

## 中国式现代化青海路径探索

## 加强绿色有机农畜产品品牌建设

赵欣茹 陈伟伟

品牌建设作为“打造绿色有机农畜产品输出地”的重要抓手,对农牧民增收、地方经济发展以及优化农牧业产业结构等方面有着重要意义。在建设产业“四地”带动下,青海品牌建设稳步推进,品牌打造有保障、品牌培育有成效、品牌推广渠道多、居民认可度较高。推进现代化新青海建设,我们还需进一步立足实际,直面问题,突破制约,不断提升青海绿色有机农畜产品品牌知名度和市场竞争力,助推农产品附加值提升、产业结构优化及农民增收。

## 一、稳步推进,品牌强农成效显著

(一)政策赋能促发展,品牌建设稳推进。一是政策护航。青海陆续出台《农业农村部、青海省人民政府共同打造青海绿色有机农畜产品输出地行动方案》《关于加快推进农畜产品品牌建设的实施意见》《青海省品牌建设实施方案》等政策性文件,明确绿色有机农畜产品品牌建设的总体要求、重点任务 and 保障措施,为品牌建设提供有力政策供给。二是多方协同。农业农村部门统筹品种培优、品质提升、品牌打造和标准化生产,以“叫得响”为目标,大力实施“青字号”农畜产品品牌培育行动;商务部门着力建设冷链物流体系,为“青字号”品牌走出去提供物流保障;品牌建设主体企业凝聚共识、主动作为,推动品牌建设取得丰硕成果。

(二)提质促优兴产业,品牌打造有保障。一是规模生产。持续完善特色农畜产品标准体系,截至去年,全省现行有效农畜业地方标准累计达到700余项,深入开展农业全产业链标准化。目前,已建成全国重要的有机畜牧业生产基地、重要的春油菜杂交制种基地、重要的冷水鱼生产基地、重要的有机枸杞生产基地,“青字号”农畜产品绿色有机底色更加突显。二是加强认证。持续强化绿色有机农畜产品认证和监管,2023年,全省绿色有机、有机农产品和地理标志农产品达1115个,有机草原监测面积突破0.1亿公顷,66种农畜产品入驻国家地理标志农产品展示体验馆。各地区利用资源优势深挖品牌潜能,因地制宜推动绿色有机农畜产品品牌建设,如海西蒙古族藏族自治州都兰县培育出“大漠红”等15个枸杞产品品牌,是全省唯一一家通过欧盟有机和国内有机双认证的县区。

(三)三管齐下抓特色,品牌培育显成效。一是品牌集聚。青海农畜业品牌向牦牛、

藏羊、青稞、冷水鱼、枸杞、藜麦等特色产品集聚,其中玉树牦牛、柴达木枸杞、祁连藏羊、龙羊峡冷水鱼、茶卡羊为5个国家级特色农产品特优区。同时,积极打造全域绿色有机,如果洛藏族自治州甘德县有机草场认证面积已实现全覆盖,“甘德牦牛”等区域公用品牌随之创建。二是三点发力。全省农畜产品品牌形成区域公用品牌、农牧业企业品牌和农产品品牌互支撑的“三位一体”格局,涌现出“净土青海·高原臻品”“河湟田源”“河湟硒谷”“神奇柴达木”等地地方特色区域公用品牌,“可西里”“五三六九”“天露”等知名农牧业企业品牌,以及绿色有机牦牛肉、青稞奶茶、有机枸杞等市场影响力较大的农产品品牌。

(四)线上线下齐发力,品牌推广渠道多。一是产销对接。积极组织“青洽会”等产销对接活动,不断加大品牌宣传力度。企业以“专”和“精”为定位,在产品铺市和品牌影响力方面持续发力,如省级龙头牦牛肉精深加工企业可西里实业开发有限公司于2019年通过有机产品认证,产品销售区域短时间内覆盖了全国23个省市80多个大中城市5600余个直营店和销售店。二是多方推介。充分利用央视、地方卫视、新媒体平台,集中力量投放品牌广告,并以网络直播带货推动农产品销量创新高,品牌影响力逐步提升。各地区结合主销地特点,在人流密集场所进行广告集中投放,如海西州在杭州、重庆、成都等地的机场和地铁设立灯箱广告,并在浙江建成101家“神奇柴达木”品牌专柜。

(五)绿色有机受关注,居民认可度较高。一是知晓度高。调研显示,居民对青海绿色有机农畜产品的知晓度和关注度较高,品牌推介成效显著。二是购买率高。76.4%的参与调研者表示购买过绿色有机农畜产品,且以超市、市场、绿色有机农畜产品专营店等线下实体店为主要购买渠道的占比达80.3%,其次是找熟人代买,占比11.3%,网购、直播销售等各类线上渠道占8.4%。三是信任度高。91.6%的参与调研者愿意购买并信任青海品牌的绿色有机农畜产品,且青稞、枸杞、藜麦、菜籽油、蜂蜜等农产品成为消费首选(63.9%),其次是牦牛及相关衍生产品(48.9%)和藏羊及相关衍生产品(23.0%)。四是认可度高。调研显示,在品牌与产地、价格等众多产品属性中,居民更认可并看中食品安全、通过绿色有机无公害认证、营养价值三个产品属性,这与青海绿

色有机农畜产品品牌定位高度契合。

## 二、突破制约,加大品牌强农建设力度

(一)品牌规划科学化,产品生产标准化。一是强化顶层设计。青海以牦牛、藏羊、冷水鱼、枸杞、藜麦、果蔬等特色产品为主,然而各产业发展并不均衡,其中牦牛产业绿色有机品牌创建数量较多、影响力较大,其他产业品牌创建影响力相对较小。要立足特色产业制定具有系统性、战略性、前瞻性的品牌发展规划,持续完善绿色有机农畜产品品牌标准化体系,加强品牌监管与保护,严厉打击假冒伪劣行为,维护企业合法权益,从严管理区域公用品牌的准入和退出机制,防止滥用品牌进而损害品牌形象。二是提升产品质量。发展品牌就要把产品质量关,进一步树牢以质量为本的理念,全力增强质量管理和品牌发展能力,加强农产品质量安全监管,建立健全牦牛藏羊追溯体系。

(二)品牌理念现代化,建设主体规模化。一是加强品牌理念。针对品牌创建周期长、见效慢,投资大、风险高,而品牌创建主体往往受现实因素制约,更看重短期利益,缺乏长远的品牌发展战略等问题,进一步强化绿色有机农畜产品品牌建设的政策扶持力度,在税收优惠、金融扶持、财政补贴等方面给予一定的政策倾斜,引导企业积极参与品牌建设,树立质量兴农、绿色兴农、品牌强农理念。二是发展规模生产。当前全省农畜业生产仍以分散经营为主,管理粗放、产业规模小,农牧业基础设施和技术装备与农业现代化要求相比,仍然较为落后,一定程度上制约农牧业生产能力的提高,并影响农畜产品品牌建设发展。将青海资源禀赋和现代化农业管理模式相结合,多在标准化体系上做文章,提高农畜产品生产的产业化、组织化程度,强化对种植、生产、加工、分选、物流等全产业链管理,将产品安全意识贯穿全过程,推动农牧产业链提质增效。

(三)品牌建设精品化,基础支撑再优化。一是创新产品开发。省内农畜产品品牌多以初级加工为主,产业链长度和宽度延伸水平不高,产品精深加工不足,品牌效应不明显,产品附加值不高。政府相关部门需要继续加大对先进技术和科研人才的引进,用科研支持和科研成果增强品牌建设的动力之源。企业以农业科技提升工程为抓手,加大新产品研发环节的科技投入,引进精深加工技术,结合市场需求创新产品开发。二是

建强物流体系。当前全省全力推进县乡村三级物流体系建设,但受人口少、运距长、单量小等客观因素影响,物流难以完全覆盖至村,物流成本高,农产品上行难。青海不缺好的绿色有机农畜产品品牌,但缺少走出去的机会,如青海藏羊多以活畜销售或宰杀加工冷链鲜出售为主,部分奶制品保质期短,产品的储运要求较高,一定程度限制品牌产品跨区域流通。要加快完善农产品流通体系建设,在物流基础设施建设方面下力气,减少农产品流通中的损耗。积极推进生鲜电商等冷链物流新模式,将生鲜牦牛、藏羊、乳制品等好产品、好品牌推出去,立足全球市场,满足各地消费者多元化需求。

(四)品牌塑造多元化,宣传渠道扩大化。一是精准品牌定位。青海绿色有机农畜产品同质化产品多,差异化产品少,周边省份同类型产品品牌对本省品牌冲击较大,且居民消费惯性与品牌忠诚度较难改变。全省瞄准绿色有机“高端”“高品”做文章,定价普遍高于同类型一般产品,销售仍以本省为主,但省内居民对于高端商品的消费能力较为有限,品牌定位和品牌受众的不匹配制约了品牌发展。要以消费者需求为导向,根据产品定位、消费群体特点打造具有特色的品牌形象,推动产品加工包装与文化创意、市场营销深度融合,加强消费群体的粘性和忠诚度。抓牢青海旅游品牌这个最佳助力和旅游旺季这个关键节点,推动生态旅游品牌与绿色有机产品品牌互促共进,培育扩大消费群体。二是拓宽宣传渠道。全省品牌宣传推介缺乏系统性,策划专业度不强,融入当地特色文化不够,宣传精准性不强,与市场对接不到位。绿色有机农畜产品主要通过线下超市、批发市场、展销会等途径销售,线上销售起步晚、体量小。调研显示,大多数受访企业线上销售额占比为10.0%左右,37.1%的消费者通过网络了解青海绿色有机农畜产品,但仅有8.4%的消费者通过线上渠道购买,这表明当前仍有数字赋能不足,网络宣传辐射面不宽、效果不佳等困境。要组建规范化、网络化的营销渠道,通过网络信息平台拓宽营销宣传路径,加大宣传力度,不断提高品牌辐射范围,通过多样化的展销活动充分展示品牌特色,扩大品牌影响力,发挥政府引导、企业作为、消费者认可的品牌建设良好氛围。

(作者单位:国家统计局青海调查总队)

## 人工智能赋能新时代文化建设的三个基本着力点

申爱君 李琳

中华优秀传统文化承载着民族记忆和民族精神,是我们增强文化自信、坚定文化自信的强大底气。随着生成式人工智能技术的不断发展,AI能够通过辅助研究者进行传统文化的挖掘与梳理,提升传统文化的保护效率,拓展传统文化的传播渠道,提升传统文化的传播力,创新传统文化的表达方式,促进传统文化的创造性转化和创新性发展等,多方面赋能新时代文化建设,成为新时代文化建设的新质生产力。

## AI赋能传统文化的挖掘与保护

对中华优秀传统文化更好传承的首要任务是对传统文化进行系统的梳理和挖掘,挖掘优秀传统文化的哲学思想、人文精神、价值理念、道德规范,弄清优秀传统文化的历史厚度、文明广度、精神高度和现实温度,从而领悟优秀传统文化的博大精深。而对传统文化的挖掘与保护,必须要对历史文献、艺术作品、民间传说、习俗仪式等进行分类、整理和研究,尽可能地还原历史,全面深入把握传统文化,理解文化的内涵和价值。同时,更需要传承好和保护好非物质文化遗产,让非物质文化遗产不断焕发新活力。

目前,随着国内生成式人工智能文心一言、Kimi等技术的不断发展,这些内容生成式人工智能技术首先可以以其强扩展性,通过与文化研究者的交互,帮助研究者对大量文化资料进行分析和学习,对传统文化进行记录和保存。此外,在传统文化的数字化转化过程中,人工智能技术还能够实现文化遗产的数字化重建,为文物古迹建立数字化模型及虚拟场景,为民间工艺等文化遗产提供广阔的发展空间。例如,青海拥有丰富的文化资源,其中唐卡是我国珍贵的文化遗产,传统的唐卡制作和传承主要是通过手工绘制和口传心授的方式进行,技艺的传承易于断裂,唐卡画像也面临着自然灾害、人为破坏和贮藏困难等问题。去年青海师范大学团队通过AI的数字图像制作技术,精准地处理和还原唐卡画像的线条、色彩和质感,解决了唐卡画像的保存和传承问题,实现了唐卡数字化的重建。现实来看,生成式人工智能技术的发展为传统文化的挖掘与保护提供了强劲支撑。

## AI强化传统文化的传承与传播

习近平总书记强调,要让更多文物和文化遗产活起来,营造传承中华文明的浓厚社会氛围。创新文化传播方式是新时代文化建设的重要内容。传播和弘扬中华优秀传统文化有利于增强全国人民的国家认同感和民族自豪感,有利于凝聚起实现中华民族伟大复兴的强大精神力量。

AI以更快的计算速度、更好的自然语言处理能力以及更好的图像识别和视频分析能力,为文化的高效传播提供了新的引擎。目前,国内文心一格、讯飞智作、艺映AI等生成式人工智能技术通过创作图片、音频、视频等,一方面为传统文化的记录和保存提供了重要保障,为文化遗产的网络传播奠定了很好的基础;另一方面,这些AI技术通过对传统文化的可视化转化,使得文化以更加生动、互动的方式呈现给公众,为文化的传播提供了更广阔的渠道。同时,AI技术通过对用户兴趣和行为的分析,将相关的文化内容推荐给可能感兴趣的受众,提升了传播效率。因此,图片、音乐以及视频等内容生成AI技术能够促进传统文化的创新和传播,进一步让传统文化“活起来”,强化了文化的传播力。例如,今年全国两会期间,人民日报客户端制作了AI共创大片《江山如此多娇》,大大增强文化的传播性。再如,国内首部AI全流程微短剧《中国神话》于最近上线,该剧演绎了6个经典的神话故事,其美术分镜、视频配音配乐等,全部由AI完成。

## AI推动传统文化的发展与转化

推动传统文化的创造性转化与创新性发展要在保持传统文化核心价值和内涵的基础上,赋予传统文化新的形式、内容和表达方式,使其更加符合现代社会的需要,增强其生命力和影响力。

在传统文化复原过程中,人工智能技术以其深度学习能力和强大的算力,可以从现有的文化资料中学习传统文化的特征和规律,生成新的、类似的文化内容,并且目前AI已经能够很好地将传统文化与现代科技、艺术等相结合,帮助我们创造出新的文化形式和表达方式,推动传统文化的创新。随着AI技术的不断发展,还可以帮助文化研究者发现新的研究线索和视角,推动传统文化研究的深入发展。同时,AI大模型的出现也为打造更多具有思想穿透力、文化影响力、艺术感染力的文化作品提供了重要保障,为文化与产业的融合提供了更多可能。例如,青海省计算机学会和一些大语言模型机构,通过将人工智能技术融入非物质文化遗产,尝试探索帮助非遗传承保护和创造性发展创造性转化。因此,AI为传统文化的创造性转化提供了更多空间,不断催生新的文化产业,推动传统文化持续焕发蓬勃生机,为文化与其他产业的融合发展注入了强劲动力,使传统文化在现代社会中焕发新的活力。

(作者单位:温州商学院、青海师范大学)

## 聚焦深化美育内涵 提升教师美育素养

闫昱 樊成岩

具有美的理想、美的情操、美的品格和美的素养。这是一个由认识(发现、体验)到内化(感受、理解)再到行动(实践、创造)的递进和转化过程,是建立在专注、深入、感悟、反思基础上的品质涵养,以及渐渐渗入、润化、附着,积极而微妙地产生浸润的过程。“美育浸润”既遵循了人之于美的感受的客观规律、美育的认知过程特点和美育融入教育教学全过程与各环节的特殊教育规律,也彰显了美育潜移默化浸润心灵的独特育人价值,并体现出以美育人、以文化人的“行动”特征。

美育工作是一种浸润行动。以美育浸润学生、以美育浸润教师、以美育浸润学校,三者相互关联并融为一体。浸润学生是目标,浸润学校是浸润学生的基础保障,而浸润教师则是浸润学生与学校的前提条件。以美育浸润学生,是在教师的启发引领和示范中,在课程教学、实践活动和环境氛围的浸润中,在学生真切的体验和感悟中而得以实现的。《通知》要求,“构建完善艺术学科与其他学科协同推进的美育课程体系”“充分发挥艺术课程在学校美育中的主渠道作用”“加强美育与德育、智育、体育、劳动教育的融合”,既明确了美育教学的课程载体、实施主体和教学要求,更体现了全面育人与全面发展的教育教学理念。美育不仅是以艺术教育为主要渠道的艺术人文教育,更是贯穿所有学科乃至所有教育活动中的,强调关注个体生命情感和心理体验的一种教育理念与方法,以实现人的审美情趣与教育的审美境界的有机融合。美育课程体系的构建,旨在整合、挖掘和运用包括艺术学科在内的各学科的美育资源,应在充分发挥艺术课程在学校美育中的主渠道作用的同时,强化其他学科的美育功能,将更多学科蕴含的品德美、社会美、科学美、健康美、勤劳美、自然美等美育资源和中华美育精神与民族审美特质融入学校教育各环节和育人过程,并以美育成效提高德育、智育、体育和劳动教育水平,有效促进“五育”融合发展。

## 强化全员美育意识,提升教师美育素养

学生是学习活动的主体,教师是教育工作

的主体,两个主体在不同的层面通过自育、互育,协调互动共同成长。实施美育浸润行

动,全面提升美育质量,最为关键的是拥有一支高素质美育教师队伍。只有教师首先成为具有审美鉴赏力和艺术创造力的人,才能在育人过程中感染和引导学生不断追求美、发现美、鉴赏美和创造美。教师队伍的美育素养——美育意识、美育情怀和对美育规律的掌握,关乎学校美育浸润行动的成效。以美育浸润教师,发挥教师职业的美育功能,提升全员美育意识和美育素养,塑造人格魅力,涵养美育情怀,既是美育浸润教师的目标要求,也构建了教师美育素养的基本框架,这是面向全体教师提出的美育浸润目标与素养要求。也就是说,以美育浸润教师,就要坚持立德树人,扎根时代生活,遵循美育特点,弘扬中华美育精神,全面加强和改进学校美育工作,不断提高学生审美和人文素养,促使教师在职业发展的全过程中担负起青少年成长成才的责任。

学校美育是培根铸魂的工作,全体教育工作者担负着以美育人、以文化人,全面提高学生的审美和人文素养,全面提升学生综合素质的重任。基于教师美育意识、美育素养提升的重要性,《通知》中明晰了美育教师职业发展的目标、任务与工作举措。以需求为导向,分级分类,持续而有序地开展美育培训及交流活动是提高教师美育素养的重要途径。要将美育纳入教育系统领导干部和教师培训计划,广泛开展面向教育行政部门、学校领导的专题培训和面向艺术骨干教师的

专业培训,以“培训”强化全体教师的美育意识,树立正确的审美观念,提升各学科教师的美育素养。要以“课一展一考”保证美育教师培养质量,以“监测”提升艺术学科教师的教学与专业能力,以“名师引领”涵养美育情怀,搭建名师和骨干教师学习成长平台。要以“评价”激发美育工作动力,通过“美育评价机制优化行动”,深化美育评价改革,发挥评价的牵引和导向作用,探索多元化教育评价方式,研究与制定国家美育标准体系,构建新时代美育评价与激励机制,激发美育教师工作的自觉性和积极性。

## 深化课程和教学改革,抓好教师源头培养

深化课程和教学改革,创新人才培养模

(作者单位:泰州学院、青海师范大学附属第三实验中学)

## 工作研究

近年来,党和国家对学校美育教育重视程度不断提升。2018年,在全国教育大会上,习近平总书记强调:“要全面加强和改进学校美育,坚持以美育人、以文化人,提高学生审美和人文素养。”2020年,中办、国办印发《关于全面加强和改进新时代学校美育工作的意见》,提出以提高学生审美和人文素养为目标,把美育纳入各级各类学校人才培养全过程,贯穿学校教育各学段。2023年,教育部印发《关于全面实施学校美育浸润行动的通知》(以下简称《通知》),强调以美育浸润学生,全面提升学生文化理解、审美感知、艺术表现、创意实践等核心素养,丰富学生的精神文化生活,让学生身心更加愉悦,活力更加彰显,人格更加健全,是新时代学校美育工作的重要纲领,对健全美育工作体系,坚定文化自信,进一步发挥美育育人成效具有重要意义。

教师是学校美育实践活动的引导者和开展者,教师的美育素养关乎学校美育的质量。“以美育浸润教师”是《通知》中工作任务的重要组成部分,以美育人先育己,浸润教师要先行。学校教育的各个方面都有美育,教师职业本身就具有美育功能,教师便是最好的美育资源,学校各个岗位的从业者都是美育教师,美育教师这个称谓不是艺术教师的专属,而是学校全体教师的使命担当。这就要求我们要提升教师美育素养,使其能够积极投身于新时代学校美育浸润行动。

## 实施美育浸润行动,是全体教师使命担当

美是纯洁道德、丰富精神的重要源泉。美育是审美教育、情操教育、心灵教育,也是丰富想象力和培养创新意识的教育,能提升审美素养、陶冶情操、温润心灵、激发创新创造活力。美育的核心是育人,坚持以美育人、以文化人,以润物无声的方式启迪思想、温润心灵;美育是“面向人的教育”,必须把实施面向人的普及教育作为学校美育的核心目标。美育的意义是通过培养学生认识美、发现美、体验美、感受美、创造美的能力,而使之