

三大文创资源 助推大连文旅升级

刘亦菲 杨欣

在文旅产业深度融合与转型升级的大背景下,国内文旅行业从单一的观光游览模式,逐步迈入以内容赋能、IP驱动为核心的高质量发展阶段。文创作为地域文化与旅游消费的重要连接载体,逐渐成为衡量文旅企业核心竞争力、推动业态升级、实现可持续发展的关键要素。近年来,国内不少城市依托自身独特的文化资源,积极布局文创设计与开发,助力本土文旅企业突破发展瓶颈。

构建三大特色产品体系

当前,辽宁省大连市部分文旅企业仍然依赖传统模式,经营内容比较单一,产品同质化的问题也比较突出,品牌辨识度不高,很难适应当下年轻化、个性化和体验式消费新需求。大连市作为知名旅游城市,至今尚未形成具有全国知名度的标杆性文创产品,旅游文创产业发展相对滞后,特色化产品开发力度不足,已成为制约城市旅游品牌升级的关键短板。

面对文旅产业发展瓶颈,大连凭借其得天独厚的自然禀赋与深厚的文化底蕴,经过多年探索实践,正逐步构建起历史街区文创、海洋文旅文创、城市体育IP文创三大特色产品体系,覆盖历史、自然、体育三大核心文旅场景,成为推动本土文旅企业转型破局的关键引擎。

第一,东关街历史街区文创。东关街拥有百年历史,城市更新工程为当地街区文旅企业与商铺运营,提供了充足的文创设计素材。街区现存老建筑肌理、街巷风貌、老字号文化与红色历史,共同构筑起东关街文创核心内涵,催生出老街纪念印章、复古名片、非遗手作等各类文创产品。街区引入非遗工坊、拾光邮局、特色文创商铺等全新业态,将老街深厚历史底蕴与文创产品深度绑定,让老建筑改造成果转化为可消费、可传播的文创内容。此类文创不仅成为街区文旅企业引流留客、盘活商业价值的关键抓手,也初步完成老旧历史街区文旅商业的活化与升级。

第二,星海广场海洋文旅文创。作为以海洋为核心主题的多元文化融合城市,大连常年汇聚全球潮流文化,在接轨国际趋势的过程中,始终以本土文化

本文聚焦大连文旅产业转型痛点,通过剖析历史街区、海洋文旅、城市体育三大特色文创体系的赋能价值及现存短板,提出针对性优化策略,为文旅企业突破同质化困境、构建差异化竞争力提供指引。

为核心立意,开展前瞻性的概念设计。贝壳是大连海洋文化的重要载体之一,在大连海洋文创产品中,贝壳被广泛应用于饰品、摆件等文创产品制作。这些轻量化产品区别于传统大型文旅纪念品,价格低廉、便于携带,满足了大众游客日常消费和纪念需求,充分彰显了大连滨海城市属性,打造出具有地域特色的海洋文旅消费场景。

第三,足球城体育IP文创。大连“足球城”的城市体育名片,是区别于国内其他滨海城市的核心IP。本土文旅企业深挖大连足球的发展历程、城市体育精神与全民足球文化,逐步构建起专属体育文创体系。围绕足球城IP开发的纪念周边、球队衍生品、主题文创套装等产品,将抽象的城市体育精神转化为具象可感的文创实物,为城市文旅贴上专属化、特色化标签,既丰富了大连文旅企业的产品线,也进一步推动了体育文化与文旅消费的深度融合。

解析特色文创赋能价值

第一,从品牌塑造维度看,传统文旅企业多主打山海景观。东关街历史街区文创、星海广场海洋文旅文创、足球城体育IP文创,将本地多元地域文化与城市精神转化为可视、可传播、可消费的产品,助力企业脱离单一自然景观依赖,打造差异化专属品牌。文创设计新潮年轻化,精准吸引年轻客群,依托游客打卡分享与口碑扩散,有效提升文旅企业名气与市场辨识度,促成城市文旅品牌与企业品牌双向赋能、协同发展。

第二,从经济效益维度看,文创产品让大连文旅企业不再仅依赖门票和观光服务盈利,而是拓展出文创零售、私人定制、文创周边等多个盈利板块,有效提升企业营收能力与抗风险能力。以东关街文创商铺为例,其运营发展不仅提高了游客消费客单价与二次复购意愿,更激活了整条街区商业活力。多样化的文创盈利模式,在一定程度上弥补了传统文旅企业淡旺季营收差距大、盈利渠道单一的短板,优化了企业整体经济效益。

第三,从业态升级维度看,文创设计倒逼大连文旅企业转型升级,深化历史、海洋、体育与文旅产业融合,重构本地文旅业态。以东关街老建筑改造为例,文旅企业将老旧街区改造与文创商铺、非遗体验、文创打卡、文化展览等业态结合,让传统老街区从单纯的观光打卡地,升级为沉浸式文化消费场景,实现历史资源的商业活化。足球文创则推动文旅产业与体育产业交叉融合,开辟“体育+文旅”全新业态模式,既丰富了大连文旅企业的经营品类,又打破了传统文旅产业淡旺季分明的经营限制,推动企业经营向多元、常态方向发展。

第四,从市场拓展维度看,优质文创自带社交传播优势与良好市场适配性,可为文旅引流扩圈。游客打卡体验后乐于在社交平台分享,为企业带来免费线上曝光,反向拉动线下客流。此外,大连本土特色文创区别于国内通用旅游纪念品,具有较强地域专属感与个性化特点,能精准满足消费者的纪念、体验与收藏需求,既帮助本土文旅企业深耕本地市场,又能借助特色产品吸引外地游客,不断拓宽消费市场、积淀用户口碑。

审视文创运营核心短板

从整体发展现状来看,大连文创产品在设计和运营方面仍存在短板,在一定程度上制约了企业的长期发展。

第一,产品创新力还不够,同质化问题仍然突出。部分海洋文创和街区文创停留在表面元素堆砌,简单复制地标建筑或海洋生物等基础素材,未深入挖掘核心内涵,导致产品质感偏低,与国内其他滨海城市或历史街区的文创产品同质化严重,难以形成真正的市场竞争力。

第二,IP运营存在碎片化问题,缺乏长效性。大连虽拥有东关街、滨海海洋和足球城三大核心城市IP,但本土文旅企业多采取分散化、短期化开发模式,缺乏系统化、系列化打造思路,各类文

化IP未能得到持续深度运营,造成城市特色文化资源闲置与浪费。

第三,产品体验感和实用性失衡。部分文创产品重颜值轻实用,除基础纪念价值外,日常使用场景有限,难以激发消费者复购意愿。同时,DIY体验类文创业态较单一,沉浸式与互动式体验设计不足,消费场景单薄,难以有效留存消费者。

优化文旅企业发展路径

针对大连文旅文创发展中的上述问题,结合文旅企业发展需求与城市特色,可从三个维度优化文创发展体系,进一步强化文创对文旅企业的赋能效果。

第一,深耕本土文化内核,打造差异化创新设计产品。深入挖掘东关街百年变迁历史、大连海洋民俗文化以及足球城拼搏精神等核心内容,结合当下年轻人审美趋势与消费偏好,打造系列化、专属化、有温度的产品,以独特文化底蕴构建企业差异化竞争优势。

第二,搭建系统化IP运营体系,推动长效发展。大连文旅企业需整合历史、海洋和足球三类城市IP资源,打通不同主题文创之间的壁垒,持续挖掘城市特色文化,将IP价值稳定转化为长期品牌资产。

第三,兼顾产品实用性 with 场景体验感,升级文旅消费场景。在文创产品设计中平衡颜值与实用功能,丰富产品日常使用场景,提升产品性价比;全面提升消费者体验感与忠诚度,最终助力文旅企业实现可持续高质量发展。

综上,大连依托历史街区、海洋文旅、城市体育三大特色文化资源构建的文创体系,已成为推动文旅企业转型发展的核心引擎。尽管当前仍面临产品创新不足、IP运营碎片化等挑战,但通过深耕本土文化内核、搭建系统化IP运营体系、升级文旅消费场景等路径,可有效破解发展短板,有望进一步释放文创赋能价值。未来,大连文旅企业需持续强化文创产品的差异化与实用性,以特色IP为纽带,实现文化资源与旅游消费的深度融合,为城市旅游品牌升级注入持久动力。

[刘亦菲系辽宁科技学院学生;杨欣系辽宁科技学院副教授;本文系2026年辽宁科技学院国家级大学生创新创业项目“数智广告创意与新媒体传播工作室”(项目编号:202611430029)]

构,形成点、线、面结合的发展格局。如韶关制造业以产业园区为引擎,围绕先进材料、现代轻工消费品、先进装备制造三大支柱产业集群,培育大数据及软件信息服务、生物医药、电子信息等新兴产业集群,筑牢完整数字产业链,促进数字经济与制造业深度融合。

人才是企业进行数字化转型、实现高质量发展的主要支撑,要大力培养和造就兼具数字技术和强业务能力的复合型人才、高素质人才队伍。企业应根据内部员工所处岗位和层级的具体情况制定相应的培训计划,如针对企业业务骨干,要着重培养其数据分析能力、数字化工具使用技巧;针对管理人员,要着重培育其数字化思维与战略决策本领,提升其数字化管理能力。同时,企业要持续优化薪酬福利体系,完善激励机制,吸引多领域复合型人才加入。企业还要积极拓展高等院校、职业院校的合作,建立稳定的产学研协同机制,联手开展定向人才培养项目,精准对接企业数字化转型需求,持续为企业输送高素质人才。

综上,数字技术已深刻渗透到企业生产、运营、营销、创新等全流程,成为重塑企业竞争力的核心要素。面对数字经济的浪潮,企业需充分认识数字化转型的重要性与紧迫性,以技术创新为核心驱动力,以场景适配为落地抓手,以产业链协同为重要依托,以人才培养为战略支撑,构建起技术、场景、产业、人才“四位一体”的数字化转型生态。唯有如此,才能在激烈的市场竞争中筑牢数字经济产业链,不断提升企业抗风险能力、市场竞争力与创新力,推动产业链现代化水平迈上新台阶。展望未来,数字化转型将持续深化,成为推动实体经济高质量发展的关键引擎,为经济社会的可持续发展注入源源不断的活力,开创高质量发展的新局面。

(作者单位:韶关学院外国语学院)

五力并举 建设“托幼一体化”

本文聚焦托幼一体化背景下幼儿园用人需求的转变,剖析当前幼儿教师转型过程中面临的能力短板与现实困境,并从专业提升、理念转变、医育融合、家园沟通、自我成长五个维度,为教师适配新岗位提供了可操作的实践路径,助力学前教育教师实现职业蜕变与长效发展。

周诗雨

当前,我国学前教育正从“一位难求”转向“一孩难求”。《中华人民共和国学前教育法》第八十四条提出,鼓励有条件的幼儿园开设托班,提供托育服务。然而,师资培养成为托幼一体化高质量发展的关键瓶颈。托幼一体化绝非托班与幼儿园的简单叠加,而是教育理念、专业能力、工作模式的全方位升级,这对幼儿园的用人需求提出了全新挑战。

从经验平移到能力重构的现实落差

幼儿园教师培养体系主要围绕3至6岁幼儿构建,而托幼一体化要求教师将专业能力向下延伸,遵循“以保为主、保教融合”的原则。当前不少幼儿园已开设托班,但教师在理念、能力和经验上均存在明显短板。一方面,多数教师对0至3岁婴幼儿身心发展规律、回应性照料及情绪引导技巧掌握不足,普遍面临“擅长幼儿园活动,难以胜任托班保教”的适配难题;另一方面,不少教师将托班视作“简易小班”,照搬幼儿园集体教育模式,角色模糊、托育知识匮乏、技能转化困难等问题交织,让教师举步维艰。

部分园所在转型过程中,培训体系、教学资源等保障跟不上,很多幼儿园开设托班时,教师培训尚未到位就仓促上岗。这种培训供给的滞后与泛化,直接导致托班教师陷入“边干边学、试错成长”的被动局面;适应周期拉长,职业挫败感加剧,而转岗初期正是教师建立职业认同与专业信心的关键期,制度支持的缺位无疑放大了这一阶段的不确定性,也使保教质量面临潜在风险。

幼儿教师适配托班岗位的五大方向

面对幼儿园用人新需求,教师可以从以下几个方向主动发力。

第一,前置补短板,筑牢专业履职根基。专业能力是立足托育岗位的核心底气。相较于3至6岁幼儿教育,0至3岁婴幼儿托育更侧重精细化照护与科学化养育,对教师专业素养要求更为细致严苛。教师需把握转岗窗口期,变被动适配为主动攻坚,开展系统化、针对性学习,聚焦0至3岁婴幼儿身心发展特点、行为解读、科学照护等核心内容深耕,主动参与育婴师、婴幼儿发展引导员等职业资格认证培训,构建完备的托育知识体系。

第二,融合医育理念,深耕精细化保育服务。保教理念转型是适配托班岗位的核心关键。传统幼儿教育侧重知识启蒙与能力培养,以“教”为核心导向;而托班工作核心是科学养育,需完成从“重教学”到“重养育”的思维迭代。低龄幼儿教育的首要前提是建立安全感,教师需以温柔陪伴、耐心引导贯穿日常保育全程,贴合婴幼儿成长规律落实全流程照护。同时,要时刻绷紧安全弦,熟练掌握外伤处理、异物梗阻、突发不适等应急处置技能,以全方位安全保障、精细化保育服务守护婴幼儿健康成长。

第三,融合医育理念,升级综合托育能力。当前托幼行业正朝着专业化、规范化、科学化方向快速发展,医育融合已成为现代托育核心趋势。托班工作不再是单纯的生活照料与启蒙教育,更涵盖幼儿健康管理、风险预判、科学干预等内容。教师需主动拓展知识边界,系统学习儿童营养学、婴幼儿发展心理学、常见健康问题干预等专业知识,熟练掌握婴幼儿健康监测、风险识别、科学养护等实操技能,摆脱传统经验化、粗放化模式,为婴幼儿提供科学、精准、细致的照护服务。

第四,深耕家园共育,搭建暖心信任桥梁。相较于普通幼儿园家长,托班家长普遍育儿焦虑更为强烈,对婴幼儿在园饮食、睡眠、情绪状态、日常活动乃至细微磕碰等细节高度关注,对家园沟通的及时性、细致性、专业性要求更高。教师应建立精细化家园沟通机制:婴幼儿入园前,全面摸排其生活习惯、饮食禁忌、性格特质、家庭养育模式等基础信息,提前做好适配准备;入园适应期,每日同步更新在园动态,细致反馈生活、情绪、社交情况,让家长实时掌握幼儿状态。

第五,坚持每日复盘,实现长效职业成长。托班工作兼具高强度、高细致度、高情绪消耗的特点,长期一线工作易产生职业疲惫感。持续的自我复盘、自我调适、自我提升,是教师适配岗位、实现长效成长的重要保障。教师需养成每日复盘的职业习惯,常态化梳理当日带班工作中的短板与不足,总结幼儿照料、情绪引导、应急处置中的共性问题,积累经验。

综上,托幼一体化改革,是学前教育行业的结构性升级,更是幼儿教师的一次职业蜕变。从3至6岁幼儿教师转型为0至6岁全龄段托幼人才,既是行业发展的必然要求,也是教师突破职业瓶颈、实现转型发展的重要机遇。面对行业变革,唯有主动求变、持续精进,全方位完成能力迭代、理念升级、模式转型,才能紧跟行业发展步伐,在专业化的托幼一体化赛道上站稳脚跟、实现长远发展。

[作者单位:北京青年政治学院;本文系北京青年政治学院2024年度科学研究基金项目“高职早教专业学生核心素养及培养研究”(项目编号:MY202407)]的阶段性研究成果]

四维协同 构建企业数字化转型生态

米丽萍

数字经济时代,数字技术正以指数级速度重构全球产业格局,深度融入实体经济经营管理全链条,成为驱动企业变革的核心引擎。它不仅推动企业经营业态与模式、组织架构发生系统性变革,更催生出数据驱动、智能协同的全新生产范式,为企业生产力的跃迁注入强大动力。在新一轮科技革命和产业变革加速演进的背景下,数字化转型已不再是企业的可选之路,而是企业实现转型升级与高质量发展的必然选择,更是企业抢占未来竞争制高点的关键抓手。

数字化重塑企业核心能力

从运营管理和产品流通维度看,数字化技术能打破部门壁垒、消除信息孤岛,打通跨部门数据链并构建数据映射网络,大幅降低信息存储与流转成本,推动各主体高效协同沟通,让经营管理更顺畅,也为决策层提供全方位、精准化的分析依据。同时,人工智能技术可将企业中重复、机械的文本性、统计性业务工作转化为自动化流程,有效降低人力成本、提升工作效率。比如,智能招聘与员工绩效评价系统,能帮助企业精准匹配人才需求,优化人才管理模式,提升员工满意度。在流通环节,数字化赋能可实现产销精准对接,加速库存周转与资金流动,让企业资源配置更高效有序。

从生产方式维度看,数字技术既能精准研判市场需求与发展趋势,洞察消费者个性化需求,助力企业开发定制化、差异化产品,也能实现生产全流程实时监测,推动企业精细化管理、优化生产结构、创新生产模式,大幅提升能源与生产要素利用率,降低生产成本。以广东省韶关市北纺智造、大宝山智慧化矿山等转型案例为例,北纺智造通过数字化转型降低能源损耗,全年成本节

本文以数字化赋能企业高质量发展为主题,从运营管理、生产方式、市场营销、风险治理四个层面剖析数字化重塑企业核心能力的作用与价值,同时结合企业实践案例,从技术支撑、场景适配、产业链协同、人才培养四个维度提出数字化转型的实践路径,为企业数字化转型提供理论参考与实践借鉴。

约成效显著,实现提质增效;大宝山智慧化矿山则将智能在线检测、巡检引擎引入安全生产领域,构建物联感知网,用雷达、AI技术替代人工完成关键信息识别与计数,推动生产智能化升级。

从营销维度看,云计算、大数据、人工智能等技术的深度应用,让企业能精准洞察客户消费行为与偏好,基于客户需求与心理变化开展精准营销,提升客户关系管理水平,增强客户忠诚度与生命周期价值。同时,企业可搭建稳定的线上销售平台,打通社交媒体、移动应用、电商平台等多渠道,为消费者提供无缝购物体验;依托全天候服务,满足消费者随时下单、获取资讯、售后咨询等多元化需求,持续提升销售业绩与市场占有率。

从风险治理维度看,大数据与人工智能技术可实现风险实时全维感知、多情景动态推演,及时发现安全漏洞与技术故障,通过算法模型测算风险概率并发出预警,据此生成防控策略、动态调适业务流程,形成数字化闭环治理,有效消除决策干扰变量。

四维构建转型支撑体系

地方政府与企业需统筹规划、系统布局,制定长期技术发展方案,设立数字经济专项基金,加大新一代数字技术引入力度,强化数字基础设施建设,加快培育数字产业集聚区、数字技术创新示范区,为企业数字化转型提供坚实技术支撑。比如,广东韶关依托全光运力网络与省际光缆,将海量数据输送至广深核

心机房,以算力为支点打造“智算新城”,成为粤港澳大湾区的“算力心脏”,并通过虹吸效应吸引上下游产业链企业落地,实现从华南重工业基地向高新技术产业集聚区的转型。同时,健全数据安全管理制度,明确数据使用权限与保密范围,保障数据共享平台稳定运行。

企业需结合自身成长阶段、特性及业务需求,精准匹配数字化技术应用场景。基础管理阶段可引入财务ERP等工具,核心业务环节则利用人工智能技术开展风险预估与市场预测。以制造业为例,通过构建以客户为中心的非线性模式,运用数字技术与仿真技术缩短新产品研发周期,加速产品推向市场并实现规模化产销;生产制造环节推动自动化与数字化深度融合,借助工业机器人、数字孪生、人工智能及物联网技术打造智慧工厂,提升工艺柔性,实现降本增效。

产业链是上下游企业及产业部门基于技术经济关联与空间布局形成的协作体系,需通过科技创新与业态创新提升协同效率,加快产业链整合、推动产业链现代化。一方面,遵循梯度演进规律,发挥领军企业的龙头示范作用,以供应链、产业链、创新链、数据链的“链主”企业为核心,依托数字化标杆项目制定统一数据标准,搭建产业协同平台,带动中小微企业加速数字化转型,实现新一代数字技术全链条渗透。另一方面,兼顾传统产业转型升级与新兴产业培育,通过数字产业链建设推动产业融合,健全协同演进机制,优化产业结