经济经济、生态和文化协同发展视角下的竹产业发展路径研究*

——浙江安吉县竹产业发展的实践研究

汪 菁 刘孝斌

（中共湖州市委党校；深圳大学）

【摘 要】新历史阶段，我们要努力迈向社会主义生态文明新时代，经济、生态和文化的协同发展是新时代的核心要义。湖州作为全国首个地级市生态文明先行示范区理应发挥表率作用，而安吉竹产业正是三者融合，尤其是文化价值凸显的代表性产业。本文以经济、生态和文化协同发展为视角，总结提炼安吉竹资源的特点以及安吉竹产业的发展现状，以文化为切入点，得出竹产业未来发展的一般化路径，包括竹产业文化内涵的挖掘、竹产业文化领域的拓展、竹产业文化链条的提升以及竹产业文化品牌的塑造。

研究背景与研究综述

从宏观层面而言，2016 年 12 月全国生态文明建设工作推进会议中，习近平总书记指出新历史阶段要努力走向社会主义生态文明新时代。生态文明新时代是多元文明共进的时代，生态、经济和文化各要素协同发展，其中，生态文化的发展趋向将成为新阶段的突出内核。从微观层面而言，湖州作为全国首个地级市生态文明先行示范区，3 年多来湖州生态文明建设取得丰硕成果。新时期湖州要率先走向社会主义生态文明新时代在做好生态保护和经济发展两篇文章的基础上，一个重要的任务就是各领域建设被赋予文化新魅力，因此，未来产业发展的一个重要趋势就是推进生态、经济和文化的协同发展，尤其是深入挖掘产业的文化内涵，转变经济发展模式，实现绿色发展，共同走向社会主义生态文明新时代。

竹产业是全球公认的绿色产业，素有“竹子王国”之称的中国长期以来对竹子资源进行综合开发，大力发展生态经济，实现生态、经济和社会多方面共赢。目前竹产业研究主要关注物质层面，主要研究竹产业转型升级（杨健，2009；蓝晓光，2016），[1]竹产业集群自主创新发展（邵程辉，张国良，2014；刘恒贵等，2014），[2]竹文化旅游资源的开发（马文银，2005；王富德等，2006；卢世菊，2010）。而关于文化层面，特别是文化与生态、经济协同发展的研究较少。张国良、张付安（2012）在研究中明确指出：“经济是颜面，生态是根本，文化是灵魂”，[3]其中，文化，特别是生态文化是产业发展的精神支柱，“没有价值观和哲学信仰，再高明的经营战略也无法成功”（张国良，张玉军，2013）。[4][图]此，在竹产业的发展过程中，经济、生态和文化如果能协同发展，将产生巨大的正外部性叠加的放大效应。

经济、生态和文化协同机理分析

1971 年德国著名物理学家哈肯（H·Haken）提出“协同”概念，并经过数年研究系统阐述了系统理论（Synergetics）。协同理论从系统的观点出发，认为整个开放环境中各子系统之间相互作用，使整个系统走向有序的过程，最终形成新的复合系统，

基金项目：*国家社科基金特别委托课题“全国生态文明先行示范区建设理论与实践研究：以湖州市为例”（项目编号：16@ZH005）

并且产生整体效益大于各子系统总和的效应，一般被表示为“1+1>2”或“2+2=5”。“花与蜜蜂”的例子就是两个正外部性系统相叠加带来放大效应的典型例子。蜜蜂为满足生存需要以花粉花蜜为食，花依靠蜜蜂绒毛传播花粉，不断繁衍，两者相互促进，产生协同效应。

（一）经济与生态相互作用

经济与生态的关系总体而言是由对立走向统一，冲突走向协同的过程。生态文明以前的时代，经济与生态的关系既相互促进又相互制约。生态环境为经济发展奠定物质基础；经济的发展，尤其是技术的进步为生态的保护提供可能。但是，在早期，人类蔑视自然，再加上技术的腾飞，在不断膨胀的欲望指引下，人类开始以牺牲环境为代价发展经济，导致陷入“生态破坏→发展环境恶化和资源短缺→经济发展受限→加剧对自然掠夺→生态进一步恶化”的恶性循环。但是，当人类生存受到威胁，陷入低水平停滞发展陷阱时，人类开始反思传统经济发展模式的弊端，开始探寻一种可持续的发展模式，追求经济和生态的协同发展，从而形成“生态经济”这种新的绿色发展模式。[5]

（二）经济与文化相互作用

十六大报告提出，“当今世界，文化与经济和政治相互交融，在综合国力竞争中的地位和作用越来越突出。文化的力量，深深熔铸在民族的生命力、创造力和凝聚力之中。”可见，在新的历史时期，经济和文化呈现相互交融、协同发展的趋势。一方面，经济的发达为文化的繁荣提供了土壤，否则容易陷入“经济落后→文化投入不够→文化产业停滞→经济发展缺乏智力支持→经济发展后劲不足”的怪圈。另一方面，文化是经济发展的一种精神力量，在某种程度上对经济发展起着决定性作用。将抽象的文化具体化并产生价值的一种重要方式就是形成文化产业。当今支配世界的不再单纯是物质，更是一种文化，因此，文化的经济功能越来越突出，并能产生较大的溢出效应。[6]

（三）生态与文化相互作用

生态与文化是一种共生共荣的关系。优美的生态环境滋养优秀文化的兴起，例如中国优秀的竹文化就是在竹资源丰富的自然条件基础上发芽、成长和繁荣的。倘若一地穷山恶水，想必优秀文化也难以生根发芽。与此同时，文化的繁荣有利于提升一地的文化底蕴和人格修养，从而更为关注人与自然的协调发展。生态和文化的完美结合在现代社会表现为“生态文化”，即在发展中保护自然，追求人与自然和谐发展的实践成果，并且在实践过程中逐渐形成的一种价值观念和思维方式。生态文化是一种异于农业文化和工业文化，同生态文明时代相适应的新文化形态。

（四）经济、生态和文化协同发展的目标——社会主义生态文明新时代

经济与生态协同发展构成生态经济，生态经济伴随着人类认知过程不断深化而形成的经济和自然相平衡的经济发展模式；经济与文化协同发展成就文化产业，文化产业是文化事业繁荣的经济表现形式，是一种绿色产业，是新时期的黄金产业；而生态与文化协同发展形成生态文化，生态文化是在探索人与自然和谐共生过程中形成的一种文化形式，并且将成为一个新的经济增长点。在开放系统中，生态经济、文化产业和生态文化这三大具有正外部性的子系统正相关螺旋上升，从而产生巨大的放大效应，人类社会也最终将走向社会主义生态文明新时代，如图 1 所示。

图 1 生态文明新时代:生态经济、文化产业和生态文化协同发展

协同发展视角下安吉竹产业发展的现状分析

中国是竹资源最为丰富的国家，无论是竹子种类、竹林面积，还是竹材品种和产量，以及竹产品对外贸易总额都居于世界领先地位，素有“竹子王国”之称，其“竹子文明”被认为是东亚文明的代表。有一种说法是“中国竹子看浙江，而浙江竹子看安吉”,安吉是全国知名的十大竹乡之一，竹资源的开发水平居于全国首位，无论是竹产品的种类和产量，竹子的产业化水平还是对经济的贡献率都处于全国领先水平。[7]

（一）安吉竹资源的特点分析

竹资源的开发利用能产生巨大的生态、经济和社会效益，并具有较高的文化价值。而这些效益都来源于竹资源自身所具有的、其他生态资源无法比拟的优势。从生态资源的自然特征而言，竹子既发挥重要的生态功能，又可被从头到尾利用开发。竹子可在保护生态环境的前提下被永续利用，被视为保护生态的“天然卫士”。同时，竹资源全身是宝，用途十分广泛，苏东坡形容竹子的广泛用途是这么说的，“食者竹笋，庇者竹瓦，载者竹筏，炊者竹薪，衣者竹皮，书者竹纸，履者竹鞋，真可谓不可一日无此君也”。竹资源本身被全方位、全过程挖掘利用。从生态经济视角而言，竹产业产生直接经济效益的同时，社会效益越来越显著，并且竹产业链体系越来越完备。直接经济效益方面，竹产业是一项富民产业，从一产出发，推动一二三产业跨界融合，带来巨大的经济收益；社会效益方面，竹产业发展带动安吉山区农民脱贫致富，对山区建设、生态保护、人民幸福感提升都产生了溢出效应；竹产业链构建方面，从原料到中间产品再到最终产品，安吉竹产业已经形成一条竹资源培育、竹产品加工、竹产品贸易及旅游的完整产业链。从生态文化视角而言，以竹为载体的物质文化和精神文化影响深远，在急需构建文化自信的现代中国，将竹文化与社会主义核心价值观相嫁接、相融合意义重大，传统与现代文化融合将产生裂变效应。

（二）安吉竹产业现状分析

竹被认为是安吉的灵魂，安吉的希望，更是“绿水青山就是金山银山”在安吉的完美实践。安吉竹经济从竹材培育的一产到竹加工的二产再到影视旅游的三产，接二连三、跨界融合，打造了一个又一个安吉传奇。本文将采取 SWOT 分析法对安吉竹产业的发展概况和问题进行全面分析，如图 2 所示。

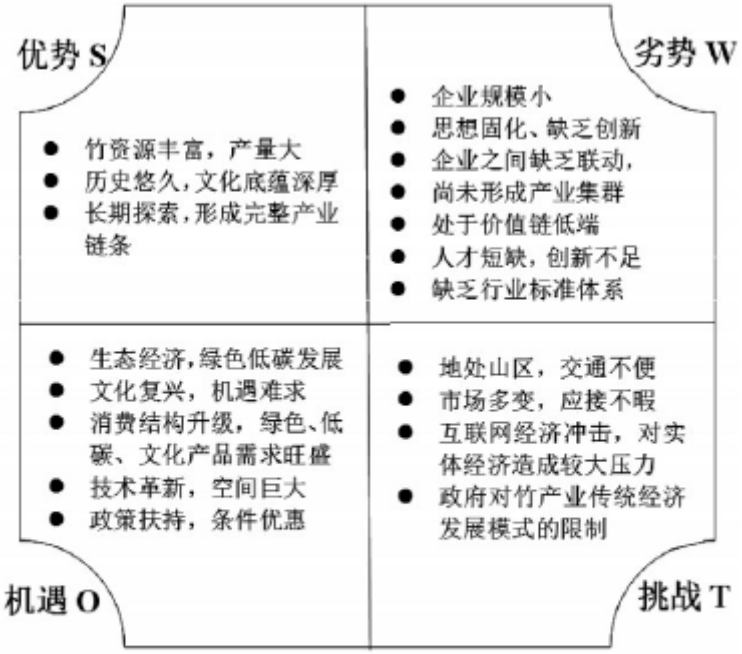

图 2　安吉竹产业的 SWOT 分析

从图 2 可以发现，从外部因素来看，安吉竹产业发展，尤其是竹产业的经济、生态和文化协同发展既有机遇也有挑战，但机遇多于挑战。目前安吉竹产业迎来了“又好又快”发展的黄金时期。首先，全球性发展趋势就是生态、绿色、低碳，并融入文化元素，而竹产业的特性正符合这一态势。其次，伴随着消费结构升级，消费者对绿色低碳、富含生态文化的产品需求与日俱增。再次，技术革新，尤其是大数据和互联网的发展，为竹产业的多元化发展提供技术手段。不过，安吉竹产业发展仍面临交通不便、市场需求多变、互联网经济冲击以及政府对传统竹经济发展模式的限制等问题。

从内部因素来看，长期以来，安吉竹产业得到较好发展是建立在比较优势基础上。安吉竹资源丰富、品种繁多，这是安吉发展竹产业的基础性资源。丰富的物质资源，结合当地民俗，孕育了丰富的竹文化，物质文化和精神文化在竹子身上完美融合。自古以来，安吉人民靠山吃山，不断探索、创新，开发出了相对完整的竹产业链，将一根毛竹从头吃到尾，从里吃到外。当然，传统的发展模式势必存在一定的问题。安吉与竹相关的企业大多为家庭式的竹制品加工作坊，由此衍生出许多问题，例如思想固化、缺乏创新，与市场需求契合度低；企业多为低小散企业，企业之间缺乏联动，尚未形成产业集群；生产规模小、产品档次低、附加值低、污染问题突出，往往处于价值链的低端，缺乏竞争力和话语权等。并且，人才短缺、创新推动力不足，使得企业难以做大做强，最终无法摆脱家庭式经营的泥潭。与此同时，安吉竹产业虽然起步早、发展快，但发展格局仍相对较小，缺乏全国性的竹产业发展战略布局。

竹产业发展的路径探索

竹产业被全球公认为一种绿色经济，是一种典型的生态经济。同时，竹资源繁衍的竹文化是一种极具代表性的生态文化，生态文化被注入生态经济后又形成具有强大发展活力的生态文化产业。可见，竹产业集经济、生态和文化价值于一身，是经济、生态和文化三者协同发展的完美体现。目前，竹产业的经济和生态价值已经得到相当程度上的开发，而在迈向社会主义生态文明新时代的过程中，竹产业文化价值的深入挖掘以及同经济和生态的融合将成为未来发展的必然趋势。[8]

（一）竹产业文化内涵的挖掘

现代社会已经从生产社会过渡到消费社会，消费者更为关注的已不再是产品的物理特性，而是产品的符号价值、文化精神和形象价值。中国竹资源丰富，各地借助其竹资源优势纷纷进行竹产业的开发，但产业雷同性高，属于“低小散”的块状行业。在文化需求剧增的时代，赋予竹产业本土化、特色化、原始性的文化内涵是各地竹产业差异化发展，提升整体竹产业行业竞争力的关键所在。某一区域的竹产业文化内涵挖掘是一个逐级递进的过程，本文构建了一个三度递进结构层次图，如图 3 所示。

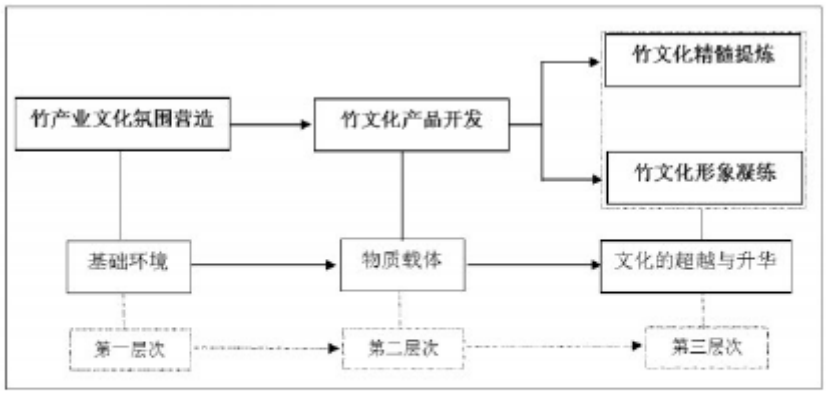

图 3　竹产业文化内涵挖掘的三度递进结构层次图

第一层次是营造良好的竹产业文化氛围，结合风土民情，吸引消费者，这是一项基础性工作。第二层次是竹文化产品的开发，包括大众的和专项的竹文化产品开发，这是竹文化的重要物质载体。第三层次提炼竹文化精髓，凝练竹文化形象，引导消费者通过具体竹文化形象去感受竹文化精神内涵，这是竹产业文化内涵挖掘的关键环节，即文化的超越与升华。总之，竹产业文化内涵的挖掘，在横向层面结合地方社会发展特色，实行区域差异化发展；在纵向层面循序渐进，全面整合资源进行综合开发。

（二）竹产业文化领域的拓展

目前，竹产业提供的产品仍集中在衣食住行用的物质产品上。而人们对竹文化的认知也主要停留在由竹子自然特性而衍生的精神文化，如中空外实、志存高远的品格，凌霜傲雪、迎风斗寒的民族气节等。现有竹产品和竹文化之间尚未有机结合，两者虽有交叉，但正向叠加效应尚未充分发挥。随着技术的进步、文化追求的日益扩大、生态环保理念的增强，竹产业的发展也应当适应时代的变迁，向绿色低碳、时尚艺术、健康养生等领域进行拓展和延伸，让文化与经济融合，使多元化的竹文化渗透到丰富多彩的竹产品之中，增加竹产业的文化内涵，提升竹产品的附加值。文化创意不仅包括第三产业中的一般服务业，更包括与生产活动相关的设计、研发、加工制造、品牌和营销等现代服务业，更是一种同高新技术有机结合的内容产业，竹产业文化领域的拓展能很好满足建设社会主义生态文明新时代的物质和文化需求。

（三）竹产业文化链条的延伸

虽然各地竹产业发展各有亮点，但仍缺乏具有竞争力的文化软实力。延伸竹产业文化产业链，营造竹产业整体特色和优势迫在眉睫。延伸竹产业文化链条一方面要把分散的竹产品进行组合，整合当地的竹文化资源，打造品牌，形成合力。许多竹资源丰富的地区同时也是民族特色文化集中的地区，拉长竹产业文化链条的有效途径就是整合竹文化、当地民族特色文化以及其他生态文化，合力营造区域优势。另一方面要打破行业界限，推动竹产业同文化产业和其他科技产业跨界融合，创造新的经济增长点、。尤其是将竹文化和其他优秀的传统地方文化渗透到竹产品的开发、竹行业的拓宽之中，形成全新的产业形态和行业分支，重塑竹产业的整体产业结构。

（四）竹产业文化品牌的塑造

文化品牌是产业发展的形象，具有创造性、高附加值、相对恒久等特点。竹产业文化品牌是消费者对某地竹产品及整个竹产业的认知程度，包括对企业个体以及竹产品自身、设计理念、售后服务和文化价值的认知和评价。竹产业文化品牌的塑造过程必然是一个全过程的品牌塑造，贯穿竹产业链的每一个环节。具体塑造过程中，从竹资源和竹产品本身而言，深入挖掘竹文化内涵，彰显竹产业品牌和产品的特色与个性；从竹产业行业环境而言，提升竹产业管理水平，确定行业标准，进行规模化生产，为竹产业品牌化建设营造良好行业环境；从外部条件而言，利用大数据的理念和技术以及自媒体技术，对竹产业的消费需求进行个性化分析和品牌推广，塑造竹产业文化品牌。

参考文献：

[1]杨健:《浙江省湖州市竹产业转型升级探讨》,载《世界竹藤通讯》2009 年第 1 期。

[2]邵程辉，张国良:《安吉竹产业集群自主创新发展战略研究》,载《经济研究导刊》2014 年第 7 期。

[3]张国良，张付安:《生态文化视角下的竹产业集群自主创新发展对策研究》,载《科学管理研究》2012 年第 4 期。

[4]张国良，张玉军:《基于生态、经济与文化相协同的竹产业集群发展模式研究》,载《科学管理研究》2013 年第 1 期。

[5]谭顺，丁兆中:《从对立走向统一:国外关于经济与生态关系理论的演进》,载《商业研究》2009 年第 1 期。

[6]任海军，曹盘龙，王国富:《生态经济与文化产业协同发展机理研究——以甘肃省为例》,载《甘肃社会科学》2012 年第 3 期。

[7]舒川根:竹资源开发与文化创意的有机结合——安吉县发展竹产业的实践研究》,载《世界竹藤通讯》2011 年第 2 期。

[8]张国良，俞博:《基于生态文化的安吉竹产业战略协同发展路径研究》,载《林业经济问题》2014 年第 6 期。