

***Doing Business in Rural China: Liangshan's New Ethnic Entrepreneurs.* By THOMAS HEBERER. Seattle and London: University of Washington Press, 2007. xii, 268pp.**

中國西南涼山地區的諾蘇人傳統上以自給自足的農耕和畜牧經濟為主，商業經營這類行當向來不受重視，但20世紀80年代以來，不少諾蘇企業家嶄露頭角，他們對經濟發展、地方政治與族群認同都施加着重要的影響。德國學者Thomas Heberer的新著《在中國農村做生意：新興的涼山少數民族企業家》一書便是以涼山地區新興的諾蘇企業家為主要對象，關注在經濟社會變遷的過程中這些企業家對於諾蘇社會所帶來的影響。

涼山地區偏居西南一隅，諾蘇人世居此地，構成了這一地區少數民族的主體，在20世紀50年代的民族識別中諾蘇人與其他一些並沒有共同的認同的人群一齊被識別為彝族。由於環境、歷史等因素，涼山地區的經濟相對來說並不發達，在作者看來，在這一地區很難發現吉登斯所定義的全球化的痕跡。當作者顛簸了16個小時從西昌到達其考察的縣城時，缺乏效率的地方政府部門以及街上閒散的人群等諸般「非理性」的景象給作者留下了甚為深刻的印象，但同時作者也認為這為我們開啓了認識這一社會的窗戶，即這是一個國家的市場經濟與以家支為基礎的諾蘇社會相結合的雙重世界，我們不能單純從理性和效率的角度來認識這一社會。諾蘇企業家便在這樣的一個背景之下營生。企業家（entrepreneur）在這裡指的是那些曾經建立過或者正在經營私營企業的人，對於其經營的範圍和規模並沒有專門的限定，我們既可以看到擁有一間小鋪子的店主，也可以看到經營水電站、礦山、養殖場等多個產業的大企業家。在作者所提到的這一雙重世界中，諾蘇企業家一方面要作為市場經濟的一分子追求利潤的最大化，另一方面則是要擔負起對於其家族或社區的道義，因而常常陷入一個兩難的境地，這是本書中反復出現的一個主題，也是作者一個主要的分析框架。同時，這個二重世界往往也被作者化約為諾蘇或者彝族的世界與漢族的世界，由此切入當地私營企業的發展給族群關係與族群認同所帶來的影響的相關討論。

作者在這一研究中採用了定量與定性分析相結合的辦法。1999—2002年間，作者與其研究合作者先後走訪了涼山彝族自治州的10個縣，以諾蘇企業家為主要調查對象，但為了進行比較也訪談了一些漢族企業家。在作者總共調查的138位私營企業家中，諾蘇企業家與漢族企業家的比例維持在二比一左右。本書亦專闢一章從教育程度、經商動機、專業技能、社會資本等多個方

面對諾蘇企業家與漢族企業家進行系統比較，並指出諾蘇企業家更善於利用地方社會資本來發展自己的企業。作者同時在每個縣也相應地訪談了8—10位政府官員，並收集了部份政府檔案與官方統計資料。以上的訪談材料與問卷調查資料構成了這一研究的基礎，諾蘇企業家與漢族企業家間的量化對比更是在書中頻繁出現，其細緻由此可見一斑。

諾蘇企業家的發展和壯大可以上溯到20世紀80年代。這一時期當地社會與文化亦經歷着巨大的變遷，這包括畢摩等傳統力量的復蘇、彝族知識份子開始對彝族歷史和文化進行新的解釋以及毒品氾濫等一系列社會問題的湧現。涼山地區的傳統經濟建立在自給自足的模式之上，儘管20世紀上半葉鴉片種植和交易在此興盛一時，但並沒有改變當地經濟的本質，而50年代以來的國有經濟佈局也沒有給私營經濟留下空間。直到20世紀80年代初，隨着國家宏觀政策的改變，涼山地區的私營經濟也開始發展，並成爲了擔負解決貧困和就業問題的主要力量。私營企業在涼山州的分佈並不呈現出均衡的狀態，首先，相當大的一部份私營經濟位於城鎮裡面，從這一點來看，本書的正標題也許並不太貼切。不同的縣之間往往也存在巨大的差異，這與地理環境、基礎設施、地方政府的作爲等諸多因素相關，作者對其調查的10個縣的經濟狀況皆進行了大致的分析介紹，並指出整個涼山的經濟發展將取決於地方政府部門對於當地私營經濟的態度。

對於私營企業的發展對地方社會的影響，作者主要從地方政治、社會變遷、族群關係三個方面進行闡述。作者通過調查發現，企業家對於當地政府在涉及私營經濟方面的作爲大都不甚滿意。但與此同時，私人企業家大都積極謀求政治參與，施加政治影響，並認爲這是商業經營的重要組成部份。其方式既包括加入政府政治組織等正式的參與管道，也包括利用社會關係網絡的非正式管道。與漢族企業家相比，諾蘇企業家能更好地利用以家支或社區爲基礎的關係網絡，他們對政治的滿意度與參與度也更高。對諾蘇人來說，家支成員關係是相當重要的社會資本，時至今日，家支依舊在諾蘇社會中扮演着舉足輕重的角色，諾蘇人的首要認同對象並非是諾蘇人或者彝族，而是自己的家支。在社會不穩定的情況下，自己家支的工人更易獲得企業家的信賴，企業家也常常從各方面支持其家支成員，甚至充當起頭人的角色。不過，在私人經濟發展的情況下，家支對於諾蘇企業家的影響也正在逐漸減小，在某些情況下家支反而成爲企業家的負擔，企業利益最大化與家族道義之間的矛盾凸現無餘。社會流動性的增加也促進了一些新的跨越家支的非親屬關係網絡的建立，而建立在諾蘇人之間的這些新的關係網絡則會加強對於

諾蘇的族群認同；不過個人主義也在逐漸發展，在年輕人中尤其如此。

企業家與族群關係和族群認同之間的關係是本書的重點。作者通過訪談，發現諾蘇人與漢族人之間有着許多固有的偏見，儘管某些成見僅僅是一種虛幻的意象，這些差異並未導致不同族群間的嚴重矛盾衝突，但其作用在於構建族群間的界限。私營經濟的發展以及這一過程出現的某些勞動分工強化了族群間的緊張。漢族企業家往往認為自己在當地社會的競爭中處於劣勢，而諾蘇企業家則認為在本地之外的市場遭受歧視。諾蘇企業家在形成新的諾蘇或彝族的集體認同中起着重要的作用。彝族學者對於彝族歷史與文化的重新建構與詮釋也反映在諾蘇企業家的表達之中，「落後的奴隸社會」這類描述被宏大的建構所取代，而他們在經濟方面的成功也顯然增強了認同的自豪感。作者認為，他們在日常生活中對於傳統文化象徵符號的運用便是集體認同的體現，而大量的飲酒也被建構為產生認同的標誌；另一方面，他們也往往炫耀性地消費昂貴的現代產品，這類生活習慣的改變及其示範作用亦使得他們成為了現代化的中介。不過作者也指出，諾蘇企業家或諾蘇人的個人認同與集體認同是多重的，且認同是一個不斷變化的動態過程，這就有力地挑戰了諾蘇人或者諾蘇企業家是一個同質化的群體的觀念。雖則如此，作者在分析過程中也往往未能避免將諾蘇企業家或漢族企業家預設為一個同質性的整體，對這一群體內部所呈現出來的種種差異也沒有給予足夠的關注。

對涼山地區族群關係頗有研究的郝瑞教授（Stevan Harrell）在為該書所作的序言中指出，「這是以西方語言撰著的首部關於中國少數民族企業家的著作，也是關於諾蘇人生活與文化的最為詳盡的民族志描述之一」（頁 viii）。通過這部專著，諾蘇企業家在諾蘇社會中所扮演的角色充份展現在我們面前。此書為我們了解當下涼山地區社會提供了一個獨特而又犀利的視角，同時在許多現實問題上也頗具啟發性。如果作者能夠在其原有分析基礎之上，提供更為生動飽滿的個案研究，本書無疑將會更加精彩。

鄧剛

中山大學歷史學系

羅興佐，《治水：國家介入與農民合作——荊門五村農田水利研究》，武漢：湖北人民出版社，2006年，306頁。

2002年，華中師範大學中國農村問題研究中心在湖北省荊門市高陽鎮的