

Resistance, Negotiation and Identification: Daily Practice  
of Night Market Hawkers in Dongguan, China

Weizi HUANG  
Jingwen WANG

抵抗、協商與認同：  
東莞夜市小販的身分實踐

黃微子\*  
王靜雯\*\*

\* 澳門科技大學人文藝術學院助理教授。

地址：澳門氹仔偉龍馬路澳門科技大學人文藝術學院。聯絡方式：(+853) 8897-2961 / wzhuang@must.edu.mo。

\*\* 澳門科技大學傳播學碩士，單位：東莞社會經濟發展研究院

地址：廣東省廣州市天河區珠江新城富力·公園-28 B2棟1901

聯絡方式：(+86) 020-83629203/ 421871239@qq.com。

# airiti

## 摘要

中國大陸很多城市有著發達的夜市文化，卻缺乏對夜市小販群體的身分研究。本文以東莞作為田野，回溯小販在舊城街邊聚集形成夜市，到最終被迫搬遷、離開街道的四至五年歷史，主要討論小販如何通過日常活動實踐其身分政治。研究者發現，本地青年小販先是基於校友認同，繼而基於地緣政治內部的階級認同，來組織串聯，挪用文化保育的論述來合法化占街經營的行為。階級認同無法跨越地方文化歧視，因而形成本地小販對外地小販的排斥。但當攤販被迫搬遷上樓，經營的經濟門檻大幅提升後，地方認同實際上被擱置，夜市空間為小販中有相對較高資本的階層所共享。

關鍵詞：夜市小販、身分政治、日常實踐

### Abstract

Many cities in China have a highly developed night market culture, but there is a lack in the studies of night market hawkers. Taking Dongguan, China as the field site, this paper reviews a short history since local hawkers started gathering in a remarkable street in the old town five years ago, until they were driven into a brand new night market building. Our research focuses on how the hawkers formed their sense of identities as street hawkers through daily practice. It is found that young local hawkers's identities are first based on the alumni network, and then on class within regional restriction. Non-local hawkers were pushed out at the early stage. This kind of local cultural identity, however, were laid aside when the cost of running a stall in the new night market went much higher. The market space was shared by the hawkers who possess larger capital, regardless of their birthplaces.

**Keywords: Night market hawker, Identity politics, Daily practice**

## 一、前言

現代國家治理下的夜市是一個充滿矛盾的空間。它介於合法與非法之間、正式與非正式經濟之間、生產與消費之間。小販、市民消費者、市場管理者、地方政府和國家監察機構在此結成了一個微觀權力網路。

夜市在中國有上千年的歷史（余舜德2017）。自1980年代以來，中國大陸各個地方陸續重新出現了夜市。有的夜市經營餐飲小吃，有的販賣服飾和日常用品，有的則兜售旅遊紀念品（梁冬平等2009；黃揚飛、黃曉峰2011；盧曦2010）。但有關夜市的研究非常有限，大抵集中在食品衛生、環境衛生、行政管理和空間規劃等議題。少量涉及攤販（未必是夜市）的研究基本上將「小販」視為統一整體，探討其擺賣的空間分布（張延吉、張磊、吳凌燕2014）、如何「管理」（李崢2011）、「融城」<sup>1</sup>（谷中原、張貴生2015）以及「協調與城管間的矛盾」（廖逸兒2012；趙羚男2013；陳彩麗2014）。其中最具有參考價值的是黃耿志（2015）對於廣州攤販的社會經濟根源與空間政治的研究。他認為在「民工荒」的背景下，失業並非攤販存在的主導因素。攤販的存在和發展是各類型勞動者為應對各自的不利處境而做出的主動和被動選擇的結果。廣州的攤販政治是排斥與包容並存的「後排斥主義」，而這是攤販抗爭與和諧社會話語共同影響的結果。攤販的抗爭策略主要包括規避權力、滲透權力和對抗權力。

以上研究並沒有專門以夜市小販為研究對象，對夜市和攤販的研究也大都以治理和空間的視角加以探討，極少觸及小販的主體性問題。

本文試以廣東省東莞市為田野，通過一個位於舊城區的夜市（也是市內唯一的夜市）從在街邊自發形成到最終被收編上樓的短短四至五年歷史，討論小販們如何在這樣劇烈的變化中實踐其身分政治。本文研究問題主要包括：

---

1 「融城」指「讓小販融入城市」，學者認為市場排斥和制度排斥使得小販從家庭中剝離變成孤獨的「個體」，若要瞭解如何對小販進行社會整合來化解城市化過程中的小販治理亂象，請參見谷中原、張貴生（2015）。

第一，哪些人構成了東莞夜市的小販？

第二，他們有著怎樣的自我認同？

第三，他們在什麼樣的權力關係中參與建構了東莞的夜市？

本文主要採取了參與式觀察和半結構化採訪等研究方法，於2016年11月至2017年4月展開具體調查，期間跟隨魚類小吃小販阿濤<sup>2</sup>擺攤三個月。並在此後不定期回訪，最近一次回訪是在2019年6月16日晚。深度採訪對象包括六名在不同時期以不同身分進入夜市的小販，其中四位是土生土長的東莞人，二位是省外移民，年齡介於25至40歲之間。另訪談了三名關心本土文化保育的在地人士，年齡均在30歲上下。研究者跟受訪者保持著長期的聯繫，也隨時從他們處獲知夜市的最新動向。此外，2015年2月1日由民間保育團體組織當地居民、商家、小販開展的「舊城×夜市×大家談」活動的記錄視頻和文本，以及不同時期媒體關於夜市的重要報道（靳延明2015；流行東莞2015；石美瑩2015；歐雅琴2015；東莞大朗網2017；范暉帆、張理萌2017；斌等2018；謝瑞玲2018；那一座城2019；付碧強2019）也為本文提供了研究資料。

在引言之後，本文分為六節。第二節先回顧臺港學者的夜市研究，但本文的目的並不在於將東莞的夜市與臺港的夜市相比較，而是將臺港學者的研究作為參照，通過說明夜市研究的脈絡來呈現本研究的意義。第三節到第六節梳理了2014年至2019年期間，一批年輕小販自發在東莞舊城區振華路擺攤形成夜市雛形，到集體「上樓」正規化經營的過程。其中，第三節集中討論了學習成績不好、經濟條件一般的「壞學生」小販上街擺賣，作為抵抗知識與資本權力的身分實踐。第四節討論了振華路小販挪用文化保育的論述來合法化占街經營的行為，構建出「莞城正宗」和「原振華路」的認同。第五節聚焦小販群體中「本地人小販」與「外地人小販」的衝突。第六節記錄了在「現代文明」話語體系規訓下，「路邊小販」淹沒在「文明」、「衛生」、「明亮」的「樓上空間」的過程。第七節中，筆者試著進一步討論東莞夜市小販的身分認同，並與以往相關研究進行對話。

---

2 本文中受訪者及攤檔名稱均為化名，下不贅述。

## 二、臺港夜市研究的參照

夜市在臺灣蓬勃發展，華文世界裡臺灣的夜市研究有著重要的參考價值。1980年代起，臺灣學者開始以「非正式部門」概念來討論夜市攤販現象，早期研究視小販為一種城鄉移民的就業機會或國家解決失業問題的社會安全瓣。而後，戴伯芬通過比對不同時期的政策與小販發展史駁斥此觀點，強調攤販經濟的構成很大程度上是取決於國家直接或間接介入（戴伯芬1993）。余舜德（1997: 115-174）則透過研究夜市場域中攤販與國家（以及國家下層代理人如地方政府、員警）、商家、消費者之間的互動、協商和角力的關係，分析國家政策及行動如何建構／界定了市場秩序，呼應了戴伯芬的觀點，並進一步指出夜市是一個各種利益及價值觀競爭及衝突的地方，不同利益及價值觀的支持者，以各自的論述嘗試塑造夜市的意涵，並且將自己定位在適當的位置。由此，夜市研究不再局限于夜市的歷史由來、經濟功能，而是將其視作一個文化空間，日益關注參與者的日常實踐和互動關係。

2000年後，被認為能盡顯草根反抗強權的小販文化受到一批香港學者關注。其研究取向側重小販與城市空間的矛盾關係以及流動小販應對管制的策略。香港作為一個與全球經濟接軌的高度都市化城市，有限的土地資源使小販與政府發展規劃的矛盾尤其突出。研究街道和小販文化的學者引用列斐伏爾（Henri Lefebvre）「都市革命」的觀點來解釋小販被視為落後文化、被驅逐和排擠於視線外的原因——空間被有權力和財力的人控制，為了達到都市形式的想像，草根階層的事物需要被取締，餘下五光十色的虛擬城市（黃碧虹2007）。香港特區政府近年推出的「美食車」計畫被用作無牌流動小販的比照對象，秦啓康（2016）認為由政府主導停泊在遊客區的「空降美食車」不僅為滿足五光十色的虛擬城市抽離了實際生活的需要，其入場費設置及層層把關的甄選制度已把低下階層拒之門外，與充滿草根及人情味的「小販文化」相去甚遠，實際上呼應了列斐伏爾提出的「都市化社會」概念，使得城市空間被權力和財力劃分為不同的私人

空間，喪失了原先有機生產的機能。<sup>3</sup>決策者除了將權力滲透在城市空間生產，改變和灌輸了市民新的消費模式，更設立法例打擊無牌小販，並透過劃出固定的店舖供其運營來取締小販文化。把街道上的流動小販集體遷入獨棟的街市大樓，是香港、澳門及臺灣治理流動小販的辦法。流動小販被要求統一申請規範牌照運營。政府還進一步透過矮化小販的方式，宣傳「阻街」、「不合衛生」、「滋生蚊蟲」等小販負面形象，以「小販是影響市容、破壞香港經濟發展的產物，而百貨公司是更安全、優越的選擇」的論述灌輸市民對「文明」生活方式的想像，使得社會摒棄小販文化（梁燕玲2011）。面對霸權，小販衍生出不同的謀生技能，「走鬼」<sup>4</sup>是經典的小販應對警員抓捕的逃跑策略（梁曉潼、曾巧怡2010）。

關於「誰從事小販」的問題，早期港臺的研究有相似的結論。有學者提出，香港小販是一種異質化的自營作業者，即香港小販很少是因永久性失業而被迫進入這個行業，反而是基於仔細評估攤販與受雇工作的需求與報酬後主動進入，特別是年輕攤販從業者不滿區隔勞動市場下有限的受雇機會和條件，將攤販視為社會流動管道（Smart 2019）。戴伯芬（1994: 121-148）同時在關於臺灣小販的歷史形構研究中，也指出臺灣小販不再只是「邊陲人口」或「產業後備軍」，1980年代後持續增加的攤販自雇人口更多的是一種勞動者脫離勞動體制而自行創業的形式，呼應了前者的觀點。卓立寰（2005）嘗試研究小販與街道的關係，騎樓下的「固定小販」和街道上的「流動小販」與空間的關係，國家權力的施展、私人門店的介入和小販彼此之間的聯繫形塑了小販活動模式與「攤販空間」，用空間串聯起小販內部以及與外界的日常活動。陳玟伶、張峻嘉（2015: 97-134）則從社會資本角度出發，以臺灣花園夜市的攤販為例，指出夜市是一個非均質的

---

3 法國學者列斐伏爾在《都市革命》（*La Révolution urbaine*）中提出全面都市化社會（completely urbanized society）的概念，城市空間逐漸發展，空間被有權力和財力的人控制，並劃分成不同的私人空間，空間失去了原來的有機生產（organic production），結果興建出一座又一座的都市設施（urban fabric）——大型高消費商場、消閒享樂的場所和交通運輸的客運站，請參見秦啓康（2016）。

4 「走鬼」是香港流動小販違法擺賣時為逃避執法人員抓罰互相招呼走脫的暗語。

社會空間，社會資本的高低差異影響攤販的活動。這些研究一定程度上揭示了「小販」從業者如何通過技術（tactics）謀取資源並以此維持生計。

不論是臺港學者政治經濟學取徑出發的研究，或是中國大陸學者以城市治理為目的研究，都未能探究夜市小販的身分認同課題。基於此，本文主要探究夜市小販的身分政治。

「身分政治」是指基於身分和以身分為對象的研究，主要議題包括可能由身分導致的經濟差異、社會暴力和文化層級問題等。馬俊頌（2013）指出，與革命時代階級鬥爭的主導內容不同，現在身分鬥爭的對象主要是一種身分歧視的視覺，是一種為抗拒他者視覺的傷害、為抗拒傳統規範的形塑的鬥爭。霍爾（Stuart Hall 1990）告訴我們，身分是圍繞著（內部的）相似性和（外部的）差異性組織起來的，它不是固定不變的，而是生成中的（becoming）。差異包括階級、種族、性別、年齡等等不一而足，因此認同是多元的、破碎的、偶然接合的。紀登思（Anthony Giddens 1984）認為，身分認同既是能動性的，又是社會結構決定的。在下面的研究中，我們將討論在「現代文明」話語體系的社會中總是處於被打擊、被管治的邊緣狀態的小販，如何透過自身的行動，在年齡、學歷、地域、階級、職業等差異中，抵抗、協商出多元、流動、暫時的認同方案，使其作為「小販」謀生的方式得以實現、進一步合法化，甚至於排斥競爭對手。他們既積極加入自我認同的論述，又是官方話語論述的對象。這種身分政治與他們的現實政治、經濟和文化處境犬齒相錯地接合在一起。

### 三、「壞孩子」上街：回到莞城

東莞是中國南部的製造業重地，是中國作為「世界工廠」的縮影。有大量臺資、外資、合資和民營企業在東莞設廠，產業主要涉及電子、通訊設備、製衣、傢俱等。改革開放以來，東莞經濟的快速發展帶動了大量的外來人口來莞就業生活，外來流動人口由1986年的15.62萬人增至2018年的453.45萬人，期間的2001-2008年出現跳躍式上升，2009年以後流動人口

airiti

總體保持平穩。自2016年開始，隨著落戶政策的不斷放鬆，新增戶籍人口連年翻番。2018年末本地戶籍人口231.59萬人，比2017年新增20.28萬人，其中超過80%來源於機械增長。但即便如此，戶籍人口也僅占常住人口（839.22萬人）的27.6%（東莞市發展和改革局、綜合開發研究院2019）。本地土生土長的東莞人占比實則更低。

位於東莞舊城區莞城的振華路是1980年代以前東莞最繁華的商業街，大片完整的嶺南騎樓建築十分罕見。然而由於工業生產主要分布在東莞下轄各鎮（如長安、虎門、厚街等），從1990年代起，人口外移，振華路衰落。傳統城市中心消失，城市功能擴散，轉移到南城、東城等新城市中心，振華路一帶老城區日漸成為政府疏於管治的地方。從1982年起，李姨就在振華路與阮涌路交界處擺賣雞蛋仔，附近同樣擺賣超過三十年的還有東方紅牛雜和火麻茶。一些從老城遷出的人偶爾會回來此地吃夜宵。但此地從來沒有形成夜市的規模。

2014年八月起，一位在附近中學畢業多年的年輕人（當時26歲），回到振華路擺賣豬扒包，受到宵夜食客的歡迎。隨之，越來越多年輕人聚集在振華路擺攤賣「檸檬茶」、「鉢仔糕」等創意宵夜。原本在附近光明路一帶，零星擺賣的攤販紛紛聞聲轉移到振華路。個別當地居民感覺「家門外突然旺起來，不管賣什麼都賺錢」，也開始經營夜宵攤販。三個月後，小販數量達到高峰，「最多的時候差不多有30檔同時擺攤」，吸引了大批市民前往，媒體紛紛報導，令原本冷清和缺乏監管的振華路再次熱鬧起來。

研究者訪談發現，最初在振華路擺攤聚集的大部分是附近的S中學畢業的學生。這種身分論述並非偶然，他們強調「S中學生」的主體性，並且自我區隔成「貴族學校」的他者：

一開始那條街十幾檔全都是S中的師兄師弟。以前大家都覺得S中是東莞最差的一間學校，學生成績很差，品德很壞，都說S中是一間爛仔學校。以前學校裡沒有人不認識我，我考試經常作弊，打架，踢壞學校門窗，出了名的。我很早就沒讀書了，換過很多工。一開始我做婚禮攝影，幾乎是東莞最早做婚慶攝影那一批，現在很多婚慶團隊我都認識。後來去整容醫院打工，幫顧客拍照，有時做些設計工作。後來發現美容院的女顧客對名牌包包需



求量很大，我就開始賣水貨名牌包，這個很賺錢。我一天打很多份工，沒辦法，爸爸早就走了，要養活家裡。以前我家裡是開茶餐廳的，就想著晚上可以到振華路賣宵夜，多賺點錢。那裡本來就有幾檔出名的，容易聚集人流，在那擺也不用交租。我的豬扒包跟澳門那些不一樣，我小時候喜歡吃麥當勞漢堡包，我就自己研發，用漢堡包的方法做豬扒包。後來S中師兄弟知道我在那擺，就跟著我擺，擺的人越來越多。（年輕人中第一個上街擺攤賣豬扒包的阿輝<sup>5</sup>）

讀S中的學生都沒什麼錢，不像讀貴族學校那些（學生），認識的人層次不一樣，出來社會就知道。（擺賣檸檬茶的小販阿峰）

S中的學生是「成績差」且「沒什麼錢」的群體。學生時期，他們通過「挑釁打架」、「考試作弊」來挑戰校規；畢業後，他們從事對學歷要求不高的工作，來到振華路擺賣就是為了多賺點錢。威利斯（Paul Willis 2013）在其著作《學做工》（*Learning to Labor*）中，就討論過反學校文化分子——「傢伙們」（the lads）。「傢伙們」自成風格，與學校制度格格不入，老師們通常能夠一眼把他們識別出來。他們的群體邏輯是認為證書和考試永遠不能提高工人階級的地位，他們不幻想「事業」發展，而是從付出勞動力中判斷出所需的最低限度，減輕現實和意識形態上處於被支配地位的雙重侮辱。類似地，東莞這些「S中學生」反學校的行為（不愛念書、挑釁不同學校學生打架）並非單純抵制知識，而應結合工人階級文化背景來看，理解他們之所以拒絕學校的教育，是因為不覺得學校教育和他們的未來有關，他們認為「賺錢的能力」才是評判成功／聰明的標準，因而具體工作的技藝比學校成績更重要。「S中」小販對「賺到錢」的職業評價比「社會名譽好」的職業評價更高，這種職業認可受到來自工人階級的期待——一種實用主義價值觀的影響。小販阿輝從第一個到振華路擺攤賣宵夜，到後來發展成豬扒包連鎖加盟店主，他感到十分自豪：「你讀書多，出來可能賺的沒有我們多，就算讀完博士出來也一樣，那時候很多S中的（學生／畢業生）一起出來擺檔，個個都賺到錢。」

---

5 振華路一帶原有「李姨雞蛋仔」、東方紅牛雜等攤販擺賣超過三十年，此處「第一個上街擺攤」特指於2014年集聚30檔攤販形成夜市雛形的時期，賣豬扒包的阿輝是當時第一個回到學校所在地擺賣的年輕人，隨後吸引越來越多年輕人聚於此地擺攤。

振華路成爲缺乏文化資本（以及經濟和社會資本）的青年進行身分實踐、對「壞學生」、「成績差」、「沒出息」的汙名化符號進行反抗的場所。然而，這些反學校文化的「傢伙們」的反抗卻一定程度上維護了既有的權力關係和利益（Willis 2013）。社會上大多數人不會把「小販」當作一種職業，小販也會受到來自身邊親人言語上的排斥，擺賣檸檬茶的小販阿峰說：「親戚說擺地攤是混得不好的人做的。」但「小販們」卻會對此身分產生職業認同感。賣豬扒包小販阿輝：「最初到振華路擺賣時從不發朋友圈、微博、不向身邊人宣傳，說出來不好意思。」有了人氣後，他牽著寵物豬賣豬扒包的照片被幾家媒體刊登，生意更加火爆。積攢夠錢，阿輝立刻買了一部豪華轎車，同學中、食客中開始流傳阿輝是「開著賓士擺地攤的富二代傳奇」。阿輝並不澄清，朋友圈開始發攤位大排長龍的照片、媒體報導的照片以及用豪車送貨的照片。豬扒包攤位發展出實體店和加盟經營的方式後，阿輝開始在全國各地跑，但他仍然堅持在光明市場夜市設攤，很長一段時間裡由他的胞妹親自看守，除了出於「莞城美食正統性」的考量（第六節詳細討論），還因爲「擺攤」這種經營方式能帶給他們安全感。阿輝說：「有得做肯定繼續做啊，開舖和擺攤是不一樣的，開舖要水費電費各種開支和很多因素的配合。」因爲最初缺乏經濟資本的時候，「小販」身分是他進入社會流動的低門檻選擇，他靠「小販」的身分從「一無所有」到「連鎖店老闆」，賺到錢後，他曝光在媒體上的形象是「開著賓士賣豬扒包」傳奇，或者「發揮創意、拼搏奮鬥的年輕創業者」，在他享受著擺攤帶來越來越充實的經濟資本的同時，他也試圖洗刷小販卑賤的職業形象。賣檸檬茶的阿峰的舖位越來越講究裝潢，在門面設計上強調「莞城漫味情懷小店」、「一個有情懷的小販」，他在微信朋友圈的自我介紹是「莞城光明夜市，一個不安分的插畫師，一個具有宇宙腦洞的小販」。S中學生積極地反抗著「成績好的學生才成功」的論述，他們認同自己小販的職業，一小部分人甚至以小販中佼佼者的身分，在一定程度上實現了社會階層的向上流動。但是這些小販中的佼佼者，不甘於被視爲一般的小販，而試圖透過已經獲得的經濟和文化資本來與其他小販作區隔，事實上再次複製了小販群體在整體上被邊緣化的過程。

#### 四、堅守振華路：保育莞城

夜市興起幾個月後，就被下令「清場」（石美瑩2015）。根據小販們的說法，政府管理部門通過「直接開著警車過來，再擺就要沒收工具」的方式驅逐「阻塞交通、不衛生」的「無牌無證小攤小販」。

這個過程中，小販並非被動疏散和遷移。相反，他們積極地發展抵抗和協商的戰術，並構建出「保育莞城振華路」的主體性論述。城管驅逐小販期間，小販面對城管的口頭勸退，首先以「抱團」的形式從零散的個體小販變成「組織」來抵抗。年輕小販以「90後」為主，一位「80後」賣雞翅包飯的小販阿強，成為組織小販抱團行動的重要人物。

我們成立了市集組織，曾經跟不同部門溝通過，遞交請願信、承諾書，集體簽名等，但還是石沉大海。他們會收到信，會聽取意見，但永遠沒有明確的答復，也沒有專人跟進，沒有一個聲音告訴我們如何走下去。比如城管說他們只負責管理交通，夜市應由社區負責，社區說他們只是一個居民自治組織，只負責街道的環境衛生。我們很努力做，但是政府部門之間踢皮球。因為這個組織是自發形成的，我們就是一個民間組織，沒什麼權力，如果政府不答應也沒有辦法。（賣雞翅包飯的小販阿強）

政府後來疏導小販到新光明市場夜市，但相當一部分振華路小販不願意撤離，與城管打起「游擊戰」，並發展出對抗城管監察的技術。阿輝說：「他（城管）在的時候我們就不擺啊，以前很早就可以開檔嘛，後來就要等到城管走了之後，晚點我們繼續出來『擺檔』<sup>6</sup> [……] 我們先藏裡面那條小巷擺，等城管走了，我們再推車出來。」這種「走鬼」的方式是街邊流動小販應對規管的慣用技巧，他們以靈活的方式躲過監察，層出不窮的方法「抵抗」政府對空間使用規劃的霸權，節省開設店面所需投入的成本，從而創造利潤。

小販們為什麼不願離開振華路？研究者發現，他們有一套「為了發展好莞城」的論述。自2005年以來，振華路騎樓曾多次因改造拆遷問題進入公眾視野。直到2014年10月22日東莞城鄉規劃局對《東莞市歷史文化名城

---

6 擺攤在粵語中也叫「擺檔」，「開檔」有「開門」、「開始擺攤」的意思。

保護規劃》進行公示，明確振華路一帶的騎樓為重點保護的歷史建築群，按原規劃進行的拆遷工程戛然中止，發展商無法進入被「保護」起來的舊城，而「拆到一半」的文物對政府來說是棘手難題，在相當長的一段時間內，振華路幾乎處於無人管治的真空狀態。2014年底至2015年初，振華路因小販聚集擺賣興旺起來但迅速被取締的事件再一次引起公眾關注。在一些民間討論中，小販成為採取「直接行動」保護舊城的勇士，與「不作爲」的政府形象形成鮮明對比。小販們善於借用媒體、民間保育組織、當地居民的力量。自媒體掀起一輪「振華路的最後一夜」話題刷屏，小販參與到由民間保育團體組織的「舊城×夜市×大家談」活動，當地居民和商家紛紛參與表達希望「留住夜市，興旺莞城」的願望。<sup>7</sup>

六十年代東莞最興旺的地方就是振華路，雖然我們年輕人沒有經歷過這一段歷史，但這一段歷史對我們年輕人是很有神秘感，很有吸引力。對於那些活化石阿姨（指在地居住的老阿姨）來講，她們經歷過那段時光，她們不覺得這個是文物，但對於我們來說是文物，所以文物的定義是因人而異。我們這些年輕人只能看回黑白照片，阿姨們會知道以前這些店鋪是賣什麼的。（賣紫菜包飯的小販阿蔡）

傳統的這些事情只能通過一代傳一代的方式傳承，但是你聽前輩的口述吸收了八成，後輩聽你的講述再吸收八成，慢慢這些傳統就會失傳，傳統就會逐漸不完整。如果有一條食街，我們會吸引很多人過來，瞭解到原來東莞還有一條叫振華路的街，食客之間會互相交流，原來這條街以前是這麼興旺的，可以讓更多人知道更多事情，宣傳以前振華路是如何的，宣傳東莞文化，我們食街只不過是想吸引多一些人來這邊。你看到我們利益的一面，看不到我們文化的一面。（賣雞翅包飯的小販阿強）

霍爾曾為身分認同作出兩種理論性界定：第一是指共同分享的某種特質，可以是歷史傳統或共同經驗，認同政治很大程度上是基於這樣一種身分認同的概念。另一種界定視身分認同為一種宣示性（enunciative）實踐，

---

7 2015年2月1日，媒體報導政府決定驅散在振華路擺賣夜市的攤販兩周後，幾個關注城市保育議題的年輕人自發組織了一場露天市民論壇，地點是振華路夜市區域內阮涌路的一家精品店門口，主題為「舊城×夜市×大家談」，十多名市民參與，其中有當地居民、攤販以及關注城市話題的青年等。賣紫菜包飯的阿蔡是當時其中一個在振華路擺賣的年輕小販，下文中文阿英和阿麗既是當地居民，也是攤販。

嘗試為某種身分重新定位，構成不同的再現（representation）（Hall 1990: 222-237）。基於第一種界定，振華路這個過去被忽略的平民歷史地景成為了保育對象。而小販守住振華路夜市的身分實踐，則更符合第二種界定，身分認同不僅是對過去歷史的積累構建，還是對未來的投射與籌謀，是一個主體生產的過程。面臨被禁止在振華路擺賣，小販們通過強調在此地擺賣不同於別處擺賣的意義，獲取一種反復演練的信心與能力，創造一種「莞城振華路繼承者」的身分。在小販、當地市民、文化保育團體的提煉下，振華路被詮釋成象徵東莞近代商業貿易開端的文化象徵物。「莞城振華路」成為不少導賞團的主題，騎樓建築被視為莞城、甚至東莞的身分認同和本土意識的象徵物。

小販企圖接管振華路，賣雞翅包飯的小販阿強說：「如果政府承認我們的組織，我們一定可以將這條街搞好，搞得本土化，不會給那些不是做本土美食的人進來，我們會自發管理好自己，但如果政府不支持，單純是民間組織，就沒有力量去做這些事情。」振華路小販將不是販售「莞城美食」的小販視為他者，「本地人」與「外地人」小販形成對抗力量（將在下一節中詳述），而且吸引了媒體及公眾關注。對大部分當地民眾，有機會參與舊城空間使用規劃討論，挑戰管治者的權威，並讓被邊緣化的舊城居民重回規劃者的視角，也許才是更令人難忘的。相較於香港和臺灣的保育行動，振華路小販的「反抗」顯得相當「聽話」而溫和，但在小販的論述中也看到一定程度的抵抗，小販將政府視為「將振華路由興旺搞到變廢墟」的強權，振華路夜市則被描繪成一個為「莞城帶來人氣、商業和希望」但即將被移除的地方。

在「舊城×夜市×大家談」現場，小販們的表述也遭到一些市民的質疑：一方面，他們到振華路擺賣是否有意識地實踐保育莞城？另一方面，在他們心目中，莞城的物理邊界在哪裡？新光明市場與振華路只是一巷之隔，在歷史和行政區域劃分中也是莞城，為什麼留守在振華路才算是宣傳莞城，而搬遷到新光明市場則不是？

研究者留意到小販的回應中實則隱藏著商業考慮，他們認為「那邊人

流少」。此外，他們還不想受到多一層權力的壓迫，面對「要紅包」（收管理費）的新光明市場，他們用「在新光明市場擺一樣不安全」來抵抗。

振華路和東方紅照相館說出來沒有一個人不認識的，就算是外地人，來東莞十年八年，每個人都認識振華路，但很多人都不認識新光明市場，那邊都用來停車，沒有人流的。而且新光明市場是新發展的，是集體承包的，根本不一樣的性質，那些人（指市場管理者）是要紅包的，這邊是自發組織的，應該保留在這邊擺。（當地居民小販阿英）

大家看就算我們白天沒有擺攤，一樣是塞車的，這個交通問題，說我們擺攤而導致堵塞，根本是硬加的問題，一個阻止我們匯聚的藉口。市區規定是禁止鳴喇叭的，但是一些車主還是會按喇叭，那是市民的素質問題，但政府強硬地將這些問題強加到我們身上。就像消防隱患，別說地攤，就算是自住房都會有消防隱患，消防隱患之所以是隱患就因為是看不見的，雖然煤氣瓶露出放在街道上看上去是很嚇人，但事實上有多少檔（會使用煤氣）呢？而光明市場第二晚擺攤就已經發生這樣的事情，整瓶煤氣掉下來，煤氣噴的一身都是，如果處理不好的話馬上變成大爆炸。因為車輛也多，火爆連營，這邊如果做得好一些，沒有那些「走鬼」（指外地小販）是沒有問題的。（當地居民小販阿麗）

與葉蔭聰（2010: 45）研究指出香港天星碼頭、皇后碼頭的保育運動是一種「順手挪用組合」（bricolage）相近，絕大部分小販根本沒有經歷過1960、70年代振華路的繁榮景象，它不是行動者經驗的直接呈現。小販持續界定保留振華路的意義，使之成為關於莞城歷史的鬥爭。而「新發展的、集體承包的」的新光明市場雖然地理位置上位於莞城，但是既沒有騎樓這樣的特色建築群作為標誌，也沒有輝煌的「東莞最興旺的商業街」的歷史。振華路的「過去」與自己身處的「當下」截然不同，顯得遙遠，甚至有點異國情調。當小販將擺賣夜市與過去振華路繁榮的商業貿易類比聯繫（analogical connection）時，他們有意或無意，想像自己是個被遺忘、甚至被埋葬的傳統的繼承者。他們希望能夠在這裡實踐出「能賺錢」、「能自治」的成功之路，而一巷之隔的新光明市場夜市顯然不能發揮這樣的功能。身分政治是一種投射與籌謀，小販把振華路作進一步詮釋、想像，與未來連結，構建出在舊城甚至東莞具正統意義的文化空間。

## 五、「外地人」進場：莞城他者

小販們最終沒有能夠成功堅守振華路。2015年初政府管理部門允許附近的新光明農貿市場利用門口空地經營「莞城老味道——平樂坊夜宵美食步行街」（坊間稱為「新光明市場夜市」），引導無牌流動小販通過向該市場租用位置合法擺賣夜宵。原本抱團的本地小販們，漸漸分化。在堅守振華路中起到核心作用的小販阿強，就沒有搬遷到新光明市場夜市。幾名先前跟阿強有過緊密聯繫的小販（如阿輝）都不知道他的去向。

選擇搬遷到新光明市場夜市的小販則不斷強化「莞城振華路」身分的正統性。小販運用「莞城振華路」的符號為自己的經營爭取文化價值的加持。如由振華路搬移到新光明市場的「輝記豬扒包」和「積少法式乳酪」小販會在推車標識、叫賣口號中突顯「原振華路」的身分，在穿梭的人流中不斷重複「積少法式乳酪，原振華路第一檔」、「輝記豬扒包，原振華路有豬仔那檔」的口號。「原振華路」被賦予代表「正宗」、「第一家」的意涵，儘管他們在振華路的歷史也只不過短短數月。他們充分調動生活在都市化城市空間的現代人對「傳統草根」生活的好奇與想像，以「代表地道東莞文化」的論述來武裝自己，去協商現代文明社會中的生存地位，越「地道正宗」越有生存價值。另外，通過現代都市人對「傳統美食」的獵奇和消費，文化資本此時便可轉化為經濟資本，因此小販之間也存在對「正宗」、「第一」等代表正統性的文化符號的激烈爭奪。振華路豬扒包小販阿輝已經開了連鎖加盟店但仍堅持在新光明市場擺攤，其中一個原因是為了對其他「抄襲」的同行宣示主權：「好多人標榜自己是原振華路都是假的」。夜市中其他賣豬扒包的小販則會使用「二次創作」、「混淆視聽」等創新策略抵抗「正宗」論述的霸權，比如「愛情豬仔包」的口號通過強調「每個包都有豬的樣子」來混淆麵包上沒有豬仔、但強調「原振華路有豬仔那檔」的輝記豬扒包（攤主牽了一頭寵物豬到攤位作為招徠），來弱化「正宗」的唯一性。某村村長兒子到夜市擺賣，也是為了維護家族「正宗椰皇燉奶創始人」的名號：「我好想這個夜市快點倒閉，那我就不用那麼累來這裡擺檔，但現在不擺就便宜了對面那檔。我阿公

是東莞第一個賣椰皇燉蛋燉奶的，以前李姨經常來偷看我們（製作），結果真的給她抄襲成功了，現在大家都知道她有椰皇燉蛋，其實我們才是第一檔。」可見小販除了運用「地道正宗」來協商獲得在社會上的生存空間外，小販內部對可轉化為經濟資本的文化資源，亦存在激烈競爭。

但這些本地小販內部的競爭，在面對外來他者時，則變得較為次要。大量外來人口，激發本地人對就業、社會安全等問題產生強烈的危機感。由於早期大部分外來人口在工廠從事低技術含量的加工工作，受教育程度和收入水準較低，「本地人」產生優越感，並衍生一些歧視性稱呼，如叫外來務工人員為「盲流」、「爛佬」、「水老豬」、「外地人」等，也出現矮化外地人的言論：「十個搶東西的九個是外地人，專門做「偷呃拐騙」<sup>8</sup>的事，本地人很「純品」<sup>9</sup>老實的，現在少了外地人治安都好了很多」。2007年4月，東莞市政府用「新東莞人」取代「外來工」的稱謂，希望為外來工正名。然而「新東莞人」並未因新稱謂在社會上獲得與「本地人」平等的社會地位。這樣的地緣身分政治在小販中也有體現，「外地小販」受到「本地小販」的排擠。

來自中國西北賣羊肉串的小牛哥，是第一個加入振華路擺攤的「外地人」。小牛哥說：「剛開始過去的時候，十幾檔全都是本地人，他們趕我走，不讓我擺到他們中間」。最初聚集在振華路的小販除了「S中學生」的身分外，他們的另一個特徵是「土生土長的本地仔」，同伴間堅持用流利的莞城話交流，在擺攤位置上「本地小販」儘量聚集成堆，以示與「外地小販」區隔。

被驅逐出振華路時，政府稱小販聚集導致老城區產生交通、衛生、安全隱患等問題，「本地小販」隨即強調不符合要求的都是「外地小販」，並且稱他們為「那些走鬼」，他們認為，如果沒有了「那些走鬼」，振華路才是「本土化」夜市，安全消防交通等自然「沒有問題」。他們認為白

---

8 偷呃拐騙，為粵語口語用詞，偷有隱瞞、盜竊的意思，呃在粵語中同「騙」的意思。

9 純品，為粵語口語用詞，多用以形容人純良、樸素。



天振華路也存在交通擁堵，不衛生是因為沒辦法管理食客隨地扔垃圾的行為，消防隱患哪裡都有，「政府強硬地將這些問題強加到我們身上，是阻止我們集聚擺賣的藉口」。但是，同一種論述又成爲了「本地小販」排斥「外地小販」進場的理由。

外地小販也並不嘗試加入保育莞城的本土論述。小牛哥老老實實地承認：「我以前在別處擺攤，經常路過振華路，知道有的擺就過去了嘛。」遷移到新光明市場時，夜市最初的設計也拒絕「外地小販」。小牛哥說本地小販串聯市場管理者不允許他們進入。政府審批新光明市場門口及周邊馬路爲「本地大學生創業夜市」。「大學生創業」的表述更符合「現代」、「文明」的要求，賦予夜市「擺攤」的行為正當性和合法性，但是強調「本地」、「大學生」、「創業」的論述邏輯，遮蔽了來自底層和城市邊緣的話語權，「外地小販」更是明確地被排斥在莞城空間之外。

然而，無論是振華路還是新光明夜市，事實上都不能阻止「外地人」進場。小牛哥說：「在振華路他們不給我擺，我就擺到他們對面，賣菜刀那間舖旁的大樹底下，後來其他外地人也跟著我這樣擺，圍在我旁邊。」在振華路擺攤時已經形成「本地人」與「外地人」的空間布局，到了新光明市場，因進場限制，「外地人」和「本地人」擺攤的位置也有明顯區隔。小牛哥說：

市場裡沒有一個人不認識我小牛哥的，市場（管理人員）說我們外地的就不能擺在這裡，他們說規定租給本地畢業的大學生，但規定不是人定的嗎？誰規定你媽生下你就知道你長大後是富翁還是窮人啊？規定不來的嘛！我就硬衝進來，他趕我也不走，後來聚集的外地小販越來越多了，他沒辦法趕走我們，就開始收清潔費。

原本審批夜市可用的位置只有市場門口通道，外地小販沒法租用這裡的位置，便強行占用門口對面馬路，才形成了後來夜市兩列攤位面對面擺的空間布局。小牛哥認爲，因出生地不在東莞而被剝奪平等的機會是不合理的：「我1999年來的東莞，那時候你（指研究者之一）還是小baby，小牛哥來東莞的時候，新河北路還是一條河，通往人民公園的，是不是好多年了？」（這句使用了莞城口音）

由於進場時的限制，夜市中本地小販多成為受新光明市場管理的流動小販，而舖位無牌食肆（原屬花卉市場舖位，不由新光明市場管理，沒有臨時牌照）則多由「外地人」經營。2017年11月，多數由外地人無牌經營的攤位被以「嚴重污染環境」為由陸續遭到清理，堅持到最後的小牛哥結束了他在夜市的營業。日常生活中的事件構建起人和城市之間的聯繫。沒有取得「合法小販」身分的小牛哥，也無法完整地建立起對東莞的認同。他回了一趟老家，幾個月後又回到東莞，一直沒想好下一步的出路：「沒目標了，不知道什麼好做，帶著孩子擺攤不願意，我再看看吧，不行就回蘭州。」

## 六、「更上一層樓」：共享莞城

地方政府賦予新光明市場經營「夜宵美食步行街」的權力，流動小販通過租用場地、取得編號和臨時牌照獲得合法經營的「正當」身分，然而，這種身分的「正當性」是暫時的、脆弱的，是小販使用各種反抗技術後，地方政府為了緩和矛盾的協商方式。當有更高層的權力介入時，這種臨時協商達成的合作很快就會被打破。

2016年12月16日晚上8點，新光明市場夜市的小販接收到市場巡邏員口頭通知，要求所有小販半小時內收拾離場，由即刻起停擺10天，迎接東莞評選「全國文明城市」檢查。在代表「先進現代文化」的「全國文明城市」的論述規範下，小販始終是低端的、不登大雅之堂的，常常需要被遮掩，隨時可能被取締的。2017年二月，小販再接到新光明市場辦公室發出的書面通知：「接執法局通知，本周23、24日（星期四、五兩晚），中央巡視組相關人員到東莞各地包括市場進行創文巡視工作，美食街檔主由周四、周五共兩晚休市迎接檢查。」2017年9月19日，新光明市場辦公室在夜市鐵架上張貼通知：「為了回應配合上級部門的工作要求，新光明夜市美食街於2017年9月20日至9月30日整頓升級暫停營業11天。感謝各方顧客一直以來對我們新光明夜市的支持。國慶、中秋長假我們再見！！！」。小

販看到此則公告後才得知夜市停擺的消息，要求停擺的時間正是東莞爭奪「全國文明城市四連冠」稱號的檢查階段。同時張貼出的「環保排放整治通知」，則要求所有燒烤類的檔位必須「安裝符合標準的油煙淨化設施，通過檢測符合排放標準後待批准方可繼續營業」。

「文明」和「環保」都是現代性的要求。新光明市場夜市小販在「美食步行街」中存在，卻又在「文明檢查」和「環保整治」中消失。這一方面驗證了卓立寰（2005）在臺灣夜市研究中指出的攤販活動依賴於國家不同程度上的「認可」的觀點；另一方面反應了不同的論述構建著小販不同的權力位置，他們偶爾是「傳統美食經營者」，偶爾是「占道經營者」，小販身分充斥著不確定性。從文明城市的論述和展開的運動可以看到，政府在小販身分的建構上展現出強大的權力。在創建「全國文明城市」的運動中，大量關於「衛生」、「文明」的知識，規訓著柔軟、溫順的身體。比如「不允許公共場所違章搭建、占道經營、亂貼亂畫等失序的現象」的評選標準，將「占道經營」界定為「不文明」的表現，因此令處於「文明」邊陲的小販「消失在視野中」。政府對文明城市的想像是「遵照規章、整潔有序」的。在列斐伏爾的觀點看來，這些都市化、現代化的論述其實是為了符合資本的要求、創造適合生產的空間，這種論述已經改變了人們的生活方式和消費行為（Elden et al. 2009: 758-759）。即使「文明」的要求有時候抽離了市民日常生活的需要，比如快樂花甲小販阿江說：「新光明村市場的那些攤檔又不准擺，做節都不知道去哪裡辦貨，<sup>10</sup>一點都不方便，其實所有（小販）都不給擺之後安靜得像個死城一樣，有什麼好的。」但是小販們無法挑戰這種最嚴格的規範（伴隨著嚴格的懲罰措施）——「繼續擺警車就來拖走」，而不得不接受。

2018年9月17日，新光明市場夜市小販結束在門口路邊露天擺賣的生涯。政府部門為解決露天美食街的「油煙、噪音、衛生」等問題，將夜市全面「升級」，搬到市場大樓內二樓。新光明市場稱夜市的升級參考了重

---

10 「做節」指為農曆節氣做準備，對話發生在春節前夕，此處「做節」指辦年貨、準備供奉神靈的用品等。

慶的「洪崖洞」模式，「規劃布局按中式簡約風格」，突出「老莞城，老味道特色，運用燈光、氛圍、美食三大原色，增加環保概念，將打造成一個具有傳統文化特色的美食夜市」（劉遠忠2018）。這意味著，由振華路「起家」的夜市，經過多輪外部逼遷和內部洗牌，從流動小販、露天擺攤逐步發展成上樓上舖。

新光明市場二樓的空間布局是外圈有舖位，中間劃定格子予手推車營業，有集中的就餐區域和充足的座椅，有冷氣，環境良好，流量大。唯租金（由4,000至13,000人民幣不等）和管理費（1,000至2,000元人民幣）比以前樓下空地攤位租金（最初約3,000人民幣）高昂不少。新光明夜市雖然在建築外牆和入口等醒目位置豎起「莞城老味道」的招牌，樓梯拐角處的牆上有大幅包括振華路在內的老莞城地標黑白照，似在勾連著「保育莞城」的論述，但是，已經完全不排斥「外地人」進場。據當下觀察，本地和外地經營者約各占一半。其中，約一半是原來樓下生意較好的檔口，另一半是新開的。先前由樓下檔口搬上樓的，很多都會標明自己是原光明市場夜市哪一檔，當中有一些檔口由原來俚俗隨意的名字（如檔主綽號「肥仔俊」）改為較為正式文雅的店名（如「食咯」），僅剩兩三個檔口會宣揚自己是「原振華路的」某一檔。從檔主到客源，都跟振華路路邊攤少有關聯。

夜市打出的招牌雖然是「莞城老味道」，但食物從潮汕鹵水到湛江生蠔，從長沙臭豆腐到新疆烤肉、從印度飛餅到法式乳酪，應有盡有。連自我標榜「莞城老味道」的檔口名稱也叫作「港之味」。這種「掛羊頭賣狗肉」的情況，實際上不是從上二樓之後才開始，在新光明市場露天場地時已然如此，甚至在口口聲聲要保育莞城的振華路時期，小販們就引進了不少「臺灣美食」。不過他們會強調自己對食物的「本土化」。

我們會加入很多本土的元素在裡面，就像臺灣賣的那些包飯只有糯米飯，但是我可以將本土的東莞臘腸加進裡面，將它本土化。這些東西都是不斷演變和專精的，因為有利益的驅使，就會讓很多人創作一些新的東西出來，吸引更多東莞人，將東莞一些讓人想不到的食物加進賣的食物裡面，不斷改變，不斷傳承。（賣雞翅包飯小販阿強）

彼時小販強調本土食材是爲了配合文化保育的論述，而這是他們協商占街經營的合法性的一大依據。但到了收租金和管理費的光明市場，「莞城老味道」完全成了夜市管理者的一個行銷口號，一種裝飾風格。檔主和消費者已經不必費心去想，他們賣的和吃的，究竟是不是「莞城老味道」。

夜市內有一處紅底黃字的宣傳欄，是管理者與檔主的約法三章，如違背食品安全衛生方面的有關規定，會有相應的懲罰措施。宣傳欄的上方，是同樣紅底黃字的，巨幅政策口號：「努力在構建推動經濟高質量發展體制機制、建設現代化經濟體系、形成全面開放新格局、營造共建共治共享社會治理格局上走在全國前列」（如圖1）。



圖1：新光明市場宣傳欄。資料來源：筆者拍攝。

這一段話是節選自中共中央總書記習近平2018年參加十三屆全國人大一次會議廣東代表團的審議時，發表的講話（新華網2018）。在同一份講話中，習近平要求「拓展外來人口參與社會治理途徑和方式，加快形成社

會治理人人參與、人人盡責的良好局面」。

在一個快速全球化的時代，在作為「世界工廠」的東莞，強調本土的純正性是一件徒勞的事。在中國大陸，儘管政府政策會有利於戶籍人口，但排他的本土化算不上一種政治正確的論述。「莞城老味道」只能是一種回不去的文化鄉愁。只要交得起場租和管理費，外來人口同樣可以共建共治共享更上一層樓的新光明夜市。

## 七、結語

2014年，正是東莞因為嚴厲的掃黃行動而令經濟受到影響的年分。一幫本土青年人自發在舊城地標振華路擺賣宵夜，帶起了東莞市內唯一的一個夜市。數月之後，遭到城管驅逐清場。

小販們為求留守振華路，祭出了「文化保育」的論述，以說莞城話、本地仔及附近一間聲譽不佳的普通中學S中的師兄弟身分互相串聯。彼時東莞有民間文化保育團體活動，其活躍人物有香港留學經驗，而香港此前數年有天星與皇后碼頭的保育運動。正如香港天星與皇后碼頭的保育運動是一種「順手挪用組合」，絕大部分年輕小販根本沒有經歷過1960、1970年代振華路的繁榮景象，但他們通過擺攤與振華路早年間的商業貿易進行類比聯想，試圖將自己再現為被遺忘、甚至被埋葬的傳統的繼承者。小販持續界定保留振華路的意義，使之成為關於莞城歷史話語權的鬥爭。

在此過程中，本地小販竭力排斥外地小販。一方面他們認為政府對小販堵塞交通和帶來環境衛生問題的論述是一項不實的指控；另一方面，他們將這些指控悉數安到外地小販頭上，並將他們污名化為「走鬼」，儘管這些本地小販也不過是一樣躲避城管的「流動攤販」。

然而，以文化保育保全振華路夜市的方案仍然失敗。小販們在各種協商路徑中，得到與振華路一巷之隔的新光明市場的回應，由市場作為代理人，小販以分租市場露天空地、繳納管理費的方式，取得夜間在此處合法

經營的權利。政府審批新光明市場門口及周邊馬路為「本地大學生創業夜市」。雖然本地小販大都不是「大學生」，但是這個政策確實將外地小販排斥在合法租用市場攤位的名單之外。

外地小販當然不是被動的。他們處在權力關係的更底層，因此會採取更激烈、更不合規定的方式進行反抗和協商。在振華路，他們不僅會被城管驅趕，也遭到本地小販的驅趕，但他們還是會硬衝進場，也會擺在一起，抱團取暖，建立地盤。他們無法以「文化保育」為自己正名，但會以到東莞生活時間長為理由，力爭同等權益。他們無法合法租用新光明市場的攤位，就租用對面原屬花卉市場的舖位，以無牌食肆的方式拓展了夜市的邊界。有的也以二手承租的方式從本地小販手中分得攤位。

新光明市場露天的空間，白天為停車場，晚上用作夜市，有幾分臺灣「花園夜市」的味道，「本地大學生創業夜市」的說辭也近似「文創夜市」的定位。然而不像臺灣的「花園夜市」和「文創夜市」得到政府的承認，新光明市場的露天夜市始終處於一種介於合法與不合法之間的曖昧狀態。一旦東莞要迎接評選「全國文明城市」的中央巡視組的檢查，或者有環保的測評，夜市就要隨時停擺或整改。

最終，新光明夜市採取的是一種1970年代香港式的方案，即將街邊的、露天的攤販遷移到市場室內經營。不過，時至今日，香港的熟食小販市場因設施陳舊、沒有冷氣，導致人流量低、空置率高而陸續被關閉。2018年開業的位於新光明市場二樓的夜市，則新淨光鮮，其空間布局，更接近於港澳常見的、位於商場內部的美食廣場。夜市管理者放棄「本地大學生創業夜市」的論述，取而代之的，是國家最高領導人「營造共建共治共享社會治理格局」的指示。

從S中學生開始的小販身分認同，自此發生了極大的變化。「S中師兄弟」看起來是一種校友認同，但更深切的是地緣政治內部的階級認同，是「成績好的高材生」和「貴族學校的有錢人孩子」的對立面。但這種階級認同無法跨越地方文化的區隔。本地小販排斥外地小販，儘管就經濟利益而言，本地小販和外地小販大致分享著不同的客源，而本地小販內部則存

在競品間的衝突。本地小販和外地小販之間，實際上是一種積怨已久的、地域文化歧視的延續。基於階級認同，本地小販面對城管時同仇敵愾；基於地緣認同，本地小販面對外地人時一致對外。但是這種認同，隨著失去振華路夜市，搬到新光明市場之後，漸漸瓦解。在振華路擺攤，經濟門檻非常低，到了新光明市場，由於需要交納租金和管理費，特別是搬上二樓以後，租金和管理費大幅提高，甚至需要一些鋪位的裝修陳設，成本抬升，只有具備一定的規模和客源才能生存下來。

小販內部的分化越來越大。各種資本的差異非常明顯，從事小販的動因也有所不同。他們的認同是多元的，在面臨壓力時也因各自掌握著不同分量的資本而各有行動策略。有的無牌食肆設法擠進由新光明市場管理的攤位，取得許可證；有的連鎖店股東在核算過利潤率後撤出夜市；有的攤主僱工來打理夜市攤位，自己則專心經營著一家廣告公司；有的小販則在失去擺攤機會後茫然四顧，「不知道什麼好做」，而子代也排斥小販的身分、無意子承父職。

我們對於東莞夜市小販的研究，一方面呼應了前人在臺灣、香港和廣州的研究中指出的，小販並非由於失業而被迫擺攤。具體到東莞的案例，夜市小販的出現是一群處於社會中下層的勞動者出於改善自身處境的需求而從事了這個行當。2014年的東莞掃黃雖然對於城市商業經濟有很大衝擊，但是各個勞動密集型加工廠還持續處在「用工荒」當中。首先上街從事小販的，是不願進廠的本地青年人，擺攤最初是他們多種靈活就業形式中的一份兼職。而處於相對劣勢的外地人小販，基本上也是在當地生活多年、有一定積累的「新東莞人」，而非陌生的新移民。另一方面，與前人研究不同，我們仔細檢視了小販群體的多種認同——校友認同、地方認同和階級認同——而且進一步討論在不同的情境下，小販們如何依託不同的認同來組織和分化成不同的群體，並聯繫著不同的抵抗策略。由於和廣州疏導區的攤販相比，東莞夜市小販總體的社會階層要更高一些，所以，沒有黃耿志（2015）描述的廣州攤販那種「命還在，攤就在，打不死就從頭再來」的悲情底色。相反，東莞土生土長的年輕小販會以地方文化保育的



話語為自己爭取存在空間，同時排斥外地小販群體。但也因為這種抵抗更多體現為柔性的協商，所以在與權力的碰撞中幾乎節節退讓，使得最終夜市小販中更弱勢的群體逐漸失去了存在的空間，街頭的夜市成為了大樓裡的美食廣場。

## 引用書目

### 一、中文書目

- Willis, Paul (保羅·威利斯) 著, 秘舒、凌旻華 (Mi, shu and Ling, Min-Hua) 譯。2013。《學做工：工人階級子弟為何繼承父業》*Xue zuogong: gongren jieji zidi weihe jicheng fuye* [*Learning to Labor: How Working Class Kids Get Working Class Jobs*]。江蘇 (Jiangsu)：譯林出版社 (Yilin Press)。
- 石美瑩 (Shi, Mei-Ying)。2015/01/20。〈振華路夜市興起僅三個月，昨起被驅逐〉“Zhenhualu yeshi xingqi jin sangeyue, zuoqi bei quzhu” [Hawkers casted out of the revitalized Zhenhua Road Night Market yesterday after only three months]，《東莞時報》*Dongguan shibao* [*Dongguan Times*]: A18。
- 付碧強 (Fu, Bi-Qiang)。2019/09/01。〈東莞夜經濟系列報道1 | 夜市店只賣小龍蝦，越晚生意越火〉“Dongguan yeshi jingji xilie baodao 1 | yeshidain zhimai xialongxia, yuewanshengyiyuehuo” [The night market only sells crayfish, business gets better as it gets later]，《i東莞》*i Dongguan* [*Love Dongguan*]。Retrieved from: <http://www.timedg.com/2019-09/01/20869006.shtml> on September 1, 2019.
- 那一座城 (The City) 編。2019/08/06。〈城市星球 | 東莞：一個夜市從露天搬到室內，到底少了什麼靈魂？〉“Chengshi xingqiu | Dongguan: yige yeshi cong lutian bandao shinei, daodi shao le shenem linghun?” [Dongguan: When a night market moves from the open air to the interior, what is missing?],《騰訊新聞》*Tengxun xinwen* [*Tencent News*]。Retrieved from: <https://xw.qq.com/cmsid/20190806A03YX500> on August 6, 2019.
- 李崢 (Li, Zheng)。2011。〈街頭小販如何管〉“Jietou xiaofan ruhe guan” [How to manage street vendors?],《大科技 (百科新說)》*Da Keji (Baikexinshuo)* [*Super Science*] 8: 17。
- 谷中原、張貴生 (Gu, Zhong-Yuan and Zhang Gui-Sheng)。2015。〈市場排斥與制度排斥：城市小販的融城困境〉“Shichang paichi yu zhidu paichi: chengshi xiaofan de rongcheng kunjing” [Market and Institutional Exclusions:

On the Predicament in the Urban Involvement of Hawkers, 《城市學刊》  
*Chengshi xuekan [Journal of Urban Studies]* 1: 50-54。

余舜德 (Yu, Shuenn-Der)。1997。〈對立與妥協：試論夜市與國家的關係〉“Duili yu tuoxie: shilun yeshi yu guojia de guanxi” [Opposition and Compromise: An Analysis of the Relationship Between Night Market Traders and Taiwan's State], 《中央研究院民族學研究所集刊》*Zhongyang yanjiuyuan minzuxue yanjiusuo jikan [Bulletin of the Institute of Ethnology Academia Sinica]* 82: 115-174。

——。2017。〈政治經濟變遷下的夜市小吃：以臺北盆地的個案為例〉“Zhengzhi jingji bianqian xia de yeshi xiaochi” [Political-economic Changes and Night Market Foods: the Case of the Taipei Basin], 《中國飲食文化》*Zhongguo yinshi wenhua [Journal of Chinese Dietary Culture]* Vol.13(1): 7-34。

卓立環。2005。《攤販與街道：非正式經濟的空間與日常生活關係——以臺北市為例》*Tanfán yu jiēdào: fēizhèngshì jīngjì de kōngjiān yu rìcháng shēnghuó guānxi (yì táiběishì wéilì) [The Vendor and The Street: Analyzing the Relation of Space and Everyday Life of Street Vendors in Taipei City]*, 臺灣大學碩士論文 (Taiwang daxue shuoshi lunwen) [Master Dissertation, National Taiwan University]。

東莞大朗網 (Dongguan dalang wang)。2017/09/20。〈燒烤暫別了，夜市！燒烤檔將無限期停止營業！燒烤，再見！〉“Shaokao zhanbie le, yeshi! Shaokaodang jiang wuxianqi tingzhi yingye! Shaokao, zaijian!” [The BBQ stall will be closed indefinitely!], 《搜狐網》*Souhu wang [Sohu]*。Retrieved from: [https://www.sohu.com/a/193335383\\_480246](https://www.sohu.com/a/193335383_480246) on September 1, 2018.

東莞市發展和改革局、綜合開發研究院 (中國·深圳) (Dongguanshi fazhan he gaige ju, Zonghe kaifa yanjiu yuan (Zhongguo-Shenzhen))。2019。《東莞市人口發展規劃 (2020-2035年)》*Dongguanshi renkou fazhan guihua (2020-2035) [Dongguan Population Development Planning (2020-2035)]*。

謝瑞玲 (Xie, Rui-Ling)。2018/06/13。〈東莞吃貨，新光明市場夜市要改造成『空中』夜市！〉“Dongguan chihuo, xin guangming shichang yeshi yao gaizao cheng ‘kongzhong’ yeshi!” [The New Guangming Night Market will be transformed into a "Sky" Night Market!], 《東莞陽光網》*Dongguan yangguang wang [Dongguan Sun News]*。Retrieved from: [http://news.sun0769.com/town/ms/201806/t20180613\\_7850411.shtml](http://news.sun0769.com/town/ms/201806/t20180613_7850411.shtml) on September 1, 2018.

歐雅琴 (Ou, Ya-Qin)。2015/01/23。〈振華路夜市被撤 政協委員有保留〉“Zhenhua lu yeshi beiche zhengxie weiyuan you baoliu” [Zhenhua Road Night Market was closed, CPPCC members have reservations], 《南方日報》*Nanfang ribao [South Daily]*, Page DC04。

- 范暉帆、張理萌 (Fan, Hui-Fan and Zhang, Li-Meng)。2017/10/09。〈東莞吃貨有福了，新光明市場夜市重開人氣旺〉“Dongguan chihuo youfu le xin guangming shichang yeshi chongkai renqi wang” [Diners welcome the reopening of The New Guangming Night Market], 《東莞日報》*Dongguan ribao* [Dongguan Daily]。Retrieved from: <http://static.nfapp.southcn.com/content/201710/09/c717958.html?from=groupmessage> on September 1, 2018.
- 馬俊領 (Ma, Jun-Ling)。2013。〈身份政治：霸權解構、話語批判與社會建設〉“Shenfen zhegnzhi: baquan jieyou, huayu pipang yu shehui jianshe” [Identity Politics: Deconstruction of Hegemony, Criticism of Discourse and Social Construction], 《思想戰線》*Sixiang zhanxian* [Thinking] 5: 106-110。
- 流行東莞 (Liuxing Dongguan)。2015/01/26。〈莞城振華路夜市到底「何去何從」，到了今天終於有結果〉“Guancheng zhenhualu yeshi daodi ‘hequhecong’, dao le jintian zhongyu you jieguo” [The future of Guancheng Zhenhua Road Night Market, finally gets revealed today], 《流行東莞》*Liuxing Dongguan* [Pop Dongguan]。Retrieved from: <http://www.popdg.com/news/1980.html> on March 25, 2017.
- 陳玟伶、張峻嘉 (Chen, Wen-Ling and Chang, Chun-Chia)。2015。〈臺南花園夜市攤販之社會資本分析〉“Tainan huayuan yeshi tanfan zhi shehui ziben fenxi” [The Analysis of the Vendor's Social Capital in Tainan Flowers Night Market], 《環境與世界》*Huanjing yu shijie* [Environment and Worlds] 31: 97-134。
- 陳彩麗 (Chen, Cai-Li)。2014。《人民內部矛盾理論視野下城管與小販的矛盾研究》*Renmin neibu maodun lilun shiyexia chengguan yu xiaofan de maodun yanjiu* [Research on the Contradiction between Urban Management and Hawkers from the Perspective of Theory of contradictions among the people]。廣東外語外貿大學碩士學位論文 (Guangdong waiyu waimao daxue shuoshi lunwen) [Master Dissertation, Guangdong, University Of Foreign Studies]。
- 秦啓康 (Chun, Kai-Hong)。2016。〈空降的「美食車」〉“Kongjiang de meishi che” [Airborne “food truck”], 《文化研究@嶺南》*Wenhua yanjiu@Lingnan* [Cultural Studies@Lingnan] 51(1): 12。
- 都嵐嵐 (Du, Lan-Lan)。2008。〈叛逆女性：大眾文化中的美國青年女性主義〉“Panni nvxing: dazhong wenhua zhong de meiguó qingnian nvxing zhuyi” [Rebellious women: American youth feminism in popular culture], 《南方文壇》*Nanfang wentan* [Southern Cultural Forum] 3: 27-29。
- 黃耿志 (Huang, Geng-Zhi)。2015。《城市攤販的社會經濟根源與空間政治》*Chengshi tanfan de shehui jingji genyuan yu kongjian zhengzhi* [Socio-economic roots and space politics of urban street vendors]。北京 (Beijing)：商務印書

館 (The Commercial Press)。

黃揚飛、黃曉峰 (Huang, Yang-Fei and Huang, Xiao-Feng)。2011。〈杭城夜市現狀調研及規劃建議：以吳山夜市為例〉“Hangzhou yeshi xianzhuang diaoyan ji guihua jianyi” [Investigation and Planning Suggestions on the Status of Hangzhou Night Market: a case study of Wushan Night Market]，《浙江科技學院學報》*Zhejiang keji xueyuan xuebao* [*Journal of Zhejiang University of Science and Technology*] 23(1): 47-53。

黃碧虹 (Huang, Bi-Hong)。2007。〈消失的空間與演沒的歷史都市革命下的街道文化〉“Xiaoshi de kongjian yu yanmo de lishi dushi geming xia de jiedao wenhua” [The disappearing space and the street culture under the historical urban revolution]，《文化研究@嶺南》*Wenhua yanjiu@Lingnan* [*Cultural Studies@Lingnan*] 6。

梁東平、秦璞、徐傑舜。2009。〈夜市的文化與空間：南寧市中山路夜市的研究〉“Yeshi De Wenhua Yu Kongjian: Nanningshi Zhongshanlu Yeshi De Yanjiu” [Culture and Space of Night Market: the Research of Nanning Zhongshan Road Night Market]，《中國飲食文化》*Zhongguo yinshi wenhua* [*Journal of Chinese Dietary Culture*] 5(1): 105-139。

梁燕玲 (Liang, Yan-Ling)。2011。〈消失中的小販文化〉“Xiaoshi zhong de xiaofan wenhua” [The disappearing hawker culture]，《文化研究@嶺南》*Wenhua yanjiu@Lingnan* [*Cultural Studies@Lingnan*] 25(1): 1。

梁曉潼、曾巧怡 (Liang, Xiao-Tong, and Ceng Qiao-Yi)。2010。〈不想成為集體回憶：消失中的上水小販〉“Bu xiang chengwei jiti huiyi: xiaoshi zhong de shangshui xiaofan” [Refuse to become a collective memory: the disappearing Sheung Shui hawker]，《文化研究@嶺南》*Wenhua yanjiu@Lingnan* [*Cultural Studies@Lingnan*] 21(1): 8。

斌、香雅怡、麥卓華 (Bin and Xiang, Ya-Yi and Mai, Zhuo-Hua)。2018/06/13。〈「老莞味」升級，新光明市場夜市幾個月後變成這樣！〉“‘Laoguanwei’ shengji, xin guangming shichang yeshi jige yue biancheng zheyang!” [The traditional cuisine is upgraded, and the New Guangming Night Market transforms in a few months!],《文化莞城》*Wenhua guancheng* [*Guancheng Civilization*]。Retrieved from: [https://www.sohu.com/a/235600955\\_356067](https://www.sohu.com/a/235600955_356067) on September 1, 2018.

張延吉、張磊、吳凌燕 (Zhang, Yan-Ji and Zhang, Lei and Wu, Ling-Yan)。2014。〈流動攤販的空間分布規律及其影響因素——以北京市甘露園社區為例〉“Liudong tanfan de kongjian fenbu guilvyu ji qi yingxiang yinsu: yi beijing shi ganluyuan shequ weili” [The pattern of spatial distribution and its impacting factors of mobile vendors: A case study of Ganluyuan community in Beijing]，《城市問題》*Chengshi wenti* [*Urban Problems*] 8: 81-85。

- 靳延明 (Jin, Yan-Ming)。2015/01/19。〈關掉一個夜市 舊城商業人氣不再？〉“Guandiao yige yeshi jiucheng shangye renqi buzai” [The old town totally deserted after the night market closed?], 《南方日報》*Nanfang ribao* [*South Daily*], Page DC04。
- 葉蔭聰 (Ye, Yin-Cong)。2010。《為當下懷舊：文化保育的前世今生》*Wei dangxia huaijiu: wenhua baoyu de qianshi jinsheng* [*Nostalgia for the present: the past and present of cultural conservation*]。香港 (Hongkong)：香港中文大學香港亞太研究所 (Hong Kong Institute of Asia-Pacific Studies)。
- 新華網 (Xinhua Wang)。2018/03/07。〈習近平參加廣東代表團審議時強調——發展是第一要務 人才是第一資源 創新是第一動力〉“Xijiping canjia guangdong daibiaotuan shenyi shi qianguandiao: fazhan shi diyi yaowu rencai shi diyi ziyuan chuangxin shi diyi dongli” [When Xi Jinping participated in the deliberations of the Guangdong delegation, he stressed that development is the first priority, talent is the first resource, innovation is the first motivation], 《新華每日電訊》*Xinhua meiri dianxun* [*XINHUA NET*]。Retrieved from: [http://www.xinhuanet.com/politics/2018lh/2018-03/07/c\\_1122502719.htm](http://www.xinhuanet.com/politics/2018lh/2018-03/07/c_1122502719.htm) on May 11, 2019.
- 趙玲男 (Zhao, Ling-Nan)。2013。〈城管執法與小販衝突對我國行政立法和行政執法的啓示〉“Chengguan zhifa yu xiaofan chongtu dui woguo xingzheng lifa he xingzheng zhifa de qishi” [The Lesson learned from the Conflict between Urban Management and Hawkers on our country's Administrative Legislation and Law Enforcement]。《法制與社會》*Fazhi yu shehui* [*Legal System and Society*] 11: 158-159。
- 廖逸兒 (Liao, Yi-Er)。2012。〈淺談城管與小販矛盾的解決方法〉“Qian tan chengguan yu xiaofan maodun de jie jue fang fa” [Solutions to the conflict between urban management and hawkers], 《行政事業資產與財務》*Xingzheng shiye zichan yu caiwu* [*Assets and Finances in Administration and Institution*] 4: 208-209。
- 劉遠忠 (Liu, Yuan-Zhong)。2018/9/29。〈原來的地址熟悉的味道！東莞「老莞味」新光明夜市重新開業〉“Yuanlai de dizhi shuxi de weidao! Dongguan 'laoguanwei' xin guangming shichang yeshi chognxin kaiye” [The familiar taste of the original address! The New Guangming Night market reopens], 《南方+》*Nanfang jia* [*South Plus*]。Retrieved from: [http://static.nfapp.southcn.com/content/201809/29/c1534893.html?group\\_id=1](http://static.nfapp.southcn.com/content/201809/29/c1534893.html?group_id=1) on June 11, 2019.
- 盧曦 (Lu, Xi)。2010。〈試論打造桂林十字街夜市品牌〉“Shilun dazao guilin shizijie yeshi pinpai” [Branding Guilin Cross Street Night Market], 《南寧職業技術商學院學報》*Nanning zhiye jishu shangxue yuan xuebao* [*Journal of Nanning Polytechnic*] 15(1): 72-74。

戴伯芬 (Tai, Po-Fen) 。1993。《流動攤販與都會驅趕夜市的形成：臺灣非正式經濟的個案分析》 *Liudong tanfan yu duhui qugan yeshi de xingcheng: taiwan feizhengshi jingji de gean fenxi* [*Mobile Street Vendors and Metropolis Drive Night Markets: A Case Study of Taiwan's Informal Economy*]。國立清華大學碩士論文 (Guoli qinghua daxue shuoshi lunwen) [Master Dissertation, National Tsing-Hua University]。

——。1994。〈誰做攤販？——臺灣攤販的歷史形構〉 “Shui zuo tanfan? Taiwan tanfan de lishi xingou” [Who Are Vendors: The Historical Formation of Vendors in Taiwan]，〈臺灣社會研究集刊〉 *Taiwan shehui yanjiu jikan* [*Taiwan: A Radical Quarterly in Social Studies*] 17: 121-148。

## 二、外文書目

Elden, S., N. Brenner and G. Moore . 2009. “State, space, world: selected essays,” *Contemporary Sociology A Journal of Reviews* 39(2): 758-759.

Giddens, Anthony. 1984. *The Constitution of Society*. Cambridge: Polity Press.

Hall, Stuart. 1990. “Cultural Identity and Diaspora,” in *Identity: Community, Culture, Difference*, edited by Jonathan Rutherford, pp. 222-237. London: Lawrence and Wishart.

Smart, Josephine. 2019. “How to survive in illegal street hawking in Hong Kong,” in *Raders Versus The State, Anthropological Approaches To Unofficial Economies*, edited by Gracia Clark, pp. 99-117. New York: Routledge.