

在冷漠都市中販賣熱情： 談傳統市場的價值—以永和六和市場為例

中山女高

指導老師：陳怡儒

研究學生：何田田

呂惠文

葉于瑄

謝宜庭

目錄

壹、諸論

第一節	研究動機	P. 3
第二節	研究目的	P. 4
第三節	研究方法	P. 4
第四節	研究概念	P. 5
第五節	研究區介紹	P. 6
第六節	研究限制	P. 8
第七節	研究流程	P. 9

貳、文獻探討	P. 10
--------	-------

參、實證分析

第八節	問卷結果分析	P. 13
第九節	訪談結果分析	P. 23

肆、結論	P. 27
------	-------

伍、參考文獻	P. 29
--------	-------

陸、附件

附件一、問卷	P. 30
附件二、訪談逐字稿	P. 31

壹、諸論

第一節、研究動機

傳統市場對人們來說，是相當普遍的景觀之一，每個人住家附近通常都會有一個甚至一個以上的傳統市場。傳統市場是從古早時代就已經出現的產物，但是，在我們所居住的大台北都會區，在這樣一個人們追求效率和便利的地區，在這樣一個生活節奏如此緊湊的時代，為什麼老舊型態的傳統市場卻始終存在？為什麼它並沒有被近年興起的超市完全取代、被這個都市淘汰？

或許你也有這樣的童年記憶——假日時，媽媽牽著你的手上菜市場去，與洶湧的人群摩肩擦踵，聽著市集內此起彼落的叫賣聲，和近乎沸騰的喧鬧聲，看著各攤老闆各出花招招徠顧客，當媽媽忙著和老闆討價還價的時候，你正忙著解決從某些慷慨老闆手上得來的試吃或是試喝品，樂此不疲。經過每一個攤子，婆婆媽媽們總少不了和老闆閒聊幾句家常，當然，殺價搏感情也是一定少不了的，繞完市場一圈以後，幾乎所有地方上近來的大小事也都交流完畢，手上提著滿滿的菜籃，心頭裝著滿滿的溫暖，如此這一趟採買才可以稱得上是功德圓滿。

長大後，自己是少上菜市場了，超級市場如雨後春筍般的開起，量販店一家接著一家出現，輕巧的自動門，明亮清爽的店面，擺放整齊的商品任君挑選，一切都如此符合都市人的要求。只是，怎麼就是缺少了那麼一點兒人情味？

當你在一堆菜裡挑得焦頭爛額的時候，沒有熟絡的老闆告訴你挑選新鮮蔬菜的訣竅；當你煩惱晚餐菜色的搭配之時，沒有熱心的老闆教你煮排骨要配什麼樣的菜會更美味；當收銀台的服務員幫你結帳的時候，你再也不能說「頭家，順便送我兩根蔥，幾顆蒜頭」。

然而，菜市場內熱鬧溫馨的畫面在記憶中卻始終鮮明。

許許多多的顧客為配合上下班時間、為求效率、衛生條件，都已轉向超級市場或是量販店消費，傳統市場還有競爭力嗎？那一張張熟悉的面孔是否還在菜市場裡繼續奮力地喊著，叫賣著？

縱使傳統市場在都市急速的生活節奏中，或許已有些跟不上節拍，但仍有不少婆婆媽媽們依舊是菜市場的忠實顧客。究竟，是什麼原因，使傳統市場得以在追求便捷快速的社會中求生存？是哪份吸引，讓婆婆媽媽們對其流連忘返？

傳統市場對我們而言，既熟悉又陌生。它曾是我們生活中的一部分，我們童年記憶的一部分，如此的貼近我們的生活，如此平易近人。在從前，傳統市場提供了社區情感交流最佳的場所，也擁有居民共同的情感記憶，但在如今的大台北地區，這份在地性的情感，以及與周遭居民的情感維繫還依舊存在嗎？還是已經隨著都市人追求經濟效率和對生活品質要求的提升而消失？在這個我們連住在對門的鄰居都可能素未謀面的冷漠都市裡，傳統市場對於當

地居民來說，依舊保有它的情感價值嗎？

面對變遷急遽的大環境，傳統市場會如何應對？它會在這個講求高效率的時代潮流下逐漸式微，抑或嘗試在困境中做出改變？

現在，我們所作的，就是重新拾回對它的熱情與好奇，尋找答案——了解它的空間意義，探索它的價值是否依舊存續。

第二節、研究目的

在現代化與工業化的都市發展下，傳統市場卻依舊存在於都會之中，這樣的現象使我們開始思考：究竟是什麼原因讓傳統市場仍能佔有一席之地？是因為生活習慣、購物方便？還是由於那份對人與人互動的無法忘懷？因此我們希望藉由本研究了解：

1. 探討傳統市場在現代社會的價值
2. 證實傳統市場所提供的社會網絡為支持其繼續存在的原因

第三節、研究方法

本研究透過問卷調查法與訪談進行研究。透過問卷調查，可以廣泛的蒐集六和市場附近居民對於六和市場的看法。經由訪談，則是可以更為深入的探討並了解六和市場內的消費者及攤販的觀感。

一、問卷調查

(一)問卷設計

為解答本研究的問題，本研究的問卷設計主要分為四大部分，分別為：(1) 附近居民對傳統市場的觀感；(2)傳統市場與超級市場的比較，與(3)居民對傳統市場管理和改善的看法。另外，最後一部份則是受訪人的基本資料，包括性別、年齡、職業、婚姻狀況及家庭型態等。除了年齡由受訪者自行填寫以外，其餘均為封閉式問題。

在量表的使用上，第一部份使用李克特五分量表 (5-point Likert scale)，構成矩陣式的問題。至於第二、三部份，由於有數題並不適合以五格量表處理，故未將格式統一。

(二)、樣本的大小取決與資料蒐集方法

樣本分別民國九十七年一月二十二日和民國九十七年二月二十八日在永和六和市場進行問卷發放，共回收九十九份有效問卷。

(三)、統計方法

本研究利用 Statistic Package For the Social Science(SPSS)12 版統計軟體進行分析，分別進行單項分析。

二、訪談

由於問卷的研究對象是以消費者為主，我們希望以訪談方式進一步了解市場攤販或市場管理

人員對傳統市場的看法及更多相關資訊，並與文獻、問卷進行比對、討論，以得出更精確的結論，因此我們設定的訪談對象為在市場內營業的攤販，以及六和市場管理委員會的工作人員，並能以面談為佳。另外，在六和市場內進行研究時，我們也與許多消費者及攤販交談，得到更完整多面的對於傳統市場的觀感。

另外我們得知六和市場與其附近的黃昏市場相關，並於四月中對黃昏市場的管理委員會會長和財務長進行正式訪談，以尋求管理委員會對傳統市場的看法。

第四節、研究概念

在此釐清「傳統市場」、「價值」與「社會網絡」三個概念的意義，對於本研究的進行有所幫助。

一、傳統市場

當一群人需要一處集中的場所進行交易，市集就會因而出現（葉益青，2004）。傳統市場又可稱為菜市場，是一種相對於超級市場的賣場。部份的傳統市場新年前會賣年貨，在夜晚則會變成夜市。

傳統市場不僅是零售農漁生鮮產品、雜貨、百貨、飲食小吃等之交易場所，同時也是社區文化、情感、訊息的交流中心，它有著濃厚的鄉土人情，亦是民眾購買日常必需品之地方（台北市市場處，2008）。本研究中所提及的「傳統市場」主要為一般所言之「早市」。

二、價值

「價值」算是一個經濟學的名詞，主要是透過貨幣來衡量，所以大多數時候會直接被聯想成「價格」；但本研究中所提到的「價值」，是一種很主觀的感覺，指的是人內心中對它的重視，和對它的依賴性，也就是它存在的理由，它的存在在人內心所扮演的角色，不同的人對它會有完全不同的感覺。因此，本研究中的「價值」是無法直接以金錢來評斷，本研究中的「價值」是概念性的東西，而非數據性。本研究企圖了解的是傳統市場在大多數人心中的「價值」。

三、社會網絡

社會網絡(social network)是由一組成員及一套讓成員組合在一起的關係所構成，深受他與社會中其他成員之間「關係」(relationship)的影響。成員可以是個別性的，也可以是一個集合單位，諸如部門、組織、或家庭。社會網絡提供成員尋求資料(data)、資訊(information)、財貨(goods)、社會支持(social support)或財務支持等資源。成員以責任、信任、承諾，建立社會互惠機制，並透過社會網絡進行資源交換，建構整合創新的平台。（洪正明，2007）

然而，各種人類活動或社會行為往往受限於地理環境的影響，因此，整合社會網絡與地理空間的觀念，將有助於解釋區域與都市發展的擴張機制外，亦描述許多基於社會行為與現象，例如：疾病的空間擴散、犯罪行為的空間型態等。

第五節、研究區介紹

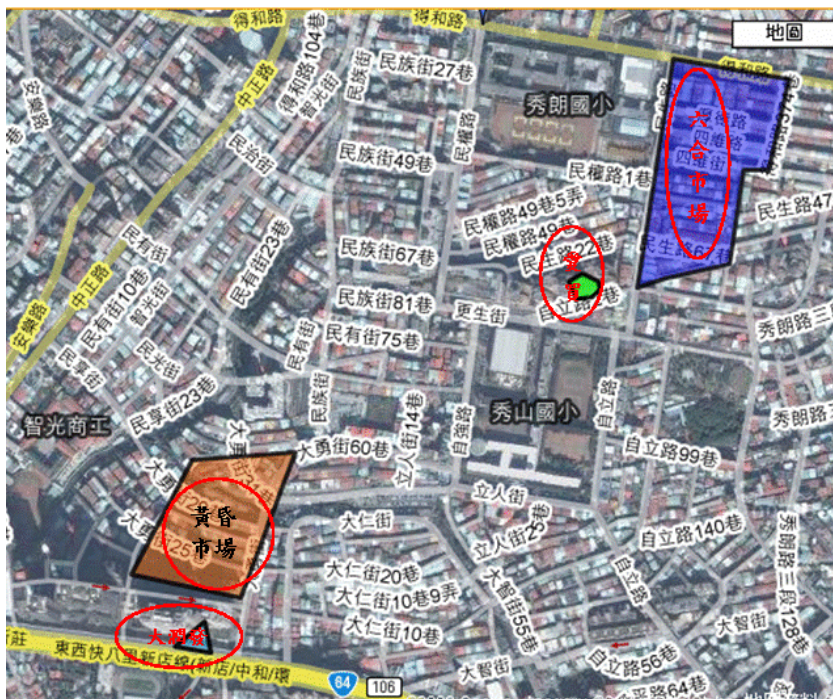
本研究選擇位於台北縣永和市得和路的六和市場作為個案研究。主要的原因有二，首先，永和市位於台北縣中心處、台北市西南方，東經 121.17 度、北緯 24.56 度，面積約為 5.7138 平方公里，北以新店溪與西南和台北市萬華區、中正區、文山區相鄰，南與中和市相鄰，與中和市合稱為雙和地區，是全世界人口密度最高的行政區。

六和市場位於台北縣永和市得和路，距離新店溪不遠，附近主要道路包含得和路與成功路。(如圖 1-1)



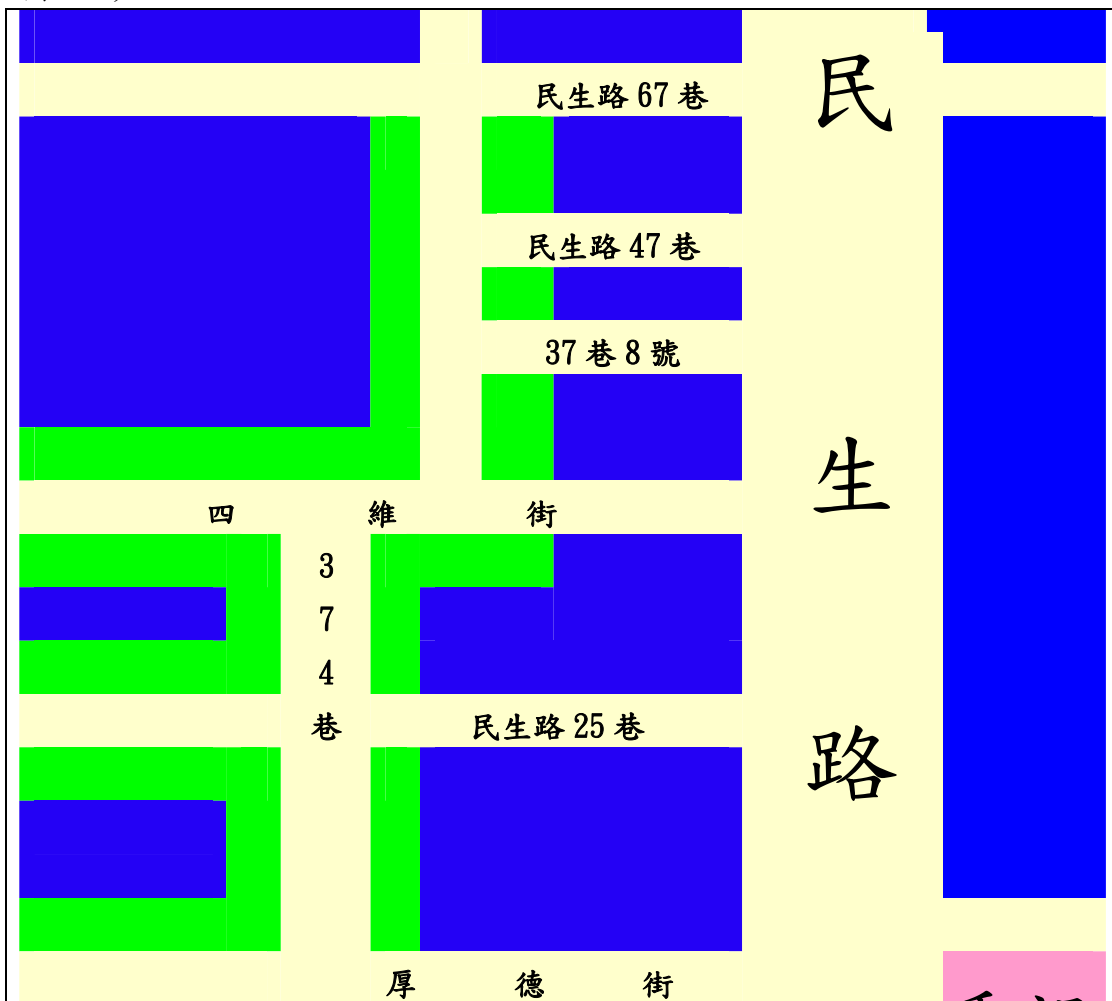
(圖 1-1)

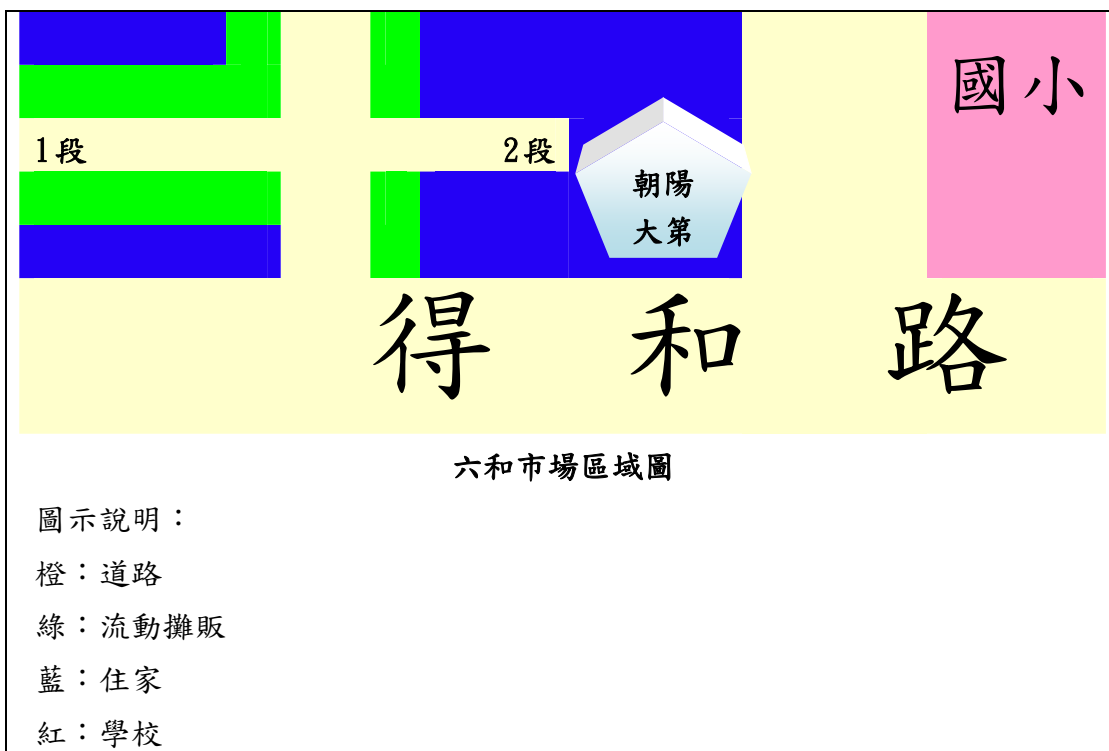
鄰近地區則有愛買與大潤發等量販店，附近亦有與其搭配的黃昏市場。由於六和市場是早市，因此攤販們往往將早上未賣完的商品運至黃昏市場繼續販售。(如下圖)



(圖 1-2)

在內部方面，六和市場含括六、七條街道或巷弄，以得和路三七四巷為主要進出口。(如圖 1-3)





(圖 1-3)

成立六和市場之前，這裡還是一片農地；直至民國五十五年左右開始興建公寓，而六和市場則要等到大約民國六十三年，由攤販自行擺設才成立六和市場，屬於民間自辦的傳統市場。

建立初期，居民對六和市場抱持贊成的態度，因為他們認為它帶給居民生活上的方便，更帶動生機與繁榮。關於是否存在管理委員會一問題，有的攤販認為六和市場並無管理委員會，也有人持反對意見；而導致眾說紛紜的原因，據推測可能是管理委員會沒有盡本份之故。目前是由攤販合資請人負責清潔善後垃圾及收清潔費用。

此外，由於當初並未購地建廟，因此先前是由攤販每年擲筊經神明（土地公）同意後，請回家供奉。大約兩年前才建成土地廟。

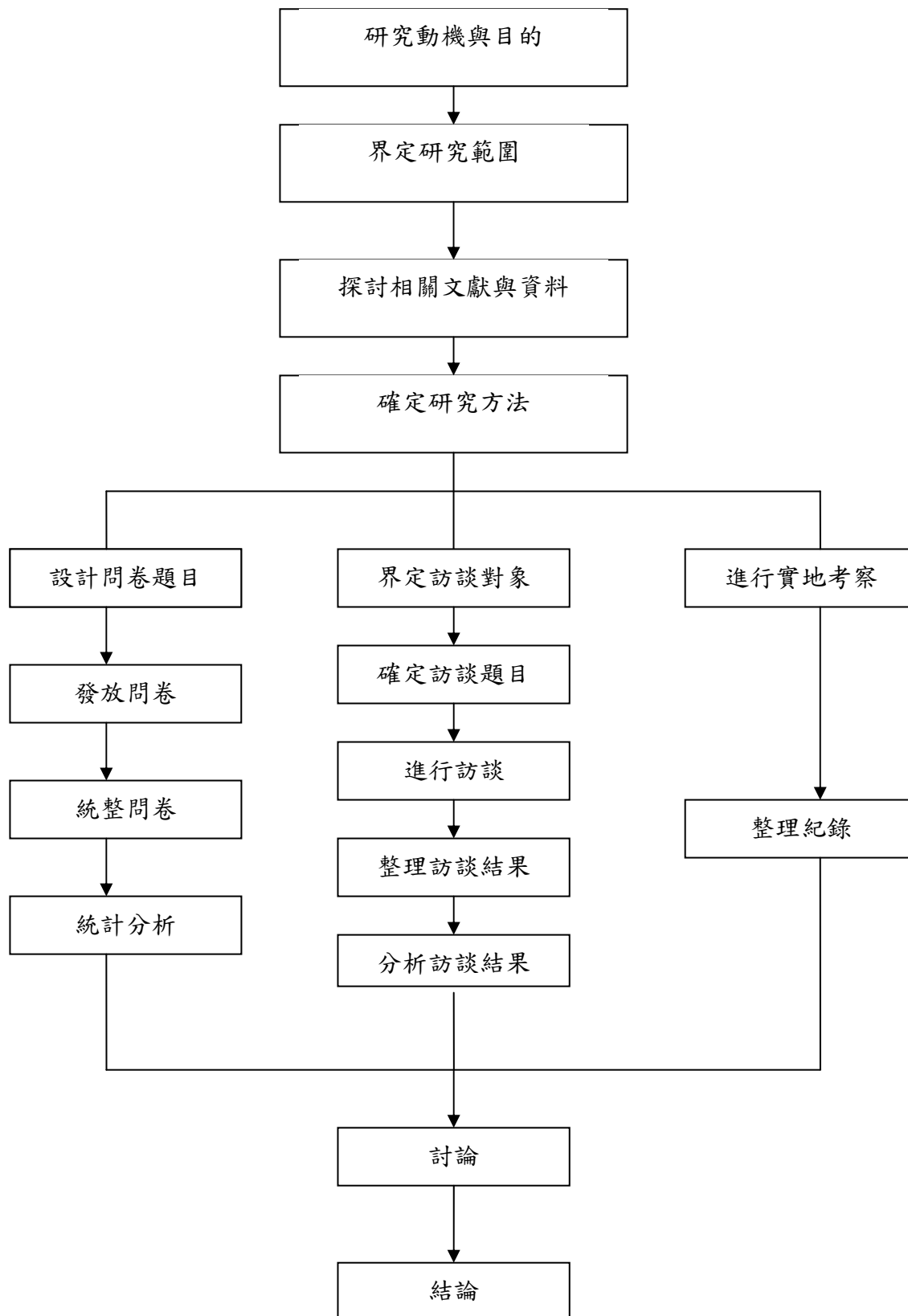
第六節、研究限制

在問卷方面，本研究礙於時間有限並不易與平日早市營業時間配合，因此只能在假日發放問卷，又因問卷是在市場內發放，所以受訪者都是會去市場購物者，而對於那些不願走入市場的民眾的想法，我們無法確切得知。此外，許多人不願撥冗填寫問卷，或者填問卷時有漏題、看錯的狀況，所以可使用的問卷數量最後只有九十九份。再加上問卷是在傳統市場內部進行發放，有許多年長者因不識字或視力不佳無法填寫，因此在高年齡層部分回收問卷數較為不足，結果可能有年齡層分布不均的問題。且由於我們能力與時間有限，所以只能進行抽查，無法進行大規模的普查。

至於訪談方面，由於時間和管道不足，因此訪談人數有限，只能盡量挑選我們認為較有代表性的人物，並以我們在市場內部調查時的所見所聞加以分析，且接受訪談者大量採用閩

南語，我們整理逐字稿內容時已盡量符合敘事者真意，不過恐有小部份無法完全解析透徹。

第七節、研究流程



貳、文獻探討

我們從網路、報章雜誌和相關書籍搜尋有關傳統市場的資訊，其中大部分的文獻都聚焦

在：(1)、傳統市場的特性、(2)、傳統市場與超級市場的比較、(3)、傳統市場的價值，以及(4)、傳統市場待解決的問題和未來的發展等4個面向。

一、傳統市場的特性

傳統市場的特點大致可分商品及情感兩個部分。就商品方面來說，傳統市場銷售的商品種類繁多，販售同樣商品的商家也極多，給予消費者多樣化的選擇，但同時也因部分商家的同質性高，易造成內部競爭（李常生，2004）；而傳統市場的商品大多沒有包裝，消費者可以視情況選購所需的數量，也可自行挑選商品以確保品質，但也因為如此，商品的衛生及新鮮程度也有待商榷。（蔡玲瓏等，2006）

至於情感部分，傳統市場的一大特色便是它濃厚的人情味，顧客和商家之間的往來熱絡親切，商品價格可由買賣雙方直接議定（蔡玲瓏等，2006），商家有時也會贈送蔥、蒜等佐料；而傳統市場也是街坊鄰居談天說地的空間，具備了資訊交流的功能，儼然成為社區人際網絡的中心。（大隱朝市，台北市政府建設局，2006）

總結以上，這些傳統市場的特性，部分是超市目前仍無法完全取而代之的原因，部分卻也是超市近年得以在都市崛起的前因。

二、傳統市場與超級市場的比較

以傳統市場為研究題目的研究者均將超級市場（此處的「超級市場」包括家樂福等量販店及頂好、松青超市等）視為傳統市場最主要的競爭對手，因此，研究者從經濟機能、情感等方面分析傳統市場與超級市場各自所擁有的優勢與劣勢。

在經濟機能方面，由於傳統市場多為一地古老聚落人口、經濟蒼萃之地，所以相對於一開始崛起於郊區的超級市場，傳統市場通常位於離居民住家較近之處，因此當地消費者得以步行方式前往，較為便利（莊順源，2002）。

在商品方面，可從價格、環境設備、衛生等方面探討。價格方面傳統市場略為低廉，新鮮蔬果每天進貨較為新鮮；但在環境、衛生方面，傳統市場的硬體設備卻不如超級市場，如超級市場寬敞明亮的店面及不受天候限制、有冷氣空調、較為舒適的購物環境，對於食品保鮮的處理，超級市場也有較完善的冷藏設備，食品則多為密封包裝。而有些超級市場（如家樂福等量販店）甚至會提供顧客停車位，對顧客來說較為便利。（蔡玲瓏等，2006）

在情感方面，傳統市場較超級市場多了一份人情味及鄉土情感，在超級市場無法看見如傳統市場內殺價、商家與消費者交流的狀況，比起超級市場，傳統市場更有作為鄉里間的社交場所，亦或是街坊鄰居聊天、交流資訊的空間的功能。（大隱朝市，台北市政府建設局，2006）（蔡玲瓏等，2006）

由以上可以發現，傳統市場的優勢包括了：(1)、位置較近、(2)、商品價格低、(3)、新鮮度較高、(4)、有濃厚的人情味與親切感；而超級市場的優勢則在於：(1)、包裝較為衛生、

(2)、較齊全的硬體設備（如冷氣空調、冷藏設備、停車位的設置等等）、(3)、寬敞明亮的店面，且有研究者調查指出，年輕一代的消費者較重視舒適的購物環境，也就是說，硬體設備有可能成為未來新一代消費者選擇超級市場而捨棄傳統市場的重要因素。（大隱朝市，台北市政府建設局，2006）

三、傳統市場面臨的問題

在都市之中，傳統市場可以算是傳統文化的一部分，但近年來它卻面臨了許多問題，其問題可大致分為外部與內部。

外部問題主要來自超級市場的興起，如：(1)、經濟蓬勃發展後，上班族的作息時間和傳統市場的營業時間無法配合，而營業時間較彈性的超級市場，正可符合現代上班族的需求；(2)、傳統市場的動線規劃通常不完備，道路中央常被流動攤販佔用以及車輛的進入使消費者在傳統市場中走動不易，如需順暢的購物環境，超級市場似乎較符合需求；(3)、超級市場有齊全的硬體設施，舒適的購物環境，而這正是傳統市場最缺乏的上述三個問題促使超級市場成為傳統市場外部的最大敵人。

內部問題則如：(1)、未能與時俱進，傳統市場多年來一成不變的經營模式使其在都市機能急遽變化的現今，失去了它在都市規劃下應有的機能；(2)、管理鬆散；另外有些傳統市場雖有市場管理委員會但仍缺乏規劃與管理，使得傳統市場組織鬆散，未能依比例分配適合業種而造成市場內部競爭的現象更是層出不窮，沒有現代化經營的理念；早期傳統市場是村落的中心，但近年來髒、亂似乎成了它的代名詞，有人覺得它的存在阻礙了現代都市的規劃與發展，而企圖剷除它。（李常生，2004）（傳統市場更新與改善五年計畫，2003）上述的種種問題都是傳統市場現今所面對的考驗。

由於時代潮流的變遷與新興產業的衝擊，傳統市場正面臨一個事關沒落與保存的轉捩點，究竟傳統市場會在巨大的社會壓力下逐漸沒落消失？抑或憑藉著它特有的文化在現代社會中取得一席之地？前人的研究中討論出兩種不同方向的結論，一是認為傳統市場會被消費者淘汰而走向沒落（傳統市場更新與改善五年計畫，2003）（蔡玲瓏等，2006）；另一則是主張傳統市場雖走向凋零的命運，但將會改變並以另一種面向存在，不會消失。（許劭睿，2003）

面對人們生活形式的轉變，及超級市場企業的競爭壓力，傳統市場在現代都市中究竟該何去何從？有些研究者認為，傳統市場雖有其存在價值，但亟需改變（如不改變就會消失，甚至影響國家發展），有許多問題待解決，而強化硬體設備，使其恢復過去的競爭優勢，乃為當前重要課題。（傳統市場更新與改善五年計畫）面對這個問題，如現任台北市長郝龍斌先生提出之政見，政府會提出將能發展出特色的傳統市場轉型成觀光景點的計畫；而已失去經濟效益、無法生存的傳統市場，政府則會盡量協助攤商轉業（東森新聞報，2006）。亦有研究者提出利用傳統市場現有的、東方情調的庶民文化，做局部修整，然後轉型發展成以南洋文化

為主題的特色景點，吸引西方觀光客，再現傳統市場風華。（李亞倫，2007）

但這些文獻中，較欠缺對於攤商及當地民眾的感受的考量，而傳統市場在現代都市居民心目中的價值究竟為何，則是我們希望能深入了解之處。

四、傳統市場的價值

透過與超市、賣場的比較可以發現，縱然在競爭激烈的都市裡，傳統市場依然保有一些使其得以存活至今的價值。

貨物交流的確屬於傳統市場的價值之一；然而此節所提及的「價值」，指的是居民對於傳統市場這個空間的重視度、心中的感覺印象。本研究的思想著重於傳統市場的人文價值傳統市場「對於人」的價值，可就兩方面說明。

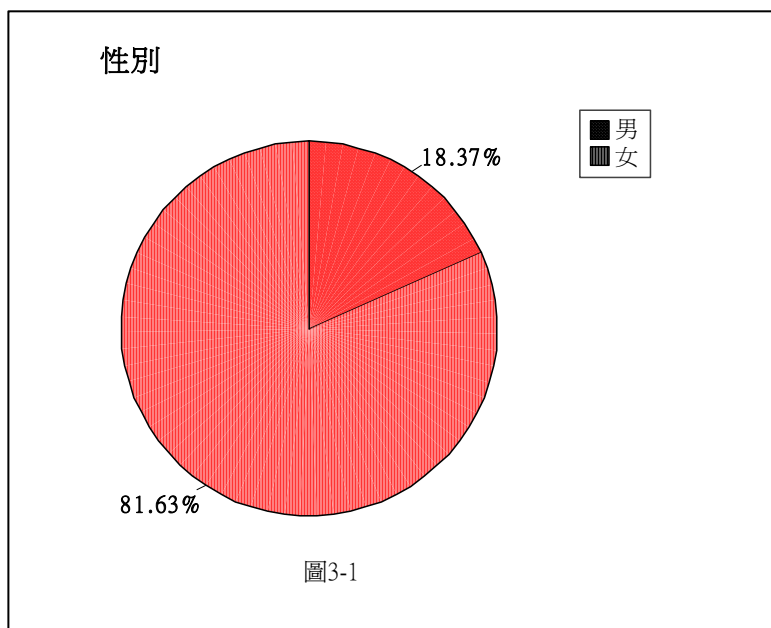
首先是傳統市場對社會基層人士的影響。對攤販而言，傳統市場是他們維持生計的來源，（大隱朝市，台北市政府建設局，2006）一旦傳統市場面臨生存危機，首當其衝者非他們莫屬。我們認為傳統市場對這些長期賴以維生的社會基層者而言，不僅為一個發展的舞台，亦是其生存的機會；另外，它也可視為安定社會的一大助手，避免失業人口的增加。

其次，是傳統市場與人際網絡之關聯。換言之，傳統市場具有作為鄉里社交場所之重要性。人際互動、社區訊息的傳遞等特質，皆使其漸漸成為社區生活中心，我們認為，此點在現在人際較為疏離的都市地區，是相當難能可貴的，也是其他消費市場難以取代的。（大隱朝市，台北市政府建設局，2006）（李文英議員質詢，2003）

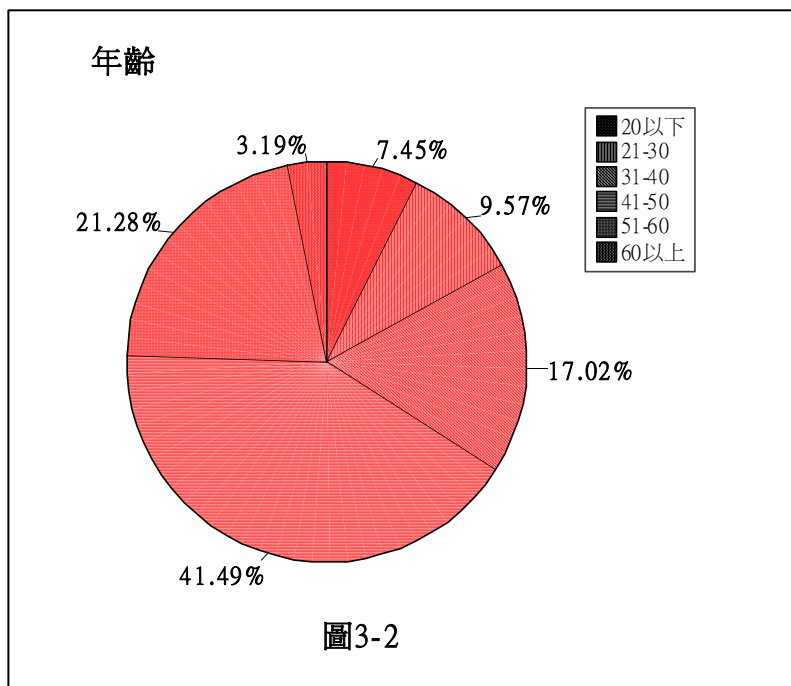
參、實證分析

第一節、問卷結果分析

一、基本資料分析



在我們的公平取樣下，從（圖 3-1）中可以發現，傳統市場中消費者超過八成是女性，雖然發現有部分男性陪同女性購物，但仍以女性為主，可見傳統市場是一個以女性為主的空間。經由我們的觀察，採買的消费者多是女性，而販賣商品的攤販多為男性，可以推測出傳統市場內仍維持較傳統的性別分工方式。



從(圖 3-2)看出，傳統市場中的消費者多集中於 41~60 歲的中年族群，這可能和傳統市場多位於住家附近，所以消費者前往購物較為方便，並且熟悉於傳統市場中的購物氣氛，而養成長期的消費習慣有關；而數據中明顯的發現年輕族群較少至傳統市場消費，我們認為是由於 30 歲以下的年輕族群大多還沒有採買食材的需求。雖然 60 歲以上的消費者在圖表中所佔比例相當低，但其實 60 歲以上消費族群很多，但礙於年長者可能因眼睛老花、不識字，和我們不諳閩南語等問題，因此在發放問卷上較為困難，所以取樣較少，這也可以算我們的取樣限制之一。

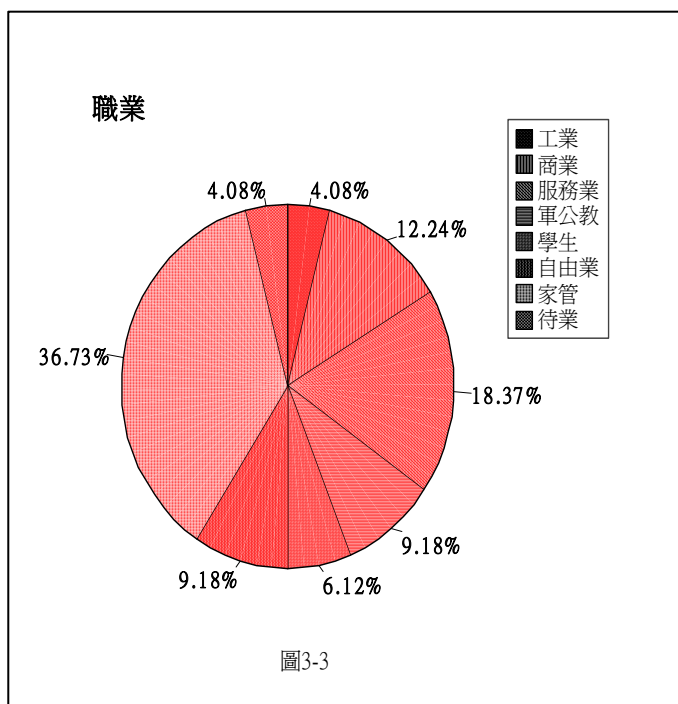


圖3-3

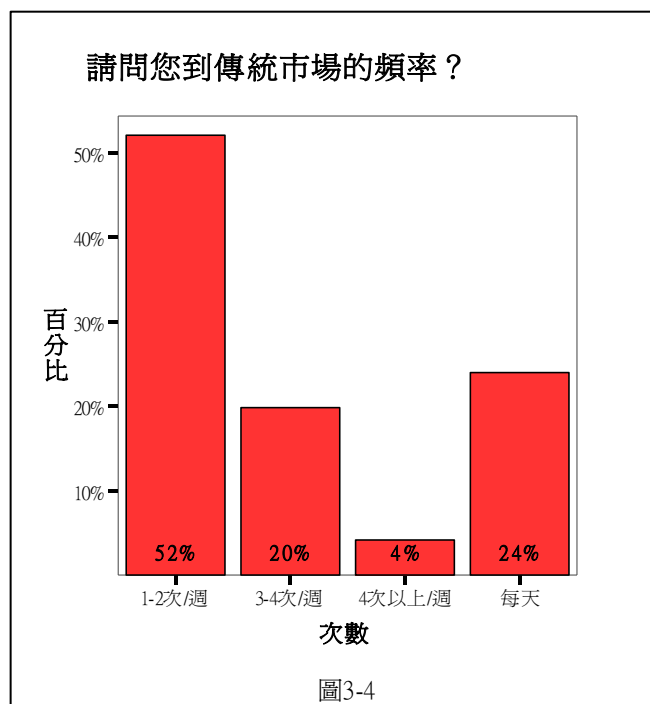


圖3-4

「一週至傳統市場消費一至二次」的消費者，比例高達五成。比例第二高者為「每天皆到傳統市場消費」，可見傳統市場對他們而言是生活中的一部分。(圖 3-3) 顯示，傳統市場消費者將近四成爲家管，這顯示時間彈性較大者較有可能成爲傳統市場主要的消費者。

對照圖(3-4)我們可以推測，市場附近居民至傳統市場的消費頻率，可能與現代社會經濟型態有關：由(圖 3-1)可知道傳統市場消費的多爲女性，而現代女性投入就業市場的比率比傳統社會高上許多，我們認為，此原因導致「一週至傳統市場消費一至二次」的人數比例最高，可能就是因爲職業婦女受限於週一至週五的上班時間，只能利用週末前往消費。

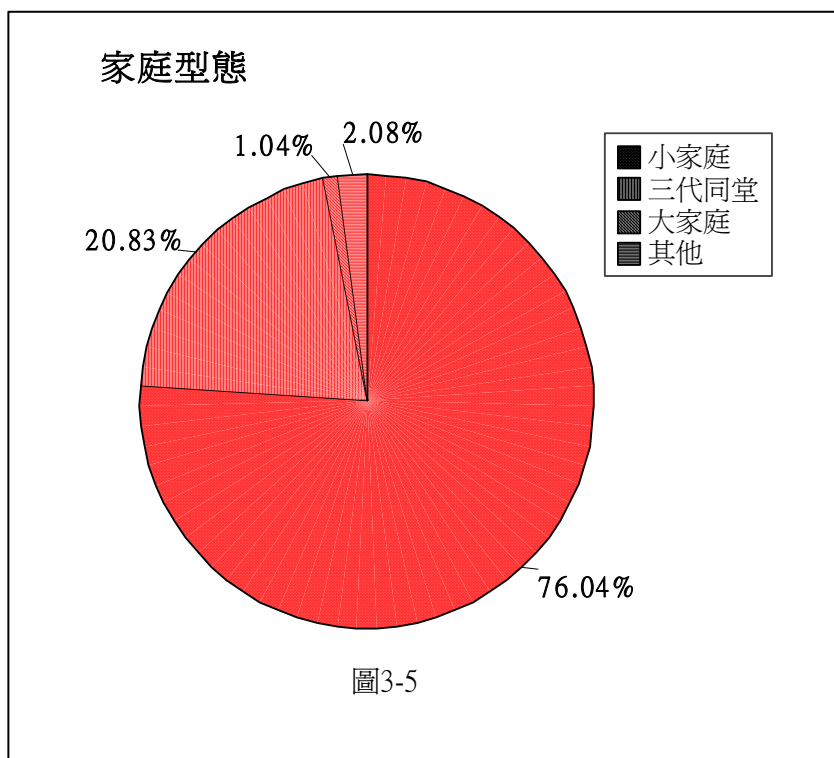


圖3-5

就已婚消費者再深入分類，(圖 3-5) 顯示小家庭型態佔大多數，將近八成；三代同堂型態則佔兩成，顯示此研究區域之家庭形態已經改變。

二、對傳統市場的觀感分析

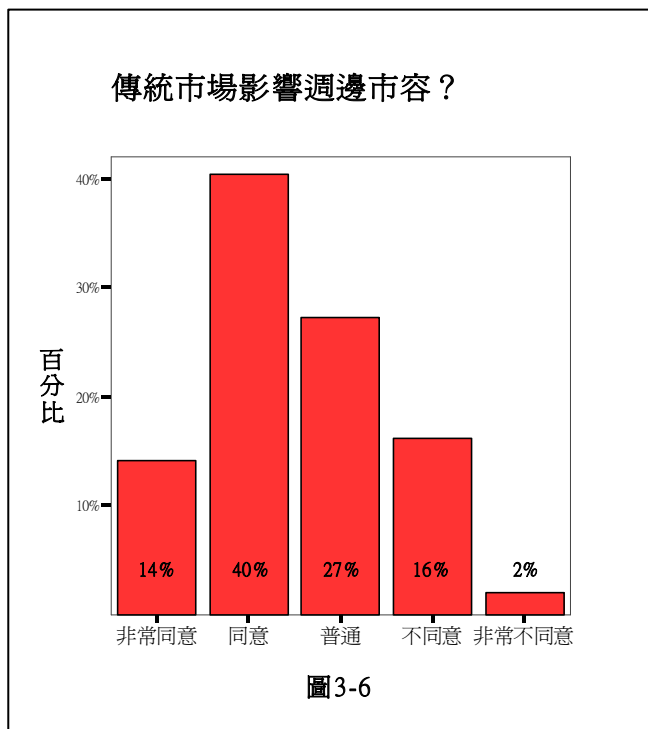


圖3-6

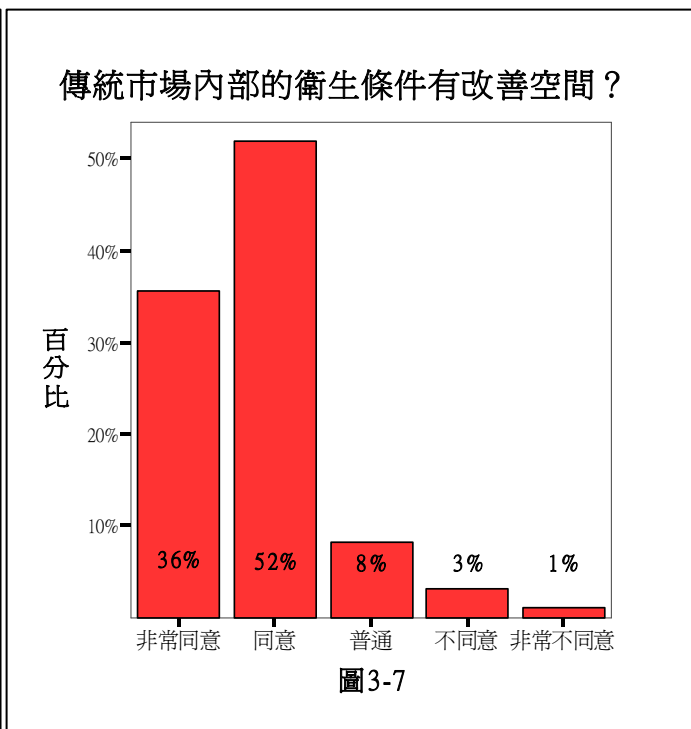
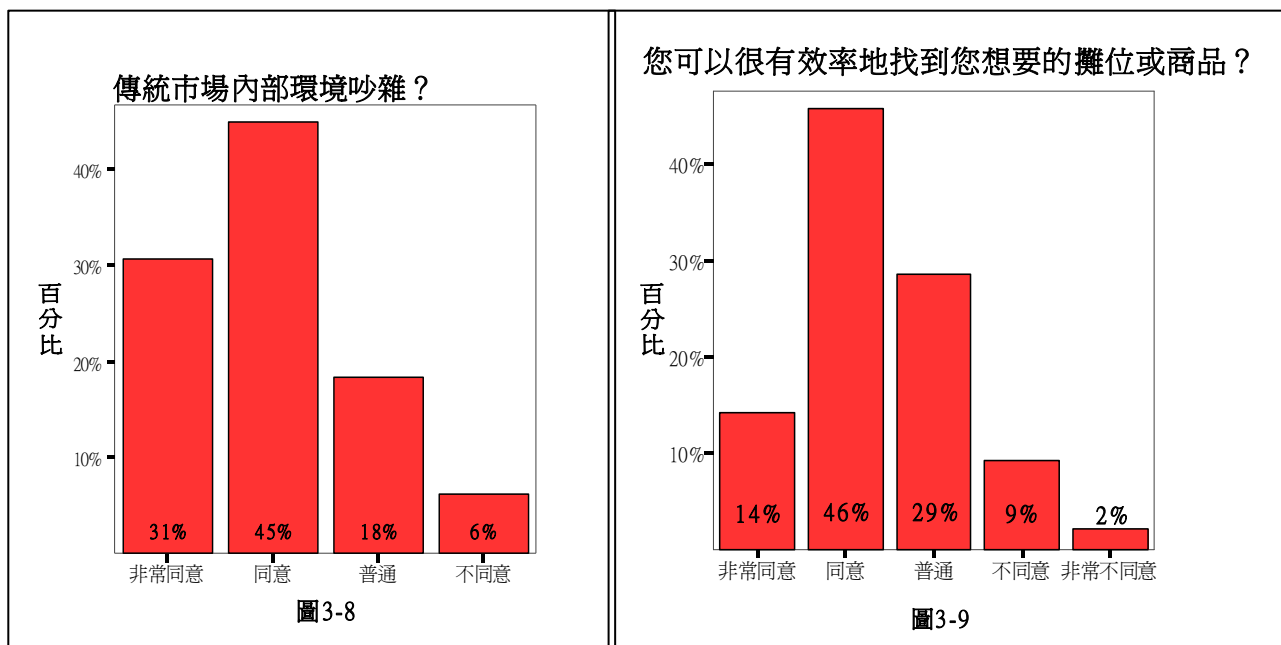


圖3-7

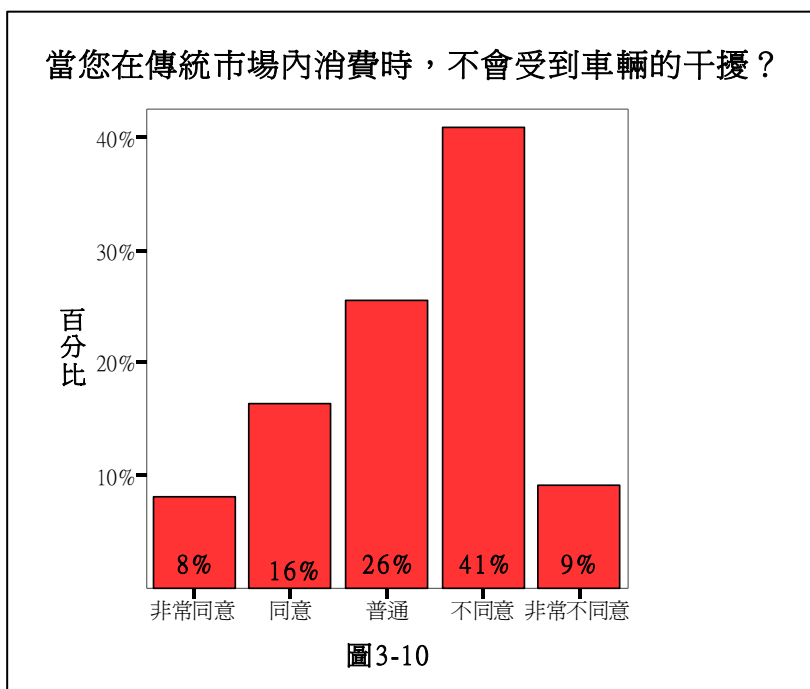
根據 (圖 3-6) (圖 3-7) 我們可以看出，有五成五的消費者認為，傳統市場攤位規格不

一，易給人雜亂的印象，且近九成的消費者都認為傳統市場的衛生條件有改善的空間，甚至有消費者明確指出環境衛生條件是傳統市場與超級市場最大的不同（如氣味問題，有時甚至在兩條街外就能聞到「菜市仔味」；或者地面髒亂，常有血水、穢物等），總言之，消費者大多認為傳統市場的環境問題連帶影響了周邊市容，我們推測這正是政府亟欲改善傳統市場的主要原因之一。

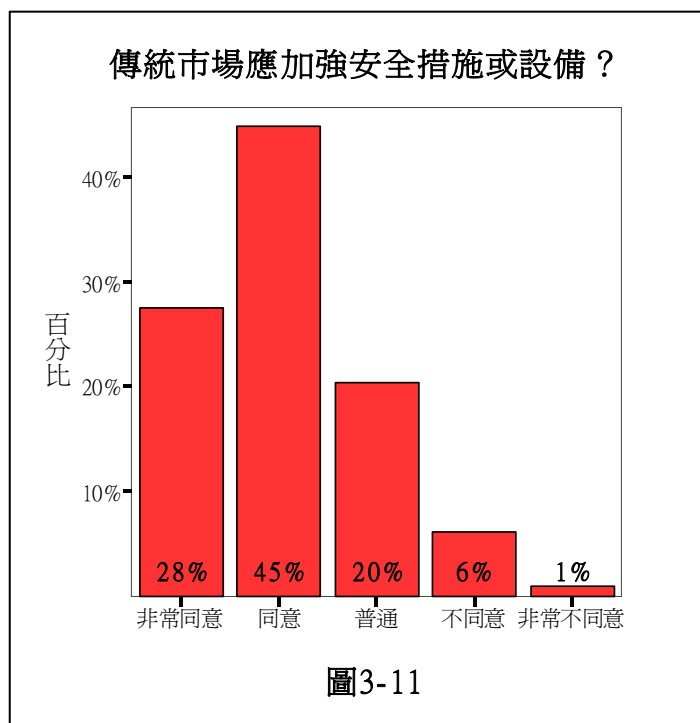


根據（圖 3-8），有七成消費者認為傳統市場環境相當吵雜，此結果與我們調查前的預設相符。但我們原本以為「環境吵雜」是傳統市場的缺點之一，然而調查結果卻顯示，其實有部分消費者認為，正是吵雜帶來了市場熱絡的氣氛，為市場吸引更多的人潮，也就是說，「環境吵雜」並不會成為消費者排斥傳統市場的原因，反而能夠為傳統市場帶來生機蓬勃的感覺。

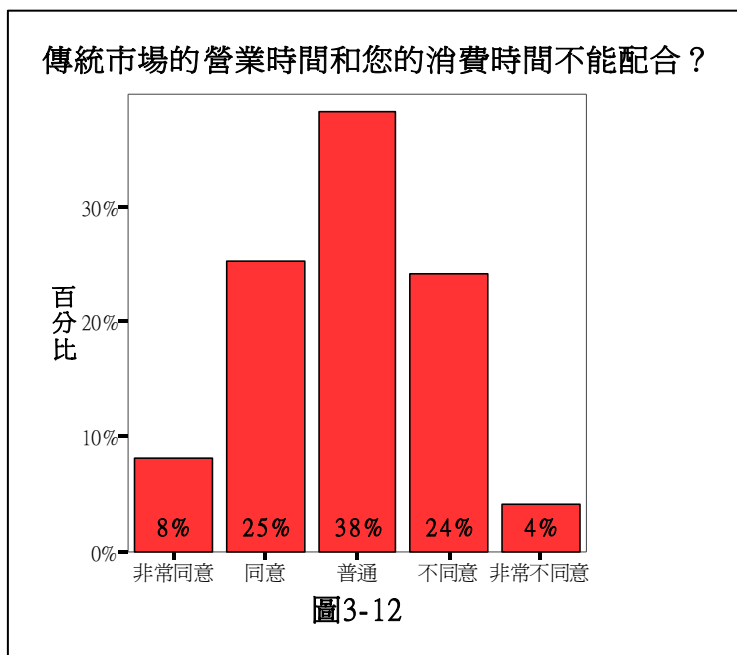
在我們原先的想法中認為傳統市場攤位由於較為雜亂無章、沒有明確的商品分區，導致消費者無法有效率的找到特定攤位和商品，根據（圖 3-9）發現，卻只有一成的消費者無法在傳統市場中有效率的購物。我們推論是由於消費者在長期消費習慣下，對於傳統市場的環境已經非常熟悉，故能掌握攤位與商品的位置。



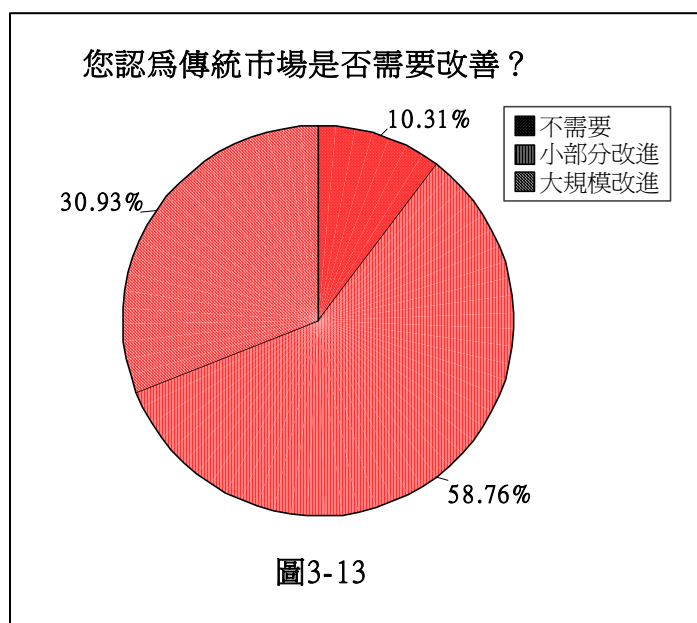
經由我們的觀察，相較於其他傳統市場，六和市場內的車輛已算較少，但由（圖 3-10）可看出只有兩成五的消費者認為在傳統市場內消費時，並不受開入市場內的車輛干擾，可見大部分的消費者仍認為，車輛開入傳統市場會造成步行消費者的走動不便，也容易導致市場內部堵塞，由此推及其他傳統市場，此情況更為嚴重。



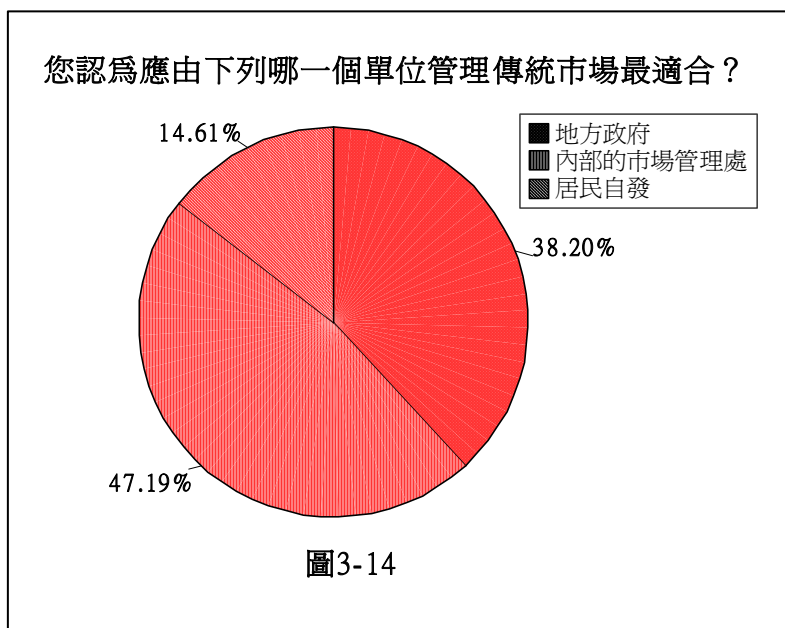
有七成五以上的消費者認為傳統市場應增強安全措施或設備，多數消費者反應，如果有如火災等意外事故的發生，需要救護車及消防車進入市場救災，傳統市場封閉不暢通的環境可能會阻礙救災、延遲就醫，潛在相當大的危險。另外傳統市場也無基本的緊急救災設備，如滅火器設置與逃生路線的規劃。



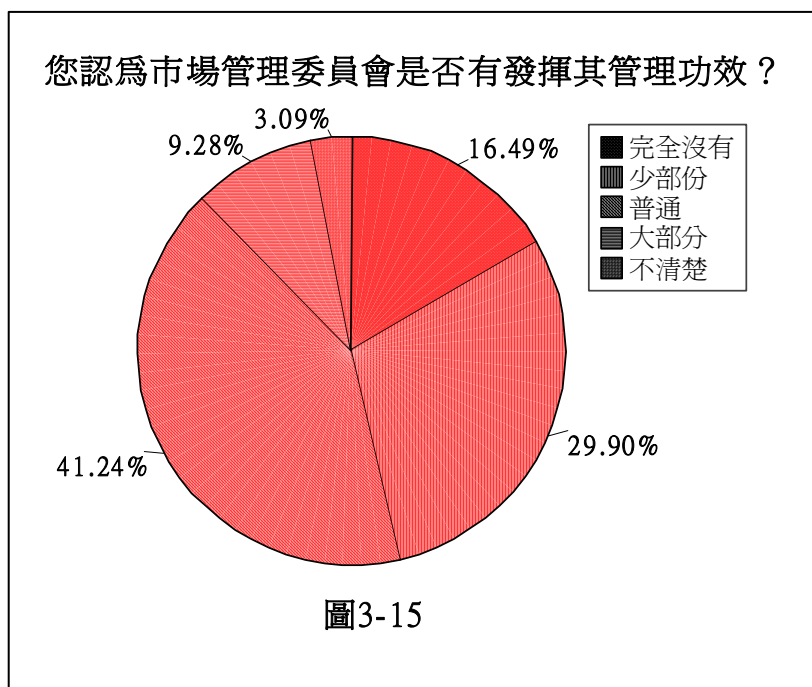
對於消費時間的配合程度，大多處於可接受的範圍，一方面可能是因為消費者中有4成是從事家管，時間比較不受限制；另一方面則是，現在冷藏設備較佳，不需天天購買，可於假日一次買齊，故時間可以接受。



由（圖 3-13）可知，認為傳統市場不須改善或僅需要小部分改進即可的消費者高達七成，但我們從（圖 3-7）（圖 3-10）（圖 3-11）可知，消費者認為傳統市場有許多缺失尚待改善，不過大部分消費者卻能夠接受現狀，不願做大幅度的改變，可見其背後另有支持消費者前往傳統市場消費的理由，我們推判可能包括價格、情感等因素。

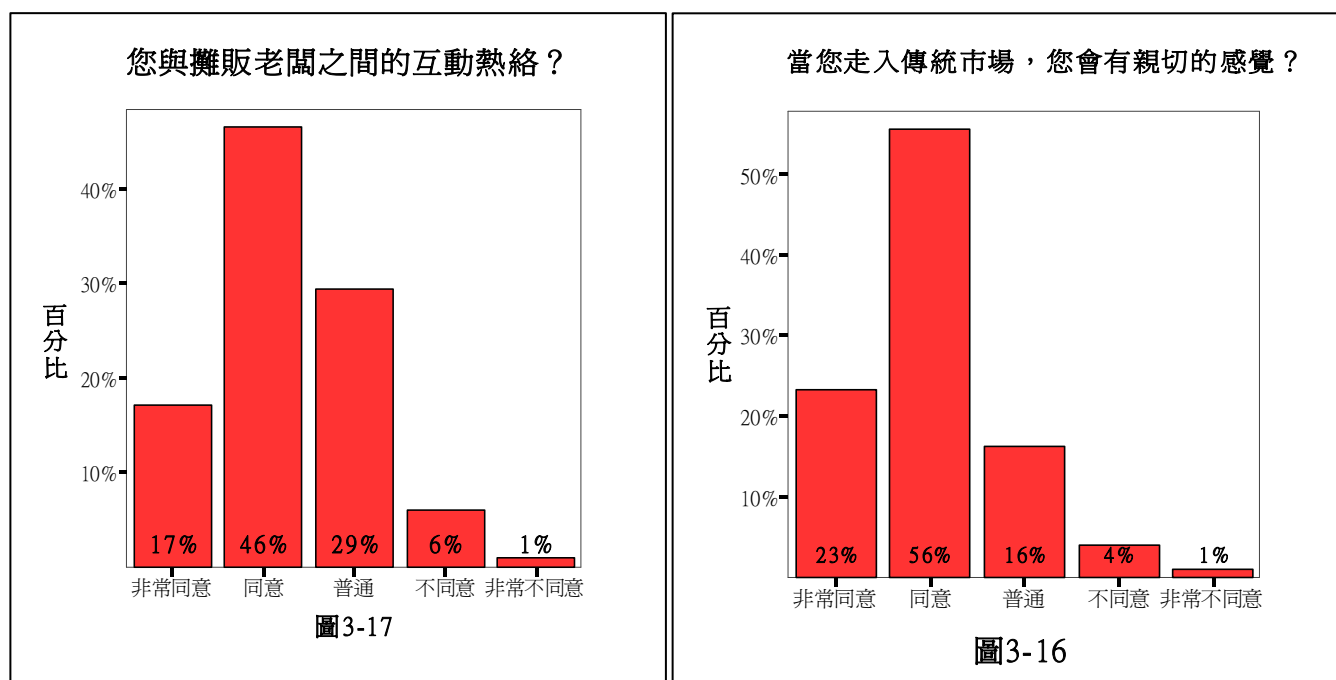


而談到傳統市場的管理，將近五成者認為由市場內部管理處帶領較有效；大約四成者覺得應由地方政府負責；僅由少部分人認為需要居民自動自發，由此也可看出居民對公共事件較依賴管理者，而非主動著手。

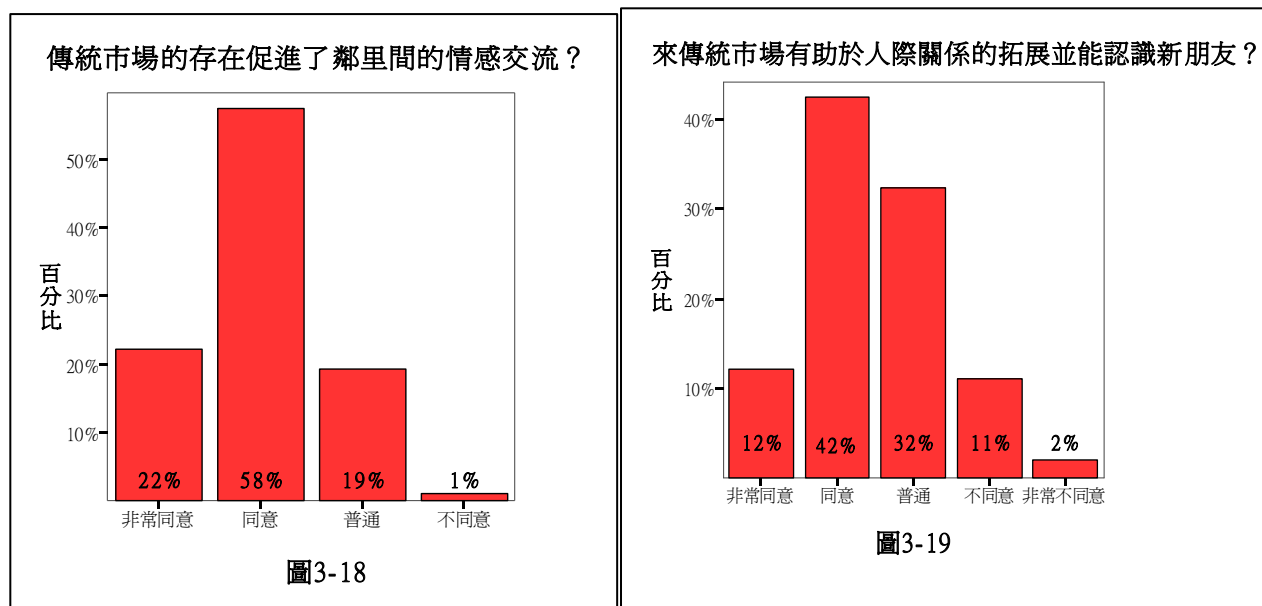


四成消費者認為市場管理委員會之管理功效平平；值得注意的是，大約二分之一的消費者對管理委員會的角色較不熟悉或不贊同，顯示當前管理者應設法多加以宣導，抑或多致力於其責任。

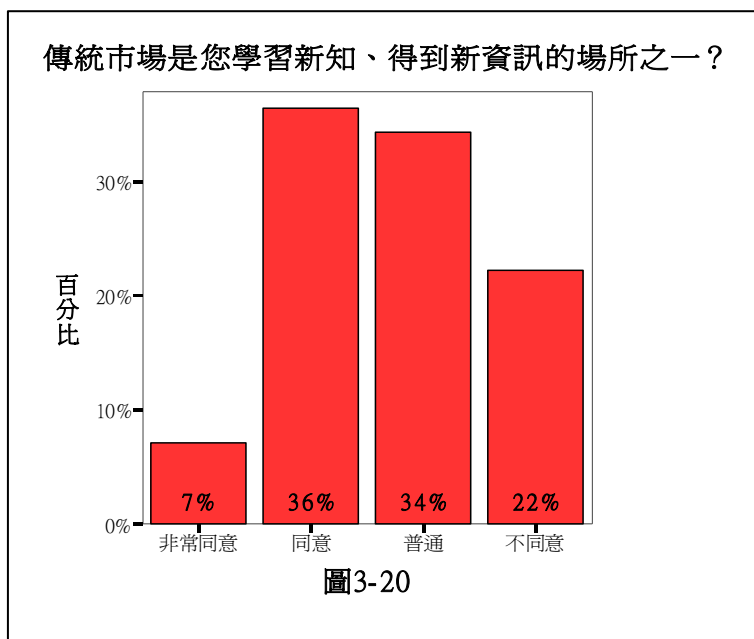
三、對傳統市場的情感分析



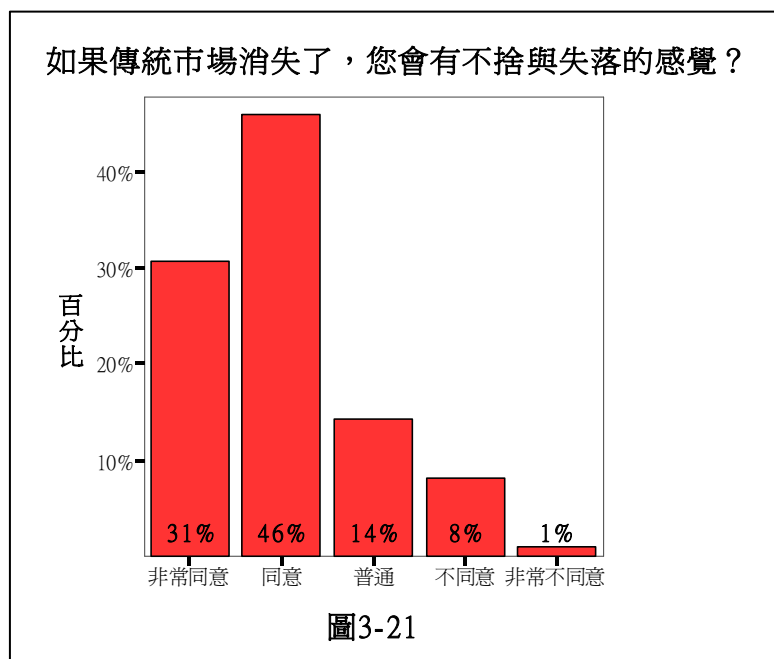
從（圖 3-17）與（圖 3-16）中可明顯看出：當消費者走入傳統市場時，有超過七成的人認為它是一個親切的場所。我們推測，大多數人認為在傳統市場中和攤販老闆有熱絡的互動，這可能是令他們感到親切的原因之一；另外，相較於超級市場，傳統市場存在時間較長，因而給予消費者熟悉的記憶，使對傳統市場有親切的感覺。



我們原先預設，傳統市場是可以維繫和促進情感交流的場所。而經由（圖 3-18）與（圖 3-19）我們發現，在人際關係較為疏離的現今社會，有一半以上的消費者認為在傳統市場中能拓展交友圈。經由實地觀察，在傳統市場中經常可看見寒暄、聊天等互動，對社區居民的情感聯繫有正面的作用，進而成為附近居民的社交場所之一。

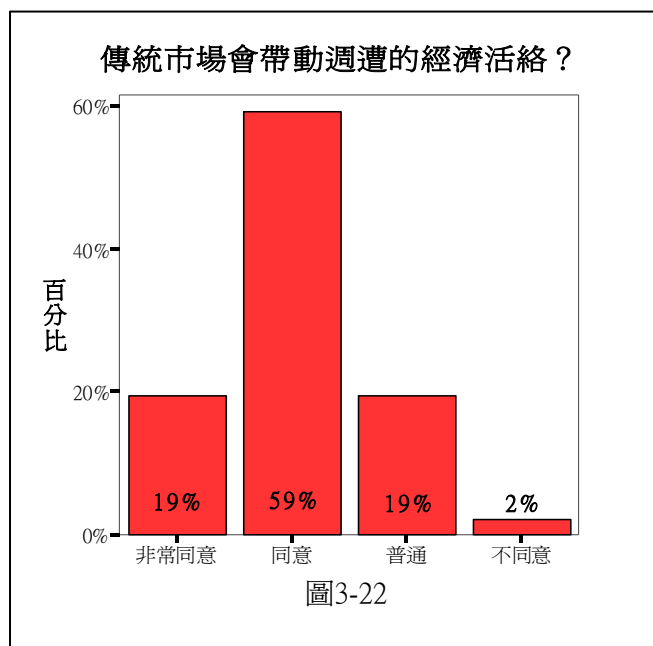


在得到新知這方面，只有兩成的消費者不認為能在傳統市場內得到新知，可見傳統市場具有資訊交流的功能。

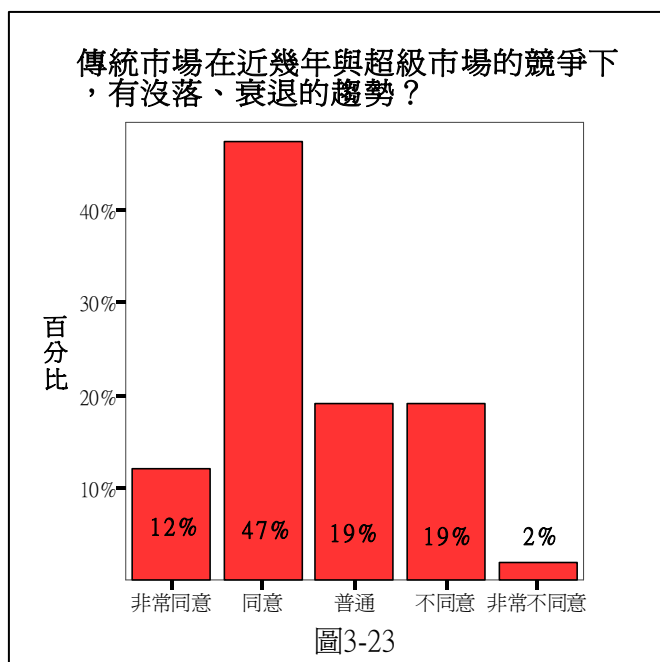


由（圖 3-21）可知，只有不到一成的消費者對傳統市場的消失沒有不捨和失落的感覺，可見傳統市場對大部分人而言有重大的意義。

四、傳統市場對周遭環境的影響



有近八成的消費者認為傳統市場的確能夠帶動週遭商家的經濟活絡，也吸引更多流動攤販聚集，為市場鄰近區域帶來人潮與商機。



由（圖 3-23）可知，將近五成的消費者認為傳統市場的優勢正隨著超級市場的林立而漸趨下降，而有衰退的現象，但是對照（圖 3-4）消費者明明去傳統市場的頻率仍高，卻又認為它正在沒落，顯然消費者的想法與行動出現矛盾。

總結以上的問卷分析，我們可將傳統市場目前所面臨的問題分為內部及外部來討論。

首先，內部問題包含兩大方向；亦即「環境」及「安全」。在環境方面，消費者認為傳統市場規格不一致的攤位，易予人雜亂的印象。值得注意的是，吵雜的環境非但不是傳統市場的缺點之一，反而有助於帶動市場氣氛，進而招引人潮。

其次，在安全問題方面，儘管車潮有時能帶來人潮；然而多數受試者認為，傳統市場內的車輛會造成步行消費者的不便，甚而導致內部堵塞，反而造成反效果。另外，大多數受試者亦深感傳統市場注重安全措施、設備等設立與維護之急迫性。至於外部問題，則牽涉到傳統市場的對手——超級市場。由問卷數據得知，逾一半受試者覺得傳統市場很可能無法與超級市場的競爭。

在這種種的內部問題和外部衝擊下，傳統市場仍然在都市叢林中佔有重要的地位，可見其必定擁有許多無可替代的優勢。經過問卷的分析整理，我們認為傳統市場為消費者（或說附近居民）提供了緊密連結的社會網絡，消費者藉由人與人之間的互動，獲得新的知識或訊息，並從中建立起綿密的人際網絡。在與攤販老闆及其他消費者的往來之間，不知不覺地培養出一份對傳統市場這個空間的認同感，也進一步加深了鄰里間的交流和聯繫。正因為傳統市場擁有這種不可取代且極為重要的情感價值，為人們提供一個在都市中仍保有熱情的所在，所以在講求速度和效率的新時代下，它仍有存在的必要性和值得人們留戀之處。

透過問卷分析，我們發現一個特別的現象：大部分的消費者覺得傳統市場仍有許多該改善的地方，但還是願意去傳統市場消費，又或者自己經常前往傳統市場消費，但仍認為傳統市場正在沒落，無法在與超級市場的競爭下生存，且為傳統市場會消失的這個可能性，感到難過與不捨——這使我們感到消費者的想法和行動是有矛盾的。我們覺得或許傳統市場根本不會消失，只是會做些許的改變以迎合消費者的想法，並繼續在都市中以傳統市場特有的風貌生存下去。所以傳統市場會漸漸消失這個想法，或許只是一般大眾的迷思。

第二節、訪談結果分析

一、 衝擊與問題

這幾年超級市場、便利超商及大型量販店等新型態的流通管道興起與外來文化的入侵為傳統市場帶來的衝擊已經愈加明顯，就像市場管理委員會的財務長劉先生所言：「新的外來文化，就是說像超商、賣場啦或者那個 Costco(美商量販店)，這麼龐大的商場在我們的社會一直增加，造成市場嚴重的衝擊。」由於超級市場擁有新世代所要求的消費條件，例如整潔明亮、不受天氣限制的空間和先進的冷凍設備等等，關於這點，劉先生提到：「超級市場有一個

室內的空間嘛，它無論晴天下雨都是在那個空間，風雨無阻，再說它也有冷凍設備可以儲存商品，調適……」，相較之下，傳統市場便顯得有些髒亂，食材的衛生也較常遭受消費者的質疑，消費者邱媽媽說：「衛生安全最重要，可是都沒有人在稽查，萬一有什麼疾病呢……那個血水，天氣熱，夏天蒼蠅又到處飛啊。」身為家庭主婦的消費者黃小姐則認為：「傳統市場的環境當然比不上超市的乾淨整潔有規劃，經常可以看見不新鮮的漁貨招來許多蠅蟲；魚、肉業者所處理後的廢水到處流，造成髒亂。」

市場內現宰活禽可說是造成傳統市場環境髒亂的主要原因之一，針對此一現象，政府基於衛生和疾病的考量，將禁止攤販在傳統市場內宰殺活禽；但這個政策反而讓傳統市場損失了一個極大的優勢，攤販林先生說：「政策實施的話，傳統市場就少一個利器！」因為食材的新鮮度一直是傳統市場優於超級市場的地方，人們會為了買新鮮的肉而到傳統市場消費，但這個消費動機若是消失了，勢必對傳統市場的生意造成很大的影響，簡先生對此感到憂心：「如果不現殺的話，人潮會比較少一點……人的心理就是喜歡現宰新鮮的，以後不能現宰只有冷凍的，那乾脆去超級市場買冷凍的比較便宜，所以客人可能會少個一兩成吧。」目前這個政策的實行還有很大的困難，因此我們還無法看出它的實行，會對市場的造成多大的衝擊，但從訪談我們發現攤販對此一政策多抱持較悲觀的看法。

另外，一般早市的營業時間無法配合社會型態的改變，許多消費者白天需要上班上課，在時間的調控和限制下，不得不選擇營業時間較長的超級市場，黃小姐亦觀察到此一現象：「我想都會區的上班族應該是屬於超市族群，因為他們沒有太多時間到傳統市場逛。」

在現今這人人講求快捷便利的時代，許多人以外食為主，反而不常在家開伙，以節省時間，上傳統市場採買食材的消費者已相對減少，有些攤販相信這種新生代的消費型態遲早會使傳統市場走向沒落、甚或消失，林先生便認為：「傳統市場消失是早晚的事，因為新生代的消費型式不同了。」也因為消費習慣的轉變，人們較少到傳統市場，對它的認同感也就愈趨薄弱，劉先生表示：「對於這些新生代的消費者，認同感目前有比較薄弱的趨向」；就短期來看，傳統市場雖沒有面臨立即消失的危機，但是一些新的外來思想和經營模式也不斷衝擊著傳統市場固有的文化，劉先生感嘆：「新新人類喔，可能也會選擇偏向大賣場啊超商，我也很擔憂一些外來的經營方法影響到我們的傳統市場、傳統文化……新的文化還有你們受到的新教育可能和上一代的思想，漸漸就有落差啦……」

二、價值

在上一部份我們提到傳統市場現今所面臨的問題，但經由訪談我們歸納出傳統市場存在的必要性，以下我們分為四個層面來探討：(一)社會層面、(二)經濟層面、(三)資訊層面、(四)情感層面。

(一)社會層面

傳統市場所帶來的影響並非只有造成環境髒亂、路權糾紛……等負面影響，經由與攤販的訪談，我們發現，如果因這些負面影響而剷除它，所帶來的後果將更為嚴重。像市場管理委員會的邱會長所言：「如果傳統市場消失了，這將產生更嚴重的社會問題，經濟問題也很大。社會問題就是，身為攤販的他整個家庭生活的依靠就是靠這個攤販，如果沒有這個攤販的話，或者會沒有其他謀生能力」台灣的社會結構是很複雜的，其中中下階層跟傳統市場的關係更為密切，甚至對於許多中下階層的人而言傳統市場是他們的生計來源，這絕對不表示所有於市場工作的人的教育水準和社會地位都較低，但確實傳統市場的攤販並未有學歷限制，所以可以給予普遍大眾工作機會。因此傳統市場其實還具有一項非常重要的功能，就是穩定社會，如果有天傳統市場消失了，其所衍生的失業人潮，和社會問題，將超出我們的想像。就如邱會長所言：「當中下階層沒有賺錢的環境時，經濟壓力會使社會混亂。」

(二)經濟層面

除了維持社會安定之外，傳統市場其實還具備強烈的在地性，又加上傳統市場通常會位於住宅區，因此消費者通常都會選擇離家較近的傳統市場進行消費，以節省通勤的時間與金錢。像市場管理委員會的劉先生就認為：「經過這些年，我們這個市場就在這裡，社區也很方便，不用走到大賣場。」，更可看見傳統市場屬於區域的特性，它的影響和消費客源往往只限於附近區域。另外，由於傳統市場尚未有較嚴謹的企業管理模式，因此在價格方面通常都還有議價空間；再加上傳統市場的商品通常為開架式販賣，食材是否新鮮、商品有無瑕疵都能一目了然，簡而言之商品的品質消費者較能掌控。低廉的價格和有品質的商品往往可以吸引消費者前往購物，更有許多受訪者認為這點是傳統市場對抗超級市場的優勢。如攤販黃小姐自信的說：「我覺得新鮮度真的是超級市場無法取代的。」和消費者黃小姐表示：「魚肉較新鮮未經冷凍或冷藏，新鮮與否容易辨識；超市則經過冷凍冷藏處理，感覺無法立即辨識其新鮮度，蔬果類亦是如此。」

(三)資訊層面

首先由訪談資料看來，傳統市場亦不失為一種流通訊息的平台。身為攤販的劉伯伯便指出，傳統市場「含有一些學識，是一個增廣見聞的空間」；而從消費者角度來看，在逛傳統市場的過程中，透過與老闆抑或左鄰右舍的談天，不但可從中學習選菜技巧、生活常識等，亦有與人互動的感受，而這在一些並不將「購物」視為主要目的的消費者身上更為明顯。受訪者當中，邱媽媽正屬於此類消費者。她表示，由於自己較常在超級市場採買食材，所以前來傳統市場的目的多為「與朋友聊天，或是參考別人買些什麼、現在流行什麼；否則會退流行，變得L K K！」。

（四）情感層面

此外，傳統市場亦是個在都市中展現人情味的場所，受訪者認為傳統市場的存在可能對鄰里間彼此的情感互通造成影響，顯見消費者與傳統市場的關係是息息相關的。我們認為，可將傳統市場所擁有的認同感區分為兩方面：一種，是社區居民對於該地區的認同感，即「人」與「空間」之間的連結；另一種，則存在於顧客與攤商、或攤販彼此之間，屬於「人」與「人」之間的維繫。

針對第一種認同感，我們認為，當傳統市場給予消費者熟悉感之際，消費者同時也對其產生認同感。這份感覺當下或許無法察覺出；然而，一旦其中一方改變原有狀態，舉凡消費者搬家、傳統市場因故必須暫時關閉幾個月……等等，居民與攤販便會感到不捨或不便，而這正是認同感。受訪者當中，消費者黃小姐就以自身經驗證明此論點：「自從由永和搬來中和，雖然相距不遠，但我已非常習慣六和市場那邊的攤商；至於這邊的秀朗市場，不管怎麼逛都不太習慣，所以平常仍然習慣到六和市場購買」。

至於第二種認同感，我們認為，無論是消費者抑或攤販皆具有地域性觀念。對消費者而言，由於本身多為週遭居民，劉先生認為：「傳統市場的存在不僅促進社區互動，進而為彼此情感加溫。」而就攤商的角度來看，劉伯伯指出：「市場內的大家都很純真，有很多人都從很多的地方過來結緣的，有的花蓮、台南、高雄……全省的各個角落，其實就好像我們的第二個故鄉，時間也好、精神也好、青春也好，都投注在這個市場裡面。」這表示雖然許多攤商並非在這土生土長的本地人，但經過長時間在此做生意並與他人的互動，對此地亦產生強烈的認同感。除了交易以外，買、賣雙方對傳統市場皆感到親切，並因此對其益加愛護。依我們之見，此生活網的建立奠基於「在地性」和「依賴性」之上。

身為消費者的黃小姐認為，「傳統市場感覺已是生活的一部分。」由於傳統市場的在地性來自買、賣雙方對它的情感，故劉先生強調：「顧客對傳統市場有認同感是必然的。」攤販黃小姐亦表示：「如果政府不是硬是要拆除的話，傳統市場不可能會消失。」兩人皆不約而同地證實「在地性」之影響力。另外，消費者黃小姐更指出：「傳統市場絕對有附帶情感價值，因為一般人都有地域觀念。」說明「在地性」之形成原因。

一旦傳統市場產生「在地性」，消費者便會進一步產生「依賴感」。「依賴感」可能來自買賣之間的額外互惠。就如消費者黃小姐所說：「老闆通常會給建議，而購買量較多的時候，老闆還會幫忙送到家。」如此貼心的額外服務自然會使消費者選擇「在固定攤位購買」，甚至「有時還會介紹陌生客人來購買」。除此之外，「依賴感」更包含人心的情感交流。消費者黃小姐認為：「逛傳統市場除了購物也可紓解情緒，當心情不好時或無聊時都可在市場逛逛看看，也許碰到朋友再聊聊天，或和攤商閒扯。」顯見情感交流對人之必要。這也是為何消費者黃小姐認為，一旦習慣了一個市場，「對那裡的人、事、物，甚至不同日期會來擺的攤位都非常熟悉，常購買的攤位久而久之，連老闆都熟悉，互相交談、甚至關心彼此。幾日不見，彼此還會問是否遭遇什麼事

肆、結論

本研究藉由聚焦永和六和市場，並透過問卷、訪談、文獻回顧的整理及分析等方法，釐清傳統市場在大都會中持續存在價值。在經過多面向切入研究傳統市場後，本研究對於傳統市場中的價值與社會網絡有了進一步的認識及發現。

衝擊、都市化

近年來，大台北地區都市化的腳步已越來越快，而都市化緊接著使民眾期望更快速、便捷的生活，這樣的狀況將使傳統市場飽受衝擊，這也促使我們選擇此作為我們的研究主題，我們想知道它到底面臨了哪些問題，又為何得以生存？

以下我們歸結出現今它所面臨的幾項問題：由於傳統市場的環境較為髒亂，如：我們時常可以在傳統市場內看見蠅蟲亂飛的景象，或者地上散佈著攤販的菜葉、果殼和污水等穢物，相形之下，整潔明亮的超級市場更符合年輕一代的購物環境，在商品衛生方面，有包裝和品管的超級市場也略勝一籌，因此超級市場的興起確實使傳統市場的客源有所流失。

此外，在政府方面，雖然政府知道傳統市場有其存在之必要，但在都市規劃、維護市容時，傳統市場時常是政府檢討的部分，它們雖不至於直接被鏟除，但大規模的改建，卻不一定是市場攤販和消費者所樂見，因此市場內部該如何改善本身的弱勢，將決定它未來的發展。

矛盾現象

傳統市場是一個較為古早的存在，佇立在新時代及忙碌的台北大都會中，竟顯得有些矛盾和突兀。在新興超級市場的競爭之下，傳統市場似乎不太符合一般消費者對購物環境的要求，相反的，許多人認為傳統市場在環境衛生和安全措施等方面仍有改善空間。雖然如此，傳統市場仍屹立在時間的潮流中，經過新文化與新消費型態的衝擊，卻始終維持它慣有的樣子。究竟是什麼力量支撐著傳統市場的存在？經過研究分析及討論，我們針對傳統市場的特性提出四種無可取代的價值：（一）社會價值、（二）經濟價值、（三）資訊價值和（四）情感價值。

（一）社會價值

傳統市場不但是攤販們的重心和舞台，也是許多家庭賴以維生的經濟來源，它提供了廣大的工作機會，達到了穩定社會的功能，避免失業人口的增加。如果傳統市場消失了，許多中下階級的人將無以為生，接踵而來的社會問題及經濟壓力更是棘手、令人堪憂。

（二）經濟價值

傳統市場內的商品除了擁有低廉的價格及議價空間外，消費者還可以透過開架式的販售方法，親自揀選新鮮、無瑕疵的商品。不同於超級市場的大量囤貨，傳統市場多為當天進貨並於當天售完，食材較為新鮮；在品質方面，由於攤販在進貨時會先檢查商品，因此品質上擁有一定水準的保障。

（三）資訊價值

傳統市場也提供了一個訊息流通的平台，消費者可以從攤販口中，學習挑選商品的技巧

以及烹煮方法等小常識；而攤販也能從消費者身上得到建議，做出改進及回應。除此之外，透過人與人之間的寒暄及交談，我們也可以獲得最新的訊息及見聞，增廣自己的見識，不與時代潮流脫節。

（四）情感價值

情感交流對人們是非常必要的，人們在傳統市場中無可避免地交談、互動，彼此問候、關懷，進而衍生出緊密的情感，在與攤販老闆及其他消費者的往來之間，建立起人際網絡，這點在現今人際關係疏離的都市地區，顯得格外可貴。

傳統市場是許多人寄託情感的地方，攤販將大量時間、心力投注在此，將傳統市場視為他們的第二個家；消費者則是在長期購買的習慣下，對傳統市場養成了依賴感，傳統市場儼然成為生活中不可或缺的一部份。

傳統市場的存在同時促進了「人」與「人」之間的情感聯繫，以及「人」對「空間」熟悉、親切的感覺，這兩種強烈的情感在相互作用與長時間的培養下，化為一份對附近社區和傳統市場的認同感和依賴感。

由以上幾點可知，傳統市場具備一個社會網絡應有的功能，提供成員尋求資訊、財貨、社會支持等資源，這是其他消費市場難以取代的地方。

迷思

現代都市人多半對傳統市場有一種迷思：認為傳統市場隨著超市興起而沒落是必然的趨勢。這個迷思經常表現於消費者在認知與行動方面的衝突。依我們的看法，迷思的產生有兩大原因。第一，源於眾人對「消失」一詞缺乏清楚認知；第二，則是對傳統市場的感情早已深植於眾人內心，對於傳統市場的感情變成心中的「理所當然」而因此容易被忽略。

第二種迷思可參照之前提及的「情感價值」部分。至於何謂「消失」？一般而言，大眾的看法是：一旦傳統市場不再保持當前狀態，即為消失；不過我們認為，縱使傳統市場未來可能有些許改變，並非「消失」，反而屬於適應都會環境的必經之路。傳統市場會在「滿足消費者需求」與「展現且維持自我特色」之間繼續找尋最佳平衡點。

這個迷思固然使消費者為傳統市場的未來擔憂；然而弔詭的是，它也是支持傳統市場得以繼續存在都市之中，而不致消失的重要支柱。我們認為，正是這份大眾對傳統市場「消失」定義的朦朧感，以及一股對於「傳統市場可能即將消失」的不捨與不安，促使他們繼續透過行動支持。

題目

了解是真正關懷的開始，我們將研究題目定為「在冷漠都市中販賣熱情——談傳統市場的價值」本是希望能透過有數據、有方法的研究方式去了解一個矛盾現象：究竟是什麼因素使得屬於舊景觀的傳統市場得以在現代都會生存？接著希望能為傳統市場找出足以使其存續的價值。

而我們認為，除了社會、經濟因素以外，傳統市場所創造的情感價值佔了相當大的部分，傳統市場把矛盾轉化為自身的優勢，正因為其存在之處是冷漠的都市，傳統市場所特有的情感——不論是顧客與攤商之間、攤商與攤商之間、顧客和攤商與傳統市場之間、傳統市場與

整個社區之間——更能彰顯出自身的價值。綜觀以上，「情感」這項奠基於「人與人的連結」以及「人與空間的互動」的特殊價值，在這個失速且失溫的都市裡，成為傳統市場極大的利器，也成為其不可被取代的重要因素之一。

伍、參考文獻

- 洪正明(2007) 以社會網絡觀點探討網絡集中度對技術創新之影響—兼論專屬資產之調節效果，人力資源管理學報 2007 春季號第七卷第一期，頁87-108。
- 莊順源(2002) 改進傳統市場經營管理方式之調查研究—以高雄市公有傳統市場為例，國立中山大學政治學研究所九十學年度畢業論文。
- 許劭睿(2006) 逐漸凋零的傳統文化 新莊傳統市場，新莊報導2006年12月20日。
- 蔡玲瓏、吳佩純、王美雲、翁嘉孺(2006) 傳統市場與超級市場顧客通路選擇行為之分析—以內埔地區為例，遠東學報第二十三卷第一期，頁156-166。
- 李亞倫(2007) 傳統市場的重生之路，中國時報2007年1月15日。
- 台北市政府建設局(2006) 大隱朝市—市場甘苦談，[http://www.tcma.gov.tw/up
load/download/20060817110551-1.pdf](http://www.tcma.gov.tw/upload/download/20060817110551-1.pdf)
- 李文英(2003) 李文英議員質詢馬英九市長，題目：傳統市場如何風華再現？，
- 李常生(2004) 以零售市場與攤販經營發展探討公共設施市場用地存在適宜性—以台中市為例
- 林修卉(2006) 改建管理失當 北市傳統市場式微，新台灣新聞週刊，2006.7.13。東森新聞報
- (2006) 台北市長候選人郝龍斌與商攤座談，東森新聞報 2006.9.18。
- 經濟部商業司 傳統市場更新與改善五年計畫，1998-2003
- 吳鄭重 收編與抵抗：全球化下台北市市場零售業的發展與挑戰

網路資料：

維基百科 <http://zh.wikipedia.org>

台北市市場管理處網站 <http://www.tcma.gov.tw/>

陸、附件

附件一、問卷

中山女高人文與社會科學資優班第三屆專題研究問卷

「對於永和六和市場之觀感」問卷調查

親愛的受訪者您好：

我們希望藉由本問卷了解您對傳統市場的相關看法，藉此作學術性的討論，以了解周遭社區對傳統市場的情感並找出傳統市場面臨的問題，希望您可以撥空協助我們的研究，感謝您的寶貴意見。本問卷採匿名方式填答，僅於學術研究使用，絕不對外公開，請放心回答下列問題。您的參與將協助我們研究順利完成，由衷感謝您提供的寶貴資料。

敬祝 平安如意

台北市立中山女子高級中學第三屆人文及社會科學資優班

指導老師：陳怡儒

學生：何田田 呂惠文 葉于瑄 謝宜庭 敬上

請在空格中打「√」

一、對傳統市場的觀感

	非常 同意	同意	普通	不同意	非常 不同意
1.傳統市場影響周邊市容。.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.傳統市場內部的衛生條件有改善空間。.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.傳統市場內部環境吵雜。.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.您可以有效率地找到您想要的攤位或商品。.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.當您在傳統市場內消費時，不會受到車輛的干擾。...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.傳統市場應加強安全措施或設備。.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.傳統市場的營業時間和您的消費時間不能配合。...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 您認為傳統市場是否需要改善？					
<input type="checkbox"/> 不需要 <input type="checkbox"/> 只需要小地方改進 <input type="checkbox"/> 需要大規模的改善					
9 您認為應由下列哪一個單位管理傳統市場最適合？					
<input type="checkbox"/> 地方政府（市場管理處） <input type="checkbox"/> 市場內部的管理委員會 <input type="checkbox"/> 附近居民的自發					
10 您認為市場管理委員會是否有發揮其管理功效？					
<input type="checkbox"/> 完全沒有 <input type="checkbox"/> 少部分 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 大部分 <input type="checkbox"/> 甚為周全					

二、對傳統市場的情感

非常 同意 普通 不同意 非常

	同意			不同意	
1.當您走入傳統市場，您會有親切的感覺。.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.傳統市場的存在促進了鄰里間的情感交流。.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.來傳統市場有助於人際關係的拓展並能認識新朋友。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.傳統市場是您學習新知、得到新資訊的場所之一。....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.您與攤販老闆之間的互動熱絡。.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.如果傳統市場消失了，您會有不捨與失落的感覺。...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

三、傳統市場對週遭環境的影響

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
1.傳統市場會帶動週遭的經濟活絡。.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.傳統市場在近幾年與超級市場的競爭下，有沒落、衰退的趨勢。.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

四、基本資料

- 1.性別：男 女 2.年齡：_____（請自行填寫）
- 3.職業：農業 工業 商業 服務業 軍公教 學生
自由業 家管 待業 其他_____
- 4.家庭型態：小家庭 三代同堂 大家庭 其他_____
5. 請問您到傳統市場的頻率為何？
每週 1-2 次 每週 3-4 次 每週 4 次以上 每天

附件二、訪談逐字稿

受訪者基本資料

受訪日期	受訪時間	時間	姓名	身分
96年1月22日	: am	60 分鐘	林先生（從小）	水果販
96年2月28日	: am	15 分鐘	簡先生	雞肉熟食攤老闆
96年2月28日	: am	10 分鐘	黃小姐（三年）	魚販
96年2月28日	: am	20 分鐘	邱小姐	消費者
96年4月18日	6:30 pm	50 分鐘	劉先生（三、四十年）	管理委員會財務長
96年4月18日	7:25 pm	15 分鐘	邱先生	管理委員會會長
96年4月24日	: pm	分鐘	黃小姐	消費者（家庭主婦）

96年1月22日 上午 點 分

六和市場水果攤老闆 林先生

問：請問六和市場大概存在多久了？

林：六十多年有了……

問：請問你覺得傳統市場目前還沒被超級市場取代的原因是？

林：我跟你講，蔬果的新鮮度、魚肉新鮮的屠宰，這很重要。這兩樣是目前他們無法替代的。

問：所以4月1日開始實施的政策(禁止在傳統市場內宰殺生禽)就會讓傳統市場少一樣優勢啦？

林：對，萬一禁止的話，傳統市場就少一個利器；然後相對的，可能台灣人民就難過了，就準備吃冷凍雞吧！

問：那您覺得傳統市場有辦法靠它的情感來維繫嗎？就是大哥你剛剛提到那個消費型態和消費習慣，有包含情感在內嗎？

林：傳統市場消失是早晚的事，因為最重要的是新生代的消費型式不同啊。

問：所以年輕的消費者就很少會來？

林：(微微頷首)沒錯。新生代的消費型式不同，你可能晚上十一、二點跑去頂好超市去買幾隻冷凍雞回去煮，可能會覺得：「啊！好便宜喔，九十九！」但是你並不知道那個雞肉可能冰了個把月了！到時候，買東西就沒有所謂等級上的差別了。

林：大致上就這樣子，當你市場被完全佔領的時候，消費者很多的權益就被犧牲掉了、真正被剝削掉了，完全買不到任何東西，就有可能變成日本的市場的銷售型態，變成說你要去外面訂購什麼的，那價格就會一路往上攀了。

問：那如果像你們這樣比較偏零售的生意去批貨的話，價格會比大賣場貴嗎？

林：(皺眉思考)大賣場……其實不會啦！我們有時候甚至還比他們便宜。

問：真的？

林：對啊！像我們大概一天平均要四百斤到五百斤的數量，大賣場一天也才賣不到一百斤吧！

林：但是他們消費型態、消費手腕和我們不一樣啊！如果他們具有某方面的條件時，傳統市場是一定會被擊敗的。但他們目前來講還不可能具備這樣的條件，目前。

問：請問如果傳統市場的優勢真的被超市取代的話，它要怎麼轉型你剛剛說的網路訂購或宅配的那種方式？

林：目前來講，網路的市場已經跟上了超市的市場了，你要怎麼攻佔那個市場？你要找實例、找到那家店和他們談……

問：所以來傳統市場消費跟情感因素其實不大？

林：因為未來社會可能沒有情感關係啊！妳看看現在近幾年來，大家樓上樓下可能都不認識了，比較不說話，大家碰到的時間也少，反正跟人之間本身的空格會越來越大……

林：所以你們的主題要是支持傳統市場繼續下去，那應該找出傳統市場最大的威脅是什麼？它的復活把戲、它能變出多少花樣？他能變成合法的嗎？等等。

問：所以傳統市場最大的威脅是它的合法性嗎？

林：傳統市場本來就是不合法的啊！讓它全面性合法化，可能嗎？

問：那如果變成合法的會怎麼樣呢？

林：生意就會一落千丈。我這樣說好了，如果我們這些街道全部回歸於政府，而且給政府稅收的話，你知道這邊鈔票多少嗎？我簡單跟你形容一下好了，以現在六合市場來講，一百五十多攤，一攤若是一天收五百塊，你知道一天稅收有多少嗎？傳統市場影響到的利益太大了！

問：可是現在傳統市場在都市裡面是一個矛盾耶？

林：對啊，它是個矛盾啊，從以前到現在都是一個矛盾。它本來就是一個不合法的東西，在一個灰色地帶啊。

我舉個例，為什麼我們不用開統一發票？而台北市的商家一定要開？這邊最大最大的一個爭議就是說，市場本身就是不合法的，但是政府又在配合我們做，像我們垃圾都是政府在收的啊……

問：你們市場有管理委員會嗎？

林：像我們這邊就沒有啊，因為這有牽扯到一些黑道的關係。

問：不管什麼市場都有嗎？

林：都有牽扯黑道背景啊。所以當傳統市場發生事情的時候，就會有公關人員。都由收費的人員去做公關。

問：所以是收「地頭費」嗎？

林：對，我們叫它「清潔費」。其實那些對我們來講是不多不少啦，但是他們收這個錢就是幫我們打掃環境啦、收收垃圾這樣子。那為什麼市政府願意另外派清潔隊過來收垃圾？是不是市政府在配合非法？這裡面有很多矛盾點！

林：其實你說市場有沒有整合成功的？黃昏市場就是整合成功的。

問：整合成功是指？

林：就是說，它已經形成一個管理委員會來統籌處理，變成一個自治的單位。

問：就是說他們的管理委員會有發揮效用？

林：對，因為他們已經有自治能力，相對的也要收費，也有去管理他們內部的人員。

問：那管理委員會是屬於政府的還是民間的啊？

林：其實是民間的，政府並不參與。

問：請問六和市場目前算是整合成功嗎？

林：還沒整合成功……所有的市場都有黑暗面，像我們都怕警察。

問：可是警察過來市場應該也不會抓吧，怎麼抓啊？

林：可以開罰單啊，整條街開都可以！所以基本上我們跟警察是勢不兩立的。

問：那大哥你覺得應該由政府做整合還是民間自己做呢？

林：當然是由政府做會比較好啊，有什麼事去找他就好了。

問：可是你不會覺得政府沒有辦法了解你們的想法嗎？

林：噢，他們不了解民間疾苦啦，他們只會收錢而已，紅包上去就沒事了。

問：所以由政府整合也不太好囉？

林：各有利弊啦！說實在話，你要叫警察不來也很簡單，看幾攤開一張紅單給他就行了……基本上我們是被魚肉的一群鄉民！（笑）

問：可以再解釋一下所謂整合的意思嗎？

林：基本上就是所有攤販都會認同、支持管理委員會的做法，簡單來講就是市場帶頭的人員、領導者。

問：所以大家都認同這個管理委員會有在做事？

林：有沒有在做事根本沒人知道。你知道管委會最大的功效在哪裡嗎？選舉的時候拉票最好啦市場是最大的樁腳，只要有整合過的市場，不管什麼縣民代表、鄉民代表什麼的，都需要委員們的幫

忙。

而當我們攤販遇到困難的時候，我們會找的人就是市代表、民意代表等等的。舉個例子，福和橋市場抗議事件，市場至少遷移了十六次，就有至少破百個立委出來做關說。

問：爲什麼市場會搬移地這麼頻繁啊？

林：勢力的問題，立委都有地方角頭的勢力啊。

問：他們遷移的原因是經營不善還是？

林：福和橋市場原本並不是一個市場，它只是很多臨時攤販集結的非法市場。但是做了很久以後，市政府想要做一條路經過那裡，必須遷移那個市場，然後調解委員會啦、各方面的人馬都出來了，最後甚至出動大批警力，起用公權力才開過去。

問：這是什麼時候的事啊？

林：去年吧。

問：……市場怎麼那麼複雜啊……？

林：市場本來就是很複雜的地方啊，以前還有地頭蛇在收費嘞……

96年2月28日 上午 點 分

六和市場熟食攤老闆 簡先生

問：所以大哥你覺得傳統市場的東西還是比超級市場新鮮嗎？

簡：對，一定會比超級市場還要新鮮，傳統市場都是當天到貨，不是冷凍的，超市都是大批發，要冷凍。

問：從4月開始政府就禁止在市場裡宰殺生禽，大哥你是賣熟雞肉的，請問你覺得這對市場有沒有什麼影響呢？

簡：有。如果不殺生的話，人會比較少一點。人就是喜歡現宰的、新鮮的，以後沒有現宰只有冷凍的，那乾脆去超級市場買還比較便宜，所以人潮可能會少個一、兩成吧！

問：請問您覺得傳統市場是否需要改進呢？

簡：當然是要改善啊！

問：是需要小部分改還是大規模的整合呢？

簡：小部分就行啦！像環境的整潔、格式的統一等等，傳統市場並沒有定期消毒或什麼的，至少也要三個月一次嘛！在大家休息的時候，鄉公所清潔隊就可以來打掃、整理，一定要這樣子啊。

問：所以您認爲該由政府管理？

簡：一定要啊！

問：那市場內部的管理委員會呢？

簡：唉喔！那都是黑道在把持、收保護費的啦！名義上是說清潔費，但他們只是派一部垃圾車來收垃圾，根本沒有掃地或消毒什麼的；如果是政府管，至少兩個月要來消毒之類的，可是政府要規劃，他們跟黑道和鄉公所都會勾結。

問：那這樣每月要收多少錢？

簡：一個攤位一個月大概都是繳一千多塊，但這都是勾結啦，收了錢根本都沒做事。

問：可是像政府管理南門市場那樣，都改建成室內的、也有隔間呢？

簡：沒用啊，那不如開超級市場！你用那種室內的市場沒人氣嘛！

問：爲什麼？

簡：你們想想看，如果市場改成大樓，有二樓、有地下室，大家提的東西重，還要爬上爬下的，就沒有人氣呀。像傳統市場這樣一整條街的比較方便。

問：可是這樣車子都會進來耶，會不會有影響？

簡：大家習慣了，都只是摩托車而已啊。而且沒有車輛進來，生意也不會比較好，因爲有些人騎車進來比較方便，買完就走了。所以說摩托車還好，車輛不要進來就行了。

96年2月28日 上午 點 分

六和市場魚攤老闆 黃小姐

黃：傳統市場好像有比較沒落了……

問：是因爲跟超級市場競爭嗎？

黃：對。但是海鮮類就還好。因爲大賣場都是大批發的，比較乾燥的食材沒關係，但海鮮這種東西不能放久，所以一定要來傳統市場買才新鮮。

問：可是政府有說四月以後不能在傳統市場宰殺活禽耶。

黃：那個我不太清楚了，有這樣的規定喔？

問：對，他們怕會有禽流感。

黃：可是我覺得禽流感應該是要注意源頭耶，像我們攤販要跟源頭批貨的時候就要注意到有沒有禽流感的問題，如果沒有那當然是在這邊現宰殺是最好的。

問：請問您爲什麼會覺得傳統市場的東西比較新鮮？

黃：因爲老闆會挑，而且東西銷量也比較快；像大賣場東西就可能擺很久，我們有到超市看他們的魚，那魚不好，賣魚的人一看就知道真的不行。

問：請問您認爲傳統市場有哪些地方是超市沒有辦法取代的？

黃：新鮮度，人跟人互動那就不用講了！互動是一定要的啊，一定會有，而且會有殺價空間，超級市場價錢固定嘛。人的互動是一定要有的。

問：請問老闆娘您會擔心傳統市場消失嗎？

黃：當然會擔心啊，可是我覺得它應該不會消失吧！

問：怎麼說？

黃：我覺得如果不是政府硬要拆除的話，傳統市場不可能會消失，因爲它有一個「在地性」，地緣的關係，客人都是住在這附近的。

96年2月28日 上午 點 分

六和市場消費者 邱小姐

問：請問您覺得傳統市場最需要改善的地方是？

邱：衛生和安全最重要啦！像現在這邊都沒有人在稽查，你看這邊這些小吃，我覺得應該要檢查，人那麼多，萬一有什麼疾病怎麼辦？

邱：我喜歡去國外自助旅行，像我去日本，我覺得他們很好，路邊攤都很乾淨，哪像我們？

問：傳統市場也很乾淨嗎？

邱：對啊。

問：政府四月開始禁止在市場內宰殺活的雞鴨，您覺得傳統市場會不會受到很大的衝擊？

邱：是應該要把國人的消費習慣改改。

問：所以您贊成這個政策？

邱：贊成啊，殺雞鴨很髒的，那個血水，夏天天氣熱、蒼蠅又到處飛。

問：您覺得超市那種冷凍的會比在市場現宰的衛生嗎？

邱：我們以前就都是吃冷凍的。可能我們有唸書吧？一般教育水準比較高的不會來傳統市場。

問：可是一般超級市場的雞可能已經冷凍很久了，會不會比較不新鮮？

邱：我們就是沒有宣導，你看那個機械化、急速冷凍，像遠洋魚啊，活的上來馬上就進冷凍庫了。

問：所以你們家比較常去超級市場？

邱：嗯！我們家幾乎都去超市買。來傳統市場就是跟朋友聊聊天啊，看看人家買什麼、現在流行什麼啊，不然會退時，變得LKK！

96年4月18日 下午6點30分

永和黃昏市場管理委員會財務長 邱先生

問：請問中永和這邊的黃昏市場大概是什麼時候產生的？

劉：這個黃昏市場開始營業的年代？中永和這一帶我們算是最早的，我們有卅五年了，六和市場還算是我們後面呢！

問：那你們這兩個市場是如何產生連繫的？因為我們聽說這兩個市場之間有貨物上的往來？

劉：噢！我們市場內成員，有的會去早市賣，去早市賣就是可以多顧一攤，算說營業額比較多，還有一些沒辦法全部賣完的問題，所以說下午再做，將早上剩下的東西利用下午的市場，把東西賣完，這樣生意做得比較起來。

問：這請問市場剛開始營業的時候範圍就像現在這樣嗎？

劉：差不多……因為這邊以前沒有像現在這樣，比較散散地賣，那後來經過政府一些處理，就有比較集中起來。不然這樣散著賣好像影響到交通啦、環境髒亂啦……所以說和政府配合之後，才比較有一個固定的位置。

問：伯伯您是從小就在菜市場長大的？

劉：對，我在這個菜市場很久了，從你們阿公阿嬤的時代，那時還沒有大賣場，人家下班回來後來不及去菜市場買菜，還好這邊有黃昏市場，他們下班就趕快買回去煮，也準備明天的菜，「一兼二顧，摸蛤仔兼洗褲」啦！

問：伯伯您本身是賣什麼的啊？

劉：噢！我啊！…哈哈…我自己本身算是有在作農啦，我自己在種菜，我這是文武百官啦，勞改會的會長啦！哈哈～ 嗯…要成功就是必須要努力、智慧還有經營方法，要是懶惰就會失敗。

劉：我們這個新的外來文化，像超商啦、賣場啦，這麼龐大的商場在社會一直增加，造成兩極化，衝擊到這個市場，我們都已經有這樣的感受啦。

不過話說回來，這個菜市場也有它存在的需要：像學生，有的很會唸書，但是也有讀比較後面學校的那種，就是說不愛唸書的，你也不能說他們就是沒用，他也多多少少要找工作來做，有辦法的就去服務業、或者是工業什麼的，那有機會的也會來這個市場工作。

這個市場之所以能存在就是因為他特別的口味，就是說來這邊買東西，可以看客人喜歡，也可以出價，品質不好也可以跟老闆講。我們這個市場內部的成員，大家都可以接受消費者的建議，這就是他們溝通方面很可愛的一個地方；很粗魯的也有喔(笑)，只聽好話、壞的不聽，人總是比較想要鼓勵嘛！

我剛剛說過，這裡多少有一點受到衝擊的跡象，但是傳統市場是一個比較有感情的所在。不過現在新的人類喔，講起來很好、也很可憐啦，路這樣走，都沒在注意，沒有那個危機意識。我以前比你們小的時候，有句話這樣講：「卡在路頭顧人怨」，我們傳統市場多少有這種問題；但是經過這些時候，大家都能夠互相體諒了。而我們這個市場也很方便，社區的人就不用走到大賣場啦。

問：伯伯你剛剛說傳統市場有被超級市場衝擊，可不可以舉具體一點的例子說明一下？

劉：好，超級市場有一個室內的空間嘛，我們是開放式的，開放式的跟那種有管理的空間有什麼差別呢？因為它無論晴天下雨都是在那個空間，風雨無阻。

再說它也有冷凍設備可以儲存調適。但我們傳統的就是有多少賣多少。

再來它有大批進貨，價格可以壓下來，就可以有一些促銷活動。

問：伯伯你會不會覺得大家對傳統市場比較有感情，所以可能會選擇來這裡不去超市？

劉：這個也有一部分。不過新新人類喔，可能就會偏向去大賣場或超商；我也很擔憂咱們傳統市場的一些文化，會受到外來經營方法的影響。

問：伯伯你是說市場文化嗎？

劉：嗯。其次，新的文化還有你們受到的新教育，可能和上一代的思想方面漸漸有落差啦。不過我看你們是比較會去維護啦、去思考，有這麼優秀的想法不簡單哪，我看到你們這幾位同學有這樣思考和預知的想法，很慶幸啦！

問：伯伯您說傳統市場會被超市衝擊，那您覺得他未來會消失、還是轉型、或是維持現狀？

劉：要是比較有積極性的，就慢慢地改為新新人類比較可以接受的方式，質的方面，服務也可以再更親切，就是可以送到家裡，因為工業社會嘛，時間就是金錢，可以讓消費者覺得更理想。

問：提升服務的品質和產品的品質嗎？

劉：對對。另外有需要的時候，專員可以送貨到家裡，就是多一層保障，理想啦……

問：類似「宅配」嗎？

劉：對啊，不然總是不知變通，死沉沉的也不行啊。再來，我們這個東西，要注意衛生方面和農藥方面，要和中央配合得好，農藥那些要合格才能放來我們市場賣，這也很重要。

問：伯伯你覺得像我們這些比較年輕的族群，會比較少來傳統市場，是因為它的環境嗎？

劉：這個環境啊，需要和地方政府來互相配合。老實說，傳統市場已經變成一個舊的文化了，看地方政府能不能把它留住，感受方面比較有氣息啦。不過我們已經把人家路佔用了，哪還好意思給政府添麻煩？(笑)我們不敢這樣想啦！

問：那您認為超級市場和傳統市場真的只有單純的競爭的關係嗎？像附近那個大潤發，顧客會不會先去大潤發前再來這邊逛逛？

劉：超市也有它的好處啦，它賣的東西比較多元化，連電視也有賣，我們又沒有，它們存在也有它們存在的道理。像它們這樣由企業管哩，就比較有一個計畫性，我們比較是和顧客之間搏感情啦！

問：請問伯伯您會不會覺得這個市場對附近居民有感情的聯繫？

劉：感情會好啦，很好！社區居民也需要這個市場。像颱風的時候，這個市場也還有營業、東西也比較便宜；另外就是我們互動方面，大家會趕快把道路掃乾淨，人家下班時如果附近沒車位，這邊也可以停。大家互動都有一個默契啦，因為將近三十多年來，大家都很快樂得過日子啦（笑）！

問：那這種互動會不會到我們這代就斷掉了？

劉：應該不會啦！像我雖然已經中老年，不過感覺新的生力軍也會慢慢地出現，我看市場裡面也有一些屬於三十幾歲的出來做生意。只要我們菜市場的宗旨沒改變——就是他的服務性質跟態度方面不要太極端——很自然地像農人這樣做生意，大家應該都會很樂意接受，有的人也是自己種菜來賣……

問：伯伯你說居民對菜市場有感情、有互動，那會不會因為這個感情就來這邊買菜而不去超市？

劉：不會啦，民主化、自由化啦，我們也是會去超市買東西啊，如果我們有比較便宜的他們也會來這邊買，沒差啦！

問：那會不會有人來傳統市場不一定要買東西，就來逛一下、聊聊天，比較熱鬧…？

劉：喔，這樣也不錯。因為如果有人來，表示說關心這個地方；如果沒人願意來光顧你，就一點關心和競爭的能力都沒了，當然都沒人要去了。

就是說我們人，相信走到哪裡都是一樣，都要聽一些比較有意思的話、鼓勵的話，也有指導啊，東西太貴或是不好客人也給我們建議啊。來傳統市場多多少少也有一些知識和學問，這就是我們增長見聞的空間，提高我們的精神和地位，去面對新的問題。我們有和客人的互動，這就是我們的本錢啦（笑）！

問：請問您認為這邊的顧客會不會對傳統市場有一些認同感？

劉：這是必然的啦！必然的！

問：那對於我們這些新生代的消費者，會不會認同感會比較薄弱？

劉：嗯…目前有這個趨向，我說給你們聽，因為新新人類他們都吃外面，很少自己買菜煮飯，所以說我還有一句話要講：「拖午拖晚飯鍋空」。「拖午」，就是早上還沒有吃拖到過中午，又拖到晚，飯鍋是空的。意思是說，一個家庭如果沒有設爐灶，都在外面吃——這…我不是在責備少年人啦——因為若這樣下來，這新的家庭要建立？我這樣說好了，因為他們賺的錢不夠他們花用，要如何建造一個美滿的家庭？這是很重要的一課。有人說「我開心就好、我賺我的錢哪要你過問？」但是他們沒有想到吃外面、不買菜，這頓也吃外面、那頓也吃外面，那每一樣都要省，生活都要很節省；但是我們自己煮東西，要吃好吃壞隨時都可以控制。我們如果自己煮，這樣兩個人吃一頓，感情也比較好；若是有小孩一起吃，感情又會更好；甚至說跟爸爸媽媽、阿公阿嬤一起吃，這個互動對文化留傳的精神也有起到作用。雖然我們接受新的文化和新的教育這些外來的東西，但是這些東西並不完全是好的。就像說那個太空垃圾，太空船送出去了以後，這些廢棄物啦、一些淘汰的東西沒有收下來到我們地球放，現在在太空裡面，太空垃圾也是一個很大的問題。舊的問題還沒解決，新的問題又跑出來。一些年輕人吃外面，沒有來菜市場買，就等於說「拖午拖晚飯鍋空」。

再來就是，外面賣的東西——如果是比較高級的餐廳我不敢說——但如果說一般的自助餐或是小

吃店，一些東西的新鮮度沒有說非常好；再加上他們又加鹽、加味素，吃那麼重口味對身體不一定健康。所以說你只知其一不知其二、其三其四…很多後續的問題，離不開我們的做法。

問：請問伯伯，如果今天傳統市場消失，或是例如政府想要修個路，要關閉三個月左右，那您會有什麼感覺？

劉：如果是這個問題的話，那就很糟糕了！很糟糕！可能會衝擊到整個市場。我舉一個例子給你看看：你看萬華西昌街，西昌街以前在中山市對面有一個市場很大，叫做三水街，但經過政府——就像你剛剛說的——關閉三個月修路淨空，但還沒淨空，生意就散去了。當政府建設好了，這個西昌街和三水街的菜市場，想要再做生意，這整個氣勢完全就弱下去了。

問：為什麼啊？

劉：這是一種環境的改變，人的習慣性會被周圍的改變給取代。其實若是政府要造路，暫時關閉兩個月或三個月，但是在這幾個月當中，會影響到你這個菜市場整個生態的變化，只要三天不做生意客人就散去了。

問：那像這樣會不會很捨不得？

劉：吼～會捨不得啊，有的會神經病吶（笑）。

問：為什麼會捨不得呢？

劉：因為他的習慣就這樣啊！像我們每天都要讀書，如果一下子好久不用讀書，那我們的心就會慌掉，若不做收心操，這問題可能就出來啦。

問：那對於顧客方面來說呢？

劉：對啊，就是顧客方面啊，「一日移栽，三日站直」！就是說，4月4日不是要移樹仔栽嗎？——比較好的季節，4月4日植樹節對不對？——我們把這棵樹仔移到這邊要繼續種，但當你把它移動，再移過來這邊，它的力就失去了。三日如何站直？要靠澆水、幫它幹嘛幹嘛。要不然這棵樹就沒辦法說百分之百救得起來，這三日還是最「對時」的時候喔。就像我們在顧小孩子一樣，那個新生兒很重要，尤其是幫他把屎把尿，把到他會爬的時候就要注意，不要讓他跌到床下，撞到頭這小孩就殘障了，這很多喔，有的養到3、40年還在養的，就是小時候摔到床下撞到頭變殘障的。

問：所以這句話的意思就是每一項都要持續注意到嗎？

劉：對啊，每一項都要持續。

問：伯伯您對傳統市場有很深的感情對不對？

劉：嗯！有很深的感情。感覺大家都很純真，對一些成員都很純真，有很多人是從別的地方過來結緣的，有的花蓮、台南、高雄…普及全省的各個角落，都來這邊，老遠的地方來這邊做生意，其實就好像我們的第二個故鄉，時間也好、精神也好、青春也好，都投注在這個市場裡面。

問：伯伯你本身會鼓勵你的小孩來這邊工作嗎？

劉：喔這自由式的。能讀書、能知道人生的道理、能服務…先把一些理念先拿出來，再說後續的問題，有一個好的、正確的理念，就像我們出生不是只會吃而已，我們要替家庭做事情，家事要幫忙做、再來不可以擾亂社會、還有我們對國家不可以產生困擾，這是我教育孩子的，別人怎樣我就知道了。就說你不可以做負面的工作，你有辦法做到正面的工作，我就很放心了。有沒有到菜市場做生意，這是其次啦…

問：那會鼓勵他多來這邊消費嗎？

劉：嗯…也差不多啦，他若喜歡來這裡買，那就來這裡買；若是要去大賣場買，就去大賣場買。但是依我看來，他有需要，菜市場如果有就是菜市場第一優先，買好再去向其他地方去買。……這

好像有一點自私的感覺耶？呵呵呵…因為比較近啦，都住在這嘛！

問：那你們平常在做生意時候，會不會發現有一些學生會來這邊消費？

劉：學生也會啦，因為學生像是智光（市場旁邊的高職），他們一些餐飲班的若要煮什麼菜，都會開菜單來我們這邊買。

問：請問傳統市場有它教育的意義嗎？

劉：（笑）這就要自己去思考、自己去發現了。應該也是有啦，因為大賣場它的計謀還有管理方式都比我們嚴格，就說你要進去那邊做事、當工作人員，必須要有人幫忙擔保，才能進去那個位置工作。那最後如果發生什麼事情，擔保人就要管理甚至負責什麼的。

問：所以說你們這邊就比較自由…？

劉：嗯！比較自由。但我們這邊管委會也有約束一些問題。

問：什麼問題？

劉：我們營業有時間性；不能賭博，我們市場內每一個成員都不可以設立這個工作；還有在那個界線之內，可以做的範圍內才可以擺攤，你不可以超過線……這些都是我們菜市場有跟交通方面和政府當局的一些規矩。

問：伯伯你們市場內攤販的關係怎麼樣？如果賣同樣的東西，感情會不會還是很好？

劉：這個問題喔，應該說都還可以接受啦！因為「天下飯碗平不大」啦，你個人若不能理解，這就個人的問題了。技不如人你要怎麼說？（笑）

問：您可以大概介紹一下這邊的管理委員會嗎？

劉：它怎麼生成是嗎？要先經過會員——會員就是我們的攤仔腳，每一攤的人——去開會投票選出來的，跟我們政府的方式是一樣的。

問：請問管理委員會主要工作的項目是？

劉：維護交通、清理垃圾、還有時間管制。

問：請問現在這管理委員會的情況是怎麼樣？有沒有說遇到什麼問題？

劉：嗯…沒遇到什麼問題啦。我們不會給政府機關困擾、不帶來難題；還有造福鄉里。這樣大家應該是都會很認同啦！

問：可是伯伯我覺得你們管理委員會做得很不錯，都很乾淨（指地板），我們去其他菜市場都很髒……

劉：這是我們主委（指指），這是我們副主委（指指）。就靠著這兩位的系統管理，管理這個清掃方面。掃了一次後面再掃一次，掃兩次！你們有感覺吼～你們9點過後——差不多10點——可以再過來給我們看看，我們做完生意要再給我們看一下，才可以打分數！（笑）

96年4月18日 下午7點25分

永和黃昏市場管理委員會會長 邱先生

問：那傳統市場除了買賣東西之外，是否還有其他東西，例如：依靠？

邱：由於一對一的關係，互動確實比較好。但我認為還是以價格為主，並沒有什麼特別的顧客關係。情感方面應該是因人而異，至於我的情感，應該就是因為每天在這裡生活，而沒有特別的情感。至於消費者主要是取決於價格，如果這個市場有高價商品，那就會有高消費群進入，如果只有低價商品，那高消費群就不會進來。

問：請問您認為傳統市場是哪一種消費群佔多數？

邱：傳統市場是中下階層佔大多數。早市大概是中下階層佔六成，中上階層佔四成；黃昏市場則是中下佔七成，中上佔三成。

問：所以您認為人們會來這邊消費是看品質和商品？

邱：對對對，主要還是以商品的價格為準。依我的觀察，在黃昏市場、傳統市場還是看商品的價格，而不是看價值，價格和價值是不一樣的，價格就是錢嘛，價值就是商品這不一樣。

問：那如果不要只講黃昏市場，在整個傳統市場是都這樣子嗎？

邱：應該是！如果不講價格的話，他們可能會跑到大賣場或百貨公司去，尤其現在上班族，他們都以時間為考量，還有空間，因為如果下雨、刮颱風，他們還是可以進去。所以他們不以商品為主，隨便買買，不好吃就丟掉了，目前的跡象是這樣；不像以前重點在商品，之後再談那個價格，現在不是了。現在都是他看順眼就買，不好吃就丟掉。現在消費者越年輕越有這種傾向。

問：所以您認為以前的消費者會考慮到情感嗎？

邱：有！還是有！商品的價值還是他們考慮的重點。但現在就不是了。

問：我們發現有些人進來傳統市場不買東西，就來晃晃、聊聊天。

邱：嗯，就屬於散步那一類的。傳統市場多少也兼具這種功能，就是吃飽飯沒事，又在附近，所以就出來看看。

問：那這樣會不會讓附近的居民感情比較好？

邱：應該是會，但程度有限。因為傳統市場是各方面的人都可以來，不是單單只有社區，是整個附近都可以來，像這個黃昏市場就是中和、秀安區的都會來，也有新店那邊過來的啊，他坐公車就在這邊下車，買一買再回新店的也有。

問：那如果有一天傳統市場消失了，會不會有什麼影響？

邱：這產生的社會問題會很大，經濟問題也很大。社會問題就是，做攤販的等級本身就比較低，他整個家庭生活的依靠就是靠這個攤販，如果沒有這個攤販的話，那問題會很大。第一個社會問題，因為中下階層，書讀的比較少，或者沒有其他謀生能力，所以傳統市場消失的話，會產生社會問題、治安問題；那經濟問題也會有，如果大環境沒有這個地方在流通的話，經濟上多多少少也會產生混亂。因為中下階層他們沒有賺錢的環境，他們就亂啊。沒錢就會亂，有錢就不會亂。

問：在社會問題方面，除了他們沒辦法賺錢之外，還有其他的嗎？

邱：沒辦法賺錢所產生的社會現象一定很多啦。如果他們家庭收入和支出沒辦法平衡，連帶的可能會有自殺等問題。如果他是比較早做的攤販，可能節儉一點還有存款，但新進的就沒辦法。最主要的是傳統市場是不能消失的，它在全世界都還存在，雖然是有好有壞，但它還存在。

問：為什麼呢？

邱：因為政府會考慮啊，讓中下階層有生活的管道，要不然取締的話他們就一定會亂，所以這市場也是一種讓社會安定的力量。

96年4月24日 下午 點 分

六和市場消費者 黃小姐

問：請問您認為傳統市場還有哪些需要改善，或是使消費者卻步的地方？

黃：傳統市場的環境當然比不上超市的乾淨整潔、有規劃，經常可以看到不新鮮的漁貨招來許多蠅蟲。而且魚、肉業者處理後所排放的廢水到處流，造成髒亂。若能像有規劃的傳統市場那就好多了。

問：請問您認為傳統市場有哪些超級市場所沒有的優勢？

黃：它們賣的肉類比較新鮮，沒有經過冷凍或冷藏，是不是新鮮很容易辨識；但超市則會經過冷凍及冷藏處理，感覺無法立即辨識魚、肉的新鮮度，蔬果類也是啊。

在傳統市場——我們比較容易挑選到新鮮的東西，尤其是可以挑固定攤位，購買新鮮到貨、量多價格便宜、菜色又漂亮的；老闆通常會給建議，讓我們買到好的東西。而且你買的東西比較多的時候，老闆還會幫忙送到家。相對地看來，超市就只是冰冷的保鮮櫃，不會跟你有那麼多互動。

問：請問您認為哪些人會去傳統市場？哪些人卻會去超級市場？

黃：我覺得傳統市場有一種熟悉的味道和影像，加上人情味；而超市對一般家庭主婦而言，是在不得已的情況下才會選擇購買的場所。一般大家都會想說都會區的上班族應該都是屬於超市族群，因為他們沒有太多時間可以放在傳統市場逛；可是我所認識的朋友中，很多雖是上班族，但他們依舊會上傳統市場購買，有些就是一週一次買齊，然後全冰起來。

問：那您認為傳統市場未來會繼續存在嗎？還是會轉型或是消失？

黃：我覺得傳統市場未來可能會轉型，就改成像水源市場、南門市場那種有規劃的攤位，而不是現在的市集方式，這樣就可和超市一較高低，因為我想大部分習慣傳統市場的主婦——也許四、五十歲以上的人——對它還是有一份依賴吧！

問：阿姨您覺得傳統市場的背後有沒有所謂「情感價值」的存在？

黃：它絕對有附帶情感價值！因為一般人都有地域觀念，你習慣了一個市場，那裡的人、事、物，甚至哪一天會來擺的攤位是什麼都非常熟悉，常去購買一個攤位久了，連老闆都會很熟悉，互相交談、甚至關心彼此。哪天幾日不見，還會問是不是遭遇什麼事，就像多了一群好鄰居一樣。有時還會幫忙介紹別的客人來購買，我覺得傳統市場已經自成一個生活網了。

問：傳統市場會不會對社區間的情感交流造成比較正面的影響？或是增強大家對這個社區的認同感和歸屬感？

黃：傳統市場對社區的情感交流是有某種程度的影響啦，但我覺得在社區的認同感上倒不一定有影響。像我從永和搬來中和，雖是隔壁，但是我已非常習慣六和市場那邊的攤商；至於這邊的秀朗市場，怎麼逛都不太習慣，所以我還是都到永和買東西。可是也不代表我不認同中和秀朗這邊啦。

問：請問阿姨您本身對傳統市場有沒有什麼感覺？

黃：傳統市場感覺已經是我生活的一部分，可以買到民生物資、喜愛的食物、衣服的問題可以解決、情緒也能紓解……因為我在心情不好或無聊的時候，都到市場逛逛、看看，也許碰到朋友再聊聊天，時間很快就過去啦，再不然就和老闆們閒扯，買了想吃的食物材料、心情愉快的來去，感覺真的很好！（笑）

問：那如果今天傳統市場改變了它的容貌或是型態，您會不會覺得捨不得？

黃：如果是更有規劃、更整潔的改變，讓我一樣享有便利，又不會淋雨、曬太陽，也更乾淨，當然求之不得，不會捨不得啊，還好啦。

問：那如果傳統市場消失了，您會有什麼感覺？

黃：噢！若它消失，短期內一定會感到相當不便，但人的適應力是很強的。（笑）

問：阿姨會不會鼓勵孩子來傳統市場消費啊什麼的？

黃：我有機會就會帶孩子去市場轉轉，一方面教他採買和選擇的技巧，認識各種東西。所以當然鼓勵孩子去菜市場囉！