

培育新型实体企业 大力促进数实融合

■ 文 / 井丽华

当前，世界各国正面临新一轮科技革命和产业变革，中国也加快了制造业转型升级的步伐。“十四五”规划纲要明确提出，要“促进数字技术与实体经济深度融合，赋能传统产业转型升级，催生新产业新业态新模式，不断壮大经济发展新引擎”。数字经济与实体经济的深度融合，已成为全面释放要素潜力、推动产业转型升级的必由之路。其中，部分发展实体经济的企业实现了较高程度的数字产业化或产业数字化变革，这类企业被称为“新型实体企业”，其对促进数实融合的作用尤为突出。这些企业以引领新一轮科技革命的技术为基础，充分运用数字技术与智能手段，降低生产、流通等环节成本并提升运作效率，对新产业、新业态、新模式的产生与发展具有重要促进作用。

一、新型实体企业新在哪

以新技术为有力支撑。新型实体企业将数据和技术贯穿到研发、生产、供应链、营销、服务的全过程，所运用的技术主要包括 AI、云计算、区块链等技术，数据成为生产和流通等环节的重要驱动力。因此，没有实现新一代信息技术深度运用的传统企业，自然很难得到数据要素所创造的更大价值，新技术与企业发展未能实现有效融合并发挥出力。

以新业态为高效路径。新型实体企业更注重新协同发展，实现线上管理与线下操作联动、虚拟经济与现实经济活动融合，将数字化技术深度嵌入生产和流通各环节，大幅促进要素生产率提升与资源有效整合。过去的传统企业则未实现这种有效协同，部分仍以实体运营为主，部分仅对线上线下运作进行简单切割，技术赋能作用受限。

以新模式为科学机制。新型实体企业能够以高效模式整合贯通供应链上下游与全产业链，通过扩大单一产品规模，拓展关联产品范围，不仅大幅降低自身产品成本与期间费用，有效缓解成本约束，还逐步形成持续竞争优势，实现良性发展。而传统企业受要素整合中管理成本与交易成本把控难度的限制，往往难以实现此类有机整合。

二、新型实体企业推动数实融合的作用体现在哪

无论是传统的制造、零售、物流等企业的“数字化跃迁”，还是轻资产企业的“实体化下沉”，或是新兴企业实体基因与数字基因共生，都决定了新型实体企业是实现数字经济与实体经济深度融合的重要主体。一方面，新型实体企业自身的产业升级以较高度度的数实融合为支撑；另一方面，其产生与兴起能催生新产业、新业态、新模式，所覆盖的微观主体必然存在数字经济与实体经济的较大交集，这种更深层次、更广泛的交互，能有效推动数实融合。

对于促进数实融合，新型实体企业发挥着不可替代的承载主体作用，主要体现在以下五个方面。**一是着力推动技术创新，提升数字技术自主能力。**数字技术发展水平直接影响数实融合效果。新型实体企业重视科技创新，加大投入倾斜，通过技术升级与应用创新降低各环节费用，推动数字化技术衍生产品在传统实体经济中广泛应用，同时构建更广阔数字化生态。**二是主动对接多元市场主体，降低数字化转型门槛。**许多传统企业缺乏对接数字技术的途径，新型实体企业通过提供解决方案，帮助其降低转型成本，共享融合收益，助力传统企业实现基于数字化的长期发展。**三是支持企业融入数字生态，深化产业链合作，打破“孤岛效应”。**数字化转型的成功往往依赖联合更多数字化伙伴、形成网络效应。新型实体企业借助自身生态圈，帮助其他企业降低搜寻成本，整合资源，提升合作效率与产品附加值。**四是凭借强大的供应链整合与服务能力，助力实体企业降本增效。**新型实体企业依托大数据和先进算法，为实体企业提供智能决策支持，优化运营效率。同时，其仓储基础设施也实现了跨界整合，显著提升物流绩效。**五是培养适应行业需求的数字化人才。**新型实体企业在实践中形成科学规范的能力评价体系，并经丰富实践检验，弥补高校教育中实践教学经验的不足，为持续推进数实融合提供人才支撑。

高质量发展为新型实体企业开拓了广阔空间，其创新发展迎来了黄金期。作为数实融合的重要载体，新型实体企业依托丰富的数实融合形式，持续发挥网络效应与协同优势，在与实体企业深度合作中内化前期投入成本，加速形成良性循环，推动数实融合呈现“滚雪球”式发展态势，为经济社会高质量发展注入新动能。

【作者单位：中共滨州市委党校（滨州行政学院）】

新质生产力赋能科技创新发展的三重逻辑

■ 文 / 刘国琴

在新一轮科技革命和产业革命背景下，国内外环境正在加速演进，对经济社会发展产生了深刻影响。因此，以科技创新发展为核心的高质量发展成为推进产业现代化的重中之重。从根本上讲，科技创新植根于发展的量、效益和可持续性之上，对提升全要素生产率提出了更高要求，需要通过新质生产力提供持久动力。换言之，新质生产力与科技创新高度关联，新质生产力能够为科技创新发展正向赋能。

其一，新质生产力与科技创新发展场域重合。新质生产力主要由技术革命性突破催生而成。新质生产力是生产力现代化的集中体现，其发展不仅是量变的飞跃，更是质变的突破，发展过程也是社会发展

进步的过程。从“新质”的词义上溯源，“新质”代表着“新的质态、新的形态、新的形式”。新质生产力是更高效、更高质量、更现代化的生产力。当下，新质生产力已然显露出超越传统生产力的技术革命性突破、生产力要素创新，以及产业深度转型升级的新优势。由此可知，新质生产力要落脚于生产力水平的高度发展之上，生产要素的范畴也应当与时俱进地拓展。这也就意味着新质生产力与科技创新在技术革命性突破、生产要素创新性配置、产业深度转型升级等多个维度高度重合。

其二，新质生产力与科技创新发展在价值维度上相统一。生产力的发展状况是衡量社会发展的根本标准，也是推动社会发展进步的本原性、长远性力量。新质生

产力是对传统生产力的超越，实践性、全面性、发展性等创新特质更为凸显。新质生产力开拓发展的价值取向在于解决实际问题，重点研究生产力构成要素在“量与质”上的提升问题。“量与质”的提升问题也是实现科技创新的关键问题，是科技创新实践过程中无法回避的实际问题。因此，二者在价值维度上实现了高度统一。

其三，新质生产力为科技创新发展提供动力源泉。新质生产力强调创新驱动、高质量发展，是以全要素生产率大幅提升为核心特征的先进生产力。先进生产力是科技创新的基础，没有先进的生产力，科技创新将难以取得突破性进展。新质生产力能够从物质基础、产业环境以及市场需求等多个维度为科技创新打造支撑体系，

不仅为科技创新提供必要的硬件设施和资源保障，还营造了有利于创新的产业生态和市场环境，源源不断地为科技创新注入强大动力。新质生产力的发展能为科技创新提供理论基础和方法论指导，推动技术的革新和应用。因此，在科技创新的实践过程中必须充分认识到新质生产力的基础性地位，大力发展新质生产力。

总而言之，新质生产力与科技创新发展之间有着深厚的逻辑关联。新质生产力以技术革命性突破、要素创新性配置、产业深度转型为核心，正成为驱动科技创新跃升的核心动力源。

（作者单位：宜宾学院马克思主义学院）

职业教育课程思政场景化育人生态构建路径研究

■ 文 / 刘艳萍

课程思政是党和国家实现“立德树人”根本目标的重要举措，是实现价值引领与技能传授有机融合的关键路径。作为与经济社会发展联系最紧密、“前途广阔、大有可为”的职业教育，承担着培养高素质技术技能人才的重要使命。在立德树人根本任务的指导下，职业教育课程思政是提升职业教育适应性的创新范式，是关乎国家竞争力、产业未来、学生成长的战略课题。职业教育课程思政要解决“学生知而不信、信而不行”的问题，关键是紧扣“职业性”和“实践性”，推动思政元素与职业场景交融互动，构建场景化育人生态，将知识学习、能力培养与价值观塑造融入具体场景中，打造沉浸式体验、多元化参与的育人生态，真正实现技能培养与价值塑造的同频共振。

首先，尊重学生主体性，将思政教育从“外在要求”转化为“内在需求”。

面对多元价值观冲击，职业教育课程思政要以学生需求设计内容和表达方式，将思政教育融入职教学生真实可感的生活、学习与职业场景中，通过学生沉浸式体验和互动参与，在真实场景中主动建构价值观。这就要求专业教师从知识权威转变为学习设计师和协作伙伴，遵循认知规律和学习动机理论，在承认学生知识生产者身份的基础上，建立师生学习共同体，共享决策权，通过场景化实现价值共鸣、情感触动、行为强化，让思政教育成为职

教学生职业发展的内生操作系统，而非外在强制插件。为此，专业教师必须尊重职教学生的认知特点、情感需求和发展差异，了解他们的真实需求和困惑，破除职教学生“思政无用论”“价值悬浮感”“被动接受惯性”三大认知障碍。

尊重职教学生偏好动手学习的特点，在课程思政中要用“体验—反思—行动”循环替代单向灌输，将课程思政与职业发展绑定，在需求对接中从“国家要求”转变为“我的需要”。例如，用数据证明高技能人才思政素养与企业晋升正相关（破解“思政无用”认知），用校友案例库呈现真实职场抉择（避免内容空洞），设计两难情境互动——如电商专业模拟“数据造假冲销量还是坚守诚信”，改变学生被动接受惯性。

尊重学生的情感需求，职教学生因“普职分流”对技能操作有强烈的成就感诉求，习惯短视频“即时即爽”的一代对长期说教缺乏耐心。在课程思政中要用“圈层语言”替代“官方话语”，引导学生自发讨论与自身相关的就业压力、网络舆论、人际关系、社会公平等问题。例如，让学生自主查阅国家科技逆袭史料以延伸思考，在兼职工作中进行比较中实现正向内化迁移，通过“做中学、用中悟”将思政教育转化为内在需求。

尊重学生的发展差异，建立个性化思政成长档案，区分“技能型”“创业型”“升

学型”学生定制场景，设计有温度的教育触点，让不同禀赋的学生找到适合自己的学习形式，使课程思政真正实现从“要我听”到“我要用”的质变。

其次，打造“三维联动”场景化育人空间，构建学生主导的参与机制。

一是重构课堂场景，实现课堂与实景互联。在充分发挥职业教育学科优势的基础上，改变传统单向灌输模式，把课程思政搬到现实场景中，以“园区课堂”“农场课堂”“车间课堂”等形式将课堂讲授与情景演绎巧妙融合，通过技术赋能和场景化设计提升学习体验。

二是加强校园场景渗透，促使课程与情境互动。以校园静态文化载体打造“无感知教育生态”，如在教学楼走廊设置“中国精神”主题文化墙，在焊接实训室张贴“航天焊神高凤林金句——每一道焊缝都关系生命”，实现环境浸润；以校园动态文化载体将课程思政渗透到活动和管理中，加强学校“大思政”工作统筹安排，充分发挥社团优势，打造贴近职业教育的校园文化活式，以网络文化载体形成积极向上的思政舆论导向，如在校园食堂设置“一粒米的旅程”AR 扫码点，通过虚拟种植体验粮食安全；开发校园 AR 思政导航系统，扫码触发红色故事，帮助学生通过虚拟技术参与课程思政。

三是加强行业合作，推动理论与实践互促。在合作企业设立思政观察员岗位，

文化产业对农村经济的促进作用

■ 文 / 刘恩保

经济发展新常态下，文化与经济的协调发展，是推动乡村振兴战略全面实施的重要前提，在农村经济发展中，文化产业发挥着重要的促进作用。

不过，目前农村地区文化产业和经济发展中，存在协调性不高、文化资源开发利用水平偏低等问题，无法将文化产业促进经济发展的作用充分发挥出来。对此，做好文化产业对农村经济促进作用的研究，推动农村经济发展策略的创新，是非常必要的。

一、文化产业概述

文化产业是指借助创意、技术以及传播等手段，对文化资源进行相应的开发、生产和传播，在满足人们精神文化需求的同时，创造相应经济价值的产业体系。文化产业提供的产品通常都体现在精神层面，主要目的是满足公众的文化需求，涉及了文学创作、摄影、舞蹈等。文化产业包含了三种类型：一是文化生产加工，最终得到物质产品，如图书产业、影视产业等；二是文化服务产业，主要是为文化相关产业提供劳务服务，如舞蹈表演、音乐表现、体育运动等；三是为其他的产品或者行业提供文化相关的附加价值的产业，如装饰装潢、文化旅游等。

近年来，伴随着乡村振兴战略的全面推进，农村文化产业逐渐摆脱了以往低附加值与零散化的发展模式，开始呈现规模化、特色化和融合化的趋势。从产业规模分析，依据国家统计局公布的数据，2023 年全国文化产业总产值突破 5.9 万亿元，占 GDP 的比重为 4.59%。从发展模式分析，“文化+”逐渐成了文化产业发展的主流，如安徽宏村以徽派建筑文化为依托，打造出了民宿、非遗研学以及写生绘画相互结合的特色产业模式，每年接待了大量学生，在盘活农村闲置民居资源的同时，赋予了文化产业更强的经济属性。

二、文化产业对农村经济的促进作用

近年来，随着乡村振兴战略的持续推进，农村文化产业开始逐渐摆脱传统低附加值、零散化的模式，表现出了特色化、规模化以及融合化的发展趋势。文化产业对农村经济的促进作用主要体现在以下几个方面。

1.拓展就业渠道

文化产业的发展，能够在农村地区提供大量的灵活就业岗位，如民俗表演、手工艺品制作等产业，能够提供直接就业岗位，吸纳农村剩余劳动力，尤其是妇女、老年人、返乡青年等群体，实现了真正意义上的“家门口就业”。例如，陕西凤翔围绕当地的特色泥塑，打造了泥塑合作社，将分散的农户组织在一起，统一进行技术培训、材料采购和产品销售，带动了大量农户就业，其中妇女占比超过 70%。参加合作社的农户能够获得泥塑作品的收入，也有合作社给予的分红收入，人均年收入得到了显著提升。同时，文化产业也可以带动相关配套产业的发展，如物流业、餐饮业等，间接增加了物流员、服务员等岗位，形成了良好的就业辐射效应。例如，浙江莫干山大力发展乡村旅游产业，2023 年，莫干山民宿接待游客同比增速喜人，“五一”“国庆”期间，民宿住宿人数创历史新高，带动了周边物流企业、餐饮商户的发展，创造了大量的就业岗位。

2.盘活各类资源

很多农村地区都有着丰富的自然资源和文化资源，却因缺乏开发手段长期闲置，文化产业能够实现对这些资源的盘活，提升经济附加值。一方面，可以借助文化包装的方式，打造乡村特色旅游项目，大力发展乡村旅游业，带动民俗、餐饮、零售等产业的发展；另一方面，可以对农村地区的民俗文化、传统技艺等进行产业化开发，形成特色产品，以较高的产品附加值推动农村经济整体效益的提升。

3.推动产业融合

文化产业本身具备极强的渗透力和关联性，可以带动农村地区一二三产业融合，优化农村经济结构，降低单一产业依赖带来的风险。一是通过与农业的融合，发展休闲农业、观光农业等，打造“种植+观光+科普”的全新产业模式，如亲子农场、研学基地等；二是通过与加工业的结合，发展文创产品加工，使得加工产业能够逐步朝着加工与服务深度结合的方向转型，如农产品深加工与文创设计结合；三是通过与服务业的结合，实现多元化的产业协同，提升农村经济对市场风险的抵抗能力，如民宿与餐饮、文化体验的联动。

三、基于文化产业的农村经济发展策略

1.挖掘特色文化资源

应该做好乡村地区文化资源的挖掘与整合，以市场需求为导向，积极引入和培养文化人才，建设具备鲜明地域特色和产业优势的乡村文化产业品牌，避免同质化问题。一是应该开展文化资源普查工作，对农村地区的民俗故事、历史遗迹等进行梳理，确定好产业发展核心方向。地方政府应该组织专业团队，对本地的传统技艺、民俗文化、历史遗迹、自然景观等资源进行全面普查，建立相应的文化资源数据库，确定好资源的开发潜力，围绕这些资源打造特色产品及项目，避免盲目跟风行为。二是挖掘乡土文化特色，加大文化资源转化，培育具备民族特色和地域特色的传统工艺产品。应该将远近郊特殊的文化、生态资源，寻找将乡村文化资源转化为旅游吸引物的途径，借助设计导入、风貌整理、功能再造等方式，将远郊乡村群建为现代都市农业公园和休闲观光度假区。同时，可以在挖掘文化资源的基础上，通过创意设计将文化元素融入产品与服务中，打造特色文化产品。例如，江苏宜兴在紫砂壶产业发展中，融入了书法艺术、茶文化等，开发出了印有书法

作品以及刻有茶文化故事的紫砂壶，并推出了体验课程，使得游客可以在亲手制作紫砂壶的过程中，感受其文化魅力。三是应重视品牌打造，做好文化符号的提炼，设计出能够凸显特色文化的产品，加强品牌宣传，提升产业知名度。通过线上线下相结合的方式，加大品牌宣传力度；线上可以利用短视频平台、直播电商、社交媒体等渠道，展示农村文化产业的特色产品与体验项目；线下则通过举办非遗展演、文化节、文创产品博览会等活动，提升品牌知名度。

2.营造良好的营商环境

地方政府应该依照相关法律法规和政策要求，制定出符合本地区发展的产业规划及政策体系，完善相应的激励机制，鼓励并引导民营企业参与到农村特色文化产业建设中。一是政策支持，政府部门可以借助税收优惠、差别税率、贷款贴息等方式，扶持特色文化产业发展，鼓励和引导各类市场主体进入电影放映、文艺表演、教育培训等领域，推动产业链条的延伸，开发乡村文化市场；应进一步简化文化产业项目审批流程，建立“一站式”审批服务平台，缩短项目审批时间；应提供用地保障，在农村集体建设用地指标中，优先保障文化产业项目用地需求，允许农村集体经营性建设用地通过出租、入股等方式用于文化产业发展。二是资金支持，政府应进一步加大财政投入，设置文化产业发展专项资金，为基础设施建设、人才培养以及品牌宣传等提供资金支持；同时，可以吸引社会资本的参与，借助产业基金、PPP 模式等，引导地方企业和社会组织等参与农村文化产业项目；应引导金融机构推出相关信贷产品，如“文化创业贷”等，为农户、合作社、企业提供低息贷款；应完善文化产业担保体系，降低金融机构信贷风险。

3.培育专业人才队伍

在推动农村文化产业发展的过程中，人才处于核心地位，需要做好专业人才培养工作，切实提高产业发展质量。具体来讲，专业人才培养可以从两个

方面着手。

一是做好外部人才的引进工作，借助人才引进、待遇优化等方式，吸引更多优秀人才参与到农村文化产业发展中，如旅游策划师、文创设计师、经营管理员等，为农村文化产业的发展提供人才支持。具体而言，可以建立起相应的城乡人才交流平台，与城市文化企业、高校建立合作，推动城市专业人才定期到农村开展技术指导、项目合作，帮助农村开发特色文创产品，在解决农村文化人才短缺问题的同时，也为高校人才提供了良好的实践平台。

二是加强本地人才的培养，可以依托社会培训机构、职业院校等，落实技能培训；面向广大农户开展民宿经营、手工艺品制作等培训；面向村干部开展产业规划、品牌运营培训等，确保农村文化产业在得到外部智力资源的同时，也有着本土人才的支撑。本地人才培养中，应该强调针对性，结合农村文化产业发展需求，邀请行业专家、非遗传承人、成功企业家等开展培训，培训内容应该涵盖产品设计、市场分析、电商运营、客户服务等方面；可以建立起本土人才交流平台，组织技艺比拼大赛、文化产业专业人才交流会等活动，促进本土人才之间的交流学习，提升其创新能力与竞争意识。

4.强调数字技术赋能

数字化时代，可以借助数字技术推动农村文化产业升级，进一步提高产业效率，扩大市场规模，具体来讲，可以从三个方面着手。一是完善农村地区数字基础设施建设，推动 5G 网络、光纤宽带向农村文化产业集中区域延伸，实现景区、文创园区、非遗工坊等重点区域的网络全覆盖，为文化产业的发展奠定坚实基础。同时，应大力支持农村文化企业配备数字化设备，如手工艺品合作社提供高清拍摄设备、直播设备，为乡村旅游景区安装智能导览系统、线上预订系统，提升产业数字化运营水平。二是开发数字化文化产品，通过文化产业与数字技术的深度结合，开发数字文创、线上

体验、虚拟展览等新型产品，以更好地迎合受众群体的多元化需求。例如，河南洛阳依托龙门石窟文化，开发数字文创产品，通过区块链技术实现唯一性认证，首批数字藏品上线即售罄。同时，可以通过短视频或者线上课程的方式，推动民俗文化、传统技艺的传播。这样一方面能够扩大文化影响力，另一方面也可以通过付费课程以及广告分成，实现收入的增长。三是开展数字化营销，引导农村文化企业借助电商平台、社交媒体等营销渠道，做好产品宣传工作，扩大品牌影响力。同时，可以利用大数据技术，分析消费者需求，精准定位目标客户群体，实现个性化营销。例如，通过分析电商平台用户数据，针对年轻消费者推出时尚化的文创产品，针对中老年消费者推出传统风格的手工艺品，提升营销效果。

四、结语

总而言之，新时期，文化产业是农村经济发展的新动力，其在拓展就业渠道、盘活农村资源以及优化产业结构等方面发挥着积极作用，已成为不少乡村实现“造血式”发展的关键。对此，政府部门应提供政策引领和资金支持，为文化产业的发展营造良好的环境；企业应发挥自身的市场主体作用，深化文化资源的创意转化与品牌打造，强化产业链协同，提升产业竞争力；农户则应该主动参与到文化产业发展中，学习专业技能与数字化知识，为文化产业的发展贡献一份力量。未来发展中，随着乡村振兴战略的持续推进、数字技术的不断渗透以及消费升级趋势的进一步加强，农村文化产业将迎来更广阔的发展空间。各地应该做好特色文化资源的挖掘，营造出优秀的营商环境，同时培育专业人才队伍，促进文化产业和农村经济的深度融合，助力实现农业强、农村美、农民富的目标。

（作者单位：华东师范大学）