

人文经济视域下农产品地理标志建设与城乡文化融合

张 瑜^{1,2} 刘艳平^{1,3*}

1. 江苏基层社会治理研究协同创新基地 江苏南京 210036

2. 江苏开放大学（公共管理学院） 江苏南京 210036

3. 江苏开放大学（商学院） 江苏南京 210036

摘要：城乡融合是构建“双循环”发展格局、推进中国式现代化建设和共同富裕的关键战略。在人文经济视域下，城乡文化融合是城乡融合的重要维度，是实现高质量发展的重要保障。本文探讨了农产品地理标志在人文经济视域下的发展建设以及驱动城乡文化融合的作用机理和实现路径。研究发现：农产品地理标志通过产业链推动力、文化知名度增强、市场与品牌建设支持、政策引导及教育和社会化活动等机制驱动城乡文化融合；进一步提出了促进城乡文化融合的实现路径；最后，针对保护农产品地理标志、推进城乡文化融合提出了相关政策建议。本文通过人文经济的视角来解读农产品地理标志的文化内涵，为促进城乡文化融合提供了新的洞见，对实现中国式现代化和农业现代化具有重要意义。

关键词：城乡文化融合；农产品地理标志；机制与路径；人文经济

引言：

2023年全国两会上，习近平总书记提出“文化很发达的地方，经济照样走在前面。可以研究一下这里面的人文经济学。”人文经济学不仅关注经济活动的效率和收益，更重视经济活动对社会文化的影响和在文化演变中的角色^[1]。这一视角对于解读中国式现代化，解构农业现代化进程中的独特现象，具有重要意义。党的二十大报告强调要“坚持城乡融合发展，畅通城乡要素流动”、推进“物质文明和精神文明相协调的现代化”。在这样的背景下，农产品地理标志不仅代表了农产品的质量和声誉，更携带着丰富的文化内涵，成为城乡文化融合的重要载体。然而，要实现这种融合，就需要深入了解农产品地理标志的内涵、功能和促进城乡文化互动的机制路径。

在人文经济视域下，学者们倾向于从地理标志所承载的文化价值和地区特色出发，分析其如何通过市场机制作用于经济行为，涉及到经济发展、文化传承、地区特色等多个

维度，但关于农产品地理标志促进城乡文化融合的机制和路径，尤其在人文经济视域和中国式现代化、农业现代化的背景下，这一问题仍然有待进一步探赜。

基金项目

江苏开放大学（江苏城市职业学院）“十四五”2023年度科研规划课题学科研究青年专项“农产品地理标志促进城乡融合的机制与对策研究”（项目编号：2023XK024）；

南京财经大学服务国家特殊需求博士人才科研专项课题“中国对进口大麦实施反倾销反补贴的贸易与福利效应研究”（项目编号：BSZX2022-04）；

江苏开放大学（江苏城市职业学院）“十四五”2023年度科研规划课题学科研究青年专项“新发展格局下制度型开放促进我国制造业迈向中高端研究”（项目编号：2023XK013）。

1. 农产品地理标志与城乡文化融合

1.1 农产品地理标志来源与特征

农产品地理标志是一项特殊的知识产权,根据世界贸易组织(WTO)下的《与贸易有关的知识产权协议》(TRIPS协定),地理标志被定义为“指示商品来源于某个地域或地区的产品,在该地拥有某种品质,功能上可以提升其地理来源特征的标志”。在此框架下,农产品地理标志特指那些来源于特定地域,其品质、价值或其他特征与产地的人文地理环境密切相关的农产品^[9]。这种人文地理环境包括天然因素(如气候、土壤等)和人文因素(如生产工艺、传统文化),共同构成了农产品的地域特性。

1.2 城乡文化融合的内涵与实践

城乡文化融合是一个多维、动态的过程,涵盖了人文经济、人文社会等各个方面,是现代化进程中缓冲器的重要组成部分。从宏观角度看,城乡文化融合指的是现代社会发展背景下,城市与农村在文化意义、生活方式、观念价值等方面相互影响、融合创新的过程。这个过程不仅仅是简单的文化元素的交流,更包括制度、习俗、知识和技术等^[10]。在城乡文化融合中,经济活动发挥了核心推动作用。农产品流通范围的拓宽,不仅促进了城乡经济的相互依赖,也推动了农村文化向城市传播以及城市文化下乡^[4]。

1.3 农产品地理标志意蕴的人文内涵

地理标志农产品承载着特定地区的历史与文化^[11]。每一种地理标志产品都是历史沉淀的结果,它们诉说着地方的过往与变迁。地理标志农产品还普遍与地方社区的社会组织和生活方式紧密相关,与当地居民的日常生活息息相关^[7]。这些产品不仅代表了品质信誉,更成为了一种社会认同。此外,地理标志农产品还与当地的节日、民俗以及宗教活动相关联,它们是地方特色文化活动的一部分,讲述着该地区的历史故事,类似文化传播的使者。

2. 农产品地理标志驱动城乡文化融合的机制分析

2.1 全域产业链驱动机制

一是整合效应,可以加强产业链中文化的传播^[15]。在农产品的生产阶段,地理标志保护了传统种植和加工技术,这些技术往往是地域文化的一部分,体现了当地人与自然和谐共处的哲学。在加工阶段,工艺和技艺的传承需要严格遵守,同时要适应现代市场的要求进行创新改良。这种结合实现了物质文化与非物质文化遗产的有效融合。此外,

特定地理标志的包装设计、品牌故事,以及市场传播策略都被用来强化产品的文化时代感,从而实现文化价值与经济价值共增。

二是示范作用,先进农业生产单位的文化引领。高效先进的农业生产单位通过地理标志建设不仅提升了产品质量,而且发挥了传播和保护地方文化的作用。通过参与国际农产品贸易展、举办文化交流活动,这些单位为区域文化输入新元素^[14],同时也提高了自身水平。产业链中的每次互动都在推动城乡文化融合,形成了一种“体验式消费”,在满足经济需求的同时,也让城乡居民能够共同体验,塑造一种全新的、融合的文化生活方式。

2.2 文化知名度驱动机制

一是文化认同机制。文化认同机制是解释农产品地理标志如何促进城乡文化融合的关键一环。这一机制围绕地理标志产品如何强化个体和集体的认同感,促进文化传承,并通过社会反馈效应来加强和拓展文化认同。农产品地理标志通过提供地域文化的具象化标志支撑,增强个体与集体的文化认同^[3]。地理标志产品的制作过程与消费经验通常与地区特定的历史和仪式紧密相连,为当地居民提供了一个自我文化认同的平台。

二是文化传承机制。农产品地理标志本身就是一个文化传承的载体。它保留和演绎了产地的传统工艺和历史,保证了文化的持续生命力。这种传承不仅仅存在于产品的生产过程中,还体现在产品的宣传和营销活动中,讲述相关的故事,传播传统文化知识。实现文化价值的横向传承和纵向贯通。

三是反馈效应。消费者对地理标志产品的偏好不仅影响其购买行为,而且也构成了对生产地域文化的认可和支持^[12]。在推崇原产地文化的同时,消费者的选择成为一种社会反馈,促使生产地持续维持和发展自身的文化特色。在这种互动中,地理标志产品成为城乡文化认同感的增强器,并在消费者与生产者之间发挥作用,形成了一种文化的互动关系,一种正向的文化认同循环。

2.3 品牌效应与市场机制

一是品牌精神。品牌精神是农产品地理标志的核心,它汲取了特定地区的文化与生产方式,并将其转化为商品的独特身份,品牌精神的培育机制反映了产品的文化深度。对于农产品而言,品牌精神不仅包含了产品的物理属性和质量

保证,还承载着一段农艺文化^[17]。这种品牌精神的确立,使得消费不仅仅是一种购买行为,更成为一种文化的体验和传承。

二是营销传播。农产品地理标志的营销传播策略是建立和弘扬品牌精神的重要手段,通过故事化营销、情感化营销等手段,将农产品与消费者的情感紧密结合。在营销传播中,强调产品故事和文化属性,可以在消费者心里形成一个品牌形象,从而增强其对产品的忠诚度和认同感^[19]。

2.4 政策性教育传播机制

一是针对性教育引导。教育在农产品地理标志驱动城乡文化融合进程中扮演着关键角色。通过针对性教育,可以提升生产者和消费者对地理标志的重视程度,进而激发对传统农业技术和乡土文化的尊重与保护意愿^[6]。在我国,地理标志的教育通常针对三个主要群体:农民、消费者和政策制定者。教育农民理解地理标志的法律和市场价值,可以提高他们的品牌意识。利用媒体和公共活动向消费者普及地理标志产品背后的文化故事,促进消费者对质量和文化价值的认可。对政策制定者的教育则强调政策制定者在制定和执行地理标志政策中的责任,以确保文化的真实传承,分享最佳实践和国际案例,为地理标志的立法和监管提供参考。

二是相关知识传播。传播知识不仅要围绕农产品的生产技术,更应包括相关的文化遗产。地理标志产品的背后,往往关联着风土人情、历史轶事和制作工艺知识。传播这些知识,将加深社区成员以及广大消费者对文化价值的认识,推动文化持续性发展传承^[5]。最先从地理标志产地进行教育推广,通过设立博物馆、主题公园、文化工作坊等方式增加互动性。利用信息化工具,如在线教程和虚拟现实体验,吸引更年轻一代对非物质成果的关注。

2.5 社会化活动引导机制

一是社区组织机制。在人文经济视域下,社区在农产品地理标志与城乡文化融合中扮演着多方面的角色^[13]。首先,社区作为文化传承的产品运输空间,提供了生产和消费地理标志的自然环境,这不仅是关系到传统知识和技能的保存,还包括与当代社会的互动方式,不仅仅在提升领域经济条件方面发挥作用,更在传递地区文化、促进社区凝聚力上发挥了积极作用。另外,由地理标志产品衍生的社区活动,如节庆、集市、工坊参观等,增强了社区成员的文化自信,利于城乡间文化价值和生活习惯的相互理解和尊重。

二是社会网络机制。社会网络在农产品地理标志的传播和城乡文化融合中可以发挥至关重要的作用^[8]。通过现代通讯技术,农产品文化必然在更为流畅的网络上传播,而社交媒体平台使消费者直接与生产过程接触,两者进行互动,这样的直接联系有助于城市居民更深入地了解农产品背后的故事和文化。同时,社会网络的力量使得它能够让地理标志产品的文化意义超越物理边界,为远离农村的城市居民带来乡村的魅力和价值,促进知识共享和文化的互动交流。

三是社会动态机制。随着市场经济的发展和社会变革,商品地理标志需要适应新的消费趋势和与日俱增的文化需求。这就要求地理标志产品在面对不断变化的市场需求时,不仅要维持其传统文化特色,也要不断地创新。社会动态的影响还包括城乡居民价值观念的变化、农村劳动力的流动,以及区域间文化交流的加强等^[2],从而推动社会向更加健康可持续发展的方向发展。

3. 农产品地理标志驱动城乡文化融合的有效路径

3.1 保护、传承与创新并重

一是地理标志产品的文化保护与传承策略^[3]。确立地理标志产品的文化认证体系,通过构建标准化的故事叙述,将商品与土地的文化紧密关联起来,使传统元素得以在现代市场环境传播;举办文化展览和交易会,引导消费者与生产者共享文化体验,提升公众对地理标志产品文化价值的认识。二是创新路径是地理标志产品实现文化传承和市场扩展的关键。一方面,创新可以是产品包装的更新,突出地理标志的文化符号以吸引新消费人群;另一方面,可以是产品销售方式的创新,如数字营销和网络销售,辅以虚拟现实技术让消费者沉浸式体验生产地的文化背景^[12]。

3.2 农业现代化转型升级

一是地理标志产业链升级对文化融合的推动。地理标志产业链升级是指通过优化各个环节,包括种植、收获、加工、包装、销售以及服务,不仅提升产品质量和生产效率,还增强产品的文化特色^[17]。二是科技应用与农产品质量安全。通过应用先进的生产技术和补充系统,能够保证地理标志产品的质量标准得到严格执行,增强消费者对地理标志产品的信任感^[19]。进一步推动城乡之间深入的文化交流和相互学习,体现了背后的人文意义和价值所在。

3.3 教育培训与合作交流

在城乡文化融合的过程中,教育与交流不仅要求传递

信息,更要激发内在的文化价值认同,促进交流,建立不同群体间理解和尊重的桥梁^[6]。通过各种培训和教学活动,媒体宣传、教育活动、品鉴会等形式不断开展,让消费者认识到地理标志不仅是品质的保证,更是一种文化传承和地域特色的体现。二是举办农业劳动节、文化节、烹饪比赛、工坊开放日等活动,让城市居民直接接触农产品的生产过程,感受其背后的人文。同时这些活动还提供了一个平台,供制作者展示他们的技艺,分享他们的经验和故事,增进彼此之间的情感联系^[5],成为城乡文化融合的桥梁。

结语

通过本文的深入探讨,可以确定农产品地理标志与城乡文化融合之间存在着紧密的关联性。地理标志农产品在增强地区经济的同时,也成为一种重要的文化传递载体。地理标志的有效建设与管理有利于促进城乡文化的群体流动与融合。基于此,以下政策建议或有利于进一步促进农产品地理标志建设和城乡文化融合:一是强化地理标志的法律保护,构建综合性管理体系。二是产学研合作,提升公众知识教育。三是发展地理标志产品旅游。四是助力农产品电商平台发展,实施差异化市场策略。

参考文献

- [1] 胡守勇. 城乡精神文明建设融合发展的理论内涵与分析框架[J]. 中州学刊, 2023, (08): 65-73.
- [2] 黄华均. 农业现代化与地理标志的知识产权保护——以传统文化中的地理遗产的发掘利用为视野[J]. 社会科学战线, 2006, (01): 224-227.
- [3] 蒋姣龙. 城乡融合格局下超大城市郊区乡村有机更新策略研究——以上海市近郊、远郊乡村为例[J]. 上海城市规划, 2023, (04): 62-69.
- [4] 李俏, 成威. 乡村振兴背景下耕读文化的活化开发与实践创新[J]. 宁夏社会科学, 2023, (01): 134-142.
- [5] 李裕瑞, 卜长利, 王鹏艳. 中国农产品地理标志的地域分异特征[J]. 自然资源学报, 2021, 36 (04): 827-840.
- [6] 刘志刚. 城乡融合发展视域下乡村振兴的文化困境

3.4 增强参与感与归属感

参与感与归属感是连接消费者与农产品地理标志之间的重要纽带。一是引导消费者的参与和反馈^[13]。利用数字媒体平台,消费者可以实时了解产品的新鲜故事,参与在线问答,甚至参与到产品设计阶段,例如在限定版包装上投票等。同时,利用在线调查、客户服务热线和销售点的反馈箱,得到的反馈对于不断完善产品和文化活动至关重要。此外,农产品制造商可以与旅游部门合作,开发以地理标志产品为主题的旅游路线,带领游客走进生产区,探寻农产品的源头。通过这类“农旅结合”的模式,不仅让消费者深入了解产品的文化背景,还能促进当地的经济发展^[8]。

与现实路径[J]. 江苏行政学院学报, 2022, (06): 76-82.

[7] 商世民, 徐祺娴. 助农直播中地理标志文化传播的空间转向[J]. 中南民族大学学报(人文社会科学版), 2022, 42 (12): 82-89+195-196.

[8] 商世民. 大力推进农产品地理标志工作[J]. 宏观经济管理, 2011, (06): 51-52.

[9] 时家贤, 赵耀. 文化产业赋能乡村振兴的机制与路径[J]. 社会科学家, 2022, (12): 65-70.

[10] 唐承财, 刘亚茹, 万紫微等. 传统村落文旅融合发展水平评价及影响路径[J]. 地理学报, 2023, 78 (04): 980-996.

[11] 武小龙. 中国城乡共生发展的区域测度及实证[J]. 统计与决策, 2023, 39 (02): 41-46.

[12] 姚江春, 朱江, 姜浩等. 基于生态产品价值实现的生态型地区城乡融合路径研究——以粤北生态发展区为例[J]. 自然资源学报, 2023, 38 (08): 2169-2183.

[13] 张国政, 徐增, 唐文源. 茶叶地理标志溢价支付意愿研究——以安化黑茶为例[J]. 农业技术经济, 2017, (08): 110-116.

[14] 张庆东, 杨照, 郭新宇等. 县域城乡融合发展的内涵与路径[J]. 中国农机化学报, 2023, 44 (10): 260-266. DOI:10.13733/j.jcam.issn.2095-5553.2023.10.036

[15] 张庆东, 杨照, 张忠明等. 新发展阶段县域城乡融合发展关键特征和评价指标——基于全国5个样本县的数据[J/OL]. 中国农业资源与区划, 1-10[2023-12-15] <http://kns.>

cnki.net/kcms/detail/11.3513.S.20231024.0927.002.html.

[16] 赵翠翠. 城镇化背景下的乡村文化空间重构——以S省花园社区为例 [J]. 华东师范大学学报(哲学社会科学版), 2023, 55 (03): 119-128+172.

[17] 赵志强, 范建刚. 系统论视域下新时代城乡融合发展: 多重维度、驱动机理与实践路径 [J]. 当代经济研究,

2023, (08): 45-54.

[18] 朱媛媛, 罗源, 王优聪等. 城乡要素交互作用下乡村公共文化空间的演变及机制研究——以河南舞阳县柴庄村为例 [J]. 地理科学, 2023, 43 (05): 847-859. DOI:10.13249/j.cnki.sgs.2023.05.009

作者简介

张瑜(1994—), 男, 山西阳泉人, 江苏基层社会治理研究协同创新基地助理研究员, 江苏开放大学公共管理学院助教, 主要研究方向为农业经济、环境经济等;

[通讯作者] 刘艳平(1996—), 女, 山西阳泉人, 江苏基层社会治理研究协同创新基地助理研究员, 江苏开放大学商学院助教, 主要研究方向为区域经济一体化、国际贸易理论与政策等。