



着力提升新时代宗教工作水平

贾正东

宗教工作是一项全局性、战略性工作,是党治国理政必须做好的重大工作。新时代以来,以习近平同志为核心的党中央高度重视宗教工作,站在统筹把握中华民族伟大复兴战略全局和世界百年未有之大变局的高度,全面总结宗教工作的成绩经验,深入分析宗教工作面临的形势任务,创造性地提出一系列关于宗教工作的新理念新举措,作出一系列重大决策部署,形成了新时代党的宗教工作理论和方针政策,为做好新时代宗教工作指明了前进方向、提供了根本遵循。

加强思想政治引领,坚持党对宗教工作的集中统一领导。宗教工作在党和国家工作全局中具有特殊重要性,做好新时代的宗教工作,必须建立健全强有力的领导机制,坚持党对宗教工作的集中统一领导。“中国特色社会主义最本质的特征是中国共产党领导,中国特色社会主义制度的最大优势是中国共产党领导,党是最高政治领导力量”。提高新时代宗教工作水平,必须加强思想政治引领,提高政治站位,以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,以做好新时代党的宗教工作的“九个必须”为根本遵循。深刻认识做好宗教工作在党和国家工作全局中的特殊重要性,切实把思想和行动统一到习近平总书记重要指示精神上、统一到党中央关于新时代宗教工作的决策部署上,增强“四个意识”,坚定“四个自信”,做到“两个维护”。在新征程上,只有在党的坚强领导下,切实贯彻落实党把方向、谋大局、定政策、促改革的要求,把党的领导贯穿宗教工作的各方面全过程,宗教工作才能有效抵御各种风险,有效防止各种干扰,始终保持正确政治方向,为全面建设社会主义现代化国家创造良好条件。

以社会主义核心价值观为引领,推动宗教中国化走深走实。社会主义核心价值观汲取了中华优秀

传统文化的思想精华、借鉴了世界的有益成果、彰显了时代精神,凝结着社会主义先进文化的精髓,体现着社会主义社会道德标准,是包括宗教界和广大信教群众在内的全体中国公民的共同价值追求。积极践行社会主义核心价值观是宗教中国化的重要内容,要深入挖掘教义教规中符合社会主义核心价值观的思想观念、人文精神、道德规范,更好展现新时代中国宗教的风貌,引导宗教界和广大信教群众成为社会主义核心价值观的坚定支持者、自觉维护者和积极践行者,成为中国特色社会主义事业的促进者。以社会主义核心价值观引领、用中华文化浸润各宗教,支持宗教界对教理教规教义进行符合时代进步要求的阐释,坚决防范西方意识形态渗透,自觉抵御宗教极端主义思潮影响。以社会主义核心价值观引领宗教中国化,持续深入在宗教界宣讲社会主义核心价值观,把宗教界人士和广大信教群众的思想和行动统一到党中央决策部署上,不断增强宗教界人士和信教群众对伟大祖国、中国共产党、中华民族、中华文化、中国特色社会主义的认同,推动宗教中国化走深走实,努力开创新时代党的宗教工作新局面。

着力提高宗教工作法治化水平。提高宗教工作法治化水平,用法律规范政府管理宗教事务的行

为,用法律调节涉及宗教的各种社会关系,是全面依法治国的必然要求,也是正确处理宗教领域各种矛盾和问题的基本途径。做好新时代党的宗教工作,必须坚持保护合法、制止非法、遏制极端、抵御渗透、打击犯罪的原则,全面推进宗教工作法治建设。完善宗教事务法律法规,针对当前宗教工作中亟须解决的重大问题,制定、完善相关政策措施,健全宗教事务管理制度体系,完善《宗教事务条例》配套规章,及时把党中央关于宗教工作的决策部署和实践中行之有效的工作措施,依照程序转化为法律法规。强化宗教界法治宣传教育,党政干部和统战宗教工作干部要带头学法守法用法,牢固树立法治思维,将宗教政策法规纳入全民法治宣传教育,用好各种法治文化阵地,提高信教群众参与度。提升依法行政能力,创新行政执法方式,善于运用说服教育、劝导示范,警示告诫、指导约谈等方式,做到宽严相济、法理相融,提高党政干部运用法治思维和法治方式处理宗教问题的能力和水平,实现既维护国家法律权威,又能教育团结宗教界人士和广大信教群众。

加强新时代宗教人才队伍建设。党政干部队伍、宗教界代表人士队伍、宗教学研究队伍,是做好新时代党的宗教工作的重要力量,是发挥统一战线凝聚人心、汇聚政治

力量的重要主体。党政干部队伍是全面贯彻落实新时代党的宗教工作理论和方针政策的关键力量,培养好党政干部队伍,是党的宗教工作建立健全强有力领导机制的必然要求。必须全面提高党政干部队伍的政治能力,着力提高党政干部“导”的能力,持续提高党政干部的理论素养和学习能力。宗教界代表人士队伍是宗教中国化任务的主要承担者和工作力量,直接关系宗教中国化的进程。宗教界代表人士发挥主体作用的关键是要不断加强自我教育、自我管理、自我约束,在社会主义核心价值观引领下,以中华优秀传统文化浸润宗教,锻造一支政治上靠得住、宗教上有造诣、品德上能服众、关键时刻起作用的坚强队伍。加强宗教学研究队伍建设,发挥好推进宗教中国化的助力作用。宗教学研究队伍要坚定不移地以马克思主义为指导,坚持马克思主义宗教观与中国宗教的具体实际相结合,紧紧抓住宗教工作重大理论和实践问题开展深入研究,着力推动研究成果的转化,为党和政府制定决策提供科学有力的学理支撑,为宗教界坚持宗教中国化方向提出切实可行的对策建议。

(作者单位:市委党校。本文为2025年度市社科基金项目“新时代宗教工作水平提升的盐城实践研究”(25skB132)阶段性成果)



传承老手艺 激活新动力

张云

传统手工艺类非遗承载着特定历史时期的的文化记忆、民俗风情与审美观念,兼具历史、文化、艺术与经济等多维度价值,更是中华优秀传统文化的关键部分,是民族文化的“活化石”。研究其创新传承,可以深入挖掘文化内涵,梳理文化发展脉络,让古老文化在当代得以延续。

传统手工艺类非遗的价值和发展困境

传统手工艺类非遗记录着不同时代的社会发展脉络与重大事件,是后人探寻往昔的珍贵线索。文化层面,传统手工艺类非遗是民族精神与地域特色的生动载体,蕴含丰富的民俗文化、哲学思想和道德观念,彰显着文化的多样性与独特性;艺术角度,其凭借精湛绝伦的技艺,独具匠心的设计和对材料的巧妙运用,创造出无数美轮美奂的作品,展现极高的审美价值,为人类艺术宝库增添璀璨明珠;经济领域,传统手工艺类非遗不仅能通过产业化发展创造可观的经济效益,带动就业与地方经济繁荣,还能凭借品牌效应,提升文化产品附加值,成为推动经济发展的独特力量。

当前,传统手工艺类非遗发展面临困境。传承人才短缺,年轻人因传统手工艺类非遗学习周期长、见效慢、经济回报有限等因素,对其兴趣不高,导致传承队伍青黄不接。市场竞争激烈,现代工业化生产的产品以低成本、大规模的优势充斥市场,挤压了传统手工艺类非遗制品的生存空间。传统手工艺类非遗大多依赖口传心授,缺乏系统的理论整理和数字化记录,部分精湛技艺面临失传风险。传统手工艺类非遗传播渠道相对狭窄,局限于线下展会、实体店等,难以接触更广泛的消费群体,品牌形象较弱,在快速变化的市场环境中举步维艰。

传统手工艺类非遗的发展机遇

随着人们生活水平不断提高,对个性化、高品质产品的需求日益增长,传统手工艺类非遗制品因其独特的艺术魅力和文化内涵,正好契合这一消费升级趋势,受到越来越多消费者的青睐。同时,国家对传统文化的重视程度不断提升,出台一系列政策扶持传统手工艺类非遗的保护与发展,为其营造良好的政策环境。互联网和新媒体的蓬勃发展,也为传统手工艺类非遗提供了全新传播平台,通过直播带货、短视频展示等方式,能进一步扩大其知名度和影响力。此外,文旅产业的深度融合也为传统手工艺类非遗带来生机,游客对手工艺品的特色纪念品需求大增,促使传统手工艺类非遗与旅游市场紧密结合,获得更广阔的发展空间。

技艺技能传承创新平台赋能传统手工艺类非遗复兴。技艺技能传承创新平台是一个整合多方资源,旨在促进各类传统与现代技艺技能有效传承、创新发展及广泛应用的综合性服务平台。它打破传统技艺在时间和空间上的限制,通过汇聚行业专家、技艺传承人、院校师生及企业家等各方力量,搭建起集教学培训、研发创新、成果展示、交流合作等多功能于一体的桥梁,推动技艺技能在新时代背景下实现创造性转化、创新性发展。

推进传统手工艺类非遗与现代教育的融合发展。从传承创新平台的支撑作用看,它为传统手工艺类非遗与现代教育结合提供师资、教学资源、实训场所等保障,传统手工艺类非遗与现代教育的结合呈现出丰富多样且意义深远的态势。从教育体系融入角度看,二

者结合为现代教育增添了独特魅力与深厚底蕴。在基础教育阶段,将传统手工艺类非遗引入课堂,能激发学生创造力与动手能力,培养他们对传统文化的兴趣;在职业教育领域,传统手工艺类非遗与专业课程深度融合,借助技艺技能传承创新平台的资源,学生可接受全面系统的训练,学习传统技法,接触基于现代设计理念的创新应用;在高等教育层面,传统手工艺类非遗成为学术研究与艺术创作的重要源泉,高校依托平台开展跨学科研究,探索传统手工艺类非遗在新材料、新技术上的发展路径,培养具备深厚文化素养与创新能力的复合型人才。

推动传统手工艺类非遗产品的创新发展。技艺技能传承创新平台为传统手工艺类非遗产品创新提供全方位、多层次的有力助推,使其在新时代焕发出勃勃生机。平台为传统手工艺类非遗产品创新提供强大的技术支持。一方面,利用数字化技术,对传统手工艺类非遗的工艺流程、图案设计等进行精准记录和分析,挖掘其中蕴含的文化元素和艺术价值,并通过虚拟现实(VR)、增强现实(AR)等手段进行展示和传播,为创新设计提供丰富灵感。另一方面,借助3D打印、智能制造等先进的制造技术,突破传统手工作在生产效率和精度上的限制。

拓展传统手工艺类非遗的融合发展

与文创融合。技艺技能传承创新平台为传统手工艺与文化创意产业的联姻搭建了理想的桥梁。平台汇聚众多传统手工艺人和文化创意人才,为传统手工艺注入新的设计理念;通过举办展览、研讨等活动,促进双方交流与合作,文化创意企业可借此机会深入了解传统手工艺的魅力和潜力,将其元素融入影视制作、游戏开发、广告设计等领域。

与文旅融合。传统手工艺与旅游业的融合是当前文旅发展的一大亮点,技艺技能传承创新平台整合了各地丰富的传统手工艺资源和旅游景点信息,打造出多种形式的手工艺旅游产品和线路;此外,平台还通过挖掘传统手工艺产品的地域文化特色和纪念价值,对其进行重新设计,打造成特色旅游纪念品,使其更能符合游客购买需求。

与现代制造融合。在工业4.0和智能制造的时代背景下,技艺技能传承创新平台推动传统手工艺与现代制造业深度融合。平台为传统手工艺引入先进的制造技术和设备,提升生产效率和产品质量。此外,平台还促进传统手工艺与现代制造业在设计理念和管理模式上的交流,传统手工艺注重个性化和艺术性,而现代制造业强调标准化和规模化。两者相互学习借鉴,传统手工艺在保持独特艺术风格的基础上,吸收现代制造业的质量管理和供应链管理经验,实现产业化发展;现代制造业从传统手工艺中汲取灵感,提升产品的文化附加值和艺术品位。

与互联网融合。互联网产业的发展为传统手工艺的传播和销售带来了新机遇,技艺技能传承创新平台充分利用这一优势,推动传统手工艺与互联网产业深度融合。通过搭建线上平台,将传统手工艺的展示、销售、教学等环节“搬”到互联网。手工艺人可以在平台上开设网店,展示自己的作品并进行销售,打破时间和空间限制,让全球消费者都能购买到心仪的中国传统手工艺品。

(作者为盐城工业职业技术学院非遗学院副教授、省工艺美术协会会员)



构建“三位一体”的软营销模式

袁清

中国式现代化新征程中的营销,以中国式现代化“五大特征”为理论根基,借“文化势能差”理论内核,构建“文明基因解码+价值共生+全球对话”的营销新使命,破解西方中心主义的营销霸权,重塑商业文明的价值坐标,提出中国式营销的文明超越路径,确立“文明超越—人文觉醒—商业重构”三位一体的软营销理论体系,为全球营销理论体系贡献东方智慧方案。

中国式营销的底层逻辑

中国式现代化是人口规模巨大、全体人民共同富裕、物质文明和精神文明相协调、人与自然和谐共生、走和平发展道路的现代化模式。其营销哲学逻辑起点主要为集体主义导向,强调社会责任、共同富裕和可持续发展,注重品牌对社会的贡献;文化自信赋能,将中华优秀传统文化(如“和合共生”“天下大同”)融入品牌价值,打造具有中国特色的全球化品牌(如华为);以人为本的科技伦理,在数字化营销中平衡技术创新与人文关怀,避免“算法剥削”,关注消费者隐私和体验;生态友好型增长,倡导绿色消费、循环经济,推动“双碳”目标与企业社会责任结合。

中国式营销哲学逻辑起点和以“新商业文明”为核心的营销哲学,二者共同构成“向善而行”的营销框架。前者解决为什么做(价值观与目标),后者回答怎么做(策略与方法)。价值观与目标奠定了向善的根基,中国式营销哲学强调集体主

义导向,注重社会责任、共同富裕和可持续发展。这一导向,促使企业在营销活动中不能只关注自身利益,还应考虑对社会整体的贡献。以人为本的科技伦理,在数字化营销中强调平衡技术创新与人文关怀,关注消费者体验。这体现了对消费者权益的尊重和保护,是一种“善”的表现。企业在营销过程中,要遵循“尊重和保护消费者权益”原则,禁止为追求技术效果而损害消费者利益的行为,确保营销活动在符合道德伦理的轨道上运行。

北宋时期的《清明上河图》,其广告营销招牌印证了“天下熙熙,皆为利来;天下攘攘,皆为利往”的历史记载。古罗马庞贝古城的竞选广告、佛罗伦萨美第奇家族的艺术赞助,与《清明上河图》的广告营销招牌看似分属不同时空和文化背景,但它们共同揭示了人类文明中贯穿古今的智慧,即通过媒介与符号的运用,塑造形象、传递价值、影响公众。这种跨越时空的营销文明链接,本质上是人类对注意力经济,特别是文明认同的朴素追求。

近年来,企业出海“走出去”的大行其道。中国企业出海从“产品输出”升级为“模式+文化+资本”的立体化扩张,但成功的关键在“文化势能差”的深度敬畏和持续蓄积,加快“文化”的“走进去”“走上去”。比亚迪电动巴士出海,以“新能源技术+因地制宜服务+顾客让渡价值”,重塑发展中国家的市场文化认知。出海不是选择题,而是生存题——唯有持续进化,方能穿越周期。

人类命运共同体的营销实践

“人文资产负债表”衡量文化生态对商业行为的影响指数。商周青铜器“子龙鼎”铭文塑造礼器神圣性;华为“鸿蒙系统”以《山海经》命名生态伙伴,构建技术人文主义叙事;特斯拉上海超级工厂的“阴阳生产线”,将中国“天人合一”哲学融入

智能制造,单位能耗降低15%、产能提升30%,成为全球制造业低碳转型标杆;同仁堂“炮制虽繁必不敢省人工”祖训推动企业不断发展壮大;海尔“人单合一”模式是对儒家“致良知”的现代诠释。

人文觉醒驱动的营销革命。人文是放大的文化,是价值观、世界观、道德准则、知识体系、艺术审美、思维模式、风俗习惯等的投射。“人文觉醒”成为时代主题,从“技术崇拜”到“人文校准”,营销正经历这一认知革命,它是从“眼球争夺”到“心灵共振”。希音(SHEIN)将苏州人文刺绣工艺融入快时尚,又通过TikTok算法推荐征服欧美Z世代。这些不只是“理论输出”,更是“范式革命”的成果。

破解“文明冲突论”的营销方案。文明冲突的根源,不是古老文明的现代复兴,而是单一文明的唯我独尊。西方国家在历史上通过殖民扩张,将自己的文化、价值观和经济模式传播到世界各地。这种历史遗留下来的影响力,使得西方文化和品牌在一些地区具有较高的认可度和接受度,为西方营销霸权的形成打下基础。在现有国际政治与经济秩序下,发达国家与发展中国家之间存在不平等的国际分工。这种分工格局,使得西方企业在全球产业链中具有更强的竞争和话语权,进一步巩固了西方营销霸权。

中国式营销的未来使命,既要传承“协和万邦”的千年智慧,又要融合数字文明创新语境的新范式,重塑全球商业文明的底层逻辑,重构全球营销文明秩序。因此,要积极构建“文明兼容性指数”,量化文化要素的适配度。用数字文明时代的价值锚点(人文经济雷达),指导元宇宙营销伦理取向,推广“一带一路”营销计划,建立跨文明营销标准联盟,践行人类命运共同体的营销实践。

(作者为央媒评论员,研究员)