

杨瑾, 徐辰, 朱竑. 本土产业发展视角下的乡村地方性重构——基于阳美玉器产业的文化经济地理分析[J]. 地理科学, 2020, 40(3): 374-382. [Yang Jin, Xu Chen, Zhu Hong. Placeness reconstruction under the influence of local industry: A cultural economic geographical study of the jade ware industry in Yangmei Village. Scientia Geographica Sinica, 2020, 40(3): 374-382.] doi: 10.13249/j.cnki.sgs.2020.03.005

本土产业发展视角下的乡村地方性重构 ——基于阳美玉器产业的文化经济地理分析

杨瑾¹, 徐辰^{2,3}, 朱竑⁴

(1. 南京工业大学建筑学院, 江苏 南京 211816; 2. 中国科学院南京地理与湖泊研究所/中国科学院流域地理学重点实验室, 江苏 南京 210008; 3. 中国科学院大学, 北京 100049; 4. 广州大学地理科学学院/华南人文地理与城市发展研究中心, 广东 广州 510006)

摘要:以广东揭阳的玉器生产专业村阳美村为例,从文化经济地理学视角解读本土产业发展中地方性的嵌入与重构。研究发现:本土产业在地方性多方要素的驱动与支撑下产生,在多重尺度政治经济过程作用与地方主体的响应下发展。地方性是本土产业产生并建立对外功能联系的初始条件,也是主体响应结构变动所做战略选择和地方营销的依托。在地方性嵌入产业发展的同时,生产、生活和宗教等地方活动被强化了与玉器生产相关的功能和意义,民居、街巷、宗祠等空间形制因传统功能被挤压而出现重塑。地方活动与景观的变化并未弱化地方意义,村民的地方依赖和依恋因本土产业提供了更好的发展机会与荣誉感而增强。

关键词:地方性;本土产业;结构;主体行动;广东揭阳阳美村

中图分类号:K901.6 **文献标识码:**A **文章编号:**1000-0690(2020)03-0374-09

自1970年代人文主义学者段义孚和爱德华·雷尔夫(Edward Relph)将地方概念引入地理学以来,地方、地方性等概念成为人地关系研究的热点^[1,2]。地方性(placeness)是地方在一定时间与空间跨度中所呈现的独特性^[3],由人与自然环境在恒久的交互过程中对地方的构成所赋予的精神或特质^[4]。近20余年来,英美人文地理学界从未停止对地方及其唯一性形成机制的探讨,主要有4种理论视角^[5]。以段义孚、雷尔夫为代表的纯粹主观视角认为地方是一个主观性的建构与存在,藉以在人们的记忆和情感中通过反复遭遇和复杂联系而得以建造^[6]。这类研究往往结合地方感、地方认同、地方依恋等概念,分析不同群体赋予地方的独特意义及对地方性的认同^[3,7]。大卫·哈维(David Harvey)、多琳·马西(Doreen Massey)等结构主义学者则强调地方生产过程中物质性的社会经济过程

与社会关系,将地方视为在特定的地方空间通过“权力几何”的内外流动,在复杂的社会关系下整合而成^[8,9]。相应研究关注资本、权力、制度政策等结构性力量对地方性的塑造^[10,11]。社会实践理论视角则认为,社会成员通过自下而上的行动与社会空间实践来实现地方性意义的建构与生产^[12]。从福柯主义出发的研究则强调话语、表征及地方营销等构建的、有关地方性的知识及其对地方意义的生产和社会权力关系的重构^[5,13]。尽管理论视角多元但已有实证研究多为单一视角,只有少数研究综合人文主义和结构主义视角^[2,4,11]。现实中地方与地方性的演变往往受到多重机制的共同作用。

作为地方与外界建立功能联系时所拥有的独特内在条件^[4],地方性不仅是文化或地理产品创意与价值来源^[14],也在经济决策、跨地方互动等经济实践中扮演重要角色^[15,16]。在生产资本所追逐的

收稿日期:2019-01-16; **修订日期:**2019-06-03

基金项目:国家自然科学基金项目(41901167, 41630635, 41971184)、江苏省高等学校自然科学基金项目(19KJB170017)、江苏高校哲学社会科学研究项目(2019SJA0206)资助。[Foundation: National Natural Science Foundation of China (41901167, 41630635, 41971184), The Natural Science Foundation of the Jiangsu Higher Education Institutions of China (19KJB170017), The Philosophical and Social Sciences Foundation of the Jiangsu Higher Education Institutions of China (2019SJA0206).]

作者简介:杨瑾(1988-),女,广东澄海人,博士,讲师,研究方向为社会文化地理学与乡村地理学。E-mail: yangjin6@njtech.edu.cn

通讯作者:朱竑,教授。E-mail: zhuhong@gzhu.edu.cn

符号化文化产品或以地方性文化抗衡全球化负面影响等过程中,地方的实践、关系、认同和意义不可避免地被解构与重构^[17]。随着经济地理学的制度、文化、关系等“多维转向”^[18],地方性与区域经济发展的关系成为文化地理学和经济地理学共同关注的研究话题。近年来兴起的文化经济地理研究更是将文化与经济视为相互交融和相互建构的^[19]:一方面,经济行为与决策总是嵌入在社会文化与权力关系网络中,并被话语、文化和意义所塑造和表征^[20];另一方面,文化意义并非既有和一成不变的,而是在经济实践中不断被建构和生产^[21]。然而,已有研究对地方性与区域经济发展的关系探析多为单一向度,或关注地方历史、制度、社会资本特质对经济发展的影响^[22],探讨地方性要素如何影响地理品牌构建与产品价格^[23,24],或聚焦于区域发展活动如旅游发展^[25]、开发区建设^[26]、城市更新^[10]等对地方性的彰显、改写或消解。已有研究较少探讨地方性与区域经济发展的双向互动关系,更鲜有基于两者双向互动关系审视地方性重构的机制与特点。

基于此,本文尝试借鉴文化经济地理学视角,在地方性与经济发展双向互动中理解地方性的重构机制与特点。为了更好地理解地方性如何嵌入经济发展中,又如何被这类经济实践所重构,本文选择内生于地方社会文化系统的本土产业为切入点,并以广东省揭阳市的玉器生产专业村阳美村为例。基于已有的地方性形成机制理论视角,本文将结合本土产业发展特点,构建适应本土产业发展视角的乡村地方性重构分析框架,剖析本土产业成长路径以探究地方性如何嵌入其中,进而分析本土产业发展影响下的乡村地方性重构特点。

1 案例地概况与分析框架

1.1 案例地及其玉器产业发展概况

案例地广东省揭阳市阳美村是一个玉器加工与贸易专业村(图1),有100多年的玉器生产历史。在玉器产业发展起来之前,它是一个普通的潮汕村落,以农业种植为主、以玉器等小商品的买卖为辅;村民重视宗亲关系,处于由血缘、亲缘、宗缘、地缘交织成的社会关系网络中(“以前整个村子的人都住在公厅那边,村头到村尾也没几步路,家家户户都认识,各家有谁,谁家娶媳妇啦,哪家又生小孩了什么的,都会知道”——访谈对象14,村民);村庄保留着宗氏祠堂、庙宇等景观遗产;民居聚集在

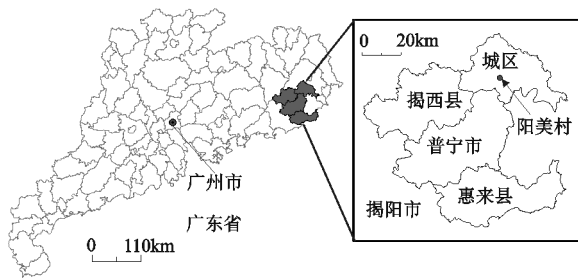


图1 阳美村在广东省揭阳市的位置

Fig.1 Location of the Yangmei Village in Guangdong Province

公祠四周,维持传统潮汕居屋的固有形制。其玉器产业发展经历4个阶段:①起步阶段追溯到改革开放前国家禁止私人加工买卖玉器期间,村民偷偷加工玉器并托华侨售往东南亚,在海外打响“揭阳雕工”名声。②发展阶段始于改革开放,村民接到大量港澳台“玉石来料加工”订单,并从1980年代中期开始进入中缅边界的瑞丽、腾冲等地采购翡翠玉石,开创自身品牌和产品。③专业化阶段自1990年代初开始,阳美村进行玉器专业村建设,在分散化家庭作坊模式基础上建设玉器专业市场。④规模化阶段则从2001年开始,阳美村开展一系列的地方营销活动,分别于2005年和2006年获得“亚洲玉都”“中国玉都”称号,吸引一大批国内外玉商和玉器手工艺者。2018年,全村已有玉器加工企业1730多家,从业人员达35000多人。缅甸每年85%的中、高档翡翠玉石原料流向阳美村,中国大陆90%的中、高档翡翠饰品出自该村。

1.2 分析框架

本土产业产生于地方社会文化系统,随着发展而嵌入到区域生产网络,不可避免地受到相应空间尺度政治经济格局等结构性因素的作用,也脱离不了地方主体实践的影响。从文化经济地理学视角出发,地方性与本土产业的发展相互建构,本土产业发展的过程亦是地方性重构的过程。本土产业发展影响下的地方性重构同样受到地方、结构、主体行动三者的共同作用。结合以下2方面原因,本文借鉴阿兰·普雷德(Allan Pred)的“结构-行动-地方”三重互动关系^[27],构建本土产业发展影响下乡村地方性重构的“地方-行动-结构”分析框架。

普雷德强调“地方”演变与“结构-行动”间的相互转变密不可分且同时进行。首先,结构性要素需通过主体实践来落实,但“行动”与“结构”的相互生产方式因“地方”及其特质而异,且其互动

结果也会影响“地方”及其特质的演变。结合本土产业发展特点,正是在“结构”“行动”与“地方”的互动中,本土产业实现了自身发展及对地方性的重构。“结构”“行动”与“地方”三者的互动关系,为理解该过程中本土产业发展与地方性重构的相互建构关系提供了一个基础解释框架。其次,普雷德强调了“地方”的流变,“地方”既是上一环“结构-行动”互动的结果,又是下一次“结构-行动”互动的背景。也即,本土产业产生时的“地方”及其特质是本土产业发展中“结构-行动”互动的前提。故而,本文以本土产业产生时的“地方”初始状态为起点,以主体“行动”为核心,形成“地方-行动-结构”分析框架(图2),用以解释本土产业发展与地方性重构的互动关系。

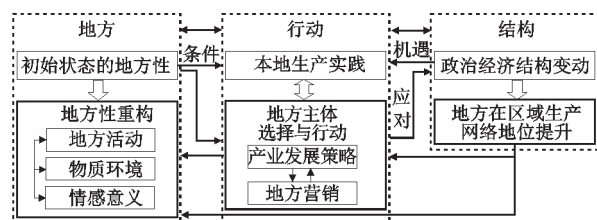


图2 分析框架:本土产业发展视角下的乡村地方性重构

Fig.2 Structure of research: placeness reconstruction under the influence of local industry

在此基础上,借鉴雷尔夫对地方维度的划分^[28],本文从物质环境、活动、意义三维度理解地方的特质,并主要从产业发展策略选择和地方营销两方面考察地方主体的应对行动,以此解读地方性嵌入本土产业发展又被其重构的过程。前者将结合初始状态的地方性、结构变动、主体行动来解读本土产业的发展,着重分析不同维度地方特质在其中扮演的角色;后者探讨本土产业发展对地方活动的改变及其对物质环境的再生产,并从纯粹主观视角也即村民与地方的情感联系解析地方意义的演变,以此剖析本土产业发展对地方性的重构。

1.3 研究方法

研究者于2012年8月、2012年12月、2015年12月及2018年2月4次到阳美村进行为期共28 d的实地调研,采取非参与式观察法收集本地村民和外来玉器生产从业者的日常实践以及村庄物质景观等一手资料,通过深度访谈获取本地村民(以玉器

产业从业者为主,涵盖非玉器产业从业者)、村干部、外来从业者等不同群体对玉器产业发展的认识、村庄变化的感知与认同等信息,访谈中尽量采用录音记录以保证访谈信息的完整性,若被访者不同意则采用笔录,共访谈27人35人次(表1);同时,广泛收集与阳美村及其玉器产业发展相关的村志、网站信息、多媒体资料等第二手资料。研究采用文本分析方法对综合收集的文本、影像视频、图片等“大文本”进行解读,结合话语分析法解释各行主体对阳美村地方性的表述及其话语隐含的社会意义。

表1 访谈对象的统计信息

Table 1 Statistical information of the interviewees

家乡	占比 (%)	职业	占比 (%)	年龄	占比 (%)
阳美村	59.3	玉器销售	40.8	20岁以下	22.2
揭阳其他地区	25.9	玉器加工	11.1	20~40岁	22.2
潮汕其他地区	3.7	玉器加工与销售	14.8	40~60岁	44.5
其他	11.1	其他	33.3	60岁以上	11.1

2 玉器产业发展的“地方-行动-结构”互动

2.1 地方性要素:初期建立对外生产联系的内在条件

阳美玉器产业起步阶段,村民冒着“被‘抄家’没收玉器和生产工具甚至被判刑”^①的风险,偷偷加工销售玉器,主要为本地“地少”且“耕地极为贫瘠”的自然条件所迫,因村民仅靠农业生产无法维持生计。而地处中国东南沿海的地理区位,以及早期“下南洋”形成的“敢于冒险”的人文精神、紧密的海外华侨联系和精雕细琢的潮汕雕工等地方历史积累,则为该时期阳美村私人玉器生产与销售的秘密开展和“揭阳雕工”扬名海外创造了条件。发展阶段,阳美村积极开拓玉石采购渠道,遭遇到资金要求和风险都极高的“赌石”环节,财力有限的村民创立了“风险同担,利润共享”的松散股份合作制,实现与港澳台大企业家以及北京、上海等国营玉器厂同台竞价。而这种没有字据和协议的合资,全赖于村民间密切的宗姻亲关系以及个人对宗族的信任和依赖,“开始合股都是在自己人之间,几万几十

① 《阳美村志》记载,“有一次,有村民把加工好的玉器藏在其他货物中准备偷运去香港,结果被查出来了,那人被判了几年的牢。”

万,一句话就成了,从来没什么字据、协议。后来生意越来越大了,资金越来越大,合作的人也越来越多,但这种口头协议的形式一直没变,违约的事也确实很少发生。”地方物质环境、活动形成的历史积累、精神情感的上述特性既界定了阳美玉器产业发展前的“地方”,也是阳美村玉器产业产生并最初建立对外功能联系的内在条件。

2.2 结构变动:强化对外生产联系的外部机遇

区域、地方等不同空间尺度的政治经济格局调整所带来的结构变动,为该村强化与其他地方的生产联系提供了机遇。在中国大陆不允许私人玉器交易时期,玉器消费需求主要来自港澳台及东南亚华人。20世纪70、80年代,中国香港、中国澳门、中国台湾和东南亚华人圈经济的腾飞,催生对翡翠的巨大需求;同时期,中国改革开放,大量港澳台外资得以进入大陆,阳美村依托已有的海外盛名,获得了大量港澳台订单。在此基础上,阳美玉器产业的专业化发展,则与1991年揭阳撤县设市这一地方政治大事件密切相关。新设立的揭阳市有迫切的需求与扶持政策推动经济发展。尤其是1992年中共中央政治局常委、广东省委书记谢非到揭阳视察时指示,“阳美必须把原来分散加工玉器的家庭小作坊集中起来,引导村民朝规范化、集团化的目标迈进,创造集加工、生产、营销为一体的阳美玉器专业市场”。已有一定发展基础的阳美玉器产业成为该时期揭阳市重点扶持对象。但玉器产业的进一步规模化发展还需要有充足优质玉石供应。而2001年以前,全球最大优质翡翠原石交易市场一直在中缅边境。2001年,受缅甸国内政治影响,缅甸政府规定翡翠玉石必须通过仰光“公盘”才可交易出境且需以海路出口,禁止从陆路运往中缅边境。翡翠玉石交易方式与交易中心的变动重构了翡翠玉器生产网络,中缅边境地区丧失了原有区位优势,中国东南沿海等地的区位优势凸显。与此同时,改革开放和经济发展使得中国大陆的翡翠消费需求大幅增长,翡翠主要消费市场转移到中国东部沿海经济发达地区。阳美村由此拥有了接近新兴市场和新的玉石交易中心的双重优势。东南亚政治经济发展环境的上述变化是阳美玉器产业规模化发展的重要外部条件。

2.3 主体行动:链接地方与结构的关键力量

面对新的政治经济格局,地方主体通过策略

选择,“粘住”了结构变动带来的机遇。发展阶段,村民自觉“一向有做买卖的头脑,雕玉和买卖都会……在辨识玉器方面的眼力比较好”(访谈对象12,村民),且判断玉器产业“未来发展前景大好(访谈对象1,村委干部)”。村民不满足于只赚取加工费,决定“进入翡翠原石市场”,开创本地产品。村民开始前往云南中缅边境、开拓翡翠原石采购渠道,推动阳美玉器产业由生产链底端的雕刻加工环节向两端的“玉石和玉器买卖”延伸。专业化阶段,村民通过集体筹资,响应省、市两级政府的指示,建成了商住楼、商贸中心、大酒店等玉器专业市场配套设施。2000年前后,面对玉石交易中心变动带来的机遇,阳美村村委主任带领村民做出“打破家庭式的小打小闹生产格局……打造联合舰队冲击市场经济大潮”的决定。2002年10月,阳美村经济联合社注册成立了揭阳市阳美集团,“专业化规模化发展战略”由上级政府指示转化为地方主体共识,并由硬件建设转向组织建设。

在此基础上,地方主体通过营销,如申办国际玉器节、重办中国玉器百花奖评选活动等,提升阳美村在全国乃至亚洲玉器行业的知名度。该类活动也为本地玉雕师获奖、申请“工艺美术大师”等称号以及提高阳美村在玉器行业的话语权创造了条件,如首届“百花奖”70%获奖作品就来自揭阳^[29]。阳美村还通过申请阳美玉雕进入国家非物质文化遗产保护名录和“亚洲玉都”“中国玉都”等称号来夯实地方品牌的文化内涵。这类活动的开展与称号的获得是地方主体积极运作的结果。以“亚洲玉都”称号为例,该称号由阳美村申请,称号授予机构与阳美村玉器行业组织有密切联系,地方精英亦在该机构中担任重要职务。地方营销构建了“阳美村是玉器节举办地”“阳美村是亚洲玉都和中国玉都”等文化符号,增加阳美玉器产业的品牌资本。与此同时,阳美村通过多媒体进行跨地方宣传,投资制作电视剧《乱世玉缘》、歌曲《神奇的阳美》等。多媒体作品通过剧情、主人公形象和场景的设置,把分离的“时-空”组合起来,对阳美村不同时期的地方性进行了跨时间展示,再现了阳美村传统的“地方性”场面,如旧时的村落和老艺人雕刻玉器的场景,并对玉器产业发展历史与相关传说进行选择性的表征与再生产。跨地方营销塑造了他者对阳美村地方特质的感知,强化

他者对“阳美村玉器生产历史悠久”“阳美人诚信”的认同,有助于吸引跨地方的人才与资本。

(你老家是哪里?)河南郑州。我们那边也有做玉雕的。(为什么来这边呢?)这边有市场嘛。在我们老家那边就没这么好的市场了。这边有更大的市场。机会就比较多嘛。现在这边这个村子发展起来也是因为这个玉嘛。它原来也是有雕翡翠的。后来申请那个“亚洲玉都”,名声一下就起来了,然后各地的人都来这里(访谈对象16,外来玉雕工人)。

2.4 “地方-行动-结构”互动中的地方性嵌入分析

地方性要素、结构变动、主体行动三者相互作用,共同推动阳美玉器产业的发展(图3)。在该过程中,地方性不仅是初期阳美村玉器生产得以产生并建立起与区域生产网络联系的独特条件,也是结构变动背景下阳美玉器产业获得发展优势的基础条件,更是地方主体响应的重要依托。具体而言,地处中国东南沿海的区位、地少人多地多和耕地贫瘠的自然条件等物质环境的独特性,潮汕雕刻技艺和海外华人联系等地方活动形成的历史积累,以及敢拼搏、宗族互助的精神情感,是阳美村初期建立对外生产联系的内在条件,也是不同空间尺度政治经济格局变动之际阳美村获得邻近玉石产地和消费市场双重优势的基本条件。与此同时,玉器生产的百年历史、玉雕技艺等地方历史积累,以及敢拼搏、诚信、宗族互助等情感精神,是地方主体制定与实施“延伸产业链”和“规模化”“专业化”等发展策略的重要依托,也是地方主体开展营销活动和多媒体宣传的重要支撑内容。

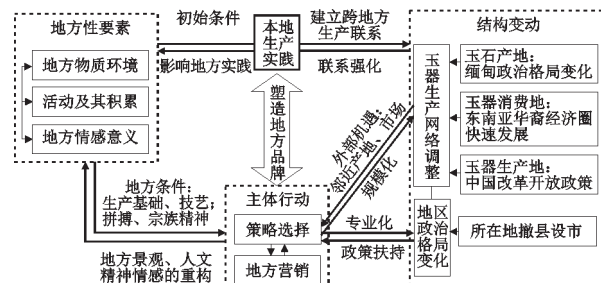


图3 本土产业发展的“地方-行动-结构”互动

Fig.3 The interaction among place, action and structure during local industry development

3 玉器产业发展对地方性的重构

3.1 地方活动的演变

1) 生产实践。随着玉器产业的发展,阳美村的生产方式由农业种植、房屋建造转向玉器生产和销售。“一直到20世纪70年代末,我们这个村一直以种田为主,同时也有一些人打渔、饲养一些家禽的。后来有段时间建筑队也做得很好,还去过韶关那边盖房子。不过,十几年前建筑队就没有了。大部分人都是在做玉雕了(访谈对象14,村民)”。与此同时,玉器生产的采购方式由早期的“挑担穿街走巷回收旧玉”“港澳台订单来料”发展为“前往缅甸采购玉石”,加工则由“在自家雕刻加工”演变为“开设工坊、招工加工”,销售则由“出售翻新玉器”“港澳台玉商上门看货”转变为“在本村经营玉铺”。“开店卖玉只有十几年左右的时间。1990年前后做玉,都是没有铺面的,都是在自己家里。如果有客人来,都是带到家里去看,去买卖的。以前的门开在那边,从那边大门进去。玉器摆在家里的橱柜里,人家要来买玉器的话是要到家里去的(访谈对象10,村民)”。

2) 生活实践。随着大量外来玉商和玉雕手工艺者前来经商和学艺,阳美村外来人口迅速膨胀^①,改变了传统乡村生活方式。与潮汕地区以外人群交流的增加,提高了村民使用普通话的能力与频率。50多岁的村民也能以流利的普通话与客户交流。但外来人口流动性较大,较少与村民形成生产联系之外的社交网络,“一些(外来人)开店的是租本地人的房子,今年在这租,明年在其他地方租。所以这些就不是特别认识(访谈对象5,村民)”。村民间的日常交流也因外来人口多、生产交流以对外为主而明显减少,大多只与周边或生产联系较多的人形成自己的小圈子,“整个村子人这么多,外省人又这么多,哪里认识得过来,大多都是不认识的(访谈对象13,村民)”。人口增加导致的村庄快速扩张进一步弱化村民间的联系。“本村人不认识的有,住的比较远的不认识了(访谈对象9,村民)”。

3) 宗教实践。承载神灵信仰的宗教实践是传统潮汕乡村的重要活动。神灵信仰产生于靠天吃饭的古时,游神赛会等宗教实践是农耕时代“1 a农事后对大自然的恩赐和上苍福佑的感谢以及对

① 据《阳美村志》记载,“截止2009年3月,阳美村的外来人口多达5 000多人”。

来年的风调雨顺、人寿物丰的祈求”。在玉器生产早已取代农业的阳美村,村民不仅保留着节庆时期到庙宇“拜神”的习俗,不少村民更是形成平日里也到庙宇供香的习惯。此外,村民还共同捐款修整村里供奉神像的“老爷宫”,重办曾经一度停办的传统“火把节”。这类宗教实践在阳美村的“再神圣化”在于其所承载的神灵信仰被生产出“能保佑村民在赌石中好运、赚到大钱”等意义。村民赋予宗教实践的新意义也重塑了这类实践的具体形式。以火把节为例,村民讲究“迎接迎神队伍放鞭炮,要确保一爆到尾,为来年讨个好运头”,“话外意就是希望标中的石头能一刀就暴富”^①;同时,还将玉器产业宣传功能嵌入于传统火把节中,不仅游神赛会所用器具融入了翡翠元素,还新增了玉都淘宝、阳美翡翠玉雕图片展等环节。原本为本地村民参与的宗教实践变成吸引各地玉商参与庆祝的节庆活动。

3.2 物质环境的重塑

1) 乡村民居形制改变。由于玉器生产工序可分离且所需生产空间较小,家庭作坊一直是阳美村玉器生产的主要形式,玉器生产场所广泛分布于民居内部。而生产功能的嵌入,显著地改变潮汕乡村居屋的固有形制^②。阳美村旧村二层民居中,原为家庭或亲族集聚空间的“堂”“院”被改造为加工场地。堂屋基本尺寸为4 m×7 m,可容纳10~12人的工位,正好形成一个完整的小加工场。下层加工、上层居住在旧村民居中普遍存在。区位较好的房屋往往又叠加了玉器销售功能,因产品展销所需,临街房屋一层的外墙往往被打通,改造为开放式的加工场或玉铺。新建的商住楼则在其规划建设中已考虑玉器生产经营的特点,一楼往往是商铺,可增加部分玉石初加工功能,二、三楼则为玉器加工空间与村民居所。

2) 公共空间传统功能弱化。传统生活性公共空间如街巷,随着临街房屋改造为加工作坊和商铺,变成玉器生产经营场所,其承载邻里日常交往的功能受到挤压。宗祠等原为祭拜祖先、同族宗亲交流、商议族内重要事务的公共场所,其作为宗族商议要事的功能被阳美玉器展销中心、玉都国际大酒店等新的公共空间所取代,并且,后者代

替宗祠成为阳美村新的标志性建筑。同时,宗祠作为祭拜祖先的神圣空间,因玉器生产功能的侵蚀而“世俗化”:祠堂内部部分空间被挪用作玉器加工场所,祠堂外部空间也被满足大量外来人口日常生活服务需求的农贸市场、餐饮店所侵占。

3.3 地方感的强化

基于人的地方体验的地方感分为地方依赖和地方认同2个维度,地方依赖是人与地方之间的功能性关联,指地方为人提供的、能满足其需要的条件;地方认同则是情感性依恋,指个人与群体将自身定义为特定地方的一份子^[30]。

1) 地方依赖。玉器产业为阳美村创造了与玉器生产相关的大量工作机会。本地村民因“在阳美村”而得以就地依托其持有的房屋、商铺等在地物质基础,轻易地、优先地进入市场,正如村民所言“这里的玉器买卖有这么大一个市场,不管家里以前是不是做玉器生意的,市场在这里,自己家又在这里,随便在家里摆些玉器买卖,虽不能大富大贵的,但日子也能过得去(访谈对象6,村民)”。 “村里有九成的人都从事与玉相关的行业(访谈对象11,村民)”。 “本地人”的身份,也有利于村民依托宗亲关系,更容易地获得上下游合作者的信任,从而降低了本地村民进入原料价值高、风险大的玉器产业的门槛。“有时我也到我弟弟那看看有没有一些好的玉石原料,自家人,不怕被骗(访谈对象8,村民)。”依托本地的玉器市场,村民不仅轻松实现就业与创业,而且该工作远比外出打工赚到的钱更多且更轻松。“每天就看看玉铺,然后有时也在村里转转,看看有没有看得上眼然后价格又谈得来的玉,有就买过来,外面的人来这边买玉,你转手一卖,就可以赚钱了,这样的生活还是蛮好的(访谈对象3,村民)”。故而,村里年轻人不愿外出读书或工作,而是“直接就在村里学卖玉、学做玉(访谈对象10,村民)”。同时,与周边村落相比,阳美村有更多在外工作的年轻人选择辞职回村工作,“我家女儿就是大学毕业后在外工作1 a左右后就回来的,回来后就做翡翠生意。她周边很多朋友都是这样(访谈对象17,村民)”。玉器产业发展使得阳美村能够为村民提供充足的就业机会,且其提供的资源比其他地方更好,村民对地方所

① 资料来源:由阳美村党总支书记、村委会主任、阳美集团董事长夏奕海主编,夏浩真执行主编,《阳美村志》编纂委员会编制的《阳美村志》。

② 传统潮汕乡村居屋通常遵循着坐中对称、上屋下堂、侧屋中堂、回廊-围院等基本原则。

提供的发展机会与资源的依赖强化了他们与地方的功能性联系。

2) 地方认同。在玉器产业发展的带动下,村民生活条件得到极大改善。“以前村子只有老厝那边,现在这边都是新房子,发展了(访谈对象12,村民)”。“家家户户都有小汽车(访谈对象15,村民)”。“以前这里生活很苦的,很多人都不愿意嫁到这里来的,嫁到这个村子来的都是没办法的。现在周边的姑娘都争着往这边嫁了(访谈对象18,村民)”。生活条件的改善带给村民一种“在自己村里很好啊(访谈对象3,村民)”的愉悦感。村民获得感的提升催生了地方自豪感。不论是村里的老年人,还是年轻人都十分愿意向外来人介绍阳美村玉器产业发展的历史与成就。村民通过传达一种“我对地方的历史很了解”的信息来体现自己的地方认同。地方给人以情感满足,人对地方产生情感偏好。“阳美人”成为村民自我身份的一种符号和象征。

玉器产业发展的综合效应强化了村民与地方的功能与情感联系,而“局内人”身份及其地方经历是村民与地方联系产生的基础,因“局内人”身份才产生因玉器产业发展的地方依赖,以及因地方成就而产生对地方的自豪感等情感联系,故而,随着玉器产业的发展,地方之于人的意义得到强化。

4 结论与讨论

本文从文化经济地理学视角出发,将地方性与本土产业发展视为相互影响、相互建构的过程,基于“地方-行动-结构”的互动,解读案例地玉器产业发展中地方性的嵌入及其重构过程,得出以下结论:① 案例地玉器产业的发展同时受到不同空间尺度政治经济过程及其格局变动等结构性因素与地方主体响应等非结构因素的共同作用。其中,地方性不仅是本土产业产生并得以与区域生产网络建立功能联系的初始条件,而且是地方主体响应结构变动所做战略选择的依托和地方营销的内容。地方嵌入的重要性并没有随着全球化的深入或其他结构性因素的作用而减弱。② 地方性在嵌入本土产业发展的过程中被赋予新的特质与意义。生产、生活和宗教等地方实践强化与本土产业相关的功能与意义,并刻印在乡村民居与公共空间等景观的重构。然而,地方实践与物质环境的这些显著变化并未削减主体与地方的联

系,村民对地方的功能依赖和情感性依恋反而因本土产业发展带来更好发展机会与荣誉而明显增强,产生出进步的地方感。

本文在产业发展与地方性的双向互动中解读地方性重构的机制与特点,是文化经济地理学有关经济与文化相互建构观点的例证,在此基础上,本研究结合本土产业发展的特点,采用“地方-行动-结构”框架解读本土产业发展影响下的地方性重构,也是改变以往地方性重构研究中“结构”与“行动”二元化的一种尝试,是对地方性重构机制多元理论视角的回应。案例地的研究揭示了,地方性的演变受到多重机制的共同作用,且不同机制作用的特点很大程度上取决于具体的重构情境,尤其是地方性解构与重构的方式。对于阳美村这类专业村,产业发展是地方性解构与重构的主要方式。由于本土产业发展根植于地方且其成长过程较为漫长,其对地方性的解构与重构不同于灾害或强大域外发展干预等方式急剧去地方性的特点,而是呈现出过程漫长、方式温和的特点;同时,与外源性产业发展影响下的地方性重构情境相比,作为链接“地方”与“结构”的地方主体,在本土产业发展中掌握更多的话语权与主动权,且其行动往往根植于地方,故而,地方主体更能发挥其能动作用应对结构变动的影响。因而,本土产业发展等内生于地方的发展实践对地方性的重构往往不是简单的推倒重来,而是对原有地方性的选择性吸收与策略性再生产,故仍有可能保留某些相对不变的特质,甚至在地方实践与物质环境发生较大改变时有可能进一步强化人与地方的联系。

参考文献(References):

- [1] 蔡晓梅,何瀚林.广州市高星级酒店地方与无地方的建构及协商[J].地理学报,2016,71(2):322-337. [Cai Xiaomei, He Hanlin. Place and placelessness of modern urban high-star level hotels: Case studies in Guangzhou. Acta Geographica Sinica, 2016, 71 (2):322-337.]
- [2] 郎朗,林森.结构化理论在“地方”研究中的应用——以北京三里屯的演变为例[J].地理研究,2017,36(6): 1065-1080. [Lang Lang, Lin Sen. Place transformation from the perspective of structuration theory: A case study of Sanlitun, Beijing. Geographical Research, 2017, 36(6):1065-1080.]
- [3] 白凯,胡宪洋,吕洋洋,等.丽江古城慢活地方性的呈现与形成[J].地理学报,2017,72(6):1104-1117. [Bai Kai, Hu Xianyang, Lyu Yangyang et al. Study on the identity with placeness of slow living in Lijiang. Acta Geographica Sinica, 2017, 72(6):

- 1104-1117.]
- [4] 周尚意,杨鸿雁,孔翔.地方性形成机制的结构主义与人文主义分析:以798和M50两个艺术区在城市地方性塑造中的作用为例[J].地理研究,2011,30(9):1566-1576. [Zhou Shangyi, Yang Hongyan, Kong Xiang. The structuralistic and humanistic mechanism of placeness: A case study of 798 and M50 art districts. *Geographical Research*, 2011, 30(9): 1566-1576.]
- [5] 钱俊希.地方性研究的理论视角及其对旅游研究的启示[J].旅游学刊,2013,28(3):5-7. [Qian Junxi. Theoretical perspectives on place and the implications for tourism research. *Tourism Tribune*, 2013, 28(3): 5-7.]
- [6] 张骁鸣.论哈维对海德格尔“地方”思想的一次学术建构[J].人文地理,2013,28(6):29-36. [Zhang Xiaoming. On David Harvey's academic construction of Martin Heidegger's thoughts on 'Place'. *Human Geography*, 2013, 28(6): 29-36.]
- [7] 孔翔,卓方勇.文化景观对建构地方集体记忆的影响——以徽州呈坎古村为例[J].地理科学,2017,37(1): 110-117. [Kong Xiang, Zhuo Fangyong. Roles of cultural landscapes in the construction of local collective memory: A case study of Chengkan Village. *Scientia Geographica Sinica*, 2017, 37(1): 110-117.]
- [8] Massey D. A global sense of place[J]. *Marxism Today*, 1991, 35(6): 24-29.
- [9] 哈维D.正义、自然和差异地理学[M].胡大平,译.上海:上海人民出版社,2010:334-376. [Harvey D. *Justice, nature and the geography of difference*. Translated by Hu Daping. Shanghai: Shanghai People's Publishing House, 2010: 334-376.]
- [10] 陈晓亮.地方性的积累与消费——“荔枝湾”的浮现与“恩宁路”的消隐[J].旅游学刊,2013,28(4):11-12. [Chen Xiaoliang. The accumulation and consumption of placeness: Cases study of Lishiwan and Enning Road. *Tourism Tribune*, 2013, 28(4): 11-12.]
- [11] 唐顺英,周尚意,刘丰祥.地方性形成过程中结构性动力与非结构性动力的关系——以曲阜地方性塑造过程为例[J].地理与地理信息科学,2015,31(6):120-124. [Tang Shunying, Zhou Shangyi, Liu Fengxiang. Relationship between structural forces and non-structural forces in the process of locality formation: A case of the process on Qufu's locality making. *Geography and Geo-Information Science*, 2015, 31(6): 120-124.]
- [12] 尹铎,蔡慕言,梁金多,等.广州城市流浪乞讨者的空间管治与日常生活实践[J].地理科学,2019,39(3): 450-458. [Yin Duo, Cai Muyan, Liang Jinduo et al. The everyday life practice and space control of homeless in Guangzhou. *Scientia Geographica Sinica*, 2019, 39(3): 450-458.]
- [13] Elden S. Place symbolism and land politics in Beowulf[J]. *Cultural Geographies*, 2009, 16(4): 447-463.
- [14] Tokatli N. 'Made in Italy? Who cares!' Prada's new economic geography[J]. *Geoforum*, 2014, 54: 1-9.
- [15] Overton J, Murray W E. Fictive place[J]. *Progress in Human Geography*, 2016, 40(6): 794-809.
- [16] Chang T C. From 'Instant Asia' to 'multi-faceted jewel': Urban imaging strategies and tourism development in Singapore [J]. *Urban Geography*, 1997, 18(6): 542-564.
- [17] 刘俊,成天婵.地方节庆变迁的权力机制研究——以广东巽寮妈祖文化旅游节为例[J].地理科学,2017, 37(8):1277-1287. [Liu Jun, Cheng Tianchan. Power mechanism of local festival change: A case study of Xunliao Matsu Cultural Tourism Festival. *Scientia Geographica Sinica*, 2017, 37(8): 1277-1287.]
- [18] 陈肖飞,郭建峰,胡志强,等.汽车产业集群网络演化与驱动机制研究——以奇瑞汽车集群为例[J].地理科学,2019,39(3): 467-476. [Chen Xiaofei, Guo Jianfeng, Hu Zhiqiang et al. The evolution process and driving mechanism of automobile industrial cluster network: Taking Chery cluster as an example. *Scientia Geographica Sinica*, 2019, 39(3): 467-476.]
- [19] 朱竑,吕祖宣,钱俊希.文化经济地理学:概念、理论和实践[J].经济地理, 2019, 39(9):1-11. [Zhu Hong, Lyu Zuyi, Qian Junxi. *Cultural economic geography: Concepts, theories and practices*. *Economic Geography*, 2019, 39(9): 1-11.]
- [20] 钱俊希,朱竑.新文化地理学的理论统一性与话题多样性[J].地理研究,2015,34(3):422-436. [Qian Junxi, Zhu Hong. Theoretical unity and thematic diversity in new cultural geography. *Geographical Research*, 2015, 34(3): 422-436.]
- [21] Crang P. Introduction: Cultural turns and the (re)constitution of economic geography[M]//Lee R, Wills J. *Geographies of Economies*. London: Routledge, 1997: 3-15.
- [22] Storper M. Keys to the city: How economics, institutions, social interaction, and politics shape development[M]. Princeton N J: Princeton University Press, 2013.
- [23] 钱丽芸,朱竑.地方性与传承:宜兴紫砂文化的地理品牌与变迁[J].地理科学,2011,31(10):1166-1171. [Qian Liyun, Zhu Hong. Circulation and the localness: Geographical brand of Yixing purple sand cultural change. *Scientia Geographica Sinica*, 2011, 31(10): 1166-1171.]
- [24] 周尚意,张晶.地方性对地理标志产品垄断利润形成的影响:以苏州洞庭碧螺春为例[J].地理科学,2015,35(11):1257-1364. [Zhou Shangyi, Zhang Jing. The impact of place on the monopoly profit of a geographical indication product: A case of Dongting Biluochun Tea in Suzhou. *Scientia Geographica Sinica*, 2015, 35(11): 1257-1364.]
- [25] 姜辽,苏勤.旅游对古镇地方性的影响研究——基于周庄的多案例考察[J].地理科学,2016,36(5): 766-771. [Jiang Liao, Su Qin. The impact of tourism to placeness in ancient town: Multiple cases in Zhouzhuang. *Scientia Geographica Sinica*, 2016, 36(5): 766-771.]
- [26] 孔翔,陈丹.城郊开发区建设对东道区域地方性消解的影响研究——以长沙经济技术开发区为例[J].人文地理, 2016, 31(4): 26-32. [Kong Xiang, Chen Dan. The influence of suburban development zones on deconstruction of placeness of the host regions: A case of Changsha Economic and Technological Development Zone. *Human Geography*, 2016, 31(4): 26-32.]
- [27] Pred A. Becoming places, practice and structure: The emergence and aftermath of enclosures in the plains villages of Southwestern Skane, 1750-1850[M]. Cambridge: Cambridge University Press, 1985.

- [28] Relph E. Place and placelessness[M]. London: Pion., 1976: 44-62.
- [29] 陈镇文,廖宇飞.首届中国玉器“百花奖”揭晓揭获奖多[N/OL]. 揭阳日报,2005-10-25. <http://news.southcn.com/dishi/jieyang/ttxw/200510250568.htm>. [Chen Zhenwen, Liao Yufei. Jieyang City won many prizes in the first Chinese jade 'hundred flowers award'. Jieyang Daily, 2005-10-25. <http://news.southcn.com/dishi/jieyang/ttxw/200510250568.htm>.]
- [30] 朱竑,刘博.地方感、地方依恋与地方认同等概念的辨析及研究启示[J].华南师范大学学报(自然科学版), 2011,43(1):1-8. [Zhu Hong, Liu Bo. Concepts analysis and research implications: Sense of place, place attachment and place identity. Journal of South China Normal University (Natural Science Edition),2011, 43(1):1-8.]

Placeness Reconstruction Under the Influence of Local Industry: A Cultural Economic Geographical Study of the Jewellery Industry in Yangmei Village

Yang Jin¹, Xu Chen^{2,3}, Zhu Hong⁴

(1.School of Architecture, Nanjing Tech University, Nanjing 211816, Jiangsu, China; 2.Nanjing Institute of Geography & Limnology, Key Laboratory of Watershed Geographic Sciences, Chinese Academy of Sciences, Nanjing 210008, Jiangsu, China; 3.University of Chinese Academy of Sciences, Beijing 100049, China; 4. School of Geographical Sciences, Centre for Human Geography and Urban Development, Guangzhou University, Guangzhou 510006, Guangdong, China)

Abstract: From the perspective of cultural economic geography, industry development and the transformation of place are interacted. As for local industry, its development is rooted in local social and cultural system. Meanwhile, it is connected to regional or global production networks. The interaction between place and structure plays a key role in local industry development, and it provides a proper approach to discuss the transformation of place from the perspective of cultural economic geography. Taking a village specialized in jewellery processing and trade, the Yangmei Village in Jieyang, Guangdong as an example, using the qualitative research methods such as non-participating observation and in-depth interviews, this article analyzes the interaction between the development of local industry and the reconstruction of place, especially how place is embedded in and reconstructed by the development of local industry. Based on a research framework which focuses on the interaction among place, local actions and structure, the study finds that, local jewellery production has generated with the drive and help of different dimensions of local characteristics such as location and historic culture and grown with the changes of multi-scale political and economic patterns and the response of the local actors. In this process, placeness is the initial condition for local industry to come into being and establish external functional contact, and it is also the basis for the strategic choice and local marketing made by local subjects. But meanwhile, local practices such as production behavior of villagers, local social interaction and religious activities have been given the function and significance related to jewellery production. Changes in local activity have been reflected in the reconstruction of rural landscape such as the shape and structure of living space and traditional public space. This has also put impacts on the perception and identity of local villagers. The development of jewellery industry has provided local inhabitants with far more and better employment opportunities than ever before. Local villagers are satisfied with and proud of being in this place, which promotes their place dependence and attachment.

Key words: placeness; local industry; structure; actions; the Yangmei Village in Jieyang of Guangdong