目 录 武汉社会科学
SOCIAL SCIENCES IN WUHAN 第 1 辑 总第 27 辑 2023 年 3 月

岳飞文化

1 传承弘扬英雄精神 打造新时代英雄城市——“疾风劲草识英雄：岳飞行迹与武汉文化”专家座谈会发言摘编

岳飞行迹与武汉文化/张金明

岳飞文化精神内涵与保护传承弘扬/邱君恒

武汉岳飞文化保护、利用现状及提升建议/岳 达

岳飞文化赋能城市建设/吕先文

开创岳飞文化游 打造武汉岳飞文化旅游线路/密小华

改革创新

6 以未来教育引领未来高质量发展的思考 / 樊志宏 刘 婧

11 湖北省乡村振兴战略实施现状、难点与对策——基于“乡村振兴与共同富裕”百村千户调研 / 张建华 贾 静

20 创新党委政府部门决策咨询机制研究——基于对武汉地区智库咨政现状的考察 / 邹梦瑶

28 推动武汉数字文化产业高质量发展的路径与对策 / 李翠军

长江文化

35 湖北长江国家文化公园文旅融合的路径及机制研究 / 王冰倩 谢 青

43 武汉英雄城市形象建构中文化符号的开发与传播研究 / 余丽蓉

51 长江流域农业文化遗产传承保护的创新路径探寻 / 唐尚书 江运乔

都 市 圈

58 面向“双碳”战略的襄阳都市圈绿色发展策略研究 / 邓 豪 刘 钒

CONTENTS

武汉市社会科学院·武汉市社会科学界联合会

经济发展

64 共同缔造中的企业社会责任与实践路径——“在场·2023 长江财经峰会”圆桌论坛发言摘编

70 关于田园综合体建设的实践与思考——以武汉市新洲区仓埠街田园综合体建设为例 / 王子奇　黄保华　金宝涛

77 基于动态因子分析的武汉“双循环”新发展格局水平测度研究 / 张玲玲

85 武汉“时尚 + 科技”新消费研究 / 管妮娜

社会治理

93 城市社区冲突类型与矛盾化解机制研究——基于武汉市政务多源大数据的实证 / 肖泽磊　王　烨　章　强

104 进城务工人员的城市可达空间分析 / 曹　莹　王　铁

113 农村老年人居家养老服务需求偏好及影响因素分析——基于全国 28 省(市、自治区)调查数据的实证研究 / 沈卓艺　陈　洁　张世平

121 新时代武汉自由职业人员群体特征及统战对策探讨 / 顾晓森　张　玉

128 武汉反家庭暴力、促家庭和谐建设调查研究——基于武汉万人问卷调查数据的实证分析 / 杨　莉　马运杰　简　民

文化历史

136 移动传播时代城市空间的类虚拟消费研究 / 黄　骏

144 武汉英雄城市精神品格形成与城市形象传播 / 王光艳

154 教育夯实文化自信 / 陶　青

159 抗战时期文学“战场”的“抗日战争”/ 王思璇

投稿邮箱：whshkx@163.com

“大江学术”微信公众号：WHASS_1983

传承弘扬英雄精神 打造新时代英雄城市

——“疾风劲草识英雄:岳飞行迹与武汉文化”专家座谈会发言摘编

编者按:为挖掘弘扬岳飞文化的时代价值,研究开发包括岳飞文化在内的长江文化历史大IP,助力长江国家文化公园武汉先行示范区和文化强市建设,在中共武汉市委宣传部、湖北省国家文化公园建设工作专家咨询委员会的指导下,武汉市社会科学院于2023年2月8日举办了“疾风劲草识英雄:岳飞行迹与武汉文化”专家座谈会。座谈会邀请了来自华中师范大学、武汉科技大学、武汉岳飞文化研究会、汉阳区委宣传部、武汉市社会科学院等高校院所的多位专家,围绕武汉岳飞文化遗迹的保护传承利用及岳飞爱国主义精神的弘扬等主题展开了热烈交流研讨,现将有关专家发言内容整理摘编如下。

岳飞行迹与武汉文化

张全明　华中师范大学历史文化学院教授

一、宋代江城政区与地势

宋代江城政区设置。南宋初年,武汉分属荆湖北路鄂州与汉阳军所辖,分设江夏县与汉阳县。

水陆地势与面积。宋代江城水陆地势、面积与今天的武汉可谓有天翻地覆的变化,其水陆地势与所辖面积完全不同。当时长江、汉水多无堤防,洪水季节,水域面积与沼泽地区广阔,占当时总面积的60%左右。

二、江城岳飞行迹

北伐概况。岳飞率水步骑三军驻屯鄂州(今武昌,下同)7年(1134—1141年),从帅府(今武昌司门口)启程,先后历经四次北伐,战绩卓越。第一次北伐(1134年),收复襄阳一府与郢、随、邓、唐四州以及信阳军,史称六州。第二次北伐(1136年秋),自汉水北上襄邓至豫西卢氏及陕西商州等地。第三次北伐(1136年冬),进军蔡州等地。第四次北伐(1140年),进兵京东、河北、河东等地。这是岳飞北伐中最有成就的一次,相继取得郾城之战、颍昌之战与朱仙镇大捷,最后奉诏班师。

武汉岳飞文化遗迹有四大类。一是岳飞个人军事文化活动遗迹。如帅府、黄鹤楼(南楼)等。二是岳飞家庭生活遗迹。如姚母生卒处、四子岳震与五子岳霭(即岳霆)出生地等。三是岳家军驻屯与征战遗迹。如水步骑兵训练、出征与征战遗迹等。四是纪念岳飞及其岳飞文化遗迹。如忠烈庙、岳鄂王庙等。

三、鄂州岳鄂王庙

重建岳王庙的条件。鄂州岳鄂王庙是中国最早的岳庙,居全国四大岳庙之首。当前武汉市具备重建岳鄂王庙的条件。一是有雄厚的经济基础。二是有众多适宜的地理空间。三是有传颂民族英雄的良好文化氛围。四是民间百姓的愿望与要求。

重建岳王庙的意义。岳鄂王庙只有建在武昌旧城的中心地带,才能更好地发挥作用。重建岳王庙一是有利于继承中华民族传统优秀文化,弘扬爱国主义精神。二是有利于宣传英雄,热爱英雄,争做英雄。三是有利于武汉文化旅游业的发展。岳鄂王庙的建成,必将成为武汉旅游文化的一个全新的坐标,一张崭新的名片。四是有利于提升武汉历史文化名城的声誉与影响。五是有利于推动城市文脉的传承保护。

岳飞文化精神内涵与保护传承弘扬

孙君恒　武汉科技大学国学研究中心主任

一、岳飞行迹

岳飞武汉行迹。武汉市包括青山区的青山镇矶头山,是当年岳飞训练水兵的基地,也包括训练步兵、骑兵等兵种。这为岳飞开展北伐奠定了良好的基础,提供了稳定的后方。

岳飞湖北行迹。岳家军以武汉为司令部、大本营,十万大军辐射江汉平原屯田、练兵、养马、造兵器,形成了北伐坚固的后方基地。荆门岳飞城是当时屯兵的地方。天门有因岳飞驻兵而得名的岳口镇。广水市的平靖关是当年岳飞驻扎守卫的地方。岳飞的后代还隐居在黄梅繁衍生息。相关的还有岳竹村(十堰张湾区)、岳家堡(十堰张湾区)、岳王村(竹溪)、岳王庙(竹溪)、岳飞文武学校(武穴)、养马岭(黄梅)、五郎关(黄梅)、岳家学堂(黄梅)、点将台(黄梅)、拴马樟(黄梅)、饮马井(黄梅)、岳震岳霆墓(黄梅)等。

二、岳飞文化精神内涵

清正廉洁。岳飞强调文官不爱钱,武官不怕死。岳飞打仗勇猛,身先士卒。朝廷的赏赐下来后,他都和官兵分享,体现出了高尚的品质。

爱护百姓。岳家军纪律严明,冻死不拆屋,饿死不掳掠,深受老百姓爱戴。武昌最早建立岳王庙,就体现出老百姓对岳家军的喜爱。岳家军秋毫无犯,与武昌群众建立了很亲密的关系,以至于没有建庙之前老百姓就自发地家祭。

忠孝双全,文武双全。家国情怀,千古流芳。

大义灭亲。岳母姚氏有一兄弟,绍兴元年(1131年)因违反军纪骚扰百姓,被岳飞擒杀。

三、武汉弘扬岳飞文化的路径

东湖风景区面积宏大,且尚无岳飞文化景点。同时东湖与岳飞操练水军的岳家嘴较近,能够起到关联作用。建议在东湖风景区内建立岳飞纪念馆,与西湖遥相呼应,弘扬岳飞爱国主义精神,彰显武汉的英雄城市精神特征。

武汉岳飞文化保护、利用现状及提升建议

岳　达　武汉岳飞文化研究会秘书长

一、全国岳飞文化研究机构概况

全国岳飞文化研究机构概况。据不完全统计,全国以岳飞文化为主题的社会组织共有70多家。2019年“两会”期间,由邓小平同志亲自题写刊名、中共中央宣传部主管的期刊《思想政治工作研究》对岳飞思想研究会会长岳朝军进行了专访。党的二十大期间,全国各地送至北京的

图片展上,展出了两件与岳飞文化主题内容相关的实物和图片。

武汉岳飞文化研究会概况。武汉岳飞文化研究会成立于2011年,是武汉地区从事岳飞文化研究的各界人士和组织自发成立的全市学术性非营利社会组织。成立以来,坚持不懈弘扬岳飞文化,着力打造岳飞与武汉主题文化活动,成功举办了纪念民族英雄岳飞诞辰915周年系列活动、岳飞文化武汉主题展览等多项具有影响力的活动。

二、武汉岳飞文化遗迹保护利用存在的问题

武汉在宣传和挖掘岳飞文化方面力度不够。许多朋友登临黄鹤楼,只知道"眼前有景道不得,崔颢题诗在上头",而不知道为什么黄鹤楼公园里会出现岳飞纪念公园;只知道岳飞被追封为鄂王,却不知道岳飞为什么封号,这与我们有什么联系;只知道岳飞直捣黄龙,而不知道岳家军所有重大战役的大本营就在武汉;只知道杭州岳王庙,而不知道四大岳王庙之首就在我们武昌。这是典型的身在金山而不知其贵。在当前众多城市争抢名人资源的背景下,武汉没有把岳飞这张名片利用好,这是城市的损失。

三、宣传和挖掘武汉岳飞文化的建议

加大各种形式宣传岳飞文化。让我们这座城市的人民知道岳飞与武汉的关系和渊源。

建立岳飞文化主题公园。建议将沙湖公园改名为岳飞文化主题公园,更大限度地发挥沙湖水上活动项目的作用,丰富沙湖公园的文化类型。

建立岳飞纪念馆。东湖风景区知名度高,且缺少岳飞文化的景点,建议在东湖风景区内开辟一个区域,建设岳飞纪念馆,争取打造出一个新的岳飞文化景点和爱国主义教育基地。

岳飞文化赋能城市建设

吕先文　汉阳区委宣传部理论科科长

一、岳飞在汉阳的足迹

第一,马沧湖。岳家军驻屯在汉阳城西驿道附近的翠微峰一带,也分布在汉水流域的墨水湖、龙阳湖北岸。其中,墨水湖附近河浅滩宽,水草丰沛,是岳飞操练水师的主要阵地,相传岳飞曾在这一带放养战马和操演水兵,这里因此得名马场湖,后来叫作马沧湖。

第二,冰塘角。在今拦江路与归元寺路相交的西北角有地名冰塘角,原名兵藏阁,曾是岳飞屯兵的地方。相传岳飞带领岳家军来到汉阳,已是入夜时分,为了不扰民,就地在当时汉阳城外翠微峰南麓的荒野之地驻扎下来,并明令将士们不得私自进城、不得扰民、不得践踏庄稼等等。岳飞将帅府设在附近一座废弃阁楼内,重要兵器也藏于阁内。为纪念岳家军,人们将收藏兵器的阁楼取名"兵藏阁"。后来,兵藏阁虽然毁坏了,但"兵藏阁"仍作为地名流传下来。由于汉阳方言"兵藏阁"与"冰塘角"相近,久而久之两个地名同时流传。

第三,邓甲村。在兵藏阁西侧,是当年岳家军存放铠甲、兵器的地方。由于"存放"和"放置"在武汉方言中都被读为"(dèn)",因而该地附近的村庄又被后人谓之顿甲岭。今五里墩街与江堤街接壤处的邓甲村便由顿甲岭演变而来。

第四,翠微古井。古翠微峰北临汉阳城西驿道,也就是现在归元寺那一片,是岳飞经常策马巡查的必经之处,岳飞在这里留下了"经年尘土满征衣,特特寻芳上翠微"的名句,汉阳民众读作"得得寻芳上翠微",以怀念岳将军在此"得得"的马蹄声,后来这里也就有了翠微路。如今翠微峰虽已无山无峰,但归元禅寺院内仍有"翠微峰"标识,寺中的翠微古井和翠微古池,相传是当年岳家军兵马饮水的地方。

第五,催子湾。在汉阳五里墩街五麟里社区

西北角的催子湾,这个地名的由来也与岳飞有关。这里在古代是一个普普通通的村湾,相传岳飞到这里巡视军情,遇到一老妇因家贫儿子娶不上老婆,岳飞赠予了银钱,帮助老妇儿子娶上了老婆。老妇儿子曾在河南闯荡过,为了报恩,答应到河南为岳飞探查敌情,但儿子因为刚新婚,迟迟不愿启程。老妇心急,天天催儿子上路。儿子只好挥泪告别母亲、妻子,前往河南。

不久,岳飞便收到老妇儿子托人捎回的金军情报,借此情报接连打了好几场胜仗。因为这段故事,汉阳百姓把这个湾子改名为“催子湾”。

第六,报国庵。岳飞将军在汉阳的群众基础非常好,汉阳百姓都积极支持岳家军攻打金军,献计献策,并曾帮助岳家军扎制竹排强渡汉水,追击并歼灭金兵。岳飞深受感动,曾题写“精忠报国”四个大字,赠予汉阳父老乡亲表达谢意。

绍兴十一年十二月(1142年1月),宋高宗听信秦桧谗言,以“莫须有”罪名,将岳飞杀害于临安(杭州)风波亭。听到这个噩耗后,汉阳老百姓悲愤不已,在翠微峰东南兴建报国庵,将岳飞生前所书“精忠报国”四个大字制作的匾牌悬挂于庵堂内正殿上方,岁岁祭祀这位民族英雄。报国庵位于鹦鹉大道与拦江路交会处西北角,成为汉阳历史地名之一,泛指报国庵周边区域。1957年鹦鹉大道一带建工厂,报国庵被拆除。报国庵周边的街巷被命名为“报国巷”,使岳飞将军精忠报国之志在汉阳永远流传。

二、努力在新时代传承好岳飞精神

用岳飞故事加强爱国主义教育。岳飞从小就接受爱国主义教育,崇文习武,终生践行精忠报国之志。岳飞故事既有典型性,也有故事性,对加强群众爱国主义教育,特别是引导青少年健康成长有极高价值。应进一步加强挖掘、整理,通过青少年读本、微信推文、动漫片等群众喜闻乐见的形式,创作推出一批关于岳飞故事的文艺作品,让更多汉阳人传承岳飞精忠报国的精神。

用岳飞文化赋能城市建设。发挥好汉阳文化研究院的作用,选取一些特色项目,将岳飞文化融入城市建设中。比如在打造汉阳古城风貌区和知音文化旅游区的过程中,可以精心设计打造一些融入岳飞故事的街头博物馆、网红打卡点或者雕塑、路灯、井盖、座椅等相关公共建筑,推出一些有趣的文创产品,吸引广大群众特别是年轻人,让更多人在求知求乐求美中了解岳飞的英雄事迹,从中汲取精神力量,更有信心和动力投身宜居宜业新汉阳建设。

开创岳飞文化游 打造武汉岳飞文化旅游线路

密小华　武汉市社会科学院副研究员

一、挖掘岳飞文化历史,整理现有文化资源,多渠道多方式弘扬岳飞文化

打造岳飞文化展示平台,做好岳飞文化形象展示。武汉有很好的研究与弘扬岳飞文化的基础,岳飞驻扎武汉7年,留下了宝贵的、丰富的、独一无二的历史文化资源。从物质文化遗存方面来看,武汉城区历来分布有不少岳飞及其率领的岳家军留下的珍贵历史文化遗迹。虽然历史时空环境尤其是武汉城区地势地貌的变化,使得一些遗迹遗址的确切方位变得模糊不定,有待发掘与发现,但有学者考证与统计,今武汉市武昌城区与汉阳城区等地,包括不同历史时期名异实同或一事多名、一事多地而大致能确定其具体地址且具有重要历史意义的岳飞文化遗址或遗迹约有50处。建议在深入研究挖掘相关历史的基础上,增加对岳飞文化资源进行展示的场所与方式,加强岳飞文化遗产挖掘、遗存保护,适时适地重建遗址。除了建议择址重建武昌岳王庙外,还建议建造主题文化公园,补充遗迹遗址等地的相关文化标识,对外做好形象展示。

讲好岳飞故事,弘扬岳飞精神。除了可见的历史痕迹外,岳飞留给武汉的,还有更宝贵的精神价值。从岳飞文化的精神价值方面说,岳飞文化及其精神内涵是长江文化中的有机部分,它已经融入我们的价值观中,特别是对荆楚大地上的人们来说,岳飞抗金精神和屈原大夫的忠贞为国的气节激励了一代又一代人。建议推动岳飞文化和岳飞故事进社区、进学校、进部队等,让更多的人了解岳飞文化,传颂岳飞故事,传承岳飞精神。除此之外,还建议在博物馆、美术馆等文化场所做一些岳飞文化展示与文化传播,如在武汉自然博物馆、长江文明馆等文化场所增加岳飞文化板块的展示,凸显"英雄城市"的文化传承,服务城市文化形象塑造。

二、开发打造岳飞文化IP,打造武汉乃至湖北岳飞文化遗迹旅游线路

将岳飞文化遗产保护和岳飞文化利用建设综合考量,恢复岳飞在武汉及湖北的活动路线图,深度挖掘武汉文化内涵,策划武汉及湖北独具特色的旅游内容和项目,不仅能增加武汉文化厚度,提升武汉文化形象,对于城市文化建设大有裨益,而且,在长江生态经济带的区域发展经济规划中融入文化建设的规划,将构建出更加和谐、平衡的区域发展战略。

一是打造岳飞与爱国主义教育主题游。将岳飞文化贯穿于旅游线路中,将文明建设融入遗迹的景区中,以岳飞文化与历史遗迹为主题,结合已有旅游景点推出具有武汉特色的爱国主义教育主题游。

二是打造岳飞文化与遗迹游。以蛇山岳飞文化广场为起点,走过岳飞功德牌坊,游览岳飞广场,观岳武穆铜雕像、岳飞衣冠冢、岳武穆遗像亭、岳飞半身塑像的明代石碑,赏岳飞手迹"还我河山"。下山移步辛亥革命博物馆、武昌起义军政府旧址,到司门口看帅府遗址,去户部巷小吃一条街品尝美食,再前往武昌农民运动讲习所、粮道街马蹄营,及小东门的忠孝门。

三是打造岳飞驻军文化游。以归元禅寺为核心,开始参观寺中的翠微古井和翠微古池,游览周边的冰塘角(兵藏阁)、邓甲村(顿甲村)、马沧湖(马场湖)、催子湾、报国巷、武汉动物园、汉阳造艺术区、古琴台、月湖公园、墨水湖公园等景区。

四是推出岳飞文化遗产体验游。武汉有岳飞文化研究团体,也有岳飞文化传承的后人。由岳飞后裔创立的"岳宴"酒,就是一种岳氏文化的载体。它载着忠、孝岳家文化的思想,向人们述说民族精神,让我们体会"笑谈渴饮匈奴血"的豪气,以及饮岳飞茶、品"岳家粑"、"油炸桧"、听《岳飞夫人》曲。以上岳飞文化形态均顺手拈来,只需统筹设计包装,即可打造极富特征的岳飞文化商品或纪念品。以及在此基础上,结合岳飞文化的相关文化元素,开发岳飞文化的文创产品,拓展岳飞文化的涉及面。

五是打造探访岳飞后裔遗存的岳飞文化之旅。以武汉为核心,向西可以游览京山关岳庙,人烟辐辏、商贾云集、经济繁盛、民风朴实的天门岳口镇,和荆门市掇刀区团林铺镇的莲花村与沙洋县五里铺镇友联村的"岳飞城"。从武汉向南,瞻黄梅县苦竹乡养马村聂家湾老树坡的"大宋敕封朝奉大夫岳震、朝散大夫岳霆之墓",观岳家居宅、岳家花园、岳家学堂遗址、教拳习武演练场和操练兵马的养马岭、伏马槽、拴马桩、饮马池等,赏"源流有序、拳理明晰、风格独特、自成体系"的"岳家拳",写岳飞的第二十七代后裔岳士杰独创的"岳体"书法。该处岳飞文化是较丰富和集中的,适合打造青少年爱国主义教育基地,岳飞文化传承、体验地。

(摘编整理:赵煌,武汉市社会科学院文化与历史研究所助理研究员。)

(责任编校:曹莹)

以未来教育引领未来高质量发展的思考

樊志宏　刘　婧

摘　要:教育在全面建设社会主义现代化国家进程中具有基础性地位和战略性价值。应试教育已经被普遍认为不是未来之选,素质教育的最终目的也是培养对国家和社会有用的人才。真正引领未来的教育,是把人视作一个自醒、自主、自立、自我发展进步的主体,通中华民族文明传承弘扬之识,通大河文明与海洋文明交融发展之识,通农业、工业、信息等文明升维发展之识。

关键词:素质教育;通识教育;引领未来的教育

党的二十大报告专章论述“实施科教兴国战略,强化现代化建设人才支撑”,首次对教育、科技、人才进行统筹安排、一体部署,并摆放在“全面建设社会主义现代化国家的首要任务”,即“高质量发展”之后的突出位置,第一次集合提出“科技是第一生产力、人才是第一资源、创新是第一动力”。这表明,在世界百年未有之大变局及新一轮科技产业变革下,我们党对于引领性发展的核心动力、关键要素和前进路径的认识,又有了更为深入、更为科学的洞见;对于中华民族伟大复兴全局中,中国发展阶段性特征及高质量发展长周期规律的认识,又有了更切合实际、更具实践性的战略战术安排。

如何正确领会党的二十大报告关于教育发展的战略意图和重点安排,如何深刻理解教育在全面建设社会主义现代化国家进程中的基础性地位、战略性价值,努力打造能够引领未来高质量发展的未来教育,是我们奋力实现第二个百年奋斗目标的一项关键而紧要的任务。

一、探索引领未来的教育需要长周期思维

教育是每代人畅想未来、创造未来的终极路径,也是每代人回顾过去、反省现实的终极归宿。我们对历史有什么样的批判,就往往会给后代谋划什么样的教育,而给后代提供什么样的教育,又决定着会收获什么样的未来。

教育是人才涌现的基础和科技发展的先导,具有鲜明的战略价值。培养什么人、怎样培养人、为谁培养人是教育的根本问题。历史观察表明,一个家族培养一代“贵族”至少需要三代人的接续努力。对于一个国家或民族来说,从追赶到领跑的崛起进程更是跨越数代人的“长周期”接续奋斗过程。让追赶中的一代人全面超越自己而成为领跑者,个别人可能可以,但对于整代人来说,是不可能的。要实现从追赶到领跑,终极路径就是依靠教育的前瞻性谋划,从而实现民族的整体跨越。因此,给予后代一个可以传承历史、改变现实、迎

接未来的教育,不仅仅是每个家庭的重大责任,也是国家、民族甚至全人类的重大责任。

在对强国崛起规律、对当今新技术革命和产业变革的时代特征、对未来世界发展大势深刻洞察把握的基础上,党的二十大报告提出“加快建设教育强国”“办好人民满意的教育”“促进人的全面发展”“全面提高人才自主培养质量”“培养造就大批德才兼备的高素质人才”,凸显了教育在中国式现代化中的重要地位作用,体现了教育作为社会主义现代化强国重要支撑和基础工程的特殊意义、特殊价值。

在每一轮科技产业变革中,最终领跑的国家都是立足于世界科学中心和教育中心的基础能力,来支撑形成自身的产业和综合实力竞争优势。从历次科技产业变革中动力和要素转换的国际成功经验来看,协同实施科教兴国战略、人才强国战略、创新驱动发展战略是我国抢抓新一轮科技产业变革引领发展机遇的必然选择。中国要想在此轮科技产业变革中争得引领性发展优势,就必须通过协同实施好科教兴国战略、人才强国战略、创新驱动发展战略,力争在核心动力、关键要素等方面,从主要依赖外部输入,转向主要依赖内生育成;从主要依赖模仿跟跑,转向主要瞄准领跑带动;从主要依赖比较优势,转向主要依靠竞争优势。

教育成为解决内生育成问题的关键所在。那么要回答好我们应该给予后代什么样的教育,就必须首先回答好我们可能或期望拥有什么样的未来,需要培养什么样的下一代,让他们带领我们向这样的未来迈进,其次才是回答该用什么样的教育培养这样的下一代。

既然是谈论未来,我们就不可避免地要论及人类社会的各种长周期运动。教育也是一个长周期的慢变量,其成效往往是跨期、跨代体现出来的。我们需要做的,就是研究人类社会其他长周期运动与教育活动是如何相互交融、相互作用的,以此为基础来更精准地把握教育的本质、规律、趋势及关键点,进而回答好前面所提出的问题。

二、素质教育是未来之选吗?

应试教育已经被普遍认为并非未来之选了,那么素质教育呢?为此,我们需要分析素质教育可以指向什么样的未来。改革开放以后,科学技术导向下“英才”培养模式逐渐导致重知识轻能力、重智力轻德才、学生课业负担过重、片面追求升学率等问题,教育界将其视为应试教育所产生的弊端,并相应提出素质教育的模式。素质教育提出的初衷,是通过不断开启人的智慧、激发人的潜能、培养学生自我意识、尊重学生主体性认知,全面提高学生的综合素质。但是,素质教育强调教育要同国民经济发展的要求相适应,最终目的是培养对国家和社会有用的人才,对人的培养不是为了作用于人本身,而是为了使其成为国家运行系统中合格甚至优秀的“螺丝钉”。据此,我们大致可以得出以下两点基本认知:

一是素质教育依然是工业文明的思维和产物。机器大工业生产体系中,劳动者更多地处于资本和机器的从属地位,而非主导性的生产要素。因此,在这一思维范式体系中,劳动者被功能化、被要素化,被视为具有某些素质禀赋、拥有一定生产功用能力、可以实现产出贡献的资源要素,就像机器设备、土地空间、水气矿产、资本资金等一样。这样的人,是异化的、碎片化的、非人性化的。

二是素质教育也依然是跟跑者的思维。素质范畴的提出及以其为视角的研究,主要来自跟跑情景下的发展需要,即在把先行、先进国家或地区作为标杆来推导自身发展模式及路径的探求中,通过“反向工程”方法,来研究归纳出能够支撑追赶型发展的人力资源要素的结构性和表象性特征,而不是对能够支撑领跑型发展的人力资源要素的动力本源、核心本质等特征的研究。由此,以素质为核心来进行教育,会让我们只知其“所然”,而不知其“所以然”,更无法由此获知“未来之所

然”及“未来之所以然”。

如果以上对素质教育的认识是正确的,那么就不难再得出以下两个推论:

第一,素质教育并没有从教育本质上颠覆应试模式,也必然难以实现应试教育的升级、升维发展。素质教育并不与应试教育相对立,也不是应试教育的更好替代者。在应试教育思维、路径没有得到根本改变的情况下,着眼于素质教育的各种改革探索,都有可能或多或少地以变种形式回到应试的老路上。既然各类素质都可以对标量化,那它们也就是可以用考试的形式来进行考核评价的。

第二,对素质教育模式的固守,只会让跟跑者不自觉地陷入“跟跑陷阱”中,而难以自我培育起领跑未来的能力。素质教育是难以支撑当下受教育的下一代个体、整体,乃至整个民族更好地进入信息时代,并在信息时代掌握发展的主动权、竞争的领先权。毕竟,这些教育理念和模式依然停留在工业文明时代、依然主动把自己锁定在追赶者的位置上。教育不能先于进入信息文明时代、不能先于领跑,那还能指望谁来领跑呢?

三、引领未来的教育应是什么样的?

要解答这个问题,我们需要试着回答到底我们想要什么样的未来。首先我们来看看中华民族的未来是如何构想的。从科技、产业发展等视角来看,我们现在谋划更多的是,尽快在世界范围内实现从跟跑到并跑再到领跑的跃升。如果未来演进确如我们所愿,那么我们的“未来一代”在进入社会后所可能要面对的,是更多的并跑和领跑的竞争,是更多的“无人区”、无人领跑的发展情境,是更多需要自己谋划前进方向、探索前行路径的发展局面。这些都不是“未来一代”从其受教育时期所经历的现实场景中能学习借鉴得到的,因为当时的现实场景依然主要是处于追赶者视野下的,从中是难以得到领跑的真谛的。

当然未来更可能出现的一种情形是,我们先培养出能够在世界范围竞争并跑乃至领跑位置的“未来一代”,然后再由他们带领着我们乃至整个民族奔向未来的“无人区”、奔向未来的引领位置。从历史来看,这种情形有可能就是我们实现从跟跑到领跑的唯一路径。

没有领跑的教育,何来领跑的未来?指向领跑的教育,显然不应该是脱胎于追赶场景的教育。那么它应该是什么样的呢?要回答好这个问题,我们有必要尝试着探讨下当今教育与未来发展的关系问题。

每当面向“未知”,我们总是会求助于“已知”。“未来”是从“历史”中走出、从“现实”中走来的,在这一路上,那些关键的价值基石和基本的原理方法是不会动摇、不会改变的。

首先,人类社会有史以来重大的自然科学发现与人文社科建树,无不是从基础原理出发、依靠基本方法,不断革新、不断进步的。做出这些重大发现和建树的思想家、科学家,也无不是秉持着“第一性原理”,在原有理论认知已被证伪或陷入困境时,从该理论认知的原点出发,循着本源之径,探索出前人尚未认知、尚未实践的理论新空间。这应是每个领跑者的必由之路。在这些重大发现或建树诞生之后的一段时期内,人类社会也无不实现了新一轮的升维发展,而那些密集取得这些重大发现或建树的国家或民族,也无一不成功实现了领跑。

其次,人类对这个世界的认知、实践也都是基于对这个世界以及人类自身基本价值的判断,诸如善与恶、理性与感性、美与丑等。这些基本判断,构成了我们对世界及人类社会所有认知和实践的价值基石,比如“经济人”“社会人”等基于人性判断的前提假定,再如各学科对经典理论简约唯美表达的推崇和追求,又如各种理论对“向善”目标的设定。回顾历史,我们应该可以得出这样一个主导人类社会演进的关键基因——在尊重人

性的前提下,不断提升人性之水平,以求得人性之解放;在遵从生存环境有限性的前提下,不断提升认知与实践的能力水平,以实现对客观限制条件的不断突破、实践过程的不断优化。凡是能够尊崇这个基因的民族和国家,基本上都在历史长河中为人类社会的进步做出过重大贡献,即便是没能长期保持领跑地位。

人类文明历史中的传承基因,便是我们可以借以面向未来、引领未来的导航图。越是要面向未来,就越要回归人之本性、回归人类文明之初心;越是要创造未来,就越要重视历史人文的沿革接续和人文精神的传承创新。

从以上论述我们不难推论:

能够引领未来的教育,就是要能够引导每一批"未来一代"回到原点,能够赋予他们时常回归初心、正确认识价值基石、把握并改造基本方法进行开创式创新创造的能力,能够不断激发他们不屈探索与理性求解这个世界本真面目的进取意识和科学精神,让他们在茫茫的"无人区",仅凭着对"真、善、美"的执着追求,就能够从容自信、不屈不挠地向未知、向未来不懈前行。

能够引领未来的教育,是真正把人视作一个自醒、自主、自立的主体,而不是资本或机器的附属;是真正把人当作自我发展进步的主体,而不是生产过程中的某种要素,让人的创造性活动成为发展的第一内生动力。

四、引领未来的是通识教育吗?

通识教育承袭古希腊博雅教育和中世纪自由教育传统,希望培养通晓各类学科知识、真正全身心发展的人。[1]近代意义上的通识教育产生于美国。[2]19世纪末20世纪初,美国正处在加快走向领跑的时代转折阶段,以杜威为代表的实用主义教育理念盛行,人们盲目崇尚物质文明,漠视理性原则和普适性知识的获取,大部分高校专注于职业教育和专业教育,分系分科突出主修课程,强调学生社会经验的获得,整体性知识体系被严重割裂,人丧失全面发展的机会,这无疑与大学求真求知求善的根本目的相背离。

1828年耶鲁大学的教授们发表《耶鲁报告》,对专业主义进行反思,强调"大学的目的在于提供心灵的训练和教养,而古典文雅学科则是达成这种训练和教养的最佳选择"[3],随后美国博得学院帕卡德教授提出通识教育应该作为专业学习的前提,哥伦比亚大学、芝加哥大学等纷纷开设通识教育课程。20世纪中叶,通识教育作为必修科目这一观点在美国成为共识,为培养学生成为有综合能力、有责任感的"全人"做出积极贡献,并为美国经济和社会发展提供了源源不断的智力支持和人才支撑。

显然,美国通识教育虽然成功引领了领跑型发展,成功引发了人类社会的信息革命,但依然是服务于当时的社会进步和时代发展,是工业文明的产物,也只是西方文明传承的教育体系。

五、走向未来教育

时至信息革命风起云涌、信息时代加快来到的当下,时至世界大文明体系终于可以第一次进行平等交流互鉴的今朝,我们该如何构建能够更好贯通历史、现实与未来,能够更好面向未来、引领未来的教育呢?

一个更具时代特性、更合未来需求的态度,可能就是将历史上的主要教育理念和模式,作为我们学习借鉴再出发的基石,以一种世界各大文明体平等交流互鉴的宽广视野来再思考,以一种人类生产生活范式再升维的历史视野来再定位,以期让"未来一代"的教育,能够通中华民族文明传承弘扬之识,通大河文明与海洋文明交融发展之识,通农业、工业、信息等文明升维发展之识。

在迈向"人工智能"时代进程中,更多更快地提升每个"人"的世界性与民族性、全面性与独特性、社会性与个体性,以更少甚至避免走向"人"的

加剧异化,更多更好地凸显“人”的自我价值,引领未来走向一个理想的“人+智能”时代,一个能够促进、支撑“人”之加快全面解放的新纪元。

在“全球化”深度演进、新航天时代初现曙光的进程中,能够跳出人类历史的周期性零和博弈泥潭,让每个“人”都能从竞争合作中求得更好、在求同存异中保持本真,不断突破人生局限、实现人性升华,更好地引领自身的全面解放。

也许,这样的教育才是引领世界更快更好走向大同的关键力量。

参考文献:

[1]柏拉图. 柏拉图全集·第3卷[M]. 王晓朝,译. 北京:人民出版社,2003:653.

[2]北航高研院通识教育研究课题组. 转型中国的大学通识教育——比较、评估与展望[M]. 杭州:浙江大学出版社,2013:10.

[3]黄坤锦. 美国大学的通识教育——美国心灵的攀登[M]. 北京:北京大学出版社,2006:6.

(作者简介:樊志宏,博士,武汉市社会科学院党组书记、院长,武汉市政府咨询委委员,研究方向为城市战略规划等;

刘婧,博士,武汉大学社会学系2014届毕业生,研究方向为社会思想与社会政策。)

(责任编校:樊厚瑞)

湖北省乡村振兴战略实施现状、难点与对策

——基于“乡村振兴与共同富裕”百村千户调研

张建华　贾　静

摘　要:党的二十大报告提出要实现全体人民共同富裕。促进共同富裕,最艰巨最繁重的任务仍然在农村。乡村振兴给我国农村结构的转型提供了契机,有利于建立稳定脱贫的长效机制,是实现共同富裕的必然要求。湖北省作为农业大省,在持续推进乡村振兴、带领群众迈向共同富裕上具有丰富的启示意义。本文从居民生活水平、农业生产经营、产业发展、乡村建设等方面全面分析湖北省农业农村发展现状以及乡村振兴战略实施情况,剖析发展面临的主要问题和难点,并提出对策建议。

关键词:乡村振兴;农业农村;共同富裕

一、引言

党的十八大以来,党中央把握发展阶段新变化,把逐步实现全体人民共同富裕摆在更加重要的位置上,推动区域协调发展,采取有力措施保障和改善民生,打赢脱贫攻坚战,全面建成小康社会,为促进共同富裕创造了良好条件。现在,我国已经到了扎实推动共同富裕的历史阶段。在此背景下,如何稳住农业基本盘,守好“三农”基础,更好发挥“三农”压舱石作用,切实落实21世纪以来第19个指导“三农”工作的中央一号文件精神,全面推进乡村振兴各项重点工作,对于确保农业稳产增产、农民稳步增收、农村稳定安宁具有特别重要的战略意义。近年来,以乡村振兴为主题的学术研究逐渐增多,主要集中在乡村振兴的理论逻辑[1-4]、内涵诠释、实施路径[5-8]和脱贫攻坚与乡村振兴的有效衔接等方面[9-11]。

那么,如何做好脱贫攻坚与乡村振兴有机衔接?如何破解乡村振兴面临的困境?如何以乡村振兴推进共同富裕?为了更好地理解这些问题,2022年,华中科技大学经济学院课题组利用暑假返乡期间启动“乡村振兴与共同富裕”百村千户调研项目,通过入户访谈和问卷调查的方式,从“乡镇—村庄—村户”三个层面全面了解乡村振兴实施现状。调研区域涵盖湖北、湖南、河南、江西、安徽、宁夏、云南、新疆、黑龙江、江苏等15个省和自治区,共计走访129个乡镇、157个村庄和3038个农户家庭。其中走访湖北省20个乡镇、30个村庄和510个农户家庭。

湖北省作为农业大省,持续推进乡村振兴,带领群众迈向共同富裕具有丰富的启示意义。本文着重从湖北省农户的居民生活水平、农业生产经营、产业发展、乡村建设等方面出发,全面分析湖北省农业农村发展现状以及乡村振兴战略实施情况,剖析发展面临的主要问题和难点,并提出对策建议。

表1　湖北省调研区域概况

调研市	受访乡镇(个)	受访村居(个)	受访农户(户)	占比(%)
黄冈市	7	7	127	24.90
武汉市	3	5	103	20.20
荆州市	1	5	82	16.08
宜昌市	3	5	76	14.90
襄阳市	1	2	36	7.06
黄石市	1	1	17	3.33
荆门市	1	1	17	3.33
恩施土家族苗族自治州	1	2	26	5.10
孝感市	1	1	19	3.73
鄂州市	1	1	7	1.37
总样本	20	30	510	100.00

二、湖北省乡村振兴战略实施成效

此次调研覆盖湖北省10个地级行政区,如表1所示,样本主要集中在湖北省黄冈市、武汉市、荆州市和宜昌市,分别占到24.90%、20.20%、16.08%和14.90%。其他区域还涉及黄石、荆门、鄂州、襄阳、孝感市和恩施土家族苗族自治州。结合调研数据发现,湖北省在巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接上已经取得良好成效。

(一)农民收入水平不断提高,增收渠道进一步拓宽

到2020年底,湖北省全省581万贫困人口全部脱贫,37个贫困县全部摘帽,4821个贫困村全部出列。调研数据显示,湖北省农民收入水平总体较高,2021年农村居民人均纯收入为20010元,较2020年同比增长23.73%,超过全国平均水平18931元。其中,“曾经是建档立卡贫困户”的受访农户人均纯收入达14758.14元,远高于2020年国家扶贫标准,即人均纯收入10000元左右。农民增收渠道进一步拓宽,分析受访农户收入来源发现,外出打工占比为77.6%,显著高于其他方面的收入。其他收入主要来源于农业收入和非农业经营收入,分别占比为14.6%和7.8%。此外,随着湖北省农村改革红利持续释放,强农惠农富农政策不断加强,农村居民医疗、养老保障体系进一步健全,财产性收入和转移性收入也明显提高,成为农民增收的新亮点。

(二)居民生活水平不断提高,消费质量明显改善

一是随着“危房改造”等项目的推进,湖北省农村居民居住条件和质量明显提升。受访农户人均房屋拥有数量1.34个,人均住房面积49.17平方米,高于全国家庭人均居住面积41.76平方米,住房类型以钢筋混凝土和砖混结构为主,分别占比40.20%和45.29%,住宅内有水冲式卫生厕所的农户占比87.25%,日常生活更加安全便捷。二是家庭消费向现代化、科技化迈进。受访农户拥有冰箱、空调、微波炉等家用电器分别占比95.69%、78.63%和29.22%,均高于全国农村平均水平。三是电子产品需求不断增强,信息化程度不断提高。宽带安装率与智能手机使用率分别达到86.27%和85.49%,创业人群的宽带安装率和智能手机使用率则均超过了90%,手机已成为农民生活的“新农具”。小汽车也进入寻常百姓家,42.35%的受访农户拥有小汽车,其中12.86%的农户购置了新能源汽车,电动自行车/三轮车逐渐代替摩托车满足农户的日常出行需要。(见表2)四是饮食消费逐渐向多元、绿色、营养

表2　受访农户耐用品拥有情况

耐用品	湖北省户数(户)	湖北省占比	全国户数(户)	全国占比
小汽车	216	42.35%	1362	42.94%
智能相机	54	10.59%	236	7.44%
农用车	57	11.18%	557	17.56%
农用机械	73	14.31%	530	16.71%
冰箱	488	95.69%	2884	90.92%
空调	401	78.63%	1903	59.99%
微波炉	149	29.22%	862	27.18%
电动自行车/三轮车	236	46.27%	1819	57.35%

转变。其中,谷物食品人均消费支出为485.45元,蔬菜、肉类、蛋类等肉禽蔬菜类食品合计人均消费支出为2190元,奶类等副食品类食品人均消费支出为635.1元。

(三)新型农业经营体系初步显现,农业综合生产能力稳步提升

农民专业合作社、家庭农场、农业社会化服务组织、种植/养殖大户为补充的新型农业经营体系开始涌现,湖北省以种植/养殖大户为主,占总受访农户的4.70%,且种植/养殖大户的平均农业总收入为8.6万元,显著高于其他经营主体。此外,农民专业合作社和益农服务社参与比例不断提高,为农业生产注入新活力。土地安全性提高,粮食保障能力提升。通过调研发现,湖北省传统农药、化肥等使用比例进一步下降,生物农药、有机肥等新型农业科技产品使用比例提升,规模化生产成效显著。粮食种植以水稻、玉米为主,其中种植两种及两种以上农作物的农户较多。2021年,水稻、玉米的亩产量分别为470.17公斤/亩、470.47公斤/亩,高于311公斤/亩、388公斤/亩的世界平均水平。压实“米袋子”,也要稳住“菜篮子”。在政府的带动下,湖北省农村大力发展大棚种植、庭院经济等,使得居民的“菜篮子”“果盘子”极大丰富,其中,蔬菜亩产量可达1292.92公斤,红星村的“涴市蒜薹”和郧西县的“树上蔬菜”香椿更是走出国门,销往海外。(见表3)

表3　湖北省农业生产情况

农作物种类		种植户数(户)	种植面积(亩)	占比	产量(公斤/亩)	单价(元/公斤)
粮食作物	水稻	103	1254.40	25.81%	470.17	2.60
	玉米	83	511.00	10.51%	470.47	2.64
	小麦	24	376.70	7.75%	433.49	2.86
经济作物	蔬菜	107	2556.18	52.59%	1292.92	7.90
	瓜果	8	50.36	1.04%	914.29	1.30
	油料	23	35.20	0.72%	149.10	8.96
	茶叶	16	25.10	0.52%	695.31	4.80
	烟叶	1	6.00	0.12%	600.00	20.00
	棉花	6	10.30	0.21%	60.84	8.66
	豆类	8	20.70	0.43%	130.77	6.68
	薯类	13	15.00	0.31%	596.59	4.14

(四)乡村特色产业注入发展活力,促进一二三产业融合发展

“产业兴旺”是实施乡村振兴战略的首要要求,“产业振兴”是全面推进乡村振兴的首要任务。[12]一方面,乡村特色产业发展为湖北省全面推进乡村振兴提供了重要赋能。其中,农产品地理标志通过自身的品牌效应有效提高了当地农业竞争力,逐渐发展为乡村特色产业,受访村庄中有17.85%的村庄入选为“一村一品”示范村,高于邻省湖南省的15.38%。2018年,“涴市蒜薹”获批国家地理标志产品,已带动红星村50人就业,其中脱贫户12人,成为红星村推进乡村振兴的产业支撑。另一方面,休闲农业与乡村旅游业逐渐发展起来,成为促进一二三产业融合的内生动力。随着居民收入的提高,交通条件改善,大众的精神生活需求增强,体验乡村农民生活的乡村度假和农业观光体验逐渐成为人们放松方式的主要选择之一。湖北省55%的受访乡镇开始发展休闲农业与乡村旅游业,2021年平均接待游客231.58万人次,其中红安县七里坪镇接待游客达600万人次,英山县温泉镇接待游客525万人次,平均带动就业人数10202.5人。

(五)基础设施建设取得显著成效,美丽宜居乡村建设扎实推进

交通、信息基础设施建设不断完善。湖北省受访农户住宅外道路为硬质路面的农户占比达94.12%,且90%的村庄已通客用班车或公交车,平均每个村子开通6辆,极大地满足了居民的出行需求。百兆光伏和4G网络接入率高达95%。部分村庄已经接入5G网络,信息化程度不断提高。人居环境建设取得显著成效,美丽宜居乡村建设扎实推进。在湖北省受访村庄中,93.1%的村庄设置了垃圾池或者垃圾桶,平均每个村有垃圾桶122个,高于全国平均水平111个;53.57%的受访村庄设有生活污水排污管道,85.71%的村庄设有公共厕所,均高于全国平均水平。农村公共服务设施短板加快补齐。调研数据显示,湖北省34.91%的受访村庄有电子商务服务点,覆盖率为调研中部地区最高。其次,物流和快递驿站是电子商务的基础设施,38.9%的受访村庄有快递收发点,所在村设有快递收发点的受访农户距最近的快递点平均距离为4.39公里。农村的撤点并校效果显著,教育资源也因此更加集中,农村教育质量有所提高。

三、当前湖北省乡村发展面临的主要问题与难点

(一)脱贫地区和脱贫农户存在一定的返贫风险

巩固拓展脱贫攻坚成果、增强脱贫地区和脱贫群众内生发展动力是全面推进乡村振兴、实现共同富裕的前提。一方面,部分地区如郧西县孟川村,其经济发展滞后、抵御风险的能力较差。由于自然条件恶劣,交通、通信、农田水利等基础设施较差,群众生产生活困难、严重依赖扶贫政策,因此,虽然这些地方的经济有一定程度的发展,但是因其不能有效地抵御自然灾害等风险,因病返贫、因灾返贫等隐患依然存在。另一方面,脱贫户脆弱性较强,内生发展动力不足。主要表现在脱贫户资产匮乏,收入不稳定。当遇到突发事件冲击,譬如失业、财产损失以及疾病,将不同程度地导致收入减少或者支出增加,进而难以满足生活的基本需要,最终导致返贫现象的发生。[13]从收入水平来看,湖北省脱贫户的人均收入水平为14785.14元,较全国农村人均收入水平18931元还有一定差距,且收入来源不稳定,多为季节性工作,签有工作合同的农户仅占26.67%。从流动资

产来看,湖北省受访农户户均存款28497.58元,远低于全国农村平均水平57983.91元和中部地区农村平均水平44061.90元。脱贫户的户均存款只有15208.33元,其中54.16%的农户没有存款。从固定资产来看,97.37%的脱贫户家里只拥有一套住房,且为农村自建房,仅有15.79%的脱贫户拥有小汽车。由此可见,脱贫户资产的风险抵御功能较差。除此之外,部分农户自我发展意识不足,存在"等靠要"思想。湖北省农村居民知识水平和文化程度较低,平均受教育年限9.11年,文盲、半文盲占较高比例,其中文盲占比3.92%,初中及以下学历人员占比62.54%,他们学习新知识和接受各种信息的能力较弱,承担市场风险的意识欠缺,且存在依赖心理,对如何脱贫没有强烈的愿望和想法,总是习惯于被动等待社会和政府的扶助。

(二)小农户和现代农业发展有机衔接存在明显的短板

在我国,基于人多地少的国情,小农户农业仍然是农业生产的主要方式且为农民家庭生活提供了生计保障,乡村振兴战略所力求实现小农户与现代农业发展的有机衔接。湖北省在实现小农户与现代农业发展的有机衔接还存在以下问题:

一是土地撂荒问题较为严重。调研结果显示,湖北省土地撂荒比例为18.48%,季节性撂荒率达50.29%,特别是武汉、孝感样本中土地撂荒比例接近50%。在访谈过程中了解到"大多数人宁愿土地荒废也不愿意'卖'给别人"。而愿意流转的土地细碎化较为严重,不能满足企业的承包条件而被动荒废。

二是新型农业经营主体的带动效应不强。新型农业经营主体是实现小农户和现代农业发展有机衔接的有效载体。[14]湖北省新型农业经营主体占比仅为12.26%,低于全国平均水平。主要经营主体是家庭农场和种植/养殖大户,与普通农户存在竞争关系,对小农户产生了一定的挤出效应,而农业合作社、农业社会化服务水平不高,参加农业组织的普通农户仅占5%,远低于江苏省的18%。

三是政府保障机制供给错位。很多小农户从事农业除了考虑经济效益,还考虑照顾家人、乡土情怀等社会效益,但地方政府为应对政绩压力,将惠农政策、补贴机制、金融服务等向下乡资本和大农户倾斜。调研数据显示,湖北省受访农户中新型经营主体的年农业补贴平均为931.59元,其中对种植/养殖大户的农业补贴平均为1010.35元,对只参加了农业专业合作社和农业社会化服务组织的农户农业补贴为705.18元,而对小农户的农业补贴仅为681.92元。

四是市场交易成本居高不下。小农户的生产规模较小,能用于市场交易的农产品数量不多,无法像专业大户或农业企业那样与采购商建立稳定的销售关系,由此导致单位农产品交易成本较高。[15]表4显示,小农户每亩地的生产成本为831.05元,比新型农业经营主体高129.68元,而新型农业经营主体每亩地的生产利润却高于小农户818元。同时,由于规模限制、农业机械费用较高,导致小农户农业生产的机械化率较低,仅占小农户农业生产的19.42%,导致人工成本增加,而新型农业经营主体的机械化率达到54.10%。

表4 湖北省农业生产成本及利润情况

生产主体	成本(元/亩)	利润(元/亩)
新型农业经营主体	701.37	3405.02
小农户	831.05	2587.02
全样本	769.76	2764.85

(三)乡村产业发展内生动力不足,一二三产业融合深度不够

一是农村人力资源短缺。推动农村产业融合发展,需要建立起现代农业生产体系、产业体系和经营体系,这就对农村人力资源提出了更高要求,需要高素质农民来引领农村产业融合发展。然而湖北省大量青壮年劳动力向城市流动,农村人口

老龄化严重,受访农户平均年龄54.15岁,年龄超过50岁的占比达到72.18%,青壮年劳动力人数锐减,而老人接受新事物能力较弱,缺乏产业发展新思维。二是农村土地成片流转难度较大。一方面,农村土地流转信息渠道不畅,普遍存在"要转的,转不出;要租的,租不到"的问题,极大地延缓了产业发展的速度。另一方面,农民对土地的功能情感依赖性较强,在非农收入低且不稳定的情况下,农户宁愿自己种也不愿意将自己的土地流转出去。调研数据显示,湖北省转出土地比例为15.44%,低于全国样本平均水平的19.96%,而转出对象主要是亲朋好友,很少有转给合作社和企业的。三是农业品牌意识不够。受访农户对农产品地理标志的了解程度和种植比例较低,只有20.25%的农户听说过地理标志产品,种植地理标志产品的农户比例更是低于3%。四是农村集体经济薄弱,乡村产业难以真正在乡土"扎根"。产业发展对村集体经济组织的经济实力和经营管理能力有较高的要求。村集体经济组织须有充足的项目资金投入产业发展,并能形成"造血"功能,否则极容易成为"一次性产业"。调查发现,湖北省仅有17.86%的村庄村集体财政收大于支,50%的村庄村集体财政勉强满足收支平衡,而高达32.14%的村庄村集体财政收不抵支。尤其在深度贫困地区,基层政府会把更多的注意力放在维持现状不返贫,对进一步的乡村振兴却有心无力。

(四)农村基础设施建设不均衡,基本公共服务水平有待提升

一是农村水利基础设施发展仍然有很大提升潜力。调研中发现,农村厕所改造多数只集中在旅游区,农户使用冲厕多为手动或形式上的,大多地区距离真正使用自来水冲厕的目标还很远,部分村庄村内的厕所仍以旱厕为主;生活污水处理系统不够完善,受访村庄中仍有10.71%的村庄没有排水渠道和污水处理系统,17.86%的村庄虽然铺设了排水管道,但生活污水仍然未经处理肆意排放至附近水域或渗入土壤里,严重污染了农村的生态环境,直接威胁广大农民群众的身体健康以及农村的经济发展;农村农田灌溉还存在较大的缺口,2021年进行农业生产的农户仅有34.8%对农作物进行灌溉,大部分农田灌溉设施简陋,防御水旱灾害能力较低。

二是农村能源使用结构仍处于转型升级阶段,电气化程度相对较低。仅有1%左右的受访者生活中会使用太阳能等绿色能源;同相邻的湖南省相比,电气的使用率仍然较低,约50%的受访者主要使用的能源仍为柴草等初始能源,尤其是在经济基础较为薄弱的贫困地区更为普遍。而按照一主(武汉市)、两副(襄阳、宜昌)以及省内其他地区划分时,一主和两副的使用比例较为接近,均为13%,远低于其他地区60%的使用率,反映出乡村能源使用上的区域差异。

三是乡村公共服务供给效率较低。在教育方面,农民家庭教育负担普遍较重,公立学校师资和教学设备投入不足,信息化水平较低,教学质量和城市有较大差距,尤其是农民无力承担高等教育的昂贵费用。在医疗方面普遍存在看病贵、看病难的问题。

四、湖北省全面推进农业农村发展的对策建议

(一)持续巩固脱贫攻坚成果,增强脱贫地区和脱贫群众内生发展动力

一方面,要统筹脱贫地区基础设施建设。按照"缺什么补什么"的原则,补上脱贫地区水路电信等基础设施建设短板,提升教育、医疗、养老和社会保障等公共服务供给能力,持续改善脱贫地区垃圾污水处理、村容村貌等人居环境治理水平,

以满足脱贫地区人民群众对现代化生活条件的需要。其次,提升防返贫动态监测与帮扶机制的灵敏度和有效性。对应不同类型的风险形成不同的监测手段,提升防返贫动态监测机制的灵敏度,同时针对风险类型的差异形成专门性的帮扶举措,提升帮扶举措的精准性和有效性。另一方面,不断增强脱贫人口内生发展动力。积极促进脱贫人口外出就业,畅通外出务工就业信息传播渠道;健全职业技能培训制度,通过建立培训基地、给予培训补贴等方式鼓励脱贫群众参与技能培训,满足外出务工对职业能力的要求。基于脱贫群众资金积累少、抗风险能力弱的特点,积极鼓励、引导脱贫群众发展庭院经济,发展特色种植养殖、特色手工等,扩大脱贫群众增收的途径。除此之外,对于"等靠要"思想严重的农户要通过改进奖补助措施等,引导脱贫群众参与脱贫产业发展。同时,还要狠抓理想信念教育工作,通过开展扶志教育等调动脱贫人口的积极性、主动性和创造性,防止脱贫群众思想"返贫"。[16]

(二)深化农业土地制度和经营体制改革,提升农业现代化能力

第一,落实农村土地承包关系"两不变、一稳定"长久不变政策,稳妥有序推进农村第二轮土地承包到期后再延长30年试点,让农民吃上长效"定心丸"。[17]引导、鼓励采用土地股份合作、联耕联种、农业生产托管等多种创新性农业经营方式,探索更多有效放活土地经营权的渠道和途径。第二,不断完善农村土地经营权流转管理办法,切实降低土地经营权流转中产生的交易费用,打通土地经营权流转面临的各种制度性障碍,引导土地经营权有序流转。[18]第三,鼓励农户采取自营、出租、委托、合作、入股等方式,依法依规盘活利用闲置宅基地和闲置农房,发展符合农村特点的农家乐、餐饮民宿、文化体验、特色手工业、庭院经济等。

(三)多措并举促进小农户与现代农业有机衔接,推动农业高质量发展

一是加强新型经营主体和小农户的帮扶合作关系。持续发展新型农业经营体系,家庭农场、农民合作社对新技术、新装备、新品种的采用可以对周围的小农户产生外溢效应,加快技术装备推广,提升小农户生产的现代化水平;其次,新型经营主体更了解市场运行规则,可以联合小农户共同采购农资和销售农产品,在农业生产资料的购买、使用,农产品的生产、销售、加工、运输、贮藏等各类服务方面为小农户提供力所能及的帮助。[19]二是推动惠农政策向小农户倾斜。注意克服"扶强不扶弱""扶大不扶小"等倾向,在强化新型农业经营主体扶持的同时,要积极推动小农户的政策支持。三是加大"三品一标"宣传力度。当前,农户对"三品一标"的了解渠道以政府宣传为主,需要各级政府提升对农业品牌的发展重视程度,综合运用传统媒体和新媒体,推介一批可看可学可复制的典型案例,依托农交会、农民丰收节等活动,推介优质产品,讲好品牌故事,营造良好氛围。可参考河南省"三品一标"提升行动,结合实际出台相应方案。四是创新发展多元化农机产品。针对小农户的农机需求,加大田间管理环节机械的研发和推广,努力满足小农户田间管理环节农业机械化生产服务需求。鼓励和引导科研院所和制造企业针对丘陵山区的地形地貌和农业生产现状,创新研制一批适应性强、操作简单、可靠性能好的小型轻简农机装备。

(四)强化新农人队伍建设,夯实乡村人才基础

一是优化本地就业创业环境。对回乡创业人员给予土地租赁、贷款等方面的优惠,保障租赁土地通水通电,并在条件允许的情况下推进乡村的基础设施建设,优化创业环境。切实从保障农民基本需求

出发,力促当地整体居住环境的改善,积极修缮学校、卫生院等基本场所,并支持乡村医护人员、教育工作者队伍建设,帮助广大居民病有所医、学有所教,解决他们的后顾之忧,让他们安心留在本地发展。二是加大农民技能培训。结合农村劳动力的实际情况,开展有目的、实际效果好的技能培训,包括开展特色养殖、种植技术培训班等,将农村剩余劳动力转化为有一技之长的业务能手。

(五)推进绿色化与数字化双转型,优化公共产品供给制度

一是优化农村能源使用结构,提高清洁能源的使用占比。湖北省自然地理条件得天独厚,多数农村地区有开发清洁能源的条件。鄂西山区水力资源丰富,可以借助当地水电资源开发,保障农村地区电力供应;且不少地区可以开发风电资源。而江汉平原地区地势平坦,日照较为充足,可以进行光伏项目建设。二是降低乡村数字化中的多维不平等,强化数字红利的包容普惠性。基层政府可以通过定期在农村开展智能手机应用技能培训,提升农民信息的供给能力、传输能力、获取能力,加速释放农村电商的巨大潜能,通过数字化生产、生活、消费方式变革重塑县域内农村大市场。促进贯通农产品种植、加工、分配、流通、消费等各环节,推动农产品电商优质品牌建设,发展订单农业。推动直播电商、网红带货等模式在农村地区的渗透,拓宽农产品的销路,全面释放农村的发展潜力。三是不断优化公共服务供给效率,加快推动农村地区公共服务升级换挡。继续改善农村义务教育办学条件,支持城市教师到农村地区支教;加大医疗卫生机构基础设施建设和设备配备力度,提高农村医疗设施的服务水平。

参考文献:

[1]廖彩荣,陈美球. 乡村振兴战略的理论逻辑、科学内涵与实现路径[J]. 农林经济管理学报,2017,16(6):795-802.

[2]文丰安. 新时代城乡共同富裕融合发展论——基于对党的二十大精神的学习与研究[J]. 重庆大学学报(社会科学版),2022,28(6):272-285.

[3]叶兴庆. 新时代中国乡村振兴战略论纲[J]. 改革,2018(1):65-73.

[4]黄祖辉. 准确把握中国乡村振兴战略[J]. 中国农村经济,2018(4):2-12.

[5]何仁伟. 城乡融合与乡村振兴:理论探讨、机理阐释与实现路径[J]. 地理研究,2018,37(11):2127-2140.

[6]唐任伍. 新时代乡村振兴战略的实施路径及策略[J]. 人民论坛·学术前沿,2018(3):26-33.

[7]刘合光. 乡村振兴的战略关键点及其路径[J]. 中国国情国力,2017(12):35-37.

[8]张海鹏,郜亮亮,闫坤. 乡村振兴战略思想的理论渊源、主要创新和实现路径[J]. 中国农村经济,2018(11):2-16.

[9]汪三贵,冯紫曦. 脱贫攻坚与乡村振兴有机衔接:逻辑关系、内涵与重点内容[J]. 南京农业大学学报(社会科学版),2019,19(5):8-14,154.

[10]高强. 脱贫攻坚与乡村振兴有机衔接的逻辑关系及政策安排[J]. 南京农业大学学报(社会科学版),2019,19(5):15-23,154-155.

[11]涂圣伟. 脱贫攻坚与乡村振兴有机衔接:目标导向、重点领域与关键举措[J]. 中国农村经济,2020(8):2-12.

[12]赵培,郭俊华. 产业振兴促进农民农村共同富裕:时代挑战、内在机理与实现路径[J]. 经济问题探索,2022(9):1-11.

[13]周迪,王明哲. 返贫现象的内在逻辑:脆弱性脱贫理论及验证[J]. 财经研究,2019,45(11):126-139.

[14]熊磊. 新型农业经营主体与小农户协同发展:现实价值与模式创新[J]. 当代经济管理,2020,42(9):32-38.
[15]阮文彪. 小农户和现代农业发展有机衔接——经验证据、突出矛盾与路径选择[J]. 中国农村观察,2019(1):15-32.
[16]张琦. 巩固拓展脱贫攻坚成果,增强脱贫地区内生发展动力[J]. 农业经济与管理,2022(6):8-11.
[17]肖卫东. 特色产业赋能乡村振兴的内在逻辑与行动路径[J]. 理论学刊,2023(1):117-126.
[18]胡嘉慧,周笑梅. 乡村振兴战略背景下推进农村一二三产业融合发展研究[J]. 农业经济,2022(8):42-43.
[19]胡凌啸,王亚华. 小农户和现代农业发展有机衔接:全球视野与中国方案[J]. 改革,2022(12):89-101.

***基金项目:中央高校基本科研业务费专项资金资助(项目编号:YCJJ202204001)。**

(作者简介:张建华,华中科技大学经济学院和张培刚发展研究院院长、教授,湖北省人文社会科学重点研究基地创新发展研究中心主任,研究方向为发展经济学、产业经济学;

贾静,华中科技大学经济学院硕士研究生,研究方向为产业经济学。)

(责任编校:曹莹)

创新党委政府部门决策咨询机制研究

——基于对武汉地区智库咨政现状的考察

邹梦瑶

摘　要:地方智库作为中国特色新型智库体系的重要力量,在推进地方治理体系和治理能力现代化的进程中发挥着重要作用。新时代新征程,创新地方智库服务决策机制,对于提高党委政府部门决策质量和施政效率具有重要的战略意义。本研究基于对武汉智库咨政现状的考察,初步探讨和分析当前地方党委政府决策咨询机制的运行现状及存在的问题,在总结借鉴国内外公共决策咨询机制建设的实践经验基础上,认为科学高效的决策咨询运行机制重点应加强在供需对接、协同研究、宣传推介、评价反馈和激励保障等方面的创新提升,通过高效统筹地方智库资源,充分发挥智库咨政实效。

关键词:决策咨询;智库;咨政;机制创新

科学的公共决策,有赖于现代化的决策咨询体系。推进决策咨询体系现代化建设,是提升党的执政能力和领导水平、建设以人民为中心的服务型政府的必然要求。地方新型智库体系是地方党委政府科学决策、民主决策的重要保障,是地方治理能力现代化的重要内容,是地方软实力的核心组成部分。然而在咨政实践中,地方智库与党政决策部门沟通不畅、成果转化运用较少等问题仍然普遍存在,限制了"服务党委政府决策"这一智库基本功能的发挥。为此,迫切需要从创新党委政府部门决策咨询机制入手,破解智库服务决策的瓶颈与障碍,切实提高智库服务决策的质量与效率,以高质量咨政服务能力支撑高质量决策,以高质量决策引领高质量发展。

一、创新党委政府部门决策咨询机制的必要性与紧迫性

《关于加强中国特色新型智库建设的意见》一文指出,中国特色新型智库是党和政府科学民主依法决策的重要支撑。地方智库作为中国特色新型智库体系的重要力量,在推进地方治理体系和治理能力现代化的进程中发挥着重要作用。新时代新征程,创新地方智库服务决策机制,对于提高党委政府部门决策质量和施政效率具有重要的战略意义。

(一)创新决策咨询机制是面对复杂决策环境的迫切需要

中国共产党历来高度重视决策咨询工作。改革开放以来,我国智库建设事业快速发展,为党和政府决策提供了有力的智力支持。未来五年是全面建设社会主义现代化国家开局起步的关键期,破解改革发展稳定难题和应对全球性问题的复杂性艰巨性前所未有,国际环境的复杂多变与国内改革进程的日益深入,对党委政府决策的科学性、精准性、及时性、灵活性以及战略性、前瞻性、长期性都提出了更高要求,[1]政府在面临决策和政策制定时,对智库的智力需求达到了前所未有的高度。新征程上的新形势新变化,迫切需要创新智库服务决策机制,更好发挥其建言咨政和参谋助手作用。需要健全中国特色决策支撑体系,创新决策咨询机制,以科学咨询支撑科学决策,以科学决策引领科学发展。

(二)创新决策咨询机制是发展全过程人民民主的有力举措

民主决策是全过程人民民主的重要环节,地方智库等公共决策咨询机构作为广泛吸纳和联系社会各界专家学者、有识之士参政议政的一种重要形式,是党和政府密切联系人民群众的一条重要纽带,是连接人民利益诉求"输入"与科学民主政策"输出"两者之间的有效途径,是践行全过程人民民主的生动实践。进一步加强和改进决策咨询工作,建立更高效反映民情、吸纳民意、汇集民智的党委政府决策咨询机制,有利于使党委政府提出的发展思路、作出的战略部署和出台的政策措施,更加适应形势需要,更加符合客观实际,更好满足人民愿望,对于保证党的路线方针政策和国家各项重要部署在地方的全面贯彻落实,努力推动全面建设社会主义现代化国家的宏伟目标,具有十分重要的现实意义。

(三)创新决策咨询机制是破解智库发展瓶颈的现实要求

作为国家治理体系和治理能力现代化的重要内容,中国特色新型智库在辅助决策、推进国家治理体系和治理能力现代化进程中发挥着不可替代的作用。[2]近年来,中国特色新型智库蓬勃发展,在出思想、出成果、出人才方面取得很大成绩,正迈向高质量发展新阶段。同时也要看到,与发展定位和承载使命相比,尤其是在回答"时代之问"、寻求"破解之道"、履行"使命职责"的过程中,中国特色新型智库建设还存在一些发展瓶颈,"智库建设跟不上、不适应的问题也越来越突出",限制了"服务党委政府决策"这一智库基本功能的发挥。作为地方和国家决策咨询服务过程中的重要主体,地方智库的活动融入政策研制、生产和实践的多环节和全过程,探索创新地方新型智库服务决策的工作机制,有助于破解智库发展瓶颈,促进和实现地方善治。

当前,尽管国家及地方各级决策咨询系统已相对完善,各种决策咨询方法及形式也已成型,但在决策咨询机制建设上仍有较大的拓展空间。[3]本研究将基于对武汉智库咨政现状的考察,初步探讨和分析当前地方党委政府决策咨询机制的运行现状及存在的问题。

二、武汉决策咨询机构的咨政现状考察

武汉作为国家中心城市和长江经济带核心城市,具有得天独厚的区域辐射优势、创新发展优势和科研院所优势,武汉智库资源在国内同类城市中排名前列,在智库成果转化方面潜力巨大,但与北京、上海、广州等城市相比,智库发展较为滞后,服务决策作用发挥不够充分有效。具体分析如下。

(一)武汉智库服务决策基本情况

1. 组织机构设置及咨政方式

武汉地区现有智库和类智库研究机构,按照其自身性质、占有资源、资金来源等因素,大体分为六类,截至2022年3月,分布情况大致如下:

一是市属官方智库。主要指市委市政府内设研究机构。主要是市委政策研究室、市政府研究室、市人大研究室、市政协研究室等专门研究机构,以及市委工作机关及直属机构、市政府工作部门及直属事业单位、群团机关等市直部门和单位内设研究机构。据不完全统计,在武汉市直部门和单位中,设有政策研究室、调研处、法规处等研究机构的占比约45%。

二是市属半官方智库。主要指具有一定的政府背景但独立运行的专业研究(咨询)机构,主要包括:市社科院、市委党校等具有一定研究能力的实体型智库,定期通过内刊直接向市领导报送决策咨询报告,或通过市委市政府信息部门报送决策参考类信息;市政府咨询委、市政府参事室、市科协等拥有一定专家资源的平台型智库;市直部门直属的专门研究机构,如市发改委直属的武汉发展战略研究院、市自然资源和规划局直属的武汉市规划研究院等。

三是在汉高校智库。指高校内设的应用对策类研究机构,主要聚焦在公共管理、公共政策、经济管理、社会管理等领域。经调查,在汉83所高校中,武汉大学、华中科技大学、华中师范大学等16所高校共建立了104家智库,典型代表如武汉大学国际法治研究院(2015年被中宣部批准为首批国家高端智库试点建设单位)。其中,承接中央和国家部委课题的高校智库占比达93%,而向市委市政府及其部门提供决策咨询服务的高校智库占比约73%。

四是科技创新智库和企业智库。经调查,武汉市东湖高新区、武汉经开区和江岸、江汉、武昌、洪山6个区共有科技创新类智库15家。如武汉光电工业技术研究院、武汉新能源研究院等。其中,向市委市政府及其部门提供决策咨询服务的有9家,占比60%。此外,中央驻汉科研院所和央企研发机构、国内知名咨询公司武汉分设机构,如铁四院等,都兼有咨询服务功能。

五是社会智库。经调查,武汉市有社会智库20家,如武汉企业联合会、武汉市创业服务协会、武汉市慈善总会以及武汉市会展行业协会等。研究领域涵盖财税经济、高新技术、社会治理、文化文艺、生态环境、党的建设以及民生保障等各个方面,其中14家向市直有关部门提供过咨询服务,占比70%。但各智库规模较小,研究人员数量均在30人以下。

六是在汉新闻媒体。新华社湖北分社、人民日报社湖北分社,湖北广播电视台、湖北日报、长江日报等新闻媒体,定期以内刊形式向市领导报送决策参考信息。

可以看出,武汉市智库资源丰富,但咨政渠道分散,尚未形成合力。据了解,市委统战部、市政府咨询委、市政府参事室等单位曾开展研究,并探索建立武汉统一战线智库、武汉智库联盟,取得了一定成绩,但相关实践探索缺乏持续深入和有效推进。

2. 咨政成效

以武汉市政府主要领导2021年度对有关智库成果的批示件(包含省委省政府、市委主要领导签批给市政府主要领导的批示件,下同)作为样本,分析梳理智库服务决策情况,呈现如下特点:

一是智库成果类型丰富,但本地智库总体咨政水平不理想。在获得市政府主要领导批示的智库成果中,本地智库成果总占比仅约36%,分别是各单位、各部门结合市情提出的工作建议报告(占比30%),人大代表、政协委员、企业家、热心市民来信来函(占比4%)以及院士专家、高校学者呈报的建议报告(占比2%)。

二是智库成果研究内容广泛,但针对性和实操性不强。在获得市政府主要领导批示的智库成果中,以介绍分析外地先进经验和做法为主(占比

75%),而结合武汉实际提出工作思考和建议的仅占比25%。但从领导的签批意见来看,对智库成果的转化提出了更细致的要求,包括要求对外地经验做法进行吸纳借鉴(占比52%),要求对外地经验做法或所提建议结合武汉实际提出落实意见(占比43%),以及要求认真解读国家、省政策并在武汉重大产业项目布局上精准落地见效(占比5%)。

(二)影响武汉智库咨政成效的主要因素

一是决策咨询的相关制度规范不够明确。首先,缺乏统一的智库领导机构。武汉在智库建设上做了许多有益探索,但尚未成立领导小组统领全市智库建设发展。与之相比,上海、重庆、沈阳等多个副省级以上城市均成立市级层面智库建设领导小组,负责全市智库建设组织协调。其次,没有出台系统性指导意见。湖北、江苏、浙江、广东等多个省,北京、上海、杭州等11个副省级以上城市,先后制定新型智库建设意见、办法或方案。如何对智库分类指导和政策引领,武汉还须尽快出台全市指导性意见或办法。最后,没有明确对智库分类制定具体机制。从调研数据看,武汉官方、半官方智库"多而不强",成果转化率不高、影响力不强;高校智库"曲高和寡",与高层联系多、与地方互动少;民间及社会智库"小而分散",数量少,底子薄。

二是对智库资源统筹利用不够有效。首先,决策咨询供需不匹配。一方面,决策需求发布渠道局限。从前期各智库反馈的课题获取渠道来看,多为党政部门约稿或承接课题,获取课题渠道分散。往往是"报什么看什么",而不是"想看什么报什么",决策咨询没有完全做到与政府工作同频共振。另一方面,智力成果供给效率不高。一些智库成果"养在深闺人未识",有决策参考价值的研究报告、对策建议,未能及时进入市委市政府决策视野。武汉除官方、半官方智库研究成果有固定渠道报送市委市政府外,高校、企业、社会智库等,大多向招标课题、委托课题单位和行业主管部门报送。一些智库专家学者提出的调研报告和建议,或通过报纸、杂志、内刊和新闻媒体刊发,从侧面引起决策层关注。还有部分专家将研究成果通过信件寄送领导,程序繁杂,效率低下。其次,共享交流信息平台欠缺。一方面,数据信息缺乏集中共享平台。武汉智库获取信息数据主要依赖于市、区和各部门官方网站,数据信息零散、不完整,有的官网数据更新慢、时效性差。另一方面,智库成果缺乏交流平台和推荐机制,往往止步于智库系统内部循环,缺乏平台定期组织专家论坛交流讨论互促或组织具有权威性的统一刊物集中展示交流,以供智库专家和政府人员查阅研究,共享智力成果,激发咨政活力。

三是发挥智库决策咨询作用的机制不够健全。首先,缺乏高规格激励保障机制。一方面,武汉市虽然也出台一些考评奖励办法,但仅限于各行业部门,对高层次专家学者吸引力不强。与之相比,湖北、山东、上海等省市均已将决策咨询成果奖列入省市级奖项。另一方面,针对市属智库的管理机制方面,尤其是经费管理、工作人员职称评聘、业绩考核、成果评价等方面缺乏系统性的政策保障。其次,缺乏高效率协同研究机制。一方面,各类智库与市直部门间沟通联系不充分,智库与党政部门相互不了解、不关注,交流合作也不主动。市直部门和单位受视野和利益的局限,考虑问题容易片面,对其他部门和社会各方的意见重视不够,影响咨询成果的科学性和可行性;智库及专家与职能部门密切合作不够,部门和专家各自为政,难以形成集体攻关的合力,成果产出往往难以"适销对路"。另一方面,市属智库与国家高端智库交流互动的平台与机制尚未有效建立,也因此缺乏通过武汉智库影响国家高端智库,从而进一步争取国家相关政策支持的机会。再次,缺乏高质量参与决策机制。一方面,重大决策事前专

家论证缺乏机制保障。虽然出台了《武汉市人民政府重大行政决策程序规定》,但重大行政决策专家论证工作还须进一步落实具体承办部门和操作细则。上海市2020年出台的《上海市重大行政决策咨询论证专家库管理办法》中就明确了重大行政决策专家咨询论证工作并细化专家库的选聘条件、选聘程序、聘用期限,以及成员权利与义务。另一方面,重大政策落实情况第三方评估机制尚未建立。市直部门"只缘身在此山中",既当"运动员",又当"裁判员",政策落实评估就可能沦为"自说自话、自拉自唱"。最后,缺乏全流程跟踪反馈机制。一方面,很多决策研究报告往往是"一锤子买卖"。智库咨询成果在纳入决策之后,智库科研人员难以介入后续决策实施效果的评估和反馈过程,未能对智库成果进行评估、反思和完善。另一方面,缺少对高校智库成果"二次挖掘"。从高校智库承接国家部委课题情况看,约93%的高校智库承担过国家或国家部委课题,且几乎涉及中央和国家各个部委。而武汉在引导高校智库承接国家重大决策咨询项目成果在汉"先行先试",转化为有效服务地方发展的"第二份报告"上,与高校智库的交流互动还不够深入有效。

三、国内外公共决策咨询机制的经验借鉴

(一)发达国家决策咨询机制建设的实践经验

一是决策咨询服务的全程化。许多发达国家政府会定期从智库购买研究报告和咨询服务。如在美国,咨询已经成为决策过程中基本的法定程序。[4]政府项目的各个阶段必须有不同的咨询报告。无论是在总统大选、州长选举、国内政策制定,还是外交决策、全球政治谈判中,智库都发挥了重要的作用。此外,国外智库通过举办培训班、讲座、演讲和各种社交活动,为政策制定者和政策的影响主体提供交流的平台。

二是智库人才资源流动的常态化。智库与决策机构保持密切的人员互动,最典型的例子是美国智库的"旋转门"制度。一方面,智库通过向政府部门输入人才直接参与决策过程;另一方面,智库通过这些离任高级官员的人际关系,将智库成果更加直接快速地提供给决策者,从而影响和服务决策。

三是成果推销机制的多元化。国外著名智库都非常注重建立成果推销机制,通过承担政府咨询任务、定期发布研究成果快报、出席国会听证会或举办学术论坛、利用媒体宣传等多种方式来推广研究成果,扩大影响。如战略与国际问题研究中心的《华盛顿季刊》、布鲁金斯学会的《布鲁金斯评论》等都成为该领域研究的风向标。同时善于通过舆论导向,对公共政策施加影响。如通过公布民意调查结果影响公众倾向。

四是决策咨询资源的数字化。国外知名智库高度重视基础研究信息和数据保障建设,通过建立数据库,为决策咨询提供信息支撑。如日本的野村综合研究所在1988年和野村电脑系统合并,成立了既有调查研究功能,又有系统功能的信息服务企业,拥有自己的"信息银行",专门收集日本经济、产业的资料。[5]

五是资金筹措机制的多元化。发达国家的智库大多采取非营利法人模式,以项目方式运作,但不设立股份和股东。如在美国,智库运行经费主要来自基金会、企业和个人捐助以及会员费和出版物的收入,社会性捐赠可免税。

(二)国内部分省市决策咨询机制的创新探索

近年来,国内部分省市对智库服务决策规范、智力资源统筹、咨询体系构建等关键性问题也进行了积极探索和突破。

在服务决策规范方面,广州、南京等地相继出

台了规范政府决策咨询的地方文件,如广州2011年出台《广州市重大行政决策程序规定》。浙江省、吉林省每年都举行一次有省领导参加的全体专家会议。上海市聘请部分国家有关部委的领导为特聘专家,加强了与中央有关部门的联系,及时了解中央精神和对上海工作的要求。[6]

在智力资源统筹方面,上海市政府发展研究中心和11家知名国外智库共同成立了上海国际智库交流中心,定期举办"上海智慧论坛";重庆市在2009年由区县经济发展研究中心、重庆大学校友会、品牌中国产业联盟、北京金必得经济管理研究院共同组建了民间智库联盟;江苏省大力推动实施新型智库平台赋能行动,以江苏省智库研究与交流中心、江苏省决策咨询研究基地等为主要载体,推动更多优质社科资源向智库建设集中,着力打造集研究、交流、培训、联动、转化等多功能于一体的高能级智库平台。

在咨询体系构建方面,南京市建立了"1+3+4"的决策咨询研究体系:"一个协调委员会"负责智库体系日常运作,"三种组织形态"即市经济社会发展咨询委员会、南京智库联盟和各部门系统咨询研究机构,"四种动态信息载体"包括需求库、信息库、专家库、成果库,同时建立"南京决策咨询网"。[7]浙江省着力培育一批国家高端智库建设梯队和省级智库培育梯队,按照系统集成的理念,加强智库团队集成、机制集成和成果集成,致力于建立一支以智库首席专家为主体的核心专家咨询团队,形成一批服务重大战略需求的智库联盟,打造服务全省经济社会发展和数字化改革的"最强大脑"。

四、创新党委政府部门决策咨询机制的对策建议

新型智库与党委政府之间不是简单的咨询与顾问关系,而应当是将智库的研究流程有效嵌入政府决策的各个环节,以实现信息共享、问题共研、政策共制、效果共评的"智政互动"机制。因此,当前形成科学高效的决策咨询运行机制重点要加强在供需对接、协同研究、宣传推介、评价反馈和激励保障等方面的创新提升,通过高效统筹利用地方智库资源,充分发挥智库咨政实效。

(一)创新供需对接机制,引导智库市场的有效供给

建立地方党委政府交办任务的快速响应机制。突出决策咨询的靶向性,请决策者选题、出题、点题,成立由党委政府政策研究部门牵头的课题遴选委员会,定期和不定期研究确定一批重大课题和重点课题报领导审定。征集并制定需求清单,参照"揭榜挂帅"模式按需"发榜",每年组织发布地方党委政府重大决策咨询项目课题指南。制定《决策咨询研究课题管理办法》,从设定课题计划、成果转化等全链条加强制度化管理。

建立政府购买咨询服务制度,配套出台政府购买决策咨询服务意见的实施办法,为智库参与党政决策咨询服务打开"绿色通道",引导智库市场有效供给。地方智库也可以积极与党政部门进行主动沟通,比如采取年度论坛的方式,邀请地方政府领导参加并表达其对当前地方经济社会发展的观点看法和研究诉求。

(二)创新协同研究机制,实现智力资源的优化整合

强化政务信息资源协同共享。邀请智库代表列席地方党委政府及相关部门非涉密会议。强化智库事前、事中、事后协同参与。建立重大决策智库前置参与机制、决策部门对智库咨询意见的回应反馈机制、政策执行后委托智库开展第三方评估机制,形成智库全程参与政府决策的完整闭环,真正让决策产生在调查研究之后,建立在科学论证基础之上。加强信息化建设,推动智库资源数字化、网络化,实现智库信息联通、资源互用、成果

共享。

强化课题协同研究。建立党政机关与智库联合调研和重要任务委派机制,鼓励智库与市直部门发挥各自优势专长,既独立攻关,也联合作战,提高研究工作的针对性实效性。建立智库服务决策联席会议机制,探索智库—高校、智库—科研院所、智库—媒体、智库—工程院等协同模式,推动智库研究与学术研究相互促进、共同发展。构建开放型的学术和决策咨询交流互动机制,推动智库之间的横向沟通、纵向协同,开展多学科的交叉研究,加强对重大课题的联合攻关,减少同质化、碎片化、低水平重复研究,推出更多有洞见、有影响力的“拳头产品”。引入“赛马机制”,对重大课题选用多家智库提供咨询服务,通过比选优中选优。

(三)创新宣传推介机制,增强智库成果的社会影响

鼓励智库探索各种形式将最新研究成果常态化、制度化地向党政部门定期递送,并向社会公众公布,科学有效地利用各类媒体平台、学术会议论坛,以及创办具有品牌特色的图书刊物等多形式、多平台、多渠道进行宣传推介,弥合智库与政策制定者以及社会公众之间的鸿沟,增加智库成果的社会影响力,加快智库成果转化的决策化、社会化、市场化步伐。

积极拓展与全球、全国知名智库交流,逐步建立广泛、有效的联系网,开展务实有效合作。定期举办城市发展高层论坛、决策沙龙等活动,加强与国家高端智库的互动,促进政府、企业、科研院所和国内外知名专家学者进行深度沟通对话,进一步争取政策支持。鼓励智库与各级“两代表一委员”等开展合作研究,积极建言献策。

(四)创新评价反馈机制,推动咨政成果的转化落实

明确智库参与公共决策的标准流程,建立智库与相应领域决策部门之间的决策问询机制和政策落实评价机制。从制度上赋予智库更大的决策知情权、决策介入权、政策评估权,形成“决策前由专家提供多方案供选择,决策中有多方面专家意见可听取,决策后由智库等第三方评价政策效果并提出政策调适建议”的智库参与机制。把重大决策专家论证制度纳入党政决策部门的制度性安排。建立政策实施的评估和调整机制,在党政部门作出决策和政策执行后,由智库向决策者提供评估报告。

加强对智库成果报送的统筹管理,建立集收集整理、审核报送、成果反馈等于一体的报送机制,避免低水平成果上报和成果多头上报,实现精细化管理、精准化报送,及时掌握决策咨询成果审阅批复动态,不断提升智库成果决策时效性、决策转化率、决策影响力。完善智库评估和考核体系,将咨政成果的质量和实际贡献作为评价的重要指标,不以递交内参并获得批示作为唯一的评价标准,设立地方“决策咨询研究成果奖”,出台地方《决策咨询奖暂行规定》,组建评审委员会,负责咨政成果奖励的评审工作。

(五)创新激励保障机制,保证咨政活力的充分激发

组织保障上,探索建设高规格的党委政府决策咨询枢纽机构,坚持党管智库原则,按照“政府主导、多元主办,专业运作、分类施策,以用为本、以用促建”的思路,通过完善的制度设计,统筹智库资源使用,使之成为党委政府与地方智库之间的咨询供需对接平台、咨询信息共享平台、咨询成果转化平台、交流合作互动平台。

资金保障上,实行“三个三分之一”原则,即财政拨款、课题和项目转化经费、激励资金各三分之一;以市场和企业需求为出发点,以课题和项目为纽带,引导和鼓励社会资本加大对智库研究的投入。探索对不同类型的研究课题和项目实行分类

管理,建立灵活的经费管理机制。赋予研究人员更大的经费支配权、资源调度权,按照“负面清单”思路明确经费开支范围,各类经费开支原则上均不设比例上限。探索对首席专家实行协议工资、课题工资、项目工资制度。

在人才保障上,立足于用,激发现有人才潜能,实行多劳多得、多产多得;进一步拓宽引才渠道、创新引才方式,发挥高校院所引才重要载体作用,对领军人才“量身定制、一人一策”,组建专业化核心研究人才队伍、客座研究人才队伍和网络化合作研究人才队伍,广泛汇聚全国、全球的智力资源;建立智库人才培养机制,借鉴群团机关“专挂兼”模式,促进党政机关和智库机构人才双向交流,解决智库机构研究力量不足问题。建立以创新价值、能力、贡献为导向的人才评价机制,解决好智库人才的成果认定、职称评定、工资福利、社会保障等问题。

参考文献:

[1]陆敏行,徐宏,李韬,等. 决策咨询委员会在地方新型智库体系中的定位和作用研究[J]. 决策咨询,2019(5):1-5.

[2]唐国富,张为民,王顺. 疏通“堵点”才能打造“亮点”——关于“畅通智库与党委、政府和决策部门沟通渠道”的思考[N]. 光明日报,2019-11-25(16).

[3]盛明科,蔡振华. 如何推进决策咨询体系现代化建设[N]. 学习时报,2019-10-7(6).

[4]杨尚东. 全球智库发展实践、经验及对中国的启示[J]. 管理现代化,2014(1):120-122.

[5]屈亚,赵红志. 思想库建设的SWOT分析——以干部培训机构为例[J]. 中共合肥市委党校学报,2013(2):49-53.

[6]陈金德,黄兰芳,陈锡强,等. 政府重大科技决策咨询机制建设研究[J]. 广东科技,2015,24(22):24-27.

[7]赵鲁晋. 新型智库建设与管理研究——基于南京、苏州、广州和深圳四城市的经验分析[J]. 山西财经大学学报,2019,41(S2):6-7,26.

(作者简介:邹梦瑶,武汉市社会科学院哲学研究所助理研究员,研究方向为马克思主义哲学。)

(责任编校:曹莹)

推动武汉数字文化产业高质量发展的路径与对策

李翠军

摘　要:数字文化产业是文化产业发展的重点领域和数字经济的重要组成部分,已成为国民经济发展的新动能。武汉具有发展数字文化产业的产业基础和资源优势,但与全国第一方阵相比还有较大差距。武汉应充分认识发展数字文化产业的重要意义,从加强政策引导、培育新型业态、发展重大项目、强化青年关联、加强保障措施等方面,加快推动武汉数字文化产业高质量发展。

关键词:数字文化产业;高质量发展;融合发展;科技创新;数字化

当前,以传媒、动漫、视频、阅读、游戏、数字音乐、展示、演艺等形态为主的数字文化产业核心产品与服务已成为人民群众文化消费的主要形式,数字文化产业在国民经济中的比重越来越大,数字文化产业已成为文化产业发展和国民经济发展的新动能。2020年,我国文化和旅游部出台《关于推动数字文化产业高质量发展的意见》,旨在推动各地、各城市用数字赋能、科技创新将文化与科技融合为一,将传统文创IP与数字化融合为一,将公共文化服务与文化经济融合为一,扩大优质数字文化产品供给,促进消费升级,积极融入国内国际大循环新发展格局,充分满足人民更高质量、更个性化的文化生活和精神力量需求。为弄清我国城市数字文化产业高质量发展的问题、路径和对策,本文基于武汉的实践,对相关问题进行了调研。

一、数字文化产业高质量发展的内涵与路径

数字文化产业作为一种新的经济形态,已成为城市转型升级的重要驱动力,也是新一轮产业竞争的制高点。数字文化产业高质量发展的路径要遵循市场新消费需求,兼顾产业发展基础,加强政策引导,扶持龙头企业和创新型企业,培育一批活跃的市场主体,融合创新开发和提供数字文化产业核心产品与服务。

(一)数字文化产业高质量发展的概念内涵

2017年,《文化部关于推动数字文化产业创新发展的指导意见》中对数字文化产业的定义是:数字

文化产业是以文化创意内容为核心,通过互联网数字技术为媒介进行生产、创作、传播和服务的一项新型文化产业。2020年11月,文化和旅游部发布《关于推动数字文化产业高质量发展的意见》,要求“促进文化产业与数字经济、实体经济深度融合,扩大优质数字文化产品供给,促进消费升级”,明确地界定了数字文化产业的概念内涵和发展内容,即数字文化产业是实施文化产业数字化战略,加快发展新型文化企业、文化业态、文化消费模式,改造和提升传统文化业态,创新融合开发数字文化产业核心产品与服务,构筑文化产业新体系。

与传统文化产业相比,数字文化产业具有创意性、网络化、个性化等特点,是未来文化产业发展的一个重要方向。数字文化产业既是文化产业发展的新动能,又是推动城市文化产业发展的主要增量。数字文化产业的领域主要包括数字文化旅游、数字文化创意、新媒体、数字营销、电子竞技、动漫及其衍生产业等。其发展的核心要素是文化内容与科技要素有机结合,驱动数字文化生产,实现数字文化传播,提供数字文化产品和服务。

现阶段,我国数字文化产业高质量发展的内涵主要包括以下几个方面。一是科技赋能、创新驱动是数字文化产业高质量发展的手段。依托虚拟现实、超高清、5G等新技术、新媒体,以技术创新推动产品创新、模式创新和业态创新。二是大力培植高质量的市场主体——数字文化企业。加快传统文化产业的数字化转型,企业在生产、经营与服务中实现数字化,进而成为数字文化市场的主体。高质量的数字文化企业通过聚集发展形成高质量的数字文化产业集群,能更有效地协作和融合发展。三是重视和引导市场新消费需求,丰富数字文化业态,融合创新开发和提供数字文化产业核心产品与服务,加强数字文化产品、服务在公共文化空间和文化消费中的运用。四是以内容创作为重点,打造高质量的数字文化产品与服务,是数字文化产业高质量发展的基础。五是构建高质量的数字文化产业创新生态系统是数字文化产业高质量发展的保障,加强对中小型文化企业原创动力提供保护和引导,避免同质化低端竞争。

(二)数字文化产业高质量发展的路径

数字文化产业高质量发展应具备以下几个要素:一是数字文化产业的市场需求,在新时代、新挑战和新语境中,文化产业的发展需要呈现高品质、多样化、个性化特征,这必然需要在数字技术的驱动下,衍生出数字文化产业的新业态和新模式;二是数字文化产业的发展基础,包括城市更新的新基建、大数据、云计算、物联网等一系列信息技术支撑,以技术创新推动产品创新、模式创新和业态创新,更好满足智能化、个性化、时尚化消费需求,引领、创造和拓展消费新需求;三是市场的参与,新产业的发展有了市场需求和技术支撑,必然会有市场参与,包括资金、人才、各种文化IP参与其中;四是政策、组织和法治保障。基于以上四点,本文整理了数字文化产业高质量发展路径思路图。(见图1)

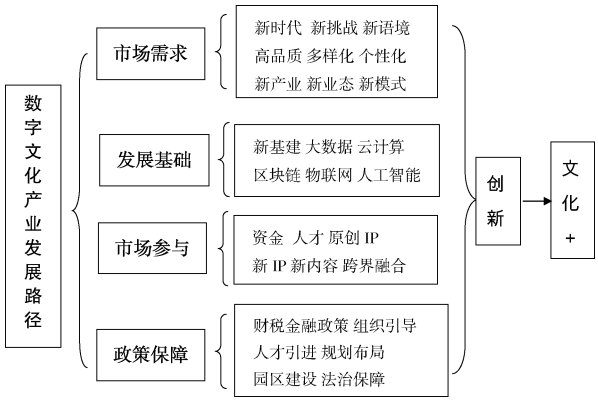


图1 数字文化产业发展路径思路图

二、武汉数字文化产业发展现状与主要问题

数字经济的快速发展、信息技术的迭代创新

为武汉数字文化产业发展奠定坚实基础。武汉数字文化产业起步后发展较快,但发展过程中也存在诸多关键性的问题。

(一)发展现状

1. 武汉数字文化产业发展基础良好,发展目标明确

武汉文化产业增加值增幅明显。2019 年,武汉文化产业增加值 811.98 亿元,占全市 GDP 比重的 5.01%,文化产业成为武汉经济发展的支柱产业之一;2021 年,武汉文化产业增加值达到 1000 亿元,占全市 GDP 比重为 5.64%,实现了稳步增长。2021 年,武汉规模以上文化企业营业收入总额 2545 亿元,比 2016 年增长 98.3%。2021 年,全市规模以上文化及相关产业中文化新业态特征较为明显的 16 个行业小类企业实现营业收入 1162 亿元,同比增长 34.4%。2021 年,武汉市游戏和动漫产业营收同比分别增长 13% 和 47.7%,成功举办"2021 英雄联盟 LPL 春季赛总决赛"、第二届"电竞·中国"年度盛典,武汉荣获"年度电竞城市"称号。2021 年,武汉举办了 3 次文旅市集和 2 次大型文旅招商引资活动,签约大型文化主题公园、文化科技园、电竞产业基地、音乐文化产业园等文化新业态项目 50 个,总投资 2573 亿元。在科技创新、数字赋能的不断影响下,武汉数字文化业态发展壮大,"文化+"多产业融合发展不断推进,文化品牌效应持续放大,文化发展环境不断优化。武汉文化产业"十四五"规划中,关于武汉数字文化产业发展的目标较为明确,即深入实施文化和科技融合发展战略,着力提升文化产业数字化发展的服务能力和赋能水平,实现数字文化产业的高质量发展。

2. 武汉数字文化产业集聚区粗具规模

武汉数字文化产业基地、产业园区和示范区稳步推进,粗具集聚形态。一是东湖高新区获批建设国家文化产业出口基地,已集聚数字创意领域重点企业 200 余家、上下游产业链企业近 500 家,年营业收入约 260 亿元,基地已培育了一大批数字文化贸易创新业态。二是武汉数字文化产业园区做大做强。武汉市已认定市级文化科技融合示范园区 19 个、市级特色文化产业园区 20 个。东湖国家级文化和科技融合示范基地、武汉创意天地、华中国家数字出版基地(华中智谷)、红 T 时尚创意街区等骨干园区进一步做大做强。在光谷数字经济产业园,数字文化产业与科技、金融的跨界融合已初步呈现。"江汉创谷"园区引进企业 70 多家,法新传奇、妙物设计、长江文创等企业落户,目前建成科技孵化器 14 家,培育高新技术企业 51 家,新三板上市企业 5 家,文化创意板块粗具规模,数字文化产业有聚集形态。武昌长江文化创意设计产业园,力推"一城三带一谷"的文旅体产业融合发展空间格局,是数字化文旅体融合的良好案例之一。

3. 融合发展逐步增多,新业态不断呈现

数字技术赋能下的武汉文化产业融合发展逐步增多,新业态不断呈现。在技术加持之下,武汉数字文化新的消费场景、新的消费平台不断增加,文化与科技、文化与制造、文化与金融、文化与创意、文化与康养等融合发展日益加深,"文化+"类新产品供给不断丰富,如东湖国家级文化和科技融合示范基地、国家文化和金融合作示范区建设稳步推进,武汉理工数传、武汉语联网公司入选国家级文化和科技融合示范基地(单体类)。越来越多的融合发展带来越来越多的新业态,包括内容制作、智能研发、数字娱乐、文化传播、数字营销、服务配套等视听业态汇聚,这个良性传导又吸引了越来越多的新的消费人群。

(二)主要问题

1. 武汉数字文化产业规模偏小,产业集聚能

力不强

一方面,武汉数字文化产业发展与第一梯队城市相比,总量的差距和增量的差距均非常明显。2021年,北京、深圳和重庆的规上文化企业数量分别是武汉的5.7倍、3.2倍和1.2倍(见表1)。引领文化产业发展的数字文化产业发展不足,导致目前武汉文化产业增加值不高,仅占武汉GDP的比重为5%,这与文化产业为武汉九大支柱产业之一的地位不符。另一方面,武汉数字文化龙头企业偏少、规模偏小。2021年,武汉上榜湖北省文化企业十强的企业有8家,分别是鄂旅投集团、武汉卓讯互动、武汉文发集团、武汉天喻信息、武汉斗鱼鱼乐、长江出版传媒、武汉理工数传、武汉瑞美展览。其中,武汉文发集团投资运营的华中国家数字出版基地(智谷文化产业园)是全国第四家、华中地区首家"国家数字出版基地",但其2020年的产值仅为80亿元。

表1　2015年、2021年武汉与相关城市文化产业发展情况比较

城市	2015年文化产业增加值(亿元)	2015年文化产业增加值占GDP比重	2021年文化产业增加值(亿元)	2021年文化产业增加值占GDP比重	2021年规上文化企业数量(家)
北京	3072.30	13.36%	3770.20	10.44%	5539
上海	1632.68	6.54%	2389.64	6.17%	—
深圳	1021.00	5.83%	2500.00	7.72%	3157
杭州	855.00	8.50%	2586.00	14.28%	1119
重庆	540.00	3.43%	1057.11	3.79%	1147
武汉	409.30	3.75%	1000.00	5.64%	980

数据来源:各市政府工作报告、统计公报、城市文化产业发展报告、城市文化产业发展"十四五"规划。

2. 武汉数字文化产业融合创新发展不足

数字文化产业创新发展本质是利用数字技术和科技赋能,不断打破现有产业边界,不断产生新的业态、新的产业模式,这也带来了文化产业结构的调整和优化。可见,推动数字文化产业高质量发展最根本的动力是创新,最有效的创新是具备良好的创新体系。武汉数字文化产业规模偏小,产业集聚能力不强,究其根本原因,是融合创新发展不够,主要是融合创新发展的体系不健全。与深圳的"基础研究+技术攻关+成果产业化+科技金融+人才支撑"的创新体系相比,武汉更重视基地建设、园区建设和项目投入,对创新的动力源头——基础研究、技术攻关和成果产业化重视不足,成果与转化之间衔接不紧。

3. 武汉数字文化产品供给水平不高

从产业的角度看,文化资源除了具有文化属性、社会属性、意识形态属性外,还应具有商品属性和经济属性。推动武汉数字文化产业高质量发展,需要激活武汉文化资源的商品属性和经济属性。目前来看,武汉数字文化产品供给水平不高,主要原因是没有充分挖掘武汉历史文化底蕴,没有打造出众多具有国际国内影响力的优质原创文化精品。另外,有武汉特色、有武汉个性的文化供给还不够,致使文化消费释放不充分。

4. 武汉数字文化产业对青年的吸引力、影响力不够

城市的活力和创新能力在于青年。青年既是数字文化产品的创作主力,又是数字文化产品的消费主力。武汉作为建设中的国家高水平科技创新中心,其创新的底色源于国内最大大学城、全国三大智力密集区之一等优势。然而,当前武汉数字文化产业发展最关键的短板在于数字技术人才短缺,人才和技术仍在被动输出。究其原因,一方面是武汉数字文化产业就业环境、政策等对青年人才的吸引力还不够,这也是武汉数字文化人才流失的重要原因之一;另一方面,武汉数字文化产品供给不能很好地

满足青年对文化产品的消费需求。

5. 武汉对数字文化产业扶持政策亟待跟进

一是面对武汉数字文化人才短缺、人才流失、技术流失等问题,政府部门应积极出台对数字文化产业的扶持和引导政策,尽快扭转不利现状。二是新技术与新经济的碰撞会创造出无限的发展空间,市场需求促使文化产业发展出新的就业模式,这些新模式需要政府去了解、去制定、去实施。三是武汉在数字文化产业新的就业风口上,亟待有良好的政策扶持和引导,净化环境,构建产业发展良好生态,吸引企业入驻,留住数字文化人才和技术。

三、推动武汉数字文化产业高质量发展对策

加快推动数字文化产业发展,武汉需加强政策引导,推进体制机制创新,强化数字文化产业平台建设,培育数字文化产业新型业态,发挥重大项目推进路径,加强武汉数字文化产业发展的保障措施。

(一)加强政策引导,加快把武汉数字文化产业做大做强

1. 加强政策规范,构建和刷新产业标准和创新体系

在数字技术支持下,数字文化产业新业态、新行业不断出现,产业边界在不断拓展,产业类别数量也在不断增加。[1]因此,武汉数字文化产业发展的产业标准和创新体系需要适时更新。一是加强政策引导,用政策来规范,实施标准化战略,构建武汉数字文化产业发展的产业标准体系。二是不断加强数字文化技术标准的更新,以标准建设促进产业发展。三是加强武汉数字文化产业创新体系的建设,实施"基础研究+技术攻关+成果产业化+科技金融+人才支撑"的创新体系。

2. 整体规划布局,加强数字文化产业基地和产业园区建设

切实推进和落实《武汉市文化产业发展"十四五"规划》中确立的文化产业发展"一核、一轴、两带"总体布局。重点关注长江南片"文化科技融合带"这一武汉数字文化产业创新升级的主轴线,整体规划布局和推进长江文化创意设计产业园、武汉创意天地、各高校文化创意产业园区及街区、长江数字文化产业园、红房子亮点片区、中国光谷电竞产业基地等项目,重点发展文化科技融合产业、数字创意产业、创意设计产业,全面提升武汉数字文化产业的发展水平。

3. 培育数字文化龙头企业,提升产业聚集功能

培育和引进具有较强核心竞争力的大型数字文化企业。一是加强龙头企业的带动作用,依托中国光谷数字经济产业园、东湖高新华中数字产业创新基地的建设和发展,加大政策扶持力度,吸引一批互联网及其他领域的龙头企业布局武汉数字文化产业。二是增强孵化平台的作用,精心培育一批数字文化骨干企业,发挥其在模式创新和融合发展中的带动作用。三是提升武汉科技文化产业示范园区、文化产业示范基地的产品供给能力。学习广州、杭州等数字文化产业"后起之秀"城市经验,以打造数字文化引领地、文化创意新高地、文旅融合示范地为目标,努力打造动漫之都、游戏之都、电竞之都、直播之都。在景区景点、主题公园、文化街区、乡村特色小镇等场所开发沉浸式体验场景,提升文化体验感和互动感,推动文化更好融入城市生活。四是大力扶持在汉中小微数字文化企业。武汉东湖高新区聚集了2000多家互联网企业,涉及人工智能、智能硬件等数字经济领域,是武汉培育和壮大数字文化企业的重要优势和源泉,可从中培育一批武汉本土的数字文化细分领域的"瞪羚企业"和"隐形冠军"企业,进而促进武汉数字文化产业快速发展起来。

(二)积极培育武汉市数字文化产业新业态、新消费

1. 加强内容建设,提供文化精品

一是要建立武汉文化大数据体系,数清楚武汉的家珍。对武汉文化典籍、传统工艺、器物、非遗等散落的优秀文化资源进行收集、摸底、整理,实施科学分类、智能分析和数字化保存。二是挖掘本土文化资源,制定系统性的数字化展示和开发方案。[2]挖掘本土文化资源,做好内容创作的经典案例很多,如2021年春节出圈的舞蹈《唐宫夜宴》,共收获超过20亿的全网播放量。

2. 注重文化IP开发,引导新型文化消费

重视文化IP的开发和培育,加快塑造一批具有武汉特色的文化IP。一是加强原创文化IP。当前,武汉拥有一批诸如黄鹤楼、东湖绿道、两江四岸、知音号等特色鲜明的本土文化IP,应加强这些本土特色文化IP的出圈。二是旧IP叠加新IP,整合出圈,推动武汉优秀传统文化的创新性发展。诸如武汉文化、旅游、体育、康养、会展、制造等多产业融合的新文化IP,可发展成为武汉的文旅体融合新标志。三是创新武汉数字文化新IP。武汉还应有源源不断的文化新IP,如武汉煨汤节、过早节、江汉路夜市、雪松路美食、汉口里庙会、新洲花朝节等,都能培育成为吸引世界流量的新文化IP。同时,武汉还有大量重量级革命文化和红色文旅资源,应好好利用这些红色文旅资源,打造出更多具有广泛影响力的武汉红色数字文化IP。

3. 促进文旅教体健多产业融合发展,培育更多新业态、新消费

一是多产业、多业态融合发展。数字经济背景下,多产业、多业态融合发展是产业高质量发展的新动能。当前,数字文化产业可与旅游、教育、体育、康养、休闲、会展、创意等产业融合发展,着力构建多层次、融合性服务业态,满足消费者复合性、个性化需求。二是利用便捷的城铁,把文化消费注入便利出行中。武汉地域广阔,现已开通运营了11条地铁线路,贯通了武汉三镇。可加强地铁与商业文化间的导流,适当地延长途经文化商业街区地铁线的运营时间和停驻时长,让便捷的文化新业态更多地被乘客消费。

(三)把握机遇,大力推进数字文化重大项目建设

1. 打造武汉数字化的国家级文旅融合发展示范区

充分利用国家发展战略和自身有利平台,打造武汉数字化的国家级文旅融合发展示范区。2020年12月,武汉成功入选第一批国家文化和旅游消费示范城市。2021年4月,武汉市政府发布了《武汉市建设国家文化和旅游消费示范城市工作方案》。对标国家文化产业发展战略,依托武汉数字技术资源和数字经济快速发展的优势,加快武汉传统文化企业数字化转型,力争把武汉建设成为示范效应较强的数字化国家文化和旅游消费示范城市。

2. 做好长江国家文化公园样板段的重大项目

武汉应以文旅融合为统领,以长江文明为主题,以5G等数字技术为驱动,做好重大项目规划,谋划好长江国家文化公园样板段的重大项目,重点建设好长江国家博物馆等重大项目,打造好“漫步江城、长江文明之旅”等文旅体项目,努力打造武汉长江国家文化公园样板段、长江文化展示阐释核心区和产业融合发展先行区。

(四)加强武汉数字文化产业与青年的关联

1. 通过政策扶持,吸引和留住数字文化人才

青年人才是数字文化产业创新发展的主力军。武汉发展数字文化产业,应有一些良策吸纳这些青年人才。要加强政策激励和引导,着力培育和引进数字文化人才。应支持在汉高校、科研

院所、龙头骨干企业、新型研发机构等部门制定和实行引进“高精尖缺”数字文化人才的政策。除了“武汉英才”“3551 光谷人才计划”等已有人才激励政策,相关部门或研究机构还应对年轻人的需求进行调查,了解他们、关心他们,给他们提供他们最需要的优惠政策。

2. 培育数字文化人才,壮大发展新引擎

落实数字文化人才培育政策和培育工作,加强数字文化复合型人才培养,深化产教融合、校企合作,建设一批数字经济、数字文化产教学研融合发展联盟和人才培养基地。

3. 提供“最需要”文化产品,服务好青年消费群体

在调研中,我们注意到,青年是文化消费的主体人群。青年的文化口味也是文化流行的风向标。青年对于文化 IP、品牌和产品,没有最优,没有最好,只有“最需要”。因此,应把握当下和未来青年的需求,给他们提供“最需要”的文化 IP、品牌和产品。

(五)提供坚实保障,净化市场环境,优化数字文化产业的发展生态

在文化产业边界不断拓展、业态不断丰富的整体背景下,我国文化产业也面临着产业秩序调整与规范、产业伦理重构与形成等问题。第一,武汉政府应出台政策、规范和法律,治理一些文化企业在运营中存在的“失信”“失法”问题,如虚假广告宣传、不实承诺、新型电子诈骗、电子商务购物诈骗、青少年网络游戏沉迷与网瘾、公民个人信息泄露等。第二,要防止一些新媒体人职业操守缺失,如违反新闻传播道德使用窃听手段、发起互联网“谣言”、充当网络“黑客”、网络“人肉搜索”侵犯隐私权等现象。第三,要出台和更新监管知识产权保护中的盗版泛滥问题,防止经济社会发展遭受巨大损失。第四,要引导市场主体创造新的消费场景、塑造新的消费平台、吸引新的消费群体,助力推进构建全要素数字文创产业生态体系。

参考文献:

[1]王林生. 拓展业态的边界——文化产业的转型升级与跨界融合[M]. 北京:中国工人出版社,2021:22-28.

[2]顾诚浩. 苏州数字文化产业高质量发展路径研究[N]. 新华日报,2021-12-31(23).

(作者简介:李翠军,武汉市社会科学院区域经济研究所副研究员,研究方向为区域经济、旅游经济。)

(责任编校:樊厚瑞)

湖北长江国家文化公园文旅融合的路径及机制研究

王冰倩　谢　青

摘　要:文旅融合区是国家文化公园的四类主体功能区之一,“推进文旅融合工程”是五个关键领域实施的基础工程之一,推进文旅融合是国家文化公园设立的初衷和应有之义。湖北省地处长江之腰,地理位置优越,文化和旅游资源优势明显,天然地形成了长江国家文化公园建设的核心腹地,也有望建设为全国文旅融合的新高地,如何推进湖北长江国家文化公园文旅融合值得深入研究。本文探讨了推进湖北长江国家文化公园文旅融合要遵循的原则,提出了构建“一核三段多节点”的空间布局,以优秀传统文化、红色革命文化和社会主义先进文化为重点文化主题,梳理了六大实施路径以及四方面机制创新保障,把湖北段打造成长江国家文化公园样板段、长江文化展示阐释核心区、产业融合发展先行区。

关键词:长江国家文化公园;文旅融合;机制创新

建设国家文化公园是国家推进实施的重大文化工程,对于保护、传承和利用我国重要文化资源和文化标识具有重大战略意义。长城、大运河、长征国家文化公园建设已初见成效,黄河、长江又相继被纳入国家文化公园体系,目前我国已经形成五大国家文化公园总体建设布局。2022 年 1 月,国家文化公园建设工作领导小组开始部署启动长江国家文化公园建设,建设范围综合考虑长江干流区域和长江经济带区域,涉及上海、江苏、浙江、安徽、江西、湖北、湖南等 13 个省区市。建设长江国家文化公园是充分保护和传承长江文化,推动长江流域生态文明深入建设、推动长江经济带良性发展的重要途径,意义重大。

国家文化公园作为我国的原创概念,有别于国家公园的建设模式和管理体系,是依托“遗址遗迹”和“建筑与设施”等人文旅游资源,具有代表性、延展性、非日常性主题,由国家主导生产的主客共享的国际化公共产品。[1] 文旅融合是长江国家文化公园建设的重要内容,文旅融合区是国家文化公园的四大主体功能区之一,对于发展文化资源的辐射效益和区域发展具有引领作用。长江国家文化公园的建设可以进一步发挥出长江沿岸文旅融合发展的产业优势,助推文旅迈向更高质量融合。长江国家文化公园所涉及的区域,是高品位人类自然和文化遗产集中分布地,沿线的主要城市群是重要的旅游目的地和旅游客源市场发生地,在文旅融合方面有着丰富的资源,有着巨大的文化旅游市场潜力。早在 2017 年,文化和旅游

部编制印发《长江国际黄金旅游带发展规划纲要》,提出将长江旅游带建设成为具有全球竞争力和国际知名度的黄金旅游带。在长江黄金旅游带的基础上,长江沿线各省市区的文旅产业基础设施已经逐渐完备,各地区文旅产业优势已逐步凸显,为长江国家文化公园奠定了很好的文旅融合基础。不同于长征、大运河、黄河国家文化公园由宣传部门或发改部门牵头建设,长江国家文化公园由文旅部门牵头,也从侧面印证了长江国家文化公园文旅融合大有可为。

湖北地理位置优越,位于我国主要经济区的几何中心,有着长江旅游核心、中部旅游支撑和中国旅游枢纽的地位,天然地形成了长江国家文化公园建设的核心腹地。作为中央确定的长江国家文化公园建设重点省份之一,湖北正深挖潜力优势、积极谋划推进,努力打造长江国家文化公园样板段、长江文化展示阐释核心区、产业融合发展先行区。基于此,本文首先探讨了湖北长江国家文化公园文旅融合要遵循的原则,聚焦于回答"应该塑造什么样的国家文化公园";其次,提出构建"一核三段多节点"的空间布局,以优秀传统文化、红色革命文化和社会主义先进文化为重点文化主题,立足湖北区域特色,彰显比较优势;再次,梳理了六条具体实施路径,推动长江国家文化公园实现文旅融合高质量发展;最后,对长江国家文化公园文旅融合过程中的体制机制等相关决策提供一些建议,以期能够通过强化机制保障,推动长江国家文化公园文旅融合高效率高质量发展。

一、湖北长江国家文化公园文旅融合应遵循的原则

(一)坚持文化铸魂、文旅育人

国家文化公园的文化性一方面体现在文化价值上,即其体现并彰显了国家民族文化精神、文化符号和文化认同;另一方面体现在文化功能上,即国家文化公园具有"以文化之"的作用,通过其综合性文化功能培育着中华民族文化共同体。[2]文旅融合区强调将文化价值放在首位,重视唤起民众对国家层面并具有民族意义的文化遗产的保护意识以及对中华文明和中国精神的认同感。[3-4]长江国家文化公园要深入挖掘文物与长江文化资源精神内涵,增加旅游文化含量,在文化自觉基础上不断增进文化认同、坚定文化自信、实施文化赋能,形成了鲜明的价值共同体,推进社会主义文化强国建设。要书写新时代长江流域发展的重大成就和奋斗者的精神品格,通过旅游实现价值引领和价值共享,培育游客深入文旅体验中的文化认同,铸牢中华民族共同体意识。

(二)坚持以人民为中心

国家文化公园的本质属性是大众性,是"以人民为中心"的执政理念体现,[5]长江国家文化公园的建设要满足人民群众对主客共享生活方式型文化旅游空间的消费和体验需求,把为人民谋幸福作为着力点,着力解决文化旅游需求中人民群众普遍关心的突出问题,把人民群众作为重要的参与力量,将广大人民群众的满意度作为评判标准。通过完善基础服务设施、优化公共文化场景体验空间,以长江国家文化公园的建设提高沿线城乡基本公共服务标准化和均等化,使建设国家文化公园与改善公共空间环境、增强人民群众文化自豪感形成良性循环。

(三)坚持因地制宜、全域统筹

要坚持规划先行,立足并积极整合湖北各地现有文化和旅游资源,不搞大拆大建,强调建设工作的系统性,吸纳沿岸各区域文化特征,串联长江沿线文化遗产、民俗旅游、乡村旅游资源,确保各地区在文化价值表达上形成统一认知,表达共同的文化内核和精神价值。充分考虑长江沿线文化在不同单元上的独特性和互补性,尊重各地地缘文化特色以及发展差异,实行差别化政策措施。

根据规划总体布局找准自身定位,因地制宜,突出地方文化重点,重点考虑各地区具有代表性和象征性的文物资源。

(四)坚持政府引导、市场运作

长江国家文化公园文旅融合,要推动有为政府和有效市场的有机耦合。在规划编制、建设保护、运营管理的各个方面突出国家意志,强化政府的引导作用,凸显国家文化价值,保证长江国家文化公园的建设符合既定方向。同时在确保国家文化公园公益属性的前提下,注重发挥市场机制作用,发挥国有资金的杠杆效应,加大配套政策的扶持力度和精度,拓宽项目融资渠道,以优质文化资源和重点文旅产业项目为载体,吸引市场主体和社会资本参与投入新兴的文化业态当中,着力解决建设保护资金瓶颈问题。

(五)坚持共同富裕、助力乡村振兴

文化旅游是实现乡村振兴的有效途径,文旅融合具有很强的发展带动功能,可有效改善当地民生、提供就业机会,成为推动城乡建设的重要力量。湖北段长江国家文化公园的建设,要服务国家和湖北重大战略,带动乡村产业实现一二三级融合发展,优化乡村产业结构,调动沿线乡村农民的自主意识和首创精神,解放和发展农村社会生产力,激发农村发展活力。要坚持高效整合乡村资源,发挥乡村优势,变单一的观光游览为多种形式的参与体验,要树立"文化旅游+乡村振兴"的理念,促进本地居民就业致富,发挥长江国家文化公园建设对乡村产业兴旺的带动作用。

(六)坚持科技赋能、创新驱动

长江国家文化公园的建设,要服务于国家重大战略,符合文化科技趋势,坚持创造性转化和创新性发展。湖北作为科技大省,要加大数字基建在内的新基建,搭建更多共性技术研发平台,支撑产业创新能力持续提升,创造符合未来文旅产业发展的创新生态系统,丰富文旅创新应用场景。要推动旅游发展从资源和要素驱动向创新驱动转变,推进文旅产品、业态、服务、模式创新,增强全省旅游发展动能,实现文化遗产创新性利用和"自我造血",构建新的产业增长极。

二、湖北长江国家文化公园文旅融合的空间布局及重点主题

长江流域各省市因其相似的历时性与共域性,共同建构了具有拓扑群结构的长江文化共同体,长江文化是具有超大时空体量的大河流域文化共同体。[6-7]长江国家文化公园的跨度范围很大,在这种超级体量、涵盖多个省市的国家重大工程中,立足于区域特色、找准突破口是基本方法。尤其在起步阶段,更应该突出文化的亮点和代表性。要明晰定位,精选代表性文化符号,统筹谋划重点文化主题和重点空间布局,形成全省"一张图"。如果定位不明确、主题不突出,各地一拥而上加入建设国家文化公园建设的潮流而又各说各话,将导致支离破碎、满天繁星、亮点被模糊的文化拼盘。

湖北文化资源丰富,荆楚文化、三国文化、红色文化、土苗文化异彩纷呈,长江国家文化公园要以保护传承弘扬长江文化为发展的主线,串联长江文化遗产,凝聚长江文明多维价值。也要突出长江经济带近十年的绿色发展文化,落实习近平总书记提出的"要把全流域打造成黄金水道""共抓大保护、不搞大开发""推动长江经济带绿色发展""使长江经济带成为引领经济高质量发展的主力军"等一系列指示,将湖北打造成为世界级长江文明传承创新示范区。

(一)文旅融合的空间布局重点

着力构建"一核三段多节点"的湖北长江国家

文化公园文旅融合新格局,把湖北长江国家文化公园建设成为特色鲜明、功能完善、品质卓越、游客满意的综合旅游目的地。

“一核”指将武汉打造成为“长江文明传承创新核心区”。建设武汉长江文明体验区,展示以石家河、盘龙城为代表的长江文明,以辛亥首义、武汉大会战和鄂豫皖革命根据地为代表的红色文化,以汉阳铁厂、汉冶萍煤铁厂矿为代表的近代工业文化。将抗击疫情过程中激发出来的英雄城市品质转化为新时期武汉城市建设的文化力量,将历史文化底蕴的英雄城市形象转变为引领未来发展方向的英雄城市形象。[8]构建长江文化IP体系,争取在武汉建设长江国家博物馆,持续举办“大河对话”等文明论坛,打造全球大河文明对话永久会址,提升长江文明馆,打造世界级“长江文明之心”。[9]

“三段”指长江干流的武汉段、宜昌段和荆州段,它们构成了长江国家文化公园沿长江干流的核心发展轴线。发挥轴线的主干牵引作用,高水平建设一批文化旅游、滨水主题景观项目,提升夜景亮化功能,串联沿长江及相关区域的重点项目、重要节点,建设长江生态廊道。宜昌段要科学阐释屈原文化、长阳人文化、昭君文化、三峡文化内涵,将屈原文化公园打造成为长江国家文化公园的重要支撑。利用“国之重器”三峡工程和葛洲坝工程的水利优势,发挥好人文和水利遗产资源禀赋,提升两坝一峡新能级,加快三峡大坝、三峡人家、三游洞(西陵峡)等景区扩容升级,协同开发三峡工程“一区四镇”,凸显凤凰山作为观三峡大坝、览高峡平湖的最佳位置优势,挖掘黄陵庙作为一部奇妙的水文化典籍所具有的科学、历史、文化、建筑等多重价值,让宜昌成为长江国家文化公园的璀璨明珠。荆州段要加快建设荆楚文化传承发展中心,深入挖掘楚文化、三国文化,挖掘楚纪南故城遗址、荆州城墙、湘鄂西革命根据地旧址群的当代价值,加快楚纪南城遗址公园、楚王城等实体项目建设。充分开发和利用荆州分洪工程、松滋沱水大坝所体现的水利文化,凸显“红色经典”荆江分洪工程所凝聚的新中国治水、抗洪、理水的文化理念,歌颂30万军民为长江安澜所体现的艰苦奋斗、自力更生的精神。

“多节点”指长江干流及两大支流汉江、清江沿线的黄冈、恩施、襄阳、随州、十堰等重要节点城市。发挥重要节点城市的驱动作用,串珠成链,建设文化旅游带。推进关键节点统一规划布局,推动跨区域旅游资源、旅游产品和旅游基础设施的统一开发建设。在坚持环保及文保优先的前提下,推动重要节点城市统筹山水与人文等要素,深度融合产城景、农文旅等资源。例如,襄阳都市圈以雕龙碑和凤凰咀遗址等文明进程文化、古隆中三国文化和汉城文化、唐城文化等为代表,重点打造汉水文明;十堰围绕实施“三大工程”,以学堂梁子考古遗址和东风轮胎厂工业遗产为主的文化遗产保护与开发工程,以汉水九歌、武当传统文化产业园为重点的项目引领工程,以丹江口南水北调源头生态文化旅游区和郧阳湖旅游区创建国家5A级景区为重点的品质提升工程。

(二)文旅融合的重点主题

湖北文化资源丰富,在建设长江国家文化公园时,要注重长江文化的整体性和代表性,要以优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化为主,打造文旅融合的重点主题。

优秀传统文化方面,主要包括随州炎帝寻根文化,以荆州古城、熊家冢、屈原、纪南城为代表的楚文化,以襄阳古隆中、襄阳古城为代表的三国文化,武当山的古建筑文化、武术文化和道医文化,和以唐崖土司城为代表的土家风情文化。

红色革命文化方面,以红色革命为主题,弘扬现代革命文化,以红安烈士陵园、龟峰山、大别山主峰、薄刀峰等旅游景区为主要支撑,推动大别山和洪湖红色旅游基地建设,融入人文、山水观光、

森林康养、乡村休闲等旅游要素,形成以“红色大别山之旅”“洪湖赤卫队体验之旅”为主的红色旅游体验区。

社会主义先进文化方面,要突出以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神,要突出长江“治水”的国家治理智慧及长江经济带“依水而兴”谋发展的发展精神,体现湖北在长江治水历史中的特殊作用和在新发展格局中的重要作用。

治水历程,伴随着中华民族伟大复兴的征程。新中国成立以来,党和国家把治水兴水摆在关系国家事业发展的全局战略位置。要以三峡大坝工程、葛洲坝工程及荆江分洪工程为主要支撑,宣传新中国成立后治理长江水患的奋斗精神,展现荆楚儿女积淀形成的与水争斗、与水亲近的长江文化和抗洪精神,展现国家为劳动人民书写的中华民族治水安邦、兴水利民的新篇章,形成以“治水利民”为代表的水文化旅游目的地。

要重点突出长江经济带作为我国区域经济发展的重要“增长极”,不断推动区域协调发展向纵深发展。彰显宜昌作为习近平总书记长江大保护“立规之地”的重要责任担当,突出长江经济带“共抓大保护、不搞大开发的”绿色发展、高质量发展文化,以践行新发展理念、融入新发展格局为立足点,体现共产党人治国理政新理念新思想新战略,助推长江经济带成为我国生态优先绿色发展主战场、畅通国内国际双循环主动脉、引领经济高质量发展主力军。要加强对抗疫英雄文化、湖北工业文化等当代精神的解读,书写新时代长江流域发展的重大成就和奋斗者的精神品格。

三、湖北长江国家文化公园文旅融合的路径

(一)促进文化遗产利用与旅游融合

核心遗产与公园区域内的其他文化特质通过资源整合、发挥最大整体价值,是国家文化公园价值实现的本质过程。[10]根据湖北长江国家文化公园的文化主题,编排武汉都市之旅、宜昌长江三峡之旅、十堰武当山问道之旅等精品旅游线路,以文化景观为核心要素,通过串联相关文物和文化资源,凸显其整体价值。把展现湖北特色的传统文化、革命文化、社会主义先进文化有效融合,纳入旅游线路、游程项目、讲解导览中,彰显湖北段长江国家文化公园所属文化遗产资源在同类旅游产品中的稀缺性和独特性。把一些具有代表性的文化遗产进行符号转换,在国家文化公园及其周边的旅游标识体系之中融入文化遗产符号。因地制宜建设旅游风景道,加强沿线长江流域特色元素的绿道系统、景观台、驿站、露营地、游艇、游船、房车营地等规划建设,优化完善自驾及骑行旅行服务设施。推动非物质文化遗产传承、利用与体验、教育一体化发展,加强如非物质文化遗产馆、传承体验中心、博物馆、文化馆等传承体验设施的建设,鼓励社会力量兴办传承体验设施。

(二)大力发展红色研学旅游

红色旅游活动可以更深层次地增加游客和广大人民群众的历史认同、政党认同和国家认同。[11]将红色资源和区域独特的文化旅游资源有机结合,加快融合党性教育、党史教育、国防教育、国情教育,打造红色旅游复合型现代产业体系。依托武汉市红色旅游系列景区、黄冈市大别山红色旅游区、湘鄂西红色旅游系列景区等有代表性的红色旅游经典景区,开设红色纪念馆、干部培训、党员培训。通过红色故事场景化、红色事迹角色化、红色生活日常化等手段,推出系列红色文化研学旅行体验项目和文化创意产品,打造红色旅游、青少年研学等系列文化品牌。通过现场教学、微党课、专题党课等形式,在长江国家文化公园建设中创立一批文化主题鲜明、文化要素完备的爱国主义教育基地、实践基地和研学旅行基地,使红色文

化真正成为铸魂育人的活教材和精神动力。

(三)发展乡村文化休闲旅游

挖掘农业生产过程、农民生活习惯、农村传统民居的文化内涵,形成以乡村传统文化、传统民俗、农业遗迹、传统建筑、传统作坊、传统小吃为特色的村落景区。加强传统村落、文化节庆、民俗活动、城乡生活等的旅游化利用,支持特色产业发展,传承弘扬茶、中医药、美食等特色文化,开发适合大众康养、休闲、体验的文化和旅游产品。加强对乡村传统曲艺、民间工艺美术、传统节庆活动、传统体育活动等乡村非物质文化遗产的保护、传承与发展。发挥民间手工艺者、非文化遗产传承人、乡村文化和旅游能人的领头作用,推动乡村农副产品、农家特产、手工艺品、非遗产品等向乡村旅游商品转型。完善餐饮住宿、休闲娱乐、民俗体验等配套服务。推动市场主体下乡,鼓励创意企业、平台、工作室、艺术机构入驻农村,通过设计乡村文创产品、开办艺术展演等方式活化农村传统文化,形成一批有影响的乡村文创基地,以市场化方式运营乡村文化特色。

(四)丰富文旅融合业态

在文旅融合区开展传统技艺、传统美食、表演艺术等项目聚集转化,推出一批精品演艺项目。组织丰富多彩的以长江文化为特色的旅游节庆活动及赛事展演,如屈原端午文化节、武汉国际渡江节、三峡纤夫文化旅游节等,振兴武汉戏曲“大码头”,做强“知音号”等演艺品牌。积极发展影视旅游,打造唐城、汉城、百里荒等影视旅游品牌,推动全省影视拍摄基地联盟结合旅游创新发展。积极发展与长江文化结合的特色文化产业,以音乐、文学、艺术品、创意设计、动漫、游戏等为重点,策划大型旅游文化产业项目,通过丰富多彩的文化活动促进长江文化产业和旅游业又好又快发展。

发挥湖北江河纵横、湖泊密布的资源优势,做足水文章。发展长江三峡游船旅游,延伸长江旅游线路,积极发展城市夜游船、湖泊观光船、水乡休闲船,发展赛艇、皮划艇、桨板、龙舟比赛等水上运动,完善并形成特色的水上旅游产品体系。

(五)强化科技助力

充分发挥湖北最大新型显示产业基地、国家光电子信息产业基地、国家存储器基地的阵地优势和“光芯屏端网”的产业优势,展现“科技+文旅”在长江国家文化公园中的融合创新。加强数字基础设施建设。加快建设智慧景区,实现无线网络和5G全覆盖。建设数字云平台,建设完善文物与文化资源数字化管理平台,提升文旅产品的展示覆盖面和传播触达率。建立长江国家文化公园智慧旅游公共服务信息平台,打造全流程智慧旅游体验,提升预约管理、客流引导、线路设置、线上导游、人工智能客服等服务效率,提高宣传覆盖面和服务便捷性。

构建文旅融合体验新场景。利用先进的云技术,如云展厅、云游App、移动课堂,使文物活起来,利用VR、AR、AI等新技术创新展示方式,打造一批长江文化博物馆。利用虚拟现实技术对历史村镇和文化街区不同时代、不同业态的生活情景进行虚拟修复和再现,活态展示相关文物、历史故事和非物质文化遗产,打造体现文化遗产内涵、符合现代审美的体验式、沉浸式项目。

四、湖北长江国家文化公园文旅融合的机制保障

(一)突出顶层设计,强化协调合作

坚持系统观念,突出顶层设计。按照中央统筹协调、部门联动、地方推进的工作思路,强化部门联动能力和省级党委、政府的主体责任,实现对

区域文化旅游资源的有效整合和一体化开发。根据重点文化主题及重点发展区域,各地找准自身定位,做到主题协同、差异发展,形成定位准确、特色鲜明、功能突出、贯通衔接的协调发展格局。促进区域间合作深化,建立健全地市州之间的会商机制,推动区域资源整合、项目统筹和信息共享,构建文旅资源共享网络。

建立跨部门协同决策机制。长江国家文化公园建设必须在中央政府统筹管理的基础上,构建不同的管理架构,提高政策实施的适应性与有效性。[12]进一步明确政府各部门职责范围和工作要求,协调各级行政机构和部门在现有体制下的职责重叠和空当,明确协同机制中的牵头主体、配合主体、协同程序、责任承担等。建立信息沟通共享机制,整合各部门信息,研究信息开放问题,利用现代信息技术实现各部门信息协同。

(二)明晰项目标准,完善高效运行机制

对涉及长江国家文化公园的各地市州重点建设项目加以明确。加强项目储备,在遴选项目时,应有一套可量化的标准。在项目内容方面,重点支持创意设计、红色旅游、乡村旅游、文化旅游景区及园区建设运营、公共文化旅游设施建设、现有旅游项目(资产)的盘活提升等项目。遴选时重点考虑项目的文化内涵、社会效益、创新性。在项目管理方面,项目应具有良好的股权进入条件和退出机制,避免财政资金投资运作风险。

完善文化与旅游融合高效运行机制,谋划建设一批重要工程、重点项目,力争财政、金融、用地和人才等方面予以倾斜。国家文化公园在建设中,已初步形成了“拨款+专项+债券+基金”4种主要的资金来源机制,[13]省级财政统筹利用现有资金渠道,地方财政综合运用相关渠道,探索设立长江国家文化公园建设保护基金,积极完善配套财政政策。对辖区内的文旅投资项目与国家文化公园其他相关项目进行统筹安排,协调互补,避免项目同质化,提高投资效率。

(三)强化激励督促机制

落实分区负责。对于文化旅游融合发展等工作,严格按照时间节点和任务安排,有序推进项目落地。设计国家文化公园文旅融合的评价指标体系,对地方及相关部门进行考核评价。对国家文化公园文旅融合发展进行定期跟踪评估,专项督导重点事项,及时总结建设情况。建立行政执行的联动机制,政策执行过程中要将目标细化、标准细化、任务分解、流程细化、量化考核,在问责中要建立合理的责任分担机制,通过指标传导等建立起自上而下的传导体系。鼓励各市县对项目建设进行探索创新,设立长江国家文化公园先行示范区,在建设运营、管理体制等方面先行先试。破除“唯GDP论”,以“制度创新锦标赛”的方式拔擢得力干部,增强干部的道德荣誉感,激励干事创业。[14]

(四)优化市场环境

积极培育市场主体。对优质文化旅游资源进行一体化开发,用优质文旅资源和文旅项目规划吸引外来投资和社会投资,培育一批具有核心竞争力的优质文旅企业。支持旅游企业、文化企业拓展经营领域,推动形成一批以文化和旅游为主业,以融合发展为特色的骨干企业。出台规范明确社会资本的可进入范围,积极发挥财政基金、政策性金融贷款等引导作用,带动社会资本通过兴办实体、资助项目、提供服务、捐赠物资等方式参与国家文化公园的市场化项目建设。

减少审批事项,优化审批流程,规范审批行为。进一步压减审批时限,推动长江国家文化公园(湖北段)建设项目早落地、早开工、早受益。完善信用监管平台,加强行业信用评价体系、分类监管体系和应用体系建设。持续推进“互联网+监

管”和“双随机、一公开”监管工作,规范旅游市场秩序。

(五)完善文旅推广体系

以长江为旅游目的地,建立完善的长江国家文化公园营销系统。培育长江三峡、浪漫楚风、智慧三国、红色生态、绿色发展等文化旅游特色品牌。打造特色鲜明、凸显主题的长江国家文化公园旅游形象标识,形成具有影响力的国际旅游品牌。大力开展文旅产品营销,建立品牌联合推广机制,加强旅游品牌整合营销,塑造整体旅游形象。推动荆楚文化、长江文化的现代化和国际化表达。统筹国内传播与国际传播,创新文化国际传播、世界文明对话的手段和渠道,使长江文化的图像、声音、文字、信息更广泛传播。增强涉外旅游接待服务水平。通过外交活动及国际活动,润物细无声地向世界传播长江国家文化公园的具象化产品,提升长江国家文化公园所蕴含的文化底蕴及对外传播效能。

参考文献:

[1]王克岭. 国家文化公园的理论探索与实践思考[J]. 企业经济,2021,40(4):2,5-12.

[2]钟晟. 文化共同体、文化认同与国家文化公园建设[J]. 江汉论坛,2022(3):139-144.

[3]秦宗财. 大运河国家文化公园系统性建设的五个维度[J]. 南京社会科学,2022(3):162-170.

[4]王健,彭安玉. 大运河国家文化公园建设的四大转换[J]. 唯实,2019(12):64-67.

[5]李飞,邹统钎. 论国家文化公园:逻辑、源流、意蕴[J]. 旅游学刊,2021,36(1):14-26.

[6]李越,傅才武. 长江文化共同体:一种基于文化拓扑的解释框架[J]. 学习与实践,2022(6):113-124.

[7]钟晟,欧阳婷. 长江国家文化公园背景下打造荆楚文化大品牌的思路与建议[J]. 决策与信息,2022(11):90-96.

[8]傅才武,严星柔. 论武汉“英雄城市”的文化性格及未来表达[J]. 江汉论坛,2020(8):5-14.

[9]“武汉打造长江文明枢纽城市”联合课题组,冯天瑜,傅才武,等. 武汉打造长江文明枢纽城市初步研究[J]. 武汉学研究,2019(2):3-14.

[10]赵云,赵荣. 中国国家文化公园价值研究:实现过程与评估框架[J]. 东南文化,2020(4):6-12,190-191.

[11]赵志峰,孙国东,李志伟. 红色旅游社会效应研究——基于认同视角的探讨[J]. 四川师范大学学报(社会科学版),2016,43(1):63-71.

[12]邹统钎,韩全. 国家文化公园建设与管理初探[N]. 中国旅游报,2019-12-3(3).

[13]吴丽云,邹统钎,王欣,等. 国家文化公园管理体制机制建设成效分析[J]. 开发研究,2022(1):10-19.

[14]傅才武. 国家文化公园建设中的地方激励问题[J]. 探索与争鸣,2022(6):12-14.

***本文系第二届长江文化学术研讨会参会论文。**

(作者简介:王冰倩,湖北省社会科学院经济研究所硕士研究生,研究方向为产业经济;

谢青,湖北省社会科学院经济研究所助理研究员、博士,研究方向为产业经济、文化遗产旅游。)

(责任编校:曹莹)

武汉英雄城市形象建构中文化符号的开发与传播研究

余丽蓉

摘　要:城市形象作为一个城市重要的无形资产和竞争力构成,不仅在城市发展中发挥着不可替代的作用,其本身也随着社会发展和时代变迁需要不断地提升和更新。在2020年初新冠肺炎疫情中,武汉凭借其富有牺牲精神的英勇抗疫表现赢得了“英雄城市”的社会赞誉,此称号也成为后疫情时代武汉着力建构的城市新形象。本文从符号学、传播学视角切入武汉英雄城市形象的建构研究,在理论分析城市文化符号与城市形象之间关系的基础上,阐述了英雄城市文化符号的开发策略与传播策略,由此形成对英雄城市形象的内涵认知建构和核心价值建构。

关键词:城市文化符号;英雄城市形象;城市形象建构

一、研究缘起

2020年初,武汉暴发新冠肺炎疫情,当机立断暂时关闭离汉通道,并因此成功地应对了这一重大公共卫生突发事件。凭借这种自我“牺牲”精神,武汉不仅迅速闻名海内外,而且赢得“英雄城市”的美誉。习近平总书记高度肯定武汉的付出:“武汉是英雄的城市,湖北人民、武汉人民是英雄的人民,历史上从来没有被艰难险阻压垮过。”自此,英雄城市的称号日渐散播,英雄城市也成为继江城、大武汉、白云黄鹤之乡等之外又一被公众普遍认可的武汉城市形象。在现代社会中,城市形象对于一个国家和城市的重要性不言而喻,良好的城市形象可以提升城市的知名度和吸引力,使社会系统中的人才、资本、信息等核心资源向城市集聚。英雄城市形象蕴含着丰富的内涵和价值,在努力打造世界级大城市战略目标的语境下,当前处在后疫情时代的武汉选择将“英雄城市”形象作为寻求未来突破性发展的支点和动力来源。

城市形象研究可追溯至19世纪中期到20世纪初,最初是为了解决社会工业化、城市化进程中出现的城市环境问题。随着城市建设实践和相关研究的深入,城市形象发展逐渐表现出一些显著趋势:“由城市表象的物质景观层面逐步深化为城市内在的文化精神层面,由单纯注重物质景观的塑造环节转变为城市形象定位、城市形象塑造、城市形象传播各个环节兼顾。”[1]81时至今日,城市形象概念早已不是指简单的城市外在硬件形体呈

现,而是“城市给予人们的综合印象与整体文化感受”[2]26;城市形象的形成和塑造则更多依赖人的主观性建构力量,表现为一个城市用策略性方法将其城市文化对外传播和扩散的过程。可以说,当今的城市形象建构就是一种城市文化传播活动。符号是信息的载体,也是文化传播的载体。以城市文化传播为本质的城市形象建构活动,需选择和运用典型具象的城市文化符号来实现传播者和受传者之间的城市形象信息阐释与交流。

目前,社会各方对英雄城市形象的认知尚处于初级的“流量”阶段,不仅是市内外居民和公众多停留在对概念和口号语表达的知晓层面,而且武汉城市管理者对此新形象的内涵理解和建构意识都有待提升。基于上述的认识和分析,本文尝试从文化符号运用和传播的角度来思考武汉英雄城市形象的建构问题。在分析城市形象与文化符号的深层次关系基础上,提出武汉英雄城市形象建构一方面要根据英雄城市的文化内涵来选择和运用恰当的文化符号,另一方面还要通过恰当的策略传播城市文化符号,促进城市形象的意义形成和价值生成,由此在社会公众心目中形成和建构起一个清晰可读的英雄城市形象。

二、城市文化符号与城市形象建构的关系

人类所有的文化活动和文化现象都是通过一定的符号来传播的。有文化学者指出,符号具有两种基本功能:一是认知功能,帮助人们进行理性思考,认知事物的本质;二是传播功能,在社会约定俗成的基础上,实现人与人之间的思想沟通和情感交流。[3]

城市被称为“文化的容器”,是人类文明创造的代表性场所。城市形象则是“城市各种要素整合后的一种文化特质,是城市传统、现存物质与现代文明的总和特征”[2]26。城市形象建构作为一种文化活动和文化现象,以文化符号作为载体和媒介,人们在与城市文化符号的互动交流中形成对城市形象的认知,同时促成城市形象的意义形成和价值生成。

(一)城市文化符号是认知城市形象的意义载体

“城市形象指城市给予人们的综合印象和观感,也即是城市这一客观事物在人们头脑中的反映。”[4]城市形象以城市社会经济文化各方面的综合发展情况为内里,是城市外观物质形态和内在精神形态、自然环境与人文面貌的统一体;同时又因每个城市在其发展与建设过程中都会形成一些属于自身的独特之处,而呈现出鲜明的个性特色。城市形象的这种复杂多元特性,使得人们必须借用能代表它的指征物或象征物去感知和认知它。

按照符号学的理解,符号是可供感知且能代表它本身以外事物的事物。作为意义的表征,符号是构成人与社会及自然之间的桥梁,是人们认识事物的一种简化而高效的方式。由此可知,城市符号就是既能客观代表城市形象的概要又能体现城市形象的个性特征,并给人以深刻印象的标志性事物。反之,正因为每个城市都有着独一无二的城市符号,这些符号在与人们的交流过程中呈现出不同的意义表达,从而才产生了各具特色的城市形象。

在早期的城市形象研究中,景观建筑、硬件设施类表象事物是人们关注的重点。比如城市形象理论的正式提出者、美国城市学者凯文·林奇在1960年出版的著作《城市意象》一书中,强调城市形象“具有可读性”,同时提出将道路、节点、边界、区域、标示物五个物理环境元素视作促成“城市意象”在市民心中形成的关键要素。[5]林奇提出的这几个城市意象塑造要素其实就已带上了一定的符号属性,尤其是其中的标志物要素,“具有独一无二的重大城市空间意义或非凡的文化价值意蕴,往往成为一个城市

的空间象征或文化历史符号”[1]80,对于提升城市的形象有极大作用。进入20世纪,随着世界城市逐步进入内涵式高质量发展阶段,人们对城市形象的认识也在不断加深,从单纯关注现代化的高楼大厦和亮丽的市容市貌,到更重视城市展现出来的人文风貌、个性气质、居民精神面貌等这些文化特质。有研究者将城市形象分为三个层次:“城市形象的外层为城市形体形象,主要指城市的建筑形象、景观艺术形象和环境形象;城市形象的中层为城市行为形象,主要指城市的管理形象、服务形象和企业形象;城市形象的内层为城市文化精神形象,主要指市民精神、城市精神和城市理想。”[6]在这三层次中,内层形象的内核就是城市的内在素质和文化内涵,而这些“城市内在素质和文化内涵在城市外部形态上的直观反映,是该城市有别于其他城市的深刻印象”[7]。不难看出,城市形象发展到今天,作为其意义表征的城市符号与内层精神文化形象有着更强的关联性,那些能代表和传递城市的历史文化积淀、集体文化记忆、文化价值观念等文化内涵方面的文化符号,成为表征城市形象的主体符号类型。

相比一般城市符号,城市文化符号具有这样一些特点:一是更具内涵性,文化符号一般都在时间长河中经过洗礼传承,深深刻下了城市的历史文化烙印,高度凝练了城市的文化价值内蕴;二是更具地域性,城市文化符号本身是地域文化的一种呈现方式和存在形式,一座城市独有的、能给人留下深刻印象的文化符号有助于城市避免陷入“千城一面”的局面;三是更具共识性,很多文化符号是在城市不断的内外文化交流碰撞和长期反复的使用中筛选保留下来的,社会凝聚功能很强,能帮助城市居民实现对文化规范、身份归属与文化价值的认同;四是更具传播性,对内居民因对城市文化符号有着集体记忆而容易产生共鸣,对外公众因对异质性的城市文化符号有好奇心,而产生与陌生城市进行跨文化交往互动的愿望。

正因为如此,文化符号被广泛运用到城市形象的建构之中,成为城市对内对外输出城市信息、彰显文化特征的重要意义载体。同时,意味着只有深入开掘城市历史文化资源和深刻理解城市文化精神内涵,才能提炼出富有生命力和代表性的城市文化符号。

(二)文化符号促进城市形象的传播及其价值生成

城市形象是人们对城市的主观看法、观念及由此形成的心理图景,如前所述,这是美国学者凯文·林奇提出的城市意象说。该理论让人们认识到城市形象兼具客观性和主观性,除了现实的物质性建设成果,更是人主观建构的结果。在此基础上,美国城市研究者福特更进一步地揭示了传播在城市形象主观建构中的重要作用:“城市形象是通过大众传媒、个人经历、人际传播、记忆以及外在的环境因素共同作用而形成的。”[8]所谓城市形象传播,就是通过选择合理的传播方式与恰当的传播策略,将城市形象的构成元素和功能价值在预期目标范围内得以扩散和发挥,从而激发和维系人们对城市的积极想象。

“传播关系涉及的是分享信息符号”[9],传播就是符号的传播。城市形象是大量城市文化信息及文化元素的表意符号集合,城市形象传播的实质就是以城市文化符号为意义载体进行各种信息交换活动。也就是说,城市形象的意义并不仅仅存在于符号本身,还存在于符号与公众的互动交流中。在城市形象传播中,传播者利用各种渠道和手段,多形式、多维度地传播城市文化符号,与公众进行互动交流,传受两者之间通过不断地解码与编码,交换符号的意义。在此过程中,城市形象的文化内涵得以解读,不仅如此,按照符号互动理论,还会因受传者的背景差异和传播情境的影响而形成新的意义。

从传播效果来看,城市文化符号直接影响城市形象建构的成效,促成城市形象的价值生成。文化符号“是一种高度浓缩的价值、观念传播载

体,它在传播信息方面有效、便捷、易于辨认、认同度高,是文化传承、传播的高效工具”[10],而且“文化符号中的意义模式本身具有强大的渗透力,这种渗透力潜移默化地改变人民对城市的认知,并进而认同该城市的文化价值”[11]。因而城市文化符号在对外宣传中能够很快、也相对容易创造城市的知名度和美誉度,有的典型文化符号甚至能够演变为整个城市的品牌形象。这使得城市文化符号不仅是城市形象传播的叙事素材资源库,构筑人们对城市的感知和记忆,还是重要的生产资料和战略资本,是能带来城市品牌价值和经济效益的经营手段。正如长城、熊猫、中国功夫会使外国人马上联想到中国,而故宫、兵马俑、东方明珠会让人迅速与北京、西安、上海相关联。这些文化符号的高水平运作能够带动相关消费链、产业链的形成,成为一个城市甚至一个国家的社会经济文化各方面发展的价值生成点。

三、武汉城市文化符号的开发策略——英雄城市形象的文化精神内涵认知

城市形象的建构最终还需落实到可操作的策略层面。当前,武汉作为英雄城市在公众心目中初成印象,但成为个性鲜明、风格独特的优质形象还有不少距离。根据上文关于文化符号的表意功能研究,武汉英雄城市形象的建构,首先是要选择和推出一批具有普遍意义认知功能并能获得国内外公众心理共鸣的城市文化符号,而这一建构过程以对城市文化内涵进行正确深入的分析解读为前提。

(一)武汉英雄城市形象的概念及其文化精神内涵解读

从历史上来看,英雄城市的称号其实中外都有先例,能获此殊荣的城市大都有一个共同特点,即面对外来入侵、天灾人祸等重大事件或严峻挑战时,有显著的为了家国存亡和社会进步而勇于牺牲、敢于抗争的表现。这意味着,所谓英雄城市是指该城市具备一种英雄主义的气质与品格,而这种气质品格正是英雄城市形象的内层文化精神形象,同时也是英雄城市形象的内核与精髓。

城市的气质品格并非一朝一夕而成,而是具有积淀性、稳定性、传承性等特征。从积淀性来看,一个城市的气质品格源于它的文化基因。钟南山院士在武汉疫情尚未结束时就发出由衷的赞誉:“武汉本来就是一座很英雄的城市”。说的就是“武汉文化传承中的英雄气质”。武汉文化研究学者傅才武对此做过专门研究,概括出了几个方面的原因:一是武汉身处荆楚文化核心区,很大程度上继承了荆楚文化中的那种不屈不挠、不胜不休的精神气质;二是武汉历史上多次经历了民族国家重大历史事件,尤其是在几个历史进程节点都扮演了重要的参与者和引领者角色,这些“武汉记忆”建构了武汉文化性格中独特的家国理想与信念;三是武汉位于大江大湖区域和南北商业交汇的地理位置,近代便因码头名震一时,深厚的商埠文化加上时代的风云变迁,培育出了武汉市民兼容并蓄而又敢打敢拼的性格气质。[12]

从稳定性来看,城市气质品格很大程度上源自城市文化性格,而城市文化性格则很大程度上来自城市居民的性格,且一旦形成就一般难以轻易改变。所谓居民文化性格,是“一定的文化区域内居民长期形成的、共同的、普遍的、相对稳定的,同时又具有历史延续性的价值观念、心理倾向、物质和精神追求,以及与之相应的社会行为习惯方式”[13]。在中国快速的城市化进程中,城市的外在物质形象或许容易“千城一面”,但其中居住者的性格各有特点。本质上来讲,是“人”让一座城市与众不同,坚韧而勤勉的市民是武汉城市拥有坚强韧性和自我修复机制的主要原因之一。

最后从传承性来看,改革开放以来,武汉以“敢为人先、追求卓越”“武汉,每天不一样”等为城市形象口号,城市发展理念强调变化、创新;在诸多困难和挑战面前总能保持乐观抗争状态,稍远

如1998年抗洪救灾、2008年特大雪灾等事件,近期则是世人称颂的2020年抗击新冠肺炎疫情事件,这些其实都体现了武汉城市文化精神中英雄品格的当代转化。不仅如此,作为生命体的城市,其蕴含的文化精神还会随着时代的变迁而不断进化创新。当前武汉的英雄城市形象的价值层次正在向一个新高度提升,即力求超越传统的历史文化基调而转向追求生态文明和可持续发展,向新时代英雄城市蜕变。

(二)基于英雄城市文化精神内涵开发城市文化符号

英雄城市形象的概念及文化精神内涵解读,为武汉英雄城市文化符号的开发提供了意义支撑,在此基础上可具体展开对相关符号的选择提取及创意呈现。

首先,由于城市形象的内核是其内层的精神文化形象,因此象征英雄气质品格的城市文化符号应以抽象符号为主。象征符号是一种符号类型,源自现代符号学之父、美国哲学家皮尔斯的符号三分法:根据符号与指称对象之间的不同关系,符号可分为"图像符号"(Icon)、"指示符号"(Index)和"象征符号"(Symbol)。象征符号的特点是"与其所指代的对象之间没有必然的联系,它是通过从事象征心灵的观念与它的对象相关联"[14],通俗来说,就是基于社会文化意义上的约定俗成。从古至今,很多英雄在武汉这片土地上尽显风流,留下英雄事迹,不论是古代的屈原、岳飞,还是近代的董必武、向警予,抑或当代的张定宇,这些人物被认可相传并逐渐成为一个个象征符号,缘于他们代表了这片土地上普遍拥有"江湖气魄"和不屈品格的人们。比如岳飞,作为世代传颂的民族英雄,曾驻防鄂州(今湖北省武汉市)7年,在汉留下了大量的文化遗迹。"荆楚的精神追求与岳飞人生志向高度契合;岳飞精神是中华民族精神的重要组成部分,也是武汉城市精神的重要基因片段。"[15]蕴涵丰富历史文化信息的城市风物也常被视为有隐喻意义的城市文化符号,如"热干面"本是武汉美食,疫情防控期间人们以动漫符号形式生成新的能指形态,现已成了勇于抗争逆境的武汉市民象征。

其次,根据文化基因的传承特点,英雄城市文化符号提取应兼顾英雄文化精神的历史性与时代性。一方面在历史文化、民族文化、红色文化、革命文化等资源中充分发掘有价值的符号。黄鹤楼、汉阳造、武昌阅马场红楼、八七会议旧址、武汉保卫战英雄纪念碑、武汉抗洪纪念碑等,这些传统地标建筑、遗址遗迹类符号已得到社会的高度认可,理应保留发扬。另一方面,要关注那些承载当代市民乐观抗争精神、彰显可持续发展理念的新兴特色符号,如武汉大学樱花、两江四岸、知音号、光谷广场、雷神山和火神山医院等,以及一些尚在提议建设中的抗疫纪念场馆设施、长江国家文化公园等。这些新的文化标识蕴含了城市新文脉内涵,将城市的过去与现在构成相互呼应的时空联系,能让世界感受到武汉既是一座有着几千年英勇事迹的历史文化名城,也是一座敢于面对挑战、富有活力的现代大都市。

最后,根据城市形象的意象化感知特点,英雄城市文化符号的创意设计应强调感官性、系统化思维。与物质文化遗产相关的建筑标志类具象符号,如黄鹤楼、盘龙城、武汉长江大桥、江汉关等,适合以海报、标识等平面视觉形式呈现出来,让公众形成对武汉的直观印象和记忆联想。从非物质文化遗产中则可提取如"九头鸟""打码头""不服周"等图腾形象、民风习俗、文字方言类抽象符号,采用图像、造型、声音、表演等艺术形态设计,并强化地域风格上的吸引力,与受众产生情感和心理上的共鸣。当前互联网时代,影像符号、IP符号、动漫符号、概念符号、数字符号等权重增强,如武大樱花多次被网友以动漫、视频画面等形式进行意象化创意呈现,已成为武汉的"网红"符号。而

“英雄城市”本身就是一个概念化符号,适合打造成为一个与城市整体形象和发展战略相适应的大IP符号,并进行衍生化开发。比如围绕“英雄之城”命名的文艺作品现已推出纪录片、文艺演出、话剧、杂技剧等多种形式,融入纪实、舞台、汉剧等元素,通过丰富的视听、场景、表演等符号叙述了英雄之城的抗疫故事,建构起英雄之城的艺术形象。各种类型和形态的符号功能不同但相互影响渗透,形成一个系统的符号体系,共同演绎出一个生动全面的英雄城市形象。

四、武汉城市文化符号的传播策略——英雄城市形象的核心价值生成

城市形象是城市无形资产的重要构成和软实力的表现载体,武汉建构英雄城市形象的目的也与此相关。英雄城市形象的无形资产价值体现为在社会文化层面凝聚人心,获取内外公众的普遍认同;在社会经济层面聚合资源,促进相关产业发展。文化符号的传播是一种高度策略性、技巧性的传播,应运用各种不同的传播手段和方式,尤其是依靠现代传媒的巨大传播力,促成英雄城市形象在其价值生成中建构起来。

(一)文化符号的仪式传播,形成英雄城市形象的认同价值

大众视野中的英雄城市形象具有美好意蕴和令人景仰的特征,这实际上是在公众的集体意识之上塑造了一个现代“神话”,而现代神话的产生主要来自现代媒介的符号“仪式传播”。所谓仪式传播,就是媒介传播表现为一种具有参与感、重复性、程式化、表演性的文化实践活动,能促进社会群体进行自我认知、维系集体记忆、整合社会。[16]

过去传统媒体是城市形象媒介仪式表达中的主导性渠道,进入网络传播时代后,数字媒介后来居上,优势日渐显著。面对这种新的传播环境,综合利用各种新旧媒介进行符号传播活动,才能讲好英雄城市“神话”故事。一方面,要继续发挥传统大众传播媒介的作用,形成英雄城市形象传播的议程设置。媒介议程设置的关键是要持续地、一以贯之地进行传播活动,包括相对固定的文化符号呈现、主题统一的内容表达、有计划的媒体投放等。城市形象建构一般都蕴含着政府层面的意识形态,相关主导性传播活动往往具有一定的宣教色彩。可以整合主流媒体平台资源,以具有公信力、话语权的官方背景身份作为背书,采用新闻报道、形象宣传片、影视植入、城市微电影、官方社交媒体账号等形式,有计划、有策划地推介若干辨识性强、获得普遍认可的城市文化符号,并在此过程中发起话题、掌控节奏、引导方向。早在疫情防控期间,由湖北广电媒体联合中央媒体推出的《武汉,我们等你》《阳台里的武汉》等短视频,以及武汉外宣部门推出的《谢谢你,为武汉拼过命》文旅感恩海报等,就曾产生过“刷屏”传播效果。疫情后适合采取常态化推介方式,比如配合利用一些重大事件、时令节点,在媒体报道、宣传节目、外事活动等传播活动中持续性输出武汉长江大桥、黄鹤楼、两江四岸灯光秀、武汉樱花、热干面等典型符号,追求仪式化传播效果,从而高声量对外传递城市声音,最大化激发公众对英雄城市的美好想象。

另一方面,充分重视当前互联网社会化媒体的影响力,利用社交媒体的分享和社交功能,吸引普通网民参与到英雄城市文化符号的传播活动中。在肯定政府和主流媒体主导作用的基础上,顺应新旧媒介的迭代趋势,打破城市形象的传统话语圈层结构,最大化释放民众的传播潜力。自媒体短视频、微博微信、直播等新媒介传播具有平民化、个性化、碎片化特点,偏好使用感性微观的生活化符号,一位普通市民的生活故事、一条充满烟火气的里巷、一首广为传唱的民谣等,小处着眼、细节打动,形成与主流媒体相补充的软传播、

轻传播。为增强集体记忆的触发度,在社会化传播中要善于联合新媒体大号和正向“意见领袖”,利用它们的影响力引发现象级传播,放大城市符号的民间认知度、美誉度。在此传播过程中,个体情感融入城市公共生活,民众自发的好感赞誉转换为城市的推文代言,从个体认同上升至群体认同直至社会认同。

总之,无论是官方主导还是民众参与,无论是传统主流媒体还是新兴网络平台,都是顺应当前的信息传播发展规律,将不同的话语体系组合形成传播合力,使得英雄城市文化符号形成集体性意义生产,甚至将其神圣化,发挥出榜样示范、向往追求和强化信念的作用。

(二)文化符号的营销传播,形成英雄城市形象的品牌价值

在现代社会,城市形象的知名度和美誉度最终还是指向城市对社会资源的影响力和吸引力上。将英雄城市作为城市品牌来加以打造,围绕英雄城市文化符号进行城市形象营销,为文旅、体育、会展、影视等产业领域带来发展契机。

2020年武汉成功化解疫情危机后,国内外对于该市的评价和期待悄然升级,总体来说是正面肯定和寄予厚望。武汉也顺势把握契机,在重振经济进程中适时将英雄城市形象的定位从“抗疫先锋”提升到“具可持续性发展力的世界文明大都市”。在此战略目标下,运用产业化运作思维,有计划、有针对性地进行城市文化符号的整合营销传播。除了媒体传播方式外,要广泛利用政府公关、公共外交等渠道,借助文体会展、节事赛事、影视交流等形式,应用高科技开发体验式、浸入式手段,培育和打造一批运用和生产文化符号的产业类型,推动城市经济发展。比如在“华创会”“光博会”“琴台音乐节”“汉马(武汉城市马拉松赛简称)”之类具国内外声誉的活动中,既可借用活动渠道传播城市文化符号,又可将活动本身打造为一个城市文化符号。体育赛事作为一种典型的“城市营销事件”,具有强有力的“聚众效应”,常被视为城市形象传播的有效途径。以“汉马”为例,该赛事因其强调拼搏、坚持等精神品质而与英雄主义品格有一定的契合性,已在国际上享有一定的知名度,虽然一度因疫情暂停,但2023年已被重启,可作为武汉文旅领域的重点符号品牌加以打造和推广。

实践传播理念是由我国学者崔波提出的城市传播观,主张将人在城市空间中的日常生活体验作为城市形象传播的一条有效途径,[17]而人对城市的体验和理解又大部分来自与所处城市环境符号的交流与互动。后疫情时代的经济热点是以服务提升与消费升级为重点、满足人民美好生活需求的“新基建”,在方兴未艾的云旅游、云文化等新文化产业形式和传播手段中,武汉可以大力推介以“治愈”“自在烟火气”等为主题的文旅产品,以景点、线路、标志地、文化空间、美食等为对象的符号消费,吸引内外民众前来“打卡”,再借抖音、微博、微信等网络平台进行爆款或“刷屏式”传播。高参与度的实践传播加上高扩散度的人际传播,在真实与虚拟的体验营销过程中,让武汉这座城市涅槃重生、健康向上的城市新形象投射到人们心中。

五、结论与展望

文化传播视野下的城市形象是一幅充满意义的、由各种文化符号建构而成的拟态社会图景,而且这幅图景不是静态的,它不断借助自己的符号系统、通过多种渠道方式向外表达和输出其内蕴意义,生成更大的价值。

如今,武汉英雄城市形象已经吸引了全国人民的关注,但形象升级还需做更完善系统的规划设计。城市形象建构是一个长期积累的过程,武汉眼下应抓住契机,将关注度转化为信任度和动力源,在遵循文化符号理论和文化传播客观规律

的前提下,加强统筹协调,整合资源,推动英雄城市形象的建构从量变到质变。

本文探讨武汉如何运用城市文化符号来进行英雄城市形象的建构,希望为这个涉及城市管理层面的议题提供一些个人思考和决策参考。最后在此思考中还有两点补充:一是武汉应设立专门机构对英雄城市形象进行顶层设计,因为城市形象建构是一个系统工程,其中城市文化符号的提炼、开发和传播既是其中的一项基础性工作,又是一个常态化课题,最好与城市舆情管理、声誉管理结合在一起;二是要针对不同的目标群体制定不同的沟通策略,对内在市民群体中多输出如东湖绿道、江滩健身等与"健康闲适""有免疫力的"认知相关的场景标识,对外则着力打造更具国际特色、易被普世感知的大IP、知名城市品牌,在全方位的"他者阐释"中让英雄城市形象获得更大范围的认可和接受。

参考文献:

[1]陈会谦,邢永芳. 城市形象理论概析[J]. 管理观察,2018(35):78-81.

[2]张鸿雁. 城市形象与城市文化资本论——中外城市形象比较的社会学研究[M]. 南京:东南大学出版社,2002.

[3]蒙象飞. 中国国家形象建构中文化符号的运用与传播[D]. 上海:上海外国语大学,2014:48.

[4]张卫国,何宛夏. 城市形象设计理论探讨[J]. 重庆大学学报(社会科学版),1999(3):128-130.

[5]凯文·林奇. 城市意象[M]. 方益萍,何晓军,译. 北京:华夏出版社,2001:35.

[6]王晓玲. 城市形象的文化解读[J]. 城市,2006(4):59-62.

[7]李兴国等. 北京形象——北京市城市形象识别系统(CIS)及舆论导向[M]. 北京:中国国际广播出版社,2008:2-3.

[8] FOOT, J. M. From boomtown to bribesville: the images of the city, Milan, 1980-97[J]. Urban History, 1999, 26(3):393-412.

[9]郭庆光. 传播学教程[M]. 北京:中国人民大学出版社,1999:213.

[10]朱玲,安利利. 北京文化符号的传播实践及价值建构[J]. 长春大学学报,2021,31(7):70-75.

[11]潘鸿,杨柳. 以文化软实力提升城市形象传播的思考——以重庆为例[J]. 新闻知识,2010(6):61-62.

[12]傅才武,严星柔. 论武汉"英雄城市"的文化性格及未来表达[J]. 江汉论坛,2020(8):5-14.

[13]江凌. 近代两湖地区居民文化性格的形成及其特征[J]. 社会科学,2012(8):150-157.

[14]史蒂文·康纳. 后现代主义文化——当代理论导引[M]. 严中志,译. 北京:商务印书馆,2002:109.

[15]王光艳,李曼西. 论岳飞精神的历史形成与当代传承——以岳飞与武汉为例[M]//樊志宏. 武汉社会科学·总第25辑. 武汉:武汉出版社,2022:8-11.

[16]冯月季. 传播符号学教程[M]. 重庆:重庆大学出版社,2017:159.

[17]崔波. 城市传播——空间化的进路[M]. 北京:中国传媒大学出版社,2014:180-195.

***本文系第二届长江文化学术研讨会参会论文。**

(作者简介:余丽蓉,江汉大学人文学院副教授,研究方向为新媒体传播、城市形象传播。)

(责任编校:曹莹)

长江流域农业文化遗产传承保护的创新路径探寻

唐尚书　江运齐

摘　要:农业文化遗产的传承与保护工作旨在保护传统农业系统及其景观、生物多样性,传承在地知识和文化体系。近年来长江流域农业文化遗产传承与保护工作取得进步的同时,也存在资源挖掘与培育不足、村民主体性发挥不够、商业过度开发等问题。当前依托长江国家文化公园建设,农业文化遗产传承保护可以从加强资源要素协调联动以及协调多元主体利益分配等方面寻找新路径。

关键词:农业文化遗产;农耕文化;长江流域

随着现代农业逐渐代替传统农业,粮食产量普遍提高,劳动生产率得以提升,但与此同时,出现了生态环境破坏、传统耕作方式与农耕文化消失等问题。在这样的背景下,联合国粮农组织于本世纪初发起了“全球重要农业文化遗产”(GIAHS)保护倡议,旨在保护传统农业系统及其景观、生物多样性,传承在地知识和文化体系。[1]农业文化遗产的传承保护实践是探寻农业可持续发展路径、传承民族文化基因的重要方式。

中国古代文明的根基是农业,具有悠久的传统农业耕种与发展的历史,形成了积淀深厚的农业文化遗产并延续至今。长江是中华民族赖以生存发展的母亲河之一,长江流域自古以来一直是支撑我国经济发展的重要命脉。长江流域留存至今的文化遗产中,农业文化遗产无疑是根本性的,蕴含着中华儿女的文化基因与文明记忆。长江流域农业文化遗产保护不仅能保存具有全球重要意义的农业生物多样性,并且对于维持可恢复生态系统、传承高价值传统文化、守护民族文化根脉具有重要作用。习近平总书记在向全球重要农业文化遗产大会的致贺信中指出,要坚持在发掘中保护、在利用中传承,进一步挖掘其经济、社会、文化、生态、科技等方面价值。当前加强长江流域农业文化遗产传承保护,积极探索“传统遗产”到“现代资产”的有效转化路径,对于全面推进乡村振兴、加快农业农村现代化建设具有重大的现实意义。

自全球重要农业文化遗产保护倡议发起以来,中国政府积极响应,迅速采取行动,率先开展农业文化遗产挖掘与保护。2005年,中国浙江的青田稻鱼共生系统成为首批6个GIAHS保护试点项目之一。2012年,由农业农村部门牵头,全面启动国家级农业文化遗产的发掘、认定和保护工作。至今,中国已经成功申报了19项全球重要农业文

化遗产,并组织认定了六批共138项国家级重要农业文化遗产。

目前农业文化遗产的相关议题广受学者关注,吸引了许多人深入研究,成果较多,针对单个农业文化遗产的研究较集中,而区域性的结构特征梳理以及区域协调保护机制等方面研究仍然不足,[2]尤其是对长江流域农业文化遗产的整体性研究少之又少。本文则着眼于长江流域,探讨了流域内农业文化遗产传承保护的进展和优势,对目前遗产传承保护面临的问题做了梳理,并提出了相应的对策建议,以期为长江流域农业文化遗产的进一步发展提供参考。

一、长江流域农业文化遗产传承保护的进展与优势

长江流域指长江干流与支流流经的区域,干流和支流流经19个省、市、自治区,横跨中国东部、中部和西部,总面积达180万平方千米,约占我国国土面积的18.8%。长江流域地跨热带、亚热带和暖温带三大气候带,地形地貌复杂,山水林田湖草兼具,生态系统类型多样。长江流域还是我国经济中心所在,人口众多。自唐宋以来,长江流域的农业生产始终占据重要地位,农耕历史悠久,留下了宝贵而丰富的农业文化遗产。

(一)长江流域农业文化遗产传承保护的进展

长江流域的第一个全球重要农业文化遗产是江西万年稻作文化系统,2010年作为试点项目得到联合国粮农组织的认定。万年县的种稻历史可追溯上万年,万年仙人洞—吊桶环遗址的考古发现证实了中国栽培水稻源自万年前,万年县被公认为世界稻作起源地之一。[3]万年县一直延续种植的贡米是人工栽培的野生稻,品种优良,而该地独特的稻作文化也得到国内外广泛关注。2012年,农业农村部开始推动我国重要农业文化遗产的发掘与认定工作,长江流域各省积极参与申报。从2013年到2021年先后认定了六批共138项中国重要农业文化遗产,其中来自长江流域的有48项,约占全国总数的1/3。与此同时,江苏兴化垛田传统农业系统于2014年、浙江湖州桑基鱼塘系统和中国南方稻作梯田于2018年被联合国粮农组织认定为全球重要农业文化遗产。

长江流域农业文化遗产从试点到全面开展挖掘、认定和保护工作,总共不过十余年,目前已经取得了积极成效,但长江流域面积广阔、农业历史悠久、文化遗产积淀深厚,仍有巨大的挖掘潜力。

(二)长江流域农业文化遗产传承保护的优势

长江流域是世界稻作文化起源地,拥有丰富的农作知识、技术与经验积累,以及良好的雨热条件与山水林田湖等禀赋资源,各类型土地利用系统以及农业景观保存相对完整。长江流域农业文化遗产在文化底蕴、经济开发、自然禀赋等方面具有比较优势。

1. 经济基础良好,农业生产发达

长江流域是国家经济发展的重要支撑地。长江三角洲、长江中游、成渝、江淮等城市群聚集50多个地级以上城市,占流域地级以上城市的一半,集聚效应显著,辐射范围不断扩大。尤其是长江经济带战略提出后,逐渐向“具有全球影响力的内河经济带”“东中西互动合作的协调发展带”目标发展,经济地位和影响与日俱增,为农业文化传承保护奠定了良好的经济基础。

长江流域的农业生产在现代以及不同历史时期都占有重要地位。战国以来,成都平原水利设施完善,“沃野千里”“天府之国”的美誉从渭水平原逐渐转移到了成都平原。唐宋以来,长江流域成为粮食主产区,先后有了“苏湖熟,天下足”和“湖广熟,天下足”的说法。目前长江流域是我国

重要的农业生产基地,粮食产量占全国的1/3以上,其中水稻产量占70%以上。优越的光、热、水等自然条件,适合种植各类农作物,并且可实行多熟种植,其农业生产的精细化程度在全国范围内遥遥领先。随着流域内的农业生产逐渐转向现代化,出现了资源消耗大、地力损耗严重、农业生物多样性减少等问题,迫切地需要挖掘农业文化遗产,积极运用,引领现代农业的可持续发展。

2. 文化资源丰富

长江流域面积大、范围广,分布有山地、平原、丘陵、湖泊、森林等多种地理形态,有汉族、土家族、苗族、侗族、回族、彝族、壮族等多个民族聚居,各族人民在劳作实践中的交往交流交融形成了特色鲜明的地域文化,如羌藏文化、滇黔文化、巴蜀文化、荆楚文化、湖湘文化、赣皖文化和吴越文化。[4]其中,农耕文化是整个长江文化和各个组成部分的根脉和底色。长江流域农业经营类型多样,涵盖了农、林、牧、副、渔等诸多方面,形成了多样且具特色的农业生产方式和农民生活方式。悠久的农耕历史,使各地孕育出绚丽多姿的宗教习俗、乡规民约、民间艺术,以及精良的农耕技术、作物品种。各地还保留了数量可观的传统村落和历史名村名镇,乡村景观独特,乡村风情浓厚多彩。长江流域资源丰富的农耕文化形成了传承保护的集群优势,这些文化资源有的与农业文化遗产深度交融,有的与农业文化遗产有机结合,能够增强遗产地对游客的吸引力。

3. 生态环境和区域资源优质

长江是中国生物多样性最具典型性的一条生态河流,拥有独特的生态系统,自然环境优越,物种资源丰富,是重要的生物基因宝库。长江流域拥有齐全的山水林田湖草,生态系统类型多样,如长江中下游湿地生态系统、南方亚热带常绿阔叶林森林生态系统、川西河谷森林生态系统等。尤其是面积广阔的湿地,景观独特,为许多珍稀动植物提供了生存繁衍的场所。流域大部分属于亚热带和温带,气候温暖湿润,雨热同季,具有良好光、热、水、土等条件,既适合人类繁衍生息,也适宜农作物生长。有耕地2460多万公顷,占全国耕地总面积的1/4,水田旱田比例协调,在耕种中不断提质改造,质量较高;有水面约1.3亿亩,接近全国淡水总面积的1/2,水质为优,Ⅰ~Ⅲ类水质断面占97.1%;森林覆盖率达41.3%,林木蓄积量占全国的1/4。流域内不仅建立了上百处自然保护区和数量众多的国家级森林公园、地质公园、湿地公园等,而且有多个国家公园,如三江源国家公园、神农架国家公园等。与其他区域相比,长江流域具有相对优质的生态要素配置,为农业文化传承保护提供了生态保障和良好的区域资源。

二、长江流域农业文化遗产传承保护中出现的问题

长江流域农业文化遗产传承保护具有得天独厚的条件,挖掘与保护工作也已经取得了积极成效,但是农业文化遗产远远没有得到充分挖掘,而且未充分发挥农民作为传承保护的主体积极性,同时,在商业开发和现代化进程中,也面临着保护和管理上的难题。

(一)农业文化遗产挖掘不充分,分布不均衡

目前,全国已入选的全球重要农业文化遗产和中国重要农业文化遗产大多分布于黄河流域和长江流域内,而长江流域内的农业文化遗产主要分布在中下游的区域(如浙江、江苏、江西),集中于平原地区、山地和丘陵地形的少数民族地区,而上游的青海和西藏到目前还没有农业文化遗产项目入选。[5-6]农耕文化底蕴深厚、农业生产发达的湖北到目前为止还没有一项全球重要农业文化遗产。在遗产类型方面,类型单一,比如湖北省仅2处入选国家级重要农业文化遗产,均为茶叶文化

系统,并没有体现出湖北“鱼米水乡”的稻作文化与水产文化特色。以上情况表明长江流域农业文化遗产有待进一步摸清家底,做好资源挖掘与培育工作。

(二)农业文化遗产传承保护没有充分发挥村民主体作用

农业文化遗产不仅仅与生产技术、传统知识、生物多样性等有关,更是与遗产地村民传统农业生产和日常生活密切关联,村民本身就是农业文化遗产不可分割的部分。[7]农业文化遗产保护的对象是传统生产技术、农业景观和村民生活方式的综合,只有当地村民不断维持传统农业生产,农业文化遗产才具有生机与活力。遗产的创造和传承都是由村民完成的,[8]离开了村民这一主体,遗产就只剩下了一潭死水,积淀的文化传统也将逐渐消失殆尽。因此,农业文化遗产的保护必须发挥村民的主体能动性。

目前,不少地方存在“重申报轻保护”现象,一些地方热衷于前期申报工作,很少认真考虑落实遗产地中长期发展规划与配套服务建设,缺少后续跟进,遗产地的特色农产品、生态旅游开发有限,遗产项目的成功认定对村民的生计影响小,村民缺乏采用传统耕种方式和种植传统作物的积极性。在利益分配方面,没有统筹协调好保护开发与当地村民的现实财产权益与生活权益,而且各项工作更多依靠政府政策推动,无法调动广大村民的积极性与参与度,造成传承保护工作虎头蛇尾,流于形式。部分地方发展旅游产业,涉及政府部门、企业、遗产保护机构、居民等众多主体,企业通常忽视村民的参与和利益保障,且村民在利益分配和表达诉求、意见上处于弱势地位,未能在实际保护实践中成为真正的主体。此外,村民缺乏对遗产资源重要性的认识和认同,农业文化遗产保护意识不足,难以自发地对文化遗产进行保护,在追求现代便利生活的过程中,较少考虑到居住地的传统文化资源和生态环境。

(三)农业文化遗产地盲目进行商业开发

发展旅游业是利用和发挥农业文化遗产地多功能价值的重要途径,学者普遍认可在农业文化遗产地发展生态旅游这种开发方式,[9]各遗产地也普遍依托优越的生态环境、自然景观和文化资源大力发展旅游业。然而遗产地大多生态脆弱性高、文化敏感性强,旅游活动对农业文化遗产地的干扰性很强。[10]如果遗产地的旅游开发设计超过了当地环境负荷的强度,未平衡好开发与保护的关系,或者管理不力,游客数量超出了承载能力,很容易对生态环境以及文化资源造成不可逆的破坏。有些农业文化遗产地在旅游开发中缺乏整体性保护意识,一味迎合市场需要对遗产地进行大改大建,新建一些仿古建筑,建设所谓休闲文化园区,增添现代化的配套设施,严重违背了文化遗产保护的原则,破坏了农业文化遗产的生态功能、传统格局和历史环境。在一些进行旅游开发的遗产地,开发商和地方政府为了更多的经济效益,用商业产品和商业活动代替了传统文化或者民俗文化的体验,掺杂过多商业气息,商业套路化与同质化现象突出,无法满足游客体验特色文化的需求,不能实现可持续发展。此外,相当部分的农遗产品研发还只停留在浅层次,不能充分挖掘地域文化内涵,很难走出去。

(四)农业文化遗产传承面临后继乏力的困境

随着工业化、城镇化的推进,农业文化的空间载体与传承主体逐渐萎缩消失,传统农业生产生活方式正面临着后继乏力的困境。首先,传统耕种技艺逐渐被机械化、智能化的现代农业技术取代,化肥、农药等农用化学品的滥用,造成了新的生态问题,如土壤板结、肥力下降、水源污染等。

与此同时,优良的传统作物品种逐渐被现代品种代替,部分传统品种已经濒临灭绝,农业生物基因资源不断流失,农业生物多样性降低。其次,遗产地的农村青年劳动力向城市大量流动,许多农村出现人力资源短缺、耕田闲置的问题。加上外来文化的冲击,遗产地村民纷纷接受现代元素,传统的民风民俗、宗教信仰、节日节庆、民俗艺术濒临失传,严重阻碍了传统文脉的延续传承。

三、长江流域农业文化遗产传承保护的对策建议

长江经济带发展战略的提出和长江国家文化公园建设的启动,使得新时期长江流域农业文化遗产的保护和发展对于赋能经济发展、打造跨区域文化标识等具有更重要的意义。长江流域农业文化遗产传承保护工作应得到更多的关注与重视。针对当前的问题,提出以下对策建议。

(一)依托长江国家文化公园建设,加强资源要素协调联动

国家文化公园主要通过整合各类意义突出、代表性强、大跨度的文化遗产,打造中华文化重要标志和象征,以保护和利用文化遗产,培育国家文化认同,满足人民群众精神文明需求,向世界集中展现中华文明的绚丽多姿。[11-13]国家文化公园的建设目标与农业文化遗产的保护利用存在深度耦合。如国家文化公园要求实现环境、资源、经济等方面的协调发展、经济效益与社会效益相统一等,这些与农业文化遗产的目标不谋而合。长江流域的农业文化遗产能够在多个方面依托长江国家文化公园实现跨越式发展。

首先,随着长江国家文化公园建设正式启动,长江流域各地方可以借此推进联动,进一步提高农业文化遗产传承保护意识,协同开展流域内农业文化遗产的普查、登录、挖掘和宣传工作,搭建农业文化遗产地的交流、保护、合作、宣传、管理的统一平台,实现信息资源的互通共享,充分挖掘利用长江丰富的农业文化资源,发挥农业文化遗产资源的集群优势与乘数效应。

其次,长江国家文化公园需要打造跨区域文化标识,而长江流域农业文化遗产有潜力作为具有标志性意义的文化遗产,打造成为广泛认同的文化符号和纪念地。流域的农业文化遗产分布广,且具有悠久的历史,尽管主要以点状存在,但有大量遗产存在共享的文化内容,如稻作文化、茶文化等。应该把握建设长江国家文化公园的机遇,以设计农耕文明之旅旅游路线、打造国家文化公园农业文化遗产专项展示等方式,依靠新平台激发活力,提升影响力。

最后,依靠长江国家文化公园机制克服属地治理阻隔和多头管理。涉及农业文化遗产保护的部门和机构众多,各自工作职责不一,缺少协调互通。利用国家文化公园的管理体制将有效地促进跨区域合作和衔接,实现农业文化遗产系统性保护,避免重复建设。

(二)唤醒村民主体意识,协调多元主体利益分配

在农业文化遗产传承保护过程中,只有鼓励村民参与进来,并积极创造条件,让村民的生计获得改善,村民的能动性才能得以激发,才能让农业文化遗产的保护传承有更大、更广的群众基础。农业农村现代化是大势所趋,村民追求生活质量的提高是理所当然的,遗产保护如果不能提高村民的经济收入,提高生活水平,很难得到村民的支持和积极参与,也不符合农业文化遗产保护的本意。[14]有研究表明,参与了遗产地旅游开发的村民对农业文化遗产更具情感上的认同,以及作为遗产所有者和维护者的文化自觉和文化自信,并且更愿意参加到遗产的保护中来。通过参与遗产保护实践,村民不仅能从农业文化遗产中获利,而且

对农业文化遗产本身及其重要性更了解,形成了较强的认同感,意识到了作为遗产地居民传承保护的责任。[15-16]

应该以遗产地农户为主要参与主体,以提高当地农户的经济收入与生活质量为目标,鼓励村民以各种方式参与农业文化遗产的开发与保护。村民熟悉当地的环境,能够深度参与乡村旅游。应该在挖掘遗产地遗产文化资源、发挥生态环境优势的基础上,鼓励村民通过生产当地特色农产品、经营客栈和民宿、承担解说和导游工作、展示传统技艺等方式,增加收入,过上更加富裕的生活。同时,改善农业文化遗产地的环境和设施,提升当地村民的生活便利度,改善村民人居环境;加强旅游管理、遗产保护等方面的宣传教育,进一步提升遗产地村民参与传承保护的积极性和自觉。

在多元主体协同参与遗产保护与开发的地方,要确保村民的利益得到保障。地方政府、企业、社区和村民个体等主体之间,需要建立协商机制,协调开展工作。一方面,需要建立科学、有效的沟通机制,保障各主体充分表达诉求,进行顺畅的沟通交流,尤其是要通过访谈、通信、问卷、电话等方式了解村民的诉求。另一方面,政府需要加强对各主体的监管力度,引导社会资本合理投资,避免破坏整体利益的行为。尤其要督促企业承担社会责任,不能仅关注自身经济效益而忽略村民合理诉求。

(三)坚持适度开发,建立传承保护长效机制

为保障农业文化遗产保护与发展合理高效,除了国家层面制定短、中、长期规划外,长江流域各省也应尽快制定省级农业文化遗产规划与设计。制定出台完善的农业文化遗产管理办法,明确各级政府以及各相关部门的职责,明确农业、环境、国土规划、文旅等部门工作,对遗产保护进行有效、严格的管理,确保参与遗产保护的各主体不开展破坏遗产地生态环境和文化资源的活动。此外,要将保护利用工作纳入地方乡村振兴整体规划,注重与乡村发展规划、乡村旅游等有效衔接,使遗产保护与乡村振兴有机融合。文旅融合开发也要注重地域文化内涵的挖掘与传承,结合当地物质和文化资源,打造遗产地文旅、康养、研学等形式丰富的文创活动,活态传承民俗文化,提升游客参与感,打造特色品牌。同时,也要注重遗产地农业生态系统的原真性和完整性保护,建立农业文化遗产传承保护长效机制。参照自然生态保护的做法对农业生物多样性与农业生态景观保护进行生态补偿;参照对于文物、非物质文化遗产保护的做法对农业技术与文化多样性保护进行文化补偿;要将人工智能与大数据技术应用于保护实践中,定期对农业文化遗产各要素进行常规检查和修复,保持农业文化遗产资源的生机活力。

(四)启动专项计划,以科学研究助力农遗保护

一是国家和地方可以通过启动专项计划,确保长江流域农业文化遗产传承保护方面的资金与科研投入,有计划地鼓励和培育遗产地农业知识、技术以及特色物种。二是开展农业文化遗产地农业物种普查专项,对农作物种质资源家底进行系统调查和抢救性收集,查清农作物种质资源种类、分布等信息,建立统一的农业物种信息平台,并保存收集到的种质资源,避免灭绝。三是加强遗产地与高校、科研单位的合作,通过组建专业团队,提供农业文化遗产保护技术支持,做好农业文化遗产品牌设计与提升。四是加大对农业文化遗产研究课题的资助力度,鼓励长江流域各地农业文化遗产的可持续机制、动态保护、适应性管理、监测评估、旅游利益共享机制等方面的研究,进一步拓展研究领域,加强综合性、系统性研究。五是在高校加强相关学科建设,设置农业文化遗产课程,争取设立研究生专业,在就近的遗产地建设研学

基地,满足技术和遗产管理人才需求。此外,要广泛进行宣传,增强社会对农业文化遗产的传承保护意识;加强教育培训,提升各级领导干部对农业文化遗产的认识,增强农遗保护意识和文化自觉。

参考文献:

[1]闵庆文. 全球重要农业文化遗产评选标准解读及其启示[J]. 资源科学,2010,32(6):1022-1025.

[2]徐业鑫,王利伟,任玉洁. 农业文化遗产理论研究20年的中国探索与展望[J]. 山西农业大学学报(社会科学版),2022,21(4):85-93.

[3]胡晓军. 中国栽培水稻源自江西万年[N]. 光明日报,2016-11-29(9).

[4]冯天瑜,马志亮,丁援. 自然与人文双优的长江文明[J]. 华中师范大学学报(人文社会科学版),2019,58(1):57-65.

[5]韩宗伟. 中国农业文化遗产的空间分布特征及影响因素分析[J]. 中国农业资源与区划,2017,38(2):97-104.

[6]刘进,冷志明,刘建平,等. 我国重要农业文化遗产分布特征及旅游响应[J]. 经济地理,2021,41(12):205-212.

[7]张爱平,侯兵,马楠. 农业文化遗产地社区居民旅游影响感知与态度——哈尼梯田的生计影响探讨[J]. 人文地理,2017,32(1):138-144.

[8]闵庆文,何露,孙业红,等. 中国GIAHS保护试点:价值、问题与对策[J]. 中国生态农业学报,2012,20(6):668-673.

[9]孙庆忠,关瑶. 中国农业文化遗产保护:实践路径与研究进展[J]. 中国农业大学学报(社会科学版),2012,29(3):34-43.

[10]孙业红,闵庆文,成升魁,等. 农业文化遗产的旅游资源特征研究[J]. 旅游学刊,2010,25(10):57-62.

[11]李后强. "长江学"与长江国家文化公园建设[J]. 当代县域经济,2022(3):18-21.

[12]杨传张. 国家文化公园建设需厚植乡村文化底色[J]. 探索与争鸣,2022(6):18-20.

[13]李飞,邹统钎. 论国家文化公园:逻辑、源流、意蕴[J]. 旅游学刊,2021,36(1):14-26.

[14]张灿强,闵庆文,张红榛,等. 农业文化遗产保护目标下农户生计状况分析[J]. 中国人口·资源与环境,2017,27(1):169-176.

[15]武文杰,孙业红,王英,等. 农业文化遗产社区角色认同对旅游参与的影响研究——以浙江省青田县龙现村为例[J]. 地域研究与开发,2021,40(1):138-143.

[16]王英,孙业红,苏莹莹,等. 基于社区参与的农业文化遗产旅游解说资源研究——以浙江青田稻鱼共生系统为例[J]. 旅游学刊,2020,35(5):75-86.

***基金项目:国家社科基金重大项目"农业文化遗产保护与乡村可持续发展研究"(项目编号:20&ZD167);国家社科基金重大项目"中国古农书的搜集、整理与研究"成果(项目编号:21&ZD332);华中农业大学自主科技创新基金项目(项目编号:2662019QD033);华中农业大学乡村振兴研究院2023年度研究课题"农业强国背景下湖北农业文化遗产保护模式创新研究"(项目编号:2662023YJ032)。**

(作者简介:唐尚书,华中农业大学马克思主义学院讲师、博士,研究方向为农业历史;

江运齐,华中农业大学外国语学院在校本科生,研究方向为农业文化。)

(责任编校:曹莹)

面向“双碳”战略的襄阳都市圈绿色发展策略研究

邓　豪　刘　钒

摘　要:“双碳”战略的实施对于襄阳都市圈实现高质量发展而言既是机遇又是挑战。“双碳”战略提出了明确的减排要求,在襄阳都市圈经济发展还未与碳排放量脱钩的情况下无疑会约束其产业发展水平;但“双碳”战略也提供了一种替代性的高质量发展方案,即从过去的劳动密集型、投资拉动型经济转型到科技创新型、环境友好型经济模式。襄阳都市圈应明确自身战略目标,把握国家产业转型政策要求,发挥自然资源优势,推进产业结构调整、城市更新改造、绿色低碳转型,持续增强内生发展动力。

关键词:襄阳都市圈;“双碳”战略;绿色发展

一、引言

党的二十大报告中指出,高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务。中国式现代化是人与自然和谐共生的现代化。促进区域协调发展,以城市群、都市圈为依托构建大中小城市协调发展格局。“双碳”(碳达峰、碳中和)战略是高质量发展的重要组成部分,是以习近平同志为核心的党中央统筹国内国际两个大局作出的重大战略决策,是着力解决资源环境约束突出问题、实现中华民族永续发展的必然选择,是构建人类命运共同体的庄严承诺。2021年,湖北省出台《中共湖北省委、湖北省人民政府关于新时代推动湖北高质量发展加快建成中部地区崛起重要战略支点的实施意见》等文件,对襄阳都市圈落实碳达峰、碳中和目标提出了明确的任务要求和工作计划。

“双碳”战略的实施对于襄阳都市圈的发展而言既是约束又是机遇。襄阳都市圈以省域副中心城市襄阳市为核心,覆盖鄂北、鄂西北的随州市、十堰市、神农架林区等地区,其中襄阳、十堰都有着漫长的制造业发展历史,襄阳的汽车制造、机械装备、化学产品以及建筑材料在湖北省乃至全国都占据着主导地位。因此,如期实现“碳达峰”与“碳中和”对于襄阳都市圈的发展是一项挑战,它要求城市发展必须在维护社会经济利益的同时加强节能减排工作。对于城市发展而言,将公共资源向可持续的发展路径倾斜,推动清洁生产、低碳出行等节能减排工作并不会在短期内获得明显收益。

“双碳”战略也是襄阳都市圈发展的重要机遇,“双碳”战略实际上是一种替代性的发展模式,其认为以往的经济增长是基于过多的化石能源消耗,在此过程中温室气体大量排放,因此应该以低

碳原则重新构建经济发展模式。为了实现这一点,应该大力推行低碳、节能减排的技术,并引入碳交易市场机制进行调节,以促进产业转型与经济可持续发展。

襄阳都市圈要抓住“双碳”战略机遇,实现绿色发展,必须以党的二十大精神为指导,立足新发展阶段,完整、准确、全面贯彻新发展理念,构建新发展格局,推动高质量发展,加快建设现代化经济体系,推进产业结构升级、绿色低碳转型,持续增强内生发展动力。

二、“双碳”战略给襄阳都市圈绿色发展带来的挑战

襄阳都市圈当前仍处在工业化、新型城镇化的快速发展阶段,产业结构偏重,能源结构偏煤,时间窗口偏紧,技术储备不足,实现“碳达峰、碳中和”的任务相当艰巨。襄阳都市圈作为老工业基地,融入“双碳”战略、推进“双碳”目标,因其规模大、能耗高,调结构、上项目,受“双碳”政策制约较大,其突出表现为以下几个方面。

(一)减排指标考核压力较大

2021年中央经济工作会议提出创造条件尽早实现能耗“双控”向碳排放总量和强度“双控”转变。预计到2030年,以碳排放强度为主、碳排放量为辅的评价制度将转变为以碳排放量为主、碳排放强度为辅的评价制度。[1]但襄阳都市圈仍处于经济发展的快速上升阶段,预计能源消费和碳排放总量将持续增长。

襄阳都市圈整体处于工业化中后期阶段,碳排放量与经济增长还没有完全脱钩,碳排放量受产业结构和能源结构调整的影响很大。襄阳都市圈中汽车零部件制造、磷石膏生产、建筑材料生产等传统的“三高一低”(高投资、高能耗、高污染、低效益)产业仍占较高比重。生产管理粗放、高碳燃料使用量大、产品能耗高、产品附加值低等问题将在减排指标考核过程中不断暴露。

(二)环境整治包袱较重

碳中和目标的实现必然要求逐步修复受损的自然环境。襄阳都市圈在长期大规模的重工业发展过程中,大规模开采自然资源,对生态环境造成较严重破坏。在长期的重工业生产过程中,工业固体废弃物存量大,利用处置方式单一,大量固体废物未得到妥善处置成为二次污染源,还造成了有限的土地资源的巨大浪费,带来了严重的生态环境污染和安全隐患问题。工业污染处置和综合利用任务艰巨,环境整治包袱较重,造成治理成本高、维护安全成本高的问题,已成为影响襄阳都市圈经济高质量发展的制约因素。

(三)科技创新基础薄弱

低碳经济高度依赖经济可行的技术装备,而当前各项节能减排技术处于起步阶段,技术储备不足,部分技术的投资回报期长,上下游链条不完整,尚未大规模商业化应用。这一点在科研基础较为薄弱的襄阳都市圈将尤为显著,目前,襄阳都市圈低碳经济发展所需的关键技术研发及相关成果转化仍较滞后,整体技术、装备水平同上海大都市圈、武汉都市圈相比还存在较大差距。

较弱的科研基础使得襄阳都市圈对所遇到的技术瓶颈、关键技术组织攻关力度较弱,企业清洁生产装备落后,缺少增加研发投入的积极性,清洁生产技术研发投入不足。特别是当前急需的氢燃料电池技术、企业清洁生产技术、大规模碳捕捉技术尚存在关键技术瓶颈,缺乏适应大规模生产且具有带动效应的重大技术和装备。

(四)人才缺口持续增加

襄阳都市圈人才发展水平与低碳经济发展需

要相比仍存在差距。主要在于低碳经济高层次科研平台相对缺乏,人才资源开发投入有待加强,科技服务业机构人才队伍服务能力有限,专业化的科技培训机构极少等,以上因素在一定程度上制约了襄阳都市圈的低碳经济发展。

(五)低碳体制机制尚不成熟

“双碳”战略的实现需要建立政府引导、市场驱动、公众参与的低碳经济运行机制。目前襄阳都市圈在低碳经济发展方面,虽然形成了统一的行政组织管理,但政府各部门职责分工尚不明确,行动缺乏协调性;在都市圈内部尚未形成一套行之有效的低碳经济工作统计和考核机制;

在统计考核方面,现有考核体系主要为市域经济发展的考核,考核体系侧重于经济社会发展和项目建设两个方面,而在能突出反映老工业城市转型发展成效的创新驱动、产业升级、园区建设、绿色发展、推进落实等方面的考核指标缺乏,未能准确反映老工业城市转型发展整体情况、转型发展带来的直接效果及间接效果。针对企业低碳生产能力评价和监督考核指标尚未建立,资源产出率、单位能耗产值等评价低碳经济发展水平的重要指标尚未列入统计。

(六)城市智能化程度不足

“双碳”战略催生了襄阳都市圈建立低碳经济信息系统,降低发展低碳经济的总体成本的需求。低碳经济的特征对襄阳都市圈提出了更加智能化的要求,要实现资源的充分利用、都市圈内部资源共享,就必须在城市建设中引入大数据技术,通过经济信息化降低结构性资源浪费。而城市智能化关键技术要求高、建设成本高昂、后期维护困难,这些因素都对襄阳都市圈的公共服务部门提出了新的挑战。

三、“双碳”战略下襄阳都市圈绿色发展目标

发展定位是发展策略的逻辑起点。发展定位可以分析城市自身优势资源,树立城市的发展特色,指导城市的发展方向,为城市发展制定目标、把握节奏、迎接变化、实施政策提供有力依据,更加有效地实施都市圈发展战略。因此,在梳理襄阳都市圈的发展对策之前,有必要就襄阳都市圈的发展定位做简要探讨。

实现老工业基地产业绿色转型与建设绿色生态都市圈是襄阳都市圈绿色发展的主要目标。在襄阳都市圈的发展布局中,襄阳市是中部地区重点城市、汉江流域中心城市和省域副中心城市,是襄阳都市圈的首位城市,十堰、随州、神农架林区则是襄阳都市圈成员地区。[2] 襄阳都市圈居于汉江中游,是“南水北调”工程、武汉等地的重要水源地,其绿色发展水平将对全流域乃至全国经济社会发展产生深刻的影响。襄阳都市圈成员城市曾先后获评国家历史文化名城、国家森林城市、中国三国文化之乡、国家园林城市、中国特色魅力城市等称号,这些称号展现出国家对于襄阳都市圈绿色发展的支持与期许。就襄阳都市圈的产业结构而言,襄阳市、十堰市均是我国重要的老工业城市,产业结构偏重,急需进行工业转型。襄阳都市圈老工业基地产业绿色转型工作在国家和区域发展中占有重要地位,都市圈成员城市曾先后获评国家产业转型升级示范区、全国科技进步城市、国家创新型试点城市、消费品工业“三品”战略示范城市、国家智慧城市等称号。从总体上看,襄阳都市圈自身的产业、自然资源优势与“双碳”战略的实施高度契合,“双碳”战略将成为襄阳都市圈老工业基地绿色转型与绿色都市圈建设的重要窗口期。

(一)实现老工业基地产业绿色转型

襄阳都市圈的发展目标与党和国家的政策布

局密切相关。近年来,国家在创新发展、开放发展、绿色发展、乡村振兴等领域出台一系列规划和政策,支持现代农业、智能制造、现代服务业、文化旅游产业等发展,襄阳市成功申报国家产业转型升级示范区,为襄阳都市圈经济转型争取了政策空间。

基于此定位,襄阳都市圈应充分发挥经济中心城市在产业、科技、人才、信息等方面的绝对优势,推进经济体系绿色转型。紧扣国家"碳达峰、碳中和"发展战略,逐步开展企业绿色制造体系建设、清洁生产技术改造、工业资源综合利用、高能耗企业关改搬转、节能环保产业培育等行动;[3]加快重大转型升级项目建设,创新转型升级投融资体系,支持公共服务平台及基础设施建设,促进城市转型发展取得更多成效,以优美的环境和个性化的服务吸引国际组织、商业和金融机构,不断提升高端服务业发展水平,持续推进全产业整体绿色转型。

(二)建设绿色生态都市圈

襄阳都市圈建成绿色生态都市圈既是国家政策的要求,又是充分发挥自身资源优势的必然选择。在襄阳都市圈中,神农架林区是国家级自然保护区,是中国第一个同时获评联合国教科文组织世界遗产、世界地质公园、人与生物圈保护区的自然景观;谷城县成功创建国家生态文明建设示范县;襄阳市入选"十四五"期间全国"无废城市"建设名单。

建设绿色生态城市圈要求襄阳都市圈坚持"绿水青山就是金山银山"的发展理念,按照以人为本的原则,推进以人为中心的绿色发展。都市圈发展路径由粗放型向智能化、数字化转变,发展方向由单一经济开发向经济社会全面绿色发展转型转变,形成包括绿色消费、绿色生产、绿色流通、绿色金融等在内的完整绿色经济体系,使绿色发展成为消费、创新和经济增长的新动能。[4]襄阳城市圈内的各个城市应坚持绿色发展目标,在资源、环境、社会影响等方面发挥各自的作用,促进经济、社会、环境的可持续发展,共同构建可持续发展的城市生态系统。

四、襄阳都市圈践行"双碳"战略的对策

目前,襄阳都市圈传统产业产能过剩问题突出,面临有效内需不足和外需持续低迷的双重问题。实施"双碳"战略,推动产业转型,从短期来看将有利于完成去产能、去库存、处置僵尸企业的经济任务;从长期看,将有利于襄阳都市圈经济从过去的以劳动密集型、投资拉动型工业转型到以科技创新、管理创新为主的增长模式。

我国低碳环保产业具有很大的发展空间和潜力。我国经济发展长期过分依赖自然资源消耗和生态环境牺牲的增长方式是不可持续的,中国经济发展必须在保持中高速增长的同时,实现资源节约利用和生态环境改善。随着"双碳"战略的不断推进、社会公众低碳意识逐渐提高,随着治理需求的不断释放,我国及世界清洁能源市场将迎来迅速发展。清洁能源、清洁制造、新能源汽车产业将成为新兴产业。这是"双碳"战略为襄阳都市圈发展带来的宝贵机遇,要抓住"双碳"战略带来的机遇,襄阳都市圈必须充分利用自身在装备制造、新能源汽车、新材料生产、工业旅游等方面的优势,积极融入党和国家"双碳"战略的总体布局中。从襄阳都市圈实现绿色发展的挑战与目标出发,本文提出如下对策建议。

(一)依托碳市场机制激励企业减排

鼓励企业加入湖北省碳排放权交易市场。以碳市场为基础,持续开展碳排放权交易。通过市场机制和交易来激发企业投入碳排放技术,以市场机制确保碳排放量的控制对经济发展的影响在

可控范围当中。碳市场可以利用碳排放交易机制来引导产业转型,其将碳排放量与经济互动连接起来,可以激励和引导高碳污染企业采用新技术、新工艺和新产品,转向低碳可持续发展的模式。襄阳都市圈应积极督促碳排放交易试点单位配合省级核查工作,并根据湖北省碳排放权配额分配方案有关要求,及时向企业传达有关精神和要求,使年度碳排放交易履约工作全面完成,提高企业绿色发展意识,营造绿色发展氛围。

(二)完善襄阳都市圈低碳治理体制机制

完善低碳治理体制机制,实现政府治理和市场调节、企业自觉的良性互动。严格落实减排责任,加强减排监督信息公开,强化源头治理,形成工作合力。健全企业治理责任体系。建立生态环境治理监督监管机制,完善环境信用体系。健全社会监督参与机制,加大宣传教育力度,构建节能减排全民行动格局。加强企业减排监测网络建设。做好减排监测网络基础保障,建立完善要素全覆盖、天空地一体化的企业减排监测网络体系,提升减排监测能力。

(三)推进基础设施低碳化改造

持续推进襄阳都市圈“煤改气”改造、非电行业低排放改造、工业炉窑专项治理、挥发性有机物综合整治。全面普及节能建筑,提高公共建筑能效。深入推进汽车排放治理,严厉打击超标车辆,加强非道路移动机械监管。深入开展充电桩、加氢站和智能交通等先进技术成果的建设,实现交通运输基础设施的低碳化改造。

(四)强化重点行业节能减排工作

推动电力、建材、化工等高耗能行业节能减排工作,积极监控重点行业碳排放情况。同时要培育引进一批绿色产业重点企业,支持企业加强绿色产品开发,加大企业技术和装备改造力度,实行能源工程技术改造和设备更新,鼓励企业建设屋顶分布式光伏发电装置,提高企业节能减排效果。

(五)深挖电力设备绿色升级潜力

积极培育电子电气产业,加强襄阳都市圈在节能光源产品及系统、高低压设备方面的产业优势。重点发展新型电力电子产品、电网控制保护成套设备、综合自动化系统及继电保护装置。围绕高低压智能节电系统、节能变压器、低损耗配变技术、无功补偿技术等,以智能优化节能系统为核心,积极布局汽车电子、航空机载等配套领域。

(六)合理优化能源结构

在《联合国气候变化框架公约》生效后,国际社会就加快开发利用清洁能源、合理优化能源结构已形成共识。能源结构优化对于“双碳”战略的最终实现至关重要。因此,襄阳都市圈应开展高污染燃料清退禁用工作,推广使用清洁能源,大力开发生物质能源,鼓励企业利用太阳能等新能源,实施光伏项目。加快推进煤改气、煤改电,燃煤小锅炉移位拆除工作。依托襄阳市汽车产业基础,推进驱动电机控制器、动力电池与燃料电池管理控制器等新能源汽车电子领域核心器件技术攻关及产业化。

(七)开展近零碳排放区示范工程试点工作

近零碳排放区是在推进碳达峰和碳中和战略的背景下,旨在加强可持续发展的绿色低碳发展新模式。襄阳都市圈应总结圈内鱼梁洲经济开发区近零碳排放经验,加强政策扶持,制定相关措施,通过财政补贴、替代补贴奖励、贷款利率补贴等方式支持示范项目建设。同时,结合实际情况,

制定相关措施,进一步扩大筹资渠道,积极探索碳市场交易、清洁发展机制、绿色贷款等绿色金融手段,支持近零碳排放区建设。

(八)加强工业遗产保护

依托襄阳都市圈丰富的三线工厂“工业遗产”,打造工业旅游、红色旅游名片。改善老工业区环境,促进襄阳都市圈老工业区向现代化新城区转变。鼓励企事业单位改造利用工业遗产,开发建设工业旅游景点,推出相关网红打卡旅游线路,提高襄阳城市圈的知名度和美誉度。

参考文献:

[1]董战峰,葛察忠,毕粉粉,等. 碳达峰政策体系建设的思路与重点任务[J]. 中国环境管理,2021,13(6):60,106-112.

[2]马燕坤,肖金成. 都市区、都市圈与城市群的概念界定及其比较分析[J]. 经济与管理,2020,34(1):18-26.

[3]孙军,邹琳华. 以中心城市和城市群建设引领长江经济带崛起[J]. 江苏大学学报(社会科学版),2022,24(2):91-102.

[4]刘世锦. 加快形成绿色发展的基本框架[J],环境与可持续发展,2020,45(6):17-19.

***基金项目:武汉城市圈智能制造中心开放课题“数字经济时代我国工业互联网网络安全战略体系建设及其实施范式研究”(项目编号:WZ2021Y01)。**

(作者简介:邓豪,武汉大学哲学学院硕士研究生,研究方向为科学社会学;

刘钒,武汉大学马克思主义学院副教授,研究方向为中国特色区域发展。)

(责任编校:张玲玲)

共同缔造中的企业社会责任与实践路径

——“在场·2023长江财经峰会”圆桌论坛发言摘编

编者按:在新发展格局下,共同缔造中的企业社会责任与实践路径是什么?2023年2月18日,“在场·2023长江财经峰会”圆桌论坛在汉举行,本次峰会由中共武汉市委宣传部指导,武汉市政府国资委、武汉市社会科学院、武汉市工商业联合会、长江日报报业集团主办,长江财经传媒承办。来自武汉市社会科学院、盛隆电气、长江云通、长盈通和华中农业大学的5位专家学者和企业家围绕“共同缔造中的企业社会责任与实践路径”展开了热烈交流与讨论,现整理如下,以飨读者。

一、关于企业家及其精神的历史贡献

主持人(武汉市社会科学院院长樊志宏,下同):两千多年以来或者说人类文明起源以来,以公元1800年为界,人类社会的经济增长很明显地分了两个阶段,在1800年左右这个点,前面是一个很平稳的走势,基本上没有什么增长,即处于一个低水平的稳态,类似于“马尔萨斯陷阱”。但是在1800年之后,全球经济开始加速增长,跳出陷阱,走出了一个非线性的不断递增发展态势,其间经济起飞、现代化起源,一直到现在。因此,1800年是一个很重要的分水岭。人类社会有两个起源,第一个是文明的起源,第二个是现代化起源,党的二十大报告的主题是中国式现代化,现代化起源就是从这个时间开始的。那么,为什么会出现这个关键的历史分野?

程华东(华中农业大学马克思主义学院党委书记、教授):这个结果是工业革命的结果,这个时期发生了一次重大的“革命”,就是第一次工业革命。这里特别提醒企业家朋友,要了解工业革命也就是现代化的开始,要特别关注在世界工业化进程中的中国新型工业化,深刻领悟中国式现代化理论和实践。

主持人:工业革命是学界、政界、思想界、产业界公认的现代化的起源,也是造成人类社会的经济增长曲线的分水岭、走势分野的一个核心的驱动。那么,是哪个群体在这个历史阶段上做了什么样的代表性的业绩,驱动了工业革命,驱动了人类社会历史上的重要分水岭?

谢元德(盛隆电气董事长):中国经济发展已经很快了,是因为有一个伟人邓小平,有邓小平才会有很多的企业家、科学家。科学技术是第一生产力,邓小平一上台抓科技、抓教育,我认为政治家很重要。

徐冉(长江云通总经理):工业革命代表了产品过剩,以前的经济发展走势为什么是平的,是因

为基本上只有农业一种经济形态,工业革命之后产品过剩之后就产生了交易,即我们所理解的现代经济、西方经济的产生与发展。如果一定要在里面抓一个群体的话,我觉得在那个年代可能叫小的市场主体的经营者,放到现在可能就是企业家,这是我的一个粗浅的理解。

皮亚斌(长盈通董事长):1800年这个分水岭,正好是工业革命时期,第一次工业革命和第二次工业革命相隔可能不到一百年。第一次工业革命是蒸汽机时代,第二次工业革命是电气时代,这两次工业革命我觉得很重要的是发明家,当时的蒸汽机,包括通用的前身,爱迪生电力公司,都是因为有科学家,后面才有这些企业家和企业家精神。

主持人:这个题目是个开放式的题目,没有标准答案。我个人觉得,现代企业家群体的集中出现是这个历史分野的关键变量,因为思想家、政治家、科学家、工程师、工匠等在之前的历史时期也是大量存在。那么,在工业革命之前,有一个群体一直都没有,是哪个群体?就是现代企业家群体。企业家群体作为社会上最具创新意识、探索精神及创造力的人群,创立了现代企业及相关制度体系,从而推动人类社会进入了持续增长的上升通道。从逻辑上来讲,现代企业家群体是和工业革命同步出现的,两者之间是有高度的相关关系,有很多的经济史研究也表明、证明了这个观点。那么,现代企业家群体为何到了17世纪才在英国等少数国家大量出现并有了用武之地?如何认识和评价他们的历史贡献?

程华东:在经济社会发展,特别是社会变革中,工业革命发挥了非常关键的作用。从一个视角谈谈我的理解,即企业家群体所体现的是"企业家精神",这种精神是一种非常重要而且特殊的无形生产要素,它是关键性要素。其包括的创新与创业特质、责任与使命特质以及合作与包容特质,既是社会风尚,又是一种品质,对社会进步有很大的推动作用。新时代新征程,我认为需要"三家"结合,政治家治国理政、科学家自立自强、企业家创新创业,有"三家"结合,我们的新时代就会有更大的作为。

主持人:我认为,一个国家或社会要想实现经济的持续增长、财富的持续增加必须形成一个良好的社会生态(包括制度、文化、社会),要抓住两个关键点:第一,一定要把我们的智慧、才能、激情聚焦在不断做大蛋糕的生产性活动,而不是聚焦在蛋糕怎么分配的分配性活动上;第二,一定要有一个良好的社会氛围、社会制度、社会体系,能够激励这个社会最有激情、最有才华、最具创造力和最具高尚品德的这群人,比如说立志去积极创造更多新的财富、实现新的价值的企业家群体,那么这个社会、这个国家、这个民族,就会实现财富的不断增进、社会的不断进步。

二、关于企业发展的动能转换问题

主持人:从工业革命以来,推动人类社会进步的一些重大的、新的技术、产品、发明或者是新的产业体系,是来自谁呢?都来自现代企业和现代企业家们,都是企业家所创造的,都是现代企业所创造的。最近,大洋彼岸的、美国的先锋企业家又创造了一个新词,ChatGPT。ChatGPT是美国Open AI研发的聊天机器人程序,全名Chat Generative Pre-trained Transformer。ChatGPT燃爆了全球主要经济体的朋友圈,在引发了人们对未来发展期待的同时,也造成了不少的焦虑,我们暂且称之为"ChatGPT焦虑"。这是很正常的,因为每一轮世界的科技产业变革过程中,不管是新的技术,还是新的产品,还是新的产业体系出来之后,都会造成当时社会面的广泛焦虑。这个焦虑,现在讨论得比较多的是在一些职业就业、教育等方面,但在中国的科技创新型企业及其企业家群体中也开始有所表现。那么,我们该如何看待这个现象?

徐冉:我认为企业家永远是焦虑的。焦虑来自多方面,当然也包括人工智能和科技发展带来

的焦虑。我举个亲身的例子,上周,有一天晚上我两点钟醒了,我就打开手机问了 ChatGPT 几个问题,第一,我问“你是谁”,它很系统地解释了它是一个什么样的人工智能技术;第二,我问“你觉得你最终一定会超越人类吗?”,它给了我一个非常理性的回答,是“不会”,很坚定。我当时在想,作为个体,我的焦虑来自我很担心它是“糊弄”我的。如果人工智能已经发展到它对于情感和对于问题的解读是可以情绪化地去回答这个问题的话,我反而会焦虑。当然,我认为,目前还仅仅是处在一个初级阶段,就是人工智能替代基础工作的阶段。ChatGPT 的出现代表了自然语言处理的高速发展,也就是人类可以和机器、计算机或者它背后代表的算法直接对话。人工智能改变整个企业以及各个行业的运作方式是不可避免的。

说是焦虑,我个人反而觉得是一个动力,尤其是对于在座的中国企业家。大家会问,国外开发出了 ChatGPT,那么中国产业的发展机会在哪?我认为是和行业做一些结合。这几年,我们一直在思考如何将新的技术手段与政务服务相结合。以前,很多政务服务点都是分散的,武汉的市民之家在物理空间上把它们整合在了一起。后来,国家提出办事程序最多跑一次或者一次都不用跑,让数据跑,之后很多业务可以在线上办理。我们最近作了一些尝试,把政务服务简化到一体机上,尝试把政务服务机摆到小区里,和外卖柜放在一起。再比如,交通的调度,如公交车怎样去调度,机场的车辆怎么去调度,以前大概率是凭经验的,但是我们现在已经靠大量数据的分析和挖掘,去自动化地调配,看是不是可以通过公交车的变化解决交通拥堵问题。我们当然能够去畅想未来政务服务机和 ChatGPT 做一些融合,比如说,我们走到机器之前,可能它比我更知道我要办什么,这就是人工智能带来的一些变化。

很多人认为人工智能会影响很多人的工作,我想当然是。有一个漫画,在漫画里,所有的人类都举着手机,机器人在看书,人类现在习惯了去接触别人总结后的一些简短的信息,反而把大量的数据推给机器,比如像 ChatGPT 这样的产品就出现了。刚才提到的焦虑,更多源自人类太习惯于接受标准化的或者是经过处理的数据和信息。我认为无论是对个人还是企业,“焦虑”是好事。不管是科技企业,还是实体产业,都应该在拥抱新技术的前提下找到个人、企业新的增长点。

主持人:我从徐总刚才精彩的发言中感受到了浓烈的自信和一种责任、一种使命,我想这应该是新时代中国企业家整体性的或者是多数的风貌。为什么?因为我们现在在很多领域、很多方面已经走在了世界发展的前沿,去跟领跑,以前我们是追赶、是模仿、是复制,现在我们是去跟他们竞争领跑的位置,这种焦虑,竞争领跑位置的焦虑,它不是一种追赶过程中的艰辛或者无望,它是带着希望去的。在每一轮科技产业变革中,国家之间、城市之间的竞争往往表现为科技创新型企业及其企业家之间的竞争,竞争的关键是看哪里诞生集聚了能够引领全新技术、新产品、新业态、新模式等发展的颠覆式创新领军企业群体及其领军企业家群体。电气行业虽然是一个传统行业,但实际上也是富含有高科技的以及新的时代所赋予的企业发展新模式、新业态的创新领军型企业。那么,作为传统行业领域的创新型企业,进入新时代之前和之后两个不同阶段企业发展的动能和赛道是否发生了根本性的改变,是如何改变的?

谢元德:我没有焦虑,过去没有焦虑,现在也没有焦虑。科技的发展是为人类服务,创新是企业生存之本,只有不断地创新,创造新的产品、服务,企业才能够生存。几十年来,我总结有这么几句话:走正道、办良企、育人才、出精品,就是要有好东西,能够创造出好东西来。应对国内国外冲击,要靠创新和人才,这是企业生存的法宝,是企

业应对危机的法宝。我们企业的重点是什么？企业的重点，也就是企业文化，我们的核心文化，就是关注年轻人成长、成才、成功，这是我们的核心。我们形成了我们的价值观，四个字，“尊帮带培”，尊重人、帮助人、带领人、培养人，它被定位为我们企业的核心价值观。不管将来的科技怎么发展，我们认为它都是为人服务，只要我们抓住创新、人才，就抓住了两头，就没什么焦虑的。

主持人：只要我们以人为本，把人这个根本抓住，确实不需要过度焦虑。我觉得 ChatGPT 给我们一个大的启示就是，科技是向善的，科技是要以人为本的，科技要依靠人才来推动。我们发展的目的、发展的原动力、发展所依靠的力量就是我们自己。我们只要把人、人才这个根本抓住了，在未来的全球竞争中我们就不会怕。在新一轮科技产业变革中，主导国家和民族之间竞争优劣的诸多力量中，创新型企业及企业家群体是极为关键的一支。进入新时代，我们中国的企业家第一次有机会在一轮新的科技产业变革中，争夺全球产业发展并跑甚至领跑的地位。面对日趋白热化的激烈竞争，我们有压力、有焦虑并不是坏事，这反而说明我们是有责任、有雄心、有勇气、有才干的。

三、关于企业家精神的本质

主持人：党的二十大报告中明确提出，要完善中国特色现代企业制度，弘扬企业家精神，加快建设世界一流企业。所谓精神都是文化价值观层面的，是属于价值高线、目标导向层面的。那么，我们该如何理解企业家精神的文化内涵？如何认识企业家精神的弘扬，在建立中国特色现代企业制度、建设世界一流企业中的重要作用？

皮亚斌：我是来自武汉长盈通公司的皮亚斌，长盈通在 2022 年 12 月 12 日登陆科创板。我最近在看两本书，一本是张维迎的《重新理解企业家精神》，另外一本是 20 世纪 80 年代美国一些商学院用的教材，叫《认识商业》。我大致讲一下为什么社会会产生企业家。企业家肯定是“不安分”的，我本人的经历也是“不安分”的，我在 1986 年学的计算机，1990 年到省直机关办公室工作，我在省直机关干了差不多 8 年，1998 年去了一家合资企业，在合资企业干了 10 年。我一直有一个想法，想打造一个平台，让我认识的有能力的人在平台上做出更大的贡献，于是，我在 2010 年创立了武汉长盈通光电技术有限公司。当时我想从事光联万物事业，做国内最大的光纤环企业。光纤环圈在光纤陀螺里面可以感知物体的姿态和运行的轨迹，用于光学惯性导航；光纤环可以感知电流、电压，应用于智能电网电流产业；将光纤环阵列部署在深海，通过感知声呐可以监测水下兵器。

要创业，首先要“定战略”：做国内最大的光纤环企业。然后，就要“搭班子”，我是学计算机的，解决光纤环圈的应用层没问题，但是物理层的高分子化学材料以及光学应用，我是不懂的，所以就要“搭班子”。再后面就是“带队伍”。这就是当初经历的创业三部曲：定战略、搭班子、带队伍。起初，我认为光纤环圈很简单，觉得把光纤一绕，就可以实现附加值，后来发现自己进入了一个很大的误区。光纤环圈到现在还没有国际标准、国家标准，面对这么困难的一个光学传感器件，面对后面要解决的许多困难，我们没有退路。光纤环圈需要的特种光纤很关键，在工程化应用中必须解决环境的温度冲击，通信光纤的最低工作温度是 -45℃，我们要拓展到-55℃甚至-60℃。不仅要独立研发特种光纤，还要开发国外“卡脖子”的光纤涂敷材料，我们打造了一个微型产业链，基本上把美国“卡脖子”的技术解决了，包括到目前为止，美国作为武器级保密不转让给中国的绕环机技术。现在，我们正在开发第五代自动绕环机设备。在整个创新创业过程中，首先，企业家必须要有冒险

精神,面对一系列的不确定性挑战,企业家是没有退路的。其次,我觉得企业家还要有一种创新精神,我们拿到了国家级“卡脖子”专项资金的扶持。面对西方国家众多的“卡脖子”工艺和技术,比如光纤的材料、绕环机,企业家只能组织内部资源进行创新。最后,企业家还要有社会担当精神,企业家要对企业的员工以及他们每个人的家庭负责,让他们的未来有希望,让企业的产品技术更好地服务于社会。总之,企业家精神,第一个是冒险精神,第二个是创新精神,第三个是社会担当精神。

主持人:习近平总书记视察武汉时提出,武汉是英雄的城市,这也是武汉市第十四次党代会的主题。我觉得您刚才讲的能反映出企业家精神具有鲜明的英雄主义精神特质。另外,我还联想到最新的经济史研究所揭示的工业革命早期的那几批现代企业家群体逐渐形成了一个“绅士—企业家”文化圈,其所体现出来的诚实、正直等良好品质有效促进了社会市场的良好发育发展,这是现代企业家精神的初步呈现。这个“绅士—企业家”社群推动了当时的社会变革,引领了风尚,带动了整个市场社会的持续完善和发展。历史来看,工业革命时代所产生的企业家精神、科学家精神等都是人类“真善美”良好道德情操的代表体现。

新时代的企业家群体也必然是这个时代的英雄代表,其所从事成就的事业也必然是这个时代的伟大创造。中国特色社会主义市场经济体系是改革开放之后逐渐建立起来的,中国的第一代、第二代、第三代企业家在社会主义市场经济体系的建立过程中发挥了什么样的作用,企业家精神在价值观体系、道德高线的建立中是怎样的具体表现,这是一个很重要的命题,值得我们做社科研究的同志和企业家一起去研究一下。这对于深入学习贯彻党的二十大精神,弘扬好企业家精神,建设好中国特色现代企业制度以及世界一流企业,具有非常重要的意义。

四、未来的期待

主持人:请四位嘉宾根据两千年来全球主要国家GDP占比变化,简单地谈一下自己对未来有什么样的期许。

谢元德:我们有一句口号,“大国精品,盛隆制造”。

徐冉:作为新生代企业家,我会理性地看待GDP占比的变化。第一,GDP占比的变化应叠加中国人口的变化,用更理性的眼光去看待中国GDP占比的变化。未来,我们需要更强的动能去推动中国经济的发展,因为我国的人口红利在减弱。第二,无论哪个市场主体,都应该为企业的健康发展和员工以及人民的美好生活而努力,我觉得未来终会实现中华民族的伟大复兴!

皮亚斌:党的二十大已经明确提出全面建设中国式现代化,这个是重点。我认为全面建设中国式现代化,需要弘扬企业家精神是核心的、内在的驱动力,因为在商业发展中,企业家精神是一个变量,是一个催化剂,会加速我们民族伟大复兴的步伐!

程华东:中国在2020年创造了一项奇迹,就是实现了千年梦想,解决了绝对贫困问题,完成了脱贫攻坚、全面建成小康社会的历史任务。在座的企业家和中国企业为这个千年梦想的实现做出了卓越的贡献。我想表达一个心愿,党的二十大提出了一个重大命题,第一次把农业强国纳入强国目标,提出全面推进乡村振兴,加快建设农业强国,随后在2022年底召开了中央农村工作会议,又于今年发布了中央“一号文件”,也是党中央的第25个“一号文件”,明确提出一个重大课题即“四乡工程”,“四乡工程”指的是大学毕业生到乡、能人回乡、农民工还乡,还有企业家入乡。我认为“四乡工程”是推动乡村全面振兴、农业强国建设的重要工程,呼吁所有的企业家关注中国农民,习近平总书记告诫我们任何时候

都不要忘记“三农”。非常欢迎和热切期待企业家朋友积极投身到共同缔造宜居宜业和美乡村的火热实践之中!

主持人:中华民族伟大复兴、人类命运共同体构建、人类文明新形态形成都是历史长周期运动的必然趋势、主导趋势,在这些进程中做出卓越贡献,也是中国企业家群体的历史责任与使命!

中国式现代化,重任在肩;武汉企业家,在场奋进!

(摘编整理:肖朝晖,武汉市社会科学院文化与历史研究所助理研究员。

主持人:樊志宏,武汉市社会科学院党组书记、院长。

参会人员:谢元德,盛隆电气董事长;徐冉,长江云通总经理;皮亚斌,长盈通董事长;程华东,华中农业大学马克思主义学院党委书记、教授。)

(责任编校:曹莹)

关于田园综合体建设的实践与思考

——以武汉市新洲区仓埠街田园综合体建设为例

王子奇　黄保华　金宝涛

摘　要:2017年,中央一号文件首次提出“田园综合体”概念,武汉市贯彻落实中央文件精神,很快启动了田园综合体创建工作。本文以新洲区仓埠街田园综合体建设为例,总结了近年来田园综合体创建取得的成效,对照国内外田园综合体先进案例分析了制约田园综合体建设的困难及问题,为我市乃至全国推进田园综合体建设提供“仓埠样板”。

关键词:田园综合体;集体经济发展;联农带农

田园综合体集现代生态循环农业、创意农业、农事体验、休闲旅游于一体,以空间创新带动产业优化、链条延伸,有助于实现一二三产业的深度融合,促进农业农村发展,成为实现乡村现代化和新型城镇化联动发展的新模式。作为探索乡村振兴的亮点举措和有效路径,田园综合体一直受到中央、省、市高度重视,2017年,中央一号文件首次提出“田园综合体”概念,“支持有条件的乡村建设以农民合作社为主要载体、让农民充分参与和受益”。在各级政策红利的叠加支持下,田园综合体在2018年迎来迅速发展。2021年,财政部再次提出,“探索建立政府引导、市场主体积极参与、可持续的农业农村生态资源价值实现机制,加快培育农村经济高质量发展新动力”。本文以武汉市新洲区仓埠街建设田园综合体的实践经验为例,围绕田园综合体的建设背景、建设成效、存在问题进行分析,提出建设好田园综合体助力乡村振兴的对策建议,为全市乃至全国田园综合体的建设推广提供参考。

一、仓埠田园综合体的创建情况

仓埠街位于武汉市新洲区西北部,地处武湖北岸,毗邻阳逻国际港,与革命老区红安接壤,版图面积176平方公里,总人口约10万人。境内生态环境优良、交通条件发达、文化底蕴深厚、“三产”融合显著,是武汉东北部沿江生态功能区、长江新区规划的文旅示范区、武汉都市休闲农业建成区、武汉市辐射带动鄂东大别山革命老区振兴的重要支点。2018年3月,仓埠街积极响应武汉市创建田园综合体建设试点的号召,率先谋划成为武汉市第一批田园综合体建设试点单位,勇当田园综合体建设试点的探路者和实践者。截至2020年,经过3年不懈努力,仓埠街全面完成武汉市都市田园综合体的创建要求,并在全市创建综合评估中荣获第一名。

2021年7月,在2018年市级都市田园综合体创建基础和经验优势上,仓埠街成功申报湖北省新洲区紫薇国家级田园综合体为“国家级田园综合体建

设试点”,是全国仅十二家之一、湖北省唯一一家。2021年9月,又新增靠山生态小镇都市田园综合体和紫薇都市田园综合体两个市级都市田园综合体建设试点,与国家级田园综合体建设功能互补,要素互通、发展互融,使仓埠真正走上了一条以田园综合体建设推动仓埠乡村振兴的新路径。其中,湖北省新洲区紫薇国家级田园综合体项目围绕“农业高质高效、农村宜居宜业、农民富裕富足”设定了具体量化的发展目标,规划面积5.71平方公里,空间布局为“两轴三区”(两轴:农文旅产业发展轴、滨水景观体验轴;三区:紫薇都市田园核心区、科技兴农创新区、高标生态农业示范区),计划实施“产业优化、乡村品质、基础设施、文化铸魂、乡村治理、科技强农、改革创新”七大提升工程与14个重点项目建设,用3年时间将项目区建设成乡村振兴的示范样板、武汉新时代“三农”创新策源地、超大城市城乡融合发展先行实验区,形成可复制、可推广的经验样本,为乡村振兴战略的实施提供宝贵经验。目前,湖北省新洲区紫薇国家级田园综合体规划的七大工程和14个重点项目正在按照实施计划有序推进建设,体制机制创新经验探索初见成效,联农带农效果显著,并顺利通过了财政部组织的2021年度评估验收工作。

二、仓埠田园综合体的建设经验

本文在国内外成功模式和先进经验的基础上,进一步总结仓埠田园综合体的建设经验及成效,主要有以下几个方面。

(一)党委对工作的坚强领导,健全完善管理体制和工作机制

武汉市、新洲区高度重视湖北省新洲区紫薇国家级田园综合体创建工作,成立了市、区创建工作领导小组,分别以分管副市长和新洲区委书记为组长,领导小组下设办公室,在财政局办公,负责田园综合体统筹领导和全面推进;仓埠街道成立了党工委书记牵头的推进专班,具体负责各项建设任务的落实;项目区成立田园综合体片区综合党委,使创建范围内的6个村和企业党组织全进入,形成了党委领导,政府主导,市区联动,街道推进,市场运作,村集体、农民主体、社会参与的田园综合体高效创建机制。

(二)深化农村产业用地制度改革,破解乡村产业用地难题

田园综合体创建,用活用足土地资源是关键。仓埠田园综合体创建以来,将土地问题作为首要问题来抓。一是深入推进农村承包地“三权分置”改革。由村支部、村委会组织农户以土地承包经营权入股的方式加入村集体土地股份合作社,由合作社按章程与社会投资主体进行互利合作。创建范围内的6个村均成立了土地股份合作社,共对以农业龙头企业为主的市场主体流转土地约4834亩,极大地提升了土地的利用效率,为企业入驻和产业发展奠定了基础。二是利用点状用地政策,解决项目用地难题。武汉市印发了《武汉市关于助力乡村产业振兴实施点状用地的指导意见》,以点状用地的方式保障了田园综合体二、三产业项目建设用地需求(解决建设用地约155亩),同时节约了企业拿地成本。三是全面落实“清产核资”“清人分类”“一户一宅”等农村基本政策,为后期农村宅基地“三权分置”改革,村集体建设用地改革奠定基础。

(三)加速一二三产业融合发展,全面推进产业振兴

湖北省新洲区紫薇国家级田园综合体建设,要牢牢把握产业这个根基。坚持农地姓农、粮地种粮,突出新品种、新技术、新模式做靓一产,发展农产品深加工、苗木编织等做强二产,延伸旅游、研学、康养等新业态做大三产,并推动一二三产业有机融合,产业体系更臻完善。已初步形成了以紫薇生态稻田、健康水产养殖为代表的集约化、规

模化农业种植养殖产业,以新特果树、种苗为代表的特色种植产业,以仓埠山庄民俗村、我家的地为代表的特色农产品生产加工产业,以紫薇都市田园、精品农庄和民宿为代表的乡村休闲旅游康养产业集群,区域业态多样、“三产”深度融合。据统计,仓埠市级田园综合体创建以来,区域农文旅产业实现大飞跃,财税收入、村集体经济年经营收益、农村常住居民人均可支配收入不断提升。2021年,仓埠全域接待旅游人口从2017年不足80万人次到超过120万人次,同比增长50%以上;全街完成财税收入2.62亿元,同比2017年(1.46亿元)增长79.5%,农村常住居民人均可支配收入从不足2万元提高到25034元,村集体经济年经营收益从不足5万元到超过10万元。全街“一轴三片区”(230国道农文旅融合发展轴,周铺楚文化特色小镇、紫薇小镇、靠山生态小镇)格局基本成型,仓埠桂花大道(230国道)乡村振兴示范带建设多次被省、市领导充分肯定。位于紫薇小镇片区内的国家级田园综合体建设成功,将成为仓埠街全域旅游的核心引爆点,田园综合体建设将为仓埠乡村振兴插上腾飞的翅膀。

(四)“共同缔造”活动的扎实推进,提升乡村治理现代化水平

仓埠街以田园综合体创建为抓手,围绕“决策共谋、发展共建、建设共管、效果共评、成果共享”的核心理念推进创建区乡村综合治理,让村集体、农民成为田园综合体建设的参与者和受益者。一是成立政府主导、村集体参与的项目园区管理委员会,同时组建园区市场运作平台,企业、村合作社参与,为村集体、群众共谋共建共管共享完善平台;二是将村湾建设与重点项目相结合,开展村湾综合整治,支持有条件的农户利用空闲农房发展民宿增加财产收入;三是建立村企联合发展模式。村集体土地股份合作社与社会投资主体进行合作,实行“流转保底收益+项目资产确权入股分红”。与企业主体合作有利于推广农业新品种、新技术、新模式,极大提升项目区农业生产经营水平。此外,农民可以享受农业向二、三产业延伸产业链及产业融合带来的发展红利,增加打工或者创业收入。对农民、村集体进行田园综合体创建满意度调查,显示满意度均在95%以上。

三、仓埠田园综合体建设存在的困难和问题

仓埠的湖北省新洲区紫薇国家级田园综合体创建取得了显著成效,但是也面临着一些困难和问题,经过调查研究和分析归纳,主要表现如下。

(一)投资强度不够

据中国地标城策院文献分析,全国田园综合体平均投资强度1亿元/平方公里以上的占到12.5%,平均投资强度在0.5亿元/平方公里~1亿元/平方公里的占37.5%;平均投资强度在0.5亿元/平方公里以下的占到一半。目前,仓埠田园综合体规划面积为50平方公里,近年市区以及辖区内的企业投资金额在13亿元左右,投资强度为0.26亿元/平方公里,投资强度不高,低于全国平均水平;本轮湖北省新洲区紫薇国家级田园综合体总投资9.7亿元,创建面积5.71平方公里,投资强度为1.7亿元/平方公里,为国内先进水平;但加上原有市级田园综合体后,投资强度下降为0.41亿元/平方公里,依然未达到全国中上水平。

(二)项目供地效率不高

仓埠的田园综合体建设因其建设特点,均选址在农业生产区域,区域内建设用地较为稀缺。但田园综合体建设、农村“三产”融合发展需要一定规模的建设用地作为配套。创建中普遍存在建设用地供应不足的情况,问题症结在于土地利用

规划滞后于产业发展,且土地规划调整较为困难,从而导致对投资主体的积极性和项目落地均造成一定的影响。

(三)农村产业融合不深

目前农村产业发展中存在一二三产业间联动不均衡的问题,大多数项目中一、三产业融合较好,但二产业与一、三产业的联动及融合不深,难以发挥出全产业链优势。此外,项目规划设计对乡村原有的文化、民俗、能人巧匠等区域特色资源挖掘不深,多为“农业+休闲游”的传统模式。

(四)专业人才缺乏

在项目的全流程建设中,各类人才的供需存在一定差距。一是缺少专业招商人才,特别是缺乏懂项目、懂经济、懂产业政策及相关法律法规的复合型专业人才。二是缺乏项目运作推进人才,特别是具有项目策划、推介和重大项目组织实施的人才较为缺乏。造成项目无法按照设计的专业化要求推进深入招商、精准招商,项目推进时内在动力不强,组织开展具体活动时解决问题的经验不足。

四、经验建议

湖北省新洲区紫薇国家级田园综合体作为“三农”深改项目,以特定区域作为实践研究范围,定位科学清晰,目标设定量化可考核,建设内容具体并有重点项目作为支撑,坚持“三生统筹”,“三产融合”资源集聚整体打造,于仓埠街道、新洲区乃至全市、全省探索田园综合体建设的新模式、新路径并借此打造产业新业态、区域发展新样板推进乡村振兴具有积极的现实意义。通过对标国内外田园综合体建设的成功经验进行综合分析,结合湖北省新洲区紫薇国家级田园综合体实际,总结出以下经验和建议。

(一)实施政府、企业、农民多元主体联动的创建机制

在田园综合体创建过程中,要注重政府、企业、农民多元主体的统建联动,按照政府主导、企业主体、农民参与、市场化运作的方式,全面激活市场、激活要素、激活主体,调动多元化主体共同推动综合体建设的积极性。政府发挥在政策引导、规划引领、提供公共服务等方面的主导作用,吸引企业主体参与到田园综合体的全流程建设中来;农民则通过合作社等组织化的形式积极参与到田园综合体的建设过程中,成为田园综合体的建设者、参与者和受益者,从而实现三方共赢,共同推动田园综合体建设发展。例如,在成都郫都区“多利农庄”田园综合体建设中,政府通过设立100亿元的特色镇和川西林盘建设发展基金,推动基金向特色镇、川西林盘保护修复领域投资。加上农村集体经营性建设用地“入市改革”等资金、土地政策支持,有效吸引了外来投资者参与田园综合体建设的建设发展。同时在项目后期建设运营方面,引入了中国平安集团、协信集团、法国丽世酒店管理集团等加入控股获得资金、技术及运营支持,依靠其“资本大、运营强、成本低”的优势解决农业融资“投资大、周期长、回报慢”的难题。多利白云村村民还通过土地入股、合作社等形式参与到田园综合体的建设过程中,实现了就业分红等收益,从而充分发挥了政府、企业、村集体农民作为建设主体的合力作用。

在湖北省新洲区紫薇国家级田园综合体建设中,政府应进一步发挥在土地、财政、科技、人才、公共服务、规划等方面的主导作用,统筹市、区相关“三农”工作部门成立工作专班,加强田园综合体改革项目建设的顶层设计及政策支持,吸引更多的企业参与到田园综合体的产业发展、投资建设、运营管理中来;鼓励调动区域内的企业主体应充分发挥地理位置、资金技术和运营管理等方面

的优势,参与田园综合体的市场化运作并从中获得收益,保障田园综合体的自我造血和可持续发展;总结运用国家级田园综合体在乡村振兴产业发展、基础设施建设、乡村治理、农村“三块地”改革、“三农”投入体制机制等方面的实践探索及经验,支持创建区域内的6个村农民主体通过合作社等多种形式参与建设运营,共享田园综合体发展带来的红利,把田园综合体真正建设成新时代“三农”政策创新的策源地。

(二)充分挖掘自身特色、打造核心产品、实现“三产”深度融合

田园综合体应当充分研究和挖掘自身的特色,进行整体设计、科学规划,打造出具有竞争力的强大内核,向上下游拓展延伸产业链。例如,浙江省鲁家村出资300万元,聘请高端专业团队,按照4A级景区标准对全村进行规划设计,量身定制各自的面积、风格、位置、功能等,划分出相对独立又能串联协同的功能区。构建以野山茶、特种野山羊、蔬菜果园、绿化苗木、药材等特色产业为主的鲁家村特色家庭农场,同时设计一条4.5公里的环村观光线,将分散的农场串点成线,使整个村构成一个有机的整体。又如,著名的日本MOKU-MOKU农场,以亲子教育为核心,打造以“自然、农业、猪”为主题的工作室农庄,围绕伊贺猪饲养和农作物种植,集创意研发、生产加工、餐饮美食、休闲观光、科普教育、手工体验、特色度假、销售购物、农贸交易等于一体,同时应用风格统一的卡通标识与场景包装打造特色显著的品牌视觉环境,构成了环环相扣、相互融合又独立完整的产业链。德国卡尔斯草莓农场及中国无锡田园东方、济南唐王锦鲤产业园也是如此,分别以草莓、水蜜桃、锦鲤等特色产品为核心标志,围绕主打核心产品,拓展为集研发生产、加工销售、文旅休闲、体验教育、网络购物于一体,一二三产业深度融合的主题乐园。

湖北省新洲区紫薇国家级田园综合体的创建也应充分研究和挖掘自身的特色产业、特色文化、特色资源及核心产品,围绕核心产品,科学整体规划设计,配套延伸相关产业链。例如发扬仓埠本地的红色文化、佛教文化、书香文化、古镇文化等特色文化,开发桂花、紫薇等特色产业,油面、糍粑、豆丝等特色农产品,结合全国4A级景区、超大城市周边、水资源丰富等独特优势,打造出湖北省新洲区紫薇国家级田园综合体核心精品,塑造知名IP,采用“特色产业+主题IP乐园+文商旅模式+社群”的模式,围绕核心产品做精、做细、做丰富,形成独立的品牌和超强硬核,并围绕其IP形象延伸产业链,打造各类题材产品、服务等,增强故事性,使得园区具有独特丰富的体验感,吸引各方来客,延长游客停留时间,带动各类消费,使湖北省新洲区紫薇国家级田园综合体实现一二三产业深度融合。

(三)科学预留用地空间、灵活用地方式、保障土地供给

田园综合体要将一定的规模建设用地用于建设游客中心、住宿、餐饮等配套设施,所以,优化土地供给是项目成功实施的重要保障。例如,南京市出台《关于保障农村一二三产业融合发展用地促进全市乡村振兴的通知》,提出6项保障措施,包括在国土空间规划中,市、区两级每年均按照不低于各自年度计划5%的比例预留用地指标,专项支持符合规定的农村一二三产业融合发展,鼓励农地、农房复合利用,积极探索“点状供地”等。济南市要求各区县必须将项目规划建设所需的农用设施用地、建设用地符合国家有关政策和国土空间规划,并作为项目申报的前置条件。要求各区县每年安排不少于10%的用地指标,保障田园综合体等乡村振兴项目的建设。济南泉城百花园田园综合体通过利用现有房屋改造打造休闲民宿,利用现有一般农田和土地性质变更为一般农田区域打造花卉苗木繁育中心,采取点状供地等方式解决建设用地指标50余亩,用于打造游客中心、加工基地等农文旅融合项目。

在湖北省新洲区紫薇国家级田园综合体规划设计及建设中,政府可充分考虑湖北省新洲区紫薇国家级田园综合体项目用地需求,在编制国土空间规划、用地政策上,做到统筹调度、规划预留、超前谋划,满足田园综合体范围内游客中心、住宿餐饮、公共服务等配套设施建设的土地需求。在项目建设过程中,应充分利用“点状供地”、设施农用地、项目建设用地指标等现有土地政策,探索农村“三块地”改革等,采取多种灵活方式供地,解决湖北省新洲区紫薇国家级田园综合体的用地难题。

(四)创新完善运营模式,探索实现全产业链利益分享机制

建立健全农民分享全产业链增值收益机制,是激发农民积极性、实现农民增收的重要手段,也是田园综合体长期稳定发展的保障。例如,浙江省的两个国家级田园综合体安吉“田园鲁家”和柯桥“花香漓渚”,促进农村资源转化为资本股份,实现资源变资产、资产变资本、农民变股民。其中,“田园鲁家”建立“公司+村集体+家庭农场”的运营模式和利益分配机制,设立乡土农业发展有限公司,由村集体全资控股;“花香漓渚”组建由“镇集体+村集体+国资企业参股”构成的田园综合体发展公司,主导建设运行。山东省提出“新六产”(一产的一份收入,经过二产加工增值为两份收入,再通过三产的营销服务形成三倍收益,综合起来是六份收入,产生乘数效益),大力延伸产业链、提升价值链、完善利益链,使得农民与二三产业的利益联结日趋紧密,越来越多地分享到全产业链的增值收益。

在湖北省新洲区紫薇国家级田园综合体规划建设中,可探索建立“公司+村集体(合作社)+家庭农场”或“政府+村集体(合作社)+国资企业参股”等田园综合体利益联结机制,通过鼓励农户开展多样化、多领域经营,形成一个较为完整的农文旅产业链,即不仅进行特色农畜产品种植养殖(第一产业)、从事农畜产品加工(第二产业),同时开展农畜产品及其加工产品的销售以及休闲体验类项目的开发运营(第三产业),进一步延伸产业链、提升价值链、完善利益链,以获得更多的增值价值,借鉴运用外地有效的利益分配机制,使农民分享全产业链增值收益,带动农民增收致富,激发农民参与积极性,从而构建一个可持续、循环发展的商业模式,保障田园综合体能长期稳定发展。

(五)建设新型智能基础设施,充分体现示范性、引领性

为将田园综合体打造成为现代农业的示范样板和引领工程,在规划和建设中要充分考虑互联网、大数据、人工智能与现代农业的深入融合,实现数据互联互通、产业融合发展、服务高效便捷的智慧农业,实现农药监管、重要农产品全程可追溯,益农信息社建设全覆盖。例如,日本 MOKU-MOKU 园区售卖产品构建了溯源机制,不仅约束了种植者,而且有利于塑造健康、生态的农场形象。

在湖北省新洲区紫薇国家级田园综合体的规划和建设中,同样应充分考虑与互联网、大数据、人工智能等的深入融合。通过建设新型智能基础设施,发展智慧农业、打造智慧园区。加强与科研院所的合作,培育开发优质新品种,探索运用新技术,用科技助推农业提质增效。结合农业产供销全流程机械化、智慧化、信息化、可溯源联动管控等技术,发展智慧农业,开发自动化种植养殖区域和观光游览区域,用特色体验吸引游客,增加游客参与感。同时运用智能云、全自动停车场等新技术、新模式,实现园区智慧化管理,满足游客的多元化需求,提高园区管理效率。

(六)培育高素质专业人才队伍,构建高效能乡村治理载体

农业生产经营人才队伍建设工作是解决“三

农”问题的重要一环,多措并举加大对农业生产经营人才队伍的培育力度,培养懂科学、会技术、善经营、能管理的“三农”人才队伍尤为重要。云南省丽江市、山西省忻州市通过立足县域农业主导产业、特色产业和美丽乡村建设内容,通过“靶向”引进适合人才、建设专家工作站、开展专题培训班等,丰富人才建设储备;制定政策,吸引扶持本土人才回乡干事创业;发挥能人带动引领效应,助力家庭农场做大做强,培育致富带头人;发挥政府联系农业专家优势,探索定向农技培训服务的新模式。

在湖北省新洲区紫薇国家级田园综合体的规划和建设中,探索政村企、研究院联合共建,建立“产学研用”一体化科技推广联盟,着力推动特色产业的培育研发;聚焦人才需求,优化创业环境,吸引“能人”回乡发展,协助本地主体发展壮大成为“领头雁”。做好科技成果转化和项目落地;建立专家库、农业科技专家大院、服务基地、科技特派员机制等,组织开展所需专业的对口培训、咨询解疑、送技术送服务、送法下乡等活动,依托网络平台开设“云课堂”,常态化开展人才培养,补齐短板,提供有力的人才支撑。同时,完善农业农村基础设施和美丽乡村建设配套服务建设,开展乡村治理、村容村貌整治提升等,实现乡村景观的提质升级,有效改善村庄环境,适配乡村经济发展与乡村振兴的现实需求,实现“引人、留人、育人、用人”有效结合。

参考文献:

[1]王艳. 传统农耕文化赋能乡村振兴的路径分析[J]. 北方经济,2022(5):49-51.

[2]朱哲学. 脱贫攻坚成效评估与接续乡村振兴研究——以武汉市蔡甸区侏儒山街为例[J]. 学习与实践,2021(11):35-46.

[3]周胜利,张胜. 武汉城市圈解决乡村振兴“产地人钱”四大要素关键问题研究[M]//樊志宏. 武汉社会科学·总第23辑. 武汉:武汉出版社,2022:18-25.

[4]董翠雯. 协同理论视角下田园综合体建设路径研究——以成都市郫都区“多利农庄”为例[D]. 成都:西南财经大学,2020.

[5]程艳. 浙江省安吉县“鲁家模式”的实践与探索[J]. 乡村科技,2021,12(25):29-33.

[6]刘建芳,王伟新,肖建中,等. 田园综合体商业模式创新的国际经验及启示[J]. 世界农业,2018(9):34-38,106.

[7]刘慧. 田园综合体中农园文化的研究与实践——以长丰县马郢村田园综合体为例[D]. 合肥:安徽农业大学,2019.

(作者简介:王子奇,湖北大学公共管理学院在校学生,研究方向为公共管理;

黄保华,任职于武汉市新洲区仓埠街道办事处;

金宝涛,任职于武汉市新洲区仓埠街道办事处。)

(责任编校:樊厚瑞)

基于动态因子分析的武汉“双循环”新发展格局水平测度研究

张玲玲

摘　要:本文通过运用2010—2019年我国8个城市的面板数据,采用动态因子分析法对武汉及其对比城市的“双循环”新发展格局水平和变化趋势进行测度分析。研究表明:与传统意义上以外循环为主的开放经济体不同,在“双循环”新发展格局评价指标体系下,以内循环发展为主的武汉及其他3个新一线城市综合发展水平接近或高于4个一线城市。因此,武汉应进一步扩大内需,并运用创新手段驱动“双循环”水平,不断巩固内循环发展的优势,同时也应补齐外循环发展短板,促进内外双循环双联动发展。

关键词:“双循环”;动态因子分析;指标体系;协方差矩阵

一、引言

面对当今世界“百年未有之大变局”,习近平总书记在2020年首次指出“逐步形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”[1-2]。2023年1月,湖北印发《湖北省流域综合治理和统筹发展规划纲要》,明确提出建设全国构建新发展格局先行区的目标任务,武汉作为核心区域,其“双循环”新发展格局水平对湖北省新发展格局先行区的构建至关重要。作为内陆交通枢纽城市,武汉内循环发展拥有坚实的基础,但外循环发展短板明显,还未形成内外双循环联动发展的新格局。

国内目前关于“双循环”的文献研究主要聚焦于理论层面的阐述,认为“双循环”作为百年未有之大变局的客观需要,[3]存在诸多决定性因素,[4]现阶段,中国已经具备强大的生产供给能力,越来越具有成熟市场经济的需求约束特征,“双循环”视角下的需求侧改革具有重要意义,[5]同时从政治经济学的社会再生产各个环节看,加快形成新发展格局不但具有可行性,而且具有紧迫性。[6]还有少量文献从实证角度测度了目前我国“双循环”新发展格局的发展状况。李曦辉等通过投入产出分析、社会网络分析和价值增值分析等,认为“双循环”新发展格局由社会主要矛盾的内生因素驱动而形成,是历史的必然选择,具备现实的可行条件。[7]丁晓强等通过构建省际调出与出口比较偏好指数[8]、黎峰运用投入产出模型[9]论证了我国目前“以国内大循环为主”的客观现实。此外,还有少数文

献从价值链角度对“双循环”作出相关解释:常冉等通过构建国内国际投入产出表,得出“国内国际双循环相互促进”表现为国内价值链循环为沿海地区融入国际价值链循环提供资源和产业支撑、沿海地区融入全球价值链循环带动国内价值链循环升级;[10]马丹等通过构造反映国内外双循环的双重价值链参与度,为中国制造业依托国内外双循环走出“低端锁定”的困境提供了新的视角和重要的经验证据。[11]以上文献从理论与实证方面对“双循环”新发展格局进行了论述,为本文研究提供了重要借鉴,但鲜有文献从构建评价指标体系来测度中国城市“双循环”新发展格局水平。

二、各城市“双循环”新发展格局水平评价指标体系及测度

(一)评价指标体系

根据合理性、全面性、可比性和可操作性原理,本文在构建指标体系时主要参考开放型经济体指标体系[12],并在此基础上扩充了对内开放测度指标,强化对城市“双循环”新发展格局的发展潜力研究。本文最终构建了以经济支持度、对内开放度、对外开放度和开放潜力4个一级指标为核心的包含24个二级细化指标的指标测度体系。构建指标体系列表如表1所示:

表1 城市“双循环”新发展格局水平测度指标体系

一级指标		二级指标	指标含义
经济支持度	X1	人均GDP	地区GDP/地区常住人口数
	X2	第二产业比重	第二产业产值/地区GDP
	X3	第三产业比重	第三产业产值/地区GDP
	X4	地区科学研究与试验发展强度	地区科学研究与试验发展经费/地区GDP
	X5	人均资本形成额	地区资本形成额/地区常住人口数
对内开放度	X6	内贸依存度	社会消费品零售总额/地区生产总值
	X7	内资依存度	内资企业投资总额或(国家预算+国内贷款+自筹投资)/全社会固定资产投资
	X8	旅客周转量	区域间人员交流强度
	X9	货物周转量	区域间货物交流与商品活跃度
	X10	旅游对内开放度	国内旅游收入/地区GDP
对外开放度	X11	外贸依存度	进出口总额/地区生产总值
	X12	外资依存度	外资企业投资总额或利用外资/全社会固定资产投资
	X13	国际经济合作程度	实际利用外资总额/地区GDP
	X14	旅游市场对外开放度	国际旅游收入/地区GDP
开放潜力	X15	土地开放度	城市建设用地/城区面积
	X16	信息开放度	每百人互联网用户数
	X17	信息交流活跃度	邮电业务总量/地区常住人口数
	X18	人均道路面积	地区道路面积/地区常住人口数
	X19	生态环境	优良天数比例
	X20	技术市场化程度	技术合同成交额/地区GDP
	X21	人力资本市场潜力	普通高等学校在校人数/地区常住人口数
	X22	人均发明专利拥有量	有效发明专利数/地区常住人口数
	X23	教育支出占比	教育支出/地区一般公共预算支出
	X24	每千常住人口执业(助理)医师	执业(助理)医师数/地区常住人口数

(二)样本来源与数据处理

鉴于数据可获得性和横向可比性,选取样本区间为2010—2019年,样本城市为武汉、北京、上海、广州、深圳、杭州、成都和南京这8个一线及新一线城市,所有指标年度数据均来自各城市历年统计年鉴,缺失数据按照OLS方法补齐。

(三)测度方法

动态因子分析法是1978年由Coppi和Zannella首次提出,之后经过Coppi和Corazziari完善并逐步受到学者青睐,该方法是在综合考虑样本、变量和时间3种因素的情况下构建的三维阵列统计分析方法,是将主成分分析法和线性回归模型综合运用的一种多元统计分析法,该方法适用于经济学、管理学、医学等多个学科,实证研究中效果显著,张应武等用动态因子分析法对开放型经济发展进行了测度,目前尚未有动态因子分析法对城市的"双循环"新发展格局水平进行测度。[13]动态因子分析法是在以往的横向区际间比较分析的同时增加了纵向的动态变化分析,该方法在"双循环"新发展格局水平测度研究中的运用能够深入地阐述城市"双循环"新发展格局发展水平的横向水平和纵向变化。

动态因子分析法的具体操作步骤如下:

步骤1:对原始三维变量进行Z标准化处理,以消除量纲不同带来的影响,本文中即是对2010—2019年武汉及北京、上海、广州、深圳、杭州、南京和成都这8个城市24个指标的三维数据的标准化处理。

步骤2:根据各年份的协方差矩阵 $S_{(t)}$ 求解平均协方差矩阵 S_T,其综合反映了数据静态结构差异和动态变化的影响,具体计算公式如下:

$$S_T = \frac{1}{T}\sum_{t=1}^{T} S_{(t)} \qquad \text{(公式1)}$$

步骤3:求解 S_T 矩阵的得分系数矩阵,根据计算得到的累计方差贡献率大于等于85%的原则确定城市"双循环"水平评价公因子 F_i 个数 k,由公因子数量提取相应的特征值 λ_1、λ_2、$\cdots\lambda_k$ 向量 a_1、a_2、$\cdots a_k$。

步骤4:提取公因子并建立原始因子载荷矩阵,该步骤由笔者根据定义在Excel表格中通过矩阵运算完成。

步骤5:求解各城市"双循环"新发展格局水平静态的得分矩阵,公式如下:

$$C_{ih} = (\overline{Z_l} - \overline{Z_.})' a_h \qquad \text{(公式2)}$$

式中,$\overline{Z_l} = \frac{1}{T}\sum_{(t=1)}^{T} \overline{Z_{it}}$ 为具体城市的评价向量,$\overline{Z_.} = \frac{1}{I}\sum_{(i=1)}^{I} \overline{Z_l}$ 为总体平均向量,$i = 1,2,\cdots,I$;$t = 1,2,\cdots,T$。

步骤6:求解各城市"双循环"新发展格局水平动态得分,公式如下:

$$C_{ih} = (\overline{Z_{it}} - \overline{Z_t})' a_h \qquad \text{(公式3)}$$

其中,$\overline{Z_t} = \frac{1}{I}\sum_{(i=1)}^{I} Z_{it}$,为第 t 年的各指标平均值。

步骤7:根据上一步计算得出的各城市各年份动态得分计算出平均得分 E,公式如下:

$$E = \sum_{(t=1)}^{T} v_h C_{iht} \qquad \text{(公式4)}$$

其中 V_h 为特征值 λ_h 对应的方差贡献率,C_{iht} 为 i 城市第 t 年的动态得分水平。

三、实证结果及分析

(一)实证评估

运用STATA 12各城市"双循环"新发展格局水平进行评估,确定各城市的主成分公因子并利用方差最大化进行因子旋转(正交化),得出公因子特征值、方差贡献率和累计方差贡献率。本文根据累计贡献率大于85%的原则提取主成分特征

值，其分别为 6.6862（27.86%）、5.2595（21.91%）、4.1491（17.29%）、2.3662（9.86%）、1.6185（6.74%）和 1.4783（6.16%），括号中为所提取公因子相对应的方差贡献率，这6个主成分的累计贡献率达89.82%，说明选取的6个公因子已经能比较充分地反映原来24个指标与各城市的主要信息，即可以用提取出来的6个公因子来代表各城市的“双循环”新发展格局的综合水平。根据主成分得分系数矩阵（即平均方差-协方差 S_T 的特征向量）（见表2），可以得到各个地区所提取的前6个主成分与进行标准化后的原始指标之间的关系，即：

第一主成分 $F_{1i} = \sum_{j=1}^{J} a_{1j}\,\overline{zx_{ij}}$

第二主成分 $F_{2i} = \sum_{j=1}^{J} a_{2j}\,\overline{zx_{ij}}$

第三主成分 $F_{3i} = \sum_{j=1}^{J} a_{3j}\,\overline{zx_{ij}}$

第四主成分 $F_{4i} = \sum_{j=1}^{J} a_{4j}\,\overline{zx_{ij}}$

第五主成分 $F_{5i} = \sum_{j=1}^{J} a_{5j}\,\overline{zx_{ij}}$

第六主成分 $F_{6i} = \sum_{j=1}^{J} a_{6j}\,\overline{zx_{ij}}$ （公式5）

其中 a_{1j}、a_{2j}、a_{3j}、a_{4j}、a_{5j}、a_{6j} 代表第j个指标被6个主成分提取的信息，$\overline{zx_{ij}}$ 代表第 i 个城市第 j 个指标 Z 标准化后的平均值。

进一步求解各个公因子的载荷矩阵 A，便于对公因子进行深入分析，公式如下：

$A = \sqrt{\lambda_h a_h}$ （公式6）

其中，λ_h 为 S_T 矩阵得分系数矩阵的第 h 个特征值，a_h 为其对应的特征向量，结果如表2：

表2 因子载荷矩阵

指 标	F_1	F_2	F_3	F_4	F_5	F_6
人均道路面积	0.6752					
内贸依存度	0.5985					
国际经济合作程度	0.5467					
第二产业比重	0.5125					
外资依存度	0.5117					
技术市场化程度		0.8114				
地区科学研究与试验发展强度		0.6725				
第三产业比重		0.5260				
人均发明专利拥有量		0.2578				
内资依存度		0.2392				
外贸依存度		0.1642				
每千常住人口执业（助理）医师			0.7096			
人均资本形成额			0.6992			
人力资本市场潜力			0.6665			
旅游对内开放度			0.6309			
信息开放度			0.4311			
人均 GDP			0.3378			
旅客周转量				0.6759		
土地开放度				0.5234		
货物周转量					0.5903	
教育支出占比						0.4283
旅游市场对外开放度						0.3534
生态环境						0.0129
信息交流活跃度						

注：信息交流活跃度因子载荷量均为负数，不适用，因此在表中剔除了该指标。

从表2可知,对第一主成分(F_1)影响最大的因素为人均道路面积、内贸依存度和国际经济合作程度等,它们主要反映了各城市对内对外开放的程度和潜力,可以将这个主成分称为对内对外开放水平及潜力因子。对第二主成分(F_2)影响最大的因素为技术市场化程度、地区科学研究与试验发展强度等,该公因子的方差贡献率达21.91%,说明在"双循环"新发展格局中,科技潜力因子是重要的驱动力。第三个主成分(F_3)的影响因素主要包括每千常住人口执业(助理)医师、人均资本形成额、人力资本市场潜力等,可以称之为以人为本因子,说明"双循环"新发展格局水平不仅包括经济的发展,而且应重视城市中生活的人的全面发展。对第四和第五个主成分(F_4、F_5)影响比较大的是旅客周转量、货物周转量和土地开放度,主要代表了城市的交通枢纽及土地建设水平,可以称之为交通枢纽与土地开放因子,这两个因子影响力都在10%以下。第六个主成分(F_6)的影响因素主要包括教育支出占比、旅游市场对外开放度和生态环境,主要反映了城市的教育环境、旅游环境和生态环境,可以称之为基础环境因子。

(二)城市"双循环"新发展格局水平测度

按照动态因子得分法依次算出各城市"双循环"新发展格局水平静态、动态和综合得分,得分大于零表示"双循环"发展水平在平均水平之上、等于零表示与平均水平持平、小于零表示低于平均水平。

1. 静态得分分析

按照动态因子分析法的步骤操作,得出各城市"双循环"新发展格局水平静态得分,结果见表3。

表3 各城市"双循环"新发展格局水平静态得分及排名

城市	F_1	排名	F_2	排名	F_3	排名	F_4	排名	F_5	排名	F_6	排名
武汉	2.6043	3	0.1520	4	0.4525	4	0.9330	4	0.1198	3	-0.9150	7
北京	-3.1992	8	4.3472	1	1.7944	2	-0.2913	5	-0.2020	4	-0.3658	5
上海	-1.1008	5	0.2234	3	-1.7475	7	1.5620	2	1.6243	2	1.5852	2
广州	-1.6969	6	-3.5614	8	3.1336	1	1.0852	3	-0.2316	5	0.0713	3
深圳	-3.0782	7	-1.7347	7	-3.1201	8	-1.0380	6	-0.3115	6	-1.1384	8
杭州	1.0972	4	-0.3368	6	0.1319	5	-2.0262	8	-1.3373	7	1.7844	1
成都	2.6780	2	1.0920	2	-1.2866	6	1.6353	1	-1.4308	8	-0.3140	4
南京	2.6956	1	-0.1818	5	0.6419	3	-1.8601	7	1.7691	1	-0.7078	6

对内对外开放水平及潜力因子:由第一个公因子得分可以看出,南京市得分最高,武汉排名紧随成都之后排名第三,杭州排在第四位,这4个城市得分大于1,北京、上海、深圳和广州这4个一线城市得分在平均水平以下,主要原因是第一个公因子考察的主要是第二产业比重和对内循环程度,4个一线城市目前产业结构都为倒金字塔形,且都为国际化大都市,对内循环程度反而比不上武汉等内陆城市。

科技潜力因子:由表3可以看出,第二个公因子得分最高的是北京,其次是成都,这两个城市得分都超过了1,武汉紧随上海排在第四位。武汉是传统的科教大市,在科技方面有着得天独厚的优势,但是与排名第一的北京相比,得分差距极大,之所以武汉第三产业比重比不上北京,最大的原因是科技转换能力较低,北京的技术市场化程度远远高于武汉。

以人为本因子:第三个公因子排名最高的是广州,武汉排在第四位,但与广州相比差距较大,主要是由于广州作为一线城市经济实力雄厚,社

会保障健全,因此其人均经济实力和人均享有社会保障水平要远远高于武汉。得分最低的深圳虽然经济实力雄厚,但由于建市较晚,社会保障水平远远落后于其他3个一线城市,也赶不上武汉、杭州、成都和南京这几个历史悠久的城市,且深圳常住人口仅次于北京、上海和广州,因此其以人为本的发展方面排名最低。

交通枢纽与土地开放因子:从表3可以看出武汉这两个因子排名较为靠前,武汉是中部地区的枢纽,且武汉城市建设发展较快,土地开放度较高,因此排名在中间靠前位置。

基础环境因子:第六个公因子主要为教育、旅游和生态等环境因素,武汉这个因子排名较低,排在第七位,武汉是传统的老工业基地,且其位于中部地区,空气扩散条件较沿海城市较弱,因此虽然近年来武汉优良天数逐渐增多,但还是比不上其他城市。

2. 动态因子得分

根据动态因子计算步骤得出动态得分,结果见表4。

表4 2010—2019年各城市"双循环"新发展格局水平动态得分

城市	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
武汉	1.0994	1.0209	0.8161	0.9804	0.8829	1.0001	0.8743	0.7387	0.6747	0.7204
北京	-0.1452	0.3205	0.5830	0.2842	0.3424	0.3903	0.2872	0.5102	0.2651	0.2300
上海	-0.2843	-0.1895	-0.2392	-0.1219	-0.2036	-0.1138	-0.0699	-0.1449	-0.2553	-0.3641
广州	-0.8460	-0.9442	-0.7281	-0.7432	-0.6842	-0.6669	-0.4887	-0.4511	-0.2994	-0.3054
深圳	-1.5105	-1.8056	-1.9405	-2.0940	-2.1253	-2.2205	-2.1538	-2.0273	-1.9402	-1.8879
杭州	0.1873	0.0250	-0.0112	0.1440	0.1716	0.1429	0.0162	-0.1560	-0.0030	0.2293
成都	0.5410	0.7889	0.7460	0.7814	0.8183	0.8912	0.9072	0.9161	0.9137	0.7795
南京	0.9583	0.7839	0.7740	0.7689	0.7980	0.5766	0.6275	0.6142	0.6445	0.5981

从表4可以看出2010年以来武汉市"双循环"新发展格局水平呈现波动下降趋势,2010年处于最高值,2018年处于最低值,2019年出现回升,整体而言,武汉市"双循环"水平较为稳定,都处于0.6之上。

在4个一线城市中,北京呈现M字形发展趋势,2010年处于谷底,低于平均水平,之后迅速回升,到2012年到达第一个发展高峰后出现回落,2017年再次回到发展高峰,之后出现小幅度回落,但2011年以后北京的"双循环"水平都处于平均值以上,都大于零。上海呈现倒V字形发展趋势,2010年处于较低值,之后逐渐回升,2016年达到最高值,"双循环"水平接近平均值,后出现回落,2010年以来上海"双循环"水平都低于平均水平,但都非常接近平均水平。广州整体呈现V字形发展趋势,2011年达到最低点,"双循环"水平接近-1,之后整体呈现上升趋势,虽然一直未超过平均水平,但慢慢地和平均水平越来越近。深圳也呈现V字形发展趋势,但与广州相比,深圳"双循环"水平远远低于平均水平,2015年最低点跌至-2.22附近,虽然之后出现回升,但整体水平仍在-1以下。

在武汉的3个对标新一线城市中,杭州呈现W字形发展趋势,2012年"双循环"水平第一次低于平均水平,之后迅速回升,回到平均水平之上,2017年再次滑落到平均水平以下,但2019年又超过平均水平。成都呈现倒V字形发展趋势,2010年为其最低点,但"双循环"水平超过0.5,之后不断上扬,2017年达到顶点,接近1的水平,后出现轻微回落,但仍高于2010年水平。南京"双循环"发展趋势大致上与武汉趋同,都呈现波动下降趋势,2010年为其"双循环"水平的最高值,接近1,之后一直在0.5和1之间反复跳动。

3. 综合评述

根据动态因子步骤7计算出各城市“双循环”新发展格局水平平均综合得分,结果见表5。武汉、成都、南京和杭州这4个新一线城市的“双循环”水平综合得分都超过了平均水平,其中武汉“双循环”新发展格局水平综合得分最高,排在第一位。在4个一线城市中,只有北京的综合得分超过了平均水平,广州、深圳和上海均在平均水平以下,其中深圳的综合得分水平最低。从上述分析可知,“双循环”新发展格局与传统意义上以外循环为主的开放经济体不同,而是以内循环为主,因此作为对外开放先锋的深圳,在“双循环”新发展格局评价指标体系下,反而得分低于居于内陆、以内循环为主要发展模式的4个新一线城市。

表5 各城市“双循环”新发展格局水平综合得分

城市	综合得分	排名
武汉	0.9403	1
北京	0.2067	4
上海	-0.2194	6
广州	-0.6716	7
深圳	-2.0036	8
杭州	0.0961	5
成都	0.8697	2
南京	0.7818	3

通过表5可知,从地理区位上本文研究的8个城市新发展格局综合水平呈现自沿海向内陆逐步提升的分布趋势,这与我国新发展格局以内循环为主的判断基本吻合,体现出新发展格局水平与区域内循环发展依存度存在的正向影响关系。

四、武汉提升“双循环”新发展格局水平的建议

通过上文分析可知,武汉“双循环”新发展格局综合水平在8个城市中居首位,但与成都、南京差距不大,且具体来讲,影响武汉新发展格局水平的6个主要因子排名基本都居于中间位置,为进一步提升武汉的综合实力,可以从以下几个方面着力。

(一)促进新消费,扩大内循环影响力

从上文分析可看出,内循环已经成为影响城市“双循环”新发展格局水平的主要因素,而其中内贸依存度地位越来越凸显,武汉作为常住人口破千万的超大城市,提升内贸依存度的途径不仅包括提振城市内部消费力,还包括通过“线上”模式将产品推销出去:

一是大力发展夜间经济。首先是加强夜间经济整体规划布局。其次是不断丰富夜间经济消费内容供给,打造一批具有标志性和知名度的节庆、演艺活动、灯光秀、体育运动等品牌项目。再次是对标伦敦、纽约SOHO区等夜生活地标,促进夜间经济地标从点、线向块、圈、带状发展,打造具有全球影响力的夜生活地标。

二是鼓励“新消费”,打造新业态新模式。在疫情中“新消费”崛起令人瞩目。“新消费”是指由数字技术等新技术、线上线下融合等新商业模式,以及基于社交网络和新媒介的新消费关系所驱动的消费行为。新消费实际上是由网络零售业所引领和发动的,这使网络零售业与我国的内需增长深度绑定。“新消费”跑在整个零售业消费升级的前面,起到了领头羊与发动机的作用,成为带动经济新增长的新动力。

(二)强化科技创新,驱动“双循环”发展内生动力

从上文分析可知科技正成为驱动城市“双循环”新发展格局水平不断提高的重要动力。武汉应从以下两个方面强化科技创新:一是加大研发投入。2010年以来,武汉研发投入占GDP比重不断提高,但与一线城市相比仍存在差距,未来仍应继续加大研发投入,同时提高基础研究占研发经费的比重,为武汉长远发展提供深厚的基础性支持。二是加速研发成果转化应用。基础科学研究的突破,一般都会

带来应用研究的繁荣,并带来工业水平的提升。这需要加快研发成果转化应用,产学研紧密结合,链接工业生产、人才培养和研究开发。

(三)升级公共资源服务,回归“以人为本”的城市初心

城市“双循环”新发展格局水平的提升离不开城市中居住的人的作用,各城市之间的竞争由经济实力竞争,进一步扩展为以教育、医疗、公共交通、生态环境等公共资源为代表的综合竞争,回归“以人为本”的城市初心将成为城市新发展格局水平提升的又一重要驱动力。武汉在充分调动多方力量、加大政府投入教育力度的同时,应当不断丰富与加强科技教育资源,创新教育环境的投入与建设,为引进和打造科技创新人才培养特色创造条件。着力提升医疗环境建设,促进优质医疗资源均衡发展。同时还应发挥武汉依山傍水的生态优势,将武汉打造成宜居之城。

(四)补齐外循环发展短板,促进内外循环联动发展

从上文分析中可知,对武汉而言,2010年以来其内循环发展得到了长足进步,但其外循环发展一直是短板,为补齐短板,健全“双循环”新格局发展,武汉应采取如下做法:一是主动参与布局全球产业链,推动贸易发展。进一步推进对外开放,积极引入外资,积极把握当前宏观经济形势下,海外资本流入的机遇,以外来投资带动产业链入驻,进而带动贸易发展。二是推进贸易中心载体建设和布局优化。进一步在自贸区以及临港区进行制度创新,吸引境内外优质企业入驻,支持海关特殊监管区域整合优化。

参考文献:

[1]坚持用全面辩证长远眼光分析经济形势　努力在危机中育新机于变局中开新局[N]. 人民日报,2020-5-24(1).
[2]习近平. 在经济社会领域专家座谈会上的讲话[N]. 人民日报,2020-8-25(2).
[3]沈坤荣,赵倩. 以双循环新发展格局推动“十四五”时期经济高质量发展[J]. 经济纵横,2020(10):18-25.
[4]江小涓,孟丽君. 内循环为主、外循环赋能与更高水平双循环——国际经验与中国实践[J]. 管理世界,2021,37(1):1-19.
[5]金碚. 经济双循环视域下的需求侧改革[J]. 新疆师范大学学报(哲学社会科学版),2021,24(5):2,7-16.
[6]程恩富,张峰. “双循环”新发展格局的政治经济学分析[J]. 求索,2021(1):108-115.
[7]李曦辉,弋生辉,黄基鑫. 构建“双循环”新发展格局:中国经济发展新战略[J]. 经济管理,2021,43(7):5-24.
[8]丁晓强,张少军,李善同. 中国经济双循环的内外导向选择——贸易比较偏好视角[J]. 经济管理,2021,43(2):23-37.
[9]黎峰. 国内国际双循环:理论框架与中国实践[J]. 财经研究,2021,47(4):4-18.
[10]常冉,杨来科,张皞. 中国八大区域供需双循环与双重价值链分工——利用IRIOT-WIOT投入产出表的价值链分析[J]. 西部论坛,2021,31(1):32-47.
[11]马丹,郁霞,翁作义. 中国制造“低端锁定”破局之路:基于国内外双循环的新视角[J]. 统计与信息论坛,2021,36(1):32-46.
[12]裴长洪. 经济新常态下中国扩大开放的绩效评价[J]. 经济研究,2015,50(4):4-20.
[13]张应武,李董林. 基于动态因子分析法的区域开放型经济发展水平测度研究[J]. 工业技术经济,2017,36(3):123-130.

(作者简介:张玲玲,武汉市社会科学院区域经济研究所助理研究员,经济学硕士,研究方向为区域经济发展。)

(责任编校:曹莹)

武汉“时尚+科技”新消费研究

管妮娜

摘　要:在当下数字技术革新时尚产业的节点,以创新科技为时尚赋能、促进新消费发展已成大势所趋。本文梳理了“时尚+科技”融合发展的历程,研析了武汉“时尚+科技”新消费的发展现状与存在的主要问题,借鉴国内外时尚前沿城市“时尚+科技”新消费发展的经验,提出武汉加快现代时尚产业与科技融合发展促进高质量发展的总体思路,从健全政策保障体系、强化科技赋能时尚产业和科技赋能时尚新消费、培育引进时尚与科技融合的创新型人才等方面提出推动武汉“时尚+科技”新消费加快发展的对策建议,以期为武汉时尚与科技融合发展、提高“时尚+科技”新消费规模和质效、推动武汉经济高质量发展、打造时尚之都和国际消费中心城市提供建议与参考。

关键词:时尚;科技;新消费;国际消费中心城市

数字技术的快速发展催生了一系列新型消费业态和模式,新消费呈现增量升级态势,而“时尚+科技”的融合发展已成为新消费的热门赛道之一。以巴黎、纽约、米兰、伦敦等为首的国际时尚前沿都市和北京、上海、深圳、杭州等国内时尚标杆城市在科技赋能时尚产业方面,积极探索和践行了“数智护航”、线上线下多样化消费新模式及多方面规划辅助、政策支持等推进措施。当前,武汉正大力推进国际消费中心城市建设,打造新消费高地,武汉的“时尚+科技”新消费迎来了加快扩容提质的重要窗口期。比较和借鉴国际国内大都市在“时尚+科技”新消费赛道的发展及经验,武汉应当抓住机遇,以“互联网+”思维和科技赋能时尚产业,借助数字化高科技手段实现时尚产业转型和高质量跨越,促进时尚新消费发展提质升级,为建设时尚之都、国际消费中心城市和促进经济高质量发展提供坚实的支撑。

一、“时尚+科技”融合发展历程和国内外经验启示

(一)“时尚+科技”融合发展历程

时尚产业发端于法国巴黎与意大利米兰的服装制造业,在19世纪下半叶开始逐渐成熟起来,服装的高级定制带动了化妆品、香水、皮具、珠宝等相关产业的全面发展。技术进步一直影响和塑造着时尚设计与制造,历次科技产业革命促进了时尚产业的创新与繁荣。一是18世纪60年代—19世纪中期,第一次科技革命重塑了纺织制造和服装制造,珍妮纺织机、提花机、缝纫机和人造染料的发明,催生了19世纪晚期时装业的诞生。二是19世纪70年代—20世纪初,第二次科技革命期间缝纫机等机器的大规模应用、电器的广泛应用和

零售业的苏醒性发展,为服装批量生产提供了充分的生产和流通条件,推动世界时尚产业开始正式走入市场大潮。三是20世纪四五十年代,第三次科技革命为时尚创意设计和制造创新提供原动力,空间技术等高科技成为皮尔·卡丹、安德烈·库雷热等全球知名时尚品牌的设计灵感来源,新材料和技术使橡胶、塑料、尼龙等新材料进入时装界,广泛应用于服装鞋帽等领域。四是20世纪后期,第四次科技革命促进个人计算机的应用以及互联网等信息工具的普及,信息传播速度、普及程度极大提升,CAD计算机绘图软件和电脑提花机等计算机技术应用于时尚行业,推动了世界时尚的发展更趋平民化、大众化。五是21世纪以来,全球进入以信息化技术促进产业变革的智能化时代。科技与时尚的结合为时尚界带来创意设计灵感和创新发展支撑,同时也为消费者提供更加便捷和智能化的时尚产品。数字技术革命正在催生新一轮技术革命,在5G/6G、web3.0、大数据、云计算、人工智能、区块链及VR(虚拟现实)、AR(增强现实)、MR(混合现实)等数字新技术的发展推动下,时尚产业融合高科技的数字化、网络化、智能化转型发展,吸引着Z世代群体和追求个性化、引领性的时尚新消费群体,重构时尚体系价值链和时尚消费形态。

(二)国内外城市“时尚+科技”新消费发展的经验启示

1. 国际时尚前沿都市发展经验

巴黎、纽约、米兰、伦敦等当今最有影响力的世界四大时尚之都以其各具特色的时尚产业链、完善的政策法规、经典的时尚品牌、优秀的时尚创意设计、成熟的时尚教育体系、悠久的时尚艺术文化打造在时尚领域的核心竞争力和卓越优势,塑造了各具特色的时尚经济和商业文化,成为国际消费中心城市。各国政府将技术创新作为核心驱动力,高度重视科技创新对时尚产业的数字化智能化转型。一是政府注重扶持引导。随着当今数字化智能化时代的到来,各国政府注重顶层设计,积极布局数字经济发展,制定了关于数字经济的国家战略,美国、英国作为历次技术革命策源地,更是将数字经济升级为国家战略,超前布局数字基础设施建设;意大利成立数字技术创新中心,助力中小企业加快数字化转型;美国、法国、意大利设置了数字经济和时尚产业发展组织机构;法国、意大利将时尚产业作为全国最具竞争力的国家战略产业,大力扶持时尚产业与数字经济融合发展。二是推动时尚产业数字化转型。疫情进一步加速时尚数字化发展,促进了时尚行业跨界跨领域合作。法国巴黎大力支持技术进步和高新技术发展,将Lectra Fashion PLM、Modaris 3D制版等新技术应用于时尚服装产业。美国建设数字时尚高地,依托NFT(非同质化通证)与元宇宙等技术,延展出Crypto Fashion(加密时尚)的新概念,线上的NFT作品开始与时尚紧密结合,时尚虚拟化开始发展,虚拟服装、虚拟鞋应运而生,引领全球虚拟时尚、数字时尚发展。意大利米兰和英国伦敦为开展云计算、增强现实、沉浸式技术等研发时尚中小企业和时尚创意企业提供数字化转型资金、贷款优惠、税收抵免等扶持。三是传统时尚品牌线上化进程加快。老牌时装屋、高定时装品牌都开设了线上店铺,奢侈品牌加速与线上电商平台合作,探索“线上+线下”的新零售模式。四是国际四大时装周积极布局数字化转型。开启线上时装周、数字时装周、加密时装周,持续引领数字时代下的时尚风潮。全球时尚正在成为科技创新密集的时尚、多元文化支撑的时尚和可持续的时尚。

2. 国内时尚标杆城市发展经验

北京、上海、深圳、杭州作为我国时尚产业和数字经济标杆城市,积极推动时尚产业数字化转型,促进时尚新消费升级。一是政策引导扶持。紧跟信息化和智能化时代发展趋势,国家层面提出“2035年我国服装行业要成为世界服装科技的

主要驱动者、全球时尚的重要引领者、可持续发展的有力推进者,关键核心技术特别是数字化、网络化、智能化发展取得颠覆式突破”的战略目标,各地政府对标出台多项支持政策,将城市发展定位为与时尚产业、数字经济、消费中心城市相结合,鼓励和扶持时尚产业数字化发展和时尚消费升级。二是着力推动时尚产业链数字化转型。积极布局和强化时尚产业链和数字基础设施建设,支持服装企业进行数字化设计、智能制造、线上营销,杭州建立浙江省服装产业创新服务综合体,设立首个中国服装科创研究院,依托阿里云 supET 工业互联网平台建设纺织服装垂直行业级平台,深入实施“电商换市”,运用多种网络方式进行线上营销。三是培育数字经济企业,聚集电商平台。培育和聚集了以腾讯、阿里巴巴、京东、美团、字节跳动、华为、小米等为代表的优质数字经济企业,大力建设直播电商基地,如京东、抖音、快手、花椒、拼多多、携程、小红书等优质电商平台,提升数字时尚消费能级。四是建设数字化消费新场景。加快传统时尚消费场景的数字化建设,建成了上海国际时尚中心、深圳大浪时尚小镇、杭州九乔数字时尚产业集聚区、杭州大厦等一批智慧商圈、智慧街区、智慧商店,同时建设以 3D、XR、区块链等技术为支撑的上海国际时尚中心“元宇宙秀场”、“元杭州”平台等线上和虚拟消费场景。五是推动时装周数字化转型。探索并打造云上时装周、数字时装周、元宇宙时装周,创新 3D 打印服饰、即秀即买、线上数字订货会、云上直播等新模式,有力推动了时尚新消费。

3. 相关启示

我国时尚产业已构建起规模庞大、配套完备的时尚产业体系,是世界第一大服装纺织品生产国和出口国;我国科技创新取得了历史性的成就,数字经济规模和增速分别位居世界第二和第一,互联网、云计算、大数据、人工智能、区块链等时尚数字化所依托的关键技术取得显著进步。我国时尚产业既有制造经济的规模优势和技术优势,也有市场经济的人口红利与消费潜力,“大循环”和“双循环”新发展格局,为数字技术与时尚产业深度融合奠定了基础。[1] 当前,我国时尚产业数字化转型发展已迈入新阶段,与国际四大时尚之都相比还存在一些差距,我国时尚产业跨部门协同机制尚未确立,推动“时尚+科技”的消费着力点有待明确;时尚设计和品牌营销仍存在技术短板,数字化应用有待进一步深入;数字企业布局时尚电商平台的步伐有待加快,与以美国虚拟时尚平台 DressX 为代表的国外领军平台仍有较大差距;“时尚+科技”产品供给与消费的契合度有待进一步提升,消费规模仍有广阔的成长空间。我国应在充分借鉴国际经验的基础上不断引导时尚产业朝着数字化方向高质量发展。

二、武汉“时尚+科技”新消费发展现状和存在的问题

(一)发展现状

1. 推动时尚企业数字化智能化转型

武汉市将打造时尚产业作为加快产业转型升级的重要战略,积极推动以服装产业为核心的时尚产业发展。2021 年末,武汉市拥有较大规模的服装企业约 2000 家,拥有纺织服装规上企业 112 家,产生了猫人、爱帝和裕大华 3 家年产值 10 亿元以上的服装企业以及乔万尼、红人、佐尔美等汉派服装知名品牌,培育红 T 时尚创意街区、汉正街原创时装产业聚集区,服装产业规模逾千亿元。近年来,武汉服装行业聚焦科技赋能提升研发设计和创新能力,大力推进数字化研发、智能化生产、信息化管理,增强品牌影响力,科技与服装产业链融合的广度与深度不断拓展。一是科技赋能设计端。武汉一些头部品牌积极寻求与国际国内知名 3D 艺术家合作,推出 3D 设计模型,通过信息平台

大数据分析消费者反馈,运用数字化技术优化设计过程和方法,紧密联结消费者。红T时尚创意街区实施“数字化园区”战略,与华中区块链科技融合创新中心合作,通过区块链技术对园区企业核心创意设计成果进行服务和保护,推动时尚设计与数字技术进一步融合。二是科技赋能生产端。武汉服装企业依托本地全国一流的服装院校及其科研创新能力开展服饰新材料研发和应用,武汉纺织大学徐卫林教授团队创新的聚酰亚胺染色技术已在服装企业运用;本地设计师将异材质、超薄防风和抗紫外线等科技含量较高的面料、3D光影等创新设计面料运用于服装设计制作,运用激光技术等新工艺进行服装烧花等细节制作。在智能制造等方面,徐卫林教授团队与武汉裕大华纺织服装集团合作研发10万锭智能纺纱项目,建成100%国产化的全流程智能纺纱车间、全流程夜间无人值守工厂示范线,裕大华入选中纺联智能制造试点示范企业,引领了纺织行业转型发展的风潮。三是科技赋能销售端。武汉服装行业探索运用互联网、大数据、VR、AR等信息技术开展线上直播,拓展电商新零售等新型营销渠道,行业的销售端转型正在从销售渠道和店铺的数字化等初级层面向智能化运营管理、定制和个性化服务等深层方向发展。爱帝引入信息化与工业化“两化”融合发展理念,不断提升信息化技术支撑的新型销售能力,年产销规模达2500万件(套)。

2. 培育和聚集数字商务企业和电商平台

互联网公司和直播电商平台是推动时尚行业数字化转型、拉动消费的重要一环。一是培育了以斗鱼为代表的一批互联网公司,斗鱼作为武汉市和湖北省第一家互联网独角兽企业,已经成为直播领域的独角兽。二是大力建设汉口北、汉正街等直播电商集聚区,吸引直播电商机构入驻,引导本地企业加速布局直播电商赛道,目前汉口北整合汉派原产服装供应链企业200多家,通过直播电商每天有超过20万件汉派服装销往全国,汉口北等直播电商集聚区发展壮大,电子商务交易额突破1.5万亿元。汉正街云尚·武汉国际时尚中心聚集了近400家直播产业上下游商户,汉正街汉派服装直播带货交易额长期稳居抖音前三。武汉数字商务企业的培育和直播电商集聚发展促进了新汉派服饰数字化转型升级,红T时尚创意街区通过平台经济打造“设计师+网红”“直播+”时尚消费新模式,有力推动了时尚品牌新消费。

3. 加速打造“时尚+科技”新消费场景

武汉市聚焦时尚消费新趋势和新消费需求,打造线上线下时尚新消费场景,进一步激发时尚新消费潜能。一是推动传统商圈、商业街区加快智能化转型。江汉路、楚河汉街、光谷步行街、汉正街等传统商圈、商业街区正在加快数字化改造升级。江汉路步行街,实现从单体商铺数字化到商街整体智慧化升级发展,成为“5G+智慧商街”智慧步行街;江汉路智慧灯杆与建筑景观照明实现联动,配合运用VR、人机交互、人工智能、全息投影等数字光影技术的长江灯光秀,打造了时尚新消费场景和体验打卡新地标。运用“互联网+自助”模式,武汉智慧商店建设不断加快,推动建成湖北省首家大型智慧书店湖北省外文书店、“数字文化创新引擎”武汉中心书城、汉阳造创意产业园AIBOX智能服务空间24小时智能无人便利店、自助服装店等一批智慧商店,拓展时尚智能消费新场景、新服务。智慧商圈的加快建设,吸引了国内外品牌首店加速聚集,武汉首店数量跃居全国首店规模第一方阵,路易威登在汉举办全球首展,武商集团2022年举办时尚品牌首展143场,首店首发经济成为带动时尚新消费的“强磁场”,武汉成为“中国消费中心城市”10座城市之一。二是依托数字技术创新线上消费场景。探索运用VR、区块链等新技术创新服装消费场景,创新开发“C2M共同体模式下的服装定制区块链应用平台”并在裕大华进行试点,创新武汉时装周3D量体试衣、服装虚拟展示、智能VR穿衣镜等功能,打造VR“量

体裁衣”和虚拟试穿新场景,将消费者个性化、高端定制需求直接与服装企业柔性化、智能化生产对接,为消费者带来全新消费体验。

4. 积极推动时装周平台数字化发展

武汉时装周作为集发布、展示、商贸、研讨、竞赛等多功能于一体的时尚综合平台,自2012年创办以来,已发展成为仅次于中国国际时装周和上海时装周,与深圳、厦门、杭州等时装周齐名的全国十大时装周之一,在对接国际时尚品牌及企业、引进国内外知名设计师、促进时尚消费等方面发挥了重要作用。[2]近年来,武汉积极探索时装周数字化发展,科技应用进一步深化。一是时装周秀场设计数字化。武汉时装周秀场运用VR等高科技手段,以光影艺术的手法设计T台,将长江文明和现代武汉风貌与设计师服装展示相结合,打造科技与人文完美融合的沉浸式体验秀场。二是时装周平台功能线上化。运用互联网、大数据、VR、AR等信息技术,打造线上时装周和线上直播秀场,实现网上预约订票、扫码入场、3D量体试衣、服装虚拟展示、智能VR穿衣镜、“淘宝天天秀”直播等线上服务功能,创新“即秀即买”线上商业模式,带动3万多人参与、直播在线观看量突破3700万人次,总曝光量达到6.6亿次,时装周以数字技术助推了本土设计品牌实现商业价值,促进了时尚新消费。

(二)存在的问题

1. 政策法规体系和监管机制尚不健全

相较于国内外时尚前沿城市,武汉对于时尚产业及数字化发展的政策、法规配套相对滞后,监管机制不够完善,时尚产业数字化转型政策的支持和引领力度有待提升。在政策制定过程中,各相关职能部门、行业组织、企业及其利益相关方参与程度较低,制定政策的科学性不足。在政策实施过程中,缺乏一套科学严谨的激励约束、评估机制,政策实施保障力度不足。

2. 时尚产业数字化程度有待提升

武汉时尚企业全链条的数字化转型仍处于起步阶段,数字化、智能化、信息化转型较慢。在制造端,企业数字化转型意识薄弱、数字化设备成本较高、员工使用数字化设备难度较大等因素导致数字化转型动力不足、智能制造水平不高。在设计端,创意设计的数字化设计平台以及虚拟现实技术应用尚在起步阶段,与国内外时尚前沿城市差距较大,缺乏世界和国内知名时尚品牌。在供应链端,尚未运用数字化技术与面料、印染等产业制造和交易平台联动,现代时尚产业集群化水平有限。在推广端,武汉时装周探索的线上模式受限于技术制约,虚拟场景搭建尚不成熟,品牌传播效果未能充分实现,时装周线上功能和时尚品牌消费带动力与国内外一流时装周差距较大。另外,缺少京东、阿里等知名综合性在线交易平台,现有数字商贸平台对本地的时尚产业支撑能力不足。

3. 时尚与科技融合的创新型人才亟须培育

当前的技术创新和优秀人才激励机制与时尚产业发展对数字技术和人才要求不匹配,武汉本地时尚产业优秀设计师外流严重,时尚创意高端人才引进力度不大,具有国际国内影响力的设计师人才、时尚与科技的跨界人才、懂技术与运营的复合型人才、工匠大师等时尚高端创意人才匮乏,时尚产业数字化发展的人才基础有待夯实。

三、武汉“时尚+科技”新消费发展的路径与对策

(一)“时尚+科技”新消费发展总体思路

1. 功能定位

党的二十大报告指出,高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务。时尚产业具

有强大的渗透力、广泛的辐射力和深厚的感召力，随着数字科技的研究与应用不断扩展到传统产业，时尚产业的二次迭代升级发展与数字科技应用的高度融合将重构时尚体系价值链、品牌营销模式、消费者心理，时尚与科技、消费进一步有机融合将催生全新的时尚消费内容和形态。武汉应将现代时尚产业作为现代产业体系的关键组成和高附加值的重点产业集群，加快推进时尚与科技的融合发展，将科技赋能的时尚产业打造成为促进经济高质量发展、创造高品质生活的重要引擎。

2. 重点发展领域

新一轮技术革命的核心是数字技术革命，时尚产业与科技融合发展形成一种“业态创新”模式。武汉要顺应世界科技发展趋势，依托本地时尚产业基础和科技创新优势，通过创新、创意和创造对时尚传统产业资源要素进行整合，引导时尚产业层次从以个人装饰和美化为主的时尚用品核心层向以提高生活品质为主的时尚用品扩展层、以美化生活环境为主的时尚化环境延伸层发展，重点推动时尚纺织服装、美妆珠宝首饰、时尚智能穿戴、时尚智能家居、时尚智能汽车、时尚文旅消费等领域发展，培育和发展时尚产业数字设计创意、智能制造、供应链数字化、数字化消费新业态，推动时尚产业加快全行业、全链条数字化转型，实现“时尚+科技”新消费产品内容精品化、生产智能化、传播数字化、终端移动化、消费便捷化，促进消费提质升级。

（二）“时尚+科技”新消费发展对策建议

1. 建立健全“时尚+科技”新消费发展的政策保障体系

一是出台时尚产业发展规划、行动方案，明确发展目标、重点任务、工作安排，重点在数字化转型、智慧城市、时尚新消费建设等方面制定具体举措。二是成立跨部门工作专班，建立跨部门协调联动机制和信息共享机制，推动各项政策落细落实，引导时尚企业与数字企业对接；成立专家指导委员会，汇聚时尚和科技等领域权威专家和相关企业高层经营管理者，为时尚企业、设计师、科技企业提供智力支持，形成理论研究与实践相结合、专业指导性强的专家智库和平台。三是加大保障支持力度，在财政扶持、税收减免、金融支持、知识产权、人才培育、市场监管等领域加大对时尚产业数字化发展的精准政策扶持，充分叠加不同部门的各项扶持政策，扶持时尚与科技融合的示范项目。

2. 加强科技创新技术对时尚产业的支撑

抓住新科技革命的宝贵时机，推动创新链与产业链精准对接，加快形成创新驱动、数据驱动的时尚产业体系。一是充分发挥武汉科创、科教优势，培育时尚与科技融合的创新型研发机构，加强时尚产品设计、生产、传播和消费等环节共性关键技术研发，开发内容可视化呈现、互动化传播、沉浸化体验技术的应用系统平台，提高数字技术渗透率，推动前沿数字技术的创新性运用。二是发挥技术应用和数据驱动的作用，支持时尚企业建立技术创新体系，支持企业对新技术、新材料、新工艺、新装备等重点领域关键技术研发应用并予以资金扶持；支持企业借助人工智能、云计算、可穿戴、物联网以及大数据等创新技术和消费者大数据，整合研发设计、智能制造、生产批发、营销推广、零售等全产业链，提升供应链数字化能力；支持时尚与科技融合成果产业化推广，加快从样品到产品再到商品的转化，发展更加贴近消费者需求的时尚产品。三是扶持高新技术企业进入时尚领域，助力高端创意设计、智能终端制造、3D打印、“直播+”等时尚科技产业做大做强。

3. 加快推进时尚产业数字化转型

一是探索时尚智造新模式，支持条件成熟的时尚企业依托数字化服务商，应用先进装备和软

件进行数字化智能化转型升级,建设智能生产线和智能工厂,提升智能制造水平;鼓励时尚企业与科技企业合作开展面料研发、工艺设计等,建立良性合作机制。通过数字化赋能推进时尚产业设计过程、生产方式、商业运营、消费模式的全面变革,推进时尚产业高质量发展。二是鼓励龙头时尚企业运用新一代信息技术,建设企业大数据信息平台,结合消费者需求大力培育个性化订制、柔性制造、云制造等时尚高端制造业态。三是支持数字时尚企业发展。鼓励时尚企业利用数字与虚拟技术开发线上时尚产品,创新数字时尚业态和消费模式。四是加快培育一批数字化时尚类企业主体。培育一批时尚数字转型服务企业和创新应用企业,促进演艺、文博、会展等企业主动发掘时尚资源,实施数字化转型。鼓励电子商务、信息服务等行业企业构建时尚拓展服务平台,支持微商、电商、网络直播等时尚服务创新平台发展,重点支持开拓虚拟生态和仿真技术创作功能的数字时尚服务平台,使时尚品牌直达消费者。

4. 打造时尚与科技融合的新消费场景

一是发展数字商业新场景。大力推进5G网络、VR、AR、物联网建设落地,完善数字基础设施,推进传统商圈、街区数字化升级,加快智慧商圈、智慧商店建设,推进功能升级;打造数字街区、数字秀场、数字直播等一批数字化时尚消费场景,创建一批集展示、发布、交易等功能于一体的线上时尚商品专区,加快培育“云展厅”等数字服务场景,[3]促进国内外品牌开设首店,提升时尚新消费品质。二是探索加大数字时尚消费新场景。加快VR、AR、NFT数字藏品等元宇宙领域的科技手段进一步在时尚产业中的运用,[4]支持时尚类沉浸式虚拟社交和消费平台建设,打造数字化试衣间、沉浸式互动场景设施、虚拟试用装置,加大3D虚拟试穿、VR虚拟购物等体验式消费场景应用,鼓励打造NFT数字时尚商品商店、沉浸式虚拟展演、虚拟时尚衣柜、虚拟形象体验消费中心,进一步培育本土年轻时尚消费群体,建设沉浸式虚拟社交和消费场景,推动数字时尚品牌和产品首发,引领Z世代数字消费新潮流。

5. 依托数字技术做强武汉时尚品牌

一是加大时尚创意设计的科技赋能。数字技术与设计融合已成为时尚产业发展的新蓝海,武汉要充分发挥全球“设计之都”的优势,加快优化时尚数字化设计工具,强化创新驱动引领,大力发展以服装饰品、珠宝、智能家居、智能汽车为重点的专业时尚设计服务,推动时尚设计服务从产品设计向系统设计、服务设计、品牌设计、生态设计等领域拓展,重点研发新产品,孵化具有“老字号+文化+体验”元素的特色原创品牌。二是利用区块链等数字化手段保护时尚设计创新创意知识产权,探索运用区块链加密技术进行时尚创新创意的数字确权,为时尚设计创新提供坚强保障。三是建设线上与线下相结合、虚拟现实技术与实体展厅相融合的国内外大型时尚赛事、发布会、展销会,进一步提升武汉时装周、武汉设计双年展、武汉创意设计大赛、国际武汉斗鱼直播节等品牌会节的品质和内涵,强化品牌意识,打造本地品牌名片,激发消费活力,提高武汉时尚产业品牌的国内号召力和国际影响力。

6. 培育引进时尚与科技融合的创新型人才

一是加强大数据背景下时尚创意人才培养。依托武汉设计类高校集聚的优势,引导武汉纺织大学、湖北美术学院等高校探索设置适应时尚与科技创新融合的时尚创意及相关专业,做大做强时尚设计类教育产业,同时加强对时尚企业创意人才的培训,充分发挥高校和科研院所、时尚创意企业、园区基地、众创空间、孵化器等作用,推动产学研用合作培养现代时尚创意人才,全面提升创意设计产业核心竞争力。二是研究探索更科学的人才激励机制,重视时尚产业与科技创新人才的

留才、引才、用才工作,聚焦科技赋能时尚产业发展,大力实施时尚产业“学子留汉”工程,推动本土时尚产业从业群体的年轻化和专业化,持续打造科技创新和时尚产业人才服务平台;提升人才服务水平,优化人才配套服务,营造鼓励创新、宽容失败的氛围,让时尚与科技融合的创新型人才汇聚武汉,为时尚产业高质量发展注入原动力。

参考文献:

[1]马艳. 科技与时尚融合　开拓纺织行业发展新空间[N]. 中国工业报,2021-5-12(4).
[2]姚莲芳,徐柳怡,管妮娜,等. 武汉时尚报告(2021)——武汉时装周十周年[M]. 武汉:武汉出版社,2022:5-16.
[3]陈文晖,刘传岩. 北京时尚产业发展及未来展望[J]. 科技智囊,2022(8):4-11.
[4]李亚静. 探索数字技术与平台建设,推动制造业高质量发展[J]. 纺织服装周刊,2023(6):10.

(作者简介:管妮娜,武汉市社会科学院经济与金融研究所助理研究员,研究方向为区域经济金融发展。)

(责任编校:李翠军)

城市社区冲突类型与矛盾化解机制研究

——基于武汉市政务多源大数据的实证

肖泽磊　王　烨　章　强

摘　要:随着城市化的快速推进,包括利益、环境、权责和结构等多维度的社区冲突频发不断,寻求社区治理困境与矛盾化解机制、提升基层治理效能成为一个亟待解决的重大现实问题。因此,本研究聚焦"社区"治理单元,选取武汉市中心城区和新城区典型代表社区为分析单位,基于政务多源大数据,按照"冲突诊断—原因追溯—机制创新"的逻辑链条,识别当前我国城市社区冲突类型及其对应的冲突关系和矛盾形成机制。针对物理环境、社会资本、制度建设、公共服务和技术应用等五个层次的影响因素厘清不同的冲突治理策略,并以此提出提升主体治理能力、优化资本转化能力、增强服务供给能力和坚持治理主导技术的政策建议,以期为我国城市社区治理现代化提供理论参考。

关键词:社区冲突;社区治理;社区矛盾;政务大数据

一、研究问题的提出

城市社区是国家治理的重要载体平台,也是各项政策在城市落地的重要抓手,更是新时代国家治理现代化的基础工程。"十四五"规划明确提出,"完善社会治理体系,推动社会治理重心向基层下移,向基层放权,加强基层城乡社区治理和服务体系建设"。近年来,随着经济社会的发展转型与新制度、新技术的更迭,基层社区的空间结构及社会结构在不断变化,社区承载的功能也在日益扩展,这使城市基层成为一个愈加复杂的治理场域,面临着多重现实需求的治理压力。尤其是超大城市,其社区具有人口结构异质性、外来化和流动性特点,使得一些具有共性的治理挑战和社区冲突更为凸显,包括公共服务需求增加、居民参与缺失、共同体营造困难、治理规范不足、社区利益整合碎片化等,特别是居民服务精细化需求与社区回应渠道阻塞产生的"居—社"矛盾在武汉这样的超大城市表现得更为普遍和激烈。因此,寻求社区治理困境与矛盾化解机制、提升基层治理效能以回应居民需求成为当前社区治理现代化过程中一个亟待解决的重大现实问题。

二、文献综述与理论阐释

(一)社区冲突的文献综述

何谓社区冲突?科尔曼(1957)在《社区冲突》一书中首先提出"社区冲突"概念,标志着社区冲

突正式作为西方社会学研究的一个分支学科。他将社区冲突理解为社区中的人和组织为了自己的利益和目标而发生的冲突,并将这些冲突视为不同的社会结构问题,是各类经济争端、政治争端和冲突的价值观真实映射。[1]随后,学者们针对社区冲突类型基本达成了共识:一方面,从社区冲突的属性分析,社区冲突主要包括利益冲突、权力冲突、权利冲突、文化冲突和结构冲突;[2]另一方面,从社区纠纷的类型分析,社区冲突主要包括民事纠纷、邻里纠纷、物业纠纷和拆迁纠纷等。[3]

在城市社区冲突产生原因的研究方面:Parker C(2015)等通过探索性研究社区服务人员参与冲突解决的过程,指出文化冲突、专业资源缺乏、变革性建设与社区培训资源有限是致使社区冲突升级的重要原因。[4]原珂等(2021)通过对五个特大城市的社区调查,发现影响中国社会转型期社区冲突产生的因素有社区经济、社区治安、社区救助、社区服务、对社区的熟悉程度、社区管理制度或治理结构、户籍所在地。[5]Guo H 和 Jordan E J(2022)通过研究居民经历不同维度社会排斥的动态过程,指出社区冲突的主要原因表现为三方面不足:居民的有效参与、适应当地的经济政策和缓解社区关系的契机。[6]

在社区治理困境与矛盾化解研究方面:Asenjo Palma C(2019)讨论了"解决冲突"在社区发展中的实践价值,并从放弃中立原则、削弱严格的保密原则和重视解决冲突平台作用等方面探索社区冲突潜在的解决方案。[7]曹现强等(2019)指出转型期社会政策变迁带来的政策模糊性以及在问责压力增大的政治生态下,应选择不同的治理策略应对差异性的冲突场景,强调刚柔治理转化的限度。[8]原珂等(2018)提出应针对不同类型城市社区内的冲突表现,因地制宜,分层次厘清不同的冲突治理策略,进行精准化解与治理。[9]

综上所述,国内外社区冲突的研究成果较为丰硕,但从学理上来解析:一方面,现有文献从回应公民自主性角度对社区冲突的属性和本质的解析较弱,研究较为分散,呈现碎片化的特征。对城市社区冲突的相关理论、冲突诊断、原因溯源、升级过程以及化解路径等方面的探索相对较少,系统性与专业性尚存在可以进一步完善的空间。另一方面,现有研究比较偏重宏观性强、指导性弱的逻辑推理,数据支撑和案例协同的研究相对较少。实际上,城市社区是基层政府、市场以及社会力量三合一的治理场域,社区治理体系建设过程中也蕴含着多方主体重叠、行为互动共生的逻辑,[10]其间不乏微观主体、中观组织、宏观结构三者之间的矛盾与和谐共处的困境,从而诱发各种类型、不同维度的社区冲突,其治理思路更需要因境施策。

因此,本文在社区冲突治理的视角下,综合国内外相关研究的理论成果,考虑国内社区矛盾与冲突的本土化特点,结合我国城市社区人口结构和社区冲突特性,建立了"冲突诊断—原因追溯—机制创新"的解释框架。同时以武汉市典型社区为中观场域,建构社区冲突化解的中层理论。在此基础上,对问题进行由里及外,兼顾"软硬"特征的系统性、全面性和综合性的分析,并尝试从系统视角对城市社区冲突生成与化解机制的逻辑进行理论阐释。

(二)社区冲突的理论阐释

社区冲突与矛盾化解要秉承着"创新基层治理,提升治理效能"的理念,从"居社矛盾"趋近"政民共赢",从"零和博弈"走向"正和博弈"。"无矛盾,不社会",社区也是这样。若有科学的态度和理性的观念来引领,则可以大大降低业已发生的冲突的解决难度,这也是社区冲突化解和治理新情景设置的前提条件。

1. 社区冲突的分类

社区环境冲突。处于系统中的个体在选择适应和改变,行使自由反应的权力时,会意识到社区

的存在。在个人与“他者”不断交换信息和能量时,环境也在不断地适应和变化。具体来说,居民在动态的变化中,社区环境也在不断适应并影响着社区个人及群体的稳定和发展。[11]而社区环境对居民身心健康的影响也是近年来公共健康、社会学、城市规划等多学科领域关注的一个热点问题。[12]良好的社区物理环境不但可以有效融合异质性元素,影响流动人口融入社区的市民化进程和社区治理的有序进行,[13]还有利于塑造新型、和谐的社会关系。社区环境冲突主要表现为社区环境卫生“脏、乱、差”和基础设施老旧、破损与安全隐患等,这些因素都直接影响着社区治理的质量和效果。因此应将社区环境的建设和维护视为推进社区治理体系和治理能力现代化的基础工程。

社区利益冲突。社区利益冲突主要围绕社区公共利益展开,一般具有公共性和多样性两大特点,涉及社区空间内公共资源的分配、公共环境的维护和公共信息的分享等多个方面。[14]因此,本文将社区利益冲突定义为因社区公共资源与利益分配以及公共环境和互动平台维护而产生的矛盾与纠纷。由于社区不同治理主体的立场不同、资源分配和既得利益占有不同,在利益认同和问题协商方面存有异质性,达成共识的过程和结果有所差异,因此相应的行为选择和行动逻辑不能统一,使得居民出现行动差异、认知差异甚至冲突行为。[15]

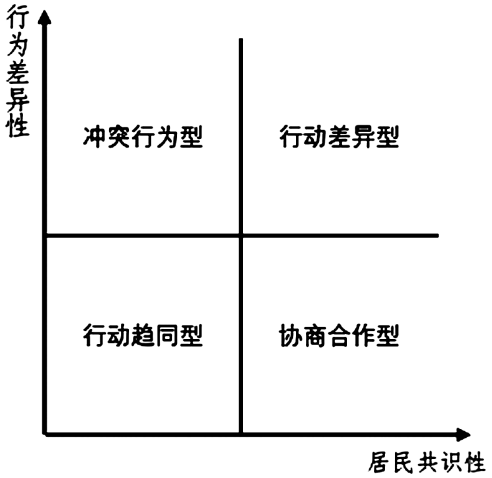


图1　社区居民共识性与行为选择模型

根据居民间共识性的高低和行为选择的差异,课题组将社区的利益冲突问题分为四种类型:第一,协商合作型。作为居民利益聚合群体的社会组织,在拥有完善的社区公共权力体系、稳定的社区秩序以及治理主体具有深层价值认同的治理场域中,基于居民需求的导向,参与社区商谈并能达成有效共识,居民协作意愿高,在公权力有序引导下能够促成协商合作与集体行动。[16]第二,行动差异型。在具有较高共识性的社区内,资源的分配情况会影响到居民行为选择的差异,进而影响集体行动的达成。参考马特兰德提出的模糊—冲突模型,应用于中国本土化社区冲突问题研究时,要考虑到象征性执行的问题。这种情况的前提是具备相应的人、财、物资源。若所需资源不足,即使与目标达成相关的多元主体有一定的合作基础,但若未形成具备优势地位的联盟,且各方因存在目标模糊、行动途径各异以及对于利益实现的不同立场和态度等因素干扰,容易造成行为选择的差异。[17]第三,冲突行为型。当社区异质性高、人员流动性强时,居民主体之间的陌生感、疏离感使得社区难以凝聚,利益主体彼此孤立和不信任难以促成合作的集体行动,反而因为各自的利益差异强化了各个利益主体之间的冲突和对立,从而导致社区冲突行为和矛盾纠纷的发生。第四,行动趋同型。在居民有一定合作基础和惯例的社区内,人们之间信任感较强、合作意愿明显、社会资本丰沛,往往能达到“求同存异”的效果,即使存在认知差异、共识性低的现象,由于居民对于社区公共意志的服从性较高,往往也能促成合作的集体行动。(见图1)

社区权责冲突。在现代城市社区治理的发展过程中,社区权责冲突主要表现为社区居民委员会、社区社会组织、业主委员会、社区物业服务体系、社区居民等主体之间的权责边界模糊和权责割裂。[18]社区中权力与责任关系,一般是指参与、决定和控制社区公共事务的权力,以及由权力衍生的责任关系。在现实中,由于数量多、异质性强

的居民主体的参与,使得他们之间的关系更为复杂。[19]由社区权责冲突引发的事件通常包括两类:一类是社区居委会、业主委员会和社区物业服务企业之间对社区公共权力的争夺,加之工作交叉、重叠从而引发的社区冲突;另一类则是发生在以上列举的三类治理主体与居民之间的冲突。

社区结构冲突。社区结构冲突是指围绕社区内部、社区组织与外部组织等主体,在运行机制、管理系统和治理模式等方面产生的冲突。社区结构冲突更倾向于对治理结构的关注,具体分为两类:一方面是社区机构或组织内部之间的冲突。在我国现行的社区管理体制背景下,社区党组织、居民委员会、业主委员会、物业服务企业、工作站以及其他社区社会组织等参与主体之间不仅存在着机构设置的混乱,并且常常互相推诿,扯皮甚至"打架";[20]另一方面,还存在着社区内部组织机构同社区外部执法部门之间的冲突。正是因为组织机构在设置上存在缺陷,导致在职能交叉、工作重叠的领域出现不作为、乱作为、缺位、越位、错位的现象,影响社区日常事务的正常运行。

2. 社区冲突的特征分析

在进一步探究城市社区冲突分类的基础上,本文认为当前城市社区冲突从类型上分析,呈现出多样化的趋势;从表现形式上分析,非对抗性占主导地位;从冲突的根源上分析,呈现多元性和复杂化的错综结合。

类型上,冲突呈现多样化的趋势。实际上,从城市社区冲突的四大类型中可以发现,新时期社区冲突不仅仅是单纯的民事冲突,也包括了经济纠纷、行政纠纷甚至也存在刑事纠纷,尤其是涉及民生类的社区冲突显著增加。具体而言,较为普遍且与公众利益直接相关的领域,如住房、医疗、教育、社群关系、小区环境、拆迁补偿等。[21]

表现形式上,非对抗性占据主导地位。矛盾哲学中包括对抗性冲突与非对抗性冲突两大类。当前产生于城市社区中的各类冲突,在表现形式上均具有对抗性、非对抗性或者兼而有之。对抗性冲突是指冲突双方在根本性质和根本利益上互相敌对、具有不可调和的矛盾,其斗争形式一般表现为剧烈的行为冲突。[22]非对抗性冲突是指双方没有在根本利益上发生冲突,因此冲突的表现形式一般较为温和,通常不表现为对抗性。就当前中国城市社区生活而言,民众的物质生活幸福程度较高,法治意识、协商意识等相对较强,因此冲突发生时行动者理性占据主导,大多数外显为口舌之争,激烈的行为冲突较少。综上,当前社区冲突中非对抗性冲突明显多于对抗性冲突,在冲突表现形式上占主导地位。

根源上,多元性和复杂性错综结合。一方面,冲突主体已经从社区居民间的矛盾逐步演化成为居民与居委会之间、居民与辖区各类型组织之间,包括政府部门、企事业单位、社会组织、自治组织等多元主体冲突并存的格局。同时,冲突中的居民个体也表现出多元性特征,既有下岗职工、农民工等相对弱势群体,又包括个体户、私营企业主、在职人员等。因主体的多元性而产生的错综复杂的价值观和利益观导致在社区场域内容易存在社会风险,成为社区冲突的导火索。另一方面,当前城市社区冲突原因已经由过去的线性因果关系变成了复杂性因果关系,即由简单的"一因"致"一果"向"多因"致"多果"转变。[23]99社区冲突再不仅仅涉及个人利益,而是包含了更多人的利益,如社群的利益、社会组织的利害关系等。这也使得化解矛盾的协调难度陡增,平衡各方利益所需的投入和时间将耗费更大。冲突的复杂化和长期化叠加,如果化解冲突的能力超出了社区所能承载的范围,存在引发更大的社会矛盾的风险。

三、基于政务大数据赋能社区冲突治理的武汉实证

武汉是中部六省中唯一的副省级城市,其较高

的经济发展水平和较为成熟的城市发展阶段赋予其超大城市的社区承载容量。作为省会城市的武汉在社区抗疫方面交出了一份较为满意的答卷,但是也暴露出社区固有的、本质的矛盾与冲突。同时,为不断优化社区治理效能,武汉市整合并升级政务服务一张网、市长专线、数字城管、城市留言板等办事和报事入口信息,构建全市统一的“民呼我应”信息化服务平台和武汉微邻里移动应用,成为数据共享、信息贯通、问题研判的主要依托。

(一)冲突诊断

在社区抽样方面,考虑到新老城区属性差异,结合各个城区的实际发展情况和典型特征,抽取W城区和D城区分别作为中心城区和新城区的代表。W城区作为著名古城,有丰厚的历史文化底蕴,是全省的政治、文化、信息中心,也是武汉7个中心城区中财政收入最高的城区;D城区于2010年升级为国家级经济开发区,是武汉三大国家级经济技术开发区之一,也是武汉市新城区的代表,因而两城区成为本研究选取的典型样本。在研究的时间跨度方面,设定2021年1月到2022年6月为研究区间,数据来源主要包括:“民呼我应”信息平台、市民热线和“微邻里”移动App等大数据政务信息交流平台。为保证信息数据具有代表性、完整性和真实性,本文按照场域类型即“老旧型”“商住型”和“综合型”等对数据进行分类,从社区上报到街道办受理,从居民反映问题到市级下发街道,贯穿基层治理流程的全过程,试图从居民视角对武汉市社区冲突进行“360°”的剖析和探究。具体抽样社区分布情况见表1。

表1　武汉市W城区和D城区社区情况

研究对象	城区类型	所辖社区(个数)	社区类型
W城区	中心城区	139	老旧型(51),综合型(67),商住型(6),单位型(10),村改居(2),其他(3)
D城区	新城区	70	老旧型(21),综合型(20),商住型(20),其他(9)

根据W城区和D城区具体社区类型的情况,以“案件类型名称”“案件关键词”“来话内容”等关键词类目爬取武汉市典型社区出现频次最多的冲突和问题,并通过对二级问题的重新总结归类得到一级问题。以“环境卫生问题”为例,其囊括的二级问题有生活噪音问题、油烟污染、粉尘污染、建筑垃圾、路面破损等,由于涉及类目过于繁琐,在此不做一一列举。从具体的数据来看,虽然冲突类型较为广泛,但仍有显著的集中性,群众反映较为突出的前3项问题占总样本比例分别为36.9%、17.0%和16.0%,累计占比高达69.9%,具体问题分布情况见图2。

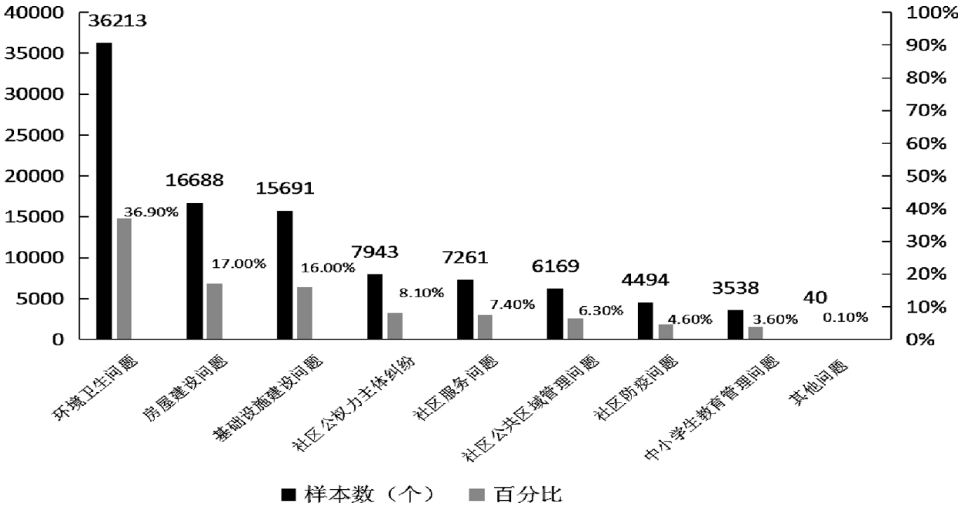


图2　武汉市典型社区不同冲突问题数量与所占比例

注:其他问题包括市场物资供应、交通管理、民事纠纷等管理、民事纠纷等。

基于当前数据,参考现有社区冲突解释模型,同时结合我国超大城市社区的场域特点及冲突的不同属性,课题组将武汉市典型社区冲突按照环境冲突、利益冲突、权责冲突以及结构冲突等四个维度进行分类。同时将现有社区冲突中最具有代表性的事件进行提炼浓缩、归纳总结,从而为剖析矛盾和冲突出现的原因奠定基础。(见表2)

表2 武汉市典型社区冲突表现与冲突类型

冲突类型	冲突表现
环境冲突	1. 生活垃圾、道路不洁、生活噪音等问题; 2. 公共设施老旧、破损或设置不合理; 3. 私搭乱建、污水、垃圾协商处理不当
利益冲突	1. 学区划分不合理,中小学生入学资格分配问题; 2. 拆迁问题(强拆、拆迁款以及拆迁过程中造成的生活不便等问题); 3. 工作人员滥用职权所产生的房屋纠纷和申领低保等问题
权责冲突	1. 认为业委会组建过程不够公开透明,对结果不满意; 2. 物业纠纷(乱作为、不作为、腐败、投票不透明、乱拆乱建等现象); 3. 业委会违规操作,掏空维修资金
结构冲突	1. 业委会组建过程不够公开透明,居民及其他部门对结果不满意; 2. 社区强行驱逐物业; 3. 执法部门的越位、缺位现象

(二)问题溯源

结合政务信息和移动政务大数据以及课题组专项实地调研发现,武汉市中心城区和新城区社区冲突产生原因无显著性差异,主要冲突原因包括治理结构不完善、权力机构职能“打架”、基层公权力越位与缺位等,这也被大多数研究者认同。[24]但同时课题组认为,要溯源武汉这样的省会城市社区的矛盾冲突,不能仅仅从单一角度或者孤立维度简单地追求个别矛盾的探寻,要以综合性、全面性的眼光来探讨城市社区冲突和矛盾的根源和瓶颈,厘清冲突发生和现实治理的运行逻辑和内在张力,从而为提升超大城市社区治理效能提供整体行动方案。

1. 物理环境:环卫管理滞缓与维护工作缺位

社区环境卫生与公共设施,作为居民共同生产生活的关键场域的重要组成要件,直接影响到居民的身心健康与社区治理进程。具体而言,武汉市三类典型社区中居民反映最突出的问题是环境卫生问题(垃圾、噪音等),达到了36213个样本数量,累计占比达到36.9%,因其与居民的衣食住行切身关联,容易成为社区治理的重点。这表明社区环境卫生质量是居民关注的焦点问题。除此之外,积水漏水、路面破损等社区市容环境管理问题分别有6524件和14493件,约占样本总体的6.7%和14.8%,这些具有较强复杂性、重叠性的问题也暴露出社区工作人员对于公共设施维护和更新工作的缺位。这种缺位,不但影响社区居民的身心健康、激化居民的不满情绪,也可能间接造成社区资本的流失、居民归属感的降低,从而影响社区治理的稳定性。

2. 社会资本:共同体意识式微与自组织发育孱弱

社会资本被认为在提供社区公共产品和促成集体行动方面发挥了重要作用。[23]100普特南在对意大利不同地区制度绩效的研究中将社会资本作为重要的解释变量,根据社会网络、信任和互惠规范的三位一体观点,认为社会资本在促进合作行为、实现集体目标等方面具有重要作用。[25]然而,经历了“单位制—街居制—社区制”不断转型的中国城市,社区资本本身的存量不足,即使社区居民较容易形成共识,也因薄弱的联系网络和差异性的利益取向在行为选择上存在分歧,容易引发以个人为单位的社区冲突。结合数据分析和实地调研发现,城市社区治理中由于社会资本匮乏导致的冲突与矛盾主要表现在三个方面:其一,治理主体间的信任缺乏。这突出表现为社区与居民之间的不信任导致政群之间的矛盾不断加深,例如对业委会的决议不满

意、质疑业委会的组建过程不够公开透明等。其二,社区自组织发育孱弱。参考武汉市W城区的政务数据,申领低保、失业金等问题因频次较高(约有1962件,约占总样本的2%)成为热点问题,但此类意见都是以个人为单位逐次反映,缺少由个人向组织的黏合过程,[26]缺乏居民需求的有效整合,进而影响问题处理的解决效率。其三,居民参与的文化氛围营造不足。这表现在无论是居民还是街道办反映的社区冲突均主要集中在与居民自身利益息息相关的环卫垃圾、养老以及资格分配等问题,而社区的安全问题与社区文化氛围的营造等问题则甚少涉及。[27]

3. 制度建设:制度冲突激化与居民参与不足

社区冲突和矛盾的解决有赖于制度手段的运用。规范性的力量可以诱导治理主体在一定的规则下相互合作,从而使社区权力和规则从无序状态转为有序状态。制度作为建设社区的稳定手段,在特定的时间点和阶段上,也会出现动态的变化。某项新型制度的实施之所以会在不同的政治、经济和社会环境下呈现出不同的效果,主要是因为该新型制度与已有制度之间存在耦合偏差,即存在制度冲突。[28]同理,当"旧"制度面对新的社区冲突和利益纠葛时,也会出现不适应和不适用,从而出现在行为指引上互相矛盾或冲突的现象,导致社区治理主体因制度冲突而无所适从、行为紊乱,影响其参与能力和参与机会。[29-30]以抽样数据为例,从2021年至2022年上半年6个季度以来,武汉市因多方利益协调机制不健全、治理主体权责边界不清而诱发的社区矛盾困境共计19609起,约占样本总体的20%。典型问题包括:"社区其他公权力主体强行驱逐物业""业委会违规选举""执法部门缺位、越权"等的现象。这不但影响了社区日常事务的正常运行,也让居民和社会组织等其他治理主体"无门可循",打击其参与积极性,对社区发展持保留或观望态度。这种恶性循环,使社区治理陷入被利益冲突、权责冲突、结构冲突等裹挟的困境。

4. 公共服务:服务意识淡薄与供给内容低质

当前,我国基本上已经形成了结构完整、内容多样和多元供给的社区公共服务体系,极大地满足社区居民的日常生产生活需求。[31]但与居民日益增长的公共服务需求相比,仍然存在社区公共服务人员分布不均衡、工作不规范和服务不精细的问题。具体表现为投诉社区服务人员"服务态度不好"(0.6%)、"资源分配不合理"(2.7%)、"工作过程互相推诿、故意拖延、逾期不回复"(3.7%)等。这充分说明在当前的社区工作中,部分工作人员服务意识淡薄,服务队伍的专业和道德素质亟待提升。

除此之外,社区公共服务供给的同质化且不匹配问题也同样值得重视。现行社区公共服务是在政府指导下的标准化供给,具有覆盖面广、个性化低的配置特征。统一标准的服务供给意味着对公共服务的质量进行精准把控相对较弱,导致许多社区公共服务供给的质量良莠不齐。如部分社区的卫生、文娱设施年久失修又缺乏及时更新等。这些现象容易引起居民的不满,降低居民的满意度。以武汉市W城区的典型社区为例,设施老旧破损等问题表现在数据上有23798件,约占样本总体的24.2%,如居民反映"公共设施老化破旧""路面破损""消防设施老旧隐患""下水道破损堵塞"等问题比比皆是。

5. 技术应用:化解平台缺失与舆情管理漏洞

伴随着城市经济的发展与网络社会的来临,无论是人们的生产生活、管理机构的运作,还是权力机关的组织运行以及社会整合和认同的方式都发生了巨大的变化。社区居民的权利意识觉醒、法治观念提升、多元化的需求和单一的反馈机制之间难以制衡,城市社区的矛盾与冲突也在与日俱增。

以武汉市为例:一方面,无论是市民热线、城

市留言板还是“微邻里”类似的意见反馈平台,均缺少冲突化解功能的设置,尤其对于市民反馈“问题未解决”“结果需要考虑”以及“问题仍待处理”的情况,未能及时跟踪冲突的处理过程,导致市民对平台的运作效率不满。根据已知数据,当前冲突调解与化解工作的重心主要在于冲突形成之后的“事后处置”,缺乏预测、预防、排查功能的机制和平台。在这种情况下,由于化解平台缺失和服务平台功能受限,如今的调解手段为了“稳定”和“立竿见影”,免不了行政化手段的介入,这明显挫伤了包括社会组织和社区居民等相关治理主体参与的积极性。[32]

另一方面,现行信息服务平台对于数据的统计和筛选大多限于事件发生地、发生时间与关键词的简要记录,对于事件的处理流程和反馈并没有得到很好的反映。例如,占研究有效样本18.5%的事件都因缺少实际参与者的联系方式而“无处反馈”,直接影响到社区矛盾化解的及时性和有效性,这也恰恰反映出当前社区舆情管理的漏洞。基层社区是社会的基本细胞,而社区舆情独具的分散性、不均性和多样性更是加剧了社区冲突的复杂性。这突出表现为社区冲突领域跨度广、事件类目琐碎、反映渠道分散等特点。因缺乏具有针对性、现实性和适切性的舆情引导,造成舆情“产生—传导—处理”这一流程过程长,效果差甚至问题反复的现象,这在无形中阻碍着社区冲突的化解进程。

四、优化城市社区冲突化解机制的对策

建设城市和谐社区需要在不断的动态变化中寻求平衡,在不断地认识问题和化解冲突的过程中总结经验,从而为提升社区治理效能提供理论指导。基于对武汉市社区治理中的冲突诊断和问题溯源,本部分针对引发社区冲突的五大维度问题,通过构建主体高效合作行动机制、全过程资本转化机制、专业主动服务机制和健康有序信息互动机制四个机制探索武汉市社区建设的矛盾化解机制,从而为兄弟城市推进社区治理现代化抛砖引玉。

(一)提升主体治理能力,构建高效合作行动机制

根据“结构—功能主义”理论,提升主体治理能力的首要因素便是找寻整合治理主体行动的核心力量,即实现基层党建对社区事务的有效引领。基于此,课题组认为:第一,要关注干部队伍素质与能力的提升,推进干部队伍和晋升渠道的建设,从组织,思想和作风三方面着手树立典型模范,增强党建对社区治理的引领能力;第二,健全基层党组织内部全覆盖的组织结构,同时优化基层党组织外部协同联动的网格结构;第三,依托大数据服务平台对居民需求信息进行整合,在此基础上拓展与社区居民需求相匹配的城市社区治理综合服务功能,为民主协商、利益整合、需求反馈等提供载体与渠道。

同时,有针对性地加强社区治理主体协同机制的建设,调动居民参与社区治理的积极性。对不同社区治理主体的职责范围和相互关系作出明确规定,厘清行政自治和社区自治的边界,解决治理主体缺位、错位、越位的问题,这是开展居民协商的基础,也是全过程人民民主的重要体现。[33]除此之外,应从制度化角度考虑社区居民参与渠道的拓宽,建立长期稳定的多方协商合作机制,减少协商主体之间的信息不对称问题,促进不同治理主体之间的理性沟通,这也是对社区治理困境与矛盾化解机制的有益探索。

(二)优化资本转化能力,构建全过程资本转化机制

社区的社会资本是维系社区作为地域共同体得以存续和发展下去的关键要素,是基层自治的重要治理资源。因此,课题组认为加强社会参与、

提升社会资本、培养公民的社区共同体意识和自组织化是破解社区治理困境之法。

一方面,要培育社区资本,增强社会信任和社区凝聚力。通过创造以人为本的生产生活氛围,促进居民之间自发的日常互动,让居民广泛参与到社区治理中来,以“参与式治理”化解社区矛盾,实现居民从“旁观者”到“治理者”的角色转变;同时积极赋权于民,让社区居民真正感受到“主人公”的精神和待遇。[34]特别是要注重对社会组织的投资,引导和支持社会组织的培育和发展,鼓励社区居民成立各类文体团体,积极举办多样的文化活动吸引群众参与其中,培育居民的社会共同体意识。

另一方面,要构建社区资本的转化机制。作为社区重要的文化资源,社区资本要能够有效调动多方主体参与社区治理,提高社区资源的分配与利用效率。例如,社区资本较为丰富的社区可尝试通过建立诸如旅游、文化周边等的文化产业将其转化为物质资本;又如,部分组织化较强的社区可以经由自组织或志愿团体的方式动员起来,从而转化为行动力量或物质资源。[35]

(三)增强服务供给能力,构建专业主动服务机制

有序健全社区治理的服务供给机制。首先,考虑到社区公益类自组织的缺位,应重点关注社区志愿者组织在社区服务中的重要角色,逐步实现社区志愿服务向着规范化、常态化和项目化的方向发展。尤其要发挥志愿者组织内党员先锋模范作用,积极引导党员首先支持、参与到社区的各项工作中去;特别是参与到社区重要事项、有争议事件的商议与协调中去,协助社区各项服务工作的开展。其次,积极引导社区志愿者组织转变服务思想,化传统的被动“响应”为主动服务,常态化组织为民服务志愿活动,助推和谐社区的建设。最后,要对社区公共供给进行精细化管理,精准配置各类公共服务资源。这可以借助公益创投、政府购买公共服务等形式,推动社区服务与居民多元化需求的精准匹配,[36]从而提升社区的公共服务水平,为尽可能减少甚至避免社区冲突的生成创造好的服务文化。

提高社区社工“素质化”与“组织化”水平,这是破解部分社区工作者服务意识淡薄、供给内容低质等问题的题中之义。首先,应提高社区工作者综合素质和专业化水平。一是可以依托高等院校,积极引进社会工作机构参与社区服务,促进社区服务的专业化、规范化和科学化。二是抓好社会组织综合服务中心的孵化培育,加强对枢纽型、支持型社会组织的培育。三是强化社区权益、养老、文娱服务等各领域专业社工机构的建设,逐步提升社区社工队伍的整体素质和专业性,构建更有凝聚力的社区治理共同体,实现共融共创。其次,针对社工组织化程度低的现象,一要加大对社工工作的放权赋权力度,同时,探索进一步优化政府职能部门与社工机构之间的关系,建立平等的合作关系。经双方协商设置社会工作内容清单,机构有权拒绝执行超出清单范围的内容。二要注重社工管理“平台化”,优化团队建设,定期、定点在社区开展实务培训,在社区工作中探索社会工作职业化发展方向。三是要引导社会组织和专业社会工作者进入社区,联合社会各方创新服务项目,为特殊利益群体和弱势群体提供极具契合性的服务。

(四)坚持治理主导技术,构建健康有序信息互动机制

依托信息技术梳理社区舆情和强化“居—社”协商成为社区矛盾与冲突化解的先行一步。但引入“技术治理路径”并非简单地引入或者运用新技术来提升社区冲突的治理成效,而是依托大数据时代迅速发展的信息技术,对社区冲突事件进行

监测、预警、研判、处理、反馈等一系列的治理流程。[37]坚持治理主导技术是将信息技术作为社区治理工具补充的新路径,以满足居民诉求和增进社区稳定为核心的技术创新模式。

同时,合理运用信息化智能手段,切实做好社区舆情在社区冲突应对中的合理引导和有效应对。在社区具体的管理工作中,应适时引导党和政府、社区能人、社会权威舆论等媒介,紧紧围绕和谐社区有序发展、有效治理、有情互动的"三有"目标这一根本舆情导向,充分利用智能化、现代化、亲民化的舆情传播媒介,创设信息发布 App 或搭建政群互动平台,遵循社区"居民投诉—事件处理—意见反馈"的冲突调解路径,把握社区调解有门、和谐发展的宣传力度,切实确保社区舆情环境清净、社区舆论空间清朗,为社区冲突化解提供良好的舆论氛围和舆情环境。[38]

参考文献:

[1]COLEMAN J S. Community conflict[M]. New York:Free Press, 1957:58-67.

[2]高千,张长虹. 中国农村社区冲突:类型特征、治理困境与路径优化[J]. 宁夏社会科学,2020(5):116-124.

[3]秦瀚波. 论新市民社区冲突及化解路径[J]. 中国管理信息化,2015,18(16):230-232.

[4]PARKER C. Practicing conflict resolution and cultural responsiveness within interdisciplinary contexts: A study of community service practitioners[J]. Conflict Resolution Quarterly, 2015, 32(3): 325-357.

[5]原珂,李少抒,廖逸儿. 社区冲突生成的影响因素探究——基于中国特大城市北上广深津的问卷调查[J]. 河南社会科学,2021,29(4):78-85.

[6]GUO H, JORDAN E J. Social exclusion and conflict in a rural tourism community: A case study from Likeng Village, China[J]. Tourist Studies, 2022, 22(1): 42-60.

[7]ASENJO PALMA C. Conflict resolution in community development: Are the benefits worth the costs?[J]. Critical Social Policy, 2019, 39(2): 268-288.

[8]曹现强,张霞飞. 刚柔并济:社区冲突视域下地方政府治理的双重逻辑——基于配建"共享小区"冲突的多案例对比研究[J]. 中国行政管理,2019(12):58-64.

[9]原珂,李少抒. 城市社区冲突:治理问题与策略探究[J]. 学习论坛,2018(7):65-71.

[10]包先康. 社会工作介入农村社区"微治理"研究[J]. 社会科学辑刊,2021(6):51-59.

[11]德鲁克基金会. 未来的社区[M]. 魏青江等,译. 北京:中国人民大学出版社,2006:157-163.

[12]陈小英,于海燕,俞林伟. 社区环境对流动人口健康的影响——基于户籍差异视角的比较分析[J]. 浙江社会科学,2021(9):91-100,158.

[13]徐延辉,邱啸. 社区弹性与农民工市民化[J]. 社会科学战线,2021(8):204-212.

[14]原珂. 中国城市社区冲突及化解路径探析[J]. 中国行政管理,2015(11):125-130.

[15]于显洋,郭锡山,张亚鹏. 空间转型与社区治理反思——基于平海市柔河区村居混合社区调研分析[J]. 北京行政学院学报,2020(3):1-8.

[16]尤琳,罗志强. 中国城乡社区协商治理:分析框架、运行机理与实践成效——以南昌市西湖区"幸福微实事"为例[J]. 江汉论坛,2022(3):124-132.

[17]王法硕,王如一. 中国地方政府如何执行模糊性政策? ——基于 A 市"厕所革命"政策执行过程的个案研究[J]. 公共管理学报,2021,18(4):10-21,166.

[18]范慧. 公共卫生危机下社区治理的风险透视及规避逻辑[J]. 社会科学辑刊,2021(4):56-62.

[19]张霞飞,曹现强. 空间边界争议:对城市产权混合社区冲突的理论解释——"隔离墙争议"的扎

根理论研究[J]. 甘肃行政学院学报,2020(6):66-79,126-127.
[20]闫冰. 城市社区治理的碎片化及其整合:协同治理的视角[J]. 郑州大学学报(哲学社会科学版),2021,54(5):27-32.
[21]任绪保. 社区多元协同治理浅析——新时代基层社会矛盾源头治理的有效机制[J]. 中共乐山市委党校学报,2020,22(2):85-88.
[22]邵欣悦,巩宇飞,谢莉勤. 社区冲突的类型及防控研究[J]. 南昌师范学院学报,2020,41(1):15-18.
[23]张梁梁,李世强. 社会资本与乡村善治:基于"三治融合"的视角[J]. 城市发展研究,2021,28(11):98-103.
[24]徐顽强,李敏. 基于公共价值导向的城市社区治理架构研究[J]. 宁夏社会科学,2019(2):129-137.
[25]易承志,王艺璇. 社会资本对城市社区生活垃圾分类绩效的影响——基于上海H街道的案例分析[J]. 北京行政学院学报,2021(5):113-120.
[26]张弘莉. 重新发现社区:空间媒介化与媒介空间化——以社区自组织为例[J]. 当代传播,2021(5):48-52.
[27]周济南,罗依平. 城市社区合作治理失灵的矫正:一个社会资本理论的分析框架[J]. 湖湘论坛,2021,34(4):118-128.
[28]徐建宇. 城市社区新兴社交驱动技术治理:力量、支撑与限度[J]. 探索,2021(6):147-161.
[29]陈建平. 制度冲突对社会组织参与城市社区治理的影响——基于J省的实证研究[J]. 贵州师范大学学报(社会科学版),2021(5):28-37.
[30]王志立,刘祺. 数字赋能市域社会治理现代化的逻辑与路径[J]. 中州学刊,2023(2):73-81.
[31]李春生. 大数据驱动社区公共服务精准化:问题面向、运行机制及其技术逻辑[J]. 湖北社会科学,2021(6):41-48.
[32]刘天元,田北海. 治理现代化视角下数字乡村建设的现实困境及优化路径[J]. 江汉论坛,2022(3):116-123.
[33]张锋. 乡村振兴背景下农村社区协商治理机制研究[J]. 上海行政学院学报,2019,20(6):82-90.
[34]吴海琳,程茹. 走向"复合型社会"赋能的智慧社区建设——空间社会学视角下的"十三社区"案例分析[J]. 福建师范大学学报(哲学社会科学版),2021(4):85-96.
[35]靳玉茜,唐军. 复杂适应系统视角下的城市社区协同治理困境与应对策略研究[J]. 北京工业大学学报(社会科学版),2023,23(2):38-47.
[36]赖金茂. 基层党建引领城市社区治理的逻辑、困境及路径[J]. 城市学刊,2019,40(6):74-78.
[37]肖泽磊,王烨,罗智航. 后疫情时代智慧城市风险防控体系转型研究[J]. 改革与开放,2022,595(22):31-39.
[38]于德. 应急管理背景下的基层社区社会舆情引导研究[J]. 安徽理工大学学报(社会科学版),2021,23(1):96-102.

***基金项目:国家社科基金"中国区域创新空间格局、收敛特征与空间分工研究"(项目编号:21FJLB015)。**

(作者简介:肖泽磊,博士,华中师范大学政治与国际关系学院副教授,研究方向为社区治理和技术治理;

王烨,华中师范大学政治与国际关系学院博士研究生,研究方向为政治学;

章强,华中师范大学政治与国际关系学院硕士研究生,研究方向为政治学。)

(责任编校:曹莹)

进城务工人员的城市可达空间分析

曹 莹 王 铁

摘 要:城市可达空间包括城市社会层级可达空间和城市时空地理可达空间。研究显示,进城务工人员的社会层级可达空间处于下层向中下层过渡阶段,时空地理可达空间是狭小的。他们更容易受到能力制约、组合制约和权利制约所形成的时空制约壁垒限制。从根本上说,进城务工人员的城市可达空间要实现或接近普通市民的一般水平,需要破除城市制度性、体制性的时空不平等,当下首先是要破除收入、公共服务均等化和居住空间的不平等。

关键词:空间正义;时空社会学;社会分层;时空棱镜

城市的“空间正义”问题,一直以来受到学者们的广泛关注。城市发展的实质就是各种形式空间的“生产(规模扩张)”与“再生产(改造更新)”。资本运行所形成的空间压迫、空间控制使“农村从属于城市”“未开化和半开化的国家从属于文明的国家”“东方从属于西方”。[1]正如哈维所说,资本主义城市空间生产是受资本积累所控制和支配的,因而资本主义城市空间生产本身就是不正义的,所谓的空间正义不过是少数特权阶级的正义,而为他们创造财富的无产阶级却遭受苦难,是一种非正义。[2]

中国政府历来关注城市空间的公平正义问题,中国经济发展由“高速度”向“高质量”转向的同时,中国城市空间正逐步改变由以资本为核心、以利润最大化为导向、以牺牲农村居民和城市弱势群体空间权利的价值取向,转向“以人民为中心”、以共同富裕为最终目的的城市空间导向。现阶段我国空间正义实现中的公共规章制度体系已相对完备,[3]但我国城市空间不正义的问题不可能在短时间内发生质的改变。正如笔者以往研究所显示的那样:进城务工人员作为客体进入城市,他们与城市社会空间互为“他”者,双方均保留各自的清晰边界,特别是城市社会空间未充分开放的情况下,进城务工人员长期处于没有被城市有机融入的状态,这种状态被称为“嵌入态”。[4]进城务工人员长期处于“嵌入态”生存状态正是城市空间不正义的直观体现。[5]本文拟结合时空理论以及社会学的其他经典理论和方法(如社会分层理论),以进城务工人员群体为切入点,对城市空间正义问题进行社会学剖析。

一、文献综述

时空是构成社会生活的重要范畴,人类的一切社会活动必然与时间和空间紧密相连。恩格斯在《反杜林论》中就提出,一切存在的基本形式是时间和空间,时间以外的存在和空间以外的存在,

同样是非常荒诞的事情,[6]但在主流的社会学研究中,往往缺乏时空分析视角。[7]

时间地理学关注的就是时空问题。1969年瑞典地理学家哈格斯特朗及其领导的隆德学派提出从“各种条件制约下人的行为的时空特征”这一微观角度研究人地关系的地理学,[8]并提出用时空路径、时空制约等一系列符号来表示时空中人的行为。[9]其中时空制约是指个体在时空移动中所受到自身和外部条件的制约。时空制约分为三种基本类型:能力制约、组合制约(耦合制约)和权利制约(权威制约)。[10]能力制约是指个体行为受到自身能力的制约。这里的能力包括生理能力(如个人需要休息、用餐)、经济能力(如2小时内驾车的可达范围就远大于步行)和社会能力。组合制约是指个体必须与另一个体或群体时空共存,如老师和学生必须在规定的时间和地点上课。权利制约是指法律、习惯和社会规范把个体从特定的时空范围内排除的制约,表现为时空上的封闭领域,比如小区周边的小学,对于多数人来说是时空不可达的区域。三种类型的制约通过各种直接或者间接的方式相互作用,共同影响个体的活动。

当然,空间不是冰冷的几何空间,还承载着人类丰富的情感体验。[11]处于不同社会阶层的群体,受到时空制约限制会有显著的差异:拥有快捷通勤工具的群体比只能步行的群体在规定时间的潜在活动半径更广,有更多休闲时间的群体比工作时间超长的群体更有可能到达远距离区域,高收入群体比低收入群体更有条件进入高消费领域,领导比工人更有可能进入政府机关大楼。也就是说,处于不同社会阶层的群体会受到不同程度的能力制约、组合制约和权利制约,而这三种制约又共同决定不同阶层群体拥有差异显著的城市可达空间。正如许多学者们所认为的那样,空间也是存在“阶层化”的,[12-13]中国城市的空间正义问题在社会分层领域尤为明显。

改革开放以来,我国社会结构发生重大变迁,大量农民从农村流入城市,形成了一个新的社会阶层——进城务工人员阶层。[14]但受户籍制度阻碍,流入城市的大多数进城务工人员虽然付出巨大努力,在社会分层领域却长期居于中下层,[15-16]经常受到不平等的待遇,[17]甚至与本地人之间存在明显的居住隔离。[18]进城务工人员作为中国城市化过程中所产生的特殊群体,他们是最能体现我国城市空间正义现状的群体。

二、城市可达空间的内涵

城市空间从表面看对所有人都是开放的,但实际上处于不同社会阶层的城市居民,受到其自身条件所决定的时空制约,他们城市空间的可达范围是有差异的,即城市可达空间是受限的。本文所提出的城市可达空间是指一般情况下,城市居民在社会层级可达空间和时空地理可达空间能达到的空间范围或高度。

(一)城市社会层级可达空间

城市社会层级可达空间是指城市居民在社会层级空间所能达到的级别,用社会层级可达空间指标体系(简称“空间指标体系”)测算。

从时空分析的角度来看,影响城市居民时空制约的社会分层标准主要有以下几类:一是职业分层。最普遍采用的社会分层标准就是陆学艺的十大社会阶层。二是教育分层。李强指出教育、专业技术证书和市场是中国进入中产阶层的三大渠道。[19]三是收入分层。现阶段应对收入不平等所提出的提低、扩中、限高政策,可以说都是针对收入分层提出的。四是居住分层。以雷克斯等为代表的新韦伯主义学派就提出了“住房阶级”概念。中国学者研究显示,住房状况存在着层级化的特点,[20]人均居住面积也呈规则的下降趋势。[21]五是消费分层。从凡勃伦的炫耀消费论到布迪厄的消费分层论,消费差异归根到底是生存

条件的等级,决定生活风格的等级。[22]

基于以上理论,本文构建了社会层级可达空间指标体系。该指标体系共包括一级指标4个,二级指标9个,分别从工作空间、通勤空间、居住空间、消费空间四个维度进行分析。其中工作空间包括职业身份、职务职称级别和周工作时间,通勤空间只有通勤工具,居住空间包括居住地点和人均居住面积,消费空间包括月均收入、日常聚餐地点和闲暇活动场所。同时每个二级指标根据相关理论,分成下层、中下层、中层、中上层、上层等五个级别,并对应相应的分值(1~5分),详见表1。空间指标体系通过算术平均值计算方法,可测算每个居民的城市社会层级可达空间值(1~5分)。

表1 城市社会层级可达空间指标体系表

一级指标	二级指标	上层(5分)	中上层(4分)	中层(3分)	中下层(2分)	下层(1分)
工作空间	职业身份	国家与社会管理者、经理人员	私营企业主、专业技术人员	办事人员、个体工商户	商业服务业员工、产业工人	农业劳动者、城市无业者、(半)失业者
	职务职称级别	省部级及以上	厅局级至省部级副职	县处级	乡科级	无任何职务职称
	周工作时间	35小时以内	35~40小时	40~44小时	44~54小时	54小时以上
通勤空间	通勤工具	有司机专车	私家车	电动车、自行车、的士	公共交通(含共享单车等)	步行
居住空间	居住地点	豪华社区	高档小区	一般商品房小区	老旧社区	未改造的城中村、棚户区
	人均居住面积	92平方米及以上	55~92平方米	40~55平方米	16~40平方米	16平方米及以下
消费空间	月均收入	平均工资5倍及以上	平均工资的3~5倍	平均工资1~3倍	平均工资的0.6~1倍	最低工资标准及以下
	日常聚餐地点	高档餐厅	中等餐厅	大众餐厅	路边摊(无钻级)	极少在外吃饭
	闲暇活动场所	高档消费场所	中档消费场所	大众消费场所	免费场所	自娱自乐场所

(二)城市时空地理可达空间

城市时空地理可达空间是指城市居民在一定时间单位内(一般的工作日或休息日)可以到达的地理空间范围,用时空地理可达空间时空路径图(简称"时空路径图")表示,即通过GNSS+GIS的方式共同呈现。

GNSS(Global Navigation Satellite System)又称全球卫星定位系统,是一个中距离圆形轨道卫星导航系统。GIS(Geographic Information System)是地理信息的载体,是解决人文地理传统研究方法缺陷的有效工具。[23] GNSS提供实时定位,借助GIS数据采集系统,以电子地图和遥感影像作为底图,可以在平面上直观展示城市居民在地理空间中于连续的时间序列内的个体的活动和出行。

三、进城务工人员可达空间现状

相较于已获得诸多时空优势的城市户籍人口而言,四处漂泊的进城务工人员群体在城市更易受到时空制约的限制,而且由于时空的不平等往往令人难以察觉,进城务工人员的时空处境更易被人们所忽视,但从社会研究的角度看,却更具典型性。

(一)研究方法

为详细了解进城务工人员城市可达空间现状,课题组于2019年底在武汉市选取10个典型企业(包括制造业、建设业、餐饮业、批发零食业、服务业、外卖等)的35名进城务工人员,以个案调查的方式开展调查。具体调查方法如下:一是通过调查问卷

了解进城务工人员的基本情况。二是根据空间指标体系,测算每名进城务工人员的城市社会层级可达空间值。三是通过携带GNSS设备自动采集进城务工人员从早上7点至晚上10点的时空路径,将采集的GNSS数据导入QGIS软件就可制作进城务工人员一个典型工作日的“时空路径图”。

(二)进城务工人员可达空间现状

经济发达城市的拉力和落后农村的推力促使进城务工人员从农村流入城市,而进城务工人员受现行制度、体制和其自身禀赋、家庭环境、个人境遇、社会环境等诸多因素的影响,他们的社会层级可达空间——居住空间、工作空间、通勤空间、消费空间与城市市民是存在差异的,而这些也直接限制了他们的时空地理可达空间的广度和深度。

从进城务工人员的社会层级可达空间值来看,进城务工人员的社会层级可达空间值的平均分为1.8分(5分为满分),其中消费空间2.2分,通勤空间1.8分,居住空间1.7分,工作空间1.6分。也就是说,进城务工人员除消费空间处于中下层以外,其他三个空间均处于下层,进城务工人员社会层级可达空间总体处于下层向中下层发展的阶段。

表2 进城务工人员社会层级可达空间

单位:分

职业	工作空间	通勤空间	居住空间	消费空间	社会层级可达空间值
无居民区附近建筑业工人	1.5	1.0	1.0	1.3	1.2
公园附近建筑业工人	1.9	1.0	1.0	2.1	1.5
修脚师傅	1.3	1.0	2.0	2.0	1.6
装空调师傅	1.3	1.0	2.0	2.0	1.6
批发零售业人员	1.7	2.0	1.5	2.0	1.8
大型制造企业工人	1.8	2.2	1.4	2.5	2.0
住宿餐饮业人员	2.1	1.8	1.7	2.6	2.0
环卫工人	1.7	2.6	1.8	2.3	2.1
超大城市周边制造业工人	1.5	2.4	2.1	2.5	2.1
外卖小哥	1.3	3.0	2.0	3.0	2.3

注:社会层级可达空间值:1分为下层,2分为中下层,3分为中层,4分为中上层,5分为上层。

从时空路径图(图1)来看,进城务工人员的时空地理可达空间存在以下特点:

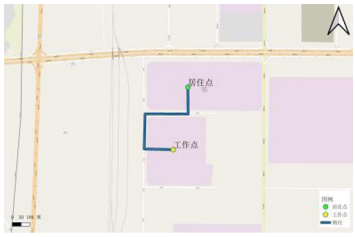
一是多数进城务工人员仅在工作地和居住地间移动(修脚师傅S904、制造业工人S106、批发零售业人员S903),甚至与工作地和居住地高度重合(住宿餐饮业人员S101、建筑业工人S103)。受超重工作负荷和超长工作时长因素影响,他们基本没有娱乐活动,其潜在活动区域就是以工作点为核心,步行半小时的活动圈。

二是多数进城务工人员工作站点的可达范围非常狭小;部分进城务工人员因工作需要在一个较大范围内移动(环卫工人S104、装空调师傅S905),甚至是频繁移动(外卖人员S901),他们的工作可达空间范围表面看有所扩大,但受组合制约影响,他们工作站点的可达空间不是自由(即个人可支配度较高的)的空间,而是受制约的空间。

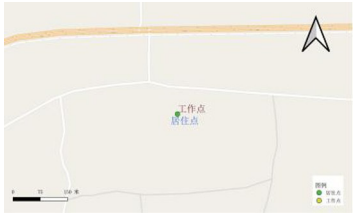
三是少量进城务工人员因娱乐和家庭需要,会将其可达空间范围扩大至工作地(或居住地)周边的公园(建筑业工人S302)、学校(制造业工人S105)等地。

总体来看,除个别服务行业外,进城务工人员的时空地理可达空间多在工作地和居住地两点间往返,但娱乐休闲活动和必要的家庭需要可以有效扩展进城务工人员的时空地理可达空间范围。虽然进城务工人员的社会层级低,地理可达范围狭小,但多数情景下处于开心的状态,这可能和进

城务工人员在很大程度上把当下的城市生存空间与原来的农村生存空间相比,而不是与城市市民相比,从而其社会心理状态更具开放性有关。

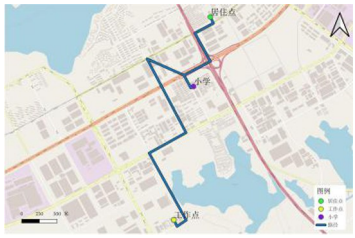


大型制造业工人 S106
轨迹地图(1∶50 米)

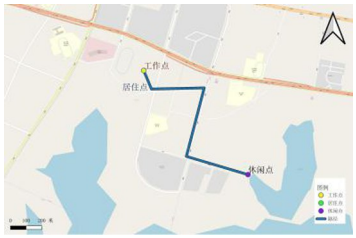


无居民区附近建筑业工人 S103
轨迹地图(1∶75 米)

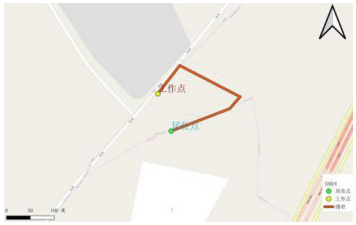
住宿餐饮业人员 S101
轨迹地图(1∶10 米)



特大城市周边制造业工人 S105
轨迹地图(1∶250 米)



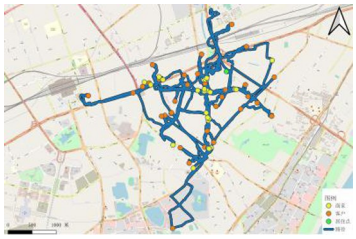
公园附近建筑业工人 S302
轨迹地图(1∶100 米)



修脚师傅进城务工人员 S904
轨迹地图(1∶50 米)

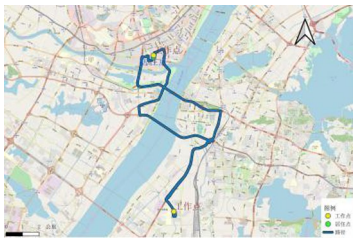
环卫进城务工人员 S104
轨迹地图(1∶1 公里)

长期看店的批发零售业人员 S903
轨迹地图(1∶50 米)



节假日外卖人员 S901-1002
轨迹地图(1∶500 米)

装空调师傅 S905
轨迹地图(1∶1 公里)



有进货需求批发零售业人员 S902
轨迹地图(1∶1 公里)

工作日外卖人员 S901-930
轨迹地图(1:750 米)

图 1　典型进城务工人员时空路径图(括号内数值为地图的比例尺)

(三)进城务工人员城市可达空间差异

受进城务工人员个人禀赋、职业地位等因素的影响,进城务工人员在不同的城市空间也存在一定的差异。

从工作空间来看,进城务工人员多数是无技术职称的普通工人,他们一周的工作时长一般会超过45小时。故而他们在工作空间多数处于下层,只有极少部分能进入中下层或中层。因职业和工种的不同,进城务工人员的工作环境和工作轨迹会有较大的差异。虽然从表面上看多数人在工作中能感受到人情味,是愉快、开心的,但课题组开展的历次大范围进城务工人员调查报告显示,劳累、不稳定是他们日常最突出的感受。笔者根据进城务工人员工作空间的时空范围、时空特性和空间可达性状态,将进城务工人员的工作轨迹分为四类,详见表3。

表3 进城务工人员工作空间可达性分类表

工作轨迹类型	典型案例	时空范围	时空特性	空间可达性
单点长期停留型	修脚师傅S904、批发零售业人员S903、制造业工人、住宿餐饮业人员	工作时间长,工作范围固定;工作点单一、狭小,基本不移动	空间物理质量可能不低,受个体能力和组合约束,绑定在工作空间的时间超过10小时且空间自由度低	可达空间范围小
多点长期停留型	批发零售业人员S902、装空调师傅S905	工作时间固定且错位,多固定工作点且长期停留;工作点变化长距离移动	空间物理质量不高,因错位工作时间导致个体时间分割碎片化	可达空间有限
固定范围移动型	建筑业工人、环卫	工作时间固定,工作范围固定;在某点长时间停留,大范围、多场域移动	空间物理质量较差,安全系数可能较低,有一定的空间自由度	可达空间较低
大范围频繁移动型	外卖人员S901	长时间较大范围内频繁移动	社会时空质量低,时空地理可达空间广泛	工作空间是被支配的空间,但可达空间非常狭小

从居住空间来看,进城务工人员到城市的目的、计划及工作现状,决定了他们居住空间的选择偏好,这也导致他们居住空间的层级差异。进城务工人员的居住空间层级一般分为两类:第一种进城务工人员,他们到城市工作的目的是赚钱,其核心家庭多在农村,不需要到城市安居。他们对居住地的选择是越便宜越好,免费更好。他们多数时间在工作场景周边活动,对居住空间的低质量容忍度较高,居住方式以单位提供的混居宿舍为主。这类进城务工人员的居住空间一般处于下层。第二种进城务工人员,他们到城市工作的目的是利用城市资源发展自己、发展家庭,他们希望子女接受城市高质量的教育,并最终融入城市。他们对收入有较高要求的同时,对居所的要求也较高。多数进城务工人员夫妻需要共同打工才能支付较高的居住成本。他们的居住方式以独立租赁为主,甚至有少数进城务工人员在城市自购住房。这类进城务工人员的居住空间层级多数处于中下层,但因为肩负着整个家庭在城市生存的重任,他们在居住空间的心理状态反而劣于前者。

从通勤空间来看,进城务工人员会根据居住地与工作地的距离来选择适合自己的通勤方式,这也导致进城务工人员通勤空间的差异。多数进城务工人员由于工作空间和居住空间的高度重叠,他们的日常通勤方式以步行或公共交通为主,通勤时间会控制在10分钟以内。但这种低成本的通勤方式,也极大限制进城务工人员的时空地理可达空间范围,不利于他们融入城市生活。当然

也有少量进城务工人员因缩短通勤时间、家庭需求等原因选择电动车、自行车、轿车出行,使其通勤空间的层级达到中层,甚至极少量达到中上层。

从消费空间来看,工作点与居住点的距离、时间、收入、爱好、社会网等因素共同决定了进城务工人员的消费空间。调查显示,工作点与居住点越近的进城务工人员,他们的消费场所越单一,甚至有些进城务工人员没有空闲或不愿到餐馆就餐,也没有任何娱乐活动,因为养足精神才能保证他们明天正常工作,这也造成部分进城务工人员在空闲时间会感觉不开心。研究显示,工作地与居住地距离越远的进城务工人员,通勤方式就会越多样,时空地理可达空间范围就越大,消费空间也会由公园扩展至电影院、游乐场、KTV,甚至还可能扩展至高档会所。

总体来看,进城务工人员多数在社会层级相对较低的企业工作,环境嘈杂、危险、拥挤、空气不流通是他们的日常工作环境。而且为了工作方便或减少住房支出,他们多数居住在单位提供的集体宿舍或在单位附近租赁住房,居住环境基本能保持空气流通、干净。同时受进城务工人员经济、时间、能力限制,他们的消费空间水平非常低。也就是说,进城务工人员社会层级可达空间处于下层向中下层过渡阶段,时空地理可达空间是狭小的。他们更容易受到时空制约的限制,潜在活动区域也是有限的。

四、探索与建议

把时间地理学的研究方法和概念工具与社会学经典理论研究结合起来,对进城务工人员在城市时空结构中的时空轨迹和现状进行跨学科的综合研究,这是一次艰难而有益的探索。本文将时空理论和社会分层理论融为一体,创造性地提出城市可达空间的范畴。基于时空理论,笔者认为越是处于社会高层的群体,他们时间和空间的自由度越高,城市可达空间的广度和深度越高;相反,越是处于社会下层的群体,他们时间和空间的自由度越低,城市可达空间的广度和深度越低。本文以处于社会下层的进城务工人员为切入口,研究得出处于社会下层的进城务工人员群体,他们的时间和空间都是被支配的。为了生存,多数进城务工人员不得不放弃休闲时间和安逸的个人生活,在狭小、混乱的空间范围内,通过占用更多的工作时间获得全家基本体面的生活。也就是说,本文的城市可达空间理论在进城务工人员群体上得到验证

城市便利的通勤工具、大量免费开放的公共场所,从表面上看能无限扩大城市可达空间范围,实际上能力制约、组合制约和权利制约所形成的时空制约壁垒极大地限制了进城务工人员城市可达空间的范围。进城务工人员城市可达空间要实现或接近普通市民的一般水平,仍需在以下方面有所突破。

一是破除城市制度性、体制性的时空不平等。2019年笔者同期开展的全国进城务工人员调查显示,进城务工人员中有24.7%的人每天工作12小时以上,83.4%的人每周工作6天以上,66.09%的人没有任何旅游经历,22.72%的人从未在外吃饭。[24]进城务工人员为了获得尽可能多的收入,不得不将大量的时间禁锢在狭小的工作空间内,大量的进城务工人员实际上长期生活在以工作驻点为中心、步行10分钟的潜在活动区域内。进城务工人员要消除与普通城市市民在城市可达空间上的差异,最重要的是破除由于制度造成时空结构的不平等。在此基础上,进城务工人员也需要通过提高自己的能力,改变自己的时空行为,充分发挥其主体能动性作用,从而促使城市的时空结构向更公平更正义的方向演化。

二是从初次分配到再次分配,全面提升进城务工人员收入。从时空理论来看,城市可达空间范围的扩展必然需要相应的收入进行支撑,也就是打破能力制约中经济能力的制约。历年农民工

监测报告显示,外出务工农民工月均收入由2008年的1340元增至2021年的4432元,年均增幅为9.64%,略低于同期全国城镇单位在岗职工月均收入的平均增幅10.58%。但从现阶段的实际来看,从事高风险、高强度、高负荷的进城务工人员无论在初次分配中还是再次分配中都处于明显劣势。2019年《中国就业人口技能提升白皮书》显示,有71.3%的员工希望得到专业技能的提升,但职场人整体获得的培训平均时长仅8.25天。现阶段,低学历、低技能的进城务工人员多数只能在技术门槛低、收入低的劳动密集行业就业,这也导致他们从初次分配中获得的收入仅占全国在岗职工收入的58.16%。提高劳动报酬在初次分配中的比重,一方面需要劳动者通过自身的努力提高自己的基本素养,但更重要的一方面则是政府的调控。政府可以从以下几个方面进行调整:首先是适时调整最低工资标准。其次是普及高中阶段教育保障机制,提升进城务工人员的平均受教育年限。最后是健全公共就业服务和终身职业技能培训制度,完善重点群体就业支持体系,保障以进城务工人员为主体的一线劳动者在新一轮的改革中更多地获利。

三是尽快推进更多的公共服务向常住人员覆盖。从早期的城市过客到现在的新市民,进城务工人员对城市的要求也在不断提升,到城市赚钱已不再是进城务工人员进入城市的唯一目的。越来越多的进城务工人员希望全家迁徙到城市,希望与城市居民享受相同的权利,希望真正地融入城市。在新型城镇化背景下,要实现进城务工人员市民化的最终目标,亟须打破城市空间对进城务工人员的各种权利制约。公共服务向常住人口覆盖,让进城务工人员更便捷、更公平地进入城市公共服务空间,如进城务工人员子女凭居住证即可在便宜且教育质量高的公办幼儿园和优质小学就学,才是真正意义上达到城市空间的公平和正义。

四是将进城务工人员真正纳入城市住房保障体系中来。工作空间和居住空间的质量和距离是决定进城务工人员消费水平和市民化水平的重要因素。要想有效解决进城务工人员城市可达空间不足,特别是社会层级低的问题,真正实现城市空间的公平正义,首先就应打破进城务工人员,特别是建筑业工人居住空间的不平等。未来如何通过政策调整,如公租房改革,解决进城务工人员在城市安居方面的问题,帮助进城务工人员最大限度地解决住房问题,极大地提高进城务工人员在城市空间的生存质量,应是政府需要关注的问题。

参考文献:

[1]中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局. 马克思恩格斯文集(第七卷)[M]. 北京:人民出版社,2009:379.

[2]蒋在峰,周向军. 马克思唯物史观视域下空间正义的价值意蕴[J]. 理论视野,2021(11):30-35.

[3]靳文辉. 空间正义实现的公共规制[J]. 中国社会科学,2021(9):92-113,206-207.

[4]王铁,曹莹."漂浮型'嵌入态'生存"——建筑业农民工状况调查报告[C]//陈文江,周亚平. 新发展理念与全面建成小康社会. 北京:社会科学文献出版社,2017:83-98.

[5]曹莹. 农民工"嵌入态"生存的空间社会学分析——以建筑业农民工为例[J]. 学习与实践,2016(6):109-117.

[6]马克思,恩格斯. 马克思恩格斯全集(第二卷)[M]. 北京:人民出版社,2005:300-301.

[7]林聚任,王兰. 时空研究的社会学理论意蕴——社会建构论视角[J]. 人文杂志,2015(7):110-115.

[8]柴彦威,李峥嵘,刘志林,等. 时间地理学研究现状与展望[J]. 人文地理,2000(6):54-59.

[9]关美宝,申悦,赵莹,等. 时间地理学研究中的GIS方法:人类行为模式的地理计算与地理可视化[J]. 国际城市规划,2010,25(6):18-26.

[10]柴彦威,王恩宙. 时间地理学的基本概念与表示方法[J]. 经济地理,1997(3):55-61.
[11]段义孚,志丞,左一鸥. 人文主义地理学之我见[J]. 地理科学进展,2006(2):1-7.
[12]邹小华. 城市空间、社会分层与社会和谐[J]. 城市问题,2007(5):96-99.
[13]王茂吉. 社会公平视角下城市公园可达性研究——以成都市为例[J]. 城市住宅,2021,28(4):100-103.
[14]李强. 现代化与中国社会分层结构之变迁[J]. 教学与研究,1996(3):26-29,78.
[15]李强. 关注转型时期的农民工问题(之三)户籍分层与农民工的社会地位[J]. 中国党政干部论坛,2002(8):16-19.
[16]袁玥,李树茁,悦中山. 参照群体、社会地位与农民工的生活满意度——基于广州调查的实证分析[J]. 人口学刊,2021,43(5):39-52.
[17]陈尉然. 新型城镇化背景下农民工社会分层与流动现状[J]. 就业与保障,2022(1):61-63.
[18]孙秀林. 一个城市,两个世界:上海市外来人口居住隔离的社会分层[J]. 山东社会科学,2021(8):75-82.
[19]李强. 社会分层、中产阶层与中等收入群体[J]. 中央社会主义学院学报,2018(4):5-12.
[20]边燕杰,刘勇利. 社会分层、住房产权与居住质量——对中国"五普"数据的分析[J]. 社会学研究,2005(3):82-98,243.
[21]李培林,张翼. 消费分层:启动经济的一个重要视点[J]. 中国社会科学,2000(1):52-61,205.
[22]邹华华,于海. 布迪厄的消费分层论[J]. 南京社会科学,2016(12):47-52.
[23]胡伟平. GIS与人文地理学的发展[J]. 人文地理,1997(3):29,38-42.
[24]王铁,曹莹. 空间社会学视角下农民工"嵌入态"生存现状调研报告[M]//樊志宏. 武汉社会科学·总第24辑. 武汉:武汉出版社,2022:97-108.

***基金项目:国家社科基金重点项目"农民工从'嵌入态'生存到融入城市的推理机制研究"(项目编号:14ASH008)。**

(作者简介:曹莹,武汉市社会科学院农村与生态研究所副研究员,研究方向为城市社会学、社会统计学、人口社会学等;

王铁,武汉市社会科学院农村与生态研究所研究员,研究方向为社会学理论、时空社会学等。)

(责任编校:张玲玲)

农村老年人居家养老服务需求偏好及影响因素分析

——基于全国28省(市、自治区)调查数据的实证研究

沈卓艺　陈　洁　张世平

摘　要:甄别居家养老服务需求偏好是推进居家养老服务建设的重要环节。本研究以2016年中国老年社会追踪调查数据为依托,对我国农村老年人居家养老服务的需求进行了分析,并从个人、家庭、社会三个层面探讨了居家养老服务需求的影响因素。结果表明,农村老年人对居家养老服务有较大需求,占比达33.07%,其中东部地区老年人的需求最高,而西部地区最低。需求偏好主要倾向于生活照料类服务。在影响因素方面,个人层面中的受教育程度和养老认知的提高,家庭层面中的良好代际关系、社会支持和网络,社会层面中的居家养老服务补贴、养老保险、老年人优待政策,都在一定程度上起到了助推农村老年人使用相应居家养老服务的激励作用。此外,老年人对居家养老服务的需求会随着收入水平、生活满意度以及代际关系亲密度的提高而呈现减少的趋势。

关键词:农村老年人;居家养老服务;需求;影响因素

一、问题的提出

在我国农村人口老龄化形势愈加严峻而传统家庭养老功能渐趋弱化的背景下,位居社会养老服务体系基础的居家养老服务不仅能够满足农村老年人“就地养老”的心愿,而且具有针对性、灵活性、低成本等优势,是未来解决农村养老问题的必然选择。[1]居家养老服务是指社会为居住在家的老年人提供(部分)养老服务的服务方式,是实现居家养老的必要条件和关键因素。[2]发展居家养老服务成为政府应对农村养老问题的重要举措。近年来,在中央政府对发展农村居家养老服务的大力支持下,诸如《关于全面放开养老服务市场提升养老服务质量的若干意见》的政策文件陆续出台,要求各级政府财政性资金重点向农村养老服务倾斜,促进社会力量和市场资本进入养老服务领域,以加强农村社区居家养老服务的建设。

庞大的农村老年群体催生了较大的居家养老服务潜在需求空间,但有限的养老服务资源投入并未达到应有效果,老年人居家养老服务利用动力小,各服务项目利用率大多不足1%。[3-4]造成这一问题的重要原因之一是日益严峻的养老服务供

需错位问题,老年人居家养老服务需求识别不准确。在当前居家养老服务运行中,农村老年人需求的表达渠道有限,且服务供给方对采集需求信息不够重视,两者之间的信息不对称导致养老服务供需错位,居家养老服务并未瞄准农村老人的实际需求,存在老年人服务需求多元与服务供给内容单一、方式固定、获取不易等矛盾,导致老年人的潜在服务需求难以释放,进而影响到老年人对居家养老服务的认同感和利用率。因此,准确甄别老年人的居家养老服务需求是居家养老服务供给的首要环节,不仅关系到农村老年人对服务的利用动力,而且是当前农村社会养老服务资源约束下的必然选择。同时,关注影响居家养老服务需求偏好的因素,才能更好地完善政策以提高农村老年人对居家养老服务的利用率,推进健康老龄化进程。

当前学者们围绕居家养老服务需求已经积累了丰富的研究成果。在研究居家养老服务的需求偏好方面,学者们把重点放在老年人的照料、医疗、护理、精神慰藉等服务需求上,[5]其中生活照料类和医疗护理类服务被广泛证实为老年人的主要服务需求类型。[6-7]在研究影响居家养老服务需求的因素方面,有学者从个体特征、保障状况、观念与认知程度以及经济条件四个因素出发;[8]46也有学者以安德森行为模式为框架,在倾向因素、使能因素、需求因素三个方面进行探究[9]43;还有学者将影响因素概括为个体、家庭、地区等方面进行研究[10]88。其中各种研究覆盖了北京[8]48、海南[9]42、江苏[10]87、四川[11]等不同的省份、地区。然而,目前的研究仍存在一些不足。在研究对象上,已有研究多数都在特定的省份或者区域展开,得出的结论不具有普遍意义;同时,多数研究以城市老年人为研究对象,而人口老龄化情况更为严峻的农村地区居家养老问题得到的关注有限。在研究内容上,根据人口统计学理论,对于人口现象的某一水平或者发展趋势的影响因素,大致可以分为个人因素、家庭因素和社会因素三大类,而现在居家养老服务的影响因素研究大多集中于个人方面和家庭方面,缺少社会因素的探讨。

因此,本文将依托具有全国代表性的2016年中国老年社会跟踪调查数据,分析农村老年人对居家养老服务的需求状况,并从个体、家庭以及社会三个层面展开全面考察影响居家养老服务需求的因素。

二、数据、方法与变量

(一)数据来源

本研究以2016年中国老年社会追踪调查(China Longitudinal Aging Social Survey,简称CLASS)数据作为样本进行分析(CLASS分别于2014年、2016年和2018年开展3次调查,但截至目前,CLASS 2018年数据尚未公开,CLASS 2016年是目前能获取的最新数据)。该调查是全国性、连续性的大型社会调查项目,调查范围覆盖全国28个省(市、自治区),调查样本遍布在全国134个区及县,462个村及居,具有可靠性和科学性。该调查共获得11511份有效个人问卷、462份社区问卷,由于本文研究主题为农村老年人居家养老服务需求偏好与影响因素,故将数据进行筛选整理后得到农村老年人样本量8117个,总需求类样本量3251个,精神慰藉类样本量2657个,生活照料类样本量3183个,医疗护理类样本量2608个。

(二)研究方法

由于本文的因变量为典型的二值变量,因此本文选择最基础的离散选择模型——Probit模型进行结果估计。模型设计如下:

$$Probit(Y_1,Y_2,Y_3,Y_4) = \beta_0 + \beta_1 P_{ij} + \beta_2 F_{ij} + \beta_3 S_{ij} + \mu$$

其中，Y_1、Y_2、Y_3、Y_4 分别代表居家养老服务总需求、精神慰藉类服务需求、生活照料类服务需求和医疗护理类服务需求，P_{ij} 代表个人因素，F_{ij} 代表家庭因素，S_{ij} 代表社会因素，误差项为 μ。β 表示模型回归系数，主要用于解释事件发生的概率。其中，β_0 表示各类影响因素均不变动时，居家养老服务需求 Y 的变化情况，β_1 代表每单位个人因素的增加或减少导致居家养老服务需求 Y 增加或减少的概率，β_2 代表每单位家庭因素的增加或减少导致居家养老服务需求 Y 增加或减少的概率，β_3 代表每单位社会因素的增加或减少导致居家养老服务需求 Y 增加或减少的概率。

（三）变量选取与测度

1. 被解释变量

在 CLASS 2016 年的调查中，老年人居家养老服务包括上门探访、老年人服务热线、法律援助、心理咨询、帮助日常购物、上门做家务、老年饭桌或送饭、日托站或托老所、心理咨询等 9 项服务。本文根据服务特征将被解释变量分为居家养老服务总需求、精神慰藉类服务需求、生活照料类服务需求和医疗护理类服务需求 4 个类型。设定居家养老服务总需求变量以测度农村地区居家养老服务总需求水平，在 9 项服务中至少有 1 项服务需求赋值为 1，没有服务需求则赋值为 0。同时，依据《社会养老服务体系建设规划（2011—2015 年）》，将 CLASS 调查中的 9 项居家养老服务进行分类整理如下：在上门探访、老年人服务热线、法律援助、心理咨询 4 项服务中至少有 1 项服务需求定义为精神慰藉类需求，赋值为 1，反之为 0；在帮助日常购物、上门做家务、老年饭桌、日托站 4 项服务中至少有 1 项服务需求定义为生活照料类需求，赋值为 1，反之为 0；若对陪同看病有需求定义为医疗护理类需求，赋值为 1，反之为 0。

2. 解释变量

本文将解释变量归纳为个人因素、家庭因素和社会因素，从这三个维度来探究农村老年人居家养老服务需求偏好的影响因素。

个人因素包括年龄、性别、婚姻状况、失能程度、收入水平、生活满意度、受教育程度、养老认知。其中性别为男与已婚有配偶赋值为 1，其他的赋值为 0。按照 Katz 日常生活功能的指数评价表分析，吃饭、上厕所、穿衣、上下床、洗澡、室内走动 6 项指标，1～2 项“完成不了”的，将其界定为“轻度失能”；3～4 项“完成不了”的，将其界定为“中度失能”；5～6 项“完成不了”的，将其界定为“重度失能”，所以本文将失能程度赋值为能自理＝1，轻度失能＝2、中度失能＝3、重度失能＝4。受教育程度赋值为不识字＝1，私塾/扫盲班＝2，小学＝3，初中＝4，高中或中专＝5，大专＝6，本科及以上＝7。收入水平为过去 12 个月个人总收入的对数。生活满意度是老人对自己目前生活情况满意程度的评价，赋值为非常不满意＝1，比较不满意＝2，一般＝3，比较满意＝4，非常满意＝5。养老认知即是否做过养老规划和安排，或者对自己的养老场所有无清晰的决定，赋值为有＝1，没有＝0。

家庭因素包括健在子女数量、居住安排和代际关系。调查中对被访者家庭中的健在子女数量进行了询问，故将健在子女数赋值为健在的子女人数（人）。居住安排是老人是否独居，一般而言，独居的老人情感上更加孤独因而更加倾向于机构养老，故赋值为独居＝1，非独居＝0。代际关系为子女与老人的亲近关系占比，亲近度由疏离到亲近依次赋值为 0～3。

社会因素包含社会支持与网络、居家养老服务补贴、老年人优待政策和社会养老保险。其中社会支持用 Lubben 编制的精简版社会网络量表中“朋友

支持”部分的得分加总来表示。若被访者享受居家养老服务补贴或老年人优待政策赋值为1,其他赋值为0;若被访者没有享受社会养老保险=1,有企业职工或事业单位养老保险=2,有城乡居民基本养老保险=3。各变量的定义与说明以及描述性统计的结果如表1所示。

表1　变量的描述性统计

变量类型	变量名称	变量定义与说明	平均值	标准差
被解释变量	居家养老服务总需求	有服务需求=1,无服务需求=0	0.090	0.286
	精神慰藉类服务需求	上门探访、老年服务热线、法律援助、心理咨询,有一项有需求=1,否则=0	0.052	0.221
	生活照料服务需求	帮助日常购物、上门做家务、老年饭桌、日托站,有一项有需求=1,否则=0	0.078	0.267
	医疗护理服务需求	陪同看病,有需求=1,否则=0	0.038	0.191
个人因素	性别	男=1,女=0	0.553	0.497
	年龄	被访者年龄	70.044	7.316
	受教育程度	被访者学历:不识字=1,私塾/扫盲班=2,小学=3,初中=4,高中或中专=5,大专=6,本科及以上=7	2.404	1.246
	婚姻状况	已婚有配偶=1,其他=0	0.702	0.457
	收入水平	过去12个月个人总收入的对数	7.830	2.228
	失能程度	被访者失能程度:能自理=1,轻度失能=2,中度失能=3,重度失能=4	1.142	0.494
	生活满意度	非常不满意=1,比较不满意=2,一般=3,比较满意=4,很满意=5	3.686	0.869
	养老认知	对居家养老服务的认知(是否作过养老规划安排),有认知=1,没有=0	0.202	0.402
家庭因素	健在子女数量	健在的子女数(人)	2.951	1.497
	居住安排	独居=1,非独居=0	0.135	0.341
	代际关系	与子女在感情上是否亲近(亲近关系占比)	2.658	0.696
社会因素	社会支持与网络	包含一个月至少和几个朋友见面或联系、能和几个朋友谈私事、能有几个朋友可以提供三个条目,每个条目得分为0~5分,总分为0~15分	6.495	3.523
	居家养老服务补贴	被访者是否享受居家养老服务补贴,有=1,没有=0	0.009	0.094
	社会养老保险	被访者是否享受养老保险,没有=1,有企业职工或事业单位养老保险=2,有城乡居民基本养老保险=3	2.260	0.928
	老年人优待政策	是否享受过老年人优待,有=1,无=0	0.112	0.315
样本量	3251			

注:本文还控制了老年人所在的省份。

(四)需求情况

表2　各项居家养老服务的需求情况

服务项目	东部	中部	西部	全国
Y_1 居家养老服务总需求	39.01%	33.22%	17.99%	33.07%
Y_2 精神慰藉类服务需求	9.44%	5.29%	3.49%	6.79%
Y_3 生活照料类服务需求	18.23%	9.06%	5.93%	12.53%
Y_4 医疗护理类服务需求	7.55%	4.32%	3.28%	5.56%

本次调查中,2684位老年人表示对各项居家养老服务有需求,占农村老年人总样本的33.07%,总体来说,目前农村老年人对居家养老服务的需求较大。对于精神慰藉类、生活照料类及医疗护理类3项居家养老服务,农村老年人的需求率分别为6.79%、12.53%及5.56%。从区域上看,东部地区农村老年人的需求率最高,占东部地区农村老年人样本的39.01%;西部地区农村老年人的需求率较低,占西部地区农村老年人的17.99%。无论是从全

国还是区域上来看,目前农村老年人对生活照料类居家养老服务的需求占主导。(见表2)

三、结果及分析

农村老年人居家养老服务需求影响因素的回归结果如表3所示。在个体层面,受教育程度这一影响因素对农村老年人在居家养老服务方面的需求具有正向的促进作用,即受教育程度越高的农村老年人对各类居家养老服务具有更高的需求,反之则越低,作为一项新兴的养老产业,居家养老服务能更好地被较高受教育程度的农村老年人所接受,且他们不易被传统的养老观念所束缚,[12]受到"养儿防老"等传统观念的影响更小;同时,提高养老认知程度也能促进老年人对居家养老服务的需求,认知程度越高的老年人对信息的掌握越充分且全面,从而促使其更易于接受居家养老服务体系和模式,对养老服务的需求增加;[8]47在失能程度方面,作为衡量老人生活能否自理的重要指标,失能程度越高的农村老人,其生活自理能力越差,从而对各项居家养老服务有更加迫切的需求;最后,收入水平和生活满意度这两项个体因素都显著降低了农村老年人对居家养老服务的需求程度,即收入水平、生活满意度越高的农村老年人,他们或有条件通过雇佣保姆等途径满足自身的养老需求,或能自己实现照料,从而减少对各项居家养老服务的需求。

在家庭层面,代际关系是指子女和老人的亲近关系占比,本文以子女是否经常探望老人和主要生活费来源作为考察代际支持的因素。[13]子女探望老人的频率高,表明子女对老人的照料程度大,老人在情感上较为满足,对居家养老服务的需求也越低,反映了农村老年人与子女关系越融洽,老年父母便能获取更多子女全方位的照料以满足自身养老需求,对各类居家养老服务的需求随之降低。

表3 居家养老服务需求的影响因素

变量	总需求	精神慰藉需求	生活照料需求	医疗护理需求
性别	0.008	-0.001	0.003	0.013
	(0.010)	(0.010)	(0.010)	(0.009)
年龄	-0.001	-0.000	-0.001	-0.001
	(0.001)	(0.001)	(0.001)	(0.001)
受教育程度	0.009**	0.012***	0.008*	0.004
	(0.004)	(0.004)	(0.004)	(0.003)
婚姻状况	-0.016	0.014	-0.012	-0.011
	(0.013)	(0.013)	(0.012)	(0.011)
收入水平	-0.004**	-0.007***	-0.006***	-0.005***
	(0.002)	(0.002)	(0.002)	(0.002)
轻度失能	0.012	0.029	0.006	0.004
	(0.020)	(0.020)	(0.019)	(0.015)
中度失能	0.000	-0.013	0.012	0.009
	(0.037)	(0.029)	(0.037)	(0.033)
重度失能	0.075	0.080	0.066	0.102**
	(0.049)	(0.051)	(0.047)	(0.051)
生活满意度	-0.021***	-0.013**	-0.019***	-0.009*
	(0.006)	(0.006)	(0.006)	(0.005)
养老认知	0.067***	0.041***	0.058***	0.031***
	(0.011)	(0.011)	(0.011)	(0.010)
健在子女数量	0.002	0.005	0.000	0.002
	(0.004)	(0.004)	(0.004)	(0.003)
居住安排	-0.005	0.014	-0.001	-0.001
	(0.016)	(0.015)	(0.016)	(0.014)
代际关系	-0.017**	-0.009	-0.016**	-0.001
	(0.007)	(0.007)	(0.007)	(0.007)
社会支持与网络	0.009***	0.008***	0.008***	0.003***
	(0.002)	(0.001)	(0.002)	(0.001)
居家养老服务补贴	0.106***	0.051	0.109***	0.063**
	(0.039)	(0.040)	(0.037)	(0.028)
企业职工或事业单位养老保险	0.041*	0.034	0.049**	0.048**
	(0.024)	(0.023)	(0.023)	(0.024)
城乡居民基本养老保险	0.001	0.007	0.011	-0.004
	(0.012)	(0.010)	(0.011)	(0.009)
老年人优待政策	0.040**	0.056***	0.027*	0.029**
	(0.016)	(0.015)	(0.016)	(0.014)
样本量	3251	2657	3183	2608

注:表中报告的估计系数为编辑效应,***、**、*分别表示显著性水平1%、5%和10%,括号中数值为稳健标准误。

在社会层面,社会支持是指一定社会网络运用一定的物质和精神手段对社会弱势群体进行无偿帮助的行为总和,一般指来自个人之外的各种支持的总称,是与弱势群体的存在相伴随的社会行为。社会支持与网络能显著促进对居家养老服务的需求,对于农村老年人,社会支持与网络为其提供了享受居家养老服务的直接帮助或支持,从而提高了其对各类居家养老服务的需求;类似地,居家养老服务补贴、企业职工或事业单位养老保险及老年人优待政策则通过不同的形式,包括提供基础养老服务、适度调整养老保险金额及优待政策等,缓解了农村老年人享受居家养老服务所面临的经济压力,从而更愿意选择使用居家养老服务。

由于我国地域辽阔,发展水平不一,可能存在较大的区域差异,为此,本文按照中国卫生统计年鉴所用东中西部地区划分标准,将样本划分为三个部分并对比影响农村老年人居家养老服务需求的因素,回归结果如表4所示。受教育程度以及养老认知对东部和中部地区农村老年人在居家养老服务方面的需求均具有显著的正向促进作用,而城乡居民基本养老保险在东部和中部地区对老年人需求影响的情况具有显著差异,中部地区有养老保险的老年人对居家养老服务的需求相对较大,而东部地区却与之相反。这可能是由于中部地区经济发展较落后于东部地区,在基础养老保险的保障下更倾向于使用实惠的居家养老服务,而东部地区未购买基础养老保险的农村老年人多数有较强养老实力,[14]一定程度上也具备支付能力消费居家养老服务。中部地区相对于东部和西部地区而言,受到收入水平、重度失能、生活满意度、代际关系、老年人优待政策更为明显的影响。经济发展落后的西部地区受居家养老服务补贴的影响更为明显,补贴越多,所激发的农村老年人对居家养老服务的需求就越大。

表4　东、中、西部地区居家养老服务需求的影响因素对比

变量	东部	中部	西部
性别	-0.005	0.024	0.020
	(0.021)	(0.016)	(0.020)
年龄	-0.001	-0.001	-0.002
	(0.002)	(0.001)	(0.002)
受教育程度	0.021**	0.014**	-0.003
	(0.008)	(0.006)	(0.008)
婚姻状况	-0.020	-0.024	-0.022
	(0.030)	(0.020)	(0.023)
收入水平	0.005	-0.015***	0.001
	(0.005)	(0.003)	(0.004)
轻度失能	0.023	0.021	0.059
	(0.042)	(0.033)	(0.051)
中度失能	-	0.042	0.003
	-	(0.062)	(0.074)
重度失能	0.089	0.194**	-
	(0.096)	(0.094)	-
生活满意度	-0.017	-0.024**	-0.000
	(0.012)	(0.009)	(0.010)
养老认知	0.115***	0.066***	0.024
	(0.021)	(0.016)	(0.024)
健在子女数量	0.004	0.001	0.001
	(0.009)	(0.006)	(0.007)
居住安排	-0.033	-0.010	0.027
	(0.035)	(0.025)	(0.030)
代际关系	-0.008	-0.020*	-0.005
	(0.014)	(0.010)	(0.015)
社会支持与网络	0.005	0.009***	-0.001
	(0.004)	(0.002)	(0.002)
居家养老服务补贴	0.096	0.089	0.102**
	(0.082)	(0.113)	(0.049)
企业职工或事业单位养老保险	0.036	0.027	0.048
	(0.048)	(0.035)	(0.040)
城乡居民基本养老保险	-0.055***	0.033**	0.015
	(0.021)	(0.016)	(0.021)
老年人优待政策	-0.025	0.063**	0.048
	(0.023)	(0.029)	(0.034)
样本量	816	1582	832

注:表中报告的估计系数为编辑效应,***、**、*分别表示显著性水平1%、5%和10%,括号中数值为稳健标准误。

四、结论与政策建议

本文利用2016年中国老年社会追踪调查数据,分析了老年人居家养老服务需求的影响因素。

研究发现:第一,总体而言,农村老年人对居家养老服务有较大需求,占比达33.07%,其中东部地区老年人的需求最高,而西部地区最低;分需求类型看,对于精神慰藉类、生活照料类及医疗护理类3项居家养老服务类型,农村老年人的需求率分别为6.79%、12.53%及5.56%,对生活照料类的需求最大,这在东、中、西部地区保持一致。第二,从影响农村老年人居家养老服务总需求的因素看,个人、家庭、社会层面的因素均在一定程度上影响了农村老年人对居家养老服务的需求:个人因素中,受教育程度、养老认知、失能程度有助于增加居家养老服务需求,而收入水平和生活满意度则减少了老年人对居家养老服务的需求;家庭因素中,老年父母与子女的代际关系越亲近,居家养老服务需求越少;社会因素中,社会支持与网络、居家养老服务补贴、企事业养老保险、老年人优待政策的享受均有助于增加老年人对居家养老服务的需求。第三,居家养老服务需求的影响因素存在较为明显的区域差异。东部和中部地区农村老年人对居家养老服务方面的需求都受教育程度以及养老认知的正向促进作用。中部地区相对于东部和西部地区而言,受到收入水平、城乡居民基本养老保险、健康状况、生活满意度、代际关系、老年人优待政策因素更为明显的影响;西部地区则受居家养老服务补贴的正面影响更为明显。

本文的研究结论对推动居家养老服务满足农村老年人的实际需求并运用于政策实践具有一定的启示作用。首先,居家养老服务总需求较大,需要重视农村地区居家养老服务建设,其中,应以提供生活照料类服务为先。对居家养老服务以需求类型为依据进行分类,本文研究发现,农村老年人对生活照料类服务的需求占比最大,因此,应加强农村居家养老服务的基础性服务建设。面向最大多数的农村老年群体,提供更加充分的上门做家务、帮助日常购物、建立老年饭桌以提供饮食帮助等生活照料类居家养老服务,其应该充分体现在服务跟进更加及时、服务质量更加有保障等方面。[15]

此外,农村地区居家养老应明确其服务供给的重点和优先人群,并针对性搭配政策。立足于本文研究结论,受教育程度较高、养老认知程度较高、失能程度较高、收入水平较低、生活满意度较低或家庭代际关系较疏远的农村老年人应成为居家养老服务供给的重点和优先人群。由此,农村地区居家养老服务的高效供给首先需要做好农村老年人具体情况考察,建立老年人信息档案,根据农村老年人的具体情况定位重点服务人群,再加以辅助性政策,对于受教育程度较高、养老认知程度较高的农村老年人,可以通过公益讲座等形式宣传居家养老服务以提高他们的相关需求,这是因为他们本身对居家养老服务就有比较深入的认知和开放的心态,宣传工作在一定程度上方便了老年人深入了解居家养老服务;对于失能程度较高的、收入水平较低的农村老年人,可以通过扩大对于低收入家庭老年人划定的重大特大疾病医疗救助范围,一定程度上为低收入农村老年人群体提供救济,这是因为他们本身失能程度高使得对于居家养老服务的需求(尤其是医疗护理服务的需求)较高,在此基础上提高其收入水平,更推动了他们对居家养老服务的应用;对于生活满意度较低、家庭代际关系较差的农村老年人,可以通过加强老年人权益保护,重塑社区村规民约,进一步提高全社会敬老、爱老、助老的意识,[16]由此从整体上提高农村老年人的生活满意度,也带动其子女更多地关怀老人,缓解家庭代际关系,让这部分老年人有更加积极的心态去接受居家养老服务。

最后,对经济发展水平不同的地区在农村居家养老服务中的关注点要各有侧重。针对发达的东部地区,要把扩大居家养老服务的内容、提升质量和加强宣传重点结合起来,以高质量服务水平调动、满足服务需求;对于中部地区,要多举措并行,加强城乡基础养老保险普及率,完善老年人优待政策,提供对口服务,激发农村老年人居家养老服务消费潜能;对于西部地区,加强居家养老服务补贴等直接经济支持,满足服务利用的物质保障。

参考文献：

[1]姚兆余,陈日胜,蒋浩君．家庭类型、代际关系与农村老年人居家养老服务需求[J]．南京大学学报(哲学·人文科学·社会科学),2018,55(6):34-42,155-156.

[2]曾起艳,何志鹏,曾寅初．老年人居家养老服务需求意愿与行为悖离的原因分析[J]．人口与经济,2022(2):87-103.

[3]李放,王云云．社区居家养老服务利用现状及影响因素——基于南京市鼓楼区的调查[J]．人口与社会,2016,32(1):51-60.

[4]杜鹏,王永梅．中国老年人社会养老服务利用的影响因素[J]．人口研究,2017,41(3):26-37.

[5]王莉莉．基于"服务链"理论的居家养老服务需求、供给与利用研究[J]．人口学刊,2013,35(2):49-59.

[6]史薇,谢宇．家庭养老资源对城市老年人居家养老服务需求的影响研究——以北京市为例[J]．西北人口,2014,35(4):88-94.

[7]郑娟,许建强,卓朗,等．健康状况对老年人居家养老服务需求影响[J]．中国公共卫生,2020,36(4):545-548.

[8]万红红,马艳艳．农村社区居家养老服务需求影响因素研究——以北京市部分调查数据为例[J]．黑龙江人力资源和社会保障,2022(4):45-47.

[9]崔文婕,刘德浩．海南省社区居家养老服务需求及其影响因素分析——基于安德森行为模型的实证研究[J]．新东方,2022(3):42-48.

[10]崔香芬,李放,赵光．农村社区居家养老服务需求影响因素实证研究——基于江苏省的调研分析[J]．江苏大学学报(社会科学版),2019,21(3):86-92.

[11]刘金华,谭静．养老需求中精神慰藉类型的分析——基于四川省彭州市宝山村的调查[J]．农村经济,2016(10):81-87.

[12]胡芳肖,李蒙娜,张迪．农村老年人养老服务方式需求意愿及影响因素研究——以陕西省为例[J]．西安交通大学学报(社会科学版),2016,36(4):57-64,136.

[13]张细松,徐硕,张晓云,等．我国空巢老人居家养老服务需求的影响因素检验[J]．新余学院学报,2020,25(2):89-95.

[14]陈静瑜．浅析城乡居民基本养老保险参保行为影响因素[J]．行政事业资产与财务,2022(21):39-41.

[15]曾起艳,何志鹏,曾寅初．社区养老服务设施对城乡老年人主观福利的影响[J]．人口与发展,2022,28(6):148-160.

[16]刘卫东,李爱．我国居家养老服务发展面临的现实困境及应对策略[J]．东岳论丛,2022,43(9):96-103.

***基金项目：浙江省大学生科技活动计划暨新苗人才计划资助项目(项目编号：2022R412A020)；国家自然科学基金青年项目"农村老年人居家养老服务的需求偏好与补贴策略研究"(项目编号：72003178)。**

(作者简介：沈卓艺,女,浙江农林大学经济管理学院本科生,研究方向为农村养老服务；

陈洁,女,浙江农林大学经济管理学院本科生,研究方向为农村养老服务；

张世平,男,浙江农林大学经济管理学院本科生,研究方向为农村养老服务。)

(责任编校：徐灿)

新时代武汉自由职业人员群体特征及统战对策探讨

顾晓焱　张　玉

摘　要:自由职业人员思想价值多元,行业分布广泛,职业流动性强,是新的社会阶层重要的组成部分。武汉自由职业人员群体发展势头强劲,在壮大新动能、繁荣文化、扩大就业、维护社会和谐稳定方面均发挥着重要作用。本文通过系统的调查研究,比较全面地揭示了武汉自由职业人员的行业分布、思想状况、利益诉求、集聚板块等,针对武汉自由职业人员的群体特征,结合武汉创新发展实际,提出进一步团结凝聚自由职业新力量的统战工作对策建议。

关键词:新的社会阶层;自由职业人员;统战工作

做好自由职业人员统战工作是新时代统一战线工作的重要内容,是为实现中华民族伟大复兴提供广泛力量支撑的必然要求。党的十八大以来,以习近平同志为核心的党中央高度重视对自由职业人员的团结引导工作,专门召开全国新的社会阶层人士统战工作会议等重要会议,颁布《中国共产党统一战线工作条例》《关于加强自由职业人员统战工作的意见》等系列法规文件。党的二十大报告强调,加强党外知识分子思想政治工作,做好新的社会阶层人士工作,强化共同奋斗的政治引领。习近平总书记一再强调,要高度重视和做好新经济组织、新社会组织中的知识分子工作,引导他们发挥积极作用。

作为新的社会阶层中重要的组成部分,武汉自由职业人员在经济社会创新发展中发挥着越来越重要的作用。全面了解武汉自由职业人员的基本状况,最大限度联合和凝聚这一重要群体,鼓励支持立足本职建功立业,积极投身改革创新一线,施展才华和抱负,是新时代武汉统战工作面临的新课题和重要任务。

一、自由职业人员的对象范围及发展趋势

自由职业人员是指不与用人单位建立长期固定的劳动关系,以个体执业为主要形式,凭借自己的知识、技能和专长,为社会提供专业服务并获取劳动报酬的人员。长期以来,分布在体制外的自由撰稿人、自由画家、非遗传承人等文创人员,都属于自由职业人员。随着全球产业技术革命与我国市场化进程不断深化,新产业新就业形态不断涌现,自由职业人员的行业类别更加多样,规模不

断壮大,已发展成为创新创业的主力军,是新的社会阶层人士的重要组成部分。

为了比较清晰地描述新的社会阶层以及自由职业人员的对象范围,本文依据2020年11月修订的《中国共产党统一战线工作条例》(后文简称《条例》)以及相关文件,通过与党外知识分子、非公经济人士以及新阶层人士其他群体的比较分析,梳理出新的社会阶层及自由职业人员在构成主体、行业组织、规模数量等方面的发展变化趋势。

(一)新的社会阶层以知识分子为主体,广泛分布在体制外

根据《条例》第五条,新的社会阶层与民主党派成员、党外知识分子、非公经济人士等共12类人士,共同作为统一战线的工作对象。新的社会阶层人士与非公有制经济人士的区别在于,非公经济人士以民营企业和民营经济人士特别是民营企业家为主体,而新的社会阶层人士以知识分子为主体,如非公企业的管理技术人员、律师、会计师等知识性产品服务人员、新媒体从业人员等,从事专业工作,提供专业技能服务。新的社会阶层人士与党外知识分子的主要区别在于,党外知识分子分布在国家机关、高等学校、科研院所、大中型国有企业等体制内单位,而新的社会阶层人士广泛分布于民营及外企、社会组织等体制外。

(二)自由职业人员以个体执业为主,组织化程度低

根据《条例》第三十一条,新的社会阶层人士主要有四个群体,包括:民营企业和外商投资企业管理技术人员、中介组织和社会组织从业人员、自由职业人员、新媒体从业人员等。在新的社会阶层的四个群体中,民营企业和外商投资企业管理技术人员、中介组织和社会组织从业人员和新媒体从业人员都有相应的组织依托,而自由职业人员缺乏组织依托,与任何经济组织、事业单位或政府部门都没有长期固定的任职关系,呈现"原子化""离散化"的状态。

(三)自由职业人员规模持续壮大,未来发展空间广阔

随着我国市场经济体系更加成熟定型,激发各类市场主体创新活力,自由职业人员从主要分布在文创领域,拓展到经济、社会等多个领域,出现自由职业机械制造师/软件程序开发师、自由职业媒体人、自由职业策划师/设计师/培训师等。新技术新消费催生出职业体育教练、陪诊师、宠物服务师、技术经纪人、自由职业新产品测试评价员、自由职业新兴技术场景开发师等新职业。随着我国经济转型和科技发展,新兴业态不断涌现,新阶层自由职业人员所涵盖的范围还在不断扩充,数量持续增长。自由职业人员成为我国"新就业形态"的重要力量和促进国民经济高质量发展的新兴增长点。

自由职业群体规模持续壮大也是全球发展趋势。随着互联网化和全球化的快速发展,零工经济、平台经济成为新兴的就业形态和经济发展模式,为灵活的自由就业提供更多机会。个体价值崛起叠加网络组织更高的平台性和开放性,自由职业模式迅速成长。谷歌、微软等大公司越来越多地实行开放性的远程工作模式。美国近年自由职业者从事人数呈倍数增长,根据《2020年美国自由职业者调查报告》,2020年全美自由职业人员已达5900万,占总劳动力人口的36%。有专家预计,到2050年,全世界将有至少50%的自由职业者。

二、新时代团结凝聚武汉自由职业人员的重要意义

做好自由职业人员统战工作,事关促进经济高质量发展,事关繁荣社会主义文化,事关维护社会和谐稳定与意识形态安全,事关巩固党的执政

地位和群众基础。当前,武汉正全面贯彻落实党的二十大和中央经济工作会议精神,深入贯彻习近平总书记考察湖北武汉重要讲话精神,紧紧围绕打造“五个中心”、建设现代化大武汉的关键时期。做好自由职业人员统战工作,是为建设现代化大武汉凝聚人心和智慧,提供广泛力量支撑的必然要求。

(一)武汉深入实施创新驱动发展战略,自由职业人员是开辟新赛道新领域的重要力量

2022年6月28日,习近平总书记在湖北武汉考察时强调,我们必须完整、准确、全面贯彻新发展理念,深入实施创新驱动发展战略,催生更多新技术新产业,开辟经济发展的新领域新赛道,形成国际竞争新优势。新一轮科技革命和产业变革蓬勃兴起,未来城市竞争正进入以新兴功能育成、新兴产业创新集聚为主题的新阶段。作为新阶层的自由职业人员,是创新创业群体里重要的组成部分,也是未来新产业模式、新社会组织模式的重要创造者。做好武汉自由职业人员统战工作,有利于汇集力量,为武汉的未来发展打造新动能,为未来城市竞争增添新胜势。

(二)武汉大力创建“东亚文化之都”,自由职业人员是重要建设力量

武汉市第十四次党代会报告中明确提出,要加强文化遗产保护传承利用,擦亮武汉文化标识,争创东亚文化之都。文艺界自由职业人员是传承武汉传统文化、引领发展文化新业态的重要力量。非遗领域的民间传统文化传承人大多属于传统的自由职业人员。自由撰稿人、网络作家、动漫游戏、数字编辑、短视频等网络内容创作者,剧本杀演员等提供沉浸式体验服务的自由职业人员,是新兴文化业态和模式中最活跃的力量。创建“东亚文化之都”,需要广泛凝聚文化界自由职业人员力量,挖掘武汉文化传统元素与现代符号,面向亚洲乃至全世界讲好武汉故事,强化武汉文化的国际表达。

(三)在深入推进超大城市治理体系和治理能力现代化的过程中,自由职业人员是重要的新兴力量

自由职业人员广泛分布在社会、经济、文化多个领域,文化水平较高,专业能力强,是参与推进社会治理体系和治理能力现代化过程中重要的新兴力量。许多具有强烈社会责任感的自由职业代表人士,依托党领导下的各类组织载体,发挥专业、资源优势,通过建言献策、提供社会公共服务、开展公益慈善事业等,积极发挥力量参与社会治理,促进社会治理效能提升。

党的二十大报告指出,要加强新经济组织、新社会组织、新就业群体党的建设。加强对新经济组织、新社会组织和新就业群体党建,是党对基层行政组织、自治组织、群众组织、新社会阶层的领导方式创新,也是党建向基层治理新领域、新阶层、新空间拓展。作为不断发展的社会自组织力量,自由职业群体是团结凝聚的重要对象,也是推动社会治理模式创新的重要参与力量。

(四)在党的领导下团结奋斗,是广大自由职业人员自身发展的迫切需求

规模日益扩大的自由职业人员群体已成为武汉市经济社会建设中的一支重要力量。自由职业人员是创新创业的主力军,许多新职业的产生源于自由职业人员自我价值的挖掘和发现。自由职业人员创设的新经济社会组织,也是吸纳社会就业的主要力量。在立足本职工作,为武汉高质量发展贡献力量的同时,自由职业人员由于缺乏组织依托、与党和政府的联系渠道少,单打独斗导致

抗风险能力弱,职业发展需求与政治意愿表达渠道不畅,亟须加强组织载体和平台建设,在党的领导下凝聚自由职业新力量,在武汉改革创新发展中发挥更大作用。

三、武汉自由职业人员的群体特征及统战工作面临的主要挑战

为了加深加强对武汉自由职业人员的了解,研究团队在市委统战部领导的带领下,分别对武汉市多位自由职业代表人士进行深度访谈,深入武昌昙华林文创群体集聚区,街道口环武汉大学、武汉理工大学、华中师范大学创新创意带,湖北大学周边自由职业人员集聚创新区等走访调查,对武汉新阶层自由职业人员的群体特征形成相对全面的掌握。

(一)武汉自由职业人员群体特征

1. 职业流动性强,身份变化快

自由职业人员主要通过市场实现自主就业,由于不与用人单位建立长期固定的劳动关系,职业流动性强,工作变动的频率高。据调查,自由职业人员一份工作干到底的情况几乎不存在,3年内更换过工作的达60%以上,通常被称为U盘式生存方式,即自带信息、即插即用,不装入固定系统。

职业流动性强导致自由职业人员身份转化比较频繁。以我们重点调研的环高校创新带为例,创新创业的自由职业人员身份常常在变化中,在校期间创业属于高校党外知识分子,毕业后创业属于新阶层自由职业人员,留学归来又属于留学人员,创业成功成为私营企业主又属于非公经济人士。

2. 自我意识较强,思想复杂多元

自由职业人员通常知识文化水平较高,非常注重理性思考,思想比较活跃,社会接触面广,自主意识强烈,遇到问题一般不盲从,不愿意受条条框框的束缚,尤其是其中的留学回国人员,经历丰富、眼界开阔,对许多问题有自己独特的见解。

随着就业方式和利益分配日益多元化,新阶层自由职业人员有强烈地提升自我生存状态的愿望,对党和政府的服务水平也有较高的期望值。由于长期在体制外生存,某些自由职业人员存在个人主义、功利主义、享乐主义等思想,极少数自由职业人员对当前社会的看法和评价比较消极,需要加强思想引导和行业规范。

3. 线下主要在文创区集聚,线上趋于在虚拟平台、网络社区集聚

目前武汉市文创自由职业人员主要集中在武昌区的昙华林社区、黄陂汉口镇戏码头、东湖大李村、东湖光谷等区域。据统计,昙华林社区从事自由职业的商户有110多家,自由职业人员学历普遍较高,大专以上文凭占76.%,以青年群体居多,35岁以下占78.4%。黄陂汉口镇是武汉最大沉浸式实景ISG剧游基地,吸引了大批演艺类自由职业人员入驻。位于东湖风景区的“大李文创村”,聚集了各类手工文创商户30多家。光谷作为国家自主创新示范区、国家首批双创示范基地,是武汉创新创业活动最集中的区域。相关统计调查显示,截至2019年底,光谷自由职业人员数量接近12万,5年增长了近一倍。

随着互联网和信息技术的发展,依赖网络平台发展起来的零工经济、平台经济成为新兴的就业形态和经济发展模式。越来越多的自由职业人员的作品依托网络等虚拟平台、社区进行传播,他们的社会交往也主要通过一些新媒体来实现。许多自由职业人员趋于在虚拟平台和网络社区集聚。虚拟平台和社区意见领袖,对自由职业人员许多政治观点的形成产生重要影响。

4. 代表人士政治参与热情高,诉求表达意愿强烈

在自由职业群体当中,蕴藏着一批高素质人才,有一定的社会经济影响力,具有强烈的政治参与意识,希望用自己的知识与智慧推动经济社会

发展。根据调研,有80%以上的自由职业人员认为自己的工作不仅是兴趣爱好、谋生手段,而且为武汉的经济发展、城市形象提升等方面做出了贡献,体现出了较强的社会荣誉感以及与城市共同发展的意愿。许多事业有成的自由职业代表人士表示,自己知识水平、经济实力以及创新能力强,有能力、也有责任在武汉经济文化社会发展中贡献更大的力量。

5. 青年群体比重不断增加,与本地高校联系密切

据调查,从自由职业人员的总体年龄结构来看,40岁以下青年群体比重大,约占75%,并呈现逐年增加趋势。从自由职业人员的结构上看,传统文化经济领域的自由职业人员数量相对稳定,甚至有所减少,新兴文化经济领域自由职业人员规模扩展较快,而新兴领域自由职业人员又以青年人为主体。从户籍地看,多数自由职业人员是武汉本地人或者来自省内其他城市,具有比较强的本土化特征,与本地社会经济联系相对紧密。

武汉科教优势支撑了自由职业人员的发展。特别是近年推出的大学生留汉政策,进一步提升了大学毕业生留汉创业的意愿。据调研,70%以上的青年自由职业人员是从武汉高校毕业后留汉创新创业的,因为师承关系或者同学关系与高校有着产学研方面千丝万缕的联系。

(二)当前凝聚武汉自由职业新力量面临的主要挑战

一是统战工作对象难以确定。武汉自由职业人员遍布文化经济社会的各个行业、各个领域。而且武汉高校密集,大学在校生规模超过百万,随着新兴技术的发展及消费需求更加多样化,自由职业人员的规模还在不断快速拓展中。作为统战对象,自由职业人员行业分布广、类别多样,具有极大的差异性和多元化特征,为统战工作带来很大挑战。

二是统战工作难以建立联结点。自由职业人员以分散执业为主,不受制约与束缚,这种自由松散型个体无边界的生产组织方式,导致没有固定的组织联结渠道,统战工作网络覆盖难。而且诸多文创行业业内竞争激烈,常陷入恶性竞争、打价格战的状态,导致群体更加缺乏凝聚力。

三是统战工作缺少必要的工作平台和载体。目前武汉自由职业人员的相关行业组织缺乏。一方面,行业协会脱钩,传统自由职业行业的许多协会正在组建中,更主要的原因是自由职业以新兴行业为主,许多知识经济、信息创新催生的新兴行业,如技术经纪、知识产权、人工智能、创意设计,尚未成立行业协会。行业组织不健全,统战工作手臂难以延伸,难以扩大工作覆盖面,也导致目前组织架构中自由职业代表人士发挥的影响比较有限,“领头羊”作用难以发挥。

此外,由于缺乏组织依托,多分布在新兴行业,武汉自由职业人员存在职称评聘困难、新兴行业不规范、知识产权维权难等突出问题。这些问题难以解决,影响制约统战工作发挥成效。

四、新时代团结凝聚武汉自由职业人员的统战工作对策建议

统一战线是我党凝聚人心、汇聚力量的重要法宝。增加武汉自由职业人员的政治认同、情感认同和价值认同,要坚持信任尊重、团结引导、组织起来、发挥作用的思路,运用社会化、网络化的方法,通过建设实践创新基地、联谊组织等载体,畅通多层次政治参与、表达渠道等方式,强化思想引领,凝聚政治共识,从而发挥自由职业人员在全面建设现代化大武汉中的重要作用。

(一)加强部门协同与力量配备,提升统战工作效能

健全完善体制机制,全面加强统战工作力量

配备,全面提升服务自由职业人员的统战工作效能。一是进一步健全党委统一领导下,统战部牵头协调,相关部门、群团组织、行业协会各负其责、密切协同的大统战工作格局。建立专项协调机制,推动相关部门共同研究政策、交流工作信息、统筹工作资源,在协作联动中强化自由职业人员统战工作合力。二是加强工作力量配备,对自由职业人员统战工作提供专项经费保障。通过社会化购买服务、提高对群团组织及行业协会经费支持力度等多种方式,全面增强自由职业人员统战工作力度。三是重点做好自由职业人员代表人士的统战工作,壮大统战"新力量"。加大对政治思想素质高、业务能力强,具有较大行业和社会影响力的代表性人物进行考察、培养,引导支持他们站出来发挥行业引领作用。

(二)融合服务帮助与思想引导,增强线上、线下凝聚力

线上与线下相结合,寓思想引导于服务帮扶之中,加强对自由职业人员的思想政治引领和政策帮扶。

一是持续开展"凝聚新力量·筑梦新时代"主题教育活动。根据自由职业人员特点,线下理论培训与线上课程相结合,文化交流与思想交流相融合,在学习交流中进一步强化思想认同、理论认同和政治认同。二是把帮助解决实际问题,作为思想引导的切入点。建立线上与线下相结合的沟通协商机制,及时了解自由职业人员的实际困难,帮助反映自由职业人员在行业扶持、权益保护、职称评审等方面的合理诉求,推动相关部门制定完善涉及自由职业人员的政策措施。三是充分利用微博、微信、移动客户端和网站等,打造网络宣传、联谊、教育、服务等空间,宣扬党的方针政策和统战理论,提供工商税务法律等服务,选树典型人物,加大线上交流服务,打造凝聚自由职业人员的网络空间平台。

(三)健全统战社团等组织平台,以桥梁纽带团结分散个体

搭建联谊分会、建立统战工作实践基地等,延伸统战工作手臂,广泛凝聚自由职业人员,培养其中代表人士。

一是推动成立自由职业人员统战社团组织。依托新的社会阶层联谊会,成立自由职业人员分会,在自由职业人员集聚度高的区域成立文创分会等,搭建自由职业人员联系平台,积极开展联谊活动,组织服务社会公益。二是整合街道、园区、楼宇统战工作资源,聚焦自由职业人员相对聚集的武昌昙华林、东湖大李村、黄陂汉口镇等区域,积极打造文创特色鲜明的自由职业人员统战工作实践创新基地。三是强化自由职业人员相关行业协会的统战职能,积极汇集、反映自由职业人员诉求,服务自由职业人员需求,作为党和政府联系自由职业人员群体的正式桥梁和纽带。

(四)畅通政治吸纳和诉求表达渠道,支持参与社会治理

拓宽自由职业人员政治参与渠道,支持自由职业人员建言资政、参与现代化社会治理,积极贡献力量。

一是拓宽自由职业代表人士政治参与渠道,培养一批政治思想素质高、业务能力强,具有较大行业和社会影响力的代表性人物,打造成为凝聚广泛自由职业人员的"关键力量"。探索制订自由职业代表人士综合评价体系。加大自由职业人员代表人士的培养和政治安排力度。二是充分发挥基层党组织作用,探索建立自由职业人员参与社区公共事务新机制。加大"两新"党组织建设覆盖力度,强化社区统战职能,加强联系和引导服务,构建开放有序的公众参与机制,鼓励自由职业人员主动参与到社区公共事务中,为基层社会治理现代化贡献新力量。三是畅通合理诉求表达渠

道。完善民意调查、信息公开、咨询听证、协商谈判等制度,探索建设互联网政治参与平台等,多种形式创新模式支持并听取自由职业人员公开、正当地表达意见建议,反映合理诉求。

(五)立足科教人才优势,探索打造武汉统战特色平台

根据青年群体与高校联系紧密的特点,探索依托武汉高校科教资源丰富的优势,加强统战教育平台及智库建设,打造科教特色突出的武汉统战平台。一是着力加强环高校创新带、“大学+”产学研合作区自由职业人员统战工作创新探索。探索街道与大学统筹协调、共同推进自由职业人员的统战工作新模式。多层联创、多方联动、多措并举,探索建立具有武汉特色、具有品牌示范效应的统战实践创新基地。二是成立新阶层学院,为全市包含自由职业人员在内的新的社会阶层,提供优质的联谊学习平台,成为拓宽发现渠道、培养青年自由职业人员的重要平台。三是探索建立新阶层自由职业人员统战工作研究基地,开展线上线下常态化调查研究,打造统战研究力量队伍,促进统战工作理论和实践创新。

参考文献

[1]评论员. 准确把握新时代爱国统一战线的历史方位——论学习贯彻习近平总书记在中央统战工作会议上重要讲话[N]. 人民日报,2022-8-1(3).

[2]中国农业大学课题组. 大学与街道协同开展新的社会阶层人士统战工作研究[C]//北京社会主义学院. 统一战线理论研究(2017). 北京:学苑出版社,2017:193-203.

[3]王小波. 对自由职业人员统战工作的调查与思考[J]. 天津市社会主义学院学报,2022(1):29-33.

[4]张洪松. 中国共产党对自由职业者阶层的政治吸纳与整合[J]. 党政研究. 2019(3):90-97.

(作者简介:顾晓焱,博士,武汉市社会科学院经济与金融研究所副研究员,研究方向为城市经济、产业经济;

张玉,武汉市社会科学院社会学研究所副研究员,研究方向为社会治理。)

(责任编校:徐灿)

武汉反家庭暴力、促家庭和谐建设调查研究

——基于武汉万人问卷调查数据的实证分析

杨　莉　马运杰　简　民

摘　要:通过对武汉市15个城区及开发区内常住居民开展“反家庭暴力”万人问卷调查,发现“家庭中的女性成员”更容易受到家庭暴力伤害,“冷暴力”已成为家庭暴力的主要表现形式。对此,本文提出着力完善“六方联动”工作机制、创新反家庭暴力工作内容和方法、促进和谐武汉家庭建设、加大反家庭暴力教育宣传等对策建议。

关键词:反家庭暴力法、家庭和谐建设、调查问卷、社会协同

家庭是社会的基本细胞,是国家发展、民族进步、社会和谐的重要基石。习近平总书记高度重视家庭在基层社会治理中的作用,强调“不论时代发生多大变化,不论生活格局发生多大变化,我们都要重视家庭建设,注重家庭、注重家教、注重家风”。国家“十四五”规划纲要首次设立了“加强家庭建设”的专节,提出了具体任务和要求,为促进新时代家庭健康发展提供了重要的政策保障。随着经济社会的快速发展,婚姻家庭纠纷易发多发,尤其是疫情防控期间,呈现出复杂性、多样性变化,影响了社会的和谐稳定。

为做好预防和制止家庭暴力工作,依法保护家庭成员特别是妇女、未成年人、老年人、残疾人的合法权益,维护平等、和睦、文明的家庭关系,促进家庭和谐、社会稳定,2022年3月,最高人民法院、全国妇联、教育部、公安部、民政部、司法部、卫生健康委七部委联合提出《关于加强人身安全保护令制度贯彻实施的意见》,加强人身安全保护令制度贯彻实施。

妇联组织作为党和政府联系妇女群众的桥梁纽带,做好家庭工作,发挥家庭建设在基层社会治理中的重要作用,既是传统工作和擅长领域,也是新时代的重要任务。

一、武汉反家庭暴力协作推进情况

2016年3月1日,《中华人民共和国反家庭暴力法》出台后,武汉市妇联推动多部门合作,推进全市“六方联动”,预防和制止家庭暴力。建立了宣传、服务、庇护、救济、援助、惩治“六位一体”的立体化工作格局,收到了良好的社会效果。2016年6月,武汉市妇联联合市公安局、市民政局、市司法局、市卫计委、市法院制发了《关于加强“六方联动”预防和制止家庭暴力的工作意见》,并及时搭建“六方联

动”平台,先后挂牌成立武汉市反家暴庇护救助站、建立武汉市家庭暴力伤情司法鉴定站。

反家庭暴力多方协作机制建立后,女性如遭受家暴,可第一时间拨打110报警,公安局会及时出警制止家庭暴力,针对情节轻重给予施暴者批评教育、出具告诫书、治安管理处罚等,并协助受害人就医、鉴定伤情。公安机关可邀请妇联组织向施暴者出具告诫书;市卫计委监督医疗机构做好家庭暴力受害人的诊疗记录,市司法局督促家庭暴力伤情司法鉴定站为受害人提供伤情鉴定服务;需要庇护救助的受害人,个人可申请到反家暴庇护救助站的暂时庇护,也可由公安机关和妇联组织转介到反家暴庇护救助站;在庇护期间,市妇联、市民政局、市司法局可以协助申请人身安全保护令,并提供心理咨询、法律援助等服务。在反家暴工作中,“六方联动”各成员单位各司其职、环环相扣,形成科学、高效、操作性强的运行机制。截至2019年1月,全市共为老人、妇女和儿童提供40余人次人身安全保障和免费、临时的庇护救助,办理家暴伤情司法鉴定165起,总计减免鉴定费用28140元。推动法院系统共签发17份人身安全保护令,并无一反弹。

2023年2月28日,武汉江岸区妇联联合江岸区人民法院、江岸区公安分局率先建立湖北省首个三方“正式签署“的反家暴协作机制。机制从五个方面明确细化各部门工作职责,建立了家暴警情联动、人身安全保护令的作出和执行、受害人隐私保护、反家暴宣传教育等方面的协作模式,加强各部门之间的工作衔接与配合,解决家庭暴力案件隐蔽性强、固定证据困难、惩戒震慑力度不够等问题,实现家庭暴力案件办理各环节的衔接顺畅、快速响应,以家庭和谐、社会稳定共同缔造美好生活,推动平安家庭建设。

二、调查实施的基本情况

为做好《中华人民共和国反家庭暴力法》宣传落实工作,维护家庭弱势成员合法权益,促进家庭和谐建设,2022年7月,武汉市妇联联合武汉市社会科学院开展“反家庭暴力”万人问卷调查,旨在了解武汉家庭暴力现状、宣传反家暴法、促进家庭和谐建设。

本次调查对象选择的是居住在武汉市15个城区及开发区内的常住居民。调查采取整群抽样方式,通过“武汉妇联微信工作群”“社区志愿者服务群”“下沉党员服务群”发放调查问卷10000份,其中有效问卷9739份,回收率97.39%。调查结果采用SPSS20.0软件进行数据统计分析,然后针对呈显著性差异的问题进行访谈法取证。

(一)基本情况

调查问卷从家庭结构、家庭收入、家庭矛盾、家暴知识四个维度展开设计,共24个调查题目,除1个开放式问题外,其余23个均为选择题。调查采取不记名方式进行,调查对象通过微信扫码答题。调查时间从2022年7月7日至7月14日,历时一周。

在调查的9739份有效问卷中,男性1664人,占比17.09%;女性8075人,占比82.91%。中心城区4797人,占比49.26%;远城区和开发区4942人,占比50.74%(见图1)。调查女性数量大幅超过男性,远城区与中心城区答题比例相当。这与问卷的发放对象主要是“武汉市妇联微信公众号平台”的关注用户密切相关,调查呈现出的性别比例、年龄分布、婚育状态、收入偏差等数据与关注“武汉市妇联微信公众号”的用户现状比率相符,都是更多吸引已婚已育的中低收入女性参与和关注。同时也证明女性更关注“家庭暴力”相关问题。

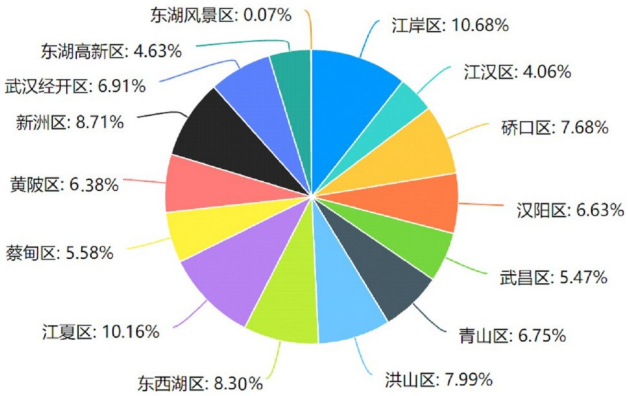


图1 各城区答题人数比例图

(二)调查的结构比例

从年龄看,14岁以下未成年19人,15~18岁青少年31人,19~35岁青年4002人,占41.09%;36~59岁中年5478人,占56.25%;60~79岁以上老年200人,占2.05%,80岁以上高龄老人9人。中青年调查对象占比达到97.34%,这与调查问卷的微信发放方式相关,也体现了这个年龄阶段对家庭暴力的密切关注。

从婚育状态看,未婚1209人,占12.41%;已婚8026人,占82.41%;离异367人,占3.77%,丧偶86人,再婚51人。未生育子女的占18.19%,已生育子女的7967人,占比81.81%,其中已生育一孩的5792人,已生育二孩的2096人,已生育三孩的79人,占比分别是59.47%、21.52%、0.81%。

(三)调查的类型比例

从学历看,初中及以下学历743人、占7.63%,高中(含中专/职高)1715人、占17.61%,大专学历3740人、占38.40%,本科学历3282人、占33.70%,硕士研究生224人、占2.3%,博士及以上35人、占0.36%,调查对象学历在大专以上的超过七成,整体认知程度较高。

从收入看,家庭年收入3万元以下的占15.71%,3.1万~8万元的占47.22%,8.1万~25万元的占28.14%,25.1万~50万元的占6.95%,50.1万~100万元以上的占0.62%,100万元及以上的占0.33%,无收入家庭占1.03%。本次调研家庭年收入低于8万元的超过六成,代表武汉普通收入水平家庭。

从职业来看,答题对象涵盖党政机关公务员、各类专业技术人员、国企管理层人员、国企员工、事业单位职员、私企员工、自由职业者、军人/武警/公安、学生、农民工、农民、其他职业和已退休人员,其中答题者占比最多的依次是其他职业(63.37%)、自由职业者(8.47%)、事业单位职工(7.01%)、私企员工(4.55%)、已退休人员(3.39%)和农民(3.34%)。

从居住情况看,核心家庭(夫妻和孩子)占本次调查总数的54.41%,主干家庭(三代同堂,祖父母或外祖父母,与成年子女及第三代同住)占22.04%,只与配偶居住的家庭占比7.46%,其他居住方式占7.45%,个人独居占3.80%,联合家庭(三代同堂,祖父母或外祖父母,与两对成年子女及第三代同住)占2.65%,单亲或隔代抚养家庭占2.19%。(见图2)

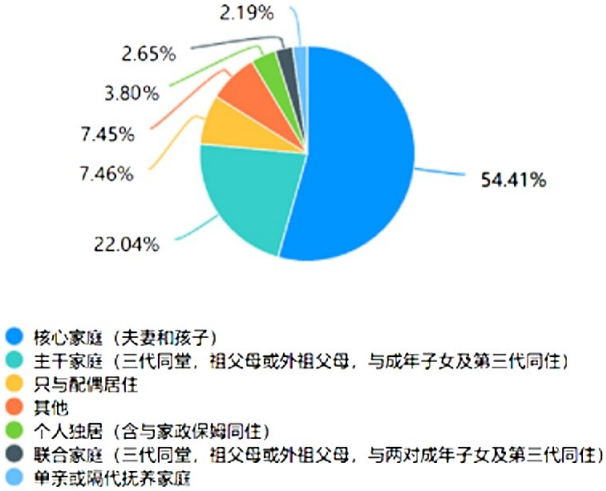


图2 居住状态比例图

三、调查的初步结果分析

(一)普法宣传进社区,《中华人民共和国反家庭暴力法》知晓率高

调查显示,64.3%的受调查者"比较了解"《中华人民共和国反家庭暴力法》或《湖北省反家庭暴力条例》,32.31%的受调查者是"听说过,不太了解",仅3.39%的人表示"不知道,没听说过",《中华人民共和国反家庭暴力法》知晓率超过九成。在调查问卷的"您周边是否开展过反家庭暴力的宣传教育"提问中,9739名答题者有81.11%的人反映"社区有开展过"、其次是"工作单位有开展过"(33.31%)、"其他渠道有过"(20.9%)和"学校有过"(13.42%),仅有9.24%的调查对象"周边从未开展过反家庭暴力的宣传教育"。可见社

区基层普法宣传工作深入有效,《中华人民共和国反家庭暴力法》知晓率高。

2016年3月1日《中华人民共和国反家庭暴力法》正式实施,2019年3月29日《湖北省反家庭暴力条例》政策出台。地方条例从增强制度的可操作性,细化落实反家庭暴力法,指导落实人身安全保护令制度,让广大人民群众明白家庭暴力不再是家务事,走好法律落实中的"最后一公里",为预防和惩治家庭暴力加上了一把安全锁。

(二)家庭暴力发生率低于全国平均值,武汉女性维权意识强

根据全国妇联和国家统计局组织的第三期中国妇女社会地位调查结果显示,我国24.7%的女性遭受过不同形式的家庭暴力(包括侮辱谩骂、殴打、限制人身自由、经济控制、强迫性生活等)。其中明确表示遭受过配偶殴打的比例为5.5%。而在每年自杀的15.7万妇女中,有60%的自杀原因是家庭暴力。

本次武汉反家暴调查有18.15%的调查者明确表示身边存在家庭暴力现象(包括常年冷暴力),发生率低于全国平均值24.7%。遭遇了家庭暴力,45.41%的调查者最先想到的是"报警后让公安机关对施暴人惩戒与训诫",其次是"保留家暴证据,通过法律途径实现诉求"(35.67%)和"得到妇联组织的专业维权协助与倾听陪伴"(16.33%),另有2.59%的人会选择"寻求家人朋友的武力支持,尽快完成以暴制暴"。根据2016年全国妇联和最高法的统计数据,家暴受害人平均遭受35次家暴后才选择报警,相比之下武汉女性维权意识强,并且理性泼辣。

调查显示近八成的被调查者"平时会主动了解反家庭暴力方面的知识",其主要目的是"保护自己"(62.52%)和"保护子女"(25.58%),另有6.26%的人缘于"纯粹好奇",还有3.11%的人是想"保护老人",其他原因的占2.53%。如果将"性别"和"婚姻状态"与"了解家暴知识目的"做交叉分析可以发现,女性主动了解反家暴知识更多是出于保护自己的目的;而男性更多是为了保护子女,尤其是已经历过婚姻的男性,无论是已婚、离异、丧偶、再婚的男性,他们主动了解反家暴知识都是为了保护子女。(见图3)

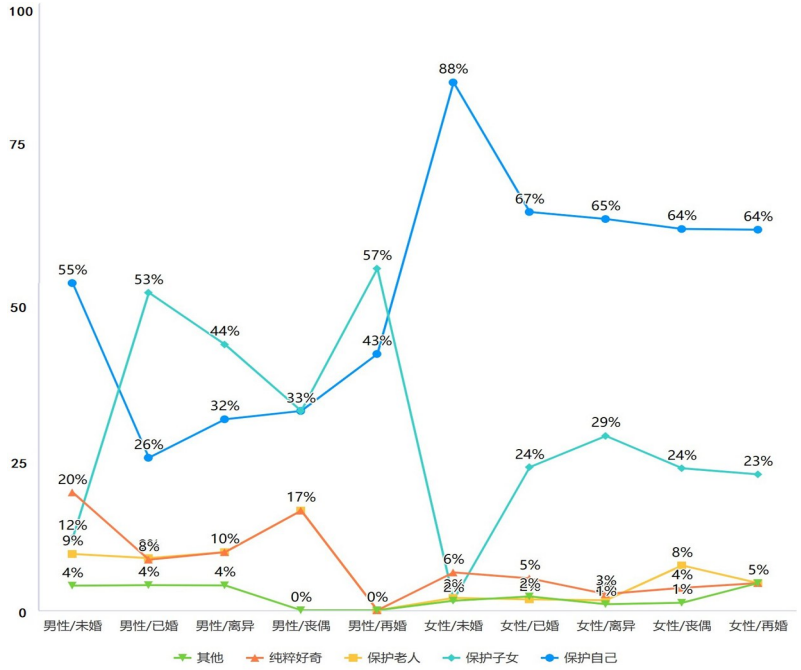


图3 "性别""婚姻状态"与"了解家暴知识目的"交叉分析折线图

由于本次调查对象中有6787名是已婚女性,调查结果充分说明武汉市妇联作为妇女“娘家人”,近年来防家暴宣传得力到位,女性维权意识强。

(三)网络自媒体是宣传反家暴知识最受欢迎的方式

对于“您更倾向于通过什么方式获取反家暴知识宣传”的问题,78.10%的调查对象选择“网络/短视频/微信公众号”,70.07%的人选择“电视/报刊/广播”,58.8%的选择“宣传展板/宣传册”,“司法机构/警察”“亲友介绍”的选项较少人选择。调查结果表明网络自媒体、传统电视广播纸媒和宣传展板宣传册,是宣传反家暴知识最受欢迎的三种方式,这与《中华人民共和国反家庭暴力法》中家庭暴力的预防“广播、电视、报刊、网络等应当开展家庭美德和反家庭暴力宣传“相一致。

在每年的11月25日,联合国确立的“国际消除对妇女的暴力日”即“国际消除家庭暴力日”,全网都会推出与《中华人民共和国反家庭暴力法》相关的内容,吸引大量网友关注。2016年全国妇联推出的动漫微视频“3分钟读懂《中华人民共和国反家庭暴力法》”,经共青团中央在B站转发,两年播放量17.4万人次,吸引网友评论931条;2022年7月16日新华网在抖音平台发布的“最高法进一步明确家庭暴力形式,冻饿及经常性侮辱等均属家庭暴力”短视频,上线30天获赞8318个,评论195条;武汉市妇女联合会微信公众号“武汉女性”,其中“莲姐普法”栏目2022年8月8日发表的“反家暴人身安全保护令解读”7天阅读量438人次。网络自媒体已经成为宣传反家暴知识最受欢迎的方式。

四、调查发现的主要问题和矛盾

(一)“夫妻矛盾”是引起家庭争吵和矛盾的主要原因

调查发现,“夫妻矛盾”作为问卷调查中最容易引起家庭争吵和矛盾的原因,选择比例(51.59%)大幅超过“亲子沟通”(14.87%)、“经济收入”(13.04%)、“婆媳关系”(10.07%)、“家务劳动”(7.76%)及其他(2.67%)。同时近一半的调查对象认为“减少家庭矛盾”是“杜绝家庭暴力最好的手段”(47.66%),其次是“增强法律宣传”(27.91%)和“加重处罚力度”(20.89%)、接下来是“监督举报有奖”(2.54%)、最后是“其他方式”(1.00%)。

如果将男女性别、学历收入、居住方式作交叉分析可以发现,除了最显著的夫妻矛盾会引发争吵外,随着调查对象学历的提升、收入的增加,亲子沟通问题占比越高;与此同时,农民和农民工、低收入家庭更容易因为经济收入产生矛盾;相对而言,主干家庭和联合家庭更为婆媳关系而操心;相比之下,中心城区与远城区无显著性偏差,城乡区别不大。整体家庭矛盾归因就是:中产高知忙育儿、贫贱夫妻百事哀、三代同堂婆媳吵、城乡矛盾皆一样。

(二)“家庭中的女性成员”更容易受到家庭暴力伤害

“武汉女人”在全国一直是勤快泼辣、坦率直白的鲜明形象,但即便如此,武汉女人依然认为自己是“容易受伤的女人”。

参加本次问卷调查的9739个调查对象,有8075个女性,其中超过八成认为“家庭中的女性成员”更容易受到家庭暴力伤害,而参与答题的1664个男性有八成认为“未成年人”更容易受到家庭暴力伤害(见图4)。这与之前“主动了解家庭暴力知识的目的”问题答案一致。可以看出,女性容易将自己定位为弱势群体,而男性则关注孩子与老人。尤其是面对“孕期和哺乳期的妇女”,女性觉得特殊时期更容易受到家庭暴力伤害,而男性则不认同。

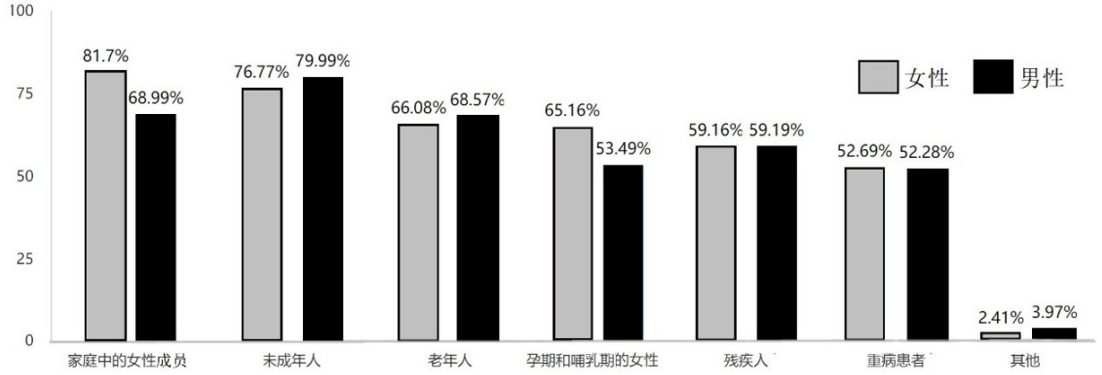


图4 “更容易受到家庭暴力伤害”的男女答题比例图

(三)“冷暴力”成为家庭暴力的主要表现形式

从“热暴力”到“冷暴力”、从施暴主体到受暴主体的性别反转、从单一暴力到连环暴力事件,越来越多的家庭暴力事件引起全社会的普遍关注。本次调查中,被认为是家庭暴力的7个选项,选择占比最多的依次是:殴打(96.22%)、精神侵害与冷暴力(88.25%)、经常性谩骂(86.07%)、监禁与限制人身自由(84.95%)、残害(82.69%)、捆绑(80.33%)、恐吓(79.82%)。

调研访谈中有很多家庭在夫妻感情破裂后,因为孩子、面子、利益等各种关系,一时不能离婚,便陷入“冷战”中。相比于那些爆发性强的“热暴力”,隐形的“冷暴力”被称为是最残忍的“凌迟”。冷暴力的受害者曾经以女性为多。然而本次调查发现,当下女性也可能成为冷暴力中的施暴者,现实生活中许多女性对丈夫冷嘲热讽、挖苦谩骂、言语指责,让配偶倍感压力,使家庭氛围冷漠紧张,给孩子造成童年创伤。许多男性被访者和亲友表示也需要妇联组织的帮助和关怀。

五、对策建议

自2016年3月1日《中华人民共和国反家庭暴力法》正式实施起,家庭暴力行为正式进入国家法律监管范畴。经过近7年贯彻落实,全国各省市的《反家庭暴力条例》在颁布实施后逐步修订、细化。比如,河北省2022年11月修订的《河北省反家庭暴力条例》新增九大亮点:明确反家暴工作的政府责任;明晰妇女儿童工作委员会的反家暴工作职责;体现反家暴预防为主、惩治为辅的治理理念;强调用人单位在反家暴工作中有所作为、有所担当;禁止针对未成年人实施家庭暴力;规定公安机关对家庭暴力须进行危险评估、单列统计;细化人身安全保护令的具体措施;构建家庭暴力受害人救助体系;将反家暴纳入公益诉讼等九项修订。安徽省将反家暴工作纳入2022年全省基层社会治理工作,进行网格化管理;除了为家暴受害人申请人身安全保护令外,还设立临时庇护场所,及时提供应急庇护救助服务;再通过政府购买服务的方式,为家庭暴力受害人提供临时生活帮助。

截至2022年底,我国已有15个副省级城市(武汉、沈阳、大连、长春、哈尔滨、南京、杭州、青岛、济南、宁波、厦门、成都、西安、广州、深圳)颁布了地方性《预防和制止家庭暴力条例(办法)》,进一步明确反家庭暴力工作中各方的职责,细化家庭暴力预防、处置和救助措施,为当地反家庭暴力工作提供坚强法治保障。

根据本次武汉万人反家暴问卷调查统计结果和发现的问题,课题组提出以下四大对策建议。

(一)尽快出台反家庭暴力地方性法规

《湖北省反家庭暴力条例》颁行以来,在有力指导武汉反家暴工作的同时,条例本身有关概念界定不够明晰、部分条款规定偏于粗疏不便操作等问题也日益明显,难以适应当下武汉家庭暴力发展形势和反家暴工作要求。另一方面,武汉作为依法享有立法权的超大城市,制定更符合本区域需要的反家庭暴力法规,也能更大限度弥补反家暴条例存在的不足。出台武汉版反家庭暴力法规,可借鉴如江苏、河南等省市区立法经验,优化细化《湖北省反家庭暴力条例》相关规定,突出武汉反家庭暴力工作特色和具体指向。

(二)不断推动反家庭暴力工作创新

调查结果显示,武汉超过9成的家庭暴力受害人选择向公安部门和妇联组织寻求救助(见图5)。这表明公安机关和妇联组织在反家暴工作中发挥了主体作用。司法行政机关是指导人民调解的职能部门,妇联组织联系着千家万户,是平安家庭创建工作的牵头部门。努力化解婚姻家庭纠纷,促进家庭和睦平安,是司法行政机关和妇联组织义不容辞的职责和任务。同时调查结果也显示,多方联动、共建共治的反家暴工作格局有更多工作创新的客观需求。也需要反家暴工作的参与者,如家事调解员、家事调查员、社区工作者、社会工作者、律师志愿者等,做到思想、观念更新,工作内容、方法、手段、程序、节奏革新,接受各种工作挑战。

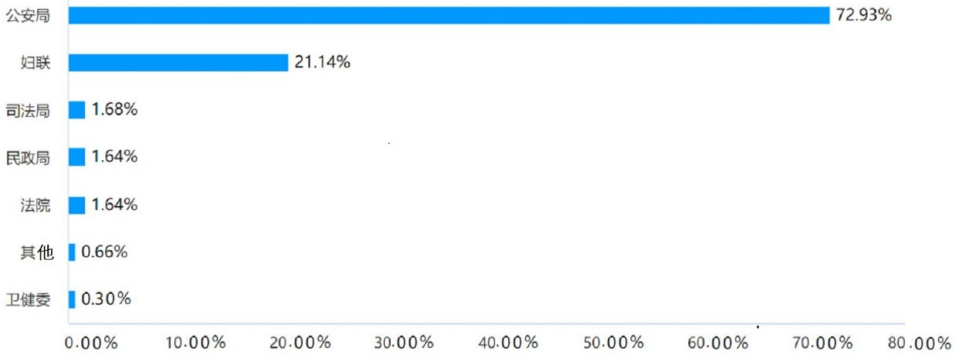


图5　家暴事件发生后的机构选择排序图

(三)不断提升市民文明素养抵制家庭暴力

和谐稳定的家庭关系,是避免家庭暴力产生的基石。调查表明:家庭暴力的产生多源于“夫妻矛盾”。因此,武汉应大力促进和谐家庭建设,厚植避免家庭暴力产生的文化和心理土壤,从而推动反家庭暴力工作迈入新境界。注重以文化人,提升市民文明素养,开展针对性预防家庭暴力教育。鼓励引导单位和个人抵制家庭暴力,符合见义勇为确认条件的按照有关规定予以表彰、奖励和保障。

(四)持续开展反家庭暴力宣传教育活动

扩大反家庭暴力法治教育。推动反家庭暴力内容进校园、进社区、进村组、进企业、进机关、进工地。加强反家庭暴力文化治理。健全和完善文艺作品审查制度,将反家庭暴力作为审查内容纳入文艺作品监管项目,对涉嫌带有宣扬传播家庭暴力倾向的文艺作品实行一票否决。开展反家庭暴力研究和知识普及工作,提高市民家庭暴力斗争觉悟和应对能力。

参考文献：

[1]杨莉,徐桂娣,孙文静. 武汉家庭支持服务需求与提升调查研究[M]//樊志宏. 武汉社会科学·总第24辑. 武汉:武汉出版社,2022:109-115.

[2]周鑫,谷玉爽. 反家庭暴力法视域下妇女权益法律保护研究[J]. 民主法制建设,2022(3):40-42.

[3]王春霞. 增进家庭幸福与社会和谐　促进未成年人健康成长[N]. 中国妇女报,2021-8-20(3).

[4]茹希佳,苏芙萱. 公民制止家暴可认定见义勇为[N]. 中国妇女报,2021-12-7(3).

[5]刘梓祺.《反家庭暴力法》中人身安全保护令的分析探讨[J]. 法制博览,2021(9):62-63.

(作者简介:杨莉,武汉市社会科学院社会学研究所副研究员,研究方向为人口老龄化、未成年人教育及社会心理等;

马运杰,武汉市社会科学院政治与法学研究所副研究员,研究方向为城市法治;

简民,武汉市儿童图书馆助理馆员,研究方向为图书馆管理、儿童图书资源建设。)

(责任编校:曹莹)

移动传播时代城市空间的类虚拟消费研究

黄 骏

摘 要:后现代社会的发展,使城市传统的商品或服务消费向空间消费转变。本文以类虚拟消费为主要概念,讨论消费者在虚实相间的半虚拟空间中穿梭的动态过程。消费者与商家、消费者与网民以及商家与网民之间,借助城市的半虚拟消费空间,实现了线上线下联动的体验、消费、分享和"种草"等行为。个性化的城市消费空间能够满足市民类虚拟消费的需求,市民不仅成为实体消费的终端客户,而且借由移动技术充当了商家"二次营销"的传播节点。

关键词:空间消费;类虚拟消费;城市空间;移动传播

一、引言

消费是人们为了满足生产和生活的需要而对物质资料的使用和消耗。最广义的消费包括生产消费和生活消费,而城市空间中往往伴随着各式各样的生活消费行为。这是因为城市相比于乡村拥有许多独特的场景和元素。早在1938年,芝加哥学派的路易斯·沃思发表了《作为一种生活方式的都市主义》一文,文中概括大城市的优势在于众多因素的集中,包括工业、商业、金融和行政设施与活动,交通网络与通信网络,新闻业、电台、剧院、图书馆、博物馆、音乐厅、歌剧院、医院、大学、研究和出版中心、专业组织,以及宗教和福利机构等文化和娱乐设施。[1]

现代消费既是一个经济使用主体的过程,也是一种社会行为和文化形态,是联结经济与文化的社会活动。它具有丰富的内涵,并与社会其他非消费要素相互交织、相互影响,产生复杂的关联。[2]17总体而言,城市个体的生活消费主要分为两种:其一是个人形式,即个人在城市空间中单独消费一定的对象,称"个人消费";其二是社会化形式,即许多消费主体在同一时间、同一空间内集体性、有组织地消费同一消费对象,称"共同消费",人们对大型城市公共设施的消费就是典型的共同消费。无论是个人消费还是共同消费,城市的消费活动一般在城市公共空间中进行。

从活动的角度来看,"消费空间"就是承载消费活动的空间,消费既是空间中最主要的功能活动,也是人们前往该空间的定向动机。不过,随着消费社会的发展,消费空间中出现了越来越丰富的非消费活动,如休憩、交往、文化表演、艺术展览等。这一方面意味着消费空间承担了更多城市公

共空间的功能;另一方面,上述活动尽管本身并不需要付费,但经常是刻意组织的,它们作为空间体验和氛围的一部分,将伴随其他消费活动的发生创造利润。也就是说,消费空间中的非消费活动也是与消费紧密联系的。[2]56

消费伴随着资本主义经济和城市化的发展而逐渐兴盛。消费总是需要一定的位置和范围,因此消费和空间存在天然的联系。传统地理学认为空间只是一种容器,是完全脱离社会行动的存在。自20世纪70年代的空间转向以来,人们越来越意识到空间的重要性,包括空间位置、范围、关系和结构在内的空间性既是社会行动的产物,也是社会过程的后果。空间不只是客观存在的、既定的一种物体,更是一种人类活动的产物。空间性既是行动的条件,又是行动的结果。消费活动作为一种人类活动也具有空间性,消费空间不单是客观、静止的物理存在。正因为各种社会关系和社会力量的存在,而逐渐被建构为一个充满关系、结构和意义的场所。

20世纪80年代后,消费的多元化发展使得单一学科视野下的消费空间研究越来越受到局限,建筑学、地理学、社会学、符号学和传播学等多学科思想开始被引入空间研究中。随着地理学的"文化转向"和社会学的"空间转向",地理学家对消费空间的研究也逐渐由对位置、场所、范围的关注,转向对消费空间的社会性建构的关注,促使消费社会、消费地理等理论的涌现。佐金随即提出了后现代消费空间,既指消费场所,又可以指叠加在消费场所上的各种社会关系建构的空间秩序。[3]

基于此,本文将讨论后现代语境下的消费空间,它不仅是客观的物质载体,而且是由各种社会关系进行空间秩序建构和社会关系表征的空间。本文首先将讨论城市实体空间从商品消费向体验式消费转换的趋势,它是移动互联网介入城市空间消费多样化形态的前提和基础。本文将以类虚拟消费为主要概念,讨论消费者在虚实相间的半虚拟空间中穿梭的动态过程。这种类虚拟消费并不是在网络虚拟空间进行消费,而是移动互联网嵌入到实体空间体验式消费的结果。类虚拟消费的兴起不仅重塑了消费行为,还改变了传统的商品符号生产流程,从而影响移动互联网时代消费空间与消费者行为的互动关系。

二、城市实体空间与体验式消费

城市不仅仅是一个物质实体、一群人工作和生活的场所,城市还是一个象征着许多独特东西的地方。城市是一件想象的、隐喻的和符号的作品。蒙哥马利曾建构了一个关于地方的复合派生模型,它是由形式、活动和形象三者交汇的结果。[4]斯蒂夫·派尔也表达了类似的观点,他认为城市是一种心态:城市并非仅仅以它的建筑物、街道和交通来表达自己,虽然这些东西表面上看起来对它做出了限定,城市还以其他的形式表达自己,以人们生活、工作、交易的形式,以他们的礼俗、习惯、娱乐、犯罪、愤怒的形式。[5]

就城市空间而言,它既可以作为消费工具,也可以作为消费对象,因此派生出"空间中的消费"以及"空间消费"两种形态:"空间中的消费"指空间作为承载消费活动的消费工具;"空间消费"则指空间本身成为商品性消费的对象,消费主体对空间的使用与耗费需要经过市场的交换获得,同时,空间消费品的生产者从这一交换中获取了利润。随着后现代消费社会的演进,服务产业、文化产业逐渐取代传统制造业成为新的城市经济增长点。在城市由工业中心、生产中心向文化中心和消费中心转变中,城市空间中的高消费日渐深入,同时,城市也步入了"空间消费"的范畴。[2]310-311

在《消费社会学》中,王宁对符号消费空间的形成进行了系统的梳理。符号消费空间的最初表现是在物质消费文化的商品消费上。首先,物质产品不仅是客观实体,而且因为其一开始便是人们有目的的生产而成为一种符号,是某种文化意义的象征。然后,在商业化和消费主义的影响下,

作为商品的物质产品为了吸引消费者的注意,通过符号“示差化”过程使商品获得独特的意义和文化特征,完成商品的符号化生产。最后,由于商品符号需要通过空间来展示,使得商品空间本身也符号化了,成为某种文化意义和社会价值的象征,反过来又使其中的商品获得了新的意义。[6]

后福特主义的最大特征是由被动适应消费需求转向积极制造消费需求、引领消费时尚,辅之以现代传媒的大量复制和传播。人们所消费的不再是消费品本身,而是其象征意义。正如波德里亚对广告的精彩分析:“真相是广告并不欺骗我们:它是超越真和伪的,正如时尚是超越丑和美的,正如当代物品就其符号功能而言是超越有用和无用的一样。”[7]137也就是说,后现代时期的消费在趋于“非物质”“象征性”的同时走向了“符号化”,大众所消费的是与消费品随机拼贴的社会、文化符号。符号体系的生产,对控制、操作消费趣味与消费时尚发挥着越来越重要的影响。现代消费的发展过程,是消费逐渐远离生物因素驱动而具有经济性和社会象征意义的过程。[2]18

体验式消费的兴起,标志着消费趋向于非物质化和体验化。一方面,非物质形态的消费品在消费中占据越来越重要的地位,人们不再局限于消费有形的物质产品,而是更热衷于购买无形的“服务”和“体验”;另一方面,物品本身也渗入了越来越多的非物质因素,物品甚至不再是主要的,更重要的是在消费中体验物品上那些被“转移”和“赋予”的文化符号意义,追求体验已成为20世纪晚期、21世纪早期消费文化的决定性因素之一。正如《体验经济》里所传递的中心思想那样,当某人要购买一种服务时,他购买的是一组按自己的要求实施的非物质形态的活动。当他购买一种体验时,他是在花费时间享受某一企业提供的一系列值得记忆的事件,就像在戏剧演出中那样使他身临其境。[8]

对空间的消费活动,是通过间接交换而实现的。消费主体表面上免费使用了空间,但却在以交换获得空间中消费对象的过程里,间接支付了“免费空间”的价值,也就是说,空间消费品的价值被转移到空间中的消费品价值中支付了。作为服务和体验消费的空间经常如此。进入新世纪以来,各大城市都在地方政府主导下,由投资商、开发商和艺术家共同协作打造地方性的创意历史文化街区。它们通过吸引游客前来消费的方式,同时去感受当地的历史文化以及地方特色。这一类的街区往往借助建筑符号、空间场景以及媒体元素等来追溯城市的文脉,营造一种特定的时空感和本真性。

苏州的平江路就是一个通过地方政府和商业资本合作而形成的城市空间,它以怀旧的策略将历史文化符号转化为商品,或者转化为在此空间下销售的商品和服务的附加值,从而促使更多的外地游客来消费这些被商品化的“本真性”。例如,在历史街区的咖啡馆中喝咖啡,消费者为一杯普通咖啡所支付的昂贵价格中,就包含着历史街区怀旧空间氛围的价值,此时,空间不是免费使用的,而是作为体验消费对象存在。[2]54历史文化街区将本就高高在上的宏大城市历史转换为人们可触可感的日常生活空间,为本地市民提供了认同感、归属感和历史延续感。而随着新媒体技术的发展,可意象的街道空间又通过人的凝视、叙述与传播而实现媒介化,从而更加凸显了这些物理空间在城市形象塑造中的作用。[9]

城市中典型的体验式消费空间包括“主题零售店”“主题餐厅”以及“主题乐园”等。城市空间作为符号消费品的另一表征,是城市空间的主题化。所谓“主题化”,就是用特定主题包装一个对象,借此赋予它某种有吸引力的特殊意义和氛围。“空间的主题化”来自多种空间环境的移植、再现和它们的拼贴、并置,并且它还具有一种强烈的理想化氛围。[2]321主题零售店、餐厅与一般消费空间最大的不同,是将娱乐体验作为一种具有附加值

的消费品,如迪士尼商店、M&M巧克力店等。

“主题餐厅”在提供高质量的食品之余,一方面以各种精雕细琢的室内设计来营造主题化的就餐环境;另一方面,将音乐表演、开放厨房中的厨艺展示乃至组织就餐者亲身参与现场比赛等多种体验活动隐形纳入消费过程,满足人们对食物和娱乐的双重需求。[2]67 例如,长沙的“超级文和友”能够为消费者提供独特的文化体验,因而显示出与众不同的魅力,这些独特体验包括感官体验、情感体验、思维体验和关联体验等。[10]

主题乐园是最具代表性的“体验型城市消费空间”。除了将多种消费活动组织在一起,它们的空间环境、娱乐活动也全部都是精心设计的体验消费品。无形的体验成为人们前来消费的主要内容,物质消费品本身已弱化为“体验的纪念品”。可以说,主题乐园是现代消费趋向体验化的极致表现,堪称“城市体验消费的狂欢之所”。作为体验型城市消费空间,主题乐园最突出的特征就是它所提供的体验消费品。人们不仅能在具有强烈参与性、互动性的游乐设施中获得娱乐体验,更重要的是,精心设置的主题化环境、主题化消费品和“表演性劳动”,使主题乐园的空间本身成为比娱乐设施更重要的体验消费对象,消费者在此产生的超越现实生活的梦幻感——逃避现实的体验,才是他们消费的重点。[2]71-72

在如今物质生产相对过剩的时期,人的主体意识、文化意识、生态意识相继觉醒,一定程度上在摆脱符号消费和虚假欲望的桎梏。从消费行为上,这表现为对回归日常生活空间体验的重视。对于城市特色空间的理解,不再局限于媒体宣传符号和机械的城市化景观,而是重在实地体验和感受,重在认同内心深处地域文化、生活经历交织而成的富含人情味的日常空间场景。[11] 就消费体验而言,体验消费的本质就是消费者花时间、金钱享受一系列值得“记忆”的事件,“身临其境”则是“难以忘怀”的关键。

三、从线下到线上:城市半虚拟消费空间兴起

信息网络化的普及使移动互联网进入大众生活,带来电子零售业的兴起。人们可以足不出户地在网络商店购物,这意味着现代消费被推演到一个虚拟的数字世界,消费视野也打破地域的界限,由地方扩展向全球。史蒂文森认为,虚拟空间通常被定位为以某种形式存在于社会和地理范畴之外,作为一个自由的、没有固定位置的场所,是一种天真的“后现代时代的乌托邦愿景”[12]163。便捷的电子交易使互联网承担了更多交换功能,真实世界中的消费变得更趋于现场的使用和体验。网络零售的发展进一步将现实世界中的消费推向了现场性的体验。因为商品交换可以在网络实现,而具身体验必须在现场才能获得。

网络消费在消费市场中发挥着越来越重要的作用。消费者可以通过线上购物来满足个人的购物需求。人们所熟知的虚拟消费如线上网购等,大多属于互联网时代下人们对物质资料进行购买的行为。虽然实际的商品展陈空间转移到了虚拟的网络,但是物品的生产、运输等消费过程中的流程依然发生在实体空间,需要依靠实体空间,并不完全属于虚拟消费行为。因此,在这里将这种需要部分依托实体空间而存在的虚拟空间称为“半虚拟消费空间”。

在移动通信技术出现以前,我们只能通过频繁的出行和面对面拜访来维持自身的社交网络。我们与他人之间牢固联系的确立与维持,等同于地理上的亲密关系以及每天或每周的见面社交。不过,电话、短信以及电子邮件所带来的线上交流弥补了现实中实际访问频率的下降。恰如延森所言,当下的媒介融合可以被理解为一种交流与传播实践跨越不同的物质技术和社会机构的开放式迁移。[13] 通信和运输技术通过提供更快和更便宜的沟通旅行和有线旅行,从而在远距离和面对面

的见面中进行实时传播来压缩分散的网络,远距离社交已经成为重要的日常习惯。

目前最成熟的虚拟传播技术系统当属智能手机,其功能日新月异,成为一个具有照相机、音乐播放器功能以及诸多“计算机程序”的设备。人们不断接受先进的移动设备,从而无障碍地访问互联网络。手机正越来越变得像个人电脑,它不再是一台简单的、单一功能的设备,让我们拨打电话和收发短信,而是变成社交网络、网站、文本处理、电子邮件、游戏、支付和银行等数不胜数的服务的核心。

传统的交通地理关注的是地理环境如何启用或限制人们获得机会,这些机会包括在具体地方进行日常工作、社交、购物和娱乐等活动。而移动互联网恰恰扩展了时间和空间上的互动:它允许人们可以与世界上任何地方的个人即时交流,也使人们可以同时进行多种社交互动。因此,由于这种新的传播模式出现,城市交通需求成为了一种可替代的派生需求。人们既可以选择在家完成某一活动(比如视频通话、看网络电影、点外卖食物以及网上购物),也可以选择去其他地方完成这些活动(比如见面社交,去电影院、餐厅以及商场)。

城市的出行代表人们完成相应的消费活动,其中包括某些重要的服务,例如医疗、财务、娱乐活动等。这些活动既表达了人们从事某些活动的机会,如学习、工作和休闲等,同时也表示为这些活动提供的配套设施,如银行与医院等。对于一些资源材料的消费也是人们日常的生活需求,如水、食物、能源和其他资源。这种获取的过程主要是人们从家去商店购物的途径。除此之外,人们也需要前往某些特定的地方,比如去公共空间、特定建筑甚至去垃圾场,去城市中心区或有象征意涵的地方,去郊区旅游等等。

与工作和教育相类似,移动互联网的普及形塑了传统的城市日常生活与休闲娱乐。网络空间里的电子链接主要是为了“把农业、制造业与商品、服务的消费以及对社会组织和机构的管理联系起来。”[14]网络线上购物渗透进人们的衣食住行之中,淘宝、京东、美团和饿了么等电子商务平台交易规模显著增长。这种O2O(Online To Offline,指将线下的商务机会与互联网结合)模式的电子商务使人们足不出户在家中就能享受实体到店的感官体验和服务。如果人们能通过网络来提供一项服务,你就能将服务地区延伸到网络所能到达的任何地方。这也体现了麦克卢汉有关“地球村”的论断,“电子媒体将会使许多人退出原来那种分割的社会,产生一个人人参与的、新型的、整合的地球村”[15]。这样的“地球村”能形成巨大且均衡的服务市场,它能最大限度解决偏远地区居民及行动不便群体的日常需要。

在休闲娱乐方面,移动设备特有的手机视频和游戏功能取代了市民的众多出行选择。2020年疫情防控期间,由于电影院关门,一些本该在大银幕放映的电影采取视频网站首发的新形式,一定程度上对电影业固有的拍摄、剪辑、影院上映和院线宣发等一整套模式造成冲击。而手机游戏的兴起则取代了部分青少年去网吧组队“打团战”的机会选择,因为只要有数据信号,他们可以在任何场所“组队开黑”。例如,2020年春节,许多人选择宅在家玩手机游戏。当然,云服务所带来类似的变革也会发生在旅游、看展、蹦迪和看演出等娱乐方式上。

除此之外,基于新一代信息技术集成的元宇宙进一步颠覆传统的虚实空间。元宇宙不仅作为虚拟空间延伸了实体空间,它还能像“数字孪生”一样,直接反映或取代现实空间。具体表现在三个方面:一是销售端。虚拟主播或数字导购能逐步取代真人主播的解说模式,形成全天候、全方位的带货生态,从而提高销售转化。二是商品端。在虚实交融的元宇宙空间中,促进了实体产品的数字化,甚至催生了数字藏品的兴起。三是用户端。元宇宙能够满足消费者虚拟化身的需求,如《王者荣耀》游戏中虚拟化身所需要购买的装备和皮肤。

四、城市空间的类虚拟消费与二次营销

随着各种社交媒体的兴起,传统的消费行为逐渐转变为带有移动社交属性的炫耀式或展示型活动。消费的体验化和个性化促使空间本身取代了空间中的消费品,成为消费者更为关注的对象。因为就消费的个性化而言,“在哪里消费”和“消费什么”都是消费者身份阶层以及个性品位的体现。在消费社会中,人们不再满足于机械、复制的模块化空间商品,转而追求个性化、多样化和人性化的空间体验。城市特色得到重新重视,个性化的空间受到追捧,吸引人们前去体验、消费和传播。基于此,城市实体消费空间正逐渐转化为类虚拟消费空间。

消费社会的演进带来大众日常消费领域的深刻改变,消费走向了体验化与个性化。许多消费活动已不再以获得某个实物为目的,人们愿意专门为购买“难忘的体验”而付费。同时,消费需求的重心也由大众化的标准品转向个性化的产品,消费不再仅用于解决基本维生需求,更重要的是凸显个性。消费品是否符合个人喜好、能否体现独特品位,这才是人们关注的重点。[2]312

移动社交深度渗透到城市的各种实体空间之中,无论是商家的跨媒体营销,还是消费者的移动化体验和线上分享,都需要围绕着移动媒介来展开。媒介虽然过去常常被人们与城市公共空间重构及公共领域的商业化联系起来,但如今却成了重构城市的关键力量。[16]16社交媒体对空间发展决策产生双重影响:一方面它能提供访问、评论和交流决策的关键信息;另一方面,它能够组织并激活空间,创造现实空间的会面。社交媒体使“所有人对所有人”的信息流方向成为可能,它有机会在本地和全球范围内组织和发起活动。就城市而言,社交媒体对于城市消费空间资源的重组主要体现在以下四个方面:

首先,社交媒体是人们获取城市消费信息的主要渠道。随着社会化媒体的发展,各种城市消费信息遍布用户的社交网络中,这些信息对于外地游客更为重要。游客在旅行之前会借助各种媒介搜索目的地的信息,具体渠道包括:马蜂窝、去哪儿网、穷游网等旅游类应用程序,知名旅游博主的公众号或微博、小红书、抖音短视频,以及旅游书籍和杂志等传统纸质媒体。这些媒介信息不仅帮助外地游客规划城市旅游消费行程,而且影响着他们对于城市游览目的地的选择。现代旅游者出门旅行是为了去验证他们从网络媒体或纸媒等媒介中所获得的关于世界的想象。

其次,位置媒介成为城市消费空间体验的工具。“位置媒介”将虚拟网络空间和城市实体空间杂糅在一起。移动传播技术改变了城市活动者的出行体验,体现在对于电子地图、位置媒介、实时导航等应用程序的使用。具体而言,手机搭载的移动电子地图能为用户出行规划线路,使他们可以根据步行、乘车、开车等不同需求来选择不同的线路;位置媒介作为城市流动空间的一种“流动力”,使用户能随时随地确定自己的方位,并能在更大范围内表达和分享多元意涵的城市想象;实时导航技术能够帮助用户学习和记住街道,并使其在寻路的过程中重新构筑城市的意象,从而弄清楚城市是如何运转的。

再次,人们对城市消费空间资源的感知从视觉凝视转向社交化表演。按照厄里有关“旅游凝视”的论述,游客会凝视或观看非比寻常的城镇景观,这有别于他们的日常生活。[17]随着视觉技术的发展,摄影成为了人们凝视类虚拟消费空间的有形化与具体化实践。进一步来说,以手机为代表的移动传播技术打破了以往凝视与生活间的前后台区隔。消费者往往通过后台的精心演绎搜集符号化、有形化与具体化的影像,并通过以社交媒体为代表的“前台”装置展现出来。人们在城市中漫步,选取独特的类虚拟消费空间,以写意摄影方式展示情绪和身份,并通过“前台”的社交媒体展现在互联网上。各种媒介技术不断拓宽旅行者或漫步者对于城市空间的凝视,它不仅延伸了身体感官,还影响着旅行“在场者”与“不在场者”之间的关系。[18]

最后,消费评价与线上消费资源的闭环。市民和游客在进行城市空间的类虚拟消费后,会将个人感受上传到社交媒体上形成新的数据资源,从而完成了从获取资源到评价资源的闭环。这一闭环在长期的媒体信息汇聚中给城市公共空间带来影响:借助用户之间在社交媒体的信息传输和讨论,提高了人们对公共空间特定部分的兴趣来吸引人流,而人的存在会导致该公共空间的经济和社会被激活。用户生产内容逐渐成为移动互联网平台上城市空间消费的主要信息来源。他们所拍摄和分享的数据信息,在规模和质量上已超过了传统大众媒体平台。比如,社交媒体使用者发布的城市游记,不只在亲朋好友间流传,更轻易地通过用户生成内容的社交网站、照片和视频分享平台传送到"陌生人"手中。

这种类虚拟空间消费的兴起,改变了多数城市商业主体的经营和营销方式。各个城市"现在好像都下了更多的气力来营造一种正面的高品质的地方形象——具有某些特定的品质,奇观与戏剧性的组合"[12]124。在社交媒体时代,城市里的商家往往能借助城市文化元素来制造事件营销场景,比如西安大唐不夜城的"不倒翁小姐姐"或者是长沙的网红餐饮品牌"文和友"与"茶颜悦色",都是将消费产品或内容与当地的城市文化相结合而生成的实体场景,然后再借由消费者社交媒体的线上分享而引爆网络。此外,2021年流行的城市主题公园亦采用了相似的模式。北京环球影城的"威震天"以及上海迪士尼乐园的"玲娜贝尔"都是由真人扮演的动物角色,他们通过频繁地与游客进行互动参与以及短视频推送的加成,使影城得到极大的曝光,同时也为所依托的城市带来关注度。

举例来说,长沙的超级文和友位于湘江之滨的海信广场,遥望岳麓山,毗邻橘子洲,处于长沙核心商圈,是目前长沙著名的网红美食品牌聚集地、文旅打卡景点和夜间消费场所。超级文和友以"文化+餐饮"的产业业态在现代化大厦内1∶1还原20世纪80年代的长沙市井生活,通过多个经典老长沙街区街道的复制,再现人文景点近20个、老长沙近代民居近200间,利用蒙太奇手法在室内空间布局中重现众多旧时生活场景,并设计室内缆车穿梭于其间,极具视觉冲击感,形成了以老长沙市井文化为特色、以湖湘饮食文化为主题、以地方语言和特色文化艺术为卖点的老长沙文化消费体验区。

在超级文和友海信广场店成立之后,消费者分享的空间图像有着明显的增加。人们更乐于去分享空间的信息,并且可以对从实体空间中获得的信息进行再塑造,网络上的用户群体也很乐于接受这种图像信息。人们通过在网络上分享与传播图像等资料,吸引更多的网络用户进行浏览、点赞、评论及转发等,这些行为其实更多满足了人们的精神需求,这可以是互联网时代的类虚拟消费。分享、浏览、转发、点赞及评论的行为本身就是一种新的消费行为,是一种新的虚拟空间中的消费。

那些参与到实体空间的消费者,同时又成为网络内容分享者。他们通过线下的体验行为,在线上分享图像等信息,塑造出实体消费空间在网络上的虚拟形象,消费空间此时作为图像在网络上被体验与消费。网络用户便成了网络内容浏览者,在线上浏览、评论、点赞、分享这些网络内容的时候其实就是在对空间的虚拟形象进行消费,这也促进了其传播及热度提升,间接刺激消费,从而实现正反馈。相反,如果这一类"网红"消费空间的实体空间出现了问题,那么这也可能很快让这处实体消费空间脱掉"网红"的帽子。例如,广州和深圳的文和友曾借助网红消费的热潮,短暂地收获超凡业绩。但是,热潮褪去后,文和友无法顺畅地同广东本地文化适配,遭遇了门庭冷落和水土不服的境遇。

五、结语

本文从消费空间入手,讨论了城市实体空间从物品或服务的消费逐渐向符号或体验的消费转换。随着以智能手机为代表的移动传播技术的普及,城市传播中的虚实网络创造了一个可供沟通的公共空间。[19]消费者与商家、消费者与网民以及商家与网

民之间,借助城市的半虚拟消费空间,实现了线上线下联动的体验、消费、分享和种草等行为。正如麦夸尔所言,地理媒介不仅重造了物理、物质、具身和面对面的交往;同时也改变了虚拟、非物质、非具身和远距离的存在。[16]50个性化的城市消费空间能够满足市民类虚拟消费的需求,市民不仅成为实体消费的终端客户,而且借由移动技术充当了商家"二次营销"的传播节点。

参考文献:

[1]WIRTH L. Urbanism as a Way of Life[J]. American Journal of Sociology,1938, 44(1):1-24.

[2]韩晶. 城市消费空间:消费活动·空间·城市设计[M]. 南京:东南大学出版社,2014.

[3]ZUKIN S. Urban lifestyles: Diversity and standardisation in spaces of consumption[J]. Urban Studies, 1998,35(5-6):825-839.

[4]MONTGOMERY J. Making a city: Urbanity, vitality and urban design[J]. Journal of Urban Design, 1998,3(1):93-116.

[5]斯蒂夫·派尔. 真实城市:现代性、空间与城市生活的魅像[M]. 孙民乐,译. 南京:江苏教育出版社,2014:2.

[6]王宁. 消费社会学:第二版[M]. 北京:社会科学文献出版社,2011:1.

[7]让·波德里亚. 消费社会[M]. 刘成富,全志钢,译. 南京:南京大学出版社,2000:137.

[8]约瑟夫·派恩,詹姆斯·吉尔摩. 体验经济[M]. 毕崇毅,译. 北京:机械工业出版社,2012:1.

[9]於红梅. 数字媒体时代城市文化消费空间及其公共性——以苏州平江路为例[J]. 新闻与传播研究,2016,23(8):30-48,126-127.

[10]傅才武,王异凡. 场景视阈下城市夜间文旅消费空间研究——基于长沙超级文和友文化场景的透视[J]. 武汉大学学报(哲学社会科学版), 2021,74(6):58-70.

[11]赵万民,束方勇. 空间消费视角下城市特色塑造的规划途径研究——以重庆为例[J]. 上海城市规划,2021(1):77-83.

[12]德波拉·史蒂文森. 城市与城市文化[M]. 李东航,译. 北京:北京大学出版社,2015.

[13]克劳斯·布鲁恩·延森. 媒介融合:网络传播、大众传播和人际传播的三重维度[M]. 刘君,译. 上海:复旦大学出版社,2012:17.

[14]威廉·J. 米歇尔. 比特城市:未来生活志[M]. 余小丹,译. 重庆:重庆大学出版社,2017:166.

[15]埃里克·麦克卢汉,弗兰克·秦格龙. 麦克卢汉精粹[M]. 何道宽,译. 南京:南京大学出版社,2000:395.

[16]斯科特·麦夸尔. 地理媒介:网络化城市与公共空间的未来[M]. 潘霁,译. 上海:复旦大学出版社,2019.

[17]约翰·厄里,乔纳斯·拉森. 游客的凝视:第三版[M]. 黄宛瑜,译. 上海:格致出版社,上海人民出版社,2016:1.

[18]黄骏,徐皞亮."我晒故我在":移动传播时代的青年游客凝视与自我建构[J]. 当代青年研究, 2021(5):56-62.

[19]黄骏. 虚实之间:城市传播的逻辑变迁与路径重构[J]. 学习与实践,2020(6):132-140.

***基金项目:湖北省社科基金一般项目"社交媒体时代城市形象的传播效能研究——以武汉为例"(项目编号:HBSK2022YB448)。**

(作者简介:黄骏,中南民族大学文学与新闻传播学院副教授,研究方向为城市传播、传播思想史、新媒体与网络传播等。)

(责任编校:徐灿)

武汉英雄城市精神品格形成与城市形象传播

王光艳

摘　要:英雄是国家和民族的脊梁,英雄城市是国家和民族的翘楚。武汉市第十四次党代会确立了奋力打造新时代英雄城市的宏伟目标。在开启全面建设社会主义现代化国家新征程的重要时期,为加快推进武汉新时代英雄城市的发展,需要全面了解城市精神品格的形成,深刻领会城市精神品格的内涵,深入挖掘其文化意义与当代价值,并揭示新时代英雄城市传播形象存在的问题,提出新时代英雄城市形象传播策略。

关键词:武汉;英雄城市;城市精神品格;历史形成;城市形象传播

2020年3月10日,习近平总书记赴湖北省武汉市考察新冠肺炎疫情防控工作,强调指出"武汉人民用自己的实际行动,展现了中国力量、中国精神,彰显了中华民族同舟共济、守望相助的家国情怀。武汉不愧为英雄的城市,武汉人民不愧为英雄的人民"[1],武汉保卫战的重大现实意义有目共睹,"抗疫斗争锤炼和升华了武汉人民的英雄精神"[2],充分彰显了武汉英雄城市的气质。"英雄城市""英雄人民"是习近平总书记对武汉这座城市和武汉人民的深情褒奖和客观评价,承载了总书记对武汉的殷殷嘱托和切切期望,融汇了总书记对武汉人民的似海深情和如山重恩。

武汉市第十四次党代会确立了"牢记嘱托,担当使命,奋力打造新时代英雄城市,全面开启武汉社会主义现代化建设新征程"[3]的宏伟目标,明确了今后五年主要目标任务,这是武汉打造新时代英雄城市的行动纲领,也是赓续英雄传统、实施英雄行动、促进英雄辈出的时代举措。"英雄城市"是新时代大武汉的最好标识,是大武汉走向未来的恢宏篇章。然而,武汉英雄城市品格是如何形成的?有哪些深刻内涵?武汉英雄城市形象在传播中有哪些不足?该如何进行城市形象传播?这些问题亟待深入研究。本文针对以上问题进行初步探讨。

一、武汉英雄城市精神品格的形成

有关武汉英雄城市的研究方兴未艾。在中国知网上以"武汉+英雄城市"为主题进行检索,共有74篇文献,其中学术期刊40篇,硕士论文7篇,其

他27篇。涂文学认为兵商互动是武汉城市发展的重要动力机制,也是武汉城市文化特质和市民性格的重要动因,并提出武汉早期“因武而昌”、中古“因商而兴”的英雄气质传承特征。[4]陈先红等认为英雄武汉品牌应从新石器时代以来的人物中寻找基因。[5]傅才武提出荆楚文化底色和重大历史记忆重构了武汉勇毅坚韧、敢于担当的城市文化性格,大江大湖和南北交汇的地理空间结构造就了武汉雄阔大气、兼容并蓄的城市文化性格,并肯定了商业功能对城市文化性格的塑造。[6]周明建议强化水利文化英雄主义传承,助力打造新时代英雄城市,陈刚提出弘扬当代英雄精神,攀登自然科学研究的高峰。更多的研究限于抗疫斗争中武汉的英雄行为和事迹。总体而言,对武汉英雄城市精神品格的形成过程和形成原因的研究尚不够充分,本文试图从历史文化、地理区位、商业文明、革命文化、重大事件五个方面来探究。

(一)深厚丰富的历史文化奠基了武汉勇于开拓、敢于担当的城市精神品格

作为国家历史文化名城,“汉阳人”的发现,把武汉地区人类活动时间推至距今4万年至1.5万年,在距今8000年至6000年的新石器时代,东湖放鹰台就有人类活动,4400年前黄陂张西湾成为新石器时代晚期中型城址聚落,3500年前黄陂盘龙城形成。这里既有代表青铜文明的盘龙城,也有代表封建统治的明藩王陵,还有一批被列入中国20世纪建筑遗产项目;既有宋明以来工商业繁荣的遗存,也有清末以来的现代教育崛起的辉煌,还有挺起共和国工业脊梁的担当。悠久的历史和灿烂的文化为武汉英雄城市的形成注入了深厚的文化基因,奠基了武汉勇于开拓、敢于担当的城市精神品格。

楚国先民最初生活在黄河流域的中原地区,公元前11世纪,夏商更替战火连绵,楚人先祖辗转迁徙荆楚。熊绎成为部落首领后,率部“筚路蓝缕,以启山林”,成就了楚国近800年的辉煌,成为中华民族史上艰苦创业的典范。盘龙城是商王巡守南方、处理南土事务的驻跸之所。面对南方蛮荒大地,商人没有退却,在盘龙城安营扎寨,并发展出城市建造、青铜冶炼、器物制造等人类文明,开华夏文明南方之源,迎来了长江文明的第一缕曙光。风云际会中,三国历史人物在武汉粉墨登场,因战争杀伐而开启武汉城区范围内城市建设的全新篇章。两宋时期,岳飞屯兵驻防鄂州(今武昌)7年,誓师北伐,收复山河,成就了精忠报国的英雄传奇。清初熊伯龙批判了神学目的论和天人感应说,认为“天不故意造作”、君权神授说是欺人之谈。熊伯龙的“无神论”为漫长幽暗的封建社会点亮了一盏智慧之灯,也为开启民智、奋发有为提供了思想支持。清末的洋务运动拉开了与世界接轨的序幕,张之洞提出“中学为体,西学为用”,兴新学办洋务,冲破封建顽固派的阻挠,引进西方自然科学,对促进中国工业、军事的近代化和新式教育的产生发挥了积极作用。

武汉遗传了楚文化、盘龙城文化的艰苦创业、自强不息的英雄基因,继承了楚文化、三国文化不屈不挠、不胜不休的英雄气质,承接了岳飞文化精忠报国、自强不息的英雄禀赋,沿袭了明清以来自省自强、励精图治的优良传统。勇于开拓、敢于担当的历史早已成为武汉英雄城市旗帜上最鲜明的标志。

(二)便捷畅达的地理区位造就了武汉兼容并包、守正出新的城市精神品格

作为中国经济地理中心,武汉有“九省通衢”的美誉,是中国内陆最大的水陆空交通枢纽和长江中游航运中心,高铁网辐射大半个中国,是华中地区唯一可直航全球五大洲的城市。在地理空间布局上,武汉有两江交汇朝宗于海、三镇隔江鼎立

的宏大格局。禀赋的地理和优越的区位为武汉英雄城市的形成注入了深厚的地理基因,造就了武汉兼容并包、守正出新的城市精神品格。

江河纵横的城市地理空间塑造了“大江大湖大武汉”的城市气度。武汉地处江汉平原东部、长江中游,长江及其最大支流汉江在城中交汇,形成武汉三镇隔江鼎立的格局。“百湖之市、湖港交织,两江汇流、三镇鼎立”的地理布局建构了文化心理上“大江大湖”的形象,成就了世人口碑中“大武汉”的象征。武汉地处荆楚文化中心,南北文化交融,知音文化、黄梅禅学、武当道教、荆楚儒学、巴人文化等均在城市圈范围之内。江河密布、山水相依的环境为农业、渔业、林业的发展提供了优良的土壤,也让基于农林渔的各类产业兴盛。“湖广熟,天下足”让武汉在享受自然馈赠红利的同时,立足既有资源积极发展对内合作对外搞活。独特的文化地理空间分布让武汉成为各类文化交融汇聚、兼容并包之地,也成为坚守自我、创新实践之城。

武汉承载了独特地理空间宏阔大气、朝宗于海的英雄情怀,扩展了山水形胜的江湖兼济、海纳百川的英雄胸襟,传承了荆楚文化古今杂糅、通达权变的英雄胆略。兼容并包、守正出新已经成为武汉英雄城市旗帜上最亮眼的标志。

(三)繁荣兴盛的商业文明塑造了武汉重诺守信、通江达海的城市精神品格

作为建设中的全国商贸物流中心,武汉自古就是商业繁盛的城市。因武而生,因商业而伟大,“盘龙城因青铜转运开启武汉商业源头,唐宋时武汉成为商业繁荣、水运发达的中部大都会”[7]1。重商的传统和互动的兵商为武汉英雄城市嵌入了浑厚的商贸基因,塑造了武汉重诺守信、通江达海的城市精神品格。

兵商互动的城市业态转换带动了武汉“因武而生,因商而兴”的城市发展。盘龙城是商王朝统治、经略南方的重镇,是整个长江文明的源头,“盘龙城驻军更重要的任务则是保证南铜北运的汉水畅通无阻”[7]2,因武而萌商。从东汉末开始,武汉地域成为地区行政中心和军事重镇,武汉商业正式发端且地位逐渐显现,与军事功能并驾齐驱。唐宋以来,由于经济中心南移长江流域,武汉地区逐渐形成沿长江分布的商业网。安史之乱以后,鄂州(今武昌)成为漕运起始点和东南贡赋贮存地。明永乐三年(1405年),郑和率队从太仓出发,沿长江向东进入大海,经南洋转西洋,完成第一次下西洋的壮举,揭开了世界大航海时代的序幕。商业贸易逐渐打开走向世界的大门,武汉商业也逐渐开启通江达海的创造。商业流通带动人口和信息的大流动,形成了武汉市民文化的开放性和包容性。贸易发达带来了大量移民的进驻,城市移民促进了区域文化的交融,汉口开埠带来了异域文化的洗礼,商品交易催生了平等互助的氛围,重商土壤培育了创新进取的勇气。边缘交汇、碰撞求同的文化与南北交融、东西互利的氛围,为观念创新和文化创新提供了土壤,激励武汉地区人民革故鼎新、勇于实践、勇于首创。商业流通、人员流动、货物畅达、江海贸易为武汉的发展开辟了一片新蓝海。

武汉承载了繁荣兴盛商业文明敢于担当、勇于开拓的英雄气节,扩展了商业版图的通江达海、雷厉风行的英雄格局,传承了重商文化诚实守信、乐观豁达的英雄胆识。重诺守信、通江达海已经成为武汉英雄城市旗帜上最有格局的标志。

(四)追求真理的革命文化塑造了武汉敢为人先、永不言败的城市精神品格

作为华中重镇,武汉历来就是兵家必争之地。从商王朝建立管理南方的盘龙城开始,到三国时代却月城、鲁山城、夏口城,武汉地区逐渐成为军事重镇。唐宋以后,中国经济中心逐渐南移长江

流域,武汉地区的重要性更加凸显。明清之际,西风东渐,民智开启,革命文化渐浓。辛亥革命武昌首义开亚洲民主之门,民主共和观念深入人心;中国共产党成立开天辟地,民主革命改天换地。追求真理、追求民主的革命文化浸染了武汉。革命的传统和红色的文化为武汉英雄城市的形成打上了鲜红的革命印记,塑造了武汉敢为人先、愈挫愈勇的城市精神品格。

辉映史册的红色革命传统浸润了敢于斗争、求真务实的城市品性。辛亥革命首义于武昌,宣布脱离清朝,成立中华民国。辛亥革命失败了,但革命火种不灭。旧民主主义革命将民主种子植入武汉,新民主主义革命赋予民主内核。[8] 1915 年,武汉新文化运动兴起;1920 年 8 月,武汉的共产党早期组织"共产党武汉支部"成立,这是国内最早成立的共产党早期组织之一。国共第一次合作时期,武汉见证了从大革命兴起到失败的全过程。大革命失败了,可是在武汉召开的八七会议挽救了党和中国革命。抗日战争、解放战争时期,武汉一直是全国重要的战略要地。新中国成立,武汉迅速医治战争创伤,进行社会主义改造,成为共和国工业基地和商贸重镇。改革开放时期,武汉积极发展小商品市场,提出并落实"两通起飞",发展高新科技。新时代,武汉提出打造英雄城市,全面开启武汉社会主义现代化建设新征程。鲜明的红色文化传统让武汉成为挺立潮头、敢于创新之地,也成为坚守真理、拼搏自强之城。

武汉赓续了辛亥革命以来敢闯、敢干、敢试、敢为天下先的大无畏精神,建立了胸怀理想、历久弥坚的英雄信念,发扬了同心同德、团结奋斗的英雄合力。敢为人先、愈挫愈勇已经成为武汉英雄城市旗帜上最有魅力的标志。

(五)历史在场的重大事件塑造了武汉自我革命、功成不居的城市精神品格

作为历史的创造者,武汉历来就是重大事件的历史在场者。从 4 万年前早期人类在武汉地区活动开始,到 4400 年前的黄陂张西湾,再到 3500 年前的盘龙城,人类从蒙昧到开化时期,武汉从未缺席。及至三国时代,武汉中心城区开始建造,重大历史事件演出场所从武汉周边移向城区中心,出场人物也从乡野村夫转为英雄豪侠,最终在中国共产党领导人民群众的艰苦卓绝努力下,实现了城市的现代化转型和建设全国中心城市的伟大梦想。历史的在场和多元的文化为武汉英雄城市的形成打上了鲜明的时代烙印,塑造了武汉自我革命、功成不居的城市精神品格。

时时在场的重大历史事件创造了"成功不必在我,功成必定有我"的城市胸怀。张西湾、盘龙城是开疆拓土的伟大创造,建造者连名字都没有留下。伯牙子期在武汉的知音相遇,成就了影响全球的人间佳话。屈原行吟泽畔,留下满腔爱国赤诚。三国时代,群雄逐鹿英豪辈出的历史图景仍有迹可循。陶侃运甓的故事散落于临嶂古城,孟宗哭竹的传说发生在武昌凤凰山。唐诗高峰在黄鹤楼呈现,岳飞屯兵鄂州誓师北伐。元世祖至元十八年(1281 年),武昌成为湖广行省的省治,武汉首次成为省级行政单位的治所。明末清初,汉口成为"楚中第一繁盛处""天下四聚""四大名镇"。辛亥革命武昌首义成功,中华民国成立。大革命时期,武汉成为大革命中心。二七大罢工、八七会议、武汉空战、抗战胜利、和平解放、社会主义改造和建设、开放小商品市场、两通起飞、工业倍增、创新试点、自贸区设立、临空港建设、打造新时代英雄城市等,武汉始终挺立时代潮头,自加压力,负重前行。在场的重大历史事件让武汉成为包罗万象、创新转化之地,也成为坚守理想、爱国护家之城。

武汉记录了有史以来拓荒、拓殖、拓新、开拓奋进的创新创业精神,树立了自我革命、奋斗不止的英雄标杆,建立了埋头苦干、功成不居的英雄维

度。自我革命、功成不居已经成为武汉英雄城市旗帜上最高贵的标志。

值得一提的是,武汉英雄城市精神品格在形成过程中产生了一大批具有武汉特色的表达方式,这种口语化的表达恰好是武汉英雄城市性格形成中的黏合剂和润滑剂,成为英雄城市品格的民间口语表述和平民英雄的时代表征。“不服周”展现不服输、不懈怠,不胜不休的干劲,“闹眼子”直指不诚信、欺骗的行为,“蛮砸实”体现了对很厉害、了不起的称赞,“铆起”“铆倒”则表达对一个劲儿地、努力地干活的称道。这些来自民间创造、乡野流行、认同普遍的语汇也是新时代英雄城市的口语表达,是武汉人性格中的坚韧豁达和刚烈坚毅的现实表现。

二、新时代英雄城市传播形象存在的问题

著名城市学家、美国麻省理工学院教授凯文·林奇在其出版的《城市意象》一书中,首次提到了“城市形象”的概念。此后,“城市形象”进入学术视野,得到社会各界认同并为城市管理者所重视。“城市形象具有客观实在性与主观评价性。一方面,城市形象是一座城市在历史底蕴和外在特征的综合表现,是城市总体的特征和风格,包括城市的自然景观、人文历史、基础设施等内容;另一方面,城市形象指城市的内部与外部公众,对城市的外在表现的总体认知与评价”。[9]城市形象在形成、建构和传播过程中,存在客观和主观两个维度。客观形象依托城市既有的历史底蕴、地理景观和既有设施而存在,主观形象则以客观形象为基础,以意象建构、形象传播和读者阐释为路径所形成。由此,城市形象的确立,既有赖于客观事实,又源于主观传播。新时代英雄城市是武汉至高无上的荣誉标签,更是武汉未来发展的宏伟目标,做好英雄城市形象传播具有十分重要的意义。在当代城市发展过程中,城市形象传播的作用日益突出,武汉新时代英雄城市形象传播面临着一些突出问题。

(一)从传播主体来看,武汉城市传播策略尚不明确

随着综合国力和国际地位的不断提升,中国越来越接近世界舞台的中心,国际社会对中国的关注前所未有。在全球抗疫背景下,中国抗疫能力以及抗疫成果有目共睹。武汉经受住了疫情考验及疫后大考,夺取了疫情防控和经济社会发展“双胜利”,为“中国之治”与“中国之制”的优越性做了清晰注解,向全世界出示了一张“英雄名片”。然而,武汉新时代英雄城市传播策略不明确,长远目标不明显。如何树立新时代英雄城市形象,如何开展持续有效的城市形象对外传播,向世人展现新时代英雄城市形象,是提升武汉城市软实力的重要课题,也是一项长期的系统工程。从传播主体来看,城市形象传播顶层设计是取得成功的关键。由于缺乏高级别、高智力的统筹协调机构和具有前瞻性、统筹性的整合营销传播策略,武汉在对外宣传过程中,对英雄城市内容选择、符号化编码、信息发送与反馈等方面难以达到应有的效果,城市形象英雄化含混不清,特定领域话语权不足。

(二)从传播内容来看,武汉城市形象面貌尚不清晰

“城市形象是外界对一座城市的综合印象,也是一座城市的品牌与核心竞争力体现。城市形象与城市品牌价值的提升对当地旅游、投资、人才引进等多方面环境的优化都起着重要的作用。”[10]武汉注重宣传,在外宣方面做了很多努力,取得了一定的效果。截至2021年底,武汉市在境外社交媒体平台上已经开通12个外宣账号,累计粉丝数突破270万,覆盖55个国家和地区的近1亿人次。北京师范大学新媒体传播研究中心、中国日报网、

光明网等单位联合发布的《2022中国城市海外网络传播力建设报告》显示,武汉获得综合传播影响力第三名。从传播内容来看,武汉新时代英雄城市对外形象构建正在进行中(见表1)。

表1 武汉新时代英雄城市形象海外传播部分典型案例

时间	案例	效果	形象
2021年3月	东湖樱园游人如织	武汉化作“樱花之城”告诉世界何为信心与生机	信心与生机之城
2022年6月	杜伊斯堡举办全球最大的趣味龙舟赛,武汉将德文版绘本《黄鹤楼童话故事》《知音故事》和印有武汉童话故事的明信片赠送给杜伊斯堡市政府、龙舟节组委会和现场观众	赠书活动采用“跨国连线+现场直播”传播,超过55万中德友人在线观看,获赞过万	中国历史文化名城
2022年9月	德国北莱茵—威斯特法伦州(北威州)“中国节”活动期间,汉剧与杂技、黄鹤楼模型、汉欧班列绘本、《字绘武汉》AR互动图书等武汉元素圈粉	境内外40余家主流媒体报道;德国首都电视台在《中国新闻》栏目报道;欧洲华文媒体《欧洲时报》官网及由六个平台组成的总粉丝量超百万的公众号矩阵同步发布	
2022年11月5日至13日	《湿地公约》第十四届缔约方大会在中国武汉和瑞士日内瓦同步举行	武汉打造国际化城市IP“江豚”,对外讲述中国创新探索湿地保护、推动人与自然和谐发展的武汉经验	人与自然和谐共生的国际湿地城市
2022年12月29日	参考消息报社、新华社新闻信息中心联合发布《2022中国城市海外影响力分析报告》,武汉表现良好	武汉入围十大“中国国际传播综合影响力先锋城市”,并获“国际表达力领军城市”称号	善于发声的国际表达力领军城市
2022年	以“发现武汉(Discover Wuhan)”为代表的12个海外社交平台账号	2022年累计发帖2000余条,粉丝数近500万	
2022年	武汉“光谷空轨列车”视频被YouTube首页推荐	浏览量突破100万	
2022年	“你好武汉·球场”帖子	世界杯期间一日曝光量5万+	

可以看出,对外展示的“信心与生机之城”“中国历史文化名城”“人与自然和谐共生的国际湿地城市”“善于发声的国际表达力领军城市”等城市形象与英雄城市之间还存在着较大的差距,武汉城市形象面貌不够清晰,内涵发掘不够,对英雄城市的整合营销不够深入。

(三)从传播途径来看,武汉城市传播渠道统筹发力不够

当前,我国城市形象宣传的传播主体包括政府部门、非官方组织及企业、媒体机构以及个人。其中,政府部门占城市形象传播主体的大部分,其次为非官方组织及企业和媒介机构;个人进行城市形象宣传的较少。武汉主要通过市委宣传部、网信办、文化和旅游局、外办等部门组织,依托市属报纸、杂志、广播电视以及他们创办的各类新媒体为主渠道进行传播。长江日报社联合新华社新闻信息中心湖北分中心共同成立武汉国际传播工作室,打造海外社交平台账号,推动海外社交媒体平台国际传播建设。至于民营新媒体传播机构或自媒

体,武汉有关部门往往以项目合作方式与之合作。城市形象的对外传播主要包括主动传播和被动传播,主动传播便于政府集中统筹,可以维护城市统一形象;被动传播则往往由其他媒体,尤其是自媒体发起,涉及城市形象话题。“在被动传播中,西方媒体往往成为西方国家政府意图的传声筒,往往带有非常明显的政治色彩,甚至有时候会故意丑化中国城市形象。”[11]看似传播渠道很多,但实际上统筹发力作用十分有限,传统媒体的公信力往往难以比拟自媒体的熟人圈层传播效力。如何统筹传播渠道,做强做大主动传播,合理引导被动传播是今后一段时间内武汉城市形象传播的重点。

(四)从传播效果来看,英雄城市形象认可度不高

陈先红等的“英雄武汉”城市品牌研究表明,国外民众(29.41%)对武汉是一座旅游城市的认可度较高。然而,有71.85%的受访留学生、47.06%的受访国外民众表示完全不了解武汉名人;在对武汉名人有所了解的外国民众与留学生中,受访者仅对李娜、伏明霞等当代体育名人有所了解,表明武汉英雄人物海外传播亟须加强。在武汉大型历史事件上,受众对某一关键节点事件记忆深刻,但对其关联的后续及事件整体把握不足。例如,武昌起义(96.79%)认知度位列第一,但对武昌起义前,在武汉成立的革命团体和革命事件,如武昌花园山集会(20.84%)等的了解度均低于25%。[12]新华社研究表明,国外媒体和受众对武汉的关注多集中在“武汉疫情”“樱花之约”“武汉生物多样性”“湿地之城”等方面,英雄城市形象似乎只局限于抗疫斗争这一宏大主题中,对于武汉英雄城市的历史过往、城市品格、英雄掌故、英雄故事、创新创业、凡人英雄等关注不够。停留在宏大叙事中的英雄城市形象注定只能给人以浅表的整体印象,真正打动人心并形成价值认同的还有赖于对英雄城市的精细挖掘。

三、新时代英雄城市形象传播策略

打造新时代英雄城市,是全体武汉人民的共同使命,是新时代全面开启武汉社会主义现代化建设新征程的主动担当,是奋力谱写新时代武汉高质量发展的崭新篇章。新时代、新机遇、新使命,需要鼓足百倍信心,付出百倍努力,笃定目标,坚毅前行,深入研究新时代英雄城市形象传播,强基固本,守正创新,提出城市传播策略(见图1),在中华民族伟大复兴的征程中谱写辉煌的武汉篇章。

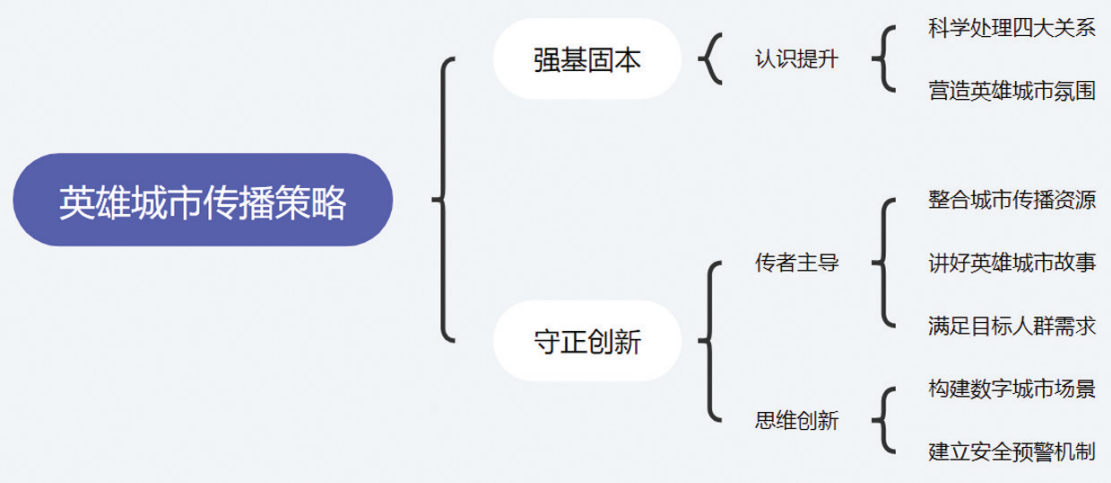


图1　新时代英雄城市形象传播策略思维导图

(一)科学处理四大关系

城市的发展是一个动态的、持续的过程,城市形象的形成既有客观因素的影响,又有人为介入塑造的主观因素。作为一个高速发展中的超大城市,要塑造好英雄城市形象,远不是一件容易的事。著名城市形象传播专家吕尚彬教授认为,需要处理好城市形象传播活动的四个重要关系,即形象资产管理中的城市形象的存量资产与增量资产的关系、城市形象定位中的城市总体定位与各区域定位的关系、城市形象构建上的本体发展定位与形象定位的关系、传播平台建设中的自塑形象与他塑形象的关系。[13]这四组关系涉及对新时代英雄城市内涵的深度挖掘、城市形象定位的一般性与特殊性、城市形象建构中需要处理的矛盾以及城市形象传播过程中值得注意的问题。这些问题有的涉及英雄城市本体研究,有的涉及英雄城市塑造问题,还有的涉及传播形象,处理好四大关系有助于塑造英雄城市形象。

(二)营造尊崇英雄氛围

新时代英雄城市传播形象的树立是一个系统工程,它不仅仅涉及媒介传播的理论与实践问题,还涉及历史人文、社会变迁、道德法治、价值观念等各个方面,必须从研究新时代英雄城市内涵入手,揭示其历史逻辑、理论逻辑、现实逻辑,系统整理古往今来、各行各业的英雄故事,萃取精华,为我所用。加快建设文化强市,对标武汉打造新时代英雄城市的主要任务目标,进一步凝练新时代英雄城市传播形象,制订新时代英雄城市传播方案,做好顶层设计。武汉历史悠久、文化灿烂,要充分挖掘历史人物,特别是荆楚文化、三国文化、岳飞文化、商贸文化、治水文化、红色文化中的英雄故事,传承英雄精神,建功伟大时代。武汉科教繁兴、崇尚创新,要充分挖掘科教文卫领域勇攀高峰、汉商楚商创业创新的英雄故事,营造崇尚英雄的社会氛围。建立关爱英雄长效机制,树立崇尚英雄的鲜明导向,增强学习英雄的实效性。

(三)发挥政府主导作用

充分发挥政府在新时代英雄城市形象塑造和传播过程中的主导作用,通过行政管理、市场机制等方式,整合包括传统媒体、新媒体、自媒体在内的国内外媒体资源,集中力量做好、做强英雄城市形象传播。英雄城市形象传播要有大局意识、全局意识,要从打造人类命运共同体、国家发展大局等宏观背景出发,紧密结合武汉经济社会发展实际,联合国际友好城市和友好人士,借用传统媒体、新媒体、国际博览会、国际论坛、国际峰会、国际运动会、户外广告等各种平台进行传播。此外,武汉还活跃着一批中外友好人士,他们是民间外交大使、外教、留学生等,要将这些民间力量整合起来,通过定期举办活动的方式,促使他们主动向外传播武汉英雄城市形象,把中国的友好和善意带到世界各地。

(四)挖掘典型讲好故事

“英雄”有三个含义:指才能勇武过人的人;不怕困难、不顾自己的安危,为人民利益而英勇斗争,令人敬佩、佩服的人;具有英雄品质的。[14]英雄并非仅指那些在战斗中英勇无畏、浴血奋战的人,而是具有更为广泛的群众性。英雄城市应该是有英雄品质、英雄人物、英雄事件,还有英雄传统的城市,也可以说是具有英雄基因的城市。自有人类活动以来,武汉地区就是英雄人物建功立业的疆场,英雄辈出,雄风猎猎。要充分挖掘武汉历史上的英雄人物、英雄事件,把英雄故事讲清楚,把英雄内涵讲清楚,把英雄影响讲清楚。尤其应该结合国际国内形势,挖掘和讲述当代英雄故事,加

强创业英雄、平民英雄、行业英雄的塑造和传播，弘扬平凡成就伟大的哲理，让“人皆可以为尧舜”成为当代英雄辈出的标志，向世界展示武汉开放包容的英雄城市形象。

（五）重视目标人群需求

传播讲求传受双方信息交流共享，城市是一个巨大的存在，城市形象传播很难在传受双方之间实现信息的平衡。城市形象传播是内容为王、传者做主。在融媒体时代，传受双方界限消解、流量自带、圈层自持，要想将传播效果发挥到最好，必须加强受众跟踪调查，重视目标人群的需求。大数据为英雄城市形象传播提供了精准反馈，也为进一步的传播提供了某些思路。结合受众调查，可以在影视创作、新媒体、文化活动、学术活动、博物馆、雕塑展、艺术展等方面发力，将英雄城市精神有机融合进去，使之成为城市形象传播的良好载体。结合一段时间内重点目标人群的需求和偏好，有意识地策划城市形象传播活动，让活动带动城市形象走向世界。

（六）构建数字城市场景

人们对城市形象的认识存在于两个不同的维度，其一是实体空间中的城市形象，其二是媒体拟态环境中建构的城市形象。前者，人们通过实地探访感知，后者借助媒介间接了解。随着数字媒介技术的发展和5G物联网技术的发展，“城市复合空间中的各类在线化生存、移动实践和赛博格现象引发了一轮关于城市传播的新思考，再一次重构了‘城市形象’内涵。也即是说，城市空间中的任何物质性的存在皆可通过数字媒介及其构筑的多维场景传播城市文化、建构城市形象”[15]。适应数字技术的发展潮流，在英雄城市形象传播中，提早布局和尝试新的传播方式，着力打造可参与、可体验、沉浸式、跨文化、跨领域的数字场景，构建数字城市形象。

（七）建立安全预警机制

“国家安全是安邦定国的重要基石，维护国家安全是全国各族人民根本利益所在”[16]，城市传播形象应在总体国家安全观的指导下进行建构和展示，必须建立起文化安全预警制度。新时代英雄城市传播形象应有崇尚英雄、学习英雄、捍卫英雄、关爱英雄之道义，抵制抹黑英雄、贬损英雄、侮辱英雄、诋毁英雄之行为，建立起维护英雄城市形象的防火墙。全球化时代，文化环境十分复杂，在英雄城市形象建构和传播过程中，一定要头脑清醒，始终维护社会主义主流文化，维护自身精神特质，这样才能真正树立起英雄城市应有的国际形象。

参考文献：

[1]习近平．在湖北省考察新冠肺炎疫情防控工作时的讲话[J]．求是，2020(7)：4-11.

[2]郑大华．爱国主义：武汉人民英雄精神的鲜明标识[N]．光明日报，2020-4-8(15).

[3]郭元强．牢记嘱托，担当使命，奋力打造新时代英雄城市，全面开启武汉社会主义现代化建设新征程——在中国共产党武汉市第十四次代表大会上的报告[N]．长江日报，2022-1-10(2).

[4]涂文学．武汉英雄城市气质的历史溯源与价值内涵[M]//樊志宏．武汉社会科学·总第25辑．武汉：武汉出版社，2022：1-2.

[5]陈先红，李旺传，邓思蕊．“英雄武汉”城市品牌塑造与传播策略研究[J]．武汉理工大学学报(社会科学版)，2022，35(1)：22-34.

[6]傅才武．武汉城市文化精神的英雄性格与当代转化[M]//樊志宏．武汉社会科学·总第25辑．武汉：武汉出版社，2022：2-3.

[7]阎志．汉口商业简史[M]．湖北：湖北人民出版社，2017.

[8]王光艳．历史视域下城市精神的演化研究——以武汉精神为例[J]．文化软实力研究，2022,7(1):71-82.
[9]蒋睿萍,党洁．西安城市形象整合营销传播策略分析[J]．现代营销(学苑版),2021(7):49-51.
[10]张伟博．媒介、建筑与空间视角下的城市形象传播研究——以南京为例[J]．现代城市研究，2020(12):106-111.
[11]樊国庆,李昌．“一带一路”背景下城市形象传播策略研究——以上海形象对外传播为例[J]．中国报业,2020(10):14-15.
[12]陈先红,李旺传,邓思蕊．“英雄武汉”城市品牌塑造与传播策略研究[J]．武汉理工大学学报(社会科学版),2022,35(1):22-34.
[13]吕尚彬．处理好四大关系　塑造传播新时代武汉英雄城市形象[M]//樊志宏．武汉社会科学·总第25辑．武汉:武汉出版社,2022:4-5.
[14]《新华汉语词典》编委会．新华汉语词典[M]．北京:商务印书馆,2014:1169.
[15]李颖．新时代城市形象的传播与数字场景重构[N/OL]．中国社会科学报,2022-5-24[2023-3-22]．http://www.cssn.cn/xwcbx/cbx/20230103_5577757.shtml.
[16]全国干部培训教材编审指导委员会．全面践行总体国家安全观[M]．北京:党建读物出版社,人民出版社,2019:1.

***基金项目:2022武汉市社科基金专项委托项目“新时代英雄城市精神内涵研究”(项目编号:2022001);2022年度武汉市委市政府重点课题“新时代英雄城市精神实质与城市传播形象系统研究”(项目编号:ZD2022001)。**

(作者简介:王光艳,博士,武汉市社会科学院哲学研究所主任编辑,《大江学术》编辑部执行主编,研究方向为文化哲学与文化传播、文化创新与城市发展、统一战线理论研究。)

(责任编校:曹莹)

教育夯实文化自信

陶　青

摘　要:文化自信是一个民族和一个国家的精神和灵魂所在,而夯实文化自信,关键在教育。文化是教育的功能,而教育是文化发展的母体。首先,教育是夯实文化自信的动力来源。消除文化危机和文化冲突必须依靠教育,实现"完整的人"的生成,达成内在与外在、物质与精神、个人与社会、思想与行为、理论与实践的统一。其次,教育是夯实文化自信的内生机制。任何文化自信的建立或发展都依赖于年轻一代具备特定的智力、需要、兴趣和能力。只有教育改进了,文化自信的提升才能有所指望。最后,教育是夯实文化自信的根本途径。只有基于教育、通过教育和为了教育,与时俱进、开拓创新,主动观照和解决当今时代的文化困境、文化冲突和文化问题,才能真正达成夯实文化自信的目的。

关键词:教育;夯实;文化自信

文化兴则国运兴,文化强则民族强。当前,如何夯实文化自信,如何推进和提升文化自信,是亟须深入探讨、亟待务实求解的关键问题。从本质上看,文化自信不是一句口号和一个理论术语,真正的文化自信应该在实践中得到有目的、有计划的实现和提升,其中教育是基础和根本。所以,推进教育改革,践行文化自信,事关全局、刻不容缓。基于这样一种基本认识,本文提出"教育夯实文化自信"这一主张和命题。

一、教育是夯实文化自信的动力来源

文化具有发展性。静止就意味着文化生命的终结。与之相应,文化自信也是一个动态发展的概念。一旦不了解文化自信的发展性,那么,任何对文化自信的讨论都将流于抽象、形式和苍白无力,仅仅是对文化自信的描述而不可能在实践上推进和提升它。

换句话说,文化自信并不是一个静止的、自我完成的、自足的实体,而是一个连续发展的有机体,具有渐进改进的本质属性,需要一代又一代人长期地去主动构建和创新,而非仅仅被动保存和惯性延续,具有持续更新、演化的品质和与时俱进的精神,与社会发展相伴相生、协同发展。这表明,要夯实文化自信,我们不仅需要保存已有文化,而且需要更新文化和创新文化,使文化获得持续发展的动力,在过去与现在、新的与旧的之间保持合理的平衡。具体来看,这包括革故和鼎新两个方面,一是改造那些不符合社会发展需要的因素和成分,二是增加新的适应社会发展需要的因素和成分。然而,这两个方面都需要人来完成和实现。从农耕文化、机器文化到现在的科技文化,不同发展阶段的文化呈现出不同的特点和内涵,

而不同发展阶段的文化对人的要求亦不同。

人是文化发展的决定因素和主导力量。人既是过去传统文化的继承者,也是现行文化的践行者,更是未来新文化的创造者和推进者。特定文化的产生和发展需要生活于特定文化环境之中的人具备特定的品质和能力,否则,建立在此基础之上的文化自信必定是空虚的、表面的,也是不稳定的,或者妄自菲薄,或者妄自尊大,这两种文化心态都是错误的,也是极端危险和有害的。

众所周知,文化有外在和内在两个方面,正常的文化发展应该是内在和外在两个方面和层面的协调一致和均衡统一。文化危机指的是文化发展的不协调、不平衡和不统一。具体表现为,物质和精神、外在与内在、知与行、现实与理想、事实与价值、思想与行为、理论与实践的割裂和不相称。这种文化发展过程中的二元对立,既是文化发展不平衡性的原因,也是它的效果。它是导致文化畸形、文化问题、文化冲突、文化混乱和文化异化的总根源,是文化走向衰弱和文化发展受阻的症状,也是文化自信下降的表征。反映在人身上即是人的表里不一、言行不一致,说一套做一套,外在行为和内在思想、物质生活和精神生活的对立和冲突。以现代科技文化为例,文化困境和文化危机表现为,人在外在物质和工具层面体现出新的科技文化的特征,用上了电脑和手机,开上了小汽车,而在深层的内在思想和观念上,却仍然延续着早已经过时的思想和道德伦理标准,狭隘、保守、固执、迷信、偏见、崇尚权威和自私自利等诞生于旧文化之中的落后观念和行为价值准则。这种文化,从外表来看,具有先进的形式,而内在实质却是落后的、保守的,虚有其表。换句话说,文化发展过程中的对立和冲突是文化发展过程中的危机,它在深层次上阻碍文化自信的建立和提升,而要消除文化对立和文化冲突必须依靠教育,从人入手、从教育入手,培养“完整的人”,进而达成内在与外在、物质与精神、个人与社会、理论与实践的有机统一,在根基上夯实文化自信。

文化是教育的功能。文化发展则教育发展,教育发展则文化发展,没有起点,亦没有终点。无论是一个民族还是一个国家,要想在新的文化洪流中保持持续不断地向前发展的态势,归根结底,还得依靠教育。当然,在这个过程中,文化也不是被动地接受教育的影响,而是以一种相互作用的方式反哺教育,为教育提供物质的、精神的、智力的、制度的资源和支撑。

长远来看,教育是提升文化自信的持续动力来源,而经济、制度、法律的作用则是外在的和衍生的,是第二位的。随着社会逐渐地从机器时代进入到科学技术时代,教育对于一个民族和国家文化自信的提升起到了越来越重要的作用,占据着越来越重要的地位。教育关系着文化的前途和未来。首先,只有依靠教育,文化自信才能具有自我更新的能力和获得源源不断的新鲜血液,才能够在与社会环境持续的相互作用中获得向前发展的动能。我们在多大程度上强调文化自信的重要性,就应该在多大程度上强调教育的重要性。否此,文化自信必然落入空谈,成为无本之木、无源之水。其次,文化自信的主体是人,需要人去完成和实现,人是文化自信的最终体现。人是完整的,文化自然就是完整的;反之,人是片面的、残缺的,文化自然也就是片面的、残缺的。

态度决定未来。变化是不变的文化发展规律。今天,我们正在进入一个前所未有的智能化时代。新的科技文化是一个史无前例的文化类型,没有现成的经验可循,在不确定的文化发展道路中,如何真正确立和提升文化自信,是对国家和民族智慧、勇气、意志和品德的挑战,但归根结底是对教育的挑战。与此同时,这也是教育发展的宝贵机遇,它使得教育能够在文化发展的洪流中激荡、洗礼、沉淀,获得新的经验、动机和重组的势力,在改造个人、社会和文化的同时,夯实文化自信,为文化自信奠定坚实基础。

二、教育是夯实文化自信的内生机制

任何文化自信的建立和发展都依赖于年轻一代具备特定的认识、需要、兴趣、趋向和能力。只有教育改进了,文化自信的提升和发展才能真正落到实处。只有坚定对教育的信心和信念,相信教育改进文化、改造社会和改善生活的可能性和内在潜力,文化自信才真正可以说像一个人有了双腿一样,朝着理想迈进。相反,不相信教育持续改进文化的能力,则犹如无头苍蝇,情感和精力不受控制,不能服务于有价值的目的,时而激情澎湃,时而萎靡消沉,在极端乐观主义和极端悲观主义之间摇摆。

具体来看,文化自信,它首先是一种教育信念。坚信其他任何改革,包括物质的、技术的、法律的和管理的改革都是表层的、外在的,而根本的、内在的改革在教育——通过教育形成"完整的人",挖掘人的潜力,培养文化继承者和创新者,完善他们的文化精神、文化能力和文化品德。信念是对未来的判断,是一个民族和国家的愿景,是把民族和国家凝聚在一起的东西。没有信念,整个国家和民族就缺乏灵魂,而错误的信念则容易将国家和民族引向错误的方向,坠入深渊。因此,对一个国家和民族的发展来看,相信什么、坚信什么、希望什么、为了什么、坚守什么、执着什么,非常重要。

"欲人勿疑,必先自信。"任何文化,发展久了都免不了产生文化惰性和陷入文化惯性。然而,历史和实践反复证明,提升文化自信,避免文化困境和解决文化危机,增加归属感、认同感、尊严感、荣誉感,关键在教育。通过教育和在教育中实现文化的统一和平衡,促进文化的内在与外在、物质和精神、新与旧、过去与现在的协调发展。一些人怀疑教育在夯实文化自信中的作用,是因为他们不理解文化自信的发展性,没有认识到在文化发展过程中可能会出现的困境和危机,没有看到文化自信下降乃至泯灭的可能性,而仅仅将文化自信当作铁板一块,静止的、自足的、永恒不变的实体,看不到文化自信与教育之间的相互依赖关系。

梁启超提出,"少年智则国智,少年富则国富;少年强则国强,少年独立则国独立;少年自由则国自由;少年进步则国进步;少年胜于欧洲,则国胜于欧洲;少年雄于地球,则国雄于地球"。人类历史经验和教训反复证明,教育是提升文化自信的内生机制,而非其他。文化的兴衰全系于教育。教育兴则文化兴,教育衰则文化衰。"尊师重教,则国运昌。"注重教育、重视教育,是一个民族或国家文化自信的根本保证,反之,轻视或不重视教育则是文化自信缺乏和民族、国家走向衰弱的表征。

我们对待教育的态度和方式即是我们对待文化自信的态度和方式。法律、制度和管理层面的改革都是徒劳的和无用的,一旦生活于文化环境中的人依然是片面的和不完整的,物质生活和精神生活、思想观念和行为态度依然是割裂的、对立的。这表明,人的性质决定文化的性质。

教育是文化自信之本。一个缺少文化自信的民族是不可能长久存在下去的,就如同一个人缺少灵魂一样。然而,要夯实文化自信,使文化自信落地生根,在国家和民族发展中发挥应有的动力驱动和精神支撑作用,教育是内源机制。教育使文化自信更牢靠、更巩固、更坚实。所以,判断一个国家或民族是否真正具有文化自信,它的文化是否具有活力,民族或国家是否有前途,就看它是否以教育为中心,是否和在多大程度上依靠教育、重视教育,对教育的关心程度如何,对教育的投入和支持力度有多大。如何对待教育就是如何对待我们自身的传统文化,就是如何对待即将到来的新文化,归根到底,就是如何对待文化自信本身。

唯有通过教育才能夯实文化自信的根基,才能奠定文化自信的底气、士气和志气——重视"完整的人"的生成,在继承和发扬优秀传统文化的基础上,推动优秀传统文化创造性转化、创新性发

展,挖掘人和文化的全部潜力和可能性,避免文化困境、文化异化和文化衰退。只有我们对教育与文化自信的关系有了正确的认识,才能坚定“教育夯实文化自信”的决心,这是夯实文化自信的第一步,也是最后一步。

三、教育是夯实文化自信的根本途径

我们在多大程度上强调了教育,就是在多大程度上落实了文化自信。夯实文化自信的根本途径在教育。尽管在不同的社会背景中,在特定的时空环境下,具体的文化自信的内容不同,但夯实它的关键在教育。唯有教育与文化自信协同发展,相辅相成、相互强化、相互支撑,才能从根本上提升和发展文化自信。相反,任何将教育与文化自信割裂开来的想法和做法,其结果肯定是两败俱伤,造成教育的衰落和文化自信的丧失,生活于其中的人缺乏归属感、认同感、尊严感和荣誉感。换句话说,教育与文化自信息息相关、休戚与共。一旦文化自信与教育脱节,失去了来自教育的内在支撑和保障,那么,任何提升文化自信的措施和解决文化危机、文化困境和文化冲突的对策都将是表面的、外在的和无用的,是对外在压力和势力的折衷、妥协和退让,扬汤止沸、治标而不治本,给未来埋下难以解决的祸根,长期来看,造成的文化恶果更严重、更棘手,破坏性更大。

与此同时,从教育的角度来看,教育与文化的协同发展要求教育自身应该具备与时俱进、开拓创新的品质。与时代和社会发展同呼吸、共命运而非独善其身、各行其是。读死书、死读书,纯粹书本式教育,与文化和社会脱节,沦为外在的修饰和装点,成为炫耀和卖弄的资本,变得保守、趋于落后,与生活无关,失去应有的生机和活力,对正在发生的文化困难、文化困境和文化问题漠不关心、袖手旁观,成为限制和阻碍文化自信的因素而非促进因素。

它表明,与时俱进、与时代接轨是教育的本性。教育改革应该是教育发展的常态而非特例——在教育变革中谋求文化自信的提升和发展。唯有如此,才能够从根本上确保教育在文化自信中的关键作用。相反,当社会和生活正在发生翻天覆地的变化的时候,我们的教育依旧“两耳不闻窗外事,一心只读圣贤书”,对外面的世界漠然视之,自顾自地闭门造车,一种“事不关己,高高挂起”的态度,是导致教育没能在文化自信中发挥应有作用的主因和教育受到轻视和瞧不起的根源。

社会变化越来越快,发展成为时代的主旋律,与之相应的文化自信也在发生着深刻变化,这就要求教育能够克服自身的惰性和惯性,主动观照当今时代的文化困境、文化冲突和文化危机,承担起文化更新和文化创新的社会责任和使命,使文化自信建立在改革创新的发展道路上,在效果上而非在口头上提升文化自信。我们相信,当教育在文化自信中发挥越来越重要的作用的时候,人们肯定愿意将大量的人力、物力和财力投入教育中。一方面,通过教育促进文化自信的提升;另一方面,通过提升文化自信去促进教育的发展,如此形成良性循环。一旦教育在文化发展中起到关键性作用,成为影响文化自信的主导因素,到那时,我们便可以自豪地说,文化自信真正得到了践行,落地了、生根了、开花了、结果了,而非停留在思想、文字和口号的层面。

习近平总书记指出,面向未来,我们必须毫不动摇地坚定文化自信,团结一致,勠力同心,迈向实现中华民族伟大复兴新征程。然而,在现实中,对于什么是夯实文化自信的根本途径,不同的人,看法却不同。悲观主义者认为,文化自信受社会发展自然法则所决定,教育无能为力。当他们看到文化发展中的一时危机和暂时混乱时,就把它们当作是内在的和绝对的而不是过渡的和相对的,他们认为教育仅仅只是文化的被动接受者和消极产物,适应社会而非改造社会,而不认为教育在文化自信提升中能够真正起到实质性的提升和

促进作用,沦为纯粹的社会宿命论者。与此不同,乐观主义者认为,文化自信是一个动态的、发展的概念,坚信教育在提升文化自信中的关键作用,和通过教育改造社会和创新文化的可能性。但是,这并不是盲目乐观。而是将文化自信与教育改革充分地结合起来,两者的动态结合才是文化自信的完整内涵,任何将两者静止化和人为对立起来的认识或做法都是片面的和有害的,代表了理想与现实、理智与情感的割裂。

理想主义者将文化自信当作是纯粹主观上的想法,沦为感性主义和感伤主义,受情感、情绪或盲目的激情所支配,缺少周详的计划和明确的手段。现实主义者则缺乏理想,眼睛只看到现在,将文化自信沦为纯粹客观的理性主义,安于现状,习惯于当下,满足于抽象的逻辑推演,不愿意或不敢面对文化发展过程中的困境和危机,得过且过、随波逐流。这些极端的或左或右的认识和看法表明,只有将文化自信与教育改革内在结合起来,达成现实与理想、事实与价值的内在统一,才能够将教育转化成提升文化自信的内在力量,使文化自信不被沦为纸上谈兵,停滞在思想层面,而能够立足现实,利用已有的条件和资源改革教育,审慎地制定教育改革计划和寻找改革方法,通过有目的、有计划的教育改革去克服文化前进道路上的阻碍和困境,坚定信仰和信心,一步一步地将理想转化为现实,不断地缩小理想与现实之间的差距,化解文化发展过程中的种种危机和冲突,逐渐地、持续地夯实和提升文化自信,这正是夯实和提升文化自信的最确定、最自然,也是最有效的方法和途径。

不同民族、不同阶段的人类文明史反复证明,教育是夯实文化自信的根本途径。这既是对过去的总结,也是对未来的提示。只有通过教育去培养“完整的人”,实现物质与精神、内在与外在、思想和行为、理论与实践、知识与德性的有机统一,确保文化在正确的道路上均衡的、和谐的发展,才能从根本上提升文化自信,这才是文化发展的康庄大道。总之,直到教育成为夯实文化自信的动力来源、内生机制和根本途径,文化自信才可能从纯粹文字和口头的层面转化成为有计划、有目的、有组织的实践改革计划和行动方案,得到落实和践行。而这恰恰是教育作为一种文化事业应该和必须承担的文化使命、文化担当和文化责任——通过教育、在教育中和为了教育,为文化自信提供最根本、最深沉和最持久的磅礴力量!

参考文献:

[1]赵银平. 文化自信——习近平提出的时代课题[J]. 理论导报,2016,344(8):7-9.
[2]董国政. 坚定我们的文化自信[N]. 解放军报,2018-10-27(6).

(作者简介:陶青,博士,浙江海洋大学师范学院教授,研究方向为教师教育、比较教育。)

(责任编校:徐灿)

抗战时期文学“战场”的“抗日战争”

王思璇

摘　要:抗战时期,因政治和战争的需要,中日两国的战争文学创作空前繁荣。两国作家由于立场不同,对同一战争的书写和呈现迥异,这集中体现在战争文学的主题和军民形象的塑造上。本文侧重于从抗战时期中日作家对战争文学的参与以及对各自军民形象的塑造与呈现出发,反映中国作家拿起笔来参与抗战的作用和意义,深刻揭示日伪战争文学的文化侵略本质,以期加深对中国抗战重大意义和日本侵华战争反动本质的认识,进而通过中日战争文学还原战争历史语境,更进一步彰显继承和弘扬伟大抗战精神的意义和价值。

关键词:抗战时期;战争文学;军民形象;抗战精神

一、引言

对中国人民抗日战争的起止问题,很长一段时间内,国内通行的是1937年的“七七事变”至1945年日本宣布投降的“八年抗战”说。在2005年纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利60周年前后,开始将1931年“九一八事变”作为中国抗日战争的起点,此后“十四年抗战”说逐步得到学界的认同,2017年,教育部发函明确要求在全国中小学地方课程教材中全面落实“十四年抗战”概念。因此,本文抗战时期的起止采用自1931年“九一八事变”东北人民的局部抗战算起,到1937年“七七事变”中国人民的全面抗战爆发,最后至1945年日本战败投降为止的说法。正如习近平总书记在纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利75周年大会上所指出的:这场战争“是近代以来中国人民反抗外敌入侵持续时间最长、规模最大、牺牲最多的民族解放斗争,也是第一次取得完全胜利的民族解放斗争”。今天,我们如何认识这场“正义和邪恶、光明和黑暗、进步和反动的大决战”,并从中发掘、继承和弘扬伟大的抗战精神,意义重大。

“九一八事变”后,中国社会出现巨大的震荡,中日两国实际上进入战争状态。日本发动侵华战争后,日本政府组织新闻通讯社和一批作家,进行所谓的“文学报国”动员,其实质是由政府组织文艺界的一小撮人为军国主义鼓噪、为侵华战争推波助澜,美化他们的侵略行为。一时间,日本国内的很多杂志、广播、报纸等,充斥的都是经过包装的战争文学作品。在武汉会战之后,日本军方和政府为了欺骗迷惑中国民众,遴选派遣一批以军人为主体的作家远赴中国建立“笔部队”,这些人用尽浑身解数为侵略战争作宣传,积极推动他们的文化侵略活动。“笔部队”作家的作品,大多服

从侵华战争的需要,要么是宣扬日本士兵敢于赴死的军国主义精神,要么是粉饰和美化对华的侵略战争,将之视为和平的“圣战”。这些作品,内容具有欺骗性,风格极具煽动性,尽管这些几乎是虚构的作品经不起推敲,但却在日本军方的全权操纵下,很多都获得了日本各类文化奖项,蛊惑了大批的日本国内战争狂热分子,也欺骗了中国沦陷区的一些民众。

面对日本的侵略,东北作家群心中满怀国难的悲痛,他们纷纷拿起笔,揭露侵略者的野蛮行径,反映社会各阶层的抗日诉求。国内其他地区的作家也纷纷关注战争进程,创作关于抗战的作品,尤其是很多通俗小说作家,他们的创作从以前的言情小说和仙侠小说,转变为抗战题材。“九一八事变”既是中国抗战的起点,也是抗战文学的起点,更是中国现代文学发展道路的重要转折点。全面抗战爆发后,在中国共产党的倡议和领导下,各地的爱国作家们组成各种团体,积极投身抗战文艺运动,他们以“文学为抗战服务”为口号,通过多种形式发表作品,以不同的视角描写前线的战斗、沦陷区民众的苦难、大后方的人间百态。抗战文学深刻揭露了日本的侵略罪行,唤醒了民众的反抗意识,鼓舞了前方抗日将士的士气,同时扩大了抗日民族统一战线。

二、中国抗战文学的抗战回顾

抗日战争是世界反法西斯战争的重要组成部分,中国人民付出了极其惨痛的代价,在当时面临亡国灭种的严酷形势下,文学艺术担负起唤醒民众、实现民族救亡的使命。抗战时期,从东北到华北、华东乃至整个中国,大多数知识分子都经历了故土沦丧之悲、颠沛流离之苦、家庭破毁之哀、漂泊离散之痛。这其中有对民族国家的文化思考、对现实生活的悲哀无奈,他们忍受着精神和身体上的双重折磨,在理想和现实的夹缝中艰难地存活。正因如此,他们蕴藏着巨大的精神力量,并在国家罹难之际,能自发主动地团结在一起,通过文学作品发出悲怆、有力的救亡呐喊,试图用文艺的方式点燃民众的家国情怀,激发民众的抗敌热情。

(一)东北作家群的战争苦难书写开启了抗战文学

“九一八事变”后,在日本疯狂侵略和国民党不抵抗政策的驱使下,整个东北很快就沦陷了。在此后相当长的一个时期内,整个东北就处于日本侵略者的铁蹄践踏之下。东北作家群是最早体验到丧土失亲之痛苦、感受到亡国危机之悲哀的一个国人群体,同时也是抗战中最先觉醒、最先用文学创作揭示战争创伤、反映民众生存困境的一个作家群体。东北作家在面对乡土沦丧和亲人离散的境地时,发出与时代呼吸同频共振的哀鸣与呐喊。他们的创作经历了从狭隘“小我”到英雄“大我”,从“乡土之念”到“民族之思”的变化,甚至他们还参与了“从民族到国家”联合抗战的主题创作活动等。但在日伪长夜漫漫和暗无天日的残酷统治之下,作家们常常处于“潜伏写作”的状态,处境也比较艰苦,有时只能“借助于‘民间市场’‘文化市场’等空间来求得殖民体制外文学的生存”。但这并没有阻碍东北作家文学的发展,甚至因为这种黑暗的统治,作家们不得不离开东北,开始南下流浪。这种压抑的、痛苦的体验,正是他们创作的灵感来源和思想源泉,在经过长期酝酿之后,开始涌泉般爆发。如萧军、萧红、舒群等人的创作。

东北沦陷区作家的创作,大多围绕战争的现实情境和民众的英勇抗争展开。如梁山丁的《山风》《乡愁》《绿色的谷》《季季草》等,表达了东北人民对日本侵略者的愤恨;王秋萤的《去故集》《小工车》《河流的底层》等,向人们“揭示了东北沦陷区工人、农民、小职员、小知识分子的悲惨遭遇”;梅娘的《小姐集》《第二代》《蟹》《蚌》《鱼》等,对社会上的卑弱者给予真挚的同情和哀悯;舒群的《沙

漠中的火花》《边陲线上》《没有祖国的孩子》等,表现了蒙古族的抗日、农民军与“高丽穷党”的抗日、朝鲜民族的抗日,意在凸显“弱势民族”的大联合,将思想上升到民族联合的境地。除以上作家外,东北作家群中较著名的还有罗峰、白朗、骆宾基、端木蕻良等。这些作家也从各自不同的视角,书写着抗战时期东北人民的现实生活,描写他们的精神世界,展现了在日本帝国主义铁蹄蹂躏之下的那片土地和人民的真实境况,为中华民族精神的唤醒和彰显贡献出了自己的力量。

(二)武汉保卫战带来了文学抗战的全面兴起

中国作家队伍的大联合、“抗战文艺”的全面兴起和开展是从1938年的武汉开始的。随着日本侵华战争的全面发动和民族救亡的危重,中国作家暂时抛却了党派分歧、个人恩怨等,空前团结起来,一并汇入汹涌的抗战洪流中来。1938年3月27日,中华全国文艺界抗敌协会在武汉成立。全国各地的文艺工作者汇聚武汉,一时间群英荟萃,作家云集。这批知识分子大多是当时文艺界的领军人物,如郭沫若、老舍、茅盾、胡风、艾青、田汉、丰子恺、臧克家、萧红、萧军、冼星海等。许多文艺机构、文艺社团也先后在武汉成立,如“政治部第三厅”“中国共产党长江局”“中华全国文艺界抗战协会”等。据统计,短短一年多的时间,武汉复刊和新创的刊物杂志就达200余种,如《抗战文艺》《战地》《抗战戏剧》《文艺月刊·战时特刊》《七月》等。大量的书店和出版机构也落户武汉,出版了数以万计的报刊书籍。“新书销售从战前每次印刷一两千册翻到了三四千册,有时甚至达10000册。”一场轰轰烈烈的抗战文艺运动,就此在全国范围内展开。

中华全国文艺界抗敌协会提出的“文章下乡,文章入伍”已深入人心,国统区、抗日根据地、沦陷区的广大文艺工作者用丰富多彩的文艺形式,掀起了“抗战救亡”的高潮。诗歌方面,比较典型的有在延安、武汉等地掀起的“街头诗”“朗诵诗”运动,田间的那首脍炙人口的《坚壁》:“狗强盗,你要问我么:‘枪、弹药,埋在哪儿?’来,我告诉你:‘枪、弹药,统埋在我的心里!’”斩钉截铁地对侵略者的强盗行为予以了有力回击;戏剧方面,自称不会写戏剧的老舍,抗战时期却创作了大量的戏剧作品,如《残雾》《国家至上》《张自忠》《面子问题》《归去来兮》等;报告文学方面,战前并不发达的这一文学体裁却一跃成为抗战时期文艺的主要形式,因为它最有效地为教育群众认识这场“民族自卫斗争”的现实的、直接的目标服务。

(三)抗战文学打赢了另一场“抗日战争”

日本侵华时期,日本军部通过法西斯式的“指导”和“施压”,并通过奖项和奖金进行收买,使得日本几乎所有作家都投身于鼓吹侵略战争,除了有正式编制的“笔部队”,还有大量“民兵”摇旗呐喊。以“笔部队”为代表的日本作家,虽然没有直接拿枪杀人,但却扮演了日本法西斯的帮凶,这些人通过包装的文字宣扬“侵略有理、抵抗有罪”,是不折不扣的侵华文学,是日本侵华战争的苍白遮羞布,是非正义的、病态的、丑陋的,这批文学怪胎影响极其恶劣,蒙蔽日本民众,鼓动战争狂热,也加剧延长了被侵略国家人民的灾难和痛苦。可以说,日本的侵华文学作家群体,也是一群“文化战犯”,他们的作品属于文化侵略,往往比武力侵略更加隐蔽,破坏力也不小,且影响长久。尽管日本“笔部队”以笔助战,大肆为侵华战争摇旗呐喊、煽动鼓吹,炮制了大量的战争谎言,但丝毫不能掩盖其侵略本性和必然要走向失败的可耻命运,他们不仅在日本文学史上留下了耻辱的一页,更为日本侵华罪行提供了一份铁证如山的真实“罪案”。

在中国作家的笔下,主要是揭示日本军民在军国主义思想的侵蚀、战争谎言的欺骗下沦为战

争的机器、工具人,是杀人不眨眼的魔鬼,同时他们也是被蛊惑的受害者。在中国的抗战文学作品中,日本士兵一类是魔鬼形象,他们杀人不眨眼,是残暴、恐怖、冷血、毫无人性的战争机器,他们纵情声色、耽于享乐、无恶不作、欺压民众、为非作歹。如作家徐祖怡描述沦陷后的长兴,到处是被焚烧的房屋,到处是被洗劫一空的家庭,到处是惨死的无辜民众。另一类是矛盾的日本士兵形象,这类人物既保持着人的善良一面,但又干着非人的禽兽行径,他们既是战争的施暴者,但一定程度上也可以说是战争的受害者,并最终彻底沦为战争的机器。

在中国共产党领导下的延安和根据地作家笔下,日本军人的形象:一类是丑恶的好战者形象,他们凶狠残暴、无知无能、口蜜腹剑,是典型的邪恶、反动的嗜血者。他们大多外貌上是"矮""胖""满脸青胡茬子""冬瓜脑袋""惨白眼",其动作常被描述为"吼""鼠串""冷笑"等。通过外形、动作、性格等方面的描写,充分揭露其虚伪、反动的本质,以表现爱国民众对日本侵略者的仇恨和鄙视。另一类是受害者、反战者形象,如《支那傻子》《去国》《山彬伍长》等作品,塑造了一批战争受害者形象:有惨死在炮火中的未成年士兵,临死前哀嚎着"我们为什么要战争?……我们会死在中国的!"有在中国战场上致残归国的平民,当他回国后,见到的是家里的一片凄惨景象:父母衰老,妻子年仅二十五岁,却皱纹爬满脸庞,"点点斑斑的涂着煤灰,那乱草般的头发,从头巾下露了出来,一副寒碜的贫苦的姿态"。表达了作者对战争的控诉和反思,对世界和平的向往等。

在"九一八事变"甚至"七七事变"之后的一段时期,普通民众对抗战的基本态度并非一开始就热情高涨、奋不顾身的,不少人都抱着一种侥幸心理,只顾小家安稳,不在意甚至漠视国家危难,很多人一生奋斗的目标就是升官发财、家庭幸福。在抗战文学和其他各种形式的艺术作品的唤醒下,一部分中国人从一开始的自私自利、苟且偷安,慢慢认识到屠刀已经架在脖子上、麻木不仁的旁观者下一步就会变成受害者、国破必然家亡,然后逐步转变为坚定的抵抗者,有的参军报国献出宝贵的生命,有的毁家纾难为抗战提供各种支援。

三、中国共产党是文学抗战的主要领导力量

毛泽东同志充分认识到抗战不仅仅是军人的对抗,更是双方动员能力的较量,他认为:"民族战争而不依靠人民大众,毫无疑义将不能取得胜利。"他一再提醒执政当局和全党同志,发动民众积极参加抗战。毛泽东同志在延安文艺座谈会上指出:"在我们为中国人民解放的斗争中,有各种的战线,就中也可以说有文武两个战线,这就是文化战线和军事战线。"共产党领导下的作家群体,都是文化战线的战士,在他们的文学作品中,日寇的铁蹄踏碎了农民的土地、麦苗,抢走了他们的财产,学校、祠堂、祖坟全都成了一片焦土。这些到处发生的悲惨事件,深深刺痛了那些冷漠的国民,让他们认识到破家灭门的威胁就在眼前,就像老舍在其小说《敌与友》中所呼唤的那样:"咱们彼此那点仇,一句话就可以了结。为私仇而不去打日本,咱们的祖坟就都保不住了!"正是因为众多抗战文学作品的描述,以及其他艺术作品的宣传,使得广大民众开始觉醒,真正认识到"中华民族到了最危险的时候""国之不保、家亦难存",为了"保家"必须积极"卫国",终于形成全民抗战的群众基础。

抗战期间,中国的知识分子完成了历史上前所未有的大联合,经过他们的努力,中国作家现代意义的民族国家意识被激发,中国民众的不怕牺牲、精诚协作、抗争求索的抗战精神被彰显,并在文学作品中得到了很好的书写和表现。通过自东北作家群开始、拓展到全国范围内的这场抗战文艺运动,中国作家针锋相对地与以"笔部队"为代

表的日本战争文化阵营展开博弈,通过鲜活的军民形象塑造,来表现中国人民为了世界和平、为了美好生活而不懈努力,不屈不挠、浴血奋战的抗战精神;用文学作品书写战争苦难,来表现中国人民英勇抗战、保家卫国、捍卫和平的伟大壮举。抗战时期中日双方的战争文学都比较繁荣,这种表象不能做简单的艺术审美,而是要通过对照,把作品放到当时的社会历史语境中分析。

中国抗战文学的繁荣体现了中华民族同仇敌忾、抵御外侮的民族精神,作品中满怀对祖国的深情、对抗战军民的赞颂、对和平光明的向往、对日伪势力的痛恨,热情地讴歌全民抗战运动,愤怒地控诉日本侵略者的滔天罪行。

我们要以史为鉴、面向未来,通过对比研读抗战时期的中日战争文学,让我们再次回顾中国人民艰苦卓绝的抗战历程,正确看待和深刻揭示日本军国主义的侵略本质,充分认识中国抗战胜利的来之不易,继承和弘扬其中孕育的中国人民的伟大抗战精神,进而为新时代中国特色社会主义建设、为实现中华民族伟大复兴提供强大的思想资源和精神力量。

参考文献:

[1]铃木贞美. 日本的文化民族主义[M]. 魏大海,译. 武汉:武汉大学出版社,2008.

[2]王向远. 日本的"笔部队"及其侵华文学[J]. 北京社会科学,1998(2):10,100-108.

[3]王向远. "笔部队"和侵华战争——对日本侵华文学的研究与批判[M]. 北京:北京师范大学出版社,1999.

[4]黄万华. 抗战时期沦陷区文学及其研究[J]. 文学评论,2004(4):124-130.

[5]李仲明. 抗战时期沦陷区文学研究述略[J]. 抗日战争研究,1998(4):71-83.

[6]费正清,黄维恺. 剑桥中华民国史(下)[M]. 北京:中国社会科学出版社,1994.

[7]林芙美子. 运命之旅[J]. 金戈,译. 妇女杂志,1943,4(10). 26-27.

[8]袁盛财. 日本侵华文学中的中国形象[J]. 新余高专学报,2004(3):44-46.

[9]陈荒煤. 支那傻子[M]//中国新文学大系(1937—1949)第三集. 上海:上海文艺出版社,1990.

***基金项目:武汉市社会科学界联合会一般课题"抗战时期中日文学国家观念比较研究及其当代价值"(项目编号:WHSKL2021129)。**

(作者简介:王思璇,武汉商学院外国语学院讲师,研究方向为中外文化比较。)

(责任编校:曹莹)