

研究論文

# 「社會—市場」框架： 當代臺灣證券公司營業廳的科技、空 間與社會關係型構

陳宇翔

陳宇翔 國立臺北大學社會學系助理教授。通訊地址：237 新北市三峽區大學路151號社會科學大樓6樓（國立臺北大學社會學系）。E-mail：yhchen12@mail.ntpu.edu.tw。本文初稿為筆者於國立中山大學社會學系擔任博士後研究員之成果，感謝國立中山大學社會學系提供博士後研究員工作機會。本文部分內容由筆者博士論文改寫而成，感謝指導教授Donald MacKenzie與Francesca Bray。同時很感謝《臺灣社會學刊》編委會與兩位匿名評審人寶貴修改建議。也感謝各方協助，讓資料蒐集可以順利。最後感謝國立臺北大學社會學系與國立中山大學社會學系同仁的支持。

收稿日期：2015/07/13，接受刊登：2016/02/14。

## 中文摘要

本研究探討當代臺灣證券公司營業廳的科技、空間與社會型構。回顧金融社會研究與經濟社會學相關理論，可整理出「市場工具」(market device)、「市場空間」與「關係鑲嵌」觀點，來分析臺灣證券公司營業廳的科技、空間、社會關係與「經濟行動」之間的關係。然而，這些觀點都以「市場框架」(market frame)來解釋證券公司營業廳與投資人結合的「組構集合體」(agencement)，著重以「市場性功能」來討論這個「組構集合體」的存在、行動與意義。然而，本研究指出，理解當代臺灣證券公司營業廳「組構集合體」需置於「社會—市場」整體框架。長時間使用這個「市場工具」來實踐市場行動所產生的獨特交易慣習與凝聚之社會關係，已成為維持這個組構集合體的核心支柱，社會性意義在市場行動中不斷被實踐。證券公司營業廳已從「市場工具」轉化為「社會—市場工具」。「行動者」也從「經濟組構集合體」轉化為以「社會性」與「市場性」共同主導且相互交錯的「社會／經濟的組構集合體」。這個「空間」原本的「社會／市場」界線也變得更為模糊與流動。產生於此「市場工具」的社會關係支撐著這個「組構集合體」在市場上持續運作。倘若其中的「工具」或「社會關係」劇烈變動或消逝，則這種「行動者」型態可能就會從市場消失。

**關鍵詞：**市場工具、組構集合體、證券公司營業廳、臺灣股票市場、個人投資人

**Socio-Market Frame:  
The Configuration of Devices, Space and Social Relations of Taiwanese  
Brokerage Offices**

Yu-Hsiang CHEN  
Department of Sociology  
National Taipei University

**Abstract**

As market devices designed for individual investors, brokerage offices have dominated the Taiwan stock market for several decades. However, their economic functions are being replaced by new market technologies such as online trading systems. These technologies are exposing brokerage office inefficiencies (especially in terms of trading speed) and high costs. A certain type of individual investor continues to use them due to entrenched habits and the potential for social interactions. Thus, market actors (socio-technical agencements) and market actions are being shaped by the socio-market frame rather than the pure market frame. Brokerage office configurations are assembled and maintained by social relations, with the social meanings of associated devices and spatial factors underpinning the actors' financial practices.

**Keywords:** market device, agencement, brokerage office, Taiwan stock market, lay investor

## 一、前言

證券公司營業廳可視為專門為個人投資人設計的專業金融交易場所，普遍設立於臺灣、中國等地，卻在歐美相當少見。根據臺灣證交所的資料，2014年臺灣有82家證券商總公司與931家證券商分公司。<sup>1</sup>倘若扣除其中以服務機構投資人為主的17家外資券商（無任何分公司），則共有996個以服務個人投資人為主的證券公司營業據點分布在全臺灣。臺灣證券公司營業廳的普遍發展，與臺灣股票市場自從1962年成立以來，皆以個人投資人為主要參與者有關。<sup>2</sup>另一方面，歐美股票市場長年以來是由大型機構投資人（如基金、保險公司、證券商等）所主控，個人多半是透過投資共同基金與退休基金來間接投資股市（Thatcher 2007）。直到2000年前後，網路交易系統興起讓直接投資股市的成本大幅度降低，才使歐美股票直接投資人的數目迅速成長（NYSE 2000: 52-66）。也許是因為投資人數目有限，且地理空間過於

---

<sup>1</sup> 臺灣證交所2014年12月1日更新的〈證券商總公司明細表〉（[http://www.twse.com.tw/ch/products/broker\\_service/broker\\_list.php](http://www.twse.com.tw/ch/products/broker_service/broker_list.php)）與〈證券商分公司明細表〉（[http://www.twse.com.tw/ch/products/broker\\_service/broker2\\_list.php](http://www.twse.com.tw/ch/products/broker_service/broker2_list.php)）。取用日期：2014年12月29日。

<sup>2</sup> 臺灣有大量人口投資股票市場，且股市交易量以個人投資人為主。在2014年，占股市交易量的58.79%（臺灣證交所，投資人類別交易比重統計表），[http://www.twse.com.tw/ch/statistics/statistics\\_list.php?tm=07&stm=031](http://www.twse.com.tw/ch/statistics/statistics_list.php?tm=07&stm=031)。在2010年，臺灣股票帳戶為15,659,669個（證券商經紀商投資人開戶統計表，證券統計資料年報），[http://www.twse.com.tw/ch/statistics/statistics\\_list.php?tm=07&stm=030](http://www.twse.com.tw/ch/statistics/statistics_list.php?tm=07&stm=030)。根據Barber 等人（2008: 6）的資料，臺灣股票實際投資人總數約為帳戶數的55%，因此估計2010年股票投資人為約860萬人。同年度成年人口為17,929,658人（內政部戶政司，歷年全國人口統計資料），[http://www.ris.gov.tw/zh\\_TW/346](http://www.ris.gov.tw/zh_TW/346)。取用日期：2015年7月3日。

分散，在網路交易系統興起之前，歐美股票投資人大半是仰賴電話來進行交易（Zwick 2006）。<sup>3</sup>

經濟社會學、金融社會研究與經濟人類學中對於證券公司營業廳的研究相當有限。只有在Jocelyn Gamble（1997）與Ellen Hertz（1998）對於1990年代初期中國上海股票市場人類學研究，以及Alex Preda（2009a）對於早期歐美金融市場的研究之中，對證券公司營業廳有少許討論，但都非他們研究的重點。然而，回顧其他相關主題研究，例如對於金融市場交易廳與交易員的研究等，則可彙整出三個可用來分析臺灣證券公司營業廳與其中個人投資人的行動與關係的理論概念。一，證券公司營業廳（包含螢幕、電腦、交易櫃臺等）為構成金融市場行動者的「市場工具」（market device）。<sup>4</sup>因為當代金融市場「行動者」（actor）已非純粹的人類行動者，而是「人」（投資人）與「物」（市場工具）結合的「組構集合體」（agencement），只有「人」與「市場工具」結合的「行動者」才有能力在市場中計算與行動（Callon

---

<sup>3</sup> 在二次大戰後，機構投資人開始主控歐美股票市場（Thatcher 2007）。在此之前的主要參與者也是個人投資人（Preda 2001）。在最早期，投資人仰賴與證券商通信件來知道最新市場價格與進行買賣。隨著與金融報紙、股價記錄傳遞器（ticker）、電報與電話普及，投資人主要是以電報與電話來與證券商溝通交易（Preda 2009a）。

<sup>4</sup> 在Muniesa等人（2007）的討論中，‘market device’在「市場」層級，指稱讓市場可以運作的「裝置」，例如股票交易所的買賣搓合系統；在「行動者」層級，指稱使人類行動者可以在金融市場「行動」所需要的「工具」、「設備」，即是金融市場「行動者」中的「物」，例如股票資訊系統。「市場工具」可為科技性的「設備」，亦可為抽象性的「論述」，例如MacKenzie（2006）所探討的選擇權定價模型為經濟學理論，即為選擇權市場交易員的market device。此處使用「市場工具」即是涵蓋上述的意涵。

2005; Muniesa et al. 2007)。二，證券公司營業廳，如同金融交易所的交易廳，是一個與社會性空間區隔的專門「市場性空間」，市場行動者（投資人與營業廳設備結合的組構集合體）在這個市場空間中展演實踐著經濟（學）（performing economics）（Callon 1998; MacKenzie 2006; Zaloom 2006）。三，證券公司營業廳投資人社群之間的社會關係形塑他們的投資行為與投資表現，市場行動鑲嵌（embedded）於社會關係之上（Baker 1984; Granovetter 1985; Abolafia 1996）。這三個觀點雖然源自於不同的理論脈絡，但分別對於證券公司營業廳的科技、空間、社會關係與「經濟行動」之間的關係連結提出分析架構。

本研究即是延續上述的討論脈絡，研究當代臺灣證券公司營業廳（俗稱「號子」）與使用營業廳的股票個人投資人（俗稱「散戶」），探討其科技、空間與社會關係之型構。本研究將指出，上述這三個分析觀點可對於臺灣證券公司營業廳與投資人的科技、空間與社會關係對於股票市場活動之影響提出解釋。但由於這些理論著重證券公司營業廳的「市場性功能」，且在分析層次上預設性地區分「市場／社會」、「市場工具／社會工具」、「經濟空間／社會空間」、「經濟行動／社會行動」，抑或是將這種區分視為市場經濟行動實踐的前提，因此當臺灣證券公司營業廳集合體「市場性功能」在1990中期後逐漸降低，其「社會性功能」更為凸顯，且成為「當代的」證券公司營業廳集合體存在的重要因素，而上述這些理論觀點都無法提出合適解釋。筆者認為應反思「市場（經濟）」與「社會」的預設區分（Krippner 2001; with Alvarez 2007），重新將當代的臺灣證券公司營業廳置於「社會—市場」整體框架，才能對這個現象有更為完整的認識。

本研究發現，作為一個專屬於股市個人投資人的「市場工具」，證券公司營業廳曾經是最具效率性與精確性的資訊與交易設備。「投資

人」與「營業廳」（包含螢幕、桌、椅、電腦、交易櫃臺、空間設計、飲水機、報紙等）所構成的「市場組構集合體」，曾經為臺灣股票市場最常見的「行動者」型態。然而，隨著市場科技的持續發展，營業廳的「市場性功能」已不如其他資訊與交易設備，目前只剩下特定社會屬性的投資人仍使用營業廳來交易。這些投資人長時間使用這個「市場工具」與「空間」來展演實踐經濟行動所產生的獨特交易慣習與所凝聚的社會關係，已成為維持這個「組構集合體」繼續存在的主要原因。證券公司營業廳已經從「市場工具」轉化為「社會—市場工具」。「行動者」也從「經濟組構集合體」轉化為以「社會性」與「市場性」共同主導且相互交錯的「社會／經濟的組構集合體」。這個「空間」原本的「社會／市場」界線也變得更為模糊與流動。倘若其中的「工具」或「社會關係」劇烈變動或消逝，則這種「行動者」型態就會從市場消失。

本研究的資料來源為田野觀察、深入訪談與文獻資料。田野觀察地點為4間臺灣的證券公司，3間位於臺北，1間位於臺南；田野觀察於2010年12月至2011年3月之間，記錄以田野筆記與照片進行，共9天，總時數約20個小時。本研究共訪談41人：30位股市投資人，其中6位是目前或曾經長期在證券公司營業廳投資股票；11位金融從業人員，其中5位的工作目前或曾經與證券公司營業廳業務直接相關（附錄）。訪談始於2009年11月，最後一次訪談則是在2015年1月。訪談方式為半結構式訪談，股市投資人訪談包含個人背景、投資經歷、投資方式、市場態度等主題；金融從業人員訪談，則是著重其工作相關議題。文獻資料以臺灣證券交易所的月刊《證交資料》（2014年1月更名為《證券服務》）與出版品、報紙為主。

本文章節安排如下：首先，為文獻回顧與討論。次之，將探討臺灣

股票「市場工具」的發展歷史。說明證券公司營業廳的「市場性功能」的變化。再來，將探討目前臺灣證券公司營業廳的「科技—空間」型構。之後，將分析這個由證券公司營業廳與投資人構成的金融市場「行動者」。其中投資人的特性，以及這個「社會／經濟交錯的組構集合體」的構成與維持。最後部分，則為本文的討論與結論。

## 二、文獻回顧與討論

在社會科學領域中，金融市場的研究取徑，長期是由經濟學及後起的行為經濟學所主導。然而，其他觀點與方法的金融市場研究，例如社會學、人類學、女性主義等，已逐漸受到重視（Knorr Cetina and Preda 2005, 2012）。在此之中，金融社會研究（social studies of finance）取徑關注科技與技術對於現代金融市場與金融活動的構成與形塑。受到科學與科技社會科學研究（social science research on science and technology）觀點與方法的啟發，將市場的物質性（the materiality of markets）視為構成金融市場的重要基礎（Preda 2007; MacKenzie 2009）。

Michel Callon（2005, 2008; with Çalışkan 2010）的理論為金融社會研究中重要的觀點。他延續行動者網絡理論（actor network theory）的思想（e.g. Latour 1983; Law 1986, 1992），宣稱經濟行動者皆為「組構集合體」（agencement），由具有能動性的異質元素（包含人與非人元素）結合、彼此調節所構成。倘若市場領域的人類行動者（human agent）缺乏交易系統、價格顯示、市場訊息與支付工具，或無法與這些裝置（物）順利整合，那這個人類行動者將對市場失去認知、計算與交易的能力，而無法在市場內進行任何行動。因此Callon認為純粹的人類行動者（human agent）已經無法稱之為市場行動者（market actor），只

有「人」與「物」結合的「社會科技組構集合體」才具備在市場行動所需的認知、計算與交易能力。‘Agencement’有安排、裝配與集合、聚集的意義，Callon的「組構集合體」是受到Gilles Deleuze（1992; with Félix Guattari 1998: 75-110）啓發，但是Callon有其特定的使用脈絡（Palmàs 2007）。Fabian Muniesa、Yuval Millo與Michel Callon（2007: 1-4）進一步指出：「市場組構集合體」/「經濟組構集合體」即是讓事情、行爲與過程產生（具有）市場性/經濟性的「行動者」。而這個「組構集合體」也可同時是其他意向的「組構集合體」，如核子反應爐是「能源組構集合體」，亦是「經濟組構集合體」。不過，Donald MacKenzie（2009: 19-25）強調金融市場「行動者」並非具有固定且同一的本質。不同組構集合體即爲不同「網絡」（異質性網絡），因裝配不同物質/理論設備、由不同特性人類行動者構成，或受到不同組織文化的影響，產生不同金融市場「行動者」的型態。

Muniesa等人（2007: 3-4）提出「市場工具」（market device）來指稱「市場組構集合體」的「物」。他們認爲當研究市場實際運作時，會發現到「市場工具」爲構成市場與市場活動的必然元素。「市場工具」用以指稱「參與市場建構的物質與論述的集合體」（the material and discursive assemblages that intervene in the construction of markets）。Muniesa等人強調這些物質與論述集合體具有能動性（agency），在市場中，它們行動（act）抑或使他者們行動（make others act），目的即是讓事物更具有經濟性或更具有「市場性」。倘若回顧金融社會研究的文獻，即可發現「市場工具」這個概念確實可作爲探討「物」於金融市場作用的分析概念。例如國際貨幣市場銀行間的即時通訊交易系統（Knorr Cetina and Bruegger 2002）、早期歐美證券交易所的價格紀錄傳遞器（Preda 2009a）、非專業股票投資人使用的電腦交易與分析軟體

(Roscoe 2013)、投資銀行交易室的科技—空間型構(包含資訊終端機、分析軟體、室內設計、座位安排)<sup>5</sup>(Beunza and Stark 2004)、歐美交易所傳統凹型交易廳(pit)<sup>6</sup>(Zaloom 2006)等等,這些研究雖非皆採取「市場工具」為其分析市場物質性的概念,但其研究發現都可與這個概念相互接合,指出科技裝置、理論模型等在金融市場具有能動性。

「市場行動者」為「組構集合體」觀點,構成Callon(1998, 2008; with Çalışkan 2009, 2010)的「經濟(學)化」(economization)理論的一部分。Callon指出現代社會的市場活動都需要經過一個市場化(marketization)過程:商品要為可交易且可計量計價的物品、市場行動者要為具有理性計算能力的組構集合體(人與工具)、市場行動者們要可相遇(encounter)來評估商品價值與交易。市場化的目的就是要將這些「物品」、「行動者」、「行動」從「社會其他框架」中分隔出來(separation),置於經濟(學)邏輯型塑的「經濟框架」(economic frame)之中運作,成為「市場活動」。Callon因此宣稱經濟市場是鑲嵌(embedded)於經濟學之上,市場行動者在經濟(學)框架下的行動即是在展演執行(perform)經濟學。<sup>7</sup>在金融市場上,MacKenzie

---

<sup>5</sup> Beunza和Stark(2004)研究華爾街投資銀行的套利交易部門(套利交易藉由買賣不同市場的相同金融商品或不同但具有相關性的金融商品之間的價差來獲利),發現部門主管特意讓不同產品交易員坐位相鄰,讓他們可以對市場變化與趨勢迅速交換意見,發現套利機會。

<sup>6</sup> 歐美金融市場傳統都是以公開喊價(open outcry)來進行交易。交易員在交易廳聚集,彼此藉由手勢、眼神、肢體動作、腳步與叫喊來進行交易。Caitlin Zaloom(2006)研究指出,凹型交易廳的設計即是為了讓市場價格訊息更有效率的流通。

<sup>7</sup> 國內學界將perform/performativity翻譯為「展演」/「展演性」(如林文源 2006; 陳宗文 2014)。perform除了有「表演」、「展現」的意義之外,也具有「執行」、

(2006; with Yuval Millo 2003) 對於 Black-Scholes-Merton 選擇權定價模型研究，指出此經濟學理論提供芝加哥商品交易所 (Chicago Board of Trade, CBOT) 在1973年設立的正當性。<sup>8</sup> 之後交易員仍依照這個訂價模型來理解選擇權價格與交易，呈現市場展演實踐 (perform) 理論 (價格) 的現象。另外，由 MacKenzie 等人 (2007) 編輯 *Do Economists Make Markets? On the Performativity of Economics* 一書，整理市場展演實踐經濟學實例與討論，如電信產業行動電話網路頻寬拍賣市場的建構 (Guala 2007)、歐洲漁民捕撈額度交易 (Holm 2007) 等。

在這個理論脈絡之下，「市場空間」即是與「社會」區隔，置於經濟框架的市場交易「空間」，行動者在此「空間」中從事經濟理性的市場活動，而這個「市場空間」常常也是與「市場工具」相結合。Marie-France Garcia-Parpet (2007[1986]) 研究指出法國草莓農與銷售商根據經濟學理論建立拍賣市場，爲了讓買、賣者的行動隔絕在社會關係影響之外，設立雙方可匿名化交易的交易場所，讓市場行動者在此「市場空間」中可完全依循經濟邏輯來交易。Zaloom (2006) 研究指出，雖然傳統歐美金融市場交易員彼此認識，但他們都將凹型交易廳視爲純粹「市場空間」，在意識與行動上將這個空間與其他空間區隔，要求自己在交易大廳的行動與思考就完全依循經濟理性，以免受其他因素影響而影

---

「運作」、「實踐」的意義，而這也是 Callon (1998, 2007) 與 MacKenzie (2006, 2007) 以 'performativity of economics' 來強調經濟學 (與商學) 具有 'do things' 的性質。此外，Callon (1998, 2007) 與 MacKenzie (2006, 2007) 是以相當廣義來指稱「經濟學」，除了經濟學，還包括會計學、管理學、財務學等商學。

<sup>8</sup> 根據 MacKenzie (2006; with Yuval Millo 2003) 的研究，過去選擇權交易被視爲一種賭博，因爲其價格變動沒有合乎經濟學理的根據，交易所缺乏正當性來設立這個市場。

響獲利與表現，讓自己「市場空間」內成為完全的「經濟人」（*homo economicus*）。Preda（2009a）研究指出歐美金融市場在發展過程中，交易所成員有意在資訊上（限制交易資訊傳播）、空間上（專屬交易場所）、組織上（封閉性會員社群）、制度上（政府特許）與社會隔絕，限制交易所與外在的連結，藉此壟斷金融市場交易。當19世紀末的價格紀錄傳遞器將證券交易所的最新的市場資訊迅速傳遞至證券公司，少數富裕投資人可被允許聚集在證券公司觀看最新的股價紀錄、討論市場與下單，證券公司營業廳成為交易所延伸的「市場空間」。

Callon認為「市場行動者」為「人」與「市場工具」結合的「社會科技組構集合體」，強調經濟市場是鑲嵌於經濟學而非社會之上。Callon的理論觀點與多數經濟社會學者認為「市場行動者」為人類行動者或組織，強調經濟市場鑲嵌於社會與社會關係之上有所不同（e.g. Smelser and Swedberg 2005）。然而，MacKenzie（2006, 2007, 2009; with Yuval Millo 2003）根據自己對於選擇權市場研究，指出這兩個觀點並非是必然衝突。選擇權市場「行動者」為「交易員」與「定價模型」（市場工具）相結合的「組構集合體」。在選擇權交易所這個「市場空間」中，交易員都遵循依經濟學理論所創造的選擇權定價模型來交易，完全根據經濟（學）理性框架來行動，在市場中展演實踐經濟學。但是當選擇權市場在1987年遇到危機時，市場社群（交易所成員及他們與客戶）的社會關係，讓彼此信任對方，避免鉅額違約，使得市場在危機中順利存活。MacKenzie認為這顯示Callon的理論與Mark Granovetter（1985）所提出「關係鑲嵌」——強調經濟行動是鑲嵌於社會關係之上——是同時存在於市場活動之中。

許多經濟社會學研究早已採取Granovetter的鑲嵌理論，或是與此理論相近觀點，來研究市場行動（e.g. Portes and Sensenbrenner 1993; Uzzi

1996; Burt 2001; also see Smith-Doerr and Powell review 2005)。這個研究取徑指出金融市場社群（人類）行動者的社會關係，是有助於金融市場的運作，可避免機會主義，或加速交易資訊傳播。另外也指出市場（人類）行動者可能藉社會關係獲取市場資訊，形塑其市場行動（e.g., Baker 1984; Abolafia 1996; Uzzi 1999; Mizruchi and Stearns 2001）。在Gamble（1997）與Hertz（1998）對於1990年代初期的上海股市之研究，也都指出人際關係取得的市場資訊對於證券公司營業廳投資人來說是很重要。當然，如Karin Knorr Cetina（2003; with Bruegger 2002）所指出，隨著金融市場的交易電子化，實體的市場空間已經逐漸消失。新的市場型態對於金融市場（人類）行動者社會關係形塑之研究目前正在發展中。<sup>9</sup>

總結來說，上述理論提供研究臺灣證券公司營業廳科技、空間與

---

<sup>9</sup> Knorr Cetina（2003）認為在電子交易系統已經衝擊當代市場結構，當代金融市場已不像過去是以社會關係為基礎（交易員聚集在交易廳公開喊價），而是建構在電子資訊交易系統的流動資訊結構。對於Knorr Cetina的論點回應，目前探討金融市場社會關係的研究可分為幾個方向：（1）市場「外」的社會關係對於市場活動的影響？金融市場交易電子化，只是市場（內部）的交易雙方沒有社會關係，但是單一市場參與者自身的（外在）社會關係，仍會影響其市場行動，例如Beunza & Stark（2004）與本研究所指出，面對電子化金融市場，市場參與者與同事、其他投資人的討論、互動，仍會影響其市場行動。（2）在匿名化電子化市場，市場交易者是否仍存在「社會關係」？例如，Preda（2009b, 2012）所指出，在面對電子交易金融市場，交易者仍會以「社會互動」認知模式下，藉由「標籤」（tag）來辨識下單者的身分，進而思考其目的。此外，Callon觀點與Knorr Cetina觀點並沒有直接衝突，Callon是將「市場工具」視為達到「市場化」（marketization）的「物」，因此理論模型、科技設備都是可為市場工具。對於Callon來說，當代經濟市場是建立於「市場化」，將人、物與行動納入市場框架的過程。電子交易系統將當代金融市場變為流動資訊結構，可以視為讓經濟市場更加市場化的工具。

社會對於股票市場活動影響的分析架構。(1) 證券公司營業廳為構成金融市場行動者的「市場工具」。(2) 證券公司營業廳為「市場性空間」。(3) 證券公司營業廳投資人市場行動「鑲嵌」於社會關係。換句話說，即是以「市場性功能」與「經濟表現」來探討臺灣證券公司營業廳的科技、空間與社會關係。然而，Krippner (2001; with Alvarez 2007: 232) 曾指出Granovetter的鑲嵌 (embeddedness) 理論預設經濟與社會的區分，讓經濟與社會成為「外部關係」，以「社會關係是如何從外部去影響經濟結果」角度來探討社會關係與市場行動。而這個經濟與社會區分同樣為Callon經濟市場化理論的核心，他認為現代經濟市場需要將物品、行動者、行動從其他社會框架脫離納入於「經濟框架」才會成立。本研究將指出，倘若延續這些理論所共同預設的經濟與社會區分，將會對於當代臺灣證券公司營業廳現象無法產生全面性理解。

另一方面，本研究預期可充實對於個人投資人與臺灣金融市場的社會學研究，並且提供臺灣證券公司營業廳的田野紀錄。長期以來，金融專業人員、機構投資人為金融社會學與金融社會研究主要探討對象 (e.g. Knorr Cetina and Preda 2005, 2012)，但隨著近年歐美金融市場的個人投資人日益增加，個人投資人 (individual investors)、非專業投資人 (non-professional investors / lay investors)、小額投資人 (retail investors) 議題開始受到注意。目前研究主題有股市個人投資人的技術分析 (Mayall 2006; Roscoe and Howorth 2009)、股市非專業投資人與網路分析交易系統的鑲嵌分工 (Roscoe 2013)、股市個人投資人與市場 (經由電腦螢幕呈現) 的「互動」 (Preda 2012)、股市投資者團體 (集資共同投資股市) 成員的決策與行動 (如選股、市場趨勢預測) (Harrington 2008)。目前臺灣金融社會學研究已有吳宗昇 (2005, 2011) 對於臺灣股票市場資訊結構研究、錢克綱 (2008) 對於股市知識

生產探討、李宗榮（2012）對社會資本與股市及共同基金投資影響之討論等。總結來說，國內外金融社會學研究都尚未對證券公司營業廳有深入的探討，本研究即是希望能夠補足這方面的研究缺口。市場科技發展是證券公司營業廳成爲市場工具與市場空間的基礎，因此本文將先探討臺灣市場工具的發展歷史。

### 三、臺灣股票市場工具之發展

Callon（with Çalıřkan 2010:10-12）認爲「市場組構集合體」不可避免就是要涉入價值評估的過程。唯有對產品的價格與產品的價值之間進行評估計算，才會讓市場參與者決定是否要進行交易。沒有交易，就不會有市場，因此價值評估過程同樣是依賴相互競爭市場空間中的交易實踐。任何「行動者」（人與物結合）倘若無法執行從最初的價值計算到最終的交易，即無法在市場上存在，而這也是「市場組構集合體」的本質。當代金融市場被Callon（with Çalıřkan 2010: 12）認爲是人類行動者必須仰賴各項設備來進行價值評估與市場交易的例子之一，例如報價系統、交易系統等都是構成「金融市場組構集合體」的必要元素。

不同投資人可能會仰賴不同「市場工具」來評估價值與執行交易。然而，對於所有投資人來說，最基本的市場工具需求應該就是能「傳遞市場行情資訊」，如最新成交價格、交易量，以協助其判斷金融商品價值；以及能「迅速且正確執行交易」，即讓買賣單可快速且無誤傳遞至交易市場。臺灣的證券公司營業廳即是能滿足這兩項需求的「市場工具」。然而，其地位在不同時期有所變化，與臺灣證交所的股票買賣搓合科技，以及其他相關設備發展息息相關。<sup>10</sup>

<sup>10</sup> 蔣國屏（1991）、臺灣證券交易所（2002）、吳宗昇（2005）、錢克綱

臺灣證交所於1962年成立時，採取人工搓合的交易模式。交易所大廳為一個封閉空間，<sup>11</sup>各證券經紀商皆安排人員在交易所場內，經由交易大廳內的電話來和公司連絡，代表客戶喊價買賣。交易所大廳豎立一個大黑板，上面有各個股票的格子，交易所員工會將證券經紀商代表對於股票買賣喊價寫在黑板上，然後依價格優先順序排列。經紀商代表即可依黑板上價格來決定是否與對方成交。這個大黑板上的股票價格就是當時的即時市場行情（聯合報 1995；彭光治 2009: 54-57；證交資料593 2011: 13-14, 17-18, 23-24）。在場內買賣交易進行的同時，經紀商在交易所內的其他員工會打電話給公司，回報黑板上的最新市場行情，並且同時接受客戶的買賣委託。客戶委託單將傳遞至負責喊價交易的公司代表。在證券公司營業廳內會設立一個與交易所格式相同的大黑板，證券公司員工會將由交易所內同事所報的資訊一一謄寫在公司內的黑板上，供現場投資人參考（聯合報 1995；證交資料593 2011: 17-18）。對於當時的投資人來說，證券公司營業廳的黑板就是他們取得即時市場價格資

---

（2008）、彭光治（2009）的研究或書籍，都有部分內容涵蓋到臺灣股票市場資訊與交易設備發展，這對於本研究進行有相當大的助益。然而，此章節要探討的是臺灣股票市場個人投資人所使用的資訊與交易設備的發展，與上述研究或書籍的主題與內容有所差異。

<sup>11</sup> 當時臺灣股票市場大致上是呈現一個「封閉」狀態。「市場」在證交所「內」，「投資人」在證交所「外」，股票投資人無法進入實際買賣搓合的「場內」。但是早期證交所的交易大廳設有參觀臺，讓外部人士可參觀內部交易的情況（彭光治 2009）。此外，根據Preda（2009a）的研究，「維持封閉性」來維持特殊地位與壟斷利益是歐美許多股票交易所的共同特徵。這和臺灣的情況不同，臺灣證交所雖然「名義上」是一個私人公司，但「實質上」成立、營運、政策都是由政府掌控（彭光治 2009），缺乏藉由「維持封閉性」來獲取龐大經濟利益的動力（例如讓投資人付出高價來取得最新市場資訊）。

訊的來源。

但不就之後，證券公司營業廳作為唯一能提供即時市場資訊工具的事實就消失了。由於經紀商場內員工電話回報市場資訊常常產生錯誤，且缺乏效率，因此在1964年，證交所與中國廣播公司合作，在交易所大廳內設立廣播室，由中廣廣播員報導黑板上各股的資訊直到當日交易結束。證券公司營業廳內員工則改按照廣播內容來謄寫黑板，其他不在證券公司營業廳的投資人也可以藉由收聽廣播來取得同樣的資訊，然後打電話到證券公司進行下單（聯合報 1964；彭光治 2009: 125；證交資料593 2011: 13-14, 23-24；訪談資料TL27）。此時「廣播」成為能提供投資人最即時市場資訊的設備，即使證券公司的人員也同樣需要仰賴廣播來獲取市場的價格資訊。

然而，當時仍然有不少投資人偏好到證券公司下單，而非在自己家中以廣播與電話來交易股票。資深投資人K告訴我她當初堅持要去證券公司營業廳櫃檯下單的原因：

在家裡就可以打電話〔下單〕，因為收音機每天播放〔股市行情〕……〔但〕有的營業員很糊塗〔會在電話中聽錯〕，〔有的〕會偷吃客戶的單子，抓到一次，因為那時候沒有電話錄音……〔譬如說〕現在〔買一支股票〕，給你20塊一毛買到，它漲到20塊六毛，打電話過去照會，他說沒〔買到〕，你也沒處查，他就當天給你沖出去……他改成他的單子，他的帳號。我的單子是168，你〔營業員的〕是2367，我的單子就劃掉，就〔改〕2367，等一下當沖，就可以賺差價……現在〔股價〕20塊3毛，我打電話，他說我現在才買到。（TL27）

不只是親自到證券公司營業廳櫃檯下單，投資人K更堅持要親自填寫買賣單：

我們要自己做單子〔填寫買賣單〕。那個歐巴桑有的不認識字，會拜託〔營業員〕說：給我寫一下，他會給你寫，但是寫的時候，營業員有時候會弄錯。（TL27）

雖然股市行情廣播讓證券公司營業廳作為即時股票市場資訊提供工具的功用已經消失，但仍保有「正確執行買賣委託」的功能性，或者說至少可讓投資人在現場執行（親自填寫買賣單）與監督整個下單委託過程，提高交易的正確性與可靠性，減少證券公司人員錯誤或欺騙的可能性。這個「功能」讓不少投資人仍持續仰賴證券公司營業廳來從事交易，而非使用廣播搭配電話，這使得證券公司營業廳的地位在股市行情廣播出現後持續存在。

證交所在1972年搬入新址，同時將場內交易方式從原本的口頭唱報競價改為專櫃申報競價。為了提高速度，減少人工書寫錯誤與辨識不清的問題，在1973年，證交所從國外購買電動行情揭示板（類似現在的籃球比賽計分板）取代原本設於交易廳的黑板。證交所人員用電動按鈕輸入證券商場內代表傳遞來的報價紀錄，價格資訊顯示在電動揭示板上。廣播人員則改為播報交易廳行情揭示板的資訊。證券公司人員則仍然按照廣播來謄寫營業廳黑板（經濟日報 1974；聯合報 1996；訪談資料 TL27）。

從1978年起，各家證券經紀商陸續在總公司與分公司的營業廳內設立電動行情揭示板。透過電話線讓證交所交易大廳的電動行情揭示板與各證券公司的電動行情揭示板同步連線（只有延遲約30秒），在營業

廳內顯示股票最新買賣報價、成交價給在場的投資人（經濟日報 1978a, 1978b, 1979, 1987a）。證券公司營業廳電動行情揭示板的資訊更新速度優於廣播資訊的更新速度。經由裝設電動行情揭示板與證交所連線，證券公司營業廳再度成爲能提供投資人最即時市場行情的資訊工具。

在1980年代，臺灣經濟起飛，股票市場迅速成長，參與股票投資的人口日益增加。1985年起，證交所爲了因應逐年提升的交易量，積極發展電腦交易系統。之後證交所陸續將各類股納入電腦輔助交易系統，自此無需經紀商場內代表在證交所交易大廳競價下單（經濟日報 1986；彭光治 2009: 123）。透過電腦網路連線，證券公司輸單人員將買賣單直接key入公司內電腦，幾乎同時即可顯示在證交所終端機螢幕之上，由證交所員工根據螢幕上各證券公司的報價來進行買賣搓合（聯合報 1996）。在1987年，透過證券公司與證交所的終端機連線，可在證券公司營業廳設立的電視牆與電腦提供更爲豐富的市場資訊（蔣國屏1991: 170-171）。<sup>12</sup>

最新的個股交易價格是投資人買賣個股時最基本的參考點。相對於證券公司營業廳能提供即時且豐富的資訊，此時廣播的股市行情報導所提供的市場行情就顯得過於落後與貧乏。投資人K比較當時廣播與證券公司營業廳電視牆與電腦：

下單要怎麼下單？眼睛閉閉要怎麼下單？他要看電腦啊……廣播不就〔是〕要聽很久才〔能〕聽到一輪，一直輪啊輪，不就十分鐘才跳到，〔那時候都已經跳到〕漲停板……〔所以〕不

---

<sup>12</sup> 包含（1）基本市況報導：個股價格與累積成交量、市場總成交金額與總成交量、委託買、賣筆數與張數、加權股價指數、公告資訊等等。（2）收盤後個股當日交易統計。（3）掛失公告與其他當日公告事項（蔣國屏 1991: 170-171）。

可能，都〔是到〕現場〔營業廳〕看。（TL27）

隨著臺灣股票市場在1980年代末屢創新高，股票投資人口短時間內大幅度成長。證券公司營業廳同時作為能提供即時且豐富市場行情的資訊工具與可靠且正確的交易工具。根據1992年公布的《臺灣證券交易所股份有限公司證券商營業處所場地及設備標準》所規範，「證券行情揭示設備」、「交易資訊設備」、「客戶座位」與「營業櫃檯」等，都是證券公司營業廳必須要設立的設備。<sup>13</sup>大批投資人到證券公司來進行股票交易，營業廳成為當時構成股票市場「行動者」（組構集合體）最重要的「市場工具」。當時期報紙專欄有描述證券公司營業廳的盛況：

臺灣全球股市中，論「泡號子」的熱情，臺灣股民要拿第一。早一陣且有人想出號子移師戲院的點子，冷氣強、銀幕大，讓股民泡個不亦樂乎……早到的股民有位子坐，遲來的只好靠邊站，有人帶備椅子進場，有人用望遠鏡瞄視。股民神情跟著行情揭示板走，股票漲停板，拍掌喝采，喜形於色。有人全神貫注在筆記本上逐檔逐檔做紀錄，有人嘍著嘴在計算機上的的篤篤。（聯合報 1989）

---

<sup>13</sup> 1992年公布的《臺灣證券交易所股份有限公司證券商營業處所場地及設備標準》第三條營業廳必具之設備：（1）閉路監視系統之設備。（2）證券行情揭示設備。（3）交易資訊設備。（4）營業櫃檯。（5）公告欄。（6）證券投資資料櫃陳列上市公司有關資料供客戶取閱。（7）微縮影設備器材。（9）客戶座位及客戶用電話。（9）空氣調節、防火設備及臨時「緊急疏散與照明等設備」。（10）辦理受託買賣證券有關之其他要設備。

證交所爲了使即時股市行情可更廣泛地傳播，不受限於證券公司營業廳，在1987年與交通部電信局合作，發展中文電傳視訊系統（Chinese Videotex System）傳輸股市資訊，內容包含個別股行情走勢、漲跌停股票、股價指數走勢等。讓投資人可藉由電話線連結家中的電腦或具AV端子電視，即同步取得與在證券公司營業廳行情揭示板相同的市場資訊（蔣國屏 1991:170-171；經濟日報 1988a）。然而，電傳視訊系統需要數萬元的裝機設備費與每月數千元的傳輸費，除了一些商家（如餐廳、商店）裝設此設備來吸引顧客之外，過於昂貴的費用，似乎讓許多有興趣的投資人望而卻步（聯合報 1989, 1990；經濟日報 1987b, 1990b）。

當時尚未合法化的有線電視（俗稱第四臺）正開始流行，部分業者察覺到對於股市行情資訊需求可以刺激有線電視擴張，於是向電信局購買電傳視訊，然後再轉播到自己的系統內，吸引想在家中做股票的人以相對低廉費用（每月約五百元）裝設有線電視來觀看即時股市行情（經濟日報 1989；聯合報 1990, 1993）。<sup>14</sup>轉播股市行情實況很快成爲各有線電視系統必備頻道，之後更有股市分析公司提供系統業者每日盤後分析的錄影帶在股市收盤後播放，讓頻道內容更爲豐富（經濟日報 1990b）。在1993年有線電視合法化的時候，全臺已經有45.7%的家庭裝設有線電視，在兩年後這個比例已經上升到70.7%（國家通訊傳播委員會 1999）。

在1993年，臺灣股票市場全面電腦自動化交易，廣播電臺的股市行

---

<sup>14</sup> 例如，在1990年《聯合報》上就有讀者投書表示，政府要有效杜絕當時非法的有線電視，最好的辦法就是在無線電視上全程直播股市行情現況。因爲多數訂閱有線電視的人就是爲了要看股票，但裝設電傳視訊費用太高，又要等待數個月，所以才裝第四臺。如果無線電視上有直播股市，那有線電視的客戶至少會少掉一大半以上（聯合報 1990）。

情實況轉播也隨之結束，有線電視系統的股票頻道可以說已經完全取代過去廣播的功能與地位，提供即時且價格相對低廉的股市行情報導給投資人。有線電視改變許多投資人的行為模式，例如投資人M就表示：

以前都去號子，以前沒有第四臺，沒有第四臺根本看不到〔市場行情〕。（TL12）

投資人M的女兒，本身也是投資人W，指出她們母女使用有線電視主要是為解決「到證券公司營業廳」所造成的長期日常生活不便：

後來我們就幾乎沒有去號子，都沒有去了，因為有第四臺就看第四臺。然後我媽媽要做家事，以前我要上班……（TL13）

在退休後才開始投資股票的投資人Y，也是經歷相似的轉變：

我早期在股票市場〔證券公司營業廳〕……現在在家裡幫忙做點事，改成打電話。（TL11）

證券公司在1980年代末普遍設立電話錄音系統，大幅度改善電話下單的正確性與可靠性，這也是提高投資人改為採取電話下單的重要原因之一。電話錄音系統出現與證券公司牌照開放有關。在1988年政府修改證券交易法，開放證券經紀商牌照管制，將證券商設立制度從特許制改為申請許可制。在1987年開放前，證券經紀商為28家，共有總公司28家，分公司29家；到1990年證券經紀商已經擴充到378家，共有總公司381家，分公司30家（金融監督管理委員會 1999）。由於市場競爭激

烈，爲了提升市場佔有率，證券公司都積極改善營業廳環境，引入新設備來爭取客戶。<sup>15</sup>從1988年起，各證券公司陸續設立電話自動錄音系統，讓投資人打電話到證券公司下單交易都會有語音記錄，避免過去常見的電話委託糾紛（如下錯單、偷吃單等）。如果營業員與客戶有爭議，即可調出錄音帶來確認電話委託內容。同時期，成交電話語音查詢系統也普遍設置，讓電話下單的客戶可藉由電話來得知交易結果，也可經由電話來查詢現在個股股價（經濟日報 1988b, 1988c）。

網路系統在臺灣股票市場的全面使用，則更徹底改變臺灣股市「行動者」的型態樣貌。在1993年時，證交所的「股票交易電腦自動競價系統」上線。臺股買賣搓合，從過去電腦輔助交易（證交所員工根據證交所成交準則進行人工判斷搓合），改由全面由電腦根據買賣單的價格優先與時間優先自動搓合，也使成交回報由證券公司與證交所電腦連線自動完成。全面電腦化不但減少錯誤的可能，也縮短成交時間（證交資料595 2011: 11-16）。證交所在1997年開放證券公司提供客戶網路下單服務，這可以說是臺灣股票市場交易完全自動化的最後步驟（經濟日報 1997）。無論是在營業廳現場下單或電話下單的投資人，都需透過證券公司人員使用證券公司電腦鍵入買、賣單，傳送至證交所主機進行交易搓合。網路下單則允許投資人以個人電腦連線至證券公司電腦主機，經過證券公司主機中介，將買、賣單傳遞到證交所的交易系統主機，中間無需證券公司營業員接單或輸單人員key單（臺灣證交所 2002: 156-159）。

經由網路，股票市場資訊能夠更廣泛且迅速的傳播。投資人目前已

---

<sup>15</sup> 除了電話錄音與回報系統，當時有證券公司強調安全性，在營業廳加裝防彈玻璃、鋼門、安全密碼，也有證券公司在營業廳提供電腦磁卡回報系統（經濟日報 1988b, 1990a）。

可由證券公司網站、財金網站（如YAHOO!奇摩股市）等，免費查詢個股即時行情、歷史資料、大盤指數紀錄等。證交所正式的臺股市場資訊網站，為2002年設立的〈公開資訊觀測站〉<sup>16</sup>與2003年成立的〈基本市況報導網站〉。<sup>17</sup>〈基本市況報導網站〉提供個股與大盤的即時市場行情，資訊為每五秒更一次。〈公開資訊觀測站〉則是提供上市櫃公司的財務資料，方便投資人查閱公司的公開揭露資訊（證交資料596 2011: 23-26；中央通訊社 2014）。

有線電視股票頻道與證券公司自動錄音電話的組合，以及後來的以網路為媒介的資訊與交易系統，已可提供投資人即時且豐富市場資訊與正確可靠交易系統，在「市場性功能」上，已經等同且超越證券公司營業廳。這讓許多待在家裡、公司、學校、店面的投資人可以從證券公司營業廳「解放」出來，可一邊做家事或工作，一邊從事股票投資（訪談資料）。

除了在資訊與交易的功能性已經可被取代之外，在證券公司營業廳買賣下單的費用也是等同或高於其他市場工具。臺灣證券交易的標準手續費為成交金額的千分之一點四二五，根據客戶買或賣股票的成交總金額來計算。然而，各證券商為了競爭市場，都會以標準手續費為基準，再給與客戶不同程度的折讓。目前臺灣證券業界普遍都是以網路下單的折讓最高，折扣程度基本上都在六折之下。部分證券商，例如新光證券，即是以網路下單二點八折在業界知名。<sup>18</sup>雖然證券商可能會因為客戶成交金額多寡私下給予更高的折讓，但是在證券營業廳現場下單的

---

<sup>16</sup> <http://mops.twse.com.tw/mops/web/index>。取用日期：2015年4月28日。

<sup>17</sup> <http://mis.twse.com.tw/stock/group.jsp?ex=tse&ind=TIDX>。取用日期：2015年4月28日。

<sup>18</sup> <http://www.skis.com.tw/nsk/news.aspx>。取用日期：2015年4月28日。

手續費用普遍是高於網路下單。例如投資人S是T證券公司營業廳VIP客戶，他在營業廳現場下單所要付的手續費與他電話下單相同，且高於網路下單的費用（TL25）。換句話說，對於投資人而言，在證券公司營業廳下單的交易成本是所有下單方式中最高的。

現在證券公司營業廳在「功能性」（市場資訊的即時與豐富性，交易的正確性與速度性）與「經濟性」（交易成本）都已經等同，甚至遜於其他市場工具。這樣自然地會讓我們產生下列疑惑：目前是哪些投資人仍使用證券公司營業廳投資股票？使用的原因又是什麼？以證券公司營業廳為市場工具的「行動者」（組構集合體）是為何繼續存在？「市場組構集合體」由「人」與「工具」所連結構成。倘若要理解臺灣股票市場中以證券公司營業廳為構成元素的「行動者」，那我們就必須對目前這個「組構集合體」的「工具」與「人」都進行深入分析，而這也是下面章節所要處理的工作。

#### 四、證券公司營業廳的「科技—空間」型構

無論是證交所的交易大廳，抑或投資銀行與避險基金的交易室，其內部的設備裝置與空間安排，都是其它們作為「市場工具」與「市場空間」不可或缺的一部分（Zaloom 2006; Beunza and Stark 2004; MacKenzie and Hardie 2009）。同樣的，臺灣證券公司營業廳，這個臺灣股票個人投資人的專屬金融場域，其內部的裝置設備與空間設計需要整體地來探討。下文將要說明，證券公司營業廳的設備與空間與市場同時形塑投資人在此的活動、氛圍與意義。

這次研究所觀察過的四家證券公司營業廳規模差異很大，但是所提供的設備裝置與空間格局安排卻是相當接近，只有細部配置與附屬設備

上略有不同。X分公司營業廳是作者進行田野觀察時間最長的地點，因此就以X這個例子來介紹目前證券公司營業廳基本的「科技—空間」配置型態。X是S證券股份有限公司49家分公司之一，位於臺北市中心區，空間面積不算大，也是這次田野研究四家營業廳中規模最小的。但是在業務量上，X卻是S證券公司相當重要的分公司。圖1是作者根據田野筆記中的素描所繪製而成，比例尺上並非精確，但可以呈現出大略的設備器材與空間格局。

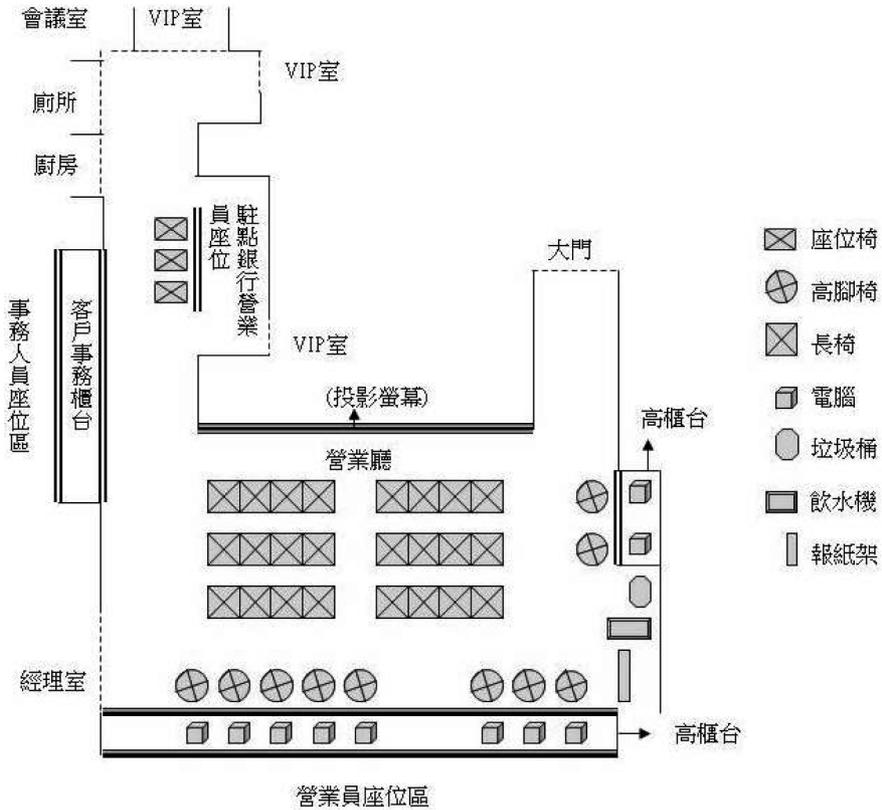


圖1 X分公司營業廳空間圖

資料來源：作者繪製

營業廳中心就是顯示股市即時行情的大型螢幕，內容包含各股與大盤指數的即時行情資訊。播放時間為證交所的交易時間，即營業日早上9:00至下午1:30。但是在市場開始前10分鐘證券公司人員就會將機器開啓，先播放臺股期貨即時行情。螢幕內容是以投影機投射播放，因此在交易時間中，X分公司營業廳的部分燈光都會被關掉，以避免過強光源干擾投射螢幕的顯示。直到市場結束後，燈光才會全部打開。<sup>19</sup>但是有些證券營業廳是以多部電視顯示器組成大型行情揭示板，就無需調整燈光。

證交所爲了減少人爲操控收盤價，個股在當日交易結束前5分鐘之內的所有委託買賣單，都會集中在1點30分集合競價搓合。<sup>20</sup>因此從1:25到1:30這段時間，螢幕上的行情資訊會持續呈現畫面凍結狀態，直到1點30分才會顯示當日市場最後的交易結果。<sup>21</sup>在X分公司營業廳現場的投資人都不喜好在最後5分鐘下單，因爲沒有即時的價量可以參考。公司爲了提醒現場投資人最後5分鐘快要到來，要下單的要盡快，會在收盤前10分鐘，也就是行情資訊暫停前的5分鐘，將電話語音報時服務（117）連結到營業廳播音喇叭，在營業廳大聲播放「下面音響，XX點XX分XX秒～嗶」至當日市場交易結束。<sup>22</sup>

---

<sup>19</sup> 在X分公司營業廳，大廳燈光開啓與當天交易結束時間點上的連結，讓燈光開啓產生象徵性意義，與電影結束後開燈散場有種相似性，因此在開燈後，都會聽到有現場投資人說著：「散場囉，回家囉。」

<sup>20</sup> 在國際市場上，也有其他交易所實施類似制度，即是收盤前一段時間個股買、賣單都在收盤時集中搓合，例如Paris Bourse就有這樣的制度（Mumiesa 2007）。

<sup>21</sup> 有些在X營業廳現場投資人，會以「開獎」來稱呼收盤前5分鐘之後（股市資訊暫停結束之後）的螢幕畫面所顯示的當日收盤資訊（最終交易結果）。

<sup>22</sup> 報時廣播有會催生時間緊迫的緊張氣氛，有X營業廳投資人會對自己與身邊的人

螢幕前方有左右各三排長椅。右側有兩臺電腦，專門供營業廳投資人使用。除了可查詢個股即時行情之外，還涵蓋大型螢幕所沒有的資訊，例如上市公司基本資料、財務資料與歷史市場價格等。<sup>23</sup>長椅後側高櫃臺上電腦則是固定只給幾位高交易量的投資人使用。營業廳的電腦系統都只能查詢股票市場資料，無法下單。

營業廳右側電腦旁是冷熱飲水機、垃圾桶與書報架。飲水機上有免費的紙杯與茶包。書報架上有當天的經濟日報與工商時報、證券相關小冊子，以及一些最新的財經雜誌。左側走道底部為廁所與廚房，廚房有流理臺與微波爐，開放給員工與營業廳投資人使用。另一間位於臺北市的T證券公司則有書報架、垃圾桶、證券冊子櫃、飲水機、紙杯、公共電話與大同電鍋。

各證券公司VIP室規劃的差異似乎較為明顯。譬如說，X分公司有三間獨立VIP室，每間只供一個高交易額投資人使用。但T證券的M分公司則沒有VIP室，只有在營業廳側邊設立一個大型VIP區，類似學校的電腦教室，有數排桌椅，每個VIP投資人彼此併排而作，每個位子上有一臺獨立電腦，可以觀看市場行情、查詢資訊，但下單仍需要透過桌上設有錄音功能的內線電話機，撥電話給營業廳另一邊的營業員。

目前營業廳現場客戶下單的標準流程，是客戶先在櫃臺 妥委託單，證券公司員工會輸入客戶的委託單至與證交所交易系統連線的電腦。但是依田野觀察，與公司很熟的現場客戶都是在營業廳就直接向櫃臺內（證券公司員工座位區）「喊單」（口頭下單），要自己營業員先把單子下出去，然後等收盤後再到櫃臺補填買賣單與簽名蓋章。這種直

---

嚷嚷：「趕快下喔～最後一盤囉～下好離手。」

<sup>23</sup> 這些電腦為《臺灣證券交易所股份有限公司證券商營業處所場地及設備標準》所規範營業廳應設置供投資人自行查詢的「公開資訊觀測站」終端機。

接喊單的方式可以幫助客戶在市場快速變動時節省 寫委託單的時間，但如果公司和客戶間缺乏高度信任，是很容易引起買賣糾紛（例如寫錯、聽錯、客戶不認帳等）。投資人K說，在她往來證券公司，營業廳裝有一支電話，全程有錄音，供現場客戶使用。除非是公司很熟的客戶（例如投資人K本身）才被允許喊單買賣（訪談資料TL27）。

## 五、社會 / 經濟交錯的組構集合體

構成金融市場「行動者」為「人」與「物」結合的「組構集合體」。MacKenzie（2009: 19-25）認為其中「人」的社會屬性，例如交易員的性別等，會形塑這個「組構集合體」的特性。本研究將一進步指出，以證券公司營業廳作為其「市場工具」的行動者，其中「人」的社會屬性、交易慣習與社會關係，不只是形塑這個「組構集合體」的特性，更是維持這個「組構集合體」繼續在市場存在的原因。

### （一）證券公司營業廳的投資人

根據估算，臺灣約有860萬的股票投資人，接近同成年人口的一半。<sup>24</sup>然而，根據研究時期的田野觀察，在營業廳的投資人似乎具有某些共同人口與社會特性，並非是整體投資人的隨機分布。首先，在營業廳的投資人年齡普遍都在約50歲，或者在這個年齡之上。營業員C在訪談時也和我聊到這個現象：

---

<sup>24</sup> 參閱註腳2。

營業員C：你有沒有觀察到，到大廳的〔投資人〕是不是年紀稍大？

研究者：對呀，都是年紀大的。

營業員C：沒有年輕人啊！（TP9）

此外，在營業廳的投資人男女比例大致上維持接近，但女性投資人似乎略多於男性。這個觀察基本上應與臺灣股票投資人整體人口結構相符合。<sup>25</sup>「菜籃族」文化被這些研究者認為是臺灣股票市場投資人女多於男的原因（Barber et al. 2007: 434；李宗榮 2012: 455）。在田野的觀察中，營業廳的確是有帶著市場所購買東西的女性投資人，但是有這樣子行為的男性投資人也相當多。

在受訪者中，使用營業廳投資股票的投資人主要為「退休」、「家庭主婦」或是多年前辭職後就「專門做股票」的。這和田野可觀察到的營業廳投資人特徵一致，他們普遍年紀偏高、常常會帶著市場買的東西等。投資人S形容在他那家證券公司的現場投資人：

〔都是〕年紀比較大，就是沒有上班的，都是退休的來這裡〔營業廳〕比較多。（TL25）

如上文已指出，目前證券公司營業廳的「市場性功能」已被其他資訊與交易設備（例如網路、有線電視、電話等）大幅度超越，然而證券公司營業廳必然對這些投資人來說具有某些不可取代的特性，才會讓他

---

<sup>25</sup> Barber等人（2007）的研究取得臺灣證交所1995-1999年完整逐筆交易資料，發現臺灣股票投資人是女性（55%）略多於男性（45%）。李宗榮（2012）根據中研院社會變遷資料所做的研究，也同樣指出臺灣女性參與股市與基金意願高於男性。

們繼續使用它來交易。這個不可取代性與證券公司營業廳整體的「科技—空間」配置與使用者（投資人）的交易慣習與社會互動息息相關。

## （二）交易慣習

在1980年代末推出的電傳視訊，是首次讓投資人可以在證券公司營業廳螢幕之外可同步觀看即時股市行情的新科技，受到當時股市投資人的注目。然而，除了費用昂貴之外，缺乏「臨場感」，則成爲另一個當時部分投資人躊躇裝設電傳視訊的原因。所謂「臨場感」即是親臨人潮擁擠的證券公司營業廳，感受「股市的熱絡與委託買賣成交、漲跌變化的氣勢」，藉由觀察個股人氣來判斷市場的走向（經濟日報 1988a）。<sup>26</sup>當時有市場人士在報紙上表示：

短時間內散戶每天早上到證券商營業廳，蒐集各方消息或互相交換意見，掌握人氣動向的習慣，可能不會因此〔電傳視訊推出〕而改變。（經濟日報 1988a）

然而，時至今日，在證券公司營業廳應該已經很難藉由觀察「人氣」來分析市場趨勢。以本研究田野地點的X分公司營業廳爲例，X雖然是S證券重要的分公司（以交易量來說），但在田野時期，營業廳投資人的數目最多維持在十多個上下，從未達到二十個。其他田野地點的證券公司營業廳人數有所不同，但也絕對稱不上「人潮」。投資人K說自己去的證券公司營業廳只剩下零零星星的幾個人：

---

<sup>26</sup> Gamble（1997）研究中也提到1990年代初期上海股票投資人會去證券公司營業廳感受市場的「氣」。

我們這邊號子，都三、四、五個……以前我們那邊很多，人擠人，現在都沒有。（TL27）

據投資人K所知最多人的證券公司營業廳「最多現在五十幾個人」，這也和田野經驗很一致。目前營業廳「人氣」大多已經消散，在現場的投資人數目有限，無法匯集成具有指標性的市場動向氛圍，感受「人氣」應該已非投資人會留在證券公司營業廳的主要原因。

然而，證券公司營業廳設有市場資訊設備、交易裝置與開放性空間場地，投資人可在此聚集，彼此討論行情、交換資訊、詢問意見，這可能是構成有些投資人要留在營業廳交易的重要原因之一。當研究者在M證券分公司訪談投資人S時，營業廳投資人就打內線電話向投資人S問股票意見，事後投資人S表示這是常有的事。投資人S所在的VIP區，也同樣三不五時都會有人在討論股票。X證券公司營業廳除了同樣有投資人互相討論市場之外，還在有一位幾乎所有現場投資人與證券公司人員都認識的投資人MA。投資人MA每次都會大聲向營業員喊單，讓現場所有人都可以清楚聽見他買賣股票的價格與數量。當他一喊完單之後，現場數個投資人會立刻複製他的單，以相同價位進出同檔股票。營業員C告訴研究者，有些投資人是為了投資人MA才來營業廳做股票的。他的選股判斷相當厲害，獲利穩定，又會將他的單子昭告大家，讓大家可以立刻跟單。投資人MA交易量相當大，X分公司早有給他一間VIP室，但他為了持續享受那種現場「粉絲」跟他單子的成就感，一直待在營業大廳。

此外，部分投資人則是因為長期在營業廳交易，已經與這個市場工具深入連結，形塑出一種固定交易模式，讓他們無法習慣其他市場工具的交易方式。這也是投資人K目前仍然堅持在營業廳做股票原因：

有的人說在家裡會做〔股票〕，我在家裡〔就〕不會做，沒有習慣。因為在那邊〔營業廳〕撮合〔人工下單〕，因為在家裡沒有辦法撮合麻。那邊，在號子，我有個電腦，在家裡是也有電腦，但是我這樣子〔在營業廳〕作單比較快。（TL27）

理論上來說，使用網路交易系統的下單與成交回報速度，都會比在營業廳現場透過營業員下單與回報更為迅速。但投資人K認為在營業廳現場下單，營業員能當場就向她口頭回報交易結果。對她而言，這比起其他交易方式，更可以讓她掌握交易的俐落性與順暢度。

投資人交易慣習的形成可能與他們進入市場的時間點有關。在訪談的投資人當中，只要是在2000年前後才開始從事股票投資的投資人，無論其年紀、教育程度或社經背景，都習慣以有線電視、電話與（或）網路來投資股票，多數都未使用營業廳，這可能因為這些市場工具在他們開始投資時都已經普遍了。目前臺灣有線電視、論壇網站與BBS已經提供豐富的股市分析與市場資訊，網路的下單與回報速度優於營業廳現場交易。然而，這種建立在特定「市場工具」上的交易慣習是有其固定性。即使面對同一個市場，經由不同的「市場工具」來取得資訊與下單交易，可能就需要不同認知模式，如同是面對不同的市場。Zaloom（2006）指出當歐美交易所引進電子交易，交易員從在交易大廳面對面公開喊價轉換到在交易室面對螢幕交易。這些交易員雖然有豐富的經驗，但是當他們面對螢幕上的電子交易系統，發現他們過去累積的市場知識、市場直覺與交易技巧都完全無效，需重頭開始累積經驗。Zaloom與本研究的例子都再度說明：市場工具形塑市場參與者的認知與行動。或者說，在探討市場參與者的市場認知與行動，是無法將「市場工具」與「市場空間」排除在外（Muniesa et al. 2007; MacKenzie 2009）。

### (三) 社會互動

目前證券公司營業廳的設備與空間不只是構成一個「市場工具」與「市場空間」，也同時構成一個「社會工具」(social device)與「社會空間」，這兩個面向是相互緊密扣連的。營業廳讓投資人可聚集互動，這種面對面的社會性互動是其他「市場工具」所缺乏的。投資人S表示：

家裡〔電腦〕也可以設自選股，也都有，可是來這邊，好像  
乙，大家一起聊天，有伴一起聊天。(TL25)

這裡所謂「聊天」不只是上述對於市場行情的討論，更包含生活事務的閒談。根據觀察，證券公司營業投資人的聊天話題交錯「股市」與「生活」。「股市話題」包含對於某檔股票或某產業的看法、今天市場趨勢、昨晚美股收盤情況等。「生活話題」則以家庭事務居多，可能是這些人的年紀相近，交集比較多，小孩讀書、就業，夫妻、婆媳、小孩相處都是常見話題。按照投資人K的描述，這種和證券公司營業廳朋友聊聊「吃的啊，哪裡玩的」，是從過去就一直有的(訪談資料TL27)。

真正「下單」交易所需時間相當的少，「看盤」與「聊天」才是投資人在證券公司營業廳的時間中最主要的活動，這兩項活動會隨著市場激烈程度而在現場輪替著。當市場開盤之後，大家就會看著營業廳中心的大型螢幕，和鄰近座位上的人聊天。當市場劇烈變化時，所有人都會盯著螢幕，此時營業廳充斥投資人大吼大叫的聲音。在迅速大漲時，現場會有人大喊「XX噴了」、「XX在沖了」。大跌時，會有人用髒話大聲咒罵上市公司、政府或法人。當市場相對平靜時，投資人就又會開始

和週遭人聊天，聊聊股票或生活。市場沒有變動就沒有行情變化，聊天成爲現場投資人打發掉市場平淡時最主要的活動。如投資人S所言：「每天都〔在〕這邊聊天，又不是每秒都在下單看盤」（TL25）。

這種長期持續性的「看盤」與「聊天」，讓許多在證券公司營業廳的投資人彼此熟識，產生社會連帶。在早上證券公司開門之後，人就陸續進來營業廳，彼此互相打招呼問候，入座。交易時間，大家一起「看盤」、「聊天」與「下單」。中午在營業廳吃飯，有人自己帶便當，有人一起訂便當，也有人收盤後再去吃飯。當收盤螢幕關掉之後，彼此互道再見，陸續離開。投資人在證券公司營業廳所產生的社會連帶，不只侷限於在營業廳現場的社會互動，而是成爲他們社會網絡的一部份。例如，投資人K與投資人S都表示，他們在證券公司營業廳認識的投資人，經過這麼多年互動，彼此又年紀相近，早都已經變成好朋友。大家都會定時聚會，一起吃飯、唱歌等等。投資人K表示她偶爾都還會到另一個號子去「找朋友」（TL 27）。

長期以來營業廳投資人之間社會互動，「市場性」與「社會性」總是同時存在且交錯。投資人之間會交換市場訊息與建議，也會閒話家常。這種社會互動，如同前文所言，一方面，與營業廳「科技—空間」同時形塑這些投資人的投資行爲，構成營業廳投資人的投資慣習。另一方面，同時也將「社會性意義」在這個金融市場行動實踐中呈現，使其成爲「社會—市場」行動。就如同營業員C的觀察：

〔證券公司營業廳〕看到很多老阿伯啊……〔每次買〕一檔一張！那他幹嘛？就是無聊啊，打發時間。就像那種人他在玩股票的意義，他都已經比如說七十歲了，那他去那邊其實是打發時間。因爲券商有提供咖啡，有茶，有報紙，好一點的搞不好

還有提供點心……那他去那邊的話，他可以跟他朋友見面聊天啊，就像你在公園不是會有阿伯下象棋。（TP9）

證券公司營業廳生活已成為許多投資人日常生活中的一部分，這樣的觀察理解或許與投資人心中想法是相當接近的。投資人S也是以類似的角度在看待證券公司營業廳：

算養老地方。這個地方不錯就是，這個地方讓我們〔這些〕有年紀〔的〕來這裡坐辦公室。不然不曉得要去哪裡？不然你看一天這麼長時間。我都不喜歡放假，最好是天天都有〔開市〕最好。（TL25）

對這些投資人而言，股票市場、社會互動與營業廳（工具）相互交織，其中任一元素都與其他元素緊密扣連，難以分離，因為這就是他們的日常生活活動。

#### （四）證券公司營業廳的未來

對投資人來說，在證券公司營業廳下單相較來說成本高昂且缺乏效率，因為使用網路下單會更加便宜與迅速。但在另一方面，維持營業廳對於證券公司則是等同是虧本生意，因為「現場投資人」（在營業廳下單的投資人）的手續費總收入是低於維持營業廳的成本。營業員C對我表示，即使是營業廳的大戶對於證券公司來說也是沒有利潤的（TP9）。隨著辦公室租金與其他費用的上漲，營業廳營運成本相當高。所以各家證券公司都已逐步縮小營業廳規模、設備，以減少支出。

營業廳的投資人也感受到這種改變，投資人K就說：「我們現在這個號子很好玩，好像不喜歡人家到號子去。」

現在法律規範對於證券公司營業廳所必須具備的設備已大幅度簡化。《臺灣證券交易所股份有限公司證券商營業處所場地及設備標準》在2002年1月9日修正時，已經將之前版本所要求營業廳的：「證券投資資料櫃」、「客戶座位及客戶用電話」、「空氣調節、防火設備及臨時緊急疏散與照明等設備」等都已經刪除。根據目前《臺灣證券交易所股份有限公司證券商及證券交易輔助人營業處所場地及設備標準》<sup>27</sup>的規定，證券經紀商營業廳必具之設備：1.交易資訊設備或證券行情揭示設備。2.營業櫃檯。3.公告欄。4.「公開資訊觀測站」終端機，供投資人自行查詢。5.錄影設備。且前項1、3、4得共用同一資訊設備。換句話說，按照目前規定，證券公司營業廳只需要提供電腦、櫃檯與監視錄影器即可。座椅、顯示行情的大螢幕、空調、報紙、飲水機與其他生活設施都是證券公司額外提供給現場投資人的服務設備。

證券分公司經理L告訴我，目前多數客戶都是使用網路與電話下單，主要營收也都是來自於那裡，且營業廳成本又是最高，維持營業廳並不划算，各公司都盡量以各種方式（例如優惠）將現場客戶導向其他下單方式。經理L認為對證券商來說，提供營業廳像是一種對現在這群資深客戶的「服務」，更甚過是做一門「生意」，因為這是沒有利潤的。他認為當這批客戶從證券公司營業廳「退休」之後，證券公司面積規模都將會進一步縮小，未來可能完全裁撤營業廳，只單獨留下各分公司的營運部門。這個現象不只發生在臺灣，也同樣發生在中國。筆者曾

---

<sup>27</sup> 在2014年6月10日《臺灣證券交易所股份有限公司證券商營業處所場地及設備標準》更名為《臺灣證券交易所股份有限公司證券商及證券交易輔助人營業處所場地及設備標準》。目前最新版本為2015年1月22日修正版本。

在2011年4月到上海與杭州進行短暫的田野，<sup>28</sup>當地的證券分公司經理在訪談也說過幾乎完全相同的內容，並且指出有些近年才新設立的分公司，已經完全裁撤營業廳。<sup>29</sup>

市場工具會隨著科技發展而改變、消失，或是被新的市場工具所取代。但是在這個過程中，大多數金融市場都會持續存在、甚至變得更為茁壯。有些歐美交易所在導入電子交易系統時，採取人工與電子交易市場並存，保留交易廳公開喊價交易。然而Zaloom（2006: 161-2）指出，仍待在交易廳的交易員數目相當有限，這些交易員都隨身帶著筆電，不斷低下頭看著螢幕，因為電子交易才是他們主要的交易來源，繼續留在交易廳，只是為了一種「感覺」。Gamble（1997）與Hertz（1998）在研究中國股市時，都特別描述人潮擁擠的證券公司營業廳，並且將這個現象視為中國股票市場的「特色」，但未來這個特色似乎也將不復存在。在臺灣，隨著這群投資人逐年離開營業廳，證券公司營業廳逐年簡化、縮減，過去令許多人熟悉的號子場景正一步一步走向歷史之中。

## 六、結論與討論

金融社會研究或是經濟社會學在探討金融市場時，通常著重於金融市場的工具、空間與社會關係存在、使用與意義的「市場性功能」與對

---

<sup>28</sup> 在中國田野觀察2家證券公司，1家位於上海，1家位於杭州，總共3天，約6個小時。共訪談4位中國股市投資人，其中1位為是日前在證券公司營業廳投資股票；3位中國證券公司人員，其中2位為目前工作業務與證券公司營業廳相關。中國的資料相當有限，無法作為主要研究材料，但仍具有相當有意義的參考性。

<sup>29</sup> 中國媒體有內容相近的報導。請參閱〈人山人海看行情的景觀漸成追憶 網路炒股催生新宅男〉，《錢江晚報》，2007年9月1日B1版。

於「經濟表現」之影響，例如交易室空間安排可提高交易效率、設立市場空間讓交易雙方可依經濟理性議價、社會關係可以有利市場行動與運作等。MacKenzie研究更明確指出市場工具（經濟學模型提供市場建立正當性、指導交易員買賣）與社會關係（在市場暴跌時，買賣雙方仍履約以避免交易所因鉅額違約而關閉）同時影響著金融市場運作。換句話說，無論是從Callon或是Granovetter的理論出發，都著重探討金融市場的工具、社會關係對於市場運作與經濟行動之影響（無論是正面或負面）。然而，如同Krippner所指出，這些觀點在理論分析層次上預設性區分了「社會」與「市場」，而使得研究分析的重心過度置於市場工具與社會關係對於市場運作與經濟表現的影響。但是，當臺灣當代證券公司營業廳的「市場性功能」大幅度減弱，成本與效率都已經被其他「市場工具」所大幅度超越時，就無法如同以往僅以「經濟框架」來理解這個「市場工具」與「市場空間」持續在存在與被使用的理由，而是需要從其他面向來對此現象來進行探究。

Callon（1998）認為在市場化的過程中（即是將「物品」、「行動者」、「行動」納入「市場框架」的過程），總是會有些「物品」、「行動者」、「行動」應納入「市場框架」但被遺漏或溢出框架（overflowing）之外，成為經濟學所謂的「外部性」（externality），Callon認為這將會再度開啓另一波更全面性的市場化的過程，將這些應該屬於市場（與市場有關），但不在現在市場內的「物品」、「行動者」、「行動」納入市場框架。例如工廠排放的空汙原本都被視為與經濟無關的環境問題，但目前世界趨勢是將工廠的空汙排放納入「市場框架」中，視為工廠產品的生產成本，甚至成為可買賣交易的生產元素（MacKenzie 2009）。但是，這個持續市場化過程未必會是必然的。當原本市場的「物品」、「行動者」、「行動」在經濟框架之外，未必是

「市場化」的遺漏或溢出，而可能是這個市場「行動者」（組構集合體）在行動實踐中改變整個框架意涵。

本研究指出，我們必須重新將當代臺灣證券公司營業廳的科技、空間與社會型構置入於「社會—市場」框架內才能夠對於整體現象有所理解。臺灣目前證券公司營業廳與投資人結合，已經從「經濟組構集合體」轉化為「社會／經濟組構集合體」，證券公司營業廳也從「市場工具」轉化為「社會工具」或「社會—市場工具」。Callon (with Çalışkan 2010: 9) 在闡述「社會—科技組構集合體」(socio-technical agencement) 概念說到：「根據定義來說，（最終）建構它自己所擁有的意義，是這個組構集合體的一部分。一個STA (socio-technical agencement / 社會—科技組構集合體) 最終將包含指向自身且詮釋自身的說法，就如同創造指令為一個工具涉入使自身運作的部分。」<sup>30</sup>在目前這個時期，證券公司營業廳與投資人結合的「組構集合體」在行動中產生出自身的意義，只是這個意義非純粹經濟性的，而是同時具有社會性。當投資人一次又一次去證券公司營業廳尋求社會性互動，一次又一次使用這個相對昂貴且缺乏效率的市場工具來看盤與交易時，其「社會—市場」意義就在一次又一次的行動中不斷地被實踐展現。

隨著新的市場工具的發展，例如新的支付方式、新的交易平臺等等，我們可以合理的預期，將會產生出更多與這些市場工具相結合的新模式的市場關係與交易互動，倘若我們將關注重心不只是放在新的組構集合體的市場性功能與經濟表現，而是以「社會—市場」框架來分析與理解它們，或許我們將發現更多新形態的社會關係正在誕生，許多新市場工具或許不只是用於展演實踐經濟學，也同時展演實踐著社會連帶；

---

<sup>30</sup> 另外可參考，Callon (2005: 4) 說：「行動，包含產生其意義的反身性面向，發生於包含人類，以及物與技術工具、文本等的混和集合體。」

經濟行動或許不只是鑲嵌於社會關係之上，社會關係也是鑲嵌於新型態市場活動之上。<sup>31</sup>

本文聚焦在當代臺灣證券公司營業廳的「社會—市場」框架的科技、空間與社會關係型構。其他市場工具與投資人所形成的市場「組構集合體」的特性，例如「不同組構集合體是否有不同的市場能力?」、「不同組構集合體是否會產生不同的市場社會關係型態?」等等，都會是相當有意義且重要的研究議題，但這已非本研究目前所探討的範圍，也是本研究之限制，期盼後續研究者能對這些研究議題進行更為深入的討論。

### 作者簡介

陳宇翔，國立臺北大學社會學系助理教授。主要研究領域為金融社會研究、經濟社會學、臺灣農業與茶產業。目前研究關注臺灣股票市場與個人投資人相關議題。

---

<sup>31</sup> Sanyal (2009) 對於印度女性借貸團體（類似臺灣的標會）的研究發現，有一定比例的團體成員間的經濟關係轉換成社會關係，顯示社會資本有可能產生於經濟活動。

## 附錄

**表1 股票個人投資人訪談名單**

| 編號   | 性別 | 年齡  | 工作狀態         |
|------|----|-----|--------------|
| TL1  | F  | 50s | 工作（小型家族企業成員） |
| TL2  | F  | 50s | 工作（小型家族企業成員） |
| TL3  | M  | 50s | 工作（自雇）       |
| TL4  | F  | 30s | 工作（受雇）       |
| TL5  | F  | 30s | 工作（受雇）       |
| TL6  | F  | 60s | 退休           |
| TL7  | F  | 50s | 工作（受雇）       |
| TL8  | M  | 20s | 學生           |
| TL9  | M  | 50s | 工作（自雇）       |
| TL10 | F  | 50s | 工作（自雇）       |
| TL11 | M  | 70s | 退休           |
| TL12 | F  | 40s | 家管           |
| TL13 | F  | 70s | 家管           |
| TL14 | F  | 20s | 工作（受雇）       |
| TL15 | M  | 30s | 工作（受雇）       |
| TL16 | M  | 60s | 工作（自雇）       |
| TL17 | M  | 20s | 學生           |
| TL18 | M  | 30s | 工作（受雇）       |
| TL19 | M  | 20s | 工作（受雇）       |
| TL20 | F  | 30s | 工作（受雇）       |
| TL21 | F  | 30s | 工作（受雇）       |
| TL22 | F  | 60s | 無業           |
| TL23 | F  | 20s | 學生           |
| TL24 | M  | 30s | 工作（受雇）       |
| TL25 | M  | 60s | 退休           |
| TL26 | M  | 20s | 學生           |
| TL27 | F  | 60s | 家管           |
| TL28 | F  | 20s | 學生           |
| TL29 | M  | 30s | 工作（受雇）       |
| TL30 | M  | 60s | 工作（自雇）       |

表2 金融從業人員訪談名單

| 編號   | 性別 | 年齡  | 職業          |
|------|----|-----|-------------|
| TP1  | M  | 30s | 投資顧問        |
| TP2  | M  | 30s | 分析師         |
| TP3  | M  | 30s | 分析師 / 前交易員  |
| TP4  | M  | 30s | 交易員         |
| TP5  | M  | 40s | 證券分公司經理     |
| TP6  | M  | 30s | 分析師         |
| TP7  | F  | 30s | 營業員主管       |
| TP8  | F  | 30s | IPO 經理      |
| TP9  | M  | 20s | 營業員         |
| TP10 | F  | 60s | 證券公司會計 (退休) |
| TP11 | F  | 50s | 營業員         |

## 參考書目

- 中央通訊社，2014，〈基本市況報導 舊版網站月底下線〉，7月29日。  
<http://www.cna.com.tw/news/afe/201407290010-1.aspx>。取用日期：  
2015年4月28日。
- 李宗榮，2012，〈探索風險投資的社會機制：社會資本與股市、共同基金的參與〉。《人文及社會科學集刊》24(4): 439-467。
- 吳宗昇，2005，〈資訊——知識與市場結構：臺灣股市的社會學分析〉。東海大學社會學系博士論文。
- \_\_\_\_，2011，〈資訊的重量：臺灣股市的社會構造〉。《臺灣社會學刊》47: 45-89。
- 金融監督管理委員會，1999，〈證券服務事業家數統計表〉。《證券暨期貨市場八十八年十二月份重要指標》。<http://www.sfb.gov.tw/ch/home.jsp?id=622&parentpath=0,4,109&mcustomize=>。取用日期：  
2015年7月3日。
- 林文源，2006，〈漂移之作：由血液透析病患的存在與行動談社會本體論〉。《臺灣社會學》12: 69-140。
- 陳宗文，2014，〈展演健康、建構市場：法國肺炎鏈球菌疫苗市場的展演性分析〉。《臺灣社會研究季刊》95: 1-55。
- 彭光治，2009，〈台股風雲起：走過半世紀的臺灣證券市場〉。台北：  
早安財經。
- 國家通訊傳播委員會，1999，臺灣有線電視家庭普及率。[http://www.ncc.gov.tw/chinese/files/10052/1994\\_15311\\_100520\\_1.pdf](http://www.ncc.gov.tw/chinese/files/10052/1994_15311_100520_1.pdf)。取用日期：  
2015年7月3日。
- 經濟日報，1974，〈擴大並更新設備的 交易廳啓用了〉，1月5日，7

版。

- \_\_\_\_，1978a，〈電動揭示行情第一次試播〉，10月24日，10版。
- \_\_\_\_，1978b，〈第二批電動揭示設備 將於下月起開始裝設〉，10月31日，10版。
- \_\_\_\_，1979，〈證管會將推動經紀商分公司裝設電動行情揭示系統〉，9月16日，7版。
- \_\_\_\_，1986，〈股市封關人工交易至此結束 證商代表場內生涯最後一日〉，12月30日，7版。
- \_\_\_\_，1987a，〈投入股市：八、行情揭示牌〉，10月18日，12版。
- \_\_\_\_，1987b，〈西餐廳就像號子！〉，12月20日，6版。
- \_\_\_\_，1988a，〈電傳視訊缺乏臨場感〉，7月20日，3版。
- \_\_\_\_，1988b，〈傳播站 證券商打電腦牌〉，8月29日，23版。
- \_\_\_\_，1988c，〈股市熱線資訊系統行大運〉，12月30日，18版。
- \_\_\_\_，1989，〈第四頻道盡股肱之力 電傳視訊受散戶歡迎〉，8月22日，19版。
- \_\_\_\_，1990a，〈傳播站 號子裝上防彈玻璃〉，2月6日，31版。
- \_\_\_\_，1990b，〈促銷平價證券即時資訊 供應商第四臺 將聯合出擊〉，5月14日，7版。
- \_\_\_\_，1997，〈網際網路下單 證交所已開放〉，11月27日，20版。
- 臺灣證券交易所，2002，〈臺灣證券交易所四十週年特刊〉。<http://www.twse.com.tw/ch/products/publication/etc.php>。取用日期：2015年7月3日。
- 蔣國屏，1991，〈中國證券市場發展史之研究：1883-1991〉。國立政治大學歷史研究所碩士論文。
- 錢克綱，2008，〈市場作為認知過程：金融媒體與知識的社會偏向〉。

國立中山大學傳播管理研究所碩士。

聯合報，1964，〈電臺昨起廣播股情〉，11月17日，5版。

\_\_\_\_，1989，〈股票連環泡〉，9月14日，22版。

\_\_\_\_，1990，〈電視臺播報股市行情 可杜絕有線電視猖獗〉，12月22日，6版。

\_\_\_\_，1993，〈第四臺化暗爲明 爭取社區市場〉，9月21日，16版。

\_\_\_\_，1995，〈股市交易電腦撮合〉，12月22日，39版。

\_\_\_\_，1996，〈證券交易 演進三部曲〉，1月2日，13版。

證交資料593—597，2011/9—2012/1。臺灣證券交易所。<http://www.twse.com.tw/ch/products/publication/essay.php>。

Abolafia, Mitchel Y, 1996, *Making Markets: Opportunism and Restraint on Wall Street*. Cambridge MA: Harvard University Press.

Baker, Wayne E, 1984, "The Social Structure of a National Securities Market." *American Journal of Sociology* 89(4): 775-811.

Barber, Brad M. and Terrance Odean, 2001, "Boys Will Be Boys: Gender, Overconfidence, and Common Stock Investment." *The Quarterly Journal of Economics* 116: 261-292.

Barber, Brad M., Yi-Tsung Lee, Yu-Jane Liu and Terrance Odean, 2007, "Is the Aggregate Investor Reluctant to Realise Losses? Evidence from Taiwan." *European Financial Management* 13(3): 423-447.

\_\_\_\_, 2008, "Just How Much Do Individual Investors Lose by Trading?" *The Review of Financial Studies* 0:0:1-23.

Beunza, Daniel and David Stark, 2004, "Tools of the trade: the socio-technology of arbitrage in a Wall Street trading room." *Industrial and Corporate Change* 13(2): 369-400.

- Burt, Ronald S, 2001, "Structural Holes versus Network Closure at Social Capital." Pp. 31-56 in *Social Capital: Theory and Research*, edited by Nan Lin et al. New York: Aldine de Gruyter.
- Çalışkan, Koray and Michel Callon, 2009, "Economization, Part 1: Shifting Attention from the Economy towards Processes of Economization." *Economy and Society* 38: 369-298.
- \_\_\_\_\_, 2010, "Economization, Part 2: A Research Programme for the Study of Markets." *Economy and Society* 39: 1-32.
- Callon, Michel, 1998, "Introduction: The Embeddedness of Economic Markets in Economics." Pp. 1-57 in *The Laws of Markets*, edited by Michel Callon. Oxford: Blackwell Publishers.
- \_\_\_\_\_, 2005, "Why virtualism paves the way to political impotence." *Economic Sociology European Electronic Newsletter* 6(2): 3-20.
- \_\_\_\_\_, 2007, "What Does It Mean to Say That Economics Is Performative?" Pp. 311-357 in *Do Economists Make Markets? On the Performativity of Economics*, edited by Donald MacKenzie et al. Princeton and Oxford: Princeton university press.
- \_\_\_\_\_, 2008, "Economic Markets and the Rise of Interactive Agencements: From Prosthetic Agencies to Habilitated Agencies." Pp. 29-56 in *Living in a Material World: Economic Sociology Meets Science and Technology Studies*, edited by Trevor Pinch and Richard Swedberg. Cambridge MA: The MIT Press.
- Deleuze, Gilles, 1992, "What is a dispositif?" Pp. 159-168 in *Michel Foucault, Philosopher: essays*, translated from the French and German by Timothy J. Armstrong. New York, NY: Routledge.

- Deleuze, Gilles and Felix Guattari, 1987, *A Thousand Plateaus: Capitalism and Schizophrenia*. Minneapolis and London: University of Minnesota Press.
- Gamble, Jocelyn E, 1997, "Stir-Fried Stocks: Share Dealers, Trading Places, and New Options in Contemporary Shanghai." *Modern China* 23(2): 181-215.
- Garcia-Parpet, Marie-France, 2007[1986], "The Social Construction of a Perfect Market: The Strawberry Auction at Fontaines-en-Sologne" in *Do Economists Make Markets? On the Performativity of Economics*, edited by Donald MacKenzie, Fabian Muniesa, and Lucia Siu. Princeton and Oxford: Princeton university press.
- Granvotter, Mark, 1985, "Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness." *American Journal of Sociology* 91: 481-510.
- Guala, Francesco, 2007, "How to Do Things with Experimental Economics." in *Do Economists Make Markets? On the Performativity of Economics*, edited by Donald MacKenzie, Fabian Muniesa, and Lucia Siu. Princeton and Oxford: Princeton university press.
- Harrington, Brooke, 2008, *Pop Finance: Investment Clubs and the New Investor Populism*. Princeton and Oxford: Princeton university press.
- Hertz, Ellen, 1998, *The Trading Crowd: An Ethnography of the Shanghai Stock Market*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Holm, Petter, 2007, "Which Way Is Up on Callon?" in *Do Economists Make Markets? On the Performativity of Economics*, edited by Donald MacKenzie, Fabian Muniesa, and Lucia Siu. Princeton and Oxford:

Princeton university press.

Knorr Cetina, Karin, 2003, "From Pipes to Scopes: The Flow Architecture of Financial Markets." *Distinktion* Nr.7: 7-23.

Knorr Cetina, Karin and Alex Preda (eds.), 2005, *The Sociology of Financial Markets*. Oxford and New York: Oxford University Press.

\_\_\_\_\_, 2012, *The Oxford Handbook of the Sociology of Finance*. Oxford and New York: Oxford University Press.

Knorr Cetina, Karin and Urs Bruegger, 2002, "Global Microstructures: The Virtual Societies of Financial Markets." *American Journal of Sociology* 107: 905-950.

Krippner, Greta, 2001, "The elusive market: Embeddedness and the paradigm of economic sociology." *Theory and Society* 30(6): 775-810.

Krippner, Greta and Anthony S. Alvarez, 2007, "Embeddedness and the Intellectual Projects of Economic Sociology." *Annual Review of Sociology* 33: 219-40.

Latour, Bruno, 1983, "Give me a laboratory and I will raise the world." Pp. 141-170 in *Science Observed: Perspectives on the Social Study of Science*, edited by Karin Knorr-Cetina and Michael Mulkay. London: Sage.

Law, John, 1986, "On the methods of long-distance control: vessels, navigation, and the Portuguese route to India." Pp. 234-263 in *Power, Action and Belief. A New Sociology of Knowledge?*, edited by John Law. London: Routledge and Kegan Paul.

\_\_\_\_\_, 1992, "Notes on the Theory of the Actor-Network: Ordering, Strategy, and Heterogeneity." *Systems Practice* 5(4): 379-393.

- MacKenzie, Donald, 2006, *An Engine, Not a Camera: How Financial Models Shape Markets*. Cambridge MA: The MIT Press.
- \_\_\_\_\_, 2007, "Is Economics Performative? Option Theory and the Construction of Derivatives Markets." Pp. 54-86 in *Do Economists Make Markets? On the Performativity of Economics*, edited by Donald MacKenzie et al. Princeton and Oxford: Princeton university press.
- \_\_\_\_\_, 2009, *Material Markets: How Economic Agents are Constructed*. Oxford and New York: Oxford University Press.
- MacKenzie, Donald, Fabian Muniesa, and Lucia Siu (eds.), 2007, *Do Economists Make Markets? On the Performativity of Economics*. Princeton and Oxford: Princeton university press.
- MacKenzie, Donald and Iain Hardie, 2009, "Assembling an Economic Actor." Pp. 37-62 in *Material Markets: How Economic Agents are Constructed*. Oxford and New York: Oxford University Press.
- MacKenzie, Donald and Yuval Millo, 2003, "Performing Theory: The Historical Sociology of a Financial Derivatives Exchange." *American Journal of Sociology* 109: 107-145.
- Mayall, Margery, 2006, "'Seeing the Market': Technical Analysis in Trading Styles." *Journal for the Theory of Social Behaviour* 36(2): 119-140.
- Mizruchi, Mark S. and Linda Brewster Stearns, 2001, "Getting Deals Done: The Use of Social Networks in Bank Decision-Making." *American Sociological Review* 66: 647-671.
- Muniesa, Fabian, 2007, "Market Technologies and the Pragmatics of Prices." *Economy and Society* 36(3): 377-395.
- Muniesa, Fabian, Yuval Millo and Michel Callon, 2007, "An introduction to

market devices.” *The Sociological Review* 55: s2: 1-12.

New York Stock Exchange (NYSE), 2000, *Shareownership 2000*. New York: New York Stock Exchange.

Palmås, Karl, 2007, “Deleuze and DeLanda: A new ontology, a new political economy?” Paper presented at the Economic Sociology Seminar Series, the Department of Sociology, London School of Economics & Political Science. 29 January.

Portes, Alejandro and Julia Sensenbrenner, 1993, “Embeddedness and Immigration: Notes on the Social Determinants of Economic Action.” *American Journal of Sociology* 98: 1320-1350.

Preda, Alex, 2001, “The Rise of the Popular Investor: Financial Knowledge and Investing in England and France, 1840-1880.” *The Sociological Quarterly* 42(2): 205-232.

\_\_\_\_\_, 2005, “The Investor as a Cultural Figure of Global Capitalism.” Pp. 141-162 in *The Sociology of Financial Markets*, edited by Karin Knorr Cetina and Alex Preda. Oxford and New York: Oxford University Press.

\_\_\_\_\_, 2007, “The Sociological Approach to Financial Markets.” *Journal of Economic Surveys* 21: 506-533.

\_\_\_\_\_, 2009a, *Framing Finance: The Boundaries of Markets and Modern Capitalism*. Chicago and London: The University of Chicago Press.

\_\_\_\_\_, 2009b, “Brief encounters: Calculation and the interaction order of anonymous electronic markets.” *Accounting, Organizations and Society* 34: 675-693.

\_\_\_\_\_, 2012, “Tags, transaction types and communication in online anonymous markets.” *Socio-Economic Review* 1-26.

- Roscoe, Philip, 2013, "Economic embeddedness and materiality in a financial market setting." *The Sociological Review* 61: 41-68.
- Roscoe, Philip and Carole Howorth, 2009, "Identification through technical analysis: A study of charting and UK non-professional investors." *Accounting, Organizations and Society* 34: 206-221.
- Sanyal, Paromita, 2009, "From Credit to Collective Action: The Role of Microfinance in Promoting Women's Social Capital and Normative Influence." *American Sociological Review* 74(4): 529-550.
- Smelser, Neil J. and Richard Swedberg, 2005, "Introducing Economic Sociology." Pp. 3-25 in *The Handbook of Economic Sociology*, edited by Neil J. Smelser and Richard Swedberg. Princeton and Oxford: Princeton university press.
- Smith-Doerr, Laurel and Walter W. Powell, 2005, "Networks and Economic Life." Pp. 379-403 in *The Handbook of Economic Sociology*, edited by Neil J. Smelser and Richard Swedberg. Princeton and Oxford: Princeton university press.
- Thatcher, Mark, 2007, *Internationalisation and Economic Institutions: Comparing European Experiences*. Oxford and New York: Oxford University Press.
- Uzzi, Brian, 1996, "The Sources and Consequences of Embeddedness for the Economic Performance of Organizations: The Network Effect." *American Sociological Review* 61: 674-698.
- \_\_\_\_\_, 1999, "Embeddedness in the Making of Financial Capital: How Social Relations and Networks Benefit Firms Seeking Financing." *American Sociological Review* 64: 481-505.

Zaloom, Caitlin, 2006, *Out of the Pits: Traders and Technology from Chicago to London*. Chicago and London: The University of Chicago Press.

Zwick, Detlev, 2006, “Where the Action Is: Internet Stock Trading as Edgework.” *Journal of Computer-Mediated Communication* 11: 22-43.