

江南文化助推长三角一体化发展研究

沈昕 李庆 张梦奇¹

(安徽大学 社会与政治学院, 合肥 230601)

【摘要】: 推进长三角一体化高质量发展,离不开文化的支撑。江南文化是长三角区域共有的文化资源和精神家园,助推长三角一体化发展是其应有的时代命题。推进完成这一使命,需要进一步厘清江南和江南文化的概念,认识江南文化的本质和形态特征,把握江南文化助推长三角一体化发展的合目的性与合规律性,积极探索打造江南文化品牌的有效路径。

【关键词】: 江南文化 新江南 路径选择

【中图分类号】: G127 **【文献标志码】:** A **【文章编号】:** 1001-862X (2021) 02-0179-007

文化是一个国家、一个民族的灵魂,是推动区域发展的重要力量。当前,一体化高质量已经成为长三角区域发展的“关键词”,在全面推进这一过程中,需要深刻把握江南文化的独特地位和作用,探讨江南文化如何作为品牌力量助推长三角一体化发展。

一、核心概念解析:江南及江南文化

(一) 江南的概念

为更好把握这一概念,这里从区域大小、历史衍变、虚实相生三个维度加以分析。

1. 从区域大小看。

一是字面上的江南,顾名思义为江之南,即指长江以南的地区。按照这一看法,一些处于长江北岸但传统上公认为江南的城市如扬州就被排除在江南之外。二是小江南,主要指环太湖流域地区。近代以来许多学者认为江南主要指长江下游段以南区域,尤其是环太湖区域,相当于今天的江苏南部、浙江北部和安徽东南地区,属于狭义的、典型的江南,是谓江南“腹心”^[1],代表性的有苏松常镇或苏松嘉湖四府说、苏松杭嘉湖五府说、苏松常杭嘉湖六府说、苏松常镇杭嘉湖七府说、苏松常镇宁杭嘉湖八府说、苏松太常杭嘉湖宁镇八府一州说、苏松常镇宁杭嘉湖徽九府说、苏松常镇宁杭嘉湖甬绍十府说、宁润常苏松嘉湖杭绍明州江南十府说,等等。^[2]三是中江南:一般指包括今上海市、浙江省、江西省之全部以及江苏、安徽两省的长江以南部分。四是大江南:气象学概念,特指作为国家十一个一级气象地理区划之一的江南地区,包括长江至南岭间的广大区域。

2. 从历史衍变看。

¹**作者简介:** 沈昕(1972-),女,安徽五河人,安徽大学社会与政治学院教授、博士生导师,主要研究方向:文化社会学、区域民俗学、徽学

李庆(1985-),安徽临泉人,安徽大学社会与政治学院博士生,主要研究方向:理论社会学

张梦奇(1994-),女,安徽蒙城人,安徽大学社会与政治学院,主要研究方向:文化社会学。

基金项目: 2020年度安徽省社会科学基金重点项目“乡村振兴战略背景下徽州乡村文化治理体系研究”(AHSKZ2020D31)

一是唐代以前“文献中的江南”。有学者考证,“江南”一词最早见于《左传》,里面的“江”指长江,因此,先秦的江南常被理解为长江以南、南岭以北地区。到秦汉时期,“江南”则主要指的是今长江中下游以南的两湖地区,即今湖北南部、湖南全部。《后汉书·刘表传》中记载,“唯江夏贼张庄、陈坐拥兵据襄阳城,表使越与庞季往譬之,及降,江南悉平”,将距离颇远的襄阳城也纳入江南。二是唐“行政区划的江南——江南道”。唐太宗贞观元年(627),分天下为十道,其中“江南道”已经完全处于长江以南,西至贵州,东至海滨。开元二十一年(733),中央政府又将江南道细分为东、西两道和黔中道三个部分。三是宋元时的“江南路的江南”。宋朝改道为路,设有江南东、西路。江南东路辖一府七州二军,包含今江苏、皖南以及江西省东北部分区域;西路则大体上相当于今江西全省。此外,在今苏南、上海以及浙江地区设两浙路,建炎南渡之后又分为浙东、浙西两路。^[4]四是明清“从直隶到江南分省”。朱元璋建立明朝后,以南京应天府和老家凤阳府为核心打造了一个京师之地,俗称“直隶”。永乐十九年(1421年),朱棣迁都燕京,“直隶”变成了“南直隶”。清顺治二年(1645),清政府将明南直隶改为江南省,包含今江苏、上海、安徽三地。顺治十八年(1661),江南省设左、右布政使,为江南分省迈开了第一步。公元1667年(康熙六年),改江南右布政使为江苏布政使司,江南左布政使为安徽布政使司。^[5]五是新时代“长江三角洲区域一体化发展中的新江南”。个人拙见是以《长江三角洲区域一体化发展规划纲要》“中心区”为大致范围,涵盖沪苏浙皖的27个城市,其中除了居于核心和龙头地位的上海之外,包括江苏的南京、镇江、扬州、常州、苏州、无锡、南通、泰州、盐城;浙江的杭州、温州、嘉兴、湖州、绍兴、宁波、舟山、金华、台州;安徽的合肥、芜湖、滁州、马鞍山、铜陵、池州、安庆、宣城。

[4]

3. 从虚实相生看。

主要表现为对于江南的两种态度。一是江南泛化,即习惯于把自认为美好的地方比喻或等同于江南,使江南成为一切风水物候宜居宜业之地的代称,如将宁夏银川誉为塞上江南、新疆伊犁誉为塞外江南、河南信阳誉为北国江南、西藏林芝誉为西藏江南、延安泥湾誉为陕北江南、阿克苏湿地誉为边疆江南、内蒙古扎兰屯誉为塞外苏杭等。二是江南情结化,不同阶层、不同职业的人拥有自己“心中”的江南,气象学者说“江南是梅雨”,地理学者说“江南是丘陵”,历史学者说“江南是沿革”,经济学者说“江南是财富”,语言学者说“江南是方言”,文学家说“江南是天堂”,中文学者说“江南是‘江南’”。

通过对江南概念的多维分析,可以看出,“江南”既是一个自然地理区域,又是一个行政经济区域,更是一个具有极其丰富内涵的社会文化区域。历史上,“江南”是一个不断变化的地域概念,没有公认的界定,从模糊到清晰,从广义到狭义,从泛指到专称,从区域到区划,整体上呈现逐步缩小的趋势。在当代,建立一个合理的江南概念,必须以地理位置的分界为基础,再综合历史文化、政治经济以及人文与社会心理等因素加以考虑,注重现实、尊重历史。^[5]“新江南”的概念不必过于纠结其学理性,这是一个服务于现实的时代命题,重要的是认真地研究,系统地梳理,加快打造出沪苏浙皖一市三省一体化高质量发展的“新江南”。

(二) 江南文化

江南文化是在不断变化的江南地理位置和区域范围中形成的一个相对稳定的文化地理概念。从广义方面讲,江南文化包括江南民众在社会历史发展过程中所创造的物质财富和精神财富的总和。从狭义方面讲,江南文化是在一定的物质生产方式的基础上发生和发展的社会精神生活形式的总和,是在江南自然区域和行政区划中逐渐形成、融合、衍变、传播并被广泛感知和认同的文化现象和体系,是“包括信仰、知识、艺术、法律、风俗、道德,以及作为社会成员的个人所获得的任何其他能力和习惯”^[6]的复杂的整体。从内容结构讲,江南文化应该包含多个层面,如“江南物态文化”“江南制度文化”“江南心理文化”“江南行为文化”,这些层面都涉及了江南历史地理、风土人情、传统习俗、生活方式、宗教信仰、文学艺术、律法制度、思维方式、审美情趣、价值观念、精神图腾及工具、附属物等各个方面。从基本功能看,江南文化具有创造力、竞争力和影响力,其社会文化领域中具有精神的感召力、社会的凝聚力、市场的吸引力、思想的影响力与心理驱动力的文化资源、产品和权益等^[7],构成了江南文化的软实力,成为自古及今延至未来推动江南发展的驱动力量。特别需要指出的是,在长三角一体化背景下探讨江南文化,更大的意义不是将江南文化作为一个“历史符号”来摩挲把玩,而是探究其在新时代的内涵嬗变和崭新形态,寻求

其与长三角一体化发展相碰撞后的生动演绎和华彩乐章。

二、认知前提：把握江南文化的特征和形态

从中国文化的精神特征去审视江南文化，看清中国文化基本精神在江南文化中的流淌和传承；从江南构成地理单元的文化特质去理解江南文化特征，如从徽文化、吴文化、越文化、海派文化的精神特征中去理解江南文化特点；从江南文化对组成区域文化的集成突破上去把握江南文化特征，以避免以江南某种或某几种地域文化特征代表江南文化，陷入“盲人摸象”的认识困境；从与其他文化的比较与互动中去分析江南文化特征，以拓宽视野深化对江南文化特征的认识。具体概括为四个方面。

箫与剑的统一。这里的“箫”主要指江南文化诗性审美的一面，关于这一面，江南文化以无数的形态和成果予以展现。“江南可采莲，莲叶何田田”，这是南朝乐府《西洲曲》中诗性审美的江南。“暮春三月，江南草长，杂花生树，群莺乱飞”，这是南朝齐梁间散文家丘迟的诗性审美的江南。“日出江花红胜火，春来江水绿如蓝”，这是白居易的诗性审美的江南。“水光潋滟晴方好，山色空蒙雨亦奇”，这是苏东坡的诗性审美的江南。“人人尽说江南好，游人只合江南老”，这是韦庄的诗性审美的江南。“三秋桂子，十里荷花”，这是宋代词人柳永的诗性审美的江南。“撑着油纸伞……一个丁香一样地结着愁怨的姑娘”，这是戴望舒的诗性审美的江南。杜文和董建成曾拍摄了“最能体现江南文化精神的十二种风物”，分别是乌篷船、大闸蟹、辑里丝、龙泉剑、蓝印花布、油纸伞、黄泥螺、龙井茶、霉干菜、扬州澡堂、紫砂壶、绍兴酒等，这更接近与普通百姓心中的有滋有味的诗性审美的江南了。基于此，文化学者刘士林等强调，“诗性与审美是江南文化的本质特征”，“要把审美精神看作江南文化的本质特征”^[8]。但也应看到，强调江南文化的诗性审美不能就此否认江南文化沉郁刚强、伦理价值的一面，如有学者认为，“江南文化是一种诗性文化，在价值追求上江南文化守持一种审美维度，而较少以伦理维度来评价人生。”^[9]“江南文化区域充分体现出在北方话语中严重‘失声’的、纯粹自由的审美精神。这里梦中既不会出现北国儒士们誓死收复故国的战争硝烟，也不会听到拯救黎民百姓于水火之中的慷慨志向和抱负无法实现的扼腕叹息，而是只有飘卷轻柔春雨中处处绽放的娇艳杏花”。^[10]如此类观点，就不尽符合历史与现实的逻辑，既对江南文化精神理解有失偏颇，也对其他区域文化特质的评价缺乏公允。因此，这里特别强调江南文化“剑”即沉郁刚强的一面，唯如此，方可更全面深刻认识到江南文化精神特质、品行风貌。江南文人学者素来保持着“铁肩担道义”的优秀传统，“慷慨悲壮”之士代不绝书，诸如勾践、伍子胥、王充、陈亮、陆游、王思任、顾炎武、陈子龙、夏完淳、秋瑾、章太炎等等，可谓不胜枚举。如对于长期寓居江南的辛弃疾的词，著名散文家梁衡曾经这样评价：“辛弃疾的词不是用笔写成，而是用刀和剑刻成的。他是以一个沙场英雄和爱国将军的形象留存在历史上和自己的诗词中。”^[11]

虚与实的统一。这里的“虚”强调的是江南文化饱含的理性追求、价值探索。表现为：一是学风日炽。如朱熹在《平江府常熟县学吴公祠记》记曰：“南方之学，得其菁华。”《万历休宁县志（卷一）》《舆地志·风俗》《朴溪潘公文集（卷五）》《芳溪潘氏宗祠记》都曾记到，徽州读书之风甚兴，教育被高度重视，“山间茅屋书声响”，“十户之村，无废诵读”，“诸废并兴，聚书千家，择善教，弦歌之声不弛昼夜”，“东南邹鲁”之风形成。二是著述丰厚。据统计唐代有诗作存世的江南诗人357位，占唐代诗人总数的18.5%，而江南诗人存诗数量达11346首，占了现存唐诗总数5.5万首的20.6%，超过了五分之一。江南自然“成为一个与京城并立的文化中心”^[12]。道光《徽州府志·艺文志》载歙县明代有著述481部，清代有1255部，两朝总计为1736部。另据乾隆四十年（1775年）刊刻的歙县江村志《橙阳散志》记载，仅该村就有作者75位，著作152部。三是学派纷呈。如明清时期，新安理学、吴中实学、浙东史学、桐城文学、皖吴经学以及泰州学派、太谷学派等争奇斗艳，成为江南区域文化的重要标志。各学派都涌现出许多著名的人物，如新安理学的代表人物朱熹、陆九渊、王守仁等，皖派朴学的代表人物江永、戴震、程瑶田、凌廷堪等，桐城文学的代表人物戴名世、方苞、姚鼐、刘大櫆等，浙东史学的代表人物黄宗羲、朱舜水、章学诚、全祖望、邵晋涵等，吴中实学的代表人物顾炎武等。

这里的“实”主要指江南文化的务实精进的特性风貌。“务实精神是江南文化中的一个鲜明特点，注重讲实学、办实事、重实效、求实惠。”^[13]一是经世致用。这是江南人是对“两耳不闻窗外事，一心只读圣贤书”观念态度的修正。“实质上，‘经世致用’并不是崇尚实用至上，而是指要从实际出发，灵活应变，开拓创新与包容开放，这其中蕴涵的是求真务实的精神风貌。”^[14]

这种变化，深刻地反映出他们在西风东渐的大势下已不愿重蹈“学而优则仕”的老路，而根据实际需要选择新的人生道路。这方面的代表人物有“北周南张”，北面有周学熙，祖籍安庆东至人，在直隶创办启新洋灰厂、滦州煤矿；南面有实业家张謇，创办了大生纱厂等企业，成为我国近代著名的实业家和政治家、教育家。二是崇尚科技。从古代江南高超的铸剑、造船等精工技艺，到远销海外的丝绸、刺绣；从近现代以精致著称的“上海制造”，到当今的神威太湖之光超级计算机、蛟龙号深海探测船、上海振华龙门吊等大国重器不断涌现，无不体现江南人对于技术的执着追求。清人阮元《畴人传》收录明末以后的各地天文、数学方面的学者 220 人，籍贯确切可考者 201 人。其中，江苏 75 人，浙江 44 人，安徽 32 人，江西 12 人，其他省份均不超过 10 人。三是追求精巧。江南之巧甲于天下。袁宏道言：“凡艺到精极处，皆可成名。”如苏绣、顾绣、南京云锦、常州梳篦以及各色绣衣、绣鞋、地毯、丝毯、编织，乃至玉器、湖笔、剪纸、灯彩、泥塑、紫砂茶壶、苏式家具等让人叹为观止，传统徽州的民居、祠堂、牌坊被誉为“古建三绝”等。

承与创的统一。这里的“承”是一脉相延，也是坚守原则底线，“创”是开拓创新、开放包容。从“承”来看，表现为：一是家风家训绵延不绝。江南文化中著名家规家训家风文献很多，如杭州钱氏家训、绩溪章氏家训、茗州吴氏家典等，不胜枚举，影响深远。二是技艺衍播跨越时空。以徽商为例，徽商发迹后，往往出巨资兴修书院，教育子弟经儒治商，使创新创业的精神和技能遗泽后辈，发扬光大。许多徽商还著书立说，主纂或参与编著了大量商书，内容涉及水路交通、商业经营管理技能、商品市场规律、商业道德、商业行为规范以及天文地理气象、安全养生防骗等知识，如《士商类要》《天下水陆路程》。三是契约精神。江南文化中富于契约精神。以徽州文书为例，该文书是历史上的徽州人在其具体的社会生产、生活、发展与交往过程中为各自切身利益形成的原始凭据、字据、记录，数量大、种类多、内容广、连续性强。包括契约字据、公文案牍、书信手札、乡规民约、鱼鳞图册、宗法礼仪、财务簿记、手书文稿等，被誉为继殷墟甲骨、居延汉简、敦煌经卷、明清内阁档案之后 20 世纪中国历史文化“第五大发现”。

从“创”来看，表现为：一是引领时尚。如明王士性云“苏人以为雅者，则四方随而雅之，俗者，则随而俗之”，明李维桢曰“奇技淫巧日盛。一巾一履，一筴一簪，递出新制，海内靡然仿效矣”，1799 年日本中川忠英曰，“即一物之巧，寄赏吴舶；一事之奇，拟模清人”。二是商业创新。这方面徽商表现得很是典型，在观念突破上，动摇商人为“四民之末”观念，形成“新四民观”，强调“贾为厚利，儒为名高”“商何负于农”“良贾何负闾儒”“贾儒迭相为用”。徽商经营超前，如构建起以血缘与地缘相结合、寄籍地和侨居地相互互动的庞大商业网络，推出进步的会票制、合股制、伙计制、掌柜制（最早职业经理人）等制度。三是区域创新。从浦东新区的开发、开放到乡镇企业的快速突起和苏南模式的实现，从江苏“创业创新创优、争先领先率先”的精神到浙江“干在实处、走在前列、勇立潮头”的风貌，再从“创新追赶”到“创新引领”安徽的历史性变革，这些都是身为江南人敢于创新、敢为人先的典型代表。四是海纳百川。独特的水乡环境，优越的海陆区位，使江南人具有开放的胸怀、广阔的视野和融合的气度，缔造了江南文化开放性和包容性的鲜明气质特征，使江南文化成为中华文化体系中兼容并蓄的典型代表。耶鲁大学教授托马斯·博格曾指出：“江南人能够开放包容各种生活方式，并愿意从中尝试、学习新的生活方式，吸收其他区域的优秀文化，这充分来源于江南人的文化自信。”^[15]一方面是“引进来”。如徐涛认为，上海海纳百川，自开埠以来迅速成为远东第一国际大都市，来自世界各地的移民生活在上海，最多时包含 58 个国家的移民，超过 15 万人，这些来自异域他乡的人都将上海视为自己的家园，为此还创造出一个英文词“shanghaiander”，表达出他们把上海视为自己家乡的一种喜爱和认同感。^[16]至此，江南文化历经吴越文化交融、与中原文化整合、儒释道三教“和合共生”等阶段，最后是对西方文明的碰撞、吸纳。另一方面是“走出去”。以徽商为例，明清时期徽商足迹远达西欧，当年苏州的“汪溢美”号，几乎每年要运两万匹丝绸远达英国皇宫；突出经营特色，如茶叶在明末清初后风靡荷兰、瑞典、西班牙、普鲁士、法国、丹麦、葡萄牙等国；打造海商集团，著名的有许辰江、许本善、汪直、“许村四兄弟”（许松、许栋、许楠、许梓）等；贯通“一带一路”，纵观徽商的远航路线和经营范围，几乎涵盖了“海上丝绸之路”和“丝绸之路经济带”的所有区域。^[17]

分与合的统一。这一特点集中表现出江南文化各区域文化间的关系，显示出在江南文化发展中各组成区域文化的独立、碰撞与融合。这里的“分”就是江南各区域文化的争奇斗艳、百花齐放。在历史的长河中，由于江南地域辽阔、幅员广大，且各区域的经济的发展程度和自然环境有所不同，自然形成各具鲜明特色的区域文化，创造相对独立的文化辉煌，构成具有影响力和美誉度的地域文化品牌。这里的“合”就是融合互动，如明清时期徽州与扬州、苏州、杭州、上海等地方刻书业都非常发达，

徽州与江南地区刻书相互联动、文化传播主体相互交流融合，都促进客源文化（徽州出版文化）与土著文化（客居地出版文化）在交流过程中逐渐相互渗透与碰撞，形成了对各自的文化本体进行解构与重构的局面，构成新的文化形态。^[18]

通过以上分析，可以看出：“江南文化特征”既是中华民族精神特质的体现，又呈现显著的区域优势和特色。从泰伯奔吴到永嘉南渡，从运河漕运到赵宋南迁，从中原衣冠到徽商辉煌，从近代“开眼看世界”到全方位改革开放……江南文化的优秀特质不断熔铸、嬗变、发展、提升，推动江南在魏晋之前的“江南之江南”，到南宋之后的“中国之江南”，再到近现代的“世界之江南”的发展，这些都充分显示出江南文化的特色、自信和影响力。

三、现实依据：江南文化助推长三角一体化发展的时代命题

这里主要回答两个方面问题，一是为什么要以江南文化助力长三角一体化发展，二是江南文化为什么能够助推长三角一体化发展，具体从四个方面加以阐释。

从区域文化覆盖范围看。如果我们将《长江三角洲区域一体化发展规划纲要》框定的“中心区”27个城市大致作为“新江南”范畴，面积为22.5万平方公里，而且除上海全部外，苏浙皖都各自有一半以上的省辖市纳入，这是其他区域文化，如徽文化、吴文化、海派文化、越文化等所无法比拟的，直接体现出江南文化具有区域上的最广泛的代表性、覆盖面。

从心理认同方面来看。历史孕育了江南地区山水相依、人民相亲、习俗相近、人文共辉、经济相融的区域整体形象，构筑了坚实深厚的文化心理认同，使江南文化具有内在精神的高度同一性。目前，江南各省市越发呈现出的地理共同体、经济共同体、人文共同体、治理共同体发展态势，进一步证实了江南文化在一市三省具有最深切的心理认同。另外，这种文化心理认同还体现为一市三省共同崇拜的人物和共同具有的历史记忆，如大禹故事及历史遗存，春申君黄歇跨越皖苏沪的丰功伟业，徐霞客“出生在江苏，成名在上海，出发在浙江，游得最多的是安徽”，李白、杜牧、刘禹锡、杜荀鹤、陆游……在江南大地的行吟等。与江南文化相比，任何一种区域文化在引发长三角民众认同和共鸣上都相距甚远，如上海社科联主席王战在论述海派文化中曾作如下提醒，海派文化符号的一个问题则是“容易被孤立”，而江南文化相比之下却是绝大多数人都容易接受和喜爱的。

从历史上来看，越文化、吴文化、徽文化以及海派文化等分支在不同历史时期交相辉映，各逞风流，合力铸造出风光灿烂的江南文化；越韵浙风、吴韵苏风、皖韵徽风以及沪韵海风则共同奠定江南历史的文化底蕴。江南区域内多元文化主体互为源流、互为映衬、互为补裨，共同推进江南文化从历史走到现实、迈向未来。其间，徽商之功巨伟。这里再以徽州文化与沪苏浙江南区域文化的关系加以说明。一是互为源流，这方面的事例很多，绵延不绝。如徽州西递笃敬堂有一副名联：“读书好营商好效好便好，创业难守成难知难不难。”耐人寻味的是，吴敬梓《儒林外史》第二十二回在描绘扬州徽商时亦有一名联写道：“读书好耕田好学好便好，创业难守成难知难不难。”此二联相差仅三个字，且形成时代相近、相关人物皆有徽商，足见互为源流。二是互为映衬，体现为学术互通、艺术互鉴、创新互动。如苏州园林被公认为中国现存的传统私家园林的经典之作，徽州园林则被视为中国乡土园林景观的杰出代表，被都列入“世界文化遗产名录”，是吴文化与徽文化孕育出的江南“双子星座”，二者渊源颇多、关系“近亲”，可谓相得益彰、交相辉映。

从现实需求来看。江苏省社会科学院文脉研究院副院长王卫星认为，经济发展固然可以把人们联系在一起，但是人与人之间的关系想要更加稳固、更具有传承性，必须有共同的文化。江南文化为实现区域政治、经济、社会、文化、生态协调发展贡献了重要的思想文化资源，是长三角更高质量一体化发展的灵魂和重要联系纽带。在经济和文化对区域发展的主导作用日益凸显的趋势下，紧扣“一体化”和“高质量”两个关键，以江南文化的共融来推动文化事业、文化产业的协同发展，将为长三角更高质量一体化格局的形成提供认同基础、精神动力和竞争优势。也是基于此，中共中央、国务院印发《长江三角洲区域一体化发展规划纲要》，提出要“共同打造江南文化等区域特色文化品牌”。

四、路径选择：共同打造江南文化品牌，助推长三角一体化发展

（一）齐心滋养江南文化生态，夯实长三角一体化发展的文化基础

要克服制约文化融合沟通的偏见。如清康熙年间郑旭旦的《天籁集》记载民谣：“龙生龙，凤生凤，麻雀生儿飞蓬蓬，老鼠生儿会打洞，婢妾生儿做朝奉。”充满了对徽商的嘲讽和鄙弃。复旦大学王振中教授曾与浙江学者高念华进行胡雪岩籍贯之争，似乎也已经超出了纯粹学术纷争的范畴。²王振中提出：“有容乃大，或许这才是人们超脱狭隘地方利益所应有的胸襟，同时也是我们解决胡雪岩籍贯之争本应具备的理性态度。”这对于我们以包容公允心态推进江南文化融合发展具有普遍的积极意义。面对新时代新使命，沪苏浙皖应坚持共性与个性相得益彰、合作与竞争辩证统一、集聚与辐射相辅相成，齐心协力培育江南文化生态，为共同打造江南文化品牌、助推长三角一体化发展积淀深厚文化基础。

（二）协同弘扬江南城市文化精神，助推长三角一体化发展

城市精神是市民共有的行为准则、生活方式、伦理价值、文化底蕴和人文景观体现出的共同的价值观念和精神特质，是意识形态、战略资源、独特魅力，是城市先进文化和软实力的核心。正如德国思想家斯宾格勒所言：“要将一座城市与一个乡村区分开的标准，并不是指它们范围和尺度上的差别，而是这种与生俱来的城市精神。”^[19]长三角城市群作为世界六大城市群之一，完全可以把长三角城市群看作古代江南的当代形态，打造城市精神品牌^[20]，这方面许多城市已取得明显成效，如马鞍山的“聚山纳川，一马当先”、南京的“开明开放、诚朴诚信、博爱博雅、创业创新”、上海的“海纳百川、追求卓越、开明睿智、大气谦和”等，就富于鲜明的时代精神和文化特色。要进一步把弘扬城市精神作为共同打造江南文化品牌的着力点之一，共同打造和弘扬江南城市精神。

（三）共同打造江南文化艺术品牌，扩大长三角一体化发展的文化影响

江南经济繁荣的一个重要影响因素是“四水”航运（长江、大运河、江南水网、海运），“四水”经济为江南文化发展提供基础，并由此派生出移民文化、运河文化、商业文化等。要落实好长三角一体化高质量发展国家战略，一市三省要进一步推动协同发展、充分运用江南文化资源，共同打响江南文化艺术品牌。这方面各省市都已取得了不少的成果，如反映江南历史沧桑、风俗人情、精神风貌的文学作品《长恨歌》《江南》《繁花》等都获得了“茅盾文学奖”，提升了江南和江南文化的影响力和美誉度。下一步，长三角各地可以进一步整合资源、紧密合作，携手打造江南文化艺术精品，扩大长三角一体化发展的文化创造力、影响力和竞争力。

（四）携手推进江南文化研究，提升长三角一体化发展的学术品质

这里要坚持的原则应是，不要在地域空间上厚此薄彼，而要强调长三角江南文化建设的一体化；不要在时间上厚古薄今，而是要注重对江南传统文化的探究，也要加大对长三角现实问题的关注力度；不要在学术研究和应用研究上人为割裂，而是要将长三角文化创新共同体建设作为江南文化研究和提升学术品质的目标和重中之重。具体实践上，建议可以成立江南文化的研究联盟和研究江南文化的专业机构，促进形成江南文化研究群；培养多支江南文化研究队伍，为从事投身于江南文化研究的专家、学者提供发展机遇、拓展进步空间；开展江南文化研究高端论坛，探讨江南文化研究的最新观点；加大江南文化研究成果的转化和传播力度，积极支持各地举办关于江南文化系列讲座，同时鼓励各类媒体参与发布江南文化研究观点和成果，等等。

（五）合力增强江南文化经济动能，增强长三角一体化发展的产业支撑

要合力增强江南文化的经济动能，构建江南现代文化产业体系、培育文化龙头企业、推出典型工程项目。如举办好长三角国际文化产业博览会，便于集中展示长三角文化整体风貌，加强广播、电视等产业跨区域的合作与发展。共建国际一流文化旅游地，充分利用和整合长江、沿海、域内名山、名水、名城以及名人等特色资源，共同打造高品质的闻名于世的东方度假胜地和休闲旅游区。创立相关旅游信息库，推行假日出行旅游、景区大客流预警等信息联合发布机制，推出“惠民一卡通”“旅游

护照”“畅游长三角”等产品，改善游客出行体验感。

结语

江南，是中国人心中抹不去的记忆与情结，每一个中国人心中都有一个属于自己的江南；江南文化，是中国地域文化最富浓郁特色的组成，氤氲着温润与诗意，渗透着忧郁与清愁，充溢着热血与浩气。长三角一市三省山水相连、地缘相近、人文相似、人缘相亲、产业相融，推进长三角一体化发展，就是要站在时代高度，承接过去，面向未来，融会贯通，在文化认同上构建更大同心圆，在文明共识上寻求更大公约数。深刻把握江南文化本质特征和多维形态，积极探索共同打造江南文化品牌、提升文化软实力的具体路径，增强新时代江南文化对“新江南”发展的活力注入，为长三角一体化高质量发展提供坚实的精神动力、智力支持和产业支撑。

参考文献:

- [1]唐力行. 苏州与徽州——区域互动与社会变迁(16-20 世纪) [M]. 商务印书馆, 2007.
- [2]李伯重. 多视角看江南经济史[M]. 上海:生活·读书·新知三联书店, 2003:463.
- [3]冯贤亮. 明清江南地区的环境变动及其社会控制模式[J]. 中国社会经济史研究, 2001, (3):19-38.
- [4]中共中央、国务院. 长江三角洲区域一体化发展规划纲要. http://www.gov.cn/zhengce/2019-12/01/content_5457442.htm.
- [5]王振忠. 从徽州到江南:明清徽商与区域社会研究[M]. 上海人民出版社, 2019.
- [6][英]爱德华·泰勒. 原始文化[M]. 连树声, 译. 广西:广西师范大学出版社, 1992:1.
- [7]贾磊磊. 国家文化软实力的主要构成[N]. 光明日报, 2007-12-07(10).
- [8]刘士林. 齐鲁伦理文化与江南诗性文化[J]. 江南大学学报(人文社会科学版), 2009, (6):81-84.
- [9]刘士林. 西洲在何处——江南文化的诗性叙事[M]. 北京:东方出版, 2005.
- [10]张兴龙. 江南文化传统精神的阐释——兼与景遐东先生商榷[J]. 美与时代 2007, (3):21-23.
- [11]梁衡. 把栏杆拍遍——梁衡散文中学生读本[M]. 北京:北京联合出版公司, 2015:3-4.
- [12]景遐东. 江南文化传统的形成及其主要特征[J]. 浙江师范大学学报, 2006, (4):13-19.
- [13]熊月之. 略论江南文化的务实精神[J]. 华东师范大学学报(哲社版), 2011, (3)34-39, 152.
- [14]陈国灿. 从南北文化互动看江南地域精神[N]. 中国社会科学报, 2011-9-13(11).
- [15]范利伟. 聚焦江南文化传承发展[N]. 中国社会科学报, 2018-12-12(02).

[16]徐涛. 江南文化有何特殊的精神因子[N]. 解放日报, 2017-4-18(12).

[17]沈昕. 徽商与“一带一路”贸易[N]. 安徽日报, 2018-5-22.

[18]秦宗财. 明清时期徽州与江南刻书的文化互动[J]. 历史档案. 2016, (4):119.

[19][德]奥斯瓦尔德·斯宾格勒. 西方的没落[M]. 商务印书馆, 2001:79.

[20]刘士林. 江南与江南文化的界定及当代形态[J]. 江苏社会科学, 2009, (5):228-233.

注释:

1 《清高宗实录》卷 619, 乾隆二十五年八月己亥, 中华书局, 1986 年, 第 965 页。关于江南分省的时间, 一般主张康熙六年, 本文采纳季士家至乾隆二十五年说。参见王文清主编《江苏史纲》(古代卷), 江苏古籍出版社 1993 年版, 第 744-746 页。

2 参见王振中曾撰《稿本〈南旋日记〉与胡雪岩籍贯之争》等文。