

DOI: 10.6256/FWGS.202110\_(115).05

# 為什麼「茶裏王」天天去茶室？ 從茶室文化思考當代親密關係

文 | 陳逸婷 | 香港嶺南大學文化研究博士

5月13日，隨著案1203前獅子會會長的接觸史公布後，案1220和1221分別為萬華兩間茶店的工作人員，我看見了一張流傳於網路上的圖片，背景是中央流行疫情指揮中心所發佈的萬華茶藝館群聚案活動史，由於該活動史顯示了個案從5月2日到5月6日連續五天造訪「鴻達茶藝館」，誤把在茶藝館工作的人員當作是消費的客人，網友在活動史截圖的頁面上留下評語「我就問這個鴻達茶藝館的阿嫲到底多漂亮？你要給我連去五天？」

同一天晚上，我在辦公室裡備課，

有感於不斷攀升的網路輿論與媒體對萬華茶室與其參與者的獵奇視角，在自己的臉書頁面上張貼了一則公開貼文，以「實在看不下去」開頭，簡略地摘述了我對於茶室<sup>1</sup>文化的理解，試圖釐清一些公眾對茶店的誤解，該貼文引發了許多轉貼與迴響，以下是貼文中的內容（考慮刊物體裁，格式與語句上做過調整，但是盡可能保留原本的內容）：

實在看不下去<sup>2</sup>。

我在臺灣的茶店做田野的時候，發現很多客人常常天天都去，我天天都看得到

1 茶室客人又通常稱作摸摸茶或者茶店仔（tê-tiàm-á），此文中通用茶店與茶室。

2 貼文貼出後，我在貼文中補充了以下訊息：「有朋友提醒此圖把個案誤解為客人，其實是在鴻達上班的小姐，圖來自網路，我不清楚出處，針對裡面隱含的偏見提出意見。目的想討論茶店對人們的重要性。」



他們，有一次我問客人「大哥，你為什麼不回家？」他回我「我媽過世以後，家裡沒人，我回家給電視看喔？」另外有一個客人有家庭（家裡有人），可是他說「我如果一天沒來，渾身不對勁。」現在媒體炒作出來的奇觀景象與茶店的生活實在相差太遠了，因為不了解，就會有誤解，也會有很多偏見。

1. 茶店客人天天去是常態，因為很多客人沒有傳統定義裡的家人，也很多人不喜歡他們的血親家人，小姐還有少爺<sup>3</sup>就是他們的家人和摯友。
2. 茶店不是只是去與人連結獲得親密感而已，也是重要的娛樂文化場所，最大宗活動是泡茶和唱卡拉OK，小姐可以不給客人摸，但是不可以不會和客人合唱。很多年長客人會在茶店裡唱日本歌、臺語歌，和中文老歌，沒有茶店的話，這些客人會失去重要的生活重心和社交圈。就像年輕人沒有了Facebook、Instagram 或者手機是一個意思。（試想，你一天不上社交網站是不是也「怪怪的」？）
3. 茶店小姐年齡層分佈很廣，從35歲到80歲都有——不是都阿嬤。

4. 客人時常一天逛好幾間茶店，就像你滑Instagram也會想看看好幾個朋友的即時動態一樣，他們喜歡和小姐定期見面，聊天、唱歌、解悶。也有不少客人像這個時常造訪鴻達<sup>4</sup>的客人的狀態，連著幾天都去同一家，那表示裡面有他的老朋友，或者有他正在「追」的小姐。
5. 茶店裡也時常有戀情發生，不過並不是當代人理解的什麼一對一浪漫愛，通常融合了生活的支持，對小姐而言，對生活的支持。就是對生意的支持，所以為什麼要天天去給她「捧場」，還帶朋友一起去同時捧場好幾個小姐，就是因為要幫忙她們做生意。
6. 如果不是我們的眼界狹隘，我們會發現茶店很大程度結合了藝旦文化和上海的名妓文化，每家茶店也有自己的當家花旦，就是最會唱歌那個，也可能是最有待客精神、作風霸氣那個。那麼，我們就不會總是以當代人的眼光去曲解並忽略這裡傳承了什麼樣重要的娛樂文化。
7. 茶店消費可以很便宜，也可以很貴，看你對心儀的小姐「捧場」和「支持」到什麼地步，也正因此，

---

3 少爺是泛指在茶店裡面幫忙打雜、清潔和協助小姐服務的人，雖然稱為少爺，從事這項工作的人男女都有。他們通常和店裡的小姐也形成一種合作關係，例如少爺遞毛巾給客人，可以拿小費100塊錢，為了讓少爺多賺小費，熟識的小姐會遊說客人使用毛巾。有時候，少爺下班了或者休假的時候也搖身一變成客人，去其他家茶店消費，通常少爺與客人之間也互相認識，見面都會聊幾句。

4 此處是按照網友的截圖中預設的邏輯：一位連續五天去鴻達的客人。

茶店是穿雨鞋，從工地來，穿夾腳拖也可以來的地方<sup>5</sup>，它對人們來者不拒。

8. 茶店對很多客人小姐而言，就是他們的生活所在，是避風港，是家。請把它當作一個一般的娛樂場所，該隔離隔離、該消毒消毒，不要做過多無謂的消費，如果茶店沒了，許多人心理上會流離失所，也有很多小姐會失去工作，不是所有人都喜歡咖啡廳、健身房、現代化的KTV，Facebook 和 Instagram。

後續，社會對萬華周邊社區網絡的重視，包含茶室、街友、流鶯、流動攤販與相關的社會支持團體等等，都不斷地再追問，疫情之下，萬華茶藝館群聚案反映出來的，究竟是對生活的何種想像？

本文以一位由於連續 26 天從基隆到臺北萬華茶店消費、在確診後被媒體暱稱為「茶裏王」而進入公眾眼界的客人作為起頭，為不熟悉茶室文化的讀者簡要地描繪茶室生活的樣貌，希望可以比較平易近人的論述方式，帶讀者造訪茶店參與者的每日生活與飲茶（摸摸茶）社群。

## 「人與人的連結」與茶店熟人網絡

萬華疫情在媒體上傳播之初，中央疫情防控指揮官陳時中曾經用「人與人的連結」來指涉染疫的茶藝館個案與獅子會個案之間「特殊」的親密互動，而由於公共場所裡的親密互動與身體勞動被認為提高病毒傳播的風險，八大行業首當其衝地被指揮中心以「防疫」之名全面禁止，特定行業被貼上了新冠病毒的防疫標籤，從業人員不只成為可能的「防疫破口」、也失去了本來用以謀生賺錢的工作機會。

隨後，地方政府要求八大行業進行戴口罩與實名制雙管齊下的防疫政策把八大行業暴露在陽光底下，去酒店、酒家、制服店、便服店、茶店等，許多牽涉到親密勞動與娛樂生活的地方，都要登記實名，除了操作上阻礙重重以外，也勢必會因為失去了匿名性而嚇跑很多消費者與從業人員。對照實名制所要求的個人資訊，例如身分證上的姓名、配偶與戶籍資料等，茶室的生活網絡，則是透過一個相當不同的「熟人網絡」系統在運行：建立在認識人與人的特徵、而非數字與地址等真實資訊。

5 以上三類型是引用了一位長跑茶店的客人跟我說過的描述。



茶店營造的「匿名制親密性」可以與政府防疫建立出來的「實名制防控網」做出對比。在茶店的網絡中，人與人的互動是基於熟人網絡、信任、互惠捧場、面子與人情等等文化因素與情感基礎，因此，參與者的綽號、小名或者花名、做人方式、個人名譽、形體特徵（例如某個「老老的」、那個在寫論文的「博士」、或者是一位「很胖的」、「開計程車的」等）取代了身分證上的各種資訊，作為茶店區域裡參與者認識與認同彼此的方式。我的田野是從2018年到2020年之間<sup>6</sup>，每逢寒暑假就會去臺北Y區域的一間中型、有超過四十年歷史的摸摸茶店JFH。在田野期間，我發現若沒有熟人引介，外人很難進入茶店的社群，茶店的排他性同時也形成了一種強大的內部凝聚力，建立了參與者對於在這裡過生活的歸屬感，即便他們不總是認為茶店是個「好地方」，但是生活卻很難離開這裡，這種社群歸屬感解釋了為什麼許多客人喜歡天天來茶店。

這裡我提供對茶店沒有太多認識的讀者，一個理解茶店的思考方向。我們可以將茶店或者茶室視為一種介於公領域與私領域之間的空間，它既不是完全

隱蔽於外界眼光的小包廂消費空間或者一般的私人家戶，也不是完全開放給公眾的公園或者社區活動中心，茶店／茶室處於一個公私領域之中的灰色地帶，許多茶店大廳中面向街道那面牆，有透明的玻璃門或者開了一面大窗戶，方便客人在店門口就能看見茶店內的活動，同時也方便小姐從內部觀察街道上來往的客人，這種茶店內部與街道空間透過窗戶連結的半開放設置，有助於形成茶店內部與街道外部之間的流動性。因此，有許多客人在造訪茶店期間，會坐在門口的沙發上打發時間，他們與茶店內部參與者的互動，不用侷限於進入個別茶店的實體空間，而是在走入茶店的整個區塊那刻起，就已經發生了。

在茶店，如果你問那些老面孔的客人為什麼天天都來，或者即便不是天天，也是隔三差五就要來一趟，他們會反問你「回家幹嘛？給電視機看？」就算是家庭的客人，也會以「放鬆」、「來看朋友」，或者因為家庭空間狹窄「夫妻常常吵架」等原因，讓你明白**你的問題其實有問題**。與其問他們為什麼要來茶店，不如問我們為什麼預設生活應該發生在茶店以外的其他地方，例如「回家」、「上網」、「健身房」、「咖

6 主要的田野研究都可以在我的博士論文中見到，可以查閱 Chen, I-ting (2020). "Cold War Intimacy Beyond the Taiwan Strait: Sexual Labour and Chinese Modernities in the Teahouse," diss., Lingnan University.

啡廳」等等，現代都會常見的、人們的休息、避風港與消費模式。

茶店客人的生活建立在去茶店走走看看、和朋友泡茶聊天、和小姐調情開玩笑、講垃圾話、抱怨生活、唱歌、找人一起吃飯等活動，這些活動聯繫著長期建立起來的情感、文化與認同。以下讓我分享幾個有助於理解這種認同與社群特質的茶店文化。

## 小姐天天到茶店上班，客人才找得到人

我待的茶店裡，茶店和小姐之間沒有直接聘用關係，茶店老闆和管理者與小姐之間，比較像是權力關係複雜緊張的合作關係（像是大股東和小股東時常為了不同的經營方針吵架），小姐什麼時候要來上班，也是以小姐的安排為主，即便如此，茶店管理人員仍然會軟性鼓勵甚至要求小姐固定來上班，小姐願意配合的前提是，她們自己也知道，固定來上班，才有機會招攬到更多好客人與固定客。天天到茶店上班，反映了茶店客人偏好「沒事就來走走」的飲茶習性，而非跟著固定時間表、提早預約會面的方式，這也說明了為什麼讓客人來的時候可以找到人陪伴，是經營客面（客群）的關鍵要素之一。

當沒客人也沒生意做的時候，小姐也不會因為這樣就回家，積極的小姐會嘗試叩（call）客，打電話聯繫自己認識的客人，用人情遊說客人來茶店走走，總把「好啦，你來，我等你吼哥哥」掛在嘴邊。多一個客人，小姐就多賺一檯，如果客人心情好，願意讓小姐多邀請幾個姐妹一起來坐檯，這小姐就賺了更多檯了，因為這些姐妹之後都要另外還檯給他。小姐的存在構成了茶店區域很重要的歸屬感，也在某種程度上取代一般的家庭，結合了熟人的社群網絡和有償的再生產、小姐拿檯費與小費幫助客人恢復元氣，可以再去面對每日勞動。

在茶店，找到不錯的客人，不僅小姐做的事情少、時間自由、勞動強度低，賺得錢又多，有自己的客源的小姐一個月要賺到五到六萬也不是問題。許多在茶店一帶做很久的小姐，如果在一家店待得不開心，可以轉到另一家店，因為熟客坐檯坐久了，不管小姐去了哪裡，客人都會去找小姐。我認識一個客人E，他每次都會固定去光顧幾個小姐，坐久了過一陣子也會換，他在一段時間內，在附近的幾間店裡面都有認識的小姐，這些小姐符



合客人喜好：包含長相不錯、會唱歌（客人多次強調這很重要）、願意給客人一點小恩惠，像是讓他在包廂裡面摸摸抱抱等、以及不隨便拉其他小姐來坐檯。一旦找到符合要求的小姐，客人便會固定捧場這幾位小姐。

像這位客人 E 的狀況，就是一週有五天以上，每天下班後都來不只一間茶店「打卡」，通常客人會從他最喜歡的小姐所屬的茶店開始找，如果喜歡的小姐不在，他就去其他間店找別的小姐，就這樣，直到找到他合意的歌唱伴侶。也有的時候，他沒找到自己認識的小姐，只好回家去。客人與小姐之間，像這樣建立起來的不完全是一對一情侶、也不只是單次性的消費關係，在茶店區域是相當常見。此種非屬於家庭私領域的情感避風港，提供親密陪伴與娛樂活動，打造另類的親密型態：小姐扮演著女朋友、紅顏知己、歌唱戰友、酒肉朋友和老朋友的綜合角色，其餘要發展到什麼程度就由雙方自行定奪。

茶店提供的生活空間，彌補了都會生活的中產階級娛樂方式與其中的百無聊賴，不少客人天天來茶店成了一種習慣——一天沒來，就覺得怪怪的。同樣的，小姐如果一天沒來，會損失一天的收入，因此，大部分小姐盡可能固定天天來上班。不過利益與需求的衡量總歸不容易量化，即使明白天天來上班的重

要性，在 JFH，小姐仍有決定是否來上班的權利。

我記得越南小姐 Rose 有一天突然沒來茶店，我後來問她才知道那天早上出門前，她不小心摔破了一個杯子，心裡覺得不踏實，於是便待在家裡，沒有來做生意。而雖然屬於業績很好的小姐群之一，Rose 很注重平衡她在臺灣的家庭生活與茶店工作，有時候，過了晚餐時間，如果發現怎麼樣都等不到客人，她便收拾東西，開開心心回家去。

天天來的客人與小姐把茶店實踐成了一種互助社群與生活圈，複雜化了消費、娛樂、生活、親密性與社群的意義。

## 不愛「家」的客人和「家不在此」的大陸小姐

仔細回想一下，JFH 當中本地、大陸和越南籍的小姐都有，而在我認識的客人中，每一個都有和大陸小姐交往或者結婚的經驗，呼應了我的田野參與者 KK 對自己男朋友的描述「他說討厭大陸人，還不是一直找大陸的！」我在博士論文裡面花了一些篇幅提到，不少客人與大陸小姐產生連結的因緣際會，和他們對於「家庭」非主流的認知與經驗有關，這部分讓我舉一個我參與了客人小姐在 KK 的按摩小屋裡聚餐的例子來說明。

KK<sup>7</sup>除了在茶店做生意之外，也同時經營一間小型的家庭式按摩店。家人都在大陸的 KK 和他的獨居臺灣客人，時常會聚在按摩店裡搭伙吃飯。KK 有一段時間，只要有煮飯，就讓住附近的一個客人兼朋友，天天到店裡吃飯，為了回報 KK 的殷勤好客，這個客人每個禮拜都會買菜給 KK，除了固定或者不固定來作客的客人與友人們、KK 也時常會把煮多的飯菜盛裝給自己認識、經濟能力不好、有時候會幫忙 KK 修整按摩店工程的周邊男性住戶。KK 的按摩店因此照顧了不少社區民眾，彷彿是一個小型的社區活動中心，KK 則像地下里長婆。按摩店附近有不少各類型的半私人娛樂空間，例如麻將間、家庭 KTV 以及茶店，在附近找樂子的客人，趁著換下一攤的空檔，也會到按摩店坐坐。KK 用「保養、養生」來形容她的照顧勞動，包含按摩、心理療癒、辦桌宴客等等，客人們則以不同的方式回報她的慷慨。

那天，我下午就到 KK 位於臺北市 Y 區的家庭式按摩店。我到店裡的時候，看見 KK 已經在忙著準備六人晚餐。她這天煮的是青菜豆腐鍋，火鍋裡

的料很豐富，有燉得比較爛的白菜、香菇、肉和豆腐，這樣的料理方式是細心考慮了自稱「無齒之徒<sup>8</sup>」的客人的需求，火鍋裡加了一點泡菜做香味與顏色的點綴。傍晚，客人陸陸續續到店裡，在飯桌前坐下，飯桌其實只是一張倚著角落、不用時可以收疊起來的四方桌，擠一擠可以塞得下三到四個人，其他人則端著自己的碗坐在離桌子比較遠的椅凳上吃。KK 因為在茶店還有在坐檯<sup>9</sup>，準備好晚餐後，她自己簡單地吃了幾口菜和飯，催促著客人們多吃一點，自己就趕忙跑回茶店坐檯，並且囑咐我幫忙她招呼客人。

這天的晚餐恰逢是農曆年前，一位客人一時興起，想到自己「好久都沒有像這樣，這麼多人一起吃飯」，提到他們幾人過年應該來這裡吃「年夜飯」，同桌的客人 A 是 KK 的好客人兼好朋友，他知道 KK 過年也要休息，便幫忙推掉。不過，後來我聽 KK 說，她打算過年那天中午在按摩店隨便煮一點，然後包便當給年夜還要工作的 A。

KK 與客人 A 有很深厚的情誼，A 離過三次婚、目前婚姻狀態不明、一人

7 為了保護研究參與者的隱私，此文中提及的人名、店名與地名都是化名。

8 客人 A 自嘲自己是「無齒之徒」，牙齒不好、又不願意花錢醫治牙齒（認為假牙太貴），因此嚴重缺牙，沒辦法咬堅硬物品。KK 的客人裡，有幾個與 A 類似，都有缺牙不補的狀況。

9 KK 很會做生意，不只在茶店陪侍，也經營自己的按摩生意，兩頭賺。



獨居，那天來吃飯的時候，A 不只買了花和水果，想提前給 KK 帶點過年的氣氛，還到茶店裡讓 KK 主番，並且「全捧」整家店當下沒有在坐檯的小姐，邀請她們全部來坐檯、拿小費，由於人數眾多，捧場 16 個小姐花了 A 六千多塊錢。先行墊付檯費的 KK 有點不高興 A 領薪水就這麼隨便花錢，到了月底又免不了要跟她借錢，念了 A 幾句以後，A 只是抓抓頭、半無奈半好笑地說「唉阿，過年嘛～」。

過年這樣一個帶有「家庭團聚」色彩的節日，對 KK 和客人 A 而言，卻都有著不太一樣的想像。例如，KK 那年沒回大陸過年，我好奇地問她為什麼，她輕描淡寫帶過說，回家過年和她兒子一家人過也沒什麼意思，言談中，KK 才透露自己對於兒子和媳婦在經濟方面的需要感到壓力，回家過年的意義變成回家面對可能的「親情債」，降低了返鄉慾望。

人太好心太軟的 A 也是類似處境，錢總是留不在身邊，除了平常喝酒飲茶花錢速度驚人以外，他那個人已經不在臺灣的大陸前妻偶爾還會和他要求經濟上的援助，不忍背著房貸的女兒還款太辛苦，A 每個月都會幫忙支付部分的房屋貸款。A 和 KK 彼此在經濟與生活的互相幫助和理解，雖然也有衝突與抱怨的時候，但互惠與交換的互助網絡使客

人與小姐成了彼此相處起來最「自在」的人，呼應了 A 自己對於他和 KK 關係的描述。

茶店熟人網絡、參與者對茶店生活方式的認同與歸屬感、摸摸茶文化和客人小姐所共同實踐的互助網絡，以及，最重要的「自在」感，是茶店吸引客人天天都來走走的關鍵，除去這層，其他在主流媒體上、對著鏡頭淘淘不絕自稱老司機客人所講述的性奇觀與再現，不僅滿足了大眾的窺探慾望，同時也再製了社會對於特定娛樂行業的單一想像。

我們所需要的，不僅是重新認識茶店的方式，更是對既有的生活、親密關係、家庭與休閒娛樂的理解的再認識。