

## TRI THỨC TỘC NGƯỜI VỀ HOẠT ĐỘNG KINH TẾ CỦA NGƯỜI HOA Ở ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

Ngô Văn Lệ<sup>(1)</sup>, Trần Hạnh Minh Phương<sup>(2)</sup>

(1) Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân Văn (VNU-HCM),

(2) Trường Đại học Thủ Dầu Một

Ngày nhận bài 02/01/2020; Ngày gửi phản biện 06/01/2020; Chấp nhận đăng 24/03/2020

Liên hệ email: phuongthm@tdu.edu.vn

<https://doi.org/10.37550/tdmu.VJS/2020.02.018>

---

### Tóm tắt

Người Hoa ở đồng bằng sông Cửu Long chiếm tỷ lệ nhỏ trong cơ cấu dân cư nhưng hoạt động kinh tế luôn vượt trội. Nghiên cứu này xem xét cách thức người Hoa ở đây đã vận dụng tri thức và kinh nghiệm trong hoạt động kinh tế như thế nào. Dựa vào tư liệu thành văn và kết quả nghiên cứu thực nghiệm vận dụng phương pháp lịch đại và đồng đại, bài viết này phân tích căn tính tộc người của người Hoa đồng bằng sông Cửu Long dưới chiều kích kinh tế. Kết quả cho thấy, tri thức tộc người của người Hoa bao gồm chữ tín, óc kinh doanh nhạy bén, am tường kỹ thuật trồng trọt và đánh bắt thủy sản, bí quyết gia truyền trong sản xuất thực phẩm, là nhân tố quyết định sự thành công trong hoạt động kinh tế. Kết quả nghiên cứu cung cấp bài học kinh nghiệm thành công của một tộc người thiểu số và gợi mở chính sách phát triển kinh tế cho các tộc người thiểu số dựa vào tri thức tộc người.

**Từ khóa:** buôn bán, kinh doanh, người Hoa, sản xuất, tri thức tộc người

### Abstract

#### **ETHNIC KNOWLEDGE ON ECONOMIC ACTIVITIES OF THE HOA IN MEKONG DELTA**

The Hoa in the Mekong Delta account for a small proportion of the population structure but economic activities are always superior. This study examines how the Hoa have utilized their ethnic knowledge in economic activity. Having based on written resources and experimental researches applied both longitudinal research and cross-sectional one, this study aims to describe the Hoa's ethnic identity in an economic dimension. The findings have showed that the Hoa's ethnic knowledge including trust and business acumen; high technique in cultivation, fishing and food production's heirloom confidentiality are the decisive factors for the Hoa's success in economic activities.. The study result brings lessons about the success of an ethnic community and suggests economic development policies for ethnic minorities based on their own ethnic knowledge.

## 1. Đặt vấn đề

Ở đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL), trải qua hơn ba thế kỷ, từ một cộng đồng Hoa kiều đầu tiên tại Hà Tiên năm 1680 (Vương Hồng Sển, 1999) đến năm 2009 người Hoa có mặt ở tất cả các tỉnh thành, trong đó cư trú đông nhất tại tỉnh Sóc Trăng (64.910 người), kế đến là Kiên Giang (29.850), Bạc Liêu (20.082), Cần Thơ (14.199) và Trà Vinh (7.690) (BCĐ, 2010). Trong hoạt động kinh tế, theo thời gian, từ những người buôn bán lẻ, người làm thuê, người Hoa trở thành những người có thế lực trong các lĩnh vực kinh doanh như phân phối lúa gạo trong nước và xuất khẩu, kinh doanh tiền tệ, xăng dầu, ngành giao thông vận tải, dịch vụ ăn uống, sản xuất thực phẩm, hàng tiêu dùng, một số mặt hàng nông sản. Người Hoa chủ động xây dựng nhiều thiết chế văn hóa, xã hội của riêng cộng đồng để bảo tồn văn hóa truyền thống và khuếch trương sức mạnh của cộng đồng. Tất cả những điều này tạo nên sự khác biệt của cộng đồng người Hoa so với những tộc người thiểu số còn lại ở Việt Nam. Phần lớn người Hoa không khó khăn về kinh tế (100 hộ gia đình trong mẫu khảo sát nghiên cứu trường hợp người Hoa ở phường Lê Bình, quận Cái Răng, Cần Thơ không có hộ nghèo) (Trần Hạnh Minh Phương, 2017), sống hội nhập vào cộng đồng dân tộc Việt Nam nhưng không đánh mất văn hóa tộc người. Điều đặc biệt này thôi thúc cho một nghiên cứu nhằm trả lời câu hỏi: Tại sao kinh tế của người Hoa phát triển hơn so với các tộc người thiểu số khác, căn tính tộc người có vai trò gì trong sự phát triển kinh tế. Nói cách khác *tri thức tộc người về hoạt động kinh tế* của họ là gì? Với cách tiếp cận vai trò của tri thức tộc người đối với sự phát triển cộng đồng, bài viết này sẽ nhận diện *tri thức tộc người về hoạt động kinh tế của người Hoa* và phân tích những tri thức ấy trong kinh doanh, trồng trọt, đánh bắt thủy sản, sản xuất thực phẩm.

## 2. Tổng quan tài liệu và phương pháp nghiên cứu

Người Hoa ở Việt Nam là cộng đồng có sức mạnh về kinh tế và nền văn hóa, đã được nhiều nhà khoa học quan tâm nghiên cứu. Chỉ riêng mục lục tra cứu của Thư viện Khoa học xã hội vùng Nam Bộ có 1021 nhan đề nghiên cứu về người Hoa ở Việt Nam trên tất cả các lĩnh vực: lịch sử di dân và định cư, hoạt động kinh tế, đời sống văn hóa, xã hội, tín ngưỡng, tôn giáo và nghi lễ, vấn đề giáo dục, tổ chức xã hội, quan hệ dòng họ, quan hệ hôn nhân và phong trào đấu tranh cách mạng, chính sách của nhà nước Việt Nam đối với người Hoa qua các thời kỳ.

Riêng về người Hoa ở ĐBSCL, một số nghiên cứu đã phân tích và lý giải nguyên nhân thành công trong lĩnh vực kinh tế. Đào Trinh Nhất (1924) cho rằng, người Hoa rất giỏi làm ăn nên những năm đầu thế kỷ XX, tại Nam Bộ họ nắm độc quyền một số ngành nghề: buôn bán lúa gạo, vận chuyển, chế biến thực phẩm. Tsai Maw Kuey (1968) nhận định người Hoa có thế mạnh trong các nghề làm giấy, đóng thuyền, nghề sản xuất sơn ta, kỹ nghệ làm guốc gỗ, nghề mộc, sản xuất than củi, lấy nhựa cây, làm nhà gỗ, công nghệ dệt tơ, chế tạo các vật dụng bằng nhôm, gò sửa phụ tùng máy móc, sản xuất xà phòng vì đó là những ngành nghề truyền thống của họ từ Trung Quốc. Khi lý giải vì sao người Hoa làm chủ ngành kinh doanh lúa gạo, Trần Thị Bích Ngọc (1991) cho rằng do

người Hoa rành tâm lý nông dân, khéo léo mềm mỏng nên hầu như toàn bộ lúa gạo được đưa về các vựa ở Chợ Lớn để xuất khẩu đều phải qua trung gian của người Hoa, các lái buôn người Hoa tỏa ra khắp nơi, mua cả lúa non (ứng tiền trước cho chủ ruộng). Họ cũng giữ một vị trí quan trọng trong khâu xay xát lúa gạo. Nguyễn Văn Huy (1993) mô tả trong hai năm (1955-1956), trên toàn quốc 52% xí nghiệp thương mại, kỹ nghệ và tiểu thủ công nghiệp nằm trong tay người Hoa vì họ có truyền thống tương thân tương trợ cao, biết cách sử dụng đồng tiền, phát triển mạnh tại những nơi không có cạnh tranh. Khác với những cách tiếp cận trên, Tong Chee Kiong, Yong Pit Kee (2014) cho rằng quan hệ kinh doanh của người Hoa có xu hướng liên cá nhân hóa cao độ dựa trên lòng tin cá nhân vào sự kiểm soát cá nhân đối với doanh nghiệp. Đây là cội rễ của sự thành công trong kinh doanh nơi người Hoa (Bùi Thế Cường dịch, 2014).

Những nghiên cứu trên đặt mỗi quan tâm nhiều đến lĩnh vực kinh doanh của người Hoa mà chưa xem xét tổng thể tất cả các hoạt động kinh tế. Mỗi tác giả chỉ nhấn mạnh một thể mạnh cụ thể như “giỏi làm ăn”, “là nghề truyền thống của họ”, “rành tâm lý nông dân, khéo léo mềm mỏng”, “truyền thống tương thân tương trợ cao, biết cách sử dụng đồng tiền, phát triển mạnh tại những nơi không có cạnh tranh” và “xu hướng liên cá nhân hóa cao độ dựa trên lòng tin cá nhân vào sự kiểm soát cá nhân đối với doanh nghiệp”. Kế thừa các tài liệu nghiên cứu trước, bài viết này sẽ trình bày hoạt động kinh tế của người Hoa dưới góc độ tri thức tộc người - mối liên kết giữa căn tính tộc người - những tiềm ẩn bên trong với thế lực kinh tế của họ - cái nổi ra bên ngoài.

Nghiên cứu này tiếp cận theo hướng liên ngành dưới chiều kích lịch đại (sử học) và đồng đại (nhân học). Phương pháp nghiên cứu lịch sử nhận diện quá trình di cư và định cư, phát triển của cộng đồng người Hoa ở ĐBSCL cùng với bối cảnh kinh tế, xã hội của các hoạt động kinh doanh, trồng trọt, đánh bắt thủy sản, sản xuất thực phẩm như là nguồn gốc để họ sáng tạo và tích lũy tri thức tộc người. Để nhận diện, phân tích và lý giải được hệ thống tri thức tộc người trong hoạt động kinh tế cần dành thời gian thiết lập được mối quan hệ thân thiết với cộng đồng để được họ cho phép quan sát những cuộc trao đổi mua bán, cùng đi rẫy với họ để quan sát cách họ trồng tiêu, trồng hành, trồng khóm. Đối với nghề chế biến thực phẩm, người Hoa không cho phép người lạ vào khu vực sản xuất nên phải thu thập dữ liệu bằng phỏng vấn sâu và thảo luận nhóm để giải thích những thông tin chưa hiểu rõ khi quan sát; phương pháp phỏng vấn cá nhân phi cấu trúc được áp dụng để tạo nên bầu không khí thoải mái, thân thiện, thực hiện những cuộc trò chuyện thân tình để người dân dễ dàng bộc bạch những thông tin về nghề nghiệp hơn.

### **3. Kết quả và thảo luận**

#### ***3.1. Người Hoa sở hữu một “hệ giá trị” cần và đủ cho công việc kinh doanh***

Đào Trinh Nhất (1924) cho biết, trong 19.505 người Hoa định cư ở Nam Kỳ (năm 1922) có 90% người làm nghề buôn bán và nắm độc quyền một số ngành nghề: buôn bán lúa gạo, vận chuyển, chế biến thực phẩm. Người Hoa “đi đến đâu lập chợ đến đó”,

không chỉ ở Việt Nam mà cả thế giới đều có thể thấy Chinatown (phố người Hoa) lớn mạnh và giàu có vì họ có kinh nghiệm, thế ứng xử, bí quyết làm ăn. Triết lý kinh doanh của người Hoa là phải biết giữ chữ *tín*. Chữ *tín* là bí quyết thành công của người Hoa (Nguyễn Văn Huy, 1993). Những nhà kinh doanh người Hoa đều khởi nghiệp bằng chữ *tín*. Họ tâm niệm có uy tín thì có tất cả và ngược lại mất uy tín thì mất tất cả. Cũng nhờ chữ “*tín*” mà thủ tục giao dịch trong buôn bán của người Hoa rất đơn giản chỉ cần giao kèo miệng hay tờ giấy viết tay nhưng rất ít tranh chấp, kiện cáo nhau ra tòa. Chữ *tín* được đặt lên hàng đầu trong công việc làm ăn buôn bán “khách hàng là thượng đế”, đó là một trong những phương châm của người Hoa. Hàng hóa của người Hoa buôn bán hay sản xuất phần nhiều là đảm bảo uy tín và chất lượng. Chữ *tín* là cơ sở để duy trì và củng cố mối quan hệ buôn bán giữa nhà sản xuất và người phân phối, giữa người bán sỉ và bán lẻ thường với lối *bán gói đầu* như những mắt xích liên lạc với nhau. Về giá cả, người Hoa cũng luôn giữ uy tín. Chủ hàng chịu giá bán cho ai rồi thì không thay đổi, dù giá cả biến động mạnh thế nào cũng bán hàng theo giá đã thỏa thuận.

Cách buôn bán của hầu hết người Hoa đều chung khuôn mẫu, họ bán từ cái nhỏ nhưng lúc nào họ cũng giữ cái *uy tín*, có nhiều khi lỗ do lúc đầu họ bán rất rẻ. Mặc dù, lúc đầu vốn họ không có nhiều nhưng họ bán rẻ là một, chất lượng là hai, phục vụ là ba, họ rất quan trọng cái *chữ tín* họ bán một thời gian thì họ thăm dò, tìm hiểu ý kiến của khách hàng, góp ý họ cái gì họ về mới bắt đầu sửa. Họ bán được một thời gian họ mới theo dõi có phát triển hay không, nếu phát triển thì họ mới đầu tư làm chứ không đầu tư ồ ạt. Đối với người Hoa chúng tôi muốn làm giàu phải từ từ, *cái giàu bền bỉ, lâu dài* (Trần Hạnh Minh Phương, 2016).

Một đức tính khác phổ biến nơi người Hoa là họ không nề hà mất cứ việc gì, sang hay hèn, miễn có thể kiếm được tiền một cách chân chính họ đều có thể làm bởi phần lớn người Hoa “(...) rời quê hương nghèo khổ với hy vọng tìm những vùng đất mới để xây dựng một đời sống khá hơn...ý thức được thân phận hèn mọn của mình, những người này sẵn sàng làm bất cứ việc gì có thể làm được để sinh sống: tạp dịch, bồi bàn, mua ve chai, cày thuê, cuốc mướn, nội dịch, khuân vác...theo thời gian những người này, sau khi vượt lên những khó khăn ban đầu, đều dần thân vào nghề kinh doanh và cho con cái ăn học thành tài để có một chỗ đứng danh dự nơi đất khách quê người” (Nguyễn Văn Huy, 1993).

Đa số người Hoa ở ĐBSCL bắt đầu sự nghiệp bằng hai bàn tay trắng nhưng do tính cần cù, nhẫn nại, siêng năng cộng với sự tương trợ của đồng hương, dòng họ, nên họ tích lũy được nhiều vốn để mở rộng sản xuất kinh doanh và thành lập được nhiều tiệm buôn lớn có thuê mướn nhân công và trở nên giàu có. Các hộ gia đình người Hoa rất nhạy bén với nhu cầu hàng tiêu dùng của thị trường. Nguyên tắc “cha truyền con nối” và “tiệm mẹ đẻ tiệm con” là quy luật phát triển bền vững của kinh tế hộ gia đình nơi mà người đàn ông đóng vai trò quan trọng trong việc tiếp thu nghề truyền thống của gia đình, dòng họ để tiếp tục củng cố thương hiệu của cha ông để lại. Sự tương trợ về

vốn, về kinh nghiệm sản xuất và kinh doanh, sự thông tin nhu cầu và giá cả trên thị trường, sự bảo lãnh trong giao dịch thương mại, sự ủy nhiệm làm đại lý, sự bảo vệ cho nhau trong cạnh tranh thị trường đã làm cho kinh tế hộ gia đình người Hoa luôn luôn phát triển một cách sinh động, vượt qua mọi ngăn trở trong thực tế.

Trước năm 1975, bang trường đóng vai trò điều hòa thị trường, giữa những người Hoa không bao giờ làm hại nhau. Nếu một thị trường do nhóm Hoa này độc chiếm, nhóm Hoa kia tìm sang thị trường khác, không gây sự hiềm khích trong cộng đồng với nhau. Phan Thị Yến Tuyết (2007) cho biết, đến cuối thế kỷ XIX, tại cảng Hà Tiên “nhà buôn nhóm Phước Kiến cung cấp hàng mỹ nghệ như liễn, tranh thêu, đồ sứ cao cấp. Nhà buôn nhóm Quảng Đông, Họ cung cấp thuốc bắc, đá Vân Nam để chạm trổ, nhà buôn nhóm Triều Châu cung cấp các mặt hàng nông sản phẩm ở dạng khô như nấm khô, quả khô, gôm gia dụng. Nhà buôn Hải Nam cung cấp nông sản, heo con, đặc biệt là heo Hải Nam” (Phan Thị Yến Tuyết, 2007).

Sự chiều chuộng khách hàng và cách ấn định giá cả của người Hoa là cả một nghệ thuật không ai không hài lòng về giá cả và sự tiếp đãi của họ. Người sản xuất, bán sỉ, bán lẻ đôi khi còn tặng cho khách hàng quen thuộc những món quà nhỏ, trị giá không cao nhưng người mua rất hài lòng vì có cảm tưởng được ưu đãi và tôn trọng.

Biết rõ việc kinh doanh lúa gạo có thể mang đến một nguồn lợi kết xù, người Hoa đã có chiến lược nắm giữ ngành kinh tế mũi nhọn này. Suốt thời kỳ Pháp thuộc đến trước 1975, người Hoa độc quyền trong ngành lúa gạo từ khâu thu mua lúa trong nông dân đến việc xay xát, phân phối gạo ngoài thị trường. Họ có cơ sở thu mua và xay xát ở các tỉnh Bến Tre, Cần Thơ, Sóc Trăng, Bạc Liêu và trung tâm phân phối gạo tại Sài Gòn – Chợ Lớn. Người Hoa có bí quyết ràng buộc khiến nông dân phải bán lúa cho họ bằng cách “cho nông dân vay tiền trước để làm mùa rồi độc quyền thu mua toàn bộ lúa và nông sản sau đó” (Nguyễn Văn Huy, 1993). Tại Bến Tre có hành lúa đồ sộ của ông Phan Ký là người Hoa Quảng Đông – công ty Nam Thái là “một tổ chức kinh doanh lúa gạo lớn nhất ở Bến Tre, vừa là đại lý cho các hãng buôn tập hóa ở Chợ Lớn” (Phạm Thị Huệ, 2016).

Từ khi thống đốc Nam Kỳ ra nghị định thành lập hạt Cần Thơ (1876), nơi đây trở thành trung tâm thương mại của miền Tây, nối kết từ Hậu Giang sang Tiền Giang đến Sài Gòn – Chợ Lớn. Xung quanh chợ Cần Thơ, Cái Răng có nhiều chợ vệ tinh như Rạch Giá, Long Xuyên, Châu Đốc, Sóc Trăng, Bạc Liêu. Tại chợ Cái Răng (Cần Thơ) người Hoa đã lập ra hành lúa, “dự trữ lúa lúc đông ken giá rẻ, rồi chờ giá cao mới bán. Mỗi hành lúa chứa vài chục ngàn bao, có khi đến cả trăm ngàn bao (loại bao 100kg)” (Phạm Thị Huệ, 2016). Quá trình hình thành và phát triển của các hành lúa cho thấy phương kế làm ăn hiệu quả của người Hoa, lý giải vì sao lĩnh vực nào họ kinh doanh cũng nổi trội, có thể lực, chi phối thị trường. Chẳng hạn, hành lúa Lâm Chi Phát ban đầu làm bằng sườn gỗ, lợp lá. Về sau, thay dần mái tole, xây tường bao. Thời kỳ phát triển nhất, hành lúa này có hệ thống kho, ghe tàu và đội ngũ lái lúa có mặt khắp nơi thu mua gom về cho Lâm Chí Phát.

Điều quan trọng là bên cạnh các chành lúa, các chủ chành đều xây dựng nhà máy để chế biến gạo và chở về Sài Gòn xuất khẩu. “Việc làm ăn của các ông chủ chành lúa khá bài bản: Ai có ghe lớn (50 gia trở lên) thì được chành kêu đi mua lúa, ứng tiền trước tính theo trọng lượng của ghe, sau đó chở về chành bán lại theo giá thị trường. Nhờ cách làm ăn này mà vùng Cái Răng phát đạt nghề hàng xáo (...) với hàng trăm ghe, tạo thành những cánh tay nối dài đắc lực của các chành, đến tận xóm ấp xa xôi” (Phạm Thị Huệ, 2016). Tại Kiên Giang (trước năm 1973) có thể kể một số vừa lúa và nhà máy xay lúa của người Hoa như: Vạn Phát, Đại Mậu, Tân Phát, Vĩnh Đại Hưng, Nam Mậu, Tân Hưng (người Hoa Triều Châu), Vạn Thông Nguyên, Vĩnh Phát, Định Phát (người Hoa Hải Nam) (Đoàn Nô, 2004). Người Hoa hoàn toàn chi phối thị trường lúa gạo, thu mua lúa từ nông dân, xay xát và xuất khẩu gạo thành phẩm (Nguyễn Phan Quang, 2006). Không chỉ chiếm lĩnh thị trường trong nước, người Hoa còn khuếch trương công việc kinh doanh sang các nước Đông Nam Á. Giữa thế kỷ XIX, Cảng Rạch Giá – Hà Tiên nhộn nhịp, tấp nập vì tàu buồm của người Hoa Hải Nam ra vào cảng Rạch Giá nhiều khi có đến 20 chiếc trong ngày (Phan Thị Yên Tuyết, 2007). Những năm sau đổi mới, người Hoa ở ĐBSCL có những công ty kinh doanh phát đạt như xí nghiệp hợp doanh và tư doanh UNIMEX (liên doanh xuất nhập khẩu) Tiền Giang hợp tác với các công ty dệt Đài Loan như Chou Yi Industrial, Vietai International Co. Hiện nay, tại khu vực chợ Cái Răng ở Cần Thơ, những doanh nghiệp làm ăn lớn đều thuộc về người Hoa (Lê Văn Dũng, 2018).

Người Hoa sở hữu “hệ giá trị” cần và đủ cho công việc kinh doanh như: lấy chữ tín làm đầu, không ngại khó khổ cần kiệm tích tiểu thành đại, chấp nhận rủi ro để tạo bước ngoặt mới trong sự nghiệp kinh doanh, củng cố mạng lưới buôn bán thân tộc, đồng hương, đồng tộc đồng thời phân chia thị trường kinh doanh để tránh sự cạnh tranh làm suy yếu nhau; bảo vệ bí mật nghề nghiệp, nắm bắt nhu cầu thị trường, chiều chuộng mọi khách hàng dù sang hay hèn, kinh doanh một cách có chiến lược.

### ***3.2. Sản sàng tiếp thu và tích lũy kỹ thuật trồng trọt***

Sản xuất nông nghiệp không phải là thế mạnh của người Hoa nói chung nhưng đối với các nhóm Phương ngữ cư trú ở vùng nông thôn, sống bằng nghề nông họ cũng từng bước tích lũy kinh nghiệm từ thực tế sản xuất hay học hỏi kinh nghiệm của người Việt, người Khmer. Sau nhiều thế hệ những kinh nghiệm ấy được kết tinh thành vốn tri thức của họ. Nhóm người Hoa Triều Châu có kinh nghiệm trong việc phân loại các chất đất: đất cát, đất sỏi dùng để trồng mía, đậu; đất cát pha thịt ở các sườn đồi thấp trồng hoa màu, đất đỏ ở các sườn đồi dốc và cao hơn thích hợp để trồng tiêu, còn những vùng đất trũng và tương đối bằng phẳng được dùng để trồng lúa và tận dụng để luân canh các loại hoa màu khác. Ở xã Bình An (Kiên Lương), đất đai và thời tiết chỉ thích hợp trồng lúa một vụ, nên người Hoa Triều Châu chọn các giống lúa Minh Hải, Chim Rót, Nàng Hương, Hàm Châu, IR 504, OM 1723. Trong canh tác lúa, người Hoa đã tích lũy được nhiều kinh nghiệm dự đoán thời tiết, kỹ thuật xác định độ chua và độ mặn của nước để thay chua rửa mặn hoặc chờ tháo nước mưa từ các con sông ở ĐBSCL đổ về trước khi

xuống giống lúa. Trước đây chưa có phân bón hóa học, người Hoa biết lấy đất trong núi đá vôi để bón cho ruộng lúa, loại đất này rất tốt cho sự sinh trưởng của cây lúa, đến hai ba năm sau người ta mới phải bón một đợt nữa.

Ngoài trồng lúa, người Hoa Hải Nam ở xã Bình An, huyện Kiên Lương còn giỏi kỹ thuật trồng tiêu. Theo Phan Thị Yến Tuyết (2007), đầu thế kỷ XX, ở Rạch Giá đã có những vườn tiêu diện tích lớn của người Hoa Hải Nam như vườn tiêu của ông Lâm Thọ Viễn, Lâm Du chuyên xuất khẩu tiêu đi các nước Đông Nam Á. Xác định cây tiêu là kinh tế hàng hóa, người Hoa chăm sóc cây tiêu rất chu đáo, không ngừng tìm tòi, cải tiến, nâng cao kỹ thuật, nhất là kinh nghiệm chọn đất thích hợp cho cây tiêu. Nhờ vậy, việc trồng tiêu đã giúp nhiều hộ giàu lên nhanh chóng (Ngô Văn Lê và cộng sự, 2007).

Người Hoa Triều Châu ở xã Vĩnh Hải, thị xã Vĩnh Châu có kỹ thuật trồng hành tím. Những kinh nghiệm nổi bật của người Hoa Vĩnh Châu khi trồng hành là: làm đất (đất trồng hành càng tơi xốp càng tốt), chọn thời điểm xuống giống (khi thời tiết bắt đầu hơi se lạnh khoảng cuối tháng 11), lên liếp để xuống giống (liếp đất cao từ 15 - 20 cm, rộng từ 70 - 80 cm, vừa đủ xòe vòi nước của thùng khi tưới, đảm bảo được nguồn nước cung cấp cho cây hành), phủ rơm để cây hành phát triển tốt (đập lúa bằng tay để những sợi rơm không bị dập), lượng nước và thời gian tưới nước phù hợp (khi cây còn nhỏ tưới đều đặn ngày hai lần sáng và chiều, khi cây được 45 ngày tuổi người ta không còn tưới nước buổi chiều, để cây tập trung tăng trưởng phần củ)... Củ hành của người Hoa ở Vĩnh Hải đạt chất lượng cao, hành không chỉ được tiêu thụ thị trường trong nước mà còn xuất sang các nước Malaysia, Indonesia, Singapore, Thái Lan, Philippines, Ấn Độ.

Người Hoa Triều Châu định cư ở cù lao Tắc Cậu (Kiên Giang) từ những năm 30 của thế kỷ XX đến nay vẫn sống chủ yếu bằng nghề trồng xen canh với dứa, cau. Bà L.N.H. kể “ban đầu họ chỉ trồng hoa màu, thu nhập rất bấp bênh. Đến năm 1940, một người ở đây mang giống khóm từ miệt Cạnh Đền Vĩnh Thuận về trồng thử, thấy thích hợp, người ra bắt đầu trồng nhiều hơn. Cho đến những năm 1950, cây khóm được trồng phổ biến ở vùng này. Khóm ở cù lao Tắc Cậu có vị ngọt thanh dịu nhờ sự kết hợp của chất đất phù sa với chất mặn và chất phèn ít nơi nào có được. Sự sáng tạo của người Hoa Triều Châu ở Tắc Cậu không dừng lại ở đó, họ bắt đầu mở rộng loại cây trồng xen canh, tạo nên một mô hình canh tác đặc sắc với ba tầng sinh thái: khóm-cau-dừa. Trong quá trình sản xuất, người dân thường tận dụng hai bên bờ liếp trồng xen thêm dứa hoặc cau để tăng thêm thu nhập. Dần dần cha ông chúng tôi đã chọn lọc được ba loại cây có thể trồng xen canh với nhau rất phù hợp là dứa, cau và khóm” (Trần Hạnh Minh Phương, 2017).

Những năm 1950 -1960, khóm vùng này đã bắt đầu có thương hiệu là Khóm Tắc Cậu. Thập niên 1980, khóm Tắc Cậu có diện tích trồng trên 1.600 ha. Từ sau 1990, do thị trường khóm xuất khẩu ở Liên Xô và Đông Âu không còn, diện tích trồng khóm giảm dần. Năm 2013, khóm Tắc Cậu đã được cấp chứng nhận thương hiệu tập thể. Khi được hỏi tại sao chọn ba loại cây: dứa, cau và khóm xen canh với nhau, một người Hoa

giải thích “cái hay của mô hình này là mỗi loại cây có nhu cầu ánh sáng, dinh dưỡng khác nhau, không cạnh tranh nhau. Khi chăm sóc, bón phân cho khóm nhưng cả ba loại cây đều được hưởng nguồn dinh dưỡng. Nhờ xen canh nên nguồn thu nhập cũng ổn định hơn, nếu loại nào đó bị mất giá thì cũng còn loại khác bù lại, không bị thua lỗ” (Trần Hạnh Minh Phương, 2016) nhờ đó cuộc sống của họ tương đối ổn định.

### **3.3. Giàu tri thức và kinh nghiệm nơi ngư trường**

Người Hoa Hải Nam không chỉ giàu kinh nghiệm với nghề trồng tiêu họ còn giỏi về ngư nghiệp là hành trang họ mang theo từ cố quốc. Khi đến lập nghiệp tại Bình An họ vẫn tiếp tục sống bằng nghề đi biển (các xóm chài Ba Trại, bãi Khỏe Lá, bãi Bà Lụa), lưu giữ và thực hành những tri thức nghề biển và làm các ngư cụ truyền thống thích hợp để ứng dụng ở vùng biển Bình An. Theo Phan Thị Yên Tuyết (2007), người Hoa Hải Nam đầu tiên họ Lâm đem ngư cụ *câu kiều* tới Bình An vào khoảng cuối thế kỷ XIX. Đây là giàn câu lớn, chỉ những ngư hộ khá giả có vốn và tàu lớn mới có thể dùng loại ngư cụ này. Giàn câu kiều với cấu trúc hệ thống lưới câu móc dày đặc khiến con cá to đến đâu chỉ cần bị móc một hoặc hai lưới câu thì ba bốn lưới câu móc bên cạnh sẽ móc thêm vào mình cá, cá càng vùng vẫy sẽ càng bị móc tiếp hết lưới câu này đến lưới câu khác vô phương thoát khỏi. Loại ngư cụ này có đặc điểm là không bắt cá nhỏ, chỉ bắt cá to, do đó không ảnh hưởng tận diệt nguồn cá. Để có giàn câu này phải tiêu tốn nhiều công sức và tiền bạc nên ngư dân Bình An ngày nay không còn sử dụng loại ngư cụ này nữa nhưng dù sao đã có một thời nó được sử dụng phổ biến, là nét độc đáo của một phương thức sinh kế nơi người Hoa Hải Nam.

Sống bằng nghề đánh bắt xa bờ người Hoa Hải Nam tích lũy nhiều kinh nghiệm *định hướng đi biển, đánh bắt, chế tác ngư cụ, dự báo thời tiết* được lưu truyền từ thế này sang thế hệ khác, giúp họ có thể vượt qua được những trở ngại, khó khăn nơi biển cả, bắt được nhiều tôm cá, và có thể bảo toàn được tính mệnh. Ngư dân xã Bình An nói chung, người Hoa nói riêng có cách định hướng khi đi biển theo kinh nghiệm dân gian “*Đi ra trông sao, đi vào trông rú (núi)*”, tức để xác định được phương hướng ra khơi đánh cá, họ thường dựa vào sao Nam Tào và sao Bắc Đẩu. Dựa vào các ngôi sao để xác định phương hướng mang tính kinh nghiệm dân gian nhưng rất chính xác, bởi những ngôi sao thường mọc vào những giờ nhất định và ở một hướng cố định. Đối với những đêm không sao ngư dân dựa vào hướng gió và các dòng chảy. Mỗi năm, ngư dân chia bốn mùa đánh bắt hải sản dựa theo hướng gió: *mùa chướng* (từ tháng 1 -3 ÂL), *mùa yên* (tháng 3-5 ÂL), *mùa nam* (tháng 6-9 ÂL) và *mùa Bắc* (tháng 9-12 ÂL). Vào mùa chướng, mùa nam, mùa bắc hướng gió rất rõ, nên ngư dân dễ dàng xác định phương hướng.

Sẵn sàng đương đầu với những khó khăn trên biển khơi để đánh bắt được nhiều hải sản đó là mục tiêu của ngư dân người Hoa Hải Nam. Trải qua nhiều năm sống với nghề đi biển, họ đã đúc kết những kinh nghiệm rất quý báu, trong đó quan trọng nhất là kinh nghiệm chọn thời điểm đi đánh bắt *nhất chạng vạng, nhì rạng đông*. Hừng đông và chạng vạng là khi thời tiết mát mẻ, tôm cá thường lên tầng trên để kiếm ăn nên đánh bắt



được nhiều hơn. Nên ngư dân Bình An thường đi đánh bắt vào buổi chiều mát. Họ thả lưới đánh bắt cho đến lúc rạng sáng rồi đưa tàu về đất liền để bán tôm cá hoặc bán tại chỗ cho những người đi ghe thu mua hải sản trên biển. Sự trải nghiệm với nghề cũng cho ngư dân những kinh nghiệm quý báu trong việc đoán biết loài tôm, cá, mực, ghe... thường có nhiều vào mùa nào, sống ở chỗ nào nhiều nhất. Theo ngư dân người Hoa “mùa chướng là mùa có năng suất đánh bắt cao nhất, đặc biệt là đánh bắt tôm, kể đó là mùa nam đánh bắt được nhiều ghe và chum chếp và ghe trong mùa này cũng cho chất lượng thịt ngon nhất” (Lê Nguyễn Minh Tấn, 2007).

Ngư dân Bình An còn có nhiều kinh nghiệm về nơi sống của các loài tôm cá như: tôm, tép thường sống theo còng (những chỗ hơi nhô cao dưới nước và không có bùn), tôm tít, ghe sống ở chỗ trũng, có bùn, chum chếp sống ở những nơi cạn, cá nhòng thường sống ở những gành đá. Cá nhòng không thể dùng lưới đánh bắt, mà chỉ có thể dùng câu để bắt chúng. Cá mập tinh, cá dao, cá kiếm... thường chỉ đi đơn lẻ, muốn bắt phải dùng một lưới riêng. Một số ngư dân còn đoán biết cá voi hay cá mập khi nhìn thấy vòi nước phun lên (vòi nước thẳng đó là cá voi, vòi nước xéo (lệch) về một bên là cá mập dữ, có thể gây nguy hiểm cần phải tránh xa). Có ngư dân còn nhìn sao để đoán mùa cá bội thu hoặc ít cá.

Một tri thức dân gian khác không kém phần quan trọng đối với ngư dân nói chung và ngư dân người Hoa nói riêng là kinh nghiệm dự báo thời tiết. Thời tiết không chỉ có liên quan đến việc đánh bắt cá, mà còn liên quan đến sinh mạng của họ. Trước khi ra khơi, bao giờ họ cũng quan sát thiên nhiên xung quanh để phát hiện những dấu hiệu bất thường. Chẳng hạn, khi trời sắp có bão sẽ có những hiện tượng như trời đang êm, biển lặng mà có sóng lượn hơi lớn hay vào ban đêm nhìn xuống nước thấy có những tia sáng phụt lên, ngư dân gọi là những *chớp nước*, nên ngư dân có câu *chớp nước không mưa trước thì bão sau*. Bên cạnh đó, những điều bất thường liên quan đến tôm, cá cũng là những dấu hiệu báo bão. Tôm, cá có thể nhận biết được những tín hiệu của bão. Khi đi câu, nếu cá ăn nhiều một cách bất thường. giật không kịp là những “điềm báo” không tốt. Vì khi sắp có bão, đáy biển sẽ có động trước, các loài tôm cá sẽ chạy lên tầng nước trên. Trong những trường hợp đó, họ phải nhanh chóng thu lưới để tìm chỗ ẩn nấp vì chắc chắn sẽ có bão. Nếu bão càng lớn thì những sóng bất thường và sự di chuyển của tôm cá càng lớn và càng đông đúc.

Ngày nay, người Hoa không còn đi biển bằng thuyền buồm như thế hệ cha anh mà đã có những con thuyền được trang bị những thiết bị hiện đại để xác định phương hướng, định vị nơi có những đàn cá di chuyển, những thiết bị để biết tin tức về bão. Tuy nhiên, những thiết bị này chưa thay thế được tất cả những tri thức dân gian mà họ đã tích lũy qua nhiều đời. Những ngư dân trẻ vẫn được những người có kinh nghiệm chỉ dạy cho cách xác định hướng gió, dòng chảy, cách nhìn núi để đoán phương hướng, những nơi nào có nhiều tôm cá, những dấu hiệu có bão. Những thiết bị hiện đại có thể giúp họ giải quyết nhiều vấn đề nhưng trong trường hợp thiết bị hư thì ngư dân phải dựa

vào những kinh nghiệm của nghề biển để hoàn thành chuyên đánh bắt. Biển cả là nơi bí hiểm, luôn có thể có những biến cố bất ngờ mà những thiết bị hiện đại không thể nào kiểm soát hết được. Cho nên, thói quen quan sát biển, quan sát hiện tượng thiên nhiên dường như đã trở thành một điều không thể thiếu được của ngư dân khi đánh bắt xa bờ” (Lê Nguyễn Minh Tấn, 2007)

### **3.4. Phong phú bí quyết gia truyền trong sản xuất thực phẩm**

Trong lĩnh vực sản xuất thực phẩm, người Hoa đã tích lũy các công thức pha chế sao cho sản phẩm của họ có khẩu vị đặc biệt không lẫn với sản phẩm của cơ sở sản xuất khác, chinh phục được cả những khách hàng khó tính. Để bảo vệ tính độc quyền này người Hoa tuyệt đối bảo vệ bí mật nghề nghiệp nên người Hoa thường không muốn cho con gái kết hôn với người khác tộc người vì không muốn con của mình truyền nghề gia truyền cho người ngoại tộc. Việc sản xuất của họ diễn ra sau tấm vách ngăn phòng khách với khu nhà xưởng. Trên vách treo tấm bảng kẻ đậm hàng chữ “không phận sự cắm vào”.

Một trong những loại thực phẩm khô trở thành món ăn phổ biến được ưa thích ở ĐBSCL từ xưa đến nay là *lạp xưởng* vốn có nguồn gốc từ Trung Quốc nhưng trở thành loại thực phẩm không thể thiếu được trong các tiệm tạp hóa nên đây cũng là nghề gia truyền của người Hoa. Theo ông Ngô H.T (sinh năm 1954, phường 6, thành phố Trà Vinh) mặt hàng này dễ bán, thu lãi nhanh. Ông kể gia đình ông đã sống bằng nghề làm lạp xưởng từ đời ông nội của ông (cuối thế kỷ XIX). Ban đầu ông nội ông đi làm công cho chủ, sau tích lũy được ít vốn ra làm riêng. Khi ông nội ông qua đời, nghề này được truyền lại cho ba ông thì nhãn hiệu lạp xưởng Xuân Ký của gia đình ông không chỉ có tiếng trong vùng mà còn được khách hàng ở Sài Gòn ưa chuộng. Ba ông mở rộng cơ sở sản xuất, thuê thêm nhân công để sản xuất đủ hàng bán lẻ tại địa phương và giao mới cho các chủ tiệm ở Sài Gòn. Ông Ngô H.T chia sẻ kinh nghiệm việc chọn thịt – khâu quan trọng quyết định chất lượng của lạp xưởng không lấy thịt dai, sần tạp, chỉ lấy thịt đùi nên giá lạp xưởng của tiệm tui hơn cao hơn những chỗ khác. Người ta hay phân bì giá, nói sao chị dưới bán rẻ hơn... tui nói là tùy theo, có ai đi mua đồ tốt mà lại bán rẻ hơn, không bao giờ... mình mua mắc là mình phải bán mắc. Theo ông làm lạp xưởng không khó miễn chịu khó học hỏi và cải tiến. Sau nhiều năm trong nghề chỉ nhìn miếng thịt heo ông đã biết con heo lúc còn sống bao nhiêu ký để quyết định có mua thịt đó hay không (heo nuôi quá tháng thịt không ngon, lạp xưởng cũng không ngon). Ông còn tự mình kiểm tra “thịt tốt hay thịt xấu”. Tiệm của ông chỉ mướn thợ làm những khâu mang tính thủ công, riêng việc pha chế ông tự làm vừa để giữ nghề, vừa đảm bảo hương vị không bị thay đổi để giữ vững thương hiệu vì vậy ông vẫn duy trì được phần lớn những mối lấy hàng từ thời ba ông tại Trà Vinh, thành phố Hồ Chí Minh (những chủ sạp ở chợ Thiếc, chợ Kim Biên). Mối quan hệ làm ăn này được củng cố bằng chữ tín hơn 40 năm. Khi họ cần hàng chỉ cần điện thoại, ông gửi hàng theo xe, sau đó họ chuyển tiền về. Mối quan hệ này cả hai bên cùng có lợi, ông bán được nhiều hàng và những bạn hàng không

có vốn vẫn lấy được hàng để bán, bán hết trả lại vốn, theo kiểu gói đầu (Trần Hạnh Minh Phương, 2016).

Người Hoa Triều Châu ở Cầu Kè, Vĩnh Hải (Sóc Trăng) có nghề làm *xái pấu* (củ cải trắng muối). Đó là nghề gia truyền dòng họ Vương mang từ Sua Tháo (Sơn Đầu, còn gọi Sán Đầu, Triều Châu) sang Việt Nam. “Xái pấu” được sản xuất ở đây có màu vàng đẹp mắt, lấp lánh những tinh thể muối trắng tinh, cầm không dính tay, có mùi thơm đặc trưng. Người Hoa ở Sóc Trăng có món đặc sản *mè láo*. Bánh cực xốp, giòn tan và thơm, lớp mạch nha bao phủ bên ngoài ngon ngọt cùng hương thơm của mè sẽ làm bạn thích thú hơn khi ăn. Nghề làm bánh tiêu, giò cháo quẩy là nghề độc quyền của người Hoa với các bí quyết trộn ủ bột sao cho khi chiên, bánh tiêu, giò cháo quẩy nở phồng to vàng rộm. Người Hoa cũng giấu kín bí quyết phối trộn bột làm bánh bao, bánh trung thu, bánh in, há cảo... Món hủ tiếu của người Hoa có nước lèo ngọt vị xương heo hầm mực khác biệt nước lèo do người Việt nấu. Họ có bí quyết dùng phụ liệu cho nước lèo có vị ngọt đậm, ai nhờ chỉ cách cũng khôn khéo chối từ. Ngoài ra, người Hoa còn độc quyền các nghề chế biến da heo phồng, đậu phồng chiên, nước tương, tương chao, mì sợi, bánh pía, mè láo, lạp xưởng, hột vịt muối... Nhân công trong các xưởng chế biến mỗi người được chủ phân công lo một khâu. Chủ doanh nghiệp người Hoa đích thân sơ chế các nguyên liệu hảo hạng, điều hành quy trình chế biến chính, quyết định chất lượng sản phẩm. Nhiều người cũng bắt chước làm nhưng không thể nào sánh bằng sản phẩm độc quyền. Các chủ doanh nghiệp người Hoa chỉ truyền bí quyết nghề nghiệp cho con trai để giữ độc quyền. Nhà người Hoa nào sinh toàn con gái thì nghề nghiệp thất truyền vì phụ nữ người Hoa lập gia đình rồi theo nghề của bên nhà chồng. Không phụ nữ nào mang nghề gia truyền truyền lại cho bên nhà chồng.

#### 4. Kết luận

Tri thức tộc người của người Hoa thể hiện trong cả hai mối quan hệ: con người - con người (trong buôn bán), con người - thiên nhiên (nông nghiệp, ngư nghiệp). Trong mối quan hệ con người - con người, người Hoa coi trọng nhất là uy tín, coi uy tín như “vật bảo chứng” trong các cuộc giao dịch làm ăn. Uy tín không chỉ thể hiện trong chất lượng hàng hóa, dịch vụ mà còn được coi như “nguồn vốn” trong sản xuất, kinh doanh. Cũng trong mối quan hệ này, người Hoa có óc kinh doanh nhạy bén, họ chú ý quan sát hành vi của người tiêu dùng từ những chi tiết nhỏ nhất đến những thứ cao sang nhất để chinh phục được lòng tin của khách hàng. Một căn tính độc đáo giúp người Hoa thành công là sự sẵn sàng chấp nhận rủi ro, mạnh dạn đầu tư và chuyển đổi mặt hàng kinh doanh. Tinh tế trong việc giải quyết mối quan hệ giữa con người với con người là hệ giá trị quý báu giúp người Hoa thành công trong lĩnh vực kinh doanh. Đối với mối quan hệ giữa con người với thiên nhiên ở ĐBSCL, người Hoa phát hiện những đặc điểm của tự nhiên trong các hoạt động trồng trọt, khai thác thủy sản, đưa những tri thức ấy trở thành sở hữu bí truyền nghề nghiệp của gia đình, dòng tộc và vận dụng trong sản xuất. Ngày

nay, môi trường tự nhiên, xã hội đã có nhiều thay đổi so với thời kỳ họ mới đến định cư, tri thức tộc người cũng ít nhiều thay đổi để phù hợp nhưng bí quyết trong lĩnh vực kinh doanh vẫn còn nguyên giá trị. Dù ở trong môi trường và hoàn cảnh nào, người Hoa vẫn luôn vượt trội trong sản xuất kinh doanh nhờ tri thức tộc người về hoạt động kinh tế.

*Bài viết thực hiện trong khuôn khổ đề tài "Tri thức tộc người về hoạt động kinh tế ở ĐBSCL" do GS.TS. Ngô Văn Lê chủ nhiệm, được tài trợ bởi Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh trong khuôn khổ đề tài mã số B2018-18b-02.*

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Amer Rames (2002). Nghiên cứu về người Hoa ở Việt Nam các khuynh hướng, vấn đề và thách thức. Phan Huy Lê (2002). *Các nhà Việt Nam học nước ngoài viết về Việt Nam* (61-77). Hà Nội: NXB Thế Giới.
- [2] Ban Chỉ đạo điều tra dân số và nhà ở Trung ương - BGD (2010). *Tổng điều tra dân số và nhà ở Việt Nam năm 2009: Kết quả toàn bộ*. Hà Nội: Cục thống kê.
- [3] Công ty HAKIA (2016). Retrieved from <http://hakia.vn>.
- [4] Đào Trinh Nhất (1924). *Thế lực khách trú và vấn đề di dân vào Nam Kỳ*. Hà Nội: Nhà in Thụy Ký.
- [5] Đoàn Nô (2004). *Người Hoa ở Kiên Giang*. Hà Nội: NXB Văn hóa Dân tộc.
- [6] Lê Nguyễn Minh Tấn (2007). Tri thức dân gian nghề biển của ngư dân xã Bình An, huyện Kiên Lương, tỉnh Kiên Giang. Đại học Quốc gia thành phố Hồ Chí Minh (2007). *Biến đổi kinh tế, văn hóa, xã hội ở cộng đồng đa dân tộc (Việt, Khmer, Hoa) tại xã Bình An, huyện Kiên Lương, tỉnh Kiên Giang*. Thành phố Hồ Chí Minh: Bản đánh máy.
- [7] Lê Văn Dũng (2018). *Phát huy người có uy tín trong cộng đồng người Hoa tại Sóc Trăng*. Retrieved from *Đại đoàn kết*: <http://daidoanket.vn>
- [8] Ngô Thị Phương Lan (2007). Đặc điểm hoạt động kinh tế của cư dân xã Bình An, huyện Kiên Lương, tỉnh Kiên Giang. Đại học Quốc gia thành phố Hồ Chí Minh (2007). *Biến đổi kinh tế, văn hóa, xã hội ở cộng đồng đa dân tộc người (Việt, Khmer, Hoa) tại xã Bình An, huyện Kiên Lương, tỉnh Kiên Giang*. Thành phố Hồ Chí Minh: Bản đánh máy.
- [9] Ngô Văn Lê, Huỳnh Ngọc Thu, Ngô Phương Lan. (2016). *Tri thức bản địa của các tộc người thiểu số ở Đông Nam Bộ trong tiến trình phát triển xã hội Việt Nam*. Hà Nội: NXB Chính trị Quốc gia.
- [10] Nguyễn Phan Quang (2006). *Một số công trình sử học*. Thành phố Hồ Chí Minh: NXB Tổng hợp thành phố Hồ Chí Minh.
- [11] Nguyễn Văn Huy (1993). *Người Hoa tại Việt Nam*. Paris.
- [12] Phạm Thị Huệ (2016). Một số trung tâm buôn bán lúa gạo ở Nam Kỳ thời Pháp thuộc. *Tạp chí Khoa học trường Đại học Cần Thơ*. Số 44. file:///C:/Users/DIEP/Downloads/12-XHNV-PHAM%20THI%20HUE(100-105)%20(1).pdf
- [13] Phan Thị Yên Tuyết (2007). Đặc điểm cộng đồng người Hoa Hải Nam tại xã Bình An, huyện Kiên Lương, tỉnh Kiên Giang. Đại học Quốc gia thành phố Hồ chí Minh (2007). *Biến đổi kinh tế, văn hóa, xã hội ở cộng đồng đa dân tộc (Việt, Khmer, Hoa) tại xã Bình An, huyện Kiên Lương, tỉnh Kiên Giang*. Thành phố Hồ Chí Minh: Bản đánh máy

- [14] Tong Chee Kiong, Yong Pit Kee (Bùi Thế Cường dịch, 2014). Guanxi, Xinnyong và mạng lưới kinh doanh của người Hoa. *Tạp chí Khoa học xã hội*. Số 3 (187).
- [15] Trần Hạnh Minh Phương (2017). Dân số và di cư-di dân tại cộng đồng người Hoa và tác động đối với phát triển bền vững vùng (nghiên cứu trường hợp tại phường Lê Bình – thành phố Cần Thơ). Báo cáo chuyên đề. Lê Thanh Sang (Chủ nhiệm, 2017). *Vấn đề dân số và di dân trong phát triển bền vững vùng Tây Nam Bộ*. Đề tài khoa học công nghệ cấp Nhà nước. Chương trình Khoa học và công nghệ phục vụ phát triển bền vững vùng Tây Nam Bộ - KHCN/14-19. Viện Khoa học Xã hội Vùng Nam Bộ.
- [16] Trần Hạnh Minh Phương (2016). Cộng đồng người Hoa ở vùng Tây Nam Bộ (Cần Thơ, Sóc Trăng, Kiên Giang) trong mối quan hệ với người Hoa ở Thành phố Hồ Chí Minh và quê gốc ở Trung Quốc. Báo cáo chuyên đề. Võ Công Nguyễn (chủ nhiệm, 2016). Nghiên cứu tổng thể vấn đề dân tộc đối với việc phát triển bền vững vùng Tây Nam Bộ. Đề tài khoa học công nghệ cấp Nhà nước. Chương trình Khoa học và công nghệ phục vụ phát triển bền vững vùng Tây Nam Bộ - KHXH/14-19. Viện Khoa học Xã hội Vùng Nam Bộ.
- [17] Trần Hạnh Minh Phương (2020). Tri thức tộc người của người Hoa ở đồng bằng Sông Cửu Long về hoạt động kinh tế. Báo cáo chuyên đề. Ngô Văn Lệ (chủ nhiệm, 2020). Tri thức tộc người về hoạt động kinh tế ở đồng bằng sông Cửu Long. Đề tài khoa học công nghệ. Đại học Quốc gia thành phố Hồ Chí Minh.
- [18] Trần Thị Bích Ngọc (1991). Vai trò của người Pháp và người Hoa trong việc xuất khẩu lúa gạo ở Nam Bộ dưới thời Pháp thuộc. *Tạp chí Khoa học Xã hội*. Số 9.
- [19] Tsai Maw Key (1968). *Người Hoa ở Miền Nam Việt Nam*. Paris.
- [20] Vương Hồng Sên (1999). *Tự vị tiếng nói Miền Nam*. Thành phố Hồ Chí Minh: NXB Trẻ.