

國家、市場與文化：尼泊爾西藏地毯業

潘美玲

摘要

尼泊爾是目前世界上最低度開發的國家之一，除了農、礦原料出口和觀光收入外，1970年代由流亡西藏（圖博）難民所見建立的西藏地毯產業，行銷德國、瑞士等歐洲國家和美國，是該國重要的經濟支柱。隨著產業出口的興盛，流亡藏人的手工地毯產業整合進入尼泊爾的國家經濟，藏人私營的地毯工廠，大量雇用尼泊爾工人，採取現代機器經營模式，或將訂單直接外包給尼泊爾人設立的中小型工廠。

西藏地毯從民俗用品，成為大量生產的標準化商品，產業越全球化，卻越偏離當初保存西藏傳統地毯編織文化的目標。1990年代末期生產過剩，低價競爭惡性循環，加上童工問題，使該產業訂單銳減，2006年尼泊爾從專制王朝變成共和政體，毛派政權鼓吹工會，更是雪上加霜。但藏人所經營的西藏地毯業並沒有消失，也不是找尋更廉價的勞工，而是手工編織和家庭工作坊的生產方式，強調西藏地毯傳統的文化非商品面向，朝向客製化限量的高級成品製作。

本文從尼泊爾西藏地毯業的發展與變遷，說明國家、市場如何驅動西藏地毯的商品全球化，以及該產業如何回應政權變動和自由市場雙重夾擊，峰迴路轉地重回西藏地毯編織的傳統生產方式，從而達到原先保存文化的目標。