

國立中央大學98學年度碩士班考試入學試題卷

所別：英美語文學系碩士班 科目：批判閱讀 共 5 頁 第 1 頁

*請在試卷答案卷(卡)內作答

請閱讀下面兩篇針對中國大陸「山寨文化」現象的文章，整理兩位作者的觀點立場、理論資源、結論蘊涵，從你自己的角度寫一篇分析。可選用英文或中文撰寫。

山寨是生產機制的速度革命

張小虹（中國時報 2009.02.21）

現在市面上有「名牌手機」（國際知名品牌）、「白牌手機」（名不見經傳的自創小品牌）、「山寨手機」（沒有品牌卻抄襲名牌手機的外觀設計）與「超級名牌手機」（像是穿了Prada的LG或是穿了Armani的三星），但不論它們是平價、低價、廉價還是天價，它們都是「魚目混珠」的「雜牌軍」。

此話怎講？如果我們還記得在1980年代叱吒風雲的類比式行動電話，體積龐大、重量驚人，但一隻Motorola的黑金剛，從裡到外，從上游到下游，從外觀設計到科技研發，都是Motorola一手通通包辦，百分百「血統純正」，你不會在Motorola的手機裡，找到Nokia的零件組。但在當代通訊科技的超速變革中，不僅類比技術已成昔日黃花，就連一條龍式的生產模式也早已灰飛湮滅。於是名牌機與白牌機用的可以是同一組晶片，而名牌機與山寨機也可能採用同一組鏡頭、同一款電池或同一型面板，其中最大的關鍵，正在於手機生產「核心技術」的消失。換言之，昔日的「高科技」門檻已不再，生產山寨手機可以像生產假錶一樣，只要買進晶片組（主機板與軟體已整合），配上電池、手機外殼，就可組裝完成。現今「彈性資本主義」強調零件化、組裝化的生產模式，讓所謂的原版/拷貝、正牌/雜牌、珍珠/魚目的二元對立判別系統徹底失效，名牌機、白牌機、山寨機與超級名牌機共同形構了科技商品的「雜牌連續體」，全都參與不同程度的組裝與整合。

所以在面對最新一波有關中國大陸山寨機的系列報導時，我們大可不必以台灣晶圓廠乃「大陸山寨機之父」自傲或自卑，也不須立即跳入保護智慧產權的道德立場加以斥責，而是可以好好認真思考山寨機的出現，究竟傳達了晚期全球資本主義的何種訊息？何種特色？何種徵候？其實山寨機告訴了我們很多事情，有老掉牙的，像是生產成本與售價之間的巨大差距，讓山寨有機可趁火打劫，也有新生事物，像是新的時間感與速度感。一般當我們談到手機的時間感與速度感時，慣性思維總導向手機的設計與功能是否酷炫時髦，待機時間是否夠常或上網速度是否夠快。但山寨機的出現，卻是告訴我們同一支手機裡可以有二十四種時間，三十二種速度，當一切組裝可再微分解時，換顏色不換材質，換畫素不換鈴聲，用A牌的外殼搭配B牌的觸控式螢幕再加上C牌的鏡頭，讓「組裝」的速度與「變裝」速度相競爭，讓速度從傳統相對比較下的快與慢，重新界定成一種差異化過程，而越能做差異化微調的，才是最快的。

而也只有在這個意義上，我們才可以說山寨機是最快的手機。山寨機不僅可以將名牌機的售價，直狠狠地砍去一個零，更可以將一般名牌機從研發設計到宣傳上市所需的一年時間，直狠狠地砍成一個月，而其中所採用的還可以用「點餐」方式勾選的各種特殊功能、下單量身定做的正廠晶片與軟體。而此特殊功能的考量，更讓山寨機成為「草根性」最強的手機。哪一個國際名牌手機會貼心考量不同地域、不同階級的使用模式，但山寨機絕對因地制宜。像大陸山寨機獨有的轟天雷，機背裝有七個大喇叭，正是為了讓農民下田工作時，可以放在田埂上

參考用

待機。中國大陸以十年的時間，跳躍了西方百年的電訊基礎建設，直接進入無線手機的時代，整個村子可以沒有一座有線電話，卻可以農民人手一機，而一向為城市白領階級貼身攜帶的名牌手機是完全無法處理這種特殊狀況的，但山寨機能、山寨機敢、山寨機向前衝。

這不是說山寨邏輯可以對抗資本主義邏輯，而是說山寨邏輯乃資本主義邏輯的一種內在加速度變形，難怪山寨機總是可以比正牌機搶先上市，比正牌機還要「科技始終來自人性」

(作者為台灣大學外文系教授)

整個中國就是一個山寨 (節錄)

ugmbbc 發佈於 2009-02-06 22:06:33

—

我上網查閱了一些關於山寨的資料，發現這個詞最早是用來描述珠三角地區的一些廠家生產的手機，這些手機使用了一種臺灣研製的低價晶片，以極低的價格融合市面上主流手機的所有先進功能並有所創新，在過去的一年中迅速的佔領了中國低端手機市場的大部分份額。

從我在中國生活的記憶中，我過去見過的很多中國製造的電子類產品都和山寨 FC 類似，而且他們好像大多是從珠三角和東南沿海的千萬家小工廠中生產出來。比如，walkman 流行時，中國就有很多山寨 walkman 品牌。VCD 技術取代了錄影帶後，在中國家庭中就流行了各種“山寨 vcd 播放機”，這些機器的外觀和品牌名稱都跟 sony 和 panasonic 極其相似，比如 song, ponosanic 等等，而且大都具有超強糾錯，全制式播放，卡拉 ok 等日本品牌不具備的附加功能，有的甚至還集成了 FC 遊戲的功能，且一律價格低廉。

2000 後，我進入了中國的大學讀書，我發現我的中國同學們使用的各種產品都具有山寨的特徵。剛入學時，每個人都購買了一種叫做“英語複讀機”的產品，我覺得那就是一個為學習英語優化的 walkman 而已，當年生產這種複讀機的一些公司如今已經成了著名的民族品牌，比如步步高，清華同方等等。但我覺得當年這些公司和現在那些生產手機的山寨公司並沒有什麼太大的區別。到了二年級的時候，我還在用 md 燒錄自己從美國帶回來的正版 cd 時，中國的盜版數位音樂下載已經取代了盜版 CD 的地位，幾乎學校裏的所有人都開始使用 mp3 播放器聽歌。中國瞬間好像出現了成千上萬家生產 mp3 的工廠，我的一個同學的叔叔就是福建一家 mp3 生產廠的老闆，她告訴我，她叔叔的工廠可以生產幾乎市面上所有國際品牌所有型號的 mp3，除了內部使用廉價的解碼晶片以外。三年級的時候，日本的消費數碼相機開始全面進入中國，但 3000 元以上的價格對於普通中國人來說還是過於昂貴。而我的一位中國同學以 800 元的價格購買到了一台中國製造的數碼相機，卻擁有 300 萬畫素的 cmos 鏡頭和無限時攝像功能。更有趣的是，當年生產這台山寨相機的就是後來吞併藍色巨人的中國第一民族品牌聯想電腦公司。而我的另一個同學擁有一台據說曾經在中國家喻戶曉的全功能攝像機——網易拍。

中國這種廉價和仿冒產品的生產與消費，除了存在於電子消費品領域，在服裝、箱包、鞋帽和日用品領域更加的普遍。他們構成了中國低收入人群日常主要的消費品來源。如果你有機會在中國旅行，在任何一個中小城市和村鎮的小商品市場中，都會看到無數這種商品。去年在西藏

國立中央大學98學年度碩士班考試入學試題卷

所別：英美語文學系碩士班 科目：批判閱讀 共5頁 第3頁

*請在試卷答案卷(卡)內作答

旅行時，我看到拉薩街頭的藏族青年，也很喜歡穿著 adidas 和 nike 的仿冒服裝。甚至在北京這樣的國際都市中也不缺少山寨商品，在西直門附近有一家叫做金五星的小商品市場，那裏幾乎就是一個山寨商品的集散地，很受窮學生和城市低收入人群的歡迎。

那些企業為什麼會去生產山寨產品呢？方剛，中國一家網路公司（譯注：搜狐）的副總在他的 blog 中認為，這是企業自發衝破經濟壁壘的市場行爲。我比較同意他的觀點，中國作為晚發的資本主義國家（譯注：原文如此），中國的企業跟西方的企業相比，在技術和研發上是不具有任何比較優勢的，當國內市場打開後，外國品牌進入，他們的消費人群是富裕者，中國企業只能通過仿造，打低價策略來創造新的市場進行原始積累，我們看到很多所謂的民族品牌都是靠山寨商品起家。而對於那些中小型的民營企業而言，他們既沒有資金投資在品牌建設和廣告上，又要面對各種行業壁壘和行政壁壘等國家資本主義的不公平競爭，生產山寨產品就成了他們能夠生存的唯一選擇。

所以，至少在消費品生產領域，山寨現象絕不是少數小企業的個別行爲，而是中國作為一個全球化經濟中的後發經濟體所體現出的結構性特徵。

二

山寨機只是這個事情的開端，更有意思的則是“山寨”這個辭彙在諸多文化領域的迅速擴散。中國言論界的大多數觀點強調，這是對“山寨”的誤讀和濫用。但若從福柯知識考古學的角度出發考察這種誤讀，反而可以幫助我們理解這種誤讀背後的文化動力。換句話說，人們為什麼願意濫用“山寨”，欣然選擇用“山寨”這一符號去標示各種文化客體。我所在大學的媒介文化研究學者 Professor Wu 認為：對山寨的命名和熱情恰恰說明了當代中國文化生態和文化態度的某些特色。

這樣說來，山寨不是一個孤立的事件，而是存在于中國社會文化中一種深層結構。我覺得，用山寨去標識某種現象和某個人群都是不恰當的。我更傾向於用阿爾都塞的方式去理解作為“症候”的山寨現象，所以我更傾向於用山寨去標識整個中國。

中國的思想界往往對山寨持一種樂觀的態度，北京的一位媒體評論家韓浩月將山寨視爲自我表達的一種方式。他說，山寨文化來源於草根，也面向草根。它給人們帶來了另一種選擇，和抵制主流文化價值的可能性。而在我看來，草根通過類比主流的方式進行娛樂，恰恰說明了主流文化符號及其所標識的階級身份在今日中國的強大話語能力。

根據讓·鮑德里亞的符號政治經濟學，被標識爲山寨的文本靠與被其模仿的原始文本之間的互文關係而獲得關注和意義，這種意義往往體現的是對原始文本的崇拜而並非反抗。HiPhone、SciPhone 和 iOrgane 手機無疑是對蘋果公司 iphone 的崇拜和模擬，山寨百家講壇、山寨春晚、山寨電視臺是對 cctv 這個國家電視臺及其製作的節目崇拜和模擬（央視的說法證實了這種判斷，央視春晚總策劃秦新民上個月對中國媒體說，他們鬧就鬧去吧，現在想借央視出名的人太多了……我們沒法一一回應），地方政府搞的山寨天安門和山寨閱兵當然是對更高級權力所具有的享樂和尋租能力的崇拜，農民搭建的山寨鳥巢更是一種對北京作為權力中心的崇拜，南京一家房地產商開發的山寨一條街上店面分別冠以“哈根波斯”、“必勝糊”、“巴剋星”、“KFG”等標誌，我的中國朋友告訴我他們模仿的是哈根達斯，必勝客，星巴克，KFC，而這些餐飲消費在今日中國被看做是中產階級身份和生活方式的象徵。

參考用

山寨文本生產和消費再現了今日中國社會的貧富分化和文化生態，再現了在主流文化和經濟地位中處於邊緣位置群體的匱乏感和向中心移動的強烈訴求。今日仍然占中國人口三分之二以上的中國非城市人口（譯注：應該指中國農民和農民工），往往成爲山寨商品山寨文化的最主要生產者和消費者，他們處於社會權力結構的最底層，消費能力低，受現代教育的水準差，自身的民間文化已經被主流消費文化毀滅殆盡，但他們又沒有能力進入主流文化的中心區域。在他們身上，一方面體現的是對主流文化的崇拜和被喚尋狀態，另一方面又是對主流文化的相對陌生和不熟練狀態。在主流價值中，他們常因這種狀態而受到主流文化的觀看和嘲笑，被標識爲“土”（譯注：原文 boor），就連他們自己也認同了這種客體化的觀看位置而自娛其中。

被稱爲當代中國最大的民族國家儀式的 CCTV 春節晚會，每年號稱有超過 10 億中國人觀看，當中最受歡迎的節目是被稱作“東方卓別林”的中國笑星趙本山出演的滑稽短劇。在他最受歡迎的幾次出演中，他和他的搭檔宋丹丹扮演的中國東北農民，以在主流文化面前展現出的各種愚昧無知和誤讀供觀眾取樂。趙本山被社會各個階層廣泛的喜愛，說明了這種新的霸權結構在中國社會文化中的牢固，雖然在 30 年前的中國，在共產主義的話語中，貧下中農（譯注：the poor and lower-middle peasants）曾經是這個國家成分最尊貴的階層。

三

中國作爲世界上貧富分化最嚴重的國家之一，如果說窮人的山寨體現在崇拜和模擬富人的生活方式，那富人也同樣是山寨的。中國的今日的富裕階層可以說世界上致富速度最快的一代人，他們的上一代也大都是農民或者城市小資產階級，從中國的改革開放開始，他們大多在少於 30 年的時間內經歷了從赤貧到巨富的過程。然而在全球資本主義的語境下，他們仍然處於一種半邊緣的位置。在這個沒有貴族的社會，他們以效仿西方上層社會的生活方式來標榜自己的文化身份和貴族地位，然而這種文化身份的學習卻不能像財富積累一樣在如此短的時間內完成，作爲全球資本主義體系的邊緣。他們對西方文化身份也處於一種相對陌生和不熟練的狀態。如果說窮人對這種匱乏狀態的補償性解決方案是對山寨內容的生產和消費，那麼富人的補償性解決則是消費，是想像性的通過消費水準的補償來填充這種內在的匱乏。

我的一位生長在中國北方小城的同學告訴我，他每年放假回家，都會看到某種名貴汽車集中出現在城市的主要商業區，這種潮流每年一變，前年是 BMW X5，去年是 porsche cayenne，今年換成了 Range Rover。他說，好像全城的富人都在追逐一種潮流，至於這種潮流究竟是什麼，他們自己似乎也不太清楚，總之，在潮流面前，不能讓自己落後。可以說，整個中國在以崇拜西方的方式將自己山寨化。中國成了資本主義全球化進程中第三世界國家自我墮落、自我流放的最典型代表。

隨著中國高速度的城市化進程，在本世紀初開始拉動中國經濟高速增長的房地產運動中，整個中國的城市空間景觀被迅速的毀滅和重建，中國的文化學者戴錦華認爲，整個中國現在已經成了一個大工地（新華社記者王軍的暢銷書《城記》詳細描述了北京市的現代城市化進程）。而在這場房地產運動中，各地的地產商都通過販賣一種西方式的建築和生活方式來銷售自己的樓盤，而這種概念很好的刺激了中國新富階層的購買欲望。如果你有幸在中國的大城市旅行，你會看到眾多的高檔住宅社區被設計成古希臘或巴羅克風格，山寨凱旋門和維納斯更是遍佈全國。近幾年，地產商們又推出了一種本土化的概念行銷，主打了一種“中西合璧”的建築樣式和生活概念，於是你會在外觀爲歐式的社區內部空間看到帶有飛簷和壁畫的精緻中國仿古建築，和園林佈局。我想說，這些社區完全可以叫做山寨圓明園，那個曾經被西方入侵者建造並燒毀

參考用

國立中央大學98學年度碩士班考試入學試題卷

所別：英美語文學系碩士班 科目：批判閱讀 共 5 頁 第 5 頁

*請在試卷答案卷(卡)內作答

的著名清代皇家園林。在這樣全國性的造樓運動中，社會記憶和文化身份被迅速地改寫，而這種改寫的範本恰恰來自資本主義的核心區域。

這種自我流放更深刻的體現在中國的文化領域，那些被中國人視為最優秀的本土文化而向西方輸出的文本，其實也帶有這種山寨的特徵。戴錦華認為，華語世界最優秀的那些電影導演們，無論是獲得歐洲電影節確認的張藝謀，還是獲得好萊塢確認的 Ang Lee (譯注：李安) 都是通過用西方的價值觀念改寫傳統中國和革命年代中國的方式獲得一種西方審美下的確認。更加激進的中國學者黃繼蘇甚至使用了這樣的表述：不論是張藝謀的鞏俐還是李安的湯唯，都是通過賣兒賣女和向西方下跪的方式獲得賞識。

四

將整個中國作為一個第三世界文本，我們看到了全球資本主義體系不可避免的擴張，以及中國在這種擴張中迅速的陷落和狂飆突進。最初主流把仿冒手機標稱為“山寨”，反映了已經建立的權力和經濟結構對這種野蠻生長方式的排斥和恐懼感；同樣的，若把整個中國標稱為山寨，則有整個西方對於這種狂飆突進的恐懼感。

吉登斯認為，西方的沒落標識了西方對於世界其他地區控制的日漸減弱，這並不是最早誕生於西方的資本主義體系衝擊力逐漸減弱的結果，倒是這種體系全球性擴張的結果。可以說，今年的金融危機更加重了這種恐懼感，中國新富階層赴美國看房團的出現正是山寨攻城掠地的最好信號。西方已經在生產和消費領域喪失了自身的獨特性，也會在中國遍地開花的山寨園明園中喪失自身文化身份的獨特性，這種身份認同危機使得西方迫切想要尋求新的符號去標識自身的獨特性，就像大陸新富階層迫切想要尋求“西方符號”去區別自身和其他的普通的中國人一樣。

我擔心，這種恐懼感會隨著金融危機的加劇和中國崛起而帶來新一輪的中國威脅論。作為西方主流對中國文化詮釋的最新成果，迪士尼公司的《功夫熊貓》在美國熱映後，我問 tom 對這部片子的觀感。tom 對我說，他感到很害怕，原來蠢笨可愛的熊貓僅僅是為吃了就可以學會所有的武功，戰勝所有的高手。這讓他聯想到了在美國遍地生根的中餐館、超市裡中國製造的產品和那些勤勞得“不可理喻”的中國移民，他感覺到一股難以抗拒的強大力量 (譯注：juggernaut) 正在碾過和改變這個世界……

嗨，如果整個中國就是一個山寨，不管你是中國人還是外國人，我要問一句，你準備好了麼？

作者：Steven Zuckerberg

來源：<http://www.danwei.org/>

翻譯：逆轉錄猴子

說明：本文來自網路，是一個從小在中國生活學習的美國青年學生所寫，內容並不代表譯者觀點。

參考用