

# 十三行艺术品出海的历史经验 对强化广货品牌与美学认同的启示

## 广货行天下 · 理论纵横

□杨英丽 王少斌

广州十三行作为清代海上丝绸之路的核心枢纽,其外销艺术品在跨文化传播中构建了独特的品牌形象与美学体系,成为广货走向世界的历史标杆。本文以党的二十大报告提出的关于质量强国建设的要求为指引,系统梳理广州十三行外销艺术品的历史实践与核心价值,提炼其在品牌塑造、美学融合、贸易赋能等方面的成功经验,结合当代广货发展现状,提出强化广货品牌竞争力与美学认同的建议,为广州建设质量强市、推动外贸高质量发展提供参考。

## 时代命题:广货为何需要美学赋能?

产品高质量的新内涵:从“制造达标”到“价值认同”——

高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务。在此背景下,质量早已不只是生产环节的技术指标,而是逐渐演变为一种综合竞争能力。一个国家能否在全球市场中站稳脚跟,越来越取决于其产品是否“值得被长期选择”,而不仅仅是“能不能被制造出来”。

党的二十大报告提出,“坚持把发展经济的着力点放在实体经济上,推进新型工业化,加快建设制造强国、质量强国、航天强国、交通强国、网络强国、数字中国”。这一部署,要求在更高层次上重塑产业体系的价值结构,使质量成为连接制造能力、市场信任与国际竞争力的关键纽带。随后出台的《质量强国建设纲要》(以下简称《纲要》),进一步明确质量是繁荣国际贸易、促进产业发展、增进民生福祉的关键要素。

质量强国不仅是衡量国家综合实力的重要标志,更是破解我国社会主要矛盾、实现经济由大向强转变的关键路径。广州作为千年商都和外贸重镇,加快质量强市建设、强化广货品牌竞争力,既是落实质量强国、质量强省建设的必然要求,也是推动本地经济高质量发展、打造国际消费中心城市的核心抓手。

品牌竞争的新维度:美学成为核心竞争力——

在消费升级和全球化竞争背景下,质量的内涵已从单纯的产品性能达标延伸至美学设计、文化赋能、价值认同

等多元维度。正因如此,《纲要》在优化消费品供给品类方面,提出“增品种、提品质、创品牌”的要求,其中品牌建设 with 美学价值重构是重要支撑。

当代消费者对产品的需求已从物质满足转向精神共鸣,个性化、多样化、差异化成为新潮流,这要求产品在设计上回应审美需求、在功能上拓展应用场景、在文化上传递价值理念,从而使产品能够在高度同质化的全球市场中建立差异化认同。这意味着,质量强国建设不仅需要强化技术标准与质量管控,更需要推动品牌与美学深度融合。只有通过文化与质量的双重赋能,才能让“中国制造”向“中国创造”“中国品牌”跃升,增强我国产品在全球市场的核心竞争力。

广货升级的新使命:传承十三行基因,重塑国际认同——

从历史经验看,广州并不缺乏品牌与美学出海的成功范例。作为我国对外贸易的重要产品,广货曾凭借精湛工艺与独特风格,在全球市场中形成鲜明形象,并一度引领国际消费潮流。在新时代背景下,广州推动产品品牌升级具有坚实基础,同时也存在较大提升空间。

一方面,推动广货品牌建设,是广州构建现代化产业体系的重要内容,通过持续提升产品质量、强化美学创新,可以带动传统产业转型升级、战略性新兴产业发展壮大。另一方面,广货本身也是岭南文化的重要载体,其国际化过程,也是中华文化对外传播的过程。这就要求,在广货品牌升级中,要坚守文化根脉,也要实现跨文化融合,构建具有国际辨识度和情感共鸣的品牌美学体系。

当前,广州正借助广交会、国家文化出口基地等平台,推动广货“卖全球”。但相较于国际知名品牌,广货在品牌叙事和美学认同层面仍有较大提升空间。回溯广州十三行艺术品的出海历史,其在品牌塑造、美学融合与市场适配方面的成功经验,为当代广货品牌突破发展瓶颈、强化美学认同提供了重要启示。

## 历史镜鉴:广州十三行外销艺术品的成功密码

回顾广州十三行艺术品的出海实

践,其成功并非源于单一因素,而是在长期跨文化贸易中逐步形成了一套成熟且稳定的经验体系,集中体现在文化融合、品质信用、市场适配与传播方式等多个方面。

首先,十三行艺术品在文化层面形成了“本土内核+国际表达”的美学体系。十三行工匠并未简单复刻西方审美,而是以岭南文化为根基,主动吸收西方审美偏好与艺术技法,进行有选择的融合与重构。例如,外销扇常在同一件作品中呈现双重叙事:一面绘神仙祝寿的中式场景,另一面绘岭南风光与西洋人物,以“中式意境+西洋技法”的组合,形成具有高辨识度的视觉风格。这种守正创新的文化融合方式,使外销艺术品既保留文化根脉,又具备全球适配性。

其次,稳定的品质与信用体系为品牌美誉度奠定了坚实基础。十三行实行“保商制度”,行商对商品质量、关税缴纳和交易纠纷承担责任,大幅降低跨国交易风险。

再次,十三行高度重视市场适配与定制化生产。通过深入产业链源头,掌控关键货源,十三行能够根据欧洲皇室、贵族需求,从纹样设计到材质选择进行全程适配,形成“需求牵引生产”的运行模式。这对当代广货推行“定制化+场景化”策略具有重要借鉴意义。

最后,贸易网络本身成为品牌传播的重要载体。依托商船航线,十三行将外销艺术品输送至欧洲、美洲、东南亚等地,这些产品在流通过程中不仅是商品,更成为文化传播载体。当时,在欧洲宫廷与上层社会,收藏广货一度成为身份与品位的象征,广彩瓷、外销扇逐步演化为社交符号,形成“产品出海+文化传播”的价值链条,构建起早期广货的全球品牌认同。

## 当代实践:强化广货品牌与美学认同的路径

推动代际协同,构建跨代际品牌认同体系。广货品牌要实现可持续发展,关键在于同时赢得不同代际消费者的长期认同。这既要靠老品牌焕发新活力,也需要新锐品牌夯实文化根基。一方面,要推动老广货品牌向年轻化转型。通过数字化工具与新型营销方式,结合跨界合作,包装更新和消费场景创新重塑品牌形象。另一方面,引导新锐广货品牌在成长初期就注入清晰的文化基因。支持其深度挖掘十三行文化与岭南美学内涵,将文化基因融入品

牌理念与产品设计,培育具有代表性的“国潮粤品”。

深化文化融合,夯实广货美学根基。十三行经验表明,成功的品牌出海,离不开对文化资源的系统整合与当代表达。当代广货的美学建构,应在文化活化与规范引导之间取得平衡。一是推进十三行文化资源活化工程,进行全面普查并建立数字化档案库。二是建立广货美学标准与评价体系,提炼十三行“中西合璧、精工细作”的美学特征,避免同质化与浅表化融合。三是推动设计创新与产业深度融合,围绕广货美学创新开展课题研究,培养兼具文化素养与产业认知的复合型人才。

强化产业链协同,提升品牌整体等级。广货品牌的美学认同,最终需要通过完整产业链来承载和放大。因此,要从产业层面推动品牌建设由“单点突破”向“系统协同”转变。在品牌培育方面,可根据不同发展阶段实施广货品牌分层引导。在产业组织层面,搭建产业协同平台,形成“文化挖掘—设计转化—生产制造—市场推广”的完整链条。同时,可借鉴十三行定制化经验,丰富广货美学产品矩阵,推动广货从“功能满足”向“美学体验”“情感价值”升级,提升品牌溢价能力。

创新传播矩阵,拓宽广货认同边界。在全球化语境下,品牌认同的形成不仅依赖产品本身,也取决于持续、稳定的传播体系。一方面,构建线上与线下联动的传播矩阵。线上依托社交媒体和跨境电商平台,线下依托广交会等国际展会,打造广货美学主题展区,提升全球知晓度。同时,依托十三行历史街区、博物馆,建设“广货美学体验馆”,打造“文化旅游+购物消费”的融合场景。另一方面,推动产品与文化协同出海。进一步深化粤港澳大湾区品牌协作,打造具有国际影响力的“湾区广货”品牌形象,并加强与国际设计机构、时尚品牌的合作,引进先进设计理念与传播经验,推动广货美学与国际潮流接轨,构建更具穿透力与感召力的全球化品牌叙事。

作者简介:杨英丽,广东财经大学艺术与与设计学院副教授,广东省社会科学研究基地—广东乡村建设研究中心研究员;王少斌,广东财经大学艺术与与设计学院教授,广东省社会科学研究基地—广东乡村建设研究中心研究员

注:本文系2025年国家社科基金艺术学项目“东学西新造物技艺转移与17-18世纪欧洲中国风研究”(25BG179)阶段成果

□孟庆吉

# 以法治护航家风传承的数智化转型

习近平总书记强调,“不论时代发生多大变化,不论生活格局发生多大变化,我们都要重视家庭建设,注重家庭、注重家教、注重家风”。在数字智能技术深度重塑社会的当下,家风传承迎来了前所未有的创新机遇,同时也面临着诸多挑战。从法治视角来看,我们既要充分利用技术赋能带来的变革,也要警惕人文价值在算法逻辑中可能出现的异化,构建起既能激发创新活力又能坚守伦理底线的制度保障体系,让家风传承在数智时代焕发出新的生机。

## 家风传承的时代价值与数智化转型必然

家风是中华文明传承不息的精神密码,是家族伦理规范和核心价值准则在历史长河中的沉淀。传统家风借助祠堂楹联、手抄家谱、家训典籍等载体,实现了代际间的传承。它本质上是家庭集体记忆的仪式化表达,通过广泛的社会化传递,塑造着个体的道德品格和行为规范。在“家国同构”的传统治理框架下,家风更是连接个人修身、家庭和睦与国家治理的重要文化纽带,发挥着不可替代的社会治理功能。

进入数智时代,家风传承的基础和环境发生了巨大变化。远程办公模糊了家庭与工作的边界,智能设备改变了家庭成员的互动方式,虚拟现实技术重构了代际交流的时空场景。对于“数字原住民”的青年一代来说,他们的生活逻辑与传统家风场域存在明显差异。调查显示,有很大一部分年轻群体对家风内涵认知模糊,独生子女家庭的家风

传承面临更大断裂风险。随着传统家族聚居模式被个体居住方式取代,口耳相传的教化方式受到信息碎片化的冲击,家风传承的数智化转型成为激活其当代生命力、实现创造性转化和创新性发展的必然之路。

## 数智赋能家风传承的核心实践与法治挑战

数字智能技术为家风传承带来了新的模式。数字化保存解决了传统文本易损毁、难复制的问题。利用区块链技术构建家族文化基因数据库,可以为家训、族谱等提供不可篡改、永久存证的方案。山西运城裴氏家风馆运用VR技术,还原家训诞生场景,让参观者能够沉浸式体验历史。一些互联网企业开发的中华优秀传统文化大风语言模型,从多个维度梳理传统文化精髓,构建智能知识图谱,推动了传统价值的智能化重组和创新表达。

在传播方面,场景化技术增强了家风价值的浸润效果。在山西运城薛家祠堂纪念馆,AR技术让明代清官薛瑄“穿越”时空,讲述廉政故事。家风主题的剧本杀,在数字屏上摹写家训等创新形式,将抽象的伦理观念转化为可感知、可参与的文化产品,提升了年轻群体对传统文化价值的认同和共鸣。

然而,数智赋能并非一帆风顺,法治层面的挑战不容忽视。首先是数据权属问题。在家族口述史数字化采集过程中,个人敏感信息的边界和家族成员隐私权保护标准尚未明确,家族数据库建设需严格遵守个人信息保护法。其次是算法伦理风险。如果大语言模型的训练数据存在偏见或局限,可能导

致家风内涵单一化,如将“孝道”简化为物质赡养等,使传统伦理精髓失真。此外,数字鸿沟加剧了代际传承的公平性问题,老年群体因智能终端使用障碍,在家族数字记忆构建中面临边缘化风险,这与家风传承的代际公平原则相悖。

## 构建家风传承数智转型的法治保障

面对上述挑战,构建法治保障框架迫在眉睫。

首先,要确立“人文+技术”双重审核机制。建立健全家风数字化产品的伦理审查标准,要求算法设计融入社会主义核心价值观,对传统文化元素进行符合宪法精神的现代转译。同时,设立由传统文化专家组成的委员会,参与模型训练和内容审核,防止核心价值内涵在技术处理中扭曲。

其次,构建清晰合理的数字遗产产权体系。可借鉴非物质文化遗产法的成熟保护经验,探索创设“家族集体著作”制度,明确家族口述史等数字化成果的产权主体归属。同时,利用区块链智能合约技术,实现家族文化衍生品开发与传播收益的自动化、透明化分配,保障家族成员的合法权益,从而有效激活各方参与传承的积极性。

最后,创新家风治理数字工具体系。开发科学的量化评估工具,将“孝老爱亲”“清正廉洁”等价值理念转化为可测量的行为指标。同时,强化权力监督数字工具应用,如纪检监察机关建立的“领导干部家属廉政档案”系统,借助金融科技防范“衙内腐败”,从家风维度构筑反腐防线。

## 将家风传承与社会治理融合的实践典范

山西运城城市的“好运之城幸福家”系统工程,是将家风传承与社会治理融合的典型范例。该工程推动家风文化符号创新,如将新时代文明理念融入婚俗等。

在传播方面,运城打造了十多条家风主题研学线路,串联关帝庙的“忠义”精神、舜帝陵的“孝道”文化等资源。通过直播技术,当地非遗技艺传承展示吸引了大量关注。更重要的是,运城将家风建设融入基层治理,盐湖区连续三年举办“夸媳妇”大赛,永济市十年如一日护送留守儿童与父母团聚,将家风力量转化为社区凝聚力和社会和谐的动力。

家风传承的数智化转型,是中华传统伦理智慧与现代数字文明的深度对话。在山西运城,我们看到了技术与文化的融合,见证了中华文明基因在数字时代的重生。未来,我们要坚守科技为用、人文为本的原则,通过专项立法明确算法伦理边界,依据家庭教育促进法完善家风传承制度,鼓励基层社区创新家风治理数字工具,让家风传承在数智时代既传承传统精髓,又彰显时代特色。

(作者系广东省习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心广东省哲学社会科学特约研究员、岭南师范学院政法学院法学系副教授)

注:本文系广东省哲学社会科学规划项目粤东西北研究专项“粤东家风家训中的民间文化及其现代价值研究”(GD25YDXZXF01)阶段成果

# 构建金融赋能投资于人的长效机制

□刘佳宁 陈世栋

党的二十届四中全会提出,“坚持扩大内需这个战略基点,坚持惠民生和促消费、投资于物和投资于人紧密结合”。投资于人是指对全人群、全生命周期人的能力提升和潜力开发的投入,比如育幼、养老、健康、教育、技能培训等。在全球产业竞争已从“资本密集”转向“人才密集”大趋势下,要推动我国经济增长动力机制转换,实现创新驱动、需求拉动,亟须加大对人的投资,推动人力资本积累,形成“人力资本红利”。

金融是现代经济的核心引擎,应突出金融赋能功能,全领域多路径嵌入金融对人力资本形成、积累、变现各环节的助力,提升人的综合素质、健康水平与就业能力,释放消费潜力,形成“引导投资—人力资本提升—经济增长—民生改善—扩大内需”的良性循环。

## 金融赋能投资于人的重要路径

“中国式现代化是以人民为中心的现代化”。投资于人对我国应对人口结构转型,重塑人口红利,催生新质生产力具有重要意义,金融赋能投资于人需重视四大领域的突出需求。

在教育领域,加快实现“普惠覆盖”到“精准赋能”转型。教育是人力资本积累的基础,要提升金融的精准性与可持续性。一方面,通过创新金融新产品,适配不同群体不同阶段教育需求。对低收入家庭侧重普惠性、低利率、无抵押信贷支持,保障教育公平;对职业教育侧重与产业需求挂钩的定向融资、供应链金融,推动产教融合走深走实;对终身学习侧重灵活便捷的分期支付工具、技能提升信贷,支撑学习型社会建设。另一方面,平衡金融的社会效益与商业可持续性,需通过健全政府担保、风险补偿基金、财政贴息等政策工具,降低金融机构信贷风险。

在健康领域,推动风险保障与产业赋能双轮驱动。健康是保障人力资本有效发挥的基础,需一步发挥金融的普惠性与创新性。一是针对农村地区、老年群体、低收入群体的需求,简化投保流程、优化理赔服务,开发普惠型健康保险产品,提升健康保障的覆盖面。二是加强数字技术运营,通过大数据精准评估个体健康风险,开发个性化保险产品与健康管理服务,推动“保险+健康管理”深度融合。三是发挥金融对大健康产业的支持,推动医疗、养老、养生等产业融合升级。

在创业就业领域,强化对人力资本活力的精准滴灌。创业就业是人力资本价值实现的重要途径,也是连接人力资本与实体经济的纽带。通过金融精准滴灌,为创业就业提供资金支持与风险缓释,针对高校毕业生、农民工、新市民等重点群体,落实创业担保贷款贴息政策,推出创业补贴、担保增信等措施,降低创业门槛,激发创新活力。针对小微企业,通过普惠小微贷款、知识产权质押融资、政府采购合同融资等产品,支持企业吸纳就业、开展技术创新、提升就业质量。适配新业态、新模式就业需求,为灵活就业群体提供便捷支付结算、信贷融资、保险保障等服务,完善灵活就业金融支持政策,为稳就业、保民生、促创新提供坚实金融支撑。

在养老领域,要有应对人口老龄化的长期布局。应对人口老龄化程度加深趋势,需构建多层次养老保险体系,完善基本养老保险、企业年金、个人养老金“三支柱”体系。加快完善个人养老金制度,推动养老保障从“兜底型”向“发展型”转变。同时,通过RE-ITs、项目贷款、产业基金等方式,发展养老产业金融,支持养老基础设施建设、养老服务机构发展、智慧养老技术研发,满足老年群体多元化养老服务需求,保障老年群体生活质量,激活银发经济潜力。

## 健全投资于人的金融支撑机制

紧扣国家“十五五”时期重要部署,以人力资本全周期需求为导向,以机制创新为核心,以技术创新为支撑,构建全方位、多层次、可持续的金融支

持体系,推动金融成为人力资本积累与价值实现的“助推器”,为培育新质生产力、推动高质量发展、建设社会主义现代化国家提供坚实支撑。

第一,完善政策引导机制。加快完善金融支持顶层设计,筑牢制度保障。加快将投资于人纳入金融发展规划与政策框架,明确金融支持人力资本发展的重点领域、优先方向与政策边界。加大对普惠性金融的政策支持力度,通过税收减免、财政贴息、风险补偿、担保增信等组合工具,引导金融机构下沉服务重心,聚焦教育、健康、创业、养老等核心领域,破解金融机构“不敢贷、不愿贷、不能贷”问题。健全金融监管政策,平衡金融创新与风险防控,建立差异化监管考核体系,将金融赋能人力资本发展纳入普惠金融考核及评价体系,鼓励金融机构开展差异化、普惠性创新,防范金融风险向人力资本领域传导,确保金融支持投资于人行稳致远。

第二,强化精准匹配机制。创新金融产品与服务。围绕人力资本积累需求,开发多元化、个性化金融产品体系。聚焦育幼领域,构建全链条金融服务体系。针对普惠性托育机构,推出一定年限的运营专项贷、设备购置贷,对符合标准的机构给予财政贴息,降低融资成本;探索托育机构收费权、经营权质押融资,拓宽融资渠道。在教育领域,通过政策性贷款、专项债支持公办幼儿园扩容提质,鼓励民办幼儿园提供普惠服务,对其给予信贷倾斜;优化基础教育、高等教育、职业教育及终身学习领域的现有金融产品,形成全周期覆盖格局;扩大助学贷款覆盖面,创新职业教育金融产品,支持终身学习。在健康领域,推广普惠型健康保险,发展医疗供应链金融,支持基层医疗服务升级。在创业就业领域,优化创业担保贷款政策,推广知识产权质押融资,为灵活就业群体提供综合金融服务。在养老领域,完善个人养老金制度,创新养老理财、保险产品。同时,依托数字技术,构建人力资本价值评估模型,将信用记录、技能水平、健康状况等纳入评估体系,提升金融服务的精准性。

第三,健全风险分担机制。构建“政府+金融机构+社会组织+个人”的多元风险分担机制,提升金融支持的可持续性。扩大政府融资担保覆盖面,设立全国统一的人力资本金融风险补偿基金,对普惠性人力资本金融产品给予风险补偿,降低金融机构信贷风险。推动金融机构与教育机构、医疗机构、创业孵化基地、养老服务机构、人力资源服务机构等深度合作,搭建协同服务平台,实现信息共享、资源互补、风险共担,提升金融服务的效率与质量。完善人力资本与金融市场的衔接机制,支持人力资本密集型企业上市融资、发行债券,鼓励企业开展人力资本股权激励,畅通人力资本价值变现渠道,让金融市场充分反映人力资本价值,激发人力资本创新活力。

第四,强化数字赋能机制。加快数字金融基础设施向农村地区、欠发达地区延伸,同步开展数字金融素养培训,帮助老年群体、农村居民跨越数字鸿沟,提升金融服务可及性。利用大数据、人工智能、区块链等技术,优化金融服务流程,简化申请、审批、理赔等环节,降低金融服务成本。构建安全高效的数据共享机制,严守数据安全与隐私保护底线,整合政务、教育、健康、就业、信用等领域数据,构建人力资本价值评估模型,提升金融服务的精准度。

构建金融赋能投资于人长效机制,还需营造投资于人的良好氛围。加强金融知识普及与诚信教育,提升全民金融素养与信用意识,引导大众树立正确的个人人力资本投资观念。鼓励金融机构践行社会责任,将投资于人纳入企业战略与ESG评价体系,推动普惠金融与社会责任融合发展,彰显中国特色金融发展的价值导向。借鉴发达国家金融支持人力资本发展的有益经验,构建具有中国特色、服务国家战略、适配人力资本发展需求的金融赋能模式,更好服务于人的全面发展。

作者简介:刘佳宁,广东省社科院财政金融研究所所长,广东省习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心特约研究员;陈世栋,广东省社科院财政金融研究所副所长