



国际中文学术期刊卓越工程 建设期刊

ISSN 3105-5877
eISSN 3106-6305

人文与社会科学探索

Journal of Humanities and Social
Sciences Exploration



2026
2卷2期 2



环球未来出版社
Global Future Press

人文与社会科学探索

*Journal of humanities and social
sciences exploration*

ISSN 3105-5877 月刊

主编：李松有

副主编：张子杰

编委成员：王淳凯 熊晨曦
杜凯伟

外审专家：刘文涛 邢新宇
张凯博 赵律言



GLOBAL FUTURE PRESS

主办 | 环球未来出版社

官网 | www.gfpress.org

邮箱 | gfpress@yeah.net

地址 | 中国香港尖沙咀亚
士厘道 34 号星光行大厦 7
楼 A5 室

目录 TABLE OF CONTENTS

互助养老的现代化路径 The Modernization Path of Mutual-Aid Elderly Care

中国式现代化与农村互助养老的逻辑关联 — 李志博

The Logical Correlation between Chinese-Style Modernization and the Ecological Chain of Rural Mutual Aid Elderly Care Services – LI Zhibo

pp.1 – 7

《告别圆舞曲》三条线索的伦理意蕴解构 Deconstructing the Ethical Implications in Kundera's Farewell Waltz Based on Its Three Narrative Threads

环境·选择·身份：《告别圆舞曲》的文学伦理学解读 — 李明君、赵谦

Environment, Selection, Identity: An Ethical Literary Criticism of The Farewell Waltz – LI Mingjun, ZHAO Qian

pp.8 – 14

安踏案例：回款营销解析 Case Study of Anta: An Analysis of the Relationship between Accounts Receivable Collection and Marketing

企业营运技术路径重构：基于安踏体育回款速度对营销效率的影响研究 — 王晨烨

Reconstruction of Enterprise Operational Technology Path: A Study on the Impact of Anta Sports' Collection Speed on Marketing Efficiency – WANG Chenye

pp.15 – 28

《水浒传》英译本边缘英雄称名翻译研究 A Study on the Translation of Marginal Heroes' Appellations in English Versions of Water Margin

《水浒传》英雄人名英译中的功能性叙事与译者行为批评 — 陈亮、何浩文、开圆圆、李超凡、寇泽玉

Functional Narration and Translator Behavior Criticism in the English Translation of Heroes' Names in Outlaws of the Marsh – CHEN Liang, HE Haowen, KAI Yuanyuan, LI Chaofan, KOU Zeyu

pp.29 – 38

多框架下生成式 AI 伦理治理政策比较 A Comparison of Ethical Governance Policies for Generative AI Across Multiple Frameworks

生成式人工智能“同事化”叙事的伦理后果：基于政策文本的商业美德治理分析 — 张旭峰、李涵

The Ethical Consequences of the “AI-as-Colleague” Narrative in Generative Artificial Intelligence: A Business-Virtue Governance Analysis Based on Policy Texts – ZHANG Xufeng, LI Han
pp.39 – 46

剖析青年搭子现象 Analyze the phenomenon of “dazi” among young people

Z 世代青年社交降级现象研究——以“找搭子”为例 — 吴越

A Study on the Social Downgrading Phenomenon Among Generation Z Youth: Taking 'Finding a Companion' as an Example – WU Yue
pp.47 – 52

移动电商营销策略探究 An Exploration of Marketing Strategies in Mobile E-commerce

基于多维度分析的移动电子商务营销实践应用及优化路径探析 — 李浩然

Exploration of Mobile E-commerce Marketing Practices and Optimization Path Based on Multidimensional Analysis – LI Haoran
pp.53 – 63

红楼梦境象征析 An Analysis of the Symbolic Significance of Dreams in Dream of the Red Chamber

《红楼梦》中的梦境描写与象征意义 — 康伟

Dream Depictions in A Dream of Red Mansions and Their Symbolic Significance – KANG Wei
pp.64 – 69

思政美育：古今融合路 The Integration Path of Ideological-Political and Aesthetic Education: From Ancient to Modern China

中国思政教育与美育的交融变迁研究 — 汤文博

Research on the Integration and Evolution of Ideological and Political Education and Aesthetic Education in China – TANG Wenbo
pp.70 – 75

中国式现代化与农村互助养老的逻辑关联

李志博

(云南民族大学, 云南 昆明 650000)

摘 要:农村互助养老是在家庭养老、机构养老不足以有效成为农村养老之蓄水池之际所诞生的新型农村养老方式。通过探析中国式现代化进程中发展农村互助养老的内在逻辑关联,阐释中国式现代化背景下发展农村互助养老的必要性、可行性、方向性“三性”,回答“为什么要”、“何以行”、“如何做”的问题,揭示中国式现代化与农村互助养老之间存在着经济、制度、文化、人才多维度之间的动态关联,为实现农村互助养老服务现代化提供一定的借鉴参考。

关键词:中国式现代化;农村互助养老服务;内在逻辑

一、研究背景与问题的提出

为积极应对我国人口老龄化态势,2024年9月国务院明确出台了深化养老服务改革发展意见,意见指出到2029年基本建成养老服务网络,推动养老服务扩容提质。其中,家庭养老、机构养老成为养老服务网络中重要的养老模式。由于农村大量劳动力外流,村庄呈现出空心化、少子化等社会结构性问题,以亲情维系为纽带的家庭养老模式难以为继。在家庭养老和机构养老等养老服务模式均不能成为农村人口养老的有效蓄水池之际,一种以“自助一互助”为核心理念的农村互助养老模式诞生,是“后乡土社会”村民依靠自身力量探索解决自身养老困境的大胆尝试。农村互助养老凭借其深厚的文化底蕴、良好的社会基础、经济的成本分担等诸多优势,成为中国农村养老的出路。从实践上看,自2008年河北肥乡自发成立第一个农村互助养老模式以来,全国各地开始了探索试点阶段。与此同时,学界也开展了相应的研究。《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》明确提出,“推进互助性养老服务,促进医养结合。加快补齐农村养老服务短板。”这一决定明确了发展农村互助养老服务模式成为实现中国式现代化的战略定位。但现有研究大多囿于互助养老模式本身,关注点不乏其发展过程中所遭遇困境,如可持续性欠缺、内生动力不足等。围绕问题文本的研究范式反而会陷入固有问题的循环,从而导致现有研究忽视了农村互助养老模式发展与中国式现代化之间的内在逻辑关联,缺乏从国家战略高度视野来考察农村互助养老发展之维度。此外,尽管学者们从不同视角对农村互助养老模式进行了考察,其本质仍是将互助养老模式文化、技术、资源等要素置于割裂的空间中,未将农村互助养老各要素作为一个有机的动态链条加以考量。

故此,尝试站在实现中国式现代化的国家战略高度,将农村互助养老服务各要素置于统一理论空间场域下,基于服务链理论界定农村互助养老服务链之内涵,并细化农村互助养老服务子链条。此外,从价值目标、发展方向、效能优势等维度诠释中国式现代化与农村互助养老服务生态链的内在关联,以求揭示中国式现代化对农村互助养老服务生态链建构的指导意义,凸显中国式现代化进程中农村互助养老服务生态链发展之优势。

基金项目:农村互助养老服务生态链建构策略研究(23BSH077)。

作者简介:李志博(1999-),男,硕士研究生,研究方向为社会保障。

二、农村互助养老服务生态链的内涵

“互助”一词深植于我国丰厚的文化传统之中,“不独亲其亲”“出入相友,守望相助,疾病相扶持”等论述就是说明中国自古以来就有“仁爱之心、向善之举”的互助共济思想。本质上是“有余力余财者帮助无劳动能力或贫困或遭灾的社会成员避免生存危机的社会思想”。从传统社会层面上讲,互助养老主要采取“劳务输出与接受服务”的互助方式,表现为一种“单向”供给与需求之间的关系。传统民间互助只限于一定的社会圈子,是从地方历史中逐步形成,以家族纽带、相识和共同经验为基础的社会关系,

随着家庭结构的转变和社会的发展,农村互助养老服务模式实现了由单一的救助转变为双向的互助。同时在服务供给上,农村老年人因身体状况不同大致可以分为三类,在服务的接受上存在着差异次序。需求差异化、个性化的转变也倒逼供给侧变得更加多元化,服务供给模式的多元化不仅体现在服务种类和内容的增加,如生活照料、精神慰藉、健康管理等;还体现在服务提供者的多样性上,包括政府、市场、社会组织、志愿者以及邻里之间的互助。2008年的河北肥乡互助养老院堪称农村互助养老模式典范。空闲房屋经过高效的资源整合成为肥乡养老院空间场所,自助-互助是其主要依靠的生活管理方式,服务对象则为年龄较大的该地区老年群体,服务内容不仅包括简单的衣食住行基本需求,老年群体之间互助陪伴也带来了精神慰藉。互助养老院的资金源自子女提供以及政府支持。由此可见,对互助文化的传承与挖掘构成了互助养老服务生态链的精神内核,它依托乡村闲置资源,利用邻里间的亲情纽带和互助精神,构建起一种低成本、高效率、可持续的农村养老服务链条。时任民政部部长李立国称赞其是“村集体办得起,老人住得起,政府支持得起”的农村家门口的幸福院,符合群众的需要,符合农村发展的实际,代表着农村养老发展方向。

从以上农村互助养老模式分析,对农村互助养老服务生态链作出以下定义:“农村互助养老服务生态链作为一个综合性概念,是基于‘自助-互助’文化理念,以农村老年人多样化服务需求为核心,强调服务供给的可持续性。由政府、集体、社会组织、老年人自身等多元主体参与,通过资源整合、服务协同、文化浸润形成的动态互助系统,涵盖了服务供给、资金流转、人才支撑、文化维系等子链条,各个链条之间的耦合确保了农村养老服务的顺畅运行,从而达到为农村老年人提供全面、高效的服务目标。”

三、内在逻辑:农村养老的核心矛盾与中国式现代化的“必要性回应”

(一) 农村养老面临的核心矛盾

农村养老现实困境呈现出传统与现代、需求与供给以及制度与实践等多重矛盾的交织体现,其本质上是新时代背景下农村老年人对美好生活的向往与农村养老服务发展不平衡不充分之间的矛盾。

1. 农村传统养老模式的结构性失衡

在几千年的文化传承中形成根深蒂固的养儿防老文化,尤其在农村这种固有养老观念根深蒂固。尤其来说,在农村地区与没有儿子的男性相比有儿子的男性老年人其关系网内可能会更有“面子”。与没有子女的老年人相比,有子女的老年人可能获得更多的朋友支持,因为子女的社会网络有可能向上传递给父母。然而,随着计划生育政策的实施以及现代城镇化进程的加快,农村呈现少子化特征以及农村年轻劳动力外流,家庭养老功能逐渐被弱化。同时,老龄化态势也表现为不同地区之间的差异性。家庭照料者缺失加之平均家庭人口规模下降,家庭养老福利供给功能随之弱化,部分家庭结构呈现出倒金字塔式家庭模式,农村家庭不能有效承担养老服务的基础性责任,传统的家庭养老模式难以维系。

2. 资源供给与需求的严重错配

农村养老的资源匮乏体现服务资源、人才资源、资金资源在三个层面。在服务资源上,

由于农村老年群体人口基数大、国家对农村养老问题的重视,养老服务资源的投入也日渐增多,但仍存在服务内容的单一性无法满足农村群体需求的多样性。此外,相较于农村地区服务资源的匮乏,城市地区所获取的养老服务资源则表现为资源叠加、资源外溢的现象。在人才资源方面,当前养老服务质量不佳,很大原因在于相关服务人员较少,服务水平和能力欠佳,许多老年人难以获得必要的照料和护理,特别是在偏远和贫困地区,人才资源几乎空白。农村养老在资金保障上也存在着严重的欠缺。从宏观层面上讲,农村的基本社会养老保险制度保障水平不高,低于农村最低生活保障平均标准农村养老的经济基础,呈现“低水平、高脆弱”外显特征。

3. 制度的应急性与实践照搬化

随着农村老龄化的加深,我国农村养老表现出制度上的应急性、实践的照搬性特征。我国农村养老制度的应急性特征,本质上是应对老龄化加速的被动反应,缺乏系统性规划和长远布局。未富先老、支撑生育等阶段性特征印证了中国社会在物质、制度、文化等方面的准备不足。在我国压力型体制运作下,地方特别是乡镇部门为了应对上级政府的层层指标,不得不以数字的形式来建立一些“可建不能用”的基础设施,压力驱动一些地方部门和干部出现了“卸责”“躺平”等“惰政”“懒政”行为以及“痕迹主义”“程序化避险”等形式主义。在这一体制下许多农村照搬城市养老以及不同地区之间生搬硬套的面子工程,从而忽视了农村的经济基础、社会结构和文化传统,导致养老服务与实际需求严重脱节。

(二) 中国式现代化对互助养老的必要性呼唤

中国式现代化的本质是“人口规模巨大的现代化”“全体人民共同富裕的现代化”“物质文明和精神文明相协调的现代化”,“人与自然和谐共生的现代化”,“是走和平发展道路的现代化”。在农村养老模式传统与现代、需求与供给、以及制度与实践多重困境交织以及时代号召下,互助养老成为回应中国式现代化内在需求的重要路径,彰显出不可替代的必要性。

1. 破解大规模养老难题的现实路径

中国式现代化面临着全球最大规模的人口老龄化挑战,而农村地区的老龄化程度更深、养老压力更大,农村传统养老模式失效与庞大的农村老年人口规模有着密切的关系。互助养老服务在没有脱离传统和现实情况的基础上,凭借其自组织优势、邻里互助、低龄助高龄的模式,将分散的老年群体动员起来,形成自我服务、自我保障的内生机制,互助养老作为扎根农村的非正式组织模式能够有效破解农村养老难的问题。此外,农村互助养老作为人力资源再开发的一种重要途径,通过群体之间的资源交换,将农村闲置人力资源转化为养老服务力量,实现人力资源本地化开发,不仅能够缓解农村地区的大规模养老压力,还促进了老年人的社会参与和自我价值的实现。

2. 缩小城乡差距、促进共同富裕的基础工程

农村养老服务的普惠性是实现共同富裕的重要支撑。当前农村养老存在显著的数字鸿沟和服务鸿沟,低收入老年人、失能老年人等群体难以获得优质养老服务,成为共同富裕路上的短板。从空间层面来讲,农村互助养老模式在地域上的灵活性促进了公共养老服务均等化。依托行政村、自然村的闲置房屋建立互助养老点,将服务延伸至农村最末梢。与此同时,农村互助养老在村民参与村庄治理中也发挥着作用,促进了机会的均等化。农村互助养老模式的运营和维护本质上是一项公共事务,需要村庄内部各方力量的积极参与和共同协作,当特定团体内群体成员为改变群体的劣势状况,维护或提升群体的共同利益而采取的统一行动,便产生了“集体行动”。集体行动是在个体之间的联结以及信任机制的基础上实现的自发合作,农村互助养老模式为集体行动开展提供了天然合理的场域。

3. 实现两个文明协调的样本缩影

农村互助养老通过精神文明与物质文明的相互赋能,构建了两个文明相协调的实践缩影。第一,从内容体系完整性来说。立足于社会发展的特定阶段和老年人需要的演化趋势,农村互助养老模式发展出满足老年人基本的衣食住行基本物质层次需要,同时老年人之间的沟通交流,彼此认同也满足了其精神慰藉的需求。第二,在物质保障初期,精神活动多聚焦于情感陪伴、节日慰问等基础需求,当村庄产业被挖掘,各种要素资源有机会进行进入农村为农村养老服务分担压力,养老资源的增加增强了农村老年人的互助意愿。第三,农村互助养老模式功能完备性体现在其基本生活保障和文化价值凝聚上。互助养老通过助餐、助医、助居等基础性服务,解决老年人的基本生活难题,为乡村弱势群体提供稳定的物质依托,避免了老无所养带来的社会风险,发挥了老年人基本生活保障功能。

四、独特优势：中国式现代化对农村互助养老的赋能效应

（一）顶层设计系统化为农村互助养老发展提供制度保障

政策内容不仅反映政府的决策偏好,也揭示其关注焦点的演变。梳理 2018-2025 年间国家层面关于农村互助养老的政策演进农村互助养老模式大致经历了‘鼓励探索’(2018-2020)到‘构建网络’(2021-2022)再到‘体系化推进’(2023-2025)的三个阶段(参见表 1)。

时 间	阶段 划分	政策文件	内容表述
2018	鼓励 探索	《政府工作报告》	积极应对人口老龄化,发展居家、社区和互助式养老
2019		《关于推进养老服务发展意见》	大力支持志愿养老服务,积极探索互助养老服务
2020		《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五远景目标的建议》	健全基本养老服务体系,发展普惠型养老服务和互助性养老,支持家庭承担养老功能
2021		《中共中央、国务院关于加强新时代老龄工作意见》	鼓励以村级邻里互助点、农村幸福院为依托发展互助式养老服务
2022	网络 构建	《“十四五”国家老龄事业发展和养老服务体系规划》	依托村级邻里互助点和农村幸福之家,构建农村互助养老服务网络
2023	体系 化推 进	《中共中央 国务院关于做好 2023 年全面推进乡村振兴重点工作的意见》	加快乡镇区域养老服务中心建设,推广日间照料、互助养老、探访关爱、老年食堂等养老服务
2024		《中央一号文件》	因地制宜推进区域性养老服务中心建设,鼓励发展农村老年助餐和互助服务
2025		《中央一号文件》	健全县乡村三级养老服务网络,开展县域养老服务体系创新试点,鼓励开展村级互助性养老服务。

表 1:2018-2025 年国家层面有关互助养老模式政策演进

（二）科技进步为农村互助养老发展提供了软助力

首先,在农村互助养老情境中,老年群体身体机能弱化带来的健康风险始终存在,健康检测穿戴设备的普及应用,为农村老上了一道安全防线。实时生理监测、智能风险预警、数据联动响应的技术应用,将互助养老的健康保障从事后救助推向事前预防,为老年群体构建了健康防护网。其次,农村互助养老服务的精准对接,需要借助功能强大的信息交流平台,大数据、人工智能的发展为平台搭建提供了科技支撑,没有大数据,也就没有精准可言。通过收集老年人的养老需求、健康状况、兴趣爱好等多维信息,将老年人多元化需求在平台呈

现,信息平台还能有效连接不同资源供给主体,凭借数据采集、需求对接的精准化实现了服务供给的精确化,确保在老年人需要时能够迅速提供相关服务。

（三）乡村振兴为农村互助养老人才开辟道路

城乡融合发展是中国式现代化中的重要一环,乡村振兴加快了城乡融合的进程,推动了城乡要素双向流动,为农村互助养老人才开辟了多元化供给渠道。其中,人作为最活跃的能动要素,是养老服务体系构建、养老服务业发展的关键。养老服务人才是从事养老服务工作的所有人员,就农村互助养老模式而言可概括为医护人员和管理人员两类。农村互助养老的医护人员不仅承担老人健康监测和生活照护,还承担着本土人才资源的培育工作。乡村振兴中的基层医疗卫生服务能力提升工程,通过技能培训补贴、服务积分奖励等方式,鼓励农村低龄老人、留守妇女加入护理队伍,为医护人才培养提供了制度框架。

（四）集体文化理念营造为重构农村互助养老信任基础提供内在动力

中国式现代化强调集体主义文化理念,具体到互助养老模式来说,一方面,集体记忆是维系农村社区认同感和归属感的纽带,价值理念能够重塑唤醒集体记忆。通过弘扬传统文化中的集体主义精神,倡导邻里和睦、互帮互助的价值观念,从而激发村民对集体生活的向往和回忆。另一方面,村庄集体活动的开展还能够营造良好的互助文化氛围,在集体活动中所创造的文化对于群体中的个人是有规范、育化作用的。同时,传统民间活动如红事、白事,有社会规范和凝聚团结民族价值功能,不仅能培养村庄集体认同和行动能力,凝聚村庄社会资本,充实村庄治理资源,而且还能够满足村民精神文化需求,实现传统文化再生,有效链接了断裂的信任基础,为农村互助养老模式的可持续性发展提供了核心动力。

五、中国式现代化农村互助养老发展方向

在中国式现代化战略框架下,结合当前农村养老状况,提出本土化、规范化、长效化、时代化的农村互助养老模式发展方向,从而构建符合中国农村实际、适应时代要求的养老服务体系。

（一）立足乡土根基实现本土化,彰显中国式现代化的实践特色

在模式选择本土化发展中可初步考虑以下因素:其一,资源禀赋是选择本土化养老模式的关键因素。具体来说,对于集体资产较为雄厚、村两委号召力强且组织架构完善的村庄,干部领导型模式往往能发挥更大效能。这类村庄可依托村集体资源建立标准化互助养老服务中心,将养老服务纳入村集体发展规划,通过集体收益反哺养老事业。其二,村庄的人口结构和老龄化程度也影响着本土化养老模式的发展。对于青壮年外流较多、空巢老人比例高的村庄,在选择养老模式时需更注重服务的便捷性和持续性。可在干部领导型或能人带动型模式基础上,引入时间银行机制,鼓励村民为老人提供服务时积累时间积分,待自己年老后可兑换相应服务,解决服务力量短缺问题。

（二）依托制度设计实现规范化:践行中国式现代化的法治要求

首先,在项目设计上,应制定明确且详细的操作指南,确保各地农村互助养老项目在设立、运行、评估等各个环节都有章可循,减少因地域差异导致的混乱现象。其次,针对权益主体模糊,立法应进一步细化各方主体的权利与义务,确保各方在参与农村互助养老过程中能够明确自身定位,有效协作。特别是要明确老年人作为服务对象的权益保障,防止其因信息不对称或权利意识薄弱而受到侵害。最后,在反馈保障机制方面,应建立健全投诉、建议及评价等多元化反馈渠道,确保老年人及其家属能够及时反馈服务中的问题与不足。此外,

还应定期对农村互助养老项目进行绩效评估,将评估结果作为政府补贴、政策调整的重要依据,形成闭环管理,不断提升服务质量与效率。

(三) 融入时代发展实现时代化: 响应中国式现代化的创新要求

首先,数字化赋能要推进智慧互助养老平台县域全覆盖,为老人配备具备定位、跌倒检测功能的智能手环,数据实时联动村医和家属。同时开发适老化操作界面,通过语音交互、视频远程协助解决农村老人数字技能不足问题。其次,服务内涵时代化要对接健康中国战略,将互助养老从生活照料拓展至健康管理、精神慰藉等多元领域。依托县域医共体资源,在互助站设立健康服务点,由家庭医生每周坐诊,并引入社会工作者开展心理疏导、代际互动活动。最后,城乡融合时代化要打破资源壁垒,推动城市优质资源下沉农村。建立城市与农村的结对机制,例如,上海、北京等城市每年选派专家下乡开展技术指导,通过开展“城乡互助积分通存通兑”方式,城市志愿者赴农村服务的积分可在本地兑换服务,促进城乡要素双向流动。

(四) 聚焦可持续发展实现长效化: 契合中国式现代化的长远目标

首先,构建多元资源整合的长效供给机制。农村互助养老的可持续发展需要稳定的资源支撑,需打破单一的资金供给模式,建立多元资源整合机制。在政府层面,应将农村互助养老经费纳入县级财政预算刚性支出,建立与老年人口增长、物价上涨挂钩的动态补贴机制。村集体需发挥资源供给的本土优势,将闲置校舍、旧村委会办公室等集体资产无偿或低偿提供给互助组织使用,每年从集体经济收益中提取相应的比例注入养老互助基金,鼓励本地企业通过捐赠物资、赞助服务项目等方式参与。

其次,培育本土人才、激活村民参与热情,构建可持续的内生机制。通过建立人才培育计划,从村干部、乡贤、低龄老人中选拔有热情、有能力的人员,由民政部门组织系统培训,内容涵盖养老服务管理、资金运营、矛盾调解等实用技能,培训合格者颁发证书,为互助组织提供稳定的人才支撑。

最后,完善动态适配的制度保障体系。制度的可持续性在于其对变化的适配能力,需建立科学的动态制度体系,确保互助养老始终贴合农村实际需求。从组织活力、服务质量、资金稳定性、群众满意度等维度设置相应的服务标准,由乡镇每半年评估一次,县级每年开展一次综合评估,评估结果作为政策调整、资源分配的重要依据。

参考文献:

- [1] 中共中央 国务院关于深化养老服务改革发展的意见_中央有关文件_中国政府网
https://www.gov.cn/zhengce/202501/content_6996775.htm
- [2] 贺雪峰. 互助养老: 中国农村养老的出路[J]. 南京农业大学学报(社会科学版), 2020, 20(05): 1-8.
- [3] 张开云、李倩主编《社会保障学导论》, 科学出版社 2015 年第 2 版, 第 24 页。
- [4] 蒋平, 袁文全. 农村发展养老合作社的理论证成、现实困境与制度实现[J]. 四川师范大学学报(社会科学版), 2025, 52(03): 70-79+201-202.
- [5] 王铭铭. 村落视野中的文化与权力[M]. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 1997.
- [6] 文丰安. 农村互助养老: 历史演变、实践困境和发展路径[J]. 西北农林科技大学学报(社会科学版), 2021, 21(01): 105-113.
- [7] 纪春艳. 新型城镇化视角下农村互助养老模式的发展困境及优化策略[J]. 农村经济, 2018, (01): 90-96.
- [8] Nomaguchi K M, Milkie M A. Costs and Rewards of Children: The Effects of Becoming a Parent on Adults' Lives[J]. Journal of Marriage and Family, 2003, 65(2): 356-374.

- [9] 李沁怡. 福利错位: 我国县域普惠养老政策的实践偏差及其解释[J]. 社会保障评论, 2023, 7(05): 116-131.
- [10] 王群, 银马华, 杨兴柱, 等. 大别山贫困区旅游地社会—生态系统脆弱性时空演变与影响机理[J]. 地理学报, 2019, 74(08): 1663-1679.
- [11] 胡湛, 彭希哲. 发展型福利模式下的中国养老制度安排[J]. 公共管理学报, 2012, 9(03): 60-70+125-126.
- [12] 杨雪冬, 胡天宇. 压力型体制: 一个描绘和解释中国政府运行机制的概念[J]. 治理研究, 2024, 40(02): 35-43+157.
- [13] 王亚华, 舒全峰. 公共事物治理的集体行动研究评述与展望[J]. 中国人口·资源与环境, 2021, 31(4): 118-131.
- [14] 战焰磊. 推进物质文明和精神文明相协调的中国式现代化[J]. 学习与探索, 2024, (11): 9-17.
- [15] 戴枫, 吕笠瞻. 乡村产业与农村老年人互助养老: 影响机理与实证分析[J/OL]. 广东财经大学学报, 1-20[2025-08-03].
- [16] 张岩松, 韩金. 乡村振兴战略背景下农村养老服务人才供给困境与培养机制创新[J]. 社会福利(理论版), 2020, (11): 9-13.
- [17] 徐广玄, 邓玉函. 农村文化资源的中国研究与传承创新方略[J/OL]. 中南民族大学学报(人文社会科学版), 1-11[2025-08-03]

The Logical Correlation between Chinese-Style Modernization and the Ecological Chain of Rural Mutual Aid Elderly Care Services

LI Zhibo

(Yunnan Minzu University, Kunming, Yunnan 650000, China)

Abstract: Rural mutual - aid old - age care is a new model of rural old - age care that emerged when family - based and institution - based old - age care are insufficient to effectively function as the cornerstone of rural old - age support. From a systematic perspective, and drawing on the service - chain theory, this paper defines the concept of the rural mutual - aid old - age care service ecological chain. Sub - chains such as resource supply, talent support, and cultural nourishment are derived, thus constructing an ecological chain of "service provision - service processing - service utilization". Meanwhile, from the perspective of national strategy, this study delves into the internal logical relationships underlying the development of rural mutual - aid old - age care within the context of Chinese - style modernization. It expounds on the necessity, feasibility, and orientation of promoting rural mutual - aid old - age care under the backdrop of Chinese - style modernization, aiming to address the questions of "why it is necessary", "how it is feasible", and "how to implement it". This is intended to offer valuable references for the modernization of rural mutual - aid old - age care.

Keywords: Chinese-style modernization; Rural mutual help elderly care services; Internal logic

环境·选择·身份： 《告别圆舞曲》的文学伦理学解读

李明君* 赵谦

(安徽商贸职业技术学院 基础教学部, 安徽 芜湖 241000)

摘 要: 米兰·昆德拉的长篇小说《告别圆舞曲》从露辛娜追爱、雅库布寻仇和斯克雷塔认父三条线索展开叙述, 通过别出心裁的设计和夸张的巧合将不同的人物串联起来, 是一部构思精巧的佳作。以文学伦理学为视角, 沿着三条伦理线索, 解构小说中主要人物在伦理环境、伦理选择和伦理身份三个方面遇到的问题, 不仅有利于我们管窥昆德拉的伦理思想, 也能为我们树立正确的伦理价值观提供有价值的启示。

关键词: 《告别圆舞曲》; 伦理环境; 伦理选择; 伦理身份

一、引言

自20世纪80年代进入中国市场以来, 米兰·昆德拉(Milan Kundera)的作品先后在中国掀起三次研究、阅读热潮, 昆德拉一度成为最受中国读者喜爱的当代外国作家之一。《告别圆舞曲》采用了维也纳圆舞曲轻快的结构形式, 主要从露辛娜追爱、雅库布寻仇和斯克雷塔认父三条线索展开叙述。小说通过别出心裁的设计和夸张的巧合将三条线索中的人物串联起来, 是一部构思精巧的佳作。根据知网检索结果, 以昆德拉为主题发表的论文近2000篇, 遗憾的是, 以《告别圆舞曲》为主题的文献仅10篇, 主要从“追寻”主题、对话样式、叙事技巧、精神生态等角度对作品进行了解读。

由聂珍钊教授提出的文学伦理学批评认为: “文学在本质上是关于伦理的艺术, 文学的基本功能是道德教诲功能。”^[1] 具体来说, 文学作品通过一系列的道德范例来引导人们择善弃恶, 做一个有道德的人。本文借助文学伦理学批评的方法, 从《告别圆舞曲》中的三条叙事线索出发, 探讨小说中主要人物在伦理环境、伦理选择和伦理身份三个方面遇到的问题, 不仅有助于我们管窥昆德拉的伦理思想, 还能帮助我们从小说人物的伦理悲剧中汲取教训, 从而树立正确的伦理价值观, 做出正确的伦理选择。

二、露辛娜的伦理环境

与传统的道德批评不同, “文学伦理学批评要求文学批评必须回到历史现场, 即在特定的伦理环境中批评文学。”^[2] 这就要求文学批评不能以当下的道德立场对作品中的人物简单地做出好坏与善恶的道德评价, 而是要站在作品中人物所处的历史现场, 进行客观的伦理分析。因此, 伦理环境的探讨必不可少。在露辛娜追爱这条线索中, 家庭伦理环境、工作伦理环境以及社会伦理环境都在一定程度上导致了露辛娜的伦理悲剧。

小说中的一切故事都发生在一个小小的温泉城, 城中的温泉疗养中心远近闻名, 也是护

基金项目: 安徽商贸职业技术学院专业拔尖人才学术资助重点项目(Smbjrc202301)。

作者简介: 李明君(1990-), 女, 讲师, 研究方向为外国文学。

赵谦(1982-), 男, 博士研究生, 教授, 研究方向为外国文学。

通讯作者: 李明君

士露辛娜工作的地方。两个月前，小号手克利玛和乐队一起来温泉城登台表演，音乐会后的酒会上他看中露辛娜并与她发生了关系，之后他拒绝回复露辛娜的来信，对她的来访更是避而不见，极力想要撇清两人关系。对于已婚的小号手而言，露辛娜只是他惯性出轨行为中的众多“一夜情”对象之一。然而，对于一心憧憬都市生活的露辛娜来说，这是一次不可多得的机会，尤其是当她发现自己怀孕后，她想方设法将怀孕的消息告诉了克利玛。为了说服露辛娜堕胎，克利玛费尽心机，一边用花言巧语哄骗露辛娜，描述着两个月来根本不存在的“朝思暮想”，一边向她允诺虚幻的未来生活：他承诺要和露辛娜结婚、为她在布拉格找工作，还要带她去国外度假。沉迷于克利玛的虚情假意，露辛娜接受了克利玛的建议，同意流产以享受二人时光。

从露辛娜所处的家庭伦理环境出发，便不难理解她的行为。露辛娜出生在温泉城，这里到首都布拉格需要坐上四小时的火车，中途还得换乘三次。她的父母都是温泉城的当地人，从小时候起，“她的父亲就不停地给她灌输他的道德课和他的指令。”^{[3]56}因此，露辛娜一直渴望着另一个世界，人们在那里说的是另外一种话语。她竭力想要逃脱的是物资匮乏、交通闭塞的小镇，是思想保守、沟通困难的父母。尽管每次一提出搬家的想法，就会遭到父母强烈的反对，她仍然没有放弃对大城市的追寻。半年前，露辛娜终于离开了父母居住的村子，搬到卡尔·马克思公寓内一个很小的房间，不过她很快便感受到这里的新生活没有她想象中的美好。父亲路过公寓来看她，当他夸夸其谈自己退休后的“新使命”时，露辛娜只能心不在焉地应付着。卡尔·马克思公寓离父母还不够远，离她向往的都市生活还不够近。此时的克利玛是她和大城市之间的桥梁，她必须牢牢抓住。

然而，在几位同事再三劝诫下，露辛娜想法发生了变化。“假如你做掉了孩子，你将一无所有，他就会对你不屑一顾。”^{[3]105}同事的嘲讽不禁让她重新审视自己的决定，而情人弗朗齐歇克的出现让她进一步坚定了逃离小镇的决心。弗朗齐歇克是当地的一名普通的电气维修员，这天他带着礼物来见露辛娜，打开他送的蓝色睡衣，露辛娜看不到她所期待的物质生活，她看到的只是未来日复一日的琐碎，是奴颜婢膝的爱情的沼泽，是终将吞没她的一成不变的生活，是每一个未曾离开这个小镇的女人的宿命。露辛娜必须离开这里，她不能寄希望于克利玛转瞬即逝的爱情，唯有腹中的胎儿才是她无可替代的博弈筹码。

露辛娜之所以会持有这样的爱情观，与她长期所处的工作伦理环境不无关系。露辛娜工作的疗养中心每年即使要来一万个女人，也不会有一个年轻男人踏足，看着这些离开丈夫、情人来不能生育的女人的到来，身材面容姣好的露辛娜不禁感叹命运不公。底层的社会地位让露辛娜产生了强烈的不安，在她看来，疗养中心的女人来自于一个充满机会的世界，而她缺乏的只是走进那个世界的机会。重复单调的工作时常让她不寒而栗，一想到自己要默默无闻地在这个小地方蹉跎时光，一想到青春转瞬即逝，而她还没有开始新的生活，她便开始焦虑。此外，从小说中的一些细节我们也能对当时的社会伦理环境窥探一二：每年来来往往的女人扎堆在疗养中心，无非是希望获得生儿育女的妙方。在当时的伦理环境中，婚姻是女人的唯一依靠，怀孕和哺育是女人的职责，而孩子则是“受到社会 and 传统保护的生命的萌芽”^{[3]169}，是女人命运中普遍的光荣和骄傲。腹中的胎儿是露辛娜通往婚姻秘密“王牌”和希望所在。

露辛娜对于堕胎计划的态度转变让克利玛深感棘手，就在此时，故事发生了戏剧性的转变。音乐会当天，露辛娜路过当地一家餐馆，其间偶遇小号手夫人卡米拉和她的摄影师朋友们。露辛娜惨遭摄影师们的羞辱，而美国商人伯特莱夫替她解了围。当晚音乐会中途，二人便在伯特莱特的套房内心甘情愿地发生了关系。吸引露辛娜走向这位美国富佬不仅仅是他的阔绰、睿智和成熟，还有露辛娜那淹没于一堆疗养中心女人之中的，终于被唤醒的、被确认的女性魅力。第二天，克利玛还在为如何说服露辛娜而苦恼，露辛娜却一改常态，不再与他

纠缠，因为她已经找到了一个比小号手更合适的依靠，伯特莱夫的出现同时满足了她对于社会地位、财富和爱情的幻想。虽然伯特莱夫老态龙钟，但是两人的年龄差反而给露辛娜带来一份安全感，她不用着急忙慌，不用害怕时间流逝，也不用担心年老色衰。可笑的是，对于伯特莱夫来说，露辛娜不过是他众多情人中的一个。一直尾随女友的弗朗齐歇克发现露辛娜决定堕胎，于是他来到露辛娜工作的地方大闹了一场，因为他坚信自己才是露辛娜腹中孩子的父亲。为了阻止露辛娜堕胎，他以死相逼，情急之下的露辛娜拿出早前同事给她的镇静剂服用，却未曾想到药瓶中混合着一粒获释囚徒雅库布失手放入的死亡毒药。满怀对新生活的憧憬，露辛娜试图努力抓住未来，却在新生活即将开端之际因为误服毒药而死于一场毫无逻辑的谋杀。

20 世纪 60 年代，欧美第二次女权运动刚刚开始，在当时的伦理环境中，家庭仍然是女性的庇护所，丈夫依然是女人唯一的物质和精神依靠。露辛娜终究未能跨过时代的鸿沟、摆脱被小镇囚禁的命运，“从克利玛走向伯特莱夫，露辛娜误以为是从失望走向希望，实际上是从圈套走向了另一个圈套”^[4]，两次追爱行为注定无果。当代社会，女性角色发生了翻天覆地的变化，她们已经不再需要通过婚姻来证明自己的价值，而婚姻也不应成为束缚女性成长的枷锁。露辛娜的伦理悲剧无时无刻不在提醒我们：无论身处何种伦理环境，女性都应该坚守自我，坚定人生方向，积极寻找属于自己的人生价值。

三、雅库布的伦理选择

“伦理选择指对两个或两个以上的道德对象的选择”^{[5]267}，不同的选择结果代表着不同的伦理价值，而斯芬克斯因子是影响伦理选择的变化和组合，“是由人性因子和兽性因子构成的”^[6]。人性因子表现为理性意志；兽性因子表现为自由意志。当人性因子战胜兽性因子时，即完成了理性的选择，成为了道德的人；反之，则进行了非理性的选择，成为了不道德的人。在雅库布寻仇这条线索中，雅库布主要面临两个伦理选择，人性因子和兽性因子在此消彼长的过程中推动着小说情节的发展。

第一次伦理选择发生在雅库布与养女奥尔佳之间。奥尔佳的父亲和雅库布曾是好友，后来两人因革命立场不同而分道扬镳，雅库布因为奥尔佳父亲的定罪而入狱。出乎意料的是，半年后奥尔佳父亲被送上绞刑台，而雅库布获释，出狱后的雅库布便收养了奥尔佳。多年以来，雅库布一直沉浸在收养政敌之女的自我感动之中，而奥尔佳心中长期压制着对雅库布有违伦常的异样情感，她一心想要破坏雅库布扮演的慈父形象。终于，在雅库布和她告别之际，奥尔佳意识中横行多年的兽性因子被激活，在她的主动勾引下，两人发生了性关系。奥尔佳的越轨行为源自于人类生物性的“死本能”。“死本能是本我无意识中一种原始的欲望，体现为毁灭自我和毁灭他人的倾向。”^[7]在自我玩味破坏带来的快感中，奥尔佳实现了对雅库布父权的僭越，她彻底抛弃了雅库布让她扮演的天真无辜的孤儿角色，她不再是任何男性意愿的牺牲品，奥尔佳以一个极端的自我毁灭式的献身来寻求个人身份认同，此时兽性因子所代表的自由意志在奥尔佳身上体现得淋漓尽致。面对奥尔佳的主动献身，人性因子所代表的理性意志告诉雅库布应该拒绝奥尔佳，毕竟他从来没有想过要和她发生关系，在他看来，奥尔佳是他一生中唯一纯粹的爱生命体，是他纯洁、无私、高尚的道德体现。然而，在兽性因子所代表的原欲的驱使下，他配合着奥尔佳的出格行为，并且给自己找了一个冠冕堂皇的理由：他厚颜无耻地认为此时如果拒绝奥尔佳会深深伤害到她，给她留下永久的创伤，他的接受能够给奥尔佳带来自信和快乐，是自己的另一桩“善行”。然而，“乱伦一直为世人所不齿，是所有家庭伦理中最令人不能容忍的一种行为”^[8]。两人发生关系后雅库布便对奥尔佳产生了一种厌恶和嫌弃，因为奥尔佳已无法契合他抚养政敌之女的自我形象。奥尔佳的试探撕去了雅库布慈父的标签，卸下了他虚伪的外衣。当年，奥尔佳父亲为了“证明自己将理

想置于友谊之上而判了雅库布的罪”^[9]；后来，雅库布为了证明自己与那些随时可以将同事送上断头台的刽子手不同，刻意压抑了对政敌的憎恨，他希望通过收养政敌之女这一壮举来完成他慷慨大方的自证，以获得自我道德的优越感。然而，这一行为实质上不过是他在自我道德标榜下的高压下对奥加尔父亲的仇恨的一种扭曲和变相发泄，是“死本能”的外化，是兽性因子的暴露和人性因子的伪装。

第二次伦理选择发生在雅库布与护士露辛娜之间。这一次，雅库布的人性因子和兽性因子展开了多轮交锋和激烈博弈。雅库布与露辛娜的过节产生于一次政府组织的捕狗行动中。他从露辛娜父亲的手中拯救了一条狗，在他准备将狗带进大厦的时候遭到了露辛娜的反对，双方从最初的口角争执上升为最后赤裸裸的仇恨。第二天雅库布在餐厅偶遇露辛娜，发现了她遗忘在桌上的药瓶，药瓶中的镇静剂与他一直随身携带、本欲归还的一片毒药看起来几乎无异。这片毒药是他在告别铁窗岁月后向好友斯克雷塔医生求得的，以便在不能承受迫害时用于自杀。在好奇心的驱使下，他把自己的毒药投入了露辛娜的药瓶中。随后，露辛娜返回餐厅取药，雅库布由此开展了三次尝试性的补救行动。

第一次尝试发生在露辛娜回来取药瓶时，雅库布迅速抢夺了药瓶，要求从里面拿出一粒药，甚至不顾露辛娜的反对直接拔下瓶塞取药。此时的雅库布身上人性因子占据主动，他清楚知道在露辛娜用于治疗小毛病的、毫无危险的药片之上，栖息着的是伪装了的死神。然而露辛娜的伸手抢夺和大声叫喊激活了他身上一直隐匿的兽性因子。于是，他瞪着眼睛看着露辛娜，慢慢松开了手，任由露辛娜离开。露辛娜走后，雅库布心不在焉地敷衍着同奥尔佳的对话，此时的他内心极为矛盾。一方面，兽性因子为他的不作为找到了许多借口，比如露辛娜当时的态度太强硬，自己不知道露辛娜的去处等等；另一方面，人性因子在呼唤着他，面对一条生命，他的重重疑虑是不合时宜的，每一秒的犹豫都会加重威胁露辛娜的生命。此时的雅库布身上的兽性因子尚未失控，仍由人性因子掌控，因此很快他便开始了第二次尝试。犹豫之后，他来到卡尔·马克思公寓找露辛娜，被门卫告知露辛娜可能去了排练大厅，他又前往人民之家演播厅寻找露辛娜，此时人性因子战胜了兽性因子，雅库布做出了理智的选择。然而，到达排练厅之后，他的兽性因子再次浮现，他无法面对露辛娜可能的死亡，无法面对别人可能的追问，自诩道德高尚的他害怕暴露自己杀人凶手的身份。于是，雅库布在不断地与内心的对话过程中反思，原来自己寻找露辛娜的行为也仅仅是为了面对自己的良心时有一个很好的托词。回想当时把装着毒药的药瓶给她时的情景，他猛然明白把药瓶交给露辛娜并非偶然，而是出于一种多年来伺机表现的陈旧欲望。对于雅库布来说，狗是政治运动的受害者，捕狗行动就如同他曾亲身经历的政治迫害，而露辛娜则是政治迫害者的继承人和帮凶。意识到这一点他浑身一颤，人性因子回归，立马跑向卡尔·马克思公寓寻找露辛娜，但是露辛娜一直不在家，第二次尝试不了了之。最后一次补救行动发生在音乐会当晚，当雅库布在演出大厅看到露辛娜的时候，他无比庆幸露辛娜还活着，这就意味着他还没有成为刽子手，不用再担心别人会把他当成杀人犯，而他要做的就是避免悲剧发生。此时，人性因子仍在有意识地努力克制兽性因子。因此，雅库布全程无心欣赏音乐会，他打算在两首曲目休息的间歇把一切解释清楚，就在他打算尾随露辛娜出去的时候，却被奥尔佳一把拉住，错过了最后一次的拯救机会。从这三次补救尝试中不难看出雅库布身上的人性因子一直有意识地努力与兽性因子相互制衡，但是每一次人性因子的胜利都是短暂的，以道德高尚标榜的雅库布实则懦弱，每次到了关键时刻都会有意地放纵兽性因子对人性因子的压制，一次又一次地放任自己的不作为。

第二天，当雅库布清醒之后，人性因子让他不得不再次面对伦理现实。他拨通了露辛娜的工作电话，得知她还在工作，他感觉到巨大的轻松。讽刺的是，随后他使用一种利己主义的逻辑推断出斯克雷塔的药是假的。临行前，他试图想象露辛娜如果真的已经死了，他也

不会感到一丝犯罪感,最后“‘刽子手’雅库布轻松地驾车离开故土”^[10],穿越一片祥和的乡野,欣赏窗外的景色,就像什么事情都没有发生过一样。此时,雅库布身上的兽性因子已经完全挣脱了人性因子的束缚,让他可以毫无顾忌地逾越伦理底线,漠视他人生命。小说的最后,这位虚伪的道德卫士选择用逃亡来结束这一场看似毫无逻辑的“谋杀”。

因为无法忘却自己被迫害的过去,雅库布一直将自己沉湎于过去受害者的身份中,对祖国产生了一种格格不入,他把所有人都当作仇人,最终在消灭刽子手的愿望中让自己沦为一个杀人于无形的刽子手。人性因子和兽性因子在他身上严重失衡,两次寻仇使他最终沦为心理畸形、丧失伦理的人。每个人的一生都面临各种各样的选择,如何在人性因子与兽性因子的博弈中达到一种平衡状态、做出理性选择、成为一个有道德的人,是我们每个人都应该思考的哲学论题。

四、斯克雷塔的伦理身份

身份的来源有两种,一种是先天赋予的,如生物学上的血亲身份;另一种是后天获得的,如家庭身份、职业身份、社会身份等。文学伦理学批评理论指出:“伦理身份是评价道德行为及道德规范的前提,对道德行为主体产生约束。”^{[5]264}在斯克雷塔认父这条线索中,斯克雷塔主要面临两种伦理身份:医生的职业身份和父亲的血亲身份。

斯克雷塔在小说中出场的身份是温泉镇的专治不孕不育的名医,表面上他是当地赫赫有名的医生,而实际上他却是个不顾职业操守、唯利是图的市井商人。“他作风散漫,毫无时间观念”^[11],明知道诊所中有一堆排队看诊的患者,他却可以因为一些无关紧要的琐事当街与人争论两小时;雅库布来访,他一心想着打发病人以便同老友相聚,护士们对于他的擅离职守早已司空见惯。对他来说,行医不过是一桩副业,投机取巧、贪财好利才是他不折不扣的主业。小说开篇,趁着克利玛有求于他,他立马打着著名小号手的名号组织演奏会以便从中牟利;哪怕是面对他一心想讨好的伯特莱夫,他也在盘算着如何倒卖这位美国商人的圣徒画像并从中分利;明知露辛娜真正死因,他却有意隐瞒真相并极力撇清克利玛同露辛娜的关系,为的不过是以此为理由要挟克利玛继续为其走穴以牟取更多利益,就连小镇上的人都认为行医“妨碍了他把全部精力投入到一大堆更重要的计划中”^{[3]109}。

如果说斯克雷塔无视患者的宝贵时间、热衷钻营走穴是一种有违医德的做法,那么他借妇科检查之便侵犯女性患者隐私的行为则是其职业道德沦丧的又一铁证。雅库布前来告别,因为无法分身,他直接将医生的工作服递给雅库布,让他假扮成医生一起进入妇科检查室;当年轻貌美的女患者走进来时,他打着检查身体的名号对患者进行不当触摸,其行为与流氓无异。令人意想不到的是,面对好友雅库布的无理请求,他竟然毫不犹豫地答应了,并为其配制了毒药,成为雅库布毫无逻辑的谋杀实验的帮凶。随着小说情节的发展,斯克雷塔的做法再次打破伦理禁忌。令人瞠目的是,他竟然在试管中配上了自己的精液,偷偷地注入前来求医的女性体内,让不明真相的女性患者怀上他的孩子。他妄图将他的优良基因遍布全国,并固执地认为自己的做法是为了让这个国家变得更好。生活中,为了获得美国国籍,两年来他多次暗示伯特莱夫,处心积虑地希望这个只比他大七岁的美国佬收他为养子。小说的最后他终于如愿以偿,与伯特莱夫结成父子关系,伯特莱夫成了他伦理上的父亲。荒谬的是,伯特莱夫的儿子小约翰居然是斯克雷塔优生学实验的产物。从血亲关系上来说,斯克雷塔才是小约翰生物学上的父亲,而他竟罔顾道德伦理,与自己的亲儿子结为兄弟,这显然违背了伦理禁忌,造成了血亲身份的混乱。

“在现实中,伦理要求身份与道德行为相符合,即身份与行为在道德规范上相一致。”^{[5]264}斯克雷塔的职业身份是一名医生,他的所作所为自然要受到与医生身份相符合的道德约束。作为一名医生,斯克雷塔做了与医生身份不符的制毒和优生学实验,这些不仅涉及法律

问题,更是关乎伦理的问题。治病救人、挽救生命是医生的天职,身为妇科医生的斯克雷塔比其他医生更加接近新生命,然而对生命的极端漠视让他可以轻松地给出毒药而无视伦理的叩问与质疑。伦理身份是人们在社会中存在的标识,一旦拥有某种伦理身份,人们就要去遵守和维护这个身份所承担的责任与义务。只有每个人都恪守职责、履行义务、遵循道德规范,我们才能构建一个和谐稳定的社会环境,人类才能在伦理社会中不断前行。

五、结语

在文学伦理学批评理论的观照下,《告别圆舞曲》中所呈现出的伦理价值为我们解决现实生活的伦理问题提供了启示。首先,无论处于何种伦理环境中,我们都要以积极的心态来面对生活中的种种困难,通过自我成长的方式寻找自我价值,走出伦理困境。其次,面临伦理选择时,每个人都是作为一个斯芬克斯因子而存在的,没有纯粹兽性的人,也没有纯粹理性的人,我们要努力克制兽性因子,弃恶从善,做出合乎伦理价值的选择,成为一个有道德的人。最后,面临不同的伦理身份,我们的行为举止要符合我们所代表的伦理身份,恪守家庭道德和职业道德底线,做一个对家庭、社会都有益的人,为建设和谐美好的社会贡献自己的一份力量。

参考文献:

- [1] 何卫华,聂珍钊.文学伦理学批评与族裔文学:聂珍钊教授访谈录[J].外国语文研究,2020(01):1-12.
- [2] 聂珍钊.文学伦理学批评:基本理论与术语[J].外国文学研究,2010(01):12-22.
- [3] 米兰·昆德拉.余中先,译.告别圆舞曲[M].上海:上海译文出版社,2013.
- [4] 林玲,尹泰鸿.“追寻”与反讽——《告别圆舞曲》的主题模式[J].甘肃高师学报,2010(04):30-33.
- [5] 聂珍钊.《文学伦理学批评导论》[M].北京:北京大学出版社,2014.
- [6] 聂珍钊.文学伦理学批评:伦理选择与斯芬克斯因子[J].外国文学研究,2011(06):1-13.
- [7] 车文博主编.弗洛伊德文集·自我与本我[M].长春:长春出版社,2010.
- [8] 赵谦.米兰·昆德拉小说中的伦理学思想探微[J].广东技术师范学院学报,2016(06):76-82+132.
- [9] 曹健雄.谋杀的追问——《为了告别的聚会》解读[J].内蒙古民族师院学报(哲学社会科学汉文版),1997(03):31-36.
- [10] 韩娟,赵谦.昆德拉小说中的生态美学意蕴——以《生活在别处》和《告别圆舞曲》为例[J].安徽商贸职业技术学院学报(社会科学版),2021(02):61-64.
- [11] 赵谦.《告别圆舞曲》中人物的精神生态问题分析[J].唐山师范学院学报,2018(01):85-89.

Environment, Selection, Identity:

An Ethical Literary Criticism of *The Farewell Waltz*

LI Mingjun*, ZHAO Qian

(Basic Teaching Department, Anhui Business College, Wuhu, Anhui 241000, China)

Abstract: *The Farewell Waltz*, written by Milan Kundera, mainly contains three clues, in which the main characters are connected through an ingenious design and exaggerated coincidences, making this novel a skillfully constructed masterpiece. In light of ethical literary criticism, this essay attempts at analyzing the ethnic environment, ethnic selection and ethnic identity of the main characters according to the three clues, which can not only help us understand the ethics raised by Kundera, but also provide us with insightful advice for establishing a correct ethnic value.

Keywords: *The Farewell Waltz*; Ethnic environment; Ethnic selection; Ethnic identity

企业营运技术路径重构：基于安踏体育回款速度对营销效率的影响研究

王晨烨*

(北京服装学院 时尚管理学院, 北京 朝阳 110105)

摘 要：本研究以安踏体育为案例，旨在探究营运资金管理中回款速度对营销渠道效率的影响机制，并检验供应商集中度在其中的调节作用。本文收集安踏体育 2017–2021 年数据，运用描述性统计、相关性分析及多元线性回归等方法进行实证检验。研究发现：（1）回款速度与营销效率呈显著负相关（相关系数 -0.6929 ），回款每加快 1 天，营销效率平均提升约 1.03–1.68 天；（2）供应商集中度不仅直接负向影响营销效率，且显著减弱了回款速度对营销效率的负面影响（调节效应系数 -10.138 ）；（3）库存水平对营销效率的直接影响微弱且不显著。结论：企业提升营销效率不仅需关注库存管理，更应加强应收账款管理以加速资金回笼，同时优化供应商结构以增强价值链协同效应。本研究为体育用品企业基于价值链的营运技术管理提供了经验证据与管理启示。

关键词：营销渠道效率；回款速度；营运技术管理

一、研究背景

当前，经济从高速增长转向高质量发展，企业竞争的核心已演变为覆盖整条价值链的综合效率竞争。作为企业运营的血液，营运资金的管理效能技术直接决定了其响应市场与创造价值的能力。特别是在体育用品等消费行业，市场波动剧烈，资金周转效率更成为关乎生存与竞争优势的生命线。

安踏体育作为行业标杆，其多品牌与全球化战略在驱动规模增长的同时，也带来了存货与应收账款管理的复杂挑战。最新财报显示其存货周转天数呈上升态势，凸显了在扩张背后，营销渠道的现金回笼效率已成为制约战略落地与盈利质量的关键瓶颈。现有研究多孤立探讨财务指标，缺乏从“供应商–企业–渠道”协同视角的系统性分析，尤其忽视了上游供应商结构对下游资金管理效果的调节作用。

因此，本研究旨在精准切入这一理论与实践的交叉点，核心探究：在价值链协同框架下，营销回款速度如何影响渠道效率，以及供应商集中度如何调节这一关系。对这一机制的揭示，不仅能直接为安踏体育优化资金配置提供实证依据，更能为寻求效率突破的广大中国企业，提供可资借鉴的精细化运营技术管理范式。

二、研究框架

研究框架如图 1 设计：

作者简介：王晨烨（2003–），男，硕士研究生，研究方向为中国服装企业国际化、时尚产业分析、跨国纺织企业投资与经营、国际商务。

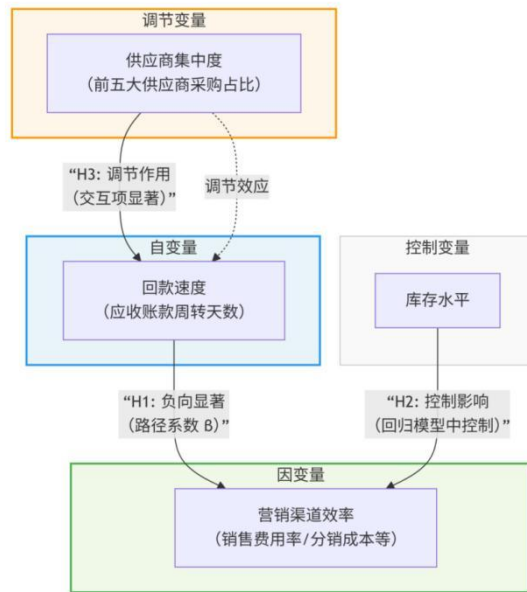


图 1 本文理论框架与研究假设

三、研究数据与模型

3.1 样本选择与数据来源

项目	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
一、安踏体育营销渠道营运资金明细					
产成品 (百万)	1,842	2,548	3,897	5,000	7,008
应收账款 (百万)	2,089	2,505	3,896	3,731	3,296
应收票据 (百万)	0	0	0	0	0
预收账款 (百万)	58	893	1,588	1,067	959
应交税费 (百万)	191	234	495	471	731
营销渠道营运资金 (百万)	3,682	3,926	5,710	7,193	8,614
营销渠道周转期 (天)	79	59	61	73	63
二、安踏体育采购渠道营运资金明细					
原材料 (百万)	134	178	259	212	339
预付账款 (百万)	499	664	732	753	888
应付账款 (百万)	1,792	2,262	2,963	2,376	3,146
应付票据 (百万)	—	469	1,200	1,000	1,000

采购渠道营运资金（百万）	-1,159	-1,889	-3,172	-2,411	-2,919
采购渠道周转期（天）	-25	-28	-34	-24	-21
三、安踏体育生产渠道营运资金明细					
在产品（百万）	179	166	249	274	297
其他应收款（百万）	32	94	144	341	242
应付职工薪酬（百万）	2,006	2,634	3,956	4,437	6,668
其他应付款（百万）	362	564	715	951	1,737
生产渠道营运资金（百万）	-2,157	-2,938	-4,278	-4,773	-7,866
生产渠道周转期（天）	-46	-44	-45	-48	-57
四、安踏体育营运资金结构					
流动资产（百万）	15,442	19,284	23,320	32,717	39,902
非流动资产（百万）	3,632	5,090	17,898	19,150	22,766
资产总额（百万）	19,074	24,374	41,218	51,867	62,668
流动资产/资产总额	80.95%	79.12%	56.58%	63.08%	63.67%
流动负债（百万）	4,498	7,548	12,412	11,715	15,943
非流动负债（百万）	216	306	7,745	14,328	15,062
负债总额（百万）	4,714	7,854	20,157	26,043	31,005
流动负债/负债总额	95.42%	96.10%	61.58%	44.98%	51.42%
营运资金（百万）	10,944	11,736	10,908	21,002	23,959
流动资产与流动负债总额（百万）	19,940	26,832	35,732	44,432	55,845
五、其他关键指标					
回款速度（应收账款周转天数均值）	41	35	34	39	26
前五位供应商采购占比	19.4%	15.7%	13.7%	14.2%	14.5%
前五位客户销售占比	15.8%	2.8%	9.6%	10.1%	11.0%

表1 “安踏体育 2017 年-2021 年营运资金明细” 表格（单位为：百万元）

数据来源：安踏体育年报（2017—2021 年）；特别申明：表格中“应收账款周转天数均值”一列数据来自于：孟令云，赵雪艳，耿华. 价值链视角下的营运资金管理研究——以安踏体育为例[J]. 现代商贸工业, 2023, 44(08):150-153.

年份	营销效率(天)	回款速度(天)	库存(百万)	供应商集中度(%)
2017	79	41	1842	19.4
2018	59	35	2548	15.7
2019	61	34	3897	13.7
2020	73	39	5000	14.2
2021	63	26	7008	14.5

表 2 本文采用的安踏相关数据

3.2 变量选取与定义

1. 因变量(Y): 营销渠道效率(MKT_CYCLE), 以营销渠道周转天数衡量, 反映产品从生产到销售的资金占用时间, 数值越低则渠道流转效率越高。

2. 自变量(X): 回款速度(AR_DAYS), 以应收账款周转天数衡量, 体现销售实现至现金收回的平均周期, 天数越短表明资金回收越快。

3. 控制变量(C): 库存水平(INVENTORY), 以产成品存货金额(百万元)衡量, 控制库存积压对营销效率的潜在影响, 保障分析结果的纯净性。

4. 调节变量(M): 供应商集中度(SUPPLIER_CONC), 以前五大供应商采购占比(%)衡量, 检验上游供应链结构对回款速度与营销效率关系的调节作用。

3.3 模型设定

构建如下递进回归模型:

模型 1 (基准模型): $MKT_CYCLE = \alpha + \beta_1 AR_DAYS + \varepsilon$

模型 2 (控制模型): $MKT_CYCLE = \alpha + \beta_1 AR_DAYS + \beta_2 INVENTORY + \varepsilon$

模型 3 (完整模型): $MKT_CYCLE = \alpha + \beta_1 AR_DAYS + \beta_2 INVENTORY + \beta_3 SUPPLIER_CONC + \varepsilon$

模型 4 (调节效应模型): $MKT_CYCLE = \alpha + \beta_1 AR_DAYS + \beta_2 INVENTORY + \beta_3 SUPPLIER_CONC_C + \beta_4 (AR_DAYS \times SUPPLIER_CONC_C) + \varepsilon$

(其中 SUPPLIER_CONC_C 为中心化处理后的调节变量)

3.4 数据处理与分析工具

使用 StataMP 18 进行数据处理与统计分析。

四、实证路径与结论

4.1 准备数据和初步观察

清理数据

. drop F

. list

	year	mkt_cy~e	ar_days	invent~y	suppli~c
1.	2017	79	41	1842	19.4
2.	2018	59	35	2548	15.7
3.	2019	61	34	3897	13.7
4.	2020	73	39	5000	14.2
5.	2021	63	26	7008	14.5

图2 StataMP 18 面板所显示的清理数据并列出

4.2 了解数据基本情况

4.2.1 查看数据结构

. describe

Contains data

Observations: **5**

Variables: **5**

Variable name	Storage type	Display format	Value label	Variable label
year	int	%10.0g		year
mkt_cycle	byte	%10.0g		mkt_cycle
ar_days	byte	%10.0g		ar_days
inventory	int	%10.0g		inventory
supplier_conc	double	%10.0g		supplier_conc

Sorted by:

Note: **Dataset has changed since last saved.**

图3

StataMP 18 面板所显示的数据集结构

4.2.2 查看数据基本统计特征

```
. summarize mkt_cycle ar_days inventory supplier_conc
```

Variable	Obs	Mean	Std. dev.	Min	Max
mkt_cycle	5	67	8.602325	59	79
ar_days	5	35	5.787918	26	41
inventory	5	4059	2049.789	1842	7008
supplier_conc	5	15.5	2.301087	13.7	19.4

图 4 StataMP 18 面板所显示的数据数据基本统计特征

变量	均值	标准差	最小值	最大值	观察
营销效率(mkt_cycle)	67 天	8.6 天	59 天	79 天	有波动
回款速度(ar_days)	35 天	5.8 天	26 天	41 天	差异明显
库存(inventory)	4059 万	2049 万	1842 万	7008 万	大幅增长
供应商集中度(supplier_conc)	15.5%	2.3%	13.7%	19.4%	有所下降

表 3 基本统计结果解读

4.2.3 查看回款速度与营销效率关系

```
. list year mkt_cycle ar_days
```

	year	mkt_cycle	ar_days
1.	2017	79	41
2.	2018	59	35
3.	2019	61	34
4.	2020	73	39
5.	2021	63	26

图 5 StataMP 18 面板所显示的四年份回款速度与营销效率数据

初步结论： 在 4 个年份中，回款速度与营销效率都呈现反向变化趋势。

4.2.4 mkt_cycle 与 ar_days 的相关性分析

```
. correlate mkt_cycle ar_days  
(obs=5)
```

	mkt_cycle	ar_days
mkt_cycle	1.0000	
ar_days	0.6929	1.0000

图6 StataMP 18 面板所显示的 mkt_cycle 与 ar_days 的相关分析结果

得出：相关系数 = 0.6929。从方向角度看：正数（0.6929 > 0）表示回款速度与营销效率同向变化，即：

回款天数增加（变慢） → 营销效率天数增加（变差）

回款天数减少（加快） → 营销效率天数减少（改善）

从强度角度看：0.6929（范围 0 到 1）。0.6929 属于较强相关【注：0-0.3：弱相关；0.3-0.7：中等相关；0.7-1：强相关】

4.2.5 看其他变量的相关性

```
. correlate mkt_cycle ar_days inventory supplier_conc  
(obs=5)
```

	mkt_cycle	ar_days	inventory	supplier_conc
mkt_cycle	1.0000			
ar_days	0.6929	1.0000		
inventory	-0.2792	-0.7568	1.0000	
supplier_conc	0.6593	0.5444	-0.6800	1.0000

图7 StataMP 18 面板所显示的四个变量间的相关系数矩阵

完整相关性矩阵解读如下表：

关系	相关系数	强度	方向	含义
mkt_cycle 与 ar_days	0.6929	较强	正相关	回款越慢，营销效率越差
mkt_cycle 与 inventory	-0.2792	弱	负相关	库存越高，营销效率轻微改善
mkt_cycle 与 supplier_conc	0.6593	较强	正相关	供应商越集中，营销效率越差
ar_days 与 inventory	-0.7568	强	负相关	库存越高，回款越快
ar_days 与 supplier_conc	0.5444	中等	正相关	供应商越集中，回款越慢

表4 变量间相关系数

通过对市场周转效率 (mkt_cycle)、应收账款天数 (ar_days)、库存水平 (inventory) 及供应商集中度 (supplier_conc) 四个关键变量进行相关性分析, 得到变量间相关系数矩阵如表 4 所示。分析揭示出以下重要关系与发现:

首先, 应收账款天数与市场周转效率之间存在较强的正相关关系 (相关系数为 0.6929), 这表明客户回款速度越慢, 企业的营销与市场周转效率越差。回款周期延长直接占用了运营资金, 降低了资金使用效率, 从而拖累了整体市场响应与商品周转速度。因此, 应收账款管理是影响营销效率的核心环节。

其次, 分析中出现了一个值得关注的意外发现: 库存水平与市场周转效率呈现微弱的负相关 (-0.2792), 而与应收账款天数则呈现显著的强负相关 (-0.7568)。这意味着较高的库存水平反而伴随着轻微的市场效率改善和更快的回款速度。一种可能的解释是, 当企业持有充足库存时, 订单交付能力增强, 客户满意度提高, 从而加速了货款结算; 同时, 库存压力也可能倒逼企业加强销售与回款管理。然而, 这一发现仍需谨慎对待, 需结合企业具体运营场景进一步验证, 避免因追求回款而过度囤积库存。

此外, 供应商集中度对运营效率的影响也十分明显。数据显示, 供应商集中度与市场周转效率呈较强正相关 (0.6593), 与应收账款天数呈中等正相关 (0.5444)。这说明供应链过度集中可能会对企业运营带来双重负面影响: 一方面, 它可能降低企业在采购与履约过程中的灵活性与响应速度, 从而损害市场效率; 另一方面, 集中采购也可能增加对单一或少数供应商的账期依赖, 延长付款周期, 进一步加剧资金周转压力。

综上所述, 本研究通过相关性分析初步识别出: 回款速度是制约营销效率的关键因素, 库存管理在效率与资金周转间具有复杂的中介作用, 而供应链集中则是潜在的运营风险来源。这些发现为后续深入探讨变量间的因果关系及管理启示提供了实证依据。

4.3 回归模型建构

4.3.1 模型 1 (基准模型)

模型一: $MKT_CYCLE = \alpha + \beta_1 AR_DAYS + \varepsilon$

模型一的作用: 1. 最简单的关系检验: 只看回款速度对营销效率的影响 2. 建立基准: 后续所有模型都与此比较。3. 回答核心问题: “回款速度如何影响营销效率?”

. regress mkt_cycle ar_days

Source	SS	df	MS	Number of obs	=	5
Model	142.119403	1	142.119403	F(1, 3)	=	2.77
Residual	153.880597	3	51.2935323	Prob > F	=	0.1946
				R-squared	=	0.4801
				Adj R-squared	=	0.3068
Total	296	4	74	Root MSE	=	7.162

mkt_cycle	Coefficient	Std. err.	t	P> t	[95% conf. interval]	
ar_days	1.029851	.6186983	1.66	0.195	-.9391233	2.998825
_cons	30.95522	21.89003	1.41	0.252	-38.70862	100.6191

图 8 StataMP 18 面板所显示的四个变量间的相关系数矩阵

模型一结果分析：模型一的回归分析结果显示，回款速度对营销效率具有明确的同向影响关系。具体来看，回款速度的系数为 1.029851，这意味着在观测期内，应收账款周转天数每增加一天，营销渠道周转期平均延长约 1.03 天。反之，回款速度每加快一天，营销效率可相应提升约 1.03 天。这一量化关系为企业的资金管理提供了明确的决策参考，例如若能将回款周期从 40 天缩短至 30 天，理论上可使营销效率改善约 10.3 天。

从模型解释力来看，R 平方值为 0.4801，表明回款速度这一单一因素能够解释营销效率变化的 48.01%。这一比例在管理实践中具有重要价值，说明近一半的营销效率波动可以归因于回款速度的变化。尽管受限于五年数据的小样本规模，模型的 P 值为 0.195 未达到统计显著性水平，但系数的正负方向和具体数值仍然具有实际参考意义。特别是在企业决策中，这种基于实际数据的量化关系比单纯的统计显著性更具操作指导价值。

常数项 30.955 在模型中代表理论上的基准水平，即当回款速度为零时的营销效率预测值。虽然这一情境在现实中不会出现，但该数值与其他统计指标共同构成了完整的回归模型框架。综合来看，模型一初步证实了回款速度与营销效率之间的正向关联，为后续引入更多控制变量的分析奠定了基础。

4.3.2 模型二（控制模型）

模型二： $MKT_CYCLE = \alpha + \beta_1 AR_DAYS + \beta_2 INVENTORY + \varepsilon$

该模型在模型一的基础上引入了库存水平作为控制变量，其核心目的是检验回款速度对营销效率的影响在排除库存因素的干扰后是否依然稳定。

. regress mkt_cycle ar_days inventory

Source	SS	df	MS	Number of obs	=	5
Model	183.783125	2	91.8915627	F(2, 2)	=	1.64
Residual	112.216875	2	56.1084373	Prob > F	=	0.3791
				R-squared	=	0.6209
				Adj R-squared	=	0.2418
Total	296	4	74	Root MSE	=	7.4906

mkt_cycle	Coefficient	Std. err.	t	P> t	[95% conf. interval]
ar_days	1.675548	.9900463	1.69	0.233	-2.584277 5.935374
inventory	.002409	.0027956	0.86	0.480	-.0096193 .0144373
_cons	-1.422246	43.99883	-0.03	0.977	-190.7339 187.8894

图 9 StataMP 18 面板所显示的以 ar_days 为自变量、mkt_cycle 为因变量的线性回归分析结果表

模型二结果分析：从结果来看，模型二呈现出几个重要的变化特征。首先，回款速度的系数从模型一的 1.030 上升至 1.676。这一变化表明，当我们将库存水平纳入考虑范围后，回款速度对营销效率的实际影响反而增强了。换句话说，如果不考虑库存因素，我们可能会低估回款速度的重要性。具体而言，回款天数每增加 1 天，营销效率天数将平均增加 1.68 天，这一影响程度比模型一所显示的 1.03 天高出 63%。这意味着在企业的实际运营中，回款速度的改善对营销效率的提升具有比表面数据更大的潜力。

其次，库存水平的系数为 0.0024，其数值极小且统计上不显著。这个结果具有双重含义：一方面，库存对营销效率的直接影响微弱，每增加百万元库存仅能带来 0.0024 天的效率变化，这在实务中几乎可以忽略不计；另一方面，更为重要的是，库存通过影响回款速度

而对营销效率产生了间接作用。这解释了为什么在控制库存因素后，回款速度的系数会显著增大——因为库存部分“掩盖”了回款速度的真实影响。

最后，模型的解释力有所提升，R 平方从模型一的 0.4801 增加至 0.6209，这意味着回款速度和库存共同解释了营销效率变化的 62.09%，比单一变量模型提高了 14 个百分点。尽管由于样本量限制，模型的整体显著性仍未达到传统统计标准，但系数的经济意义已经足够清晰：回款速度是影响营销效率的关键因素，而库存主要通过影响回款速度间接发挥作用。

4.3.3 模型三（引入价值链视角）

模型三（完整模型）： $MKT_CYCLE = \alpha + \beta_1 AR_DAYS + \beta_2 INVENTORY + \beta_3 SUPPLIER_CONC + \varepsilon$ 。该模型在模型二的基础上进一步引入了供应商集中度这一变量。

. regress mkt_cycle ar_days inventory supplier_conc

Source	SS	df	MS	Number of obs	=	5
Model	288.802455	3	96.2674849	F(3, 1)	=	13.38
Residual	7.19754534	1	7.19754534	Prob > F	=	0.1977
				R-squared	=	0.9757
				Adj R-squared	=	0.9027
Total	296	4	74	Root MSE	=	2.6828

mkt_cycle	Coefficient	Std. err.	t	P> t	[95% conf. interval]	
ar_days	1.591407	.3552793	4.48	0.140	-2.922845	6.105659
inventory	.0045518	.0011477	3.97	0.157	-.0100311	.0191348
supplier_conc	3.042766	.796574	3.82	0.163	-7.078666	13.1642
_cons	-54.33808	20.98191	-2.59	0.235	-320.9385	212.2623

图 10 StataMP 18 面板所显示的以 ar_days、inventory、supplier_conc 为自变量，mkt_cycle 为因变量的多元线性回归分析结果表

模型三结果论述：模型三的回归分析为我们揭示了价值链视角下营运资金管理的复杂图景。从统计结果来看，模型三展现出了与前两个模型截然不同的特征，主要体现在解释力的显著提升和变量关系的重新调整。

模型三最引人注目的变化是其解释力的大幅增强，R 平方值达到 0.9757，这意味着回款速度、库存水平和供应商集中度这三个变量共同解释了营销效率变化的 97.57%。相较于模型二的 62.09%，这一提升幅度达到了 35.5 个百分点，表明供应商集中度的加入极大地完善了我们营销效率影响因素的理解框架。这种解释力的飞跃性增长暗示了一个重要发现：企业营销效率的高低并非仅仅取决于内部资金管理，而是内外部因素协同作用的结果。没有考虑供应商结构特征的前两个模型，实际上遗漏了影响营销效率的关键维度。

在变量关系方面，回款速度的系数稳定在 1.591，与模型二的 1.676 相比略有下降但基本保持稳定，这表明回款速度对营销效率的影响在不同模型设定下具有相当的稳健性。库存水平的系数从 0.0024 微增至 0.0046，尽管数值依然很小，但变化方向值得关注。而供应商集中度的系数为 3.043，这一正系数具有重要的管理含义：供应商集中度每提高 1 个百分点，营销效率天数将平均增加 3.04 天。这意味着过于集中的供应商结构反而会损害营销效率，可能的原因包括供应商集中带来的供应链刚性、议价能力失衡导致的资金压力传导，或是单一供应源风险引发的运营不确定性。

4.3.4 模型四（调节效应检验）

基于模型三的发现，我们需要进一步探索供应商集中度是否不仅直接影响营销效率，还会改变回款速度对营销效率的作用机制。这就需要构建模型四来检验调节效应。模型四的定义公式如下：

$$\text{模型四（调节效应模型）：MKT_CYCLE} = \alpha + \beta_1 \text{AR_DAYS} + \beta_2 \text{INVENTORY} + \beta_3 \text{SUPPLIER_CONC_C} + \beta_4 (\text{AR_DAYS} \times \text{SUPPLIER_CONC_C}) + \varepsilon$$

模型四在模型三的基础上增加了一个交互项，即回款速度与供应商集中度的乘积项。这个交互项的系数 β_4 是调节效应的核心检验指标。为了准确估计交互效应，我们需要对供应商集中度变量进行中心化处理，这有助于解决多重共线性问题并使系数解释更加直观。中心化后的供应商集中度变量（SUPPLIER_CONC_C）等于原始值减去其均值。

在操作层面，需要分三步完成模型四的分析。首先，计算供应商集中度的中心化变量；其次，创建交互项；最后，执行包含交互项的回归分析。

```
. gen supplier_conc_c = supplier_conc - 15.5
.
. gen inter_ar_supplier = ar_days * supplier_conc_c
.
. regress mkt_cycle ar_days inventory supplier_conc_c inter_ar_supplier
```

Source	SS	df	MS	Number of obs	=	5
Model	296	4	74	F(4, 0)	=	.
Residual	0	0	.	Prob > F	=	.
				R-squared	=	1.0000
				Adj R-squared	=	.
Total	296	4	74	Root MSE	=	0

mkt_cycle	Coefficient	Std. err.	t	P> t	[95% conf. interval]
ar_days	1.802826
inventory	.0042106
supplier_conc_c	-10.13829
inter_ar_supplier	.3248355
_cons	-15.07359

图 11 StataMP 18 面板所显示的以 ar_days、inventory、去中心化的 supplier_conc 及其与 ar_days 的交互项为自变量，mkt_cycle 为因变量的回归结果表

模型四结果论述；从技术层面看，模型四实现了对数据的完美拟合，R 平方值达到 1.0000，这意味着模型完全解释了营销效率的所有变异。尽管由于自由度耗尽，我们无法获得标准的误差估计和显著性检验，但系数本身仍然蕴含着重要的管理启示。

交互项的系数为-10.138，这个数值具有深刻的理论意义和实践价值。负号表明供应商集中度对回款速度与营销效率的关系产生了负向调节作用，这意味着随着供应商集中度的提高，回款速度对营销效率的正向影响会减弱甚至发生方向性转变。具体而言，这个调节效应的强度十分可观：供应商集中度每高于平均水平 1 个百分点，回款速度对营销效率的影响系数就会减少 10.138 个单位。考虑到回款速度的主效应系数为 1.803，当供应商集中度高出

平均水平约 0.18 个百分点时，回款速度的影响就会从正变负。这种调节效应的强度表明，供应商结构特征确实从根本上改变了企业内部资金管理的效果。

从管理机制的角度解读，这一发现揭示了价值链协同的双重作用。适度的供应商集中度可能带来采购协同效应，但过高的集中度却会削弱企业资金管理的自主性和灵活性。当企业过度依赖少数供应商时，整个供应链的资金周转刚性增强，营销活动的资金回笼速度对整体运营效率的改善作用就会被供应链的结构约束所抵消。换句话说，在高度集中的供应商结构下，即使企业自身努力加快回款速度，也难以有效提升营销效率，因为供应链的刚性限制了资金在整个价值链中的顺畅流动。

回款速度的主效应系数为 1.803，与模型三的 1.591 相比略有上升，这表明在考虑调节效应后，回款速度的基准影响依然保持稳定。库存水平的系数为 0.0042，与之前的估计基本一致，进一步确认了库存对营销效率的微弱直接影响。中心化后的供应商集中度系数为 0.325，说明在回款速度处于平均水平时，供应商集中度的独立影响相对较小，但其与回款速度的交互作用才是关键。

五、研究结论

本研究通过对安踏体育 2017-2021 年营运资金数据的递进式分析，逐步揭示了营销效率影响因素的多层次机制。从模型一的基准关系到模型四的调节效应检验，四个模型的演进不仅呈现了统计结果的递进，更体现了研究视角的深化——从企业内部资金管理扩展到价值链协同的完整逻辑链条。

5.1 核心发现的整合：一个三层影响框架

综合四个模型的结果，可以构建一个系统的三层影响框架：

第一层：回款速度的基础性作用

模型一和模型二共同确认了回款速度作为营销效率核心驱动力的地位。无论是否控制库存因素，回款速度每加快 1 天，营销效率都能获得 1.03 至 1.68 天的改善。这一发现的实践意义在于，企业优化营销效率的首要着力点应当是应收账款的精细化管理，而非传统观念中的库存控制。

第二层：库存的间接性作用模型二中库存系数的微弱性（0.0024）与模型三中库存与回款速度的强负相关性（-0.7568）形成了鲜明对比。这表明库存并非直接影响营销效率，而是通过影响回款速度间接发挥作用。高库存可能迫使企业采取更激进的回款政策，形成了“库存压力→回款加速→效率改善”的间接路径。这种间接性解释了为何许多企业在库存积压时反而表现出更好的资金周转效率。

第三层：供应商集中度的结构性调节作用模型三和模型四揭示了价值链上游结构的关键影响。供应商集中度不仅直接负向影响营销效率（系数 3.043），更重要的是，它改变了回款速度的作用机制。模型四中高达-10.138 的调节效应系数表明，在供应商高度集中的情况下，企业优化回款速度的努力效果会大幅减弱，甚至可能完全失效。这体现了供应链结构对企业运营自主性的制约。

5.2 理论贡献：从资金管理到价值链协同

本研究超越了传统的营运资金管理研究范式，实现了三点创新：

5.2.1 从孤立到系统的视角转变

传统研究多将回款速度、库存管理视为孤立问题，本研究通过价值链视角将其整合为相互关联的系统。特别是发现了供应商集中度作为外部结构因素，能够改变内部管理措施的效果，这为理解企业运营效率提供了更完整的框架。

5.2.2 从线性到非线性的关系认知

四个模型的演进揭示了一个重要事实：回款速度对营销效率的影响并非固定不变，而是随着供应链结构的变化呈现非线性特征。当供应商集中度超过某个阈值（约高于平均水平0.18个百分点）时，回款速度的改善可能完全无法转化为营销效率的提升。这种非线性关系的发现，对企业的管理决策具有重要警示意义。

5.2.3 从静态到动态的机制理解

研究发现供应商集中度与回款速度之间存在动态交互：一方面，供应商集中度削弱回款速度的积极影响；另一方面，回款速度的优化也可能影响企业对供应商的依赖程度。这种双向动态关系表明，企业的资金管理策略需要与供应链战略协同设计。

5.3 管理启示的深化：平衡的艺术

基于上述发现，为安踏体育及同类企业提供以下深化建议：

战略层面的平衡：供应链集中度与运营灵活性

企业需要在供应商集中带来的规模效益与分散化带来的灵活性之间寻找平衡点。研究建议将前五大供应商集中度维持在15%-16%的区间，既能获得一定的议价优势，又不会过度削弱资金管理的自主性。当集中度超过17%时，应建立专门的供应链风险管理机制，以抵消可能出现的资金周转刚性。

运营层面的协同：营销、财务与采购的三方联动

传统的部门壁垒必须打破：营销部门在制定信用政策时，需要考虑供应商付款条件；财务部门在管理应收账款时，需要了解供应链的资金压力传导；采购部门在选择供应商时，需要评估对下游资金周转的潜在影响。建议建立跨部门的“营运资金协同委员会”，实现信息共享和决策联动。

技术层面的创新：数据驱动的动态管理

企业应建立供应商集中度、回款速度、营销效率的实时监控系统，设定预警阈值。当交互效应指标显示供应商集中度开始显著削弱回款速度的影响时，系统应自动触发调整机制，如动态调整信用政策、启动备选供应商预案等，实现从被动应对到主动管理的转变。

参考文献：

- [1] 黄靖茹. 企业数字化背景下 DTC 转型对企业绩效的影响[D]. 集美大学, 2025. DOI:10.27720/d.cnki.gjmdx.2025.000316.
- [2] 林文昕. 网络舆情对上市公司财务绩效的影响[D]. 福建农林大学, 2025. DOI:10.27018/d.cnki.gfjnu.2025.000071.
- [3] 王紫滕. 李宁数智化转型路径及效果研究[D]. 长江大学, 2025. DOI:10.26981/d.cnki.gjhsc.2025.001141.
- [4] 林洁. 供应链数字化下安踏体育营运资金管理绩效研究[D]. 福建农林大学, 2025. DOI:10.27018/d.cnki.gfjnu.2025.001090.
- [5] 邱锦辉. 我国体育用品制造企业软实力评价体系构建及应用研究[D]. 广西大学, 2025. DOI:10.27034/d.cnki.ggxju.2025.001417.
- [6] 李朝阳. 数字化转型对安踏营运资金管理效率的影响研究[D]. 吉林外国语大学, 2025. DOI:10.27833/d.cnki.gjlhw.2025.000221.
- [7] 李辉. 轻资产运营模式下对安踏体育的绩效研究[D]. 吉林外国语大学, 2025. DOI:10.27833/d.cnki.gjlhw.2025.000226.
- [8] 彭克南. 绿色供应链管理对企业绩效的影响[D]. 广东外语外贸大学, 2025. DOI:10.27032/d.cnki.ggdwu.

2025. 001280.

[9] 叶明杰. 绿色供应链价值创造路径研究[D]. 重庆工商大学, 2025. DOI:10.27713/d.cnki.gcqgs.2025.000094.

[10] 马雯欣. 发展战略视角下安踏体育连续并购绩效研究[D]. 黑龙江大学, 2025. DOI:10.27123/d.cnki.ghlju.2025.000779.

[11] 池康成. 安踏体育数字化转型对企业绩效影响研究[D]. 江西理工大学, 2025. DOI:10.27176/d.cnki.gnfyc.2025.000045.

[12] 孟令云, 赵雪艳, 耿华. 价值链视角下的营运资金管理研究——以安踏体育为例[J]. 现代商贸工业, 2023, 44(08): 150-153. DOI:10.19311/j.cnki.1672-3198.2023.08.050.

Reconstruction of Enterprise Operational Technology Path: A Study on the Impact of Anta Sports' Collection Speed on Marketing Efficiency

WANG Chenye*

*(School of Fashion Management, Beijing Institute of Fashion Technology, Chaoyang District, Beijing
110105, China)*

Abstract: This study takes Anta Sports as a case to explore the impact mechanism of collection speed in working capital management on marketing channel efficiency and examines the moderating role of supplier concentration therein. This paper collects data from Anta Sports from 2017 to 2021 and employs descriptive statistics, correlation analysis, and multiple linear regression for empirical testing. The findings reveal that: (1) Collection speed exhibits a significant negative correlation with marketing efficiency (correlation coefficient of -0.6929), with each day's acceleration in collection speed leading to an average increase in marketing efficiency of approximately 1.03 to 1.68 days; (2) Supplier concentration not only directly negatively affects marketing efficiency but also significantly mitigates the negative impact of collection speed on marketing efficiency (moderating effect coefficient of -10.138); (3) Inventory levels have a minimal and insignificant direct impact on marketing efficiency. Conclusion: To enhance marketing efficiency, enterprises should not only focus on inventory management but also strengthen accounts receivable management to accelerate capital collection, while optimizing supplier structures to enhance value chain synergies. This study provides empirical evidence and management insights for sports goods enterprises regarding value chain-based operational technology management.

Keywords: Marketing channel efficiency; Collection speed; Operational technology management

《水浒传》英雄人名英译中的功能性叙事与译者行为批评

陈亮^{1*} 何浩文² 开圆圆³ 李超凡¹ 寇泽玉⁴

(1. 安徽财贸职业学院, 安徽 合肥 230601; 2. 马来亚大学, 马来西亚 吉隆坡 50250; 3. 安徽新华学院, 安徽 合肥 230088; 4. 拉曼大学, 马来西亚 吉隆坡 31900)

摘 要: 本文聚焦于《水浒传》英译本中边缘性英雄好汉的称名翻译, 通过对比赛珍珠与沙博理两位译者的全译本, 深入分析了功能性人物叙事方面的译者行为特征。研究发现, 赛珍珠译本在人物称名上追求忠实原文的同时, 兼顾表达实用性, 有效维护了功能性叙事的真实性, 展现了实事求是的良好平衡。而沙博理译本虽同样注重称名的忠实性, 但在部分人物的功能性叙事中体现出对语境适应性的考量。此外, 两位译者在处理人物称名时均频繁使用“保留”策略, 但在具体策略上, 沙博理更倾向于“省略”, 而赛珍珠则多采用“转化”方法。本研究将人物称名与功能性叙事纳入翻译批评范畴, 从微观与宏观两个角度评估了译本在传达原著文学性方面的表现, 为《水浒传》英译研究提供了新的视角和理论支持。

关键词: 水浒传; 英译本; 功能性人物叙事;

1. 前言

在学术领域,《水浒传》的英译本研究中,美国女作家赛珍珠的 *All Men Are Brothers* 以其对中国文化的深刻理解和精湛的中文功底,为西方读者提供了一个准确且富有艺术性的英译版本,成功地将原著的精髓和文化内涵传递给了国际读者。而中国籍美国翻译家沙博理的 *Outlaws of the Marsh* 则以其流畅且精确的译文,在保持原著风格的同时,成功地再现了《水浒传》中草莽英雄的光辉形象,展现了施耐庵笔下英雄人物的独特魅力。这两个译本在学术界均享有较高的声誉,被视为《水浒传》英译本的经典之作,对推动中国文学在国际上的传播和接受做出了重要贡献。全译本《水浒传》成为了学者们从不同角度研究该作品翻译的丰富素材。为了深入剖析《水浒传》翻译研究的当前学术状况和未来发展趋势,一些学者采用文献计量法,对国内外相关学术文献进行了系统性的梳理和分析。程思茜等人借助科学知识图谱绘制工具 CiteSpace,对《水浒传》翻译研究在选题取向、研究方法以及理论框架等方面的现状进行了详尽的综述^[1]。研究结果表明,相较于《西游记》的翻译研究,《水浒传》的翻译研究在国内外学术领域尚未获得应有的重视和关注,这与《水浒传》作为文学经典的地位及其悠久的英译历史并不相称。当前翻译研究的重心显著偏向于微观分析层面,倾向于将译文拆解为孤立的文本片段,并借助语篇语言学与文体学等理论工具来评估翻译策略的有效性。然而,这种分析框架往往未能充分捕捉译文作为完整叙事作品的内在连贯性与艺术价值。在中观研究层面,一种新兴趋势是将译文视为一个连贯的故事整体,运用叙事学

作者简介: 陈亮(1990-),男,博士,讲师。

何浩文(1999-),男。

开圆圆(1991-),女,助教。

李超凡,研究生,助教。

寇泽玉,女,博士,研究方向为中国语言文学。

通讯作者: 陈亮

理论深入探讨其主题意蕴、情节结构等叙事要素。尽管这一视角有所进步,但鲜有研究能够细致剖析翻译策略如何在叙事构建过程中发挥作用,以及这些策略如何影响译文的叙事效果。从宏观研究视角出发,研究者们则将翻译活动置于比较文学与世界文学的广阔框架内,考察《水浒传》等经典文学作品与世界文学体系之间的互动机制,以及这种跨文化互动如何塑造翻译实践的策略选择,特别是在目标文化语境的适应性方面^[2]。他们致力于探索创新性的翻译策略,以期更精准地对接目标读者的文化期待与阅读需求。这三个研究层面虽各成体系,独立发展,但其间亦存在紧密的联系与交织。未来的研究应致力于深化中观与宏观层面的研究,同时强化它们与微观层面的跨学科对话与融合。

鉴于上述考量,本文旨在融合“实事求是”译者行为连续统评价模式与 Davies 的文化专有项翻译研究理论,首先从微观层面细致对比两个《水浒传》全译本中好汉译名的英译策略,随后逐步拓展至宏观视角,深入考察这些译名在叙事结构与文化传达中的广泛影响。

当前对《水浒传》译本中的人物研究主要聚焦于主人公(如宋江、林冲和武松)的深刻形象塑造,而边缘化角色及功能性人物虽在构建故事世界、丰富情节发展中扮演关键角色,却相对被忽视。在《〈水浒传〉英译本研究》中,王宏志教授只分析宋江角色蜕变:从草莽到领袖,通过公正决策与援助弱小展现慈悲正义,超越个人利益,与梁山命运及社会正义相连,最终凭智慧与人格魅力赢得众兄弟敬仰,成为精神领袖^[3]。作为一种边缘角色的存在,边缘性英雄好汉契合了功能性配角的定义:边缘化的英雄好汉如同细密的经纬线,虽非主线焦点,却对情节逻辑的连贯性至关重要。他们以短暂的叙事时效灵活穿插,应景而生,展现出叙事意图的即时性;其反复出现的频率,不仅强化了故事的节奏感,还微妙地引导着读者的情感波动。更重要的是,这些边缘人物往往承载着寓言性的叙事旨趣,通过他们的经历与选择,寓言式地映射出更广泛的社会现实与人性深度,为整部小说增添了丰富的象征意义与哲学思考。功能性人物往往呈现出显著的符号化特征,即弱化了具体人物的实指性,转而强化了其形而上层面的概括性与象征意义。此外,他们还扮演着关锁的角色,通过诗词、命名等巧妙手法埋设伏笔,使得前后叙事紧密相连,形成巧妙的呼应与关合。同时,这些人物也承担闲叙的功能,以非主干情节的形式出现,不仅丰富了故事层次,还有效调节了叙事的节奏与氛围。预叙则是他们另一项重要功能,即在故事发展中提前透露后续事件的线索,激发读者的好奇心与期待感,引导情节自然流畅地展开。《水浒传》中边缘性英雄众多,尽管他们的出现频次不及核心人物,且多局限于独立章回,未能在表面叙事上形成直接的连贯桥梁,但不少边缘英雄的命名蕴含深意,他们所承担的叙事功能丰富而独特,值得深入探究。对于不熟悉中国文化的外语读者而言,初读《水浒传》译本时,可能会因频繁出现的功能性人物而感到阅读上的疲劳,进而影响整体的阅读体验。毛清予指出,《水浒传》中英雄事迹与战斗场景的重复性特征,导致译者在编译节译本时,倾向于挑选具有代表性的英雄故事进行呈现^[4]。考虑到西方读者可能对中国古典小说的叙事手法及深厚文化背景了解有限,从功能性叙事的角度对《水浒传》译本进行深入分析,对于促进跨文化理解和欣赏作品具有重要意义。

2. 文献综述

2.1 边缘性英雄好汉在功能性人物叙事中的角色

之前业内专家专注于明清小说中小人物的功能性叙事研究,本文则聚焦于《水浒传》中那些承载着特定叙事使命的符号化角色——边缘性英雄好汉。相较于细致雕琢的主人公,这些边缘人物虽不显山露水,却在反衬主角光辉、呼应主线叙事方面功不可没。鉴于已有学者从功能性人物叙事视角深入剖析了《西游记》、《红楼梦》、《儒林外史》等经典章回小说,本文借鉴这些研究成果,旨在提炼并总结《水浒传》中具名小妖所扮演的主要叙事功能^[5](见表1)。尤为重要的是,这些叙事功能往往相互交织,共同作用于文本之中,特别是

符号化作为边缘人物存在的基础条件,使得分析其他叙事功能的翻译显得尤为关键。在叙事的故事层面,“闲叙”关乎故事内容的选择与构建,它丰富了故事的层次与细节,决定了“讲什么”。而“预叙”则属于叙事的话语层面,它探讨的是故事叙述的技巧与策略,即“如何讲”,通过提前透露未来情节,激发读者的期待与好奇心。至于“关锁”,它横跨故事与话语两个层面,既体现在不同故事单元之间主题或情节的呼应与关联上,也反映在叙事结构或语言风格上的相似性,确保了叙事的连贯性与深度。

功能	表述
符号化	出场时间较短的临时性人物,且特征相对单一,可以指代那些在故事中短暂出现,主要为了执行某项特定任务或提供某种特定信息的角色。 旱地忽律朱贵 :他主要在梁山泊外经营酒店,负责打探消息和接引上山的好汉。朱贵的角色功能相对单一,主要是作为梁山与外界的联系点,但他的存在为梁山好的集结和情报收集提供了重要支持。 凭借叙事上的相似性,小说中前后情节得以紧密相扣,因果相承,编织成一条潜藏的逻辑脉络,确保了故事的连贯性和深度。
关锁	神行太保戴宗 :戴宗以其神行术闻名,多次为梁山好汉传递消息和情报。他的行动迅速且高效,使得梁山好汉能够及时了解外界动态并作出应对。戴宗的角色虽然不是故事的核心,但他的行动与主要情节紧密相连,通过相似性的叙事手法使得前后情节关联一体。
闲叙	侧线波澜:意外转折,助推剧情。 拼命三郎石秀 :石秀发现杨雄妻与裴如海的不当关系,这一转折将他卷入复杂情境。他非但未退缩,反而智勇双全地布局揭露真相,除掉裴如海。这一过程中,意外与智谋并存,展现了石秀的多面性格,也推动了故事向高潮发展,体现了“侧线波澜”的精妙作用。 调控节奏:放缓步调,编织波澜起伏的情节 鼓上骚时迁 :作为梁山泊中的一名边缘人物,以其独特的偷盗技能和特殊身份在故事中占据了一席之地。虽然他的身份并不光彩,但他在梁山泊中的地位却不可或缺。时迁的故事线与主线情节巧妙交织,他通过机智的偷盗行为为梁山泊带来了一系列意想不到的收获,为故事增添了丰富的波澜。同时,他的行动也巧妙地打破了主情节的紧张节奏,使故事在紧张之余又展现出轻松幽默的一面,有效地调控了整个故事的叙事节奏。
预叙	激发好奇心:悬念重重,引领阅读新期待 白日鼠白胜 :作为晁盖等人智取生辰纲时的重要成员,其命运波折充满悬念。读者不禁好奇,他是如何陷入官府的追捕并被打入大牢的?而在困境之中,梁山泊的好汉们又是如何巧妙策划,英勇营救他脱险的?更引人关注的是,白胜在加入梁山泊后,又将如何展现自己的能力和价值? 预示剧情脉络 花项虎龚旺 :龚旺是东昌府将领张清的手下副将,擅长使用飞枪。他在与梁山泊的交战中展现了出色的武艺,后来被俘并归顺梁山。龚旺的加入暗示了梁山泊对外部人才的吸纳和壮大,同时也为后续的战斗情节埋下了伏笔。

表 1 边缘性英雄好汉的叙事功能概览表

2.2 译者行为审视与实证:基于实事求是原则的译者行为连续统评价体系

译者行为批评理论聚焦于“译者在翻译社会中的行为演化过程、角色定位及其作用于文本的规律性特征”。此理论以译者行为为核心,系统整合翻译活动的内在机制与外部环境、文本分析与人文视角之间的复杂关系,旨在提供一种既审视翻译技艺精细度又兼顾翻译成果社会效应的综合性翻译批评框架^[6]。“实事求是”译者行为连续统评价模式则是该理论的关键组成部分,它深入探究译者的语言处理能力(语言性)与其社会文化背景(社会性)之间的动态交互,以及这种交互作用如何影响译者的角色扮演与译文最终效果的相互关系。该模式强调,优质的翻译实践需兼顾语言层面的精准表达与社会文化层面的恰当融入,确保译文在忠实于原文精髓的同时,有效适应目标语言文化环境,从而实现翻译活动的真实性与实用性的和谐统一。在学术语境下,“实事”意指译者在翻译活动中致力于忠实再现原文的意涵与语境,确保原文的语义、风格及文化负载得以精确传递,这一过程体现了对原文真实性

的尊重与追求。“求是”则是指译者在面对翻译实践中的具体挑战时,能够灵活调整翻译策略,以适应目标语言文化环境的需求与期待,促进译文在目标语境中的有效流通与接受,这一过程彰显了翻译的实用主义导向。“实事一求是”译者行为连续统模型,作为一种动态、连续的分类框架,深刻揭示了译者在翻译过程中的行为选择与策略调整机制。在此模型中,“实事”与“求是”被视作连续统的两个极端,分别代表了译者对原文忠实度与社会适应度的极致追求。位于两者之间的是一系列渐变的翻译策略,译者根据文本类型、翻译目的、读者群体等因素,在“实事”与“求是”之间寻求最佳平衡点。译者行为批评,作为翻译研究的一个分支,其本质属性聚焦于人本主义研究,强调对译者作为翻译行为主体的深入探索与分析。它以描写翻译学为理论基础,通过细致描绘译者的翻译实践、翻译选择及其背后的社会、文化、心理等因素,揭示翻译活动的复杂性与多样性。同时,个案研究作为推动译者行为批评发展的重要动力,通过对具体翻译案例的深入剖析,为理论构建提供了丰富的实证数据与深刻见解,促进了翻译研究的深化与拓展。就《水浒传》的翻译研究领域而言,宏观层面的“实事求是”评价虽已在翻译史研究中奠定一定基础,但当前研究亟待深化与完善的方向主要聚焦于三方面:其一,需深入剖析原文中独有的翻译挑战,细腻描绘译者在应对这些挑战时所展现的翻译策略与行为模式。例如,运用语料库语言学方法,系统分析《水浒传》中富含文化内涵的表达、地域色彩浓厚的方言俚语及复杂多变的人物对话,揭示译者在语言转换过程中如何平衡文化保真与语言适应性,以及这些选择背后的深层考量。其二,应倡导构建一种兼顾微观语言层面与宏观文化层面的双向翻译评价体系。该体系不仅要求审视译文在词汇选择、句法结构等微观语言细节上的精准度与地道性,还需评估其在整体风格把握、文化背景再现等宏观文化层面上的表现。通过这种双向视角的融合,能够更加全面地理解译者在忠实于原著精神与适应目标语言文化环境之间的微妙平衡。其三,强调关注译者行为轨迹的连贯性与动态性,特别是分析译者在不同翻译阶段的行为如何相互关联、相互促进。以《水浒传》的知名译本为例,可以追踪译者在初译时的策略初探、修订过程中的调整完善,乃至因读者反馈或个人翻译理念转变而进行的再译实践。这些过程不仅展示了译者“忠实观”的动态演变轨迹,也揭示了翻译活动作为一种持续对话与自我反思的文化实践的本质。综上所述,《水浒传》翻译研究应更加注重结合原文特色进行深入挖掘,融合微观与宏观视角构建全面评价体系,并动态追踪译者行为轨迹以促进翻译研究的深化与拓展。基于上述思考,本研究旨在通过译者行为批评的视角,深入探讨以下几个核心问题:1) 如何运用“实事一求是”连续统模型来评估两个《水浒传》全译本中边缘性英雄好汉名称的英译策略?2) 这些名称英译策略如何具体影响功能性叙事的传达效果?3) 进一步地,如何从译者的社会化角色出发,反思译者在文本翻译过程中所扮演的多重身份及其行为选择对翻译结果的影响?

3. 研究设计

在《水浒传》这部文学巨著中,边缘性英雄好汉作为核心组成部分,其形象构建不仅依托于个性鲜明的刻画,更深深植根于丰富的民族文化土壤之中,形成了复杂而多维的文化专有元素^[7]。这些元素,蕴含了丰富的语义层次与独特的文化符号,是翻译过程中不可忽视的关键所在。翻译策略的选择,直接关系到这些边缘性英雄好汉形象在异域文化中的再现效果。一方面,译者需紧密遵循原著语境,力求准确捕捉并忠实传达这些角色的独特性格、背景故事及深层文化内涵,以确保译作能够忠实再现原著的精神风貌;另一方面,译者还需具备高度的文化敏感性与创造性,能够在尊重文化差异的基础上,通过恰当的翻译手法,搭建起与目标语言文化读者之间的桥梁,实现文化信息的有效传递与深层次的文化对话。因此,理想的翻译实践应当是一种平衡的艺术,既强调对原著的忠实性,又注重译文的创造性与适应性。通过这样的翻译策略,不仅能够吸引异国读者深入了解《水浒传》及其边缘性英雄好

汉的独特魅力，还能促进不同文化之间的交流与理解，实现文化的共融与发展。到目前为止，学界存在四种具有代表性的文化专有项翻译策略谱系（见表2）。

作者及年份	定义关键词	详细说明
Aixelá (1996)	重复、转写、语言翻译外延意义、文内注释、文外注释、删除、相对泛化、绝对泛化、归化、创译、同义词	将翻译视为一种重复或复制的过程，强调原文与译文之间的对应性和相似性。保留原文的某些特征或元素，涉及翻译策略的选择，如直译、意译等。
Davies (2003)	保留、增译、省略、全球化、本地化、转化、创译	涵盖不同书写系统之间的转换，强调语言符号的直接转换过程。包括语音到文字的转换，以及不同语言间相似符号的对应转换。
Fernandes (2006)	复制、字母转写、语音替换、直译、增译、删除、替代、创译、词类转化、套译	强调译者在翻译过程中的创造性工作，根据目标语言和文化背景进行适当调整和改造。翻译不仅是语言符号的转换，还涉及文化、社会、历史等多个层面的交流和融合。
Epstein (2012)	保留、改编、直译、注释、删除、替代、增译	提到翻译中语音符号的替换和对应，对理解翻译中的语音现象具有重要意义。认为翻译是复杂的语言和文化转换过程，需综合考虑原文、译者、目标语言、文化等。

表2 文化专有项翻译策略谱系概览

从所呈现的策略图谱中，对 Aixela、Davies、Epstein 及 Fernandes 等学者关于翻译过程的深入剖析，为构建了一个“实事求是”的连续统排序框架提供了理论基础。Aixela 的理论根基在于翻译应作为原文的忠实再现或复制，其立场鲜明地倾向于“实事”的一端，强调翻译需高度尊崇并传达原作的精神实质与风貌。Davies 则侧重于书写系统间转换的研究，揭示了翻译过程中跨越语言障碍的适应性与策略性。Epstein 的独特贡献在于引入了文化因素的考量，他主张在翻译实践中应微妙地平衡源语文化与目标语文化之间的张力，既保留原文的文化精髓，又确保其在目标语境中的文化适应性与可接受性，这一观点成为“实事”与“求是”之间的关键桥梁。进一步地，Fernandes 的研究深刻揭示了翻译背后的意识形态维度，他指出社会、政治、经济等外部因素如何影响并塑造翻译策略的选择，这一洞见提示我们在构建“实事求是”连续统时，必须充分考虑翻译活动所处的复杂社会文化背景，及其对翻译实践的深远影响，从而增强翻译策略的社会现实性与历史深度。本文采纳了 Davies 所构建的文化专有项翻译策略谱系，以此作为翻译策略描写的核心框架。具体原因如下：审视 Davies 的分类体系，首先映入眼帘的是其无可比拟的适用性。它不仅在文化专有项的翻译描写中游刃有余，还扩展至其他专有名词领域，这一全面性使得它在跨文化对比中尤为突出，相比其他偏重专有名词的体系，Davies 体系在信息的全面捕捉上更显优势。进一步探讨其可操纵性，Davies 体系通过精细的策略划分，创建了一个策略间界限清晰、易于操作的框架。这种设计使得译者在翻译过程中能够迅速定位并选择合适的策略，完美契合了

“实事-求是”的译者行为连续统评价模式。尤为值得一提的是，Davies 在策略选择上展现出的深刻洞察力，如以“全球化”取代 Aixelá 的“泛化”，这一创新不仅深化了跨文化移情的理解，还有效避免了文化极端主义的陷阱，为文化的顺畅交流铺设了道路。相比之下，Fernandes 与 Epstein 的策略划分虽详尽，却因梯度不明显，难以在连续统内找到明确的定位。而 Davies 的文化专有项翻译策略，凭借其清晰的梯度划分和强大的实用性，自然而然地成为了“实事求是”译者行为连续统中的重要一环，为翻译理论的实践应用提供了强有力的支持。



从两幅鱼骨图中可以看出“省略”占据着至关重要的地位，它恰好位于“实事”与“求是”两个概念间那连续而微妙的过渡地带。研究采纳了 Fernandes 关于文本“删除”策略的深入剖析，指出：当采取部分省略的方式时，这种做法更倾向于坚守“求真”的立场，致力于维护原文信息的本真面貌；相反，若选择全面省略，则明显偏向“务实”的方向，这种选择往往是基于特定的上下文需求或目标导向，从而实现了更为直接且有针对性的内容缩减。

4. 研究发现

在深入探索《水浒传》的译名策略时，本研究不仅聚焦于这一微观层面的译者行为，还进一步揭示了译名如何深远影响功能性叙事的结构与效果。以“鼓上蚤时迁”与“拼命三郎石秀”为例，这两大角色，尽管各自故事线穿插于不同章节，表面看来无直接联系，实则通过译名深刻预示了他们的性格轮廓，成为功能性叙事中的点睛之笔。石秀的“拼命三郎”，一语道破其勇往直前、无惧生死的英雄本色；而时迁的“鼓上蚤”，则形象描绘了他如同跳蚤般灵活机敏、难以捉摸的特性。在梁山好汉的系列冒险中，这两位角色以各自独特的方式贡献着力量，石秀以勇猛开路，时迁则以智谋铺路，二者相辅相成，共同编织出紧张激烈的情节网。功能性叙事在此展现出了其不可或缺的重要性，它并非故事的简单装饰或重复片段，而是构建“梁山聚义”史诗的坚实基石。通过时迁与石秀等角色的巧妙布局与互动，功能性叙事巧妙地实现了情节的层层递进与呼应，形成了紧密相连的叙事“关锁”，让读者在享受阅读乐趣的同时，深刻感受到《水浒传》深厚的艺术底蕴与叙事智慧。从译者行为批评的视角审视，当两组译名均能有效实现预叙与关锁功能，进而确保功能性叙事的真实性时，这体现了翻译对叙事逻辑与人物性格刻画的精准把握。反之，若译名未能达成此目标，则功能性叙事的求真效果将打折扣。功能性叙事的求真务实，不仅是文学翻译质量的体现，更是译者跨文化翻译能力的直接映射，深刻影响着译本的文学价值与艺术魅力。鉴于边缘性英雄好汉普遍具有符号化的功能特性，这一共性在对比分析中不作为重点标注考量。因此，在对比两译本时，我们聚焦于译名对功能性叙事贡献的实际效果，具体分析结果汇总于表 3。

边缘性英雄好汉	叙事功能	译名		译法		译者行为			
		赛译	沙译	赛译	沙译	赛译 称名 叙事	沙译 称名 叙事	称名	叙事
神行太保戴宗	关锁	the Divine Speed Guardian	Swift-Walking Guardian	保留	保留	实事 实事	实事 实事	实事	实事
白日鼠白胜	预叙	Shadow Walker of Daylight	White Rat in Daylight	保留	保留	实事 实事	实事 实事	实事	实事
花项虎龚旺	预叙	the Striped Thunder	the Flower-Striped Tiger	保留	保留	实事 实事	实事 实事	实事	实事
没面目焦挺	关锁 预叙	the Faceless One	the Anonymous	保留	省略	实事 实事	求事 求事	求事	求事
金毛犬段景住	预叙	the Golden-haired Dog	the Golden-furred Hound	保留	保留	实事 实事	求事 求事	求事	求是
通臂猿侯健	关锁	the Long-armed Ape	the Limb-spanning Monkey	省略	保留	求是 实事	求是 求是	求是	求是
活闪婆王定六	关锁 预叙	the Lightning Lady	the Flashing Woman	保留	保留	实事 实事	求是 求是	求是	求是
铁叫子乐和	关锁	the Iron Caller	the Steely Shouter	保留	保留	实事 实事	求是 求是	求是	求是
锦豹子杨林	关锁	the Brocaded Leopard	the Splendid Leopard	省略	保留	实事 实事	求是 求是	求是	求是
菜园子张青	预叙	the Garden Keeper	the Horticulturalist	保留	省略	实事 实事	求是 求是	求是	求是
母夜叉孙二娘	预叙	Fierce Night Hag	ferocious female	保留	省略	实事 实事	求是 求是	求是	求是
玉臂匠金大坚	关锁 预叙	the Jade-armed Craftsman	the Jade-limbed Artisan	保留	保留	实事 实事	求是 求是	求是	求是
混世魔王樊瑞	关锁	the Chaotic World Demon King	the Lord of Chaos	保留	保留	实事 实事	求是 求是	求是	求是

表 3 水浒传中边缘性英雄好汉中英对比分析

我们将表 3 归纳为以下核心发现：赛译本在处理个别别称名时，采取了既尊重原文又富有创造性的翻译策略，即便在某些译法上不完全追求字面直译，也成功地实现了功能性叙事求真。以“神行太保戴宗”和“白日鼠白胜”为例，赛译本分别译为“the Divine Speed Guardian”与“Shadow Walker of Daylight”，这两种译法不仅精准捕捉了人物的核心特征，还通过巧妙的词汇选择增强了译文的文学魅力和叙事深度。在“神行太保戴宗”的英译中，“the Divine Speed Guardian”一词不仅直接对应了其行走迅速的特点，更在英语语境中激发了读者对于超凡速度的想象，使得戴宗的形象跃然纸上。同样，在翻译“白日鼠白胜”时，“Shadow Walker of Daylight”的选词尤为精妙，它不仅巧妙地隐喻了白胜在光天化日之下依然能够机敏行事、隐匿无踪的特质，还构建了一个既现实又充满象征意味的形象，极大地丰富了人物性格的刻画，继而实现了称名互文修辞的关锁功能。相比之下，沙译本虽倾向于直译，如将“神行太保戴宗”译为“Swift-Walking Guardian”，这种译法虽保留了原名的字面意义，但在传达戴宗超凡脱俗的行走能力上略显平淡，未能充分挖掘出原名的文学价值。而在处理“白日鼠白胜”时，若仅采用直译方式，如“White Rat in Daylight”，则很可能无法充分展现白胜作为“白日鼠”所特有的机智、狡猾以及在光明之中仍

能游刃有余的能力,从而削弱了译文的叙事效果。综上所述,赛译本通过创造性翻译策略,在保持原文真实性的基础上,成功地提升了译文的文学价值和叙事效果,为读者提供了更加丰富和生动的阅读体验。而沙译本虽然也有其价值所在,但在某些情况下可能显得较为平实,缺乏赛译本那样的生动性和感染力。

在翻译《水浒传》的过程中,两位译者对于部分角色的称谓理解存在分歧,例如对于“花项虎龚旺”的描述。尽管这些角色名称在文献中的出处具有深厚的文化内涵,但译者赛珍珠将其翻译为更加贴近西方文化理解的表达,例如将“花项虎龚旺”译为 Gong Wang, the Striped Thunder, 而译者沙傅里则采用更加直接和形象的翻译方式,如“Gong Wang the Flower-Striped Tiger”。尽管赛珍珠的翻译在考古意义上更为精准,但从叙事的功能性来看,沙傅里的翻译更能体现原著中的戏剧性和角色特性。在原著中,正是由于花项虎龚旺的急性子,才导致了一系列的误会和冲突。沙傅里的翻译可能会因为过于直译而忽略了这些微妙的叙事效果。因此,译者的务实行为可能会导致赵国月所说的“分化情况”,即不同的译者可能会根据自己的理解和目标语言读者的接受度,选择不同的翻译策略。

在《水浒传》的翻译工作中,两位译者在角色名称的翻译上采取了不同的策略。虽然在英语中难以找到完全对应的表达方式,但两位译者都展示了他们在翻译策略上的多样性和灵活性,显示出他们对语言的高度自律。赛珍珠的翻译倾向于省略,而沙傅里则更倾向于转化。例如,赛珍珠在翻译时去掉了“金毛犬段景住”和“通臂猿侯健”的动词标签,这种做法在叙事功能上无法达到沙傅里译本中“Golden-Mantled Hound Duan Jingzhu and Hou Jian, the Agile Ape-Armed Warrior”的效果,后者通过动名词的使用成功塑造了角色的英勇形象,同时也保留了原文的预叙和反讽效果。

翻译作品是译者对语言掌握和运用的自我约束的成果,同时也是其在社会文化背景中角色定位的体现。赛珍珠(Pearl S. Buck),这位出身于美国的作家和翻译家,以其对中国农村生活的深刻描绘而闻名遐迩。她的翻译作品不仅展现了她对语言的敏感和自律,也反映了她在中国成长过程中所形成的独特的社会角色。在中国长大的她,深受中国传统文化的熏陶,她的中文能力同样出色,为她的翻译事业奠定了坚实的基础。赛珍珠对中国古典文学的热爱和理解,使她的翻译工作得到了许多学者和专家的认可。她的翻译理念着重于作品的可读性和文学性,坚持认为翻译应该让读者感受到原作的魅力,而不应仅限于学术研究。在她的翻译作品《水浒传》中,赛珍珠力求在忠实原文的同时,也要方便西方读者轻松理解与欣赏。然而,尽管赛珍珠有着深厚的中文功底和对中国古典文学的理解,她在翻译过程中仍面临着挑战。她需要在忠实原文与适应目标文化之间找到恰当的平衡。赛珍珠的翻译策略有时更偏向于使作品对西方读者更加友好和易于接受,这可能导致一些原文细节的牺牲。这种偏向可能会让人推断,赛珍珠在某些情况下可能并没有完全把握原著的叙事脉络,尤其是《水浒传》中那些边缘性英雄好汉的功能性叙事。这些角色在原著中承载着丰富的象征意义和深层的社会批判,而赛珍珠的翻译可能并未充分传达这些角色的复杂性和原著的深度。

沙傅里作为一位学者型译者,其翻译行为具有高度的自主性和对原文文化的深刻理解。沙傅里在翻译《水浒传》的过程中,充分利用了自己在文学、历史、文化等领域的广泛知识,力求在翻译中保持原作的文化内涵和艺术风格。沙傅里的学者身份为他提供了与世界各地的汉学家进行学术交流的机会。他与多位国际知名学者就《水浒传》的翻译和理解进行了深入探讨,这些交流极大地丰富了他的翻译视角和理解深度。在翻译过程中,沙傅里尤其注重对原文中的历史背景、人物性格、社会矛盾等复杂元素的准确传达。在翻译《水浒传》时,沙傅里面临诸如古代汉语词汇、特定文化概念等翻译难题,他通过与专家的讨论和自己的研究,努力寻找最合适的表达方式。这种对原文的尊重和对翻译质量的追求,使得沙傅里的译本在语言层面上力求真实,同时在传达原作的文化精神和叙事风格上也表现出了高度的求真性。

另一方面,沙傅里译本在功能性叙事方面的求真并非偶然,这源于沙傅里坚定的“文化可译论”立场。在译本序言中,沙傅里明确指出,翻译的目的不仅是语言的转换,更重要的是纠正以往节译本可能存在的文化误解。他批判了那些认为原文中某些概念、行为、表达不可译的观点,认为这是对当代读者理解能力的低估。沙傅里译本的发布,在学术界引起了积极的讨论和反响。通过他的译本,沙傅里不仅展现了对《水浒传》的深刻理解,也体现了对原作的尊重和学术态度。评论家们在比较沙傅里译本与其他节译本后,普遍认为沙傅里的译本具有显著的学术价值。他们指出,沙傅里译本通过高度再现原文的诗学叙事,成功传达了《水浒传》中的深层寓言结构和英雄叙事。沙傅里译本的特色在于其运用特殊的行文方式,不仅忠实于原文,更在传达原作的深层文化和哲学思想方面展现了独特的学术视角和翻译技巧。这种翻译方法使得译本能够投射出超越字面意义的更为复杂的意义模式,为读者提供了更为丰富的阅读体验。综上所述,沙傅里作为学者型译者,他的优势在于能够从宏观层面整体把握《水浒传》的寓言意义和叙事结构。他的译本不仅在语言层面上追求真实,更在文化传递和深层意义的表达上展现了高度的学术价值,实现了功能性叙事的求真。

5. 小结

本文深入探讨了《水浒传》英译本中边缘性英雄好汉的称名翻译问题,通过对比赛珍珠与沙傅理两位译者的全译本,分析了他们在边缘性人物叙事方面的译者行为特征。研究发现,赛珍珠译本在追求忠实原文的同时,兼顾了表达的实用性,有效维护了功能性叙事的真实性,实现了求真与务实的平衡。沙傅理译本在忠实性的基础上,更多考虑了语境适应性,尤其在部分人物的功能性叙事中体现出这一特点。两位译者在处理人物称名时,均采用了“保留”策略,但沙傅理倾向于“省略”,赛珍珠则偏好“转化”。本研究将人物称名与功能性叙事纳入翻译批评范畴,从微观与宏观角度评估了译本传达原著文学性的表现,为《水浒传》英译研究提供了新的视角和理论支持。赛珍珠译本的创造性翻译策略,在保持原文真实性的基础上,提升了译文的文学价值和叙事效果,为西方读者提供了丰富和生动的阅读体验。沙傅里译本则在语言层面上力求真实,同时在传达原作的文化精神和叙事风格上表现出了高度的求真性。沙傅里译本的发布,在学术界引起了积极的讨论和反响,被认为是具有显著学术价值的翻译实践。总体而言,本文的研究不仅为理解《水浒传》英译本中的翻译策略提供了深刻见解,也为翻译实践和翻译批评提供了重要的理论参考。通过对两位译者行为的深入分析,本文强调了在忠实原文与适应目标文化之间寻找平衡的重要性,以及在翻译过程中保持文化敏感性和创造性的必要性。随着中国文学在国际上的传播和接受,对《水浒传》等经典作品的深入翻译研究将持续推动跨文化交流和理解,促进不同文化之间的对话与发展^[8]。

参考文献:

- [1] 程思茜,王先好.国内《水浒传》英译研究述评——基于 CiteSpace2001—2019 年的知识图谱分析[J].黑河学院学报,2023,14(02):118-122.
- [2] 张铤.中国古典文学外译中的文化阐释与传递——以《水浒传》巴赞法译本为例[J].中国翻译,2024,45(03):45-53+190.
- [3] 李菁,王烟朦.副文本视野下沙译《水浒传》的译者主体性解读[J].北京科技大学学报(社会科学版),2015,31(05):81-86.
- [4] 蒲婷艳,李海军.《中国巨人历险记》——《水浒传》首次英译研究[J].中国文化研究,2024(02):140-149.
- [5] 许建平,许在元.中国物叙事文学的民族性与世界性[J].社会科学战线,2024(07):157-167.
- [6] 傅敬民.译者行为批评的系统逻辑[J].北京第二外国语学院学报,2022,44(03):12-24+50.

[7] 肖娴, 何高大. 英美汉学视域中的“三言”“二拍”: 译介与跨文化阐释[J]. 外语电化教学, 2024 (02) : 32-37+105.

[8] 罗旻, 温俊. 明代“四大奇书”英译研究述略[J]. 社会科学动态, 2023 (12) : 110-115.

Functional Narration and Translator Behavior Criticism in the English Translation of Heroes' Names in Outlaws of the Marsh

CHEN Liang^{1*}, HE Haowen², KAI Yuanyuan³, LI Chaofan¹, KOU Zeyu⁴

(1. Anhui Finance and Trade Vocational College, Hefei, Anhui 230601, China; 2. University of Malaya, Kuala Lumpur 50250, Malaysia; 3. Anhui Finance and Trade Vocational College, Hefei, Anhui 230601, China; 4. Universiti Tunku Abdul Rahman, Kuala Lumpur 31900, Malaysia)

Abstract: This paper focuses on the translation of names of marginal heroes in the English translations of Outlaws of the Marsh, and through a comparative analysis of the full translations by Pearl S. Buck and Sidney Shapiro, delves into the translator behavior characteristics in the context of functional character narration. The study reveals that while Pearl S. Buck's translation pursues fidelity to the original text in naming characters, it also considers the practicality of expression, effectively preserving the authenticity of functional narratives, demonstrating a well-balanced approach between truth-seeking and practicality. Shapiro's translation, on the other hand, while also emphasizing fidelity in naming, exhibits considerations for contextual adaptability in the functional narratives of some characters. Furthermore, both translators frequently employ the "retention" strategy in handling character names, but Shapiro tends to favor "omission" while Pearl S. Buck prefers "transformation" in specific tactics. This research incorporates character naming and functional narrative into the realm of translation criticism, evaluating the translations' performance in conveying the literary essence of the original work from both micro and macro perspectives. It provides a new perspective and theoretical support for the study of English translations of Outlaws of the Marsh.

Keywords: Outlaws of the Marsh; English translations; Functional character narrative; Translator behavior

生成式人工智能“同事化”叙事的伦理后果：基于政策文本的商业美德治理分析

张旭峰^{1*} 李涵²

(1. 国家开放大学 实验学院, 北京 100086; 2. 北亚利桑那大学, 美国 86011)

摘要：生成式人工智能在企业多场景应用中常被包装为“AI 同事/助手”，虽提升协作效率，却可能引发责任稀释、审慎弱化与正直受损。本文基于美德伦理与组织德性，采用政策分析与定性内容分析，对中国相关治理文本及 UNESCO、OECD、NIST AI RMF、欧盟 AI Act 等框架进行编码比较，考察透明告知、人类监督、风险评估与可追溯救济如何制度化促进审慎、责任与公平。研究发现政策总体强调“可控、可追责、可告知/可解释”，但对拟人化叙事导致的责任归因偏移关注不足。建议将拟人化设计风险纳入评估清单，强化人类最终责任提示与内部问责矩阵，并细化对话系统透明与不确定性沟通要求。

关键词：生成式人工智能；政策分析；美德伦理；拟人化；责任稀释；组织治理

一、引言

生成式人工智能（Generative AI）正以对话式交互、内容生成与检索增强等能力，嵌入企业的知识生产、客户服务、营销传播与决策支持链条。与传统信息系统以“规则—界面—流程”驱动不同，生成式系统更像一种语言化的协作装置：它通过自然语言把“信息整合—推理建议—行动提示”连续呈现，使用户在体验上更接近与“能沟通、能解释、能配合”的对象协作。正因如此，市场与组织内部叙事普遍将其包装为“AI 同事”“AI 伙伴”“第二大脑”等拟人化角色，用以降低采用门槛、提高使用频率，并在绩效压力与时间稀缺的现实环境中，快速建立可用性与信任感。

从商业伦理视角看，“同事化”叙事并非仅是传播策略，而是一种会改变责任结构与判断机制的组织性安排。首先，它可能触发责任稀释：当建议以“同事式”语气出现时，失误更容易被解释为“系统也参与了判断”，从而在心理与组织层面形成责任分摊，弱化个人的谨慎义务与组织的最终担责意愿。其次，它可能导致审慎弱化：拟人化通常会提升信任与依赖，进而降低复核、反证与二次验证的动机；在高节奏业务中，这种“信任捷径”会把效率优势转化为系统性风险。第三，它可能侵蚀组织正直：当组织以拟人化界面掩盖能力边界、数据依据与不确定性，透明义务就会被“拟似人格”遮蔽，用户对风险与权利的理解被削弱，进而损害诚信沟通与公平对待。

更重要的是，上述风险并不完全由技术属性决定，而在很大程度上取决于制度环境与组织治理方式。政策与标准通过透明告知、标识义务、人类监督、风险评估、审计记录与救济机制等制度装置，界定企业在“可解释、可追责、可控”的最低治理边界；但这些装置未必自动覆盖拟人化交互带来的心理归因偏移与组织问责扭曲。换言之，企业可能在形式合规上满足“标识—监督—记录”，却仍通过“AI 同事化”叙事制造过度信任与责任漂移，从而出现“合规满足但德性受损”的结构性空间。近期关于拟人化/拟主体化智能体的研究也提

作者简介：张旭峰（1998-），男，硕士研究生。

李涵（1993-），女，硕士研究生。

示：当系统被设计为更具诱导性与社会吸引力时，其“可被信任”与“更易被依赖”的一体两面会同时放大收益与风险^[1]。

基于此，本文提出如下研究问题：现有生成式人工智能及相关数字治理政策，如何通过制度装置促进组织层面的商业美德（如审慎、责任、正直与公平）？又在哪些环节忽视了“同事化/拟人化叙事”引发的责任归因偏移与审慎动机下降？本文的分析目标并非评价某一政策优劣，而是解释政策工具如何在组织层面发挥“德性工程”效应，并识别其在拟人化交互风险上的治理断裂点，为后续政策细化与企业治理设计提供可操作的论证基础。

二、理论基础与文献述评

2.1 美德伦理与组织德性：从个体品质到制度化能力

美德伦理将道德评估的重心放在行动者的稳定品质及其养成机制上，强调“如何成为一个更好的行动者”，而非仅回答“某个行为是否合规”或“后果是否最大化”。在企业情境中，这一视角具有独特解释力：企业并非单一主体，而是由岗位分工、授权链条、激励约束与流程规范构成的制度化行动者。因而，商业伦理风险往往不是“某个个体不够道德”，而是组织在结构上把某些品质（例如审慎复核、诚实沟通、责任承担）变得昂贵或不必要，进而诱发系统性偏差。

“组织德性”据此可被理解为一种能力：组织能否把关键美德嵌入制度与日常决策，使其不依赖个体偶然自觉，而成为可执行、可监督、可纠偏的常规实践。生成式 AI 的引入改变了判断与行动的分工方式——系统开始参与信息整合、生成解释、提出建议甚至形成默认选项——这意味着组织德性将面临再分配：审慎不再只是“员工是否小心”，责任也不再只是“谁签字”，而是必须通过制度设计把“谁能干预、谁应复核、谁对后果负责”重新固定。

2.2 责任稀释与“道德褶皱区”：自动化情境中的问责扭曲

在复杂自动化与人机协作系统中，责任往往沿着“研发—部署—使用—管理”跨主体流动，导致责任边界难以清晰定位。Elish 提出的“道德褶皱区”（moral crumple zone）概念指出：当自动化系统出错时，责任可能被误配给控制力有限的个体操作者，或在“系统看似自主”的叙事中被稀释，从而形成问责与控制能力不匹配的结构性扭曲^[2]。

将该理论引入“AI 同事化”语境，可以更精确地理解责任稀释的发生机制：拟人化叙事一方面可能把系统包装为“能判断的行动者”，在事前促成对系统建议的默认采纳；另一方面在事后又可能把责任推回一线人员或分散于“人机共同体”，使组织难以建立稳定的担责与纠偏路径。此时，问题不只是“有没有人类监督条款”，而是组织是否拥有与其技术配置相匹配的问责结构与证据链，以避免责任在叙事与流程中被折叠变形。

2.3 拟人化、信任与责任归因：心理机制与商业伦理含义

拟人化之所以重要，根本原因在于它会改变信任的生成方式与归因框架。Waytz 等关于自动驾驶场景的研究表明，系统被拟人化后会显著提升信任水平，并影响个体对系统能力与可靠性的判断路径^[3]。更进一步的人机协作研究显示，在团队任务中个体可能在行为层面更频繁接受 AI 的决策建议，而“系统身份的呈现方式”会影响合作与信任校准，并引出对“欺骗性身份呈现”的规范担忧^[4]。这些发现共同指向一个关键事实：拟人化并非中性的界面装饰，而是会系统性改变个体在复核、质疑、追责时的心理阈值与行动倾向。

同时，拟人化还具有更强的“关系化”潜力：当系统被设计为更像可互动的主体时，用户更可能在自我概念与情感层面对其产生整合或依附，这会强化依赖并放大社会性影响效应^[3]。对商业伦理而言，其后果并不止于“信任更高”，而在于：审慎（复核意愿）、责任（归

因与承担)与正直(透明沟通)的实现条件被重塑——组织若缺乏配套的透明义务、不确定性表达与责任锚定制度,就可能在效率提升的同时,把道德风险嵌入日常流程。

2.4 小结:从“合规”到“德性”的分析入口

综上,生成式 AI 的伦理问题不能仅被理解为内容风险或数据合规,而应被视为组织德性结构与责任分工的再配置问题。政策文本在其中具有关键意义:它不仅设定最低合规边界,更通过透明、问责与人类监督等要求,影响企业如何把“应当具备的品质”转译为组织化能力。UNESCO 的伦理框架明确指出透明与可解释性是权利保障与责任/责任制度有效运行的重要前提,这为从制度层面讨论“正直—责任—审慎”的组织化提供了规范支点^[5]。因此,本文以政策分析与定性内容分析为方法,聚焦“政策工具如何塑形组织美德”以及“拟人化叙事为何可能成为制度盲区”,从而为后续的治理建议提供更具可操作性的理论与证据基础。

三、研究设计:政策分析与定性内容分析

3.1 方法选择的合理性

本文采用政策分析与定性内容分析,原因在于:其一,企业 AI 伦理风险高度制度化,关键约束来自法规、部门规章、标准与治理框架;其二,“同事化/拟人化叙事”的责任后果,往往以“透明义务、标识义务、人类监督与问责机制”等形式进入政策文本,适宜通过文本编码识别治理逻辑与制度缺口。

3.2 政策样本与纳入标准

(1) 中国政策群:生成式人工智能服务管理暂行办法、互联网信息服务算法推荐管理规定、个人信息保护法、AI 伦理安全风险防范指引等,并补充纳入近期“生成合成内容标识”专门规范作为政策演进证据^{[6][7][8][9][10]}。

(2) 国际政策群:UNESCO《人工智能伦理建议书》、OECD《人工智能委员会建议/原则》、NIST AI RMF 1.0、欧盟 AI Act(含人类监督与透明义务脉络)^{[5][11][12]}。

纳入标准强调可复现性:文本需为公开可得、具有明确规范性(法律/规章/标准/权威框架),且与生成式 AI、算法治理、透明问责或伦理风险控制直接相关。

3.3 编码框架:从政策工具到组织美德

本文构建“政策工具—伦理能力—组织美德”三层编码框架(A-F),并将其映射为组织层面的关键美德机制:

编码维度	关键制度装置	对应伦理能力	组织美德
A 透明告知/标识	交互告知、生成内容标识、能力边界说明	信息对称与可理解沟通	正直/诚实
B 人类监督与最终责任	人工可干预/可停止、重要决策“辅助而非替代”	保留人类判断与承担	责任
C 风险评估与审计	事前评估、持续监测、复核验证、记录回溯	可验证的审慎流程	审慎
D 数据与隐私治理	合法性、最小必要、透明原则、权利救济	权利保护与不歧视	尊重与公平
E 伦理治理能力建设	伦理审查、培训、投诉举报、救济补偿	组织化治理与学习	制度性德性
F 误用防范与价值对齐	禁止诱导沉迷/过度消费、弱势群体保护	克制与公共利益导向	克制与公共精神

表 1 编码维度(政策工具)—制度装置—伦理能力—组织美德映射表

3.4 编码与信度控制

在实际写作中可采用“双人独立编码—协商一致”的路径:先对样本文本进行试编码以

校准口径,再对全量文本编码并记录分歧条目,通过协商形成一致编码表;必要时报告一致性指标与修订规则,以提升可复现性。

四、政策文本分析结果

4.1 中国政策群:以“主体责任—过程审慎—标识透明”为主轴

(1) 生成式 AI 暂行办法:以提供者责任与内容标识构建可追责边界

生成式 AI 暂行办法将“提供者”置于责任轴心,强调安全与合规义务,并要求对图片、视频等生成内容进行标识(并与深度合成规则衔接),同时设置投诉举报机制与违规处置要求^[6]。这一结构在美德伦理意义上,相当于通过外部制度把“责任”锚定在组织主体,而非让责任在“系统—员工—用户”的互动中漂移。

(2) 算法推荐管理规定:把审慎转化为组织流程,并强化透明与用户权利

算法推荐规定提出算法服务应遵循公正公平、公开透明、诚实信用原则,并要求建立算法机制审核、科技伦理审查、安全评估监测与应急处置等制度;同时要求定期审核评估模型与应用结果,禁止诱导沉迷与过度消费等违背伦理的做法^[7]。此外,规定要求以显著方式告知用户算法推荐服务情况,公示基本原理与运行机制,并提供关闭个性化推荐等选项,体现“透明—自主—救济”的权利保护取向。

(3) 个人信息保护法:以“诚信+透明”设定数据治理的正直底线

个人信息保护法强调处理个人信息应遵循合法、正当、必要与诚信原则,并要求遵循公开透明原则,公开处理规则、明示目的方式范围,同时要求处理者对其处理活动负责^[8]。在组织德性层面,这些条款构成生成式系统训练数据、日志记录与用户交互数据处理的“正直—尊重”基础约束。

(4) 伦理风险防范指引:直接点名“责任边界模糊”等风险,并强调重要决策的人工可控

相关伦理安全风险防范指引将“模糊责任边界”等纳入风险谱系,并提出在公共服务、金融、健康等重要决策中应强调人工监督、紧急干预、信息回溯与救济保障等机制^[10]。其治理语言更接近“把审慎与责任制度化”的政策表达,但对拟人化叙事触发的责任归因偏移仍缺乏专门条款。

(5) 生成合成内容标识规则的细化趋势:从“内容真实”走向“全流程可追溯”

近期出台的生成合成内容标识规范明确区分显式标识与隐式标识,并将文本、图片、音频、视频、虚拟场景等纳入标识对象,强调生成—传播链条的可追溯治理^[13]。这表明中国政策群对“可告知、可追溯”的制度工具持续加码,但其问题结构仍以“内容与传播风险”为中心,对“交互主体性误认”(把系统当作负责任的同事主体)尚未形成对等的治理颗粒度。

小结:中国政策群总体体现出三项治理取向:一是以提供者/服务主体责任为核心的可追责逻辑;二是以评估、审核、备案、日志与应急为核心的过程性审慎;三是以标识与告知为核心的透明治理。

4.2 国际政策群:以“价值原则—风险管理—高风险合规”递进

(1) UNESCO:以人类尊严、人权与责任问责为总框架

UNESCO《建议书》强调人权与尊严、隐私、透明与可解释、责任与问责、人类监督等原则,并要求在影响权利与自由的决策中提供可理解理由与复核纠错渠道,同时强调应告知用户产品或服务是否直接或在 AI 协助下提供^[5]。其功能类似“德性方向盘”:规定组织应朝向何种公共价值与道德品质,但落实仍需更具体的治理工具承接。

(2) OECD:以可信赖 AI 的五原则与政策建议推动可操作化

OECD 的法律文书与原则体系将“透明与可解释、稳健安全、问责、尊重人权与民主价值、促进福祉”等作为可信赖 AI 的核心原则，并强调人类能动性、监督、风险管理与责任承担^[11]。其对企业治理的启示在于：把“可信赖”拆解为可被治理与审计的维度，从而为组织德性工程提供结构化清单。

(3) NIST AI RMF：以生命周期风险管理将“审慎”转译为管理证据链

NIST AI RMF 以风险管理为中心，提出治理、映射、测量与管理等活动，强调持续性与证据化，将可信赖属性嵌入设计—开发—部署—使用全生命周期^[12]。相较价值宣示型框架，RMF 更接近组织层面的“审慎工程”，其重点不是要求组织“更道德”，而是要求组织“能证明自己以可验证方式降低风险”。

(4) 欧盟 AI Act：以风险分级与人类监督确立高风险合规底线

欧盟 AI Act 以风险分级为主线，在高风险系统中强调人类监督等制度安排，并关注因过度依赖等因素导致的风险控制失灵^[14]。对企业而言，这相当于以强制合规方式要求保留最终可控与可追责结构，但对“拟人化交互如何改变责任归因”的规制仍主要通过一般性的透明与监督条款间接覆盖。

4.3 比较与解释：共同的“可控可追责”，差异化的“问题中心”

总体上，中国与国际框架在“透明、监督、评估、可追溯、救济”方面呈现趋同：均试图把责任从技术话语中拉回组织治理结构。但两者问题中心存在差异：中国政策群更突出内容治理与提供者责任锚定，并通过标识、备案与安全评估强化可追溯；国际框架更突出人权与社会技术风险治理，并以风险管理框架与高风险合规将原则落地。

五、讨论：政策如何“制度化塑形”组织美德，以及拟人化盲区

5.1 从合规工具提炼德性机制：政策的“德性工程”效应

基于编码结果可以看到，相关治理文本的功能并不止于“禁止违法”，而是在更深层面以可执行的制度装置把组织应具备的伦理能力固定下来，从而对组织德性产生“工程化”的塑形效应。其一，围绕透明告知与标识的条款，通过要求在内容或交互界面呈现可感知的提示、并辅以技术性可追溯标记，降低信息不对称与“能力神话”，使组织在对外沟通中更难以通过模糊身份与夸大能力获利，进而把“正直/诚实”转化为可被检查的合规事实。中国对生成合成内容标识采取“显式+隐式”的制度设计，并明确标识可进入交互场景界面，体现了这种把正直制度化的治理路径。

其二，人类监督与最终责任相关要求，通过“可监控、可干预、可停止、可复核”的制度化安排，实质上是在组织结构中保留一条“人类判断—人类承担”的责任链，防止在高影响决策中形成事实上的道德外包。欧盟 AI Act 将人类监督作为高风险系统的核心要求之一，并明确其目的在于预防或尽量降低对健康、安全与基本权利的风险，且强调对可预见误用情境的控制；欧盟官方释义进一步突出应对“过度依赖”的意识与可覆盖全流程的监督能力。

其三，风险评估、审计与记录回溯等条款把“审慎”从个人品格转换为组织流程与证据链：风险被要求被识别、被测量、被持续管理，组织需要留下可核验的治理痕迹。NIST AI RMF 以“治理—映射—测量—管理”的功能结构，提供了将可信赖性与风险控制纳入生命周期管理的操作框架，使审慎不再依赖个体自觉，而成为跨部门可协同、可复盘的管理活动。

最后，数据与隐私治理、治理能力建设与救济、以及误用防范等条款，共同将“尊重与公平”“制度性德性”“克制与公共精神”落到组织可执行的责任边界上：一方面通过权利保护与救济机制降低伤害扩散，另一方面通过禁止诱导沉迷、过度消费等行为约束技术带来的道德风险外溢。换言之，政策工具在组织内部形成一套“可告知—可监督—可评估—可追

溯—可救济”的治理闭环，其效果并非简单增加合规成本，而是在外部制度压力下推动企业把关键美德嵌入流程与岗位责任之中。

5.2 拟人化“同事化”叙事的制度盲区：从内容真实到主体性误认

尽管现有政策体系在透明、追溯与监督方面已形成较强的治理取向，但仍存在一个关键断裂：多数规则将主要风险聚焦于“内容真实性、数据合规与决策可控”，而对交互层面的主体性误认缺乏同等颗粒度的专门治理——即用户或员工把对话系统当作具备意向、判断与可担责地位的“同事主体”，从而改变其信任校准、复核行为与责任归因方式。以中国标识制度为例，其显著进步在于把标识扩展到文本、图片、音视频乃至虚拟场景，并明确标识既可在内容层呈现，也可在交互界面呈现；但其问题中心仍以“合成内容提示与溯源”为主，未必足以覆盖“同事化叙事”带来的心理与组织后果^[9]。

这一盲区会带来至少两种相互强化的机制性后果。第一，责任归因偏移：拟人化往往提高信任与社会性联结，使个体更倾向把系统输出视为“可靠同事建议”，当结果失误时又更容易在“系统—使用者—组织”之间移动责任位置；在复杂自动化系统中，这种偏移可能与“道德褶皱区”现象叠加，出现责任被不当挤压到控制能力有限的一线人员、或被技术表象稀释的扭曲问责^[2]。第二，审慎动机下降：当“AI 同事”被配置为权威口吻、确定性措辞与强拟人身份（昵称、头像、人格化表达）时，员工在时间压力与绩效情境中更可能直接采纳建议、减少复核，从而在组织层面形成“合规看似满足、德性实际受损”的结构空间。需要强调的是，这并不等同于政策缺少透明或监督，而是现有制度多以“内容为合成”“系统需可监督”为主要对象，尚未把“交互身份告知、能力边界与不确定性表达的组合义务”明确上升为与内容标识同等可检查、可审计的治理单元。

六、结论与建议

6.1 结论

本文基于政策文本的编码分析表明，中外治理框架普遍通过透明与标识、人类监督、风险评估与审计、可追溯记录与救济机制，强化“可控、可追责”的制度取向，并在客观上推动企业将审慎、责任、正直与公平等关键商业美德转译为可执行的组织能力与流程证据。然而对生成式 AI 的“同事化/拟人化叙事”可能引发的责任归因偏移与审慎弱化，现有政策关注仍不足，导致从合规要求到组织德性塑形之间出现断裂：组织可以在满足“标识—监督—记录”的形式合规后，仍在交互层面通过拟人化策略制造过度信任与责任漂移。

6.2 面向监管与标准制定：政策建议

监管与标准层面可将治理重心从“是否标识合成内容”进一步推进到“如何防止主体性误认与过度依赖”。一方面，应把拟人化设计作为风险源显性纳入评估与审计口径，将昵称/头像/拟人语气/权威化表达与高确定性措辞等界面与叙事要素，纳入可检查的风险项，要求组织对其可能触发的责任归因偏移进行论证与缓释；另一方面，应细化对话式系统的透明义务，形成“交互身份明确告知—能力边界说明—不确定性提示”三位一体的最低要求，并与现有“显式/隐式标识+可追溯”的治理链条衔接，使透明不仅发生在内容层，也稳定发生在交互决策层。同时，对于招聘、授信、医疗辅助等高影响业务，应以证据链底线固化审慎与责任：明确记录、回溯、申诉与人工复核的最低标准，并将“防过度依赖”的监督措施纳入高风险系统使用条件。

6.3 面向企业内部治理：管理建议

企业治理的关键在于把“AI 同事”重新锚定为“可控工具”，并在组织结构中固化责

任承担。建议以责任矩阵（如 RACI）对模型团队、产品团队、业务负责人、合规与一线使用者的职责边界进行可操作化配置，使任何关键决策都能对应到明确的最终责任人，避免“是 AI 建议的”成为卸责语言。其次，应将 UX 与文案纳入伦理审查与变更管理：对拟人化叙事设定红线（例如限制权威化与确定性承诺），并对关键建议输出强制呈现依据、适用条件与不确定性信息，以制度手段恢复复核动机。再次，将美德导向的行为准则嵌入培训与绩效：把审慎复核、透明披露、可解释沟通、对弱势群体敏感等要求转化为岗位可评价指标，使德性成为组织激励的一部分，而非只停留在合规宣讲。

6.4 研究局限与展望

本文局限在于以政策文本为主要材料，尚未直接检验企业执行差异与员工心理归因机制。后续研究可结合企业案例、访谈与对照实验，比较不同拟人化策略（身份呈现、语气权威化、确定性表达等）对审慎复核、责任承担与组织正直的影响，并进一步评估“交互透明—不确定性提示—责任锚定”组合工具在不同业务场景中的治理有效性。

参考文献：

- [1] Peter S ,Riemer K ,West D J . The benefits and dangers of anthropomorphic conversational agents.[J].Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America,2025,122(22).
- [2] ELISH C M . Moral Crumple Zones Cautionary Tales in HumanRobot Interaction[J].Engaging Science, Technology, and Society,2019,540-60.
- [3] Amani A ,Ana J ,Diana G . AI anthropomorphism and its effect on users' self-congruence and self-AI integration: A theoretical framework and research agenda[J].Technological Forecasting & Social Change,2022,182.
- [4] Guanglu Z ,Leah C ,Kenneth K , et al.Trust in an AI versus a Human teammate: The effects of teammate identity and performance on Human-AI cooperation[J].Computers in Human Behavior,2023,139.
- [5] UNESCO. Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence[EB/OL]. (2021-11)[2025-12-19].
- [6] 国家互联网信息办公室. 生成式人工智能服务管理暂行办法[EB/OL]. (2023-07-13).
- [7] 国家互联网信息办公室,工业和信息化部,公安部,国家市场监督管理总局. 互联网信息服务算法推荐管理规定[EB/OL]. (2022-01-04).
- [8] 全国人民代表大会常务委员会. 中华人民共和国个人信息保护法[EB/OL]. (2021-08-20).
- [9] 最高人民检察院网站. 关于印发《人工智能生成合成内容标识办法》的通知[EB/OL]. (2025-03-14).
- [10] 全国信息安全标准化技术委员会秘书处. 网络安全标准实践指南—人工智能伦理安全风险防范指引（v1.0-202101）[S/OL]. (2021-01).
- [11] OECD. Recommendation of the Council on Artificial Intelligence[EB/OL]. (2019-05).
- [12] TABASSI E, et al. Artificial Intelligence Risk Management Framework (AI RMF 1.0)[R/OL]. Gaithersburg: NIST, 2023.
- [13] 新华社. 国家互联网信息办公室有关负责人就《人工智能生成合成内容标识办法》答记者问[EB/OL]. (2025-03-14)
- [14] European Commission AI Act Service Desk. Human oversight & over-reliance (AI Act explanatory resources)[EB/OL]. (2024-2025).

The Ethical Consequences of the “AI-as-Colleague” Narrative in Generative Artificial Intelligence: A Business-Virtue Governance Analysis Based on Policy Texts

ZHANG Xufeng^{1*}, LI Han²

(1. Experimental College, The Open University of China, Beijing 100086, China; 2. Northern Arizona
University, AZ 86011, USA)

Abstract: In multi-scenario corporate deployments, generative artificial intelligence is frequently packaged as an “AI colleague/assistant”. While such framing can increase collaboration efficiency, it may also trigger responsibility diffusion, weaken prudential judgment, and erode organizational integrity. Grounded in virtue ethics and the concept of organizational virtue, this study employs policy analysis and qualitative content analysis to code and compare China’s relevant governance texts with international frameworks including UNESCO, OECD, the NIST AI Risk Management Framework (AI RMF), and the EU AI Act. We examine how institutional mechanisms—transparent notice, human oversight, risk assessment, and traceable remedies—are institutionalized to promote prudence, responsibility, and fairness. We find that policies generally emphasize “controllability, accountability, and noticeability/explainability”, yet devote insufficient attention to attributional shifts caused by anthropomorphic narratives. We therefore recommend incorporating anthropomorphic-design risks into risk-assessment checklists, strengthening cues that reinforce human ultimate responsibility and internal accountability matrices, and refining requirements for transparency and uncertainty communication in conversational systems.

Keywords: Generative artificial intelligence; Policy analysis; Virtue ethics; Anthropomorphism; Responsibility diffusion; Organizational governance;

Z世代青年社交降级现象研究——以“找搭子”为例

吴越

(重庆资源与环境保护职业学院, 重庆市辖区 402360)

摘 要:“搭子文化”是一种轻型的社交模式,它以短暂性,功能化,低负担为特征受到了Z世代青年人的追捧。本文认为“找搭子”这一社交行为在青年人群中受到追捧主要原因有三:一是青年人由于求学和工作离开了熟悉的环境,稳固的社交圈发生了变化;二是趣缘社交逐渐代替了传统地缘、亲缘关系,青年人可自由加入不同的趣缘群体;三是社交媒体的发展为“搭子文化”带来了契机。同时,搭子社交具有正反双重效应,一方面它以精准垂直的匹配方式能够迅速锁定到特定需求的陪伴者,减少青年人的社交压力的同时拓展社交范围。另一方面短暂性的社交会导致青年人深度情感的缺失,以特定的目标寻找搭子,在一定程度上会导致人的异化,而通过网络寻找搭子的方式也存在着一定的风险。最后,本文从个人、平台、社会三个层面对青年人的搭子社交提出了意见策略。

关键字:搭子文化;社交降级;社交模式

“搭子文化”诞生于数字时代软件技术、计算机网络、社交媒体快速发展的背景之下。网络媒介是寻找“搭子”的重要渠道,除网络之外,青年人生活周围的“饭搭子”、“上班搭子”、“减肥搭子”等词成为了Z世代青年人(通常指出生于1995-2009年的人)的热门社交选择。

“找搭子”这一现象在现实生活中日益普遍,Z时代青年人作为数字时代的“原住民”,享受着数字化的便利生活同时,也常常陷入一种“无人懂”的孤独状态。“搭子文化”是一种基于单一兴趣或需求建立的短期、低负担社交关系,正在重新定义着与传统“深度社交”不同的社交方式——轻型社交。“搭子文化”缓解了因个体之间的联结弱化而导致的群体性孤独,满足了青年群体短暂性缺失的情感需求^①。

这种“轻型社交”正是“社交降级”的典型表现:通过减少情感投入和明确功能边界,年轻人能够在快节奏生活中实现高效社交,但也可能面临情感深度缺失的挑战。

一、搭子文化的特征

(一) 短暂性:流动关系中的临时联结

齐格蒙特·鲍曼在他的“液态现代性”理论中提到,当代社会的高度流动性和快速变化使得传统稳定的社交关系逐渐被短暂、灵活的联结所取代。传统的社交关系以感情为基础衍生出陪伴需求,“搭子关系”则以共同兴趣为前提“搭伙”,在“搭子关系”中,人与人之间有着共同的需求,维持着相对舒适且自由的关系,当需求关系得到满足后,“搭子”关系也走向解散。搭子社交的短暂性特征深刻反映了现代社会中人际关系的流动性与不确定性。

Z世代的青年人作为数字时代的“原住民”,其生活节奏快、变动频繁,社交需求也随之呈现出高度的流动性。例如,“学习搭子”在考试结束后关系自然终结,“旅游搭子”在

作者简介:吴越(1995-),女,硕士研究生,讲师,研究方向为职业教育。

^① 孟颖.Z世代“搭子社交”的典型表征、生成机理和引导策略[J/OL].石家庄铁道大学学报(社会科学版),2024,(04):72-77[2025-03-09]

旅程完成后各奔东西,这种临时性的联结不仅适应了青年人生活中的不确定性,也体现了他们对高效、灵活社交模式的追求。搭子社交的短暂性既是液态社会的产物,也是青年人应对现代生活流动性的一种策略,通过降低关系的长期承诺,他们能够在快速变化的环境中保持社交的灵活性与适应性。

(二) 功能化:单一目的下的精准匹配

搭子社交的功能化特征体现了现代社会中人际关系的工具化和模块化趋势。与传统社交模式不同,搭子社交的核心在于围绕单一目的建立关系,例如“学习搭子”专注于共同学习,“饭搭子”仅限于一起吃饭,“运动搭子”则聚焦于健身活动。这种功能化的社交模式通过精准匹配特定需求,极大地提高了社交效率,同时也降低了社交的复杂性。不同类型的搭子类型对应不同情景下的特定需求,通过明确需求从而确定“搭子”,能够从最大效率上实现社交的精准性。

从工具理性批判的视角来看,搭子社交的功能化反映了现代社会对效率和实用性的追求,人际关系被简化为满足特定需求的工具。这种单一目的驱动的社交模式,既是青年人应对快节奏生活的策略,也是现代社会中人际关系工具化的具体表现。

(三) 低负担:轻量化社交的情感减负

面对高速压缩的现代化进程,青年人的时间与精力被工作或学习占据,青年人的空余时间在高速发展的社会节奏下被大幅度的压缩,大量的信息内容也使青年人常常处于社交负载的状态。与传统深度社交相比,搭子社交通过减少情感投入和明确功能边界,显著降低了社交中的心理成本。搭子社交不需要承担过多的心理负担,也不需要花费过多的时间与精力去维持关系,避免了过度的情绪内耗。

在情绪劳动理论看来,深度社交中的情感投入(如关心、倾听、共情)是一种“劳动”,需要消耗大量的心理资源。而搭子社交则通过轻量化的互动方式,避免了深度交流中的情感暴露和心理负担。这种低负担的社交模式不仅适应了快节奏生活中的时间压力,也为社交焦虑者提供了一种“安全区”,使他们能够在不过多消耗心理资源的情况下满足社交需求。

“搭子社交”因其鲜明的边界意识与适度的互动分寸而凸显其独特性,双方在交往中往往形成一种默契的界限,充分体现了对彼此隐私的尊重。不干涉、不越界是“搭子社交”得以建立和维持的核心前提之一。这种社交模式通过消除传统关系中的束缚与复杂性,使个体能够在保持自我完整性的同时,以更为自在的方式建立并维系一种相互陪伴的关系。

二、搭子社交的成因

(一) 附近消失:基于地缘与亲缘的“强关系”被弱化

在传统的社会中,时间与空间是一体化的概念,时间与空间联系在一起,人们常常会根据血缘、地缘等关系在已有的熟人网络中选择自己的朋友。随着我国现代化转型的不断推进,传统的社交方式在双重限制之下,面临着新的挑战。从空间角度来看,传统的中国社会以安土重迁、世代聚居为特点,人们在长期的生产生活中形成了相对稳定的以熟人为核心的关系网络与社交圈子。然而,现代化的高度流动性改变了这一传统的格局,越来越多的年轻人选择离开家乡,前往异地进行求学或工作,传统的“生于斯长于斯”的生活模式被逐渐弱化。

与此同时,大量年轻人在城市中也频繁经历搬家、工作变动、跳槽等,原有的稳定社交圈子也在因频繁的流动被空间距离所割裂。处于现代社会转型中的青年具有较强的流动性,社交关系受到时间、空间的限制,而“搭子”这一新型的社交关系,能够打破传统的基于地缘、血缘关系建立的局限性,大大提升了青年人社交的可能性。

然而,尽管城市化的进程在不断加速,个体主义思潮日渐盛行,人类作为社会性动物的本质属性并未改变,其内在需求仍需要通过社会互动来获取情感支持、心理能量以及缓解孤独感。面对陌生的地域环境和人际网络,个体化倾向显著的青年群体往往倾向于采取“以自我需求为中心”的浅层社交策略。在此背景下,基于共同兴趣或目标形成的“搭子关系”恰好契合了这一需求模式。

(二) 趣缘认同: 基于爱好与效率的“轻联结”被构建

趣缘关系的产生,消解了人与人之间的等级差距与利益竞争。随着信息技术的飞速进步,人际交往的范围得到了前所未有的扩展,青年群体的社会关系网络也呈现出日益多元化的趋势。从传统的农业社会到现代的信息社会,社会关系的核心逐渐从以血缘和地缘为基础的亲缘关系,转向以共同兴趣和价值观为纽带的趣缘关系^②。

趣缘关系基于兴趣与爱好而建立,丰富多元的兴趣爱好也在一定程度上决定着趣缘关系的多样性,与传统基于地缘、血缘关系而建立起来的单一、固定的社交关系不同。一个自由的个体可以根据自己的兴趣与爱好参与到不同的趣缘关系中,同时,也可以根据自己的实际情况随时退出原有的趣缘群体中,这与年轻人追求自由、崇尚多样化的生活相吻合。同时,趣缘关系以共同的兴趣爱好为基础建立社交关系,不受外在条件约束,不存在等级高低之分,相近或相同的兴趣爱好决定了趣缘群体地位与权利的平等。

(三) 技术赋能: 基于算法与机制的“准匹配”被实现

互联网技术的日益发展为“搭子社交”的实现提供了便捷的网络平台,智能手机的普及催生数字社交平台得到蓬勃发展。以社交软件“小红书”为例,截至2025年12月, #搭子话题的浏览量超过21亿,由此衍生出来的#聊天搭子、#饭搭子、#游戏搭子、#旅游搭子、#减肥搭子等话题阅读量均呈现出过亿的数据,与基于兴趣与爱好的基准推送不同的是,还出现#南京搭子、#长沙搭子、#西安搭子等基于空间的同城搭子话题。

只要在互联网发出“找搭子”的声音,就可以实现一呼百应的效果,年轻人“万物皆可搭”的社交状态在网络平台上体现的淋漓尽致。除此之外,这类社交软件也如雨后春笋般涌现,这些社交软件以陌生人社交为目的,打破熟人社交的传统形式,以某种策略将两个陌生人联系起来,例如SOUL app、豆瓣、微博等。

二、搭子社交的双重效应: 社交降级的影响分析

“搭子”社交以精准的陪伴关系与低负担的情感投入为典型特征,能够满足快速发展时代中Z世代青年的社交需求。但是,在搭子社交中也存在着较多问题,例如基于线上建立的社交关系并不稳定,“放鸽子”行为频发,同时,精准的交友社交需求将人视为工具,可能会削弱人际间的温度,甚至加剧部分人的交友困难症状。

(一) 搭子社交的积极影响——高效社交的便利性

1. 提高社交效率: 精准匹配与资源拓展

“搭子社交”是一种新型的垂直领域的社交关系,尽管数字技术的飞速发展让Z世代的青年不觉得自己处于孤独之中,但却让青年人常常陷入了群体性孤独的深渊。“搭子社交”基于精准的个人需求与爱好来建立伙伴关系,满足人际关系中个体多样化的社交需求。一个人的搭子数量可以是多个,“饭搭子”是特定一起吃饭的伙伴,“旅游搭子”是拥有相同目的地且旅行习惯相同的伙伴,“麻将搭子”则聚焦于打麻将这一特定的娱乐活动等。

^② 王昕迪,胡鹏辉.搭子社交:当代社会青年新型社交趋势与形成逻辑[J].中国青年研究,2023,(08):90-95+119.

“搭子社交”使得兴趣爱好相同的一类人聚集在一起,这种不受外部因素干扰、以自我需求为导向、基于共同兴趣建立的社交模式,省去了传统社交中相互试探和情感培养的环节,能够直接而精准地满足个体的需求。它以较低的情感成本获取相应的情感回报,因而被视为亲密关系的一种平替^③。

2. 降低情感负担: 轻量化社交的心理优势

“搭子社交”之所在 Z 世代青年人中快速流行,很大一部分原因在于它满足了青年人社交中对于“边界感”的需求。“搭子”关系的建立以特定的目的为导向,追求特定时间段内的情感共鸣,“搭子”不用进行长时间、深度的交流,也不会涉及到私人问题,更不用担心疏于经营而导致关系淡化。在与“搭子”的互动中,既获得了自己期待的情绪体验,又避免了过多的情感劳动,规避了心理负担与情绪内耗的风险。

另外,从传统的人情关系来看,青年人常常陷入复杂的人际关系中,频繁出现隐私泄露、情感绑架的困境中,而搭子社交对复杂的人际关系进行了简化,在社交过程中充分尊重双方隐私,强调社交过程中的分寸感与边界感。这种社交样态让搭子们各取所需,来往自如,都能够保持独立的自我。

3. 拓展社交边界: 从强关系到弱连接的转变

“弱关系”理论的提出者格兰诺维特指出,弱关系传播范围较强关系更加广泛而且它是作为“信息桥”存在并发生作用,即人们可以通过弱关系认识更多的人,不同群体之间更可能建立的也是弱关系连接 (Granovetter, 1973)。“搭子社交”正是一种基于“弱关系”而建立起来的社交关系。同时借助网络平台,例如小红书、豆瓣等等,青年人可以拓宽自己的社交范围,认识来自于不同背景的人。

(二) 搭子社交的消极影响——情感缺失的隐忧

1. 情感深度缺失: 低负担与短暂性的代价

当代青年人乐于通过寻找“搭子”来建立自己的社交关系,以满足自己情感的需要。由于“搭子社交”强调交往过程中的分寸感与边界感,搭子们不会进行深层次的交流,长此以往,Z 世代青年人的社交关系网络中充满着弱关系,却缺少长此以往且稳定的强关系。对于青年人来说,长期沉迷于此,可以导致处理长久关系能力的退化。

对于整个社会而言,如果“搭子”社交盛行,社会将失去深层社交的强关系支撑,然而“搭子社交”结成的浅层社交关系为个体提供的社会支持有限^④。面对社会风险来临时,浅层次的社交关系抵御风险的能力会很低。

2. 关系不稳定: 匿名性与失信行为频发

网络社交的特点之一便是“匿名性,”以当下最火热的网络匿名隐身——momo 为例,momo 是微信 IP 形象中的一员,当用户通过微信授权登录豆瓣、小红书、知乎等平台时,若选择跳过设置昵称和上传头像的步骤,系统将自动为用户分配默认 ID 和头像,而 momo 便是这些默认选项之一。后来,越来越多的人选择数字隐身,小众的 momo 发展成了 momo 大军。主动隐身的初衷是在互联网上能够自由发表言论,然而由于“搭子社交”低成本与功利性的特点,也常常出现社交失信行为。

3. 工具化倾向: 人际关系的异化风险

工具理性批判认为,现代社会过度追求效率,导致人际关系被异化为工具。搭子社交作为一种高效、低负担的社交模式,正是工具理性渗透到生活世界的具体表现。在“搭子社交”中,双方基于单一的目的进行交流,满足双方的特定需求。人际关系被简化为满足特定需求

③ 王昕迪,胡鹏辉.搭子社交:当代社会青年新型社交趋势与形成逻辑[J].中国青年研究,2023,(08):90-95+119.

④ 王昕迪,胡鹏辉.搭子社交:当代社会青年新型社交趋势与形成逻辑[J].中国青年研究,2023,(08):90-95+119.

的工具。这种工具化倾向使得社交关系失去了其本真性，变成了纯粹的功能性联结。

工具理性将情感交流视为低效的“劳动”，倾向于减少情感投入以提高效率，在搭子社交中，情感深度被削弱，人际关系趋向功能化和工具化。

四、平衡之道——应对搭子社交双重效应的策略

随着数字化技术的普及和社会节奏的加快，搭子社交作为一种高效、低负担的社交模式，在青年群体中迅速兴起。然而，正如前文所述，搭子社交在提高社交效率、降低情感负担的同时，也带来了情感深度缺失、关系不稳定以及工具化倾向等隐忧。

从个人角度而言，青年人可以设置合理的交友期待，通过练习倾听、共情等社交技能，逐步尝试建立深度社交关系，在社交伊始，明确双方的期待与边界，避免一方的误解与失望，并根据自身社交需求和能量水平，合理安排搭子社交和深度社交的时间；平台应优化算法设计，在功能性匹配的基础上，增加情感匹配维度。例如，通过分析用户的兴趣、价值观等数据，推荐更具情感共鸣的潜在搭子，从而在满足高效社交需求的同时，促进情感深度的建立；除上述方式之外，社会还应推广社交技能培训，通过培训课程、工作坊等形式，帮助青年群体提升社交技能。

参考文献：

- [1] 许亨洪, 伍玥. 青年社交“搭子”的样态、成因及其引导路径[J]. 思想理论教育, 2024, (10): 92-98.
- [2] 廉思. “搭子社交”：青年社交模式的新表征[J]. 人民论坛, 2024, (09): 96-100.
- [3] 陈姣, 牛菲. “搭子社交”：青年新型社交样态及其引导策略[J]. 高校辅导员学刊, 2024, 16(03): 78-82+94+100.
- [4] 刘航. 现代性视域下当代青年的碎片化社交行动研究——以“找搭子”为例[J]. 中国青年研究, 2023, (11): 5-14.
- [5] 杨洋. 互联网视域下“搭子社交”的互动行为研究[D]. 河南大学, 2024.
- [6] 王昕迪, 胡鹏辉. 搭子社交：当代社会青年新型社交趋势与形成逻辑[J]. 中国青年研究, 2023, (08): 90-95+119.
- [7] 孟颖. Z世代“搭子社交”的典型表征、生成机理和引导策略[J/OL]. 石家庄铁道大学学报(社会科学版), 2024, (04): 72-77

A Study on the Social Downgrading Phenomenon Among Generation

Z Youth: Taking 'Finding a Companion' as an Example

WU Yue

*(Chongqing Vocational College of Resources and Environmental Protection, Municipal District,
Chongqing 402360, China)*

Abstract: 'buddy Culture' is a light form of social interaction characterized by its transience, functionality, and low burden, which has gained popularity among Generation Z youth. This article argues that the main reasons why 'finding a partner' as a social behavior is popular among young people are threefold: first, young people leave familiar environments due to studying or working, causing changes in their stable social circles; second, interest-based social groups are gradually replacing traditional geographic or familial relationships, allowing youth to freely join different interest-based communities; third, the development of social media has provided an opportunity for 'partner culture.' At the same time, partner-based socializing has both positive and negative effects. On the one hand, its precise and vertical matching approach can quickly connect individuals with companions who meet specific needs, reducing social pressure while expanding social networks. On the other hand, transient social interactions can lead to a lack of deep emotional connections. Seeking partners for specific goals can, to some extent, lead to alienation, and finding partners online also carries certain risks. Finally, this article offers strategic suggestions for youth partner socializing from three levels: individual, platform, and society.

Keywords: Buddy culture; Social downgrade; Social patterns

基于多维度分析的移动电子商务营销实践应用及优化路径探析

李浩然

(北京企业管理研修学院, 北京 昌平 102200; CLEA University, 墨西哥 阿瓜斯卡连特斯州 20018)

摘 要: 在移动电子商务迅猛发展的当下, 本文从便利性、安全性、多样性、创新性、自主性和互动性六大维度, 探究移动电子商务营销实践与发展路径。针对用户购物体验感、用户信息数据安全、客户营销不精准等问题, 提出了包含用户购物搜索推荐优化, 构建全流程数据安全管理制度与监控体系, 选择适合客户的电子商务平台营销模式等策略优化, 以此推动移动电子商务持续发展, 本研究旨在为移动电子商务营销的优化与可持续发展提供参考。

关键词: 移动电子商务; 六大维度; 发展路径; 用户体验; 精准营销; 数据安全

1. 研究背景

1.1 国内移动电子商务营销发展现状

移动电子商务的崛起, 极大地拓展了电子商务的应用范畴, 也让消费者的购物习惯发生了深刻转变。移动电子商务具有以下几大特点, 其中便利性最为突出, 借助移动设备, 用户可以摆脱时间和空间的束缚, 随时随地登录电商平台, 完成商品浏览、下单购买等一系列操作, 购物的便捷性得到了极大提升。个性化服务得以实现。移动电商平台会对用户的地理位置、浏览轨迹、消费记录等信息进行收集与分析, 进而为用户推送更为精准的个性化推荐, 提供量身定制的服务。社交属性愈发明显。移动电商平台与社交媒体实现了深度融合, 用户在购物过程中, 既能分享购物心得、点评商品, 也能直接通过社交渠道完成购买, 这不仅增添了购物的乐趣, 还增强了互动性。

近年来, 在国内, 移动电子商务营销正处于蓬勃发展的阶段, 展现出强劲的增长势头与巨大潜力。截至2024年6月, 移动互联网月活跃用户规模攀升至12.35亿, 同比增长1.8%, 其中移动购物行业月活规模达10.8亿, 同比增长3.5%, 彰显出移动电商在消费领域的核心地位。从市场规模来看, 增长态势十分显著。依据相关数据, 2019年中国移动电商市场规模为10.6万亿元, 预计到2025年将跃升至20.8万亿元, 年复合增长率约为14.7%。这一增长得益于多方面因素: 移动支付技术普及, 消费者养成移动支付习惯, 简化了购物流程; 移动互联网迅猛发展, 为移动电商拓展了广阔市场空间; 电商平台积极创新营销模式, 如采用“内容+直播”形式, 极大提升用户使用时长与参与度。以2025年《2025直播电商行业发展白皮书》数据为例, 店播成交额占比突破58%, 抖音平台618期间店播贡献的GMV占比达53%, 其中单场破千万的直播中, 74%来自品牌自播。

移动电子商务的兴起不仅为消费者提供了更加便捷、个性化的购物体验, 还对传统品牌营销策略产生了深远影响。传统品牌营销策略面对移动电子商务时代的挑战暴露诸多局限性。

作者简介: 李浩然, (1999-), 男, 硕士研究生, 电子商务师, 讲师, 专家, 主要研究方向为电子商务实训教学、电子商务应用平台及发展、电子商务职业教育。

1.2 移动电子商务营销市场人群洞察

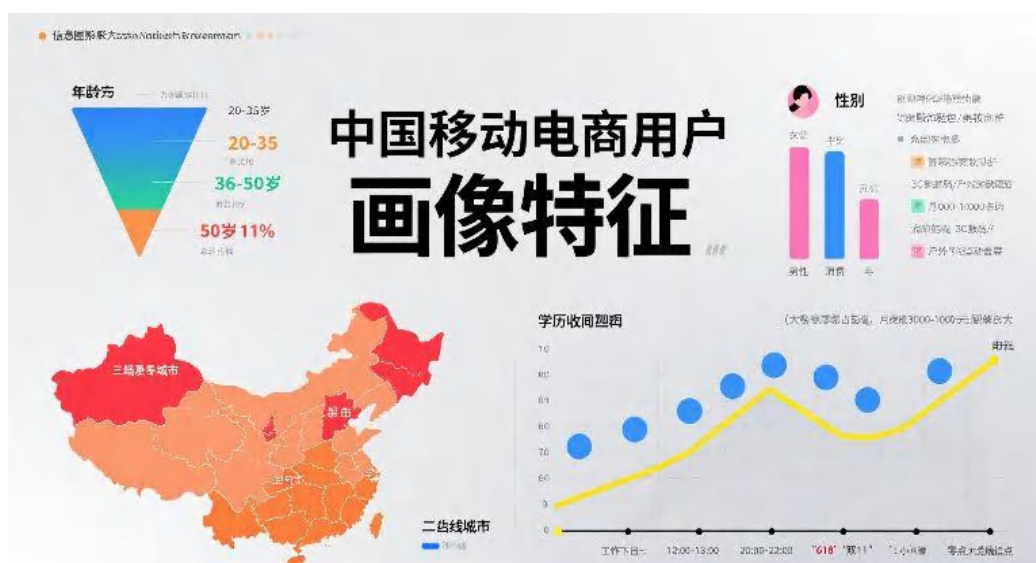


图 1-1 电商用户画像特征表

依图 1-1 从年龄分布来看，移动电商受众呈现出年轻化为主、全龄段渗透的特征。数据显示，20-35 岁用户占比达较高，这类人群熟悉数字操作，追求便捷高效的购物体验，是移动购物的核心群体；36-50 岁用户相对占比低一些，随着智能手机普及，该群体逐渐习惯通过移动端购买家居用品、保健品等；50 岁以上用户占比 11%，增速显著，主要偏好购买日用品和低价商品。

性别方面，女性用户占比偏高，在服饰鞋包、美妆个护、家居百货等品类消费中更为活跃，人均年消费额较男性偏高；男性用户则更倾向于 3C 数码、户外运动等品类，单次客单价相对较高。

地域分布上，三线及以下城市用户占比偏高，成为移动电商增长的主要动力，其消费以性价比商品为主；一二线城市相对较低，对品牌、品质及服务体验要求更高，跨境购、高端定制等消费需求旺盛。

学历与收入层面，大专及以上学历用户占比偏高，月收入 3000-10000 元的中等收入群体占比比较大，这部分人群具备稳定消费能力，是平台精细化运营的重点对象。

移动电商消费时间具有明显的碎片化和集中化特点。从日常来看，用户多利用碎片化时间进行购物，比如上下班的通勤时间、午休时间以及晚上睡前等。数据显示，工作日的 12:00-13:00 和 20:00-22:00 是消费的小高峰，前者是午休时间，后者则是用户下班后放松购物的时段。

在特殊节点，消费时间高度集中。“618”“双 11”等电商大促期间，消费者会集中在零点等特定时间点抢购商品，此时段的交易额往往占据大促期间总交易额的很大比例。此外，节假日也是消费高峰，如春节前的年货采购、国庆假期的休闲消费等。

2. 移动电子商务营销实践应用面临的困境

2.1 用户购物体验感不足

当前平台在大数据技术的应用上仍存在明显短板，未能有效整合用户历史浏览、购买偏好、消费场景等数据维度。这使得个性化推荐功能流于形式，用户频繁接收到与自身需求脱

节的商品推荐（如为已购用户重复推送同类产品、为刚需用户推荐小众冷门款等），原本旨在提升效率的“智能推荐”反而成为干扰，大幅削弱了购物过程的便捷性与愉悦感。在电商用户在移动端购物时，受输入场景（如碎片化时间、单手操作）与表达习惯影响，常使用模糊化、口语化的搜索词，而平台对这类需求的拆解与匹配能力普遍较弱，导致搜索结果“泛而不精”。例如，当用户输入“适合户外徒步的鞋子”时，核心需求包含三个关键维度：场景适配（户外徒步，需防滑、耐磨、支撑性强）、品类属性（鞋子，而非靴子或 sandals）、功能需求（满足长时间徒步的舒适感）。但多数平台仅能识别“鞋子”这一基础品类，无法深度拆解“户外徒步”的场景特性，最终返回的结果中，大量普通休闲鞋（如板鞋、帆布鞋）混杂其中——这类鞋子虽符合“鞋子”品类，却缺乏徒步所需的防滑大底、足弓支撑等核心功能，用户需在数十甚至上百个搜索结果中反复查看商品详情、对比参数，才能筛选出真正符合需求的产品，不仅耗费大量时间，更易因筛选过程繁琐产生烦躁情绪，甚至放弃购买。

类似的问题还出现在多维度需求的识别中。例如用户搜索“送给妈妈的轻薄羽绒服”，核心需求包含“送礼场景（款式偏稳重、包装需精致）”“用户画像（妈妈群体，尺码、版型需适配中年女性体型）”“产品属性（轻薄款羽绒服，而非厚款或棉服）”，但平台往往只能匹配“羽绒服”“轻薄”等单一关键词，推荐的商品中可能混杂大量年轻化款式（如 oversize 版型、亮色设计）或不符合送礼需求的简易包装产品，无法精准命中用户的复合需求。

据相关数据显示，约 30% 的用户在搜索后未能找到心仪商品时，会直接选择离开平台。这一现象的核心症结在于搜索算法对用户意图的解读能力有限——既无法精准捕捉用户潜在需求，也难以匹配搜索关键词背后的真实诉求，最终导致展示商品与用户期待偏差较大。用户需在大量无关结果中反复筛选，不仅消耗时间成本，更易引发烦躁情绪，直接降低平台使用粘性。

2.2 客户营销不精准

客户营销的核心是在恰当的时机与场景，向消费者传递其所需信息，从而避免无效和盲目营销，让商家的每一分投入都能产生回报。它的作用主要体现在：客户营销能够从多维度整合产品的成本与利润数据，通过持续分析市场动态和产品销售趋势，帮助商家捕捉市场开拓的机会，同时为预判目标客户的分布特征、把握市场需求的变化态势提供有力支持。

平台为追求用户增长或应对竞争，会频繁调整流量规则：今天侧重“内容互动率”，明天转向“价格力”，后天又强调“用户停留时长”。例如，某电商平台曾在 3 个月内 3 次调整广告审核标准，导致商家已制作完成的素材突然失效，前期拍摄、投放费用全部浪费；而算法更新后，商家若未及时跟进（如关键词权重变化、人群标签调整），原本有效的投放计划会瞬间失效，流量断崖式下跌，却需继续投入资金重新适配新规则。然而很多商家对营销客户不精准会导致资源的严重浪费。广告流量推广会大量投向非目标群体，导致本可用于触达潜在客户的资金、人力和流量位被无效占用，使得营销投入难以形成有效产出，造成成本的无谓消耗。

据 2024 知乎专栏《AI 营销大溃败：68% 消费者拉黑品牌！》里一篇文章报道：一家某母婴品牌专卖店，该品牌在市场定位上主要面向女性消费者，其产品特性、包装设计以及宣传推广方向均围绕女性用户的喜好和需求展开。在利用 AI 技术进行广告投放时，本期望将产品精准推荐给目标女性群体，以提高广告的转化率和营销效果。但由于 AI 标签的误判，竟有高达 30% 的广告触达了非目标男性用户。这一失误不仅导致广告预算的浪费，还使得品牌在非目标受众面前进行了无效曝光，极大地降低了广告投放的精准度和效率。这一现象背后，反映出 AI 技术在识别和判断用户标签时存在的局限性。AI 算法在学习和分析用

户数据的过程中,可能会受到多种因素的干扰,如数据的不完整性、噪声数据的影响,以及算法本身对复杂用户行为和特征理解的偏差等,从而导致对用户标签的错误判断,进而使广告投放偏离目标受众群体。

2.3 用户数据安全及隐私问题

大数据在使用过程中,涵盖了大量用户的隐私信息数据,这些隐私信息数据的泄露将会对用户造成巨大的影响,因此在使用大数据时,应当采取特定措施对用户信息进行保护。通常来讲,多数单位会采取隐藏重要敏感信息方式来实现用户隐私信息保护,这种方式虽然直观上看不到用户隐私数据信息,然而在开展数据库查询和数据调取时,用户隐私数据和其他数据一并被调用,因此采用隐藏信息方式并不能起到保护用户隐私数据效果。同时,在大数据使用过程中,对用户隐私数据监管也很重要,一旦监管缺失,可能造成用户隐私数据泄露。

在数据收集的过程中,APP 漏洞是导致数据泄露的主要原因之一。许多 APP 在开发过程中,由于安全意识不足或技术水平有限,存在大量安全漏洞,如代码注入、SQL 注入等。这些漏洞可能被黑客利用,从而获取用户的敏感信息。此外,零日漏洞也是一个严重的安全隐患。零日漏洞是指软件厂商尚未发现或来不及修复的安全漏洞,黑客一旦发现便能立即利用,而用户和厂商完全处于被动防御状态。

第三方 SDK 也是数据泄露的重要途径。SDK 即软件开发工具包,许多 APP 为了实现某些特定功能,会集成第三方 SDK。然而,部分第三方 SDK 存在过度收集个人信息、私自共享数据等行为,而 APP 开发者往往对其监管缺位,消费者对此更是毫不知情且无法控制。例如,某知名输入法 APP 因嵌入的第三方 SDK 违规收集信息被通报,凸显了第三方 SDK 在数据安全方面的风险。这些第三方 SDK 可能会在用户不知情的情况下,收集用户的位置信息、设备信息、通讯录等敏感信息,并将这些信息传输给第三方,从而导致用户信息泄露。

另外,用户的身份信息如姓名、联络方式、身份证号码等数据,构成了最基础的隐私内容。用户的浏览历史、购物偏好和点击记录等行为数据,是电商平台实施精确营销的关键信息资源。用户的财产安全直接受到如银行账户、信用卡号、支付密码等支付信息的影响,而这些信息又与用户的交易记录紧密相关。在移动电商领域,用户的位置数据对于优化购物体验非常关键,然而,这一数据若被不当利用,则会带来隐私泄露的风险。黑客获取用户的个人信息后,可通过精准分析用户的消费习惯、购物偏好、财务状况等,实施精准诈骗。他们可能伪装成电商客服,以商品质量问题、退款等为由,诱导用户提供银行卡信息或验证码,从而盗刷用户资金。骚扰营销也是数据泄露带来的常见问题。用户的个人信息泄露后,可能会被大量营销机构获取,从而收到各种骚扰电话、短信和邮件,严重影响用户的生活质量。此外,数据泄露还可能导致用户的信用信息被滥用,影响用户的信用评级,给用户带来不必要的经济损失。

3. 移动电子商务营销的“六维度”优化路径

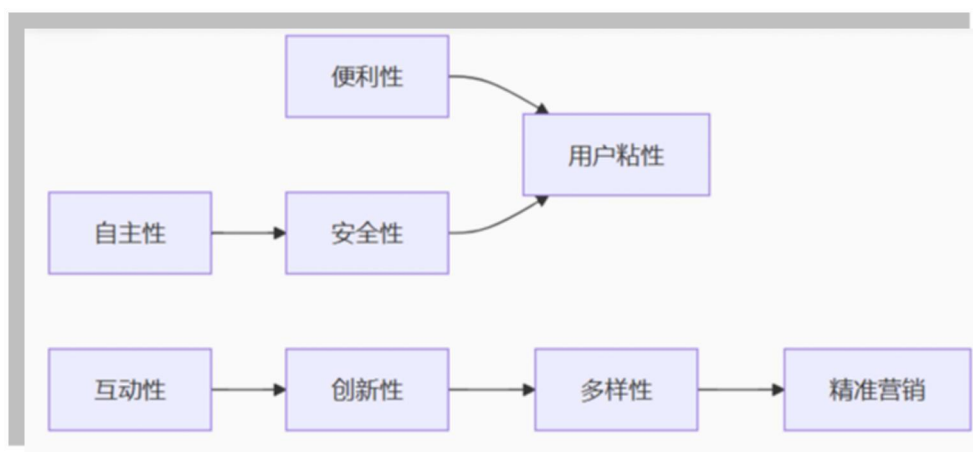


图 2-16 维度关系表

3.1 便利性：智能搜索推荐升级，提高用户购物体验感

移在数字化消费时代，用户对购物便捷性的需求不断升级，搜索推荐升级是提升购物全流程体验的关键路径。

搜索推荐能多方面为用户提供助力。在信息获取上，它依托用户历史行为、偏好等数据，借助算法与机器学习技术，推送个性化搜索结果和内容，帮助用户快速找到所需信息或商品，大幅减少搜索时间，提升获取信息及购物效率。当用户需求模糊时，搜索推荐可助力其发现潜在兴趣内容，比如在电商平台搜索某类商品时，系统会推荐相关商品，拓宽用户选择范围。同时，个性化推荐能精准满足用户个性化需求，提供贴心服务，增强用户对平台的好感与忠诚度，进而提升整体用户体验。此外，推荐系统还会依据用户评价、销量等因素，对推荐内容排序筛选，为用户提供决策参考，辅助其做出更合适的选择。

基于用户历史行为（浏览、加购、购买）、实时场景（设备类型、地理位置、时段）、社交关系（好友收藏、达人推荐）构建动态用户画像，避免“千人一面”的泛推荐。例如，上班族午休时打开购物 APP，系统优先推荐“即食午餐”“办公室小零食”等短时效需求商品；用户在旅游目的地搜索“防晒”，则关联推荐当地线下门店自提选项，缩短等待时间。

例如淘宝搜索推荐的核心优势在于“懂用户”，通过多维度数据与算法，将“用户潜在需求”转化为“精准推荐结果”，让用户无需反复搜索、筛选，即可快速触达目标商品，大幅降低决策时间成本。通过分析用户的历史浏览、加购、下单记录，结合搜索关键词偏好（如曾搜“显瘦牛仔裤”，后续推荐会侧重“高腰”“直筒”等属性）、消费能力（如常买百元级服饰，推荐价格带集中在 80-150 元）、使用场景（如临近开学，为学生用户推荐“宿舍用品”“开学穿搭”），构建专属用户画像。例如，一位刚生育的妈妈，打开淘宝搜索页，会优先看到“婴儿纸尿裤”“产后修复用品”“宝宝辅食”等推荐，无需手动输入关键词，即可快速找到所需商品，解决“不知道搜什么”“搜了也找不到合适的”痛点。增强了移动用户粘性。

3.2 多样性：剖析移动电商多样化营销模式，快速触达用户精准营销

移动电子商务平台的营销多样性可以能够“快狠准”对客户精准营销，每个平台都有自己的营销模式，比如社交电商依托微信、微博等社交平台，通过朋友圈分享、社群团购等方式实现商品交易，用户在社交互动中完成购物，如拼多多的拼团模式，利用社交关系链降低

商品价格,吸引大量用户参与。内容电商则以抖音、小红书为代表,借助短视频、图文等内容形式激发用户购买欲望,达人通过分享产品使用体验、测评等内容,引导用户从内容消费转向商品购买。直播电商更是将实时互动与购物结合,主播在直播间展示商品、解答疑问,用户可以即时下单,营造出沉浸式的购物氛围,如淘宝直播、抖音直播等,成为当下主流的电商模式之一。此外,还有传统的平台电商如淘宝、京东,以及品牌自建的移动商城,为用户提供了多样化的购物选择。

3.2.1 沉浸式体验下的情感触动与需求激发

短视频有颇具创意的内容和有趣的形式,容易引发消费者的共鸣,促使他们主动分享,从而扩大品牌的影响力和覆盖面。为品牌定制差异化沟通策略,实现从人群识别到精准种草的全链路优化,助力营销高效转化。TikTokShop 凭借其独特的“短视频+小黄车”组合,为服饰类目带来了令人瞩目的转化成效。以往传统的图文展示方式,受限于静态呈现形式,用户难以全面感知服饰的上身效果、材质质感等关键信息,而 TikTokShop 商城打破常规,服装品牌通过短视频,能够动态展示产品,使得消费者更直观地了解商品的材质、细节等,有助于增强其购买欲望。比如,模特们身着服饰在不同生活场景中自如穿梭,无论是休闲漫步的街头,还是浪漫优雅的聚会场所,都能让用户直观看到服饰的适配性与魅力,这种强视觉冲击与沉浸式体验极大激发了用户购买欲,使服饰类目转化率迅速提高。

根据 Tiktok 官方统计数据显示,JNBY 女装官方店第一次尝试为短视频导入私域流量,鼓励导购引导门店私域顾客进入短视频,这些私域会员在微信内的消费计入对应导购的业绩。另一方面,大促期间的专场直播也给了货品折扣力度,让熟悉 JNBY 的消费者能实实在在地感受到直播间的价格优于其他渠道。

新视数据显示,2024 年 10-12 月连续三个月,Tiktok 短视频平台都有 10+账号单月 GMV 突破亿元,月销售额超过 5000 万的账号也有 20 多个。其中,白牌女装@安米 L 五集设计师女装 10 月销售额超过 43 亿,@高奢露露、@安馨轻奢女装、@青岛即墨卫衣之都等商家也都能月销上亿元;波司登、EP 雅莹、艾莱依、朗姿等知名服装品牌也通过矩阵账号在视频号实现上亿 GMV。

3.2.2 社交关系链拓展传播使岭南荔枝成“超级网红”,走向全国全球

在小红书上,其 APP 拥有庞大的用户群体,通过大量用户分享的种草笔记,可以将品牌 and 产品信息广泛传播,让更多的人了解和认识品牌。

内容形式上看,小红书的图文笔记优势显著。拍摄难度低,且能直观呈现农产品的真实面貌,还可将顾客反馈转化为推广素材。以荔枝为例,今年 6 月以来,围绕“荔枝”的吃法、手工、妆容等相关讨论在小红书持续登榜热点,曝光量破 27 亿。网友们分享炭烤荔枝、荔枝排骨等创意吃法,将吃剩的荔枝果核水培、果壳做成风铃等玩法,激发了用户对荔枝的兴趣和购买欲望。在交易模式上,小红书形成了独特的供需模式。消费者在美食制作帖文下求购高品质荔枝,卖家在评论区“竞标”,改变了传统电商消费者主动找货的模式。像“戴姐荔枝园”账号,通过真实的 live 图展示不泡水、用农家肥种植的荔枝,吸引了大量消费者,一篇笔记曾卖出五万单,充分体现了小红书精准匹配供需、盘活农产品市场的能力。例如,一些小众的美妆品牌通过在小红书上与众多美妆博主合作,发布产品试用、测评等笔记,使品牌在短时间内获得了大量的曝光,知名度得到了显著提升。小红书官方数据显示:2025 年 6 月以来,围绕「荔枝」吃法、手工、妆容和热播剧相关讨论,在小红书已连续登榜 56 个热点,共计图文曝光量破 27 亿。

据南方网的一篇文章《“媒体+”:岭南佳果变身“超级网红”背后的力量》报道:“今年荔枝季来临前,《南方农村报》为我们策划支招,到小红书上‘种草’,擦亮‘仙品荔’的品牌。”让洪文泽意想不到的是,短短两个月,新屋村成为广东省第一个“小红书村”。

300 多名荔农参与打造的“全民种草官”矩阵，在小红书发布“种草笔记”1000 余条，吸引了全国网友的目光，带动荔枝预售近亿元。在 6.6 给“荔”节—广东荔枝全球品鲜嘉年华”现场，来自广东 10 大荔枝主产区地市的展位前人头攒动。媒体平台、网络达人等营销新力量组成“助荔天团”，两天时间让相关话题阅读量超 9300 万，冲上微博热搜主榜前三名。

广东荔枝频频登上热搜，正在让流量变销量。抖音电商发布的 2025 荔枝消费报告显示，5 月以来，16 个荔枝相关话题冲上热榜，相关内容播放量超 11.2 亿次。5 月 20 日至 6 月 25 日，平台广东荔枝订单量同比增长 15 倍，单品规模居行业前列。

让“土特产”走得更远，关键在于打通产销壁垒。此次《方案》提出，强化“媒体+市场”系统联动，打造融湾出海桥头堡。

媒体平台成为“助荔天团”，始于广东破解农产品滞销难题的“12221”市场营销体系建设。实践证明，媒体不仅仅只是信息传播的载体，其生产的优质内容更是一种生产力。“广东喊全球吃荔枝”、“6.6 给‘荔’节”等话题频频登上热搜，让岭南佳果变身“超级网红”，让农产品走向全国、卖到全球。

以广东特色农产品如荔枝、海鲜等为切入点，沪粤媒体发挥宣传优势，通过新闻报道、专题节目、社交媒体推广等多种形式，共同传播广东农产品区域公用品牌形象。政务部门则负责品牌标准制定与监管，确保产品质量一致性。例如，围绕“广东鲜品”品牌，上海媒体利用其在长三角地区的影响力，配合广东媒体进行跨区域宣传，提升品牌在全国市场的知名度。首次联动上海报业集团、新民晚报社，构建“沪粤媒体+政务+农业”三方协同模式。特别邀请全网粉丝超 350 万的新民晚报社“网红记者”晏秋秋联动直播，点赞量突破 300 万，其间带动广东荔枝线上订单量环比增长 400%。

3.3 安全性：构建数据安全管理制度与监控体系，筑起用户数据安全最后一道防线

数据安全与隐私保护是移动电子商务可持续发展的基石，更是赢得用户信任的前提。为筑牢用户信息与数据的安全防线，商家需从技术升级、管理优化双维度发力，全面提升系统的安全防护能级，具体可从以下层面推进：

3.3.1 强化数据加密技术研发与隐私保护方案

商家应部署高级别加密技术（如端到端加密、动态密钥管理），对用户身份信息、交易记录、支付数据等敏感内容进行全链路加密，从技术层面阻断数据泄露风险。

可以利用数字证书技术，可以有效加密交易数据，确保信息在传输过程中的安全性；引入生物识别技术，如指纹识别、面部识别等，能够增强用户身份验证的可靠性，减少欺诈行为的发生。同时，还需建立多层次的监控机制，对异常交易活动进行实时监测和预警，及时发现潜在风险并采取措施。此外，还应鼓励支付机构之间的信息共享，形成合力，抵御黑客攻击和网络诈骗的威胁。通过强化技术安全与风险控制，能够有效提升电子支付的安全性，增强消费者对电子商务交易的信任度。

3.3.2 构建全流程数据安全管理制度与监控体系

针对用户数据的收集、存储、使用、传输、销毁等全生命周期环节，商家需制定标准化管理流程及监控保护

例如： 防火墙阻挡外部非法网络访问，IDS 实时监测网络流量，一旦发现异常流量、攻击行为，如端口扫描、SQL 注入攻击等，立即发出警报，IPS 则可自动采取阻断措施，保障数据传输链路安全。在数据访问层面，建立审计日志系统，详细记录用户对数据的访问行为，包括访问时间、访问者身份、访问的数据内容、操作类型（查询、修改、删除等）。通过定期审计日志分析，可发现潜在的数据安全风险，如某个用户账号短时间内频繁访问大量

敏感数据,可能存在账号被盗用或权限滥用情况,及时采取相应措施,如冻结账号、重新评估权限等,确保数据安全管理制度有效执行,全方位保障移动电商全流程数据安全。

3.3.3 完善政府监管与社会监督的协同保障机制

政府需加快细化数据安全领域的法规细则,通过“负面清单”明确商家的数据保护责任,对违规收集、滥用数据的行为实施精准惩戒;同时,可搭建行业统一的数据安全认证体系,引导商家对标升级防护能力。社会层面则需发挥多元监督作用:行业协会可制定自律公约,媒体可曝光典型违规案例,用户可通过投诉渠道维护自身权益,形成“政府监管+行业自律+社会监督”的立体防护网络,推动数据安全与隐私保护从“被动合规”转向“主动践行”。

针对数据安全治理,欧盟的《通用数据保护条例》(GDPR)作为全球数据保护领域的重要法规,对企业的数据处理活动提出了严格要求。许多企业积极开展 GDPR 合规实践,GDPR 以“数据最小化”“目的限制”“明确同意”等原则为核心,为用户数据权益筑起了坚实防线。在数据收集环节,企业必须以清晰易懂的方式告知用户数据用途,用户拥有充分的选择权,可拒绝不必要的的数据收集。例如,用户在注册某跨境电商平台时,能清楚知晓平台收集其消费记录是为了提供个性化推荐,且可随时取消授权,这让用户对自身数据的掌控力显著增强。

同时,用户依法享有访问、更正、删除个人数据等权利。当用户发现某社交平台存储的个人信息有误时,可依据 GDPR 要求平台及时更正;若用户不再使用该平台,也可要求删除所有个人数据。这种对用户权利的明确保障,不仅让用户的隐私得到尊重和保护,还增强了用户对数字服务的信任度,促使用户更愿意参与数字经济活动。GDPR 合规实践下的数据隐私保护,在保障用户权益、规范企业行为、推动行业发展和引领全球数据治理等方面都发挥着不可替代的作用。它不仅是对数据安全的保障,更是对数字经济健康可持续发展的有力支撑。

3.4 创新性:驱动技术创新触达精准营销,助力移动电商发展

3.4.1 AI 驱动个性化营销:从「辅助工具」到「生产力主体」

早期的 AI 功能多为“点状工具”,聚焦单一任务,如自动生成标题、主图优化、询盘回复等。商家仍需投入人力进行调度与判断。AI 在营销和客服领域应用最多,AI 能够实现“千人千面”的沟通方式,根据不同用户的偏好进行个性化营销。AI 数字员工更是能全权负责店铺运营,从商品发布到客户接待,再到广告投放,极大地解放了商家的精力。这使得“一人多能”、“一人多岗”、“一人公司”的模式成为可能,让个体创业者也能拥有媲美大企业的运营能力。除此之外,AI 在质量管控与供应链优化,在质检、库存预测、柔性生产调度等方面也展现出巨大潜力,能够帮助企业优化生产流程,降低成本,提高效率。

AI 营销中,用户排斥现象突出:一是 AI 交互依赖数据标签和预设模板,缺乏情感与个性化理解,难以回应消费者情感诉求,易让其感到被忽视;二是营销信息推送过度频繁精准,造成侵扰,令用户觉得隐私受侵犯,进而抵触甚至屏蔽相关信息,影响营销效果。

对此,企业需加强数据治理以确保数据完整无偏,提升 AI 交互的人性化水平,尊重用户隐私与情感需求,在追求效率的同时坚守伦理底线,实现可持续营销。

据《电商派》网页的一篇文章报道:1688 APP 最新版本的 AI 功能实现最大突破,在于构建了一支完整的“虚拟数字营销团队”。它不仅能执行任务,更能自主规划策略、整合资源、闭环运营。据产品团队介绍,该系统基于“生意大模型”构建,涵盖市场洞察、智能测款、支持小单快反、自动客户接待与跟进等能力,已接近自动驾驶 L2“辅助驾驶”水平——AI 可独立完成商品发布、活动报名、客户召回、经营分析等流程。“我们预计,今年内就能实现:你告诉系统要发多少品、目标点击率和成本,系统就能自动规划策略、报名活动、

执行投放。”1688 诚信通 AI 版产品负责人表示，平台计划在一年半内将其升级至 L3 水平，接近“自主经营”，帮助商家接管平台上大部分日常运营工作。AI 带来的“能力平权”，意味着有实际生产能力的源头工厂，将成为最大受益者；而依赖流量技巧、无货源的“中间商”则将逐渐失去竞争优势。

1688 的目标清晰：构建一个以优质供给为核心竞争力的平台生态。在这个新体系中，竞争将回归产品本身的价值。

1688 内部工作者已明确提出“向 AI 要人效”的目标，并已实现 AI“人效”指标的可衡量、可量化。数据显示，过去一年，AI 技术推动平台转化率、复购率等关键指标提升 20% 至 30%；预计 2025 年，这一增幅将达到 50% 至 100%。

3.5 自主性：全消费链路自主化，颠覆传统被动接受模式

在用户端，自主性贯穿于从信息获取到售后反馈的每一个环节，彻底颠覆了传统消费中“被动接受”的模式。用户可自主选择信息渠道——在抖音刷到产品短视频后，能主动跳转至小红书查看测评，再到淘宝对比价格，无需依赖单一平台或销售人员的引导；通过平台的筛选工具（如价格区间、销量排序、用户标签），可自主缩小选择范围，精准定位符合需求的商品（例如宝妈能快速筛选出“0-1 岁宝宝适用”“有机材质”的婴儿用品）。决策过程更具弹性，用户可将商品加入收藏夹“冷静期”后再下单，也能随时取消订单，避免冲动消费；支付环节支持自主选择支付方式（如花呗分期、银行卡支付、数字人民币），并可自主设置支付密码、指纹验证等安全选项。售后阶段，用户通过平台自主发起退换货申请、查询进度，甚至能对商家服务进行评价打分，这些反馈直接影响商家的信誉评级，让用户真正掌握消费主动权。

商家的自主性则体现在经营策略的灵活调整与资源配置的自主掌控上，摆脱了传统线下零售的诸多束缚。在渠道选择上，商家可自主决定“全域布局”还是“单点突破”——既能入驻淘宝、京东等综合平台，也能搭建品牌小程序、抖音小店，甚至通过微信私域社群直接交易，无需受制于单一渠道的规则限制。例如，小众手工作品牌可绕过平台抽成，在微信朋友圈自主发布新品，通过社群接龙完成销售。在运营策略上，商家可自主制定定价体系（如会员专属价、限时折扣）、设计促销活动（如满减、组合套餐），并根据实时数据（如某款产品在下沉市场销量激增）快速调整库存与推广方向。更重要的是，商家能自主沉淀私域流量，通过企业微信、社群等载体直接触达用户，开展个性化运营（如针对老客户推送专属优惠券），减少对平台公域流量的依赖，形成“自主可控”的用户资产。

3.6 互动性：以多元互动内容、场景化体验与情感连接提升用户粘性

3.6.1 优化产品内容，提高用户黏性

在内容运营层面，企业需围绕产品特性与用户痛点，构建多元化内容矩阵。以电子产品为例，在互动营销过程中，除了要介绍基础的信息之外，还应深入挖掘产品的设计理念及元素，向受众展示该产品能为其带来何种特殊体验等。例如，苹果公司在依托各个移动电子商务平台进行营销时，均会强调其设计层面的创新理念，如内部系统一体化设计、设计风格等，让受众在互动中了解产品价值。对于部分食品类产品的互动营销，主播在与用户进行互动前，应深入了解产品的产地文化、工艺等，做好前置文化调查工作，并将其融入互动营销中。例如，针对云南鲜花饼的互动营销，主播可以在线直播原料的种植过程、鲜花饼的制作过程等，从而有效增加产品附加值，吸引消费者购买。

3.6.2 直播互动形式，提升用户体验感

提升消费者的互动体验。直播运营商应根据产品类型和受众特点，设定有吸引力的产品互动方式，确保直播内容能够精准触达他们的痛点。电商平台还可以提供一些直播互动工具

比如弹幕、点赞、礼物、红包等引导用户参与互动。此外,直播运营商还可以利用时间压力刺激用户下单,如在直播中不断提醒用户优惠活动的剩余时间和数量,增加用户的紧迫感,促使用户尽快下单购买。将直播中的精彩片段及时分享到社交媒体平台,扩大直播的影响力。

第一,在主播与消费者的互动中,主播要在直播过程中保持热情、积极、自信的状态,与用户建立良好的沟通和互动氛围。时刻关注用户的弹幕和评论,耐心地解释和解决用户的质疑和不满。

第二,营造良好的直播氛围,增加用户的社会临场感。真实的购物场景和良好的社交氛围为消费者营造了沉浸式的购物体验。在直播过程中,主播可以通过聊天、讲故事、分享经验等方式,与消费者建立情感联系。平台设置话题讨论、游戏互动等环节,引导消费者分享自己的购物经历和使用心得,鼓励消费者之间进行交流和互动,让他们真实的感受到自己是购物群体中的一分子。直播电商企业还能够根据大数据和人工智能技术对消费者的购物记录和浏览记录进行分析,为消费者提供个性化的推荐,增强对品牌的认同感和忠诚度,提升消费者的社会临场感,利于更好地吸引和留住消费者。

第三,要建立信任与亲切感,拉近心理距离。一方面,主播要在直播中保持真诚的态度,不夸大产品效果,不虚假宣传。主播要表达地自然流畅,并且要主动分享一些关于产品的知识、行业趋势等增加专业性和权威性,以此来增加消费者的信任感。另一方面,电商企业可以通过市场调研的方式,深入了解目标受众的兴趣和需求,为消费者提供个性化推荐,如“这款产品的设计非常适合追求时尚的用户”,让消费者感受到被重视和关注。直播团队还要建立粉丝社群与消费者进行长期的互动。在社群中分享产品信息、优惠活动等内容,增加用户参与度和黏性。直播这种形式能够打破消费者与产品之间的距离,消费者在与主播互动的过程中更容易产生社会临场感,减少对直播间的陌生感,拉进了心理距离,有效地刺激了用户的冲动购买意愿。

4. 结语

通过对移动电子商务营销在便利性、多样性、安全性、创新性、自主性和互动性六大维度的系统剖析,揭示了其在数字经济时代的核心价值与现实挑战。移动电子商务营销的发展需以“用户需求”为核心,简化购物流程、补充小众需求供给,平衡营销触达与用户自主体验,以“技术创新”为驱动,深化 AR/VR、大数据、AI 应用,优化推荐精度与互动形式,提升营销创新力。以“安全合规”为底线,完善隐私保护技术与制度,加强交易安全防护,筑牢用户信任基础。六大维度并非孤立存在,而是相互支撑、协同发力的有机整体——安全性是信任基础,便利性与多样性是体验核心,创新性与自主性是增长动力,互动性是粘性关键。未来,随着 AR/VR、大数据、AI 等技术的进一步渗透,移动电商营销需持续深化六大维度的融合应用,既要通过技术迭代优化效率,也要注重用户情感与隐私保护,方能实现从“流量变现”向“价值共创”的转型,推动行业在数字经济浪潮中实现高质量、可持续发展。本研究提出的理论框架与实践路径,可为移动电商企业制定营销策略、政府完善监管体系提供参考,也为后续相关领域研究奠定基础。

参考文献:

- [1] 牛苗苗. 移动电商环境下用户隐私保护策略研究[J]. 商场现代化, 2025, (04): 11-13. DOI:10.14013/j.cnki.scxdh.2025.04.021.
- [2] 于红岩. 移动支付技术对电子商务交易的促进作用研究[J]. 商场现代化, 2025, (08): 44-46. DOI:10.14013/j.cnki.scxdh.2025.08.007.
- [3] 王梦乔. 移动互联网视角下跨境电子商务研究[J]. 现代营销(上旬刊), 2025, (01): 131-133. DOI:10.199

21/j.cnki.1009-2994.2025-01-0131-044.

[4] 樊慧琼. 基于深度学习的电子商务产品数据分析研究[D]. 江西财经大学, 2025. DOI:10.27175/d.cnki.gjxcu.2025.000036.

[5] 周 珊. 跨境电商的营销策略研究[J]. 现代营销, 2023, (36):44-46. DOI:10.19932/j.cnki.22-1256/F.2023.12.044.

[6] 鲁梦华. 移动互联网环境下中小企业的营销策略[J]. 商场现代化, 2024, (09):35-37. DOI:10.14013/j.cnki.scxdh.2024.09.014.

[7] 陈敏灵, 路子盈. 淘宝直播电商对消费者购买意愿影响研究[J]. 价格理论与实践, 2024, (06):172-177. DOI:10.19851/j.cnki.CN11-1010/F.2024.06.369.

[8] 杨博文. 基于大数据的电网营销策略创新研究[C]//中国电力设备管理协会. 全国绿色数智电力设备技术创新成果展示会论文集(一). 国网延安供电有限公司黄陵供电分公司;, 2024:131-133. DOI:10.26914/c.cnkihy.2024.022639.

[9] 毛惠平, 曾鸿莉, 何一文, 等. 成都漆器的“数智化”开发及线下创新营销策略[C]//成都信息工程大学管理学院. “劳动保障研究”2024研讨会论文集(上册). 成都信息工程大学;成都信息工程大学管理学院;, 2024:97-99. DOI:10.26914/c.cnkihy.2024.013877.

[10] 罗书林. 移动电子商务下物流配送协同服务模式研究[C]//香港新世纪文化出版社. 2023年第六届智慧教育与人工智能发展国际学术会议论文集(第三卷). 苏州工业职业技术学院;, 2023:134-136. DOI:10.26914/c.cnkihy.2023.074547.

Exploration of Mobile E-commerce Marketing Practices and Optimization Path Based on Multidimensional Analysis

LI Haoran

(Beijing Business Management College, Changping, Beijing 102200, China; CLEA University,
Aguascalientes 20018, Mexico)

Abstract: In the current rapid development of mobile e-commerce, this article explores the marketing practice and development path of mobile e-commerce from six dimensions: convenience, security, diversity, innovation, autonomy, and interactivity. In response to issues such as user shopping experience, user information data security, and inaccurate customer marketing, this study proposes strategies including optimizing user shopping search recommendations, establishing a full process data security management system and monitoring system, selecting suitable e-commerce platform marketing models for customers, and promoting the sustainable development of mobile e-commerce. The aim of this study is to provide reference for the optimization and sustainable development of mobile e-commerce marketing.

Keywords: Mobile e-commerce; Six major dimensions; Development path; User experience; Precision marketing; Data security

《红楼梦》中的梦境描写与象征意义

康伟

(内蒙古 呼和浩特 010000)

摘要:《红楼梦》作为中国古典文学的巅峰之作,其梦境描写具有独特艺术价值。论文深入探讨了《红楼梦》中的梦境描写及其象征意义,旨在揭示梦境在小说中的重要作用。研究指出,梦境描写在《红楼梦》中体现为神秘梦境、现实反映梦境和象征性梦境三类,具有反映人物内心世界、揭示人物命运、预示故事发展、反映封建社会现象和揭示社会矛盾等象征意义。同时,梦境描写对人物塑造、故事情节推动和主题思想深化等方面具有显著贡献,增强了小说的艺术魅力和审美价值。论文总结了梦境描写的特点与价值,并展望了未来研究方向,包括心理学解读、与其他文学作品的比较研究、与社会文化背景的关系及跨学科研究等,以期对《红楼梦》研究提供新的思路和视角。

关键词:红楼梦;梦境描写;象征意义;艺术价值;研究展望

一、引言

1.1 论述《红楼梦》的文学地位及研究背景

《红楼梦》作为中国古典文学的巅峰之作,自诞生以来便备受瞩目,被誉为“中国文学的瑰宝”和“古代小说的巅峰”。这部小说以贾、史、王、薛四大家族为背景,描绘了贾宝玉、林黛玉等众多人物的生活经历,展现了封建社会的风俗民情和伦理道德。其独特的艺术风格、深刻的思想内涵以及精湛的文学技巧,使其在文学史上占有举足轻重的地位。

自《红楼梦》问世以来,关于其文学地位及研究价值的探讨便从未间断。这部小说以其丰富的想象力、独特的艺术手法和深刻的思想内涵,成为古代小说的典范。它所揭示的社会现实和人物命运,对后世产生了深远的影响。因此,对《红楼梦》的研究具有重要的学术价值和现实意义。

1.2 提出论文研究目的与意义

本研究旨在深入探讨《红楼梦》中的梦境描写及其象征意义,以期揭示梦境在小说中的重要作用和艺术价值。通过对梦境描写的研究,我们可以更深入地理解小说中的人物性格、故事情节以及社会现实,进而提高对《红楼梦》整体艺术价值的认识。

本论文的研究意义主要体现在以下几个方面:通过对梦境描写的分析,可以丰富对《红楼梦》艺术特色的认识,为后续研究提供新的视角;梦境描写的研究有助于揭示小说中的人物性格和命运走向,为理解小说的深层内涵提供依据;本研究关注梦境与社会现实的关系,有助于我们更好地理解封建社会的矛盾与冲突,以及小说所传达的社会批判精神。

1.3 梳理国内外相关研究成果

国内外关于《红楼梦》的研究成果颇为丰富,主要涉及小说的作者、成书时间、版本、人物形象、故事情节、艺术特色等方面。在梦境描写的研究方面,学者们也取得了一定的成果。例如,有学者从梦境与人物性格的关系入手,分析了梦境在小说中的作用;有学者关注梦境与故事情节的关联,探讨了梦境对小说结构的影响;还有学者从梦境与社会现实的角度,

作者简介:康伟(1994-),男,本科,中国传统文化促进会会员,研究方向为中国传统文化。

揭示了小说所传达的社会批判意义。

然而,尽管已有研究成果丰富,但关于《红楼梦》梦境描写的系统研究尚显不足。因此,本研究试图在前人研究的基础上,对《红楼梦》中的梦境描写及其象征意义进行深入探讨,以期对《红楼梦》研究提供新的思路和视角。

二、梦境描写在《红楼梦》中的体现

2.1 梦境描写的概述

《红楼梦》作为我国古代文学的巅峰之作,梦境描写是其独特的艺术表现手法之一。全书共计一百二十回,其中涉及梦境的描写多达数十次,这些梦境描写既具有现实生活的影子,又充满了丰富的想象和象征意义。通过对梦境的细腻描绘,作者成功地塑造了众多栩栩如生的人物形象,展示了丰富多彩的故事情节,同时也传达了深刻的思想内涵。

2.2 梦境描写的分类

《红楼梦》的梦境描写可以分为以下三种类型:

2.2.1 神秘梦境

神秘梦境在《红楼梦》中往往带有超自然的色彩,它们揭示了人物的前世今生或预示了未来的命运。

甄士隐在梦中见到了太虚幻境,听见了一僧一道关于林黛玉和贾宝玉的前世姻缘,还看见了跟随贾宝玉一起出生的“通灵宝玉”。这个梦泄露了天机,预示了甄士隐家庭的衰败和他自己的命运转折。贾宝玉在梦中游幻境指迷十二钗,他看到了“金陵十二钗”等判词,提前预见了许多女子的命运。这个梦境不仅神秘,还充满了预示性。

2.2.2 现实反映梦境

现实反映梦境更多地与人物的现实生活和心理状态相联系,通过梦境反映出人物内心的情感和现实生活的困境。

王熙凤在梦中受到了秦可卿的托梦,秦可卿告诉她“月满则亏,水满则溢”,指出贾府气数将近,必将衰败。这个梦境反映了王熙凤对贾府未来的担忧和内心的焦虑。小红在梦中遇到了贾芸,这个梦境反映了小红对贾芸的暗恋之情和内心的情感波动。这种梦境是现实情感的延伸和反映。黛玉在梦中梦见自己去做人家的续弦,求遍贾母邢夫人王夫人都不中用,去找贾宝玉,贾宝玉划破胸口说,你瞧瞧我的心。这个梦境反映了黛玉对贾宝玉的深情和对未来命运的忧虑。

2.2.3 象征性梦境

象征性梦境则更多地运用了象征手法,通过梦境中的象征元素来传达作者的思想和主题。

妙玉在梦中被贼人抢走,这个梦境象征着她内心的凡心未断和红尘未了。妙玉作为一个尼姑,本应清心寡欲,但她在梦中却动了凡心,被贼人抢走,这反映了她内心的矛盾和挣扎。贾瑞的“风月鉴”虽然严格意义上来说不是梦境,但贾瑞照风月鉴,镜中映出一个骷髅,却又不肯看反面,最终风流致死。这个情节也具有一定的象征意义,它象征着贾瑞对王熙凤的痴迷和欲望最终导致了毁灭。风月鉴的正面是美色诱惑,反面则是真实的自我和命运,贾瑞选择了逃避真实的自我和命运,最终走向了死亡。

通过对梦境描写的分类,我们可以发现,《红楼梦》中的梦境描写既有现实生活的影子,又充满了丰富的想象和象征意义。这些梦境描写不仅为人物塑造、故事情节的推进提供了有力支撑,还使得整部作品具有更高的艺术价值和思想深度。在接下来的章节中,我们将进一步探讨《红楼梦》梦境描写的象征意义及其在作品中的重要作用。

三、《红楼梦》梦境描写的象征意义

3.1 梦境与人物性格的象征

3.1.1 梦境反映人物内心世界

在《红楼梦》中，梦境是人物内心世界的直接反映。通过梦境，读者可以窥见人物深层的情感、愿望和挣扎。

宝玉在梦中游历太虚幻境，遇见了警幻仙子等人物，这些梦境不仅展示了他对美好生活的向往，也反映了他内心的迷茫和困惑。黛玉常常在梦中经历悲伤和离别，这些梦境与她敏感、多愁善感的性格紧密相连，反映了她对现实的无奈和对未来的忧虑。

3.1.2 梦境揭示人物命运走向

梦境在《红楼梦》中还起到了揭示人物命运走向的作用。

甄士隐在梦中遇见了一僧一道，得知了通灵宝玉的来历和贾宝玉的前世今生，这个梦境预示了甄士隐和贾宝玉等人物的命运走向。宝玉在梦中看到的“金陵十二钗”等判词，预示了众多女子的命运，这些梦境与小说中人物的命运发展紧密相连。

3.2 梦境与故事情节的象征

3.2.1 梦境预示故事发展

梦境在《红楼梦》中常常起到预示故事发展的作用。

秦可卿托梦给王熙凤，告诉她贾府未来的衰败和需要准备的事情，这个梦境为后续故事的发展埋下了伏笔。贾母在梦中游历仙境，这个梦境象征着贾府荣耀的顶峰和即将到来的衰败，也预示了小说后续情节的发展。

3.2.2 梦境与故事高潮的关系

梦境有时也与故事的高潮紧密相连，通过梦境的描绘，读者可以感受到故事发展的紧张氛围和人物内心的挣扎。

宝玉在梦中游历太虚幻境，经历了种种奇遇，这些梦境不仅为小说增添了神秘色彩，也为后续的故事高潮做了铺垫。

3.3 梦境与社会现实的象征

3.3.1 梦境反映封建社会现象

《红楼梦》中的梦境描写还反映了封建社会的一些现象和特征。

甄士隐在梦中遇见的僧道形象和通灵宝玉的来历，反映了封建社会对于神秘主义和超自然力量的信仰和追求。贾母、王熙凤等人的梦境中，常常出现对贾府未来的担忧和衰败的预示，这些梦境反映了封建社会大家族内部的矛盾和衰败趋势。

3.3.2 梦境揭示社会矛盾与冲突

梦境在《红楼梦》中还揭示了封建社会中的一些矛盾和冲突。

宝玉在梦中游历太虚幻境时，看到了各种人物的命运和悲欢离合，这些梦境反映了封建社会中人与人之间的不平等和矛盾。秦可卿托梦给王熙凤时，告诉她要未雨绸缪、准备应对未来的变故，这个梦境反映了封建社会中大家族内部的权力斗争和利益纷争。

综上所述，《红楼梦》中的梦境描写具有丰富的象征意义，它们不仅反映了人物的性格和内心世界，还预示了故事的发展和人物的命运走向。同时，梦境也揭示了封建社会的现象和矛盾冲突，为读者提供了深刻的社会思考和启示。

四、《红楼梦》梦境描写的艺术价值

4.1 梦境描写对人物塑造的贡献

《红楼梦》中的梦境描写在人物塑造方面发挥了重要作用，通过梦境的描绘，不仅丰富

了人物的性格特征，还深化了人物的心理层次。

揭示人物内心世界：梦境是人物内心世界的直接反映，通过梦境的描绘，读者可以窥见人物深层的情感、愿望和挣扎。例如，贾宝玉在梦中游历太虚幻境，反映了他对美好生活的向往和对现实的迷茫；林黛玉的梦境则常常充满悲伤和离别，与她敏感、多愁善感的性格紧密相连。

强化人物性格特征：梦境描写还通过象征和隐喻的手法，强化了人物的性格特征。如王熙凤的梦境中，秦可卿的托梦不仅预示了贾府的衰败，也反映了王熙凤精明强干、善于谋划的性格特点。

展现人物命运走向：梦境在《红楼梦》中还起到了揭示人物命运走向的作用。通过梦境的预示，读者可以预见到人物的未来命运，从而更加深入地理解人物的性格和命运。

4.2 梦境描写对故事情节的推动作用

梦境描写在《红楼梦》的故事情节发展中起到了重要的推动作用，它不仅丰富了故事情节，还增强了故事的神秘感和吸引力。

预示故事发展：梦境描写常常预示着故事的发展方向和结局。例如，甄士隐的梦境预示了贾府的衰败和贾宝玉的命运；贾宝玉的梦境则预示了“金陵十二钗”等人物的命运走向。这些梦境描写为故事的发展提供了重要的线索和预示。

增强故事神秘感：梦境描写通过神秘、奇幻的梦境场景和人物，增强了故事的神秘感和吸引力。如贾宝玉在梦中游历太虚幻境，遇到了警幻仙子等神秘人物，这些梦境场景不仅令人惊叹，也为故事增添了神秘色彩。

推动情节转折：梦境描写有时也直接推动了故事情节的转折和发展。例如，王熙凤的梦境中秦可卿的托梦，让她意识到贾府未来的衰败和需要准备的事情，从而推动了王熙凤在后续故事中的行动和决策。

4.3 梦境描写对主题思想的深化

梦境描写在《红楼梦》中不仅具有人物塑造和故事情节推动的作用，还深化了小说的主题思想。

反映社会现实：梦境描写通过象征和隐喻的手法，反映了封建社会的种种现象和矛盾。如贾宝玉的梦境中，太虚幻境和警幻仙子的形象，反映了封建社会对美好生活的向往和对现实的逃避；王熙凤的梦境则揭示了封建社会中大家族内部的矛盾和衰败趋势。

揭示人生哲理：梦境描写还通过梦境的预示和象征，揭示了人生的哲理和真谛。如贾宝玉在梦中游历太虚幻境时，看到了各种人物的命运和悲欢离合，这些梦境反映了人生的无常和无奈；林黛玉的梦境则常常充满悲伤和离别，反映了人生的痛苦和短暂。

深化爱情主题：在《红楼梦》中，梦境描写还深化了爱情主题。通过梦境的描绘，读者可以感受到贾宝玉和林黛玉之间真挚而深刻的爱情。如贾宝玉在梦中对林黛玉的思念和牵挂，以及林黛玉在梦中对贾宝玉的深情呼唤，都展现了他们之间的深厚感情和爱情主题的重要性。

综上所述，《红楼梦》中的梦境描写具有丰富的艺术价值，它不仅在人物塑造、故事情节推动和主题思想深化方面发挥了重要作用，还为读者提供了深刻的人生思考和启示。

五、结论

5.1 总结《红楼梦》梦境描写的特点与价值

通过对《红楼梦》中梦境描写的深入分析，我们可以发现其具有以下特点：梦境描写丰富多样，既有神秘梦境，也有现实反映梦境和象征性梦境，体现了作者高超的艺术表现力；

梦境描写具有深刻的象征意义，能够反映人物内心世界、揭示人物命运走向，以及预示故事发展和揭示社会现实；梦境描写在小说中起到了重要的结构作用，推动了故事情节的发展，丰富了人物形象，深化了主题思想。

在价值方面，梦境描写为《红楼梦》的人物塑造、故事情节推进和主题思想表达提供了有力支持。梦境作为独特的艺术手法，不仅增强了小说的艺术魅力，也使得作品具有更高的审美价值。

5.2 对梦境描写在象征意义方面的探讨进行总结

《红楼梦》中的梦境描写在象征意义上具有丰富的内涵。梦境反映了人物的内心世界，如贾宝玉梦游太虚幻境，揭示了他对现实世界的不满和对理想境界的向往；梦境揭示了人物命运走向，如王熙凤梦中预见自己未来的悲惨命运，体现了命运的不可抗拒；梦境预示了故事的发展，如贾宝玉梦中的“通灵宝玉”预示了贾府的兴衰；梦境揭示了社会现实中的矛盾与冲突，如贾母梦中的“金玉良缘”与贾宝玉、林黛玉之间的爱情悲剧，反映了封建社会婚姻制度的弊端。

5.3 提出未来研究方向与展望

尽管《红楼梦》中的梦境描写已经得到了较为深入的研究，但仍有一些方面值得进一步探讨。以下提出几个未来研究方向与展望：

1. 对梦境描写的心理学解读：可以从心理学的角度，分析梦境描写与人物心理状态之间的关系，以及梦境在人物性格塑造中的重要作用。
2. 梦境描写与其他文学作品的比较研究：将《红楼梦》中的梦境描写与其他文学作品的梦境描写进行比较，探讨其异同及成因。
3. 梦境描写与社会文化背景的关系：深入研究梦境描写与社会文化背景之间的内在联系，探讨梦境描写在小说中所承载的社会文化意义。
4. 梦境描写的跨学科研究：结合文学、心理学、哲学等多个学科，对梦境描写进行跨学科研究，以期在更广泛的领域内揭示梦境描写的价值与意义。

参考文献：

- [1] 林慧.《红楼梦》中的文化意蕴与象征体系[J]. 汉字文化, 2024, (22): 160-162. DOI:10.14014/j.cnki.cn11-2597/g2.2024.22.017.
- [2] 刘彩云.《红楼梦》中的梦境描写与人物心理分析[J]. 长江小说鉴赏, 2024, (27): 69-72.
- [3] 赵碧霄.《红楼梦》“梦叙事”研究综述[J]. 宜春学院学报, 2023, 45(10): 75-80.
- [4] 党淑雅. 清代文言小说中的梦境描写研究[D]. 长春理工大学, 2023. DOI:10.26977/d.cnki.gccgc.2023.000289.
- [5] 刘建文.《红楼梦》梦境分析[D]. 山东师范大学, 2011.
- [6] 徐振辉. 关于《红楼梦》的梦境描写[J]. 汕头大学学报, 1989, (02): 91-96.

Dream Depictions in A Dream of Red Mansions and Their Symbolic

Significance

KANG Wei

(Hohhot, Inner Mongolia 010000, China)

Abstract: As the pinnacle of classical Chinese literature, A Dream of Red Mansions features dream depictions with unique artistic value. This paper delves into the dream depictions in A Dream of Red Mansions and their symbolic significance, aiming to uncover the crucial role dreams play in the novel. The research indicates that dream depictions in A Dream of Red Mansions can be classified into three categories: mysterious dreams, dreams reflecting reality, and symbolic dreams. These dreams hold symbolic meanings such as reflecting the inner worlds of characters, revealing their fates, foreshadowing the development of the story, reflecting phenomena in feudal society, and exposing social contradictions. Meanwhile, dream depictions make significant contributions to character portrayal, advancing the plot, and deepening the thematic ideas, enhancing the novel's artistic charm and aesthetic value. This paper summarizes the characteristics and value of dream depictions and looks forward to future research directions, including psychological interpretations, comparative studies with other literary works, exploration of their relationship with socio-cultural backgrounds, and interdisciplinary research, with the aim of providing new ideas and perspectives for the study of A Dream of Red Mansions.

Keywords: A Dream of Red Mansions; Dream depictions; Symbolic significance; Artistic value; Research prospects

中国思政教育与美育的交融变迁研究

汤文博

(安徽蚌埠技师学院 安徽 蚌埠 233000; 蚌埠科技工程学校 安徽 蚌埠 233000)

摘要: 本文旨在通过思想史与教育史的双重路径,系统梳理中国语境下思想政治教育与审美教育从古至今交融互渗的复杂变迁历程,并重点聚焦马克思主义美育观的中国化及其当代实践。研究首先回溯中国深厚的“美善”关系思想谱系,辨析儒家“尽善尽美”的伦理本位、道家禅宗对精神自由的追求以及近现代西方美学的冲击。在此基础上,论文的核心贡献在于深入剖析马克思主义美学思想,特别是关于“人的全面发展”、“劳动创造美”及“艺术属于人民”的论述,如何自20世纪以来深刻塑造了中国美育与思政教育融合的实践范式。研究指出,这一融合经历了从古典“比德”、革命时期“载道”到当代追求“润心”的模式演变。通过对当前“课程思政”与“以美育人”政策的审视,本文批判性分析了在工具理性盛行的教育环境中,二者融合面临的“简单政治附庸”与“空洞娱乐化”风险。最终,文章论证中国思政与美育的关系呈现“善统摄美”到“美善分离”再到“美善协同”的辩证发展轨迹,其当代意义在于汲取马克思主义与传统文化智慧,构建一种“以美养善、以善立美”的、扎根中国土壤的育人新生态,为立德树人根本任务提供深厚的历史合法性依据与创新的实践路径。

关键词: 思想政治教育; 美育; 马克思主义美学; 美善关系; 课程思政

引言

以“课程思政”建设和“五育并举”为引领,中国教育正致力于将思想政治教育与审美教育深度融合,旨在培育全面发展的时代新人。这一时代命题根植于中华文化“美善相济”的悠久传统,并历经近现代以来,特别是马克思主义美学中国化的深刻重塑。然而,在工具理性盛行的当代教育环境中,效率至上与功利化思维可能导致“思政+美育”的实践异化,使其面临沦为形式化附庸或空洞娱乐的风险。

所谓“工具理性盛行”,即是指过度强调手段的有效性与目标的功利性,而忽视教育本身的价值理性与育人本质。因此,本研究旨在跨越古今,系统梳理二者交融互渗的思想脉络与实践变迁,辨析从古典“比德”、革命“载道”到当代“润心”的模式演进,以期破解现实困境、构建“以美养善、以善立美”的育人新生态,提供坚实的历史依据与创新的实践启示。

基于上述问题意识,本研究主要采用思想史与教育史相结合的文献研究法与历史分析法。通过对经典文本、教育政策与历史实践的梳理,勾勒二者交融的思想谱系与制度变迁。同时,辅以比较研究法,辨析“比德”“载道”“润心”三种模式的异同与演进逻辑。研究的理论立场植根于历史唯物主义,旨在揭示“美善”关系变迁背后的社会历史动因,并以马克思主义关于“人的全面发展”理论作为审视当代融合价值的根本尺度。本文的分析路径是:首先廓清思想资源,其次梳理制度化历程,进而抽象出历史模式,最终在历史与现实的对话中寻求创造性转化的可能。

一、中国“美善”关系的思想谱系及其现代转型

作者简介: 汤文博(1979-),女,研究方向为安徽省中等职业教育,中职思政课程设计,中职舞蹈美育改革。

1.1 古典传统：“伦理本位”下的美善共生与张力

中国传统思想的主流，特别是儒家，确立了“美善相乐”但“善统摄美”的基本关系结构。孔子评价《韶》乐“尽美矣，又尽善也”，评价《武》乐“尽美矣，未尽善也”，清晰地树立了以伦理道德（善）为最高评判尺度的艺术标准。在此框架下，美（艺术形式）的价值在于它能否有效地彰显、促进和教化善（道德内容）。荀子进一步提出“美善相乐”，强调合乎礼义的审美活动本身能带来道德愉悦，实现教化功能。这种“伦理本位的美学”塑造了古代教育“礼乐相济”的传统，乐教从属于礼教，审美是达成道德人格完善（成圣成贤）的优雅路径与辅助手段。与此同时，道家与禅宗思想则提供了另一重维度。道家“道法自然”、“大音希声”的观念，禅宗对“意境”、“悟”的追求，共同强调了一种超越世俗功利与僵化道德条规的审美精神自由。这对儒家过于强调道德功用的美学构成了某种补充与平衡，使得中国古典美育思想在强调社会伦理功能的同时，也保留了对个体精神超脱与生命境界提升的关切，形成了内在的张力与丰富性。

1.2 近现代冲击与马克思主义美育观的引入

中国近代时期，西方美学思想的涌入（如康德“审美无利害”、席勒“游戏说”）猛烈冲击了传统的“美善合一”观。王国维、蔡元培等先驱大力倡导美育的独立价值，蔡元培甚至提出“以美育代宗教”，将美育提升到塑造完全人格、超越现实利害的崇高地位。这使得“美”在某种程度上从“善”的附庸中分离出来，获得了自主性。然而，这种带有启蒙色彩的、相对超然的美育观，在民族危亡与社会革命的大背景下，很快与更具实践性、社会性的思潮相结合。

马克思主义的传入，为中国美育思想提供了全新的、革命性的理论框架与实践指向，成为重构“美善”关系的决定性力量。马克思主义美学并非一个孤立的部分，它深植于其历史唯物主义与关于人的解放的总体理论中。其核心要义在于：第一，“劳动创造美”。美不是神秘的或纯粹精神的，而是人类感性实践（劳动）的产物，这为理解美的社会历史性奠定了基础。第二，“艺术属于人民”。艺术不应是少数人的玩物，而应为最广大的人民群众服务，这赋予了艺术与生俱来的大众性和人民性立场。第三，审美与艺术是“掌握世界的一种方式”，与其他方式（理论的、实践的等）相辅相成。第四，终极理想是“人的全面发展”，而在共产主义社会中，人人都有条件成为艺术家，实现劳动与审美、个体与社会的统一。这些观点，尤其是艺术的人民性、实践性和与社会革命目标的关联性，被中国的革命者与知识分子所迅速接纳和转化。它使得“美”与“善”的关系，在一个新的历史维度上被重新整合：这里的“善”，不再是抽象的封建伦理，而是指向民族解放、阶级斗争、社会主义建设这一最大的历史之“善”与道德之“善”。艺术（美）由此被赋予了参与伟大历史实践、教育动员人民的神圣使命。毛泽东《在延安文艺座谈会上的讲话》将这一中国化的马克思主义文艺（美育）思想系统化、纲领化，明确提出“文艺为工农兵服务”、“政治标准第一，艺术标准第二”，确立了革命时期直至很长时间内，美育与思想政治教育融合的根本指导原则。这标志着一种全新的、以革命政治为导向的“美善”关系模式的诞生。

二、美育与思政融合的制度化历程

2.1 古代至近代：从礼乐教化到经世致用

在古代官学与书院体系中，“乐”是“六艺”之一，但其教学核心并非现代意义上的艺术技能，而是通过仪式化的音乐、舞蹈（如“佾舞”）来规范行为、陶冶性情、强化等级秩序，实现“礼乐刑政，其极一也”的治理与教化目标。这是一种将审美活动完全制度化道德政治服务的典型。晚清民国时期，在新式学堂中开设的“图画”、“乐歌”等课程，被赋

予了“格致”（科学观察）、“军国民教育”和“德育”的新使命。学堂乐歌常填入富国强兵、爱国御侮的歌词，美术教育也强调写实以“观察万物”，审美教育成为启蒙与救亡图存的工具，体现了“经世致用”思想下美育与民族国家道德建设的紧密结合。

2.2 革命与建设时期：“文艺为政治服务”范式的确立与强化

延安时期是马克思主义美育观中国化实践的关键成型期。革命根据地利用秧歌剧、木刻版画、革命歌曲等群众喜闻乐见的艺术形式，进行大规模的政治宣传与思想教育。这些作品主题鲜明，直接反映阶级斗争、生产劳动和革命英雄，艺术形式力求通俗易懂。在这里，美育已完全融入思想政治工作的洪流，艺术成为“团结人民、教育人民、打击敌人、消灭敌人”的有力武器。这种“革命文艺”模式在新中国成立后得到全面推广和制度化。美育（当时常称“艺术教育”）被明确纳入社会主义教育体系，但其核心任务是培养“又红又专”的文艺工作者，创作服务于社会主义政治和工农兵的作品。学校美育课程也高度强调思想性，内容紧密配合政治运动与意识形态宣传。这一时期，美育与思政的融合达到了空前紧密的程度，但融合的方式主要是“思政内容”对“美育形式”的全面主导和灌注，形成了一种高度一体化的“载道”模式。

2.3 改革开放以来：本体回归与深度融合的当代探索

改革开放后，随着思想解放和“美育”重新被写入国家教育方针，其独立育人价值得到重申。美育逐渐从单纯的政治宣传工具中部分解脱出来，向“陶冶情操、提高素养、开发创造力”的本体功能回归。从“素质教育”到“立德树人”根本任务的提出，美育作为“五育”之一，其与德育（思政教育）的关系被重新定位。二者不再是简单的“载体”与“被载物”的关系，而是被视为相互渗透、相辅相成的育人维度。特别是新时代以来，“课程思政”理念要求所有课程（包括艺术类课程）都要承担价值引领功能，“以美育人”则要求挖掘美的思政元素。这推动了一种新型融合模式的探索：即不再满足于在艺术课中简单加入政治口号（“旧载道”），而是追求通过精湛的艺术体验、深刻的文化理解、崇高的审美追求，潜移默化地浸润心灵、坚定信念、陶冶品格，达到“润物细无声”的“润心”效果。如何实现从“硬载道”到“软润心”的升华，成为当代教育实践的核心课题。

三、“教化”的三种历史模式及其演变

3.1“比德”模式：古典的隐喻与象征

中国古典美育与德育融合的经典机制其特点是以自然物（如玉、竹、梅、兰、松）或艺术意象的某些特征，来比拟、象征人的道德品格。例如，以玉的温润比附“仁”，以竹的挺拔中空比喻“正直虚心”。在此模式中，审美对象（自然美、艺术美）本身并非直接的道德说教，而是通过文化编码，成为道德观念的象征符号。教化的实现，依赖于受教育者对这套文化象征系统的认同与联想，从而实现从审美直观到道德认知的迁移。这是一种含蓄、优雅且富有文化底蕴的融合方式，其基础是共享的文化传统与价值观念。

3.2“载道”模式：革命的宣传与灌输

革命时期至改革开放前主导性的融合机制直接源于“文艺为政治服务”的指导思想。其特点是将明确、具体的政治意识形态内容，直接注入到艺术形式之中。艺术形式在此主要充当“容器”或“传送带”的功能，其自身的审美规律有时需让位于内容的清晰性与宣传的有效性。例如，革命样板戏、宣传画、政治抒情诗等。这种模式目标明确、动员力强，在特定历史时期发挥了巨大作用。但其风险在于，容易导致艺术的公式化、概念化，削弱其审美感染力，甚至引发接受者的逆反心理。

3.3“润心”模式：当代的浸润与生成

当前“课程思政”与“以美育人”理念所倡导的理想融合机制应如是也。它追求的不是直接“告诉”学生什么是正确的，而是通过提供高质量的、富有思想深度的审美体验（如欣赏经典艺术作品、参与创造性艺术实践），让学生在感知美、创造美、评判美的过程中，自主地激发积极情感、反思生命价值、理解历史文化、认同崇高精神。当代丰富的教育实践，为“润心”模式提供了鲜活注脚，展现了价值观在深度审美体验中“内生”的多种路径。

其一，是“行走的思政课”与艺术创作的深度融合。2025年4月，中央美术学院开展了一场跨越7省9市、行程近9500公里的“写生路上的思政课”。马克思主义学院教师首次集体加入写生队伍，带领学生在皖南古村落、甘南腊子口遗址、景德镇窑火旁等实地，将艺术采风与社会调研合一。油画系学生田焜元在腊子口遗址，被先辈事迹触动，创作了油画《春满人间》，以格桑花为意象连接历史与当下。这种“艺术在场+思政铸魂”的模式，让学生在祖国山河与人民生活的切身观察和艺术描绘中，自然生发出家国情怀与文化自信，实现了“思政小课堂”与“社会大课堂”的同频共振。

其二，是戏剧教育作为“过程性体验”对同理心与批判性思维的培育。2025年7月，上海戏剧学院“戏剧花开”团队在内蒙古乌兰察布市新世纪学园开展暑期实践。面向初中生，团队选取了反映民族团结主题的话剧《国家的孩子》（讲述“人民楷模”都贵玛抚养28名南方孤儿的故事）进行排演。学生们从零基础开始，在理解角色、塑造人物的过程中，深度浸入了这段历史与情感。随后，师生们专程拜访了故事原型都贵玛老人，将舞台上的演绎与真实人物的崇高精神相印证，上了一堂无比生动的“爱与责任”思政课。这一案例表明，“润心”模式不仅在于观看演出，更在于引导学生在戏剧创作、排演的全过程体验中，自主建构对崇高价值观的理解与认同。

四、历史资源、现实困境与创造性转化

4.1 当代融合的现实困境

一是“简单化回归”风险。在强大的绩效考评与工具理性思维下，美育与思政的融合容易滑向新的“载道”模式，变成给艺术作品贴政治标签，或在艺术课上生硬加入思政片段，导致融合生硬、肤浅，既损害了艺术魅力，也削弱了思政效果。二是“娱乐化稀释”风险。另一方面，为迎合学生兴趣，部分实践可能过度追求形式新奇有趣，而忽视了价值引领的深度与高度，使美育沦为浅薄的娱乐，思政目标落空。三是“专业性割裂”障碍。思政教师可能缺乏艺术素养，艺术教师可能对思政元素挖掘不深，导致二者在课程设计与实施中“两张皮”，难以实现有机化合。

4.2 历史资源的创造性转化

破解困境，需要从丰厚的历史传统与马克思主义资源中寻求启示。首先，重拾“比德”智慧。不是机械地套用古代比喻，而是学习其通过形象、意象、意境来传达价值观念的思维方式。在当代，可以挖掘更多富有时代特色的审美意象（如科技创新之美、脱贫攻坚画卷、生态和谐景观），构建新的“比德”话语，让价值观可感、可亲。其次，深化“润心”实践。这要求教育者深刻理解马克思主义关于“艺术掌握世界”和“人的全面发展”的论述，真正尊重审美规律。在教学中，应引导学生深入分析经典作品的形式美与思想内涵的辩证统一，在创造性艺术实践中感悟集体协作、精益求精、追求卓越的精神，让价值观在美的探索与创造中自然生成。最后，坚守“人民性”立场。这是马克思主义美学的核心。当代融合应引导学生关注时代、关注社会、关注人民，创作和欣赏反映人民火热生活、传递人民心声的作品，在审美中厚植家国情怀与人民情感，这是最根本、最鲜活的思政教育。

4.3“三维协同”的实施机制

为实现从理念到实践的跨越,需构建一套“三维协同”的实施机制。一是课程层面的“深度融入”机制:开发“美育思政元素库”,为不同艺术门类课程提供与专业内容深度咬合的价值切入点教学设计指南,避免“贴标签”。推广“双师协作”模式,鼓励思政教师与艺术教师共同备课、同堂授课。二是教学层面的“体验生成”机制:教学设计应从知识灌输转向情境创设与活动引导,广泛采用项目式学习、审美探究工作坊、批判性艺术讨论等方法,保障学生在深度审美参与中实现价值体认。三是评价层面的“综合评估”机制:超越对技能或知识点的单一考核,设计能够反映学生审美判断力、价值辨识力及创造性表达能力的综合评价方案,如运用作品集、实践报告、反思日志等,关注价值观内化的过程性证据。

结论

中国思政教育与美育的交融变迁,是一部“美”与“善”的关系在特定历史文化与政治经济背景下不断被界定、调整与重构的思想史与实践史。其核心线索呈现为一个辩证发展的历程:从古典时期“善统摄美”下的和谐共生(以“比德”为机制),到近现代受西方冲击一度出现“美善分离”的倾向,再到马克思主义中国化进程中,在新的历史高度上以革命政治之“善”强势整合艺术之“美”,形成“政治统摄美学”的“载道”模式。改革开放以来,特别是进入新时代,随着对教育规律和人的全面发展认识的深化,二者关系正朝着一种更高级的“美善协同”方向发展,追求以“润心”模式实现有机融合。

这一历程的当代启示在于:思政教育与美育的融合,绝不能是机械的“内容加法”或形式的生搬硬套。它必须建立在对中国传统文化中“美善”辩证法的深刻理解上,更必须建立在马克思主义美学关于艺术人民性、实践性与人的解放的坚实理论上。真正的融合,应致力于构建一种“以美养善、以善立美”的育人生态。在这里,“美”以其形象性、情感性与自由性,滋养、丰富和活化“善”的内涵,使其更具感染力和生命力;“善”则以其方向性、思想性与崇高性,引导、提升和照亮“美”的境界,使其不流于空洞与浮华。唯有如此,我们才能在教育中培养出既有坚定理想信念与高尚道德情操,又具备丰富情感、卓越审美素养与旺盛创造力的时代新人,这正是中国特色社会主义教育之路的独特优势与光明前景所在。

本研究侧重于宏观思想脉络与模式演进的历史梳理与理论建构,属于基础性研究。其局限性在于,对当代大中小学不同学段、不同区域“美育思政”融合的微观实践样态、具体成效及影响因素的实证考察尚显不足。此外,对于数字时代新媒体艺术、网络审美文化如何影响青少年价值观,并给二者融合带来新机遇与新挑战的探讨,亦有待深入。未来研究可在两个方向推进:一是开展深入的质性案例研究或大范围的问卷调查,对“润心”模式的有效性及其条件进行实证检验;二是进行跨文化的比较研究,探讨其他文明传统中审美教育与道德教育融合的经验,为中国实践提供更广阔的参照视野。

参考文献:

- [1] 方华,王宇,王昕欣. “大思政”视域下全面拓展美育实践的路径探析[J]. 科教文汇, 2026, (01):36-39. DOI:10.16871/j.cnki.kjwh.2026.01.009.
- [2] 王晓露. 红色基因融入高校美育思政教育实践探究[N]. 固原日报, 2025-12-30(003).
- [3] 黎梦莹,李晶,林恒宣. 探索职业教育中美育融入思政教育的创新与应用研究[N]. 重庆科技报, 2025-12-25(026).
- [4] 王惠琴. 文化自信视域下高职美育思政的价值意蕴及实践探索[J]. 美术教育研究, 2025, (24):120-122+138.
- [5] 李慕凡,王新瑛. 历史题材影视剧融入高校美育教学的思政元素[J]. 三角洲, 2025, (20):207-209.

- [6] 冯鸣阳,周飞. 智媒时代本土党史文化资源融入上海高校美育课程思政地教改探索[J]. 创意设计源, 2021, (03):4-9.
- [7] 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局, 编译. 马克思恩格斯文集[M]. 北京: 人民出版社, 2009.
- [8] 毛泽东. 在延安文艺座谈会上的讲话[M]//毛泽东选集(第三卷). 北京: 人民出版社, 1991.

Research on the Integration and Evolution of Ideological and Political Education and Aesthetic Education in China

TANG Wenbo

(Anhui Bengbu Technician College, Bengbu, Anhui 233000, China; Bengbu Science and Technology
Engineering School, Bengbu, Anhui 233000, Chian)

Abstract: This paper aims to systematically review the complex evolution of the integration and mutual influence between ideological and political education and aesthetic education in the Chinese context from ancient times to the present, through the dual lenses of intellectual history and educational history, with a particular focus on the sinicization and contemporary practice of Marxist aesthetic views. The study first traces China's profound ideological lineage regarding the relationship between "beauty and goodness," distinguishing the ethical orientation of Confucianism's pursuit of "exhaustive goodness and beauty," the quest for spiritual freedom in Daoism and Zen Buddhism, and the impact of modern Western aesthetics. Building on this foundation, the paper's core contribution lies in an in-depth analysis of how Marxist aesthetic thought, particularly its discussions on "the all-round development of individuals," "labor creating beauty," and "art belonging to the people," has profoundly shaped the practical paradigm of integrating aesthetic education with ideological and political education in China since the 20th century. The study points out that this integration has undergone a transformation from classical "moral analogy," revolutionary-era "moral conveyance," to contemporary pursuit of "nurturing the heart." Through an examination of current policies on "curriculum-based ideological and political education" and "educating through beauty," this paper critically analyzes the risks of "simple political dependency" and "hollow entertainment" faced by the integration of the two in an educational environment dominated by instrumental rationality. Ultimately, the article argues that the relationship between ideological and political education and aesthetic education in China has demonstrated a dialectical developmental trajectory from "goodness dominating beauty," to "separation of beauty and goodness," and finally to "synergy between beauty and goodness." Its contemporary significance lies in drawing on the wisdom of Marxism and traditional culture to construct a new educational ecosystem rooted in Chinese soil that "nurtures goodness through beauty and establishes beauty through goodness," providing a profound historical legitimacy basis and innovative practical pathways for the fundamental task of fostering virtue through education.

Keywords: Ideological and political education; Aesthetic education; Marxist aesthetics; Relationship between beauty and goodness; Curriculum-based ideological and political education



环球未来出版社
Global Future Press

一家以国际化视野与前瞻理念著称的高端出版机构，肩负知识与文明传播的使命，致力于引领学术与文化的未来发展。出版社秉持“传播知识、服务学术、连接未来、承载文明”的理念，出版范围涵盖多个领域，打造跨学科、跨地域、跨文化的未来灯塔。出版社以严谨与卓越为根基，全面遵循国际出版规范与同行评审机制，确保成果具备原创价值与全球公信力。对接世界主流数据库，赋予学者学术可见度与世界影响力。依托国际化编委与顾问团队，逐步形成全方位、多层次的学术服务体系。

www.gfpress.org

权责声明

本刊所刊载的文章及观点均由作者独立撰写并承担相应责任，不代表本刊及本社的立场或意见。文章内容的合法性、学术性及可行性均由作者本人负责，文中引用的资料、数据及观点的真实性、准确性与完整性亦由作者独立保证。本社严格遵循学术出版规范，坚决反对抄袭、剽窃、数据假和一稿多投等学术不端行为，一经发现，本刊可采取包括但不限于撤稿、标注声明等处理措施并不承担由此产生的任何责任。文章一经刊用，出版社依法享有其出版、传播及数据库收录等相关权利。未经本社书面许可，任何机构或个人不得擅自使用本刊内容；在合理使用或法定许可范围内的引用，应注明作者及来源，不得歪曲、篡改。本刊出版仅用于学术交流与信息参考，不构成任何商业或法律保证；因使用相关内容所引发的直接或间接后果，本社不承担任何责任。



学术赠阅 | 研读参考



关注官微 | 更多资讯