

“东阿道地阿胶”文化品牌挖掘与产业升级，核心在于把“道地”从地理概念转化为可验证的品质体系、可体验的文化产品、可复制的产业模式，形成文化与产业双向赋能的发展格局。文化为产业注入灵魂，产业为文化提供物质基础和实践载体，二者相互促进，构成区域特色产业的核心竞争力。

道地阿胶品牌根植于“水、皮、技”的禀赋基础。东阿独特的地下水源、整张黑毛驴皮、非遗技艺与标准化工艺共同支撑着阿胶的道地性。千年文化溯源则把分散文献资源转化为可体验、可传播、可消费的品牌资产。

科技赋能是道地品牌现代化的关键。围绕传统功效开展循证医学研究，挖掘其药用价值，明晰活性肽作用机理；将DNA分子鉴定、追溯体系与团体标准结合，使“道地”承诺从模糊文化叙事转化为可检验技术事实。与此同时，产品场景扩容和产业集群聚力，推动阿胶从“补血圣药”的单一标签，转向覆盖多群体、多场景的健康滋补生态。

但产业升级仍面临结构性约束。一是原料供应链风险突出，驴存栏量下降、驴皮出口禁令和进口依赖使原料保供成为长期风险。二是产品与品牌困境并存，无证胶制品生产企业违规生产引发信任危机，“水煮驴皮”等舆论仍存，核心营收对阿胶单一品类的依赖程度较高，产品同质化严重，高端品牌比重不足。三是产业链协同深度不足，文旅多停留于观光打卡，康养体验项目不足，二次消费转化率偏低。四是文化传播深度与广度失衡，专业叙事偏厚重，年轻群体接受门槛较高，区域内中小企业的公共品牌合力尚未充分释放。

因此，优化路径应围绕“品质可验证、文化可体验、产业可协同、治理有保障”展开。在产业结构上，严格区分药品、保健食品和普通食品边界，加大循证研究力度，推动活性肽、功能性衍生产品研发落地，优化产品矩阵，降低对单一品类的依赖。在原料体系上，推广“企业+合作社+农户”模式，通过订单农业、技术指导、保护价收购、养殖保险补贴和育种保种基地建设，形成稳定的利益联结机制。在市场秩序上，严厉打击侵权假冒和不正当竞争。在文化品牌建设上，构建“专业学术+大众传播”双轨叙事体系，面向年轻群体开发轻量化、国潮化体验内容，建立东阿道地公共品牌统一准入与管理机制。在全链生态上，推动中医药文旅场景提质升级，开发沉浸式研学、康养度假等深度业态，打通“文化体验—产品消费—产业反哺”的良性循环。

总之，东阿道地阿胶的产业升级，本质上是以道地文化塑造品牌信任，以科技创新夯实品质标准，以集群治理维护区域信誉，以场景创新拓展消费空间。唯有如此，才能实现文化品牌价值与产业经济价值的双向跃升。

（聊城市哲学社会科学规划课题阶段性研究成果，课题编号：ZXKT2026268）

技工院校青少年国防教育研究

■ 苏海英 李莉 王洪刚

国无防不立，民无防不安。技工院校作为培养高素质技术技能人才的重要阵地，肩负着为国防和军队现代化建设输送技术兵员的重要使命，是开展青少年国防教育的重要平台。当前，国家安全面临多重挑战，加强青少年国防教育、夯实强军兴军人才根基，是一项紧迫而重要的战略任务。立足技工院校办学特色与青少年群体特征，构建切实可行的国防教育路径，意义重大。

从现状看，技工院校国防教育仍存在一些短板。一是“技能+国防”融合不足、教育内容与专业脱节。多数院校国防教育仍停留在军训、讲座等传统形式，未能结合专业设计差异化课程，学生参与积极性不高。二是资源协同整合不畅。与国防教育基地、军工企业、部队等外部资源对接不够充分，合作形式较为单一，资源统筹利用不足。三是保障体系不健全。专职教师缺乏、经费投入有限、考核评价机制不完善，教育质量难以有效监控。

破解上述难题，要把握“一个目标、两个融合、三个维度”的核心要素。“一个目标”，即培养兼具精湛技能与国防素养的高素质技术兵员；“两个融合”，即国防教育与专业教学、职业素养培养相融合；“三个维度”，即知识、能力、价值三维贯通。技工院校学生动手能力强、形象思维活跃，国防教育应突出实践性、体验性，避免纯理论灌输。智能制造、汽修、医护、烹饪等专业与军工装备制造、装备保障、战场救护、部队后勤等国防需求存在天然契合点，找准契合点是实现“技能+国防”精准融合的前提。

围绕核心要素，应着力构建“课程+实践+管理+兵员衔接+文化”五位一体的国防教育路径。在课程上，开发公共国防教育模块和专业融合模块，推行“课程思政+国防教育”融合教学，形成“一系一特色”格局；在实践上，建设校内实训场所和校外实践基地，组织学生参观见学、跟岗体验、联合演练，在“做中学、学中悟”；在管理上，将准军事化管理与职业素养培养协同推进，实现国防素养与职业素养同步提升；在兵员衔接上，建立“招生—培养—征集—发展”的全链条机制，为部队输送高素质技术兵员；在文化上，营造“技能报国、职教强军”的校园文化氛围，让国防意识内化于心、外化于行。

确保路径落地见效，还需健全师资、资源、制度、经费等保障体系，坚持试点先行、动态优化，为不同院校提供模块化、可裁剪的实施方案。技工教育育技能，国防教育铸军魂。推动国防教育与技能培养深度融合、国防素养与职业素养同步提升，既能为部队输送优质技术兵员，更能引导技能人才投身强军强国伟业，为筑牢国家安全人民防线贡献技工教育力量。

（聊城市哲学社会科学规划“中国式现代化聊城实践研究”年度课题阶段性研究成果，课题编号：NDKT2026111）

以数字技术赋能红色家风传承

■ 赵玉香

红色家风是革命先辈在长期奋斗实践中淬炼而成的精神财富，是红色文化与家庭家教家风建设的结合。聊城红色底蕴厚重，孕育了孔繁森大爱为民、韩子栋忠贞不屈等一批具有代表性的红色家风样本，留存着烈士家书、口述史料等珍贵家风资源，也积淀着深厚的家族记忆。在数字化浪潮下，推动聊城红色家风资源数字化转化、网络化传播、场景化应用，破解传统传承模式时空受限、传播形式单一、资源分散难整合等难题，是赓续鲁西红色血脉、赋能新时代高校思政教育、涵养优良乡风民风的重要课题。

统筹梳理资源，构建聊城红色家风数字资源库。坚持系统性采集、规范化整理、长效化保存，对全市红色家风资源开展普查建档。以孔繁森同志故居、韩子栋纪念馆等阵地为依托，面向烈士后代、革命家属、基层“五老”志愿者开展口述史采集，运用高清扫描、三维建模、音频录制等技术，将家书、手札、老物件、故居场景转化为标准化数字素材，分类建立家风故事库、红色家书库、口述史料库。资源库要统一分类标准，标注精神内核、时代价值，打通档案馆、文旅部门、高校、新时代文明实践中心的数据通道，搭建开放共享的线上数字平台，实现资源云端存储、在线检索、授权调用，既做好红色家风史料的预防性保护，也为后续内容创作、课程

开发提供素材支撑。

创新分众叙事，开发交互式红色家风数字文化产品。红色家风的魅力在于家庭视角下的真情叙事，要跳出宏大叙事的单一模式，从“家”的视角讲好聊城红色家风故事。面向青少年群体，开发VR虚拟研学、数字家书、互动绘本、情景式小程序，复原孔繁森少年求学等历史场景，展现其忠孝传家的家风内涵，让青少年沉浸式感悟先辈在家国抉择中的坚守；面向党员干部，制作系列微纪录片、音频党课，把红色家风融入党性教育；面向普通家庭，推出简短温情的家风短视频、有声故事，在抖音、视频号等新媒体平台推送，打造接地气、有温度的传播内容。同时鼓励本土创作者、高校师生参与二次创作，以动漫、数字情景剧、线上家书诵读会等形式丰富表达形态，引导受众在互动体验中感悟家风力量。

深化跨界融合，拓展多维度红色家风数字应用场景。在学校思政育人领域，将聊城红色家风数字资源纳入大中小学思政课，打造线上数字家风课堂，教师可调阅数字家书、口述视频开展议题式教学，把红色家风教育融入立德树人大过程。在基层文明实践领域，依托新时代文明实践站，打造数字家风展厅、搭建线上家风交流社区，鼓励群众分享自家家风故事，形成“红色家风引领、万千家庭参与”的良性生态。在红色文旅方面，打造聊

城红色家风数字研学线路，游客扫描二维码即可浏览家风数字故事，聆听烈士后代口述烈士事迹，实现线上研学和线下实地参观联动，丰富红色文旅的育人内涵。

凝聚多方合力，构建长效化红色家风数字保障体系。红色家风数字化传承需要构建政府主导、多方协同的工作格局。宣传、文旅、教育、档案等部门统筹规划，明确资源保护、内容审核、平台运维等责任；支持高校、科研机构开展红色家风数字化研究，为资源挖掘、产品开发提供理论和技术支撑。同时加强人才队伍建设，培育兼具红色文化素养与数字技术能力的复合型人才，吸纳“五老”红色宣讲员参与内容把关。建立持续投入机制，保障史料采集、平台运维、产品开发等工作经费，避免数字化项目重建设、轻运营。

家风连着党风政风，关乎社风民风。新时代传承红色家风，要依托数字技术打破时空局限，把分散的红色家风资源转化为可看、可听、可感、可用的数字文化资产，在保护史料的基础上创新叙事、拓展场景，让红色家风在鲁西大地代代相传，为聊城大中小学思政育人、精神文明建设注入持久的红色动力。

（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：ZXKT2026330）

我市文旅康养品牌传播路径探析

■ 张英东 于杰 韩庆阳

黄河与大运河在聊城交汇，“两河明珠”的地理禀赋为文旅康养产业发展提供了得天独厚的条件。东阿阿胶名扬四海，冠县灵芝滋补养生，临清桑黄药食同源，加之“江北水城”的生态底色与运河文化、黄河文化的深厚积淀，聊城发展文旅康养产业拥有资源、生态、文化三重优势。近年来，聊城明确提出打造“区域性文旅康养目的地”的战略定位，倾力塑造“文旅康养福地”品牌形象，这既是顺应消费升级、推动产业转型的战略抉择，也是丰富城市品牌内涵、提升城市能级的重要抓手。品牌已立、方向已明，如何让品牌“传得开、叫得响、记得住”，成为当前亟待破解的课题。

从传播实践看，聊城文旅康养品牌传播已取得一定成效。依托主流媒体报道、节庆活动推介与新媒体传播，东阿阿胶、冠县灵芝、临清桑黄等“聊城新三宝”特色资源获得了一定程度的品牌曝光，“文旅康养福地”的品牌认知正在逐步建立。但对照高质量发展的要求，仍存在明显短板。一是品牌叙事碎片化。各康养品牌“各说各话”，缺乏统一的叙事主线。二是传播主体分散化。各级主流

媒体缺少有效协同，传播资源未能形成合力。三是传播效果模糊化。对品牌传播的实际效果缺乏科学监测与评估，难以据此动态优化传播策略。

针对上述问题，可从以下方面发力，拓宽聊城文旅康养品牌传播路径。

一是构建统一的品牌叙事体系。传播之要，首在叙事。以“两河文化”为叙事主线，将东阿阿胶、冠县灵芝、临清桑黄等康养资源纳入“文旅康养福地”的统一话语框架，讲好“从两河到康养”的故事，把中医药文化、运河文化、生态资源、康养体验有机串联，形成“一个品牌、一个故事、多种讲述”的叙事格局，让各子品牌在统一框架下互为支撑、协同赋能。

二是推动多元主体协同传播。充分发挥主流媒体的“整合枢纽”作用，协调政府、企业、公众等多元主体。政府做好顶层设计、资源统筹，当好品牌传播的“指挥中枢”；主流媒体凭借公信力与专业内容生产能力，当好“议程设置者”与“价值引领者”；企业作为品牌建设的市场主体，以优质康养产品夯实品牌根基；公众成为口碑传播的积极参与者。唯有多元主体同向发力，方能凝聚传播

合力。

三是推进全媒体渠道联动。坚持传统媒体与新媒体并重、大众传播与分众传播结合、线上传播与线下场景融合，既要善用主流媒体的权威背书，也要借助短视频、直播、社交平台等新兴传播形态，让康养资源“可感可触”。聊城在北京前门大街举办文商旅宣推活动，从“服务京师”迈向“京聊共享”，正是线下场景与线上传播联动的有益探索。同时，建立传播效果评估与动态优化机制，构建涵盖品牌认知度、美誉度、传播覆盖面、消费转化率的多维评估指标体系，依托网络舆情监测与数据分析，及时校准传播策略，实现传播效果的持续提升。

聊城文旅康养品牌的传播，关键在于以叙事整合凝聚共识、以主体协同汇聚合力、以渠道融合放大声量、以机制创新保障长效传播，让“文旅康养福地”成为深入人心的品牌符号，让“两河明珠”的城市光芒在更广阔的舞台上熠熠生辉。

（聊城市哲学社会科学规划课题阶段性研究成果，课题编号：ZXKT2026200）

鲁西红色文化融入中小学思政教育范式

■ 赵万耘

聊城地处冀鲁豫革命老区核心地带，黄河与大运河在此交汇，孕育了内涵丰厚的鲁西红色文化。刘邓大军强渡黄河、孔繁森无私奉献……这些革命精神与红色遗产，为中小学爱国主义教育提供了得天独厚的本土资源。

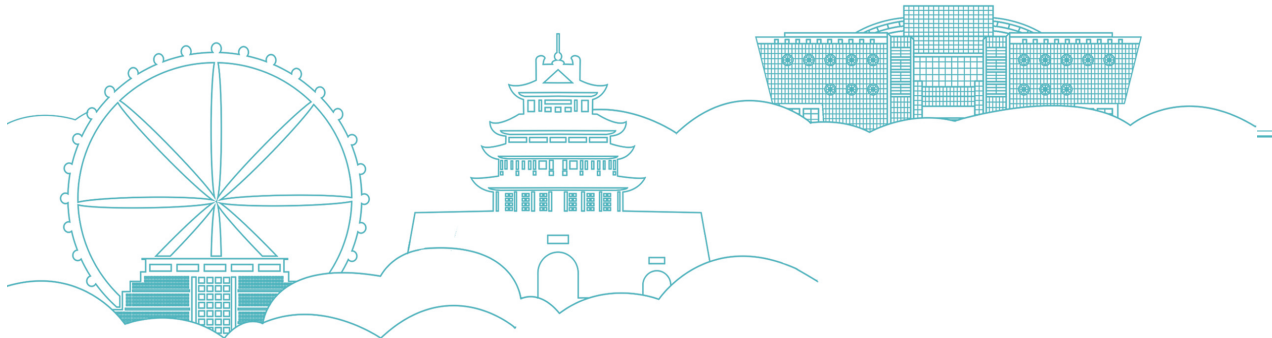
聊城东方教育集团深耕十二年一贯制基础教育，构建“灵动·尚美·培根”进阶育人体系，拥有红色记忆体验馆、国防教育实践基地等阵地，具备开展红色育人实践的良好基础。立足办学实际，探索红色文化深度融入中小学育人全过程的路径，是落实立德树人根本任务、厚植青少年家国情怀的现实课题。

红色文化是爱国主义教育最鲜活的乡土教材。聊城拥有孔繁森同志纪念馆、刘邓大军强渡黄河战役纪念馆、苏村阻击战纪念馆等红色场馆，涌现了金方昌、徐运北等革命先辈，留存着大量红色报刊、家书等档案史料。这些发生在家乡土地上的革命故事，拉近了青少年与宏大历史的距离，让爱国主义教育跳出单一书本说教模式。然而，调研显示，当

前红色教育仍存在短板：资源运用碎片化，活动多集中于节假日；缺少适配小学、初中、高中的分层内容设计；教育形式多停留在主题班会和一次性研学，尚未形成课堂、活动、场景协同的常态化育人体系。

破解上述困境，首先应做好本土红色资源的系统梳理与分层转化。立足小学生认知规律，依托集团十二年一贯制办学优势，制定分学段红色资源清单：小学阶段侧重英烈故事，以故事宣讲、研学体验实现情感启蒙；初中结合学科课堂解读历史背景，深化情感认同；高中依托红色文献开展研究性学习，推动从感性感知向理性认同转变。同时，将零散革命史料转化为教案和校本课程素材，联动集团自有红色研学场馆，破解一线教师“有资源不会用”的现实难题。

课程、活动、场景三维融合，是破解红色教育流于形式的关键抓手。课程融合方面，打破思政课单一阵地思维，将红色资源融入语文、历史、音乐、美术等学科日常教学，借鉴集团“红色东方”校本课程建设经验，开发本土化红色校本课程资源。活动融合方面，依托红色宣



理论

周刊

5版

2026年10月29日 星期四
责任编辑／梁丽姣 美术编辑／辛政 校对／宋春芳

智库

