

理论动态

箴言洞见

深化生态文明体制改革 建设人与自然和谐共生的美丽盐城

徐晓磊 姚建 周丽

党的二十届三中全会强调“中国式现代化是人与自然和谐共生的现代化”，并对建设美丽中国作出战略部署。近年来，我市深入贯彻习近平生态文明思想，持续打好污染防治攻坚战，一体推进绿色低碳发展示范区和美丽盐城建设，生态环境质量持续走在全省前列，为“强富美高”新盐城现代化建设提供坚实保障。

理念筑基：明确生态文明体制改革的核心要义

锚定人地和谐的发展内核。建设美丽盐城，是践行“绿水青山就是金山银山”的生动实践，对筑牢生态根基、增进民生福祉、支撑高质量发展具有重大意义。深化生态文明体制改革，旨在破除制约高水平保护与高质量发展的体制机制障碍，加快构建绿色低碳循环发展经济体系，以高水平生态保护培育绿色生产力，实现生态效益与经济效益双赢。

释放生态普惠的共享价值。深化生态文明体制改革，强化制度执行和刚性约束，压实生态环保责任，提升治理现代化水平，根本目标是推动生态环境持续改善、全面改善和根本好转，让人民共享“蓝天、碧水、净土”的生态红利。激活绿色家底的转化动能。我市独特的湿地生态资源是其最亮丽的底色和核心竞争力。深化生态文明体制改革，是守护好、利用好这一优势，将生态价值转化为发展动能，打造世界级生态品牌，提升城市国际影响力的关键路径。

实践破题：绘就美丽盐城的共生新图景

守护大美湿地，筑牢生态安全屏障。创新生态修复，实施我国首个海岸带遗产地生态修复项目，完成海域生态修复1550公顷，保护修复海岸线22.9公里；创新提出并实践“基于自然的解决方案”。强化法治保障，颁布《盐城市黄海湿地保护条例》，让湿地保护管理有法可依。实施条子泥“720”高潮位栖

息地、大丰建川鸟类友好型种植养殖区等生态修复项目，盐城案例入选“生物多样性100+全球特别推荐案例”。

铁腕治污攻坚，守护蓝天、碧水、净土。严格落实“点位长制”“红黑榜”制度，开展扬尘及重点行业污染整治。坚持“三源”同治，聚焦国考断面，推进全域美丽河湖建设。2024年1月到9月，全市17个国考断面，51个省考及以上断面、21个主要入海河流断面水质达标率均为100%，同比显著提升。全面落实土壤污染防治行动计划，强化源头防控，完成103个高风险遗留地块风险管控，推动名录内地块修复，重点建设用地和污染耕地安全利用率连续四年实现“双100%”。

推动价值转化，建设生态富民之城。放大世遗效应，深化文旅融合，全力打造世界级滨海生态旅游廊道。组建盐城黄海湿地生态银行，开展“绿色金融+湿地修复+蓝色碳汇”项目试点，推出全国首单“湿地碳汇贷”。推动产地生态修复与社区共建，推广大丰建川鸟类友好型种植养殖模式，形成人鸟共生格局；开发条子泥湿地旅游产品，建设科普场馆，举办特色活动，让生态资源转化为富民产业。

矛盾检视：剖析制度建设的深层瓶颈

深层次体制障碍亟待破解。资源配置固化失衡，长期发展形成的路径依赖导致资源环境配置机制僵化，发达地区行业优先获取优质资源，欠发达地区依赖资源消耗和廉价劳动力引资，陷入“高污染、高耗能”恶性循环；利益藩篱

阻碍改革，资源环境使用中，地方政府、市场主体与公众利益分化，改革触及既得利益群体时，阻力增大；制度体系滞后发展，资源环境制度设计未能与生态文明建设要求同步，协调经济发展与生态保护的制度供给不足。

法治体系尚未健全。环境法律侧重具体行为规范，缺乏生态文明制度建设的顶层设计和整体统筹；部分法规陈旧、原则性条款过多，处罚标准偏低导致违法成本低、守法成本高；环境执法自由裁量权过大，“弹性执法”“差别执法”现象突出，生态环境公益诉讼门槛高、程序繁，司法救济渠道不畅。

制度系统性严密性欠缺。生态保护修复、生物多样性监管等领域存在制度空白，面对突发环境事件时，预警响应与应急处置制度不完善，风险防控能力待提升，生态环境监管制度与考核问责机制不健全，责任落实不到位，“1+3+N”环境风险治理体系需强化可问责性。

路径重构：构建改革深化的实施框架

持续攻坚，巩固提升生态环境质量。围绕大气、水、土壤、海洋、生态五大领域保卫战，聚焦突出问题，强化源头治理，推动环境质量稳定向好、全面向好。持续深化生态文明建设示范区、“两山”实践创新基地、美丽海湾等建设；聚焦水安全、水资源、水生态、水环境，实施淮河入海水道二期等重点工程，加快建设现代水网。深化河湖长

制，推进母亲河复苏、幸福河湖建设、农村河道治理、水土流失治理，推广“共建共治共享”“民间河长”等新模式。

系统治理，构建全域生态安全格局。持续加强耕地保护、造林绿化、互花米草治理，优化自然保护地体系，实施海洋生态修复，因地制宜构建耕地、林地、湿地、自然保护地和海域等全覆盖的生态治理大格局，确保耕地总量不减少、质量有提升。作为全国最大“盐沼蓝碳”涵养地，全力创塑“盐沼蓝碳”品牌。完善方法学，申报省标，对接国家CCER标准，挖掘碳汇潜力，探索形成交易规模。探索“司法蓝碳”，引入社会资本，健全生态补偿机制，汇聚政府、企业、公众力量。

创新路径，深化生态价值高效转化。立足黄海湿地保护要求，完善遗产地管理体制，强化科研监测、宣传、社区共建和生态旅游能力。加强国际交流合作，扩大世遗影响力。系统推动退化区域生态修复，强化日常保护，深化社区共建，形成人鸟共生格局。以世遗品牌为核心，构建遗产品牌管理利用体系。深度开发条子泥等湿地生态旅游产品，精心策划特色活动，运营好科普研学馆等精品项目。联合高校院所创新，应用人工智能监测技术，拓展碳汇交易等方式，积极探索生态价值转化新路径，坚决守护好人鸟和谐的美丽海湾，打造世界级滨海湿地保护样本。

(作者单位：建湖县委党校)

深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想

思想火花

汲取《乡土中国》启示 优化“数字下乡”乡村振兴路径

马荣 井昱棋

当代社会学家费孝通在《乡土中国》中关于“文字下乡”所作出的思考，核心在于揭示文字作为外在符号系统在乡土社会中的局限性。这一分析是对20世纪中国乡村现代化进程的深刻观察，它在今天数字化社会中呈现出新的理论张力。数字化的一个重要侧面，是一种新型技术符号系统的提供、传播和互动。在费孝通看来，“文字下乡”不是一个单向度的文化传播问题，而是两种认知体系、两种社会结构的对话与冲突。同样，当“数字下乡”面临类似的处境时，也需要有效处理不同认知体系和社会体系的对话与冲突。

费孝通笔下的“熟人社会”：话语与文字

费孝通笔下的乡土社会是一个“面对面社群”，也叫“熟人社会”，其运行逻辑建立在直接经验、口头传统和身体记忆基础上。在熟人社会中，“文字是多余的”这一论断，揭示了乡土社会的独特性。费孝通认为，熟人社会是传统乡土文化的根基，其运作逻辑深刻影响中国人的思维方式和行为模式。尽管现代社会的发展使其逐渐式微，但熟人社会的文化基因如关系网络、礼俗观念仍在当代中国社会中延续，成为理解中国社会转型的重要切入点。

在“面对面社群”中，交流工具依赖即时情境与非语言符号(如表情、手势、语调)辅助，具有高语境性。而文字是“间接的说话”，在空间或时间阻隔的情况下才需要。如在城市陌生人社会中，文字帮助跨越地域沟通；在乡土社会中，熟人无需文字也能达成默契。因而，文字的普及需要转变相应的社会结构。当乡土社会逐渐从“面对面社群”转向更复杂的现代分工协作模式时，文

字成为必要工具。费孝通将文字比喻为“话语的影子”，其抽象性使其适用于时空阻隔的场景(如书信、法律条文)。费孝通通过对比文字与话语的本质，揭示了乡土社会的文化密码：在“面对面社群”中，话语是维系人情、礼俗与秩序的核心纽带；而文字作为外来工具，其引入与普及必然伴随社会结构的深刻变革。

乡土社会的知识体系具有鲜明的“具身性”特征。农业技艺、伦理规范、社区历史等核心知识嵌入具体实践和人际网络中，通过示范、模仿、口耳相传得以延续。这种知识传递方式高度依赖情境，与当地自然环境和社会结构紧密相连。文字作为一种去情境化的抽象工具，在表述地方性知识时可能会遭遇“意义损失”。费孝通观察到乡村私塾教育的困境：学童们背诵《三字经》却不解其意，文字成为脱离生活经验的空洞符号。

更为关键的是，乡土社会的权力运作不依赖文字系统。习俗权威建立在可见的年龄、德行和实际贡献等方面，纠纷调解依靠的是共同认可的“礼”，而非成文法，资源分配遵循的是长期形成的习惯，而非书面契约。文字作为现代国家治理的基础工具，在传统乡土社会中缺乏制度性需求。这种社会结构与认知方式的稳定性，使得“文字下乡”遭遇深层的文化抵抗。

近代“文字下乡”背后的现代性规划

跳出乡土社会看“文字下乡”的缘起，可以发现近代中国的“文字下乡”不是简单的教育普及，而是推动民族国家现代化的关键环节。从晏阳初的平民教育实验到新中国成立后的扫盲运动，文字被赋予“开民智”“救国救民”的神圣使命。在这一叙事中，文字被视为落后的标志，文字能力成为现代公民的准入资格。这样的话语背后，是一套完整的现代性规划：国家需要通过标准化文字实现对基层社会的“文化整合”。文字作为国家权力的技术载体，其

下乡过程实质是治理逻辑的转换。统一的文字系统使国家政策得以跨越方言障碍直达每个村庄，使人口统计、土地登记、税收征管等治理行为成为可能。当农民学会书写自己的名字时，就被纳入国家的“可视性”管理体系。费孝通敏锐地指出，“文字下乡”是国家建设的一个重要方面。

“文字下乡”还隐含知识权力的重构。传统乡土社会的知识权威分散在长者、乡贤、匠人等地方精英手中，而文字教育则将评判标准转向由国家认证的标准化知识人士。当农民通过识字课本取代口传谚语、农业技术手册取代经验观察，一种新的认知权威随之确立。这一过程，虽然促进了现代科学知识的传播，但也造成地方性知识边缘化。文字成为现代知识与非现代知识间的分界线，掌握文字意味着获得进入现代世界的通行证。

数字化时代“新文字下乡”的特征与处境

在智能手机和互联网普及的今天，费孝通笔下的“文字下乡”问题以新形态重现。数字化指标取代识字率指标，成为衡量社会发展的新尺度。数字化乡村战略、电商扶贫项目等要求农民掌握比单纯识字更为复杂的数字技能。这场“数字下乡”，需要解决的是以数字化符号为主体内容的技术工具与地方知识体系间的兼容性问题。

文字是抽象符号，数字则提供了抽象符号之外的虚拟直观。虚拟面对面等交流方式。数字的应用包含与文字相对的口语活动，同时增加了相比文字应用而言更高的技术和经济成本。以智能手机在乡村的普及为例，一方面，微信语音功能降低文字输入的门槛，短视频平台使信息传递回归视觉直观；另一方面，二维码、移动支付、在线政务等数字服务构建了新的符号依赖——用户需要理解菜单选项、填写电子表格、阅读条款说明等，增加了技术难度。更为深刻的变化发生在认知层

面。算法推荐机制塑造的信息环境，正改变着乡村居民的知识获取方式。传统乡土社会的地方性知识网络被全球化的数字信息流穿透，年轻人通过快手、抖音等学习城市生活方式，老一辈的农耕经验在短视频平台上被重新包装为“土味知识”。这种变化既带来了新的发展机遇，也加速了地方文化传统的流失。“数字下乡”，标志着一场新的现代化运动的开展。

“数字下乡”路径的优化：技术符号与社会的双向互动

回望《乡土中国》的“文字下乡”分析，费孝通揭示了一个更为普遍的理论问题：技术符号系统与社会格局的互动关系。文字不是中立的工具，它携带一整套认知方式和权力关系；社会也不是被动接受者，它依据自身逻辑对外来技术进行选择、改造和抵抗。这种双向互动过程，在今天的数字技术扩散中同样清晰可见。

当代乡村振兴战略需要超越简单的“技术输送”思维，认识到文字或数字工具的有效性取决于其与地方社会传统的融合程度。一些“乡村网红”培训项目成功的原因，在于它将直播技能与当地传统特色结合。好的社会干预，应当既能洞察传统的变革需求，又尊重小传统的自主逻辑。

《乡土中国》的持久价值在于，真正的现代化不是用城市文明替代乡村文明，而是在不同文化逻辑间建立对话空间，在推进城市文明、工业文明发展的同时，维护乡土文化的自主性。“文字下乡”的经验提醒我们，任何技术推广都必须回答一个根本问题：谁的时代？为谁而现代化？在追求发展效率的同时，如何坚守为人民造福的立场，如何保护文化生态的多样性？这些问题在从文字时代走向数字时代的今天，变得愈发紧迫和深刻。

(马荣为盐城工学院马克思主义学院副院长、副教授，盐城工学院江淮人文研究院研究员；井昱棋为盐城工学院江淮人文研究院研究员)

乘“苏超”热浪而上 推动“体育+地方”融合发展

寇铮

“比赛第一，友谊第十四！”、“全民欢乐‘造梗’、对手‘歌互动’……”省城市足球联赛作为省内的“草根”赛事，以场均观众破万、网络话题播放量超亿的传播奇迹席卷全国，成为拉动江苏区域经济的现象级爆款。我市应借力“苏超”赛事，将体育流量转化为城市发展动能，打造城市经济高质量发展的新增长点；将足球比赛的“短期流量”转化为文旅融合发展的“长效机制”，走出一条“文商旅体”融合发展之路；通过地域文化的创造性转化，提升城市知名度和美誉度，形成城市文化IP。

热拆解：“苏超”爆火出圈的底层逻辑

“苏超”的爆火出圈并非偶然，是多因素共振的结果，既包含地域文化基因的深度挖掘，也离不开全民参与的热情与官方战略的精准布局，更得益于数字时代传播规律与经济基础的协同作用。

地域文化差异：转化为玩梗大战。一是文化符号的创造性转化。地域文化差异在“苏超”中被转化为独特的看点，各城市间历史纠葛、经济较量、文化差异等，都成为赛事的核心话题。二是赛事设计融入地方特色。如常州推出“9.9元球票+萝卜干炒饭”套餐，将城市特产与观赛体验绑定，形成“味觉记忆点”。“赛事即文旅”的模式，让观众在观赛中沉浸式体验地域文化，形成“踢球越狠，特产卖得越猛”的独特现象。三是社群认同的裂变传播。抖音上“江苏城市足球联赛”话题播放量突破9.1亿次，衍生出“比赛第一，友谊第十四”“南哥之争”等热梗。各市通过“造梗一玩梗一传播”的闭环，将地域文化转化为全民可参与的内容生态，形成“去中心化”的传播矩阵。

全民参与：构建草根狂欢的“足球乌托邦”。一是低参与与门槛激发了“我上我也行”的代入感。“苏超”打破职业与业余界限，516名参赛选手中，300多名为业余从业者。“准行谁上”的规范让普通市民成为赛事主角，极大地降低参与门槛，让“苏超”真正成为全民的赛事。二是线上、线下双重互动释放话题效应。赛事现场氛围堪比职业联赛，掀起观赛热潮；线上通过直播、短视频、话题互动形成“云参与”。“线上造梗、线下狂欢”模式，让足球从竞技赛事演变为全民娱乐事件。三是文旅商互动释放乘数效应。赛事拉动地方经济，各市推出“观赛+旅游”套餐，如无锡“阳山水蜜桃买一送一”、镇江“西津渡夜游免费”，形成“赛事引流—消费转化—口碑传播”的闭环。

官方推动：塑造可持续发展的“制度保障”。一是精心策划与运营。省城市足球联赛构建起“政府主导+赛区协同+联赛运营”立体组织架构，出台《关于进一步促进文体旅联动提振消费的若干举措》，形成“省级统筹—市落地”政策矩阵。二是市场化运作。省体育产业集团引入市场化运作，与京东、理想等企业深度合作，构建“商业投入—赛事升级—品牌打造”良性循环；通过“资源互哺”模式，为赞助商提供流量资源，赛事平台则为品牌提供精准曝光，实现商业价值与赛事影响力“双向奔赴”。三是全媒体传播。央视、江苏广电等主流媒体全程直播，抖音、微博等平台进行二次传播，形成“大屏+小屏”全域覆盖；接入网络梗，通过官方渠道放大传播声量，将民间创造转化为官方叙事，使比赛变为“移动的城市广告”。

冷思考：盐城借力苏超出圈的路径

构建“流量—传播—转化”传播链，推动网红流量从短期曝光

到长期转化。一是解构赛事亮点，制造“可玩化”传播梗。将赛事亮点转化为具有传播力的可玩化内容，实现“赛事流量”向“城市品牌流量”转化，同时强化市民城市认同感与参与感，如设计“盐城苏超表情包”，推出“盐城足球挑战”手势舞，在抖音、快手发起挑战赛，形成强势传播。二是联动多元主体，构建“UGC+PGC”传播矩阵。推动头部网红与本地KOC联动，邀请足球领域大V来盐体验“赛事+文旅”，制作“探秘盐城足球生态”vlog；用好盐城发布、盐城文旅、赛事官方账号，弱化官方严肃感，提升亲和力。三是实时追踪舆情造热点，用“数据化运营”延长传播周期。通过微博热搜、抖音热榜监测网友对赛事的讨论焦点，建立“监测—分析—创作—发布”的2小时快速反应链；通过舆情系统构建“传播效果仪表盘”，实时监控“苏超盐城”等话题的阅读量、互动率、用户画像等数据。

构建“体验—消费—产业”生态链，推动“文商旅体”一体化发展。一是依托赛事赋能，推动文旅体深度绑定。将自然遗产、海盐文化、红色记忆与美食体验等融入“苏超”赛事，将“观鸟+观赛”套餐升级为“湿地生态足球之旅”，赛事期间开通景区直通车，串联盐城黄海湿地世界遗产、荷兰花海等景点，设计全链条体验，持续扩大景区门票免费力度，鼓励景区策划电竞、音乐节等大型文旅活动，将“苏超”赛事转化为城市文化的“翻译器”，实现“赛事IP赋能城市形象，城市文化反哺赛事价值”良性循环。二是激活商业场景，形成“赛事消费圈”。利用主场赛事在盐城奥体中心周边规划“湿地风情·苏超市集”，打造“赛前打卡消费—赛中观赛—赛后社交”一站式场景；联合大有境、宝龙、金鹰等商业体举办“苏超狂欢季”，开展足球主题快闪店、街头足球挑战赛等活动，通过满减优惠、赛事主题消费抽奖等方式，将赛事流量导入商业消费场景。三是将赛事流量转化为投资关注，构建招商引资强磁场。打造“体育+产业”投资热点，在赛事直播中植入“盐城产业投资指南”宣传片，展示汽车制造、新能源、电子信息等优势产业；在盐城队主场设置“产业招商洽谈区”，邀请潜在投资者现场考察，同步举办“苏超投资说明会”，重点推介中韩(盐城)产业园、黄海新区等载体平台。

构建“承载—吸引—发展”逻辑链，推动“苏超”从“爆火”到“长红”。一是完善赛事基础设施，提升“长红”承载力。建立“赛前筹备—赛中保障—赛后评估”全周期管理流程，在盐城奥体中心周边布局临时停车场、餐饮区和游客服务中心等；构建“高铁+公路”立体交通体系，优化交通接驳方案，公交线路覆盖，确保赛事期间人流高效疏散，打造“盐城智慧文旅平台”与携程、美团等OTA数据，实现景区门票、酒店房态、演出票务的实时同步与组合销售。二是迭代内容与体验，提升“长红”吸引力。围绕“苏超”赛事推出新玩法，如“湿地足球”“电竞+足球”等，逐步形成“自然IP+数字IP”的双引擎驱动。三是落实行动方案，提升“长红”发展力。落实《盐城市推动足球改革发展“4个100”三年行动方案(2025—2027年)》，聚焦“赛事赋能—产业聚合—生态培育”三维路径，将“苏超”赛事的短期流量转化为足球产业的长期动能，同步实现“4个100”行动目标，推动盐城成为长三角地区具有特色的“湿地足球城市”，形成“赛事引流—产业增值—城市品牌提升”的良性循环。

(作者为盐城师范学院商学院副教授，中韩(盐城)产业园创新发展研究院研究员)