

套嵌身份和分层的跨国网络:在华印度商人研究^{*}

黄玉琴

内容提要 在来华的外国人群体中,印度人是一个较大的群体。印度商人在华南、上海、义乌和绍兴等地形成了引人注目的在华印度人社区。但关于在华印度商人的研究有限,且倾向于将其看作一个同一的、封闭的群体。在混合研究法所获得资料的基础上,本文发现,在华印度商人的跨国网络是全球性的,超越了印、中两个来源国和东道国的范畴。他们的跨国网络呈现群体内聚集、群体外分离的特点,表现出个人主义和高度的“群体内集体主义”共存的特征。因此,在华印度商人社区并不同一、封闭,这和印度商人的“套嵌身份”紧密相关。“套嵌身份”的层级之分使得在华印度商人“分群”的跨国网络进一步“分层”,进而影响了在华印度商人社区的团结性。

关键词 在华印度商人 套嵌身份 跨国网络

一、引言

改革开放以来,随着经济的迅速发展和对外交往的扩大,中国已不再是传统的移民输出国。2011年中国已成为世界第十大移民目的地国。在来华的外国人群体中,印度人是一个较大的群体。根据2010年第六次人口普查,居住在中国的外籍人员中,印度人排在第八位,为15051人^①。但事实上对中国和印度社会以及在华印度社区产生重大影响的人口数远超此数字。比如2012年,超过1500名印度商贩在义乌工作和生活,但短期往来义乌的印度商贸人士超过3万,印度已成为义乌最大的外国市场。在2015年,在中国居住的印度人达到4.5万—4.8万人。^②虽然这一数字随着新冠疫情的爆发而有所减少^③,但不可否认的是,在华南地区、上海、义乌和绍兴等地已形成了引人注目的在华印度人社区,对中印商贸往来产生重大影响。

但目前学界有关在华印度人的研究十分有限。英语学界主要关注流动到西方发达国家的印度人团体^④,而相对忽视了印度人流动到中国等发展中国家的情形,因而缺少了对这样一个“南南迁移”

* 本文的写作过程受国家留学基金(CSC)(项目号202006745002)资助。感谢《世界民族》编辑部老师和外审专家的修改意见,作者文责自负。

① 国家统计局:《2010年第六次全国人口普查接受普查登记的港澳台居民和外籍人员主要数据》,来源:国家统计局网站,2011年4月29日, http://www.stats.gov.cn/tjsj/tjgb/rkpcgb/qgrkpcgb/201104/t20110429_30329.html。其统计口径是指普查标准时点在我国境内居住三个月以上或能够确定将居住三个月以上的、并接受普查登记的外籍人士。

② Reshma Patil, “India and China Need a Push to Encourage More People to Live across the Border”, *Economic Times*, May, 13, 2015, <https://economictimes.indiatimes.com/blogs/et-commentary/india-and-china-need-a-push-to-encourage-more-people-to-live-across-the-border>.

③ 在2020年,在“按国籍分的外籍人员”中,在华印度人7062人,排在第18位。国务院第七次全国人口普查领导小组办公室编:《中国人口普查年鉴2020》,2022年6月10日, <http://www.stats.gov.cn/tjsj/pcsj/rkpc/7rp/zk/indexch.htm>。

④ 项飏著,王迪译:《全球“猎身”:世界信息产业和印度的技术劳工》,北京大学出版社,2012年,第1—18页。

(即在发展中国家之间迁移)案例的考察。中文学界有限的关注点集中在印度商人身上,因为1978年以后来华的印度人中,商人因其人数和经济地位往往成为在华印度社区的首领。但这些研究倾向于将“在华印度商人”当作一个同一的群体,认为他们在中国组成相对封闭的印度人社会,坚持自己的文化,坚守自己的生活方式。^①通过对在华印度商人的跨国网络和身份认同的结构特征及二者之间的关联进行研究,并对该特征的形成原因、影响及走向进行深入分析,本研究发现在华印度商人社区具有高度的差异性和复杂性。他们并不是一个同一的、封闭的群体。他们的跨国网络是在全球化高度流动性背景下形成的,基于印度商人具有层级的“套嵌身份”形成“分群”并进而“分层”的跨国网络,呈现出群体内聚集、群体外分离的特点,表现出个人主义和高度的“群体内集体主义”共存特征,由此也影响了他们在华社区的团结性。本研究采用定量研究和质性研究相结合的“混合研究法”(Mixed Methods)。在本研究中,定量研究主要指问卷调查;质性研究主要包括参与式观察法和半结构式访谈法。研究者先在长三角地区(上海、义乌和绍兴)的主要印度商人社区进行参与式观察,并通过两位关键信息人的帮助,采取线下发放和线上发放同时进行的方式,对在华印度商人进行了问卷调查。最后,共回收201份问卷,剔除了9份填答率过低的问卷,剩余192份有效问卷。然后在参与问卷填答的印度商人中选取参与者进行半结构式访谈。最后有20位来自长三角地区的印度商人接受了面对面访谈;还有2位来自广州的印度商人接受了电话访谈。

二、在华印度商人的跨国网络及其特点

“跨国网络”是当今流动时代捕捉复杂的迁移流动现象的一个重要概念,它包含几个重要的要素:跨国网络结构中的结点(个体或组织)、结点之间的联系、结点之间资源的传输转换。社会网络正是在跨国网络中产生的,与一定的社会资本相关,这种社会资本可以用来获得资源。有关跨国网络的理论不止一家,各有侧重点。其中,移民网络理论(Migration Network Theory)解释移民如何创造并维护和其他移民以及在母国的家人、朋友的联系,以及这如何导致了社会网络的产生。^②迁移系统理论(Migration Systems Theory)则探讨了迁移过程如何嵌入在更广泛的社会转型和发展过程之中。它关注迁移如何与商品、观念和金钱的流动与交换发生关联,而这又如何改变了母国和东道国迁移发生的初始条件。^③在高度流动性的时代,来华印度商人不再是囿于母国和东道国的移民企业家,而成为全球化背景下新兴的跨国商人。^④在他们的跨国网络建构中,商人、他们的社区和/或组织以及商品,都成为结点。在这里,商人和其社区/组织成为建构网络的主体,而商品成为一个起引导作用的结点,引导了人的行为。

(一)以人和社区/组织为结点的跨国网络

1. 印度商人全球商业贸易网络的扩张:将中国纳入

印度商人涌入中国,并不是新现象。首先,印度商人很早就开始在全球范围内建立贸易网络。甚至有学者认为,印度商人建立了“印度世界经济”版图。早在1600—1750年期间,莫卧儿王朝时代的印度商人就在欧亚内陆尤其中亚地区进行贸易活动,主要从事货币兑换/放款、商品零售和批发等生

① 贾海涛、唐姗:《在粤印度人状况初探》,载《世界民族》,2012年第3期。

② Douglas S. Massey, Joaquin Arango, Graeme Hugo, Ali Kouaouci, Adela Pellegrino and J. Edward Taylor, “Theories of International Migration: A Review and Appraisal”, *Population and Development Review*, vol. 19, no. 3, 1993.

③ Stephen Castles, Hein de Haas and Mark J. Miller, *The Age of Migration: International Population Movements in the Modern World* (Fifth Edition), Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014, pp. 43-44.

④ 卓嘉健:《从移民企业家到跨国商人:绍兴印度人的人类学研究》,载《绍兴文理学院学报(哲学社会科学版)》,2011年第5期。

意,或担任商品经纪人和投资家。^①

其次,虽然曾因各种原因多次中断,但印度商人的来华贸易活动具有悠久的历史。在汉代,中印之间就开辟了西域道、滇缅道和南海道等往来沟通渠道。在宋代,中国东南沿海地区对印贸易发达。但随着明代海禁的实施,自15世纪开始,印度人到访中国并常居的情况几乎不再发生。直到18世纪末期,一些印度商人从印度西海岸登船驶入中国沿海,才重新开始印度商人来华的历史。但这段商贸往来迅速加入了第三方即英国的力量,印度商人来华离不开英国东印度公司的势力。^②在1840—1911年期间,因西方殖民者的控制,中国和印度的贸易主要靠西方人转手。鸦片从印度大量运往中国,印度棉花也大量向中国倾销。民国时期,中印两国的贸易呈上升势头,但随着战争的到来而中断。直到1950年印度和我国正式建交之后,才重新开始贸易往来,但在1962年两国战争之后再次中断。^③

两国再次开始贸易往来是关系进入“平稳期”之后。随着中国改革开放,尤其是印度20世纪90年代初经济改革之后,两国的贸易量达到了前所未有的程度,直至中国成为印度最大的贸易伙伴。这个发展过程分为几个阶段。其一,改革开放后,一批印度商人从香港进入中国内地。在1978年以前,这些印度商人已成功地在香港建立起了全球性的贸易企业,他们多是中间商,在香港贸易和海外买家市场之间牵线搭桥,赚取佣金和管理费。随着中国作为廉价商品生产基地的发展和香港制造业的衰落,许多总部位于香港的印度贸易商迅速到中国内地,为其中间商业业务寻找更便宜的供应商。其二,随着1991年印度经济自由化和中印双边贸易关系日益正常化,印度本土的贸易商更容易直接进入中国内地。而中国市场也总能以极具竞争力的价格为印度和其他地区的市场供应某些商品。其三,20世纪90年代末发生的亚洲金融危机影响了当时以出口加工为主导产业的国家和地区,如韩国、日本、我国台湾地区,将在这些地方的印度商人吸引到中国内地。比如在绍兴柯桥有许多印度商人向中东市场出口纺织品,他们最初在韩国从事贸易活动,后来将办事处转移到了中国内地。^④因此,在华印度商人20世纪90年代开始在中国大陆建立的商业贸易网络,是他们在全球建构的商业贸易网络的一部分,是其在东亚地区的延伸。访谈中不少印度商人表示,他们在进入我国内地之前,就有非常丰富的作为跨国商人的经历,并在来时将之前的跨国网络和资源带进来。

2. 跨国社会网络和社会资本

在跨国移民的创业过程中,社会网络起到关键的作用。社会网络及其产生的社会资本有助于跨国移民解决在东道国开始贸易活动过程中的各种需求,比如资金来源、雇用员工等。社会资本/社会网络有哪些构成呢?首先是家庭/家族。总体上来说,家庭会为移民企业家提供好处,使他们能够减少交易和生产成本。^⑤史蒂芬·德尔(Stephen F. Dale)的研究表明,现代早期在中亚行商的印度商人,主要是在亲属关系的基础上建立起商业网络。他们自己也认为亲属关系是其公司的基础。^⑥在我们的问卷调查中,33%的在华印度商人由家人资助他们首次来华的旅费。在访谈中也发现,某些行业,比如餐饮业,以家庭/家族经营为主。家庭/家族不仅仅提供启动资金,还提供各种其他帮助,包括共享社会资源、行业经验和照料家庭以保证行商无后顾之忧等。家族经营中,家族长辈通常会对晚辈起到

^① Stephen F. Dale, *Indian Merchants and Eurasian Trade, 1600 - 1750*, Cambridge: Cambridge University Press, 1994, pp. 1 - 13.

^② Madhavi Thampi, "A Note on the Indian Population in China in the Nineteenth and Early Twentieth Centuries", *China Report*, 1999, vol. 35, no. 3, pp. 339 - 345.

^③ 薛克翘:《中国印度文化交流史》,昆仑出版社,2008年,第50—53页。

^④ Ka-Kin Cheuk, "Indians in the Chinese Textile City: Middleman Traders in Up-grading Economy", *Emerging Scholars 2012 Working Papers*, The New School for Social Research, 2012.

^⑤ Masud Chand and Majid Ghorbani, "National Culture, Networks and Ethnic Entrepreneurship: A Comparison of the Indian and Chinese Immigrants in the US", *International Business Review*, vol. 20, no. 6, 2011.

^⑥ Stephen F. Dale, *Indian Merchants and Eurasian Trade, 1600 - 1750*, Cambridge: Cambridge University Press, 1994, pp. 1 - 13.

一种“庇护”(Patron)的作用,比如帮晚辈保管薪水。25岁的ALR,目前在上海的一个印度餐厅工作。他的印度老板每个月帮他把大部分工资直接寄回去给他的父母。事实上,多位受访的印度老板都曾提到帮自己的印度籍员工往印度的家里转账的经历。调查显示,除了汇款,有四分之一的在华印度商人曾介绍亲戚朋友到中国来工作。

社会资本/社会网络的另一个构成是族群/族裔^①关系。同族群/族裔形成的移民社区内普遍所认同的公共文化、价值观和社会规范有助于形成更广泛的理解和信任。^②问卷调查显示,在华印度商人最主要的社会关系和社交圈以印度同胞为主。在192例中,有132例选择最好的朋友是“印度同胞”;有60例选择是“中国人”;有36例选择是“其他国家的人”;另有24例选择“没有最好的朋友”。因为是多选题,所以总数超过样本量。而在华印度商人最亲近的社交圈,虽然有超过一半的人选择“同事”,但仍有超过三分之一的人选择“印度同胞”,而“同事”中也有相当比例的印度人。

除了印度商人个人的社会网络,在华印度社区层面以协会、商会、行会等形式建立了各种社会组织,成为在华印度商人非常重要的族裔资源。上海印度协会(Indian Association, Shanghai)是上海印度人社区的顶级机构,由印度总领事馆主持和赞助,成立于2006年,由两个印度组织“上海印度妇女协会”(Shanghai Indian Ladies Association)和“上海印度商人协会”(Shanghai Indian Businessmen Association)合并组成。该协会在印度节日期间定期组织年度的慈善活动,邀请印度艺术家到沪演出,组织商业活动和多种文化体育活动,包括定期举行板球、网球、羽毛球和乒乓球锦标赛,在“瑜伽日”推广瑜伽,以及积极参加上海马拉松。由上海印度社区举办的年度献血营是上海外籍社区最受欢迎的活动之一。在长三角地区,除了上海印度协会,义乌和绍兴分别成立了“义乌印度协会”(Indian Association, Yiwu, Zhejiang)和“绍兴印度协会”(Indian Association, Shaoxing, Zhejiang)。“义乌板球联赛”在长三角地区的南亚社区中影响较大。该联赛开始于2017年10月,到目前为止,共成立了10个球队,有100多位选手,成员主要来自印度、巴基斯坦及其他喜爱板球的南亚国家。在绍兴的印度商人除“印度协会”之外,还有“柯桥印度社区”(Indian Community in Keqiao)和“绍兴印度商务协会”(Shaoxing Indian Business Association)两个组织。三个组织共同建立了一个网站,并共同组织“献血营”以及在印度传统节日时组织各类聚会。在珠三角地区,印度人的族裔社会组织主要分布在广州和深圳,主要有四个协会:“广州进步小组”(Guangzhou Progressive Group)、“广州印度人社区”(Guangzhou Indian Community)、“广东泰米尔社区”(Guangdong Tamil Community)和“深圳印度人社区”(Shenzhen Indian Community)。可以看出,在长三角和珠三角地区的印度商人,除了有以国籍身份为基础的组织之外,还有基于商业(商务协会)、趣缘(板球)、观念(进步小组)、族群和语言(泰米尔)的组织。这里面,除了基于族群和语言的组织之外,其他组织是跨越具体族群的,有时甚至超越了印度人范畴而扩展到其他南亚人群体。最有意思的是,印度人和巴基斯坦人在东道国超越了原有的政治分歧而进入同一个社交圈,尤其是围绕板球所组织的社交圈。

① 总的来说,印度的“族群”是一个多样的、多层次的概念。印度政府进行人口普查时,并不界定公民的“种族”(race)或“族群”(ethnicity)身份。在印度人日常生活“族群”的界定中,“语言”扮演着非常重要的角色。印度主要的族群群体隶属于两个语系:印度雅利安语系(Indo-Aryan)和达罗毗荼语系(Dravidian)。而每个语系之下又包含多个具体的语言。所有具体的语言都和某一个特别的族群紧密相连。在印度的现实生活中,语言、宗教、种姓和地区等因素交织,造成了“族群”界定的困难。“族群”概念是复杂的、异质的、流动的,并且不同群体可能存在重叠。有些学者估计,在印度有超过两千个的族群群体。参见 James Manor, “‘Ethnicity’ and Politics in India”, *International Affairs*, vol. 72, no. 3, 1996。本文所使用的“族群”概念,是复数的,并不指单一的印度族群,而是印度复杂多样的“众族群”中的某个或多个。本研究中所接触到的在华印度商人来自许多不同的族群背景,比如信德人、信仰锡克教的旁遮普人。文中从事“印度飞饼”行业的印度人则多是来自印度南部的泰米尔人。这里的“族裔”和“族群”可以通用,同样指多样的、复杂的而非单一的群体身份。

② Masud Chand and Majid Ghorbani, “National Culture, Networks and Ethnic Entrepreneurship: A Comparison of the Indian and Chinese Immigrants in the US”, *International Business Review*, vol. 20, no. 6, 2011.

(二) 商品作为结点的跨国网络

在跨国网络的编织中,除了以“人”作为结点之外,很多时候是以“商品”为结点的。印度商人编织的跨国商业网络不只包含了印度和中国,而是跨越全球。问卷调查显示,关于在华印度商人生产产品销售去向,55%的商品销往全球各地;25%的商品主要销往中国;9%的商品销往中国之外的地区,包含印度;8%的商品只销往印度。而这些商品往往带有跨国商人所属社区背后的文化特点。其中,最具特色的是从柯桥出口到迪拜吉拜阿里港(Jebel Ali)的纺织品和近年在国内流行的“印度飞饼”。

吉拜阿里港是世界上最大的集装箱码头之一,也是迪拜自由贸易区所在地。它同时是全球纺织品的一个中转中心。这里每天都有成吨的纺织品和服装从中国运来,这些货物到达之后或再出口到其他国家,或被送到附近港口的货仓或批发店铺。有趣的是,从事这些大规模的中国-阿联酋纺织品跨国贸易往来的商人,既不是中国人也不是阿联酋人,而是印度商人。迪拜经历了一个历史过程才成长为这个中转中心。最初在迪拜市场销售纺织品面料的是韩国人。他们在韩国生产纺织品,然后带到迪拜卖给阿拉伯客户和非洲客户。由于韩国人英语水平有限,因此雇用了会说英语的印度商人(尤其是信德商人^①)来做销售。之后,具有做生意天分的信德商人逐渐取代了韩国人的主导地位,成为链接纺织品贸易的供货商和客户之间的中间商。大量的印度商人在20世纪八九十年代涌入中国台湾和韩国寻找货源,因为这两个地方是当时世界纺织品的主要产地。随着20世纪末西方世界经济危机以及中国作为“世界工厂”的发展,大部分印度商人又转至中国内地。尤其随着绍兴柯桥成为“中国纺织品之都”,这里生产的低价纺织品,受到许多欠发达地区市场的欢迎。于是大批印度商人到柯桥落脚,依赖其良好的销售网络,将柯桥的纺织品卖到亚洲其他地区、欧洲和非洲。吉拜阿里港是他们的销售网络中非常重要的目的地或中转站。在柯桥,除了印度商人和其他从南亚来的商人之外,还有从韩国、沙特阿拉伯和伊朗等海湾国家来的贸易商。但这些商人主要是从中国进口纺织品到自己国家,只有印度商人担当着职业中间商的角色,将柯桥的纺织品销售到世界各地的市场^②。

近些年,在国内很多城市的酒店、餐厅或者美食城,出现了一种印度特色小吃——“印度飞饼”。“印度飞饼”主要由印度厨师制作,由于在制作过程中会将饼在空中抛来抛去形成弧线,比较具有观赏性。另外,在口味上,它也经过了改良,增加了很多不同的风味。“印度飞饼”来源于印度南部泰米尔纳德邦的一种面食帕罗塔(Parotta)。从印度的“帕罗塔”到中国的“印度飞饼”,经历了一个过程。1987年,一位叫阿哈默德(Ahamed)的印度泰米尔纳德邦年轻人在他家开的小食店加工帕罗塔。1990年,一位同乡带他到马来西亚,同样做帕罗塔售卖。四年之后,有一天,阿哈默德在做帕罗塔的时候把面团在空中抛来抛去,引起了一位马来西亚籍华人的注意。对方邀请他到中国,并许诺给他双倍工资。阿哈默德跟着那位马来西亚华人到了广州。1994年,广州的外国人还比较少见。他的深色皮肤吸引了不少中国人。这种抛来抛去做帕罗塔的方式也极具吸引力,因此以“印度飞饼”为名流行开来。阿哈默德在广州挣的薪水大大超出了他印度家乡的平均收入水平,因此他成了家乡数百村庄的榜样。1995年,他把表兄带到中国,随后,他的家乡越来越多的人加入去中国做“印度飞饼”厨师的行列。目前大约有成百上千名从泰米尔纳德邦来的“印度飞饼”大师在中国多个城市工作。2020年7月8日,

^① 信德人(Sindhis):在印巴分治之前,“信德人”指来自现巴基斯坦境内的信德省的一个宗教-族群群体。在1843年,英国占领了信德省,当地商人被一个国际商业网络“信德打拼”(Sindhwork)雇佣,被派往全球各地从商。“信德打拼族”(Sindhworkies)的招募和维持主要依靠亲属关系和其他非正式网络。这些商人每隔几年重返家乡被重新派遣,同时,他们的亲属网络使他们得以和家乡保持紧密联系。这些信德商人在以穆斯林为主的信德省,属于信仰印度教的少数族群。在1947年印巴分治、信德省被划归巴基斯坦以后,这部分信仰印度教的信德人变成了“无国者”(stateless),因为虽然他们定居于印度境内,但在印度没有他们可以宣称所有权的土地。分治之后,大部分信德印度教徒客居于拉贾斯坦邦、古吉拉特邦等地,相当数量的人迁居孟买,成为当地一支重要的商业力量。见 Claude Markovits, *The Global World of Indian Merchants, 1750-1947: Traders of Sind from Bukhara to Panama*, Cambridge: Cambridge University Press, 2004, pp. 1-9.

^② Ka-Kin Cheuk, “China-Dubai Textile Trade through Indian Connections”, *Insights*, no. 188, 2018.

《印度时报》(*Times of India*)发表了一篇名为《为什么这些印度帕罗塔厨师想回到中国?》(“Why These Indian Parotta Makers Want to Return to China?”)的文章。文章指出,在泰米尔纳德邦的拉马那普拉姆(Ramanathapuram)地区,有四百多位因疫情从中国返回印度的“印度飞饼”大师非常期待能尽早返回中国工作,因为他们在中国通过做“印度飞饼”大师挣了丰厚的薪水。不少人利用这些工资还了债、买了房或地、帮兄弟姐妹成家。因此他们渴望继续回中国挣钱。^①

在“印度飞饼”的故事中我们看到,一种极具地域性特色的商品,被印度移民带到了印度传统的海外侨民聚居地——马来西亚。它主要的目标顾客群体是那些在海外生活的印度裔。但偶然间,它被加入了新奇的元素而提升了吸引力,然后被带到了—一个具有较强购买力的新兴市场——中国大陆。这里的消费者对新奇的、来自异域的商品充满了好奇。“印度飞饼”的风靡使得更多的印度人加入迁移海外谋生的队伍。作为商品的“印度飞饼”因此串联起一个个跨国的网络。在访谈中,被访的在华印度商人多次提到中国的“印度飞饼”“不正宗”,而这种“不正宗性”正是商品在跨国情境下适应东道国的表现。

(三)在华印度商人的跨国网络及其特点

从上文对在华印度商人跨国网络的描述可以看出,该网络具有如下几个特点:首先,该跨国网络是全球性的,超越了印、中这两个来源国和东道国的范畴,作为商品的纺织品和印度飞饼所串联起来的跨国网络就是如此;其次,在华印度商人的跨国网络是分层的,呈现出个人主义和高度的“群体内集体主义”(In-group Collectivism)共存的特征。“个人主义”是指印度商人十分强调个人成就,自己做老板,即使所从事的贸易可能是较低层次的。而“群体内集体主义”是指他们十分依赖家庭/家族成员,这和上文的发现,即“在华印度商人最主要的社会关系和社交圈以印度同胞为主”,是一致的。但“群体内集体主义”不会扩大到更广泛的印度族裔。换句话说,在更广泛的海外印度人社区里,印度商人的贸易网络的建构是依赖有亲近关系的其他印度人,最常见的是家庭/家族成员,甚或是印度社区之外的其他社会的成员,而不是自己家庭/家族以外的印度人,他们对更大的族裔社区没有太多要雇佣的责任感。^②本研究的问卷调查也印证了这一点。对在华印度商人的职位和同事的国籍背景进行交叉分析后发现,除了印度人为公司“中层”时,同事“中印都有,大部分是印度人”的比例最高之外,其他不论印度人在华职位情况如何,同事“中印都有,大部分是中国人”都是最常见的情况,并且其占比远远高于其他情况。尤其是在印度人作为公司老板的情况下,他/她最具有人事决定权,而此时他/她的同事“中印都有,大部分都是中国人”的比例最高。这说明,印度商人在生意的运作中更倾向于遵循任人唯贤的原则,而不是依赖普遍的印度人社区。从纺织品贸易和印度飞饼生意的跨国网络中也可以看出,印度商人在华的贸易网络,依据商品或生意不同而由某个地区或具某个种姓/宗教/语言/地区等背景的印度人所主导和把持,比如在柯桥从事纺织品出口生意的多是信德商人,而在华的“印度飞饼大师”都是来自泰米尔纳德邦某些地区的乡亲,从而形成了整体分裂、内部群聚的网络。而且,虽然“内部群聚”,其整体是开放的,并不封闭。那么这种格局是如何形成的呢?

三、“套嵌身份”、分层的网络和脆弱的团结

在跨国迁移过程中,移民对母国、东道国的认同和自己移民身份发生了变化。最新的有关“跨国

^① M. K. Ananth, “Why These Indian Parotta Makers Want to Return to China”, *Times of India*, July, 8, 2020, http://timesofindia.indiatimes.com/articleshow/74113505.cms?utm_source=contentofinterest&utm_medium=text&utm_campaign=cppst_prime.

^② Masud Chand and Majid Ghorbani, “National Culture, Networks and Ethnic Entrepreneurship: A Comparison of the Indian and Chinese Immigrants in the US”, *International Business Review*, vol. 20, no. 6, 2011.

认同”的理论强调移民和多个社会同时保持着二元甚至是多元的关系,跨国认同由多种多样的归属碎片所组合而成,是混杂的、内部充满了张力,并且随着时空变化而发生变化。^①“套嵌身份”(Nested Identity)的理论即描述了这种跨国主义时代多重身份认同的情况。“套嵌身份”由低等级和高等级的身份组成,较高的包含较低的。这些身份在功能上都是不同的:上一级的身份是确保个体会被集体接纳,而子群体身份是为了彰显个体在更大的社会类别中的独特性。上文提及的“群体内集体主义”显示整体的在华印度人社区并不是一个同一的、封闭的群体,其跨国网络是分群的,呈现群体内聚集、群体外分离的特征。这和在华印度商人的“套嵌身份”紧密相关。而“套嵌身份”的层级之分使得在华印度商人“分群”的跨国网络进一步“分层”,进而影响了在华印度商人社区的团结性。

(一) 海外印度商人的“套嵌身份”

印度海外移民的“套嵌身份”分为四层:第一层是与来源地有关的身份(比如旁遮普人、信德人等);第二层是宗教(锡克教徒、印度教徒、穆斯林或基督徒);第三层是国族身份(印度人);第四层是与东道国有关的身份。^②对于在华印度商人来说,“与东道国有关的身份”在本文指“移民身份”,他们首先是“外籍商人”“游客”,或“外籍配偶”。其次是“同为在华印度人”的身份。这两层是这套“套嵌身份”中外围的、低层的身份。然后是“宗教身份”,最后是与来源地有关的身份。在印度,因为种姓制度,“来源地”身份通常与职业身份、种姓身份和宗教身份紧密联系在一起,成为海外印度人身份认同的核心部分。这种“套嵌身份”格局影响了在华印度商人的网络以及他们在华的身份认同。

(二) 外围“套嵌身份”和社区的脆弱性

在华印度商人“套嵌身份”的外围身份包括“与东道国有关”的移民身份(尤其是作为“外籍跨国商人”)和“同为在华印度人”的身份。这两层外围的、低层的身份决定了在华印度商人具有较高的流动性。这主要是因为:首先,如前文所述,中国目前是在华印度商人全球跨国商业网络中的一环,但未来如果在这里所获得的收益下降,他们就会继续去寻找别的更有利可图的市场;其次,中国的移民政策并不支持这些印度商人永久居留,因此他们在中国无法实现“定居”。正是因为大家都具有高流动性,使得 PVA 在描述自己亲近的朋友圈时提到“总是新人来,旧人走”,因此很难形成一个相对稳定的侨民社区。

“我的大多数朋友都来自印度,我们确实遇到了很多来自美国、欧洲、巴基斯坦和其他地方的外国人……这不像印度,你结交了自己年龄段的朋友,因为在这里我们找不到我们这个年龄段的人,所以我们试着和年轻人相处,他们很尊重我们。我们举办像‘夫妻凑份子’这样的活动,每月见一次面。如果轮到我,我会组织一些午餐或晚餐,在餐厅聚会,安排一些游戏。我们有 13 对夫妇;我们也会去野餐,所以这很有趣。我和我丈夫开始组织的这个活动,现在我们所有人已经变得像一个家庭。但你知道这里的生活是如何的,人们来这里工作五年然后又离开了,有些人搬到了新加坡,有些人搬回了印度。因此,总是新人来,旧人走。”(PVA, 女, 57 岁, 印度餐厅老板)

高度的流动性造成了在华印度人社区处在不断地更新变化之中,由此带来了不稳定性和脆弱性,也影响了社区认同和团结的形成。

^① 丁月牙:《论跨国主义及其理论贡献》,载《民族研究》,2012年第3期。

^② Nachatter Singh Garha and Angela Papparuso, “Fragmented Integration and Transnational Networks: A Case Study of Indian Immigration to Italy and Spain”, *Genus*, no. 74, 2018.

(三)核心“套嵌身份”的多样性

印度海外移民“套嵌身份”的核心层包含了语言/地区认同和宗教认同。语言是形成族群认同的一个非常重要的元素,因为语言不仅将海外侨民聚集在一起,也将他们和母国的文化、传统和价值体系联系在一起。宗教是另外一个助力印度移民保持个体自我意识和群体团结的身份标签。而这些认同维度都和种姓身份交织在一起。与语言、地区紧密相关的烹饪、食物、服装和音乐等也维持着一种情感的联结。^①这些“套嵌身份”的不同层级之间可能产生互动,从而形成不同的组合格局。

而印度海外离散族群社区在核心认同基础的几个指标上,都具有少见的多样性。从语言和地区上来说,形成了一系列以语言、地区、种姓和商贸行业为认同基础的团体,比如旁遮普人、古吉拉特人、信德人、泰米尔人等。这些在历史上就形成的团体,随时代的变化不断向印度之外的地区发展,在世界各地形成海外离散族群社区。^②过去几十年,旅行、运输和通信技术的发展使这些海外离散族群社区和母国的本族群社区关系更近,彼此之间聚集起来,形成了一个内部联系紧密、外部相对封闭的网络。这其中,信德商人是一个典型的例子。

信德商人是目前在华印度商人中占比最大的一个群体,他们也是印度最早在海外从事商业活动的族群之一。信德人社群内部十分团结,语言和血亲关系成为他们强烈的族群意识的基础。他们的家庭联结非常强,这不仅为他们提供了情感的、社会的和个人的需求,也有利于经济利益。在此基础上,他们具有很强的、紧密联系的全球网络,这些网络包括了各种形式的资本的交互流动,如实物资本(比如,通过亲属招聘和公司内部流通等方式流动的人力资源)、货币资本、社会资本(合资企业)和文化资本(通过门当户对的内婚制等做法,在内部寻找配偶,从而让族群的网络更加牢固,族群的边界也更加清晰)。并且这些资本的流动并非一成不变,而是随着全球转型而不断变化的。^③家庭之间的庇护关系(Patron-Client)对信德商人网络的出现和维护至关重要。某个商家将员工带出来,就要对其双亲负责。信德商人的成功,很大程度上是这种“庇护关系”的结果——主要建立在家庭/家族关系基础之上的战略联盟和联系。在这种紧密的、相对封闭的庇护关系网之下,非信德人身份的其他印度人是很难进入的。因此,他们内部形成跨越全球的亲密网络,但和别的印度人社区则保持较远的距离。

除了信德人社区之外,还有旁遮普人、古吉拉特人、泰米尔人、马来亚利人、泰卢固人等各自组成的全球网络。在全球范围内多个有影响力的海外印度侨民组织也以此为基础,比如“世界泰卢固联合会”(World Telugu Federation, WTF)、“世界旁遮普组织”(World Punjabi Organization, WPO)。前文也提到,在广东有“广东泰米尔社区”(Guangdong Tamil Community)组织。包括印度本土和海外离散族群社区在内的印度人社会,就是由多个这样的社区网络组成了内部紧密、外部松散的分裂社区。因此,虽然外人看起来是印度人和印度人之间形成紧密的网络,但事实上在印度人内部,哪些印度人和哪些印度人形成更为紧密的关系,是因彼此的“套嵌身份”格局不同而不同的。

(四)分层的跨国网络和分裂的社区

因此,印度的离散族群社区在语言/地区/宗教的基础上形成不同的“分群的”身份团体。而“套嵌身份”的层次之分,将“分群”的跨国网络“分层”了,由此也加深了印度离散族群社区的分裂。首先,这些内部联系紧密的跨国网络,将那些处在这些主流身份团体之外的印度人排除了,使得他们成为游离的个体,处在社会网络和社会资本的下端。比如40岁的MAK,来自拉贾斯坦邦的低种姓背景,

^① Ajaya Kumar Sahoo, “Issues of Identity in the Indian Diaspora: A Transnational Perspective”, *Perspectives on Global Development and Technology*, vol. 5, no. 1-2, 2006.

^② 吴永年、季平、韩华编著:《印度商人》,江西人民出版社,1998年,第60—61页。

^③ [印]玛姐玉:《来自分裂国土的商人》,载[印]沙美智、[中]章可主编:《黄浦江上的飞鸟:上海印度人的历史》,上海人民美术出版社,2018年,第126—127页。

没有强大的社会资本,完全靠自己在义乌以勤奋来弥补社会资本的匮乏。作为中间商,他跑遍中国多个省份,为客户寻找最便宜的货源;为了更加适应在中国的环境,他努力学习中文。访谈时他已经能说不错的中文了。另一个印度商人 SAK,也处于在主流的语言/地区/宗教的基础上形成的身份团体之外。在中国,除了“套嵌身份”中比较外围和低端的“在华外籍商人”和“同为印度人”的身份外,没有其他身份可以让 SAK 和其他印度人结成非常深厚的关系。

“我在中国没有最好的朋友,我出了交通事故之后,当我在医院住了 29 天时,我意识到我是一个人,甚至那些曾经大部分时间和我一起的朋友也不再联系我。他们一开始还来医院,但后来他们都避开我。那一刻我对友谊的想法完全改变了。我在中国认了一个姐姐,她每年在‘佩镯节’那天从绍兴到上海来见我。‘佩镯节’里姐姐给兄弟系上用彩线编的手镯,以纪念姐妹和兄弟之间的爱和保护。她是一个很好的女商人,我曾帮助她跟印度做生意,并帮助她学习英语。我们的关系已经四年了,当我在医院的时候,她是唯一一个帮助我的人,她曾经给我带食物和粥。甚至她的全家人都把我当作自己人来对待。”(SAK,男,39岁,贸易商人)

其次,在这些“分群”的跨国网络内部,也会形成层级。比如作为认同形成基石之一的宗教,也会造成社区的分裂。除了信仰不同的宗教之外,同一宗教内部也会因“是否虔诚”以及“虔诚的程度”形成区分。虽然印度教是目前在华印度商人中最大的一个宗教群体,但调查显示,绝大部分人认为自己只是名义上的印度教徒。而信仰锡克教的锡克族人在人数上虽然属于小众,但他们信仰更虔诚,在上海、义乌和柯桥都建立了聚会的谒师所。那些印度教徒中比较虔诚的信徒,因此到锡克教徒的谒师所去参加聚会,在印度商人中人数较多的信德人和泰米尔人尤其如此。从这里可以看到“套嵌身份”的不同层次间发生了互动和交融,同时,信德人和泰米尔人还用“是否虔诚”的标准进行区分。

再次,除了种姓、宗教之外,经济水平以及与此相关的阶层地位,也会造成在语言/地区/宗教基础上形成的身份团体的分裂。本研究的问卷调查显示,年收入在 10 万以下、10 万—20 万、30 万—40 万、40 万—50 万、50 万及以上人民币的受访印度商人的占比分别为:30%、19%、14%、14% 及 14%。这说明在华印度商人内部的收入差距比较大。造成这种差距的原因可能有两个:第一,生意的类型和规模有差异。总体上来说,在绍兴柯桥经营纺织品生意的利润比较薄,而其他行业,比如印度餐厅,年收入相对较高。受访的几个餐厅的老板也成为当地印度人社区的重要人物。第二,在华印度商人在生意中的地位,比如雇主和雇员,也造成了差异。即使是家庭/家族内“庇护关系”为社会资本主要特色的信德商人,其内部关系也会因雇主—雇员的地位不同而受影响。比如访谈中在义乌经商的 LAV 说道:

“信德商人中的大老板一般坐镇在别的地方,比如中国香港、中国台湾甚至海外。在义乌,他们在自己人里雇佣可以信任的人,通过熟人推荐,到义乌来。很多人雇佣自己家族内部经济状况不如自己的亲戚。不过有的人会善待自己家族的人,提携他们;但有的人则会像对待普通学徒一样对待他们,盘剥他们的劳动。”(LAV,男,45岁,贸易商人)

最后,因为在同一个地区的印度商人往往从事同一个行业,比如义乌的小商品批发、绍兴柯桥的纺织品生意,因此往往会存在生意上的竞争。这也可以从他们平时的相处中看出来。比如在访谈中

有人提到,在义乌,部分印度商人会每个月在当地的印度餐厅聚餐。虽然聚餐很热闹,但他们很少提及生意,因为谈论生意有可能会透露自己的某些商业机密,从而让别的印度商人抢了单。这种关系形态反映了整个在华印度社区的关系格局。一方面,跨国迁移以及在中国生活的经历将“印度人”聚集在一起,如上文所述,这种社交聚集有时候甚至会超越“印度人”范围而扩展到其他南亚人群,甚至包含政治对立的巴基斯坦人。类似情形可能在印度国内不会发生。但另一方面,这种社交聚集是相对暂时的、松散的,彼此的纽带是较弱的。在华印度商人中,最强的纽带仍然是核心“套嵌身份”相同的群体——拥有相同的语言、地区和/或宗教认同的群体。这是由几种因素交织促成的。首先,如前所述,印度商人来华的首要目的是拓展全球性的商业贸易网络,而既有的核心“套嵌身份”是最可资利用的社会资本;其次,中国现有的移民政策决定他们只能在中国“暂居”,这就决定了他们在中国的生活仍是以商业盈利为首要目标,因此会对能带来利益的核心“套嵌身份”更为倚重。

四、结论和讨论

使用混合研究法,本文探讨了在华印度商人跨国网络和身份认同的结构特征及二者之间的关联,发现在华印度商人社区充满了高度的差异性和复杂性,并不是如有些既有研究所认为的那样是一个同一的、封闭的社区。首先,整体上,在华印度商人的跨国网络不仅仅囿于印度、中国这两端,而是全球性的。这个发现得益于本文所采用的扩展的时空视角,即在一个更大的时空范围探讨印度商人的跨国网络。一方面,在一个更长的时段内、从历史考察入手;另一方面,在一个更大的地域范围,突破母国、东道国两端而在一个全球流动的背景下考察。

其次,在华印度商人的身份认同是一种分层的“套嵌身份”。其核心层包含了与种姓身份紧密交织的语言、地区认同和宗教认同。印度社会在这几个指标上的多样性,造成了在华印度商人“套嵌身份”各层次的多样性。这种多样性及各层次之间的互动,将印度商人社区在语言、地区、宗教等基础上分成不同的群体,这造成了在华印度商人跨国网络的“分群”,即形成“群体内聚集、群体外分离”的特点,表现出个人主义和高度的“群体内集体主义”共存的特征。

最后,在华印度商人的“套嵌身份”也是分层的,不仅有外围层和核心层之分,其建立于语言/地区/宗教基础上的核心层也有层内/层外之分;同时,在核心层的主流身份群体内部,也有进一步的分层。这些身份的分层,也将在华印度商人“分群的”跨国网络进一步“分层”。相对而言,那些处于“套嵌身份”核心层的主流身份群体,拥有更多的社会资本,流动性更高,流动能力更强,跨国网络更具全球性。而那些处于核心层主流身份群体之外的人群,则掌握的社会资本更少,流动性更低,流动能力更弱。虽然跨国迁移的经历会加强不同层级的印度人之间的社交关系,但对商业利益的追求会让这些印度商人更看重能带来全球性社会资本的核心“套嵌身份”。

这些研究发现对理解在发展中国家之间迁移的“南南迁移”跨国流动具有多重启发意义。第一,从某种程度上来说,具有核心“套嵌身份”的印度商人在中国的关系格局,是对印度本土基于语言/地区/宗教的关系格局的延续,比如本文所提到的信德人、泰米尔人等。但没有这些身份的印度商人则需要在东道国开拓属于他们自己的社会资本,因为他们在印度的社会关系无法复制或延伸到印度之外。第二,掌握全球性资源的印度主流身份群体可以不用和东道国社会有太深的接触就能将手中的各种资本转化为利益;而社会资本更少的非主流身份群体则需要更深地扎根东道国社会来获取资源,因此可能对东道国社会的融入更深。比如,他们可能更好地掌握了东道国的语言和文化,或者和当地人有更紧密的关系。这和以往以定居为目标的发展中国家民众向发达国家迁移的“南北迁移”案例非常不同。在“南北迁移”案例中,通常是社会资源更多的群体才能更好地融入东道国社会而实现永久

移民。第三,作为“南南迁移”中的东道国,我国现有的移民政策决定绝大多数印度商人仅仅将中国作为商贸活动的暂居地,这使得他们形成的跨国移民社区和“南北迁移”中以“定居”为目标的移民社区相比,更具高流动性和不稳定性,其社区团结也更脆弱。但从长远来看,在我国移民政策不变的前提下,在华印度商人社区的这种格局对两国的商业贸易是有积极影响的。一方面,处于“套嵌身份”核心层的主流身份群体更能建构具有全球性的商贸网络。他们对在华营商的看好将更有助于我国商贸融入全球市场。另一方面,那些不具有主流身份的群体和我国社会之间能进行更深入的交流,有助于促进中印民间社会的互通。

Abstract Among foreigners residing in China, Indians are a relatively large group. Indian businessmen have formed notable Indian communities in places like Shanghai, Yiwu and Shaoxing in southern China. However, research on Indian businessmen in China is limited and tends to treat them as a homogeneous and closed group. Based on the data obtained through the mixed research method, this paper finds that the transnational network of Indian businessmen in China is global, far beyond the scope of the two countries as the origin country and host country. Their transnational network shows the characteristics of “in-group aggregation and out-group separation”, featuring the coexistence of individualism and a high degree of “in-group collectivism”. Therefore, the Indian businessmen community in China is not homogenous and closed, which is closely related to the “nested identity” of Indian businessmen. The hierarchical division within the “nested identity” leads to further stratification of the “grouped” transnational network of Indian businessmen in China, which in turn affects the unity of the Indian businessmen community in China.

(黄玉琴,教授,华东理工大学社会与公共管理学院社会学系,上海,200237)

[责任编辑:石茂明]