

天主教輔仁大學社會學系學士論文

指導老師：戴伯芬

奶奶開的雜貨店-高齡者的社群網絡與自我實現

Grandma's Grocery Store: Elderly Social
Networks and Self-Actualization

學生：王思凱撰

中華民國一一三年十二月

天主教輔仁大學社會學系學士論文

指導老師：戴伯芬

奶奶開的雜貨店-高齡者的社群網絡與自我實現

Grandma's Grocery Store: Elderly Social
Networks and Self-Actualization

學生：王思凱撰

中華民國一一三年十二月

指導老師簽名：

系所章戳：

謝辭

從我有記憶以來，第一個記憶便是奶奶在店裡忙進忙出的身影，打烊後，還要一邊用嬰兒背帶背著未滿三歲的我，一邊送晚報。雜貨店或許是構成我三歲之前記憶的重要場所，但我卻未曾思考過為何越來越多雜貨店都收起來不做了，奶奶卻想繼續營業，也持續有奶奶的好朋友到此聊天。透過這次的簡單研究也算是給了我小小的解答了吧。首先，我要感謝我的奶奶王杜月英女士，是您的堅持才讓這間雜貨店營業延續 40 多年之久，也謝謝您在我的大學時期給我的一切支持及鼓勵，讓我在台北有第二個家。也謝謝接受我訪談的金門阿姨、高奶奶、李奶奶、王奶奶及林奶奶，因為您們的分享，讓我更深入地體會到雜貨店中的閒話家常及人情味。再來要感謝的是戴伯芬老師，研究總是不容易的，我在大四下學期產生對論文強大的排斥感，在同時修習 24 學分的情況下，我的時間管理失靈，無法如期將完稿完成。謝謝老師願意給我一次機會，我會努力地將論文完成。也謝謝巫麗雪老師在我不知所措時給我建議，雖然在論文寫作上我並無如實照著老師的建議按時進行，但還是謝謝巫老師在假日晚上特地空出時間給予我不少鼓勵。同時也要謝謝系秘雅萍，在我有退選學士論文並延畢的念頭出現時給我許多建議及鼓勵，並支持我完成學士論文，與您聊天的過程是開心且有收穫的。眾多同學中，我也要感謝塗兆軒學長，在我不知所措且認為自己無法完成學士論文時，分享了自身經驗，也給了我轉念的觀點。再來

也要感謝在同一個論文組的大家，藉由每次的 meeting 及討論，讓我知道了社會學在不同領域的結合及運用，也是因為大家的提問，解決了我在學士論文的眾多盲點，這些寶貴的經驗及回憶會是我大學生活美好的一部份。

摘要

隨著二十一世紀四大超商及量販業興起，消費者逐漸將日用品、雜貨的消費從傳統雜貨店轉向連鎖企業，並因電子商務發展，消費場域變得無形。根據國發會 2020 年人口推估，台灣將在 2025 年進入超高齡社會，老年人口佔比達 20%。在這樣的社會變遷下，雜貨店經營者的年齡也逐漸提高，代間傳承成為問題，未來可能面臨無人接手的困境。本文研究探討高齡者經營雜貨店對自我實現及社群網絡建構的影響，採用參與觀察法及半結構式訪談，訪問店主及五位熟客，了解雜貨店如何滿足社區需求。研究透過店主的生命經驗和與熟客的互動，揭示了雜貨店如何成為店主社群網絡的節點，並對其自我實現產生影響。研究發現，對店主而言，繼續經營雜貨店不僅是為了健康，也為了不讓兒女承擔照顧負擔。她認為持續工作能減少兒女的時間和金錢支出，讓經營店鋪變得更有意義。這家雜貨店對她來說，不僅是生計來源，更是她和丈夫一起打拼的家，這種生活方式已深深融入她的生命中。隨著年齡增長，這間店不僅是社交場所，也成為她社群網絡的一部分，具有維持情感性網絡的功能，也讓人情味延續。持續經營讓她感覺自己仍被需要，增強了自我價值感，也不會因年齡增長而失去存在感。透過這份工作，店主不僅減輕兒女負擔，也滿足了自我實現的需求，實現了高齡者的生活價值。

關鍵詞:高齡者、社群網絡、雜貨店、自我實現

Abstract

With the rise of major convenience store and hypermarket chains in the 21st century, consumers have shifted their purchasing of daily necessities from traditional grocery stores to chain businesses. Additionally, e-commerce has made the consumer landscape increasingly intangible. According to Taiwan's 2020 population estimate, the country will become a super-aged society by 2025, with the elderly population reaching 20%. As grocery store operators age, intergenerational succession has become a concern, with potential challenges in finding successors. This study explores how elderly grocery store operators impact self-realization and social network building. Through participant observation and interviews with the store owner and five regular customers, the study examines how the store serves community needs. It reveals how the grocery store becomes a key part of the owner's social network and influences their self-realization.

The research shows that for the store owner, continuing to run the store is not only about health but also about avoiding caregiving burdens for her children. She believes her work reduces their time and financial stress, making the store's operation more meaningful. The store is both a livelihood and a home built with her husband, deeply embedded in her life. As she ages, it becomes more than just a business—it's a social space that extends human connections. Running the store gives her a sense of purpose and self-worth, preventing her from feeling insignificant as she grows older. This work not only eases the burden on her children but also fulfills her own need for self-realization, reflecting the life value of elderly individuals.

Key words: Elderly people, Social network, Grocery store, Self-actualization

目錄

謝辭.....	i
摘要.....	iii
Abstract.....	v
目錄.....	vi
表目錄.....	ix
圖目錄.....	x
壹、 緒論.....	1
貳、 文獻回顧.....	3
一、 雜貨店經驗之研究.....	3
二、 社會網絡之研究.....	4
三、 高齡者的定義.....	6
四、 高齡者的社會參與自我價值之關係.....	6
五、 高齡者的社會網絡.....	7
六、 高齡者的自我實現.....	8
七、 小結.....	9
參、 研究方法.....	10
肆、 研究結果分析.....	12

一、 研究區概況.....	12
二、 現今雜貨店對鄰里的功能.....	14
三、 店主的開店史.....	18
(一) 基隆港邊的玩具店歲月(約 1958~1970)	18
(二) 婚後的基隆生活(約 1970~1976)	20
(三) 大坪林的過渡生活(約 1976~1979)	20
(四) 「建怡商店」的落成(1979~).....	22
(五) 繁榮的過去	23
四、 現在的經營方式.....	27
五、 堅持的原因.....	34
六、 雜貨店對老鄰居的意義.....	37
伍、 結論與檢討.....	47
一、 研究結論.....	47
二、 研究限制與討論.....	48
陸、 附錄.....	49
一、 訪談大綱.....	49
二、 照片集-雜貨店中的日常意象	50
柒、 參考書目.....	57

表目錄

表格 一 參與觀察紀錄(研究者自行繪製)	16
表格 二 時段平均消費人數及年齡層推估 (研究者自行繪製)	17
表格 三 店主生命經驗史簡表(研究者自行繪製)	31
表格 四 訪談熟客背景一覽表(研究者自行繪製)	45

圖目錄

圖表 一 雜貨店附近超商超市分佈.....	13
圖表 二 富有歲月痕跡的招牌.....	50
圖表 三 金紙架角落一隅.....	51
圖表 四 店門口懷舊意象的局部擷取.....	51
圖表 五 排排掛的香料包.....	52
圖表 六 雜貨店意象-公賣局酒籃	52
圖表 七 鐵貨架與米酒頭.....	53
圖表 八 雜貨店意象-散裝的白雞蛋	53
圖表 九 白米與秤米瓢.....	54
圖表 十 雜貨店一角-春	54
圖表 十一 雜貨店一角-各式春聯裝飾	55
圖表 十二 鐵貨架、餅乾、拉門桿.....	55
圖表 十三 雜貨店外的社區意象.....	56

壹、緒論

自從三歲從台北奶奶家被父母接回新竹照顧後，我對奶奶經營的雜貨店越來越陌生。奶奶經營的雜貨店為建怡商店，1980 年代與爺爺及兩個小孩從基隆搬來，並落腳木柵。在這尚未繁華的地區開的雜貨店，沒想到一開就延續了 40 逾載，隨著地區的開發及學區設立，雜貨店的生意蒸蒸日上，記得爸爸曾說過年及國定連假時一定要幫忙家裡送貨！

但繁華卻只能留在過往，千禧年後四大超商及量販業的興起，削弱了雜貨店的競爭力。除此之外，隨著電子商業崛起，人們不需出門便可購買商品。雜貨店的代間傳承也是一大問題，若非原店主的下一代接手或轉型，則雜貨店將成為無人接手的夕陽產業，這些因素都在加速雜貨店消失。但奶奶的雜貨店並沒有因為上述原因而熄燈，因此令我好奇的是奶奶是基於什麼原因使她持續經營雜貨店，雜貨店又如何穩固奶奶高齡階段的社群網絡。希望藉由進行此研究得出深埋於心中疑問的解答，也了解此地區的歷史流變，更了解這間雜貨店對奶奶的意義。

隨著資本主義擴張，人人講求精確分工及效率的時代來臨。街角一隅的雜貨店卻保留了上個時代的縮影，時光彷彿被定格。雜貨店又稱籤仔店，籤仔為用來

盛裝物品圓形淺竹框(教育部台灣閩南語常用詞辭典)，早期雜貨店常用簞仔盛裝乾貨、食品等，因此被稱作簞仔店，由於閩南語「簞仔」音與「柑仔」(橘子)相近，因此「簞仔店」以訛傳訛成了「柑仔店」。雜貨店之所以可以支撐起社區居民的需求與傳統人際網絡有很大的關係(蕭莉婷,2000)，因此簞仔店除了支撐社區的生活起居、日常的柴米油鹽醬醋茶之外，更是居民的集散地，因此簞仔店不僅有中地的功能，社區中的訊息亦可在簞仔店交換。換言之，簞仔店裡的交易買賣除了滿足買賣雙方外，更提供了人際互動的場合。其互動意義是更廣泛的，不僅在主客間有交易金額減免或賒帳甚至是以物易物的消費互動，也可以透過資訊交換的互惠方式達成主客間的信任關係，創造了人情味，乃至建構出社區的社會網絡(王耀德,2021)。

貳、文獻回顧

一、雜貨店經驗之研究

目前有關研究雜貨店以張明純(1996)，從經濟社會學出發，研究台灣小商店中的主客互動行為如何塑造及影響交易模式，提出以經濟在社會中的「鑲嵌性」可影響主客之間的交易互動模式。

邱婉婷(1997)，提出連鎖商店與雜貨店氣氛營造以及消費體驗不同，會影響消費者的消費行為，進而影響產業擴張與否。

蕭郁慧(2002)，僅從產業變遷、人口結構、批發零售業興起等因素研究彰化縣田中鎮19家雜貨店的變遷，也一併將中地的概念加入討論，探討田中鎮的雜貨店如何滿足社區消費需求。由以上文獻可知，雜貨店的交易行為並非遵循著市場經濟的理性選擇，反而受雜貨店的主客互動影響。雜貨店的擺設與氣氛營造也與連鎖超商以消費者服務導向及銷售商品的擺設有差別，影響消費者來店消費頻率，使雜貨店與連鎖超商的數量消長。產業變遷、人口結構及批發業興起也會影響雜貨店的變遷。

原住民部落中的雜貨店特別引發學者的關注。如陳仁昭(2016)以人類學角度切入，研究位於桃園市復興區三民里雜貨店不同族群的日常交易行為，由於此地為泰雅族原住民、閩南族群及客家族群的共同生活圈，因此藉由此區雜貨店研究可探討族群間的交易互動是否會影響族群認同或刻板印象。並指出主客間

的信任度回隨著購買頻率而增加，並表示主客交易互動時運用的語言可增強族群認同。

李伯均、施宇陽等人(2012)以人類學家Mauss(1950)提出的禮物(The gift)概念，與賽德克族「Waya」的象徵意義扣合，分析位於南投仁愛鄉的春陽部落中數家雜貨店主客、店主與上游供應商的互動。得出雜貨店中「Waya」的意義為重視分享、交換、良好人際互動及規範行為，在雜貨店人際互動中特別被遵守。也發現春陽部落中的雜貨店交易行為或人際互動可由交換禮物、分享資訊等代表「Waya」的行為中運作，從中找出傳統資本主義買賣行為外的運作可能。雜貨店的交易行為在不同族群的部落也顯示出與各族群的傳統文化連結，並反應出資本主義經濟下新的部落社會關係。

陳羿茹(2020)以企業管理的角度切入，以商店形象、知覺價值及資訊搜尋分析消費者再雜貨店的再購意願，以量化為研究方法發放實體問卷及網路問卷。研究發現，商店形象、知覺價值及資訊搜尋皆對顧客的再購意願有顯著影響。由問卷得出，至雜貨店消費的年齡層約落在三十至五十歲以上的中高齡年層，顯示年輕族群在雜貨店消費在整體年齡層中比例是低的。

二、社會網絡之研究

社會網絡(Social Network)一詞首先由人類學家 Barnes(1954)提出，以研究挪威漁村社會結構為主，發現若以群體中的正式網絡進行分析(社會角色、工作職

位等)較無法得出該社會全面的社會結構。若以群體中的非正式網絡(親友關係、鄰里互動等)藉由分析更微觀的人際互動，可更釐清該社會全面的社會結構。

Grenovetter(1974)進一步區分了弱、強不同的連帶類型，弱連帶理論為社會網絡領域中研究個人如何藉由與他人互動的時間長短、互動親密性、資源交換程度、互惠性程度等，形成與他人的社會網絡。分為兩種連帶關係:強連帶與弱連帶；強連帶建立在同質性且互動頻率高的關係中，如家人、好友及親密伴侶中，除了提供強大的情感支持，還可能提供中間人關係，使個人接觸認識到不同領域或階層的他人，形成個人與他人的弱連帶；弱連帶建立在異質性互動且互動頻率較短的關係中，由於異質性較高且用於交換資源的關係，弱連帶提供的資源可比強連帶更多。

社會網絡密度及規模也會影響社區關係及社區營造結果，由王光旭、黃怡臻(2016)，分析社區中不同性質的社會網絡影響台南市兩個鄰里的社區意識及社區參與程度為何。研究發現社區中情感性功能網絡密度越高，對正向社區意識的顯著度越高，即情感性社會網絡對提升社區意識有正向影響。

而陳定銘、潘蓉慧的研究《社會網絡分析應用在社區發展之研究-以屏東縣竹田鄉社區為例》(2013)，透過分析屏東竹田鄉社區的社會網絡，研究網絡在社區發展中產生如何的影響。由於竹田鄉為傳統客家聚落，研究顯示此社區中親友的內聚性網絡強，社區發展中網絡建立的基礎以內聚性網絡為主，藉由不同內

聚性網絡接觸地方及中央各階層的網絡，竹田鄉方能持續進行社區發展。

三、高齡者的定義

依據 WHO 的定義，高齡者（或老年人）為 60 歲及以上的人群，並指出全球的高齡者有逐漸增加趨勢。WHO 強調，高齡者的健康問題不僅關係到生理年齡，還與心理健康、社會參與、生活品質等因素有關(WHO,2020)。而聯合國人口基金會(United Nations Population Fund)定義了高齡者為 60 歲以上的人群，分析了全球人口高齡化的趨勢。並指出不同國家和地區對高齡者的年齡界定也可有差異，分析了高齡化社會對經濟和醫療系統的挑戰。

四、高齡者的社會參與自我價值之關係

根據國發會的人口推估報告，台灣將於 2025 年進入「超高齡社會」，每五人中即有一位為高齡者。吳舜堂、陳欽雨等人(2017)的研究《高齡長者社會支持、社會參與與活躍老化關係之研究》中，以高齡者的社會支持、社會參與程度與活躍老化的關係為主題。透過問卷發放及分析後，發現高齡者的社會參與及社會支持對活躍老化皆有顯著影響，代表社會參與可增強高齡者的社會支持，使高齡者維持高齡化的身體自主性，對於活躍老化有正面影響。此外，自我價值在許多層面上也對生活滿意度產生顯著影響，顯示出社會參與及自我價值對提升生活滿意度的重要性。而在楊凱蓁、林宜穎的研究《高齡者的學習參與及生

活滿意度關係之研究：以自我價值為中介變項》(2018)，證實高齡者的學習參與可有效提升生活滿意度，並認為高齡者可透過學習參與提升自我價值，進而使生活滿意度上升。代表學習參與不僅帶來知識增長，還能增強高齡者的自我認同與生活意義，對高齡者的心理健康具有積極影響。工作也是提升高齡者自尊及自我效能的有效方法(張雪鳳，2021)。她的研究《高齡者自我效能與自尊對工作意願之探討》中發現，高齡者若有持續工作，可使自我效能提高，也使高齡者透過做中學提升自我價值及自尊，因此工作意願越高的高齡者，其自我效能及自尊也越高。

五、高齡者的社會網絡

高齡者的社會網絡是建構高齡者社會支持的重要部分，若有足夠的社會支持可使高齡者達成活躍老化。活躍老化為確保每人再高齡化階段的生活品質，達到最適宜的健康、社會參與及安全的過程。為高齡者福利政策的核心價值和目標。趙文君的研究《高齡者社會支持與心理福祉之關係以屏東縣為例》(2015)以量化分析高齡者的社會支持與心理福祉關係。研究發現，高齡者社會支持中，朋友工具性支持的影響程度，僅次於家人情感性支持對其心理福祉的影響程度，強連帶關係對高齡者的心理福祉有正向關係。顯示對高齡者來說，朋友提供的情感性網絡功能不亞於家人的網絡功能。

若高齡者處於獨居狀態，擁有孤寂感或罹患憂鬱、焦慮症狀的比例較高，因此社會網絡的支持為影響獨居長者心理健康的重要因素之一(蔡璧徽，2016)，特

別是情感性網絡 (如家人、朋友) 的支持與獨居長者的憂鬱、焦慮及孤寂感皆有直接作用的效果，也可緩解獨居長者的壓力源。

六、高齡者的自我實現

自我實現源於需求層次理論的最高層級(Abraham Maslow,1943)，在自我實現層次底下還有四個需求層次，分別為尊重需求：包括自尊、他人對自我的尊重而影響的成就感、地位和認可。愛與歸屬需求：指人際關係的需求，如友情、愛情和歸屬感。安全需求：涉及對安全、穩定和保護的需求，包含安全、身體健康的保障和經濟安全。生理需求：包含基本的生存需求，如食物、水、空氣、睡眠和性需求。馬斯洛認為，在低階需求層次被滿足後，才能激發高階需求的層次，如自我實現需求。需求層自理論也被視為研究個人行為動機的重要理論之一。高齡者若有持續學習行為也對自我接納及生活適應有正面影響(黃美瑛，2006)，她以高雄長青學苑的高齡者學員為樣本進行量化研究。研究發現經由前後側比對，高齡者在學習過程中會對自我接納程度產生正面影響，即持續的學習行為可使高齡者對自身產生正面的自我意識。促進高齡者對自我實現層面的需求。此外，高齡者若有持續的勞動也對自我實現有正面影響(陳秀芳，2024)，此研究以高齡者撿拾資源回收與自我實現之關係為主題，訪談了退休後成為高齡者，並持續撿拾資源回收物的牧師。研究發現，高齡者會因自身生命經驗、教育程度等因素，賦予勞動過程意義，使社會參與感變高，進而達成自我實現需求。

七、小結

高齡者透過持續的工作學習不僅使自我效能提高，也可引起自我實現需求的動機。家人與朋友提供的社群網絡也使高齡者有足夠的社會支持。近年來的雜貨店研究多以消費型態、地理因素、歷史變遷及族群互動為主。將雜貨店與高齡者自我實現及社群網絡連結的研究尚不多，因此研究者想以此方面切入，除了瞭解店主經營的雜貨店現今滿足客人哪些需求外，也試著找出店主如何由經營雜貨店建構及維持社群網絡。本研究探討的主要面向為雜貨店的社群網絡建構，以及店主身為高齡者，經營雜貨店對她的生命意義為何，開設雜貨店是否作為自我實現需求的指標。希望藉由蕭郁慧的研究試著歸類出此雜貨店在社區中發揮什麼功能；藉由陳仁昭的研究觀察主客間的消費互動及購買頻率，區分出至雜貨店消費的一般客人及與店主熟識的客人；藉由李伯均等人的研究檢驗雜貨店中的交易行為具有怎麼樣的禮物交換性質，這些交換如何影響主客互動及社會網絡建構。藉由訪談熟客，得知他們如何與店主建立出社群網絡，店主的雜貨店是否對他們的社群網絡有影響。也將從高齡者的自我價值及自我實現的觀點，探討店主是否藉由經營雜貨店而產生想達成自我實現的動機，或已藉由經營雜貨店達成自我實現需求。因此將訪談店主，釐清雜貨店的經營對店主自我實現需求的關係，得出雜貨店對於店主的意義為何。

參、研究方法

本研究主要探討面向有三:(一)雜貨店目前在社區中如何滿足客人需求?(二)店主為何在高齡階段仍持續經營雜貨店?這家雜貨店對店主的意義為何?(三)如何透過雜貨店的經營維持店主的社群網絡?藉由參與觀察法觀察社區居民在雜貨店的消費型態,以客人年齡層、購買商品時段、購買商品、購買數量等歸類,並以描述統計解釋雜貨店滿足了客人那些需求,回應研究探討的第一個面向。由觀察雜貨店交易的主客互動方式,藉此分析店主如何在與客人交易的同時創造「閒話家常」的氣氛。並以客人到訪時間及談話內容區分出一般客人及熟客。瞭解兩者在雜貨店中的交易模式有何不同後,再立意訪談與店主熟識的客人,藉此瞭解熟客與店主如何由雜貨店建構出社群網絡,藉此推敲出雜貨店是否有發揮高齡社交網絡的節點功能。訪談目的為瞭解熟客與店主認識的過程、雜貨店如何成為店主社群網絡的節點。此外,也會加入與店主的訪談,目的為得知雜貨店的歷史、雜貨店對店主在每段生命經驗中的生活方式產生什麼影響,及與高齡階段的自我實現的關係。

本研究以半結構式訪談為主要研究方法,共訪談了一位店主及五位熟客,同時也採用參與觀察法,以得知社區居民買的商品為何,雜貨店為附近社區帶來什麼功能。與客人的訪談將以四個問題為主,分別為:一.請問您什麼時候會來建怡

商店買東西?大多時候買什麼?二.是什麼原因讓您來建怡商店購物,而不是去連鎖超商或超市呢?三.有什麼商品是之前會來建怡商店買,但現在會去別的地方買?四.您來建怡商店消費時會與老闆聊天嗎?都聊些什麼呢?五.您與老闆是如何認識的?彼此之間有何關係? 與店主的訪談將以四個問題為主,分別為一.當時是因為什麼原因想開設這間店呢?二.剛開店時周圍社區的環境如何?店裡都賣些什麼呢?三.在雜貨店中,您年輕時的生活作息與現在有什麼不同呢?四.幾十年來,您覺得現今生意與二十至三十年前的對比怎麼樣?五.現在雜貨店都逐漸結束營業,為何您會想繼續營業呢?

肆、研究結果分析

一、研究區概況

本研究的雜貨店落在文山區木柵樟文里的巷弄一隅，由現任店主及前店主(店主的先生，已歿)創立於民國六十八年，店面前半部屬於營業範圍，後半部為店主住家用及貨物庫存堆放，至今已營業超過四十年。店主表示，雜貨店六十八年剛營業時，營業時間為早上六點至晚上十一點，幾十年來如一。後來丈夫過世，少了一個人力顧店，因此營業時間改為早上七點到晚上十點，近四年，營業時間改為早上七點到晚上九點半。

「從開店以來都是從六點做到十一點，後來我先生走了，剩我一個人顧店，也考慮到自己年紀大了，我怕危險不敢顧那麼晚，所以就把營業時間縮短，自己也可以早點休息」(店主)

附近也是學區，鄰近國中小、高中及傳統市場，為人口密集的社區。研究者以 Google 地圖實際以雜貨店為中心向外延伸，發現以雜貨店為中心向外延伸的三百多公尺內，分別有五家超商、一間大型超市，大型連鎖商店的密度非常高，但雜貨店並沒有因為零售及量販業的崛起而結束營業，可推斷雜貨店或許還持續提供週邊居民的日常需求。而現今樟文里也是老化的社區，根據 113 年文山戶政事務所開放資料「各里現住人口數按性別及年齡分月統計表」估算，

樟文里截至 113 年 15 歲以下人口數量約 760 人，65 歲以上人口約 1190 人，以老化程度公式估算，樟文里的老化程度為 156.58，表示老年人口（65 歲及以上）已經是兒童人口（15 歲以下）數量的 1.57 倍以上，顯示樟文里面臨較高的老齡化問題，老年人口的比例遠高於年輕人口。



圖表 一 雜貨店附近超商超市分佈

雜貨店於民國 70 年代曾販賣菸酒雜貨、麵包、生活五金、報紙、文具、玩具、零食等。隨著 21 世紀邁入，超市量販及超商通路崛起，消費者將生活五金及雜貨的需求轉向購買，造成雜貨店客源減少，因此減少生活五金品項的販賣。近十年也因超商及量販通路進口零食的崛起，加上廣告的推波助瀾，消費者傾向於到連鎖量販超商購買零食。而紙本報紙也漸漸被電子媒體替代，報紙的需求量減少，因此雜貨店逐漸減少零食品項也取消了報紙的販賣。目前販賣

的商品以菸酒、飲料、雞蛋、白米、金紙等為大宗，顯示在社會消費習慣的變遷下，消費者對雜貨店的需求遠遠不及幾十年前。

二、現今雜貨店對鄰里的功能

隨著量販業及四大超商的崛起，雜貨店的功能逐漸被取代而沒落，科技也自動將消費行為轉為無形，動動手指就可將商品納為己有，省略了實體交易的過程。在超商崛起及科技的進步下，建怡商店不但沒有倒閉沒落，反而穩定營業中，因此研究者想了解現今建怡商店如何為社區居民提供日常生活所需。研究者實際至建怡商店進行共七次，每次觀察時間為半小時至一小時的參與觀察。分為平日上午半小時、平日下午一小時、假日上午一小時、假日下午一小時及假日晚上一小時紀錄。共在不同星期的平日進行三次、假日四次參與觀察。觀察內容以客人年齡層(以目測評斷)、購買商品、購買數量等紀錄，整理成參與觀察紀錄表及時段平均消費人數及年齡層推估表。

紀錄結果發現，在客人年齡層方面以中年人佔多數，老年人為輔，年輕人最少。顯示出雜貨店服務的客群以中老年齡層為主。有趣的是店址雖處於文教區，但年輕人的來客數不增反減，也證實了年輕人越來越少選擇雜貨店作為消費場域。購買物品則以雞蛋最多，其中白雞蛋又比紅雞蛋賣的多，其次為香菸，再來是啤酒及料理米酒、飲料等，其餘食品或生活雜貨等皆是賣得較少的物品。比較特別的為金紙及線香，由於 8/11 為中元普渡前後，因此研究者觀

察到金紙及線香的銷量比平時高，也代表建怡商店能在祭祀用品滿足社區居民的需求，且是不能被超商及量販通路取代的。

也藉由時段平均消費人數及年齡層推估表得知，來客數也會隨著不同時段有所增長，平日及假日上午的平均來客數最多，以中老年人為主。研究者觀察到，有些中老齡層的熟客會在上午時段前來消費順道與店主聊天，也會吸引經過雜貨店的共同好友，造成中老齡層平均消費人數上升。研究者也觀察到有些父母會在假日上午帶著小孩前來買東西，增加了假日上午年輕人平均消費人數。平日下午的來客數次之，研究者觀察到有些學生在放學後也會來店裡購買飲料，造成平日下午年輕人平均消費人數增加，使此時段的年輕人與老年人平均消費人數一樣。假日晚上時段的觀察是逢中元普渡前後，因此平均來客數大幅上升，主要為客群來源是老年人，買的商品以雞蛋、米酒、飲料及金紙為主。假日下午的平均來客數是參與觀察中五個時段裡最少的，主要客群以中年人為主，老年人為輔，買的商品以香菸、雞蛋及飲料為主。

綜合以上，發現客人來建怡商店購買的商品都以日常生活的食品或必需品為主，如雞蛋、菸酒、飲料等，也可滿足客人日常祭祀用品的需求。由於雜貨店裡雞蛋、豆類、粉類的散裝性質與量販包裝相比，較能滿足個人或家戶中的臨時需求，因此研究者也觀察到客人在購買散裝類商品時，數量都是不一定的，會依據自身需求購買需要的分量。而這也是雜貨店「酌量購置」的特點，使客人可以在數量上自主選擇，無須受制於標準化的包裝。消費年齡層以中年人為

主，老年人為輔，年輕人最少。由於雜貨店所在的鄰里已是高齡化社區，與研究者未執行參與觀察前所假設不符，可能是因為參與觀察的時段、持續時間及日期不固定，各時段沒有一定的基數推估，導致有偏差值出現，造成觀察結果與研究者假設不符的情況。

表格 一 參與觀察紀錄(研究者自行繪製)

時間	時段消費 總人數	商品	數量	年齡		
				老年人	中年人	年輕人
2024.7.20 (六)下午 14:00~15:00	3人	白雞蛋	1斤	√		
		香菸	2包		√	
		鋁箔包飲料	3瓶		√	
2024.8.11 (日)晚上 17:00~18:00	7人	紅標米酒	4瓶	√		
		玻璃瓶裝啤酒	4瓶	√		
		寶特瓶飲料	2瓶			√
		紅雞蛋	約3斤		√	
		紅雞蛋	約2斤	√		
		金紙	5支	√		
		香	1包	√		
2024.9.10 (二)下午 13:00~14:00	4人	香菸	5包		√	
		白雞蛋	約2斤		√	
		鋁箔包飲料	2瓶			√
		白米	5斤	√		
2024.9.14 (六)晚上 20:00~21:00	3人	玻璃瓶裝啤酒	4瓶	√		
		香菸	1包		√	
		麵線	1把	√		
2024.9.15 (日)上午	6人	香菸	1包	√		
		寶特瓶飲	1瓶	√		

8:00~9:00		料				
		罐裝啤酒	4罐		V	
		袋裝餅乾	1包			V
		香菸	2包			V
		紅標米酒	2瓶		V	
2024.9.23 (一)上午 9:30~10:00	4人	紅豆	半斤	V		
		香菸	1包		V	
		麵粉(散裝)	20元(一小包)		V	
		紅標米酒	3瓶		V	
2024.9.26 (四) 上午 10:30~11:00	3人	泡麵	2包		V	
		白雞蛋	約5斤		V	
		白米	3斤	V		

表格 二 時段平均消費人數及年齡層推估 (研究者自行繪製)

時段	參與觀察 時長	時段推估消費平均 人數	推估消費年齡層		
			老年人	中年人	年輕人
平日上午 (7:00~12:00)	半小時	約 35 人	約 10 人	約 25 人	0 人
平日下午 (12:00~18:00)	一小時	約 24 人	約 6 人	約 12 人	約 6 人
假日上午 (7:00~12:00)	一小時	約 30 人	約 10 人	約 10 人	約 10 人
假日下午	一小時	約 18 人	約 6 人	約 12	0 人

(12:00~18:00)				人	
假日晚上 (18:00~21:30) 以四小時計算	一小時	約 20 人	約 14 人	約 4 人	約 2 人

三、店主的開店史

(一)基隆港邊的玩具店歲月(約 1958~1970)

店主小學畢業後到結婚前這段期間，曾在基隆幫忙大姐經營玩具店，那是在 1960 年代美援時代的基隆港邊。因為家中經濟因素又是家中五個孩子排行最小的，因此小學畢業後便成為大姐玩具店的幫手。

「我是基隆人，也是家最小的小孩，我大姊差了我十幾歲。那時候我大姐跟姊夫在基隆港旁義二路附近有經營一家玩具店，在國小畢業後因為家裡沒錢讓我繼續讀書，所以就到大姐的玩具店幫忙，也住在那裡。主要就是幫忙顧店啦、介紹啊、賣玩具...這樣一做就是十幾年。一直到後來結婚了小孩出生後才與先生搬出去。大概也在那裡幫忙了快十三年有吧。那個時候就知道經營一家店大概是怎麼一回事。」

同時店主也描述到那時基隆港邊繁榮的景象，及顧店的日常。

「那時候基隆很熱鬧，商船很多，港邊都是委託行，蘋果一顆要好貴，奶粉也很稀有，美國人跟日本人到處都是，那時候玩具店的生意真的很好。所以在顧玩具店的時候，也要學一點日文或比手畫腳，現在想起來都覺得蠻好玩的」。

經由姊夫的介紹，店主也間接認識了當時在基隆港擔任船員的外省丈夫。在省籍情結依舊對立 60 年代，本省與外省籍仍有許多對立及誤解。而這樁戀情也遭受家人阻擋，但店主仍與丈夫完成攜手一生的願望。

「我先生大我十幾歲，最主要還是外省人，江蘇來的嘛...也是因為跟我姊夫認識，之後常來店裡買東西就慢慢認識。那個時代還很保守，特別他又是外省人，我家人跟我哥哥們都很反對，一開始婚事沒有成，但我也是很不聽家裡的話，跟他一直維持朋友關係。後來兩年後婚事才有成，但我家人都跟我說：『這是妳自己選的丈夫，之後發生了什麼事情，一定不能回家抱怨』。後來也生小孩一起打拼這麼久啦」

店主在基隆港邊近十年的玩具店歲月，不僅使她認識了攜手一生的丈夫，也讓她了解店鋪的經營之道，為日後經營雜貨店定下了一定基礎。

(二)婚後的基隆生活(約 1970~1976)

店主在婚後仍短暫在基隆居住一段時間，婚後的家庭分工上，店主負責育兒、打理家事及兼職家庭代工，丈夫負責出外跑船。

*「小孩出生後我搬出大姐的玩具店，跟我先生開始在基隆租房
子，住的離大姐的玩具店不遠，那時候我大兒子出生，我負責
在家中帶小孩，常常也拿很多手工回家做(家庭代工)，大概都
是接一些衣服回來縫，或是綁電線，加減貼補家用，有時候也
會去大姐那邊顧店，有時候我兒子幼稚園放學後我也會帶他一
起去大姊家吃晚餐。我丈夫就一樣在跑船，三四個月才回來一
趟，結婚後在基隆也住了大概五六年。」*

透過店主的引述，可大概推敲出當時的家庭分工還是處於傳統的「男主外、女主內」，丈夫負責外出工作，妻子負責育兒及打理家事。然而，進行家庭代工的場域仍然在家庭內，因此店主不僅需育兒，還須同時運用空閒時間完成代工，反映出當時在家庭分工上，婦女付出的並不少於丈夫，也呈現出當時歷史背景下，婦女為了滿足傳統性別態度及文化規範所承受的不公平。

(三)大坪林的過渡生活(約 1976~1979)

因為小孩教育的緣故，店主與丈夫決定從基隆搬來新店鎮(今新北市新店區)的大坪林，短暫居住了 3 年。

「那時候我大兒子幼稚園畢業要上小學，小女兒也剛好要上幼稚園。相比起基隆，我覺得台北的教育比較好，資源比較多，小孩上學的競爭力或許比較強，最主要是我丈夫他舅舅年紀大了住在大坪林，我們搬來我先生可以照顧。之前的積蓄也剛好有了，所以就跟丈夫決定搬到大坪林這裡。那時候剛開發房子比較便宜，也離台北市不遠，就在大坪林這邊買了平房。」

店主在大坪林的生活也持續維持在基隆時期的家庭分工，負責育兒、打理家事及兼職家庭代工，而丈夫轉為照顧舅舅的主要角色，沒有持續跑船，隨著生活支出的增加及收入的減少，店主逐漸萌生自己開店的想法。

「搬到大坪林後，我先生主要在照顧他舅舅，他們那個時候(國民政府撤退台灣)是一起逃到台灣的，我丈夫受他舅舅很多照顧，所以那時候我丈夫才會是主要照顧他的人。我除了照顧小孩外，閒的時候是拿手工來做，但只有我做手工的錢不夠啊，錢就越來越少，我跟我先生想說過節儉一點就好了，但怎麼苦也不能苦到小孩，所以最後還是要想辦法看怎樣才能賺到錢。因為我只有小學畢業，找不到什麼工作，想說自己會顧店，跟我先生討論後就決定開店，但大坪林這邊的房子在巷子裡，地段不好，所以決定搬到其他地方。之後大坪林這邊就給我先生他舅舅、舅媽夫妻倆住了」

正也是店主及店主丈夫當時在大坪林買下房子定居的決定，使店主有不動產的資源可供收租，提供店主在高齡階段時仍能由租賃所得當作被動收入，此收入也成為店主能穩定營運雜貨店的其中一因素。

(四)「建怡商店」的落成(1979~)

在以店面、居住功能及教育為主選址後，店主決定在學校林立且新開發的港墘地區(今文山區木新路三段，近景美女中一帶)定居開店。

「那時候因為要開店又要找一樓能當住家又能當店面的房子，原本有看公館那邊，但太貴了。後來看到木柵這邊也剛開發，以前這裡都是田地，那時候這邊還叫做木柵區。我們這邊前面一排的房子剛蓋好，周圍很多學校都建起來了，小孩也不需要跑到很遠的地方上課，就選這邊開店了，一路做到現在。剛好我先生跟我都很喜歡小孩，覺得如果用小孩的名字當店名可以讓生意變好，就用兩個小孩的名字各取一字，叫做「建怡商店」。」

由於店主一家是第一批搬到這裡定居並開店的居民，當時周圍土地都在開發中，因此剛開店時並不順利。

「其實剛開始生意都不好，周圍都是竹子林跟泥巴地。最主要的是周圍鄰居會來買東西，做鄰居的生意。但那時周圍都還沒完

全開發，住這邊的人比較少，所以就比較少鄰居來買東西，大概開個三五年的時候店裡面的東西才逐漸變多。可是做雜貨還是賺不了什麼錢，我跟我先生也沒有記帳的習慣，又有小孩要養。搬到木柵後我先生就不跑船了，之後就變成我先生早上去上日班，我早上也一樣開店顧店，中午還可以給小孩帶便當。

就慢慢習慣這種生活了」

店主使用兒女名字各取一字當作店名，也因兒女教育原因，看中台北地區的教育資源而搬離基隆，顯示店主對兒女的重視，也象徵店主不遺餘力的將自己奉獻到家庭裡。

(五)繁榮的過去

店主提到，周圍土地逐漸被開發，房子蓋起來居民移入後，再加上台北市公有木新市場完工，周圍生活機能逐漸完善，雜貨店的生意才慢慢開始好起來。

「其實那時候雜貨一開始不好做，所以我也有接一些手工回來做，多少補貼一下。直到周圍的房子陸續蓋好後生意才比較好。剛開店沒幾年電信局就來店門口裝了一台紅色的公共電話，那時候大家根本沒有手機，所以常常來店門口播電話，就會順便來店裡買個東西。那時候大家最常來買的就是菸、火柴跟酒，還有調味料。後來漸漸周圍的房子蓋起來，人就開始多

了，周圍學校的小孩放學也會來買東西。木新市場也剛蓋好，吸引了好多人來這邊住，我們生意就越變越好，進的貨就比較多，從小孩愛玩的抽抽樂、小玩具、零食到清潔的掃把、拖把，生意最好的時候我還有到附近麵包店進麵包來賣，賣的東西都可以排到店外面去。過年的時候那才是生意真正好的時候，鞭炮一直進一直賣，我兒子女兒都要來幫忙。元宵節也會進燈籠，那時候的人都喜歡提燈籠過節。」

家庭分工上，由於店主丈夫的年紀較大，體力稍微退化。因此打理店舖及主要經濟來源是店主負責，店主一度接到三份工，一天中可以休息的時間被壓縮，但她覺得仍需打拼賺錢栽培小孩及維持生活。

「因為我先生比我大很多，體力不太好，之前跑船的作息也不正常，基本上他早上上完班之後回到家就累了，比較空閒的時候他會去批發商那裡載貨。顧店跟顧小孩基本是我在負責。因為我有賣報紙，客人會訂，也會幫報社送報。所以凌晨四點就要騎腳踏車在附近送早報，送完之後到附近麵包店載剛做好的麵包回來賣，回來剛好六點開店，送小孩上學後開始顧店，我先生也差不多這個時間出去上班。我顧店除了會有人來買東西，也會有批發商來送貨，還要做家事，其實很少閒下來的時候。下午我先生下班後換他顧店，我去附近電子工廠做女工上

小夜班，晚上回來也大概十點多了，如果剛好我接的手工需要趕工，那就必須做到凌晨一兩點，一天大概睡沒有三個小時，那時候大概是最忙的時候。但我也不覺得累，要賺錢給小孩有好的教育，也要賺錢生活啊。」

店主也提到，那時候開店客人如果叫貨就必須送到府，以穩定雜貨店客源，也幫助雜貨店有穩定收入。

「那時候客人如果有買酒他不方便來拿，我就要用繩子把酒瓶綁好，再用袋子裝起來，騎腳踏車送到他們家。如果他買一包大袋裝的米...50斤的，也要自己搬去給他，我記得有人只有買一包鹽，但他家在五樓，我也是一樣送去給他。生意如果再好一點，我兒子女兒下課後也要來幫忙送貨，如果沒有送大家會覺得不方便，漸漸的就不會來買了」

在雜貨店還興盛的年代，店主通常都會提供賒賬的服務，即買完商品先暫不付款，等到一段時間後在將之前的帳一次付完。與現今一手交錢、一手交貨，銀貨兩訖的交易模式不同。顯示了雜貨店在交易上也融入了人情的元素，體現出雜貨店中交易的社會鑲嵌。店主提到之前也有提供賒賬的服務，但客人欠錢不還的情況越來越多，因此才取消提供賒賬。

「之前會給客人賒帳，通常是比較熟的或是經濟比較困難的會

給他賒。有一本賒帳本會記錄哪一個人在哪天買了什麼，最主要是買了多少錢。看是給他一個禮拜賒一次還是月底一次還。大部分的客人賒賬都會準時來店裡還，但有的客人真的很不道義，賒了帳人就跑了，而且還越來越多。我兒子女兒出社會後就不再讓客人賒賬了。」

在零售通路、網路購物及社區老化的社會變遷下，雜貨店的生意也大不如前。店主也提到由於先生的離開及自己的老化，不僅減少雜貨店賣的品項，也將打烊時間提早。

「從二十幾年前我的東西就越賣越少，大家都去便利商店或頂好買了，現在還有人去 Costco 買，一次就是買好多，我們這邊賣的東西數量沒有那麼多，賣的東西也不是大家想要的。現在的人也幾乎都在網路上買東西了，網路上多的是我們這邊買不到的東西。主要是鄰居如果臨時有缺什麼才會來這邊買，再加上原本住在這邊的鄰居都變老了，有的搬出去不住這裡，有的也走了，年輕人或小孩現在都不太會來這裡買東西，我的東西就越賣越少。十幾年前我先生身體慢慢變得不好，我年紀也大了，東西就慢慢賣的比較少，像一些報紙啊... 零食的我就沒有再賣了。之後我先生走了也少了一個人可以顧店，也把打烊的時間提早，變成九點半到十點這個區間打烊。」

從店主的引述中，可依稀描繪出雜貨店過去繁榮的光景，店主也曾為了賺錢以維持家庭運作同時兼了三份工，也壓縮了店主的休息時間。但店主仍以家庭及兒女為優先並認為這是自己的責任，因此不覺得疲倦。透過店主描述雜貨店過去與現今的經營狀況，可歸類出批發零售通路及網購的崛起是衝擊生意的主要因素，店主也因身體的老化逐漸減少商品品項及將營業時間縮短。也因主客間的不信任取消賒帳服務，皆顯示了在社會變遷及批發零售通路崛起下，雜貨店無法滿足大部分的消費者，雜貨店中由相互信任而創造的網絡也逐漸喪失。

四、現在的經營方式

在現代消費習慣的變化及社區老化的環境下，店主表示現在賣的商品減少許多，不僅五穀雜糧減少販賣，連吸引小孩的糖果都完全沒有販賣了。顯示現代的消費習慣對雜貨店的衝擊之大。

「我還是維持每天都開店，除非是過年或出去玩，就習慣了嘛，這個房子就是拿來開店的，不開店還反而覺得怪的。但我賣的東西又比十年前少更多，之前還有賣好多種米跟豆子，現在米只剩一種，豆子是有人要才會進來賣。零食只剩小包裝的餅乾，以前還有賣糖果啊、肉乾那些的，現在都沒有銷，現在小孩好像都不喜歡吃，就都完全沒賣了。」

店主表示，目前賣的最好且有穩定進貨的商品以雞蛋、菸酒、白米及飲料為大宗，雜貨及金紙為不定時進貨之商品。

「蛋我都是兩天進一次，比較新鮮，客人也比較會來買，裂掉或是沒有賣完的蛋，下次蛋商來換新的雞蛋也會收走。菸現在有跟兩家批發商進，一個是公賣局，會順便跟酒類一起進貨。另外一個是專門賣日本菸的，每個禮拜二早上都會有菸商的業務來查貨順便送貨。酒類的話我是進啤酒、各種米酒為主，因為大家需要，現在還賣得很好，通常我都是打電話跟公賣局業務說這次要進多少，大概一兩天後就會送來了。米我是一袋一袋進的，除了客人會買，我們自己平常也會煮，所以大概兩個禮拜要跟雜糧行進一次。其他的雜貨跟飲料我是跟另一個批發商進，因為比較沒人買，我一個月才會進一次。比較特別是金紙跟香，平常買的人不多，但一到要拜拜的節日就會有很多人來買，所以我都是一次進很多，貨架擺滿後就會把剩下的紙錢拿到後面倉庫放。」

店主也表示，之前在新店大坪林的老家目前有出租給房客，有固定的收入可提供了一部份的日常所需及店中商品進貨的資本。

「其實這家店已經沒有賺得像以前這麼多，之前是我拼命做才

有存到一些錢可以養小孩生活。主要是因為以前大坪林老家現在有出租，這些房租可以讓我維持生活，也可以讓我有些錢可以進貨，才讓我比較沒有經濟上的壓力。」

相較於以前忙碌的生活，店主現在的生活主要由顧店、打理家務、照顧孫子、參加週間的老人歌唱才藝班為主，有時也會與好友一同報名國內及國外的旅行團出遊。

「現在跟之前比真的比較輕鬆，我現在是六點會起床到市場買菜，差不多七點開門，我孫子早上去上課後我就在顧店，現在大部分都是早上差不多九點到中午這段期間住周邊的朋友就會來店裡聊天。生意差不多都是早上剛開門或接近晚上的時候比較好，大家最常來買蛋、買米，再來是菸跟酒還有飲料，其他就是鄰居有缺才會來買。有空就把家事做一做，洗衣煮飯，下午通常都沒什麼生意，我也不會把店門拉下來，這樣大家才有東西可以買，生意還是要做。所以我就會把店門口的電鈴打開，自己在靠椅上小睡一下，如果有人要買東西，我馬上就可以起來。如果沒事的話我也會複習歌唱班教過的歌，不然有時候下午真的好無聊。靠近晚上的時段生意會變好，所以我也會邊顧店邊準備晚餐，等我孫子一起回來吃飯。之後晚上就沒什麼生意了，差不多到九點半就會打烊。」

店主也表示，在先生過世後，比較會跟朋友一起相約到國內外出遊。

「我先生走了之後，我才比較會跟朋友出去，有時候跟比較好的朋友會一起報名小李(旅行社名稱)到處玩，最近有去過馬祖、苗栗...一次都去大概兩三天。疫情前比較會跟朋友報名旅行社出國玩，這幾年也陸續去過好多地方玩，有澳洲、德國、新疆、桂林，日本也去了好多次，疫情之後就不常出國了。」

參加歌唱聯誼會也提供店主一個交朋友的場合，不僅認識新的朋友，也有了顧店之餘打發時間的消遣。

「因為之前我很閉俗只顧著做生意，沒有其他休閒娛樂，也不會唱歌，所以那時我先生還健康的時候是他鼓勵我去參加歌唱班的，這樣一參加就是快十年。也在那裡認識了一些新朋友，有時會來店裡買個東西。參加歌唱班主要是讓我在有別的事情可以做，讓我比較不會無聊，每天都有歌可以練習，不要光是只有顧店。」

從上述店主的引述總結，店主現在的生活仍是以經營雜貨店為主，也可藉由自己的能力將現有的商品打理好。藉由租賃所得，店主在經營店鋪之餘也會與認識的老鄰居們相約出遊，也會透過每週參加歌唱才藝班認識新朋友。顯示店主在高齡階段中，經營雜貨店已不再是維持日常生活經濟需求，不僅由彈性雜貨

店經營建立起自己的社群網絡，也透過參與歌唱才藝班交友並在日常中有了經營店鋪之外的選擇，店主有穩定的學習習慣後，對自我的價值感也會提高，與楊凱綦、林宜穎研究相符。

表格 三 店主生命經驗史簡表(研究者自行繪製)

時間年代	生命事件	店主引述	對店主的影響
1958~1970	基隆港邊 玩具店擔任店員	主要就是幫忙顧店啦、介紹啊、賣玩具...這樣一做就是十幾年...大概也在那裡幫忙了快十三年有吧。那個時候就知道經營一家店大概是怎麼一回事。	使店主對店面經營有一定基礎
1970~1976	婚後的基隆生活	我負責在家中帶小孩，常常也拿很多手工回家做(家庭代工)...加減貼補家用...我丈夫就一樣在跑船，三四個月才回來一趟。	在育兒的同時，必須兼顧家庭代工
1976~1979	大坪林的過度生活	相比起基隆，我覺得台北的教育比較好，資源比較多，小孩上學的競爭力或許比較強。	對店主而言，搬家對兒女教育起到了很大的作用。現在也使店主有租

		<p>以前大坪林老家現在有出租，這些房租可以讓我維持生活，也可以讓我有些錢可以進貨，才讓我比較沒有經濟上的壓力</p>	<p>賃所得的收入支撐雜貨店營運</p>
1979~現今	建怡商店落成	<p>剛好我先生跟我都很喜歡小孩，覺得如果用小孩的名字當店名可以讓生意變好，就用兩個小孩的名字各取一字，叫做「建怡商店」。</p> <p>最主要是周圍鄰居會來買東西，做鄰居的生意。</p>	<p>對店主而言，店名以兒女的名字起名，對生意有著祝福的象徵。而雜貨店也成為鄰居間聚集的場所</p>
時間不詳(店主未提供)	雜貨店的繁榮過去	<p>從小孩愛玩的抽抽樂、小玩具、零食到清潔的掃把、拖把，生意最好的時候我還有到附近麵包店進麵包來賣，賣的東西都可以排到店外面去。過年的時候那才是生意真正好的時候，鞭炮一直進一直賣，我兒子女兒都要來幫忙。</p>	<p>那段歲月對店主來說，不僅只是經營雜貨店，也透過身兼數職支撐整個家庭的運作，甚至兒女</p>

		<p>如果有客人買酒他不方便來拿，就要用繩子把酒瓶綁好，再用袋子裝起來，騎腳踏車送到他們家...生意</p> <p>如果再好一點，我兒子女兒下課後也要來幫忙送貨...</p> <p>凌晨四點就要騎腳踏車在附近送早報，送完之後到附近麵包店載剛做好的麵包回來賣，回來剛好六點開店... 下午我先生下班後換他顧店，我去附近電子工廠做女工上小夜班，晚上回來也大概十點多了，如果剛好我接的手工需要趕工，那就必須做到凌晨一兩點，一天大概睡沒有三個小時...</p>	<p>下課後也要幫忙做生意，見證了雜貨店繁榮的歷史。</p>
--	--	--	--------------------------------

五、堅持的原因

自從店主與丈夫開店時，經營雜貨店已成為店主生活中的一部分。即便店主已成為高齡人口，這種生活方式仍是店主所堅持的。而經營店鋪從原本維持個人、家庭運作的經濟功能，轉變為店主維持健康及社交網絡的功能。

「趁現在身體比較健康，還可以做的時候多賺一點錢啊，我都跟我小孩講，我要做到我生病，腦袋不清楚錢會算錯的時候再收掉。我覺得現在也不會像以前這麼忙了。主要是我可以賺錢，店門口常開就會有人來跟我聊天，我很喜歡熱鬧的感覺，平常身體跟腦袋也都有在動，比較不會痴呆。」

店主也表示，兒女有建議過可將雜貨店收起來。但她認為若搬離原本的生活環境會不適應，也認為雜貨店店門常開的特性，方便兒女在年節時齊聚過節，產生熱鬧的氛圍。由於店主先前的生命經驗，因此覺得若繼續開店也可降低兒女的經濟負擔。

「我兒女之前都有建議我可以把店關起來，搬去跟他們住。我覺得叫我一下收起來也怪怪的，會不習慣，而且這邊也很方便，市場就在旁邊我買菜不用跑那麼遠。這邊的生活我也習慣了，一下搬到人生地不熟的地方我會不習慣。把店收起來的話我大概每天就是一直睡覺，沒有錢賺又不健康。我繼續開的

話，過年過節兒女都會回來，店門口就開開的，直接進門就好了，所以大家過節或是年夜飯都會帶著孫子女們回來吃，很熱鬧，我喜歡熱熱鬧鬧的感覺。而且我有繼續開店就不用跟小孩拿錢，他們也都有小孩要養，我知道養小孩很辛苦，賺錢也不容易，所以繼續開店小小賺一些也可以讓他們不要有負擔。」

店主也說，開店也可以讓比較熟的朋友來這裡聊天分享生活，但有時也伴隨街坊巷尾的八卦消息傳入，使店主有些困擾。因此店主也顧及主客關係，培養出相對應的解決之道。

「繼續開店也可以讓比較熟的朋友來這裡聊天啊。大部分有人來聊天我很歡迎，像有人都來跟我吐苦水，說最近他們碰到的狀況，我會靜靜的聽不會去給建議。但有時候大家來這裡講八卦我不喜歡，我覺得八卦在這邊傳來傳去不太好，這裡會變是非之地。講東家長西家短的，我也怕被誤會，這樣生意會不好做。我也不能說我不開心啊，因為來者是客，所以只能讓他們不要再聊八卦，他們在講的時候我不會栽進去聊，他們也會發現，之後就會慢慢離開了。」

店主表示，若雜貨店沒有在該營業的時候營業，會使客人產生疑惑又買不到需要的東西。自己認為沒有滿足到附近居民的需求因此有些自責。這顯示了雜貨

店滿足了當地居民一定的民生需求。店主也在當地扎根，累積了一定的人脈及客源。

「現在我年紀比較大了，有時候會睡不好，早上就比較晚起，沒有在七點開門，或是跟朋友出去玩沒有開店。比較常來買的客人就會打電話給我問我為什麼沒有開門？要買東西都找不到人。因為之前我每天都會開，沒有休息。大家就會預期你每天都會開。我自己聽到也覺得很歹勢(不好意思)，覺得客人需要我開店來買東西，但我讓客人跑掉了，好像就沒有盡到自己的責任。」

藉由店主上述引述，發覺店主認為繼續經營雜貨店不僅提供一個社交的場所，使熟客齊聚聊天，也可藉由勞動的過程，使自身體力維持並不讓認知退化，起到健康維持的效果，更可以由店主自身的能力在日常生活中自給自足，達成讓兒女無須花費時間及金錢照顧店主的目標。若店主因故無法準時開店，從客人的答覆中也得出雜貨店在社區中仍滿足一定需求。這些因素都是店主繼續經營雜貨店的原因。也印證出店主認為經營雜貨店自我勞動的過程可達成自我實現的目標，回應了張雪鳳的研究，高齡者持續工作與自我效能及自尊有正向關係。

六、雜貨店對老鄰居的意義

店主經營的雜貨店已經營超過四十年，在當地生根並提供許多老鄰居需求。許多鄰居也因消費與店主結識數十年，成為店主的好友。而店主的雜貨店也成為樟文里中高齡者的社交中心的所在。因此研究者訪談了四位因消費而與店主成為朋友的鄰居，一位因參加老人歌唱才藝班與店主認識的鄰居。除了瞭解高齡者如何將店主的雜貨店作為社交網絡的節點外，也可剖析店主如何與這些鄰居們成為好友，形成在高齡階段的社群網絡。

跟老闆娘熟識三十幾年的金門阿姨表示，除非家中的食品有急需或臨時有缺才會來雜貨店買。由於超市的商品及付款方式貼近現在的生活及消費型態，因此現在民生採購轉向超市消費，而雜貨店便成為她與店主聯絡情感的場所。

「老闆娘算是很早就搬來了，我大概七十二年搬過來，雜貨店就已經開了，因為我住附近會來買東西，之前賣的東西有好多。現在因為老闆娘年紀大了，先生也走了，可能就比較沒有體力可以顧那麼多東西。現在我專程來這裡買東西就比較少了，因為現在超市賣的東西比較貼合現在的生活，付款方式也有很多種，不需要帶現金在身上比較方便。只有蛋或米酒這些廚房要用的臨時有缺才會來這裡買。我主要會來這裡聊天，關

心一下老闆娘最近的生活，或交流一下在市場上挖到什麼寶，菜價多少錢，有時買菜時也會順便幫老闆娘買菜再帶過來。」

(金門阿姨)

她也認為在社會變遷下，科技的進步使人與人之間的人情味變少。雜貨店卻保留了人情味，提供鄰居們一個聊天的場所，讓彼此有照應，使人情味不會因時代的變化而散去。

「跟之前比我覺得真的生意差蠻多的，但我覺得這裡是有溫度有人情味的地方，可以讓一些老人家坐一坐，聊個天，老闆娘也比較不會無聊啊。感覺現在的人都比較冷漠沒有人情味，可能也是因為科技太進步了吧，現在如果在網路上買東西就完全不需要跟人接觸，可是在這裡還是可以跟人實際見到面，比較有互動的感覺，所以才覺得這邊是有人情味的地方。特別是老闆娘年紀也大了，想說常常來這邊跟她聊個天，分享一下生活，在這裡也可以跟很多周圍的鄰居聊到天，彼此有個照應，

我覺得人情味就不會散。」(金門阿姨)

常來雜貨店與店主聊天的高奶奶也分享她與店主認識的經過，並覺得與店主分享生活、交流資訊的過程是放鬆的，也會常常約店主一起出遊。

「我還覺得老闆娘很有趣，因為我們認識也久了，我搬到這裡

的時候雜貨店就在開了。但之前其實我們沒有那麼熟，就是會來買個東西而已，因為我還沒退休之前是要上班的嘛，就比較少時間待在雜貨店跟老闆娘聊天，頂多就買個東西。但現在退休之後的時間就很多了，所以才跟老闆娘熟起來。因為在這裡我可以隨便亂聊，老闆娘也會回應我，也可以跟老闆娘開玩笑，就覺得待在這裡比較不用拘束會很放鬆。我也會來這裡跟老闆娘分享我買了什麼衣服，到市場買了什麼菜，或最近要不要一起約去哪裡玩。我們也一起去過好多地方啊，日本就去過好幾次了，還有很多次是報名小李(旅行社名稱)去外縣市看花。」(高奶奶)

當雜貨店還有提供報紙時，高奶奶也會專程購買，她也提到新聞媒體電子化後，報紙的需求對她來說就相對減少了。也因為雜貨店中商品散裝的特性貼近她的需求，因此現在高奶奶也選擇來雜貨店購買雞蛋等日常食品。

「之前我有跟老闆娘訂報紙，也會來這裡買，但好久之前老闆娘就把報架撤掉了，我就買不到了。現在我也不會去買報紙啊，因為新聞用手機看就好了也比較方便。通常我現在都在這裡買蛋、啤酒、米酒、麵粉跟糖，還有要拜拜的時候也會來買金紙。因為散裝的蛋或麵粉超市沒有，超市只能買一大包，但我沒有要那麼大包啊。金紙這種東西超市也沒有。所以來老闆

娘這邊買會比較方便。」(高奶奶)

住在雜貨店樓上的林奶奶也與店主熟識多年，在網購尚未普及的時候，她來雜貨店購買商品的次數較多。在網購普及後也因女兒的幫忙，消費型態由實際商店轉為網購，因此來雜貨店購買商品的次數就減少了。

「我比老闆娘早一點搬到這裡的二樓，也不知道樓下會開一間雜貨店。之後有來買才慢慢跟老闆娘變熟。網購還沒有那麼發達時我比較會來這裡買東西，通常是蛋跟米還有一些飲料，因為現在我女兒都會從網路上幫我買很多平常生活上會用到的東西，而且很多購物網站都有優惠，買起來都會比實際商店還便宜，所以我就越來越少來這邊買東西了。」(林奶奶)

林奶奶也分享了之前因為與店主擁有相同興趣及話題，讓她們能成為好友，也與店主還有共同好友一起出國多次，顯示她們有過的好情誼。

「我們也會跟其他比較好的朋友們一起出去玩，有的時候還會出國，也跟老闆娘去過新疆、桂林跟澳洲，可以說踏遍世界了。之前我跟老闆娘算真的很好，都有共同的話題跟興趣，所以之前我很喜歡沒事就來這裡坐，跟老闆娘聊天，有時候早上聊天聊得太晚會乾脆把午餐帶來店裡吃，才能繼續跟老闆娘聊天。」(林奶奶)

但她們的關係在這幾年間也因為興趣的不同及意見的分歧而產生了變化，林奶奶也因與店主在聊天時得不到互動感，使她在雜貨店中與店主社交的時間變短。

「現在老實講我與老闆娘的關係也不像以前那麼好了。漸漸有覺得我們在話題上還有興趣都變得不同。像老闆娘喜歡唱歌，但我不會，我喜歡寫書法，但老闆娘沒興趣。出國她比較喜歡去看自然風景，但我比較喜歡看古蹟。之前一起出國就有感覺到她跟我喜歡的不一樣了，尤其是每次我進來她都在看手機裡的連續劇，總覺得沒有之前互動的感覺了。但我有時候經過還是會進來打個招呼，想說都老鄰居了就跟老闆娘聊一下，可是就不會像之前一坐就坐很久。」(林奶奶)

不久前才從樟文里搬走的王奶奶也是店主的多年好友，一開始她並不太認識老闆娘，反而是與老闆比較熟識，在老闆過世後才與老闆娘成為好朋友。

「那時候我搬來木新市場都還沒蓋好，所以買東西會來這邊買，我都買一些醬油、蛋或米，一開始跟老闆娘還沒什麼交集，因為都是老闆在顧外面，老闆娘都在廚房忙，所以那時候其實是跟老闆比較熟。老闆離開之後才漸漸跟老闆娘變成比較好的朋友，到現在我搬走有時候還會專程來找她聊天。」(王奶

奶)

王奶奶也說。由於跟店主交情較好的關係，也會與店主透露家中較私人的事情。也與店主出國多次，顯示出她與老闆娘的交情深厚。

「老闆離開後，我才跟老闆娘比較熟，進來買東西就會順便聊天，因為年齡都差不多，話題相同就會聊起來。我們會講在市場買了什麼衣服，市場的菜或肉品質怎麼樣，甚至家裡發生什麼樣的事情都會聊到，感覺跟老闆娘就是好朋友的感觉。我們也一起去過很多國家啊，最瘋狂的是一年裡面，我跟她還有其他人一起出國了四次啊。日本、馬來西亞、德國、澳洲都跟老闆娘去過，甚至出國幾乎都跟老闆娘住一間房或是睡同一張床。跟老闆娘真的比較有知心好友的感觉。我這個人其實比較慢熟，但是老闆娘聊天的時候我是很開心的。」(王奶奶)

她同時也覺得雜貨店可以將熟識的朋友聚集起來，變成一個社交場所。而王奶奶搬走後也會撥空回來與店主聊天，顯示她與店主的情誼沒有消失。

「我覺得雜貨店也可以把人聚在一起，有時候我進去聊天後。可能會有認識的人經過，就會進來一起聊，因為年紀都差不多嘛，通常都退休了，就有比較多時間聊天，大家也聊的很開心。像現在我搬走了，有時候還會專程來跟老闆娘聊天。」

(王奶奶)

參加了老人歌唱才藝班近幾年才與店主熟識的李奶奶，因為不住附近的緣故，通常不在這一帶買東西。參加課程後知道了同學有開店，所以就會來這邊買日常生活的用品。

「我其實不住附近，之前比較不會來這一帶買東西，所以不知道這邊有開一家雜貨店。是跟老闆娘參加同一個老人歌唱才藝班才認識，那時候才知道她有開店，總要給同學捧場交關一下嘛，就會來這邊買蛋、醬油跟酒這一些日常需要的東西。」

(李奶奶)

藉由歌唱才藝班認識店主後，李奶奶覺得與店主很合得來。因此會向店主邀約一同出遊。有時也會來雜貨店中聊天，甚至在歌唱班下課後會與店主一起運動。

「我覺得老闆娘很會做生意也很會聊天，在歌唱班也覺得她這個人不錯，所以就會想要約她出去玩，我們會一起報名小李(旅行社名稱)那種專做老人團的。因為她開店的關係，有時候有經過就會進來聊一下天，大部份是聊旅遊或看醫生有關的話題，比較少聊一些八卦。有時候歌唱班下課，我也會跟她一起去河堤運動。」(李奶奶)

總結以上，可發現五位熟客中有四位皆是在雜貨店開設沒多久就與店主結識，顯示店主與當地鄰居的連結度高。現今雜貨店對熟客的意義已由日用品的消費逐漸轉向情感性網絡的連結，也支持了店主的社群網絡。對某些熟客來說，雜貨店中與店主面對面聊天的過程，也可重新找回現今生活中喪失的人情味。在雜貨店中主要被交換的訊息內容有熟客與店主日常生活的分享、傳統市場中食品及衣物的採購資訊、國內外旅遊資訊，這些內容也體現了店主與熟客之間的同質性，可推論出雜貨店也成為現今店主社群網絡中的節點，提供了店主與熟客之間的社交場所，維持了店主與朋友間的強連帶網絡。

然而，店主的社群網絡也會隨著朋友間個體性的差異有所變化，雖然林奶奶與店主間的網絡不再如此緊密，她仍偶爾會來雜貨店與店主打招呼，應證出即便店主與熟客的連帶關係減弱，雜貨店也維持店主一定的社群網絡中的連帶關係。王奶奶雖然已搬離雜貨店周圍，但她仍會撥空至雜貨店中與店主敘舊，顯示此連帶不受空間的限制。

從李奶奶的引述可發現，她與店主從認識到變得要好的過程中，也常常在雜貨店中交換旅遊資訊及歌唱才藝班的課程內容，顯示在一段連帶關係的建立過程中，雜貨店也可做為一個將彼此的連帶關係拉近的場域，店主可用雜貨店將弱連帶轉為強連帶。

雜貨店現今對店主的功能已逐漸從經濟功能轉為維持社群網絡的功能，使店主持續的有朋友間情感網絡的支持，維持店主在高齡階段的心理福祉及心理健

康，回應了趙文君及蔡璧徽的研究。

表格 四 訪談熟客背景一覽表(研究者自行繪製)

人名	認識店主的 方式	雜貨店中互動內 容	與店主的互動方式	主要在店裡 購買的商品
金門阿姨	多年鄰居、 來店消費	傳統市場中食品 的採購資訊、日 常生活分享	較一般，僅限於特 定話題的分享	現今:蛋、米 酒
高奶奶	多年鄰居、 來店消費	傳統市場中的衣 物採購資訊、國 內外旅遊資訊	較輕鬆，可與店主 開玩笑	先前:報紙 現今:蛋、米 酒、啤酒、 金紙等日常 用品
林奶奶	多年鄰居、 來店消費	國內外旅遊資 訊、日常生活分 享	由於與店主的興趣 逐漸不同，因此互 動趨於平淡	先前:蛋、 米、飲料 現今:因網路 購物的方便 性，已不常 來店裡消費
王奶奶	多年鄰居	傳統市場中食品	與店主的關係較	先前:醬油、

	(現已搬離)、來店消費	的採購資訊、國內外旅遊資訊、私人家庭事務	好，由於已搬離，因此以通訊軟體互動為主。也會特別撥空回來與店主聊天	蛋、米 現今:由於已搬離不住附近，所以不會來消費
李奶奶	參與歌唱才藝班	歌唱才藝班課程內容、國內外旅遊資訊	與店主會一同出遊，也會在才藝班下課後一同運動	現今:蛋、醬油、酒

伍、結論與檢討

一、研究結論

雜貨店是舊時代中人情味的代表，然而現今已越來越少機會看到雜貨店出現在生活中，使雜貨店逐漸被遺忘。本研究以店主的生命經驗史試著得出這間雜貨店對於店主在高齡階段中的意義，以及經營雜貨店對店主社群網絡的影響。

經由此研究的參與觀察法、店主的生命經驗史、及熟客訪談後。得出現今雜貨店的功能從單純提供商品的經濟功能，轉變為提供鄰居聚集的社交功能。販售的商品也因為時代變遷、科技的進步、人們生活習慣及需求的改變而越來越少。現今雜貨店的客群以中老年齡層為主，購買商品則以雞蛋、菸酒、米、金紙這些日常食品或必需品為主。對店主來說，繼續經營雜貨店的意義不僅是為了自己的健康，同時也為了兒女著想。店主認為持續的勞動可使兒女無須投入額外的金錢及時間照顧步入高齡化的她，賦予了持續經營雜貨店意義。店主從年輕時一直維持的這種生活型態，這間雜貨店對她來說不僅僅只是一家店，更是她養育小孩、與先生共同打拼的家，數十年如一日。這種生活方式早已鑲嵌在店主的生命中，店主邁入高齡化階段後，這間雜貨店除了提供店主與朋友之間社交的場合，維持店主與熟客間情感性網絡的強連帶外，也成為店主社群網絡中的節點，使雜貨店的人情味不會消失。店主也因持續經營貨店獲得了被附近居民需要的感覺，自我價值感不會隨著邁入高齡化而降低。藉由經營雜貨

店，店主不僅滿足自己不會帶給兒女負擔的自我要求，也從鄰居的需求中獲得了被需要感，因此經營雜貨店便達成了某種程度上高齡者的自我實現需求。

二、研究限制與討論

在本研究的參與觀察法中，因研究者的時間限制，無法做出連續性且定時的參與觀察，各時段也沒有足夠的樣本。因此在描述性統計上會有一定偏誤，但仍然可由時段平均消費人數及年齡推估表大致看出現今雜貨店提供了附近各年齡層客人什麼需求。在店主生命經驗史中，丈夫也是重要他人之一，但由於當事人已不在世，故只能用店主口述的方式撰寫，較無法用更全面的視角描寫雜貨店中的故事。也由於店主年齡的增長的關係，無法將個人生命史清楚對應到年份上，造成研究者無法將店主的生命經驗清楚的對應到特定年分。科技也是影響本研究完整度的重要因素之一，過去影像數位化並不普及，店主無法用影像紀錄過去雜貨店熱鬧的景象，因此研究者無法將過去雜貨店的美好歲月以影像更具體描述，只能以店主的口述記錄為主。再加上社區的高齡化使許多周邊住民凋零，更無法還原雜貨店過去熱鬧的原貌。雜貨店的眾多因素形成了本研究的研究限制。本研究僅為一篇以雜貨店為中心，描述店主生命歷程及社群網絡的初探文章，希望後續有更多關於雜貨店的文化研究，使雜貨店文化不被忘記，並好好的被保存。

陸、附錄

一、訪談大綱

客人訪談大綱

- 一. 請問您什麼時候會來建怡商店買東西?大多時候買什麼?

- 二. 是什麼原因讓您來建怡商店購物, 而不是去連鎖超商或超市呢?

- 三. 有什麼商品是之前會來建怡商店買, 但現在會去別的地方買?

- 四. 您來建怡商店消費時會與老闆聊天嗎?都聊些什麼呢?

- 五. 您與老闆是如何認識的?彼此之間有何關係?

店主訪談大綱

- 一. 當時是因為什麼原因想開設這間店呢?

二.剛開店時周圍社區的環境如何?店裡都賣些什麼呢?

三.在雜貨店中，您年輕時的生活作息與現在有什麼不同呢?

四.幾十年來，您覺得現今生意與二十至三十年前的對比怎麼樣?

六.現在雜貨店都逐漸結束營業，為何您會想繼續營業呢?

二、照片集-雜貨店中的日常意象



圖表 二 富有歲月痕跡的招牌



圖表 三 金紙架角落一隅



圖表 四 店門口懷舊意象的局部擷取



圖表 五 排排掛的香料包



圖表 六 雜貨店意象-公賣局酒籃



圖表 七 鐵貨架與米酒頭



圖表 八 雜貨店意象-散裝的白雞蛋



圖表 九 白米與秤米瓢



圖表 十 雜貨店一角-春



圖表 十一 雜貨店一角-各式春聯裝飾



圖表 十二 鐵貨架、餅乾、拉門桿



圖表 十三 雜貨店外的社區意象

柒、參考書目

· 中文部分:

籤仔店. 教育部台灣閩南語常用詞辭典.

- 蕭莉婷. (2000). 雲林地區中地市場區域的結構
- 王耀德. (2021). 雜貨店, 不簡單: 苗栗縣苑裡鎮仙昌商店的社會功能與社會資本.
- 張明純. (1996). 台灣小商店交易行為的社會學分析.
- 邱婉婷. (1997). 生活世界與消費體驗——以臺灣雜貨店、便利商店為探討對象.
- 蕭郁慧. (2002). 田中鎮雜貨店的變遷.
- 陳仁昭. (2016). 日常交易行為中的族群互動關係: 以北臺灣沿山聚落雜貨店為例.

陳羿茹. (2020). 商店形象、知覺價值和資訊搜尋影響再購意願之相關研究 - 以傳統雜貨店為例.
- 李伯均、施宇陽、等人. (2012). 春陽部落的交換概念: 以雜貨店為例.
- 王光旭、黃怡臻. (2016). 社區人際網絡與社區意識及參與關聯性之研究: 不同營造經驗社區的比較.

· 陳定銘、潘蓉慧. (2013). 社會網絡分析應用在社區發展之研究-以屏東縣竹田鄉社區為例.

蔡璧徽 (2016). 獨居長者孤寂感、焦慮與憂鬱的相關因子之探討——檢視社會支持網絡的緩衝作用。

· 黃美瑛. (2006). 高齡者自我價值、學習適應與學習滿意度關係之研究.

· 陳秀芳. (2024). 高齡者從事資源回收再利用工作對自我實現影響之研究.

吳舜堂、陳欽雨 (2017). 高齡長者社會支持、社會參與與活躍老化關係之研究。

張雪鳳 (2021) .高齡者自我效能與自尊對工作意願之探討。

趙文君 (2015) .高齡者社會支持與心理福祉之關係：以屏東縣為例。

楊凱綦、林宜穎. (2018). 高齡者的學習參與及生活滿意度關係之研究：以自我價值為中介變項.

林欣誼. (2022). 老雜時代: 看見台灣老雜貨店的人情、風土與物產 (人客來坐版). 遠流出版事業股份有限公司.

英文部分:

· Mauss, M. (2000). *The gift: The form and reason for exchange in archaic societies*. W.W. Norton.

· Barnes, J. A. (1954). Human relations VII, 39–58.

- Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *The American Journal of Sociology*, 78(6), 1360–1380. <https://doi.org/10.1086/225469>
- World Health Organization. (2020). *The WHO approach to healthy ageing*.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396. <https://doi.org/10.1037/h0054346>