

从“谈化色变”到“绿色化工”

□ 盛朝迅



化工产业是国民经济的重要基础行业，与一国综合国力和人民生活密切相关。化工产业由于规模体量大、产业链条长、资本技术密集、带动作用广、与人民生活息息相关等特征，受到世界各国的高度重视。在美国，化工产业是第一大工业产业，在德国、日本、韩国等制造业强国，化工产业都是排名前三的重要工业产业。

我国于2010年超过美国成为世界第一化工大国，主要基础大宗产品产量长期位居世界首位或前列。但与国际先进水平相比，我国化工产业存在结构不优、技术水平不高、国际竞争力不强、环保压力大、安全管理不到位等突出问题，急需借鉴发达国家化工产业发展的经验，特别是在安全环保治理方面的做法，加快推动化工产业高端化绿色化集群化发展，促进化工产业向更高质量水平迈进。

20世纪80—90年代，德国化工产业曾受到来自社会各界的批评，人们“谈化色变”，恨不得将化工企业“一关了之”

当前，世界各国对环境保护和绿色发展的重视程度日益提升，出台了环境方面的政策、法规，同时环境执法力度也在逐步提高。可以说，“绿色化工”已成为全球化工业发展的潮流。

通过提高环保标准倒逼产业转型升级。发达国家推动化工产业转型升级，主要是通过提高环保标准，迫使行业从基础型、高污染逐步向清洁型、高技术含量转变。比如，二战以后，美国工业发展导致大气及水体污染严重。由此，美国开启了污染防治进程，通过建立监管机构，提高技术标准水平、采用经济激励、调动公众参与等多种措施逐步改善了生态环境。英国治理大气污染也是通过加强科学研究、制定严格标准、积极推广节能减排技术、扩大清洁能源使用等综合治理，才最终取得成功。需要指出的是，发达国家促进化工产业转型升级和污染治理是一个比较长的历史过程，并非一蹴而就，一般经历了30—50年的历程，英国更是经历了一个半世纪的努力。

通过严格的法律法规保障化工产业健康发展。主要发达国家高度重视法律手段，通过制定严格的环保法律法规，促进化工产业健康发展。如英国在治理大气污染过程中，连续出台了《烟尘禁止法案》《德比法案》等多个法案促进重工业转型升级和污染治理。德国制定了《联邦污染防治法》作为安全环保工作的基本大法，与《联邦防污法》《消防法》《联邦污染防治条例》《处理有害物质的特殊规定》以及欧盟《塞维索II准则》等共同构成化

工企业安全、环保工作的基本法律法规框架体系，对化工企业从规划、建设、运行直至废弃物处置全生命周期过程的安全、环保问题，进行了明确规定。统一完善的法律框架体系可有效避免法规不一、标准不一、政令不一的问题，并给予企业透明、公平公正的预期，有利于政府部门协调对化工企业、化工园区的安全、健康、环保、消防、设备等工作的监管，也有利于减轻企业负担。

重视发挥行业协会和民间机构的作用。德国高度重视行业自律、公众和行业协会参与等对化工产业升级的作用。行业自律组织的高度发达，不仅有效地促进了行业健康发展，在安全技术研发推广、安全管理及行业自律监督等方面也发挥着重要作用。一些科研机构和企业也为化工行业提供了前沿的技术和高素质的人才基础，确保了德国化工业的长期安全、健康和高品质发展。另外，民众的广泛参与，也使整个社会的安全意识、安全文化、对政府的认同得到明显提升。

以公开透明的沟通机制消除公众顾虑。在20世纪80—90年代，德国化工企业也曾受到来自社会各界的批评，人们“谈化色变”，恨不得将化工企业“一关了之”。但通过长期坚持安全环保标准和公开透明的沟通机制，德国化工产业最终取得了全社会的信任。如，巴斯夫化工园始终秉持“将经济成功、社会责任和环境保护相结合”的原则，高度重视企业社会责任，在全球范围的大型生产基地周边，设立社区咨询委员会，在生产基地管理层与周边社区居民之间，搭建起开放而坦诚的对话平台，做到了与周边邻居的定期主动沟通。

近年来，我国化工产业突出生态环保导向，取得很大成绩，但绿色发展、安全发展仍任重道远

近年来，全球化工业保持稳增长态势，化工产业格局正向亚太地区尤其是我国集中。最近，国际化工协会联合会发布报告显示，化工几乎涉及所有的生产行业，通过直接、间接和深度影响，估计为全球生产总值贡献了5.7万亿美元，占全球GDP的7%。以中国为主的亚太地区表现尤其抢眼，2018年中国化工产品销售额占全球比重超过40%，是2005年(11.6%)的3倍多，超过后面9个国家销售额的总和，是北美地区和欧盟市场销售额的总和。展望未来，亚太地区尤其是我国，将成为全球化工业增长的主要动力源。

然而，在发展高质量绿色化工方面，我国化工产业仍存在一定差距。

创新重视不够。根据欧洲化工协会统计，2017年欧美发达国家化工行业研发投入占销售额比重在1.8%左右，日本更是高达4%，而中国化工行业研发投入占全行业销售收入比重较低，尚不足1%。从发明专利申请量看，中国化工企业专利申请量逐年增长，但发明专利中跨国公司占比明显高于中国本土企业，且跨国公司

的发明专利大多分布在下游的炼制和化工领域，而中国本土企业大多分布在油气开发等上游领域，在专利实施率和转化率方面与国外差距较大。

竞争优势不强。虽然近年来我国化工行业整体规模快速壮大，但企业竞争力、盈利能力、人均收入等方面指标与发达国家差距较大，在人均收入、人均利润等部分指标上，我国企业不足全球领先企业的1/10。加快提升企业核心竞争力，培育具有竞争优势的企业和企业集团，是我国化工产业必须下大力气补齐的短板。

一体化程度不高。几乎所有跨国公司的发展战略都贯穿了一体化的发展理念。如德国巴斯夫化工园的一体化理念，诞生于其位于德国路德维希港的一体化基地，之后理念不断完善，并推广到其位于南京和马来西亚的一体化项目。埃克森美孚公司90%以上的化工生产、炼油和天然气生产都实现了一体化。而国内化工企业一体化程度亟待提升，部分化工园区产业门类混杂，化工企业毗邻食品企业的现象比比皆是，一些化工园区虽然都是化工企业，但彼此之间产品没有关联。

绿色发展任重道远。近年来，我国化工产业突出生态环保导向，推进绿色发展取得突出成绩，但也存在很多问题。比如，资源能源消耗总量高，“三废”排放量大，特别是石化行业VOCs(挥发性有机物)排放量大，近年来占工业源VOCs排放量的比重超过40%，成为VOCs治理的重点行业。此外，由于石化行业原料种类多、工艺路线长，产生的废物种类多、成分复杂、处理困难，造成污染治理难度较大，安全环保事件时有发生。部分企业主体责任不落实，安全环保意识薄弱，投入不足，工艺技术装备水平落后，标准体系不完善等问题突出。

应通过长期坚持安全环保标准和公开透明的沟通机制，推动我国化工产业转型升级和高质量发展

化工行业是国民经济的基础产业，化学工业的发达程度已经成为衡量国家工业化和现代化的重要标志。目前，我国化工产业已进入成熟期，具备了高质量发展的雄厚基础，应积极学习借鉴发达国家绿色化工的发展经验，推动我国化工产业实现新突破。

加快推动化工企业入园发展，实现上下游一体化。化工园区要形成综合竞争力，必须重视内部一体化发展，增强成本意识，尽量形成产品原料互供，将各个工厂用管道相互连接，形成价值链。要充分考虑利用化学工艺流程所产生的能量转换为蒸汽，为其他工厂的生产流程提供能量，推动生产、能源、废物流通、物流以及基础设施的一体化，从而实现社会、经济、环境效益最优。要坚持“统一规划、合理布局、严格准入、一体化管理”的原则，做好园区的规划选址和企业布局，严格园区内化工

企业安全准入，加强园区一体化监管，推动园区与社会协调发展。要建立“责任明确、管理高效、资源共享、保障有力”的园区安全管理工作机制，将园区内企业之间的相互影响降到最低，强化园区内企业的安全生产管控，夯实安全生产基础，加强应急救援综合能力建设，促进园区安全生产和安全发展。

通过标准、法律法规引导企业和公众预期，促进产业健康发展。国外化工企业在发展过程中也经历了被社会“误解”的过程，但通过长期坚持安全环保标准和公开透明的沟通机制，最终取得了全社会的信任。我国化工产业转型升级，要重视通过环保标准和法律法规引导企业减量、达标排放，实现绿色发展。当前，我国化工产业仍处于项目集中上马的快速发展阶段，与公众的沟通还停留在粗放、无序的阶段。要学习借鉴国外企业的先进做法，重点在项目规划设计、选址、施工和生产运营全过程中，与公众特别是周边社区居民顺畅沟通，邀请主流媒体、公众等参加企业咨询委员会，及时了解企业发展动态，为企业发展提供咨询建议。

鼓励先进技术研发和推广，增强产业发展持久动力。当前国内较先进的大型石化园区项目，大多以引进技术为主，具有自主知识产权的自有技术数量不多。而一些化工园区更是成为落后产能的集聚地。区域研发投入和科技人员比例与国外园区相比，尚有较大差距。以德国路德维希港巴斯夫化工园区为例，园区内共有员工3.2万多人，其中研发人员有5000多人，占总人数近16%。而在国内处于领先水平的园区如南京化工区，企业科技人员占职工总数也仅为10%。可见，我国化工产业仍需要加大科技创新投入，增强自主创新能力。应加快培育创新型企业，通过各种手段支持企业建立工程技术中心等研发机构，组建组织自主创新产业化项目。通过提升园区项目入园门槛，优先选择有自主创新技术、产品能填补国内空白的项目。同时，加快园区创新载体建设，建立产学研合作平台和若干产业创新中心，加速提升行业自主创新能力。

完善市场化机制促进产业健康发展。国外一般采用市场化的方式促进化工产业健康发展，通过发挥协会作用，建立市场化工伤保险制度、完善同业公会制度等，充分调动企业安全生产、绿色升级的积极性。如德国建立国家安全监察和工伤赔偿同业公会监督的双轨制模式，在安全生产工作中发挥了重要作用。我国企业安全生产仍处于制度建设初期，工伤保险杠杆作用还没有发挥出来，安全生产事故预防“两条腿”走路的大格局还没有完全形成，政府主导色彩较浓，企业尚没有从被动应付检查模式向主动自主管理模式转变，工伤保险杠杆在安全生产工作中还有很大作用空间。应积极推动国内高校、科研机构、社团组织、化工企业、化工园区联合建立行业自律组织，通过优化的关系网络、技术联盟，提高企业管理水平，开展行业自律监督。

(作者系中国宏观经济研究院产业所产业政策室副主任)

破解田园综合体建设中的“人地钱”等难题

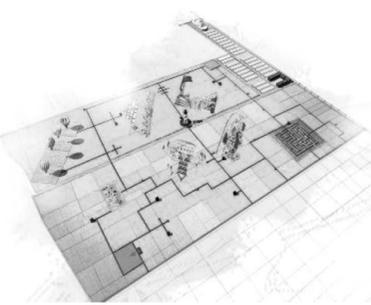
□ 吴炜峰

可通过微信群等连接工具，建立起人数比村庄人口多数倍甚至数十倍的村庄利益相关者群体，让更多人才投身田园综合体建设和乡村发展。

《国家乡村振兴战略规划(2018—2022年)》提出，要将“推进农业循环经济试点示范和田园综合体试点建设”，作为推动农村产业深度融合的一种重要的新载体新模式。由此看，田园综合体规划本质上是产业规划，是推动乡村全面振兴特别是产业振兴的平台载体和重要抓手。笔者于今年4月参加了省政协“加快田园综合体建设”的调研活动，实地考察了临沂、日照、潍坊、淄博四市的田园综合体建设情况，对如何推动田园综合体建设，形成了一些简要认识。

应培育独特的农业优势，顺应市场认知，找准田园综合体定位。要涵括进优质农产品(特别是地理标志农产品)、独特的文化、创新创意元素、生态旅游资源、市场需求、政策供给等多个维度，做好融合文章，形成自己的特色，培育自己独特的农业优势。在这方面，日本和我国台湾建设精品农庄的经验很有借鉴性。比如日本的母亲牧场，以创意为导向，围绕动物、赏花、采摘、动手体验、游乐园、美食、购物、露营等多种核心体验内容，每年吸引100万游客的来访，是东京周边乃至整个日本最好的亲子牧场；再如我国台湾的清境农场，是为了让以前效力疆场的滇军退伍官兵再次从事农业开发而设立的高原农场，主要种植温带果蔬和培育高山花卉，现在已经从单纯的农场，发展成热门的观光农场。此外，还要特别认识到，所谓“定位”，一定是心智定位，即要从市场上人们的认知出发，找到在某个方面能够做到“第一”、撬动市场认知和兴奋点的元素，进行战术配称，做好市场营销，打造强力品牌。

应理清和界定不同建设主体之间的关系，不断完善农民充分参与和受益的联结机制。根据2017年中央一号文件，田园综合体建设的主要载体是农民合作社。同时，田园综合体又是农业农村片区开发的概念，需要形成政府引



导、市场主导、多元参与的运行体制。为了更好地协调政府、农民(以及村集体)、多元经营主体(农民合作社、家庭农场、农业产业龙头企业、农业社会化服务组织等)之间的关系，提高沟通和办事效率，在政府、农民、各大经营主体之间，应该成立有领导、小组织(或指挥部)和平台公司，起到类似经济开发区管委会的作用(也正因为这一点，田园综合体的建设不宜全面铺开，建议每个县域以1—2家为宜，切实落实政策，搞好公共服务，发挥示范带动作用)。从本次调研来看，临沂市的田园综合体建设全面建立了领导小组或项目建设指挥部、平台公司、镇政府以及相关村分工合作、统筹协调的工作推进机制。一些地方还成立了田园综合体管委会以及田园综合体党委，充分发挥政府引导、党建引领作用，团结带领广大干部群众，扎实推进田园综合体建设。为了保障农民充分参与和受益，要大力支持村集体、农民合作社发展壮大。现在，很多村子基本上是“空心村”，村集体领导力量薄弱，因此可以采取从外出打工者、返乡青年、外来企业、创客群体、机关单位公开选派村党支部支书的方式充实这些薄弱村的党组织。另外，在村党支部领办村级股份经济合作社或股份合作公司的基础上，从专业合作社中筛选有条件的合作社引入职业经理人机制。本次调研考察中看到的淄博市博山区中郝峪村，通过成立村集体

股份制公司，大力发展乡村旅游，践行“三变”模式(即资源变资产，现金变股金，村民变股民)，得到全国各地乡村的认可，成为乡村振兴的有力践行者。

应以规划和政策的双视角，解决好田园综合体的建设用地问题。田园综合体要做三产融合和“新六产”，在二产三产的发展上需要建设用地支持。调研中发现，部分田园综合体存在建设用地指标大量短缺的问题，甚至有些田园综合体没有一分建设用地。这主要是由规划不当和政策缺位的双重因素造成的。在规划上，建议田园综合体的核心区尽量把部分镇区/城区包括进去，以加强核心区综合服务能力以及用来解决建设用地指标短缺问题；同时，引入“田园社区”概念，加大项目区内村庄改造力度，利用腾出的可用建设用地或宅基地，发展二产三产。在政策上，落实国家设施农用地管理规定，并出台明确的省级管理办法，做好政策解读和培训，加强督导纠偏，不要让“大棚房”悲剧再次上演；在有条件的地方(比如，存有荒山荒地、滩涂等未利用地和低效闲置的土地，以及有行之有效的垃圾、污水处理方案)，实现建设用地的点供试点。

应多元投资，多措并举，充实田园综合体建设资金。在田园综合体的试点建设过程中，部分田园综合体项目获得了一些政府财政资金投入(如朱家林国家级田园综合体3年2.1亿元、省级田园综合体3年6300万元)，其主要用于改善项目区的基础设施以及投入公共服务领域，虽然可以投向一部分产业化项目，比如设施农业、加工车间等，但都是引导性的，目的是为了撬动广大的工商资本投入。国家政策性银行的贷款是另一种重要的投资力量，通过银行授信、财政贴息、金融担保、小额贷款等方式，可以帮助田园综合体快速获得部分投入资金。从调研情况来看，遵循市场经济规律，加大吸引工商资本投入，由于其投资额大、效率高、见效快，现在已经成为田园综合体的一种主要建设模式。值得注意的是，在工商资本下乡时，需要对企业、村集体、合作社和农民的利益联结机制进行合理设定、不断创新。

应深挖四类人才，积极破解田园综合体建

设中的人才难题。人才是第一位的资源。人才这种要素，还具备最强的流动性，因为人有独立思维，还能用脚投票。首先，要挖掘村内人才。可以肯定的是，村里有人才，比如大家都知道的内能人。还有一种平时埋头干活而又有某种特长，在外面名声很响的人，可以称之为“农村网红”。调研时，我们就发现了一位这样的“农村网红”——他是一位农民，但又是一位网络名人，他自己录制短视频，由于视频录制得太好了，淘宝上一些卖花草的人就来找他，让他帮他们录制卖花的短视频，一集几分钟，给几百块钱。目前，他的月收入已经超过2万元。其次，本村在外面的年轻人。随着工业化和城市化的快速推进，年轻人都去打工了——能走出村的人，就是人才！所以要想办法把他们整合起来，让他们也能为村庄发展作出贡献。可以采用“连接”的方法，建立人数比村庄人口多数倍甚至数十倍的村庄利益相关者群体。随着互联网技术的广泛应用，特别是智能手机的普及，“连接”的条件已经成熟，具备了可用的连接工具(如微信等)，可以将所有的村庄建设支持者紧密地“连接”在一起，大家不一定返乡，但同样能对村庄发展作出贡献，比如提供村务决策和农业生产技术咨询，建设共享农场、自然学堂，发展乡村旅游，等等。再次，自外吸引来和自内孵化出的农村创客群体。朱家林国家级田园综合体的一个重要经验，是打造了朱家林创客营，引进和孵化了一大批青年创客来朱家林创业，与原居民相融共生，同时带动了在外打工者的回归。目前该田园综合体已吸引营销策划、环境设计、文创、活动(研学、户外)、教育(自然教育、国学教育)、培训(民宿管家、新型服务业技能培训)、手工艺(老匠人、新匠人)等百余位青年创客，孵化成立了18家“新农旅”型创新创业公司。最后，工商资本投资、农业龙头企业进驻带来的人才。政府和平台公司，可以通过建设实体双创空间，将城市人才引到支持政策应用到田园综合体，更好帮助这类企业带来人才的成功落地和茁壮成长。

(作者系山东社会科学院农村发展研究所副研究员)

让中国文化更好走出去

□ 于冬云

外国人对中国日常生活文化更感兴趣，如饮食、瓷器、服饰、丝绸、功夫、中医中药、建筑园林等。如何在输出这些物化产品的同时，将其中凝聚的中国文化精神也传播出去，是我们必须解决的重要课题。

文化走出去不能流于形式，只做表面文章。逢年过节时，到国外展示中国文化习俗，包饺子、写对联、舞狮子、表演中国功夫；文化展览会上设一个中国文化展示场馆，表演书法、京剧，再加上图书，凑成一台中国文化大秀。这些活动可能现场效果不错，但活动结束后，除了一些抽象的中国文化符号，外国人能从中国理解多少中国文化的精神内涵，则需要打个问号。像英国著名服装品牌博柏利在全球发布的2019年中国新年广告大片“摩登新禧”，背景氛围暗淡，色调、构图和人物表情都过于单调——设计者显然只是借用了抽象的中国符号，却偏离了中国年喜庆祥和的文化精神。从经济角度看，这种短时效的中国文化展示，也很难产生长期的经济效益。因此，推动中国文化走出去，务必讲究有效的输出策略，这是关乎文化走出去持久性和有效性的关键课题。具体来说，应包括以下三个方面：

首先，政府出台政策，制定措施，搭建平台。有效的文化输出，需由政府出台相应的政策，制定有针对性的规划措施。2017年1月5日，《文化部“一带一路”文化发展行动计划(2016—2020年)》正式公布。该行动计划以“政府主导，开放包容；交融互鉴，创新发展；市场引导，互利共赢”为基本原则，明确将健全文化交流合作机制和文化合作平台、打造文化交流品牌、发展文化产业和文化贸易列为重要任务列入行动计划范畴，为持久有效的文化输出奠定了基础。该行动计划还设立了12项具体的子计划，包括在“一带一路”沿线国家建设中国文化中心、“丝绸之路文化使者”、“丝绸之路文化使者”、建设“一带一路”文化遗产生长廊、建设“丝绸之路文化产业带”、动漫游戏产业“一带一路”国际交流合作计划等。从上述具体规划来看，我国政府已经为长久有效的文化输出制定出具体、多层次的、长远的发展规划。

近期，文化和旅游部又下发了2019年“一带一路”文化产业和旅游产业国际合作重点项目征集与扶持的通知。此次重点项目征集和扶持的产业范围，不仅包括演艺、动漫、创意设计、文博文化、传统工艺和旅游产品等文化创意，还包括文化和旅游产业交易和服务平台，以及文化产业国际化人才培养。扶持方式也灵活多样，包括独资、合资、控股、参股等多种经营形式。我省作为文化大省，应积极向应征征集，推出更多更好的文化产业和旅游项目。

其次，多层次、多渠道输出中国文化。文化是分层次的，主要包括日常生活和文化和精神文化。文化输出要根据不同的文化层次，采用不同的策略方法，把中国文化送出去，并转化为互利共赢、长久发展的有效成果。

外国人比较熟悉的中国日常生活文化，包括饮食、瓷器、服饰、丝绸、功夫、中医中药、建筑园林等。如何在输出这些物化产品的同时，将这些物质文化中凝聚的中国文化精神也传播出去，是需要讲究策略的。日本人在饮食文化经营方面的经验值得我们借鉴。在美国的中餐馆里，有一种饭后甜点幸运饼干。饼干外形是菱角状的，中间是空心的，掰开之后，里面有一张写着字的小纸条。小纸条上的文字有中国箴言、成语、俗语等，或者是模棱两可的预言，或者是幸运数字。总之，纸条上的文字暗示都是温暖吉祥的。作为美国中餐馆的标配，这种幸运饼干的观念却源自日本的占占煎饼，中餐馆将其进行了美国式现代改造，并嵌入中国传统的吉祥文化精神，深受美国人的喜爱，并推广到英国、墨西哥、意大利、法国和其他地方的中餐馆里。据称，美国每年要生产大约30亿个幸运饼干。幸运饼干在美剧里的出镜率也超乎想象。在美剧《辣妈辣妹》中，女主人公说过这样一句台词：“那个小饼干肯定带着一种东方魔法！”所谓东方魔法，实则是广受外国人欢迎的中国吉祥文化精神。幸运饼干的成功案例，可否启发中国企业将中国的吉祥文化精神嵌入更多的中国饮食、服饰产品中？

此外，中国的精神文化还凝聚在中国文化史上的名著名篇、文化名人、中国艺术中。应通过政府、民间等多种渠道，以文化交流项目、孔子学院、中国文化中心、经典外译、戏剧、电影、电视剧、动漫、游戏等多种方式，系统地向外传播中国文化与精神文化。山东作为文化大省，古有孔子的典籍《论语》，王羲之的书法艺术，今有莫言、张炜的文学经典，山东影视中心出品的电视剧《伪装者》《琅琊榜》等大众文化产品。这些精神文化产品都已经成功地传播到海外，并受到国际人民的欢迎。如何让这些文化产品产生持久的文化影响力，并带来长远的经济效益，还需要在输出形式的多样化上多做文章。比如，将这些精神文化有效地转化为输入国人喜闻乐见的流行文化产品，或者像美国中餐馆里的幸运饼干那样，将精神文化嵌入日常的物质文化产品中。

最后，坚持文化自信，讲好中国故事，传播中国好声音，塑造中国好形象。中国文化是一个历史的范畴，它经历了五千年的发展才形成了今天的面貌，底蕴深厚，博大精深。在对外输出中国文化时，既要考虑到输入国的文化接受心理，又要坚持民族文化自信心，坚守中国的话语权。在中国文化的海外传播方面，既要肯定海外汉学家对中国文化作出的贡献，又要清醒地意识到，某些带着猎奇心理的汉学家对中国文化的偏见和误解。要组织中国学者对外宣讲中国文化精神，通过系统的学术外译项目，将中国汉语传播出去，消解西方历史上和现实中对中国形象的不利言论。应组织中国艺术家、中国企业将内容积极健康美好，内涵丰富、创意新颖，符合国际和地区文化传统、审美习惯和消费模式的文化产品送出去，突出中国传统文化精髓与当代中国文化发展新面貌，塑造文化底蕴深厚的当代中国文明大国形象。

(作者单位：山东师范大学文学院)