

“界外”：中国乡村“空心化”的反向运动

■ 吴重庆

[内容提要]具流动型兼业传统的沿海偏乡孙村,依托乡土社会网络,以“同乡同业”形式,兴起遍及全国的金银首饰加工业,并形成该行业各生产要素的在地集结,体现了“城市中心—乡村边缘”格局的翻转、乡村“空心化”的反向运动以及经济与社会互嵌的“社会经济”特征。“界外”是非主流、另类、多元以及可能颠覆“中心”的“边缘”。

[关键词]孙村 界外 打金 同乡同业 反向运动

孙村所在的福建莆田沿海地区史称“界外”。“界外”之名来自清初莆田的“迁界”政策。郑成功于1647年(清顺治四年)海上起兵抗清,至1661年,郑成功部控制了莆田沿海的南日、湄洲诸岛。清政府为剿灭郑部,于1662年下“截界”令,沿海核定新界线并筑界墙,每隔五里即筑一石寨,将沿海居民迁至“界”内,在“界外”实行坚壁清野政策。直至1680年,莆田沿海诸岛方为清军收复。康熙二十年(1683年),台湾纳入大清版图,莆田沿海复界。^①

虽然“界墙”之存不过21年,但“界外”(有时也被称为“界外底”)之名却一直沿用至今,并演变成为一种根深蒂固的地方性歧视。在莆田城里及平原地区的居民看来,“界外”意味着边缘、落

后、贫穷、愚昧、粗鲁。不过近二十年来,“界外”也渐渐在去“污名化”。“你们‘界外’人能闯,有钱”,这是莆田城区居民对“界外”作出的史无前例的正面评价。从城里人口里说出的对“界外”的这一貌似不经意的逆转性评价的背后,是“界外”人手胼足胝的“突围”与“翻身”。

一、边缘地带的社会网络

城里人对“界外”的评价,其实部分符合事实。孙村所在的“界外”,不仅是地理意义上的边缘,也是经济、文化及社会意义上的边缘。“界外”实属传统所谓的“化外之区”。

姚中秋先生有“钱塘江以南中国”之说,西晋

吴重庆:中山大学哲学系暨马克思主义哲学与中国现代化研究所(Wu Chongqing, Department of Philosophy, Institution of Marxist Philosophy and the Modernization of China, Sun Yat-sen University)。

灭亡,“居住于洛阳及其近旁的上层士族南迁,其组织严密,人数众多,不可或不愿与吴中豪强争锋,乃选择渡过钱塘江,分布于会稽一带”,“建立起强有力的社会组织。后来的南迁者无法渗入,只能继续向南移动。钱塘江就成为中国文化的一条重要分界线”,每一次战乱都会推动相当一部分“儒家化程度较高的人群向南迁移”,以致“钱塘江以南中国”(宁波以南之沿海地区、皖南、江西等)后来居上,在儒家文化保存并且发挥治理作用的程度上,反超江南及中原地区。②他以历史上因战乱而豪族南迁解释今天钱塘江以南中国农村何以宗族文化及民间社会网络较为发达的现象,这是从“豪族”看“社会”的构成,算是精英主义的视角。

其实在中国东南沿海的许多偏僻村落里,自然资源的禀赋稀薄,不足以支持大家族的扎根、开枝和繁衍,但其民间社会网络也照样发达。这就引出如何从底层视角看社会构成的问题,具体说就是社会如何在底层人民日常的经济活动中得以构成。③这也是施坚雅的视角,他说“基本市场”(standard marketing area)乃是中国农村最为重要的交往空间,其自成一个具“地方性”色彩的社会文化体系。④

今天的研究者多少带有将帝制时期中国农村视为一个封闭的自给自足的社会单位的倾向,想当然地认为一个自然村的地理边界大体就是它的社会边界。其实,在东南沿海地区农村,其乡土社会网络的开放度超乎常人之想象。而其形成开放性社会网络的关节点,是源远流长的发达的流动型兼业传统。

农民兼业可以分为两种,一种是常见的在地型兼业,即自给自足的“男耕女织”,如黄宗智先生指出“中国历史上的‘男耕女织’是个非常牢固的经济体”,这种类型在中国传统农业小农经济体系中占有相当的比重。⑤另一种就是流动型兼

业。在地型兼业是由家庭辅助劳动力承担副业,而流动型兼业则是由家庭主劳力承担副业,即男主外当流动货郎或游走四方的工匠,聊称之为“男商(匠)女耕”。此种兼业多出现于人多地少、十年九旱的沿海地区,其农业产出不足以糊口,逼迫男人常年或者在农闲季节纷纷外出谋生。

选择“男商女耕”作为流动型兼业内容的家庭,因为无日常盈余及资本积累可言,所以只能加入低门槛的流动货郎行列,而且必须想方设法最大限度地减少经营资本的投入。

孙村位于福建省最大的海水晒盐场莆田盐场附近,民国时期此盐场为地方军阀(俗称“北军”)把持专营,但还是有盐工偷运出来低价转卖,此谓“私盐”。孙村货郎往往在离家出行时购上一两百斤“私盐”,肩挑至二三十公里外的平原稻作区(俗称“洋面”),沿途贩卖。售卖告罄,殆日暮行至莆田县城(俗称“城里”),他们在“城里”简陋客栈歇脚一宿,次日一早上街购买一些洋日什用品及平原地区物产如火柴、发夹、纸烟、茶叶、橄榄、柚柑、菱角之类,之后出县城穿平原奔沿海,在“界外”的广大乡间兜售。在货郎往还城乡的过程中,事实上从事着跨区域的物产交易,他们且行且止,在每一趟的往返中,细心收集不同区域的消费者在不同时节的不同需求。货郎大体都有各自的行走线路、店家、熟客、歇脚点,流动货郎成为城乡之间、区域之间、村落之间的信息传递者及社会关系网络的缔结者。

另一种流动型兼业模式就是“男匠女耕”。“界外”人往往认为男孩拜师学手工艺的年龄越小越好,说是年少手巧,其实是想着在其还没有成为农业足劳动力之前外出学艺,家里可以少一张嘴吃饭。在强制性的义务教育实施之前,孙村的男孩往往在十二三岁就会被父母安排去“学一门手艺”。这些手艺都是服务于日用民生的,除了少数需要动用较笨重工具的手艺如裁缝(俗称

“车衣裳”）、铁匠（俗称“打铁”）、染布（俗称“移乌移蓝”）等是设店营业的，其他如木工、泥瓦匠（俗称“土水”）、石匠（俗称“打石”）、绘工、雕工、漆工等是流动接活的，而竹匠（俗称“补篾嫁笠”）、炊具匠（俗称“卷炊”）、锅匠（俗称“补鼎”）、剃头匠、阉猪等则是沿途吆喝的。

货郎的经营内容及特点决定了其活动范围部分是单线的（“城里”到“界外”的距离），部分是小半径范围的（卖盐的平原地区及卖洋货的“界外”）。就活动半径而言，流动工匠的活动范围可能还大于货郎。所以，在跨村庄社会关系结成的广度上，工匠丝毫不亚于货郎，而在这种社会关系的稳固程度上，货郎无法与工匠的师徒关系、同门关系、雇主关系相比。所以，孙村人把拜师学艺靠手艺活外出谋生的匠人称为“出社会”，指其真正走进了孙村之外的社会关系网络。

在改革开放之前的人民公社化时期，货郎和工匠的活动都是可以当作“资本主义尾巴”而加以割除的。由于孙村所在的“界外”人多地少，如果没有这种流动型的兼业模式，农民的确无法维持生计，加上有限的农业也无法吸纳过多的劳动力，所以，生产队干部基本上是睁一只眼闭一只眼地让货郎和工匠继续从事当时被称为“副业”的这种流动型兼业，只是他们需要向生产队缴纳一笔“副业金”，以换取口粮。

二、从边缘到中心：“打金”业 相关生产要素的在地集结

早在改革开放之前的70年代初期，手艺门类众多、能工巧匠辈出的“界外”出现了一门被称为“打金”的新手艺活，人们沿用传统的“打铁”、“打石”之说，将黄金首饰加工称为“打金”。其始作俑者是与孙村相距不过3公里的埕头村叶先峰。叶先峰自创“打金”手艺，他以游走经营的方式，

专为女儿将嫁的家庭打制金耳环、金戒指（时未有金项链）。叶先峰虽然平日乐善好施，但拒绝收徒，以免“打金”手艺外传。无奈“打金”为新兴手艺，获利颇丰，惹得村人尾随偷师，该手艺终于流传开来。此时恰逢改革开放，农民可以自由流动，加上城乡人民生活水平提高后复苏了对黄金首饰的消费需求，“打金”行情看涨。

初期的“打金”全赖匠人纯手工打制，并不需要假以模具铸造。但这样不仅加工速度慢，而且技术难度高。这次是孙村的几个年轻铁匠和石匠捕捉到了商机，他们以家庭作坊手工打造出加工黄金首饰的铁模具（俗称“铁模”）。“铁模”的款式设计者与模具加工者是合二为一的，“铁模”匠往往不需要任何平面设计稿，单凭巧运匠思，就可以在方铁上使用金刚钻直接雕刻成款。

由于“打金”不再需要手工打制，“打金”的技术门槛突然降低了，这让家长及年轻人觉得“打金”已是一门最易习得的手艺，加上有利可图，“打金”者陡增。又因为“铁模”发明于孙村，加上孙村恰好位于“界外”的埕头、北高、东峤三个乡镇的交界处，导致上个世纪80年代初以孙村为中心的“打金”业在以上三个乡镇迅猛发展。

“铁模”的发明对“打金”业来说具有革命性的意义，它促进了“打金”这一新兴手工艺的行业细分，催生了黄金首饰款式设计者、模具加工者、模具推销者、“打金”匠，同时也使“打金”从作为少数人在区域内流动兼业谋生的手工艺发展成为带动具有流动兼业传统的“界外人”在全国范围内发财致富的支柱产业。

孙村出品的“铁模”款式多样新颖，此鼓励了原在本地乡间游走“打金”的匠人跨出“界外”，背上一批孙村的“铁模”，远赴当时富甲一方的邻省广东，在潮汕及珠三角开设“打金店”。“打金”匠一旦在异地设店经营，则不便随时离店，因此，一支往返于福建广东之间的专业的“铁模”推销队

伍应运而生,他们从莆田坐汽车到达广东后,靠双脚沿街兜售“铁模”,俗称“走街”。

2010年春节,我在孙村访问了第一批的“铁模”推销者国恩、国泰兄弟,国恩说:

当时铁模相当重,每次用军用帆布包,最多装三四十个,挎在肩上,那就有四五十斤重了,一趟不敢装太多。一般从莆田坐汽车到潮州,落车后就沿途找“打金店”推销。反正是“走街”,且走且坐且吃茶且讲新闻,什么款销路好什么款销路次,当地又有什么别途的新款,反正都是走走坐坐茶吃吃新闻讲讲得来的消息。

“铁模”推销者与“铁模”生产者之间都是非亲即故的乡里,生产者允许推销者先销售后付款,推销者返回孙村后也乐于将沿途所得的来自最前线的款式需求及最新颖的款式信息及时反馈给生产者。因为“铁模”本身就有笨重、成本高、款式更新慢的缺点,加上受到来自广大推销者的反馈信息的刺激,促使“铁模”加工者下决心改变模具的材料,转向石膏模具(俗称“石膏模”)的批量生产。他们为了解决资金缺口而联合起来,从福州引进了一条石膏模的生产线,依然在广大“铁模”推销者已经熟门熟路的孙村附近设厂,先后兴办了“亚太”、“金得利”、“金达美”三个黄金首饰石膏模厂。

石膏模生产具有量大、款式繁多、产品更新换代快、体积小、重量轻、价格低廉等优点。所以,新品甫出,即大受模具推销者及各地“打金”店的青睐,一时间来自埭头、北高、东峤三个乡镇的模具推销者蜂拥而至,石膏模瞬时行销各地。据孙村业内人士估计,三个乡镇从事石膏模具推销者最多时高达两三万之众,他们足迹遍布全国。在当时远未出现物流公司的情况下,与孙村相距两三公里的上塘村应运而生多家个体客运

(实为客货混运),先后开辟每天通往广州、深圳、苏州、上海、昆明、重庆等地的班车,成千上万的石膏模推销者从孙村出发,直达各大中心城市,再辐射到二三线城市及县城。

“界外”人数众多的石膏模推销大军与上世纪80年代形成的“温州模式”中的推销员的职能类似,也是身兼数职,扮演了“信息采集者、产品推销员、市场构筑人、生产组织者、转型导向者”的角色^⑥,他们给石膏模具厂家带回大量的产品信息反馈,设计者及时推陈出新,孙村一跃成为著名的石膏模具生产中心。同时,孙村人巧妙善用这个不需要任何组织成本而又在国内无远弗届的推销网络,竞相通过熟人关系网络委托这支推销大军在返乡时顺便带回全国各地与金银首饰有关的任何款式样品及生产工具样品,此导致孙村出现了一些专门生产“打金”成套工具如汽油炉、喷火枪、锤子、镊子、天秤、首饰盒等的小工厂;同时各地各式各样的银(首)饰品也被带回来,有人转而开发银饰品,银饰业最终也成行成市,出现一批银饰品展销店,孙村出外“打金”的人也习惯顺便带一些银饰品出去,摆在他们开在全国各地的“打金”店里零售。

石膏模的出现,其革命性效应丝毫不亚于当初的“铁模”。如果说“铁模”刺激了更多人加入“打金”的行列,催生了模具推销者,那么,石膏模的出现不仅进一步扩大了这两种从业人员的队伍,还推动了与“打金”行业相关的其他生产要素的在地集结,如全部是个体经营的客运与物流、“打金”工具生产、银饰品批发、与首饰业相关的各类信息的汇总以及黄金地下收购点。依托于由在地人员构成的庞大推销大军的不断往返以及新开辟的直接通往国内各大城市的大巴的日夜穿梭,孙村成为了国内规模最大的也是最核心的与“打金”业相关的各种生产因素的集结地与流转地。

黄宗智先生说,“在英国和西欧的‘早期工业

化’过程中,手工业与农业逐渐分离。前者逐渐成为独立的工场生产,亦即由个体化的工人集合在一起共同生产,主要在城镇进行”,“但在中国,手工业则一直非常顽强地与家庭农业结合在一起,密不可分,直到20世纪中叶仍然如此”。^⑦孙村“打金”业的在地兴起,意味着手工业与农业的分离,其分离过程的特殊之处在于,既不是像当年西欧那样移到城镇去开设工场,也不像80年代中国那样表现为乡镇企业模式。借用今天流行的“总部经济”概念,孙村类似“打金”业的总部,成千上万遍布于全国都会城镇的“打金”店、“打金”工具及模具批发店,不过是总部经济的延伸与辐射,孙村从“界外”突入中心,这是经济史上罕有的“中心—边缘”格局的翻转,乡村是中心,城市反成了边缘。而其奥妙在于,孙村人以其特殊的经济—社会网络,将“打金”业的所有产业链条、生产环节都掌握在自己手里,他们以非正规经济的灵活与低成本优势,不给任何大资本、大企业在竞争中获胜的机会。

三、制胜端在“同乡同业”

上世纪80年代末,与“打金”业相关的各种生产要素在以孙村为中心的“界外”基本集结完毕。对当时“界外”的年轻人来说,“打金”成了非农就业中准入门槛最低的一个行业,不仅技术门槛低,信息易得,网络易入,而且资金门槛也低。踏入“打金”行业的年轻人一般是拜有血缘关系的亲戚、姻亲兄弟及父辈结交的朋友为师。在此特殊人际关系背景下,师傅并不把徒弟视为雇工,师徒关系并非常见的雇佣关系。师傅不仅在最短的时间内教给徒弟关键的技术,而且还得帮徒弟寻找合适的店面,无偿借给生产工具及少量资金,助其快速另立门户。在各个微型的非亲即故的亲缘关系圈中,共同致富毋宁成为共识。如

果有人只顾自己发财而不扶持徒弟,其日后也将得不到亲缘关系圈中其他人的帮助。此种情形不同于有学者在研究湖南新化人数码快印业店覆盖全国现象时得出的“亲缘和地缘关系从未也不可能代替雇佣关系”的结论。^⑧

当其时也,孙村的“打金”业得“天时地利人和”之便而呈几何级数扩张之势。“天时”即“界外”人在全国首创“打金”业,“地利”即与“打金”业相关的各种生产要素在孙村集结,“人和”即依托共同致富的亲缘网络。从80年代末到90年代不到十年时间里,以孙村为中心的“界外”人便把近万家“打金”店开到了全国各大小城市、县城、乡镇,在任何地方任何角落,只要看到挂着“打金”招牌的小店面,不用问,其店主基本都是来自孙村一带的“界外”人。

这些从地理边缘、社会边缘、经济边缘甚至文化边缘杀出来的“界外”人,既无雄厚资本,亦非依靠现代连锁经营理念,为什么可以在“打金”这一新兴的行业上攻城掠地?为什么其他区域的人难以与其开展同业竞争?在此,需要讨论孙村“打金”业特殊的经济—社会网络,即“同乡同业”问题。

有学者在研究马来西亚芙蓉坡莆田裔华人的“同乡同业”传统时对“同乡同业”作了界定:“所谓‘同乡同业’,主要是指在城市工商业经济中,来自同一地区的人群经营相同的行业,利用同乡或同族关系建立商业网络,实现对市场和资源的垄断与控制。”论者还从历史学的角度,追溯了中国传统社会中的同乡同业传统,如傅衣凌先生揭示的明清时期地域性商帮与族工、族商现象,以及傅衣凌的学生郑振满、陈支平等教授对明清以来的乡族经济的研究,分析了同乡同业传统与乡族组织的内在历史联系。^⑨

“同乡同业”的概念准确地反映了经济活动与特定社会网络之间的相互嵌入关系,我试图借

用这一概念来概括孙村的“打金”业。不过在历史与现实之间,“同乡同业”的现象并不尽同。历史上的“同乡同业”可能确实存在对市场和资源的垄断与控制问题,所以,傅衣凌先生认为“乡族势力对中国封建经济的干涉”,是中国资本主义萌芽不能顺利发展的主要原因之一。^⑩但今天的孙村“打金”业,其实并非如此。首先,孙村“打金”业都是一些个体户、小业主,他们在城市里开展的经营活动,仅仅依托于各自的微型亲缘网络,各网络之间并没有形成进一步的联合或者结盟(如近代城市里的同乡会馆或同业公会)以垄断市场;其次,孙村“打金”业虽然是在城市里设店营业,但其所需要的生产工具、劳动力、技术、款式、信息等生产要素都来自孙村本土,不存在依靠同乡网络在城市里控制生产资源的问题。

如果不是以同乡网络在城市里控制和垄断市场资源,那么,孙村“打金”业为什么具有强劲的竞争及扩张能力?

谭同学研究了湖南新化人如何在全国范围经营数码快印业,他认为“对于市场中的部分主体而言,社会因素有利于帮助它们降低交易成本,从而在市场中具有更强的生命力。对比科斯(Ronald H. Coase)关于企业的经济性质在于降低交易成本的判断,可以说,包括亲缘和地缘关系网络在内的社会因素,与市场有着深度契合的一面”。^⑪其实,“同乡同业”形态的小本经营活动,并不严格依循现代企业制度,从其“企业总成本”的角度看,“交易成本”的比例应该远低于“生产要素成本”。换句话说,在研究“同乡同业”形态的小本经营活动时,除“交易成本”外,还应关注此种特殊业态为何可以有效降低“生产要素成本”。

首先,孙村的“打金”业依托于地方社会网络,其所有的生产材料都可以在孙村完成一站式采购,不仅价格低,而且如果一时资金周转不了,还可以赊账。“打金”者可以随时通过电话,请远

在孙村的家人或者熟人将货品以每大包仅十元的“手续费”托给孙村直达各大城市的客运大巴,这也大大降低了物流成本。

其次,一个加入“打金”行业的年轻人依托于亲缘关系网络,无需任何培训费就可以拜师学艺,而创业所需的资金,也可以快速地在亲戚朋友间筹集完成,筹资成本几近于零。已是行业前辈的亲戚朋友还会根据经验帮助刚刚入行的后辈盘下较有商机的店面。

最后,他们在都会城镇的“打金”活动,往往是同一个亲缘关系圈的人相对集中于同一个城市,方便于互帮互助。一个“打金”店的收入一般来自代客翻新首饰款式的加工费、加工过程必要耗损的金粉的提炼、零售金银首饰品赚取的差价。这些业务的开展需要他们不间断地交流信息,如黄金及生产材料价格的起落、何种款式好卖、该进什么货等。他们也开展互惠式的合作,如相互间的资金借贷、生产材料的互通有无、生产工具维修及首饰加工技术的相互帮忙相互指导、店面的相互照看等。^⑫

在这样一种经济活动与在地社会网络紧密相嵌的情形下,孙村“打金”业的交易成本及生产要素成本都大为降低,其竞争扩张能力相应强大,这也是外来者无法步孙村人后尘涉足“打金”业的原因,但其间体现的并非通过资本扩张达到垄断市场资源的“大鱼吃小鱼”的资本主义经济逻辑。可以说,越是成现代企业建制的竞争对手,其企业的交易成本及生产要素成本就越高,就越是不可能击败“同乡同业”的孙村“打金”业。所以,对一个想加入“打金”业的孙村年轻人来说,只要他紧紧依托于熟人社会及亲缘关系圈,便很容易走上自主创业的道路。今天的孙村年轻人几乎无人到珠三角或者长三角的代工厂打工就是一个明证。

四、乡土社会资源 与“同乡同业”经济的相互激活

有道是“天下没有免费的午餐”。一个依靠熟人社会及亲缘关系圈的帮助而自主创业的孙村“打金”人,也必须对这个熟人社会及亲缘关系圈的节庆参与及人情往来投入时间和金钱,这既是回报,也是其在孙村的乡土社会里作为一个成员的自我确证与他人认同,更是为了其自身的进一步创业而不断累积社会资本的必要投入。对缺乏社会资本的底层人民来说,已然形成的乡土社会网络几乎是他们唯一可动用的“社会资本”,理性驱使他们不会轻易放弃这一唾手可得的关

系网络。如今,孙村的年轻男子十有八九是离家出外从事“打金”业的,但与一般进厂打工的人不同,“打金”的孙村人其实随时都与村里保持各种渠道的密切联系。

首先是“打金”的日常业务联系。都会城镇不过是孙村“打金”业的卖场和客源所在,此外,其他所有的生产要素几乎都从孙村流出,每天五六部大客车穿梭于孙村与全国各大城市现象的背后,是源源不断的物流、人流、资金流、信息流。

其次是亲缘关系圈情感沟通。每逢孙村重大节庆如春节、清明节、中秋节、自家或者亲缘关系圈家庭的婚丧嫁娶寿庆满月,他们总是不惜时间及花费,不远千百里返乡或设宴或赴宴或二者兼有。如有“谢恩”或“拜忏”仪式举行^⑬,也必特地回家虔诚跪拜跟香。这种貌似非理性的人情消费,实为一种生产性的开支,因为孙村“打金”人的业务往来及社会交往一直是以本土的熟人社会及亲缘关系圈为主,作为“打金”业中心的孙村是累积他们的社会资本的不二场域。

再者是成功取向的在地化。孙村既是“打金”人的家乡,也是他们在外创业的重要基地。

与一般的经商人士不同,孙村“打金”人最为看重的是回到村里展示创业成功,他们赚到钱后,第一件事就是回家盖新房,所谓“方便别人称呼”,意思是新房矗立在村表明他任何时候都是孙村的一分子。有个年轻人不是先回孙村盖新房,而是先到莆田城里买了一套商品房,结果颇受非议,舆论压力之下还是于次年回孙村另择宅基地。今天,三至六层的新楼房已遍布孙村,在他们竞相夸富的背后,其实是对乡土社会的内向认同,此大不同于“外向型村庄”的行为逻辑。^⑭

最后是对熟人社会成员身份的积极认同。孙村是沿海偏乡,既无族谱亦无祠堂,只有一座小规模

的社庙永进社。自上世纪80年代“打金”业兴起之后,永进社供奉的主神杨公太师每年正月十一元宵(孙村一带,各村元宵日期不一)出游及农历四月二十六和九月二十六的神诞就日益热闹,杨公太师的灵力及主持社庙事务的乡老的号召力也随之看涨。原因是“打金”人越来越积极参与孙村的重大节庆,他们既看重本土神明的护佑,也想借机尽到他作为孙村人的职责。杨公太师元宵出游时,每家每户都会给“压岁钱”,初期是一二十元不等,如今已自发提升至上千元。神明的“压岁钱”其实就是孙村的公益基金,乡老将这笔钱用于社庙修缮、香火、节庆社庙筵席、神诞会演莆仙戏等。乡老往往在元宵期间提出本年度的一些公益项目(如铺路、修桥、办学、成立老人协会等)并提议大家赞助,大多认捐热烈。而神诞会演,“打金”人也必回家大摆宴席大宴宾客,说是“给神明做热闹”,其实与参与孙村公益一样,都是为了寻求熟人社会的身份认同。

施坚雅根据“中地系统”(central place system)研究中国乡村的市场体系,认为由于存在“距离成本”(distance costs),市集往往位于等边六角形中心。^⑮如果从“中地系统”及“距离成本”的角度看,似乎很难理解偏于东南沿海一隅的

“界外”孙村为什么会成为“打金”业各种生产要素的集结地与流转地,而处于更为核心地理位置的城市反而成了孙村的次级市场。但我们不能像经济地理学家那样单从“距离成本”的角度考虑问题。事实上,施坚雅本人并非经济地理学家而首先是一个人类学家,虽然其“中地系统”揭示的中国市场体系与经济地理学家建构的普遍模式相比并无不同之处。作为人类学家的施坚雅,他强调的是市场体系所具有的社会意义的重要性不亚于经济意义,空间经济体系也是一个社会文化体系。^⑩如果既看到孙村是一个“打金”业各种生产要素的集结地与流转地,又看到它是一个特定的社会文化体系;既看到经济活动的“距离成本”,又看到经济活动的交易成本和生产要素成本;既看到各种生产要素集结与流转的过程,又看到各种社会及文化的要素的集结与流转以及经济与社会相互嵌入,那么就可以理解孙村何以维持其在成千上万的“打金”者心中的中心地位。

费孝通先生曾经以“离土不离乡”来概括“苏南模式”,也曾以“离土又离乡”来概括“温州模式”。^⑪在费先生那里,“离土不离乡”指的是苏南的乡镇企业,“离土又离乡”指的是温州数十万勇闯全国市场的小商品推销员。“土”指依赖土地的农业,“乡”指地理空间意义上的家乡。孙村的“同乡同业”经济肯定是“离土”的,也肯定不是“离乡”的。但说它“不离乡”,又并非指其在地办乡镇企业。在此,似乎很难以费孝通先生意义上的“离土不离乡”或“离土又离乡”来概括孙村的“同乡同业”经济。如果一定需要借用费孝通先生“离土不离乡”的说法,则应该把“乡”的含义扩大,“乡”不仅是地理空间意义上的,同时也是社会空间意义上的,那么,孙村“离土”在外的“打金”人其实从来没有脱离过社会空间意义上的“乡”。

且不说孙村“打金”人出于业务、亲缘情感沟通、社区身份认同的需要,积极地往返于城市与

家乡之间。就是他们在都会城镇从业的过程中,他们也是紧紧依托家族网络、乡土社会网络形成经济活动的纽带,创造出有别于今天流行的市场经济的经济形态,这一经济形态就是社会网络与经济网络的相互嵌入。其经济活动不仅与乡土社会网络相互依托,更重要的是二者之间还相互激活,使传统、乡土、家族这些有可能被认为是过去式的遗存,在孙村所在的“界外”却呈现活态,其不仅渗透于人伦日用,还贯彻于经济民生。

五、中国乡村“空心化”的反向运动

中国乡村“空心化”指的是农村的劳动力、原材料、资金都被工业化城市化吸纳殆尽,农业凋敝,劳动力流失,农村的经济及社会皆已失去再生及可持续发展的能力。^⑫乡村空心化之所以已成不可逆之势,其原因在于经济全球化的浪潮无可阻挡。中国乡村空心化的实质是资本主义生产方式在全球及全国范围内对各类生产要素的重新整合和价格的“逐底竞争”(race to bottom),即全球化(globalization)和全国化(nationalization)。^⑬经济全球化或者经济全国化必然带来“经济”与“社会”的彻底分离,在资本逐利的本性驱使下,任何一种生产要素都可能被抽离出它原先的在地背景,而得以在任何一个可以实现成本最低化和利润最大化的场所重新组合,形成“无心无肺”的经济怪胎。

卡尔·波兰尼在《大转型:我们时代的政治与经济起源》一书中提出市场与社会的反向的“双重运动”,他认为市场社会正是由这样两种相互对立的运动组成的,一个是自由放任的资本主义不断扩展市场的运动,另一个则是由此而来的抵制经济“脱嵌”的保护性反向运动,使经济活动重新“嵌入”于总的社会关系之中。^⑭我们已经习惯于对中国乡村空心化的判断,也习惯于将波兰尼

在百年前的期待视为遥不可及的神话。可是，中国农村之辽阔、区域差异之巨大，远非“中国农村”四字可概括。在从温州、闽南到潮汕这一中国东南沿海的狭长区域里，存在着类似的乡土文化传承及“兼业”的谋生方式，这导致今天该地区的人群拥有一种非常特殊的经济活动形态，就是离乡离土的农民很少进入大工厂大企业打工，而且从内心里鄙视“打工”。他们毋宁是机动灵活的游击小分队，以核心家庭或者以亲缘关系圈作为经济活动单位，在全国乃至世界各地，生机勃勃地开展各类非正规经济的“同乡同业”经营。^②孙村的“打金”业不过是这个盛行“同乡同业”经济的特殊区域里的一个典型。

“同乡同业”经济活动的生命力，体现了乡村空心化的反向运动。在乡村空心化的大潮之中，乡村的所有生产要素都是向城市流动的。从城市的视角看，乡村不过是廉价的劳动力及原材料的供应地。孙村的年轻人奔向城市“打金”，并不是作为廉价的劳动力被动卷入城市的资本主义经济模式之中。对活跃的孙村“打金”业来说，全国范围内的都会城镇，倒是给“打金”业提供了另一种生产因素，即源源不断的顾客和市场空间。是孙村人依托本土的社会网络，慢慢在地集结“打金”业的各种生产要素，然后突入城市，对城市里的生产要素进行反组合。近三十年来，一拨又一拨的孙村年轻人出到城市“打金”，但孙村并没有因此空心化。相反，随着作为“同乡同业”经济的“打金”业的不断扩大，与“打金”业相关的生产要素得以更加活跃地在孙村所在的“界外”集结，其所发挥的“打金”业的枢纽中心的功能有增无减。由于孙村的“打金”业是深深嵌入于本土社会网络之中的，所以，在“打金”业发展的刺激下，社会资本也得以良性运转，民间社会更添活力。这也许就是卡尔·波兰尼期待的经济与社会发展的相互嵌入，这种“同乡同业”的经济形态也

许可以称为有别于市场经济(market economy)的社会经济(social economy)。^②

孙村位于“界外”，一个曾经的地理意义、社会意义和文化意义上的多重边缘地带；今天孙村的“打金”业，作为“同乡同业”经济和非正规经济的一种业态，在主流的、“现代”的资本主义经济的话语体系里，也一定是被视为不入流的、落后的、边缘化的经济形式。孙村似乎一直都难以从“界外”的角色中摆脱出来。不过，这些都无关紧要。紧要的是，在目前铜墙铁壁似的政治—经济结构中，大概只有从“界外”，从另类的经济实践中，方可获得突围的可能与机会。

注释：

①莆田县县志编纂委员会(编)：《莆田县志·清初莆田沿海截界始末》，1963年11月。

②姚中秋：《钱塘江以南中国：儒家式现代秩序——广东模式之文化解读》，载《开放时代》2012年第4期。

③还有强调方言影响社会构成的，如从事客家研究的人类学家孔迈隆(Myron Cohen)认为方言是中国社会结构的另一个变数，是构成群体的一个主要力量，许多特殊的社会活动方式都直接与方言之差异有关，如果不加以考虑，任何有关这一地区的社会组织研究均不算完整。参阅杨国枢、文崇一(主编)：《社会及行为科学研究的中国化》，台北：“中央研究院”民族学研究所1982年版，第302页。

④施坚雅：《中国农村的市场和社会结构》，史建云、徐秀丽译，北京：中国社会科学出版社1998年版，第40页。

⑤黄宗智：《中国小农经济的过去和现在——舒尔茨理论的对错》，载《中国乡村研究》第6辑，福州：福建教育出版社2008年版。

⑥袁恩桢(主编)：《温州模式与富裕之路》，上海社会科学院出版社1987年版，第66、101~106页。

⑦黄宗智:《中国过去和现在的基本经济单位:家庭还是个人?》,载《人民论坛·学术前沿》2012年第1期;黄宗智:《中国的现代家庭:来自经济史和法律史的视角》,载《开放时代》2011年第5期。

⑧谭同学:《亲缘、地缘与市场的互嵌——社会经济视角下的新化数码快印业研究》,载《开放时代》2012年第6期。

⑨郑莉:《东南亚华人的同乡同业传统——以马来西亚芙蓉坡兴化人为例》,载《开放时代》2014年第1期。

⑩傅衣凌:《论乡族势力对于中国封建经济的干涉——中国封建社会长期迟滞的一个探索》,载《厦门大学学报(哲学社会科学版)》1961年第3期。

⑪同注⑧。

⑫类似情况也见于湖南新化人的数码快印业,谭同学发现,“较之于其他经营者和技工,成功的经营经验和新技术在新化人的亲缘与地缘网络中传播速度极快、成本极低。这一优势弥补了他们文化水平低的不足,让他们在打字机修理行业内取得了举足轻重的地位”。参阅谭同学:《亲缘、地缘与市场的互嵌——社会经济视角下的新化数码快印业研究》。

⑬“谢恩”是以家族为单位酬神还愿答谢天恩,“拜忏”也是以家族为单位祭祀所有同宗先人亡灵。此两仪式极为隆重,一般需要两三个日夜铺陈科仪。关于“谢恩”,请参阅郑莉:《私人宗教仪式与社区关系——莆田东华“谢恩”仪式的田野考察》,载《开放时代》2009年第6期;吴重庆:《“后革命时代”的人、鬼、神——孙村:一个共时

态社区》,载《新史学》第2卷(概念·文本·方法),北京:中华书局2008年版。

⑭贺雪峰一直有“外向型村庄”之说,参阅仝志辉、贺雪峰:《村庄权力结构的三层分析——兼论选举后村级权力的合法性》,载《中国社会科学》2002年第1期。

⑮同注④,第21页。

⑯同上,第49页。

⑰参阅费孝通:《小城镇大问题》,南京:江苏人民出版社1984年版;费孝通:《小商品大市场》,载《浙江学刊》1986年第3期。

⑱参阅吴重庆:《从熟人社会到“无主体熟人社会”》,载《读书》2011年第1期。

⑲“全国化”(nationalization)是我自创的一个概念,意思是指,在中国这样一个区域发展不平衡、资本活跃、幅员辽阔的大国,完全可能出现经济内殖民的现象,与经济“全球化”的逻辑并无二致。

⑳参阅卡尔·波兰尼:《大转型:我们时代的政治与经济起源》,刘阳、冯钢译,杭州:浙江人民出版社2007年版。

㉑关于“非正规经济”,可参阅黄宗智:《中国被忽视的非正规经济:现实与理论》,载《开放时代》2009年第2期。

㉒关于“社会经济”,可参阅《社会经济在中国》(上、下),载《开放时代》2012年第1期、第2期;以及《开放时代》2012年第6期的“社会经济”专题。

责任编辑:周 慧