996）

從上表可發現，夜市攤販所販賣的商品可說是五花八門、千奇百怪，並隨著時間、季節、當時市面上的風潮而有所變動，如過去非常風行的某類商品，現在可能已不復存在，或者隨夜市類型的不同，如沿街型夜市和塊狀型夜市，其販售商品也不同。

而夜市攤販的分類若從其販售商品的角度來看待，因其是攤販最顯而易見的特徵，使得在夜市攤販分類時，較具說服力。但也因販售商品五花八門，使得過去研究並無統一且可以涵蓋所有夜市攤販的商品分類類別，以用來進行夜市攤販的分類。

所以本文以台南市花園夜市的攤販為例，由於花園夜市為一塊狀型的夜市，夜市攤販在每週四、六、日集中於此一空地，其販售的物品必定與每天營業的沿街型夜市有所差異。所以在參考過去文獻及筆者實際的田野調查後，針對花園夜市的攤販，分為下述幾類，理由說明如下：

在所有夜市攤販的分類項目中，皆有『**飲食類**』，顯現夜市對消費者提供重要的飲食功能。而在筆者實際調查中，飲食類攤販在花園夜市中為數不少，有必要再將花園夜市的飲食類攤販做一細分，避免全部混為一談，而忽略其差異性。夜市餐飲商品有學者將之分類為餐飲類、小吃類、冷飲類、水果類及零食類等五大類（蔡文彩，1985），而林致信、楊昭景、潘江東（2007）對高雄夜市餐飲商品特

性之探討所做的分類，整理出夜市點心小吃的類別如下：(1) 麵條類 (2) 米飯類 (3) 麵點類 (4) 米食點心類 (5) 雜糧點心類 (6) 豆類素食點心類 (7) 禽肉蛋類 (8) 畜肉類 (9) 水產海鮮類 (10) 山產類 (11) 綜合類 (12) 冷熱飲冰品類 (13) 水果類 (14) 甜點類 (非米麵食類)，以及異國點心類。所以從上述文獻及筆者實際調查及參考徐旭成 (1996) 對夜市攤販與消費者的互動過程及攤販的商品特性，針對花園夜市的『飲食類』攤販，再細分為：

1. 餐飲類：此類攤販通常攤位面積較大，主要特徵為可提供座位供消費者當場食用其食品。所以其攤位面積至少兩格以上，通常可作為一餐的主食，例如牛排、藥燉排骨、小火鍋、蚵仔煎等..納入此一細項。
2. 點心小吃零食類：此類攤販通常攤位面積較小，主要特徵為無法提供座位給消費者，僅佔據一格攤位或與他人分佔一格。攤販準備材料當場現做，或將做好的食品陳列在攤架，有興趣的消費者便會走向攤前，詢問並考慮是否購買，決定購買後站在攤前等待攤販製作，主要以外帶為主，例如蔥油餅、紅豆餅、旗魚黑輪等..
3. 冷熱飲品類：如冰品、冷飲、果菜汁、熱飲等液狀的食物為主。

而在各大夜市中，幾乎皆有衣物、飾品的販售，所以服飾和飾品配件也是攤販分類的重要項目，但其中包含的細向，並不一定相同，如蔡文彩 (1985) 將服飾再加上百貨，合併為服飾百貨類，包含了衣服、鞋類、飾品、百貨；戴伯芬 (1993) 則似乎把所有可以穿戴、用在身上的歸為服飾類，包含了男裝、女裝、童裝、內衣、毛巾、襪類、帽子、手套等，或者如林世昌、楊宜訓 (1995) 則承襲蔡文彩 (1985) 的分類，分為衣物類，包含衣服、鞋類和百貨類，所以在分類上，服飾類的歧異度較大。而根據筆者實際的田野經驗，花園夜市因有許多獨立販售男裝、女裝、圍巾、手套、襪子等攤販，因其上游廠商來源必不相同，且經營的方式可能有所差異，所以為避免混雜一談，筆者將其細分為『服飾類』和『飾品配件類』，衣物專門納入『服飾類』，如女裝、男裝、童裝等，剩下可穿戴在身上的皆為『飾品配件類』，包含飾品、耳環、手飾、圍巾、手套、口罩、皮件、包包、皮帶、鞋子、襪子、手機套、購物袋等...

而過去研究者所分類的家庭服務或家庭用品方面，由於花園夜市為每週四、六、日在空地營業的塊狀型夜市，為一個變動性極大的臨時性市集，販賣物品不同於沿街型夜市伴隨商店街可能出現的五金行或家電用品行，花園夜市此類攤販較少。所以在此部分設定為『日常生活中會使用的日常用品』及『攤販所提供的服務』皆歸於此類，如打火機、蚊香或是指甲彩繪、手工編織、手機包膜等，定為『生活雜貨類』。

最後則是提供消費者娛樂消遣的攤販，如文獻中的『文化娛樂類』（戴伯芬，1993）或『休閒文化類』（蔡文彩，1985），本文亦參考徐旭誠（1996）所提出的『娛樂參與型』，消費者付出固定的金額即可參與，攤位規模一般較大，消費時間一般較長，攤販會以不同種類的玩具來吸引消費者，所以在花園夜市中各類遊戲攤，需要消費者參與，如水果盤、套圈圈、射飛鏢、撈金魚、投籃遊戲等，為『休閒娛樂類』。

二、花園夜市攤販類型

所以筆者歸納過去的文獻及針對花園夜市進行的初步調查，將花園夜市的攤販，分為如下五大類：

1. 飲食類：因飲食類攤販數量相當多，再細分為餐飲類、點心小吃零食類等
2. 服飾類：男性服飾、男性上衣、男性褲子、女性服飾、女性上衣、女性褲子、女性內睡衣、嬰兒服等
3. 飾品配件類：飾品、耳環、手飾、圍巾、手套等毛織品、口罩、皮件、包包、皮帶、鞋子、襪子、手機套、購物袋等...
4. 生活雜貨類：五金雜貨、鐘錶、寵物、寵物衣物、化妝品、指甲彩繪、手工編織等服務...
5. 休閒娛樂類：遊戲攤，如麻將、賓果盤、水果盤、套圈圈、射飛鏢、投籃、滾球、撈金魚、夾娃娃等

調查結果整理如下表 2-2-2『花園夜市攤販類別及數量表』，其中田野調查選定的時間為週六。據訪談得知週六為花園夜市人潮最多的營業日，攤販數量理應較多，較具代表性。

星期四、星期六、星期日来，會是一個對比，人潮會差很多，日本 NHK 啊，觀光客幾乎都禮拜六，禮拜日也有，像大陸客也有，包遊覽車來，其實每一個禮拜六大陸客都會來，逛一逛也可以，旅行社給他們的時間不一定，若是當晚餐，大概有 2 個小時.....（夜市股東-C 先生，2009 年 7 月）

表 2-2-2 花園夜市攤販類別及數量表

類別	細項	數量
飲食類	餐飲類：牛排、臭臭鍋、小火鍋、臭豆腐、蚵仔煎、麻油雞、鐵板燒、鱈魚意麵、大腸麵線、魚湯、養生藥膳、豬心冬粉、當歸麵線、燴飯.等	38
	點心小吃零食類：牛奶棒、狀元糕、可麗餅、麵包、印度甩餅、吉拿棒、地瓜球、年糕、拔絲地瓜、烤小捲、烤肉、烤麻薯、烤蕃薯、糖炒栗子、薯條、雞蛋糕、爆米花、三明治、紅豆餅、涼圓、雞蛋糕、甜甜圈、炸鮮奶、紅豆餅、蔥油餅、現成水果..等	152
	冷熱飲品類：印度拉茶、果汁、冰淇淋、冬瓜鮮奶、甘蔗汁、冰	45

	淇淋、杏仁茶、黑糖奶、青蛙下蛋、桂圓紅棗、薑汁撞奶、檸檬愛玉等...	
服飾類	男性服飾、男性上衣、男性褲子、女性服飾、女性上衣、女性褲子、女性內睡衣、嬰兒服	160
飾品 配件類	飾品、首飾、毛織品、口罩、皮件、包包、皮帶、鞋子、襪子、手機套、購物袋	119
生活 雜貨類	打火機、蚊香、手工香皂、精油、安全帽、鐘錶、寵物、化妝品、服務、寵物衣	49
休閒 娛樂類	麻將、賓果盤、水果盤、套圈圈、射飛鏢、投籃、滾球、撈金魚、夾娃娃等	34
合計 597 攤		

資料來源：作者田野調查所得，調查時間：2010/01/16、2010/01/20

從上述調查結果發現，以飲食類攤販最多，共 235 攤，其次為服飾類 160 攤，飾品配件類 119 攤，最少為休閒娛樂類攤販，僅 34 攤。

由於受限於人力、物力及花園夜市的攤位權利又分為週四和週日，週六兩類，即使是固定位的格子主，攤販位置亦有可能不同。而尚有一些無固定攤位的臨時攤，使得攤販的數量及種類、甚至是擺攤位置的變動性相當大，例如週四和週日為同一攤販，但週六又是另外一攤。所以筆者在調查時，都選定同一營業日（週六）來調查，以避免疏漏。

而販售物品的類別也有可能因為調查時間為冬季，而影響其販售商品，此為本研究之限制，雖然花園夜市具有如此明顯的變動性，但此才為夜市的真實風貌。

第三節 花園夜市的空間配置

本節先從塊狀型夜市的形態特徵來探討花園夜市整體的空間特性，再將尺度縮小，瞭解各類型攤販攤位空間特性。最後進行花園夜市基礎建設的調查，並配合第二節攤販的分類，分區花園夜市中各類型攤販的空間配置情形。

一、塊狀型夜市的形態特徵

花園夜市目前位在台南市海安路三段與和緯路三段所包圍的大片空地，為一典型的塊狀型夜市。目前台南市多數夜市大都屬於露天塊狀型的夜市形態。蕭湘勻（2005）指出夜市業者將夜市設置於空地，起因於 1983 年間，台南市政府為改善市內交通狀況，取締分布在道路兩旁的攤販（如民族路夜市），而遭驅趕之攤販為求生存空間，轉入聚集於空地營業，形成廣場型以及區塊狀之夜市空間形態，所以目前台南市夜市類型，除了每天營業的小北夜市⁴⁵，多屬此類。

而塊狀型夜市內部的空間配置形態，如下圖 2-3-1，攤位通常經過管理單位的刻意規劃，使其內部空間較具規則性。攤位的規劃通常在地上漆上標線加以劃分，呈現方格狀的安排，且攤位大小一致。

攤販則在方格內營業擺攤，並留有通道，讓夜市內部空間人潮得以順利流動，所以動線的規劃通常較簡單，多呈直線或直角，亦較無主、副動線的區隔。而出入口的規劃通常亦刻意安排在路口轉角處，多在交通路線匯聚之處，使人潮匯聚亦方便疏散人潮。

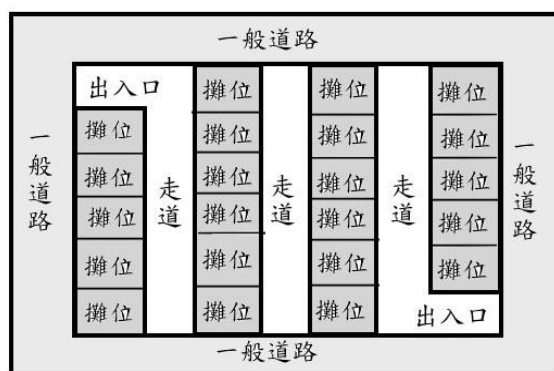


圖 2-3-1 區塊狀（塊狀型）夜市形態示意圖

資料來源：重繪自蕭湘勻，2005

若以上述觀點來理解花園夜市，大致符合『塊狀型夜市』形態的特徵。花園夜市出入口的安排大致在道路匯聚之處，如車流量最大的海安路三段及和緯路三段的出入口、海安路三段及立賢路二段的出入口等。

⁴⁵小北夜市：現在稱為『小北商場』。在 1983 民族路夜市禁止設攤後，多數攤販移遷至台南市的『小北仔』（今西門路四段）結市，於 1984 年 3 月 1 日正式開幕，為台南市第一座民有經營之觀光夜市（余舜德，周耿生，2004）。小北夜市店面採開放式、攤位大小統一規劃、全年無休、有加蓋設計、不畏風雨的特色（葉益青，2004）

其內部的攤位規劃，亦透過地面標線的劃設，使夜市內部的營業賣場，在平面上分隔成一格格大小一致的攤位，且通道的安排多在攤位的兩側，亦呈直線式的動線規劃，使消費者方便移動。

但花園夜市的攤販與人潮宛如迷宮的牆一般，除了無法讓遊客隨心所欲的在夜市中移動，也經常因為人潮的行進方向不得已跟著移動（盧維笙，2009），所以即使動線規劃具規則性，花園夜市因人潮眾多且擁擠，仍使消費者迷失其中。

二、花園夜市的空間特性與攤位空間

（一）整體的夜市內部空間

若以楊嵐鈞（2004）的研究，以『夜市內部空間形成』的角度，來看待其內部空間的形成及所展現的特徵，其形成分為三種方式：

一為日、夜市輪替交換使用，白日及夜晚的攤販不同但位置一樣。

一為夜市空間的重疊置入方式，即夜市中已經有固定式的攤販或店面，流動式的攤販以嵌入的方式，再次加入此空間中。

第三種為一劃定範圍的空地，讓攤販聚集，隨顧客動線需要排列，此種方式與周邊環境的關係較弱。

從上述觀點可發現，花園夜市即屬於第三種夜市內部空間形成的類型，在劃定範圍的空地內，讓攤販聚集，隨顧客動線需要安排而排列所形成的夜市空間。

而徐旭成（1996）亦將夜市內部的營業空間區分為兩種類型，一為帶狀空間，一為塊狀空間，塊狀空間較不具方向感有讓人想駐留的企圖，也相對的需要較高的營業成本（因需租用場地），花園夜市即屬後者。

（二）夜市整體空間型態與攤具的關連

若再從『夜市的空間型態』與『攤具形式』的關連上來看待，不同類型夜市的空間特性，會影響攤販擺攤的空間及其攤具的選擇。

攤販空間構成（攤販裝置與地面關係）可分為（楊嵐鈞，2004）：

1. 固著式主體裝置與附屬裝置。
2. 非固著式主體裝置與附屬裝置。
3. 固著式主體與非固著式附屬裝置。

在沒有硬體設備提供的露天塊狀型夜市與沿街型夜市，攤販的主體與附屬裝置差異不大，均以推車為主（楊嵐鈞，2004）。而花園夜市的攤販，所處空間為一露天的塊狀型夜市，無固定的硬體設備，使每一攤販的空間構成較具彈性，攤具的選擇也較為多元，大多選擇移動性佳的推車為主，尤其是飲食類攤販。而因花園夜市無固著式的主體裝置，所以其他類攤販，如生活雜貨、飾品配件、服飾類及一些休閒娛樂類攤販，透過攤具的拆裝組合，來形成其攤位空間的彈性。

(三) 各類型攤販的攤位空間

若將尺度縮小為攤販營業的攤位空間，依徐旭誠（1996）之分類，將其分為『攤販的準備空間』與『消費者使用空間』。

1. 攤販準備空間：攤販從事販售、烹調與商品所佔據的空間。
2. 消費者使用空間：消費者在進行商品挑選、享用食物或是從事娛樂活動時所必需的活動空間。

若從上述觀點來看待花園夜市各類型攤販的攤位空間，可歸納如下：

1. 餐飲類：該類攤販需要經過食材及半成品的調理製作，其攤具通常放置了食材、鍋碗、調味料、廚餘等、所以攤販的準備空間較大。亦提供座位讓消費者就坐用餐，所以消費者使用空間亦較其他類型大。因此餐飲類攤販攤位空間較大，動輒四格～十格左右。
2. 點心小吃零食類：通常這一類攤販因販售食品多屬現成商品、烹調時間較短、可供外帶，且消費者多半在旁圍觀、等待，甚至退到夜市內的走道上。所以其『攤販準備空間』及『消費者使用空間』都不大。此類攤販通常佔據一格，甚至可與他人分佔一格，且其攤具亦較小。
3. 休閒娛樂類：由於需要提供桌椅、大型的遊戲攤具（如投籃機、夾娃娃機等）讓消費者長時間停留參與，所以在『消費者使用空間』較大。而在『攤販準備空間』中，攤販業者透過獎品的醒目擺設，以吸引消費者前來參與，所以亦增加攤位面積，所以休閒娛樂類其攤位空間和餐飲類攤販一樣，格數都較多。
4. 服飾類、生活雜貨類、飾品配件類：這些攤販的準備空間及消費者的使用空間都較小。透過垂直懸掛、鐵架展示台，或地攤式的陳列，將其攤位空間做最大的利用及最醒目的展示，甚至有些攤販還可以將其交通工具做為商品的展示台，所以攤販在架設攤具時，即使攤位空間小，但攤販在擺攤、收攤卻相當耗時。

從上述大致歸納，攤位空間需求較大的有餐飲類攤販、休閒娛樂類攤販。販售現成食品攤販則與一般商品種類攤販大同小異，除了燈光、照明及遮雨外，僅需要提供商品陳列、買賣、議價空間即可（楊嵐鈞，2004）。所以攤位空間較小的多半為商品展售的服飾類、生活雜貨類、飾品配件類、或者販售半成品或現成食品的點心小吃零食類攤販。

三、花園夜市不同類型攤販的空間分布

承上所述，發現各類型攤販佔有的攤位空間大小並不相同，而其在花園夜市內的分布為何？承接筆者參考先前研究者之分類及實際調查的種類和數量，將花

園夜市攤販繪製其空間分布示意圖，如下圖 2-3-2 所示：

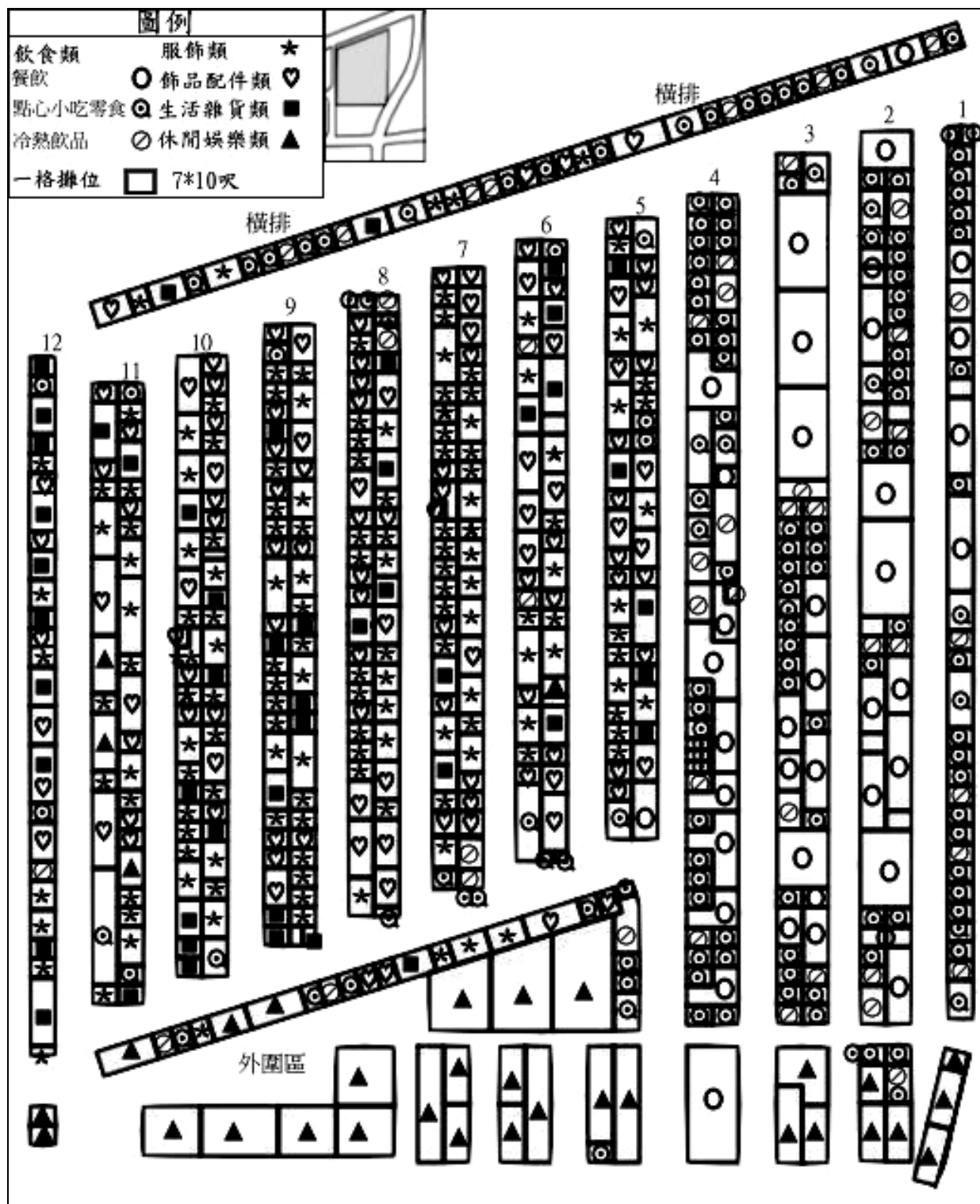


圖 2-3-2 台南市花園夜市不同類型攤販分布示意圖

資料來源：筆者繪製，實際調查所得

從上圖發現，販售相同類型商品的攤販，有空間集中的情形，如飲食類，較集中於第一到第四排。而販售服飾、飾品配件及生活雜貨類的攤販，多位於第五到十二排。而休閒娛樂類，多在立賢路方向的空地上，不同類型的攤販，出現了

空間上的區隔，可能受限於經營方式及販售商品的特質。

四、花園夜市的攤位規劃及配置

上圖 2-3-2 呈現了不同類型攤販的分布情形，筆者將此對花園夜市進行分區。而從照片 2-3-1 可知，業主對花園夜市的攤位配置，以顏色區別為兩大區及外圍的娛樂區。



照片 2-3-1 花園夜市全景 3D 示意圖

資料來源：筆者拍攝於花園夜市管理辦公室，2009/08/26

所以筆者參考業主的規劃並配合實際的調查，將不同類型攤販所佔據的攤位，分為『飲食區』、『生活百貨區』及『休閒娛樂區』，所得結果如下：

表 2-3-1 花園夜市攤販種類及分區表

攤販種類	飲食類	百分比	服飾類	百分比	飾品 配件類	百分比	生活 雜貨類	百分比	休閒 娛樂類	百分比	攤販數	分區結果
位置	飲食區		生活百貨區						休閒娛樂區			
第 1 排	31	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	31	飲食區
第 2 排	37	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	37	飲食區
第 3 排	41	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	41	飲食區
第 4 排	53	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	53	飲食區
第 5 排	5	11.6%	15	34.9%	18	41.9%	5	11.6%	0	0.0%	43	生活百貨區
第 6 排	6	15.4%	11	28.2%	16	41.0%	5	12.8%	1	2.6%	39	生活百貨區
第 7 排	5	9.8%	29	56.9%	15	29.4%	2	3.9%	0	0.0%	51	生活百貨區
第 8 排	6	12.2%	21	42.9%	18	36.7%	4	8.2%	0	0.0%	49	生活百貨區
第 9 排	1	2.0%	27	52.9%	14	27.5%	9	17.6%	0	0.0%	51	生活百貨區
第 10 排	1	2.1%	25	52.1%	14	29.2%	8	16.7%	0	0.0%	48	生活百貨區
第 11 排	3	8.6%	16	45.7%	10	28.6%	3	8.6%	3	8.6%	35	生活百貨區
第 12 排	3	11.5%	7	26.9%	6	23.1%	10	38.5%	0	0.0%	26	生活百貨區
橫排	26	70.3%	5	13.5%	4	10.8%	2	5.4%	0	0.0%	37	飲食區
外圍區	17	30.4%	4	7.1%	4	7.1%	1	1.8%	30	53.6%	56	休閒娛樂區
總數	235		160		119		49		34		597	

資料來源：筆者調查整理

從上表可知，第一到第四排，飲食類攤販比例皆為 100%，所以筆者將此四排

劃為『飲食區』，而所在位置，也正好最靠近夜市進出人潮最多的海安路三段及和緯路三段的出入口，方便顧客一進到夜市，即能馬上享用食物，顯現夜市提供飲食的重要功能。

在靠近和緯路三段的機車停車場的橫排，因飲食類攤販所占比例約 70%，將此橫排劃入『飲食區』，而此區在靠近出入口多為飲食類攤販，而越往內部，則零星出現一些生活雜貨類或服飾類的攤販。

而第五到十二排，偶有一些飲食類攤販分布其中，但所占比例較低（11.6%、15.4%、9.8%、12.2%、2.0%、2.1%、8.6%、11.5%）。而服飾類、飾品配件類或生活百貨類攤販，三者合計的比例皆占了該排 85% 以上，筆者將其劃為『生活百貨區』，主要為夜市消費者提供日常生活所需物品。

而在花園夜市外圍以低矮圍牆所區隔出的攤位，大部分為休閒娛樂類的攤販，所佔比例約為 53.6%，所以筆者將此區劃入『休閒娛樂區』，主要在較外圍的空地，因為需要擺放大型的遊戲攤具，攤販準備空間與消費者使用空間都較大，使得一攤的規模較大，而此區亦有一些飲食類或生活雜貨類的攤販。

五、花園夜市基礎硬體設施

（一）出入口規劃

1. 汽機車出入口

目前花園夜市提供汽機車的出入口總共有三個，管理單位皆有架設巨大的廣告招牌，以作為車輛進出的參考，而海安路三段與和緯路三段的交叉路口因車流量最多（照片 2-3-2），常導致塞車現象，使得管理單位對外聘請保全來指揮交通，以維持車輛進出海安路方向停車場的順暢。而另一主要的出入口為立賢路二段和海安路三段的出入口，此路段在營業日，常有大排長龍的汽車排行，等待進入停車場，形成相當獨特的景象，和緯路上亦有機車出入口，所以在花園夜市此一塊狀型夜市的塊狀轉角處，皆有出入口的規劃，以聚集和分散人潮。



照片 2-3-2 海安路三段與和緯路三段交叉路口標示

資料來源：筆者拍攝，2010/01/24

2. 賣場出入口

營業場地共有五個大門，其中四個所在位置剛好在塊狀型夜市的四個角落，

沿著海安路三段的北端（正門）和南端，以及和緯路三段、立賢路，皆有明顯的磚造門口，供消費者進出賣場，如下所示。



照片 2-3-3 花園夜市賣場出入口

資料來源：筆者拍攝，2010/01/24

3.出口標示的變化

管理單位為因應愈來愈多的國際觀光客，而在今年（民國九十九年）農曆新年前，除原有的中文標示外，更加註了日文及英文的出口標示，以方便外地遊客尋找出口方位，如下所示。



照片 2-3-4 營業場原出口標示

資料來源：筆者拍攝，2010/01/24



照片 2-3-5 營業場出口標示

資料來源：筆者拍攝，2010/09/21

（二）停車場的設置

夜市對周圍環境所造成的衝擊（徐旭誠，1996）：夜市設攤對道路來往交通的妨害、對生活品質的影響、吸引部分攤販長期佔據。花園夜市管理單位為避免上述問題，對於交通壅塞、環境品質，如減少噪音、維護清潔等方面，在第一節中，管理單位皆有針對此部分進行規範。

而一個夜市得以順利營業，吸引人潮，解決交通阻塞，停車場的設置相當重要，所以花園夜市在八千多坪的營業場地中，停車場就佔了約三分之二。花園夜市共設有三座停車場，圍繞著營業空地的外圍，其一為沿海安路三段的汽車停車場，其二為沿立賢路的汽機車停車場及一座沿和緯路三段的機車專屬停車場。而在營業當日，由於車水馬龍，許多汽機車仍無法順利進入花園夜市的專屬停車場，所以周邊的某些空地，出現了许多收費的民營臨時停車場，只有在花園夜市營業

日才有營業，不僅是另類的商機，也解決了交通壅塞的問題。

總結以上所敘述的花園夜市出入口的規劃及停車場的設置，繪製如下圖 2-3-3，並將其出入口分為『行人出入口』及『汽機車出入口』。

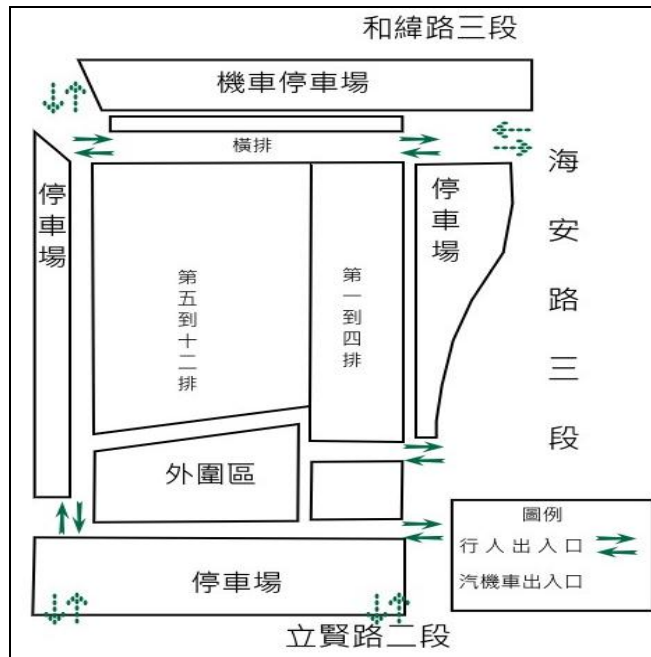


圖 2-3-3 花園夜市出入口示意圖

資料來源：筆者調查繪製

(三) 水電設施、廁所、管理辦公室、清潔設備等

花園夜市配有水龍頭十座，如下照片 2-3-6、2-3-7，以應付攤販營業用水。而承第二章第一節所述，餐飲類攤販需自行管理，所以水龍頭上面都有清楚標示所屬人，主要為餐飲類攤販。



照片 2-3-6 餐飲類攤販使用水龍頭

資料來源：筆者拍攝，2010/10/02



照片 2-3-7 水龍頭所屬者-公司

資料來源：筆者拍攝，2010/10/02

盥洗設備需求是夜市活動空間最缺乏的（楊嵐鈞，2004）。因龐大消費者，使得盥洗設備需求大，管理單位也不得不增加此一方面的硬體設備，有今年（民國九十九年）已完工而重新啟用的公共廁所及新添購流動廁所增加為十九座，如下圖 2-3-8 所示。



照片 2-3-8 花園夜市盥洗設備

資料來源：筆者拍攝，2010/06/20

總結上述，繪製圖 2-3-4『台南市花園夜市空間配置示意圖』，並以顏色及圖例來分區，第一到第四排主要為夜市的『飲食區』，以黃色來代表，平行的第五到第十二排為『生活百貨區』，以粉紅色代表，而靠近南邊立賢路方向停車場為『休閒娛樂區』，以藍色呈現，並以灰色呈現『機車停車場』，及淺綠色呈現『汽車停車場』，並以圖例點出各項基礎設施，如公廁、流動廁所、管理辦公室、水龍頭、告示牌等，如下圖所示：

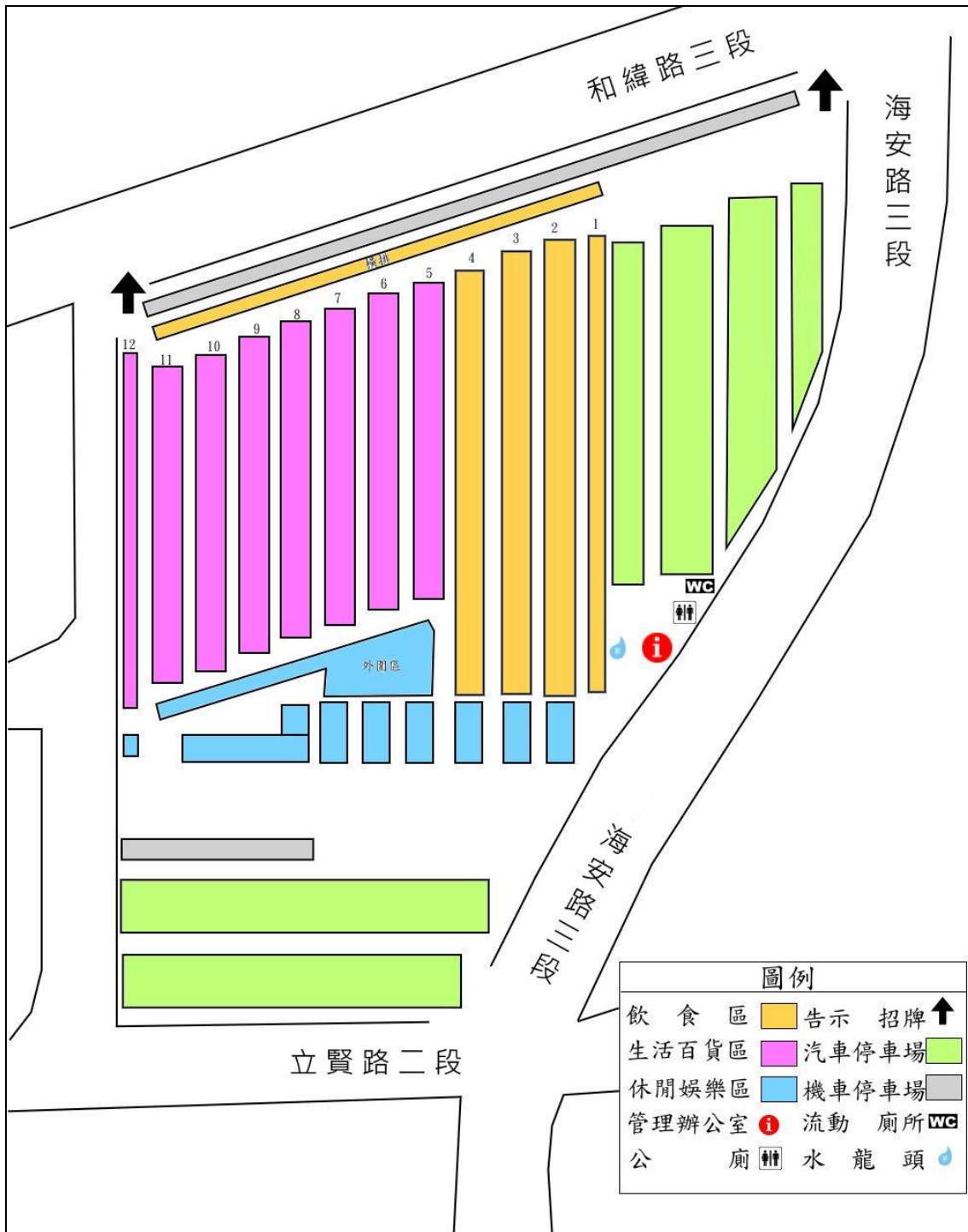


圖 2-3-4 台南市花園夜市空間配置示意圖

資料來源：筆者繪製，實際調查所得

第四節 小結

本章主要瞭解花園夜市的緣起、夜市運作情形、具體規範、攤販類型以及花園夜市的空間配置。成立過程以夜市管理者的角度作結，具體規範則以攤販所需遵守的具體規範著眼，綜合以上三節，可發現：

一、花園夜市的攤販類型、數量及空間分布情形

透過筆者的實際調查，花園夜市週六營業日約有六百攤（597 攤），並依過去文獻的歸納整理進行攤販的分類，分為飲食類、服飾類、飾品配件類、生活雜貨類、休閒娛樂類等五大類型，而這些攤販在花園夜市中的分布情形，可分為『飲食區』、『生活百貨區』、『休閒娛樂區』，大致與前人的研究及管理單位的規劃吻合。飲食、百貨、遊樂類為台南市夜市主要攤販類型（蕭湘勻，2005）

二、花園夜市的成立過程

花園夜市可說是台灣相當特有的攤販集中型態，其形成並非是攤販的自然聚集，而是背後民間人士的作為，所以此部分，以夜市管理單位的角度著眼，總結第一節，整理如下表2-4-1：

表 2-4-1 花園夜市成立過程一覽表

項目	內容
成立	<ul style="list-style-type: none">➤ 時間：民國八十七年（1998）。➤ 空間：台南市北區鄭仔寮育德路和文成二街所包圍的空地
搬遷	<ul style="list-style-type: none">➤ 主因：土地租金上漲，不敷成本。➤ 時間：民國九十三年（2004）底舊花園夜市停止營業，長達半年以上的空轉⁴⁶，民國九十四年（2005）重新開幕。
再次成立過程	<ul style="list-style-type: none">➤ 公、私有地的承租困境。➤ 荒地上的填土整地。➤ 新舊攤販的重新聚集。➤ 重新匯聚人潮的宣傳。

資料來源：筆者調查整理

三、花園夜市的基本運作規則

在此以攤販的角度著眼，總結成兩部分來說明：一為攤販需繳交的費用，如下表 2-4-2。二為攤販需遵守的具體規範，如下表 2-4-3。

表 2-4-2 花園夜市攤販繳交項目一覽表

攤販需繳付項目	金額	備註/補充說明
格仔	登記/權利金	<ul style="list-style-type: none">➤ 依攤位格數及攤位位置不同，目前（民國九十九年）普
		<ul style="list-style-type: none">➤ 初期招商為登記制，後進攤販需購買

⁴⁶ 據訪談得知，花園夜市重新搬遷約花了半年的時間，其搬遷除了因地租上漲不敷成本外，原地主亦有意經營夜市，在原舊址附近（台南市西門路四段）籌畫新夜市（大統一夜市），且早於花園夜市開幕，亦吸引一些舊花園夜市攤販到此擺攤。

主		通一格一天權利 20 萬起跳	攤位權利。
	每期（半年）攤位租金	➤ 一天一格 250~300 元不等	
	電費、水費、清潔費（一天）	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 電燈（白燈）80 元、小燈泡 30 元 ➤ 電風扇 50 元 ➤ 插座 50 元 ➤ 餐飲類需繳交水費 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 依不同瓦數收費 ➤ 使用其他電器需加收費用
	其他費用	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 攤位權利轉讓手續費 ➤ 其他臨時費用 	
臨時攤	每天攤位租金	➤ 依照位置不同，一天一格約 650~1200 元不等	➤ 位置佳的臨時攤位，一日租金較貴
	電費、水費、清潔費（一天）	➤ 同格子主	
	其他費用	➤ 同格子主	

資料來源：筆者調查整理

從上述可知格子主和臨時攤為權利金及攤位租金的差異，但其他如水電費、清潔費，則依攤販的設備不同而收費。

而攤販來花園夜市擺攤營業需遵守的規範，承第一節，將其分為空間規範及時間規範，如下表 2-4-3：

表 2-4-3 花園夜市具體規則一覽表

項目	內容	備註
時間規範	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 營業日：每週四、六、日 ➤ 營業時間：下午六點起至凌晨一點三十分止 ➤ 依權利卡有效日期定期繳付租金 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 攤販可擺攤天數最多三天 ➤ 最晚擺到凌晨一點半熄燈。
空間規範	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 格子主擺在其攤位權利所屬之攤位 ➤ 臨時攤需擺在承租的臨時位內。 	
其他	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 營業中禁止使用麥克風 ➤ 權利期間內二次不到場營業視同棄權 ➤ 本權利卡未經主辦單位同意不得轉讓使用 	

資料來源：筆者調查整理

花園夜市的攤販，在特定的時間內，從四面八方聚集在此一空間，其背後影響其移動的因素，必有所差異，所以在下一章節，筆者承接本章所得的各項運作規範，以時間地理學的方法，呈現不同類型攤販日、週、年的移動路徑，並試圖以三大限制的觀點解釋之

第三章 花園夜市攤販的移動路徑及其限制

時間地理學係由瑞典地理學家 Torsten Hägerstrand 在 1970 年代所提出的研究方法，認為人類活動是同時在時間及空間的交互下發生，因此主張同時從時間及空間兩個層面去觀察人的一日、一年乃至一生的時空間路徑。

本文從深度訪談各類型的攤販以及觀察攤販的擺攤行為，試圖建構攤販的移動路徑。從深度訪談中經過雙方的相互作用，共同建構『事實』和『行為』的過程（陳向明，2002），所以本章試圖以此方式取得攤販生活世界的第一手的資料。因此，本研究從民國九十九年（2010）一月開始進入研究區，希望對夜市內的攤販進行非參與的觀察，之後為進一步瞭解不同類型攤販移動路徑及其關係網絡，即以滾雪球及隨機抽樣，逐步擴大蒐集不同類型攤販的訪談資料。田野工作於民國九十九年（2010）一月開始進行到十月份，訪談至資料飽和為止。而深度訪談選取之攤販類型承接第二章表 2-2-2『花園夜市攤販類別及數量表』，進行不同類型攤販移動路徑及限制的研究。

所以筆者透過上述抽樣方式，共訪談 21 位攤販。攤販的各項背景資料，詳見附表二。而訪談後，繪製其移動路徑圖，以呈現各類型攤販移動路徑的面貌，並在第二節中分析其遭遇的三大限制，如何影響其擺攤移動。

第一節 花園夜市攤販的移動路徑

時間地理學提供了對人類行為環境一個可識別的物質架構觀點，同時也提供了表示人類行為的方法。時間地理學的實證研究方向之一，是研究自然與人的共存過程（collateral process），注重人們如何依據自然的時間循環，來做自己的時間配置（陳憲明，1989）。實證研究時，不僅記錄下觀察的行為，更注重此行為合理的解釋，以及時空間對行為主體（人）的意義（陳憲明，1989）。透過時間地理學中的時空路徑圖，詮釋不同類型攤販在時間與空間的預算（budget）下，時間壓迫空間，空間亦壓迫了時間，所展現出的空間行為，所以筆者以下就第一手所得之結果，繪製各類型攤販的移動路徑。

一、各類型攤販一日移動路徑

筆者選取最典型且資料較詳盡的六位個案（個案8、13、16、17、18、19）為例，說明如下：

（一）飲食類攤販的一日移動路徑

1. 餐飲類攤販：以個案17（鴨肉羹，四格）為例

該攤販約14點開始準備要販售的食物，而此一時段亦會到住家附近的黃昏市場採購新鮮食材，17點從住家出發前往花園夜市，整理攤位約一小時後，18點隨即馬上開始營業，以應付前來夜市吃晚餐的消費者。營業至凌晨一點後，開始收

攤。據訪談得知，該攤販會在夜市清洗攤具，收攤時間約一個多小時至凌晨三點離開，返家後約凌晨五、六點就寢至下午兩點。其一日移動路徑呈現如下圖。

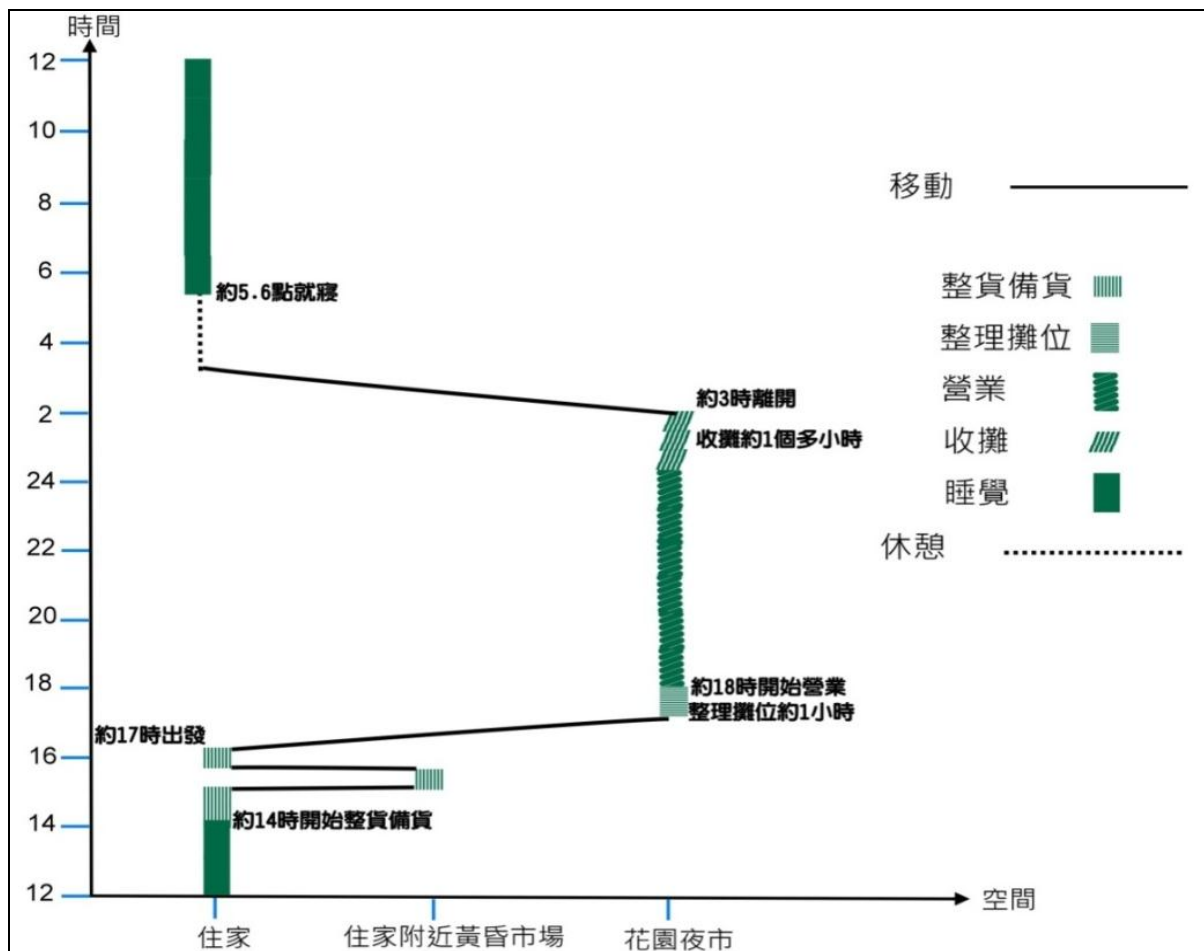


圖 3-1-1 餐飲類一日移動路徑示意圖--以個案 17 為例

資料來源：筆者調查所得

2.點心小吃零食類攤販：以個案18（涼圓，一格）為例

該位攤販約早上八點至八點半起床後，準備、製作擺攤的食材約一個小時。中午移動至台南市國華街擺攤至下午六點，再進到花園夜市擺攤。該攤販表示，因販售物品已屬現成的食物，且攤具與機車融為一體，所以幾乎不需要整理攤位，只要一抵達夜市，停好車、放好攤具，就可馬上營業。營業約到晚上十二點後離開，其移動路徑呈現如下圖3-1-2

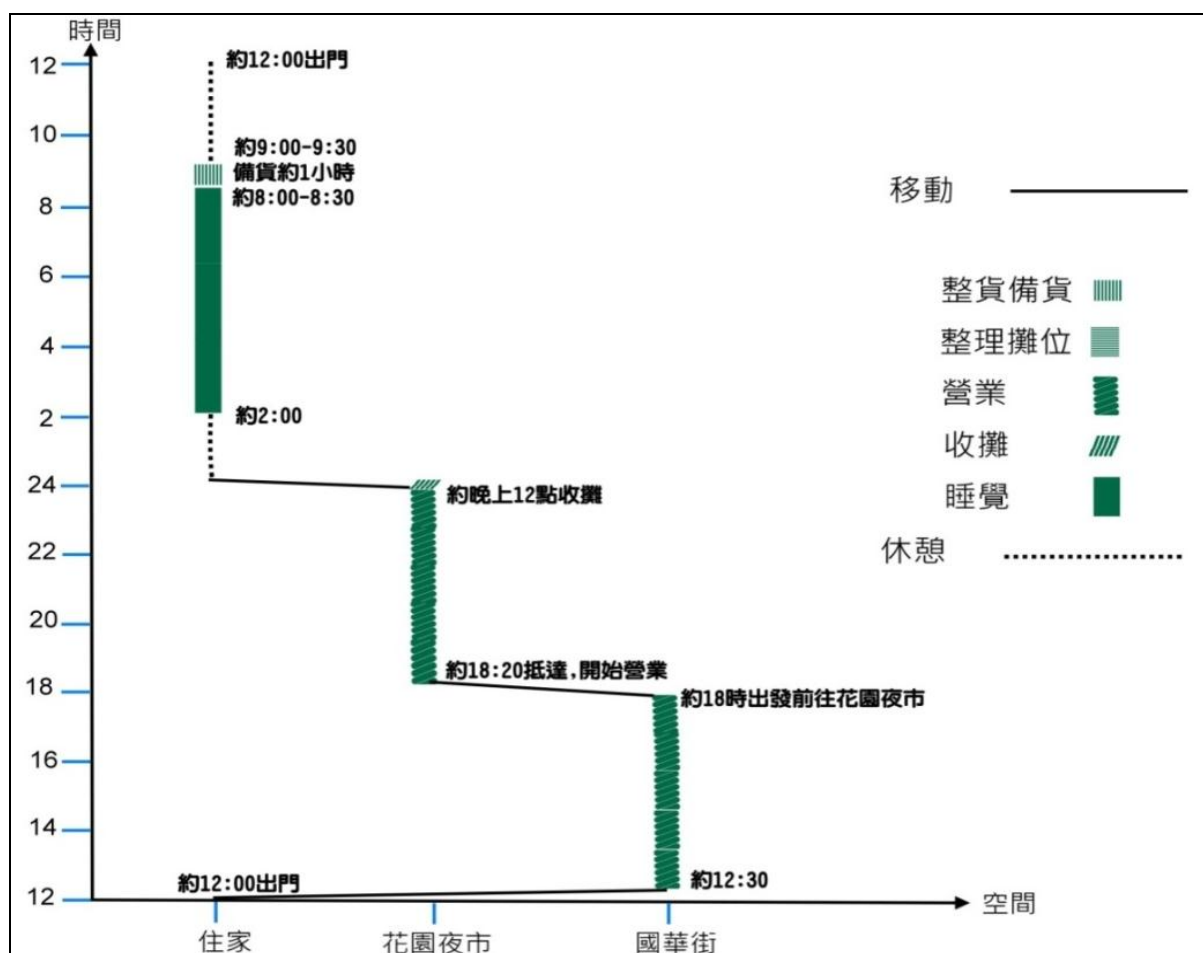


圖 3-1-2 點心零食小吃類一日移動路徑示意圖--以個案 18 為例

資料來源：筆者調查所得

從圖3-1-1及3-1-2，可發現攤位格數較多的餐飲類攤販，其整理攤位、備貨的時間都較點心小吃零食類久。且飲食類白天還須移動到菜市場批購新鮮食材。而點心小吃零食類攤販因規模小，備貨、整理攤位時間都較短，有的攤販更可充分運用一天二十四小時，白天甚至移動到他處繼續販售其商品。而亦因白天尚須擺攤，該位攤販收攤的時間亦較其他攤販來得早，充分展現其高度的移動性。

(二) 服飾類攤販的一日移動路徑：以個案8（女裝）為例

販售服飾類商品的個案8，約下午三點起床，五點出發前往夜市，五點半抵達後，整理攤位（一格）約一小時後開始營業，營業至凌晨，收攤約一小時後離開夜市。近凌晨四、五點就寢，其一日移動路徑呈現如下圖3-1-3

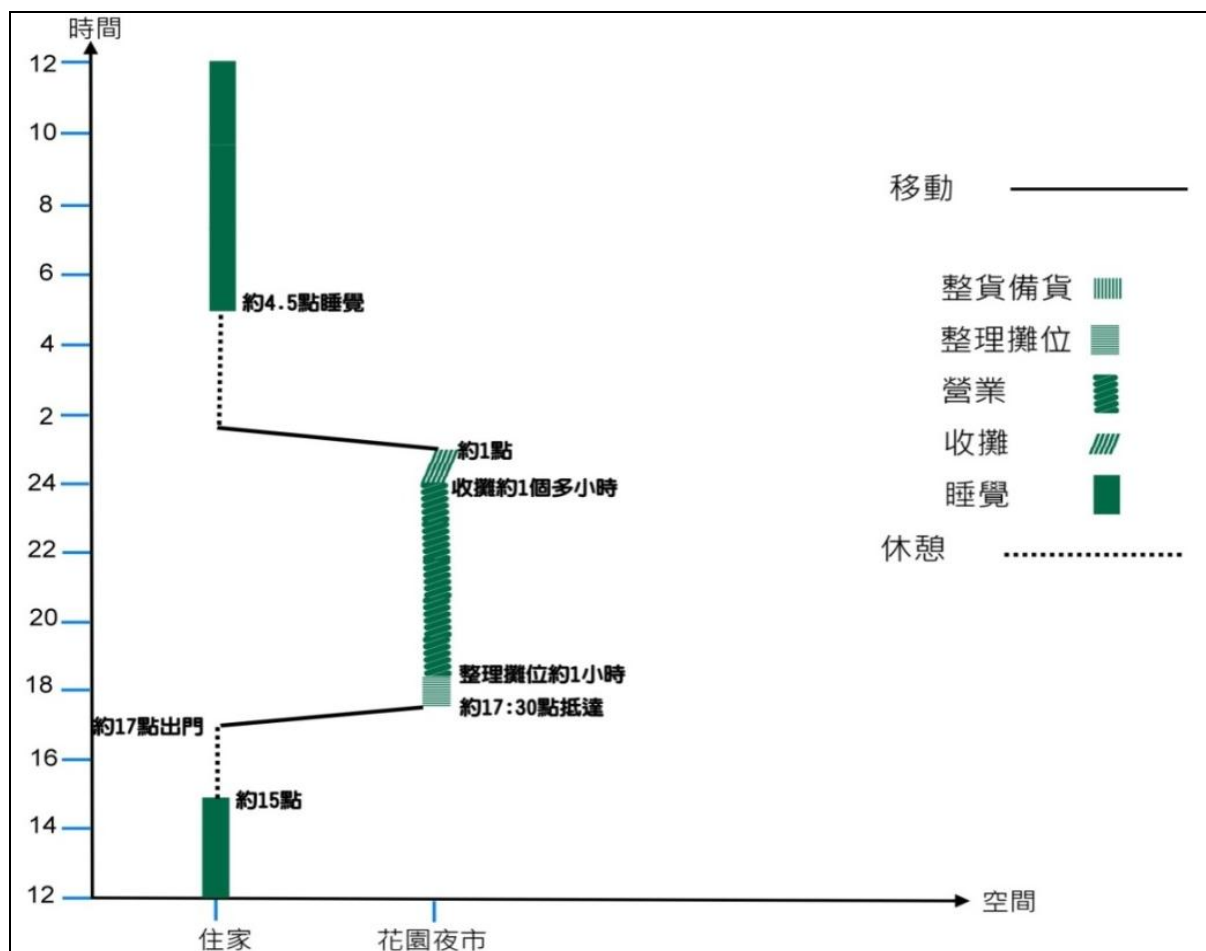


圖 3-1-3 服飾類一日移動路徑示意圖--以個案 8 為例

資料來源：筆者調查所得

(三) 飾品配件類的一日移動路徑：以個案16（女鞋，1-2格）為例

個案16的一日移動路徑以下圖3-1-4所示，該攤販白天約八點起床，移動至台南市的菜市場（兵仔市），營業至中午十二點後，休息到下午五點，再移動到花園夜市，整理1-2格（不固定）攤位的時間約需一小時，晚上12點多開始收攤至一點多離開夜市。

在此亦可發現，飾品配件類、服飾類攤販在整理一格攤位及收攤的時間，都較其他類型攤販收攤、擺攤一格的單位時間來的長。

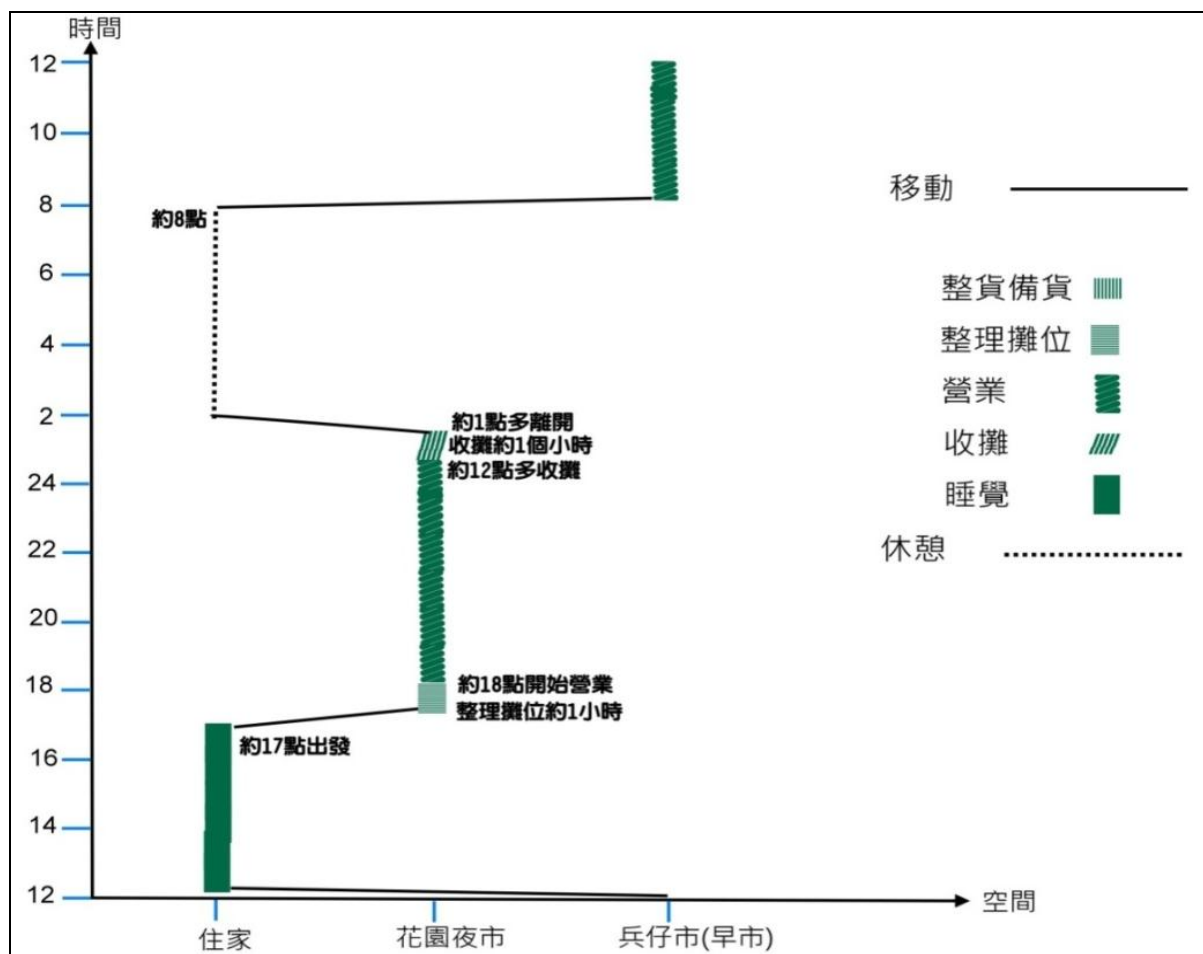


圖 3-1-4 飾品配件類一日移動路徑示意圖--以個案 16 為例

資料來源：筆者調查所得

(四) 生活雜貨類的一日移動路徑：以個案19（指甲刀、剪刀等，2-3格）為例

該個案一日的移動路徑如下圖3-1-5，該攤販約六點半起床，準備小孩上學。而早上八點半至十一點半再繼續休息，十一點半到下午三點為其整理、準備貨物的時間，如聯絡廠商、訂購商品等，下午三點到五點午睡，五點出發前往夜市，約五點二十到三十分抵達，整理攤位約半小時，營業至晚上十二點半收攤，收攤約十五分鐘，一點離開花園夜市，兩點半到三點之間就寢至早上六點半。

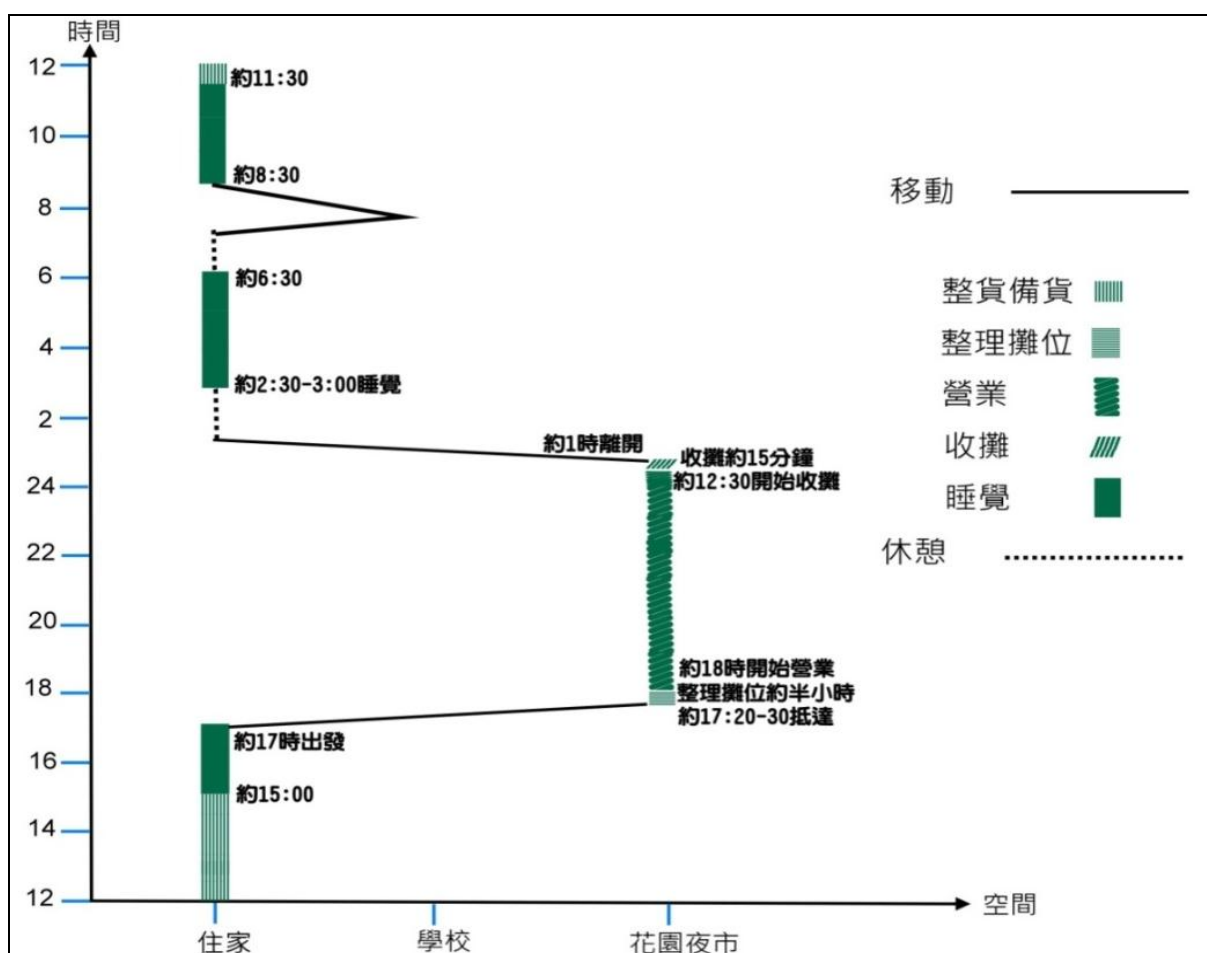


圖 3-1-5 生活雜貨類一日移動路徑示意圖--以個案 19 為例

資料來源：筆者調查所得

(五) 休閒娛樂類的一日移動路徑：以個案13（空氣槍，3格）為例

其一日移動路徑如下圖3-1-6。該個案約下午五點出發至花園夜市，五點半抵達，整理攤位約一個半小時後，七點開始營業至凌晨一點，收攤一個小時後離開，約凌晨五、六點就寢至隔天下午四點，稍微整理後，五點出發前往夜市。

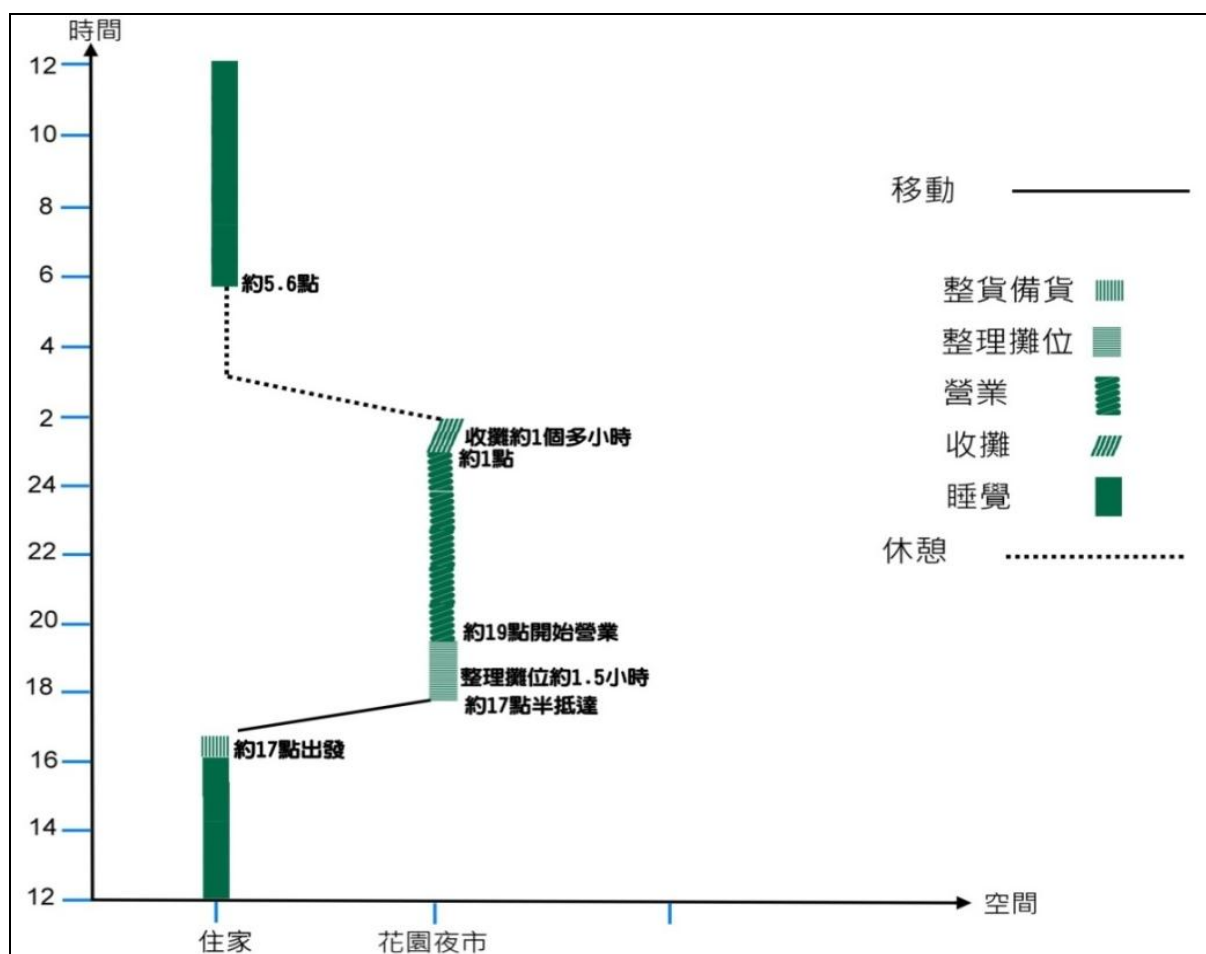


圖 3-1-6 休閒娛樂類一日移動路徑示意圖--以個案 13 為例

資料來源：筆者調查所得

綜合以上六位，大致可綜合描述出各類型攤販一日移動路徑的輪廓：花園夜市攤販出門擺攤的時間通常不會超過下午五點。開始收攤的時間，通常不會超過凌晨一點。各類型攤販整理攤位的時間長短不一，若以『一格攤位』來說，整理時間最長的是服飾類（個案八，1格）、飾品配件攤販（個案16，1-2格）；而整理『全部攤位時間』的長短，以休閒娛樂類（個案13，三格）、餐飲類（個案17，四格）攤販較久，擺攤、收攤都要一小時以上。

二、花園夜市攤販一週的移動路徑--依『攤位權利』分析

從筆者調查所得的21位各類型攤販，其一週夜市的移動路徑，依攤販在花園夜市擺攤的天數，歸納為三種類型：

(一) 類型一：三天（四、六、日）攤位空間使用權利

此類型為本研究中，最常出現的組合型態，共有十三位攤販，涵蓋了本研究

中的五類攤販（詳見表3-1-1）。而其中，有十一位攤販在其他天的擺攤夜市為大東夜市或成功夜市。

簡單可知，因為此兩夜市與花園夜市的營業日完全錯開，並無衝突。但攤販在其他營業日，要選擇成功夜市或大東夜市，從訪談得知有如下原因：

1. 成功夜市⁴⁷位在台南市北區，成立至今（民國九十九年）已有二十多年，若是擺攤較久的『老攤⁴⁸』（閩南語），可能一開始即先在成功夜市擺攤，其後因為與花園夜市營業日相同的夜市倒閉⁴⁹，才轉而進到花園夜市擺攤。
2. 而大東夜市位在台南市東區，成立時間⁵⁰較短，通常為後進的『新腳⁵¹』（閩南語）攤販，除花園夜市外的第二選擇。而後進攤販因：
 - （1）是否取得大東夜市的攤位。
 - （2）擺攤類型是否與該夜市特性相符，而決定是否到大東夜市擺攤。

許多擺攤時間不超過五年的服飾類攤販（個案6、7、8、10、15）表示，除了花園夜市外，大東夜市販售服飾的生意較好，因為該區距離成功大學近，學生為主力客群。而亦有服飾類攤販（個案12）表示因為無法取得在大東夜市的攤位，所以轉而進到成功夜市擺攤，等待大東夜市的攤位。

而在類型一中，亦有攤販只在花園夜市營業三天，其他天則移動至台南縣近郊擺攤或者選擇不擺夜市，如個案2、13、14、20、21。

與花園夜市有一天營業日相同的武聖夜市⁵²，則被某些攤販取捨為只營業週三，而週六轉租給臨時攤，或者轉而以『分攤⁵³』（閩南語）方式進行營業，通常採行此種方式的攤販大部分皆為擺攤許久的老攤，如個案15、個案19。

像武聖夜市現在生意也是很爛，（空）攤位也是很多，大家都跑去花園夜市擺攤（武聖夜市攤販-W太太，2009年7月）

若以攤販類型來看，亦可發現，通常類型一的攤販，多為服飾類或飾品配件類攤販（十三攤中有八攤）。他們在不擺夜市的週一，據調查，通常進行批發物品的工作。此兩類攤販會在週一，親身移動到五分埔⁵⁴或台北後站批發衣物、飾品，

⁴⁷ 成功夜市成立於民國七十五年（1986）。

⁴⁸ 據訪談得知，攤販之間會以『老攤』（閩南語）或『新腳』（閩南語）來稱呼彼此，以從事攤販行業的時間及年紀來衡量。

⁴⁹ 亦有攤販表示，花園夜市的營業日剛好跟先前已停業的三星夜市（四、日）相同，所以在三星夜市結束營業後，轉而登記花園夜市。

⁵⁰ 大東夜市成立於民國八十九年（2000）。

⁵¹ 同註 48。

⁵² 武聖夜市成立於民國七十三年（1984）（資料來源：台南市武聖、小北成功夜市資訊網 <http://www.taconet.com.tw/b2city/>，2010/10/9 瀏覽），營業日為週三和週六，因為與花園夜市一天重複，使得許多攤販轉而進軍花園夜市擺攤，或者以『分攤』（閩南語）方式進行營業。

⁵³ 『分攤』（閩南語）：意指同一時段分成兩個夜市擺攤。

⁵⁴ 據調查，五分埔給下游廠商的批發日為週一和週五，當天許多店家只做批發生意，不零售。

以應付接下來一週的營業需求，其一週的移動路徑大致可歸納為如下圖 3-1-7：

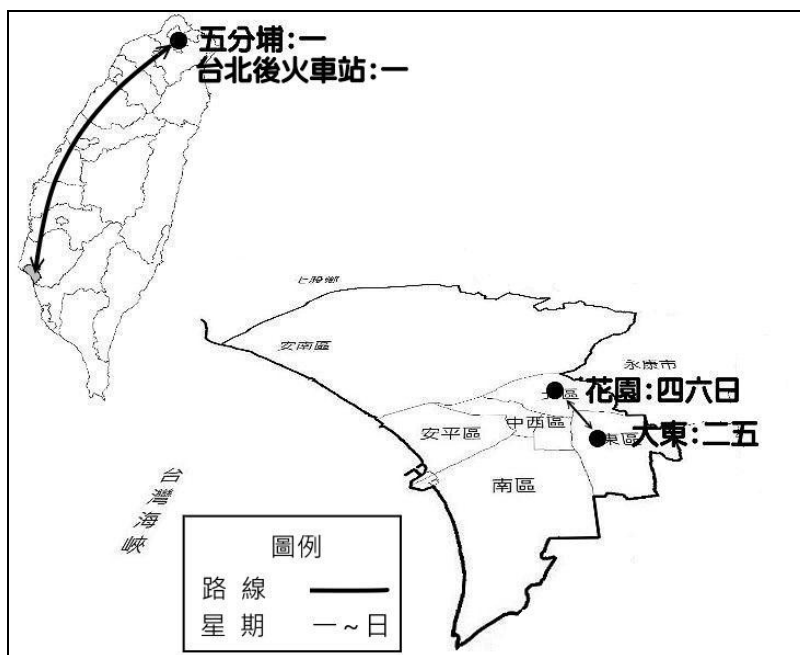


圖 3-1-7 服飾類、飾品配件類攤販一週移動路徑示意圖

資料來源：筆者調查所得

(二) 類型二：兩天（四、日或六、日）攤位空間使用權

花園夜市成立之初，攤位權利僅有週四和週日，而後攤販欲再加入週六的營業日，必須重新登記權利，因此，此類攤販多半因未能登記到週六的攤位使用權，所以只有週四和週日到花園夜市擺攤。而個案九因受限於平日白天其他正職工作之故，所以其夜市的擺攤移動規劃為週六和週日，雖有兩天的空間使用權，但週六為格仔主，週日為臨時攤，可說是本研究中的類型二和下述類型三之間的過渡和特例，但由於仍擁有兩天的攤位空間使用權，所以仍歸類為類型二。

此類型攤販一週的移動路徑，最常出現的夜市組合為：花園（四日）、大東（一二五）、武聖（三六）或者花園（四日）、成功（二五）、武聖（三六），因週六花園夜市無法擺攤，因此攤販在武聖夜市就會擺到兩天，或者亦選擇到其他近郊、營業日與花園夜市不衝突的夜市擺攤。

所以類型二攤販一週的移動路徑，以下圖3-1-8所示，以台南市為範圍，其中，路線A為花園（四日）-大東（一二五）-武聖（三六），路線B為花園（四日）-成功（二五）-武聖（三六）。

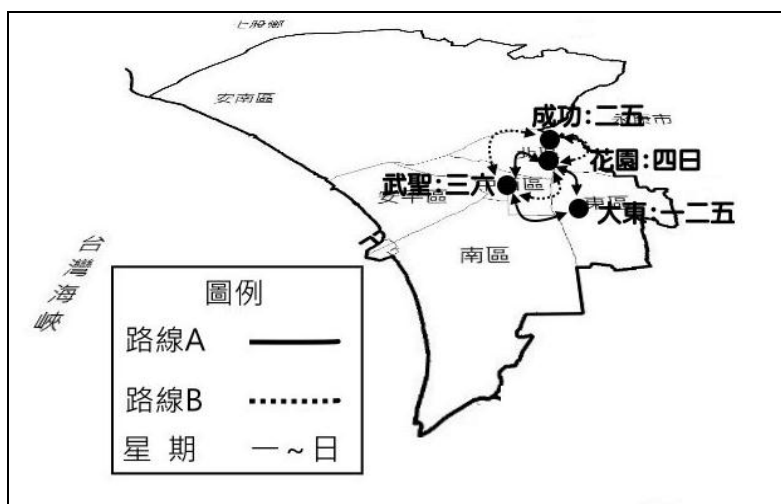


圖 3-1-8 類型二攤販一週移動路徑圖示意圖

資料來源：筆者調查所得

(三) 類型三：一天（六）攤位空間使用權

此類攤販通常是花園夜市增加週六營業日後，只登記或購買週六擺攤權利之攤販，所以其一週的移動組合更為多元，最少都要搭配到四個其他夜市。

綜合以上三類，將花園夜市攤販一週夜市安排的移動路徑，整理如下表3-1-1：

表 3-1-1 花園夜市攤販一週夜市安排類型一覽表-依『攤位權利』分

類型	擺攤天數	一週路徑安排類型	攤販類型	休息日	個案編號	備註
類型一	三天攤位空間使用權	花園（四六日）-大東（二五）	服飾*4	一三	6、7、8、10	
			飾品配件*2		11、14	
		花園（四六日）-大東（一二五）-武聖（六）	生活雜貨*1	三	19	六分攤
		花園（四六日）-大東（二五）-武聖（三）	生活雜貨*1	一	20	
		花園（四六日）-成功（二五）-永康永大（一）	點心小吃 零食*1	三	2	
		花園（四六日）-成功（二五）-武聖（三六）	服飾*1	一	15	六分攤
		花園（四六日）-成功（二五）	服飾*1	一三	12	
		花園（四六日）-善化（二五）-歸仁（三）	休閒娛樂*1	一	13	
		花園（四六日）	休閒娛樂*1	一二三五	21	
合計：13攤						

類型二	二天攤位空間使用權	花園(四日)-成功(二五)	點心小吃 零食*1	一三	3	
		花園(四日)-大東/成功(一/二五)-武聖(三六)	點心小吃 零食*1	一	4	二五分攤
		花園(四日)-成功(二五)-武聖(三六)	餐飲*1 點心小吃 零食*1	一	17、18	
		花園(四、日)-大東(一、二)-雲林北港(三)-高雄後勁(五)-路竹(六)-永華(日)	飾品配件*1	三	16	三彈性不一定擺攤或分攤
		花園(六日)	飾品配件*1	一到五	9	白天有正職
合計：6攤						
類型三	一天攤位空間使用權	花園(六)-成功(二五)-樺谷(日)-鹽行(一)	點心小吃 零食*1	三四	1	
		花園(六)-成功(二五)-永康路邊(三)-永華(四日)	餐飲*1	一	5	
合計：2攤						

資料來源：筆者調查整理

從上表歸納可發現：攤販在一週移動夜市的選擇上，以花園夜市為主，再配合大東或成功夜市居多。在二十一位訪談的攤販中，就有十九位如此安排。

三、花園夜市攤販一週的移動路徑--依『攤販類型』分析

若依攤販類型來分析其一週擺攤夜市的移動路徑，而不考慮其擺攤的天數，整理如下表3-1-2所示：

表 3-1-2 花園夜市攤販一週夜市安排類型一覽表-依『攤販類型』分

攤販類型	個案	擺攤夜市	攤販從業時間	專職/兼業	攤位權利	對照表 3-1-1 之類型
飲食類	個案 1	花園-成功-其他	九年多	專職	無	類型三
	個案 2	花園-成功-其他	九年多		有	類型一
	個案 3	花園-成功	二十幾年		有	類型二
	個案 4	花園-成功/大東-武聖(分攤)	十~十二年		有	類型二
	個案 5	花園-成功-其他	二十幾年		有	類型三
	個案 17	花園-成功-武聖	約二十年		有	類型二
	個案 18	花園-成功-武聖	約十五年		有	類型二

服飾類	個案 6	花園-大東	一年四個月	兼業	無	類型一
	個案 7	花園-大東		專職	無	類型一
	個案 8	花園-大東	一年多		無	類型一
	個案 10	花園-大東			有	類型一
	個案 12	花園-成功	半年多		無	類型一
	個案 15	花園-成功-武聖(分攤)	約五年		有	類型一
飾品配件類	個案 9	花園			兼業	有
	個案 11	花園-大東	約四年	專職	無	類型一
	個案 14	花園-大東	六、七年	專職	無	類型一
	個案 16	花園-大東-其他	約二十多年	專職	無	類型二
生活雜貨類	個案 19	花園-大東-武聖(分攤)	約十三、十四年	專職	有	類型一
	個案 20	花園-大東-武聖	三年多	兼職	無	類型一
休閒娛樂類	個案 21	花園	三、四個月	白天兼職	有	類型一
	個案 13	花園-其他	二十多年	專職	有	類型一

資料來源：筆者調查整理

從上表可發現不同類型攤販一週擺攤移動路徑的差異。飲食類的七位攤販，其一週擺攤移動的路徑皆為花園和成功夜市為主，且多為從攤時間較久的『老攤』，亦多為『格仔主』，而服飾類、生活雜貨類和飾品配件類攤販，則多為花園和大東夜市為主，且服飾類攤販多為『新腳』的『臨時攤』。

所以攤販是選擇大東夜市，或者成功夜市，不單純受限於時間，亦有其他因素的影響，例如是『臨時攤』或『格仔主』、從事攤販時間長短、販售商品類型、或其他隱而不明的原因，但攤販亦利用『分攤』方式，因親屬關係所生成的社會資本來打破時空的受限，擴大其移動的範圍。

所以攤販一週移動路徑的安排，不單純只是時間和空間的互相限制或配合，更有其社會資本的影響，例如因親友間的信任關係而呈現『分攤』的模式，或是攤位權利的有無、臨時攤或格仔主、專職或兼業、從攤時間長短等等。

四、攤販一年的移動路徑：攤販移動與不移動的選擇

從訪談得知，花園夜市各類型攤販其一年的移動路徑，不因類型不同，而有所差異。有的攤販一年到頭都依循著一日路徑、一週路徑所形成的時空慣性而反覆，形成了『日常生活的例行化特徵』。

而有些攤販則受外在因素限制，如某些臨時攤以『一年』為租期向格仔主承租，但因明年格仔主無法續租，所以只好移動到其他夜市擺攤。

比如說，就是他確定這一年不會回來做，就我做，然後，嘍，下半年，也許他有變數，他就一個月一個月收，或者是說，就先收一個禮拜兩個禮拜的，

他就是這一段時間沒有變數，所以他才會一次給你收（個案 14-飾品配件類，2010 年 5 月）

又或者有些攤販為追求較多的利潤，而在每年固定某一時節至他處擺攤，端看攤販個體本身對於追求利潤所做的努力，強調攤販個體本身的能動性，對於所處時空環境所做的回應。例如節慶的出現，有些攤販會移動到臨時的廟會、園遊會、菜市場擺攤，如個案 1 和 8，因節慶使得買氣熱絡，白天亦到他處擺攤，因此調整其一日的移動路徑。

我們只有擺元宵節，土城聖母廟，我們今年還擺兩攤哩，生意不錯，就是元宵節那一天（個案 1-點心小吃零食類，2010 年 4 月）

我過年那段期間，因為冬天衣服很好賣，我就有接早市，菜市場（個案 8-服飾類，2010 年 4 月）

但也有一些攤販，節慶對其擺攤活動的計畫和移動，只是營業額高低的差異。所以對於選擇不移動的攤販，究其原因有二：

1. **擺攤租金過高，不符成本：**攤販表示出『外場⁵⁵』擺攤租金過高，不符成本。『外場』場地通常為臨時搭架，使得租金成本較高⁵⁶，且主辦單位還會針對營業額抽成，對攤販來說不符成本，甚至做賠本生意。
2. **生理限制：**因為出外場擺攤時間多為白天，前一天擺了夜市，白天又再出外場，這使得攤販生理狀態無法承受。所以若有攤販願意出外場擺攤，通常多是以分攤的模式。或者，就直接捨棄在花園夜市擺攤，將攤位轉租出去，但此類情形非常少。

總結上述，攤販日、週、年的移動路徑，何以呈現如此樣貌，將在下節以時間地理學的三大限制分析之。

⁵⁵ 攤販所稱之『外場』（閩南語），是相對於夜市營業場所之外的營業場地，如廟會、園遊會、年貨大街等。

⁵⁶ 據訪談，『外場』租金可能一天一格高達三千元左右，營業的時間多在白天，較夜市營業時間長。

第二節 花園夜市攤販的時空限制

承上節，筆者說明了花園夜市各類型攤販一日、一週、一年的移動路徑。而在此部分，筆者將以時間地理學三大限制的觀點，分析攤販的移動路徑何以呈現如此樣貌。

在時間地理學中，主要解釋人在時間、空間和自己本身的各種限制下，所表現出的空間行為，並且認為，每個人的行動和行為都有目標，為了達到目標（goals），需要有計畫（project）做為工具，一個計畫包含了環境中的人與資源、空間與時間，如果要完成計畫，就必須克服環境裡的各種限制（Johnston et al., 2000）。而人類在時空移動過程中，其行為受到三種限制（陳憲明，1986；徐君臨，1989），即能力限制（capability constraints）、結合限制（coupling constraints）和權威限制（authority constraints）。

所以在花園夜市的攤販，想完成其擺攤計畫（project）的過程中，為了達到賺取利潤的目標（goals），需要有計畫的構想。在其擺攤移動，勢必會受到時空環境中的各項限制，有些是來自於自身能力，如性別、健康等；有些是自然天候的無法抵抗，或是物理條件，如攤具構造、交通工具等。或者攤販為了生產、交易，必須與他人、工具或物質所產生的結合限制，以及攤販所處空間的權威規範、法令制度等……所以筆者透過深度訪談及觀察，來瞭解各類型攤販的時空限制為何？從而理解這些限制如何影響攤販的移動路徑。

一、能力限制（capability constraints）

攤販會因個人生理能力或所能利用設施上的受限，使其移動受到限制。而這些限制有些是因生理能力的差異，如性別、健康等，有些則是時間主導，而有些則是因人地互動下產生的調適，試說明如下：

（一）生理因素的極限

1. 性別

（1）人際障礙

攤販因性別而影響其營業活動的推展，能否在此夜市順利擺攤，賺取利潤，性別也是個關鍵，女性攤販在夜市內人際關係上的受限，使其營業活動有所影響。

就是跟我媽，我們兩個女的，比較不會跟人家交陪，遞煙什麼的，攀關係（個案4-點心小吃零食類，2010年4月）

（2）擺攤物品的選擇

性別有時亦影響攤販販售物品的選擇，販售物品不同，當然影響其移動路徑。

很多東西是我們男人沒辦法去推銷，耳環啦！什麼一大堆東西（個案9-飾品配件類，2010年4月）

(3) 大型攤具對女性攤販的限制

攤具的架設，是整理攤位的重要步驟，假如攤具較為大型，對於獨自擺攤的女性攤販來說相當辛苦，亦耗去較多擺攤、收攤的時間。

因為家裡關係要幫忙，我都還一人出來開車擺攤，可是我覺得真的很辛苦，像搬到這個啊(膝蓋)常常都會發炎，所以我的身體幾乎每個關節都會痛的(個案4-點心小吃零食類，女性攤販，2010年4月)

2健康

攤販普遍表示，由於日夜顛倒的生活作息，使其一天的移動路徑，在白天多處於休憩、補眠的情形，尤以不需備貨，販售現成商品的服飾類、飾品配件類更為明顯。

生活作息就是夜貓族，如果正職在擺的，他們都睡到中午，或者是下午，我是因為有在上班，八點就要起來(個案6-服飾類，2010年4月)

白天主要睡覺，休息，收攤回去大概4.5點才睡覺，都快爆肝了(個案8-服飾類，2010年4月)

(二) 自然的限制

1. 雨季-颱風或梅雨

台南市夜市因多屬露天的塊狀型夜市，若遇到下雨，常無法擺攤，影響攤販營業收入，就算沒有營業，仍須繳交租金給管理單位。而無收入，影響批貨進貨的頻率，慣常的擺攤移動，亦受影響。

一年之中，雨季，暑假不會最差，像是梅雨季，或是颱風天，因為我們固定租金要給那給地主啦，要是沒來擺，他不會還我們(個案4-點心小吃零食類，2010年4月)

一個禮拜叫貨追加一次，要是下雨，就兩個禮拜一次，隔比較久(個案16-飾品配件類，2010年9月)

從圖3-2-1，可發現台南降雨日數較多的月份為六月(12.7日)、七月(12.2日)和八月(15.2日)，降雨集中夏季，使得攤販因下雨無法擺攤，影響收入。

三四年前(暑假)連續下四十天的雨，連續喔，那個時候是開票，差點跳票，差一點點跳票(個案16-飾品配件類，2010年9月)

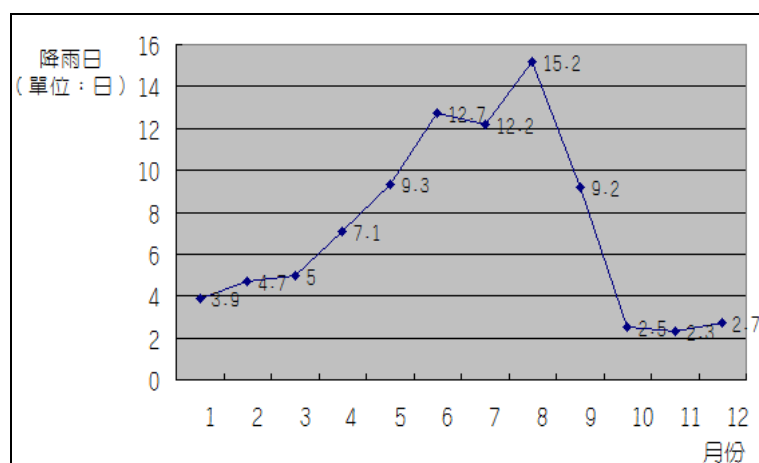


圖 3-2-1 台南測站近 30 年每月平均雨日比較圖 (1980-2009 年)

資料來源：筆者自繪，修改自中央氣象局-南區氣象服務網站數據

2. 攤販對雨季產生的調適行為

承上述，台南降雨集中夏季的情形對於在露天夜市的攤販來說，困擾甚大。但在此限制下，也使攤販無形中發展出對自然環境調適應變的方法，例如多數攤販的擺攤工具，多會備有大雨傘、鋪蓋商品的塑膠布等...，平時皆會隨時攜帶，以應付突發的下雨情形。

而下雨當日是否擺攤移動，攤販心中皆有不同的判斷依據：

- (1) 下雨當日是否為人潮較多的營業日？如週六
- (2) 當天擺攤的夜市是否為人潮較多的夜市？如花園夜市
- (3) 降雨強度的大小
- (4) 已下雨時間的長短
- (5) 擺攤商品淋過雨後是否還能販售
- (6) 直接到夜市等待，觀察他人及消費者多寡，而決定是否擺攤

所以攤販對於天候的限制，除了因此而產生的調適行為，如防水器具的添購等，而是否決定擺攤，依照經驗來判斷或者只好碰運氣，亦是攤販會展現的行為。

而且雨傘那些一定要準備啊！

看夜市，如果是花園，偶而飄一下毛毛雨就會擺，如果是大東，只要一下雨，市就很淡，花園四、六，尤其是禮拜六會有觀光客，若是那種飄下雨，或是一下停一下飄，還是會擺，拼看看（個案6-服飾類，2010年4月）

如果一開始要擺的時間是大雨，就會延後，超過六點，我基本上就是不會出現了（個案8-服飾類，2010年4月）

3. 白晝時間長短變化的影響

夏季與冬季太陽下山時間的不同，亦會影響攤販出門擺攤的時間，下表為『台南地區各月份的日沒時間表』：

表 3-2-1 台南地區民國九十九年各月份日沒時間表（以每月 15 號為例）

月份 日期	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
當月 15 號	17:33	17:54	18:07	18:19	18:32	18:45	18:48	18:33	18:05	17:36	17:16	17:15

資料來源：中央氣象局氣象服務網站數據

從上表3-2-1，我們會發現冬季（十一、十二月份）太陽的日落時間為17點16分和17點15分，較夏季（七月份、八月份）提早了半小時以上，夜的提早來臨，各類型攤販皆有人表示，因冬季天黑的時間較早，會較早進到夜市擺攤。以第一節中的個案16做為夏季和冬季比較的例子，該個案在冬季出門擺攤的時間，較夏季提早約一小時左右。

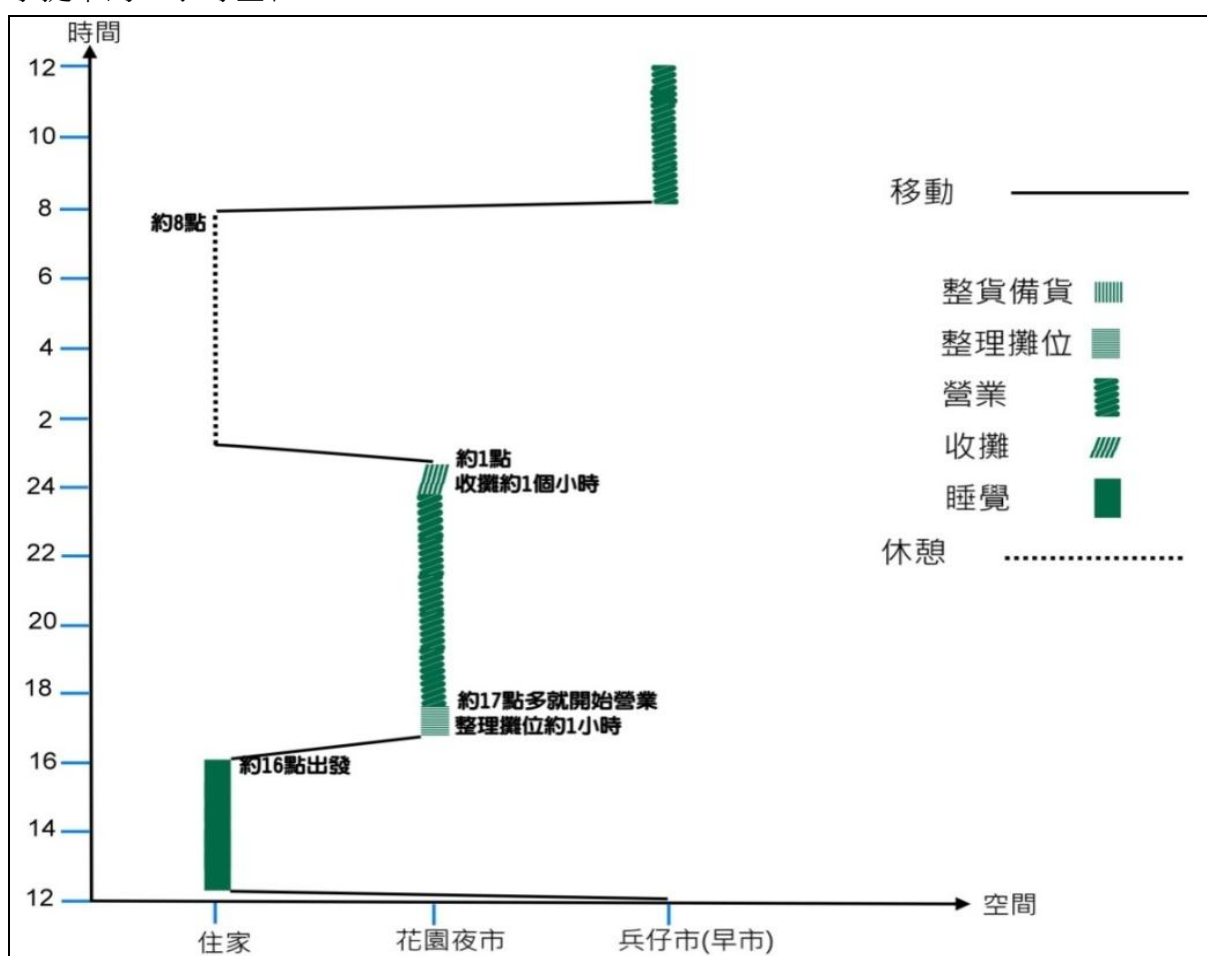


圖 3-2-2 飾品配件類攤販冬季一日移動路徑示意圖--以個案 16 為例

資料來源：筆者調查所得

4. 季節溫度變化影響營業好壞

季節溫度的變化對攤販的移動路徑影響程度不一。有的飲食類攤販表示其販售的食物，不會因季節而改變，但因商品特性而有季節營業額高低的差異，所以其移動路徑較少因此改變。

除非寒流來的時候，熱湯的生意當然會比較好（個案5-餐飲類，2010年4月）

季節溫度影響其生意的好壞，售罄物品速度的快慢，利潤的高低，亦間接影響其移動路徑的配置，如服飾類攤販普遍表示在冬季售罄衣物的速度較快，叫貨、批貨的頻率變多，與上游批發商聯繫的頻率增加。

衣服秋冬比較好，單價比較高，買衣服的人也比較肯花錢，秋冬是衣服的旺季，春夏就是淡季（個案6-服飾類，2010年4月）

而從圖3-2-3，可發現台南四季氣溫的變化情形，六月、七月、八月三月的溫度偏高，十二月和一月的溫度較低，因溫度的高低限制，使得攤販的營業活動出現了不同的活動情形，亦使得其營業收入呈現高低的差異。

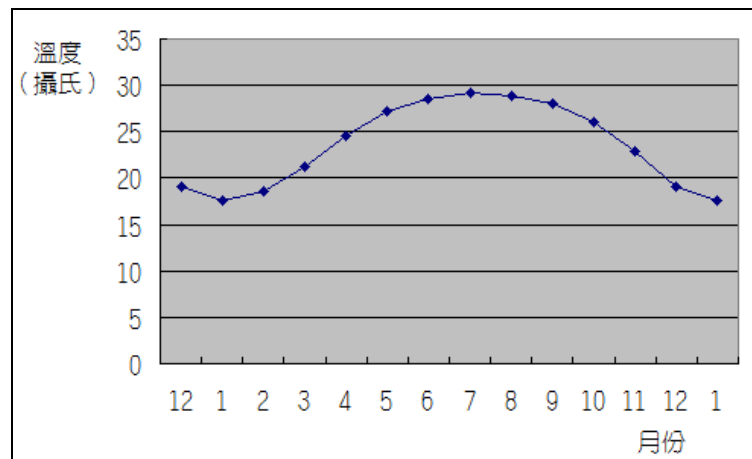


圖 3-2-3 台南測站近 30 年每月平均溫度比較圖（1980-2009 年）

資料來源：中央氣象局-南區氣象服務網站數據

5. 一天的極限

不同類型的攤販，會因為備貨時間的長短而影響其一日移動路徑的安排。通常販售現成物品的攤販，如服飾類、飾品配件類、生活雜貨類等，其備貨時間較短，有的只需到工廠和上游廠商批購物品，或者以電話進行交易，廠商送達後，備貨即算完成，而這類攤販更可充分運用一天的時間，進行其他的空間活動，例如，在白天移動到市場繼續去販售商品（個案 8、個案 16），甚或去從事正職或兼差的工作（個案 6）。

每天的作息早上八點半開始上班，正常來講是五點半，去年八月開始上班，約聘的上班族（個案 6-服飾類，2010 年 4 月）

我過年那段期間，因為冬天衣服很好賣，我就有接早市，菜市場（個案 8-服飾類，2010 年 4 月）

而多數飲食類攤販表示，擺夜市最辛苦的就是賣吃的。通常要忙到深夜才能入睡，但隔天一早，不像販售現成商品的攤販，可以休息或從事其他活動，因為需要配合市場的營業時間，還要早起購買食材，亦需要烹調食物，以便晚上營業

(如個案 1、2、5)，而在營業前夕，更需花時間來準備，如上節圖 3-1-1 (個案 17) 和圖 3-1-2 (個案 18) 白天必須進到市場購買食材，以及烹調食物。

賣這個東西，我就已經很忙了，買青菜處理青菜，一整天，白天要忙，晚上也要忙 (個案 1-點心小吃零食類，2010 年 4 月)

八點多起來開始準備，睡覺差不多早上四點睡覺，只睡四個小時，起來弄一些貨 (個案 2-點心小吃零食類，2010 年 4 月)

從早忙到晚，早上要在家裡面備貨，你要整理原料啊，早上就要去菜市場買菜了，八九點就要分工合作，八點就要買菜了啊，下午就開始熬這鴨啊，然後晚上就出來就賣啊 (個案 5-餐飲類，2010 年 4 月)

(三)、物理條件的受限

1. 交通工具的機會與受限

不管是哪一類型的攤販，普遍表示備有交通工具，是夜市擺攤必備工具之一。

擺夜市一定要有車，沒有車很不方便，就變成你只能擺很小攤的東西 (個案 6-服飾類，2010 年 4 月)

從上述可知，在攤販口中所說的車子，通常是指四輪以上的交通工具，若無此工具，要在夜市謀生，可能相當不便。而在筆者所訪談的二十一位攤販中，除個案 19 點心小吃零食類攤販 (涼圓)、個案 21 休閒娛樂類攤販 (投籃機)，以機車為其交通工具外，其餘皆以轎車、箱型車等，做為其擺攤移動的工具。而個案 21 何以用機車來運送攤具，在下一段『攤具構造的限制』將有詳細說明。

而交通工具的類別 (如汽車、機車) 亦影響攤販擺攤的形態、攤位規模的大小及其擺攤移動的行為。

原本是機車騎兩趟，現在太多東西了，就跟男朋友借車子 (個案 8-服飾類，2010 年 4 月)

四輪以上的交通工具，使得攤販在選擇擺攤夜市的空間範圍擴大，不再以距離為考量，而是以夜市買氣、利潤等作為選擇的原則。

不是看距離家裡近的，是看夜市的 (個案 1-點心小吃零食類，2010 年 4 月)

離家裡遠近不是問題，車子在跑沒有問題 (個案 2-點心小吃零食類，2010 年 4 月)

從上可知，花園夜市攤販的移動路徑，並不是選擇距離近的夜市，而是選『市』。交通工具使得移動的尺度變大，而我們亦可從過去的研究得到呼應：余舜德 (2004) 『這個市場網絡主要因為現代化道路系統的建立及小自用車的普及後才逐漸形成，1978 年建造完成的中山高速公路尤其扮演了相當重要的角色，台南縣內大部份的地方因此皆同在一小時內開車到達，容許小販們方便地來回於夜市地點及住家或白天工作地點之間』。夜市攤販擺攤地點的選擇因交通工具的進步

而擴大了，所以在本研究中，亦有些攤販，其住家不見得都在台南市內（如個案3-台南縣安定鄉、13-台南縣西港鄉、14-高雄市）。因交通工具的進步、道路系統的普及，擴大了其擺攤的移動範圍。

2.攤具構造的限制

各類型攤販擺攤的器具皆有所差異，但共通點是皆需拆裝組合，如下所示



點心小吃零食類

餐飲類

照片 3-2-1 飲食類攤具與攤位空間的配置

資料來源：筆者拍攝，2010/09/30



照片 3-2-2 服飾類攤具與攤位空間配置

資料來源：筆者拍攝，2010/09/30

照片 3-2-3 飾品配件類攤具與攤位空間配置

資料來源：筆者拍攝，2010/09/30



照片 3-2-4 生活雜貨類攤具與攤位空間配置

資料來源：，2010/09/30



左



右



下

照片 3-2-5 休閒娛樂類攤具與攤位空間配置

資料來源：筆者拍攝，2010/09/30

(1) 收攤時間長的餐飲類攤販

從照片3-2-1可知，餐飲類攤販，其攤位空間除烹調用的攤具外，並備有桌子、椅子，讓顧客就坐用餐，所以其攤位空間，除休閒娛樂類外，通常較其他類型大，有的一攤多達八格或十格以上。該類攤販擺攤前要將各類攤具、桌椅排放整齊，營業後，還要將攤具、桌椅清洗乾淨，使其在收攤（清洗攤具）的時間較其他類型攤販來得長。如第一節所列之餐飲類個案17，其整理、清洗攤具至凌晨三點才離開夜市。

(2) 拆裝組合的展示型攤具

從照片3-2-2到照片3-2-4，可發現攤販用垂直懸掛、組合式棚架、鐵架展示台將其商品展示、吊掛起來，如此一來，即便在一格攤位空間中，透過空間的妥善配置，使其空間極大化，並吸引消費者。通常此類攤販，如服飾類、飾品配件類，在其販售空間中，商品的展示相當重要，攤具的架設與商品的擺放，通常要花較長的時間，才能完成。

到花園大概四點四十左右，就開始整理開始弄，弄完之後就大概六點左右了，弄很久，要一件一件掛（個案8-服飾類，2010年4月）

全部擺好大概要一個小時（個案7-服飾類，2010年4月）

擺好到打開燈，大概40到50分鐘（個案11-飾品配件類，2010年5月）

所以在第一節中的個案8（服飾類）、個案16（飾品配件類），因為皆須拆裝組合其攤具，其整理攤位的時間，都一小時以上。

（3）休閒娛樂類攤販的歧異性

在夜市內，休閒娛樂類的攤具可說相當多樣，如靜態的賓果遊戲、動態的空氣槍射擊、投籃、射飛鏢、套圈圈等，不僅要具備桌椅以供參與，有的甚至需透過獎品醒目的展示，以吸引消費者，並要提供足夠的空間供消費者駐足停留，所以其攤位通常較大，整理攤位的時間亦相當耗時，如照片3-2-5（右），該攤販表示，以地攤式的陳列方式，擺好到開始營業，約需兩小時。

而在花園夜市投籃機攤販，如照片3-2-5（下），其攤具（投籃機）規模相當大，該攤販如何將其載送至花園夜市？該攤販表示：其在花園夜市附近空地搭蓋一間儲藏室，透過機車的拖行將一部部投籃機運達花園夜市，整體耗時約一小時半。

攤具構造與攤販類型有關，其影響了攤販整理攤位、收攤的長短差異，如上節圖3-1-5休閒娛樂類攤販，其擺攤收攤的時間都超過一個小時。

二、結合限制（coupling constraints）

各類型攤販為達成其營業目的，必須與人、事、物相結合的時空場所，有所不同，試說明如下：

（一）最重要的結合場所-夜市

攤販為達成其營業目的，必須進到夜市擺攤，所以夜市此一空間，為各類型攤販與顧客、其他攤販、夜市管理員進行互動結合的重要有形空間。攤販開始營業的時間多為下午六點開始，這時候就會有顧客上門購物，尤其是飲食類的攤販，其營業時間較早，如上節圖3-1-1所示。而其他如服飾類、飾品配件類的攤販，可能還在擺放商品，開始營業的時間則較有彈性。而到晚上約七、八點，攤販開始繳交當日清潔費、水電費給管理員，與其進行互動。

（二）飲食類攤販

1. 台南近郊的結合場所

飲食類因食材來源大多講求新鮮，所以與他人結合的場所通常為果菜肉品的批發市場，而亦為了要配合市場的營業時間，所以有些飲食類攤販不得不在白天就移動到市場購買食材

主要是在菜市場（果菜市場），菜市場的鮮肉，找台南市的，在安南區那邊。（個案2-點心小吃零食類，2010年4月）

你要整理原料啊，早上就要去菜市場買菜了（個案5-餐飲類，2010年4月）

所以飲食類攤販為了與中上游廠商交易所形成的移動路徑，筆者以個案1、2、5、17為例，如下圖所示：

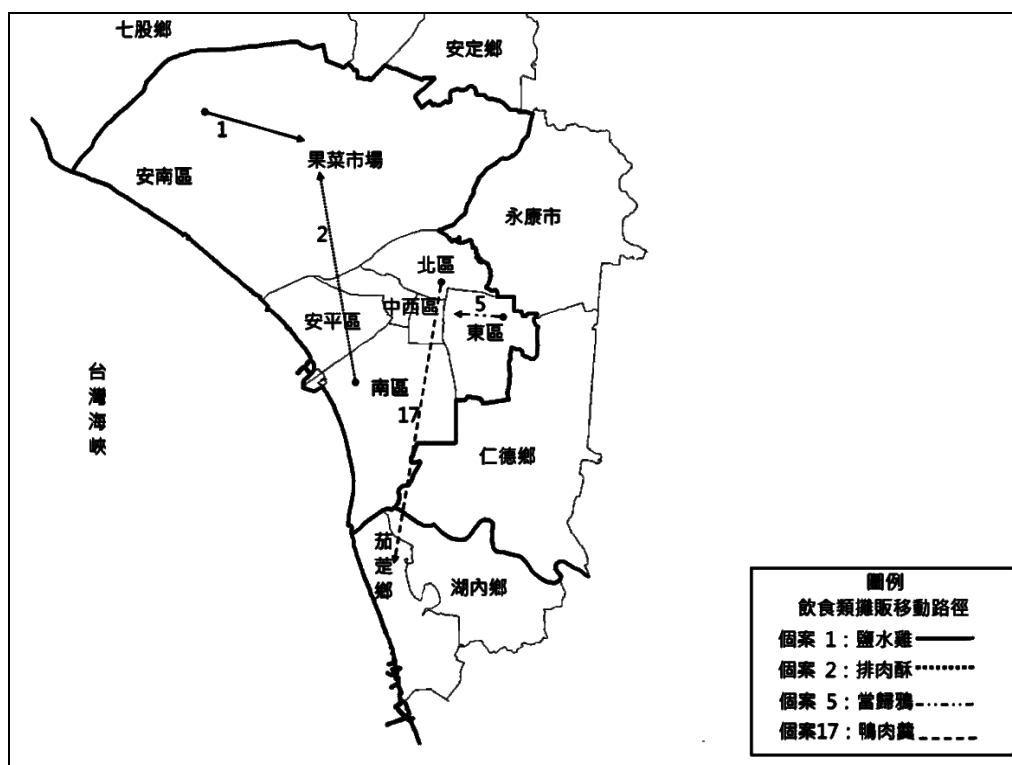


圖 3-2-4 飲食類與中上游廠商交易的結合場所示意圖

資料來源：筆者調查整理

從上圖可發現飲食類攤販為與中上游廠商進行交易，其移動路徑的空間範圍，多在台灣地區三十分鐘內可達的地方。

亦有攤販表示，因政府為維持肉類商品價格的穩定性所訂定的肉品價格，使得攤販不會用長時間、長距離換取較便宜的成本，所以攤販選擇批貨的地點，不像服飾類、飾品配件類，可能擴大其移動的範圍，如到中國大陸（如個案8），尋找較便宜的成本。

因為豬肉都是統一價錢，豬肉的上下起伏都是政府規定的（個案2-點心小吃零食類，2010年4月）

（三）擴大的移動路徑與結合場所--服飾類、飾品配件類與生活雜貨類攤販

服飾類攤販與他人相結合的場所空間，多半是服飾商品的集散地，如高雄後火車站或台北五分埔。攤販選擇批發衣物的場所，受到許多因素的影響，如距離，有些攤販會選擇較近的高雄後火車站，作為其批發的場所（如個案6曾到高雄批貨）。但有些攤販亦會受到款式是否多樣、利潤等..，打破距離的限制，以台北五分埔、國外為其批發的大宗（如個案6、7、8、10、12、15）。

中南部的都是往五分埔跑，高雄也有一個，在後火車站那裡，可是那邊他也是從五分埔拿下來批給我們，後來就是發覺大家都是往台北跑，這樣價錢就拼輸人家，可能有時候二三十塊，你開價就會不一樣，而且高雄的款式又比較少，不像五分埔那麼多（個案6-服飾類，2010年4月）

春夏秋冬買衣服的地方都是五分埔，以前有跑過大陸，剛擺夜市的時候跑過大陸，因為我以前是採購，所以就知道在哪一個地方（個案8-服飾類，2010年4月）服飾類攤販其結合場所示意圖，如下圖表示。



圖 3-2-5 服飾攤販與中上游廠商交易的結合場所示意圖

資料來源：筆者調查整理

而飾品配件類、生活雜貨類其結合場所，都不僅只在台南近郊地區，攤販會找尋對其最有利的中上游廠商，然而如何找到，找到的中上游廠商在哪裡，間接就影響了移動的安排。

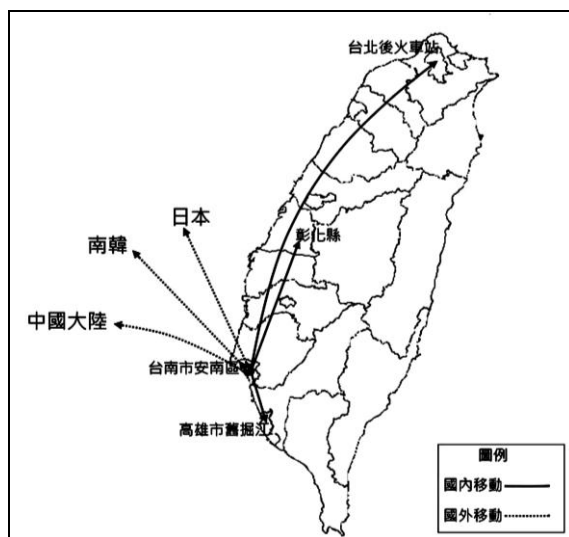


圖 3-2-6 飾品配件類、生活雜貨類攤販與中上游廠商交易的結合場所示意圖

資料來源：筆者調查整理

所以在此可發現販售現成商品的服飾類、飾品配件類、生活雜貨類等攤販，其空移動的範圍較飲食類攤販大。

而從第一節攤販一週的移動路徑可知，此類販售現成商品的攤販，因移動的

空間範圍大，成本高，所以每週補貨一次，每天備貨時間短，甚至有些攤販不需要在家備貨，到夜市才整理（如個案16）。但須烹調準備，講究食材新鮮的飲食類攤販，多是每天移動，在家備貨時間長（如個案1、2、5、17），擺攤前夕的烹調備製，影響了其空間移動的範圍。各類型攤販移動的尺度並不相同。

（四）從有形到無形的結合場所：『實際的移動』到『關係的獲取』

從調查亦發現，有些攤販已採取看型錄、電話訂貨或網路下訂單的形式來與中上游廠商進行交易，何以會如此的轉變？據訪談得知，攤販表示因為買久了，關係已建立。

都有固定幾間，因為拿久配合久了，在互動關係上會比較好（個案 6-服飾類，2010年4月）

在此可發現攤販與中上游廠商的結合場所，從有形的交易空間，因關係的穩固而轉變為無形的交易空間，打破了實際地表的距離，甚至攤販不再需要親自移動。

例如飲食類攤販以電話訂購食材即貨送到府、服飾類透過電話下單，並匯款給中上游廠商，服飾商品即寄送到家，但也因為商品特性的不同，商品運送的空間範圍同樣如上所述是不一樣的，生鮮食品通常僅限於台南近郊，而現成商品則較不受實際空間距離的影響。

綜合以上，將花園夜市各類型攤販結合場所限制整理如下表3-2-2

表 3-2-2 各類型攤販與他人/物的結合場所/空間一覽表

類型	飲食類	服飾類	飾品配件類	生活雜貨類	休閒娛樂類
有形的結合場所	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 果菜批發市場 ➢ 肉品批發市場 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 服飾類批發集散地-台北五分埔、高雄 ➢ 中上游盤商工廠 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 飾品批發集散地-台北後火車站、高雄舊崛江 ➢ 中上游盤商工廠，如台南近郊工廠 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 中上游盤商工廠，如彰化 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 遊戲設備工廠 ➢ 玩具批發工廠
		<ul style="list-style-type: none"> ➢ 跑單幫：中國、南韓 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 跑單幫：南韓、日本、中國 		
	➢ 夜市				
空間範圍	最小 僅限台南近郊	不限台南地區 國內外	不限台南地區 國內外	不限台南地區 國內外	不限台南地區

資料來源：筆者調查整理

三、權威/管理限制 (authority constraints)

這裡指的權威/管理限制是指法律規章、社會習慣等，限制且決定哪些人可以進入某一特定的空間領域以及空間的使用權利。在權力 (power) 的作用下，支配階級對於個人與群體行為所控制 (保護) 的時空範圍。而此部分，我們可將支配階級劃定為直接支配與間接支配，筆者將從花園夜市攤販的角度著手，探討需要遵守的規則，如管理者所提出的各項具體規定，及市政當局間接對於花園夜市攤販的權威限制。

(一) 夜市管理者的直接管理、政府的間接規範

從第二章第四節所整理的表2-4-3可知：

表 2-4-3 花園夜市具體規則一覽表

項目	內容	備註
時間規範	<ul style="list-style-type: none">➤ 營業日：每週四、六、日➤ 營業時間：下午 6 點起至凌晨 1 點 30 分止➤ 依權利卡有效日期定期繳付租金	<ul style="list-style-type: none">➤ 攤販可擺攤天數最多三天➤ 最晚擺到凌晨一點半熄燈
空間規範	<ul style="list-style-type: none">➤ 格子主擺在其攤位權利所屬之攤位編號➤ 臨時攤需擺在承租的臨時位內。	
其他	<ul style="list-style-type: none">➤ 營業中禁止使用麥克風➤ 權利期間內二次不到場營業視同棄權➤ 本權利卡未經主辦單位同意不得轉讓使用	

資料來源：筆者調查整理

1.時間規範

不管是哪一類型的攤販，都受到花園夜市管理單位的直接管控，不管是在時間以及空間的規範。亦因如此，使得攤販在一日路徑的呈現，擺攤時間最晚不會超過一點半，從第一節圖3-1-1到圖3-1-6就可發現。而在一週路徑的移動上，每週四、六、日集體匯聚於此。業主時空的規範，直接影響了攤販的移動。

定期的租金繳付，使得攤販獲得來自於管理單位『合法攤位使用權利』的保障。而對於規定時間內未到場的攤販，也給予攤位權利棄權的處罰。

2.空間規範

而在空間規範上，攤販需擺在其所屬的攤位編號內，每一格位皆有清楚的格線分隔，以維持空間使用的平衡。花園夜市不像其他沿街型夜市，如士林夜市，是攤販自然聚集而形成的夜市，某些攤販，藉由『地盤』的佔據作為空間使用的慣例。但花園夜市是由管理單位明確規劃而成，業主劃定攤販空間的使用權，以維護此一空間場域內秩序的平衡，攤販必須遵守各項明訂的規範，雖是限制，但

卻也是攤販可以順利營業的機會。

3.其他

而其他如麥克風的禁止使用，可知花園夜市的攤販並非直接接受國家力量的規範，而是透過管理單位的約束，解決夜市製造噪音、環境污染、交通壅塞⁵⁷等問題，政府角色對於花園夜市攤販透過業主而間接管理。

之前是說周遭住戶有抗議，所以不能放音樂，還有停車不要停裡面，大概就是這樣，其他規定就還好（個案6-服飾類，2010年4月）

不能用擴音器叫賣，會影響附近鄰居，攤販卡上面沒有寫，但是來收錢的人就會來提（個案4-點心小吃零食類，2010年4月）

（二）攤位仲介者對無固定位攤販擺攤移動的影響

承第二章第一節，圖2-1-1『花園夜市特定角色分類圖』可知，花園夜市內，有一群『無固定位的攤販』，他們的擺攤移動，受制於攤位仲介者。

攤位仲介者扮演了格仔主與臨時攤之間的橋樑，不僅可以解決格仔主未能到場營業的困境，亦可從中獲利。而無固定位的臨時攤亦可進到花園夜市的空攤擺攤，呈現雙贏的局面。然而，據筆者訪談得知，花園夜市因人潮眾多，商機無限，常呈現一攤難求的情況，並不是人人皆可進來擺攤。

他沒有位置就是沒有位置，而且他有很多人情壓力，發位置的那個人，每個人都是這樣子介紹去的啊（個案11-飾品配件類，2010年5月）

所以有些臨時攤必須面對沒有攤位的風險，營業當日必須提早前往夜市，找攤位仲介者等候攤位，其影響了臨時攤販是否可進到夜市擺攤。若持續無攤位，則該攤販在一日，甚至是一週路徑的計畫上，必須隨之變動，已應付營業需求。

在此以個案8為例，該攤販曾經歷過一段無固定位時期，其一日路徑的移動因此而受影響。該個案必須下午四點就抵達花園夜市，等到晚上七點若仍無攤位，則表示今日無功而返，無法擺攤，如下圖3-2-7。而後變為固定位的臨時攤後，則可五點半抵達花園夜市，如第一節圖3-1-3所示。

⁵⁷ 〈綠地變夜市，厝邊一肚火〉，《聯合報》，2005/12/24，C1版

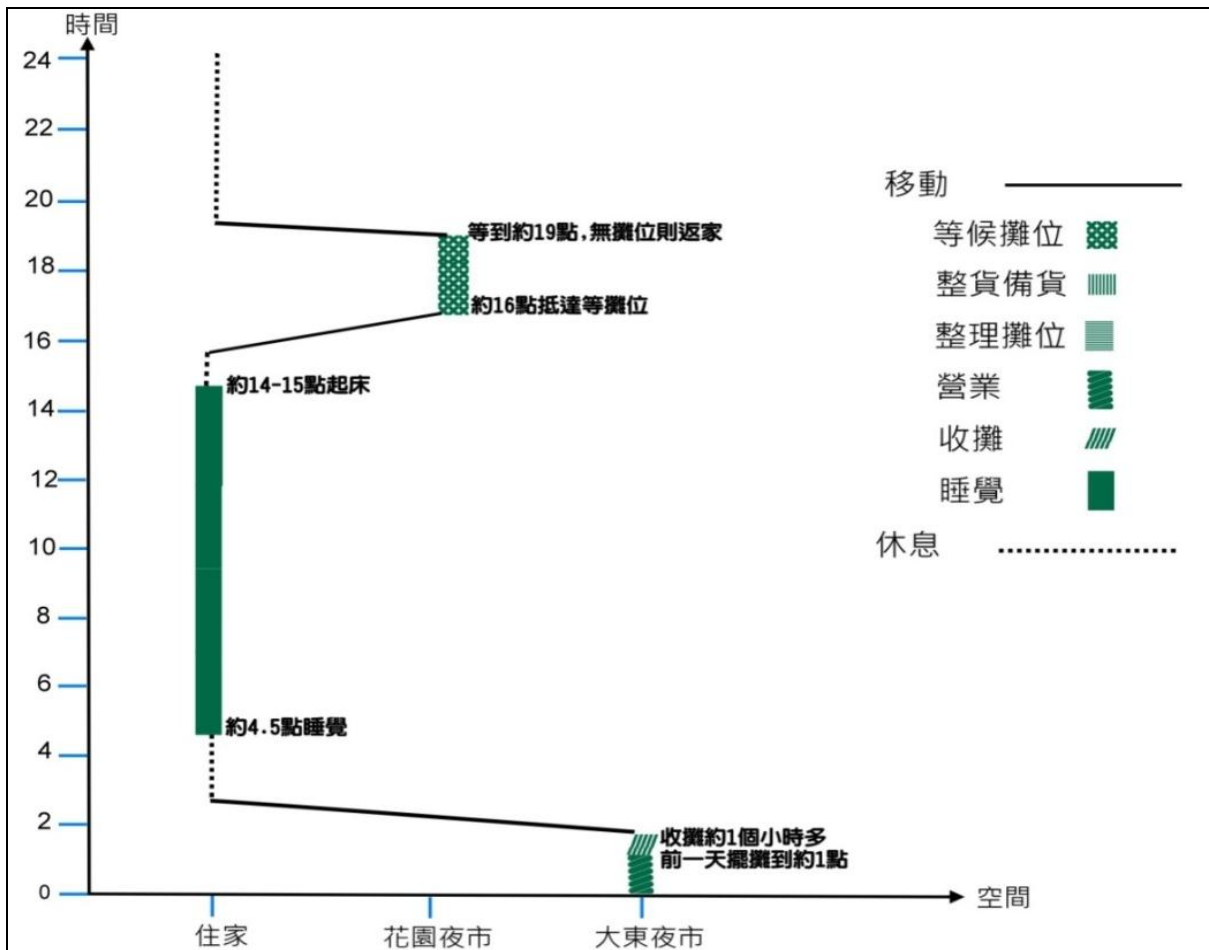


圖 3-2-7 無固定攤位攤販一日移動路徑示意圖-以個案 8 為例 (週六等候攤位，無攤位)

資料來源：筆者調查所得

綜合第二節，將花園夜市內攤販所遭遇的三大限制整理如下表 3-2-3

表 3-2-3 花園夜市攤販三大限制一覽表

限制	能力限制	結合限制	管理/權威限制
內容	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 生理因素的極限 ➢ 自然的限制 <ul style="list-style-type: none"> ● 雨季-颱風或梅雨 ● 白晝時間長短變化 ● 季節溫度變化 ● 一天的極限 ➢ 物理條件的受限 <ul style="list-style-type: none"> ● 交通工具 ● 攤具構造的限制 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 最重要的結合場所-夜市 ➢ 各類型攤販不同的有形結合場所 ➢ 無形的結合場所 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 夜市管理者直接管理 ➢ 間接的政府規範 ➢ 攤位仲介者對無固定攤位的影響

資料來源：筆者整理

從上表，發現各類攤販有受到相同與不同的限制，結構制約著攤販的一日、一週、一年的移動。

生理能力、自然條件的限制，同樣影響了各類型攤販。

在物理條件方面，則有些微差異，各類型攤販因攤具構造不同，使其一日擺攤的移動有差異，如在營業前整理攤位、營業後收攤時間長短不一。以一格攤位來說，營業前整理時間以服飾類、飾品配件類、生活雜貨類的時間較長。

而若以全部整理好攤位時間的長短來看，以攤位格數較多的餐飲類及休閒娛樂類時間較長，如個案13（圖3-1-6）、個案17（圖3-1-1）。

在結合限制上，各類型攤販為達成營業目的，與他人進行結合的場所空間有所不同，但都有共同的結合場所--夜市。而移動的空間範圍，也因類型的不同，有所差異，如飲食類的移動空間最小，而服飾類、飾品配件類，生活雜貨類的移動空間較大。

攤販們也需遵守夜市管理者所扮演的權威角色。夜市管理者直接受制於國家力量的權威，國家的規範間接亦影響了夜市攤販。

但另一方面，攤位仲介者對於攤販能否擺攤移動的影響，似乎不能僅用管理、權威，此種上對下的角度來看待攤販的受限。就如Giddens對時間地理學的批評：『時間地理學包含的權力理論很不充分。Torsten Hägerstrand確實談到了權威制約的問題，將這種制約與能力制約及結合制約在一起。但他對這些問題的闡述既有些含糊，又導致了某種權力的零和觀念，將權力看做是一種對行動施加限制的根源』。夜市管理者、市政當局所扮演的權威角色，促成了花園夜市的出現及攤販的擺攤移動，而攤位仲介者的行動，亦使得某些攤販順利擺攤或不能擺攤。『所有類型的制約也都是各種類型的機會，是使行動得以完成的中介』。權威是限制，但亦是攤販擺攤活動得以完成的中介，所以本文希望藉由Giddens對時間地理學的批判，對於攤販擺攤計畫的移動，試圖進行更深入的解釋，而不單純只是時間和空間的受限和能力、結合、權威上的限制。而從過去的文獻以及筆者的實際調查中發現，攤販與他人（如夜市管理者、同類或不同類攤販、中上游廠商等）社會關係與連結，有助於其擺攤的活動，亦影響其移動。鑲嵌在攤販關係網絡中的資源，如訊息的流通、互惠的應許、信任等，有助於更完整解釋攤販移動路徑：例如，如何順利進到花園夜市擺攤？一週路徑為何又如此安排？與中上游廠商關係的深淺使其移動與不移動等....

所以筆者在第四章，試圖以本章調查所得的移動路徑及時空限制為研究基礎，以社會資本的概念更深入解釋，探討花園夜市各類型攤販所建構而成的關係網絡與社會空間，以理解攤販所外顯的移動路徑。

第三節 小結

攤販移動路徑的呈現，受到自身能力、自然及物理條件的受限，以及空間結合的限制、所處時空脈絡下的規範。攤販為了達到最大的經濟利益，如何安排、計畫、處理自己的時空間配置（time-space allocation），是本章所要探討的，我們發現各類型攤販時空配置的差異有其相同與不同之處，整理如下：

一、不同類型攤販移動路徑、三大限制的差異

試總結上述兩節，整理如下表3-3-1：

表 3-3-1 不同類型攤販移動路徑、三大限制差異的比較分析表

類型 項目	飲食類	服飾類	飾品配件類	生活雜貨類	休閒娛樂類
擺攤 活動	➢ 整貨備貨→購買食材、清洗、烹調食材	➢ 整貨備貨	➢ 整貨備貨	➢ 整貨備貨	➢ 整貨備貨
	➢ 整理攤位：架設攤具、擺放桌椅（餐飲類）	➢ 整理攤位→架設攤具、展示商品	➢ 整理攤位→架設攤具、展示商品	➢ 整理攤位→架設攤具、展示商品	➢ 整理攤位→架設攤具、展示商品、擺放桌椅
	➢ 營業				
	➢ 收攤→清洗攤具	➢ 收攤	➢ 收攤	➢ 收攤	➢ 收攤
特色	➢ 在家事前需要烹調食材	➢ 事前不一定要備貨 ➢ 整理一格攤位時間長			➢ 事前不一定要備貨
	➢ 餐飲類攤位大，整理、收攤時間長				➢ 攤位大，整理攤位、收攤時間長
能力 限制	➢ 生理因素的極限				
	➢ 自然的限制				
	<ul style="list-style-type: none"> ●雨季-颱風或梅雨 ●白晝時間長短變化 ●季節溫度變化 ●一天的極限 				
	➢ 物理條件的受限				
<ul style="list-style-type: none"> ●交通工具：四輪以上居多 					
●攤具構造-拆裝組合、擺		●攤具構造-拆裝組合、商品展售			●攤具構造-拆裝組合、商

	放桌椅				品展售、擺放桌椅
結合 限制	➤ 夜市				
	➤ 果菜、肉 品批發市場	➤ 國內外 服飾集散地	➤ 飾品配件 集散地	➤ 中上游 工廠	➤ 遊戲設 備工廠、玩具 批發工廠
	➤ 無形的交易空間：電話叫貨，網路下訂單				
權威 限制	➤ 夜市管理者直接管理 ➤ 間接的政府規範 ➤ 攤位仲介者的影響				

資料來源：筆者調查整理

二、限制還是機會？社會資本的影響

花園夜市攤販一週的移動路徑可依取得的『攤位權利』，分成三種類型：一為三天（四、六、日）、第二種為兩天（四、日或六、日），及第三種為一天（六）。攤販一週移動路徑的組合，因攤位權利的不同而呈現不同的樣貌。而不同類型攤販亦呈現一週不同夜市的組合，如本研究中的飲食類攤販，一週多為花園和成功夜市的組合，而販售現成商品的服飾類和飾品配件類攤販，多為花園和大東夜市。

評估適宜的地點與計算獲利的效率和機會，是攤販們最重要的課題（余舜德，1994）。花園夜市攤販販售商品背後，取得幾天的攤位權利，影響其一週的安排，但如何順利進到花園夜市擺攤？在大夜市攤位普遍難求的今天，能否找到好攤位常是全職小販選擇市場地點最重要的因素。在熱鬧的夜市佔有好攤位比到夜市地點的距離重要許多（余舜德，1994）。交通工具的進步帶來了移動的機會，擴大了空間的範圍，所以若僅從第二節限制的觀點來解釋之，似乎不夠周全，亦淪為Giddens所說的『行動和結構的二元論』。攤位權利的取得，攤位的穩固，僅有金錢仍是不夠的。而在筆者實際調查中，關係的獲取、建立及穩固，是攤販口中常提到的，如何以此觀點來看待攤販移動背後的深層因素，將是筆者下章所要討論的，期能更充分解釋攤販的移動，而不僅僅只是限制的觀點。

第四章 花園夜市攤販社會資本的分析

如何以社會資本的觀點來闡述攤販的移動與選擇，為本章主要目的。攤販透過與他人在關係網絡中的人際互動，產生了可能運用或實際運用的資源，此資源就是本章所要瞭解的『社會資本』。其鑲嵌在攤販的關係網絡中，提供他去取用。攤販與他人的互動關係，如訊息的流通、資金、商品的反覆流動，影響與他人關係的穩固與否；信任及互惠的回報、權威與規範的遵守，都會對其擺攤計畫產生影響，提供了選擇與移動的機會或限制。

所以本章先從理解各類型攤販關係網絡的建構，解釋其中的關係性，再從社會網絡中運作而生的互惠與信任，權威與規範下等社會資本的內涵，解釋如何影響攤販擺攤移動的選擇。

第一節 攤販關係網絡的建構

Pretty (2003) 在社會資本內涵中界定了『連結網絡和團體』，社會資本的積累處於動態的社會關係強化過程。當連結愈強，社會資本更能影響共同決策和集體行動。所以除了社會關係的連結外，在連結過程中反覆互動而產生的資源，鑲嵌在網絡中，會影響攤販移動的決策。

所以本節，先從瞭解花園夜市攤販與他人所形成的關係網絡，理解攤販在網絡中與他人互動的頻率、訊息交換的內容，以理解其關係如何連結及強化或弱化的過程。而花園夜市攤販的關係網絡，筆者將其具體分為以下三類：(一) 攤販與他人的水平關係網絡；(二) 攤販與管理業者的關係網絡；(三) 攤販與廠商垂直的關係網絡，試說明如下：

一、攤販與他人的水平關係網絡

各類型攤販與他人的水平關係網絡，此部分試以攤販和親屬、朋友、同類和不同類攤販等的關係說明：

(一) 賣什麼？跟別人有『關係』

攤販擺攤物品的選擇，對其移動路徑有絕對性的影響，成為哪一類型的攤販，勢必會影響其移動路徑的安排。販售商品的選擇，朋友或親屬的介紹、訊息的告知、技術的移轉，皆影響攤販是否選擇販售該商品。

朋友介紹，朋友也是賣排骨酥（個案 2-點心小吃零食類，2010 年 4 月）

其實就是去朋友的啦，他們不外傳，因為不外傳，是朋友介紹的啦（個案 4-點心小吃零食類，2010 年 4 月）

去台北跟人家學這個，是先生的大哥（個案 3-點心小吃零食類，2010 年 4 月）

因為家人剛好也是擺夜市的，我媽擺攤二十多年了，現在改賣吃的，之前也有賣過衣服（個案 6-服飾類，2010 年 4 月）

從上述可知，各類型攤販擺攤物品的選擇，絕非是巧合或機運，許多是因『關係』的影響而做出的選擇。而此關係的聯繫，多半屬於較緊密的人際網絡，如親友間關係的連帶（ties）

（二）攤販屬集眾親屬網絡中的一員，以『分攤』遍佈各夜市

筆者調查亦發現，許多攤販以分攤的方式，讓其商品在同一時間、不同夜市，跨空間的販售。分攤通常依賴親屬間的信任而形成，就如在前述第三章一週的移動路徑，個案 19 在週六營業日，為解決武聖與花園夜市相同營業日的時間限制，由妻子到武聖夜市以分攤的方式營業。

而個案 1 在農曆新年期間，亦透過親屬網絡，『分攤』讓其營業據點擴大，親屬之間高度的信任所運作而成的社會資本，使攤販的移動路徑，打破了時空的限制，在同一時間，不同地點販售其商品。

土城聖母廟，我們今年還擺兩攤哩，生意不錯，就是元宵節那一天（個案 1-點心小吃零食類，2010 年 4 月）

攤販集眾而成的家族攤販網絡（如個案 4），遍佈於各大小夜市，即使同一營業日，也可在其他夜市看到相同商品的販售，透過親屬網絡間的合作與動員而成的社會資本，使攤販的移動更具彈性與多元，排除了時空的受限。

以前我們不只一攤，還有我阿姨，我們一起賣飲料，所以我們可以分很多夜市....就是親戚我舅舅，我阿姨（個案 4-點心小吃零食類，2010 年 4 月）

（三）攤販的『競爭』，抑或『互補』

1. 因空間鄰近、相似商品而競爭

在花園夜市販售相同類型商品的攤販，承第二章的結果，具有空間集中的情形。飲食類大致在夜市的第一到第四排，第五到十二排為生活百貨區，外圍則為娛樂區。相同類型攤販在空間的鄰近性，使得攤販的競爭更為激烈，如個案 13，因而影響其一週擺攤夜市的計畫。

做一樣的，太近了，所以就不做了⁵⁸（個案 13-休閒娛樂類，2010 年 6 月）

2. 競爭行為的展現

（1）削價競爭

同類型攤販因販售相似商品而削價競爭的情形亦會出現，服飾類尤然，亦有季節上的差異，在夏季特別明顯。

就是如果你知道有客人過來跟你說，..我在那一攤看到 290，你賣 390，有問到了，我就會立刻就把他降價，削價競爭夏天非常常，冬天還好，夏天很常（個案 7-服飾類，2010 年 4 月）

⁵⁸ 該個案原本除花園夜市外，亦有在成功夜市擺攤，後因相同類型攤販空間鄰近的競爭而放棄在成功夜市擺攤。

(2) 訊息的封閉

亦因營業的競爭，導致訊息的不流通。例如有利的商業訊息，對於攤販批貨地點的移動有所影響。

他們就是真的是不願意跟你講說去哪裡拿，不願意啊，『你為什麼要問這個？（閩南語）』，他們有自己的那個來源，他不願意透露（個案5-餐飲類，2010年4月）

(3) 攤位/攤具空間

除了相同商品價格的訂定、削價競爭、訊息的不流通，尚有知名度的建立、如何讓消費者看見而影響了其攤具的擺放。

（生意好）一定會有人眼紅之類的，其實有很多小細節，超多的，因為從小看到大，譬如說白色的那條線，有的人擺在線內，有的擺在線外，希望被別人看到，那曾經有一種，假設這攤水果它比較高，它如果擋住別人之類的，或是說，像我的雞排是烤的嘛？很多人，就會擋到其他人（個案4-點心小吃零食類，2010年4月）

3.管理單位的『防範』與攤位仲介者的『協調』

因此，為避免過度的競爭行為，管理單位在招商時，就對攤販種類進行篩選。在此亦可發現，攤販販售商品的類型，不僅影響其移動，亦影響是否進入擺攤。

飲食區若是說我這裡有一百格位置，我們就要篩選，太多的東西，像冷飲，夏天，太多攤不行（夜市股東-C先生，2010年10月）

而攤位仲介者亦會在此做一把關，盡量避免相同商品的臨時攤再進到夜市。只要你賣的東西跟他的東西不要跟他的東西重複，重複的話他就會拒絕你，賣相同東西他當然不會再把你弄進來（個案7-服飾類，2010年4月）

4.同類型攤販間的互惠互惠

而販售商品為主的攤販，除競爭外，亦有互惠互利的行為出現。有利訊息的互相交換，如哪種商品比較『對組、跑得好⁵⁹』（閩南語），或商品零件的互相借用等..

其實我們都會做交流，像我們啊，就是大概我們同一排的，我們還蠻會互相照顧的，就是就算是賣飾品的話，因為我們常常都會借東西借來借去，像借零件啊，然後我們就會互相交流說，像現在什麼賣的比較好（個案11-飾品配件類，2010年5月）

所以花園夜市內的攤販，彼此的關係是競爭抑或互補，端看該攤販的施為。總結上述，將花園夜市內攤販與他人的水平關係網絡，繪製如下圖4-1-1。攤販為

⁵⁹ 據訪談，販售商品的攤販，如服飾類、飾品配件類攤販等，會以『對組』（閩南語）、『跑得好』（閩南語）作為暢銷商品的稱呼。

集眾親屬網絡中的一員，以『分攤』形式展現。訊息的流通、技術的移轉亦呈現其中。而攤販間的競爭抑或互補，無形中會影響擺攤的移動。

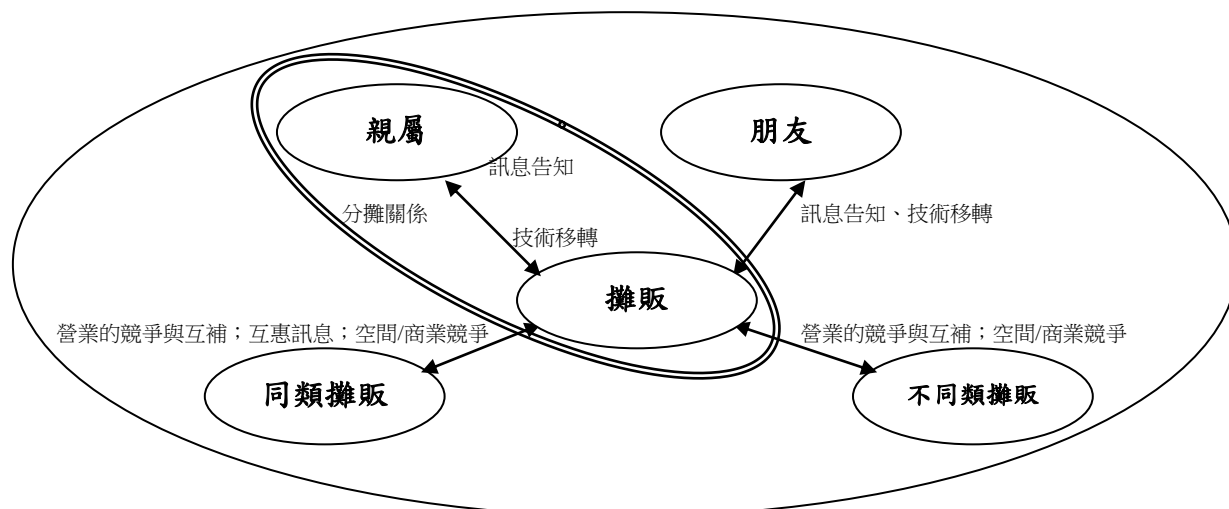


圖 4-1-1 攤販個體水平關係網絡示意圖

來源：筆者調查整理

二、攤販與管理業者的關係網絡

攤販與管理業者的關係，具體展現在金錢的流通及訊息的傳遞，建立了彼此的聯繫。而其關係互動的方式、頻率，型態、說明如下：

（一）金錢的流通--租金

攤販與管理業者金錢流通的方式，承第二章，可依『攤位權利的有無』，分為兩大類，一為『有攤位權利的固定位攤販』，二為『無攤位權利的攤販』。

而『無攤位權利的攤販』，可再分為『無固定位』和『固定位』。攤位權利的有無影響金錢流通的方式，首先是攤位租金，說明如下：

1.有攤位權利的固定位攤販—租金的『直接』流通

花園夜市一格攤位的租金，承第二章，一格一天約 250-300 元不等，格仔主為期半年繳付一次租金，現金交易且為預付制。管理單位規定在每年四月和十月的第一個週一和週二，為期兩天，讓攤販自行至銀行⁶⁰繳付，該銀行會派專員處理，管理單位亦會到場協助攤販換領下一期的『攤位權利卡』。擁有三天攤位權利的攤販，須換領兩張，一張為週四和週日，另一張為週六。所以攤販必須依照管理單位規定的繳費地點，限期繳付以換取攤位權利卡，以示攤位的延續。

通常攤位租金無法因天候不佳，沒有擺攤而退費。而管理單位再以一年為期，繳交租金給地主、政府單位（如市政府、國有財產局等）。

⁶⁰ 據訪談得知，為花園夜市附近的京城銀行。

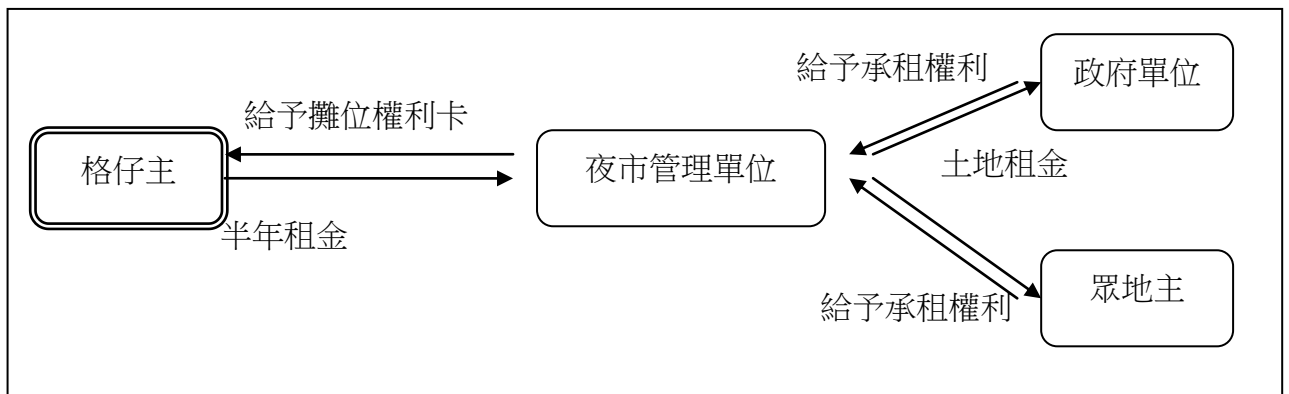


圖 4-1-2 格仔主租金流動圖

資料來源：筆者調查所得

2.無攤位權利的攤販—租金的『間接』流通

無攤位權利的攤販，可分為『有固定位的臨時攤』和『無固定位的臨時攤』，其租金流通的方式以下圖 4-1-3 表示。

(1) 無固定位的臨時攤

租金流通的頻率按『日』計算，當日若有位置，則當天繳付租金。據訪談得知為 650-1200 元之間，因位置不同而有差異。通常位置較佳的『三角窗⁶¹』

(閩南語)，其攤位租金一天可能高達 1200 元。而攤位仲介者從中抽取 50-100 元不等的佣金後，再將租金繳付給格仔主，格仔主再依半年一期租金的繳付頻率，繳付給管理單位。

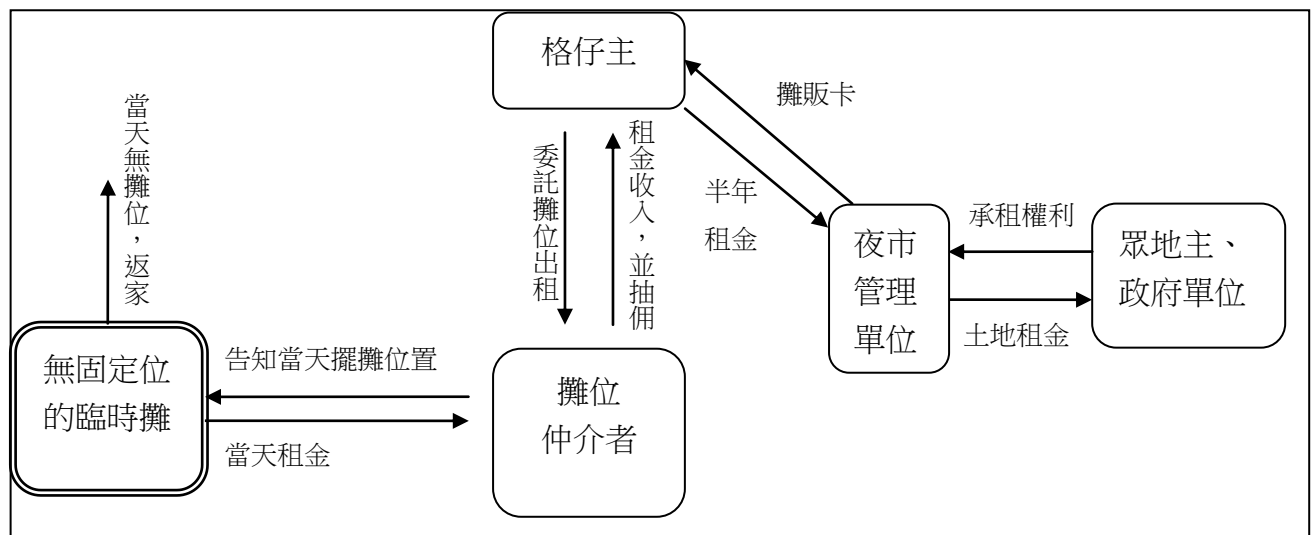


圖 4-1-3 無固定位臨時攤之租金流動圖

資料來源：筆者調查所得

(2) 固定位的臨時攤

其租金的繳付為一個月依照其一週擺攤的次數來預先繳付，亦為現金。這類

⁶¹據訪談得知，轉角的攤位，通常攤販以『三角窗』(閩南語)稱呼之，該攤位通常佔據一格以上的攤位，且攤位有兩個方向會接觸到顧客。

攤販常會擔憂攤位仲介者下個月將攤位收回，所以和攤位仲介者關係的穩固，相當重要。

而亦有攤販直接向格仔主承租攤位，其租金繳付的頻率和期限，則依彼此約定的情形運作。

我這一格是他本身的主人，直接租給我，算年租（個案14-飾品配件類，2010年5月）

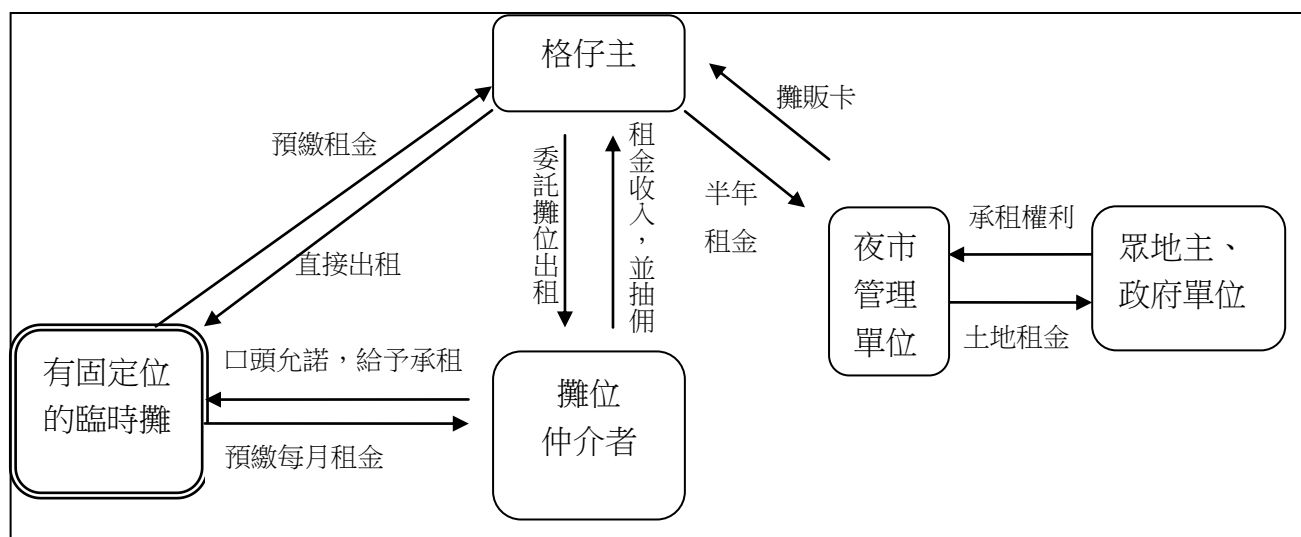


圖 4-1-4 固定位臨時攤之租金流動圖

資料來源：筆者調查所得

（二）金錢的流通-規費的直接繳付

花園夜市攤販在營業當日的水電費、清潔費等，只要當天有來擺攤，不管其權利有無，都需當日繳交。其繳付頻率以『日』來計算，如下圖 4-1-5。

營業當天，管理員會依照電燈數多寡、燈泡的瓦數、種類、是否使用電風扇、攤位的規模等...來收取費用⁶²，通常繳費後馬上發收據給攤販，以示證明。

攤販擺攤活動最基本的規費，有使用才付費，對於攤販是必要的成本，不同於因天候不佳未營業而使租金耗損。

由於攤販是以『日』來繳付各項費用，但夜市管理單位是以『月』為單位，繳付頻率的的不同，使得管理單位有時承擔了收費不足、虧損的風險。

像昨天晚上，昨天晚上有擺，收那樣子的電費，一定公司倒貼，因為昨天擺的攤比較少，可能不到三分之一，但是你那個清潔工這些都是包月的（夜市股東-C先生，2010年10月）

⁶² 詳見第二章所做之調查。

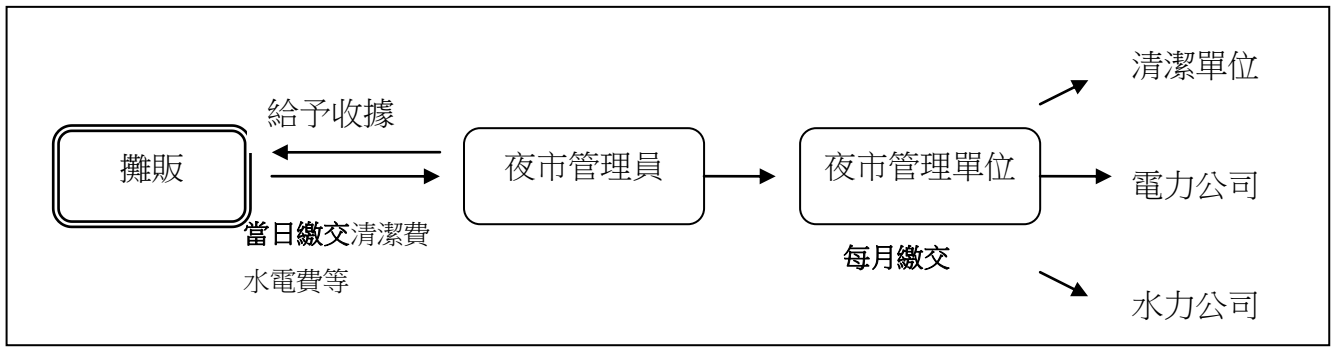


圖 4-1-5 攤販擺攤活動之基本規費流動圖

資料來源：筆者調查所得

(三) 訊息的流通

管理業者與攤販之間訊息的流通，會透過廣播或者以書面傳單的方式進行。如在夜市場子尚未正式營業、消費者尚未進到夜市，進行廣播宣達某些規範。或透過收取營業當日的各項費用，請管理員發放傳單，而傳單多半是給格仔主⁶³，請承租臨時攤的攤販轉交，傳單內容有些則是租金繳付的通知等……

他會用『放送』告訴你（個案 17-餐飲類，2010 年 7 月）

總結上述，攤販與管理業者的關係網絡，具體有形建構於金錢及訊息的流通，從中得知其繳付租金及各項規費的頻率與期限。金錢的穩定流動顯現了攤販與管理業者的穩定關係，亦宣示了攤販該攤位空間使用的正當權利。

三、攤販與上游廠商垂直的關係網絡：金流、物流、資訊流

在攤販們形成的人際網路之間，流通的除了包括人情、訊息、情報之外，更重要的是在經濟交易上的關係。攤販和攤販之間，形成了以許多個零售攤販而形成的連結，在這個水平的連結之上，就是中上游的批發商（卓立寰，2004）。從過去的文獻及筆者的實際調查可發現，夜市裡的攤販，除了上述與其他攤販因訊息的交流、利害相關的競爭或互補所構織而成的關係網絡外，更有與中上游廠商、原料供應商等，因商品的生產與販售、資金的流通所交織而成的關係網絡。

此關係網絡建立在廠商原料的提供（物流）與攤販貨款的給付（金流）而形成，以下試就各類型攤販與中上游廠商在金錢、原料、產品等在關係網絡中流通的情形做分析。

從過去文獻來看，依陳應芬（1986）攤販貨源之分類，將飲食類的貨源分為：向工廠批貨、向市場購買、向中盤批貨；服飾類貨源分為向工廠批貨、向中盤批貨、跑單幫、其他。而運送方式可分為：貨主送貨到家、貨主送至營攤地、自行

⁶³ 據訪談得知，通常臨時攤都會知道該攤位的格仔主是哪一攤販。因有的格仔主剛好就在承租臨時攤的攤販隔壁或者相距不遠，因生意規模不如以往，亦或者為降低成本，而將攤位請『攤位仲介者』代為轉租，以降低營業成本。

載運。筆者依此作為調查項目，並試圖從中分析各類型攤販的差異，說明如下：

(一) 飲食類攤販

1. 與中上游廠商交易頻率最高

許多飲食類攤販，多在白天進到市場去購買蔬菜、肉品等食材，並在當日擺攤前，在家初步加工，到夜市後再加以烹調。因多半講求原料食材的新鮮，所以與中上游廠商交易的時間尺度，多以『天』來計算，並依照營業額的大小及食材存放時間的長短，判斷『當天』購買食材的多寡。其交易的頻率，可說是各類型攤販中最高的。

買鴨肉大概都是兩三天三四天結一次，不一定，每天擺完就要買一次，賣東西就是賣新鮮，每天買回來的就是每天賣啊（個案 5-餐飲類，2010 年 4 月）

2. 現場採買、現金交易、貨送到府

而飲食類攤販多以『現金交易』的方式進行。假若購買數量大，關係建立的時間較久，資金交易的形式，由原本的『一手交錢，一手交貨』，彈性轉換其購買及付費形式，如『偶有賒帳』，或者『電話叫貨、貨送到府』等。

熟一點，如果我們又缺錢一個月結一次帳，他們也不會說什麼，因為我們買那麼久（個案 5-餐飲類，2010 年 4 月）

也會有固定配合的，像一般簡單的雞蛋那種我們都是叫大廠，算是中盤吧，就是菜市場，他會直接送到我們家（個案 4-點心小吃零食類，2010 年 4 月）

而亦有攤販透過冷凍配備，調整其交易的頻率，減少每日購買的移動及距離成本。

鴨肉我們都凍庫，一次買很多，都凍起來（個案 17-餐飲類，2010 年 7 月）

我們還要買急速的凍庫，東西才不會壞掉（個案 3-點心小吃零食類，2010 年 4 月）

以下圖 4-1-6 呈現飲食類攤販與中上游廠商的關係網絡。

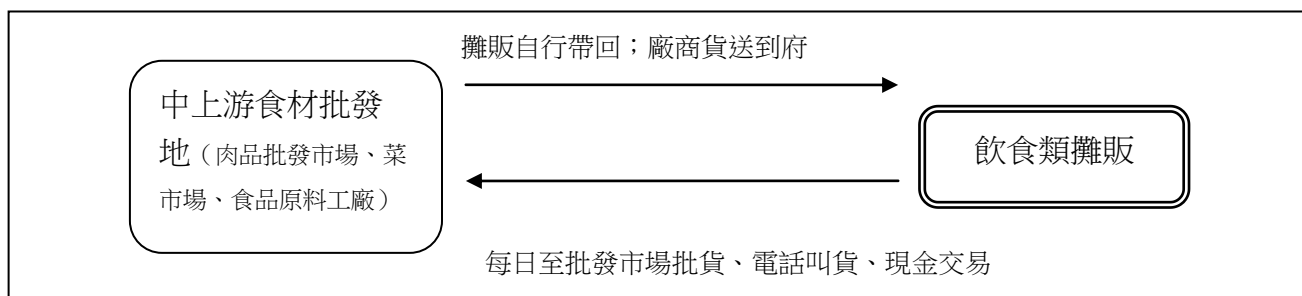


圖 4-1-6 飲食類攤販與中上游廠商的關係網絡圖

資料來源：筆者調查所得

3. 『關係』的重要性-有利訊息的獲取

而對於一開始從事飲食類的『新腳』而言，能否透過『關係』取得較為便宜或者品質較佳的食材，鑲嵌在關係網絡中的有利訊息，非常重要。

從做就買到現在了，從我上面那一個就開始跟他買了，都沒有換（個案 5-餐飲類，2010 年 4 月）

旗魚黑輪是跟人家加盟，去東港那邊，有人介紹，不然那個都是不外傳的，其實就是去朋友的啦，他們不外傳，因為不外傳，是朋友介紹的啦（個案 4-點心小吃零食類，2010 年 4 月）

（二）販售商品為主的服飾類、飾品配件類和生活雜貨類攤販

由於服飾類、飾品配件類和生活雜貨類，大多為販售現成商品的攤販。其批發物品販售，再賺取價差。所以在此部分，將其整合討論，並分析其與中上游廠商的關係網絡，說明如下：

1.批貨地點、時間

（1）服飾類攤販-五分埔

服飾類攤販通常選定未擺攤日，承第三章所得的結果，多為週一，北上至台北五分埔或高雄，進行衣物的挑選。

禮拜一沒有擺，批貨日，貨都是在五分埔，一個禮拜去台北一次（個案 7-服飾類，2010 年 4 月）

高雄也有一個，在後火車站那裡（個案 5-服飾類，2010 年 4 月）

（2）飾品配件類和生活雜貨類

a.最大集散地-台北後站商圈

飾品配件類攤販亦會像服飾類一樣，在未擺攤日，到中上游集散地進行貨物的挑選，如台北後站華陰街一帶或高雄舊崛江附近，多為首飾、耳環、皮件、包包等的批發。

台北啊，高雄都有，台北是後站，高雄是.....舊崛江那裡，我記得我開車就是開，有過愛河，那一區都是賣飾品的（個案 11-飾品配件類，2010 年 5 月）

b.分散且多元的中上游廠商

而除了最大集散地-台北後站外，攤販亦會透過關係、經驗、販售類型，尋找最適合的盤商，所以其中上游廠商分布的地點較為多元。

都在台南，不是工廠啦，那是盤商（個案 16-飾品配件類，2010 年 9 月）

而另有一群飾品配件類和生活雜貨類的攤販，將其自身投入產品的生產製造體系，如個案 9（口罩）、個案 14（包包）、個案 20（塑膠鍋碗）。

我想說我自己生產的，順便店面也批發啦，然後我自己這邊也擺（個案 9-飾品配件類，2010 年 4 月）

其與中上游廠商的關係，並非是每週親身的移動到當地採購，其結合的限制/機會，因交通技術的發達，電話叫貨、廠商送貨、攤販匯款，並未每週移動，而

中上游廠商可能遍佈台灣甚或是海內外各地。

廠商全省都有，一般都在西部這邊，台南有啊，台中、台北、桃園也有（個案9-飾品配件類，2010年4月）

有時後也上網去查一些資訊，然後哪些布莊要怎麼配合，因為本身每個國家每個國家的印製的風格本來就不一樣，印製有些蠻漂亮的是美國，不過實在是運費太貴，所以就選日本（個案14-飾品配件類，2010年5月）

此類攤販將自身納入產品的製造體系，並透過夜市做為其販售的通路之一，而在此部分我們亦發現攤販展現於不同於過去的小本經營，透過商業經營的模式，將其攤販業公司化。

其實應該也要自己賣，就等於說利潤比較高，自己開店面一樣，所以像擺夜市的攤子，就等於說你開一間店（個案9-飾品配件類，2010年4月）

2.資金、貨物一週的循環流動

就如服飾類和某些飾品配件類攤販，因多半每週北上（五分埔或台北後站）批貨一次，其多以『一週』做為其批售貨物、資金運作的尺度，如此反覆形成營業活動的循環與慣例。其方式如下圖 4-1-7 說明：

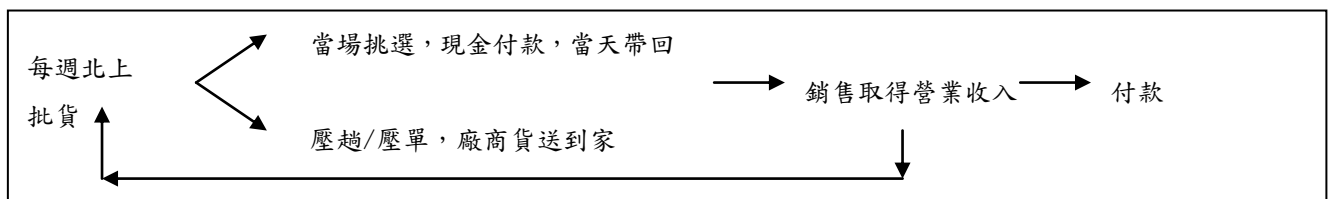


圖 4-1-7 營業活動循環示意圖（以服飾類、飾品配件類為例）

資料來源：筆者調查所得

所以攤販在一週擺攤完畢後，所得到的現金收入，再投入作為下週批貨的成本，或是要付給廠商上週貨物的款項，資金的循環取決於攤販的現金收入，假若現金收入中斷，如自然天候，或無法取得臨時位，攤販極有可能面臨虧損，導致無法付款、批貨的情形。所以攤販該如何解決此種困境？減少批貨頻率、與廠商協調等，是攤販會運用的策略，而此都會影響攤販的移動。

一個禮拜叫貨追加一次，要是下雨，就兩個禮拜一次，隔比較久（個案16-飾品配件類，2010年9月）

所以攤販在其關係網絡中鑲嵌的資源，如何發揮功效，幫助解決欠款的困境，或者彈性轉換其交易方式，筆者將在下節互惠與信任中討論之。

綜合以上，可發現販售商品為主的服飾類、飾品配件類或生活雜貨類攤販，與中上游廠商關係網絡的建立，取決於每週大致固定的交易流程，在關係建立後，交易型態、付費形式隨之轉變，在『批貨』、『銷售』、『收入』、『付款』反

覆下而穩固關係。而另有一類將自身納入生產體系，由於是銷售者亦是生產者，向工廠採購原料後，加工製造，與廠商交易的頻率就不若每週前往交易的『批客⁶⁴』多。

(三) 休閒娛樂類

休閒娛樂類攤販與中上游廠商的關係可分為兩部分來說明：一為兌獎物品的批購，二為購置遊戲器材而建立的關係。

1. 兌獎物品的批購

兌獎物品的採購頻率通常取決於營業額大小。與中上游廠商，如玩具工廠、玩偶批發工廠的交易頻率多半以『一週』為單位。

差不多每個禮拜，就是去大批發，批發過來，蠻多家的，都在台南附近，比較少到外縣市，但是外縣市也有（個案13-休閒娛樂類類，2010年7月）

2. 購置遊戲器材

營業的遊戲設備一旦添購，除非短期內有所耗損，否則通常僅在加入此行列之初向工廠購買遊戲設備時才會與中上游廠商進行互動，互動頻率低。

要看什麼槍，你那（閩南語）損耗率比較低，一把用五六年，大概都可以，有的槍比較不容易壞，維修費用比較低，有的槍比較容易壞，兩個月就要拿去維修一次，修理一次，給專門賣這個的玩具店修理，簡單的會自己修理（個案13-休閒娛樂類類，2010年7月）

綜合以上，休閒娛樂類攤販與中上游廠商的關係網絡，呈現如下：

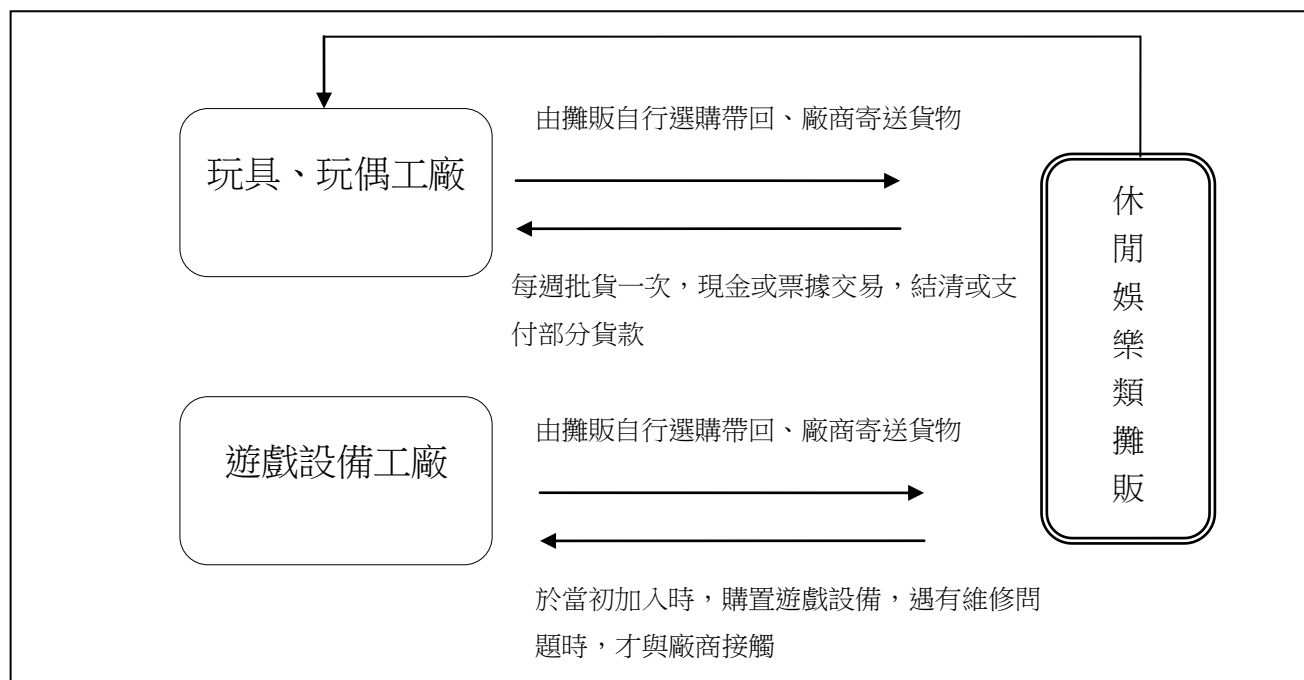


圖4-1-8 休閒娛樂類攤販與中上游廠商的關係網絡圖

⁶⁴ 『批客』：通常用來稱呼前往集散地批發貨物的人。

資料來源：筆者調查所得

從上述各類型攤販與中上游廠商垂直的關係網絡，可發現攤販與中上游廠商的互動頻率，關係的密切與否、與攤販類型有所關連，而這直接與間接都會影響攤販的空間移動。

而我們亦可大致歸納出在花園夜市內，各類型攤販與中上游廠商垂直關係網絡所反映出的商品生產與資金流通的方式。參考過去戴伯芬（1993）所做之研究，將夜市中生產的商品分為兩大類型，如下圖 4-1-9

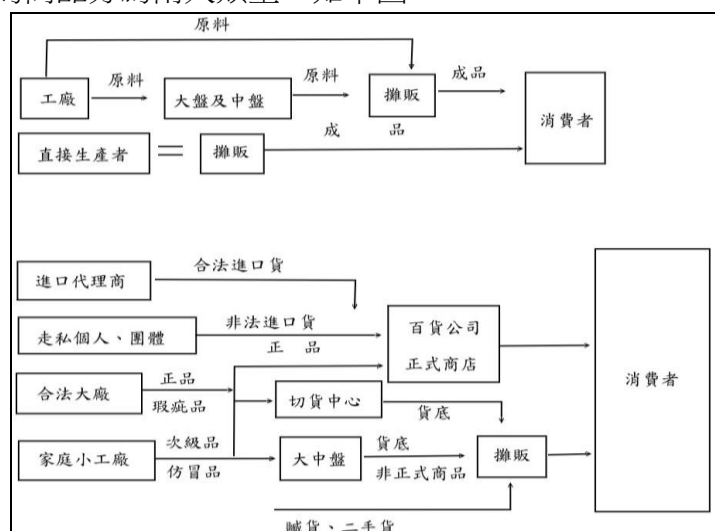


圖 4-1-9 夜市的二種商品生產與交換類型

資料來源：戴伯芬，1993

依此架構來理解花園夜市各類型攤販與中上游廠商所呈現出的關係網絡，從金流與物流所展現出各類型攤販的特色，依商品涉入生產勞動過程與否，可分為二種商品流通類型：

一是『自產自銷的商品網絡』，攤販本身即是生產者，或是生產環節的一部份，攤販直接從工廠或中盤購入原料或半成品，經過簡單加工製造後，再出售給消費者（戴伯芬，1993）。花園夜市中的飲食類攤販（個案 1、2、3、4、5、17、18）和飾品配件類（個案 9）、生活雜貨類（個案 14），即屬自產自銷商品網絡中的一員，攤販本身是生產者亦是銷售者。

而另外一種為『商品零售網絡』，由攤販向中上游廠商直接批貨，再售予消費者，如本研究中服飾類（個案 6、7、8、10、12、15）、飾品配件類（個案 11、16）、生活雜貨類（個案 19）、休閒娛樂類（個案 13、21）。

花園夜市各類型攤販與中上游廠商所構成的垂直關係網絡，反映出夜市為台灣商品市場內重要的零售管道，亦反映出不同類型攤販間的差異，如貨源地、交易形式、金額大小等...筆者整合第三章，總結如下表 4-1-1，並以圖 4-1-10 呈現各類型攤販其交易時空尺度、頻率及金額大小的差異。

表 4-1-1 不同類型攤販與上游廠商垂直關係網絡比較表

攤販類型	飲食類	服飾類	飾品配件類	生活雜貨類	休閒娛樂類
網絡性質	自產自銷商品網絡	商品零售網絡	商品零售網絡	商品零售網絡	商品零售網絡
交易形式	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 現金、匯款 ➢ 開票據、不可刷卡 				
交易金額	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 一天以『千』以上計算 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 一週以『千』到『萬』計算 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 一週以『千』到『萬』計算 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 一週以『千』到『萬』計算 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 營業機台設備金額較高，以『萬』以上計算 ➢ 兌獎物品一週以『千』以上計算
攤販貨源	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 工廠批貨 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 工廠批貨 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 工廠批貨 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 工廠批貨 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 工廠批貨
	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 中盤批貨 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 中盤批貨 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 中盤批貨 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 中盤批貨 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 中盤批貨
		<ul style="list-style-type: none"> ➢ 跑單幫 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 跑單幫 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 跑單幫 	
	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 市場購買 ➢ 其他：批購原料、自行製造 		<ul style="list-style-type: none"> ➢ 其他：批購原料、自行製造 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 其他：批購原料、自行製造 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 其他：自行維修
貨源地分析	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 台南地區菜市場 ➢ 肉品批發市場 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 台北五分埔 ➢ 中國 ➢ 南韓 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 台北後站 ➢ 中國 ➢ 南韓 ➢ 自行製造 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 台灣各地工廠，如台南近郊、彰化 ➢ 日本 ➢ 中國 ➢ 自行製造 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 台灣各地工廠 ➢ 台南近郊盤商
貨源運送方式	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 自行載運 ➢ 貨主送貨到家 				
交易的時間尺度					

資料來源：依陳應芬（1986）之分類及筆者訪談分析

第二節 信任與互惠

Pretty (2003) 認為社會資本包含了信任關係 (relations of trust)，信任可提供合作的機會，降低社會互動的成本，減少金錢、時間的浪費。而互惠和價值交換 (reciprocity and exchange) 在社會互動中透過利益的付出與交換，可維持信任和社會關係。所以在本節中，將從攤販與他人互動、建立關係所形成的關係網絡中，來看待花園夜市的攤販，如何因信任與彼此互惠而達成營業目的，減少交易成本、時間耗損，而增加利潤。攤販與他人的信任關係，從 Putnam (1993) 的概念分成人際信任 (interpersonal trust) 和社會信任 (social trust) 兩方面來探討，前者歸類為夜市內部人際網絡的信任，如攤販個體、攤位仲介者，及夜市管理單位。而後者泛指與市政單位、中上游廠商、消費者等。而本文亦從非信任關係的角度探討，以攤販與中上游廠商金錢與交易的不平衡為例。

一、花園夜市內部的人際信任網絡

(一) 攤販個體

1. 『老攤』豐厚的資訊潛力

老攤有利訊息取得的管道更豐富多元，不管是在商品成本的管控，或者對夜市利空或利多的消息，因從業時間長，與他人所積累的深厚關係，使其資訊的潛力 (information potential) 大為的提升。

像我們這種老攤，大部分都跟他們 (股東) 有認識，老攤販都會互相介紹
夜市擺久了哪裡有開新市，人家就會說了 (個案 5-餐飲類，2010 年 4 月)

2. 透過面對面互動與他人建立信任關係

信任其實是在人與人面對面、親身的互動中產生的，而對某人的瞭解以及聽到某人的聲譽，通常透過親身的接觸而判斷，才使我們信任一個人，而樂意與其從事交易。所以不同類型攤販都表示，初步關係的建立，面對面接觸，相當重要。例如，新攤販一開始要到夜市擺攤，親自到夜市排隊，等待『攤位仲介者』發放位置，是進到花園夜市擺攤的第一步驟，仲介者與你親身接觸，依心中準則、販售商品類型、社會連帶 (social ties) 等..，來決定是否給予攤位。

當天早上，就中午，打電話給那個人，但是他不見得會給你位置，還要在這邊等，大概四點，每天四點在這邊等，站站站到五六點，才有位置 (個案 8-服飾類，2010 年 4 月)

透過認識的人自己去找，哪個地方有要租人家，自己去接洽這樣 (個案 2-點心小吃零食類，2010 年 3 月)

而攤販與中上游廠商初步關係的建立，也來自於初次見面親身接觸的交易，所以不管是哪一類型的攤販，都需親身前往，移動到肉品、果菜批發市場、飾品、

服飾集散地等。

他知道你是批貨他就會賣你批價，如果你是陌生的臉孔，他還是會比一般常來的貴一點（個案8-服飾類，2010年4月）

3.從『臨時攤』到『格仔主』-攤販與業主的相互信任

由於花園夜市現在已屬相當『搶市』，但仍有一些攤販願意付出一筆為數不小的權利金，希望取得攤位，成為『格仔主』，這種現象可解讀為對夜市管理單位的信任，對其處理夜市土地租賃、基礎建設等有信心。願意購置攤位權利的攤販認為與管理單位此一人際互惠關係的期待不會落空，業主可以讓夜市持續營業，所以仍吸引了一些攤販願意購置攤位。

花園因為還可以做比較久，所以大家才會比較喜歡買賣（個案3-餐飲類，2010年3月）

一開始都是租的，都是臨時位，久了之後就自己給他買起來了，花園也是買起來了（個案2-點心小吃零食類，2010年3月）

（二）攤位仲介者

1.攤位仲介者之間的互補與互惠

據調查得知，花園夜市的攤位仲介者約二到四位，然而有時欲承租的攤販類型並非有適合的攤位，如某攤位仲介者可發放的位置多為生活百貨區，但欲承租的臨時攤為飲食類。此時，攤位仲介者之間彼此互換攤位、互相調位的情形則會出現。彼此從攤位的互換中，使臨時攤得到攤位，攤位仲介者也因此賺取仲介費，達到互惠雙贏的局面。

（他們）互相調位，我現在接到吃的，但是沒有吃的（臨時攤）找我，你有一個百貨，但是你缺吃的，欠吃的一格，我這一格，給你，互相調位（個案17-餐飲類，2010年7月）

2.攤位仲介者自身的關係網絡影響其仲介數的多寡

通常攤位仲介者本身關係網絡的建構相當重要，人脈、人面廣，才得以仲介更多的位置，賺取較高的利潤。

你要有那個人脈，我們沒在管這個，比如說禮拜一給誰，禮拜二給誰（個案16-飾品配件類，2010年9月）

有的攤位仲介者將這些承租臨時攤位的攤販稱為『販仔腳』（閩南語）或『販仔⁶⁵』（閩南語）。對於攤位仲介者來說，他們從仲介的過程中賺取利潤，此關係類似上中下游的盤商關係，所以依此稱呼。

他會對販仔腳，我底下我有很多人，我有資料嘛，什麼攤販資料，誰要租臨

⁶⁵ 據訪談，『販仔腳』或『販仔』即是對下游攤販的稱呼，某些夜市攤販之間，具有上中下游的商業關係，例如盤商關係中的大盤、中盤、小盤，可從中賺取利潤。

時的，還是租什麼百貨的，吃的，我有資料，比如說我接到明天有四格，我就打電話（個案 17-餐飲類，2010 年 7 月）

而在花園夜市擁有攤位權利的攤販，從每期租金的繳付延續對攤位絕對的空間使用權，但有時因個人職涯的轉換，或者臨時有事無法擺攤，則會將攤位轉租出去，至於如何轉租，攤販則會有不同作為，例如為求方便則找尋攤位仲介者幫忙處理，給予抽庸

他跟我比較好，就給我發，他和他比較好，就給他發（個案 17-餐飲類，2010 年 7 月）

二、花園夜市攤販外部網絡的社會信任

（一）與『市政當局』--彼此互利互惠

目前花園夜市可說是台南市最熱門的夜市，亦吸引了許多外地遊客前來觀光，如中國大陸、日本、香港等。台南市政府亦將花園夜市作為其觀光旅遊的號召，而在交通部觀光局所舉辦的『2010 年特色夜市選拔活動⁶⁶』，亦透過台南市政府網站新聞稿的號召，期許市民上網投票，讓花園夜市能入選五大特色夜市之一⁶⁷。市府希望透過花園夜市吸引更多的人潮到台南市觀光，花園夜市蒙受其惠，正式制度化組織與非正式制度化組織之間，因規範的遵守及權威的建立，使得彼此互惠而受益。

（二）與『中上游廠商』-信任與不信任關係的展現

夜市攤販與中上游廠商存在著一股微妙的互惠信任關係及依賴共生的情形，尤以批售商品的攤販尤然，如服飾類、飾品配件和生活雜貨類。由於此類攤販在經濟活動中，多半非商品的生產者，而是銷售者，以批/切貨-零售的形式賺取中間的價差。攤販和中上游廠商彼此互惠關係的建立有賴於貨物交易的順利與平衡。所以筆者以此類攤販為例，來探討其信任與不信任關係的展現。

1.關係建立後交易行為的轉換

（1）交易型態的改變：從『現金交易』到『壓趟/壓單』

新腳攤販，在未與中上游盤商建立關係時，幾乎採『一手交錢、一手交貨』的交易型態，而關係建立後，有些攤販開始出現『先叫貨，後付款』的情形。

比較熟的店家就下一次我上去再付錢就好，就是有去的時候，就是頂多欠一個禮拜（個案 8-服飾類，2010 年 4 月）

亦有以『壓單/壓趟⁶⁸』的方式，先批貨，本週售貨後，再付上一次的貨款，

⁶⁶ <http://www.2010night.com>（2010/10/28 瀏覽）

⁶⁷ 資料來源：台南市政府新聞稿，『台灣特色夜市選拔～上網投票好康大方送』
http://www.tncg.gov.tw/dep_news.asp?nsub=A3A000&ID={7EF48259-4EE6-48B8-BB0D-709558ABD79F}
（2010/10/28 瀏覽）

⁶⁸ 『壓趟』即『壓一次』，中上游廠商此次送貨來沒有馬上向攤販收錢，待下次送貨，再收上一次

而廠商會再讓攤販批購下週營業要販賣的商品。

就是他這次送來的貨沒有收錢，我們先賣，下禮拜來，再送新的來，我們付這一趟的錢，就是上禮拜的錢，沒賣完那就是你自己的事，我們是『買斷』的啊，只是說大家配合認識喔，以前有做那種『月結的』，每一個月算一次，可是那樣壓下來金額會很大，有時候我們會太難過，所以現在我們不要那樣，他們也盡量不要那樣，他們（廠商）也怕給人家『走帳』（閩南語），我是怕太大條，付不出去（個案16-飾品配件類，2010年9月）

或者攤販並未親自移動到中上游工廠，直接電話叫貨後⁶⁹，貨送到府，攤販和廠商因彼此的信任，減少攤販移動的交易成本，但雙方皆須承擔風險，如攤販賣不出去，廠商收不到貨款等。

（2）貨款形式的變化：從『現金、匯款』到『票據』

中上游盤商從原本的『現金交易』轉為『票據交易』，通常商家要承擔票據無法兌現的風險，所以對攤販沒有一定的熟悉度，是無法票據交易的。

當場現金，開票都可以，除非你很熟的店家，配合很久的店家，不然你都是要現金（個案7-服飾類，2010年4月）

（3）作為『批客』，『起批價』高低的差異

通常中上游集散地，如五分埔、台北後站的廠商，稱呼批貨攤販為『批客』。攤販『起批價⁷⁰』高低的差異，依攤販營業的需求以及和中上游盤商關係的深淺，起批價的門檻高低會有所不同。

通常這種東西主要都是看你自己的需求，不是說每個人批都一樣的價錢……我一定第一次有一個起批價，你說第一次配合，我有可能就是，假設他是金額，有的人的三千，有的人是五千，當你第一次去跟他拿，超過那個金額，他就會算你批發價，再來就會key進他們的會員資料，你下次來可能就不用拿到三千，照你自己的生意好壞，自己去補貨，通常就是第一次你要取得他們的資格有一個門檻在，以後你就看你自己的需求量（個案14-飾品配件類，2010年5月）

（4）『買斷』到『買/拿/做活』

攤販在批貨時，大多採『買斷⁷¹』的方式與中上游盤商進行交易，此類商品批價較『買/拿/做活⁷²』的商品低，但攤販必須承擔賣不出去、存貨、『貨底⁷³』（閩南

的貨款。

⁶⁹ 有的攤販會直接詢問中上游廠商，『哪些比較對組？』（閩南語）直接請廠商寄貨。

⁷⁰ 『起批/起批價』：意指第一次批貨，數量或金額達到多少，盤商給予批價，而後續的交易，則依彼此約定的最小數量或金額約定。

⁷¹ 『買斷』：攤販批貨後，銀貨兩訖，通常貨物不能退換。

⁷² 『買/做活』：攤販批貨後，賣不出去，可拿回批發地換貨，通常『買斷』商品和『買活』商品之

語)過多的風險。而有些攤販因生意不佳,但與中上游盤商因關係的建立所得之熟悉度及共生互惠的依存關係,其所運作而成的社會資本,讓有些中上游盤商願意讓攤販將『買斷』的商品換貨。

培養關係就是說我們可以賒帳,比如說可以壓一次單,就比如這次拿單,這次可以先欠著,或是說這禮拜賣了,再給他,可以先欠著,因為有些不熟他一定馬上叫你付錢,以前買,就要馬上付錢給他因為不熟,幾乎現在都『拿斷』了,就是不可以退的,可以退的那是『拿活』的,那種是比較拍賣的,就是你找190那種拍賣的,一次進很大量,像我這種都是拿斷的,所以賣不出去就是自己存貨,庫存,不可以退還,原則上說若是我配合久了,這一組我跑不動,他那邊還是有再賣給其他人,可以把他拿回去跟他商量一下,幫忙賣給別人,就是因為配合久了,一般新的拿斷就是拿斷,大概是這樣(個案6-服飾類,2010年4月)

2.交易的不平衡導致互惠與信任關係的破壞

通常以『壓趟』、『隔趟』形式與中上游廠商進行交易的攤販,較容易導致關係的破壞。攤販先拿貨,後付款,攤販就必須承擔販售狀況不佳,或因下雨無法營業,則此次『壓趟』的貨物無法售出,攤販無收入,廠商收不到貨款,如此一來,彼此信任及互惠的關係即被打破,廠商不僅對攤販產生不信任感,而廠商之間亦有訊息的流通導致該攤販未來批貨發生困難。

跳票就是信用打壞,信用打壞你就要出來處理,你不出來處理,你就沒有路好走,所有的廠商都會風聲出去,和人沒有處理好,要拿貨免談,你就算拿現金要來賣,人家還不敢賣你,(廠商)會說你之前欠錢的還不跟人家處理,又還敢來拿貨,會這樣,大家(廠商)都有一種默契啦,會互相流通此類訊息(個案16-飾品配件類,2010年9月)

而此類攤販在遭遇虧損、欠帳的情形,又該如何與中上游廠商協商,則還是得依賴自身過往所建立的關係,透過協調,比如每月還款多少、請廠商轉入銀行兌現的票據時間拉長等,廠商和攤販間透過協商達成彼此互惠平衡的狀態,是某些攤販會採取的策略。

那就這一間看欠他們多少,跟他們談...

跟他們等於債務協商,我現在已經週轉不過,你那個票不要弄下去,票給人家押著,一樣貨還是去拿,那就一個月還多少,就一個月還多少,慢慢攤還(個案16-飾品配件類,2010年9月)

(三)與『消費者』-透過商品建立關係

間有價差,『買斷』商品較為便宜。

⁷³『貨底』(閩南語):賣不出去的商品。

1.商品品質

消費者的重遊意願、攤販是否培養主力顧客，對於攤販營業好壞影響甚大，攤販與消費者之間的信任關係，除了攤販本身的人格特質外，商品品質的保證，建立了攤販與顧客的信任關係。

買東西跟人一樣，買久了就有感情，像我這些客人，都是因為吃久了，好吃啊，我價錢貴一點點，他們也願意啊（個案5-餐飲類，2010年4月）

而且就是跟我買的客人，最後其實有很多最後就是變成好朋友，他就是知道我賣的東西就是真的，我自己都有挑過，在做那個品質控管（個案11-飾品配件類，2010年5月）

2.外國異地商品？跑單幫

在本研究中抽樣到服飾類攤販，亦曾前往中國大陸成衣集散地批發衣物，因衣物成本較為低廉，且符合其成本及利潤的考量，但有可能面臨衣物出現瑕疵，無法更替的情形，此攤販移動的空間尺度大，資金運作的規模更為龐大，即俗稱的『跑單幫』。為使其一次出國即能購足，其資金的運作量一次可能高達一二十萬，都比一般普通前往五分埔批貨的攤販金額來得多，而貨物運送即是跨海貨運的方式，由廠商寄送至台灣。

剛擺夜市的時候跑過大陸，因為我以前採購，所以就知道在哪一個地方，因為一次去都十幾萬丟下去，所以我們都可以很久不用去批貨，可是他瑕疵率太高了，我沒有辦法更換，就變庫存，大陸真的比較便宜，五分埔的幾乎也都從大陸來（個案8-服飾類，2010年4月）

而在飾品配件類攤販，亦有攤販透過『正統韓貨』、『日貨空運來台』，強調商品異國的正統性，不過詳實多半仍是透過中上游盤商、貿易商的進口，或者只是所謂的『韓版⁷⁴』商品。生活雜貨類攤販亦會採『日本製造』、『大陸製造』等論述的差異，來吸引消費者購買。

總結上述，此節呈現了攤販內部與外部的信任與互惠關係，在信任關係建立後交易型態的改變，互惠訊息的流通，減少了攤販親身移動，降低交易成本，增加利潤。

⁷⁴ 『韓版』：指的是韓國款式風格，但非韓國製造之服飾。

第三節 權威與規範

Pretty (2003) 界定社會資本內涵中包含『法規、規範和處罰』，即是依靠法規和規範的支持，去控制團體中個人的行動，以維持社會互動中團體的利益。而 Coleman (1990) 認為『規範和有效處罰 (norms and effective sanctions)』要求人們放棄自我利益，依集體利益形式的規範，在此規範下個人犧牲小我，以完成社會大我的集體利益。在此節，筆者將從兩個角度著眼：一為市府單位所扮演的『正式制度化組織』，其制訂的法規、規範和有效的處罰，如何影響、規範花園夜市的運作，甚而影響到其內的攤販移動。

二為花園夜市內『非正式制度化組織』中的成員：夜市管理者、各類攤販、攤位仲介者，如何在花園夜市此一空間場域中，維持平衡。攤販在進入此一空間，為達營業目的，除了面對外在的時空限制外，如何運作鑲嵌在社會網絡中的資源，在合乎權威與規範下，展現出的行為及調適。『正式制度化』與『非制度化』組織兩者層層疊置的交互關係，如何影響了夜市攤販的移動，以及對花園夜市此一社會空間呈現何種影響。

一、正式制度化的組織：市政當局的權威規範與有效的處罰

(一) 市政當局的『管或不管』？夜市攤販制度法令的合法化？

由於台南市夜市的形成，多屬民間人士自行集結的攤販集中區，夜市營業當日所造成的交通壅塞、噪音、環境污染等問題，使夜市附近居民深以為苦，花園夜市亦不例外。台南市政府亟思將夜市攤販納入管理，已研擬『台南市夜市暫行設置管理要點草案⁷⁵』，邀集台南市政府各部會訂出辦法管理夜市攤販，然而都發局提出反對意見，其認為：『依都市計畫法台灣省施行細則規定⁷⁶，住宅區內不可設置臨時攤販集中場；台南市近來開張的夜市不少是在住宅區內，市府訂定夜市設置管理要點，無異就是讓這些非法夜市就地合法，反對訂定夜市管理要點⁷⁷。而後在當時（民國八十九年），『市府為了是否管理或取締夜市爭辯不休時，夜市的數目有時增減，有新興的，也有因生意不佳歇業的；市場的供需原則決定適者生存的法則似乎快過行政效率⁷⁸』。此法令草案，隨後亦跟著主政者⁷⁹的更替而無疾而終。

而後市府單位提出『台南市夜市管理自治條例草案』，並於民國九十五年

⁷⁵ 〈別怕得罪人〉，《聯合報》，2000/05/31，？版

⁷⁶ 都市計畫法台灣省施行細則第十五條，第十點規定：住宅區為保護居住環境而劃定，不得為下列建築物及土地之使用：10 戲院、電影片（映演）業、視聽歌唱場、遊藝場、歌廳、保齡球館、訓練場、攤販集中場及旅館。但訓練場及旅館經目的事業主管機關審查核准者，不在此限（中華民國 89 年（2000）12 月 29 日訂定，92 年（2003）02 月 26 日修正）

⁷⁷ 〈夜市民眾愛恨交織官方管理兩難〉，《聯合報》，2000/07/04，？版。

⁷⁸ 〈夜市民眾愛恨交織官方管理兩難〉，《聯合報》，2000/07/04，？版。

⁷⁹ 當時市長原為張燦鎣先生，其卸任後，由許添財先生接任市長。

(2006)三月九日召集台南市各相關單位做第一次審查，之後條例名稱更名為『台南市攤販集中區管理自治條例』，夜市為其中主要項目之一，其中與夜市相關內容包含了⁸⁰：

1. 攤販集中區僅允許於市場用地、商業區及其他依法令規定許可之用地設置，業者必須檢附營運計畫書向市府申請營業許可。
2. 營運計畫書必須檢附管理計畫、設置基地面積 40%以上停車場及出具基地周圍 50 公尺範圍內 80%住商戶同意書，並必須提出計畫回饋當地居民。
3. 訂定業者違規罰則，營業期間不得有妨礙交通、社會秩序、製造噪音、違反環境衛生、食品安全及其他違規行為。

而後，與攤販有關的『台南市攤販營業管理實施細則⁸¹』，亦在民國九十六年(2007)廢止。目前台南市政府正積極推動通過『台南市攤販集中區管理自治條例』，亦針對草案，舉辦多次公聽會，希望將花園夜市此類攤販集中區管理制度化，預計民國九十九年(2010)制訂完成⁸²。

從上述可以發現，市政當局亟欲透過法令制度，管理台南市的夜市並使之合法化，但目前(民國九十九年)，仍尚未完成。此類夜市成立的合法與否，尚有待商榷，所以對於夜市的管理，僅能從相關法令，如上述提及的交通、環境相關法規，對夜市加以規範與懲罰。

(二) 賦予土地租賃的合法化

市政當局所扮演的角色對花園夜市的出現有絕對性的影響。承第二章第一節所述『公有地承租的困境』，夜市管理單位透過公開的標租，合法取得公家土地的土地租賃，但因其中牽涉到公有地的外租營業，讓市府單位引起多方爭議。

而未徵收的私有地部分，地主本就有權出租。夜市管理單位整合了私有地及公有地的承租使用權，市政當局所扮演的角色，其實間接推生了花園夜市的形成。

(三) 市政當局的有效懲罰

台南市府市管課課長吳建德曾表示：『台南市夜市缺乏法源依據，大多由民間自行管理，但仍須遵行環保、交通等相關法令』(蕭湘勻，2005)。花園夜市從開始營運後，亦因多次的違規行為，如在公有土地上的違法建置或對環境的破壞、噪音污染等，市政當局法令權威的有效處理，相當重要，說明如下：

1. 營業後的環境污染⁸³

⁸⁰ 〈台南市夜市管理自治條例審查〉，《台南市政府新聞稿》，2006/03/10，http://www.tncg.gov.tw/dep_news.asp?nsub=A3A000&ID={F7049E66-FB4E-42CD-B6F8-B04BD3E6485D} (2010/10/28 瀏覽)

⁸¹ 該法令由民國六十六年(1977)八月十六日南市警字第四三六六二號令訂定發布，民國九十六年(2007)一月十七日南市法行字第 09609500620 號令廢止

⁸² 台南市政府九十九年度施政計畫，頁 8。

⁸³ 〈花園夜市棄置垃圾 市府主秘震怒〉，《聯合報》，2000/02/12，17 版。

位於舊址的花園夜市，曾因營業後未派人清運垃圾，經市府人員多次勸導無效，曾被環保局列為稽查重點。由於當時市府推動『垃圾不落地』政策，因此對於攤販營業後的垃圾堆置，嚴加取締。亦因如此，現在花園夜市管理單位聘請清潔人員，在夜市營業後，清運垃圾，並在營業場所內，放置流動型的大型垃圾桶，以符合市政當局的規定。

2. 公有地上的違法建置⁸⁴

據報導⁸⁵：『花園夜市管理單位違規在市有持份單位土地上搭建管理室、廁所及劃設攤位等設施，當時台南市建設局多次規勸卻未改善，因此勒令花園夜市自民國九十五年（2006）五月十一日起停業，但夜市經營者認為，市府無預警終止契約，罔顧攤販權益與生計，仍會繼續開市，且對此提出訴訟，爭取繼續營業至契約期滿。而對於業者揚言繼續開市營業，市府建設局指出，已透過雙掛號方式寄送中止契約之公文，確定對方已收到，晚間則會前往現地稽查，若發現繼續營業，將依法處以六至三十萬元罰鍰，且抓一次，罰一次。』

而從訪談亦得知此事件，最後管理單位向市府提出訴訟，進入司法程序，但管理單位亦將公有地上的建物拆除，以符合市府要求。

那一塊是公有地，被拆了，說市政府承租出去的土地不能有地上物（夜市股東-C先生，2010年10月）

流動廁所之前我們不是蓋一間大的辦公室，還有一間廁所啊，結果說市政府的話，所蓋的地方是向市政府承租的地方，我們最後是變成告市政府，最後贏了，贏的話是已經拆掉啦，現在這個是蓋在私人的（夜市股東-C先生，2010年10月）

從上述事件可知，市政當局所扮演的權威角色及違法行為的有效懲處，多是直接從夜市管理單位著手，而間接規範了攤販，亦保障了不屬於花園夜市內部成員的相關權益。市政當局的權威角色賦予花園夜市此一『非正式制度化組織』某種程度的合法化，使彼此的權益都受到了保障。

二、非正式制度化組織的組成與規範

承第二章及前段所述，花園夜市的成立，並非是攤販的自動聚集，而是背後人為的操控，形成了一個相對於市政單位的『非正式制度化組織』。其內部成員的組成，承接第二章，包含了『夜市管理單位』，如股東、管理員等、『有/無攤位權利的攤販』及扮演橋樑角色的『攤位仲介者』，其組成、角色及作為，說明如下：

⁸⁴ 〈花園夜市違規營業市府正式禁止營業〉，《台南市政府新聞稿》，2006/05/09，http://www.tncg.gov.tw/dep_news.asp?nsub=A3A000&ID={87703645-E324-46A5-BC83-ED2421A85AB4}（2010/10/28 瀏覽）

⁸⁵ 〈停業處分 花園夜市要求撤銷〉，《中華日報》，2006/05/10，3版、〈勒令明停業花園夜市不理〉，《中華日報》，2006/05/10，3版。

(一) 夜市管理單位的具體規範與夜市內的潛規則：

管理單位為花園夜市此一非正式制度化組織中，操控、掌權的一方，亦是夜市關係網絡內的權威角色。夜市管理單位透過眾多人力的集合與責任分屬，才使夜市順利營業。亦如 Coleman (1990) 所提的『有目的的組織 (intentional organization)』，將夜市內部的運作規範加以訂定，使其內的人員 (各類攤販) 有一準則可以遵守，並集中資源讓參與的攤販達成擺攤活動，如大面積擺攤空間的取得、時間規範與限制、基礎建設的提供等，對於攤販的移動影響甚大。

夜市管理單位所訂定的規範，承第三章所列的具體規範外，尚有筆者調查所得及攤販間口耳相傳，約定俗成的，如下說明之：

1. 攤販營業用車必須到夜市外圍自覓停車位。如此一來，亦影響了攤販擺攤移動的計畫，例如需提早到夜市外圍尋覓車位，而不遵守規定的懲罰，將使攤販無法再進到夜市擺攤。

他會登記，第一次他會勸誡，第二次被發現，你就不能再進來這夜市擺，他們就是會跟這些發位置的講，以後這個人就不可以進來，會被封殺，不守規則、遊戲規則 (個案 11-飾品配件類，2010 年 5 月)

2. 攤販不可跨越營業賣場外圍圍牆，避免破壞植栽及有礙觀瞻。

還有不能爬牆，因為他那裡有種植物 (個案 17-餐飲類，2010 年 7 月)

3. 攤販營業時不可播放音樂、使用麥克風、擴音器，避免噪音污染。

你不能放音樂啦，放的很大聲，影響到鄰居 (個案 17-餐飲類，2010 年 7 月)

此部分承接第二、三章，夜市業主負責因應外部壓力，如來自市府、居民對環境髒亂、製造噪音、交通壅塞的問題，對外提出改善措施，對內向攤販約束。管理單位和攤販在此非正式制度化的組織中構成了權威關係 (authority relations)，攤販賦予自身的控制權給予業主，讓其集中資源完成了集體攤販的擺攤活動，使其擺攤移動成為可能，亦扮演了政府與攤販間的協調角色。

(二) 夜市管理單位對攤販類型的控制與擺攤位置的分配

1. 攤販組成的篩選與控制

業主在招商時，已先預設花園夜市的分區，而非是攤販登記後，才加以劃分。從上而下先結構了夜市攤販的組成，以避免同類型攤販過多的情形。

而攤販的篩選則是優先選擇已在其他夜市擺攤的『老攤』，擺攤經驗的多寡，為選擇依據之一。

舊花園就有這些飲食區，百貨區，娛樂區，飲食區若是說我這裡有一百格位置，我們就要篩選，太多的東西，像冷飲，夏天，太多攤不行，舊花園就開始有篩選，還要看他有在其他夜市擺，真的是有擺的話，要試你說全部沒有

的話，新攤（閩南語），大部分我們都採用有在別的夜市有擺，這種的話我們優先，你就生意做的可以，還要繼續做，採用這一些人（夜市股東-C先生，2010年10）

2.位置的分配與『關係』的影響

(1) 普通位的登記與公開抽籤

而經篩選後的攤販，買場空間內的位置該如何分配，據調查，攤位的分配，透過管理單位公開抽籤而來。

用抽籤，登記了，抽籤，分配位置給你（個案13-休閒娛樂類，2010年7月）

(2) 位置佳的『三角窗』、『轉角』-『金錢』與『關係』的影響

位置較佳的如『三角窗』、『轉角』的攤位，攤販必須依賴關係及金錢的給付⁸⁶而獲取。

早期還沒開始，只是空地的時候，只有角角要錢，其他不用（個案4-點心小吃零食類，2010年3月）

那種就是要，坦白講，多多少少靠一些關係，剛剛開始第一次，是當場抽籤，後來以後再轉換再怎樣的，當然現在做的，生意越好，好像三角窗，生意比較好，剛開始都沒有啊...（夜市股東-C先生，2010年10月）

(3) 從『舊花園』到『新花園』，攤位的延續與增添

從舊址搬遷到新址的花園夜市，業主延續攤販原有的位置後，因賣場空間的擴大，亦再透過篩選，控制新加入的攤販類型，以維持花園夜市的多樣性。

原先的位置給他們，要是攤販想換自己再去換，我幾格要和你換幾格，我百貨區要和你換飲食區，用這樣，私底下，原則上就是用原本那些位置（夜市股東-C先生，2010年10）

(三) 掌握臨時攤空間進入的關鍵人-攤位仲介者

而在花園夜市此一非正式的社會網絡中，亦有一群介於臨時攤和格仔主之間的『攤位仲介者』，既是攤販，亦為格仔主。且又如管理單位般，影響了無攤位權利的臨時攤，其如何影響臨時攤的擺攤移動，先從花園夜市的攤位權利談起：

1.攤位權利的完全所屬

花園夜市內部的攤位權利⁸⁷，透過管理單位一開始的招商登記，將攤位權利完全賦予攤販，每一格攤位，皆有所屬的格仔主。但每位格仔主擁有的攤位格數不一，從第二章圖 2-3-2 所做之調查，餐飲類攤販其擺攤空間至少四～十格左右，亦有攤販僅有一格。

2.攤位權利的轉換到『攤位仲介者』的出現

⁸⁶ 起初招商登記時，欲登記『轉角』或『三角窗』的攤位，需繳費用約三萬元。

⁸⁷ 攤位權利：該攤位的完全使用權。

在招商之初，管理單位要求所有招商登記的攤販必須親自擺攤一年，才可將攤位轉讓或轉租給臨時攤。

登記完的時候，那個主辦人他有要求一定要親自的攤販下去擺，不可以租給別人，就是一年之後，才可以開始租人（個案 1-點心小吃零食類，2010 年 4 月）。

此舉意味著管理單位在花園夜市營運之初，要維持攤販擺攤及管理單位攤位租金收入的穩定，而制訂的規範，亦間接限制了攤販的移動。

而據訪談得知，從舊花園時期，已有攤販透過攤位權利的轉讓買賣，累積至今，擁有三十～四十格左右的攤位。透過攤位的轉租、仲介及其他格仔主的託付，處理臨時攤位的發放。

所以他現在只要是公司需要什麼幫忙，他義不容辭.....他光是收那個就好，還擺什麼，他將近三四十個位置（夜市股東-C 先生，2010 年 10 月）

他經手的攤販數量（一個晚上），其實他針對的只是發位置，然後他發位置起碼，我聽他說過，他發位置起碼有四五十個（個案 11-飾品配件類，2010 年 5 月）

3. 『攤位仲介者』的作為

格仔主若突然臨時有事或因營業不佳，想將攤位轉租給臨時攤，即可透過攤位仲介者代為處理，他們稱此類攤販為『發位置的』（閩南語），亦有攤販以『攤位仲介』的概念來稱呼。據訪談得知，在花園夜市內約有二到四位攤販，靠仲介攤位賺取價差、仲介費來謀生，亦有在夜市擺攤，或者已經不擺攤。通常這類攤販據其他攤販們的形容，多是『老攤』，攤販們幾乎都認識，累積了相當多的人脈關係，對於花園夜市的動態亦相當瞭解，哪裡有空攤位，哪裡要出租，對於夜市內訊息的掌握相當清楚。

仲介就像花園夜市大概兩三個人在發位置，所有的那個有位置的人，都給他們兩三個集中在處理，那兩三個大家都認識他，反正來你就隨便問一家攤販，他們就會告訴你位置要怎麼找（個案 9-飾品配件類，2010 年 4 月）

4. 『新腳』空間進入的障礙與排除--『關係』>『金錢』

(1) 關係的獲取

對於臨時攤要取得固定的臨時位，該攤販若沒有人際上的接近，要順利取得可能相當困難。可能面對擺攤位置每次不同，或者面臨下個月無法承租的問題。透過本身人際網絡中的有利資源與延伸，或認識其他攤販來取得攤位，多是會運用的策略。

有時候還要靠人力的關係，不是隨便想要就有的（個案 1-點心小吃零食類，2010 年 4 月）

因為我爸爸媽媽本身擺夜市，他有認識這種發位置的，就叫他們幫忙一下（個

案 6-服飾類，2010 年 4 月)

你一定要先認識攤販你才會知道這個門路，你才會知道怎麼找位置（個案 5-餐飲類，2010 年 4 月)

(2) 臨時攤『固定攤位的等待期』：夜市空間內攤位的『流動』到『固定』

無固定位的臨時攤，若無『關係』的支撐，多半需經歷過一段『固定攤位的等待期⁸⁸』，才能在夜市營業前，不需再提早到現場等候攤位。所以臨時攤能順利進到夜市擺攤，攤位仲介者的權力影響甚大，然而即使今天順利進到夜市擺攤，卻又不能保證下次仍有攤位。

我是比臨時攤還要慘，就是每次都要站在那邊，就是人家五點在那邊擺攤，我是兩三點就在那邊等位置的，每個禮拜都這樣子，這是必經的過程，到最後就有固定，大概換了快兩年，可是也沒辦法因為要賺錢啊（個案 11-飾品配件類，2010 年 11 月)

王○○是認識的，我是都沒有，我等了半年多才，那半年就一直換，一直換位置（個案 8-服飾類，2010 年 4 月)

而亦有攤販，不需經過『固定攤位的等待期』，就直接成為固定位的臨時攤，『關係』為其關鍵。

所以臨時攤在進入夜市擺攤，通常需經歷過兩個階段，從攤位的『流動』到『固定』，以下圖 4-3-1 所示。

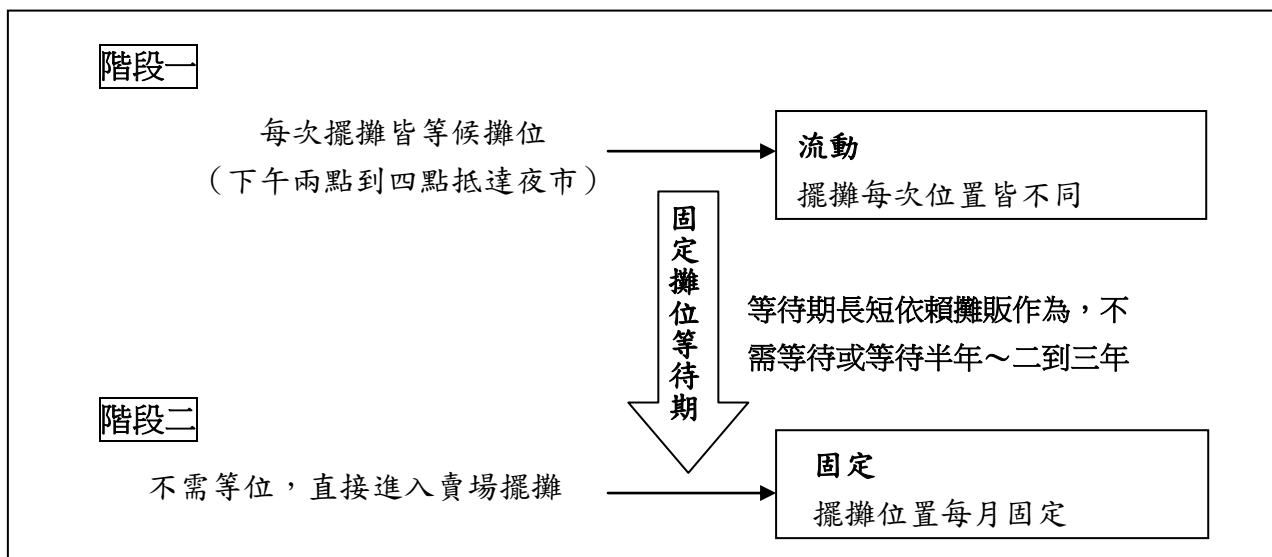


圖 4-3-1 臨時攤擺攤過程示意圖

資料來源：筆者調查繪製

攤位仲介者對花園夜市營業當日空間權力的掌控，甚至遠大過於管理單位。

都有幾個專門在發落，所以有時後換做是辦公室，我們主任要什麼，還要去

⁸⁸ 許多臨時攤表示，經過半年到兩、三年後，才有固定位的臨時位。亦依攤位權利者的不同，不同營業日其攤位亦隨之變動。

拜託這些人，要租格要什麼的，都還要去拜託他（夜市股東-C先生，2010年10月）

（3）關係的維繫

所以臨時攤對於和攤位仲介者『關係的維繫與連結』，非常重要。能否一直順利租到位置，關係的作用遠大於金錢的影響。

你平常關係也要做好，比如說，就要 social 一下啦，關係要打好，他（位置）會一直給你（個案7-服飾類，2010年4月）

5.不同攤位仲介者之下，臨時攤的分屬與排他

通常仲介者在當天/當月給臨時攤攤位後，該攤販在無形中已被劃入該攤位仲介者的群體中，未來都需與該攤位仲介者建立良好的關係，已穩固攤位的獲取，通常攤販並不會因為該攤位取得困難而找尋其他的攤位仲介者，通常如此作為會在夜市內無法生存，使得該攤販招致懲罰，無法繼續在花園夜市擺攤。

他們有分不同的派系，然後派別很多，就是看你要跟誰，通常就是拿這個人的位置，你就不可能再跟別人拿，不然你到最後會被封殺，因為你（他們）收那個租金他們都是有抽錢的（個案11-飾品配件類，2010年5月）

所以不同攤位仲介者之下的臨時攤是彼此分屬的，由於攤位仲介者依賴仲介攤位而抽成，所以彼此間的攤販互相排他。而在筆者的觀察也發現，雖然攤位仲介者對於其他仲介者的臨時攤也會認識，但仍以不搶生意為原則⁸⁹。

從上述可發現，攤位仲介者在花園夜市所扮演的角色及其作為，對臨時攤空間的進入與移動產生重大影響。

（四）夜市生態中的最邊陲—打游擊攤販

從筆者觀察及訪談發現，花園夜市還有另一類攤販或人群生存著，此類攤販在格仔主或臨時攤口中，被稱為『打游擊攤販』，多在夜市最邊陲，甚至不在賣場空間內，如停車場販售彩券。此類攤販在夜市營業日，並非每次都會出現，類似於余舜德 2004 年曾提出之『插花小販⁹⁰』。然亦受夜市的規範監督著，即使沒有擺在格位內，『打游擊』仍須繳交租金。經筆者調查，此類攤販，如賣彩券者，一天繳交 300 元租金，通常多半是因花園夜市『搶市⁹¹』、因人潮多而被吸引。亦有行乞者，躲在角落乞討，以躲避規範。

而亦有『打游擊攤販』會利用天氣不佳，找空位擺攤，而能否受到約束及規範，收取租金等，則端看格仔主或者攤位仲介者的作為。

⁸⁹ 筆者在訪談過程中，曾有其他攤位仲介者，前來關心該攤販，並抱怨另一位攤位仲介者『怎麼給你這樣的位置？』

⁹⁰ 余舜德（2004）『插花』小販，意指試圖在不同夜市間流動，少數無法在夜市中找到固定攤位的攤販。

⁹¹ 在台南市夜市攤販口中『搶市』（閩南語），通常意指攤位一位難求，人潮眾多，花園夜市、大東夜市屬之。

有啦，有好幾個是我知道的，都是小攤簡單的那種

天氣不好，臨時格他也不要排，有的打游擊，好幾個都『打游擊』，他看下兩天別人不會來，他就去找空位排，有的就靠運氣（個案 17-餐飲類，2010 年 7 月）

三、花園夜市攤位空間與權力的分配

所以總結上述，『市政單位』、『夜市管理單位』與『攤位仲介者』，對於花園夜市攤位權利的形成，相當的重要。

夜市管理者從地主及市政當局取得營業場所空間的使用權，而在招商後，將攤位權利完全賦予給前來登記的攤販，使其成為格仔主。

由於前述業主規範攤販『權利期間內二次不到場營業視同棄權⁹²』。使得格仔主在無法自行轉租外，亦可透過與『攤位仲介者』彼此信任與互惠的基礎，賦權其處理攤位。

如此層層建構之下空間使用權利的賦予與轉移，使夜市的營業空間得以妥善被運用，形成了夜市內部因空間使用而形成的關係網絡，以下圖 4-3-2 表示。內部相互平衡的空間關係，維繫了夜市營業時一定的秩序及規模。

而對於臨時攤而言，與攤位仲介者關係的穩定維繫，相當重要。這也使得攤位仲介者在夜市內，形成了僅次於業主攤位空間分配的權威，有時亦反過來成為營業日攤位分派的最大權威。所以夜市管理者在沒有攤位的實質使用權利下，在面對外人請託，亦必須依賴攤位仲介者的協助，而『攤位仲介者』通常基於回報及義務，必定給予攤位。

⁹² 花園夜市攤位權利卡（週六）

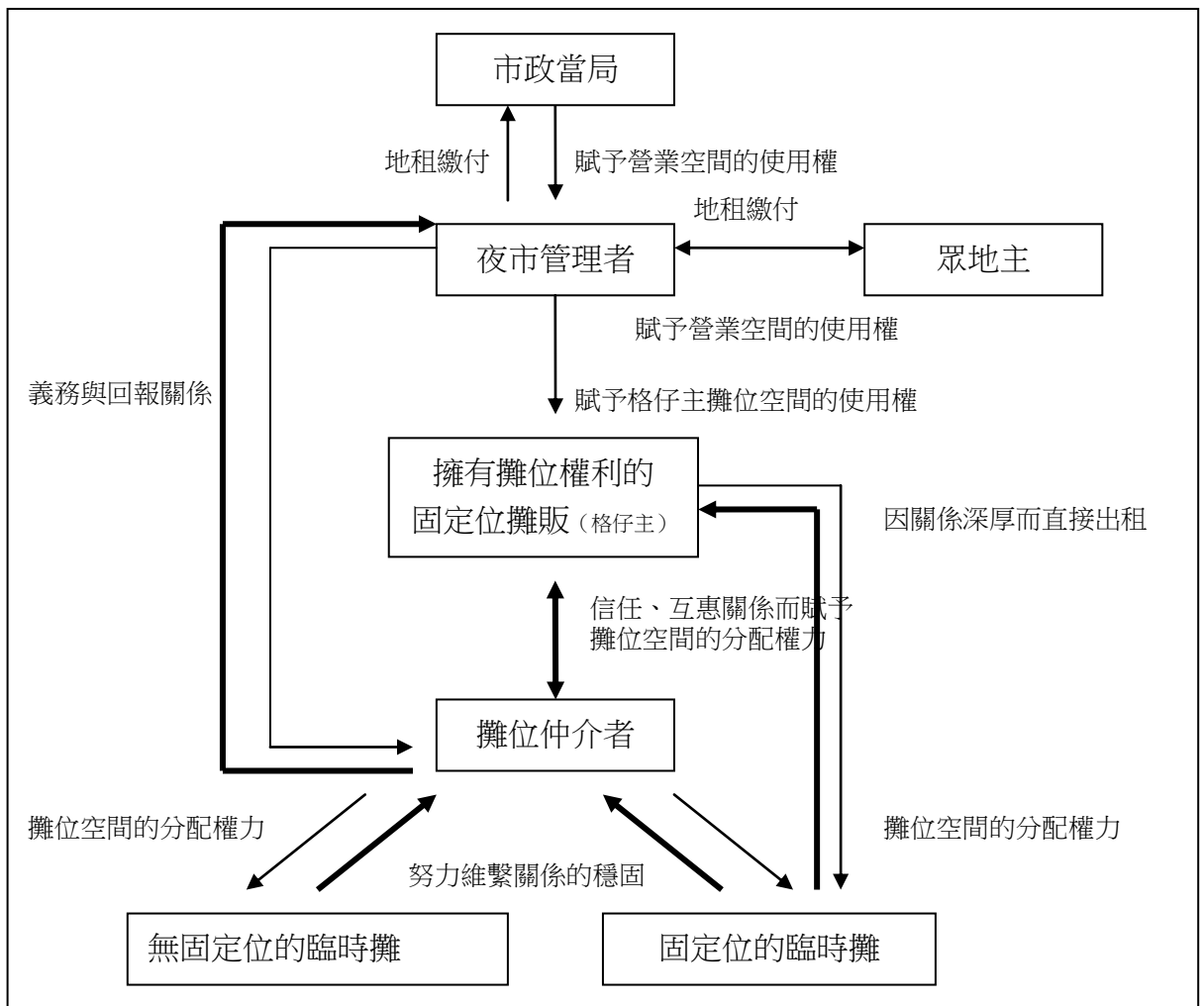


圖 4-3-2 花園夜市攤位空間權力關係示意圖

資料來源：筆者調查整理

而在此空間權力關係之下，對於花園夜市又造成如何的空間領域劃分，筆者以下圖 4-3-3 表示：

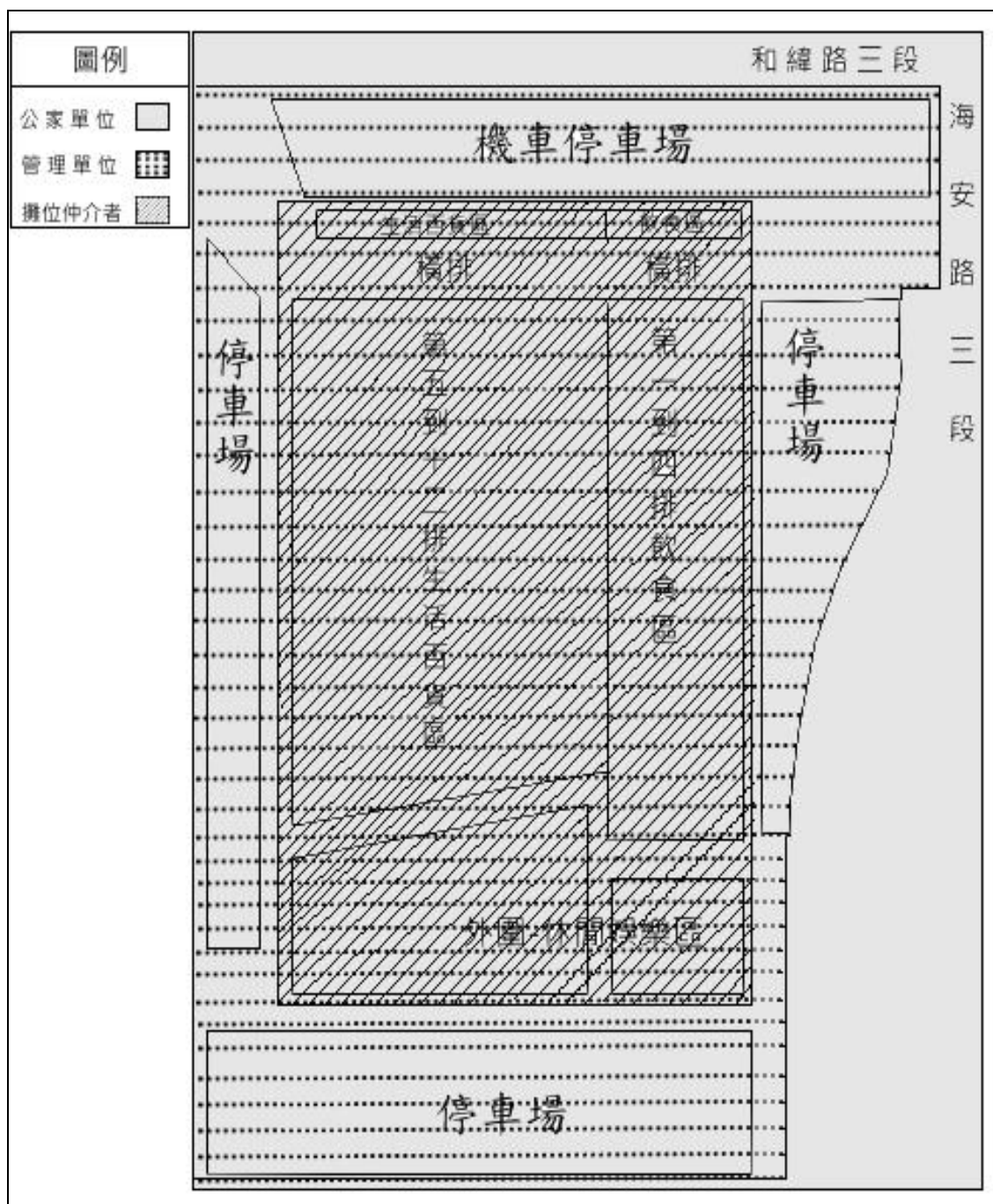


圖 4-3-3 花園夜市權力空間示意圖

資料來源：筆者調查整理

從上圖得知，市府單位對花園夜市最大的空間權力就是公有土地權的所屬，足以使花園夜市營業或不營業。透過公有地公開標租給夜市管理單位作為停車場，使得夜市營業成為可能。以及對夜市營業活動規範遵守的掌控，擴及整個夜市賣場及周邊道路的空間權力。

夜市管理單位則是在私有和公有地上，與公家單位和眾多地主，透過租金的繳付，取得花園夜市的掌控，其權力空間的範圍為整個花園夜市。

而在營業當日，『攤位仲介者』作為花園夜市營業賣場空間分配的權威。圖

4-3-3呈現了花園夜市在此一空間權力關係之下，層層劃分的空間領域特性。

四、夜市網絡內，攤販間的默識知識 (tacit knowledge)

在每一個制度場，有著一定的運作過程，最重要的是讓個人和群體接受及學習這個場域的行為準則與規範，這個過程就是『制度化』(Lin, 2001)。所以任何一個制度場域的運作，都必須要有一些人和群體不斷的被制度化且服從它的規則。所以花園夜市內的攤販，如果沒有在有形或無形中，對於夜市規範的遵守與默契，夜市可能無法順利運作。攤販對於具體有形的規範早已內化其中，亦在無形的規範下，遵守一些隱而不顯，甚至是只可意會不可言傳，卻又明顯影響攤販移動的默識知識 (tacit knowledge)，說明如下：

(一) 過高的權利金⁹³導致夜市進入的障礙

在花園夜市聚眾攤販成市後，後進的攤販，通常有兩種方式進入擺攤，一為先從臨時攤當起，但受制於攤位仲介者攤位的給予。其二為準備一筆為數不小的『攤位權利金』，透過原有格仔主攤位權利的轉讓與販售，來取得攤位的使用。

而由於花園夜市目前為台南市相當『搶市⁹⁴』的夜市，其攤位權利金⁹⁵較其他夜市來的高，不同位置，權利金亦不同，所以對於想要在花園夜市擺攤的『新腳』攤販來說，過高的資金障礙，變成其選擇與不選擇的因素。

一格在舊的三萬，慢慢跳起來，現在五十幾多啊，現在已經當初設計的二十倍 (夜市股東-C先生，2010年10月)

以前那時候不貴，舊的那時候大概十(通)萬而已，現在還有分三天的、還是兩天的，像現在正常三天的，有分百貨區和小吃區，小吃的一個都三十五萬起跳

百貨區通常四十多起跳，角頭要六十萬，六十起跳，像『橫條』，像花園夜市一進來牆邊那一條，那一條也是要五六十 (個案17-餐飲類，2010年7月)

現在這樣權利的買賣，一格大概要三十多萬，三角窗沒有五十不要問 (個案16-飾品配件類，2010年7月)

從筆者訪談所得，繪製圖4-3-4『花園夜市攤位權利金空間分布示意圖』，以呈現在夜市內不同攤位，權利金高低的差異。

通常攤位權利金，並無所謂的公定價，隨著格仔主心中對此位置的評定、權利的天數來決定金額多寡。通常轉角、三角窗位置最貴。據調查得知，三天一格

⁹³ 權利金：取得攤位完全使用權的金額。

⁹⁴ 由於攤販會稱呼夜市營業場為『場子』或『市』(閩南語)，若該夜市人潮眾多，許多攤販都想進到此夜市擺攤，此種夜市被形容為『搶市』(閩南語)

⁹⁵ 據訪談得知，武聖夜市權利金，兩天(三、六)為15萬左右，轉角攤位約20萬，而花園夜市一格攤位的權利金並無統一定價，通常一天營業日(例如週六)約25萬起跳，三天營業日普通位約40~60萬之間(2010/04調查)。

權利金高達六十萬元以上。飲食區的普通位及位在邊陲的休閒娛樂區攤位，約三十五萬起跳，成交時約落在四十~五十萬之間；百貨區約四十萬起跳，成交約落在五十~六十萬之間。

但即便是如此高的權利金，目前攤位仍處一位難求的情況。且多半攤位權利的轉換，仍是依賴『關係』所得，有人要釋出攤位，訊息的傳遞非常快速，處於網絡外的攤販，多半不得其門而入。

直接買下來也要看有沒有人要賣啊，有人要釋出，但是我們是老夜市，有人要釋出我們不一定第一手得到這個消息，搞不好在他們自己的朋友圈裡面，就被人家買起來，他釋出，會往外一直擴散出去，然後在中間不知道哪一層就被人家賣走了，不見得有錢不一定買得到（個案14-飾品配件類，2010年5月）

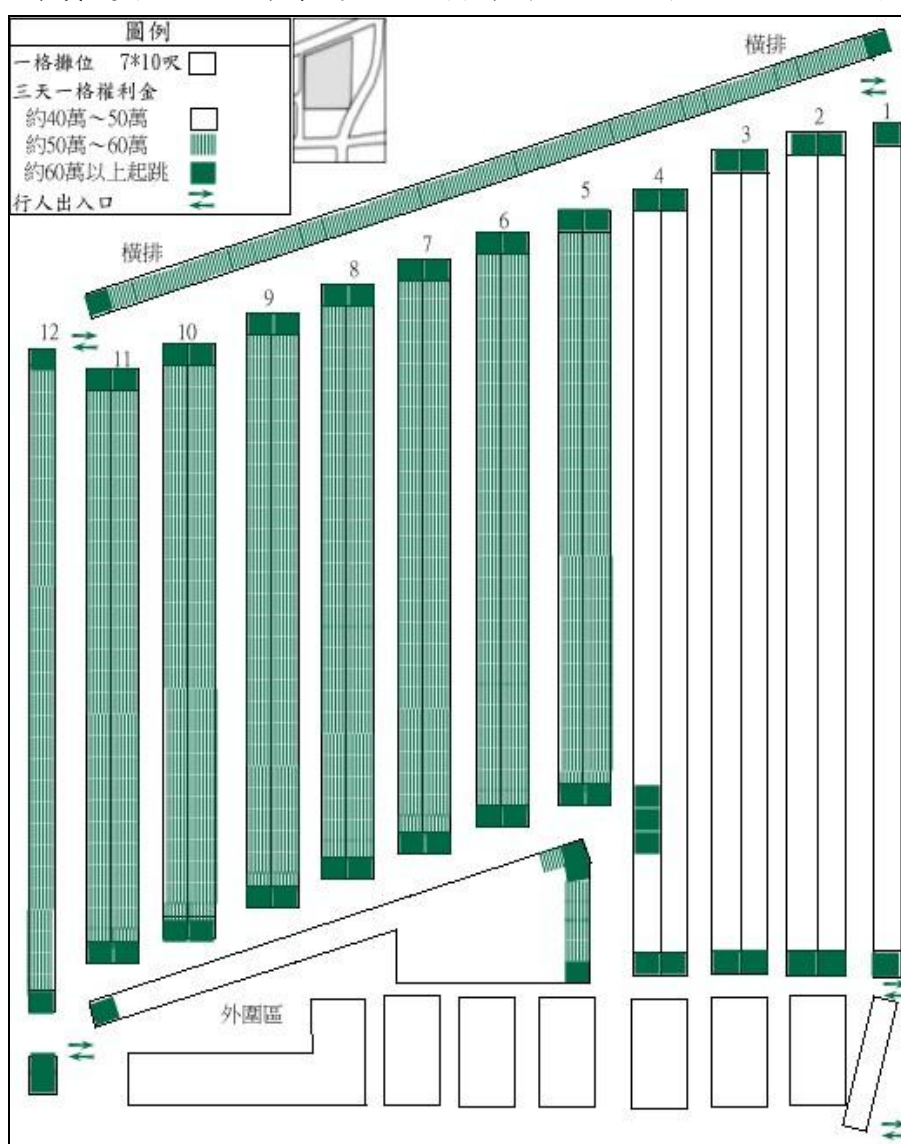


圖 4-3-4 花園夜市權利金空間分布示意圖

資料來源：筆者調查繪製

（二）攤販收攤的規則化-賣場時間與空間的平衡

花園夜市攤販收攤，亦有一種無形的默契存在。若無此默契，可能在收攤時，使賣場失序。有些備有汽車的攤販，大約凌晨 12 點半後，管理單位開始讓汽車進到營業賣場，而攤販們會開始觀察附近攤販⁹⁶以及過去的經驗與默契，決定是否收攤。

攤子收進來，如果說車子比較塞，因為大家都要收嘛，有時後在前面那一攤收比較久，我們可能就等他收完，就看那時候的狀況是怎樣，大部分都分三班車，十二點半（管理單位）就開始放車，想要早點回去，十二點半就推進來，十二點之後就很多空格，中間就收完就繼續等，第二批又進來，看狀況，你自己想要在哪一梯收，自己擺久會自己去排自己那個時間，比如大家都在附近，這一班車收完，我們大家一起去開車（個案14-飾品配件類，2010年5月）

（三）攤販彼此監督，確保權益

花園夜市內規範的遵守與維繫，亦透過相鄰攤販的彼此監控而獲得穩固，並透過舉發、輿論的壓力，來達到夜市營業的順利，以促進彼此利益。所以有形的規範是否有效，有時是透過攤販無形的監控來達成。

因為通常停車場停貨車很少，貨車就很明顯，他就跟你登記（個案14-飾品配件類，2010年5月）

（四）攤位空間有形與無形的劃界與擴張

攤販的攤位空間，會運用旗幟、廣告布條的向上延展，來讓自己的攤位被消費者看見，如下圖所示，所以每到營業日，總是呈現出旗海飛揚的熱鬧盛況。



照片 4-3-1 花園夜市營業當日情景

資料來源：筆者拍攝，2010/09/30

而旗竿、旗幟的豎立，使得攤位向上延伸，無形中延展了攤位空間，如下圖所示。誰的旗幟更大、更高，更容易被看見，其攤位即大為擴張，這是其他攤販或者夜市管理者所無法規範的。

就說到格子的問題，沒辦法，因為他格子畫界給你，你就可以隨便你要怎麼

⁹⁶ 筆者曾於凡那比颱風來臨的前夕（2010/09/18）進到花園夜市，許多攤販看人潮早已散去，想提早收攤，但因其他攤販仍繼續營業，只好繼續擺攤營業至晚上 12 點左右。

用，旗子是沒有關係，因為我的位置我可以這樣弄（個案 8-服飾類，2010 年 4 月）



照片 4-3-2 花園夜市營業當日攤販招牌設置情形-向上延伸

資料來源：筆者拍攝，2010/09/30

但地面攤位的有形界線仍是存在，相鄰的攤販間，透過地面上的柏油界線，劃清其空間領域，如照片 4-3-3、4-3-4。有時攤架的擺設仍難免超線，相鄰攤販彼此對空間平衡的默契相當重要，否則易有衝突與摩擦發生。



照片 4-3-3 攤位格線

資料來源：筆者拍攝，2010/09/30



照片 4-3-4 相鄰攤販的有形分界

資料來源：筆者拍攝，2010/09/30

販售現成商品的攤販，因多半沒有固定空間範圍的攤車，必須透過攤架的拆裝組合，來形成其攤位空間。攤架的大小、如何擺放，端賴攤販作為。如何在攤位格線內，架設出最大的攤位空間且又清楚被消費者看見，碰觸相鄰攤位格線是常有的情形，因而觸動彼此的緊張關係。

大家都會配合，吵架是會，偶而，搶客人沒有、位置超線、口角、同行相忌，偶爾啦（個案17-餐飲類，2010年5月）

你只要不要去妨害到左右鄰居就好，比如界線不要給人家太超過啊，不要排到隔壁，其實很簡單（個案16-飾品配件類，2010年9月）

在本節，主要討論花園夜市攤販在移動選擇與不移動背後，權威與規範的影響，看似對夜市攤販的制約與限制，卻也促成其擺攤移動的重要關鍵。從正式制度化組織-市政當局的規範與懲罰，賦予花園夜市攤位空間的使用。

而在非正式制度化組織中，業主給予了攤位的使用權。而攤位仲介者，扮演了格仔主與臨時攤之間的橋樑，對臨時攤形成一種權威關係，亦在營業當日構成了更甚於業主攤位分配的權威。而攤販在擺攤過程中，具體與隱而不明的時空規

範，無形中影響攤販的活動。

而攤位權利的賦予與層層疊置下，攤位權利的掌控，對於臨時攤能否擺攤相當重要，而其中，攤販關係的獲取與維繫所產生的有利資源，反而是影響攤販能否擺攤、持續的關鍵。

第四節小結

本章從花園夜市的關係網絡、信任與互惠、權威與規範此三面向來探討對夜市攤販移動的影響。夜市攤販擁有的關係網絡與運作產生的資源，對其擺攤移動的選擇與計畫，及對花園夜市此一社會空間有何影響？說明如下：

(一) 夜市攤販內部關係網絡的影響與移動的機會

夜市攤販內部關係網絡影響其是否得以進到花園夜市擺攤，以及穩固花園夜市此一攤位空間，以下圖 4-4-1 解釋之。

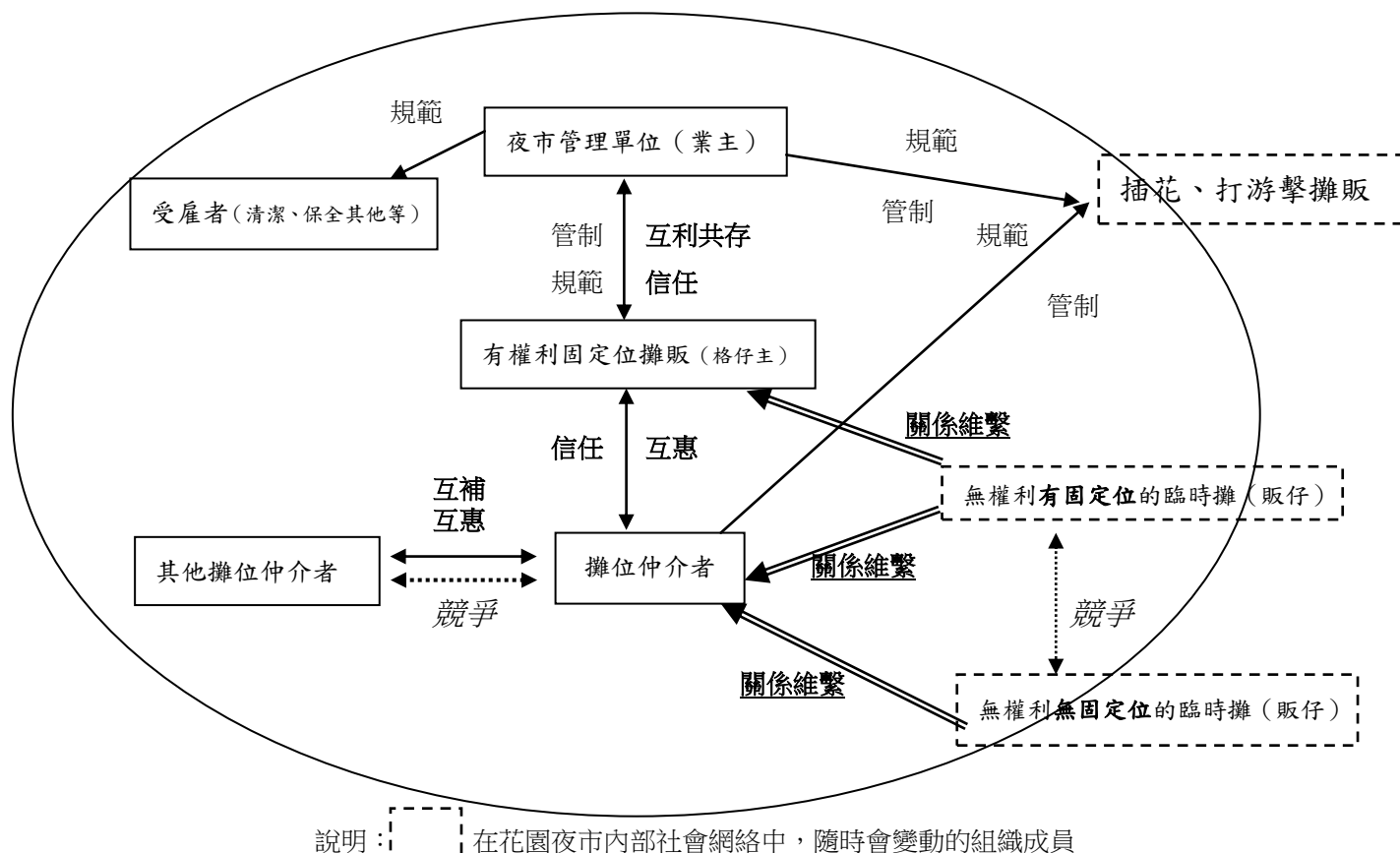


圖 4-4-1 花園夜市內部社會網絡圖

資料來源：本研究調查整理

從上圖可發現花園夜市內部社會關係網絡的錯綜複雜。此一複雜的關係，建構在花園夜市攤位空間的使用權利及內部成員彼此的互動過程所運作而成的有利不利資源。

1. 關係網絡內的權威、規範與限制

『業主』對攤販的規範與管制，對攤販時間與空間的配置造成影響，但亦是促成攤販擺攤移動的機會及賣場空間秩序的平衡。

而『攤位仲介者』在營業日成為攤位空間分配的權威，對臨時攤空間的進入，是限制亦是機會，臨時攤關係的努力維繫，產生的有用資源，幫助其擺攤計畫的

移動，及排除空間進入的障礙。

臨時攤（有/無固定位/打游擊）使得花園夜市內部網絡的組成份子隨時變動，亦充滿彈性，關係的不平衡、規範的不遵守，影響攤位的使用，使其退出此網絡。而臨時攤之間，其攤位的競爭關係，亦使某些攤販，退出此一空間。

2. 關係網絡內的互利互惠與信任

攤販與業主彼此的互利共存與信任，使得花園夜市此一空間的存續，攤販的移動才成為可能。而對於後進攤販從『臨時攤』成為『格子主』，亦是對夜市管理單位的信任，而願意移動至此擺攤。而仲介者之間除競爭外，亦也因為互相調度位置而互補互惠。使得花園夜市此一空間亦因此內部關係網絡內的權威與規範、互信互惠而產生影響，具體展現在每一攤位空間社會資本的差異化，以下圖呈現之。

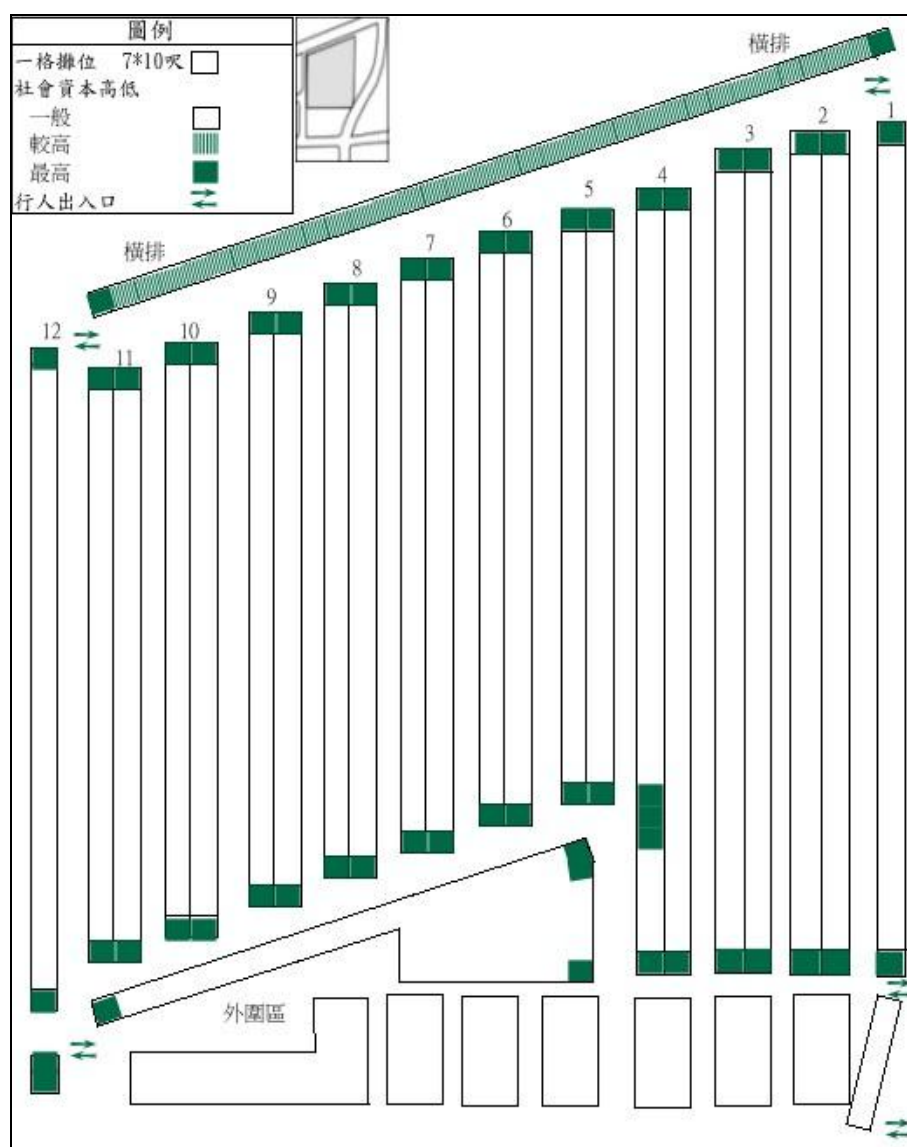


圖 4-4-2 花園夜市內部攤位空間社會資本差異示意圖

資料來源：本研究調查整理

花園夜市因內部社會關係網絡所形成的社會空間，具體展現在花園夜市中攤販位置的取得，如前所述，在起初招商登記之時，管理單位透過攤販『金錢』的給付及『關係』好壞的評估，使某些攤販分配到夜市中的『轉角』、『三角窗』。此類攤販擁有的社會資本較高，才得以取得該攤位。而其他位置，攤販僅需透過登記，而後公開抽籤而分配位置。

而管理單位在夜市營運後，將攤位權利賦予所有的攤販，攤位仲介者起而扮演營業日臨時攤位分配的權威，臨時攤想要取得『三角窗』或『轉角』的位置，此時『關係』的作用力大過於『金錢』，亦需透過較高的租金取得⁹⁷。而其他普通位亦需透過攤販的社會關係，但付出較低的租金。而在外圍區，因多為大型休閒娛樂類攤販，多為格仔主且其位置位處空間的邊陲，所以較少所謂熱門的『轉角』。花園夜市此一因社會關係所構築而成的社會空間，因攤販攤位權利的有無、關係的角力、金錢的流通，呈現了內部空間的差異化與異質，亦呈現出每一攤位空間中，擺攤攤販所擁有社會資本高低的差異，與販售相同類型商品攤販在花園夜市呈現空間集中分布且單純化的情形不同。

（二）夜市攤販外部關係網絡的影響與移動的機會

攤販的外部關係網絡主要為市政當局，消費者與中上游的盤商關係。市政當局透過夜市管理單位，除法規限制外，但亦給予機會，間接影響了攤販擺攤的作為。而攤販對外與中上游廠商的依賴共生，建立在交易行為的互動上，如何因為關係的深厚，使攤販移動或不移動、交易成本的減少，對於擺攤計畫，亦有所影響。而消費者是攤販的衣食父母，眾多的消費人潮到花園夜市消費，亦影響攤販選擇移動到花園夜市擺攤。

⁹⁷ 『三角窗』、『轉角』租金一日一格約為 1200 元上下，詳見第二章所述。

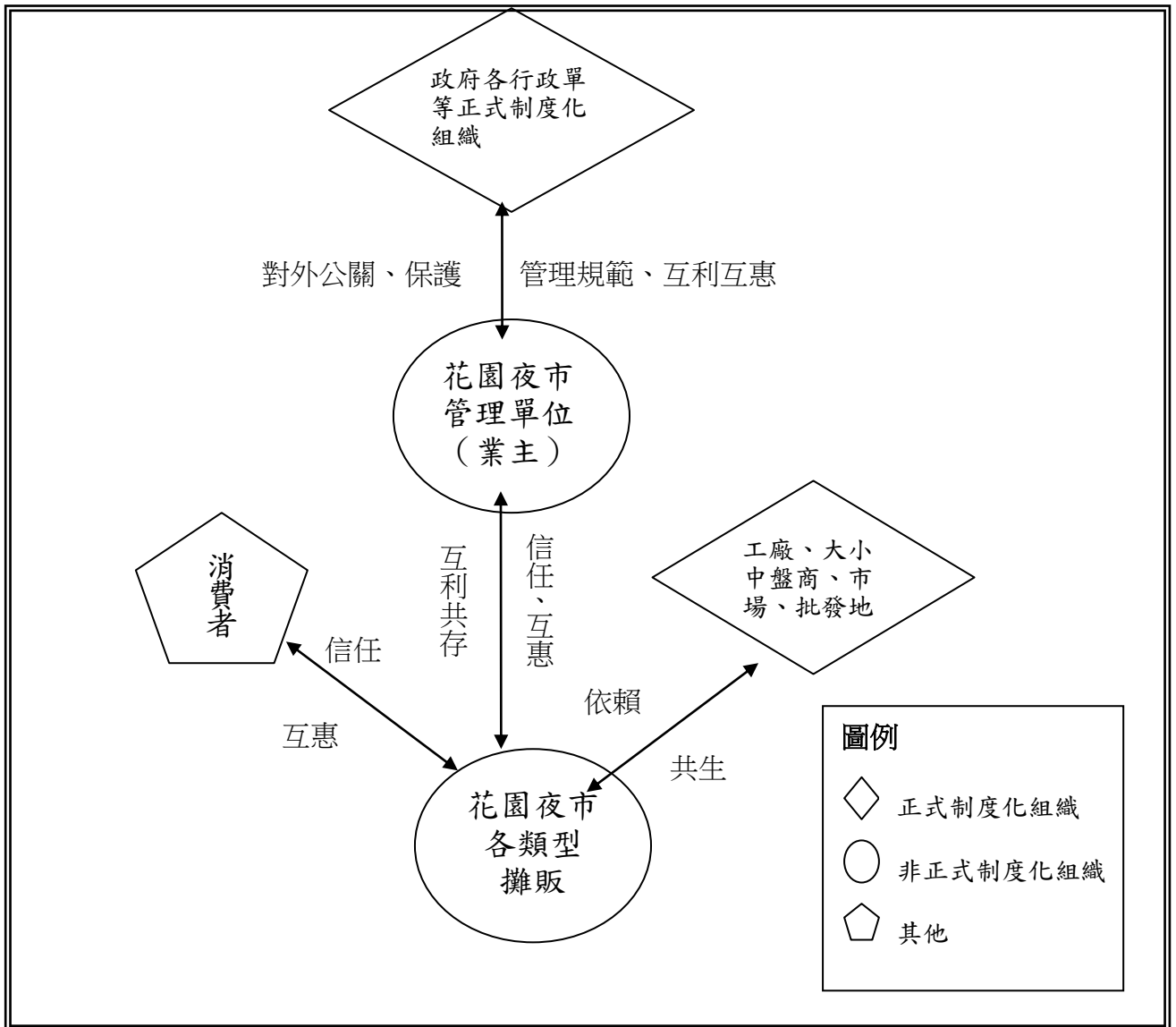


圖 4-4-3 花園夜市攤販外部社會網絡示意圖

資料來源：本研究調查整理

第五章 結論

夜市為台灣相當重要的在地文化，而其中在夜市內扮演相當重要的行動主體，即為夜市的攤販。而因夜市類型的差異，使得某些攤販具備高度的移動性，如以一週為尺度，巡迴於某地方的各大夜市，或者前往批發集散地批發貨物。然而到底是哪些因素，影響了這些夜市攤販的時空移動、夜市組合、販售行為等所展現出來的移動路徑，背後所隱含的意義到底為何？從過去的研究發現，攤販間的社會關係會影響其流動的潛力。到底是哪些社會關係影響了擺攤的移動，是筆者想要瞭解的。所以本研究，以近年來在台灣相當具知名度的臺南市花園夜市的攤販為研究對象，但又由於夜市攤販的異質性相當高，不能被視為同質群體，所以筆者先從瞭解花園夜市攤販類型著手，並對花園夜市的運作情形與規範進行調查，而後再透過時間地理學呈現各類型攤販移動的樣貌，以社會資本的觀點來解釋攤販移動背後所蘊含的社會關係及所反映出的社會空間，對於夜市的進入、擺攤的計畫與選擇，有何影響？透過攤販關係網絡中運作而成的社會資本，瞭解到底是哪些因素影響了攤販的移動路徑。

第一節 研究發現

一、夜市類型影響攤販類型的組成：塊狀型夜市與沿街型夜市的差異

攤販本為高度異質性的群體，因類型不同，其擺攤移動所外顯出的行為與計畫、空間移動的範圍，以及與中上游廠商的交易、批貨的頻率等就會有所不同。由於花園夜市為每週四、六、日，攤販聚集於空地營業的露天『塊狀型夜市』，為一個變動性極大的臨時性市集，其攤販的組成類型、販賣的商品，與『沿街型夜市』相比，如台北士林夜市等，有所差異。『沿街型夜市』與店家、商店街等依附共存，會出現如五金或家電用品等與生活有關的家用服務類攤販或商家，但花園夜市此類攤販相當少。

承第二章所做之調查，花園夜市攤販類型，可分為飲食類、服飾類、飾品配件類、生活雜貨類及休閒娛樂類，同類型的攤販，大致在花園夜市此一塊狀空間，呈現集中分布且單純化的情形，使得花園夜市的空間分區，呈現飲食區（飲食類攤販集中第一到第四排）、生活百貨區（服飾、飾品配件、生活雜貨類攤販集中在第五到第十二排）和休閒娛樂區（休閒娛樂類集中在外圍區），與『沿街型夜市』有些微差異。花園夜市攤販在夜市內的空間分布，透過人為的規劃與控制，使之呈現空間分區及同類攤販集中的情形，不像沿街型夜市攤販的自然聚集，同類攤販較為分散。其攤販提供的商業服務及類型不像『沿街型夜市』多樣。

二、攤位權利為『塊狀型夜市』社會空間形成的重要關鍵

花園夜市此一『塊狀型夜市』的形成，不像『沿街型夜市』攤販的自然聚集，其透過空間的先佔，來對空間的宣稱。沿街型夜市的形成，多半和聚落的商業街/區相依附，吸引了攤販的自然聚集，且某些夜市攤販，早期甚至不需繳交場地租金，透過攤具的佔領，來宣稱對空間的使用權。

但花園夜市不同與此，經過夜市管理單位（多為民間人士）的刻意主導、由上而下的控制、規劃所形成，多半與該地聚落的商業街/區無關，是人為刻意創造出來的商業空間、嘉年華式的消費地景。夜市管理單位在此一空間內，劃定每格攤位權利的分配，使其完全屬於攤販，起初攤販透過向管理單位登記或後進攤販向轉讓攤位者付權利金，取得『攤位權利』，並向夜市管理單位定期繳付租金，延續攤位空間的使用權。所以花園夜市此一塊狀型夜市的管理單位，具體明訂各項規範影響了攤販的擺攤移動，亦代表夜市攤販負責對外公關、保護攤販的角色。沿街型夜市亦有夜市管理單位，在攤販自然聚集後而出現，有時亦隱含了未浮出檯面的管理者。

筆者試以表 5-1-1 呈現其中的差異。

表 5-1-1 塊狀型夜市和沿街型夜市差異比較表

類型	塊狀型夜市-以台南市花園夜市為例	沿街型夜市-以台北市士林夜市為例
形成	民間人士刻意規劃，聚集攤販	攤販的自然聚集
區位 差異	人為創造出來的商業空間 多半與聚落的商業街\區無關	與聚落的商業街\區互相依附
商品 類型 空間 分布	攤販類型呈現『空間集中且單純化』 較無商家與其競爭	由於攤販的先佔區位，使得沿街型夜市發展初期內部空間呈現『分散差異化』，而後才漸為『專業分區』 與附近商家競爭或依附共生
攤位 權利	攤位權利為重要夜市空間使用權的象徵	初期透過空間的先佔來宣稱其空間的使用
夜市 管理 者	夜市管理單位具體明訂規範 要求攤販遵守	有些亦有管理者，但亦有台面下的管理者

資料來源：筆者整理

所以通常像花園夜市此類塊狀型夜市（台南市夜市多屬之），攤位權利的有無，隱含了該位攤販在夜市內部社會網絡及形成的社會空間中，所佔有的位置，並影響其路徑變動的可能。

所以從本研究得知，依照攤販攤位權利的有無，分為有權利的固定位攤販（格仔主）、攤位仲介者（通常亦為格仔主）、無權利的臨時攤。其中無權利的臨時攤，

再細分為夜市中的固定位、無固定位和打游擊/插花小販。無攤位權利攤販在夜市中扮演著彈性變動，隨時在此一社會空間中內外流動的角色，亦是使花園夜市呈現多樣變動的原因之一。而臨時攤與攤位仲介者、或和格仔主強化亦或弱化的社會關係，影響了攤位空間的使用，在攤販的移動路徑中具體表現出來，如關係穩固者，所擁有的社會資本較高的攤販，較易取得位置佳的攤位、或者不需經過等待，就順利取得臨時的固定位，或者即時訊息的取得，購得攤位權利等等...

三、三大限制受限了攤販的移動路徑

攤販的能力限制，如生理能力、自然、物理條件等，皆影響各類型攤販。其中，物理條件中因攤具構造的差異，影響了不同類型攤販在營業前整理攤位、營業後收攤等移動路徑的時空配置。

而在結合限制上，因各類型攤販與中上游廠商結合場所的不同，其移動的尺度，有所差異。飲食類攤販，因商品特性講求新鮮之故，其移動的空間尺度最小，大部分為台南近郊，移動頻率亦較高，以『日』作為批貨移動的單位。而販售現成商品如服飾類、飾品配件類，生活雜貨類、休閒娛樂類其移動尺度較大，跨縣市、甚至是跨國家的移動，移動的頻率因空間尺度較大而較低。而各類型攤販都受制於夜市管理者所訂定的時空規則及國家間接的權威規範，使得其移動路徑的安排，受到限制。

四、關係的『機會』亦或關係的『限制』

從本研究可發現不同類型攤販，因關係所形成的社會資本提供了擺攤的機會與選擇，但有時，關係性的受限，亦影響其擺攤移動，不管是網絡內夜市的進入、較佳攤位的取得，網絡外與中上游廠商的關係，如關係未建立前，批貨的親身移動與關係建立後，電話交易，減少了交易成本等。

攤販在夜市內網絡連結所形成的社會空間，具有階層性。關係網絡內權威規範與限制，影響了進到花園夜市內擺攤的各類型攤販，對其時空配置造成影響，但亦是促成攤販順利擺攤移動與進入的機會及賣場空間秩序的平衡。攤位仲介者在營業當日成為攤位空間分配的權威，臨時攤關係的維繫，產生了有用的資源，幫助其擺攤移動及排除空間進入的障礙。攤販與業主彼此的互利共存與信任，使得花園夜市此一空間的存續，攤販的移動才成為可能。

而攤販對外的網絡連結所形成的社會空間，以夜市管理單位做為橋樑，和市政當局產生聯繫，使攤販進到花園夜市擺攤。但亦因市府單位的有效規範或懲罰，使之營業或不能營業，間接亦影響攤販。

而攤販與中上游廠商的依賴與共生，所形成的社會空間，因攤販類型的不同有所差異，亦因關係的深淺，使其交易行為的改變，路徑的縮短\延長，交易成本的

減少\增加。而眾多消費者與攤販間的交易互動，亦是影響了攤販選擇移動到花園夜市擺攤的重要因素。

表 5-1-2 夜市攤販關係的『受限』與『機會』比較表

類型		關係的受限	關係的機會
夜市內	與夜市管理單位	直接：招商初期無法取得較佳攤位/無法取得攤位	直接：取得較佳攤位，使擺攤移動成為可能
		間接：權威規範的違背	間接：權威規範的遵守
	臨時攤與攤位仲介者	影響擺攤移動	社會資本提供機會
		夜市空間進入障礙	夜市空間的進入
	攤位仲介者之間	較佳攤位取得困難	較佳臨時位的取得
			流動攤位到固定攤位
	攤位仲介者之間	臨時攤的競爭與分屬	攤位的流通與互補互惠
與其他攤販	競爭行為的展現 訊息的封閉	默識知識 互惠與互補	
夜市外	中上游廠商	有形的交易空間：面對面、親身移動與進行交易	轉為無形的交易空間：電話交易、網路下單
		增加交易成本	減少交易成本

資料來源：筆者整理

第二節 研究限制與後續研究

一、時間及變動性無法掌握的限制

由於花園夜市本身為塊狀型的夜市形態，且形成的原因為人為的刻意規劃與控制，在本研究中，以此內部攤販作為研究對象，可能無法全面推論到其他夜市類型的攤販，如每天營業的沿街型夜市。

而夜市本質即為多變、彈性及多樣化，使得夜市在不同時間、季節、節慶等，其攤販組成、販售商品的類型呈現多樣變動的面貌，所以在本研究中，除了類型的推論外，在不同時間、季節的夜市樣貌，都具有極大的變動性，使研究者較難以掌控，為本研究的限制。

二、後續研究

由於上述所提及的夜市變動性，在不同季節、時間，都呈現不同的樣貌，後續研究者，可針對某一類型的夜市，在全年、各個季節所呈現出的樣貌，進行研究。

而在本研究中，攤位仲介者在花園夜市營業當日，成為當日攤位分配的權威。據筆者調查，在其他夜市亦有類似的角色。不同夜市、或者不同類型的夜市，其攤位仲介者的作為，對於夜市的運作、其內的攤販有何影響？與花園夜市的差異為何？亦值得後續進行調查。

而台灣夜市的攤販，在某種程度上，吸納了一群無專長技能、失業的勞工，做為其過渡轉換的工作，或者職涯的選擇。在某方面，具有穩定該地社會安全的作用，亦因轉換的門檻低，使得台灣攤販人數相當多，可說是台灣社會中相當在地化的工作，但夜市攤販過去常以『非正式部門』、『非正式經濟』的角度做研究，賦予了『非法』的角色，但在本研究中可知，花園夜市成立的法源依據雖尚未給於其合法性，但台南市政府亦間接推生花園夜市的成立。從某方面來說，夜市、攤販，其實都受了國家政府體制的保障，而我們亦可從各地政府成立觀光夜市推動觀光，作為再結構當地產業的方式之一，亦賦予了攤販身份的合法性，所以除了透過社會資本的觀點來進行攤販的研究外，瞭解其移動背後所隱含的社會關係及意義外，亦可以正式部門和非正式部門之間關係的角度，如何交互影響攤販的行為、夜市如何形成等。

而本研究亦發現，夜市管理單位對於花園夜市的運作模式，透過企業經營的管理策略，朝向商業經營的專業化邁進，亦透過與市政單位關係的聯繫，亦朝向正式部門的角色邁進。從過去研究常賦予其非正式經濟的角色（夏鑄九、王志弘，1999）朝向公司化、正式化發展。而此類轉變的情形同樣在某些攤販亦可發現。攤販此一行業，已展現不同於過去文獻中所述的特色，如作為過渡職涯的轉換（戴

伯芬，1993），或者吸納城鄉移民謀生行業選擇之一（侯錦雄、莊士瑩，1998），台灣攤販亦隨著台灣經濟的發展在進展，如某些攤販早已將其自身投入產品的研發製造、提供加盟連鎖（如個案 1），或將夜市作為其販售商品的通路之一（如個案 9），攤販行業特性的轉換與過去有何差異？值得後續進行探討。

而花園夜市為一典型的夜間攤販集中區，在筆者的研究中，亦發現其展現了許多群聚（cluster）（Porter，2000）的特色，如攤販之間上下游的連結關係⁹⁸，彼此有利的訊息在此空間中相互傳遞、彼此既競爭又合作等...所展現出的非貿易性的互賴（untraded interdependencies）（Storper，1997），後續研究或許亦可以此概念，來探討此類攤販集中區所展現的特質。

⁹⁸ 如在第四章第二節所提及的『販仔腳』（閩南語），類似上中下游的關係

參考書目

一、中文部分

- Anthony Giddens, 李康、李猛合譯 (2007), 《社會的構成-結構化理論大綱》, 台北: 左岸文化。
- Lin Nan, 林祐聖、葉欣怡合譯 (2005), 《社會資本》, 台北: 弘智文化。
- 王中天 (2003), 〈社會資本(Social Capital): 概念、源起、及現況〉, 《問題與研究》42 (5): 139-163。
- 台南市政府市場管理課 (2006b)。台南市夜市名冊。台南市: 台南市政府市場管理課。
- 朱芳慧、吳連賞 (2005), (地理學的社會資本議題), 《環境與世界》11: 121-129。
- 朱淑茗 (1992), 《台北市攤販管理策略之研究》, 私立中國文化大學政治研究所碩士論文。
- 何一凡 (2001), 《從公共政策探討台灣志下經濟管理—雲林縣攤販(夜市)管理為例》, 國立中正大學政治學研究所碩士論文。
- 余舜德 (1995), (空間、論述、與樂趣——夜市在 臺灣社會的定位)。《空間、力與社會》, 黃應貴主編, 391-462。台北: 中央研究院民族學研究所。
- 余舜德 (1996), (對立與妥協: 試論夜市與國家的關係)。《中央研究院民族學研究所集刊》82: 115-174。
- 余舜德、周耿生 (2004), (臺灣夜市市場系統的發展: 以臺北都會區及臺南縣為例), 《中央研究院民族學研究所資料彙編》18:1-42。
- 李本誠 (2000), 《台灣中型都市攤販管理之研究》, 私立元智大學管理研究所碩士論文。
- 卓立寰 (2004), 《攤販與街道: 非正式經濟的空間與日常生活關係--以台北市為例》, 國立台灣大學社會學研究所碩士論文。
- 林世昌、楊宜訓 (1995), (台南市(地區)夜市之研究。《臺南師院學生學刊》, 16, 268-285。
- 林南 (2007), (社會資本理論與研究簡介), 《社會科學論叢》1 (1): 1-32。
- 林致信、楊昭景、潘江東 (2007), (夜市文化研究-高雄夜市餐飲商品特性之探討), 《高雄文化研究》, 2007年年刊, 145~170。
- 林惠華 (2002), 《公私協力機制運用於都市更新政策之研究: 士林夜市之個案模擬》, 國立政治大學公共行政學系研究所碩士論文。

- 林曉瑛(2006),《社會網絡與產業發展之關係—以台中縣后里鄉花卉產業為例》, 國立彰化師範大學地理研究所碩士論文。
- 邱士銘(2005),《台北市士林夜市租金研究》, 私立開南管理學院財務金融系碩士論文。
- 侯錦雄、莊士瑩(1998),《攤販與遊憩體驗之關係——以松柏嶺受天宮為例》, 《東海學報》, 39(6), 63-80。
- 侯靜華(1987),《夜市之市街空間--以士林夜市個案研究》, 私立中原大學建築(工程)研究所碩士論文。
- 夏鑄九, 王志弘編譯(1999),《空間的文化形式與社會理論讀本》。台北: 明文書局與台灣大學城鄉所。
- 徐旭誠(1996),《都會邊緣趕集性夜市空間與活動系統之研究》, 國立中興大學都市計畫研究所碩士論文。
- 徐君臨(1987),《台灣東部漁民漁場空間認知與漁撈活動研究》, 國立台灣大學地理研究所碩士論文。
- 徐翠華(2005),《高雄縣高中學生生活世界之探究---以高雄縣福誠高中為例》, 國立高雄師範大學地理研究所碩士論文。
- 張淑媚(2007),《有機蔬菜產業發展限制與社會資本的關係-以彰化縣為例》, 國立台灣師範大學地理研究所碩士論文。
- 曹沛霖(2003),《社會資本: 一種解釋社會的理論工具》, 《探索與爭論》8, 6-7。
- 莊雅涵(2009),《霧峰洋菇到金針菇的地方調適》, 國立台灣師範大學地理研究所碩士論文。
- 郭中端、堀込憲二(1996),《市場與夜市(卞鳳奎譯)》。《台北文獻》116, 127-135。
- 郭嘉倫(2004),《士林夜市顧客滿意度分析-以中國文化大學學生消費行為為例》, 私立中國文化大學市政暨環境規劃學系碩士論文。
- 郭維倫(2003),《攤販夜市空間屬性對使用者消費時間之影響研究以台灣台中市逢甲商圈文華夜市與日本九州福岡市西新商店街為例》, 私立逢甲大學建築及都市計畫研究所碩士論文。
- 陳向明(2002),《社會科學質的研究》, 台北: 五南圖書公司。
- 陳秀琴(2006),《已婚國小教師日常生活空間移動經驗之探究》, 國立高雄師範大學性別教育研究所碩士論文。

- 陳青華（2006），《桃園印刷電路板(PCB)產業群聚研究》，國立台灣師範大學地理研究所碩士論文。
- 陳憲明（1989），《臺灣東部漁撈活動的時間地理學研究》，國立台灣師範大學地理研究報告第15期。
- 陳應芬（1986），《都市非正部門之研究－以台北市攤販業為例》，國立中興大學都市計畫研究所碩士論文。
- 陳豐裕（2010），《夜市小吃成功經營關鍵因素分析-以台南花園夜市評價牛排為例》，國立高雄大學高階經營管理碩士在職專班碩士論文。
- 彭倫偉（2007），《移動建築-以士林夜市攤販生態為設計概念》，私立實踐大學產品與建築設計研究所碩士論文。
- 黃美傳（2001），《社會網絡與地方產業文化發展－白河蓮花節與官田菱角節之比較研究》，國立台灣師範大學地理研究所碩士論文。
- 黃國維（2009），《台南市夜市餐飲攤販衛生現況與知識落實之探討》，私立立德大學食品餐飲管理研究所碩士論文。
- 黃淑慧（2007），《高雄市攤販對攤販輔導管理政策滿意度之評估---以六合觀光夜市為》例，國立中山大學高階公共政策研究所碩士論文。
- 楊嵐鈞（2004），《夜市文化地景之地域性研究》，國立台北科技大學建築與都市設計研究所碩士論文。
- 葉益青（2004），《台灣地理百科46－台灣的市場》，台北：遠足文化。
- 葉錠坤（1981），《從行為模式探討流動攤販夜市空間的特質》，國立成功大學建築研究所碩士論文。
- 蔡文彩（1985），（台北地區之夜市研究），《國立台灣師範大學地理研究報告》，11，145-171。
- 盧維笙（2008），《夜市遊客五感及情緒體驗之研究-以台南市花園夜市為例》，私立南台科技大學休閒事業管理系碩士論文。
- 蕭湘勻（2005），《台南市夜市遊憩吸引力與遊客滿意度、忠誠度之研究》，國立台灣師範大學運動與休閒管理研究所碩士論文。
- 賴芳玫（1999），《地圖中呈現時間方式之探討》，國立台灣師範大學地理研究所碩士論文。
- 戴伯芬（1993），《流動攤販與都會區趕集夜市的形成：臺灣非正式經濟的個案分析》，國立清華大學社會人類研究所社會學組碩士論文。
- 薛雅惠（1992），（高雄縣茄萣鄉漁民生活世界的探究），《國立台灣師範大學地理研究報告》，18，53-108。

謝英俊（1997），（新店地區攤販業種與區位之地理研究），《中國文化大學地理學系地理研究報告》，10，141-163。

二、英文部分

Asiedu, A. B., & Agyei-Mensah, S. (2008). Traders on the run: Activities of street vendors in the Accra Metropolitan Area, Ghana *Norwegian Journal of Geography*, 62, 191-202.

Bhowmik, S. K. (2005). Street vendors in Asia: A review. *Economic and Political Weekly* 28 May - 4 June 2005.

Bourdieu, P. (1985). *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. New York: Greenwood.

Carlstein, T. (1982). *Time Resources, Society and Ecology: On the Capacity for Human Interaction in Space and Time* (Vol. 1). London: George Allen and Unwin.

Coleman, J. S. (1990). *Foundations of social theory*. Harvard University Press., Cambridge.

Donovan, M. G. (2007). Informal Cities and the Contestation of Public Space: The Case of Bogota's Street Vendors, 1988–2003. *urban studies*, 45(1), 29-51.

Dyck, I. (1990). Space, time, and renegotiating motherhood: an exploration of the domestic workplace Environment and Planning D. *Society and Space* 8 (4), 459-484.

Gertler, M. (2000) Social capital, *The Dictionary of Human Geography*, Johnston, R. J. ,76 eds. , Oxford: Blackwell.

Hagerstrand, T. (1970). *What About People in Regional Science*. Paper presented at the the Regional Science Association.

Hägerstrand, T. (1976). Geography and the study of interaction between society and nature. *Geoforum*, 7, 329-334.

Hägerstrand, T. (1984). Presence and absence: a look at conceptual choices and bodily necessities. *Regional Studies*, 18, 373-380.

Hays-Mitchell, M. (1994). Streetvending in Peruvian Cities: The Spatio-Temporal Behavior of Ambulantes. *The Professional Geographer, The Professional Geographer*(4), 425-438.

Iyer, S., Kitson, M., & Toh, B. (2005). Social capital, economic growth and regional development. *Regional Studies*, 39, 1015-1040.

- Johnston, R. J., Derek Gregory, and David M. Smith. (2000). *The Dictionary of Human Geography*. Oxford: Basil Blackwell.
- Lyon, F. (2000). Trust, Networks and Norms: The Creation of Social Capital in Agricultural Economies in Ghana. *World Development* 28 (4), 663-681.
- Miller, R. (1982). Household Activity Patterns in Nineteenth-Century Suburbs: A Time-Geographic Exploration. *Annals of Association of American Geographers*, 72, 355-371.
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social Capital, Intellectual Capital and The Organizational Advantage. *Academy of Management Review* 23:2, 242-266.
- Parkes, Don, & Thrift, N. (1980). *Times, Spaces, and Places: A Chronogeographic Perspective*. New York: John Wiley & Sons.
- Porter, M. E. (2000). Location, Competition, and Economic Development : Local Clusters in a Global Economy. *Economic Development Quarterly*, 14 (1), 15-34.
- Putnam, R. (1993). *In Making Democracy Work : Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton: Princeton University Press.
- Pretty, J. (2003). Social Capital and connectedness : Issues and Implications for agriculture, rural development and natural resource management in ACP countries. *CTA working document No.8032.*, 9-11.
- Rose, G. (1993). *Feminism & Geography: The Limits of Geographical Knowledge*: Cambridge: Polity Press.
- Schwanen, T. (2006). on 'arriving on time', but what is 'on time'? *Geoforum*, 37, 882-894.
- Storper, M. (1997). *The Regional World: Territorial Development in a Global Economy*. New York: Guilford Press.
- Woodhouse, A. (2006). Social capital and economic development in regional Australia: A case study. *Journal of Rural Studies*, 22, 83-94.

三、報紙

- 〈台南夜市限期搬遷攤販代表北上陳情〉，《聯合報》，1983/08/21，3版。
- 〈台南海安路跟著歷史走〉，《聯合報》，1993/02/18，17版。
- 〈花園夜市棄置垃圾 市府主秘震怒〉，《聯合報》，2000/02/12，17版。
- 〈鄭仔寮花園夜市漲租金達成共識〉，《中華日報》，2000/05/05，府城采風版。
- 〈別怕得罪人〉，《聯合報》，2000/05/31，？版。
- 〈夜市民眾愛恨交織 官方管理兩難〉，《聯合報》，2000/07/04，？版。

- 〈公園用地設 夜市惹民怨〉，《聯合報》，2005/10/13，C1 版。
- 〈花園夜市擾民住戶抗議〉，《中華日報》，2005/12/24，3 版。
- 〈綠地變夜市 厝邊一肚火〉，《聯合報》，2005/12/24，C1 版。
- 〈勒令明停業花園夜市不理〉，《中華日報》，2006/05/10，3 版。
- 〈綠地變夜市，厝邊一肚火〉，《聯合報》，2005/12/24，版。
- 〈停業處分 花園夜市要求撤銷〉，《中華日報》，2006/05/11，3 版。

四、網路資料

2010特色夜市選拔

<http://www.2010night.com> (2010/10/28瀏覽)

天下第一頁夜市爭霸戰：花園夜市

<http://blog.yam.com/tvbsfood/article/12692751> (2009/09/06瀏覽)

中央氣象局南區氣象服務

<http://south.cwb.gov.tw/index1.php> (2010/11/23瀏覽)

交通部觀光局行政資訊系統歷年觀光統計年報，

<http://admin.taiwan.net.tw/statistics/market.asp?relno=11> (2010/11/23瀏覽)

行政院主計處攤販經營概況調查統計分析

<http://www.dgbas.gov.tw/lp.asp?ctNode=3326&CtUnit=955&BaseDSD=7&mp=1>
(2010/11/23瀏覽)

行政院主計處2008年人力資源調查提要分析

<http://www.dgbas.gov.tw/> (2010/10/28瀏覽)

台南市北區區公所小北觀光夜市

<http://www.tnnorth.gov.tw/index.php?act=product&CategoryID=721>
(2010/11/24瀏覽)

台南市法規資料庫-臺南市攤販營業管理實施細則

<http://www.tnccg.gov.tw/LAW/aat.asp?ID=154> (2010/10/28瀏覽)

台南市武聖、小北成功夜市資訊網

<http://www.taconet.com.tw/b2city/> (2010/10/9瀏覽)

台南市夜市管理自治條例審查

http://www.tnccg.gov.tw/dep_news.asp?nsub=A3A000&ID={F7049E66-FB4E-42CD-B6F8-B04BD3E6485D} (2010/10/28瀏覽)

台南市政府九十九年度施政計畫

<http://www.tnccg.gov.tw/warehouse/AC0000/981223p101.pdf> (2010/10/28瀏覽)

台灣特色夜市選拔～上網投票好康大方送

http://www.tncg.gov.tw/dep_news.asp?nsub=A3A000&ID={7EF48259-4EE6-48B8-BB0D-709558ABD79F} (2010/10/28瀏覽)

花園夜市

<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E8%8A%B1%E5%9C%92%E5%A4%9C%E5%B8%82> (2010/10/05瀏覽)

花園夜市名稱的由來

<http://tw.knowledge.yahoo.com/question/question?qid=150805090146>
(2010/10/05瀏覽)

經濟部中部辦公室台灣省攤販管理規則

<http://www.cto.moea.gov.tw/04/04d.asp> (2010/11/24瀏覽)

經濟部商業司

<http://gcis.nat.gov.tw/index.jsp> (2010/11/24瀏覽)

附錄一：台南市夜市名冊

No.	分區	夜市名稱	營業地點	營業日	夜市面積	攤位數 (格)
1	東	仁和夜市	台南市仁和路 97 之 1 號對面	一		
2	東	大東夜市	台南市林森路一段 276 號	一、二、五		700 格 (蕭湘勻, 2005)
3	南	日新夜市	台南市明興路 45 號 (南區區公所前)	一、三、六		
4	南	喜樹夜市	台南市喜樹路 222 巷 52 號前廣場	五		71 攤 (林世昌、楊宜訓, 1995)
5	南	光州夜市	台南市中華南路 2 段 247 號	二、五		112 攤 (林世昌、楊宜訓, 1995)
6	中西	武聖夜市	台南市武聖路 69 巷內	三、六	3000 多坪, 包含停車場 (蕭湘勻, 2005)	台南市核定 250 攤 (蕭湘勻, 2005) 287 攤 (林世昌、楊宜訓, 1995)
7	北	花園夜市	台南市海安路三段與和緯路口	四、六、日	8000 坪 含停車場	1000 格 約 300 攤
8	北	大台南活力夜市	台南市海安路三段與民德路口	一、二、五	已歇業	
9	北	成功夜市	台南市西門路四段 171 巷內	二、五		375 攤 (林世昌、楊宜訓, 1995)
10	北	永華夜市	台南市崑山中學協對面	三、六		
11	安平	五期永華夜市	台南市永華路二段 407 號	四、日		300 多格、中型夜市 (蕭湘勻, 2005)
12	安南	中洲寮夜市	台南市長和路 3 段口	二、六		
13	安南	樺谷夜市	台南市安富街 327 號	日		251 攤 (林世昌、楊宜訓, 1995)
14	安南	海佃夜市	台南市海佃路一段 201 號	四		29 攤 (林世昌、楊宜訓, 1995)
15	安南	十二佃夜市	台南市公學路四段 160 號前	一		
16	安南	國宅夜市 (草湖寮)	台南市安中路一段 702、700 巷口內	三、六		124 攤 (林世昌、楊宜訓, 1995)
17	安南	本淵寮夜市	台南市本原街三段 228 號	五		

資料來源修改、整理自台南市政府市場管理課台南市夜市名冊, 截至 2006 年 3 月底資料, 以及林世昌、楊宜訓 (1995) 蕭湘勻 (2005) 之研究

週一	週二	週三	週四	週五	週六	週日
<ul style="list-style-type: none"> • 仁和夜市 • 大東夜市 • 日新夜市 • 大台南活力夜市 • 十二佃夜市 	<ul style="list-style-type: none"> • 大東夜市 • 光州夜市 • 大台南活力夜市 	<ul style="list-style-type: none"> • 日新夜市 • 武聖夜市 • 永華夜市 • 國宅夜市 	<ul style="list-style-type: none"> • 花園夜市 • 五期永華夜市 • 海佃夜市 	<ul style="list-style-type: none"> • 大東夜市 • 喜樹夜市 • 光州夜市 • 大台南活力夜市 • 成功夜市 • 本洲寮夜市 	<ul style="list-style-type: none"> • 日新夜市 • 武聖夜市 • 花園夜市 • 永華夜市 • 中洲寮夜市 • 國宅夜市 	<ul style="list-style-type: none"> • 花園夜市 • 五期永華夜市 • 樺谷夜市

附錄二：受訪各類型攤販之背景資料

分類 編號	類型	販售商品	性別	擺攤夜市	休息日	攤販從 業時間	專職/ 兼業	攤位 權利	格數
個案 1	飲食類--點心小 吃零食類	鹽水雞	女性	花園(六)- 成功(二、五)- 樺谷(日)- 鹽行(一)	三、四	九年 多	專職	無	1 格
個案 2	飲食類--點心小 吃零食類	排肉酥 排骨酥	男性	花園(四六日)- 成功(二五)- 永康永大(一)	三	九年 多	專職	有	1 格
個案 3	飲食類--點心小 吃零食類	滷味	女性	花園(四日)- 成功(二五)	三、六	二十 幾年	專職	有	1 格
個案 4	飲食類--點心小 吃零食類	碳烤雞排 旗魚黑輪	女性	花園(四日)- 武聖(三六)- 成功/大東(二五) ※二五：分攤	一	十~ 十二 年	專職	有	2 格
個案 5	飲食類-餐飲類	當歸麵線 鴨肉羹	男性	花園(六)- 成功(二五)- 永康路邊(三)- 永華(四日)	一	二十 幾年	專職	有	4 格
個案 6	服飾類	女性服飾	男性	花園(四六日)- 大東(二五)	一、三	一年 四個 月	兼業	無	1 格
個案 7	服飾類	女性服飾	女性	花園(四六日)- 大東(二五)	一、三		專職	無	1 格
個案 8	服飾類	女性服飾	女性	花園(四六日)- 大東(二五)	一、三	一年 多	專職	無	1 格
個案 9	飾品配件類	口罩	男性	花園(六日)			兼業	有， 原位 與人 交換	1 格
個案 10	服飾類	女性服飾	女性	花園(四六日)- 大東(二五)	一、三		專職	有	2 格
個案 11	飾品配件類	耳環 項鍊手環	女性	花園(四六日)- 大東(二五)	一、三	約四 年	專職	無	1 格
個案	服飾類	女性服飾	女性	花園(四六日)-		半年	專職	無	1 格

12				成功(二五)		多			
個案 13	休閒育樂類	空氣槍	男性	花園(四六日)- 善化(二五)- 歸仁(三)	一	二十 多年	專職	有	3格
個案 14	飾品配件類	包包 手機袋相 機袋	男性	花園(四六日)- 大東(二五)	一、三	六、七 年,花 園半 年多	專職	無	1格
個案 15	服飾類	兒童服飾 女性服飾	女性	花園(四六日)- 成功(二五)- 武聖(三六) ※六:分攤	一	約五 年	專職	有	1格
個案 16	飾品配件類	女鞋	男性	花園(四日)- 大東(一二)- 高雄後勁(五)- 路竹(六)- 永華(日)- 雲林北港(三)	三-彈 性,不 一定 擺攤	約二 十多 年	專職 但兼 做早 市(菜 市場)	無	1-2 格
個案 17	飲食類-餐飲類	鴨肉羹	男性	花園(四日)- 成功(二五)- 武聖(三六)	一	約二 十年	專職	有	4格
個案 18	飲食類--點心小 吃零食類	涼圓	男性	花園(四日) 成功(二五) 武聖(三六)	一	約十 五年	專職	有	1格
個案 19	生活雜貨類	指甲刀 剪刀 刮沙棒	男性	花園(四六日)- 大東(一二五)- 武聖(六) ※六:分攤	三	約十 三-十 四年	專職	有	四日 2格 六 3格
個案 20	生活雜貨類	塑膠碗盆 不鏽鋼製 品	男性 女性	花園(四六日)- 大東(二五) 武聖(三)	一	三年 多	兼職 白天 工廠 上班	無	1格
個案 21	休閒娛樂類	投籃機	男性	花園(四六日)	一二 三五	三-四 個月	白天 兼職	有	10 格
	花園夜市股東 C先生		男性						
	其他夜市攤販 --飲料類	泡沫飲料	女性	武聖(三六)- 成功(二五)- 大東(一)	四	二十 多年	專職	有	1格

附錄三：訪談大綱

(一) 攤販基本資料

1. 攤販類型

飲食類 (餐飲類 點心小吃零食類 冷熱飲品類)

服飾類 飾品配件類 生活雜貨類 休閒娛樂類

2. 年齡：_____歲

3. 性別：男 女

4. 健康狀況：

5. 是否有人協助：是 否

6. 從攤時間長短：民國_____年開始擺攤

7. 在花園夜市擺攤多久：從民國_____年開始在花園夜市擺攤

8. 擺攤動機：受親友影響 利潤較高 無一技之長 其他(舉例：_____)

9. 專職或兼業：專職 兼業 (白天是否從事其他行業？否 是(副業：_____))

(二) 攤位狀況

1. 攤位格數：一格 二格 三格 四格 五格以上(____格)

2. 攤位權利：擁有攤位權利 固定位的臨時攤 不固定位的臨時攤

3. 每月攤位租金：_____元

4. 當初取得攤位的權利金：_____元；僅登記

5. 當初如何進到花園夜市擺攤：登記權利 購買權利 從臨時攤開始再轉為購買權利 臨時擺攤

(三) 移動路徑

1. 花園夜市營業當日的移動路徑：

- 出門擺攤時間：_____
- 多久抵達花園夜市：_____
- 抵達花園夜市的時間：_____
- 整理攤位時間長短：_____
- 生意最好的時段：_____
- 開始收攤時間：_____
- 收攤多久：_____
- 收攤離開時間：_____
- 回程時間：_____
- 休息睡覺：_____
- 隔天起床時間：_____
- 原料進貨及事前整理：_____

2. 交通工具：轎車(____c.c.) 機車 貨車(____噸) 箱型車 三輪摩托車

3. 【季節變化】是否影響一天移動路徑、是否改變販售商品

4. 【雨季來臨】是否影響一天移動路徑

5. 【營業日不同】是否影響一天的移動路徑，例如週六營業日
6. 一週的移動路徑：為何會這樣的組合？考量因素為何？距離利潤高低其他有位置
 - 週一：_____夜市
 - 週二：_____夜市
 - 週三：_____夜市
 - 週四：_____夜市
 - 週五：_____夜市
 - 週六：_____夜市
 - 週日：_____夜市
7. 一年的移動路徑：都不變，照原本一週的移動節慶會影響移動路徑？過年去別的地方擺攤？捨棄哪些夜市不擺？一年擺攤物品是否固定？是否隨季節改變？
8. 結合限制
 - 批貨地點、中上游廠商交易地點
 - 訊息交換的地點
9. 權威限制
 - 夜市內部、外部的營業規定
 - 法令規章

(四) 社會資本

- 1.關係網絡
 - 與同類型攤販的關係？訊息交流的內容？頻率？動機？攤販彼此之間的默契、默識知識
 - 與中上游廠商的關係？
 - 夜市內部組織關係？
 - 與消費者的關係互動？
- 2.權威與規範
 - 遵守國家法令規章
 - 夜市內部運作規範、擺攤權利、租賃規定
 - 夜市內同類商品價格的訂定
- 3.信任與互惠
 - 如何增加利潤？
 - 怎麼減少成本？跟誰拿會比較便宜？
 - 交易頻率？
 - 付款形式？
 - 付款、還款時間長短？
 - 資金借貸關係？
 - 如何取得攤位使用權？公開招商、靠關係、私下權利轉讓？

謝辭

碩士論文的生產，來自於論文過程中的自我剝削，但也透過眾人的協助，才得以完成。我很幸運得到了很多人無私的幫助，才順利完成這本論文。而寫作過程中，有艱辛、有快樂、有低潮、有甜美，都是生命過程的一部分，我細細體會與珍惜，但卻也不捨，兩年半的碩士生涯即將邁入尾聲，但生命必須持續前進，就讓我大步往前吧！！！！

首先最要感謝的，是我的指導老師張峻嘉老師，他是位用心為學生付出的人師典範，若不是他，我可能沒有辦法在兩年半的光景，在教書、行政、學生三者角色混淆、焦頭爛額之際，還得以完成碩士論文。阿嘉老師爽朗的大笑聲每每解除我的壓力警報，所有一切的悉心鞭策與指導，我永遠感激在心。

而口試委員趙建雄老師、林聖欽老師，對於論文的各項建議，都使其更臻於完善，也讓我增加信心，謝謝你們。以及王文誠老師在課堂中對論文不同觀點的思考、吳鄭重老師的另類說法，以及陳國川老師、蘇淑娟老師、李素馨老師、韋煙灶老師、廖學誠老師，在論文期初或期末發表時的建議，都使我獲益良多。

謝謝在本論文中願意接受我訪談的二十一位攤販，我很尊敬及欽佩你們。你們代表了在台灣社會中，努力辛勤奮鬥的平凡偉大人物。而邱主任，謝謝你無私的協助與傾囊相授，感謝你所提供的寶貴意見。

而阿嘉研究室的大家，桂伶、淳徽、嘉麟、亞雲、沛鈞、玟璇、思婷、茹雅、昀穎，真的很捨不得你們啊！謝謝嘉麟的細心協助、桂伶的無私分享、與淳徽的互相打氣、沛鈞的疏壓好歌、亞雲的體貼。我很感謝有你們的支持與陪伴，前兩年的來去匆匆，但你們讓我感到家的溫暖。

還有地理 97R 的各位同學，怡如、惠筠、玲君、瑩貞、佳兒、小紅豆、又華、佳伶、煒婷、燕儀、毓穗、小田、映慈、涵娟…在課堂中的激盪與分享，使我獲益良多，而課後的吃吃喝喝，好不快樂。尤其是怡如，每次跟你聊天都有穩定軍心的功用。還有可愛的惠筠，跟你一起上課，超快樂的！以及玲君，圖書館人生多虧有你，而不感到寂寞！

以及在碩班期間認識的同學朋友們，怡秀、婉菱，我很懷念我們的星光夜語耶！還有鳳雲，謝謝你在論文寫作時的打氣，以及熱心的建廷學長。

還有我可愛的大學同學及朋友們：慧婷、素卿、維修、汶羚，宣惠、佳瑩、佩君、立德、鈴雯、馨慧、小 Q、巧茵，因為有你們在台北的陪伴，都使我留職停薪這半年，得以再次細細品味台北的城市經驗與變動。

而帶領我進入田野的高中同學大葉，謝謝你在忙碌之時，亦陪我進入田野，初期的順利進展，真是多虧你了。以及時時聽我抒發壓力的龜、小柯、翁、大熊，因為有你們，讓我在台南的生活更加豐富。

以及金城國中的所有同事們，陳耀明校長、莊豐彥主任、郭玲珠老師、掌華、瑛玲、慧如老師、蕙先老師、小朱老師、崢茹、崢萍、誼玲、旻儒、怡萍、苓萍…謝謝大家在我邊讀書、邊擔任行政人員之時，對工作時有延緩的包容與體諒，以及隨時得忍受我行政工作無奈時的暴躁脾氣。

最後，我最最要感謝我的爸爸、媽媽，謝謝他們全力支持我繼續讀書，讓我無後顧之憂，完成夢想。以及大姊怡君、小妹建汝，前後陪我進入夜市進行田野調查多次，亦是辛苦你們了！

言詞駑鈍如我，碩士生涯的完成，要感謝的人與事，實在太多，套句老話，就感謝上天吧！而生命得繼續向前邁進了！