

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

党国英 郭宇星 张连刚

摘要：立足特色地域资源，传承民族山区优秀传统文化，建设民族山区和美乡村，是全面推进乡村振兴的题中应有之义。本文以特色地理标志资源为研究对象，构建“资源—参与—认同”的新内源发展分析框架。研究结论如下：第一，民族山区和美乡村建设需以特色地域资源为基础，激活地域内主体的实践动力，充分利用地域外资源。第二，提升生态系统多样性、强化外部支撑体系、赓续人文资源，对特色地域资源的保护式开发与整合利用是民族山区和美乡村建设的必要条件。第三，实现“政府引领+地域微自治组织共管”和“传统茶农+新型经营主体”多主体协同、内外共生的整体性赋权是民族山区和美乡村建设的基础保障。第四，以传统农耕文化为指引校准特色地域资源发展方向，以艰苦奋斗、团结合作、开拓创新的精神为引领实现民族山区地域内外多元价值认同，是和美乡村建设的根本遵循。

关键词：和美乡村 新内源发展 地理标志 和谐共生

中图分类号：F303.4 **文献标识码：**A

一、引言

建设和美乡村是亿万民众的殷切期盼，是全面推进乡村振兴的重要任务，也是全面建设社会主义现代化国家的重要保障。保护乡村原生空间肌理和乡土空间文化内涵，协调经济社会发展和人文历史传承的关系已成为乡村建设中的关键问题（李佳，2012；葛丹东等，2014）。党的十九大提出乡村振兴战略“产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”的总要求，党的二十大进一步指出

*本文研究得到国家自然科学基金地区项目“新型农业经营主体震荡触发机制与分形效应研究”（编号：72363031）和国家社会科学基金一般项目“国家农业多元主体科技协同创新网络研究”（编号：21BJY252）的资助。感谢匿名评审专家的宝贵意见，当然文责自负。本文通讯作者：党国英。

要建设宜居宜业和美乡村。一系列政策措施使得依托乡村特色资源、传承保护和利用农业农村文化遗产、建设和美乡村成为可能。2019年中央“一号文件”提出要“强化农产品地理标志和商标保护”，2021年中央“一号文件”指出要“推动农业绿色生产”，强调要“发展绿色农产品、有机农产品和地理标志农产品”。2022年中央农村工作会议进一步强调，要全面推进产业、人才、文化、生态、组织“五个振兴”，做好“土特产”文章，依托农业农村特色资源，开发农业多种功能，挖掘乡村多元价值，推动乡村产业全链条升级，增强市场竞争力和可持续发展能力^①。2024年中央“一号文件”提出，加强农村生态文明建设，推动农耕文明和现代文明要素有机结合，加强乡村优秀传统文化保护传承和创新发展，强化农业文化遗产、农村非物质文化遗产挖掘整理和保护利用^②。

在政策引导下，地理标志逐渐承担起乡村建设的经济社会职能。从实践发展看，国家知识产权局、农业农村部、国家市场监督管理总局以及各地政府机构纷纷出台相关专项规划与行动方案，强化地理标志保护，深化地理标志管理改革，助力乡村全面振兴，服务经济社会高质量发展。已有文献表明，地理标志已经逐步成为促进乡村就业、知识传播和可持续发展的重要力量（Cardoso et al., 2022）。并且，地理标志在减少信息不对称的“道德风险”、满足消费者个人偏好的同时（张国政等，2017；黄炳凯和耿献辉，2022），还凭借经济影响力，推动“双循环”新发展格局的建立（钱薇雯和董银果，2023），已成为有助于农民增收和区域经济发展的“绿色动力”（陈喜和王凯，2020）。然而，现阶段对如何利用地理标志资源引领民族山区和美乡村建设，学界并未给出明确的答案，还需要进一步开展研究探索。

既有文献从地理标志实现乡村发展的机制、“外源与内源”二元发展模式与新内源发展模式、新内源发展模式与地理标志的适配性三个层面开展了有益探索。

第一，学术界基于不同理论探索地理标志实现乡村发展的作用机制。基于产业集群理论，分析地理标志通过聚集其他经济社会资源实现乡村发展（胡铭，2008）；基于政府营销理论，分析国家名牌战略下，政府采购和地理标志推广等途径如何实现区域发展（苏悦娟和孔祥军，2010）；基于区域品牌理论，分析通过推动地域内产品向外推广和吸收外部资源流入等方式实现乡村发展（赵卫宏和凌娜，2014）。

第二，“外源与内源”二元发展模式研究和新内源发展模式研究。一是外源发展模式。20世纪70年代，依靠政府等外部主体帮扶的“输血式”外源发展模式，保障了偏远乡村人民的基本生活需要，促进了乡村经济增长，但农民作为乡村发展最根本、最直接的利益主体，在外源发展模式中往往是被动接受者，缺乏积极性、主动性和创造性，致使乡村发展陷入主体迷失困境，也削弱了乡村经济文化的自主性和可持续发展能力（朱娅和李明，2019；Bindi et al., 2022）。二是内源发展模式。为拒绝以经济为导向的单一发展模式，学术界提出加强农民主动性的“造血式”传统内源发展模式，但这种模

^①习近平，2023：《加快建设农业强国 推进农业农村现代化》，《求是》第6期，第11页。

^②参见《中共中央 国务院关于学习运用“千村示范、万村整治”工程经验有力有效推进乡村全面振兴的意见》，https://www.gov.cn/zhengce/202402/content_6929934.htm。

式在理论层面被质疑过于理想化，在实践层面也因人口流失、产业结构单一等问题而被证明无效，且外源力量对乡村发展具有重大影响，只强调内源力量不切实际（Olmedo and O'Shaughnessy, 2022）。三是新内源发展模式。由于“外源与内源”发展动力割裂的模式具有局限性和片面性，Lowe et al. (1995) 提出以地域资源为基础、利用外部资源的新内源发展模式。新内源发展理论是在弥合“外源与内源”发展动力割裂的基础上诞生的（马海龙和杨玖玖，2023）。

学者对新内源发展内涵达成一致认知：就发展关键而言，新内源发展是根植于地域而面向外部的模式，是实现乡村本土化、多样性发展的关键（梁伟，2022）；内源发展动力是推动乡村发展的基础因素，外源发展动力则是推动乡村发展的重要支持因素（檀学文，2018）。就发展着力点而言，新内源发展模式倡导以地域资源为基础，突出地域特殊价值。就发展目标而言，新内源发展模式着重考虑当地农民需求，侧重地域经济、文化等多元协调发展。就发展主体而言，新内源发展强调集聚各方力量，提高个体行为的有效性（Shucksmith, 2010），包括地方政府、集体组织和农民，地方政府主要是服务者和推动者，而非直接实施者；集体组织是连接地方政府和农民的有效通道；农民是地理标志最重要的投入主体和实践主体。值得注意的是，考虑到理性农民追求经济效益最大化，并且农民自身和乡村经济的发展嵌入自然环境和人文社会的发展背景，现阶段乡村发展需要兼顾农民利益和可持续发展（Marango et al., 2021）。

第三，新内源发展模式与地理标志的适配性研究。在乡土社会中，新内源发展模式与地理标志具有一定的适配性。在发展基础方面，地理标志基于地域内自然资源和人文资源，而新内源发展模式则是对地域内自然资源和人文资源充分利用的发展模式，地域内资源为地理标志引领新内源发展提供了必要条件。在发展目标方面，地理标志是增加农民收入的实现途径，也是充分开发各地优质农业资源、激励生产者提高农产品质量和增强农产品国际竞争力的重要举措（杨鹏程和周应恒，2016），这与新内源发展模式保障农民共同利益和实现地域可持续发展的目标相得益彰。在实践主体方面，新内源发展模式坚持以农民为主体的多元主体参与，上下联动、内外共生，体现了地理标志的整体性，有利于破解地理标志发展过程中的“搭便车”问题或地方政府不作为等困境。正如欧盟“农村地区发展联合行动”项目（liaison entre actions de développement rural, 简称 LEADER）所提出的，地理标志保护区中和美乡村建设应遵循“内外混合动力”的新内源发展模式（Bosworth et al., 2016）。

综上所述，已有文献对地理标志与新内源发展理论指引乡村发展的研究取得了一定成果。然而，地理标志背后并非单纯的经济问题，而是嵌入社会结构的议题，与乡村社会密切相关，以小农为主的乡村社会结构是地理标志引领民族山区和美乡村建设需长期面对的。虽然已有研究基于自组织理论关注农户在乡土社会中的实践困境（程杰贤和郑少锋，2018），但鲜有文献以农民生产生活实践为支撑开展研究，也未有从茶农视角探索地理标志引领民族山区和美乡村建设路径的质性研究。此外，地理标志已成为欧洲乡村深层次发展引擎（Vecchio et al., 2020），如何将地理标志扎根中国乡土，值得重点关注和深入研究。

鉴于此，本研究尝试从如下三个方面开展研究：首先，本文拟构建地理标志新内源发展理论框架；其次，本文将利用单案例分析的研究方法，从云南民族山区茶农视角，解构地理标志引领民族山区和

美乡村建设的新内源发展机制；最后，本文尝试提出推进地理标志引领民族山区和美乡村建设的可行路径。

本研究的边际贡献可能在于：在理论层面上，本文依据新内源发展理论，解构乡土社会中地理标志新内源发展理论，拓展和美乡村建设和地理标志两个领域的研究视角。在实践层面上，本文选取的案例普洱景迈山古茶林文化景观是世界非物质文化遗产，本文可以为地理标志引领民族山区和美乡村建设路径选择提供一定现实参考，也为破解民族山区乡村建设主体缺失和内源动力不足等问题提供有益经验借鉴。

二、理论分析框架

《中华人民共和国商标法（2019年修正）》将“地理标志”定义为“标示某商品来源于某地区，该商品的特定质量、信誉或者其他特征，主要由该地区的自然因素或者人文因素所决定的标志”^①。地理标志由行业协会或地方技术部门向国家知识产权局、国家市场监督管理总局或农业农村部提出申请，经审核批准赋予符合地理标志生产标准的企业、合作社和农民等主体使用。地理标志申请及使用过程体现了地理标志集体共同专有权的本质（卿利军，2021），这使得地理标志催生集体意识。而农民作为地理标志产品重要的生产主体，其生产生活实践不仅影响地理标志产业的健康发展，还影响地理标志保护区域的和美乡村建设（占辉斌和俞杰龙，2015）。

新内源发展模式是多元主体为实现农民共同利益和地域可持续发展，以地域资源为基础，激活地域内主体的实践动力，并充分利用外部资源的发展模式。在新内源发展理论本土化进程中，基于“内源性”、“地域参与性”和“自下而上”的新内源发展基本要素（Ray, 1999），张文明和章志敏（2018）借助资源—参与—认同要素构建新内源发展的分析框架，其中，地域资源是新内源发展的基础条件，地域内居民参与和文化认同是新内源发展的内源动力。此后，杨姗姗（2022）在如下两方面完善新内源发展能力培育的分析框架：一是不仅将农民视为利益相关者、决策者和实施者，还将农民放置于乡土社会中，关注农民的社会凝聚、社会协作及人际交往能力；二是把基于发掘资源—激发动力—价值认同的发展逻辑，延伸至结合内部主体的文化认知与创造能力，探讨新内源发展理论对乡村振兴的重要意义。

结合已有研究中基于“资源—参与—认同”三要素构建的新内源发展理论框架，区别于已有文献强调多元主体、多类资源要素内外整合实现经济价值的思路（马海龙和杨玫玫，2023），本文从茶农视角，基于民族山区特色普洱茶地理标志资源，按照“发掘资源—激发动力—价值认同”的发展逻辑，构建建设和美乡村“资源—参与—认同”的地理标志多元价值认同的新内源发展理论框架，如图1所示。地域资源、整体性赋权、价值认同三要素密不可分。在发展逻辑中，发掘地域资源是激发主体动力的重要前提和实现地理标志价值认同的必要条件；激发主体动力是发掘地域资源的重要动力和实现地理标志价值认同的基础保障；地理标志价值认同是内外主体行动的重要指引，也是发掘地域资源的根本遵循。

^① 《中华人民共和国商标法（2019年修正）》，https://www.cnipa.gov.cn/art/2019/7/30/art_95_28179.html。

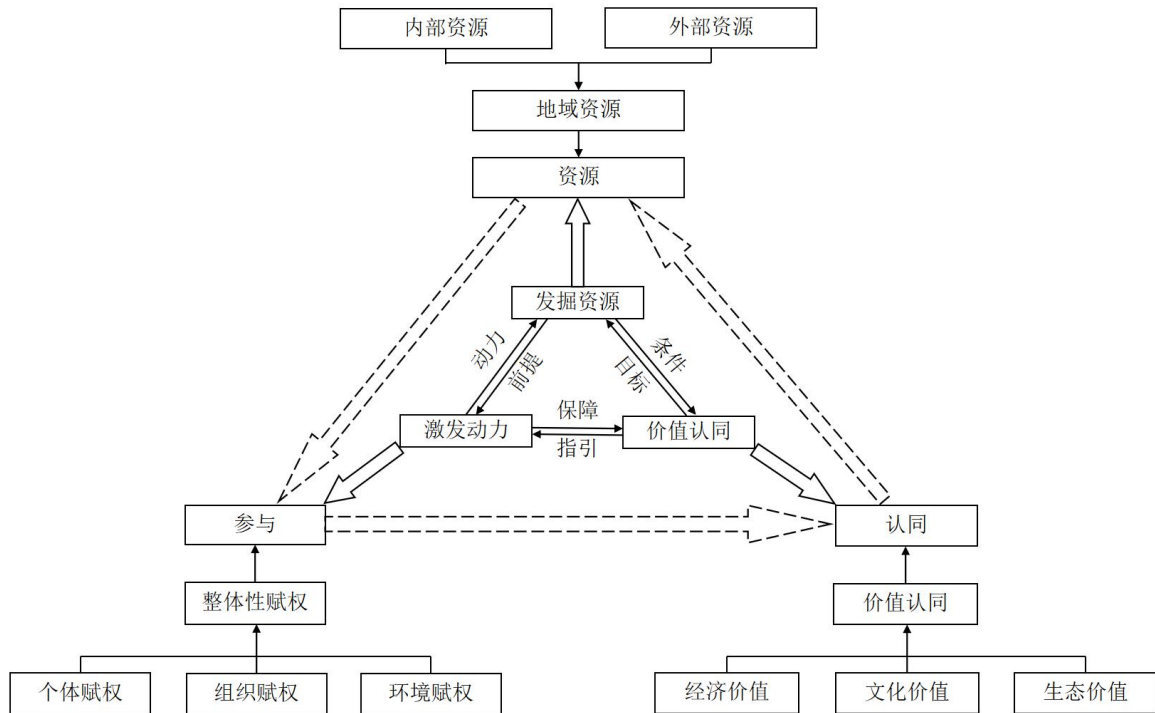


图1 地理标志新内源发展理论框架

注：实线宽箭头代表民族山区和美乡村建设逻辑；实线细箭头代表民族山区和美乡村建设实现路径；虚线宽箭头代表基于建设逻辑概念化而成的地理标志新内源发展模型。

在地理标志新内源发展模型中，首先，地域资源是由内部资源与外部资源所构成的综合体，是农民生产生活实践的重要前提，也是民族山区和美乡村建设的必要条件。具体到拥有特色地理标志资源的民族山区，内部资源主要包括两个部分：一是与该地域自然环境密切相关的自然资源，主要包括来源于自然，对人类生产生活有益的土地资源、林木资源等物质要素；二是构成民族山区人文环境的人文资源，主要包括为当地居民提供精神支撑的传统文化、风俗礼仪、聚落形态等非物质要素（王永生和刘彦随，2023）。外部资源是指帮助民族山区建设的外部力量，包括外部资金、政策等（马历等，2023）。

其次，以地理标志为基础，协调内外主体价值转换，实现内外共生的整体性赋权是农民生产生活实践的重要动力，也是民族山区和美乡村建设的基础保障。为充分发挥理论指导实践的作用，需激发内外主体在地理标志新内源发展中的实践动力。2023年“中央一号”文件围绕乡村建设问题，提出要“深化农村土地制度改革，扎实搞好确权，稳步推进赋权”。赋权指赋予各主体相应权利，使农民主体性提升、主体能力增强，进而促进乡村生态环境改善、乡土文化传承（袁方成和李敏佳，2023）。赋权一方面起源于自助和互助，另一方面也因自我意识及文化而兴起（程玲和向德平，2018）。据此，整体性赋权的目标为加强农民能力建设，构建农民权利体系，整体性赋权的价值体现在激活农民主体性，重视地理标志整体性。本文将整体性赋权框架分为三个层次（见图2）：第一层，提升农民个体能力和重建主体权能，实现农民自助的个体赋权。第二层，在提升农民主体性同时，促进知识、技术

等生产要素流动，实现农民互助的组织赋权。第三层，形成集体认同，实现多主体协同构建生产、生活、生态“三生一体”新格局的环境赋权。

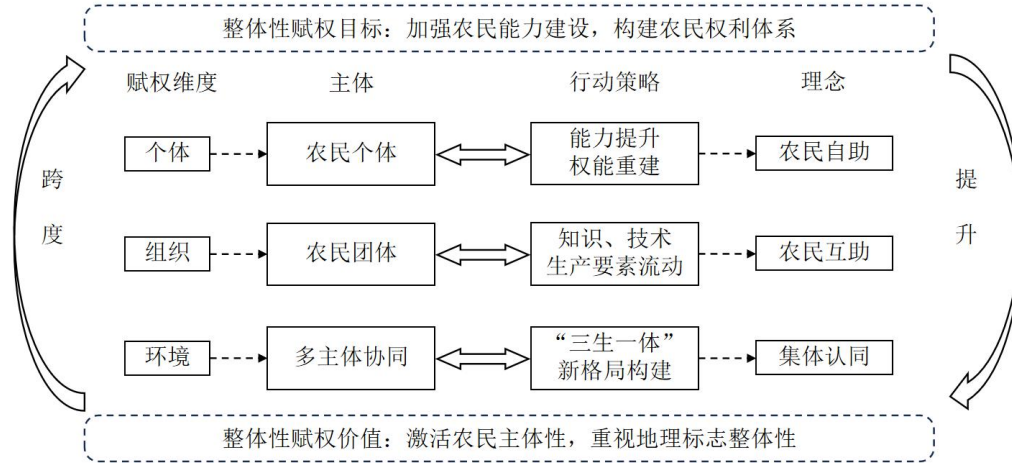
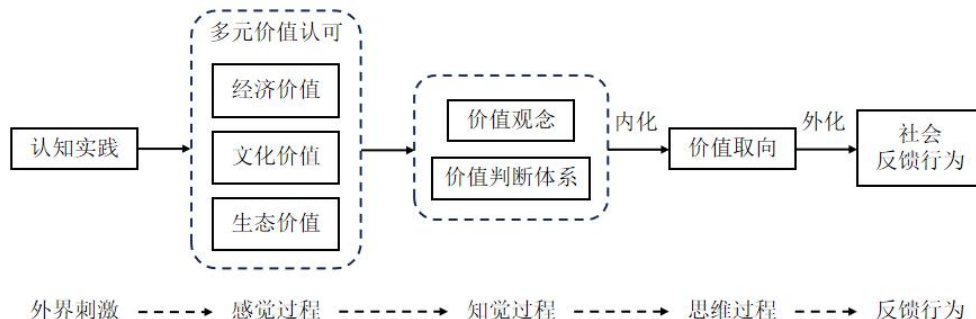


图2 地理标志的整体性赋权框架

最后，依据信息加工系统理论，价值认同是以地域内居民为主的行动者在认知实践中，对地理标志的经济、文化、生态等多元价值的认可，逐步形成价值观念和价值判断体系，内化为指导农民生产生活实践的价值取向，最终外化为农民亲社会表征的社会反馈行为（杨晓曦和张克克，2019；彭聘龄，2019）。它是农民生产生活实践的重要指引，也是民族山区和美乡村建设的根本遵循。依据反馈效应原理，社会反馈行为是农民在行为意愿层面对地理标志的善意表达，体现了地理标志发展是否足以激发农民认同感与归属感（邓睿，2022）。

具体到多元价值，行动者对地理标志价值认同（见图3）的表现包括三个方面。在经济价值层面，可以表现为内部主体对地理标志发展物质成果的共享程度以及外部主体对地理标志产品的购买程度（López-Bayón et al., 2020）。在文化价值层面，内部主体对地理标志的价值认同实质上是从“地域感”中衍生出的文化认知与创造能力（Olmedo et al., 2023）：一方面是地域内居民对本地文化与外来文化的认识与接受能力，即文化认知能力；另一方面是基于文化认知而来的创造能力，即文化创造能力。此外，还包含促进自然环境保护、人与自然和谐共生的生态价值（李钊等，2023）。



注：图中“----->”连接的发展过程代表行动者在认知实践中对地理标志多元价值的信息加工系统过程。

图3 行动者对地理标志价值的认同过程

综上所述,本研究从民族山区茶农视角构建“资源—参与—认同”的地理标志新内源发展理论分析框架。然而,该理论分析框架能否综合反映农民生产生活实践推动地理标志新内源发展和民族山区和美乡村建设的实然状态,需通过具体案例进行验证。本文基于实地调查,通过深度剖析景迈山普洱茶区发展案例,系统地探析民族山区茶农视角下,地理标志引领民族山区和美乡村建设的新内源发展机制。

三、研究方法与案例选择

(一) 研究方法和资料来源

本研究旨在分析地理标志新内源发展如何推进民族山区和美乡村建设,属于“如何(how)”问题范畴,宜采用纵向单案例研究方法,以识别地理标志新内源发展机制(殷,2017)。遵循三角测量法(刘志迎等,2018),本研究从多个信息来源收集案例数据,将多方信息进行相互补充和交叉验证,以确保所选案例信息的准确性,力图增强调查的可信度与研究结论的说服力。研究资料的获取渠道具体如下:一是通过实地观察与半结构化访谈的方式收集一手资料。课题组于2023年7—8月赴云南省普洱市澜沧拉祜族自治县惠民镇景迈山开展实地调查,并于2023年10月、2024年2月和2024年5月通过线上回访的方式进行补充调查,确认访谈获取的相关信息。课题组成员重点对景迈大寨、翁基古寨与糯干古寨的茶农进行多次半结构化访谈,考察特色地理标志资源对民族山区和美乡村建设与茶农日常生活实践的实际影响。二是从农业农村部与文化和旅游部等政府部门的公开资料、媒体报道中收集与研究案例相关的二手资料。

(二) 案例选择

地理标志产品以农产品为主,云南省作为农业大省,2022年从事第一产业的就业人员数(1225万人)占全省就业人员数(2735万人)的44.79%^①。茶产业是云南高原特色农业产业之一,2022年云南省茶叶种植面积为795.50万亩,茶叶产量为53.40万吨,分别位居全国第一^②,茶叶综合产值高达1380亿元^③,占种植业综合产值(3629.90亿元)^④的38.02%。普洱市普洱茶在云南省茶产业中处于重要地位,2022年普洱市普洱茶茶叶种植面积为209万亩,占全省茶叶种植面积的26.27%;产量为14.46万吨,占全省茶叶产量的27.08%;综合产值392.46亿元,占全省茶叶综合产值的28.44%^⑤。普洱茶地

^①资料来源:《中国统计年鉴2023》, <https://www.stats.gov.cn/sj/ndsj/2023/indexch.htm>。

^②资料来源:《“三茶”统筹 云南向茶业强省迈进》, https://nync.yn.gov.cn/html/2023/lvseshipin-lunbo_1206/402625.html。

^③资料来源:《“世界茶源”名扬四海——云茶产业高质量发展观察(上)》, https://www.yn.gov.cn/ztgg/jdbyjtwhjc/cyh/llyj/202305/t20230521_259351.html。

^④资料来源:《2022年云南经济运行数据显示——经济总量稳步扩大 发展质效显著提高》, https://www.yn.gov.cn/ywdt/bmdt/202301/t20230120_253676.html。

^⑤资料来源:《普洱市用好用足资源优势——把资源经济做大做绿做新》, https://www.yn.gov.cn/ztgg/zdszjjpcynjtd/xwjj/202305/t20230530_259745.html。

理标志发展较为成熟，2008年，普洱茶被注册为地理标志保护产品，国家质量监督检验检疫总局与国家标准化委员会颁布了普洱茶产品国家标准（GB/T 22111—2008）^①。作为地理标志的典型代表，云南省普洱茶地理标志无疑是一个极具价值的研究案例。

1. 案例区域选择。本文将景迈山普洱茶区作为研究案例，具体基于如下三方面的考虑：第一，普洱茶地理标志的地域范围涉及云南省多个地级市，而普洱市澜沧拉祜族自治县景迈山普洱茶区是全国千年古茶树区之一。不同于人工选育的台地茶，生态茶树（树龄100年以上）和古树茶树（树龄300年以上）才是普洱茶地理标志的核心资源。第二，景迈山上有景迈村、芒景村两个行政村，包括5个民族的居民，其中世居此地的布朗族和傣族居民共同创造了独特的以“茶”为核心的景迈山民族文化。第三，2023年9月17日在第45届世界遗产大会上，“普洱景迈山古茶林文化景观”申遗成功，成为全球首个以“茶”为主题的世界文化遗产^②。景迈山普洱茶区发展经历从弱到强，从无名到知名的蝶变，其发展经验对具有类似资源禀赋的民族山区具有参考价值。

2. 样本茶农选择。借鉴张露和罗必良（2020）对农户分化路径的研究，结合农户经营目标的转换，将茶农划分为生存型、生产型、功能型与生活型：部分茶农家庭收入水平较低，古树普洱茶生产所需的劳动力等生产要素主要由茶农个体提供，呈现比较初级的、自给自足的经济特征，该类茶农为生存型茶农；部分具有经营能力的茶农，通过引入机械等先进生产要素，发展为以提升生产效率为途径，以产量最大化为目标的生产型茶农（张露和罗必良，2022）；部分茶农开展家庭内部的代际分工，以老龄劳动力为古树普洱茶生产经营的核心，发展为追求生活幸福感与舒适感的生活型茶农；部分茶农选择拓展农业多种功能，基于区域特色地理标志资源选择性转型从事观光生态农业和体验式文化旅游业，成为功能型茶农。

本文调查选取典型抽样与随机抽样相结合的方法，课题组先在景迈山普洱茶区内，根据农业农村部提供的信息选取地理标志资源保护与挖掘的典型村落，然后在选取的典型村落中随机抽取茶户，再选取各茶户中主要的劳动力或对外联系者，最后从这些个体样本中选取具有代表性的茶农。为确保访谈的效度与信度，在访谈过程中，安排懂汉语与景迈山方言的专员与课题组成员对接，要求调查人员在受访者同意的前提下全程录音，确保信息收集的准确性。访谈内容除了包含茶农个体与家庭的基本特征、生产经营特征、收入水平、销售渠道等信息，还包括茶农所在村落的民俗文化、宗教信仰和经济发展水平等基本信息。课题组成员发现，继续增加访谈人数难以再获得新的论据与观点，这表明案例访谈信息已饱和。

课题组选取的接受深度访谈的样本茶农的基本信息如表1所示。

^①资料来源：国家标准全文公开系统，<https://openstd.samr.gov.cn/bzgk/gb/newGbInfo?hcno=CAF792AAE4A96101F217C44250C8C8E4>。

^②资料来源：《“普洱景迈山古茶林文化景观”申遗成功》，https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202309/content_6904636.htm。

表 1 样本茶农的基本信息

访谈信息		生存型茶农	生产型茶农	生活型茶农	功能型茶农
个体特征	访谈对象	岩俄先生	张先生	岩在先生	艾药先生
	民族	傣族	汉族	傣族	布朗族
	年收入	10 万~20 万元	约 20 万元	40 万~50 万元	约 40 万元
	宗教信仰	南传上座部佛教	无	南传上座部佛教	南传上座部佛教
	文化特征	傣族剪纸手艺人	普洱茶文化传播者	傣族文字传播者	懂汉语的布朗族茶农
	主体类型	传统茶农	农民专业合作社领办人	个体工商户	两家农民专业合作社领办人，注册一个商标；民宿经营者
	对地理标志的认知	不了解普洱茶地理标志	熟悉普洱茶地理标志	了解普洱茶地理标志	较熟悉普洱茶地理标志
生产经营特征	古茶林面积	约 50 亩	约 35 亩	约 10 亩	约 20 亩
	生态茶林面积	0 亩	0 亩	约 20 亩	约 70 亩
	生产成本	雇用采摘工人费用	机械费用和雇用采摘工人费用	雇用采摘工人费用	机械费用和雇用采摘工人费用
茶叶加工方式		传统加工工艺	自家机械加工	传统加工工艺	传统加工工艺+自家机械加工+租赁机械加工
茶叶销售渠道		通过“熟人社会”网络关系销售	通过“熟人社会”网络关系销售	通过“熟人社会”网络关系销售	通过“熟人社会”网络关系、自营茶店、经销商等方式销售

生存型茶农：岩俄先生，傣族，居住于景迈村糯岗古寨，是南传上座部佛教信仰者、傣族剪纸手艺人。他从事普洱茶生产经营，但是不了解普洱茶地理标志，年收入 10 万~20 万元。家庭经营祖传古茶林约 50 亩，生产成本主要为雇用采摘工人费用。他家的茶叶加工方式为全部鲜叶采用铁锅杀青、手工揉捻、日光干燥等传统加工工艺。普洱茶产品销售主要依托“熟人社会”网络关系，曾尝试借助网络平台进行销售，但因产品价格高、语言不通等障碍而放弃。

生产型茶农：张先生，汉族，居住于景迈村景迈大寨，家中仅他自己从事普洱茶生产经营，了解普洱茶地理标志，是一家农民专业合作社领办人，年收入约 20 万元。张先生经营祖传古茶林约 35 亩，生产成本主要为雇用采摘工人费用和机械费用。他生产的茶叶中，大部分鲜叶利用自家工厂机械加工。张先生购置揉捻机、杀青机、烘焙机、色选机等机械的总价值约 60 万元。普洱茶产品销售主要依托“熟人社会”网络关系。

生活型茶农：岩在先生，傣族，居住于景迈村糯岗古寨，少时出家，16 岁还俗入寨务农经商，是南传上座部佛教信仰者与傣族文字传播者。岩在先生了解普洱茶地理标志，是个体工商户，年收入 40 万~50 万元。家庭总共有 4 口人，主要由岩在先生的父母从事普洱茶生产经营，经营祖传古茶林约 10 亩、生态茶林约 20 亩，生产成本主要为雇用采摘工人费用。他家的茶叶全部鲜叶采用传统加工工艺。普洱茶产品销售主要依托“熟人社会”网络关系。

功能型茶农：艾药先生，布朗族，居住于芒景村翁基古寨，是南传上座部佛教信仰者，懂汉语。家中本人和妻子从事普洱茶生产经营，了解普洱茶地理标志，是两家农民专业合作社领办人，注册一个普洱茶商标，且在翁基古寨中经营一家民宿，年收入约40万元。家中经营祖传古茶林约20亩、生态茶林约70亩，生产成本主要为机械费用和雇用采摘工人费用。他家生产的茶叶，鲜叶利用自家工厂机械加工和租赁部分机械加工。艾药先生自家购置了揉捻机和杀青机。普洱茶产品销售主要依托“熟人社会”网络关系、自营茶店和经销商3种渠道。

四、普洱茶地理标志引领景迈山和美乡村建设的新内源发展机制

地理标志新内源发展要素为地域资源、整体性赋权和价值认同。其一，地域资源是茶农生产生活的实践的重要前提，茶农生产生活实践首先需解决资源整合利用问题。其二，整体性赋权是茶农生产生活的实践的重要动力，个体赋权实现茶农能力提升及权能重建、组织赋权强化茶农间知识与技术交流、环境赋权构建“三生一体”新格局。其三，价值认同是茶农生产生活的实践的重要指引，在茶农认知实践中，通过唤起茶农经济价值认同，统一茶农文化价值认同，形成指导茶农生产生活的实践的多元价值取向，促进茶农社会反馈行为。

（一）地域资源：茶农生产生活的实践的重要前提

地域资源是茶农生产生活的实践的重要前提，对地域内茶农具有非排他性，所带来的利益能惠及全体茶农。由前文分析可知，茶农生产生活的实践需整合利用内部资源与外部资源，其中内部资源主要包括自然资源与人文资源。

1.古茶树是茶农生产生活的实践的重要资源。先民“驯化”、栽培的古茶树是当代茶农生产生活的实践的重要资源：

其一，在生产经营上，景迈山海拔较高，气候温湿，在适应景迈山自然环境的经济作物中，茶树经济价值最为突出。随着市场追求“愈陈愈香”“自然生态”的茶叶品质，高污染的台地茶被市场抛弃，自然生态的古树茶被市场追捧，古茶树的经济效益越发凸显。对此，茶农艾药先生在访谈中介绍：

“在经营茶叶前，我种过甘蔗，但单价太低、运输成本太高，根本不赚钱，难以养家糊口。所以我选择继承父辈生产经营的茶树，它们养活了我，也养活了我的儿女。”

其二，在生活环境上，当地茶农仍保持以茶为食、以茶为菜、以茶为药的生活习惯；随着古茶树经济价值的攀升和社会对自然生态的重视，地方政府设立古茶树保护区。与之相配套，地方政府实施一系列生态移民工程，坚持“人退茶进”施政理念。居住在景迈大寨的茶农张先生谈道：

“政府提出‘整体保护’的观点，要求在建筑物外貌、材料等方面保持传统风貌，不协调的建筑都将拆除，以最大限度地减少人类活动对古茶林和古村寨的干扰。”

2.制度规划是茶农生产生活的实践的外部支撑因素。就地理空间范围而言，景迈山普洱茶区地缘环境封闭，交通基础设施条件落后。就经济发展程度而言，历史上景迈山经济生产呈现非集约式的特点，加之茶农受教育程度低，现代技术缺乏，使得贫困在景迈山区域发生代际传递。就民族文化特质而言，景迈山居民民族呈现多元化特征，形成于特定地理空间范围内的民族文化根深蒂固。与此同时，景迈

山是中国共产党团结少数民族、增强中华民族凝聚力的重要场域。就历史机遇而言，党的二十大报告提出要深化文明交流互鉴，推动中华文化更好走向世界，茶文化是中华文化的重要组成部分，景迈山是茶文化的具象体现，国家文物局与云南省人民政府自2010年起就组织开展景迈山普洱茶区保护与申遗工作^①。在中华民族伟大复兴征程中，民族山区经济发展与社会转型更为依赖国家制度规划（吕进鹏和贾晋，2023）。

基于保护自然生态的出发点和落脚点，普洱市政府根据古茶树资源轻保护、生态承载力达到峰值等现状，颁布《普洱市古茶树资源保护条例》，明确单株古茶树实施挂牌保护规划，严禁任何主体私自移栽、采伐古茶树，古茶树保护得到了良好的制度保障^②。此外，基于人地矛盾突出等问题，惠民镇人民政府颁布《景迈山景迈、芒景行政村村庄规划》，提出严格控制人口自然增长、限制外来人口落户、确定村落空间增长边界的人地关系政策设计，鼓励人口和企业向山下合理迁移^③。茶农岩俄先生介绍：

“县里来人采集土壤，此后便挨家挨户宣传茶林土壤肥力已达到警戒值，不能挖去任何品种的树木（包括枯萎的）栽植茶树，也不能寻找空地新栽茶树。”

值得一提的是，政府除了担任管理者，更是担任服务者、推动者。作为服务者，普洱市政府定期为茶农提供有关文化遗产的文化知识和茶叶生产经营的专业技能培训，增强茶农的文化认同度，提升茶农的专业技能能力；提供贷款和金融支持，推动茶农机械化生产；完善村落基础设施建设，夯实乡村发展的基础。作为推动者，普洱市政府推动茶农机械化生产，促进普洱茶产业化和现代化；定期送检茶叶，推动普洱茶品质化；建立区块链追溯平台，推动普洱茶数字化。

3.人文资源展现生态理念与和谐文化。景迈山世居民族在生产生活中形成以“和”为核心的景迈山茶文化，反映了景迈山茶农养生、修性、尊礼的精神内涵，塑造了景迈山茶农质朴、纯善的民族性格，表现在如下三方面：其一，茶农生产实践秉承自然与自然的“和”理念。古茶林依赖生态系统的自然调节作用，不施用农药，实现虫与茶的和谐共生。其二，茶农生产生活实践秉承人与自然的“和”理念。景迈山普洱茶区创造了生态智慧的垂直海拔土地利用方式，人类生活区远离古茶林，以降低人类生活行为对茶树生长、茶叶品质和动物繁衍的影响。为了纪念茶祖、茶神、动物神，傣族居民在干栏式建筑的屋脊上装饰了牛角，布朗族则是用“一芽两叶”来装饰。其三，茶农生产生活实践秉承人与人的“和”理念，在景迈山有限自然条件约束下，景迈山各民族没有发生过冲突，各茶农间、各民族间和谐相处，互帮互助。对此，茶农岩在先生介绍道：

^①资料来源：《申遗艰难历程 保护神圣使命——普洱景迈山古茶林文化景观申遗历程和保护对策》，http://www.ncha.gov.cn/art/2023/9/18/art_722_184114.html。

^②资料来源：《普洱市古茶树资源保护条例实施细则》，https://www.moj.gov.cn/pub/sfbgw/flfggz/flfggzdfzgwz/202305/t20230525_479539.html。

^③资料来源：《〈景迈山景迈、芒景行政村村庄规划〉方案公示》，<http://www.lancang.gov.cn/info/5847/407622.htm>。

“先民开垦山地种植茶树，家家户户靠土埂分离界限，有争议的茶树各户轮流采摘。百年中，没有邻里茶树归属矛盾。”

（二）整体性赋权：茶农生产生活实践的重要动力

“自上而下”的赋权难以有效激发茶农的主动性（俞振宁等，2018）。而整体性赋权将茶农置于乡土社会中，从三个方面激发茶农生产生活实践的主体动力：其一，个体赋权提升茶农能力，重建主体权能；其二，组织赋权促进茶农间知识、技术与生产要素流动；其三，环境赋权构建“三生一体”新格局。

1.个体赋权：提升茶农能力，重建主体权能。个体赋权是茶农将外部“权利”内化为“能力”的过程（岳晓文旭等，2022）。普洱市林业局以祖传茶林为参考依据，开展林地确权，使茶林位置和面积更为精准，强化林地使用权稳定性，避免潜在的林地纷争。此外，景迈山茶林具有投资价值和使用价值，林地确权促进茶农劳动力要素和资本要素投入。访谈得知，茶农的大部分茶叶加工机械是在林地确权后购置的，茶叶加工机械使用降低了茶农生产成本，提高了茶叶加工效率。茶农张先生在聊到生产成本时坦言：

“在效率上，相较于人工日均50千克筛选量，色选机日均筛选量高达1吨；在成本上，相较于人工每千克10元的筛选成本，色选机的筛选成本仅为每千克2元。”

2.组织赋权：促进茶农间知识与技术流动。林地确权赋予茶农更多生存发展权利，但受个人生产要素约束，茶农选择向市场购买服务，并开展茶农间合作。

其一，社会化服务是分工的产物，是知识资本和人力资本的高效传送器，能缓解茶农所面临的劳动力、资金、技术约束（钟真等，2020）。茶农逐步由服务需求主体向服务需求与供给“双主体”转变。张先生谈道：

“每年茶期，茶农来不及人工筛选茶叶，会委托我进行加工。我每千克仅收2.5元加工费，我收入增加了，村民也可降低生产成本，提高加工效率，实现合作共赢。”

“普洱茶蒸压成饼的传统工艺效率低，而压饼机占用空间大、生产成本投入高，所以我选择请村内其他茶农代为加工，邻里也放心。”

其二，茶农联合关系亲近者创办农民专业合作社，以社员为本位，以维护社员权益为宗旨，召开价格协定和技术交流会议。正如茶农艾药先生访谈中所介绍的：

“茶期来前，社员聚到一起商量茶叶价格，这样基本可保障整体利益。社员知根知底，互相交流加工技术，可共享销售渠道。”

3.环境赋权：构建“三生一体”新格局。景迈山普洱茶区建设重视地域可持续发展能力，致力于将其建设为长期性项目。在认知实践中，地方政府、集体组织及地域内居民合力推动传统生态智慧向生态伦理转变，构建了“三生一体”新格局。其一，景迈山普洱茶区作为茶叶天然林下种植方式的起源地，历代茶农按天然农法经营古茶林。在古茶林中选种桂花树和樟树等乔木，使茶叶具有天然香气，同时也抑制了部分病虫害；地面种植苔藓等草本植物，与枯枝落叶一起为茶树提供天然养分。其二，景迈山茶文化潜移默化地影响着茶农生活，饮茶品茶是一种生活方式和价值观的传承。在社交互动中，

茶农以茶会友，用茶道方式传递感情，增进亲友情谊；用茶道方式展现普洱茶品质，克服信息不对称的“道德困境”，塑造熟人社会销售网络。南传上座部佛教信仰者、剪纸手艺人岩俄先生谈道：

“每当村中来了游客，我便会招呼他们到我的家中饮茶，在交谈中我逐渐学会了汉语拼音和微信使用，自信增加了，整个人的状态也更好了。现在每年一到茶期，五湖四海的朋友都会在微信上向我订茶。”

其三，在茶林生态上，景迈山居民摒弃“高产密植”的茶林生态和现代台地茶园的人工生态，让古茶树生长在立体森林生态系统，形成“茶在林中，林中有茶”的共生状态。在人居环境方面，外围防护林环绕着古茶林，古茶林以古村落为中心，不同元素相得益彰，形成“山共林，林生茶，茶绕村”的人居生态。

（三）价值认同：茶农生产生活实践的重要指引

价值认同是一个动态的过程，是茶农生产生活实践的重要指引。通过唤起茶农经济价值认同、统一茶农文化价值认同、促进茶农多元价值认同，形成指导茶农生产生活实践的价值取向，进而推动茶农的社会反馈行为。

1.唤起茶农经济价值认同。茶农五项基础生活需求是唤起茶农对地理标志价值认同的前提：自我感觉良好、归属感和安全感、掌握生活、自由独立、养家糊口（MacKinnon et al., 2022）。普洱茶生产经营是茶农维持家庭基本生存需求、改善家庭生活条件的主要途径，给予茶农归属感和安全感。调查走访发现，景迈山普洱茶区的收入结构呈现“两边小、中间大”的橄榄形。各户年收入虽因祖传古茶林面积有所区别，但可通过提供茶加工服务维持生计。在访谈中茶农张先生谈道：

“家中孩子在县城上学需请人照顾，再加上家庭生活基本开销，维持现状每年需 19 万元，从事普洱茶生产经营是我所知的唯一途径。”

2.统一茶农文化价值认同。地理标志蕴含丰富的历史文化，由地域文化、民族文化与符号文化构成。茶农对普洱茶的文化价值认同，可具体表现为少数民族文化认同和中华民族文化认同。一方面，在文化认知上，茶农在与自然生态互动中，形成以“和”为核心的景迈山茶文化和原始的茶祖信仰。在文化创造上，景迈山人吸收先进文化传承方式，创造性地遏制景迈山民族文化传播断层。傣族文字传播者岩在先生直言：

“我是村落当中为数不多会写傣文的中年人。传统传承傣文的方式主要是在寺庙修行中老者言传身教，但是，现在的青年压根受不了学习傣文的苦，所以我尽力用汉语编写一本傣文教材，希望将傣文传承实体化。”

另一方面，普洱景迈山古茶林文化景观申遗成功是对“茶，起源于中国，兴盛于世界”观点的有力佐证，弥补了世界以茶为核心的景观遗产项目缺失，填补了世界农耕文明的一块拼图。于中国而言，普洱茶不仅是植物饮品，更是中华民族传统文化的媒介符码，承载着自“神农尝茶”以来中华上下五千年的历史脉络，也是中华民族农耕文明对世界人类文化宝库的伟大贡献。普洱景迈山古茶林文化景观申遗成功，充分回应了国际对中国茶树原产地的偏见，捍卫了中国在全世界种茶、饮茶等领域的话语权，有

助于保护古茶林生态环境,传承普洱茶独特制作工艺,盘活传承茶文化,提升中国茶文化软实力。

3.促进茶农多元价值认同。地理标志整体性和关联性特征决定了普洱茶价值不仅包括经济价值、文化价值,生产价值、生活价值、生态价值等也应纳入价值认同的实现范畴。在生产价值上,茶农充分整合利用景迈山原生古茶树的农业生产资源,打造以普洱茶地理标志特色农产品体系为支撑的生态农业,严守“天然农法”和普洱茶地理标志国家标准,向市场输送独特且优质的古树普洱茶。在生活价值上,茶农依托区域特色地理标志资源向市场输送高附加值农产品,以维持家庭生计稳定,且不再以单一的经济收益为古树普洱茶生产经营的目标,而是将乡土情结寄托于祖辈传承的制茶技艺,以追求幸福感、归属感与使命感等。在生态价值上,景迈山世居民族创造性地发明了适应自然的林下种茶方式,让古茶树生长在立体森林生态系统中,古茶树基因得以传承,生态系统多样性得到提升,显示出对当今地域可持续发展具有重要参考价值的生态伦理和智慧。

整体而言,景迈山普洱茶区地理标志引领和美乡村建设,为民族山区全面发展提供了新内源发展视角:以地方特色资源为依托,尤其是以人文资源为重心,整合外部资源,促进山区的经济发展;以地方居民的有效参与为核心,在参与中协调地方与超地方因素之间的关系,促进山区社会发展;激发地方居民的价值认同,以此为精神动力,促进山区的民族文化发展。“资源—参与—认同”在相互作用、相互协调的过程中有效推动民族山区和谐共生发展。

具体来说,地理标志资源新内源发展模式能够为民族山区建设宜居宜业和美乡村提供以下事实经验:第一,内外部资源的整合利用。和美乡村的建设离不开国家为农村发展提供充足的外部资源,但必须以充分了解地方特色资源的优劣势为前提,重视地域人文资源的整合意义,在自然资源保护式开发的基础上加以可持续利用。第二,以地方居民为核心,通过整体性赋权激发乡村主体参与动力。乡村发展的主战场在农村,因而农村的地方居民是核心参与力量,地方居民的有效参与对乡村建设与发展至关重要。地方居民在参与乡村发展的过程中依赖“礼治”与“法治”,借助个体赋权、组织赋权与环境赋权的力量,投身到地理标志资源的保护利用与创新发展中。第三,唤起参与主体的多元价值认同。在和美乡村的建设发展过程中,以地理标志资源和地方人文资源为纽带,促进参与主体形成对乡村发展多元价值的一致认同,将乡村建设发展的过程转变成为一种持续性的价值实践过程。

五、地理标志引领民族山区和美乡村建设的新内源发展路径

前文探索了新内源发展模式,并剖析了“资源—参与—认同”的地理标志新内源发展模式。在此基础上,结合景迈山普洱茶区民族山区和美乡村建设成效,进一步探讨地域资源保护式开发、多主体协同机制、人文精神引领相结合的地理标志引领民族山区和美乡村建设的新内源发展路径。

(一) 地域资源整合利用:普洱茶资源保护式开发

地域资源整合利用是茶农生产生活实践的重要前提,也是民族山区和美乡村建设的必要条件。秉承“在保护中发展、在发展中保护”理念,资源整合利用重心在于保护式开发,路径则是提升生态系统多样性、强化外部支撑体系、赓续人文资源。

1.提升生态系统多样性。景迈山普洱茶区地域资源整合利用需提升生态系统多样性。首先,地理标志能否长久发展取决于构成地理标志产品生产基础的地域资源禀赋利用是否可持续。古茶林资源作为景迈山普洱茶区的核心资源禀赋,地域资源整合利用需积极落实古茶树资源的基础定位,夯实古茶树资源普查工作。在明确古茶树资源树龄、分布等基本情况的基础上,构建茶树身份登记和识别系统,推进古茶树全基因序列技术应用,加强古茶树遗传基因信息收集、更新及管理工作,建设景迈山古茶树资源库。其次,地域资源整合利用需强调生物多样性在生态系统中的核心地位。加强生物多样性保护,整合利用地域资源,需要围绕人和自然的协调性,恢复生态景观,强化生态系统的韧性、野性和持续性,使生态系统经历扰动也有能力重组(刘畅和于晓华,2023)。

2.强化外部支撑体系。地域资源保护式开发需实现“有为政府+有效市场”的外部支撑体系。一方面,借助有为政府实现地理标志新内源发展:一是强化绿色制度建设。将绿色经济考评体系、“一个办法,两个体系”^①、生态系统生产总值(gross ecosystem product,简称GEP)与国内生产总值(gross domestic product,简称GDP)双核算、领导干部离职自然资源资产审计、绿色检察等制度贯穿于地理标志引领民族山区和美乡村建设的新内源发展中,实现制度引领、监管和保障的理想状态。二是实施一系列有效政策。各级政府依据遗产价值特性划分核心遗产保护区和遗传缓冲区,农业农村部门、自然资源部门以及生态环境部门等部门分工合作,形成政策合力。三是完善公共物品供给。水、电以及公路等公共物品供给成本高,易出现“搭便车”等市场失灵现象。完善公共物品供给需要有为政府通过政策扶持,改善基础设施条件,加快地域资源禀赋结构改变,如政府投资茶产品研发技术、政府引进专业技术人才、政府介入品牌宣传以及政府建立地理标志产品区块链追溯平台。

另一方面,借助有效市场推动组织结构演变,实现地理标志新内源发展:一是生产经营组织。在市场竞争激烈驱动下,景迈山普洱茶区形成“茶农+新型经营主体”和“林地规模经营+服务规模经营”生产模式,形成规模化经营和专业化分工,普洱茶生产经营走向规范化、规模化和集约化。二是销售组织。在社会主义市场经济体制下,茶农积极融入市场,依法经核准登记为个体工商户,规范商业经营行为。在“互联网+”发展模式中,普洱茶产业发展逐渐打破地域与信息约束,拓宽传统销售模式。三是产业组织。景迈山普洱茶区建立“茶农+合作社+龙头企业+有机技术服务中心+有机茶产业联盟”综合产业体系,并通过品牌效应积累,以第一产业为基础,带动生态旅游、文化旅游、乡村旅游和健康旅游等第三产业发展,走出一条“以茶促旅、以旅带茶、茶旅互融”的乡村振兴道路。

3.赓续人文资源。相较于古茶树自然资源,人文资源同样扮演着重要角色。人文资源传承的核心在于人文资源依旧在生活中被地域内居民使用。景迈山人文资源赓续在村落建设、民俗活动、生活习俗三方面得以彰显。首先,在村落规划中,村落内的建筑形态受政府统一管理、整体保护。作为中国少数民族特色村落,村落内任何建(构)筑活动都需经村委会向普洱景迈山古茶林保护管理局报备申

^①资料来源:《统计局局长:积极开展绿色发展评价 着力助推生态文明建设》, https://www.gov.cn/xinwen/2016-12/23/content_5151966.htm#1。

请，在建筑色彩、建筑材料、建筑高度等方面与整个村落保持一致，与村落传统风貌不协调的建筑，政府都将协商拆除。其次，在尊重少数民族宗教信仰的基础上，将“天地人和”的景迈山茶文化与“人与自然和谐共生”的习近平生态文明思想结合。当地村民通过开展“祭拜茶祖”等民俗活动，以“在地化”^①的方式讲好中国故事。最后，在衣食住行方面，保持民族传统特色。茶农日常身着傣族、布朗族等民族服饰，向外来者提供以茶叶为食材的菜肴，以展示民族文化资源，延伸区域特色的地理标志资源产业链、利益链与价值链；村落房屋修缮秉持“修旧如旧”理念，保持村落整体风貌；通往村落的茶马古道依旧被村民使用，延续了区域特色地理标志资源的使用价值。

（二）地理标志主体动力：多主体协同机制

整体性赋权是茶农生产生活实践的重要动力，也是民族山区和美乡村建设的基础保障。激发主体动力的重心在于构建内外联动的多主体协同机制，路径则是完善“政府引领+地域微自治组织共管”模式和“传统茶农+新型经营主体”模式。

1. “政府引领+地域微自治组织共管”模式。民族山区利益主体多元化、独特的地域特征决定了民族山区和美乡村建设不能单纯依靠自上而下的治理方式，而是应当依靠地方政府、村委会、地域行业协会、企业以及村民基于共同利益形成的共治过程。一方面，各级党政系统需要充分发挥应有的引领作用，在明晰不同利益主体诉求的基础上，通过分析地理标志的价值和现状，为地理标志发展提供良好的政策扶持、技术帮扶和管理支持，以支持和促进民族山区乡村的活态演进。另一方面，由普洱茶协会、村委会等利益相关者联合成立微自治组织，通过协商解决保护与发展议题，加强统筹协调，建立联动机制，协调沟通联防联控，形成地理标志引领民族山区和美乡村建设的合力。此外，景迈山普洱茶区是少数民族聚居区，民族底蕴和宗教文化深厚，在以中国特色社会主义核心价值观助力移风易俗时，也可借助村规民约在传统治理方面的有效性、头人和宗教首领在村落居民中的影响力来加强和美乡村建设。

2. “传统茶农+新型经营主体”模式。地理标志的保护和利用都不是地理标志发展的最终目标，活态传承，民族山区和美乡村建设才是。要让地理标志活起来，不仅是政府的专利，更是亿万民众的共同事业。一方面，茶农是普洱茶最重要的投入主体和实践主体。首先，需要畅通茶农诉求表达机制。随着信息化和市场化发展，茶农表达意愿与权益的意识逐步增强，地域微自治组织需及时调整组织与工作机制，畅通问题反馈和主体参与渠道，重视民众主体性，发挥民众积极性。其次，应健全地理标志宣教机制，利用宗教信仰、传统媒体和新媒体普及汉语并宣传地理标志新内源发展的成效，强化民众对地理标志的价值认同。最后，应健全利益共享机制，支持茶农在维持古村落原貌的基础上，参与乡村旅游、文化旅游等第三产业，丰富茶农收入来源，让民众真正地成为景迈山地域资源的传承者、保护者和受益者。另一方面，新型经营主体是现代化农业建设骨干力量。一是要健全农民专业合作社

^① “在地化”通常指的是外来事物或文化在进入一个新的区域时，尊重并采用该区域的特色和文化元素，以适应该地的文化和习俗。这种策略强调的是对地的尊重和适应，即外来者融入所居地的过程。

长效机制。完善“因社制宜”的章程制度，健全组织机构，加强社内信息变更登记，强化地方政府对农民专业合作社不作为的行为监管和督促。二是要建立家庭农场运营制度。立足地域特有资源，利用组织化和数字化技术适应市场需求，实现家庭农场与市场深度融合。

（三）人文精神引领：校准实践

价值认同是以地域内居民为主体的行动者对地理标志的多元价值认可，而后内化为指导茶农生产生活实践的价值取向，外化为茶农亲社会表征的社会反馈行为，是茶农生产生活实践的重要指引，也是民族山区和美乡村建设的根本遵循。茶农社会反馈行为的重心在于人文精神引领。景迈山蕴含的茶文化、马帮精神等人文精神与中华民族的茶道精神、人文精神一脉相承，顺应了绿色发展理念、体现了艰苦奋斗精神，具有全局指导意义。景迈山普洱茶地理标志的新内源发展坚持“绿水青山就是金山银山”理念，发扬艰苦奋斗、团结合作、开拓创新的精神，将景迈山茶文化、马帮精神贯穿于地理标志引领民族山区和美乡村建设的新内源发展中，以茶文化为引领，校准普洱茶地理标志发展方向；以马帮精神为引领，校准普洱茶地理标志实践动态。

1.以茶文化为引领，校准普洱茶地理标志发展方向。景迈山茶文化结合绿色发展理论是地理标志活态演进的正确引领，能校准地理标志引领民族山区和美乡村建设的新内源发展方向。首先，中央、地方各级党委和政府的领导决策需秉承“保护式开发”的基本方针，以绿色可持续发展为标尺，在发展中协调发展和生态保护的矛盾，摒弃“唯GDP论”的非全面性和非协调性的发展观点以及资源推动型的路径依赖；在考虑生态承载力的基础上，将以“和”为核心的景迈山茶文化贯彻于地理标志引领民族山区和美乡村建设中，实现自然与自然生态系统和谐、人与自然人地关系和谐、人与人和谐共生。其次，使用普洱茶地理标志的企业是地理标志发展的重要主体，企业谋求提质增效的长期发展，需秉承绿色发展理念，不能只追求利润最大化，而需立足于生态优先、“双碳目标”、绿色发展等国家重要战略站位，将环境、资源置于经济发展之前，以“敬天爱林”之心守护古茶树资源，实现绿色、安全、高效的经济。最后，茶农应将自然生态系统、村落肌理格局、传统人文历史等物质空间和非物质文化视作民族山区和美乡村建设的重要组成部分，传承“天人合一”的传统智慧，在生产生活实践中存续人文资源。

2.以马帮精神为引领，校准普洱茶地理标志实践动态。茶马古道开辟于纵横交错的横断山脉与青藏高原间，自然环境恶劣、匪患不断使运送物品的马帮人孕育了非凡的生存能力与环境适应能力，强烈的团队意识和服从意识，行侠仗义与诚实守信的豪迈精神，以及良好的人际沟通与交际能力。马帮文化沿着绵延茶马古道融入各民族、各地区的文化元素，遍及多个城镇与村寨，铸就了现代文明中特有的马帮精神，顺应了时代发展的文化要求。普洱茶区的茶农很好地传承了马帮精神中的艰苦奋斗、团结合作、开拓创新的精神。首先，不畏艰险、艰苦奋斗的精神有助于增强茶农战胜困难的决心，提升他们适应自然灾害、气候变化和市场挑战的能力。其次，相互帮扶、团结合作的精神有助于促进茶农团结协作，促进他们合资购买生产机械以提高生产效率，共享加工经验和技能以维系普洱茶品质，从而实现共赢发展。最后，勇于开创的精神引领茶农生产生活实践。在传承传统茶叶加工工艺上，茶

农以机械提高茶叶加工效率，创新性地实现传统生产技艺的精细农业和机械化生产的现代农业和谐共存；在生茶、熟茶基础品类上，茶农根据生态因子选定最优鲜叶加工方案“因性制茶”，研发出月光茶、白茶等茶产品。

综合以上分析，本文结合景迈山普洱茶区民族山区和美乡村建设成效，提出保护式开发、多主体协同、人文精神引领相结合的地理标志引领民族山区和美乡村建设的新内源发展路径，如图4所示。



图4 地理标志引领民族山区和美乡村建设的新内源发展路径

六、结论与启示

（一）研究结论

依靠“外源与内源”发展动力割裂的二元发展模式，难以建立引领民族山区和美乡村建设的长效发展机制。基于新内源发展理论，本文依据“发掘资源—激发动力—价值认同”的发展逻辑，构建“资源—参与—认同”的地理标志新内源发展分析框架，以云南省景迈山普洱茶区为案例，提出地理标志引领民族山区和美乡村建设的新内源发展路径。

本文研究发现：

第一，为实现农民共同利益和地域可持续发展，地理标志保护区中和美乡村建设需以地域资源为基础，激活地域内主体实践动力，充分利用地域外资源，实现地理标志新内源发展。第二，地域资源由内外部资源构成，是农民生产生活实践的重要前提，也是民族山区和美乡村建设的必要条件。地域资源整合利用的重心在于保护式开发，途径则是提升生态系统多样性、强化外部支撑体系、赓续人文资源。第三，由个体赋权、组织赋权、环境赋权构成的内外共生的整体性赋权体现了地理标志的参与性和整体性，蕴含“农民自助”“农民互助”“集体认同”的理念内涵，是农民生产生活实践的重要动力，也是民族山区和美乡村建设的基础保障。整体性赋权的重心在于激发主体动力，实现手段则是

构建“政府引领+地域微自治组织共管”和“传统茶农+新型经营主体”的多主体协同模式。第四，价值认同是以地域内居民为主体的行动者对地理标志多元价值的认可，而后内化为指导主体生产生活实践的价值取向，并外化为农民社会反馈行为，是农民生产生活实践的重要指引，也是民族山区和美乡村建设的根本遵循。实现价值认同的重心在于人文精神的引领，价值认同的方向则是以传统农耕文化为指引，校准特色地域资源发展的方向；以艰苦奋斗、团结合作、开拓创新的精神为引领，校准特色地域资源的实践动态。

（二）研究启示

基于研究结论，本文得到如下政策启示。

第一，政策合力是地理标志引领民族山区和美乡村建设的根本保障。党中央多次通过重要会议强调要打造区域公用品牌，强化农产品地理标志保护。地理标志已成为区域农业发展过程中构建竞争优势必不可缺的资源。地理标志涉及农户、行业组织、合作社、农业企业、地方政府等多元主体，需要发挥政策合力，形成协同治理运行体系。

“有为政府”在以地理标志作为重要抓手推动民族山区和美乡村建设时，要作为重要的外部支撑力量，强化顶层设计的系统性思维和全局性治理。一方面，要拓宽政策协同范围，在创新政策措施制定上，强化行政措施、金融措施和财税措施之间的协同性，由单一措施向多元政策措施转变；在政策目标设定上，除经济发展目标外，探索将保护乡村原生空间肌理、传承乡土空间文化内涵、保护自然生态系统纳入政策制定目标。另一方面，要构建部门协同机制，在各级党组织引领下，明确农业农村部、自然资源部、生态环境部、住房和城乡建设部以及金融部门等部门的职责分工，构建部门合作机制，减少地理标志引领民族山区和美乡村建设过程中因条块分割产生的效率损失。

第二，守正创新是地理标志新内源发展的不竭动力。地理标志是一种具有“亲农性”的知识产权，地理标志制度保护下的生物遗传资源也是传统文化遗产的重要构成和载体。立足于农耕文明的历史底蕴，发展生态低碳农业响应了人与自然和谐共生的时代要求。宜居宜业和美乡村建设需要推动农耕文明和现代文明要素有机结合，加强乡村优秀传统文化保护传承和创新发展，书写中华民族现代文明的乡村篇。

对于民族山区地理标志引领下的新内源发展，守正创新可考虑从如下三个方面发力：一是，因地制宜地进行农地林地制度改革，盘活乡村闲置资源，提高乡村要素使用效率，通过茶农个人赋权激发茶农生产参与的内生动力，促进茶农生产效率提升。二是，积极鼓励乡村发展壮大新型经营主体，形成传统小农户与农民专业合作社、家庭农场、龙头企业等新型经营主体协同共存的多种经营机制。通过组织赋权，实现地理标志农产品采用古法技艺生产与现代先进设备技术的有机结合，从传统单一的销售方式向利用网络信息技术的现代销售渠道转变。三是，构建乡土社会礼治、法治、德治三治共治的乡村治理体系。民族山区独特的地理资源优势与丰富的民族文化形成了生产、生活、生态“三生一体”的自然格局，通过环境赋权，创新移风易俗，发挥村民自治作用，强化村规民约的激励约束功能，完善各级党组织领导，实现动态制度创新与管理，形成地域微自治与政府引领的有序共治格局，让农村既充满活力又稳定有序。

第三，价值认同是宜居宜业和美乡村建设的精神导向。价值认同是一个动态的过程，是农民生产生活实践的重要文化指引。民族山区可依托农业农村特色资源，强化地理标志保护，开发农业多种功能，挖掘乡村多元价值，做好“土特产”文章。地方政府携手多方主体通过打造地理标志农产品品牌，唤起农民经济价值认同、统一农民生态与文化价值认同、促进农民多元价值认同，形成指导农民生产生活实践的价值取向，进而推动农民的社会反馈行为。

民族山区要立足乡村特色资源，挖掘具有农耕性质、民族特色、地域特点的农事习惯和乡土文化，促进乡村地理标志资源经济价值、文化价值与生态价值实现与统一。一是大力宣传地理标志农产品，强化地标品牌效应。深挖地域特色历史人文因素与传统文化精华，让地标农产品独特的品质成为“舌尖”“乡愁”“情怀”等消费要素的良好载体，有效满足人民群众日益增长的特色文化消费需求，让老少边穷地区的传统特色资源插上地标的翅膀，走出大山深谷，实现乡村地区农民增收。二是确保地标产品独特品质，提升核心竞争力。地标产品对产地要求、品种范围、生产控制以及产后处理等方面有特殊要求。因此，民族山区通过发掘优异种质资源、提纯复壮地方特色品种，采用绿色标准化生产技术，打造地域特色突出、知名度高、有影响力的农产品品牌，提升地标产品核心竞争力与市场溢价。三是形塑地标产品多元文化样态，提升地标农产品附加值。地标农产品的文化积淀凝结着农业生产者的生产生活生态智慧，承载着乡愁和味蕾思念，能够增强人们对家乡文化的认同和自信，让徘徊在现代化边缘的传统生产生活方式得到肯定和支持。积极保护特色农业地标文化，促进其创造性转化与创新性利用，是对优秀传统农耕文化的传承和弘扬。

参考文献

- 1.陈喜、王凯，2020：《地理标志对城乡收入差距的影响研究——基于安徽省县域面板数据的实证分析》，《华东经济管理》第9期，第23-29页。
- 2.程杰贤、郑少锋，2018：《农产品区域公用品牌使用农户“搭便车”生产行为研究：集体行动困境与自组织治理》，《农村经济》第2期，第78-85页。
- 3.程玲、向德平，2018：《能力视角下贫困人口内生动力的激发——基于农村反贫困社会工作的实践》，《中国社会工作研究》第2期，第115-139页。
- 4.邓睿，2022：《卫生服务可及性如何影响农民工主观生活质量？——基于流动人口健康重点领域专题调查的证据》，《中国农村观察》第2期，第165-184页。
- 5.葛丹东、童磊、吴宁、胡蕊娟，2014：《营建“和美乡村”——传统性与现代性并重视角下江南地域乡村规划建设策略研究》，《城市规划》第10期，第59-66页。
- 6.胡铭，2008：《基于产业集群理论的农产品地理标志保护与发展》，《农业经济问题》第5期，第26-31页。
- 7.黄炳凯、耿献辉，2022：《地理标志农产品生产者机会主义行为治理研究——基于集体行动视角》，《经济与管理》第2期，第19-26页。
- 8.李佳，2012：《乡土社会变局与乡村文化再生产》，《中国农村观察》第4期，第70-75页。

- 9.李钊、侯剑华、陈劲松, 2023: 《地理标志的信息资源管理研究逻辑解析》, 《图书情报工作》第14期, 第3-11页。
- 10.梁伟, 2022: 《农业转型的社区实践与驱动逻辑——基于湘中鹤山村的经验研究》, 《中国农村经济》第11期, 第2-20页。
- 11.刘畅、于晓华, 2023: 《农业转型和乡村振兴背景下的乡村“再野化”: 生态系统服务视角的分析》, 《中国农村经济》第4期, 第50-67页。
- 12.刘志迎、龚秀媛、张孟夏, 2018: 《Yin、Eisenhardt 和 Pan 的案例研究方法比较研究——基于方法论视角》, 《管理案例研究与评论》第1期, 第104-115页。
- 13.吕进鹏、贾晋, 2023: 《“革命老区+民族地区”叠加区域乡村振兴的多维困囿、现实契机与行动路径》, 《中国农村经济》第7期, 第143-163页。
- 14.马海龙、杨玟玟, 2023: 《新内生发展理论视阈下乡村特色产业发展的动力整合——以东北地区J村木耳产业为例》, 《原生态民族文化学刊》第4期, 第64-77页。
- 15.马历、龙花楼、刘炳胜, 2023: 《“内生—外源”视角下脱贫地区可持续发展研究进展及展望》, 《人文地理》第4期, 第17-25页。
- 16.彭聃龄, 2019: 《普通心理学》(原书第5版), 北京: 北京师范大学出版社, 第83-361页。
- 17.钱薇雯、董银果, 2023: 《中欧地理标志互认促进中国农产品出口——基于“双循环”视角的机制研究》, 《国际贸易问题》第6期, 第121-138页。
- 18.卿利军, 2021: 《全面推进乡村振兴中地理标志惠益分享机制重构研究》, 《理论探讨》第5期, 第125-130页。
- 19.苏悦娟、孔祥军, 2010: 《地理标志的政府营销理论依据和战略研究》, 《广西社会科学》第10期, 第59-63页。
- 20.檀学文, 2018: 《贫困村的内源发展研究——皖北辛村精准扶贫考察》, 《中国农村经济》第11期, 第48-63页。
- 21.王永生、刘彦随, 2023: 《绿水青山视域下中国乡村振兴模式提炼与分类研究》, 《地理研究》第8期, 第2005-2017页。
- 22.杨鹏程、周应恒, 2016: 《农产品地理标志的发展困境及优化方略》, 《甘肃社会科学》第3期, 第234-238页。
- 23.杨姗姗, 2022: 《民族地区巩固非遗脱贫成果内生发展能力培育》, 《社会科学家》第4期, 第60-67页。
- 24.杨晓曦、张克克, 2019: 《价值认同视角下乡愁对乡村振兴的路径规训》, 《湖北民族学院学报(哲学社会科学版)》第6期, 第109-116页。
- 25.殷, 2017: 《案例研究: 设计与方法》(原书第5版), 罗伯特、周海涛、史少杰译, 重庆: 重庆大学出版社, 第33-84页。
- 26.俞振宁、谭永忠、茅铭芝、吴次芳、赵越, 2018: 《重金属污染耕地治理式休耕补偿政策: 农户选择实验及影响因素分析》, 《中国农村经济》第2期, 第109-125页。
- 27.袁方成、李敏佳, 2023: 《整体性赋权: 乡村振兴背景下妇女发展路径创新——以“留守妇女共富学堂”项目为分析对象》, 《华中农业大学学报(社会科学版)》第4期, 第156-166页。
- 28.岳晓文旭、王晓飞、韩旭东、周立, 2022: 《赋权实践如何促进乡村新内源发展——基于赋权理论的多案例分析》, 《中国农村经济》第5期, 第36-54页。

29. 占辉斌、俞杰龙, 2015: 《农户生产地理标志产品经济效益分析——基于 437 户农户的调研》, 《农业技术经济》第 2 期, 第 60-67 页。
30. 张国政、徐增、唐文源, 2017: 《茶叶地理标志溢价支付意愿研究——以安化黑茶为例》, 《农业技术经济》第 8 期, 第 110-116 页。
31. 张露、罗必良, 2020: 《农业减量化: 农户经营的规模逻辑及其证据》, 《中国农村经济》第 2 期, 第 81-99 页。
32. 张露、罗必良, 2022: 《农业的减量化逻辑: 一个分析框架》, 《农业经济问题》第 4 期, 第 15-26 页。
33. 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。
34. 赵卫宏、凌娜, 2014: 《基于资源与制度视角的区域品牌化战略》, 《江西社会科学》第 7 期, 第 212-217 页。
35. 朱娅、李明, 2019: 《乡村振兴的新内源性发展模式探析》, 《中共福建省委党校学报》第 6 期, 第 124-130 页。
36. 钟真、胡珺祎、曹世祥, 2020: 《土地流转与社会化服务: “路线竞争”还是“相得益彰”? ——基于山东临沂 12 个村的案例分析》, 《中国农村经济》第 10 期, 第 52-70 页。
37. Bindi, L., M. Conti, and A. Belligiano, 2022, “Sense of Place, Biocultural Heritage, and Sustainable Knowledge and Practices in Three Italian Rural Regeneration Processes”, *Sustainability*, 14(8), 4858.
38. Bosworth, G., I. Annibal, T. Carroll, L. Price, J. Sellick, and J. Shepherd, 2016, “Empowering Local Action Through Neo-Endogenous Development: The Case of LEADER in England”, *Sociologia Ruralis*, 56(3): 427-449.
39. Cardoso, V. A., L. E. B. S. Lourenzani, M. M. Caldas, C. H. C. Bernardo, and R. Bernardo, 2022, “The Benefits and Barriers of Geographical Indications to Producers: A review”, *Renewable Agriculture and Food Systems*, 37(6): 707-719.
40. López-Bayón, S., M. Fernández-Barcala, and M. González-Díaz, 2020, “In Search of Agri-Food Quality for Wine: Is It Enough to Join a Geographical Indication?”, *Agribusiness*, 36(4): 568-590.
41. Lowe, P., J. Murdoch, and N. Ward, 1995, “Networks in Rural Development: Beyond Exogenous and Endogenous Models”, *Beyond Modernization*, 12(1): 87-105.
42. MacKinnon, D., L. Kempton, P. O’Brien, E. Ormerod, A. Pike, and J. Tomaney, 2022, “Reframing Urban and Regional ‘Development’ for ‘Left Behind’ Places”, *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 15(1): 39-56.
43. Marango, S., G. Bosworth, and N. Curry, 2021, “Applying Neo-Endogenous Development Theory to Delivering Sustainable Local Nature Conservation”, *Sociologia Ruralis*, 61(1): 116-140.
44. Olmedo, L., and M. O’Shaughnessy, 2022, “Community-Based Social Enterprises as Actors for Neo-Endogenous Rural Development: A Multi-Stakeholder Approach”, *Rural Sociology*, 87(4): 1191-1218.
45. Olmedo, L., M. V. Twuijver, and M. O’Shaughnessy, 2023, “Rurality as Context for Innovative Responses to Social Challenges – The Role of Rural Social Enterprises”, *Journal of Rural Studies*, Vol. 99: 272-283.
46. Ray, C., 1999, “Endogenous Development in the Era of Reflexive Modernity”, *Journal of Rural Studies*, 15(3): 257-267.
47. Shucksmith, M., 2010, “Disintegrated Rural Development? Neo-Endogenous Rural Development, Planning and Place-Shaping in Diffused Power Contexts”, *Sociologia Ruralis*, 50(1): 1-14.

48.Vecchio, Y., A. L. Iddrisu, F. Adinolfi, and M. D. Rosa, 2020, “Geographical Indication to Build up Resilient Rural Economies: A Case Study from Ghana”, *Sustainability*, 12(5): 2052.

(作者单位: 西南林业大学经济管理学院)

(责任编辑: 柳 荻)

Mechanisms and Paths of Geographical Indications Promoting the Construction of a Beautiful and Harmonious Countryside in Ethnic Mountainous Areas: An Analysis from the Perspective of New Endogenous Development

DANG Guoying GUO Yuxing ZHANG Liangang

Abstract: Based on the special regional resources, inheriting the excellent traditional culture of ethnic mountainous areas, and building a beautiful and harmonious countryside in the ethnic mountainous areas is the proper meaning of comprehensively promoting rural revitalization. From the perspective of native farmers in Yunnan ethnic mountainous areas, this study takes regional characteristic geographical indication resources as the research object, and constructs a new endogenous development analysis framework of “resource-participation-recognition”. The study finds that, first, the construction of a beautiful and harmonious countryside in ethnic mountainous areas should be based on special regional resources, activating the practice incentive of the main body in the region and making full use of resources out of the region. Second, maintaining the diversity of ecosystems, strengthening the external support system, sustaining human culture resources, and protecting the development and integrated utilization of regional resources are the necessary conditions for the construction of a beautiful and harmonious countryside in ethnic mountainous areas. Third, realizing the “government guidance and regional micro-autonomous organization co-management” and “traditional farmers and new business entities” multi-subject collaboration, and holistic empowerment of internal and external coexistence, are the basic guarantee for the construction of a beautiful and harmonious countryside in ethnic mountainous areas. Fourth, calibrating the special regional resources development direction guided by the traditional farming culture, and realizing the recognition of multiple values within and outside the ethnic mountainous areas guided by the spirit of hard work, unity, cooperation, pioneering, and innovation, are the fundamental principles of the construction of a beautiful and harmonious countryside.

Keywords: A Beautiful and Harmonious Countryside; New Endogenous Development; Geographical Indications; Harmonious Coexistence