

研究論文

流離的道德經濟： 流亡印度的藏人毛衣市場與協會

潘美玲

潘美玲 國立交通大學人文社會學系助理教授 (mlpan@mail.nctu.edu.tw)。本文研究過程中受到國科會 (計畫編號NSC 95-2412-H-155-001；NSC96-2412-H-009-004-MY2) 研究經費的支持。感謝「西藏流亡政府」、「達賴喇嘛西藏宗教基金會」與前「臺灣西藏交流基金會」提供田野與訪談過程所需要的證明文件與各種協助。本文初稿於國立交通大學人文與社會科學研究中心與「全球化研究——流離、家園與認同」主題研究社群所主辦的「全球化研究——流離、家園與認同工作坊」中發表 (2009年10月16-17日)，承蒙評論人劉紹華教授以及與會人士指正，以及匿名審查人提供專業的修改意見，在此一併致謝。

收稿日期：2010/2/24，接受刊登：2011/5/11。

中文摘要

在1959年約有13,000位西藏人追隨達賴喇嘛流亡到印度，其後仍有許多西藏人陸續翻越喜馬拉雅山，到達印度、尼泊爾、錫金、不丹等西藏鄰國，尋求政治庇護，成為流亡的政治難民。在流亡印度屆滿50年當中，流亡藏人透過集體的努力找到在印度安身立命所在，建立了一個自給自足的流亡經濟典範，其中季節性的毛衣貿易生意成為他們在印度維生的重要經濟活動。從事毛衣貿易必須離開藏人定居點到印度人所在的城市長達數月之久，建立市場並必須在個別販賣所在地成立毛衣協會，執行與印度地方政府交涉的任務，提供藏人毛衣商互助的組織，此外更集體發展出價格策略與經營紀律的作用，使得流亡藏人能夠以公平合作的方式維持市場運作，而不會產生因彼此競爭而危及共同利益的結果，所表現出來的是集體實作所展現的「道德經濟」。根據在印度各城市所蒐集的藏人毛衣市場與協會的田野調查與訪談資料，呈現一個族群如何在流離的處境中發展出「社會性」、「道德性」的經濟過程，維持族群的集體生計行動，同時展現了道德經濟的發展機制。

關鍵詞：流離、流亡藏人、毛衣貿易、市場競爭、道德經濟

**A Displaced Moral Economy:
Tibetan Refugee Sweater Markets and Associations in India**

Mei-lin PAN

Department of Humanities and Social Sciences, National Chiao Tung University

Abstract

More than 100,000 Tibetans followed the Dalai Lama, who fled Tibet in the 1959, have settled in India where they have been for a half century now. The core of the Tibetan exile economy consists of its informal sector, the sweater-selling business which requires that Tibetan exiles travel with their family members to different Indian cities and towns to sell woolens. The competition between exiles selling similar products may have engendered fatal effects on ethnic solidarity, but sweater sellers have managed to avert this outcome. This study demonstrates how exiled Tibetans in India have developed various measures to deal with the problems of individual self-interests by averaging profits within each market. Thus, Tibetan sweater-sellers have learned to survive while creating a model for a moral economy.

Keywords: displaced, exiled Tibetans, Sweater-selling business, market competition, moral economy

「從東到西 / 從南到北 / 一串串 / 汗液浸過 / 淚水澆過 / 鮮血
染過的足印 / 是他們走過的路 /
……從晨到夜 / 從秋到冬 / 印在梵地的村村寨寨」
《哦！足印……——獻給推銷毛衣的西藏流亡者》¹

作者：旦真望青

一、流亡的難民

在1959年約有13,000名西藏人追隨達賴喇嘛流亡到印度，其後一、二年間，約60,000多名西藏人陸續翻越喜馬拉雅山，到達印度、尼泊爾、錫金、不丹等西藏鄰國，尋求政治庇護，包括達賴喇嘛都成為流亡的政治難民。1960年達賴喇嘛接受當時印度政府提供北印度Himachal Pradesh邦的Dharamsala為西藏流亡政府所在地後，為了妥善處理流亡藏人安置的問題，達賴喇嘛向印度總理Jawaharlal Nehru提出幫助藏人在印度建立定居點的要求，以保護西藏的宗教文化傳統，維持藏人的認同與政治社會凝聚力，防止藏人流散印度各地。於是第一個藏人定居點在南印度Karnataka邦的Bylakuppe建立，之後共有成立52個正式流亡藏人定居點：有35個集中在印度、尼泊爾有10個、不丹則有7個，迄今人數已達120,000人之多。²

¹ 這首詩生動地描繪勾勒藏人毛衣商在印度各城市，為自己的生計走村串寨，在詩人筆下的圖像也是西藏流亡者的象徵（傅正明 2006: 60）。

² 這個數字是流亡政府的計畫委員會辦公室（The Office of the Planning Commission）根據1998年所做的人口普查資料（Office of Planning 2004），當時流亡海外的藏人約111,170人，其中印度85,000人，尼泊爾14,000人，不丹1,600人，世界其他各地有10,570人。依人口年成長率推估到2007年總人口數是145,150人，印

從高寒的世界屋脊到濕熱的德干高原（Deccan Plateau），從高山游牧與農耕的生活型態，到適應印度社會農業與商業的變遷，在居住流亡印度屆滿50年之時，流亡藏人透過集體努力找到在印度安身立命所在，包括建立了一個自給自足的流亡經濟典範、普及的教育體系，在兩代之內從文盲為主到高度識字率的社會、直接民選國會議員與總理而民主化傳統的政教的體制（Bernstorff and Welck 2004: 1）。

隨著達賴喇嘛長駐印度以及流亡社會的建立，在Dharamsala的流亡政府成爲外界理解流亡藏人的主要窗口，由於流亡政府本身並沒有任何財政能力，財政經費無法只靠流亡社區本身的稅收，而必須仰賴外國人的捐助，不論是因爲對達賴喇嘛的景仰、對難民的同情、對西藏文化的保存、或對人權的支持而吸引，這些來自國際非政府組織、或官方援助機構、或者私人的捐助，都要先集中到流亡政府然後再分配給指定捐助的機構，以維持流亡政府管轄治理的權威。這些國外的援助，確實對流亡政府的運作與藏人流亡社會的建立，扮演重要的角色，也使得流亡藏人與捐助者之間的關係持續成爲西方學者關注的焦點（DeVoe 1983; Subba 1990; Stobdan 1991; Frechette 2005; Prost 2006）。然而對流亡社會經濟發展的解釋，從1960年代只能維持基本的生存條件，至今達到比印度一般民衆較好的生活水準，³ 並非依賴外援就能維持，而是藏人自身

度101,242人；尼泊爾16,313人；不丹1,883人；在其他國家定居者25,712人。<http://www.tibet.net/en/index.php?id=9>，取用日期：2009年10月8日。

³ 就一般而言，藏人的生活水準比鄰近村落的印度人要高，根據流亡政府1998到2001年所作的一份調查，藏人家戶樣本的總平均年收入是66,800盧比，相當於每人13,100盧比的年收入，這個數字若相對於身列金磚四國的印度都市而言，藏人的經濟表現是不如印度的每人17,500盧比，但若只與印度鄉村每人平均5,000盧比的年收入相比，則藏人的平均個人年收入就遠高於印度的表現（潘美玲 2008: 43）。

努力所建立起來，尤其是季節性毛衣貿易，是由近乎文盲、沒有受過多少教育的農夫牧民，在流亡印度後胼手胝足自行開出來的生路（Norbu 2004: 211）。

由於毛衣貿易是季節性的生意，藏人成爲貿易商人的角色，與流亡政府所希望呈現的藏人形象背道而馳，流亡政府認爲這是「買空賣空」轉手獲利（quick money）的經濟活動，有違藏人勤勞的美德和佛教徒對誠實信仰的戒律，加上必須離開藏人定居點到印度人所在的城市長達數月之久，不利於流亡政府希望藏人聚居維持族群認同的策略，雖然並未禁止，卻採取不干預、不鼓勵的政策。官方資料因此幾乎不見藏人毛衣貿易的存在，已故的藏人社會學者Dawa Norbu就感嘆流亡政府對毛衣貿易的忽視程度：「非正式部門的賣毛衣生意是西藏流亡經濟的核心所在，卻從未被官方所認可或提及。」（2004: 209）於是藏人毛衣貿易的經濟活動，衆所皆知卻一直缺乏系統性的調查紀錄和理解，雖然在許多描述流亡藏人社會經濟的文獻中都被提及，卻只被輕描淡寫地帶過（Avedon 1984; Bernstorff and Welck 2004; Goldstein 1975; Methfessel 1995），無法正確評估毛衣貿易在藏人生計扮演的角色。⁴ 直到2005年之後，流亡政府的經濟部才開始正視這個經濟活動（DoF 2005: 16-17），並納入在2009年4月針對流亡藏人（包括印度境外）的人口調查的項目之下，⁵ 雖然調查結果尚未整理完成公布，但冬天賣毛衣的生意已經在官方網站被列爲流亡藏人在印度主要的生活來源，依賴這個經

⁴ 例如有關從事該經濟活動所占人口比例的估計就衆說紛紜，根據學者de Voe的估計只有30%在印度的藏人從事季節性的毛衣買賣事業，是家庭次要收入的來源（2005: 1121）。

⁵ 上一次全面性的流亡藏人人口調查是在1998年。

濟活動的人口比例高達70%。⁶

毛衣貿易是當前印度流亡藏人重要經濟活動的總體面貌逐漸清楚，然而在印度擁有眾多貧窮人口且生存競爭激烈的國家，藏人的毛衣貿易如何以流亡難民的身分創造出自足的經濟機會？尤其是當地的印度社會，有源源不絕的廉價勞動力競爭優勢，而藏人集中在單一經濟活動的時候，又如何解決個人利益極大化的追求，與同市場相互競爭的問題，並避免因商業競爭而造成族群的分裂？然而藏人不是個別的單打獨鬥，而是成群地在印度各城市設立毛衣市場，只有四個月季節性毛衣貿易，遠離已經安頓的定居點家園，分散在印度各地的毛衣市場所在，構成定居點以外的流離的生命共同體。由於毛衣市場是印度流亡藏人生存所依，為了解決營運和競爭的問題，個別市場成立協會，會員共同訂立市場運作的規範，甚至制訂價格和進貨的策略。本文將從流亡印度藏人毛衣市場的形成、所遭遇的問題、市場協會如何成立、運作，以及這些規範如何發展與執行，理解流亡難民如何維繫生計與族群凝聚，並採取從市場社會學和道德經濟的理論取向思考這些問題，透過藏人流亡到印度從無到有所建立的毛衣貿易，也提供我們檢視在市場運作的場域時，道德經濟如何可能的過程。

二、文獻回顧

（一）道德經濟：從農民維生倫理到市場經濟運作規範

道德經濟的觀念起源於E. P. Thomason針對18世紀英國農民，一系列糧食暴動的事件分析，發現這些參與運動的農民並非完全迫於糧價上

⁶ <http://www.tibet.net/en/index.php?id=9>，取用日期：2009年9月28日。

漲、糧食出口所導致的飢餓難耐而發生搶糧運動，Thomason從諸多資料中論證這些農民並非不耐飢餓的暴民，而是因為對於糧食暴動本身有一套正當性的認知所產生的行為，這是一套認為社群中每個人對其他人的經濟生活負有責任和義務的「道德經濟」觀念，在追求個人利益時，不該侵害了別人的基本經濟生活，尤其是在物質缺乏的時候，這是窮人的道德經濟學。這種道德共識不在於掠奪穀倉或偷盜穀物，而是群眾根據傳統設定的「道德」價格，尤其遭逢飢荒的時候，反對市場中猛漲的「經濟」價格，認為穀物的價格不應以利潤為考量（1971: 78, 108）。

延續Thompson的「道德經濟」概念，Scott（1976）同樣研究農民糧食暴動與生存抗爭的事件，但焦點從市場上穀物價格的制訂，轉到農民對於「公平價格」的價值觀（包括所付出的租稅）。這是東南亞農民在溫飽邊緣的維生經濟處境時，求生存而非利潤成為優先的考量，個人利益極大化計算的空間幾乎不存在，為了避免挨餓的風險，採取「安全第一」的原則，而不採取高風險高收益的先進技術。這種維生倫理界定了繳交給地主或被國家抽取稅金時的剩餘衡量標準，以及可忍受被剝削的程度，從農民對地主和國家的抗爭的行動中，展現這種維生倫理的道德經濟（1976: 3-10）。至於公平的價格，不是一套抽象的規範，而是這些行動者，也就是農夫或工人，按照其實際處境發展出來的價值觀（1976: 160）。

這種將傳統農民社會價值和市場經濟視為對立的範疇，呼應了Karl Polanyi（1971）對市場經濟的論點，Polanyi指出市場的經濟交易從臣屬於社會關係之下的鑲嵌型態（embedded），到19世紀的自律市場發展之後，經濟自利已經成為社會生活的主導原則，而不再鑲嵌於社會性的動機，勞動力和土地被市場經濟加以商品化之後，和生活中其他活動產生分離（disembedding），如果所有的經濟活動完全受到市場經濟的

律則支配時，人類的貪欲將使競爭毫無節制，原子式的、個人主義式的組織型態，將取代類社會生活的整合與共同關係連帶的維繫，於是「現代社會的原動力被雙重傾向所支配：一方面市場不斷的擴張，另一方面是這個傾向遭到一個相反的傾向（把市場擴張侷限到一個特定方向）的對抗。這樣一個相反的傾向對社會的保護雖然極為重要，但是卻跟市場的自律互不相容，因而也跟市場本身互不相容。」（Polanyi 1971: 130）。

Samuel Popkin（1979）以越南的農村社會的案例，對於道德經濟概念提出挑戰，指出個人經濟理性而非傳統制度更能解釋農民的行為，用以批評道德經濟的學者們誇大、甚至浪漫化傳統社群的價值，而忽略農民對市場經濟接受的態度。雖然Popkin目的在於否定道德經濟的存在，但其小農經濟行為的預設並未完全脫離社群的考量：「小農是一個理性的問題解決者，既意識到個人的利益同時也顧及他人需求，得到相互都能接受的結果」（1979: ix），小農個人經濟理性並沒有脫離其所在的社群成爲原子化的個人，問題只是在於個人利益如何定義。Scott和 Popkin都承認小農有自己的利益，Scott容許這些利益被制度化爲一組倫理規範和價值，呈現這些利益內容受到結構條件，以及這些規範和價值所引導的行為上。人們保護他們的利益，但不只是短期的、個人的收入極大化。因爲貧農瞭解到處境艱辛而需要合作：也就是「相互性的規範」。就像他們相信稅制最重要的事情不在於被拿走多少，而在於留下多少的「維生倫理」。相對而言，Popkin認定小農行為可以完全被「普遍」的經濟理性標準，也就是個人利益極大化來理解合作，而所謂社群的利益是來自於對權威權力的無奈配合，至於集體共識的達成，則是因爲彼此衝突和內在的緊張，所採取的折衷方式，而不是以集體的利益優先所帶來的（1979: 107-108）。

Popkin的貢獻在於指出鄉民社會的內在層級關係和異質性，但主要問題如Polanyi所指出的「唯經濟論的謬誤」，⁷ 社會學Max Weber從不認為所有的「利益」都只是經濟上的自我利益，而是「受到價值左右」（[1940]1949: 76），換句話說：「在某種根本層次上能夠驅使個人採取行動，利益是很緊密的社會現象，因為行動者企圖實現自己的利益時，必須將他人納入考量，其實這些利益也是被社會所定義出來的。」（Swedberg 2003: 293-294）

隨著市場經濟擴張發展，農業的社會結構產生轉變，道德經濟的概念沒有隨之消失，反而超越前資本主義的農民研究與暴動反抗的集體行動視野，不再將道德經濟和市場經濟視為兩個獨立的範疇，積極地被運用到當代工業社會領域當中，思考個人的利益與社群福利的關係，如經濟學者Powelson（2000）提出以社會正義的倫理規範，來平衡市場經濟力量的道德經濟概念。同樣地在伊斯蘭世界面對資本主義挑戰時，如何兼顧經濟與傳統並維持社會的整合時，也從道德經濟論述中找尋出路（Tripp 2006）。然而在不同的社會結構下，道德經濟會如何展現？在前資本主義社會所發展的道德經濟的概念（如18世紀英國農夫與鄉民，和20世紀的東南亞小農所認知）社會公平價值觀、權利和義務以及相互性的關係。如果成爲市場運作的經濟規範，形成的機制又是如何？

⁷ Karl Polanyi指出市場社會在人類歷史中具有特異性，只有在19世紀時的西方社會，個人的經濟圖利取向才成爲真正的社會生活主要原則，而不是如當時的經濟學者所宣稱的是在人類歷史上的普遍現象。這種以偏概全的錯誤，Karl Polanyi稱之爲「唯經濟論的謬誤」（the economistic fallacy）（1971）。

(二) 市場作為社會結構：「交換關係」與「生產者關係」的道德面向

Max Weber將市場的定義是「對價格的鬥爭」(the struggle over prices)：一種是買賣交換的雙方之間「對利益的鬥爭」(interest struggle)，另一種是「競爭的鬥爭」(struggle of competition)，那些有資格參與同一次交易開始過程的各方單位，只要有競爭就有市場的存在(Weber [1922]1978: 635)。也就是說，市場現象包含著買賣雙方的交換關係以及賣者之間的競爭關係，這是一個社會結構，其結果就是市場中的價格。

1. 交換關係

在面對新古典經濟理論帝國主義所發展的新經濟社會學的論述中，大多就市場的交換關係也就是買賣雙方的利益鬥爭著手。新古典經濟學的市場經濟原則有兩個部分，第一，個別的行動者是理性計算的「經濟人」，因為物質資源的稀少，因此預設自利與效用極大化，圖利是經濟活動的主要考慮。第二，由達到最大金錢利益的前提出發，個體間所進行的交換行為，形成市場經濟，藉由供需平衡的法則決定價格。

針對由供需的自律市場法則決定交易的價格，Karl Polanyi從經濟史的角度指出，這不是人類社會的常態現象，在許多前資本主義的社會中，價格決定的原則有許多不同的原則，有的由行政決定，也有如道德經濟學所強調以社群的利益而非個人的利潤所調節的價格，供給和需要在這種情況下，就只是一個邊際性的角色(Polanyi 1971)。至於交換市場的價格，經濟社會學家提出鑲嵌的網絡關係(Granovetter 1985)，以及行動者在市場相關位置的結構所決定(Burt 1983; Baker 1984)，批判

了經濟行為獨立於社會關係與社會結構之外的觀點。

近年來隨著市場社會學領域的興起，除了承續經濟社會學對古典經濟學預設批判的傳統外，更進一步以道德觀點解釋市場的運作，並提供道德化市場的實證案例。首先，市場作為一個社會結構，由參與市場的廠商、行動者、消費者、和政府之間的社會關係所形塑，即使研究市場的社會學者各持理論觀點，這是已經達到共同接受的基本共識，並以此凸顯社會學與經濟學對市場運作的基本差異所在（Fligstein and Dauter 2007: 109-110）。其次，即使是在當代資本主義市場的社會結構下運作，穩定的秩序形成的過程，需要產生共同遵守的規範，其來源可以分別或同時來自政府對廠商行為的限制、或對合理價格、薪資水準的認定等，從而構成了市場參與者必須遵守的道德規約（moral project）（Fourcade, Marion, and Healy 2007: 299-304）。

於是隨著當代資本主義市場的發展，圖利與供需法則的價格制訂沒有全面實現的同時，市場的道德面向也沒有隨之式微：以交換關係為例，由於有些消費者重視勞工人權，對雇用童工或壓榨工人的血汗工廠進行抵制；或者基於對環境保護或公平交易的原則，選擇特定的環境友善的品牌或廠商購買，即使因為生產成本較高，需要付出更高的價錢購買產品，這些消費者所額外付出的價格，不是擴大個人最大利益為出發點，而是認知他人生存或生計的理念而有的經濟行動（Stehr, Henning and Weiler 2006: 6-7），因此這些經濟行動不是古典經濟學模式的利益極大化之經濟理性算計，而是人權、公義或永續的價值理念指引下的利他關懷。

2. 生產者關係

至於生產者關係主要面對的是「競爭的鬥爭」的問題，解決的方式

可分為合作、合併和產品差異化等三種策略，其中產品差異化是廠商面對競爭最主要的手段（Fligstein and Dauter 2007: 115）。Harrison White 從產品市場（production market）的行動者出發，指出市場是一群實際存在的集團生產者彼此間相互監看而形成的。生產者在監看中彼此看到鏡中的自己，這個相互所看到的不是他們的買者，而是回應買者壓力的生產者本身（1981: 543），對產品價格的訂定決定廠商自己在市場的定位，廠商透過差異化的策略找到各自在市場的利基，解決競爭的問題，甚至創造出新市場，發展多元的產品，也有助於廠商分攤市場風險（White 2002）。值得注意的是，差異化的策略不見得都建立在純粹經濟理性與利潤極大化的考量，以臺灣的中小企業協力網絡的運作為例，網絡建構的過程與小頭家衍生的機制在資源上經常重疊，故採取產品差異化避開商業競爭的緊張，以維持原有的社會關係（柯志明 1993）。類似的差異化機制，也出現在臺灣家族企業所採取的「聯合投資、分別經營」，使家族成員經營產品多樣化與分散化（Greenhalgh 1988），這種策略不利於企業規模擴大與成長的累積，但有助於對家庭與事業的和平與長久。

相對於利用差異化迴避競爭策略，有些廠商會透過合作結盟或合併的方式，增加集體在市場上資源，尋求擁有支配層級的權力掌握市場的主導權，使得其他廠商無力挑戰，但廠商如何合作，整合到什麼程度，某種程度都可能受到政府或法令的規範，無法毫無限制地進行到壟斷的結果（Fligstein and Dauter 2007: 116）。除了政府的制度因素之外，經濟社會學家關心市場中行動者如何形成合作或結盟的團體，Granovetter 以企業集團為例，指出為了維持團體的運作，團體成員必須成為道德社群，成員之間的道德觀念（如相互信任的行為，對規範標準的理解，和放棄機會主義），對於團體維持運作極度重要。但在這種情況下，

經濟行動歸因於行動者共享的規範信仰時，也同時和行動者的自利是一致的。這種經濟利益和道德理念重疊而非互斥時，道德經濟的概念有其測量上的困難性，我們很難從中分辨出哪一個是有效成因的差異。但 Granovetter 強調存在著道德經濟時確實會有所不同：「當行動者遵守的行為，無法僅由經濟和物質誘因所預測，而事實上他們共享對於經濟事務正當行為的共同信念。這就表現了對於這個概念價值的強大證據，並將有助於我們看到道德經濟主要顯著性之所在。」（1994: 466-468）

當成為團體一員，尤其是使用共同的資源（the pooling of resources），並構成團體歸屬的連帶，形成休戚與共的團體，進而得承擔共同的道德義務時，資源的享用與義務的承擔，劃分了團體的成員與非成員的界線。例如有些族裔經濟案例，以封閉式的互助網絡克服少數族裔不利的處境，或如亞裔族群利用標會集資，在缺乏正式資金借貸管道的處境下，協助族人得以籌募創業資金（Beckert 2006: 109-115）。團體的整合或福祉成為共同目標時，個人的自利就附屬在團體的運作，這是以合作或結盟方式面對「競爭的鬥爭」的問題時，行動者必須根據共享規範行動的道德經濟。

印度流亡藏人的毛衣貿易，符合某族群或移民團體集中並擁有單一產業的族群經濟定義（Light and Gold 2000: 9），有關族群經濟的文獻，主要探討這些族群如何運用或創造族群資源解決族群創業所需要創業資金、和動員同族群勞動力，而超越其少數族群的處境，找到在所處主流社會生存的利基，雖然有各種族群經濟的型態，學者們基本上同意族群內的信任所產生的社會資本，有助於他們轉換成經濟資本。但不是所有的族群經濟都處於市場競爭的結構位置，即使有的話，也不保證以同族群間的信任就能有效解決，例如美國的東印地安人就因為相互模仿，向批發商進同樣的貨，生意地點又集中在一起，結果產生割喉式的競爭，

缺乏處理競爭的共識導致失敗的例子（Raval 1983）。族群經濟的分析取向強調，即使內部出現衝突或剝削的現象，都可以在族群團結的基礎上得到調解，或者帶入權力的面向處理（Light and Gold 2000: 128），但較少注意經濟社群運作規範形成的過程。

值得注意的是，族群經濟的族群網絡與互助也可以符合道德經濟的範疇，但這兩種取向幾乎很少進行直接對話。族群經濟關注的是族群企業的創業和經營，本文則是從毛衣商聚集的市場為論述場域。雖然現有族群經濟的分析工具，如族群資源、社會資本、網絡和信任等概念，也可以在藏人的毛衣貿易中找到印證，但本文希望在族群經濟的層次上，更進一步地從藏人毛衣貿易所具有的市場結構特質，個人利益和社群福祉之間協調過程，以及當中藏人集體社群文化的特色，透過道德經濟和市場社會學的角度，帶入更多思考的面向，豐富相關研究理論內涵。

三、研究方法：走過印度找尋藏人毛衣市場與毛衣商

流亡藏人是一個難民團體，族群凝聚是重要的生存依據。而他們賴以維生的毛衣貿易之所在，散布在印度各大城市，地理上實際存在的商品交換的毛衣市場，包含著數十到上百個攤位販售毛衣或織品等同類商品，這些毛衣市場存在交換關係的利益鬥爭以及生產者關係的競爭鬥爭。而藏人高比例的人口集中在單一經濟活動的時候，又如何解決個人利益極大化的追求與同市場相互競爭的問題，並避免因為商業競爭而造成族群的分裂？本文試圖透過印度流亡藏人的毛衣貿易，以流亡難民的身分創造出自足的經濟機會的實際案例，呈現在以市場運作的場域時道德經濟如何可能的過程。

然而回答這個問題，無法從單一市場個案研究或某定居點的毛衣商調查就能完成，理由如下：（1）缺乏基本的總體資料，無法辨識出個案的代表性；（2）同樣地，藏人散居不同的定居點以及印度各大城市的毛衣市場各有型態和特色，理解各類型的個案才能分辨之間的異同。但也因為這兩個理由，只有在每次訪問和田野中進行資料累積，有如拼圖般地繪製出整個流亡藏人毛衣貿易的整體樣貌。

（一）不同經濟型態的定居點（見附錄1）

針對流亡社會經濟研究，本文作者從2004年底開始從流亡藏人聚居最集中的南印度四個農業定居點進行調查，⁸ 內容包括個人與家戶從事毛衣貿易的歷史、毛衣市場與協會的資料，以及個人對毛衣貿易的經驗與看法等。也針對其他經濟類型的定居點，如政治中心的Dharamsala，以及北印度Shimila、Manali、Ladakh等依靠夏季觀光業的藏人定居點進行實地田野調查，探究定居點的不同經濟形態，影響藏人家戶收入依賴毛衣產業程度的差異。

（二）確定毛衣市場所在與實地拜訪毛衣市場（見附錄2）

以2004年在南印度問卷調查，勾勒藏人毛衣貿易的地理分布與運作的輪廓，並在後續研究過程中持續補充，建立毛衣市場基本的分布資料。據此毛衣市場地圖，以地區特色和市場規模進行調查，如印度主要

⁸ 這四個定居點都在Kanartaka邦，包括Bylakuppe的Lugsung Samdupling（Old camp），和Dickey Larsoe（New camp），Hunsur的Rabgayling，以及Kollegal的Dhondenling。

的大城市Kolkata、Bangalore、New Delhi、Hyderabad；觀光或宗教勝地如Otty、Vanarasi、Bodhygaya、Leh（Ladakh）、Allhabad；也按經營規模與型態不同類型拜訪Jaipur、Asansoal、Dhahbad、Mysore等地。以期能夠掌握不同市場地點、在地環境與規模大小，從而呈現的變異以及共同之處。

在訪談過程中，除了蒐集該市場的基本特徵之外，研究者會以訪談其他市場的經驗和當地受訪者進行比較，也會請受訪者以和其他市場比較的方式呈現出當地市場的特色，在此過程中其他具有特色而「最好要去看看」的地點就會出現，列入下一次拜訪計畫當中，並開始尋求可能協助的助理人選，規劃接下來的拜訪行程。

（三）進行訪談

訪談的時間從2005年開始持續至今五年的時間，定居點的調查時間集中在暑假，但儘量在8月雨季來臨之前完成，而季節性的毛衣市場就只能利用10到12月的期間進行，每個地方行程約七到十天。由於本研究地點分布印度各地，每次拜訪的時間有限，無法長期蹲點建立關係，因應之道是帶著臺灣達賴喇嘛基金會辦公室的介紹信，說明研究者的身分與研究目的，協助研究者得到在地的支持和受訪者的信任。

拜訪定居點時，首先拜訪由流亡政府派駐定居點的代表，說明來意並請求協助，同時透過代表瞭解定居點的經濟概況，以及毛衣業的重要性等議題。拜訪毛衣市場時，先拜會協會的會長或幹部，一方面蒐集協會的資料，一方面請他們協助介紹個別毛衣商受訪，訪談取樣儘量就來自不同定居點、性別、世代、資深或新進成員等為依據。從不同類型的毛衣商的訪談，理解各種條件的差異，也請個別毛衣商在不同毛衣市場

的經驗進行比較，並提供各類資訊比對與解釋的根據。

至於訪談地點視情況而定，較有規模的市場，可以在協會的辦公室（如Delhi、Jaiupr、Otty等地），有的在市場旁邊或直接在攤位上進行，少數在毛衣商的住所進行，每件訪談經由藏人助理協助翻譯，將藏文翻譯成英文或中文（視助理擅長的第二語言），或直接以英文進行訪談，⁹ 儘量每次訪談進行錄音和事後逐字稿的紀錄，也利用相機作影像紀錄。隨行的藏人助理除了擔任翻譯協助聯絡行政事項之外，也扮演觀察者的角度，進行研究中的回饋與反思。

四、「西藏難民市場」（Tibetan Refugee Market）：流離的生命共同體

（一）從製造到販賣的歷史

藏人開始販賣毛衣的時間早在1960年代政治難民參與築路的時期，當時藏人用自己帶過來的毛線編織西藏傳統花色的毛衣，原是給自己或家人禦寒，不是用來出售營利的商品，但是毛衣樣式引起印度人注意而要求購買，和當時築路苦力的微薄工資相比，毛衣的獲利甚豐，因此西藏人就開始賣起「西藏毛衣」（Tibetan Sweater）補貼家用，但印度和西藏的氣候不同，純正的羊毛織品並不適合，加上手工編織的毛衣產量有限，藏人於是開始到印度北方Punjab邦的Ludhiana印度人開設的工廠，批發人造纖維機器製造的毛衣：

在西藏的時候，冬天比較長，賣毛製品的時間很長，比較沒有

⁹ 通常定居點的代表和在印度受過教育的毛衣商都可以直接用英文表達。

這種問題，到印度之後才知道販賣不如在西藏，夏天的時間變長變多，開始販賣的時候根本不知道攤位剩下的商品會腐爛，等到下一年時，才發現商品都必須要丟棄，所以賣那些毛製品不划算，如果是販賣機器製的毛衣，保存期限比較長，今年沒有賣出去，明年可以繼續賣，放十年都沒有問題，毛衣不用丟棄，自己存放，自己洗淨就可以了，都可以賣出去，所以賣毛衣比較有利。¹⁰

在1960年代末期賣毛衣的收入平均一人可達5,000盧比，比修路的工資高出七倍之多，於是更多藏人投入這項事業，據說當時近四分之一的印度流亡藏人賴此維生（Avedon 1984[1991]: 97）。毛衣商到Ludhiana批貨的時間大約是每年7月下旬，然後將貨運到販售地點所租的倉庫存放，真正賣毛衣的時間是在冬季，從10月初到1月底，最晚一定會在西藏新年（Losar）之前回到定居點，總共約四月的時間。

在2004年針對南部四個定居點的研究訪談中，遇到最早是在1966年從事毛衣生意的藏人，¹¹ 最晚的是2003年，1980年代是進入的高峰期，在112位受訪者當中有49位是在這個時期開始賣毛衣的。可見毛衣貿易從開始迄今不是一個過渡性的事業，繼續都還有藏人加入，其中大多是第二代接續上一代的事業，多數的藏人在此行業都有10年以上甚至到30年的經驗。毛衣貿易對藏人生計的重要性，根據我們的調查發現毛衣收入佔該家戶的全年收入比例，只有15%的家戶低於50%，有85%家戶的主要收入來自於季節性的毛衣貿易，其中更有17%的家戶毛衣貿易收入

¹⁰ 2004/7/8藏人毛衣商集體訪談，地點：Bangalore，於C. C. Hotel。

¹¹ 當研究者在北印度的毛衣市場訪談時，找到Varanasi的毛衣市場是1965年成立。

是唯一的家戶收入。

南部的藏人分配到耕地參與農耕的比例較高，所以我們在南部定居點調查到以毛衣貿易為唯一收入者比例不到20%，但在印度北部和東北部的非農業定居點，若該地沒有其他就業機會或手工業發展，藏人依靠毛衣貿易收入的比重，勢必要比南部的藏人更高。以在北印度的Himachal Pradesh邦的Shimla為例，位居海拔2,000多公尺印度的避暑勝地，是英國統治印度時的夏都所在，整個藏人聚居社區一共有300多戶，在有名的觀光景點The Mall附近的市場由43個家戶擁有76個攤位，販賣各類衣物、皮包等用品，藉著觀光客的人潮賺取收入，但到冬季冰封就沒有遊客和收入來源。夏天擁有店面者只佔整個藏人社區家戶的一成多，其中只有16個家庭不必冬天出外賣毛衣，該定居點九成以上的家庭因為沒有其他收入，冬天出外賣毛衣成為唯一的選擇。¹²

總之，南部農業收入只能看天吃飯，北部定居點要依靠觀光維生卻是僧多粥少，冬天出去賣毛衣提供了一個「總比甚麼都沒有」的機會：

對於那些來自南印度的人而言，有投入農業活動的經驗，但經常遇到雨水不足，氣候不佳的情況，沒有人能夠控制天氣，靠天吃飯的收穫很不穩定，農業的收入就不足以糊口。如果這些人（註：北方定居點）在家呆坐，就不會有收入。至少他在這裡還會有錢進來，**有總比沒有好**，至少你還能有些許收入，不管生意是好了是壞，……像那位來自Dahradun的人，如果他不來這裡，就只能留在家裡，一整年無所事事。¹³

¹² 根據作者2009年6月23日在Shimla的實地調查，以及Shimla定居點代表Ngawang Yonten的訪談。

¹³ 2005/8/3毛衣商集體訪談地點：Sukh-Lai Market, Pitam Pura, Delhi 110-034 Tibetan shopping complex。

（二）藏人販售毛衣的市場

毛衣販售的地點散居在印度大部分的省分與城市，幾乎遍及印度全國各地，有的距離藏人所在的定居點將近數百公里之遙，需要數日車程才能到達。流亡政府的財政部有68個毛衣市場協會的資料（DoF 2005: 16），但根據作者實地到藏人社區田野調查與發放問卷所蒐集到的地點則增加到105個。¹⁴ 但實際的數目絕不止於此，藏人爲了增加銷售量或消耗庫存，即使在大城鎮的市場有攤位，有些家戶成員會分散到附近大城市邊緣的鄉鎮集市擺攤，成爲在大城市毛衣市場的衛星市集，根據研究者2006年11月在West Bengal邦的調查，當地第二大城Asansol已經有一個具規模的藏人毛衣市場外，因爲場地有限，一個家戶只有分到一個攤位，其他的家戶成員就附近方圓百里之內共有12個衛星市集賣毛衣，但生活住宿以Asansol大家共同承租的所在爲基地，據此推論藏人在印度各城市鄉鎮，販售毛衣的市場和市集超過100個，算是很保守的估計。

這些市場的規模大小不一，有些市場聚集到200個以上毛衣攤位，有些不到10個，形式也不同，例如在Mumbai城市的街道邊是經常受到警察驅離的流動攤販；在Bangalore火車站旁是露天的固定攤位；在Rajasthan邦的Jaipur則擁有250個攤位，是具有規模組織的市場；在New Delhi和Ooty則有固定店面。但這些毛衣市場的地點都不是事先縝密評估規劃而來，而是機遇嘗試的結果，只要有作生意的機會就是可以設立市場的地點：

¹⁴ 北方的各邦除了Ludhiana所在的Punjab邦、南部除了Kerala邦、東北部除了Meghalaya和Sikkim之外，在印度各大城市和交通要道、觀光地區及行人商旅來往之處，一進入冬季都是藏人毛衣商的販售地點。

以前我們有13個家庭一起開始這裡的生意，之後開始增加，現在共有42個家庭在這裡。我們來到Allahabad並沒有任何特定的理由。藏人到處找地方賣毛衣，我們不知道這些地點是否會帶來好生意，我們只是來到這裡開始作生意，如果這個地點不好，也無所謂，因為我們就是得找地方作生意。剛開始大家都對這個地方不熟悉，漸漸地彼此認識並成立了一個有42個家庭的社會。¹⁵

藏人聚集賣毛衣的地方被印度人稱為Tibetan Market，¹⁶ 根據研究者走訪各地毛衣市場的觀察，市場名稱以強調難民身分的Tibetan Refugee Market為多，或再加上西藏家鄉首都拉薩命名為Lhasa Market，或達賴喇嘛在拉薩的住所也是西藏政治中心的布達拉宮所在為名，例如在Asansol市場全名是Tibetan Refugee Potala Market，主要標題文字都用英文，有些會加上印度文，以族群與難民身分的特色招攬生意。

毛衣市場於是成為藏人在印度各地的族裔地景，例如有西藏的五色風馬旗、八吉祥裝飾等傳統的圖樣，希望婦女儘量穿著傳統藏式服裝（chupa），顯示西藏人的族群特色。每一件毛衣的標籤上面，除了貨物型號和價格的標示在背面之外，正面印有該毛衣市場的名稱地點，背景襯上西藏國旗或西藏地圖，並加上“Save Tibet for World Peace”或“Free Tibet”等英文，雖然所販賣的毛衣或商品不是藏人所製造的，但Ludhiana的印度製造商會在披肩標籤印製“100% Pure Tibet Shawls”以利藏人銷售。藏人的毛衣市場創造出具有族群特色的整體氛圍，如果是固

¹⁵ 2009/1/18 Allahabad協會幹部集體訪談，檔案編號09018000。

¹⁶ 參見The Hindu的2002年11月14日的報導。<http://www.thehindu.com/thehindu/mp/2002/11/14/stories/2002111400010300.htm>，取用日期：2008年7月3日。

定式的店面，就會供奉達賴喇嘛的照片。雖然類似的毛衣也可以在印度人的店面買到，但藏人強調所挑選的毛衣在樣式、質料、花色的品質較佳，西藏佛教文化的特色，讓印度人相信藏人作生意比較老實，難民的身分更增加了同情的成分。

由於是難民的身分，藏人無法在印度合法擁有土地，即使流亡在印度半世紀以來，藏人在印度的定居點都是以長期租借的方式取得，毛衣市場所在地，靠近都市、集市、觀光地區或交通往來之處，需要向當地的政府單位透過「請求」得到許可或支付租金所「租借」而來的。藏人也不可能去搶印度人原有作生意的地盤，只能利用路邊或角落，甚至開發連印度人都不會用來作生意的地點，例如衛生條件不佳的髒亂廢棄地，但藏人爲了生計別無選擇，集體合力在印度各地尋找或闢建「新生地」作爲毛衣市場。這些辛苦建立的營生之地，能夠使用的期限，則因各地不同的政治或在地人競爭的因素，而有不同的類型與命運。¹⁷

我們是在1973年來Allahabad作生意，過去換過許多不同的地點，才在2006年搬到現址，有時候我們租到這塊地、有時候租到那塊地，所有的地點都無法永久取到。¹⁸

我們才剛拿到明年的許可，但不知道未來會怎樣。一旦市政府要使用這塊地，我們就得立刻打包走人。¹⁹

¹⁷ 包括付出高額的租金或其他「必要」的方式。

¹⁸ 2009/1/18 集體訪談協會幹部，Tibetan Refugee Lhasa Market，地點：Allahabad毛衣市場，檔案編號090118_01。

¹⁹ 2009/1/16 集體訪談協會幹部Tibetan Refugee Market Association, Lhasa Market，地點：Varanasi毛衣市場，訪談檔案090116000。

找到土地設立市場是藏人毛衣貿易進行起始點，沒有市場就沒有毛衣貿易，許多藏人就會失去現金來源，甚至唯一的收入機會，但由於土地使用的租約通常需要每年更新，印度人又虎視眈眈的進逼競爭，出現各種挑戰的變數，時時提示著藏人寄人籬下的難民身分。即使毛衣商不見得會只留在同個市場，生意不好或個人因素而轉換地點的情況並非特例，但不管到哪個市場，還是面臨同樣的土地租用和印度人競爭的問題，維持這塊大家胼手胝足建立的營生之地，毛衣市場的建立和維持需要集體行動，於是構成藏人內聚團結條件。

（三）流離的第二家園

成立一個市場通常都從小團體發起，幾個已經認識的家庭，或是到 Ludhiana 批貨的時候尋找同伴開發新地點，一旦建立市場作生意，尤其是好生意的時候，就會吸引更多藏人過來。藏人選擇毛衣販售的地點，大多是透過親戚或朋友得知資訊或介紹進入的，因此個人關係網絡的連帶決定了個別毛衣商選擇生意的地點，而不是距離的遠近與市場周邊環境的好壞，同一處販售地點聚集來自於各藏人定居點或村落的毛衣商，除了很小規模的毛衣攤位聚集才可能來自單一定居點之外，幾乎沒有來自單一定居點的現象發生，至少都包含四個以上的定居點。相對而言，同個定居點的毛衣商不一定會到同個毛衣市場，販售的地點不是地緣性的關係所決定的。現在藉助發達的科技與傳播媒體散布訊息，新成立市場的毛衣商來源會更分散。

在我們的定居點消息傳得很快，……像是有人要開始一個新的市場要找人加入的時候，有手機、報紙、也包括藏文報紙可以

散播這樣的消息，這些訊息還包括要準備多少錢，要加入的人就可以順利開店。²⁰

毛衣市場因此是一個全印度各定居點流亡藏人的小集合。每年從10月下旬，流亡藏人從各個定居點帶著家人，大部分是夫妻、父母、與子女（就學中的子女除外）同行。從已經安頓的家園再次離家旅行數十到數百公里之遙，來到毛衣市場直到次年的1月底到2月初（視當年的氣候與生意好壞而定），將近四個月的期間與同一市場的藏人共同租屋作生意過生活，成爲一個流離的生命共同體。有些市場所在地，如果是整年的生意如New Delhi，或者如Bangalore的毛衣商爲了佔住攤位而延長居留時間，則一起生活的時間更長，在Tamil Nadu邦Otty地方的藏人社區，因爲觀光勝地爲毛衣市場帶來穩定的生意，而漸漸形成新的定居點。

在販售毛衣的季節，工作的時間很長，一天工作的時間從擺攤到收拾完畢高達10小時以上，²¹ 唯一的假日是12月10日，爲了慶祝達賴喇嘛主張非暴力路線爭取西藏自由在1989年獲頒諾貝爾和平獎而來的。每年的這一天，所有藏人毛衣市場都休市，並舉行慶祝活動，藏人特地著傳統服飾，邀請印度當地政府官員或政治人物發表演說，這種節慶活動安排對內強化共同體的連結，對外則是向印度人民和政要呈現藏人宗教信仰與政治理念，與印度國父甘地所崇尚的非暴力路線一致的價值觀。來自各定居點的藏人，不論是個人的機遇或是社會網絡的連結，在印度某

²⁰ 2009/1/16 集體訪談協會幹部Tibetan Refugee Market Association, Lhasa Market，地點：Varanasi毛衣市場，訪談檔案090116000。

²¹ 根據我們在南印度的調查平均的工作時數是13.7小時，104個有效樣本中，只有一個個案的工作時數少於10小時，而最高的工作時數是18小時。

個城市的毛衣市場共營生計，慶祝共同的節日，此時除了自己的家人之外就是這些朝夕相處的族人。

從1959年起藏人離開西藏與家人離散流亡到印度，並被安置在各個定居點，甚至第二代或第三代已經在印度出生，50年來安頓定居也算是流亡後的新家園，然而爲了生計而必須離開現有的家園到另一個印度城市生活，季節性的遷移如果持續數年甚至10年以上在同個都市，有些毛衣商也將這裡當作在印度的第二個家園所在，這是歷經流亡之後的再度流離。然而這個流離的第二家園和原來的藏人定居點會有所差別嗎？年輕的第二代毛衣商Tenzin指出在族群層次並不會有差別，既然都是藏人聚居的社區，不論到哪裡都是一樣的：

我不認爲這是一個不同的社區，我們都是西藏人，我們雖然來自不同地點，但我們都是一樣的，不論是來自東西南北，我們都是一起的，都一樣的。²²

Tenzin的回應彰顯族群團結特色，這是藏人希望呈現出來的形象。從整個毛衣市場的永續經營，大家必須相互扶持以利共生，形式上確實和一般定居點的社區類似。但最大的差異來自於這是一個因爲毛衣貿易所構成的市場所在，同是銷售者關係的情境當中，處在生意競爭者的結構，又要共同生活的時候，彼此之間的關係和互動就相當微妙。曾經在1996年間還是大學生的Ngawang，利用一個月假期幫母親到Hyderabad賣毛衣，由於是完全沒有經驗的新手，深切感受到毛衣商之間的競爭，而有一段不愉快的經驗：

²² 2009/1/18 第二代毛衣商Tenzin訪談紀錄，地點：Allahabad的毛衣市場，檔案09018002。

哦，實在是非常非常地辛苦。我感受到很多嫉妒，即使同住了一個屋簷下，大家不會自在地談論生意的情況，他們不會和我們分享經驗，因為那是他們的生意（竅門），如果他們和別人分享就可能會遭受損失，……例如當我們批發毛衣的時候，會找朋友或來自同定居點的人一起過去，雖然因為我是新手，他們說我會幫忙你，但他們卻帶我到那些比較差的店家，他們陪我過去並建議我買這個買那個。可是他們會自己跑到別家買又新又好的貨色。等我們回到Hyderabad，當我看到別人攤位所陳列出來的毛衣時，我才發現我批的貨色實在是不怎麼樣……當然人們終究會從經驗當中學習，這是我當毛衣商的第一次經驗但卻是不好的經驗。²³

Ngawang先生由於考上流亡政府的公職並沒有成為毛衣商。因為研究者的異族群外人身分，加上流亡藏人希望對外呈現的團結形象，在田野中經常接觸到族群關係和諧的部分。而Ngawang的經驗顯示藏人之間不是沒有個體性或市場經濟理性，提醒我們不要過於同質化或浪漫化藏人在毛衣市場的關係。²⁴ 此外，不彼此分享生意策略，也某種程度展現了毛衣市場當中高度重疊的生活關係之下，以及下節將會詳述的各種利益平均化的市場規範下，彼此間作生意能力的差異，就只剩下挑選毛衣貨色的眼光了。每位毛衣商都希望生意興隆獲取利潤，毛衣市場的運作如果沒有大家相互合作也無法實現，加上必須共同解決的問題，而有了

²³ 2009/6/23訪談個案Ngawang Yonten, Shimla 定居點的代表。

²⁴ 流亡藏人在政治上對外表現出族群的團結一致，若直接轉換到經濟面向的表現，則忽略了不同社會制度的差異，以及藏人社會與其他社會，也同樣具有利益衝突和彼此計較的層面，更何況對於西藏的未來，藏人也存在著不同的政治路線的辯論。

這個流離第二家園的另一個特色：協會。

四、毛衣市場的協會（Tibetan Refugee Sweater Selling Associations）

（一）解決空間和競爭問題的民主組織

早期藏人從事毛衣貿易並非很組織化的行動，自己尋找地點，季節性地在路邊或空地擺攤，當聚集越來越多的毛衣商，才會面臨販賣空間不足以及競爭的問題，於是開始成立協會，透過集體參與產生共識建立規範，共同解決問題。

在我們對毛衣市場協會幹部的訪談中，當問到協會何時成立以及為何成立的問題時，所得到的原因都重複出現「因為出現了嚴重的問題」。首先，取得市場土地許可需要派出代表作為對外的溝通窗口：例如1971年成立的Asansol的毛衣協會，主要目的是建立負責人的機制取得賣毛衣場地的許可；Varanasi毛衣協會1972年成立的例子更詳細的說明協會協助場地的共同需求，尤其在1960到1970年代早期藏人語言不通的情況下發揮作用：

這會比較容易取得土地的許可，雖然沒有人願意，但總得有人擔負這個任務，這就是我們成立協會的原因。²⁵

當我們遇到問題，必須在一起共同解決，所以就成立一個協會，……這是成立協會的主要理由，過去在1960和70年代所遇

²⁵ 2006/11/09 毛衣市場協會幹部集體訪談，地點：Asansol毛衣市場，檔案編號061109_01。

到的問題是我們都不會講印度話（Hindi），大家只會合掌不斷地說「達賴喇嘛」，這是當時所遇到的問題，將大家找在一起就有辦法解決任何問題，所以成立了協會。²⁶

另一個需要成立協會的原因，需要解決內部因個人追求利潤極大化，而危害到整體利益的問題，曾經是Jalgaon市場創始者的Tsering回憶在1980年初期的毛衣買賣，按照資本主義市場自由競爭邏輯進行，漸漸形成個人壟斷的事業，但在有限的市場範圍下，卻壓縮其他藏人營生的機會，內部產生衝突分裂，於是 Tsering率先放棄個人壟斷的利益，和大家共同造就集體分享的經營環境：

一開始時，我們各自分散，租店面或攤位賣毛衣，但後來面臨搶店面的情況，當時我的生意比較好，賺越多錢就可以擁有更多店面，我總共擁有20個店面。有好的地點就是好的店面。毛衣商會一起來到這裡販賣，希望能夠有好生意，有些毛衣商有比較多的店面，有些毛衣商就只有1個店面，更有些毛衣商還在等待店面，所以我們必須要有販賣地點。……我因此提議大家一起來租，才組織起來。但是我要讓其他人瞭解這裡有嚴重的問題，我帶頭將自己的店面毀掉重新配置，雖然有人異議，但當我毀掉所有東西之後，大家都會團結在一起。……在Jalgaon將大家聚集在一起，成立一個協會，租借店面給每一個毛衣商，制定規則作攤位分配每個毛衣商，我是當時的會長，

²⁶ 2009/1/16 集體訪談協會幹部Tibetan Refugee Market Association, Lhasa Market，地點：Varanasi毛衣市場，訪談檔案090116000。

我就立下所有的規則。²⁷

在我們2004年南印度四個定居點的毛衣商調查發現，在112位受訪者當中，共有94位加入協會，顯示各毛衣市場成立協會的普及性高達84%。至於沒有加入協會的部分，與市場家戶數作交叉分析，發現都集中在由2到14個家戶組成的市場，因規模較小相互溝通容易作成決策，不需要正式協會選舉幹部建立規章的形式就能夠解決問題。²⁸

毛衣商成立協會相互推選幹部組成核心決策小組，主要成員分別擔任會長、副會長、秘書、會計和出納共五位，最精簡者至少三位分別是會長、秘書和會計。不同的毛衣市場對會長的任期有不同的規定，在毛衣季節要開始之前，這些幹部就會先行到市場所在地打點張羅，包括營業地點的確立、市場攤位的搭建或共同貨物存放的地點等公共事務：

有些協會的會長是不能連選連任的，有的要隔一、兩年才能再被選為會長，有些地方則沒有這個規定，可以一直連任會長任，所以不同的地方作法不一樣，就看他們所訂的規則。有些地方規定會長不能連續擔任一或二或三屆，或至少要間隔兩年以上才能再度當選。當被選上會長就得東奔西跑地完成各種任務，像是取得印度官方的許可證或任何事情，有時候甚至要忙到三更半夜。²⁹

²⁷ 2004/7/3 毛衣商訪談，地點：Bylakuppe定居點，檔案編號040703_03。

²⁸ 2008/1/10 毛衣商集體訪談，地點：毛衣商所租位於Secundrabad的住家，檔案編號：080110_02。

²⁹ 2008/1/8 報導人Damdul 根據他對藏人毛衣商觀察，訪談地點：Hyderabad，檔案編號080108_01。

協會的功能與運作隨著市場的規模與成員增加，在組織化程度、規章制度化和決策程序上往正式化發展，在Jaipur的毛衣協會訂立了正式的共同規章，明確規範幹部與會員的權利義務，力行民主程序與集體決策，是目前最有制度的協會。協會規章的前言清楚說明協會成立的目的，以及訂定規章的需求如下：

Jaipur 毛衣協會 章程和規則

序言

自從這個協會成立以來，許多資深、受過教育和先前選出的協會成員強烈感受到協會章程和規則需求，因此爲了要處理許多過去和當前的毛衣商所面臨問題，所有協會成員進行仔細的討論。

制訂這份章程與規章，是依據西藏人民奉行尊者達賴喇嘛對其子民日常的教導和指引爲首要準繩，並按照藏人流亡政府的憲章，經過所有會員的討論，已經達到以公平和誠實（fairness and honesty）指導協會運作的目的。

Jaipur 西藏毛衣商章程與規章委員會 1999年，1月16日³⁰

值得注意的是該協會的規章「第三章：特徵——本章程和規章是根據西藏流亡藏人憲章的第七章第71條所制訂的」所引用西藏流亡政府的條文是「西藏流亡藏人憲章」的「第七章藏人定居點組織」的「第71條流亡藏人定居點的組成」，³¹ 應該等同於「自謀生計者定居點」的性

³⁰ “Jaipur Sweater Sellers Association, Rule and Regulation”是研究者在2006年6月於該毛衣市場從事田野過程中取得，所有引文皆根據原書寫之藏文翻譯的英文內容。

³¹ 流亡藏人定居點的組成分別爲：農業戶定居點、工業戶定居點和工業合作社、寺

質。雖然毛衣市場隨著季節性而運作，這種由毛衣商人自發性的組織結社，每位成員都有同等的權利義務，幹部提供服務，重要決策按照程序都要經過會員大會同意，具備現代組織以職業身分為原則的自願結社特色。不論過去出身如何富有高貴，現在都是難民，賣毛衣維生，超越過去西藏社會由地域、宗族或教派所構成的傳統社會層級組織形式。

（二）實踐公平和誠實規範的道德經濟實作

協會的會員必須共同分攤協會的費用，並遵守協會的相關規定，例如開市的時間、營業的時間、以及店面的承租與分配。當個別會員有急難發生時，也是協會出面共同捐款或提供協助。協會成立的重要任務是維持毛衣市場的運作，解決問題的過程中，援引佛教教義強調的「誠實無欺」，³² 集體發展出分配資源的原則以及處理競爭的價格機制，如上述Jaipur協會所明示的「公平」和「誠實」規範，毛衣市場於是帶入了道德經濟場域的運作原則。

院、學校或其他教育部門、自謀生計者定居點、零散居住區、其他。資料來源：西藏流亡政府西藏之頁，<http://www.xizang-zhiye.org/b5/ex/liuwangfagui/index.html#8>，取用日期，2009年9月28日。

³² 佛教教義強調「誠實無欺」，出於業報輪迴的世界觀，即使是作生意也不要因為貪利而欺騙，否則造了惡業的因，其業果到來世還是存在，因此要作一個「好人」就是不能欺騙。達賴喇嘛教法時，也時常向藏人提醒這些觀念。若藏人被批評為不誠實的話，將是莫大的污辱。這個價值觀影響到藏人在毛衣貿易中，所在乎的形象，以及解決經濟問題時，會採取的策略選擇，這呼應了Polanyi的「鑲嵌」概念，也就是人類的經濟行為，受制於特定的社會制度，而呈顯出藏人道德經濟實作過程的文化特性。

1. 獲利機會均等化

首先由於市場土地的範圍有限，因此會員所能擁有的攤位數就必須進行限制，每年開市之前，會員大會中抽籤決定該年的攤位地點分配，但市場上攤位的地點分配直接關係到業績的好壞，因為顧客習慣先看前面的攤位，若買到合意的商品就不會再到後面的攤位購買，所以較靠近入口處通常比在尾端攤位的生意要好，雖然抽籤算是機會公平的方法，但不同位置卻會造成當季利潤的顯著差異，於是發展出攤位輪調的規則，將這些差異平均化，如在Asansol市場規定每天往前進兩個位置，Otty的毛衣協會要求每隔一個星期前進五個位置，不同的協會輪調間隔的天數和前進的攤位數雖然不同，但同樣解決因為機會的不平等造成會員之間利潤差異的問題。幹部雖然屬義務性質，但額外付出許多時間精力為公共事務費心，因此有的協會優待免繳會費，或提供特權給幹部作為彌補，如優先選擇地點之後也不必參與輪替等措施，但幹部並未因此得到更高的決策權力，這是讓市場每戶成員都有公平獲利的機會。

2. 實施不二價政策

早期藏人販售毛衣和印度商人一樣的講價方式（bargaining system），經常會和顧客在議價銖銖計較過程中產生不愉快，尤其遇到顧客需要退換貨物的時候，耗費心力的講價過程又再度重複。雖然這是印度人生意買賣的習慣，作為流亡難民身分的藏人而言，如果因此與印度人產生衝突，可能造成當地印度顧客的抵制而危害整個市場的營運，但講價過程中若過度退讓，個人方面是利潤壓縮，也因價格被壓過低而破壞市場行情，當顧客發現在同一市場當中同類商品卻有不同的價格，引起更嚴重的問題在於會破壞了藏人作為佛教徒的誠實形象。於是協會成員實施不接受任何殺價的「不二價」政策，共同訂出固定的利潤比

例，依此標定售價並確實執行，解決因講價所產生的問題，而制訂罰則和組成紀律委員會，顯然針對那些不按照規定的機會主義者而設立的。

(1) Allahabad 毛衣市場協會幹部**解決不誠實**的問題：

當年還是議價買賣時候所遇到的問題，假如今天我以100盧比賣出一件衣服，明天顧客回來退貨時會說當時買的價錢是250盧比，或者說今天同樣的衣服顧客以100盧比買下來，發現隔壁店家只賣50盧比，**他們會說我們欺騙**，這類的問題層出不窮而需要協會出面解決。自從制訂不二價政策之後，每一位毛衣商就不再出現上述的問題，同樣貨色的毛衣，顧客在不同店家買到的都是同樣的價格……

所以不二價對買賣雙方而言都是最輕鬆，當你到任何一個實行不二價的市場就不會遇到議價買賣所遭遇的各種麻煩，以及因此所造成的緊張，要是同一件毛衣一家店標價150盧比，另一家店只標140盧比，就有低價競爭的意味，產生類似的困擾，而不二價對顧客和賣方而言都比較愉快的原因就在此。³³

(2) Varanasi 毛衣市場協會幹部指出退換貨時的價差紛爭，得到合理地處置：

……在施行議價體系期間，由於價格上的差異給我們帶來許多問題，例如我們賣一件毛衣售價150盧比，當顧客要拿來退換

³³ 2009/1/18 集體訪談協會幹部，Tibetan Refugee Lhasa Market，地點：Allahabad 毛衣市場，檔案編號 090118_01。

另一件樣式的毛衣的時候，又得再度講價，如果這件毛衣不是本人來買而是幫家人採購的話，回家之後發現不合適又會來換，於是我們又得開始議價，而現在就完全沒有這個問題，如果我們賣了一件150盧比價格的毛衣，顧客想退換另一件標價250盧比的毛衣時，因為價格都有清楚標示，顧客就要再付100盧比才能換到不會有任何問題……³⁴

(3) 有些協會特別成立「不二價委員會」(fixed-price committee)，專門負責制訂價格與罰則，以下是Asansol協會規章：

在1998年10月27日，協會會員已經通過有關銷售價格一致的決議，由全體會員加以遵守。

- (a) 會員不得將不同價格的標籤貼在塑膠袋上，也不得以不同的價格賣出。
- (b) 任何會員以不同的價格賣出貨品時，將違反規定而得處以300盧比的罰金。
- (c) 如(a)所示任何會員被發現所販售的毛衣項目和緊鄰的兩家攤位的標售價格不同時，不論該貨品是否已經售出，都將被處以150盧比的罰款。³⁵

³⁴ 2009/1/16 集體訪談協會幹部，Tibetan Refugee Market Association, Lhasa Market，地點：Varanasi毛衣市場，訪談檔案090116000。

³⁵ “Tibetan Sweater Sellers Association, Asansol, Rule and Regulation”是研究者在2006年11月於該毛衣市場從事田野過程中取得，所有引文皆根據原書寫之藏文翻譯為英文。

(4) 在Jaipur的協會還另外有「紀律委員會」(disciplinary committee) 每個月進行兩次抽查，貫徹政策的執行：

Jaipur毛衣協會 章程和規則 第16章

- A. 章程和規則委員會將會檢查250家攤位的價格貼紙和標籤，每個月進行兩次之後，委員會也會根據需要而增加檢驗次數。
- B. 在檢查期間如果發現任何店家有一到五項的貨品沒有價格貼紙和標籤，所有違禁項目將被協會沒收。
 - B.a. 對於沒有店號或價格標籤的項目將如同條款B所示之罰則。

目前這個政策起源自哪個毛衣市場的協會並沒有確定的說法，但所知最早的時間應該在1990年代中期之後，³⁶ 一方面爲了避免與市場當地的印度顧客產生買賣上的摩擦造成衝突，一方面也因為印度都市中產階級興起，較重視品質而能夠接受不二價的政策：

因爲我們不必耗費心力（和顧客議價），不二價是比較好的。顧客進來然後看看毛衣和定價，中意的話就會買下來，不像以前要看完所有的店，找上百件的毛衣來比價，我們賣了一件有賺到，但可能賠到另一件，所以不二價比較好。³⁷

³⁶ 例如在藏人1973年到Allahabad賣毛衣，1983年成立協會，直到1997年開始不二價的政策；在Varanasi的藏人毛衣市場1965年成立，直到2001年成立了不二價的制度；Nagpur也是在1970年代就成立協會，到2002年才開始統一價格。至於規章制度完整的Jaipur毛衣市場協會，在1999年就詳訂實施不二價政策的各項措施。

³⁷ 2007/4/20 退休毛衣商（曾在Nagpur有30年賣毛衣經驗），訪談地點：Hunsur定居點的家中，訪談檔案070420_01。

大部分受過教育的人不喜歡討價還價，現在大部分受過教育的顧客來買我們的毛衣就不喜歡討價還價的方式，他們會覺得不好意思，就不會向我們買東西，有很多受過教育的人向我們反應說，「你們的貨色不錯，舉止行爲也很好，各方面都好，但你們的講價方式卻令人退卻」。³⁸

由於藏人毛衣市場凸顯族群與難民身分的特色，也注意挑選所販賣的毛衣品質，長年下來給當地印度民衆的印象，漸漸建立起藏人毛衣市場的品牌形象，成爲不二價的策略能夠成功的基礎。反之，那些沒有實施不二價政策的市場協會，則是規模較小、市場特色並未確立、無法和其他印度人經營的市場區隔，顧慮印度消費者的接受度而維持講價的買賣方式：

直到現在我們並沒有任何計畫實施不二價的政策，因爲這個市場本身並不穩定，很多在地人來自於農村鄉下，如果價格固定不能殺價，他們就不會買，這要看消費者是否能接受。如果這個市場地點能夠永久使用的話，也許會朝向不二價的方式，但我們每年都不知道明年是否還會在這裡，而且當地人也賣毛衣，許多來自於Orissa的人也和我們作同樣的生意，因此要實施不二價是很難進行的。³⁹

³⁸ 2009/1/16集體訪談協會幹部Tibetan Refugee Market Association, Lhasa Market，訪談地點：Varanasi毛衣市場，訪談檔案090116000。

³⁹ 2008/1/10位於客運車站的毛衣商集體訪談，地點：毛衣商在 Secundrabad的住家，檔案編號：080110_03。

對於印度新興的中產階級消費者而言，藏人的方式反而比較公道，不用擔心被騙，買賣雙方節省彼此耗費心神的講價成本，即使價格高一點但品質相對有保證，藏人市場以此建立繼續生存的空間。此外，這種集體價格的訂定與遵守，也維持了藏人毛衣商的市場紀律，避免聚集販售時產生削價競爭而危及整體的利益。由於這種不二價政策實施的效果很好，其他的協會就紛紛跟進，例如Dhanbad毛衣協會的幹部就表示，是聽說Jaipur的成功經驗而跟進的。⁴⁰

毛衣貿易之所以能夠在印度社會持續存在，除了貨品本身的特色之外，這個由會員共同制訂與執行的價格政策，使得在同族群毛衣商集中且資源（場地）有限的情況下，能夠節制惡性的削價競爭，創造毛衣商共同利益。因此，即使藏人販售的毛衣都是從Ludhiana的印度毛衣製造商批發過來的，⁴¹ 由於藏人挑選花色有獨到的眼光，以及對品質要求的高標準之外，集體所發展的價格策略與紀律的作用更形重要。

此外，這個不二價的作法也讓藏人找到解決宗教信仰和經濟活動矛盾的出路，能夠做到達賴喇嘛講經說法時對藏人要求誠實無欺的良善形象，也符合流亡政府官員所希望看到的良性發展。然而西藏宗教文化價值傳統歷史悠久，不二價政策在1990年代後期才漸漸被施行，因此藏人毛衣商和官員在此所採用宗教文化價值的論述，顯然是針對實際問題的

⁴⁰ 2006/11/9集體訪談協會幹部Tibet New Lhasa Market，地點：Dhanbad，訪談檔案061109_02。

⁴¹ 藏人和印度毛衣供應商之間，也有其獨特的關係，藏人因為缺乏足夠的資金，而必須依賴這些供應商給予信貸，等到毛衣販售季節結束之後，再連本帶利償還，由於藏人都能誠實還清積欠的資金，比在地的印度人更能信任，而建立了40年的跨族群信貸與銷售的關係。透過這種合作，印度毛衣供應商也擁有穩定的銷售管道，由藏人毛衣商賣到印度各地。這部分的關係也牽涉到藏人，身為難民的資金積累困境（潘美玲 2010）。

解決需求，援引宗教上的價值以及達賴喇嘛的威望強化規範面的效果，並將這種解決世俗現實利益的策略加以神聖化。然而我們也可以從社群文化的角度，理解這個價值觀如何影響藏人毛衣貿易的商業活動中，他們最在意的部分，以及解決問題時具有選擇性親近的策略，從而將不二價政策歸納於西藏文化特質的實踐：

這和我們的宗教有關，我們的宗教和精神領袖、也可以說是我們的王、我們的領袖、尊者達賴喇嘛，他總是對我們傳法要有信念，不要說謊，作生意要有善念等，於是我們發現過去和顧客討價還價買賣的時候，藏人和印度人之間的看法是不同的，印度人會覺得還是被藏人賺了很多錢，而當我們開始實施不二價之後，藏人和印度顧客之間就不會再有同樣的問題出現。⁴²事實上這是藏人普遍的想法，因為來自於尊者達賴喇嘛的教法，對我們傳法時都說要作一個好人，誠實不欺的觀念就自動進到藏人的腦海中，一旦制訂價格就不必欺騙，因為價格是固定的，如果顧客想買就只能以那個價格買回去。⁴³

3. 形成共有資源構成團體歸屬

(1) 集體利益超越個人利益極大化

不二價政策解決了市場內價格競爭的問題，但缺點是無法利用折扣進行促銷，且為了防止打壞行情，協會的成員被禁止將攤位上的毛衣商

⁴² 2009/1/16，集體訪談協會幹部Tibetan Refugee Market Association, Lhasa Market，地點：Varanasi，訪談檔案090116。

⁴³ 2008/6/7 Mr. Sonam, secretary of dept. of finance，地點：Dharamsala，檔案編號：080607_01。

品，拿到市場外面於該城市範圍內進行流動地兜售。

在沒有實行不二價之前，比較容易賣完我們的毛衣，尤其當生意清淡的時候，我們可以降價求售，但現在要求不二價，我們所面臨的困難，是到了生意很差滯銷的時候，還是不能降價，而得在這裡多作停留，我們今年無法賣完的貨物，就會打包變成存貨。⁴⁴

然而對依靠冬季毛衣生意的藏人而言，產品滯銷代表沒有獲利、沒有現金，也還不出向印度毛衣供應商或銀行貸款的錢，到了下一季又成為過季商品，惡性循環所造成的損失，對於多數沒有充分資金的藏人而言是難以負荷的。

這裡的生意很差，根本沒有顧客上門，他們將所有的貨物存放在一個房間然後回到定居點，欠印度毛衣供應商的部分不必馬上還清，甚至二、三年之後再付也可以，至於銀行貸款的部分，就要向別人籌錢，若沒有準時還款的話，銀行會來沒收他們的房子，所以這是很困難的局面。⁴⁵

為了解決銷售存貨，使每一季的銷售達到最大的效率，又不能破壞不二價的情況下，協會成員共同協議處理的方式：例如，控制市場內成

⁴⁴ 2009/1/16，集體訪談協會幹部Tibetan Refugee Market Association, Lhasa Market，地點：Varanasi，訪談檔案090116。

⁴⁵ 2007/4/17，毛衣商Kolkar，訪談地點：位於Mysore的西藏餐廳，訪談檔案20070417。

員進貨數量的上限，先賣完的人不能再去Ludhiana補貨，讓產品滯銷者有機會銷貨，大家都有機會賺錢，加上實施不二價的政策，使得毛衣市場各攤位收益更為平均，⁴⁶ 這種進貨管制的措施是根據公平性的規範而發展出來的，是前述獲利機會均等化的深化，壓抑個人利益極大化而朝照顧到市場內每位成員為依歸。

然而若遇到生意太差，大家都賣不出去的時候，仍得設法處理庫存的問題，有的協會容許兜售出清存貨，如Allahabad協會規定在1月份下旬冬季將盡之時，得以離開Allahabad城市60公里距離之外折價促銷，也可以讓顧客講價，而不會影響原來市場的價格和生意：

你可以看到我們現在的處境，根本沒有幾個客人，以今年而言，大部分的攤位都還有很多毛衣沒賣出去，於是大家作成決議，如果市場生意不好，可以到Allahabad城外 60公里以外的地方去賣。出了這個範圍，我們可以用較便宜的價格賣毛衣，如果我們在現在市場附近低價出售的話，就會影響這個市場的生意，所以才會訂出這樣的規定。⁴⁷

但越離開都市深入鄉下郊區，又必須背負沈重的貨品，挨家挨戶去賣毛衣，所遭遇的顧客和環境都更具挑戰性，但爲了生計與維護整體市場價格，藏人別無選擇只有咬牙忍受種種的不便：

⁴⁶ 這在Varanasi Tibetan Refugee Market Association, Lhasa Market，以及Allahabad的毛衣市場都實施這種進貨配額的管制。

⁴⁷ 2009/1/18第二代毛衣商Tensin訪談紀錄，地點：Allahabad的毛衣市場，檔案09018002。

在60公里外的情況是很不一樣的，我們已經出了城市進到農村或更偏遠的地方，那裡的教育程度和個人的素質都比不上這裡，當我和父親一起背著毛衣去賣的時候，印度人會過來搶我帶的毛衣，而我們卻不能對他們做些甚麼。⁴⁸

(2) 形成團體歸屬的界線

當各地毛衣市場和協會經營漸上軌道，尤其生意興盛的市場所在，自然吸引更多藏人過來擺設攤位，但因市場土地取得不易以及場地有限，這些市場在攤位飽和之後，無法再容許新的加入者，公共經營的資源與義務的承擔，劃分了團體成員與非成員的界線。

由於空間有限我們不能讓別人加入，你也看到根本沒有地方給他們，如果有人要過來Varanasi作生意，可以到別的地點擺攤設店，我們協會並不會反對。⁴⁹

那些比較早來的人佔到優勢，他們熟悉這個地方，但那些後來的人就無法加入協會，只能待在城外。⁵⁰

於是嚴格執行會員資格的審核和候補程序，雖然同樣是流亡藏人也在同個都市賣毛衣，產生協會成員與非成員的分別，從Asansol協會的會

⁴⁸ 2009/1/18年輕世代女性毛衣商Tsewang訪談紀錄，地點：Allahabad sweater market，檔案：090118_03。

⁴⁹ 2009/1/16, 集體訪談協會幹部Tibetan Refugee Market Association, Lhasa Market，地點：Varanasi毛衣市場，訪談檔案090116。

⁵⁰ 2007/4/20 退休毛衣商Phuntsok（曾在Nagpur有30年賣毛衣經驗），訪談地點：Hunsur定居點家中訪談檔案070420_01。

議紀錄檔案中提供一個歷經三年才被接受的新會員完整案例，以及達到集體同意的困難過程：

在1991年一位退役軍人Tenzin（按：研究者予以化名），來自於Manali，希望進到Asansol從事毛衣生意，並透過協會的幹部請求將他的名字放在攤位分配的名單上。在協會的章程和規定當中，並沒有任何根據可以分配攤位給他，也已經向Tenzin解釋說明。1992年Tenzin又來到Asansol提出同樣的要求，協會幹部也在會員大會當中提出，但終究沒有對Tenzin的請求作成具體的決議。到了1993年他又到了Asansol提出要求，並在該年的10月25日會員大會上，將他的請求和他過去兩年所遇到的問題在所有會員面前作說明，基於對其個人處境的考慮，所有會員最後作成決議將Tenzin放到分配攤位的主要名單上，同時附帶決議，未來本協會將不再接受類似的個案。⁵¹

毛衣市場的建立和運作，是成員共同努力的結果，隨著協會組織化運作，團體歸屬更顯明確，共享公平與誠實的信念，以集體利益優先而壓抑個人利潤極大化的機會，個別成員作出犧牲，放棄賺取更多利潤的機會，這個Asansol市場，大家決議只能夠一個家庭一個店面，其他家庭成員想要作生意也只能到附近另闢衛星市場（詳情請見下節），因此上述的案例雖然顯現團體歸屬界限，但最後還是接納了這位新會員，並非完全不顧族人之生計，更何況除了這個特定的市場之外，還有上百個藏

⁵¹ “Tibetan Sweater Sellers Association, Asansol, Rule and Regulation”是研究者在2006年11月於該毛衣市場從事田野過程中取得，所有引文皆根據原書寫之藏文翻譯為英文。

人的毛衣市場，不見得每個市場都沒有機會，如果條件許可的話，也有機會邀集成員成立新的市場。

（3）發展市場間價格協調機制

由於空間資源有限，協會必須對內規範攤位擴張，對外排除新增會員，但協會並無強制權力干預任何在非協會會員市場外的活動。但接下來產生的問題是一旦鄰近出現其他藏人毛衣買賣活動，必然產生市場間的競爭，爲了維護彼此的利益以及防止破壞族群團結，藏人得發展出市場之間共存的解決方案。例如進行市場間價格協調，以Dhandbad爲例，分別有70戶和40戶家庭所組成的兩個毛衣協會，彼此並沒有產生競爭而是維持合作的關係，共同商議價格實施不二價的政策，所以沒有發生破壞行情的情況。⁵²

另一個比較複雜的例子則是在Asansol市場所發展出來「衛星市場產品價格差異化」的模式。根據研究者2006年11月在West Bengal邦的調查，當地第二大城Asansol已經有一個具規模的藏人毛衣市場，因爲場地有限，一個家戶只有分到一個攤位，爲了增加銷售量，其他的家戶成員分散到這些大城市邊緣的鄉鎮集市擺攤，在附近方圓百里之內共形成以Asansol市場爲中心的12個規模較小的衛星市集賣毛衣，但除了Asansol市場協會力行不二價政策之外，其他市集如距離最近的Raniganj都還採用議價的買賣方式，爲了減輕對Asansol所產生的影響，彼此之間盡量在產品上作區隔，也不相互批評作價格的割喉戰：

通常我們在Asansol保留較好的貨色，比在附近的Raniganj 要好多了……我們立下規定，假使有顧客在Raniganj 要買毛衣，

⁵² 2004/7/02毛衣商Tamding訪談，於南印度藏人定居點Hunsur的代表辦公室，檔案編號：040702。

Raniganj 絕對不能說這裡的毛衣比Asansol便宜或Asansol那裡賣比較貴的話出來，這是被禁止的。……我們儘量說明兩邊貨色的差異來說服消費者，除此之外，我們無法再做些什麼，我們不能批評別的市場。⁵³

由於毛衣市場協會的成立，藏人毛衣商集體解決毛衣市場地點的租借，透過民主程序達成共識訂立規章，採取不二價的價格策略，消弭印度顧客與藏人毛衣商之間可能產生的糾紛。此外整個毛衣協會也朝向將市場利潤平均化的措施，例如：利用抽籤和攤位定期輪換的方式平均化市場成員的獲利機會，甚至對市場毛衣商進行進貨配額的管制，給予市場中當季業績落後者更多生意的機會，而達成該毛衣市場內部成員之間以民主、合作與公平的方式發展出道德經濟運作模式，使得集體生計得以維持的可能。而藏人的毛衣協會不能干預其他藏人非會員的行為，或印度當地商人的競爭，但透過協調相互合作，避開破壞市場行情的價格競爭，維繫藏人在毛衣貿易上的集體利潤。

五、結論

藏人50年來在印度的定居點所安頓的家園，除了Dharamsala因為達賴喇嘛所在成為各地旅客絡繹於途的熱門觀光景點，以及在Delhi的Manju Ka Tila作為藏人在印度各地移動的交通轉運中途站之外，大部分的定居點都在印度鄉村較偏僻的地方由藏人開山墾路建立起來。然而，流亡藏人卻因為毛衣貿易的生計活動，遠離目前安頓的定居點家園，分

⁵³ 2006/11/09集體訪談協會幹部，Tibetan Sweater Sellers Association，地點：Asansol 毛衣市場，檔案編號：061109_01。

散在印度各都市、市集、交通便利之處的毛衣市場所在。藏人在這些地方停留整個冬季甚至更久的時間，這些季節性毛衣市場與共同生活所在地，其實構成流亡藏人的另一個生命共同體，成為流亡後在印度境內流離的第二家園。

藏人的毛衣市場作為一個生存的經濟場域，以強調族群文化特色、難民處境以及符合中產階級的價格品質，吸引印度的顧客，並以此區隔在地印度商人在價格上的競爭。協會的成立，原先的目的是能夠與印度地方政府進行集體地交涉的任務，並提供藏人毛衣商互助的組織。然而因為面臨和顧客在交易過程中「對利益的鬥爭」所產生的衝突，以及維持佛教徒誠實形象等問題，協會開始透過成員的集體共識，以不二價的策略，化解毛衣市場內成員之間所構成的競爭鬥爭結構。由於毛衣市場所在地點得來不易，也可能隨時會失去，因此為了保存這塊「求生之地」，協會的成員必須齊心協力共同參與，超越個人身分和背景，在這個市場之內所有成員共享同等的權利與義務，從而產生對公平性的要求，因此又發展出利潤機會均等化、控制市場成員進貨上限等措施，以民主的機制使個人追求利益時同時將他人的利益納入考量，形成一種道德經濟的規範，互助合作取代競爭而維持市場繼續運作。

本文以藏人毛衣市場的案例，不是將道德經濟當作不變的常數，而是一個發展實作的過程，因此雖然不是所有的市場都成立協會，也沒有百分之百的協會都實施不二價或利潤機會均等化的措施，但我們看到如 Granovetter 所強調的，存在著道德經濟時確實會有所不同，有助於集體解決問題的能力，成為其他市場解決問題時參考或模仿的對象（1994: 466-468）。不過，道德經濟對毛衣市場的經營也有負面影響。首先，在公平的原則下，將利潤和牟利的機會平均分配，讓差異化的策略幾乎沒有發揮的空間，顯然企業家的創新精神，在藏人的毛衣市場是不被鼓

勵的。毛衣市場的經營型態於是被高度固定，除了協會組織管理更形制度化之外，攤位擺設和作生意的方式數十年如一日，穩定和公平的考量顯然高於激勵創新成長。其次，爲了避免價格競爭，實施不二價的相關措施之後，在生意清淡毛衣滯銷時，反而缺乏應變的彈性，產生過多庫存，造成集體利潤下降，甚至帶來損失的問題。

毛衣市場的道德經濟所產生經濟層面的影響利弊互見，但如前文所引，社會學者Max Weber並不認爲所有的「利益」都只是經濟上的自我利益，而是被社會或價值所定義出來的（[1904]1949: 76）。傳統道德經濟所強調的傳統規範扮演著指導性以及被捍衛的角色，在流亡藏人的市場和協會所發展的道德經濟過程，確有其宗教文化信仰上的價值傾向，尤其佛教教義強調「誠實無欺」，在經濟行動集體制約的表現就是「公平」和「誠實」的原則。但毛衣市場當中各種朝向公平性的利潤平均化作爲，不是從毛衣貿易歷史起源就開始運作，而是在面臨經營上的問題共同發展出來的解決方式，而成爲集體必須遵守的規範，並援引宗教上的論述強化這些措施的正當性，換言之，道德經濟發展過程中的行動者既非自利的經濟人，也非完全受制於傳統規範，而是在現實情境中經濟理性和文化價值交互產生的結果。

本文試圖超越傳統道德經濟學者，不將道德經濟的傳統規範，視爲既定存在抗拒變遷的靜態觀，也不限於小農經濟體系中生產者之間的階級道德經濟，而是著重在市場銷售面的經濟行爲，理解市場的行動者如何形成合作和整合的實際群體，進而開展經濟社會學當前發展道德化市場的論述。我們當然也看到藏人毛衣商之間個別經濟理性，與個人利潤競爭的實例存在，但藏人的流亡處境，以及族群宗教信仰的文化特質，確實構成對機會主義與個人私利擴張限制的社會結構，發展出平衡社群福祉和個人利益的對策，達到「社會性」、「道德性」的經濟過程與行

動。所表現出來的「道德經濟」不是一個抽象的觀念，而是集體實作所展現的選擇策略，從而對社群的生存和未來構成制約的結果。

作者簡介

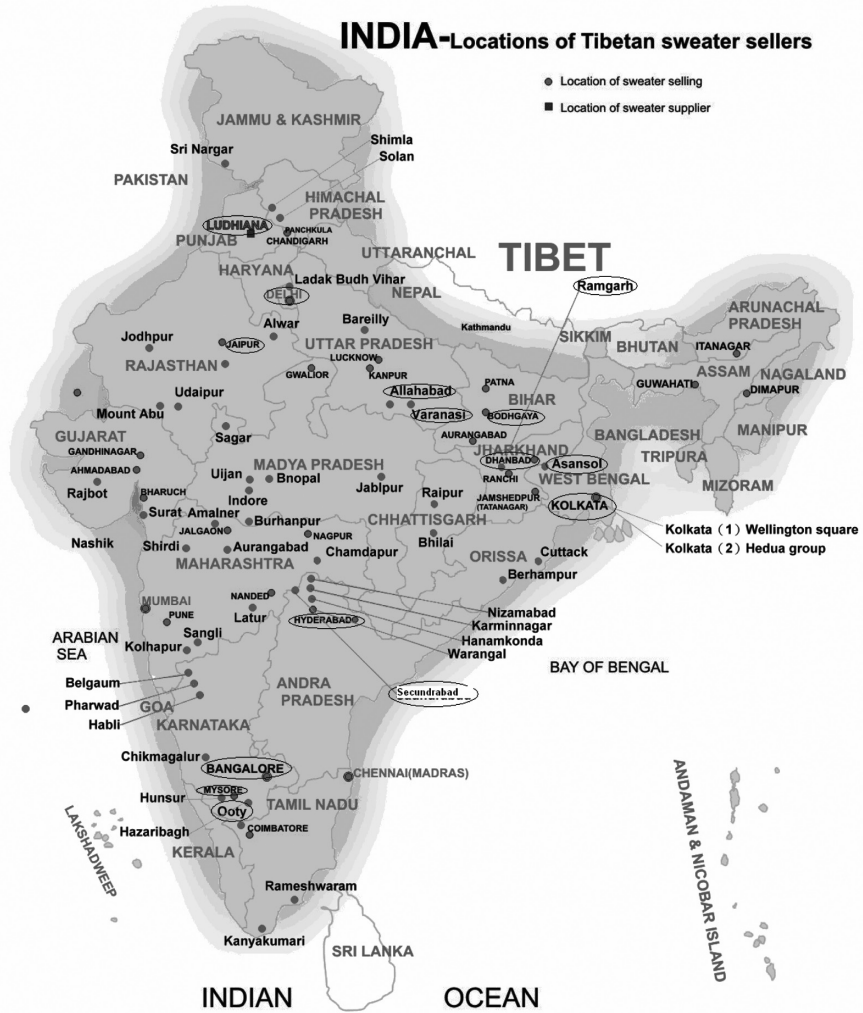
潘美玲 美國杜克大學社會學博士，目前任教於國立交通大學人文社會學系。專長學術領域為經濟社會學與發展社會學，長期關注產業全球化與社會制度的關聯與社會後果。近年進行有關移民與難民的求生策略與族群經濟的研究與比較，研究對象包括流亡印度的藏人、印度加爾各答的客家移民以及臺灣中港流域的客家族群經濟。

附錄1 流亡藏人在印度和尼泊爾的定居點



註：研究者已經進行拜訪與田野的藏人定居點分別是Karnataka邦四個定居點。包括Bylakuppe的Lugsung Samdupling (Old camp)，和Dickey Larsoe (New camp)，Hunsur的Rabgayling，以及Kollegal的Dhondenling。以及流亡政府所在的Dharamsala，印度首都所在的Delhi以及位於印度北方的Ladakh、Manlai、Shimla等地。

附錄2 流亡藏人在印度各大城鎮的毛衣販售地點



註：以黑色圈起的城鎮是研究者進行過田野的毛衣市場，單一地點包含一個或以上的毛衣市場

參考書目

- 柯志明，1993，《台灣都市小型製造業的創業、經營與生產組織》。台北：中央研究院民族學研究所。
- 傅正明，2006，《詩從雪域來：西藏流亡詩人的詩情》。台北：允晨出版社。
- 潘美玲，2008，〈既非對抗亦非屈服：印度流亡藏人的在地生存策略〉。頁37-59，收錄於夏曉鵬、陳信行、黃德北主編，《跨界流離：全球化下的移民與移工》。台北：台灣社會研究雜誌社。
- 潘美玲，2010，〈難民的族群經濟〉，論文發表於「2010年經濟社會學工作坊」，新北市：《台灣社會學》、輔大社會系合辦，2010年5月15日。
- Avedon, John F.著、尹建新譯，1991，《雪域境外流亡記》。台北：慧炬出版社。（Avedon, John F., 1984, *In Exile from the Land of Snows*. London: Michael Joseph Ltd.）
- Polanyi, Karl著、黃樹民等譯，1989，《鉅變：當代政治經濟的起源》。台北：遠流出版。（Polanyi, Karl, 1971, *The Great Transformation: The Political and Economic Origins of Our Time*. New York: Beacon Press.）
- Baker, Wayne, 1984, “The Social Structure of a National Securities Market.” *American Journal of Sociology* 89 (4): 775-811.
- Beckert, Jens, 2010[2006], “The Ambivalent Role of Morality on Markets.” Pp. 109-128 in *The Moralization of the Markets*, edited by Nico Stehr, Christoph Henning, and Bernd Weiler. New Burswick: Transaction Publishers.
- Bernstorff, Dagmar and Hubertus von Welck, eds., 2004, *Exile as Challenge:*

The Tibetan Diaspora. New Delhi: Orient Longman Private Limited.

Burt, Ronald S., 1993, "The Social Structure of Competition." Pp. 65-103 in *Explorations in Economic Sociology*, edited by Richard Swedberg. New York: Russell Sage Foundation.

Department of Finance (DoF), 2005, "Tibetan Sweater Sellers." *Paljor Bulletin* 1: 16-17.

DeVoe, Dorsh Marie, 1983, *Survival of a Refugee Culture: The Longterm Gift Exchange between Tibetan Refugees and Donors in India*. Unpublished doctoral dissertation, Department of Social Welfare, University of California at Berkeley, Berkeley, CA.

DeVoe, Dorsh Marie, 2005, "Tibetans in India." Pp. 1119-1130 in *Encyclopedia of Diasporas: Immigrant and Refugee Cultures Around the World*, edited by Ian Skoggard, Carol R. Ember, and Melvin Ember. New York: Springer.

Fligstein, Neil and Luke Dauter, 2007, "The Sociology of Markets." *Annual Review of Sociology* 33: 105-128.

Fourcade, Marion and Kieran Healy, 2007, "Moral Views of Market Society." *Annual Review of Sociology* 33: 285-311.

Frechette, Ann, 2005, *Tibetans in Nepal: The Dynamics of International Assistance among a Community in Exile*. Oxford: Berghahn Books.

Goldstein, Melvyn C., 1975, "Tibetan Refugees in South India: A New Face to the Indo-Tibetan Interface." *Tibetan Society Bulletin* 9: 12-29.

Granovetter, Mark, 1985, "Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness." *American Journal of Sociology* 91(3): 481-510.

- Granovetter, Mark, 1994, "Business Group." Pp. 453-475 in *The Handbook of Economic Sociology*, edited by N. J. Smelser and R. Swedberg. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Greenhalgh, Susan, 1988, "Families and Networks in Taiwan's Economic Development." Pp. 67-100 in *Contending Approaches to the Political Economy of Taiwan*, edited by Edwin A. Winckler and Susan Greenhalgh. New York: M.E. Sharpe Inc.
- Methfessel, Thomas, 1995, "Socioeconomic Adaptation of Tibetan Refugees in South Asia Over 35 Years in Exile." Pp. 13-19 in *Tibetan Culture in the Diaspora: Papers Presented at a Panel of the Seventh Seminar of the International Association of Tibetan Studies, Graz, 1995*, edited by Frank J. Korom. Vienna: Verlag der Osterreichischen Akademie der Wissenschaften.
- Norbu, Dawa, 2004, "The Settlements: Participation and Integration." Pp. 186-212 in *Exiles as Challenge: The Tibetan Diaspora*, edited by Dagmar Bernstorff and Hubertus von Welck. New Delhi: Orient Longman.
- Light, Ivan and Steven J. Gold, 2000, *Ethnic Economies*. San Diego, CA: Academic Press.
- Office of Planning, 2004, *Tibetan Community in Exile: Demographic and Socio-Economic Issues 1998-2001*. Office of Planning, Central Tibetan Administration of His Holiness the Dalai Lama, Dharamsala.
- Popkin, Samuel L., 1979, *The Rational Peasant: The Political Economy of Rural Society in Vietnam*. Berkeley: University of California Press.
- Powelson, John P., 2000, *The Moral Economy*. Michigan: University of

Michigan Press.

Prost, Audrey, 2006, "The Problem with 'Rich Refugees' Sponsorship, Capital, and the Informal Economy of Tibetan Refugees." *Modern Asian Studies* 40(1): 233-253.

Raval, Dinker, 1983, "East Indian Small Businesses in the U.S.: Preception, Problems and Adjustments." *American Journal of Small Business* 7(3): 39-44.

Scott, James, 1976, *The Moral Economy of the Peasant*. New Haven: Yale University Press.

Stehr, Nico, Christoph Henning, and Bernd Weiler eds., 2006, *The Moralization of the Markets*. New Burswick: Transaction Publishers.

Stobdan, P., 1991, "Tibet and the Himalayas: A Strategic Dimension to India's Security." *Strategic Analysis* 16(6): 608-698.

Subba, Tanka B, 1990, *Flight and Adaptation: Tibetan Refugees in the Darjeeling-Sikkim Himalaya*. Dharamsala: Library of Tibetan Works and Archives.

Swedberg, Richard, 2003, *Principles of Economic Sociology*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Thompson, Edward, 1971, "The Moral Economy of the English Crowd in the Eighteenth Century." *Past and Present* 50: 76-136.

Tripp, Charles, 2006, *Islam and Moral Economy: The Challenge of Capitalism*. Cambridge: Cambridge University Press.

Weber, Max, [1904]1949, "Objectivity in Social Science and Social Policy." Pp. 49-112 in *The Methodology of the Social Sciences*. New York: Free Press.

Weber, Max, [1922] 1978, *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology*. Translated by Ephraim Fischhoff et al. Edited by Guenther Roth and Claus Wittich. 2 vols. Berkeley: University of California press.

White, Harrison C., 1981, "Where Do Markets Come From?" *American Journal of Sociology* 87(3): 517-47.

White, Harrison C., 2002, *Markets from Networks: Socioeconomic Models of Production*. Princeton, NJ: Princeton University Press.