

# 台灣夜市市場系統的發展： 以台北都會區及台南縣為例

余舜德、周耿生\*

Skinner從1964年起一系列於中國前現代時期市場系統（marketing system）的研究，使得所有研究中國社會與歷史的學者都深切瞭解，任何以中國文化、社會、或歷史為題的研究都需要考慮到市場系統形成之空間結構特性的因素。因為他的研究清楚顯示，歷史事件、社會文化現象或災難的發生與影響多沿著市場系統的體系發展，影響範圍至多達於二、三個市場系統，很少涵蓋整個中國大陸。因而於研究幅員廣大之中國社會時，與地理環境密切結合之市場系統乃是一個不可忽略的因素（Skinner 1976及1977）。Crissman（1981）、DeGlopper（1995）、及 Sangren（1987）分別從台灣彰化地區市場系統的調查、鹿港地區商業的發展、及桃園大溪地區祭祀圈的特性之研究，說明市場系統空間結構的因素於台灣亦同樣扮演著類似的作用。不過因為夜市的史料並不多，台灣及中國大部分的縣誌雖有詳細之早市的記載，但絕少包括夜市的資料，因而過去的中國或台灣社會市場系統的研究，皆無提及夜市所形成的市場系統之本質或所扮演的角色，我們也無足夠的資料比較今天台灣與中國古代大都會的夜市市場系統。因而本篇論文將只利用筆者於台北都會區與台南縣田野研究所收集的資料，<sup>1</sup>來建構出台灣夜市體系的模型，並進一步說明台灣夜市市場系統的發展、特色及扮演的角色。

## 夜市歷史簡述

中國的夜市至少在一千年前就已出現，從唐朝政府曾在公元836年下令嚴格管制

\* 余舜德為民族所副研究員，周耿生為文化大學中山所博士候選人、馬偕護專講師。

<sup>1</sup> 本篇論文所使用的資料乃筆者於1991至92年間於台北盆地及台南縣全境所做的夜市普查及消費者電話抽樣調查。

夜市活動一事顯示，夜市在當時應該已經發展到某些規模（遲及劉 1987）；唐朝末期經濟活動的迅速擴張，一方面使得國家管制經濟的能力衰退，另一方面也導致原已禁止之夜市活動之宵禁的廢除，夜市的活動在都市內逐漸暢行。在宋朝時期，夜市已成為大城市中居民夜間生活非常重要的一部分，《東京夢華錄》中更提到，夜市不只在鬧區出現，連「尋常四梢遠靜去處」、冬月「大風雪陰雨」亦有（孟 1980：21）。這些夜市常營業到半夜，甚至到三更，鬧區的市場更「通曉不絕」。

宋代的夜市反映著當時都市生活的繁榮與多姿。《夢梁錄》中，吳自牧對杭州夜市的攤販行業及商品提供了相當詳細的描述，顧客逛杭州的夜市常可發現賣卦的、雜耍的、賣布、衣服、飾品、蔬菜、水果、各式點心小吃、玩具、手工藝品、乃至珍奇古玩的小販（吳 1980:242-243），更有一些從字面看已不知為何物的小吃——如七寶科頭、香茶異湯、燒耍魚等——被吳自牧指出為屬於夜市專門的小吃。宋代的夜市因為常位於大街鬧區及紅燈區附近，與酒樓、妓館相連，是文人雅士、公幹雜役、各式人等夜間流連的地方。

現代的夜市和宋代夜市的描述有甚多雷同之處，今日的夜市也販賣多樣的商品及服務，並提供一個休閒活動給傳統以來即對夜間的公共活動就相當有興趣的中國社會；雖然在今天的夜市，傳統的手工藝品已經被現代輕工業的產品所取代，而奢華的藝術品則被大量製造的廉價商品所替換，台灣的夜市持續以特色小吃而聞名，並仍是三教九流、各式人口聚集的場所。

今天台灣的夜市形成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台灣輕工業生產的各項日常消費品，銷售到全島各個角落。在大都會區的中心地帶，由固定夜市（即每晚皆在同一地點舉辦的夜市）形成的網絡扮演著主要的角色，都會區的邊緣或區外，趕集式的流動夜市（即所謂的「定期市」）遍佈大小鄉鎮，甚至遠至山區原住民部落，<sup>2</sup>這些夜市一方面將多樣性的商品銷售到平常市場（商業）功能不足的地區，另一方面，夜市活動也製造了一個「商展」般的氣氛，<sup>3</sup>帶給各地社區一個特殊的夜間休閒活動。

夜市市場系統和城市商業區正常商家形成的系統相當不同，這兩個市場系統都提

<sup>2</sup> 在1994年，南投泰雅族的廬山部落每星期有一次流動夜市，埔里有五次。

<sup>3</sup> 在台南縣，流動夜市亦被稱為「商展」。

供零售功能，有時尚且相鄰，但在一些重要的部分方面又有相當大的差異。在空間的分佈上，夜市常位於商業區外的邊緣地帶，城市內的夜市常位於廟口、菜市場等舊社區中心或主要街道旁的側巷裡，即使在鄉下地區，夜市亦常在較不阻礙交通的廟埕上舉辦；同時，夜市通常形成一個容易辨認、緊密聚集的區域，跟一般商業區較整齊但擴散的空間分佈有明顯的差異。<sup>4</sup>在商業活動的種類上，夜市主要提供零售及小吃食品，所提供之商業活動的種類雖不少，但遠低於一般商業區的多樣性。營業時間是兩者最明顯的分別，夜市通常在晚上八點鐘以後才達到營業的尖峰時段，而商業區內，除了少數零售及餐飲業外，其他商業活動多半在平常下班時間後就平靜下來，當上班族從商業區的工作地點退出後，夜市在晚餐時段後則逐漸熱絡起來。

夜市所販賣的商品主要為具低「市場中心性」(market centrality)的商品，夜市最常見的商品——如成衣、飾品、玩具、及小家電等——很少能夠以其知名度或特殊功能而吸引消費者特地到某一夜市購物；台灣的夜市唯一具有高市場中心性特質者為地方特有的風味小吃，因為台灣消費者鍾情這些道地的地方小吃，常為了某一夜市特產的小吃願意專程前往。消費者對這些一般只以地名為商標、強調真材實料的小吃常賦予特殊的意義，雖然有些小吃（如彰化肉圓、台南棺材板）實已相當普遍，但消費者對這些享有口碑之小吃的豐富知識，常導致他們選擇性地拜訪某些特定的夜市。小吃之外，市場的中心性亦受到許多因素影響，夜市的規模、地點、歷史、商品的多樣性、及這些因素的組合所製造出來之特殊氣氛等都會影響消費者的選擇；基於消費者旅程（consumer traveling）的調查，我們可以建構出夜市市場系統的形貌。

## 台北盆地的夜市市場系統

圖1顯示著台北盆地四種型態之夜市的分佈，夜市型態的分類乃基於筆者在1991至92年所進行之一份電話問卷調查，筆者依據報導人的消費習慣，建立了台北盆地夜市的型態及階序關係。

前三種為固定夜市，它們主要由各類的攤販及少數商家組成，但少數大型夜市（如士林）亦具有為數眾多的店面；攤販在這些夜市多半擁有自己的攤位，雖然他們

<sup>4</sup>有關夜市的空間分佈請看余舜德（1995）。

多半私自佔據公共空間從事商業活動，但是依市場的慣例能夠對其每晚利用的攤位聲稱擁有使用權（即地盤），因此固定夜市內大多數的攤販每晚皆到同一夜市，且在同一攤位做生意。只有少數無法找到固定攤位的攤販，即一般所謂的「插花」小販，試圖在不同的夜市之間流動。此項特性和流動夜市正好相反，流動夜市一般以「星期」為週期，每晚皆在不同地點舉辦，日程表在台北地區一般由所謂的「公團」排定，每個攤販依各地點的生意狀況及能否佔有攤位來決定自己的日程表，亦常會參加別的公團所安排的夜市，並不會固定只參加某一團；因此，同一公團所排定的行程並非由固定的成員參加，因為攤販只要能夠在公團安排好的空間內找到攤位即可參加，所以成員的流動性也很大。而流動夜市的地點也常會因為警察取締或生意的狀況而更動，因而可說是名符其實的「流動」夜市。

所謂的「公團」、「私團」乃從會員資格開放與否定義。公團對外開放，欲參加的小販只要能夠找到攤位、繳交團費，即成為會員；私團則限定參加會員的資格，常以親屬或同鄉關係限定參加的資格，並規定新團員可以經營的生意種類，以避免內部競爭，因此私團規模通常很小，多半只由十幾輛攤車組成，機動性高。有些主要以參加各地廟會為主，在全省流動。私團組織較嚴密，在警察管制較嚴格的都會區較容易生存，過去公團尚未出現前，常以打游擊的方式在各地設立小型的流動夜市。

公團在台北都會區的出現較晚，當初由一位報社的記者發起，因為他人頭熟，有能力擺平地方上各種需求，<sup>5</sup>在觀察南部的流動夜市及長時間的籌畫後，於1987年在台北縣成立第一個公團。他舉辦的第一場受到很多攤販的歡迎，因為大規模的夜市較具聚眾的能力，一些私團乾脆加入他的組織，因此此攤販團體很快地在台北縣各地設立流動夜市，並有一千五百輛攤車加入。此公團的成功也造成新團體的成立，在筆者進行田野研究的期間，至少有五個公團在台北盆地舉辦流動夜市。因此公團並沒有嚴密的組織，夜市的順利運作常賴「團主」（即攤販對籌辦人的稱呼）的公關能力，是適應台北都會區政經環境所產生的一個特殊團體，和下節將詳細討論之中南部流動

<sup>5</sup> 公團每晚向攤販收取的服務費中，有一部份為團主的公關費，團主運用此筆經費解決包括政府、警察、民代、黑社會（即所謂的黑白兩道）所可能帶來的各種問題，並徵求夜市地點之地方人士的同意（包括每一個攤位後面店家或住家的許可），讓夜市活動能夠順利進行外，並雇人打掃、指揮交通，設立規則減少內部紛爭，以減少夜市的攤販問題。

夜市的組織完全不同。這些公團所安排的流動夜市通常有二、三百攤的規模，每晚在不同地點舉辦，它們多半沿街設立，為數眾多的攤販製造的熱鬧景象，成為地方上每星期一次的盛會。攤販們多具備有小箱型車或小卡車，依參加的公團所設立的夜市日程表，在傍晚於夜市地點聚集擺攤，以備晚飯後的開市時間。圖1中筆者只標示這五個公團所成立的流動夜市，私團因追蹤不易，沒有列入。

都會型夜市	地域型夜市	社區型夜市
士林	圓環	天母商圈
	萬華	石牌雙城
	饒河	石牌自強街
	通化街	石牌實踐街
	公館	德行東路
	三重	大橋（延平北路5段）
	永和	社子
	景美	北投
	板橋南雅	錦州街（松山市場）
	新莊	松山圓環
		承德橋
		雙城街
		遼寧
		內湖德明商專
		內湖實踐家專
		撫遠街
		中興百貨
		大安國中
		師大路
		永康街
		南機場
		南昌街
		政大
		新店明德新村
		蘆洲
		三重中央北路
		三重五華街
		三重幸福市場
		板橋四維路
		板橋松柏街
		板橋北門街
		永和永元路
		中和華新市場
		中和枋寮

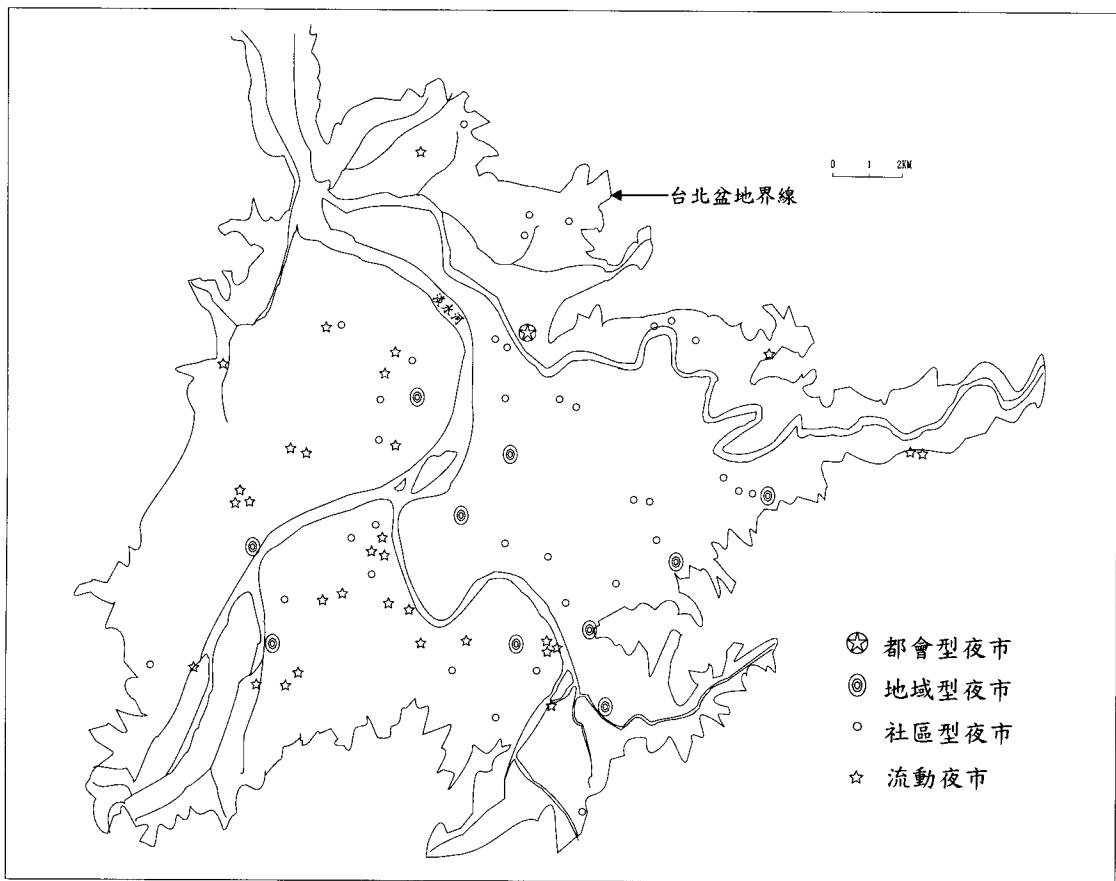


圖1.台北盆地夜市的分佈

### 大都會型的夜市

都會型的夜市提供服務給整個都會區，在大台北都會區內，唯一具有此項功能的是士林夜市。圖2-a為士林夜市固定顧客（即平常以士林夜市為目的地且每三個月至少造訪一次的消費者）之消費旅程（consumer traveling），他們佔所有受訪夜市固定顧客的19.6%；如果受訪者住家附近沒有大型夜市（如台北市北區），士林夜市常吸引其成為固定顧客，所以士林有許多住在台北盆地較偏遠地區的顧客。圖2-b為士林夜市非固定顧客（即以士林之外的夜市為固定消費地點但偶爾亦會造訪士林夜市的顧客）之消費旅程，在所有受訪之夜市非固定顧客中，有90%表示，如果他們想逛住家附近之外的夜市，他們偏好離家較遠的士林。因此，士林夜市不僅吸引台北都會區約五分

之一的夜市愛好者為其固定顧客群，其餘的五分之四亦常不定期地逛士林夜市，而士林夜市的主要顧客也不是士林附近的在地人，而是從台北盆地，甚至台灣各個角落來的夜市愛好者。

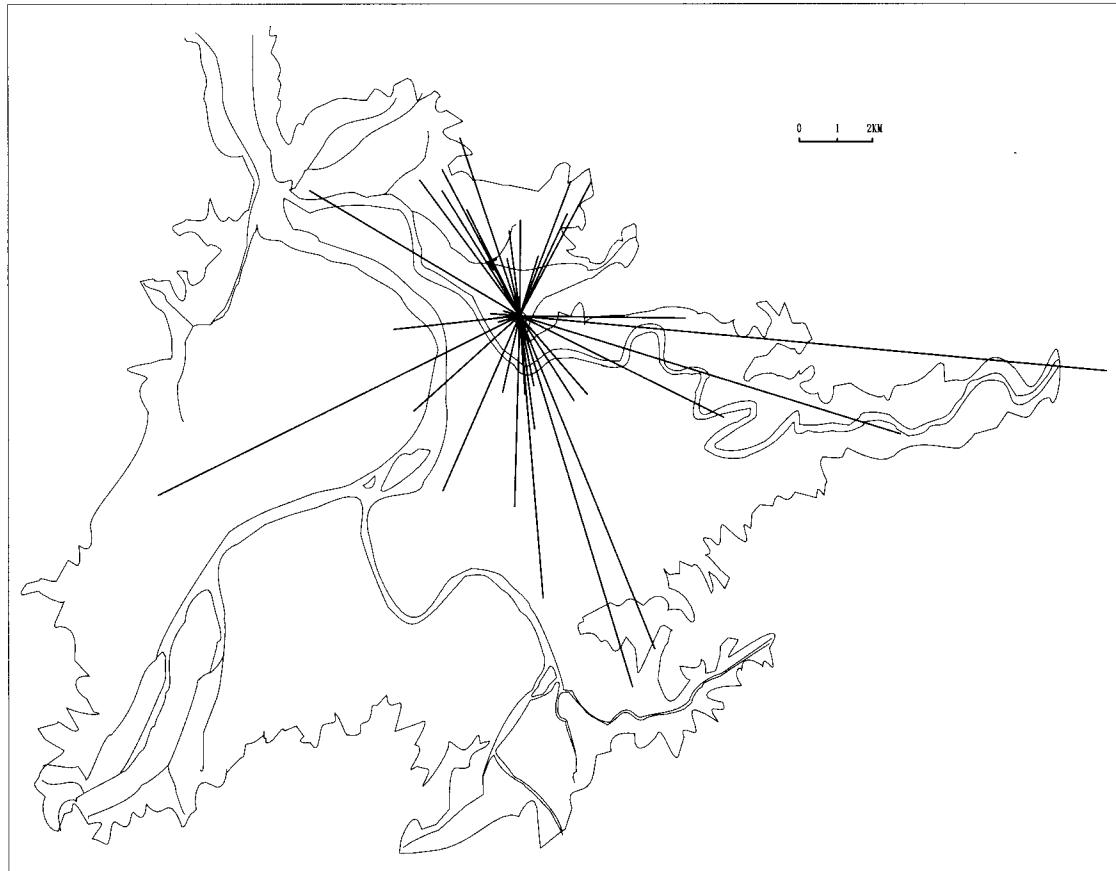


圖2-a.士林夜市固定顧客的旅程

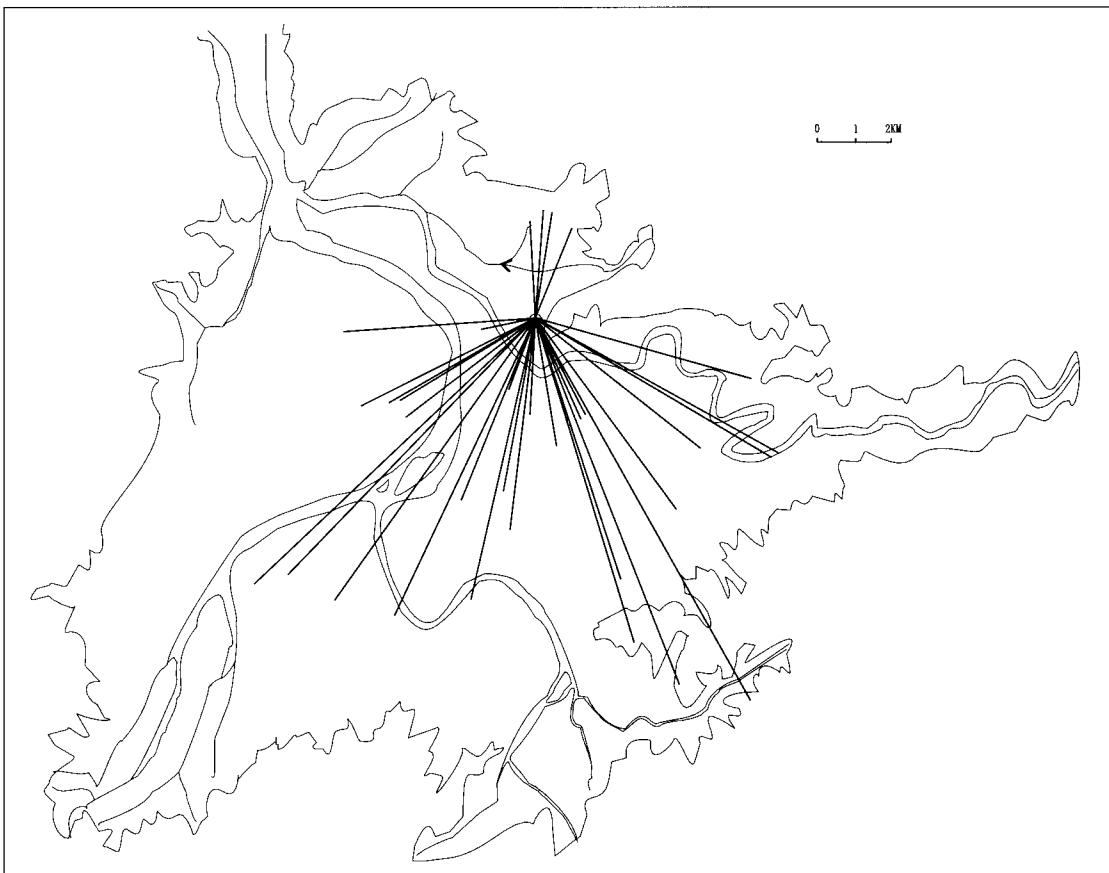


圖2-b.士林夜市非固定顧客的旅程

### 地域性夜市

地域性夜市的腹地只涵蓋台北盆地的部份地區（圖3-a），例如知名的圓環、通化街、及萬華夜市的主要顧客以鄰近區域的民眾居多；這些夜市的腹地有明顯重疊的現象，因為夜市個別的特色常從別的地區吸引一些非固定顧客（圖3-b）。萬華夜市即是一個明顯的例子，有名的華西街在近年來已經成為台北市一個重要的觀光特色，蛇店、著名的風味小吃及萬華的歷史塑造了這個夜市特殊的風采，吸引國內外的觀光客前來一探究竟。

地域型的夜市在功能及特色上，也有專業化（specialization）的傾向。例如通化街、饒河街、三重及公館等地域型的夜市除了有各種攤販外，更有大量的服飾店面，

圓環、板橋及景美等夜市的中心地帶雖只有少數幾家服飾店，但在其外圍地區吸引了珠寶、鐘錶、眼鏡及餐廳等行業。所有地域型的夜市都有200至700攤的小販，並多位於地區的商業區旁，雖然彼此的界線清楚的區分。

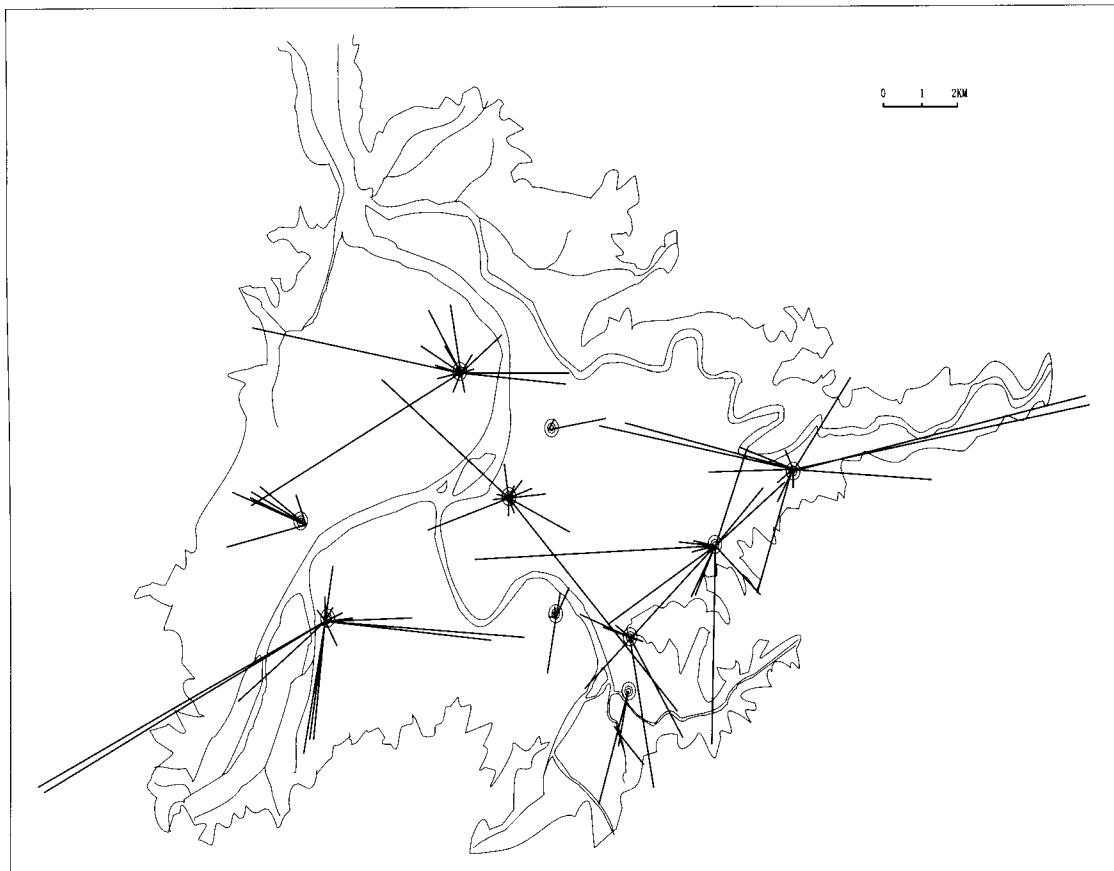


圖3-a.地域型夜市固定顧客的旅程

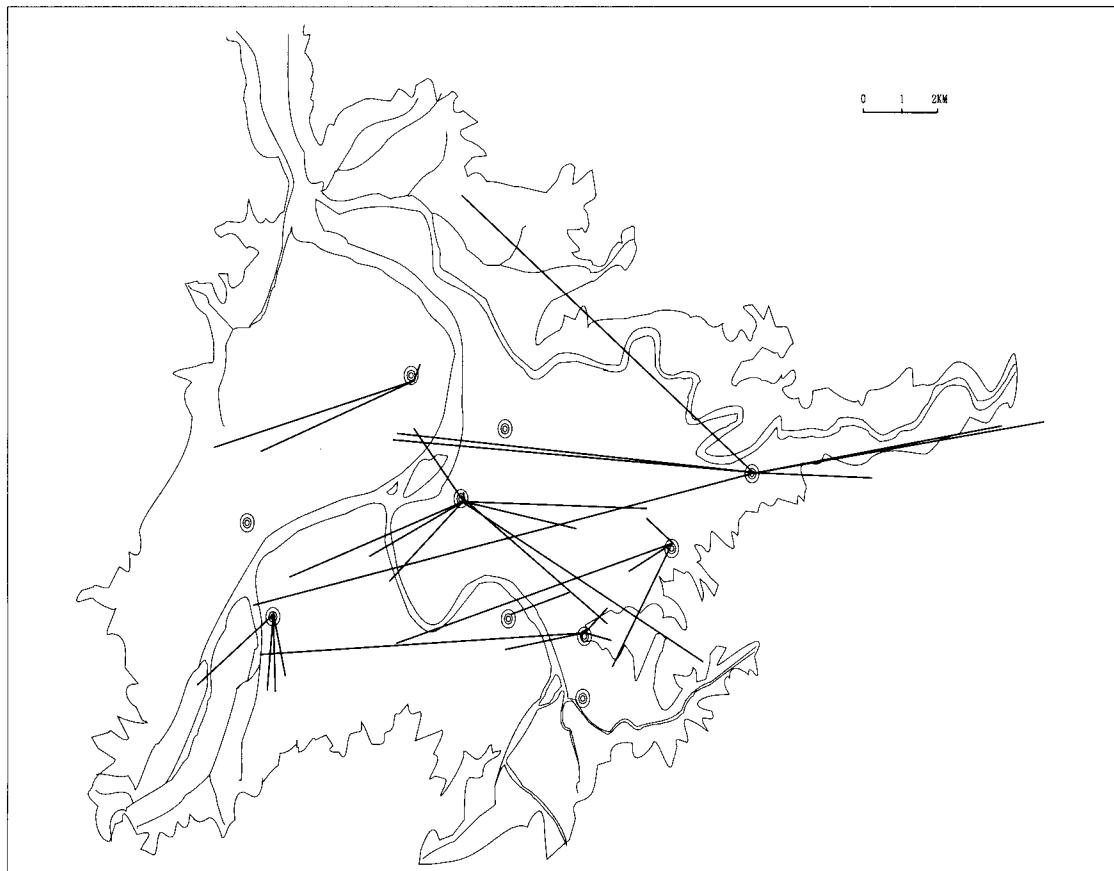


圖3-b.地域型夜市非固定顧客的旅程

### 社區型的夜市

這類型的夜市主要只吸引地方社區的居民（圖4），它們多半分佈在廟口、菜市場、或舊商業區旁等傳統人潮聚集的地方。這些通常只有幾十攤的小型夜市，以販賣小吃為主，有時夾雜少數的日用品及服飾攤；但有些位於高密度舊社區內的夜市，如社子夜市，可擁有100攤左右的規模，並販賣通常在較高階序的夜市才出現的商品。

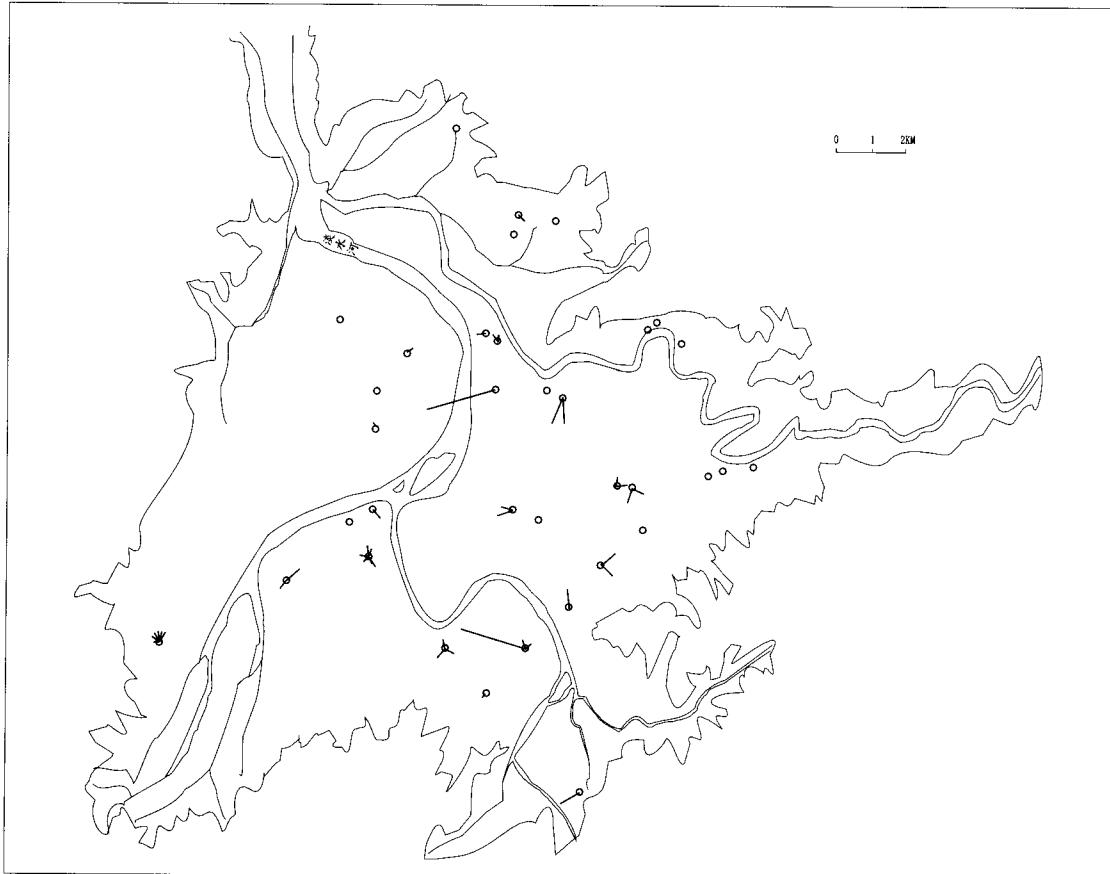


圖4.社區型夜市顧客的旅程

### 「公團」流動夜市

因為台北市的管制一向較嚴厲，趕集式的流動夜市多在台北縣出現，台北市內只有南港、關渡等位於縣市交界的地帶有流動夜市的活動。流動夜市都沒有特定的名

稱，人們一般以夜市的地點及舉辦的日期來稱呼。這些夜市多半在台北市的外圍、較無商業活動的地點舉辦（圖5）。因為流動夜市的規模容易引起交通方面的問題，而導致地方政府及警方的注意，在近年來也多半避免在主要街道上舉行。團主有時尚且必須尋找較偏僻的空地，以免因為造成地方上的問題而破壞公團能夠順利進行的關係網絡。

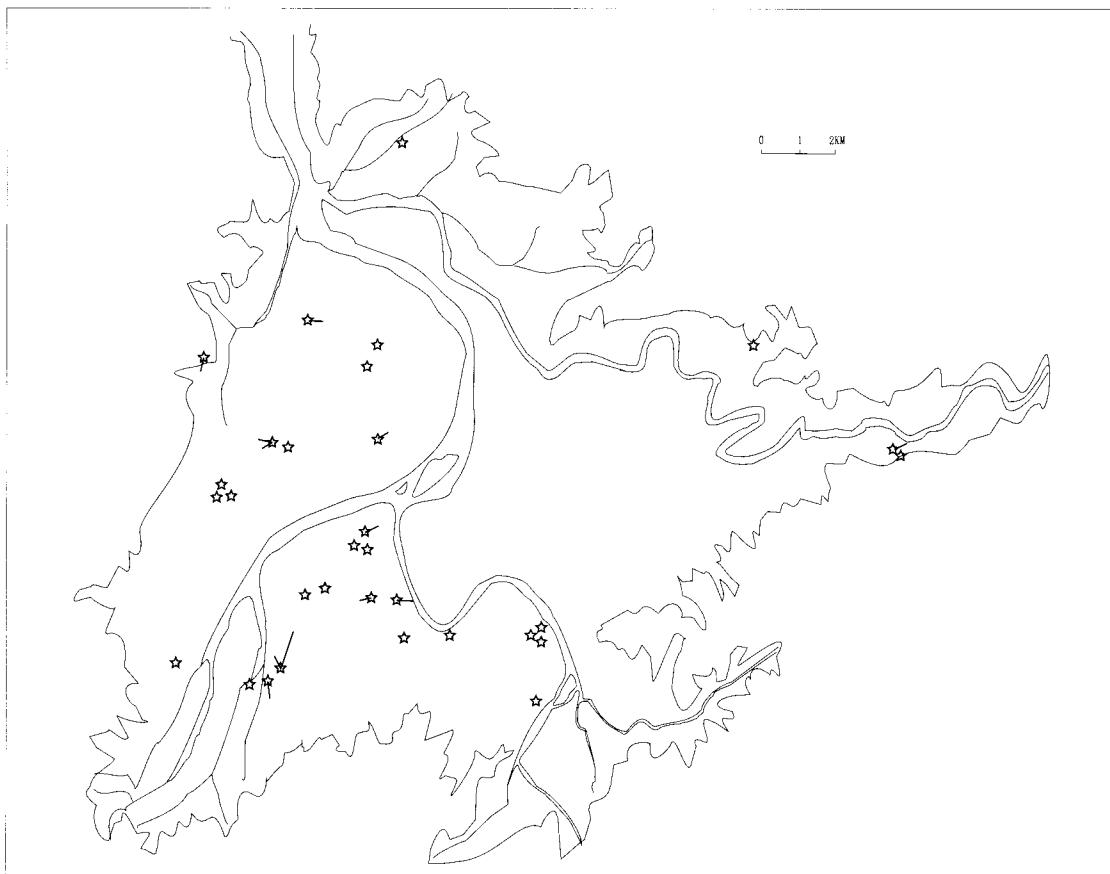


圖5.流動夜市顧客的旅程

夜市所販賣的商品及提供的服務也因為夜市的型態而有差異。表1顯示此四種型態夜市的攤販商品及服務項目的比例，流動夜市顯然以銷售家戶日用消費品的功能最為顯著，將五金、廚具、小家電及玩具等商品帶到台北縣眾多衛星城市中較缺乏零售服務業的社區；小型的社區型夜市主要提供小吃給附近居民，並常位於超市、菜市場或商店街等主要提供居民日用品服務的地帶旁邊，因此這些夜市主要的特色在提供一

個熱鬧、輕鬆的氣氛，讓附近居民可以與親友悠閒地在夜市吃點心、喝酒、散步及買點日用品。

表 1. 台北都會區四種類型的夜市所提供的商品及服務項目的分析表<sup>6</sup> (N=平均攤位，P=比率)

項目	流動夜市		社區型夜市		地域型夜市		都會型夜市		合計	
	N	P	N	P	N	P	N	P	N	P
小吃	35	23%	41	63%	88	35%	208	40%	58	44%
成衣	32	21%	13	15%	75	29%	188	36%	35	26%
飾品	13	8%	6	9%	30	12%	68	13%	14	11%
雜貨	40	26%	4	4%	36	14%	36	7%	14	11%
遊戲	12	8%	2	2%	2	1%	10	2%	3	2%
鞋類	15	10%	4	5%	17	7%	10	2%	8	6%
其他	7	4%	1	1%	4	2%	5	1%	2	1%
合計	154	100%	71	100%	251	100%	526	100%	134	100%

地域型及都會型的夜市和社區型及流動夜市有顯著的差異。前二者為大型的零售中心，有相當數目的成衣、服飾攤販集中在這些夜市，販賣品質、流行度、年齡層及價位都多樣性的商品。在這兩類型的夜市中，小吃攤雖然只佔三分之一強的比率，但卻非常重要；這些大型的夜市都有一些聞名的小吃攤，每當人們提到這些夜市，它們常是這些夜市特色的代表，是人們分別圓環與萬華夜市時，常衝口而出的例子。專業化也是這些大型夜市常見的現象，攤販常只專門販賣一、兩種小吃或商品，而社區型的攤販則傾向販賣多樣的商品及食物，在大型夜市，流行風潮的動向也明顯可見，這些夜市的攤販不只常銷售最具流行取向的商品，也因為攤販小資本經營的本質，在夜市高度競爭的商業環境下，常一窩蜂地搶賣熱門貨品，使得流行的變化，在夜市有瞬息萬變的呈現。

<sup>6</sup>如果我們將成衣及皮鞋店中的專櫃以攤販單位計算，則成衣及皮鞋於都會型夜市所有攤位中的比例將分別升高到50% 及20%。同樣地，成衣及皮鞋的比例於其他型態的夜市也會增加。

## 台南縣的夜市市場系統

圖6標示出台南縣內夜市的分佈，包括夜市地點及每週的場次。這111個夜市中，只有3個為固定夜市，且都位於臺南市內，臺南縣境內的夜市地點中有93個為每星期一次、7個一星期兩次、1個每星期三次的「定期市」。最老、最有名的Sakariba（盛の場）在1930年代日據時期成立，雖然因為成衣工業的進駐而逐漸淘汰了此夜市賴以成名的小吃攤，Sakariba的盛名至今仍享譽全台灣；另一固定夜市，小北夜市，原本位於臺南市鬧區的民族路，在1984年市政府整頓交通的策畫下被遷移到現址。1992年筆者進行調查時，小北夜市有287個固定攤位，是臺南最具規模的夜市；第三個固定夜市為「大統小吃城」，位於私人地上，只有三十個小吃攤的規模。

圖7顯示，臺南縣大部份夜市的地點皆在主要道路兩旁，縣內主要的幹道則由高速公路串連起來，臺南縣的東邊為丘陵地，西邊濱海，較中央的農業及工業地帶貧窮，人口密度也較低。這個市場網絡主要因為現代化道路系統的建立及小白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，臺南縣內大部份的地方因此皆可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。

臺南縣內流動夜市攤販並沒有類似台北「公團」的攤販組織，夜市主要由地方上的廟宇設立，少數則由地方政府成立。<sup>8</sup>主事者（廟公、廟產委員會、或村長等）<sup>9</sup>負責安排場地、提供水電、設定規則、並吸引攤販前來擺攤，攤販多半各自行動，依狀況決定自己每週的夜市日程，只有少數同鄉或親戚組成的非正式團體有時會一起行動；主事者可據此收取費用，夜市的設立因此是地方公廟（或稱「公司」）或政府相當可觀的財源。<sup>9</sup>因為兩種安排皆可受到居民的接受（基本上其用途只是用在宗教或公共事務的差別），鄉下地方又少有國家的干預，此種方式設立的夜市相當受到地方上的歡迎。

<sup>7</sup>這些夜市多半在廟埕或公有地上（若是地方政府設立的話）舉辦，若是前者則多半設在地方上的公廟前。

<sup>8</sup>臺南縣夜市形成及組織的詳細描述請看余舜德（1995）。

<sup>9</sup>有些夜市由地方政府委託義消設立，收入即可補助後者欠缺的經費。

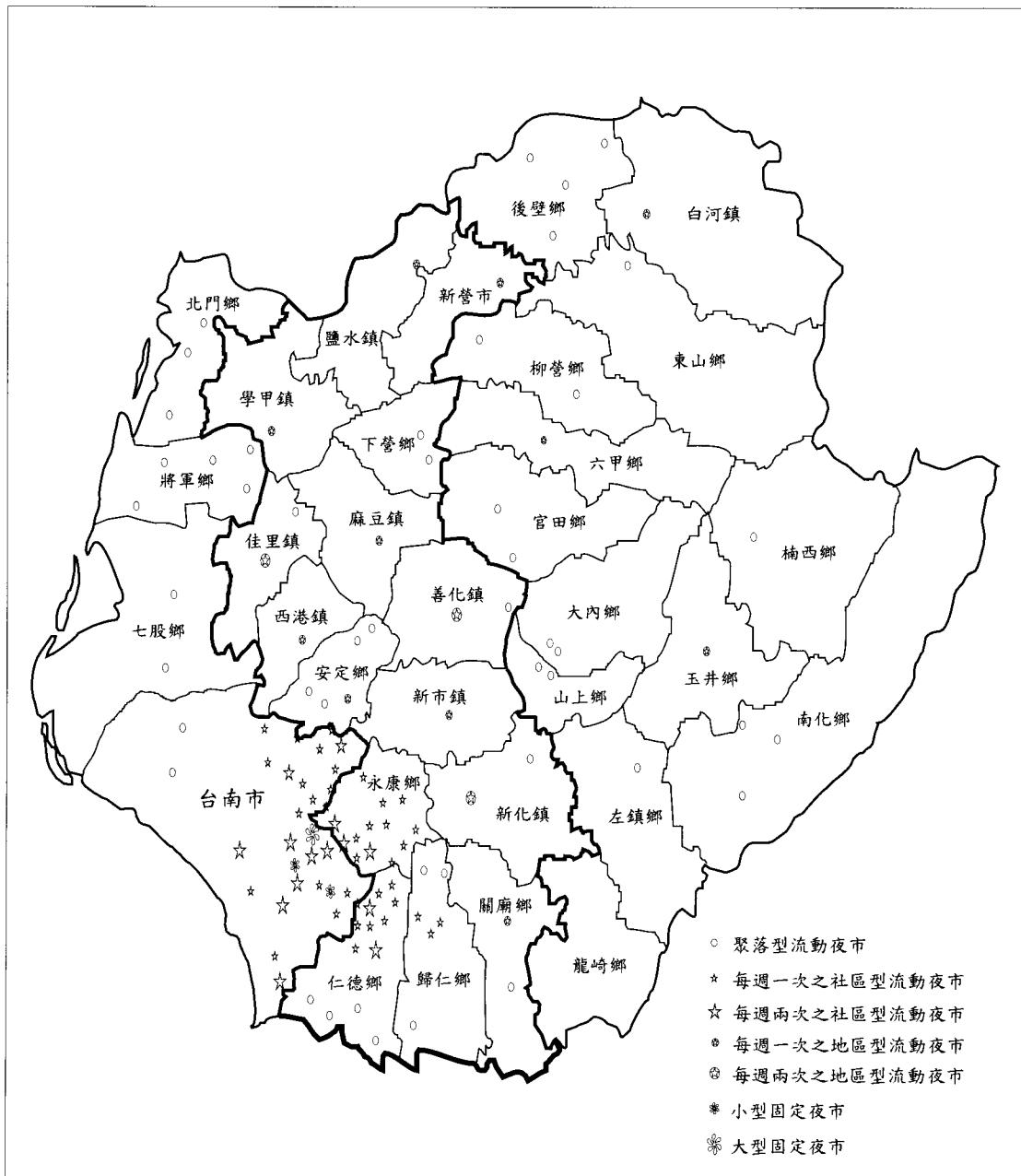


圖6. 台南縣夜市的分佈（加黑區域位臺南縣中央地區）

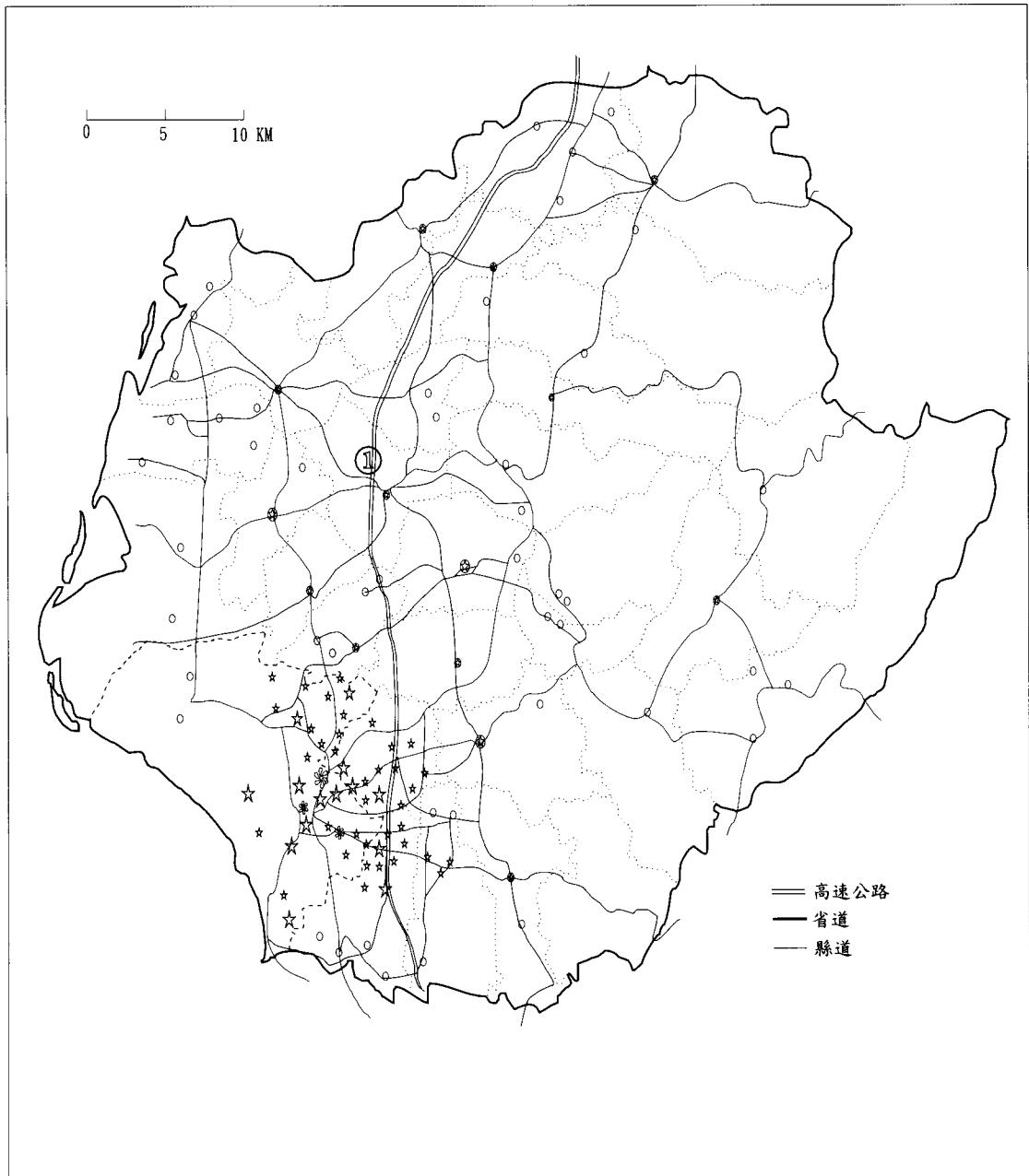


圖7.臺南夜市分佈與主要道路之關係

依據消費者的旅程模式，可以劃分出三種類型的流動夜市：

**聚落型的定期市** 為小型的夜市，通常不超過一百個攤位，它們多位於臺南的沿海及丘陵地帶，扮演類似台北市之「社區型」夜市的功能——即主要提供服務給夜市地點附近的居民。因為這些夜市通常以夜市地點之聚落為名，故將之稱為聚落型的夜市。它們在銷售日用品的功能上比台北「社區型」的夜市扮演較重要的角色（請看表1及表2），在這些夜市中，小吃仍是一項重要的商品，但不似都市內社區型的夜市，扮演最重要的角色。

**社區型的定期市** 主要位於人口較稠密的臺南市區及外圍之永康、仁德、及歸仁三鄉。這類型的夜市主要吸引地方社區的居民為顧客，因為這些夜市所服務的範圍通常小於它們所座落的區域，因此一般以夜市附近的地標或街名稱之，它們的規模差異較大，可從50以至於200個攤位，有些夜市因為需求密度較高，每週在同一地點有二至三次的夜市。

**地區型的定期市** 不但能吸引所座落之城鎮的居民，甚且常帶動附近城鎮居民的前來（圖8-a）。規模從100到350個攤位，有些城鎮每週在同一地點，有些則在鎮內不同地點但同時間有兩場夜市；這些夜市多位於城鎮的行政或商業中心附近，因此多半以城鎮的名稱稱之。它們也多出現在臺南縣歷史較長久的中央地區，且能從位於鄉界之外、較偏遠的地區，吸引顧客。

筆者特別選擇臺南縣西北邊的鄉鎮居民做較深入的研究（圖8-b），以做較為細部的觀察。消費者的旅程分析顯示，三個地區的市場中心（佳里、西港、學甲）為此區最具有活動力的地方，佳里每週有超過兩百個攤位的流動夜市，擁有此區最熱鬧的夜市。學甲及西港均是每週一次，分別有200及150攤的規模。這三個夜市皆從沿海的鄉鎮吸引非固定的顧客，佳里從七股，學甲從北門和將軍，西港因為被較繁榮的安定、麻豆、善化、佳里及臺南市包圍，其夜市的市場中心性較不明顯。這些夜市的非固定消費者一般只要花費二十分鐘左右的機車時間，即可到達夜市。

圖8-b同時也顯示，小規模的聚落型定期夜市主要吸引聚落的居民。聚落的公廟常是攤販在一天不同的時間做生意的地點，一般菜市的小販通常在早上出現，但近年來在傍晚時刻亦常來做生意，他們的數目通常不多，只有5攤左右，所以在居民的觀念中並沒有形成「市」；只有每週一次的夜市，方有數目眾多的小販，聚集在廟埕，販賣許多聚落裡賣雜貨的「百貨店」沒有提供的商品。

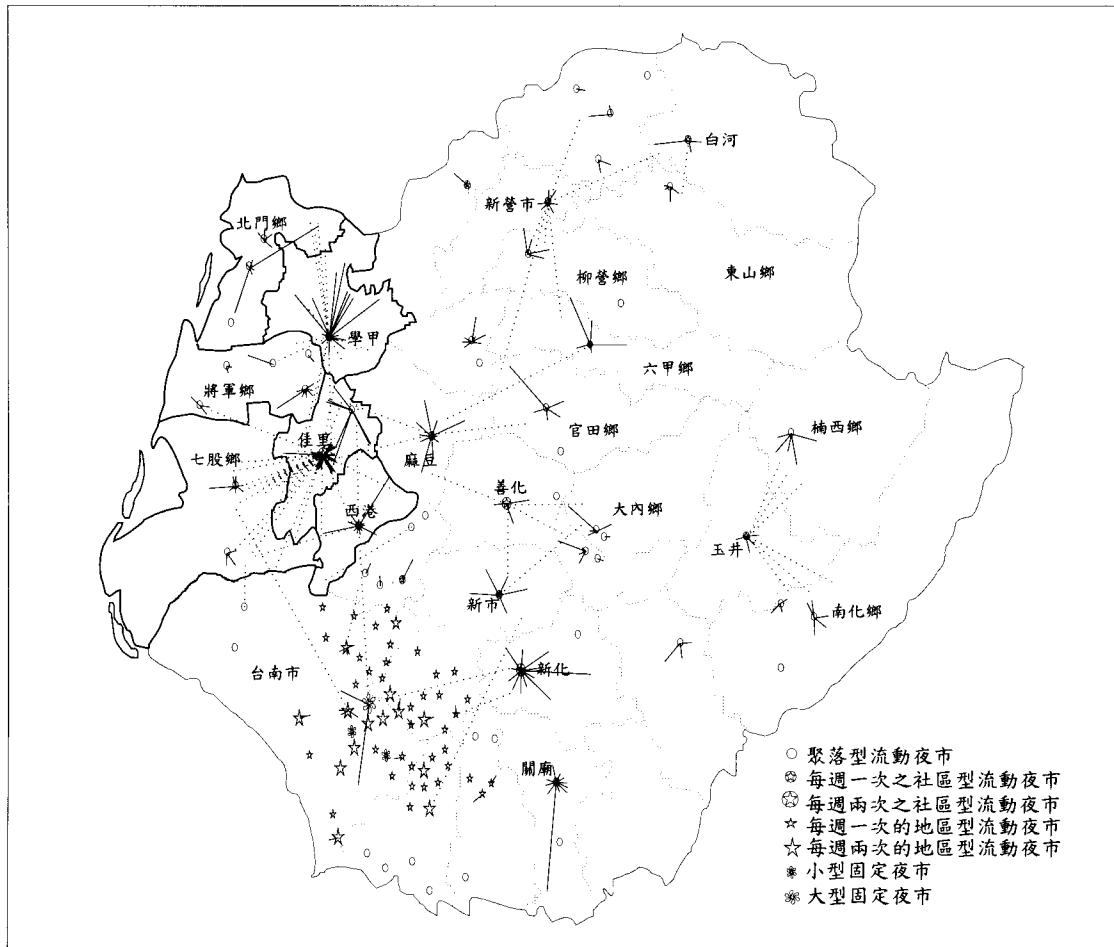


圖8-a. 台南縣夜市固定及非固定顧客（虛線表示）的消費旅程模式  
(加黑線區域為六個特別選出做調查的鄉鎮)

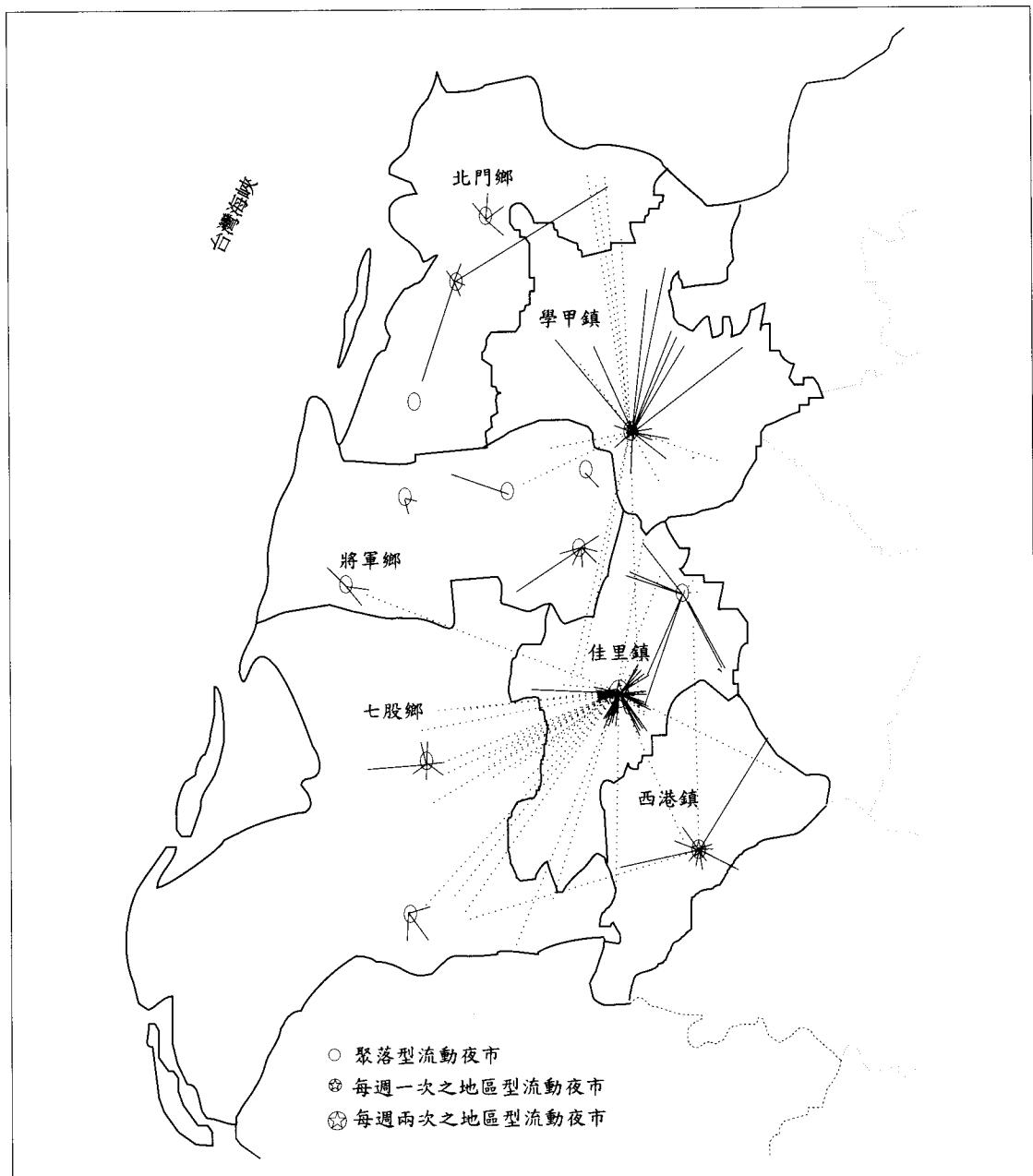


圖8-b.台南縣六個鄉鎮固定及非固定顧客（虛線表示）的消費旅程模式

### 商品的流動與市場系統

夜市攤販販賣商品的種類及品質相當廣泛。表2列出攤販商品的種類及行業分類，因為種類繁多，常給予消費者「什麼都有」的感覺。一般攤販販賣的商品多屬中、下等級，以成衣為例，多為業界所謂的C檔貨，<sup>10</sup>和一般店面銷售的商品有所區隔。但是因為夜市地點及特色，較高品質的商品也會出現；例如台北的頂好、中興百貨及民生圓環的夜市因為東區消費者的特性，在1980年代中期至1990年代初期景氣良好的時期，有許多販賣百貨公司等級商品的小販，其中更不乏所謂跑單幫的小販，以販賣自行小量進口、具特殊品味的商品；萬華夜市是另一個例子，文昌街的成衣販因位於台北製造B檔成衣主要的所在地旁，而有許多銷售B檔套裝的攤販。「切貨」是小販銷售高檔商品的另一管道，這些在批售過程中經常產生的滯銷品（所謂的「貨底」），多半被製造商或中盤商以整批估售的方式「切」給小販，原屬較高價位等級的商品因此以較低的成本流到小販手中重新進入市場。因此，在台北士林及其他地域型的夜市，常不乏賣此類切貨的小販。

表2. 夜市攤販商品的種類及行業

種類 攪販	
食物	小吃攤、檳榔攤、冰果攤
日用品	五金攤、雜貨攤、小家電攤
服飾	成衣攤、鞋攤、皮件攤、飾品攤、鐘錶攤、髮夾攤、跑單幫貨攤
雜項	茶具攤、書販、花／植物攤、寵物攤、傢俱攤、藥品攤、海報攤、文具攤、錄影帶攤、電動玩具卡帶攤、玩具攤、民俗藝術攤、手工藝攤、佛教文物攤、古玩攤
特殊服務	遊戲／賭博攤、相命攤、康樂隊
農產品	水果攤、蔬菜攤

在台灣有許多的小工廠、中盤商以攤販為主要的顧客（也就是，主要經由攤販銷售產品）。他們設計、製造、批售適合夜市小販銷售的商品，在台北及台南皆有數個

<sup>10</sup> 有關A、B、C、D檔成衣的分類及對消費者的意義請看 余舜德（1995）。

批發中心專門供應商品給負責零售的小販。台北的松山、萬華、後車站地區、板橋的中興街及台南的Sakariba等地是小販成衣的貨源中心；萬華龍山商場未被拆除前是仿冒手錶中盤商的集中地點；玩具、五金、小家電等中盤商則散佈在台北及臺南的衛星城市，許多中盤商將各式小販販賣的商品，如99元一件的五金雜貨，集中在倉庫中供小販批貨。因為交通的發達，攤販多直接到專門的供應商或批發中心批貨；因此，夜市之間甚少有批發的交易——即無中間商人蒐購一個夜市的貨品，轉售到別的夜市零售，“以賺取中間的差額。只有在偶然的情況下，小販可將累積的貨底「切」給願意繼續兜售這些滯銷品之小販。在筆者田野工作的期間，並沒有發現任何證據顯示有專業的中間人在夜市間轉運商品，這些商人只在批發市裡可以找到，他們專門向製造廠及中盤商收購（以切貨的方式）滯銷品，運送到別的鄉鎮，批售給流動夜市的小販，以便銷售給較不受流行取向影響的鄉下居民。

此點與Skinner所研究的市場系統明顯不同。在Skinner所研究的市場體系中，批發貿易是形成不同位階的市場彼此之間體系性關係非常重要的因素；但是夜市基本上是零售市場，以消費者及小販之間的關係為主軸，夜市之間體系性的關係主要是地域、消費品層級與消費旅程的呈現，不同位階的夜市之間並不具有直接之商業聯繫。

### 消費旅程的模式及市場的階序關係

上述之台北及臺南的夜市網絡主要基於消費者旅程的資料建立。問卷調查資料相當清楚地顯示，台北市夜市的固定顧客常喜歡到較高階序（hierarchy）的夜市消費；在每三個月至少逛過一次夜市的「夜市固定顧客」中，有一半以上表示（57.9%）他們除了逛住家附近的夜市外，亦常造訪較高階的夜市，其中更有百分之三十四點七的受訪者表示較喜歡高階序的夜市；對於那些平常很少逛夜市的顧客，則幾乎每一個皆回答如果有去夜市，他們都較喜歡造訪「地域型」或「都會型」的夜市。

台北市較高階序的夜市之所以受到歡迎主要因為兩個因素：「夜市的空間分佈」及「商品的品質和樣式多寡的差別」。在那些很少造訪住家附近但常到較高階序的地

---

<sup>11</sup>有些販賣較特殊商品（如手工藝品）的夜市小販亦充當中間人，批售他們經由別人無法得知的管道取得的商品給別的夜市攤販；但這個角色只在偶發的機會才扮演，夜市內並沒有全職之中盤商。

域型或都會型夜市購物的受訪者中，64%表示住家社區之內沒有夜市；其餘36%則因為較喜歡高階夜市的功能及方便性。地域型及都會型的夜市提供較多樣的服務及商品，其中某些小吃攤位遠近馳名，甚至可以說在某種程度上代表了該夜市。夜市的固定及非固定顧客都被這些特色所吸引：非固定顧客中，有52%表示地域型及都會型夜市多樣式的商品選擇及服務是他們造訪的原因，而另外28%則受到這些夜市出名的小吃及熱鬧氣氛所吸引；有些受訪者即強調，高階序的夜市較適合帶來訪的親友體驗台北的地方特色。而最後20%的報導人表示，他們因為可以順道拜訪親友而不定期地光顧高階的夜市。

類似的現象也在臺南出現，在前述選出做深入研究的三個沿海鄉鎮的夜市固定顧客中，有48%表示喜歡造訪位於鄰近鄉鎮的大（地域型）夜市。需要強調的是，臺南縣不同階序的夜市之間功能上的差異並不若台北地區顯著，因為在臺南縣，高低階序的夜市都提供類似的商品及功能，表2的資料即顯示，三類型的定期夜市之間攤販生意的組合並無明顯的差異。

表 3.臺南縣三種類型的定期市所提供的商品及服務項目分析表（N=攤位平均數，P=比率）。

項目	聚落型的定期市		社區型的定期市		地域型的定期市		所有型態的夜市	
	N	P	N	P	N	P	N	P
成衣	35	28 %	8	20 %	72	29 %	31	27%
小吃	41	33 %	15	38 %	72	29 %	37	32%
飾品	10	8 %	2	6 %	21	8 %	9	8%
雜貨	19	15 %	7	8 %	39	16 %	18	16%
遊戲	9	7 %	4	10 %	21	8 %	9	8%
皮鞋	10	8 %	3	8 %	20	8 %	9	8%
其他	2	2 %	0	1 %	5	2 %	2	2%
所有類型 的攤位	125	100%	9	100%	250	100%	115	100%

在過去我們可以從一些夜市所銷售之消費品的品質、樣式、流行取向及價格來區

分台南縣的夜市，但這些差異在近年因為交通發達方便造訪都市鬧區而不再顯著。例如，在上述所選出的六個鄉鎮的受訪者中，即有59%表示他們主要在學甲及佳里購買衣服，只有20%的受訪者在夜市購買大部份所需要的衣服。同時，問卷調查也發現，少於30%的受訪者表示他們可以在夜市買到合適的外出服，其中更沒有人在夜市購買一般說來較貴的外套；大部份的受訪者（71%）皆表示他們在夜市只購買較粗糙的成衣。這項結果建議：並非不同種類或較高品質的商品吸引消費者造訪高階序的夜市，地域型的夜市之所以較受歡迎，市場的規模及熱鬧程度恐怕才是較可能的因素。

佳里夜市250個攤位所營造的夜市氣氛和七股50攤的規模可謂判若雲泥。電話訪問的結果顯示，受訪者較喜歡高階夜市就是因為大夜市的熱鬧氣氛；有81%的受訪者直接指出「熱鬧」為主要因素。第二個原因則在於造訪大夜市可以順便辦理其他事務，尤其可以拜訪親友。很顯然地，「多樣的商品選擇」並不是大夜市吸引顧客的因素，196個受訪者中，只有一位選擇這個特色為他到佳里夜市購物的原因。這項結果顯示，當到都市的零售中心逐漸方便後，定期性的流動夜市之重要性及彼此的差異就減低了；相對地，夜市的休閒功能漸漸地變成區分夜市階序的一個顯著的因素。

### 台南縣夜市日程表

圖9顯示台南縣夜市的日程表。夜市的日程一般受到市場地點在夜市網絡中階序性分佈的影響；在臺南市及其三個主要的衛星鄉鎮外，地域型的夜市和鄰近之聚落型夜市通常在不同晚舉辦，因為住在低階夜市附近的顧客亦造訪高階序的夜市，聚落型定期市的日期通常避免和鄰近之大夜市開市的日期撞期。相鄰之地域型夜市亦會注意彼此的日程，以免造成競爭。聚落型夜市的市場腹地相當有限，甚少吸引聚落之外的顧客，因此，相鄰之聚落型夜市會在同一晚舉辦，而不影響彼此的生意（圖9）。

臺南市的城市聚集區域、永康鄉及歸仁和仁德鄉的北部都有相當繁忙的夜市頻率。社區型的定期市一般只服務非常小的區域，相鄰的夜市彼此的腹地亦常重疊；很多社區型的定期市常非常接近，有時就各自位於一條街道的兩邊，在不同晚舉辦；同時如圖10所示，這些地區高密度的人口亦容許相鄰的夜市在同一晚開市。

### 台南縣流動攤販的日程

全職的攤販大部份自己擬定一份以週為單位的夜市日程，他們大部份以通勤的方

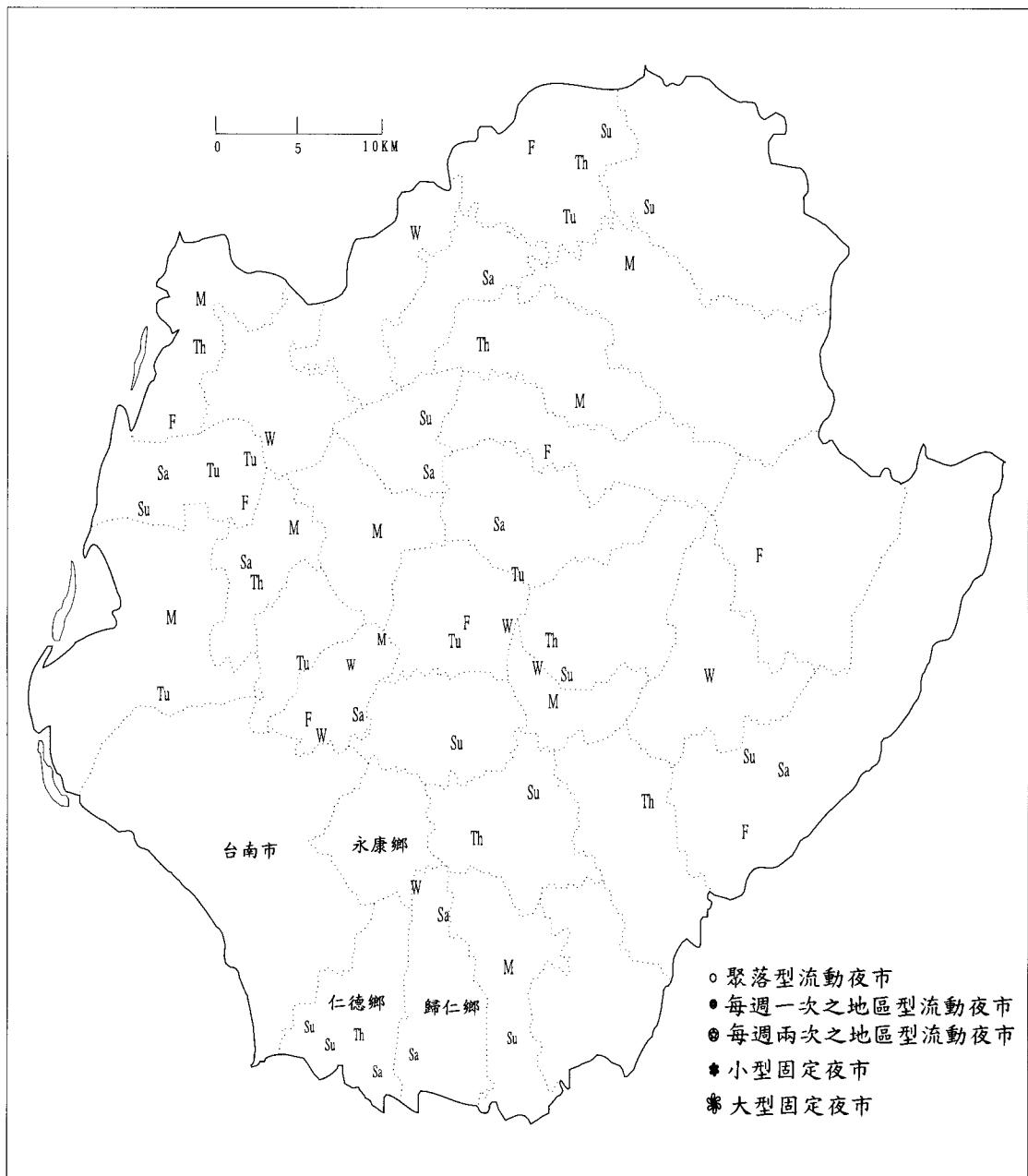


圖9.聚落型及地區型夜市日程



圖10.台南縣社區型流動夜市日程及頻率（以臺南市及鄰近之永康、歸仁、仁德鄉為例）

式，每晚在不同的夜市地點及居住的城鎮之間流動，只有少數小販會在夜市地點過夜。對大部份的流動夜市攤販來說，距離似乎不是選擇夜市地點重要的因素，筆者訪問的一個攤販每天從嘉義布袋到臺南南部的關廟及歸仁鄉擺攤，對他來說，在熱鬧的夜市佔有好攤位比到夜市地點的距離重要許多。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。對兼職的攤販來說，在必須考

慮白天工作的時間之情況下，工作與夜市地點之間距離的考慮就顯得比較重要，通常他們的選擇會受制於在30分鐘的開車時間可到達的地點。

## 夜市網絡的發展

### 台北盆地

台北最早出現的夜市是位於當時最繁榮的大稻埕及台北後車站之間的圓環，約在1911年成市（位於台北城北門外）（請看圖11）。圓環所在的位置原為一片私地，為附



圖11.1950年以前台北地區的夜市分佈

近居民晚間乘涼的地方，在此聚集的攤販有些原本在大稻埕霞海城隍廟及廟旁的菜市場附近擺攤，但逐漸為圓環晚間的生意所吸引而聚市。開始時，夜市攤只在圓環內聚集，但逐漸擴散到在圓環交會之重慶北路、天水路、及寧夏路等地段，在1950年代為台北市最繁榮的夜市。

萬華是台北市在日據時代出現之另一夜市。它最初在艋舺龍山寺前廣場，約在1941年時形成，在二次大戰後逐漸擴張到廣州、西昌及華西街和廟前之市場建築中（即在近年被拆除之龍山廣場），而一度擁有超過七百攤的規模。當時萬華及後車站地區為都市移民的落腳處，這些移民為此二夜市非常重要的固定顧客。

1950年以前攤販於夜間在台北市的街頭或廟口處擺攤其實是相當常見的景象，但只有在圓環及龍山寺前有較大規模的聚集，聚市的程度足以「夜市」稱之。日據時代台北市其他地方（如士林及松山）亦有小規模的夜間攤販聚集，但聚市的景象在當時並不被人們考慮為夜市。<sup>12</sup>夜市的發展也受到二次大戰的影響，在大戰末期實施配給的幾年中，台灣大部份的民間經濟活動多半暫停，直到戰後台灣逐漸恢復元氣後，夜市才繼續發展。

台北市夜市第二階段的發展主要在大稻埕、大安區及古亭區等舊都市核心區域出現。今天的遼寧街、通化街、南昌街、公館及南機場等夜市都位於日據時代日本人開發居住的住宅區內，同時期，其他的夜市則在當時台北市外的士林、新莊、板橋、景美、三重及永和等舊社區出現（圖12）；這些地區（例如新莊和景美）有些是漢人遷移到台北盆地最早的聚落，在清末它們形成以士林及板橋為集散中心的市場網絡及台北盆地南北兩大農業區；在1960年代，板橋、三重、新莊等地逐漸形成台北市的工業區，並有大量都市移民湧入，而攤販就在這些舊社區的商業地帶聚集成市。大部份的夜市並沒有因為這些地區的現代化而改觀，1970年起台北市的居民逐漸散佈到這些衛星城市時，有些規模逐漸擴展發展成為地域型的夜市。

台北盆地夜市第三階段的發展和兩個人口變化的過程息息相關。一個為市區人口

<sup>12</sup>筆者對當代消費者的研究發現，「何為夜市？」的問題和熱鬧這個文化觀念有關。對台北市的受訪者來說，攤販的聚集是否「成市」的關鍵並不在攤販的數目或種類多寡，最重要的是這些攤販是否能夠製造出足夠的熱鬧氣氛，讓參與者感覺到市場的生氣。有關夜市定義的詳細分析請看余舜德1995。

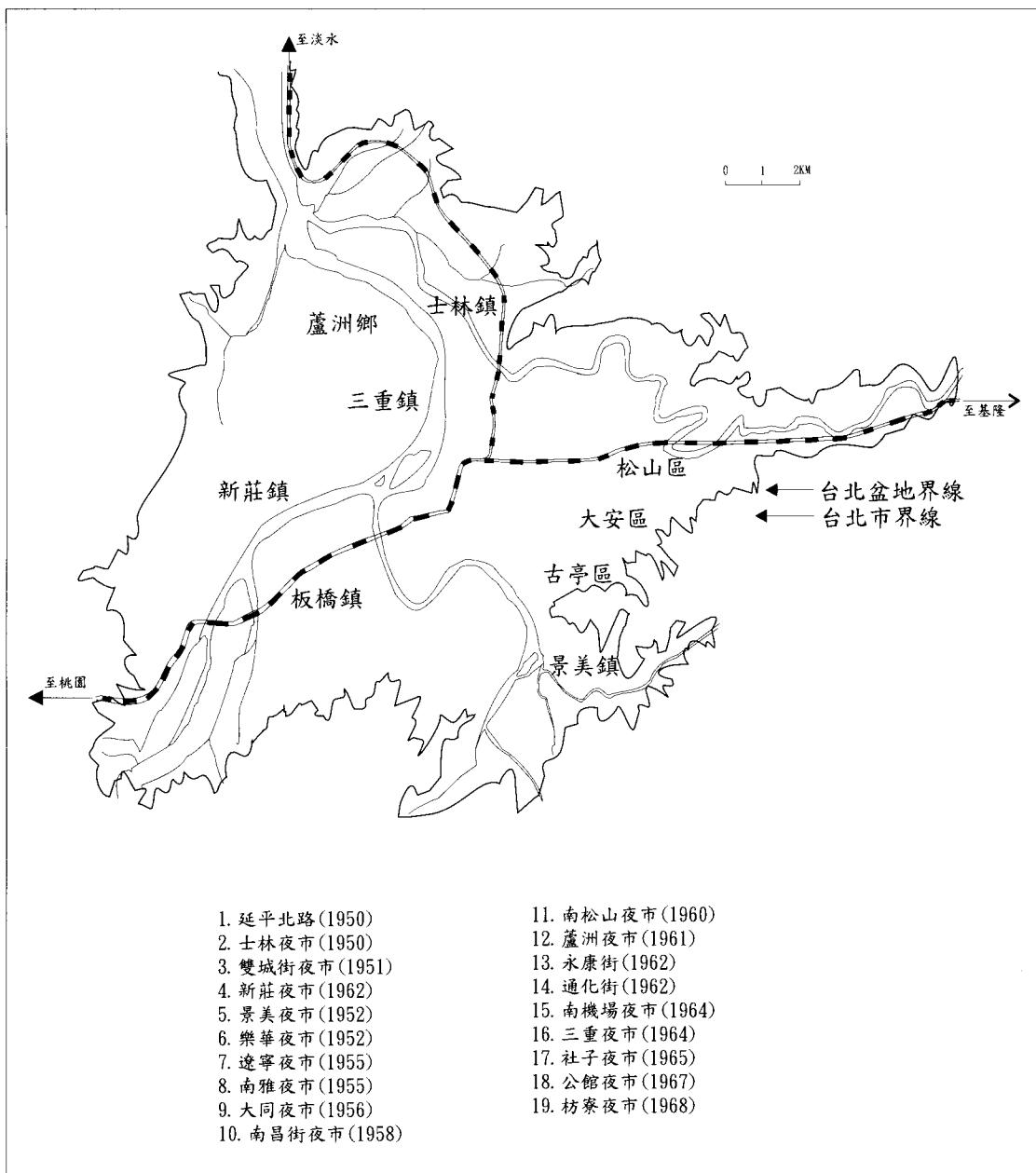


圖12.1950年至1970年間夜市在台北地區的分佈

向當時的郊區外移，除了天母外，這些郊區—包括內湖、石牌、民生、北投、板橋、永和、中和、新店、三重等（請看圖13）—原為台北製造業聚集區，在1960年代末及

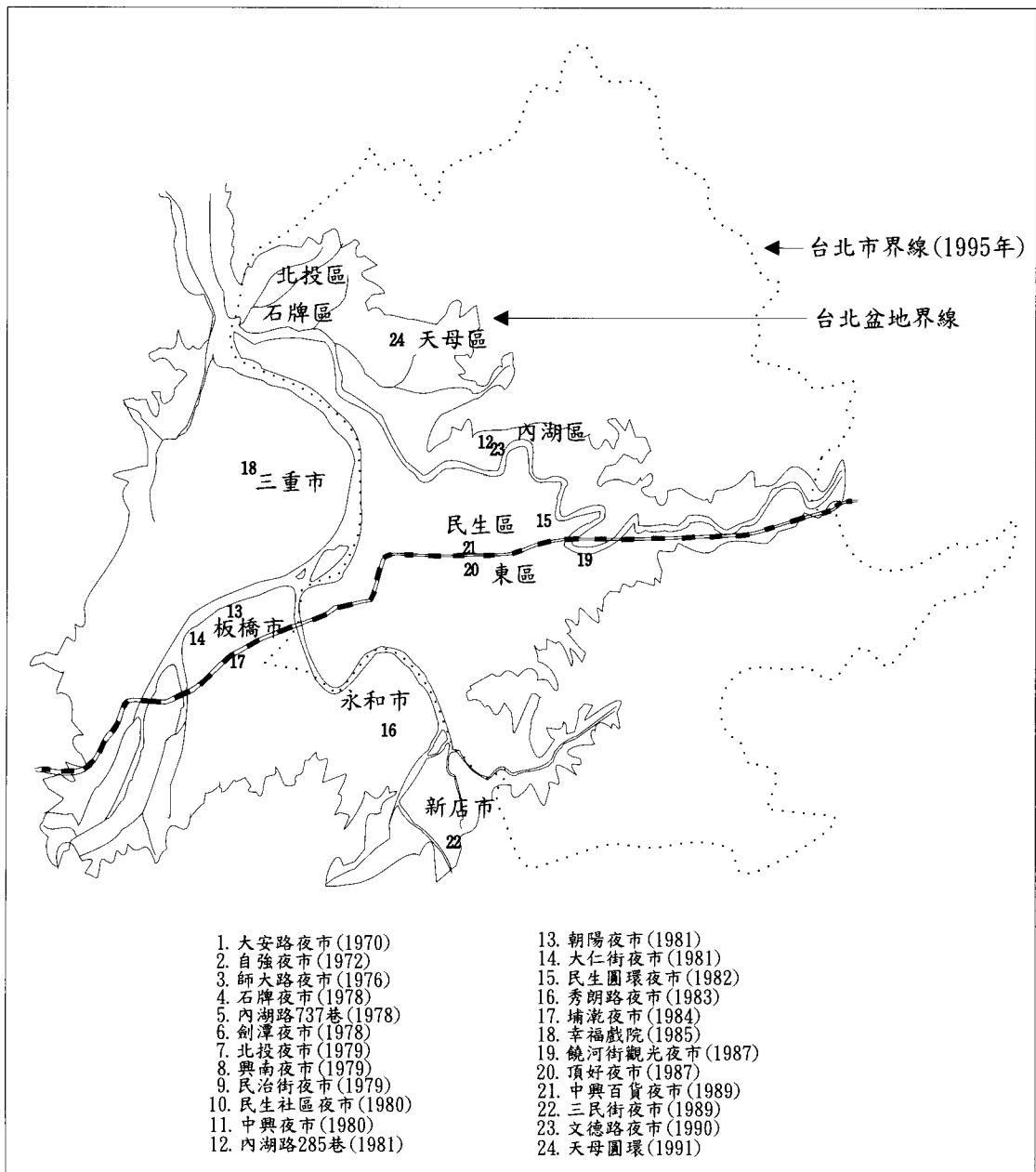


圖13.1970至1991年間夜市在台北地區的分佈

1970年代初期有大量以4、5層樓之公寓為主的住宅區設立（高1987），夜市隨著這些住宅區的發展而擴散到郊區，以其較小的規模，扮演社區型夜市的功能。

台北盆地夜市發展之第二個主要過程為台北市第二個鬧區的形成。東區原本為日據時代昂貴之日本人社區，在戰後為隨國民政府來台之大陸移民遷入，此區的繁榮始於1960年代初期都市規畫，當時政府決定將東區開發成城市發展的模範（高1987），隨之建立之各式現代化設施吸引了中上階級居民及商業活動的進駐，而造就了新鬧區的出現，並成為服務全台北市的行政、金融及商業中心。攤販約在1987年開始「入侵」此區，開始時主要在頂好商圈中一個三角型的小公園周邊擺攤，隨後並擴散到附近兩條道路旁，此夜市的發展在兩年後到達高峰，約有兩百個攤位在此聚集。因為東區高級消費的特性，這個夜市的攤販常販賣昂貴的商品以吸引喜愛東區消費品味的顧客；許多具強烈流行取向、強調個人品味的跑單幫貨常能在此找到顧客，這些攤位摻雜著明牌仿冒品及標榜百貨公司品質的切貨攤，塑造了東區夜市獨特的面貌。夜市在此區的繁榮也招來了附近商家的抗議，而導致警方在1990年發動取締。但攤販的韌性使得警方的管制只產生部份的效果，反而是佔據忠孝東路的捷運工程所製造的環境問題，使得夜市在此區逐漸沒落；有些原本在此營業的小販不願離開東區，而遷到附近中興百貨公司前，為了避免警方的干擾，這個夜市在百貨公司關門後約11點時才成市，主要顧客為到此區pub、舞廳、電影院及KTV的所謂夜貓族。這兩個夜市在現今都只有較小的規模，雖然它們的特色偶而能吸引外來的顧客，但已暫時失去原本地域型夜市的功能。

因為受到新市區繁榮的鼓舞，東區附近屬古舊沒落地區的松山因此企圖以重建夜市的方式，期望為當地帶來商機。地方人士及商家提出籌設「觀光夜市」的構想，企圖以學者的規畫、現代化的管理及傳統民俗的展現來正當化設立夜市的申請。此計畫在地方人士的奔走下，於1986年獲得市府的首肯，遷入八十來個原本位於南松山圓環營業之夜市攤販，加上饒河街原有的商家及其他少數攤販，並結合民俗表演（如舞龍舞獅及打陀螺）與手工藝展示等活動，成立了台灣第一個經過細心規畫，利用傳統民俗文化的正當性據以申請合法設立的夜市。而觀光夜市這個概念的出現也建立了成立夜市的一個新模式。

台北盆地夜市的歷史反映了台北都會區的發展。大部份夜市的階序地位和它們所在地點之都市位階都相當吻合。一個主要的例外是士林夜市，這個在台北市夜市系統

中唯一能以都會型稱之的夜市並不位於台北的都會中心；另一個例外為：並無任何夜市擁有和台北市三個主要商業區（東區、中山區及西門町）之地位相對等的夜市。不過在第二階序的商業區（如松山、公館及板橋）則有對等地位的夜市在附近出現，這些例外發生的可能原因在於夜市基本上常被視為非法的經濟活動，但有些夜市又常選擇性地受到容忍或被迫遷移到較不顯著的地點，因此在主要的商業中心，只有藏在後巷中的小型夜市能夠生存。

士林能夠特立於其他夜市之上，主要因為它並不妨礙任何商業區的發展。士林夜市和中山區的商業中心有一段距離，和士林本身現代化的商業地段也有明顯的區隔（余1995）。它藏身在交通繁忙之文林路西側內的巷弄中，但又位於台北北區交通交會點，易於前往。在1990年以前，此夜市的發展甚少受到國家的干擾，因此能夠有今天的規模。從中地理論的觀點來說，雖然士林本身不具任何顯著的都市中心性，它的夜市卻是唯一能夠以整個台北盆地為腹地的都會型夜市。

## 台南縣

臺南地區最早的夜市為聞名的Sakariba 及民族路夜市。根據當地的報導人，Sakariba的東側原為虱目魚魚塭，攤販聚集主要的顧客原為當地的漁民。在臺南市都市發展過程中，Sakariba 地區逐漸成為成衣批發中心，而也就因日據時代的盛名使它得到流傳至今的日本名稱——盛の場，意為「人聚集的地方」或「繁忙的街道」(Shinmura 1969: 871)。

鄰近台南市中心的民族路夜市在光復後才成市。自1960年代以來即為臺南市規模最大的夜市，攤販沿路擺攤延續數百公尺，在1984年被迫遷移前，此夜市約有二百個攤位；在搬遷到較郊區的小北後，它仍是臺南地區最大的夜市。在1992年，小北夜市除了擁有近三百攤規模的固定夜市外，在鄰近的空地上，每週亦有兩場具數百攤規模的流動夜市在此舉辦。

臺南縣第一個流動夜市據說在市郊的仁德鄉出現（圖14）。可能因為高雄縣被認為是流動夜市的發源地，靠縣界之中洲、後壁厝及太子為臺南縣最早有定期夜市出現的聚落；不過和其他原因亦有關，太子及後壁厝皆靠近擁擠的都會區，並在1960年代後期都經歷急遽的人口增長，且位於臺南／高雄縣界的中洲則位於重要的交通幹道上。

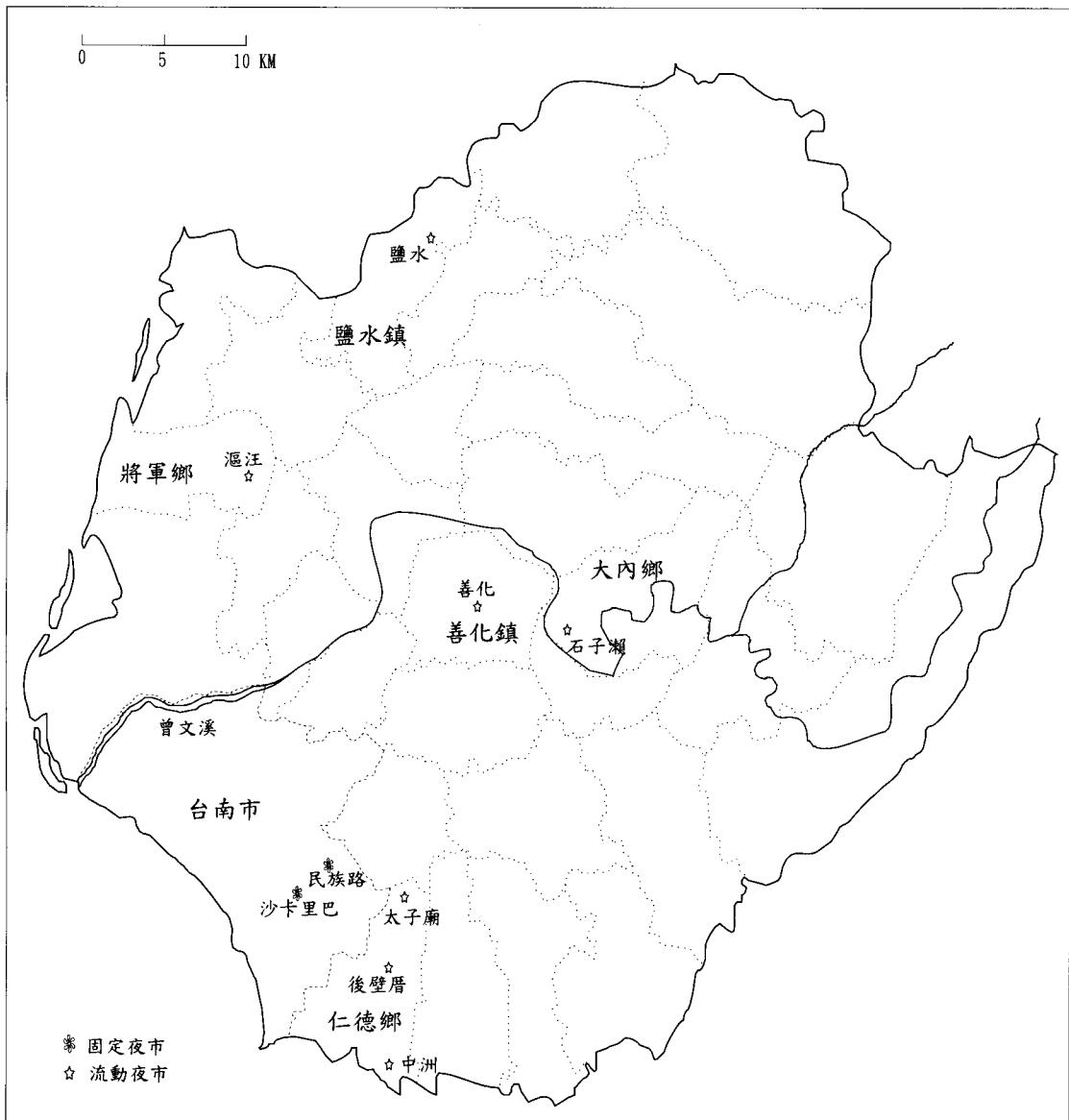


圖14.臺南縣1977年以前成立之夜市

另有四個夜市在1970年代中期出現。沿海將軍鄉的漚汪為明末鄭成功的部隊進駐臺南時即已存在的舊聚落；石子瀨為早期漢人沿曾文溪進入臺南中、東部的基地；善化位於臺南中部的交通交會處，並有台灣南部地區三個牛墟之一；<sup>13</sup>鹹水為一港口，並是臺南縣北部的貿易中心，同時也是另一個牛墟地點。

中山高速公路的完成為臺南夜市發展的里程碑。在高速公路建築完成（1978年）的隨後四年中，共有37個新的夜市設立（圖15）。這些夜市地點主要分佈在臺南市的郊區聚落及較繁榮之臺南中部鄉鎮村落。1970年代初期臺南的都市發展使得大部分的永康鄉及歸仁、仁德鄉的北部在結構上已經和臺南市密不可分（陳1981），而新的夜市在1978年以後即在這個高人口密度的地帶一一被設立。

在臺南縣，夜市在高速公路兩旁的行政及市場集散中心出現，它們包括新營、學甲、佳里、麻豆、西港、山上、新市、及關廟；流動夜市也擴散到東部丘陵地帶的玉井、楠西、南化等三個聚落。而後這些夜市的服務範圍皆擴展到鄰近的鄉鎮，而被歸類到地區型夜市的項目。

新夜市的設立和地方上的努力亦有明顯的關係。廟寺組織、地方行政首長（如村長）及居民顯然看到夜市的設立可以帶來的利益，因為設立及經營夜市依慣例可向小販收取以清潔費或電費為名義的「市稅」，做為宗教或地方事務的用途。中山高速公路建築完成後，夜市如雨後出筍般地出現在各個有足夠消費力的社區。

夜市在臺南縣第二波的擴張發生在1982至1992年間，並影響到較鄉下的西部沿海或東部丘陵的鄉鎮（圖16）。後壁、柳營、新營、六甲、將軍、七股、左鎮等地方在1982至1986年間陸續設立夜市；在臺南市及其郊區於1986至1989年間出現29個新夜市，並有許多夜市地點增加場次；在仁德及歸仁鄉內有些聚落更出現二至三個夜市地點。而一些攤販也相約到較偏遠的後壁、北門、雞股及南化等鄉的聚落，開發新的夜市地點。夜市的普遍化與方便性可說將偏遠的鄉下居民融入現代化的消費社會。

到目前為止，雖然交通縮短了鄉村到都市商業中心的距離，但似乎尚未影響地方低階序夜市的發展。地方居民對攤販銷售之高實用性但低品質日用品的需求，使得這些夜市得以持續營運。筆者在1992年進行調查時，在臺南縣只在安定鄉發現一個夜市

<sup>13</sup> 牛墟為一種定期的市集，除了水牛拍賣外，亦有其它多種經濟及娛樂休閒活動。

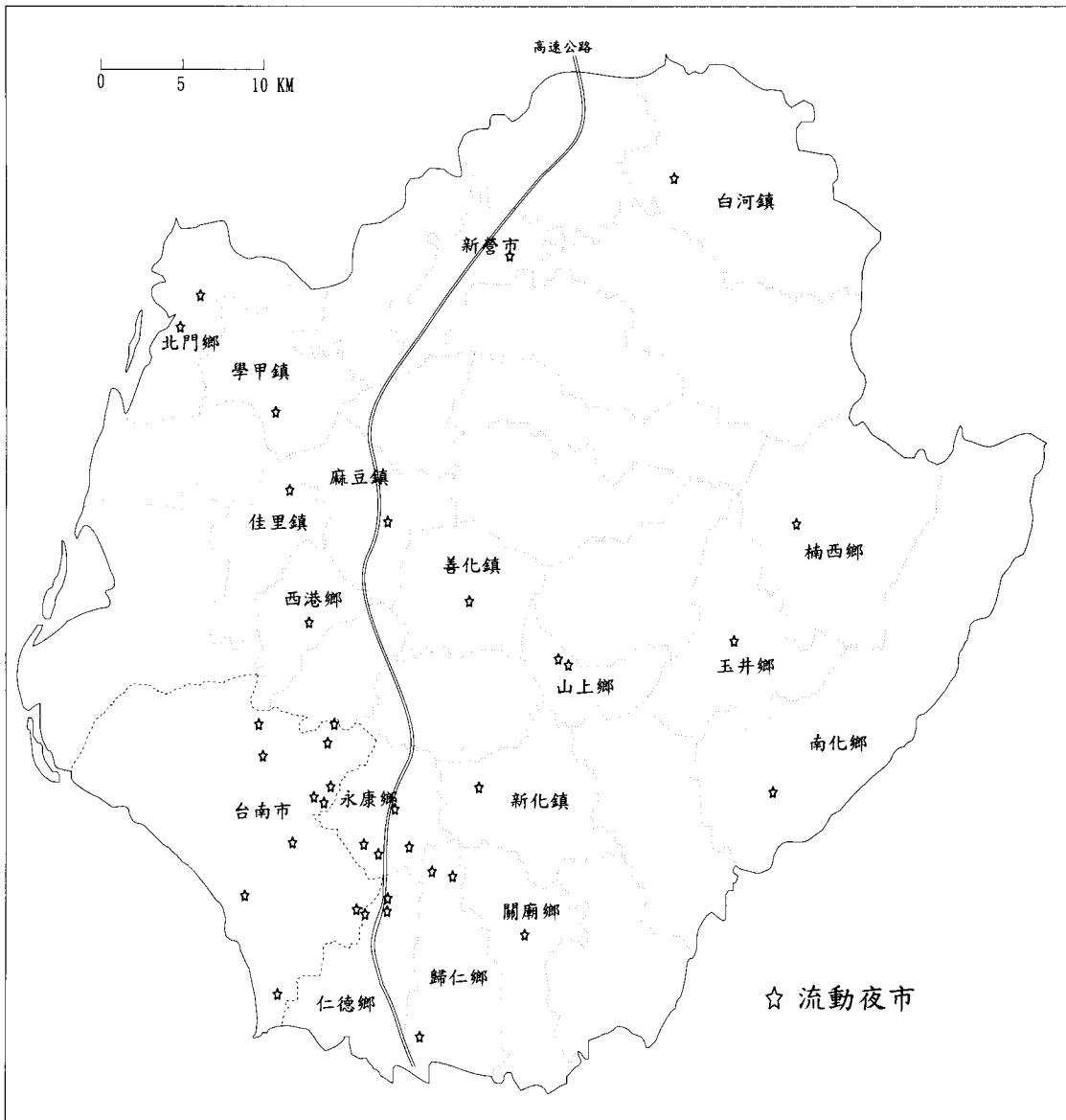


圖15.台南縣夜市在1978至1984年間的分佈

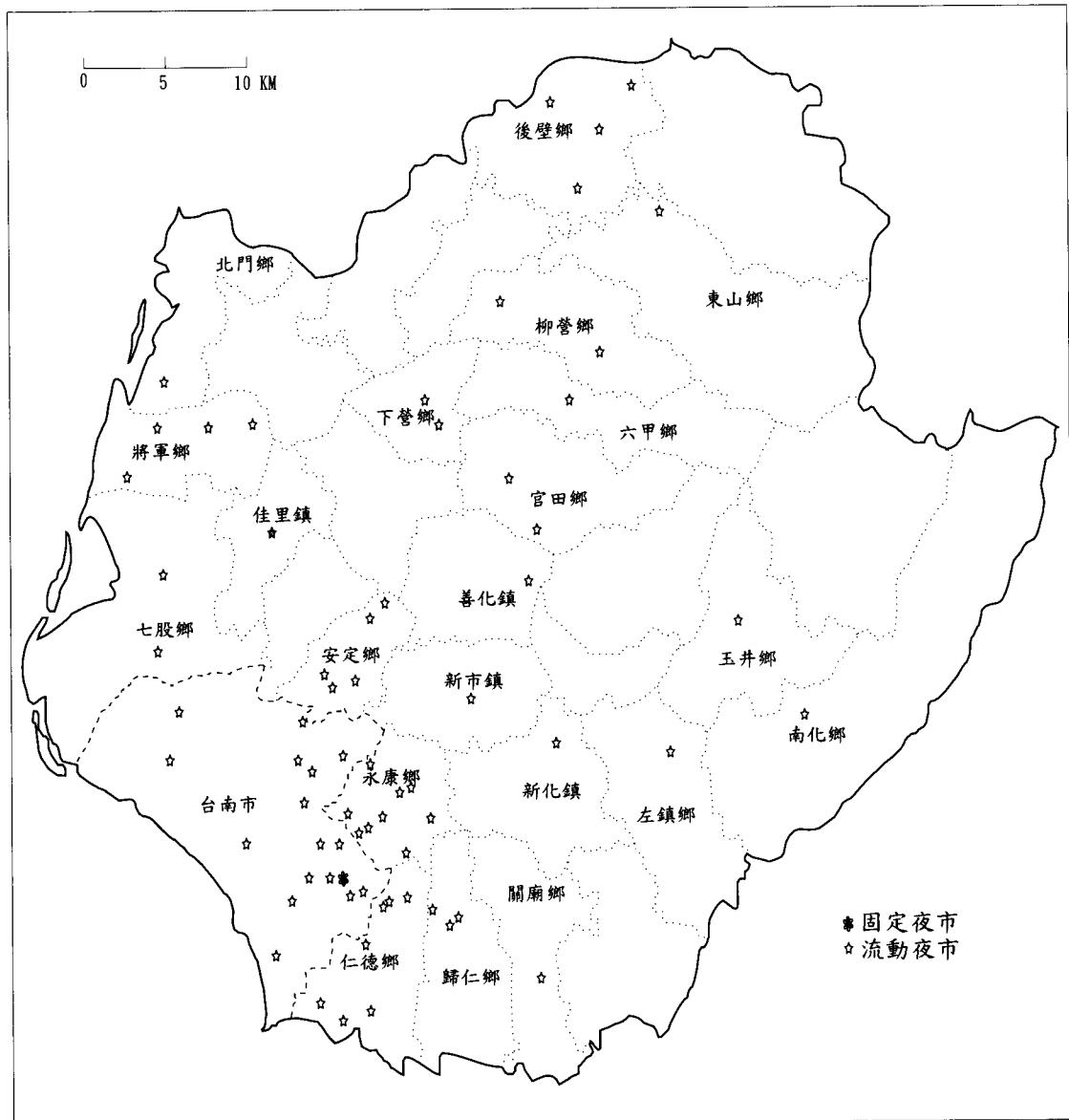


圖16. 台南縣夜市在1982至1992年間的分佈

因為需求不夠而導致夜市「散市」，而部份原因則因為此地點附近已另有其它四個夜市存在。攤販之間競爭加劇也導致夜市的擴張，無法佔得好位置的攤販因此轉而向較偏遠或較無類似服務的地區尋找具有潛力的新夜市地點。

### 夜市在台灣的發展

台北及臺南的例子皆指出，台灣的夜市最早在都市居民常聚集的地方，以每晚在固定地點經營的型態出現。台北的圓環及萬華夜市或是臺南的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。早期的夜市主要由小吃攤，外加少數跌打損傷及販賣手工藝的攤子組成，夜市開始逐漸成為都市內夜晚常見的景象，是在台灣的輕工業開始起飛時，輕工業所製造的服飾及家用商品利用夜市的市場網絡為其銷售管道，讓產品零售至全台各角落；於臺南縣，中山高速公路的完成更扮演相當重要的角色。

換句話說，今天都市內常見的固定夜市並非是「定期市」逐漸增加場次（periodicity）轉變而成，而是由每晚到都市內特定社區之固定地點聚集的小吃攤販形成。這種小吃攤的聚集在今天的大城市或鄉下小鎮都仍存在，它們可說是今天我們所看到之固定夜市的前身，因為通常只具十來攤的規模，缺乏「成市」（一個市場的形成）的架勢，而少被稱為「夜市」。臺南縣許多聚落中亦有這種小吃攤的聚集，但對臺南縣民來說，只有每星期一次之大型定期流動夜市才被稱為（真正的）「夜市」。在台灣夜市網絡的形成過程中，定期市（流動夜市）的出現和Skinner從大陸早市的研究所指出之從「定期市」場次的增加而至「固定市」的過程相當不同，台灣流動夜市的出現有其歷史的脈絡。

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。前者不言可諭，為夜市發展的充分條件，但後者則常扮演必要條件的角色，影響第一個過程的呈現及方式。在台北都會區，國家的管束、黑社會的干擾及地方上的抗議等因素常影響夜市的運行，也因此團主的角色是一個夜市能否在任一特定地點設立、並順利運行的關鍵，它們必須妥善地利用本身累積的人際關係，解決各種可能的問題，協調各方面的需索，並執行規定、約束攤販行為來確保夜市順利進行。沒有團主這樣的角色來運籌帷幄，台北都會區內定期夜市的發展可能與

今天的形式相當不同。

在台南縣，地方廟宇則扮演非常重要的角色。廟宇與市場活動的結合在中國社會有長遠的歷史，廟埕常是廟會、菜市乃至批發市場進行的空間。台灣廟會活動的傳統流傳至今，初一、十五及特殊節慶仍常吸引攤販在廟前聚市，廟會使得宗教節慶更加熱鬧，廟方也可依傳統收取市稅。流動夜市與廟宇的結合因此可說是廟會的延續，只是廟方採取了更積極的角色，提供水電，規劃攤位，吸引攤販來此定期開市。廟宇在設立夜市的角色上消減了攤販組織存在的必要，而廟方「主動地」在消費需求、交通等主客觀條件成熟時，群起（如果不是「爭相」）設立夜市，也加速了夜市市場系統形成的過程。

### 國家的影響

國家介入管制夜市活動亦影響個別夜市及整個市場系統的組織。在台北地區，國家的干預較嚴厲，自發性的夜市攤販組織（通常以「夜市自治委員會」稱之）的起源及功能主要常在於應付警方的干預，而非起因於管理夜市內部事務的需求。團結合作、有自律能力的攤販組織常是夜市能否在都市內生存的關鍵之一。面對警察的取締，有組織的應付方式方能令警方產生妥協的意願，雙方達成某些不成文的約定，以確保夜市能夠在有限地干擾下持續運行。雙方協議的達成也常以夜市的地點作為約定之一，因此都市內夜市也常位於較不會引起注意的邊緣地帶，不但和都市內的商業中心有段距離，也大多會避開熱鬧的大街。

國家的干預對台北都會區內流動夜市的影響尤其顯著。公團攤販組織的出現即是針對台北都會區的擺攤環境而成立，以公關、自律及機動性來解決國家管制所導致的各種問題。近年來國家管制愈趨嚴厲，流動夜市的日程及地點常必須做各種調整，流動夜市更漸漸被移到較偏遠的地區舉辦，而無法隨著需求的高低安排場次。從另一方面來說，團主可說是把握了國家干預所製造的機會，將流動攤販組織成有效率、具有運作資源的團體，在他為流動攤販的生存開創出另一片天地的同時，也為自己創造出一個非常特殊且獲利頗豐的行業。

台南縣的鄉下地區則呈現非常不同的狀況。因為地方政府絕少干預夜市的活動，攤販之間並沒有組織、團結抗外的必要，這些流動夜市大部份也可在村內公廟的廟埕或公共的廣場等聚落最顯著的地點上舉辦，廟方或村長在夜市系統的擴張中因此成為

夜市的「主辦者」，設立攤位、提供水電、平息紛爭，並收取市稅。國家甚少干預夜市也令台南縣鄉下地區夜市的分佈和中地理論的預測較吻合，夜市出現的地點及相對的規模和整個台南縣市場系統的階序關係相似。不過在政府管制較嚴厲的臺南市及附近郊區，夜市為避免受到國家的干擾，常避開生意原本較好的商業區，移到較偏僻的私人地上舉辦，在1980年代中期臺南市大力整頓攤販的期間，更有一些夜市地點刻意外移到縣市交界的模糊地帶舉辦，以避開臺南市警方的取締。因此，國家對靠近城市的區域因為交通、環境等因素，仍舊選擇性地進行有限度的干預，但對鄉下地區則多採取放任的方式，由地方廟宇出面管理。

### 夜市市場系統影響社會組織的空間分佈？

Skinner的研究最大的貢獻之一即在證明市場系統的階序關係顯著地影響社會組織的空間分佈、經濟發展、政治運動、婚姻，乃至殺女嬰的習俗，都和市場系統的結構有關。因而當我們在考慮社會現象的空間分佈時，都需要將其放在市場體系的空間結構因素下檢視。例如，如果我們計畫分析今天中國大陸改革開放後的夜市經濟發展時，我們即需要將夜市放於整體之市場體系造成之地域性的結構因素來檢驗，而非以坊間常用的「沿海」versus「內地」這樣粗糙的分野。因而Skinner的論點對人類學的意義其實有些類似Wallerstein（1974）世界資本經濟體系（world system）的觀點——任何（即使是再偏遠的）社區都和外界維持某些體系性的關係，人類學家需將所研究的聚落放在這個體系性的關係來分析；只是Skinner強調的是市場體系所形成的地域（或空間）階序性，而Wallerstein強調的是馬克斯觀點下之資本經濟的運作所形成的世界經濟之體系性關係；前者檢視市場於社會組織形成上的整合性力量，相反地，後者論證的是資本經濟滲透造成之階級性的分化與支配結果。雖然兩者對市場經濟所造成的影響有不同的強調，但是都提醒人類學家從空間與市場經濟的結構性力量來瞭解我們所選定的田野地點。<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Skinner與Wallerstein的理論性差異不只呈現於他們各自對市場經濟對社會組織所造成影響之不同解讀，於地理學或空間分佈的意義上，亦有顯著差別。Skinner的市場系統強調的是市場經濟邏輯造成之理性空間分佈所形成的結構性力量與影響，與地理環境密切結合，研究者需要仔細地建構市場體系的空間階序關係，以進一步瞭解所研究的地點於此體系中的位置與關係。相對地，世界經濟體系主要之專注於抽象之資本經濟運作的分析，對實際之地理分佈，較少涉入；但容許研究者從其理論的推論來論證所研究的社會與整個世界體系之間——包括分工、支配等——複雜的關係。

然而台灣夜市所形成的市場系統是否扮演Skinner及Crissman所強調之「影響社會組織空間分佈」的角色？在討論此項問題前，有三種狀況必須加以考慮：（1）夜市是否形成一個獨立的系統，容許我們將夜市從 Skinner及Crissman所描述的市場系統中分離出來討論？（2）夜市活動是否影響地方社區的建立？（3）在現代社會的背景下，這個問題是否尚有意義？

從中地理論的觀點來說，夜市是整體市場系統的一部份，夜市的大小、興衰，直接受到夜市所在地點或聚落在市場系統的階序位置影響。從消費者決定前往夜市的原因來看，夜市所在地點的行政、商業功能，或消費者在夜市地點所擁有的人際網絡，亦會成為消費者決定前往夜市與否的附帶原因，因此我們無法將夜市系統完全獨立出來討論。但是因為夜市在時間及空間上和其他商業活動有些區隔，容許我們評估消費者及夜市攤販在特定的時間、空間位置聚集，是否影響社會組織在發達的交通及頻繁的人口流動之現代背景下的空間分佈。

從夜市發展的歷史過程來看，夜市多在市場系統已經成形後才出現，但因其出現的時機，對整個市場系統有特殊的影響。根據中地理論的論點，當現代化的交通逐漸發達時，低階序城鎮的市場功能會逐漸降低，因為方便的交通使得消費者能夠輕易地到具有較多功能的高階序市場進行交易。在台灣，夜市基本上為一都市的現象，台北及臺南的夜市皆起源於當時最繁華的商業中心附近，並以每晚開市的固定夜市存在，然後逐漸發展到第二階序的商業區，最後才以定期市的方式擴展到都市的邊緣及鄉下地區。臺南縣的例子指出，夜市能夠擴展到較偏遠的地區，實因現代化的交通系統成形及地方上的需求密度（*demand density*）增加後，夜市才由臺南、新營、善化等較早開發的經濟中心擴展到高速公路兩旁的主要鄉鎮（如圖15所示），繼而再分佈到較偏遠的山區及濱海地區（如圖16所示）；換句話說，當鄉下地區原有的零售部門之重要性因為現代化的交通系統及自用機動車輛的普及而逐漸降低的同時，定期性夜市也因為現代交通的方便，能夠在玉井、白河、楠西、七股等較偏遠的地區，舉辦夜間的商業活動。因此，我們雖然無法將臺南縣的夜市系統獨立出來討論，但是臺南縣夜市發展的歷史告訴我們，在地方市場系統的商業機能逐漸為高階市場取代的同時，夜市以其獨特的經營方式，持續某些原本市場網絡所扮演的社會機能。

將夜市網絡所造成的人員流動與 Skinner 所描述者比較，亦可發現一些有趣的現象。臺南鄉下流動夜市主要是各地攤販的聚集而成吸引夜市所在地的消費者聚集；也

就是說，定期夜市主要是攤販的流動，造成當地住民定期於特定的地點進行消費、交流的活動；此與前現代的菜市場（早市）的作用有若干雷同之處。Skinner所描述之晚清的定期市——尤其是標準市（standard market town）——主要由當地前來交易的農民與少數之專業批發商組成，農民帶自己的產品來賣，亦購買一些日常所需；市場造成的人員流動亦促成交易之外其它許多方式的交流，如仕紳於茶館中解決地方事務。定期的流動夜市雖然主要只造成消費者的聚集，而較少其它方面的交流，但仍促成鄉下地區較少出現之集體休閒、宵夜或購物等活動發生的機會，對於凝聚地方意識仍有顯著的影響。

相較之下，都會區的情形則複雜許多。因為政府的管制與地方人士的運作，台北都會區夜市的發展與商業區的分佈有一些不一致的地方。如前所述，台北西門町及東區兩大商圈與逐漸成形的天母商圈，都沒有足以對照的夜市出現；台北市最繁榮的士林夜市與攤販數目最多的萬華夜市都位於老社區；具「地區型規模」的饒河街夜市，更是沒落的老商區為了吸引商機而籌設夜市以期重振商機，而非需求密度自然形成的結果。在國家勢力的介入下，這些夜市因為在都會區中的位置及各自的特色，能夠吸引顧客從較遠的地方前來，形成可分辨的系統；但是大型夜市以外，社區型夜市的擴展則與中地理論的推論較一致，也常位於社區商業區的一旁，更因其每晚營業的性質，與商業區在功能上有某些程度的融合，因而難已被獨立出來檢驗。

台北市的情況提醒我們另一個必須考慮的課題——夜市所吸引的顧客及地方社區之間的關係。台北都會區內的大型夜市（都會型與地域型）主要的顧客並不見得是夜市附近社區的居民，而有許多慕名而來這些高階夜市的消費者。因而個別夜市影響地方社區認同及繼而之社會組織與活動之空間分佈的課題——也就是Skinner的研究最吸引社會科學家注意的課題——於都會區可能並不如Skinner所描述之前現代之中國的例子般顯著。

雖如此說，我們仍可發現夜市於某些方面扮演了一些角色。選舉是一個較明顯可見的例子，候選人常利用夜市聚集的人潮作為造勢、拉票的場所，候選人選擇的夜市地點常與選區內夜市的階序有關——從選區內位階最高者開始，並利用夜市的場合製造社區／地區認同的訴求。再者，夜市於近年來成為台灣地方文化的代表，被看成是台灣最具代表性的本土文化，是外國朋友或遠地親友來訪時，最能夠體驗地方文化特色的地方，因而夜市——尤其是歷史悠久、具有傳統風味的老夜市——乃成為凝聚地

方認同的象徵。不過這項功能多半侷限於少數較高階（因而具有地方代表性）的夜市，而非街角的社區型夜市。夜市也可能影響都會區內商業區的發展，舊商區的松山利用夜市吸引人潮來重建商業區即是一個例子；台北市最繁榮的士林夜市也造就了夜市外圍的商圈。

但在今天交通、資訊聯絡發達的台灣社會，夜市或能影響社區/地方意識的形成、夜市消費者的流動及少數經濟活動的空間分佈，但於Skinner所描述之市場系統的影響力——尤其是經濟之空間結構影響了社會組織的形成之論點，於現代台灣社會的夜市系統中，多已式微。在臺南縣的鄉下地區，夜市依舊具有部分促進超越家庭社會關係的形成、擴展農民社會範圍之功能，不過於社區意識薄弱，但擁有各種超越社區範圍之交流管道的台北都會區，談夜市網絡與社會組織空間分佈之間的關係，已不具有顯著的意義。

但是夜市顯著的聚眾能力，容許我們想像／建構台灣島上每晚有相當部分的居民（無論是夜市攤販或消費者）如何循著夜市的市場空間分佈與系統性關係流動。雖然這些人群的聚集已經少有促進社會組織形成的動力，但是從消費與商品流動的觀點，夜市市場系統則非常有效率地將現代商品及流行文化，由都會傳播到城鎮，而至偏遠的鄉村；或說，由高階而至低階的市場。夜市市場系統發展的研究，讓我們清楚看到流行文化的傳播（或全球化的過程）內部結構性的空間因素。

## 參考書目

余舜德

1995 空間、論述、與樂趣——夜市在台灣社會的定位，刊於空間、力與社會，黃應貴主編，頁391—462。台北：中央研究院民族學研究所。

吳自牧

1980 夢梁錄。收錄於東京夢華錄外四種。台北：大力。

孟元老

1980 東京夢華錄。收錄於東京夢華錄外四種。台北：大力。

高樹仁

1987 台北東區中心商業區的研究。國立台灣大學地理系碩士論文。

陳震東

1981 台南縣永康鄉人口吸引作用之研究。南瀛文獻26：40-62。

遲亦楓及劉京建

1987 中國經濟之最。北京市：中國旅游。

Crissman, Lawrence W. 1981 The structure of local and regional systems. In The Anthropology of Taiwanese Society. Emily M. Ahern and Hill Gates eds., pp. 89-124. Stanford, California: Stanford University Press

DeGlopper, Donald R. 1995 Lukang: Commerce and Community in a Chinese City. Albany: State University of New York Press.

Sangren, P. Steven 1987 History and Magical Power in a Chinese Community. Stanford, California: Stanford University Press.

Shinmura, Izuru 1969 Jusan shyu (The Wide Garden of Words).

Skinner, G. William 1964-65 Marketing and social structure in rural China. Journal of Asian Studies 24(1-3).

Skinner, G. William 1976 Mobility strategies in late imperial China: A regional systems analysis. In Regional Analysis, Vol. 1, Carol A. Smith ed., pp. 327-364. New York: Academic Press

Skinner, G. William ed. 1977 The City in Late Imperial China. Stanford, California: Stanford University Press.

Wallerstein, Immanuel M. 1974 The Modern World-System. New York: Academic Press.