

# 构建产教协同同学用结合的育人新格局

林国旗

新时代背景下,产业升级与教育改革互融互通是实现教育链、人才链、产业链深度衔接的重要举措,也是推动产业可持续发展和教育高质量发展的重要路径。当前,我国创新创业育人模式虽已取得一定成就,但仍存在校企协同不足、重理论轻实践等问题和挑战,一些高校的创新创业课程与实际产业发展需求相脱节,难以满足现代社会对创新型人才的需求。在此背景下,高校必须构建产教协同、学用结合的育人新格局,以培养出更多适应时代需求的高质量创新型人才。

**构建“产业+创新创业”的课程体系。**将各产业发前内容融入高校创新创业课程体系是提升大学生专业素养的重点。在网络营销课程中,可为学生讲授短视频营销、直播带货等新兴

的营销方式和运营策略,并设置相关的实践项目,让学生为相关企业设计新媒体营销方案,通过实际操作让学生积累实践经验,并深刻掌握新媒体营销的理论知识,做到学以致用。还可以增设创新创业特色课程,培养学生多方面的创业能力,如以产业实际面临的创新需求为导向,引导学生在掌握一定创新创业理论方法的基础上,针对产业发展面临的问题设计解决方案,并邀请企业专家对学生的设计方案进行指导,帮助学生优化方案,培养学生的创业实践能力和项目管理能力。

**采用项目式学习与产业孵化相结合的教学模式。**高校可以采用项目式驱动教学,帮助学生在实践中有效运用所学知识解决实际问题。一

方面,可以搭建创业孵化平台,为学生创业项目的落地提供保障。例如,联合当地投资企业和科技园,为学生创新创业项目提供孵化基金、政策支持等。另一方面,配备专业的创新创业导师团队,为学生讲授知识、开展讲座、分享经验,为学生提供市场分析、创业政策指导和商业模式设计等方面的指导,帮助大学生准确掌握行业动态,积极参与创新创业。

**完善产教融合的政策支持和资源保障体系。**完善校企合作的激励政策是调动企业参与产教融合育人的积极性的关键。政府需要出台相关的税收减免、科研补贴等优惠政策,对参与产业融合育人的企业提供支持。此外,高校也要将教师参与企业项目纳入职称评审,从而有效激发

教师参与校企合作的积极性。在产教融合教育资源方面,各大高校可以联合建立线上产教融合资源共享平台,整合产业资源、技术成果和师资力量,实现校企资源的优势互补,促进产教融合的可持续发展。

产教融合视域下的创新创业育人机制构建是一项系统性工程,需要政府、企业和高校共同参与,建立以产业发展需求为导向的校企协同育人机制,为现代社会培养更多具有创新精神和实践能力的综合型人才。

(作者单位:绍兴文理学院;本文系浙江省“十四五”第二批本科省级教学改革备案项目“高质量就业视域下地方工科学院‘技术型创新创业教育’模式探索与实践”(项目编号:JGBA2024491))

## 让电商成为乡村产业振兴的“助推器”

李沁芮

在数字经济浪潮中,农村电商已成为激活乡村经济、重塑产业格局的重要引擎。从田间地头到城市餐桌,一根网线串联起农产品流通的“最后一公里”,让“土特产”变身“网红货”,使“小农户”对接“大市场”。推动农村电商从“流量红利”向“价值深耕”的转型,需要以数字化思维重构农业产业链、以协同化机制打通城乡资源壁垒,才能让电商真正成为乡村产业振兴的“助推器”、农民增收的“金钥匙”。

**走好产业升级固本路,全力推进生产标准化建设。**可利用大数据、物联网等新兴技术,构建智能化的农产品生产标准体系。通过在农田、养殖场安装传感器,实时监测土壤湿度、温度、光照等环境数据,以及农产品生长周期、营养成分等信息,制定更科学、更精细的生产标准。同时,引入区块链技术,对农产品从种植、加工到销售的全流程进行溯源,让消费者能够清晰了解产品的来源和生产过程,增强对农产品质量的信任。要深入挖掘当地农产品的独特价值,以故事化、场

景化方式讲述农产品背后的故事,从而展现乡村风土人情和农民的辛勤劳作,打造具有鲜明辨识度的品牌形象。此外,鼓励农民专业合作社、农业企业与高校、科研机构合作,共同研发具有创新性的农产品。创新产业融合模式,也是推进生产标准化建设的重要途径。通过产业融合,不仅能够提高农产品的销量,还能形成产业协同发展的好局面,为农村电商注入强劲发展动力。基层干部要以品牌农产品为抓手,结合乡村旅游、文化体验等新兴产业,开发具有乡村特色的采摘体验、农耕文化研学等项目,为乡村振兴筑牢产业链根基。

**走好数字营销破圈路,创新优化直播电商环境。**完善直播电商配套生态,有助于持续推动产品营销数字化发展。具体来说,应加强农村网络基础设施建设,确保直播流畅稳定;建立农产品直播供应链服务中心,整合仓储、物流、质检等环节,实现产品的快速分拣、包装和发货。同时,优化营销推广模式,利用社交媒体平台大数据,分

析消费者需求,精准投放直播预告和产品信息;联合头部主播、明星开展公益助农直播活动,提升乡村产品的知名度和影响力,构建多方协同、良性循环的直播电商环境。跳出“卖货即卖货”思维,将农产品与地域文化深度融合,用“故事化营销”替代“卖货直播”。例如,在田间地头、传统手工作坊开展直播,让观众直观看到农产品的生长环境和制作过程,打造“文化+产品”的差异化内容矩阵,破解流量焦虑;策划富有当地特色的系列活动,将民俗表演、非遗技艺等村民的“看家本领”融入直播内容,在销售产品的同时传播乡村文化,增强直播的趣味性。引入虚拟现实、增强现实等数字技术,让消费者沉浸式体验乡村特有的手艺,用文化附加值提升产品溢价空间。利用元宇宙技术搭建“虚拟农创空间”,通过3D建模还原柑橘园、茶山等特色场景,让用户凭借喜好,自主探索农产品的“一生”。再结合AI智能导播系统,实时分析观众的停留时长、评论关键词等互动数据,完成采摘特写、烹饪教学、农户

访谈等多元画面切换,提升内容吸引力。

**走好电商人才反哺路,统筹构建全链条培养体系。**应重视人才培养,推出一系列优惠政策,如免费提供办公场地、设备,给予创业资金补贴等,打造“乡村电商创业孵化营”。同时,强化与职业院校、专业培训机构的合作,开设“订单式”电商人才培养课程,其内容要涵盖农产品电商运营、跨境电商实操、电商数据分析等模块,紧密聚焦农村电商实际需求,并鼓励教师采用理论与实践相结合、线上线下并行的教学模式,培养出既懂农业又精通电商的复合型人才。除培养本地农民主播外,还可吸引返乡青年、大学生等群体加入。具体而言,可建立“导师帮带+实践培训”机制,邀请行业资深主播和运营专家,为新人提供从直播技巧、产品讲解到粉丝运营的全流程培训;聘请专业人士,挖掘具有潜力的乡村网红,通过签约合作、资源扶持,帮助他们快速成长,为具有影响力的带货达人。

(作者单位:重庆财经职业学院)

## 将中华优秀传统文化融入高校声乐教学

赵悦

当前,文化多元交融已成为全球化时代背景下的重要发展趋势。作为专业音乐人才培养的重要环节,高校声乐教学承担着音乐文化传承与发展的时代使命。中华优秀传统文化源远流长、博大精深,其中蕴含的丰厚艺术瑰宝也为声乐教学提供了深厚土壤。在高校声乐教学中融入中华优秀传统文化,既是对传统文化的继承和创新,也是声乐教学内涵和质量提升的关键。

**中华优秀传统文化在高校声乐教学中的价值体现**

丰富教学资源,拓宽学生的文化视野。中国古代诗词以其优美的意境和韵律,为声乐作品的创作提供了丰富的文本素材。例如,从《诗经》的质朴灵动到唐诗宋词的清雅幽深,当代音乐创作者谱曲传唱了《虞美人》《钗头凤》《沁园春·雪》等多首经典诗词,这些文化作品使声乐专业的学生接触到了不同历史时期的文风风貌,开阔了文化视野,也使教学内容更加丰富多彩。

增强音乐作品的表现力和感染力。传统音乐元素往往具有提升艺术表现和情感表达的独特作用,如中国民族音乐的五声调式、戏曲中夸张的表现手法以及中式传统的情感处理都能为声乐演唱增添一种别样的韵味。学生在研习和演绎这些蕴含传统文化底蕴的作品时,能够更深切地理解作品背后的文化情感,进而更精准地把握演唱时的情感表达,最终增强音乐作品的表现力与感染力。

培养学生的文化认同感及民族自豪感。将中华优秀传统文化融入高校声乐教学,可使学生

在研习声乐技能的过程中深入感悟传统文化精髓,当学生能够深刻理解并生动演绎蕴含文化内涵的声乐作品时,自然会为传承与弘扬民族文化而倍感自豪,进而为中华优秀传统文化的永续传承奠定坚实基础。

**中华优秀传统文化融入高校声乐教学的创新实践策略**

教学内容的融入与拓展。教学内容上,要深入挖掘中国传统声乐宝库,在声乐教材中编入民族歌曲、戏曲选段、古典曲目等具有代表性的传统声乐作品。例如,选用云南民歌《小河淌水》,表现婉转悠扬的中国西南民乐风情;选用京剧经典唱段《梨花颂》,让学生感受独特的戏曲唱腔魅力;通过如《满江红》等古曲作品的演绎,展现古代名人事志的爱国情怀。通过融入传统声乐作品,能在教材中充分体现中华优秀传统文化特色,使学生在日常学习中也能感受到传统文化的独特魅力。课程设置上,要打破学科界限,进行跨学科的课程整合,如声乐和文史、声乐和舞蹈等进行创新融合。譬如,在学习声乐作品《枫桥夜泊》时,教师可结合中国古代文学课程,深入解读该诗的创作背景和艺术特色,同时从历史的角度介绍唐朝时期音乐文化的发展情况,还可以融入江南水乡的舞蹈元素进行表演辅助,让学生多维度理解作品,加深其对传统文化的思考与感悟,进而培养和提升学生跨学科的思维方式和艺术素养。

教学方法的创新与应用。在教学方式上,可通过营造传统文化氛围来构建教学情境,具体可运用多媒体、虚拟现实等现代教育技术手段。通

过播放歌剧经典片段录像,在解说歌剧声乐作品时,让学生身临其境地感受歌剧舞台的演奏魅力;或通过虚拟现实技术构建古代宫廷音乐场景,让学生对传统声乐文化有一个更直观的体验,进而激发学生的学习兴趣。也可以定期举办以中华优秀传统文化为主题的声乐比赛,并鼓励学生积极参与其中,如“古诗文声乐比赛”“民族声乐展演”等,还可以邀请外校学生与留学生参赛,以促进校际合作与国际交流。这些比赛不仅能够为学生提供一个展示学习成果的平台,更激发了学生学习传统文化的积极性和主动性,使其致力于以音乐为媒介传播中华优秀传统文化。

实践活动的丰富与深化。在实践教学方面,高校可设立“民族音乐工作室”“戏曲传承中心”等传统文化实践基地,这些基地应配备专业的设备和师资力量,学生可在其中进行实践学习,面对面与专业老师、民间艺人进行沟通交流,深入感受传统文化的魅力。同时,积极与文化机构、艺术团体、校外企业等社会组织合作开展社会实践活动。例如,与地方戏曲院团合作,组织学生参加戏曲会演;与文化企业合作,开展录制和推广传统音乐作品的项目,还可以将“师徒传承”模式引入高校声乐教学体系,邀请民间艺人、著名戏曲演员等社会人才担任“校外导师”,一对一对多地与学生建立师徒关系。校外导师可以口传心授的方式,将传统声乐作品的演唱技巧、表演风格及相关文化内涵传授给学生,使学生在指导过程中深入理解传统声乐艺术的精髓。学校也可借此机会设立文化传承奖学金,鼓励学生积极参加传承活动,做传统文化的薪火

传承者。

评价体系的优化与完善。在教学评价体系上,首先要构建多元主体参与的评价体系,包括教师、学生、专家、民间艺人等评价主体。教师可从专业声乐技能、文化认知等方面进行考核;学生间可进行互评、相互交流,分享对传统文化声乐作品的演绎经验和心得体会;也可邀请音乐文化专家、民间艺人从传统文化传承与创新的角度给出专业意见。通过以上多元主体的评价,可以使评价结果更加全面客观,也能充分发挥中华优秀传统文化的育人价值。另外,还需改变传统单一的侧重声乐技巧的考核,在考核内容上加大对文化知识掌握程度和文化情感表现力度的考核比重。例如,学生演唱一首传统戏曲选段后,评审人员不仅要对其发声技巧、音准节奏等进行评价,还要考查学生对戏曲行当特点的理解、对唱腔流派风格的辨别以及对作品所蕴含文化内涵的解读,促使学生在提高声乐功底的同时,不断提升自己的文化素养。

在高校声乐教学中融入中华优秀传统文化是意义深远的创新实践。面向未来,高校应持续深化教学改革,校地协同,推动传统声乐教学从“单向传播”向“双向赋能”转变,让中华优秀传统文化在高校声乐教学的舞台上绽放更加耀眼的光芒,实现声乐艺术教育与传统文化传承的良性互动。

(作者单位:陕西学前师范学院;本文系陕西学前师范学院教育教学改革项目“课程思政视域下中华优秀传统文化融入高校声乐教学的创新实践研究”(立项号:25JG013Y)的阶段性成果)

## 积极推进影视文旅产业融合发展

李佳忆

新媒体技术的迅猛发展,使信息传播方式与人们的生活娱乐发生了深刻变化,带来了影视与文旅产业融合发展的新契机。凭借强大的文化感染力和视觉冲击力,影视作品可以有效唤起观众对故事发生地的好奇和向往,而新媒体即时性、互动性和精准性的传播特点,打破了传统传播的时间和空间限制,使影视文旅信息触达受众的速度更快、准确度更高。深入研究影视文旅全链条发展战略,对推动文化与旅游深度融合、促进文化产业经济和社会效益的提升,具有重要的现实意义。

**影视内容创作:筑牢全链条根基。**作为影视文旅产业链条的重点,影视内容的优劣影响着文旅产业后续发展的潜力和价值。在创作过程中,首先,需要影视创作者深入实地考察,与当地居民沟通交流,从历史典故、民俗风情、自然景观等多个方面汲取灵感,在剧情架构、场景设计等方面巧妙融入具有代表性的文化元素,让影视作品成为生动展现地域文化的窗口。例如,展现江南水乡古镇的影视作品就可将小桥流水、丝绸刺绣、端午龙舟等古镇元素编织成故事的脉络,让观众在领略独特水乡韵味的同时,又能被故事情节吸引。另外,在创作中要突出情感的共鸣性,这也是影视创作的重头戏。一个引人入胜的故事可以抓住观众的心,而情感上的共鸣则可以让观众对作品进行深入思考。创作者应精心设计剧情走向,塑造生动立体的人物形象,力争将人性光辉、爱情悲欢、亲情冷暖等情感通过跌宕起伏的剧情展现出来。影视创作团队考虑到后续文旅产业发展的需要,在拍摄过程中还要着重

考虑场景的可用性,最好选择风光优美的实地取景地,拍摄时运用多种镜头语言,在预留空间和线索的同时,充分展现自然场景的魅力。从前期策划到后期制作,创作的每一个环节都要紧紧围绕文化内涵挖掘和情感表达,使影视作品成为文化产品,成为整个文旅产业链条的坚实根基。

**新媒体传播:激活全链条动力。**优质的影视内容产生后,要借助新媒体平台进行全方位、多层次传播。其中,短视频平台以其简洁直观、传播速度快的特点,与当下快节奏的生活高度契合。对此,可将影视作品的精彩瞬间、景点特色、文化符号等内容,通过创意剪辑和特效包装,制作成十几秒到几分钟的短视频,增强视觉冲击和感染力,迅速吸引用户眼球。直播平台也要开辟影视文旅交流的新路径。一方面,影视主创人员可通过现场直播的方式与观众进行实时互动,在现场为观众解答疑惑的同时,分享创作心得和趣事,提升观众对作品的认同感和亲近感。另一方面,社交媒体的文旅达人可以现场直播影视拍摄地现状,带领观众进行云游打卡,将当地风土人情、旅游资源等进行直观呈现,通过实时互动、限时优惠等方式,实现观众向游客的转化,将实际的流量带到文旅项目中。平台也可充分利用大数据和算法推荐技术,根据用户的浏览历史、点赞评论、地理位置等数据,对目标受众群体进行精准定位,保证每一条影视文旅资讯都能找到契合的受众群体,激活整个产业链条发展的市场活力。

**文旅项目开发:构筑全链条核心。**在通过新

媒体有效传播引发观众关注后,承接影视热度,开发文旅项目至关重要。如电视剧《长安十二时辰》的播出,促进了跟着当地向导来场“火晶柿子水盆羊肉吃货游”,在“陕西历史博物馆历史控专属讲解半日游”中,探秘何家村金器的最后下落等旅游项目的开发。对此,可以依托影视作品主题,打造身临其境的主题乐园或景点,通过融入虚拟现实(VR)、增强现实(AR)技术等现代科技元素,让游客能够身临其境地感受影视剧情。也可以打造参与型文旅活动,如定期举办电影首映礼、影视嘉年华、影迷见面会等影视主题节庆活动,聚集影迷发发烧,营造浓厚的影视文化氛围;开展文化研习之旅,通过专家讲解、实地考察、互动研讨等方式,针对学生群体或文化爱好者,围绕影视作品背后的历史文化知识设计研习路线,把文化旅游打造成生动的课堂,让游客从被动的观众角色变成主动的参与者,提升旅游过程的趣味性和教育性。同时,也要关注与当地社区协同发展文旅项目。积极吸引本地居民参与文旅项目运作,为其提供景区服务、经营特色店铺、参与民俗表演等就业创业机会,使居民成为文旅产业发展的受益者,从而提高社区对文旅项目的认同感和支持度,实现文旅工程与社区的共生共享。

**品牌建设与营销推广:提升全链条价值。**提升项目知名度、美誉度、市场竞争力作为重要手段,将品牌建设和营销推广贯穿于影视文旅产业链条。从影视作品创作初期就可进行品牌建设,不断塑造和强化品牌元素,以独特的影视风格、鲜明的文化主题、恒定的价值理念为重点,

从影视作品名称、角色形象、宣传海报到文旅项目LOGO、景观设计等外部呈现,全方位打造品牌视觉系统,给观众留下深刻的品牌印象。在营销推广方面,可借助新媒体平台,采取线上线下联动的形式开展营销活动。其中,线上利用社交媒体发起话题进行互动,鼓励用户自发创作与品牌相关的内容,扩大品牌传播声量;也可以与网红博主、旅行达人合作,借助其粉丝基础和影响力,邀请他们进行影视文旅项目的体验和分享,实现裂变式传播。线下举办品牌推介会和城市旅游展览活动,设置影视文旅项目体验区,让潜在参观者能够身临其境地感受项目魅力。再次,品牌建设和营销推广均需提升服务质量。文旅企业要树立全员服务意识,加强员工培训,从游客咨询接待、景区导览讲解到住宿餐饮服务,全过程精细化打磨,通过口碑传播为影视文旅品牌注入源源不断的发展动力,促进整个文旅产业链条的可持续发展。

“影视+文旅”的协同发展,让一座座城市的文化不再是束之高阁的文献资料,而是通过鲜活的影视作品落地生根,成为全民讨论和参与的社会热点。在新媒体传播影响下,促进影视文旅产业链条发展是一个系统性、动态化的过程,不仅能够满足人民日益增长的精神文化和旅游休闲需求,也为经济社会发展贡献力量。在今后实践中,每个月环环相扣,相互促进,才能共同推动影视文旅产业融合发展再上新台阶。

(作者单位:沈阳大学;本文系基于新媒体传播的影视文旅全链条开发策略研究(项目代码:2200220250064))

进入21世纪,数字技术迅速发展,已逐渐渗透至经济社会的各领域,积极进行数字化转型已成为企业突破发展瓶颈、提升核心竞争力,适应市场变化的重要引擎。中小型技术服务企业作为国民经济的重要组成部分,具有较强的市场适应能力、创新能力,在推动技术创新、提供就业岗位等方面发挥着不可替代的作用。随着云计算、大数据、人工智能等新技术的发展,客户需求呈现多样化、个性化趋势,中小型技术服务企业亟须进行数字化转型,实现从传统技术服务向智能化、高效化服务跨越,以提升企业运营效率,增强企业竞争力,从而在激烈的市场竞争中脱颖而出。

**制定科学的数字化转型战略。**科学的转型战略可帮助企业明确转型方向,提高资源配置效率,抓住数字经济发展机遇,实现企业可持续发展。首先,要明确战略目标与定位。企业应结合自身发展意愿,立足业务特点和市场需求,明确数字化转型的总体目标和各个阶段的任务。同时,要对自身在数字化转型中的角色进行精准定位,了解自身优势和劣势,取长补短,避免盲目跟风,确保战略目标的可行性。其次,要构建战略实施的组织保障。由企业高层领导牵头,带领各部负责人和业务骨干成立数字化转型领导小组,负责数字化转型战略的制定、实施工作,加强各部之间的沟通与协作,明确各自分工与职责,建立科学有效的考核机制,激励员工积极参与转型工作。企业还需要根据数字化转型的战略需求,及时调整优化组织结构,突破部门壁垒,建立跨部门协作机制,促进信息共享,推进业务协同。此外,还需建立战略评估机制。数字化转型是一个长期的、动态的、系统的工程,需要建立战略评估机制,定期对数字化转型战略的实施效果进行评估。应建立系统全面的评估指标体系,包括业务增长情况、客户满意度、运营效率提升程度等,分析战略实施过程中存在的问题和不足,对战略进行及时调整和优化。

**合理选择和应用数字化技术。**推动小型技术服务企业成功实现数字化转型,合理选择和应用数字化技术是重中之重。首先,要进行技术可行性评估。企业要关注技术的成熟度、稳定性、兼容性、可扩展性等进行评估,优先选择成熟度高、技术风险低、经过市场验证的技术,确保技术能够顺利集成和应用。其次,要关注技术成本效益。企业要关注技术的采购成本和后期的维护、升级、运营成本,选择成本较低的技术解决方案,降低初期投入成本;还可以通过与供应商协商、实行联合采购等方式降低采购成本。再次,需要制定详细的技术实施计划。针对需要具体应用的数字化技术,企业要制定详细的实施计划,包括实施步骤、实施节点、责任分工和预期目标,确保实施计划的可操作性和可监控性。除此之外,企业可借鉴同行在数字化转型过程中的成功经验,了解他们所选用的技术和应用效果,通过参加行业研讨会、技术交流会等多种方式与同行交流、沟通、学习,取长补短,少走弯路。数字化技术创新日新月异,企业在选择和应用数字化技术时,需要关注行业新技术发展动态,持续优化、不断更新、定期评估、及时调整,不断创新业务模式和服务方式,提高企业竞争力。

**加强数字化人才队伍建设。**随着数字经济的蓬勃发展,数字化转型的重要性日益突出,中小型技术服务企业对复合型数字化人才的需求日益旺盛。然而,当前许多中小型技术服务企业在数字化人才队伍建设中存在人才短缺、人才培养体系不够完善,人才流失风险高等不足。为解决上述问题,一方面,需要优化人才招聘策略。拓展招聘渠道,在采用传统网站招聘、人才市场招聘等方法的基础上,发挥社交媒体、专业论坛、行业展会等平台的作用,扩大招聘范围,吸引更多潜在人才,有效挖掘优秀人才。同时,企业需要根据业务需求和数字化转型战略,制定科学明确的招聘标准,关注招聘人才的专业技能、知识水平、学习能力、创新思维、团队协作能力等。另一方面,要完善人才培养体系。立足员工岗位需求,结合其职业发展规划和个人能力特点,为员工制定个性化、多样化的培训计划,确保员工在不同阶段获得相应的知识和技能。同时,需要丰富培训内容,涵盖数字化技术、行业知识、创新思维、沟通协作能力等多个方面。创新培训方式,采用在线学习、实践操作、小组讨论、案例分析等多种形式,增强培训的趣味性,提高培训的实效性。除此之外,还需要构建良好的人才激励机制。通过参考市场行情和自身情况,制定包括基本工资、绩效工资等多个部分在内的具有竞争力的薪酬政策,为员工提供五险一金、带薪年假、健康体检等福利待遇,确保员工的付出与回报成正比,增强员工的归属感和忠诚度。

推动中小型技术服务企业实现数字化转型不是简单的技术叠加,而是一场系统性、长期性变革。发挥顶层设计作用,实现前瞻布局;合理选择应用技术,推进深度耦合;加强人才队伍建设,锻造动能引擎,三者协同发力,方能推动企业创新服务模式,重塑商业逻辑,提高核心竞争力,帮助企业在竞争中占据先机,实现从“跟随着”到“破局者”的蜕变,书写数字经济时代企业成长新阶段。

(作者单位:西安交通工程学院马克思主义学院;本文系横向课题:中小型技术服务类企业数字化转型问题研究)