

跨国空间下消费的社会价值兑现*

——基于美国福州移民两栖消费的个案研究

黎相宜 周敏

提要:在借鉴跨国主义理论研究最新成果的基础上,本文试图建立“消费的社会价值兑现”的分析框架来解释国际移民跨越国境的两栖消费现象。我们通过移居美国的福州移民的个案,发现福州移民在其消费过程中,更多地通过在祖籍地的炫耀性、互惠性消费以及代理消费来完成其消费的社会价值兑现,并以此来实现社会地位的提升,也同时改善侨乡福利。福州移民的两栖消费作为个体的日常跨国实践,使移民个体得以充分利用不同民族国家在世界体系中发展水平的落差,实现其社会地位的最有效的表达,并在一定程度上减缓了跨国流动对侨乡与移居地社会的资源分配不平等的冲击,也间接地为移民适应移居地的社会逆境提供了帮助。

关键词:消费的社会价值 两栖消费 跨国空间 华人移民 侨乡

一、问题缘起

国际移民作为投身全球劳动力市场的主体,其跨境迁移的原因、过程以及对于祖籍国或移居国劳动力市场的影响已在学界广为探讨,但对于国际移民的消费行为模式及其后果则少有考察。在为数不多的国际移民消费研究中,以往学者大多仅侧重于移民在移居地的消费,而且把研究建基于一个有争议的前提之上,即将国际移民视作移居地的“完整公民”(full citizen),拥有完整的消费权利,可以主动地、不受任

* 本研究受到“理论粤军·广东省优长学科特色学科建设:广州社会服务与管理创新项目”、新加坡南洋理工大学文学院教授科研启动资金、中央高校基本科研业务费专项资金资助。中山大学王宁教授对本文核心观点的形成提出了建设性的意见,广州市社会科学院陈杰一同进行了部分田野调查,特此感谢!另外,本文曾在2013年中国社会学学术年会“消费社会学论坛”上宣读,感谢与会老师的点评。最后感谢匿名审稿人提出的中肯的修改意见。文责自负。

何限制地进行消费,并通过消费来实现在移居地的社会文化适应、表达其族裔身份认同以及表现其社会地位的特征(Morrison, 1980; Hao, 2004; Abizadeh & Ghalam, 1994; Peñaloza, 1994; Lee & Tse, 1994; Lee, 2000)。但也有一些研究涉及到移民在移居地消费所面临的结构性限制,如阶层与种族界线对于移民消费能力和选择的制约(Cvajner, 2013; Schler, 2003; Wang & Lo, 2007)。事实上,国际移民的消费除了受到价格的硬约束,还受到移居地的种族分层制度以及全球种族等级排列的制约。即使是拥有一定经济实力、但在种族分层结构中居于中下层的移民,也很难通过如在移居地的消费来提高声望并获得主流社会的认同与接受(Ong, 1999),更遑论无证移民等经济地位低下的移民。如在移居地实施托斯坦恩·凡勃伦(Thorstein Veblen)所提及的“炫耀性消费”^①,不仅难以获得个体社会地位的提升,还有可能被主流社会斥为“暴发户”(nouveaux riches)并引起公众反感(凡勃伦,1964/1899:55-79、86)。这些消费方面的结构性限制是国际移民在移居地面临的一种普遍现象。

但是,国际移民并非是被动地适应这些限制的。以往的研究忽略了移民本身的主观能动性,很少去深入讨论移民如何积极地应对结构性的限制,最大限度地实现消费价值。例如,跨国移民选择季节性回到祖籍地释放在移居地被抑制的消费,以此寻求社会声望的提升(参见普里斯,2000;李明欢,1999)。这种压缩某一空间的消费而将其用于另一空间的消费的策略,在近期的社会学研究中被称作“两栖消费”(王宁,2005;王宁、严霞,2011)。

基于此,本研究在借鉴跨国主义理论研究最新成果的基础上,试图建立“消费的社会价值兑现”的分析框架来解释国际移民跨越国境的两栖消费现象。消费价值包含功能性价值和非功能性价值两个部分。功能性价值指的是个人对于商品所带来的用于完成其基本劳动力再生产的物质需求,而非功能性价值指的是个人对于商品所期望的、除去功能性价值的符号需求,如享乐价值和社会价值。国际移民在移居地的消费活动大多只能实现消费的功能性价值,但消费的非功能性价值则受到不同程度的结构性限制。而在全球化和区域性不平衡发展的脉络

① 商务印书馆蔡受百的译本中将 conspicuous consumption 译作“明显消费”,为了行文一致,本文全部采用“炫耀性消费”。

下,国际移民又有可能将消费的非功能性价值通过跨国实践从移居地转移到祖籍地,从而实现享乐价值和社会价值的兑现,亦即通过“两栖消费”实现社会地位表达。

以往有关研究文献虽然也提及了阶层与种族两方面因素会影响国际移民在移居地的消费活动和行为,但仍过于偏重种族因素对少数族裔移民个体的作用(Wang & Lo, 2007; Ong, 1999)。在实际生活中,阶层与种族往往是高度重叠、相互作用的。比如,对于来自较低社会经济背景的移民和那些被视为没有“合法权利”的无证移民来说,他们不仅面临着移居地社会的种族歧视,而且还面临着更为严峻的经济层面上的挑战。他们虽然在地理上跨越了民族国家边界,但其消费活动却无法跨越阶层与种族的多重限制。我们认为,对劳工移民尤其是无证移民进行研究,更能考察阶层与种族这两个因素是如何在国际移民身上产生交互作用并影响其跨越国境的两栖消费的。

因此,本研究将聚焦于一个特殊的劳工移民群体——美国的福州移民。在持续流向美国的福州移民潮中,合法与不合法、正常与非正常移民的移民渠道一直交织在一起。通过非正常渠道出国的福州移民大都经历了(或正在经历着)相当长时间的“无身份”过程,有些则有幸遇到移居国的大赦或通过难民申请等方式成功地完成身份的转变,成为“合法移民”(李明欢,2005)。对于福州移民来说,不管有无“合法”身份,都受到“无证移民”的污名影响,这种特殊的经历也会影响群体层面的两栖消费行为。本文将以在美国的福州移民作为研究对象,探讨以下几个相关问题:福州移民消费的非功能性价值,尤其是社会价值是如何在移居地产生的?他们又如何通过两栖消费来实现其消费的社会价值兑现?消费的社会价值在跨国空间的兑现与转移对移民个体与社会带来了怎样的影响?我们将采取跨国多点民族志(transnational multi-sited ethnographies)的方法,根据福州移民的流向,沿着他们的祖籍地——侨乡,延展至海外的移居地,对福州移民、侨眷、侨乡地方社会及政府人员等相关群体进行深入的调查。田野调查地点主要在福州市廉县官镇^①以及美国纽约唐人街的东百老汇大街、布鲁克林区的第八

^① 流向美国的移民主要以廉县、乐县居多。廉县位于福建省东部沿海,辖22个乡镇270个村居,户籍人口64.14万,常住人口56.6万(2012年数据)。廉县海外华侨华人及港澳台同胞达33万余人,分布在59个国家和地区,且其中大部分为新移民,全年海外侨汇都在3亿美元以上,是福州市的重点侨乡。本文所涉及的人名及地名均做了匿名处理。

大道等福州移民聚居区。^①

二、全球链下的消费的社会价值兑现

消费行为总是发生在一定的时间和地域空间内的,如何理解不同群体在不同时空背景中的消费行为,已经成为消费社会学研究领域一个极具潜力的问题域(参见王宁,2005;刘飞,2007)。我们在本文关注的主要问题是消费者为什么会在不同的社会空间中采取不同的消费策略。首先,我们需要理清本文所涉及的一些基本概念。

在消费过程中,个体或家庭的收入与其消费的各种不同类型的物质和非物质资料(包括劳务和服务)支出的比例关系被称为消费结构(consumption structure)。人们每项消费支出都是为了实现某一特定价值。消费价值是指商品对消费者需求的满足程度,包括(用于完成基本劳动力再生产的)功能性价值和非功能性价值(如享乐价值和社会价值等)。消费者对于商品的不同需求的比例关系被称之为消费价值结构(structure of consumption value)。^② 随着现代社会的生产效能及商品化的发展,商品除供应消费者最基本的功能性需求以外,可供应非功能性符号需求的空间也越来越大,炫耀性消费就随时准备吸收这个余额(凡勃伦,1964/1899:55-79、86)。当个体的收入超过劳动力再生产所需要的收入之后,实现劳动力再生产的边际效应递减,从而增加了消费者对于非功能性价值的追求。

凡勃伦虽然考虑到随着美国城市化后,人口流动日趋频繁,使得炫耀性有闲及代理有闲逐渐让位于炫耀性消费及代理消费,但他所说的这种炫耀性消费,更多还是在一个相对同质与静态的系统里完成的,较少考虑到全球化所带来的急剧的跨国人口流动以及国际移民实现社会地位表达的空间的开放性、多元性与动态性,也没有考虑到移民消费的

① 我们的田野调查于2011年7、8月在福州进行,2011年12月-2012年2月期间在美国纽约完成。搜集材料的方式主要是参与式观察与深度访谈。

② 布希亚曾区分了四种不同的价值逻辑,即遵循效用原则的使用价值的功能性逻辑、遵循等价原则的交换价值的经济逻辑、遵循差异原则的符号价值的差异性逻辑、遵循矛盾原则的象征交换的逻辑。对布希亚来说,只有符号价值的差异逻辑才是真正的消费逻辑(参见林晓珊,2010)。本文所指的消费的社会价值也主要是从符号价值的角度来讨论的。

非功能性符号需求所受到的结构与空间上的局限,而这种限制一般表现为同一国度空间下个体难以跨越的种族与等级差异(参见 Hanser, 2008; 蓝佩嘉, 2011)。比如,对于国际移民来说,他们的消费功能价值和部分享乐价值一般都可以在移居地兑现,而社会价值兑现则受到移居地社会分层结构及“天花板效应”的限制。因此,当消费的社会价值在移居地大量产生而又无法在移居地实现时,国际移民往往会采取跨越多个社会空间的策略将消费的社会价值转移到祖籍地来兑现。

消费的社会价值转移的现象体现了跨国移民在社会结构制约下的主观能动性,它不仅与个人的经济能力、社会经济背景有关,还与群体在移居国的社会境遇、移居国对于移民群体的接受程度等中观因素有着密切关系。此外,全球阶层与种族的等级排列次序、国家间的货币汇率、不同民族国家在世界体系中的落差等宏观因素也对国际移民的消费模式有着不同的影响。上述微观、中观与宏观层面等各种因素交互作用,往往会形成一种消费的社会价值在跨境体系中兑现的特殊现象。下面我们将以流向美国的福州移民群体为个案,具体分析这种现象的形成过程、发生机制及其社会后果。

三、“黑着”^①:社会价值的产生

中国改革开放后,在持续不断的国际移民潮中,有不少属于通过非正式渠道跨境流动的无证移民,其中以福州“偷渡客”最引人注目。许多研究者对福州移民,尤其是他们跨国迁移的原因、形态、社会适应及移民产业链做了探讨(Chin, 1999; Chu, 2010; Liang et al., 2008; 李明欢, 2005; 庄国土, 2003, 2006a, 2006b; 林胜, 2002)。我们首先从移居地的视角来探究福州移民消费的社会价值产生的动因和机制。

(一) 紧缩的消费策略:消费的功能性需求降低

消费的社会价值产生首先与消费者对于商品所满足的(仅用于劳动力再生产的)功能性需求程度有着密切关系。众所周知,国际移民

^① “黑着”以及后文的“黑”描述的是福州移民由于从非正式渠道入境而没有合法的身份,受到移居地主流社会及同族裔社区内其他移民歧视的状态(参见卞, 2001)。

(尤其是低技能劳工移民)在迁移后通常会遭遇严峻的经济困境。为了度过最初的艰难时期,他们甚至会接受比移民前更低的工资收入,因而给自己和家庭带来了沉重的经济压力,迫使其重新评估生活方式并调整消费支出结构,也即消费的向下调整(downward adjustment in consumption)(Lee & Tse, 1994; Broadfoot, 1986)。移民的社会经济背景与移居地人口的平均社会经济地位的差异越大,他们越可能采取紧缩的消费策略和积极的储蓄策略(Schaeffer, 1995)。

对于通过包括偷渡在内的各种非正式渠道进入美国的福州移民来说,情况尤其如此。一方面,偷渡使得福州移民在迁移过程中丧失了社会声誉而污名化;另一方面,福州移民所背负的沉重的债务“脚镣”(目前的偷渡费用达8万美金之高),使他们在迁移后相当长一段时间内必须面临社会地位向下流动的困境。为了偿还债务并赚钱补给家用,福州移民来美后主要分布在纽约及周边州的餐馆工作。日复一日、繁重重复的体力劳动将这批前农民逐渐转变成为现代世界生产政体中的工人。在福州的外卖餐馆中,移民逐步将自己的身体“规训”成“劳动机器”,以符合全球资本对于劳动力再生产的要求(福柯, 1999: 227; 黄志辉, 2010)。他们不仅被迫接受资本压榨劳动力再生产成本的低薪工作,还会尽量压低自己在移居地的消费成本,低水平地维持其消费的功能性价值。

近年来随着纽约开店成本的升高,早期主要集中在纽约的福州外卖餐馆部分开始迁往纽约市郊甚至附近的州(主要在新泽西、宾夕法尼亚、康涅狄格、北卡罗来纳及南卡罗来纳等)。很多新来的福州移民的工作地点大多分布在上述华人稀少的地区。这种工作与居住高度重合的时空格局,加上语言文化的隔阂,在很大程度上让他们的日常生活变得单调,也使他们的消费被严格控制在最低水平上。而这种生活方式也出自于移民无奈的自我选择。不少福州移民表示,在纽约外州打工的工钱比在纽约更多,而且由于没有熟悉的华人社区也即适当的同族裔消费场所,他们朋友聚会、购物等额外消费也大量缩减,因而能够存下不少的钱。住在福州官镇珠村的邹女士有两个儿子分别在宾夕法尼亚和康涅狄格的餐馆工作,她在访谈中说到:

他们在外面的很多人都不会直接选择住在纽约中心,因为那里很多老乡,房租又很高,生活成本很高。而且老乡非常多,如果

在中心工作的话,经常被老乡约去吃饭喝茶什么的,赚的钱很快就花完了,根本哪有钱剩下来。所以很多人都选择在郊区,或者山区里面生活,这样子一个月可能都见不到几个中国人的,只是白鬼黑鬼(指白人、黑人——笔者注),他们也就能够安心工作,能够把钱存下来。(2011年8月2日下午笔者在福州官镇某村对村干部邹女士的访谈)

在纽约附近州的外卖餐馆开业和打工的福州移民的生活都是由“工作”组成的,几乎没有额外的休闲时间,休息只是为了满足基本的劳动力再生产,为接下来的劳动储备能量。许多移民都没有周六、日的休假,他们一般每月才准假1天,只能利用难得的休假时光回到纽约唐人街购置所需的日常物品,或在老板提供的宿舍休息,根本没有多余的闲暇时间用于满足劳动力再生产之外的消费(根据2011年1月8日,笔者在纽约唐人街对福州移民、某酒楼楼面经理林女士的访谈)。

由此可见,声誉与经济地位同时下降的社会阶级失位(*lost location*)状况,进一步导致福州无证移民在移居地的消费基本延续了迁移前在国内的节俭惯习(*habitus*),^①他们更多的是遵循一种维持性的、最基本的消费模式。他们只消费维持体力和生存需要的生存资料,尽可能地压低在移居地的生活成本。这种极端低下的生活标准和勤俭,使得他们有可能在工资低微和债务繁重的情况下还能储蓄存钱。由于移民储蓄增加而功能性需求被人为压至最低标准,商品可满足移民非功能性需求的空间也随之增大。这为消费的社会价值在跨国空间的兑现奠定了基本的物质基础。

(二) 社会地位表达受限:消费的符号需求产生

福州移民因收入低微和债务沉重而实行紧缩的消费策略,那么他们消费的非功能性价值的符号需求会因此而降低吗?据我们的观察,他们消费价值结构中的符号需求不仅没有降低,反而因为阶级失位而变得强烈。但由于移居地多层社会结构的限制,他们不可能像本土人

^① 布迪厄指出,惯习并非先验的主观意识或其体现,而是由沉积于个人身体内的一系列历史关系所构成,是客观而共同的社会规则、团体价值的内化,它以下意识而持久的方式体现在个体行动者身上,体现为具有文化特色的思维、知觉和行动(参见刘欣,2003)。

那样通过同一地域、不同社会空间的两栖消费策略来实现炫耀性消费,以满足个人对商品的符号需求。尽管海外华人社区拥有自成体系的社会空间,而福州移民似乎也有可能选择在其中进行社会价值兑换;但纽约老唐人街的居民,大多来自中国南方传统侨乡广东,且大多讲广东话,这对福州移民形成了区隔:福州移民作为后来者,由于其非正式的身份、较低的社会经济地位以及语言的差异,时常被广东移民排斥。因此,作为“偷渡客”的福州移民被视作“过街老鼠”,受到主流社会与唐人街华人社区的双重排斥,不仅在移居国主流社会无法实现消费的社会价值兑现,在移民社区内也难以表达其强烈的符号需求。

经过一段时间的社会适应,福州无证移民群体的内部逐渐分化成劳工与业主两大阶层。对于大多数身为劳工的移民来说,即使竭尽全力将所获不多的收入用于移居地的消费,也无法完全获得所谓歧视性对比(*invidious comparison*)的优势。2010年美国华裔人均年收入中位数为3万美元,非西班牙裔白人的人均收入中位数为3.1万美元。^①而福州移民,尤其是无证劳工移民的收入远低于前二者。由于收入所限,无论福州移民如何依赖紧缩的消费策略,都难以在美国实现“炫耀性消费”。黄先生2007年偷渡来到美国,至今还没有取得绿卡。

我刚开始在餐馆就是做打杂的,一个月1500(美)元,包吃包住。平常哪里有什么娱乐,都要工作啊。那点钱都要拿来还债的,即使还完债也不敢乱花吧,有剩下的钱也不够怎么在这里(指美国)花的。(2011年12月25日笔者在纽约唐人街对福州移民黄先生的访谈)

而对于那些能顺利通过族裔经济晋升到企业主阶层、拥有更高收入的福州移民来说,移居地的种族分层制度和语言文化的隔阂,也使他们难以在美国实现完全消费权与社会地位的完整表达。他们虽然晋升到了企业主阶层,但也跟劳工阶层的同乡一样被贴上了“偷渡客”的标签,其社会待遇与其他无证的劳工移民没有多大的区别。对于移居地主流社会或唐人街华人社区来说,来自福州的移民,无论是工人还是老

① 参见官方美国人口普查数据(<http://www.census.gov/hhes/www/income/data/statistics/index.html>)。

板,都被视为“素质低、没文化、野蛮”的华人群体。在这种结构性因素的影响下,即使通过大额花销也无法获得“体面”、“有身份”的感觉。例如来自福州的林先生,他拥有几家外卖餐馆,近年来还在纽约市及附近州购买了两处价值百万美元的房产,经济上已经跻身于中产阶级,并已加入美籍获得合法身份,但还被视作身份低下的“偷渡客”。因为苦于“没人知道”,林先生回家乡盖了一座豪华别墅。他说,在美国置业“没有回家乡盖豪华别墅有身份”(根据2011年8月6日笔者在福州官镇某村美籍华人林先生的家“青芝别墅”对其进行的访谈)。

可见,福州移民在移居地的消费面临自身收入以及移居地社会分层结构的多重约束,其符号需求无法得到满足,要兑现消费的社会价值惟有通过跨国空间来完成,以便将自身社会地位“切换”到另一个能够使自己看起来“明显高人一等”的社会定位的参照系中去。

(三)消费的社会价值“膨胀化”

我们前面探讨了消费的社会价值如何在移居地产生及兑现的局限性。移民一般难以通过在移居地的消费来获得提高社会地位和声望的符号需求的满足感。下面我们要讨论的是为什么移民可以回到祖籍地来实现消费的社会价值兑现,这除了能够将移民放置在一个熟人社会的参照体系下来对其进行评判外,还受到非单一国家阶层化框架的影响。

货币作为民族国家经济的象征,在很大程度上反映着国家的经济实力,以及该国在世界体系中的政治地理位置。由于祖籍国与移居国在阶层化世界体系中的位差,中美之间存在着客观的货币汇率的差额。虽然福州无证移民在美收入比其他华人移民打工族的收入要更低一些,但受到祖籍国与移居国的货币汇率差额的影响,其与祖籍地的平均收入相比仍然要高出好几倍。根据福州的有关统计,2010年廉县人均收入为14575.5元人民币(福州市统计局编,2011)。而根据我们的调查,福州移民在美国的人均年收入大约为2.4万美元。据估算,移民在美国的收入是福州廉县本地人均收入的10倍左右。^①

受到两国货币汇率以及收入差距的影响,同样的支出在家乡所产

^① 由于美元在每个国家的实际购买力存在差异,所以除了人均收入外,还要参考祖籍国与移居国在“购买力平价”(Purchasing Power Parity — PPP)上的差异。根据国际货币基金组织发布的数据,2010年中国大陆的人均购买力平价(PPP)为7518.72美元,而美国人均购买力平价为47283.63美元,是中国大陆的5-6倍。

生的社会效用更为明显,能够最大程度上实现移民的符号需求,也即社会地位在全球范围内的最大化表达。这意味着移民通过在移居地的紧缩消费策略所积累下来的社会价值需求在兑现到侨乡时出现了“膨胀”,也使得福州移民在回乡前就已经积累了较高的“回归价值”。

四、光鲜的“美国客”:消费的社会价值兑现

有研究指出,移民在移居地难以同化,也即社会境遇会影响移民汇款的发生率与数量(McDonald & Valenzuela, 2012)。在迁移过程中,许多福州移民之所以愿意、也能够忍受社会阶级失位所带来的困境,是期望自己终将有一日能够将在移居地采取紧缩消费与积极储蓄所产生的额外的社会价值带回家乡兑现,成为受人尊敬的“美国客”,实现“社会地位补偿”(黎相宜、周敏,2012)。这与祖籍地的社会地位评价机制是紧密相关的:在官镇,“偷渡”并不是一个特别贬义的词,“偷渡客”甚至被看作勇于冒险的“英雄”。而当这些曾经的“人蛇”“衣锦还乡”时,侨乡会用“美国客”来表达对其身份与地位的认可。所谓的“美国客”是一种属于乡村但又高于一般村民的新身份,是需要移民通过不断地跨国阶级划界(transnational class mapping)^①完成的。其主要的方式就是通过跨境的两栖消费来重构自己的“新身份”,改变原有在祖籍地的社会地位,以此赢得熟人社会对其身份变化的认可。接下来,我们要讨论的是福州移民在移居地被抑制的社会地位需求是如何在祖籍地实现的。

(一)炫耀性消费与社会地位提升

福州移民在迁移前大多生活在具有“乡土性”的熟人社会中(费孝通,1998:21-23)。在熟人社会中,要在短期内改变人们的态度、重构自己的社会地位与身份是不容易的(参见王宁,2012;甘满堂、邓莲君,2012);而通过炫耀性的符号消费,可以直接起到改变个体结构性社会地位的作用,其主要消费形式包括长期性消费与即期性消费。

1. 长期性消费:空置的“豪宅”

福州移民在海外赚钱、取得绿卡并回乡后,首先要做的就是进行包

^① “跨国阶级划界”是指许多移民在移居地站稳脚跟的同时,选择重新跨越民族国家边界,返乡寻求自身社会地位及所属阶级的重新界定(蓝佩嘉,2011:33)。

括住房在内的长期性消费,因为长期性消费最能够显示移民生活品质的根本提高。如今福州有许多样式新颖、造价不菲的洋房,大多是海外移民出钱兴造的。“家”的概念在传统意义上具有联系亲情的作用,而“祖屋”作为“家”的物质化空间往往具有特殊的象征意义(陈杰,2008)。移民在家的物理空间里是“缺场”的,但他们会通过各种途径,跨越民族国家边界去维系远在万里之外的家庭关系,如为家人建造房子——有形的“家”,以某种“在场”的方式来构建自己对家庭的责任。因此,当侨民在海外赚得第一桶金后,为家人做的第一件事就是盖屋起楼。走在福州侨乡的一些村子里,随处可见高达6、7层楼的洋房,根本看不出是身处农村。

这些“洋房”刚开始确实由家里的老人和妻儿居住,但不久这些亲人也都被陆续接到美国。因此,福州现在很多洋房除了在移民偶尔返乡时有使用价值之外,其余时间多为空置;其主要功能已经不是居住,而是具有象征性的符号功能,是使自己的支付能力可视化(刘飞,2007)的重要方式。很多洋房不但外观颇为典雅气派,内部的装修也极尽奢华。这些空置的“豪宅”以一种长期存在的实物的形式展示着主人无形的社会地位、特殊的华侨身份以及在海外的“成功”。

2. 即期性消费:奢侈的“道场”与娱乐

虽然长期性消费能够以更为引人注目、耐用且长久的方式彰显消费者的地位,但由于长期性消费的功能价值往往要高于符号价值,其能够达到的差异性、炫耀性的程度有限。因此,除了长期性消费外,进行奢侈性、纯浪费性的即期性消费,也是福州移民实现消费的社会价值兑现的重要方式。其中,用于民间信仰与娱乐闲暇的消费是两种较为明显的消费形式。

福州地处福建中部,一直有着出海打渔、海外谋生的传统,因而“妈祖信仰”十分兴盛。特别从20世纪80年代福州开启非法移民潮后,妈祖庙的香火有盛无衰。以廉县城关妈祖庙为例,由于其邻近港口,许多移民从这里坐渔船偷渡出闽江口。为了保佑自己出国顺利,许多移民在出国前都会来此庙拜祭,因而这里的香火开始旺起来。如果移民顺利到达移居地、取得身份或是正式入籍,一般都会亲自或托家人来此庙还愿,并大摆道场。据妈祖庙工作人员介绍:“道场分有很多种,有一天一昼夜的,有三天三昼夜的,甚至还有七天七昼夜的。一天一昼夜的要1万多元,七天七昼夜的要20多万”(2011年7月15日笔

者在福州廉县城妈祖庙的田野笔记)。我们第二次来这家妈祖庙时,恰好碰到了一位为在美国的儿子来还愿的李先生。刚见面,他就十分兴奋地告诉我们,他儿子在美国已经拿到绿卡了。在儿子申请绿卡之前,李先生曾虔诚地到妈祖庙来祈福:“妈祖跟我们心灵相通的,懂我们的心意”(2011年7月16日笔者在福州廉县县城妈祖庙的田野笔记)。儿子成功取得合法身份后,李先生出手大方,立即给妈祖庙捐了5000元,并预订过几天做道场。做道场酬神,除了希望得到神灵保佑外,还是显示自家财力和威望,并向家乡宣传自己在海外赚到钱、有出息的手段。有一移民表示,“做道场”并非他本愿,只是因为在家乡的移民成功获得绿卡或入籍后都会做,所以他也就做了(根据2011年8月6日笔者对福州官镇对美籍华人郑先生的访谈)。因此,做道场不止谢神这么简单,而是获得歧视性对比的重要方式。

即期消费除了信仰方面的消费还有娱乐消费。许多移民等到还完债、获得绿卡、把妻儿接到美国后,自己也人到中年,独自或结伴(通常不带太太)回来享受前半辈子都未曾享受过的“奢侈糜烂”的生活。福州乡镇遍布着餐馆、KTV、夜总会、按摩会所等娱乐场所。这些场所一到晚上就开始人声鼎沸,一直持续到午夜。这些来“享受”的人当中不少是回乡的移民。他们要将在美国没时间消费、消费不起的服务转移到家乡来享受:“因为在国外享受不起啊,拿着钱回来可以享受到比较好的”(2011年8月4日笔者对福州官镇镇政府干部黄先生的访谈)。据廉县侨联干部林先生的介绍,大至福州市区,小至辖管的乡镇,总是有很多回乡享受的福州移民:

一般移民在清明节前后回来,住上2、3个月,6、7月份出去,等国庆回来再住上几个月。不少移民甚至回乡后一直住在那些酒店、高级会所里,那里什么玩的没有?!玩女人、赌博,你能想到的都有。一个月花个万把元,十几万甚至几十万的都有。这也是体现华侨的身份吧。(2011年7月19日笔者对福州廉县侨联干部林先生的访谈)

福州廉县官镇镇政府干部黄先生甚至劝海外的朋友趁着自己还能享受的时候赶紧回来(根据2011年8月4日笔者对福州官镇镇政府干部黄先生的访谈)。由于娱乐消费具有即期性与纯浪费性,它成为了

福州移民弥补社会阶级失位的缺失、实现社会地位提升的重要手段。福州移民通过在祖籍地释放这种在移居地被压抑的符号性消费,也重新构建了“美国客”的身份与地位。后来回乡的移民,为了满足侨乡对于“美国客”的期待而不得不遵从潜在的社会规范,以博得大家对其华侨身份的认同。

(二)互惠性消费与侨乡福利

移民及其家庭由于侨汇所建立起的新消费模式,容易引起其他非移民家庭的羡慕和妒忌。“惹人妒忌”在熟人社会中是不可接受的,因为它往往会对原有的社会规范与秩序形成威胁与挑战。因此,移民在家乡的消费往往还带有很强的“互惠”与“福利”的性质。因为,如果一个人的炫耀行为其动机是为了要使自己的家人、家乡人过上“体面”的生活,那就很容易获得公众的接纳。移民的互惠性消费集中体现在仪式的支出以及回乡见面礼上。

1. 涨价的仪式

根据涂尔干的理论,仪式是社会群体定期用来巩固自己的手段(涂尔干,1999:11)。福州移民回乡的一个支出大项就是包括操办与参与红白喜事在内的生命仪式的消费。在福州乡镇,一般用于葬礼仪式的花费需要10多万元,中等水平的丧礼是40、50万元,丧礼高至100万元的大有人在。福州丧礼昂贵的原因在于,举办丧礼的主人家需要给每个前来参加丧礼者从200到几千元不等的费用,这被称为“辛苦费”(意为辛苦别人来参加丧礼)或“红包”。据福州人回忆,这种风俗是从20世纪80年代大规模的出国潮出现后才开始有的。从传统的客人给礼金到客人不需要给礼金,再到主人家“倒贴”,福州丧礼礼俗变迁的过程反映的是移民日益增长的对于结构性地位的需求。随着出去的移民逐渐取得身份、定居美国,他们有了更好的经济能力来进行丧礼消费,间接地促进了移民间的攀比。包括“辛苦费”、酒宴在内的丧礼价格就在10多年间逐渐涨了起来。

为什么福州移民会愿意将如此大笔的钱投入到丧礼之中呢?美籍华人林先生的解释是:“主要还是为了面子和排场吧。这么多钱肯定是外面的华侨出的”(2011年8月6日笔者在福州官镇某村美籍华人林先生的家“青芝别墅”对其进行的访谈)。林先生的父母前几年去世,他就花了120万元为两位老人举办丧礼。当时他摆了70席,有

600 - 700 人来参加,林先生还给每个参加丧礼的人 500 元的红包。

如此高额的丧礼费用,即使是在大城市里也难以负担。许多福州人表示,丧礼的费用确实昂贵,但由于家家户户都依靠侨汇,因此丧礼的价格依然只升不降。一场葬礼结束后,人们总会讨论这家修建坟墓花了多少钱,酒席摆了多少桌,酒席质量怎么样,“辛苦费”给了多少等。本来相当廉价的仪式,在这种攀比与面子下跌了将近百倍。许多福州人表示,如果没有人去美国,“根本就死不起”(2011 年 8 月 2 日,笔者在福州官镇某村对村干部邹女士的访谈)。这也进一步促使不少青壮劳动力选择到海外务工,以确保家里能够负担起这种重要仪式的昂贵费用。

喜事也是重要的人生礼仪之一;在习俗上,这一礼仪,往往是从“聘礼”开始的。在福州,从男方家给女方家的聘礼中就显示出“不菲”的价格。据福州人介绍,男方给女方的聘金最低从 5.3 万元人民币起价;如果男方是移民,聘金会更高。当然,女方在有条件的情况下往往乐意返还更多的嫁妆,因为希冀男方不久能够将女方及其家人都申请到国外去(根据 2011 年 8 月 3 日笔者在福州官镇某村对村民董先生的访谈)。项飏(2012:52)曾指出,跨国 IT 产业对印度嫁妆制度起了革命性的推动作用,“IT 新郎”获得的高额嫁妆被视作对新郎父母早期对儿子教育投资的回报。在福州,给予移民新郎高额的嫁妆,一方面是为了换取以后的海外生活,另一方面也可看作对新郎因早期偷渡欠下的“旅行费”的补偿。这种补偿除了具有物质意义外,还具有某种象征性意义,是对曾经的“偷渡客”的一种“去污名化”的身份补偿。

喜事最重要的仪式就是办喜酒。与举办丧礼相同,操办喜事的主人家还要给客人送牙刷、米、油等生活用品(根据 2011 年 8 月 2 日笔者在福州官镇某村对村干部邹女士的访谈)。而与丧事不同的是,丧事一般是主家给参与者一定数额的红包,而喜事则需参加者给主人家“见面礼”。“见面礼”的价格根据主家、参与者以及双方关系的亲密程度而不同,但据福州人说,最少的“红包”也得给 500 元人民币,给 200 - 300 元的人是很少的(根据 2011 年 8 月 3 日笔者在福州官镇某村对村民董先生的访谈)。人们不敢给少的原因在于“红包”很多时候是被公开的。在婚宴开始,媒婆会当场念出每位来客的见面礼数额。在极为讲究面子和人情的熟人社会,每位前来喝喜酒的客人都不敢少给。如果与主家是亲戚或很要好的朋友,“红包”一般需要给到 1000 美元;如果关系更

为亲密的话,“红包”甚至达到1万美金。因此,很多新婚夫妇在举办完婚礼后少则有10多万、多则有上百万人民币的收入(根据2011年7月25日笔者在福州官镇镇政府办公室对主任黄先生的访谈)。侨汇通过婚礼礼金这种习俗认可的方式给予新人以经济上的支持,起到了某种社会福利的功能。但婚礼礼金之所以在福州居高不下,也跟大规模移民潮有着紧密关系,因为礼金多少反映的是赠礼者及亲人在海外的生活状况,在这种情境下,人们为了显示“海外成功”都不会少给礼金。

这种仪式费用属于熟人社会中的“礼尚往来”,除了有助于血缘与地缘群体的团结,也在一定程度上促进了侨汇在侨乡范围内的循环流通,具有社会福利的功能。但在公共福利背后,支持这种仪式费用不断攀升的还是移民对于提升其社会地位的追求。

2. 回乡见面礼

马凌诺斯基、古尔德纳以及萨林斯都曾强调礼物交换中的利他与互惠因素,而且这些礼物交换通常都是发生在关系较为紧密的亲戚与朋友中间(马凌诺斯基,2002/1922; Gouldner, 1973: 260 - 290; Sahlins, 1972)。与多数回乡的移民相同,福州移民回乡,尤其是第一次回乡,都需要给亲戚朋友带“见面礼”。这是一种既能够体现移民的特殊地位与身份、又不会遭致嫉恨的社会表演,能够将福州移民的经济地位表演出来。

福州移民一般买礼物时都会多买一些,因为家乡人对于谁要回来也“门儿清”,即使没有提前知会的亲友也有可能突然出现。除此之外,移民还要备好现金,以备不时之需。特别在十几年前,侨乡与海外的生活差异更为明显,而移民的见面礼往往承担着“救济贫困”与提供公共物品的社会功能:

以前很多家乡人生活不好,孩子可能没钱读书,老人没钱看病,有时给“见面礼”也相当于帮助他们解决一些日常的生活困难。因为时常回去的“美国客”多,有不少人拿着这些积攒下来的“见面礼”给孩子交学费、给老人看病什么的。(2011年12月10日笔者在纽约唐人街对美国福州管乐团成员周女士的访谈)

对于移民来说,这一方面是一个经济负担,但另一方面也是“幸福”的负担,能够无形中重构“美国客”的社会身份。移民周女士尽管

批评福州人“要面子”，但她自己回乡也不能“免俗”。周女士1994第一次回福州，不算路费就花了1.4万美金，这是当时很多福州移民一年的收入了。尽管这笔钱在美国也不是小数目，但换成人民币所产生的社会效用则更为显著：“当时的美元拿回去还是好花，很好花，你看我拿了1.4万，都已经是10多万人民币了，当时在国内来说也是很多钱了”（2011年12月12日笔者在纽约唐人街对美国福州管乐团成员周女士的访谈）。当然，礼物的分配是遵循着费孝通（1998：26-27）所说的“差序格局”进行的。

许多移民在瞬间消费掉多年在移居地的储蓄，成功营造了“衣锦还乡”的假象。这对很多暂时没有还完债的移民造成了挤压效应。很多移民也不敢在无法购买更多“见面礼”的时候回乡（根据2011年7月27日笔者在福州官镇丁村对村书记李先生的访谈）。邹女士的儿子刚拿到绿卡，她虽然牵挂儿子，但却让他暂时不要回来。因为回乡的成本（包括来回旅费、“见面礼”及其他一些炫耀性消费）对于还没还完债的移民来说实在太“昂贵”了（根据2011年8月2日笔者在福州官镇珠村对妇女主任邹女士的访谈）。许多移民会为自己第一次回乡做好“充足准备”，从而确保自己的“第一次回乡”风光体面。

“见面礼”虽说无需受赠者真正买一份礼物回报给赠予者（实际上他们也“还不起”），但这种赠礼并非完全不需要回报（莫斯，2002：4）。按照潜在的社会规范，受赠者通常需要在受礼的刹那间“制造”羡慕以及感激的表情（这种羡慕与感激有时是真实的）。在侨乡，这种“见面礼”的赠予甚至已经成为隐藏于社会秩序背后的既定规则，既具有促进社区福利与公共物品获得的性质，^①也成了区分移民与非移民、移民之间社会地位差别的评判标准。

（三）“寄生阶层”与代理消费

前面主要讨论了福州移民的消费者的社会价值是如何在祖籍地兑现的，实际上，侨乡的非移民，尤其是侨眷的消费也受到了移民的影响。由于劳动力的大量外流与缺失，侨乡逐渐成了依赖海外侨汇的消费型社会。在移民身上产生的消费者的社会价值被部分转移到了家乡的侨眷

^① 尽管从主观动机来说，移民在仪式与见面礼上的花费很大程度上出于追求名声，但从客观上来说，这些支出达到了促进公共福利的社会效果。

身上,甚至形成了一个纯依赖移民汇款的“寄生阶层”(费孝通,2006:96)。福州官镇镇政府办公室主任黄先生形象地描述了这种“寄生阶层”是如何形成的:

我们其实这边还是就业在国外,消费在国内……辛苦我一人,幸福一家族。他虽然在外面辛苦,但他有回报啊,就是能够寄钱回去给家人啊。他们在外面都是非常不舍得花钱的,比如说在外面赚3000美元,他就希望最好是(能够寄)3000美元回来这边,他那边能够节省就节省……他就是很有牺牲精神,他就是想着还有家里人在家,都希望把赚到的钱给家里人,他们就在外面拼命干活,压制消费,回来这边才消费……而家里的人就很舒服,只是在家里消费。(2011年8月4日笔者在福州官镇镇政府对办公室主任黄先生的访谈)

由于福州有着众多依靠侨汇的侨眷以及花着美金享受跨境消费好处的移民,福州的土地价值飙升,房价急剧上涨,生活成本日益增大。例如我们在福州调查期间的生活成本(包括食宿、交通费用)甚至比在大城市还要高出许多。许多福州人表示,这都是由于侨汇;如果脱离了侨汇,即使是工薪阶层都无法承担如此高的消费水平。以人们的日常饮食消费为例,由于福州邻近闽江口,人们喜吃海鲜,许多海鲜的价格高得令人难以置信。尽管如此,黄先生表示,福州人在乎的不是食物的价格,而是是否真的物有所值:“我们看到好东西是先放到菜篮里才问价钱的,如果真是好东西都被抢走了,哪怕是几百元一斤的鱼”(根据2011年7月30日笔者在福州官镇饭桌上与镇政府办公室主任黄先生的闲聊)。当然,黄先生的表述有夸张之嫌,但起码描述了相当一部分依赖侨汇的侨眷们的惬意生活。

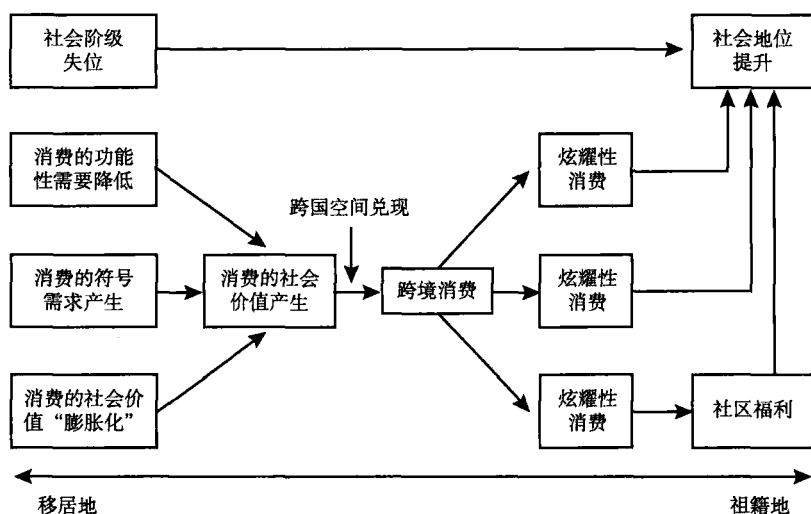
这些依赖移民汇款的侨眷实际上执行的是一种凡勃伦(1964/1899:65)曾提及的“代理有闲”与“代理消费”,显示的是移民在海外的“成功”,因为侨汇具有较高价值,可以使家人不再需要从事生产性的劳动而专事“消费”与“享受”。移民在海外的劳动力市场刻苦工作,为的是侨眷可以在适当的场合、以适当的方式为他执行某种程度上的“代理有闲”与“代理消费”,实现社会价值兑现。

五、结论与讨论

本文根据对美国的福州移民的个案研究,从社会学的视角探讨和分析了国际移民消费的社会价值兑现产生的动因、机制和社会后果。我们发现,福州移民大多是社会经济地位低下的劳工,在美国受到“无证移民”污名化的困扰以及主流社会与唐人街华人社区的双重排斥。这种恶劣的社会境况迫使其采取紧缩的消费策略,强化勤俭惯习,以在满足劳动力再生产的功能性需求(以及还清债务)之外仍然可以储蓄,并借此满足消费的符号需求,提高社会地位和声望。然而,由于种种结构性障碍,他们很难通过在移居地的炫耀性消费来满足其非物质的符号需求,并获得主流社会和华人社会的认同与接受。但他们可以利用不同国家的货币汇率及两国收入的差距,将在移居地产生但又被压抑的社会地位表达需求通过跨国实践来满足,进而实现消费的社会价值在跨国空间中的兑现。福州移民在家乡的社会价值兑现除了体现为炫耀性消费(如修建豪宅、大摆奢华“道场”等)和娱乐消费,还以一种客观促进社区公共福利的消费方式(如仪式费用、回乡见面礼等)来实现。这种跨境消费使得国际移民从中获得结构性地位的提升,以弥补他们在移居地的社会阶级失位。消费的社会价值还会有一部分被转移到家乡的侨眷身上。这些依赖侨汇的“寄生阶层”也以代理消费的方式显示出海外亲人的社会地位与声誉(见下页图)。

国际移民的“生活世界”与“系统世界”(参见哈贝马斯,1994)在一定程度上被不同的地理空间分割开来。对于投身海外劳动力市场的劳工来说,经济发展水平较高的移居地是使得他们获得物质利益与实现工具性目标的系统世界。相对于经济发展水平较低的祖籍地,他们可以利用长期压抑消费积累下来的货币储蓄和优惠的货币汇率等经济优势,选择季节性的跨国实践,回到祖籍地实现消费的符号需求(包括休闲享乐和社会价值兑现)。社会价值兑现的一个重要的表现就是移民通过跨境流动,将其在移居地被抑制的消费活动在祖籍地家乡瞬间大量地释放出来,并借此完成社会身份的重构与社会地位提升。

跨国移民在祖籍地的消费并非他们的日常性消费,而是一种季节性的短期夸张消费。为了更好地在家乡完成消费的社会价值兑现,移民一方面尽量压缩自己在移居地的日常生活支出,忍受长期的社会声



跨国空间下的消费的社会价值兑现

望匮乏,积极储蓄;另一方面,他们选择每年或隔几年回到祖籍地,短时间内消费掉在移居地长期积累的储蓄。这种跨越民族国家边界的两栖消费使得移民有可能摇身一变,在家乡成为“一掷千金”、“腰缠万贯”的成功人士,使消费的社会价值得以成功兑现。这种两栖消费策略也使移民个体在跨国或跨境的社会空间中暂时摆脱阶级地位和声望的低下,模糊了这些差别的社会显示。当移民回到祖籍地时,即使时间不长,也可以花钱买到地位、成就感和满足感。此外,祖籍地的地方政府与民间社会出于吸收侨汇、发展经济及政治统战等目的,也都会积极配合和支持国际移民的两栖消费,把他们视作“海外英雄”和“海外爱国华侨”,给予较高礼遇,有时还会由各级领导出面隆重接待。更重要的是,侨乡本身还扮演着移民实现季节性社会地位表达的代理人角色。这些都促使移民利用不同民族国家在世界体系中的地位落差以及在全球的阶层等级差异,通过祖籍国与移居国的非单一国家的阶层化框架,充分实现个体社会声望与社会地位在全球范围内的最大化表达。再者,跨境两栖消费作为个体应对世界体系所带来的原子化与边缘感的一种微观实践,使国际移民在家乡实现了消费的社会价值兑现,同时也实现了“消费反哺”;而这种“消费反哺”在一定程度上弥补了地方政府

缺位所导致的村落公共物资与福利的匮乏,客观上促进了侨乡的集体性社会福利目标的实现。移民以自己的小体系来消化那大世界体系无法抗拒的力量,在一定程度上减缓了在生产领域跨国流动给祖国与移居国带来的资源不平等分配的冲击,也为移民输出地区提供了发展的机遇与动力。

而这种跨境的两栖消费对国际移民在移居地的社会地位和身份又会带来怎样的影响呢?我们认为,影响是有限的,其原因在于两栖消费的价值兑换必须依赖不同情境的置换,而移居地和祖籍地则为国际移民提供了两种不同的社会空间下的消费情境。由于在移居地受到阶层与种族的限制,国际移民可以通过在祖籍地的消费来提升自身的社会地位;但是,他们所提升的社会地位仅仅局限在家乡的社会地位体系之中。实际上,跨国两栖消费更多地是为移民提供一个短暂的、孤芳自赏的“自我假日形象”(the holiday image of self),与他们在移居地的日常生活中显示的自我形象(the everyday image of self)恰成对照(Mills, 2002/1951:258)。这种社会地位的季节性表达也许会给予移民自尊心的满足、社会阶级失位的补偿以及对前途的希望,甚至也能一定程度上提高他们在海外族裔社区的社会声誉,但未必能够从根本上改变他们在移居地主流社会的地位和身份。同时,他们返乡的挥霍也会过度消耗他们在移居地的长期积蓄,因而不利于他们在移居国的向上流动。当然,也有相当一部分福州移民精打细算,量入为出,把他们回乡消费所积累的社会声望和社会资本反馈于海外族裔社区,并通过族裔经济的模式和族裔资源来改善自身在移居地的社会地位,实现自己做老板的美国梦。总而言之,跨国空间下的消费社会价值兑现可以弥补移民由于迁移造成的社会阶级失位,从而间接地帮助移民适应移居地的社会逆境,积极地把握自己的命运。

参考文献:

- 陈杰,2008,《两头家:华南侨乡的家庭策略——以海南南村为例》,中山大学博士学位论文。
凡勃伦,1964/1899,《有闲阶级论——关于制度的经济研究》,蔡受百译,北京:商务印书馆。
费孝通,1998,《乡土中国 生育制度》,北京:北京大学出版社。
——,2006,《中国绅士》,北京:中国社会科学出版社。
福柯,1999,《规训与惩罚》,刘北成、杨远婴译,北京:三联书店。
福州市统计局编,2011,《福州统计年鉴2011》,北京:中国统计出版社。
甘满堂、邓莲君,2012,《夸富背后的身份重构与社区互惠——对侨乡炫耀性经济行为的功能

主义解读》,《福州大学学报(哲学社会科学版)》第5期。

哈贝马斯,1994,《交往行为理论》,洪佩郁、蔺青译,重庆:重庆出版社。

黄志辉,2010,《自我生产政体:“代耕农”及其“近阈限式耕作”》,《开放时代》第12期。

邝,彼得,2001,《黑着:在美国的中国非法移民》,王冰译,北京:世界知识出版社。

蓝佩嘉,2011,《跨国灰姑娘:当东南亚帮佣遇上台湾新富家庭》,长春:吉林出版集团有限责任公司。

黎相宜、周敏,2012,《跨国实践中的社会地位补偿:华南侨乡两个移民群体文化馈赠的比较研究》,《社会学研究》第3期。

李明欢,1999,《“相对失落”与“连锁效应”:关于当代温州地区出国移民潮的分析与思考》,《社会学研究》第5期。

——,2005,《“侨乡社会资本”解读:以当代福建跨境移民潮为例》,《华侨华人历史研究》第2期。

林胜,2002,《非法移民产生机制的研究——以福建个案调查为例》,《青年研究》第10期。

林晓珊,2010,《“需要”的意识形态生成——论布希亚消费社会理论的批判逻辑》,《内蒙古社会科学(汉文版)》第4期。

刘飞,2007,《从生产主义到消费主义:炫耀性消费研究述评》,《社会》第4期。

刘欣,2003,《阶级惯习与品味:布迪厄的阶级理论》,《社会学研究》第6期。

马凌诺斯基,2002/1922,《西太平洋的航海者》,梁永佳、李绍明译,北京:华夏出版社。

莫斯,马塞尔,2002,《礼物》,汲喆译,上海:上海人民出版社。

普里斯,卢德格尔,2000,《跨国社会空间——以墨西哥—美国劳动移民为例的理论与分析》,乌·贝克、哈贝马斯等《全球化与政治》,王学东、柴方国译,北京:中央编译出版社。

涂尔干,爱弥尔,1999,《宗教生活的基本形式》,渠东、汲喆译,上海:上海人民出版社。

王宁,2005,《“两栖”消费行为的社会学分析》,《中山大学学报(社会科学版)》第4期。

——,2012,《消费全球化:视野分歧与理论重构》,《学术研究》第8期。

王宁、严霞,2011,《两栖消费与两栖认同——对广州市J工业区服务业打工妹身体消费的质性研究》,《江苏社会科学》第4期。

项飏,2012,《全球“猎身”:世界信息产业和印度的技术劳工》,北京:北京大学出版社。

庄国土,2003,《从跳船者到东百老汇大街的“主人”:近20年来福州人移民美国研究》,《华侨华人历史研究》第3期。

——,2006a,《近20年福建长乐人移民美国的动机和条件——以长乐实地调查为主的分析》,《华侨华人历史研究》第1期。

——,2006b,《近30年来的中国海外移民:以福州移民为例》,《世界民族》第3期。

Abizadeh, Sohrab & Nancy Zukewich Ghalam 1994, “Immigrants and Canadian-Born: A Consumption Behaviour Assessment.” *Social Indicators Research* 32(1).

Broadfoot, Barry 1986, *The Immigrant Years: From Europe to Canada, 1945 - 1967*. Vancouver: Douglas and McIntyre.

Chin, Ko-Lin 1999, *Smuggled Chinese: Clandestine Immigration to the United States*. Philadelphia: Temple University Press.

- Chu, Julie Y. 2010, *Transnational Mobility and the Politics of Destination in China*. Durham & London: Duke University Press.
- Cvajner, Martina 2013, "Practicing Abundance Immigrant Women and the Challenge of Consumption." In Martina Cvajner (ed.), *Restoring Decency, Claiming Respect: Eastern European Migrant Women in the New Europe*. Manuscript.
- Gouldner, Alvin W. 1973, "The Importance of Something for Nothing." In A. W. Gouldner (ed.), *For Sociology: Renewal and Critique in Sociology Today*. London: Allen Lane.
- Hanser, Amy 2008, *Service Encounters: Class, Gender and the Market for Social Distinction in Urban China*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Hao, Lingxin 2004, "Wealth of Immigrant and Native-Born Americans." *International Migration Review* 38(2).
- Lee, Sandra Soo-Jin 2000, "Dys-Appearing Tongues and Bodily Memories: The Aging of First-Generation Resident Koreans in Japan." *Ethos* 28(2).
- Lee, Wei-Na & David K. Tse 1994, "Becoming Canadian: Understanding How Hong Kong Immigrants Change Their Consumption." *Pacific Affairs* 67(1).
- Liang, Zai, Miao David Chunyu, Guotu Zhuang & Wenzhen Ye 2008, "Cumulative Causation, Market Transition, and Emigration from China." *American Journal of Sociology* 114(3).
- McDonald, James Ted & Ma Rebecca Valenzuela 2012, "Why Filipino Migrants Remit? Evidence from a Home-Host Country Matched Sample." Discussion Paper, Department of Economics of Monash University, Melbourne, Australia, ISSN 1441 - 5429.
- Mills, C. Wright 2002/1951, *White Collar: The American Middle Classes*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Morrison, R. J. 1980, "A Wild Motley Throng: Immigrant Expenditures and the 'American' Standard of Living Source." *International Migration Review* 14(3).
- Ong, Aaihua 1999, *Flexible Citizenship: The Cultural Logics of Transnationality*. Durham, NC: Duke University Press.
- Pefialoza, Lisa 1994, "Atravesando Fronteras/Border Crossings: A Critical Ethnographic Exploration of the Consumer Acculturation of Mexican Immigrants." *Journal of Consumer Research* 21(1).
- Sahlins, Marshall D. 1972, *Stone Age Economics*. London: Tavistock.
- Schler, Lynn 2003, "Bridewealth, Guns and Other Status Symbols: Immigration and Consumption in Colonial Douala." *Journal of African Cultural Studies* 16(2).
- Schaeffer, Peter V. 1995, "The Work Effort and the Consumption of Immigrants as a Function of Their Assimilation." *International Economic Review* 36(3).
- Wang, Lu & Lucia Lo 2007, "Immigrant Grocery Shopping Behaviour: Ethnic Identity versus Accessibility." *Environment and Planning A* 39.

作者单位: 中山大学亚太研究院(黎相宜)

新加坡南洋理工大学社会学系(周敏)

责任编辑: 杨可

PAPER

Family Involvement, Firm Size and the Performance of Private Enterprises
..... *Li Lulu & Zhu Bin* 1

Abstract: Lots of studies have investigated the impact of family involvement on the performance of private enterprises, but the results are contradictory. The authors point out that these studies ignore firm’s organizational characters such as firm size, which is an important factor affecting firm performance, since agency cost and resource superiority of family firms vary based on firm size. Furthermore, this study differentiates family involvement into two aspects, which are family control and family intentions. Using the private enterprises survey data in China, the research reveals that family involvement has positive effects on the performance of private enterprises, and the effects are weaken as firms expand in scale.

A Comparative Analysis of Subjective Well-being in China and Britain
..... *Bian Yanjie & Xiao Yang* 22

Abstract: Based on the CGSS2008 and TPS2008 datasets, the authors of this paper conduct a comparative analysis of Chinese and British people’s subjective well-being (SWB), and the results are interpreted from the theoretical perspectives of life course, social integration, and status differentiation. The findings are as follows: (1) the average SWB is higher in Britain than in China; (2) people’s age and health conditions affect their SWB in both China and Britain; (3) people who are highly integrated into society tend to have higher SWB, but religion and employment have different effects on SWB in China and Britain; and (4) socioeconomic statuses increase people’s SWB, but such effect exists in China and not in Britain.

The Realization of Social Value of Consumption in Transnational Spaces:
Fuzhou immigrants in the United States
..... *Li Xiangyi & Zhou Min* 43

Abstract: We use the concept of “social value of consumption” to explain the phenomenon of two-way transnational consumption. Our study of Fuzhou immigrants shows that migrants manage to realize the social value of consumption by conspicuous consumption, reciprocal consumption, and agent-assisted consumption in *qiaoxiang* (hometowns). This two-way consumption pattern is a type of everyday transnationalism, which enables international migrants to take advantage of uneven development between sending and receiving countries in the world system to maximize their expression of social status. Consequently, it contributes to individual status attainment and community welfare while reducing unequal distribution of resources caused by international migration and addressing adjustment problems for immigrants in the host society.

The Changing Trend of Educational Inequality in China (1940 – 2010) :
Reexamining the urban-rural gap on educational opportunity

..... *Li Chunling* 65

Abstract: Based on national survey data of 2006, 2008 and 2011, this paper uses the educational transition model developed by Mare to examine the trend in opportunity inequality between urban and rural children at all educational levels during 1940 – 2010. Comparison of different birth cohorts shows that the inequality at primary education is reducing but the inequality of accessing to junior middle education remains stable. At the same time, the inequality of accessing senior middle education has been increasing significantly and the inequality of accessing higher education has a modest rise. The author argues that the key point of educational stratification in China is at the selection of senior middle education. The rising gap between people from urban and rural families in higher education is because many rural children drop out of school at the middle education stage. In addition, the paper tests the industrialization thesis, the reproduction theory and the credentialism hypothesis. The results of data analysis strongly support the reproduction theory.

Bringing Education to the Countryside: The educational governance of a town
..... *Shen Hongcheng* 90

Abstract: In order to complete the task of nine-year compulsory education, local governments promote universal education movement. Taking a town's effort in exerting “governing dropout in three linkage responsibility system” as an example, this paper focuses on the process and consequence of educational governance. The author argues