

# Thinking of the Kumule Tea Industry of the Daur Nationality from the Perspective of Economic Anthropology

Yuting Zhang

Institute of Economics, Minzu University of China, Beijing  
Email: 1037164345@qq.com

Received: Jul. 28<sup>th</sup>, 2020; accepted: Aug. 12<sup>th</sup>, 2020; published: Aug. 19<sup>th</sup>, 2020

---

## Abstract

Culture is a key issue in economic anthropology. Due to its rich cultural connotation, Kumule of Daur nationality plays an important role in its history. As a life-saving dish of Daur nationality, Kumule bears the function of carrying historical and cultural information and recording events. It is not only an important carrier of cultural activities, but also contains the traditional moral concepts and values of Daur people. Through Kumule Festival, diet, sacrifice, communication and so on, it expresses its economic and social significance. In this new era, with the help of tourism industry and cultural industry, Kumule is integrated into the operation of modern economic system, which makes the Kumule culture of Daur nationality inherit and develop under the promotion of various factors. From the unique perspective of economic anthropology, this paper will carry out research on the Tea Industry of the Daur Kumule ethnic group, and provide reference for the development of cultural industry with minority characteristics in China.

## Keywords

Economic Anthropology, National Cultural Industry, Daur Nationality, Kumule

---

# 经济人类学视角下达斡尔族库木勒茶产业思考

张雨婷

中央民族大学经济学院, 北京  
Email: 1037164345@qq.com

收稿日期: 2020年7月28日; 录用日期: 2020年8月12日; 发布日期: 2020年8月19日

## 摘要

文化是经济人类学中一个研究的关键问题，达斡尔族的库木勒因丰富的文化内涵，在其历史上发挥着重要功能与作用，作为达斡尔族的救命菜，库木勒担负着承载历史文化信息和记事的功能，不但作为文化活动的重要载体，还蕴含了达斡尔族传统的道德观念和价值认知，并通过库木勒节、饮食、祭祀、交往等表达它所具有的经济社会意义。在这个新时代，库木勒借助旅游产业和文化产业融入现代经济体系的运行之中，使达斡尔族的库木勒文化在多种因素推动之下得到传承与发展。本文将从经济人类学的独特视角出发，对达斡尔族库木勒茶产业开展研究，为我国少数民族特色文化产业发展提供参考。

## 关键词

经济人类学，民族文化产业，达斡尔族，库木勒

Copyright © 2020 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 达斡尔族库木勒与文化产业介绍

达斡尔族<sup>1</sup>共有人口 131992 人。新中国成立以后，为尊重达斡尔族人民的意愿，1956 年，达斡尔族被承认为独立的单一民族。达斡尔族被中央人民政府政务院审批并确认为祖国大家庭的 56 个成员之一，同时达斡尔族的族称也被恢复[1]。

库木勒是达斡尔语对一种野菜柳蒿芽的称呼，这种野菜也被称为“达斡尔菜”和“天下第一可食香草”。柳蒿芽(*Artemisia integrifolia* L.)，别名柳叶蒿、柳蒿、水蒿、白蒿等，为菊科蒿属多年生草本植物[2]。达斡尔族是最早开始将库木勒作为野菜来食用的，达斡尔族主要聚居在嫩江流域，由于丰富的水资源，加上肥沃的土地，为库木勒提供了适宜的生长环境。因此，达斡尔族老人们常说：“无江河的地方，达斡尔不安家；无流水的地方，不长柳蒿芽”。了解库木勒可以从其食用价值、药用价值和文化价值三方面入手。第一，库木勒的食用价值。科学研究发现库木勒中含有丰富的营养成分，嫩茎叶可以食用且具有较高的营养价值。在每年 5~6 月份就会进行库木勒的野外采集，采集后的库木勒嫩茎叶用热水焯一下，去掉里面一种特殊的苦味，便可以食用，采集来的新鲜库木勒中含有蛋白质、碳水化合物、粗纤维、烟酸、脂肪、胡萝卜素、维生素，库木勒的干品中含有钾、钠、铁、钙、镁、磷、锰、锌、铜[3]。第二，库木勒的药用价值。在中国古代关于库木勒这种药食同源的植物有多种记载，东汉时期的《说文解字》中就有了许慎关于库木勒可以搭配鲜鱼食用的记载，宋代的《图经本草》一书中提及库木勒的独特香味，言其生蒸皆宜，中国古书《神农本草经》中关于库木勒的记载为白色蒿，气味甘香。主五脏邪气，风寒温痹。补气，生发，治疗心悬，久服，轻身，耳目聪明，不老。明代的《本草纲目》中李时珍也较为详细地讲述了库木勒的药理保健作用，库木勒可以治疗风寒恶疮，能去除河豚鱼毒。第三，库木勒的文化价值。在 20 世纪 80 年代后期，以柳蒿芽命名的库木勒节已经逐渐演变为达斡尔族盛大的节日——库木勒节。库木勒节于 1987 年创立，在达斡尔族艺术家色热先生的带领下发起，创立的一个属于达斡尔族人民自己的节日，将一种野菜的传统饮食习惯转化为独具民族特色的社会文化，饮食文化现象又逐渐被达

<sup>1</sup>达斡尔被译为“开拓者”。

斡尔族人民上升到了社会文化现象的层次。随着民族经济快速发展的今天，库木勒节逐渐形成一种经济文化现象，而今天达斡尔人更是将库木勒发展成为了一种民族文化产业。

文化产业是在 1901 年~1910 年期间开始出现并迅速发展起来的一种新型产业，这种新型产业甚至成为了许多国家和地区的支柱型产业，但文化产业在中国的起步相对较晚。在我国文化产业迅速发展时尤其强调特色文化产业的发展，特色文化产业是指根据各个区域特点和实际情况，借助互联网或者新媒体等手段对文化资源进行创意转化，提升科技水平和市场的健康运行，打造出能够突出地方特点且富有民族特色的文化产品和服务项目，营造全新的文化产业形态。开发具有特色的民族文化产业可以深入挖掘优秀民族文化的当代价值，加速经济转型升级，积极推动民族地区的经济社会发展，对促进我国新型城镇化建设都具有重要意义。近年来，我国民族文化产业发展速度较快，但在快速发展的同时也存在许多问题，比如部分民族地区的产业基础薄弱、文化产品的产业化程度低、品牌知名度低、产品缺乏创新等一系列问题。2011 年党的十八届六中全会中对发展特色文化产业的问题有了重要讨论，为推进文化产业融合，促进特色文化产业健康发展，文化部、财政部联合印发了《关于推动特色文化产业发展的指导意见》。强调要加快发展具有民族特色的文化产业，并指出要深入发掘文化资源，大力发展文化产业，努力建设文化城市。2019 年 6 月 28 日，文化和旅游部对《文化产业促进法(草案征求意见稿)》(以下简称《意见稿》)公开征求意见。《意见稿》指出，国家将促进文化产业发展，制定促进文化产业发展专项规划<sup>[4]</sup>。2010 年第一次提出文化产业促进法，2015 年启动起草工作，2018 年被列入五年的立法规划，从起草到审议，文化产业领域的法律经历了九年时间。随着《电影产业促进法》出台和《意见稿》的最终发布，意味着我国首部关于文化产业领域的立法工作将取得重大进展，文化产业促进法的正式出台将对我国文化产业健康繁荣意义非凡。

关于达斡尔族库木勒茶产业发展情况。在 2018 年初，梅里斯契丹壶柳蒿芽茶厂在政府的大力支持下落成运营。在运营初期，经多次南下寻访、潜心研究后，结合现代炒茶工艺，反复试验，利用嫩江沿岸的柳蒿芽野菜，成功研制了“柳蒿芽绿茶”，产品上市后反响极好。通过在管理方面不断的改进，在生产技术方面不断的创新，产品生产严守质量关，并运用互联网 + 现代企业的运营模式，将产品销往全国各地。但目前达斡尔族库木勒茶产业仍存在产业市场不完善，没有形成有影响力产业集团；文化内涵挖掘不深入，品牌效应较弱；茶产业相关人才匮乏，创新能力不足等问题。

## 2. 经济人类学视角下看民族文化产业

经济人类学作为人类学的分支，具有独特的交叉研究视角、广阔的研究视域和跨学科探索的特点。经济人类学的发展过程中这种跨学科的研究方法叫做 SFI<sup>2</sup>。跨学科研究方法可以解决单一传统学科无法单独解答的问题，借助不同学科的“综合会诊”便可以得出相对较科学的答案。日本经济人类学家所著的《经济人类学》一书，作者栗本慎一郎在本书中的研究就体现了这种跨学科研究的特点，书中运用了心理学、哲学、神话学等学科的研究方法，对经济制度与经济伦理的起源进行分析，使大家对于经济的深层结构有了更为深刻和完整的认知，这样的研究将摆脱掉传统经济学中狭义的经济概念。作为一门具有应用性的交叉学科，经济人类学提供给读者一个全新视角去认识人们经济行为和经济方式的形成与变迁，向人们解释人类历史中各族群的经济活动与其社会生活和文化模式之间的关系，栗本慎一郎独特的研究视角具有极其重要的理论和现实意义，其学术影响也远远超出本学科的界限<sup>[5]</sup>。经济人类学经历了几个阶段，1940~1950 年是经济人类学诞生和早期发展阶段，1960~1969 年处于经济人类学“实在”与“形式”之争阶段，此阶段是经济人类学快速发展的一个黄金时期，这一时期经济人类学有了新思路和新进展，进入七八十年代后，随着全球化时代的到来，经济人类学与其他学科的“互动研究”，其研究方法

<sup>2</sup> 桑塔菲研究所也译作圣菲(Santa Fe Institute, 简称 SFI)或“桑塔菲学派”。

和思路出现越来越凸显跨学科研究的特点,逐渐向广义发展。栗本慎一郎的《经济人类学》站在实在主义的立场,因为实在主义认为经济人类学研究的是更加广义的关于人的经济,而人类的经济活动,历来就是与各种社会活动及其节日、宗教、祭祀、礼仪、神话等嵌合在一起的,只有深入不同社会更加深层的结构本原中,将人与社会和经济的系统关联起来,才能揭示人在经济活动背后的真正社会本质[6]。经济人类学不同于传统经济学的角度,经济人类学摒弃了与理性行为人思路有关的利益最大化模型是两者之间最大的区别。在经济人类学视野下看民族文化产业问题,这种独特的经济人类学研究视角,在考察民族文化产业时,不会简单的以各种经济数据作为依据,将经济效益的最大化做为衡量指标,去评判民族文化产业的发展水平和发展能力,经济人类学视野下观察民族文化产业更加关注的另外一点是民族文化的传承与保护和经济行为背后更深层次社会问题的分析。人类学家阿尔君·阿帕杜莱(Arjun Appadurai)主编的这样一本书,《物的社会生命:文化视野中的商品》中提出事物的世界不是静止和沉默的,人具有社会生命,而物也一样,依照他的观点,民族文化产业中开发的文化产品,并不仅仅是一个沉默不语的“物”,而是一个凝聚了丰富文化价值,可以体现社会和历史变迁的“生命”。因此达斡尔族的库木勒茶产品将被视为一个具有社会生命的物。库木勒茶产品是被安放在社会和文化情境之中的某种符号。库木勒茶产品作为文化建构的实体,同时又被赋予了特定的社会行为和民族文化意义。因此,在经济人类学视野下看民族文化产业,可以认为经济利益的获取和传统民族文化的传承保护是有机统一的。

一项研究强调人的价值观是由其文化决定的[7]。为验证这个结论,对梅里斯达斡尔族区的达斡尔族老人进行了访谈,试着通过库木勒找了答案。调查过程中,当地老人讲了一个故事,这个故事还要从傲蕾·一兰<sup>3</sup>配合康熙皇帝反击俄军的卫国之战讲起,300多年前,在黑龙江北岸达斡尔人与沙俄入侵者展开了殊死搏斗,维护祖国尊严,保卫家乡领土不受侵犯,后来侵略军将领图尔布青和斯捷潘诺夫命丧北疆,沙俄于是和清朝政府签订了《尼布楚条约》。之后达斡尔族的官兵和亲眷奉清帝之命集体南迁至嫩江流域沿岸,最开始到达嫩江沿岸的几年里,达斡尔族人民找不到粮食,经常是食不果腹,无奈之下他们到嫩江边采食库木勒充饥,可以说达斡尔族先人能够顺利度过艰难的饥荒和战乱岁月是依靠采食库木勒,达斡尔人为感谢霍烈日·巴尔肯<sup>4</sup>赐予的救命神草,逐渐形成了吃库木勒的习惯。每年一般在5~6月份达斡尔族男女老幼都会到野外进行库木勒采集[8],通过库木勒的烹调来铭记民族历史,缅怀达斡尔族的祖先,告诉每一个达斡尔族后辈都一定不能忘记过去的苦难艰辛,更是想借助对库木勒的特殊情结来呼吁年轻一代达斡尔族人要学会感恩,感恩祖先、感恩社会和现在来之不易的美好生活。所以,如果说人的价值观是由其文化决定是有一定道理的。根据达斡尔族族源是契丹先人的论点作个大胆推测,达斡尔人食用库木勒的时间应该不下一千年了,库木勒是达斡尔族人生产生活中不可或缺的重要菜品元素,达斡尔族人的生活方式里一年四季都有库木勒的身影存在。经调查,黑龙江省齐齐哈尔市梅里斯达斡尔族区正在开发旅游业,调查发现,过去当地的旅游多半以观光型旅游为主,旅游开发中出现对当地的文化资源利用率低的问题,而现在梅里斯达斡尔族区更多提倡的是文化与旅游的融合发展,当地政府和企业合作利用文旅融合促进当地民族文化产业升级,将经济硬实力和文化软实力相结合,重视利用民族文化的力量,整合当地优势资源,将民族文化的动力放在民族文化产业的发展上,更多赋予产业文化内涵,推动民族地区经济增长从量的扩张向质的提高转变,于是库木勒茶产业应运而生。伴随着物质产品的丰富和人们对精神文化的追求越来越高,许多人在选择购买某类产品时会比过去增加一个要求,那就是人们不仅关注这种产品所能满足生理需要的实用价值,还要求潜藏在产品内部的文化价值[9]。生产厂家把一个一般性产品生产出来进行销售,就算不能获得社会的普遍认同,这个一般性的产品也具备一个产品的

<sup>3</sup>傲蕾·一兰是历史上真实的达斡尔女英雄。是抵抗沙俄入侵的达斡尔族女将领,傲蕾是她的名字,一兰是她的部落名称,傲蕾·一兰的实际意思是达斡尔族依兰部落的傲蕾。

<sup>4</sup>霍烈日·巴尔肯是达斡尔族人信奉的一种神,霍烈日·巴尔肯是17种神灵的总称。



资格，这是民族文化产品和一般性的产品最大的不同点，民族文化产品如果生产出来，消费者进行选择购买，一定是出于对某种民族文化符号的认可，基于此，就不难理解为什么一般情况下民族文化产品的开发都首先强调其特有的文化内涵和某种社会性，而相反恰恰这种以往最看重的实用性不是唯一的考量。所以说，民族文化产品的选择是消费者对于文化价值肯定的过程，也是对当地民族观念的一种认知过程。另外，民族文化产业和民族文化产品必须注重当地产品由“物”向社会性转换的问题。也就是说，一种“物”既要具有经济价值和使用价值的同时，还要具有社会意义和文化价值，从而得到社会的普遍性认可，这个产品才能称为民族文化产品[10]。所以库木勒茶产业就在满足这些条件的情况下才得以同消费者见面。而今天许多人选择一种产品的要求，已经不是简单的对一种“物”的追求，人们更加注重的是“物+情”，也就是人们不单单是希望购买一件产品，更多的是考虑从这件产品或服务中所能获得的一种超越实用性的精神上的补给。我们国家不同的民族地区都拥有自己的文化产业，这些文化是各民族人民在长期的生产活动和生活实践中取其精华，而得以保留和传承下来的，这些文化担负着承载历史文化信息和记事的功能，不但作为文化活动的重要载体，还蕴含了民族传统的道德观念和价值认知，是代表的一种特殊的民族感情。因此民族文化产品的消费，不但能加强消费者对这个民族历史文化的理解，更在精神上获得一种勉励。众多事实证明，拥有丰富民族历史文化信息的民族文化产品，不但在同类产品中的独特性增强，更是在一定程度上提升了民族文化产品的内在价值。因此，当地通过对库木勒茶产业中文化的审视挖掘和开发利用，发展了现在具有浓郁民族特色和深刻文化内涵的库木勒茶产业。突破传统经济模式，提高库木勒相关产业的科技含量和文化品位，借以实现库木勒茶产业升级和历史文化的传承与保护[11]。

### 3. 达斡尔族库木勒茶产业的理论反思

业界将 2019 年称为 5G 商用元年。工信部在 2019 年 6 月 6 日修订《电信业务分类目录(2015 年版)》，增设 5G 相关业务子类。互联网技术的开发使万物互联互通成为现实，高效利用科技力量，可以促进民族文化产业的快速发展，同时使产业融合能力进一步得到加强[12]。通过对黑龙江省齐齐哈尔市梅里斯达斡尔族区的调查，梅里斯契丹壶柳蒿芽茶厂正在运用互联网技术助力库木勒茶产业的建设，线上入驻有赞商城、京东商城、淘宝、大茶网等。库木勒茶曾代表梅里斯达斡尔族区参加首届中国国际进口博览会并与印度茶企业达成合作意向。先后参与了绿博会、广博会、深圳电商会展等国内线下展会 26 场，线下入驻多家市内经销处，2018 年产品上市仅半年销售总量达到 5000 余盒，成为梅里斯达斡尔族区最具特色的民族文化产品。调查得知，2019 年契丹壶茶厂通过完善柳蒿芽种植基地建设，创新种植技术实现无土栽培，保障原材料产量和货源充足，与南京同仁堂签订合作协议，利用现代技术和古老制茶工艺与南京同仁堂联名推出一款具有自主知识产权的特色茶产品。随后入驻全国同仁堂线下实体店，依托同仁堂线下市场提升品牌知名度，拓宽线上线下销售渠道，实现品牌建设提档升级。通过对达斡尔民族文化和柳蒿芽传说故事的挖掘，结合现代都市农业技术的革新，借助民族文化来促进产业全面发展。梅里斯契丹壶柳蒿芽茶厂走上了互联网+农旅结合的转型之路。2019 年初梅里斯契丹壶柳蒿芽茶厂扩大生产规模，引进了最先进的制茶设备，生产量由每年一万盒提升至每年十万盒。同年 5 月在齐齐哈尔扎龙自然保护区旅游景区建设了柳蒿芽茶线下体验旗舰店，以线下体验带动线上聚粉，提升线上转化率、回购率。同时在梅区哈拉新村博物馆设柳蒿芽茶展示专区作为梅区旅游景点的文化体验项目和线下体验馆。同期在齐齐哈尔市建设大街建设了 340 平米的“达乡印象”达族特色餐饮名店，传承达族历史文化，推介达族美食、歌舞及优质农副产品。店内设置了伴手礼专区，以柳蒿芽茶系列产品为核心、带动梅区水果蔬菜、酒、肉等特色农产品共同发展。2020 年，梅里斯“柳蒿芽茶”已经被列入第七批市级非物质文化遗产名录。经中国企业发展协会、全国品牌发展联盟、中国企业信用管理中心、中国企业诚信公共服务平

台等机构审核,“契丹古茶”系列在全国优质品牌调研入选活动中被荣选为“中国驰名商标”“中国名优产品”“中国绿色环保产品”“中国 3.15 诚信企业”“中国创新领导放心品牌”“低碳节能环保创新产品”“质量、服务、信誉 AAA 级企业”“中国绿色环保产品”等。2020 年浩热额仁柳蒿芽种植合作社被评为黑龙江省 AAA 级服务三农金牌合作社。企业坐拥嫩江之畔,年产契丹古茶 10 万盒,驿洛柳蒿芽茶 3 万盒,驿洛红茶 1 万盒,“契丹古茶”系列全部以野生柳蒿芽为原料,精工制作而成,历经多次检验后,产品各项理化指标均符合有机标准,并于 2020 年获得有机认证。企业在内蒙古、浙江省、山东省、吉林省、辽宁省、黑龙江省有多达 80 多个实体店代理商,并有 300 多个微商团队销售契丹古茶。随着柳蒿芽茶产业的多元化发展,生产规模的不断壮大,企业以“贫困农户 + 合作社 + 基地 + 无土栽培 + 科研”的模式进行助农增收,在“五+”的模式下与农户利益连接机制紧密,截止 2019 年末,共带动当地 140 余户农民增收 60 余万元。

库木勒茶产业快速发展的同时,不得不思考一个问题,人类的经济行为和经济活动不单单是表现为人类同自然界进行的物质性交换,更重要的是表现为人和人之间社会文化性的交换,库木勒茶产业发展是集合经济行为、社会交往、文化保护传承的“综合体”。可以说库木勒茶产业的产生与发展离不开其特定的环境,即离不开它赖以产生的自然环境和社会文化环境。它存在于达斡尔族生活的自然生态中,同时也是以达斡尔族丰富多彩的民族民间文化为载体的社会生态,如果离开达斡尔族特定的自然、社会和文化环境,它赖以生存的土壤将不复存在[13]。所以说,适合库木勒生长繁殖的自然环境和优美的库木勒节中蕴含的民族传统文化传统,是达斡尔族的库木勒茶产业发展的深厚根基。通过对梅里斯达斡尔族区的调查,可以发现达斡尔族的民族历史文化遗产、劳动记忆和经验的传授和对成员道德品质的培养,大多是以民族节日为载体。因此,经济人类学视角下达斡尔族库木勒茶产业的发展不能单纯地追求利益最大化,还要考虑经济背后民族文化的保护传承问题,增强少数民族文化产业发展与文化传承保护的良性互动,实现我国文化产业业的可持续发展。

## 参考文献

- [1] 国家统计局. 第六次全国人口普查汇总数据[EB/OL]. <http://www.stats.gov.cn/tjsj/pcsj/rkpc/6rp/indexch.htm>, 2020-06-01.
- [2] 李佳梅. 柳蒿芽多糖的提取、分离纯化及结构研究[D]: [硕士学位论文]. 哈尔滨: 东北林业大学, 2008.
- [3] 焦美, 刘蕊, 李悦铭, 张洪波, 韩爱鸿. 柳蒿中化学成分的研究现状[J]. 辽宁化工, 2017, 46(4): 402-404.
- [4] 文化部, 财政部. 文产发[2014] 28 号《关于推动特色文化产业发展的指导意见》[EB/OL]. [http://jkw.mof.gov.cn/zhengcefabu/201907/t20190715\\_3300295.htm](http://jkw.mof.gov.cn/zhengcefabu/201907/t20190715_3300295.htm), 2020-06-01.
- [5] 栗本慎一郎. 经济人类学[M]. 北京: 商务印书馆, 1997.
- [6] 施琳. 经济人类学[M]. 北京: 中央民族大学出版社, 2002.
- [7] 田广, 罗康隆. 经济人类学[M]. 银川: 宁夏人民出版社, 2013.
- [8] 田朝晖. 柳蒿芽的成分与活性研究进展[J]. 医学信息, 2014(32): 232-232.
- [9] 陈庆德. 文化经济学的基点与内涵[J]. 湖南师范大学社会科学学报, 2006(2): 83-88+124.
- [10] 孙信茹, 陈庆德. 民族学视野下的文化产品和文化产业分析[J]. 中国文化产业评论, 2013, 17(1): 202-215.
- [11] 高朋. 经济人类学视野下的珞巴族传统贸易——以西藏自治区米林县南伊乡为中心[J]. 西藏大学学报(社会科学版), 2018, 33(3): 158-164.
- [12] 工业和信息化部. 关于发布《电信业务分类目录(2015 年版)》的通告[EB/OL]. <http://www.miit.gov.cn/n1146295/n1652858/n1652930/n4509627/c4564595/content.html?&tsrheyvqkbl>, 2020-06-01.
- [13] 陈庆德. 经济人类学对商品分析的文化视野[J]. 广西民族学院学报(哲学社会科学版), 2000, 22(1): 27-32.