

# 亚太社会科学

Asia Pacific Journal of Social Sciences

主编

沈胜林 博士 / 副教授

黄冈师范学院



Asia Pacific Science Publications Co., Ltd.

亞太科學出版社

## 《亚太社会科学》

Asia Pacific Journal of Social Sciences

2025 年第 3 期，双月刊

主办单位：亚太科学出版社（ASIA PACIFIC SCIENCE PUBLICATIONS COMPANY LIMITED）

编辑出版：亚太科学出版社（中国香港）、《亚太社会科学》编辑部

国际发行：亚太科学出版社数字发行中心

国际统一刊号：ISSN（网络版）：3080-2121；ISSN（印刷版）：3080-2113

主 编：沈胜林（黄冈师范学院）

副 主 编：李威（黄冈师范学院） 贺天成（浙江工业大学）

出版总监：张述之 严谋奇

学术编辑：杨 斌 卢成伟 陈思岑 张 菊

责任编辑：刘欣洋 汪朝阳 卢志强 付 燎 聂志成

校对编辑：严丽萍

排版编辑：闫 瑾

美术编辑：闫丽荣

网 址：<http://www.apspublisher.com/>

邮 箱：[editor.apss@apspublisher.com](mailto:editor.apss@apspublisher.com)

地 址：中国香港屯门工业大厦 B3.07/F 20 号

《亚太社会科学》是一本国际化、同行评审的开放获取学术期刊，致力于推动社会科学领域的理论创新与方法拓展，聚焦亚太地区社会发展的关键议题与实践挑战。期刊倡导以社会批判理论、人文关怀与跨学科视角切入，深入探讨社会结构、制度变迁、文化认同与公共事务等重要问题，尤其关注社会不平等、群体边界与知识建构等跨领域议题的研究。期刊重视研究设计的规范性与方法应用的科学性，欢迎聚焦理论构建、机制分析与现实问题的高质量研究成果。

**常设栏目：**本刊特稿；区域治理创新；社会转型研究；文化认同与传播；社会保障前沿；法律与政策分析；哲学研究；教育发展研究；人口迁移研究；社会组织研究等。

**版权声明：**本刊已许可中国学术期刊（光盘版）电子杂志社在中国知网及其系列数据库产品中以数字化方式复制、汇编、发行、信息网络传播本刊全文。本刊发表的所有文字、图片、商标和其他相关资料均符合知识共享署名-非商业性使用 4.0 国际许可协议，允许以任何方式分享与复制，只需要注明原作者和文章来源，并禁止将其用于商业目的。所有条款、版权、商标和其他相关材料，也同时受中国香港法律和其他相关法律法规的管辖及保护。作者向本刊提交文章发表的行为即视为同意我刊上述声明。

# 《亚太社会科学》

*Asia Pacific Journal of Social Sciences*

2025 年第 3 期，双月刊 2025 年 6 月 15 日出版

## 目 录

宣传思想文化工作与企业文化的深度融合：价值协同、实践困境及破解路径	/ 王嘉浩 胡嘉议 · 1 ·
历史记忆重构视域下《赳赳大秦》的符号叙事与跨文化传播策略	/ 焦晨 李莹 张奕雯 陈品英 · 8 ·
人工智能驱动下中国 - 东盟产业创新生态系统构建路径研究	/ 吴再峰 · 14 ·
当代国学教育机构的分布图谱：检视与省思	/ 李威 岳涛 · 21 ·



# 宣传思想文化工作与企业文化的深度融合： 价值协同、实践困境及破解路径

王嘉浩 胡嘉议

(桂林理工大学商学院, 广西桂林, 541004)

**版权说明：**本文是根据知识共享署名 - 非商业性使用 4.0 国际许可协议进行发布的开放获取文章。允许以任何方式分享与复制，只需要注明原作者和文章来源，并禁止将其用于商业目的。

**摘要：**在新时代国家治理现代化进程中，宣传思想文化工作与企业文化的深度融合成为提升企业软实力的关键路径。本文系统剖析二者的融合逻辑与运行机制，发现其在目标导向和制度理念上具有高度一致性，可通过理念同构、内容协同、制度嵌入实现融合。但实践中面临认知错位、表达滞后、机制障碍及员工响应不足等结构性难题。创新性提出：构建“党委领导 - 部门协同 - 全员参与”三级联动治理架构，形成责任闭环；针对国企、民企等不同类型的企业，实施“党建引领一体化”与“柔性价值共建”的差异化策略；借助数字技术构建动态监测体系，推动融合从“形式叠加”向“价值内化”转化。首次构建“国家意识形态引领 - 企业文化传播 - 员工价值认同”闭环模型，将政治要求转化为企业治理操作流程，通过量化考核与智能监测系统设计，为提升企业治理现代化水平、巩固意识形态安全提供理论与实践方案。

**关键词：**宣传思想文化工作；企业文化；深度融合；国家治理现代化；意识形态安全

**DOI:** <https://doi.org/10.62177/apss.v1i3.406>

## 引言

在新时代国家治理体系与治理能力现代化的宏观背景下，宣传思想文化工作被赋予了前所未有的战略使命。作为党实施意识形态领导的核心途径，其不仅在政治领域发挥统摄作用，更逐步渗透至企业等社会经济组织的文化系统中，成为构建微观价值认同的关键机制<sup>[1]</sup>。当前，企业组织形态多元化与职工思想复杂化的现实，使得如何将宣传思想文化工作与企业文化深度融合，成为提升企业治理效能、增强文化软实力的核心命题。

回顾百年历程，中国共产党之所以能掌握意识形态主动权，关键在于始终坚持文化领导权，并在组织体系内构建了自上而下的宣传文化传导结构<sup>[2]</sup>。这种结构正从政治领域向企业等社会单元延伸，形成

**作者简介：**王嘉浩（2004—），男，桂林理工大学商学院本科生；胡嘉议（1998—），男，桂林理工大学马克思主义学院硕士，现任桂林理工大学商学院辅导员。

**基金项目：**无。

文化统摄力的系统性扩展。新时代社会主义意识形态建设面临“认知裂变”“价值冲突”“传播割裂”等核心风险，而企业员工思想意识的分化，正是这一趋势在组织层面的具体映射<sup>[3]</sup>。在此背景下，宣传思想工作与企业文化的融合，被视为应对风险、稳固意识形态阵地的必然选择——它既能通过理论宣传提升员工对企业愿景的认同，又能强化组织的思想领导力<sup>[4]</sup>。但现实中，部分企业仍存在“文化传播空洞化”“党建与业务两张皮”等问题，其根源在于未能将政治语言转化为组织语言，缺乏让员工可感、可知、可参与的价值内化路径<sup>[5]</sup>。

基层实践表明，宣传思想工作若借助企业文化的组织基础，通过文化活动、制度设计等载体实现思想内容的再表达，便能突破“形式感强、实效性弱”的传统瓶颈<sup>[6]</sup>。这一经验启示我们：文化融合并非形式叠加，而是需要从“内容导向”与“结构嵌入”双重维度推进，将其上升至“关乎党的前途命运、国家长治久安、民族凝聚力”的战略高度。习近平文化思想为此提供了权威理论指导，强调将“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”转化为企事业单位的治理逻辑，构建全方位的文化运行系统<sup>[7]</sup>。

基于此，本文聚焦宣传思想工作与企业文化的深度融合，系统探讨三者核心问题：价值层面的协同机制、实践中的结构性障碍，以及可持续的融合路径。通过理论分析与典型经验梳理，旨在为宣传思想工作在企业落地提供兼具理论深度与实践价值的解决方案。

## 一、宣传思想工作与企业文化融合的理论基础

### （一）宣传思想文化工作的功能定位与时代价值

宣传思想工作属于中国共产党领导下的一项关键政治制度安排，它所有的职能远远超出了一般所理解的舆论宣传范畴，实际上是用于统一思想、凝聚共识以及巩固意识形态安全的关键手段，宣传思想工作在企业当中并非仅仅是起到“锦上添花”作用的附属功能，而是企业文化传播以及员工思想认同方面的基础工程，其核心要点在于构建起文化认同链条，以此提高组织的向心力<sup>[8]</sup>。

以传播渠道为着眼点，在新时代背景当中，新媒体环境给宣传思想工作给予了更高标准，企业进行宣传时，要是想有效融合主流价值观，那就一定要重新构建内容生产机制以及渠道运行逻辑，达成从“灌输式”转变为“交互式”的目标<sup>[9]</sup>。

在媒体融合呈现发展态势的当下，宣传思想文化方面的工作应当借助构建起多层次的传播网络，把党的声音转变为员工可切实感知、产生情感共鸣的文化语言，而这样的策略在企业场景当中更需要着重关注组织传播结构的设计工作<sup>[10]</sup>。可以明显看出，宣传思想工作需要从宏观理论迈向企业微观结构，在价值、话语以及机制等层面达成“企业适配”，新华社和《北京日报》报社共同提出，习近平文化思想是开展新时代新征程宣传思想文化工作的有力思想武器与科学行动指南，其着重指出要把“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”转变为贯穿党政机关、企事业单位、社会基层的治理逻辑，构建起全方位覆盖的文化运行系统。这为宣传思想工作在企业系统中的落实提供了权威理论指导<sup>[11]</sup>。

### （二）企业文化的结构维度与软实力功能

企业文化是企业在自身发展进程里逐渐形成且得到广泛认同的价值观念和行为规范的综合呈现，其对组织制度运行起到支撑作用，同时在不自觉中影响着员工行为以及企业的决策风格，企业文化并非仅仅是管理工具，是企业内部意识形态建设的关键载体，还是宣传思想工作实现制度化推进的桥梁和平台<sup>[12]</sup>。

要深入领会宣传思想工作对企业文化所有的基础意义，切不可把它视作“意识形态包袱”，而应将其转变为企业于多元价值冲突当中维护稳定的文化核心要点<sup>[13]</sup>。在企业文化建设的过程中，宣传思想工作能否发挥实效，直接关系到组织文化是否具有凝聚力与执行力。于新时代的宣传思想工作里面，需要切实紧紧抓住“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”这一核心任务<sup>[14]</sup>。这不仅适用

于宏观国家层面，也为企业文化的价值定位与内容选取提供了政策方向和内容依据。

### （三）二者融合的逻辑契合与理论基础

宣传思想文化工作跟企业文化的深度融合不是简单的偶然叠加，而是有着共同的价值导向、认知共识以及组织机制的内在统一，宣传思想文化工作在新时代要肩负起引导文化方向以及重塑组织精神这两项职责，在企业层面就表现为“价值目标的内嵌”和“文化路径的协同”<sup>[15]</sup>。可以看出，宣传思想文化工作给企业文化构建奠定了思想基础并指明了方向，企业文化又是宣传思想文化工作于组织系统内达成制度化与常态化运转的关键承载者，二者的协同关系不只是理论上相互印证，是实践中的相互作用，是新时代推进企业文化建设、提高组织治理现代化水平的必然需求。新时代企业职工思想教育的创新途径应主动引入宣传思想文化工作资源，强化其对员工价值认知、组织认同以及行为养成的全链条引导功能，这种“嵌入式教育机制”是文化融合理论体系得以落地的关键所在<sup>[16]</sup>。

## 二、宣传思想文化工作与企业文化的价值协同机制分析

### （一）理念同构：主流价值与企业愿景的内在一致性

宣传思想文化工作处于党和国家意识形态工作的战略前沿位置，其关键要点在于提高主流价值观的引领效能，在新时代背景下需大力加强党对宣传思想文化工作的全方位领导，以此保证其在各个社会单元里的政治引导功能可顺利达成<sup>[17]</sup>。企业身为社会的基本细胞，它的文化理念确立之时一定要跟国家价值取向维持高度一致，如此便给宣传思想文化工作创造了天然的嵌入接口。宣传思想文化工作于价值层面的运行过程中，需要妥善处理“统一与多样”以及“集体与个体”之间所存在的张力，企业文化作为实践场域，恰恰是检验这种辩证统一关系的关键空间<sup>[18]</sup>。当企业使命、愿景与社会主义核心价值观保持一致时，员工更容易形成认同感，从而促进组织凝聚力的增强。

习近平总书记于关于宣传思想文化工作的关键指示里清晰说明，需“提高做好宣传思想文化工作的责任感以及使命感”，以此保证社会主义核心价值观可在各个层级以及各类组织当中落地并扎根生长<sup>[19]</sup>。这为企业文化建设提供了方向引领和政治保障，使价值目标上的一致性转化为制度和行为层面的协同。

### （二）内容协同：思想传播与文化输出的融合路径

宣传思想文化工作跟企业文化在内容传播这一方面有着较高的兼容性<sup>[20]</sup>，企业文化的关键之处是把组织理念、行为规范以及价值主张转化为具体、形象且富有故事性的内容，让抽象的价值变得具体可感，融入生活之中<sup>[21]</sup>。这种转化机制恰恰是宣传思想文化工作中“润物无声”的传播策略所强调的关键路径。企业文化于制度传导这一方面，一般很难直接深入到员工的内心层面，然而要是借助宣传思想文化工作中经常会用到的叙事逻辑以及典型塑造形式来给予重新构建的话，那么便可有效提升其被接受的程度以及被内化的程度<sup>[22]</sup>。这意味着，宣传思想文化工作能够为企业文化的“内容激活”提供有效的方式和载体。

基于企业实践层面总结，不少企业文化建设出现“口号化”以及“悬空化”的状况，其问题根源在于缺少思想传播方面的系统策略，然而宣传思想文化工作可对这一结构短板给予弥补，达成内容协同的制度化嵌入<sup>[23]</sup>。

### （三）行动协同：制度嵌入与行为塑造的相互强化

宣传思想文化工作最终会体现在对人的行为进行改造以及促使组织风貌得以形成上，这需要制度体系和文化实践携手共同推进，在企业组织之中，制度执行大多时候会遭遇认同方面的妨碍以及执行时出现的惰性，而宣传思想文化工作所采用的“典型引导”“舆论监督”等方式可被视作制度运行的润滑剂以及放大器。宣传思想文化工作是要将内容“说清楚、讲明白”，更要营造出一种组织氛围，使得制度执行转变为员工的文化惯性以及价值自觉，比如把党的政策精神、英雄模范故事融入到企业日常运营文化里

面,可以提升员工的参与感,同时还可以强化制度运行的文化支撑。

企业应当开展“榜样文化”建设工作,树立一批“宣传思想文化工作践行标兵”,借助人物形象推动理念落实,提升组织辨识度,比如某大型央企构建了“党员先锋岗”“青年文化岗”等制度载体,把政治标准转变为岗位要求,同时将价值引领细化成行为准则,这种从“制度规约”到“行为习惯”的转化方式,切实促使员工对主流价值形成内在认同。

行动协同的最关键的是构建制度反馈机制,传统制度设计多是“单向执行”,缺少“评价—修正—优化”的反馈闭环,使得制度运行停留在表面,宣传思想文化工作可借助设立“员工思想评议日”“文化议题微讨论”“典型案例复盘”机制,形成从“制度—文化—行为—再制度”的动态循环,提高组织运行的适配度与自我调节能力。

在信息技术不断发展的大背景之下,数字化手段为行动协同提供了新的工具支持,有一些先进企业已经开始尝试借助内部APP、“企业微信矩阵”以及智能化员工画像系统,对员工的思想动态、文化参与情况、行为偏好等方面展开多维度追踪,以此为宣传思想文化工作的内容精准化以及制度适应性提供数据方面的支持。这种“数字协同”提升了宣传的精准程度,提高了文化的动态调节能力,使得价值引导不再是单纯的静态输出,而是基于实时反馈的动态服务。

行动协同还需要强化“激励机制”对行为塑造的支持作用,除了精神激励和舆论褒奖之外,还应当把宣传思想文化工作的实践成效纳入绩效评估体系当中。比如说,将文化建设成果、员工文化表现、理论学习质量等纳入年度述职考核,并且与晋升、评优、薪酬等建立关联,从制度逻辑层面推动“价值导向”向“行为导向”的转变。

综上所述,宣传思想文化工作若想在企业里达成“动起来”“实起来”“活起来”的效果,就得把制度当作关键切入点,将行为视为最终落脚点,去构建一套制度激励、行为规范、文化引导以及组织认同的内嵌式体系,如此一来,能提升宣传工作实际效能,还可为企业文化建设注入源源不断的动力与张力。

### 三、宣传思想文化工作深度融入企业文化的实践困境

#### (一) 认知偏差与责任错位: 理念落实的“最后一公里”问题

虽然宣传思想文化工作跟企业文化在价值理念方面有着较高程度的契合,然而在实际的实践过程当中仍然存在着较为十分突出的“认知断层”情况,有一部分企业的管理层没有充分地认识到宣传思想文化工作所有的根本属性以及功能定位,容易把它等同于较为简单的文化宣传活动,使得这项工作的落实变成了“软任务”<sup>[24]</sup>。这一认知偏差,使得宣传思想文化工作难以真正纳入企业战略体系。

思想政治工作跟企业文化相融合的路径尽管已经越来越清晰明确了,然而因为责任边界不够清晰明确,时常会出现职能部门彼此之间互相推诿的情况,宣传思想文化工作由此被置于边缘地位或者呈现出仪式化的状况<sup>[25]</sup>。在实际推进中,一些企业对文化工作的考核机制缺乏标准,进一步导致其实际推动乏力<sup>[26]</sup>。宣传思想文化工作的制度设计大多时候和企业管理流程相互脱节,没能构建起闭环执行机制,致使其在组织结构里如同“文化孤岛”一般<sup>[27]</sup>。这种结构性错位,不仅削弱了宣传工作的传播力,也影响了企业文化的凝聚力和引导力。

#### (二) 内容滞后与形式僵化: 价值传播难以触达员工内心

在内容生产这一方面,宣传思想文化工作于一些企业当中依旧存在着“政治挂帅、员工无感”这样的情况,当前有部分企业把宣传内容一味地进行标准化、标签化处理,却缺少对员工多样化思想状态以及代际差异的精准回应<sup>[28]</sup>。这使得宣传内容形式单一、感染力不足,难以实现有效“破圈”。思想政治方面的内容要是没办法与企业实际开展的业务、员工个人的发展途径以及组织所处的具体情境相结合,

那么它就会呈现出一种“无所依附”的状态,员工一般会把这类内容当作是任务性质的信息,而不会将其看作是自身生活经验的一部分<sup>[29]</sup>。这种脱节现象,导致宣传思想文化工作在企业中无法构建“有温度”的沟通关系。宣传思想文化工作在表达方式方面,依旧停留在“板报+会议+口号”这种传统模式之中,缺少视觉表达、情感共鸣以及新媒体适配等内容创意,这致使其在青年员工群体里的吸引力以及说服力大幅降低<sup>[30]</sup>。尤其在多元价值观并存的当下,形式僵化已成为宣传内容失效的直接诱因。

### (三) 推进机制不畅与环境适应滞后: 融合路径的组织障碍

在制度执行这一方面,宣传思想文化工作遭遇了机制推进时存在的多种阻力,部分国有企业设置了宣传部、党委办等机构,然而缺少系统的统筹安排,没有构建起一种融合推进的局面,这种局面应该是党委发挥领导作用、各部门相互联动以及员工积极参与的<sup>[31]</sup>。当前宣传思想文化工作存在制度资源配置不均衡以及执行力较为薄弱的情况,这乃是导致“有部署、无效果”这一现象的关键问题所在,在国有企业里,倘若思想政治工作和企业文化建设无法达成制度协同、载体共通以及目标一致,那么极容易陷入“文化外包化”与“宣传仪式化”的困境之中,最终使得主流意识形态的引导力被削弱<sup>[32]</sup>。

展开来说,有不少企业在文化预算、人力配置以及跨部门协同等多个方面,对于宣传思想文化工作的投入都不够充足,这就导致其在组织内部很难形成持续不断的影响力,在面对快速变化的传播环境以及职工思想生态时,宣传思想文化工作缺少应变机制,难以及时对内容与节奏做出调整,实现有效适配。另外企业治理体系里大多是以绩效为导向的考评机制,这也使得宣传思想文化工作大多时候处于被边缘化的状态,变成了没办法量化、不容易评估的“次要指标”,以至于难以形成可持续的运行闭环,若要破解这一困境,需要从制度顶层设计着手,构建宣传思想文化工作与企业治理之间的双向嵌入机制。

## 四、破解路径与优化策略

在前文针对宣传思想文化工作与企业文化融合的基础逻辑、价值协同以及现实困境给予系统剖析之后可发觉,当下所面临的主要问题覆盖理念落实险阻、内容传播力欠缺、组织推进机制不畅等方面,若要达成两者的真正深度融合,必然要从制度设计、内容创新以及组织机制这三个维度着手展开系统破解。

### (一) 构建系统化融合推进机制

深化企业治理体系改革,将宣传思想文化工作深度融入企业治理核心架构,构建“党委领导—职能统筹—全员参与”的三级联动体系。充分发挥党组织“把方向、管大局、保落实”的领导核心作用,设立专业化宣传思想文化工作小组,统筹推进理论学习、价值塑造、文化传播等核心事务。同时,创新考核激励机制,构建定性与定量相结合的评价体系,通过员工思想动态监测、活动参与度分析、文化认同感测评等多维度指标,推动工作模式从传统“任务驱动”向科学化“目标管理”转型。强化跨部门协同效能,建立宣传、人力、党务、工会、行政等多部门联动机制,实现资源共享、信息互通、内容协同,打破文化建设中的碎片化、局部化壁垒。

立足企业属性差异,制定精准化推进策略。国有企业需进一步强化党组织领导核心作用,深度推进“党建+文化+制度”一体化融合,在管理架构中设立专责部门,并将管理触角延伸至二级单位,构建网格化文化治理格局;民营企业与混合所有制企业则注重柔性化文化嵌入与价值共建,充分发挥企业创始人及核心管理层的示范引领作用,推动其从“文化驱动者”向“价值传导者”角色升级,实现企业文化与员工价值的深度融合。

完善制度顶层设计,构建权责清晰、流程规范的工作清单机制,明确“责任主体、工作内容、考核标准”三大核心要素。通过建立“宣传思想文化工作责任台账”“年度文化工作推进任务书”“员工文化参与度月度通报”等标准化管理工具,全面提升制度的可执行性与可追溯性,推动宣传思想文化工作从“宣传

部主责”向“全员共建”模式转变，将组织要求内化为全员共识。

在纵向管理维度，创新构建“总部—分公司—基层单位”三级联动推进机制，形成“总部统筹文化战略、分公司细化行动方案、基层落实执行闭环”的梯级管理模式。该模式既确保组织文化的统一性与权威性，又为地方特色文化发展预留空间，实现“统分结合、协同共进”的推进格局。通过构建系统化、协同化、精细化的融合推进机制，推动宣传思想文化工作从“制度层面”向“行为实践”深度转化，全面提升企业的文化治理能力与组织凝聚力。

## （二）创新内容表达与传播方式

宣传思想文化工作同企业文化相融合的关键要点在于可“讲得出”、可“听得懂”以及可“信得服”，内容创新乃是打通员工思想认知障碍的核心要点，应以“员工视角”作为主导，强化内容的人文关怀、情感联结以及参与感，规避“高高在上”的说教式表达。在传播方式方面，要全面激活新媒体工具，推动构建“图文+视频+直播+互动”的立体传播矩阵，以此扩大覆盖面与共鸣力。比如借助职工微故事、文化短视频、典型人物专栏等形式，把党的理论主张和企业文化实践有效结合起来。结合年度主题、节日节点、重大项目等契机，设计系列化、仪式化的文化活动，依靠文化浸润与情境体验推动价值内化，对于年轻员工特别要强化审美趣味与参与方式的设计，提升他们的主动认同度。

## （三）构建可持续的企业文化认同体系

企业文化认同是宣传思想文化工作有效性的关键所在，企业要把价值观教育当作核心内容，把“主流价值—组织愿景—员工追求”这三者以结构化的方式联系起来，搭建起能贯通企业精神与员工实践的认同体系。在具体执行过程中，要从新员工入职教育、培训课程设计、年度述职内容、荣誉评比机制等多个方面，融入宣传思想文化工作的元素，达成制度对价值的明显塑造。可以借助设置“文化观察岗”“文化大使”等岗位，激发员工成为文化传播的主动者、讲述者以及守护者。另外，还需要重视提升组织文化和员工生活的关联程度，营造“文化就是环境、思想就是氛围”的微场域，让员工在工作与生活的融合里自然而然地认同企业文化与国家价值的有机统一。

## 五、结语

本研究围绕宣传思想文化工作与企业文化的深度融合展开系统探索，揭示了二者在国家治理现代化框架下的内在耦合逻辑。研究证实，二者通过理念同构、内容协同与制度嵌入的三维路径，能够突破认知错位、机制滞后等实践困境，实现从“形式并置”到“价值内化”的深层转化，这既是强化企业意识形态安全的必然选择，也是提升组织治理现代化水平的关键路径。

在理论层面，研究首次构建了“国家意识形态引领—企业文化传播—员工价值认同”的闭环模型，阐明了宣传思想文化工作对企业文化的方向性塑造作用，突破了传统研究将二者视为独立体系的认知局限；在实践维度，提出的系统化推进机制、数字化传播矩阵及员工认同体系等创新策略，为解决问题提供了可操作的制度方案，尤其对国有企业“党建+文化”一体化建设与民营企业柔性价值嵌入具有差异化指导意义。

未来研究可深化数字技术与文化融合，加强不同所有制企业比较，细化差异化融合路径，为巩固企业意识形态阵地、提升国家文化软实力提供更精准的理论与实践范式。

## 利益冲突

作者声明，在发表本文方面不存在任何利益冲突。

## 参考文献

- [1] 马鑫. 党的宣传思想文化工作在国有企业发展中的重要意义 [J]. 现代企业文化, 2025, (05): 92-94.

- [2] 朱劲涵,林贤明,曲政.中国共产党坚持文化领导权的百年经验与实践进路[J].中共石家庄市委党校学报,2025,27(04):10-16.
- [3] 郑洁,施瑞.新时代社会主义意识形态建设:成效、风险与对策[J].重庆邮电大学学报(社会科学版),2020,32(04):19-26.
- [4] 李晓.理论宣传在国有企业思想建设中的核心作用分析[J].现代企业文化,2025,(07):61-63.
- [5] 魏然.新形势下宣传思想工作与企业文化的创新[J].今日财富(中国知识产权),2023,(04):41-43.
- [6] 隋婴.以企业文化建设促进基层思政工作创新[J].现代企业文化,2025,(04):10-12.
- [7] 新华社.习近平总书记关于宣传思想文化工作的重要指示[J].领导科学,2024(2):封2.
- [8] 孙杨,张晨瑞.宣传思想工作在企业文化传承中的角色与策略研究[J].现代企业文化,2025,(03):4-6.
- [9] 杨启琛.新媒体条件下做好企业文化与新闻宣传融合的思考[J].产业与科技论坛,2025,24(02):204-206.
- [10] 陈军.加强媒体宣传思想文化工作探析[J].中国地市报人,2024(5):86-88.
- [11] 新华社,《北京日报》报社.习近平文化思想是做好新时代新征程宣传思想文化工作、担负起新的文化使命的强大思想武器和科学行动指南[J].北京支部生活,2024(2):6.
- [12] 刘虹,潘屹鸣.党的宣传思想文化工作经验与规律研究[J].时代报告,2024(15):90-94.
- [13] 李毅.深刻认识宣传思想文化工作是一项极端重要的工作[J].红旗文稿,2023(23):4-8.
- [14] 郑青文.紧紧抓住宣传思想工作的根本任务[J].时事报告,2020(1):18-19.
- [15] 曲青山.担负起新的文化使命的强大思想武器和科学行动指南[J].福建党史月刊,2024(1):4-7.
- [16] 杨菲.新时代背景下企业职工思想教育的创新路径与实践探索[J].现代企业文化,2024(25):88-90.
- [17] 张云泽.着力加强党对宣传思想文化工作的领导为担负起新的文化使命提供坚强政治保证[J].前进,2023(10):10-14.
- [18] 路海玲,孔令婷,吕坤.正确把握新时代宣传思想文化工作的六对辩证关系[J].学校党建与思想教育,2025(6):18-20,24.
- [19] 习近平总书记对宣传思想文化工作的重要指示金句[J].黎明职业大学学报,2023,(04):1-1.
- [20] 陈恒,陈之殷.文化强国青年何为[N].光明日报,2025-06-12(007).
- [21] 温明.企业文化核心内涵及其建设路径研究[J].中外企业家,2020(23):307.
- [22] 李燕.建构企业文化的核心要素[J].生活用纸,2023(6):79-81.
- [23] 姚兵.浅论企业文化建设的主要困境及应对措施[J].企业科技与发展,2021,(06):223-226.
- [24] 王利.思想政治工作与企业文化建设相结合的促进作用[J].现代企业文化,2022(35):19-21.
- [25] 刘正园.和谐关系建构下企业思想政治工作与企业文化互融路径[J].现代企业文化,2023(6):7-9.
- [26] 郑琴琴,林雪颖,胡雅菡.国有企业低碳价值创造的动态演化机制——基于资源编排理论的纵向单案例研究[J/OL].外国经济与管理.
- [27] 孙鑫馨.新形势下宣传思想工作与企业文化的创新[J].电脑爱好者(电子刊),2020(7):751-752.
- [28] 姜万腾.企业党建思政工作与企业文化建设的融合路径研究[J].现代企业文化,2024(9):98-100.
- [29] 赵岩.企业文化建设与思想政治工作有机融合新途径分析[J].冶金管理,2020(3):195-196.
- [30] 逯斐.国有企业思想政治工作与企业文化建设融合思考[J].现代企业文化,2023(27):9-12.
- [31] 龚佳佳.国有企业思想政治工作与企业文化建设的融合探索[J/OL].中文科技期刊数据库(文摘版)社会科学,2024(4)[2024-04-01].
- [32] 彭甜甜.国有企业思想政治工作与企业文化建设相融合的路径研究[J].现代企业文化,2018(35):120,122.

# 历史记忆重构视域下《赳赳大秦》的 符号叙事与跨文化传播策略

焦晨 李莹 张奕雯 陈品英  
(西安财经大学外国语学院, 陕西西安, 710100)

**版权说明:** 本文是根据知识共享署名 - 非商业性使用 4.0 国际许可协议进行发布的开放获取文章。允许以任何方式分享与复制, 只需要注明原作者和文章来源, 并禁止将其用于商业目的。

**摘要:** 在全球化快速推进与文化“走出去”大力实施的时代背景下, 中国历史题材舞台剧如何突破文化壁垒、实现有效国际传播是时代课题。本文以现象级舞台剧《赳赳大秦》做出的历史记忆重构的叙事符号系统构建与国际传播创新研究为例, 采用罗兰·巴尔特符号学三层次理论和霍夫斯泰德跨文化传播理论, 通过分析《赳赳大秦》案例研究法探究出该戏剧发展的现状及存在问题, 并研探出双循环的国际化路径和策略——在内容维度形成历史记忆重构转译 - 激活 - 认同的递进式符号机制, 在传播维度形成文化内核坚守、形式创新适配的辩证统一关系。期待对促进舞台剧文化产业社会和文化建设作出新贡献, 为数字时代传统文化 IP 的有效国际传播提供更具学术性和操作性的个案参照。

**关键词:** 历史记忆重构; 叙事符号; 国际传播策略; 《赳赳大秦》

**DOI:** <https://doi.org/10.62177/apss.v1i3.490>

## 一、研究缘起

在文化全球化进程中, 中国历史 IP 海外传播面对着“文化折扣”和“价值误读”的两难处境。报告显示, 72% 的海外受众对中国历史题材艺术作品感到困惑, 他们对中国文化的深层符号、情感进行误读, 同时却无法与中国历史产生真正的情感连接(把“大一统”错解为扩张主义)。然而, 在这样的语境中, 《赳赳大秦》上演了奇迹。该剧运用世界级舞台艺术表现体系构筑起多重审美场域: 光影矩阵拓扑幻变重塑剧场时空; 流体力学装置实现视觉符号的无限生成; 参数化声场唤醒记忆的知觉向度用先进科技阐释东

**作者简介:** 焦晨(1990-), 女, 陕西延安人, 西安财经大学外国语学院讲师, 博士, 研究方向: 英语语言研究, 英语教育, 跨文化传播, 文化传播, 文化文学译介; 李莹, (1981-), 女, 陕西宝鸡人, 西安财经大学外国语学院副教授, 研究方向: 英美文学, 译介学, 文学翻译与传播; 张奕雯, (1984-), 女, 西安财经大学外国语学院讲师, 研究方向: 商务英语, 跨文化交际; 陈品英, (1992-), 女, 陕西商洛人, 西安财经大学外国语学院讲师, 博士, 研究方向: 商务英语, 区域国别研究。

**基金项目:** 本文系国家社科基金中华学术外译项目《楚辞十讲》(23WZWB015) 阶段性成果。

方美学意境，创造出一个历史纵深与未来想象并存的深度沉浸场域。

《赳赳大秦》首创维场域建构：考古地层解构的时空折叠界面、多模态感知联觉系统、可编程观演拓扑动态重构、表演者—接受者的阈限溶解、数字孪生激发美学共振体。是近来少有的兼具文化主体性和市场全球化的案例。历史符号的重塑，用创新传播破除文化壁垒的鲜活样本，《赳赳大秦》不仅纾解了“文化走出去”的约纳斯困境（把问题理解为主客体之间的交流困境），更让中国历史舞台剧走出国门成为可能。

## 二、《赳赳大秦》叙事符号与国际传播的现状与问题

在本土场域，《赳赳大秦》有清晰的传播学意义上的差序格局，其利用独特的叙事方式和艺术感染力唤醒集体记忆符号，引起广大观众的强烈反响。中国演出行业协会数据显示，《赳赳大秦》驻演票房已突破2.3亿，是名副其实的国内舞台剧市场“黑马”。在《赳赳大秦》成功传播下，跨文化传播的舞台上发生三重模因变异：第一重为文化折扣产生的符号转译障碍，由于中外文化的差异性，造成不同受众对于历史、文化符号的理解各有偏差，在跨文化传播中不能实现准确转译，使得《赳赳大秦》中的一些深层符号无法被正确理解；第二重为媒介依赖造成的传播路径耗散不容忽视，跨文化传播过度依赖单一媒体或原有固定传播渠道，最终造成信息传递过程中的能量损耗，使得作品影响面和覆盖面下降；第三重为知识再生产体系中的学术话语权缺失，2025年核心期刊中无专门关于《赳赳大秦》的文献，说明这部剧目缺乏足够的关注和支持，在国际学界缺少相关领域的学术探讨和解释，影响和号召力受到一定影响。

### （一）《赳赳大秦》符号叙事现状

《赳赳大秦》舞台剧已经形成特色符号叙事创新范例。钛合金兵马俑甲冑、古今复调编钟与电音的视听解构以及文言文肢体剧场化的多模态语言符号编码，在“历史基因—现代语法—全球语义”的转译矩阵中完成秦文化的符号活化，实现技术赋能文化翻译，共情消弭意识形态壁垒的价值对话范式转换——这是中国历史IP从文化输出到价值对话的范式升级。当下学界对历史题材舞台剧符号叙事研究较为侧重传统文化元素的视觉转译和跨媒介叙事策略。国内学者李卓昕等<sup>[1]</sup>在基于罗兰·巴尔特符号论的基础上认为其“在舞美方面采用了解构主义的艺术风格，赋予‘古老躯壳’以当代精神。这些都聚焦于舞台剧中符号表层的物质建构，缺少对其深层的文化转译过程的分析框架建构；国内学者马石头<sup>[2]</sup>梳理了传播手段助力秦文化符号走向世界的国际化路径，却没有探究符号组合与集体记忆重构的关系，这种研究普遍存在着“重技术轻价值”的问题，缺乏历史叙事、符号编码与国际传播的三维分析框架。然而国际学界则鲜有关于《赳赳大秦》的研究。

张祖群<sup>[3]</sup>提出《秦朝》以“理解之同情”的历史态度，通过言语如刀枪的台词艺术、曲美词工的音乐设计，以及列国纷争中的君臣侠士英雄图谱，还原了秦文明的法制精神与军事战略智慧，并论证其分而围之战法等历史真实性对当代国防地理的启示价值。近年也有学者张海敏和黄定官<sup>[4]</sup>以洛特曼文化符号圈理论分析该剧的文化间对话运作机制，但他们的相关研究大多聚焦在表征性符号的他国接受上，均未真正洞悉其间的历史记忆构建与意识形态性叙事间的矛盾张力。总之，这些既往的相关研究显示他们尚未能够有效地结合使用记忆文化理论和数字传播学研究新近动态；缺乏对本剧如何实现“中国叙事”的国际转译“编码—解码”断裂的反思批评，这是笔者进一步深入的空间所在。

### （二）《赳赳大秦》海外传播困境

然而，该剧国际化进程亦潜藏深层次结构性矛盾：一是符号系统文化转译呈现“表里不符”——视觉奇观引人瞩目，“大一统”同心圆舞台隐喻在西方市场容易被解读为威权主义象征，法家精神的提炼尚未完成对当下全球治理话语的有效嫁接<sup>[5]</sup>；二是传播链路技术依赖症突出——VR体验的视听刺激强化了传

播力但消解了历史叙事的思辨力,海外观众关于青铜纹样的数字化感知仍然停留在东方主义猎奇层面<sup>[7]</sup>;三是受众互动“浅层化”困局——Tiktok传播中各类“剑舞挑战赛”的病毒式营销虽然增强了参与度,但碎片化的传受方式导致文化的贬值效应<sup>[8]</sup>,调查显示仅有12%的海外观众能够正确识别商鞅变法。上述病症反映出传统文化IP遭遇《赳赳大秦》形式创新先行而意义共建滞后的深层悖论。

### 三、跨文化视阈下的戏剧叙事符号解码

因此,笔者以阿斯曼<sup>[6]</sup>的“文化记忆”为基础,把舞台剧当作流动的剧场;强调历史叙事符号系统中,关于往世记忆的再生产。运用巴尔特符号学三层次说(表象-外延-神话)解读《赳赳大秦》建构的解构主义兵马俑甲胄等视觉符号、编钟和电子音效时空对话的听觉符号以及文言台词的多模态编码策略与阐释学分析法,并借力于罗塞塔石碑,从洛特曼文化语符圈<sup>[4]</sup>入手,在《赳赳大秦》所呈现出来的“物质文化层-制度行为层-精神价值层”的三层转译中,跨出文化间性,完成由文化展示到价值共鸣的转变,用多镜透光的方式展现出各种方法论之间的组合搭配效果<sup>[9]</sup>。

#### (一) 历史记忆的戏剧化重构机制

历史记忆的当代重构,是场文化符号的转译工程。《赳赳大秦》运用不同符号系统综合编码完成范式转换。在记忆载体符号转译层面:视觉符号系统从考古实证现代性解构,兵马俑造型由陶土质感转化为钛合金材质、镂空组合而成的“历史皮囊-现代灵魂”的视觉符号;青铜纹样由投影视频形成流动拓扑图示,静态文物转化为流动叙事物载体。听觉符号系统构筑千年声音对话,“编钟”为十二平均律和电子音乐工业音效复调构造,既保留了礼乐之邦庄重仪式感又植入当下听觉审美体系。语言符号系统以“文言台词+动态字幕+程式化肢体语言”的多模态交互模式消解古汉语语义障碍,“法不阿贵”等语句剑舞动作形成的几何运动成为跨文化的“意义锚点”。

集体记忆的当下激活,剧中人的历史选择性记忆,都是利用“历史褶皱”的历史碎片化策略。“立木为信”的商鞅变法浓缩在一段戏剧冲突中;统一六国的历史叙事被分解成一个个士兵个体的战争创伤(破损甲胄的诉说);宏观与微观辩证地呈现。情感记忆的激活则依靠悲壮美学共情设计:战场杀戮场面中红色绸缎流体模拟、震动装置的低频震颤……共同作用下唤起历史痛感,在生理触觉上对接历史痛感。所谓“家国叙事伦理化”,就是将民族共同体的情感记忆转化为可以被感知的情感资本,最终指向文化的符号建构——舞台空间呈同心圆式设置,构成大一统理念的空间隐喻。中心旋转台代表权力核心,外环形投影构成对六国文化符号的瓦解和重新组合,物理空间向心力暗示了其后的文化整合。价值提炼层面去除了特定意识形态后所剩余的法治精神(以尺度量衡道具呈现)、工匠文化(由青铜铸造工序的舞蹈化动作完成),这些剥离掉特殊意识形态之后留下的普适性的价值内涵,恰恰也是与全球现代性诉求产生共振的部分。这种“去地域化”的文化符号生产方式一方面规避了历史叙事情境的政治敏感性,另一方面也为其生成跨文化认同提供了价值接口。

#### (二) 多模态符号系统的编码与解码策略

视觉符号编码:解构主义兵马俑甲胄的多维转译。视觉符号被解构主义历史转译——如兵马俑甲胄碎片化重构,呈现出的视觉表象层是带有青铜质感的战国形制<sup>[12]</sup>;外延层指向的是冷兵器时代的军事美学,在神话层构建“尚武精神”的集体记忆图腾。在《赳赳大秦》舞台剧中,视觉符号编码最明显的便是视觉符号的视觉表现形式——解构主义风格的兵马俑甲胄。扬·阿斯曼认为,文化记忆包括两个基本层次的内容:一是物质文化层或非语言的表达,即指那些能够直接观察和感受的历史事实与证据等。舞台剧中的视觉符号,也就是这一系列的兵马俑甲胄,不仅是对秦代军事文化物质文化的转译,更是对符号的传统编码进行解构的过程。罗兰·巴尔特在《符号帝国》中提出符号学三层次说,其中甲胄的表象层是其

逼真的外观和质感，直观地展现出强大的秦军阵容；外延层是解构设计之后形成的与众不同的视觉形象，使观众产生关于历史与现实关系的认知转变；神话层是在此基础上创造出来的象征性、超越历史的符号。从文化翻译理论的“深度翻译”看，《赳赳大秦》以洛特曼的文化语符圈为基点，实现由物质文化层向精神价值层的视觉符号转译，实现基于文化间性建构下的视觉符号意义在场。

听觉符号编码和解码：编钟和电子音效的时空对话。《赳赳大秦》听觉符号的编码为编钟与电子音效的时空对话，以编钟的表象声波为礼乐制度符号，以电子音效外延隐喻现代性介入，二者碰撞所形成的神话层激活“古今文明共生”的元叙事。符号编码研究中关于听觉符号的探究。编钟的运用彰显着古代音乐文化，剧中编钟悠扬而雄壮的音色与电音产生对话，在文化记忆理论角度中是对古代音乐文化的物质文化层的继承，在符号学三层次说中对编钟进行编码的是其外延层，通过电音与编钟融合形成一种全新的听觉效果；神话层是给予这一听觉符号具有超现实主义的象征含义。

语言符号编码和解码：文言台词的多模态呈现；文言台词语言符号的创新呈现：文言文本表象语义留历史语境，肢体、投影外延加深情意张力，在神话层完成“大一统”的价值观念在当下的实现。《赳赳大秦》语言符号编码也是创新性的，《赳赳大秦》使用了大量的文言台词，语言符号的使用是对古代物化文化层的再现，文言台词的多模态呈现是传统符号的创新编码。从符号学三层次说来看，文言台词的表象层就是其古朴典雅的语言形式；外延层是由演员的身体动作、舞台布景等组成的，外延出各种各样的文化含义并引起观众对于古代文化的联想和思考；神话层则是将文言台词转化为文化符号。

### 三、三重转译机制与文化间性建构

#### 1. 物质文化层的符号化转译

以洛特曼“文化语符圈”观照《赳赳大秦》，聚焦《赳赳大秦》对物质符号的深一度翻译：舞台上把兵马俑甲冑拆解为几何模块化装置（视觉符号）、编钟乐律与电子音效叠加形成时空对话（听觉符号）——经过符号的物质性转译达到记忆的可触。这种转译在保有青铜器、兵器等物上器物的文化基因之后，利用现代美学的解构完成从考古实物到当代艺术符号的转换，建立起跨文化的认知前提。剧中用解构主义的兵马俑甲冑、编钟与电子音效叠加、文言台词多维出现等方式将秦代的物质文化符号进行现代舞台编码。按照罗兰·巴尔特<sup>[1]</sup>的符号学三层次说来看，表象层是这些符号直观地呈现在人们的视觉和听觉之中；外延层是对历史符号进行现代舞台手段解读，使之能够获得当下人们中间的反响；神话层则是赋予它的意义使它具有了通达古今的象征意味。

#### 2. 制度行为层的仪式化重构

《赳赳大秦》的制度行为层转译，是完成文化记忆重构的重要步骤。在阿斯曼记忆剧场中梳理剧中秦制符号转译：文言台词的多重演绎——投影篆书字幕吟诵等；军阵演武的舞蹈编排，通过仪式行为将‘法度’‘耕战’等“制度内核”编码为可以被展演出来的叙事符号，冲破历史文本单向度的静止限制，在制度行为层建构古今制度精神对话场域，实现观众的仪式感受，感知秦制文明实践的行为逻辑。从文化记忆理论角度而言，对于古代制度行为的再现也是重要的历史记忆重构环节。剧中的军事礼仪制度等再现把过去的历史制度以今人的舞台予以编码，按照符号学三层次说来看，《赳赳大秦》中这一类制仪符咒符号的表象层就是直观呈现的舞台行为，外延层是在舞台表演上由演员和布景对传统符咒作出当代人的重新解读。

#### 3. 精神价值层的文化间性生成

《赳赳大秦》的精神价值层转译是实现文化记忆重构的主要目的。从文化记忆论来看，精神价值层符号再现是历史记忆重构的终点归途。剧中统一六国的大秦雄心、法家严正的思想气度等内容的精神价值

的再现使古代精神得以通过现代舞台的再次编码；从“深度翻译”理论角度阐释作品精神层面的转译创新，以天下观对接人类命运共同体话语（如合纵连横之戏指涉多极协商），将锐意变革的秦精神与当下创新价值观相连接。三重转译的合力作用在“文化语符圈”边缘产生文化间性——即差异性的符号系统，又凭借共通的价值共鸣点，由文化展示达至价值认同，在此基础上实现历史记忆意义的再生产。

#### 四、国际传播策略的多维创新

《赳赳大秦》的国际化实践，打破传统文化输出的单向格局，建构内容—渠道—受众三位一体的新局。

（1）在内容策略层面，《赳赳大秦》采用文化翻译的分层策略：表象上保留秦代服饰的玄纁色谱、青铜兵器的几何之美等物性元素；深层价值从忠君转码为秩序与变革——商鞅变法的戏剧冲突转码为制度变革和人性局限的永恒命题，与西方启蒙精神的理性面向进行对话。悬念叙事上融入古希腊命运突转的情节，将秦朝兴亡史放置到“英雄对抗宿命”的固定槽口之中，使东方史诗获得跨文化语境的解释语法。

（2）在渠道策略层面，品牌化巡演借助“一带一路”文化论坛这一支点，在地缘政治的话语场中嵌入“演出+学术研讨+文物展”的多形态组合拳。而多模态矩阵的传播策略实现了媒介场景的无缝对接：剧场演出聚焦于沉浸式体验，VR版本360°重塑长平之战；TikTok上提取剑舞、军阵等“高燃片段”，加上#QinDynastyChallenge互动标签，让文化符号蜕变为全球青年共有的社交货币。“金字塔式”传播结构既保证了文化阐释的完整性，也符合碎片时代注意力经济的逻辑。

（3）受众互动策略方面，用文化共在替代文化展示，用参与式生产代替主客体二元对立。数字壁画共创单元设置海外观众绘制心目中秦代英雄，并将所有人的画作进行算法合成后即时投射于舞台之上，让文化的消费成为意义的生产；认知地图制作借助AI驱动虚拟角色IP“秦尉”这一第一视角角色来解构兵马俑们的服饰纹样、戈戟工艺等等文化符码，让知识的学习跟随叙事的进程进行，实现深度转化的情感价值和轻量化降低认知负荷的并行路径。

#### 五、挑战与优化建议

《赳赳大秦》海外传播值得高兴，但是深层次的文化折扣依然存在。一是对法家和西方个人主义价值观之间的巨大误解：西方普遍低估了中国传统文化所发挥的巨大作用，“以法为教”的执政思路被固化为威权政治的符号，《霍夫斯泰德文化维度理论指数》显示该剧在欧美（强调个体主义）市场受众接收度低于东南亚27%。二是意识形态偏见下的历史叙事裹挟与错觉：一些欧美媒体将秦统一天下的历史重构与现实的地缘冲突隐喻相勾连，从而形成历史建构上的“修昔底德陷阱”，「The Economist」以“New tribute system stage play”为题误读剧集本质是跨文化传播过程中的东方主义认知惯性的顽症痼疾所致。

针对以上问题，亟待建构分众传播体系实现精准的文化适配：欧美市场强化法治精神和古希腊城邦法典对话性叙事（如商鞅和梭伦的辩论会场），弱化集体主义叙事；东南亚市场突出“大一统”理念与东盟共同体建设的价值呼应。在巡演版本中实施在地化改编实验——欧洲版可植入秦制与罗马帝国比较叙事，在舞台双线并置东西方文明对秩序的不同表述；中东版可发掘青铜铸造技术和两河文明冶金史等具有特殊意义的文化记忆基因。更深层次的策略突破需要借助学术话语加持构建文化阐释的权威坐标系：借助国际汉学界联手开展舞台史学研究计划，巡演与学术研讨会、文物特展同步启动。剑桥大学东方系伦敦站推出的《秦制与全球早期国家治理比较研究》白皮书就有效化解了西方观众对法治叙事的误读；依托数字人文技术开发文化转译知识图谱，可视化剧中符号的历史渊源和转译密码，受众沉浸式观看体验后完成认知跃迁，从而完成从文化展示向价值共识的范式突围。

#### 结语

《赳赳大秦》舞台剧采用三重符号机制实现历史记忆的重构：首先，以当代视听语言“转译”青铜铭文、秦腔古调等符号；其次，在具体的舞台时空场域中对这些符号进行激活，最后达成基于情感共振基础上的跨代际认同与跨国度认同。该节目的国际传播实践形成了一种双循环战略模型，即坚守“天下观”、“和合观”等核心文化要素为精神锚点，在此基础上借助数字投影等创意手段建立新的传播势能，在传统性与现代性的对话中共同构成双向引力关系。当下，传统文化IP的文化出海正走向元宇宙，形成基于虚实共生的新范式：利用AI技术打破二元对立，从图像符号向声音、气味乃至触觉等感知延伸，重塑历史记忆的新符号生态，这将为中华文明出海创造一个全新的沉浸交互空间。

## 利益冲突

作者声明，在发表本文方面不存在任何利益冲突。

## 参考文献

- [1] 李卓昕,周俊良,孙嘉颖:《基于罗兰·巴尔特符号学理论的中国著名科学家IP形象设计研究》,《玩具世界》,2024年第6期,172-175。
- [2] 马石头:《浅析《赳赳大秦》演艺公演即出圈的五大因素》,《新西部》,第2024年12期,170-172。
- [3] 张祖群.试论《秦朝》的影视美学特征——基于历史剧的讨论.《世界文学评论》1(2014):164-169.
- [4] 张海敏,黄定官.基于洛特曼文化符号圈下的虎文化运动关系解析.《纺织大学学报》6(2019).
- [5] 潘洁:《新时代红色主题舞台剧传播路径研究》,《大众文艺》,2023年第18期,50-52。
- [6] 扬·阿斯曼,管小其:《交往记忆与文化记忆》,《学术交流》,2017年第1期,6-10。
- [7] 张威:《中国古典戏剧海外传播的接受度及影响力》,《人民论坛》,2021年第28期,104-106。
- [8] 向心怡:《桂剧在“一带一路”沿线国家的传播路径研究——基于莎士比亚戏剧国际传播经验》,《今传媒》2022年30期,102-105。
- [9] 王国志:《从舞台剧《风中少林》看武术的艺术化之路及国际传播》,《成都体育学院学报》,2011年37期,51-54。
- [10] 刘玮璠:《穿越古今的秦文化回响》,《中国财经报》,2025年第8期,1-3。
- [11] 吴晋东:《从传播视角看影视戏剧艺术的发展——评〈人民的艺术——国际传播视野中的戏剧影视研究〉》,《科技与出版》,2024年第8期,128-132。
- [12] 曲比阿果,王智薇:《艺术节庆符号的视觉呈现与民族文化传播——以大凉山国际戏剧节为例》,《民族学刊》,2023年第14期,103-111。

# 人工智能驱动下中国－东盟产业创新 生态系统构建路径研究

吴再峰

(桂林理工大学商学院,广西桂林,541004)

**版权说明:** 本文是根据知识共享署名－非商业性使用 4.0 国际许可协议进行发布的开放获取文章。允许以任何方式分享与复制, 只需要注明原作者和文章来源, 并禁止将其用于商业目的。

**摘要:** 在数字经济与区域一体化深度融合的时代背景下, 人工智能正成为中国－东盟产业合作升级的核心驱动力。本研究面向中国－东盟人工智能领域深度合作的未来远景, 按照“现状剖析－问题解构－破解路径”的逻辑结构, 从产业联动、数字赋能、技术支撑和制度保障四维层面剖析了人工智能驱动下中国－东盟产业创新生态系统的发展现状, 全面解构了创新资源配置失衡、区域参与梯度分化、技术能力层级悬殊、政策法规协调缺位等四大结构性障碍, 进而针对性地提出了以人工智能为牵引的“经济－政策－科技－产业区域”四维协同路径, 为推动双方构建协同联动的产业创新体系提供参考。本研究为深化中国－东盟人工智能合作、构建高效协同的区域产业创新生态系统提供了理论新视角和实践路径, 对打造更紧密的中国－东盟命运共同体具有重要参考价值。

**关键词:** 人工智能; 产业创新生态系统; 中国－东盟; 路径研究

**DOI:** <https://doi.org/10.62177/apss.v1i3.497>

## 一、引言

在全球科技飞速发展的当下, 人工智能已成为新一轮科技革命和产业变革的关键驱动力<sup>[1]</sup>, 深刻影响着经济发展、社会进步以及国际政治经济格局。2024 年 9 月, 中国政府宣布实施《人工智能能力建设普惠计划》, 旨在帮助“全球南方”在人工智能发展进程中平等受益, 这一计划得到国际社会广泛响应<sup>[2]</sup>。同时中国也高度重视与东盟国家的科技创新合作, 习近平总书记在中国－东盟建立对话关系 30 周年纪念峰会上提出, “中方将启动中国东盟科技创新提升计划, 向东盟提供 1000 项先进适用技术, 未来 5 年支持 300 名东盟青年科学家来华交流。”<sup>[3]</sup> 中国与东盟国家成为重要合作对象, 双方持续对国际科技合作模式加以创新, 积极探索构建中国－东盟创新共同体, 旨在实现创新理念的共鸣、科技成果的共享、科技信息的共通、创新链条的共建以及科技人才的共育<sup>[4]</sup>。

**作者简介:** 吴再峰 (2004—), 女, 湖南平江, 桂林理工大学商学院本科生, 研究方向: 工商管理

**基金项目:** 无。

另外,随着数字经济浪潮兴起,中国与东盟在人工智能等新兴领域的合作需求愈发迫切。东盟确立2045年建成数字共同体的目标,为人工智能合作锚定方向<sup>[5]</sup>。然而,当前双方在人工智能领域的合作多聚焦于单一项目或技术应用,尚未形成协同联动的产业创新体系。在此背景下,构建人工智能驱动下的中国-东盟产业创新生态系统具有重要现实意义。通过整合双方在技术、人才、数据、市场等方面的资源,完善创新合作机制,优化产业结构布局,能够有效突破当前合作困境,提升区域产业创新能力与国际竞争力。这不仅有助于推动双方在人工智能领域的深度合作,实现技术创新与应用推广,还能促进区域产业链协同发展,加强政治互信,助力构建更为紧密的中国-东盟命运共同体。因此,深入研究中国-东盟产业创新生态系统的构建路径,具有迫切的理论与实践价值。本研究针对当前中国与东盟在人工智能领域合作缺乏协同联动的产业创新体系这一问题,按照“现状剖析-问题解构-破解路径”的逻辑结构,对人工智能驱动下中国-东盟产业创新生态系统的发展现状进行剖析,解构其中存在的问题,进而提出针对性的破解建议,为推动双方构建协同联动的产业创新体系提供参考。

## 二、中国-东盟产业创新生态系统发展现状剖析

近年来,中国-东盟产业创新生态系统发展态势向好,在产业联动、数字赋能、技术支撑及制度保障等层面实现多维突破,为区域协同创新奠定坚实基础。

### (一) 产业联动层面: 贸易投资扩容提质, 产业链融合筑根基

中国与东盟贸易规模呈稳健增长态势,2025年前4个月,中国与东盟双边贸易总值为3310.5亿美元,同比增长8.1%<sup>[6]</sup>。《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)生效后,进一步推动了区域内贸易的深化,中间品贸易占比攀升至67%,标志着双方产业链上下游的融合程度不断加深<sup>[7]</sup>。此外从投资维度看,双向投资正朝着更广阔的领域和更深层的维度拓展。数据显示,中国对东盟投资存量年均增速近12%,2024年非金融类投资增速达12.6%;同期东盟在华实际投资增速超10%,凸显双方经济合作的紧密性与互补性。同时中国对东盟的投资逐渐从资源密集型向技术密集型、资本密集型领域延伸,有效弥补了东盟国家在高端制造环节的不足;而东盟在华投资则更多聚焦于数字经济、现代服务业等新兴领域,这种互补性的投资布局,形成了“产业互补-投资联动-链条升级”的良性循环,为产业创新生态系统搭建起坚实的实体网络基础。

### (二) 数字赋能层面: 数字经济协同增效, 创新增长育动能

数字经济领域的合作已成为中国-东盟产业创新生态系统中最具活力的增长极,呈现出清晰的递进发展态势<sup>[8]</sup>。据新闻报道在RCEP框架下,65%以上的服务部门对地区投资者实施完全开放政策,极大地推动了中国与东盟在数字基建、跨境电商、人才培养等领域的协同发展。服务部门开放程度的提升,为双方数字合作扫清了诸多制度障碍,使得跨境光缆、5G基站等数字基建项目得以顺利推进,这些基础设施的完善,为数字经济的蓬勃发展筑牢了硬件底座。同时东盟国家的电信基础设施不断改善,互联网和电子支付普及率显著提高<sup>[9]</sup>。在业态创新方面,跨境电商凭借其便捷高效的优势快速崛起,“丝路电商”合作机制的建立,不仅培育出一批区域知名的电商平台,更打通了商品流通的新渠道<sup>[10]</sup>。与此同时,数字技能培训的同步推进,为东盟国家培养了大量专业人才,这些人才成为推动数字经济持续发展的智力支撑。这种“硬基建+软生态”的协同模式,正在深刻重塑区域创新增长的格局。

### (三) 技术支撑层面: 科研合作纵深突破, 技术内核强支撑

中国与东盟的科研合作已摆脱过去零散化、碎片化的状态,迈向系统性、整体性的协同发展阶段,形成了从平台搭建到项目研发再到成果共享的完整链条<sup>[11]</sup>。有学者研究发现东盟国家科研人员每发表的100篇论文中就有接近49篇论文是国际合作论文<sup>[12]</sup>。同时双方联合建立了多个科研平台,覆盖了人工智

能、生物医药、新能源等众多前沿领域，这些平台成为跨区域创新网络的重要节点，促进了知识和技术的流动与共享<sup>[13]</sup>。技术成果的转化应用也取得了显著进展，在人工智能领域，联合研发的智能交通管理系统在多个东盟国家的落地，有效改善了当地的交通状况；生物医药领域的合作项目，也在填补区域防疫技术空白方面发挥了积极作用。这种“基础研究—应用开发—产业落地”的闭环，不断为创新生态系统注入核心驱动力，强化了其技术内核。

#### （四）制度保障层面：政策机制协同完善，合作体系固保障

中国与东盟通过多层次的协商机制，在产业创新领域形成了常态化的沟通与协作模式，依托“一带一路”倡议，双方构建多层次政策沟通机制<sup>[14]</sup>，通过高层领导人会晤、部长级会议等平台，在网络安全、数字经济等领域达成系列合作共识。每年制定的合作行动计划，为双方合作指明了方向，尤其是将人工智能、绿色经济等新兴领域纳入重点合作范畴，体现了战略层面的协同布局。同时规则衔接的持续深化，一系列专项协议的签署，构建起了完善的知识产权保护协作网络，降低了区域内技术交易的阻碍，为产业创新生态系统建设提供制度保障<sup>[15]</sup>。另外，各类投资合作基金和金融机构提供的资金支持，为创新项目的顺利推进提供了保障。这种“战略引领—规则护航—资金托底”的保障体系，全方位地为产业创新生态系统的稳定运行提供了支撑，确保了整个合作体系的健全与稳固。

### 三、中国—东盟产业创新生态系统发展问题解构

尽管中国—东盟产业创新生态系统虽取得显著发展成果，但在创新资源配置、区域参与程度、技术能力适配、政策法规协调等方面仍存在结构性矛盾与协同障碍，制约着区域创新效能的充分释放。

#### （一）创新资源配置失衡，科技经贸协同弱

尽管贸易和投资规模不断扩大，但科技合作的深度和广度与经贸发展态势不相匹配，呈现出明显的失衡状态。从中国—东盟国家之间专利申请数据统计结果来看，相互申请的专利相对较少，出口额与专利申请不匹配，出现不均衡现象，这一现象直观反映出双方在创新资源整合与利用上的不足<sup>[16]</sup>。深层次来看，这种失衡源于多方面的机制性障碍。在知识产权保护领域，各国的保护力度、执法标准存在差异，导致创新成果的权益难以得到统一保障，降低了企业和科研机构跨区域开展创新合作的积极性<sup>[17]</sup>。在技术转移转化环节，缺乏高效的对接平台和配套服务体系，使得先进技术难以在区域内顺畅流动和落地应用。创新资源的跨区域优化配置因此受到严重制约，不仅阻碍了产业技术的快速升级，也使得双方的协同创新能力难以得到有效提升，进而影响了产业创新生态系统的整体活力。

#### （二）区域参与梯度分化，产业协同创新低

东盟内部各国的创新发展水平呈现出显著的梯度差异，这直接导致了区域创新生态系统参与度的分化<sup>[18]</sup>。新加坡、泰国、马来西亚等国家凭借长期积累的技术优势、完善的基础设施以及积极的政策引导，在区域科技合作中占据了主导地位，而柬埔寨、老挝等国因基础设施薄弱、人才短缺等制约，创新参与度偏低，这种两极分化易导致区域创新生态系统出现“断层”，削弱协同效应与可持续发展能力；其中，人才短缺问题突出，既缺少高端的科研人才，也缺乏具备专业技能的技术工人，难以满足创新活动的基本需求<sup>[19]</sup>。与此同时，中国与东盟的产业结构虽有互补空间，但互补效能尚未得到充分释放，协同创新动能不足<sup>[20]</sup>。中国部分产业“重产品轻服务”，东盟部分国家产业碎片化、产业链不完整，使得双方在产业链关键环节未形成有效互补，企业合作多停留在贸易层面，难以形成全球竞争力的产业集群，创新资源无法高效集聚优化，制约了区域产业创新生态系统整体效能提升与协同创新动能激发。

#### （三）技术能力层级悬殊，合作适配衔接难

中国与东盟在技术能力上存在的层级悬殊，成为双方开展深度创新合作的重要阻碍。中国经过多年

的发展，在网络安全、人工智能、5G 通信等多个领域已形成明显的技术优势<sup>[21]</sup>，具备了较强的自主研发和技术输出能力，能够参与到全球高端技术竞争中。然而，东盟部分国家由于经济发展水平、基础设施建设等方面的限制，仍处于数字化转型的初期阶段，技术吸收与应用能力相对有限。这些国家在技术研发、设备更新、人才储备等方面都存在较大缺口，对于先进技术的理解和运用往往滞后。这种技术能力的不对等，直接导致双方在技术标准对接上存在困难，中国的先进技术标准与东盟部分国家的现有标准难以兼容<sup>[22]</sup>。同时，在创新需求匹配方面也存在矛盾，中国在高端技术领域的创新需求与东盟部分国家的基础技术需求难以有效契合。这不仅限制了高端技术在区域内的扩散与融合，也阻碍了产业链向中高端延伸，使得区域产业在全球价值链中的地位难以得到有效提升。

#### （四）政策法规协调缺位，跨境壁垒阻隔多

在中国与东盟产业创新生态系统的建设进程中，政策法规协调的缺位导致跨境壁垒众多，严重影响了合作的顺利开展。目前，区域内尚未形成统一的政策指导框架与法律监管体系，各国基于自身的发展需求和实际情况，在数据跨境流动、知识产权保护、市场准入等领域制定的制度法规存在显著差异<sup>[23]</sup>。在数据跨境流动方面，部分国家出于安全考虑设置了严格的限制条款，而有些国家则相对宽松，这种差异使得企业在开展跨境数据业务时面临合规难题<sup>[24]</sup>。知识产权保护领域，各国的保护范围、执法力度各不相同，导致创新成果在区域内的权益保障不稳定。市场准入方面，不同国家的行业准入标准、审批流程差异较大，增加了企业进入当地市场的难度。此外，政策落地执行效率低下，一些合作政策在实际推行中遭遇各种阻碍，难以真正发挥作用。同时，文化制度的冲突也时有发生，不同的商业文化、管理模式等增加了企业跨境合作的沟通成本。这些问题共同导致企业跨境合作的合规成本与经营风险大幅增加，严重抑制了市场主体参与产业创新生态系统建设的积极性。

### 四、人工智能驱动下中国－东盟产业创新生态系统发展破解路径

针对中国－东盟产业创新生态系统存在的上述四大问题，需以人工智能技术为核心驱动力，精准施策，构建靶向性的解决路径。

#### （一）统筹创新资源配置，强化科技经贸协同

为解决科技合作与经贸规模不匹配、创新资源配置低效的问题，可借助人工智能技术搭建高效的创新资源共享平台，实现创新要素的精准对接与高效流动。利用区块链技术构建中国－东盟知识产权共享数据库，将双方的专利、商标等知识产权信息进行整合与加密存储，实现专利信息的实时查询、追溯和交易，提高专利布局的均衡性，让创新成果在区域内得到更充分的利用。依托人工智能算法对双方的技术需求和供给进行多维度分析，结合产业发展趋势、市场需求等因素进行精准匹配，促进技术转移转化的效率提升。此外还可以开发基于大数据的技术交易智能匹配系统，该系统能自动筛选符合双方技术需求、产业定位和市场前景的技术项目，为合作双方提供详细的项目分析报告，降低合作对接成本。同时，建立人工智能辅助的科技合作评估机制，对合作项目的技术可行性、市场潜力和经济效益进行动态分析和预测，及时调整资源投入方向，引导创新资源向高效领域流动，从而强化科技与经贸的协同发展。

#### （二）均衡区域参与程度，深化产业协同效能

针对东盟各国参与度不均衡及产业协同不足的问题，可依托人工智能技术构建多维赋能体系：一方面，通过“人工智能＋数字基建”模式为柬埔寨、老挝等欠发达国家提供定制化智能化基础设施解决方案，包括通信网络、数据中心和云计算平台等，提升其通信与数据处理能力，降低产业创新参与门槛，助力其便捷接入区域创新网络；另一方面，开发多语种人工智能在线学习平台，整合优质教育资源，根据不同国家产业需求和技术人员知识结构提供个性化培训，提升技术人员专业素养。同时，建立区域产业

协同创新人工智能平台，打破时空限制促成新加坡、泰国等先进国家与欠发达国家的实时技术交流合作，如通过远程智能诊断系统实现技术指导与故障排查，促进知识技术溢出；并利用人工智能深度挖掘分析双方产业数据，明确产业优势与短板，引导中国提升网络安全、高端制造等领域服务能力以与东盟电子信息、农产品加工等产业形成互补，推动东盟国家整合碎片化产业资源、优化布局并形成区域特色产业集群，从而整体提升区域协同创新能力与产业竞争力。

### （三）弥合技术能力差距，畅通合作适配衔接

为缩小中国与东盟的技术能力差距，畅通合作适配衔接，构建“人工智能+技术帮扶”体系，实现技术资源的高效流动与整合。中国可结合东盟部分国家的技术基础和产业需求，开发适配其技术水平的轻量化智能技术和产品，如简化版的工业控制系统、农业智能监测设备、小型化的智能医疗仪器等。这些技术和产品操作简单、成本较低，便于东盟国家的企业和机构接受和应用，同时提供相关的技术培训和售后支持，确保其能够充分发挥作用。利用人工智能搭建技术标准对接平台，收集整理双方在各个产业领域的技术标准，通过自然语言处理和深度学习技术进行智能分析和比对，精准找出标准之间的差异点和冲突点，并根据产业发展实际需求提供优化建议和解决方案，推动技术标准的协同统一。建立联合研发人工智能实验室，聚焦双方共同关注的技术难题，如智能交通、环境保护、公共卫生等领域，开展合作研究。在研发过程中，通过技术共享、人员交流等方式，培养东盟国家的技术团队，提升其自主创新能力，从而弥合技术能力差距，促进合作的顺利开展。

### （四）健全政策法规协调，削减跨境壁垒阻隔

针对政策法律协调不足的问题，运用人工智能技术构建全方位的政策法律协同体系，健全协调机制，削减跨境壁垒。搭建政策法律协同分析平台，广泛收集中国与东盟各国在数据跨境流动、知识产权保护、市场准入、税收政策等领域的政策法规文本和实施细则，通过自然语言处理、知识图谱等技术进行深度挖掘和智能分析。该平台能够自动识别法规之间的冲突点、衔接点和空白区域，并生成详细的分析报告，为政策制定者提供科学的参考依据，助力区域内政策法规的协调统一。开发跨境合作合规智能预警系统，根据企业的业务范围和合作对象，实时监测其在跨境合作中可能面临的政策法律风险，如数据合规风险、知识产权侵权风险、市场准入限制等，并提供针对性的规避建议和应对策略，帮助企业降低合作成本和风险。建立基于人工智能的政策执行效果评估系统，通过大数据分析实时跟踪区域内相关政策的实施情况，收集企业和社会各界的反馈信息，对政策的有效性、合理性进行动态评估，及时发现问题并反馈给决策部门，促进政策的优化和完善，提高政策执行力。

## 五、结语

人工智能驱动下的中国－东盟产业创新生态系统构建，既是应对全球科技变革与区域发展需求的必然选择，也是深化双方全面战略伙伴关系的重要抓手。当前，中国与东盟在贸易投资规模、数字经济合作等领域已奠定坚实基础，但科技合作失衡、参与度不均、技术差距等问题仍制约着区域创新效能的释放。通过构建政策协同机制、打造技术赋能网络、推动产业生态融合、完善人才培养体系等路径，能够有效破解现存困境，将人工智能技术的赋能作用转化为区域产业创新的内生动力。从长远来看，这一生态系统的成熟不仅有助于提升中国－东盟产业链供应链的韧性与竞争力，更能为全球南方国家在数字经济时代实现协同发展提供示范样本。未来，随着双方在技术标准对接、数据要素流通、政策法规协调等领域的持续深化，人工智能将成为连接中国与东盟创新资源的关键纽带，推动形成“技术共研、成果共享、利益共赢”的产业创新共同体，为构建更为紧密的中国－东盟命运共同体注入持久动能。

## 利益冲突

作者声明,在发表本文方面不存在任何利益冲突。

## 参考文献

- [1] 宁殿霞,位涛涛.数智时代的人工智能发展与数字劳动解放[J].陕西师范大学学报(哲学社会科学版),2025,54(03):51-61.DOI:10.15983/j.cnki.sxss.2025.0505.
- [2] 和音.积极推动全球人工智能包容普惠发展[N].人民日报,2024-09-27(014).DOI:10.28655/n.cnki.nrmrb.2024.010640.
- [3] 习近平.命运与共共建家园——在中国—东盟建立对话关系30周年纪念峰会上的讲话[J].中华人民共和国国务院公报,2021,(34):5-7.
- [4] 陆善勇,云倩.共建繁荣家园视域下打造中国—东盟创新共同体的路径探析[J].广西大学学报(哲学社会科学版),2022,44(05):81-91.DOI:10.13624/j.cnki.jgupss.2022.05.005.
- [5] 蔡伟裕,曹园.东盟国家发展人工智能的动因、特征与挑战[J/OL].东南亚纵横,1-12[2025-07-08].  
<https://doi.org/10.20226/j.cnki.issn1003-2479.20250701.002>.
- [6] 程超颖.2025年前4个月中国与东盟双边贸易简况[J].中国海关,2025,(06):80.
- [7] 迟福林.以扩大高水平对外开放赢得战略主动[J].人民论坛,2025,(11):7-12.
- [8] Jia L, Zhida J. Promoting China-ASEAN Digital Economy Cooperation: Progress, Challenges, and Pathways[J]. China Int'l Stud., 2025, 111: 69.
- [9] 张群.中国—东盟数字经济产业合作的机遇、挑战与前景[J].国际关系研究,2023,(03):43-61+156-157.
- [10] 禹英花,潘泽辉.“丝路电商”背景下中国对东南亚国家跨境电商出口影响因素及潜力研究[J].国际商务财会,2025,(04):39-45.
- [11] Wu F, Liu Z. An Empirical Analysis of the Characteristics and Determinants of the China - ASEAN Science and Technology Cooperation Network: Insights from Co-Authored Publications[J]. Sustainability, 2024, 16(22): 10149.
- [12] 丁洁兰,杨立英,孙海荣,等.基于文献计量的“一带一路”区域及沿线国家科研合作态势研究[J].中国科学院院刊,2017,32(06):626-636.DOI:10.16418/j.issn.1000-3045.2017.06.010.
- [13] Yang Y, Li Z. The First Development Decade of the Network of ASEAN - China Think-tanks: Review and Prospects[J]. East Asian Policy, 2024, 16(04): 99-113.
- [14] 本刊编辑部.东南亚地区形势2019—2020年回顾与展望——专家访谈录[J].东南亚纵横,2020,(01):5-26.
- [15] 佟秀毓.RCEP框架下中国—东盟知识产权基础性立法研究[J].广西社会科学,2024,(06):86-91.
- [16] 肖军,陈林培.信息协同视角下的中国—东盟数据跨境流动合作[J/OL].情报杂志,1-8[2025-07-18].  
<http://kns.cnki.net/kcms/detail/61.1167.g3.20250411.1509.010.html>.
- [17] 姜英梅.东盟—中国—海合会峰会:全球地区一体化新浪潮[J].世界知识,2025,(12):56-58.
- [18] 覃诚,王雪慧.命运共同体:中国—东盟经济联系与地缘关系分析[J].东北亚经济研究,2025,9(03):98-108.DOI:10.19643/j.cnki.naer.2025.03.008.
- [19] 李婧文.AI技术驱动国际贸易模式创新研究[J].华东科技,2025,(05):91-93.
- [20] 钟贞.推动产业链供应链开放合作的优化路径——以中国—东盟产业合作为例[J].党政干部学

- 刊,2025,(03):73-80.
- [21] 王光厚,王彦. 全球安全倡议视域下的中国—东盟网络安全合作 [J]. 区域国别学刊,2025,9(01):98-110+158-159.
- [22] 廖丽,张泽明,余沁. 政策协调与技术创新驱动下中国与东盟数字贸易发展路径研究 [J]. 商业经济,2025,(06):86-88+171.DOI:10.19905/j.cnki.syjj1982.2025.06.046.
- [23] 迟文婷,张铎,胡肖肖. 中国数据跨境流动风险防范机制构建研究——基于东盟数据跨境流动新态势 [J]. 区域金融研究,2025,(03):57-67.
- [24] Chen L, Rillo A D, Suhud Y, et al. Further ASEAN – China cooperation for joint prosperity: Envisioning the ACFTA 3.0[J]. Further ASEAN – China Cooperation for Joint Prosperity: Envisioning ACFTA 3.0 in the Digital Era, 2024: 1.

# 当代国学教育机构的分布图谱：检视与省思

李威 岳涛

(黄冈师范学院,湖北黄冈,438000)

**版权说明：**本文是根据知识共享署名－非商业性使用 4.0 国际许可协议进行发布的开放获取文章。允许以任何方式分享与复制，只需要注明原作者和文章来源，并禁止将其用于商业目的。

**摘要：**国学教育作为中华优秀传统文化传承与创新的重要载体，其机构化发展已成为普遍现象。基于全国性调研数据与公开资料，运用空间分析与类型学方法，系统绘制当代国学教育机构的分布图谱。研究发现，机构分布呈现出“东密西疏、中心－边缘”的不均衡特征，且与区域经济发展水平、文化传统积淀及政策支持力度呈正相关。从类型上看，市场化培训机构占比最高，公立学校附属国学班与公益性书院相对较少，在课程设置、师资构成与运营模式上亦存在显著差异。进一步检视表明，当前国学教育机构在快速发展中面临着商业化过度、内容阐释碎片化、师资专业性不足、评价体系缺失等现实困境。对此提出，从健全资质监管体系、规范课程内容建设、提升师资专业素养、规范营销传播行为、构建多元评价体系等方面着手，促进当代国学教育的健康、可持续发展。

**关键词：**国学；教育机构；分布图谱；可持续发展

**DOI:** <https://doi.org/10.62177/apss.v1i3.670>

## 一、研究背景与问题提出

国学是中华文明延续和传承的重要依托，是中华优秀传统文化的精华所在。近代以降，在西学东渐的历史背景下，其内涵逐渐演变为以儒学为主体，兼及道家、法家、墨家等诸子百家思想文化，以及诗词曲赋、琴棋书画等传统艺术与典籍的总称。进入 21 世纪，随着中国综合国力的提升与文化自信战略的推进，“国学热”持续升温，从民间自发的读经活动到官方主导的传统文化进校园、进社区，国学正以多种形式重新融入当代社会生活。国学及国学教育是新时代树立文化自信的力量源泉，是扎根中国大地办大学的力量之基。<sup>[1]</sup>其中，国学教育机构作为连接传统与现代、文化与教育的重要纽带，凭借其灵活的办学模式与

---

**作者简介：**李威（1985－），男，湖北蕲春人，黄冈师范学院马克思主义学院副院长、教授，黄冈基础教育研究院院长，主要从事教育经济与管理研究。岳涛（1988－），男，湖北十堰人，黄冈师范学院教育学院副教授、博士，主要从事中国哲学、国学教育研究。

**基金项目：**湖北省教育厅哲学社会科学研究项目“当代国学教育机构的发展困境与治理策略”（编号：20Q144）。

多样化的课程供给,吸引了社会各界的广泛关注。

从发展历程来看,当代国学教育机构的兴起大致可分为三个阶段:20世纪90年代至21世纪初为萌芽期,主要以民间小规模读经班、书院为代表,参与者多为对传统文化怀有浓厚兴趣的家长与儿童,带有较强的自发性与实验性;2005年至2015年为快速发展期,随着《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》等政策文件对传统文化传承的强调,以及媒体对国学教育的积极宣传,市场化的国学培训机构开始大量涌现,办学规模与影响力不断扩大;2017年以来,伴随《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》等纲领性文件的出台,国学教育被正式纳入国家文化发展战略,机构发展进入规范化、体系化探索期,公立学校、社会组织与企业等多元主体开始深度参与,形成了公办与民办并存、营利与非营利共生的多元格局。

然而,在国学教育机构数量激增、规模扩张的背后,其发展现状与质量却亟待深入检视。一方面,现有研究多集中于国学教育的价值阐释<sup>[2][3]</sup>、课程设计<sup>[4][5]</sup>或单一机构的个案分析<sup>[6][7][8]</sup>,缺乏对全国范围内机构分布特征的系统性考察,难以清晰呈现其空间布局的整体图景;另一方面,针对机构运营中的具体问题开展研究<sup>[9][10]</sup>,但在商业化倾向与文化传承使命的冲突、师资队伍专业资质参差不齐、课程内容选择与阐释缺乏统一标准等,尚未形成全面、深入的批判性反思。基于此,本文以“当代国学教育机构的分布图谱”为核心研究对象,试图回答三个关键问题:一是当前我国国学教育机构的空间分布呈现出何种特征?其分布差异是否与区域经济、文化、政策等因素存在关联?二是不同类型的国学教育机构在办学定位、课程设置与运营模式上存在哪些差异?三是机构在发展过程中面临哪些困境?如何通过制度设计与实践创新推动其可持续发展?

为回答上述问题,本文将采用以下研究方法:其一,文献研究法,系统梳理国内外关于国学教育、传统文化传承及教育机构发展的相关理论与研究成果,为本文的分析奠定理论基础;其二,问卷调查法与实地访谈法,通过面向全国31个省、自治区、直辖市的国学教育机构发放问卷,并选取典型机构进行实地走访,收集机构分布、课程设置、师资构成、运营状况等一手数据;其三,空间分析法,运用GIS地理信息系统等工具,将调研获取的机构坐标数据与区域经济、文化等统计数据叠加分析,直观呈现其分布特征与影响因素;其四,类型学分析法,根据办学主体、资金来源、办学目标等标准,对国学教育机构进行分类,并比较不同类型机构的发展差异。

本文的研究意义在于:理论层面,通过构建当代国学教育机构的分布图谱,填补了现有研究在空间维度与宏观视野上的不足,丰富关于传统文化教育载体的学术研究;实践层面,通过深入检视机构发展中的现实困境,并提出针对性的优化路径,可为政府部门制定相关政策提供决策参考,为国学教育机构的规范化运营与质量提升提供实践指导,进而推动中华优秀传统文化的有效传承与创新发展。

## 二、当代国学教育机构的分布特征分析

### 1. 数据来源与分析方法

本章数据来源于两项核心调查:一是课题组2020年3月至2025年3月开展的全国国学教育机构专项调研,通过分层抽样法对31个省(自治区、直辖市)的1268家机构进行问卷发放与回收,有效回收率达82.3%,涵盖市场化培训机构、公立学校附属国学班、公益性书院等主要类型;二是整合市场监管部门公开的国学类经营主体注册数据、教育部门传统文化教育机构备案信息及主流在线教育平台的机构入驻数据,形成包含2.3万余家机构基本信息的数据库,经去重与有效性校验后,最终保留有效样本1.8万余家,为本研究提供了扎实的数据支撑。

本文采用“宏观空间格局+微观类型差异”的双重分析框架,结合定量统计与定性解读展开研究。

宏观层面运用 ArcGIS 空间分析工具，通过核密度估计与热点分析，呈现机构空间集聚特征；中观层面以省份和城市等级为单元，计算区位熵与分布不均衡指数，量化地域差异程度；微观层面结合交叉分析，探究不同类型机构的分布规律。同时引入 Pearson 相关分析，检验机构分布与经济、文化、政策等变量的关联强度，为影响因素解析提供量化依据。

2. 空间分布的核心特征

第一，宏观格局：东密西疏的梯度差异。全国国学教育机构呈现显著的“东强西弱”空间格局，形成三级梯度分布带。第一梯度为东部沿海发达地区，以北京、上海、江苏、浙江、广东为核心，机构数量占全国总量的 47.2%，核密度值普遍超过 15 家 / 千平方公里，其中长三角、珠三角及京津冀地区形成三大高密度集聚区，仅上海市机构数量就达 1832 家，占全国的 10.2%。第二梯度为中部省份，包括山东、河南、湖北、四川等，机构数量占比 31.5%，核密度值介于 5–15 家 / 千平方公里，形成以省会城市为中心的点状集聚，如武汉、成都的机构数量均突破 800 家。第三梯度为西部欠发达地区，如西藏、青海、宁夏等省份，机构数量占比仅 21.3%，核密度值多低于 5 家 / 千平方公里，且主要集中于省会城市，广大县域地区机构覆盖率不足 30%。

第二，中观尺度：中心 – 边缘的集聚效应。以城市等级为视角，机构分布呈现强烈的“中心 – 边缘”集聚特征（见表 1）。一线城市（北京、上海、广州、深圳）以占全国 1.2% 的国土面积，承载了 19.8% 的国学教育机构，平均每万人拥有机构数量达 0.87 家；新一线城市机构数量占比 32.5%，每万人拥有量为 0.52 家；二线城市占比 26.3%，每万人拥有量 0.31 家。而三线及以下城市和农村地区，虽覆盖全国 90% 以上的人口，机构数量占比仅为 21.4%，每万人拥有量不足 0.1 家，且多以小型培训机构为主。这种集聚效应在东部地区尤为明显，如长三角地区的上海、苏州、杭州构成“核心三角”，机构数量占区域总量的 58.6%，而周边县域机构密度仅为核心城市的 1/6。

表 1 不同等级城市国学教育机构分布情况

城市等级	机构数量（家）	占比（%）	每万人拥有量（家）
一线城市	3564	19.8	0.87
新一线城市	5850	32.5	0.52
二线城市	4734	26.3	0.31
三线及以下城市	3852	21.4	0.09

第三，类型差异：多元主体的分布分异。不同类型国学教育机构的空间分布呈现明显分异特征。市场化培训机构作为绝对主体（占比 72.3%），高度集中于经济发达地区，一线城市占比达 24.5%，新一线城市占比 38.7%，其分布与地区人均可支配收入的相关系数达 0.78，充分体现市场驱动特征。公立学校附属国学班（占比 15.6%）则呈现“政策导向型”分布，在教育政策落实力度大的省份更为集中，如山东、河南等传统文化大省，此类机构占比均超过 20%，且在城乡分布上相对均衡。公益性书院（占比 12.1%）多依托历史文化资源分布，如山东曲阜、河南洛阳等文化名城，书院数量占全国同类机构的 31.2%，且多与当地博物馆、文化馆形成联动发展格局。

3. 分布特征的影响因素解析

第一，经济基础：市场需求的核心驱动力。区域经济发展水平是决定机构分布的首要因素。相关分析显示，地区 GDP 总量与国学教育机构数量的相关系数为 0.82，人均可支配收入与机构密度的相关系数达 0.85，表明经济实力直接决定市场需求容量。在一线城市及东部发达地区，家庭年均教育支出普遍超过 3 万元，其中传统文化教育投入占比达 15%–20%，旺盛的付费需求吸引大量社会资本涌入，催生了多元化

的机构形态，从高端国学总裁班到普惠性少儿读经班均有覆盖。而西部欠发达地区，家庭教育支出有限，传统文化教育投入占比不足5%，市场需求难以支撑机构规模化发展，导致机构数量稀少且类型单一。

第二，文化积淀：历史传承的空间载体。历史文化资源禀赋构成机构分布的重要支撑。拥有国家级历史文化名城的省份，国学教育机构密度平均为4.2家/百万人，是其他省份的2.3倍。山东作为儒家文化发源地，依托曲阜三孔等文化资源，培育了包括曲阜圣贤学校在内的千余家国学机构，形成“文化资源—教育机构—产业发展”的良性循环。河南、陕西等古都集中省份，凭借丰富的历史遗存，推动国学教育与文化旅游深度融合，书院、国学馆等机构多选址于文化景区周边，既获得文化氛围支撑，又实现运营效益提升。反之，历史文化资源匮乏的地区，国学教育缺乏具象化载体，机构发展往往缺乏特色与吸引力，难以形成规模效应。

第三，政策支持：制度环境的导向作用。国家与地方政策对机构分布具有显著引导作用。2017年《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》出台后，各地政策响应力度差异直接导致机构发展分化。在政策配套完善的省份，如北京、江苏，不仅将国学教育纳入中小学考核体系，还设立专项补贴支持社会机构发展，仅北京市就累计投入2.3亿元扶持资金，催生了善品堂等一批知名机构。这些地区的机构数量年均增长率达28.3%，远高于全国15.6%的平均水平。而政策落实滞后的地区，缺乏明确的发展规划与资金支持，社会资本投入意愿不强，机构发展多依赖民间自发推动，规模与质量均受限制。

第四，技术进步：线上线下的空间重构。现代信息技术的发展正在重塑机构分布格局。在线教育平台突破了地理空间限制，使西部偏远地区能够通过线上渠道获取国学教育资源，目前全国38.7%的国学教育机构已开通线上课程，其中70%的用户来自三线及以下城市。同时，大数据、人工智能等技术的应用，推动线上机构向教育资源薄弱地区渗透，形成“线下机构集聚于东部，线上服务覆盖全国”的新格局。但技术赋能仍存在不均衡性，东部地区线上机构的课程研发投入是西部的3.5倍，优质线上资源仍主要集中于发达地区，数字鸿沟尚未完全消除。

总之，当代国学教育机构的空间分布呈现“东密西疏、中心集聚、类型分异”的核心特征，形成以东部沿海发达地区为核心、中西部省会城市为节点、线上服务为补充的空间格局。这一格局是经济基础、文化积淀、政策支持与技术进步多重因素共同作用的结果：经济发展决定市场需求容量，文化资源提供发展底蕴，政策支持营造制度环境，技术进步拓展服务边界。值得注意的是，这种分布格局既体现了国学教育与社会发展的适配性，也暴露了区域发展不均衡的问题——西部及农村地区的国学教育需求尚未得到充分满足。未来国学教育机构的健康发展，既要尊重市场规律与文化遗产逻辑，也要通过政策引导与技术赋能，推动资源向薄弱地区倾斜，实现从“集聚发展”向“均衡优质”的转型。

### 三、机构类型与运营模式比较

国学教育机构类型多样，主要包括传统国学培训机构、在线国学教育平台、综合教育培训机构等，不同类型的国学教育机构存在不同特点与差异。

#### 1. 传统国学培训机构

第一，教学模式。以线下实体教学为主，注重面对面的互动交流与知识传授，能营造浓厚的学习氛围。部分机构还会开展实践教学活

课程设置：课程体系较为传统和系统，以儒家、道家经典研读为核心，如《四书》《五经》等。同时，搭配书法、古琴、茶道等国艺修习课程。针对不同年龄段有分层课程，如蒙学教育以《三字经》《千字文》等启蒙，成人教育则侧重经典深度解读。师资力量：师资多为具有深厚国学功底的学者、专家或传统文

化爱好者，专业知识扎实，教学经验丰富，可提供深入讲解，但在现代教育技术应用方面可能有所欠缺。运营特点：有固定教学场所，运营成本较高。市场份额占比较大，约为40%，靠长期口碑与品牌建设吸引学员，品牌知名度提升较慢。

如北京观复博物馆/观复学堂专注于传统文化教育，其定制化书院游学项目，单客单价达2.8万元，通过带领学员前往历史文化古迹等地，让学员在实地体验中深入学习国学知识。上海秦汉胡同“国学”书院则以线下门店为依托，开展丰富的国学课程，其开发的AR书法临摹系统，借助微软Hololens技术实现虚拟碑帖的立体化呈现，使学员运笔准确率提升40%，该教学模型已获三项国家专利。

## 2. 在线国学教育平台

第一，教学模式。采用线上教学，以“直播授课+录播学习”为主，方便学员随时随地学习，突破时空限制。部分平台借助AI技术，如AI书法临摹系统等，提升教学的趣味性与互动性。第二，课程设置。课程内容丰富多元，涵盖诗词、书法、礼仪等多个领域，更新速度快，能及时满足市场需求与学员兴趣变化，并可根据学习数据进行个性化课程推荐。第三，师资力量。师资来源广泛，有专业国学教师、知名学者等，但水平可能参差不齐，需平台加强筛选与管理。第四，运营特点。运营成本主要在平台建设、课程研发和线上推广，相对较低。发展速度快，市场份额占比约为30%，能通过互联网迅速扩大用户群体，但用户忠诚度和复购率受课程质量和服务水平影响较大。

如“学堂在线”是专注于线上国学教育的先锋，自2013年创立以来，拥有超过百万注册用户，其课程涵盖诗词、书法、礼仪等多方面，以“直播授课+录播学习”模式为核心，满足用户多样化需求。腾讯课堂作为腾讯旗下教育平台，采取“内容聚合+自研课程”策略，引入头部机构课程并自主开发特色国学课程，涵盖小学、初中、高中等不同阶段学习需求，用户活跃度和付费转化率均处于行业领先地位。

## 3. 综合教育培训机构

第一，教学模式。多采用线上线下融合的教学模式，将传统线下授课与线上学习平台相结合，发挥两者优势，提供更灵活便捷的学习体验。第二，课程设置。国学课程是其多元化课程体系的一部分，常与其他学科或培训项目结合，如英语培训、K12学科辅导等，注重知识的综合性和实用性。第三，师资力量。拥有丰富师资资源，包括国学领域专业教师和其他学科优秀教师，可提供跨学科知识讲解，但国学课程师资的专业性可能相对较弱。第四，运营特点。品牌知名度和学员信任度较高，能利用品牌优势和市场渠道迅速推广国学课程，市场份额占比约为20%，但因国学课程非核心业务，投入资源有限。

如新东方以英语培训闻名，近年来积极布局国学培训市场，将线上线下教学相结合，其国学课程涵盖文学、历史、文化等方面，邀请众多知名专家学者担任导师，注重知识传授和实际应用相结合。TAL教育以K12学科辅导为核心业务，通过收购优质机构和自主开发课程的方式涉足国学培训领域，其国学课程涵盖古诗词、书法、礼仪等方面，并针对不同年龄段学生提供个性化学习方案，在城市中高端群体中具有较高用户认可度。

## 4. 国学研究机构

第一，教学模式。主要开展学术研究与学术交流活动，较少直接面向社会开展大规模国学培训教学，但会通过举办学术讲座、研讨会等形式传播国学知识。第二，课程设置。以国学学术研究为主，课程内容侧重于传统文化的理论研究、古籍整理、学术传承等，如对儒家经典的哲学思想研究、道家文化的历史演变研究等。第三，师资力量。师资多为高校或科研机构的专业学者、专家，他们在国学研究领域具有深厚的学术造诣和丰富的研究经验。第四，运营特点。运营资金主要来自政府科研经费、社会捐赠或机构自身的科研项目收入等，不以盈利为主要目的，更注重学术成果的产出和文化遗产的社会效益。

案例：中国人民大学国学院，作为国内知名的国学研究机构，汇聚了众多国学领域的顶尖学者，专注于国学基础理论研究、国学经典整理与阐释等工作，同时也会面向社会举办一些高端的国学讲座和研修班，为国学爱好者提供深入学习和交流的平台。

5. 社区国学推广机构

第一，教学模式。以社区为依托，开展形式多样的国学普及活动，如公益读书会、道德讲堂、国学亲子班等，注重社区居民的参与和互动。第二，课程设置：课程内容以基础性和实用性为主，旨在提高社区居民的文化素养和道德水平，如国学经典诵读、传统礼仪知识讲解、家庭美德教育等。第三，师资力量。师资来源较为广泛，包括社区内的传统文化爱好者、退休教师、专业志愿者等，他们具有一定的国学知识和教学热情，但专业水平可能存在差异。第四，运营特点。多为非营利性组织，运营资金主要来自政府相关部门的扶持资金、社区自筹资金或社会捐赠等，运营成本较低，注重社区文化氛围的营造和居民文化认同感的提升。

如湖北省咸宁市国学经典诵读教育联合推广中心，以弘扬优秀传统文化、传承国学经典教育为宗旨，在社区内广泛开展国学经典诵读活动，组织亲子共读、教师培训等项目，受到社区居民的广泛欢迎，有效促进了国学文化在基层社区的传播和普及。

四、当代国学教育机构发展中的现实困境检视

国学教育机构作为传承中华优秀传统文化的重要载体，在文化自信提升与政策支持的双重驱动下迎来发展机遇，2025 年我国国学教育市场规模已超 2000 亿元。然而，快速扩张背后，机构发展正遭遇多重现实困境，其深层矛盾与显性问题共同制约着国学教育的高质量传承。

1. 监管体系滞后与行业规范缺失

国学教育领域的监管缺位是当前最突出的系统性困境，政策框架的不完善与执行落地的薄弱形成了行业发展的“灰色地带”。第一，行业准入门槛形同虚设，导致市场主体良莠不齐。由于缺乏统一的办学资质审核标准，大量缺乏专业基础的机构与个人轻易涌入市场，部分机构借助“文化传播公司”的外壳违规开展培训，仅通过简单注册营业执照便擅自开设国学课程，严重超出经营范围。这种低门槛准入直接引发恶性竞争，中研产业研究院报告明确指出，国学培训市场“教学质量参差不齐、课程设置不合理等问题，影响了整体形象和声誉”。第二，监管标准的模糊性加剧了行业乱象。当前政策对国学教育的内容边界、教学规范缺乏细化界定，使得部分机构有机可乘。一些机构打着国学旗号传播“三从四德”等与现代价值观冲突的落后思想，甚至将国学与风水算命等迷信内容捆绑，通过“改命消灾”等虚假宣传实施诈骗，江苏大乾门国学堂便因包装虚假“大师”诱导付费而被警方查处。与此同时，收费监管的漏洞导致价格体系混乱，机构推出的课程从 1.18 万的单学科课程到 10 万+ 的 VIP 课程不等，定价缺乏合理依据，部分机构还通过高压销售手段强制家长付费。第三，监管协同性不足进一步削弱了治理效能。国学教育监管涉及市场监管、教育、文化等多个部门，但部门间权责划分不清、信息互通不畅，导致执法存在“真空地带”。许多机构因未取得民办学校办学许可证、消防验收合格证等法定资质而被查封，但此类查处多为突击性行动，缺乏常态化监管机制，难以从根本上净化市场环境。

2. 师资队伍建设的结构性瓶颈

师资是国学教育的核心竞争力，但当前市场面临的师资短缺与质量失衡问题已成为行业发展的致命短板，供需矛盾在短期内难以缓解。第一，优质师资总量严重不足，无法匹配市场扩张需求。国学教育对教师的专业素养要求极高，既需具备深厚的古典文献功底与传统文化积淀，又要掌握现代教育理念与教学方法。但现实中，符合标准的教师数量极为有限，尤其在中医学、古琴、书法等细分领域，合格教

师更是凤毛麟角。高校作为师资培养主阵地尚未形成有效供给,即使如郑州大学嵩阳书院等开设国学班的高校,也面临“优秀师资匮乏”的困境,且全国范围内尚未普遍设立国学本科学位,导致专业人才培养断层。第二,师资质量参差不齐,教学能力与专业资质严重脱节。为应对师资缺口,多数机构降低招聘标准,大量仅持有普通语文教师资格证甚至无相关背景的人员进入国学教学领域,其专业知识体系不完整,教学方法缺乏针对性。更严重的是,部分机构包装的“国学大师”缺乏系统学术训练,仅凭个人理解随意解读经典,甚至传播错误知识,严重误导学习者。而师资培训体系的缺失进一步加剧了质量危机,多数机构缺乏标准化的培训与考核机制,教师继续教育不足,难以实现专业能力提升。第三,师资认证体系的空白导致质量监管无据可依。目前我国尚未建立统一的国学教师资格认证制度,教师准入缺乏明确的专业标准,既无法对从业者进行有效筛选,也难以对教学质量进行量化评估。这种资质管理的缺位,使得“三无教师”充斥市场,成为制约国学教育专业化发展的核心障碍。

### 3. 课程与教材的系统性缺陷

课程体系与教材建设的不规范,直接影响国学教育的传承质量,导致文化传播出现碎片化与庸俗化倾向。第一,课程设置呈现“功利化”与“同质化”双重弊端。为迎合市场需求,许多机构刻意弱化国学经典的思想内核,将系统典籍切割为“心灵鸡汤”式的短句格言,片面追求学习的“速效性”。课程内容多集中于《千字文》《弟子规》等基础读物的诵读,缺乏对四书五经等核心典籍的深度解读,且在礼仪、茶道等实操课程中,往往重形式轻内涵,难以实现文化素养的真正提升。同时,行业内缺乏差异化竞争意识,多数机构课程结构雷同,既无法满足不同年龄段、不同层次学习者的需求,也难以体现国学教育的丰富性与深刻性。第二,教材建设缺乏专业规范,存在严重质量隐患。由于缺乏统一的教材审核标准,大量机构采用自编教材,这些教材往往未经学术审核,存在内容选择不当、思想偏颇等问题,甚至掺杂封建糟粕思想,严重偏离国学教育本意。教材编写的随意性导致知识传递的准确性无法保证,如部分教材对儒家“礼”的解读片面强调等级秩序,忽视其当代价值转化,造成学习者对传统文化的误解。这种教材质量的失控状态,不仅降低了国学教育的专业性,更可能对青少年价值观形成产生负面影响。第三,课程与现代教育的融合不足,教学方法陈旧僵化。多数机构仍采用“死记硬背”的传统教学模式,缺乏互动式、游戏化等符合现代认知特点的教学设计,难以激发学习者兴趣。同时,课程内容与现实生活严重脱节,既未有效融入现代科技元素,也未回应社会发展需求,使得国学教育沦为脱离实际的“复古仪式”,难以实现传统文化的活态传承。

### 4. 商业利益与文化遗产的内在冲突

国学教育的文化属性与商业运作的盈利本质存在天然张力,当资本主导行业发展时,文化遗产便容易偏离正轨,成为当前最根本的价值困境。第一,过度商业化导致教育本质的异化。部分机构将盈利作为首要目标,推行“文化搭台,利润挂帅”的运作模式,把国学教育异化为赚钱工具。为追求经济效益,这些机构不惜夸大宣传、虚假承诺,通过包装“高端国学班”“精英课程”等概念抬高收费标准,将国学教育塑造成少数人才能享受的“奢侈品”。这种商业化运作不仅背离了国学“普惠教化”的本质,更加剧了教育不公。第二,文化传播呈现碎片化与庸俗化倾向。在商业利益驱动下,国学被简化为可快速消费的文化符号,机构刻意回避经典中的复杂思想,只提取易于传播的表层元素,导致学习者无法系统把握国学精髓。更有甚者,将国学与商业营销强行捆绑,如房地产项目的“国学美学”包装、快消品的“国潮”设计等,虽扩大了国学的传播范围,却消解了其思想深度,使传统文化沦为商业炒作的噱头。第三,市场资源分布失衡加剧文化传播鸿沟。受商业利益导向影响,优质国学教育资源高度集中于一线及新一线城市,这些地区线下机构占据全国65%的市场份额,且课程体系成熟完善。而在三四线城市及农村地

区，国学教育仍处于渗透阶段，即使通过线上平台（占35%市场份额）接触国学，也多为浅层内容，难以获得系统学习体验。这种地域差距不仅限制了国学文化的广泛传播，更在不同群体间形成了文化传承的“断层”。

## 5. 社会认知偏差与外部环境制约

国学教育的健康发展离不开成熟的社会认知基础，但当前社会对国学的理解误区与功利化心态，构成了显著的外部环境障碍。第一，家长的认知偏差导致教育需求扭曲。许多家长对国学教育的本质缺乏正确认知，将其视为提升孩子竞争力的“工具”，过分追求短期见效的培训效果，忽视了国学教育需要长期熏陶的育人规律。这种急功近利的心态直接影响机构的教学导向，迫使机构调整课程设置以迎合家长需求，如增加“国学应试”内容、强化技能训练等，进一步偏离文化传承的核心目标。第二，传统与现代的价值冲突引发社会争议。部分机构在教学中刻意强调“复古”，将国学与现代教育对立起来，甚至出现以“国学班”替代义务教育的非法办学行为，引发社会对国学教育是否违背现代教育理念的质疑。这种认知冲突使得国学教育陷入“保守”与“进步”的争论中，既影响了社会对国学教育的接受度，也限制了机构的创新发展空间。第三，政策支持“碎片化”影响发展效能。尽管国家出台政策鼓励国学教育发展，但多为原则性导向，缺乏具体的实施细则与配套支持措施。如在师资培养、教材建设、机构扶持等关键领域，尚未形成系统性的政策支撑体系，导致政策红利难以有效转化为行业发展动力。同时，对国学教育与义务教育的衔接缺乏明确规范，使得机构在课程设计与招生办学中面临政策不确定性风险。

## 五、优化路径与政策建议

综上，当代国学教育机构正面临监管、师资、内容、价值与认知的多重困境。这些问题相互交织，既反映了行业发展的阶段性局限，也暴露了传统文化现代转化中的深层矛盾。唯有针对性地破解这些困境，才能推动国学教育机构回归文化传承本质，实现可持续发展。

### 1. 健全资质监管体系，筑牢合规运营底线

资质混乱与监管空白是国学教育机构乱象的根源，需构建全链条闭环监管机制。在准入审批环节，实行分级分类许可制度。面向未成年人的收费类机构，必须取得民办学校办学许可证，需提交课程大纲、师资资质、场地安全证明等材料，经教育部门实地核查后方可获批；成人非学历培训类机构需在营业执照中明确“国学文化培训”“传统文化咨询”等经营范围，严禁以文化传播公司名义变相开展学科类培训。同时严格执行收费监管新规，一次性收费不得超过5000元，或变相收取时间跨度超3个月的费用，所有收费纳入指定银行专用账户管理，杜绝培训贷等违规模式。在动态监管方面，建立教育、市场监管、网信等多部门联合检查机制，每季度开展专项排查，重点核查资质有效性、收费合规性。推行阳光公示制度，要求机构在办学场所显著位置及官方平台公开许可证、师资资质、收费标准等信息，接受社会监督。针对各地暴露的“虚构大师”“虚假宣传”等问题，设立12345专项举报通道，一经查实即列入失信名单，依法处罚并向社会公示。

### 2. 规范课程内容建设，实现传统与现代适配

课程内容的科学性直接决定教育质量，需建立标准化与创新性兼具的内容体系。首先划定内容红线与框架，由教育部门联合高校国学研究机构出台《国学教育课程指导目录》，明确核心内容包括经典诵读、传统礼仪、非遗技艺等，严禁将占卜命理、风水迷信等纳入教学。要求机构选用权威教材，自编教材需经专家委员会审核备案，确保内容符合传统文化精髓与当代价值观。推动课程创新转化，鼓励开发“国学+跨学科”融合课程，如将“修身立德”理念融入心理健康教育，用“天人合一”思想补充环境教育。

构建“理论+实践”教学模式,结合春节、端午等传统节日,开展经典诵读、民俗体验等活动,增强教育感染力。建立内容动态审核机制,每半年组织专家对机构课程进行抽样检查,对存在内容失真的机构责令限期整改,整改不到位的吊销办学资质。

### 3. 强化师资队伍建设,提升专业育人能力

优质师资是国学教育的核心保障,需构建系统化培养与管理机制。建立分层培养体系,将国学教师纳入“国培计划”紧缺领域培训,开展典籍研读、文化阐释、现代教学法等专项培训。推行“双导师制”,由高校学者担任学术导师,非遗传承人担任实践导师,通过工作坊、教研会等形式提升教师专业能力。明确师资准入标准,要求国学教师需具备相关专业本科以上学历或职业资格证书,如书法教学需持有专业等级证书,无资质者一律不得任教。完善师资管理机制,要求机构建立教师档案,详细记录资质证明、培训经历、教学评价等信息,纳入行业数据库统一管理。推行师资信息公示制度,公开教师学历背景、教学经历,杜绝“包装大师”等虚假行为。建立考核退出机制,每年结合学员评价、教学成果进行综合考核,连续两次考核不合格的予以解聘,对资质造假者实行行业禁入。

### 4. 规范营销传播行为,营造诚信发展生态

营销失范严重破坏行业信誉,需通过制度约束引导机构回归教育本质。明确营销行为准则,严禁以“免费公益课”为噱头进行诱导式营销,禁止使用“改命消灾”“命运感应”等虚假话术。要求宣传材料如实标注课程形式、时长、效果,不得将录播课伪称为直播课,签订规范服务合同明确退费政策,避免隐形消费。强化全渠道监管,联合网信部门对短视频平台、社交软件中的国学培训宣传实行关键词筛查,下架含有迷信内容、虚假承诺的信息。建立行业诚信档案,记录机构营销违规情况,与资质年检、政策扶持挂钩,对诚信经营的机构给予评优推荐、资源倾斜等激励,对多次违规的列入重点监管名单。

### 5. 构建多元评价体系,引导机构良性发展

科学评价是机构发展的“指挥棒”,需建立多方参与的综合评价机制。建立政府主导的合规性评价,重点考核资质齐全度、内容合规性、师资达标率等硬性指标,评价结果作为资质年检、政策支持的核心依据。引入第三方专业机构开展质量评估,从课程科学性、教学效果、学员满意度等维度进行打分,评估结果通过政务平台向社会公示,为公众选择提供参考。推动机构自我评估与社会监督,要求机构每年开展教学质量自查,公开自查报告,对存在的问题制定整改方案。鼓励家长、学员参与评价,通过线上问卷、座谈会等形式收集意见,将评价结果与课程优化、师资调整直接挂钩,形成“评价—改进—提升”的良性循环。支持行业协会开展评优活动,表彰合规经营、质量优良的机构,树立行业标杆。

## 利益冲突

作者声明,在发表本文方面不存在任何利益冲突。

## 参考文献

- [1] 邢海燕. 国学教育发展与困境突围 [J]. 中国人民大学教育学报, 2019, (04): 95-103.
- [2] 王熙, 苏尚锋, 曹婷婷. 从国学之“国”看国学教育的当代价值 [J]. 北京师范大学学报 (社会科学版), 2014, (04): 30-37.
- [3] 毛新青. 当代国学教育的价值、原则及实践路径 [J]. 齐鲁师范学院学报, 2018, 33(01): 1-5.
- [4] 李银姬. 小学情境国学校本课程设计与实施研究 [D]. 深圳大学, 2018.
- [5] 田立君, 陈旭远. 小学国学校本课程设计与开发的价值取向分析 [J]. 现代中小学教育, 2013, (01): 16-20.
- [6] 田立君, 董兰, 陈旭远. 小学国学校本课程目标与内容设计——基于辽宁省鞍山市铁东区东长甸小

- 学的行动研究 [J]. 东北师大学报 ( 哲学社会科学版 ),2012,(03):158-162.
- [7] 银秋霞 . 中学国学教育实践研究——以南昌市 E 中学为例 [D]. 江西农业大学 ,2022.
- [8] 王声平 , 曹柳坤 . 幼儿园国学经典教育实施中存在的问题与建议——以湖南省 A 幼儿园为考察对象 [J]. 教育与教学研究 ,2018,32(07):61-66+128.
- [9] 王启北 , 徐晓杰 . 信息化背景下国学培训机构发展面临的困难和发展趋势 [J]. 中国管理信息化 ,2020,23(05):213-214.
- [10] 赵涵 . “伪国学” 教育机构之违法性探究——以 “女德班” 事件为例 [J]. 新西部 ,2019,(21):101-102.

## 期刊简介

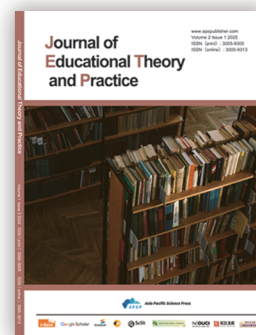
**Asia Pacific Economic and Management Review**（亚太经济与管理评论）是一本国际化的、同行评审的开放获取期刊，双月刊（英文）。专注于企业行为和金融行为的理论与应用研究。该期刊旨在推动商业经济学和管理领域的研究，主要涵盖但不限于以下领域：会计与财务管理、经济学、人力资源管理与组织行为、信息管理、国际商务、战略与创新、管理科学与运营管理、市场营销与零售、绿色金融。



**Critical Humanistic Social Theory**（人文社会理论批判）是一本发表使用定量或定性研究方法进行社会科学研究的论文的期刊，季刊（英文）。期刊鼓励学者从批判性视角探索社会科学理论，并专注于跨学科研究，解决传统学科之间的交叉问题。主要涵盖但不限于以下领域：哲学与伦理学、社会科学、文化与艺术、政治经济学、传播学。



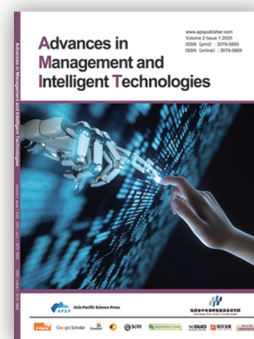
**Journal of Educational Theory and Practice**（教育理论与实践杂志）是一本国际性、同行评审、开放获取的期刊，季刊（英文），旨在促进对当代教育的评价性、综合性、理论性和方法论研究。主要涵盖但不限于以下领域：教育基本理论、学前教育、中等教育、高等教育、道德教育、教育管理、课程与教学论、教育技术与创新、特殊教育等。



**Journal of Advances in Engineering and Technology**（工程技术进展）是一本国际化的、同行评审的、开放获取的期刊，季刊（英文），发表电子研究与应用领域的原创文章、综述、简讯、案例研究和来信。主要涵盖但不限于以下领域：土木工程、机械工程、电气工程、化学工程、航空航天工程、计算机科学和工程、材料科学与工程、生物医学工程、机器人和自动化。



**Advances in Management and Intelligent Technologies**（管理与智能技术进展）是一本国际性、同行评审、开放获取的学术期刊，双月刊（英文），由福建中电海峡智能装备研究院主办，亚太科学出版社出版与发行。专注于管理和智能技术领域的最新研究，旨在推进管理、技术创新和智能发展的理论和应用研究。主要涵盖但不限于以下领域：商业管理和创新、管理决策与智能技术、计算机科学和技术、数据科学与信息工程、智能环境技术、可持续发展与生态工程、智能系统和自动化、智能感知与控制。



**Asia Pacific Journal of Clinical Medical Research**（亚太临床医学研究杂志）是一本国际化的、同行评审的开放获取期刊，双月刊（英文），致力于推动多学科领域的临床医学研究。主要涵盖但不限于以下领域：临床实践与患者护理、医学研究与证据、医学伦理与决策、临床试验与干预、医疗保健管理、公共卫生与预防、医学教育与技术、特殊领域与罕见病等。



《**亚太教育研究**》是一本面向教育理论与实践领域的国际化、同行评审、开放获取学术期刊，双月刊（中文），致力于刊载教育改革、教学方法、教育公平与教育政策等方面的高水平研究成果。期刊关注亚太地区教育发展的现实需求与制度变革，倡导理论探索与实践经验并重，鼓励多元文化、比较教育与跨学科视角下的原创研究，旨在为推动区域教育创新与政策优化提供学术支撑。主要涵盖但不限于以下领域：教育理论与教育哲学、教学设计与教学方法研究、教师教育与专业发展、教育评估与课程改革、教育技术与数字学习、教育政策与制度研究、比较教育与国际教育合作、终身教育与成人教育、亚太地区教育改革实践。



《**亚太经济与社会发展研究**》是一本面向国内外学术界公开发行的国际化、同行评审、开放获取期刊，双月刊（中文），致力于刊载经济与社会发展领域具有理论深度与实践价值的原创研究成果。期刊聚焦亚太地区的经济行为、社会结构变迁、政策创新与区域协调发展等议题，鼓励采用交叉学科视角，推动经济学、社会学、管理学及相关学科的融合研究旨在为区域协调发展与社会进步提供理论支撑与实践参考。主要涵盖但不限于以下领域：宏观经济政策、企业行为、社会治理、公共服务、城乡发展与社会公平等领域等。

