



## 《毒家企業》的解讀／毒策略

《經濟學人》編輯湯姆·溫萊特於二〇一〇年至二〇一三年派駐墨西哥、中美洲和加勒比海期間，走訪古柯鹼供應商的全球產業鏈，年營業總額高達九百億美元，於是他著手書寫這本《毒家企業》（*Narcconomics: How to Run a Drug Cartel*），解讀毒梟販毒的行銷策略，針砭其成功和負面的因素，全書雋永趣味，有實例實務佐證、有法律規章束手無策的諷刺、有托拉斯形式的「好好壞先生」毒梟，而追根究底，引人深思反省的關鍵仍在「人的問題」。

盱衡世界四大毒品產地：金三角（泰、緬、寮邊界）；銀三角（墨西哥、玻利維亞、哥倫比亞）；黑三角（肯亞、迦納、奈及利亞、南非等）；金新月（伊朗、阿富汗、巴基斯坦）都座落於第三世界國家或是戰區火藥庫，即人民生活貧困、社會治安不佳的區域，讓多有犯罪紀錄的毒梟從挺而走險到堂而皇之經營毒品買賣，以社會責任之名掩飾毒品利益的不法行為，有了一張面具，卻形塑暴力與暴利為本的壟斷集團。

這當中，墨西哥、哥倫比亞、玻利維亞等國歷史悠久的「卡特爾」（*Cartel*）集團更是全球聞名，從哥倫比亞的艾斯科巴（*Pablo Escobar*）的美德因卡特爾（*Cartel de Medellín*）發展到墨西哥的胡瓦勒茲卡特爾（*Cartel de Juárez*），代代相傳，結合黑幫老大、江湖小弟和路邊混混的販毒人力資源，從違法傷國、殘害人民健康的毒瘤，一變而成品牌粉飾價值、服務業的市場機制；上有美國最大的消費市場，中有效法沃爾瑪、麥當勞、可口可樂此種大企業的連鎖行銷，下有鼓勵種植的盈利誘惑，如此惡行循環成一個看得見的惡勢力，卻沒有良方遏止導正，正是長期浸淫經濟學理的溫萊特想要抽絲剝繭解讀，提出以毒攻毒，以子之矛攻子之盾的策略；換言之，提醒全球當權的治理者，硬碰硬的全面宣戰只會助長毒梟更肆虐，卻無助於減緩或降低吸食人口。

溫萊特這本《毒家企業》形似二〇〇五年李維特（*Steven D. Levitt*）和杜伯納（*Stephen J. Dubner*）合著的《蘋果橘子經濟學》（*Freakonomics: A Rogue Economist Explores the Hidden Side of Everything*），揭露隱藏在每個經濟利潤／虧損後面看不見的隱藏元素：技藝、價值、價格到財富的謀略。另一方面，他所指出的拉丁美洲毒梟事業「卡特爾」，我們認為正是實踐了娜歐密·克萊恩（*Naomi Klein*）的《別無商標》（*No Logo*）闡述的反撲和策略，致使一個負面形象的生意，竟然愈做愈大，作惡卻享其惡果。

毒品與毒梟，有如惡性腫瘤與人體。醫學上證實，惡性癌細胞恆常存在於人的體內，由人體的細胞變異衍生而成。因此，抑制癌細胞的生長蔓延，最佳的方法不是殺害癌細胞，而是強化身體、改善體質，讓良性細胞規律循環生長，讓惡性細胞別無空間竄延。《毒家企業》



指出了「卡特爾」猶如性病戀情圖，這就像癌細胞擴散的侵襲鏈，如是，納入合法的經營規範，改善社會環境構思福利，正如正常的飲食和運動，才能永保安康，而毒梟的毒品卡特爾，也才有可能從今日的囂張逐漸式微。

