



国际传播能力是国家综合实力的重要组成部分。习近平总书记强调，“推进国际传播格局重构，创新开展网络外宣，构建多渠道、立体式对外传播格局”。当前，国际格局深刻变革，中国同世界的联系日趋紧密，加强国际传播能力建设，全面提升国际传播效能，是新时代党和国家事业发展的客观要求。党的二十届三中全会提出要“构建更有效力的国际传播体系”，这要求我们洞察国际传播形势，并从历史中汲取宝贵经验。回望党的国际传播能力建设历程，其战略意识的系统性萌发可追溯至土地革命时期。这一时期，在极其艰苦的条件下，党通过一系列创新举措，在革命根据地和海外构建报刊矩阵，在国统区搭建隐蔽传播通道，在沦陷区开展抗争叙事，初步形成多线并进的立体化传播格局，有效提升了党的国际形象和影响力。

**树立战略意识，打破国际传播壁垒。**土地革命时期以前，党尚未树立明确的国际传播意识。大革命失败后，党的宣传机构遭到严重破

畅通主体协同、供需对接、公共服务三张网络

# 推进有组织的科技成果转化

许乐 朱盛文

果信息。

●畅通供需对接网络，从“看碟下菜”向“配送上门”转变

科技成果转化供需有效对接是当前科技成果转化的最大堵点之一，也是实现科技成果转化落地的关键一环。要积极构建“需求方-成果方”长效对接机制，常态化摸排企业技术需求，更加精准梳理企业需求清单，务求取得实效。

一是深入挖掘企业共性技术需求。重点围绕江西12条制造业重点产业链和6个未来产业，以设区市为主体，收集、凝练技术需求，以产业链群的企业为主体，组织领域专家调研摸底，帮助企业确定技术需求，建立重大共性技术需求清单，形成包括企业基本信息、技术需求、历次调研情况记录等内容的科技成果转化企业档案。

二是广泛征集优秀科技成果。与省内高校和科研院所密切合作，积极走访国内知名高校、国家级大院大所和各地技术转化机构，打通与国外科研机构联系渠道，常态化、有针对性地收集科技成果。组织技术人员，分析研判征集的技术成果，梳理出与各设区市产业发展契合度较高的成果清单。

三是精准匹配技术供需对接。主要采用需求牵引的“订单式科研”、平台主导的“二次研发”、数据驱动的“大数据匹配”三种途径，大力推动技术供需对接。通过常态化开展项目路演、供需对接会、网络直播推介等形式，构建“供给端”与“需求端”的动态适配机制，通过精准对接激活创新要素的循环流动，真正释放科技与经济融合发展的飞

轮效应。

●畅通公共服务网络，从“加法效应”向“乘法效应”转变

公共服务平台是科技成果转化的裂变器，也是实现资源高效配置共促创新的有力举措。要建立常态化对接渠道，为创新主体提供成果展示与需求发布窗口，强化精准匹配服务功能，汇聚高校院所、企业、政府部门及服务机构资源，促进技术、人才、资本等要素高效流动。

一是建设科技成果转化风投基金，积极推动省工业创业投资引导基金、省信用融资担保集团和上海、广州等地头部金融投资机构共同出资建设省科技成果转化基金，按照“投早、投小、投长期、投硬科技”的原则，针对我省有潜力的转化项目开展投资，支持概念验证、中试、产业化不同阶段的项目在赣转化落地。

二是建设概念验证和中试验证平台。围绕江西重点产业，采用“企业牵头、政府引导、产学研协同”模式建设通用性或行业性技术创新服务平台，提供从概念验证、中试熟化到生产过程所需的仪器设备、中试生产线等资源，开展成果开发、技术熟化、样品试制、测试分析等公共服务，推动更多企业和产业发展亟需的共性技术成果扩散与转化应用。

三是建设综合服务平台。在“1+M+N”科技成果转化服务体系内，分行业、区域、层级打造集“展示、交易、检测、法律、金融”等多种功能于一体的综合服务平台，组建专职技术经理人团队提供转化服务，提供全生态链专业服务，使科研人员专注科技研发，企业管理者专注经营。

（作者单位分别为江西省社会科学院、江西省科学院）

## 土地革命时期党推动国际传播能力建设的经验启示

彭艳萍

坏，宣传鼓动工作一度陷入停顿状态。面对国民党的军事围剿和妖魔化宣传，党的声音难以传递至国际社会，更遑论争取国际支持。为改变这种状况，党在六届二中全会强调在目前政治形势下加强宣传工作的重要性，认为“忽视政治工作，是党在全部工作上一个大的损失”“党必须加紧宣传工作，积极与以往的弱点斗争，方能适应目前革命形势的需要”。此后，外宣工作被提及的频率日益增加，一些党的通告、宣言、决议案等也注意面向国外或境外发表。同时，先后成立多个兼具外宣功能的对外交往机构，如1931年在江西瑞金成立的“中华苏维埃政权人民外交委员会”，延安初期“在西北办事处下设立外交部”等。

**善借“外力”“外嘴”，开拓国际传播局面。**一是借力共产国际开展国际传播工作。土地革命时期，受各方面条件的限制，党在国内开展国际传播的空间十分逼仄，实质上承担着相应协调组织任务的是中共共产国际代表团。代表团依托共产国际的各种国际交往平台，借用其创办的《共产国际》《国际新闻通讯》等刊物，大力宣传中国革命和中国共产党。同时，由代表团主持创办的《救国时报》和《全民月刊》，也成为党在海外进行宣传 and 统战工作的中心阵地。二是广泛吸纳国外进步人士参与国际传播。典型的事例是中共中央落脚陕北后邀请外国记者到苏区

访问。此外，在特定情形之下，党还直接吸纳外国进步人士从事国际传播，如西安事变期间邀请德国人王安娜参与西安广播电台对外英语广播。事实证明，这种做法不仅取得了极为显著的成效，也弥补了当时外宣人才和条件匮乏的短板。

**兼用多种传播方式，打通公开与隐蔽渠道。**一是大众传播媒介的国内外铺展。大革命失败后，党一方面开拓了赣南闽西苏区，一方面在白色恐怖之下努力做好国统区工作。无论在苏区还是国统区，党均对开拓国际传播进行了一定程度的尝试，印发相关文件并组建起多个宣传机构，如苏区的红色中华通讯社、国统区秘密组织的中国工农通讯社。即使在已沦陷的东北地区，中共满洲省委和东北抗日义勇军等也开展了卓有成效的对外宣传。党内干部还常常采用化名、笔名的方式发表文章。二是人际传播、组织传播的拓展性运用。中共六大闭幕后党开始在共产国际设立代表团，其间，瞿秋白撰写了《中国革命和中国共产党》《纪念彭湃》和《中共党史纲要大纲》，邓中夏撰写了《中国职工运动材料汇集》《苏兆征传略》及《中国职工运动简史（1919-1926）》（未完稿）等著作。这些著作成为宣传中国革命的重要材料。组织传播方面采取的形式主要是出席重要国际会议。据不完全统计，仅驻共产国际代表团3届23人，出席共产国际、联共（布）

会议就达15次，100人次以上。

这些探索与实践，对于今天加强国际传播能力建设具有重要启示。

**坚持党的正确领导是国际传播能力建设的根本保障。**土地革命时期党的国际传播工作绝境逢生，其发展态势与党正确路线方针的形成是一致的。1931年之前，党面临的严峻的生存风险以及当时的党内错误路线，使得对内的“很多政策在制定不久之后就流产中辍”，更无力构建专事国际宣传机构。随着根据地事业的发展 and 中华苏维埃政权的建立，国际宣传逐渐得到重视，多线并进的立体化传播格局逐步搭建。新时代的中国是紧密联系世界的中国，中国故事、中国理论、中华文化要在国际交流与互鉴中走向世界，必须继续发扬党的这一政治优势，不断加强党对宣传思想文化工作的领导，完善国际传播工作体制机制，增强对外话语的创造力、感召力、公信力，开创国际传播新局面，推动中华文明走向世界。

**创新国际传播方式，建好新变化下的传播链路。**土地革命时期，党通过大众传播、人际传播、组织传播等多种形式，以借力共产国际、派遣党内优秀人才旅外等多种方式拓展国际传播渠道，突破了国民党的一道道封锁，才使中国的真实情况和国民党的反动本质逐渐被国际社会所知悉。当前，世界正经历百年未有之大变局，一方面，西方国家通

过媒体、智库、社交平台等渠道，试图构建涉华负面叙事。另一方面，技术革命与产业革命迭代更新，信息传播载体和方式发生深刻变革。我们必须以系统性思维构建更具韧性的传播体系，建设多层次、全方位的国际传播矩阵，将技术优势、制度优势转化为国际传播效能，推动国际传播从“被动应战”到“主动引领”的跨越。

**培育发掘坚守“中国心”的国际传播人才队伍。**与国际传播阵线的国内外铺展相适应，土地革命时期参与国际传播的群体构成也呈现多元化特点。除党的领导人外，还吸纳了爱国民主人士、国际友人。就数量而论，留学生和海外华人华侨占比最高，他们是沟通中国革命与世界无产阶级革命运动的重要桥梁。新时代的国际传播更应充分发挥多元主体在国际传播中的作用，建立一支具有坚定信念、专业化的国际传播人才队伍，不断提升国际传播从业队伍的传播力，既能用中国理论回答中国问题，又能结合国外受众的思维习惯，构建具有中国特色的国际传播话语体系。同时，要汇聚更多社会力量，建设起广泛的国际传播“统一战线”，邀请更多“新时代的斯诺”，探索外国人讲中国故事的新路径。

（作者单位：江西师范大学马克思主义学院）

## 以设计驱动式创新推动江西文创产业发展

蔡远卓

挖各设区市特色文化资源，充分利用景德镇的陶瓷文化、九江的书院文化、抚州的戏曲文化、吉安庐陵文化、赣州的客家文化等各具地域特色的资源，通过政府与企业协同设计，建立文化创意产业园，打造文创产业设计标杆项目，促进设计创新成果示范应用，构建“符号有故事、产品有功能、场景有体验”的产业生态集群。推动文化与科技、旅游、动漫、体育以及教育等多行业领域深度融合，重点运用数字技术，在设计理念中突出“文化内容+使用场景”，满足多样化、个性化的消费市场需求，形成高附加值、可持续迭代的文化产品和服务体系。

培育“赣派”文创品牌，打造可持续IP。江西文化名城、名地、名人众多，具有极强的IP可塑性。品牌建设与设计IP要构建“文化定位-产品转译-叙事延伸-生态闭环”的设计创新路径。以头部文创设计企业牵头组建跨界设计团队，精准定位IP文化内核，对文化特色进行进一步深化设计创新。例如，将景德镇陶瓷从“瓷器”升维为“东方造物”的朴素智慧，将庐山文化从“山水景区”提炼为“诗意栖居”的精神符号，将红色文化从“革命精神”聚焦到“不忘初心”的情感内核等，并将其转化为具象的文化标

签。从市场的实际需求出发，对提炼的文化标签进行产品设计，采用“经典元素+现代语言”的设计理念，创造出具有独特魅力的文化创意产品。例如，将万寿宫“如意斗拱”元素设计为潮玩手办、主题盲盒等。通过用户共创机制，搭建“江西文创设计工坊”线上平台，开放文创元素数字技术库，降低设计参与门槛，便于用户参与设计创作；优秀作品由企业量产并支付版权分成，助力“赣派”文创品牌长期可持续发展。加强文化IP的价值赋能，通过叙事延伸赋予IP故事性和情感共鸣，在设计中融入文旅、历史、乡愁故事的内容表达，将分散的资源转化为强识别度、高情感值的IP资产，推动文创产业从“资源依赖”向“IP驱动”升级，实现文化价值与商业价值的双重提升。

加大人才吸引力度，培育创新机制。构建设计创新人才培养的质量保障体系。拓宽文化创意人才培养的渠道，以设计驱动式创新为纽带，整合全省文创资源搭建“江西省文创设计中心”，引入国内知名文创企业与设计高校在省内设立产业创新平台，集聚国内外顶尖设计机构与人才，提供从文化元素挖掘、产品设计研发到知识产权保护的全链条智力支撑。积极搭建省内高层次人才综合服务



暑假的景德镇御窑博物馆内，游客们纷纷在明成化素三彩鸭形香薰前驻足，以其为原型的网红文创IP“岁岁鸭”大受欢迎。

本报全媒体记者王蕴蓉摄

务平台，整合各类优质服务资源，为高层次人才提供更加方便快捷的个性化服务。例如，建立人才激励机制，设计文化创意发展基金，定期举办文创设计类大赛，提供交流

（作者单位：南昌大学艺术学院）

在全球文化创意产业蓬勃发展的浪潮中，设计驱动式创新已成为推动产业升级和价值提升的重要引擎。江西作为文化资源大省，拥有深厚的历史底蕴和丰富的文化遗产，文创产业能够成为江西撬动文化资源、放大文化价值、升级经济结构的重要杠杆。将丰富的文化资源转化为具有市场竞争力的产业内容，实现从“文化资源大省”向“文化产业强省”的跨越，是当前我省文创产业发展亟待解决的问题。以设计驱动式创新推动文创产业发展，要整合赣鄱文化资源、培育“赣派”文创品牌、加大人才吸引力，为江西文创产业的转型升级提供新的发展实践路径。

整合赣鄱文化资源，推进特色产业转型升级。通过设计驱动式创新整合已有的文化资源，开发特色文化产业集群与消费内容。深