

# 乡村特色文化产业发展中行动者网络的建构机理

## ——基于徐州市马庄村香包产业的考察

董毅 曹海林

**摘要：**乡村振兴，产业为本。着力构建乡村特色文化产业不仅是绘就乡村振兴新图景的可为进路，亦是赓续地域传统文脉的实践旨向。本文基于“行动者识别—‘文化共鸣’式转译—网络机理阐释”分析框架，融合新内源发展理论，提炼徐州市马庄村香包产业行动者网络“文化共鸣+内外共进”的建构机理。具体而言，在香包产业“内生自主”发展阶段，“文化自觉”“守正创新”的非物质文化遗产传承人和“在地共识”“整体操盘”的村干部，与“动能激活”的村民和“文化认同”的消费者“共鸣共振”，协力促成了该阶段行动者网络的基础搭建。在香包产业“内生外嵌”发展阶段，以“重塑布局”“精英回流”保持“蓄势增能”的内生力量，与以“资源撬动”“价值共延”实现“嵌入赋能”的外部力量“共鸣共进”，联合助推了该阶段行动者网络的提档扩展。鉴于此，可借助“文化共鸣”式转译推进多元主体的协同共建，特色产业发展应因地制宜、因势利导、因需达变，在内生力量持续“在场”与“强化”的前置条件下“筑巢引凤”，以吸引外部力量的助力赋能，进而实现内外力量的互塑共进与特色产业的聚力升级。

**关键词：**乡村特色文化产业 新内源发展理论 行动者网络理论 文化共鸣

**中图分类号：**F323.3; G124 **文献标识码：**A

### 一、问题的提出

党的二十大报告明确指出，要扎实推动乡村产业、人才、文化、生态、组织振兴。2022年，《关于推动文化产业赋能乡村振兴的意见》（文旅产业发〔2022〕33号）强调，要以文化产业赋能乡村经

---

**【资助项目】** 国家社会科学基金重点项目“新时期‘项目进村’中乡镇政府与村社区的良性互动机制研究”（编号：21ASH013）；中央高校基本科研业务费人文专项（重大培育）“乡村振兴进程中依法规范和引导资本下乡研究”（编号：B230207004）；江苏省研究生科研与实践创新计划项目“‘项目进村’中形式化运作的表征、形成机理与纠治策略”（编号：KYCX22\_0696）。

**【作者信息】** 董毅，河海大学公共管理学院，电子邮箱：dongyi6364@163.com；曹海林（通讯作者），河海大学公共管理学院，电子邮箱：caohailin929@163.com。

济社会发展，建成一批特色鲜明、优势突出的文化产业特色乡镇、特色村落。2024年，中央“一号文件”进一步提出，鼓励各地因地制宜大力发展特色产业，支持打造乡土特色品牌。洞悉国家新时期的政策设计可以发现：一方面，随着供给侧结构性改革的持续深化，乡村产业结构亟待优化升级，而发展兼具文化、经济和社会价值的乡村特色文化产业恰逢其时；另一方面，各具特色的文化资源富集于中国广袤的乡村地区，着力发展乡村特色文化产业，不仅可以因地制宜地以文化产业为引擎推进乡村产业转型升级，而且对于赓续中华民族地域特色文化根脉、凝聚文化共识、坚定文化自信同样意义非凡。在此背景下，如何构建具有可持续发展能力的乡村特色文化产业，已成为推动乡村振兴战略实施中的重要议题。

乡村特色文化产业能够通过要素整合与“在地”资源激活、促进劳动力结构非农化等方式有效赋能乡村振兴，这已成为学术界的基本共识。在此基础上，研究者对乡村特色文化产业的建构机制进行阐释，并逐渐形成三种主流的产业发展模式。第一种是以外部力量为主导的外源式发展模式。随着20世纪末分税制改革的实施，国家治理在运作模式层面从资源汲取转变为资源下沉，并以资源下乡与项目进村等手段反哺乡村（周飞舟，2012）。对于文化领域而言，地方政府文化项目资源的注入，使文化设施与文化空间得以完善，传统文化得以保护，但外部资源注入存在文化供给与文化需求不吻合、产业稳定性和持续性堪忧等困境（丁玲，2015），过于强调外部力量扶持而不关注地方自身的能力建设会导致外部依赖性增强，依旧是“治标不治本”（曹海林和何经纬，2024）。因此，第二种以内生力量为核心的内源式发展模式开始受到学术界的关注。有学者认为在内生引擎的驱动下，乡村特色文化产业能够呈现“资源内生、价值认同、村庄动员”的内源式发展，并形成一种长效发展机制（黄建红，2023）。另有学者有别于上述观点，认为内源式发展模式虽然促进了地方民众的自主参与，构建了地方民众的区域认同，但群体参与经济活动的能力和产业发展的规模受限（方劲，2018）。为寻求乡村内源式发展模式的调适与完善，第三种以内外融合为旨向的新内源式发展模式应运而生。新内源（新内生）发展理论由Ray（1998）在研究欧盟地区乡村发展时提出，强调在强化地方发展力量的基础上，寻求外部资源的介入，从而实现“地方”和“超地方”力量的有机整合。新内源式发展模式充分继承、吸收和优化了内源式发展模式与外源式发展模式的优势，并强调实现产业发展的方式是通过地方行动者积极参与内部和外部互动的发展过程，而非仅局限于或偏向于某一方的作用（Galdeano-Gómez et al., 2011）。对于新内源发展理论，有学者进行了实证检验，发现在内源力和外源力的共同作用下，乡村旅游文化产业能够通过发挥劳动力转移效应、产业结构优化效应、人口“反虹吸”效应和基建带动效应，促进乡村振兴（刘佳和赵青华，2024）。另有学者基于新内源发展理论提出“引领式嵌入治理”，即外部力量嵌入乡村场域以塑造发展动力，并通过赋能嵌入、结构嵌入和功能嵌入推动产业“再造”（章熙春等，2024）。但新内源发展同样存在一定的局限，即外部力量介入时的过度干预会在一定程度上给乡村内生发展动力带来挑战，乡村内生实践空间可能被挤压甚至遭到侵占（文军和陈雪婧，2024），导致其“变质”为外源式发展，故而要注意把握好外部力量嵌入时的限度。

既有研究系统考察了依赖外部资源介入与“由外向内、自上而下”的外源式发展，以内生自主性为动力源泉与“由内向外、自下而上”的内源式发展，以及强调内外力量深度融合与“内外合作、上下联动”的新内源式发展，并对其各自优劣势进行了归纳整合。这对于理解新内源式乡村特色文化产业的生成机理富于启示，但依旧存在可资拓展的探讨空间。其一，在倡导新内源式发展模式的场景下，乡村产业高质量发展不仅需要激活内生发展动力，也急需外部力量的助力，而过度嵌入、富有掠夺性的外部力量会使内生力量式微，从而弱化村庄自主性。因此，分析乡村特色文化产业发展的动力机制时更应注重考察外部力量与内生力量彼此互构过程中外部嵌入性限度和内部自主性强度。其二，目前有关乡村产业新内源式发展模式的研究大多从一般性乡村产业的角度进行论述，较少从本土化特色资源出发，尚未充分考虑特色资源激活与内生发展动力之间的耦合性关联、特色资源带动与外力嵌入之间的辐射性效应。因此，在倡导特色文化产业发展与文化产业赋能乡村振兴的双重语境下，亟须对乡村特色文化产业建构的典型示例予以深描和印证。

2017年，习近平总书记在考察徐州市马庄村时强调，发展特色产业、特色经济是加快推进农业农村现代化的重要举措，要因地制宜抓好谋划和落实<sup>①</sup>。在村庄内生力量与外部力量的合力作用下，马庄村香包产业于2023年突破1000万元销售收入大关，彼时的“小香包”已发展为如今的“大产业”。因此，作为新内源式乡村特色文化产业发展的典型范例，马庄村特色文化产业的发展经历了哪些阶段？在不同发展阶段，哪些行动者参与其中，发挥了哪些作用？行动者之间又是如何互动协调达成目标一致的？马庄村香包产业的发展有哪些可迁移、可复制的成功经验？对上述问题的回答旨在解构马庄村特色文化产业演进的多维结构，明晰其背后的动因与主体行动策略，以期丰富中国乡村振兴理论范式，为类似地区乡村特色产业的激活与发展战略的制定提供实践导向的经验启示。

## 二、案例呈现与分析框架

### （一）案例呈现：江苏省徐州市的马庄村样本

本文选取的研究案例是江苏省徐州市贾汪区的马庄村。马庄村地处徐州市北郊25千米处，面积为4.9平方千米，全村现有5个村民小组，常住人口2522人，党员121人<sup>②</sup>。20世纪80年代，马庄村的村民依托煤炭资源走上了脱贫致富的道路。然而，第四任村党支部书记孟庆喜敏锐地察觉到煤炭经济让村民“富了钱袋，穷了脑袋”，酗酒、赌博等不良习气开始蔓延。为此，以孟庆喜为代表的村“两委”确立了“以文化民、以文兴村”的发展思路，通过组建农民乐团、筹办乡村舞会、弘扬民俗文化以提振村民的精气神、强化凝聚力、增进文化认同感。事实证明，村“两委”的风险意识与长远考虑为马庄村的行稳致远打下了坚实基础。2012年，贾汪区着手将原采煤塌陷地改造成湿地旅游景点，而马庄村中多家企业因污染物排放问题不得不关闭或搬迁。村“两委”审时度势，依靠长期以来“文化立村”导向下积累的民俗文化、农民乐团和旅游景点等资源，带领村民开启了发展乡村特色文化产业

<sup>①</sup>资料来源：《【“十三五”，我们这五年】马庄村的小康路》，<https://www.12371.cn/2021/01/13/VIDE1610540401247299.shtml>。

<sup>②</sup>资料来源：《马庄村村志》与村委会宣传资料。

的“蝶变”之路。作为马庄村民俗文化之一的香包文化在 2016 年实现产业化运作，香包产业如今已发展为马庄村的支柱产业，马庄村也成为乡村振兴的典型代表。

具体而言，马庄村香包产业主要经历了两个发展阶段，提供内生源动力的内生力量与提供外部推动力的外部力量在不同阶段发挥了不同程度的作用。第一阶段为“内生自主”发展阶段（2008—2016 年），该阶段主要是内生力量发挥重要作用。2008 年，“徐州香包”被列入第二批国家级非物质文化遗产（以下简称“非遗”）名录，标志着徐州香包文化正式受到官方认可。2009 年，马庄村非遗传承人王秀英制作的中药香包被确定为国家级非遗“徐州香包”代表作品，其作品自此广受关注并深得消费者喜爱。在潘安湖湿地风景区建成后，马庄村在 2016 年主导成立徐州艺香香包有限公司，聘请王秀英担任技术顾问，并鼓励动员村民加入企业，从而开启了马庄村香包产业化发展的道路。第二阶段为“内生外嵌”发展阶段（2017—2023 年），该阶段是内生力量与外部力量互动协作共同推进香包产业发展壮大。2017 年，习近平总书记在考察马庄村时强调，发展特色产业、特色经济是加快推进农业农村现代化的重要举措，为马庄村指明了发展方向。2018 年，在上级政府支持下，马庄村整合各方资源打造“香包小镇”，围绕香包产业进一步完善相关基础设施，推动产业规模持续扩大。新冠疫情期间，马庄村与高等院校合作开发“抗疫香包”助力疫情防控，并以直播带货的形式开拓线上销售渠道。2023 年，马庄村香包产业迎来疫情之后的反弹，当年销售收入突破 1000 万元，产业发展达到新高度。

本文选取马庄村香包产业作为分析案例主要基于以下考量。其一，马庄村香包产业发展具有新内源式发展的典型特征。马庄村香包产业发展初期并非依赖外部资源的嵌入，而是主要依靠村干部的领导和多元内生力量的协同支持逐步发展壮大，之后再引进并联合外部力量进一步扩大产业规模，故符合新内源式发展模式。其二，作为 2008 年便着手探索乡村特色文化产业发展的村庄，马庄村已充分呈现其香包产业发展过程的曲折性与借鉴性，对其产业建构脉络的厘析和反思可以与其他村庄案例进行经验对照，有助于形成对乡村特色文化产业发展机理更深入、更全面的理解。本文的资料和数据来源于笔者及研究团队成员在 2022 年 10 月、2023 年 5 月、2023 年 12 月对马庄村展开的实地调研，以及于 2024 年 7 月进行的回访。调研方法以参与式观察和半结构化访谈为主。调研期间，研究团队对马庄村的村干部、非遗传承人、香包企业负责人、村民和消费者等内生力量，以及地方政府的工作人员、高等院校的专家学者和数字媒介运营商等外部力量分别进行了深入访谈，还考察了马庄村周边村庄的产业发展情况，积累了丰富翔实的一手资料。除了上述一手资料，研究团队还持续关注贾汪区文旅方面的工作动态和对马庄村香包产业公开报道的信息材料，这些资讯同样为本文的研究提供了支撑。

## （二）行动者网络理论：一个可借鉴的理论框架

1. 行动者网络理论及适切性阐释。20 世纪 80 年代中叶，以布鲁诺·拉图尔（Bruno Latour）、米歇尔·卡龙（Michel Callon）和约翰·劳（John Law）为代表的社会学家共同发展了“行动者网络理论”（吴莹等，2008），该理论认为，构成行动者网络的三个重要部分分别是行动者（actor）、转译（translation）和网络（net）。行动者包含人类行动者和非人类行动者。转译是行动者网络理论的核心内容（Callon, 1986b）：首先，需要识别核心行动者并厘清其主要承担的责任、面临的风险与困境；其次，需要核心行动者与其他行动者发生利益联结，发现其他行动者的目标并协助其解决遇到的障碍；

最后，通过转译过程促使异质行动者达成目标一致，实现强制通行点（obligatory passage points, 简称OPP）的要求（谢宗藩和王媚，2023）。简言之，转译就是核心行动者通过沟通协调使其他行动者在达成一致目标的同时又能完成各自目标、获取各自利益。由此，所有行动者在核心行动者的转译下联结形成异质行动者网络（Law, 2009）。由于网络所具有的异质性特征，需要特别关注不同行动者在网络构建过程中的利益导向、行动轨迹、联结过程和彼此互构的限度与边界。行动者网络理论研究重点在于关注转译过程中异质行动主体之间的利益博弈与协作行动，从而揭示网络构建的动因与机制。因此，行动者网络理论对于分析马庄村香包产业建构机理具有较强的適切性和解释力，具体阐释如下。

其一，行动者网络理论在中国乡村振兴领域研究中的可行性、应用性已得到验证。行动者网络理论的分析逻辑与中国乡土社会中差序格局的底层样态存在一定相似性。中国乡村场域中呈现差序格局式的社会关系网络（费孝通，2008），而行动者网络理论认为，核心行动者通过转译将其他行动者聚集吸纳至网络中。循此而言，二者在某种程度上均是寻求社会关系的扩展延伸而建构的紧密联结、高效运行的社会网络联盟（温凤鸣和解学芳，2022）。因此，行动者网络理论已在村庄转型、乡村治理等多个领域被广泛运用，这为研究马庄村香包产业提供了适当的理论切入点。

其二，行动者网络理论与马庄村香包产业存在互适的契合点。一方面，行动者网络理论认为，人类和非人类因素均可成为行动者，但非人类行动者需要有资格的“代言人”来表达意愿、发挥主体性作用（杨忍，2021）。例如，徐州香包文化为马庄村提供了具有地域特色的文化资源，并通过“代言人”——非遗传承人与村干部实现了向特色文化产业的转化。另一方面，行动者网络具有动态性变化特征。由于不同行动者在不同时期会有不同的行动目标与行动策略，行动者网络随时可能发生演变。例如，马庄村香包产业发展实现了从“内生自主”向“内生外嵌”的动态演进，并且动态性变化细化至各行动主体，不同阶段同一主体的行动目标与行动策略均有所转变。

2. “文化共鸣”式转译：中国情境下的理论改造。Callon（1986a）在“引进新品种扇贝”的案例中，将行动者网络理论的转译过程细分为问题呈现、利益赋予、征召动员和排除异议，如图1所示。其中，“问题呈现”是在确立行动者一致目标后将目标问题化；“利益赋予”是核心行动者通过协调一致，使其他行动者均能完成各自目标、获取各自利益，并在此基础上响应“征召”成为网络成员；“动员”则是各行动者在网络中发挥既定作用以维护网络的稳定运行，而对于运行过程中可能出现的质疑则需要“排除异议”。综合透析该理论代表人物的研究可以看出，行动者网络实质上是核心行动者以利益为纽带与其他行动者建立联系而生成的利益网络联盟。该理论更侧重于物质和经济等现实利益的关联，却忽视了文化认同感同样是行动者联结的重要吸附力。

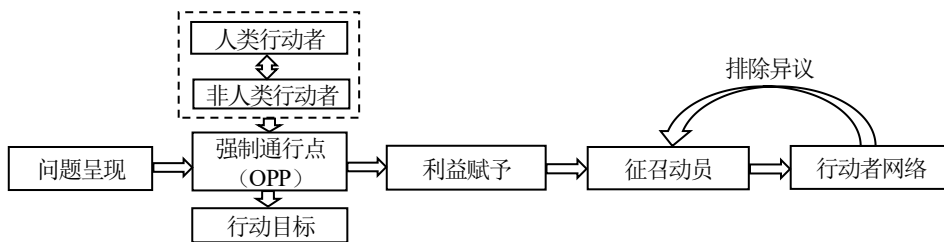


图1 行动者网络理论的转译过程示意

行动者网络理论起源于欧洲社会背景，在应用于中国语境时，需要结合中国特有的文化脉络和社会实践对其进行修正与创新，将文化自信与文化遗产落到实处。习近平总书记强调，要“着力赓续中华文脉、推动中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展”<sup>①</sup>。幅员辽阔的中华大地孕育了丰富多样的文化样态，生活在同一地域的人们在当地文化符号、价值观念及风土人情的长久熏陶下，形成了深厚的文化认同感。这种归属于文化共同体的认同感，在面对文化危机时往往能够激发“文化共鸣”，促使当地居民自发地、有意识地担负起本土文化遗产的使命。因此，在分析以本土特色文化资源为基础建立的乡村特色文化产业时，更应强调“文化共鸣”在行动者网络转译中的突出作用，而非仅关注现实利益赋予所达成的目标一致。马庄村香包产业的发展实践也印证了上述分析：在各行动者中，非遗传承人即使在未获得直接利益赋予的情况下，依然坚定守护香包文化；村干部则从最初致力于宣传推广香包文化，到条件成熟时推动香包产业化；其他行动者的加入，同样以“文化共鸣”为前提，在此基础上实现利益赋予并与网络联结。这种基于“文化共鸣”构建的行动者网络，文化要素渗透于各环节和各主体，因此更加稳固，不易解构。

据此，本文提出“文化共鸣”式转译，主要分为三个部分：首先，问题呈现，即核心行动者确立一致目标并将其问题化；其次，文化共鸣与利益赋予，即核心行动者通过与其他行动者产生“文化共鸣”以强化文化认同感和凝聚力，同时以“利益赋予”的形式达成各自利益；最后，征召动员与排除异议，即核心行动者通过征召动员，使各行动者加入网络并发挥既定作用，以维持网络的稳定性，同时排除可能出现的异议和质疑。承上所述，基于行动者网络理论“行动者”“转译”“网络”三要素，本文构建“行动者识别—‘文化共鸣’式转译—网络机理阐释”分析框架，从社会学角度结合新内源发展理论，理解并阐释马庄村香包产业“内生自主”与“内生外嵌”两个发展阶段行动者网络的建构机理，并在此基础上进一步总结“马庄经验”，进而在更广泛层面上探讨其适用性与借鉴价值。

### 三、“文化共鸣”：“内生自主”发展阶段行动者网络的基础搭建

#### （一）内生行动者识别

在马庄村香包产业“内生自主”发展阶段行动者网络中，涉及的行动者有村干部孟庆喜（第四任村党支部书记）与孟国栋（第五任村党支部书记）、非遗传承人王秀英、香包文化、香包企业、村民和消费者。马庄村的村干部作为主导者和组织者统筹香包产业的规划、运营与协调，同时，村干部作为内生的社会性权威更倾向于满足村民的利益和诉求，这就使得村干部在村内开展实践活动时其人情、面子均可用于引导群众、化解争议，起到一呼百应的效果（甘颖，2023）。据此，可将以孟庆喜与孟国栋为代表的村干部作为马庄村香包产业“内生自主”发展阶段的核心行动者。

#### （二）“文化共鸣”式转译

首先，问题呈现。各行动者在该阶段面临不同的问题：村干部需解决村庄产业发展转型问题；非

<sup>①</sup>2023年10月，习近平总书记对宣传思想工作作出“七个着力”的重要指示，此为其中的一个着力点。参见《习近平对宣传思想工作作出重要指示》，[https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202310/content\\_6907766.htm](https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202310/content_6907766.htm)。

遗传人制作的香包知名度低，不被认可；香包企业缺乏拥有专业技能的劳动力；将土地流转出的村民赋闲在家，收入偏低；消费者存在多样需求但未被满足；香包文化面临文化断层和后继无人的危机。作为核心行动者，村干部提出将文化资源转化成文化产业，并将其作为行动者网络的“强制通行点”，在满足所有行动者自身诉求的基础上推动村庄逐步发展乡村特色文化产业，具体如图2所示。

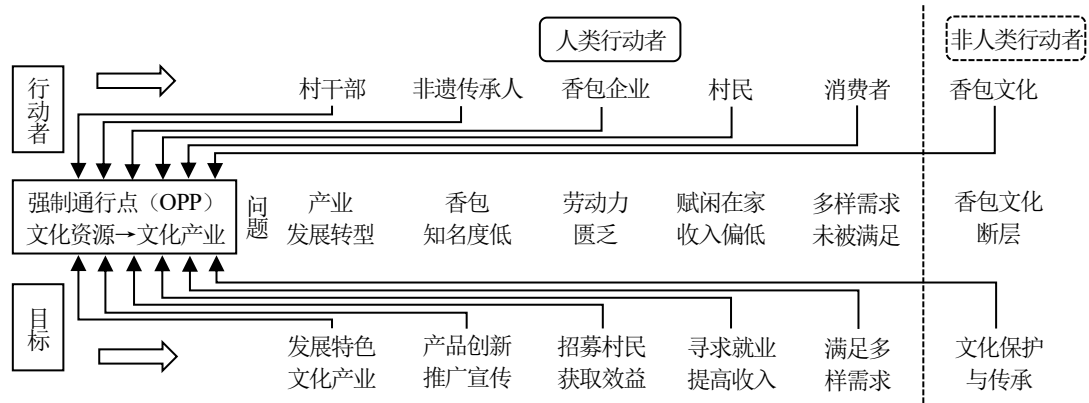


图2 香包产业“内生自主”发展阶段各行动者面临的问题、目标与强制通行点

其次，文化共鸣与利益赋予。自“以文化民、以文兴村”的发展方向确立以来，马庄村开展了多种形式的民俗文化活动。通过参与集体活动，村民的共同意识与凝聚力显著增强。在马庄村获评“中国民俗文化村”后，村民对香包文化等本地民俗文化的共鸣感进一步加深，纷纷主动加入香包产业。消费者也基于对马庄香包的喜爱产生了文化认同感。在文化共鸣的基础上，各行动者通过共同发展香包产业实现了各自的预期诉求：村干部得以推动村庄产业转型并在发展过程中发挥主导作用；非遗传承人通过香包产品创新和推广宣传提高知名度与社会认可度；香包企业招募村民制作香包进而通过销售香包获取经济效益；村民实现再就业，增加了收入；消费者的多样需求得到满足，并加深了对香包文化的认同感；香包文化借助产业化路径实现文化保护与传承。

最后，征召动员与排除异议。村干部通过征召将各行动者吸纳进行动者网络，并以动员的方式进行任务分配。其中，村干部负责香包产业的整体规划与发展；非遗传承人负责对村民进行培训；香包企业利用村中剩余劳动力组织生产，并开展市场调研以更好地满足消费者需求；村民接受培训后开展生产工作。然而，一些村民对发展特色文化产业持有异议，认为本村的文旅资源并不丰富；而村干部则认为，民俗文化是发展特色文化产业的独特优势所在。经过充分沟通与讨论，村民排除异议并与村干部达成共识，“内生自主”发展阶段的行动者网络由此形成。

### （三）“文化共鸣”：“内生自主”发展阶段行动者网络机理阐释

1. 非遗传承人的“文化自觉”与“守正创新”。其一，文化自觉：非遗传承人与香包文化的“共鸣共振”。“扈江离与辟芷兮，纫秋兰以为佩”，香包文化滥觞于战国时期，其制作技艺在汉代趋于成熟。作为两汉文化的发祥地，徐州承袭着千百年来延续不辍的香包文化传统。在历代传承人矢志不渝的努力下，徐州香包被评为国家级非遗并成为徐州市及周边地区极富地方特色的民俗文化艺术代表。而马庄村的王秀英，便是非遗传承的行动者之一。出生于1939年的王秀英，是徐州香包“王氏中药

香包”流派的第三代传承人。10岁时，她便跟从外婆学习徐州香包技艺，嫁入马庄村后，她仍然坚持香包制作。到2023年，王秀英已从事香包事业长达75年。尽管早年家境并不富裕，且购买制作香包的原材料是一笔不小的支出，但她依旧凭借着文化自觉和对传统手工艺的热爱坚定地成为徐州香包的“守艺人”，并在2020年获评省级非遗传承人。据非遗传承人王秀英回忆：

“那个时候家里没多少钱，有时连做衣服的布料都不够，更别说有多余的布料了。但村里的人知道我手巧，又热心肠，有时候会让我帮着缝这缝那的，缝剩下的布料我就攒起来，用来做香包。虽然当时也说不上为什么，但心里总觉得，传承这门手艺是对的。”（访谈时间：2022年10月5日）

王秀英的叙述深刻诠释了本文行动者网络分析中“文化共鸣”式转译的独特之处，即行动者对于在地文化坚持的初衷并非出于对现实利益的权衡，而是基于超越物质价值的文化认同与文化自觉。费孝通（2010）指出，文化自觉是指生活在一定文化历史圈子中的人对其文化有自知之明，并对其发展历程和未来有充分的认识，是一种内在的精神力量。新内源发展理论也强调，文化自信与文化认同是建立地方自信 and 实现地区发展的基础（闫宇等，2021）。尤其在新时代实施乡村振兴战略的背景下，以王秀英为代表的非遗传承人不仅是技艺的传递者，更是文化认同与文化自觉的践行者，其与当地特色文化的“共鸣共振”，展示了一种文化上的自信与自觉。这种文化力量的凝聚与传承，不仅帮助延续了乡村非遗文化，更加深了村民对自身文化的认同感。这不仅有助于地域历史记忆的存续、文化共同体的建构，对于促进村庄内生力量实现文化资源向文化资本与文化产业的创造性转化和创新性发展同样发挥着不可替代的作用。

其二，守正创新：非遗传承人与香包技艺的“共鸣共振”。王秀英的“守正”体现在对香包制作关键环节的严格坚守，坚持以手工工序传承传统技艺。在当前多数香包企业为提高制作效率而采用全流程机械化生产的大环境下，王秀英并未因追求产量而舍弃关键制作环节的手工工序，始终保留香包手工价值的符号意蕴，充分彰显传统手工艺的文化内涵与精神价值。从事香包事业的道路并非一帆风顺，王秀英曾面临“双重桎梏”：一方面，她制作的香包因缺乏特色和知名度，难以打开市场销路；另一方面，家人认为制作香包不挣钱，因此不支持。然而，王秀英并未选择放弃，她转换思路后深挖徐州香包特色内涵，结合徐州历史背景创作出一批具有两汉文化典型特征的香包作品，并积极参加庙会、展会宣传推广。这些富有创新性的作品让本地人眼前一亮，逐渐打开了市场销路。2009年，王秀英制作的蕴含汉文化特色的作品《公子香帽》被确定为国家级非遗“徐州香包”代表作品。在此之后，她凭借其他作品多次获奖。如此一来，王秀英的家人不仅支持她继续从事香包制作，还主动辞职回家协助她开设香包工作室，“双重桎梏”迎刃而解。

新内源发展理论强调，要充分挖掘地方特色，通过打造共同的文化符号，推动社区居民产生深层次的社区认同感（于俭和方淑敏，2023）。这种独特的文化认同感，正是行动者网络中“文化共鸣”式转译实现的先决条件。就香包而言，中国许多地区都有制作香包的传统，如甘肃庆阳香包、云南彝族香包等，均是富有地方特色的手工艺品代表。而王秀英制作的香包声名鹊起的一个关键因素便是在香包产品中创新性地深度挖掘并融合了徐州本地的两汉文化元素，打造出与众不同的“文化符号”与“文化名片”，并以香包作品为载体，激发本地居民的文化共鸣，进一步增强其文化认同感。与王秀



英深挖香包文化的“真特色”相反，当前一些地方存在“伪特色”的现象，即忽视对当地特色文化资源的深度挖掘与利用，照搬照抄时下热门的文化产品设计或空间布局，导致同质化问题日益严重，亟须引起相关部门和社会大众的重视与警惕。

2. 村干部的“在地共识”与“整体操盘”。其一，在地共识：村干部与香包文化、非遗传承人的“共鸣共振”。马庄村特色文化产业的兴起，与第四任村党支部书记孟庆喜在乡村文化建设领域的深耕密不可分。1986年上任后，孟庆喜提出了“以文化民、以文兴村”的发展战略。然而，在以经济发展为中心的时代背景下，这一举措不仅未能得到村民的理解，还被上级批评为“不务正业”。顶着巨大的压力，孟庆喜仍咬牙坚持，让马庄村的文化建设得以持续推进。马庄村在1999年获评“中国民俗文化村”称号，这也为其后续的产业转型埋下伏笔。

2012年，马庄村紧邻的原采煤塌陷地被改造成湿地旅游景点，马庄村的大部分企业因污染物排放问题不得不关闭或搬迁。在面临转型的严峻时期，以孟庆喜为代表的村“两委”因地制宜，决定发展文化旅游产业。但很多村民对此提出异议，认为马庄村既无山也无湖，缺乏自然资源优势。行动者网络理论指出，在任何转译环节发生异议时都应及时、有效予以解决，以免对网络建构或运行构成不利影响。孟庆喜清醒地认识到长久以来坚持的乡村文化建设为马庄村积累了大量的文化资源，香包、面灯等民俗文化就是本村发展的优势。为此，孟庆喜迅速与本村文化精英进行商讨，在获得支持后，及时向村民论证转型的可行性，在与村民达成共识后便着手打造特色文化产业，有力维护了村“两委”既定的发展方向。据第四任村党支部书记孟庆喜回忆：

“那时候让王秀英带着她的香包作品在马庄庙会上展览，原本是为了吸引游客。结果后来很多游客觉得那些香包非常好看，想买回去收藏。不过，当时每个款式的香包都只有一个，我们并没有对外售卖。但从那时起，我们就意识到了香包蕴藏的商机。”（访谈时间：2022年10月8日）

可以看出，孟庆喜作为香包产业发展的核心行动者，主要解决了马庄村香包产业“何以可能”的问题，即论证香包产业在马庄村发展的可能性与可行性。新内源发展理论提出，经济活动会受到特定社会基础、社会结构的影响，对地域资源的整合利用是生产实践的重要前提（党国英等，2024）。因此，发展特色产业要结合当地特色资源，并将其置于本土社会背景中进行阐释，即重视内生于当地“乡土空间”、呈现鲜明地域文化特征的“在地性”发展（季中扬和张娜，2020）。身为村干部的孟庆喜同样深刻意识到，特色文化产业发展离不开本地长久积累的历史传统、风土人情和社会资本，而马庄村的香包文化等民俗文化正是具备“在地性”特征的特色资源。为此，孟庆喜与非遗传承人王秀英达成一致，因地制宜地提出了发展香包产业的愿景。由此，马庄村香包产业行动者网络的雏形开始显现。

其二，整体操盘：村干部与香包企业、村民的“共鸣共振”。与第四任村党支部书记孟庆喜主要关注马庄村香包产业“何以可能”的问题不同，马庄村第五任村党支部书记孟国栋更聚焦于马庄村香包产业“何以可为”，即如何发展马庄村香包产业。作为土生土长的马庄人，孟国栋毕业于中国音乐学院，凭借其过硬的艺术业务能力与产业化思维，曾力挽濒临解散的马庄农民乐团。孟国栋在村民中树立威信后，逐渐成长为村中“卡里斯玛式”的村干部（陈学金，2021），这为后续香包产业的建立与发展奠定了村民广泛支持的基础。在前任村党支部书记孟庆喜的一系列铺垫后，孟国栋带领村干部

以“整体操盘”的思路，借力潘安湖风景区，从以下三个方面着手打造香包特色小镇。第一，打造文化空间。孟国栋利用村委会办公大院和农户住宅中可利用的闲置场所，扩大建设香包制作基地，围绕香包产业进一步完善相关基础设施。第二，建立香包企业。在孟国栋的主导下，马庄村于2016年先后成立徐州艺香香包有限公司和徐州市艺香香包布艺合作社，标志着马庄村正式迈入香包产业化发展阶段。第三，吸纳村民就业。孟国栋通过香包企业牵头，号召村民加入香包企业并从事香包制作，村民纷纷响应。这不仅有效吸纳了村内剩余劳动力，带动了村内近400人就业，还为村民开辟了增收新渠道。此外，孟国栋还邀请非遗传承人王秀英对村民开展以香包文化与香包制作为专题的授课和培训。

行动者网络理论指出，相比于其他行动者，核心行动者在网络中发挥更大的作用（王雪丽和彭怀雪，2020）。核心行动者的领导力与协调力在一定程度上决定着网络利益联盟的稳固性。在马庄村香包产业发展进程中，作为核心行动者的孟国栋不但要协调和推动行动者网络的建构，还需因势利导地把控香包产业的整体发展方向。在孟国栋统领全局的主导下，马庄村香包企业成功建立，并取得了阶段性成果。可见，在新时代乡村振兴背景下，要实现村民的共同富裕并确保产业发展的行稳致远，关键在于培养和壮大“思路清晰、能力突出、敢于担当”的带头人力量。马庄村的村民也正是在以孟庆喜、孟国栋为代表的“强班子”的带领下走上了增收致富的道路。

3. 村民的“动能激活”与消费者的“文化认同”。其一，动能激活：村民与村干部、非遗传承人的“共鸣共振”。梁漱溟（1989）曾言：“乡村建设顶要紧的第一点便是农民自觉。”对于激发村民自觉性的路径，梁漱溟（2006）提出：“全在其社会中知识分子与乡村居民打并一起，所构成之一力量。”行动者网络理论与之有类似观点，即核心行动者通过转译中的征召与动员激发各异质行动者的积极性，共同致力于合作网络联盟的构建。新内源发展理论也主张，产业发展要以人为本，充分调动和发挥民众的主体性，赋予并培育民众的参与权利与能力（马青青和李海金，2024）。乡村振兴的实现离不开村民主体意识与自觉意识的激活。然而，受限于生活环境与发展视野，普通村民的认知水平相对有限，这就急需村干部、乡村精英等对其进行教育引导，从而有效促进村民潜在动能的激活。

聚焦于马庄村，村民的动能激活主要体现在精神动能激活与技术动能激活两个维度。精神动能激活得益于马庄村“精神文明与物质文明两手抓”的乡村发展理念。在具体实践中，每月一日的升国旗仪式已坚持三十多年，为凝聚共同意识和传达党政方针提供了重要平台，同时，马庄村每周末都会依托农民乐团举办乡村舞会，以营造蓬勃向上的氛围，培育村民昂扬积极的精神风貌。由此，村民的精神动能有效激活，集体性意识与主体性思维持续强化，形成“一拉就响，一呼百应”的共鸣效应。技术动能激活主要归功于非遗传承人王秀英的无私奉献。如上文所述，王秀英在突破“双重桎梏”后，不仅提升了知名度，也取得了一定的市场成绩。然而，此时她又面临新的发展瓶颈，即非遗传承“断档”、后继无人的问题。为此，王秀英将香包专利无偿分享，并为村民提供免费培训，从而激发了赋闲在家村民通过学习香包技艺实现创收的热情，既推动了古老香包文化的民间传承，又帮助村民走上了增收致富的道路。从事香包制作的村民说：

“只要从村里学会了怎么做香包，搁（在）家里就能挣钱。虽达不到文化传承那么高的水平，但看着自己做的香包怪俊（好看），心里边舒服、自豪。”（访谈时间：2024年7月3日）

由此可见，只有激发村民独立自主、自强求富的内生发展动力，乡村社会才能焕发生机、充满活力。特别是在当前从脱贫攻坚向乡村振兴迈进的新发展阶段，国家政策的实践重点在于培育村民的“主人翁”意识（樊凡和赵浴卉，2023）与自主发展能力。这就需要国家机关与社会力量互动联结，共同致力于村民主体意识与发展动能的激活，以促进产业发展成果的共享。

其二，文化认同：消费者与香包文化、香包企业的“共鸣共振”。凯恩斯（2005）在其消费理论中提出：“消费是一切经济活动的最终目的和唯一对象。”近年来，中国经济呈现“稳”“进”“好”特征<sup>①</sup>，消费对于经济运行“压舱石”的作用不断加强（罗重谱和李晓华，2021）。着眼于乡村场域，很多村庄在宏观政策的指引下积极尝试将本村的特色资源转化为特色产业，但往往忽视了消费者作为产业发展消费端以认同和需求为内生发展动力的重要前提，致使一些特色产业中途夭折，被市场淘汰。因此，发展乡村特色产业离不开对消费者群体的调查分析，应根据消费者差异化的现实需求与潜在需求，精准供给类别化、个性化的产品，以推动乡村特色产业的良性运行发展。以马庄村为例，徐州香包因其古朴雅致的造型在老一辈消费者中深受欢迎，但对于追求时尚新潮的年轻群体吸引力不足。有研究表明，非遗电商消费群体中“80后”和“90后”是主力消费者，各占据着约30%的市场份额<sup>②</sup>。而其他消费群体同样不容忽视。为此，马庄村香包企业进行了广泛的市场调研，对消费者喜好的类型有了具象化的呈现（如表1所示），并根据调查数据因类而分地确立了香包的三个主打系列：“国潮经典”“红色记忆”“古韵歌尧”。这些系列产品通过创新设计焕发全新的艺术美感，不仅满足了不同消费者的文化与审美需求，也在艺术与文化价值层面赢得了广泛的市场认同。

表1 对于消费者香包风格喜好的市场调查结果

调查问题	选项	频数	比例（%）
您喜欢什么风格类型的香包？	传统古风	1074	43.57
	革命经典故事	871	35.33
	新科技型（追踪、定位等）	494	20.04
	国潮动漫	1449	58.78

注：该调查为马庄村香包企业内部调查，本题为多选题，有效填写人次为2465。

此外，不同于其他仅具艺术观赏价值的民间手工艺品，徐州香包蕴含的珍贵药用保健价值和文化价值是其能够流传千年、经久不衰的重要原因之一。徐州香包不仅是手工艺品，更承载着深厚的文化底蕴，并具备丰富的实用功能。为了使这一传统智慧更好地造福现代社会，马庄村香包企业结合消费者对实用功能的期待，精心研发了五大产品系列：“香智”“香守”“香润”“香运”“香伴”，分别对应着有益心脑血管健康、提高免疫力、舒缓心情、净化空气和表达爱意的实际功效。来马庄村购买香

<sup>①</sup>资料来源：《中国经济呈现“稳”“进”“好”特征——国家发展改革委回应当前经济热点问题》，[https://www.gov.cn/lianbo/bumen/202401/content\\_6927019.htm](https://www.gov.cn/lianbo/bumen/202401/content_6927019.htm)。

<sup>②</sup>资料来源：《2023 非物质文化遗产电商消费报告》，[https://app.ctnews.com.cn/detailArticle/24246482\\_18900\\_zglyxw.html?app=1&relPicRatio=1&source=1](https://app.ctnews.com.cn/detailArticle/24246482_18900_zglyxw.html?app=1&relPicRatio=1&source=1)。

包的消费者表示：

“香包其实并非生活必需品，许多人购买可能主要就是觉得蕴含文化价值，能彰显审美品位，但相比于这些，我觉得它所具备的驱赶蚊虫、帮助睡眠、舒缓压力等实用的保健功能也挺重要。”（访谈时间：2024年7月5日）

可见，马庄村香包企业坚持款式与实用功能并重的策略，不仅提升了香包的艺术文化价值认同，还增强了消费者对药用保健价值的认可，赋予了这一“非必需品”一定程度的“必需性”，使香包不再仅仅是一件艺术品和文化符号，更是具有实用功能的生活必备良品。同时，为契合特色文化产业发展的现代性导向，马庄村香包企业因需达变地突破传统审美、细分消费市场的做法为其赢得了消费者的广泛认可和好评，马庄香包品牌的竞争力与影响力由此得到进一步提升。

至此，在核心行动者村干部的领导下，马庄村香包产业“内生自主”发展阶段的行动者网络已完成基础搭建（如图3所示）。在这一过程中，村干部、香包企业、非遗传承人、村民、消费者以及非人类行动者香包文化“共鸣共振”，将文化资源转化成文化产业。随着马庄香包在徐州市及周边地区逐步赢得市场认可并不断提升知名度，马庄村香包产业发展进程呈现加速态势。

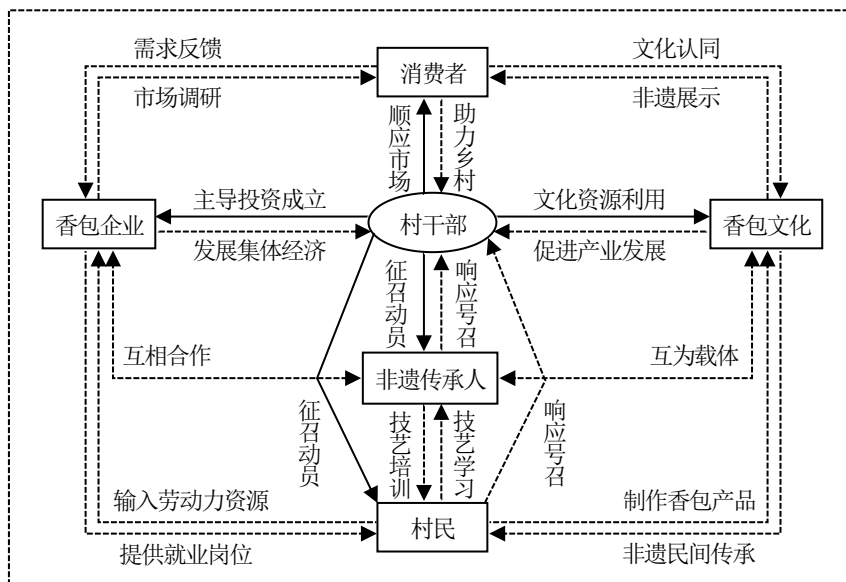


图3 香包产业“内生自主”发展阶段行动者网络示意

注：图中实线箭头表示以核心行动者为起点的转译，虚线箭头表示以非核心行动者为起点的转译。

#### 四、“文化共鸣+内外共进”：“内生外嵌”发展阶段行动者网络的提档扩展

##### （一）内生行动者与外部行动者识别

在马庄村香包产业“内生外嵌”发展阶段的行动者网络中，涉及以毛飞（第六任村党支部书记）与王侠（第六任村委会主任和村党支部副书记）为代表的村干部、新一代非遗传承人孙歌尧、香包文化、香包企业、村民和消费者等内生行动者，以及地方政府、高等院校和数字媒介等外部行动者。在经历“内生自主”发展阶段后，第六任村干部重新设立发展目标，致力于将规模有限的香包产业拓展

为具有地方影响力的乡村特色文化产业。在该阶段，村干部对内规划统筹香包产业的整体发展，吸引精英回流，带领村民持续创收；对外带领香包企业主动适应市场需求、拓展线上线下销售渠道、开发符合消费者新审美需求的香包产品。此外，面对香包产业良好的发展势头，村干部还积极主动向地方政府争取资源项目，与高等院校合作，深入挖掘香包文化的特色内涵，提升其多维价值，进一步推动徐州香包文化的传承与传播。由此可见，可将内生力量与外部力量的枢纽——以毛飞和王侠为代表的村干部，作为“内生外嵌”发展阶段的核心行动者。

(二) “文化共鸣”式转译

首先，问题呈现。各行动者在该阶段面临不同的新生问题：内生行动者中，村干部因产业规模发展受限而面临发展瓶颈；新一代非遗传承人孙歌尧面临香包缺乏创新元素、技术与款式传统的问题；香包企业的销售渠道单一匮乏；村民面临香包需求量和订单量有限、增收缓慢的问题；消费者的审美演变，对新潮款式的需求未得到有效满足；香包文化仍存在文化断层的风险。外部行动者中，马庄村在香包宣传与销售中依赖单一的数字媒介，导致宣传与销售效果不佳；地方政府缺乏亮点工程和辐射力强的产业推动乡村振兴；高等院校对于香包文化的研究较为浅显。作为核心行动者，村干部提出将文化产业发展成支柱产业，并将其作为行动者网络的“强制通行点”，在满足所有行动者自身诉求的基础上推动香包产业实现规模化发展，具体如图4所示。

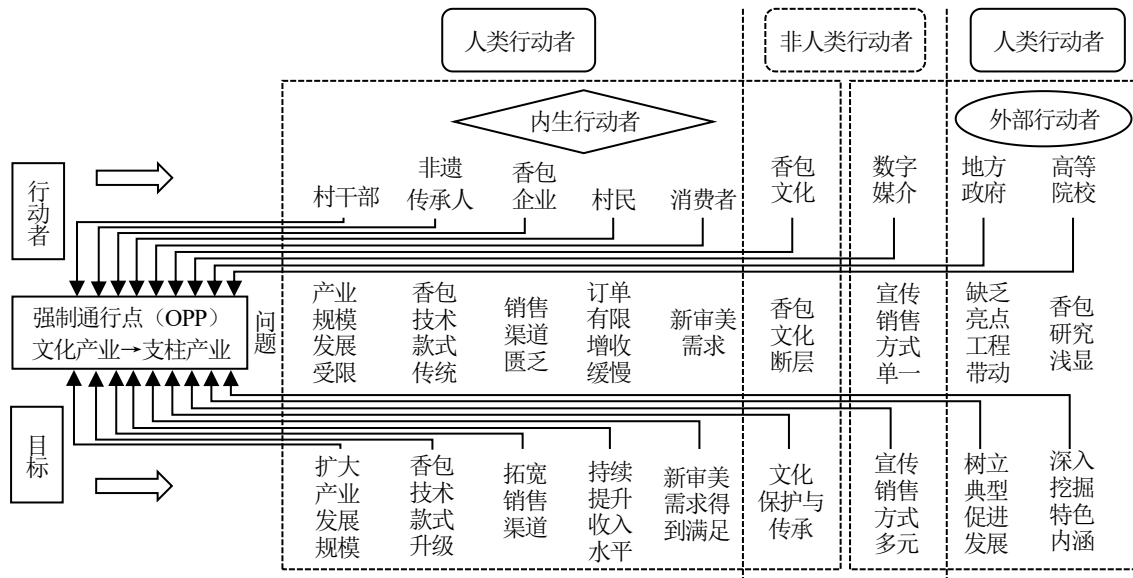


图4 香包产业“内生外嵌”发展阶段各行动者面临的问题、目标与强制通行点

其次，文化共鸣与利益赋予。在上一阶段实现内生力量文化共鸣的基础上，本阶段核心行动者村干部除了与助力家乡香包产业发展的青年精英孙歌尧产生文化共鸣外，还积极寻求与外部力量的共鸣共进。村干部充分发挥数字媒介的作用，线上通过宣传推广提升香包文化的知名度，线下则通过参加大型展会扩大影响力，进而在香包文化知名度和影响力提升后争取到地方政府的“产业性保护”和高等院校的“教育性保护”，与地方政府和高等院校等外部力量产生文化共鸣。该阶段的内生行动者与外部行动者在完成共同目标的同时，均能够实现各自的利益诉求：村干部通过统筹推进，成功扩大产

业发展规模；新一代非遗传承人实现了香包技术和款式的迭代升级，提升了产品竞争力；消费者新审美需求得到满足；香包企业拓宽了销售渠道，实现了盈利增长；销售渠道和订单量的增加使村民可以提高香包制作产量，收入水平随之提升；香包文化通过香包产业的扩张得以进一步传播与弘扬，实现文化保护与传承；香包产业通过数字媒介进行宣传销售的方式从单一迈向多元；地方政府通过资源投入树立典型，打造亮点工程，带动乡村振兴；高等院校借助合作平台，深入挖掘香包文化的特色内涵。

最后，征召动员与排除异议。村干部通过征召将内生行动者和外部行动者均吸纳进行动者网络，并以动员方式为各行动者分配任务：村干部负责协调内外行动者，推动香包产业发展规模的扩大；新一代非遗传承人负责研发创新香包制作技术，设计符合消费者新审美需求的香包款式；香包企业通过线上直播和线下市场拓展，提升销售业绩；村民则致力于提高香包制作水平和产量；地方政府提供政策和资金支持；高等院校深度挖掘香包文化的特色内涵与多维价值。此外，受新冠疫情影响，马庄香包销售量一度受到冲击，部分村民因订单减少而产生疑虑。村干部带领香包企业积极拓展线上线下销售渠道，成功拓宽市场销路。随着订单量的回升，这些异议逐步消除，村民与核心行动者村干部达成共识，形成该阶段内外联结、提档升级的行动者网络。

### （三）“文化共鸣+内外共进”：“内生外嵌”发展阶段行动者网络机理阐释

1. 内生行动者的“蓄势增能”：“重塑布局”与“精英回流”。其一，重塑布局：村干部与数字媒介、香包企业的“共鸣共进”。马庄村自走上香包产业化发展道路以来，发展势头迅猛，效益和规模持续增长，并在2019年销售额达到579万元。然而，2020年新冠疫情发生，全球文化旅游市场陷入低迷，马庄村香包产业也随之面临生存挑战。

在行动者网络理论中，Latour（2005）引入非人类行动者概念，提出“人的去中心化”以及人类与非人类之间的对称性和平等性原则。换言之，Latour（2005）认为，社会因素与技术因素同等重要，并强调非人类行动者（如技术、数据、仪器等）在建构社会事实过程中的作用与地位。随着科学技术不断进步，作为非人类行动者的数字技术为社会发展注入无限生机与活力，成为乡村产业发展与外界市场信息资源互动中不可或缺的联结纽带（曹海林，2024）。尤其在新冠疫情期间，数字媒介催生的“直播带货”突破了时空限制，很多具有创新精神与担当意识的乡村干部通过这一方式帮助村民销售滞销产品，有效促进了政府与市场之间的双向互动（邓明磊和叶继红，2024）。为应对新冠疫情造成的冲击，以毛飞为代表的村“两委”迅速转变发展思路，决定依托数字媒介拓展香包线上销售渠道，将直播带货作为疫情期间香包产业发展的突破口。在一场与省农村信用社联合举办的专场直播中，短短半小时内售出马庄香包1200多件，销售收入突破4.3万元，实际效果远超预期。主要负责香包线上销售业务的省派驻马庄村第一书记石康表示：

“面对当时的新冠疫情，马庄香包的线上销售计划分两步走：一是在外部资源赋能下，继续做好直播带货，拓展香包线上销售渠道；二是在后续的直播带货中培养自己的直播人才，为独立直播打好基础。”（访谈时间：2023年12月12日）

在村干部审时度势的坚强领导和数字媒介这一非人类行动者的技术赋能下，马庄村香包企业重塑了销售布局。尽管在新冠疫情期间受到冲击，但产业并未“伤筋动骨”，展现极强的发展韧性。2023

年初，随着新冠疫情基本结束，中国文化旅游业在经历了三年的低迷后迎来复苏，马庄村香包企业在村干部的引领下再次调整布局，迅速抢占先机，积极拓展线下销售渠道。负责线下销售市场的村委会主任王侠以“走出去”和“请进来”相结合的销售模式，带领香包企业主动对接市场，多次参加大型非遗展会，并积极寻求与“中国黄金”等知名品牌的联名合作，进一步拓宽销售渠道。到2023年底，马庄村香包产业的年销售收入突破1000万元，实现了历史性的跨越。

其二，精英回流：非遗传承人与香包文化、数字媒介的“共鸣共进”。青年精英返乡创业是中国现有社会经济体制下劳务经济发展到一定阶段的必然产物，是客观的社会经济现象（刘唐宇，2010）。尤其在新时代乡村振兴背景下，青年精英凭借开阔的视野、发散的思维、敏锐的眼光以及丰富的知识储备，日益成为链接外源性资源与内生发展动力的关键性角色（谢小菲和卢春天，2023），并在推动乡村新内源式发展进程中发挥着不可忽视的作用。孙歌尧是“徐州香包”区级非遗传承人，她自幼跟随王秀英学习徐州香包制作技艺，并将香包文化内化于心。大学期间，她以徐州香包为题材的作品曾获国家级创新创业大赛银奖，这为其从事香包事业奠定了坚实基础。大学毕业后，孙歌尧选择回到家乡，为香包事业奉献自己的青春力量。孙歌尧告诉笔者：

“奶奶（王秀英）将香包事业交给了我，我也将谨记奶奶的嘱托，以高度的责任感和使命感传承与弘扬香包文化，带领我们团队为马庄村献智献力，与大家携手共进着力探索和打造文化产业赋能乡村振兴的新模式。”（访谈时间：2023年5月21日）

回乡后，孙歌尧在创新香包产品的同时，积极推动香包文化的传播与推广。“文化自觉是一个艰巨的过程，首先要认识自己的文化，理解所接触到的多种文化，才有条件在这个正在形成中的多元文化的世界里确立自己的位置”（费孝通，2004）。青年精英孙歌尧深刻认识到，面对当今消费者审美观念的不断演变，传统文化形态下的香包必须与新时代的审美潮流相结合，才能焕发持久的生命力。为此，她突破传统香包的外观设计局限，革新香包制作技术，获得3D打版、明暗操针等六项软件著作权，在赋予传统香包时尚与现代韵味的同时，大幅提升了生产效率。在香包文化传播方面，孙歌尧多次参加中央广播电视总台举办的非遗节目，走遍全国各地参与非遗展会。此外，她充分运用数字媒介展示徐州香包文化，并与手机游戏《王者荣耀》跨界合作，助力徐州香包和传统文化宣传推广。可见，青年精英孙歌尧基于个人特质及资源禀赋的行动策略进一步激发了村庄的内生发展动力。她将传统文化与现代观念深度融合，促进内部资源与外部资源紧密联结，既扩大了香包文化的影响力，又有力推动了香包产业的发展。

2.外部行动者的“嵌入赋能”：“资源撬动”与“价值共延”。其一，资源撬动：地方政府与内生力量的“共鸣共进”。在马庄村香包产业实现了从0到1的突破后，贾汪区政府出于对徐州香包文化的产业化传承保护和打造亮点工程树立典型的双重考虑，将香包产业提升至“富民大产业”的战略高度。这一举措不仅是对文化产业的扶持，更是通过文化资源整合和市场化操作推动乡村特色文化产业发展的创新实践。为进一步提升马庄村香包产业的影响力，贾汪区政府委托国内一流设计团队科学编制了《香包产业发展规划》，为香包产业未来发展提供了清晰的方向指引。在空间建设方面，贾汪区政府助力马庄村打造“香包小镇”，主要包括香包文化大院、香包客栈、马庄文创中心等文化设施。

此外，贾汪区政府主导建立了贾汪香包文化产业园，并依托王秀英等非遗传承人，在全区各镇和各办事处建立香包合作社、香包工作室及香包线上销售店等，带动了全区 3000 余人从事香包产业，马庄村香包产业赋能乡村振兴的辐射面持续扩大。贾汪区文旅局副局长赵冯在座谈会上强调：

“国家全域旅游示范区的成功创建，掀开了贾汪区旅游业发展的新篇章，后续会重点打造马庄香包、乡村旅游等特色产品，逐渐形成贾汪特色的文旅品牌。”（访谈时间：2024 年 7 月 7 日）

马庄村作为贾汪区的一个缩影，在政府的外部赋能下焕发了新的生机，并实现了香包产业进一步做大做强。新内源发展理论指出，在缺乏外部力量的情况下，乡村难以仅凭自身力量扭转其走向衰落的现实（张文明和章志敏，2018）。因此，虽然以核心行动者村干部为主的乡村精英催生了香包产业的基础搭建，但由于知识、视野和能力的局限，其在实现香包产业更大规模扩张的过程中面临诸多困难。倘若仅依靠地方内生行动者之间的转译，香包产业难以达成升级为超地方行动者网络的发展愿景，与当前开放化时代的发展理念相悖。因此，要实现产业的规模化发展，则需要外部行动者的介入和赋能。例如，地方政府在统合乡村内外主体利益联结的基础上，通过政策、资金和技术等资源下沉的手段撬动乡村发展新活力，推动香包产业向惠民大产业迈进。需要注意的是，外部力量的介入必须把握适度边界和限度。若外部力量过于强势，可能导致内部资源被过度消耗，甚至削弱内生力量的自主性与能动性。因此，在外部力量赋能的同时，内生力量也应持续“在场”与“强化”，在发展过程中始终保持独立自主性，以实现内外联动的良性平衡与可持续发展。

其二，价值共延：高等院校与内生力量的“共鸣共进”。随着高等院校文化保护功能体系的日趋完善，其在非遗保护传承事业中的作用愈加凸显。在与高等院校的内外联动与通力合作下，马庄村香包产业实现了两个维度的价值延伸。一方面是教育价值的延伸。行动者网络理论强调，转译过程中各行动者不仅能确立强制通行点（共同目标），还能实现各自目标。可见，转译过程的实质是通过协调一致实现互利共赢。就马庄村对高等院校的转译而言，高等院校非遗教育的发展可以有效促进非遗的系统性、活态性、整体性保护与发展（马知遥和姜向阳，2023），因此，非遗资源丰富的马庄村与当地高等院校建立了合作联系，并开展了一系列“非遗进校园”活动，推动了香包文化与传统文化在高等院校中的教育和普及。此外，当地高等院校聘请王秀英与孙歌尧担任非遗导师，共同致力于发掘徐州香包文化和地域文化。通过这一系列举措，当地高等院校成功获评为首批江苏省中华优秀传统文化传承基地。可见，村庄与高等院校的内外互动共鸣，不仅提升了马庄村香包产业影响力，还促进了高等院校对非遗进行教育性保护，达成了互利互惠的合作愿景。另一方面是社会价值的延伸。在新冠疫情形势严峻的初期，马庄村香包企业联合中国人民解放军军医大学与南京中医药大学共同研制开发了“抗疫香包”。面对时间紧、任务重的挑战，马庄村的村干部带领村民加班加点赶制“抗疫香包”，并无偿捐赠 3000 个送至武汉抗疫一线。这一行动不仅彰显了国家级非遗“徐州香包”在驱疫避害、强身健体等医用价值上的当代回归，也体现了马庄村香包产业各行动者在抗击疫情中的社会责任与使命担当。他们的举措与全国人民“一方有难，八方支援”的民族精神形成了深刻的文化共鸣，构筑了一种超越单纯文化价值与经济价值阈限的特殊社会价值维度。同时，此举也进一步在公众的集体意识中强化了对“马庄品牌”标识的烙印，深化了品牌蕴含的正面社会形象与文化寓意，充分展现了传统



智慧在现代危机应对中的活态传承与创新应用。由此，在与高等院校的合作共进下，马庄村香包产业实现了教育价值与社会价值的双重延展。

至此，在核心行动者村干部的主导下，马庄村香包产业“内生外嵌”发展阶段的行动者网络实现提档扩展（如图5所示）。在这一过程中，村干部、香包企业、非遗传承人、村民、消费者、地方政府、高等院校以及非人类行动者香包文化、数字媒介“共鸣共进”，将文化产业发展成支柱产业。如今，马庄香包的销售市场与文化影响力已拓展至全国多个省份，并成功远销海外，取得了显著的发展成果。

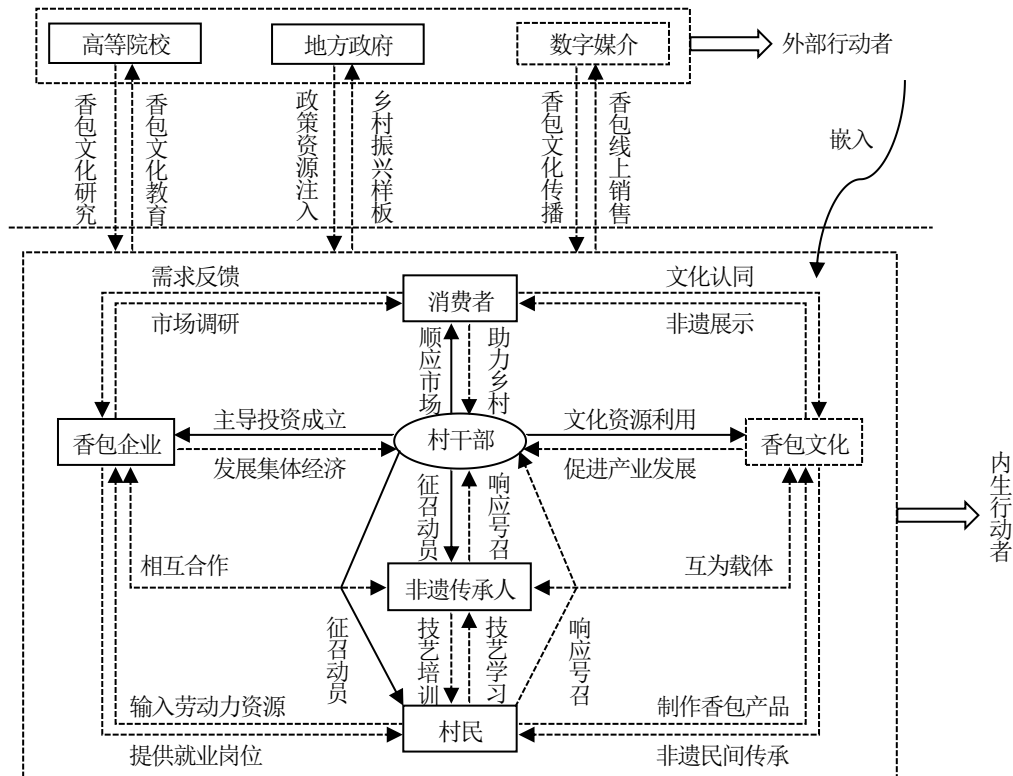


图5 香包产业“内生外嵌”发展阶段行动者网络示意

注：图中实线箭头表示以核心行动者为起点的转译，虚线箭头表示以非核心行动者为起点的转译。

## 五、总结与讨论

### （一）基本结论

在国家“三农”政策重心由脱贫攻坚转向乡村全面振兴的背景下，杜绝返贫现象与推动乡村振兴的可持续发展成为新的时代议题。乡村特色文化产业以其独特的文化业态，成为绘就乡村振兴新图景的可为进路，同时有效回应了赓续地域传统文脉的实践旨向。本文通过对行动者网络理论的本土化改造，融合新内源发展理论，基于对徐州市马庄村香包产业发展历程的深入考察，探究其行动者网络的建构机理，进而提炼出“文化共鸣+内外共进”的乡村特色文化产业发展模型。

1. 马庄村香包产业行动者网络的建构机理。本文基于对行动者网络理论的在地化改造，提出“文

化共鸣”式转译，并构建“行动者识别—‘文化共鸣’式转译—网络机理阐释”分析框架，融合新内源发展理论，提炼徐州市马庄村香包产业行动者网络“文化共鸣+内外共进”的建构机理。具体而言，在香包产业“内生自主”发展阶段，“文化自觉”“守正创新”的非遗传承人和“在地共识”“整体操盘”的村干部，与“动能激活”的村民和“文化认同”的消费者“共鸣共振”，协力促成了该阶段行动者网络的基础搭建。在香包产业“内生外嵌”发展阶段，以“重塑布局”“精英回流”保持“蓄势增能”的内生力量，与以“资源撬动”“价值共延”实现“嵌入赋能”的外部力量“共鸣共进”，联合助推了该阶段行动者网络的提档扩展。通过“文化共鸣”式转译建构的行动者网络推动了马庄村香包产业的蓬勃发展，蒸蒸日上的香包经济又反向增进了内生力量之间、内生力量与外部力量之间的“文化共鸣”，深刻诠释了文化与经济的辩证关系。

2.“文化共鸣+内外共进”的发展模型。乡村特色文化产业发展的关键在于激发行动者对地域特色文化的认同感与归属感，使其自觉担负起文化遗产的使命，而非仅局限于现实利益的考量，此即“文化共鸣”式转译。“文化共鸣+内外共进”的发展模型是指，核心行动者通过唤起本地居民的文化认同，以“文化共鸣”与“利益赋予”的方式征召吸纳其他在地行动者加入，以此促成特色文化产业行动者网络的基础搭建。在内生力量实现特色文化产业“从0到1”发展的基础上，为突破发展瓶颈，应再次以“文化共鸣”与“利益赋予”的方式，积极寻求外部力量的“嵌入赋能”，以内外力量的综合联结助推行动者网络的提档升级，继而达成特色文化产业“从1到N”的扩大目标。“文化共鸣”式转译与“文化共鸣+内外共进”发展模型的提出，为行动者网络理论在中国语境下的修正与创新，以及新内源发展理论在乡村特色文化产业具象化的机理呈现，贡献了一定的知识增量，同时为当前乡村特色文化产业的发展提供了理论支撑与实践参考。

## （二）进一步讨论

本文综合运用行动者网络理论和新内源发展理论，通过厚植深描马庄村香包产业行动者网络的建构机理与个体行动，提炼归纳出“文化共鸣+内外共进”的发展模型。由于具有较强的典型性和代表性，马庄村香包产业的一些发展经验可迁移、可复制，这为各地开展乡村特色文化产业建设提供了新的思路。为此，有以下几点经验启示需进一步讨论：

1.借鉴内生力量“因地制宜”“因势利导”“因需达变”的发展策略。其一，因地制宜。马庄村在面临转型时，村干部以“在地性”思维深刻融入并转化在地知识体系，以民俗文化为依托发展特色文化产业与香包产业，实现了村庄的成功转型。这表明，地方经济社会活动需要结合本地自然资源与长久以来形成的知识、文化、制度等要素，才能体现出特色产业的独特优势。其二，因势利导。面对企业关闭或搬迁的困境，马庄村借势借力于临近潘安湖风景区的区位优势和政策支持，积极寻求向特色文化产业转型，实现了集体经济发展的二次飞跃。这表明，应以敏锐的战略眼光与开阔的全局视野捕捉与当前形势相契合的发展点，审时度势，统筹规划，从而达成“事半功倍”的效果。其三，因需达变。在充分市场调研的基础上，马庄村依据消费者对香包喜好因需而变、因类而分地创新开发香包产品，有效拓宽了目标市场。乡村特色文化产业的良性发展离不开高质量、有特色的文化产品，更离不开市场与消费者的认可。这表明，发展乡村特色文化产业不仅要注重地域文化特色的文化属性，更

要遵从顺应市场需求的逻辑，在坚持“守正”的前提下，顺应市场需求的不断演变，与时俱进地对文化产品进行变通性“创新”，实现“特色化”与“客制化”的互适互配。

2.辩证看待外部力量中地方政府打造“示范工程”的行动逻辑。实现“从0到1”的质变于村庄本身而言既是起步也是突破，更是吸引外部资源注入的基础条件。在市场经济场域内，外部力量通常遵循市场规律，根据村庄的发展潜力做出理性选择，这在很大程度上决定了内生力量能否借助外部力量推动实现“从1到N”的提档升级。在政府层面，许多地方政府会基于政治、经济和文化的多重考量打造“示范工程”。不可否认，打造“示范工程”可能会因资源分配不均引致村庄分化的“马太效应”（曹海林和俞辉，2018）。但这一结论显然建立在“示范工程”未起到实质示范作用的基础上，而真正发挥示范作用的“示范工程”可以有效促进产业发展模式的推广和普及，通过“先富带后富”的方式推动地方或更广范围内乡村产业的生成与聚集式发展。此外，资源均衡供给是一种理想类型，但社会科学研究离不开对现实与实践的关照。立足于当前基础性资源相对保障的重要前提和发展性资源稀缺有限的现实境况，发展性资源无可厚非会优先被注入发展基础扎实的村庄，以实现资源的高效利用。例如，马庄村香包产业在“内生自主”发展阶段带动了村内近400人就业，步入“内生外嵌”发展阶段后，随着地方政府资源的注入，马庄村香包产业进一步带动了全区3000余人就业，产业发展的辐射力持续增强，这亦符合共同富裕的价值旨归。循此而言，要辩证看待“示范工程”的利弊影响，加快实现内生力量“从0到1”的发展质变，通过“筑巢引凤”，吸引外部力量的助力支持。

3.把握外部力量的嵌入限度和内生力量的持续“在场”与“强化”。毋庸置疑，在乡村发展新时期，外部力量作为杠杆支点在撬动乡村产业经济发展上发挥了举足轻重的作用。但在外部力量的强势介入下，也出现了内生发展空间受到挤压、村庄自主性弱化等衍生问题，并将村民置于“缺场”的尴尬境地（马良灿，2012）。为此，应重新审视外部力量的资源注入限度和内生发展动力可持续的问题，寻求内外力量之间的相对平衡。马庄村在外部资源注入的初期，政府及企事业单位的采购订单占据了相当一部分比重，但马庄村并未懈怠，一直将强化“内生自主”理念贯穿始终，对村民还权赋能并积极拓展线上线下业务。2020年受新冠疫情影响后，政府及企事业单位的采购订单开始下滑，而马庄村主动拓展业务、持续强化市场自主营销能力的效果开始显现，其自主性营收利润接近80%，有效保障了香包产业在疫情期间的平稳运行和良性发展。由此可见，若要实现乡村特色产业的长远发展，并切实维护村庄的主体性地位与根本利益，不仅要防范外部力量过度嵌入导致内生力量被挤压、受侵占的风险（王长征等，2022），更要确保内生力量在外部力量嵌入时的持续性“在场”与“强化”。在此基础上，应进一步推动内外力量的互塑共进，协同实现特色产业的聚力升级与高质量发展。

#### 参考文献

- 1.曹海林，2024：《数字技术助力社会治理共同体建设探究》，《中州学刊》第3期，第74-81页。
- 2.曹海林、何经纬，2024：《赋能型增长与嵌入式发展：脱贫地区特色小镇何以从帮“扶贫”转向助“振兴”——基于陕西省石泉县“金蚕小镇”的实地调查》，《求实》第2期，第96-108页。
- 3.曹海林、俞辉，2018：《“项目进村”乡镇政府选择性供给的后果及其矫正》，《中国行政管理》第3期，第69-75页。

- 4.陈学金, 2021: 《教育作为一种治理技术——基于华北农村社区治理过程的考察》, 《社会学评论》第6期, 第45-64页。
- 5.党国英、郭宇星、张连刚, 2024: 《地理标志引领民族山区和美乡村建设的机制与路径——基于新内源发展视角的分析》, 《中国农村经济》第7期, 第96-118页。
- 6.邓明磊、叶继红, 2024: 《担当视角下县域官员直播带货的发生机理研究——基于四个典型案例的分析》, 《电子政务》第7期, 第42-54页。
- 7.丁玲, 2015: 《“莞香”传统的再造与困境——以东莞文化名城建设为例》, 《文化纵横》第1期, 第116-119页。
- 8.樊凡、赵浴卉, 2023: 《中国式乡村社会治理共同体建设的道路探索与经验分析》, 《中国农村观察》第4期, 第2-29页。
- 9.方劲, 2018: 《内源性农村发展模式: 实践探索、核心特征与反思拓展》, 《中国农业大学学报(社会科学版)》第1期, 第24-34页。
- 10.费孝通, 2004: 《对文化的历史性和社会性的思考》, 《思想战线》第2期, 第1-6页。
- 11.费孝通, 2008: 《乡土中国》, 北京: 人民出版社, 第28-30页。
- 12.费孝通, 2010: 《文化与文化自觉》, 北京: 群言出版社, 第195-196页。
- 13.甘颖, 2023: 《村社自主性、文化生产共同体与乡村文化振兴》, 《南京农业大学学报(社会科学版)》第6期, 第53-63页。
- 14.黄建红, 2023: 《“红三角”内源式发展: 革命老区乡村振兴的衡山案例研究》, 《中国农村观察》第3期, 第125-141页。
- 15.季中扬、张娜, 2020: 《手工艺的“在地同业”与“在外同行”》, 《开放时代》第4期, 第70-80页。
- 16.凯恩斯, 2005: 《就业、利息和货币通论》, 宋韵声译, 北京: 华夏出版社, 第82页。
- 17.梁漱溟, 1989: 《梁漱溟全集》第1卷, 济南: 山东人民出版社, 第618页。
- 18.梁漱溟, 2006: 《乡村建设理论》, 上海: 上海人民出版社, 第264页。
- 19.刘佳、赵青华, 2023: 《乡村旅游发展对乡村振兴的影响效应——基于新内源性发展理论的实证检验》, 《农业技术经济》, <https://doi.org/10.13246/j.cnki.jae.20231126.001>。
- 20.刘唐宇, 2010: 《农民工回乡创业的影响因素分析——基于江西赣州地区的调查》, 《农业经济问题》第9期, 第81-88页。
- 21.罗重谱、李晓华, 2021: 《中国超大规模市场优势发挥与“双循环”新发展格局的构建》, 《学习与探索》第11期, 第89-98页。
- 22.马良灿, 2012: 《农村社区内生性组织及其“内卷化”问题探究》, 《中国农村观察》第6期, 第12-21页。
- 23.马青青、李海金, 2024: 《乡村内源式发展: 促进农民农村共同富裕的实践策略》, 《中南民族大学学报(人文社会科学版)》, <https://doi.org/10.19898/j.cnki.42-1704/C.20240604.01>。
- 24.马知遥、姜向阳, 2023: 《中国非遗高等教育的特色发展路径探究》, 《山东社会科学》第12期, 第78-85页。
- 25.王雪丽、彭怀雪, 2020: 《非遗扶贫项目合作网络的创建过程与运行机理探究——基于行动者网络理论的分析》, 《江淮论坛》第3期, 第18-25页。

- 26.王长征、冉曦、冉光和, 2022: 《农民合作社推进农村产业融合的机制研究——基于生产传统与现代市场的共生视角》, 《农业经济问题》第10期, 第60-71页。
- 27.温凤鸣、解学芳, 2022: 《短视频推荐算法的运行逻辑与伦理隐忧——基于行动者网络理论视角》, 《西南民族大学学报(人文社会科学版)》第2期, 第160-169页。
- 28.文军、陈雪婧, 2024: 《国家介入与地方行动: 乡村内生发展的张力及其化解》, 《南京农业大学学报(社会科学版)》第1期, 第1-13页。
- 29.吴莹、卢雨霞、陈家建、王一鸽, 2008: 《跟随行动者重组社会——读拉图尔的〈重组社会: 行动者网络理论〉》, 《社会学研究》第2期, 第218-234页。
- 30.谢小菲、卢春天, 2023: 《青年精英与乡村新内源式发展——基于湖南M村人居环境整治的田野调查》, 《中国青年研究》第12期, 第68-75页。
- 31.谢宗藩、王媚, 2023: 《农村社区治理网络再构——以湖南省石门县杨坪社区“两联两包”治理模式为例》, 《中国农村观察》第4期, 第49-69页。
- 32.闫宇、汪江华、张玉坤, 2021: 《新内生式发展理论对我国乡村振兴的启示与拓展研究》, 《城市发展研究》第7期, 第19-23页。
- 33.杨忍, 2021: 《珠三角地区典型淘宝村重构过程及其内在逻辑机制》, 《地理学报》第12期, 第3076-3089页。
- 34.于俭、方淑敏, 2023: 《“超地方实践”: 特色小镇建设中的行动者网络建构——以上海市Z特色小镇为例》, 《都市文化研究》第2期, 第384-402期。
- 35.张文明、章志敏, 2018: 《资源·参与·认同: 乡村振兴的内生发展逻辑与路径选择》, 《社会科学》第11期, 第75-85页。
- 36.章熙春、陈泽、李胜会, 2024: 《引领式嵌入治理: 科技特派员何以助推乡村产业新内源式发展——基于对广东省平远县梅片树产业的考察》, 《中国农村观察》第1期, 第65-84页。
- 37.周飞舟, 2012: 《财政资金的专项化及其问题兼论“项目治国”》, 《社会》第1期, 第1-37页。
- 38.Callon, M., 1986a, “Some Elements of a Sociology of Translation: Domestication of the Scallops and the Fishermen of St Brieuc Bay”, in J. Law (ed.) *Power, Action and Belief: A New Sociology of Knowledge?*, London: Routledge & Kegan Paul, 196-223.
- 39.Callon, M., 1986b, “The Sociology of an Actor-network: The Case of the Electric Vehicle”, in M. Callon, J. Law, A. Rip (eds.) *Mapping the Dynamics of Science and Technology: Sociology of Science in the Real World*, London: The Macmillan Press Ltd, 19-34.
- 40.Galdeano-Gómez, E., J. Aznar-Sánchez, and J. Pérez-Mesa, 2011, “The Complexity of Theories on Rural Development in Europe: An Analysis of the Paradigmatic Case of Almería (South-east Spain)”, *Sociologia Ruralis*, 51(1): 54-78.
- 41.Latour, B., 2005, *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory*, Oxford: Oxford University Press, 63-70.
- 42.Law, J., 2009, “Actor Network Theory and Material Semiotics”, in B. Turner (ed.) *The New Blackwell Companion to Social Theory*, Malden, MA: Blackwell, 141-158.
- 43.Ray, C., 1998, “Culture, Intellectual Property and Territorial Rural Development”, *Sociologia Ruralis*, 38(1): 3-20.

## The Constructive Mechanism of Actor Networks in the Development of Rural Characteristic Cultural Industries: A Case Study of the Sachet Industry in Mazhuang Village, Xuzhou

DONG Yi CAO Hailin

(School of Public Administration, Hohai University)

**Summary:** Rural revitalization is primarily based on industrial development. Promoting the development of rural characteristic cultural industries is an important strategic policy of the state in the context of rural revitalization in the new era. In rural development practice, striving to build a rural characteristic cultural industry that integrates economic, cultural, and social values is not only a viable approach to sketching a new picture of rural industrial development but also a practical aim of continuing regional traditional cultural contexts. The sachet industry in Mazhuang Village serves as a typical case of rural characteristic cultural industry development. After experiencing two development phases—"endogenous autonomy" and "endogenous embedding"—it has transformed from a "small sachet" into a "large industry". This paper proposes a "cultural resonance" style translation through the localized adaptation of actor network theory within the Chinese cultural field, and based on the analytical framework of "actor identification—'cultural resonance' style translation—network mechanism explanation", integrates the theory of new endogenous development. It distills the constructive mechanism of the actor network in Mazhuang Village' sachet industry as "cultural resonance + collaborative advancement".

Specifically, during the "endogenous autonomy" development phase, the intangible cultural heritage inheritors with "cultural consciousness" and "innovative integrity", along with village leaders who promote "local consensus" and "holistic management", resonated collaboratively with villagers who "activated momentum" and consumers who identified with the culture, facilitating the foundational construction of the actor network and achieving the action goal of transitioning from "cultural resources" to "cultural industries". In the "endogenous embedding" development phase, the internal forces of "restructuring layout" and "elite return" for continuous energy accumulation resonated with external forces that leveraged "esource mobilization" and "value co-extension" for embedded empowerment, jointly promoting the upgrading of the actor network in this phase and achieving the action goal of transitioning from "cultural industries" to "pillar industries".

Drawing from this, the development experience of the characteristic cultural industry in Mazhuang Village offers valuable insights for promoting rural industrial revitalization in the context of Chinese-style modernization: the development of characteristic cultural industries can utilize "cultural resonance" style translation to advance collaborative construction among multiple subjects, following action strategies that are tailored to local conditions, guided by circumstances, and responsive to needs. Endogenous forces should "build nests to attract phoenixes" under sustained presence and continuous strengthening to attract external support and energy infusion, thereby achieving mutual shaping and collaborative advancement of internal and external forces and upgrading of characteristic industries.

**Keywords:** Rural Characteristic Cultural Industry; New Endogenous Development; Actor Network Theory; Cultural Resonance

**JEL Classification:** Z10

(责任编辑：王 藻)