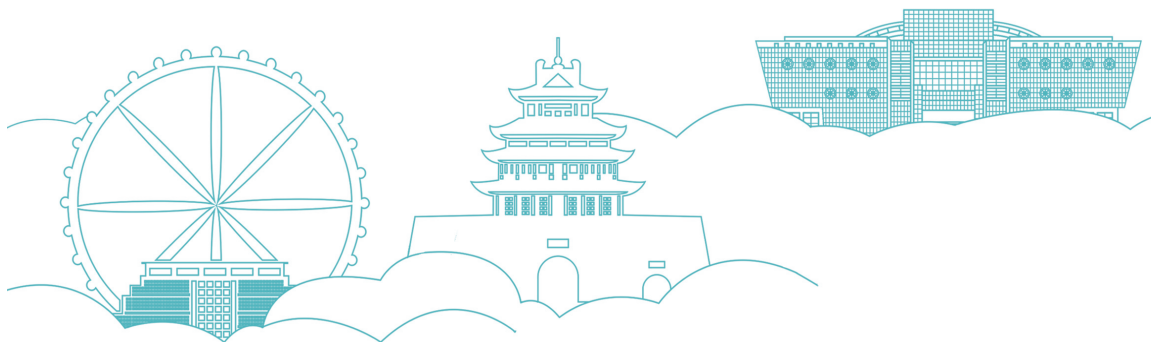




农村集体经济公司化经营的内在逻辑与山东探索

■ 张法顺

发展壮大新型农村集体经济,关键在于找到有效的经营载体。当前,以“强村公司”“共富公司”为代表的农村集体经济公司化经营正成为重要趋势。这一趋势并非偶然,而是有着深刻的经济逻辑——它回应了传统合作制在对接大市场时的内在局限,为农村集体经济找到了现代企业制度的组织接口。近年来,山东多地围绕一产这个核心环节探索农村集体经济公司化经营,涌现出不少基层样本,成为区别于南方“横向做宽”“多元化经营”模式的重要实践路径。

公司化经营的经济逻辑。理解公司化经营为何成为趋势,需要了解合作制的内在局限。农民专业合作社在组织农户横向联合方面具有优势,但其成员共有、惠顾返还等特征,导致两个关键难题:一是产权激励不足,模糊的产权界定使投资和创新缺乏内在动力;二是决策效率受限,民主治理机制在应对瞬息万变的市场时往往反应迟缓。合作社适合做“统”的工作,却难担“闯”的重任——开拓市场、品牌推广、产业整合。公司以产权清晰、权责明确、管理专业为核心特征,恰好弥补了这些短板。从交易成本角度看,公司化经营将农户与市场之间分散的交易内部化为公司统一经营活动,大幅降低了信息搜寻、谈判和履约成本。山东的实践印证了这一判断,各地的“共富公司”始终围绕一产展开,恰恰承担起合作社难以胜任的资源整合与市场开拓职能。

山东实践的主要形态。山东各地的“共富公司”虽都扎根一产,但在组织形态上呈现多元探索格局。例如一产深耕型,以茌平区冯官屯镇和安丘市石堆镇为代表。冯官屯镇由镇党委牵头成立公司,专攻西葫芦单品规模化种植,公司统一负责大棚建设、技术管理和市场销售,农户专注田间作业;石堆镇将农地划分为“大田作物运营田”和“经济作物自营田”,前者由公司直接经营,后者由种植大户负责田间管理,公司统一对接加工端和市场端。这种模式适用于大宗农产品产区,核心是通过标准化和规模化提升品质、降低成本。再如产业链延伸型,以莘县古城镇前三里营村、东阿县铜城街道艾山村和莱西市马连庄镇为代表。前三里营村从杞柳种植延伸到柳编加工和出口贸易,村集体收入5年增长35倍;艾山村从艾草种植延伸到加工品和电商运营,年产值超9000万元;马连庄镇统一流转30000余亩土地,依托专业贸易公司统一品控、统一议价,提高了秋月梨的收购价。这种模式通过纵向一体化,将增值收益留在村集体和农户手中。另外,村企联建是“共富公司”发展的常见模式,以茌平区乐平铺镇平东新村的肉兔养殖基地为代表。村集体以土地和闲置资产入股,信发集团注入资本和技术,各方以股权为纽带结成利益共同体,一期项目每年为村集体带来200余万元分红,借助外部企业的资本、技术和市场渠道弥补了自身

要素禀赋的不足。

利益分配的制度设计。公司化经营能否持续,归根结底取决于利益分配机制是否合理。山东各地的实践提供了有价值的制度探索,可以概括为“保底+绩效+保障”三层架构。首先,保底层,确保基本收益。艾山村每亩每年1000元的土地租金保底、乐平铺镇村民的固定租金和薪金,构成农民参与的基本安全基础。第二,绩效层激发内生动力。乐平铺镇十三村联合公司中,四成利润按占股比例固定分红,四成按各村实际贡献度浮动分配,多劳多得,有效避免了“搭便车”问题。第三,保障层服务长远发展。每年提取净利润的百分之十作为风险保障基金、百分之五至十作为公益基金,为经营波动预留缓冲空间,也为乡村公共服务提供可持续资金来源。尤其值得关注的是冯官屯镇的股权设计:镇级公司仅持股百分之二十三,将百分之七十七的股份无偿转让给七个新村,表面看是让利,实质上是理顺了公司与村庄的激励关系,公司越是“轻持股”,村庄和农户的积极性越高,长期收益反而更可持续。

公司化经营不是目的,强村富民才是。山东各地的“共富公司”之所以能立得住、走得远,根本上是因为它们回答好了两个问题:公司为谁而办、收益为谁而留。当这两个问题有了清晰的制度安排,公司化经营就能成为新型农村集体经济发展的有力引擎。

(作者单位:安丘市委党校)

聊城城市品牌国际传播的升级路径

■ 张智政

近年来,聊城文旅市场活力迸发。然而,热度之下更需清醒:流量不等于留量,出圈不等于扎根。如何把一时一事的传播热度,沉淀为可持续的城市品牌资产,是摆在聊城面前的一道必答题。

看家底,聊城城市品牌国际传播已实现从“零敲碎打”到“系统集成”的跨越。渠道上,市委领导带队出访11个国家,塞尔维亚中国文化中心聊城非遗展区常态化海外展示;2025年9月聊城国际传播中心正式成立,英文网站上线,并与韩国国际新闻传媒交流协会签约共建传播矩阵,国际传播自此有了统筹中枢。声量上,“不如在聊城见一面”话题实现6亿多次曝光,接连登上全国热搜。转化上,2024年全市接待国内游客3358.87万人次、实现旅游收入239.96亿元,同比分别增长15.05%和12.86%。

看短板,“三个不够”不容忽视。《中国城市网络形象指数报告(2025)》显示,聊城国际传播形象得分40.86,“境外社交媒体形象”仍是明显短板。一是境外声量不够:境外社交平台系统运营刚刚起步,而2025年全国免签入境外国人达3008万人次、入境游进入历史性井喷期,韩日等聊城传统友城所在国正是前五大客源地——风口已至,聊城的境外声量还没有跟上。二是流量转化不够:聊城大学龙舟队斩获世锦赛11冠这样的顶级IP,还缺少“赛前预热—赛中爆发—赛后延续”的全周期运营,热点来得快、去得也快。三是机制衔接不够:长期规划与年度计划、传播投入与效果评估之间仍存在断点。

补短板、促升级,建议从四个方面发力。抢抓入境游窗口,让聊城故事真正“出海”。依托国际传播中心布局境外社交媒体矩阵,优先深耕日韩、东南亚等市场;建立多语种内容“中央厨房”,以母语表达和文化转译穿透文化屏障。做强转化机制,让参与者变成传播者。深化“外眼看聊城”活动,用好聊城大

学国际学生和两所孔子学院的独特资源,做实“友城媒体双向行”,把一次性访客培育为长期“民间大使”。深耕赛事IP,让流量沉淀为资产。以全周期思维运营2026年亚洲大学生龙舟锦标赛,把赛事关注度与“两河明珠”品牌深度绑定,避免沦为孤立的“体育新闻”。用好数据闭环,让决策更加精准。发挥智慧旅游云平台的数据优势,落实季度运营报告、年度综合审计制度,让评估结论转化为实际行动。

黄河与大运河交汇,赋予聊城全国稀缺的“双重遗产”禀赋。入境游井喷的东风、亚洲赛事落子的机遇、国际传播中心的启航,为“两河明珠”走向世界打开新窗口。把渠道建得更通畅,机制理得更顺、内容做得更精,“两河明珠”必能成长为叫得响的国际品牌。

(2026年度聊城市哲学社会科学规划专项课题阶段性研究成果,课题编号:ZXKT2026219)

馆藏中医药古籍场景转化与传播研究

■ 于清民 修小新 杨浩

中医药古籍承载着千年养生理念与临床经验,蕴含大量贴近民生的食疗调养、四时保健、居家康养知识,是基层医院的特色馆藏资源。

聊城市中医医院立足馆藏古籍资源,常态化开展中医药文化惠民夜市公益科普活动,依托夜间市井休闲场景,打通古籍文献从静态馆藏走向大众传播的转化链路,探索形成低成本、可落地、可复制的基层古籍活化模式。

惠民夜市有效破解中医药文化古籍原文晦涩难懂、宣传形式单一、内容零散、传播持续性不强等的明显堵点。夜市氛围轻松亲民,受众覆盖面广、参与门槛低,市民休闲时即可驻足体验,有效拉近中医药文化与普通群众的距离。常态化固定阵地使古籍整理、科普输出、资料归档由临时活动转变为常规工作,医院同步联动社区义诊、中医药文化“五进”等活动,构建多点覆盖、持续发力的科普传播体系。

医院建立古籍活化全链条工作机制:分层

整理古籍内容,系统筛选馆藏文献,提炼适宜大众传播的养生知识,对古文内容进行通俗转译和简化处理,按照四季养生、慢病调理、亚健康改善等类别分类归集,建成科普资源库。统一科普视觉体系,规范夜市宣传物料版式、配色与模板标准,制作展板、折页、短视频等可视化科普素材,将古籍养生名句、节气药膳、日常保健知识直观呈现,所有资料统一归档留存,形成“原始文献—整理内容—传播成品”的完整馆藏链条,提升科普规范性与长效性。打造沉浸式体验场景,摒弃传统单向宣讲模式,设置药材辨识、养生茶饮品鉴、手工体验、文化打卡等互动区域,让群众直观感受古籍记载的本草资源与养生智慧。趣味互动项目有效实现青少年中医药文化启蒙,特色体验活动也吸引外籍游客参与,实现中医药文化跨圈层、跨地域传播。建立民意反馈迭代机制,依托夜市现场调研,持续收集群众养生需求与科普偏好,动态更新科普资

源内容,重点针对上班族失眠、亚健康等问题优化科普方向,形成“挖掘—转化—传播—反馈—升级”的良性工作闭环。

经过三年持续实践,项目取得多重成效。补齐基层古籍开发短板,将积累的科普资源、活动台账全部纳入馆藏体系,有效破解古籍资源闲置问题,充实了文献活化利用工作成果,形成可复制的基层样板,整套模式投入低、易落地、可持续,适配市县两级中医机构推广应用。

综上,聊城市中医药文化惠民夜市依托本土文脉资源,将封存古籍转化为可体验、可普惠的民生文化资源,构建了基层中医药古籍活化传播的新路径,为基层优秀传统文化创造性转化与中医药惠民服务高质量发展提供了可借鉴的实践范式。

(2026年度聊城市哲学社会科学规划“中医药文化传承发展研究”专项课题阶段性研究成果,课题编号:ZXKT2026255)

人工智能助力县域农产品出海的思考

■ 王博慧

扩大农业对外开放,以数字经济赋能乡村产业,是推进现代化“两河明珠”城市建设、带动县域增收的重要抓手。冠县是鸭梨、灵芝核心产区,但其农产品出口存在生产标准化程度不高、深加工占比低、跨境冷链配套设施不足、海外品牌影响力弱、数字化外贸人才短缺等短板。探索人工智能赋能农产品出海路径,对推动当地农业外贸提质增效具有现实意义。

冠县鸭梨、灵芝多为散户种植,品控与溯源体系不完善,产品指标难以适配海外检控标准。需建设数字化农业示范基地,布设田间监测设备,规范田间管理;配置自动化分拣设备完成品质分级;搭建县级溯源平台,留存外销产品全流程档案。发挥龙头企业带动作用,推行订单种植,整合散户产能,对照海外标准组织生产,以数字化筑牢农产品出海品质基础。

冠县生鲜农产品出口面临冷链成本高、损

耗大、缺少海外仓等难题。应建立县域冷链统筹机制,整合本地冷库、陆港、海外仓资源,提前备货海外仓;优化海陆联运线路,拼箱分摊物流成本,降低生鲜损耗,保障出口效益。

本地农产品出口多为原料,深加工占比低,区域品牌海外传播不足。应借助AI大数据细分海外市场,针对不同区域匹配差异化产品;利用AIGC生成多语种宣传素材,开展溯源直播,配置多语种智能客服;依托用户画像定向投放推广,借助AI舆情优化区域品牌海外传播,挖掘地域文化内涵,实现品牌溢价反哺产业。

当地涉农主体存在合规能力弱、数字运营人才短缺问题。要搭建县域跨境数字公共服务平台,开放数字化工具,落实金融扶持政策,开展外贸实操培训。依托冠县职业教育中心优化专业课程,推进岗赛证证融合,共建实训基地,开展社会技能培训,培育复合型外贸人

才。通过生产、流通、品牌、人才协同,构建农产品跨境电商完整发展闭环。

县域农产品出海要同步推进标准化与数字化改造,以数字化贯穿种植、加工、溯源全链条,适配海外严苛检控标准。农产品跨境发展应当全链条统筹,生产、物流、品牌、人才协同发力,构建长效产业体系。数字化可助力中小经营主体降本拓市,精准对接海外市场。同时,要发挥政企协同作用,政府搭建平台,企业提供场景,职校培育人才,补齐县域外贸人才短板。

面向未来,聊城要用好跨境电商综试区政策,引导冠县、莘县、临清等县域推广人工智能赋能农产品出海模式,打通农产品外销通道,助力农户增收。打造数字技术提升本地地理标志农产品价值,打造县域农产品出海样板,赋能全市农业外贸高质量发展。

(2026年度聊城市哲学社会科学规划课题阶段性研究成果,课题编号:NDKT2026137)

成无己医理与彭祖中医药文化的时代焕新

■ 宋非

健康中国战略为中医药传承创新带来新机遇。“十四五”以来,国家持续推动中医药与数字技术深度融合,引导各地深入挖掘本土中医药文化,助力康养产业高质量发展。聊城作为“国医亚圣”成无己故里、彭祖养生文化流传地,具备独特中医药文化禀赋。以数智为桥,推动两大文脉转化为现实动能,是亟待探索的重要课题。

成无己精研《伤寒论》,以辨证施治、既病防变思想构筑起严谨的临床体系;彭祖养生文化汇聚四时顺养、药食同源等实践智慧。二者在“治未病”理念上高度契合,共同筑牢聊城中医药文化根基。但当前研究利用存在短板:成无己研究偏重文献考据,大众化不足;彭祖文化传说色彩浓厚,缺乏系统医学挖掘;两大文脉长期割裂,信息化应用多为资料归档,缺少普及型产品。这既制约文化资源转化,也不利于聊城康养名城建设。

破解上述问题,应系统梳理成无己医理与彭祖养生实践的内在关联,围绕“调和阴阳、固护正气”核心思想,构建“辨证施养”理论框架。立足鲁西四季分明、冬春干燥的气候特点,结合本地群众气虚、痰湿多发的体质调研,搭建“基础保健—亚健康干预—慢病管理”三级康养方案。基础保健侧重节气药膳,亚健康干预聚焦体质辨识与情志调摄,慢病管理依托五运六气制定季节性调理方案。整套体系恪守中医经典要义,并完成大众化通俗转化,而理论普及离不开数字化媒介支撑,以拓宽传播渠道,服务城乡居民健康需求。

数字化传播遵循低成本、高适配、易传播原则,开发方言版养生音频、节气药膳短视频、线上体质自测等产品,依托通俗表达和家常食材,推动中医药知识生活化。依托微信、抖音等平台搭建全媒体传播矩阵,将深奥的中医理论转化为群众可感知、可实践的养生知识,实现文化惠民与健康惠民。

推动数智化传承还需在康养产业、人才培养与社区实践三个环节协同发力。产业层面紧扣聊城康养名城建设,将成无己医理、彭祖文化融入中医药研学、康养体验与基层健康服务,促进中医药、数字技术、康养、文旅深度融合。人才培养依托聊城职业技术学院中医药团队,将理论成果与数字科普素材转化为校本教材、微课和实训资源,实现学术成果反哺教学。社区实践选取部分社区开展试点,通过体质监测、效果反馈与方案优化形成闭环,确保三级方案的科学性与可推广性。

推动成无己医理与彭祖养生文化的数智融合传承,本质是探索传统中医药文化在数字时代从学术资源向民生服务的有效转化。通过理论整合重构、轻量化数字产品开发应用以及产教研协同机制搭建,聊城有望打造可复制、可推广的“聊城样本”,为各地提供有益借鉴。

(2026年度聊城市哲学社会科学规划专项课题阶段性研究成果,课题编号:ZXKT2026261)

上好英语课 种好思政田

■ 任敏

初中阶段是学生世界观、人生观、价值观形成的关键期,也是落实立德树人根本任务的核心学段。初中英语兼具工具性与人文性,是开展课程思政的重要载体,其核心在于将家国情怀、文化自信、人文素养等思政元素融入教学全过程,在夯实语言能力的同时实现知识传授与价值引领的深度统一。然而,当前外研版初中英语教学仍存在教材思政元素挖掘碎片化、德育融入表面化、语言教学与思政教育“两张皮”及过程性评价不完善等问题,亟须探索高效可行的实施路径。

教师是课程思政落地的核心主体,强化教师素养的关键在于帮助其形成课程思政的自觉意识与专业能力,能够从教材中准确识别思政元素并在语言教学中实现价值引领。为此,应构建常态化教研与专题研修相结合的教师发展机制,通过区域集体备课和主题教研对标新课标要求、系统梳理教材育人内涵,同时围绕教材思政解读、融合教学设计和优秀案例剖析开展专项研修,破解思政融入生硬、浮于表面的难题;教师还需主动研究思政教育理论与育人政策,将课程思政理念贯穿教学全过程,在持续反思中提升综合育人素养。

课程思政的持续深化有赖于对教材资源的系统挖掘与分层建构。外研版教材以“人与自我、人与社会、人与自然”三大主题为框架,提供了结构化载体,破解思政元素挖掘零散化难题的关键在于将显性知识与隐性价值统一起来,形成“主题统领—单元落地—元素渗透”的育人体系。应以单元主题为统领,梳理显性与隐性思政元素并建立适配学段的资源清单,同时结合时事热点和学生经验拓展资源,遵循认知规律实施梯度育人:七年级侧重文明素养与自律品格,八年级聚焦社会责任与家风文化,九年级强化家国情怀、文化自信与国际视野,使语言学习与思政教育循序渐进、同步提升。

学习路径创新是提升育人实效的关键,课程思政应在语言学习过程中实现价值内化与实践外化。围绕单元主题可构建“情境导入—探究习得—实践输出—评价赋能”的立体化路径;课堂层面采取“语言学习+思政思辨”双线并行策略,在语言训练中自然渗透价值辨析,实现“学语言、悟道理、塑品格”的有机统一;课后层面通过家风记录、文化调研、英文创作等实践任务推动思政教育由课堂延伸至生活,促进知行合一。同时,合理运用数字化资源,依托线上平台推送主题思政素材、开展作品展示与互动交流活,形成课内外联动的育人格局。

科学评价是育人实践落地的重要保障,课程思政评价应超越知识本位,转向语言能力与价值素养并重。要构建“学生自评、小组互评、教师评价、家长反馈”相结合的多元主体评价体系,将家国情怀、文化认同、道德品格等纳入评价范畴,形成过程性与发展性相统一的评价模式;在评价方式上应摒弃以纸笔测试为唯一形式的做法,引入口语表达、课本剧表演、英语演讲、主题创作等表现性评价形式,综合考查学生的语言运用能力与思政素养发展水平,以科学评价确保课程思政落地见效。

(2026年度聊城市哲学社会科学规划专项课题阶段性研究成果,课题编号:ZXKT2026105)