

黄小娟, 魏雷, 周博. 经营型移民生计空间“家”的建构——以南宁酒店用品市场的抚州商人为例 [J]. 地理科学, 2025, 45(5): 1062-1070. [Huang Xiaojuan, Wei Lei, Zhou Bo. Homemaking practices among business-driven immigrants in livelihood spaces: A case study of Fuzhou entrepreneurs in Nanning hotel supplies market. Geographical Science, 2025, 45(5): 1062-1070.] doi: 10.13249/j.cnki.sgs.20240498; cstr: 32176.14.geoscien.20240498

经营型移民生计空间“家”的建构 ——以南宁酒店用品市场的抚州商人为例

黄小娟¹, 魏雷², 周博³

(1. 衡阳师范学院地理与旅游学院, 湖南 衡阳 421002; 2. 广州大学管理学院, 广东 广州 510006;
3. 广州大学公共管理学院, 广东 广州 510006)

摘要: 以家的地理学理论为基础, 基于深入访谈和参与式观察, 探究经营型移民生计空间家的建构过程。研究发现, 经营型移民家的营造实践表明了工作空间与家的共存性, 具体来说: ①稳定的经营场所是经营型移民营造家的核心, 给予他们本体安全感和归属感。②商业空间家庭化的实践是建构“生计之家”的关键, 自主创业与家庭式经营的管理方式, 经营型移民可以灵活掌控事业与家庭, 融合工作与生活的边界。③“生计之家”具有社会性, 移民通过商业活动, 建立本地的业缘关系网络, 强化原有的亲缘、地缘网络。丰富了家的地理学的研究, 揭示了家的多元功能和多重尺度的认识, 构建“生计之家”的理论框架, 贡献了地理学视角下经营型移民的理解。

关键词: 经营型移民; 家的建构; 生计空间; 家的地理学

中图分类号: K901.6 **文献标识码:** A **文章编号:** 1000-0690(2025)05-1062-09

随着改革开放和现代化进程的深入, 大量的流动人口迁移他乡寻求发展机会。其中, 依靠资金或技术经营小企业和店铺的移民人口, 学界将之定义为经营型移民^[1]。他们通常拥有较高的经济资本、较强的空间流动性与社会适应等特点^[1]。在移民与流动人口的研究中, 经营型移民更多被经济学、社会学和人类学等学科的学者关注, 主要以宏观叙事的角度来分析他们的商业行为和经营策略^[2-3], 展示了他们在社会经济发展和提供就业等方面的突出贡献。然而, 微观视角下的家庭生活和情感体验的研究相对匮乏。系统地了解移民的迁移动机和背后的嵌入过程与结果, 既需要关注宏观背景下的迁移行为和结构性因素, 更需要微观视角下对移民个体和家庭生活经验的理解^[4]。因此, 为更细致地解释经营性移民与地方的关联, “家”应该作为一个重要维度进行深度讨论。

现代化的今天, 家的功能和结构正在发生深刻的变化。费孝通指出中国语境下的家根植于“乡土社会”^[5]。其中, “乡”是指乡村构成的熟人社会; “土”是指土地以及依附其上的生活与生计^[6], “乡土社会”概念隐喻了家与生计的关系。中国传统社会结构的家既是生活空间, 又是生产空间, 家与生产劳作紧密结合。然而, 随着城市化的进程推进, 家的生产功

收稿日期: 2024-05-22; **修订日期:** 2024-09-05

基金项目: 国家自然科学基金项目(42371248)、2022年度广东省平台基地及科技基础条件建设项目(2021B1212050026)资助。[Foundation: National Natural Science Foundation of China (42371248), 2022 Guangdong Platform Base and Science and Technology Infrastructure Construction Project (2021B1212050026).]

作者简介: 黄小娟(2000—), 女, 广西南宁人, 硕士研究生, 研究方向为社会文化地理。E-mail: 1113718570@qq.com

通信作者: 周博。E-mail: zhoubog@gzhu.edu.cn

能逐渐退化,被二、三产业部门替代^[7],“家”越来越被视为纯粹的生活空间^[8-9],是私密、亲密和舒适的,与生产活动相分离^[10-11]。费孝通所描述的乡土社会正在消解^[6]。

随着商业化的发展,家的经济属性重新回到学者们的视野。小型商业住宿,如乡村民宿、农家乐和家庭旅馆,Lynch 将其定义为“商业性家”(Commercial home)^[12],“商业性家”指家屋以满足自家的生活为前提,游客付费使用私人的房屋^[13]。家庭商业化虽然满足了家的经济需求,但也面临着家的私密性消失^[14],充满前所未有的结构性张力、矛盾和迷茫等困境^[15]。这种商业化的趋势不断地挑战着家的空间含义,也影响了家庭成员之间的关系和互动方式,迫使他们采取特定的策略来重新定义和维持家的意义^[16]。可见,家的生产功能与生活功能的重叠存在矛盾与张力,需要一个综合的视角探索两者的协商与共存。

目前,城市空间中家的营建越来越成为具有张力的研究课题^[17]。Boccagni 与 Blunt 等地理学者都主张对公共空间与家的混合方式进行更具体和细致的研究^[18-19]。探索家的私密性与商业性两者的共存性,如城市的咖啡厅、教堂^[20],甚至是工作空间都可以成为营建家的场所^[21-22]。正如温州商人以“大院”为家可以兼顾工作与生活^[23],务工移民以工厂为家帮助移民融入城市中^[24]。与温州商人、务工移民等群体相似,地方背景和日常经商实践塑造了他们独特的家,经营型移民也将家建构在工作场所。本文将这种生计空间营造的家定义为“生计之家”。实际上,“生计之家”在生活中具有普遍性,需要更多实证研究探索现代社会中家的变迁及复杂内涵。

因此,本研究将家的实践放置在城市的生活与生产的混合空间中,选取南宁大嘉汇酒店用品市场的经营型移民群体为研究对象,作为工作空间建构家的实证探索,探究移民与工作空间的关系。结合经营型移民的地方性背景,将经营型移民的迁移历程作为叙事线索,时间上以流动与立足、生存与适应和嵌入发展的 3 个阶段进入分析,空间上则关注老家、店铺、市场以及经营网络等多个维度,揭示经营型移民的家的动态性和复杂性。最后,明晰“生计之家”与现有概念之间的理论联系,推动家的地理学进展。

1 研究案例及研究方法

本文采用民族志的研究方法,通过参与式观察和深度访谈搜集数据。主要的调研地点在南宁市大嘉汇酒店用品市场和抚州市云山镇。研究者于 2023 年 2 月在大嘉汇酒店用品市场开展田野调查。研究者注意到市场内部出现明显的业务分化现象。即江西商人经营陶瓷餐具、安徽商人经营玻璃器皿、广东商人经营厨房设备等。为探索具有地方性的建构家的经验,本研究选择了其中最具代表性的江西移民群体作为研究对象,其中多数来自抚州市云山镇。

在调研期间,通过观察和询问获取初步资料,采用随机抽样和滚雪球抽样方法确定受访者。在受访者的店铺内进行访谈,探讨创业经历、家的建构及其意义。访谈期间,研究者每天至少在移民的经营场所度过 4 h 进行参与式观察,记录现场笔记。同时,在受访者允许下,观察店铺的生活痕迹,并由受访者讲解特定物品的意义。研究选择具有代表性的 6 家企业,16 位受访者(表 1),其中包括 5 位女性和 11 位男性。大多数受访者有多次迁移经历,迁入南宁超过 10 a,多为夫妻经营模式,部分采用姻亲合作或代际合作。受访者基本信息如表 1 所示。

为全面了解研究对象的社会背景,研究者于 2024 年 2 月前往抚州市云山镇调研。研究者走访酒店用品产业园、旧陶瓷厂,追踪酒店用品行业的生产网络,并进行多次非正式访谈,收集相关政策文件、地方民族志和媒体报道。这些文献为了解研究群体的流动过程及调研信息提供了文化和社会经济背景的支撑,基于文本分析对经营型移民的日常生活

表 1 受访人详细信息
Table 1 Introduction of interviewees

企业	编码	性别	年龄/岁	迁入年份	访谈次数	经营模式
A	A1	男	53	2009	1	姻亲合作
	A2	女	48	2009	2	
	A3	男	22	2021	1	
	A4	男	48	2009	2	
	A5	男	23	2020	1	
B	B1	男	50	2010	3	兄弟合作
	B2	男	52	2010	1	
C	C1	男	37	2018	1	夫妻经营
	C2	女	31	2018	1	
D	D1	男	56	2009	1	代际合作
	D2	女	55	2009	1	
E	E1	男	35	2017	2	代际合作
	E2	男	60	2009	2	
	E3	女	63	2011	1	
F	F1	男	41	2012	2	夫妻经营
	F2	女	37	2012	1	

与时间进行梳理与提炼,形成学理性的知识。

2 经营型移民生计空间的家的建构

2.1 流动与立足:生计之家的起点

唐宋时期,江西商人的活动已屡见记载在各种资料中^[25]。他们通常以当地土特产品、手工业品等为依托,进行商业活动^[26]。云山镇瓷土矿丰富,产出的高岭土质地纯含铁量低,是制瓷极好的原料,多产出优质陶瓷^[27]。云山镇民间有悠久的烧瓷历史,借助资源发展成陶瓷特色镇^[28]。加上近邻瓷都景德镇,逐渐形成从景德镇批发陶瓷向全国贩卖的产业链^[26]。为云山镇人外出经商提供良好的物质基础,也是云山镇人进入酒店用品行业的重要前提。得益于历史时期所形成的经商传统以及与景德镇等重要陶瓷产区的紧密联结,云山人经过多年不断发展,形成遍布全国乃至国际的生产、供应和销售陶瓷酒店用品行业网络。

改革开放以后,云山人表现出更强的流动性。根据云山镇的统计数据,2018 年全镇共 4.56 万人,外出经商务工人员达 10 000 余人,有“酒店用品之乡”和“商贸重镇”的称号^[29]。正如受访者所说:“哪里有酒店用品,哪里就有我们那(云山镇)的人(A2, 2023.03)”。他们将这种流动和经商行为视为一种根植于心的“商业精神”。“我爸出去做生意几个月,回来一次就能赚几千块,那时候可是非常了不起,当时的老师 1 个月才 200 多块钱(A2, 2023.08)”。在受访者的记忆里,凭借家中父亲一人出去经商,让全家过上了相对富裕的生活。因此他们将向外经商视为一种传统和必要的生活方式。

经商要求移民需要灵活适应各种地方,所以他们发展出了独特的人地关系,即“四海为家”^[23]。当经营型移民选择迁入地时,通常更关注市场潜力,而非生活条件。正如张邛等所言,农民工将城市视为换取现金的场所,而商人则将其看作潜在市场^[30]。2009 年,大嘉汇酒店用品市场开始运营。尽管当时南宁被外界视为相对落后,但经营型移民凭借敏锐的市场洞察力和创业精神,逐步占领市场。大嘉汇市场最初定位为“面向东盟的国际商品交易市场”,经营品类繁杂,包括皮具、箱包、儿童玩具、服饰等,酒店用品只是其中一类。

受访者回忆:“以前这个市场的招牌不叫酒店用品批发市场,而是类似义乌小商品市场。最初计划只用几栋楼做酒店用品,但其他类目没做多久就失败了,反而酒店用品逐渐

发展壮大,最终占据了整个市场(A4, 2023.03)”。随着江西云山镇商人不断迁入,大嘉汇市场形成了酒店陶瓷用品的产业集聚,几乎垄断了南宁的酒店用品市场,市场和商铺也成为经营型移民立足的“家”。

稳定的经营场所是经营型移民的家的建构核心。多年的流动经历,使他们渴望能够拥有一个稳定的经营和生活场所。“没有人喜欢一直漂流不稳定的生活(A3, 2024.07)”,所以,当有了一定的积蓄后,拥有一个稳定的经营空间变得迫切。此时,商铺不仅是生意的落脚点,也是生活的中心。以此为家,寻求家的归属与安全。家的安全感,是一种“本体论”层面上有秩序的体验^[20]。因此,稳定的经营场所就像回到家一样。经营型移民选择在商铺中立足家与生活。不仅是追求经济利益,也建构了本体安全感与归属感。

2.2 生存与适应:家庭与事业的平衡

“生计之家”的建构有赖于如何掌控生活与生计。首先,店铺的空间布局,与传统结构的家有相似之处。创业初期,由于仓储压力不大,店铺的二楼被划分为生活的空间,与家中的卧室的意义相同,为家庭成员提供休息的场所。会客用的接待室,通常有一张长桌与茶几,也与家中的大厅的设计意义相当。是接待客人的场所,也是朋友、老乡会面的空间,饭点时,又转变成家人的餐桌。生活与生产活动共享一个物理空间,朋友、顾客、合作伙伴来来往往,家与工作空间的界限被打破。

此外,这个空间内还允许经营者根据喜好进行个性化的装饰。受访者 C1 的店铺中,里外都摆上了种植的花卉,将热爱生活的态度渗入到家的内部空间。C1 说:“我喜欢种些花花草草,看到就会觉得心情很好。我想要创造一个和家一样舒服的地方。虽然大多数人来到店里买货就走了,但是我相信会有人和我一样欣赏它们(C1, 2023.03)”。个性化的家居布置不仅强化了店铺特色,既是营销的手段之一,也帮助经营型移民平衡工作与生活,持续产生在家的感觉。

赚取经济收益是经营型移民生活最主要的目标之一,因此经济活动是最重要的社会活动也占据着生活中的大部分时间。Boccagni 等强调家的熟悉感源于日常生活中长期互动参与^[20]。笔者在调研中发现,他们多数人除了春节长达 20 多天的假期以外,几乎“全年无休”,没有“法定节假日”,也没有“双休”。这种长时间的停留促使经营型移民形成对店铺的依赖,并进一步模糊生活与工作的关系。“虽然开店比较累,但是累了随时可以休息,赚得也比打工多。不上班反而觉得不自在,好像你休息一天生意就跑到别人家了。自己的工作,做多做少都是自己的,好像也不觉得我们工作是上班,反正就是生活(A2, 2023.03)”。

尽管自雇经营并不像外界认为的那样自由与灵活,但在他们看来,自己经营不仅远离“996”的上班模式,可以遵循自己的时间规律,无需“听上级指挥”,可以掌控自己的生活。在店铺内,他们不仅进行日常的生产劳动,还承担家务劳动等传统家庭活动。家庭式的经营管理,家人既是血缘、亲缘关系,也是合作、雇佣关系,家庭活动渗透在经济协作中。受访者说:“就像我现在,想 10 点钟去上班都行,时间比较自由。一般我老公早上先去店里开门,我就可以睡到自然醒。而且工作也比较自在些,不用看老板的眼色。你看还有把小孩带到一起上班的,要是打工谁会给你带个孩子(A2, 2023.03)”。他们表达了对自主创业的高度认同。促使他们对家庭与工作的积极付出,家的责任感得到充分体现。

越来越多的人以远离高压、快节奏的生活方式从而建构理想的家^[31]。对经营型移民来说,尽管商业竞争可能带来高压和负面情绪,但他们更看重店铺带来的更高的经济收益、更灵活的时间安排和更强的生活掌控感。这种自主经营的生活方式让他们无需遵循传统上班制度,能够自由表达生活习惯,并在生活与生计间取得平衡,这便是他们“理想的生活方式”。在这种依赖与掌控感的推动下,他们对“生计之家”的归属感和认同感不断增强。

2.3 嵌入与发展:家作为社会关系的中介

家具有社会性,是社会交往的场所^[6]。具体而言,店铺是经营型移民个人及家庭的社会关系的中介。日常生活中,经营型移民的社会交往主要来自同乡的地缘网络与本地发展的业缘网络,店铺作为网络的枢纽在重构社会关系和联络同乡网络中发挥重要作用。

经营活动是经营型移民接触本地文化、社会经济环境最直接的方式。经营型移民把跟本地的客户交往视为一种必要的生活方式,通过与本地人建立友好关系,能够获取市场需求的 key 信息的同时了解当地特色和文化。这也为经营型移民有效地融入当地社会网络提供了便利。这种互动方式促进了他们与地方的联结,使他们逐渐找到了他乡的身份归属感。虽然多数与顾客的社交都是短暂的金钱交易,但多年商业实践使他们建立了稳固的业缘关系,即“老顾客”。这些本土性的社会关系超越了商业范畴,成为移民扎根的关键因素,也促使经营型移民也表达了对南宁的积极认同,例如不排除外、气候好、环境好、适合养老等。“南宁人最好的地方是不排外,环境也很好,毕竟是‘绿城’。可能赚的钱没有大城市那么多,但是物价不高,很适合养老……在南宁生活这么多年口味也变了,作为江西人,现在回老家吃正宗江西菜那个辣度根本受不了……老家特别冷,在南宁冬天就舒服很多,冬天都想把父母接过来这边过冬(A4, 2023.08)”。这种本土性的社会交往,结合长时间的生活经历,促使经营型移民的生活习惯发生变化,进一步加强了他们对迁入地的家的联结与归属,推动了移民的嵌入进程。

经营型移民的“生计之家”加强了移民与同乡的联系,将他们与过去的家乡紧密相连。在过去,移民各飞各的,如今由于生意合作形成更紧密的联系。一个经验丰富的亲戚通常愿意带领亲戚或老乡加入生意,形成“链式迁移”^[23]。甚至自己家做生意,也愿将自己的孩子送到别家干活,旨在锻炼其“吃苦耐劳”的品质。几年后,这些年轻人积累了足够的行业经验,便开始自主创业或回到父母身边帮忙。通过这种迁移方式,酒店用品行业逐渐形成了庞大的亲属关系网络。这种“链式迁移”发展成了学者所描述的“集体流动”,将老家和“新家”更紧密地联系在一起^[23]。这种流动在大嘉汇市场内部重构如故乡一般的“熟人社会”,市场也成了家的延伸。因相似的经历和社会文化背景,共享共同的经济活动、生活节奏,经营型移民以此获得情感支撑。

同时,还促进了经营型移民与各地的经营网络的联结。经营型移民的商业活动构筑在由各地的江西商人所结成的关系网络上。调查发现,店里经营的陶瓷主要来自景德镇和潮州 2 大重要的陶瓷产地,此外,不同品牌、不同风格的餐具又需要与不同地方的代理商拿货。例如北京的“五花马”陶瓷、哈尔滨的“道顿”陶瓷。订货分为线上订货与线下订货,线下订货通常在展销会进行,通常 1 a 有 1 次。日常以线上为主。经营型移民日常需要关注代理商或厂家发布的产品动态,从而锁定需要的新品,于是交付定金,商家发货,便完成新品订货。而店里的产品通常只能应付零卖,当有大宗订单时,仍需直接与商家联系发货,这便是日常经营的销售链。这意味着,需要与各地经营商建立起稳定联系。并且,随着经营种类的不断丰富,不断地建立新的联系。

因此,经营型移民通过全国性经营网络稳固了松散的亲缘和地缘关系。同时,也促使他们表达对家乡的积极认同。受访者自豪地表示“我们老家的人都很会做生意,我们当地有什么特色的东西,就想把他拉到全国各地去卖,我们隔壁那个县城,叫进贤,全国各地,包括小区下面做文化用品的,基本都是进贤的人,所以被称为‘文化用品之乡’。虽然江西总体经济发展水平不高,但是我们赚了钱就会想着回馈家乡(A4, 2023.08)”。因此,当他们资本累积到一定程度时,他们会积极回到老家中建房、修路及修缮祖庙和戏台等等,为家乡发展做出贡献。促使移民与老家联结,经营型移民的家的社会关系更加稳定,家的网络不断发展。

2.4 “生计之家”的建构逻辑

经营型移民的“生计之家”建构于工作空间,承载着安全、熟悉、归属与认同等多重意义,从而帮助他们平衡工作与生活,更快嵌入当地。“生计之家”具有以下意涵。

第一,“生计之家”是一个场所、一种情感与策略。经营型移民的迁移历程是为了追寻更好的商机从一地到另一地的漫长过程,因此,不同阶段的家的营造侧重的意涵具有差异。本文依据经营型移民的家的多元认知尺度以及生计之家的建构历程,勾勒经营型移民的叙事框架。经营型移民的迁移历程可视为流动与立足、生存与适应和嵌入与发展3个阶段。通过关注迁出地的社会文化背景,探究其对移民迁移实践的影响。初期,家代表着稳定的场所,为移民提供安全与稳定的秩序以连接外部世界。之后,经营型移民追求如何生存与适应,即面临如何掌控生计与生活的问题,“生计之家”是一种策略,并且不断形成情感的依赖。为了更好地发展时,家需要发展社会关系,此时,“生计之家”是发展社会关系的枢纽,促进社交产生和维系连接经营型移民多重尺度的家。需要指出,经营型移民的发展阶段没有明显的界限,因此家的建构、家的意涵也不是线性发展、相互独立,而是相互渗透。

第二,传统的家研究中,家是工作后休息的地方,工作空间与家存在长期的话语分离。本文重新审视家与工作空间相互辅助的辩证关系,而不是二元划分。经营型移民家的实践挑战了以往家与工作空间的界限,店铺是家建构的地方。“生计之家”通过生计空间与家空间共享,提供生产与生活功能,生计之家既是工作场所,提供移民经营空间,发展商业关系;又是家庭空间,承载家庭日常生活与实践、维系和扩展家的社会网络,为移民提供多种功能支持。为理解现代的家复杂功能及多维尺度、移民嵌入的多元策略提供分析视角。

第三,“生计之家”可视为乡土社会在现代社会流动性背景之下在城市中的重构。在“乡土社会”^[5],日常生活围绕生计展开。家与生计活动紧密相连。家既是生活空间,也是生计空间,人们充分利用空间进行生产劳作。正如经营型移民与店铺的关系,生活与生产相互交织。经商活动是他们日常生活中最重要的社会场景,日常作息、活动都围绕商业经营所展开。乡土社会也是熟人社会^[5],这种社会关系在“生计之家”的实践中得到了延续。经营型移民通过“链式迁移”“集体流动”在城市中构建了类似乡村的社会网络。不仅在地理上相对集中,还在文化和社会关系上保持了家乡的特征。在城市中,乡村中的家户排列转变成了店铺的布局,农忙时的合作也转变成了商业经营中的合作与交流。同样,经营型移民通过社会交往打造熟悉的场景,在闲时相互拜访和串门,形成与费孝通所说的乡土社会中乡人互动的场景^[5]。并且,随着经营网络不断发展,亲缘、地缘组成的生产关系网络联系变得紧密,家的社会性关系也不断巩固。

最后,在工作空间建构家是现代性背景下不断寻求场所依恋的人的真实写照,在当今社会中具有普遍性,表明“生计之家”在现实中具有一定的积极意义(表2)。研究进一步发现,“生计之家”与“商业性家”相同,它们都以追求经济效益为目标,家具有商业属性^[16]。但从“商业性家”的理论背景和主要研究内容来看,商业性家的研究往往没有脱离家的本义属性^[32],即商业性家依然在传统家庭的框架内运作,同时满足商业性质的需求,因此导致了家庭关系与商业关系的冲突。因此本研究进一步梳理了两者在产生背景、空间使用和情感表征等方面的差异,明晰了“生计之家”与“商业性家”的联系(表2)。此结论进一步体现了本研究的理论价值,也可为未来研究提供理论指引。

3 结论与讨论

本文选择南宁市大嘉汇酒店用品市场的经营型移民作为案例,关注了以往家的研究鲜少关注的工作场所,并将经营型移民在工作空间建构的家定义为“生计之家”,探究“生

表 2 “生计之家”与“商业性家”的差异

Table 2 Comparison of commercial home and livelihood home

概念	“商业性家”	“生计之家”
产生背景	旅游和商业化背景下,为满足游客体验的多样化需求而出现的商业性住宿	现代化和流动性背景下,为平衡工作与生活,在工作场所营造的“家”空间
代表类型	家庭旅馆、民宿、寄宿家庭	工厂、工作坊、工作室
空间利用	将家庭空间进行商业化改造,将住宅环境转变为经营场所或提供商业服务的设施	工作场所内的生活化布置和空间利用,以满足个体或家庭的生活和工作需求。
情感表征	在传统家庭的框架内运作,同时满足商业性质的需求,导致了家庭关系与商业关系的冲突	成员在工作场所积极探索家的意义,以及在经济活动中获得归属感和自我实现的情感需求
研究重点	关注家中的主客互动、商业性家的经营与管理、经营者对商业性家的营造、消费者对商业性家的感知	家的内部成员营造家的策略、如何平衡工作与生活、生计之家的积极或消极意义、家的动态营造历程

计之家”的营造过程,研究发现:①稳定的经营场所是经营型移民建构家的核心,这种稳定性不仅源于对流动经商和家庭长期拆分的渴望,更在于提供经济、心理和情感上的安定。流动的生活让他们对家的安全感和归属感有深刻需求。②掌控工作与生活是建构“生计之家”的关键。自雇经营、家庭经营的管理方式使得经营型移民可以灵活地平衡工作与生活。通过生活与生产空间的共享、家庭活动与经济活动相互渗透,构建既是生活空间,也是生产空间的家。③店铺是社会关系的枢纽,通过商业活动发展业缘关系,促进移民融入新地。通过集体流动,老家原有的社会关系得以在异地重构,并且商业合作与全国性的酒店用品行业网络联系起来,原本松散的地缘关系通过商业合作变得紧密。

经营型移民“生计之家”具有多重理论意义。认为:①“生计之家”是一个场所、一种情感依恋、一种策略。通过迁移历程的不同阶段,从初期的稳定场所,到生存与适应阶段的策略,再到嵌入与发展阶段的社交枢纽,展现了家的多层次意义。②本文挑战了传统家与工作空间长期的话语分离,揭示了经营型移民如何在店铺中融合工作与生活的边界,实现生产与生活的共存。③“生计之家”可视为乡土社会在现代城市中的重构。正如农业时代家与生计的紧密关系以及熟人共同构成的社会关系一般。店铺是基本的劳动单位,自雇经营的方式促使家庭成员的关系是密切的,“集体流动”在市场内部形成了熟人的集聚,这种乡土关系在“生计之家”的实践中得到了延续。

最后,本文的研究为理解经营型移民的“生计之家”提供了重要见解,但仍有进一步探索的空间。文中提到姻亲合作、兄弟合作、夫妻经营、代际合作 4 种经营模式,但未深入探究其家的建构有何异同。实际上,笔者在田野调查中观察到,经营型移民夫妻和代际合作的家庭,可以保证经营收入最大化,从经济收益安全的角度来说,家的稳定性高。不同的合作模式可能面临着决策的冲突,亦会对这种“家”安全与稳定造成影响。不同合作模式建构家的过程有何差异,之间的商业关系与家庭关系又如何平衡,在未来可深入探讨。此外,本文的经营型移民的商业聚集在生活中非常普遍,若以家的地理学视角深入,并将不同类型的经营型移民进行对比研究,会更有意义。期待未来的研究涵盖更广泛的地理区域和文化群体,关注多样化的情境中人们如何塑造他们的“生计之家”,为地理学“家”的研究提供更加丰富的实例。

参考文献(References):

[1] 周大鸣, 杨小柳. 从农民工到城市新移民: 一个概念、一种思路 [J]. 中山大学学报 (社会科学版), 2014, 54(5): 144-154.
[Zhou Daming, Yang Xiaoliu. From migrant workers to new urban immigrants: A concept and a train of thought. Journ-

- al of Sun Yat-Sen University (Social Science Edition), 2014, 54(5): 144-154.]
- [2] 周大鸣, 刘玉萍. 社会关系网络与农民工投资型输出——以佛山“攸县人”挖机经济为例 [J]. 广西民族大学学报 (哲学社会科学版), 2011, 33(1): 42-48. [Zhou Daming, Liu Yuping. Social network and investment-oriented migration of migrant workers—A case study of the “excavator” economy of Youxian people in Foshan. Journal of Guangxi Minzu University (Philosophy and Social Science Edition), 2011, 33(1): 42-48.]
 - [3] 杨小柳, 谢立兴. 经营型移民的聚集与创业——以广州批发零售市场的潮汕商人为例 [J]. 广西民族大学学报 (哲学社会科学版), 2010, 32(1): 78-83. [Yang Xiaoliu, Xie Lixing. The aggregation and entrepreneurship of the business-driven immigrants—Taking the Chaozhou-Shantou businessmen in Guangzhou wholesale and retail market for example. Journal of Guangxi Minzu University (Philosophy and Social Sciences Edition), 2010, 32(1): 78-83.]
 - [4] 马凌, 谢圆圆, 张博. 跨国主义视角下高校海归知识移民的回流与地方嵌入 [J]. 地理学报, 2022, 77(6): 1430-1445. [Ma Ling, Xie Yuanyuan, Zhang Bo. The return of overseas returnees from universities and local embedding from the perspective of transnationalism. Acta Geographica Sinica, 2022, 77(6): 1430-1445.]
 - [5] 费孝通. 乡土中国 [M]. 北京: 北京出版社, 2004: 7-40. [Fei Xiaotong. Earthbound China. Beijing: Beijing Press, 2004: 7-40.]
 - [6] 苏晓波. 他乡变故乡: 丽江生活方式型旅游移民“家”的归属与疏离研究 [J]. 旅游学刊, 2022, 37(9): 14-26. [Su Xiaobo. From one home to another: Lifestyle migration and the belonging and alienation of home in Lijiang. Tourism Tribune, 2022, 37(9): 14-26.]
 - [7] 郭晓琳, 林德荣. 以“离家”实现“回家”: 城市中国的旅游与家庭建设 [J]. 旅游学刊, 2021, 36(11): 9-10. [Guo Xiaolin, Lin Derong. Away from home to return: Tourism and family building in urban China. Tourism Tribune, 2021, 36(11): 9-10.]
 - [8] 杨茜好, 朱站. 西方人文地理学的“流动性”研究进展与启示 [J]. 华南师范大学学报 (自然科学版), 2015, 47(2): 1-11. [Yang Qianhao, Zhu Hong. Progress and revelation of researches on the Anglophone Geography of mobilities. Journal of South China Normal University (Natural Science Edition), 2015, 47(2): 1-11.]
 - [9] 封丹, 李鹏, 朱站. 国外“家”的地理学研究进展及启示 [J]. 地理科学进展, 2015, 34(7): 809-817. [Feng Dan, Li Peng, Zhu Hong. Progress in geographic studies on “home” and implications for China. Progress in Geography, 2015, 34(7): 809-817.]
 - [10] Feng D, Zhu H. Migrant resettlement in rural China: Homemaking and sense of belonging after domicile[J]. Journal of Rural Studies, 2022, 93: 301-308.
 - [11] 陈淳, 袁振杰, 朱站. 城镇化背景下广州流动儿童对“家”空间的建构 [J]. 地理学报, 2018, 73(12): 2440-2451. [Chen Chun, Yuan Zhenjie, Zhu Hong. Floating children in Guangzhou: The construction of “home” in the context of urbanization. Acta Geographica Sinica, 2018, 73(12): 2440-2451.]
 - [12] Lynch P A. The commercial home enterprise and host: A United Kingdom perspective[J]. International Journal of Hospitality Management, 2005, 24(4): 533-553.
 - [13] McIntosh A J, Lynch P, Sweeney M. My home is my castle[J]. Journal of Travel Research, 2011, 50(5): 509-519.
 - [14] 丁传标, 赵永琪, 陶伟. 城市化进程中家屋空间重构的过程、内容与逻辑: 以广州珠村为例 [J]. 地理科学, 2017, 37(9): 1326-1336. [Ding Chuanbiao, Zhao Yongqi, Tao Wei. The reconstruction of household of Zhucun in Guangzhou in the process of the rapid urbanization. Scientia Geographica Sinica, 2017, 37(9): 1326-1336.]
 - [15] 郭文, 黄震方. 旅游与竹地摩梭人“家”空间的多维生产及身份认同建构 [J]. 地理研究, 2020, 39(4): 907-921. [Guo Wen, Huang Zhenfang. Tourism and multi-dimensional production and identity construction of the “home” in Zhudi Village. Geographical Research, 2020, 39(4): 907-921.]
 - [16] 刘美新, 蔡晓梅, 麻国庆. 乡村民宿“家”的生产过程与权力博弈: 广东惠州上良村案例 [J]. 地理科学, 2019, 39(12): 1884-1893. [Liu Meixin, Cai Xiaomei, Ma Guoqing. The production of “home” and power negotiations in the rural guest-houses: The case of Shangliang Village, Huizhou, Guangdong. Scientia Geographica Sinica, 2019, 39(12): 1884-1893.]
 - [17] Blunt A, Sheringham O. Home-city geographies: Urban dwelling and mobility[J]. Progress in Human Geography, 2019, 43(5): 815-834.
 - [18] Boccagni P, Kusenbach M. For a comparative sociology of home: Relationships, cultures, structures[J]. Current Sociology, 2020, 68(5): 595-606.
 - [19] Blunt A, Dowling R. Home[M]. London: Routledge, 2022: 48.
 - [20] Boccagni P, Duyvendak J W. Homemaking in the public. On the scales and stakes of framing, feeling, and claiming extra-domestic space as “home”[J]. Sociology Compass, 2021, 15(6): e12886.
 - [21] Wilhoit Larson E. Creating home at work: Humanistic Geography and placemaking in organizations[J]. Culture and Organization, 2021, 27(6): 437-455.
 - [22] Cresswell T. Place: Encountering Geography as Philosophy[J]. Geography, 2008, 93(3): 132-139.
 - [23] 项飏. 跨越边界的社区: 北京“浙江村”的生活史 [M]. 北京: 生活书店出版有限公司, 2018. [Xiang Biao. Cross-border community: The life history of “Zhejiang Village” in Beijing. Beijing: Life Bookstore Press, 2018.]
 - [24] Tang P, Wang S X, Tao W. Temporary home: A case study of a rural-urban migrant family’s homemaking practices in Guangzhou, China[J]. Mobilities, 2021, 16(6): 843-858.

- [25] 方志远. 明清湘鄂赣地区的人口流动与城乡商品经济 [M]. 北京: 人民出版社, 2001: 318. [Fang Zhiyuan. Population mobility and urban and rural commodity economy in Hunan, Hubei and Jiangxi in Ming and Qing Dynasties. Beijing: People's Publishing House, 2001: 318.]
- [26] 江西省抚州市临川区地方志编纂委员会. 临川区志:1987—2005[M]. 西安: 三秦出版社, 2009. [Jiangxi Province Fuzhou City Linchuan District Local Chronicles Compilation Committee. Linchuan district chronicles:1987—2005. Xi'an: Sanqin Publishing House, 2009.]
- [27] 临川县志编纂委员会. 临川县志 [M]. 北京: 新华出版社, 1993. [Linchuan County Chronicles Compilation Committee. Linzhou county chronicles. Beijing: Xinhua Publishing House, 1993.]
- [28] 朱竑, 陈晓亮, 尹铎. 从“绿水青山”到“金山银山”: 欠发达地区乡村生态产品价值实现的阶段、路径与制度研究 [J]. 管理世界, 2023, 39(8): 74-91. [Zhu Hong, Chen Xiaoliang, Yin Duo. Transforming “green water and green mountains” into “golden mountains and silver mountains”: Research on the stage, path and system of the value realization of rural ecological products in underdeveloped areas. Journal of Management World, 2023, 39(8): 74-91.]
- [29] 临川区人民政府. 秀美云山, 酒店用品之乡 [N/OL].2020 [2023-10-08]. https://www.jxlc.gov.cn/art/2020/11/24/art_1412_3086726.html. 2020.11.24. [Linchuan District People's Government. Xiumei Yunshan, The hometown of hotel supplies. 2020[2023-10-08]. https://www.jxlc.gov.cn/art/2020/11/24/art_1412_3086726.html. 2020.11.24.]
- [30] 张鹍, 袁长庚. 城市里的陌生人. 中国流动人口的空间、权力与社会网络的重构 [M]. 南京: 江苏人民出版社, 2014: 84. [Zhang Li, Yuan Changgeng. Strangers in the city: Reconfigurations of space, power, and social networks within China's floating population. Nanjing: Jiangsu People's Publishing House, 2014: 84.]
- [31] Zhang H Q, Su X B. Lifestyle migration and the (un)making of ideal home[J]. *Geoforum*, 2020, 115: 111-119.
- [32] 蔡晓梅, 刘美新, 苏晓波. 高星级酒店“商业性家”的营造: 广州案例 [J]. 旅游学刊, 2019, 34(7): 60-72. [Cai Xiaomei, Liu Meixin, Su Xiaobo. The construction of “commercial home” of high-star hotels: Case in Guangzhou. Tourism Tribune, 2019, 34(7): 60-72.]

Homemaking practices among business-driven immigrants in livelihood spaces: A case study of Fuzhou entrepreneurs in Nanning hotel supplies market

Huang Xiaojuan¹, Wei Lei², Zhou Bo³

(1. School of Geography and Tourism, Hengyang Normal University, Hengyang 421002, Hunan, China; 2. School of Management, Guangzhou University, Guangzhou 510006, Guangdong, China; 3. School of Public Administration, Guangzhou University, Guangzhou 510006, Guangdong, China)

Abstract: There has long been a discursive separation between workspace and home. Based on the geography of home theory, this article explores the process of constructing home within the livelihood space of operational migrants through in-depth interviews and participatory observation. The findings reveal that the home-making practices of business migrants illustrate the co-existence of workspace and home. Firstly, a stable business location is central to the home-making efforts of business migrants, providing them with a sense of ontological security and belonging. Secondly, the practice of domesticating business space is crucial for the construction of a “livelihood home”. Through self-employment and family management, business migrants can flexibly navigate their business and family responsibilities, thereby integrating the boundaries between work and life. Thirdly, through their business activities, migrants develop a local network of business relationships, express a positive local identity, and integrate into their new environment. Business cooperation reinforces existing kinship and geographic networks, thereby maintaining close ties to their original home. This article enriches the study of the geography of home, enhances our understanding of the multiple functions and scales of home, and constructs a theoretical framework for the “home of livelihood” contributing to the comprehension of business-oriented migration from a geographic perspective.

Key words: business-driven immigrants; homemaking; livelihood space; Geography of homes