

# 学研产一体化 信息资源 选刊

INTEGRATION OF EDUCATION , RESEARCH AND INDUSTRY  
INFORMATION RESOURCES SELECTED

大数据 / 行业动态 / 双创视域 / 研究与探索 / 高教管理 / 思政新语 / 文旅生态 / 海外文摘

2024

第1期/总第52期

吉林动画学院 · 图书馆

# 目录

## CONTENTS

### ■ 大数据

01/ 2023年中国电影市场数据洞察报告 来源：猫眼研究院

### ■ 行业动态

08/ “人工智能+”行动，如何推动生产力深层次变革 来源：人民网

10/ 国产电影“叫好又叫座”彰显文化自信 来源：人民日报

13/ 游戏不止于“游戏”持续为科技文化产业赋能 来源：中国经营报

16/ 低空经济“飞”出增长“新航道” 来源：经济参考报

17/ 虚拟数字人行业进入AI时代，哪些数字人企业已抢先布局 来源：环京津新闻网

### ■ 双创视域

19/ 两会·中国经济如何“以进促稳” | “稳就业”如何发力？ 来源：中国教育报

21/ 各地各高校深入开展“寒假促就业暖心行动”暖心促就业 高校在行动  
来源：中国教育报

### ■ 研究与探索

22/ 建设高水平应用型大学的现实之需、实践之困与改革之策 作者：胡万山

23/ 数字教育：应用、共享、创新——2024世界数字教育大会综述 作者：冯婷婷等

23/ 高校思想政治教育数字化发展的现实效能、风险检视与优化路径 作者：刘伟 刘新琦

24/ 2023年中国电影产业发展分析报告 作者：刘汉文 石航

24/ 互动电影游戏化设计研究 作者：陈柏君 黄心渊

25/ 中国电影文化的伦理建构 作者：袁智忠 田鹏

25/ 基于技术驱动与服务创新的虚拟现实产业发展研究 作者：袁茜茜等

26/ 漫画的转型与速写的出场——叶浅予1935年北游之旅考论 作者：李中诚

26/ 中国科幻游戏产业高质量发展路径探索 作者：方舟

27/ 中国式现代化背景下数字文化产业生态研究 作者：顾江等

28/ 中国文化产业与旅游产业融合发展的内在机理及时空分异 作者：董文静等

28/ 论美学的中国化历程——以朱光潜的两次美学论争为线索 作者：汤奇云 殷国明

29/ 人工智能时代教师教学想象素养的解析与养成 作者：彭亮 徐文彬

### ■ 高教管理

29/ 新时代民办高校管理育人探赜 作者：王加青

34/ 高水平大学科研目标管理体系灰色关联分析与动态管理模型建构 作者：施振佳等

### ■ 思政新语

44/ 习语：以教育公平促进社会公平正义 来源：《习近平总书记教育重要论述讲义》

46/ 中华优秀传统文化融入艺术院校思政课的路径探析 作者：陈颖

## ■ 文旅生态

50/ 2023 年旅游经济回顾与 2024 年展望

来源：中国旅游研究院

57/ 解读 2024 年政府工作报告：文化、旅游新提法

来源：中国旅游报

## ■ 海外文摘

61/ ChatGPT は人間を代替するか？ ——ChatGPT 能否替代人类？

62/ 3 次元 CG と生成 AI を用いた手描きアニメーションの再現技術の研究——使用 3D CG 和生成式 AI 进行手绘动画的再现技术研究

62/ Generative mechanisms of AI implementation: A critical realist perspective on predictive maintenance——人工智能实施的生成机制：从预测性维护的批判性现实主义视角来看

# 高质发展 面貌焕新

## ——2023年中国电影市场数据洞察报告

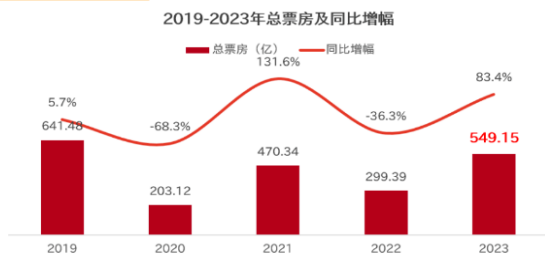
01

时间：2023-01-01 来源：猫眼研究所

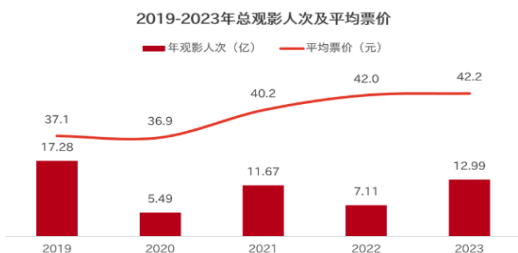
### 一、观影人次创四年最高，繁荣中现发展新机遇

2023年，中国电影市场呈现强势复苏态势，优质内容供给与极大释放的观影需求共同推动大盘上涨。《报告》显示，2023年中国电影总票房达到549.15亿元，市场回暖之下，观众整体观影意愿被激活，全年观影人次达12.99亿，创近4年来观影人数新高。其中，观看多部影片的比例达到近四年最高水平，折射出市场旺盛需求。

**2023年总票房549.15亿，同比增长83.4%**  
影市快速恢复活力



**2023年总观影人次12.99亿，同比增长82.7%，票价温和上涨**



**2023年公益放映提质增效，惠及约4.5亿人次**

2023年全国共有开展电影公益放映的农村数字电影院线262条，放映队4.2万个。



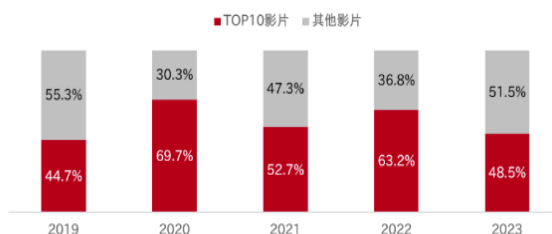
**佳作频出，带动人均观影部数同比提升**  
观看多部影片的比例为近四年最高，但较19年仍有提升空间

2019-2023年观影人次及人均观影数量

| 年份      | 2019  | 2020  | 2021  | 2022  | 2023  |
|---------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 人均观影    | 2.88部 | 1.73部 | 2.43部 | 1.87部 | 2.34部 |
| 观看1部    | 44.8% | 61.6% | 52.0% | 59.7% | 51.3% |
| 观看2部    | 19.5% | 20.4% | 20.7% | 20.5% | 20.8% |
| 观看3-5部  | 22.8% | 14.9% | 20.1% | 16.1% | 20.4% |
| 观看6部及以上 | 12.9% | 3.1%  | 7.2%  | 3.7%  | 7.5%  |

**TOP10影片票房贡献率重回50%以下，票房集中度有所缓解**

2019-2023年TOP10影片票房贡献率

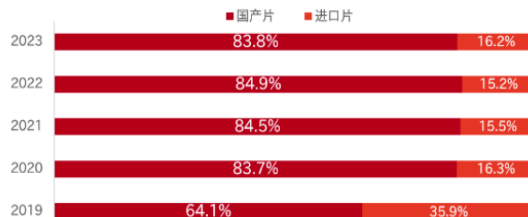


伴随市场回归常态，电影行业也出现新的变化趋势。

首先，在供给端，国产片成为电影院的绝对主角。《报告》显示，2023年国产片占总票房83.8%，全年票房过亿元影片共73部，其中国产影片50部，年度票房前10名的影片也均为国产片；相较之下，进口片2020年后日渐式微，仅占全年票房的16.2%。

**国产片贡献全年票房83.8%，进口片微涨至16.2%**

2019-2023年国产-进口票房占比

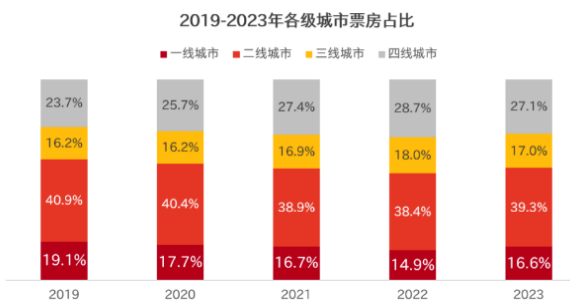


票房跳跃式增长背后，档期的马太效应依然发挥重要作用，但热门档期间也存

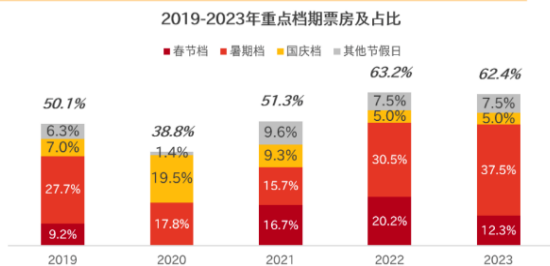
在差距。在《封神第一部：朝歌风云》《八角笼中》《长安三万里》《孤注一掷》等影片加持之下，暑期档贡献了全年近四成票房，档期票房占比高于以往四年，成就“史上最强暑期档”。春节档贡献全年12.3%票房，位于暑期档之后。

其次，在消费侧，观影人群也发生新的变化。在12.99亿观影人次背后，下沉市场、亲子观影、25岁及以上女性观众为2023年电影市场带来增长动力。此外，多地相继开展公益放映，也成为推动电影票房增长的新兴力量，2023年公益放映共开展824万场，共惠及约4.5亿人次。

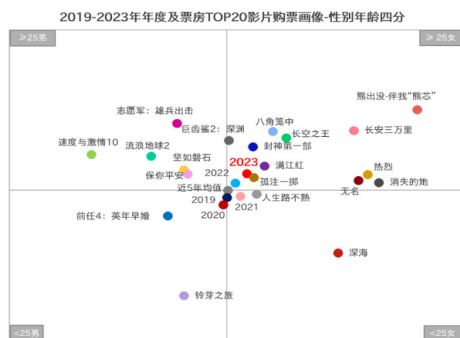
#### 各级城市票仓分布总体趋于稳定



#### 大档期效应明显，暑期档贡献全年近四成票房，国庆档缩水



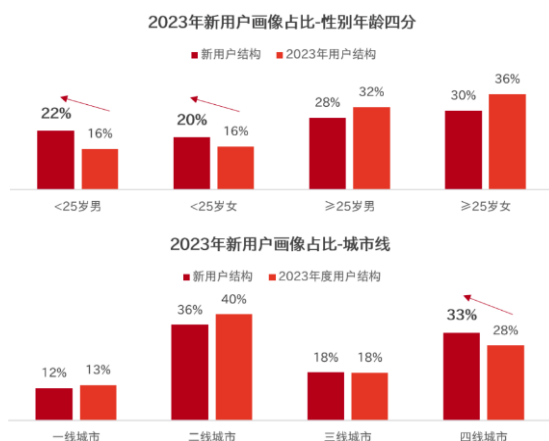
#### 头部影片亲子属性增强，带动整体购票画像较往年更偏年轻女性



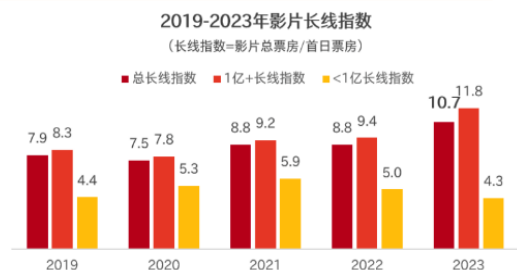
2023年各级城市票仓分布总体趋于稳

定，但从新用户画像结构来看，新增用户更偏年轻、偏四线城市，下沉市场持续释放消费潜力。与此同时，《熊出没·伴我“熊芯”》《长安三万里》《八角笼中》等具有教育及娱乐意义的影片，直观带动家庭多人观影，带动整体购票画像较往年更偏年轻女性。

#### 2023年新用户画像结构更偏年轻、偏四线城市



#### 长线放映更普遍，影片本体口碑及映后营销重要性凸显



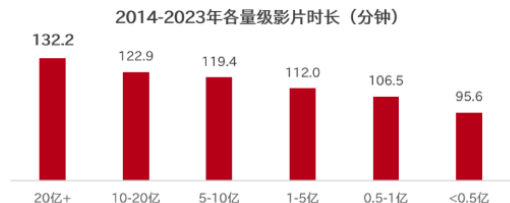
#### “电影越拍越长”成常态，2023过亿影片平均时长超2小时



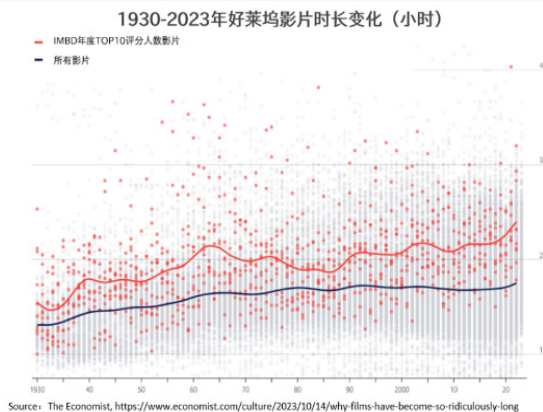
与此同时，观众并未对“越来越长”的电影时长产生抵触情绪，2023年过亿影片平均时长超2小时，近十年超20亿票房影片平均时长为132.2分钟。可以看出，优质长内容并未在碎片化时代被放弃，放

眼全球范围,年度TOP10热门影片时长同样超过均值。

近10年影片量级与平均时长成正比,时长不构成观影阻碍

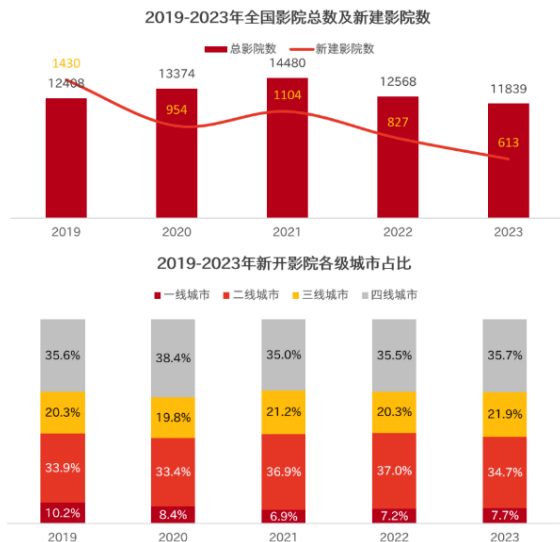


从全球范围来看,年度TOP10热门影片时长明显超出均值



最后,在渠道端,2023年影院建设放缓,新建影城同比更下沉。2023年全国影院年度增速放缓,新建影院主要分布在低线城市。近两年间,三四线城市新开影院占比超过一二线城市,达半数以上。

影院建设速度放缓,新建影城同比更下沉



众观影意愿回升明显,国产电影市场仍存在扩容空间,同时也为电影从业者在创作、宣发等环节提供了更多探索方向。

## 二、复合类型片大放异彩,多元内容精准宣发

2023年,国产电影在强势崛起的进程中,题材及内容也呈现出新的特点。猫眼研究院通过猫眼大数据整合2023年电影市场TOP10榜单,从电影内容、观众、宣传、发行等不同维度,为从业者提供行业趋势洞察。

在题材及内容层面,年度票房TOP10影片中,《孤注一掷》《消失的她》融合悬疑、犯罪、爱情等元素,从多维度引燃观众观影兴趣,成为影片“出圈”的关键。

年度票房TOP10影片:口碑佳作,类型多元



此外,历史题材电影《长安三万里》、科幻大作《流浪地球2》、“重工业”电影《封神第一部:朝歌风云》等高观影人次的现象级影片涌现,也反映了电影市场走向繁荣过程中呈现出的多元化趋势。

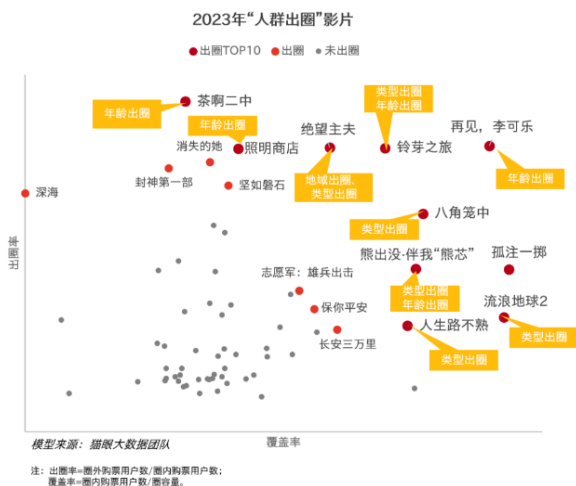
电影内容差异化背景下,IP系列电影依然展现出强大票房号召力。2023年度进口TOP10影片中,7部为系列电影续作,IP影片拥有天然“吸睛”效果。但在IP电影外,国产影片也在通过不同垂直内容实现“出圈”效果,如《茶啊二中》实现

年龄层面的“出圈”，《绝望主夫》在地域、类型维度“出圈”。

#### 年度进口影片TOP10：7部为系列电影续作

| 排名 | 影片           | 上映日期       | 类型    | 总票房(亿) |
|----|--------------|------------|-------|--------|
| 1  | 速度与激情10      | 2023/5/17  | 动作    | 9.84   |
| 2  | 铃芽之旅         | 2023/3/24  | 爱情 动画 | 8.07   |
| 3  | 灌篮高手         | 2023/4/20  | 动画 青春 | 6.60   |
| 4  | 变形金刚：超能勇士崛起  | 2023/6/9   | 动作 科幻 | 6.55   |
| 5  | 银河护卫队3       | 2023/5/5   | 动作 科幻 | 6.06   |
| 6  | 奥本海默         | 2023/8/30  | 剧情 传记 | 4.50   |
| 7  | 蜘蛛侠：纵横宇宙     | 2023/6/2   | 动画 动作 | 3.57   |
| 8  | 碟中谍7：致命清算(上) | 2023/7/14  | 动作 惊悚 | 3.49   |
| 9  | 海王2：失落的王国    | 2023/12/20 | 动作 冒险 | 3.35   |
| 10 | 蚁人与黄蜂女：量子狂潮  | 2023/2/17  | 动作 冒险 | 2.72   |

#### 年度“人群出圈”TOP10影片：出圈方式各有特色



若将 IP 视为电影吸引观众的重要“抓手”，那么档期、粉丝仪式感、影片质量，则是促成电影高票房及评分的关键“推手”。

年度首日预售 TOP10 影片，主要为档期和强粉丝仪式感影片，如《一闪一闪亮晶晶》凭借“跨年仪式感”话题，更大程度激发了观众的观影热情。同时，年度评分率 TOP10 影片则集中在粉丝属性高的影片，同样反映了粉丝对影片的强推动作用。而年度想看-购票转化 TOP10 影片，则集中在《封神第一部：朝歌风云》《奥本海默》等高质量影片中，可以看出，如今观众越发理性，会综合映后口碑来进行消费决策。

#### 年度首日预售TOP10影片：档期和粉丝强仪式感影片购票前置

| 排名 | 影片         | 上映日期       | 首日预售票房(亿) | 首日票房(亿) | 首日预售比 | 总票房(亿) |
|----|------------|------------|-----------|---------|-------|--------|
| 1  | 流浪地球2      | 2023/1/22  | 2.18      | 4.79    | 45.5% | 40.29  |
| 2  | 满江红        | 2023/1/22  | 2.02      | 4.05    | 50.0% | 45.44  |
| 3  | 一闪一闪亮晶晶    | 2023/12/30 | 1.75      | 2.24    | 77.8% | 5.52   |
| 4  | 无名         | 2023/1/22  | 0.95      | 1.37    | 69.7% | 9.31   |
| 5  | 熊出没·伴我“熊芯” | 2023/1/22  | 0.69      | 1.33    | 51.8% | 14.95  |
| 6  | 交换人生       | 2023/1/22  | 0.67      | 1.27    | 52.7% | 3.93   |
| 7  | 长空之王       | 2023/4/28  | 0.60      | 0.75    | 80.6% | 8.50   |
| 8  | 铃芽之旅       | 2023/3/24  | 0.58      | 0.94    | 61.9% | 8.07   |
| 9  | 灌篮高手       | 2023/4/20  | 0.46      | 0.94    | 49.0% | 6.60   |
| 10 | 巨齿鲨2：深渊    | 2023/8/4   | 0.46      | 1.45    | 31.6% | 8.51   |

#### 年度映前想看TOP10影片：IP影片天然“吸睛”

| 排名 | 影片       | 上映日期       | 映前想看数(万) | 总票房(亿) |
|----|----------|------------|----------|--------|
| 1  | 一闪一闪亮晶晶  | 2023/12/30 | 197.5    | 5.52   |
| 2  | 前任4：英年早婚 | 2023/9/28  | 187.2    | 10.12  |
| 3  | 流浪地球2    | 2023/1/22  | 121.4    | 40.29  |
| 4  | 灌篮高手     | 2023/4/20  | 115.5    | 6.60   |
| 5  | 满江红      | 2023/1/22  | 109.9    | 45.44  |
| 6  | 孤注一掷     | 2023/8/8   | 113.9    | 38.48  |
| 7  | 超能一家人    | 2023/7/21  | 103.0    | 3.00   |
| 8  | 铃芽之旅     | 2023/3/24  | 82.9     | 8.07   |
| 9  | 速度与激情10  | 2023/5/17  | 81.6     | 9.84   |
| 10 | 巨齿鲨2：深渊  | 2023/8/4   | 67.6     | 8.51   |

#### 年度想看-购票转化TOP10影片

| 排名 | 影片      | 上映日期      | 想看-购票转化率TGI | 总票房(亿) |
|----|---------|-----------|-------------|--------|
| 1  | 铃芽之旅    | 2023/3/24 | 1.91        | 8.07   |
| 2  | 封神第一部   | 2023/7/20 | 1.69        | 26.34  |
| 3  | 孤注一掷    | 2023/8/8  | 1.66        | 38.48  |
| 4  | 满江红     | 2023/1/22 | 1.64        | 45.44  |
| 5  | 消失的她    | 2023/6/22 | 1.62        | 35.23  |
| 6  | 灌篮高手    | 2023/4/20 | 1.54        | 6.60   |
| 7  | 奥本海默    | 2023/8/30 | 1.54        | 4.50   |
| 8  | 长安三万里   | 2023/7/8  | 1.50        | 18.24  |
| 9  | 坚如磐石    | 2023/9/28 | 1.47        | 13.51  |
| 10 | 速度与激情10 | 2023/5/17 | 1.45        | 9.84   |

#### 年度评分率TOP10影片：粉丝属性强的影片评分率更高

| 排名 | 影片        | 上映日期      | 评分率TGI | 总票房(亿) |
|----|-----------|-----------|--------|--------|
| 1  | 无名        | 2023/1/22 | 2.83   | 9.31   |
| 2  | 深海        | 2023/1/22 | 2.38   | 9.19   |
| 3  | 铃芽之旅      | 2023/3/24 | 2.09   | 8.07   |
| 4  | 长空之王      | 2023/4/28 | 1.91   | 8.50   |
| 5  | 中国乒乓之绝地反击 | 2023/2/17 | 1.79   | 1.00   |
| 6  | 热烈        | 2023/7/28 | 1.62   | 9.13   |
| 7  | 流浪地球2     | 2023/1/22 | 1.37   | 40.29  |
| 8  | 满江红       | 2023/1/22 | 1.32   | 45.44  |
| 9  | 忠犬八公      | 2023/3/31 | 1.27   | 2.86   |
| 10 | 封神第一部     | 2023/7/20 | 1.23   | 26.34  |

新内容，新话题受年轻观众追捧，男性观众是进口动作类影片主要受众，女性观众则倾向选择亲子动画与关注女性议题

的影片,而年轻观众更倾向为创新设定、新奇话题影片买单,家庭观影需求往往在节假日档期迎来爆发,远高于均值。

#### 年度最年轻影片TOP10:新内容、新话题受年轻观众追捧

| 排名 | 影片              | 上映日期       | <25岁观众占比 | 总票房(亿) |
|----|-----------------|------------|----------|--------|
| 1  | 一闪一闪亮星星         | 2023/12/30 | 66.7%    | 5.52   |
| 2  | 铃芽之旅            | 2023/3/24  | 63.0%    | 8.07   |
| 3  | 照明商店            | 2023/12/8  | 59.5%    | 2.56   |
| 4  | 这么多年            | 2023/4/28  | 59.3%    | 3.01   |
| 5  | 芭比              | 2023/7/21  | 55.4%    | 2.52   |
| 6  | 蜘蛛侠:纵横宇宙        | 2023/6/2   | 54.2%    | 3.57   |
| 7  | 深海              | 2023/1/22  | 52.4%    | 9.19   |
| 8  | 蜡笔小新:新次元!超能力大决战 | 2023/11/25 | 52.3%    | 1.15   |
| 9  | 河边的错误           | 2023/10/21 | 52.1%    | 3.09   |
| 10 | 奥本海默            | 2023/8/30  | 44.6%    | 4.50   |

#### 年度最“男”影片TOP10:进口片占9席,动作类型受青睐

| 排名 | 影片           | 上映日期       | 男性观众占比 | 总票房(亿) |
|----|--------------|------------|--------|--------|
| 1  | 敢死队4:最终章     | 2023/9/15  | 68.3%  | 1.57   |
| 2  | 闪电侠          | 2023/6/16  | 66.1%  | 1.85   |
| 3  | 蚁人与黄蜂女:量子狂潮  | 2023/2/17  | 63.1%  | 2.72   |
| 4  | 惊奇队长2        | 2023/11/10 | 62.4%  | 1.10   |
| 5  | 奥本海默         | 2023/8/30  | 61.4%  | 4.50   |
| 6  | 碟中谍7:致命清算(上) | 2023/7/14  | 61.1%  | 3.49   |
| 7  | 黑豹2          | 2023/2/7   | 60.0%  | 1.06   |
| 8  | 速度与激情10      | 2023/5/17  | 59.7%  | 9.84   |
| 9  | 灌篮高手         | 2023/4/20  | 58.8%  | 6.60   |
| 10 | 龙马精神         | 2023/4/7   | 58.6%  | 2.10   |

#### 年度最“女”影片TOP10:亲子动画是刚需,女性议题引关注

| 排名 | 影片               | 上映日期       | 女性观众占比 | 总票房(亿) |
|----|------------------|------------|--------|--------|
| 1  | 芭比               | 2023/7/21  | 74.7%  | 2.52   |
| 2  | 汪汪队立大功大电影2:超能大冒险 | 2023/9/29  | 68.2%  | 1.37   |
| 3  | 熊出没·伴我“熊芯”       | 2023/1/22  | 66.1%  | 14.95  |
| 4  | 我经过风暴            | 2023/8/17  | 65.1%  | 1.80   |
| 5  | 疯狂元素城            | 2023/6/16  | 64.5%  | 1.14   |
| 6  | 一闪一闪亮星星          | 2023/12/30 | 64.2%  | 5.52   |
| 7  | 消失的她             | 2023/6/22  | 63.3%  | 35.23  |
| 8  | 热烈               | 2023/7/28  | 62.3%  | 9.13   |
| 9  | 茶啊二中             | 2023/7/14  | 62.2%  | 3.84   |
| 10 | 这么多年             | 2023/4/28  | 62.2%  | 3.01   |

在微博平台,台前幕后创作者、媒体矩阵、多领域KOL及兴趣“自来水”等类型用户的传播能助力提升电影热度;抖音由于具有强社交属性,影片可通过二次创作和全新观影视角反映社会议题,引发群体共鸣,实现“破圈”;在B站,影片可通过深度解读、趣味杂谈、造梗整活等方

式实现广泛传播;在小红书平台,情感共鸣则成为影片“破圈”的突破点;而作为原创内容平台,知乎上的关于“影片内容拆解”类的知识性内容更受用户欢迎。

因此,影片在宣发环节,需明确内容所对应的观影客群,甄选垂直受众及对应平台,对症下药,才能在12.99亿的观影人次中,尽可能地切到更大的蛋糕。

### 三、互联网文娱折射时代情绪,电影叙事契合社会思潮

#### 关键词一:规则悬疑

##### 在“规则限定”下推理“本源诡异”

##### ✓用给定规则的悬疑打破套路化叙事

用“规则书”环环相扣拼凑故事背景,信息看似简单,实则层层叠加强化恐怖氛围,用户在无限解读空间的“逻辑迷宫”流连忘返,刷新悬疑叙事体验。

##### ✓向“生活场景”和“日常规范”发起破坏行动

规则悬疑的场景更加贴近现实,多发生在如学校、家里、公司、动物园、超市、公园等熟悉的日常场景,贴合人们时常感觉当下世界“荒诞不可控”的共鸣。

##### 数据表现



#规则怪谈#  
小红书1亿浏览量



跑团成热门桌游  
B站多个百万播放



晋江怪谈类网文  
2023年达千本



类剧本杀叙事  
《扬名立万》



万宁县游警守则  
《河边的错误》

##### 影视案例

#### 关键词二:新女性气质

##### “她力量”的表达公式不断更新

##### ✓“女Alpha式”的人设形象受到更多欢迎

身体素质强、事业能力强、情感上处于“主导地位”的女性新形象备受喜爱,这类不油腻又更懂女人心的“女老公”人设反映了年轻女性对理想伴侣的新期待。

##### ✓更多面、更复杂、更深刻的女性关系流行

不只停留在Girls help girls,当下女性关系可以更细腻,如互相欣赏又互相算计的敌人、理念相背但互相照顾的挚友、《天才女友》般复杂关系情愫等。

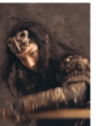
##### 数据表现



#顶级女alpha#  
抖音千万播放



超飒女小生陈丽君抖  
音34亿播放



邓婵玉几秒镜头微博  
获5千万浏览



《芭比》  
觉醒者芭比



《消失的她》  
复仇者沈曼

##### 影视案例

2023年,猫眼研究院联合玖久咨询从短视频、游戏、网文、影视剧、社媒等泛文娱领域,跨品类提炼出2023年度值得关注的十大互联网文娱内容关键词,剖析



优秀内容走红背后的底层逻辑，透视新一年内容创作风向。

### 关键词三：人生中场

#### 在“固定轨道”外探索“生活旷野”

##### ✓ 传统、固定的生活路径正在被反思

年轻人对过往主流的竞争轨道进行反思，在**原有经验失效**、没有可效仿的方法论前提下，积极探索自我，探寻专属自己的“人生旷野”。

##### ✓ 按下生活暂停键后，重构生命意义

卷不动躺不平的45度青年，用行动反思和重构升学、工作的意义，**下场践行轻体力劳动**，兴趣出发探索“宠物营养师”“调查师”“上门插花师”等小众职业。

#### 数据表现



GAP Year话题全网讨论破亿



#下班后的日常#小红书13亿浏览



#上门做菜#职业抖音6.5亿次播放

#### 影视案例



职场反思喜剧《年会不能停》



田园治愈剧《去有风的地方》

### 关键词四：混乱关系

#### 在“剪不断理还乱”中呼唤可贵真情

##### ✓ 复杂角色网编织多元人际与情感关系

复杂人物交错关联，点燃八卦之魂，梳理人际关系如解谜游戏，**用户在多角关系、多元之爱里**尽享乐子人“吃瓜”乐趣——“你们把日子过好比什么都重要”。

##### ✓ 混乱人情中窥见角色更复杂立体一面

灰色地带的人性挣扎更加鲜活真实，道德边界的贴地飞行更加切合现实，社会环境人心复杂、泥沙俱下，人们在**人情纠葛中**，期待值得交付真心的对象。

#### 数据表现



龙飞律师直播网友吃瓜获赞千万



#XX有自己的寒冬#成爆款

#### 影视案例



复杂团体女性纠葛《BanG Dream》



三人行爱情《感冬》



跨圈暧昧元素《坚如磐石》

### 关键词五：经典新编

#### 为“传世经典”套上“现代滤镜”

##### ✓ 古代人物身上的“现代性”被挖掘

古人身上也有活泼不羁的灵魂（如“吃货”苏东坡、“怒王”林黛玉），通过挖掘古人身上符合现代价值的一面，获得更具“脑洞感”和“网感”的**跨时空共鸣**。

##### ✓ “剧情化”传统文化的方式更受认可

单纯的文化元素符号难以引发多元情绪，拟人、复刻等形式的“剧情化内容”代入感强，更易引发感动、感伤等情绪，成为国民情绪**具体的“情境载体”**。

#### 数据表现



古人跨时空游戏、cp剪辑千万播放



古物拟人/复刻内容上亿播放



多位古代名人趣味解读视频上b站热门

#### 影视案例



李白主角国漫《长安三万里》



神话故事新编《封神第一部》

受市场认可的影视内容，是社会思潮的镜子。纵观2023年互联网文娱内容，

故事内容发动力源于三类情绪发动机：自我审视、社会关系、环境设定，分别对应着大众心理层面的反思、关注与期待。

### 关键词六：末世桃源

#### 在“末世内容”中畅想“新理想生活”

##### ✓ 更接地气、更积极轻松的末世日常被喜爱

传统末世叙事的残酷和压迫感正在弱化，网友把“末世之后”变成了一段全新重生旅程，选择以**更轻松趣味的方式去处理生存危机**，在小确幸中收获治愈。

##### ✓ 专属中国特色的末世文化元素正在被挖掘

新末世故事带有更多本土化创新元素，如囤货、美食、种田、基建、公路旅游，网友在末世想象下构建**“新中式老庄生活方式”**，以此对抗被异化的当下生活。

#### 数据表现



#单兵口粮#抖音6.2亿播放



晋江仅今年该标签下网文超3千本



末世食谱B站单视频播放超百万



末世轻喜动漫《僵尸100》



末世生存元素《流浪地球》

#### 影视案例

### 关键词七：发疯怼替

#### 以“怼替”之名行“发疯”之实

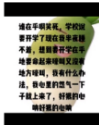
##### ✓ 不再压抑，适度“发疯”倾泻负面情绪

过往过于追求“克己”、“时刻保持情绪稳定”的成年人，从“emo”内耗转变为“适度发疯”，“发疯文学”成为**消解内耗、追求自愈**的突破口。

##### ✓ 如被冒犯，“怒人”反击捍卫自身权益

现实中“表达性失语”状况频发，人们在被冒犯时难以有效回击，而“怒替”则**看破“自证陷阱”**，指出对方错误、表达自身诉求，带来“冒犯艺术”的爽感。

#### 数据表现



抖音#发疯文学#40.5亿次播放



大量百万级“怒替”网红



番茄怒替主角长矛老师抖音千万播放



《河边的错误》非理性的疯狂



《毒舌律师》律师林凉水

“自我审视”的关键词包含“新女性气质”“人生中场”“发疯怼替”“灰度角色”。人们更倾向于关注自身的性别处境、年龄处境、心理健康处境与道德处境。2023年，人们通过向内探索，来明晰自身的存在。

“社会关系”层面，“混乱关系”“反向亲情”“新型情感关系”成为2023年文娱内容的三个关键词。除了向内探索，大众将目光着落于自我与他者的关系中，传统的、单向的人际关系相继解构，人们在多元关系、反向关系、非长期人际关系

中,寻找舒适的处世哲学。

### 关键词八:新型情感关系

#### 用“赛博陪伴”调制“情感代餐”

##### ✓ 更倾向有限定、非长期的人际关系

当代人越发看重“爱自己”,取悦自己明显优于关系付出,开始寻找更临时的短期关系(搭子)、喜好付费定制陪伴,满足“自我优先”陪伴需求。

##### ✓ 更喜爱无机质、非人感的情感对象

情感关系不限于人与人,“机性恋”“纸性恋”主流化,与非人类对象构建更具确定性、新情感互动模式的关系,以此满足对完美、忠诚、独特关系的渴望。

#### 数据表现



AI虚拟聊天应用  
Glow千万下载



原子之心机性恋  
千万级播放



#Cos委托#  
抖音15亿播放

#### 影视案例



机性恋  
《非诚勿扰3》



跨物种恋爱  
《水形物语》

### 关键词十:反向亲情

#### 在“当代家庭实录”里探索“花样亲情”

##### ✓ 更包容、更松弛自如的亲缘关系被期待

传统家庭叙事的辈分压制和年龄隔阂逐渐消融,年轻人致力于“亲情松弛”,不拘泥家庭角色分工,与长辈平等对话,与小辈同频玩耍。

##### ✓ 互坑互怼、角色互换式相处模式受欢迎

新家庭生活实录里,不用“什么年龄干什么事”,孩子可以管教爸妈、父母也可以是老小孩,今年开始,拥有满级技能“小孩哥”人设也在社媒上火爆出圈。

#### 数据表现



90后放弃式带娃抖  
音4.9亿次播放



送父母去老年大学  
小红书浏览超5千万



抖音#小孩哥#  
13亿次播放

#### 影视案例



文娟欢脱喜剧  
《人生路不熟》



鸡娃不如鸡自己  
《学爸》

回顾 2023 年,电影市场在内容、观众及宣发上发生新变化。内容维度,多元化、复合化类型受到市场欢迎,历史、科幻、奇幻等类型都涌现高票房现象级影片;观众维度,下沉市场、家庭观影、女性观众及公益观影群体,成为推动票房增长的主要力量;宣发维度,微博、抖音、B 站、小红书、知乎等具有不同社区特质的平台,纷纷成为影片精准营销的宣发重镇。

回顾 2023 年,中国电影市场从需求侧、供给侧及发行端,都展现出积极变化与强劲活力,彰显文娱市场的巨大韧性与潜力。可以预见,随着市场供给侧恢复常态、需求侧释放活力,2024 年电影市场将蓬勃发展,愈加繁荣。

“环境设定”上,规则悬疑、末世桃源、经典新编类文娱产品在 2023 年迎来爆发,传统叙事之外,人们更喜欢看到套路外的可能性:对日常规则的破坏,对传统文化的再叙,对现代文明的逃离。观众更享受于在反常的故事设定中,发现普世的情感共鸣点。

### 关键词九:灰度角色

#### 在“混乱中立”里观看“镜中自我”

##### ✓ 复杂真实的人情味角色更好代入

非黑即白、“伟光正”式的角色式微,当下观众更倾向残忍与柔情并存、正义与市侩并重的多元人设,以此来更好地代入人物和剧情。

##### ✓ 亦正亦邪的反英雄游走善恶边界

不再以绝对的反派人物来衬托主角的正面形象,开始“**袒露主角的“阴暗面”**”,观众从中体验“主角演我”的真实爽感。

#### 影视案例



《狂飙》  
高启强



《黑暗荣耀》  
文东恩



《坚如磐石》  
黎志田



《莫斯科行动》  
瓦西里



《孤注一掷》  
陆秉坤

文娱产品制作周期长,而市场风向变化迅速,常常出现“同质化产品扎堆内卷”与“黑马项目意外破圈”同时存在的现象,迎合还是创新,便成为内容创作者选择题材时的难点。因此,透过现象看本质,洞悉底层社会情绪,才是持久创作优质内容的良方。

## “人工智能+”行动， 如何推动生产力深层次变革

时间：2024-03-11 来源：人民网

2024年全国两会期间，人工智能(AI)成为热议话题。与以往相比，人工智能在政府工作报告(以下简称报告)中的重要性显著提升。报告提出，深化大数据、人工智能等研发应用，开展“人工智能+”行动，打造具有国际竞争力的数字产业集群。

面对新一轮科技革命和产业变革，如何抢占发展先机？多位代表委员从人工智能产业落地、政策支持等方面建言献策。专家表示，“人工智能+”行动将推动在各领域的创新应用，以产业高质量发展带动生产力深层次变革。在政策上要超前发力，加大对数字基础设施领域的支持。

### 提案建议聚焦人工智能赋能产业升级

业内专家分析，加快各领域应用转化是“人工智能+”行动赋能产业升级的重要体现。

清华大学公共管理学院教授、清华大学计算社会科学与国家治理实验室副主任张楠表示，“人工智能+”行动将会在服务界面端和分析决策端赋能产业发展。目前已在服务业、金融、教育、医疗、文旅等方面展现出较大商业应用价值。同时，人工智能正加快对传统制造业的赋能趋势，变制造为“智造”。

全国政协常委，中国移动党组书记、董事长杨杰建议，要以推进人工智能全方位、深层次融入实体经济重点领域、核心环节为方向，聚焦人民群众教育、医疗、

养老等生活需要，加快布局超大型智算中心、人形机器人、无人驾驶、未来生物等战略性新兴产业和未来产业新赛道，培育多模态人机交互、智能助手、工业理解计算及代码生成等有需求、有效益、有前景的创新应用，以产业高质量发展带动生产力深层次变革。

全国人大代表，美的副总裁、首席财务官钟铮建议，加快推动“智能制造专项”立项实施。支持科研院所、企业研究和突破数字化、人工智能、先进工艺、智能装备等关键技术的创新和融合，推动工业机器人、工业软件、智能检测装备、智能控制装备、增材制造装备等重点产品研发和产业化，并带动工艺、装备、软件成组连线创新突破，形成自主可控、先进适用的通用智能制造系统解决方案基座。

全国政协委员、上海市竞技体育训练管理中心射击射箭运动中心主任陶璐娜在接受采访时表示，在我国竞技体育领域，“冠军模型”与人工智能和大数据的结合应用，尚处于探索和试验阶段。为此，陶璐娜建议，加快推动人工智能和大数据技术在“冠军模型”的更多场景应用，进一步开辟竞技体育与科技创新融合发展的新赛道，打造竞技体育全面发展的新动能、新优势。

### 赋能未来产业发展引领产业数智化升级

人工智能是引领未来的战略性技术，是新一轮科技革命和产业变革的核心驱

动力,也是发展新质生产力的主要阵地。作为与人工智能技术深度关联的人形机器人产业,正在成为科技竞争的新高地和经济发展的新引擎。

中金公司研报表示,人形机器人或成为人工智能发展的重要载体。基于Transformer架构,人形机器人实现运动步态控制的学习与泛化,这意味着人形机器人迎来技术奇点,未来将加速与大模型的融合发展。

业内分析认为,随着“人工智能+”行动推动相关技术持续发展和成熟、人形机器人智能化程度的不断提高,应用场景将会不断拓展。

全国政协委员,中国科学院院士、中国科学院自动化研究所研究员乔红表示,人形机器人是人工智能在物理空间的重要体现和关键装备,是实体通用人工智能系统的典型代表。它是继计算机、智能手机、新能源汽车后的颠覆性平台产品,将成为引领产业数字化发展、智能化升级的新质生产力,有望持续催生新产业、新模式、新业态。

近来,多模态大模型取得突破进展,推动通用大模型加速扩宽应用场景。张楠认为,从经典决策系统的角度来看,人工智能技术发展一直围绕数据积累,模型演进和界面优化三个方向。近来,人工智能的突破性进展来源自三个方向的融合发展的新机遇,比如生成式人工智能的进展是通过利用数据优化模型来实现的,人形机器人最大的价值在于能够提高人工智能与人的沟通效率,丰富沟通形式。

全国政协委员、芜湖机器人产业发展集团有限公司董事长兼总经理许礼进表示,由于我国人形机器人研究起步较晚,在场景创新和应用推广等方面,产业还

存在共性关键技术有待提升、产品成本高限制商业化应用推广、商业化落地场景缺乏阻碍产业化进程等现象。他建议,要强化政策导向,构建人形机器人场景应用创新生态,支持人形机器人企业创新成果在未定型阶段与应用方建立合作。

## 着眼关键领域政策超前发力

算力是人工智能产业发展的基座,本次报告提出“适度超前建设数字基础设施,加快形成全国一体化算力体系”。这充分体现了国家对加快人工智能产业发展重视程度。

“新兴技术的变革力量在很大程度上依赖于高速数据收集和计算。”安永智库分析认为,鉴于人工智能的快速发展、“边缘”高速处理的场景数量激增以及监管的持续变化,科技企业必须优化数字基础设施领域的投资,以支撑可靠互联互通和快速计算能力。建立万物高速互联互通和低延迟计算的新型数字基础设施是抓住各类新机遇的基本前提。

自2023年以来,相关算力产业政策频出。去年10月,工信部等六部门发布《算力基础设施高质量发展行动计划》,提出到2025年,算力规模超过300 EFLOPS(EFLOPS是指每秒百亿亿次浮点运算次数),智能算力占比达到35%。今年2月,国务院国资委召开中央企业人工智能专题推进会,要求央企“把发展人工智能放在全局工作中统筹谋划”“加快建设一批智能算力中心”。据国家信息中心发布的《智能计算中心创新发展指南》显示,目前全国正在建设或提出建设智算中心的城市已经超过30个。

当前,我国算力基础设施建设已达到世界领先水平,算力总规模位居世界第

二,全国政协委员、中国信息通信研究院院长余晓晖表示,标准化普惠化算力服务统一大市场尚未形成,存在算力供给紧张但部分算力未能有效利用的矛盾,算力新质生产力作用未充分释放。

余晓晖建议,要发挥全国超大规模市场优势和互联网发展成功经验,以算力先互联、再成网、构建大市场为主线,基于统一标识符实现多样性算力互联感知。通过弹性网络能力和标准化架构接口实现业务和数据流动互通,进而打造形成智能感知、高速弹性、安全绿色、先进普惠的算力互联网,构建全国统一算力服务大市场。

全国政协委员,京东集团技术委员会主席、京东云事业部总裁曹鹏表示,传统基础设施采用传统集中式服务器、存储、数据库、中间件、安全等技术架构,

很难满足资源的弹性扩展,以及应用的敏捷化构建。建议推动采用云原生、容器化、分布式的新型国产算力底座,通过发展先进算力实现技术革新升级。

此外,报告提出,为系统解决强国建设、民族复兴进程中一些重大项目建设的资金问题,从今年开始拟连续几年发行超长期特别国债,专项用于国家重大战略实施和重点领域安全能力建设,今年先发行1万亿元。

国家发展和改革委员会主任郑栅洁在十四届全国人大二次会议经济主题记者会上表示,超长期特别国债将重点支持科技创新、城乡融合发展等领域建设。这些领域潜在建设需求巨大、投入周期长,现有资金渠道难以充分满足要求,亟需加大支持力度。

## 03

## 国产电影“叫好又叫座” 彰显文化自信

时间:2024-03-07 来源:人民日报

### 创作具有中国气派、中国风格的优秀影片

2024年春节档,全国电影票房以突破80亿元的成绩刷新了同档期历史纪录。《热辣滚烫》《飞驰人生2》《第二十条》《熊出没·逆转时空》等多部影片以丰富多样的题材类型满足了观众多样化的观影需求。截至2024年2月23日,全国总票房为127.14亿元,总观影人次为2.77亿,国产影片票房为123.52亿元,国产影片所

占市场份额达97.15%。

自2020年以来,国产影片票房在中国电影市场占比每年都超过80%。2023年,全国电影票房近550亿元,其中83.77%为国产影片。同年,尽管有《夺宝奇兵5》《碟中谍7》《速度与激情10》等好莱坞影片上映,全年电影票房排名前十仍然全部为国产影片。国产影片在中国电影市场上的表现越来越好,中国观众对国产影片的接受度和喜爱度越来越高。

实际上,就在不到10年前,国产电

影与好莱坞电影在中国市场上的较量还处于胶着状态。彼时在世界范围内,绝大多数国家的本土电影市场上,好莱坞电影占据了压倒性优势。然而短短几年间,中国电影市场的情况就发生了很大变化。

分析这一现象形成的原因,清华大学教授尹鸿认为,随着中国经济社会快速发展,国产电影质量日益提升,中国观众越来越青睐能与自身生活产生连接的电影作品,国产电影也越来越能够为观众提供丰富多样的观影体验。以2023年为例,现实题材影片尤其受到观众欢迎,

《孤注一掷》以反电信诈骗为主题,《八角笼中》关注社会弱势群体,《坚如磐石》反映扫黑除恶斗争……这批具有强烈现实关怀的影片对观众产生强大吸引力,上映期间,相关话题成为社会热点。尹鸿说:“这些影片中的人物和事件都与普通观众的生活息息相关,容易引发观众共情,让观众走出影院时获得感满满。”

中华优秀传统文化是中华文明的智慧结晶和精华所在,是中华民族的根和魂。近年来,传承弘扬中华优秀传统文化的氛围不断加强,博物馆热日益升温,“国潮”成为年轻人追逐的时尚,传统文化类电视节目受到观众欢迎,传统文化题材的电影也在积极开拓市场。喜剧悬疑片《满江红》、动画电影《长安三万里》、神话史诗影片《封神第一部:朝歌风云》等,在斩获票房的同时,赢得了口碑。在影片放映结束时,观众齐诵唐诗宋词成为令人难忘的场景。

影片《长安三万里》出品方追光动画总裁于洲说:“近年来,传统文化题材影片越来越受欢迎,影片质量提高固然是重要原因,但根本原因在于中国人的文化自信日益坚定。我们在创作中必须

考虑当下观众审美变化的趋势,适当加入具有当代性的创作元素,通过创造性转化、创新性发展,让中华优秀传统文化成为打造具有中国气派、中国风格优秀影片的宝贵资源。”

### 建立与当下观众的情感连接

中国电影评论学会会长饶曙光指出,国产电影越来越受到观众青睐,本土市场占有率越来越高,除了从电影本体上进行分析,还应重视电影与观众的关系这一议题。“电影美学很重要的问题就是电影与观众的关系。电影的创作和表达不管用什么手段,最终就是要引发观众走进影院的兴趣和热情,并最终与观众达成共识。当下的国产影片逐渐找到了与观众沟通的正确方式,无论是现实题材影片还是科幻片,无论是喜剧片还是动画片,都抓住了社会热点,与观众达成了良好的互动。”

这一观点与青年导演董润年的看法类似。2023年底,由董润年编剧并执导的现实题材职场喜剧《年会不能停!》成为贺岁档“黑马”,获得票房和口碑的双丰收。“国产电影与本土观众有天然的亲密关系,好莱坞的超级英雄也好,视听奇观也罢,都跟中国观众的日常生活缺乏直接联系,在经历了最初的新奇感之后,观众就容易陷入审美疲劳。”

董润年举例,同样作为科幻片,好莱坞超级英雄在中国市场表现欠佳的同时,《流浪地球2》却获得观众认可。“究其原因,还是在于它体现了中国人传统的价值观。当影片中老宇航员喊出‘50岁以上的宇航员出列’时,唤起了中国人情感上的共鸣,这种愿意为别人、为集体做出牺牲的精神,是一种来自中国人

传统价值观深处的认同感和自豪感，也是我们的科幻片和好莱坞科幻片在精神内核上本质的不同。”

不少业内人士也看到电影市场下沉给国产电影带来的新的发展机遇。

2018年12月，国家电影局印发了《关于加快电影院建设促进电影市场繁荣发展的意见》，对加快电影院建设发展、深化电影院线制改革、加快特色院线发展提出了具体要求。近年来，我国银幕数始终位于全球榜首，为支撑起庞大的电影市场提供了基础设施保障。截至2024年1月底，全国共有营业影院14500家、银幕87082块。其中，县级影院2829家、银幕13083块，分别占比19.51%、15.02%；乡镇影院2629家、银幕12751块，分别占比18.13%、14.64%。

电影院在县乡区域的发展，为当地老百姓看电影提供了便利。事实上，随着电影市场的下沉，国产影片的市场占比越来越高。今年春节假期，在大城市工作的人们返乡带动亲朋好友一起走进影院，这样的观影需求将国产电影市场占比推高至99.96%，就是一个很有说服力的例证。”猫眼研究院院长刘鹏说。

### 用艺术的方式展现中国人真实的生活和精神

董润年认为，当前中国电影正进入“建立一种精神价值”的新阶段。“我认为近几年优秀的国产影片都在为观众注入一种精神，从而建立一种价值。这种精神和价值指向的是更加团结的中国、充满希望的中国，每个人都富有奋斗精神，要努力把我们的国家建设得更好。”调查数据显示，当前国内观影的主力观众集中在20至30岁。中国艺术研究院教

授支菲娜分析，这一批观众普遍为95后，伴随他们的成长，国产电影的艺术内涵和制作水平都较此前有了提升，对他们的吸引力也就大幅增加。

“这就像是一次流行文化风潮的流转，在改革开放初期，西方流行文化涌入，此后‘日流’‘韩流’也曾流行过一段时间，但是到了95后成长起来的时候，年轻一代的文化自觉和文化自信更强了，中国文化成为国内流行文化的主体，看国产电影成为流行文化活动的重要组成部分。去年暑期档，在与好莱坞电影的激烈竞争中，国产电影《消失的她》能够脱颖而出，就是一个例证。”支菲娜说。一大批青年电影创作者也成长起来。随着扶持青年优秀电影剧作计划、青葱计划、金鸡电影创投大会、上海国际电影节·创投训练营、北京国际电影节北京项目创投单元等青年电影人才扶持项目的诞生和延续，以陈思诚、郭帆、文牧野、董润年、韩延、申奥、大鹏等为代表的一大批青年电影创作者逐渐成为行业中坚力量。他们对中西方电影潮流了解得更加深入，对国内观众的观影心理研究得更加透彻，对当下社会现实的洞察更加敏锐，对当代电影叙事和工业水平的认知都走在时代前列。他们创作出《唐人街探案》系列、《流浪地球》系列、《奇迹·笨小孩》《年会不能停！》《送你一朵小红花》《孤注一掷》《保你平安》等优秀电影作品，对提升国产电影的吸引力产生了很大推动作用。

“我们这代创作者是和国产电影的主力观影人群一起成长起来的，我们比其他国家的电影创作者更加了解在这样的时代土壤里观众需要什么样的故事，这是我们的先天优势，也是国产电影在今天实现高质量发展的先天优势。同时我

们也积极在深入体察社会现实和观众需求的过程中,不断求新求变。”《唐人街探案》系列电影导演陈思诚说。

《孤注一掷》的导演申奥表示:“中国社会的快速发展为青年创作者提供了丰富的创作题材,作为创作者的我们恰好成长在这样的环境里,在这里,每天发生的故事是和每一位中国人息息相关的,这在客观上拉近了电影与生活、电影与观众的距离,我们要做的就是用艺术的方式把中国人真实的生活和精神展现出来,让观众在走进电影院的同时,也让电影更好地走近观众。”

《长安三万里》的导演谢君伟、邹靖也是两位青年导演。谢君伟谈到,在创作《长安三万里》的过程中,上小学的孩子一直陪伴在身边,与孩子的交流让他感受到创作这部作品的使命感和自豪感。“中华文明博大精深,通过创作《长

安三万里》,我们对中华优秀传统文化的了解更加深入,这让我们拥有了更强的创作动力。”

在积极投身创作的同时,这批中坚力量也在持续帮助和扶持比他们更加年轻的电影创作者,如《三大队》的导演戴墨,《消失的她》的导演崔睿和刘翔,《人生大事》的导演刘江江等,中国电影人才队伍成长呈现出良好势头,为国产电影高质量发展储备了人才资源。

国产电影的市场占比连续多年高达80%以上;2023年全国电影票房排名前十名均为国产影片……近年来,“叫好又叫座”的国产电影在激烈的市场竞争中表现亮眼。中国观众越来越青睐国产影片,这不仅是国产电影高质量发展的实证,更是显著增强的文化自信的生动诠释。

## 游戏不止于“游戏” 持续为科技文化产业赋能

04

时间:2023-03-09 来源:中国经营报

随着游戏产业的发展,其各类价值正在不断被激发。其中,游戏的文化属性以及对尖端技术的推动和应用正逐渐成为其发展的内生动力。

《中国经营报》记者注意到,今年两会期间,多位代表、委员围绕游戏产业发展积极建言献策。全国政协委员、首都经济贸易大学特大城市经济社会发展研究院副院长郭媛媛认为,当前社会对游戏的认识模糊甚至偏颇。游戏产业

在国际文化传播领域兼具文化和经济效益,其融合教育、健康、科技等多领域知识和训练、体验等内容,可以在全球范围发挥效能,务实促进中国社会的创新与新质生产力发展。

### 为硬科技赋能

《2023年游戏产业报告》显示,2023年中国游戏市场实际销售收入达3029.64



亿元,同比增长13.95%。首次突破3000亿元关口。

种种迹象表明,游戏正在摆脱“玩”这个单一属性,其市场空间正在持续拓展。

我国游戏市场经历了产业初期的引进、跟随,如今逐渐走出了一条适合自身发展的自主创新之路。记者注意到,在我国游戏产业中,营收占比超过70%的市场份额被移动游戏占据,这离不开我国在5G、显示屏、芯片等多维度的技术升级。

同时,如今的中国游戏产业无论是在人工智能、直播技术、云游戏技术,抑或是虚拟现实等前沿技术的应用,都站在了全球的前列。

中国音数协游戏工委发起的有关中国游戏创新力的问卷调研结果显示,87.4%的受访者认为,中国游戏正在成为国家硬科技实力发展的“推进器”和“加速器”。郭媛媛认为,当前社会对游戏产业的认知模糊甚至偏颇。游戏产业在国际文化传播领域兼具文化和经济效益,其融合教育、健康、科技等多领域知识和训练、体验等内容,可以在全球范围发挥效能,务实促进中国社会的创新与新质生产力发展。

今年两会上,新质生产力成为热门词语。而新质生产力的内核,仍然是创新,特别是优质创新。记者注意到,2023年年底召开的中央经济工作会议部署2024年经济工作,把“以科技创新引领现代化产业体系建设”摆在九项重点任务第一位。今年的政府工作报告中,“大力推进现代化产业体系建设,加快发展新质生产力”居于2024年政府工作十大任务首位。

郭媛媛表示,发展新质生产力就是要

激活、用好网络、人工智能、大数据基础的特质和能量,不断促进经济社会发展的创新创造和产业结构再造能效。

如今的中国游戏产业正站在新的历史起点上。随着5G、AI和区块链等新兴技术的发展,未来的游戏将更加沉浸、智能和互动。这不仅会改变游戏本身的玩法,更将深刻影响教育、社交和科技创新等多个社会层面。

中国音数协游戏工委、中国游戏产业研究院等机构发布的《游戏科技能力与科技价值研究报告》,面向游戏与电子通信、硬件制造等领域的行业调研显示,81%的受访者认为游戏促进了AI技术的发展;面向大众的用户调研发现,91.4%的受调研者认为游戏领域的一些科技创新对实体领域有一定的推动作用。

而游戏玩家对新技术、新产品的热情从未衰退。为此,游戏公司将更多新技术应用在游戏领域的意愿非常强烈,进而推动游戏成为新技术应用的超级试验场。

## 焕新传统文化

面对全球文化多样性和数字经济时代的挑战,游戏的文化传承价值凸显。

当前,国内游戏公司已经将目光投向海外并取得突破。2023年,全球游戏市场规模11773.79亿元,同比增长6%。2023年全球移动游戏产品营收TOP100企业中,有52家为中国企业。随着游戏公司走向更加广阔的海外市场,以游戏为载体,中国传统文化也随之漂洋过海。

此前,中国音数协游戏工委发起了一项面向大众的“中国游戏影响力”问卷调研。问卷调查显示,84%的中国游戏企业在游戏角色设计中借鉴了中华传统人

物,98%的企业在游戏环境与物品设计中采用了中华优秀传统文化要素。

同时,问卷调查显示,91.6%的受访者认为,中国游戏在中华优秀传统文化“走出去”方面扮演着重要角色。此外,分别有65.1%、60.9%和52.3%的受访者表示,他们通过游戏了解到了中国传统文化中的文字类、服饰类和故事类中华优秀传统文化元素。90.2%的受访者认为,中国游戏正在成为中华优秀传统文化的“容器”。

据悉,世纪华通旗下的盛趣游戏就参与开发了《脸谱》《乐神曲》《令狐生冥梦录》《行当》《衣箱》等多款融合非遗戏曲文化的游戏。

谈及游戏对我国传统文化的推动时,郭媛媛表示,作为在国际文化传播领域与网络文学并列具有文化、经济效益的产业,游戏产业促进了我国融入国际文化交流、合作的深度、广度。

如今的中国游戏正成为中国文化出海的一张亮丽名片。中国游戏作为文化传播的载体和出海的重要手段,在传播优秀传统文化方面承担着重要作用。

记者注意到,随着游戏出海的深入推进,越来越多优秀的中国游戏产品走向世界。其中,《王者荣耀》《和平精英》《原神》等游戏产品在设计中融入了大量的中国元素和传统文化,如中国古典诗词、

神话故事和传统美术,让全球玩家在享受游戏的同时,也能感受到中国文化独特魅力。

早在2019年,米哈游就提出要“做好游戏出海的先行者,做好中国文化的传播者,做好中国游戏工业化的探索者”。如今,米哈游的代表性产品《原神》长期位列各大出海游戏榜单榜首。2023年度,米哈游的新游《崩坏:星穹铁道》也取得了亮眼成绩。

在中国游戏公司走向海外的过程中,因地制宜地推广中国传统文化已经成为必选项。世纪华通方面表示,该公司会对当地市场进行深入的研究,了解当地玩家的需求和喜好。这包括文化、价值观、审美、游戏习惯等方面的了解。同时需要将中国传统文化元素与游戏内容进行有机结合,譬如在游戏场景、角色设计、故事情节、游戏音乐等方面加入中国传统文化的元素及内容。

例如,《庆余年》手游就将中国传统文化中的书法、诗词、绘画、音乐等元素融入游戏内容,将儒家文化、道家文化及江湖侠客文化融入游戏背景,并且还设计了经典民间游戏和江湖手艺等交互内容,如投壶、弹弓等,传承民俗传统文化,让玩家身临其境地体验民间游戏的乐趣。

## 低空经济“飞”出增长“新航道”

时间：2024-03-10 来源：经济参考报

今年政府工作报告提出，“积极打造生物制造、商业航天、低空经济等新增长引擎”。在代表委员们看来，低空经济是全球竞逐的新兴产业方向，也是培育发展新质生产力的重要领域。政策、市场等利好因素正助推我国低空经济技术不断突破，应用场景持续拓展。

“‘低空经济’首次写入政府工作报告，作为在航空发动机研发一线工作了30多年的技术人员，我感到非常振奋！”全国人大代表、中国航发湖南动力机械研究所专职总师单晓明说。

单晓明从事中小型航空发动机产品研发。这些产品可以应用于直升机、多用途涡桨飞机、公务机、无人机等各种通用航空飞机。“发展低空经济，技术是支撑、市场是根本，我们将加快自主研制步伐，提升产品市场竞争力，助力低空经济从蓄势待发到振翅腾飞。”她说。

“乘着国家推动低空经济发展的东风，芜湖市成为全国首批通用航空产业综合示范区，目前已集聚产业链上下游企业近200家。”全国人大代表、安徽省芜湖市委书记宁波在开放团组会议上介绍，芜湖市正在推进低空智联项目建设，面向低空智联运控平台建设等8个前沿领域，为安徽全省乃至长三角地区低空飞行活动提供高水平、专业化的信息服务。

作为战略性新兴产业，低空经济产业链条长，是培育发展新动能的重要方向。从无人机穿行在高楼大厦间送外卖，到搭乘观光直升机欣赏风光，再到利用无人机巡检电网，当前低空经济技术不断突破，应用场景持续拓展。

来自中国民航局的数据显示，2023年我国低空经济规模超5000亿元，2030年有望达到2万亿元。

在全国政协委员、深圳市政协副主席陈倩雯看来，随着无人机技术日趋成熟和低空空域管制逐步开放，我国庞大的低空经济产业链雏形初显，低空经济有望成为新的经济增长点。

不过，代表委员们也表示，目前我国低空经济仍处于起步阶段，在完善政策法规体系、强化配套措施等方面仍需要进一步发力。

全国人大代表、鹏城实验室主任高文认为，低空经济领域的概念界定、行业规范及技术标准等亟待完善并形成共识。对此，他建议，加强低空经济的顶层设计，统筹制定低空空域管理法律法规，加快出台相关政策指引与行业规范，明确低空空域界定、飞行器时空基准、空域唯一标识等标准，让更多人了解“低空有多低，真高有多高”。“发展低空经济，空域是关键环节。”单晓明代表建议，应从国家层面成立低空经济发展组织领导体系，对空域实行动态化管理和精细化使用，调剂部分高度和时段确保通用航空飞行器飞行，促进通用航空产业的发展。

加快拓展应用场景和促进产业高质量发展也至关重要。“5G、大数据、物联网等新一代信息技术在低空经济领域的创新应用，可为低空无人机的规模应用提供技术基础，加速无人机物流、空中游览、航空运动等新业态发展。”全国人大代表、中国移动通信集团湖南有限公司总经理程伟认为，需充分利用新一代信息技术，夯

实低空经济发展能力底座，完善空联网低空基础设施，培育壮大低空经济相关新业态。

全国人大代表、鹏城实验室主任高文认为，低空经济领域的概念界定、行业规范及技术标准等亟待完善并形成共识。对此，他建议，加强低空经济的顶层设计，统筹制定低空空域管理法律法规，加快出台相关政策指引与行业规范，明确低空空域界定、飞行器时空基准、空域唯一标识等标准，

让更多人了解“低空有多低，真高有多高”。

宁波代表表示，在产业推进过程中，发动机、航电等项目存在研发周期长、耗资大等特征，培育龙头企业具有一定难度。他建议，打造若干低空经济发展先导区，推动央企、头部企业、大型航空公司在条件较好的地方建立生产制造基地，通过龙头带动形成集聚效应，促进新质生产力发展。

## 虚拟数字人行业进入 AI 时代， 哪些数字人企业已抢先布局

06

时间：2024-03-07 来源：环京津新闻网

2024年，随着人工智能生成内容技术的高速发展，数字虚拟人产业再次引发广泛曝光与关注。

目前，对虚拟数字人最客观的定义是，以数字形式存在于数字空间中，通过深度学习、语音合成、计算机图形学、动作捕捉、图形渲染等前沿科技生产制作，具有多重人类特征的虚拟人物。而AI数字人是指，采用人工智能技术和仿真技术驱动生成的数字化虚拟人物，通常具备人的外观与智能认知能力，相较于传统的虚拟数字人，AI数字人的生成依靠大量的数据采集与处理，并通过大数据和深度学习等技术实现自主学习和调整。

近年来，国家陆续发布《“十四五”数字经济发展规划》《虚拟现实与行业应用融合发展行动计划（2022—2026）》等多项内容，我国虚拟数字技

术发展受到政策支持、数字经济深入发展等驱动力影响，AI数字人行业发展已经从以CG、语音合成的计算机技术为主的阶段，经历5G、人工智能技术突破，到现在，进入高速发展的新阶段，AI数字人的应用领域逐步拓宽，全方面渗透进入各个行业，多元化产业融合推动各行业数字化进一步发展，让AI数字人向着多模态方向发展，标志着实现虚拟数字技术创新、AI数字人应用，已成为今后我国实现产业创新和技术强国的必经之路。

### AI 数字人行业发展 多个产品脱颖而出

随着AI技术的不断成熟和应用场景的拓展延续，AI数字人和数字化产品能够更好地与用户进行沟通与连接，满足用户信息获取与情感交流的需求，帮助更多行业

提升工作效率和用户体验。让企业数字化服务向着情感化、人性化的方向发展。

小冰公司是国内首个专注于发展“情商”的人工智能系统，在情感类交流方面具备卓越的能力，主要应用场景包括数字员工、虚拟陪伴和游戏 NPC 等。小冰数字人以出色的语言理解和生成能力而受到广泛关注，拥有强大的语义理解和情感识别能力，可以适应各种不同场景和用户需求，当用户与数字人进行对话时，能够流畅自然地交互。

自 2018 年起，科大讯飞的 AI 虚拟主播“康晓辉”亮相央视，与央视记者江凯共同主持《直播长江》安徽篇，并发布全球首个多语种虚拟主播小晴以来，科大讯飞先后打造了音频、视频内容生产的一站式虚拟主播生产和编辑服务系统，面向交互服务的 AI 虚拟人交互系统终端，以及面向电商直播场景的 AI 虚拟人直播系统等，多个行业垂直产品。去年，科大讯飞宣布启动“超脑 2030 计划”，持续打造数字经济下的 AI 虚拟人家族，为数字经济、虚拟世界和元宇宙提供切实帮助人类的专业虚拟人，并具备专业知识可定制、可持续进化、有温度等特征。

AI 数字人的出现不仅为文娱传播带来了全新形式，也为服务交互、数字员工提供了更广阔的发展空间。在 2023 年举办的“亚洲演出娱乐行业博览会”上，世优科技的“世优 BOTA”产品备受瞩目，基于世优科技自主研发的世优 BOTA 私有化模型能力，与数字人形象结合，可以达到识别互动关键词、真人语义语境，以及后台实时运算，让数字人具有高度自我学习和深度理解能力，通过电子大屏进行智能互动和展示，为观展用户介绍博览会及世优科技相关信息。世优 BOTA 的应用覆盖多种场景，无论是展厅展馆的智能服务功能，还是短

视频、直播等电商营销推广，都将繁复的信息转化为用户与 AI 数字人的交互，打造低投入、高产出、可持久续航的智能数字化产品，突破传统服务营销的人力和场地资源限制，让用户感受与真人无异的真实互动体验，真正做到用数字技术赋能现实增长。

### AI 模型驱动数字人产业升级 助力企业降本增效

根据新经济产业第三方数据挖掘和分析机构艾媒咨询，最新发布的《2023 年中国 AI 数字人产业研究报告》数据显示，2022 年中国虚拟人核心市场规模为 120.8 亿元，同比增长 94.2%，预计 2025 年将达 480.6 亿元。在传统行业数字化转型及降本增效需求的推动下，我国 AI 数字人及智能数字化产品的业务需求进一步释放。

百度作为我国大型人工智能企业的代表，致力于 AI 大模型和产品的研发，文心一言是百度全新一代知识增强大语言模型，从数万亿数据和数千亿知识中融合学习，在此基础上采用有监督精调、人类反馈强化学习、提示等技术，具备知识增强、检索增强和对话增强的技术优势。目前已经形成了“基础、任务、行业”三层大模型技术体系，不仅为百度打开了 AI 时代的成长空间，也在全球 AI 大模型争分夺秒迭代进化的当下，为中国 AI 行业增加了核心竞争力。

世优科技是虚拟数字人技术企业代表，自主研发了适合企业的知识库数据快速生成私有化模型，用于数字人领域知识和个性化人设等更高维度的定制，训练企业专属资料库模型，并智能汇总不同使用场景下的问题和需求，持续进化 AI 数字人的专业知识和服务能力。除此之外，世优科技

运用AIGC技术,贯穿虚拟数字人生成、数字资产打造、场景应用适配、智能交互等企业生产的全流程,覆盖数字经济、虚拟世界和元宇宙等多个维度,大幅度提升虚拟数字产品生产交付的效率,实现企业整体降本增效,为企业在未来的数字化竞争中赢得更多的优势和机遇。

而奥丁科技、元境科技、魔法科技、道可云等企业,是AI数字人行业的新兴力量,元境科技成立于2021年12月,目前已经

发布元享智能云、元趣AI等产品,并提出了“AIGC+X”的产品体系模式,在元享平台的基础上以AIGC技术为核心,降低虚拟数字人创作门槛,提高数字人创作效率。

AIGC技术的爆发加速了AI模型对部分产业的颠覆,并带来数字人产业的新机遇。总而言之,数字人在现阶段,已经向具有人类意识的“数智人”方向发展,数字人必将走进我们的生活,走进千家万户。

## 两会·中国经济如何“以进促稳” “稳就业”如何发力?

07

时间:2024-03-11 来源:中国教育报

就业是最基本的民生。今年政府工作报告提出“多措并举稳就业促增收”,并制定“城镇新增就业1200万人以上”“城镇调查失业率5.5%左右”等主要预期目标。

对于今年就业形势怎么看?如何稳就业?多位接受记者采访的代表委员和专家表示,对保持就业形势持续稳定有信心、有底气,但就业总量压力不减,结构性矛盾仍待破解,稳就业还需付出更多努力。代表委员建议,可从强化促进青年就业政策举措、拓展就业新增长点、加强新就业形态劳动者保障等多方面入手,稳就业促增收。

### “1200万人以上”凸显力度决心

谈及就业预期目标,政府工作报告起草组负责人、国务院研究室主任黄守宏日前在国新办吹风会上表示,今年将城镇新

增就业预期目标设定为“1200万人以上”,而去年是“1200万人左右”。这一变化体现了党和政府做好就业工作的力度、决心和鲜明的政策导向。

回顾过去一年,我国就业局势持续改善,保持总体稳定。全年城镇新增就业1244万人,城镇调查失业率平均为5.2%,脱贫人口务工规模超过3300万,实现了预期目标,为增进民生福祉、稳定社会预期发挥了积极作用。

“从今年的情况看,就业市场开局良好,企业开工复产、农民工返岗流动平稳有序,求职招聘活跃度上升。”人力资源和社会保障部部长王晓萍在十四届全国人大二次会议民生主题记者会上表示,中国经济长期向好的基本面没有改变,做好就业工作具有许多有利条件,我们对保持就业形势持续稳定有信心、有底气。与此同时,就业总量压力不减,结构性矛盾仍待破解,稳就业还需付出更多努力。

从就业结构来看,全国政协委员、民进宁夏区委会主委王春秀认为,“招工难”“就业难”的结构性矛盾依然突出,仍存在供需匹配不均衡问题。“国民经济恢复向好态势明显,但外部环境复杂多变,国内需求较弱,叠加经济结构调整加快,市场需求持续波动,稳就业的任务更为艰巨。”王春秀委员说。

### 供需两端发力促青年就业

就业工作怎么干?今年计划报告提出“完善高校毕业生、退役军人、农民工等重点群体就业支持体系”“实施好促进青年就业三年行动”等举措。政府工作报告指出,预计今年高校毕业生超过1170万人,要强化促进青年就业政策举措,优化就业创业指导服务。

全国政协委员、云南工商学院董事长李孝轩表示,高校毕业生就业受诸多因素影响,其中高等教育供需匹配机制不健全、不完善,是我国高等教育领域的一个老大难问题。

计划报告提出,“加快调整高校学科专业布局结构,促进高校学科专业设置与人才实际需求更加匹配”。

“高校要在深化产学研融合的基础上,推动产学研与就业的协调联动,推动校企合作、产教融合走深走实。”王春秀委员说,要将课堂搬到企业,将企业专家请进校园,通过联合培养等方式,推动用人单位深度参与学校人才培养改革,培养更多实用型、复合型和紧缺型人才,从根本上促进青年就业。

促进青年就业,一方面要从就业市场供给端入手,另一方面也要从需求端入手,开辟吸纳就业尤其是青年就业的新空间。

“乡村振兴、传统行业数字化转型、数字

平台生态系统、新兴产业发展等正在成为就业新增长点,将为青年提供大量就业机会,是拓展青年就业渠道的新途径。”首都经济贸易大学中国新就业形态研究中心主任张成刚说。

全国人大代表、华阳集团(山西)纤维新材料有限责任公司副总经理董明全也认为,新材料等新产业领域具有巨大的增长潜力,将为就业提供更多吸纳空间。

王晓萍表示,今年将加强对就业容量大的民营经济、中小微企业等各类经营主体的支持,大力培育数字经济、银发经济、绿色经济等就业新的增长点。

### 撑起新就业形态劳动者“保障伞”

当前,平台经济、共享经济、零工经济等经济形态快速发展,催生出网约车司机、外卖员等新就业形态,发挥出就业“蓄水池”和“稳定器”的作用。如何加强配套政策建设、保障新就业形态劳动者的权益是代表委员热议的话题之一。

2022年7月,人力资源和社会保障部会同相关部门正式启动新就业形态就业人员职业伤害保障试点工作。今年政府工作报告提出,“扩大新就业形态就业人员职业伤害保障试点”。

“新就业形态就业人员职业伤害保障试点已取得积极成效,保障了新就业形态就业人员的职业权益。”全国人大代表、中国太平洋保险战略研究中心主任周燕芳表示,不过目前仍存在不同地区之间政策尚不平衡、不同平台企业之间保障尚不平衡的问题,应加快推进新就业形态就业人员职业伤害保障试点扩面。

对此,周燕芳代表建议,出台关于做好新就业形态就业人员职业伤害保障工作的指导意见,进一步明确开展新就业形态

就业人员职业伤害保障工作的基本原则、筹资机制、保障内容、承办方式、监督管理、工作要求等。

李孝轩委员说,下一步,应坚持推动

经济转型和就业转型相互促进,规范劳动用工管理,完善劳动标准,理清劳动关系,支持规范新就业形态健康发展。

08

## 各地各高校深入开展“寒假促就业 暖心行动” 暖心促就业 高校在行动

时间:2024-03-03 来源:中国教育报

持续举办系列招聘活动、访企拓岗挖掘就业岗位、暖心提供就业指导服务、精准开展就业困难帮扶。今年初,教育部印发通知,部署开展2024届高校毕业生“寒假促就业暖心行动”。行动以“寒假不断线 暖心促就业”为主题,围绕高校毕业生求职就业中的重点难点问题,持续开展就业指导服务。

各地各高校抢抓春季招聘关键时期,积极举办线上线下招聘活动,为用人单位和毕业生搭建供需双选平台。上海市教委与其他省份教育部门联合举办“2024届上海高校毕业生网络双选会”,参会单位1500余家,提供就业岗位7000余个。四川教育厅与浙江省委组织部等部门联合举办“高校毕业生浙江专场招聘会”,提供就业岗位6300余个。新疆教育厅举办“教育部直属师范大学新疆生源公费师范毕业生专场招聘会”,全疆各地州的400余所学校共提供岗位2500余个。浙江大学举办“毕业生冬季空中双选会”,通过学校自主搭建平台与毕业生在线互动近1800次。同济大学举办两场“寒假专场同济大学2024届毕业生系列招聘活

动”,参会单位295家,提供就业岗位1172个。

推进校企在定向人才培养培训、共建就业实习基地、重点领域开展合作……各地各高校开展形式多样的访企拓岗校企供需对接活动。陕西教育厅指导全省高校寒假期间开展访企拓岗活动1508场,走访企业2544家,新开拓就业岗位4.1万个。河南教育厅精准对接各高校深入实施“高校书记校长访企拓岗促就业专项行动”,走访企业5964家,新开拓就业岗位11万余个。齐鲁工业大学(山东省科学院)走访用人单位40余家,新开拓就业岗位1200余个。阿克苏职业技术学院走访企业109家,新开拓就业岗位835个。

此外,各地各高校以“云课程”“云指导”“云直播”等形式,为毕业生提供生涯规划、政策解读、求职技能等实用性就业指导服务,聚焦贴近学生需求,暖心提供就业指导服务。黑龙江教育厅打造“互联网+就业”模式,优化升级“网上就业超市”,毕业生在省校平台远程面试近10万人次,网络签约3.1万



余人。吉林大学精准分类开展“云指导”，举办朋辈“云分享”等特色活动40场。中国地质大学（武汉）分类开展“云指导”训练营系列活动20余场，覆盖学生近2000人次。广西师范大学依托“一网一微一端一群一线”“五位一体”服务保障网，启动寒假“不停歇”值班服务模式，推送1500多家单位、超9.8万个岗位。

各地各高校持续关注脱贫家庭、低保家庭、残疾人等重点群体高校毕业生，认真落实“一对一”帮扶责任制，与困难学生开展结对帮扶。北京交通大学举办就业帮扶“云访谈”“就业茶话会”等活动10余场，覆盖毕业生800余人次。北京科技大学举办“迎战春招”毕业生宏志助航就业技能训练营，200余名毕业生报名参与。

江汉大学开展求职辅导送上门，现场开展就业指导，为家庭经济困难毕业生送上求职“大礼包”。

据悉，2023年秋季学期以来，教育部依托国家大学生就业服务平台，面向2024届高校毕业生组织43场线上专场招聘活动，累计参会单位6万家，累计汇集发布就业岗位信息771.5万条。面向2024届高校毕业生，累计举办教育部“互联网+就业指导”公益直播课16期，收看人次2960万。春季学期开学后，教育部将组织“面向西部地区毕业生招聘专场”“专精特新企业专场招聘活动”“东北全面振兴专场招聘会”等系列线上专场招聘活动，持续为供需对接搭建平台，帮助毕业生顺利就业。

## 建设高水平应用型大学的 现实之需、实践之困与改革之策

09

**作者：**胡万山（陕西师范大学教育学部）

**刊名：**当代教育论坛，年份：2024年

**摘要：**加快建设高水平应用型大学，是落实国家教育战略规划的基本要求，推进应用型大学改革发展的基本途径，促进区域经济社会发展的潜在动力。当前，我国应用型大学发展存在着专业建设与产业发展衔接不紧密，应用型教师队伍建设机制不健全，课程教学改革滞后于生产实践发展，科技创新平台建设模式不完善等问题。这亟需应用型大学在改革发展中落实专业建设过程的产教融合，健全应用型教师队伍建设机制，推进应用导向的课程教学改革，完善服务区域发展的科技创新平台建设模式，夯实学校教育高质量发展根基。

**基金项目：**2021年度国家社会科学基金教育学青年课题“高水平应用型大学的建设内涵与实施路径研究”（编号：CIA210276）的阶段性研究成果。

**重要收录：**北大核心

10

## 数字教育：应用、共享、创新 ——2024世界数字教育大会综述

**作者：**冯婷婷，刘德建，黄璐璐，曹培杰，曾海军（河北传媒学院，北京师范大学智慧学习研究院，中国教育报，中国教育科学研究院）

**刊名：**中国电化教育，年份：2024年

**摘要：**新一轮科技革命和产业革命深入发展，数字技术愈发成为驱动人类社会思维方式、组织架构和运作模式发生根本性变革、全方位重塑的引领力量。数字变革正交织成教育改革最动听的合奏。发展数字教育，关键在应用，潜力在共享，生命力在创新，开放合作是必由之路。世界数字教育大会为开展数字教育交流与合作搭建了重要平台。该文基于2024世界数字教育大会的主要观点，探讨了数字教育应用、共享与创新的新理念、新技术和新路径。从“3C”到“GAI3”，围绕教师数字素养与胜任力提升、数字化与学习型社会建设、数字化赋能基础教育高质量发展、人工智能与数字伦理、教育治理数字化与数字教育治理、数字教育评价与数字教育新生态等主题共话未来数字教育之路。

**重要收录：**CSSCI，北大核心

11

## 高校思想政治教育数字化 发展的现实效能、风险检视与优化路径

**作者：**刘伟，刘新琦（上海交通大学）

**刊名：**黑龙江高教研究，年份：2024年

**摘要：**伴随高校教育数字化行动的方兴未艾，如何把握好高校思政教育数字化发展效能与限度的张力，破解数字化发展进程中的风险挑战，已成为高校思想政治教育提质增效的前沿课题。当前，高校思想政治教育数字化发展呈现出持续向好的态势，数字化在要素动态联结、过程场域开拓、环节效果优化等方面赋能了高校思想政治教育创新发展，但也暴露出数字迭代悬浮、数字功能失范、数字关系失度等一系列风险挑战。新发展阶段，我们必须正视高校思想政治教育仍处于“弱数字化”的阶段现实，在思维革新、机制优化、关系深化上精准发力，聚焦“认知-态度-能力”问题落实好数字化理念，精心打造“生产-传播-反馈”协同的数字化运作机制，建构“寓教于数、与数偕行”的新型教育主客体关系，以更加积极主动的作为不断塑造高校思想政治教育数字化发展的新动能。

**基金项目：**2022年教育部高校思想政治工作创新发展中心（上海交通大学）理论研究课题“新时代高校思想政治工作数字化发展研究”（编号：DEFY-LL-2023017）；2023

年上海交通大学决策咨询课题“数智赋能高校主流意识形态传播的实践路径研究”(编号:JCZXDSB2023-04)。

**重要收录:** 北大核心

12

## 2023年中国电影产业发展分析报告

**作者:** 刘汉文, 石航(福建师范大学传播学院)

**刊名:** 当代电影, 年份: 2024年

**摘要:** 2023年是中国电影产业迸发生机、回归理性之年。这一年, 利好政策持续引导产业全面复苏, 电影市场再现繁荣景况, 分线发行正式启动, 新力量导演屡创佳绩。同时, 中国电影也面临投融资热情不高、档期市场冷热不均、优质影片供给不足、微短剧分账剧崛起等情况。未来, 中国电影仍需要坚持政策驱动、创作拉动、市场撬动、企业带动、技术推动, 实现高质量可持续发展。

**基金项目:** 国家社科基金艺术学重大项目“中国电影学派理论体系建构研究”(项目编号:18ZD14)阶段性成果。

**重要收录:** CSSCI, 北大核心

13

## 互动电影游戏化设计研究

**作者:** 陈柏君, 黄心渊(北京邮电大学数字媒体与设计艺术学院, 中国传媒大学动画与数字艺术学院)

**刊名:** 当代电影, 年份: 2024年

**摘要:** 伴随数字媒体技术的发展, 电影与游戏体现出深度融合的趋势。如何将游戏性生成模式引入电影, 使互动电影既具备基于镜头语言的连贯而流畅的渐进性叙事模式, 又呈现充满未知性与动态性的游戏突现机制, 已成为学界重点关注问题。本文对互动电影交互模式及数字游戏叙事模式分别进行分析, 并从虚拟化身、叙事目标、叙事空间、叙事时间四个维度探索了互动电影与数字游戏叙事模式的差异。基于游戏心流理论与游戏性生成机理, 结合典型案例剖析, 针对叙事目标、化身控制与操控挑战三个方面提出了互动电影

的游戏化设计策略,可有效提升互动电影交互性并强化体验者参与度与沉浸感,实现电影与游戏更为充分的融合。

**基金项目:**北京市社会科学基金重点项目“大运河北京段优秀文化与艺术资源的发掘与数字化保护研究”(项目编号:21YTA004);北京邮电大学基本科研业务费项目“培养计算思维的编程教育游戏设计研究”(项目编号:2023RC02)阶段性研究成果。

**重要收录:** CSSCI,北大核心

14

## 中国电影文化的伦理建构

**作者:**袁智忠,田鹏(西南大学影视传播与道德教育研究所,重庆对外经贸学院)

**刊名:**民族艺术研究,年份:2024年

**摘要:**在全球化时代,视觉文化转向、价值观多元化等趋势将中国电影文化不断推向未知与尴尬的境地。因此,中国电影文化的健康发展需要伦理的引导与规训。在“三大体系”建设的时代呼声中,中国电影文化应以传统伦理为基底,强调“文以载道”“以文化人”的价值观念,沿着电影文化的生成肌理,通过思想文化层面的共同体美学价值理念传统、叙事文化层面“手段善”与“目的善”的统一、镜头文化层面的诗性镜头建构,进行人类命运共同体语境下中国电影文化伦理价值体系的建构,助力中国电影自主知识体系的生产

**基金项目:**2023年度国家社科基金艺术学西部项目“新时代乡村电影的道德审视与伦理重建”(项目批准号:23EC212);西南大学2020年度中央高校基本科研业务费专项资金项目——创新团队项目“中国电影伦理思想研究”(项目批准号:SWU2009111)的阶段性研究成果。

**重要收录:** CSSCI 扩展版

15

## 基于技术驱动与服务创新的虚拟现实产业发展研究

**作者:**袁茜茜,吕星月,冯大权,王振中(深圳大学数字创意研究中心,中央广播电视总台技术局)

**刊名:**中国工程科学,年份:2024年

**摘要:** 虚拟现实 (VR) 技术以高度沉浸感为用户带来全新的多感官交互体验, 推动产生新兴服务业态并以新服务模式促进传统行业转型升级, 推动高附加值、高层次和多元化服务产业体系建设。本文梳理了 VR 产业链结构和关键技术发展现状, 剖析了 VR 与服务业融合应用的前景、方法与场景分类, 分析了 VR 产业的发展趋势以及我国 VR 产业在产业链供给、应用落地、行业规范和专业人才培育等方面面临的主要问题。研究建议: 加强基础研发投入, 突破核心技术难点; 培育领头试点项目, 打造示范应用平台; 构建配套服务体系, 营造良好的产业发展环境; 健全高技能人才队伍建设, 提升我国在全球 VR 产业布局中的竞争优势, 加速服务业的智能化、交互性、定制化发展。

**基金项目:** 中国工程院咨询项目“‘四链’深度融合下我国战略性新兴产业高质量发展战略研究”(2023-PP-006)。

**重要收录:** 北大核心

## 漫画的转型与速写的出场 ——叶浅予 1935 年北游之旅考论

16

**作者:** 李中诚 (中央美术学院)

**刊名:** 美术, 年份: 2024 年

**摘要:** 叶浅予 1935 年的北游之旅, 既是其速写生涯的标志性节点, 同时也是其接触平津文化圈的重要契机。北游之旅正值叶浅予的漫画成名作《王先生》影视化之路肇始, 对他在漫画上进行平民化、跨地域的叙事转向具有直观的推动作用。与平津文化圈的交往, 则为意图寻求艺术转型的叶浅予提供了多元的文化滋养, 不仅形塑了他对漫画、速写的新认知, 使叶浅予注重速写的现场感知意识与本体艺术价值, 更以趋于传统导向的文化环境, 促进了他对“传统”在融入大众趣味与世俗审美层面的探索, 为“速写漫画”的生成奠定了深厚而鲜活的学理基础。

**重要收录:** CSSCI, 北大核心

17

## 中国科幻游戏产业高质量发展路径探索

**作者:** 方舟 (武汉大学国家文化发展研究院)

**刊名:** 武汉大学学报 (哲学社会科学版), 年份: 2024 年

**摘要:** 科幻游戏产业是围绕科幻游戏的开发、运营、销售和服务形成的新兴文化产业。中国科幻游戏产业当前处于上升阶段,但仍存在着游戏内部科幻属性模糊、科幻游戏与科幻小说和科幻影视联动不足、科幻游戏产业在数字经济时代对现实的指导意义不清晰等问题。中国科幻游戏产业作为文化与科技融合的新业态,在“十四五”时期面临新的机遇与挑战。未来中国科幻游戏产业可以从游戏内容转型与品质提升、科幻游戏对科幻产业链的激活以及科幻游戏赋能实体经济三方面,探索递进式高质量发展的路径,重塑游戏社会价值,以科幻游戏推动全民科学素质普及,提升文化科技创新能力,实现经济效益与社会效益的协同双赢。

**基金项目:** 国家社会科学基金项目(21ZD04);中国科幻研究中心2023年度研究项目(230105KH02)。

**重要收录:** CSSCI,北大核心

18

## 中国式现代化背景下数字文化产业生态研究

**作者:** 顾江,张苏缘,刘柏阳(南京大学长三角文化产业发展研究院,南京大学商学院)

**刊名:** 福建论坛(人文社会科学版),年份:2024年

**摘要:** 数字文化产业生态的内生系统,在纵向环节上表现为围绕数字文化产品与服务进行的分工及数据信息的双向流动,在横向环节上表现为企业之间的技术合作与资源共享。中国式现代化为数字文化产业发展提供了要素市场一体化、产品与服务信息化、高水平对外开放、文化资源全民共享、信用监管体系不断完善的外生系统。数字文化产业生态系统的运行需要满足以下条件:技术创新能力与内容创作能力动态耦合协同、降低数字文化产品生产环节准入门槛、高质量的创新资源不断进入、完善的数字文化产业退出机制、高效安全的数字资产管理模式。今后应促进技术开发与文化资源共享,牵引技术与内容动态耦合,规范文化企业准入退出机制,构建多层次数字文化产业融资体系,打造乡村数字文化品牌、拓宽数字文化产业人才引育渠道,更好促进数字文化产业生态建设和提升国家文化软实力。

**基金项目:** 阐释党的十九届四中全会精神国家社会科学基金重点项目“健全现代文化产业体系和市场体系研究”(20AZD065);国家社会科学基金艺术学重大项目“5G时代文化产业新业态、新模式研究”(20ZD05)。

**重要收录:** CSSCI,北大核心

## 中国文化产业与旅游产业 融合发展的内在机理及时空分异

**作者:**董文静,王昌森,张震(复旦大学管理学院,山东外贸职业学院经济管理系)

**刊名:**统计与决策,年份:2024年

**摘要:**文章从“内在逻辑”和“外部动力”两个维度构建文化产业与旅游产业融合发展的内在机理模型,利用文化产业与旅游产业发展的面板数据,分析2009—2019年中国31个省份两大产业综合发展水平的时空变化特征,二者融合发展的耦合协调度的时空分异、动态演变特征及主要驱动因素。结果表明:两大产业综合发展水平在时间上呈现稳步增长态势,在空间上呈现“东高西低”的梯级分化分布格局;从时空演变来看,两大产业的耦合协调度在时间上呈现整体上升的态势且初步实现了高级耦合协调,在空间上呈现“东升西降、南高北低”的非均衡发展态势;两大产业的耦合协调类型具有较高的稳定性,短期内难以实现跨越式发展;第三产业劳动力及区域经济发展水平对两大产业间的耦合协调关系的影响最大。

**基金项目:**教育部人文社会科学研究青年基金项目(20YJCZH021)。

**重要收录:**CSSCI,北大核心

## 论美学的中国化历程 ——以朱光潜的两次美学论争为线索

**作者:**汤奇云,殷国明(深圳大学人文学院,华东师范大学中文系)

**刊名:**社会科学战线,年份:2024年

**摘要:**自西方美学理论体系和知识谱系输入中国以来,美学就开启了其中国化历程。吕澂从“美的要求”出发,倡导建构一种“全体的美学”,为美学中国化定了基调。然而,“五四”反传统的时代文化心理和东西方在形而上学上的分歧,阻碍了其与中国传统哲学及审美经验的融通与结合,美学中国化一度陷入了困境。直到朱光潜“情思融会”说的提出和朱鲁之间“静穆美”之争的发生,美学在经历了从美学观念的接受到辩证思维的引进、再到与本土形而上学的接轨三个阶段后,才初步完成其中国化历程,并走上了理论阐释与创作的艺术展示交叉整合的发展道路。

**基金项目:**国家社会科学基金项目(19BZW025)。

**重要收录:**CSSCI,北大核心

21

## 人工智能时代教师教学想象素养的解析与养成

**作者:** 彭亮, 徐文彬(南京晓庄学院教师教育学院, 南京师范大学课程与教学研究所)

**刊名:** 中国远程教育, 年份: 2024年

**摘要:** 人工智能时代, 教师需要发展一系列关键素养, 这些素养以人类难以被人工智能超越的重要特质为基础, 教师教学想象即其中之一。教学想象是教师进行教学活动时一种主动的意向和创造性的意识活动, 此种意识活动存在于教学活动开展之前、之中和之后, 它是教学活动得以产生、开展以及创新的保证。当前教师教学想象存在一些不足, 主要有: 偏执的教学经验固化了教师教学想象, 教师主体性缺位导致教学想象退隐, 以及迟钝的重要性感受掣肘了教师教学想象。基于此, 需要通过“重返起点, 反思教师珍视的经验”“增加欲求, 提升教师重要性感受”“创新制度, 释放教师的主体性”以及“利用技术, 扩充教师的虚拟力量”等举措来促进教师教学想象更好地养成, 以应对人工智能可能给教师这一职业带来的挑战。

**基金项目:** 江苏省社科基金2023年度教育学一般课题“基于拔尖创新人才培养的基础教育学校高质量校本实践模式的优化研究”(课题编号: 23JYB018)。

**重要收录:** CSSCI

22

## 新时代民办高校管理育人探赜

王加青

**摘要:** 管理育人是指学校将德育渗透于学校各项管理工作的全过程, 对学生进行政治、思想、道德、心理、法律等方面的教育活动的总和。大思政背景下, 提高管理育人的有效性对于实现全员育人、全过程育人、全方位育人具有重要意义。民办高校因其办学主体、办学条件和教育对象的特殊性, 决定了管理育人在民办高校育人体系中有其独特的内涵与要求。民办高校要结合自身的特点与实际, 提高对管理育人的认识、重视管理育人的整体性和协同性、创新管理育人的方式和机制, 不断增强民办高校管理育人的实效, 建立健全民办高校管理育人的制度机制。

**关键词:** 民办高校; 育人体系; 管理育人

习近平在全国高校思想政治工作会议上强调: “要坚持把立德树人作为中心环

节, 把思想政治工作贯穿教育教学全过程, 实现全程育人、全方位育人, 努力开创我



国高等教育事业发展新局面。”<sup>[1] (P376)</sup> 教育部党组印发的《高校思想政治工作质量提升工程实施纲要》提出了构建包括管理育人的十大育人体系,因而,管理育人不仅是高校管理工作的重要责任,而且是高校育人体系的重要内容。高校提升管理育人的有效性对于实现全员育人、全过程育人、全方位育人具有重要的现实意义。民办高校是我国高校的重要组成部分,其办学主体、办学条件和教育对象的特殊性决定了管理育人在民办高校育人体系中有其独特的内涵与要求。民办高校要结合自身的特点与实际,提高对管理育人的认识、重视管理育人的整体性和协同性、创新管理育人的方式和机制。

### 一、新时代民办高校管理育人的内涵要求

管理育人是高校落实立德树人根本任务的一个重要环节。就民办高校而言,学校管理部门和管理人员在履行管理职能的过程中,如何围绕立德树人将管理育人渗透至学校各项管理工作,既要把握高校管理育人的共通性,又要充分结合民办高校的特殊性,找准实施管理育人的有效路径。

1. 民办高校管理育人的主体要求。随着高校管理架构的逐渐层次化和体系化,管理育人也逐渐形成了系统和体系,管理育人的主体也随之体系化。管理育人的各个主体的工作对象和目标一致,但工作职责范围和方式却有所不同,具体而言,可划分为三个层面。一是学校管理育人的领导力量,居于管理育人的上层。公办高校实行党委领导下的校长负责制,因而高校党委和行政是学校全面发展的领导者、规划者、组织管理者以及督促检查者。校级党政领导层则是学校管理育人的直接领导

者和责任人,肩负着管理育人的使命和责任。民办高校与公办高校的区别在于:民办高校在校级层面的管理机构中增加了董事会,实行董事会领导和党委指导下的校长负责制。因此,民办高校管理育人的领导力量更为复杂,所涉及的人员组成更加庞杂,如何在众多利益中寻求最大的均衡更加困难,需要多方协调统一,重视育人工作。二是学校管理育人的主干力量,居于管理育人体系的“一线”。管理育人的主干力量是直接面向学生的职能部门及工作人员,他们可在各自的工作岗位上与学生联系,是管理育人的直接主体,发挥着主要作用。这些主干力量具体包括学校的学工、教务、团委等职能部门的工作人员,以及各学院的书记、院长、副书记、副院长、院团委书记、辅导员、教学秘书等。三是学校管理育人的辅助力量,居于管理育人的“中层”。管理育人的辅助力量主要是间接与学生事务相关的人事、宣传、财务、保卫、后勤、图书馆等职能部门的管理人员,但不包括一般从事服务的工作人员。从管理育人主体的工作路径和方式而言,管理育人主体一般都是与学生直接面对面沟通交流,他们以个人的工作态度、工作热情、工作效率、工作效果来感化学生、影响学生,为学生树立爱岗敬业的榜样。管理育人主体可在工作职责范围内开展育人工作,也可在工作职责范围外主动对接学生班级,通过联系班干部、班主任、班导师等多种途径发挥管理育人的作用。然而,民办高校管理育人存在管理层级较复杂、管理干部配备不全,管理育人的功能难以得到充分发挥等问题。因此,民办高校要充分意识到管理育人体系中的领导力量、主干力量和辅助力量之间的关系,做到统筹建设、协调发展,要加强领导力量中管理育人主体对管理育人的重视,用

足用好主干力量中管理育人主体的智慧,调动辅助力量中管理育人主体的工作积极性,汇集成民办高校管理育人的合力,最大程度地提高管理育人的水平和实效,有效推动管理育人工作整体效果的提升。

2. 民办高校管理育人的内容要求。高校管理育人是让具有学生管理职能的部门及管理人员参与到学校育人工作体系中,在学生管理工作中,潜移默化地对大学生开展思想政治教育,引导大学生成长成才。高校管理育人的主体是关键,而管理育人的内容是核心。高校管理是高校管理者在一定的社会环境下,遵循教育规律,采用一定的手段和措施,带领和引导师生员工充分利用校内外的资源和条件,有效地实现高校工作目标而进行的一类组织活动。具体而言,高校管理工作包括学生事务管理、教学管理、科研管理、财务管理、后勤管理等内容,这些管理工作的有效进行是保障高校正常运行的条件。从育人的角度而言,管理育人不同于管人、管钱、管物,是高于一般管理价值层面的管理,其内容也是其他管理中的重要组成部分。因此,高校管理育人的主要内容包括以下两方面,一是培养大学生理想信念和思想道德。其重点在于对大学生开展社会主义核心价值观、爱国主义和集体主义教育。这是高校育人工作所要实现的核心目标,是高校管理育人的核心内容,也是所有高校管理者应尽的责任与义务。二是对大学生知识能力和身心健康的教育。由于大学生的实际特点、学校办学条件和资源、管理者的水平等因素,民办高校在实际开展管理育人的过程中,既要重视管理育人内容的完整性,又要突出重点,还应对象化和分众化的选择合适的内容和方式。具体而言,就是要突出第一个层面的内容,同时兼顾第二层面。高校管理育人主体在工作

中要自觉融入和践行管理育人的内容,在工作中彰显社会主义核心价值观,发挥师德师风对学生的影响力,以良好的工作作风引导学生形成高尚的思想品德。在高校育人工作体系中,各教育主体要紧紧围绕教育内容发挥各自专长,专业教师在传授知识的过程中要突出教书育人功能,教辅单位在管理过程中要突出管理育人功能。

3. 民办高校管理育人的实施要求。高校管理育人是指高校管理部门和管理人员在履行管理职能过程中围绕立德树人根本任务所开展的各项工作。<sup>[2]</sup>因此,高校要明确管理育人的职责目标,为具体的管理工作提供指导方向。从管理育人的实施路径来看,不同层级的管理部门及管理人员有其不同的岗位职责和工作方法。一是对高校管理层而言,高校要在宏观管理上落实管理育人工作,在所制定的各项管理制度中,应当坚持管理育人导向,突出价值引领,体现高校育人的宗旨和目的。二是对学生直接负责的管理部门及管理者而言,高校要把管理育人理念渗透到日常工作中,要严于律己、为人师表,以良好的职业道德、敬业精神和热情服务,潜移默化地影响和感化大学生,有效提升管理育人实效。三是对提供保障的行政管理部门及管理者而言,高校要鼓励他们积极主动地参与到校内各项育人工作和活动中,以自己良好的师德师风及工作作风引导大学生形成高尚的思想道德品质,进而促进大学生健康成长和全面发展。

## 二、新时代民办高校管理育人的价值意蕴

民办高校作为社会主义大学的重要组成部分,同样肩负着为党育人、为国育才的使命和责任。在民办高校育人体系中,

管理育人同教书育人、服务育人协调统一,共同形成育人合力。

1. 管理育人是民办高校落实立德树人根本任务的具体要求。管理育人是民办高校落实立德树人根本任务的重要举措和有力抓手,民办高校如何把百万大学生培养成为德智体美劳全面发展的中国特色社会主义事业建设者和接班人尤为重要。基于民办高校的办学实际和学生特点,加上受错综复杂的网络信息和社会结构变化的深刻影响,民办高校的育人压力更大,任务更艰巨。民办高校要善于汇聚教书育人、管理育人和服务育人的合力,在学校整个育人工作中做实做细,进而有效落实高校立德树人根本任务。

2. 管理育人是民办高校育人工作体系的应有内容。高校育人工作体系强调了育人主体、育人过程和育人内容的全面性和系统性。管理育人是高校开展其他各项育人工作的前提与保障,其渗透到学校各个层面、各个环节,贯穿于全员育人、全过程育人、全方位育人的始终,并与教书育人、服务育人共同构成了育人工作体系的主体内容。在高校育人体系中,教书育人是常态,服务育人是辅助,管理育人是引领与组织。管理育人处于高校育人体系的上层,发挥着组织引领和督促推进的作用,实现了组织、引领、规范和定位的功能。因此,民办高校要落实好立德树人根本任务,做好育人工作体系建设工作,就必须抓好管理育人。管理育人处于高校育人工作体系中组织领导的地位,这是由高校管理工作的性质、管理部门和管理者的角色地位所决定的,也是由大学治理的规章制度所规定的。如果高校管理育人不被重视,或者管理部门及管理者的育人意识淡薄,育人能力和水平低下,就会影响高校教书育人、服务育人的育人实效,进而影响高

校育人工作体系的整体推进及其实效。

3. 管理育人是民办高校落实育人工作体系的有效途径。民办高校育人工作有着丰富的内容,这些内容如何落地生效,需要通过有效的途径和方法,管理育人是其中重要且有效的抓手之一。据2022年全国教育事业发展统计公报显示,我国民办高校共764所,其中包括普通本科、本科层次职业学校、高职(专科)、成人高等学校,有在校生845.74万人。面对如此多且层次结构复杂的民办高校,如此庞大的学生群体规模,如何有效落实好管理育人工作体系的内容和要求就显得尤为重要,管理育人在其中发挥着至关重要的作用。然而,在民办高校的育人工作体系中,管理育人依旧是短板。一方面,我国民办高校起步较晚,部分民办高校还处于发展和转型阶段,民办高校管理育人工作体系有待完善。另一方面,民办高校起步较晚,但发展迅速,存在部分制度发展不成熟,管理队伍力量薄弱、管理经验缺乏、管理水平不高,部分教师对管理育人认识不深、理解不透等问题。因此,民办高校必须认真研究其管理育人的特点与规律,尝试破解民办高校管理育人难题,补齐管理育人短板,发挥管理育人在民办高校育人体系中的优先地位,形成以管理育人牵引教书育人、服务育人的育人工作体系,探索符合民办高校特点且行之有效的管理育人途径,提高管理育人水平和效果。

### 三、新时代民办高校管理育人的实践路径

新时代民办高校教学对象和环境的变化,给高校管理育人工作提出了新要求。民办高校要积极探索和拓展新时代管理育人新路径,可通过提高对管理育人的认

识、重视管理育人的整体性和协同性、创新管理育人的方式和机制等途径加强管理育人,充分发挥管理在民办高校育人体系中的作用,提升民办高校整体管理水平。

1. 要提高对管理育人的认识。认识是行动的先导,民办高校要提高对管理育人重要性和必要性的认识。现阶段,民办高校普遍认识到了教学育人的重要性,而忽视了管理育人和服务育人,对其认识不深,重视不够。这主要还是源于企业办学和企业化管理的思维模式,这种思维模式使得民办高校管理者重管人管物管事,缺乏管理育人的意识和从管理层面主动育人的自觉。在管理育人的实际工作中,除了部分分管学生工作的领导和身处一线的管理人员外,绝大部分高层领导和职能部门负责人鲜少走进学生,与他们面对面沟通交流。当学校管理部门及管理者都认为管理育人属于直接管理学生的部门的工作,而非自身的工作时,就无法保障管理育人的全员性、全过程性,育人工作体系的目标和任务也就难以落实。因此,民办高校要提高学校管理部门及管理者对管理育人的认识。一是民办高校要从政治站位认识管理育人的重要性,要从推动中华民族伟大复兴和建设中国特色社会主义高校的高度来认识管理育人的必要性,认识到管理育人是落实立德树人根本任务的必经之路。二是民办高校要从育人工作体系整体性的视角把握管理育人的内涵要求,积极引导管理者将管理育人的意识主动地融入学生日常事务管理工作,并在此基础上寻找管理育人的契合点,探索开展管理育人的有效途径,切实推进高校育人工作整体性前进。

2. 要重视管理育人的整体性和协同性。高校管理工作是一个整体,管理育人也是一个整体。高校管理育人的主体、内

容和途径共同构成了一个高校育人体系,其中各个要素之间、各个环节之间紧密联系、相互支撑。然而,在现实育人工作中还存在着部分民办高校管理育人的各个主体之间、各环节之间割裂,各个主体各自为政的现象,管理育人的力量没有得到充分发挥,管理育人的效果没有得到整体提升。因此,民办高校要重视管理育人的整体性和协同性。只有树立系统性管理育人的理念,才可能产生整体协同协调的管理育人行动,才可能取得良好的管理育人效果。一是民办高校在管理育人主体上要构建校领导、职能部门、学院、一线管理人员统一协调的“育人共同体”,他们按照各自的岗位要求和工作职责,各司其职又相互支撑、相互补位。二是民办高校在管理育人的内容上要做好顶层设计,保障各部分相互衔接,在管理举措上要相互支撑,避免制度性冲突和措施脱离现实的现象。三是民办高校在管理育人的资源利用上,要对学校宏观管理资源、部门管理资源、管理条件、管理制度、管理人员等进行有效整合和整体调控,聚焦管理育人的目标任务,形成民办高校管理育人的合力。

3. 要创新管理育人的方式和机制。作为“Z世代”的大学生群体,其选择性、差异性和独立性日益增强,这对民办高校的管理育人提出了更高的新要求。例如,现阶段网络一站式服务平台,隔断了管理部门及管理人员同大学生面对面、近距离的接触,使得管理者与大学生逐渐变得陌生和遥远,而那些原本与大学生接触并不多的管理部门和管理人员几乎完全脱离了大学生,管理育人的功能被弱化。因此,民办高校需要进行大胆改革创新,拓展渠道,创新管理育人的方式方法。一是民办高校要将管理人员的工作前置,将其主动嵌入大学生的日常学习生活中。管理人员要变

被动为主动,积极联系班级学生,主动担任兼职辅导员、班导师、社团组织的指导老师,及时参加学生各项活动,在活动中实现管理育人功能。二是民办高校要利用网络平台加强与学生的联系,拓展网络管理育人的新空间新阵地,探索网络平台管理育人的新方式新途径。三是民办高校要建立健全管理育人的工作机制。管理育人是一项长期工作,不能一蹴而就。管理部门明确的职责要求和管理人员较高的思想觉悟是民办高校保障管理育人的持续性和

有效性的基础,同时,还需要制度机制的保障。例如,建立高校管理育人的制度规定,明确管理部门和管理人员每年应承担直接或间接联系班级学生的任务要求;建立管理育人奖惩的制度,对管理育人工作做得好的部门和个人给予奖励,在评优评先、职务晋升、年度考核中给予政策倾斜,对未开展相关工作的部门和个人给予通报批评,以此激励更多管理人员参与到管理育人工作中。

#### 【参考文献】

- [1] 习近平谈治国理政,第二卷[M].北京:外文出版社,2017.  
[2] 王杨.加强高校管理育人面临的挑战与对策[J].思想理论教育,2019,(12)

23

## 高水平大学科研目标管理体系灰色关联分析与动态管理模型建构

施振佳 黄子玲 郭畅

**摘要:** 科研目标管理对高校科研实力的发展具有非常重要的促进作用。科研目标管理体系,一方面基于科研水平调动科研人员的积极性,另一方面通过各指标的权重引导各学院有侧重地完成各项目标,这就涉及到合适的指标体系以及动态调整规则。文章分析研究了江苏省某高水平大学的科研目标管理数据,发现存在科研指标的完成值与科研指标的重要程度、学院的科研创新能力与科研考核目标值两个方面不是正相关的问题。在分析存在这些问题原因的基础上,文章提出了周期性科研目标管理指标体系动态管理模型,给出了在高校科研目标管理时要科学设置目标管理体系的目标值和动态调整指标管理体系的针对性建议。

“双一流”建设背景下,国家对高校科研建设提出了新的要求,希望若干所大学进入世界一流行列,若干学科进入世界一流学科前列。在此背景下,越来越多的

高校,尤其是那些前期没能进入“985”和“211”行列的高校,希望能够抓住发展机遇,通过提升自身科研实力,推动学科的发展,从而跻身“双一流”行列<sup>[1]</sup>。

科研目标管理被证明是提升高校科研实力行之有效的途径和方法,很多高校通过运用目标管理提升了科研实力。然而,在实施过程中为了快速完成目标任务,很多高校利用“快牛”完成目标任务多,给“快牛”增加很多额外的任务,出现了“鞭打快牛”的现象,造成“快牛”的不良情绪,形成“快牛”不“快”的问题。如何通过分析“鞭打快牛”现象,研究高校科研目标管理中“鞭打快牛”的有效性及其提升路径,进一步完善科研目标管理体系,从而有效引导各二级学院能够有侧重地完成各项学校科研的目标任务,激发他们努力完成目标任务,成为当前各大高校重点关注和研究的内容。

## 一、文献综述

通过目标管理推动高校科研创新,促进学科发展,正逐渐成为学者关注和研究的热点。

徐振鲁通过研究高校目标管理的概念内涵,得出高校目标管理应坚持激励性和科学性相统一等原则<sup>[2]</sup>。董泽芳等从高校目标分解和实施环节的角度开展了高校目标管理的主要特征及实施策略研究,同时从目标管理运行的各个环节角度研究了高校目标管理中的十大关系<sup>[3-4]</sup>。刘欣和别荣海等分别从高校目标管理考核体系和评价体系等角度研究了目标管理实施的途径和方法<sup>[5-6]</sup>。这些研究都从理论和实际的角度说明了高校开展目标管理的具体内容和重要作用。

马国强等通过分析目标管理体系构建中的各种影响因素来制定目标管理体系,并形成目标制定动态调整的机制和多种评价机制共存的目标管理实施策略<sup>[7]</sup>。官璐等研究了通过设置合理的学院分类及考

核权重,灵活分配目标考核的比例,动态设置各考核指标的目标值等,构建科学合理的地方高校学院目标考核体系<sup>[8]</sup>。李有增、黎文靖、高颖、艾志勇和张宇等对高校目标管理创新体系进行了研究<sup>[9-13]</sup>。这些学者对目标管理体系的指标设定、权重设置和目标值的设定等内容进行了深入的理论分析和研究。

李春林等从中外高校对比中研究科研管理体系中的不同组织使命和管理模式,并对国内科研目标管理存在的粗放式问题给出了建议<sup>[14]</sup>。俞佳君发现目标管理实施过程中仍存在目标制定不够科学、指标设计不够合理等问题,给出了改进建议<sup>[15]</sup>。谢为群和朱晓明等分别从地方高校科研目标管理的实际出发,提出科研目标管理存在“鞭打快牛”等问题,给出了完善科研目标管理的建议<sup>[16-17]</sup>。上述研究主要对高校目标管理的理论和实际经验进行研究,还有一些学者分析研究高校目标管理体系的各项内容。

目前对高校科研目标管理的研究主要还停留在理论和观点上,进行深度数据分析的研究较少。本文将采用灰色关联分析方法,分析江苏某高水平大学12个学院2018至2021年的科研目标管理体系数据中各指标的关系,研究科研目标管理体系中各影响指标之间的相互作用,揭示高校目标管理体系实施过程中存在的“鞭打快牛”现象。同时在对目标管理体系进行深入分析研究的基础上,提出了通过周期性科研目标动态管理模型来完善当前高校科研目标管理,为探讨进一步完善高校科研目标管理的途径和提升高校科研目标管理效率提供理论支持。

## 二、科研目标管理之“鞭打快牛”现象及问题分析

科学的目标管理体系可以帮助高校提高科研水平。但是,不合理的目标管理体系往往会制约其发展。本文将对科研目标管理体系展开实证研究,揭示其中的“鞭打快牛”现象,进一步深入分析科研目标管理体系实施过程中导致“鞭打快牛”问题的影响因素,为解决“鞭打快牛”问题提供依据。

### (一)“鞭打快牛”现象实证分析

科研目标管理体系包含科研考核指标的完成值、目标值、各考核指标的重要程度即权重和各学院的现有科研实力等。本文对科研目标管理体系的各种指标、权重和相互间的关系进行分析,在科研目标管理体系内在指标的运行数据中挖掘出“鞭打快牛”现象的影响因素。

灰色关联分析方法是两个系统内部各有关因素因为时间或空间等改变时,对彼此间相互关联程度的一种度量<sup>[18]</sup>。如果相互间同步发展的趋势越高,则关联度越大;反之则越小<sup>[19]</sup>。灰色关联分析方法已经被证明能够很好地分析各项指标间的相关性及关联度。刘勇、王亚楠、殷凯、张永安和陈怀超等分别运用灰色关联方法,成功地分析研究了大学科研评估指标、高校教师绩效和高校研发的影响因素,取得了良好的效果<sup>[20-25]</sup>。因此,本文采用灰色关联分析方法对科研目标管理体系进行实证分析。

#### 1. 指标选取

灰色关联分析方法关键的一个环节就是指标选取,根据国家“双一流”建设方案的监测指标<sup>[26]</sup>,结合江苏省高水平大学建设计划的监测指标<sup>[27]</sup>和某高水平大学自身的科技创新水平,江苏省某高水平大学选取相应指标设定科研目标管理的指标体系,该指标体系主要涉及的一级指标有科研项目、科研经费、科研成果、知识

产权和成果转化。针对这些指标内容,根据学校的科技创新特点,由专家确定了科技创新体系的二级指标为国家级科研项目、纵向科研经费、高水平论文、申请专利数、授权专利数和成果转化到账经费数,这些指标即为各学院科技创新能力的评价指标。科技创新平台和科技成果奖励等因为获取难度大、数量少,且各学院的获取能力和获取数量极不平衡,没有被选为科研目标考核的指标。

根据灰色关联分析方法,选取一个参考指标,本文以科研目标考核结果作为对照参考的指标。科研目标考核体系中的考核结果计算需要在各个科研目标考核指标中增加各指标的权重,本文参考了江苏省高水平大学建设计划的监测指标权重<sup>[27]</sup>,同时根据学校的发展目标和自身特点,由专家对各考核指标  $X_i$  的权重  $W_i$  进行初步设定。由于在江苏省高水平大学建设计划的监测指标权重设定时,国家级科研项目和纵向科研经费在高校科研排名中权重比较大,而其他的考核指标权重基本相当,于是设定各科研目标考核指标的权重初步值。最后,在试行一年后,确定了各科研目标考核指标的最终权重值,国家级科研项目和纵向科研经费权重均为 22.5,高水平论文和成果转化到账经费权重均为 15,申请专利数和授权专利数权重均为 7.5。

这时,参考指标,即科研目标考核结果可以表示为:

$$T = \sum_{i=1}^6 X_i W_i$$

#### 2. 各指标与考核结果的关联性实证分析

表1 目标考核与考核结果的相关度值

| 学院     | 科研项目   | 科研经费   | 知识产权   |        | 科研成果   | 成果转化   |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|        |        |        | 申请专利   | 授权专利   |        |        |
| 理学院    | 0.6342 | 0.5477 | 0.5167 | 0.5648 | 0.7740 | 0.9147 |
| 化学化工学院 | 0.8800 | 0.8775 | 0.5164 | 0.8934 | 0.9173 | 0.7059 |
| 生命科学学院 | 0.6277 | 0.5333 | 0.8831 | 0.7159 | 0.8136 | 0.9225 |
| 机械工程学院 | 0.5244 | 0.9889 | 0.9963 | 0.9965 | 0.9978 | 0.9965 |
| 信息科学学院 | 0.6138 | 0.8029 | 0.9227 | 0.9333 | 0.7782 | 0.8308 |
| 电气工程学院 | 0.6056 | 0.8076 | 0.8134 | 0.7707 | 0.6978 | 0.7650 |
| 纺织服装学院 | 0.6935 | 0.6499 | 0.8746 | 0.7380 | 0.7628 | 0.9318 |
| 医学院    | 0.8930 | 0.8766 | 0.9383 | 0.9369 | 0.9144 | 0.6551 |
| 公共卫生学院 | 0.9314 | 0.9093 | 0.8893 | 0.9351 | 0.9862 | 0.6231 |
| 地理科学学院 | 0.8014 | 0.5079 | 0.8219 | 0.9199 | 0.8236 | 0.7149 |
| 交通土木学院 | 0.5799 | 0.7127 | 0.8359 | 0.8615 | 0.7890 | 0.8282 |
| 药学院    | 0.9781 | 0.9905 | 0.9530 | 0.9192 | 0.9939 | 0.6514 |

运用灰色关联分析方法对每个学院科研目标考核指标完成情况和科研目标考核结果进行关联度分析,得到科研项目、科研经费、知识产权、科研成果和成果转化这些指标与考核结果之间的相关度值,如表1所示。

表2 各学院在2018—2021年间年科研创新能力归一化

| 学院     | 2018年 | 2019年 | 2020年 | 2021年 |
|--------|-------|-------|-------|-------|
| 理学院    | 0.45  | 0.01  | 0.41  | 0.62  |
| 化学化工学院 | 0.23  | 0.14  | 0.24  | 0.95  |
| 生命科学学院 | 0.13  | 0.21  | 0.39  | 1.00  |
| 机械工程学院 | 0.23  | 0.32  | 0.83  | 0.70  |
| 信息科学学院 | 0.10  | 0.25  | 0.84  | 0.74  |
| 电气工程学院 | 0.11  | 0.17  | 0.57  | 0.90  |
| 纺织服装学院 | 0.17  | 0.49  | 0.37  | 0.94  |
| 医学院    | 0.05  | 0.59  | 0.49  | 0.50  |
| 公共卫生学院 | 0.13  | 0.06  | 0.53  | 0.94  |
| 地理科学学院 | 0.09  | 0.40  | 0.55  | 0.87  |
| 交通土木学院 | 0.25  | 0.59  | 0.42  | 0.80  |
| 药学院    | 0.21  | 0.24  | 0.67  | 0.80  |

从表1可以看出,在各学院的各项科研考核指标中,与科研目标考核结果相关度最高的指标分别为申请专利、授权专利、科研成果和成果转化。我们可以发现,这些指标关联度值高的学院分别有3、2、4、3个,分别占了25%、16.67%、33.33%、25%。而科研项目和科研经费两个指标与目标考核结果的相关度较其他指标与最终

考核值的相关度要弱很多。12个学院中科研项目和科研经费指标的关联度排序中,只有电气工程学院和药学院的科研经费指标关联度排在该学院的各个指标的第二位,其他学院的这两个指标都没有排到前两位。这种现象说明科研项目和科研经费这两个指标,在整个科研目标考核体系中与考核结果相关度不高,没有体现出指标设计之初的想法。

### 3. 各指标与科研创新能力的关联性实证分析

各指标的完成值体现了学院在各项指标方面的科研实力,而各项指标完成情况则在一定程度上反映了各学院的科研创新能力。由于各考核指标值的纲量是不同的,很难进行比较。因此,本文对各学院在2018至2021年期间的科研创新产出进行归一化,形成各学院每年的科研创新能力值,如表2所示。

从表2可以看出,在科研目标管理的实施下,从2018年到2021年各学院年创新能力在不断提升,说明科研目标管理对该高校科研创新能力的提升起到了很大的促进作用。

运用灰色关联分析方法对每个学院科研目标考核指标和科研创新能力产出值进行关联度分析,得到科研项目、科研经费、知识产权、科研成果和成果转化这些指标与科研创新能力的关联度值,如表3所示。

#### (二) 问题分析

运用灰色关联分析方法对上述考核指标进行关联分析后,发现存在两个问题。首先,在被考核的各学院中,各项指标与学院科研创新能力的关联度最差的两个博士点学院为信息科学学院和医学院,而这两个学院是这12个学院中仅有的博士点单位;其次是各个学院各项指标与目标考核结果关联性较大的都是申请专利、授权



专利、科研成果和成果转化这4个指标,而被看重的科研项目和科研经费的指标关联性最差。对这两个问题进行分析如下:

1. 问题一:科研实力强的学院未必科研创新能力强

在被考核的各学院中,信息科学学院和医学院是12个学院中拥有博士点的单位,较其他学院科研实力较强,但数据显示这两个学院的科研创新能力与6个考核指标相关性较其他学院低。因为学院考核目标值是根据学院综合实力设定的,考核目标值提高后,导致目标考核指标与其科研创新能力的相关性有所降低。

2. 问题二:在完成任务的过程中,指标任务的权重大小并不绝对影响任务的完成重视度

科研项目和科研经费指标的权重均值是22.5%,而知识产权(申请专利、授权专利)、科研成果和成果转化指标的权重均值是15%。事实上,各学院避开权重高的指标,不约而同地去选择权重低和难度低的各项指标,即更倾向于知识产权(申请专利、授权专利)、科研成果和成果转化,不去申报科研项目。科研项目主要是承担国家级科研项目数,科技经费也主要来源于科研项目。由于国家自然科学基金的申报不限项,经费也相对较多,因此高校科研项目和科研经费这两个指标的完成几乎都依赖于国家级科研项目,但国家级科研项目申请成功对于普通高校而言难度系数高、概率小。

由于各个高校的专业设置、办学规模和层次等存在差异,所以不同的学校在目标管理过程中存在不同的问题。但是,因为各个高校的基础数据都有隐私性,所以本文仅用了一个学校的基础数据进行深入分析。巧合的是,我们在文献<sup>[15, 17, 28-29]</sup>中发现,上海大学、青岛大学和湖北工业

大学等高校在实行单位目标管理的时候都存在“鞭打快牛”的现象,而本文通过实证研究也正好印证了这些文章作者提出的这个现象。

表3 各项考核指标与创新能力的相度值

| 学院     | 科研项目   | 科研经费   | 知识产权   |        | 科研成果   | 成果转化   |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|        |        |        | 申请专利   | 授权专利   |        |        |
| 理学院    | 0.9378 | 0.9228 | 0.6434 | 0.9127 | 0.9610 | 0.9910 |
| 化学化工学院 | 0.9532 | 0.9143 | 0.6025 | 0.9639 | 0.9715 | 0.7807 |
| 生命科学学院 | 0.6782 | 0.6626 | 0.8611 | 0.8282 | 0.9107 | 0.9075 |
| 机械工程学院 | 0.6737 | 0.6588 | 0.8679 | 0.8290 | 0.9174 | 0.9154 |
| 信息科学学院 | 0.6638 | 0.6711 | 0.6282 | 0.8678 | 0.9152 | 0.7986 |
| 电气工程学院 | 0.6115 | 0.9946 | 0.9900 | 0.9992 | 0.9997 | 0.9969 |
| 纺织服装学院 | 0.7575 | 0.5983 | 0.7188 | 0.9013 | 0.7441 | 0.8526 |
| 医学院    | 0.8775 | 0.6512 | 0.7684 | 0.5838 | 0.8371 | 0.6888 |
| 公共卫生学院 | 0.9537 | 0.8693 | 0.7404 | 0.9470 | 0.9674 | 0.6762 |
| 地理科学学院 | 0.7117 | 0.6177 | 0.7628 | 0.9169 | 0.7914 | 0.6760 |
| 交通土木学院 | 0.7638 | 0.8292 | 0.6846 | 0.7600 | 0.7899 | 0.6768 |
| 药学院    | 0.8888 | 0.8507 | 0.7470 | 0.8819 | 0.8249 | 0.7270 |

从表3可以看出,大部分学院的各项科研考核指标与科研创新能力的相关度非常高,说明科研目标管理有助于各学院加强自身科研建设。但是拥有博士点的二级单位信息科学学院和医学院的各项科研考核指标与科研创新能力的相关度反而最低,关联度均值只有0.7575和0.7345。

### 三、科研目标管理体系的动态管理模式研究

针对上述两个问题作进一步分析,目标管理体系是否存在各项指标完成情况与目标值的关联关系?相互间的关联关系如何?通过研究发现,在高校科研目标管理体系中科研考核指标权重和目标值设定的动态调整与各项指标的目标关联度有非常大的关系,本文在研究这种关系的基础上,提出周期性科研目标管理指标体系动态管理模式。

设在目标管理体系 G 中各考核指标 (I) 的权重为 W, 各指标设定的目标难度系数为 P, 各考核指标的实际完成值为 A, 各学院的科研实力为 S, 相关系数为 R。考虑到在目标管理体系 G 中各考核指标 (I) 含量大小都有差异, 因此将指标权重划分为重要指标  $W_2$  与非重要指标  $W_C$ 。

### (一) 临界权重的约束式赋权

参照约束式赋权, 对于 n 个指标的评价问题, 在评价方法确定的前提下, 评级结果是指标得分与权重的函数:

$$e = f[(\lambda_1, \lambda_2, \dots, \lambda_n), (\varpi_1, \varpi_2, \dots, \varpi_n)]$$

其中, e 为评价结果, f 为评价方法代表的函数;  $\lambda$  为第 i 个指标的得分,  $i=1, 2, \dots, n$ ,  $w_i$  为第 i 个指标的权重,  $i=1, 2, \dots, n$ 。

指标之间相互独立, 则有:

$$e = g_1(\lambda_1, \varpi_1) + \dots + g_n(\lambda_n, \varpi_n)$$

为满足评价者在评价前对评价结果的要求或预期, 关键评价指标的权重应不小于临界权重, 而且只要权重超过此临界权重, 该要求都可以得到保证, 所以临界权重是所有满足约束条件的权重中的最小值, 即:

$$w_c = \min w_k$$

在实际计算中, 变量包括所有指标的得分以及除所求关键评价指标权重外的所有权重, 直接求解临界权重是十分困难的。由于评价因素均为积极因素, 在满足约束

条件下求解关键评价指标权重的最小值属于一个优化问题, 关键评价指标的临界权重可以用最优化理论求解:

$$s.t. \begin{cases} e_c - f[(\lambda_1, \lambda_2, \dots, \lambda_n), (\varpi_1, \varpi_2, \dots, \varpi_n)] \geq 0 \\ \sum w_i = 1 \\ 1 \geq w_i \geq 0 \\ \lambda_k = \lambda_c \\ \lambda_i = \max \lambda_i \end{cases}$$

### (二) 基于指标值分布的权重调整方法

$$w_i = w_{oi} + \nabla w_i$$

$$\nabla w_i = \begin{cases} \sigma(\bar{\lambda} - \frac{\lambda_{\min}}{m(\max \lambda_i)}) & i = i_{\min} \\ \frac{mw_{oi}}{\sum_{i=1}^m w_{oi \min}} - 1 & \nabla w_{i \min} \neq i_{\min} \end{cases}$$

其中,  $w_{i \min}$  为出现最低得分的指标权重调整值;  $\sigma$  为所有指标得分的标准偏差;  $\bar{\lambda}$  为所有指标得分的平均值;  $\lambda_{\min}$  为最低得分;  $\max \lambda_i$  为指标得分上限。

上式就是基于指标得分分布的权重调整方法, 在以适当方法得到原始权重后, 对每个样本进行评价, 评价指标的权重都会随其得分的分布不同而改变。由于该方法增加低得分指标的权重并相应降低高得分指标的权重, 所有评价对象的最终评价结果在数值上总是低于调整前的结果, 但在多方案比选以及其他应用中, 评价对象之间的相对优劣是主要评判标准, 故该方法总是趋向于得到更易接受的评价结果。

### (三) 指标权重与科研目标关联度的约束关系

将目标管理体系 G 中各考核指标分成重要指标 Z 和非重要指标 C, 其中重要指标指根据专家经验设定指标权重大于平均权重的指标, 剩下的为非重要指标。研究发现, 在科研目标管理体系不断完善的动

态调整过程中, 重要指标权重  $W_z$  和它的目标关联度  $R_z$  的变化是一致的。即在科研目标管理体系中, 当根据经验设置的  $W_z$  为一定值时, 计算出来  $R_z$  较非重要指标的目标关联度  $R_c$  的值小, 造成  $R_z$  较  $R_c$  的值小的原因是各学院都去追求难度系数小的目标任务了。于是需要调节重要指标任务的权重, 引导各学院加大完成重要指标任务的力度, 同时降低非重要指标任务的吸引力。随着  $W_z$  的增大,  $R_z$  也会因为吸引了各学院完成重要指标任务而增大, 所以得出  $W_z$  和  $R_z$  的变化关系:  $W_z=k_1R_z+b_1$

同时, 它们的变化属于同向变化, 当  $W_z$  增大时,  $R_z$  也随之增大。而当  $R_z$  达到一定值时,  $W_z$  也达到稳定的值, 不再增大。两者促使各学院的目标完成情况不断增长, 使得各学院的科研实力不断提升。当达到各学院任务完成不再提升时, 需要增加各学院的目标任务值, 从而激发各学院开展新一轮科研的活力。此时, 由于加大了任务目标值, 需要降低重要指标任务的权重来适应新的变化。于是  $W_z$  慢慢下降,  $R_z$  也会随之慢慢下降。当下降到一定值后, 它们都处于稳定状态。因此, 它们形成了一个周期性的变化过程。而非重要指标权重  $W_c$  的变化和它的目标关联度  $R_c$  的变化也是一致的, 它们的变化关系也形成如下关系:  $W_c=k_2R_c+b_2$

它们的变化正好跟重要指标的变化相反, 但是它们也属于同向变化, 也形成周期性的变化过程。重要指标权重值不断增加的同时, 会造成非重要指标权重值的降低, 因此, 重要指标权重和非重要指标权重是成反向变化关系, 如图 1 所示。

通过分析找到了指标权重  $W$  的变化和它的目标关联度  $R$  的变化关系, 同时也发现了它们的周期性变化规律, 接下来需要进一步分析它们周期性变化的节点。

#### (四) 指标权重 $W$ 和科研目标关联度 $R$ 周期变化的极值点

一方面, 在前面的研究中, 当  $W_z$  增大时,  $R_z$  也随之增大。而当  $R_z$  达到一定值时,  $W_z$  也达到稳定的值, 不再增大, 此时,  $R_z=R_c$ , 即重要指标的目标关联度和非重要指标的目标关联度相等时,  $W_z$  将不再增大。

另一方面, 随着  $W_z$  的慢慢下降,  $R_z$  也会随之慢慢下降。当下降到一定值后, 它们都处于稳定状态。此时, 当  $W_z=W_c$  时,  $R_z$  将不再下降。

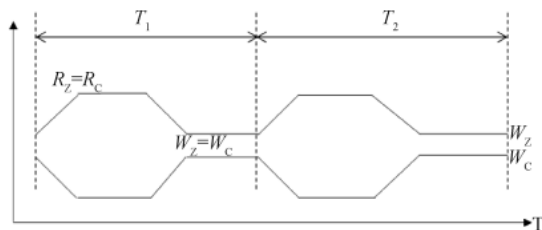


图1 权重指标的周期性变化

#### (五) 目标设定难度系数 $P$ 和指标权重 $W$ 及目标关联度 $R$ 的约束关系

在指标权重  $W$  及目标关联度  $R$  的周期性变化过程中, 当  $W_z$  增大时,  $R_z$  也随之增大。而当  $R_z=R_c$  时,  $W_z$  达到稳定值, 不再增大。通过引入目标难度系数  $P$  的调节来促使  $W_z$  从稳定状态开始慢慢下降, 此时各指标目标难度系数  $P$  不再像之前的那种设定方法来设定目标值, 而是需要进一步加大各指标的目标难度系数  $P$ , 从而通过目标难度系数  $P$  的调节来完善指标权重  $W$ 。其变化关系如图 2 所示, 其中  $P_3>P_2>P_1$ 。

#### (六) 周期性科研目标管理指标体系动态管理模型

针对灰色关联分析方法揭示的问题, 通过上述分析, 本文提出了周期性动态调整科研目标管理指标体系的模型。该模型

在科研目标管理初期,由于各学院对自身科研实力信心不足的原因首先选择完成难度较低的各项指标,导致重要指标的目标关联度 $R_z$ 较非重要指标的目标关联度 $R_c$ 的值小。于是,调节重要指标任务的权重,加大引导各学院完成重要指标任务的力度,同时降低非重要指标任务的吸引力。于是 $W_z$ 增大, $R_z$ 也会因为吸引了各学院完成重要指标任务而增大。同时,当 $W_z$ 增大时, $R_z$ 也随之增大。而当 $R_z=R_c$ 时, $W_z$ 就达到稳定值,不再增大。两者促使各学院的目标完成情况不断增长,使得各学院的科研实力不断提升。当达到各学院任务完成不再提升时,需要增加各学院的目标任务值 $p$ ,激发各学院开展新一轮科研的活力。此时,由于加大了任务目标值,各学院在完成任务时都遇到了很大的困难,需要通过降低重要指标任务的权重,让各学院慢慢激发学院教师的潜力,来适应新的发展变化。而随着重要指标的权重 $W_z$ 慢慢下降,重要指标的目标关联度 $R_z$ 也会随之慢慢下降。当 $W_z=W_c$ 后,它们都处于稳定状态。至此,科研目标管理体系的动态调整形成了一个周期性的变化过程。

周期性科研目标管理指标体系动态管理模型的步骤如下:

第一步:调节增大重要指标的权重,减小非重要指标的权重;

第二步:当重要指标的目标关联度和非重要指标的目标关联度相等时,停止调节权重,各项指标权重保持稳定;

第三步:调节进一步加大目标值,减小重要指标的权重值,加大非重要指标的权重值;

第四步:当重要指标的权重值略大于(或等于)非重要指标的权重值时,停止调节指标权重值;

第五步:重复上述步骤。

#### (七) 模拟检验

根据本文研究的改进方法——周期性科研目标管理指标体系动态管理模型,对前面分析的地方高水平大学科研目标管理的数据进行模拟检验。

对设定的指标权重进行调整,国家级科研项目和纵向科研经费权重由22.5调整为30,高水平论文和成果转化到账经费由15调整为10,申请专利数和授权专利数由7.5调整为5。

由此运用灰色关联方法进行相关性分析得到相关度,如表4所示。对比表1和表4,在重要指标(科研项目和科研经费)平均权重提高7.5%的情况下,改进方法后的重要指标的相关度较改进前平均提高了0.0182;而在非重要指标(知识产权、科研成果和成果转化)平均权重降低5%的情况下,其相关度较改进前降低了0.036。这与本文提出的周期性高校科研目标动态管理模型的变化是一致的,说明本文提出的改进方法是有效的。

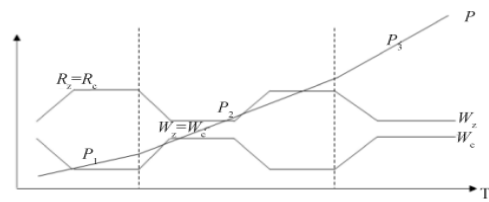


图2 目标难度系数 $P$ 与指标权重 $W$ 及关联度 $R$ 的动态调节关系

## 四、结论和建议

高校普遍采用科研目标管理方法来增强自身的科研实力。但是,在追求快速达到科研目标时,常常会出现“鞭打快牛”之急功近利现象。本文运用灰色关联方法对某高水平大学科研目标管理进行实证研究。实证结果揭示了目标管理实施时,为了快速实现目标而出现的“鞭打快牛”现

象。同时也进一步研究了目标管理中“鞭打快牛”的内在影响因素：指标设置和权重设置。

针对这些问题，本文提出了周期性高校科研目标动态管理模型。当科研实力强的学院在目标考核完成情况不好或者学院注重完成容易目标任务的情况下，可以根据各指标的目标关联度来动态调整目标管理体系中各指标的权重，为高校科研目标管理提供理论支撑。

表4 采用本文方法后目标考核与考核结果的相关度值

| 学院     | 科研项目   | 科研经费   | 知识产权   |        | 科研成果   | 成果转化   |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|        |        |        | 申请专利   | 授权专利   |        |        |
| 理学院    | 0.6342 | 0.6342 | 0.6342 | 0.6342 | 0.6342 | 0.6342 |
| 化学化工学院 | 0.8800 | 0.8800 | 0.8800 | 0.8800 | 0.8800 | 0.8800 |
| 生命科学学院 | 0.6277 | 0.6277 | 0.6277 | 0.6277 | 0.6277 | 0.6277 |
| 机械工程学院 | 0.5244 | 0.5244 | 0.5244 | 0.5244 | 0.5244 | 0.5244 |
| 信息科学学院 | 0.6138 | 0.6138 | 0.6138 | 0.6138 | 0.6138 | 0.6138 |
| 电气工程学院 | 0.6056 | 0.6056 | 0.6056 | 0.6056 | 0.6056 | 0.6056 |
| 纺织服装学院 | 0.6935 | 0.6935 | 0.6935 | 0.6935 | 0.6935 | 0.6935 |
| 医学院    | 0.8930 | 0.8930 | 0.8930 | 0.8930 | 0.8930 | 0.8930 |
| 公共卫生学院 | 0.9314 | 0.9314 | 0.9314 | 0.9314 | 0.9314 | 0.9314 |
| 地理科学学院 | 0.8014 | 0.8014 | 0.8014 | 0.8014 | 0.8014 | 0.8014 |
| 交通土木学院 | 0.5799 | 0.5799 | 0.5799 | 0.5799 | 0.5799 | 0.5799 |
| 药学院    | 0.9781 | 0.9781 | 0.9781 | 0.9781 | 0.9781 | 0.9781 |

本文提出的动态管理模型适用于大部分综合性或者理工科类高校的普通教学科研单位。由于纯科研单位、纯教学单位和纯文科单位的考核指标和考核要求不同，本文将在后续开展进一步的研究。在实际的高校科研目标管理中为了避免出现“鞭打快牛”现象，本文建议如下：

(一) 高校应该根据自身的发展目标开展科研目标管理，进一步推动学院和学校科研实力的发展

从本文的研究可以看出，在科研目标管理实行初期，因为学院没有足够的重视，所以科研目标的管理效果不太好。学校通过加强科研目标管理的考核力度和对目标考核结果的奖惩力度，让各学院的“快牛”

重视起来，同时带动各学院落实和推进学校科研目标管理的政策，充分调动学院“快牛”的积极性，并且让广大教师充分参与到科研目标管理中去，努力完成自身和学院的科研目标，于是各学院的科研目标考核结果都有很大提高。因此，科研目标管理对高校科研发展有促进作用，高校应该采取科研目标管理，充分调动教师的积极性，这样才有助于科研发展目标的实现，进而提升学校的科研实力。

(二) 高校在实施科研目标管理时，要做好管理过程的动态监测和考核结果的分析研判工作

高校在实施目标管理时，不能只按照目标管理程序来简单走流程，收集目标管理的数据和执行考核结果，还要做好各二级单位目标任务实施过程的动态监测工作和考核结果的分析研判工作，加强对“快牛”的科学管理和正确引导，及时进行相应的调整以避免产生一系列问题。在实施过程中，要实行周期性（每月或者每季度）的目标任务完成情况的跟踪和上报工作，及时掌握各二级单位目标任务实施的动态，以便进行及时预警。在考核工作完成后要针对考核工作进行深入分析，运用灰色关联分析方法分析目标管理中存在的问题，找出原因，制定出科学合理的改进措施。

(三) 高校在实施科研目标管理时，要采取周期性动态调整科研目标管理指标体系模型，并根据学院的发展趋势和考核数据的变化趋势来动态调整指标考核体系

高校在实行目标管理时，还要根据管理过程和考核结果中存在的问题及时调整完善目标管理体系。本文研究的一个问题是科研目标的完成值与科研指标的重要程度并不是正相关。通过前面分析可知，权

重大的指标相对其他指标完成难度大,权重小的指标相对容易完成,所以各个学院不约而同地选择了难度小的指标。因此,在后期进行科研目标管理时,学校可以针对前期发现的问题,调节各项考核指标的权重值,如加大科研项目或者科研经费指

标的权重值,来引导学院重视难度大的指标。通过研究,本文提出了周期性动态调整科研目标管理指标体系模型,运用该模型可以动态调节科研考核指标的权重,推动二级学院采取有效的措施按照学校的科研发展目标去努力。

### 【参考文献】

- [1] 刘莉,刘念才.“双一流”建设战略目标的分解研究[J].清华大学教育研究,2021,42(3):77-87.
- [2] 徐振鲁.略论高等学校目标管理的基本理论问题[J].河南社会科学,2007,15(1):149-151.
- [3] 董泽芳,张继平.高校目标管理的主要特征及实施策略[J].高等教育研究,2008,29(11):38-44.
- [4] 董泽芳,张继平.论高校目标管理中的十大关系[J].国家教育行政学院学报,2010(7):22-28.
- [5] 刘欣.基于目标管理视角的高校考核与评价机制研究[J].农村经济与科技,2019,30(23):306-307.
- [6] 别荣海,任义.高校目标管理的路径与方法[J].河南师范大学学报(哲学社会科学版),2011,38(2):236-238.
- [7] 马国强,王磊,鲍玉斌.基于多种评价机制的高校目标管理体系创新[J].实验室研究与探索,2020,39(7):151-153+177.
- [8] 官璐,黄刚,聂天保.学科评估背景下地方高校学院目标考核体系构建[J].学校党建与思想教育,2020(21):91-93.
- [9] 李有增.“2011计划”实施目标与高校科研管理体制创新[J].中国高等教育,2012(22):52-55.
- [10] 黎文靖,汪顺,陈黄悦.平衡的发展目标与不平衡的发展——增长目标偏离与企业创新[J].管理世界,2020,36(12):162-175.
- [11] 高颖,范晓洁,沈静,等.基于目标管理理论的公立医院党建工作考核体系探讨[J].中华医院管理杂志,2020,36(11):961-965.
- [12] 艾志勇.以营造和谐教育生态促进学校目标管理的实践与思考[J].中国教育学报,2019(S2):10-11.
- [13] 张宇.教育现代化背景下的学校目标管理[J].中小学管理,2019(12):27-29.
- [14] 李春林,吴晓涵,林童,等.高校科研管理体系对比分析——以卡迪夫大学和西北工业大学为例[J].科技管理研究,2020,40(10):138-144.
- [15] 俞佳君.高校目标管理考核存在的问题及改进策略[J].高等函授学报(哲学社会科学版),2009,22(6):76-78.
- [16] 谢为群,施利毅.高校科研管理工作中目标管理体系建设初探——以上海大学试行全系统目标管理为例[J].研究与发展管理,2014,26(5):129-133.
- [17] 朱晓明,张贞齐,李凌云.地方高校二级单位科研工作目标管理——以青岛大学为例[J].中国高校科技,2019(4):32-35.
- [18] 韩治国.灰色关联分析指标的大学科研评估系统[J].现代电子技术,2020,43(13):126-129.
- [19] 周春光,周慧敏,党耀国.基于组合赋权灰色关联模型的职业技术类高校教师绩效评价[J].数学的实践与认识,2020,50(6):305-312.
- [20] 刘勇,杜俊良,赵焕焕.基于灰色关联模型的高校R&D影响因素分析与时滞测度[J].运筹与管理,2020,29(2):150-156.
- [21] 王亚楠,宋景华.京津冀高校科技创新能力比较研究[J].科学管理研究,2017,35(6):74-77.
- [22] 殷凯,彭恬.高校教师绩效考评的灰色关联综合测度[J].统计与决策,2017(22):90-93.
- [23] 刘勇,熊晓旋,全冰婷.基于灰色关联分析的双边公平匹配决策模型及应用[J].管理学报,2017,14(1):86-92.
- [24] 张永安,鲁明明.高技术制造业创新效率评价及要素投入差异性研究[J].科技进步与对策,2019,36(16):51-57.
- [25] 陈怀超,张晶,费玉婷,等.中部六省产学研创新效率对省域创新的影响——基于Malmquist指数与灰色关联度的分析[J].科技进步与对策,2018,35(20):137-143.
- [26] 教育部.“双一流”建设监测指标体系(试行)[Z].2019-11-14.
- [27] 江苏省委组织部,江苏省教育厅.关于印发2019年度江苏省地方普通高校综合考核实施办法及有关实施方案的通知[Z].2019-12-06.
- [28] 郭义坤.地方高校目标管理实施与优化研究——以A学院为例[D].武汉:湖北工业大学,2016.
- [29] 袁旦,於建明.地方高校实施目标责任制的探索与思考——以浙江工业大学为例[J].浙江工业大学学报(社会科学版),2020,19(2):217-221.

## 习语：以教育公平促进社会公平正义

来源：《习近平总书记教育重要论述讲义》

“治天下也，必先公，公则天下平矣。”公平正义是人类社会的共同理想。社会主义社会为实现公平正义开辟了广阔的道路。教育公平是促进社会公平正义的重要基础。要努力办好公平而有质量的教育，大力提高全体国民的素质，为每个人提供人生出彩的机会。

### 1. 教育公平是社会公平的重要基础

2016年9月，习近平总书记在北京市八一学校考察时强调，教育公平是社会公平的重要基础。这一论断明确了教育公平与社会公平的内在联系，指明了教育公平对促进社会公平的重大意义。

教育公平是社会公平在教育领域的集中体现。教育是人民获得发展自身、奉献社会的机会和能力的重要前提。教育公平是社会公平的重要方面，追求教育上的公平就是在推进社会的公平正义。改革开放以来，我国经济社会发展取得巨大成就，为实现教育公平、促进社会公平正义提供了坚实的物质基础和条件。党的十八大以来，我国深入贯彻以人民为中心的发展思想，扎实推进教育惠民措施落实落地，教育事业全面发展，教育公平程度不断提升。但教育发展不平衡不充分的问题依然存在，这仍制约着我国教育公平的实现程度。教育在区域、城乡、学校之间的发展差距还比较大。新时代推进教育公平，要把促进社会公平正义、增进人民福祉作为一面镜子，审视教育领域的体制机制和政

策规定，完善包括机会公平在内的教育公平保障体系。优化教育公平的体制机制，改善社会公平环境，在更大程度上实现教育公平。

教育公平是实现社会公平的重要手段。党的十九大提出大力推进教育公平，并把教育放在民生和社会建设的重要位置，这充分体现了以习近平同志为核心的党中央，对教育公平在保障民生、推进社会建设中的重大作用的高度重视。随着经济社会发展，受教育程度和水平已经成为影响个人职业选择、收入待遇乃至社会成就的重要因素。推进教育公平，保证人民平等参与、平等发展权利，是实现社会公平正义的重要途径和手段。习近平总书记提出通过知识改变命运，不让贫困家庭的孩子输在人生起跑线上，就是强调通过教育首先保障人生起点的公平，进而为每个人实现人生出彩奠基。

### 2. 办好公平而有质量的教育，大力提高国民素质

全面建成小康社会、坚持以人民为中心发展教育，要求办好公平而有质量的教育。习近平总书记多次强调，要努力让每个孩子都能享有公平而有质量的教育。教育公平与教育质量是有机统一的整体，公平是有质量的公平，质量是充分体现公平的质量。党的十八大以来，国家大力推进教育公平，注重教育发展从量的增长到质的提升的转变，推进教育的内涵发展，满

足人民群众不同群体日益增长的多样化教育需要,推动教育公平迈出了重大步伐。中西部地区教育发展步伐加快,农村教育状况明显改善,重点高校面向贫困地区农村招生规模持续扩大,家庭经济困难学生资助制度帮助更多寒门学子顺利完成学业,使他们有了更为公平广阔的上升通道,改变了人生命运,并为其实现美好人生理想开辟了道路。

提升国民素质要求全面推进素质教育。国民素质是一个国家、一个民族发展进步的基石,决定着国家民族的前途命运。习近平总书记在北京市八一学校考察时强调,素质教育是教育的核心,教育要注重以人为本、因材施教,注重学用相长、知行合一,着力培养学生的创新精神和实践能力。素质教育着眼于党的教育方针的贯彻落实,指向学生的全面发展和国民素质的整体提升,体现了公平而有质量的教育要求。20世纪90年代以来,我国实施面向全体学生的素质教育,保障了最广大人民群众子女的受教育权利,提高了我国的教育质量和国民素质。新时代大力发展素质教育,要创新教育方法,提高人才培养质量,努力形成有利于创新人才成长的育人环境,培养时代需要的数以亿计的高素质人才。大力提高国民素质是全社会的共同责任,家庭、学校、政府、社会都要为受教育者全面发展创造条件,使他们成长为建设祖国的栋梁之材。

### 3. 让每个人都有人生出彩的机会

社会主义社会人人享有平等的受教育权,生活在社会主义大家庭中的每个人,都有通过接受各类教育而获得人生出彩的机会。习近平总书记在十二届全国人大一次会议上指出:“生活在我们伟大祖国和伟大时代的中国人民,共同享有人生出彩

的机会,共同享有梦想成真的机会,共同享有同祖国和时代一起成长与进步的机会。”要帮助人民群众提高身体素质、文化素质、就业能力,打开孩子们通过学习改变命运、青壮年通过多渠道就业改变命运的扎实通道,为他们实现人生出彩搭建舞台。他还特别强调,要切实保障进城务工人员随迁子女、农村留守儿童和残疾儿童受教育权利,让每个孩子都能接受公平而有质量的教育,成为国家有用之才。

营造人人皆可成才、人人尽展其才的良好环境。在亿万中国人民前行的伟大征程上,人人成才正当其时、圆梦适得其势。社会中的每个人都是普通劳动者,都要靠自己的劳动创造出彩人生。劳动是幸福的源泉,生活靠劳动创造,人生也靠劳动创造。实现中国梦,创造全体人民更加美好的生活,任重而道远,需要我们每一个人的辛勤劳动和艰苦努力。社会要树立正确的人才观,拓展人的成长成才空间,着力提高人才培养质量,为人人出彩构建各种体制机制。鼓励每个人学习新知识、掌握新技能、增长新本领,把人民的爱国之情、强国之志、报国之行统一起来。在全社会树立人人平等的观念,提高各级各类专业技能型人才的社会地位和待遇,大力推进职业教育改革,培养大批怀有一技之长的身心健康发展的劳动者。帮助他们牢固树立工匠精神、报国情怀,使他们在新时代中国特色社会主义建设的伟大事业中建功立业,实现人生价值。

与历史同向、与祖国同行、与人民同在,成就出彩人生。社会主义教育是属于全体人民的事业,每个人都要关心教育事业,投身新时代中国特色社会主义教育实践,与人民同呼吸,与时代共命运,最大限度地实现人生价值。人民是历史的创造者,是国家的主人,青年学生要成为能够担当民族复兴大任的时代新人,必须自觉



走与人民群众相结合的道路,向人民学习,从人民群众伟大实践和丰富多彩的生活汲取营养,做最广大人民根本利益的维护者。志之所趋,无远弗届,穷山距海,不能限也。每一个社会主义建设者和接班人

都应担当起新时代赋予的责任,立足本职、埋头苦干,从自身做起,从点滴做起,用勤劳的双手、一流的业绩成就属于自己的人生精彩。

25

## 中华优秀传统文化融入 艺术院校思政课的路径探析

陈颖

**摘要:** 中华优秀传统文化作为我国宝贵的精神文化财富,其中蕴含着丰富的教育理念与教育资源,是中华民族的精神命脉,使其与艺术院校思政课进行融合,对于发展学生艺术品德素质与道德品质有着重要的支撑作用。基于此,本文从实际情况出发,首先阐述了中华优秀传统文化融入艺术院校思政育人的逻辑遵循以及浸润思政教育的作用机理,继而探索性提出中华优秀传统文化融入艺术院校思政课程的有效路径,旨在为培养新时代德才兼备的艺术人才提供借鉴。

**关键词:** 艺术院校; 中华优秀传统文化; 思政

中华优秀传统文化为中华民族的发展壮大凝聚了最深层的精神共识,是中华文明的智慧结晶和精华所在,也是我们在世界文化激荡中站稳脚跟的坚实根基。将中华优秀传统文化融入大学生思政课的实践教学和教学过程,发挥高校思政课的育人功能,开辟多元化的有效传承路径,让学生在课堂中汲取传统文化素养,提高学生对中华优秀传统文化的认同,增强当代大学生的文化自觉自信,将中华优秀传统文化内化于心、外化于行具有重要的当代意义。

### 一、中华优秀传统文化融入艺术院校思政育人的逻辑遵循

(一) 中华优秀传统文化是艺术院校思政育人建设和发展的必然逻辑

中华优秀传统文化的影响与浸润,使艺术院校能够进一步挖掘文化中的艺术元素和价值,为帮助学生养成高尚的艺术价值追求、专业的艺术技艺能力以及扎实的艺术综合素养提供了充足的资源支持<sup>[1]</sup>。此外,在理论与实践不断探寻中华优秀传统文化的内容与形式与思政课有机融合,能够进一步提升艺术院校思政教育内容、丰富思政形式,从而多维度、多角度、多方面的推动艺术院校思政的创新发展。

(二) “以文化人”“以美育人”是创新艺术院校思政课的实践表达

艺术教育实质上是一种多维美育,是帮助学生树立艺术审美、艺术情操与艺术理想的教育手段。因此,艺术院校必须要把“以美育人”和“以文化人”作为思政课的着眼点,积极探索美育工作与艺术美学的发展路径。中华优秀传统文化中蕴含着充分的德育思想与审美导向,有助于陶冶高尚的道德情操、树立正确的价值观念、培养深厚的爱国情感,提倡求真、尚美、向善的艺术意识。新时代背景下,艺术院校思政课需要充分把握中华优秀传统文化发展路径,促进“以美育人”和“以文化人”在艺术院校中的多渠道实现<sup>[2]</sup>。思政课对中华优秀传统文化中蕴含的文艺理论与技法实践的融入,能够为艺术院校学生提供丰富的教育资源,不仅深度契合现代艺术人才培养理念要求,也为艺术院校的思政教育提供了多元化的思政素材,体现了高质量、高水平的理念与实践相融合的思政教育。

(三)提升文化艺术素养是培养艺术院校高素质人才的时代要求

艺术院校的人才培养主要以“艺术知识”与“艺术素养”为主要内容,将上述两方面落实在课程内容中,也是提高学生艺术综合素质与艺术技能的必然要求。利用中华优秀传统文化加强艺术院校文化艺术素质教育,培养学生艺术文化修养,并在多种丰富的文化艺术活动中提高学生的学习积极性。在日常教育过程中,整合艺术思政元素、艺术专业水元素等多种元素内容,才能发挥出思政课程的育人作用。

艺术院校作为培育艺术人才的主阵地,除了需要提高学生的艺术技能与艺术知识底蕴外,更需要提高学生的艺术综合素质,力求培养出德艺双修的高素质艺术人才<sup>[3]</sup>。中华优秀传统文化的艺创之美、艺理之真融入思政教育,优化思政定位,实现思政教育方式改革创新,为实现中华

民族伟大复兴提供有力的人才支撑。

## 二、中华优秀传统文化浸润艺术院校思政教育的作用机理

### (一)在形象认知中培育美好心灵

中华优秀传统文化的社会功能中包含着思想政治教育的铸魂功能,并且文艺因其形象性、情感性、审美性、多样性的内在特点,在承担思政教育功能时具备独特的优势。

在思想政治教育中,认知是开端,它“是情感产生的基础,是意志得以发挥的前提,为行为提供指导”<sup>[4]</sup>。认知得以形成的前提是个体能够注意到感官能及范围内的信息与事物,因为“在个体的智力因素中,注意是一切心理活动的起点”<sup>[5]</sup>。要想使教育对象获取思想政治教育者所要传递的信息、观点与思想,首先是要能引起他们的注意。

中华优秀传统文化能迅速地吸引教育对象的注意力,唤起他们的审美需求,调动他们的感官关注,并在感官震撼与审美愉悦的基础上,进一步细致感受与解读优秀传统文化所传递的丰富信息和形象背后所蕴含的深刻思想。在这个过程中,审美不是目的,而是手段,需充分利用。美好而丰富的审美形象是提升教育对象注意力的重要因素,其最终目的其实就是用感性的形式来增进人们的理性认知,使人们在感官的审美享受中获取精神价值,初步认识与捕捉到文艺作品或文艺活动的思想闪光点,从而在形象认知中培育美好心灵。

### (二)在价值认同中锤炼坚定意志

马克思主义文艺理论认为,文艺是一种意识形态,总是包含着一定的思想政治倾向,反映着特定阶级的价值观念。因此,文艺除了凝聚着创作者的丰富情感外,实际上也表达了创作者试图传递的价值观

念。也就是说,中华优秀传统文化一般都具有鲜明的时代特征和目的性,旨在传达与渗透主流意识形态和核心价值观。

在教育对象经过形象认知和情感触动两个环节之后,教育者如果能够准确深入地探讨与传达中华优秀传统文化中所蕴含的与主流意识形态相一致的价值观念和道德情操,令教育对象在情感触动的基础上调动审美评判,发自真心地认同与信服核心价值观,实际上就能在更深层次实现美好的情感向坚定的意志品质进行转化。而一旦形成意志品质,教育对象就能较为自觉地进行心理调控,将中华优秀传统文化中所传达的价值观念内化为自身的价值追求。

### (三) 在双措并举中提升外化行为

中华优秀传统文化融入艺术院校思政教育实现主要有两种方式:一种是受众在阅读或欣赏优秀传统文化的过程中通过发挥个人的主观能动性来汲取思想养分;另一种则是将优秀传统文化作用和渗透于思想政治教育的施教环节中。前者有赖于教育对象的自觉能动性,并对受众的文艺基础与鉴赏能力有一定的要求,后者则是对教育者的文艺载体运用水平与灵活度有较高的要求。

比起综合性高校的学生,艺术院校学生的逻辑思维能力相对偏弱,在运用概念、判断、推理等抽象思维方式方面不具备优势,文艺的形象思维方式更加适合他们。思想政治教育是个内化的过程,也是个外化的过程。甚至可以说,如果教育对象内化的思想品德观念无法外化为良好的思想品质和行为习惯,并进一步指导人们的社会实践,那么其中所实施的思想政治教育一定不能说是成功的。思想观念只有外化为行为,思想政治教育的过程才算完整。

## 三、中华优秀传统文化融入艺术院校

## 思政课的有效路径

(一) 统筹利用艺术专业资源,推动艺术院校以文化人、以美育人的协同发展

艺术院校首先应结合自身专业特色,实现中华优秀传统文化教育资源在思政授课中的全过程渗透。一是不仅要深耕中华优秀传统文化中的教育元素,还要丰富思政教育形式与教育内容,更要注重中华优秀传统文化在思政课程及艺术专业设置上的应用。科学选择艺术教育素材,挖掘中华优秀传统文化中的思政元素,紧密对接艺术院校高素质人才培养与思政课程教育的实际需求,从道德教育、思想教育与人格教育几方面,实现思政教育的有力渗透<sup>[6]</sup>。让传统艺术文化进教材、进课堂、进头脑,引导学生们在做中学、在学中想、在想中悟、在悟中做,形成教育闭环。如通过对书法、绘画、戏曲等传统艺术文化的讲解,使学生们在潜移默化中弘扬优秀文化艺术精神并接受思政教育。二是借助中华优秀传统文化的多种类型与多种展现与传播方式,拓宽思政教育平台。中华优秀传统文化具有多种表现形式、包括文学、手工、设计等。在现代社会,承载这些艺术文化的载体平台包括美术馆、文化馆、博物馆等。教师可组织学生们实地参观中华优秀传统艺术作品,体会到中华艺术家们精益求精、甘于奉献的劳动精神与艺术情操,加强思政教育的渗透力度。三是在弘扬中华优秀传统文化的过程中,创新教育方法、丰富教育内容。教师应充分掌握大学生们喜爱的教育方式,通过多种方式、多种渠道加强正确观念指引,促使学生身心健康成长。

(二) 构建美育体系,增强艺术院校以文化人、以美育人的渗透力、吸引力和影响力

首先要实现美育教育与思政课程的结

合,完善美育课程体系建设。通过系统的、完善的体系支撑,增强中华优秀传统文化在思政课程中的渗透力<sup>[8]</sup>。在课程设置方面,应将美学教育与中华优秀传统文化传承纳入公共课范围,实现美育教育的课程专业设计;在教学资源方面,整合现有专业课程资源,深入挖掘艺术院校的美育价值,推动思政课程的美育教育转变,全面发挥中华优秀传统文化的美的教化作用。二是实现思政教育与艺术专业教学的美育融合,拓宽美育教育方式。艺术院校应鼓励思政教师进行专业课程实践,推动美育思政课程改革,支持专业教师与思政教师合作共同开设美育实践课程。以跨学科教学为指引,展开教育教学研究,通过中华优秀传统文化的充分融入提高学生的思政课参与度,并提高美育教育的实效。三是实现艺术院校文化艺术活动与美育教育的互融,彰显学校的办学特色,增强艺术院校思政课程的影响力。利用学生艺术展演展示、“高雅艺术进校园”等活动凸显学校美育特色,从而实现美育带思政、思政促影响的辐射带动模式,在校园文化指引下,潜移默化中帮助学生树立正确的艺术观与审美观。引导学生综合运用绘画、篆刻、雕塑等多种专业技法作为中华优秀传统文化的融合载体,让学生们能够在实践活动中求知、求真、务实中积累经验增长才干。

(三) 设立信息技术保障机制,确保艺术院校以文化人、以美育人的真实效果

一是利用信息技术拓展中华优秀传统文化在思政课程中的植入渠道,在互动反馈中增强育人实效。首先,思政教师应紧握信息时代多媒体教学方式要求,充分发挥线上媒体的功能与优势,实现网络思政教育与中华优秀传统文化的资源融入,在立体化、直观化的传播平台中实现思政教育的多元表达提高学生兴趣。其次,结合学

生基础学情以及艺术院校自身特点,融合网络思维与新媒体优势,打造出“网络思政”模式,提升网络文化育人的感染力<sup>[6]</sup>。最后,应注重思政课程对中华优秀传统文化的融入方式,注重质量的动态管理与实施反馈,在师生互评、学生互评、学生自评等多方评价下推动思政课不断创新。二是利用人工智能技术,对中华优秀传统文化在思政课中的融入状态进行数据评测与分析,利用动态智能监管方式提升思政铸魂,以美育人的实效。一方面,在数据评测分析对接思政课全过程状态中,结合艺术院校专业课程设置以及课程教育实际,充分发挥现代科技信息技术在思政课程质量管理的数据分析能力。利用先进技术手段,运用多种技术手段实现协同育人,增强中华优秀传统文化与艺术院校思政课的融合效果。另一方面,通过结合艺术院校专业呈现形式,使相关技术手段充分融入思政课艺术传播效果、表达途径以及展现形式等多方面,开展数据调查与数据分析,从而向学生们更好地展现中华优秀传统文化的美感<sup>[9]</sup>。美育测评与思政课的融合在技术测评下能够第一时间明确状态,从而动态评估思政课质量与效果,及时改善、修正艺术院校思政课开展方式,为中华优秀传统文化在思政课中的融合提供基础。

## 结语

中华优秀传统文化在艺术院校思政课中的融合应用是落实立德树人根本任务要求、培养学生艺术综合素质、加强学生价值观建设的重要举措。通过多种教育手段,中华优秀传统文化能够在潜移默化中入心入脑,加强思政课实效性的同时,促使学生守正创新,以艺术人凝结心灵,以艺术心沟通世界。新时代艺术院校学生在中华优秀传统文化思政课教育下,能够自觉发

展时代担当意识与历史责任意识，凝心聚力，为实现中华民族伟大复兴的中国梦做

出自己的贡献。

### 【参考文献】

- [1] 文歆. 浅探中华优秀传统文化传承视域下的高校公共艺术教育教学改革[J]. 高考, 2018(36): 14.
- [2] 张明会, 高婷婷, 李怡. 将艺术社团建设融入美育教育弘扬中华优秀传统文化的思考与探索——以陇南师范高等专科学校为例[J]. 汉江师范学院学报, 2018(3): 37-39.
- [3] 李朕旭. 中华优秀传统文化融入思政教育的路径探析——以艺术类高校为例[J]. 时代报告, 2023(5): 91-93.
- [4] 王仕民. 思想政治教育心理学概论[M]. 广州: 中山大学出版社, 2015: 73.
- [5] 张学浪. 农村留守儿童道德情感研究——以江苏盐城为例[D]. 南京: 南京理工大学, 2012: 168.
- [6] 蒋永华. “三全育人”视域下中华优秀传统文化融入艺术硕士研究生教学的创新路径研究——以艺术设计领域为例[J]. 美术文苑, 2023(2): 79-81.
- [7] 杨婷. 中华优秀传统文化融入中职艺术设计教学的价值与路径研究[J]. 现代职业教育, 2021(44): 132-133.
- [8] 孙海婴, 黄逸哲. 中华优秀传统文化融入高职艺术设计教育的探索与实践——以广东轻工职业技术学院为例[J]. 教育信息化论坛, 2023(4): 27-29.
- [9] 王悦, 何灿灿. 中华优秀传统文化在高校艺术设计教育中的传承与发展——以纺织服装艺术设计教育为例[J]. 艺术教育, 2021(9): 199-202.

## 2023年旅游经济回顾与2024年展望

时间: 2024-01-19 来源: 中国旅游研究院

历经三年的深度萧条，2023年国内旅游市场快速复苏，入出境旅游市场实现了预期增长，旅游供应链得到了稳步修复，消费预期和企业家信心稳中有升。伴随着甲辰龙年春节假期的“超级黄金周”，2024年的国内旅游和国民休闲将转入繁荣发展的新阶段，入出境旅游市场的复苏进程将进一步加速。世界级旅游城市、世界级旅游景区和度假区、国家旅游线路、国家级旅游城市和街区建设有望进一步提速，旅游投资、项目建设和市场主体的创新创业也将迎来新一轮的理性增长。旅游产业政策将从需求侧的逆周期调节转向兼顾需求侧管理和供给侧改革的跨周期调控，切实推进国内旅游提升计划和入境旅游振兴计划，加强对旅游目的地的分类指导，科学指导城乡之间、区域之间和国际国内旅游

市场的协调发展，做好稳预期、提信心、强指导、促开放四篇大文章，推进文化和旅游深度融合，推动旅游业高质量发展。

### 1. 2023年，旅游经济走出了历时三年的深度萧条期，跑出市场复苏的加速度

正如一年前的今天所预判的那样，2023年国内旅游市场高开高走、加速回暖，入出境旅游供应链逐步恢复，旅游经济保持了量的预期增长和质的有效提升。随着旅行和接触性消费政策全面取消，过去三年累积的旅游意愿在第一时间得到了快速释放，从需求侧有力推进了旅游经济的快速复苏。2023年各季度居民出游意愿维持在90%以上，全年平均达91.86%，创有监测记录以来新高，较2019年高4.52个百分点。据中国旅

游研究院(文化和旅游部数据中心)测算,2023年全国旅游经济运行综合指数(CTA-TEP)始终处于景气区间,均值为109.95,已经接近2019年的同期水平。年内旅游环境不断改善,旅游市场高开高走,复苏态势不断由客源地扩散至目的地,由城市扩散至农村,由产业链上游扩散至下游,推动国内旅游人数和收入相对于2019年的恢复率不断提速,分别由一季度的68.51%和75.18%,提升为上半年的77.55%和82.39%,前三季度进一步提升为79.92%和84.91%,预计全年将分别达到80.25%和85.59%。除暑期研学推高的热门文博场馆的“预约难”,旅游经济总体呈现供需两旺、动态平衡的市场特征,没有重大涉旅安全事故和负面舆情,旅游业发展质量稳步提升。全年数据再次证明并将继续证明这一观点:旅游已经成为城乡居民美好生活的刚性需求,没有任何力量可以阻挡旅游市场的长期繁荣和旅游产业的高质量发展。

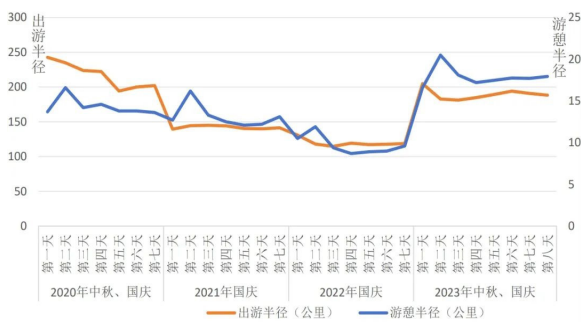


图1: 2019-2023年中秋、国庆节假日出游人次和旅游收入

七个节假日的游客出游距离、停留时间、目的地游憩半径等微观指标表明,国内旅游市场已经恢复了正常的发展节奏。透过劳动节假期5天、暑期3个月和中秋、国庆节假日8天旅游市场相关指标及其同比变化,以及相对于2019年恢复程度的数据,结合季度和年度数据综合研判:旅游经济已经度过了本轮非常规周期的极速衰退、深度萧条和快速复苏阶段,即将步

入繁荣发展的新阶段。从2024年开始,旅游经济的年度、季度和节假日市场的主要指标,特别是国内旅游人次、旅游收入等指标将不再与2019年做比较,只会发布正常的同比和环比数据。

从供给侧数据来看,旅游景区、度假区、酒店、民宿、旅行社和在线旅行平台等传统业态的营收、利润、采购、用工等经营指标开始恢复正常。航空、铁路、航运、公路等大交通和公交、地铁、出租车、网约车、旅游巴士、共享单车等目的地小交通,餐馆、酒吧、咖啡馆、精品店、夜市、购物中心、休闲街区和商业综合体,以及博物馆、美术馆、文化馆、科技馆、戏剧场、电影院等涉旅供应链得到了全面修复。从Citywalk、社交式看展、围炉煮茶,到庙会和市集,游客在日常生活场景中感受了人间烟火的温暖和国泰民安的静好。消费预期的稳定进一步推动了投资信心的增长,黄山的入园人数提前三个月恢复到2019年同期水平,跑出经典旅游景区高质量发展的加速度,泰山游客量7月份首次突破500万,均创历史新高;建业文旅的旗舰项目“只有河南 戏剧幻城”前三季度已经实现了盈利;复星在南京和太仓、海昌海洋在郑州开出了重资产投资的新项目;首艘国产邮轮下水、中国长航布局内河高端度假、多地投资兴建冰雪旅游项目,表明了旅游经济的供给侧已经进入了存量优化和增量拉动并举的新阶段。复星旅文、首旅酒店、丽江股份、三峡旅游、众信旅游等众多知名旅游企业营收实现两位数甚至三位数增长,同期利润增速普遍超过收入增速两倍以上,旅游集团20强的年营业额、主营业务收入和利润额接近2019年水平。

民航局的官方数据表明,2023年的国际客运航班持续恢复,自8月下旬开始稳

定在疫情前的50%以上。其中英国、意大利、阿联酋等22个国家的航班量已经接近或超过疫情前水平,并新增通航了科威特、塞尔维亚等国家。据中国航协的消息,14家航空公司前三季度实现了盈利目标。受益于国际航线和航空运力的增长,出境旅游目的地国家分三批开放,港澳基础市场的全面恢复,以及签证、移民、航权、口岸、海关、物流、支付等领域的政策便利化,特别是面向外国游客的智慧旅游获得感和满意度的提升,出入境旅游人次和国际旅游收入将分别恢复到2019年的65%和59%。

从空间格局上看,广东、山东、河南、四川、安徽、湖北、湖南、陕西等人口大省,仍然是最为重要的旅游客源地和目的地,海南、新疆、内蒙古、黑龙江、吉林等中远程目的地对避暑、避寒、冰雪旅游市场具有持续增长的吸引力,西藏、青海、甘肃、宁夏等特色旅游目的地的人文、历史和生态影响力进一步提升。值得关注的是,主打近程市场的“这么近,那么美,周末到河北”已经超出了市场推广和营销口号的范畴,是对高频次、高消费、短距离的“两高一短”的京津都市客源市场的科学研判和精准发力,也是旅游经济发展战略的理性回归。北京、上海、广州、深圳、重庆、杭州、成都、南京等一线和新一线城市,以其日益完善的基础设施、公共服务、商业环境和大活动大节事提升的知名度和美誉度,获得了复苏阶段显而易见的早收清单,进一步彰显了“及时将旅游工作重心转移到城市”这一论判的理论价值和现实意义。从过去一年的消费、投资和创新活跃度来看,都市在可以预见的未来都是旅游经济理性繁荣的基础支撑和创新动能,并从根本上影响旅游项目的空间布局、旅游投资的规模数量和市场主体

的竞争力与影响力。

在过去一年中,我们注意到有增无减的反向旅游、平替旅游目的地,也注意到因为国风汉服、音乐节、烧烤、村晚、村BA而出圈的三四线城市,它们代表了中小城市、中心城镇和发达地区重点乡村等下沉市场的消费升级。他们是新兴的旅游目的地,也是日渐增长的旅游客源地,更是旅游经济可持续发展的市场基础。我们还关注了“小机场城市”正在从概念导入走向商业实践。根据民航局的数据和去哪儿网的市场定义,全国共有小机场城市185座,基本分布在三四五线城市。这些小机场城市如延吉、果洛、海拉尔,以其各具特色的景区、度假区、街区、商圈、菜市场,以及住宿、餐饮、娱乐和购物消费的高性价比,引起了各年龄段旅游者的关注。将来回顾新时代旅游发展史,2023年极有可能被标注为“小机场城市元年”。长期以来,旅游系统和教育研究机构对资源、要素和供给侧投入了太多精力,如星级饭店、A级景区、国家级和省级度假区、旅游休闲街区、夜间文化和旅游消费集聚区等品牌创建活动和案例发布。在上个世纪八十年代需求稳定、供给不足的入境旅游时期和大众旅游早期阶段,政府部门将旅游工作重心放在供给侧有其历史的必然性,同时也容易形成一定程度的重供给、轻需求,重投资、轻消费,重牌子、轻产品的惯性思维。在需求增长、消费变化、要素内生和创新驱动的今天,旅游工作要转换到释放新需求、培育新业态,统筹需求侧管理和供给侧改革的新轨道上来。值得关注的是,国办关于释放旅游消费潜力推进旅游业高质量发展的意见,文化和旅游部发布关于国内旅游提质、入境旅游振兴的政策,及时回应“围墙挡景”等社会关注点,还有各地召开旅游发展大会、扩

大旅游投资、加大市场推广等举措,对于稳住消费预期和提振市场信心起到了明显效果。在过去的一年中,旅游供给充足、创业创新活跃,市场主体的获得感和游客满意度不断增强,为步入理性繁荣阶段的旅游业提供了有力的制度保障。



图2: 2020-2023年中秋、国庆节假日出游半径和游憩半径

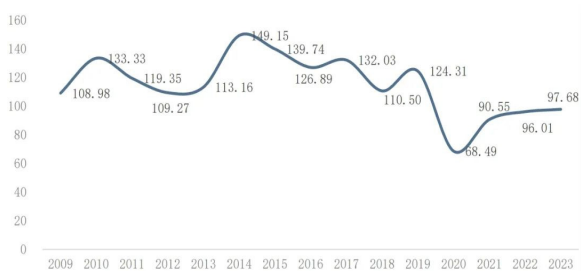


图3: 2009年-2023年旅游企业家信心指数走势

## 2. 2024年,旅游经济将以理性的消费预期、增长的投资信心和积聚的创新动能,稳步进入繁荣发展的新阶段

综合需求侧的先行数据、供给侧的动能积聚和政策面的积极信号,我们对2024年旅游经济形势持积极乐观的预期。预计2024年国内旅游出游人数、国内旅游收入将分别超过60亿人次和6万亿元,入出境旅游人次和国际旅游收入将分别超过2.64亿人次、1070亿美元。新的一年,国内旅游市场提质扩容的同时,市场将进一步下沉,需求实现结构性升级,供给在融合中优化。低线城市、中心城镇和乡村不仅是旅游目的地,也是不可忽视的旅游

客源地。目的地建设、项目投资和创业创新将会迎来新的发展高潮。旅游投资机构和市场主体越来越认同如下理念并付诸商业实践:旅游者定义旅游业,而不是旅游业定义旅游者;文旅融合新场景、主客共享新生活;数字化不是战略选择,而是生存要件;离客源近些、近些、再近些,内容创造多些、多些、再多些。

长三角、粤港澳、京津冀、成渝、关中、中原、长江中游城市群仍将是重要的旅游客源地、目的地和中转地,发挥繁荣阶段旅游经济火车头和压舱石的作用。依托城市的“三区一圈”即旅游景区、度假区、街区和商圈仍是最重要的旅游空间。节假日特别是春节、劳动节和国庆节三个长假期仍然是观察旅游经济运行的重要窗口,暑期的研学、避暑、康养和冬季避寒、冰雪已经形成明显的消费热点,连同夜间旅游共同推动了新业态的发育成长。值得关注的还有周末游和近程游,“这么近,那么美”不仅是河北主打目标客源市场的宣传口号,也是都市旅游消费外溢和近程承接的客观规律的生动写照。在新的一年里,出境旅游和中远程客源将会大幅度地增长,而周末100公里一日游和节假日200公里的过夜游,仍将是客流的主要特征,并决定了旅游目的地的空间格局和旅游消费的时间分布。

与复苏快速转入繁荣的国内旅游市场相比,入出境市场可能还需要4-5个季度恢复上一个周期的高峰值。尽管对几乎所有的ADS国家和地区都放开了旅行社经营团队旅游和“机票+酒店”业务,也对法国、德国、马来西亚等6个国家试点了免签入境政策,但是入出境旅游市场复苏的政策效应释放,以及供应链的全面修复还需要更多的耐心与努力。与世界贸易和投资一样,旅游业的全球供应链正在“重组”而



非“回流”，更多的近岸外包和友岸外包导致全球价值链处于深刻调整中。国际货币基金组织（IMF）的经济学家一直担心，“各国分裂成只在彼此之间开展贸易的集团……可能会让全球每年的国内生产总值减少7%”。贸易和投资的减少必须会影响商务和会展旅游（MICE），进而导致主要客源国观光、休闲和度假旅游者的减少。令人欣慰的是，我国与“一带一路”、上合组织、金砖国家的贸易和投资一直在增长，为旅游交流合作提供了新的增长点。相对于旅游、签证、移民、支付、通讯等领域的政策，贸易和投资领域的管制政策、技术壁垒，民航部门的航权、航线和航班许可对于中远程市场的复苏才是决定性的。问题是，很多时候我们过于关注前者而忽视了后者的存在，过于强调了旅游推广的作用和旅游资源的价值。

值得期待的是，中央经济工作会议要求认真解决数据跨境流动，切实打通外籍人员来华经商、学习、旅游的堵点。签证、移民、口岸、支付和互联网使用等长期困扰入境旅游发展的一些深层次障碍，有望从2024年开始陆续得到解决。在新的一年里我国对国际和港澳台地区航线有望得到全面恢复。2023年10月27日，民航局发布了2023/2024年冬春航季航班计划，支持和鼓励中外航空公司恢复国际航班，积极提升共建“一带一路”国家航班通达性，进一步便利国际经贸合作和中外人员往来。2023/2024年冬春航季国际航线客运航班计划量已经恢复至上一航季的70.7%。港澳航线方面，民航局已批复24家航空公司在内地45个航点与香港间的每周1764班客货运航班计划，以及12家航空公司在内地37个航点与澳门间的每周858班客运航班计划。两岸航线方面，民航局已批复22家航空公司在大陆33个

航点与台湾桃园等4个航点间的每周942班客货运航班计划。随着更多国家实施对华免签和航班增密后票价下降，出境旅游市场景气必将得到大幅修复。

随着内生性增长和繁荣发展新阶段的到来，跨界而来的市场主体，特别是资本、技术和创意驱动的新型市场主体将会获得更多的成长机会。泡泡玛特进军城市乐园，与洛宝贝星光小剧场、乐高乐园一道开启了城市更新“小而美”的大门；永麒科技、国际数据集团（IDG）等科技公司以文化和艺术的名义，让城市和街区的夜晚变得更有逻辑线、故事性和高频消费的可能；哈啰、美团、青桔在旅游休闲城市和度假区大规模投放共享自行车和电动助力车，让游客在小交通领域有了更多的选择。美团、饿了么两大外卖平台，不仅将餐饮送入越来越多的酒店，而且送上了高铁。包括抖音在内的短视频公司也在提供本地生活和异地下单服务，所有这些看上去与传统旅游业没有关联的创新项目，都在持续满足自助旅游者的需求，也在加速散客化的趋势。随着文化和旅游在更深程度、更广范围、更高层次的融合发展，随着人工智能、先进制造、数字化为代表的新质生产力的广泛应用，露营旅游、冰雪旅游、美食旅游、体育旅游、海洋旅游、旅游演艺，以及近郊休闲、城市漫游等业态不断翻新迭代，旅游业新一轮创业创新的高潮加快到来，不断推动人们的潜在旅游需求转变为有效旅游需求。

在新的一年里，以旅游集团20强为代表的头部企业，仍是旅游产业的主导者和创新引领者。中国旅游、华侨城、中国城乡，以及复星、建业、长隆、银基、海昌、横店将在大型主题公园、度假区和商业综合体建设进一步发力。锦江、岭南、华住、开元、如家、亚朵、东呈、乡伴等头部企

业和一线品牌将会投入更多的资源扩大市场占有率和产品创新力。携程的国际化发展、目的地营销和下沉资源布局,去哪儿围绕小机场城市聚合机票、酒店、景区和小交通业务,马蜂窝的数字资产升级计划、“周末请上车”,春秋的“航空+酒店+目的地”,广之旅的“客源地+目的地”空间布局,均是旅行商的新年看点。也会有更多纵向一体化、横向一体化和相关多元化的投资、并购和重组事件,也不排除头部企业之间以直接收购、交叉持股、资产与运营分离、会员互通等方式达成战略合作。如果再次出现港中旅、中旅、中免、国旅等央企“合并同类项”,或者地方国企的锦江国际收购铂涛、维也纳,民营企业携程收购去哪儿这样战略级别的事件,将会重新改写旅游产业的战略格局,也将考验政府反垄断部门的治理体系和治理能力的现代化水平。对各省市陆续组建的旅游集团与民营企业的混合改革,也需要保持密切的关注。既要避免国有资本运作团队过度介入民营企业的专业经营,也要避免国有资本以“明股实债”的方式掏空民营企业的现金流。

### 3. 稳步构建旅游业高质量发展的制度创新和政策保障体系

一是学习贯彻习近平文化思想,加快构建文化和旅游深度融合新阶段的当代旅游发展理论,以实践的思想推动思想的实践。坚持以文塑旅,以旅彰文,务实推进文化和旅游在更深程度、更高层次和更广范围融合发展。既要强调中华优秀传统文化与旅游的融合发展,也要重视红色文化和社会主义先进文化与旅游的融合创新。旅游市场主体要在发展壮大人文经济的进程中,引进新质生产力培育文化新空间,

创新旅游新场景。政府要将那些带有民生和事业属性的发展目标,如提升国民素质、社区居民获得感和游客满意度,作为旅游业更为优先的选项。让越来越多的游客经由文物游径和研学旅游,领略祖国山河壮美、领悟中华文化之美,提升国民素质,创造现代文明。

二是贯彻落实中央经济工作会议精神,千方百计稳住旅游消费预期、提振市场主体信心,唱响中国经济光明论的旅游最强音。旅游经济政策将从过去四年面向需求侧的逆周期调节转向兼顾需求侧管理和供给侧改革的跨周期调控,从稳住消费预期转向提振投资信心,在推动旅游业高质量发展的过程中持续提升旅游领域治理体系和治理能力的现代化水平。无论是疫情三年的“收”,还是过去一年的“放”,央地各级政府也陆续出台了助企纾困的若干政策,总体上还是以旅行和接触性消费政策工具对需求侧进行有效管理。随着城乡居民的生产生活恢复常态,旅游消费潜力的释放越来越多取决于闲暇时间、可自由支配收入等市场内生变量,政策重点转向加上优质旅游产品供给、完善旅游基础设施和公共服务体系、引导旅游投资和培育新型旅游市场主体。

三是持续扩大旅游消费的市场基础,面向下沉市场和需求升级,务实推进国内旅游提升计划。新时期旅游工作的重心在城市,重点在农村,重力在基础设施和公共服务。各级引导社会投资,充分发挥市场力量,不断满足城镇居民旅游需求升级的同时,将更多的政策资源向广大农村和中西部地区倾斜,让告别物质贫困的农村居民也能够享受文化、休闲和旅游等精神层面的升级需求。以游客满意为导向,进一步完善面向散客的旅游公共服务体系,不断提高游客满意度和获得感。进一步释

放重大文化项目带动效应,加快建设一批文化底蕴深厚的世界级旅游景区和度假区、文化特色鲜明的国家级旅游休闲城市和街区、世界级旅游城市、国际旅游目的地,丰富优秀文艺作品和优质旅游产品供给。培育一批文化属性强、科技含量高、示范带动性强的“航空+旅游”“高铁+旅游”“公路+旅游”“航运+旅游”“旅游+节事”“旅游+购物”“旅游+艺术”等新业态,引导目的地城市、投资机构和市场主体创造更多面向新需求的旅游空间和消费场景。

四是继续推进旅游领域供给侧结构性改革,进一步扩大对外开放,培育更有竞争力、影响力和引领力的旅游市场主体。政策千万条,市场第一条,有了稳定的消费预期和市场信心,企业家和创业者知道该做什么,以及如何做得更好。经历过残酷的市场竞争,投资机构和企业家群体变得更加理性,他们对新周期繁荣阶段的市场机遇和变革挑战有更深的体会,应对思路也会越来越明确。很多时候,政府需要做的就是明确旅游业的发展方向,给企业家更多的信任,给从业者更多的鼓励。实施市场主体培育计划,发挥以中国旅游集团20强的资本、技术、人力资源的创新研发优势,避免渠道商与供应商之间的零和博弈,做好实体经济和人文经济增量文章。激发中小微型企业和个体工商户的创新创业活力,培育旅游领域的“专优特精”“小巨人”。

五是系统评估央地两级既有政策效能,加强统筹协调和分类指导,务实推进旅游目的地精品化建设和特色发展。依托国家文化公园、国家公园和国家旅游线路建设,加强跨省市的旅游规划和专项建设的统筹协调工作。为推动旅游业从萧条走向复苏,中央和地方政府出台了大量的政策文件,

举办了大批政府主导的会议、论坛和招商引资活动,对于稳预期和提信心起到了不可替代的作用。当旅游经济步入正常发展轨道后,创新发展、高质量发展、可持续发展主要依靠市场机制和产业内生动能,就需要各级旅游行政部门极大的政治智慧及时调整惯性思维,下决心管住“闲不住的手”,让市场的归市场,政府的归政府。包括各省市召开的旅游发展大会,也要开展必要的绩效评价,不能不分地区、不分层级地全面复制和大规模推广。

六是尽快出台并有效实施新时期入境旅游振兴计划,发挥地方政府和市场主体的积极性,以新动能推进入境旅游新发展。借鉴发达国家旅游推广模式,总结三亚旅游发展局法定机构经验,加强政府旅游营销机构的市场化和专业性建设,推动海外旅游办事处、签证中心业务转型。全面启动“你好,中国”全球旅游推广计划,要重视旅游展会和专题路演,也要重视行业媒体和社交平台的作用,推动“你好,中国”进商圈、进校园、进社区,邀请更多海外旅行商、商会、协会来华深度考察和专业交流。依托“一带一路”、国家公园、国家文化公园、文物游径、国家级旅游度假区、全国乡村旅游重点村镇,着力培育新型国家旅游线路。加强旅游客源地和目的地的国别研究,创新双边和多边交流机制,主动设置议题,践行全球文明倡议,建设世界旅游共同体。

七是有序发展出境旅游,讲好新时代中国故事,不断提升文化软实力和旅游影响力。读万卷书、行万里路,自古以来就是中华民族的优良传统,出国旅游尤为人民所向往。随着国力增长和政策优化,中国公民出境旅游市场将继续扩容。继续谋求任何时候对任何国家保持旅游服务贸易顺差,不必要,也不可能。有序发展出境

旅游,既能满足人民对美好生活的向往,也能有效提升旅行服务商、品牌运营商和投资机构的全球影响力。出境旅游者是最好的国家形象宣传者,就像上个世纪八十年代的外国人、海外华侨、港澳同胞、海外侨胞来到我们身边那样。游客出去了,权益保护要跟上,交流合作也要与时俱进。

落实亚洲旅游促进计划、上合组织成员国政府间旅游合作发展协定、金砖国家旅游部长会议公报,办好中法文化旅游年,在平台和机制创新中彰显文化软实力和国际影响力,将是繁荣阶段国际旅游交流合作的重点工作。

## 解读 2024 年政府工作报告： 文化、旅游新提法

27

时间：2024-03-06 来源：中国旅游报

### 一、了解政府工作报告中的文旅关键词

十四届全国人大二次会议开幕会于3月5日9时在北京人民大会堂举行,习近平等党和国家领导人出席大会。国务院总理李强作政府工作报告。

### 二、“全民阅读”连续11年写入政府工作报告

3月5日上午9时,第十四届全国人民代表大会第二次会议在人民大会堂举行开幕会。

今年政府工作报告中与文化产业相关要点:

丰富人民群众精神文化生活。深入学习贯彻习近平文化思想。广泛践行社会主义核心价值观。发展哲学社会科学、新闻出版、广播影视、文学艺术和档案等事业。深入推进国家文化数字化战略。深化全民

阅读活动。完善网络综合治理,培育积极健康、向上向善的网络文化。创新实施文化惠民工程,提高公共文化场馆免费开放服务水平。大力发展文化产业。开展第四次全国文物普查,加强文物系统性保护和合理利用。推进非物质文化遗产保护传承。深化中外人文交流,提高国际传播能力。加大体育改革力度。做好2024年奥运会、残奥会备战参赛工作。建好用好群众身边的体育设施,推动全民健身活动广泛开展。其中深入学习贯彻习近平文化思想、深化全民阅读活动、国家文化数字化战略、大力发展文化产业等表述引起业内广泛关注。相比往年政府工作报告,今年有哪些新看点?

#### 1. 习近平文化思想

“习近平文化思想”首次进入政府工作报告。习近平文化思想于2023年10月7日至8日在北京召开的全国宣传思想文化工作会议上首次提出,总结了习近平总书记在新时代文化建设方面的新思想新观

点新论断,内涵十分丰富、论述极为深刻。今年年初召开的2024年全国新闻出版局(版权局)局长会议提出“深入学习贯彻习近平文化思想”。今年政府工作报告强调“深入学习贯彻习近平文化思想”,对出版行业而言,这一思想将持续引领业界自觉学习,成为新时代新征程推进宣传思想文化工作的强大思想武器和科学行动指南。

## 2. 全民阅读

从2014年开始,“全民阅读”已经连续11次写入政府工作报告。

回溯往年政府工作报告中,关于“全民阅读”的提法有哪些变化:

2023年:“深入推进全民阅读”。

2022年:“深入推进全民阅读”。

2021年:“倡导全民阅读”。

2020年:“倡导全民健身和全民阅读”。

2019年:“倡导全民阅读,推进学习型社会建设”。

2018年:“倡导全民阅读,建设学习型社会”。

2017年:“大力推动全民阅读,加强科学普及”。

2016年:“深化群众性精神文明创建活动,倡导全民阅读,普及科学知识,弘扬科学精神,提高国民素质和社会文明程度”。

2015年:“提供更多优秀文艺作品,倡导全民阅读,建设学习型社会,提高国民素质”。

2014年:“促进基本公共文化服务标准化均等化,发展文化艺术、新闻出版、广播电影电视、档案等事业,繁荣发展哲学社会科学,倡导全民阅读”。

可以看到,从2014年到2016年的表述是“倡导全民阅读”,2017年则是“大

力推动全民阅读”,让出版发行业上下极为振奋。经历从2018年到2021年的“倡导全民阅读”之后,2022年和2023年的表述则是“深入推进全民阅读”。

今年政府工作报告提出“深化全民阅读活动”,这一表述与党的二十大报告中的提法一致。党的二十大报告写入了“深化全民阅读活动”,这是“全民阅读”第二次写入全国党代会报告。2012年,党的十八大报告写入“开展全民阅读活动”,将之列为建设社会主义文化强国的一项重要举措。从“开展”到“深化”,令出版人为之振奋。

2022年4月23日上午,习近平总书记致信祝贺首届全民阅读大会举办,让第27个世界读书日变得意义非凡。这是“全民阅读”在政府工作报告中连续亮相后,以更加丰富饱满的姿态落地,迈出了更具实质性的一步,打开了全民阅读新境界。2023年4月23日,第二届全民阅读大会在杭州举办。会议指出,要把阅读作为最基本的文化建设,大力倡导读书之风,充分发挥阅读在传播思想文化、提升国民素养、传承民族精神、涵育文明风尚等方面的重要作用。要坚持为人民出好书,要着力满足人民的阅读需求,要大力倡导全民阅读、终身学习的理念。

## 3. 国家文化数字化战略

今年政府工作报告首次提出“深入推进国家文化数字化战略”,是党中央、国务院历来高度重视国家文化数字化工作的又一体现。

从近年来相关政策可以看到,我国不断加强数字文化产业顶层设计,陆续出台了各项支持举措。比如2017年出台的《关于推动数字文化产业创新发展的指导意见》明确了我国数字文化产业的基本概念;2020年印发《关于推动数字文化产

业高质量发展的意见》，为我国数字化建设迈向更高水平进一步指明方向；2021年，实施文化产业数字化战略被正式写入国家“十四五”规划和2035年远景目标纲要；2022年5月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》，提出了八项重点任务，其中一项就是加快文化产业数字化布局。

内容生产是文化产业数字化的重要根基，对出版行业来说，未来仍将继续推进企业数字化建设，提高数字化内容生产水平，保障数字文化新业态长远发展，助力推进实施国家文化数字化战略。

#### 4. 大力发展文化产业

纵观往年政府工作报告中关于文化产业的表述，2017年提出“加快培育文化产业”，2018年提出“加快文化产业发展”，2019年则是“推动文化事业和文化产业改革发展”，再从2023年的“支持文化产业发展”到今年的“大力发展文化产业”，这些表述的变化，充分彰显了国家对于文化产业的高度重视以及长远布局。

我国历来重视文化事业和文化产业的发展，党的二十大报告中也强调了要繁荣发展文化事业和文化产业，健全现代文化产业体系和市场体系，实施重大文化产业项目带动战略。

出版业作为文化产业的重要组成部分，必须要更注重提供高质量文化供给，满足读者的多样化需求，助力我国实现文化强国建设的战略目标。

#### 5. 传统文化

相比2023年政府工作报告中提出的“弘扬中华优秀传统文化，加强文物和文化遗产保护传承”，今年的政府工作报告更是细化任务要求，明确指出“开展第四次全国文物普查，加强文物系统性保护和

合理利用。”同时提出“推进非物质文化遗产保护传承。”

党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央高度重视文物保护利用和文化遗产保护传承。中共中央办公厅、国务院办公厅先后印发《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》《关于加强文物保护利用改革的若干意见》《关于进一步加强非物质文化遗产保护工作的意见》《关于推进新时代古籍工作的意见》等文件，推动文化遗产保护利用工作不断迈上新台阶。

#### 6. 国际传播

继“国际传播”2014年-2016年连续3年、2023年写入政府工作报告之后，2024年“国际传播”继续写入报告。

从“加强国际传播能力建设”到“提升国际传播效能”再到“深化中外人文交流，提高国际传播能力”，对于出版业的国际传播提出了更明确的要求。如何深化成为摆在出版人面前的重要课题。

《出版业“十四五”时期发展规划》提出的“加强出版走出去内容建设、拓展出版走出去方式渠道、增强出版国际竞争力影响力”等要求，需要出版人深入践行。

### 三、解读2024年政府工作报告：大力发展文化产业！8大关键词首次提出！

3月5日上午，第十四届全国人民代表大会第二次会议在北京正式开幕，李强总理在大会上作2024年政府工作报告。全文提及“文化”“旅游”“文旅”共15次，并明确提出“大力发展文化产业”，为2024年文化产业和旅游业高质量发展指明方向。其中，8大关键词在今年的政府工作报告中首次被提出，值得我们重点关注！

### 1. 习近平文化思想

2023年10月,全国宣传思想文化工作会议首次提出习近平文化思想。习近平文化思想阐述了新时代文化建设的基本内容,创造性提出“两个结合”,即“把马克思主义基本原理同中国具体实际相结合、同中华优秀传统文化相结合”重大论断,提出“建设中华民族现代文明”宏伟目标。2024年政府工作报告在提及文化相关问题时首先提出“深入学习贯彻习近平文化思想”,开宗明义指出2024年文化建设、精神文明建设、文化事业和文化产业发展的根本遵循。

### 2. 国家文化数字化战略

今年,“深入推进国家文化数字化战略”首次列入政府工作报告。2022年5月,《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》标志着文化数字化从专项工程上升为国家战略。2023年中共中央、国务院印发《数字中国建设整体布局规划》,再次明确推进文化数字化发展,深入实施国家文化数字化战略,建设国家文化大数据体系,形成中华文化数据库。在文化数字化战略的强力推动下,智慧旅游在2023年亮点频现,新空间、新场景、新业态不断涌现。深入推进国家文化数字化战略在促进我国文化发展、维护我国文化安全、推进我国文化产业高质量发展方面具有重要作用。

### 3. 网络综合治理

2022、2023年政府工作报告均提出“加强和创新互联网内容建设”。根据市场发展情况和建设需要,2024年政府工作报告在互联网内容领域的表述调整为“完善网络综合治理,培育积极健康、向上向善的网络文化”。一方面,工作重点从“建设”转为“综合治理”,标志着近年来我国网络生态治理和网络文明建设成

效显著,意味着我国互联网内容领域逐步迈向高质量发展阶段。另一方面,报告提到“网络文化”,响应了《数字中国建设整体布局规划》中提出的“大力发展网络文化,加强优质网络文化产品供给,引导各类平台和广大网民创作生产积极健康、向上向善的网络文化产品”工作部署。

### 4. 公共文化场馆免费开放服务水平

2024年政府工作报告强调文化惠民工程实施的创新性,并首次提出“提高公共文化场馆免费开放服务水平”。自党的十七大提出“文化惠民工程”以来,我国公共文化服务体系建设高速发展,人民群众多层次、多方面、多样化的精神文化需求得到极大满足。文化和旅游部数据显示,我国目前已有基层文化馆、图书馆分馆和服务点数量超10万个,国内新型公共文化空间覆盖数已超过3.35万个。新型公共文化空间正在成为丰富基层公共文化服务形态,满足群众多元化需求的重要载体。随着文化惠民工程的创新推进,“提高服务水平”被列为下一步工作重点,以满足人民对精神文化生活的新期待。

### 5. 文物系统性保护

2023年10月国务院印发了《关于开展第四次全国文物普查的通知》,第四次全国文物普查也被列为2024年文物领域的核心工作。2024年政府工作报告同时强调了加强文物系统性保护,并提出加强文物合理利用。我国现有57项世界遗产,各类不可移动文物76.67万处,国有可移动文物1.08亿件套,全国重点文物保护单位5058处,备案的博物馆超过了六千家,如何唤醒文物资源的当代价值,是我们2024年工作的重点。

### 6. 非物质文化遗产保护传承

“推进非物质文化遗产保护传承”今年首次被单独列为重点工作条目。非物质

文化遗产是中华优秀传统文化的重要组成部分，是中华文明多元一体、绵延传承的生动见证。2023年文化和旅游部印发《关于推动非物质文化遗产与旅游深度融合发展的通知》，非物质文化遗产与旅游的深度融合发展为非物质文化遗产提供了更多的实践和应用场景，对于扎实做好非物质文化遗产的系统性保护、促进旅游业高质量发展具有重要意义。同时，在全媒体传播时代，非物质文化遗产借助数字化手段和网络渠道迸发出新的生机与活力，并通过与手工、时尚、户外旅游等内容的紧密融合，逐渐为广大人民，尤其是年轻人所喜爱和追捧，这也为非物质文化遗产的保护传承提供了良好的环境生态。

#### 7. 体育改革

2022年政府工作报告提出“建设群众身边的体育场地设施，促进全民健身蔚然成风。”，2023年政府工作报告提出“全民健身广泛开展”今年政府工作报告则重点强调“加大体育改革力度”，并提出“建好用好群众身边的体育设施，推动全民健身活动广泛开展”。在北京冬奥会、成都大运会、杭州亚运会和亚残运会相继成功举办的助推下，2023年群众体育蓬勃开展。2023年12月全国体育局长会议提出要把

推进体育高质量发展作为第一任务。要坚持深化体育改革，先立后破，稳妥推进，以改革赋能体育高质量发展。此外，随着贵州“村超”“村BA”的火爆出圈，文体旅赋能乡村振兴一跃成为关注焦点。文体旅融合被贵州、辽宁、湖北、河北、广东等省份列入2024年重点工作安排，文体旅产业融合将在2024年迎来进一步发展。

#### 8. 文娱旅游

2023年中央经济工作会议提出“积极培育智能家居、文娱旅游、体育赛事、国货‘潮品’等新的消费增长点”。2024年政府工作报告将这一点列为培育壮大新型消费的重点工作之一。2023年国内旅游市场强势复苏，据文化和旅游部数据显示及测算：2023年，国内出游人次48.91亿，同比增长93.3%；国内游客出游总花费4.91万亿元，同比增长140.3%；国内出游人次和国内旅游收入分别恢复到2019年的81.38%、85.69%。“为一场演唱会奔赴一座城”“跟着赛事去旅游”等新旅游观念层出不穷，文旅消费成为扩大内需的有效途径，“文娱旅游”在2024年的发展值得期待。

## ChatGPT は人間を代替するか？ ChatGPT 能否替代人类？

**摘要：**ChatGPT 的应用成为了世界性话题。随着对 ChatGPT 的理解和适应不断深入，人们开始思考 ChatGPT 是否能成为主要影响人类替代（自动化）的因素，还是成为主要影响人类增强（通过 AI 支持）的因素？这种界限是如何确定的？人们期待这些问题的答案。



生成式AI目前仍在发展中,不能轻率下断论,但现在有必要开始对这些问题有一定的思考。人们担心专注于ChatGPT的应用可能会带来意想不到的后果。基于这种问题意识,本文将探讨人与机器边界模型、变化发生时的场景以及与人类创造力的关系。

## 3次元CGと生成AIを用いた手描きアニメーションの再現技術の研究 使用3D CG和生成式AI进行手绘动画的再现技术研究

29

**摘要:** 本研究提出了一种使用3D CG模型和AI插图工具“Stable Diffusion”进行动画制作的工作流程。通过在Unity中渲染的动作捕捉数据,结合Stable Diffusion的img2img和ControlNet进行动画制作,展示了高效、节省时间的动画制作的可行性,旨在减少制作时间和成本。

## Generative mechanisms of AI implementation: A critical realist perspective on predictive maintenance

### 人工智能实施的生成机制:从预测性维护的批判性 现实主义视角来看

30

**摘要:** 人工智能可以创造各种新的机会和适当的商业价值。许多组织——尤其是那些更传统行业的组织都在努力抓住这些机会。为了揭示根本原因,我们调查了更传统的行业是如何实施预测性维护的,这是人工智能在制造组织中很有前景发展的应用。在分析中,我们采用了多案例设计,并从批判性现实主义的视角来确定人工智能实现的生成机制。总的来说,我们发现了五种相互依存的机制:实验、知识建设与整合、数据、焦虑和灵感。使用因果循环图丰满了这些机制的社会技术动态,探索了实施人工智能的组织要求。生成机制的拓扑结构为人工智能管理的研究做出了贡献,为影响实施过程的因果关系提供了丰富的见解。此外,还展示了因果循环图是如何改进生成机制的建模和分析的。

主 办：吉林动画学院图书馆

主 编：海 涛

执行主编：王春月

责任主编：门 琪 王智迪 常天琪 张媛媛

版式设计指导教师：任 旭

版式设计：陈紫珊