

思想論壇

《文化研究》第十二期（2011年春季）：

山寨中國

Shan-Zhai China

何春蕙

Josephine Chuen-Juei Ho

我所理解的「中國道路的獨特性」，絕非自絕於世界，而是要在和而不同的基礎上，貢獻中國的經驗（不管是成功的或失敗的）於世界。

——趙剛¹

在一個以山寨為主題的會議裡，是沒辦法不正面面對山寨議題的核心的，也就是——中國這個經濟體的崛起。今天早上我想用「山寨中國」為題，一方面說說中國的山寨作為一個特殊的生產模式和文化現象，另一方面也用山寨作為中國的隱喻來說說「山寨」中國在當今全球化進程中的意義以及可能的期許。

首先，有些語詞或概念在特定的時空脈絡中，會因為媒體的傳播和強力聚焦而突然抓住公眾的想像，使得許許多多人都感覺它呼應了自己模模糊糊的感受和衝動，這個語詞也可能被不同的個人無限延展使用，去涵蓋不同時空、不同脈絡、不同意義的指涉，也因而提供了契機讓民粹的情感角力在這個意義震盪膨脹的過程中趁勢形成某種主導的權力布局。在台灣，前幾年的「性騷擾」到最近的「霸凌」，都看到類似的語詞意義膨脹而民粹化的趨勢，最後則被導向強化管理，反而壯大了保守氛圍。

在中國，「山寨」可以說是一個類似的野火燎原的語詞。2008年

1 趙剛，〈超越「左右」、回歸思想對話〉，「別求新聲——汪暉的學術世界與當代中國思想之進路學術座談會」之發言，2010年7月17日，北京大學。

「山寨」成爲中國大陸最火的語詞，不但反映、同時也引發更多創意模仿的現象，而且還被倒回頭去用來涵蓋過去現在各式各樣帶有「假冒」「模仿」「黑心」「盜版」意味的事物。這種意義的快速膨脹當然顯示了民間某些情感的充沛和動盪，更接合了已經存在的各種經濟生產的矛盾張力，但是它同時也模糊了「山寨」冒尖時所從出的特殊脈絡和意義，而這個特殊的結構位置和它爆發出來的能量，正是山寨之所以能夠點燃並扣接公衆想像的主要原因，這也是我想聚焦的「山寨」。

大眾對於山寨的認知就是仿冒，就是廉價而拙劣的假貨，然而各種各樣的仿冒假貨存在已久，從來沒有像2008年的「山寨」那樣引發大眾的高度興趣和想像，瞬間點燃創意模仿的山寨化熱潮，連許多原來只是劣質模仿的假貨都沾上新的意義和趣味。如果只從「真—假」的絕對二分軸線上思考山寨，就根本看不見山寨的歷史脈絡和意義，因爲山寨和其他仿冒天差地遠之所在，也正是當代資本主義效率生產模式高度分工之所在，是正廠和山寨之間界限模糊之所在，更是創造中國山寨奇蹟的物質基礎之所在。

有關這個新的分工結構如何促使山寨生產模式成形，我想講兩個最突出但是也緊密相連的點。第一點是新的製造模式。從1960年代現代化的生產線分工體制出現開始，製造業的生產過程一直是把所有工人集結在工廠裡，按照一個高度合理化的組裝過程安排他們的位置，然後照著固定的產品設計，讓工人將大量零件按照先後次序在配裝線上把產品組裝出來。在這種生產模式裡，勞動力、知識技術、資本和生產工具都集中在主導的企業手裡。但是今日資訊科技工業的發展把這個製造過程打散了。精密儀器一開始就把電子零件和電路結合成爲自成體系、各有功能、而且已經配備標準化界面的模組，例如手機的電力模組、液晶模組、鏡頭模組、藍芽模組、音響模組等等。只要把具有系統整合功能的晶片和不同功率不同功能的模組組裝起來，就可以產出不同功率性能的產品，就像很多人都有能力組裝個人電腦一樣。這種彈性組裝的生產模式大大的降低了技術的門檻，使得生產過程可以外包到提供良好規訓勞動力的後發國家或地區以獲取工資價差

的暴利，這也是消費電子大廠紛紛在中國設廠的主要原因。彈性生產過程能夠配合快速變化的個人消費性電子產品市場需求，在這個越來越個性化的年代裡促成汰舊換新的消費慾望，使得手機、相機都從通訊或記錄的工具變身成為流行和時尚的標記，也造成更大的商機。

新的製造模式顯然還是需要精密儀器和核心晶片這兩個技術和資本高度密集的產品來作為支撐，在這裡，第二點，新的國際分工提供了這個條件。在經濟動盪、製造業利潤下降的年代，大型跨國企業極力思考如何調整佈局以保障穩定而豐厚的利潤，因此極力開發核心長銷的科技，以各種策略結盟投入專事創造整合晶片的設計生產。台灣的聯發科就是IC設計方面的領導廠商，專門設計與銷售應用半導體晶片的硬體裝置，透過晶片整合系統解決方案，把音樂、攝影、錄影、遊戲還有其他功能都集結在同一支手機裡。另外，台灣的精密儀器廠商也在這個國際分工佈局中得到機會獲利，在專利許可與知識產權上大有斬獲。台海兩岸在技術和製造上的結構性接合，正是山寨奇蹟的重要條件。

新的製造模式和國際分工建立起新的生產結構條件，僅深圳一地就有三萬家廠商提供從設計到外包到組裝到生產到測試到包裝到分銷到售後服務等等整個裝配生產過程所需。重要的是，提供跨國公司各種模組和零件的製造公司，也正是山寨機的模組零件來源。大陸有一位政府的檢測師就曾經說，山寨機的生產過程幾乎和正廠生產一樣的合法，只是少了最後的幾個環節，也就是測試、發照、掛牌等等需要花更多成本但是可以因而大幅提高售價的環節。說穿了，保證正廠產品與山寨產品絕對有別的，倒不一定是什麼特殊功能或品質水準，而是國家或跨國公司的權威認證。

模組生產方式和國際分工鬆散化了製造過程和跨國企業對這個過程的壟斷，有效的模糊了正廠和山寨的界限。接下來我想指出資本主義商品邏輯本身如何激發了山寨產品的獨特風格和強大競爭力。壟斷資本主義的基本原則就是堅持最大的利潤和市場佔有，因此總是透過市場民調找尋最大公約數的需求和品味，很少顧及座落在具體差異場域裡的其他可能消費者。再加上利潤的考量，在功能和應用上多半

只是選擇性的採用，在設計上也趨向保守，很少願意嘗試主流以外的考量。山寨設計師則以小搏大，知道自己資源有限，不寄望占有大幅市場，又沒有庫存的壓力，因此積極超越主流市場，挖掘新的主體慾望和需要，創造新的消費者。而且不必因為考量長銷的利潤而自我設限，所以總是把越多越強的功率放入山寨機內，以便在正廠名牌的形象魔力之外另闢蹊徑，吸引消費者。在功能上，雙卡、三卡、超長待機、轟天雷音響，附帶電擊棒、電視、甚至投影機，或是在外觀設計上從回教主題到奧運吉祥物到歐巴馬當選，透過資本主義模組生產的技術革命，山寨機快速的抓住通俗文化或時事議題，關注主流目標人口群之外的可能消費需求，用資本主義的生產方式內爆資本主義的利潤邏輯。

就創意而言，山寨的創意不再集中於產品內在功能配置的理性化邏輯，而是產品設計對於消費者的慾望和需求的高度配合和開發，這也解釋了有些山寨產品令人瞠目結舌的天馬行空和獨特怪異。我們的**驚訝**反映了我們自身的消費習慣頗為消極被動，也顯示我們對其他消費者（例如中國農民）日常生存情境裡的需求無知無感；我們的**驚喜**則來自於發現資本主義利潤邏輯、理性化邏輯的局限竟然可以這樣突破時的解放感。這正是山寨生產方式特殊之處，也為中國在全球資本主義分工體系中作為一個後發經濟體的特殊位置開闢出一條嶄新而有力的路徑。

當然，山寨概念的生產力並不止於消費電子產品的生產，同一時期浮現而至今未歇的大量山寨文化現象也令人印象深刻，有關山寨的各方激烈辯論更是火力全開。我想我不必在此覆誦各種山寨春晚、山寨劉德華、山寨周杰倫、山寨天安門、山寨奧運鳥巢等等，我倒是想說一說催動山寨想像、激化山寨爭議的文化力道，因為我覺得這對我們理解中國和山寨之間的類比十分重要。首先我想指出，歷史上，山寨糾結了複雜矛盾的情緒和想像，14世紀小說《水滸傳》對梁山一百單八好漢的描寫，構成了山寨的主要印象和情緒：一方面是在野擾朝的不法之徒，另一方面卻是英雄主義的兄弟之情；既有對抗強權的草莽氣息，也有亡命流寇的自卑和氣短。也難怪許多人對2008年「山寨」

成爲中國特有的創新式仿冒生產模式的象徵耿耿於懷：山寨被批評是低廉的仿冒，是攪擾市場的不道德行爲，阻礙了中國本身的創意發展，更會傷害中國作爲全球大國的形象；然而這個草根的生產方式也使得中國創造了可以超越先進國家的獨特競爭力，山寨手機贏得了整個第三世界市場，成爲真正的「全球」品牌，爲一百年來中國人被列強欺凌的挫折討回了公道。當然在此同時，山寨生產模式到底是顛覆資本主義還是順從資本主義的問題，也爲山寨爭議升溫。

山寨精神所可能勾動的情緒當然並不只在經濟層次上，對於個別小民而言，山寨精神也有其重要的政治吸引力。中國人的集體記憶對於山寨的叛逆英雄主義、對於平民大眾在緊要關頭揭竿起義對抗國家或外敵的壓力，有著一定程度的理解和欣賞。這其中所包含的對現有政權的不滿、希望另立山頭的壯志，在中國經濟改革快速發展的動盪時期裡自然會引發一些震盪效應。畢竟，如果現在經濟打開了越來越多自由自主的空間，那麼人們也會越來越不情願順從體制對自己的操弄。一個山頭出現，也會有越來越多其他山頭出現，各種肯定自我的騷動都會逐漸趨向挑戰原本高度集中管理的狀態，這正是山寨概念的象徵意義和吸引力所在。近年來各種挑逗主流象徵符號的山寨文化生產，多多少少都在操練對體制霸權的挑戰。

以上我嘗試指出，**山寨就是中國**，山寨這個全球化資本主義分工體系中後進國家的特有生產模式，不但標出了中國在這個體系中的特殊位置，也顯示它對資本主義生產模式和利潤邏輯的靈活利用以及可能突破。山寨是理解中國崛起的重要關鍵。但是我還要同時說，**中國就是山寨**，不但因爲中國共產黨本身有著很長的從井岡山開始打游擊的草莽歷史和性格，更因爲中國長久以來就是一個擁抱第三世界而常常被西方霸權視爲不法不馴的國家。我用「山寨中國」爲題，是希望中國不要在崛起壯大的過程中變成那種自許尊貴可敬、過度文明化的西方大國的樣子。中國當然是大國，但是它可以不做西方現代化進程的那種大國。我期待中國保持第三世界的觀點和立場，做個拒絕被資本主義現代化文明化收編招降的「山寨」大國。