



模板化复刻不出真正的“小而美”

金 准

近来,各地陆续出现了“小而美”文旅项目,意图以此激发地方经济活力。然而,某些基层实践中却出现了一种倾向:高度依赖外部“网红”模板,进行标准化的全盘复制。

模板化复刻不出真正的“小而美”。这一现象的本质,是沿用标准化规模生产思维,去应对异质性的服务消费需求,必然导致要素错配与无效供给。

模板化违背了服务消费的异质性定价逻辑

“小而美”的核心竞争力在于其不可替代性。在制造业中,标准化和模板化是降低边际成本、实现规模经济的有效手段;但在文旅等现代服务业中,产品的商业价值和溢价能力恰恰源于非标准化。消费者支付时间与资金成本,购买的是特定空间内的文化独特性与在地生活体验。

当地方将外部成功的“网红”模板直接平移,实际上是在抹杀本

地原有的比较优势。这种操作在短期内增加了市场上的同质化供给,致使文旅产品迅速丧失差异化溢价。真正的“网红”,其底层逻辑是范围经济与深度体验,而非规模经济与标准化复制。

模板依赖暴露了基础设施建设模式的路径锁定

为什么一些开发主体热衷于照搬模板?这反映了在基础设施建设和传统产业发展中形成的路径依赖。引入标准模板,能够大幅降低地方决策的认知成本和试错风险,满足了短期内快速见效、快速成规模的管理诉求。

然而,文旅产业的高质量发展属于复杂的现代服务业运营范畴,更依赖于人力资本的投入、文化要素的挖掘以及服务场景的精细化运营。用管理工程建设的逻辑去管理文化体验经济,只关注空间的物理呈现,忽视了空间与本地历史、社区网络、产业生态的

有机融合,必然导致项目发展缺乏内生动力。

结构性同质化挤走本地原创动能

模板复刻不仅造成了显性的资金与土地资源浪费,更产生了深远的隐性代价:挤走了本地的内生创新能力。一个地区的历史记忆、独特风俗和自然禀赋,是文旅产业重要的生产要素。这些要素的挖掘与转化需要耐心,需要专业化的市场主体进行长期的试错与迭代。

当低成本模板占据了地方的公共资源与政策注意力,那些真正根植于本地、具备原创潜力的文化项目就会面临生存空间的压缩。长此以往,地方文旅产业的要素结构将被固化在低附加值环节,甚至失去向产业链高端攀升的能力,在市场竞争中处于被动地位。

以制度供给与要素重组培育真正的“小而美”

从“网红”模板现象,我们需要看到文旅产业乃至现代服务业高

质量发展的深层挑战。破除模板复刻的迷信,需要在制度安排和要素配置上进行改善。

应进一步优化营商环境,完善知识产权保护,降低制度性交易成本,并由市场机制筛选和奖励那些真正能发掘本地特色、提供高质量服务的创新主体。

应注重文化数据要素、专业化人力资本与本地空间资源的深度融合,依托本地产业基础和社区生活,培育与项目相匹配的供应链和服务网络,使“小而美”项目成为地方经济生态中的有机组成部分,而非孤立的飞地。

真正的“小而美”应当是特定区域文化要素与现代服务业运行机制深度适配的产物。走出标准复制的捷径思维,扎根在地资源,依靠市场力量推动持续的内生创新,有助于文旅产业形成持久的经济动能。

(作者系中国社会科学院旅游研究中心秘书长)

数字化转型背景下物流企业新型文化育才模式构建研究

邹建华

在数字经济与物流产业深度融合的数字化转型大环境下,智慧仓储、数字供应链、智能分拣等新业态重塑了现代物流行业发展逻辑,行业对复合型技能人才、高素质产业从业者的需求持续攀升。企业文化作为凝聚职工力量、培育人才的重要载体,需要突破传统岗前培训、制度规制的育才局限,立足数字化发展特征搭建新型文化育才体系,以文化软实力夯实企业数字化转型根基,保障转型升级平稳落地,最终赋能物流企业人才培养与长效发展。

深挖数字文化内涵,筑牢育才认知根基

数字化转型催生了数字仓储、智慧冷链、城乡共同配送等物流业态,现代物流企业企业文化融合传统商贸实干精神与数字智能产业特质,蕴含多层文化意象。只有立足行业数字化特征,引导员工深度品读企业文化内核,才能筑牢从业人员的职业归属感与价值认同感,这是物流企业新型文化育才的首要环节。企业开展文化育才建设时,既要锚定企业自身发展历程,既要地域特色甄选文化培育内容,也要依托数字化工具赋能文化具象化落地。传统物流依靠人工装卸、纸质单据记账,企业文化侧重吃苦耐劳、务实肯干;数字化场景下,自动化立体仓库、仓储管理系统、大数据调度平台成为生产标配,数字创新、精益高效、绿色低碳成为新型物流文化重要意象。以区域性农产品冷链物流企业为例,企业可深挖本土乡村物流发展历史,梳理汇总冷链下乡、生鲜助农的典型发展案例,依托虚拟现实技术打造企业

数字展厅,实景复刻生鲜农产品冷链物流发展全历程场景;员工通过沉浸式设备,在虚拟世界中自由穿梭于老式农贸集散地与现代化智能冷链产业园区之间,立体化、具象化体验生鲜农产品从零散人工短途贩运,迈向数字化全链路冷链配送的产业迭代升级变迁。在此过程中,管理者同步讲解企业扎根乡村振兴、搭建县域物流网络的发展故事,让员工具象理解“助农惠民、数智赋能”的企业文化内核,在实景体验中体悟数字物流文化的深层意蕴,完成从岗位实操认知到企业文化感知的初步转变。

拓展多元认知路径,构建立体育才体系

从业员感知到价值认同是循序渐进的浸润过程,单一的岗位实操培训难以完成系统化的文化培育,数字化环境下的物流企业需要打通跨感官、跨学科、跨场景的多元认知渠道,联动产业资源激活员工全方位文化感知,实现文化育才从单点授课转向立体化培育。一方面,打通多感官联动育才路径,联动上下游产业资源丰富企业文化体验形式。现代物流串联生产、仓储、运输、电商销售全链条,企业可联动上游生产厂商、下游电商平台,末端社区驿站开展联动研学。以同城城乡配送物流企业为例,组织一线分拣、配送员工走进合作电商直播基地、农产品生产车间,通过实地观摩、现场交流,以视觉、触觉结合岗位实操的方式,理解末端配送衔接乡村振兴、便民消费的产业价值;员工结合自身日常配送经历,对比数字化订单调度系统上线前后的工作变化,将岗位点滴经历

与企业便民惠民的文化理念相互印证,在多重感官体验中深化对企业文化的理解。另一方面,锚定数字化物流发展主题搭建跨界育才课堂,围绕绿色物流、智慧供应链、跨境数字物流等行业热点开展主题研学。企业以“低碳智慧物流”为育才主题,组织员工分组完成绿色仓储方案撰写、节能配送路线规划、环保包装设计等任务,部分员工依托人工智能短视频制作企业文化科普短片,部分员工落地小型仓储节能改造实操,引导从业者从文案创作、技术实操、创意设计等多个维度解读绿色物流企业文化,同步提升职业技能与文化素养。

强化价值导向赋能,完善长效育才机制

优秀的物流企业文化根植于行业产业属性与时代发展大势,紧扣乡村冷链建设、生鲜助农、全域供应链升级等行业重点任务,深度挖掘数字化转型下的企业文化资源并落地常态化育才,能够切实发挥文化的价值引领作用,引导员工树立正确职业价值观,成长为兼具工匠精神与数字创新思维的现代物流从业者。在日常运营中,物流企业将数字化文化资源嵌入岗前实训、月度培训、技能竞赛全流程,搭配虚拟现实数字展厅研学、实地园区观摩等特色教学环节,以常态化文化浸润强化员工价值认同。以深耕智慧供应链的综合型物流企业为例,企业整理数字化转型过程中技术攻关、降本增效的标杆员工事迹,项目落地案例,依托企业数字化学习平台上线企业文化专题课程,员工利用碎片化时间在线

学习;在企业技能比武中设置智能仓储操作、大数据订单优化等竞赛项目,将精益求精、创新突破的企业文化融入赛事规则;把优胜者的成长故事同步纳入企业文化宣传素材,让员工在对标学习中感悟企业文化价值导向。再以聚焦跨境电商物流的企业为例,立足跨境贸易全球化发展趋势,依托企业海外仓建设历程,梳理企业助力本土外贸企业出海的发展案例,组织员工实地探访海外仓数字化管控中心,切身感受企业助推地方外贸发展、稳就业拓销路的社会责任,深化员工对企业产业使命的认知,持续夯实企业文化育才根基。

随着云计算、大数据、人工智能等数字技术的迅猛发展,现代物流企业正向数字化转型成为必然。物流企业可通过深挖盘活特色文化资源、迭代升级文化育才体系,依托企业文化建设凝练共同价值理念,凝聚内生向心力,引导物流从业人员实现从单一岗位履职者到企业文化传承者的身份跃迁,持续培育兼具工匠精神与数字素养、适配数字化转型需求的复合型物流专业人才,以文化软实力护航企业数字化转型建设长效稳健,赋能现代物流产业高质量发展可持续发展。

(作者单位:重庆三峡职业学院党委宣传部。本文系中国物流学会、教育部高等学校物流管理与工程类专业教学指导委员会、全国物流职业教育教学指导委员会2026年物流教改教研课题“新质生产力视域下高职物流管理专业校企协同育人的数字化转型路径研究”的成果,课题编号:JZW2026245)

乡村振兴战略的纵深推进与农业发展全面绿色转型,对重塑高等农业教育体系、培育新农科人才提出了新要求。在此背景下,新农科建设需要进一步拓展和丰富传统农学专业的技术培养模式,结合“知农爱农、强农兴农”等人才素养培育理念,构建契合现代农业发展的高质量育人体系。作为植根中华数千年农耕生态文脉、由当代生态文明建设赋予新的时代内涵的先进、特色文化形态,生态文化汇集绿色发展理念、农耕文明智慧、生态保护思维于一体,已成为新农科立德树人的重要育人载体和重要文化根基。因此,以生态文化育人赋能新农科建设全过程,有助于丰富农林教育内涵维度、升华涉农人才培养格局,能够为新农科高质量发展注入更多文化动能与精神力量。

深耕生态文化内核,筑牢新农科育人的思想根基。育人之本,在于立德铸魂。农业绿色转型、生态兴农理念的逐步深入,要求当代农林人才培养兼顾生态思维、绿色发展理念与“三农”情怀的培育,从而更好地适配现代农业可持续发展的要求。生态文化蕴含着尊重自然、顺应自然、保护自然的重要内涵,与新农科建设需要秉持的绿色、生态、可持续理念存在天然的内在契合性,是推进全面育人的重要抓手。因此,高校新农科建设应立足生态文明建设的时代背景,深度挖掘传统农耕生态智慧与生态文明内涵,从顶层设计上层面进一步完善育人培养框架,将生态平衡、绿色生产、循环农业、生态修复等理念融入课程体系建设,系统挖掘各类专业课程的生态育人元素。通过人才培养框架、理论体系建设的完善,以及生态育人元素的挖掘,让学生在掌握专业技术的同时,也能进一步认识到农业与生态共生共荣的辩证关系,树立“绿水青山就是金山银山”理念,筑牢绿色兴农、生态护农的思想根基,从根源上培育契合现代农业高质量发展的高素质农林人才。

创新生态育人模式,激活新农科建设的内生动力。育人模式的迭代升级是新农科高质量发展的重要方面。高校应立足农林专业特色,通过守正创新、融思践悟的课堂赋能,知行贯通、实地体悟的育人实践,润物无声,以文化人的场景营造,实现知识传授与价值引领的深度融合,构建“课堂赋能、实践浸润、场景育人”的立体化生态育人体系,为新农科建设赋能增效。具体来说,在课堂教学中,高校要将生态文化融入作物学、园艺学、林学、环境科学等核心专业,同时也要注意在理论授课、案例解析与习题实训各环节中结合前沿内容,包括生态农业创新、土地生态治理、产业生态转型、生态种养、资源循环利用等知识点,进而突破专业知识与生态理念的边界,推进专业技能传授与生态素养培育双向发力、系统协同。在实践育人中,高校应积极组织学生深入田间地头、走进乡村一线,在乡村振兴实践基地、生态农业产业园、乡土农耕示范点的具体场景中,以可感可触的方式切身体验生态种植、土壤修复、乡村绿化、农业废弃物循环利用等实操项目。通过沉浸式劳作、锤炼,学生不仅能够体悟生态文化价值,更能进一步提升绿色兴农、助农富民的综合本领。在场景营造中,高校应有目的、有特色、有温度地打造校园生态文化长廊、农耕文化展厅等育人载体。通过文字、图像、视频以及光影技术构建沉浸式育人场景,展示农耕历史、生态技术与绿色发展成果,推动新农科育人从“技术性”转向“综合性”,持续激活新农科高质量发展的内在动力。

聚焦兴农实践导向,彰显新农科育人的时代价值。新农科建设的重要目标是服务乡村全面振兴、助力农业农村现代化。而生态文化育人的成效,也要

生态文化育人赋能新农科高质量发展建设研究

张凯耀 王广旭 肖 为

体现在人才服务基层、赋能绿色农业发展的行动实践上。当前,生态农业、智慧农业、循环农业已成为乡村振兴与农业现代化的大势所趋,社会急需一批兼顾生态素养与扎实技术的复合型农林人才。在此背景下,生态文化育人精准契合农业强国建设的战略需求,在培育学生知农、爱农、兴农深厚情怀的同时,需要引导学生将生态素养、专业技能真正转化为服务“三农”的过硬本领。依托产学研用融合平台,高校应积极推进生态文化育人成果落地,鼓励学生立足乡村生态资源禀赋,探索特色生态农业发展的新办法、好路子,助力乡村产业进一步迭代升级。同时,高校还应以生态文化涵养当代大学生的责任担当,通过耕读实践激发乡土认同,引导青年学子勇于扎根基层、厚植乡野,主动投身乡村生态治理、农业绿色发展、人居环境整治等重点工作,以专业能力和青春力量为乡村生态振兴发光发热。通过生态文化的持续赋能,新农科人才不仅能够练就硬核农技,既能生态思维,也能够进一步提升爱农情怀,不断实现育人价值与时代需求的双向奔赴。

文化兴则教育兴,生态强则农业强。新农科高质量发展与生态的浸润和滋养息息相关。蕴藏数千年农耕生态智慧的生态文化,契合当代农林育人需求,为新农科立德树人、模式创新、实践赋能提供了重要的理论支撑与实践参考。未来,高校需要久久为功、绵绵用力,持续深耕生态文化育人阵地,丰富文化育人内涵,创新实践育人模式,让生态文化的滋养润物无声、入脑入心,以生态文化铸魂育人,以优质人才赋能产业,不断推动新农科建设提质增效,为农业农村现代化和乡村全面振兴积蓄动能、贡献力量。

[作者单位:广东海洋大学滨海农业学院。本文系广东海洋大学研究生教育创新计划资助项目(项目编号:202610;202618;202641)、广东海洋大学“星辰职旅”名辅导员工作室阶段性成果]

文化软实力是国家综合国力的关键构成,集中体现为文化的吸引力、凝聚力与影响力等,其培育提升离不开法治文化的重要作用。法治文化作为文化软实力的重要方面,是维护社会秩序、凝聚社会共识的重要纽带。随着我国自贸试验区发展,作为对外开放前沿窗口,其法治建设水平直接影响营商环境优化、市场活力激发与国际竞争力提升,加强法治文化建设是对接国际规则、服务自贸发展的必然选择。自贸试验区法治文化是融法治精神与开放特质的特色文化形态,将其建设与文化软实力提升有机结合,既是自贸试验区深化改革、扩大开放的内在要求,也是彰显中国法治形象、增强国家文化软实力的重要路径。系统探索自贸试验区法治文化建设路径,可为自贸试验区高质量发展进一步筑牢文化根基,推动法治理念深入人心、助力我国文化软实力在高水平对外开放中持续提升。

深耕自贸法治宣传,厚植文化软实力根基

深耕自贸法治宣传,是厚植自贸试验区文化软实力根基的关键抓手,旨在以精准化、多元化、常态化宣传,

文化软实力提升视域下自贸试验区法治文化建设路径探析

谭霏霏

推动法治理念全面融入自贸建设各领域、各主体。宣传工作应立足自贸企业、商户、从业人员及群众实际需求,力戒形式主义,聚焦重点靶向发力。

面向企业群体,可组建专业化法治宣讲团队,深入园区开展“定制化”普法宣讲,重点解读外商投资法、自贸试验区条例等涉企核心法律法规,围绕合同纠纷、知识产权保护、跨境监管、数据安全等高频问题,以案例剖析、现场答疑等形式,明晰企业权利义务,强化企业依法经营、依法维权意识。比如,上海自贸试验区法治进园区相关实践有效提升了对跨境电商等市场主体法治素养。

面向群众与从业人员,可依托政务大厅、社区服务中心等阵地设立法治宣传专区,投放宣传资料、播放普法视频;用好新媒体平台,开设自贸法治专栏,推送通俗化法治知识、典型案例与政策解读,推动普法贴近日常。

同时健全常态化宣传机制,将法治宣传与自贸重大活动、政策落地同步推进,构建全方位、全覆盖、无死角的宣传格局。持续深耕自贸法治宣传,既能推动法治理念深入人心、规范市场秩序、化解矛盾纠纷,还能夯实自贸试验区文化软实力根基,为文化软实力提质增效提供坚实法治保障。

挖掘地域法治特质,彰显文化辨识度

挖掘地域法治特质、打造特色法治文化,是彰显自贸试验区文化辨识度、提升文化软实力的重要路径,核心在于推动地域法治元素与自贸开放精神深度融合。自贸试验区可立足本土文化底蕴,系统挖掘地域法治历史资源与实践经验,将其贯穿法治文化建设全过程。比如,广东自贸试验区依托岭南文化务实、开放、守信的鲜明特质,深挖侨乡法治文化、海

洋法治文化资源,面向侨资企业提供特色法治服务,既传承地域法治文化基因又契合自贸对外开放定位。浙江自贸试验区紧扣油气产业优势,提炼油气贸易法治实践经验,编制产业法治指引,培育特色品牌,有效破解产业法治难题,形成独具辨识度的法治文化标识。同时,通过地域法治文化节、自贸法治论坛等载体,集中展示地域法治文化成果,让本土法治特质成为自贸法治文化的鲜明符号。立足地域、彰显特色的法治文化建设,既能显著提升自贸试验区法治文化的吸引力与辨识度,广泛凝聚区域发展共识,也能进一步丰富地域文化软实力内涵,持续增强自贸试验区文化影响力与核心竞争力。

链接国际法治共识,拓宽文化传播维度

链接国际法治共识、推进自贸法治文化国际传播,是拓宽文化传播维

度、提升国家文化软实力的重要举措,核心在于立足自贸试验区对外开放定位,搭建国际法治交流平台。可以主动对接国际通行法治规则,在自贸法治建设中吸收借鉴国际先进经验,同时系统梳理我国自贸法治实践成果,形成可复制、可推广的中国经验。比如,海南自贸试验区在跨境服务贸易、知识产权保护等领域对标国际高标准规则,完善配套制度体系,既提升法治建设水平,也为国际法治交流提供实践样本。可以搭建国际法治文化交流平台,通过举办国际法治论坛、自贸法治合作研讨会等形式,邀请国内外法治专家、企业代表共商共建,增进国际社会对中国自贸法治文化的认知;依托自贸试验区跨境合作渠道,以跨境电商、对外投资等为载体,面向海外市场传播中国自贸法治理念与实践成效;运用新媒体制作多语种普法内容,扩大国际传播

覆盖面。同时加强国际法治传播人才培养,提升专业化传播能力,确保法治文化精准高效对外传递。积极链接国际法治共识,既能拓宽自贸法治文化传播边界、提升自贸试验区国际影响力,更能推动中国法治文化走向世界,为增强国家文化软实力注入强劲动力。

结论

文化软实力提升视域下,自贸试验区法治文化建设是一项系统性工程,既是自贸试验区深化改革、扩大开放的内在要求,也是提升国家文化软实力的重要支撑。本文从深耕法治宣传、挖掘地域特质、链接国际共识三个维度,系统探索自贸试验区法治文化建设路径。三项举措相互衔接、协同发力,以法治宣传筑牢思想根基,以地域特色彰显文化辨识度,以国际对接拓宽传播维度,推动法治理念深入人心、塑造具有中国特色、自贸特质的法治文化品牌,持续增强自贸试验区文化吸引力与影响力。未来应立足发展实际不断完善提升,深化法治文化与文化软实力融合互促,为自贸试验区高质量发展与国家文化软实力提升提供坚实保障。

(作者系新疆科技学院讲师)