

黃登興 蔡青龍 蕭新煌 主編

黃登興 蔡青龍 蕭新煌 主編



台灣越南配偶的族裔經濟

黃登興 蔡青龍 蕭新煌 主編

中央研究院 人文社會科學研究中心

亞太區域研究專題中心

台灣・台北

2012 年

台灣越南配偶的族裔經濟／黃登興，蔡青龍，蕭新煌主
編；——初版——台北：中研院人社中心亞太區域研究專
題中心，民 101.11
面； 公分

ISBN 978-986-03-4501-8 (精裝)

ISBN 978-986-03-4502-5 (平裝)

1. 家族企業 2. 中小型企業 3. 小吃 4. 異國婚姻

553.67

101023060

台灣越南配偶的族裔經濟

主 編：黃登興 蔡青龍 蕭新煌

編 輯：鄭冠榮 朱婷婷 簡心怡 歐錫富

出 版 者：中央研究院人文社會科學研究中心
亞太區域研究專題中心

發 行 者：中央研究院人文社會科學研究中心
亞太區域研究專題中心

台北市南港區研究院路 2 段 128 號

電話：(02)2782-2191

傳真：(02)2782-2199

Email: capas@gate.sinica.edu.tw

印 刷 者：文盛彩藝事業有限公司

初 版：中華民國 101 年 11 月

定 價：新台幣 400 元 (平裝)

新台幣 500 元 (精裝)

GPN：1010102682 (精裝) ISBN：978-986-03-4501-8 (精裝)

GPN：1010102683 (平裝) ISBN：978-986-03-4502-5 (平裝)

編 序

曾幾何時越南小吃店幾乎遍佈臺灣的大鄉小鎮，偏遠之地如東部地區的山城看得到它，大都會區的台北、高雄與台中更是處處顯其行蹤。表面上它只是碰巧在臺灣經營的南洋風味的美食館之一環。但若進一步觀察其「店主」的身份，發現十之八九都是遠嫁來臺灣的越南裔女性配偶時，這個現象就變成一個值得繼續探討的課題了。

典型的「族裔經濟」案例，是立刻浮出腦海的意象。但若再進一步思考，又會即刻發現以既有族裔經濟理論來解讀，隱隱約約有其不能盡意之處。首先，這些越配經營者，並沒有典型的聚集區，其背景也不是一般的移民，而是透過婚姻管道的移民。她們有時候得負擔改善原生家庭經濟困境的責任，另一方面其婚配對向又多數為本地經濟的弱勢。其次，經營的對象、餐飲特色、與在地飲食文化的衝擊、婚姻與家庭生活的限制、在地父權文化的制約等問題也會透露這確實是個「非典型」的「族裔經濟」。

2009 年末中央研究院人社中心亞太區域研究專題中心，在當時的蕭新煌執行長帶領下，召集了蔡青龍、王宏仁、林開忠、黃登興四位教授與博士生鄭冠榮等含括社會學、經濟學和人口學背景的研究群，針對這個臺灣特有的族裔經濟課題，展開了「台灣移入配偶的微型企業經營與參與：越南小吃店」的研究計畫。費時一年多，我們分別就北、中、南三區同步進行田調與問卷資料的收集。本書的各篇章，就是以這個計畫所收集的田調資料為素材，圍繞「臺灣越裔配偶的族裔經濟」為主軸所撰寫而成的專書。我們希望這本專書的問世，不只是紀錄了離鄉背井到台灣來的越裔配偶，融入本地經濟活動的努力過程，更為婚姻移民特有的族裔經濟型態，提出不同的學術認識，更希望透過本書的一些發現，能促成進一步的相關研究。

本書的完成，我們要感謝的人太多了。接受訪談的所有越裔配偶店主，每位主角都耐心地受盡我們的多次干擾、熱心提供資料。兩位匿名的專書審查學者，對本書的初稿提出諸多建設性的寶貴意見，讓本書各章節的論述可以更聚焦，架構得以更完整，大大的提高本書的可讀性。此外，我們要感謝國立中山大學社會學研究所的王宏仁教授，幫忙南部高雄地區的田調與問卷收集，以及海洋大學應用經濟研究所黃幼宜教授，幫忙北部基隆地區的田調資料收集。我們還要特別感謝臺灣最早經營越南地區之鴻毅旅行社董事長蔡家煌先生，他熱心地接受我們在計畫初期的訪談，並提供相關網絡資料，還安排資深員工協助聯絡北區部分越南配偶的訪談。

最後要感謝亞太區域研究專題中心的行政與編輯同仁費心協助，感謝他們辛苦協助出版聯絡與編輯事務。這些助緣，缺了任何一者，本書將無法完成，我們當然感銘於心。

黃登興 蔡青龍 蕭新煌

2012 年 11 月

序於南港

目 錄

圖		<i>v</i>
表		<i>vii</i>
編序		<i>ix</i>
1. 越南配偶族裔經濟在台灣：綜述	蕭新煌	1
2. 研究越南配偶小吃店的背景與設計	黃登興 蔡青龍 蕭新煌 鄭冠榮	11
3. 勾勒越南配偶小吃店的整體特徵	黃登興 蔡青龍 蕭新煌	33
4. 族裔微型經濟的經營：人力、資本與網絡	蔡青龍 鄭冠榮 黃登興	75
5. 族裔微型經濟的經營：料理經驗、食材與口味	林開忠	121
6. 越南配偶小吃店擴充的條件：父權結構的限制	蔡青龍 鄭冠榮	157
7. 結語與討論	蔡青龍 黃登興	189
參考文獻		195
附錄		233
作者簡介		267

Contents

Figure	<i>v</i>
Table	<i>vii</i>
Foreword	<i>ix</i>
1. Ethnic Economy of Vietnamese Spouses in Taiwan: An Overview <i>Hsin-Huang Michael Hsiao</i>	<i>1</i>
2. The Background and Research Design of the Study <i>Deng-Shing Huang, Ching-Lung Tsay, Hsin-Huang Michael Hsiao and Kuan-Jung Cheng</i>	<i>11</i>
3. Sketching the Features of the Vietnamese Eateries <i>Deng-Shing Huang, Ching-Lung Tsay, and Hsin-Huang Michael Hsiao</i>	<i>33</i>
4. Managing the Small Ethnic Enterprise: Manpower, Capital and Networks <i>Ching-Lung Tsay, Kuan-Jung Cheng and Deng-Shing Huang</i>	<i>75</i>
5. Managing the Small Ethnic Enterprises: Cooking Experience, Ingredients and Tastes <i>Khay-Thiong Lim</i>	<i>121</i>
6. The Limits to Expansion of Small Ethnic Enterprises: the Role of Patriarchal Family Structure <i>Ching-Lung Tsay and Kuan-Jung Cheng</i>	<i>157</i>
7. Concluding Remarks <i>Ching-Lung Tsay and Deng-Shing Huang</i>	<i>189</i>
References	<i>195</i>
Appendix	<i>233</i>
Contributors	<i>267</i>

圖

2.1	本研究架構	23
2.2	社會資本的架構：社會資本的層次和元素	29
3.1	夫妻教育程度比較	39
3.2	先生職業	40
3.3	父母職業	42
3.4	顧客對象	44
3.5	資金來源	45
3.6	提供餐飲種類	47
3.7	其他營業項目	47
3.8	每日營業額	48
3.9	營業利潤	50
3.10	學習課程內容	51
3.11	語言能力	52
3.12	會使用之電腦軟體	53
3.13	店內食材來源	54
3.14	員工聘僱來源	54
3.15	接受訪問者	55
3.16	宗教參與活動	56
3.17	制度性網路	56
3.18	創業過程受助來源	57
3.19	傾訴（聽）心事對象	59

3.20	接受（給予）經濟紓困對象	59
3.21	創業時家中主要支持者	60
3.22	無暇照顧店面時之委託對象	61
3.23	店面附近聊天對象之族裔	62
6.1	越南裔配偶與父權家庭制度協商小吃店經營與擴充結果	188

表

2.1	歷年我國結婚登記人數組成	12
2.2	台閩地區外籍配偶人數按國籍別分	13
3.1	夫妻年齡比較	38
3.2	夫妻教育分組統計	39
3.3	身分證有無	41
3.4	故鄉居住地	41
3.5	父母族裔	43
3.6	資金結構	45
3.7	越南小吃店全樣本特徵統計彙整	62
3.8	經營店規模（創業資本額）迴歸估計結果	68
3.9	營業績效（日收入）迴歸估計結果	71
4.1	本研究樣本之創業資金來源結構	96
4.2	本研究樣本創業過程受何人協助	102
4.3	本研究樣本僱用之廚師國籍與人數	115
4.4	本研究樣本僱用之員工國籍與人數果	115
5.1	埔里鎮按國籍分之外籍配偶人數與百分比	123
5.2	1979-2009 年埔里鎮東南亞籍配偶結婚統計	125
6.1	台越性別角色期待的想像差異	169
8.1	深度訪談問卷調查表	233
8.2	越南小吃店問卷調查表	236
8.3	樣本統計：經營者背景	239

8.4	樣本統計：經營店	241
8.5	樣本統計：營業狀況（動態）	244
8.6	樣本統計：營業狀態（靜態）	248
8.7	樣本統計：營業利潤	250
8.8	樣本統計：人力資本	254
8.9	樣本統計：社會網路	257
8.10	樣本統計：社會規範	260
8.11	樣本統計：社會信任	264

越南配偶族裔經濟在台灣：綜述

蕭新煌

一、前言

截至 2011 年初，在台灣越南籍女性配偶人數約在 8 萬多，是近 15 萬東南亞女性配偶中，比例最高的移入配偶。學界和社會運動界對於過往使用的諸多相關用語，如「外籍配偶」（包括中國配偶）和「外籍新娘」咸認為有負面、排斥的意涵，主張用人口移動研究的類別來界定，因此上述的「移入配偶」（immigrant spouses）為現行較「正確」的用詞。

越南移入女性配偶（以下簡稱越配）與其他東南亞移入配偶一樣，分布全台灣，在北、中、南各縣市鄉鎮都有，似又以北部居多。她們的平均年齡在 25-34 歲者約佔一半，次為 35-44 歲（約佔另外四分之一）。教育程度在高中（職）以下者，佔六成五。她們大半透過介紹（包括親友介紹和仲介機構媒合），其他三分之一為自行認識，而且八成半為初婚。值得注意的是在東南亞移入配偶當中，近七成與台灣配偶已生有子女，其中生一個子女者佔四成，兩個子女也佔另外四分之一，而居住在中南部農業縣地區的移入配偶所生子女已進入的國中、國小又較多（王宏仁、張翰璧 2011）。

更有意思的觀察是，幾乎各鄉鎮也都有越南小吃店的存在，而店主又多為越配，光顧的客源又不乏其同鄉，如越裔移動勞工（簡稱越勞）或其他越配。此一頗有族群特色的越配小吃店，「乍看之下只是一個典型的族裔企業（ethnic business）的例子，一個新移民以其所

熟悉的家鄉飲食，吸引同鄉的光顧來賺點微薄利潤以作家用。但若仔細推敲可以發現，這群婚姻移民的社會與經濟地位，有其特殊之處。她們娘家多數背負了婚姻移民的債務、異族通婚的苦悶、夫家又多是台灣本地的經濟或社會的弱勢家庭，甚至其夫婿可能是無法參與就業的社會邊緣人。有原生家庭的經濟回報期待，也有夫家的經濟上與心理上的特有壓力，這些特質都使得越裔配偶的創業行為，有別於既有文獻所探討的族裔經濟」。

換言之，既有的族裔經濟有關論點，可能無法完全解讀台灣特有的越配小吃店創業行為。深入了解這些散布各鄉鎮小角落的這些越配小吃店的創業動機、創業所需各種資源的獲得、夫家（包括夫婿的公婆）是否支持、經營的維持方式和擴張前景，和處理越南小吃菜單、食譜、口味的因應方式等，當可進一步透視越配透過越南小吃店和越南菜發揮了多重的經濟、社會、文化、族群和心理的功能，諸如爭取自己在家中的經濟自主能力、回饋娘家和 support 夫家財務狀況、透過家鄉口味解鄉愁，聯繫來自「原鄉」的人際關係和融入「新家」的社會關係。

在瀏覽回顧現有的族裔經濟或企業（ethnic economy, ethnic business, ethnic enterprise）的研究文獻之後，不難發現做為一個客居社會中的弱勢移民和少數族群，往往會透過同一族群的人脈和資源去擁有和經營某一個通常也都是較小規模的經濟體或企業，以維持自身和同一弱勢族群的經濟利益和社會團結，甚至爭取向上流動的機會（Bonarcich and Modell 1980；Light 2005；Lu and Fine 1994；Portes and Sensenbrenne 1993）。有時這種族裔企業還會集中在某特定的族群聚居區（ethnic enclave），乃形成相當特殊的族群風格。可見，有關族裔經濟的討論一般都集中在移民及其家庭，集體如何透過運用、動員和強化族群網絡在客居社會求生存和圖發展。

但是，細看在台灣出現的越配小吃店，不論是其移民創業動機、

創業資源、經營方式、擴充及其限制，都展現很特殊的內涵，譬如說越配來台不是舉家移民，而只是透過婚姻的「女性移民」。她們決定想出去創業開小吃店，既為自己的經濟地位，也是娘家和夫家的財務狀況，所以「個人和兩個家庭的經濟因素」都牽涉在內。而且夫家的影響又很重要；能不能成功創業，事關夫家態度；能不能再擴充營業，夫家是否支持更有直接的左右力量。此外，小吃店完全與食物（飲食和料理）有關，族裔食物就應被特別重視，這也是跟一般的族裔企業形式和內容有不盡相同的地方。

二、勾勒台灣越配小吃店

本節的資料來源是中央研究院人社中心亞太區域研究專題中心支助的「台灣越配小吃店調查研究計畫（2009-2010）」所收集的 70 個訪談和問卷調查個案。

越配所開的小吃店，與其他小吃店不同處，當然在於由越南移民親自經營的「越南口味」，經濟學稱之具有「特定生產要素」，是其他類創業者所沒有的，有了這種很特別的「人力資本」優勢，或許就可而彌補她們在金融資本及其他相關網絡關係資本的劣勢。這些小吃店都開在越配婚姻所在的地區，沒有跨鄉鎮的情事。在客源方面，也都集中在越配同一鄉鎮的或是越裔外勞，以及光顧的小吃店一般客人，如上班族、勞工和學生。

這些越配店東來台灣的時間都比較長，而且大多數有台灣身分證，在台時間長，人際關係當然就比較多，有利於經營小店。一如其他東南亞移入配偶，她們比她們的丈夫平均小 10 歲以上，與丈夫教育水準差不多（或許還高），丈夫的職業以工人為多，其次是小商人，其中還包括現在變成跟自己共同經營小吃店。有趣的是絕大多數越配小吃店店東都來自商業較發達的南越。這包括半數的娘家都還曾有過經商，甚至從事餐飲業的經驗，換言之，如此階級背景也可謂是一種

「階級資源」(class resource)，這對具有這種資源的越配，在所經營小吃店時，助力不少，可以店開得大，收入也較多。雖然平均二成多的越配父母是越南華人，但絕大多數還是越南人。

若要說這些小吃店的「族裔資源」(ethnic resource)，那就是她們的主要顧客還是越南配偶和越南外勞，其次是所住地區的鄰居、附近來往的上班族和學生。不過，這些小吃店雖有族裔顧客，但卻不能說是座落在孤立的族裔社區，而是可能開在任何一個典型的台灣鄉鎮市區。

談到創業資金，主要是自己的資金，其次是丈夫的資金，這兩者合併起來可說是「自有資金」，約佔八成。其餘包括同鄉朋友借貸和標會。顯然，小吃店的資金以自有為主，其次是非正式金融借款。也因為有如此的資金來源，絕大多數小吃店屬於獨資自營，很少數是與越南人或台灣人合資。問到業務決策者是誰時，絕大多數回答是越配本人，少數是與丈夫共同決策。

越配小吃店顧名思義是越南餐飲店，但也是三成左右同時提供越菜和非越菜，可見「越式」餐飲是大宗，混雜在地化的餐飲服務也不是沒有。而且有時這些小吃店還兼賣越南乾雜貨、電話卡、卡拉 OK、化妝品，甚至旅行業務代辦、美容美髮、直銷等。其他項目的顧客也都是其他越配和越勞。不管賣餐飲小吃或是其他營業，大部分的每天的營業額也都算是小額，在 1 千元到 4 千元之間，極少數在 1 萬元以上。換言之，平均每月收入約在 3 萬元到 12 萬元之間。因為是小小本自營，所以大多數沒有雇工。

利潤如何？這方面資料不甚可靠，看來真的有利潤的小吃店至多是半數，而集中在每月 3 萬元以下。但是也有少數的 6 家回答有利潤在 5 萬以上，可說是難得的績優店家。

賺了錢做什麼？九成越配女店東說是用以貼補家用，包括在台的夫家和在鄉的娘家，也有說將錢去標會，甚至做會頭，賺利息或集資，

更有極少數說會將利潤轉回越南進行再投資。可見開店也同時是為了兩個家賺錢。

值得注意的是，八成的女店東過去有過工作經驗，甚至有近半數表示以前就有在餐飲業待過和工作的經驗，平均還有3年多的受雇經驗。在這些有工作經驗的人當中，還有一些甚至自己開過店（約二成）。她們不但有過工作經驗，多數還已具備國語、台語的聽和說能力，其次是廣東話或客家話。有了本地語言能力，當然有助於經營必須與本地人交往的小吃店生意。此外，一些女店東在準備開店前也會去找相關資訊做為參考，資訊來源多元，包括客人、社區、地方機關、中央機關、媒體和網絡等。一旦開了店，買食材的管道也多樣，除了上菜市場採購外（八成），有時還得找朋友介紹（四成）和品牌商的推銷（三成）。

私人網絡一直是創業過程不可或缺的必要資源，移入越配隻身在台，可想像的是她們能依靠的就只有夫家和同鄉、朋友。從資料顯示，在創業歷程中，丈夫幫最多（五成以上），其次是同鄉、朋友（四成），再次是公婆（近二成）或娘家和親戚（近二成），甚至台灣客人（也是近二成）。甚至也有一成表示越南客人也曾伸出援手。

綜合來看，幫過忙的不是家人（親戚），就是同鄉朋友，這些都是私人網絡。此外，在越南的娘家、親戚，在台灣的同鄉、朋友和越南客人也扮演不同面向的角色，可見私人化的族裔網絡也是這些越配女店東創業的貴人。

上述這些族裔關係在平時也很管用，譬如說心事要傾訴或互相傾聽，或是突發狀況時幫忙照顧店面，越裔同鄉、朋友，甚至越裔客人，也都會是她們求助的對象。

總而言之，在台灣北、中、南三地觀察到的70個越配小吃店案例和故事，讓人看到一幕幕移入婚姻移民如何在客居本土社會不但為自己、夫家，也為娘家打拚，打拚的方式就是開一家越南小吃店。從

一開始，私人關係和網絡就是小吃店成事與否的關鍵，其中私人化的族裔資源更是不可小看，從資金、客源，到找食材、平時的打氣互助，都可以看到這些越裔網絡出現在這些小吃店的裡裡外外。

三、越配小吃店的人力、金融和網絡

國際相關文獻聚焦在移民所經營的族裔企業如何創業和為何有的可成功。一如前述，流通在族裔內部的創業資源（包括族群和階級兩資源）很重要，甚至舉足輕重。不過放眼到台灣的越配小吃店，「性別」因素就很突出，這是否可與一般的「女性創業者」來描述這些越配小店東呢？她們身上所烙印的特殊背景：如仲介婚姻制度下的弱勢、臣服於男性權威的移民配偶，又如何在地想到去經營有自己族群文化風味的飲食店呢？她們依賴的各種人力、金融資本和社會網絡又是如何能獲得的呢？

從對北台灣的越配小吃店的深度訪談個案資訊和問卷調查結果，可整理出以下幾點重要而有趣的綜合發現：

創業是為了解決和維持夫家經濟收入、回饋娘家財務、還債或補貼，另外當然就是追求自己的經濟自主地位。自己創業是因為外出找工作不易，本地語言能力不夠，對在地勞動市場不熟、知識不夠、網絡不足，即使找得到，也是很低階工作；於是有了自己開店創業的念頭。開店還可以在店裡帶小孩，讓她們有吃有喝。會決定開小吃店，因為越南族裔消費市場已存在，對越南雜貨和料理食材有需求；也看到成功的例子，又有誘因。處理飲食料理又是女性被性別化的家務勞動工作。何況從越南娘家到台灣夫家都有煮飯做菜的經驗，於是讓自己想到理所當然可以去嘗試。

有的越配店東在過去還有過在外從事相關餐飲業工作的經驗，或是其他不同的外出受雇經驗，所以拋頭露面不是第一遭。開小吃店，碰到不會做的菜，還可以打電話回娘家問，好的料理配方更可以向有