

竹产品的非物质生产研究

武新艳¹, 郭明¹, 张金凤²

(1. 浙江农林大学 理学院, 浙江 临安 311300; 2. 浙江农林大学 马克思主义学院, 浙江 临安 311300)

摘要: 在分析现阶段中国竹产品的生产现状、存在问题、发展优势等基础上, 基于马克思全面生产有关理论论述, 结合西方哲学中有关非物质劳动的有益观点, 提出了竹产品的生产过程具有非物质生产特性, 就竹产品生产中所涉及的非物质因素, 竹产品开发中的竹文化、竹产品非物质设计中的创意元素、竹产品的品牌效应、竹产品的情感生产、竹产品的生产经营理念等进行了阐述, 并提出相关应用建议。参 16

关键词: 竹产品; 非物质生产; 马克思全面生产理论

中图分类号: S7-05 文献标志码: A 文章编号: 2095-0756(2013)02-0280-06

Study on the immaterial production of bamboo products

WU Xinyan¹, GUO Ming¹, ZHANG Jinfeng²

(1. School of Science, Zhejiang A & F University, Lin'an 311300, Zhejiang, China; 2. School of Marxism Studies, Zhejiang A & F University, Lin'an 311300, Zhejiang, China)

Abstract: In this paper, the production status, existing problems and developmental advantages of bamboo products in China have been analyzed. On the basis of relevant discussions of Marx's theory of all-around production in combination with the useful viewpoints about the immaterial labor in the western philosophy, the paper pointed out that the production process of bamboo products were characterized by immaterial production. The paper elaborated on the immaterial production factors involved in the bamboo products production, bamboo culture in the bamboo products development, innovative elements in immaterial design of bamboo products, brand effect, emotional production and management concepts of bamboo products were discussed and application suggestions were put forward. [Ch, 16 ref.]

Key words: bamboo products; immaterial production; Marx's theory of all-around production

非物质劳动论引起了学术界的广泛关注并逐渐成为研究热点^[1-3], 众多学者试图从不同角度解读其非物质劳动论与马克思主义生产理论的发展关联, 并联系马克思主义全面生产理论对它进行分析比较^[4-6]。随着中国社会物质产品的极大丰富和生产实践的不断发展, 借助于非物质劳动有关理论研究成果指导物质生产, 既具有一定的经济价值和现实应用意义, 也可不断丰富、完善和发展马克思主义全面生产理论, 但目前有关该方面的实证研究尚少。尽管学术界对非物质生产劳动从不同层次、不同立场进行的研究屡有报道, 但多以理论上进行分析论证^[7-8], 而将已有的论证与现实的社会生产行业相联系的实证研究尚处于起步阶段。此外, 关于中国竹产品生产及其发展中存在的不足, 国内学者主要从物质生产角度就竹产品生产企业的科技支撑力度、产品科技含量、竹质复合材料的机械加工制造、新产品的产业化推广、竹材科技研发等方面加以分析。笔者在研究非物质劳动相关理论的基础上, 结合马克思全面生产理论的相关论述, 从非物质生产角度分析中国竹产品生产、竹产业发展的现状及存在的主要问题, 探索竹产品的非物质生产特性。本研究有关工作对于构建当代马克思全面生产理论的深入研究提供一定实证依

收稿日期: 2012-05-16; 修回日期: 2012-09-18

基金项目: 浙江省教育厅资助项目(Y200908783); 浙江农林大学科研创新基金资助项目(2013240095)

作者简介: 武新艳, 从事林产品生产竞争力研究。E-mail: erica198711200000@126.com。通信作者: 张金凤, 副教授, 从事马克思全面生产理论研究。E-mail: rrttd_001@163.com

据，也为今后同类研究提供借鉴。

1 中国竹产业发展现状概述

中国是世界上竹子资源最丰富的国家之一，竹类种质资源、竹林面积、竹材产量和加工产业化水平均居世界首位，素有“竹子王国”之称。目前，中国竹类资源共有34属530余种，约占世界竹种的40%，竹林面积538.10万 hm^2 ，竹材产量约占世界总产量的三分之一，年产值超过900亿元。中国竹产业发展迅速，在积极探索和创新中逐渐形成了良好的“龙头企业+专业合作社+农户”的经营模式，走出了一条具有中国特色的发展道路^[9]。

竹产品具有资源丰富易得、力学物理性能优良、易利用、加工技术要求低、抗震性好、环境友好、节约资源、美观等优良特性，因此，竹产品也正在成为世界各国的重要消费品之一。中国竹产品种类居世界首位，拥有竹日用品、竹工艺品、竹材人造板、竹家具、竹地板、微薄竹、竹浆造纸、竹纤维、竹炭、竹醋液、竹笋、竹叶提取物等10多个类别、100多个系列和近万个品种，广泛应用于建筑、装饰、家具、造纸、包装、运输、医药、食品、纺织、化工等10多个领域，其经济利用前景十分广阔。同时，中国还是全球最大的竹产品出口国，竹产品出口远销东亚、欧美等177个国家和地区，居世界之首。如西班牙马德里国际机场候机大厅的天花板、美国克林顿图书馆的地板、欧洲宝马X5车的内饰等等，都应用了中国的竹材制品。

目前，竹产业领域的国际竞争日趋激烈，印度、越南、菲律宾等竹子资源丰富的国家充分利用其劳动力价格优势，均将竹产业作为一项国家战略性产业来发展。中国竹产业产品生产存在着高端产品少，技术含量低，产品附加值低等一系列阻碍竹产业健康发展的问题，竹产品加工企业也面临着国际市场竞争力的巨大挑战。因此，就中国竹产品生产发展中存在的一些亟待解决问题，如何提高竹产品竞争力，提升经济价值，开展相应研究意义至关重大。

2 中国竹产品生产发展中存在的问题

2.1 低级劳动成分大，物质生产特性强

目前，中国竹产品加工企业在生产竹产品的过程中，注重竹产品生产的物质性，初级生产劳动占主要地位，低级劳动力成分投入较大，物质生产特性较强。大多数的竹产品生产仍然以原始的初级加工为主，以机械化流水线作业为主，以消耗大量原材料和人工劳动为主，而对竹产品生产中蕴含的竹文化、竹产品生产设计中的创意元素、竹产业推广中的品牌文化等非物质劳动的投入比例相对较小，这不仅使得竹产品的加工成本大大提高，而且生产出的竹产品大多雷同，特色不明显，技术构成差，工艺水平低，低档产品多。此外，从产品的纵向开发来看，竹产品的更新、换代、升级的过渡期太长，有的还是老产品、老面孔；从产品的横向开发来看，产品包装滞后，品牌意识不强，竹产品的非物质开发力度不够，非物质劳动投入较少。

随着经济社会的快速发展，劳动力价格的不断攀升。中国竹产品生产也急需由现在的劳动密集型向技术密集型过渡，而不同类型劳动比例的调整直接涉及到竹产业转型升级能否成功。日本和中国台湾地区的竹产业曾经领先于世界，因20世纪80年代后未能及时转型升级而遭淘汰或被转移。因此，中国竹产业的持续发展应借助物质生产及非物质劳动有关理论，利用新的生产理念，对竹产品现有生产劳动比例进行调整，推进其转型升级，从而推动竹产业健康可持续发展。

2.2 未能满足人们日益增长的精神文化需要

著名“需求层次论”指出^[10]：人的需要是分层次呈递减趋势的，即当人的低级需要得到满足时，必定会产生更高一级的需要。在21世纪这个物质文明与精神文明高度发展的社会，当代人类的具体消费现象已经从本初的生理性和安全性消费跃升为一种精神层面的文化消费。然而，工业生产的发达必将使竹产品充斥着整个市场。那么人们在具体选择需要的竹产品时，会以怎样的标准进行取舍呢？据研究发现，21世纪居民消费发展的趋势是：消费方式个性化、理性化，消费方式的国际化，消费结构的非物质化，消费的层次性日趋明显^[11]。由此可见，在后现代条件下，非物质化的消费趋势日益明显，人们对于产品中蕴含的精神文化需求也日渐突出。然而，目前中国生产的竹产品所蕴含的精神、文化、品格等

非物质性相对较低,还不能完全满足人们的精神文化消费需求。

2.3 没有顺应后现代条件下非物质化经济发展趋势

后现代化是指第二次世界大战以来特别是20世纪70年代以来,西方发达国家的众多学者将文化与社会环境发生的深刻变化理解作为一种超越“现代”的特有现象,并冠以“后现代”的称号,它在分析现代社会的种种问题和危机基础上,主张传统要素和技术的回归,追求人类幸福的生活。而后现代条件就是指这一段时期社会各方面发展状况的总体^[12]。所谓的非物质经济中的“非物质”并不是完全不使用物质及能源,而是试图实现最大限度地节省资源和能源。也就是说,非物质经济是以实现无资源浪费的繁荣为目标的经济^[13],非物质社会是以信息为主要资源和主要消费对象的社会。为此,在后现代条件下,为了顺应非物质经济社会的发展,在人们的消费由以物质产品为主向以物质为载体的非物质产品过渡期为主的时期,竹产品的生产也应该迎合社会发展的需要,应以马克思全面生产理论为指导,在新的生产理念指导下,生产出符合后现代条件下非物质经济发展需求的竹产品。

然而,现阶段中国竹产品的生产加工方式还不能适应非物质经济发展趋势的要求。一直以来,竹产品是以传统的生产模式为主,竹产品加工企业为了提高产品的科技含量,提升企业的市场竞争力,往往在生产中投入更多的资金、技术、人力、物力等。然而,竹产品加工企业每一次扩大生产规模,均是简单的数量上的横向扩张,纵向上质的扩张较少,这给可持续发展带来了严重威胁,不符合后现代条件下非物质化趋势。因此,探索竹产品新的生产方式,重新整合和配置经济资源,节约资源,使竹产品加工企业可以使用相对更少的竹材实物资料,实现更快的经济增长,对于提高竹产品竞争力,从而推动整个竹产业的可持续发展具有重要意义。

3 竹产品生产中的非物质因素

现实的社会生产和再生产,无论是物质资料的生产、人类自身生产、精神生产,还是社会关系的生产等等,都是人类生存和发展的活动方式,其活动的目的就是体现人的全面的社会本质和实现人的全面而自由的发展。在不同的历史时期,人们进行社会生产的活动方式是多种多样性的,但物质生活资料的生产 and 再生产始终是社会生产的最基本形式。基于生产力发展状况和社会背景的限制,马克思在论述有关物质生产理论的同时,没有对非物质生产作详细论述。在马克思看来,当时的非物质生产大多不属于资本主义生产方式,其影响微不足道,将它们舍象并无碍于对整个资本主义生产方式的研究。

20世纪后半期至21世纪初,伴随全球化和信息化突飞猛进,西方哲学中的非物质劳动理论应运而生。哈特等认为,非物质劳动是生产非物质性产品,比如知识、信息、沟通、人际关系或情感反应的劳动。非物质劳动作为一种新的生产组织形式,不仅创造物质产品,也创造人际关系和社会本身,其关键特征就是创造交际、社会关系和合作^[14]。这里所说的非物质劳动之“非物质性”是就其产品的非物质形态而言的,同样也需要劳动者体力和脑力的支出。非物质劳动理论的有关观点在后现代意义上继承和发展了马克思的全面生产理论,不仅对于完善马克思主义全面生产理论可以提供有益借鉴,对于21世纪中国竹产品的生产领域也具有极大的指导意义。

就竹产品的生产而言,并不能系统界定非物质生产,在竹产品生产中通常提及的“竹文化”“非物质设计”“可持续发展”“环境保护”“产品服务”“人性化”“信息”等等与非物质特征联系紧密,但他们所蕴含的价值往往会被竹产品的物质性所掩盖,因为竹产品的物质性因素即竹产品的功能和物质形态、加工原材料、机械设备等决定了其最基本的功能和价值,这些也正是大多数竹产品加工企业和消费者所追求的。随着后现代条件下人们消费观念的改变,越来越多的竹产品加工企业开始注重开发竹产品的非物质因素对提升竹产品附加值,提高产品竞争力,实现多重价值增值的重要意义,以及对资源可持续利用与保护生态环境的重要性。梳理中国竹产品的非物质因素如下。

3.1 竹产品开发中的竹文化

在中国传统文化中,竹因其独特的空心、有节、坚韧、常青、清拔凌云、不畏风霜雪压等自然物性特征,与中国传统的审美趣味、伦理道德意识发生契合,它常常被人格化,象征着谦虚、气节、坚贞和操行以及柔韧、孝义精神,其内涵已成为中华民族品格、禀赋和美学精神的象征,是中国传统文化的基本精神和历史个性。中国竹产品在中华文字、绘画艺术、工艺美术、园林艺术、民俗文化的传承与发展

中起着重要作用。竹产品中承载着中国竹文化的内涵，竹文化已成为世界文化视野中的中国文化符号，每一个元素都蕴涵着中国文化的独特风味，它能显示出文化性的人化了的自然，在国际文化交流中扮演着非常重要的角色^[15]。李约瑟在《中国科学技术史》中指出，东亚过去被称为“竹子”文明，中国则被称为“竹子文明的国度”^[16]。因此，在竹子的优良物质特性和开发价值得到充分认识的同时，竹文化也应成为竹产品非物质生产中的主要考虑因素。

3.2 竹产品非物质设计中的创意元素

中国文化举世瞩目。一直以来，人们对于中华文明古国的传统文化具有浓厚的兴趣。随着全世界对中国有了更全面的了解，中国元素在全世界流行了起来。由此，在竹产品的非物质生产中，应该深入挖掘这一非物质因素——极具中国传统文化代表的非物质“中国元素”，设计开发具有高附加值的创意竹产品。例如将极具中国特色文化底蕴的甲骨文、毛笔字书法、中国传统戏曲文化、传统节日的典型代表、中国功夫等融入到竹产品的设计开发中，使承载文明古国深厚文化底蕴的“中国元素”与竹材自身代表的谦虚、气节、坚贞、柔韧等中华民族的品格和禀赋结合起来，一起融入到竹产品中，使竹产品自身的物质性与其所隐含的精神、文化、品格等非物质性结合起来。

通过非物质设计，融入文化元素开发创意新产品，可以使得人们在消费竹产品的同时，除了消费竹产品的物质性本身，也在消费创意、中国精神、中国文化，这些就是竹产品的一种非物质属性。而在建立这种非物质资源时，竹产品加工企业并不需要浪费更多的物质资源，但是它所产生的效应往往要比竹产品本身大出许多。通过合理利用这种非物质资源，可以帮助竹产品加工企业降低大量竹材资源浪费，降低生产成本。这对于提升竹产品的附加值和提高竞争力，对于竹产业的可持续发展提供了新思路。

3.3 竹产品的品牌效应

品牌效应对一个产品的发展来说尤为重要，尤其是在21世纪信息高度发达的网络时代，过硬的品牌知名度可以有效提升产品的销售和市场竞争力。可口可乐是一个全球知名碳酸饮料品牌，人们可以在任何角落看见它的标志和产品，获得他们所提供的服务。这时候其产品本身的物质属性已被弱化，取而代之使人们印象深刻的则是它的品牌效应和服务效应，这便是产品的另一种非物质属性。其实很多时候我们消费的并不仅仅是产品本身，而是产品背后映射的品牌和文化。由此可见，在竹产品的非物质生产过程中，应该充分利用互联网等信息通信手段，大力推进竹产品的销售和宣传，建立企业自己独特的品牌，从而增强竹产品的市场竞争力，使它们在世界市场上占有一席之地。

3.4 竹产品的情感生产

在竹产品生产中的诸多非物质因素中，对竹产品的情感开发是其重要方面。当今社会是一个个性展现、多元发展、潮流涌动的社会，竹产品与人们的消费密切关系的建立有利于竹产品额外附加值的实现。竹产品与消费者关系的建立就包括竹产品的情感生产，主要包括对竹产品的个性化设计、人性化服务以及竹产品的情感化表现，同时，在销售产品的同时，注重与消费者的沟通与交流，重视人文文化的表现，凸显以人为本的服务理念。

3.5 竹产品的生产经营理念

竹产品的生产经营理念具有非物质性，将产生一定的经济、社会效益。为此，竹产品的非物质生产还应包含竹产品的生产经营理念。当前阶段其主要的表现形式如下：①资源综合利用的理念。随着竹产业的迅速发展，各种竹产品的生产废料逐渐增加，如何充分有效地利用这些废料，已成为竹材综合利用的紧迫问题。竹材加工废料可作为制浆造纸原料，用于制造碎料板和蜂窝板、竹编板、竹碎料水泥板等。采用枝丫等采伐剩余物和竹材加工废料为原料可生产竹材刨花板和纤维板，也可作为制浆造纸、竹炭、活性炭等原料。蔑黄是竹子编织后的剩余物，经过编席、干燥、涂胶和热压等工艺流程，可制成新型人造板。竹青经拉丝后是竹席、竹编工艺品的理想材料。故在竹产品的生产中，要突出竹材综合利用的非物质生产理念，加强竹材资源的综合利用。②循环利用的理念。竹产品技术创新的立足点不仅要考虑当前的迫切需要，还要长远考虑未来技术更新的成本及对生态环境等影响，要未雨绸缪，要由开发现有竹类资源向注重定向培育优良竹种、由粗加工向精深加工、由资源消耗向全竹利用、由一般产品向环保型、功能型产品的转变，着重强调自主创新延伸产品链的同时，要注重提高技术创新的循环利用水平。③一、二、三产联动的理念。竹产品生产具有整体性、关联性、动态性及有序性等特点，竹产品生

产经营一、二、三产要调整并保持良好的产业结构,使一、二、三产能有序合理地发展,竹产品生产才能持续快速发展。竹产品生产经营的一、二、三产拥有的资源均具备异质性,各具有特殊的资源和价值。在竹产品生产经营内部形成一、二、三产联动,通过共享有形及无形资源,有利于促进资源要素的合理配置,使得竹产品生产的局部“静态优势”转化为竹产品生产的一、二、三产集群动态优势,既通过网络整合,最终为竹产品生产带来持续的、单体企业所无法比拟的竞争优势。

4 非物质生产促进竹产品生产发展的作用及建议

当今时代,一方面,随着竹产业的不断发展,竹产品的种类不断丰富,人们对于竹产品使用功能的物质消费需求得到前所未有的满足,竹产品的个性化需求开始凸显,人类的需求层次开始提升。人们在众多的各类竹产品中挑选的是不仅要满足自己物质需要,而且满足精神需要和情感需要的竹产品。这就需要在竹产品生产中兼顾竹产品的非物质生产特性,最大限度地节省资源,这对于满足消费者的需求,提高竹产品市场竞争力具有重要意义。另一方面,工业时代的企业竞争是以扩大生产规模,提高产品科技含量,投入大量人力物力等物质劳动为主,而在后工业时代条件下,非物质劳动在物质劳动中占据越来越高的比例,因此,提高竹产品生产中的非物质劳动比例对于企业提升竞争力至关重要。

4.1 提高产品附加值,提高产品市场竞争力

现有竹产品的市场竞争力明显不足是由多方面因素造成的,而非物质生产中包含的诸多非物质因素则是提升竹产品附加值和市场竞争力的有效手段之一。在市场竞争愈演愈烈的今天,以人为本的人性化服务、满足消费者对于文化和精神产品消费的需求、提高竹产品的人文性价值等等,无疑可以使竹产品加工企业把握市场信息动态,在市场竞争中掌握主动权。

4.2 减少污染,节约资源

非物质化一改过去社会经济发展唯物质财富为衡量标准的生产消费模式,使社会经济的发展逐步摆脱并减少对自然资源消耗和占有的依赖,直至使人类生产和消费所必须消耗和占有的自然资源低于地球生态环境可承受的极限。其目标是在人类社会经济不断发展,物质文化生活水平不断提高的前提下确保自然生态环境健康、平稳运行和自然资源的永续利用,从而实现地球生态圈的可持续发展。人类不断提高的生活水平将在满足自身基本物质需求的基础上,逐步转向以享受持续完善、提高、日益丰富的社会保障、精神文化、自然和谐为主要发展方向的过程,最终实现人与自然的和谐和可持续发展。因此,在后现代条件下,对竹产品进行非物质生产,其最大作用就是减少资源浪费,保护环境。竹产品的非物质生产以非物质设计和虚拟性精神文化服务的非物质劳动为基础,竹产品加工企业可以有效降低对有形的物质性原材料的需求,对竹类资源的需求也将相应降低,人类对环境的破坏必将得到缓解。另外,竹产品的非物质生产有助于人们从其自身全面发展的需求角度来理解物质消费,合理规范物质消费行为,树立正确的消费观,实现社会的可持续发展。

4.3 推动中国竹产业可持续发展

后现代条件下,对竹产品进行非物质生产,除了有效减少对竹林的砍伐及对竹材的浪费,促进竹林资源高效利用外,竹产品的非物质生产还满足了人们个性化的要求,提升了人们对于竹产品的消费需求,保证了竹产品内在价值的实现和外在形式的不断发展,使得竹产品加工企业找到了新的产业增长点,最终推动整个竹产业健康、稳定、可持续发展。

4.4 满足后现代条件下人们的消费需求

随着后现代社会物质的极大丰富,人们生活水平和消费水平的显著提高,仅仅是对竹产品物质性功能本身的消费已经不能满足人们的消费需求。人们对于精神文化、服务和人文价值的消费需求愈来愈高。而非物质生产所倡导的消费方式和生活态度与中国人自古就有的注重修身养性、摆脱物欲以及勤劳节约、讲究实效等优良文化传统极其相似;非物质生产倡导的绿色设计与人类造物适度性的主张正是中国“天人合一”哲学思想在现代设计中的体现。因此,对竹产品进行非物质生产,对于满足后现代条件下人们的消费需求,为我们提供了一个可借鉴的新思路。

非物质生产促进竹产品产业发展起着重要作用,为此,提出如下2点建议:①加大竹产品生产中非物质生产的比例,更多利用非物质生产。根据非物质劳动概念,结合马克思全面生产理论中有关论述,

基于本区域竹产品加工企业生产现状的研究分析，我们认为竹产品加工企业为了提高市场竞争力和经济收益，在生产经营管理过程中，除了传统投入较多的原材料、设备、资本等物力，加大物质劳动的投入外，更多的应增加例如科技、文化、信息、设计、服务、情感反应及经营理念等劳动，这种劳动就是竹产品生产中的非物质生产。②综合利用非物质生产。在竹产品生产中，非物质生产涉及各个环节，应站在顶层设计角度，统筹考虑各种非物质生产，综合利用非物质生产科技、文化、信息、设计、服务、情感反应及经营理念等劳动，达到价值最大化。同时，在竹产品非物质生产中，在谋求产品利益的最大化，最大限度地满足消费者对于竹产品物质本身之外的服务需要之外，其侧重点应从竹产品的更新换代逐渐转为减少消耗、物尽其用、资源共享，将生产成本与生态成本有效地结合起来，最终使竹产品生产企业与消费者共同担负起环境保护、节约资源的责任。

参考文献：

- [1] DAVID C. The multitude and the kangaroo: a critique of Hart and Negri's theory of immaterial labour [J]. *Hist Mater*, 2007, 15 (2): 21 - 52.
- [2] THOMAS A. About immaterial labor and biopower [J]. *Cap Nat Soc*, 2006, 17 (1): 58 - 64.
- [3] 毛里齐奥·拉扎拉托. 非物质劳动[J]. 高燕, 译. 国外理论动态, 2005 (3): 41 - 44.
LAZZARATO M. Immaterial labor [J]. *For Theor Trends*, 2005 (3): 41 - 44.
- [4] SEAN S. The concept of labor: Max and his critics [J]. *Sci & Soc*, 2007, 71 (4): 431 - 454.
- [5] 陶文昭. 哈特的非物质劳动评析[J]. 新视野, 2008 (3): 87 - 89.
TAO Wenzhao. Hart immaterial labor comments [J]. *Exp Hor*, 2008 (3): 87 - 89.
- [6] 刘美萍. 非物质劳动的后现代视角探析[J]. 攀登, 2007, 26 (5): 157 - 159.
LIU Meiping. Immaterial labor post modernization perspective [J]. *Ascent*, 2007, 26 (5): 157 - 159.
- [7] 闫海潮. 非物质劳动：马克思劳动观点的发展还是误读？[J]. 内蒙古农业大学学报：社会科学版, 2009, 11 (2): 292 - 294.
YAN Haichao. Immaterial labor: Marx labor viewpoint of development or misreading [J]. *J Inner Mongolia Agric Univ Soc Sci Ed*, 2009, 11 (2): 292 - 294.
- [8] 周洪军, 罗建平. 哈特的非物质劳动论对西方马克思主义理论困境的超越[J]. 新疆社科论坛, 2009 (3): 73 - 76.
ZHOU Hongjun, LUO Jianping. Hart's immaterial labour theory and the beyond the dilemma of western Marxist theory [J]. *Tribune Soc Sci Xinjiang*, 2009 (3): 73 - 76.
- [9] 王戈. 浅谈以科技进步促进中国竹产业发展[J]. 国家林业局管理干部学院学报, 2011 (4): 8 - 11.
WANG Ge. Promoting the development of China's bamboo industry by the progress of science and technology [J]. *State Acad For Adm J*, 2011 (4): 8 - 11.
- [10] 马斯洛. 马斯洛人本哲学[M]. 成明, 译. 北京: 九州图书出版社, 2003.
- [11] 李文莲, 王黎. 21世纪我国居民消费发展趋势及其经济意义初探[J]. 现代商业, 2007 (14): 155 - 156.
LI Wenlian, WANG Can. Our country dweller consumes trend and its economic significance in twenty-first century [J]. *Mod Bus*, 2007 (14): 155 - 156.
- [12] 刘美萍, 陈安国. 后现代条件下的非物质劳动的存在[J]. 哈尔滨学院学报, 2006, 27 (10): 31 - 33.
LIU Meiping, CHEN Anguo. Non-material labor in the condition of post-modernism [J]. *J Harbin Univ*, 2006, 27 (10): 31 - 33.
- [13] 谢芳, 李慧明. 非物质化与循环经济[J]. 城市环境与城市生态, 2006, 19 (1): 30 - 32.
XIE Fang, LI Huiming. Dematerialization: the key to circular economy [J]. *Urban Environ & Urban Ecol*, 2006, 19 (1): 30 - 32.
- [14] 罗岗. 帝国、都市与现代性[M]. 南京: 江苏人民出版社, 2006: 31 - 34.
- [15] 何明, 廖国强. 中国竹文化研究[M]. 昆明: 云南教育出版社, 1994.
- [16] 何明. 中国竹文化小史[J]. 寻根, 1999 (2): 13 - 16.
HE Ming. Chinese bamboo culture and history [J]. *Root Explor*, 1999 (2): 13 - 16.